

개도국 지역이슈 리포트

【지역이슈분석 2013-6】

2013. 04. 05.

중국 IT산업 동향과 시사점

목 차

1. 중국 IT산업의 발전	1
2. 분야별 산업동향	3
3. 평가 및 시사점	13

국 별 조 사 실

작성: 조사역 강수연 (3779-5716)
sykang@koreaexim.go.kr
확인: 실장 이한구 (3779-5702)
hkleee@koreaexim.go.kr



■ IT분야는 전통적으로 우리기업이 강점을 보이고 있는 분야로, 최근 중국의 성장으로 양국 기업 간 경쟁 격화가 예상되고 있음. 이에 중국의 분야별 IT시장 동향을 살펴보고, 우리기업에의 시사점을 도출해 보고자 함.

1. 중국 IT산업의 발전

□ 중국은 세계 최대 IT제조국이자, 가장 빠르게 성장하고 있는 IT시장의 하나

- 중국은 컴퓨터, 휴대폰, TV 생산량이 각각 전 세계 출하량의 90.6%, 70.6%, 48.6%를 차지(2011)하는 세계 최대 IT 제조국임. 중국의 IT제조 형태는 주로 부품을 수입하여 중국에서 조립한 후 본국 및 제3국으로 수출하는 가공무역 형식으로, 중국은 세계 IT 산업 밸류체인에서 생산기지 역할을 담당해왔음.

<표 1> 중국의 IT제조업 생산과 수출 추이

	2008	2009	2010	2011	2012
IT제조업 생산액(억 위안)	51,200	51,305	63,645	74,909	84,619
세계 생산 비중 (%)	25.6	27.7	28.4	29.0	n/a
수출액 (억 위안)	35,482	n/a	39,019	41,656	43,974
생산 중 수출비중 (%)	69.3	n/a	61.3	55.6	52.0

자료: 중국산업정보화부.

- 그러나 2007년 이후 중국이 기존의 '세계의 공장' 역할을 넘어 거대한 IT시장으로 빠르게 성장하고 있음. 이는 중국의 국민소득 증가로 소비시장이 성숙하는 한편, 정부 차원에서도 경제성장의 원동력을 수출과 투자에서 민간 소비로 전환하려는 정책을 추진하는 데 따른 것으로, 2020년이면 중국은 미국을 뛰어넘는 세계 최대 시장으로 부상할 전망이다.
- 세계 IT시장이 2010년부터 연평균(CAGR) 3.9% 성장한 반면, 중국은 14.3%씩 성장함에 따라 중국의 세계 IT시장 점유율도 2012년 3.7%까지 증가함. 그러나 아직까지는 중국의 점유율이 미국(25.6%)의 1/7에 불과함.



<표 2> 세계 및 중국 IT 시장 성장 추이

	2010	2011	2012	2013 ^e
세계 IT시장 매출액 (억 달러)	34,270	35,230	35,880	37,370
성장률 (%)	5.9	7.9	1.2	4.2
중국 IT시장 매출액(억 달러)	925	1,091	1,229	1,369
성장률 (%)	16.0	18.0	12.6	11.4
세계시장 점유율 (%)	2.7	3.1	3.4	3.7

자료: 가트너(2013.1), Business Monitor(2013 Q1)

□ 수출 및 내수시장을 겨냥하여 중국 정부가 IT산업 육성 추진

- 특히 중국정부가 차세대 IT산업을 전략적 신흥 산업의 하나로 선정하고, 세부산업으로 초고속 집적회로(반도체), 신형 평판 디스플레이(OLED) 등의 IT 부품 분야와 삼망융합¹⁾, 차세대 통신네트워크, 사물네트워크 등의 IT 서비스 분야를 포함함.
- 또한, 12차 5개년 계획의 세부계획으로 사물간 인터넷²⁾ 발전계획(2012.2), 전자정보제조업 발전계획(2012.2), 소프트웨어 및 IT 서비스 산업 발전계획(2012.4), 전자상거래 발전계획(2013.3) 등의 IT산업 육성계획을 발표함에 따라 관련 산업이 급속도로 발전하고 있음.

□ 한중간 IT 기술격차 축소로 경쟁이 심화

- 한중간 IT 기술격차가 축소되면서 한·중 관계가 경쟁관계로 전환되는 양상임. KIET에 따르면, 2012년 중국의 IT분야 평균 기술수준은 세계 최고 수준과 대비해 봤을 때 71.8%까지 성장했으며, 현재 세계 최고 기술에 비해 2.4년 정도 뒤쳐진 것으로 나타남.
 - 세계최고 기술수준 대비 우리나라는 85.9%(1.3년), 일본은 92.6%(0.6년) 수준
- 이에 따라 2007년 중국이 완제품이 아닌 부품시장에서도 세계 최대 수출국으로 부상했으며, 이후에도 수출 점유율이 지속적으로 증가하고 있음.
- 완제품에서는 여전히 다국적 기업의 수출이 주를 이루고 있지만, 중국 로컬기업의 수출도 점차 증가하고 있음. 정보통신산업진흥원에 따르면, 중국의 100대 IT 수출업체 중 2005년 11개였던 중국 기업 수가 2011년에는 19개로 증가함.

1) 삼망융합: 방송망, 통신망, 컴퓨터망을 하나로 융합하는 중국식 방통융합
 2) 사물간인터넷(Internet of Things): 사람과 기기사이 또는 지능화된 기기사이에서 정보를 주고받아 동작을 제어하는 기술로, 쉬운 예로는 밝기에 따라 저절로 켜지고 꺼지는 가로등, 고속도로 통행료 자동징수장치(하이패스) 등을 들 수 있음.



<표 3> 주요 국가의 IT수출시장 점유율 (%)

구 분	국 가	2008	2009	2010	2011
IT 수출	중국	18.6	19.5	22.8	22.5
	일본	6.3	5.7	6.5	5.7
	미국	8.1	8.1	8.5	7.9
	한국	4.7	5.1	5.8	5.2
IT 부품수출	중국	14.5	15	17.4	17.7
	일본	9.3	8.7	9.2	8.4
	미국	8.2	7.8	7.8	7
	한국	7	8	9.2	8.3

자료: 정보통신산업진흥원.

- 중국의 내수시장이 점차 확대되어가는 한편, 중국의 산업도 빠르게 성숙해가고 있어 한·중 양국 기업 간의 경쟁이 심화될 것으로 전망됨. 이에 따라 중국의 주요 IT시장별 동향을 파악하고, 적절한 진출 및 대응전략을 수립할 필요가 있음.

2. 분야별 산업 동향

(1) 부품·소재 분야

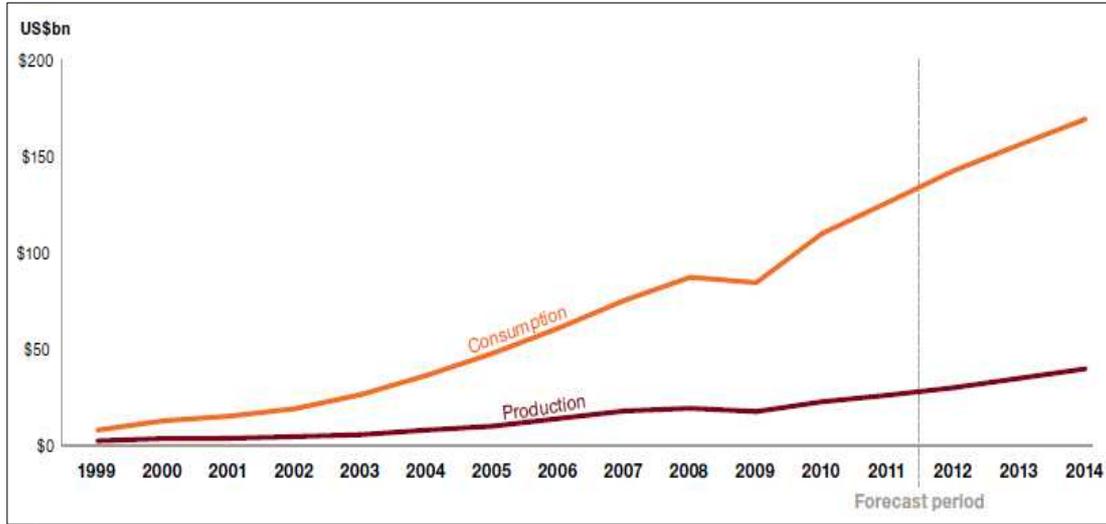
① 반도체

□ 다국적 기업의 시장 주도로 반도체 수요의 대부분을 수입에 의존

- 반도체는 IT제품의 가장 중요한 부품 중 하나로, 중국의 IT 제품 생산량이 증가함에 따라 반도체 수요도 지속적으로 증가함. 2011년 중국의 반도체 시장규모는 전년대비 14.6% 성장하였으며, 중국이 전 세계 반도체 수요의 47%를 점유함.
- 중국의 반도체 생산도 전년대비 14.4% 증가했으나, 생산실적이 중국 전체수요의 1/5 수준에 불과함에 따라 상품수지가 만성적인 적자를 지속하고 있음. 2010년 중국 반도체 상품수지 적자가 1,000억 달러를 돌파하였으며, 2011년에는 더욱 증가하여 1,380억 달러를 기록



<그림 1> 중국의 반도체 소비와 생산 격차 비교(1999~2014)



자료: PwC, China's impact on the semiconductor industry 2012

- 중국에 반도체를 공급하고 있는 업체는 인텔, 삼성, 도시바 등 다국적 기업으로, 컨설팅업체 PwC에 따르면 중국시장 점유율 기준으로 중국 로컬기업은 36위에 랭크된 것으로 추정됨.
- IT제품에 중국산 반도체가 사용되지 못하는 이유는 아직까지 중국의 기술력이 낮아 중국 업체는 주로 아날로그휴대폰, TV, 라디오 칩 용 중·저급 제품을 생산하는 반면, CPU, DSP, 기억장치 및 고급통신용 칩 등 핵심소재는 다국적 기업이 주로 납품하고 있기 때문으로 분석됨.

<표 1> 2011년 중국시장의 주요 반도체 공급 업체

순위	브랜드	국적	시장점유율 (%)
1	인텔	미국	15.7
2	삼성	한국	6.4
3	도시바	일본	3.5
4	TI	미국	3.4
5	하이닉스	한국	3.4
6	ST	프랑스	3.1
7	AMD	미국	2.9
8	르네사스	일본	2.3
9	프리스케일	미국	2.3
10	NXP	미국	2.0
상위 10개 업체 시장 점유율			45.0

자료: <그림 1>과 같음.



□ 반도체 분야 경쟁력 확보 위해 정부가 팹리스 분야를 집중 육성

- 그러나 최근 중국 정부의 적극적인 육성정책으로 팹리스 분야가 급속하게 성장하고 있음. 중국의 팹리스는 세계 경기 침체에도 성장을 지속하였으며, 2011년에는 전년대비 36% 성장함. 이에 따라 중국이 세계 팹리스 매출에서 차지하는 비중이 10%로 증가(2001년 1%)함.
- 팹리스는 자체 공장 없이 설계와 판매만을 전문으로 하는 회사로, 미국의 인텔(CPU)과 퀄컴(휴대폰 모뎀칩)이 벤처 팹리스에서 글로벌 반도체 업체로 성장한 대표적인 사례임.
- 2011년 중국에서 최초로 10억 달러 규모의 팹리스 업체(하이실리콘 테크놀로지)가 탄생했으며, 스펙트럼 커뮤니케이션과 RDA 마이크로일렉트로닉스가 세계에서 가장 빠르게 성장하는 5대 팹리스 업체로 이름을 올림.

<그림 2> 중국의 반도체디자인(팹리스) 업체 수 (2000~2011)



자료: <그림 1>과 같음.

② 디스플레이

□ 중국 로컬기업의 선전으로 높은 LCD 패널 자급률 유지

- 중국의 LCD 시장은 세계 전체의 22% 차지하는 최대 시장으로, 가격경쟁력을 바탕으로 2012년 BOE, 인포비전, 티안마 등 중국 로컬 업체들의 시장 점유율이 25%로 비교적 높은 편이며, 세계 시장에서의 점유율도 점차 높여 가고 있음.
- 중국의 높은 LCD패널 자급률은 LCD 패널의 가장 큰 납품처인 TV시장에서 중국 업체의 강세가 지속되고 있기 때문임. 하이센스, TCL, 스카이워스, 창홍 등의 중국TV업체의 중국 시장점유율이 2012년 86%를 기록하면서 중국산 패널 사용이 크게 증가



- 중국 기업들은 LCD분야 집중투자로 기술력도 향상되고 있어 세계시장 점유율도 빠르게 증가하고 있음. 아직까지는 한국 디스플레이 업체인 LG와 삼성이 세계시장에서 50%이상의 점유율을 차지하고 있지만 중국의 BOE, 인포비전, 차이나 스타, 티안마 등의 LCD 업체들의 시장 점유율이 2012년 9.8%까지 증가함.

<표 2> 한·중 양국 주요 LCD 업체들의 세계 시장 점유율 추이 (%)

구 분	2010	2011	2012
한 국	48.9	51.9	50.7
LG 디스플레이	26.0	27.9	29.0
삼성 디스플레이	22.9	24.0	21.7
중 국	3.8	5.3	9.8
BOE	1.7	2.8	5.5
인포비전	2.1	2.5	2.3
차이나 스타	0	0	1.5
티안마	0.9	0.8	0.5

주: LCD 패널 출하량 기준
 자료: 디스플레이서치

□ 그러나 OLED 등 차세대 디스플레이분야에서 중국은 여전히 후발주자

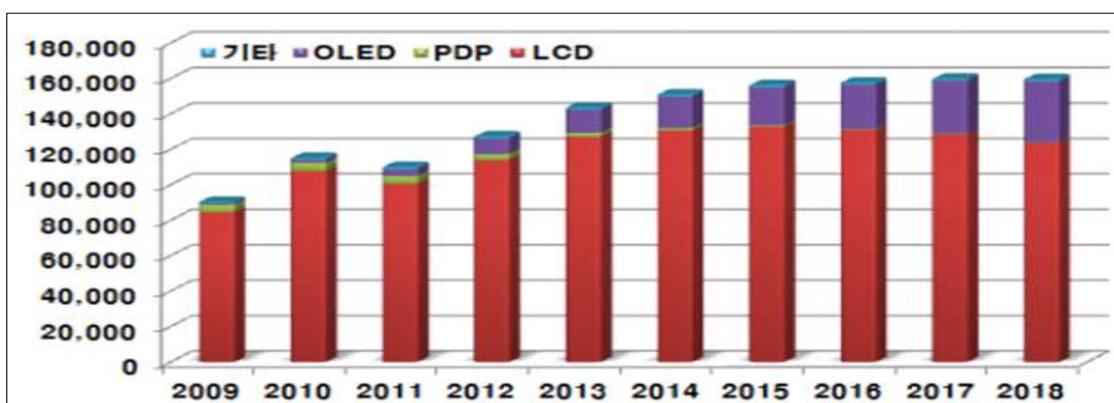
- 현재 디스플레이 시장은 LCD패널이 주도하고 있지만, 2008년부터 세계 LCD시장의 성장이 둔화되기 시작하면서 디스플레이 업체들이 OLED 등 차세대 디스플레이 시장에 눈을 돌리고 있음.
 - * OLED는 LCD에 비해 다양한 색상과 명암, 빠른 응답 속도와 작은 픽셀 사이즈 등의 장점 외에도 스스로 발광하는 물질로 구현되어 투명, 양면, 플렉서블 디스플레이 등 차세대 기기를 구현하는 데 유리하여 각광받고 있음.
 - * 그러나 현재까지 OLED 기술은 TV 등에 사용되는 대형패널 양산까지는 도달하지 못하였으며, 주로 스마트폰, 태블릿 PC에 사용되는 중소형 패널 중심으로 발전하고 있음. 이러한 중소형 OLED패널 시장에서 우리나라의 삼성 디스플레이가 세계 휴대 폰용 패널 시장의 97%를 점유하며 시장을 압도적으로 주도하고 있음.
- 중국도 정부차원에서 차세대 디스플레이 분야를 중국의 7대 전략적 신흥 산업의 하나로 선정하고, 2011년 19개 업체를 회원사로 하는 중국 OLED연맹(COIA)을 발족하는 등 차세대 디스플레이 개발에 박차를 가하고 있음.



- 특히 중국에서 스마트폰 시장이 급속도로 성장함에 따라 주요업체들이 2012년부터 핸드폰용 OLED 패널 생산 투자계획을 수립하고 있음. 중국 최대 디스플레이 업체인 BOE는 네이멍 구 지역에 36억 위안을 투자할 계획이며, 티안마는 일본 기업 NEC와 제휴하여 OLED 양산기술을 공동개발하고 있음.

<그림 2> 세계 디스플레이 시장 매출규모와 분야별 비중

단위: 백만 불



자료: 디스플레이서치

(2) 하드웨어 분야

① 스마트폰

□ 중저가 모델을 중심으로 중국 로컬기업이 강세

- o 2012년 중국의 스마트폰 수요가 폭발적으로 증가하면서 2012년 3분기까지 12백만 대가 판매됨. 이는 2011년 연중 판매대수(78백만 대)를 훌쩍 넘는 수치로, 중국시장에서는 특히 중국 기업 모델이 강세를 보임.
- o 스마트폰 분야에서 중국의 자급률이 높은 이유는 첫째, 중국 내 생산으로 재료비와 인건비가 낮으며 둘째, 중국 시장 특성상 프리미엄 스마트폰이 아닌 중저가 스마트폰이 유리하기 때문임.



- 특히 중국의 1인당 월평균 소득은 3,312위안(510달러) 수준으로, 일반 주민들은 평균 소득을 뛰어넘는 고가폰(갤럭시 4,000위안)의 구입 여력이 부족하고, 이동통신회사의 보조금 지급 방식이 일단 전액을 일시불로 지불한 후 약정기간 동안 돌려받는 후불 형식인 것도 저가폰 중심의 시장이 형성된 원인으로 분석됨.
- 중국 기업들의 세계시장 점유율도 최근 크게 늘어남. 중국 핸드폰 업체들은 저렴한 가격을 바탕으로 동남아시아, 아프리카 시장을 주로 공략하고 있으며, 선진시장에서도 중저가 모델 수요를 충족시키면서 성장하고 있음.
- 특히 한국 방송통신위원회가 가계 통신비 안정을 위해 저가 스마트폰 출시의 필요성을 역설한 이후, ZTE가 2012년 11월 39만 8천원의 출고가로 Z폰을 국내에 출시하는 등 틈새시장을 공략하고 있음.

<표 3> 세계 및 중국 스마트폰 시장 업체별 시장 점유율 순위 (2012년 9월말)

	세계 점유율 순위	점유율 (%)	중국 점유율 순위	점유율 (%)
1	삼성전자	32.5	삼성전자	16.7
2	애플	13.9	레노보	14.8
3	RIM	5.3	화웨이	10.7
4	HTC	5.0	올롱	9.8
5	화웨이	4.6	ZTE	8.6
6	ZTE	4.5	애플	6.9
7	노키아	4.2	Ginooe	4.7
8	LG전자	4.1	HTC	4.5
9	레노보	4.1	모토로라	2.6
10	소니 모바일	3.9	노키아	2.2

주: 음영은 중국 업체

자료: 가트너

□ 최근에는 다국적 기업들도 중저가 전략으로 중국시장에 진출

- 중국 업체의 저가전략이 성공함에 따라 노키아, 삼성전자, 애플 등 외국계 업체가 중국시장에 저가 제품을 출시하거나 출시를 준비하고 있음.
- 삼성전자는 갤럭시노트2의 저가 모델인 '갤럭시 그랜드'를 2013년 1월 출시했으며 2월에는 S3의 저가 모델인 갤럭시 팝을 출시함. 애플도 2013년 안에 99~144달러의 저가형 아이폰 출시 계획을 밝혔으며, 노키아도 MS와 협력하여 100달러 대 스마트폰 루미아 900을 출시함.



② 개인용 컴퓨터(PC)

□ 세계적으로 성장이 둔화되고 있는 데스크탑 판매가 중국에서는 지속적으로 증가

- 중국은 전체 수요의 28.6%를 차지하는 세계 최대 PC 시장임. 특히 중서부 지역 개발과 정부의 농촌지역 가전제품 구입 지원정책으로 세계 전체적으로는 성장이 둔화하고 있는 데스크탑 판매가 지속적으로 증가하고 있음.
- 중국내 데스크탑 시장을 주도하고 있는 업체는 중국 기업 레노버임. 레노버는 2011년 시장 점유율이 35.2%로 2, 3위인 에이서(9.0%), 델(7.2%) 훌쩍 앞지르고 있음. 높은 중국시장 점유율을 바탕으로 레노버는 2013년에는 HP를 앞질러 세계 시장에서 1위 업체로 부상할 것으로 전망됨.

<표 5> 2012년 세계 및 중국 데스크탑 시장 업체별 점유율 순위

	세계점유율 순위	시장 점유율(%)	중국점유율 순위	시장 점유율(%)
1	HP	16.5	레노버	35.2
2	레노버	14.9	에이서	9.0
3	델	11.0	델	7.2
4	에이서	9.5	HP	5.0
5	아수스	6.8		

주: 음영은 중국 업체

자료: IDC, Business Monitor

□ 차세대 IT기기인 태블릿 PC는 애플이 시장을 주도

- PC시장에서 차세대 제품으로 빠르게 성장하고 있는 태블릿 PC 시장에서는 다른 나라와 마찬가지로 애플의 아이패드가 중국시장의 72.7%를 점유하며 시장을 주도하고 있음. HP, 아수스, 레노버 등의 업체들이 저가형 모델을 출시하며 시장 탈환을 노리고 있으나 태블릿 PC시장은 당분간 애플이 주도할 것으로 보임.
- '12년 세계 전체 PC 판매 대수가 노트북 2억 510만 대, 데스크탑 1억 4,920만대, 태블릿 PC 1억 2,230만 대를 기록하면서 노트북 시장이 가장 큰 규모를 유지하였으나 '15년에는 노트북 판매가 2억 5160만 대('12년 대비 22.7% 증가), 데스크탑은 1억 5,090만 대(1.1% 증가), 태블릿PC는 2억 5,160만 대(105.7% 증가)가 판매될 것으로 보여 태블릿 PC가 최대 시장으로 부상할 것으로 보임.(IDC)



<표 6> 2012년 중국 태블릿 PC시장 업체별 점유율 순위

	중국점유율 순위	국 적	시장 점유율(%)
1	애플	미국	72.7
2	레노버	중국	8.4
3	Eben	중국	3.6
4	삼성전자	한국	3.3
5	에이서	대만	1.9
6	아수스	대만	1.0

자료: business monitor

(3) 소프트웨어 분야

① 패키지 소프트웨어(OS 및 사무용 소프트웨어)

□ 다국적 기업이 주도하고 있지만, 저작권 침해문제가 심각

○ 패키지 소프트웨어는 중국 소프트웨어 시장의 30%이상을 차지하는 가장 큰 시장임. 그러나 중국도 다른 나라들과 마찬가지로 MS, IBM, HP, 오라클, 애플 등의 미국 업체들이 시장을 주도하고 있으며, 중국 업체는 시장 점유율이 미미함.

- MS, IBM, HP, 오라클, 애플 등 미국업체의 세계 시장 점유율: 86.8% (2010)

○ 그런데 중국의 소프트웨어 시장은 매년 두자리 수 이상의 성장률을 기록하고 있지만, 세계 전체 시장의 약 1.6%를 차지하고 있어 하드웨어 시장(21.6%)에 비해 그 규모가 매우 작다고 할 수 있음.

- 중국의 소프트웨어 시장규모가 하드웨어 시장보다 훨씬 작은 이유는 일반 시장거래량보다 불법 복제되어 거래되는 양이 많기 때문으로, 사무용 소프트웨어 연합(BSA)에 따르면 2009년 중국 PC에 설치된 패키지소프트웨어의 79%가 해적판인 것으로 조사됨.

- 이에 2011년 중국 상무부가 나서서 불법복제와의 전쟁을 선포하였으나 마이크로소프트(MS)에 따르면 2011년 중국과 미국의 PC판매량이 비슷한 것으로 나타났음에도 불구하고 MS의 중국 매출액은 미국의 5%에 불과한 것으로 나타남에 따라 중국에서 여전히 불법복제가 성행하고 있는 것으로 보임.



② 보안 솔루션 소프트웨어

□ 현지시장 특화가 중요한 분야로, 중국 기업이 시장을 주도

- PC 보안시장은 특히 현지시장 특화를 통한 지역화(localization)가 중요한 분야로, 중국시장에서도 로컬기업이 시장을 주도함. 2000년대 초반부터 루이싱, 지양민, 진산 등이 시장을 주도해오다 2006년 무료 백신프로그램 치후360이 등장하면서 전체 인터넷 이용자의 84.6%를 점유(2011)하며 급속도로 성장함.
- 시먼텍, 맥아피, 트렌드마이크로, 카스퍼스키랩 등의 글로벌 업체가 중국시장 진출을 시도해왔으나 로컬 업체의 강세와 무료백신 프로그램의 등장으로 점유율을 높이지 못하고 있음.
- 백신 소프트웨어는 실시간 업데이트가 필요한 상품으로 불법복제가 불가능해 중국 시장에서 성장 가능성이 높음. 우리나라 업체 안랩도 2011년 12월부터 중국에 무료 백신프로그램 V3를 공급하기 시작함.

③ 기업관리 소프트웨어

□ 기밀 보호 등의 이유로 중국정부가 진입을 제한하고 있어 중국 기업이 선전

- 기업관리 분야에서 세계 DB시장의 60%를 점유하고 있는 오라클이나 전사적자원관리(ERP)시장의 30%를 점유하고 있는 SAP의 중국 시장 점유율은 각각 16%, 13%로 다른 국가에 비해 낮음.
- 주된 원인은 이 분야에서 로컬기업 육성과 기업 기밀보호를 위해 중국정부가 다국적 기업의 진입을 제한하고 있기 때문으로, 로컬 업체 용여우가 기업관리 소프트웨어시장의 26%를 차지하며 시장을 주도하고 있음. 뒤를 이어 킹디(14%)와 량차오(11%)도 선전하고 있음.
- 규모가 큰 선두업체들은 M&A를 통해 이미 중국에서 과점적 시장을 조성하고 있는 반면, 중소기업용 기업관리 소프트웨어 시장은 경쟁이 치열해 한국 ERP 업체들도 다수 진출해 있으며, 한국 DB업체들도 중국 통신사와 금융권에 프로그램을 제공하고 있음.



(4) IT서비스 분야

① 시스템통합(SI)

□ 시스템통합이 서비스분야 성장을 주도하고 있으며, 중국 기업이 강세

- 하드웨어 및 소프트웨어 소비 증가와 중서부 개발에 따른 도시화 진행으로 공공·민간부문의 전산시스템 구축 및 관리 수요가 증가하면서, 중국의 IT서비스 분야가 IT산업 중에서도 가장 빠르게 성장하고 있음.

<표 8> 중국 IT 시장과 IT 서비스 시장의 매출액 추이

단위: 백만 달러

	2010	2011	2012	2013
IT 시장 매출액	92,471	109,116	122,905	136,881
성장률 (%)	16.0	18.0	12.6	11.4
GDP 비중(%)	4.4	4.6	4.9	5.3
IT서비스 시장 매출액	19,419	22,914	26,584	30,496
성장률 (%)	16.0	18.0	16.7	14.7
IT 시장 비중(%)	21.0	21.0	21.6	22.3

자료: <표 6>과 같음.

- 특히 기업별로 정보화·전산화가 진행됨에 따라 시스템통합(SI) 수요가 꾸준히 증가함. 중국업체 중에는 차이나 소프트와 디지털 차이나가 2006년부터 기존 하드웨어 중심에서 SI서비스로 전략사업을 변경하고, 본격적으로 서비스분야에 뛰어듬.
- 중국 IT융합이 개별업체의 회계·재무·인사·재고·물류관리 등 '공장의 자동화'에서 의료업·제조업·금융업 분야 '산업의 자동화'를 넘어 도시 및 국가 수준의 '사회의 자동화'(스마트 시티, 스마트 그리드)로 확대되면서 SI가 핵심 분야로 성장할 전망이다.
- SI 시장 전체로 보면 디지털 차이나가 시장을 주도하고 있으나, 은행, 증권 등 금융부문에서는 IBM이 가장 앞서고 있음. 우리기업 중에서도 삼성 SDS는 1997년 국내업계 최초로 중국에 진출한 이후 2011년 현재 중국 승차권 자동발매 시스템 시장의 48.9%를 차지하는 등 선전하고 있음.



② 클라우드 컴퓨팅

□ 클라우드³⁾ 컴퓨팅은 전세계적으로 시장초기 단계로, 기술개발 경쟁 치열

- 네트워크 서비스 분야에서 새롭게 떠오르고 있는 클라우드 컴퓨팅은 전 세계적으로 기술 개발 초기단계라 기술격차가 크지 않고, 아직까지 압도적 강자 업체도 존재하지 않음. 이에 세계 각국이 국가 차원의 투자를 강화하고 있으며, 중국과 우리나라 기업들도 동참하고 있음.
- 클라우드 컴퓨팅 분야에서 중국시장은 세계 전체의 3%에 불과(2011년)하지만 정부가 신성장육성산업으로 포함시키면서 연평균 40%이상씩 성장하고 있음.

3. 평가 및 시사점

(1) 평가

□ (부품·소재) 정부차원의 적극 육성에도 경쟁력 확보에 난항

- 반도체, 디스플레이 등 부품·소재분야는 다국적 기업이 세계시장과 중국시장을 이미 선점하고 있음. 중국정부가 반도체 분야를 신 성장 동력분야로 선정하고 집중육성하고 있지만, 아직까지 기술격차가 크기 때문에 중국 로컬기업이 시장 점유율을 높이는 쉽지 않은 상황임.
- 특히 반도체 분야에서 중국의 팹리스가 양적으로 급속히 성장하고 있지만, 자체 기술 개발하기보다는 선진 다국적 기업의 칩을 설계 모방하는 데 그치고 있어 향후 선진업체와의 경쟁에서 우위를 차지할 수 있을지는 미지수

□ (하드웨어) 중국업체가 저가전략으로 시장점유에 성공하여 세계적 업체로 성장

- 중국 스마트폰 업체들이 중저가 전략으로 급성장하면서 프리미엄 제품만이 존재하던 스마트폰 시장의 지형 변화가 일어남.

3) 클라우드컴퓨팅(Cloud Computing): 정보가 인터넷 상의 서버에 영구적으로 저장되고, 데스크톱·태블릿PC·노트북·스마트폰 등의 IT 기기에는 일시적으로 보관되는 컴퓨터 환경에서 하드웨어·소프트웨어 등의 컴퓨팅 자원을 구매할 필요없이 웹상에서 자신이 필요한 만큼 빌려 쓰고 이에 대한 사용요금을 지급하는 방식의 컴퓨팅 서비스



- 과거에도 노키아, 삼성 등이 저가폰을 출시하였으나 큰 성공을 이루지 못한 반면, 중국 기업들은 자국의 거대한 내수시장을 바탕으로 성장하여 세계시장에서도 점차 점유율을 높여가고 있음.
- 중국은 소득수준 향상, 경제성장 지속으로 스마트 기기에 대한 내수시장이 크지만, 아직 까지 소득수준이 낮고 지역별로 소득편차가 심하기 때문에 중저가 모델의 선호도가 높음.
- 더욱이 저렴한 중국의 핸드폰이 품질 또한 떨어지지 않아 앞으로도 스마트폰 시장에서 중국의 강세는 지속될 전망이다.

□ (소프트웨어) 저작권 보호 취약과 산업보호정책으로 중국 로컬기업이 시장 주도

- 소프트웨어는 전통적으로 중국이 취약한 분야로, 우리나라를 비롯한 다국적 기업의 진출 기회가 많음. 하지만 중국의 저작권 보호가 취약해 제품을 출시하더라도 불법 복제판이 빠르게 확산되어 수익확보 여부가 불투명함.
- 그 외 복제가 어려운 백신 등 보안솔루션, 기업관리 등의 소프트웨어 분야는 중국 정부가 보호정책을 펼쳐 로컬기업의 성장이 두드러짐. 특히, 백신 등 보안솔루션 분야와 기업관리 분야는 중국 기업이 강세를 보이고 있음.

□ (서비스) IT융합과 도시화 수요로 IT서비스 분야 수요도 꾸준히 증가

- 중서부 지역 개발에 따른 도시화 수요와 맞물리면서 IT서비스 분야는 중국 IT산업 중에서도 가장 빠르게 성장하는 분야임.
- 특히 IT융합, 기업전산화 등에 필요한 SI에서 우리나라 업체들이 경쟁력을 인정받고 있음.

(2) 시사점

□ (부품소재) 범용소재 외에 핵심소재 부분에서 경쟁력 확보할 필요

- 선진국과의 기술격차는 우리나라도 해결해야 할 문제로, 우리나라의 경우 범용 소재는 세계 수준의 경쟁력을 갖춘 반면, 핵심소재는 선진국 대비 4~7년의 격차가 존재함. 이 분야는 장기간·대규모 투자가 필요한 분야로, 정부의 집중 육성책 마련을 통한 중국과의 경쟁대비가 필요



□ (하드웨어) 진출 시 프리미엄 그룹과 일반 소비자그룹을 이원화한 전략 필요

- 중국시장은 트렌드에 민감한 부유층을 중심으로 한 프리미엄 시장과 저소득·미개발 지역 주민들의 수요를 충족할 저가제품 시장이 이원화되어 발전할 것으로 보여 차별적인 제품출시와 가격전략 수립이 필요
- 특히 중국은 세계적으로 성장이 둔화하고 있는 데스크탑과 노트북 시장이 여전히 견재하기 때문에, 차세대 IT에 집중 투자하기보다는 기존에 우리업체가 경쟁력을 갖춘 데스크탑, 아날로그핸드폰 분야에 우선적으로 투자하는 것이 바람직함.

□ (소프트웨어) 저작권 보호에 역점을 두고 컨설팅 위주의 협력관계 구축

- 쉽게 복제될 수 있는 패키지·소프트 소프트웨어보다는 백신, 방화벽 등 보안 솔루션 분야나 네트워크 구축, 데이터베이스, 시스템 구축(SI) 등 기업용 소프트웨어 분야에 진출하는 것이 바람직
- 또한 소프트웨어 분야는 중국 정부의 보호 장벽이 높은 분야이므로, 외국 기업이 직접 수주하기는 어려움이 있음. 이에 중국 업체가 수주 받은 프로젝트를 재수주받거나 중국 SI업체에 대한 컨설팅 서비스 위주로 진출해야 함.

□ (서비스) SI를 제외한 분야는 시장 형성 초기단계로 진출에 신중할 필요

- SI분야는 특히 지하철시스템, 스마트시티 구축 등 공공 부문의 수요가 주를 이루고 있어 시장이 안정적으로 성장하고 있지만, 그 외 일반 대중을 대상으로 하는 서비스는 아직까지 시장 초기 분야로, 진출에 주의가 필요함.
- 특히 클라우드 컴퓨팅은 아직까지 대중화단계보다는 기술개발 단계에 있어 중국 시장규모가 작음. 또한, IT서비스 분야를 중국이 전략적으로 육성한다는 계획을 가지고 있어 산업보호정책을 펼칠 가능성도 높음.

문의: 해외경제연구소 국별조사실
조사역 강수연 (3779-5714)
jykim@koreaexim.go.kr