

한국 주요업종의 대중국 수출 증대방안

2008. 12. 19.

서동혁

산업연구원 연구위원



I

중국의 경기부양책과 수출변화

II

중국의 주요산업 동향

III

한국의 대중 수출의 구조적 특징

IV

주요 업종별 대중 수출확대 전략

I

중국의 경기부양책과 수출 변화

1. 중국의 경기부양책 강화

- 중국은 12월10일 경제공작회의에서 2009년 5대 중점과업 제시
 - ⇒ 핵심은 “내수소비 진작”
 - ⇒ 경기부양정책 공식화는 포기할 수 없는 8%대 경제성장의 사수 의지

- 농촌 경제의 공고한 발전방안 시행 (농민수입 증대)
- 적극적인 재정정책과 통화 완화정책 (재정지출 확대, 통화가치 안정)
- 개혁 개방 강화 (금융체제 개혁)
- 경제 구조조정 (지역간 소득격차 축소, 소득분배구조 개선)
- 민생문제 해결을 통한 사회안정 유지 (취업 안정, 사회보장 개선)

- 2009년 경제정책의 기본방향은 안정적이고 빠른 경제성장
 - 8월부터 이미 수출증치세 환급을 시작으로 금리 인하, 부동산 부양책 마련 등 일련의 경기부양책을 발표

2. 중국의 불황기 시장동향

□ 중국경제를 지탱하는 주요산업 커다란 도전 직면할 것
(신화통신 2008.12.14)

□ 자동차산업

- 1~11월중 판매량 전년동기비 14% 포인트 하락
- 11월중 승용차 소비량은 전년동기비 10% 이상 감소
- 2009년에도 수요위축 지속 전망

□ 철강산업

- 제품가격, 원자재가격 상승으로 이중고에 직면
- 71개 대중형 철강기업 중 59%인 42개 기업이 10월 영업적자 기록
- 1000개가 넘는 제철.제련업체들의 구조조정 불가피

□ 석유화학산업

- SINOPEC(중국석유화공)은 10월부터 에틸렌, 합성수지, 합성원료 등의 감산조치를 취했으며, 11월중 합성원료 약 9% 감산

2. 중국의 최근 수출동향

중국의 수출은 11월 마이너스로 전환

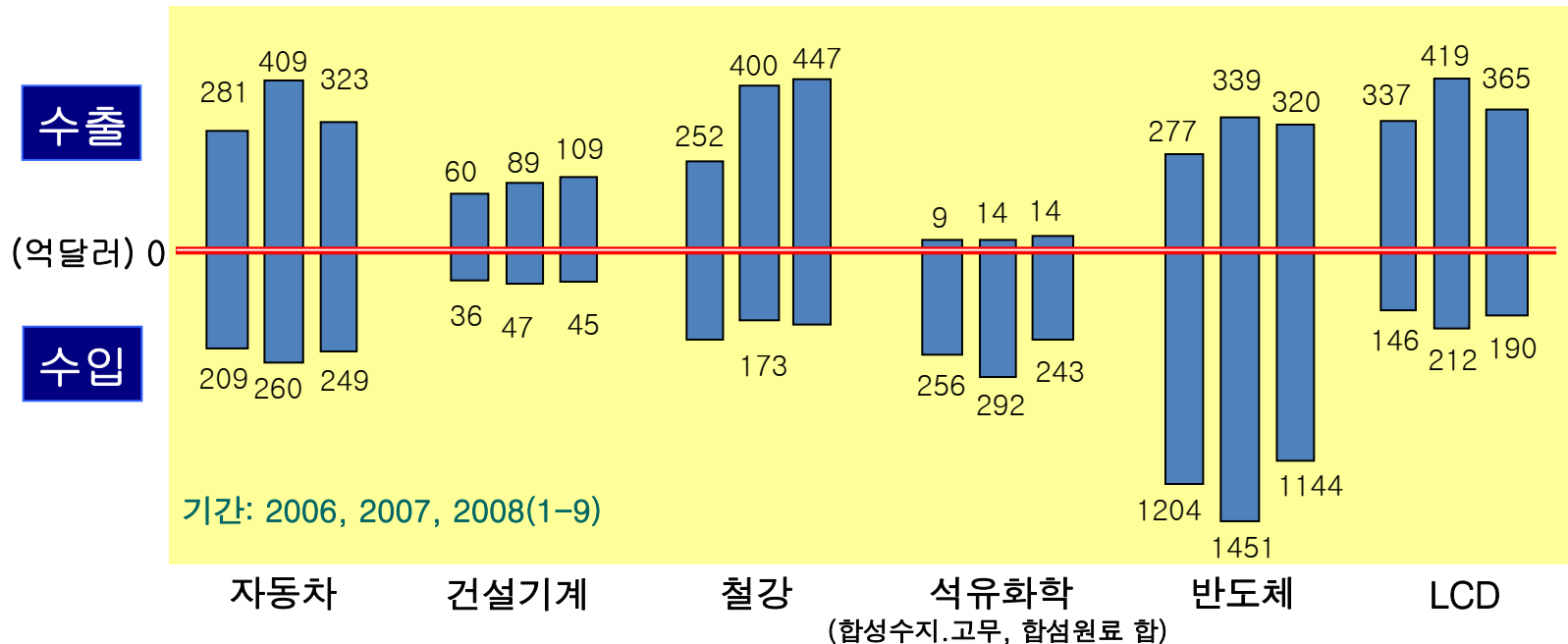
- 2008년 11월의 수출은 7년만에 감소세로 전환
 - 11월의 수출(1,150억 달러)은 2001년 6월 이후 처음 **전년비 2.2% 감소**
- 글로벌 수요의 위축이 중국의 수출에도 영향을 미치기 시작
- 제품별로는 기계류, 첨단산업제품이 각각 전년비 4.8%, 4.5% 감소하여 수출감소를 주도

기계 및 전자, 첨단제품이 감소 주도

- 업종별로는 기계 및 전기전자가 전년비 4.8% 감소하여 최대 감소업종
- 첨단산업제품도 4.5% 감소하여 수출감소를 주도
- 반면, 철강(21.3%), 신발(15.4%), 의복 및 악세서리(6.1%)는 계속 증가
- 경공업 비경기 소비재가 차지하는 수출비중은 18%(2007년 기준)에 불과
 - ➡ 중국의 수출구조가 **글로벌 경기민감형으로 전환**하였음을 의미

2. 중국의 최근 수출동향

주요업종별 수출 추이



- 수출은 철강의 규모가 가장 크고 자동차, LCD, 반도체도 큰 규모를 유지
 - 건설기계, 석유화학은 상대적으로 수출규모가 미약
- 수입은 반도체가 1007년 1,451억 달러를 기록하는 등 절대적으로 큰 규모
 - 자동차 수입은 부품비중이 더 높은 가운데 200억 달러를 상회
 - 석유화학도 자체생산물량 부족으로 대규모 수입의존

II

중국의 주요산업 동향

1. 산업별 시장 특성

□ 자동차산업

- 자가용 대중화시대 도래로 소형차가 주력시장으로 부상
 - 소형차 42.4%, 중대형 24.4%, 미니카(1,000cc 이하) 20.5%
- 브랜드 국적별로는 일본계 30.7%, 중국계 27.3%, 유럽계 21.9%, 미국계 12.2%, 한국계 7.9% (2008. 1-8월)

□ 건설기계산업

- 주력분야는 휠로더, 펌프트럭 등이며 굴삭기 분야에서는 상대적으로 취약
 - 소형차 42.4%, 중대형 24.4%, 미니카(1,000cc 이하) 20.5%
- 굴삭기 부문을 제외하고는 미국, 일본, 독일 등에 이어 세계 4위에 진입할 만큼 급속 성장추세

□ 철강산업

- 생산능력이 단기간에 급증하면서 2006년부터 무역흑자국으로 전환
 - 봉.형강류, 열연강판 및 강관류는 주력 수출품목으로 부상
- 표면처리강판류, 냉연강판류는 현재 수입대체 단계

1. 산업별 시장 특성

□ 석유화학산업

- 경공업 분야 수요산업의 호황으로 에틸렌, 합성수지, 합성원료가 급성장
- 세계 500대 석유화학기업은 모두 중국에 투자
 - 외자기업이 전체생산의 19.3%, 기업수의 14.7% 차지(2007년말)

□ 반도체산업

- 산업은 설계전문(Fabless), 수탁제조전문(Foundry) 중심으로 성장
- PC 및 가전용 반도체는 수입에 의존
 - 하이닉스가 현지투자를 통해 메모리를 생산중

□ LCD산업

- 산업기반이 아직까지는 취약
 - 주력분야가 소형 IT제품에 국한되어 대형제품 중심인 한국, 일본 등과는 큰 격차
- 가전 대기업은 LCD보다 PDP 패널 분야에 더 큰 관심

2. 최근 시장동향과 수요변화

- 자동차 : 8월부터 승용차 판매증가 둔화 시작 ➡ 수요감소로 가격하락, 수입 감소
 - 건설기계 : 올림픽 이후 내수 건설경기 둔화 ➡ 인프라 확충 기대감으로 수요위축 완화
-
- 철강 : 생산능력이 지속적으로 강화, 내수부진 ➡ 수입수요 하락세
 - 석유화학 : 다국적기업 투자확대로 자급률 상승세, 그러나 전방산업의 수출 부진 시작되며 수요감퇴 ➡ 9월부터 생산증가율 크게 둔화, 재고누적 지속
-
- 반도체 : 반도체 수요가 급감하면서 시장 위축 ➡ 현지 외국인기업의 생산 감소로 전반적인 수요 둔화
 - LCD : 공급과잉속 글로벌 경기침체 발생 ➡ 수요위축으로 한.일.대만 현지 공장의 생산 위축

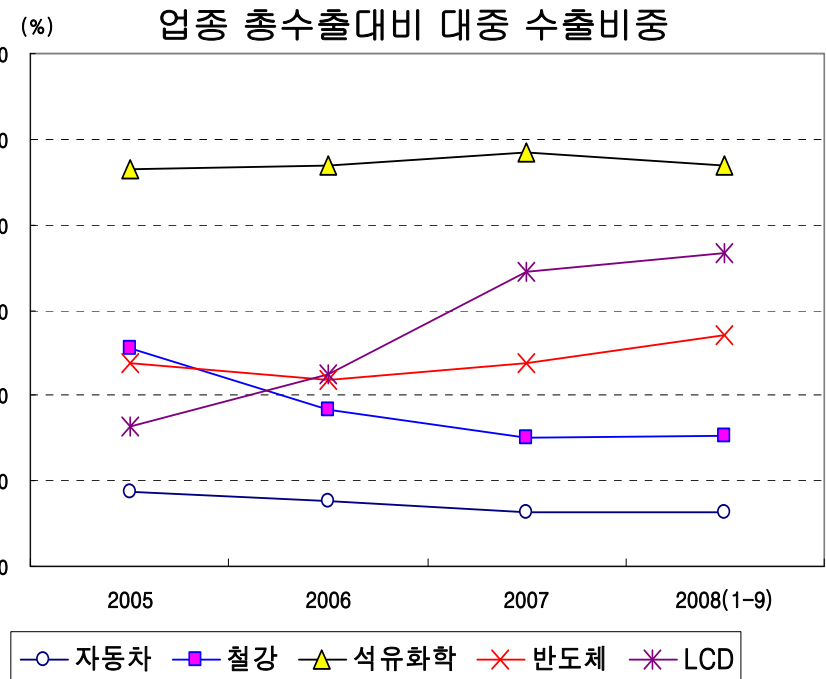
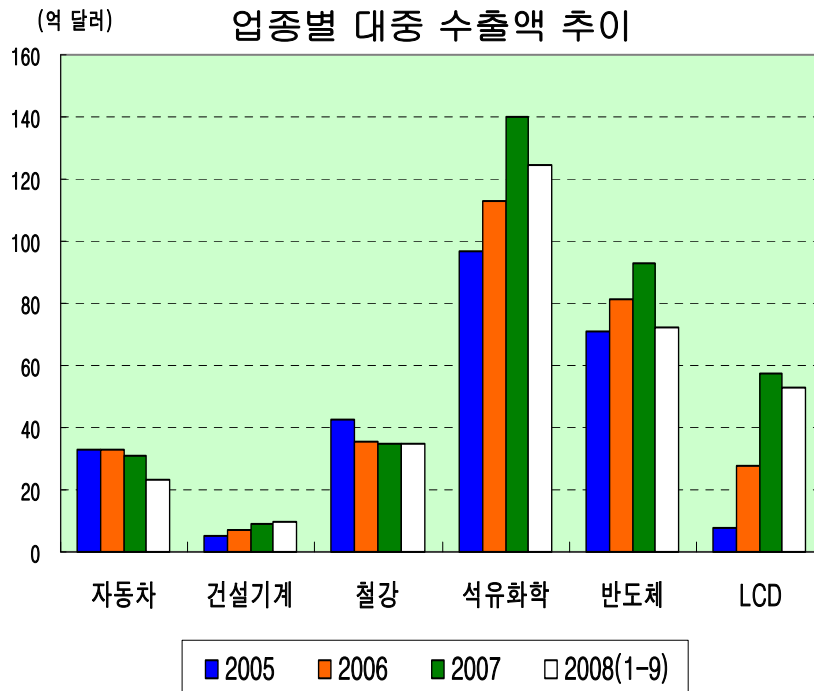
III

한국의 대중 수출의 구조적 특징

1. 산업별 대중 수출입 현황

대중 수출 현황

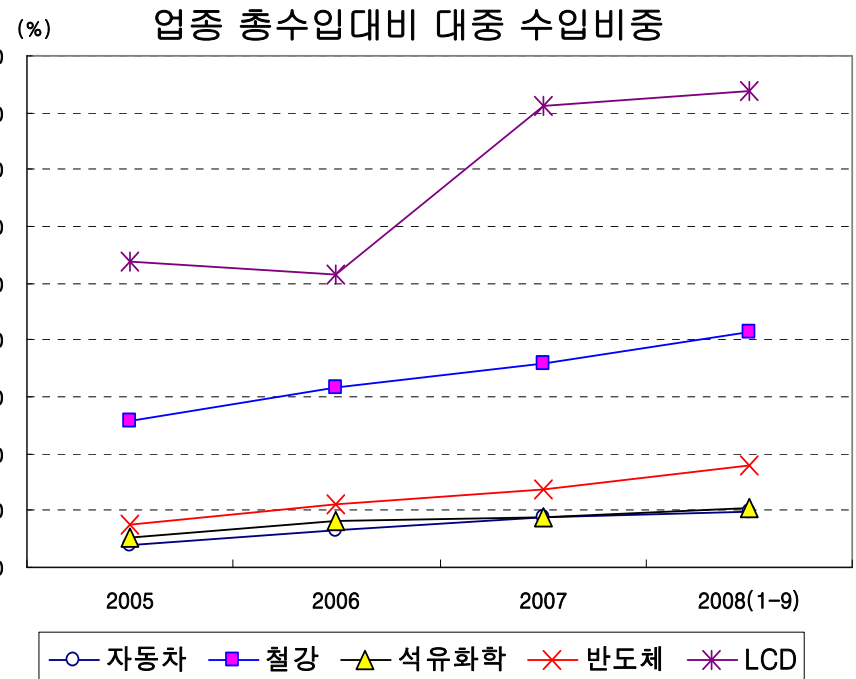
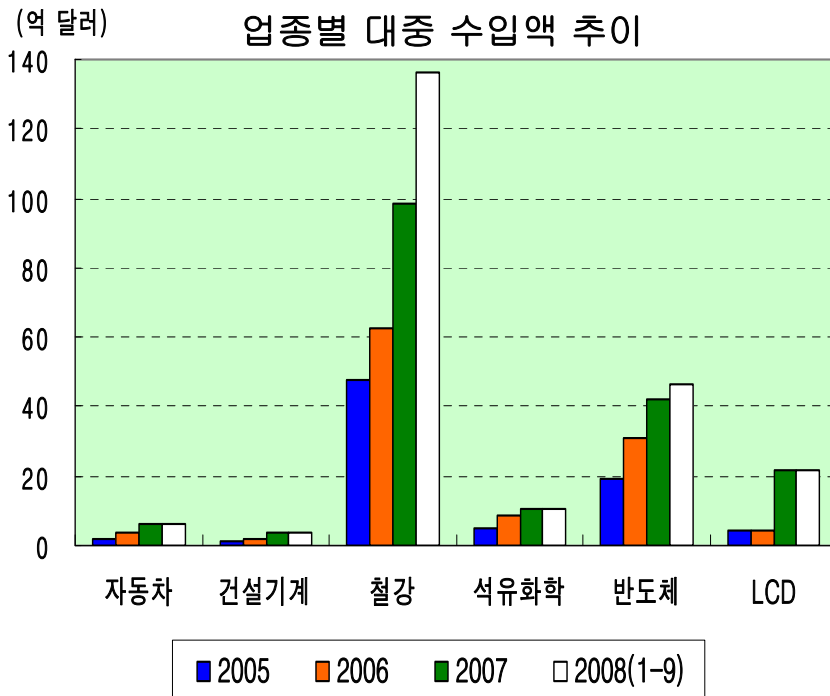
- 최근 3년간 수출급증 업종 : 석유화학, 반도체, LCD
- 석유화학산업, 반도체는 대중 수출의 양대 견인차
 - 특히 석유화학은 대중 수출의 17%, 업종 총수출의 48% 점유(2007~8)하며 매년 급증세
- 반면, 자동차, 철강은 정체 내지 감소세여서 대중 수출확대에 한계 노출



1. 산업별 대중 수출입 현황

대중 수입 현황

- 대중 수입은 **철강**이 높은 비중을 차지 (2008년 9월까지 136억 달러)
 - 업종의 총수출 대비 중국비중이 매년 증가하며 41%(2008.1-9)를 차지
 - 주요업종중 유일한 **대중 무역적자** 기록(2007년 64억 달러)
- 반도체, LCD, 자동차 등의 수입규모는 아직 작은 규모이며 완만하게 증가세



2.산업별 수출입 패턴 : 수출입 특징

	수출입 성격	수출 특징	수입 특징
자동차	-입지격차형	-현지 내수시장용 -승용차, 부품 중심 -非한국계 기업에 대한 수출부진	-현지진출 부품업체의 역수입 증가
건설기계	-기술격차형	-현지 내수시장용 -굴삭기, 지게차 중심 -현지 일관생산체제 구축	-건설기계용 중저가 부품류
철강	-생산능력격차형	-현지 내수시장용 -고급 판재류 중심 -기술 보완적 수출구조 지속	-국내 공급부족제품(핫코일, 강반) -수급조절용 범용강재(봉형강류)
석유화학	-생산능력격차형	-수출제품 원자재용 -합성수지, 합성원료, 중간원료 중심 -현지 수요초과 의존적 수출	-현지진출 국내기업의 역수입 -수급조절용 국내수요 급증제품 중심
반도체	-기술격차형	-수출 및 내수시장용 -중국내 조립용 전자기기에 공급	-파운드리 업체의 반도체 부문 중심
LCD	-기술격차형	-수출제품 원자재용 -합성수지, 합성원료, 중간원료 중심 -현지 수요초과 의존적 수출	-수급조절용 중저가 소형제품 중심

2.산업별 수출입 패턴 : 한.중 상관관계

한국의 수출 vs. 중국의 수출은 매우 밀접한 상관관계 유지

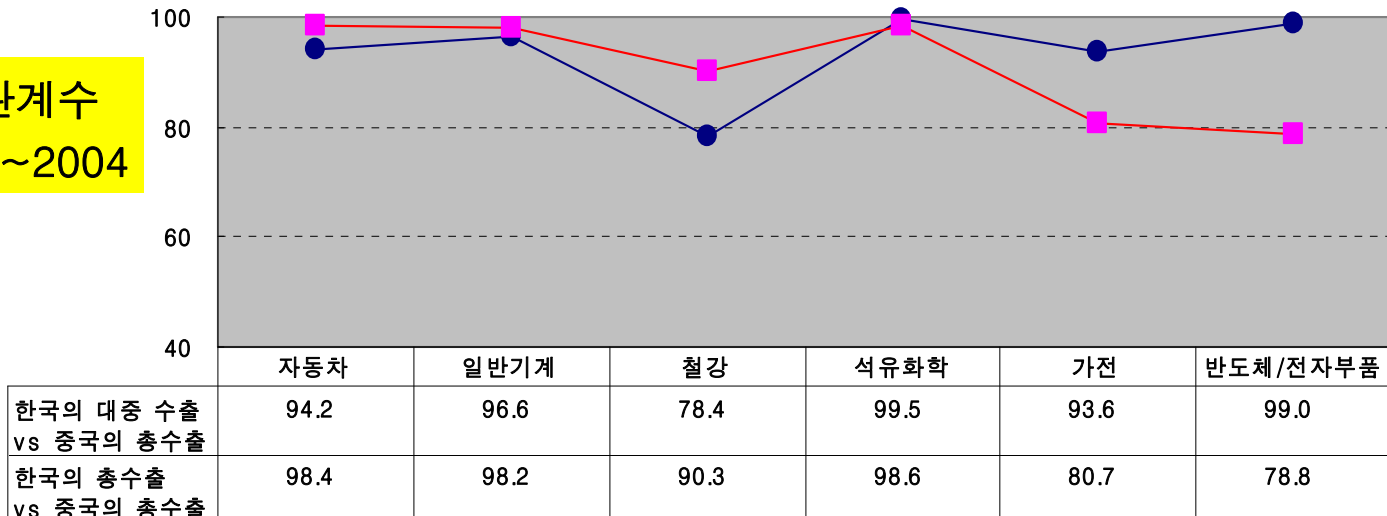
☑ 한국의 대중국 수출 vs. 중국의 총수출 상관계수

- 주요업종에서 90 이상의 값 (특히 석유화학, 반도체는 99)
- 철강은 다소 낮은 78

☑ 한국의 총수출 vs. 중국의 총수출 상관계수

- 한국의 대중국 수출보다는 연관성이 약간 하락
- 그렇지만 여전히 매우 높은 상관관계를 보여 자동차, 일반기계, 석유화학은 98 수준

상관계수
1994~2004



IV

주요 업종별 대중 수출확대 전략

1. 산업별 대중 수출확대 애로요인

✓ 중국의 급성장

- 중국 산업의 경쟁력 강화 ➡ 한국 산업과의 경쟁 심화
 - 외국자본의 활용, 자체 기술개발 등을 통해 단기간에 걸쳐 독자적인 산업경쟁력을 향상
 - 중급 기술 제품은 대부분 중국내 자체조달이 가능해지면서 대중 수출 기회가 축소되는 추세
- 관련 업종 : 석유화학, 철강, 건설기계, 금형 등

✓ 현지생산 확대

- 한국기업의 현지생산체제 구축 ➡ 국내에서의 대중 수출을 대체
 - 중국에 투자진출한 국내기업이 현지부품조달체계를 완결함에 따라 현지 공급물량이 지속적 증가
- 관련 업종 : 자동차 등

1. 산업별 대중 수출확대 애로요인

✓ 세트업체의 수출부진

- 중국내 수요기업의 수출부진 ➡ 수입수요 위축
 - 세계경기의 불황 여파를 강하게 받는 전자관련 세트업체의 수출부진으로 중국내 수요가 급격하게 위축
- 이러한 경향은 수요산업중 특히 수출비중이 큰 세트기업에서 발생하면서 전자관련 부품산업이 직접적인 영향
- 관련 업종 : 반도체, LCD 등

✓ 구매 시스템 미비

- 구매제도의 정착이 미흡 ➡ 현지판매 애로
 - 리스회사 등을 통한 구매가 활성화되지 않아 제품 생산업체가 수요자 발굴 외에 판매보증도 해야 하는 이중고에 직면
- 관련 업종 : 건설기계 등

2. 대중 수출확대 전략

- ☑ 경쟁기업도 위기상황이다 ! “불황을 기회로 활용”
- ☑ 중국산업의 급성장에 대한 전략적.체계적 대응 필요
 - 높은 브랜드 인지도, 기술.품질 우위, AS 및 서비스연계 등을 활용한 차별화 필수
- ☑ 적극적인 내수시장 개척 전략에 집중

1) 경기부양 수요 적극활용

- 중국 정부의 경기부양책으로 발생하는 유발수요를 적극 활용
 - 항만, 도로, 농촌시설 건설, 주택 재개발 등 중국이 추진하는 인프라 확충 투자를 통한 내수진작에 충분한 대응 필요
 - 욕구충족 관련 일반소비(내구 소비재), 건설관련 인프라(중간재) 등에서의 수요발생에 적극 대응
 - 12월부터 가전하향정책 도입 : 4대 가전제품 구입시 보조금 지급
- 관련 업종 : 자동차, 전자(LCD, 가전), 철강, 석유화학 등

2. 대중 수출확대 전략

2) 현지 수요기업과의 제휴 강화

- 중국내 토종기업이나 외국계 수요 대기업과의 파트너십을 획기적으로 강화할 필요(대규모, 장기 공급)
 - **현지 수요기업 확보**는 안정적 수출기반 구축 차원에서 절대 중요
 - 앞으로의 글로벌 전략에서는 수요기업과의 파트너십 공고화가 핵심역량으로 대두될 전망
- 필요시, 거래업체에 대해 **파격적인 조건 제시** 등으로 불황기일수록 더 적극적인 관계 긴밀화가 필요
 - 필요인력 파견, 공동마케팅, 브랜드의 제한적 제공, 구매비용 인센티브 등
- 관련 업종 : 철강, 건설기계, 반도체, LCD 등

2. 대중 수출확대 전략

3) 고부가가치 틈새시장 개척

- 중국의 기술력 부족분야에 특화하여 **고부가가치 제품**의 현지수요 개척
 - 첨단기술, 제조기술 등의 비교우위 확보분야에서 적극적인 차별화를 추진하여 역량을 집중
- 관련서비스 분야에 진출하여 **제품-서비스를 결합 판매**를 촉진
 - 리스사업 활용, 종합서비스시장(부품교체, 고장수리, 금융서비스, 유희설비 재활용 등) 진출 등
- 관련 업종 : 자동차, 석유화학, 건설기계 등

4) 수요기업 자본참여

- 중국시장에서의 안정적 수요확보 전략의 하나로 현지의 주요수요처에 대한 **자본제휴** 적극 검토
 - 부분적 자본참여를 통해 수요처에 대한 **신뢰성 제고**(단기) ⇨ 시장여건 호조시 지분확대 및 **경영권 인수**(중장기)로 발전 가능
- 관련 업종 : 철강, LCD 등

2. 대중 수출확대 전략

5) 기타 업종특화 전략

- 한.중 공동브랜드 전략으로 현지시장의 국내시장화 모색(자동차)
 - - 두 나라에서 **공동 사용하는 전략적 제품의** 개발로 시장개척
- 장비의 담보활용 방안 강구(건설기계)

높은 대중 수출의존성에 따른 차이나 리스크 축소를 위해 모니터링 시스템 가동 필요(석유화학)
- - 중국의 **생산, 수요, 판매가격 변동의 JIT 체크**로 시장변동성 대응력 제고
- 중국내 공급부족 제품을 타겟시장화(석유화학, 건설기계)
 - 중국내 **자급률이 낮은 제품**에 대한 집중적인 시장개척

감 사 합 니 다 !!