

별첨 : 말레이시아 시장특성 및 상거래 관행

1. 말레이시아 시장 특성

□ 세계적 경쟁업체들의 경연장

○ 인구수(2,670 만) 대비, 교역규모(US\$ 3,056 억)가 상대적으로 크고, 비즈니스 환경이 양호함에 따라 각 분야의 세계적 우수 업체가 진출, 경쟁 중

○ 80 년대 중반 이후 외국인 투자유치정책 추진으로 4,000 여개의 다국적 기업이 진출, 전기전자 등 공산품 시장을 주도하고 있어 품질 및 가격 경쟁이 치열

□ 동남아의 중심상권으로 발돋움

○ 싱가포르를 통한 중계무역에 의존하는 무역패턴에서 탈피, 대부분 직교역 형태의 무역패턴으로 전환

○ 더 나아가 최근 AFTA 출범에 따라 오히려 인근 국가인 인도네시아, 브루나이, 미얀마, 캄보디아 등과의 중계무역도 추진하는 등 ASEAN 의 중심국을 부상 중

□ 자본재에 대한 수입의존도가 큰 시장

○ 현지 진출 외국기업 및 현지기업이 대부분 완제품 조립산업 위주의 제조활동을 하고 있어 기계설비, 중간재 및 부품 등 자본재에 대한 수입의존도가 높음

○ 특히, 90년대 말 경제위기 이후 말레이시아 정부가 국산품 장려 및 수입 억제를 추진하면서, 완제품보다는 부품, 반제품 형태의 수출 추진이 유리하게 되었음

□ 중국계의 일반 상권 장악

○ 전체 인구의 약 26%를 차지하는 중국계 화교가 상권의 대부분을 장악하고 있음. 특히 무역 및 도소매 부분에서 중국계의 영향력이 큼

○ 중국계의 경우, 동남아 화교 네트워크는 물론 중국 본토, 대만, 홍콩 등지의 화교 경제권과도 연계됨

□ 생활수준 향상에 따른 내구소비재 구매증가 및 고급화

○ 아직까지는 가격이 구매의사결정의 주요 요인이지만, 중산층이 60% 이상에 달해, 중·고가품 혹은 유명 브랜드에 대한 수요층 급증

○ 승용차, 가전제품 등 내구 소비재에 대한 보급확대 및 소비패턴의 급속한 고급화가 나타나고 있음

○ 한국산의 경우 현지 바이어들 사이에서 가격이 대만산 혹은 중국산보다 다소 비싸나 품질 수준 혹은 내구성 등을 감안하면 오히려 경제적이라는 인식도 증가하고 있음. 또한 일본 및 유럽산 고급제품의 대체 공급국으로 수요가 증가하고 있음

2. 상거래 관행

□ L/C 또는 T/T 방식 결제

○ 거래 초기 소액 무역결제는 은행을 통한 L/C 또는 T/T 방식을 혼용하고 있으며 거래의 결제자금이 필요한 품목에 대해서는 D/A, D/P 결제방식 요구도 빈번함

○ D/A, D/P 결제를 수용할 경우, 오랜 거래를 통해 바이어에 대한 신뢰가 두터운 경우를 제외하고 신중하게 대처할 필요가 있음. 동 결제 방식은 외환위기 이후에 특히 많아졌는데 이에 따른 대금미결제 사례도 상당수 발생하였음

□ 첫 거래는 소규모부터 시작

○ 말련의 경우 무역활동에 대한 제한이 거의 없어 중소 무역업체도 직접 수입을 추진. 입찰, 프로젝트 또는 일부 대형 바이어의 오더를 제외하면 대부분 1 회 오더 물량이 소규모임

○ 일반적으로 일단 구매선을 결정하고 나면 수출업자의 신용상태가 변하지 않는 한 지속적인 구매관계를 유지한다는 점을 감안, 적극적인 대응노력이 필요

□ 독점 에이전트 및 합작투자요구

○ 무역업자의 경우 관례적으로 독점에이전트를 요구하는 경우가 많으며, 현지 합작투자 요구 또한 많음. 이에 대해 수입상에 대한 충분한 정보를 입수한 후, 합작투자 여력이 없다면 상담 시 확답을 피하는 것이 좋음

□ 기타

○ 수입상의 경우 관세 절감을 위해 세관에 수입가격을 낮춰 신고하는 사례가 많음

3. 상담시 유의사항

○ 말레이시아 바이어와 거래할 시, 반드시 유의해야 할 사항은 제반 거래활동과정을 서면으로 처리하고, 이의 기록을 보관해 둘 필요가 있음

○ 말레이시아는 영국으로부터 오랜 통치를 받아 제반 제도 및 관행이 영국식으로 이루어져있기 때문에 모든 처리가 서면에 의해 이루어짐

○ 문서송수신 시 문서번호(Reference No)를 반드시 확인해 둘 필요가 있으며, 향후 문제발생시, 주고받은 문서는 중요한 문제해결의 단서가 됨.

○ 중국계 화교가 상권을 장악하고 있어 영문.한문 병기 명함 준비가 필요하며 명함상의 직위가 높을 경우 현지 바이어에게 신뢰감을 줄 수 있음

○ 현지 시장 협소 및 가족단위 중소 무역업체가 많아 1 회 오더물량이 소규모이나, 일반적으로 일단 구매선을 결정하면 지속적인 거래관계를 유지하는 경향이 높음

○ 이슬람 신도의 경우 술을 마시지 않기 때문에 음주보다는 식사 접대 또는 선물 증정이 바람직함. 식사 접대 시 메뉴는 현지인들이 가장 선호하는 닭고기 요리가 무난함

○ 서류, 명함 등을 건네줄 때 오른손을 사용해야 함. 이슬람 신도들의 경우 왼손은 불결한 것으로 간주

○ 현지인들은 이름 앞에 Dato, Datuk, Tan Sri 등 작위 또는 Dr, Ph 등 학위를 나타내는 칭호를 붙이는 것을 좋아하므로 호칭 시에도 붙여주는 것이 좋음

○ 말련 소비자들은 유명브랜드에 대한 선호도가 높음. 선진국 고가 제품에 대한 선호가 매우 강한 편이며 '97 년 경제위기 이전 고속성장에 따라 중고급 브랜드에 대한 수요도 증가

○ 상담 전 시내 백화점, 상가 등을 미리 방문하여, 현지인의 기호, 유행상품 등을 파악 후 상담을 시작하는 유리함