함께하는 FTA

September 2017

09

협상의 기술

세기의 협상과 21세기 협상 전략



협상의 교훈이란

‘그때는 맞고, 지금은 틀리다.’

어떨 때는 서둘러야 하고 다른 때는 인내해야 하며,

양보해야 할 때가 있고 그렇지 않을 때가 있다.

p10 커버스토리

통상의 기본이 되는 것, 바로 ‘협상’입니다. 통상뿐 아니라 개인이나 기업 모두 언제나 협상의 테이블 위에 오르곤 합니다. 21세기 협상의 기술은 무엇일까요? 그 해답을 고민해보았습니다.

RETRO MANIA

p16 트렌드를 읽다

미국을 비롯해 전 세계 많은 국가의 트렌드 중심에 ‘레트로’가 있습니다.
90년대 향수를 일으키는 패션과 음악, 식품과 TV쇼 등이 다시금 각광을 받는 요즘입니다.
사람들은 왜 복고에 열광하며, 향수마케팅은 언제까지 지속될까요?

1st 호주, 소고기

2nd 미국, 오렌지

3rd 아세안, 망고

p24 FTA 청년 리포터 : FTA CONTEST

이달부터 시작된 FTA 청년 리포터 기사의 첫 번째로 ‘프로듀스 FTA’ 선발대회를 개최하였습니다.
마트에서 직접 만난 소비자들에게 ‘내 마음 속 FTA, 1픽’은 어느 나라,
어떤 식료품이었을까요? 그 결과를 공개합니다.

Contents

SEPTEMBER 2017 vol.64



길고 긴 무역협정의 시작과 끝은 모두 협상 테이블에서 이뤄집니다. 그리고 이러한 협상의 기술은 비단 통상에서만이 아닌 개인과 기업 단위에서도 반드시 필요한 기술이지요. 〈함께하는FTA〉 9월호는 21세기 협상 전략에 대해 알아봅니다.

FTA BRIEFING

01 이달의 FTA 브리핑

ISSUE FOCUS

04 센스의 재발견

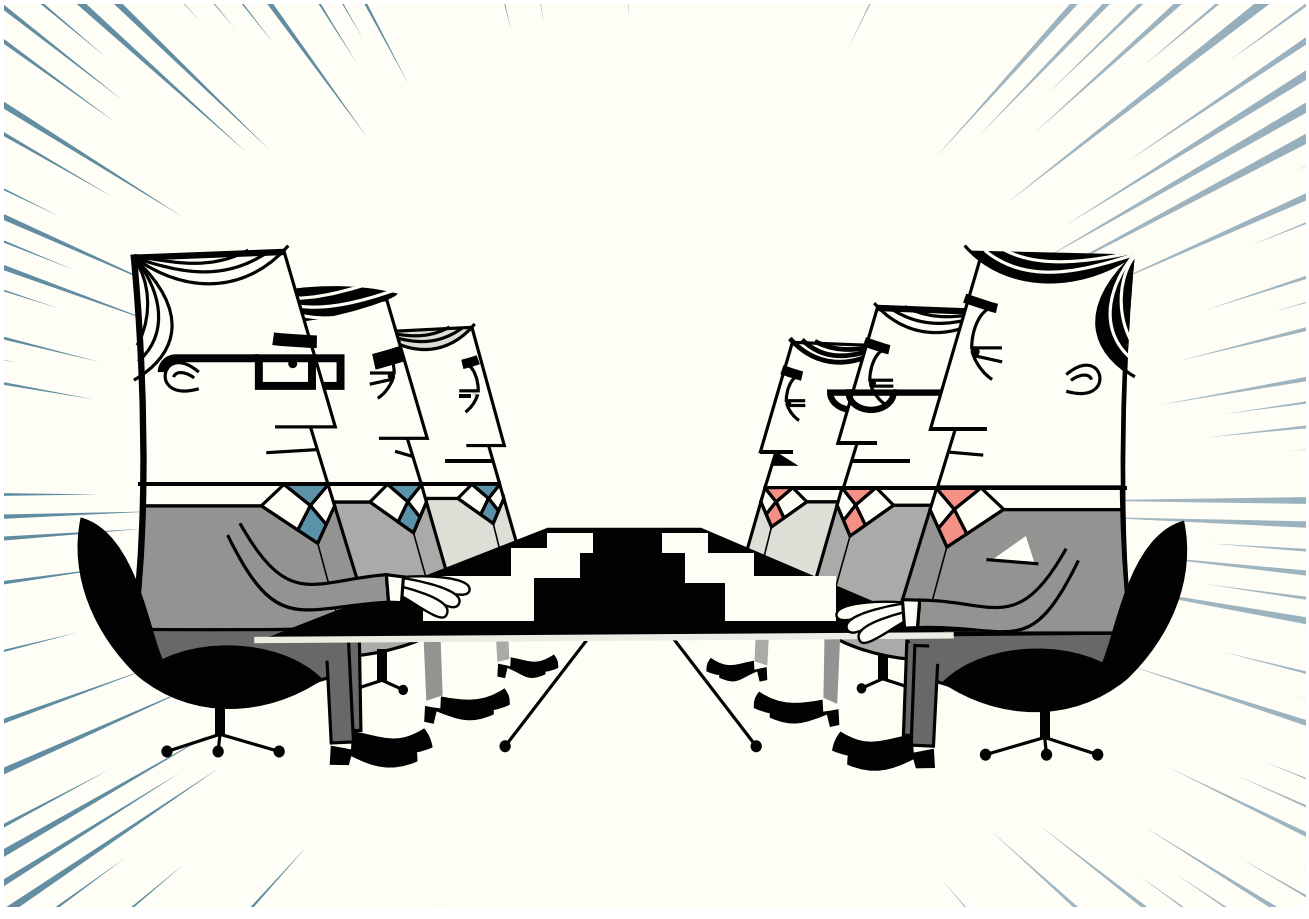
06 FTA해외활용지원센터: FTA 아카데미
KOTRA에서 FTA 실무교육 무료로 받고, 수출경쟁력 쑥쑥

FTA CARTOON

08 민대리의 맴찢여행

COVER STORY

다양한 수준과 분야에서 협상을 하는 사람들에게 꼭 하고 싶은 말은 '협상은 기술이 아니라, 철학'이라는 사실이다.









함께하는 FTA

발행일 2017년 9월 1일(통권 64호)
발행처 세종특별자치시 한누리대로 402 정부세종청사 13-2동
산업통상자원부 통상국내대책관실 (문의 044-203-4131)
발행인 백운규 산업통상자원부 장관
제작협력 한국경제매거진

'함께하는 FTA'에 게재된 글과 사진은 저자의 견해로 정부의 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.

COVER STORY

협상의 기술

10 그때는 맞고, 지금은 틀리다
12 제갈공명도 울고 갈 한·미 FTA 협상의 기술

FTA & LIFE

14 도시를 훔치다 : 보헤미아의 별, 프라하
16 트렌드를 읽다 : 미국
미국에 부는 레트로 열풍

FTA WIKI

18 FTA 용어사전: 어려운 무역기사 쉽게 읽는 법

FTA REPORTER

안녕하세요, 저희는 FTA 청년 리포터입니다

21 FTA는 맛있다, 윈-윈(win-win)해야 제 맛이다
24 한국의 태양광산업, 흐린 뒤 차차 맑음

FTA PRACTICE

28 위기가 곧 기회로… IMF가 열고 칠레가 들어왔다
대한민국 FTA 시대의 개막과 한·칠레 FTA
30 중국 비관세장벽 뛰어넘기 :
중국 건강기능식품시장 공략하려면 '정공법(正攻法)' 써야
32 중국 IP 지식재산권 분쟁 사례 :
Taobao vs. Yao – 전자상거래 계약 위반
34 FTA 초보자를 위한 기초 활용 노하우 :
원산지 판정하기
36 FTA 활용 사례 이야기
국내에서 산 물건인데, 공항에서 적발되면 어쩌죠?

FTA NEWS

38 한·미 FTA 공동위원회 특별회기 서울서 개최 외

BOARD

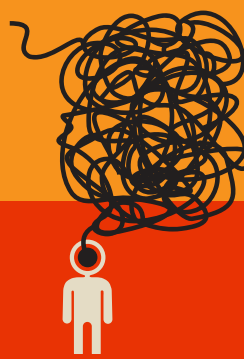
40 FTA 행사 및 해외 전시 일정 정보 & 독자 알림

센스의 재발견

좋은
센스가
요구되는
시대



센스에 대한 오해를 풀어볼까요.
센스는 특별한 사람만
타고나는 것이 아닙니다.
센스가 필요한 직종은
따로 있지 않습니다.
센스는 일상생활에서만
필요한 것이 아닙니다.



알고 보면,
센스가 필요하지 않은 일은
하나도 없습니다.

애플의 **스티브 잡스는** 훌륭한 **미의식과 센스로**
사랑받는 제품을 만들었습니다.
기업의 가치를 최대화하거나 회사의 존속 여부 역시
센스가 결정합니다.
같은 능력을 갖춘 사업가라면
그 사람의 **센스**가 **'차이'**를 만들 것입니다.

기술의 절정에 이르면
센스의 시대가 찾아옵니다.

그렇다면,
'센스가 좋다'는 건
무엇을
의미할까요?



좋은 센스란,
수치화할 수 없는 사실과
현상의 좋고 나쁨을 판단하고,
최적화하는 능력입니다.

센스 있는
사람이 되고 싶다면,
'평범함'을
알아야 합니다.



그리고 평범함을
알기 위한
유일한 방법은
지식을 쌓는 일입니다.

좋은 센스는 과거를 알고,
미래를 제대로 읽을 때
발현됩니다.



번뜩임이 아니라,
유행을 잘 알아서가 아니라,
단순한 **호불호**가 아니라
지식을 토대로
예측하는 것이 **센스**입니다.

객관적이 되는 것,
확신에서 벗어나는 것이 바로
센스를 기르는 방법입니다.



'나'라는 틀을 바꾸면,
생각의 방식도
변화하니까요.

자료 〈센스의 재발견〉, 미즈노 마나부, 하루, 2017

FTA해외활용지원센터: FTA 아카데미

KOTRA에서 FTA 실무교육 무료로 받고, 수출경쟁력 쑥쑥



여전히 FTA에 대한 이해 부족으로 FTA가 제공하는 수많은 혜택을 놓치는 기업이 많다. 이러한 애로사항 해소를 위해 현재 KOTRA에서는 기업 재직자를 대상으로 실무자의 FTA 활용 역량을 향상시키기 위한 'FTA활용 업종별 전문인력 양성과정'을 진행하고 있다.

A사의 대표적인 제품 중 하나는 인스턴트 카레 제품이다. 2012년 한·미 FTA 발효로 기존 6.4%였던 인스턴트 카레제품의 미국 수입 관세가 즉시 철폐되었다. 그러나 A사는 원산지 증명서에 성분과 조리법을 공개해야 하는 것으로 오해하여 원산지 증명서 발급을 거부했다. 때문에 한·미 FTA 발효 이후 관세가 철폐되었음에도 불구하고 원산지 증명서를 발급하지 못해 혜택을 받을 수 없었다. A사는 FTA관련 교육과정 이수 등을 통하여 인스턴트 카레제품을 세번변경기준으로 원산지 검증이 가능함을 알게 되었다. (세번변경기준은 원재료 HS코드만으로 원산지 확인이 가능하여 성분 및 조리법을 공개하지 않아도 된다.) 이에 A사는 조리법을 공개하지 않고 원산지 증명서를 발급받아 관세 철폐 혜택을 활용하게 되었고 FTA 체결로 인한 혜택을 받아 연간 12만 달러를 절약할 수 있었다.

'FTA활용 업종별 전문인력 양성과정'은 고용보험가입자는 누구나 무료로 수강할 수 있으며, 교재 및 중식까지 무료로 제공된다. 또한, 이 과정을 수료하면, FTA 인증수출자 자격 취득을 위해 필요한 원산지관리 전담자 교육으로 인정되어 20점의 가산점까지 받을 수 있다. KOTRA의 FTA활용 업종별 전문인력 양성과정은 2014년도에 시작하여 2017년 7월까지 총 86회 교육을 진행했고 1,587명의 재직자가 수료했다. 대부분의 교육생은 수출초보기업의 무역 실무자였으며, FTA 인증수출자격 취득을 위해서 또는 최근 FTA 동향을 체크하기 위해서 수강하는 경우가 많았다.

FTA활용 업종별 전문인력 양성과정에서는 3일 동안 FTA의 개요 및 활용, 품목분류 이론 및 사례, 원산지 결정기준의 이해, 원산지 결정기준 판정연습, 증명서 및 소명자료 작성법, 원산지 인증수출자의 이해 및 실습, 원산지 관리시스템 실무, 원산지 사후검증 실무, 품목별 심화학습 등 총 9개의 과목을 학습한다. 이 중 품목별 심화학습이 가장 인기가 높은데, 직접 겪고 있는 애로사항에 대해 관세사와 좀 더 가까운 거리에서 컨설팅을 받을 수 있다는 점이 매력적이다. 또한, 기계, 농수산가공식품, 디스플레이, 섬유, 화학, 자동차, 전기전자, 화장품, 의료기기 등 9개 업종으로 나누어 교육이 진행되며, 특정 산업에 대한 사례를 통해 설명하여 이해도를 높여준다. 업종별로 나누어 진행하기 때문에 동 산업 관계자들을 만나 네트워킹을 할 수 있다는 것도 장점이다.

FTA 실무 교육과정을 운영하면서 느낀 점

은 서로 다른 수많은 기업의 무역실무자들이 궁금해 하는 점, 놓치고 있는 부분이 상당히 유사하다는 점이다. 실제 오랜 강의 경력을 가지고 있는 관세사들도 기업들이 놓치고 있는 부분은 상당히 겹친다고 입을 모은다. 이 중 몇 가지를 소개한다.

해외 바이어가 요청하는 HS코드와 자사의 HS코드가 다른 경우 어디에 맞춰야 할까?

(스카이브릿지 관세법인, 최미정 관세사)

FTA 원산지 증명서는 바이어의 현지 국가에서 적용되는 것이다. 따라서 바이어가 요청하는 HS코드에 따라 발급되어야 한다. 바이어 요청 HS코드와 자사 HS코드가 상이한 경우, 협정상대국의 HS번호를 확인할 수 있는 공식서류(수입신고필증, 품목번호 확인서, 사전심사 결정서 등)를 원산지증명서 발급기관에 제출하면 바이어 요청 HS코드로 원산지증명서 발급이 가능하다. 다만, 자사제품이 자사 HS코드 및 바이어 요청 HS코드의 원산지판정기준에 모두 충족되는지 확인한 후 신청해야 한다.

베트남 수출 시, 한·아세안 FTA와 한·베트남 FTA 관세혜택 중 무엇이 더 나을까?

(당나귀관세사무소, 김한솔 관세사)

동일한 물품을 베트남으로 수출하는 경우, 한·아세안 FTA와 한·베트남 FTA를 선택해서 적용할 수 있다. 이때, 어느 FTA를 활용하는 것이 더 유리한지 수출 전에 비교 검토하는 것이 중요하다. 먼저, 한·베트남 FTA가 한·아세안 FTA보다 원산지결정기준을 더 완화하여 규정하고 있어 한국산 물품으로 원산지 판정을 받기가 더 수월할 수 있다.

FTA활용 업종별 전문인력 양성과정 하반기 교육일정

연번	교육과정명	교육시간	교육기간	교육장소
1	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(부산)	14	8월 31일(목) ~ 9월 1일(금)	부산
2	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(화장품)	20	9월 6일(수) ~ 8일(금)	서울
3	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(자동차)	20	9월 13일(수) ~ 15일(금)	서울
4	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(섬유)	20	9월 20일(수) ~ 22일(금)	서울
5	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(화학)	20	10월 18일(수) ~ 20일(금)	서울
6	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(전기전자)	20	10월 25일(수) ~ 27일(금)	서울
7	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(기계)	20	11월 1일(수) ~ 3일(금)	서울
8	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(자동차)	20	11월 8일(수) ~ 10일(금)	대전
9	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(한중FTA)	14	11월 13일(월) ~ 14일(화)	광주
10	FTA활용 업종 전문인력 양성과정(한미FTA 등)	14	11월 16일(목) ~ 17일(금)	광주

예를 들면, 닭 가공품(HS 1602.32호)의 경우, 한·아세안 FTA 원산지결정기준에 따르면 원재료인 닭이 반드시 한국산이어야 한 반면, 한·베트남 FTA 원산지결정기준에 따르면 원재료인 닭이 반드시 한국산일 필요 없이 충분한 조리가공만 이루어지면 한국산으로 판정이 가능하다. 한편, 한·베트남 FTA를 활용할 경우 한·아세안 FTA보다 관세특혜를 더 많이 제공하도록 규정하는 품목이 있다. 예를 들면, 일정 규격 부직포(HS 5603.94호)의 경우, 한·아세안 FTA 특혜관세율은 민감품목으로 지정되어 약 20%의 세율이 유지되는 반면, 한·베트남 FTA특혜관세율은 0%다.

2017년 HS협약 개정 후 HS코드 기재 방법이 어려워요

(세인관세법인, 김사웅 관세사)

2017년 1월 1일 HS협약 제6차 개정에 따라 기존 HS품목분류표(HS 2012) 상일부 HS코드가 삭제 및 변경되고 신상품 등을 반영한 HS코드가 신설되었다(HS 2017). 수출신고 시 HS 2017을 국내 수용하여 개정된 HSK기준으로 신고하고 있기 때문에 원산지증명서에도 HS 2017에 따른 HS코드를 표기해야 하는지 궁금해하는 경우가 많다. FTA는 협정 체결 시 발효되어 있는 HS협약을 기준으로 양허대상 및 수준, 원산지결정기준을 규정하기 때문에 HS협약 개정 내용에 대하여 체약당사국 간 별도 합의가 이루어지지 않는 한 기존 HS코드를 표기하여 원산지증명서를 발급해야 한다. 다만, 체약당사국 간 별도 합의가 이루어진 한·중 FTA의 경우 HS 2017에 따른 HS코드를 표기하도록 하는 관세청 지침이 시행되고 있음에 유의해야 한다.

글 FTA해외활용지원센터



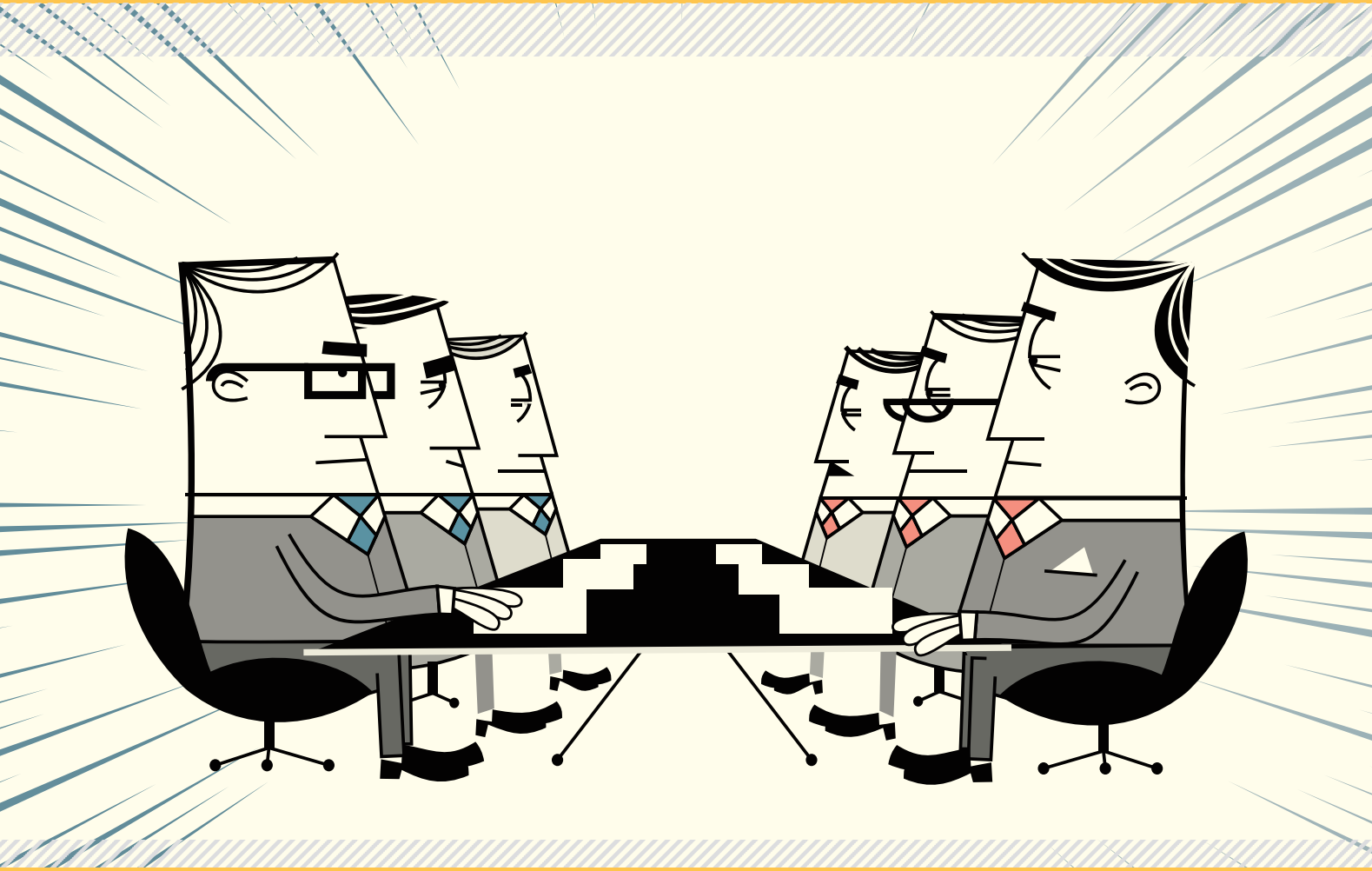
*맴찢: '마음이 찢어질 정도로 아프다'는 뜻의 신조어

카툰 손형민









협상의 기술

세기의 협상과 21세기 협상 전략

제갈공명도 울고 갈 한·미 FTA 협상의 기술



그때는 맞고, 지금은 틀리다

《협상의 전략》을 쓴 필자는 어떻게 생각합니까? 최근 한반도 위기를 겪으며, 많은 분들이 묻는다. 1962년 쿠바 미사일 위기의 교훈을 묻는 분들도 적지 않다. 시대적 배경이 다르고, 상황의 차이도 적지 않는데, 언제나 맞는 보편적인 교훈은 없다. 나는 책의 서문에서 썼지만, 협상의 교훈이란 '그때는 맞고, 지금은 틀리다.' 어떨 때는 서둘러야 하고 다른 때는 인내해야 하며, 양보해야 할 때가 있고 그렇지 않을 때가 있다. 중요한 것은 때를 정확히 읽는 것이다.

넓고 멀리 봐야 한다

넬슨 만델라는 "며칠을 보면 비관적이지만 몇십 년을 보면 낙관적이다."라고 말했다. 어떤 협상이든 한 번으로 끝나지 않는다. '풀기 어려운 분쟁'일수록 시간이 오래 걸린다. 중국과 소련의 국경협상은 길게 보면 300년 만에 해결했고, 북아일랜드 평화 협상은 500년의 원한과 증오에서 출구를 찾았다. 라틴 아메리카의 비핵지대 협상도 35년이 걸렸다. 남아프리카 공화국의 민주화 협상을 비롯한 20세기의 대표적인 분쟁도 상당한 시간이 걸렸다.

나는 협상의 교훈을 묻는 다양한 사람에게 제일 먼저 '길게 봐라'라고 대답한다. 아주 여러 번 반복적으로 협상을 하기 때문에, 처음에는 협상의 규칙을 세우는 것이 중요하고, 시간이 흐를수록 협상의 성과가 쌓이도록 해야 한다. 장기적이고 반복적인 협상에서 한 번의 실패는 성공의 밑거름이 된다. 포기하지 않고 인내해야 하며, 그러기 위해서는 협상의 목표가 분명해야 한다.

알고 보면 모든 협상의 끝은 없다. 한명의 사람이든 하나의 회사든 하나의 국가든 삶이 지속되는 한 협상은 모습을 바꾸면서 계속된다. 만델라의 말처럼 '언덕을 올라야 넘어야 할 산이 보인다.' 언제나 작은 산을 넘었다고 안주하지 말고 쉼 없이 묵묵히 전진해야 한다. 협상이 한 번에 끝나지 않기 때문에, 일방적인 승리란 존재하지 않는다. 언제나 줄 것은 주고, 받을 것은 받는 것이 협상의 기본이다. 길게 보면 지금 양보하는 것이 나중에 얻을 수 있다.

장기간의 협상이기에 협상의 결과만큼 과정이 중요하다. 오래된 분쟁을 해결하는 협상이든, 막대한 이해관계가 걸린 협상이든 길게 보면 이익개념이 달라질 수 있다. 언제나 눈앞의 이익을 쫓으면 반드시 탈이 난다. 예멘의 통일협상처럼 정치인들의 단기적인 권력 나누기로 서둘러 이룬 통일은 오래가지 않았다. 눈앞의 이익만 생각해서 봉합한 갈등은 얼마가지 않아 틈을 비집고 증오를 불러내 더 큰 갈등을 만들어냈다. 예멘의

통일은 한번은 합의로 다른 한번은 전쟁으로 이루어졌고, '서두르면 망한다'는 교훈을 주었다.

동시에 넓게 봐야 한다. 협상을 해야 할 상대는 앞에도 있고, 뒤에도 있다는 점을 잊지 말아야 한다. 북아일랜드 평화협상이나 남아프리카공화국의 민주화 협상처럼 원한의 세월이 길고 분쟁의 강도가 높을 때, 내부 협상이 훨씬 어렵다. 내부의 강경파를 끌고 가는 것이 언제나 상대와의 협상만큼 중요하다. 그래서 독단적인 리더는 장기협상에서 실패할 가능성이 크다. 시간이 걸리더라도 내부합의를 유지할 수 있는 민주적 리더가 협상의 성공을 이끌 수 있다.

신뢰는 협상의 조건이 아니라 결과다

협상은 잘 아는 사람끼리 하는 것이 아니다. 아주 오랜 시간 원수로 지냈던 사람과 하는 것이 협상이다. 미국의 닉슨 대통령이 1972년에 처음으로 중국을 방문할 때, 혹은 서독의 빌리 브란트가 처음으로 동방정책을 추진할 때, 상대를 믿었기 때문에 접촉을 한 것이 아니다. '믿을 수 없는 상대와 어떻게 협상을 하느냐?'는 사람들에게 '믿을 수 없으니, 협상을 하는 것'이라고 말해주고 싶다. 믿을 수 있는 가족이나 오랜 친구들 사이에는 굳이 소모적인 협상을 할 필요가 없다.

그래서 신뢰는 협상의 조건이 아니라 결과다. 믿을 수 없는 관계에서 믿을 수 있는 관계로 전환하기 위해 우리는 협상을 한다. 동시에 언제나 신뢰는 완벽하지 않다. 인간관계든 비즈니스 관계든 혹은 외교관계든 신뢰를 쌓기는 어렵지만 신뢰를 허물기는 쉽다. 대부분의 관계에서 신뢰는 허약하고 쉽게 허물어진다. 1986년 레이캬비크에서 미국의 전략방위구상(SDI)를 의심하는 고르바초프에게 레이건 대통령은 '믿어라, 그러나 검증하라'는 러시아 속담을 인용했다. 관계는 언제나 변하기 때문에 신뢰가 악화되지 않도록 신경을 써야 한다.

상대를 인정하는 것이 언제나 협상의 출발이다. 협상은 길고 우여곡절이 많기 때문에, 때로는 폭력적 해결의 유혹에 직면한다. 폭력은 순간적으로 문제를 해결한 것처럼 보이지만 언제나 후유증을 남긴다. 중동평화 협상이나 혹은 수단이나 콜롬비아의 내전처럼 실패한 협상의 공통점은 폭력의 개입이다. 협상은 상처를 치유하기 위해서인데, 폭력은 언제나 새로운 상처를 남긴다.

지혜의 문을 열어야 한다

협상 전략을 세우기 위해서는 내부의 열린 토론이 반드시 필요하다. 1962년 쿠바 미사일 위기 때, 장군들은 선제공격을 주장했다. 케네디 대통령은 잘못된 선택의 재앙적 결과를 잘 알고 있었다. 그래서 선택의 대안을 나열하고, 하나씩 결과를 예측하고, 그중에서 최적의 대안을 마련했다. 이런 과정에서 가장 중요한 것은 다수의 지혜다. 케네디 대통령은 장군의 주장을 낮은 계급의 장교들이 반박할 수 있는 열린 토론의 분위기를 만들었다.

열린 토론은 오판의 가능성을 줄이고, 나아가 자신이 가진 자원을 최대한 가동하기 위해서 반드시 필요하다. 리더는 조직이 동맥경화에 걸리지 않도록 신경을 써야 한다. 피가 돌아야 건강한 육체를 유지하듯이, 정보가 순환해야 유능한 조직이 된다. 민주적인 조직은 위기의 순간에 빛난다. 케네디 대통령의 위기 리더십을 높이 평가하는 것은 대통령 개인의 능력이 아니라, 자신의 모든 역량을 활용한 '열린 토론의 지휘자'였기 때문이다.

우리의 삶에서 협상은 일상적이다. 쉬운 협상도 있고, 어려운 협상도 있다. '노마식도(老馬識途)'라는 말이 있다. 한비자에 나오는 말로, 원정에 나간 군대가 길을 잃었을 때, 늙은 말을 풀어서 길을 찾았다는 뜻이다. 세기의 협상들이 얼마나 교훈을 줄 수 있을지 모르겠지만, 과거의 경험에서 지혜를 구하는 노력은 정말 중요하다.

협상은 관계의 성격을 변화시키는 것이고, 그 과정에서 지속가능한 상호이익의 공통점을 찾는 과정이다. 언제나 다양한 사례의 협상에서 시사점을 찾기 위해서는 맥락을 이해해야 한다. 왜 그때는 맞고 지금은 틀린지를 구분해야 하기 때문이다. 지금도 다양한 수준과 분야에서 협상을 하는 사람들에게 꼭 하고 싶은 말은 '협상은 기술이 아니라, 철학이다.'

글 김연철(인제대 통일학부 교수)

AGAIN 2007 재현하라 2010

제갈공명도 울고 갈 한·미 FTA 협상의 기술





트럼프 대통령의 저서 〈거래의 기술(The Art of the Deal)〉. 바로 이 기술로 기업인, 방송인, 정치인, 그리고 특히 세계에서 가장 성공한 부동산 투자자 중 한 명이 될 수 있었던 그는 미국의 제45대 대통령에 당선되며 미국민을 상대로 다시 한 번 기술 시전에 성공했다. 이른바 트럼프 사단의 한·미 FTA 정조준에 우리는 어떠한 기술로 대응할 수 있을 것인가.

한·미 FTA Why Always Me?

생각해보면 한·미 FTA는 실로 오랜 산고(産苦)의 결과물이었다. 2006년 6월 조지 W. 부시 대통령 체제에서 협상이 개시되어서 2007년 6월 서명까지 마쳤지만, 이후 발효되지 못하고 표류하다 2008년엔 민주당 대선후보로 유력하던 당시 오바마 상원의원(미국의 제44대 대통령)에게 "아주 결함 있는(badly flawed)" 협정이라고 맹비난을 받더니 아니나 다를까 오바마 정권이 들어서자 2009년 추가협상을 거쳐 2010년 최종 타결되었고, 2012년 3월 발효가 되었지만 2017년 트럼프 정부에서 재협상 국면에 들어섰다. 미국 대통령 3대에 걸쳐 매번 도마에 오르는 참으로 기구한 운명을 가지고 태어난 FTA인 것이다.

2004~2007년 한·미 FTA 협상의 기술

모든 외교전(外交戰)이 그렇지만 특히 통상협상, 그



중에서도 FTA는 협상의 꽃인 동시에 온갖 협상, 거래 기술이 난무하는 고수들의 각축장이라고 볼 수 있다. 그런 의미에서 문재인 정부 출범과 동시에 부활한 산업통상자원부 산하의 통상교섭본부는 〈산업통상자원부와 그 소속기관 직제 제14조의 2 제1항〉에 따라 외국과의 통상협상을 수행하는 기관으로서 역할하며 그 본부장은 이어 제2항에 의거, 우리나라의 통상대표로서 교섭의 선봉에 서게 된다. 반대로 미국의 경우는 대통령 직속기관인 무역대표부(USTR)가 국제통상교섭을 담당한다.

한·미 FTA 협상은 애초부터 단 한순간도 도전이 아닌 순간이 없었던 것으로 기억된다. '먼저 FTA를 제안하면 더 많이 양보해야한다'는 생리를 누구보다도 잘 알고 있던 당시 김현종 본부장이 2004년 캐나다에게 먼저 협상 의사를 타진한 뒤 이를 USTR 측에 '내비쳐' 한·미 FTA와 관련해 미국 측의 선제 관심을 유도했던 사례나 2006년 의약품 분야 협상 과정에서 미국 측 협상단이 회의장을 박차고 나가

는 강경수를 두자 김 본부장 역시 상품, 환경, 노동 분과 협상장에 있던 우리 측 수석대표와 분과장들에게 퇴장하라고 맞불지시를 놓았던 것은 이미 널리 알려진 일화다.

2008~2010년 한·미 FTA 추가협상의 기술

이러한 강대강(强對强)의 협상기치와 이에 따른 기술 시전은 2007년 한·미 FTA 서명 이후 추가협상에서도 빛을 발했다. 물론 강대강의 자세만이 협상기술의 전부는 아니다. 강대강의 기술은 상대에게 역제안할 나만의 무기가 있을 때 더욱 빛을 발하게 되고 그렇지 않으면 오히려 역효과가 날 수도 있는 카드다. 추가협상 이전 본 협상 당시의 사례지만 한·미 FTA 내 개성공단 관련 조항의 양보를 담보로 우리에게 부담이 큰 쌀시장 개방을 요구하던 당시 USTR의 카란 바티아(Karan Bhatia) 부대표에게 역으로 미국의 아킬레스건인 존스법(Jones Act) 개정을 요구했던 것은 지금 생각해도 매우 짜릿한 장면이다. 1920년에 제정된 미국의 상선법 제27조(Section 27 of Merchant Marine Act of 1920)인 존스법은 미국 해안의 모든 여객선과 화물선이 미국에서 제조된 선박이어야 하고, 그 소유권자도 미국인이어야 한다는 내용을 골자로 하는 미국의 배타적 법령이다. 국내 조선 산업의 비교우위와 가능성이라는 우리 측 무기를 완벽히 이해하는 동시에 존스법 개정이라는 상대방의 약점을 교묘하게 파고든 멋진 한방이었다.

김 본부장과 협상에 나섰던 김종훈 당시 수석대표는 이어진 추가협상에서 또 다른 성격의 협상기술들을 선보였다. 우선 2008년 한국과 미국 간 쇠고기 수입에 대한 추가협상 당시 우리 국민들의 광우병 관련 촛불시위 사진을 협상테이블에 올려놓고 이를 레버리지로 활용, 우리 쪽으로 주도권을 가져오는데 성공했던 것도 더 이상 비화(祕話)가 아니다. 그 결과, 이어진 이후 2010년 추가협상에서 역시 미 행정부의 요청에도 불구, 쇠고기 문제는 논의 대상에서 완벽히 제외하는 데 성공했다. 이어 본격적인 추가 협상에 앞서 "한 획, 한 점도 고치지 않겠다"는 공개 언론브리핑 발언을 통해 마치 배수진을 치고 협상에 임하는 듯한 우리의 자세를 미리 공표함으로써 미국의 재협상 의지를 선제 차단하는 기술 역시 선보여, 이후 협상의 범위를 자동차 분야 등 일부에 국한하는 것으로 선방했다.

2017년 한·미 FTA 재협상의 기술은?

한국과 미국이 본격적인 재협상 분위기에 접어들었다는 평가가 지배적이지만, 이번에도 우리는 먼저 제안하지 않았으며, 강하게 나오는 상대에 약하게 대응하지 않고 있어 무난한 기술로 재협상 국면에 진입했다. 이제 우리는 한·미 FTA의 팩트(fact)와 우리의 정책공간(policy space)을 잘 이해하는 동시에 상대에게 역으로 제안할 카드를 철저히 준비해야 할 것이다. 이번에 우리와 마주앉을 트럼프 사단에는 쉬운 상대가 단 한명도 없다. 역시 진행 중인 NAFTA 개정협상을 이유로 당장 한국을 찾기는 어려운 라이트하이저 USTR 대표는 당연하고, 그를 대신해 방한한 마이클 비먼(Michael Beeman) 무역대표부 대표보도 결코 만만한 인물이 아니다. 2004년부터 무려 10년 동안 동북아 무역을 담당한 이 지역 통상전문가라는 사실은 물론, 오바마 정부에서 임명된 인물이 트럼프 대통령의 재신임을 받았다는 사실만으로도 그의 철학과 능력을 가늠케 한다. 좀 더 그 범위를 확장하여 상무부 로스 장관이나, 국가무역위원회의 피터 나바로 위원장까지 떠올리면 본격적인 협상 전부터 숨이 막힐 정도다. 협상에서 완벽한 기술의 구사란 우선 나 자신과 상대방을 완벽히 이해하는 것에서 시작된다. 이런 관점에서 우리 측도 경쟁력 있는 인사들을 준비했다. 그리고 한·미 FTA 이후 '레벨업'도 충분히 했다. 향후 시전될 기술의 향연에 많은 관심이 모아지는 이유다. 지난 22일 서울에서의 한·미 FTA 특별회기 개최로 이미 양국 간 일합(一合)은 겨뤄졌고 이제 진검승부가 시작되려 한다.

글 박정준(서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 선임연구원)



그토록 찾아 헤매던 유럽이 여기에 고스란히 남아 있다

20세기 초반 파리의 풍경을 다시 만나고 싶은가? 노천카페의 야외 테이블에 앉아 길거리 밴드의 연주를 감상하는 그런 경험 말이다. 19세기 후반 세기말의 문화 도시 비엔나를 만끽하고 싶은가? 유럽 최고의 클래식 연주회를 앞두고 커피 한잔을 걸치는 그런 기분 말이다. 이미 시도해 보았을지 모른다. 그러나 막상 그 도시를 찾아가 보면 눈앞에는 우뚝 솟은 현대식 건물과 붐비는 자동차들. 잠시 허탈감에 빠지는 건 당연하다. 그러나 포기하지는 말자. 우리가 머릿속에 그리던 오래된 유럽, 그 고풍스러운 낭만을 여전히 간직한 도시가 있다.

천재 음악가 모차르트의 일생을 담은 영화 〈아마데우스〉, 첩보원 톰 크루즈가 고성(古城)의 담벼락을 타고 뛰어다니던 액션 영화 〈미션 임파서블〉, 황태자의 약혼녀를 사랑한 마술사의 매혹적인 이야기 〈일루셔니스트〉, 천방지축 피아니스트와 유아독존 지휘자의 알콩달콩한 음악 드라마 〈노다메 칸타빌레〉… 이들의 공통점은 무엇일까? 아직 눈치 채지 못했다면 결정적인 힌트를 주겠다. 인기 드라마 작가 김은숙의 '연인' 시리즈의 하나다. 대통령의 딸인 전도연과 강력계 형사 김주혁의 멋진 사랑을 담은 그 드라마와 앞의 모든 작품들이 이곳에서 촬영되었다. 정답은 프라하다.

20세기 들어 동구 공산주의의 영역권에 들어가 조용히 은둔해 있었지만, 그 숨죽인 시간이 뜻밖의 행운으로 되돌아왔다. 프라하 성을 비롯한 고풍스러운 건물과 골목길의 문화가 그대로 남아 있어, 지금은 사라져버린 옛 유럽의 분위기를 고스란히 간직할 수 있었던 것이다.

체코의 가장 로맨틱한 다리

체코의 수도 프라하는 구불구불한 블타바 강변에 자리 잡고 있다. '체코 음악의 창시'라 불리는 스메타나는 민족성을 살린 작품을 많이 작곡했는데, 대표작 〈나의 조국〉의 두 번째 곡이 바로 이 강을 노래하고 있다. "이 강은 바위에 부딪혀 쾌활한 소리를 내고 햇빛을 받아 빛을 낸다. 강기슭에는 사냥꾼의 나팔 소리와 농부들의 흥겨운 무곡이 메아리친다." 지금은 그 강변에





1 프라하는 오랫동안 유럽 문화의 중심지로 활약해왔다.

2 천문학자 하누스가 1490년에 제작한 천문시계.

자유로운 옷차림의 젊은이들과 여행객들이 가득하다. 이들이 가장 좋아하는 산책 코스는 카를교를 건너 프라하 성으로 올라가는 것이다.

카를교는 14세기 카를 4세가 홍수로 떠내려간 다리를 대신해 석재로 튼튼히 지은 다리다. 다리 양쪽의 고풍스러운 탑은 원래 통행료를 받기 위해 세운 것인데, 지금은 전망대로 이용되고 있다. 카를교 중간 중간에는 17세기~20세기 초까지 제작된 수십 개의 성인상들이 자리 잡고 있다. 특히 머리에 별을 달고 있는 성 얀 네포무프의 동상이 인기가 높다. 그 아래 동판은 소원을 비는 사람들의 손길 때문에 반들반들 윤이 나 있다.

프라하 성은 체코의 왕들과 신성 로마 제국의 황제들이 거처했던 곳으로 고풍스러우면서 압도적인 위용을 자랑한다. 성을 따라 내려오는 작은 골목은 '황금 소로'라는 별명을 가지고 있는데, 과거 연금술사들과 장인들이 거처했던 곳이다. 지금은 앙증맞은 공방과 기념품 가게들이 자리하고 있다.

프라하를 돌아다니며 가장 쉽게 만나는 얼굴이 있다. 황금 소로의 기념품 문구, 여러 곳의 조각상, 자전거 택배원의 티셔츠에서도 보게 된다. 바로 〈변신〉의 작가 프란츠 카프카다. 그는 평생 프라하의 유대인 거주 지역에서 살았고 작품 곳곳에 이 도시의 풍경이 담겨 있다. 그가 〈변신〉을 쓸 때 거처했던 곳은 '하우스배'라는 고급 임대주택이었는데, 현재는 프라하 인터콘티넨탈 호텔이 자리하고 있다. 하우스배는 20세기 초반에 엘리베이터까지 갖춘 최신식 건물이었는데, 꼭대기 층에서는 블타바 강, 체후브 다리, 루돌프 황태자 공원이 내려다보였다.

곳곳에서 만나는 프라하의 보물

카프카의 가문이 자주 들락거렸을 신구 시나고그는 프라하를 대표하는 전설을 안고 있는 곳이다. 1580년 프라하의 유대인들이 가혹한 탄압을 받았는데, 레우 브라우흐라는 랍비가 진흙에 생명을 불어넣어 거대한 괴물 골렘을 만들어냈다. 골렘은 이빨 안쪽에 부적을 꽂아 넣어야만 움직이는 일종의 자동인형이었다. 20세기 초반 체코를 대표하는 작가 카렐 차페크는 인간의 명령에 따라 움직이는 자동인형이 나오는 희곡을 발표했다. 이 작품에 나오는 주인공의 이름 '로봇(Robot)'은 오늘날 기계 인간을 대표하는 일반 명사가 되었다.

프라하 성만큼이나 많은 사람들이 찾는 구시청 건물에는 그 유명한 천문 시계가 있다. 1시간에 한번씩 20초 동안 시계 속의 자동 장치가 놀라운 인형들의 쇼를 보여준다. 천문학자 하누스가 1490년에 처음 이 시계를 제작했는데, 이에 탄복한 다른 도시의 시민들로부터 시계 제작 의뢰가 쇄도했다. 그러자 프라하 시의회는 시계를 더 이상 만들지 못하게 하누스를 장님으로 만들어버렸다고 한다. 그는 한탄하며 자신의 걸작을 다시 만져보았는데, 그때 시계가 멈추어 수백 년 동안 움직이지 않았다는 전설이 깃들어 있기도 하다.

천문시계 부근은 프라하의 가장 번화한 거리다. 인근의 작은 클럽에서는 매일 밤 수준급의 재즈나 블루스 연주자들을 만날 수 있다. 여행객들이 애호하는 〈마술 피리〉 등의 인형극 공연, 세계적인 수준의 클래식 연주회도 어렵지 않게 만날 수 있다. 중고서점에서 체코 특유의 삽화가 들어 있는 그림책을 골라보는 것도 좋다. 체코인들은 스톱 애니메이션 〈패트와 매트〉 같은 캐릭터 디자인에도 훌륭한 솜씨를 자랑해왔다.

체코의 서쪽은 프라하를 중심으로 보헤미아, 동쪽은 올로무치 등이 있는 모라비아 지역이다. 양쪽 모두에 작지만 색다른 매력으로 가득한 도시들이 보석처럼 박혀 있다. 체스키 부데요비치는 유명한 맥주 도시로 부드바이저(버드와이저) 맥주의 원산지다. 체스키 크룸로프는 그림 동화 속의 마을처럼 아름다운 성이 솟아 있는 도시다. 영화제로 유명한 카를로비 바리, 프랑스 영화 〈지난 해 마리앙바드에서〉의 배경이 되는 마리안스케 라즈네 등의 온천 도시를 찾는다면 커다란 원반 같은 와퍼(웨하스)를 맛보길 바란다.

글 이명석(문화비평가)



1990년대 인기를 끌었던 상품이나 디자인 등이 미국 산업 전반에 걸쳐 부활하고 있다. 이러한 제품과 콘텐츠는 미국 최대 소비층인 X세대와 밀레니얼 세대의 향수를 자극해 소비로 이어지고 있는 추세다.

* 레트로(retro): 회상, 회고, 추억이라는 뜻의 영어 'Retrospect'의 준말로 복고주의를 지향하는 유행이나 패션 스타일을 의미한다.

90년대 유행하던 스타일의 부활

분야별로 그 양상을 살펴보면 먼저 패션에서 눈에 띄게 나타나고 있다. 1990년대 패션스타일이 부활하면서 의류, 신발, 액세서리 등 당시 스타일을 반영한 아이템들이 대세로 자리잡고 있다. 배가 드러나는 짧은 크롭탑, 어깨가 드러나는 오프숄더 탑, 밑위가 긴 바지, 오버롤, 초커 목걸이 같은 1990년대 스타일을 현대식으로 재해석한 제품들이 의류 매장의 큰 비율을 차지하고 있다. 이밖에 벨벳, 얇은 모직물인 플란넬, 타이다이(홀치기 염색 방식) 등 당시 유행했던 섬유나 섬유 디자인을 활용해 1990년대 느낌을 내기도 한다. 1990년대 레트로 열풍은 스포츠 의류와 신발 업계에서도 확인할 수 있다. 유로모니터에 따르면 스트리트 웨어와 함께 레트로 스타일이 스포츠웨어의 트렌디 스타일로 떠오르면서 나이키, 아디다스 등 유명 브랜드들이 이를 반영한 패셔너블한 스포츠 의류를 선보였다. 일례로 1980년대 후반부터 1990년대 인기를 끈 브랜드 '필라(FILA)'가 제2의 전성기를 누리고 있다. 클래식 디자인 스니커즈로 유명한 아디다스의 스탠스미스, 슈퍼스타와 나이키의 에어조던, 푸마의 헤리티지 디자인의 매출이 증가하였다.

1
1970~90년대 디자인으로 변경 후 판매가 급증한 밀러라이트.

2
클래식 디자인으로 인기를 끌고 있는 아디다스의 슈퍼스타와 나이키의 에어조던.

3
닌텐도에서 구형 게임기 모형으로 재탄생시킨 게임기 NES 클래식.

턴테이블, 닌텐도 등 향수어린 제품이 인기

즉석카메라, 사진 프린터, 턴테이블 등 자취를 감췄던 소형가전 역시 인기를 끌고 있다. 리서치 업체 NPD그룹에 따르면 지난 2월까지 1년간 미국에서 판매된 턴테이블 매출액은 16% 증가했으며 판매량은 23% 늘었다. 턴테이블은 시장 수요가 증가하면서 출시되는 제품의 가격대와 디자인이 더욱 다양화되고 있는 추세이다. LP판 역시 지난 한 해 미국 내에서 1300만 장이 팔려

나가는 등 인기가 커지면서, 소니는 올 초 지난 30년간 중단했던 LP판 생산을 다시 시작할 것이라고 발표했다. 디지털카메라 판매량은 감소하고 있는 반면 한동안 자취를 감췄던 즉석카메라 판매량이 증가했는데 지난해 후지필름의 즉석카메라 인스탁스(Instax)는 500만 대가 팔려나가 전년대비 30% 늘었고 2016년 추산 판매량은 650만 대이다. 그 외 필름카메라, 사진 프린터 등이 레트로 열풍으로 다시 시장에 등장하고 있다.



식품업체 제너럴 밀스에서 선보인 레트로 스타일의 씨리얼 박스 시리즈로, 90년대 유행하던 만화캐릭터를 삽입했다.

한편, 1990년대에 최고의 인기를 누렸던 게임기와 게임이 출시돼 큰 호응을 얻고 있으며, 올해도 이 같은 현상이 지속될 것으로 예상된다. 지난해 닌텐도가 구형 게임기 모형으로 재탄생시킨 게임기 NES 클래식과 클래식 미니는 출시되자마자 매진됐고, 경매사이트에서 소매판매가의 두 배가 넘는 가격에 거래될 정도로 열풍을 일으켰다. 게임기로 갤러그, 닥터마리오, 파이널 판타지, 팩맨, 슈퍼마리오, 젤다의 전설 등 추억의 게임 30가지를 즐길 수 있다. 전 세계적으로 화제를 모았던 증강현실 게임 포켓몬 고 역시 1990년대 인기 만화인 포켓몬스터의 캐릭터를 등장시켜, 최신 기술과 소비자들의 노스텔지어 감성을 적절하게 활용했다는 평가를 받고 있다.

식품 패키징도 레트로 테마가 각광 받고 있으며, 과거 유행했던 맛(Flavor)도 다시 판매하고 있다. 미국의 대표적인 맥주 브랜드인 밀러라이트와 버드라이트는 최근 과거의 디자인으로 맥주캔과 병 디자인을 변경했다. 특히 밀러라이트는 2014년 반짝 프로모션으로 맥주 캔의 디자인을 1970~1990년대 디자인으로 변경한 후 매출이 급증하자 캔과 병 등 모든 제품의 패키지를 교체했다. 식품업체 제너럴 밀스는 지난 2015년 1980~1990년대 유행하던 만화캐릭터를 씨리얼 박스에 삽입해 시장의 주목을 받는 데 성공한 후, 매년 2월마다 새로운 캐릭터가 등장하는 패키지를 선보여 호응을 얻고 있다. 캔디 브랜드인 마이크 앤 아이크(Mike and Ike)는 2015년 복고 맛인 루트비어와 솜사탕 맛을 추가하고, 박스 디자인도 이에 걸맞게 레트로 스타일로 변경했다.

감정적 보상을 안겨주는 향수 마케팅

1980~1990년대 향수 마케팅의 주요 타깃층은 당시 10~20대를 보냈던 X세대와 밀레니얼 세대이다. 퓨리서치센터는 지난해 밀레니얼 세대(2015년 기준 18~34세)의 인구는 베이비부머(2015년 기준 51~69세)를 앞질렀다고 발표했다. 지난해 밀레니얼 세대의 인구는 7540만 명, 베이비부머는 7490만 명이었다. 오는 2028년이 되면 X세대 인구가 부머 인구를 넘어설 것으로 예상하고 있다. 현재 30~40대인 X세대와 밀레니얼 세대는 미국 내 최대 소비층으로 활발한 경제활동을 하고 있다. 향수 마케팅은 X세대와 밀레니얼 세대에게 편안함과 좋은 기억을 떠오르게 하고, 이를 소비로 이어질 수 있도록 한다. 행복했던 학창시절을 떠오르게 하는 향수 마케팅은 바쁜 스케줄에 치이고, 사회적 책임감에 짓눌린 X세대와 밀레니얼 세대에게 감정적 보상을 안겨주기 때문이다. 많은 기업들이 디지털화되기 전인 1980~1990년대의 감성을 마케팅에 활용함으로써, 대중들에게 브랜드에 대한 인간적이고 따뜻한 이미지를 심어주고, 긍정적인 느낌으로 연결되도록 하는 전략을 펴고 있다.

1980~1990년대 향수를 불러일으키는 복고 트렌드는 당분간 지속될 것으로 예상된다. 패션, 게임, 완구, 영화 등 여러 산업분야에서 1980~1990년대 복고 트렌드를 반영한 상품과 콘텐츠 판매가 예고돼 있다. 또한 1990년대 히트를 친 TV쇼와 영화 등이 리메이크 되거나 시리즈를 이어갈 예정이다. 미국 시장 진출을 염두하고 있다면 미국의 이러한 레트로 트렌드를 파악하고, 기존 제품의 판로 개척과 제품 개발에 활용할 수 있다. 제품과 패키징 디자인에 미국 소비자들의 취향에 맞는 1990년대 감성을 가미함으로써 레트로 트렌드를 활용한 마케팅도 가능하다.

자료 KOTRA 미국 뉴욕무역관 | **정리** 김선녀 기자

어려운 무역기사 쉽게 읽는 법

시장을 이끄는 소비자를 지칭하는 여러 가지 이름

반려동물을 기르는 가구가 증가하면서 이들은 블루슈머(Bluesumer)로 부상하고 있다. 실제로 '펫코노미(Pet+Economy)'로 불리는 반려동물 시장은 눈부신 성장 중이다. *(2017. 4. 5. 뉴스1)*

적극적인 소비자, 프로슈머 Prosumer

생산자를 뜻하는 '프로듀서(producer)'와 소비자를 뜻하는 '컨슈머(consumer)'의 합성어로, 생산에 참여하는 소비자를 의미한다. 1980년 미래학자 앨빈 토플러가 그의 저서 〈제3의 물결〉에서, 21세기에는 생산자와 소비자의 경계가 허물어질 것이라 예견하면서 처음 사용되었다. 프로슈머는, 소비는 물론 제품 생산과 판매에도 직접 관여하여 해당 제품의 생산 단계부터 유통에 이르기까지 소비자의 권리를 행사한다. 프로슈머의 의미는 문화 전반에 나타나는 하나의 경향으로 이해할 수도 있다. 과거 스타들을 맹종하기만 했던 대중들이 그들을 평가하고 비판하는 적극적인 행동을 보여주는 상황은 스타와 대중의 역전된 관계를 드러내고, 단순한 감상자에 머물지 않는다. TV 드라마의 결말을 좌지우지하는 드라마 팬들은 무시할 수 없는 프로슈머의 영향력을 보여준다.



창조하는 소비자, 크리슈머 Cresumer

창조를 의미하는 '크리에이티브(creative)'와 소비자를 의미하는 '컨슈머(consumer)'를 조합한 용어로, 일반제품을 자신의 취향에 맞게 새롭게 만들어내는 창조적인 소비자를 일컫는다. 크리슈머는 시장에서 유통되는 제품이나 서비스를 수동적으로 구매하는 데 그치지 않고, 음악·미술·문학 등 주로 창작 분야에서 디지털 기술을 보다 적극적으로 이용하여 제품의 판매와 유통에 영향을 미친다. '크리슈머 마케팅'은 제품의 기능, 가치에 스토리를 담아 기존의 콘텐츠를 발전시켜 새로운 문화와 소비유행을 만들어 가는 마케팅 트렌드를 말한다. 기업은 크리슈머를 통해 소비자의 니즈와 트렌드, 시장의 흐름을 파악할 수 있어 이들을 적극적으로 활용하는 경우가 많다. 제품개발과 유통과정에 소비자가 직접 참여하는 프로슈머(Prosumer)보다 발전한 개념이다.

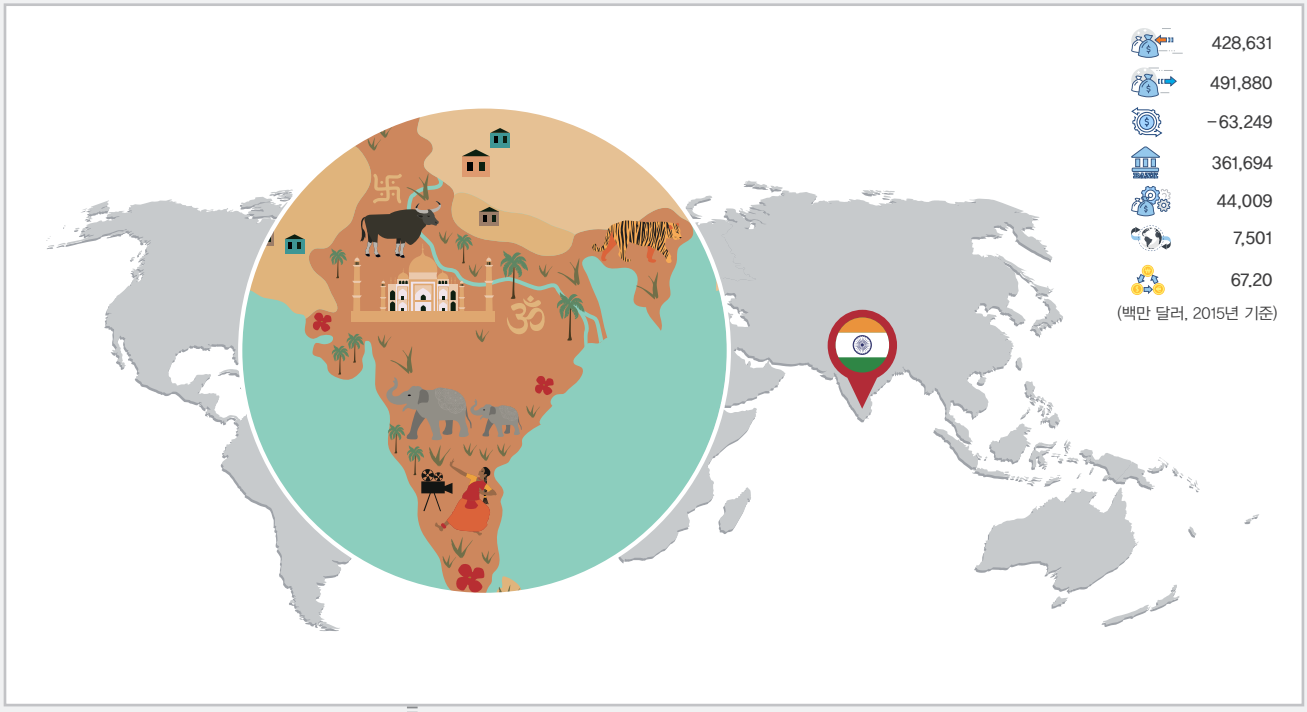


블루오션을 주도하는 소비자, 블루슈머 Bluesumer

'블루오션(Blue Ocean)'과 '소비자(Consumer)'의 합성어로서, 경쟁자가 없는 시장 즉, 블루오션을 주도하는 주체로서의 소비자를 지칭하는 말이다. 블루오션이란 1990년대 중반에 제창된 '블루오션전략'이라는 기업 경영전략론에서 나온 말로, 아직 개척되지 않았지만 실제로는 광범위한 성장 잠재력을 가지고 있는 시장을 뜻한다. 이러한 블루오션의 주도권이 공급자에서 소비자에게로 넘어가고 있다. 일례로 소규모 결혼식을 추구하는 '스몰웨딩족'은 기존 결혼식 문화와 비용 거품에 대한 반작용 수요로 스몰웨딩 업체들을 증가시켰고, 연관시장인 인테리어 및 가구 시장에서도 새로운 소비수요를 위한 대책 마련이 시급해졌다.



인도 경제지표



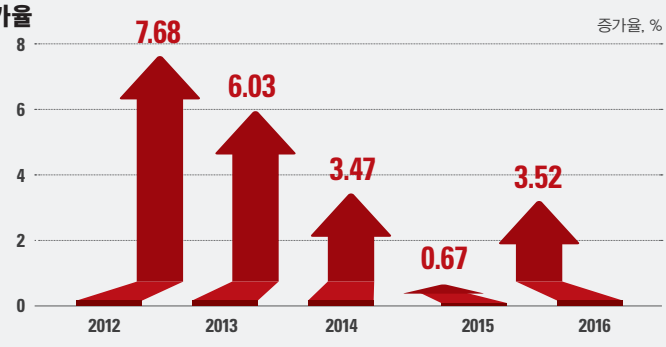
India
인도

인구
약 13억 명(세계 2위)

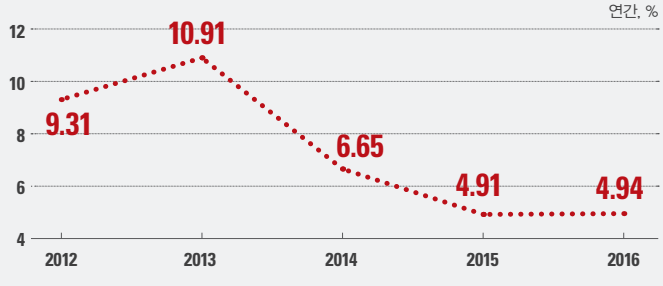
실질 GDP
2,464,933 백만 달러

1인당 GDP
1,709 달러

1인당 GDP 증가율



소비자 물가 상승률



수출(백만 달러) 수입(백만 달러) 무역수지(백만 달러) 외환보유고(백만 달러) 투자유치액(FDI)(백만 달러) 해외투자액(ODI)(백만 달러) 환율



안녕하세요 저희는 FTA 청년 리포터 입니다

〈함께하는FTA〉는 지난 6월, FTA와 국제통상에 대한 신선한 시각과 기획력을 갖춘 4팀의 FTA 청년 리포터를 선발하였습니다. 이들 4팀이 지난 두 달 동안 취재한 칼럼을 여러분께 소개하고자 합니다. 식탁 위에서 체감하는 FTA 혜택, FTA를 통한 세테크 활용법, 자유무역과 신재생에너지의 관계, 중국과 변화하는 지적재산권 문제 등 다양한 시선에서 FTA와 통상 문제를 바라보고, 그 현황과 해결책에 대해 모색해보았습니다. 앞으로 4개월 동안 선보일 국내와 해외에서 취재한 청년 리포터들의 생생한 FTA 이야기, 많은 기대 부탁드립니다.

FTA는 맛있다
윈-윈(win-win)해야 제 맛이다

따뜻한 온기가 가득한 한국인의 밥상이 세계와 메가 FTA를 체결했다. 각종 식재료를 실은 푸드 무역선은 우리나라 항구로 정박해, 세계미식을 찾아 항해하는 소비자의 냉장고로 향한다. 체결된 15개의 FTA 중 어느 국가의 식재료가 한국인의 밥상을 가장 맛깔나게 했을까? 우리는 함께, 때로는 홀로 마주하는 밥상에서 FTA의 소비자 후생을 꺼내먹고자 한다.



FTA, Fine. Thank you. And you?

미디어로 접하는 FTA의 수혜는 주력상품을 수출해 사상 최대 매출을 기록했다는 산업계의 것으로만 보인다. 수출 지향적 산업구조를 가진 우리나라에는 반가운 일이다. 우리나라는 2004년 칠레를 시작으로 13년간 15개의 FTA를 체결했다. 이로 인해 세계 3위의 경제 영토를 가지게 됐다. 감사할 일이다.

시선을 우리네 일상 속으로 돌려보자. FTA는 저녁상을 차리기 위해 시장으로 향하는 주부와 즐거운 데이트를 위해 맛집을 검색하는 연인에게 혜택을 준다. FTA로 인해 소비자의 음식 선택폭은 늘었다. 더불어 품질 향상과 가격 하락으로 소비자는 매일 세계지도가 펼쳐지는 식탁 위로 FTA를 주문하게 됐다. 이런 현상을 소비자 후생[1] 증대라 한다.

내 입맛 속 FTA, 1픽(Pick)을 저장!

한국인의 입맛으로 느끼는 '혜자'[2] FTA 소비자 후생을 알아보기 위해, 우리는 지난 8월 주말 오후에 매출이 가장 높은 서울 시내 대형 마트와 재래시장 주변을 찾아 젊은층과 가족 단위의 소비자를 대상으로 '내 입맛 속 FTA, 1픽을 저장!' 소비자 투표를 시행했다. 이번 투표는 소비자가 가장 큰 혜택을 경험한 FTA 대표 식품 2개에 스티커를 붙이는 형식으로 진행됐다.

각 FTA의 대표 식품 선정 기준은 1순위 우리나라 수입 점유율, 2순위 우리나라 수요 대비 공급이 부족한 품목, 3순위 국가 또는 경제공동체의 대표성으로 상품을 구성했다. FTA 수입품 간 겹치거나 우리나라 식량주권에 민감한 식품은 제외했다.

위의 기준을 바탕으로 소비자의 입맛을 다시게 한 14개[3] FTA식품은 다음과 같다. ▲칠레-와인 ▲EFTA-연어 ▲ASEAN-망고 ▲인도-참깨 ▲EU-돼지고기 ▲페루-대왕오징어 ▲미국-오렌지 ▲터키-견과류 ▲호주-소고기 ▲캐나다-메이플시럽 ▲중국-대구 ▲뉴질랜드-키위 ▲베트남- 새우 ▲콜롬비아-커피 (FTA 체결 연도 순 정렬)

1 특정 상품에 대해 소비자가 지불해도 좋다고 생각하는 최대 가격(지불의향가격)과 실제로 지불하는 가격(시장가격)의 차이

2 '혜자스럽다'는 '양이 푸짐하다' 뜻의 인터넷 유행어로 소비자의 한정된 예산안에서 구매한 상품이 효용극대화 되는 것을 나타내기 위해 사용한 표현이다.

3 지난 3월 가서명 된 한·중미 FTA와 ASEAN에 포함되면서 식품 수출비중이 작은 한·싱가포르 FTA는 제외했다.

당신의 FTA에게 투표하세요!

총 240명의 소비자가 '내 입맛 속 FTA, 1픽을 저장!' 설문에 투표했다. 우리는 소비자가 투표의 취지를 이해할 수 있도록 충분히 설명한 후 스티커를 붙이도록 했다. 과연 어떤 FTA 식품이 소비자의 선택을 받았을까?



먼저 3위를 차지한 ASEAN 망고는 2007년 한·아세안 FTA 발효 이후 망고에 대한 30%의 기본관세가 점점 철폐되고 있다. 그 결과 망고수입량은 2010에서 2015년까지 20배가 증가했다. 주요수출국은 필리핀과 태국이다. 특히 망고는 2030대의 선택을 많이 받았다. 망고를 투표한 임아영(여·28) 씨는 "동남아 여행을 갔을 때 먹었던 망고 맛을 잊지 못했는데, 우리나라에서도 쉽게 망고를 먹을 수 있어 좋다."고 답했다.

2위는 미국산 오렌지가 차지했다. 미국산 오렌지는 2012년 25%던 관세가 올해 5%까지 낮춰졌다. 내년부터는 관세가 완전히 철폐 될 예정이라 미국산 오렌지는 가격경쟁력을 더 확보할 전망이다. 2014년을 기준으로 미국산 오렌지는 우리나라 오렌지 수입의 92.7%를 차지했다. 오렌지를 투표한 소비자들은 3060대의 주부들이었다. 아이를 데리고 쇼핑을 나왔던 강효진(여·47) 씨는 "캘리포니아 오렌지가 아주 맛있다. 가격도 저렴해 아이들 간식으로 챙겨주기 좋다."고 말했다.

1위를 말하기에 앞서, 1표를 얻은 '꼴찌' 페루의 대왕오징어에 대해 이야기 해보자. 오징어는 한국인에게 사랑받는 수산물 중 하나이다. 하지만 최근 중국어선과 대형저인망 선의 남획 등으로 어획량이 줄어 '금징어'라는 별명까지 생겼다. 올해 페루산 오징어의 수입액은 5000만 달러로 전년 대비 68%나 증가했다. 군침이 도는 휴게소의 오징어 버터구이, 문어다리 등은 페



6 2015년 Country Brand Index에서 발표한 자료에 따르면 호주의 국가 브랜드 순위는 75개국 중 8위를 기록했다.

7 자급률은 우리나라의 소고기 총소비량 중 한우 소비량이 차지하는 비중을 말한다.

루산이 차지하고 있다. KOTRA 리마 무역관 김백진 과장은 "페루 오징어에 대한 우리나라 소비자 인식이 부족해 낮은 결과가 나온 것 같다."라며 "슈퍼푸드로 각광받는 페루의 퀴노아(FTA로 관세율이 약 250% 하락, 세계 1위 생산국)로 설문했다면 더 높은 결과가 나올 수도 있었을 것"이라고 조언했다.

오늘 '밥' 주인공은 호주야! 호주야!

소비자가 느낀 '소비자 후생 FTA 식품 1위'의 주인공은 바로 호주산 소고기다. 남녀노소를 가리지 않고 전 연령대의 전폭적인 지지를 받았다. 왜 호주산 소고기를 선택했냐는 질문에 재래시장을 찾은 진학선(여·57)씨는 "품질은 한우가 좋지만, 가격이 비싸 호주산 소고기를 구매하기 때문"이라고 답했고, 호주산 소고기를 사용하는 푸드트럭에서 스테이크를 구매한 송태훈(남·27)씨도 "길거리에서 저렴한 가격에 맛있는 스테이크를 맛볼 수 있어 좋다."고 엄지를 치켜들었다.

이 결과를 들은 대외경제정책연구소 권기수 미주팀장은 "한국인의 고기사랑은 각별하다. 소고기에 대한 높은 수요가 반영된 것이라 생각된다. 한·호주 FTA 체결로 소비자가 비싸다고 인식했던 소고기를 저렴하게 구매하게 되어 만족도가 높았을 것"이라 말하며 "소비자는 가격뿐만 아니라 품질도 깐깐하게 본다. 호주산 소고기는 '청정우'라 불릴 정도로[6] 이미지가 좋다. 2012년 광우병 사건을 겪은 미국산 소고기보다 소비자들이 선호할 것"이라며 '1등 호주산 소고기'에 대한 심사평을 전했다. 한·호주 FTA는 2014년 12월에 발효됐다. 한국농촌경제연구원의 농축산물 수출입 동향에 따르면, 2017년 2분기 현재 호주산 소고기의 누적 수입량은 9만 4천 톤으로, 먼저 FTA가 체결된 미국 소고기(9만 톤)보다 높았다. 협정 당시 소고기에 부과되던 40%의 관세율도 매년 2.6%씩 감소해 2030년에 완전히 철폐될 예정이다. 2016년 한·호주 FTA 활용률은 전년대비 7.7% 상승한 77.4%를 기록했다. 산업별로 보면 호주산 농림수산물의 수입활용률은 96.2%였다. 반대로 한국산 기계류 수출활용률은 89.6%였다. 양국이 FTA를 통해 서로 비교우위에 있는 상품을 활발히 교역하고 있었다.



함께 걸어가야 할 FTA 꽃길

전국한우협회는 FTA로 인해 2011년 말 15만 7500명이었던 한우농가 가운데 현재 8만 6000 농가만이 명맥을 유지하고 있는 실정이라고 밝혔다. 쇠고기 자급률도[7] 2013년 50.1%를 정점으로 지속해서 하락해 2016년 37.7%로 추정된다.

하지만 FTA는 윈-윈(Win-Win)해야 제 맛이다. 한우가 꽃길을 걷기 위해 우리나라는 축산업 경쟁력 확보, 체질개선 등 FTA 보완대책을 실시하고 있다. ▲축사시설 및 송아지 경매시장 현대화 ▲소고기 생산성 향상 지원 ▲축산물 도축 가공업체 지원 등 경쟁력 제고사업과 피해보전직불제, 폐업지원제 등 직접피해보전 사업 등을 진행한다. FTA 보완대책 예산 4조 1,375억원 중 축산분야에만 40.2%의 예산이 사용됐다. FTA 보완대책이 안정적인 축산업 기반 구축에 큰 효과를 발휘해 한우가 A++의 꽃등심길만 걷길 응원한다.

우리는 삼시세끼 마주하는 밥상 위에서 FTA를 통한 소비자후생 증대를 조명해봤다. 투표에 참여했던 240명의 소비자들 중 204명(85%)은 FTA를 긍정적으로 평가했다. 올해로 13년째를 맞이한 FTA가 앞으로도 우리나라와 세계를 이어주는 테이스티로드(Tasty Road)가 되길 희망한다.

글 백리브가, 하철민(한국외국어대학교 국제지역대학원)



한국의 태양광산업, 흐린 뒤 차차 맑음

'4차 산업혁명을 이끄는 힘'으로 불리는 신재생에너지의 시대가 도래하였다. 선진국을 비롯한 전 세계 국가들의 에너지 정책에 대대적인 변화가 시작됐고, 그중에서도 태양광 시장의 성장 속도는 더욱 가파르게 치솟고 있다. 치열해지는 글로벌 신재생에너지 시장에서 한국 태양광산업의 날씨를 예측해보았다.

"태양광 패널로 감싸져 있는 자동차가 별다른 주유 없이, 필요한 에너지를 직접 생산하여 도로를 달린다. 태양광 패널로 만들어진 건물 외벽은 건물 안에서 필요한 전기를 모두 공급한다. 도시의 전기는 도로에 아스팔트 대신 깔려 있는 태양광 패널이 생산하고, 도로를 통해 적재적소로 송신된다. 공장은 태양광 에너지를 저장한 ESS를 구입하여 대규모 설비를 가동한다. 자동차와 공장이 뿜어대던 미세먼지와 이산화탄소는 역사 속, 근대화의 오점으로 치부되며, 인류는 그 어느 때보다 깨끗한 지구에 살게 된다."

화석 연료 없이 신재생에너지만으로 에너지 공급이 완전히 가능한 시대. 영화 속의 이야기가 아니다. 실제로 테슬라는 태양광 발전회사 솔라시티를 합병하여 전기자동차 충전소를 설치하고 있으며, 궁극적으로는 완전 자가발전 자동차를 선보이려 제품을 개발 중이다. 아스팔트 도로의 경우 미국의 전기개발자 스콧·주리 브루소 부부가 2010년 시제품을 선보인 바 있다. 계산기에서만 볼 수 있었던 작은 태양광 패널이 전 세계, 모든 산업과 가정에 확산되는 미래를 꿈꿀 수 있



전기차 시대를 선도하고 있는 테슬라.

게 된 것이다.

신재생에너지는 4차 산업혁명의 흐름 속에 등장한 뜨거운 감자 중 하나이다. 그중에도 태양광 에너지는 '4차 산업혁명을 이끄는 힘'이라 평가되고 있는데, 그 배경에는 2015년 12월 채택된 파리기후변화협약이 있다. 지구의 평균온도가 산업화 이전 대비 2도 이상 상승하지 않도록 온실가스 배출량을 줄이는 것을 목표로 하는 이 협약은, 총 195개국이 서명하여 친환경 발전에 대한 관심과 각국의 에너지 정책 변화를 유도하였다. 특히 중국은 신에너지 발전을 국가 전략적 과제로 채택하고 원자력 등 신재생에너지와 함께 태양광 발전설비를 빠르게 확충하고 있다. 에너지경제연구원에 따르면 중국의 신재생에너지 발전설비 비중은 2013년 8.3%이었는데, 2020년에는 23.1% 수준에 이를 것으로 전망되고 있다.

올해 태양광 시스템 단가는 사상 처음으로 와트당 1달러를 달성할 전망이며, 2023년을 전후로 세계 모든 지역에서 태양광 발전이 가장 저렴한 에너지원이 될 것이라 한다. 개도국에서도 신재생에너지와 화석연료 간의 발전단가가 같아지는 '그리드패리티(Grid parity)'의 달성이 가시화되고 있다. 미국 트럼프 대통령의 제조업 강화 정책으로 태양광시장의 성장 속도가 다소 더뎌지고 있으나, 태양광 산업의 성장은 거스를 수 없는 물결이라 할 수 있다.

한국 역시 이와 같은 전 세계적 흐름에 따라 움직이고 있다. 문재인 정부의 탈원전 기조에 따라 우리나라 태양광 및 신재생에너지 산업은 박차를 가하게 되었다. 정부는 2030년까지 전체 전기 발전 비중의 20%를 신재생에너지로 채우기 위해 탈원전 에너지 정책을 전개하고 있다. 산업통상자원부는 지난 8월 9일 에너지 전환정책 추진에 따른 체계적 전략을 수립하기 위해 장관 직속의 '에너지전환 국민 소통 TF'를 구성하였으며, 제3차 에너지기본계획, 제8차 전력수급기본계획, 탈원전 로드맵 등 에너지 전환 관련 정책을 종합적으로 논의해갈 예정이다. 이에 따라 한국의 태양광 시장은 미소를 띠게 되었다. 올해 국내 태양광 설치량은 약 1GW가 될 것으로 예상되며, 내년에는 이보다 20% 증가한 1.2GW로 예상된다.

하지만 세계적인 시장에서 한국 태양광 산업의 미래는 맑지만은 않다. 저렴한 원료와 강력한 정부 지원을 바탕으로 빠르게 성장하는 중국 태양광 기업과, 기술력을 앞세운 유럽과 미국의 기업의 틈바구니에서 살아남기엔 뾰족한 대비책이 필요하다.



새만금 한중경협지구의 청사진, Made in Korea 태양광

한국은 52개국과의 FTA를 발판삼아 수출을 원활히 하고, 해외 투자를 유치할 수 있다. 특별히 한·중 FTA 체결(2015년 6월)를 통해 한국 기업은 급속히 성장하는 중국시장에 보다 수월하게 진출할 수 있다. 수혜를 받는 주 품목으로는 소재와 원료부문을 들 수 있다. 한국은 중국의 메타실리콘을 수입하여 태양전지의 주원료인 폴리실리콘을 생산하고, 중국 기업에 판매한다. 따라서 메타실리콘 도입 시 존재하던 2.5% 관세 철폐는 우리 태양광 산업에 호재가 아닐 수 없다. 또한, 일본은 중국과 FTA가 체결되어 있지 않기 때문에 우리 기업은 중국 현지에서 일본 기업들과 수

주경쟁을 벌일 때 가격 경쟁력을 확보할 수 있다.

한국의 태양광산업이 다채널 FTA 환경을 활용할 수 있는 장소로 새만금이 주목받고 있다. 현재 새만금은 한·중 FTA 체결과 연계하여 한국 측 유일의 한중산업협력단지로 공식 지정되어 '한중 경제협력단지' 프로젝트를 진행하고 있다. 중국의 3개 도시(산동성 옌타이시, 장쑤성 옌청시, 광동성 후이저우시)와 새만금이 MOU를 체결하였으며, 다양한 협력방안이 합의된 상태이다.

태양광 산업은 이러한 한중교류협력의 플랫폼을 활용하여 성장할 수 있다. 중국진출을 원하는 한국기업뿐만 아니라 외국기업에게도 중국 시장을 겨냥한 전진기지 구축에 유리한 환경을 제공할 수 있다. 기업유치와 투자활성화의 인센티브를 더하고자 정부는 다양한 세재지원 및 현금지원정책과 보조금 지원 정책을 마련했다. 새만금 사업 용지는 최대 100년간 무상임대가 가능하며, 산업지원서비스업 또는 고도기술수반사업[1]의 경우 법인세 및 소득세가 투자 액수에 따라 최대 5년 동안 전액 면제되고, 이후 2년 동안 50% 감면받는다. 이러한 관세혜택에 더해서, 새만금은 중국과의 거리가 매우 가까워 물류비용 절감의 효과도 누릴 수 있다. 또한, 한국에 진출한 중국기업은 'Made in Korea'라는 브랜드를 달아 중국에 역수출하거나, 미국이나 유럽 등의 지역에 고품질 이미지를 갖춰 상품을 판매할 수 있다. 실제로 작년에 중국의 CNPV사는 새만금에 태양광 발전시설을 준공한 바 있는데, 국내 시장으로 태양광 제품을 판매하는 것이 첫 번째 이유이지만 'Made in Korea'라는 브랜드의 이점을 누리고자 함도 있던 것으로 보인다. 이와 같이, 한국산 브랜드 이미지를 통해 고급화를 꾀하는 기업에 우리나라는 매력적인 생산 장소라 할 수 있다.

궁극적으로 새만금은 신재생에너지 클러스터를 조성하고자 제조시설(태양광 모듈, ESS 배터리) 및 연구시설 등을 집적화하기 위해 준비하고 있다. 새만금은 광활한 부지를 보유하고 있고 전력계통연계가 용이하며 조선업체 및 항만 등이 인접하여 신재생에너지 클러스터로 성장할 수 있는 강점을 보유하고 있다. 국가 소유의 땅으로 민원이 적고 신속한 사업추진과 맞춤형 지원 등이 가능하다는 점도 새만금의 이점으로 꼽힌다. 현재는 신재생에너지 클러스터 구축방안 마련을 위한 연구용역을 추진(2017년 6월~12월)하는 단계에 있고, 아직 매립해야 할 용지도 많이 남아있지만, 머지않아 글로벌 태양광 기업들의 협업과 집적효과를 경험할 것을 기대하고 있다.

현장의 날씨 : 맑음?

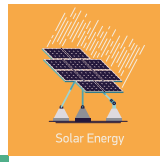
그렇다면 현장에서 체감되는 한·중 FTA와 새만금 경제협력지구의 효과는 어떠할까? 한·중 FTA의 영향으로 기존에 4%에 달했던 대중수출관세가 2029년에 이르러서는 0%에 이르러 중국시장에서 한국기업의 가격경쟁력 상승이 예상되는 것이 사실이다. 'Made in Korea'가 주는 고품질 이미지도 수출에 도움이 되며 그 효과는 웨이퍼, 셀, 모듈 생산단계에 있어서 더 두드러지게 나타난다고 알려져 있다.



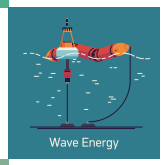
1
고도기술수반사업 : 국내에서 개발수준이 낮거나 개발이 되지 아니한 기술을 수반하는 사업으로서 국내산업의 국제경쟁력 강화를 위하여 필요하다고 인정되는 사업

산업지원서비스업 : 부가가치가 높고 제조업 지원 등 다른 산업의 발전을 지원하는 효과가 큰 서비스업으로써 국내산업의 국제경쟁력 강화를 위하여 필요하다고 인정되는 사업











또한 한국에서 생산할 경우 중국과 미국 사이의 무역 분쟁을 피할 수 있다는 이점도 존재한다. 2012년에 미국 상무부와 국제무역위원회(ITC)가 중국산 태양광 셀에 대해 최소 26%에서 최대 250%의 반덤핑 관세를 매기고 15~16%의 상계관세도 부과키로 결정함에 따라 중국 기업은 한국에서 생산하여 원산지를 한국으로 표기한 후 미국에 판매할 유인이 생겼다.

그러나 관세 0%를 달성하기 위해 앞으로도 10년이 넘는 시간이 필요한 한국과 달리 아세안 국가들은 중국 수출 시 이미 0% 관세의 혜택을 누릴 수 있는 상황이며, 낮은 인건비와 전력비 및 다양한 세제혜택을 갖추고 있어서 글로벌 기업이 한국에 투자할 유인이 많이 부족한 상황이다. 말레이시아의 전기요금은 한국(군산에서 폴리실리콘을 생산할 때 드는 전력비를 기준으로 했을 때)의 30% 수준으로 저렴하며, 동남아시아 국가들의 인건비는 한국의 50~80% 수준이다. 또한 동남아시아 국가들도 한국과 마찬가지로 무역 분쟁의 제 3지대로서 미국, 중국 등에 수출 시 규제가 적다는 지정학적인 이점을 누리고 있다.

동남아시아가 투자처로서 갖는 비교우위는 한국이 투자유치 차원에서 개선해야 할 측면을 보여주는 동시에 국내 글로벌 태양광 기업에게 기회를 제공한다. 한국의 태양광 기업들은 가격경쟁력을 강화하고자 해외 진출을 적극적으로 활용하고 있다. OCI는 도쿠야마 말레이시아 공장을 인수하여 폴리실리콘 생산비용 절감과 함께 수익성 확보를 예상하고 있다. 또한 한화큐셀은 국가적 에너지 수급 정책에 따라 오는 2030년까지 1, 2기가 규모의 발전소를 조성하기로 한 베트남에 태양광 발전소를 짓기 위해 1억 달러(약 1100억원)를 투자했다. 한화큐셀은 태양광 발전에 적합한 환경을 갖춘 멕시코와 칠레시장에 진출한 상태이며, 에스에너지와 한국남부발전은 '중남미 지역 태양광 발전사업 추진' 양해각서(MOU)를 체결하여 중남미 태양광 시장을 개척한 바 있다.

한국 태양광 산업의 방향을 묻다

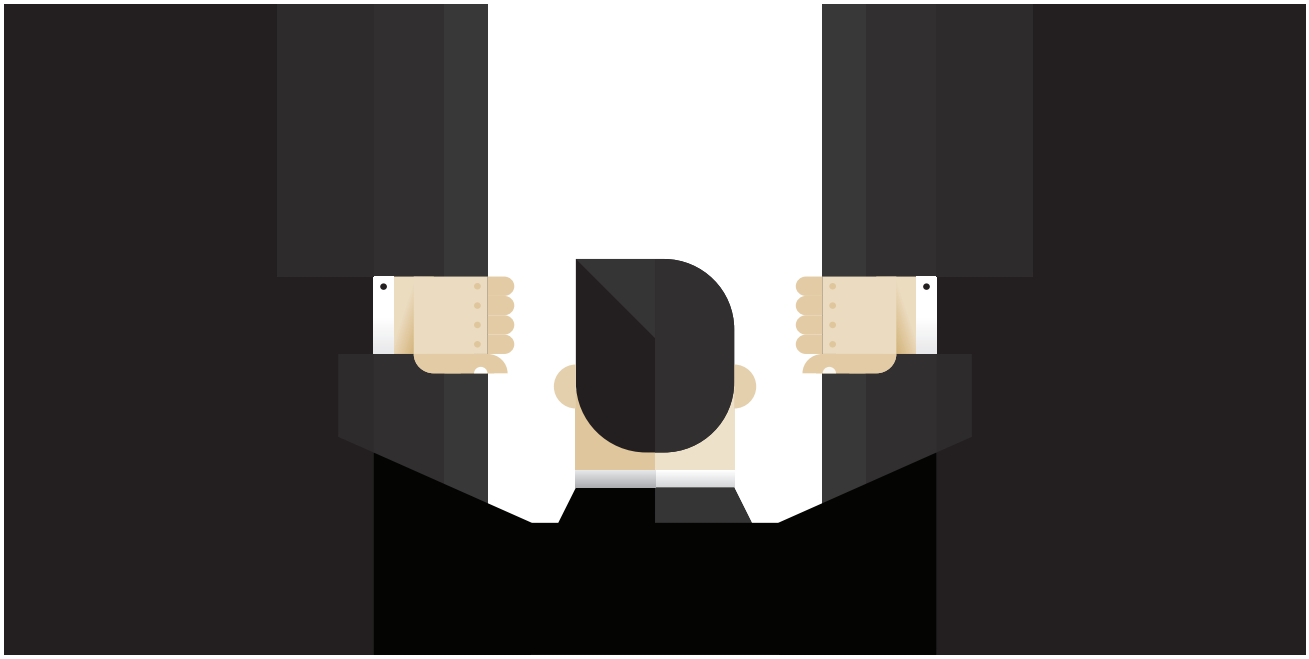
세계의 수많은 기업이 태양광 산업으로 뛰어든 현재, 해외 수출, 투자 유치, 신시장 확보에서 경쟁이 매우 치열하다. 그렇다면 정부와 기업은 어떻게 해야 할까. 먼저, 국가적으로 태양광 산업을 보조하는 것에는 조심스러운 접근이 필요하다. 보조금을 지원하는 것은 자칫 국제적 분쟁을 일으킬 수 있기 때문이다. 세계무역기구(WTO) 협정은 보조금 지급이 수입국의 기존 국내 산업에 피해를 입힐 우려가 있는 경우 상계관세를 부과할 수 있도록 규정하고 있다. 현재 미국과 유럽은 중국 태양전지 업체들이 중국정부로부터 불공정 보조금을 받아 비약적인 성장세를 이루었다며 중국산 태양전지 및 패널에 대한 상계관세를 부과하고 있으나, 중국은 이에 크게 반발하고 있는 상황이다. 즉, 태양광 산업에 대한 보조금은 자칫하면 무역 분쟁으로 이어질 수 있는 것이다.

중국과 미국·유럽 간의 무역 분쟁을 피할 수 있는 투자처로서 한국이 갖는 이점도 장기적으로는 한국 태양광 산업에 불리하게 작용할 수 있다. 중국 태양광기업이 우리나라를 생산기지로 활용하면 할수록 유럽과 미국으로부터 중국산 제품 우회덤핑 국가로 판정받아, 최악의 경우 한국의 태양광 기업까지 제재를 받을 수 있기 때문이다. 따라서 중국 기업의 낮은 가격에 대항할 만한 원천 기술, 신기술을 확보하는 것이 가장 근본적인 해결책이다.

중국기업들이 자체적으로 생산할 기술력이 뒷받침되지 않는 분야에 특화하는 것도 한 가지 방법이다. OCI는 반도체용으로도 사용될 수 있는 순도 10N 과 11N 수준의 고순도 폴리실리콘을 상업적으로 제조할 수 있는 세계에서 몇 안 되는 폴리실리콘 생산업체로서 이러한 집적된 노하우에 특화하는 노력을 기울이고 있다.

중국 태양광 기업의 공격적인 성장이 우리나라 기업의 수출에 가장 위협적인 요소임은 틀림없다. 하지만, 이 역시 태양광 산업 전반에 활력을 불어넣어 주고, 확산되도록 하는 긍정적 역할을 수행할 수 있다. 또한, 기술 개발에서의 선의의 경쟁은, 우리가 꿈꾸는 에너지 독립의 시대를 열어주는 길을 열어줄 수 있다.

글 이지원, 강주연(서울대학교 소비자학과)



대한민국 FTA 시대의 개막과 한·칠레 FTA

한국은 이미 1960년대 초부터 줄곧 대외수출의 증대를 지향하고 이를 통한 경제성장에 집중했으며, 60년대 중반부터는 본격적인 수출지상주의 정책을 펼쳤다.[1] 그런 한국이 왜 40여 년 가까이가 지난 90년대 말이 되어서야 FTA 시대 진입을 고심하게 되었으며, 어렵게 정한 첫 FTA 상대는 왜 칠레가 될 수밖에 없었던 것일까.

FTA는 커녕 개방 자체를 고민하던 시기, IMF가 터졌다

한국은 1990년대 후반까지만 해도 GATT와 WTO 중심의 다자통상체제에 크게 의존하고 FTA로 대변되는 양자체제나 지역경제통합에는 국가의 통상정책적 관점에서 크게 무게를 두지 않았다. 90년대 미국의 301조 조사 등 통상압박에 의한 한·미 간 무역협상 등을 거치며 양자협상이라면 학을 뗀 데다가, 개도국의 입장에서 미국과 같은 통상대국의 일방적 공격이나 불공정무역 보복행위에 대해 보다 강한 보호막을 제공해줄 수 있는 것은 다자체제라는 믿음이 컸던 탓이다.

게다가, WTO 설립 논의가 한창이던 우루과이라운드 기간 동안, 한국은 민주화라는 사회적, 정치적 구조의 급격한 변화 및 격변의 이데올로기를 경험하느라 세계와의 소통에 대한 여유가 부재했으며, 88년이 되어서야 해외여행 자율화 조치에 나서는 등 개방정책에 대해서는 매우 소심한 태도로 일관해오던 터다.[2] WTO 체제 하 자유무역체계에 편승하면서도 끝끝내 쌀시장만큼은 절대 개방하지 않았던 뚝심도 비슷한 맥락에서 빼놓을 수 없다. 지금으로썬 연상시키기 쉽지 않지만 결코 멀지않은 지난 95년 즈음의 한국이다.

곧 이은 1997년 아시아 금융위기, 이른바 IMF 사태는 이러한 판도를 완전히 바꾸는 게임 체인저(game changer) 역할을 톡톡히 했다. 당시 김영삼, 김대중 정부를 거치며 내린 결론은 IMF로부터의 구제 금융을 단기간에 상환하는 가장 좋은 – 어떻게 보면 유일한 – 해결책이 무역수지 흑자폭을 늘려, 외환보유를 증대하는 것이었다.[3] 다시 말해, 한국의 입장에선 더욱 적극적인 개방을 위해, 또 이어 닥칠 WTO DDA

1, 2, 3
홍석빈, "관료의 이념과 제도가 통상협상 결과에 미치는 영향에 관한 연구 –한국의 거대경제권 FTA 협상을 중심으로–"

다자체제의 표류를 극복할 양자 간 자유무역을 더는 피할 수 없었던 상황이 연출된 것이다.

왜 칠레인가? 멀기 때문에, 다르기 때문에

1998년 11월 5일 대외경제조정위원회에는 FTA 체결을 추진하기로 결정하고, 첫 대상국으로 칠레를 선정했다. 이어 산티아고와 서울을 교대로 오가는 여섯 차례의 협상 끝에 양국 간 FTA는 2003년 2월 정식서명, 다음해 4월 정식 발효되었다. 90년대 후반 당시, FTA 최(最)후진국에 불과했던 한국과 FTA를 맺는 것에 관심을 보인 나라가 칠레와 이스라엘 정도를 제외하면 거의 전무했다는 사실을 차치하고서라도 왜 칠레가 우리의 첫 FTA 상대국으로 선정되었던 것일까.

우선 첫째, 물리적 거리다. 한국과 칠레는 지리적으로 정확히 반대에 위치해있다. 시간도 정확히 반대다. 각각 북반구와 남반구에 위치해있어 계절도, 기후도 모두 다르다. 따라서 우리의 민감품목인 농산물의 수확시기도 크게 다르다. 지리적 거리가 멀어 그간 교역규모도 크지 않았기에, 첫 FTA 상대로 시장을 개방하는 것에 대한 부담도 적었다. 교통과 통신의 발달로 지리적 거리가 멀어도 향후 양국 간 교역환경에 장애가 없었던 것도 좋았다.

두 번째는 역시 양국 간 주력 산업의 상호보완성이다. 한국은 칠레에 공산품을 주로 수출하고 있었기에, FTA가 발효되면 즉시 공산품의 대(對)칠레 수출이 증가할 것으로 기대했으며, 반대로 칠레는 한국에 원부자재 수출을 주로 하고 있었다. 칠레가 전통적으로 농산물 수출에 강점을 가지고 있었지만, 칠레는 기본적으로 쌀이나 쇠고기는 수출하지 않는 반면에 사과, 포도와 같은 과수와 채소 위주로 수출해 국내 반감도 덜했다. 앞서 말했듯 그나마도 수확시기가 한국과 달라 직접적인 경쟁에 노출될 위험이 적었던 것도 한몫했다.

셋째는, 칠레의 FTA 네트워크 활용에 대한 가능성이다. 우리나라 역시 향후 적극적인 FTA 정책을 펼칠 계획을 갖고 있었으므로, 이미 FTA 경험이 풍부했던 칠레는 우리가 많은 경험치를 한 번에 쌓을 수 있을 매우 좋은 스파링 파트너였다. 동시에, 칠레는 당시 특히 중남미 대부분의 국가와 FTA를 체결해 놓아 우리 입장에서는 칠레와의 FTA를 교두보로 해당 지역 내 다른 시장 진출의 기회를 선점할 수 있을 것이란 기대도 컸다.

한·칠레 FTA는 대성공, 포도와 와인이 전부가 아니었다

한·칠레 FTA는 결과적으로 성공적이었다. FTA 이후 한국에 값싸고 질 좋은 칠레산 와인이 많이 들어오고, 점차 국내에 와인문화가 정착하며, 소믈리에(Sommelier)라는 직업 창출의 효과만을 말하는 것이 아니다.

우선, WTO 정부조달협정 미가입국가인 칠레는 한국과의 FTA를 통해 한국에게 25~30억 달러 규모에 달하는 자국 정부조달시장을 개방했다. 우리의 주력 수출품인 자동차와 휴대전화에 대한 관세는 즉시 철폐를 받아냈고, 민감했던 쌀, 배, 사과 등은 양허대상에서 제외했다. 심지어 우리가 우려했던 칠레산 포도의 수입에 대해서는 계절관세를 적용, 10년여 유예기간을 받아냈다. 계절관세란 말 그대로 계절(시기)에 따라 관세를 부과하거나 면제하는 것이 핵심이다. 다자체제(GATT)조항에서 특별히 명시가 되어있지는 않지만, 대부분의 국가에서 이미 시행하고 있는 계절관세는 주로 계절에 따라 가격변동에 영향이 있는 농산물에 주로 과세된다.[4] 예를 들어, 국내 수확기에는 수입관세를 부과해 국내 업자들을 보호해 줄 수 있는 반면, 비수확기에는 해당 관세를 면제하거나 낮춰 국내 수요를 위해 수입량을 늘릴 수 있다.

칠레산 키위나, 와인, 연어 등의 한국 수입으로 경쟁력에 타격을 입을 것을 우려한 뉴질랜드, 호주 등과 이후 FTA를 체결할 동력을 얻은 것도 한·칠레 FTA가 일부 공헌한 바다. 한·칠레 FTA를 통해 무난히 쌓아올린 FTA 협상 능력과 기술이 이후 EU, 미국, 중국을 비롯 전 세계 80% GDP에 육박하는 FTA 경제영토 확장에 기여한 것 또한 당연하다. 그럼에도 불구하고, 초반 기대와는 달리 페루나 콜롬비아, 중남미 5개국을 제외한 기타 남미 국가들과의 FTA가 소원했던 점이나, 한·멕시코 FTA 불발 등은 아쉬운 대목으로 남는다.

4 한·미, 한·EU, 한·호주 FTA에서 포도, 감귤류 등에 역시 계절관세가 적용되어 있고, 한·뉴질랜드 FTA에선 호박류에 대해 계절관세가 인정되고 있다.

글 박정준(서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 선임연구원)

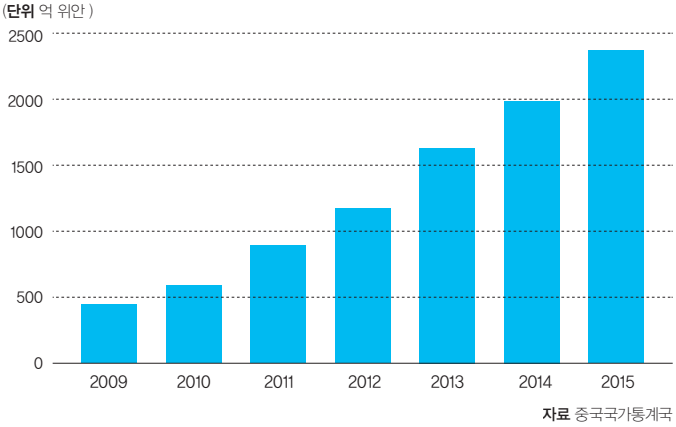


중국 건강기능식품시장 공략하려면 '정공법(正攻法)' 써야

중국인들의 건강보건식품에 대한 관심이 심상치 않다. 과거 단순한 건강증진 목적이었다면, 최근에는 미(美)에 대한 관심이 높아지면서 스포츠 영양제, 식이섬유 보충제, 체중관리제품에 대한 소비자들의 관심이 날이 갈수록 커지고 있다.

2015년 중국 건강보건식품 시장 규모는 2,360억 위안 정도로 추정된다. 중국보건협회(中国保健协会)에 따르면 중국 건강보조식품시장은 최근 몇 년간 연평균 30% 이상의 성장률을 유지하고 있다. 이러한 추세에 발맞추듯, 보건식품에 대해 줄곧 '등록제'를 실시해왔던 중국이 2016년 7월 1일부터 '등록제'를 '허가·등록 이원제'로 변경했고, 보건식품 허가를 받는 데에 소요되는 시간도 약 3년에서 3개월로 대폭 줄어들었다. 중국 금융정보업체 윈드(Wind)는 중국 건강보조식품시장이 2020년까지 연평균 10% 이상의 성장이 지속될 것으로 예측하고 있다.

중국보건식품 시장 규모 변화



자료 중국국가통계국

맛있게 아름답고 싶은 중국인을 위한 건강식품

소득 증가와 고령화 추세에 따라 건강과 미에 대한 관심이 높아지면서 최근 건강보건식품에 대한 관심이 증가하고 있다. 과학기구전문 포털사이트인 '의기정보망儀器信息網'에서 조사한 '2011~2015년 보건식품 종류별 시장규모 성장률'을 보면 스포츠 영양제, 식이섬유 보충제, 체중관리제품에 대한 소비자들의 관심을 알 수 있다. 무엇보다 '아름다움의 경제(美麗經濟)'가 보건식품 산업의 새로운 성장 포인트로 떠오르고 있다. 최근 식습관이나 생활습관 개선을 통해 근본적인 피부 문제를 해결하는 이너뷰티 제품이 관심을 받으면서 여성이 건강식품 시장의 또 다른 주요 소비자로 주목받는다. 특히, 체중 유지, 소화 촉진 등 여성의 수요를 충족시키는 다양한 기능을 가진 포도씨 종자, 크랜베리, 콜라겐 등 제품이 큰 인기를 끌고 있다. 싱그럽고 상큼하게 마실 수 있는 건강발효식품도 인기다. 대표적인 건강발효식품은 과일

초 음료다. 이미 한국과 일본에서 인기를 끌어 대중성을 검증받았으나, 중국 내 소비자들의 인지도는 아직까지 낮은 편이다. 그러나 최근 여드름 방지 등 미용 기능성 과일초가 중국 여성들의 인기를 끌면서 최신 트렌드에 민감하고 맛과 질을 중시하는 도시 여성을 중심으로 중국 내 소비가 확대되고 있다.

보건식품 수출 시 위생허가 등록 신청 필수

2015년 기준 수입보건식품에 대한 매출 중 전자상거래를 통한 제품 구매가 500억 위안(미화 약78억 달러)으로 약 10%를 차지하나, 그중 대부분은 주로 정식 허가를 받지 않은 제품이었다. 중국에서는 보건기능식품은 의약품처럼 매 품목마다 CFDA(중국식품약품감독관리총국) 위생허가를 받도록 규정하고 있다. 우리 수출기업이 보건식품을 수출하려면 반드시 CFDA에 보건식품 등록을 신청해 제품번호를 취득하고, '보건식품 수입비준증서'에 따라 수입절차를 진행해야 한다. 중국에서는 건강기능식품을 '보건식품'이라 지칭하며, 2005년에 발표한 〈보건식품 등록관리법〉(CFDA)에 의하면 보건식품은 '특정보건기능이 있다고 표명하거나 비타민, 무기질의 보충을 목적으로 하는 식품을 말한다. 즉 특정한 사람들이 식용하기에 적합하고 신체기능을 조절하는 기능이 있으나 질병치료를 목적으로 하지 않으며 인체에 급성, 준급성 또는 만성 위해를 가하지 않는 식품'이라고 정의하고 있다. 2003년 5월 1일부터 실시한 〈보건식품검사와 기술규범검사〉의 정의에 의하면 보건식품은 기능에 따라 27가지로 분류된다. 보건식품에 대한 제형의 제한은 없으며 현재 등록된 제품을 보면 조각, 분말 등은 물론 일반식품의 형태인 차와 음료 등도 있다.

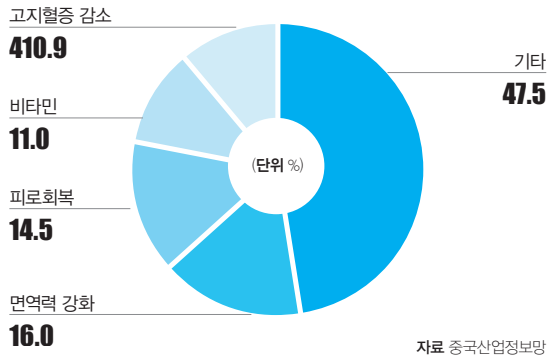
보건식품 위생허가는 등록신청 시 CFDA에서 과도한 서류를 요구하는 일이 많고, 안전성과 기능성을 체크하기 위해 국가위생 및 가족계획위원회 소속 중국질병예방통제센터에서 재실험을 진행하고 있어 시간과 비용의 부담이 크다. 소요기간은 최소 1년 이상, 제품별 기간은 상이하다. 이에 경험이 많은 수행기관을 지정하는 것이 중요하며, 정부기관의 지원사업을 통해 비용을 절감하고, 무엇보다 중국어 의사소통과 실무능력이 배양된 실무진을 투입하여 진행해야 한다. 이런 장기적인 목표의식과 수행능력을 갖추어 진행한다면 결코 못 넘을 산은 아님이 분명하다.

기회 생기는 만큼 경쟁도 치열할 것

'두 자녀 정책' 시행으로 아이들의 건강뿐만 아니라 산모에게도 필수적인 칼슘, 철 등 관련 건강식품 소비가 늘어날 전망이다. 현재 외국 보건식품은 비타민 보충, 광물질 등 원료에 한해 등록이 가능하나, 등록기준이 완화된다면 향후 중국 보건식품 시장의 발전과 더불어, 외국기업의 시장 진입에도 크게 기여할 것으로 예상되나, 기회가 열리는 만큼 경쟁도 치열해질 수 있다. 전통적 판매경로, 협력업체 확보, 제3자 플랫폼 입점 등 온·오프라인의 판매경로를 확대하는 동시에 제품 자체의 경쟁력 확보 특히 중국 위생허가 등 비관세 장벽을 장기적 관점으로 선행하여, 기회가 왔을 때 시장을 공략 할 수 있는 혜안이 필요하다.

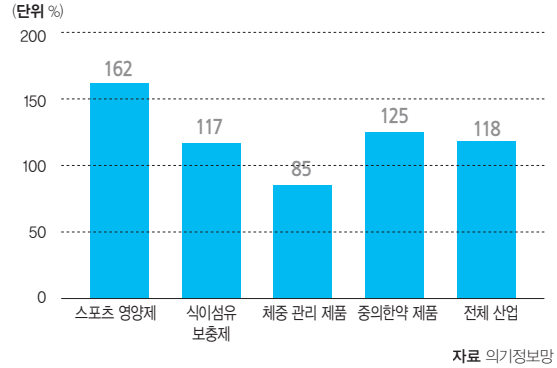
글 김기현(중국경영인증컨설팅 대표)

중국 보건식품 기능별 점유율



자료 중국산업정보망

2011~2015년 보건식품 종류별 시장규모 성장률



자료 의기정보망

중국 최대 전자상거래 사이트 타오바오, 짝퉁 문제 해결 위해 직접 나서다

중국 알리바바의 자사인 중국 최대 전자상거래 사이트 타오바오가 자신의 전자상거래 사이트에서 위조품을 판매한 자에 대하여 소송을 제기하여, 1심 법원 판결이 나온 사건이다. 한편, 타오바오사는 현재 중국 법원에 계류 중인 스와로브스키 시계 및 중국 오량액 주류 위조품에 관한 유사한 민사소송도 진행 중이여서 본 판결이 같은 결과로 진행될 가능성이 매우 높다.



'짝퉁' 문제는 비단 어제 오늘의 얘기가 아니다. 지리적으로 가까운 한국 기업의 제품을 똑같이 따라한 중국의 짝퉁 제품으로 인한 한국 기업의 피해가 크다. 특히 중국 위조 제품은 그 단속과 처벌이 쉽지 않는데, 해당 제품은 시장에 유통되고 있는데도 그 판매자를 찾을 수 없는 것이 큰 문제이다. 이는 위조품을 몰래 제조하여 판매하는 침해자가 타인의 권리 침해 행위임을 인지하고 있고, 위조품에 대한 처벌 수위가 단순히 지적재산권의 침해를 넘어 중국 소비자보호에 관련된 법률에 따라 강한 처벌을 받을 수 있기 때문에 애초부터 침해를 작정한 대상이 대체 누구인지 어떻게 유통되는지 조차 알기가 어려운 경우가 많기 때문이다.

중국 시장에서 편의성과 신속성 때문에 전자상거래의 시장 규모가 매우 가파르게 증가하고 있으며, 한국 기업의 제품들 역시 중국 전자상거래 업체를 통하여 판매되는 경우가 많다. 중국 전자상거래 사이트에서도 정품인양 판매되는 위조품들이 많이 문제가 되어 왔고, 많은 기업들이 전자상거래 사이트를 운영하는 업체에게 직접 문제를 제기하여 전자상거래 운영 업체 자체적으로 이러한 '짝퉁' 제품들을 퇴치하기 위하여 많은 노력을 왔다. 전자상거래 사이트 운영업체가 자신의 사이트를 통하여 위조품을 판매한 자를 상대로 민사소송을 진행한 판결이 있어 소개한다.

사건의 개요

원고는 중국 알리바바(阿里巴巴)의 자회사인 타오바오 네트워크 유한공사(淘宝网络有限公司, 이하 '타오바오사')인데, 타오바오사는 한국에서도 잘 알려진 중국 최대 전자상거래 사이트인 타오바오(www.taobao.com) 사이트를 운영하는 업체이다. 2015년 중국 공상행정국(工商行政局)은 타오바오 사이트에서 판매되는 제품들 중 짝퉁의 비율을 조사하였는데, 타오바오사에서 판매되는 제품들 중 63%가 짝퉁이라는 조사를 발표하였고, 타오바오사는 모회사인 중국 알리바바 마윈 회장이 직접 언론 인터뷰까지 하는 등 타오바오 사이트를 통해 판매되는 짝퉁 제품의 문제를 적극적으로 해결하고자 하는 의지를 보였다.

피고 야오(姚)씨는 2015년부터 타오바오 사이트를 통하여 마르스사(Mars PetCare)의 로얄캐닌(Royal Canin) 브랜

드의 고양이 사료 위조품을 판매하여 왔다. 로열캐닌 브랜드 제품은 동물 사료를 전문적으로 제조·판매하는 브랜드로 반려동물을 키우는 소비자들에게 매우 잘 알려진 유명 브랜드이다. 피고는 타오바오 사이트를 통하여 로열캐닌 브랜드의 고양이 사료 위조품을 정품과 함께 섞어서 판매하고 있었다.

원고인 타오바오사는 2016년 5월경에 피고가 타오바오 사이트를 통하여 판매하는 고양이 사료 제품을 몰래 구매하여 해당 제품의 진위여부를 로열캐닌 측에 감정 의뢰하였고, 로열캐닌 측은 해당 제품을 여러 가지로 검사한 끝에 진품이 아님을 확인하였다. 우선 원고는 2016년 8월경에 중국 상하이 공안에게 위조 제품의 판매행위에 대해 고발하여 형사절차를 진행하였고, 이후 2017년 3월 3일 본 소송인 중국 상해 봉현구 인민법원(上海奉贤区人民法院)에 피고를 상대로 위조품 판매로 인한 손해배상 및 사과문 게재를 청구하는 민사 소송을 제기하였다.

중국 법원 판결 내용

원고는 펑센구 인민법원에 피고를 상대로 한 신용과 신뢰를 잃은 직·간접적인 손해액 및 변호사비용을 포함하여 총 2,670,000위안(한화 4억 5천만원 정도)의 금원 및 몇몇 유명 온·오프라인에서 일주일 동안의 사과문 게재를 청구하였다. 본 소송은 약 5개월 동안 진행되었으며, 2017년 7월 20일 중국 상해 봉현구 인민법원은 피고가 타오바오사에게 120,000위안(한화 2천만원 정도)를 배상하라고 판결하였다.

원고는 피고의 위조제품이 중국 공안 조사에 의하여 짝퉁 제품임을 확인할 수 있어 위조품이 분명하며, 원고와 피고와의 '타오바오 사이트 서비스 계약'에 의하여 피고는 타오바오 사이트를 통하여 위조제품을 판매하여서는 안 될 계약상의 의무를 위반하였고, 그에 따라 타오바오 사이트의 명성과 신용에 손해를 끼쳐 이를 배상해야 한다고 주장하였다. 반면, 피고는 원고의 구체적인 손해배상액이 사실과 법리에 근거하지 않으며, 원고는 피고의 행위로 직접적인 손해가 발생하였다는 인과관계를 입증할 증거를 제시하지 못하고 있고, 피고의 행위 이전부터 타오바오 사이트를 통하여 위조제품이 판매되고 있었으며 피고의 위조제품 판매행위가 타오바오 사이트의 명성에 큰 변화를 끼치지 않았다고 반박하였다.

이에 중국 상해 봉현구 인민법원은 피고가 원고의 타오바오 사이트를 통하여 정품과 위조품 짝퉁 제품을 섞어서 판매하는 방식으로 타오바오사와의 계약과 신의를 위반하였으며, 타오바오 사이트에 대한 소비자의 신뢰 및 사회 공중에 대한 타오바오 사이트의 명성과 평판에 부정적인 영향을 미쳐 타오바오사의 상업상 명예에 손해를 입혔다고 판



중국 최고의 전자상거래 사이트 타오바오의 홈페이지

단하였고, 피고가 판매한 기간, 판매가격, 수익 등을 고려하여 그에 따른 손해배상액으로 100,000 위안 및 소송비용으로 20,000 위안을 배상하고, 나머지 사과문 게재청구는 계약상 의무가 아니라고 판단하며 최종 판시하였다.

중국 전자상거래 사이트의 신뢰 향상될 것

본 소송의 결과가 나오기 전까지 타오바오사는 위조품의 판매자에게 벌점 및 영업정지기간을 부과하고, 심각한 경우 점포를 폐쇄하는 등 자체적인 조치와 함께 중국 공안기관을 통하여 처벌하는 나름의 위조품 단속 조치를 취하여 왔으나, 위조품 판매자를 직접 상대로 하는 민사소송을 제기한 적은 없었다. 이번 타오바오사의 위조품 판매자를 상대로 한 민사소송의 판결을 계기로 타오바오사를 포함한 중국 전자상거래 사이트를 통한 '짝퉁' 제품의 판매 제재가 강화되어 중국 전자상거래 사이트의 신용과 신뢰가 보다 향상될 것으로 기대되며, 판매자와의 전자상거래 서비스 계약이 침해자를 제재하는 수단이 될 수 있어 중국 전자상거래 서비스 계약에서의 위조품 판매에 대한 제재 규정이 강화될 것으로 보이므로, 한국 제품의 중국 전자상거래 사이트를 통한 유통과 판매에 긍정적인 영향이 있을 것으로 예상된다.

글 손보인 변호사·변리사 (법무법인 연두)

원산지는 세번변경기준과 부가가치기준 두 가지로 판정

지난 연재를 통해 알아본 수출기업의 FTA 활용 절차가 독자들의 이해를 돕기 위해 간략히 전반적인 개론만 제시한 총론이었다면, 앞으로는 각 절차별로 FTA를 활용하기 위한 방법을 좀 더 구체적으로 설명하는 각론으로 진행하고자 한다.

수출기업이 FTA를 활용하기 위해서는 일반적으로 다음과 같은 9가지의 절차를 거치게 된다.

I. **사전준비 단계**
- ① FTA 협정국 확인하기
- ② HS code(품목번호) 확인하기
- ③ 양허품목 여부 및 양허세율 확인하기
- ④ 원산지결정기준(PSR) 확인하기

II. **서류준비 단계**
- ⑤ 원산지증빙서류 준비하기
- ⑥ 원산지 판정하기
- ⑦ 원산지증명서(확인서) 발급하기

III. **사후관리 단계**
- ⑧ 서류보관 및 관리하기
- ⑨ 사후검증 대비하기

FTA 활용에 있어 9가지의 과정을 이해하기 쉽도록 크게 〈I. 사전준비단계 II. 서류준비단계 III. 사후관리단계〉로 구분했다.



〔원산지 판정하기〕

원산지 바로 알기

일반적으로 협정에서 정하는 원산지 물품이란, 원산지국으로 인정받고자 하는 국가에서 전적으로 대상 물품의 생산·제조·가공이 이루어지거나, 실질적인 공정이 최종적으로 수행된 물품을 뜻한다. FTA를 처음 활용하고자 하는 기업을 방문해보면 흔히들 "우리는 국산 원재료만을 사용하여 만들기 때문에 우리 제품은 당연히 국내산이다."라고 호언장담하는 경우가 있다. 하지만 해당 원재료에 대한 자료를 조금만 살펴보더라도 해당 원재료가 협정에서 정하는 원산지 물품이라는 근거는 그 어디에도 없으며, 하물며 해외에서 수입되었으나 국내에서 구매하였다는 이유만으로 국산이라고 생각하는 경우도 많다. 즉, 기본적으로 생각하는 '국산'의 개념과 협정에서 요구하는 '원산지' 혹은 '역내산'의 개념은 유사하지만 매우 다른 의미라는 것을 유의하여야 한다.

또 한 가지 기억해야 할 것은 전적으로 수입산 재료만을 사용하여 국내에서 다른 물품을 제조·가공 한다고 하여 무조건 '비원산지 물품' 혹은 '역외산'이라는 선입견도 버려야 한다는 것이다. 수출되는 물품이 최초의 원료부터 우리나라에서 만들어져야만 역내산으로 인정된다고 하면 우리나라와 같이 지하자원 등 기초 원료가 부족한 국가의 경우 FTA 활용이 가능한 품목은 일부 농수산물 등을 제외하고는 거의 전무하다고 봐도 무방할 것이다. 따라서, 협정 적용의 폭을 넓히기 위해 비록 투입 원재료는 수입되었다 하더라도, 완전히 다른 물품으로 바뀌는 실질적인 공정이 국내에서 이루어졌다면 이 또한 원산지 물품으로 인정되며, 앞선 절차에서 설명한 실질적 변형기준이 그것이다.

원산지 판정이란

원산지 판정이란 FTA를 활용하고자 하는 대상 물품에 대해 협정에서 정하고 있는 원산지 기준의 충족여부를 확인하고 따져보는 절차로서, 이를 위해서는 대상 물품의 생산과 관련된 상세한 정보(투입 원부자재 내역 및 HS코드, 제조공정, 가격, 원산지 등)이 필수적이다. 이러한 필수정보는 지난 달 『원산지 증빙

서류 준비하기』 편에서 설명한 바와 같이 담당자만이 알고 있는 사실이나 정황이 아닌 객관적인 서류로서 입증이 가능한 것이어야 한다.

원산지 판정

① 세번변경기준 (CTC: Change in Tariff Classification Criterion)

세번변경기준은 완제품과 투입원재료의 HS코드 및 원산지만 가지고도 충족여부를 판단할 수 있기 때문에 상대적으로 복잡한 부가가치기준에 비해 활용빈도가 높으며, 설계 변경 등으로 투입원재료가 바뀌지 않는 한 HS코드도 변경되지 않으므로 한번 정립되면 안정적인 활용이 가능하다는 장점이 크다. 다만, HS코드의 분류체계 상 모든 세번에 동일하고 일관성 있는 기준이 적용되는 것이 아니므로 실질적인 가공이 수행되었다 하더라도 세번변경기준만으로 원산지 기준을 충족하는 것에는 현실적인 한계가 있을 수 있으며, 완제품 및 투입원재료에 대한 HS코드에 오류가 있는 경우 원산지 판정 결과가 달라질 수 있으므로 HS코드 관리가 매우 중요하다.

세번변경기준은 다음과 같이 변경을 요구하는 HS코드의 자릿수에 따라 3가지로 구분된다.

세번변경기준의 종류

8	7	0	8	1	0	0	0	0	0
완충기와 그 부품									
2단위(류)–CC			Change of Chapter						
4단위(호)–CTH				Change of Tariff Heading					
6단뒤(소호)–CTSH					Change of Tariff Sub Heading				

▷ **HS 2단위 변경기준(CC) –** 다른 2단위, 류(Chapter)에 해당하는 재료로부터 생산된 것
▷ **HS 4단위 호 변경기준(CTH) –** 다른 4단위, 호(Heading)에 해당하는 재료로부터 생산된 것
▷ **HS 6단위 소호 변경기준(CTSH) –** 다른 6단위, 소호(Sub–heading)에 해당하는 재료로부터 생산된 것

즉, 완제품의 세번과 투입 원재료의 세번이 일정 단위 이상 다르다면 해당 원재료가 외국에서 만들어진 수입산이라 하더라도 원산지 기준에 충족된 것으로 인정된다.

② 부가가치기준 (VAC: Value Added Criterion)

부가가치기준은 세번변경기준에 비해 원산지 판정에 요구되는 정보가 많고 계산이 복잡하기 때문에 FTA 활용 대상 물품에 대해 정하고 있는 원산지 기준이 선택기준(세번변경기준 or 부가가치기준)이라면 세번변경기준보다 차순위로 검토하게 되는 것이 일반적이다. 특히, HS코드만 확정되면 지속적으로 적용이 가능한 세번변경기준과 달리 부가가치기준 판정의 기초가 되는 완제품 및 투입원재료의 가격은 수시로 변경될 수 있기 때문에 매 원산지 판정 시마다 기업에서 사용하는 재고관리기법에 따른 변경된 원가를 적용하여 판정하여야 하므로 상대적으로 어려울 수 있다. 세번변경기준의 한계를 보완하기 위한 것이 부가가치기준이며, 최종 생산국에서 수행한 공정을 통해 최종 제품의 가치를 기준으로 일정 비율의 부가가치를 창출하였다면 원산지로 인정해주는 부가가치기준이 더 합리적이고 객관적인 기준이라 할 수 있다.

부가가치기준은 크게 역내에서 발생한 부가가치가 일정 비율 이상일 경우 원산지 물품으로 인정하는 RVC(Regional Value Contents)법과 역외에서 발생한 부가가치가 일정 비율 미만일 경우 원산지 물품으로 인정하는 MC(iMport Contents)로 구분할 수 있으며 RVC는 다시 세부적으로 공제법(BD: Build–down Method), 집적법(BU: Build–up Method), 순원가법(NC: Net Cost Method)로 나뉜다. 각각의 방식 별로 부가가치비율을 산정하는 공식은 다음과 같다.

다시 말해 부가가치기준은 제품의 기준가격 대비 역내산 재료비 또는 역외산 재료비 비중으로 원산지 여부를 판단하는 것이며, 공제법과 집적법의 경우 기준가격이 조정가격(AV)이라고 되어 있으나 사실상 FOB(Free on Board) 가격이라고 생각하면 편하다.

글 유영진 관세사(세정관세법인)

부가가치비율 산출 공식	
공제법(BD)	조정가격(AV)–비원산지재료가치(VNM)/조정가격 × 100
집적법(BU)	원산지재료가치(VOM)/조정가격(AV)×100
순원가법(NC)	순원가(NC)–비원산지재료가치(VNM)/순원가(NC)×100
MC법	비원산지재료가치(VNM)/공장도거래가격(EXM)×100

AV(조정가격): Adjusted Value
VNM(비원산지재료가치): Value of Non–originating Material
VOM(원산지재료가치): Value of Originating Material
NC(순원가): Net Cost
EXW(공장도거래가격):Ex Work



국내에서 산 물건인데, 공항에서 적발되면 어쩌죠?

외국으로 출국할 때는 여행뿐만 아니라 출장, 결혼식 등의 목적일 때도 있다. 상황에 따라서는 고가의 제품을 가지고 나가야 할 경우가 있는데, 국내에서 구매한 제품임에도 외국에서 구매한 것으로 종종 오해받을 수 있다. 이 경우 해결책은 바로 휴대물품 반출신고이다.

결혼식 후 유럽으로 신혼여행을 가는 새 신부 H씨. 이번 여행에 예물로 구입한 시계와 반지, 그리고 결혼 선물로 받은 명품가방을 가지고 출국할 예정이다. 그런데 얼마 전 지인이 본인의 가방을 들고 나갔다가 세관에 걸렸다는 얘기를 듣게 되었다. H씨는 여행을 마치고 입국할 때 현지에서 구입한 것으로 오해를 받아 세금을 내게 될까봐 걱정이다. 새 것인데다 고가품이기 때문이다.

'휴대물품 반출신고'란 일시적으로 해외로 나갈 때 가지고 가는 귀중품이나 고가품을 출국할 때 미리 신고하고, 입국 시 신고한 물품이 국내에서 가지고 나간 물품임을 증명하여 관세를 면제받기 위한 제도이다. 즉, H씨처럼 고가품을 기내에 들고 타는 여행자나 출장자 등이 출국 전 세관에 재반입할 예정인 물품을 보여주고 휴대물품 반출신고(확인)서를 작성, 세관의 확인을 받으면 입국하면서 이 서류를 제출해 면세를 받을 수 있다. 반출신고 대상은 미화 600달러 이상의 휴대품으로 명품가방, 보석류, 직업용구 등이 해당된다. 휴대물품 반출신고는 개인 휴대의 목적만 가능하기 때문에 상업적인 목적으로는 신고할 수 없다. 또한, 가지고 나갔다가 다시 가져올 경우에 적용되는 것이지만 오랫동안 사용한 제품은 신청하지 않아도 된다. 다시 말해, 신품에 준해서 휴대물품 반출신고를 하는 것이다. 반출신고 방법은 출국 시 공항의 세관신고대에서 신고할 물품과 여권, 탑승권을 세관 직원에게 보여준 후 휴대물품 반출신고(확인)서를 작성하고, 확인서 1부를 교부받으면 된다.

휴대물품 반출신고 대상

① 고급시계, 귀금속, 보석류, 카메라, 악기류 등 미화 600달러 이상 고가의 신변용품 및 신변장식용품
② 여행자의 여행목적, 여행기간, 직업, 연령과 반입물품의 성질, 수량, 가격, 용도, 반입사유 등을 고려하여 여행자가 통상적으로 휴대하는 것이 타당하고 세관장이 인정하는 물품

신청은 공항 출국장에서만 가능

몇 년 전까지는 관세청 사이트를 통해 인터넷으로도 휴대물품 반출신고 사전신청이 가능했지만, 지금은 해당 메뉴가 사이트에서 보이지 않는다. 세관직원이 물품을 확인해야 하는데 인터넷으로 신청하면 현품의 확인이 어렵고 인터넷으로 신청했기

때문에 따로 검사를 안 받아도 될 것이라는 여행객들의 오해로 종종 갈등이 빚어졌기 때문이다. 그래서 현재는 공항 출국장에서 직접 신고서를 작성해야 한다.

하지만 휴대물품 반출신고는 신고완료까지 얼마 소요되지 않는다. 출국 심사하는 검색대 옆 세관에서 신고할 수 있는데, 휴대품 반출신고서류만 작성하면 된다. 품명은 간단하게 작성하고 사진을 찍거나 가방, 시계, 보석류의 경우에는 제품에 새겨져 있는 시리얼 넘버를 적는다. 시리얼 넘버가 없으면 세부 규격내용을 적기도 한다. 개런티 카드를 보여주면 처리 과정이 더욱 빨라질 수 있다. 세관에서는 확인 후 다시 확인서를 작성하여 출력해준다. 그리고 교부받은 확인서는 당연히 입국할 때 세관에 제시해야 면세 받을 수 있다. 신고절차도 이렇게 간단한데다 휴대물품 반출신고는 한번 신고하면 전산에 등록이 되기 때문에 나중에 다시 신고할 필요가 없다는 좋은 점도 있다.


휴대물품반출신고(확인)서
Declaration(Confirmation) Form of Carried-out Personal Effects

〈휴대물품 반출신고(확인)서〉

외화반출신고도 잊지 마세요

한편, 세관에서는 여행객들의 여행경비인 외국환에 대해서도 신고를 받는데, 신고기준은 미화 1만 달러이다. 일반 해외여행 경비로 미화 1만 달러를 초과하는 외화, 원화, 수표 등의 지급수단을 소지하고 출국할 때에는 반드시 세관 외환신고대에 외화반출신고를 하고 외국환신고(확인)필증을 교부받아야 한다. 이를 넘기고도 세관에 외화반출신고 없이 출국하다 적발될 경우 외국환거래법 위반으로 처벌될 수 있으니 유의해야 한다. 세계 각국은 투명한 돈의 흐름을 위해 여행자가 외화를 휴대하여 반출입할 경우 그 내역을 신고하게 하고 있다. 우리나라도 해외여행자가 여행경비 사용 목적으로 미화 1만 달러 이하는 자유롭게 가져갈 수 있으나, 1만 달러가 넘으면 반드시 세관에 신고하도록 하고 있다. 그 외에 환전할 때 은행에서 외국환신고(확인)필증을 발급받아 세관외환신고대에 제시해 확인도장을 받고 출국할 수도 있다.

우리나라 세관에 외화반출신고를 했다고 해서 끝난 것은 아니다. 외화반입 신고의무가 없는 홍콩과 스위스 같은 나라가 아니면, 해외에서도 입국 시 신고를 해야 한다. 즉, 외국세관에서도 외화반입신고를 해야만 불이익을 받지 않는다. 따라서 여행하려는 국가별 규정의 사전확인이 필요하다. 주의할 것은 외화반출신고 대상인 외화는 대외지급수단을 의미하는 것으로 외국 화폐뿐만 아니라 우리나라 원화, 원화표시 여행자수표를 포함한다는 것이다. 미화 1만 달러라는 신고기준은 해외에서 통용되는 모든 화폐를 미국 달러화로 환산한 금액을 의미하기 때문에 일반적인 달러화, 유로화, 엔화는 물론 우리나라 원화와 원화표시 여행자수표도 신고대상에 포함된다. 예를 들어, 미화 5천 달러와 엔화 30만 엔, 우리나라 돈 500만원을 가지고 나간다면 총 금액은 1만 달러가 넘기 때문에 세관에 신고해야 한다. 상품권의 경우 현금이 아니기 때문에 신고하지 않아도 된다고 착각할 수 있지만 상품권도 물품을 구매할 수 있는 지급수단이므로 외화반출신고를 해야 한다. 이외에도 수출신고 수리된 물품을 휴대하여 반출하고자 한다면 세관에 수출신고필증 사본을 제출하고 선(기)적 확인을 받아야 한다. 어렵지 않고 시간도 오래 걸리지도 않는데다, 신고를 한다고 해서 수수료나 세금을 내는 것이 아닌 휴대물품반출신고와 외화반출신고, FTA의 활용과 더불어 모르고 지나치기 쉽지만 알아두면 해외여행에 많은 도움이 될 것이다. 그러니 이젠 걱정하지 말고 위에 해당되는 사항이 있다면 해외 출국 시 꼭 세관에 신고를 하고 귀국할 때 혹시 모를 문제 발생 가능성을 사전에 차단하자.

글 이민선 관세사(Ciel Plus)

FTA NEWS

한·미 FTA 공동위원회 특별회기 서울서 개최

지난 5년간의 상호호혜적 성과 강조

산업통상자원부와 미국 무역대표부(USTR)는 한·미 자유무역협정(FTA) 공동위원회 특별회기를 오는 8월 22일 서울에서 개최했다. 양측 수석대표인 한국 김현종 통상교섭본부장과 미국 로버트 라이트 하이저(Robert Lighthizer) 미국 무역대표부(USTR) 대표가 영상회의를 갖고, 이후 고위급 대면회의를 진행하였다. 고위급 대면회의를 위해 제이미슨 그리어(Jamieson Greer) 미국 무역대표부(USTR) 비서실장, 마이클 비만(Michael Beeman) 대표보 등 미국 대표단이 방한했다. 지난 7월 13일 미국 무역대표부(USTR) 대표 명의의 서한 접수 이후, 우리는 지난 7월 24일 산업부 장관 명의의 답신을 통해 우리 정부의 조직개편이 완료된 이후 가까운 적절한 시점에 자유무역협정(FTA) 공동위원회를 협정문 규정에 따라 서울에서 개최하도록 제안했다. 그동안 양국은 협의를 거쳐 일시와 개최 장소를 확정했다. 우리는 7월 24일 답신 서한에서 밝힌 바와 같이, 한·미 자유무역협정(FTA) 발효 이래 지난 5년간 양국 간 교역, 투자, 고용 등에 있어 상호호혜적인 성과를 거두었다는 점을 강조하는 한편, 한·미 자유무역협정 발효 이후의 효과에 대해 양측이 공동으로 객관적인 조사, 연구, 평가를 할 수 있는 최선의 방안에 대해 논의하였다.



제16차 한·아세안 FTA 이행위원회 및 산하회의 개최

추가자유화 추진 방안과 통관 및 원산지 관련 제도 개선 방안 논의

우리나라와 아세안(ASEAN: 동남아시아국가연합) 간 자유무역협정의 이행 점검을 위한 한·아세안 자유무역협정(FTA) 제16차 이행위원회가 8월 21일부터 23일까지 태국, 방콕에서 개최되었다. 이행위원회와 함께 산하위원회인 관세원산지소위원회(제25차)도 개최되었다. 이번 회의는 한·아세안 자유무역협정(FTA) 추가자유화 추진 방안과 무역 원활화를 위한 통관 및 원산지 관련 제도 개선 방안 등을 주로 논의하였다. 우리 정부에서는 강준하 산업통상자원부 통상정책심의관을 수석대표로 하고 산업통상자원부와 관계부처(기획재정부, 관세청 등) 대표로 구성된 대표단이 참석했다. 아세안에서는 다나 굴텀(Donna Gultom: 인도네시아 국장)을 수석대표로 아세안사무국 및 아세안 10개국 대표로 구성한 대표단이 참석했다.



정리 박주연 기자 | **사진** 한국경제신문

중소기업의 FTA 활용 키워드는 한·중 FTA, 화학화장품, 원산지증명서

무역협회 FTA종합지원센터, 올해 상반기 상담건수 1만 1천 6백여 건 분석

FTA를 활용하는 우리 중소기업들이 가장 많은 관심을 갖는 분야는 ▲한·중 FTA, ▲화학화장품, ▲원산지증명서 발급인 것으로 나타났다. 한국무역협회 FTA종합지원센터(센터장: 김정관 무역협회 부회장)가 올해 상반기(1~6월) FTA1380 콜센터 등을 통해 접수된 상담건수(1만 1천 6백여 건)를 무역협정별, 업종별, 문의유형별로 분석한 결과 이같이 나타났다. 협정별로는 한·중 FTA 상담 비중이 35.8%로 가장 높았으며 뒤이어 한·아세안(15.9%), 한·EU FTA(9.8%) 순이었다. 한·중 FTA 상담이 가장 많은 것은 연초 사드 문제에 따른 통상마찰에도 불구하고, 한·중 FTA 활용의 필요성에 대한 업계의 인식을 반증한 것으로 풀이된다. 지난해 대중(對中) 수출은 10% 이상 감소한데 비해 한·중 FTA 혜택 품목의 수출 감소폭은 4%에 불과해 한·중 FTA가 대중 수출 감소폭을 낮춘 요인으로 작용했다. 업종별로는 화학화장품(14.5%), 기계(13.3%), 전기전자(7.8%) 순으로 상담비중이 높았다. 특히, 화장품의 경우 OEM으로 수출하는 경우가 많아 OEM발주자와 수주자 양측으로부터 상담 수요가 발생하는 경우가 많았다. 문의유형에서는 원산지증명서(42%), 품목분류(18.3%), 원산지결정기준(5.9%)순으로 상담비중이 높았다. 원산지증명서 관련 상담 수요가 높은 이유로 FTA 관리 전담자의 부재와 함께 담당자의 잦은 이직으로 관련 업무 노하우 축적이 어려운 점을 원인으로 꼽았다. 한편, 무역협회 FTA종합지원센터는 상반기 중 총 246개 중소 수출기업을 대상으로 FTA 활용 전 과정에 대한 'OK FTA 현장방문 컨설팅' 서비스를 집중 지원함으로써 기업들의 FTA 활용도를 높였다. 또한 전국 주요 지역의 FTA지원센터에 상주하는 관세사 등 전문가들이 기업을 직접 방문하는 서비스를 총 1,120건 제공하였다.



중국을 향한 미국 수입규제, 피해는 한국이 더 커

미국의 수입규제를 피하기 위한 기업의 사전 예방과 정부의 역할 중요

중국에 대한 미국의 통상 압력과 제재 강도가 높아질 경우 한국이 오히려 최대 피해자가 될 수 있어 미국의 수입규제를 피하기 위한 우리 기업의 사전 대비가 시급한 것으로 지적되었다.

한국무역협회(회장 김인호)에 따르면, 미국은 1980년대에는 일본을, 현재는 중국을 주요 타겟으로 통상 압력을 가하고 있으나 오히려 한국이 상대적으로 수입규제 리스크가 커지는 상황이 되풀이되고 있다. 현재 미국의 對중국 수입이 對한국 수입의 6배 이상임에도 불구하고 최근 개시된 미국의 반덤핑 조사 건수는 중국이 16건이며 한국은 12건에 달한다. 무역협회는 한국이 주요 타깃이 아님에도 불구하고 수입규제 리스크가 확대되는 주요 원인 중 하나로 미국 시장에서 중국과 수출경합 관계가 지속되고 있는 것을 꼽았다. 현재 미국의 한국에 대한 반덤핑 규제가 21건이며 이중 14건이 중국에 대한 규제와 동일한 품목이다. 또한 미국의 중국산 수입품 규제 이후 중국산 수입 감소 부분을 우리 기업들이 대체하면서 결국 한국산에 대한 수입규제로 이어지는 상황이 전개되기 때문이다. 무역협회는 우리 기업들이 미국 수입규제의 희생양이 되지 않기 위한 자체 점검과 철저한 대비가 필요하다고 지적했다.

이달의 FTA 행사 및 해외 전시 정보를 소개합니다.

미국 텍사스 자동기술 박람회

일시 : 2017. 10. 10 ~ 2017. 10. 11

개최 국가 : 미국(휴스턴)
전시장 : Reliant Center
전시분야 : Custom Automation, Robotics, Sensors 등
홈페이지 : www.atxtexas.com
이메일 : lonnie.gonzales@ubm.com

독일 프리드리히샤펜 플라스틱 전시회

일시 : 2017. 10. 17 ~ 2017. 10. 21

개최 국가 : 독일(프리드리히샤펜)
전시장 : Messe Friedrichshafen
전시 분야 : Moulding machines, printing equipment 등

홈페이지 : www.fakuma-messe.de
이메일 : lipp@schall-messen.de

프랑스 친환경 식생활 박람회

일시 : 2017. 10. 22 ~ 2017. 10. 24
개최 국가 : 프랑스(파리)
전시장 : Parc d'Exposition-Paris Nord Villepinte
전시품목 : 유기농 식품, 유기농 요리, 유기농 다이어트 식품 등

홈페이지 : www.spas-expo.com
이메일 : egambaro@spas-expo.com

알림

독자 여러분께 알려드립니다.

〈함께하는FTA〉가 2017년부터는
독자 여러분의 따뜻한 이야기를
이메일을 통해서만 받습니다.
보내시는 분의 이름, 주소, 연락처와
아래의 질문에 대한 답변을 적어서
ksn@hankyung.com으로
보내주시면, 좋은 의견을 선정해
연말에 소정의 상품을 보내드립니다.

- 〈함께하는FTA〉를 보신 소감은?
- 〈함께하는FTA〉를 어디에서 보셨나요?
- 이번 호에서 가장 좋았던 기사는 무엇이었나요? 이유를 적어주세요.
- 〈함께하는FTA〉에서 다뤘으면 하는 내용은?



정기구독(무료) 신청을 받습니다.

신규 독자 신청 또는 기존 독자 주소 변경은 성명, 주소, 연락처를 기재하여 이메일(ksn@hankyung.com)로 신청하여 주시기 바랍니다.
02-360-4810

한국무역협회
FTA 종합지원센터

한중FTA 활용, 1380 차이나데스크에 다 있다!

'차이나데스크'는 한중FTA 활용에 필요한 모든 지원을 원스톱으로 제공합니다.



한중FTA 활용, 차이나데스크 상담은?

국번 없이 1380	http://fta1380.or.kr	무역센터 트레이드타워 3층 방문

산업통상자원부 MOTIE · 한국무역협회 KITA · kotra · 한국농수산식품유통공사 · 대한상공회의소 · 한국지식재산보호협회

한눈에 보는 우리나라 FTA 현황



발효국가

❶ 한·칠레 FTA
최초의 FTA
중남미 시장 교두보

❷ 한·싱가포르 FTA
ASEAN 시장 교두보

❸ 한·EFTA FTA
유럽시장 교두보
*EFTA(서유럽 경제 연합체 유럽자유무역연합)
스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인

❹ 한·ASEAN FTA
거대경제권과 체결한 최초의 FTA
*ASEAN(동남아시아 국가연합)
인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아

❺ 한·인도 FTA
BRICS국가 거대시장

❻ 한·EU FTA
세계 최대 경제권 (GDP 기준)
*EU(유럽연합)
독일, 프랑스, 영국, 아일랜드, 벨기에, 네덜란드, 룩셈부르크, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 오스트리아, 이탈리아, 스페인, 포르투갈, 그리스, 체코, 헝가리, 폴란드, 슬로바키아, 리투아니아, 라트비아, 에스토니아, 슬로베니아, 키프로스, 몰타, 불가리아, 루마니아, 크로아티아

❼ 한·페루 FTA
중남미 진출 교두보

❽ 한·미국 FTA
거대 선진 경제권

❾ 한·터키 FTA
유럽·중앙아시아 진출 교두보

❿ 한·호주 FTA
오세아니아 주요시장

⓫ 한·캐나다 FTA
북미 선진시장

⓬ 한·중국 FTA
우리의 제1위 교역 상대국 (2015년 기준)

⓭ 한·뉴질랜드 FTA
오세아니아 주요 시장

⓮ 한·베트남 FTA
우리의 제3위 투자상대국

⓯ 한·콜롬비아 FTA
중남미 신흥시장

서명/타결 국가

❶ 한·중미 FTA
북미와 남미를 잇는 전략적 요충지
*SICA(중미통합체제 국가 중 6개국)
파나마, 코스타리카, 과테말라, 온두라스, 엘살바도르, 니카라과

협상 중 국가

❶ 한중일 FTA
동북아 경제통합 기반 마련

❷ 한·RCEP
동아시아 경제통합 기여
*RCEP(역내포괄적경제동반자협정)
ASEAN 10개국, 한국, 중국, 일본, 호주, 뉴질랜드, 인도

❸ 한·에콰도르 SECA
중남미 시장 진출을 위한 교두보 확보

❹ 한·이스라엘 FTA
창조경제 모델국

재개, 개시, 여건조성 국가

❶ 한·멕시코 FTA
북중미 시장 교두보

❷ 한·EAEU
성장잠재력과 지정학적 가치가 높은 신흥시장
*EAEU(유라시아경제연합)
러시아, 카자흐스탄, 벨라루스

❸ 한·GCC FTA
자원부국, 기업 선호도 1위 (2015년 기준)
*GCC(걸프협력회의)
사우디, 바레인, 쿠웨이트, 오만, 카타르, UAE

❹ 한·MERCOSUR FTA
남미 최대시장
*MERCOSUR(남미공동시장)
브라질, 아르헨티나, 우루과이, 파라과이

산업통상자원부 한국무역협회

수출이 궁금해?

1380

수출안내 통합콜센터

전국 어디서든,
FTA 활용부 수출 및 해외투자정보,
수출거래지원, 금융지원체계 구축등
수출에 관련된 모든 문제를 전문가와 함께!

