

중국 공기청정 시장의 소비자 동향과 인증 현황

원 영 재 | 북경클린아시아대표/한중환경기술플랫폼 대표/교수/공학박사
E-mail : yjwon0623@hanmail.net

1. 머리말

최근 베이징 지역을 중심으로 심각한 환경문제로 떠오른 스모그 현상이 평균 기대수명을 5.5년 단축시킨다는 연구결과가 나왔다.

영국 파이낸셜타임스(FT)의 보도에 따르면 최근 미국 매사추세츠공대(MIT)와 중국 칭화대·베이징대, 이스라엘 헤브루대 연구팀이 공동으로 진행한 연구 결과에 따르면 중국 화북 지역에 만연한 스모그가 기대수명을 단축시킬 뿐 아니라 폐암과 심장마비, 뇌졸중 등의 발생 비율을 높이는 것으로 나타났다. 공동 연구팀은 중국 화북 지역의 대기오염으로 인해 1990년대에만 총 25억년의 기대수명이 줄어든 것으로 추산했다.

연구팀의 칭화대학 리홍빈(李宏彬) 교수는 "장기간의 대기오염이 사람의 건강과 기대수명, 질병유발에 얼마나 심각한 영향을 미치는지를 데이터를 활용해 연구 조사한 것은 이번이 처음"이라고 말했다.

또한 "이번 연구 결과는 대기오염이 인간의 생명에 미치는 영향이 얼마나 큰지를 보여 준다"며 "정부가 경제성장을 희생하더라도 이 문제를 해결하기 위해 더 많은 재정을 투입할 가치가 있다"고 강조했다.

리 교수에 따르면 중국 화북 지역의 기대수명 감소는 이 지역 노동인구가 8분의 1 가량 줄어드는 것과 같은 효과를 나타낸다.

이 연구결과는 미국 국립과학원 회보에도 실렸다. 이 연구는 중국의 중양을 가로지르는 황허를 기준으로 북부와 남부 지방 주민들을 비교대상으로 했다. 중국의 경우 겨울철 난방 연료로 석탄을 자유롭게 댈 수 있도록 한 정부 정책 때문에 황하강 북부 지역의 대기오염 정도가 남부보다 훨씬 심하다.

연구팀은 1981~2000년 사이의 대기오염 데이터와 1991~2000년 사이의 건강 데이터를 비교 분석한 결과 대기중 부유물질이 1m³당 100 μ g 상승할 경우 평균 기대수명이 3년 감소한다는 사실을 밝혀냈다. 황허 북부와 남부 지방의 대기중 부유물질 농도 차이는 1m³당 185 μ g 가량이었다.

연구보고서 공동 저자인 MIT 마이클 그린스톤 교수는 "연구 결과 황하강 북쪽 주민의 평균 기대수명이 남쪽보다 5.5년 낮은 것으로 나타났다"며 "이번 연구의 새로운 점은 실제 중국에 거주하는 주민들을 대상으로 조사했다는 것"이라고 말했다.

한편 베이징에서는 지난 1월 대기오염 농도가 사상 최고 수준으로 치솟아 사회적 이슈가 됐으며 시민들은 마스크, 공기청정기 등을 사재기하는 현상을 빚기도 했다.

중국을 지난 30년 동안 눈부신 경제발전을 이룩했지만 이는 광범위한 공기, 토양, 수질의 악화를 동반했다. 최근에는 환경오염 문제가 사회적 불안

정의 요인으로 작용하면서 중국 정부는 환경법 및 환경 관련 규제를 강화하고 있지만 큰 효과는 발휘하지 못하고 있다.

염 및 보건에 대한 지출과 관심은 역대 최고를 나타내고 있다.

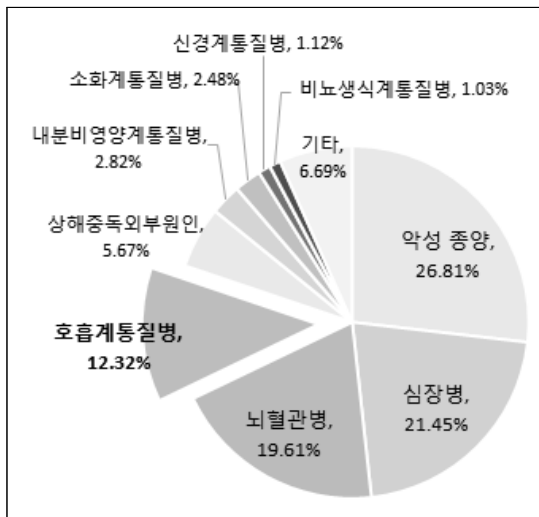


그림 1. 2012년 중국도시거주민 사망원인

2. 중국 공기청정 시장 및 인증 현황

중국의 지난해 1인당 GDP가 6천달러를 돌파한 것으로 나타났다. 중국 국가통계국이 최근 발표한 '2012년 국민경제와 사회발전통계보고'에 따르면 지난해 중국의 국내총생산(GDP)은 51조9천322억 위안(9천44조5천2백억여원)으로 전년보다 7.8% 성장했다. 지난해 말 기준으로 중국 대륙 인구가 13억5천404만명임을 감안하면 지난해 중국의 1인당 GDP는 3만8천354위안(668만원)이다. 또한 지난해 말 기준으로 중국 위안화의 달러 대비 환율 중간가격이 6.2855위안(1,094원)임을 감안하면 중국의 1인당 GDP는 6천1백달러(661만5천원)에 달함을 의미한다.

이런 GDP 성장과 함께 중국인들의 생활의 질과 건강에 대한 관심도도 변하고 있으며 특히 공기 오

2.1 중국 공기청정 시장 및 소비자 동향

□ 관련업종 발전배경

1) 정책적 배경

- <국가환경보호 12.5규획(2011~2015)> 출범
- '14년 3중 전회에서 "제도화를 통한 생태환경 보호" 이념을 제시
- '13.9월 <국가대기오염방지 행동계획> 출범

2) 사회적 배경

- 대기오염이 날로 심화되면서 호흡기 질환 발병률이 대폭 상승
- 호흡기질환으로 인한 도시주민 사망률이 2009년의 10.54%에서 2012년에 12.32%로 급증
- 베이징시 3갑(甲)급 병원의 호흡기관 감염환자 접수량이 2~3배 증가

3) 국내외 발전상황 비교

- 선진국의 경우 90년대 초기에 시장소비가 포화상태에 이르고 가정 보급률이 20~30%에 달함
- 중국은 2000년 이후부터 공기청정기를 위주로 하는 국내생산업체가 생산을 시작, 현재 도시가정의 보급률이 0.1% 미만

□ 관련업종 시장동향

1) 업종 현황

- 2010년 기준 중국의 공기청정기 판매량이 185만 대에 불과, 2013년부터 스모그 오염의 영향을 받아 연간 판매량이 83.44%로 급증, 판매량이 565만 대에 달함
- 대기오염이 이슈로 떠오르면서 공기청정제품에 대한 소비자 수요가 급격히 증가, 거대한 시장수요에 힘입어 중국의 공기청정제품 시장이 급속한 성장단계에 진입
- 중국의 공기청정기 생산량이 2011년의 930만

대에서 2013년에 1,190만 대로 증가, 세계 생산량의 70%를 차지. 줄곧 수출을 위주(80% 수출)로 하다가 2013년에 국내수요가 많아짐에 따라 수출량이 5.31% 감소, 수출비율도 63.92%로 하락

- 공기청정기 생산업체가 2년 전 대비 2배 이상 증가. 필립스, 암웨이, 샤프, 마쓰시타, 3M 등 기업이 중국 시장 진출

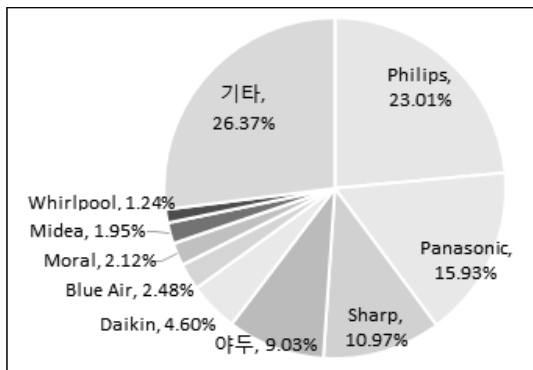


그림 2. 중국 시장의 공기청정기 브랜드 집중도

2) 향후 시장전망

- 대기오염 문제가 단기 내에 개선될 가능성이 적으므로 공기청정기에 대한 소비자 수요가 한동안 지속될 것으로 보임
- 건강지식 보급과 소비인식의 개선에 따라 향후 3~5년간 공기청정기 산업이 점차 성숙단계로 진입할 것으로 보이며 2020년에 이르러 중국의 공기청정제품 판매량이 7,222만 대로 증가, 연간 성장률이 40.5%에 달할 것으로 예측됨.

3) 경쟁구도

- 지역적으로 보면 유럽미국 브랜드, 한국일본 브랜드, 중국브랜드로 나뉨.
- 중국 브랜드에서는 아두(亞都), 미디어(美的)가 가장 유명하고 유럽과 미국 브랜드에서는 필립스, 블루에어가 유명하며 한일 브랜드에

서는 마쓰시타, 샤프, DAIKIN이 가장 유명함 - 필립스, 마쓰시타, 샤프, DAIKIN 등 4가지 브랜드의 판매량이 10대 브랜드 판매총량의 60%를 차지

□ 소비동향

1) 2013년도 베스트 판매제품

모 델	브랜드	판매량(만 대)
AC4076	필립스	25.34
F-PDF35C-G/P	마쓰시타	22.37
AC4074	필립스	21.14
AC4025	필립스	16.07
AC4072	필립스	14.05
F-VXG35C-S	마쓰시타	11.33
MC70KMV2	DAIKIN	11.05
F-VDG35C-W	마쓰시타	10.60
AC4026	필립스	10.08
F-VXG70C-R/N	마쓰시타	7.94
KC-WB2-W	샤프	7.35
AC4014	필립스	7.27
F-PXF35C-S/W	마쓰시타	6.00
AC4016	필립스	5.79
KJF2901	아두	5.70
Moral-J30	MORAL	5.43
KJF200ZA/W	샤프	4.74
KJF380WA/W	샤프	4.31
KC-WB6-W	샤프	4.12

2) 소비자층 특징

- 주요한 소비자 층은 1, 2선 도시의 20~35세 젊은 층으로 공기청정기에 대한 인식이 높고 구매력이 강하며 공기청정기를 구매할 때 정화효과, 사용수명, 편의성 등의 문제를 많이 고려함
- 그 다음으로 가정소비층인데 가정에 임신부, 노인, 아기, 환자가 있거나 1, 2선 도시의 붐급

생활계층으로 구매력과 구매인식이 상대적으로 낮으며 주로 제품의 가격, 정화효과, 사용수명 등의 문제를 많이 고려하고 있는 것으로 나타났다.



그림 4. MA.CNAS 로고

2.2 중국의 청정제품 인증기관

중국 시장 진출을 위한 현재 가장 공신력 있고 선호도가 있는 인증은 중국 품질 인증기관에서 발급하는 CQC 인증과 중국 청화대학 건축환경 검측센터에서 발급하는 국제 CMA인증과 국제 CNAS 인증제도가 있다.

특히 CQC인증은 신뢰성 있고 공신력이 있으며 소비자들이 선호하는 인증으로 수요기간은 일정 하지 않지만 정상적일 때 3-4개월 수요가 되며 검측 비용 및 인증비용도 일부 지역 및 환경에 따라 차이가 있으며 가장 중요한 것은 인증에 대한 기간, 비용, 방법 등은 사전 전문가와 관계 기관에 문의하여 진행하는 것이 예상하지 못한 일에 대응할 수 있리라 판단된다.



그림 3. CQC 로고

또한 중국 청화대학 건축환경 검측센터 에서 발급하는 CMA인증과 국제 CNAS 인증이 있는데 정부가 아닌 국가가 인정한 기관으로 공정기관으로 3자에 의하여 법적 효력을 가진 검측, 평가보고를 해주는 중국 내 인증기관이며 인증 비용과 기간도 다소 저렴하고 단축되며 인지도를 불구하고도 현재 많은 제조 전문기업이 순서를 기다리고 있는 실정이다.

2.3 중국의 인증(CQC) 절차 및 방법

1) CQC 인증 적용대상

중국의 CQC는 220V가정용 및 유사 용도의 공기청정기, 380V 가정용 및 유사 용도의 공기청정기, 공공장소에서 비전공자가 사용하는 공기청정기류 제품이 인증 대상에 해당되며, 자동차 용도로 설계된 공기청정기, 공업 용도로 설계된 공기청정기, 의료 용도의 공기청정기, 부식성 및 폭발성 가스 자주 발생하는 특별장소에서 사용하는 공기청정기는 적용 대상에 제외된다.

2) CQC 인증절차 및 제출서류

중국의 CQC 인증 및 관리 절차는 그림 5와 같고 인증신청서 제출해야 할 서류는 그림 6과 같다.

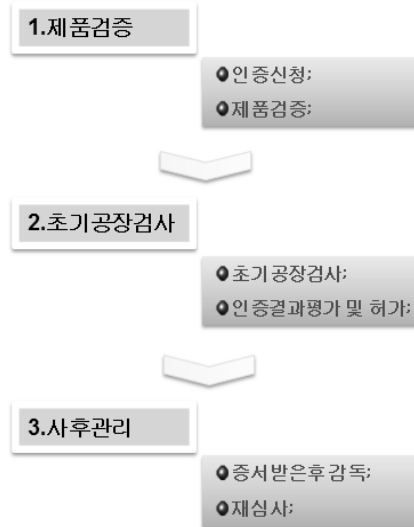


그림 5. CQC인증 및 관리절차

신청서류

- 신청서
- 공장검사조사
- 공가청정제표요사 (CQC51-448155.01-2011)

증명서류

- 신청인, 메이커, 생산공장의 등록증명
- 생산허가서
- 관련 계약서 부분
- 일년에 GB4706.45-2008에 따라 검증한 제품 안전 실험 보고
- 일년에 유효한ISO14000증서 또 공장 환경 평가 보고, 환경 검증 보고, 순응자증명
- 브랜드 사용 설명
- 기타

그림 6. CQC 인증신청 제출서류

3) CQC의 기술요구 항목

중국의 CQC 인증관련 기술요구 항목으로 외관, 시운전, 청정공기량, 수명, 소음 및 정화효능이 있다.

- **외관:** 공기청정기 외관이 지문, 실금, 기포 등 결함이 없어야 한다.
- **시운전:** 공기청정기 설명서에 기술한 방법으로 운전할 수 있어야 하고 정상적으로 운전되어야 한다.
- **청정공기량:** 실제 청정공기량이 표시된 양의 90% 이상이 되어야 한다.
- **수명:** 실제 제품의 수명은 표시한 수명의 90% 이상이 되어야 한다.
- **소음:** 공기청정기의 소음은 청정공기량에 따라 그림 7의 기준을 만족시켜야 한다. 다중 오염물질을 제거하는 공기청정기의 경우에는 최대 청정공기량을 적용한다.
- **정화효능:** 공기청정기의 정화효능은 다음 공식으로 계산한다.

$$\eta = \frac{Q}{W} \quad (1)$$

CQC	정격풍량(m ³ /h)	소음/dB
	≤ 150	≤ 55
	150 < Q ≤ 400	≤ 60
> 400	≤ 65	

CA	정격풍량(m ³ /h)	소음/dB
	≤ 300	≤ 45
	300 < Q ≤ 600	≤ 50
	600 < Q ≤ 1200	≤ 55
> 1200	≤ 60	

그림 7. 정격풍량에 따른 소음레벨

여기서 η 는 정화효능(m³/hW), Q는 청정공기 실제측정량(m³/h)이며 W는 전력사용량(W)이다.

CA공기청정기시험기준		
항목	단위	기준
정격풍량	CMM	-
미세먼지 제거율	%	70
오존발생농도	ppm	0.05
탈취기능	%	60
분진청정화능력		-
유해가스 제거율	%	60

CQC오염 물질정화효율기준	
오염물질	정화효율
고체오염물	≥ 40%
기체오염물	≥ 25%
미생물	≥ 50%

그림 8. 공기청정기 시험기준 및 정화효율 기준

4) CQC의 유효기간 및 사후관리

CQC의 유효기간은 3년이며 변경사항이 생기면 증서 소지자가 CQC에 변경신청을 제출하며, CQC는 변경내용 및 제공된 재료를 평가하여 변경허가 여부를 결정한다. 확정요구가 있으면 인증신청부터 다시 진행하여 확정요구를 판단한다. 증서 소지자가 인증법규에 위반하거나 인증제품이 인증법규에 만족하지 못하면 CQC가 관련 법규를 통해 인증증서를 일시 중지 또는 취소할 수 있으며 처리결과를 공개 진행한다.



그림 9. CQC 인증심벌

사후관리는 감독검사, 제품일치성 검사, 감독표본검사로 이루어진다.

- **감독검사**: 초기 공장검사가 끝난 후 12개월 이내에 연도 감독을 배치해야 한다. 심각한 품질 문제가 발생하거나 CQC가 제품에 의문을 제기하거나 제품일치성에 문제가 생기면 감독 차수를 추가할 수 있다.
- **제품일치성 검사**: 인증된 제품의 일치성 검사는 공장 초기검사 때 수행한 제품 일치성 검사내용과 유사하다.
- **감독표본 검사**: 필요할 때 인증된 제품에 대해 표본검사를 실시한다. 생산된 합격 제품 중에서 견본을 무작위로 추출한다.

CQC에서 감독검사 및 감독표본검사에 대한 결론을 전면 평가하며, 합격하면 인증증서가 지속 유효하다. 감독검사가 불합격이거나 감독표본검사가 불합격하면 최종 감독은 불합격으로 판단한다.

3. 공기청정 시장 활성화와 시사점

3.1 스모그 관련 상품 시장 활성화

고착화된 대기오염에서 중국 소비자 및 일반 국민들의 반응은 "대기오염을 피하자" 라는 마음으로 안간힘으로 쓰고 있는 현실이다.

대기오염 문제가 단순한 환경오염에서 최근에는 사회 문제 등의 심각한 상태로 발생됨에 따라 개인의 건강상태를 우려하는 중국 국민들은 공기오염 관련 제품 수요가 급격히 증가하는 현상을 보이고 있다.

특히 일부에서는 공기오염에 대한 문제 해결에 오랜 시간이 소요될 것이라는 관측이 우세해지자 관련 상품군 또한 점차 다양하고 상품의 수요도 많아지고 있는 양상이다.

○ 공기청정기 및 마스크

- 대기오염 수준이 심화되자 소비자들은 실내 공기에도 점차 관심을 가지기 시작하며 중국 가전제품 협회에 따르면, 공기청정기의 판매량은 2011년에 비해 50% 까지 증가하는 추세로 나타나고 있다.

런던 소재의 경영 컨설팅 기업 BSRIA가 조사한 바에 의하면 중국 소비자들은 오염물질 여과와 제습 기능을 동시에 갖춘 다기능 제품을 선호한다고 밝히고, 최근 중국의 가전 판매 전문업체 쑤닝(苏宁)에서는 중국 브랜드 야두(亚都)를 비롯해 필립스, 파나소닉, 샤프 등의 브랜드가 인기 있으며, 소비자들은 2500위안에서 3000위안 사이의 제품을 가장 많이 구매하는 것으로 나타났다.

또한 가정용 공기청정기 시장이 활성화됨에 따라 차량용 공기청정기의 수요와 공기오염이 특히 심한 1선 도시 지역에서는 마스크가 필수품이 되고 있으며 2014. 1월 베이징에서 한 달 중 24일 동안 스모그가 나타났을 당시 중국 대표 인터넷 쇼핑몰 타오바

오(淘宝)에서 '마스크'의 검색 빈도는 전달 대비 5304.3%나 증가했을 정도로 같은 기간 베이징에서 하루 평균 10만 개의 마스크가 팔리기도 하였다.

하지만 보통의 의료 마스크로는 감당되지 않을 정도로 대기오염이 심해지자, 최근에는 주요 도시를 중심으로 방진 마스크나 가스 마스크 등 유해물질 차단 기능이 높은 마스크 제품의 수요가 높아지고 있는 상황이다.

최근에는 코에 끼우는 '플러그형 코 마스크'가 시장에 출시됐는데 외관상 마스크 착용 여부가 눈에 띄지 않는다는 점에서 많은 인기를 끌고 있다.

하지만 일부 전문가와 언론에서는 중국에서 생산되는 마스크 4개 중 3개는 스모그 미세먼지에 대한 방지 효과가 없는 것으로 나타났으며 이에 대한 소비자들의 마스크 선택에도 관심과 주의를 기울여야 하는 것으로 나타났다.

중국소비자협회는 최근 베이징, 상하이, 허페이(合肥), 충칭(重慶), Ningbo(宁波), 하얼빈(哈爾濱) 등 6개 도시의 백화점, 슈퍼, 병원 내 상점, 도매시장, 인터넷사이트에서 판매되는 마스크 제품 37개의 성능

시험을 한 결과, 40%만 여과 효과가 비교적 양호했으며 미세먼지를 걸러줄 수 있는 제품은 9개로 전체의 25%도 되지 않았다.

가격이 비싸다고 좋은 것만도 아니었으며 전자상거래 사이트 징둥상청(京東商城)에서 199위안(3만5천원)에 판매되는 브랜드명 '토토보보(totobobo)'의 목화솜 고무마스크는 37개 마스크 중 가격이 가장 비쌌으나 여과 효과는 10위안(1천750원)짜리 일회용 마스크보다도 못한 것으로 나타났다.

시중에 25~32위안(4천350~5천5백원)에 판매되는 필터 교환식의 마스크 역시 2~7위안(350~1천220원)에 판매되는 일회용 마스크보다 성능이 떨어졌다.

중국소비자협회는 "중국 내 마스크 생산업체에서 적용하는 국제기준이 각각 다르다보니 가격과 성능이 천차만별"이라며 "마스크 생산에 있어 통일된 기준을 적용하는 것이 중요하다"고 강조하고 있다.

또한 "소비자들도 마스크를 구입할 때 품질기준과 여과성능 등을 꼼꼼하게 따지고 다른 제품과 비교해 선택해야 한다"고 당부했다.

표 1. 유해물질 차단 기능이 높은 마스크 제품

제조사	사진	가격	비고
3M		약 2.5위안	공업용 방진마스크
뤼둔(绿盾)		약 28위안	미세먼지, 세균, 스모그, 배기가스 완전 차단
삼정인터내셔널		약 20위안	코에 끼우는 플러그형 마스크

○ 대기오염 정보 애플리케이션

최근 공기오염 (PM2.5) 농도의 빈번한 기준 초과로 정부에서 발표하는 대기오염 정보의 정확도가 떨어진다는 비판을 받는 가운데 대기오염지수를 알려주는 스마트폰 앱의 인기가 높아지고 있다.

지난 1월 대기오염 지수가 50여 년 만에 최고치를 경신하자 날씨 알림 앱 및 대기오염 정보 앱의 다운로드 횟수가 급증하였다.




한 예로 인기 앱 중 하나인 ‘전국공기품질(全國空氣質量)’의 경우 다운로드 횟수가 하루 평균 4회에서 스모그가 심했던 1월 1일부터 7일까지는 130회로 증가하였으며 중국 애플리케이션 다운로드 플랫폼 ‘완더우지아(豌豆莢)’ 관계자에 따르면 날씨 및 대기오염 정보 제공 앱의 다운로드 횟수는 스모그 발생 정도와 밀접한 연관이 있는 것으로 나타났다.

3.2 공기오염 대한 상품소비 시사점

대기오염에 불안감을 줄여주는 상품시장에 주목하며 이와 관련해 각광받는 친환경 상품은 주로 대기오염 자체를 방지하거나 축소하는 제품인 한편, 앞서 소개된 상품들은 현재 심각한 대기오염의 영향을 최소화하려는 목적의 제품인 것으로 나타났다.

그러나 주의해야 할 것은 대기오염에 대한 중국 국민들의 불안감이 어느 때보다도 크다는 점을 감안해 상품의 대기오염 정화, 알림 등 관련 기능을 집중적으로 홍보해 소비자들의 구매욕을 자극할 수 있고 효율이 떨어지고 성능이 기준치 이하로서 제 기능을 할 수 없다면 소비자에 대한 공기청정 제품에 대한 불안과 불신은 더 클 것으로 정확한 정보와 정부에서의 규제가 동반 되어야 한다고 판단된다.

표 2. 인기 있는 대기오염 정보 앱

앱 이름	특징	다운로드 횟수
 전국공기오염지수 (全國空氣污染指數)	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 내 주요 149개 도시의 대기 정보 실시간 제공 - 미국 대사관 및 환경부가 제공하는 미세먼지 관측 자료 제공 	9만6000건
 전국공기품질(全國空氣質量)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 140여 개 도시 공기청정도 지수(Air Quality Index; AQI) 정보 제공 - 중국환경관측총합센터(中國環境監測總站), 각 지역 환경관측센터의 웹사이트 및 미국 대사관이 트위터로 제공하는 정보 제공 	5만5000건
 공기품질 (空氣質量)	<ul style="list-style-type: none"> - 전국 120여 개 도시 대기 상태 관측 - 24시간, 최근 1개월 대기 상태 정보 	2만5000건

자료 : 완더우지아

4. 맺음말

한·중 자유무역협정(FTA)이 실질적으로 타결되어 국내 기업의 중국 시장 진출에 대한 기대감이 높아지고 있지만 어느 언론 발표에 의하면 국내 기업 10곳 중 7곳은 FTA를 활용할 계획조차 세우지 못한 것으로 나타났다.

한·중 FTA 타결 직후 국내기업 700개사(중국수출기업 365개사, 내수위주기업 335개사)를 대상으로 ‘한·중FTA 타결과 국내기업의 대응실태’를 조사한 결과, 한중 FTA의 경제적 영향에 대해 응답기업의 75.0%가 “중국 시장 공략의 새로운 돌파구가 될 것”이라고 답했으며 응답자의 25%가 “중국기업의 국내 시장 진출을 가속화할 것”이라고 답했다.

특히 중국과의 거래가 전혀 없는 내수위주 기업 335개사의 56.7%가 “한·중 FTA를 계기로 중국과의 교역을 추진할 것”이라고 답해 FTA로 국내기업의 중국 진출에 한층 탄력이 붙을 것으로 전망된다.

그러나 한·중 FTA에 대한 기대감에도 불구하고 기업 대다수는 FTA 활용계획을 아직 수립하지 못한 것으로 드러났다. 특히 FTA활용계획 수립여부를 묻는 질문에 ‘이미 수립했다고 답한 기업은 1.7%, ‘현재 수립 중이거나 앞으로 착수할 계획이다’는 기업도 29.1%에 그쳤다. 이들 기업들은 한·중 FTA를 ‘수출품목이나 취급제품 확대’(33.3%), ‘영업망 확충’(33.8%), ‘판매가격 인하’(20.8%), ‘신사업 진출’(11.1%) 등에 활용할 것이라고 답했다.

그러나 남은 69.2%의 기업은 ‘아직 착수하지 못했다고 답했는데 그 이유로는 비준시기의 예측불가능’(38.3%), ‘중국시장의 빠른 변화’(28.0%), ‘내부역량 부족’(20.5%) 등을 차례로 들었다고 한다.

바로 이러한 설문 결과에도 나타나듯이 우리는 아직도 중국 시장에 대한 막연한 기회의 땅이라고만 알고 실제로 너무도 많은 것에 대한 준비가 되어 있지 않은 현실이다. 현지의 법규나 규정, 중국인의 관습과 문화, 비즈니스 적인 관점, 우리 것이 최고이니 그네들도 좋아할 것이다 라는 막연한 기대심리는 중

국 진출의 가장 큰 실패 요인으로 꼽히고 있다.

끝으로 우리 청정사업이 중국시장 브랜드 집중도에서도 나타났듯이 보다 더 깊숙이 다가서고 환경오염이 국가위기까지 생각하는 중국 시장에서 진출을 위해서는 첫째, 중국인이 다른 나라 즉 우리의 물건을 사주는 사람으로만 볼 것이 아니라 바로 그 소비자가 나라는 측면에서 보아야 한다. 과연 내가 소비자라면 어떤 상품을 선택할 것이고 왜 선택할 것인가 라는 것과 같은 의미이다.

둘째, 보다 더 구체적이고 글로벌한 전략적 준비가 필요하다. 중국시장은 세계의 시장이고 모든 기술은 모두 다 있으며 다만 응용에 차이가 있을 뿐 이미 있다 라는 전제로 접근하여야 한다. 세상에 우리 것만 있다 라는 사고는 오히려 만용과 편견으로 인해 들에게 비취질 수 있다.

셋째, 함께 나눈다 라는 접근으로 다가서야 한다. 한·중 관계가 역대 어느 때 보다도 우호적인 이때 경제, 통상, 무역, 투자 등 다양한 교류가 진행되고 있지만 아주 제한적이고 특정한 분야에서의 성과이다. 유럽이나 우리나라에 비하여 GDP가 낮은 나라 보다도 우리에게 투자 규모는 아주 인색한 것이 현실이다. 바로 세계에서 상술이 가장 뛰어나고 협상의 귀재라고 하는 중국에서 보다 더 좋은 성과를 거두기 위해서는 바로 함께 하는 이들과 나눔의 접근도 중국 15년 생활의 나름 철학이라 생각한다.

- 참고문헌 -

1. 立本研究 (한·중공기청정 교류 및 시장동향)
2. 온바오 신문 매체
3. 중국 환경 과학원
4. 청화대학 건축환경 검측센터
5. 중국 CQC 인증 기준 및 절차 표준
6. 中國政府網, 中央氣象臺, 新華網, 環境保護部, 百度
7. 자료원: China Briefing, China Daily, 신화망, abcNews