

출장보고서
2015. 11. 15~11. 18
중국 북경

벤처기업 중국 진출 활성화 방안 탐색

- 중국 진출 벤처기업 방문 및 관련 전문가 인터뷰

김주훈 경제정보센터 소장
조주희 전문연구원
이경애 전문연구원
김동영 전문연구원

01 출장개요

1. 출장 목적

- ☐ 중국 현지에 진출한 기업의 대표들과 관련분야 전문가들을 방문 면담하여 향후 우리나라의 기업가정신 제고 방안 및 벤처·창업 기업들의 성공적인 해외 진출을 위한 시사점 도출

2. 출장 일정

- ☐ 출장 기간: 2015.11.15(일)~2015.11.18(수)
☐ 출장 장소: 중국 북경

일자	시간	일정
11.15 (일)	· 19:00 이전 · 19:00~20:15	- 인천공항 도착 - 인천공항 출발 → 중국 북경 도착
11.16 (월)	· 09:00~11:00 · 12:00~14:00 · 16:00~19:30	- 테크랙트(중관촌 입주 IT 벤처) 안승해 CEO 인터뷰 - 텍스트리(앱 개발업체) 신동현 CEO 인터뷰 - 산업연구원 이문형 북경지원장과 인터뷰
11.17 (화)	· 09:30~11:30 · 12:00~14:00 · 17:00~19:00	- 명한전자유한회사 이순근 상무 인터뷰 - 창민기술유한공사 김홍기 사장 인터뷰 - 보건산업진흥원 김형우 북경지사장 인터뷰
11.18 (수)	· 11:00~14:00 · 19:00~22:10	- KOTRA 홍창표 부분부장, 중소기업진흥공단 이병직 소장 인터뷰 - 중국 북경 출발 → 인천공항 도착

02 주요 활동 내용

1. 기업 및 기관 방문 심층 인터뷰

1) 테크랙트(중관촌 입주 IT 벤처)

□ 면담자: 안승해 CEO

- 카이스트 컴퓨터공학 전공, 중국 칭화대학 MBA
- 2011년 중국 전자상거래 Top 100 CEO (China Eworld 2011) 선정
- 중국 메타소셜커머스 사이트 LetYo(来优网) 운영
- 스피킹맥스 사업 진행



<그림. LetYo 메인 페이지>

□ 면담 내용

- 2004년 중국으로 건너온 후 칭화대학 MBA 동기들과 현재의 벤처기업을 창업. 2010년 3월 소셜커머스 사이트를 모아놓은 메타소셜커머스 사이트(LetYo)를 제작·운영. 현재는 스피킹맥스 사업을 진행하고 있음.
- 2014년부터 미래부 산하의 미래글로벌 창업지원센터의 고문으로 활동하면서 한국에서 중국으로 들어오는 앱, 게임 등과 관련해 도움을 주고 있음.
- 칭화대학은 사이언스 파크, X-lab 등 재학생 및 졸업생들을 위한 창업지원센터를 운영
- 중국은 중앙정부 뿐 아니라 지방정부, 각종 발전개혁위원회를 통해서도 다양한 창업지원을 실행중이며, 실패를 두려워하지 않는 과감한 지원을 실시
- 중관촌의 경우 IT를 기반으로 해서 중국 창업의 60%가 발생
- 창업성공률이 5%이내여도 투자를 아끼지 않고 창업 이후 Exit까지 10년을 내다보고 투자하여 시설 뿐 아니라 자금 지원, 민간 투자 연결까지 이어짐.
- 중국에서는 VC가 매우 많기 때문에 '재도전'이라는 용어 자체가 없고, 창업을 하나의 '시도'로 파악하고 있어 다양한 분야에서 여러 번 창업하고, 새로운 기회를 얼마든지 탐색
- 중국의 벤처 지원 사례
 - 남경321 프로젝트: 3000개를 지원하면 2000개가 생존하고, 그중 100개만 성공해도 잘되는 것으로 성공기준을 매우 완화하여 실패를 용인하는 문화를 형성
 - 칭화대: 'X-lab'이라는 창업지원센터를 통해 재학생 및 졸업생의 창업을 지원'칭화홀딩스'를 운영하여 중관촌 창업거리의 창업을 지원
- 중국인이 표현하는 미묘한 뉘앙스도 알아차릴 수 있는 수준의

중국어가 가능한지 여부는 매우 중요한 성공 요인 중 하나임.

- 단순히 중국어를 구사할 수 있는 수준을 넘어 중국의 문화를 이해하고 습득해 그들의 언어 표현 방식을 익히는 것은 필수이기에 사업 초기 단계에 중국에 들어오는 것 보다는 중국에서 학교를 다니며 네트워크를 형성하고 문화를 받아들이는 것이 중요

2) 텍스트리

□ 먼답자: 신동현 CEO

- NHN 차이나 중국사업 전략 담당
- 스마트폰 애플리케이션 제작 전문업체 창업

□ 먼답 내용

- 중국은 한국과 비교가 안될 정도로 시장 자체가 크고, 한국의 섬세한 디자인과 기술력이면 경쟁력 있지만, 단순히 큰 시장만 보고 창업을 한다면 낭패 보기 쉬움. 철저한 현지 시장 분석과 함께 현지 기업들과 파트너십이 전제되어야 함.
- 벤처창업 기업의 글로벌화를 활성화하기 위해서는 싱가포르국립대학 NOC(NUS Overseas College) 프로그램과 같은 선진 사례를 벤치마킹할 필요가 있음.
- NOC 프로그램은 학생들이 해외 자매학교 및 관련 벤처기업에서 1년간 인턴십을 경험한 후 싱가포르 내 창업할 수 있도록 지원하는 것으로 이를 통해 벤처 창업 활성화 유도
 - 중국(상하이, 베이징) 미국(실리콘밸리) 스웨덴(스톡홀름)과 인도 및 이스라엘 등에 있는 싱가포르국립대 해외 자매학교에서 1년 동안 수업을 듣고 관련 벤처기업에서 인턴 근무
 - 전체 비용은 싱가포르 정부가 지원하고, 학생들이 인턴으로 일

하는 벤처기업에서는 싱가포르국립대학에 최저생계비 제공

- 연구→창업→투자→상장 및 대기업으로 도약→재투자'로 이어지는 창업 생태계의 선순환 형성의 첫 단계로 기능
- 장기간 중국에 체류하면서 적응해야 하기 때문에 자금력과 조직력이 약한 중소기업이나 벤처는 정부의 지원이 절실하며 단기 지원이 아닌 2-3년 정도의 과감한 지원이 필요
- KOTRA나 중소기업진흥원의 지원정책은 최장 3개월이고, 담당자가 순환보직이면서 업무가 과다하여 창업에 대한 지원이 되지 않고, 데모데이와 같은 전시성 행사만 있는 수준
- 창업과 관련한 지원 뿐 아니라 창업자 가족의 교육 및 복지 지원이 절실함.
 - 중국내 국제유치원 비용이 매우 비싸고, 공립유치원은 정원이 한정되어 있어 창업자가족이 교육문제로 중국에 장기간 머무르기 힘든 문제
 - 중국병원의 의료서비스 수준이 낮아데다가, 지역별로 의료보험 제도가 다르고 가격도 매우 비싸 접근이 어려움.
 - 대기업 주재원의 경우 주거비 이외에 의료비와 교육비가 지원되고 있음.
- 정책 지원에 대한 도덕적 해이를 방지하기 위해서는 진정한 창업자를 가려내기 위한 제도적 장치가 필요: 수상경력, 창업경진대회 참여여부, 엔젤펀드 획득 여부 등

3) 산업연구원 북경지원

□ 면담자: 이문형 북경지원장

- 한중 산업협력 지원 담당

□ 면담 내용

- 중국 시장을 이해하기 위한 3년 정도의 창업경험은 시장을 보는 안목을 키우기 위해 필수적이며, 이후에는 한국보다 더욱 큰 기회를 접할 수 있음.
- 문화적 이질감이 거의 없는 한국만이 중국과 성장의 과실을 공유할 수 있는 유일한 국가
- 대기업의 상향식·경직적 의사결정구조로는 빠르게 변화하는 중국시장에 효율적으로 대응할 수 없음.
- 다만, 벤처기업의 경우 중국내 사업성공의 필수요인인 관시(关系)문화를 통한 네트워크의 구축이 어렵기 때문에, 유학을 통해 효율적인 인맥 및 신뢰를 구축할 필요가 있음.
 - 중국으로의 유학생 지원을 확대하는 것이 창업지원의 한 방안이 될 수 있음.
- 혁신적인 시도를 하는 민간의 시행착오 비용을 사회적으로 공유하여, 산업의 다양한 측면에서 성공과 실패의 경험이 축적될 수 있도록 함.
- 수직통합 체제를 통한 해외시장 개척은 더 이상 효율적이지 않으며, 더불어 추격형 성장에서 선도적 성장으로 변화가 필요한 시점
- 계열 혹은 전속관계를 벗어나 독자적으로 시장에서 경쟁하려는 기업을 지원함으로써 중소, 중견기업이 혁신적 경험축적의 모종이 될 수 있도록 지원
 - 단, 기업 활동에 대한 직접적인 지원이 아니라 계속해서 새로운 선도적인 도전을 반복할 수 있도록 지원 체계 마련

4) 명한전자유한회사

□ 면담자: 이순근 상무

- 삼성전자 20년, 삼성테크윈 8년 경력
- 2011년 명한전자유한회사로 이직

□ 회사 소개

- 전자부품 개발 업체
- 1998년 한국 (주) MK SYSTEM 설립
- 1999년 삼성전자/삼보 제품 생산
- 2001년부터 중국 법인 설립
 - 2001년 상해 / 2004년 북경 / 2010년 합비 / 2014년 충칭
- 직원 총 490명 (한국인 직원은 3명)

□ 면담 내용

- 기업의 해외 현지화에 성공하기 위해서는 그 나라의 문화 및 민속성에 대한 이해가 선행되어야 함.
 - 중국은 모래알 같은 특성을 갖고 있어 본인의 업무만 하고 다른 업무에 대해서는 무관심함. 모래알들을 견고하게 뭉치게 하기 위해서는 한국인들이 시멘트 역할을 해야 함.
 - 즉 국민성을 이해하고 그것을 바탕으로 생산 효율성을 최대한으로 이끌어 낼 수 있는 직원 교육 훈련 방법 도입
- 언뜻 비효율적으로 보이는 현상이라도 그것을 고치려고 하지 말고 이해하고 받아들여 거기에 맞게 경영 전략을 수립하는 것이 필요
- 중국의 인건비 상승으로 인해 추후 대응 방안을 모색해야 할 시

점 대두

- 현재 매년 임금인상을 하고 있는 상황이고 2012년도에는 최저임금이 23% 인상됨. 성장폭이 크긴 하지만 이러한 임금상승 압박을 견디는 것은 무리
- 중국 동부연안 지역의 인건비가 많이 상승되어 현재 서부 내륙으로 제조 공장이 이동하는 추세임.
- 업무의 효율성 제고를 위해 삼성의 성과급 지급 방식을 도입
- 경영실적 달성 시 연봉의 50%를 성과급으로 지급

5) 창민기술유한공사

□ 면담자: 김흥기 사장

□ 회사 소개

- 2003년 설립 (한·중 합자, 한국:51% 중국:49%)
- 중방합자 파트너: 북경시 전자전기국
- 설립자본금: 180만불
(한방 51% 중 특허기술 사용료로 25% 대체, 현금 26% 투자)
- 주요 생산 품목: 초음파를 이용한 상하수도 유량측정시스템, 유속 수위 및 홍수 예경보 시스템, 밀도계, 대형 수력발전소 터빈 효율 측정 시스템 등
- 국제기술특허 83종 보유
- 북경 주선교 오수처리장 배출수 검출 시스템 수주, 중국 전역 58곳의 하수 처리장 유입 및 배출수 유량 검측 시스템 수주
- 북경시, 천진, 대련, 중경, 제남 등 34내 시 상수도 BLOCK SYSTEM 수주
- 중국석유 및 석화 원유측정시스템 수주 외 다수

□ 면담 내용

- 현지화 기술 개발을 통해 현지 실증화를 한 것이 가장 큰 성공요인이라 볼 수 있음.
- 중국 내 환경 기준이 강화되고 농촌 환경 정비로 인해 소규모이면서 효율적인 신기술에 대한 수요가 증대된 상황. 이러한 상황을 이해하고 니즈를 파악해 사업 아이템을 기획하는 것이 필요
- 중국에서는 내국인과의 합작과 합자가 아니면 사업하기 어렵기 때문에 창업에 있어 네트워크가 중요하고, 현지인 수준으로 완벽하게 언어를 구사할 수 있어야 함.
- 중국은 양적, 질적으로 변화속도가 빠르기 때문에 콘텐츠만 좋다고 해서 창업이 성공할 수 없음.
- 한국에서 창업하여 글로벌 진출을 기획하더라도 서비스업의 경우 중국 현지화가 어렵고 네트워크가 확보되지 않아 성공하기 어려움
- 네트워크가 중요하기 때문에 중관촌의 중국인 창업자들의 경우도 성공이후에 꾸준히 중관촌에 모여 활동
- 창민유한공사는 중국 북경시 자원관리국과 합자 성공사례로 볼 수 있음.
- 한국 벤처기업이 중국 기업 혹은 정부와 파트너십 맺을 수 있는 환경을 조성하고 집중 지원할 수 있는 체계 마련이 시급
- 한국 벤처기업과 유사한 업종의 중국 대표기업인을 초청하여 한국의 업체와 네트워킹을 형성할 수 있는 환경 조성
- 여러 기관에 분산되어 있는 벤처기업 해외진출 지원 역할 및 예산을 한 기관으로 일원화하여 효율성 제고
- 원활한 중국 진출은 물론 현지 시장에 깊숙이 뿌리 내릴 수 있는 발판 마련

6) 보건산업진흥원 북경지사

□ 면담자: 김형우 북경지사장

- 의료시스템 해외진출 Biz-Model 개발
- 한중 정부간 보건의료 협력실행
- 한국의료 해외 홍보·마케팅

□ 면담 내용

- 중국 정부가 1600조까지 보건산업을 늘리겠다고 선언하면서 현재 해외보건의료 자원 흡수에 개방적임.
- 중국은 보건의료시스템은 단기간 성장시키기 위해 해외 기술과 인적자본은 적극유치하면서, 중국내 메디컬 시티를 확대할 계획
- 2015년 현재 45개 의료기관이 중국에 진출하였고, 의사면허가 상호 인정되지 않지만 북경을 제외한 전지역에서 ‘행의면허’를 통해 1년 단기 의료서비스 제공이 가능
- FTA 체결과정에서 비관세 장벽을 철폐하는 것이 가장 관건으로, 한국 제약산업이 중국 제약기업을 인수하여 현지에 진출하는 전략이 바람직하며, 중국 제약기업의 40%가 적자인 지금이 투자의 적기로 판단
- 중국에서는 지역별 쿼터제가 있어 호구에 따라 환자가 갈 수 있는 병원에 제한이 있고, 인구규모 및 지자체에 따라 의료보험 및 제도가 상의함을 유의
- 방송이나 미디어, 화장품 등이 현재 중국시장에서 선전
- 바이오산업, 의료산업 등이 아직은 한국이 우위에 있고, 진출하면 고부가가치를 누릴 수 있는 블루오션이 될 것임.

7) KOTRA 및 중소기업진흥공단

□ 면담자: 홍창표 부분부장(KOTRA), 이병직 소장(중소기업진흥공단)

□ 사업 소개

- 수출인큐베이터
 - 해외 현지에 법인 또는 지사 설치를 준비중인 국내 중소기업을 대상으로 사무공간을 제공하고 마케팅·법률·회계 전문가의 자문 및 컨설팅 지원
 - 중국 내 5개 지역(북경, 상해, 광저우, 청두, 시안)에서 운영 중임.
- K-Hit Plaza(중소기업 제품의 정책 매장)
 - 해외 유통망 진출이 유망한 국내 생산 중소기업 제품에 대해 정책 매장 내 입점, 판매(온,오프라인) 및 홍보 지원

□ 면담 내용

- KOTRA의 역할이 거시적 정보 제공자에서 미시적 정보 제공자로 변화해야 할 필요성 있음.
- 초기 정착을 위한 가이드 역할: 해당국 환율, GDP 등과 같은 거시적인 정보 외에 시장현황, 지역 특성과 같은 미시적인 정보의 제공으로 초기 진출 기업에게 실질적인 도움을 줄 수 있음.
 - 법인설립, 기본 세금문제, 비자 갱신문제 등 기본적인 창업 가이드 역할로 해외 시장 진출 중소기업들의 시행착오를 감소시킬 수 있음.
- 현지 시장에 대한 이해 및 교육 강화: 현재 KOTRA의 국가별 투자가이드가 유, 무료 버전으로 제공되고 있지만, 실제로 큰 도움은 되지 않음.
- 중국 진출 기업을 위해 필요한 정부의 역할은 진출 희망 기업들의 네트워크 구축

- 일본의 경우 진출 희망 기업을 한 번에 모아 유관기관 및 기업, 시장 탐색을 지원해주는데 반해, 우리나라의 경우 기업들이 개별적으로 접근해 초기 시작 탐색 비용이 많이 드는 문제

2. 종합 요약 및 정책 제언

- **(중국 창업지원의 특징)** 중국은 중앙정부, 지방정부, 학계, 각종 발전개혁위원회 등 다양한 창구를 통한 창업지원이 이루어지며, 성공여부를 염두에 두지 않는 과감한 지원이 특징
 - 중국은 창업을 하나의 ‘시도’로 간주하여 실패를 용인하는 문화를 형성하고 있어 새로운 분야에서 다양한 창업이 일어남.
- **(중국 창업의 도전 및 기회요인)** 중국진출에 성공하기 위해서는 중국시장의 특수성 이해가 필수
 - (도전 요인) 중국에서의 창업은 내국인과의 합작 및 합자가 필수
 - 중국 현지 유학은 인맥 및 신뢰를 구축할 수 있는 효율적인 방법으로, 중국으로의 유학생 지원을 확대하는 정책이 창업지원의 방편으로 기능할 수 있음.
 - (기회 요인) 문화적 이질감이 없는 한국만이 중국과 성장의 과실을 공유할 수 있는 유일한 국가
 - 현재 미디어 방송, 화장품 산업이 중국시장에서 선전 중이며, 바이오 및 의료 산업은 한국이 중국시장에서 비교우위의 이점을 누릴 수 있는 분야임.
- **(벤처 창업을 위한 정부지원)** 자금력과 조직력이 부족하나 중국 시장 개척의 첨병의 역할을 수행하는 벤처 및 중소기업에 대한 과감한 적응기간 지원책이 필요
 - (정책 패러다임의 변화) 성공확률을 고려하지 않는 적극적인 창업지원이 필요
 - 혁신적 시도에 따른 비용을 사회 전체가 공유함으로써 실패의 경험이 성공의 노하우로 탈바꿈할 수 있도록 창업지원정책의 패러다임 변화 필요

- 수직통합체계가 아닌 계열 및 전속관계를 벗어나 독자적으로 경쟁하려는 선도적 성장기업 지원을 통해 벤처 및 중소기업이 혁신적 경험축적의 모종이 될 수 있도록 해야 함.
- (유관기관 KOTRA, 중소기업진흥원의 지원) 최장 3개월에 불과한 현행 지원책으로는 우리 기업들의 유의미한 시장적응을 지원할 수 없음.
- (거시적→미시적 정보제공) 해외 진출 우리 기업들이 실질적으로 필요한 정보는 진출국의 환율, GDP 등이 아닌 법인설립절차, 비자갱신, 세금문제, 시장현황과 같은 미시적 정보
- (창업자 가족지원) 새로운 도전이 실패할 경우 실패의 부담이 가족에게 전가되어 가장 기본적인 교육과 의료 서비스를 받을 수 없어 이에 대한 지원이 필요
- (중국 내(內) 교육비) 국제학교는 비용문제로, 공립학교는 정원문제로 자녀교육이 어려움.
- (중국 내(內) 의료비) 낮은 의료 수준과 높은 진료비, 지역별로 상이한 의료보험제도로 인해 적절한 의료서비스를 제공받지 못함.