

한·중 전자상거래 화물의 해상운송 추진 현황 및 시사점

정 경 선*

최근 중국은 '인터넷 플러스' 경제전략을 국가 경제 계획의 중점 사업으로 추진하고 있다. 중국 정부는 인터넷과 유통업의 접목을 통해 2016년 말까지 전자상거래 거래 규모를 22조 위안까지 늘린다는 계획이다. 중국의 전체 대외 교역 중 국제전자상거래가 차지하는 비중도 2010년 6%에서 2015년 22%로 크게 확대되었다. 이에 우리나라의 대중국 전자상거래 수출 시장도 지속적으로 성장할 것으로 예상된다.

한편, 지난 4월 8일 중국의 해외직구(B2C) 수입 상품에 대한 정책 변화로 국내 전자상거래 기업들은 중국향 전자상거래 수출 모델에 대한 새로운 전략이 필요한 상황을 맞이하고 있다. 이에 2015년 3월 관세청이 중국 세관 당국과의 협의를 통해 제공하고 있는 한·중 간 해상특송 간이통관 제도는 국내 전자상거래 기업들의 새로운 수출 모델이 될 수 있을 것으로 판단된다. 또한 중국 국경 간 전자상거래 종합시험구 확대는 한·중 카페리항로와 연계한 새로운 수출 방식의 가능성을 제고할 것으로 예상되며, 우체국의 국제우편 상품도 이러한 시장 상황에 대응할 수 있는 부가 서비스 제공이 필요할 것으로 보인다.

I. 머리말

최근 중국 전자상거래 시장의 성장이 놀라울 정도로 지속되고 있다. 중국 국가통계국 및 I-Research 발표자료에 의하면, 2015년 중국의 온라인 소매(B2C, C2C) 시장 규모는 3.88조 위안(약 6,500억 원)이며, 인터넷 쇼핑객은 4.1억 명, 1인당 소비액은 1만 위안(약 180만

* 한국우편사업진흥원 우편연구팀 연구원, ks1504@posa.or.kr

원)이라고 한다. 중국 내에서 국경 간 전자상거래 플랫폼을 갖춘 기업이 5,000개가 넘었고, 이러한 플랫폼을 이용해서 국경 간 전자상거래를 하는 기업은 20만 개 이상이라고 한다.

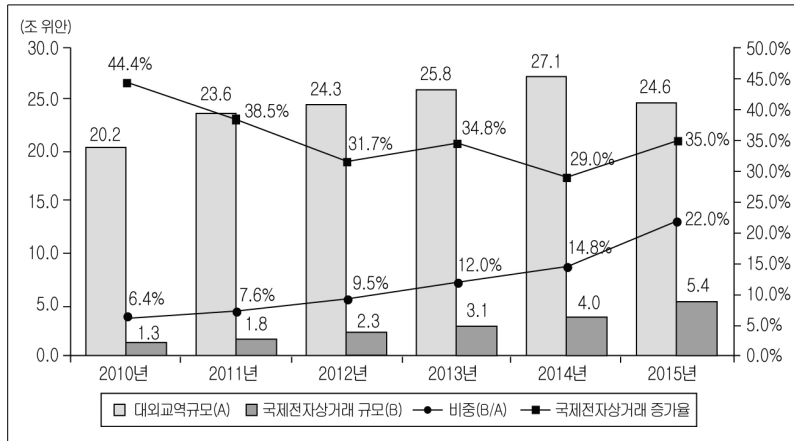
중국의 국경 간 전자상거래 수출입 비중을 보면, 수출이 전체의 85%로 대부분을 차지하고 있는 반면 한국은 전자상거래 수출(해외 직접판매)보다는 수입(해외 직접구매) 비중이 높다. 이에 우리나라 정부 부처 및 관련 기관들은 전자상거래 수출 지원을 위한 다양한 정책을 추진하고 있는 상황이다. 특히 관세청은 작년 3월부터 중국 세관과의 협의를 통해 한·중간 카페리를 활용한 해상특송 간이통관 제도를 도입하여 운영하고 있으며, 우체국에서도 중국 산동성우정과의 제휴를 통해 한중 해상특송 서비스를 제공하고 있다. 한·중 해상특송 서비스는 지난 4월 8일 중국의 해외직구(B2C) 수입상품에 대한 정책 변화로 대중 수출 전략의 변화가 필요한 전자상거래 수출기업들에게 새로운 대안이 될 수 있다.

이에 본고에서는 한·중 전자상거래 시장 현황 및 주요 대중 수출 동향을 검토하고, 카페리를 활용한 해상특송 현황을 살펴보았다. 이를 통해 대중 전자상거래 화물의 해상특송 서비스 확대 방향과 국제우편 상품의 경쟁력 확보에 대한 시사점을 제시하고자 한다.

II. 중국 국경 간 전자상거래 시장 현황

중국의 국제전자상거래 시장규모는 2010년 이후 연평균 30% 이상 증가했는데, 2015년 시장규모는 5조 4천억 위안(한화 약 1,020조 원)으로 전년대비 35% 증가했다. 특히 중국의 전체 교역 중에서 국제전자상거래가 차지하는 비중도 2010년 6.4%에서 2015년 22%로 크게 확대되었다. 이처럼 전자상거래 산업은 중국의 새로운 성장동력으로서 그 입지가 강화되고 있다.

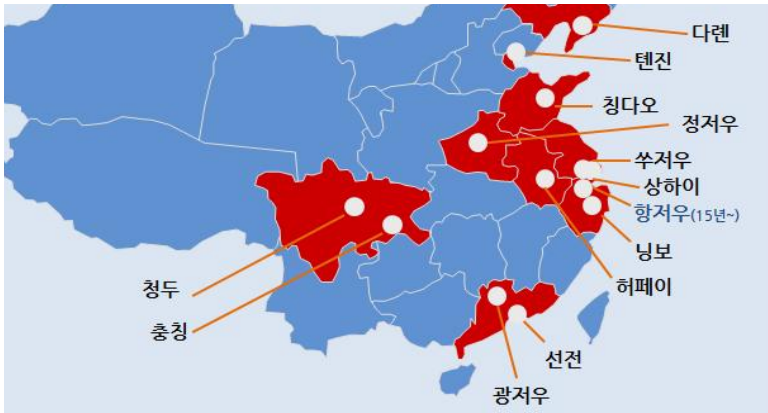
[그림 1] 중국 대외교역 및 국제전자상거래 규모 추이(2010~2015년)



자료: 중국 상무부

2016년 1월 중국 정부는 항저우(15년 3월)에만 설립되어 있던 ‘중국 국경 간(콰징) 전자상무 종합시험구(跨境電子商務綜合試驗區, 이하 국경 간 전자상거래 종합시험구)’를 12개 지역에 추가 확대 지정하였다. 새롭게 선정된 지역은 상하이(직할시), 톈진(직할시), 광저우(광둥성), 선전(광둥성), 청두(쓰촨성), 충칭(직할시), 허페이(안후이성), 정저우(허난성), 다롄(랴오닝성), 닝보(저장성), 칭다오(산둥성), 쑤저우(장쑤성) 등이다. 항저우 종합시험구 모델은 국경 간 전자상거래 발전을 위한 제도 및 관리, 서비스 혁신과 통관, 세무, 상품검사, 금융 등 전자상거래와 관련된 다양한 분야의 기관 참여를 유도하여 대(對) 기업 서비스 수준을 제고한 것으로 평가되고 있다. 국경 간 전자상거래 종합시험구의 확대는 중국 대외 무역에 있어서의 전자상거래 역할을 양적인 측면 뿐만 아니라 질적인 측면에서도 변화시킬 것으로 기대되고 있다.

〈표 1〉 중국 국경 간 전자상거래 종합시험구 선정 현황

단 계	시 기	내 용
태동기	2012. 12	5개 국경 간 전자상거래 시범도시 선정 - 상하이, 충칭, 항저우, 닝보, 정저우
발전기	2013~2015	8개 국경 간 전자상거래 수출입 시범도시 선정 - 상하이, 충칭, 항저우, 닝보, 정저우, 광저우(2013. 9) - 선전(2014. 7) - 푸저우, 평탄(2015. 8) - 톈진(2015. 9)
	2015. 3	최초 국경 간 전자상거래 종합시험구 선정 - 항저우
	2016. 1	국경 간 전자상거래 종합시험구 12개 도시로 추가 확대 - 닝보, 선전, 톈진, 상하이, 충칭, 정저우, 광저우, 허페이, 청두, 다롄, 칭다오, 쑤저우 

자료: 중국 국무원

중국 국가통계국에 따르면, 2015년 중국의 국경 간 전자상거래 수출입 비중은 수출이 85%, 수입이 15% 수준으로 수출이 대부분의 비중을 차지하고 있다. 또한 현재 B2B 거래가 전체 거래의 91%로 대부분을 차지하고 있으며, B2C 거래 비중도 점차 늘어나고 있는 상황이라고 한다. 향후 중국 소비자의 소비형태 변화, 해외 직구 수요 급증 등의 영향으로 중국으로 수입되는 전자상거래 화물의 증가폭이 확대될 것으로 기대되고 있다. 특히 유아용품, 화장품, 가방,

의류, 식품 등 비교적 가볍고 부피가 적어 해외 직구를 통한 구매가 용이한 한국 상품의 개인수요가 증가하고 있다.

Ⅲ. 대중국 전자상거래 수출 동향 및 이슈

1. 대중국 전자상거래 수출 현황

우리나라의 국제 전자상거래 수출 규모는 정확한 통계를 산출하기 어렵다. 전자상거래 수출화물 대부분이 200만원 이하인 B2C 거래라서 수출 신고 의무가 없기 때문이다. 실제로 한국온라인쇼핑협회가 발표한 2014년 주요 온라인쇼핑몰의 전자상거래 수출액과 관세청 전자상거래 수출 통계는 거의 10배 가까이 차이가 있다.¹⁾

관세청의 통계에 의하면, 2014년 기준으로 우리나라의 전체 전자상거래 교역액은 4,459만 5천달러(531억 원)로 전체 대외 교역액의 0.7%를 차지하고 있으며, 대중 수출액의 0.03%가 전자상거래이다. 실제 통계 수치의 차이를 감안한다면, 전체 교역액의 7% 정도는 전자상거래 화물이고, 대중 수출액의 0.3% 정도는 전자상거래 화물일 것으로 추정할 수 있다. 앞서 언급된

〈표 2〉 2014년 우리나라 전자상거래 교역액 현황 및 비중

(단위: 억 달러, %)

구분	전체 교역(A)	전자상거래 교역(B)	비중(B/A)
수출액	1,453.0	0.44	0.03
수입액	900.7	15.45	1.70
합계	2,354.0	15.89	0.70

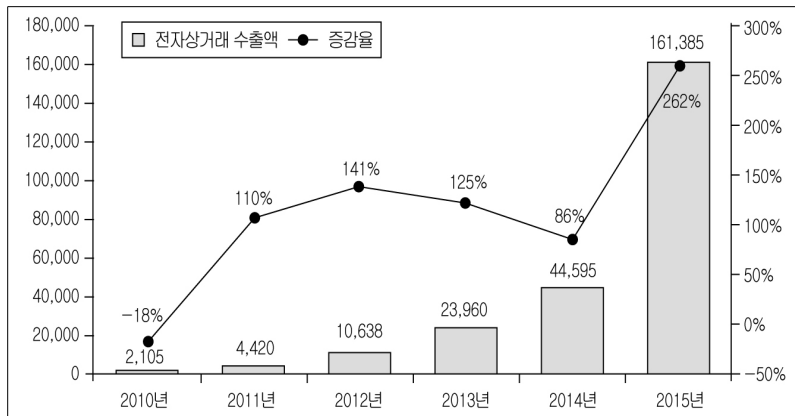
자료: 한국무역협회, 관세청

1) 2014년 주요 온라인쇼핑몰 이베이코리아, 롯데닷컴, 11번가 등 메이저사업자와 카페24, 메이크샵 등 웹호스팅사업자의 수출금액 조사 결과, 약 5,820억원이 수출되어 2014년 관세청 발표 531억원과는 10배 이상의 차이가 있다.

중국의 전자상거래 교역액 비중이 22%인 것과 단순 비교하면 상당히 낮은 수준이지만, 중국 전자상거래 시장의 성장에 따라 더 늘어날 가능성이 많다.

우리나라 전자상거래 수출액은 2010년 이후 2015년까지 연평균 116.7% 성장하여 2015년 1억 6,138만 달러(약 1,922억 원)를 기록하며 지속적인 증가추세를 보이고 있다.

(그림 2) 우리나라 전자상거래 수출액 변화 추이(2010~2015년)



자료: 관세청 보도자료, 2016. 3. 22

관세청 통계와는 별도로 2015년 12월 통계청에서는 주요 온라인쇼핑 수출업체를 직접 조사하여 ‘온라인쇼핑 수출·수입통계’를 발표하였다. 이에 따르면 2015년 연간 온라인쇼핑 수출액은 1조 1,933억 원, 수입액은 1조 7,014억 원으로 수입액이 수출액의 약 1.5배 수준이라고 한다.²⁾ 국가별로는 중국 8,106억 원, 미국 1,264억 원, 일본 818억 원 순이며, 중국이 전체 수출액의 68%를 차지하고 있다. 2016년 1/4분기 온라인 해외 직접 판매액은 4,787억 원으로 전년 동분기 대비 84.5% 증가하였고, 2015년 4/4분기 대비 13.9% 증가한 것으로 나타났다.

2) 국경 간 전자적으로 주문되어 물리적으로 배송된 재화(상품) 거래액으로, 수출통계는 온라인쇼핑 수출업체를 직접 조사하고 수입통계는 관세청 수입통관 신고자료를 활용하였다. 수출통계는 본선인도(FOB, Free on Board) 조건이다.

〈표 3〉 온라인쇼핑업체 해외 직접판매액·해외 직접구매액 현황

(단위: 억 원, %)

구분	2014년 ^p		2015년 ^p			2016년 ^p	증감률	
	연간	1/4분기	연간	1/4분기	4/4분기	1/4분기	전 분기비	전년 동 분기비
해외직접판매액(A) ¹⁾	6,542	1,418	11,933	2,594	4,204	4,787	13.9	84.5
해외직접구매액(B) ²⁾	16,471	3,789	17,014	4,223	4,980	4,463	-10.4	5.7

비고: 1) 본선인도조건(FOB)으로 작성

2) 일반 및 간이 신고는 운임보험료 포함조건(CIF), 목록통관은 본선인도조건(FOB)으로 작성

※ p는 잠정치임

2. 최근 대중국 전자상거래 수출 이슈

중국 정부는 지난 4월 8일부터 해외직구(B2C) 수입상품에 일반 수입화물처럼 관세, 증치세(부가가치세), 소비세를 부과한다는 정책을 발표했다. 과거 국경 간 전자상거래 수입 제품은 일반 수입화물과 달리 행우세가 적용되어 왔는데, 여기에 적용하던 행우세 면세 규정(세액 50RMB이하 면세)을 폐지하고 증치세 및 소비세의 70%를 부과한 것이다. 또한 직구로 구입할 수 있는 제품목록 리스트 이외에는 상품을 판매할 수 없는 Positive 규제방식³⁾이 도입되었고, 허용 리스트에 있는 상품이라도 화장품, 의료기기, 보건식품 등은 사전인증을 받은 제품만 수입이 가능하다.

이번 정책 변화로 인해 기존 국경 간 전자상거래 플랫폼을 이용해 수출을 하고 있는 우리나라 전자상거래 업체들은 세금 부담에 대응하기 위한 새로운 비즈니스 모델을 고민하고 있다. 중국 소비자들 역시 세금을 피할 수 있는 구매 행태를 보일 것으로 예상되고 있다. 특히, EMS 등 우편을 통해 수입되는 개인 물품의 경우 행우세 면세 규정이 적용되고 있어서 우편 배송에 대한 수요가 증가할 것이라는 의견도 많다. 하지만 상품 특성에 따라 가격이 저렴한 상품은 EMS 요금을 부담하기에는 무리가 있으며, 세제 개편 이후 통관이 강화되어 개인 물품이라도 면세금액 범위(18만원 이하)를 초과할 경우 행우세가 부과되어 고객의 세금 부담이 높아질 수 있다는

3) 원칙적으로 모든 항목이 규제되며, 예외적으로 일부 품목을 허용하는 방식이다.

단점이 있다. 이번 세제 개편으로 행우세 역시 최대 10% 이상 인상되었으며, 세수 확보 기조에 따라 우편 물품에 대한 검사도 강화될 것으로 보인다.

〈표 4〉 중국 전자상거래 정책 변경 주요 내용(2016년 4월 기준)

구분	내용		
세금정책	1) 국경 간 전자상거래 수입 세제 정책		
	<ul style="list-style-type: none"> • 개인 1회 거래 한도 1,000위안 → 2,000위안, 1년 거래한도액 20,000위안 • 2,000위안 이하의 관세 면세, 소비세 및 증치세의 70% 부과 • 1회 거래한도 및 1년 거래한도액 초과시, 관세, 증치세 및 소비세 전액 부과 		
	2) 행우세 조정 정책		
	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 10%, 20%, 30%, 50% 4가지 세율 → 15%, 30%, 60% 3가지 세율 		
	구분	품목	세율
1	서적, 교육용 영상, 디지털제품, 금은, 가구, 완구, 여가용 제품 등	15%	
2	스포츠용품(골프 제외), 방직제품, 전기용품, 1, 3번 제외한 모든 제품	30%	
3	담배, 주류, 장신구 및 보석류, 골프용품, 화장품, 고급시계 등	60%	
인증	<ul style="list-style-type: none"> • 화장품, 의료기기, 보건식품 등 '사전인증' 취득 • 최초 수입화장품은 위생허가, 비안⁴⁾ 제출 필요 • 분유, 약용 조제식품은 식품약품감독국 등록 필요 		
통관	<ul style="list-style-type: none"> • 직구 수입제품은 '화물'로 취급, 일반무역과 같은 방식으로 통관 - 해관검사(제품 통관, 세금), 질량검험검역국 품질 검사(제품인증) 		
제품등록	<ul style="list-style-type: none"> • 국가에서 허가한 직구 상품만 수입 가능(Positive List) 적용 		

자료: KOTRA, 중국 전자상거래 정책 변화와 온라인시장 진출 전략, 2016. 5. 14.

이번 중국의 정책 변화로 인해 4월 8일 이후 국경 간 전자상거래 플랫폼 관련 중국 보세구 창고의 매출이 50% 이상 급격하게 하락하였는데, 항저우는 57%, 닝보는 48.7% 가량 하락하였다고 한다. 이에 보세구 관련 입점 업체들의 민원 및 소비자 불만 등을 해소하기 위해 중국 정부는 수입상품 리스트(Positive List 통관목록) 적용을 1년간 유예하기로 결정하였다. 우리나라 전자상거래 기업 중 규제가 강화되는 화장품, 분유 등의 상품을 수출하려는 기업은 내년

4) ICP(Internet Contents Provider)비안은 중국 현지에서 인터넷 서비스를 하기 위해 발급 받아야하는 사업 허가증이다.

정책 적용 이전에 관련 위생허가 및 관련 승인을 받아야 할 것으로 보인다.

IV. 한·중 해상운송서비스 시장 및 카페리 해상특송 추진 현황

1. 한·중 해상운송서비스 현황

한·중 해상운송은 1989년 부산항과 상해항 간에 컨테이너 직항로가 개설되었고, 1990년 8월 위동항운이 인천과 중국 위해 간 카페리⁵⁾ 직항로를 개설하면서 한·중 카페리 직항서비스까지 시작되었다. 현재 청도, 위해, 천진, 연태 등 한·중 카페리 항로가 개설된 항만에는 컨테이너 정기선도 기항하고 있는데, 이 지역들에서는 카페리선과 컨테이너선의 운임경쟁으로 인한 출혈 결쟁이 우려되고 있다. 참고로 인천항의 경우 2016년 3월 현재 중국 직항 컨테이너 정기 서비스는 11개 선사가 13개 항로에서 제공하고 있다. 주요 카페리항로와 겹치는 인천-청도 항로는 팬오션이 주 2항차로, 인천-위해 항로는 한성라인이 주 3항차로, 인천-연태 항로는 코홍마린쉬핑이 주 3항차로 운항 중이다.

일반적으로 전자상거래 B2B 거래는 일반 무역과 거래 절차가 다르지 않기 때문에 해상화물이나 항공화물의 형태로 운송되고 있다. 이에 반해 전자상거래 B2C 거래는 해외 고객과 직접 거래하는 구조로, 빠른 배송을 위해 항공소포, 국제우편, 특송서비스 등을 활용해 운송된다. 카페리선은 고속, 정시 서비스가 필요한 화물에 유리하고, 항공운송보다는 가격경쟁력이 있어 항공화물을 흡수하는 장점이 있다. 특히 농축수산물 등 신선식품, 홈쇼핑 관련 화물, 전자제품 등의 운송에 유리하다. 이에 본고에서는 전자상거래 화물의 특성상 한·중 컨테이너 해상운송서비스보다는 한·중 카페리 운송서비스 시장 현황을 중점적으로 살펴보고자 한다.

전자상거래 화물의 해상 특송 서비스는 최근에 한·중 정부간 협력에 의해 활성화되고 있다. 과거 중국은 항공편으로 반입되는 물품에 대해서만 특송 화물로 인정되고 해상운송을 통해 반

5) 카페리(Car Ferry) 선박은 여객, 화물, 자동차 등을 동시에 수송하는 선박으로, 크루즈선, 컨테이너선, 자동차 운반선의 기능을 동시에 수행한다.

입되는 물품에 대해서는 특송 물품으로 인정해주지 않았다. 한국에서 특송 물품을 중국으로 보내도 중국 해관에서 일반 화물처럼 처리해버려서 특송의 의미가 없었던 것이다. 그러나 최근 몇 년간 산업자원통상부, 관세청, KOTRA 등의 주도로 중국과 해상 전자상거래 수출에 관한 해상 특송 통관을 제도화하는 노력에 따라 한·중 해상 간이통관 시스템이 구축되었다. 기존의 복잡한 해상 통관시스템을 간소화해서 엑스레이 검사만으로 간이통관되며, 청도 세관 관할인 대항, 위해, 황도 세관 등에서도 통관이 가능하다. 2015년 3월 위동항운은 인천-청도 간 페리선을 이용해 전자상거래 화물이 시험 선적하였고, 통관에 문제가 없는 제품인 경우 카페리선을 통해 청도와 위해로 주 3항차 씩 운송되고 있다.

〈표 5〉 위동항운 전자상거래 해상 화물서비스 추진 경과

시기	내용	비고
2001년 10월	한·중 전자상거래협력위원회 설치 합의	산업자원부
2011년 11월	리커창 부총리 방한 '전자상거래 정책협의회 설립 MOU' 체결	
2012년 5월	제1차 한·중 전자상거래 협의회 개최	북경 상무부
2014년 2월	청도 전자상거래 수출 비준 획득	
2015년 3월	청도항 해상 전자상거래화물 시험 선적	위동항운
	위해시 한·중 FTA포럼 및 전자상거래 대회 개최	

자료: 위동항운 홈페이지

2. 한·중 카페리 항로 현황

2016년 4월 현재 한·중 카페리 항로에는 14개 선사가 16개 항로에서 선박을 운항하고 있다. 현재 운항 중인 카페리 선박들의 평균 적재능력은 250TEU 수준이며, 항로에 따라 주 2~3 항차로 운영되고 있다. 한·중 간 카페리항로는 항로개설의 폐쇄성과 보호성이 있어 신규 항로 개설이 힘들었는데, 현재는 카페리선사 간 또는 카페리선사와 컨테이너 선사 간의 화물유치 경쟁을 벌이고 있는 상황이다. 일부 선사들은 경쟁우위를 위해 자사선이 운영하지 않는 항로는 타 선사의 선박스페이스를 빌려서(선복용선, slot charter) 운항하는 경우도 있다.

〈표 6〉 한·중 카페리 항로 운항 현황(2016년 4월 기준)

선사명	항로	선명	적재능력		항차수
			여객(명)	화물(TEU)	
단동국제항운(유) www.dandongferry.co.kr	인천/단동	ORIENTAL PEARL VI	800	175	주3
대인훼리(주) www.dainferry.co.kr	인천/대련	BI RYONG	510	145	주3
범영훼리(주) www.yingkouferry.com	인천/영구	ARAFURA LILY	394	228	주2
석도국제훼리(주) www.shidaoferry.com	군산/석도	SHIDAO	750	203	주3
연운항훼리(주) www.lyqferry.com	인천/연운항	ZIYULAN	392	293	주2
	평택/연운항	CK STAR	668	192	주2
연태훼리(주) www.yantairerry.com	평택/연태	STENA EGERIA	642	280	주3
영성대룡해운(주) www.dalong.co.kr	평택/영성	YONG XIA	720	267	주3
위동항운(주) www.weidong.com	인천/위해	NGBII	731	295	주3
	인천/청도	NGBV	660	325	주3
일조국제훼리(주) www.rizhaoferry.co.kr	평택/일조	RIZHAO ORIENT	420	360	주3
진인해운(주) www.qininferry.com	인천/진황도	XIN YU JIN XIANG	376	228	주2
(주)진천국제객화항운 www.jinchon.co.kr	인천/천진	TIAN REN	800	274	주2
평택교동훼리 www.pjferry.co.kr	평택/위해	GRAND PEACE	750	214	주3
(주)한중훼리 www.hanjoongferry.co.kr	인천/연태	XIANG XUE LAN	392	293	주3
화동해운 www.huadong.co.kr	인천/석도	HUADONG PEARL VI	1,000	253	주3
계			10,005	4,025	주43

자료: 한중카페리협회, 2016.

카페리 해상운임은 선사에 따라 운항지역에 다르기 때문에 일부 차이는 있으나, 20피트 컨테이너는 \$600~\$650달러 수준이며, 40피트 컨테이너는 \$1,050~\$1,150이다. 터미널사용료, 서류발행비, 창고사용료, 부두사용료, 유류할증료는 별도로 부가된다.

〈표 7〉 한·중 카페리 항로 화물운임 현황(2016년 4월 기준)

구분		LCL	20ft	40ft
단동 국제 항운	해상운송비(OCEAN FREIGHT)	\$80/RT ⁶⁾	\$650	\$1,150
	터미널사용료(T.H.C)	5,500원/RT	101,000원	137,000원
	서류발행비(DOC FEE)	25,000원/B.L 건당(부가세 2,500별도)		
	창고사용료(CFS CHG)	6,500원/RT		
	부두사용료(W/F)		4,200원	8,400원
범영 훼리	해상운송비(OCEAN FREIGHT)	\$60/CBM ⁷⁾	\$600	\$1,100
	터미널사용료(T.H.C)		116,000원	157,000원
	서류발행비(DOC FEE)	35,000원/건 당		
	창고사용료(CFS CHG)	6,500원/RT		
	부두사용료(W/F)		4,200원	8,400원
대인 훼리	해상운송비(OCEAN FREIGHT)		\$600	\$1,050
	터미널사용료(T.H.C)		116,000원	157,000원
	서류발행비(DOC FEE)	35,000원/건 당		
	창고사용료(CFS CHG)	6,500원/RT		
	부두사용료(W/F)		4,200원	8,400원

비고: 물량 및 거래 조건에 따라 실제 적용 운임은 차이가 있음

자료: 각 선사별 홈페이지

사실 카페리운송을 통해 수출되는 화물실적 중에 전자상거래 화물의 물량이 얼마나 포함되어 있는 지 확인할 방법은 없다. B2C가 아닌 B2B로 거래되는 전자상거래 화물은 일반 무역화물

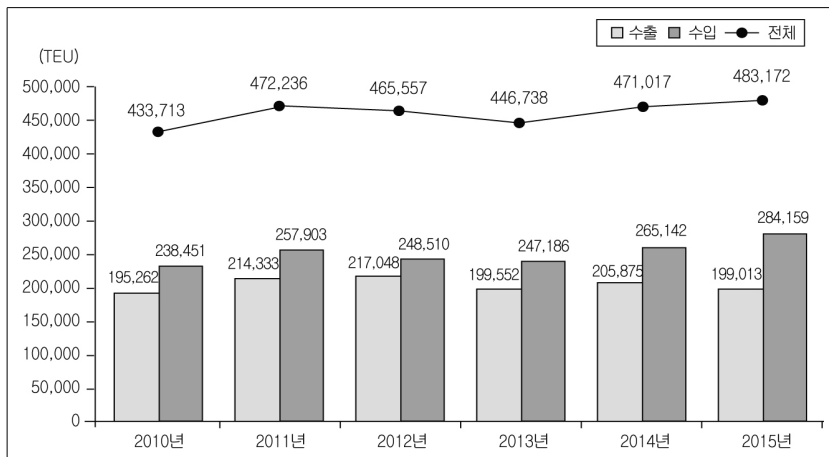
6) RT(Revenue Ton): 운임 계산의 기준이 되는 중량을 의미하며 일반적으로 중량톤, 용적톤 중 높게 산출되는 것으로 선택한다.

7) CBM(Cubic Meter): 물품의 부피단위로 1m³를 의미함. 통상 해상화물은 1CBM = 1,000kg이고 항공화물은 1CBM = 167kg으로 간주하고 무게가 그 이상을 초과하면 중량화물이 되어 중량톤으로 운임이 부과된다.

과 동일하기 때문에 구분하기도 어렵다. 따라서 우선 전체 한·중 카페리 항로의 물량 추이를 통해 카페리 시장의 현황을 살펴보았다.

현재 한·중 카페리 항로의 총 수출입물량은 증가세를 보이고 있다. 2015년 수출은 다소 증가세가 주춤했지만, 수입은 2013년 이후 증가세가 유지되고 있는 상황이다. 한·중 간 카페리 화물의 2015년 전체 실적은 483,172 TEU로 이는 전년대비 2.6% 증가한 수치이다. 수출은 전체 실적의 59%인 284,159 TEU로 전년대비 3.3% 감소했고, 수입은 전체 실적의 41%인 199,013 TEU로 전년대비 7.2% 증가했다.

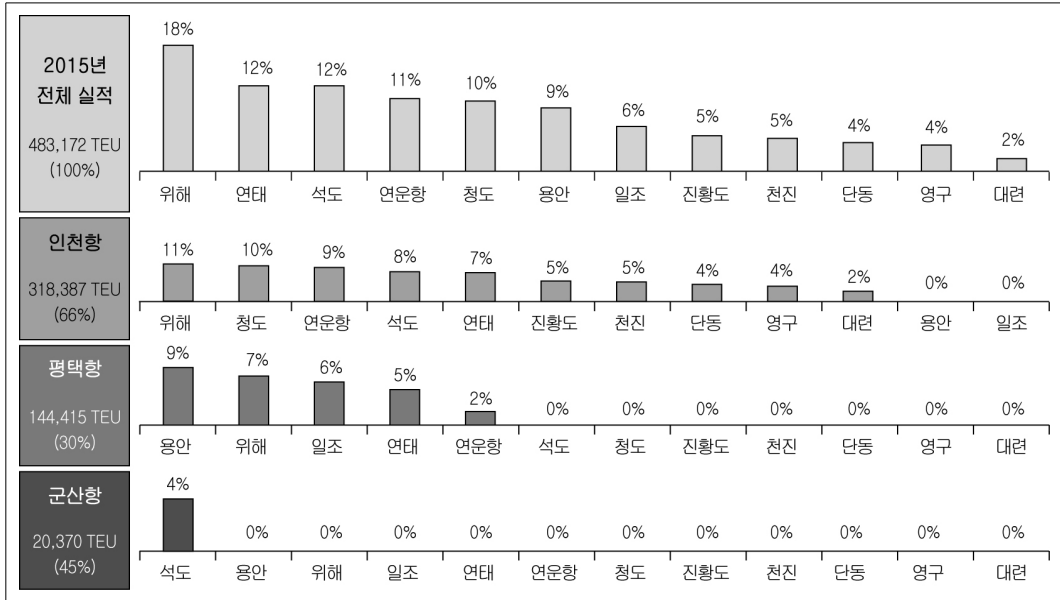
(그림 3) 한·중 카페리항로 물량 추이(2010년~2015년)



자료: 한중카페리협회, 2016.

중국의 주요 카페리항만은 산둥성 지역에 집중되어 있으며, 수출입물량 비중이 높은 주요 항만은 위해, 연태, 청도, 석도, 연운항, 연운항 등 5개 항만이다. 전체 한·중 간 카페리 물량의 66%가 인천항을 통해 거래되고 있으며, 평택항의 경우 2015년 연태와 위해로의 수출 물량이 증가하고 있는 상황이다.

(그림 4) 2015년 한·중 카페리항만별 물동량 비중



(그림 5) 한·중 국제여객선항로도(인천항)



자료: 인천항여객터미널

〈표 8〉 한·중 카페리 항로 실적(2014~2015년)

구분	2014			2015			전년대비 증가율			
	수출	수입	계	수출	수입	계	수출	수입	계	
인천항	단동	7,382	13,336	20,718	7,112	13,592	20,704	-3.7%	1.9%	-0.1%
	대련	6,690	8,992	15,682	3,847	6,635	10,482	-42.5%	-26.2%	-33.2%
	영구	12,154	8,205	20,359	9,240	10,500	19,740	-24.0%	28.0%	-3.0%
	진황도	11,831	18,260	30,091	9,997	16,380	26,377	-15.5%	-10.3%	-12.3%
	연태	19,574	20,825	40,399	16,523	18,361	34,884	-15.6%	-11.8%	-13.7%
	석도	17,920	24,854	42,774	14,890	22,943	37,833	-16.9%	-7.7%	-11.6%
	위해	20,198	31,313	51,511	19,277	31,686	50,963	-4.6%	1.2%	-1.1%
	청도	28,616	30,841	59,457	21,519	29,108	50,627	-24.8%	-5.6%	-14.9%
	천진	1,600	1,852	3,452	12,408	11,251	23,659	675.5%	507.5%	585.4%
연운항	24,133	21,626	45,759	22,995	20,123	43,118	-4.7%	-6.9%	-5.8%	
인천소계	150,098	180,104	330,202	137,808	180,579	318,387	-8.2%	0.3%	-3.6%	
평택항	위해	9,153	20,779	29,932	12,511	23,495	36,006	36.7%	13.1%	20.3%
	용안	21,562	24,873	46,435	19,928	23,662	43,590	-7.6%	-4.9%	-6.1%
	일조	9,011	9,162	18,173	13,746	17,453	31,199	52.5%	90.5%	71.7%
	연운항	8,965	6,852	15,817	5,077	3,543	8,620	-43.4%	-48.3%	-45.5%
	연태	934	7,249	8,183	4,286	20,714	25,000	358.9%	185.7%	205.5%
평택소계	49,625	68,915	118,540	55,548	88,867	144,415	11.9%	29.0%	21.8%	
군산항	석도	6,152	16,123	22,275	5,657	14,713	20,370	-8.0%	-8.7%	-8.6%
군산소계	6,152	16,123	22,275	5,657	14,713	20,370	-8.0%	-8.7%	-8.6%	
전체 계	205,875	265,142	471,017	199,013	284,159	483,172	-3.3%	7.2%	2.6%	

자료: 한중카페리협회, 2016

3. 한·중 간 카페리를 활용한 해상특송 추진 현황

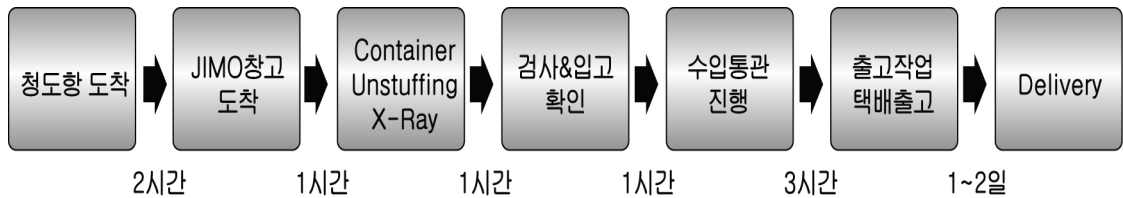
중국 전자상거래 시장의 성장으로 우리나라 정부 부처 및 관련 기관들은 다양한 전자상거래 수출 및 활성화 지원 정책을 추진하고 있다. 특히, 관세청은 2015년 3월부터 중국 세관당국과의 협의를 통해 인천-청도 간 정기페리선을 이용한 전자상거래 해상배송을 도입하여 시행해왔다. 과거 2000년 10월 양국 관세청은 한·중 간 해상 특송화물⁸⁾에 대한 간이통관 제도를 도입

8) 특송화물 제도는 긴급한 물품의 운송에 이용되는 특성상 국제적으로 항공을 통하여 운송되고 있으며, 이에 각

하여 운영한 적이 있으나, 2002년 중국이 통관 질서 확립 및 세수 확보 등을 이유로 중단한 것이 이번에 재개된 것이다.

한·중 카페리 해상 간이통관 운송은 항공운송에 비해 배송시간이 하루 더 소요되지만 물류비용을 40% 이상 절감할 수 있다는 장점이 있다. 또한 엑스레이(X-ray) 검사만으로 세관 절차가 완료되어 통관에 소요되는 시간이 일반 해상화물에 비해 상당히 단축된다. 관세청은 2016년 상반기 중에 ‘역직구 수출증명 표시제’를 시행하여 한국 제품에 대한 신뢰도를 향상시키고 인천-청도 뿐만 아니라 정기페리선이 운항되는 평택 및 중국 연태, 텐진 등으로 해상 운송을 확대하는 것으로 중국 세관과 지속적으로 협의할 계획이다.

(그림 6) 인천→청도 페리선 배송 및 간이통관 프로세스



자료: 관세청 보도자료, 2016. 4. 8.

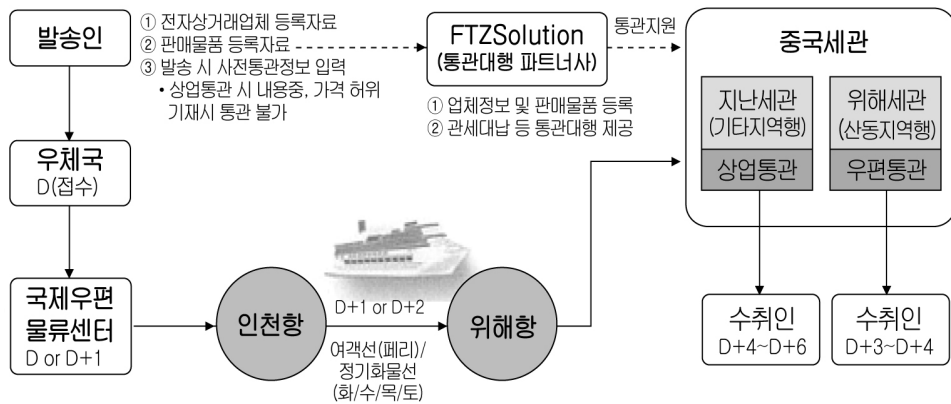
이와 같은 일환으로 인천항만공사도 2016년 3월 인천항 카페리 및 컨테이너 해상운송을 활용한 전자상거래 물량 확대 방안 마련을 위해 e-커머스 워킹그룹을 구성하였다. 워킹그룹은 인천항을 한·중 전자상거래 교역 거점으로 만들기 위한 실무협의체로 실질적인 전자상거래 물량 창출을 위한 비즈니스모델 구축을 목적으로 하고 있다. 참여업체로는 알리바바 물류자회사인 차이나이오의 한국 파트너인 아이씨비(ICB), 직구 및 역직구 물류 전문기업인 아이익스프레스(iExpress), 뷰티 및 패션 분야 대중국 e-커머스업체인 비투링크(B2Link), 글로벌 O2O 서비스업체인 크레이드 인터내셔널(KRADE International) 등이 포함되어 있다.

우체국에서도 2015년 6월부터 인천-위해 간 카페리를 활용해 중국 산둥성 지역과 한·중 해

국 관세청에서는 항공특송 화물에 대해서만 낮은 관세율로 간이하게 통관처리하는 제도를 운영하고 있다.

상특송 서비스를 시범운영하였다. 2016년부터는 중국 전역까지 서비스를 확대하고 취급 가능한 물품 중량도 기존 2kg에서 30kg까지 확대 운영하고 있는 상황이다. 다만 우편통관으로 진행되던 통관방식이 상업통관(목록통관)으로 진행되면서 해상특송 계약 시 중국 세관에 업체 등록 및 판매물품 사전 등록 등의 작업이 필요하다. 해상특송 서비스는 중국 측 통관대행 업체를 통해 관세 납부 등의 업무가 처리되기 위해 사전 통관 정보가 정확히 전달되어야 한다는 특징이 있다.

[그림 7] 우체국 해상특송서비스 프로세스



- ※ 당일 발송을 위한 관서별 접수마감 시간은 EMS 준용
 - ※ 배달소요기간: D+6일(중국 위해 도착 후 4일 이내 배달)
 - ※ 국제물류센터 = 국제우편물류센터 = Seoul IPO
- 자료: 우정사업본부, 2016년 국제우편사업 설명회, 2016. 2. 26.

V. 맺음말

우리나라 대중국 전자상거래 수출 화물의 특징은 특정품목(화장품, 의류, 분유, 기저귀 등)의 비중이 높다는 것과 한국에서 직접 배송되는 방식이 선호되고 있다는 점이다. 알리바바의 경우, 수입하는 전체 물량 중 70%가 보세구 방식⁹⁾으로 수입되고, 직배송 방식의 수입은 30% 수준인

9) 중국 전자상거래 수입시범 도시의 보세창고를 활용해 '선입고, 후발송'되는 방식으로, 전자상거래 기업이 수요

데, 한국은 다른 국가에 비해 직배송 방식 수입 비중이 높다고 한다.

최근 중국의 해외직구(B2C) 정책 변화 이후 중국 소비자는 세금을 납부하지 않는 우편방식이나 세액이 낮은 직구 상품을 선택할 가능성이 높아졌다. 물론 현재까지는 중국 정부의 정책 변경 가능성도 존재하고 있어 전자상거래 수출 물류 방식을 유연하게 운영할 필요도 있다. 한·중 간 해상운송을 이용한 전자상거래 수출방식은 직배송 물류비를 절감해 상품 판매가를 낮추면서 고객들의 세금 부담을 상쇄시키는 효과를 얻을 수 있을 것이다. 특히 중저가 상품의 경우 보세구 방식보다는 인천, 평택 등 국내 주요 카페리항만 인근에 물류센터를 두고 중국 주문상품의 집화 직배송 방식을 통해 수출하는 방식을 활용할 가능성이 높을 것으로 보인다.

그리고 한·중 전자상거래 시장에서 해상특송서비스가 확대되기 위해서는 무엇보다 가격경쟁력 및 현지 통관 능력 확보가 필요하다. 실제로 우리나라 전자상거래 수출기업들이 우편방식을 선호하는 이유도 우편통관에 의한 신속한 통관처리에 있다. 이에 국제우편도 국내 전자상거래 업체의 대중국 수출상품 리스트 특성에 맞춰 세금을 최소화하는 국제우편상품(항공소형포장, K-Packet, EMS 등)을 추천하는 맞춤형 수출 컨설팅을 제공할 필요가 있다. 전자상거래 업체와 협의를 통해 국제우편상품을 이용한 중국향 무료배송 상품을 공동개발하는 것도 가능할 것이다. 현재 전자상거래 기업들은 제품특성에 따른 운송 방식 변경 등 품목별 세율, 단가, 물류비 등 정확한 시뮬레이션을 통한 전략 수립이 필요한 시점으로 이런 상황을 충분히 활용할 필요가 있다. 또한 정책변화로 세금 인상이 불가피해진 만큼 중국 현지에서 우편통관 도중 세금 납부 등의 문제가 발생했을 때 개인 및 기업을 위해 통관업무를 지원해 주거나 반품업무를 지원하는 부가서비스가 필요할 것으로 판단된다.

를 미리 예측하여 해외에서 다량 구매한 상품을 중국 내 지정 보세창고에 보관했다가 고객의 주문이 발생하면 통관, 반출 절차를 거쳐 배송하는 방식이다. 한국내 판매자(B), 중국 내 전자상거래 업체(B), 중국 소비자가 연결되는 B2B2C방식이다.

참 고 문 헌

- 관세청 보도자료, 「한중 전자상거래 해상배송 본격 시행」, 2015. 8. 28.
- _____, 「관세청, 역직구 확대 지원으로 수출 활로 뚫는다」, 2016. 3. 22.
- _____, 「역직구화장품 뱃길을 통해 중국으로의 수출활로가 펼쳐지다」, 2016. 4. 8.
- 유주영, 『인천-중국 카페리를 이용한 복합운송 활성화 방안 연구』, 인천발전연구원, 2012. 9.
- 인천항만공사, 「인천항 한중 전자상거래 거점항 육성 나선다」, 2016. 3. 17.
- 한국해양수산개발원, 「중국의 전자상거래 물류발전계획(2016~2020)과 시사점」, 중국리포트 제16-7호, 2016. 4.
- _____, 「한중 전자상거래 시장 성장 전망과 대응방안」, 2015. 6. 19.
- 해양수산부, 『한중 해운회담 20년, 한중 해운협력 성과 및 향후 발전방안 연구』, 2012. 12.
- 통계청 보도자료, 「2016년 3월 온라인쇼핑 동향」, 2016. 5. 2.
- _____, 「온라인쇼핑 수출·수입 통계 세미나 개최」, 2015. 12. 10.
- KDI, 「對중국 전자상거래 수출 확대를 위한 기업전략과 정부정책 방향」, KDI FOCUS 통권 제64호, 2016. 3. 31.
- KOTRA, 「중국을 이해하는 키워드 35選」, 2016. 2. 18.
- KOTRA 글로벌윈도우, 「중국 국경 간(수출입) 전자상거래 산업 발전 전망」, 2016. 1. 21.
- KOTRA·한국무역협회·중소기업진흥공단, 『중국 전자상거래 정책 변화 대응 설명회』, 2016. 5. 24.

[참고사이트]

한국무역협회 무역통계 <http://stat.kita.net>

KOTRA 글로벌윈도우 <http://www.globalwindow.org>