

무역상무연구  
제70권  
2016. 5, pp. 135~157.

논문접수일 2016. 05. 10.  
심사완료일 2016. 05. 26.  
게재확정일 2016. 05. 27.

## 중국 통관제도 개편에 따른 해외직관 활성화 방안

유 광 현\*

- 
- I. 서론
  - II. 해외직관 관련 한·중 통관제도 분석
  - III. 중국의 해외직구 세제 개편안 분석
  - IV. 중국 세제 개편안에 따른 장단기 대응방안
  - V. 결론
- 

주제어 : 전자상거래, 해외직관(해외역직구), 행우세, 보세구 수입, 중국 수입통관

### I. 서론

세계 전자상거래 시장은 인터넷과 모바일의 확산으로 인해 급속한 발전이 이루어지고 있다. 구체적으로 소비의 글로벌화에 따른 국경간 전자상거래(Cross Border E-Trade)의 확산과 중국 전자상거래 시장의 급속한 성장 등 아시아를 중심으로 한 신흥 시장에서의 높은 성장률을 견인하고 있다.<sup>1)</sup>

한류 등의 영향으로 외국 소비자의 우리나라 상품을 구매하는 이른바 해외직접 판매(이하 해외직관)도 지속적으로 증가하고 있는 추세이다. 그러나 우리나라의 해

\* 건국대학교 국제무역학과 조교수, E-Mail : khyu@konkuk.ac.kr

1) UNCTAD에 따르면 세계 B2C 거래액은 2013년 1.2조 달러에서 2018년 2.4조 달러로 전망되며, 특히 아시아/오세아니아 지역이 차지하는 비중은 28.3%에서 37.4%로 크게 제고될 것으로 전망된다. 또한 AliResearch에 따르면 국가 간 B2C 이용자 수도 2014년 3.1억 명에서 2020년 9.4억 명으로 증가할 것으로 전망된다.

외직접구매(이하 해외직구) 규모는 2014년 기준 1조 6800억 원으로 5,800억 원 규모 인2) 해외직관 규모에 비해 3배정도 많다는 점에서 무역 불균형이 심한 편이다.

한편 우리나라 중소기업의 수출증가율은 2011~2014년 연평균 1.3% 성장하여 동 기간 전체 수출증가율인 5.6% 보다 낮은 수준이다. 또한 전체 수출에서 중소기업이 차지하는 비중도 2009년 21.1%에서 2014년 18%로 하락하여, 수출비중은 주요 OECD 회원국에 비해 낮아서 중소기업의 수출 활성화에 대한 전략적 접근이 필요한 시점이다.

이에 우리나라 정부는 전자상거래 무역 불균형 해소와 중소기업의 수출 활성화 대책의 일환으로 중국을 중심으로 하는 해외직관 활성화를 강조하고 있다. 중국 전자상거래 시장3)은 2013년 352억 달러에서 2018년 1,650억 달러로 약 4배 정도 성장할 것으로 예측되며, 최근 중국 정부의 통관편의 제공 등 다양한 전자상거래 장려정책을 시행하면서 가장 주목받는 시장이 되었다. 특히 최근 한·중 FTA가 타결됨에 따라 한·중 간 전자상거래 시장은 더욱 확대될 것으로 전망되어 향후 중국을 목표시장으로 하는 해외직관 확대를 위한 전략과 대응방안 등에 대한 논의가 필요한 시점이다.

기존 연구들의 동향을 살펴보면, 김성·임재욱, 한상훈 등은 해외직구 시장 현황 분석과 이를 소비자 특성과 통관제도와 연계한 연구를 통해 우리나라 해외직구 관련 연구가 많이 이루어지고 있으며, 일부 시도되고 있는 중국과의 전자상거래 관련 연구로는 오원석·이경화의 중국의 해외구매대행시장 관련 연구와 강상구·서현석의 중국 시범지역의 활용을 통한 국경간 전자상거래 활성화 방안 연구, 한·중FTA 활용을 통한 대중국 전자상거래 활성화 방안을 제시한 권순국 등을 들 수 있으나, 이러한 연구도 활성화를 위한 기본적인 방향 제시에 머물고 있는 수준이다.

따라서 본 연구는 대중국 해외직관 활성화를 위한 구체적인 방안으로서 한·중의 통관제도를 고찰하고, 특히 해외직관업체의 입장에서 이행해야 되는 한국의 수출 통관제도와 중국의 수입통관제도를 중심으로 논의하고자 한다. 이를 위해 한·중 통관제도의 현황과 개정 추이를 분석하고, 이를 바탕으로 중소수출기업의 해외직관 활성화 대응방안을 제시하고자 한다.

상술한 연구 목적을 위해서 본 연구는 1장은 서론으로 연구의 배경 및 목적을 기술하였고, 2장은 한·중의 통관제도를 한국은 수출통관, 중국은 수입통관을 위주로 분석했으며, 3장에서는 올해 개정된 중국의 해외직구 관련 세제 개편안을 분석하였다. 4장에서는 이러한 통관제도 개편안 시행에 따른 기업 및 정부의 대응방안을 도출하고자 하였다.

2) 시사 in Live, “하이타오족이 열어젖힌 새로운 시장”, 2015.3.17.

3) 관세청, “전자상거래 수출 활성화를 위한 관세행정 지원 제도”, 2015.12.

## II. 해외직판 관련 한·중 통관제도 분석

한국에서 국경간 B2C 전자상거래에 대한 용어는 목표고객이 국내소비자인가 혹은 해외에 거주하는 외국 소비자인가에 따라 해외직구와 해외역직구로 구분하고 있다. 구체적으로 국내 소비자가 온라인쇼핑몰을 이용하여 해외 제품을 직접 구매하는 형태인 해외직구와 해외 소비자가 국내 온라인쇼핑몰에 접속하여 국내 제품을 구입하는 형태를 해외직구의 반대의미로 해외역직구로 분류하고 있다.

최근에는 해외 소비자의 국내 쇼핑몰 방문으로 판매되는 소비자 위주의 해외역직구보다 국내 판매자가 국경을 넘어 해외 소비자에게 해당 국가의 언어로 쇼핑몰을 운영하고 결제와 배송도 모두 현지 업체를 이용하는 판매자 위주의 해외직판이라는 개념이 확산되고 있는 실정이다.<sup>4)</sup> 본 연구는 중국으로 수출하는 중소수출기업의 입장에서 연구를 진행하기 때문에 해외역직구라는 개념보다는 해외직판이라는 개념으로 통일하고자 한다.

### 1. 한국의 수출통관제도 분석

전자상거래 상품을 수출 시 개인이 수출신고를 할 경우에는 인근 세관을 방문하여 ‘신고인 부호’를 발급받은 후, 관세청 인터넷 통관포털에 접속해서 수출신고서를 작성해서 세관에 제출하면 된다.

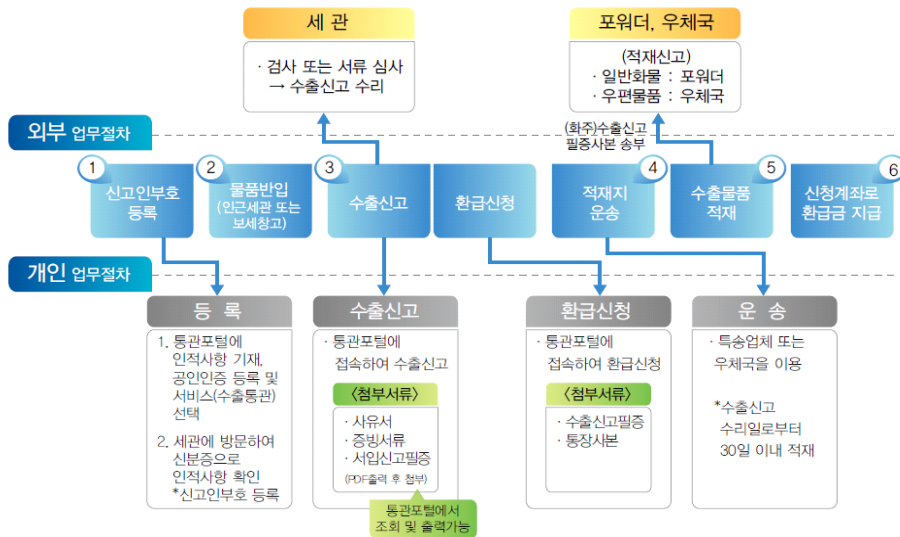
그러나 기존의 수출신고제도는 수출업자가 직접 57개 항목에 대한 작성이 필요하며 이에 소요되는 시간이 약 5분정도 걸리기 때문에 전자통관시스템을 통한 직접 신고는 어렵고 특히 다양한 품목을 소량으로 자주 수출하는 전자상거래 특성상 하루 100건의 수출신고를 할 경우 8시간이 소요되는 번거로움이 있으며, 신고대행을 활용하기에는 수수료가 비싸다고 판단하여 종전의 수출신고제도의 이용을 꺼려하는 경우가 많이 발생하였다. 이로 인해 수출업자의 경우 부가가치세 영세율, 관세환급, 구매확인서 발급 등의 혜택을 누리기 불가능하며, 또한 특송업체의 목록통관을 통해 수출하는 전자상거래물품의 경우 수출실적으로 인정을 받지 못하는 문제점이 발생했다.

4) 강상구·서현석, “중국 해외직판 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전방안”, 전자무역연구 제13권 제2호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015.05, p. 74.

이에 관세청은 전자상거래 수출 활성화를 지원하기 위해 다양한 방안을 제시하였다. 먼저 2014년 7월에 전자상거래 간이수출 통관목록제도를 도입하였다. 이 제도를 통해 기존 57개의 수출신고 항목을 37개로 대폭 축소하였으며, 소액 다수의 수출신고서를 신속히 작성할 수 있도록 관세청 통관포탈에 간이수출신고 일괄등록 기능을 도입하여 최대 100건의 수출물품에 대해 엑셀파일자료를 수출신고서 형태로 일괄변환 등록이 가능하게 하였다. 이를 위해 온라인쇼핑몰 업체가 가지고 있는 판매자 정보, 구매자 정보 판매물품 정보 등을 수출신고 항목으로 자동으로 변환하여 간편하게 일괄 수출신고가 가능할 수 있는 전자상거래 플랫폼을 구축하였다. 또한 고정 거래처가 아닌 다수의 구매자가 존재하는 전자상거래 특성상 수출신고 시 매번 등록해야 하는 구매자부호를 생략하였다.

한편 전자상거래 간이수출신고 요건으로 사업자등록번호 및 통신판매업신고번호를 세관에 신고하면 심사 없이 통관코드(전자상거래수출업체)를 부여받은 업체를 대상으로 하며, 물품기준으로는 간이통관 대상범위로서 FOB 200만원 이하의 전자상거래물품으로 하여 대부분의 전자상거래 물품이 포함될 것으로 예상된다.<sup>6)</sup>

<그림 1> 전자상거래 상품 수출통관 절차



출처 : 관세청, “해외직구 반품 수출신고 쉬워진다”, 보도자료, 2014, p. 8.

5) 관세청에 따르면 기존 방법으로 10건의 수출신고서를 작성할 경우 3시간이 소요되지만, 개발된 플랫폼을 활용할 경우 10초면 가능하다.

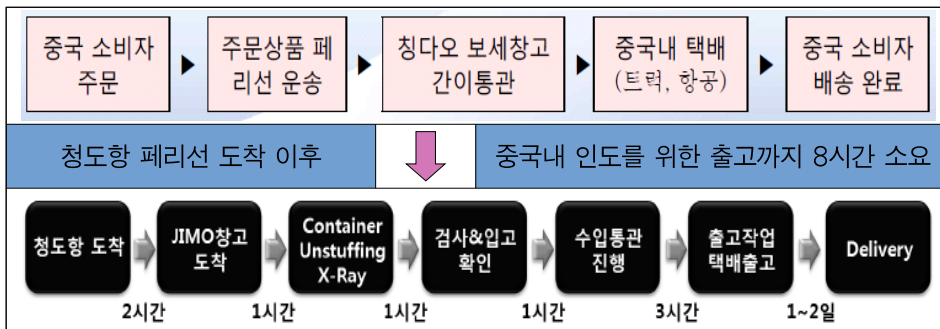
6) 인천공항세관, “특송화물 통관관련 Q & A”, 2014.08.

둘째, 수출신고 편의를 제고하기 위해 수출신고서에 기재해야 하는 HS코드를 실제 거래품명을 통해 확인할 수 있는 HS Navigation을 제공하며 정보접근성 제고를 위해 무역통계 앱(App)에 탑재하였다.

셋째, 2015년 3월부터 관세청과 우정사업본부의 전산을 연계함으로써 EMS를 통한 국제우편을 사용하는 전자상거래 수출물품에 대해 인터넷 우체국의 e-shipping 사이트를 통해 사업자등록번호, HSK 등 17개 항목의 우편물 목록 내역을 작성하여 제출할 경우 수출실적으로 인정할 수 있도록 하였다.

또한 관세청과 중국의 청도해관과의 협의를 통해 전자상거래 물품의 가격경쟁력 제고를 위한 해상운송을 통한 물류비 절감 지원을 위한 한중 해상배송 체계 구축을 시도하고 있다. 이를 위해 2015년 3월부터 인천-칭다오간 페리선을 이용하여 항공운송에 비해 약 50% 저렴한 전자상거래 해상물류체계를 시범적으로 도입하여 운영하였으며, 동년 8월부터 정식서비스를 시행하였다. 대상 해관도 청도해관에서 위해와 황도 등이 포함된 청도해관 관할 해관으로 확대되었으며, 품목 또한 기존 의류, 기저귀, 분유, 생활용품, 소형가전 5개 품목군에서 건조생선, 주류, 담배류, 화장품, 금은보석류 등을 제외한 모든 품목으로 확대되었다.

<그림 2> 물류비 절감을 위한 한중 해상배송 체계



출처 : 관세청 자료를 활용하여 저자 작성.

7) 항공운송을 이용하는 EMS 대비 배송기간은 1일 정도 더 소요되나, 비용(kg당)에서는 항공은 최대 2만원이고 페리는 최대 8천원이다.

## 2. 중국의 수입통관제도 분석

### 1) 전자상거래 상품 수입통관 절차

#### (1) 일반무역 수입통관 절차

실무적인 수입신고를 하기 전에 먼저 통관고유번호를 발급받아야 하며, 이후 적하목록을 제출한다. 이후 운송수단 입항일로부터 14일 이내에 수입신고를 위해 전자문서를 통한 수입신고서를 제출해야 하며, 만약 신고의무기간 경과시 과세가격의 0.05% 신고 연체료를 납부해야한다. 수입신고된 물품에 대해 검사 생략된 경우를 제외하고 모든 수입화물에 대해 검사를 하는 것을 원칙으로 하며 이때 발생하는 검사비용은 수입자가 부담한다. 모든 수출입화물은 기본적으로 관세징수 대상으로 세관 서류심사 후 수입신고인에게 발급한 날로부터 15일 이내에 관세를 납부해야 하며, 관세율은 중화인민공화국 수출입세칙을 기준으로 적용하며, 증치세와 일부 물품에 대해서는 소비세가 부과된다. 관세가 납부되면 원칙적으로 수입물품에 대한 통관절차가 완료된다.<sup>8)</sup>

#### (2) 전자상거래 물품 수입통관 절차

##### 가. 수출입 개인우편물품 관리 실시 사항

중국 해관법은 중국으로 들어오는 수입품에 대해 화물과 물품으로 구분하고, 그 통관 과정 및 세금을 다르게 적용하고 있다. 화물과 물품의 구분은 무역성의 유무에 따라 결정되며, 원칙적으로 물품은 비무역성을 가지며 국내 반입 후 판매나 임대할 수 없다. 이에 따라 중국의 전자상거래 수입 역시 기업의 상업용 화물(B2B)인지 개인물품인지에 따라 통관과 납세의 방식이 달라지며, 현재 개인물품은 대부분 온라인쇼핑(B2C)에서 발생되지만 개인 간 선물을 목적으로 한 화물 역시 개인 물품으로 분류되고 있다.

개인우편물품 수입은 엄밀하게 국제 우편물과 특송물품으로 구분되지만, 개인 물품의 과세 기준에는 차이가 없으나, 특송이 상대적으로 빠르고 더욱 구체적인 추적과 조회가 가능하며 수입세 발생 시 대납 등 유연한 처리가 가능한 반면, 국제 우편은 수취인의 신분증 사본 제시가 필요 없으며, 세관의 EMS 샘플 검사율은 약 5.5% 정도로 상대적으로 낮은 것으로 알려져 있다.

---

8) 관세청, 전개서.

상술한 바를 종합하면, 중국에서 여행객의 소지품을 제외하고 우편물 및 특송의 방식으로 수입된 물품은 개인 택배로 간주되어 2010년에 발표된 수출입 개인우편 물품 관리 실시에 관한 사항(海關總署 2010-43, 關於調整進出境個人郵遞物品管理措施有關事宜)의 규정에 따라 개인우편물품 통관 방식으로 수입 통관된다.<sup>9)</sup>

동 규정은 개인우편물품의 면세범위를 삭제하고 우편물품에 대한 통관심사를 강화할 목적으로 개정하였으며, 그 내용은 다음과 같다.

① 개인의 수입 우편물품에 대하여 매회 송부 또는 수령할 수 있는 물품가격에서 면세범위를 삭제하여 세관은 법에 의거 수입세<sup>10)</sup>를 징수하며, 단 납부해야 할 수입세액이 50위안 이하일 경우 이를 면제한다. ② 개인물품을 홍콩, 마카오, 대만으로 보내거나 받을 시 1회 제한 금액이 400위안에서 800위안, 기타 국가일 경우 종전 면세액인 500위안에서 1,000위안으로 확대한다. ③ 개인 우편물이 규정된 금액한도를 초과할 경우, 반송 또는 화물 규정에 따른 통관수속을 진행하며, 단, 소포가 하나의 물품으로 분할할 수 없는 경우로서 규정 한도를 초과하나, 세관으로부터 개인 사용품으로 인정받은 경우에는 개인 물품 규정에 따른 통관이 가능하다. ④ 국제우편을 이용한 상업성 우편물은 화물규정에 따라 통관 수속을 진행한다.

<표 1> 세목별 행우세율 분류

세목	품목	세율
1	- 서적, 교육용 영화, 슬라이드 영화, 정품 비디오, 금은제품, 식품, 음료 - 2, 3번 징수 분류에 포함되지 않은 기타 상품	10%
2	방직품 및 방직완제품, 사진기, 자전거, 손목시계, 시계(부품, 부속품 포함), 캠코더, 촬영기기, 디지털 카메라, 기타 가전 용구	20%
3	골프공 및 공세트, 고급 손목시계	30%
4	담배, 술, 화장품	50%

출처 : KOTRA, “중국 4월 8일부터 국경간 전자상거래 소매수입 행우세 폐지”, 2016.03.25.

9) KMI, “한중 전자상거래 시장 성장 전망과 대응방안”, 2015.06, p. 16.

10) 행우세(行郵稅)는 개인우편물 수입세라고도 불리며 중국 해관이 개인 수하물과 우편물에 부과하는 수입세 중의 하나이다.

〈표 2〉 주요 품목별 일반무역과 개인물품의 수입세율 비교<sup>11)</sup>

상품	일반무역			개인물품
	관세	부가가치세	소비세	행우세
화장품	10%	17%	30%	50%
고급손목시계	11%	17%	20%	30%
가방	20%	17%	-	10%
신발/모자	15%	17%	-	20%
의류	14~17%	17%	-	20%
전자제품	10%	17%	-	10%
분유	10%	17%	-	10%
액세서리	10%	17%	-	10%

출처 : 관세청, “전자상거래 수출 활성화를 위한 관세행정 지원 제도”, 2015.12.

#### 나. 국제무역전자상거래 수출입화물 및 물품에 관한 관리감독공고

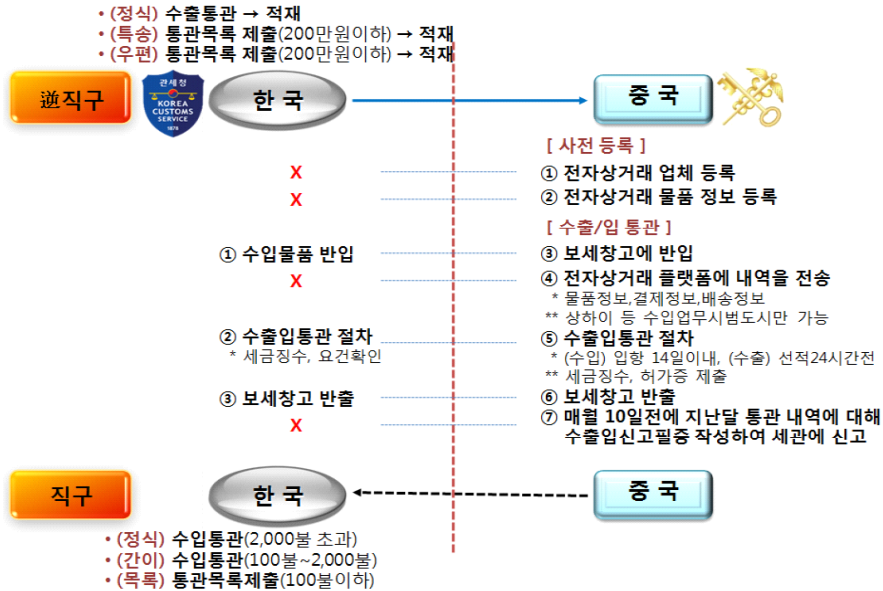
중국 정부는 2014년 8월에 해관총서가 발표한 국제무역전자상거래 수출입화물 및 물품에 관한 관리감독공고(關於跨境貿易電子商務進出境貨物、物品有關監管事宜的公告)와 추가 세관관리감독모델코드에 관한 공고(關於增列海關監管方式代碼的公告)에 의해 전자상거래 통관절차를 규정하고 있다.

① 해외 전자상거래 업체정보를 해관시스템에 등록해야 한다. ② 거래정보와 결제정보는 전자상거래 통관서비스 플랫폼을 통해 해관네트워크와 연동되어야 한다. ③ 전자상거래기업은 전자상거래 수출입화물과 해당 물품정보를 미리 세관에 등록해야 한다. 이때 화물 및 물품의 정보는 세관이 승인한 화물 10자리 세관상품코드와 8자리 관세번호를 포함시켜야 한다. ④ 수출입화물과 해당 물품에 대한 신고 전 해관에 주문명세서, 지불과 물류 등의 정보를 제출해야 한다. ⑤ 중국 도착후 14일 이내 화물신고서를 제출하여 통관을 진행한다.

11) 일례로 수출가가 380달러인 화장품을 일반무역 형태로 수입할 시, 수출가 약 2,480위안(380달러)에 관세 10%(248위안), 소비세 30%(1,169위안), 부가가치세 17%(662위안, CIF가격+관세+소비세의 17%)가 부가되어 최종가격은 4,559위안으로 전체의 47%가 세금이다.



<그림 3> 한국과 중국의 전자상거래 물품 통관제도 비교



출처 : 관세청, “전자상거래 수출 활성화를 위한 관세행정 지원 제도”, 2015.12.

## 2) 국경간 전자상거래 시범도시 제도

2013년 8월 중국 국무원이 발표한 국경간 전자상거래 소매수출 지원 정책 실시 의견에 따라, 5개 도시(상하이, 충칭, 항저우, 닝보, 정저우)에 있는 기업들을 대상으로 통관과 검역 간소화, 결제업무 편리화, 세수 혜택 등을 부여하는 전자상거래 수출 지원 정책들을 실시하였다.

그러나 수출을 목적으로 한 시범도시에서 점차 수출입을 병행하는 형태로 발전하여, 2015년 3월 기준 상하이, 충칭, 항저우, 닝보, 정저우, 광저우, 선전 등 7개 도시가 전자상거래 수출입 병행 업무가 가능한 수입 시범도시의 자격을 획득하였으며, 해당 도시에서는 보세구역을 활용한 전자상거래 수입통관이 가능해졌다.<sup>12)</sup>

또한 2015년 3월 중국 국무원은 국경간 전자상거래 관련 산업의 효과적인 감독과 관리를 위해 알리바바그룹을 포함한 다수의 중국 전자상거래 기업들이 소재하고 있어 전자상거래 산업사슬 클러스터가 형성되기 유리한 조건을 지닌 항저우를 국가간 전자상거래 종합시험구로 지정하였다. 2016년 1월에는 국경간 전자상거래 상무종합시험구(跨境電子商務綜合試驗區)를 선행 시험구인 항저우 외 12개 지역으로 확대 설립해 대외무역발전과 해외직구 활성화를 위한 기반을 조성할 계획이다.

12) KOTRA Global window, “정규부대가 된 중국 해외직구업체의 현재 수입모델은?”, 2015.04.

### Ⅲ. 중국의 해외직구 세제 개편안 분석

#### 1. 중국의 해외직구 세제 개편안

##### 1) 세제 개편안 주요 내용

중국 정부는 2016년 3월 해외직구의 발전을 규범화하고 전통무역과의 과세 방식 차이를 줄이는 한편, 적절한 수준에서 업계의 발전을 도모하기 위해 국무원의 비준을 받아 해외직구의 행우세를 포함한 세수정책 조정 방안(4月8日起實施跨境電子商務零售進口稅收政策并調整行郵稅政策)을 공식으로 발표했다.

기존에는 개인의 자가사용 목적인 해외직구 상품에 대해서는 합리적인 수량 범위 내에서 비무역적 상품으로 취급하여 관세와 증치세 및 소비세를 행우세 항목으로 통합해 부과하여 세율수준이 동일 수입화물의 종합세율에 비해 낮은 수준을 유지하고 있었다. 그러나 엄밀하게 따지면 해외직구 상품은 일반 우편물인 서류 또는 선물 등과는 다르게 무역성격을 띄고 있다. 그럼에도 불구하고 해외직구 상품에 대해 낮은 행우세만 부과해 중국내에서 판매되는 동 상품종류의 일반 수입화물과 중국내 유통되는 상품의 세금부담에 비해 불공평 경쟁 논란을 불러왔다.

이에 새로 발표된 해외직구 세제 정책 기조는 해외직구 상품에 대해 일단 수입화물로 취급해 관세와 증치세 및 소비세 부과와 일반화물 수입절차 적용, 그리고 수입 가능한 해외직구 품목을 지정하였다.

##### 2) 전자상거래를 이용한 해외직구 가능품목 리스트

기존에는 해외직구를 통해 동물 등을 제외하고는 사실상 거의 모든 제품이 가능했으나, 이번 조치로 해외직구 가능품목은 HS8단위 기준으로 총 1142개이며 주로 식음료, 의류, 신발, 모자, 가전용품, 기저귀, 아동완구, 안경, 보온병 등 특송 또는 우편방식으로 수입이 가능한 생활소비재가 주로 포함되었다. 단, 해외직구 가능품목이라고 하더라도 법에 근거하여 일반식품으로 분류되지 않거나 인증, 또는 서류등록 제도로 관리하는 특수식품과 식품안전법의 규정에 근거하여 인증 대상 품목으로 아직 인증을 취득하지 못한 영유아용 조제분유, 최초로 수입하는 화장품 등 12가지 품목에 대해서는 제외대상으로 하였다.

### 3) 세제 적용범위

기존의 행우세 하나로 통일된 과세방식이 상황에 따라 개인물품에 적용되는 행우세와 신 세제 개편안에서 마련한 종합세로 구분되었다.

먼저 새로운 해외직구 종합세가 적용되는 상품으로는 ① 해관과 전산망이 연결된 전자상거래 플랫폼에서 교역이 이뤄지고 주문서(교역), 지불서(지불), 운송장(물류 배송) 등에 대한 전자데이터 확인이 가능한 해외직구 상품, ② 해관과 전산망 연결이 되지 않은 전자상거래 플랫폼에서 교역이 이뤄졌으나 특송·우편회사가 상기 3종류의 서류에 대한 전자데이터가 있고 수입된 해외직구 상품에 대한 법적 책임을 질수 있도록 약속할 경우이다.

다음으로 해외직구 상품에 해당되지 않는 개인 물품과 주문서(교역), 지불서(지불), 운송장(물류 배송) 등 전자서류를 제공할 수 없는 경우에는 현행 규정대로 행우세를 부과한다.

### 4) 과세가격 기준 및 납세의무자

실제거래가격(상품소매가격+운송료+보험료)을 과세가격으로 책정하며, 해외직구 상품에 대해 일반 수입화물처럼 관세와 증치세 및 소비세를 부과하며 해외직구 상품 구매자를 납세의무자로 확정하였으며, 전자상거래업체나 전자상거래 플랫폼 운영업체 또는 물류업체를 수입세금 수취 및 납부 대행 의무자로 가능토록 하여 원천징수의무자가 될 수 있게 조치하였다.

### 5) 거래한도와 조세 항목 및 세율

해외직구 상품의 개인 기준 1회 거래한도액이 1000위안에서 2000위안으로 확대되었고, 1년 거래한도액은 20,000위안으로 제한하였다. 세율은 거래한도액인 2000위안 이내의 해외직구 상품은 관세율을 0%로 적용하며, 대신 수입과정에서의 증치세와 소비세에 대해서는 기존의 세액기준 50위안 미만 면세 혜택을 취소하고, 법이 지정한 세율의 70%를 부과하기로 하였다. 또한 한도를 초과한 부분과 단일불가분 상품이 2000위안 한도를 초과할 경우에는 일반무역 수입화물과 같은 세율을 적용한다.

### 6) 통관절차

해외직구를 통한 유망 수출품목인 보건식품, 화장품, 영유아용 분유, 의료기기 등에 대해 사전에 인증을 받은 제품만 통관이 가능토록 제한하였다. 또한 중국 보

세구를 통한 해외직구 수출의 경우 통관서류 및 검역절차 요구 등의 일반무역 수입화물과 동일한 통관 관련 규제를 적용받는다.

## 2. 중국의 해외직구 세제 개편안 분석

이번 세제 개편을 통해 해외직구 상품에 적용되는 과세방법은 개인물품은 행우세, 보세구를 통해서 수입되는 상품은 신설된 해외직구 종합세, 수입가격이 2000 위안이 넘는 일반무역 상품은 관세·증치세·소비세를 부과한다. 즉 기존에는 세액 50위안을 기준으로 행우세를 부과한 반면에, 개편안은 행우세율을 일부 개정한 새로운 행우세 제도와 새로 도입된 해외직구 종합세를 병행해서 운용하기로 했다.

이에 따라 해외직관업체는 품목과 금액에 따라 어떤 제도를 적용하는 것이 유리한지를 고민해야 할 것이다. 또한 이번 세제 개편방안에서는 해외직구 가능품목과 예외품목이 지정되어 해외직관업체는 사전에 이러한 품목별 수출가능 여부, 인증 필요 유무, 제출 서류 등을 확인해 봐야한다.

<표 3> 세제 개편방안 요약

변경전	4월 8일 변경 후(종합세와 행우세 병행 운영)	
행우세	신규 해외직구 종합세 적용시 (관세+증치세+소비세)	새로 개편된 행우세 적용 시
① 세액 50위안 이하 면세 ② 세액 50위안 이상 우편세율 적용 세액 :10/20/30/50%	① 1회당 거래금액 2천위안 이하 : 관세 면세, 소비세와 증치세 각 70% 부과 ② 1회당 거래금액 2천위안 이상 또는 1인당 연간 거래금액 2만위안 이상 : 관세 부과, 증치세 및 소비세 전액 부과(일반무역과 동일)	① 주로 일반무역 기준 무관세 상품은 행우세율 15% 적용 ② 일반무역 기준 소비세가 부과되는 상품은 행우세율 60% 적용 ③ 기타 상품은 모두 행우세 30% 적용 단, 세액 50위안 이하일 경우 면세혜택을 유지하나 세율이 높아져 실질 혜택 없음

출처 : KITA 북경지부, “중국정부 온라인 해외직구(B2C) 세제 개편방안 발표”, 2016.03.25.

### 1) 개정 행우세 분석

기존 행우세 제도에서는 1000위안 미만으로 납부세액인 50위안 미만인 상품에 대해서는 일괄적으로 면세혜택을 주었으며, 세액이 50위안 이상인 상품에 대해서

는 차별적으로 4단계로 구분되어 10~50%의 우편세율을 적용하여 과세하였다. 이번 세제 개편안에서는 행우세 제도의 틀은 유지할 한 채 세목 축소와 최대 10~20%의 세율 증가를 발표하였다. 또한 행우세를 적용하는 대상을 해외직구에 해당하지 않는 개인 물품과 필수 제공 전자서류를 제공할 수 없는 경우로 제한하였다. 따라서 행우세 대상이 되는 세액이 50위안 이상 품목의 경우 최소 10%에서 대부분 20%의 세율인상이 예상되기 때문에 제출 서류의 구비가 매우 중요해졌다.

<표 4> 중국 입국물품 수입 세율표(신규 행우세율)

세목	품목	세율	비고
1	서적·신문, 출판물, 교육용 영상자료, 컴퓨터, 동영상촬영기, 디지털카메라 등 IT제품, 식품, 음료, 금·은, 가구, 완구, 게임용품, 기타 오락용품	15%	주로 최혜국 관세율 0% 적용 품목임
2	운동용품 (골프공 및 골프 클럽 제외), 낚시용품, 방직품 및 그 완제품, 자전거, TV카메라 및 기타 전기기구	30%	세목1, 세목3에 해당되지 않은 기타 모든 품목을 세목2에 분류
3	담배 및, 술, 고급 장신구 및 진주·보석, 골프공 및 클럽, 고급 시계, 화장품	60%	소비세 부과 대상 품목을 세목3에 분류

출처 : KITA 북경지부, “중국정부 온라인 해외직구(B2C) 세제 개편방안 발표”, 2016.03.25.

## 2) 신설 해외직구 종합세 분석

신설된 해외직구 종합세는 소액의 해외직구 상품에 대한 기존의 면세혜택을 폐지하고, 증치세와 소비세를 부과하는 제도이다. 다만 면세한도가 2000위안으로 확대되었기 때문에 해외직판업체는 품목 및 금액에 따라 우편 방식과 보세구 방식의 선택이 필요할 것으로 보인다. 전체적으로 이번 세제 개편안을 분석<sup>13)</sup>해 보면, 먼저 기존 행우세 면제 품목 중 소비세를 부과하지 않았던 품목은 보세구 방식이 더 유리할 전망이다. 기존에는 50%의 높은 행우세율이 적용된 일부 상품(화장품 등)이 EMS와 같은 우편 방식을 이용했으나, 이번 제도 시행으로 행우세율이 증가(60%)하여 화장품 등과 같은 높은 행우세율이 적용되는 상품에 대해서는 보세구 방식이 가격경쟁력에 도움이 될 수 있다. 다만 기존에 낮은 행우세의 적용을 받았거나 세액이 50위안 이하로 나오는 단가가 낮은 유제품이나 식품의 경우에는 세율 인상이 불가피해졌다.

13) KOTRA, 중국 4월 8일부터 해외직구 행우세 폐지.

또한 상품가격이 2000위안 이하일 경우 해외직구와 일반무역의 세율을 비교할 필요가 있다. 일반무역은 CIF 가격을 기준으로 관세·증치세·소비세를 모두 과세하는 반면, 해외직구는 판매가격을 기준으로 과세하는데 2000위안 이하 해외직구 소매품의 관세는 모두 0%으로 조정이 되어 과세율은 증치세·소비세의 70%라 할 수 있다.

둘째, 상품 가격대별로 하락 효과의 차이가 발생하기 때문에 유의할 필요가 있다. 상품가격을 기준으로 분류를 해 보면, <표 5>에서와 같이 본래 세액이 50위안 미만인 상품(건강식품, 분유 및 기저귀 및 100위안 이하의 상품)에 대해서는 해외직구 종합세가 부과될 경우 증치세와 소비세의 70%를 추가로 부과해야 되므로 최소 11.9%의 세율인상이 예상된다. 그러나 <표 6>에서와 같이 중형 가전제품, 250위안 이상의 의류와 고급 화장품과 같은 2000위안 이하면서 기존 세액이 50위안을 초과하는 상품은 가격 하락의 효과가 있을 것으로 예상된다.

특히 화장품의 경우 증치세 17% 외에도 소비세 21%도 과세로 바뀌면서 저가 색조류 상품은 가격이 상승하여 해외직구 수요가 줄어들 수도 있다. 반대로 행우세 50위안 미만 면제 조건과 관계없었던 150~300위안의 중고가 기초 제품의 수요는 확대될 전망으로 보인다.<sup>14)</sup>

<표 5> 신 세제 개편방안에서의 해외직구 상품 세율 비교  
(행우세 면제 범위 안 구매금액 기준)

상품(구매금액=세액 50위안)	세수정책 변경 전	세수정책 변경 후	비교
분유(<=500위안)	행우세 면제	11.9%* 증치세	상향
식품(<=500위안)	행우세 면제	11.9% 증치세	상향
화장품(<=100위안)	행우세 면제	11.9% 증치세+ 21%** 소비세	상향
디지털제품(<=250위안)	행우세 면제	11.9% 증치세	상향
의류(<=250위안)	행우세 면제	11.9% 증치세	상향

주 : 1) 11.9% = 증치세 17%\*70%,

2) 화장품 21% 소비세는 색조류에만 해당

출처 : KOTRA, “중국 4월 8일부터 국경간 전자상거래 소매수입 행우세 폐지”, 2016.03.25.

14) 화장품을 예로 들면 ① 화장품 소매가격이 100위안 미만(99위안으로 가정)인 경우 : (현재) 행우세가 49.5위안(99위안×50%)으로 50위안 미만 기준에 부합하므로 행우세가 면제되어 최종 소매가는 99위안이다. → (변경) 정수액이 32.9위안(99위안×70%×(17%+30%))으로 최종 소매가는 132.9위안이다. ② 화장품 소매가격이 100위안 이상(500위안으로 가정)인 경우 : (현재) 화장품 해외직구 세율 50% 적용하면 최종 소매가는 750위안이다. → (변경) 정수액이 164.5위안(500×70%×(17%+30%))으로 최종 소매가 664.5위안

〈표 6〉 신 세제 개편방안에서의 해외직구 상품 세율 비교  
(행우세 면세 범위 밖 구매금액 기준)

상품(구매금액=세액 50위안)	세수정책 변경 전	세수정책 변경 후	비교
분유(<) = 500위안)	10% 행우세	11.9% 증치세	상향
식품(<) = 500위안)	10% 행우세	11.9% 증치세	상향
화장품(<) = 100위안)	50% 행우세	11.9% 증치세 + 21% 소비세	하향
명품가방(<) = 500위안)	10% 행우세	11.9% 증치세	상향
디지털제품 (250위안 이상 2000위안 이하)	20% 행우세	11.9% 증치세	하향
의류 (250위안 이상 2000위안 이하)	20% 행우세	11.9% 증치세	하향

출처 : KOTRA, 중국 4월 8일부터 국경간 전자상거래 소매수입 행우세 폐지, 2016.03.25.

## IV. 중국 세제 개편안에 따른 장단기 대응방안

### 1. 해외직판기업의 단기 대응방안

2016년 3월에 발표된 해외직구 상품의 세제 개편방안에 대한 해외직판기업의 단기적인 대응방안을 위해서는 세제 개편방안의 주된 내용의 이해와 그에 따른 각각의 기업 전략 수립이 선행되어야 할 것이다.

#### 1) 품목별·상품가격별 해외직판 거래형태 결정을 위한 전략 필요

세제 개편의 주된 내용인 소비자의 해외직구 면세한도 2000위안까지 확대, 보세구 방식일 경우 세액 50위안미만의 면세혜택 폐지와 증치세 및 소비세 부과라는 해외직구 종합세 신설, 그리고 행우세율 인상으로 인해 기업의 입장에서는 품목별 및 상품가격별로 행우세율과 해외직구 종합세율을 비교·분석함으로써 해외직판 거래형태를 결정해야 할 것이다.

상술한 세제 개편방안 분석에서 살펴봤듯이 이번 개편으로 인해 비교적 행우세율과 상품가격이 낮은 식품, 음료, 분유 등의 경우 보세구를 통해 수입을 할 경우 증치세를 부과하기 때문에 기존 보다 소비자 가격이 상승할 것으로 예상된다. 반면

에 비교적 높은 행우세율과 2000위안 미만의 중고가의 상품가격이 형성되었던 화장품, 디지털제품, 의류 등은 EMS를 통한 우편방식보다는 보세구 방식을 활용하는 것이 더 낮은 세금을 내기 때문에 소비자 가격이 하락할 요인이 된다.

따라서 식품, 음료, 분유 등은 보세구 방식보다는 EMS 등을 이용한 우편방식이 유리할 것으로 보이며, 다소 높은 가격으로 생성되는 화장품(특히 색조류), 의류 등은 시범도시 내 보세구를 활용하는 물류방식이 유리할 것으로 보인다.

### 2) 해외직관을 통해 중국에 진출할 경우 판매가능 여부와 인증여부 사전 확인

이번 세제 개편안과 함께 해외직구 가능품목 리스트(1,142개)와 불인정 예외품목 12개를 공식 발표하였기 때문에 1차로 직구가능 리스트를 확인하고 이중에서도 제한되는 사항을 사전에 반드시 점검해야 한다. 특히 영유아용 분유와 화장품(색조류)은 인증을 받지 않으면 사실상 해외직구로 수입이 불가능하다. 기존에는 인증을 받지 않고 시장테스트 차원에서 해외직구로 수출하던 방식이 불가능해져 신제품 출시와 동시에 해외직구를 통해 마케팅 하던 관행이 사실상 불가능해졌다. 따라서 새로운 해외직구 품목제한 규정에 따라 화장품과 조제분유 등 CFDA 인증을 요구하는 품목에 대해서는 대중국 수출에 앞서 시험생산 단계에서 선제적인 인증작업이 필요하다.

### 3) 통관 관련 서류에 대한 완벽한 준비

이번 개정으로 인해 보세구를 통한 해외직구의 경우 일반무역과 동일하게 통관 서류 및 검역절차를 요구하는 통관 관련 절차를 시행하기로 하였기 때문이다. 즉 해외직구 직송상품에 대해서는 통관시 검사·통관서(直購商品免于驗核通關單)를 면제해 주었으나, 중국 업체가 보세구를 통해 사전에 수입한 후에 B2C를 통해 판매되는 제품은 일반무역 절차를 그대로 준수하게 되어 있다. 이로 인해 중국내 보세구를 통한 B2C 수입절차가 복잡해져 통관 시 상당한 시간과 비용이 소요될 것으로 보이기 때문에 통관 서류의 철저한 준비가 필요하다. 또한 해외직구 종합세 대상이 되기 위해서는 주문서(교역), 지불서(지불), 운송장(물류 배송) 등에 대한 전자 데이터를 중국 해관에 제공해야 되며, 제공할 수 없는 경우 기존보다 10~20%가 높은 새로운 행우세율을 적용받게 된다. 따라서 행우세 보다 해외직구 종합세가 더 저렴한 상품군의 경우 관련 서류의 충족여부가 중요한 사항이 된다.



#### 4) 가격경쟁력 확보를 위한 새로운 물류전략과 포장방법 개발

해외직판업체의 입장에서는 이번 세제 개편방안을 통한 과세가격 기준과 세율의 변경에 따라 소액 해외직구 상품들은 다소 가격인상 요인이 있기 때문에 중국 내 소비자 부담이 최소화 되는 방안을 찾아야 할 것이다. 이를 위해 해상운송을 통한 운송비 절감 등과 같은 물류전략이나 기존의 소량·소액 포장 위주의 판매를 지양하고 새로운 포장(중량)을 통해 세금 부담이 낮은 제품을 개발할 필요가 있다.

## 2. 정부지원 등을 통한 증장기 대응방안

### 1) 중국 전자상거래 시범도시 내 공동 보세물류센터 설립 지원

우리나라는 중국과 지리적 근접성으로 인해 국경간 전자상거래에서 타 국가에 비해 소비자에게 빠른 시간에 제품을 배송할 수 있는 우위가 있다. 그럼에도 불구하고 매출 증대를 위한 소비자 만족도 향상을 위해 빠른 통관절차를 위한 보다 새로운 방안이 요구된다. 이러한 요구에 부응하는 방법 중 하나가 해외직구 거래형태 중 보세구 방식이다.

보세구 방식은 해외직구에 최적화된 플랫폼으로 인정되는 형태로 전자상거래 기업이 해외에서 미리 대량으로 상품을 구매한 후 해운을 통해 준비된 상품을 중국 내 위치한 보세구 지정 창고에 장치하고, 세관통관 절차를 통해 개인물품 형식으로 배송하는 형태를 말한다. 중국 내 국경간 전자상거래 시범도시에는 보세물류센터가 있으며 평소 해외 직접배송의 배송기간이 2~4주정도 소요되는데 비해 시범도시 내의 간소화된 통관을 이용하면 보세지역 배송은 4~7일 정도 소요되고 있다. 이와 같이 중국의 해외직판을 피하기 위해서는 시범도시의 보세구역 창고를 이용하는 것이 비용측면에서 유리하다.

이러한 점을 고려할 때 우리나라 중소 해외직판업체들의 제품을 빅데이터 등을 통한 수요예측을 기반으로 하여 미리 저렴한 해상운송을 통해 중국 내 시범도시에 있는 보세물류센터에 입고시킨 후 중국 소비자의 주문 및 결제 후 중국 내에서 배송이 시작되기 때문에 소비자 만족도가 높을 것이며, 이는 우리 기업의 경쟁력 증대로 이어질 것이다. 그러나 부정확한 수요예측에 대한 재고와 보세창고료에 대한 부담은 중소수출기업이 감당하기가 어려운 것이 현실이다.

따라서 중국의 주요 시범도시에 정부 및 무역유관기관들이 협력하여 중소수출기업을 위한 보세물류센터를 확보하는 보세물류센터 공동화 사업을 적극적으로 검토할 필요가 있다. 이미 KOTRA를 중심으로 미주 및 유럽을 포함한 7개 주요 거

점에 공동물류센터를 운영하고 있으며, 국내에서 해외로 송출되는 해외직판 물량의 수출신고를 원스톱 처리하도록 하는 첨단 물류단지 5개소 증설계획이 수출지원 사업으로 예정되어 있다는 점을 볼 때 실현 불가능한 사업은 아니라고 판단된다.

## 2) 보세구역내 전시장을 활용한 O2O 모델 지원 확대

O2O란 통상 ‘Online To Offline’의 줄임말로 온라인에서 제품을 주문하고 오프라인에서 받는 서비스로 알려져 있으나, 최근에는 ‘Offline To Online’으로 소비자가 오프라인 전시장에서 제품을 직접 체험한 후 온라인으로 결제하는 방식의 새로운 거래 형태를 일컫는 개념이다. 특히 국경간 전자상거래 O2O(Offline To Online)전시관은 온라인에서만 제품을 접할 수 있었던 기존의 O2O 방식의 한계를 극복하여 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.<sup>15)</sup>

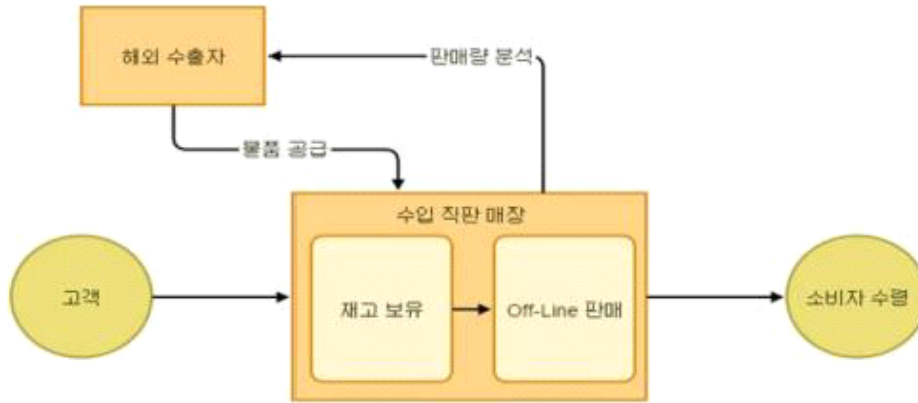
현재 항저우, 상해 등에서 활용되고 있는 이 판매방식은 현지 소비자가 국경간 전자상거래 O2O 전시관에서 제품을 체험한 후, 해당 제품의 바코드를 모바일 기기 등으로 스캔하여 온라인으로 주문 및 결제하는 방식으로 제품을 구매할 수 있으며, 특히 해외 수입품의 경우 소비자 반응이 좋다. 기존의 해외직구족 뿐만 아니라 해외 수입제품에 관심이 없던 소비자들도 O2O 전시관을 통해 제품에 대해 알게 되면서 새로운 소비를 이끌어내는 거래 방식이다. 또한 대량 화물을 수입하므로 물류 비용을 낮출 수 있으며, 통관 간소화와 인증 및 관세 면제 등으로 인해 가격경쟁력을 확보할 수 있으며, 적합 상품은 유아용품, 식품, 가전 등 생필품 등이다.

따라서 중국 소비자가 많이 구매하는 품목을 중심으로 우리나라 중소수출기업의 유망상품을 전문적으로 취급하는 상품 전시관을 정부와 무역유관기관의 지원을 통해 설립·운영한다면 상당한 효과를 볼 수 있을 것으로 판단된다. 현재도 중소수출기업의 수출 활성화를 위해 해외 전시회 등의 마케팅에 상당한 지원을 하고 있는 실정이기 때문에, 지원 대상에 최근 유행하는 비즈니스 모델인 O2O 방식의 오프라인 전시관을 운영하는 것도 적극적으로 고려해 볼 필요가 있을 것이다.

또한 현재 중국에서는 알리바바나 아마존과 같은 대형 플랫폼 외에도 O2O 운영 방식을 채용한 신흥 창업기업들이 계속해서 생겨나고 있으며, 이들은 기존의 대형 전자상거래 플랫폼들에 비해 규모는 비교적 작지만 지역성을 띄며 상품의 차별화 전략을 추구한다는 특징이 있어, 중소수출기업의 지역별 진출 전략과 중국 업체의 경영상 니즈가 서로 충족될 경우 좋은 시너지 효과를 기대할 수 있을 것으로 예상된다. 따라서 국경간 전자상거래 O2O 모델을 잘 활용한다면 중국 내수시장 선점 및 새로운 제품 홍보에 탁월한 방법이 될 것으로 기대된다.

15) KOTRA Global window, “中 항저우 국제전자상거래 O2O 시대 들어서”, 2016.02.18.

<그림 4> 보세구역내 전시관을 활용한 O2O 모델



출처 : 관세청, “전자상거래 수출 활성화를 위한 관세행정 지원 제도”, 2015.12.15.

## V. 결론

세계 전자상거래 시장은 인터넷과 모바일의 확산으로 인해 급속한 발전이 이루어지고 있으며, 한류 등의 영향으로 우리나라 해외직판 역시 지속적으로 증가하고 있는 추세지만 아직 해외직구와 해외직판 간의 무역 불균형이 심한 편이다. 또한 우리나라 중소기업의 수출증가율과 수출비중은 주요 OECD 회원국에 비해 낮은 편으로 중소기업의 수출 활성화에 대한 전략적 접근이 필요한 시점이다.

최근 우리나라 정부는 전자상거래 무역 불균형 해소와 중소기업의 수출 활성화 대책의 일환으로 중국을 중심으로 하는 해외직판 활성화를 강조하고 있다. 이에 본 연구에서는 대중국 해외직판 활성화를 위한 구체적인 방안으로써 한·중 통관제도를 고찰하고, 특히 해외직판업체의 입장에서 고민해야 되는 한국의 수출통관제도와 중국의 수입통관제도를 중심으로 분석을 했다. 또한 올해 4월 8일부터 시행되는 해외직구 종합세 신설 등의 새로운 세제 개편안에 대한 분석과 대응방안을 제안하였다.

이번에 발표된 세제 개편안을 통해 해외직구 상품에 대해 일단 수입화물로 취급해 관세와 증치세 및 소비세 부과와 일반화물 수입절차 적용, 그리고 수입 가능한 해외직구 품목을 지정하였다. 이로 인해 기존에 적용하던 행위세 제도를 일부 개정된 행위세 제도와 새로 도입된 해외직구 종합세를 병행해서 운용한다.

이에 세제 개편안에 대한 대응방안을 기업의 단기적인 대응과 정부지원을 통한 중장기적인 대응으로 구분을 하여 모색해 보았다. 먼저 해외직판기업의 단기적인 대응방안으로 첫째 품목별 및 상품가격별로 행우세율과 해외직구 종합세율을 비교·분석함으로써 해외직판 거래형태 결정을 위한 전략이 필요하며, 둘째 해외직판을 통해 중국에 진출할 경우 판매가능 여부와 인증여부 사전 확인이 필요하다. 다음으로 통관 서류의 철저한 준비가 필요하며, 가격경쟁력 확보를 위한 새로운 물류 전략과 포장방법 개발이 필요할 것으로 보인다.

다음으로 정부지원 등을 통한 중장기 대응방안으로는 중국의 주요 시범도시에 정부 및 무역유관기관들이 협력하여 중소수출기업을 위한 보세물류센터를 확보하는 보세물류센터 공동화 사업을 제안하였으며, 중국 소비자가 많이 구매하는 품목을 중심으로 우리나라 중소수출기업의 유망상품을 전문적으로 취급하는 한국 상품 전시관을 정부 및 무역유관기관의 지원을 통해 설립하여 운영하는 방안을 제안하였다.

## 참 고 문 헌

- 강상구·서현석, “중국 해외직판 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전방안”, 전자무역연구 제13권 제2호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015.05.
- 관세청, “이것만은 꼭 확인하고 해외직구 하세요!”, 보도자료, 2016.03.30.
- 관세청, “전자상거래 수출 활성화를 위한 관세행정 지원 제도”, 2015.12.
- 관세청, “해외직구 관련 핵심 질의 응답 매뉴얼”, 2016.03.
- 관세청, “해외직구 반품 수출신고 쉬워진다”, 보도자료, 2014.
- 권순국, “한·중 FTA 타결에 따른 한국 상품의 전자상거래 수출 활성화 방안”, 관세학회지 제16권 제2호, 한국관세학회, 2015.05.
- 김성·임재욱, “소비자특성이 해외직접구매에 미치는 영향에 관한 연구”, 무역학회지 제40권 제4호, 한국무역학회, 2015.08.
- 김주원, “효과적 한·중FTA체결을 위한 중국의 협상문화와 협상전략에 관한 연구”, 무역상무연구 제63권, 한국무역상무학회, 2014.08.
- 대한상공회의소, 항공물류산업의 트렌드 변화와 우리 물류기업의 대응방안, 2014.10.
- 오원석·이경화, “중국의 해외구매대행 현황과 문제점에 관한 연구”, 무역상무연구, 제65권, 한국무역상무학회, 2015.02.
- 이영수·권순국, “한·중 FTA와 한국 농식품의 중국 수출확대 방안”, 무역상무연구 제67권, 한국무역상무학회, 2015.08.
- 이철용, “향후 중국 소비시장을 이끌 4가지 동력”, LG Business Insight, 2016.04.20.
- 인천공항세관, 특송화물 통관관련 Q & A, 2014.08.
- 최혁준, “한국중소기업의 중국 온라인 시장 진출 방안”. e-비즈니스연구 제16권 제3호, e-비즈니스학회, 2015.06.
- 한상훈, “해외직접구매와 통관제도에 관한 연구”, 전자무역연구 제13권 제1호, 2015.02.
- 황현주, “중국 통관 정책 개혁 따른 물류서비스 변화 분석”, 우정정보 102, 2015.
- KITA, “중국 전자상거래시장 동향보고서”, 2014.09.
- KITA “북경지부, 중국정부 온라인 해외직구(B2C) 세계 개편방안 발표”, 2016.03.25.
- KITA, “B2C해외직판 가이드북”, 2014.
- KMI, “한중 전자상거래 시장 성장 전망과 대응방안”, 2015.

KOTRA, “중국 4월 8일부터 국경간 전자상거래 소매수입 행위세 폐지”, 2016.03.25.

KOTRA, “주요국 온라인 해외직구 시장 동향”, 2015.01.09.

KOTRA Global window, “중국 글로벌 E-Commerce '폭풍 성장', 해외상품에 러브콜”, 2015.06.30.

KOTRA Global window, “중국 '국경 간 (수출입)전자상거래' 산업 발전 전망”, 2016.01.18.

KOTRA Global window, “中 항저우 국제전자상거래 O2O 시대 들어서”, 2016.02.18.

KOTRA Global window, “정규부대가 된 중국 해외직구업체의 현재 수입모델은?”, 2015.04.

시사 in Live, “하이타오족이 열어젖힌 새로운 시장”, 2015.3.17.

한국경제, “역직구도 수출실적에 반영한다”, 2015.3.17.

매일경제신문, “국경 허문 소비 해외직판이다”, 2015.01.05.

AliResearch, 2020全球跨境電商趨勢報告, 2015.06.

UNCTAD, INFORMATION ECONOMY REPORT 2015, 2015.03.

## ABSTRACT

### A Study on Customs Clearance Procedure of Korea and China to Vitalize Online Export of Korean

Kwang-Hyun YU

Globalization of consumption, expansion of cross border e-trade, increase use of internet and mobile have led to rapid growth of world e-commerce particularly in Asia and emerging markets. Impacted by Korean wave, online export is continuously increasing, yet Korea is experiencing severe e-commerce trade imbalance.

Export growth rate and ratio of Korean small companies are relatively low from OECD member countries. Therefore, Korean government is currently emphasizing on vitalization of online export to China to resolve trade imbalance and to increase export of small companies.

To propose detail measures to vitalize online export to China, this study is focused on export customs clearance procedure of Korea and import customs clearance procedure of China in view of online export company. Also suggested countermeasure plan and analysis for the new tax revision plan related to e-commerce which implemented on April 8th 2016.

This study have grouped countermeasure plan by short term plan of firms and long term plan of the government. As for the short-term countermeasure plan for firms, first, comparison analysis of tax rate on products is need to decide type of e-commerce strategy; second, if planning to start e-commerce business to China, sales possibility and certification check is necessary; third, through preparation of customs clearance document is needed; last in order to obtain price competitiveness, new logistics strategy and packing development is required. As for the long-term countermeasure plan for the government, I have suggested cooperated bonded logistics service for small businesses and operation plan of showroom for promising Korean products.

Keywords : E-Commerce, Online Export, Bonded Area Import, Import Clearance China