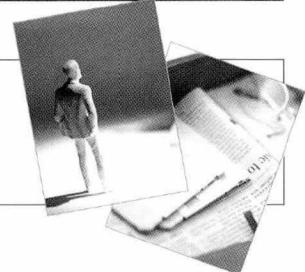


국 IT산업 결산

김석호 이사 | 중국IT신문



“중국은 21세기 세계 최대의 성장시장이자 강력한 경쟁력을 갖는 생산기지이다. 세계 1위는 중국을 딛음으로써 이를 수 있다. 중국시장에 미래를 위한 준비 차원에서 진출을 본격화하되 중국을 단지 경쟁자로만 보지 말고 함께 발전해 나갈 동반자로 인식하고 전략을 수립하라.”



금년도 중국 IT산업은 그 열기가 매우 뜨거웠다. 최근 10년 간 중국의 IT산업은 연평균 25%의 속도로 매우 빠르게 성장했으며 중국 국내총생산(GDP)의 3배의 속도로 성장세를 유지해 왔다. 그 중에서도 금년은 특히 IT산업에 대한 열기가 뜨거웠으며, 올해도 중국 IT산업의 성장률은 20%이상이 될 것으로 예상된다.

금년 중국의 IT산업은 그 양적인 성장에 끝지 않게 IT산업 각 분야에서 질적으로도 많은 변화가 나타났는데 그 중에서도 다음과 같은 몇 가지 변화는 중국의 IT산업에 직접적인 영향을 받고 있는 한국의 IT업체들이 주목해야 될 것으로 생각된다.

»»» 정보화로 공업화를 이끈다.

금년에 중국의 각 분야에서는 정보화를 배우고 실천하고 투자하자는 의지가 넓게 확산되었는데 이는 비단 IT산업분야 만이 아니라 중국의 사회전반에 걸쳐 거센 물결처럼 나타나는 현상이다.

이와 같은 정보화 붐은 정부·기업·학계·일반인에 걸쳐 마치 정보화를 모르면 시대에 뒤떨어지는 것이며 정보화만이 가장 최선인 것으로 인식되고 있다.

중국에는 각급 정부가 존재한다. 중앙정부(국무원), 성정부, 시정부, 현정부, 구정부, 진정부, 촌

정부에 이르는 이들 인민정부들은 마치 하나의 기업처럼 독자적인 사업을 벌이고 있으며 이들의 상호 경쟁은 상상할 수 없을 정도로 매우 치열하다. 성장(省長), 시장(市長), 구장(區長) 등 각급 정부의 책임자는 자체로 수의사업(기업)을 벌이고 있으며 해당지역 내의 모든 기업에 대해 막강한 권한을 행사하고 있다. 그러나 각급 정부의 책임자는 매년 할당된 경제 성장 목표를 이룩해야 하며 만일 2년 연속 목표를 달성하지 못하면 원칙적으로 파면이다. 물론 목표를 초과 달성하면 더 높은 상급직으로 승진된다. 따라서 각급 정부의 책임자는 해당 지역별로 경제 성장목표를 달성하기 위해 필사적으로 노력해야만 한다.

이들이 경제성장을 이루는 방법은 지역마다 다르지만 중국 대부분의 지역은 외자 유치와 성장산업을 발굴하는 2가지 사업에 지역의 사활을 걸고 있다. 금년에는 특히 IT산업을 고부가가치 성장산업이며 지역 경제발전 과정에 필수적인 산업으로 인식하여 정보화사업에 대한 투자와 함께 해외 IT산업을 유치하는데 각급 정부간, 부처간의 경쟁이 치열하게 벌어지고 있다.

금년에는 이러한 IT산업 유치경쟁이 해외 IT산업의 중국 투자 러시와 맞물려 각 지역별·부처별로 중국 IT산업에 대한 투자가 봇물을 이루고 있다. 더욱이 각급 정부와 부서들도 금년에는 자체 예산과 각급 정부 산하의 기업자산을 IT산업에 최우선적으로 투자하고 있어 금년도 중국의 IT산업 열기는 어느 때 보다도 뜨겁게 달아오르고 있다.

금년에 중국 중앙정부는 ‘정보화로 공업화를 이끈다(信息化帶動工業化)’는 정책을 수립하고 이를 실행하기 위한 ‘정보화영도소조(信息化領導小組)’를 설치했다. 또한 ‘10차 5개년(2001~2005년)계획’에서는 이 계획이 수행 완료되는 2005년까지 대부분의 주요 국영기업들은 기업관리정보시스템을 구축해야 한다고 명확히 규정했다.

>>> 세계의 공장에서 세계의 연구소로

세계 기업들은 중국에 R&D센터를 적극적으로 설립하고 있다. GE, 인텔, MS, 알카텔, DELL, HP, 노키아, 노텔네트웍스, 루슨트테크놀로지, NTT 등 그동안 중국에 생산공장을 설립했던 수많은 다국적기업들이 금년에는 중국에 새로 R&D센터를 설립하거나 기존의 R&D센터를 대폭 확대하고 있다.

중국에 R&D센터를 설립하는 나라도 구미 중심에서 아일랜드, 인도 등 세계 각국으로 확대되고 있다. 그 중 일본 기업들은 그 동안 중국으로의 기술이전을 이유로 R&D센터의 설립에 가장 소극적이었는데 금년에는 인식이 바뀌어 NTT, 도시바 등이 중국에 R&D센터를 설립하였다.

R&D센터의 연구 분야도 첨단 반도체 설계, 3G 및 4G 이동통신, 유기EL 및 차세대 디스플레이, 소프트웨어 개발 등 대부분 첨단 기술개발에 집중하고 있다. 또한 연구 대상도 이전에는 중국 현지의 생산 공장과 연계해서 연구개발을 진행하였는데 금년부터는 다국적 기업들의 본사 연구와 병행하거나 또는 같은 과제로 본사의 연구소와 함께 글로벌 개념으로 연구개발을 진행하고 있다.

해외 기업들이 중국에 설립하는 R&D센터의 규모도 점점 커지고 있다.

GE는 세계에서 세 번째인 글로벌 R&D센터를 상하이장장첨단기술단지(上海張江高科技術園區)내에 지난 10월 설립했는데 현재 이 센터는 500여 명의 연구원을 확보했으며 2005년까지 연구원 수를 1200명으로 늘릴 예정이다. 또한 노텔 네트웍스는 베이징에만 2개의 R&D센터를 설립했는



데 금년 말까지 800명의 연구원을 확보할 계획이다.

이에 질세라 LG전자도 중국현지법인을 기준의 단순생산기지에서 연구개발기지로 전환한다는 목표로 지난해 말 베이징에 설립한 R&D센터를 세계적인 R&D센터로 발전시키기 위해 2005년까지 연구인력을 2000명으로 대폭 늘릴 계획이다.

R&D센터의 설립은 중국 토종 IT기업들에게도 금년도 주요 과제가 되었는데 중국 토종 IT기업들은 ‘기술부족으로 인한 서러움’을 극복하고자 R&D센터 설립에 투자를 확대하고 있다. 중국 최대 가전업체인 하이얼집단(海爾集團)은 최근 3년 동안 기업의 핵심경쟁력을 높이기 위해 중국 전역에 8개의 R&D센터를 설립했는데 그중 3개가 금년에 새로 설립된 것이다. 이와 같이 금년에는 중국·외국 기업 할 것 없이 R&D센터의 설립과 확장 사업이 두드러졌는데 이러한 추세는 단기간이 아닌 상당기간 지속될 것으로 예상된다.

금년에 중국 중앙정부는 ‘정보화로 공업화를 이끈다(信息化帶動工業化)’는 정책을 수립하고 이를 실행하기 위한 ‘정보화영도소조(信息化領導小組)’를 설치했다. 또한 ‘10차 5개년(2001~2005년)계획’에서는 이 계획이 수행 완료되는 2005년까지 대부분의 주요 국영기업들은 기업관리정보시스템을 구축해야 한다고 명확히 규정했다.



»»» 중국정부, 첨단기술 인력을 국가 경쟁력으로 삼는다

그동안 세계의 기업들은 중국의 저렴한 노동력을 자원으로 하기 위해 중국시장에서 경쟁하였지만 앞으로는 중국 인재의 두뇌를 얻기 위해 치열한 경쟁을 벌여야만 하게 되었다. 현재 중국은 매년 250만 명의 대학 졸업생을 배출하고 있으며 그 숫자는 매우 빠르게 증가하고 있다. 이제 중국은 단순 노동력뿐만 아니라 첨단 기술인력에서도 ‘인해전술(人海戰術)’을 구사하여 세계와 경쟁하려는 것이다. OECD자료에 따르면 중국은 2001년 기준으로도 R&D부문에 총 600억 달리를 투자, 미국(2820억 달리)과 일본(1040억 달리)의 뒤를 이어 3위를 기록했다. 이는 독일(540억 달리) 보다 앞선 것이다.

중국 정부는 그동안 단순 노동력 위주의 상품으로 세계를 휩쓸었지만 앞으로는 첨단 기술인력을 중국의 최대 국가 경쟁력으로 삼겠다는 정책을 뚜렷이 펴고 있다.

금년에는 유난히 세계의 IT업계 거물들이 중국을 많이 방문했는데 세계의 대기업 총수로서 금년에 중국을 방문하지 않은 사람이 거의 없는 상황이다. 이들 세계의 IT업계 거물들이 중국을 방문하면 거의 왕쉬뚱(王旭東) 신식산업부(信息產業部) 부장(部長)을 면담하게 되는데 이 자리에서 반드시 나오는 단골 메뉴가 중국내의 R&D센터와 관련된 내용이다.

왕쉬뚱 부장은 해당기업의 중국내 R&D센터와 관련된 대화를 나누고 R&D센터의 신설과 확대를 정중히 요구한다.

중국정부는 중국에 진출한 기업에 대해 중국에 대한 공헌도를 매겨 이를 우대정책의 기준으로 삼는데 금년에는 R&D센터가 외국기업의 공헌도를 판단하는 기준이 된 것이다. 금년에 세계의 IT기업들이 중국에 다투어 R&D센터를 설립하거나 대폭 확장한데는 중국의 실질적 IT산업 총수인

왕쉬뚱 신식산업부 부장을 비롯하여 중국의 각 성(省), 시(市)의 정부가 첨단 기술인력을 중국의 차세대 국가 경쟁력으로 삼겠다는 강한 의지가 작용한 것으로 보아야 한다.

>>> 세계 최대 이동통신 시장으로 부상

중국 이동통신시장이 드디어 금년에 세계 최대의 이동 통신시장으로 탄생하였다. 중국은 해마다 휴대폰 가입자 수가 빠른 속도로 증가하여 2003년 10월말을 기준으로 휴대폰 가입자 수는 2억 5000만 명으로 집계되었다. 휴대폰 가입자의 증가속도는 현재도 계속 빠른 속도로 증가하고 있어 2005년에는 휴대폰 가입자 수가 5억 명에 도달할 것으로 예상된다. 이와 같은 규모는 세계에서 유래가 없는 거대한 규모로서 전세계 통신업계가 중국의 이동통신 시장에 대해 깊은 관심을 갖고 있다.

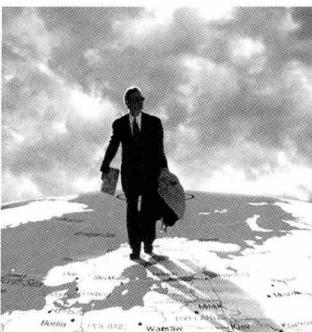
중국의 이동통신은 CDMA · GSM · PHS 등 다양한 방식으로 서비스되고 있는데 특히 샤우링통(小靈通 PHS: 간이형 휴대전화)이라는 이름의 이동통신 서비스가 중국의 휴대폰 가입자 수를 늘리는데 큰 공헌을 하였다. 현재 인민폐 300위안(한화 약5만원)만 지불하면 100위안의 통화요금이 포함된 샤우링통 단말기를 구입할 수 있다.

한편 세계 통신업계의 최대 관심사인 중국의 3G(3세대) 사업권 발급과 스케줄에 대해 주무부서인 중국 신식산업부는 아직 3G 사업자 등을 선정하지 않고 신중한 태도를 보이고 있다. 중국 이동통신업계에 정통한 업계관계자들에 따르면, 중국 정부는 비동기 IMT-2000(WCDMA) · 3세대 CDMA(cdma2000 1x) · TD-SCDMA 등 3가지 기술을 4개 사업자에 골고루 분배하는 방안을 유력하게 검토하고 있으며 중국 정부의 3G 사업권과 관련된 일련의 조치는 내년 하반기에나 결정할 것으로 보인다고 한다. 기존 사업자인 차이나모바일과 차이나유니콤이 각각 WCDMA, cdma2000 1x 사업권을, 유선통신 사업자인 차이나텔레콤과 차이나넷컴이 TD-SCDMA 방식의 이동전화 사업권을 획득할 가능성이 높다는 분석이다. 현재 중국의 3G 이동통신 방식 독자표준인 TD-SCDMA는 국제전기통신연합(ITU)이 인정한 3가지 3G 표준 중의 하나로 채택된 상태다.

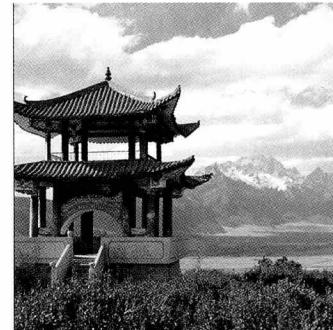
금년 중국 휴대폰시장의 특징은 중국 토종 휴대폰 업체의 약진 현상이다. 중국 토종 휴대폰업체의 중국시장 점유율은 1999년에는 2%에 불과했으나 2001년에는 16%로, 2002년에는 25.1%로, 그리고 금년에는 40% 이상의 점유율을 차지할 것으로 추정된다. 중국 신식산업부가 올 중반기에 발표한 통계보고서에 따르면, 올 상반기 중국의 휴대폰시장에서 판매량 1, 3위를 차지한 업체는 중국 토종 휴대폰업체인 닝보보다오(寧波波導:Ningbo Bird)와 TCL모바일(TCL移動)이며 시장점유율은 각각 15.01%, 11.64%다. 이에 따라 세계 2대 휴대폰업체인 모토로라와 노키아의 중국시장 판매량은 각각 2, 4위로 떨어졌다. 이같은 실적을 바탕으로 중국 토종 휴대폰업체들은 중국시장에서 조만간 해외 휴대폰업체들을 추월할 것으로 전망된다.

올 1월~9월 중국의 휴대폰 수입량은 지난해 동기대비 91% 증가한 1813만 대, 수입액은 지난해 동기대비 78.9% 증가한 23억4000만 달러이다. 이에 반해 올 1월~9월 중국의 휴대폰 완제품의 수출량은 지난해 동기대비 67.8% 증가한 6379만 대, 수출액은 지난해 동기대비 42.9% 증가한 47억3000만 달러를 기록했다. 이와 같이 금년은 중국 토종 휴대폰업체들이 중국내수 시장을 물론 해외 시장에서도 크게 활약한 한 해였다.

중국 이동통신시장이 드디어 금년에 세계 최대의 이동 통신시장으로 탄생하였다. 중국은 해마다 휴대폰 가입자 수가 빠른 속도로 증가하여 2003년 10월말을 기준으로 휴대폰 가입자 수는 2억 5000만 명으로 집계되었다.



그러나 한편으로는 중국 토종 휴대폰업체들은 현재 치열한 가격경쟁으로 인한 수익률 저하, 빠른 제품주기로 인한 재고증가, 기술력 부족으로 인한 해외 부품 의존도 등 잠재된 문제들이 점차 드러나는 실정이다. 올 상반기 중국시장에서 판매된 전체 휴대폰의 약 60%는 한국과 대만업체들이 OEM방식으로 생산한 휴대폰들이며 또한 중국 토종 휴대폰업체 중 25개 사가 채택한 휴대폰의 핵심부품들은 모두 해외로부터 수입한 것으로 알려지고 있다.



>>> 반도체산업에 대한 투자열기 매우 뜨거워

중국 정부는 '10차 5개년(2001~2005년)계획'에서 반도체산업을 국가정보산업 발전의 돌파구로 삼을 것을 천명했으며 특히 금년에는 세계 반도체시장이 불황에 처해 있음에도 불구하고 중국 정부는 반도체산업을 국가경제의 전략적인 기초산업으로 인식하여 반도체분야의 투자를 대대적으로 장려하고 있다. 중국의 반도체 산업은 상하이(上海)·쑤저우(蘇州)를 중심으로 한 장강삼각주(長江三角洲) 일대에 밀집되어 있는데 이 지역의 반도체산업 생산액은 중국 전체 반도체 생산액의 60%를 차지하고 있다. 이 지역은 주장삼각주(珠江三角洲) 일대가 세계적인 컴퓨터 생산기지로 발전한 것과 같이 향후 세계적인 반도체 산업기지로 부상할 가능성이 매우 크다.

금년에는 세계적인 반도체 업체들이 반도체 설계·패캐지·테스트·장비 등의 전 분야에서 경쟁사에 뒤질세라 중국시장에 경쟁적으로 투자했다. 금년 9월에 상하이교통대학에서 반도체인재를 양성하기 위해 마이크로전자학부(微電子學院)를 설치하였다. 그런데 이 학부는 세계적인 반도체기업 65개 사—IBM·인텔·텍사스인스트루먼트(TI)·모토로라·타이완세미컨덕터매뉴팩처링(臺積電:TSMC)·상하이밸(上海貝爾) 등—와 공동으로 반도체 인재를 양성하기로 합의하고 계약을 체결했다. 대학의 1개 학부가 세계의 대표적인 반도체 기업 65개 사와 계약을 체결하였다는 사실은 세계의 반도체 기업들이 중국에 얼마만큼 비중을 두고 있는지를 말해주는 사례다.

이들 중에 세계 반도체 파운드리 시장에서 40%의 시장점유율을 차지하고 있는 대만의 TSMC는 현재 상하이승강첨단과기단지(上海松江高科技園區)에 상하이TSMC(上海臺積電有限公司)를 설립하여 금년에 1단계 공사가 완료되었는데 향후 10년간 100억 달러를 투자하여 중국에서 대만의 생산량 이상으로 생산할 계획이다.

중국 정부는 '10차 5개년(2001~2005년)계획'에서 반도체산업을 국가정보산업 발전의 돌파구로 삼을 것을 천명했으며 특히 금년에는 세계 반도체시장이 불황에 처해 있음에도 불구하고 중국 정부는 반도체산업을 국가경제의 전략적인 기초산업으로 인식하여 반도체분야의 투자를 대대적으로 장려하고 있다.

>>> 인도의 대형 소프트웨어기업들 중국 시장 적극 진출

금년에 중국은 인도의 소프트웨어시장을 발전 모델로 인도를 배우자는 열기가 매우 뜨겁다. 작년에 이어 금년에도 인도의 TCS·Infosys를 비롯한 연간 매출액 10억 달러를 넘는 대형 소프트웨어기업들이 중국시장에 진출하거나 업무를 확대하고 있는데, 내년 봄까지 인도의 대표적인 소프트웨어기업 대부분이 중국시장에 진출할 것으로 예상된다. 이러한 인도 소프트웨어기업의 중국진출 현상에 대해 인도의 최대 소프트웨어 업체인 TCS는 '인도의 중국 내 발전 전략은 3 단계로 나눌 수 있는데, 처음에는 세계의 다국적 기업을 대상으로, 다음은 중국 현지 기업, 궁극적으로는 한국과 일본 등 주변시장으로 대상을 확대하는 것'이라고 밝혔다. 금년 10월에 중국에서 개최한 '중국·인도 정보통신산업 세미나'에 참가한 인도 정보통신분야의 관리 및 기업가들은 향후

중국과 인도 양국의 정보통신분야에서의 협력에 큰 기대감을 보였으며 이들은 양국의 정보통신산업, 특히 소프트웨어산업분야에서의 협력관계가 상호 신뢰가 부족했던 상황을 벗어나 점차 선의의 경쟁적 협력관계를 맺기 시작했다고 표시했다.

»»» 온라인게임에 대한 중국정부 태도 바뀌다

중국의 온라인게임산업은 매년 100%에 가까운 성장률로 빠르게 발전하고 있는데 통계에 의하면 중국의 온라인게임 이용자 수는 2001년에는 400만 명에도 미치지 못했으나 2002년에는 800만 명을 초과했으며, 금년에는 2000만 명을 넘어설 것으로 예상된다. 이처럼 짧은 몇 년 동안 중국에서 온라인게임산업이 급속히 성장함으로써, 중국의 온라인게임업계에 뛰어든 개발업체, 퍼블리싱업체, 콘텐츠 부가서비스업체들도 빠르게 발전하고 있다.

특이한 점은 온라인게임에 대한 중국 정부의 태도이다. 작년까지만 해도 중국정부는 온라인게임에 대해 매우 비판적인 태도를 취했었다. 온라인게임을 마치 청소년을 해치는 유해물질로 취급하여 연일 중국 언론들은 온라인게임에 대한 부작용을 과잉 보도했었다. 이와 더불어 중국의 모든 PC방을 불법이라며 모두 폐쇄할 듯한 조치도 취했었다. 그러나 금년 들어 중국정부의 태도는 완전히 180도 바뀌었는데, 금년부터 온라인게임에 대한 비판적인 기사가 점점 줄어들기 시작하더니 급기야는 온라인게임을 첨단 문화산업으로 우대하며 장려하고 있다.

최근에는 중국의 대표적인 통신업체 · 소프트웨어업체 · 인터넷업체 · 컴퓨터업체 등 거의 모든 업체가 온라인게임시장으로 뛰어들고 있다. 금년 9월28일에는 저장(浙江)성 낭보우(寧波)시에서 한국의 온라인게임 ‘뮤(중국명:奇跡)’에 대한 제휴사 합작계약 체결식이 있었는데 이번 계약 체결식에는 차이나텔레콤(中國電信) · 차이나유니콤(中國聯通) · 차이나넷컴(中國網絡通信) · 렌상집단(聯想集團) · 상하이 제9도시컴퓨터기술자문유한공사(上海第九城市計算機技術諮詢有限公司) · 난징텔레콤(南京電信公司) 등 중국의 대표적인 통신업체와 IT업체 관계자 100여 명이 참석하여 공동으로 온라인게임 ‘뮤’에 대한 지원을 약속했다. 현재 중국 온라인게임시장은 한국이 70% 정도를 차지하고 있는데, 중국토종게임들이 시장점유율을 빠르게 확대하고 있다.

한편 한국의 위메이드 엔터테인먼트가 중국의 상하이샨다(上海盛大網絡發展有限公司)를 상대로 금년 10월 6일 중국 베이징시(北京市) 제일중급인민법원(第一中級人民法院)에 지적재산권 침해혐의로 소송을 제기하였다. 위메이드는 산다가 개발했다고 주장하는 전기세계(傳寄世界)가 자사가 개발한 ‘미르의 전설(중국명:傳奇)2’와 ‘미르의 전설3’를 상당부분 표절, 도용했다며 재소한 것이다. 이번 소송에는 엑토즈도 공동보조를 맞추고 있어 그동안 집안싸움을 벌여왔다는 비난을 면할 수 있게 되었다.

상하이샨다가 개발했다고 주장하는 전기세계(傳寄世界)가 ‘미르의 전설’을 표절한 것임은 게임을 조금만 아는 사람이라면 누구나 판단할 수 있는 명확한 사실이므로 중국법원은 판결에 앞서 이 문제가 상하이샨다에 국한된 것이 아니라 세계 기업들이 중국 정부의 지재권 준수 의지를 판단하는 기준으로 주목하고 있다는 점을 간과해서는 안될 것이다.

인도의 최대 소프트웨어 업체인 TCS는 ‘인도의 중국 내 발전 전략으로 처음에는 세계의 다국적 기업을 대상으로, 다음은 중국 현지 기업, 궁극적으로는 한국과 일본 등 주변시장으로 대상을 확대하는 것’이라고 밝혔다.



최근에는 중국의 대표적인 통신업체 · 소프트웨어업체 · 인터넷업체 · 컴퓨터업체 등 거의 모든 업체가 온라인게임시장으로 뛰어들고 있다.

현재 중국 온라인게임시장은 한국이 70% 정도를 차지하고 있는데, 중국 토종게임들이 시장점유율을 빠르게 확대하고 있다.



»»» 중국을 단지 경쟁자로만 보지 말고 함께 발전해 나갈 동반자로

금년도 중국의 IT산업은 세계의 IT산업이 저조기의 불황 국면임에도 불구하고 연간 성장을 20%에 이르는 실적을 달성하였다. 더욱이 중국은 세계 최대의 공장에서 세계 최대의 시장으로 그리고 이제는 세계 최대의 연구소로 발돋움하고 있다. 금년에 중국의 IT산업은 중국 정부의 강력한 드라이브 정책과 세계 기업들의 경쟁적인 투자열기로 인해 뜨겁게 달아오르고 있다.

이제 한국기업들은 미국을 비롯한 세계시장 전지역에서 중국기업들과 전쟁을 벌이고 있다. 그러나 아쉽게도 세계시장에서 한국기업은 중국의 황사바람에 점점 밀리고 있는 것이 현실이다. 미국 총수입의 62%를 차지하는 상위 50대 수입품목 가운데 시장점유율 1위에 오른 품목이 한국은 1개, 일본은 4개지만 중국은 15개나 된다.

이제 한국기업, 특히 중소기업은 세계시장에서 중국기업과의 경쟁은 물론 한국 내수시장에서도 중국에 진출한 한국기업과 중국에 진출하지 않은 한국기업과의 치열한 전쟁이 불가피하다. 이 전쟁에서 누가 승자가 되고 누가 패자가 될지는 너무나 명확하다. 이제 한국기업은 중국시장 전략에 따라 기업의 사활이 결정되는 것이 현실로 되었다.

그나마 우리 기업들에게 다행스러운 것은 역사상 경험하지 못한 세계 최대의 시장이 바로 옆에서 펼쳐지고 있다는 사실이다. 금년에 중국시장에 대한 수출이 미국시장을 제치고 제1수출시장으로 부상한 것은 매우 상징적인 사건이다. 우리기업은 이제 중국시장의 안방인 중원에서 한판 전쟁을 벌일 기회를 맞이한 것이다.

그러면 과연 중국시장에 어떻게 대응해야 하는가? 진출 전략은 어떻게 수립해야하는가? 이에 대한 해답은 그동안 중국에 진출한 한국기업 중 가장 큰 성공을 거둔 LG그룹 구본무 회장의 중국 시장에 대한 견해로 대신한다. “중국은 21세기 세계 최대의 성장시장이자 강력한 경쟁력을 갖는 생산기지이다. 세계 1위는 중국을 딛음으로써 이를 수 있다. 중국시장에 미래를 위한 준비 차원에서 진출을 본격화하되 중국을 단지 경쟁자로만 보지 말고 함께 발전해 나갈 동반자로 인식하고 전략을 수립하라.”