

한중 산업협력 포럼 의류분야 토론자 참석

- 이임자 부연구위원(성장동력산업연구센터)

□ 출장 개요

1. 출장자 : 이임자 부연구위원
2. 출장기간 : 2012년 11월 21일 ~ 11월 23일
3. 출장지 : 중국 북경
4. 출장목적
 - 제 4회 한중산업포럼 참석(중국측 의류산업 주제발표에 대한 질문 및 코멘트) 및 유통업체 한미IT, 북경 현대자동차 제3공장 관계자 면담

I. 현지 출장일정

일자	시간	교통편	일정	비고
11월 21일	12:30-13:25	KE5801	인천공항 - 북경 수도국제 공항	이임자 (송병준원장님, 조영삼·이준 박사 동석)
	저녁	북경지부 차량	한미IT 면담	
11월 22일		호텔→세미나 장으로 이동(택시)	장스센 중국사회과학원 공업경제연구소 연구원 주제발표 및 토론	
		한중산업포럼 행사참석 (의류 분야 코멘트, 질의)		
11월 23일	오전	북경지부 차량	북경 현대자동차 3공장 방문	
	14:00-17:10	KE856	북경 수도국제 공항 - 인천공항	-

II. 한미 IT 관계자 면담(송진아대표, 김경훈팀장)

- 한미IT는 18년전 영유아용 정장제인 메디락비타의 중국내 판매를 시작으로 중국 진출
- 2007년 중국내 전용 홈페이지를 개통한 후 현재 중국 전체 350만명의 회원을 보유한 막강한 인터넷 커뮤니티로 부상
 - 메디락비타에 대한 중국내 주부의 강한 신뢰를 바탕으로 회원이 급격히 증가하였으며, 주 회원은 영유아를 둔 젊은 주부
- 현재는 화장품외에도 유아용 신발, 의류, 세탁비누 등 유아용품을 중심으로 인터넷 판매를 병행하며, on-line 매출이 off-line 매출을 추월
 - 온라인 판매용품은 거의 100% 한국산 제품으로 구성되며, 제품은 한국내 우수 중소기업제품을 소싱, 완사입 구입하여 중국내 판매

- 현재 12개 제품을 총판하고 있으며, 향후 제품라인은 더욱 확대될 계획
- 홍보 및 마케팅은 주로 회원 350만명을 대상으로 이루어지며, 한국내 제품을 들여온 후 회원의 사용후기가 제품의 효과 및 판매 여부 결정에 주요 수단
- 주 판매처 역시 회원이며, 향후 지속적인 회원 확대에 따라 매출 역시 급상승 예상
- 중국의 온라인사업은 온라인유통규제 등 제도적 규제가 없을 뿐만 아니라 입점비 또는 마케팅 비용 등이 들지 않은 이점
- 중국내 성공요인
 - 메디락비타에 대한 젊은 주부들의 신뢰 및 높은 충성도
 - 한국 및 한국제품에 대한 높은 신뢰도
 - 지속적인 회원과의 소통을 통한 회원관리
 - 현지 의사 및 약사 등 전문의를 통한 유아관련 정보 제공
- 향후 개선방안
 - 지속적인 온라인 판매용 우수 아이템 발굴 : 우수한 중소기업
 - 품질검증을 위한 정부 지원 필요 : 화장품의 위생허가 등 준비된 중소기업

II. 중국 의류산업 발전 현황 및 전망 발표자료

(장스젠 중국사회과학원 공업경제연구소 연구원)

1. 중국 의류산업 발전현황

- 2011년 방직규모 일정이상 기업의 총생산액은 5조 위안을 돌파, 면사 생산량은 2800만톤 이상, 화학섬유 생산량은 3300만톤 이상, 방직공업 수출 규모는 2500억 달러 이상 기록

- 방직공업 중 의류업의 비중은 약 25%로, 2011년 중국 의류업의 총 생산액은 1조 2천억원 위안, 수출액은 1550억 달러에 달함.
- 2012년 발전 현황은 수출의 경우 상반기에 2%에도 미치지 못하였으며, 특히 1월, 2월, 4월, 6월에는 수출규모가 전년동기비 마이너스 성장을 기록
 - 2012년 7월 중국 의류수출은 전년동기비 8.1% 감소하였으며, 1~9월 중국 의류수출은 1160.6억 달러로 전년동기비 0.7% 증가에 그침.
 - 내수는 2012년 1~8월 의류 및 의류 액세서리 총 공업판매액이 전년동기비 12.43% 증가한 것으로 나타나 상대적으로 양호함.
- 중국 무역방식은 가공무역 수출은 뚜렷한 하락세 반면, 일반 수출은 성장세를 유지함.
 - 의류 수출량은 줄어드는 반면, 수출가격은 상승
 - 무역대상국으로는 미국 등 전통시장 수출은 감소하는 반면, 아세안이 4대 시장으로 부상함.
- 중국은 13억 인구의 의류수요 대국이며, 동시에 의류 생산대국임.
 - 전세계에서 생산되는 의류 3개 중 하나는 'made in china'
 - 중국 의류업의 4대 특징은 규모 大, 생산량 多, 低품질, 구조 낙후
 - 디자인 수준이 낮고, 저급 상품이 많으며, 대형 브랜드가 부족하고, 저부가가치 상품이 대다수임.
- 중국 의류업의 현 발전단계의 주요요인
 - 풍부한 자원 우위

- 저가 노동력으로 글로벌 브랜드 유치
- 선진 기술의 수입 생산공업설비 대량 보유
- 매우 발달된 교통 인프라와 세계 선진 수준의 물류산업 구비
- 수많은 영리기업들이 단기이익을 위해 대량으로 시장 진입
- 방대한 시장

2. 중국의류업의 당면 문제점

○ 중국은 세계 최대 의류 생산국으로 많은 문제에 직면

- 지역발전 불균형: 동부연안지역 생산이 전국 시장의 80% 차지
- 시장경쟁 가열 : 더딘 세계 경제 회복 및 수요 침체로 재고 처리 부담, 주로 가격 및 스타일 경쟁에 치중, 대부분의 의류기업이 도매시장 유통 위주로 경쟁
- 원가 상승으로 이윤 위축: 노동원가, 국내 원자재가 상승 등 생산원가 빠르게 사용하면서 중국 기업 이윤율이 1~8월간 전년동기비 12% 감소
- 자금문제 대두: 융자난, 높은 융자비용 등 문제 발생, 기업의 대출금리가 지속적으로 상승하면서 의류기업의 이자비용이 1~10월간 전년동기비 37.2% 상승, 반면 자금부족으로 재고 정리에 나서면서 상품가격은 하락 초래
- 기업의 기술진보가 외부 환경의 변화에 따라가지 못함.
- 자기개발 디자인·스타일 부족 : 주요 발전방식이 모방에 치중되고 있으며, 이는 전문인력의 부족에 기인
- 브랜드 경쟁력 제고 필요 : 중국 유명상표는 소수로 국한되어 있으며, 진정한 글로벌 브랜드는 극히 적음

3. 중국 의류업 향후 발전 전망

○ 단기적으로는 비관적 : 2013년까지 국내외 경제 형세가 개선되지 않아 연간 증가율은 8% 달성하기 어려울 듯

- 주요 선진국의 재무위기, 높은 실업률과 위축된 소비심리, 시장수요 침체 등 세계 경제 추세가 지속 부진 전망
- 국내적으로는 2분기에 시행한 경제성장 촉진, 수출확대 조치 효과가 3분기에 가시화될 것으로 보이나, 방직품과 의류업계를 위한 수출 촉진 정책은 거의 모두 나온 상태로 단기간내 중대한 영향을 미치는 정책은 어려울 듯
- 단기적으로 원자재 가격 변동, 인력난, 위안화 절상, 금리와 지급준비율 인상, 전력난과 에너지 위기, 환경보호의 압박, 스태그플레이션 예측 증가 등 방직의류제조업의 발전은 많은 불확실 요인의 영향을 받으며 2013년에 더욱 복잡한 환경에 직면

○ 반면 중국의류업의 장기 전망은 매우 밝은 편

- 공업총생산 증가 : 12.5규획 기간 말, 방직 총공업 생산은 6조 위안을 초과하고 연평균 5~8% 성장 기록 예상, 수출은 연평균 8~10% 증가 예상, 자체 브랜드 상품비중은 28~32%로 상승
- 구조조정 : 산업구조 업그레이드, 낙후 생산시설 도태, 산업이전이 방직 의류산업의 발전을 이끌고, 한계 기업 퇴출과 시장자원의 우수 기업 집중으로 구조 고도화
- 산업투자 : 중국 방직의류업체의 중서부 지역으로의 이전 추세가 강화되는 한편, 중서부 정부는 기업 유치를 위한 우대정책 개발에 주력하여 고정자산투자가 중서부에 더욱 집중될 것임.
- 의류업의 발전모델은 산업 클러스터
- 12.5규획 기간 동안 방직 클러스터, 산업단지 및 지역경제발전 수준이 크게 향상될 것이며, 산업집적화의 발전우위가 더욱 두드러질 것임.

특히 성숙된 기술가 특색을 갖춘 가치사슬이 완전한 산업클러스터를 2010년 현재 175개에서 200개 이상으로 늘리고, 산업경제에서 차지하는 비중을 현 40%에서 52%로 제고시킬 계획임.

II. 중국 의류산업 발전 현황 및 전망에 대한 토론 (KIET 이임자)

1. 의류산업 발전 과정의 한·중 비교

- 1995년 이후 한국과 중국의 의류산업 발전은 완전히 상반된 모습을 보이고 있음.
 - 중국은 1995년 이후 생산 및 제조기술의 발달과 더불어 섬유·의류 부문의 생산액, 고용, 수출이 지속적으로 확대되며 글로벌 시장 리더로서 입지를 굳히는 등 성장기의 특성을 보임.
 - 반면 한국의 섬유·의류산업은 2000년대 초반까지 중국, 베트남 등 경쟁국 대비 경쟁력 열위로 마이너스 성장세를 기록, 2000년대 후반에는 비용감소 및 효율성 강화를 위한 합리화 투자, 경쟁력 강화를 위한 신기술·신제품 투자 등을 통해 산업구조조정 및 생산품목 고도화가 진행되는 시기로 저성장 단계의 성숙기적 특성을 보임.
- 중국과 한국의 의류산업을 살펴보면 중국의 의류 생산은 90년 후반 연평균 9.5%, 2000년대 초반 15.5%, 2000년대 후반에는 26.2%로 급성장세를 보여 2010년 기준 중국 의류생산 규모는 한국의 11.5배에 달함.
 - 그러나 한국의 의류산업은 90년대 후반에 9.3%의 역성장을 기록한 후 2000년대에는 6%대의 안정적인 성장세를 유지하고 있음.
- 양국간 위상 차이는 수출에서 더욱 크게 나타남.

- 중국의 수출은 2000년대 들어 10% 이상의 높은 성장을 달성하며, 세계 수출시장점유율은 1990년 8.9%에서 2011년 37.3%를 기록
- 그러나 한국은 의류 수출경쟁 심화 및 경쟁력 약화로 2000년 들어 수출이 급격히 감소하여 수출시장점유율은 중국과 반대로 1990년 7.3%에서 2011년 0.4% 수준으로 낮아졌음.

<표> 중국·한국의 섬유·의류산업 발전 추이

단위: 억달러

		중국			한국		
		섬유	의류	계	섬유	의류	계
1995		648.3	176.0	824.3	284.7	139.4	424.1
2000		772.2	276.8	1,049.0	239.0	85.7	324.7
2005		1,665.8	569.7	2,235.5	204.3	117.4	321.7
2006		2,323.0	772.5	3,095.5	206.5	133.3	339.8
2010		4,942.7 (23.7)	1,821.5 (11.5)	6,764.1 (18.4)	208.6 (1.0)	159.0 (1.0)	367.5 (1.0)
연평균 증감률	95~00	3.6	9.5	4.9	-3.4	-9.3	-5.2
	00~05	16.6	15.5	16.3	-3.1	6.5	-0.2
	05~10	24.3	26.2	24.8	0.4	6.2	2.7

자료: National Bureau of Statistics of Korea, ISTANS

주: 1) 섬유산업에 화학섬유 포함.

2) () 안은 한국 생산규모 대비 중국의 상대적 크기

<표> 중국·한국의 의류 수출 추이

단위: 백만달러, %

	1990	1995	2000	2005	2011	연평균증가율		
						95~00	00~05	05~11
중국	9,669 (8.9)	24,049 (15.2)	36,071 (18.2)	74,163 (26.7)	153,774 (37.3)	8.4	15.5	12.9
한국	7,879 (7.3)	4,957 (3.1)	5,027 (2.5)	2,581 (0.9)	1,840 (0.4)	0.3	-12.5	-5.5
세계	108,129 (100.0)	158,300 (100.0)	197,821 (100.0)	277,971 (100.0)	412,457 (100.0)	4.6	7.0	6.8

자료 : WTO

- 상기와 같이 한·중간 생산 및 수출의 상이한 발전과정은 다양한 대내외 여건에 의존함.

- 중국은 저임의 풍부한 노동력, 풍부한 자원, 급격한 수출 증가, 해외직접 투자의 유입에 따른 생산 및 기술 수준 향상, 내수시장의 성장 등 자국의 경쟁우위 요인뿐 만 아니라, 2001년 WTO 가입, 2005년 섬유쿼터 폐지 등 대외 여건으로 수출이 급격히 확대되면서 의류산업이 크게 성장하는 계기가 되었음.
- 반면 한국은 국내의 임금 및 생산비용 상승, 해외투자 확대에 의한 생산 기반 공동화 진전, 중국·베트남 등과 경쟁심화 및 국내외시장 잠식, 중국의 WTO 가입 및 섬유쿼터 폐지 등 중국에겐 기회요인이 한국에게는 위협요인으로 작용하면서 글로벌 위상이 크게 저하하였음.

2. 한·중간 의류 교역 및 한·중 FTA

- 중국은 2011년 기준으로 한국 의류의 최대 수출국(21.4%)이자 최대 수입국(65.9%)임.
- 한·중간 의류 교역은 1988년 이래 지속적으로 대중 무역수지 적자가 확대되는 추세이며, 2011년에는 30억달러 적자로 최대 수준을 기록하였음.
- 이는 1987년부터 노사분규 심화에 따른 인력 확보난 및 높은 임금 상승 등으로 인해 가격경쟁력이 약화되자, 1986년 이후 해외투자에 대한 대폭적인 규제완화, 1992년 한·중 수교에 힘입은 대중국 투자 급증으로 중국에서 임가공 생산한 의류의 역수입이 크게 증가한 것에 기인
- 우리나라 의류업계는 국산 원부자재를 중국으로 반입하여 중국에서 봉제 한 후 국내로 역수입하거나 제3국으로 수출하는 형태의 임가공투자를 확대하여 왔음.

<표> 한·중간 의류 수출입 추이

단위: 백만달러, %

	1990	1995	2000	2005	2011	연평균증가율			
						90~95	95~00	00~05	05~11
대중수출	2	58	153	327	369	101.5	21.5	16.4	2.0
대중수입	6	413	870	2,188	3,448	137.0	16.1	20.3	7.9

무역수지	-4	-355	-717	-1,861	-3,078				
------	----	------	------	--------	--------	--	--	--	--

자료 : kita.net

- 한편 한·중 FTA 체결로 양국간 교역 및 협력의 확대가 가능할 것으로 예상
 - 그러나 한국 입장에서는 무역수지 적자가 확대되는 상황에서 FTA로 인한 의류 수출확대보다는 의류수입 증대효과가 더욱 클 것으로 전망되어 우려
 - 양국간 의류 생산구조가 범용제품에 치중되어 있어 시장경합도가 높은 가운데, 중국의 절대적 가격 우위로 FTA 철폐에 따른 중국산 제품의 수입 급증 및 국내업체의 생산기반 약화가 우려되는 실정임.
 - 반면 중국의 경우에는 대한국 의류 수출 및 시장점유율 확대 등을 위한 기회의 장이 될 것임.

3. 향후 의류산업 환경변화 및 성장 전망

- 최근 중국 및 한국 의류산업은 유로권 재정위기 여파로 수출이 낮은 성장세를 보이고 있음.
 - 중국의 대세계 의류수출은 2012년 1~9월간 전년동기비 0.9%, 한국의 대세계 의류 수출은 동기간 2.8% 증가세를 기록하고 있음에도 불구하고, 양국간 의류 수출입은 모두 감소세를 기록하고 있음.
 - 2013년에도 글로벌 경기의 불확실성 지속 및 세계 경기의 저성장 기조로 큰 폭의 수출 확대는 기대하기 어려운 상황임.
 - 반면 양국의 의류산업은 2013년 완만한 실물경기 성장세 및 민간소비의 점진적 회복에 따른 내수 성장에 힘입어 의류경기의 완만한 호조가 예상됨.

- 반면 장기적으로 양국의 의류산업은 대내외 환경 변화에 대응한 적극적인 성장전략이 요구됨.
 - 양국은 소품종 대량생산, 인건비 등 원가상승, 글로벌 경쟁 심화, 낮은 디자인 및 브랜드력 등의 공동 문제에 직면해 있음.
 - 게다가 한국은 의류 생산기반 약화 및 인력난이 심각하고, 중국은 지역 발전 불균형, 베트남, 미얀마 등 후발국의 추격 등의 위협요인을 안고 있음.
 - 또한 장기적으로 환경·에너지, 기술발전, 국제경제, 사회문화 측면의 다양한 변화가 예상되며 이러한 변화들은 의류산업의 수급과 성과에 상당한 파급효과를 초래할 것임.
- 따라서 한국은 저성장의 성숙기 단계를 극복하기 위해, 중국은 지속적 성장 및 성숙기 진입 전 선제적 대응을 위해 의류산업 구조 고도화와 고부가가치 의류 생산을 위한 발전전략이 요구되는 시점임.
 - 이에 중국과 한국은 향후 국내외 환경변화에 대응하여 성장잠재력 확보 및 경쟁력 강화를 위해 얼마나 선제적으로 효과적인 발전전략을 마련하고 효율적으로 추진하느냐에 따라 성장의 크기 및 향방이 결정될 것임.

4. 한·중 의류산업의 산업협력 과제

□ 기술협력 및 소재개발 협력

- 한국과 중국 모두 향후 고부가가치 의류 생산에 주력함에 따라 주력 생 산품목은 현재의 중저가의 대량생산 또는 OEM 위주의 범용 의류에서 고기능성·고감성 의류소재, 패션의류 등으로 바뀔 것으로 예상
 - 특히 중저가 범용품을 중심으로 생산은 중국 이외의 베트남, 라오스, 방글라데시 등 제3의 개도국으로 이전이 확대되는 대신, 양국의 생산의 생산 및 수출은 고기능성·고성능 의류 또는 브랜드 패션의류 중심으로

점차 이동해 갈 것임.

- 따라서 양국간 기술협력은 고기능성 부여를 위한 염색·후가공, 친환경·고기능성 부가가치 신소재 개발, 최신설비 및 신공정 도입, 나노기술 및 봉제기계 분야 등에서 더욱 절실

□ 경쟁우위에 입각한 분업구조 강화

- 중국은 풍부한 천연자원에 입각한 천연 섬유사 및 천연직물을 기반으로 하는 의류소재 및 의류 생산에 경쟁력을 보유하고 있으며, 한국은 화섬소재 및 염색가공 측면에서 상대적 우위를 보유하고 있는 것으로 평가됨.
- 또한 생산 기반은 절대적으로 중국 우위이며, 신소재 개발은 한국이 보다 우위에 있는 것으로 평가된다.
- 따라서 양국은 경쟁우위에 입각한 분업체계 강화로 양국간 경쟁을 지양하고 글로벌 시장에서 경쟁력 강화가 가능할 것으로 사료

□ 양국간 마케팅 협력

- 한국과 중국은 모두 “명품”과 “SPA”로 대변되는 글로벌 브랜드와의 경쟁이라는 소비환경 변화로 소비의 양극화와 합리화가 가속화되고 있음.
- 이러한 외부 요인으로 촉발된 환경변화 과정에서 양국의 의류업체들은 향후 경쟁력 있는 상위업체 중심으로 재편되어갈 것임.
- 이러한 대형 의류업체들은 유통망 확대와 브랜드력 강화에 주력하면서 소비자의 질적 개선 등에 대한 욕구 등에 힘입어 유통망을 지속적으로 확대해 갈 것임.
- 중국과 한국의 의류시장은 세계 최대 규모의 의류 소비시장이며, 양국은 글로벌 시장 진출을 위한 사전 단계로 전자상거래·홈쇼핑 등 다양한 유통채널과 소셜마케팅을 적극 활용하는 마케팅 협력이 필요

Ⅲ. 북경 현대차 제3공장 관계자 면담

- 현대 자동차는 해외 생산이 국내 생산 추월
 - 특히 중국 생산투자는 폭스바겐의 60% 수준에서 공장 건설로 엄청난 경쟁력 보유
 - 또한 수요 예측 및 시장 대응 등 시장예측을 성공적으로 하여 중국 시장 공략 성공

- 북경 현대차는 협력업체와 동반 진출하여 성공한 모범사례
 - 주력부품 9~10%는 한국에서 조달하며, 비주력 부품의 10%는 로컬조달이며, 나머지는 모두 동반진출한 협력업체에서 조달
 - 반면 북경현대차가 중국과 합자회사이기 때문에 중국의 현지조달 비중을 높여주길 바라는 중국정부의 정책적 요구 점증 추세

- 북경 현대차는 품질관리가 가능한 적절한 수준의 capa 내에서 생산 및 운영 노력
 - 반면 합자한 북경시는 현재 90만대 정도 생산을 하고 있으나 생산 capa를 늘려달라는 상이한 입장 상존

- 현대는 성장통없이 전세계 400만대 초과 생산 중이나, 도요타는 과거 성장통을 겪은 바 있음.
 - 도요타는 협력업체와 동반지출을 하지 않았으며, 현지화 전략을 구사하지 않음.
 - 반면 현대는 동반진출로 품질관리가 매우 용이하며, 협력업체와 현대는 품질관리를 위해 모든 주재원에 대한 전반적인 평가를 실시하고 인력교육 등 인력관리 시작

