



中國의 절연전선 시장동향

1. 시장개황

'94년 중국의 절연전선 시장은 수요가 상대적으로 안정된 반면 치열한 시장경쟁, 생산업체 자금난, 원자재 가격폭등으로 생산과 판매가 전체적으로 감소하여 총 판매액이 전년대비 11.8% 하락한 128억원에 머물렀다. 특히 '94년 권선용케이블 생산량이 전년대비 대폭 감소하였는데, 이는 동, 알루미늄 등 주요 생산 원자재의 가격 상승과 생산업체의 자금난 등에 기인한 것으로 알려졌다. 현재 중국내 절연전선 생산업체는 모두 4,000여개사로 집계되었으며, 이중 기계공업

부 산하 전문 케이블 생산업체는 260여개사로 이들 업체의 공업총생산액은 148억원에 달하였다.

현재 중국의 대부분 지역이 아직도 전력이 상당히 부족한 상태이며 특히 일부 내륙지역에서는 전기공급이 절대적으로 부족한 실정이다. 또한 경제가 발전함에 따라 전화 등 통신설비에 대한 수요도 급속도로 증가하고 있다. 이러한 수요증가에 따른 공급부족 현상을 해소하기 위하여 중국정부도 사회간접자본에 대해 지속적인 투자를 하고 있어 케이블에 대한 수요가 계속 증가하고 있는데 이러한 추세는 장기간 지속될 전망이다.

〈품목별 연간 생산실적〉

구 분	권선용케이블(톤)	통신케이블(km)	전력케이블(km)
'93년	118,938	268,302	129,288
'94년	84,543	265,607	135,233

* 자료원 : 중국기계공업연감

2. 수입동향

중국 절연전선 시장의 경우 자국산 제품이

전체시장의 약 65%를 차지하고 수입제품이 35%를 차지하고 있다. 그중 일본과 대만 제품이 각각 10%를 차지하고 있고 홍콩, 한

국, 미국제품이 각각 3%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

수요가 지속적으로 증가함에 따라 수입도 매년 늘어나고 있는 추세인데 주요 수입대상국은 일본, 대만, 홍콩, 한국, 미국 등을 들

수 있다. 이들 국가로부터 수입되는 것이 전체수입액의 약 83%에 이르고 있는데 특히 일본과 대만제품이 각각 28%, 홍콩, 한국, 미국산이 각각 9% 정도를 차지하고 있다.

〈'94년 품목별 국별 수입액〉

(단위 : US\$ 천)

HS CODE	합 계	일 본	대 만	홍 콩	한 국	미 국	기 타
8544.11	199,768	58,622	86,543	19,203	9,396	12,206	13,798
8544.19	38,407	8,138	14,837	6,680	686	2,054	6,012
8544.20	17,703	1,595	1,862	1,266	7,443	2,662	2,875
8544.40	66,704	12,199	9,134	5,738	16,854	5,051	17,728
8544.51	42,758	9,464	5,212	6,487	2,814	5,827	12,954
8544.59	144,224	35,072	35,877	25,340	5,625	7,386	34,924
8544.60	72,862	30,351	447	1,908	10,755	2,124	27,277

* 자료원 : 중국해관통계 '94년판

〈'95년 품목별 국별 수입액〉

(단위 : US\$ 천)

HS CODE	합 계	일 본	대 만	홍 콩	한 국	미 국	기 타
8544.11	235,778	79,641	97,863	16,256	14,599	7,973	19,446
8544.19	39,374	9,651	18,157	4,782	1,461	1,693	3,630
8544.20	18,610	3,054	2,994	855	1,942	2,664	7,101
8544.40	83,003	20,306	11,666	8,225	9,368	12,009	21,429
8544.51	57,609	15,582	9,846	5,161	5,507	2,111	19,402
8544.59	177,591	40,202	46,926	24,477	15,790	14,784	35,412
8544.60	69,919	17,472	972	722	13,779	5,018	31,956

* 자료원 : 중국해관통계 '95년판

3. 가격 및 비가격 경쟁력 비교

가격의 경우 일본산 제품이 가장 고가로 중국산의 약 3~4배 정도이며 한국산은 중간수준의 가격대를 유지하고 있어 중국산에 비해 약 1~2배 정도 비싼 것으로 나타나고 있다.

품질을 비교해 볼 때 수입제품이 전반적으로 중국제품에 비해 우수한데 특히 일본제품이 가장 나은 것으로 평가되고 있으며 우리나라 제품도 품질이 비교적 우수하여 호평을 받고 있다. 이에 반해 대만산은 품질이 상대적으로 미흡한 것으로 나타나고 있다. 기술 및 디자인의 경우 일본과 미국제품이 가장 우수하고 반면 중국산과 대만산이 뒤떨어지며 한국제품은 중간수준을 유지하고 있다. 또한 딜리버리상에도 대부분의 국가가 별 문제가 없는 것으로 알려지고 있다.

4. 수입관리제도 및 관세율

전반적으로 중국 바이어들은 가격이 저렴하고 내구성이 강하며 국제적으로 품질인증을 받은 제품을 선호하고 있는데 이는 절연 전선이 法定商檢 품목으로 중국 商檢局의 검사를 받아야 수입이 가능하기 때문이다. 관세는 대체로 15%~25% 정도이며 부가가치세(增值稅)가 별도로 17% 부과된다.

〈관련품목 HS CODE별 관세율〉

(단위 : %)

HS CODE	관 세 율	부가가치세
8544.1100	20	17
8544.1900	25	17
8544.2000	15	17
8544.4110	15	17
8544.4190	25	17
8544.4990	25	17
8544.5110	15	17
8544.5190	25	17
8544.5990	25	17
8544.6011	15	17
8544.6019	25	17
8544.6090	15	17

* 자료원 : 中國進出口貿易管理措施
'96/'97년판

5. 유통구조

바이어들의 수입방법은 크게 두 가지 형태로 구분할 수 있는데 첫번째 방식은 외국공급상→중국수출입회사→도매업체(국영)→소매상→실수요자로 연결되는 형태로 중국 정부가 경제개발 및 시장수요를 충족시키기 위해 매년 일정량의 소비재 및 생산재를 대외무역합작부에 의뢰하여 수입한후 국내무역부 산하의 도매업체에 할당해주고 도매업체들은 산하 소매업체에 할당해주는 방식인데 중국에서는 일명 大貿進口라고 한다. 두번째

방식으로는 외국공급상→중국수출입회사(대리)→소매상으로 이어지는 형태로 외국공급상과 바이어가 수출계약을 체결하고 중국수출입회사가 일정한 수수료를 받고 대리 수입해주는 방식이다.

국내 유통구조는 네가지로 구별되는데 첫 번째 방식은 생산자→1級站(국영도매업체)→2級站(산하 도매업체)→소매상으로 연결되는 형태로 동 방식은 계획경제체제하에 형성된 것으로 유통단계가 많고 유통기간이 긴 특징을 갖고 있으며 생산업체, 도매상, 소매상이 모두 국영기업인 경우가 많다. 현재 이러한 유통체계는 점차 사라지고 있는 추세이다. 두 번째로는 생산자→도매상→소매상으로 연결되는 형태로 개혁개방이후 비국영기업의 증가에 따라 생겨났으며 도매상과 소매상이 국영업체도 있고 비국영업체도 있다. 동 방식은 현재 가장 보편화되어 있다. 세 번째 방식은 생산자→소매상의 형태로 중국정부의 유통업체에 대한 규제완화 및 시장경쟁이 치열해짐에 따라 새롭게 형성된 유통방식으로 생산업체들은 양판 및 시장동향 파악이 유리하고 소매상은 중간 유통마진을 줄일 수 있어 점차 보편화되고 있다. 네 번째로는 생산업체가 직판장을 운영하여 수요자에게 직접 판매하는 방식으로 아직까지 그리 보편화되어 있지는 않다.

6. 진출전략

우리나라와 중국이 본격적으로 교역을 시

작한지 얼마되지 않고 우리나라 업체들의 대 중국 시장개척활동 미진으로 인해 아직까지 여타 경쟁국 제품과 비교하여 인지도가 상대적으로 낮은 실정이다. 그러나 한국 절연전선이 품질과 디자인이 우수하고 가격면에서도 경쟁력을 확보하고 있어 한국산 제품을 찾는 수요자들이 점차 늘어나고 있는 추세이다.

중국 시장은 장기적인 안목을 가지고 접근해야 하며 다른 어느 시장보다도 충분하고 정확한 조사가 선행되어야 함에도 불구하고 우리나라 업체들이 성급하게 결정하여 투자나 수출시 어려움을 겪는 경우가 빈번히 발생하고 있는데 반드시 충분한 사전조사와 장기적인 전략으로 중국시장을 공략해야만 거대한 중국시장을 장악할 수 있다. 또 국토가 워낙 광대하고 지방 분권화가 비교적 잘 이루어져 있어 각 지역별로 수출입 및 투자정책이 다소 차이가 있으므로 지역별로 차별화된 마케팅 전략을 수립하여 중국 시장개척에 나서야 한다. 즉 각 지방 특성을 충분히 고려하여 세부 공략품목을 차별적으로 선정해야 하며 가격에 있어서도 지역별로 탄력적으로 운영해야 한다. 또한 절연전선의 경우 수요자가 官인 경우가 대부분이므로 구매라인과의 부단한 접촉을 통하여 인맥형성에도 노력해야 한다.

또한, 위에서도 언급한 바와 같이 일단 우리나라 제품의 가격 및 품질은 중국시장에서 경쟁력이 있는 반면 상대적으로 인지도 방면

에서는 아직 미흡한 상태이므로 적극적인 홍보가 이루어져야 할 것이다. 중국에서 제품 홍보를 위해 가장 좋은 방법은 바로 관련 전시회나 박람회에 적극 참가하는 것이다. 중국의 경우 대부분이 국영회사로 관련업자들이 출장경비에 부담이 없어 전시회나 박람회 참가를 비교적 많이 하는 편이므로 관련업자들에게 이런 자리를 통해서 우리제품에 대한 홍보를 단기간내에 많은 수요자들에게 할 수 있기 때문이다. 중국 시장개척에 있어 전시회나 박람회 참가를 통해 얻을 수 있는 또한가지 커다란 이점은 중국에는 아직 바이어에 대한 구체적인 자료들이 체계적으로 정리된 것이 없기 때문에 바이어 파악 및 발굴이 매우 힘드나 대부분 관련업체나 바이어들이 이런 행사에 참가하기 때문에 의외로 쉽게 바이어를 발굴할 수 있다는 점이다.

7. 전시회 정보

▣ 상해 에너지 및 동력 박람회(EP Shangha/int'l Exhibition on Energy and Power)

- 개최일자 : '97. 10. 8~12
- 개최주기 : 격년
- 전 시 장 : Snnanghai Exhibition Center
- 개최규모 : 10,000m²
- 주요전시품목 : 발전기, 배전장치, 검사기, 기타 전력 관련장비
- Adsale Exhibition Services Ltd.

- 주 소 : 4F Stanhope House. 734 Kings Rd. North Point. HK
- 전 화 : (852)628118897
- 팩 스 : (852)625165024
- 최근년도 참가업체수 : 222
- 최근년도 참관객수 : 40,000

▣ 第4屆國際電工裝備 技術交流展覽會 (ELECTRO '97)

- 개최일자 : '97. 10. 17~10.21
- 개최주기 : 격년
- 개최도시 : 북경
- 전 시 장 : 北京展覽館
- 주 최 자 : 中國電工技術學會
- 주 소 : 北京市 三里河路 46號
- 전 화 : (010)6859-5355
- 팩 스 : (010)6851-1242
- 담 당 자 : 玉志強

▣ 중국 전력전자 및 전기전동장치 박람회(Int'l Exhibition On Power Electronics & Electrical Drive)

- 개최일자 : '98. 9
- 개최주기 : 매년
- 전 시 장 : Trade Visitors and Public
- 개최규모 : 3,800m²
- 주요전시품목 : 반도체기기, 전자부품·전자재료, 전자전원, 변압기 등 전자종합박람회
- 전시회성격 : 북경 상해에서 번갈아 순회

개최. '97년 상해개최(임차
료 : US\$ 3,000/9m²)

- 주 최 자 : China Electrical Technology Institute
- 주 소 : P. O Box 2133 Beijing 100823
- 전 화 : (86-10)68595355
- 팩 스 : (86-10)68511242
- 최근년도 참가업체수 : 개최국 90, 외국 35, 계 125
- 최근년도 참관객수 : 계 40,000

아울러, 식자들은 중국시장을 선점시장이라고들 한다. 즉, 어떤 업체가 중국에 먼저 진출하여 자리를 잡는냐가 중국에서는 성공의 승패를 좌우할 만큼 중요하다는 것이다. 중국 라면시장을 예로들어 보면 중국에서 라면의 대명사로 불리워지는 “康師傅”는 대만

에서는 무명이었던 頂新企業이라는 영세업체가 1992년 중국에 투자하여 중국시장 선점에 성공한 대표적인 사례라고 할 수 있다. 頂新企業의 “康師傅”가 중국 대륙에서 성공하자 대만 최대의 식품업체인 統一에서도 중국에 투자하여 “康師傅”를 따라잡기 위해 많은 투자와 노력을 해왔지만 아직까지도 요원한 실정이다. 물론 頂新企業의 “康師傅”가 중국에서 성공한 것은 적절한 광고전략 등 많은 요소들이 있겠지만 중국인을 비롯한 대부분의 사람들이 시장선점이 성공의 주요인이라고 여기고 있다.

절연전선과 관련하여 유명한 외국업체들이 이미 '90년대 초기부터 투자를 계획하여 현재 다수의 업체들이 중국에서 생산 판매를 하고 있지만 지금이라도 우리나라 업체들이 진출을 서둘러 외국업체들과 경쟁을 해야만 할 것이다.

〈'94년 중국 절연전선 공업분야 주요 외국합자기업 현황〉

현 지 법 인 명	중 국 측	외 국 측
天津泛亞電纜有限公司	天津市電纜總廠	홍콩泛亞綠洲集團
SIEMENS電力電纜(天津)有限公司	天津市電纜總廠	독일 SIEMENS
南昌安特電纜有限公司	南昌電纜廠	싱가폴安特國際私人有限公司
		싱가폴宏達投資有限公司
		싱가폴新德投資私人有限公司
蘇州特雷 電纜有限公司	蘇州電纜廠	싱가폴特雷遠東私人有限公司
上海NOKIA 광케이블공사	上海電線電纜(集團)公司	NOKIA사