

No.: 제08-36호
2008. 10. 24.

China Business Focus

I. 중국 농산물 시장에 진출하는 다국적 기업

(거시팀 李萌 연구원)

II. 후이위안(匯源) 인수 사례를 통해 본

중국 민족기업의 성장

(전략팀 林瑞明 연구원)

III. 主要 經濟統計

I. 중국 농산물 시장에 진출하는 외국계 기업

- 중국의 식량시장 개방과 함께 외국계 기업들이 중국 농산물 관련 사업에 본격적으로 진출
- 외국계 기업이 중국 농산물 가격에 영향력을 행사하고 로컬 기업과 경쟁
- 본 보고서에서는 외국계 기업이 중국 농산물 시장을 주목하는 이유와 외국계 기업의 중국 농산물 시장 진입이 중국 식량안전에 미치는 영향 및 중국의 대응책에 대해 분석

중국 농산물 시장 진출을 서두르는 외국계 기업

□ 외국계 곡물상들이 중국의 농산물 가공 및 유통 분야 진출을 시도

- 세계 4大 곡물 기업¹⁾ 중 하나인 ADM 산하의 이하이자리(益海嘉里) 그룹은 중국 진출에 가장 적극적인 외국계 기업
 - 산둥(山東), 허난(河南), 허베이(河北), 헤이룽장(黑龍江), 후난(湖南) 등 농산물 주요 생산지에 농산물 가공 공장을 설립하거나 M&A를 통해 38개의 농산물 가공 공장 및 무역회사를 소유
 - 2007년 기준, 중국 식물유(소량 포장) 시장의 60~70%를 점유²⁾
 - 철로·수상운송, 저장 등 관련사의 지분을 인수함으로써 다품종·다각화 방향으로 발전

□ 중국 농축산물 시장을 점유하기 위해 국제자본이 대거 유입

- 2007년 도이체뱅크(Deutsche Bank)가 범세계적으로 발행한 '도이체뱅크 DWS 월드 신농(神農) 펀드(농산물 가공 식품업체에 투자)'의 상당부분이 중국에 투자됨

1) ADM, 번지(Bunge), 카길(Cargill), 루이스 드레이퍼스(Louis Dreyfus) 등의 4大 곡물 기업은 세계 곡물 거래량의 80%를 점유하고 있으며, 대두 등 농작물의 가격결정권을 보유

2) 南京市糧食局 (2008). "益海嘉里囤油或觸反壟斷法紅線." 『糧油參考信息』, 32(364).

- 2004년 육류제품업체인 위룬(雨潤)의 지분을 인수한 골드만삭스는 2006년 20.1억 위안으로 중국 최대 식품업체인 쌍후이(雙匯)를 인수
 - 육류 가공산업을 겨냥하고 있는 골드만삭스는 2~3억 달러를 투자해 양돈 중심지인 후난, 푸젠(福建) 성의 10여 개 양돈농가를 매입
- 중국 농산물 시장이 외국계 기업의 고수익 사업으로 부상하면서 농산물에 대한 투자가 활발히 진행
- 2008년 상반기 고정자산투자 중 1차 산업 증가율은 전년 동기 대비 32%p 상승한 69.5%를 기록
 - 중국 전역에 걸쳐 농업株가 성장하면서 버블 우려가 팽배
 - 2008년 7월 말 기준 상하이·선전(深圳) 증시 중 36개 농업·임업·목축업·어업 관련 상장기업의 평균 수익률은 상하이·선전 증시 평균 수익률의 2.26배
 - 중국 선물시장에서 농산물 거래가 급증
 - 2008년 상반기 정저우(鄭州) 상품거래소의 거래량과 거래액은 전년 동기 대비 각각 283.98%와 449.67% 증가, 다롄(大連) 상품거래소는 각각 179.68%와 381.24% 증가

외국계 기업이 중국 농산물 시장 진출을 서두르는 이유

- 국제시장과 비교해볼 때, 중국 농산물 시장의 진입장벽은 낮은 편
- 농업 분야의 외국계 기업 M&A 관련 장벽은 에너지·금융·광산·통신산업 대비 낮은 편
 - 2004년에 발표된 「식량 유통관리 조례」 제8조에 자금, 저장창고 및 검사·보관능력을 확보할 경우 농산물 구매자격을 취득할 수 있다고 규정

- 2008년 중국은 농산물 구매시장을 전면 개방하고 시장주체 다각화를 유도, 이를 계기로 외국계 기업이 중국 농산물 유통 분야에 본격적으로 진출
- 농업 관련 산업에 대한 각종 보조금 및 재정 지원조치는 국제자본의 농업시장 진출을 견인
 - 2007년 이후 중국 내 식품가격 폭등 및 농업 분야에 대한 투입 확대정책의 영향으로 중외합자경영기업, 중외합작경영기업, 외자기업 형태의 외국계 기업 진출이 확대

□ 중국 농산물 가격의 장기적인 상승세가 외국계 기업의 투기 및 투자 심리를 자극

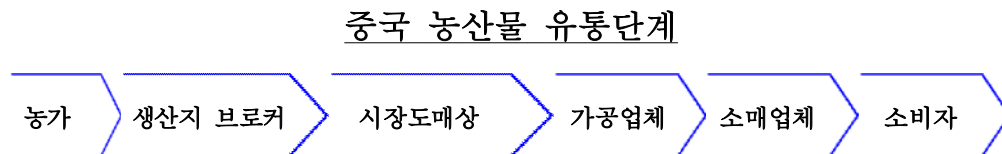
- 중국 농산물 가격은 국제가격 대비 낮은 수준
 - 2008년 5월 국제시장의 쌀 가격이 500g당 6위안인 데 반해, 중국 내 가격은 1.5위안으로 국제시장의 1/4 수준
 - 같은 기간 중국 내 밀가루 가격이 톤당 5,800위안인 데 반해, 국제가격은 약 20% 높은 7,000위안
- 투자전망이 불확실한 부동산 시장과 증시에 몰려 있던 국제 핫머니가 세계 최대 식량 생산·소비국인 중국으로 진출
- 가격 상승 여력이 커 농산물 시장 진출에 대한 동기가 증대

외국계 기업의 진출로 식량안전을 위협받는 중국

□ 중국 농축산물 업체들은 외국계 기업 대비 운영효율성이 현저히 낮은 상황

- 중국 농산물 생산지는 규모가 작고 분산되어 있으며, 업체 수가 많아 악성경쟁이 심화
 - 주요 쌀 생산지인 후난, 장시(江西), 후베이(湖北) 등의 쌀 가공업체는 각각 2,000여 개 이상

- 중국 3大 육류 가공업체의 중국시장 점유율은 3.7% 미만³⁾으로 양돈 및 가공업 집중도가 낮음
 - 지나치게 분산된 중국 업체에 비해 외국계 기업들은 자금·기술·운영 면에서 막강한 경쟁력을 보유
- 중국 농산물 유통은 多단계, 조방형(粗放型), 低효율, 高원가 등의 약점을 보유

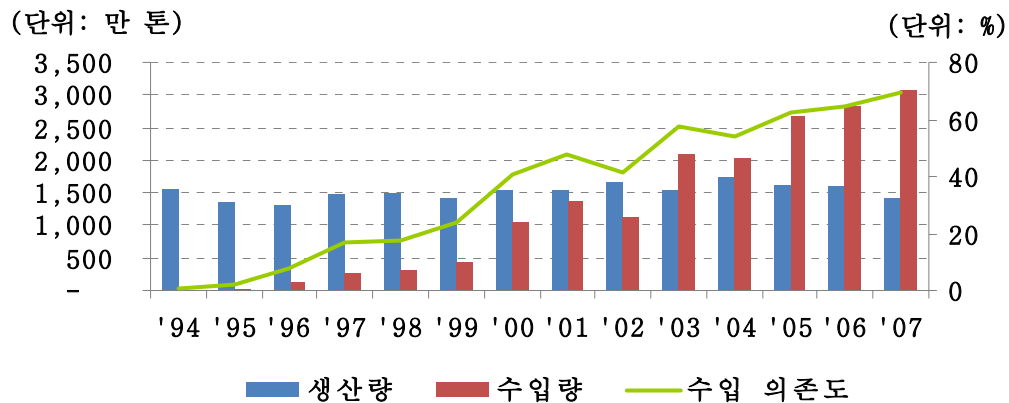


- 농산물 도소매 업체들은 농산물을 직접 구매하는 능력이 부족하고, 생산업체들은 가공한 농산물을 판매하는 능력이 부족해 중간단계가 과다해지고 유통원가가 상승
- 중국 농산물 시장에는 식품가공과 판매에 대한 명확한 규정이 없고, 산업 전반을 육성하는 거시육성책이 全無
- 2004년 중국정부가 「식량 유통관리 조례」를 발표하고 농산물 매매에 대한 권한을 민간에 위임한 결과, 해외 곡물상이 중국 농산물 시장을 장악
- 식량 가격결정권이 외국계 기업으로 넘어가면서 위기의식이 고조

- 로컬 기업은 중국 농산물 시장 개방의 시제품인 대두 가격결정권을 상실
- 1996년 개방된 중국 대두 시장의 경우 중소형 대두 가공업체와 로컬 제휴기업이 적자를 감당하지 못해 외국계 기업으로 저가에 인수됨
 - 국가발전개혁위원회에 따르면, 중국 압착 대두유 시장에서 로컬 기업의 비중이 급락한 데 반해 외국계 기업의 비중은 48.0%로 급등
 - 중국 농업부의 통계에 따르면, 2007년 중국 대두 수입량은 1996년의 10배인 3,082만 톤

3) 常熟市信息中心 (2008). "外資正在威脅中國農業安全." 『信息簡報』, (45).

대두 생산량 · 수입량 · 수입 의존도 추이



자료: 중국 농업부

- 주요 외국계 기업이 대두 공급을 통제하면서 식물유 가격 폭등이 발생한 사례가 기타 농산물 분야에서도 재현될 가능성
- 2006년 말 이후 지속된 세계 농산물 가격 폭등, 경제 불균형 및 중국 농산물 가격 억제 등의 상황에서 중국이 가격결정권을 상실할 경우 인플레이션 억제에 부정적인 영향을 미칠 전망

□ 외국계 기업은 중국 농산물 시장 통제를 통해 장기적 수익을 창출할 계획

- 밀가루 공장, 쌀 가공공장의 건립 또는 인수를 확대하고 있으며, 이미 장악한 중국 식물유 유통채널을 활용해 기타 농산물 소비시장에 진출할 가능성

외국계 기업에 대한 중국의 대응책

□ 중국정부는 외국계 기업의 중국 진출에 따른 긍정적인 영향은 유지

- 외국계 기업의 중국 진출을 통해 산업 통합과 생산 전문화를 촉진하고, 규모의 효과를 통해 생산과 거래원가를 감축, 농업 현대화를 추진
- 외국계 기업의 선진 기술과 관리 노하우를 벤치마킹하고 로컬 기업의 경쟁력을 강화

- 적정 수준의 인수·합병을 통해 자본이 低효율산업에 머무르는 문제를 방지

□ 농산물 시장을 점진적으로 개방하고, 외국계 기업의 농업 분야 투자를 부문별로 통제

- 외국계 기업의 진입 속도와 규모 통제, 현지 식량 가공유통 단계에 대한 규범 마련, 식량자원에 대한 보호조치 등 WTO 규정 내에서 외국계 기업 진입에 대한 제도적 장치를 마련
- 중국정부는 농업과학기술에 대한 투자를 확대하고 농산물 산업망 통합을 추진함으로써 시장구도를 개선
- 농산물 생산을 관리하는 국유지주회사를 설립하여 농산물 판매망과 주요 식량가공에 대한 관리를 강화

□ 식량안전 조기경보 메커니즘과 보장 시스템을 구축

- 농산물 선물시장 관리·감독을 강화하여 과도한 거래를 방지하고, 농산물 매매 및 가공업체의 재고와 판매가격 관리를 통해 농산물 투기 활동을 근절
- 상시적으로 국제 농산물 가격 변동추이 및 국제자본과 외국계 기업의 동향을 주시할 필요

II. 후이위안(匯源) 인수 사례를 통해 본 중국 민족기업의 성장

- 2008년 9월 3일 코카콜라는 24억 달러에 중국 최대 음료업체인 후이위안그룹의 음료사업을 인수한다고 발표
- 외국계 기업의 중국 민족브랜드 인수에 대한 우려가 증폭
- 본 보고서는 코카콜라의 후이위안 인수 사례를 통해 민족기업의 발전 및 브랜드 가치에 대해 분석하고, 현 단계에서의 발전 방안을 제시

외국계 기업의 민족기업 인수

□ 2008년 9월 3일 코카콜라는 홍콩 주식시장에 상장된 중국 최대 음료업체인 후이위안그룹의 음료사업을 100% 인수한다고 발표⁴⁾

- 코카콜라는 주당 12.2홍콩달러, 총 196.5억 홍콩달러(24억 달러)에 인수할 것을 제시
- 후이위안 인수 건은 코카콜라의 역사상 2번째로 큰 거래로, 외국계 기업의 중국기업 인수 최대 거래액으로 기록될 전망

□ 코카콜라의 후이위안 음료사업 인수에 대한 반대 여론이 조성

- 민족 브랜드인 후이위안이 코카콜라에 인수될 경우 시장에서 퇴출될 수 있다는 우려가 반대의 원인
- 본 인수 건을 계기로 외국계 기업이 중국 음료산업을 독점, 동종산업에 있는 중소기업의 발전을 저해할 것이라는 우려가 지배적
- 인터넷을 통한 네티즌들의 반대의견이 확산

4) 2008년 8월 1일부터 실시된 「반독점법」에 의하면, 코카콜라가 시장점유율이 높은 후이위안을 인수하려면 중국 상무부의 반독점 심사가 필요

- 중국 포털사이트 시나닷컴(www.sina.com.cn)과 QQ닷컴(www.qq.com)이 네티즌을 대상으로 진행한 찬반투표에서 반대 여론이 각각 82.3%와 68.5%를 차지

외국계 기업에 인수된 후 약화된 민족 브랜드(사례)

연도	산업/제품	민족 브랜드 (인계자)	외국계 기업/브랜드 (인수자)
1994	치약	중화(中華)	유니레버(Unilever)
1996	가루비누	휘리(活力)28	레킷 벤키저 (Reckitt Benckiser)
1999	건전지	난푸(南孚)	질레트(Gillette)
2000	음료수	리바이쓰(樂百氏)	다농(Danone)
2003	화장품	샤오후스(小護士)	로레알(L'Oreal)
2006	소형가전	쑤보얼(蘇泊爾)	SEB(프랑스)
2008	화장품	다바오(大寶)	존슨 앤드 존슨 (Johnson & Johnson)
2008	음료수	후이위안	코카콜라

자료: 중국삼성경제연구원

후이위안의 발전 및 브랜드 구축의 성공 요인

□ 후이위안은 신흥산업과 국민 식생활의 지속적인 발전에 일조

- 후이위안은 과일 및 야채 음료 사업을 중심으로 최고의 명성을 얻음
 - 중국인들의 소비수준과 웰빙 의식이 향상되면서 과일 및 야채 음료시장이 급부상
 - 중국 내 과일 및 야채 음료의 2006년 매출 증가율은 30.11%이고, 2007년에는 탄산음료 시장에 이은 두 번째 시장으로 성장
- 후이위안은 중국 국민의 건강한 식습관을 위한 활동을 지속 전개

- '웰빙 조식 캠페인'을 추진하고, 국가공중영양 및 발전센터(國家公衆營養與發展中心)와 공동으로 '중국 과일음료의 영양 및 건강 가이드 센터'를 설립하여 전문적인 연구를 추진

□ 후이위안은 생산 프로세스를 통합 운영하며 음료업계에서 경쟁력을 확보

- 후이위안은 전국적으로 녹색과일 생산기지를 구축하기 위해 계획적이고 체계적인 전략을 추진
 - 중국 과일 및 야채 음료시장의 경쟁 포인트가 생산에서 원료공급 단계로 옮겨가면서 우수한 품종의 원료를 확보하는 것이 성공여부를 결정
 - 후이위안은 2008년 현재 400여 만畝⁵⁾의 명터여우(名特优) 과일 생산기지, 50여 개의 표준화 시범 과수원 및 수백만 과수 재배농가들을 관리
 - 과수 재배농가와 협업하고, 녹색과일 생산기지를 구축하는 '후이위안 모델'은 원료단계부터 식품안전을 보증함으로써 환경보호와 건강음료의 이미지를 구축
- 안전한 원료를 공급하고 생산공정을 엄격히 관리해 품질을 제고
 - 후이위안은 전국에 30여 개의 공장을 보유하고 있으며, 총 생산능력은 290만 톤으로 규모의 경제를 실현
 - 생산공정에 HACCP, ISO9001, ISO22000 식품안전경영시스템을 도입하여 생산, 저장, 출고 등 전 과정에서 식품안전성을 확보
- 후이위안은 원료공급, 생산, 판매 과정의 원활한 연결을 위해 투자를 확대
 - 중국은 보관 및 운송 시스템이 미흡하여 채취된 과일과 야채의 손실률이 높음
 - 2007년 7월 동평(東風) 자동차 179만 대를 구입하여 효율적인 물류운송 시스템을 구축
- 판매 단계에서 지속적인 혁신을 시도하며 경쟁력을 강화

5) 1畝=666.7㎡

- 후이위안 산하의 85개 판매 자회사를 '후이위안전문판매회사'로 독립시킨 후 제품 전문판매 계약을 체결하는 방식을 통해 품질과 매출을 제고

□ 적극적인 외부자본 유치를 통해 규모를 확대

- 노동집약형에서 자본집약형 산업으로 산업고도화를 실현
 - 전문적인 과수재배, 원료가공, 생산, 운송, 판매, 홍보 등 산업망 전반에 투자를 확대하기 위해 외자를 적극 유치
- 후이위안 주신리(朱新禮) 회장은 지난 10여 년간 합자와 인수합병을 통해 획기적인 성장을 실현

외부자본을 활용하여 성장해온 후이위안의 발전 과정

연도	외부자본 활용방식	유치 금액
2001년 3월	더룽그룹(德隆集團)과 합자, 더룽그룹이 51%의 지분을 보유 (2003년 후이위안이 7억 위안에 더룽그룹이 보유한 51%의 지분을 회수)	5.1억 위안
2005년 3월	타이완(臺灣) 통이그룹(統一集團)과 합자, 통이그룹이 5%의 지분을 보유	2.5억 위안
2006년 7월	프랑스 다농, 미국 워버그핀커스, 네덜란드개발은행(FMO), 홍콩 Value Partners에 지분 35%를 매각	2.2억 달러
2007년 1월	뱅크론(Bank loan)	7,000만 달러
2007년 2월	홍콩 주식시장 IPO, 전 세계 배급	34.9억 위안

자료: 중국삼성경제연구원

- 풍부한 자금을 바탕으로 산업망을 통합하고 경쟁사와의 격차를 확대

후이위안 성장 과정에서의 문제점과 도전과제

□ 단일 핵심사업에 지나치게 집중한 결과 성장의 한계에 직면

- 과일원액 혼합률이 높은 음료시장에 지나치게 의존
 - 2008년 상반기 과일원액 혼합률 100% 음료시장과 26~99% 음료시장에서 후이위안의 점유율은 각각 43.8%, 42.4%인 반면, 25% 이하의 음료시장에서는 점유율이 7.6% 미만
 - 중국 전체 시장은 과일원액 혼합률이 낮은 음료시장의 비중이 과일원액 혼합률이 높은 음료시장보다 훨씬 큰 상황
 - 후이위안은 2000년부터 전시엔청(眞鮮橙), 하오펑여우(好朋友) 등 다양한 브랜드를 출시하였으나 큰 성과를 거두지 못함
- 코카콜라와 같이 사업영역과 브랜드가 다양한 음료업체에 비해 후이위안의 제품 포트폴리오는 취약

□ 후이위안의 강력한 리더십은 장단점을 지니고 있는 '양날의 칼'

- 주신리 회장의 기업 운영 원칙에 따라 원료공급 프로세스를 혁신하고 외부자본을 적극 유치
- 반면, 주신리 회장이 절대적 경영권을 확보함으로써 경영진과 기업지배 구조가 약화되었고, 이는 신흥 고성장 기업에서 성숙된 기업으로의 전환을 저해하는 요인으로 작용

결론

- 후이위안의 발전 사례는 중국도 자체적으로 선진기업 및 브랜드를 육성할 수 있다는 가능성을 시사

- 기업은 시장과 기업 현황에 따라 외부자원 유치 수위를 결정해야 하며, 이를 통해 얻어지는 득과 실을 면밀히 따져볼 필요
- 코카콜라 입장에서 볼 때, 후이위안 인수는 금융·자본시장이 하락세일 때 저평가된 우수기업 및 자산을 인수하는 현명한 전략으로 판단
- 중국정부는 산업정책 차원에서 국익과 민족기업의 발전에 긍정적인 효과가 실현되도록 법적 제도를 정비
- 식품사업과 같은 완전경쟁산업에서 「반독점법」에 저촉되지 않는 이상 정부의 시장개입은 현재와 같이 최소한으로 유지할 필요
- 그러나 민족기업과 브랜드가 외국기업에 매각되는 사실이 국민정서에 어떠한 영향을 미칠지 고려할 필요

III. 主要 經濟統計

區 分		單位	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년		
								1분기	2분기	3분기
GDP	정상금액	억 위안	135,823	159,878	183,868	211,923	249,530	61,491	69,128	71,012
	성장률	%	10.0	10.1	10.4	11.6	11.9	10.6	10.1	9.0
工業生産指數	전년대비	%	17.0	16.7	16.4	16.6	18.5	16.4	15.9	13.0
消費物價指數	전년대비	%	1.2	3.9	1.8	1.5	4.8	8.0	7.8	5.3
貿易額	수출	억 달러	4,382.3	5,933.2	7,619.5	9,691	12,180	3,059	3,607	4,079
	수입	억 달러	4,127.6	5,612.3	6,599.5	7,916	9,558	2,645	3,031	3,246
全社會 固定資產投資	투자금액	억 위안	55,567	70,477	88,774	109,870	137,239	21,845	46,557	47,844
	전년대비	%	27.7	26.8	26.0	24.0	24.8	24.6	27.1	28.1
FDI	실행금액	억 달러	535.1	606.3	603.3	694.7	747.7	274	250	220
株價指數	선전	증가	3,479.80	3,067.57	2,836.61	6,647.14	17,700.62	13,692.84	9,370.78	7,559.27
	상하이	증가	1,497.0	1,266.5	1,161.1	2,675.5	5,261.56	3,580.15	2,736.10	2,293.78
M2	통화량	억 위안	221,223	254,107	298,756	345,578	403,401	423,055	443,141	452,900
	증가율	%	19.6	14.9	17.6	15.7	16.7	16.3	17.4	15.29

☞ 參考資料: 1. 「中國統計年鑑」 2. 「中國國家統計局」 3. SSE 「399001」 Component Index

주: 월별 고정자산투자는 도시 고정자산투자, 분기별 고정자산투자는 전 사회 고정자산투자 수치임.

도시 고정자산투자는 전 사회 고정자산투자의 약 80%를 차지