

1

중국의 와인산업, 지역혁신 만나 날개 달다

최해옥 선임연구원 haekchoi@lx.or.kr
한국국토정보공사 공간정보연구원

자본주의의 진수라고 불리는 와인이 사회주의 체제를 유지하고 있는 중국에서 급격히 발전해 가는 과정은 흥미롭다. 정부의 12차 5개년 육성정책과 함께 급격히 발전하고 있는 중국의 와인산업은 광활한 대륙의 다양한 지역 자원인 토양, 기후(테루아: Terroir)에 적응하며 자란 포도를 가지고 색다른 와인을 만들어 낸다는 특징을 가지고 있다.

중국의 와인산업은 19세기 중반부터 발전하였으며, 산동지역은 2000년대 이후 정부의 지원정책과 더불어 급격히 발전하였다. 중국 중앙정부는 지난 수십년간 와인 관련 산업이 잠재적인 지역 혁신과 성장 동력이 된다는 사실을 소홀히 하다가 2000년대 중반부터 와인에 대한 가치전환과 함께 국가주도의 육성전략 목표를 세웠다.

1. 개요

중국 지역혁신 및 지역개발에서 ‘와인 클러스터’에 대한 화두가 최근 관심을 끌기 시작했다. 와인산업은 6차산업으로서 1차 산업인 농업과 2차 산업인 제조업, 3차 산업인 서비스업이 가치사슬을 형성하여 도농지역에 고부가가치 산업뿐만 아니라 지역혁신을 불러오고 있다.

차를 즐겨 마시는 중국에서 커피 문화가 생겨나 보이차의 고장인 운남지역의 차밭은 커피밭으로 바뀌고 있으며, 국주라고 불리던 마오타이(茅台酒)는 와인에게 그 자리를 넘겨주고 있다. 이렇듯 중국은 사회주의 체제를 유지한 채 자본주의 경제를 도입함에 따라 사회·문화의 변화와 산업 재구조화가 이루어지고 있다. 그 중 자본주의의 진수라고 불리는 와인산업은 현재 빠르게 변화하고 있는 중국의 자본주의 물결과 함께 급격히 발전하고 있다. 현재 중국은 최대 와인수입국에서 수출국으로 변하고 있으며 세계적인 와인브랜드들은 중국 본토에 와인 제조공장을 만들어 와인을 생산하기 시작했다.

사회·문화적인 측면에서 중국은 관시(关系)의 나라라고 불릴 만큼 상호관계를 중요하게 여기고 있으며 식사를 하며 대접하는 술 문화 때문에 와인 소비는 날로 늘어나고 있다. 또한 중국에서 붉은 색은 행복을 상징하는 색으로서, 실제로 화이트와인 판매량(22%)에 비해 레드와인(78%)의 판매량이 압도적으로 높음을 확인할 수 있었다. 경제적인 측면에서는 빠링호우(80后: 1980년대 이후에 태어난 세대로서 이미 사회에 진출해 적극적인 경제활동을 펼치는 세대)와 지우링호우(90后: 1990년대 이후에 태어나 첨단 유행을 적극적으로 선도하고 소비하는 세대)의 파워소비계층이 등장함에 따라 와인과 커피의 수요가 크게 증가하였다(최해옥, 2014(a), p.9). 이러한 중국의 사회·문화적인 변화로 인해 전 세계의 와인지도가 바뀌고 있다는 말이 나올 정도다. 환경적인 요인으로 와인벨트에 속해 있는 중국은 풍부한 인력과 광활한 땅, 그리고 천혜의 자연조건을 갖추고 있어, 지역별로 다양한 포도재배가 가능하다¹. 중국의 와인산업은 사회적, 문화적, 환경적 조건이 결합하여 발전하고 있는 분야이다. 하지만 이는 시대적 상황에서 갑자기 나온 산업이 아니며 역사적으로 중국의 와인산업은 존재했다. 따라서 이 글에서는 중국의 와인산업의 역사와 중국의 와인지도, 그리고 산동지역의 사례를 나누고자

한다. 산동지역은 정부의 지원정책과 더불어 지역혁신을 추구하고 있으며, 산학연이 연계하여 와인산업이 발전하고 있는 지역이다.

2. 자본주의 진수 와인, 중국에서 꽃피우다

자본주의의 진수라고 불리는 와인이 사회주의 체제를 유지하고 있는 중국에서 급격히 발전해 가는 과정은 흥미롭다. 정부의 12차 5개년 육성정책과 함께 급격히 발전하고 있는 중국의 와인산업은 광활한 대륙의 다양한 지역 자원인 토양, 기후(테루아: Terroir)에 적응하며 자란 포도를 가지고 색다른 와인을 만들어 낸다는 특징을 가지고 있다.

중국의 와인산업은 19세기 중반부터 발전하였으며, 산동지역은 2000년대 이후 정부의 지원정책과 더불어 급격히 발전하였다. 중국 중앙정부는 지난 수십 년간 와인 관련 산업이 잠재적인 지역 혁신과 성장 동력이 된다는 사실을 소홀히 하다가 2000년대 중반부터 와인에 대한 가치전환과 함께 국가주도의 육성전략 목표를 세웠다. 중국은 12차 5개년 계획²을 통해 와인산업을 지역별로 특화된 발전전략을 가지고 육성하고 있다. 따라서 와인산업의 발전과정에서 와인산업이 지역혁신이라는 측면에서 육성되고 있으며, 산·학·연 협력을 통해 기술협력과 지속적인 성장을 추구하고 있다. 이러한 현상은 와인산업의 특성상 포도재배와 와인제조, 그리고 지역관광산업이 결합하여 가치사슬을 형성하여 발전하고 있는 것과 밀접한 관련이 있다.

가. 고량주에서 와인으로³

중국 와인산업의 발전 특성을 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 중국의 와인산업은 거대기업인 국유기업을 중심으로 성장하고 있다. 중국 내 4대 와인기업으로는 Changyu, COFCO, Dynasty, Weilong

이 있는데 중국 와인시장은 2006~2011년 사이 2% 급증하는 현상을 경험하였다 (Wines-info.com, 2015). 중국 와인산업의 발전단계에서 국유기업 이외의 2급 브랜드 기업과 신흥포도원은 자신만이 가질 수 있는 제품의 특징을 강조하며 특정 소비지역과 소비층 찾기에 주력하고 있다. 또한 중국의 와인기업들은 세계적인 브랜드가 적고 제품의 개성과 특성이 부족한 문제점을 발전 동력으로 활용하여 새로운 품종 도입과 개성이 두드러지는 품종연구 개발에 주력하고 있다. 중국의 와인 소비층이 급격히 확대되고 있는데 이는 중국이 사회 경제적으로 풍요롭기 시작한 시점과 중국의 고도 성장기에 태어난 정치, 사상적으로 자유롭고 개성이 강한 세대가 와인을 즐기기 시작하면서 와인산업의 소비계층으로 급격히 성장하고 있는 것이다(최해옥, 2014(a), pp8-9).

중국에서 와인 수요가 가장 많은 베이징과 상하이 등의 대도시 판매량은 30~40% 정도의 성장률을 유지하고 있다. 이들 대도시 와인 시장은 경쟁이 치열하며 향후 발전 잠재력을 고려해 볼 때 2, 3선 도시⁴, 서부 내륙도시 등의 시장으로 진출이 필요하다(최해옥, 2014(a), p9).

중국은 와인산업 진흥정책으로 '제 12차 와인산업 5개년 계획'을 수립하여, 2015년 와인생산 목표를 200만 KL로 정하고 있다.

1 전 세계 와인벨트는 포도재배에 적합한 지리적 환경을 가진 북위 30-50도, 남위 20-40도 사이에 몰려 있는데 중국, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 호주 등이 여기에 해당한다.

2 공산당 17기 중앙위원회 5차 전체회의를 개최하고 향후 5년간 중국경제 추진방향인 12차 5개년(2011-2015) 계획으로 제5세대 지도부의 경제정책 방향(SERI, 2010).

3 최해옥, 2014. 중국 와인산업의 지식창출을 통한 기관별 네트워크 연계 변화와 특성분석(1986-2012), 국토계획학회지, pp. 5-14. 요약

4 중국 주택 및 도시건설부에 따르면 각 도시가 가진 정치적 역량과 경제규모, 도시 전체규모, 그리고 다른 지역에 미치는 영향력에 따라 분류하며 특히 1선, 2선, 3선 분류는 정치적, 경제적 영향력을 나타냄. 1선 도시는 베이징, 상하이, 선전, 광저우, 2선 도시는 항저우, 남징, 지난, 따리엔, 충칭 등, 3선 도시부터는 지방도시면서 2선 도시의 조건을 만족시키지 않는 그 외의 지역임(나우중의 컨설팅, 2015 중국 비즈니스용 도시분류 참고)

이 계획을 달성하기 위해 중국 정부는 국제적으로 영향력 있는 기업이 있는 지역에 선 투자하고, 지역의 포도를 사용하여 상징적인 브랜드 개발을 지원하고 있다. 특히 정부는 비교적 발전이 늦은 중앙, 서부 및 동북 지역의 포도 재배와 와인생산의 발전을 적극 장려하고 있다.

중국은 와인산업의 진입요건(wine industry access requirements)을 정하여 2012년 7월부터 적용하고 있다. 이 규정은 와이너리의 위치, 와이너리의 규모, 포도 공급보장, 와인제조시설, 에너지 효율, 환경 보호, 와인의 안전 및 품질 등을 정하고 있다. 현재 중국에서 와인을 만드는 시설의 경우 최소 1,000KL 생산 능력이 있어야 하며, 와이너리는 와인 생산 시설 위생 요건 국가규칙(GB12696)을 준수해야 한다(Matt Harvey · Vicki Waye, 2014).

나. 와인을 사랑한 서태후

중국의 와인 역사는 투수(屠蘇酒:Tusu) 와인이라 불리는 중국의 허브 약으로 시작되었다. 당시대의 의술가인 순시미야오(孫思邈:Sun SiMiao)는 마을 사람들에게 새해나 전염병을 막기 위해 와인을 나눠주었다. 이러한 와인 역사는 청나라 시타이후(西太后, Xi TaiHou)가 와인을 즐겨 마시면서 당시 인도네시아 화교였던 장비쉬(張弼士: Zhang BiShi)에게 은 3만 량을 하사하여 현재 엔타이 지역(산둥)에 개인 와이너리를 세우며 시작되었다. 이는 중국 와인산업의 시초이자 현재 대표적인 와인기업인 장유(張裕:Changyu)의 시초가 되었다.

중국 와인산업은 주도적인 역할에 따라

그림1 투수(屠蘇酒:Tusu) 와인



자료 : <http://kaleidoscope.cultural-china.com/en/206Kaleidoscope3570.html>

시장주도형과 정부주도형으로 나눌 수 있다. 100여 년 전 중국의 와인산업은 민족공업을 발전시켜 외환보유를 증가시키는 목적으로 발전하였다. 중국인들은 본래 과일주를 마시는 전통이 없어 와인에 대한 소비요구가 낮은 편이었으며, 주로 외국 소비자를 대상으로 와인을 생산해서 수출하는 정도였다. 하지만 최근 중국인들의 생활수준 향상과 음주 습관 변화로 와인소비가 날로 늘어나고 있다(최해욱, 2014(a), pp.7-8).

그림2 중국 와인의 역사



자료 : 최해욱, 2014(b)

다. 세계의 와인지도를 바꾸다

중국의 주요 와인산지는 위도 25~45도인 와인생산지역에 집중되어 발전하고 있다. 와인은 지역 경제발전 수준의 차이보다 포도 재배가 잘되는 기후와 토양을 가진 지역에서 발전하고 있다. 신장 지역의 경우 추운 겨울에 포도나무가 자랄 수 없기 때문에 땅속에 묻혀 긴 겨울을 보내야 하는데, 이렇게 생산된 포도는 색다른 풍미를 낸다. 이곳에서 생산되는 와인 중 자베이란(加贝兰: Jia Bei Lan) 이 출품한 와인이 ‘2013년 프랑스 와인 블라인드 테스트’로 전 세계 1위를 차지하면서 전 세계 와인애호가들을 놀라게 했다.

중국의 와인지도는 해외 유명 와인브랜드의 중국진출로 새로 만들어지고 있다. 이탈리아 와인연합협회와 이탈리아 와인메이커 협회는 ‘이탈리아와인인차이나(Italian Wine in China)’를 건립하고 2012년부터 중국진출을 시작하였으며, 도멘 바롱 드로실드(DBR: Domaine Barons de Rothschild)와 모넷 헤네시(LVMH: Moët Hennessy Louis Vuitton)도 중국에 회사를 설립했다.

3. 중국의 와인지도

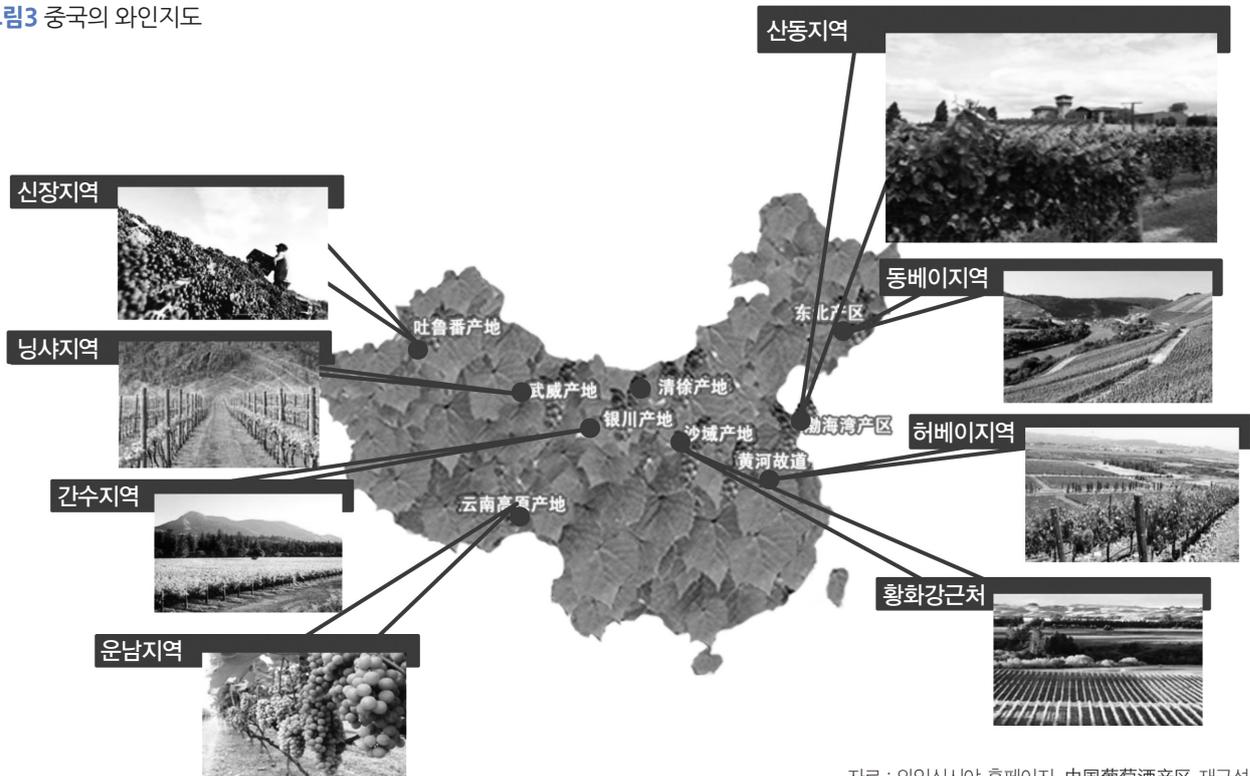
동북지역

중국 북동부 지역은 토양이 비옥하지만 추운 겨울에는 유럽의 포도가 살아남을 수 없어서 긴 겨울에 강한 야생 산포도가 주요 품종이 되었다. 동북지역은 야생포도의 생산량이 많고 주로 드라이와인을 생산한다.

산동지역

이 지역은 해양기후로 인해 포도재배에 적합한 자연조건을 가지고 있고, 미네랄이 풍부한 토양으로 중국에서 가장 유명한 와인을 생산하는 지역으로 유명하다. 산둥반

그림3 중국의 와인지도



자료 : 와인신시아 홈페이지, 中国葡萄酒产区 재구성

도에서는 샤르도네, 리슬링, 까르베 소비농 등이 생산되고 있다. 중국 최대 와인 포도 재배 면적을 가지고 있으며 전국 생산량의 절반이 이곳에서 생산된다.

간수지역

간수지역은 중국에서 가장 가난한 지역으로 지역 경제활성화 측면에서 와인산업의 육성이 큰 환영을 받고 있다. 이곳에서는 세계적인 와인 품종인 까르베 소비농이 생산되고 있다. 해외 유명 와인 브랜드들은 중국에 와인 완제품을 판매하는 한편, 중국 내 생산기지를 두고자 노력하고 있는데 모넷 헤네시의 중국 생산기지가 닝샤 북부에 위치해 있다.

신장지역

신장지역은 투루판 분지로 둘러싸인 곳으로 여름에는 높은 기온으로 유명하며 강수량은 일 년 내내 16.4mm 이하이다. 당도가 높은 포도 생산지역으로 유명하며 씨없는 포도를 생산하고 건조 기지를 보유하고 있다. 이곳에서 주로 생산되는 와인은 드라이와인과 시라이다.

운남지역

중국 업체와 합작해 와인 회사를 설립한 도멘 바롱 드로셀드가 운남지역에 회사를 설립했다. 보이차로 유명한 운남지역은 중국의 소비패턴의 변화로 인해 커피와 포도밭이 날로 늘어나고 있다.

4. 산동지역 경험나누기 : 와인산업을 통한 지역혁신

가. 중국 대표적 와인산지 산동지역

산동지방은 지리적으로 온화하여 포도재배에 우수한 환경을 가지고 있기 때문에 1980년대부터 우수한 포도 생산기업들이 많이 몰려들었다. 중국을 대표하는 와인기업인 장유는 옌타이지역이 포도 재배에 최적의 장소라고 판단하여 공장을 이전하였다.

중국 전체생산량의 40% 이상을 차지하는 포도생산량과 기업과 대학, 그리고 정부의 정책적 지원을 통해 옌타이 지역은 와인 클러스터로서 집적효과가 커지고 있다(모우페이지에, 2009). 6차 산업⁵으로 중국의 와인산업은 와인 생산뿐만 아니라 관련 산업과의 가치사슬을 형성하여 발전하고 있다. 산동지역 와인관련 산업의 발전은 와이너리를 활용한 관광 산업화와 더불어 전 세계 와인역사를 소개하는 와인 박물관, 와인관련 테마관광 프로그램을 만들어서 지역 활성화와 연계하여 성장하고 있다(최해욱, 2015, pp.5-6).

그림4 산동지역 와이너리



자료 : 저자 촬영

5 6차 산업이란 1,2,3차 산업을 복합해 농가에 높은 부가가치를 발생시키는 산업 (네이버 시사상식사전)

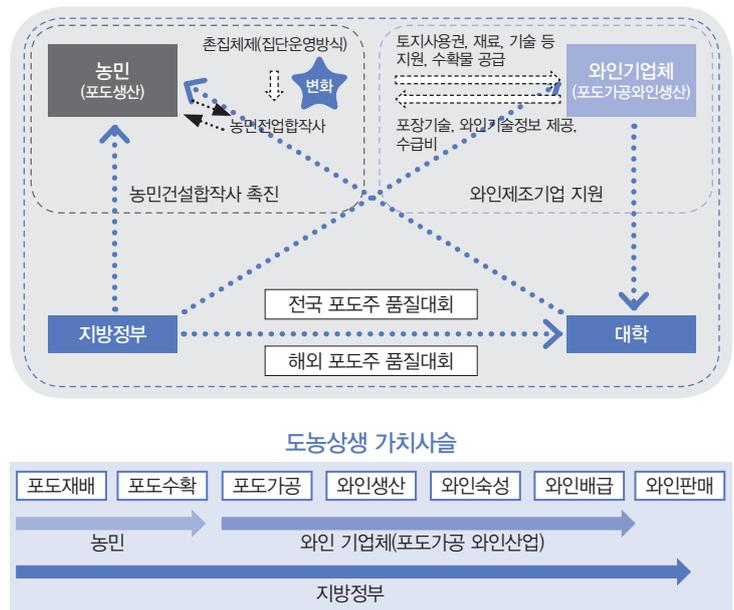
나. 산동지역 지역혁신 네트워크 형성⁶

중국 산동지방의 와인산업은 포도재배와 와인양조, 와인박물관과 같은 관광산업이 결합된 하나의 거대한 문화관광산업 클러스터를 형성하고 있다. 와인클러스터는 중국의 6차 산업 활성화와 함께 포도작물 재배라는 농업에 기반을 두고 있고, 이와 관련된 와인 제조 산업이 지역 관광산업과 결합하여 급속히 발전하고 있다. 즉, 중국에서 와인산업은 다른 산업분야와 가치사슬을 형성하고 지역특화산업으로 급격히 발전하고 있다(최해옥, 2015, p.2).

산동지역의 와인 클러스터는 중국 정부의 지원정책으로 2005년 이후 꾸준히 발전하였다. 거듭된 지역혁신의 결과 산동지역은 연간 13만 톤의 와인을 생산하고 있고, 60개 이상의 지역 유명브랜드를 개발하였다. 와인을 판매한 수익은 연평균 20%씩 증가하고 있으며, 와인산업은 고부가가치 산업의 원동력이 되고 있다.

와인산업은 복합 산업으로서 포도와 와인산업뿐만 아니라 뚜껑, 코르크, 인쇄, 포장 등과 가치사슬을 이루어 전반적인 지역 경제활성화에 도움을 주고 있다. 산동문화산업 커리어 아카데미의 전문가들은 2011년 산동성에서 개최한 와인문화 구축 세미나에서 와인문화와 와인산업은 소프트파워 제품 시장경쟁에서 중요한 문화발전 요소라는 의견을 발표하였다. 따라서 산동성은 와인과 관련된 산업을 구축하기 위해 와인문화 진흥과 관광을 결합한 와이너리 투어를 개발하였다. 또한 와인포럼, 국제와인

그림5 산동지역 기관별 네트워크 형성과정



자료 : 최해옥, 2015, p10; 박경철, 2012 재구성

박람회 및 시음대회, 포도따기 투어, 와인경연대회, 포도씨 오일 스파 경험 등 와인문화산업을 발굴하고 포도와 와인관련 산업을 개발하고 있다. 이러한 노력의 결과 와인산업 관련 관광객 수가 연평균 35% 증가하였고, 100만 명 이상의 관광객이 찾아 백억 위안(약 1조 8천 억 원) 이상의 관광수입을 창출하였다(葡萄公社, 2011).

산동지역 와인산업관련 기관별 네트워크는 다음과 같다. 포도생산을 주로 담당하고 있는 농민은 촌집체제에서 농민전업합작사로 운영방식의 변화를 거치며 발전하였다. 이는 정부가 농민건설합작사 구축을 촉진하여 이 지역의 와인클러스터를 발전시키는 원동력으로 작용하고 있다. 농민들이 제배한 포도를 가공하여 와인을 생산하고 있는 와인기업체는 농민으로부터 토지사용권, 재료, 기술지원, 수확물을 공급받고 농민에게 포장기술, 와인기술 정보, 수급비를 제공하고 있다. 또한 대학과 연계하여 와인의 질적 발전을 위해 노력하고 지방정부의 지원으로 와인품질대회에 출품하는 등 대내외적으로 산동지역 와인을 발전시키고 홍보하는데 적극 참여하고 있다(최해옥, 2015, p.9).

6 최해옥, 2015. 중국 와인산업의 특허기반 기술창출 네트워크 형성과정 분석: 산동지역의 정부지원 정책을 중심으로, 한국경제지리학회지 제18권 제1호, pp.1-12.요약

5. 맺음말

그동안 많은 도시가 ‘도시경쟁력’과 ‘지속 가능성’을 지향해 왔으나 실제로 실현된 사례는 많지 않다. 중국이 직면하고 있는 변화를 보면 정치적으로는 사회주의 체제를 유지하면서 사회·문화·경제적으로는 급격한 자본주의로 바뀌고 있음을 확인할 수 있었다. 한편, 서두에서 언급한 바와 같이 와인산업은 1차 산업, 2차 산업, 3차 산업이 가치사슬을 형성하여 발전하고 있으며, 중국은 와인의 종주국이었던 프랑스를 제치고 세계 제1위의 와인생산 및 소비국으로 주목받고 있다.

와인산업의 활성화를 통해 지역혁신을 이루고 있는 중국은 지역마다 다른 기후와 토양에서 색다른 와인을 만들어 내고 있고, 정부의 지원정책과 맞물려 성장하고 있다. 이는 지역경쟁력 확보와 함께 지역혁신의 방향전환을 가능하게 했고 현재 중국 12차 5개년 계획에 포함되어 새로운 도약을 준비하고 있다.

경제적, 사회적, 문화적 패러다임의 전환과 맞물려 발전하고 있는 와인산업 클러스터의 조성과 재생은 의미 있는 평가를 받고 있어 새로운 지역혁신의 모델로 자리매김하고 있다. 특히 산둥지역의 와인산업 사례는 단순한 도시혁신이 아닌 지역의 환경적인 자원(기후, 토양, 온도 등)과 산업을 융합해 새로운 가치를 창출하는 과정과 지역의 브랜드를 만들어 내는 사례로 참고할 만하다.

이 연구가 그동안 서울 도시계획 분야에서 추진해 온 산업과 연계한 지역활성화

사업에 많은 도움이 될 수 있기를 기대해 본다. 기존에 지역이 가지고 있는 지역적 자산을 반영한 지역혁신의 방향이 적합할 것이다. 이러한 지역혁신과정은 다른 산업과의 가치사슬 형성으로 동반 성장을 가져오고 지역경제 활성화를 가져올 수 있다. 기존의 랜드마크 건설과 같은 물리적 시설물을 통한 지역브랜드 창출 방법에서 앞으로 지역자산을 적극 활용한 지역브랜드 창출로 나아가야 한다. 중국 지역은 지리상으로도 한국과 가까운 지역이고, 다양한 교류협정도 맺고 있다. 따라서 앞으로 중국의 사회, 문화, 경제의 패러다임 전환기에 나타나는 지역혁신의 과정을 모니터링하여 중국을 제대로 이해할 기회가 좀 더 많아지길 기대해 본다. 

참고 문헌

- 모우페이지에, 2009, 정부정책을 중심으로 한 엔타이 와인클러스터 분석, 경북대학교 대학원 행정학과 석사학위 논문.
- 박경철, 2012, 일본의 포도주 생산 합작방식이 중국의 포도주산업 발전에 주는 함의: 중국 엔타이와 일본 카추누마 포도주 생산지역 비교를 중심으로, 농촌지도와 개발, pp. 497-508.
- 최해옥, 2015, 중국 와인산업의 특허기반 기술창출 네트워크 형성과정 분석: 산둥지역의 정부지원 정책을 중심으로, 한국경제지리학회지 제18권 제호, pp.1-12.
- 최해옥, 2014(a), 중국 와인산업의 지식창출을 통한 기관별 네트워크 연계 변화와 특성 분석(1986-2012), 국토계획학회지, pp. 5-14.
- 최해옥, 2014(b), 중국의 창조경제 및 창조도시 전략, 카이스트 미래전략 대학원 세미나, 2014.5.26.
- Matt Harvey·Vicki Waye, 2014, Global wine Regulation.
- 葡萄公社, 2011, 山东蓬莱做大做强葡萄酒全产业链路径, <http://www.vinesland.com/News/show/id/719.shtml>

웹 사이트

- 중국와인법 웹사이트(<http://www.ab.auone-net.jp/~ttd/Chinawinelaw.html>)
- 와인신시아 웹사이트(<http://www.channelvino.com/Region/>)
- 중국 포도주정보 웹사이트(<http://www.winechina.com/en/>)