

무역상무연구
제71권
2016. 8, pp. 245~265.

논문접수일 2016. 07. 13.
심사완료일 2016. 08. 25.
게재확정일 2016. 08. 26.

해외직판의 법적 문제에 관한 연구 - 중국인 유학생의 C2C창업을 중심으로 -

주령커* · 박광서**

-
- I. 서론
 - II. 해외직판과 관련된 B2C와 C2C의 의의
 - III. 중국인 유학생 C2C창업의 법적 문제
 - IV. 해외직판 법적문제의 해결방안
 - V. 결론
-

주제어 : 해외직판, 해외직구, 중국인 유학생 창업, B2C, C2C

I. 서론

국제무역(international trade)은 나라를 달리하는 사인(私人) 간의 물품과 대금의 교환으로 정의될 수 있다. 사인은 기업일 수도 있고 개인일 수도 있다. 전통적으로 무역거래의 형태는 주로 기업 사이의 거래인 B2B 거래이었다. 그러나 인터넷의 발달과 운송물류 시스템의 발전에 따라 예전에 상상하지 못했던 개인의 무역거래 참여가 쉬워졌다. 이에 따라서 무역거래의 형태도 종전의 B2B 거래에서 B2C, C2B, C2C 으로 다양하게 발전하고 있다. 특히 최근의 무역은 저변확대에 따라서 B2B

* 건국대학교 대학원 국제무역학과 박사과정(주저자), e-Mail: zhoulk@konkuk.ac.kr

** 건국대학교 상경대학 국제무역학과 교수(교신저자), e-Mail: kspark40@konkuk.ac.kr

거래 외에 B2C와 C2C 거래가 빠르게 성장하고 있는 것이 특징이다.¹⁾

1992년 한·중 수교 이후, 양국은 경제적 차원의 교류뿐만 아니라 교육·문화적 차원의 교류도 활발하게 진행되어 왔다. 특히 교육부문에서 2015년까지 한국에 유학 중인 중국인 유학생(한국계 포함)은 57,391명에 달하여 전체 외국인 유학생의 절반 이상을 차지하고 있다.²⁾

그런데 이처럼 많은 중국인 유학생 가운데 공부를 하면서 부업으로 한국 상품을 중국으로 수출하는 학생이 적지 않다. 중국인 유학생들이 이런 거래에 나서게 된 데는 다음과 같은 이유들을 생각해 볼 수 있다.

첫째, 한류열풍 때문에 중국에서 한국 상품의 인기가 많다는 점이다. 조사결과에 따르면 한국 드라마를 시청할 때, 중국 시청자가 중요하게 생각하는 요소는 드라마 내용, 의상, 화장품, 주인공, 가방의 순인 것으로 나타났다³⁾. 최근 중국에서 인기가 높은 한국 드라마로 인해 중국에서 한국 화장품을 비롯한 한국 상품의 수요가 크게 증가하기도 했다.

둘째, 같은 제품이라도 한·중 간 가격 차이가 존재한다는 점이다. 생산자가 같더라도 서로 다른 국가에서 다른 가격 포지셔닝(positioning)을 취해 이윤을 극대화시키는 현상이 있다. 특히 중국 같은 개발도상국에서 가격을 높게 책정하여 더 많은 이윤을 추구하는 생산자에게 차익거래⁴⁾의 기회가 발생한다. 중국인 유학생은 한국에서 거주하고 중국어에 능통하다는 장점을 이용해서 이런 재정거래의 기회를 쉽게 이용할 수 있다.

셋째, 중국소비자는 본국에 존재하는 많은 위조품과 모조품으로 인해 중국 시장에서 유통되는 상품에 대해 불신임하는 경향이 있다.⁵⁾ 그러므로 중국에서 해외직구를 통해 보다 안전하고 품질이 좋은 상품을 구매하는 현상이 점점 많아지고 있다. 예를 들어, 호주의 분유, 미국의 전자상품, 한국의 화장품 등은 이미 중국인 해외직구의 주요대상이 됐다. 그러므로 한국에 있는 중국인 유학생이 이런 기회를 잡는 것이다.

1) Devaraj, Sarv, Ming Fan and Rajiv Kohli, "Antecedents of B2C channel satisfaction and preference: validationg e-commerce metrics", *Information systems research* 13(3), 2002, pp. 316~333.

2) 국립국제교육원이 2016년 발표한 "유학생유치 관련 사업 안내"에 숫자에 따른다.

3) 장수월·최문용, "한류드라마 시청 후 중국 소비자의 한국화장품 브랜드 인식변화 연구", 브랜드디자인학연구 제13권 제3호, 한국브랜드디자인학회, pp.139~148.

4) 차익거래(差益去來, Arbitrage)하고도 하며, 둘 이상의 시장에서 서로 다른 가격을 제시하여 가격의 차이로 수익을 내는 거래를 말한다.

5) 김구성, "한국과 중국 소비자의 위조품 태도와 만족과 불만족 요인 비교연구", 디지털융복합연구 제11권 제5호, 2013, pp.169~178; 김주호, "위조품 구매에 대한 한국과 중국의 소비문화 비교연구", 상품학연구 제29권 제6호, 한국상품학회, 2011, pp.133~148.

중요한 것은 중국인 유학생이 한국 상품을 중국으로 직판하는 것은 일정한 경제적 수익을 얻을 수 있는 동시에 다음과 같은 법적인 문제도 갖고 있다는 점이다. ① 한국 출입국관리법에 위배된다. ② 중국인 유학생의 행위는 대외무역법상 수출 행위⁶⁾에 해당되고 일종의 상행위이므로 한국 세법상의 문제가 있다. ③ 중국 입장에서 보더라도 상품을 해외에서 사들이는 일종의 수입에 해당되므로 중국의 관련 법에 문제가 있다.

본 연구는 이와 같은 중국인 유학생의 해외직판과 관련된 법적 문제를 연구한다. 중국인 유학생의 C2C거래 행위는 한국 입장에서 봤을 때 한국 상품의 수출을 증대시키는 것이기 때문에 모두 나쁘게 볼 필요는 없고, 경제적 측면에서 봤을 때 오히려 일정부분 장려할 수도 있다고 생각할 수도 있겠으나 기본 전제는 합법적인 행위이어야 한다는 것이다. 따라서 본 연구는 중국인 유학생의 C2C 해외직판 행위의 한국출입국관리법상의 문제와 중국 관련법상의 문제를 적시하고, 이런 해외직판이 건전하게 발전할 수 있는 방안을 제시하는데 목적이 있다.

본 연구는 법적인 문제를 밝히기 위한 것이기 때문에 연구방법은 주로 문헌연구 방식을 택했고, 더불어 현재 창업하여 활동하고 있는 중국인 유학생들의 실상을 심층 인터뷰를 통하여 분석하는 실증적인 방법을 병행하였다.

선행연구와 관련하여 지금까지 해외직판에 대하여 한상훈(2015)⁷⁾, 강상구·서현석(2015)⁸⁾, 장상식(2015)⁹⁾, 김종박(2016)¹⁰⁾, 오원석·이경화(2015)¹¹⁾ 등과 같은 다수의 연구들이 있다. 그러나 대부분의 연구는 주로 한국의 대형 인터넷 쇼핑몰이 주요 분석 대상으로서 B2C 거래에 대한 분석이다. 그리고 오원석·이경화(2015)¹²⁾는 중국의 해외직구 현상에 대해 연구하여 대부분의 연구는 거시적 시각으로 중국의 해외직구 현상을 분석했다. 반면에 본 연구는 외국인 유학생을 중심으로 전개되는 C2C거래에 대하여 연구한 실제적인 연구라는 점에서 의미를 지닌다.

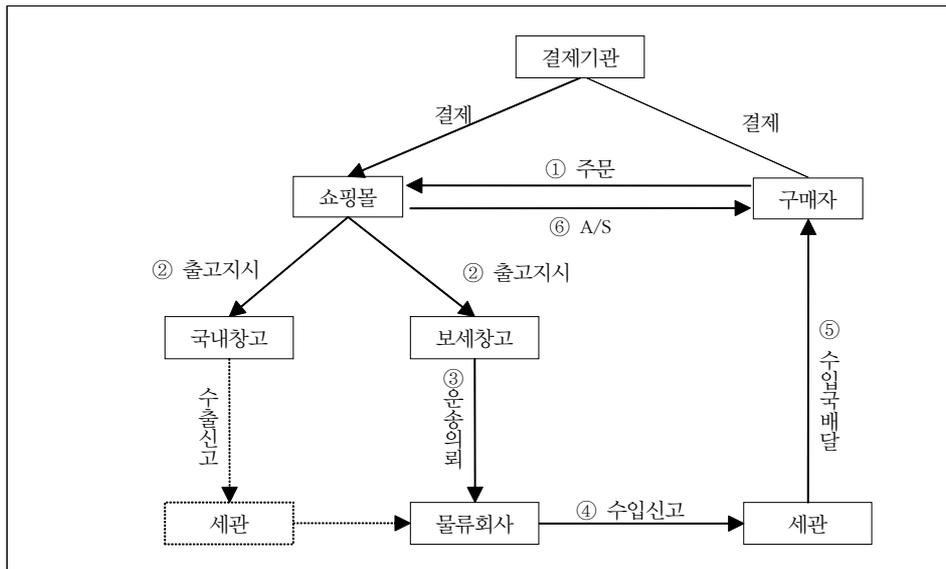
6) 대외무역법 시행령 제2조(정의): 수출이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다.
가. 매매, 교환, 임대차, 사용대차, 증여 등을 원인으로 국내에서 외국으로 물품이 이동하는 것.
7) 한상훈, “해외직접구매와 통관제도에 관한 연구”, 전자무역연구 제13권 제1호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015, pp. 1~23.
8) 강상구·서현석, “중국 해외직판 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전방안”, 전자무역연구 제13권 제2호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015, pp. 71~94.
9) 장상식, 새로운 수출길 B2C 해외직판 성공전략: 미국·일본·중국·인도네시아·베트남 5개국 소비자의 한국상품 평가, 한국무역협회 국제무역연구원, 2015.
10) 김종박, 인터넷 쇼핑몰, 해외직판으로 승부하라: 중소기업의 독립몰 해외진출 가이드, 행성 B웹사이트: 행성비, 2016.
11) 오원석·이경화, “중국의 해외구매대행 현황과 문제점에 관한 연구”, 무역상무연구 제65권, 한국무역상무학회, 2015, pp. 141~160.
12) 전개논문 재인용.

II. 해외직판과 관련된 B2C와 C2C거래의 의의

1. 전형적인 해외직판으로써 B2C 거래

해외직판이란 한 나라의 판매자가 국경을 넘어가서 해외 소비자에게 물건을 파는 것으로 역직구(逆直購)라고 부르기도 한다.¹³⁾ 상술하면, 한국의 판매자가 중간 수입업자를 거치지 않고 직접적으로 상품을 해외에 있는 최종소비자에게 매도하는 행위가 해외직판이다. 해외직판을 할 때 가장 큰 걸림돌은 소비자 구매 과정에서의 언어문제, 구매에 있어서의 결제문제, 그리고 구매 후 운송문제와 A/S문제로 요약될 수 있다. 이들 문제를 해결하기 위해서 엄청난 비용이 필요하므로 한국의 해외직판거래는 주로 대형 인터넷 쇼핑몰을 중심으로 전개되고 있는데, 동 해외직판의 거래절차는 다음 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 해외직판의 전형적 절차(B2C 거래)



* 자료: 저자 작성.

13) 오원석 · 박광서, 무역상무 제3권, 삼영사, 2015.

첫째, 쇼핑몰이 자사의 사이트를 통해 해외에 있는 모든 잠재적 구매자에게 쇼핑정보를 제공한다. 이렇게 제공된 쇼핑정보는 불확정 청약(*free offer*)¹⁴⁾으로 해석될 수 있다.

둘째, 구매자는 쇼핑몰이 제기한 쇼핑정보를 확인하고, 구매하고자 하는 상품이 있는 경우, 쇼핑몰 사이트를 통해 주문하고 *Paypal*이나 *Alipay* 같은 전자소액 결제 방식이나 신용카드로 결제한다. 이 때 구매자의 송금행위는 확정청약(*firm offer*)으로 해석할 수 있다.

셋째, 쇼핑몰이 구매자의 구매정보와 자사의 재고상태를 확인하고, 거래해도 된다고 판단할 때 창고에 출고지시를 내린다. 쇼핑몰의 출고지시는 구매자가 제시한 청약에 대한 승낙(*acceptance*)으로 볼 수 있다.¹⁵⁾ 무역계약의 불요식계약이라는 법적 성격과 청약과 승낙으로 계약관계가 이루어지는 계약 성립시점으로 쇼핑몰이 출고지시를 하는 때부터 양당사자 간의 법적 계약관계가 성립된다.¹⁶⁾

넷째, 출고지시는 두 가지 경우로 나뉘 볼 수 있다. 하나는 해외 직판을 전문적으로 영업하는 경우로서 쇼핑몰의 창고가 보세창고인 경우에는 보세창고에 있는 상품을 국제물류회사에 인도하면 된다. 다른 하나는 국내 판매를 병행하는 쇼핑몰인 경우인데, 이 경우에는 상품을 수출통관을 거친 후에 국제물류회사에게 인도한다. B2C 해외직판은 대부분 최종소비자를 대상으로 한 소량판매이기 때문에 국제물류회사를 통해 우편물통관으로 신고하는 경우가 많다.

다섯째, 상품이 구매자 국가에 도착한 후에 국제물류회사가 일단 화물을 세관에 신고한다. 세관의 판단에 따라 별도의 절차 없이 통관절차를 면제하거나, 일정한 절차를 거쳐 간이통관을 하게 된다. 여기에서 일반적인 B2B 거래와 다른 점이 있음에 유의할 필요가 있다. 일반적 B2B 거래는 *Incoterms*[®] 조건에 따라 수출업자 혹은 수입업자가 수출입통관을 하는데, 중국세관은 해외직구¹⁷⁾ 상품에 대해서는 우편물통관을 실시한다. 일반적으로 국제물류회사가 수입통관을 대행하는데, 관세납부가 필요한 경우 최종구매자가 관세를 납부한 후 통관이 가능하기 때문에 변형적

14) 쇼핑몰 사이트의 쇼핑정보는 불특정 잠재 고객에게 제공되는 것이기 때문에 청약으로 볼 수 없고, 또한 정확한 재고상태가 반영되지 않는 경우가 있기 때문에 쇼핑몰에게 확정청약(*firm offer*)을 강요할 수 없다.

15) 만약 시장상황이 변하고 쇼핑몰이 더 높은 가격으로 호가할 때 있을 때 이론적으로 볼 때 쇼핑몰이 거래를 거절할 수 있는데 자사의 상업적 신용을 위해서 이런 행동을 취하지 않는 것이 보통이다.

16) CISG에 의해서 매수인이 최종소비자인 경우 그 계약관계에 대한 해석은 CISG가 적용될 수 없다. 그러므로 이런 계약관계에 대한 해석은 국내법에 의할 수밖에 없다. 현실적으로 봤을 때 해외직판 거래는 판매자 국가의 법을 준거법으로 하는 경우가 일반적이다.

17) 해외직판은 중국 입장에서 볼 때에는 해외직구에 해당된다.

DDU¹⁸⁾거래로 이해될 수 있다.

다섯째, 통관된 상품은 국내운송을 통해 구매자에게 인도된다. 이 단계는 국내에서 이루어지는 홈쇼핑과 다른 바가 없다.

여섯째, 만약 인도를 받는 상품에 결함이 있거나 품질상의 문제가 있으면 쇼핑몰이 구매자에게 A/S를 제공한다.

2. 중국인 유학생이 실행하는 해외직판으로써 C2C 거래

중국인 유학생이 한국에서 행하는 해외직판도 개념적으로는 동일하지만 위에서 설명한 대형 인터넷쇼핑몰을 중심으로 전개되는 해외직판과는 다른 점이 있다.

<그림 2>에서 보는 바와 같이 중국인 유학생이 행하고 있는 C2C 해외직판은 <그림 1>에서 나타난 B2C 해외직판에 비해서 간단하며 몇 가지 차이점이 있다.

첫째, 중국인 유학생은 대형 인터넷쇼핑몰처럼 쇼핑사이트를 운영할 수 없기 때문에 주로 SNS와 지인을 통해 판매 유통 네트워크를 확대시키고 있다. 즉, 중국내 구매자가 SNS를 통해 자기가 원하는 상품을 유학생에게 주문하는 방식이다. 이것을 무역계역 이론에 따르면 이런 주문은 법적 구속력이 없는 주문 의향서(LOI; letter of intent)에 해당된다.

둘째, 주문을 받은 유학생은 주문된 상품이 있는지를 확인하고, 상품이 없을 때에는 한국에서 주문이 가능한 지를 확인한다. 그런 다음 가격을 구매자에게 제시한다. 이것은 확정청약(firm offer)으로 볼 수 있다.

셋째, 유학생이 제시한 가격에 이의가 없는 경우 구매자는 유학생이 지정한 계좌에 입금한다. 여기서의 입금방식은 상술한 B2C 입금방식과 다르다. 즉, B2C 거래의 입금은 결제시스템을 통한 개인 대 회사의 입금인 반면, C2C 거래의 입금은 개인 대 개인의 입금이다. 이런 입금은 청약에 대한 ‘의사실현에 의한 승낙’으로 볼 수 있다.

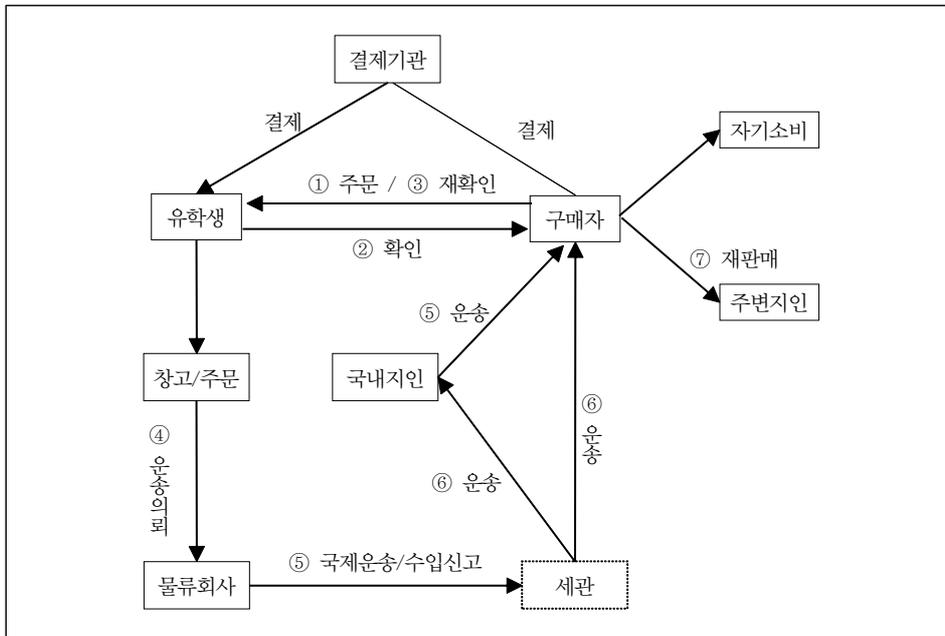
넷째, 청약과 승낙에 의해 구매자와 유학생 간에 계약관계가 성립된 다음의 절차는 두 가지 경로로 나뉠 수 있다. 하나는 유학생이 자신의 창고에 해당 상품을 갖고 있는 경우로서 물류회사에 국제운송을 의뢰하면 된다. 다른 하나는 유학생이 자신의 창고에 해당 상품을 갖고 있지 않은 경우인데, 이때에는 해당 상품을 주문하고 물류회사에 국제운송을 의뢰한다. 여기서도 수출통관문제가 있는데, 거의

18) DDU는 Delivered Duty Unpaid(관세미필인도조건)을 의미하는 것으로 Incoterms 2000에 규정되어 있었으나 Incoterms 2010에서는 폐지되었다.

100% 개인용품 명의로 우편물통관 절차를 통해 신고한다.

다섯째, 거래의 다음 단계는 국제운송이다. 이 과정에 B2C 거래와 차이점이 존재한다. 우선, 운송경로상의 차이점이다. C2C 거래는 2가지의 경우의 운송경로를 가진다. 하나는 중국인 유학생이 직접 상품을 구매자에게 전달하는 경우이다. 이 경우엔 운송장상의 수하인은 구매자이며, 컨테이너 운송의 CY/CY 방식과 비슷한 성격을 갖는다. 다른 하나는 중국인 유학생이 일단 상품을 중국에 있는 자신의 지인에게 전달하고, 지인이 다시 중국 내 택배회사를 통해 여러 명의 구매자에게 전달하는 경우이다. 이 경우에는 국제운송장의 수하인이 중국인 유학생의 지인이고, 주로 최종구매자가 여러 명이 있을 때 사용되며, 컨테이너 운송의 CY/CFS 방식과 유사하다. B2C 거래는 CY/CFS 거래는 거의 없다.

<그림 2> 중국인 유학생 해외직판의 절차(C2C 거래)



* 자료: 저자 작성.

또 다른 차이점은 수입통관에서의 차이점이다. 즉, C2C 거래의 수입통관신고는 관세를 회피하거나 법적으로 통관이 안 되는 상품을 반입하기 위해 허위신고나 부실신고가 존재한다. B2C 거래는 운송장을 대형 인터넷쇼핑몰이 작성한 것이기 때문에 허위신고의 가능성이 없지만 C2C 거래는 허위신고의 현상이 많다.

여섯째, 구매자가 최종소비자인 경우에는 위 단계에서 거래가 종료되지만, C2C 거래의 경우 구매자가 상품을 재판매하는 경우도 많다. 왜냐하면 B2C 거래는 자체의 쇼핑몰 사이트를 통해 마케팅활동을 진행할 수 있는 반면, C2C 거래는 지인을 통해 유통네트워크를 구축하는 경우가 대부분이기 때문에 상품이 최종소비자에 전달되기 전에 몇 차례 거래가 이루어진다. 이로 인해 A/S가 더욱 어려워지는 상황이 발생한다. 구매자가 재판매의 목적으로 상품을 구입하는 경우, 상품이 최종소비자에게 전달될 때까지 몇 차례 판매를 거치게 되어 A/S가 사실상 불가능해지는 것이다.

지금까지 B2C 해외직판과 중국인 유학생들이 하는 C2C 해외직판의 실태를 살펴보았는데, 이들 간의 차이점은 <표 1>과 같이 요약될 수 있는데, 이러한 차이점이 바로 중국인 유학생이 해외직판을 창업할 때의 법적 문제의 원인이 된다.

<표 1> B2C와 C2C 해외직판의 차이점

	B2C(인터넷 쇼핑몰)	C2C(중국인 유학생)
사업형태	공식적으로 등록된 법인	개인
쇼핑정보	쇼핑몰사이트	SNS 또는 지인 네트워크
결 제	개인 대 회사	개인 대 개인
통관신고	사실대로 세관에 신고	허위 및 부실신고 가능성
운송경로	최종구매자를 향한 운송	중간 지인을 통한 우회운송 존재
구매목적	대부분 자기소비	재판매 목적 있음
사후관리	A/S 철저	A/S 없음

* 자료: 저자 정리.

III. 중국인 유학생의 C2C 창업의 법적 문제

한국에서 유학 중인 중국인 유학생들이 한국어에 능통하고, 손쉽게 한국산 상품에 접근할 수 있는 우위를 이용해서 C2C 해외직판 창업을 하는 경우가 많은데, 이들은 창업하면서 한국과 중국의 법과 제도 아래에서 다음과 같은 문제에 직면할 수 있다. 본 연구는 중국인 유학생을 중심으로 분석하는 것이기 때문에 외국인으로서 직면하는 문제를 중심으로 분석한다.

1. 중국인 유학생의 C2C거래의 한국법상 문제

중국인 유학생이 한국에서 유학하면서 창업할 때 보통 두 가지 법적 문제에 직면하게 된다. 하나는 외국인 유학생 신분으로서 직면하는 문제이고, 다른 하나는 한국인이나 한국회사와 마찬가지로 직면하는 사법상의 문제이다.

중국인 유학생 대부분이 D-2 체류자격(유학비자)을 갖고 한국에 체류하고 있다. 출입국관리법시행령 제12조 및 [별표 1]에 의해 D-2 체류자격은 “전문대학 이상의 교육기관 또는 학술연구기관에서 정규과정의 교육을 받거나 특정 연구를 하려는 사람”에게 부여되는 것이다. 간단히 말해 D-2 체류자격을 갖는 외국인은 단지 교육을 받기만 할 수 있다는 것이다.

결론적으로 D-2 체류자격을 갖는 중국인 유학생은 한국에서 아무런 절차를 취하지 않는 상태에서는 창업을 할 수 없다. 그리고 출입국관리법시행령 제25조에 의하면 외국인이 자신의 체류자격 외의 활동을 하려고 할 때 해당 출입국관리사무소장에게 신고하고 허가를 얻어야 한다. 뿐만 아니라 중국인을 비롯한 외국인 유학생이 할 수 있는 활동은 법무부 출입국·외국인정책본부가 발표한 「외국인체류 안내 매뉴얼」(2016년 개정판)에서 한정돼 있는데, 이에 따르면 D-2 체류자격을 갖는 유학생으로서 신고하고 종사할 수 있는 활동은 단지 ‘시간제 취업’뿐이다. 즉, C2C 해외직판은 이에 해당되지 않는다.

중국인 유학생을 비롯한 모든 유학생들은 D-2 체류자격을 신청할 때 각 대학에서 수령한 표준입학허가서를 해당 정부기관에 제출한다. 표준입학허가서의 학생본인 서명란에 “본인은 상기 학교에서 OO과정의 이수 목적만을 위해 한국에 입국하여 일시 체류하고자 함을 확인합니다.”라는 문구가 있다. 표준입학허가서는 유학비자를 신청할 때 출입국관리사무소에 제출해야 하는 문서로서 법적 효력을 갖는다. 학생본인 서명란에 들어가는 문구는 학생의 개인 성명(聲明)¹⁹⁾으로 볼 수 있고, 이런 성명을 한 후 C2C 거래는 당연히 합법적인 활동으로 볼 수 없고, 일종의 ‘지하경제(underground economy)’가 된다. 언론²⁰⁾에 비취진 실상을 들여다보면 중국인 유학생들이 자신의 이윤을 극대화하기 위해 출국하지 않는 상태에서 면세점을 통해 한국 상품을 대량구매한 후 중국에 수출하고 있다는 사례도 있다. 이런 불법적 상행위는 정상적인 시장의 질서를 교란시킬 수밖에 없다.

또한 우체국규칙에 걸리는 문제가 하나 더 있다. 중국인 유학생이 중국으로 해

19) 성명(聲明): 어떤 일에 대한 자기의 입장이나 견해 또는 방침 따위를 공개적으로 발표하는 것 또는 그 입장이나 견해를 말한다.

20) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3236607&ref=A> (2016-3-20 검색)

외직관 거래를 할 때 주로 EMS를 사용한다. 우체국규칙 가운데 중국행 우편물 발송 주요 안내사항을 보면 “화장품, 기계부품, 인쇄물 등은 관세 대상, 제품 부자재 등은 세관에 계류됨” 또는 “전자제품(핸드폰, 카메라, 노트북 등)은 세관에서 수입 제한 및 중과세 대상임”²¹⁾이라는 문구가 있다. 그러나 핸드폰이나 화장품은 현재 중국인 유학생들이 주로 거래하고 있는 상품이므로 이에 걸리지 않도록 중국인 유학생들은 상품을 발송할 때 운송장에 내용물에 대해 허위로 기재하는 경우가 많다. 물론 우체국 측에서 이를 엄밀하게 검사하지 않는 것도 사실이지만 이 문제는 본 연구의 주제에서 벗어나기 때문에 더 이상 논의하지 않기로 한다.

2. 중국인 유학생의 C2C거래의 중국법상 문제

중국인 유학생의 C2C 해외직관 행위는 중국법상으로도 세 가지 문제에 저촉된다. <그림 2>를 가지고 설명하면 첫째, 국제운송/수입신고를 할 때(그림 ⑤) 관세법²²⁾에서 걸리는 문제, 둘째, 상품을 재판매하는 경우(그림 ⑦) 상법과 안전관리법규에서 걸리는 문제, 셋째, 소비자보호 관련 법규에서 걸리는 문제 등이다.

1) 관세법상 문제

중국인 유학생이 해외직관으로 중국으로 보내는 물품은 구매자가 자신이 소비하기 위해 상품을 구매하는 경우와 재판매의 목적으로 상품을 구매하는 경우 등 두 가지 경우로 구분되며, 각각 관세법상의 법적 문제가 서로 다르다.

첫째, 구매자가 자신이 소비하기 위해 상품을 구매하는 경우에는 「進出口關稅條例」 제57조²³⁾에 의해 관세가 부과되지 않는다. 그러나 실제로 봤을 때 같은 구매자가 단기간 내에 여러 번 해외직관 물품을 구매하는 경우, 세관은 구매자가 재판매의 가능성이 크다고 판단해서 개인용품이 아니라 상업용품으로 간주하고 관세를 부과하는 경우가 있다.²⁴⁾ 그러므로 구매자가 이 문제에 걸리지 않도록 중국인 유학생들에게 EMS운송장을 작성할 때 허위 작성을 요청하는 현상이 있다. 예를 들어, 같은 A구매자가 구매하는 물품임에도 한 번은 A를 수하인으로 작성하

21) <http://ems.epost.go.kr/front.EmsApplyGoCondition.postal> (2016-3-23 검색)

22) 중국은 한국의 관세법 같은 통일된 법이 없다. 따라서 중국에서 관세법은 「海關法」, 「海關進出口稅則」, 「進出口關稅條例」, 「進境物品進口稅稅率表」, 「海關入境旅客行李物品和個人郵遞物品關於徵收進口稅辦法」, 「海關行政處罰實施條例」 등 일련의 법규들을 통칭한다.

23) 「進出口關稅條例」 第56條: 海關總署規定數額以內的個人自用進境物品, 免徵進口稅. (세관이 규정하는 수량 이내의 개인용 물품에 대해서 관세가 부과되지 않는다.)

24) 中國郵政, 海淘與EMS維權, 2015.

고, 다른 한 번은 B를 수하인으로 작성하는 방법을 많이 사용한다.²⁵⁾ 그러나 「海關法」 제46조²⁶⁾, 제47조²⁷⁾에 의하면 구매자는 물품, 가격, 수량은 물론이고 수하인 정보 등을 진실대로 신고하도록 되어 있다.

결과적으로 중국인 유학생이 자기소비의 목적으로 상품을 구매하는 중국인에게 해외직판 행위는 합법적 거래이라 할 수 있다. 단 여기서도 운송장을 허위로 작성하는 것은 문제이다. 결국 자기소비 목적으로 소량의 물품을 해외에서 구입하는 행위는 단지 통관할 때의 문제만 있고, 만약 합법적으로 통관시킨 것이라면 관세법상은 물론이고, 다른 중국법상에도 아무 문제가 없게 된다.²⁸⁾

둘째, 현재 중국인 유학생이 하는 해외직판의 대부분은 구매자가 재판매 목적으로 상품을 구매하는 경우이다. 이런 거래는 중국의 관세법상 많은 문제가 있다. 박승락(1996)²⁹⁾, 손상기·권순기(2004)³⁰⁾에 의하면 이런 거래를 통해 중국으로 들어온 해외직판 상품은 일종의 병행수입상품이다. 병행수입 상품의 가장 큰 경쟁력은 가격경쟁력이다. 그러므로 중국인 유학생들은 가격경쟁력을 유지하기 위해 수입관세, 중국내 부가세 등을 회피하기 위해 일부 불법적 수단을 사용하는 것이 일반적이다. 이 과정에서 다음과 같이 두 가지의 관세법 저촉문제가 발생한다.

우선, 관세를 피하기 위해 물품명세를 허위로 신고하는 문제이다. 현재 중국인 유학생들이 주로 직판하는 상품과 관세율을 다음 <표 2>와 같다. 중국인 유학생이 가장 많이 취급하는 상품은 화장품이다. 행우세율표(行郵稅率表)를 보면 화장품 세율이 제일 높기 때문에 이를 회피하기 위해 운송장의 허위작성이 이루어지고 있다. 실제로化妆품을 발송함에도 불구하고 단순히 선물로 작성하여 발송하는 식이다.

다음으로 용도를 허위로 작성하는 문제이다. 중국세관은 개인용품에 대해 관세를 부과하지 않고, 합리적 개인용도의 수량을 초과하더라도 행우세만 납부하면 되는데, 재판매의 물품인 경우 이렇게 쉽게 해결될 수 있는 문제가 아니다.

행우세(行郵稅)³¹⁾의 정의는 「進出口關稅條例」에 의하면 ‘중국에 입국하는 자의

25) 한국에서 해외직구상품 수입 통관할 때 구매자의 주민등록번호가 요구된다. 이와 달리 중국 세관은 구매자의 개인정보를 요구하지 않기 때문에 운송장을 허위작성의 공간이 노출된다.

26) 「海關法」 第46條: 個人携帶進出口的行李物品、郵寄進出境的物品, 應當以自用、合理數量爲限, 并接受海關監管. (개인용도의 휴대 혹은 우편으로 수출입하는 물품은 합리적 수량이어야 하며, 세관의 감시와 관리를 받아야 한다.)

27) 同法 第47條: 進出口物品的所有人應當向海關如實申報, 并接受海關檢驗. (수출입물품의 소유자는 세관에게 실질대로 신고해야 하며, 세관의 검사를 받아야 한다.)

28) 褚非菘, “海外代購的法律問題分析”, 商場現代化 第7期, 中商科學技術信息研究所, 2015, p.43.

29) 박승락, “병행수입과 경쟁정책”, 무역학회지 제21권 제2호, 한국무역학회, 1996, pp.225~249.

30) 손상기·권순기, “Globalization에 따른 Gray Market의 효율적 시장관리 전략에 관한 국제 비교 연구”, 무역학회지 제29권 제2호, 한국무역학회, 2004, pp.99~126.

31) 중국어로 말할 때 여객 수하물은 “行李”라고 하기 때문에 “행리”와 개인우편물을 대상으로

수하물, 그리고 우편으로 중국에 반입되려는 개인우편물을 대상으로 징수하는 세 금'이다. 여기서 유의해야 할 것은 행우세의 과세대상이 개인 우편물이라는 점이다. 즉, 재판매목적으로 반입되는 상품은 행우세의 과세대상이 아니므로 재판매목 적으로 반입되는 물품이라면 개인용품이 아니라 상품으로 수입신고를 해야 합법 적으로 반입할 수 있다. 그러나 상품으로 수입신고하면 더 높은 관세율이 적용되기 때문에 허위신고를 하는 것이 대부분이다.

<표 2> 중국인 유학생들의 주요 직판 상품의 행우세율

품목 ¹⁾	세부내용	세율
복 장 류	상의, 하의, 내의, 와이셔츠, 기타복장	20%
액세서리류	모자, 목도리, 넥타이, 벨트, 장갑, 기타액세서리	20%
가 방 류	핸드백, 백팩, 지갑, 여행가방	10%
전자제품류	핸드폰 ²⁾ , 디지털카메라, 전기청소기 등	10%~20%
화 장 품	어린이용, 목용용, 인체 세정용, 눈 화장용, 방향용, 염모용, 색조화장용, 두발용, 손발톱용, 면도용, 기초화장용 등	50%

* 자료: 中國郵政 행우세율표를 저자가 일부가공

- 1) 직관적으로 세율을 확인하기 위해 품목은 HS code 기준으로 분류되지 않았음
- 2) 세율표상의 핸드폰에는 스마트폰이 포함되어 있지 않음

2) 상법 및 상품관리법상 문제

수입통관의 모든 과정이 합법적 절차에 따라 처리된다면 C2C거래가 발생할 수 있을까?라는 근본적인 문제가 제기될 수 있다. 결론부터 말하면 현재의 C2C거래는 법적 통관절차를 거쳐서 온전한 합법적으로 진행될 수 있는 거래가 아니다. 이유는 중국내 판매자의 성격과 상품의 특성으로 구분하여 설명할 수 있다.

첫째, 중국내 판매자의 성격 문제이다. 중국내 판매자는 해외직판의 구매자이기 때문에 그들이 없으면 해외직판거래가 이루어질 수 없다. 그러므로 그들이 직면하는 법적 문제도 중요하다. 중국법률에 의할 때, 중국내 판매자의 판매형태에 따라 직면하는 법적 문제도 다르다.

① 오프라인으로 판매하는 형태이다. 이런 형태로 상품을 판매할 때 「民法通則」 제29조³²⁾, 「個體工商戶條例」 제2조³³⁾에 의하면 판매자가 해당 행정기관에 등록을

징수하는 수입세는 행우세라고 한다.

32) 「民法通則」 제29조: 個體工商戶的債務, 個人經營的, 以個人財產承擔; 家庭經營的, 以家庭財產承擔.(개체공상호의 채무는 개인경영인 경우, 개인의 자산으로 부담하고, 가계경영인 경

해야 하고, 경영활동에 대해서 무한책임을 져야 한다. 만약, 등록하지 않거나 경영활동 중 탈세 등 불법적 행위가 있을 때 처벌을 받는다.

② 온라인으로 판매하는 형태이다. 전형적인 C2C 전자상거래 판매형태이다. 중국법규에서 이를 관리하는 규칙이 없기 때문에 법률의 사각지대라고 할 수 있다. 언론보도³⁴⁾에 의하면 정부는 전자상거래 관련 법규를 준비하고 있으나, C2C거래에 대해 정부가 어떤 태도를 취할 것인지 아직은 불명확하다.

둘째, 상품의 특성문제이다. 해외직구 상품은 병행수입상품으로 볼 수 있다. 중국에는 병행수입상품에 대한 법률이 아직 없기 때문에 판례를 통해 다음과 같은 요건을 충족시켜야 함을 알 수 있다.³⁵⁾

① 해외직구 상품은 정품이어야 한다. 중국인 유학생이 판매하고 있는 상품은 대부분이 면세점이나 생산 공장에서 나온 것이기 때문에 이는 문제가 없다.

② 병행수입 상품은 공식적 통관절차를 거쳐야 한다. 해외직구는 공식적 통관절차를 거치지 않고 있기 때문에 불법적이나, 중국 상법과 상품관리법상의 문제가 아니므로 본 논문에서는 자세히 다루지 않기로 한다.

③ 해외직판 상품의 품질은 중국 내에서 공식적으로 판매하고 있는 상품과 품질이 같아야 한다. 중국인 유학생이 판매하고 있는 상품은 거의 한국의 다국적기업의 상품이고, 이들 기업들은 글로벌표준화의 전략을 사용하는 경우가 대부분이므로 상품품질이 같다고 볼 수 있다.

④ 해외직판으로 들어오는 상품은 재판매되기 전에 필요한 인증을 받아야 한다. 예를 들어, 화장품 같은 경우에는 QS인증을 받아야 되고, 전자상품 같은 경우에는 3C인증을 받아야 된다. 개인이 소비하는 목적으로 구매할 때 큰 문제가 없으나, 재판매의 목적으로 구매된 상품은 반드시 이런 인증마크를 취득해야 하므로 이 부분이 문제점으로 제기된다.

3) 소비자보호 법규 관련 문제

C2C 해외직판과 B2C 해외직판의 차이점 중 하나는 A/S가 제공되는지 여부이다. 실제적으로 B2C이든 C2C이든 병행수입 상품에 대하여 A/S제공이 안 되는 것은 일

우, 가계의 자산으로 부담한다.)

33) 「個體工商戶條例」 제2조: 有經營能力的公民, 依照本條例規定經行政管理部門登記, 從事工商業經營的, 爲個體工商戶.(경영능력이 있는 공민이 본 조례에 의해서 행정기관에 등록하고, 경영활동을 종사하는 자는 개체공상호가 된다.)

34) 廣州日報, 「電商徵稅 C2C模式引發爭議」, 2015-05-24.

35) 주령커·박광서, “중국 병행수입제도의 법적 문제에 관한 연구: 중국 판례를 중심으로”, 무역학회지 제41권 제1호, 한국무역학회, 2016, pp. 21~39.

반적인데, B2C인 경우에는 판매자가 대기업이므로 대부분이 구매자에게 따로 A/S를 제공하는 반면, C2C는 거의 불가능하다.

「消費者權益保護法」 제24조³⁶⁾에 의하면 중국내의 모든 경영자는 자사가 판매하는 제품에 대해 자발적으로 A/S를 제공할 의무가 없으나, 만약 소비자가 이를 요구할 때 반드시 제공해야 한다. B2C 거래인 경우에는 거래는 “point to point”이므로 물론 국내거래에 비해 A/S청구가 더 어려울 수도 있지만 불가능한 것이 아니다. 그러나 C2C 상품에 대해 A/S를 제공할 수 있는 자는 한국에 있는 최초의 상품공급자뿐이다. 최종소비자에게 상품이 전달됐을 때까지 이미 몇 차례 거래됐으니 다시 최초의 공급자까지 전달되고 A/S를 요청하는 것은 이미 불가능하거나 가능하더라도 매우 많은 시간과 비용이 투입돼야 하기 때문에 A/S가 실제로 불가능해진다. 결과적으로 C2C 거래는 「消費者權益保護法」상의 모든 요구에 충족하지 못한다. 물론 대부분 구매자는 상품을 구매하기 전에 이미 A/S가 없음을 알고, 이를 바라지도 않음은 일반적이다.

IV. 해외직관 법적문제의 해결방안

한국입장에서 중국인 유학생의 C2C 거래는 전체 무역량 가운데 큰 비중을 차지하는 못하지만³⁷⁾ 앞으로의 성장가능성이 크고, 저성장시대 수출확대의 한 방편으로 주목할 필요가 있다. 특히 최근 한류열풍으로 힘입어 C2C 거래를 통해 일부 중소기업에도 중국시장에 진출할 기회가 넓어지고 있다.

중국입장에서 C2C 거래로 인해 외화가 해외로 유출되지만 중국 소비자의 후생증진에도 도움이 되고, 중국의 위·모조품 문제해결의 계기가 될 수 있기 때문에 장기적으로 중국이 C2C 거래에 대해 개방적 태도를 취할 필요가 있다.

그러나 현행의 양국의 법률은 C2C 거래의 건전한 발전에 힘을 줄 수 없다는 문제점 때문에 본장에서는 C2C 거래의 합법화를 위한 법적문제의 해결방안과 시사점을 제시하고자 한다.

36) 「消費者權益保護法」 제24조: 經營者提供的商品或者服務不符合質量要求的, 消費者可以依照國家規定、當事人約定退貨, 或者要求經營者履行更換、修理等義務.(경영자가 제공하는 상품 및 서비스는 품질조건에 부합하지 않을 때 소비자가 국가규정에 의거하여 환불, 수리 등을 요구할 수 있다.)

37) C2C 거래를 통한 수출은 아직 비공식적으로 진행되고 있기 때문에 정확한 수출규모가 파악되지 못하나 한국 전체의 수출규모에 비해서 차지하는 비중이 크지 않다는 것은 분명하다.

1. 한국의 법적문제 해결방안

한국 측에서는 C2C 거래의 건전하고 지속적인 발전을 위해 다음과 같은 세 가지 노력을 기울일 필요가 있다.

첫째, C2C 거래를 비롯한 모든 거래의 발전을 위해 정책적 지원이 필요하다. 그러나 정책지원을 받는 전제조건은 거래 자체가 합법적이어야 한다. 현재 C2C 거래는 주로 유학생들이 하고 있으나 출입국관리법상 유학생들은 이런 거래를 할 자격이 없음이 문제이다. 유학생들은 합법적인 경영자 신분을 취득하지 못한다면 거래는 어쩔 수 없이 지하경제가 된다. 그러므로 C2C 거래의 건강한 발전은 유학생을 관리하는 출입국관리법의 수정이 요구된다. 최근에 법무부도 외국인 창업이 한국 무역에 대한 좋은 점을 인식하고 지원정책을 모색하고 있는데³⁸⁾, 이런 지원정책의 수혜대상자는 아직도 유학생을 배제하고 있다는 한계점이 있다.

둘째, 유학생에게 합법적 거래지위를 부여한 후 산학협력이 필요하다. C2C 거래는 무역거래의 새로운 형태이지만 이에 대한 교육이 부족하다. 특히 무역거래의 절차는 사실상 이미 정형화됐기 때문에 사업자 입장에서 봤을 때 제일 중요한 것은 유통 네트워크의 구축인 무역마케팅이 필요하다. C2C 거래는 전통 무역거래에 비해 자금력이 부족하기 때문에 대규모 홍보가 불가능함으로 개개인의 네트워크로 상품 유통네트워크가 형성된다는 것이 있다. 이로 인해 유통네트워크의 확대가 제한적이라는 것이 단점이라 할 수 있다. 이런 단점을 보완하기 위해 유학생을 대상으로 하는 교육과정이 필요하다. 특히 한국 입장에서 봤을 때 C2C 거래는 대기업보다 중소기업 상품이 더 유리하다. 그러므로 유학생과 중소기업 간 연결채널의 구축이 필요하다. 마지막으로 C2C 거래 상품의 운송은 거래의 원활함에 매우 중요하기 때문에 우체국과 한국 내의 물류회사 등 C2C 거래의 운송서비스 상품의 개발이 필요하다.

셋째, C2C 거래의 건강한 발전을 위한 다음과 같은 세 가지의 관리도 필요하다.

- ① C2C거래 상품은 위·모조품이 없어야 한다. 물론 현재 C2C 거래에 위·모조품인 경우가 많지 않은데, C2C 거래의 특성은 개인 간의 믿음을 바탕으로 이루어진 거래이기 때문에 위·모조품이 있으면 이 산업에 큰 타격을 줄 수 있다.
- ② C2C 거래의 물류서비스 지원이 제공되는 동시에 운송장 허위작성 등 부정행위를 차단하기 위해 상품발송 시 물품검사가 필요하다.
- ③ C2C 거래를 행하는 주체가 유학생이기 때문에 C2C 거래로 인해 초래되는 대학교육의 질에 대한 타격을 무시하면

38) 법무부 출입국·외국인정책본부, 「무역전문교육」 과정 운영기준, 2016.

안 된다. 이 문제를 해결하기 위해 현행 외국인 유학생의 시간제 취업제도와 비슷하게 수출 금액제한 등을 고려해 볼 수 있다.

2. 중국의 법적문제 해결방안

중국 측에서는 C2C 거래는 수입에 해당하므로 한국 입장과 달리 장려하기보다는 다음과 같은 세 가지의 관리하는 노력을 기울일 필요가 있다.

첫째, 밀수행위를 엄격히 금지해야 한다. 세금을 피하기 위해 허위로 신고하는 행위는 밀수이다. 밀수는 나라의 세금수입을 박탈할 뿐만 아니라 정상적 시장 질서를 교란시키기 때문에 나라의 세금수입을 지키거나 정상적 시장 참여자를 보호하기 위해서 밀수행위는 반드시 차단해야 된다. 2016년 3월에 中國財務部, 海關總署, 國家稅務總局은 해외직구에 관한 규칙을 발표했고, 새로운 해외직구에 관한 규칙³⁹⁾을 4월 8일부터 실시하게 됐다. 이 규칙을 실시하기 위해 중국세관이 해외직구 상품에 대한 검사를 더 엄격하게 실시하기 때문에 밀수행위는 어느 정도 억제될 수 있다.

둘째, C2C 거래 상품에 대해 A/S가 제공되지 못하는 것은 일반적이지만, 이것은 「消費者權益保護法」 제24조과 어긋난 부분이 있다. 만약 구매자가 A/S청구를 제기한다면 판매자가 이를 대응하지 못해 소송을 당할 수 있다. C2C 거래의 현실 속에 「消費者權益保護法」에 따르면 판매자가 오히려 약자가 된다. 그러므로 C2C 거래를 위해 「消費者權益保護法」의 개정이 요구된다.

셋째, 만약 「消費者權益保護法」이 C2C 거래를 위해 개정이 된다면 소비자의 권익을 어떻게 보호하는지는 문제가 될 수 있다. 일부 인체 피해를 일으킬 수 있는 상품사고가 발생하면 소비자와 판매자 모두가 피해자가 된다. 이런 사고를 피하기 위해 재판매의 목적으로 하는 C2C 거래에 대해 포지티브 리스트(positive list)관리가 필요하다. 이는 병행수입제품의 관리방법을 참조할 수 있다. 예를 들어, 특정한 검사를 받아야 하는 상품(전자상품, 의약품 등)을 C2C 거래의 대상 중에서 제외해야 한다.⁴⁰⁾ 왜냐하면 이들 상품은 중국에서 유통하기 전에 검사를 받아 인증마크를 취득해야 하기 때문이다.⁴¹⁾

39) 새로운 해외직구 규칙에 의해 거래당 2,000위안을 초과하거나 1년 간 거래액 20,000위안을 초과하면 관세가 부과되고, 초과분에 대해 일반무역방식(B2B 거래로 간주)으로 세금이 계산된다.

40) 이들 상품의 거래는 C2C 거래에서 금지돼야 하지만 B2C 거래에서 허용될 수 있다. 왜냐하면 C2C의 거래주체는 개인이므로 무한책임을 지더라도 여력이 부족할 수 있는 반면, 거래주체가 법인인 경우 책임을 묻기 쉽기 때문이다.

41) 주령커·박광서(2016) 전개논문 재인용.

3. C2C 거래 주체(중국 유학생)에 대한 시사점

C2C 거래의 발전을 위해 양국 정부의 노력 못지않게 거래를 행하는 주체인 유학생들도 다음과 같은 인식변화 및 노력이 요구된다.

첫째, 중국내에서 재판매하는 목적으로 상품을 구입하는 구매자는 중국 상법에 의한 개체공상호(個體工商戶) 등록이 필요하다. “유학생-구매자(개체공상호)-최종 소비자”의 거래형태는 단순히 C2C 거래라고 하기보다는 C2B2C⁴²⁾라고 하는 것은 더 정확한 표현이다. 물론 현재까지 중국의 행정관리기관이 해외직구를 관리할 때 소비의 목적인지 재판매의 목적인지에 대해 엄밀하게 구별하지 못하는 것도 사실이지만 보다 안정적 거래를 위해 등록절차는 필요하다.

둘째, C2C 거래의 건전한 발전을 위해 한국 측의 수출검사, 중국측의 수입검사가 엄격하게 시행되어야 된다. 아울러 거래를 행하는 중국인 유학생이나 중국내의 구매자에게도 성실한 신고가 요구된다.

셋째, 앞에서 제시한 바와 같이 B2C 해외직판은 판매자가 일정한 A/S를 구매자에게 제공하고 있는 반면, C2C 해외직판은 그렇지 못하고 있기 때문에 「消費者權益保護法」과 어긋난 부분에 대하여는 다음과 같은 두 가지 제안이 가능하다.

① 구매자가 최종소비자인 경우에는 A/S를 제공하기 불가능하거나 가능해도 매우 비효율적이기 때문에 서로 간의 계약관계가 성립되기 전에 명시적으로 A/S없다는 합의가 있는 것이 좋다. 「消費者權益保護法」은 강행법이 아니기 때문에 명시조건을 통해서 나중의 분쟁을 미리 회피할 수 있다.

② 구매자가 개체공상호인 경우에는 상품을 재판매하기 전에도 A/S가 없다는 명시거래조건을 제시할 수 있지만, 앞으로 거래규모가 확장됨에 따라서 A/S를 영구적으로 회피할 수 없다. 그러므로 A/S를 회피하는 것보다 전문A/S기관을 통해서 최종소비자들에게 A/S를 제공하는 것이 근본적인 해결책이다.

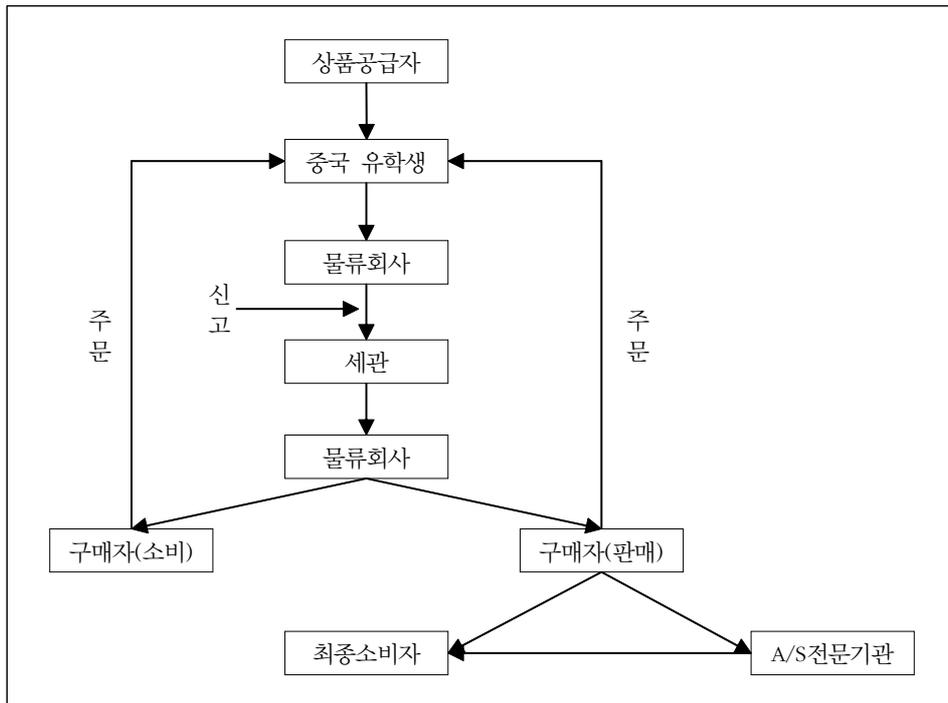
중국인 유학생이 한국에서 C2C 거래를 하는 것은 한국 전체 무역량 가운데 차지하는 비중이 아직 미미하지만 앞으로 크게 성장될 예정이다. 이런 거래의 발전을 위해 한·중 양국은 협력을 통해 일정한 제도를 모색해야 한다. 본 연구는 이를 위해 대략적 시사점을 제시해 봤다. C2C 거래를 촉진하고 관리하는 제도를 모색하

42) 「民法通則」 제26조, 제29조에 의하면 개체공상호는 법인이 아니다. 그러나 현재 중국에서 거래유형을 분류할 때 개체공상호도 Business로 분류된다.

C2B2C 거래란 상품유통이 중국인 유학생(개인, C)으로부터 시작하여 중국내의 해외직구(판)상품을 판매하는 전문 개체공상호(상인, B)을 거치고, 최종 소비자(개인, C)에게 전달하는 거래로 정의될 수 있다.

기 위해 앞으로 더 깊은 연구가 필요하다. 이상과 같이 늘어나는 C2C 거래의 문제점을 해결한 이상적이고 합법적 거래절차가 확립되어야 하는데 이를 그림으로 요약하면 <그림 3>과 같다.

<그림 3> C2C 거래의 합법적 절차



* 자료: 저자 작성

** 본 절차는 유학생이 합법적 창업지위를 취득한 경우를 상정하고 도해한 것임

V. 결론

중국인 유학생들은 한국어와 중국어에 모두 능통하고, 한국 상품을 손쉽게 입수할 수 있다는 장점과 중국 소비자들이 해외직구 상품에 대한 수요가 늘어나기 때문에 부업으로 C2C 창업을 하는 경우가 많아지고 있다. 늘어나는 이유는 한류열풍 때문에 중국에서 한국 상품의 인기가 많고, 한·중 간 가격 차이가 존재하는 제품이 존재하며, 중국소비자는 본국에 유통되는 상품에 대해 불신임하는 경향이 있다는 점이다.

문제는 유학생들이 수행하는 C2C 거래는 한·중 양국의 법률상 여러 가지 문제를 갖고 있다는 점이다. 따라서 본 연구에서는 중국인 유학생이 C2C 거래를 행하는 과정에서 직면하는 법적 문제를 살펴보고, C2C 거래의 건전한 발전을 위해서 한·중 양측에 시사점을 제시했다. 이를 위해서 양국의 무역관습과 관련 법률을 살펴보는 한편, 실제로 C2C 거래를 수행하는 유학생들에 대한 심층인터뷰를 진행하는 등의 실증연구를 병행하였다. 그 연구결과는 다음과 같다.

한중간의 C2C 거래의 법적 문제는 다음과 같다. 첫째, 중국인 유학생이 합법적인 창업신분이 없는 문제이다. 둘째, 일부 수출하기 어려운 상품이거나 수출이 가능하더라도 중과세 상품을 수출하기 위해 운송장을 허위로 작성하는 문제이다. 셋째, 일반무역(B2B 거래)의 세율을 피하기 위해 상품의 구매목적을 허위로 신고하는 문제이다. 넷째, C2C 거래 상품은 일종의 병행수입 상품으로서 A/S가 제공되지 못하는 문제이다.

한중간의 C2C거래의 문제점을 해결하기 위해서 제시하는 해결하는 방법은 다음과 같다. 먼저, 한국은 교육과 창업 간의 균형을 잡으면서 중국 유학생에게 합법적 창업지위를 부여할 필요가 있다. 그리고 해당 기관은 유학생에게 창업기관 및 마케팅기업에 대한 교육을 실시하며, 유학생과 수출의향이 있는 중소기업 간의 연결채널을 만들어 줘야 한다. 또한 우체국과 국제물류회사는 운송장을 허위로 작성하는 것을 막기 위해 사전 검사를 실시해야 한다. 다음으로 중국은 무엇보다도 밀수행위를 차단해야 하고 판매자와 소비자의 권익 간의 균형을 잡을 필요가 있다. 끝으로 C2C 거래를 행하는 주체도 이 거래의 장기적이고 건강한 발전을 위해 자신의 노력을 해야 한다. 이와 같이 한중 양국정부와 C2C거래 참여자의 건강한 참여가 C2C거래의 확대발전에 크게 기여할 것이다.

참 고 문 헌

- 장상구·서현석, “중국 해외직판 활성화를 위한 한국의 B2C 전자상거래 발전방안”, 전자무역연구 제13권 제2호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015.
- 김구성, “한국과 중국 소비자의 위조품 태도와 만족과 불만족 요인 비교연구”, 디지털융복합연구 제11권 제5호, 한국디지털정책학회, 2013.
- 김종박, 인터넷 쇼핑물, 해외직판으로 승부하라: 중소기업의 독립물 해외진출 가이드, 행성B웨이브: 행성비, 2016.
- 김주호, “위조품 구매에 대한 한국과 중국의 소비문화 비교연구”, 상품학연구 제29권 제6호, 한국상품학회, 2011.
- 박승락, “병행수입과 경쟁정책”, 무역학회지 제21권 제2호, 한국무역학회, 1996.
- 법무부 출입국·외국인정책본부, 「무역전문교육」 과정운영기준, 2016.
- 손상기·권순기, “Globalization에 따른 Gray Market의 효율적 시장관리 전략에 관한 국제 비교 연구”, 무역학회지 제29권 제4호, 한국무역학회, 2004.
- 오원석·박광서, 무역상무 제3판, 삼영사, 2015.
- 오원석·이경화, “중국의 해외구매대행 현황과 문제점에 관한 연구”, 무역상무연구 제65권, 한국무역상무학회, 2015.
- 장상식, “새로운 수출길 B2C 해외직판 성공전략: 미국·일본·중국·인도네시아·베트남 5개국 소비자의 한국상품 평가”, 국제무역연구원, 2015.
- _____, “우리나라 B2C 수출기업의 특성과 수출성과에 관한 연구”, 박사학위청구 논문, 건국대학교 대학원, 2016.
- 장수월·최문용, “한류드라마 시청 후 중국 소비자의 한국화장품 브랜드 인식변화 연구”, 브랜드디자인학연구 제13권 제3호, 한국브랜드디자인학회, 2015.
- 주령커·박광서, “중국 병행수입제도의 법적 문제에 관한 연구: 중국 판례를 중심으로”, 무역학회지 제41권 제1호, 한국무역학회, 2016.
- 한상훈, “해외직접구매와 통관제도에 관한 연구”, 전자무역연구 제13권 제1호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2015.
- 褚非菘, “海外代購的法律問題分析”, 商場現代化 第7期, 中商科學技術信息研究所, 2015.
- 中國郵政, 海淘與EMS維權, 2015.
- Devaraj, Sarv, Ming Fan and Rajiv Kohli, “Antecedents of B2C channel satisfaction and preference: validating e-commerce metrics”, *Information systems research* 13(3), 2002.

ABSTRACT

A Study on the Legal Matters of Overseas Direct Sales: Focused on Chinese Students' C2C Start up

Ling-Ke ZHOU · Kwang-So PARK

A number of Chinese students who are studying in Korea have been gradually increasing since Korea and China established diplomatic relations. Many of them sale Korean products to China while studying for their degree programs in colleges. This kind of transactions can be named C2C overseas direct sales.

C2C overseas direct sales which are being performed by Chinese student are good for exportation of Korean products. However Some of these transactions are not legal according to present law, First, Chinese student don't have legal status to make the transactions. Second, Chinese students usually make false declarations for evading the taxes, including tariff and VAT, Third, Chinese students can not offer the after-sale service for the goods for the Chinese consumers.

Although C2C transactions have some legal matters, they should not be banned by a one-size-fits-all method. In this study, we highly recommend for the development of C2C transactions, First, Korean government should give Chinese students legal status. Second, China customs must strictly prohibit illegal activities of smuggling by taking advantage of postal route. Third, sellers in China can offer the after-sale service to consumers through some specialist A/S firms.

Keywords : Overseas Direct Sales, Overseas Shopping, Chinese Students' C2C Start up, B2C, C2C