

「해외 인턴십」

해외 인턴십 결과보고서

(홍콩)



2016년 9월



한양대학교 지식서비스연구소
Hanyang University Institute of Knowledge Service

요 약 서 (초 록)

대상 국가	홍콩	작성자	전예빈 정지수
해외 인턴십 기간	2016. 7. 18 ~ 2016. 08. 19 (총 5주)		
주제	홍콩의 주요 산업분석 및 홍콩에 진출 가능 분야에 대한 성공, 실패 사례 및 진출 전략 모색		

- 홍콩은 서비스산업이 산업 GDP에서 차지하는 비중이 약 93%에 달하는 서비스 산업 중심의 경제 체계를 갖추고 있음.
- 이는 홍콩이 갖추고 있는 적은 인적자원 및 물적자원의 한계를 극복하고, 아시아와 유럽권역을 연결하는 지리적 이점을 살린 구조임.
- 특히 홍콩정부는 1990년대부터 국가 차원에서 서비스산업을 집중적으로 육성하며 더욱더 서비스산업국으로서의 입지를 다지기 시작함.

- 본 보고서에서는 홍콩의 주요 4대 전략 서비스산업에 속하는 무역산업, 물류산업, 관광산업에 대해 살펴볼 것임.
- 홍콩의 무역산업, 물류산업, 관광산업의 현황과 이 세 산업이 성장한 성장동력을 알아볼 것임.
- 특히 홍콩 정부주도로 각 산업을 강화하기 위해 해온 활동들에 대해 알아보고 시사점을 살펴볼 것임.

- 또한 홍콩에 수출이 성공한 국내 사례 및 실패한 국내 사례를 살펴볼 것임.
- 그 외에 홍콩 내 컨설팅 산업 시장에 대해 간략하게 분석해 볼 것임.
- 또한 현재 홍콩에 진출 해 있는 한국의 컨설팅 업체들은 홍콩의 어떤 산업에 진출 하였는지 알아볼 것임.
- 이를 통해 앞으로 홍콩에 진출하고자 하는 타 컨설팅 업체들은 진출 시 어떤 점을 고려해야 할지 시사점을 추려볼 것임.

**홍콩의 주요 산업분석 및 홍콩에 진출 가능 분야에 대한
성공, 실패 사례 및 진출 전략 모색**

2016. 09. 05

한양대학교 경영컨설팅학과
석사4기 전예빈
석사2기 정지수



한양대학교
HANYANG UNIVERSITY

목차

제1장.

서론	4
1. 국가소개	4
2. 홍콩 경제에 대한 간략한 소개	4
3. 홍콩 경제 현황 및 산업구조 변화	5

본론

제 2장. 주요 산업 분석 (무역, 물류, 관광)	9
1. 무역산업	9
2. 물류산업	11
3. 관광산업	14

제 3장. 홍콩 수출 성공/실패 사례	16
1. 홍콩 수출 성공사례	16
2. 홍콩 수출 실패사례	19
3. 현지 에이전트를 통한 홍콩 진출 성공 사례	20

제 4장. 홍콩의 컨설팅 산업 분석	21
---------------------------	----

결론

제 5장. 홍콩의 한국 컨설팅업체 및 시사점	23
1. 홍콩의 한국 컨설팅업체	23
2. 시사점	25

제1장. 서론

1. 국가소개

국명	중화인민공화국 홍콩특별행정구
정부 형태	행정수반 책임제 (중국과는 1국 2체제의 자치정부 관계)
건국일	1997. 7. 1 (영국령 홍콩의 중국반환으로 인한 홍콩특별행정구 성립 일)
면적	1,104km ² (서울의 1.8배)
인구수	732만 명 (서울: 9.9백만)
언어	광둥어(공용어), 영어(통용어), 북경어(상용어)
민족	한족 (95% 이상)
통화	HKD (달러 페그제 사용)

[표 1-1] 홍콩 국가소개

2. 홍콩 경제에 대한 간략한 소개

- 홍콩은 전체 산업 중 서비스산업이 2014년 기준 국내총생산(GDP)의 92.7%에 이를 정도로 전 세계에서 서비스 경제화가 가장 진전된 경제 중 하나임. 제조업의 GDP 비중은 불과 1.3%에 불과함. (홍콩통계청, 2014년 기준)
- 국제통화기금(IMF)이 2016년 4월 집계한 홍콩의 1인당 GDP는 42,097달러로 우리나라 1인당 GDP(27,195달러)의 약 1.5배 수준에 달함. 2016년 기준 홍콩 인구는 732만 명으로 우리나라 인구의 약 14%에 불과한데 비하면 매우 높은 수치임. (홍콩통계청, 2016년 기준)
- 홍콩 경제는 1970년대까지만 하더라도 의류, 전자제품과 같은 노동집약적 제품을 생산하고 수출하는 제조업 중심의 경제였지만, 1978년 중국의 개혁·개방정책으로 인한 환경 변화로 인해 홍콩의 경제가 서비스산업 중심으로 전환하게 됨.
- 홍콩정부는 1995년 ‘서비스산업 육성 작업반’을 출범하고, 1997년 ‘4대 전략 서비스산업 육성정책’을 발표한 이후로 서비스산업을 기반으로 한 경제 성장을 이루고 있음. 2014년 기준 4대 전략 서비스산업(무역/물류, 금융, 전문서비스, 관광)은 HK\$ 1조2,672억의 부가가치를 창출함.
- 중국과의 지리적, 경제적 높은 접근성은 홍콩을 중국 서비스시장으로의 진출을 위한 교두보 역할을 하게함으로써 홍콩시장의 성장을 가속화함.
- 홍콩시장으로의 진출은 홍콩뿐만 아니라 중국 진출의 가능성을 열어줄 수 있는 좋은 기회가 될 수 있음.

3. 홍콩 경제 현황 및 산업구조 변화

1) 주요 경제지표

	2012	2013	2014	2015	2016
인구(백만)	7.15	7.19	7.24	7.31	7.32a
GDP(십억 US\$)	261.8	274.1	289.5	307.3	318.1b
1인당 GDP(US\$)	36,600	38,100	40,000	42,100	42,600b
실질 GDP성장률(%)	+1.5	+3.1	+2.6	+2.4	+2b
물가상승률(%, CPI)	+4.1	+4.3	+4.4	+3.0	+2.7c
실업률(%)	3.3	3.4	3.3	3.3	3.4d
수출(십억 US\$)	440.3	456.3	470.9	462.2	173.8c
수입(십억 US\$)	501.5	520.6	540.9	519.8	193.6c
소매시장 성장률(%)	+9.8	+11.0	-0.2	-3.7	-11.4e
관광객 증가율(%)	+16.0	+11.7	+12.0	-3.9	-8.8e

홍콩무역발전국, 홍콩통계청, KOTRA 홍콩무역관

a: 2015년 말 수치 / b: 홍콩 정부 예상치 / c: 2016년(1-5월)
/ d: 계절조정치(3-5월) / e: 2016년(1-4월)

[표 1-2] 홍콩 주요 경제지표

2) 국내총생산

○ 홍콩의 면적은 서울의 약 1.8배, 인구는 우리나라의 약 14%의 소규모 경제를 이루고 있지만, GDP 및 1인당 GDP는 국제통화기금(IMF)이 집계한 세계189개국 중에서 각각 38위와 24위를 차지할 정도로 경제발전 수준이 높음.

- 2016년 4월 기준 홍콩의 1인당 GDP는 42,097달러로 우리나라 1인당 GDP(27,195달러)의 약 1.5배 수준에 달함. (IMF, 2016년 4월 기준)

○ 대외적인 경제 악화의 영향으로 홍콩의 경제 성장률도 타격을 받아 낮은 실질GDP 성장률을 기록하고 있음. 홍콩 정부의 2016년 예상 경제 성장률은 1-2% 대로 2015년 2.4%에 비교했을 때 매우 둔화된 수치임. (홍콩무역발전국, 2016년)

- 2008년 글로벌 금융위기의 여파로 2009년 -2.5%의 실질GDP 성장률을 보이며 마이너스 성장률을 기록하였지만, 2010년 이후 다시 성장세를 회복함. (2010년 6.8%, 2011년 4.8%) (IMF, 통계자료)
- 2012년 유로존 국가부채 위기 및 선진국의 느린 경제회복으로 인한 성장 둔화 등의 영향으로 홍콩에 대한 대외 수요가 급감하면서 성장세가 1.5%로 둔화됨.
- 2013년 이후 국내 수요의 증가와 서비스 수출의 성장에 힘입어 3.1%로 성장률이 증가함. 하지만 이후 성장세가 지속적으로 둔감해지고 있는 추세.

3) 서비스산업 중심의 경제 변화

○ 1980년대 이후 홍콩은 서비스산업을 기반으로 경제 성장을 이루었음. 전체 GDP에서 서비스산업이 차지하는 비중이 2014년 92.7%로 1980년 67.5%에서 크게 증가함. (홍콩통계청, 2014년 기준)

- 2014년 제조업이 차지하는 GDP 비중은 1.3%에 불과함. 이는 1980년 23.7%에서 감소한 수치로 홍콩 내에서 제조업의 역할이 매우 작다는 것을 알 수 있음.
- 1980~2014년간 홍콩의 총고용은 약 175만 명 증가했는데, 이 기간 동안 서비스산업에서 237만 명의 고용이 증가했고 제조업은 75만 명 감소했음.

〈 홍콩 주요 산업별 GDP 구성변화 〉

(단위: %)

	1980	1985	1990	2012	2013	2014
제조업	23.7	22.1	17.6	1.5	1.4	1.3
서비스산업	67.5	69.6	74.5	93.0	92.9	92.7
-도소매,무역, 음식숙박업	21.4	22.8	25.2	29.0	28.5	27.7
-운수,창고,통신업	7.4	8.1	9.5	9.5	9.6	9.7
-금융,보험,부동산, 사업서비스업	23.0	16.0	20.2	27.4	27.3	27.5
-공공행정, 사회/개인서비스	12.1	16.7	14.5	16.8	17.0	17.2
-기타 서비스업	3.6	6.0	5.1	10.3	10.4	10.5

홍콩통계청

[표 1-3] 홍콩 주요 산업별 GDP 구성변화

○ 홍콩의 서비스산업의 거의 모든 업종들이 현재까지 꾸준히 GDP 비중이 증가했는데 이는 1990년대 중반 이후 추진된 홍콩의 서비스산업 중심의 산업 육성 정책의 결과임.

- 홍콩정부는 1995년 '서비스산업 육성 작업반'을 출범하고, 1997년 '4대 전략 서비스산업 육성정책'을 발표한 이후로 서비스산업을 기반의 경제 성장을 이루고 있음.
- 4대 전략 서비스산업은 무역/물류, 금융, 전문서비스, 관광이 있음. 2014년 기준 4대 전략 서비스산업은 HK\$ 1조2,672억 달러의 부가가치를 창출함.
- 4대 전략 서비스산업이 차지하는 GDP 비중은 다음과 같음. 무역/물류(30.3%), 금융(16.6%), 전문서비스(10.9%), 관광(3.6%)

〈 4대 전략 서비스산업 GDP 구성변화 〉

(단위: HK\$ 십억, %)

4대전략 서비스산업	2010	...	2013	2014
	금액/비중	...	금액/비중	금액/비중
무역/물류	55072.41 (31.7)	...	65031.8 (31.0)	66781.2 (30.3)
금융	28317.99 (16.3)	...	34613.7 (16.5)	36586.4 (16.6)
전문	18762.84 (10.8)	...	22656.24 (10.8)	24023.6 (10.9)
관광	5559.36 (3.2)	...	7552.08 (3.6)	7934.4 (3.6)
GDP	1,737.3	...	2,097.8	2,204.0

홍콩통계청

[표 1-4] 4대 전략 서비스산업 GDP 구성변화

- 또한 홍콩정부는 1997년 3월 서비스산업 지원을 위한 8개 방안과 14개 유망 서비스업종을 제시함.
- 지원방안에 따라 1997년 5월 서비스산업 지원 조정, 감독기구인 ‘비즈니스 및 서비스 진흥단’을 설립하여 서비스산업 육성을 총괄함.
- 이외에 서비스 육성 자문기구인 ‘서비스 육성 전략그룹’을 1997년 4월 결성해 아시아 서비스 중심 역할로서의 홍콩의 발전과 관련한 자문을 수행함.
- 2000년 7월 국제 비즈니스 거점시장으로서의 홍콩의 위상을 강화하고 주요 투자를 유치하기 위한 목적으로 InvestHK를 설립함.
- 서비스산업 육성 8개 방안
 - ① 서비스 수출 진흥
 - ② 서비스부문 투자유치 강화
 - ③ 국제금융센터로서의 홍콩의 위상 제고
 - ④ 서비스 효율성 제고
 - ⑤ 지원 인프라 제공
 - ⑥ 교육 및 훈련에의 투자
 - ⑦ 세계적, 지역적 서비스 센터로서 홍콩의 강점 신장을 위한 종합 프로그램 추진
 - ⑧ 서비스산업에 대한 정부의 다원적 지원을 조정, 감독할 전담 기구 설치
- 육성 대상 14개 서비스업종
 - ① 항공운송서비스
 - ② 은행서비스
 - ③ 컴퓨터 및 관련 서비스
 - ④ 영화 관련 서비스
 - ⑤ 금융시장 및 펀드매니지먼트 서비스

- ⑥ 수출입 관련 서비스
- ⑦ 보험서비스
- ⑧ 육상운송 서비스
- ⑨ 해상운송 서비스
- ⑩ 전문서비스
- ⑪ 부동산서비스
- ⑫ 통신서비스
- ⑬ 관광, 컨벤션 및 전시장 서비스
- ⑭ 도소매 서비스

○ 2009년부터 홍콩은 미래 신성장 전략산업 육성을 위한 6대 전략산업을 지정해 육성중임. 2013년 기준 6대 전략산업은 전체 산업 GDP의 9.1%를 차지함. (HK\$ 1,905억6,300만)

- 6대 전략산업은 문화창의, 의료, 교육, 혁신기술, 검사인증, 환경보호산업이 있음.

< 6대 전략산업 GDP 구성변화 >

(단위: HK\$ 백만, %)

6대 전략산업	2010	2011	2012	2013
	금액/비중	금액/비중	금액/비중	금액/비중
문화창의산업	77,573 (4.5)	89,553 (4.7)	97,829 (4.9)	106,050 (5.1)
의료산업	26,128 (1.5)	27,401 (1.4)	29,464 (1.5)	32,446 (1.5)
교육산업	17,541 (1.0)	19,975 (1.0)	22,603 (1.1)	24,215 (1.2)
혁신기술산업	11,766 (0.7)	12,371 (0.7)	13,422 (0.7)	14,738 (0.7)
검사인증산업	5,157 (0.3)	5,368 (0.3)	5,829 (0.3)	6,011 (0.3)
환경보호산업	5,603 (0.3)	6,515 (0.3)	6,750 (0.3)	7,103 (0.3)
합계	143,768 (8.3)	161,183 (8.5)	175,895 (8.7)	190,563 (9.1)

홍콩통계청

[표 1-5] 6대 전략산업 GDP 구성변화

제 2장

주요 산업 분석 (무역, 물류, 관광)

1. 무역산업

○ 최근 글로벌 경기침체로 인해 2015년 홍콩의 수출입 성장률은 각각 1.7%, 3.6% 감소했지만 총 교역규모는 US\$ 9,810억에 달하는 세계 8위의 무역대국임. (WTO, 2015년 기준)

- 주요 교역국은 중국, 미국, 일본, 대만, 싱가포르, 한국 등이며 이 중 중국과의 교역이 절반 이상을 차지함. (2015년 기준 US\$ 5,026억3600만, 전체 교역량의 51%)
- 홍콩의 주요 교역품은 전기 기기/부품, 통신/오디오/비디오 장비, 사무기기/컴퓨터 등이 있음. (수출입 주요 품목 동일)

○ 특히 홍콩은 홍콩에서 생산된 제품을 수출하는 자체수출의 비중보다 홍콩으로 수입된 제품을 다른 나라에 수출하는 재수출이 차지하는 비중이 매우 큼.

- 2015년 기준 홍콩의 재수출 비중은 97%에 달하며 특히 중국으로의 재수출이 51%에 이름.

〈 상품 교역규모 〉

(단위 : US\$ 십억, %)

	2014		2015		2016(1-5월)	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
총수출	470.9	+3.2	462.2	-1.8	173.8	-4.5
-자체수출	7.1	+1.7	6.0	-15.2	2.1	-16.6
-재수출	463.8	+3.2	456.2	-1.6	171.7	-4.3
수입	540.9	+3.9	518.8	-4.1	193.6	-6.6
총무역액	1011.8	+3.6	981.0	-3.0	367.4	-5.6

홍콩무역발전국

[표 2-1] 홍콩 상품 교역규모 증감추이

○ 홍콩은 내수시장의 규모는 작지만 높은 무역자유도, 중국과의 긴밀한 무역관계, 세계시장 진출을 위한 테스트 마켓 등의 장점을 가졌기에 세계 여러 국을 대상으로 한 중계무역이 활발하게 이루어지고 있음.

1) 높은 무역 자유도

○ 홍콩은 무관세 및 자유무역지역으로서 무역 관련 인프라의 발달 등 매우 높은 무역자유도는 지녔기 때문에 중계무역이 매우 활발하게 이루어지고 있음.

- 2016년(2월 기준) 미국 월스트리트 저널과 헤리티지 재단이 함께 발표하는 경제자유지수에서 1위를 차지해 94년 이래 23년 연속 세계 제1의 경제자유도시로 꼽혔으며, 특히 10개의 평가항목 중 무역자유도 부분은 90점을 받음(세계 평균 :

76.1점).

- 2015년 캐나다 프레이저 연구소에서 발표한 경제자유지수도 8.97점으로 세계 1위의 성적이며, 5개의 평가항목 중 국제 무역자유도를 포함한 3개 항목이 1위를 기록함.
- 월스트리트&헤리티지 경제자유지수 항목 : 무역, 투자, 금융, 재산권, 비즈니스, 회계, 정부간섭, 재정, 노동, 청렴도 (10가지 항목)
- 프레이저 연구소 경제자유지수 항목 : 국제 무역자유도, 정부의 규모, 법률 시스템 및 재산권 보호 수준, 건전한 재정, 신용/노동/비즈니스에 대한 규제 (5가지 항목)

○ 홍콩은 자유무역항으로서 무역절차 또한 매우 자유로움. 일반 수출입 상품은 무관세(담배, 알콜 30도 이상 주류, 메틸알코올, 탄화수소, 자동차 등 제외)이며, 수출입 규제가 없고 조세 제도 역시 매우 단순함.

2) 중국과의 긴밀한 관계

○ 홍콩은 지리적으로도 중국과 가깝게 맞닿아 있고 중국시장 진출에 있어 제도적으로도 유리한 점이 있어 많은 국가들이 무역기지로 활용하고 있음.

○ 2003년 중국과의 지역무역협정인 CEPA 체결을 통해 중국-홍콩 간 교역 시 무관세 혜택, 서비스 시장 우선 개방, 무역 투자 간소화 등이 가능해져 더욱 더 긴밀한 무역 관계를 가지게 됨.

- 2006년 보충협정 이후로 모든 홍콩산 제품에 무관세를 적용함.
- 2014년 보충협정에서는 네거티브리스트 방식(수입제한 및 금지품목을 지정하는 것)을 채택해 리스트에 적힌 상품 외에는 모든 품목의 무역자유화가 이루어짐.
- 2016년 7월 기준 대중국 교역 무관세 적용 상품은 1,819개 항목에 달함.
- 홍콩과 중국 간 CEPA 협정은 중국이 체결한 대외경제협력 협정 중 가장 개방의 폭이 넓은.

○ 또한 이중과세 방지 협약, 주장삼각주 자유무역특구를 통해서 중국과 긴밀한 무역관계를 유지하고 있음.

- 홍콩-광저우-마카오를 잇는 주장삼각주 자유무역특구는 통관절차 간소화, 물류비용 감소 등을 통해 활발한 무역활동을 벌이고 있음.

〈 중국-홍콩 CEPA 협정 진행 결과 〉

진행 결과	주요 내용
2002 협상 개시	
2003 CEPA 체결	374개 품목에 무관세 적용
2004 CEPA 발효	총 18개 서비스 부문에 대한 확대 개방 약 95% 해당 품목에 무관세 적용
2005 CEPA 1차 보충협정 발효	총 10개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2006 CEPA 2차 보충협정 발효	모든 홍콩산 제품에 대해 영세율 조치 총 9개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2007 CEPA 3차 보충협정 발효	총 9개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2008 CEPA 4차 보충협정 발효	총 28개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2009 CEPA 5차 보충협정 발효	총 17개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2010 CEPA 6차 보충협정 발효	총 20개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2011 CEPA 7차 보충협정 발효	총 14개 서비스 부문에 대한 확대 개방
2012 CEPA 8차 보충협정 발효	총 13개 서비스 부문에 대한 확대 개방 신개방 3개 분야 추가
2013 CEPA 9차 보충협정 발효	총 21개 서비스 부문에 대한 확대 개방 신개방 1개 분야 추가
2014 CEPA 10차 보충협정 발효	총 65개 서비스 부문에 대한 확대 개방 신개방 2개 분야 추가
2015 CEPA 광둥-홍콩 간 서비스무역 자유화의 기본적 실현에 관한 합의	153개 서비스무역 분야 개방

HKTID

[표 2-2] 중국-홍콩 CEPA 협정 진행 결과

2. 물류산업

○ 홍콩 4대 핵심산업 중 하나인 물류산업은 2014년 HK\$ 691억의 부가가치를 창출한 주요 산업임. 물류산업이 창출한 부가가치는 4대 핵심산업 전체의 5.8%를 차지함.

- 4대 핵심산업의 2014년 부가가치는 HK\$ 1조1,868억이며 이 중 무역/물류의 부가가치가 HK\$ 5,354억으로 4대 핵심산업 전체의 42.5%를 차지함.

○ 물류산업이 2014년 창출한 고용은 20만3,000명으로 전체 고용의 5.3%, 4대 핵심산업의 12.6%를 차지함.

- 2014년 기준 홍콩의 물류산업 사업체 수는 총 3만 4,304개, 종사자 수는 24만 863명임.

○ 홍콩에 진출한 외국계 기업(지역본부, 지역사무소, 지사)은 2015년 기준 총 7,904개이며, 이 중 물류관련 기업은 총 3,611개에 달함.

○ 홍콩의 물류산업이 발달한 이유는 다음과 같다.

1) 물류분야의 높은 국제경쟁력

○ 세계은행이 발표한 물류성과지수(LPI) 순위에서 전 세계 160개국을 대상으로 홍콩은 2014년 15위를 차지해 물류분야의 높은 국제경쟁력을 보여줌.

- 2012년 LPI 순위는 싱가포르 다음으로 2위를 차지하기도 함. 같은 기간 우리나라의 LPI 순위는 21위인 것과 비교됨.

- LPI 순위 6개 항목 : 통관, 물류인프라, 국제수송, 물류역량, 물류추적, 적시성

- 특히 적시성, 인프라 부분에서 높은 점수를 얻음.

○ 주계무역항, 무관세 자유무역항으로 입지를 굳혀 세계 각지의 물동량 유입이 원활함. 자유로운 무역 절차와 단순한 조세 제도는 이를 뒷받침 함.

2) 우수한 물류 인프라

○ 홍콩의 공항, 항만은 매우 간단한 통관절차와 무인화된 컨테이너 시스템 등 편리한 인프라를 갖춰 물류 운송이 쉽게 이루어짐.

- 2015년 기준 홍콩은 세계 4위의 항구 물동량 도시를 기록함. (상하이 > 싱가포르 > 심천 > 홍콩 순)

○ 외부 지역과의 연계가 뛰어난 콰이청 항만, 첵랍콕 국제공항 등이 있으며, 특히 항구는 대부분이 수입 관세가 없는 면세항구로 운영 중이어서 통관업무가 용이함.

- 이외에 섬과 반도 간 육상 연결도 용이함. 특히 중국 본토와 마카오의 연결성 향상은 통행비용과 시간절감을 가능하게 해 줌. 최근 교량 확대, 지하철 노선 증가 등 육상 교통 인프라를 확충하는 공사를 진행 중임.

- 홍콩은 비행기로 4시간이면 아시아 모든 주요 시장에 접근 가능한 우수한 지리적 위치에 있음. 또한 전 세계 155개국과 연결된 직항 노선을 갖추고 있음. 이 중 40개 노선은 중국 도시와 연결되어 있음.

3) 항공 및 해상운송의 발달

○ 지리적 특성으로 인해 홍콩은 육상운송보다는 해상 및 항공운송 서비스가 더 크게 발달되어있음.

- 공항의 경우 세계 1위, 항만은 세계 3위의 물동량 처리실적을 보유함.

- 사업체 수 1개당 매출실적은 항공운송 및 보조서비스가 HK\$ 1억1,835로 가장 높고, 육상화물운송이 HK\$ 220만으로 가장 낮음.

- 종사자 수 1인당 매출실적은 해상운송서비스가 HK\$ 800만 달러로 가장 높고, 육상화물운송이 HK\$ 50만으로 가장 낮음.

4) 중국 진출의 관문 역할

○ 중국 주강 하구의 광저우-홍콩-마카오를 잇는 주장삼각주 지역은 중국에서 가장 인구가 밀집한 지역으로, 이 곳에서 창출되는 물동량으로 인해 홍콩의 항만 및 공항 물동량 처리 실적이 세계 상위권에 달하게 됨.

○ 홍콩은 중국의 정치, 경제, 사회와 관련한 정보를 빠르게 얻을 수 있고 앞서 언급한 CEPA 협약을 통해 중국시장 진출이 매우 용이함.

○ 물류산업 육성을 위한 홍콩정부의 정책은 다음과 같다.

1) 무역 및 외국인 투자유치 유인

○ 홍콩의 수출입 물동량의 대부분은 중국과의 무역과 연관되어 중국으로 진출하고자 하는 외국 기업들이 많이 진출하고 있으며, 정부 중심의 서비스산업 육성 정책은 물류산업을 크게 성장시킴.

- 무관세 자유무역항 정책, 무인화된 컨테이너 시스템 확보, 물류를 용이하게 하는 인프라 지속적 확충 등을 통해 꾸준히 물동량을 창출하고 있으며, 이러한 효과는 홍콩 내수시장에도 영향을 미쳐 유통, 요식업 등 산업의 수요도 증가시킴.

2) 통관 및 관세제도 간소화

○ 일반 수출입 상품 무관세, 일반 수출입화물 및 환적화물 세관절차 간소화 등을 통해 자유로운 물류이동을 가능하게 함.

- 마약류, 의약품, 동식물류, 무기류 등 일부 품목은 수입허가증 발급이 필요하며 이외에는 거의 모든 품목의 수입이 자유로움.
- 담배, 술(알코올 30도 이상), 메틸알코올, 탄화수소 등 4개 품목은 수입관세 일부를 부과하며 이외에는 거의 모든 품목이 무관세임.
- 일반적으로 대홍콩 수출의 경우 수출 14일 이내에 수출입 신고를 내면 통관이 완료되는 등 매우 간단한 수출입절차를 가졌음.

○ 홍콩 물류시장 진출의 시사점

- 홍콩은 중국 남부지역 진출의 관문이자 남태평양, 동남아시아 지역을 연결하는 지리적 이점을 가짐. 또한 자유무역항, 무관세, 간편한 통관절차, 우수한 인프라 등으로 물동량 창출이 용이함.
- 하지만 토지 부족으로 인한 물류 창고시설 확보의 어려움, 소규모 인구로 인한 물류인력 확보의 어려움 등이 존재함. 따라서 홍콩 진출 시에는 임대 또는 소유를 통한 물류 창고시설의 확보와 언어능력이 가능한 자체 전문인력의 확보가 필요함.
- 외에도 이미 홍콩에 진출한 많은 글로벌 물류기업들과의 경쟁력 확보를 위해 가격경쟁력 확보, 틈새시장 발굴 등의 노력이 필요함.

3. 관광산업

- 홍콩의 관광산업은 4대 전략산업 중 하나로 2014년 기준 홍콩 총 GDP의 5%를 차지하며, 관광업 종사자 수는 약 27만 명으로 전체 고용인구의 약 7.2%에 달함.
- 2014년 홍콩의 인바운드 관광객(국외에서 국내로 유입) 수는 2013년 대비 12% 증가한 6,080만 명을 기록했으며, 2015년 상반기에는 전년 동기대비 2.8% 증가함.
- 홍콩 관광객의 대부분은 중국인 관광객으로 전체 관광 인구의 약 80%에 달함. 2015년 상반기 기준 중국인 관광객 수는 전년 동기대비 4.7% 증가한 2,280만 명을 기록함.

- 관광산업은 홍콩 내 고용창출에 매우 중요한 역할을 함. 매년 평균 새로운 고용 인구의 25% 이상이 관광산업에서 발생함.
- 홍콩의 관광산업의 경제적 기여도는 GDP 기여율과 고용기여도 측면에서 세계 평균보다 매우 높은 수준임. 한국과 비교해서 GDP 기여율은 약 3배, 고용기여도는 약 2.5배 높음.
- 2013년 세계여행산업협회 보고서에 따르면 GDP 기여율은 홍콩이 7.6%, 한국이 2%, 세계 평균이 2.9%로 나타남. 고용기여도는 홍콩이 8.7%, 한국이 6.3%, 세계 평균이 8.7%로 나타남.

- 홍콩의 관광산업은 경제적인 면 외에도 외래방문객 규모 및 성장률 측면에서도 높은 수준을 보유함.
- 2014년 기준 방문객들의 평균 체류 일수는 3.3일로 집계됨.
- 홍콩은 아시아와 유럽의 중간에 있다는 지리적 위치와 가까이에 마카오 등 주요 다른 관광국으로의 접근성이 높기 때문에 다양한 국가의 관광객이 방문하고 있음.
- 특히 2001년부터 시행된 중국관광객 비자발급 간소화와 2003년 개별방문제도 시행을 통해 홍콩으로 오는 중국인 방문객 수가 증가함. 홍콩을 방문하는 방문 국가는 중국이 가장 많았으며 다음으로 남아시아 및 남동아시아 지역 방문객의 수가 우세함.
- 하지만 최근 홍콩과 중국 간 정치적 갈등으로 인한 반중감정의 증가로 인해 홍콩을 찾는 중국인 관광객의 수가 감소하고 있는 추세임. 외에도 홍콩이 아닌 일본, 한국 등 다른 아시아 국가로 쇼핑여행을 떠나는 여행객의 수가 증가하고 있음.

- 홍콩의 관광산업은 호텔, 숙박업 등에도 많은 영향을 미침. 홍콩에는 2014년 기준 240개의 호텔과 818개의 여행자 게스트 하우스가 있다고 집계됨.
- 호텔과 게스트 하우스 등의 숙박업을 통해 홍콩은 많은 수입을 얻고 있음. 1박 평균 숙박료가 호텔의 경우 평균 HK\$ 1,489, 게스트 하우스의 경우 HK\$ 510으로 집계됨.
- 홍콩 정부는 홍콩 관광의 가격경쟁력 유지와 숙박업 수요와 공급의 적정 수준 유지를 위해 2008년부터 호텔, 숙박업에 대한 세금을 감면하고, 상업시설의 개조 및 문화재 건물의 호텔로의 복원 이용이 가능하도록 허가함.

- 홍콩 관광객을 유치하기 위해 홍콩 정부는 MICE(Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions)산업에 대한 집중적인 육성 전략을 행하고 있음.
- 2008년 MICE 전담부서인 MEHK를 설립하고 다양한 문화, 예술, 스포츠행사, 회의, 컨벤션, 전시회 등의 개최를 정부 주도로 지원하고 있음.
- 주요 공항 주변에 MICE 행사 개최 장소를 새롭게 조성했으며, MICE 관광객을 대상으로 한 기념품, 관광시설 이용 쿠폰, 편의시설 등을 제공하고 있음.
- 약 4천 개의 외국기업들의 홍콩 내 입주를 허용해 출장지로서의 적합성을 다지고 특히 중국 본토에 인접한 비즈니스 활동이 편리하단 점을 강조하고 있음.
- 홍콩을 방문한 MICE 관광객 수는 꾸준히 증가해 2015년 기준 전체 관광객 비중의 약 47%를 차지함.

- 이처럼 홍콩은 천연관광자원의 부족에도 불구하고 정부의 다양한 관광업 활성화를 위한 노력 및 관광 인프라 구축을 통해 세계적인 관광지로 성장했음.
- 세계 경제 포럼의 여행 및 관광 경쟁력 평가에서 홍콩의 관광 경쟁력은 전 세계 15위, 아시아-태평양 지역 5위로 평가됨. 구체적으로 육상수송기반시설에서 세계 1위를 기록했으며 정책, 안전, 친밀감 등에서 3위를 기록함.
- 홍콩의 지리적 위치와 주요 관광국으로의 접근성, 다양한 문화의 결합, 관광산업 활성화를 위한 정부의 적극적인 정책이 홍콩 관광산업의 강점으로 작용함.
- 특히 편리한 대중교통과 ICT 인프라, 우수한 치안 그리고 영어 공용화 정책으로 홍콩 내 의사소통의 편리함을 높여 관광객 유치를 높임.

○ 관광산업 육성을 위한 홍콩정부의 정책은 다음과 같다.

1) 권역별 관광명소 개발

- 홍콩은 부족한 천연관광자원에 대해 관광명소를 전 지역에 개발하는 것으로 보강하려고 함. 이를 위해 2000년 권역별 관광명소 개발 사업을 시작해 다양한 관광시설을 지속적으로 개발 중에 있음.
- 홍콩 디즈니랜드, 오션파크, 핑크돌고래 어촌, 포린사 등의 관광시설이 개발됨.
- 또한 관광객들의 재방문 유도를 위해 정부차원에서 다양한 이벤트를 꾸준히 만들어 쇼핑관광 외에도 레저관광의 비중을 늘이려 노력중임.

2) 세계적 와인 허브로의 탈바꿈

- 2008년부터 홍콩정부는 홍콩을 세계적인 와인 허브로 만들기 위해 30도 이하 와인에 대한 관세를 폐지하고 2009년부터 ‘와인 앤 다인 축제’를 개최함.
- 연간 HK\$ 5억6,000만 여치를 투입해 와인과 맥주에 대한 물품세를 감면함.
- ‘와인 앤 다인 축제’는 포브스가 선정한 세계 10대 국제음식 및 와인축제 중 하나가 되었으며, 2012년 축제기간 나흘 동안 외국인 포함 총 18만8,000명이 축제에 참여함.

3) 비자정책 개선

- 홍콩은 165개 이상 국가와의 비자정책 개선을 통해 관광객의 제도적 접근성을 높이고 있음.
- 특히 중국인 관광객을 늘리기 위해 중국 약 50개 도시를 대상으로 개별방문제도를 시행해 개인 관광객을 유치하고 있음.
- 타이완 관광객에 대한 입국절차 간소화도 시행함.

4) MICE산업 육성

- 지역별 MICE 시설을 만들고 국제 행사 유치를 노력함으로써 회의, 포럼 참석 등을 위해 홍콩을 방문하는 외국인의 수를 증가하고 있음.
- 홍콩정부는 매년 높은 회의 수준 유지, 전시 유치를 위해 해외 유치활동 경비로 HK\$ 150만을 지원하고 있으며, 호텔 건축용 부지 공급, 호텔 숙박료 부가세 3% 감면 등의 정책도 시행중임.

제 3장

홍콩 수출 성공/실패 사례

1. 홍콩 수출 성공사례

○ 진미김치

- 한국 영화, 음악, 드라마 등 한류의 영향으로 한국 음식에 대한 관심도 같이 높아지고, 웰빙 트렌드가 선보이게 되며 더욱 홍콩의 김치 판매량이 증가함
- 한국 농수산물식품 유통공사에 따르면 2015년 홍콩으로의 김치 수출량은 454만 달러를 기록하였고 일본, 미국 다음으로 김치 해외 수출량 3위임
- 진미김치의 주 성공요인은 현지화와 가격경쟁력으로 기존의 경쟁 업체는 김치 본연의 맛인 맵고 짭 맛 그대로 표현하였다면 진미김치는 현지화를 중점으로 둔 개발과정을 토대로 전통적인 김치 맛에서 현지화 된 김치의 맛까지 약 10여종에 달하는 김치를 제시함
- 현지화 된 김치의 맛이란 짭맛을 줄이고 단 맛을 늘리는 것으로 홍콩인들은 김치를 반찬이 아닌 건강식으로써 인식하여 밥 없이도 먹을 수 있게 개발함
- 진미김치는 기존 경쟁 업체보다 낮은 가격으로 제품을 선보였으며 이는 대량생산을 통한 단가인하이었으며 이는 일본으로의 고정 수출이 있어 자동화된 라인 설비를 통해 인건비를 줄이고 생산 원가를 낮추는 것이 가능함
- 과거 홍콩의 바이어가 유통기한의 연장을 요구하였으며 이는 긴 여름과 높은 습도인 홍콩의 날씨 특성을 확인하고 국내 혹은 일본의 기존 수출 제품보다 4~5개월의 연장을 현지 사정에 맞게 산미제와 Ph 조정제 등을 사용해 제품 개발 및 환경에 맞는 보

관 방법을 적용하여 생산함



[그림 3-1] 진미김치

○ 한국 궁중 김

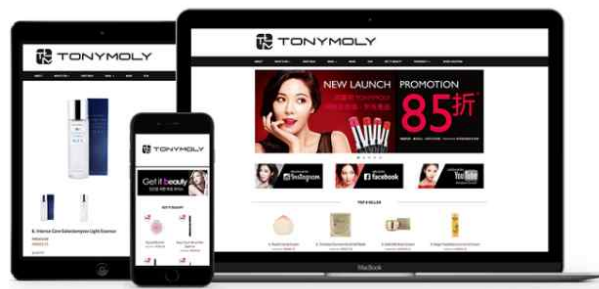
- 홍콩인들의 소득증가와 함께 건강에 대한 인식도 높아졌으며 이에 따라 웰빙식품에 대한 관심도 높아졌음
- 홍콩인들의 안전한 먹거리에 대한 욕구 증가로 화학조미료가 첨가되지 않은 김은 웰빙 이미지를 얻어 인기를 끄
- 한국 궁중 김은 CW KOREA의 제품으로 연 매출액 약 1억 원의 중소기업에서 판매 중임
- 전 세계 87개국에서 방영된 드라마 '대장금'의 주인공 이영애를 광고모델로 발탁하여 일본, 대만, 몽골, 중국 등 각지에 수출 중임
- 시장진출의 첫 번째 성공요인으로 이영애라는 한류모델 기용은 김에 대한 친근한 이미지와 신뢰감을 주는 효과 있음
- 한류 모델은 비용 면에서 큰 부담이 되지만 한국 제품 사실과 한국 제품에 대한 인지도 상승에 큰 도움이 되었음
- 두 번째 요인인 현지화로 홍콩 쌀의 특성 상 찰지지 않고 부스러지는 등 한국 쌀과는 다른 질감으로 밥과 김을 함께 먹기보다 홍콩인에게 김은 간식이라는 인식이 강하다는 점을 이용하여 소금 첨가량 및 기름량을 줄여 간식의 느낌을 주었음
- 세번째 요인인 우수한 품질로 승부를 보며 브랜드네임보다는 상품의 차별성을 보이는 등 고급스러운 포장, 광고 모델 기용, 위생 관련 인증서 등 바이어를 설득시킬 수 있는 요인을 강조함



[그림 3-2] 한국 궁중김

○ 홍콩시장에서 승승장구 중인 뷰티브랜드 토니모리

- 전 세계 대부분의 화장품 브랜드가 입점해 있는 홍콩 화장품 시장에서의 경쟁은 더욱 치열하여 유니크한 정체성 구축 추진함
- 홍콩의 초기 집입 시 높은 비용으로 시장점유율의 확보가 다소 어렵지만 한류 열풍과 좋은 품질로 인정받은 한국 화장품은 각광 받고 있음
- 2009년 진출한 토니모리는 주요 쇼핑몰 지역과 마카오를 비롯하여 총 22개 매장을 운영 중이며 약 460개의 멀티스토어 채널에 입점 되어 있음
- 토니모리의 성공요인은 뷰티 전문 소매점 진출을 통한 인지도 상승이며 이는 홍콩에서의 매장운영의 높은 투자비용을 피하기 위함
- 토니모리의 제품의 다양성 및 색다른 디자인의 제품들은 홍콩인들의 새로운 것을 추구하는 욕구와 빠른 소비 트렌드 변화에 걸맞음
- 페이스북을 통한 고객소통은 홍콩인들의 SNS 중 특히 페이스북의 사용률이 높은 것을 파악하여 페이스북 페이지를 통해 제품 소개 및 화장품 관련 기사 등을 소개하며 홍콩 소비자들에게 유익한 정보를 제공하며 홍보함



[그림 3-3] 토니모리

○ 한국 온라인쇼핑몰 1위 스타일난다

- 스타일난다는 처음 홍콩의 유명 편집숍 I.T에 입점하였으며 현재는 단독매장을 운영함
- 스타일난다는 자체 제작 상품 및 브랜드를 비롯하여 화장품 브랜드 3컨셉 아이즈 등 다양한 아이템으로 홍콩 소비자들에게 인기를 끄
- 매장론칭 기념파티에 홍콩 유명 연예인이 참석하는 등 약 2000명이 방문하며 홍콩 현지 언론도 관심있게 지켜봄
- 프로모션 전략으로 페이스북에 포스팅을 하며 공유 소셜 네트워크 서비스인 인스타그램을 통해서도 전 세계인과 소통을 하고있음



[그림 3-4] 스타일난다

○ 프리미엄 분식 스쿨푸드

- 홍콩 재계 3위인 미라마그룹은 한국 분식의 프리미엄화에 대한 가치를 높게 평가하여 마스터 프랜차이즈를 체결하여 스쿨푸드는 홍콩으로 진출하게 됨
- 홍콩의 유동인구 밀집지역에 위치한 스쿨푸드는 홍콩 맛집으로 부상하였고 K-푸드를 주도하고 있음
- 한국에서와 캐주얼 한식 메뉴와 서비스를 제공하며 젊은 소비자들에게 인기가 많으며 모던한 카페형 매장 또한 인기 비결 중 하나임



[그림 3-5] 스쿨푸드

2. 홍콩 수출 실패사례

○ Yoga 와 Planet Yoga

- Planet Yoga는 홍콩의 주요 지역에 3개 지점을 운영하였지만 자금난으로 영업 중단을 하였으며 이는 회원 1만3,000명은 1억 홍콩 달러에 달하는 피해를 입음
- 치열한 경쟁시장에서 가격 인하를 통한 회원유치가 주 실패 요인으로 보임

○ 잘못된 컨설팅으로 수출 실패한 화장품업체

- 한국 화장품 업체 A와 에이전트 B사는 B사의 추천으로 저가 마케팅 전략을 선택하여 브랜드 이미지 구축 및 홍콩 시장 진출에 실패하게 됨
- 홍콩 에이전트 관계자에 따르면 홍콩 에이전트의 규모 및 유통경험만을 믿고 선택할 경우 자사에 유리한 마케팅 플랜을 선택하여 기업의 시장진출 목표 및 제품 특징은 고려되지 않는다고 함
- 에이전트 선택 시, 홍콩 시장에 맞는 조건과 전략을 가져야하며 기존의 인기제품을 그대로 주력화 시키기보다 홍콩인이 선호하고 홍콩 시장에 적합한 제품 이미지, 판매 조건을 조사하여 적절한 비즈니스 플랜 수립 필요함

3. 현지 에이전트를 통한 홍콩 진출 성공 사례

○ Far East 그룹의 케라시스 샴푸

- 홍콩·마카오를 중심으로 뷰티, 헤어케어 제품 등을 취급하는 중견유통업체인 Far East 그룹은 2008년부터 다양한 멀티스토어를 통해 홍콩에 인지도를 높임
- 케라시스는 기존의 이미지인 세정 목적이었던 샴푸시장에서 과학적, 전문성, 신뢰성을 주며 헤어클리닉이라는 이미지를 전달함
- 케라시스라는 브랜드 네임 또한 신화 속 여신을 떠올리게 하는 등 고급스러운 이미지 줌
- 특별한 브랜드 네이밍과 포지셔닝을 기반은 강한 브랜드 스토리로 이어져 홍콩 업체의 관심을 가짐
- 케라시스만의 브랜드 네임과 스토리텔링으로 홍콩 소비자들의 감성을 자극함



[그림 3-6] 케라시스

○ 유지나(Eugina)의 메로나

- 1990년대 설립된 에이전시 유지나는 주류·음료 유통사업을 맡고 있으며 약 2,000여 개 소매업체에게 제품 공급을 하고있음
- 2010년부터 시작된 메로나 유통의 매출액은 2010년 65만 달러, 2011년 130만 달러, 2012년 150만 달러였으며 지속적인 성장률을 보임
- 좋은 반응을 보이고 있는 한국 제품으로 아이스크림이외에도 냉동식품, 만두, 아이스크림, 음료수, 스낵류 등 한국 제품의 추가 수입을 추진 중임
- 홍콩에서 중요한 점은 국내인지도 보다는 품질경쟁력으로 한국의 대기업이라는 점 보다는 그 당시 홍콩 아이스크림 시장에 있지 않았던 맛, 포장, 기억하기 쉬운 이름, 가격대 등을 고려하였음



[그림 3-7] 메로나

제 4장

홍콩의 컨설팅 산업 분석

○ 개요

- 홍콩은 경영 컨설팅 이끌고 있는 지역으로 많은 국제적 컨설팅 기업들이 설립했음
- 홍콩의 경영컨설팅 서비스의 높은 잠재 성장력은 중국으로부터 간주 됨
- 빠른 수출 수요는 운영과 공정 관리와 회사 및 사업 전략이 관건임

○ 산업 분석

- 홍콩이 주요 국제금융센터로써 자리 잡으며 컨설팅산업 또한 확장하고 있음
- 36개국의 260여개 은행이 설립되어있으며, 이는 기업 및 사업 전략, 금융관리 마케팅 전략 등에 해당 분야의 경영 컨설팅에 있어 광범위한 고객 기반과 좋은 기회를 제공함

구분	2015.12
설립수	8,103
종업원수	35,308

Source :Quarterly Report of Employment & Vacancies Statistics, Census & Statistics Department

[표 4-1] 컨설팅 산업현황

○ 6가지 컨설팅 서비스 분야

- 일반관리 : 기업 및 사업 전략, 사업 과정 업무개혁 및 변화 관리
- 금융관리 : 자본투자제안의 분석, 회계 및 예산 제어 시스템
- 마케팅관리 : 마케팅 전략제안과 고객 서비스 및 가격 정책
- 생산관리 : 물류 연구, 공급망, 자재 필요 계획, just-in-time 생산
- 인적자원관리 : 보험, 보수 조사, 작업 평가, 급여 체계 평가, 성과 관리 및 훈련
- IT관리 : 전략 연구 및 시스템 개발

○ 홍콩의 서비스 제공업체

- 주로 물류, 통신 전략, 민영화, 모바일 전략, 서비스질 및 공공경영의 컨설팅 이루어짐
- 홍콩은 쉽게 접근할 수 있는 기술, 풍부한 소비자 기반을 갖고 있어 Accentrue, AT Kearney, Mckinsey & Company, Mercer Management 컨설팅, KPMG, Deloitte 등 세계적인 기업들이 홍콩에 설립함

The Biggest Consulting Firms

• Accenture	(IT, Operations, HRM)
• Cap Gemini	(IT, Operations)
• CSC	(IT, Operations)
• IBM BCS	(IT)
• PWC	(IT, Operations, HRM)
• KPMG / Bearing Point	(IT, Operations)
• Deloitte	(IT, Operations)
• McKinsey & Co.	(Strategy, Operations)
• BAH	(Strategy, Operations)
• Mercer	(Strategy, HRM)
• Anderson	(Operations)
• A. T Kearney	(Strategy, HRM)
• Monitor	(Strategy)
• BCG	(Strategy)
• A.D. Little	(Strategy)
• Bain & Co.	(Strategy)

accenture
High performance. Delivered.

Capgemini
CONSULTING. TECHNOLOGY. OUTSOURCING.

CSC
EXPERIENCE. RESULTS.

PRICEWATERHOUSECOOPERS

McKinsey & Company

KPMG

ATKEARNEY

THE BOSTON CONSULTING GROUP
Arthur D Little
Global Management Consulting

BAIN & COMPANY

[그림 4-1] 홍콩 내 진출한 글로벌 컨설팅 기업

○ 중국의 컨설팅 시장

- 지난 10년 동안 중국은 글로벌 컨설팅회사에게 가장 매력적인 시장으로 부상됨
- 비즈니스 인텔리전스 회사인 IBIS World에 따르면, 2009-2014 비교했을 때 보다 중국 컨설팅 시장의 평균 연간 성장률은 10% 측정되어지고 같은 기간 글로벌 시장은 같은 수치를 기록함
- 제조업, 에너지, 금융서비스가 가장 많은 컨설팅 부문이며 제약 및 바이오테크 부문이 빠른 성장을 보이고 있음
- 중국에서 가장 강력한 컨설팅 서비스는 운영상의 향상으로 특히, 제업에서의 원가절감을 통한 가격경쟁력임

○ 홍콩과 중국의 경제협약, CEPA

- 중국과의 경제협약으로 인하여 경영컨설팅 부문에서 완전소유운영, 일반적 관리 컨설팅, 금융관리 컨설팅, 마케팅 관리 컨설팅, 인적자원 관리 컨설팅, 생산 관리 컨설팅, 정부 관련 서비스 등을 포함한 중국에서의 경영컨설팅 서비스가 허용됨
- Hong Kong Service Supplier(HKSS)에서 경영컨설팅기업으로 자격을 갖추기 위해서는 홍콩에서 3년 이상의 등록기간과 최소 RMB 30,000 자본금이 필요함

제 5장

홍콩의 한국 컨설팅업체 및 시사점

1. 홍콩의 한국 컨설팅업체

○ 한국 제품의 높은 홍콩 수출량

- 대기업을 비롯하여 한국의 중소기업들 또한 홍콩으로의 수출을 원하고 있음
- 한국 기업들의 홍콩 수출량은 나날이 증가하고 있으며 안전하고 안정적인 홍콩 진출을 위해 많은 기업들이 에이전트를 고용하고 있는 상황 속에서 한국의 컨설팅 업체들도 생기고 있음
- 한국의 컨설팅 업체들은 전략적 제시보다는 주로 서류업무대행으로 이루어지고 있는 상황임

○ 일신컨설팅

- 주 업무는 홍콩에 설립한 회사들에 대한 자문과 서류업무대행이며 주로 한국 거래처들의 수요로 이루어져 있음

구분	일신컨설팅
CEO	김찬수
진출년도	2004
진출형태	서비스법인
업종	전문·과학 및 기술
취급분야	투자, 회계서비스
종업원	23
개요	Accounting, general Administration, Auditing인 3 부서로 이루어져있으며 주로 사업화 자문 혹은 서류대행의 서비스를 하고 있음

Source :KOTRA 국가정보-홍콩의 한국기업 진출 현황

[표 5-1] 일신컨설팅 회사 개요

○ 코차이나로지스틱스

구분	코차이나로지스틱스
CEO	선은규
진출년도	1994
진출형태	서비스법인
업종	운송·운수·물류
취급분야	국제물류주선
종업원	1,000(지사포함)
개요	17개국 37개 지사를 갖고있으며

Source :KOTRA 국가정보-홍콩의 한국기업 진출 현황

[표 5-2] 코차이나로지스틱스 회사 개요

○ 아토즈

- 주 업무는 홍콩에서의 회사운영관련한 자문이며 은행, 세무, 직원고용에 대한 것임

구분	아토즈
CEO	한규성
진출형태	서비스법인
업종	컨설팅
취급분야	회사설립 및 폐쇄, 운영관리, 은행업무, 세무 및 회계, 직원고용,
개요	홍콩과 싱가포르에 회사를 설립하였으며 시장개척에 중점을 둔 '비즈앤홍콩' 설립함

Source :KOTRA 국가정보-홍콩의 한국기업 진출 현황

[표 5-3] 아토즈 회사 개요

2. 시사점

- 중소 및 중견기업들이 홍콩 진출 시 독자적 마케팅으로 진출하는 것보다 정확한 시장 정보로 위험부담이 적은 컨설팅 업체 고용이 필요하지만 글로벌 컨설팅 업체의 고용은 비용부담이 큰 것이 현실임
- 한국의 컨설팅업체들은 전략 제시보다 서류업무대행 등 홍콩의 법, 은행 등이 관련된 업무들을 맡고 있지만 이보다는 그들이 가지고 있는 시장동향, 비즈니스 구조 등을 이용하여 홍콩 진출하는 한국기업에게 플랜 제시가 필요함
- 하지만, 홍콩의 내수시장 자체는 크지 않아 경쟁력 있는 업체가 되기 위해서는 그들만의 전문성을 가지고 집중하는 것이 필요함



**본 보고서는 중소기업청에서 시행한 컨설팅 대학원
및 컨설팅 R&D센터 사업 지원으로 연구되었습니다.**