

Monthly Customs Newsletter



【 대표관세사 인사말 】

2016년 丙申年 새해가 밝았습니다. 새해에는 더 건강하고, 행복하고, 모든 일에 만사형통 하시기를 바랍니다.

2015년에는 관세법인 청우가 법규준수에 관한 내부 프로세스를 재정립하고 안전관리 이행을 개선하여 관세청 종합인증우수업체(AEO) 공인을 획득하는 성과를 만들었습니다. 이를 바탕으로 올해에는 고객을 위한 보다 효율적이고 안전한 서비스를 제공할 것을 약속드립니다.

지난 한 해 동안 저희와 함께해주신 인연에 감사드리며 2016년에도 뜻하시는 모든 일들에 행운이 함께 하시길 기원합니다.

관세법인 청우 대표관세사 봉용남

[관세동향]

▶ 中 소비시장, 이젠 韓프리미엄 제품으로 공략할 때

중국인이 전 세계 고급 소비재(사치품)의 절반가량을 소비하고 있으나 우리나라의 소비재 수출 비중은 경쟁국보다 크게 낮아 프리미엄 소비재에 대한 마케팅 강화가 시급한 것으로 나타났다.

한국무역협회 북경지부는 12월 2일 발표한 '중국의 고급 소비재시장 동향과 프리미엄 마케팅 방안' 보고서에서, 중국인의 1인당 소득(GDP)은 지난해 7,500달러 정도로 높은 수준이 아니었지만 사치품 소비액은 무려 1,060억 달러로 세계시장(2,320억 달러)에서 차지하는 비중이 46%에 달했다고 밝혔다. 특히 중국인의 자국 내 사치품 구매액이 전체 4분의 1(250억 달러)에 불과하고, 나머지는 해외에서 구매하는 '외열내냉(外熱內冷)' 현상을 보이고 있다.

또한 중국 내 여유자산을 가진 고소득층이 크게 늘면서 사치품 수요층도 빠르게 두터워지고 있다. 최근 3년간 여유자산 600만 위안(약 10억 8,000만원)을 갖고 있는 가구는 연간 30%의 고속성장으로 올 말엔 201만 호에 달할 것으로 보이며, 앞으로 5년간도 두자릿수(연평균 11%) 증가세를 유지해 2020년엔 346만 호에 달할 전망이다. 더욱이 경제적으로 풍요로웠던 1980년대와 1990년대에 태어난 젊은 세대가 아기를 낳는 시기에 들어서고 있어 아동용 사치품 소비가 급증할 수 있는 토대도 마련됐다는 분석이다.

이와 함께 중국에서 해외 직구와 명품 아울렛의 증가로 해외 소비가 자국 내 사치품 소비로 바뀌는 추세고, ▲외양 중시 → 품질 및 실용 고려, ▲폐쇄적 매장 → 소비자 점점 강화, ▲25~35세 젊은 층 주도(여타국은 49세 이상), ▲신규 브랜드 수용성 제고, ▲1인당 GDP 1만 달러대 도시 증가 등의 마케팅 환경변화도 일어나고 있다.

이러한 환경에서 우리나라의 소비재 수출비중은 매우 낮고, 고가품 대우를 받는 소비재도 거의 없는 것으로 나타났다. 우리나라의 對中 수출 중 소비재(1차 산품 포함)가 차지하는 비중은 4.1%에 불과해 일본(10.4%)의 절반에도 미치지 못하고, 독일(1/6)과 미국(1/9)과는 직접 비교하기 힘들 정도다.

최근 중국의 새로운 마케팅 채널로 자리잡은 온라인 해외 직구관에서 한국産 소비재는 여타 국가 제품에 비해 저렴한 가격대를 형성하고 있다. 중국 B2C시장의 80%를 차지하는 텐마오(www.tmall.com)와 징둥(www.jd.com)의 해외 직구관(국가관) 판매가격도 징둥 내 화장품은 한국제품 판매가격이 미국과 일본의 1/3 수준이었다. 한국産 의류도 미국과 일본産의 절반 또는 1/3에 불과했으며, 텐마오의 영유아 용품도 여타 국가의 절반 수준 가격에 그쳤다.

이에 보고서는 중국인의 사치품 소비규모가 매우 높아 우리 소비재에 대한 프리미엄 마케팅 강화가 절실한 시점이라고 설명했다. 우리 제품의 이미지 제고를 위해 중국 여행객이 주로 찾는 한국 내 매장의 프리미엄 제품 비중을 늘리고, 해외 역직구 사이트와 항공기 면세판매 등에 대한 마케팅 강화에 열을 올려야 한다는 주장이다. 특히 고가품의 온라인 구매 시 가장 큰 문제점이 정품 여부인 점을 고려해 반품 및 진위 보장에 대한 보험으로 마케팅을 차별화해야 한다고 강조했다. 실제로 중국에서 온라인으로 고가 화장품을 판매하는 NALA社는 ▲30일 내 조건 없는 반품, ▲가짜상품 보상보험, ▲중국국제항공공사(Air China)의 기내 판매 등을 통해 프리미엄 마케팅 범위를 넓히고 있다.

아울러 최근 중국에서 사치품에 대한 신규 브랜드 수용성이 높아지고 소비자 연령이 젊어지는 특성에 맞게 품질과 기능이 우수한 프리미엄 제품을 끊임없이 개발하고 인증제를 도입해 대외신뢰도를 확보하는 것도 좋은 대안이라고 덧붙였다.

[관세동향]

▶ 해외 유상임가공물품도 관세 감면받을 수 있다

수탁가공업체가 원재료·부분품 또는 물품을 사용하거나 처분하는 것이 제한되고, 위탁자에게만 재판매하도록 약정돼 있는 등 소유권을 이전했다고 보기 곤란해 임가공으로 볼 수 있을 때는 「관세법」 제101조에 따른 해외 임가공물품 등의 감세 적용을 받을 수 있다는 지침이 나왔다.

관세청 통관기획과는 기획재정부가 지난 11월 6일 열린 '제195회 국세예규심사위원회'에서, 해외 유상임가공물품 관세감면 대상 적용과 관련해 일부 유상수출도 해외 임가공 감면이 가능하다고 결정함에 따라 11월 26일 '해외 유상임가공물품 관세감면 대상 관련 업무처리 지침'을 마련해 관세감면 업무처리에 참고할 것을 당부했다.

그동안 해외 임가공물품 등의 감세와 관련해 임가공의 내재된 정의가 "가공을 위해 일시적으로 말기는 무상 수출인 경우만을 의미한다."는 기획재정부의 유권해석에 따라 해외 유상임가공물품은 해외 임가공 감면대상이 아닌 것으로 운영해왔다.

하지만 앞으로는 해외 임가공을 위한 유상 수출이 이뤄져도 수탁가공업체가 원재료·부분품 또는 물품을 사용하거나 처분하는 것이 제한되고 위탁자에게만 재판매하도록 약정돼 있는 등 소유권을 이전했다고 보기 곤란한 해외 유상임가공물품은 「관세법」 제101조 따른 해외 임가공 감면을 적용 받을 수 있다.

아울러 세관 담당자는 해외 임가공 감면 심사 시 수출입신고서의 거래구분 및 결제방법이 유상인 경우 납세의무자가 지배권 등이 위탁업체에 있음을 관련 서류를 통해 입증하는 경우에 한해 감면을 허용한다.

[관세동향]

▶ 주요 38개국 통관 거부사례 4만 건 '한눈에'

주요 38개국의 통관 거부사례 4만 건을 국가무역정보포털인 통합무역정보서비스 트레이드내비 (www.tradenavi.or.kr)를 통해 제공한다.

한국무역협회와 한국정보화진흥원은 미래창조과학부 소관 국가데이터베이스(DB)사업의 하나로 EU 28개국을 포함해 미국, 중국, 일본 등 주요 38개국의 통관 거부사례 4만 건을 트레이드내비에 서비스한다고 지난 12월 15일 밝혔다.

국가DB사업은 국가적 보존 및 활용가치가 높은 지식자원을 디지털화하는 사업으로, 2015년에는 총 16개 과제를 선정해 총 149억원을 지원했다.

이번에 서비스하는 통관 거부사례는 기존 EU, 미국, 중국, 일본 등 4개국의 최신 통관 거부사례 약 2만 9,000건과 캐나다, 호주, 대만, 싱가포르, 홍콩, 말레이시아, 러시아 등 신규 7개국의 통관 거부 사례 약 1만 1,000건이며, 사례별 거부 국가, 원산지, 제품명, 통관 거부일, 거부 사유, 사유별 1:1 가이드라인, 정보 출처 등으로 구성했다.

이와 함께 국가 간 통상마찰 및 기업 간 분쟁사례 2,000건과 캐나다, 브라질, 아르헨티나, 사우디아라비아의 화장품 원료규제 관련 3,700건도 DB화해 제공한다.

무협은 이번 서비스 구축으로 우리나라 수출 주요 38개국의 최근 3년 간 통관 거부사례 약 9만 3,000건을 모두 DB화해 제공하게 됐으며, 이를 통해 우리 기업이 상대국 통관에서 발생하는 피해를 미리 막을 수 있을 것으로 기대했다.

이와 관련해 무협 천진우 무역정보실장은 "최근 3년간 주요 38개국에서 우리나라 기업이 당한 통관 거부사례는 3,227건이었다."며, "만약 통관 거부사례 DB를 활용해 이를 미리 예방했다면 약 1억 8,000만 달러의 수출 증대 효과가 있었을 것"이라고 강조했다.

[관세동향]

▶ 중국, 소비재 위주 787개 품목 수입관세 인하

중국이 787개 품목의 수입관세를 인하하기로 했다. 해외소비 증가에 따른 구매력 유출이 심각해지자 수입관세를 내려 자국의 소비를 끌어올리겠다는 의도로 보인다.

KOTRA 베이징무역관은 중국 재정부가 올해 1월 1일부터 일부 품목의 수출입관세를 잠정 인하 또는 조정하기로 했다고 지난 12월 14일 전했다.

수입관세 잠정 인하대상 품목은 총 787개로 전체 수출품목(세칙세목 기준) 8,294개의 9.5% 수준이며, 지난해에 비해 38개 품목이 늘었다. 수출관세 잠정 조정대상 품목은 총 250개로 지난해에 비해 97개 품목이 줄었다.

수입관세를 인정한 주요 품목은 해외 소비수요가 높은 가방, 의류, 화장품, 스카프, 텀블러, 선글라스 등 소비재였으며, 수출관세 인하 품목은 금속광물, 판재 등 산업 원·부자재가 대부분이었다.

구체적으로 모직, 면직 의류의 수입관세를 기존 16%에서 8%로 인하했으며, 운동화, 부츠 등 신발도 기존 24%의 절반 수준인 12% 수입관세를 적용하기로 했다. 핸드백 등 가방류도 20%에서 10%로 인하했다.

또한 최근 중국에서 급증하는 수입 분류 일부 품목에 대한 수입관세를 20%에서 5%로 대폭 낮췄으며, 영유아 의류와 가공식품 관세도 15%에서 5%로 내렸다.

대표적인 수출관세 인하 품목은 광물자원인 구리·아연·알루미늄·니켈 등이며, 대부분 현재 중국 내에서 심각한 과잉생산 혹은 가격 폭락을 겪고 있는 품목군이다. 수출관세 인상 품목은 갈탄, 요소, 펄프 등인데, 이는 채굴 및 생산에 따른 환경오염을 억제하기 위한 것으로 보인다.

이에 대해 KOTRA는 "이번 수입관세 인하는 중국의 시장 구조조정 방향성을 제시하는 동시에 농촌 주민이 가전제품을 사면 보조금을 주는 기존의 '가전하향(家電下鄉)'식 경기부양이 아닌 관세와 제도를 통한 시장 조정의 의미가 있다."며, "소비재는 물론 자원류, 환경제품 등의 수출입관세 추이를 꼼꼼하게 살펴야 한다."고 강조했다.

아울러 "한·중 FTA 발효 2년차 관세보다 낮은 품목이 소비재 위주로 다수 포함됐으므로 우리 기업은 관련 제품 수출 시 제품 HS 코드에 따른 관세인하 혜택을 면밀히 점검해야 한다."고 당부했다.

[관세동향]

▶ 무신고시 가산세도 부과

올해 1월 1일부터 무신고 시 가산세를 물고, 일반 반품에도 관세 환급을 허용하며, 수입 상태 그대로 수출하는 자가사용 물품에도 관세를 환급한다. 또 위법행위한 관세사의 업무 정지기간이 1년에서 2년으로 늘어난다.

먼저 「관세법」에서는 무신고에 대한 가산세를 신설했다. 성실신고를 유도하기 위해 수입신고 없이 수입한 물품에는 해당 관세의 20%에 해당하는 금액과 연체이자에 상당하는 금액을 가산세로 부과한다. 만약 밀수입죄에 해당해 처벌받거나 통고처분을 받았다면 40%까지 적용한다.

또 거짓자료를 제출하는 등 신청인에게 책임이 있는 사유로 품목분류 변경이 이뤄졌다면 이미 통관한 해당 신청인의 물품도 변경한 품목분류를 소급 적용한다. 신청인의 귀책에 따른 품목 변경 시 신청인에 대한 소급적용 근거를 마련한 것이다.

아울러 수입 상태 그대로 수출하는 자가사용 물품에 대한 관세환급 규정을 새로 마련했다. 이에 수입신고를 수리한 개인의 자가사용 물품을 수입 상태 그대로 수출하는 경우, 수입신고 수리일부 6개월 이내 보세구역에 반입했다가 다시 수출하거나 세관장 확인을 받아 다시 수출할 때는 수입할 때 낸 관세를 환급해준다.

적하목록 제출 대상자도 늘렸다. 신속통관을 지원하기 위해 적하목록 제출 대상자에 탁송품을 취급하는 화물운송주선업자를 추가한 것이다.

이밖에 수입물품의 안전성을 검사하는 제도를 시행한다. 통관보류 사유에 '안전성 검사가 필요한 경우'를 추가했으며, 관세청이 다른 행정기관과 협의해 수입물품에 대한 안전성 검사를 할 수 있도록 했다.

한편 「관세사법」에서는 관세사의 위법행위와 관련한 징계를 강화했다. 먼저 관세사가 위법행위 등으로 징계처분을 받을 때 업무정지할 수 있는 기간을 현행 '1년 이하'에서 '2년 이하'로 강화했다.

또한 징계의 종류에 '1,000만원 이하의 과태료'를 신설했으며, 징계를 회피하기 위해 징계절차를 시작하기 전 폐업했다면, 관세사자격심의·징계위원회 의결에 따라 5년 이내의 범위에서 등록을 거부할 수 있도록 했다.

[관세동향]

▶ 中 소비시장, 34개 개별 시장으로 인식해야

올 들어 감소세인 우리나라의 對中 수출이 한·중 FTA 발효로 새로운 전환점을 맞을 것으로 보이는 가운데, 한국무역협회 국제무역연구원은 지난 12월 21일 발표한 '중국 속 기업, 그들의 성공전략' 보고서에서, 중국 현지에서 성공적인 거점을 구축해 소비시장을 공략한 한·일·유럽 기업의 사례를 분석해 그들의 성공 비결을 제시했다.

시장을 맹목하지 말라

거대한 중국시장은 지역별로 차이가 큰 문화와 소비특성 때문에 직접 현장에서 경험해보는 것이 중요하다. 중국에는 34개(23개省, 5개 자치구, 4개 직할시, 2개 특별행정구역)의 상이한 시장이 있음을 인식하고, 지역 선택 후에는 조급증을 버리는 등 최소 3~5년에 걸쳐 집중적으로 공략해야 한다.

현지 인력관리가 기업의 생존을 좌우한다

진출 초기에는 지역 상권 이해도가 높은 소수 인원을 채용해 고정비 부담을 덜어야 한다. 장기 근무를 한 경험이 있는 인력을 확보해 이직률을 최소화하고, 제품의 이미지와 매출에 결정적인 역할을 하는 판매현장 인력과도 원활하게 소통해야 한다.

3박자 현지화를 하라

중국시장 맞춤형 제품 기획, 현지 인력 채용, 의사 결정권자의 현지화 등 '3박자 현지화'는 반드시 구사해야 하는 전략이다. 제품 기획 및 개발은 현지법인에 재량권을 주고, 중국 현지 전문인력을 활용해 중국 소비자의 입장에서 시장에 대응해야 하며, 중·장기적으로는 최종 의사결정권자의 중국 문화, 언어, 사고방식에 대한 깊은 이해가 필요하다. 현지 기업문화를 이해하지 못하는 지휘자는 곧, 인력관리와 의사결정 실패로 이어질 수 있어 리더의 현지화 또한 제품과 인력의 현지화만큼 중요한 요소다.

브랜딩을 통해 브랜드 가치를 높여라

브랜드 선호 성향이 강한 중국 중·고가시장 소비자의 특성을 고려해 중·장기적으로는 브랜딩과 이를 통한 브랜드가치 제고가 중요하다. 중국 로컬기업과의 가격경쟁은 유통구조 차이로 불리한 면이 많으므로, 이를 탈피해서 단순 제품 판매가 아닌, 차별화한 고객체험 제공과 일관된 가격정책으로 소비자의 신뢰를 얻어야 한다.

지역 경제에 일조하라

중국 소비자의 교육 수준 및 소득 향상으로 기업의 사회적 공헌도가 제품 선택의 차별화 요소로 작용하기에 CSR(Corporate Social Responsibility) 활동과 수익의 일부를 지역사회에 환원하는 활동을 펼쳐 함께 성장하는 이미지를 구축함으로써 장기적인 충성 고객을 확보해야 한다.

국제무역연구원 김은영 연구원은 "글로벌기업의 상당수는 이미 중국 내수시장 지향형 현지 거점을 통해 내수시장 공략체제로 전환하고 있다."며, "우리 기업이 앞으로 꾸준히 성장할 중국 내수시장을 선점하려면 앞서 성공한 기업의 사례를 참고해야 한다."고 강조했다.

[FTA뉴스]

▶ **한·베트남 FTA 12월 20일 발효**

한·베트남 FTA가 2015년 12월 20일부터 발효된다.

정부는 우리나라와 베트남 기업의 경제적 혜택을 극대화하고, 투자·경제 협력을 촉진하기 위해 국내 절차를 이례적으로 신속하게 완료해 12월 20일 공식 발효한다고 밝혔다.

이번 FTA는 최초의 업그레이드형 FTA로 한·ASEAN FTA보다 상품 자유화 수준이 높아 기대를 모으고 있다. 특히 우리나라는 수출 증가 효과를, 베트남은 투자유치 확대 및 경제 활성화 효과를 누릴 수 있어 상생형 FTA가 될 것으로 보고 있다.

정부는 제3위 수출상대국인 베트남과의 FTA가 연내 발효됨에 따라 우리 기업은 베트남시장에서 유리한 가격경쟁력을 확보하고, 베트남에 대한 안정적 투자환경이 조성되는 긍정적 효과를 기대한다고 밝혔다.

구체적으로 상품 분야에서는 단기간 내 두 차례의 관세 감축으로 섬유·식품·자동차 부품 등 우리 기업의 중간재 수출뿐 아니라, 최근 진출이 활발한 가전·화장품 등에 대한 중소기업 품목의 수출이 증가할 것으로 내다봤다.

서비스 분야에서는 한·ASEAN FTA 대비 건설, 도시계획·조경, 기타 기계·장비 임대 분야를 추가 개방해 경제발전예 따라 건설시장이 활성화되는 베트남 진출에 유리한 여건을 확보한 것으로 평가했다.

한편 정부는 성공적인 협정 운영과 이행을 추진하기 위해 한·베트남 FTA 발효 이후 협정에 따라 구성되는 장관급 공동위원회 및 분야별 위원회·작업반 등을 통해 베트남 측과 지속적으로 협의할 계획이다.

[AEO뉴스]

▶ **AEO, 유효기간 내 상위 등급 조정 가능해져**

중소 수출기업이 종합인증우수업체(AEO) 공인 이후 분기별로 법규준수도를 80점 이상 유지했다면 공인 기준을 충족한 것으로 인정한다. 또 공인을 갱신한 AEO가 상위 등급의 공인 기준을 충족했다면 유효기간 내에도 등급을 조정할 수 있도록 '등급조정신청 절차' 규정을 새로 마련했다.

관세청은 이 같은 내용을 골자로 한 「종합인증우수업체 공인 및 관리업무에 관한 고시」 개정안을 지난 12월 9일 입안예고 했다.

개정안을 보면 관세청은 중소기업이 AEO 공인 이후에도 분기별 법규준수도를 80점 이상 유지했다면, 공인 기준을 충족한 것으로 인정하기로 했다. 현재는 일반기업과 동일하게 최근 2년간의 누적 법규준수도로 규정했으나 이를 분기별로 개선해 중소기업의 국제경쟁력을 끌어올리겠다는 것이다.

또한 현행 공인을 갱신한 AEO가 유효기간 동안 해당 등급을 유지하도록 한 규정을 고쳐 공인을 갱신한 AEO가 유효기간인 5년 중 절반 이상 남은 상황에서 상위 등급의 공인 기준을 충족했다면, 등급을 조정할 수 있도록 '등급조정신청 절차' 규정을 새로 마련했다.

공인등급 조정을 신청하려는 AEO 업체는 공인등급 조정신청서를 관세청장에게 제출하고, 관세청장은 신청업체의 공인기준 등을 확인해 'AEO 심의위원회' 심의를 거쳐 등급 조정 여부를 결정한다.

이밖에도 종합심사 결과 공인기준 등을 충족하지 못해 AEO 공인을 취소해야 하는 업체를 구제하기 위해 '공인유보 및 특례적용의 정지' 규정도 새로 마련했다. 현재는 업체가 공인기준 등을 충족하지 못하면, AEO 공인을 취소해야 하지만, 업체가 개선 가능성이 있다면 공인 취소 전 기회를 다시 주기로 한 것이다.

한편 공인신청 업체의 공인 소요기간을 줄이기 위해 서류심사 보완기간을 기존 60일에서 30일로 단축하고, 부득이한 경우를 제외하고는 30일 이내 서류심사 보완을 완료하기로 했다.

[AEO뉴스]

▶ **중소 수출기업, AEO 공인 획득 지원 신청하세요!**

올해도 중소기업의 AEO 공인 획득을 지원하기 위한 대상업체를 모집한다.

관세청은 중소기업의 AEO 공인 획득을 지원하기 위해 지난해 12월 24일 '2016년도 중소기업 AEO 공인 획득 지원업체 모집 계획'을 공고하고, 올 1월 4일부터 1월 30일까지 지원 대상업체를 모집한다고 밝혔다.

구체적으로 AEO 공인 획득 컨설팅 비용의 최대 80%까지 지원하며, 업체당 지원 한도액은 1,600만원 이내가 될 전망이다.

지원대상은 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업 중 수출물품의 제조와 관련한 기업으로, 금융기관이 불량 거래처로 규제하는 업체와 같은 AEO 공인 획득 결격사유가 없어야 한다.

신청기간은 1월 4일부터 30일까지고, 서울, 부산, 인천, 대구, 광주 등 본부세관 심사부서에서 접수해 2월 중 지원 대상업체를 선정할 예정이며, 평택 관할은 인천으로, 제주지역은 광주세관으로 신청하면 된다.

참고로 중소기업 AEO 공인 획득 지원사업은 대기업과 비교해 인력과 자금 여건이 좋지 않아 공인 획득에 어려움을 겪는 중소기업의 공인 획득에 필요한 컨설팅비, 교육비 등 일부 비용을 정부가 보조하는 사업이다.



고객께 드리는 청우의 약속

- ❖ 최상의 고객 서비스 약속
- ❖ 최고의 전문가 서비스 약속
- ❖ 축적된 노하우를 통한 기억이익 실현 동참의 약속
- ❖ 변함없는 고객 관리와 기업 비밀유지 준수의 약속

Contact Us

- Tel. 032-744-8001 (代)
- Fax. 032-744-8006 (代)
- E-mail. newsletter@cwcustoms.co.kr