

## 인터넷시장 고속 성장

중국에서 인터넷 열기가 뜨겁게 일고 있다. 1999년 말 현재 중국의 인터넷 가입자수는 700만 명을 돌파한 것으로 알려지고 있다. 전년도에 210만 명이었던 것과 비교하면 불과 1년 사이에 세배나 증가한 셈이다. 미국의 국제시장조사 전문지인 IDC(International Data Corporation)는 중국 인터넷 사용자수는 2003년에는 현재보다 두 배 이상 많은 1,600만 명에 이르고, 2005년에는 일본을 제치고 미국에 이은 세계 2위의 인터넷시장으로 부상할 것이라고 전망하였다.<sup>1)</sup> 그러나 현재의 성장 속도로 보아서 이 같은 전망은 다소 보수적이라고 생각된다. 이미 올해 말이면 1,500만 명으로 우리나라의 인터넷 사용자수를 넘어서고 2003년이며 일본을 능가하여 미국 다음의 인터넷 대국으로 부상할 것이라는 전망이 보다 현실성 있게 나타나고 있다.<sup>2)</sup> 바야흐로 중국에서도 인터넷 혁명이 본격화되었다고 할 수 있다.

<표 1> 중국 인터넷 사용자수 증가 추이

단위 : 만 명

	1998	1999	2000	2003
사용자수	210	700	1,500	3,300

자료 : EIU, 'Windows on the world', 「Business China」, 1999.7.5, pp.5~7

### 중국 전자상거래 시장 본격 형성

중국의 인터넷 인구가 급증하면서 인터넷 관련 전자상거래 시장도 빠르게 형성되고 있다. 매년 시장규모는 급속히 팽창할 것으로 보인다. 미국 IDC는 1998년 중국 전자상거래 규모가 810만 달러에 그쳤으나 2001년에는 5억 8,300억 달러, 2003년에는 38억 달러에 달할 것으로 예측했다.<sup>3)</sup> 중국 전자상거래의 선구자인 8848.net는 회사 설립 8개월 만인 1999년 11월 현재 월 평균 매출액이 1,200만 위안에 달했다.<sup>4)</sup> 중국의 대표적 컴퓨터 제조업체인 련

1) 한국일보, 2000년 1월 11일

2) 1999년 말 현재 미국과 일본의 인터넷 이용자수는 각각 1억 1,000만 명과 1,800만 명으로 알려지고 있음.

3) 무역일보사, '중국 인터넷시장 메리트 만점', 「무역일보」, 1999.12.29, pp.25~27

4) KOTRA, '중국, 전자상거래 시장 폭발적 성장', 「海外市場」, 2000.1.13, p.7

상(聯想)은 지난해 6월 말 전자상거래 사이트를 개설한 이래 불과 2개월도 안돼 10,000대의 판매 실적을 올렸다. 이 회사는 향후 PC 판매의 80% 이상을 인터넷상에서 실현할 수 있을 것이라고 장담하고 있다.<sup>5)</sup> 중국에서는 신용카드 이용률이 저조하여 상품 구매시 현금 결제를 원칙으로 하고 있음에도 불구하고 이러한 영업성과는 향후 중국 전자상거래 시장이 폭발적인 성장세를 기록할 것이라는 판단지표가 되고 있다. 이미 인터넷 경매시장도 선을 보였다. 지난 5월 초 중국 최초의 전자경매시장으로 컴퓨터를 주된 경매제품으로 하는 中國商品交易競賣市場(www.ccec.com.cn/auction)이 개설된 데 이어 중고제품 경매시장, 우표 경매시장 등 전문제품 경매시장도 연이어 나타나고 있다.<sup>6)</sup>

### 향후 중국의 인터넷시장 전망 낙관적

향후 중국의 인터넷 시장은 상당히 밝다. 그 주된 요인으로 첫째, 정부의 적극적 투자여지를 들 수 있다. 정부는 전세계적으로 거센 바람이 일고 있는 디지털시대에 편승하고자 정보통신분야를 21세기 핵심산업으로 발전시키겠다는 구상을 갖고 있다. 정부는 정보통신 인프라 구축을 위해 이미 지난해 1,200억 위안(약 12조 6,000억 원)의 예산을 썼다. 2001년부터 시작되는 제10차 경제개발 5개년 계획에도 정보통신분야가 핵심사업으로 지정될 전망이다.

둘째, 인터넷 관련 분야 외국인투자에 대한 정부의 방침 전환이다. 작년 9월까지만 해도 중국정부는 자국 인터넷업체에 외국기업의 투자를 금지하는 입장을 밝혔었다. 그러나 중국 정부는 지난 11월초 미국과의 WTO 협상에서 외국인투자를 허용하는 쪽으로 방향을 전환하였다. WTO 가입 조건으로 중국은 인터넷 서비스 제공업자(ISP : Internet Service Provider)를 포함해 통신서비스업은 최대 49%까지만 허용하며, 가입 후 2년이 지나면 개방비율을 50%까지 확대하기로 하였다. 오히려 올해 들어 정부는 시장 개방에 보다 적극적인 자세를 보이고 있다. 최근 정부는 WTO 가입 조건을 앞당겨 올해 3월 이전 베이징(北京), 상하이(上海), 광저우(廣州) 등 3개 지역에 한해 외국기업의 ISP 시장에 대한 50% 지분투자를 허용할 방침이라고 밝혔다. WTO 가입 2년이 지나면 14개 도시를 추가 개방하며, 6년 차에는 전국적으로 개방할 것임을 덧붙였다.<sup>7)</sup>

이러한 방침 전환으로 인해 많은 외국기업들의 중국 투자가 러시를 이루

5) EIU, 'The promise of e-commerce', 「Business China」, 1999.8.16, pp.5~7

6) KOTRA, '중국, 전자경매시장 속속 출현', 「海外市場」, 1999.7.31, p.6

7) KOTRA, '중국, ISP 시장 외국기업에 50% 투자 허용', 「海外市場」, 2000.1.11, pp.1~3

면서 중국에서의 경쟁 심화와 함께 중국 인터넷 관련산업도 더욱 빠른 속도로 성장할 전망이다. 이미 많은 미국의 관련 업체들은 당초 중국정부의 인터넷시장 개방 불가방침에도 불구하고 중국 인터넷시장의 성장가능성을 염두에 두고 막대한 투자를 진행해오고 있었다. 그리고 미국 야후와 라이코스, 리눅스업체들도 중국 투자를 지속적으로 추진할 것임을 발표하였다.

셋째, 저가 컴퓨터 확산, 인터넷 이용요금 인하 등 인터넷 성장 기반 조성이다. 인터넷시장의 빠른 성장은 컴퓨터 업계의 가정용 저가 제품 판매도 일조한 것으로 판단된다. 지난해 가정용 PC 판매는 80만 대로 80%의 성장률을 보였는데 기업 및 정부기관을 포함한 총 PC 판매 증가율이 30%에 달한 점<sup>8)</sup>을 감안한다면 가정용 PC 판매율이 상대적으로 급증하고 있음을 알 수 있다. 이러한 가정용 PC 증가는 600달러 미만의 저가 PC가 중국에서 선풍을 일으키고 있는데 기인하였다.

한편, 정부는 인터넷 이용 확산 차원에서 인터넷 접속비용과 전화선 사용료 인하를 꾀하고 있어 인터넷 열기는 더욱 확산될 것으로 보인다. 현재 중국의 모든 인터넷 사용자는 中國電信(China Telecom)을 통해서만 접속 가능한데 이는 정부의 입장과 대치되는 웹 페이지를 걸러내려는 정부방침 때문으로 인터넷 접속요금 과다의 원인이 되어 왔다.<sup>9)</sup> 그러나 지난 12월부터 인터넷 접속비용을 시간당 4위안에서 절반 수준인 2위안으로 인하하였다.

### 우리 기업, 중국 인터넷시장 진출 보다 적극적으로

중국에서의 인터넷 열기가 확산되면서 우리나라 인터넷 관련기업들의 對중국 진출도 작년 하반기 이후 붓물을 이루고 있다. 국내 인터넷 벤처기업가운데 중국 진출의 효시는 CPMALL 서비스와 리눅스 기반 웹 솔루션을 중점 사업으로 하고 있는 아이오션이다. 지난 8월 회사 설립과 동시에 이 회사는 중국 현지기업과 연변지역 내 홈페이지 제작사업을 추진하였고 현재는 중국 내 인터넷 메이저인 쑹푹왕(中公網)과 상호 자국정보 제공, 온라인 게임 개발 등 다방면에 걸쳐 전략적 제휴를 맺고 중국 진출에 적극적으로 나서고 있다. 이외에 세대별 포털 서비스를 전략사업으로 삼고 있는 인츠닷컴도 중국 금항원과 합작으로 인터넷 서비스 실시를 추진 중에 있으며, 국내 중국관련 정보 제공사이트를 갖고 있는 중국마을도 차이나바이트와 양국간 정보통신 관련 정보 제공 제휴를 맺었다.

8) 무역일보, '중국도 저가PC 열풍', 1999.8.17, p.33

9) 20시간 인터넷 사용료는 200~250위안(30~42달러)으로 일반인 월 평균 급여의 1/4수준에 달하였음(KOTRA. '중국의 성장정책에 따른 수요 확대 품목', 1999.12, p.56).

<표 2> 국내 주요 인터넷 벤처기업의 對중국 진출 현황

기업명	합작 상대방	합작 내용
아이오션	중공망	- 뉴스 상호 제공, 온라인 게임개발 등
인즈닷컴	금항원	- 자사 인터넷 기술 수출 및 서비스 실시
중국마을	차이나바이트	- 정보통신 관련 정보 상호 제공 및 인터넷 관련 소프트웨어 중문판 작성·보급
인광정보통신	-	- 중문판 무역사이트 개설(www.ecplaza.com.cn)
젊은그들	R&R	- 유아용 콘텐츠 수출
복스텍	-	- 上海 현지법인 설립 및 화장품·시험정보 사이트 구축
한아시스템	-	- 인터넷 접속제품 개발
인터파크	-	- SCM 솔루션 공급
데시콤	씨네트	- 인터넷 관련 소프트웨어 개발 및 판매

자료 : 각종 자료를 종합하여 작성

향후 중국 인터넷시장의 성장성을 감안한 국내기업들의 對중국 진출은 향후 더욱 가속화될 것으로 보인다. 다만 이들 대부분이 중소기업 위주라는 점이 문제이다. 물론 대기업들의 중국 진출이 없는 것은 아니나 모두가 네트워크 장비나 통신서비스에 집중되어 있지 쇼핑몰, 경매사이트 및 포털콘텐츠 제공 등 인터넷 관련 전자상거래 분야의 진출은 전무하다. 반면에 야후 등 미국의 거대 인터넷기업들이 중국의 WTO 가입에 따른 시장개방으로 자본력과 기술력을 앞세워 적극적인 중국 진출을 꾀하고 있는 실정이다. 이런 측면에서 보면 이제 막 성장가도에 접어든 세계 최대의 인터넷 시장을 송두리째 미국에 넘겨줄 것이라는 우려를 자아낸다.

현재 중국의 인터넷기업들은 점차 자국 내에서의 경쟁 심화로 적극적인 외자유치를 통해 몸집 부풀리기를 꾀하고 있어 진출 호기가 아닐 수 없다. 열 개의 투자에서 아홉 개가 실패하고 하나만 성공한다 할지라도 중국 인터넷 시장의 잠재력으로 보아 국가적인 측면에서 보면 더 큰 이익을 가져다 줄 수 있을 것이라 생각된다. 국내기업들의 보다 적극적인 중국 인터넷시장 진출을 권하고 싶다.

현재 한국에는 기술력은 있지만 자본과 영업능력이 부족해 중국 진출을 주저하고 있는 기업들이 많을 것으로 생각된다. 정부차원에서 이들에 대한 지원대책 마련이 요망된다. 예를 들면 미국 실리콘밸리 내 한국사무소를 설치하고 유망 기업들의 미국 진출을 지원하는 것처럼 중국의 실리콘밸리라고 일컫는 北京市 中關村 내에도 한국관을 설치하고 중국 진출기업들의 원활한 영업이 가능하도록 도와주는 것도 하나의 방편일 것이다. 또한 이들이 영업

과정에서 운영자금의 부족으로 실패하지 않도록 벤처캐피탈과의 연계도 지원할 필요가 있겠다. 한편 대기업들은 주로 정보통신 관련 하드웨어적 진출이 대부분이다. 만일 대기업들이 자체적으로 인터넷기반의 중국 진출이 어렵다면 이들 중소 인터넷 벤처기업들의 중국 진출에 동반하여 자본과 마케팅을 측면 지원함으로써 시너지 극대화를 얻는 전략도 필요하다고 하겠다.

【全善俊】