

한중일 경제협력과 자동차 산업의 중국 진출방향

The Economic Cooperation of Korea, China and Japan & the Advance to China in Automobile industry.

김동기* · 신용하**
Kim dong-ki* · Shin yong ha**

ABSTRACT

Under the sudden change of competitive environment, the economic cooperation as a part of survival strategy is being a big issue among countries. There was much discussion based on the geological adjacency as well as cultural homogeneity regarding the economic cooperation of three countries, Korea, China, Japan. It has been also known that major trade countries of the world concluded the treaty of region trade, then extended the number of export, and drew a success in foreign direct investment. Resent automobile industry is being ran by the center of America, Europe and Japan. Korea only has a successful experience of restoration of automobile industry in the half of a century after his beginning. It is true that China is trying to do best to raise his automobile industry. Also Japan is a leading automobile country guiding automobile industry all over the world. It can be considered that Korea will play a major role in the three countries' automobile industry based on Japanese demonstrated technology, Chinese resources, market and experience with their economic cooperation. Therefore it is expected that a big result will be achieved throughout such a role play of each country.

This paper has a purpose to light up the distinctive quality and the present condition of each country in automobile industry, and to promote the foundation of three countries' economic cooperation. It is convinced that the economic cooperation of three countries, Korea, China and Japan in automobile industry, will play a great role in the world automobile market.

1. 서론

자동차 산업은 중국의 WTO 가입으로 인해 한국의 대중국 수출 증가율이 가장 높게 기대되는 산업중의 하나이다. 2005년까지 자동차에 대한 관세율을 현행 80~100%에서

* 경기대학교 첨단산업공학부

** 경기대학교 첨단산업공학부

25%로, 부품에 대한 관세율은 10%로 인하하기로 함에 따라 부품을 중심으로 수입 수요가 증가할 것으로 예상된다. 대중국 수출물량 예상 증가율은 20%대의 높은 수출 물량증가율을 기록할 것으로 예상되어진다. 또한 중국의 WTO가입으로 인한 관세 인하 이외에 경제성장에 따른 신흥 부유층의 급격한 증가도 수출 확대에 유리한 여건이 조성되었음을 보여준다. 실제적으로 1999년 기준으로 중국의 차량 보유비율은 국민 157.4인당 1대로 EU나 일본 등 선진국의 약 2인당 1대, 그리고 현재 한국의 3.6인당 1대와는 큰 격차를 보이고 있는 현실이다. 중국의 급속한 경제성장 조건을 감안한다면, 자동차 산업을 중심으로 한 동북아 경제협력이 세계경제에 큰 영향을 가져올 것이 자명하다. 12억 인구의 중국 자동차 시장은 21세기 최대 소비시장으로 부상할 전망이다. 특히 승용차에 대한 수요는 향후 20년간 급속히 늘어날 것으로 예상된다. 그러나 중국정부가 각종 비공식 비관세 장벽을 강화할 가능성이 있어 단기간에 급격한 증가를 기대하기는 무리인 것이 현실이다. 이에 중국 자동차산업이 내수산업으로 국산화단계가 진행 중이며 한국과 경쟁적 관계가 아닌 보완적 관계를 유지하고 있음을 감안하여 한국이 한국전쟁 이후 이룩한 급속한 자동차 산업의 발전을 선례로 이 안을 제시하여 본다.

2. 한국과 중국의 자동차산업

2.1 한국 자동차산업 현황

“소수의 자동차 제조업체만이 1990년대 세계시장의 구조재조정 과정에서 살아남게 될 것이고, 한국의 5개 자동차 메이커들은 아무도 여기에 남지 못하게 될 것이다. 단지 도요타, 혼다, 닛산 폭스바겐, 포드, GM 등과의 제휴에 의존해 일부 틈새시장에서 하청 업체로 명맥을 유지하게 될 것이다.”라는 1992년도의 세계 자동차 산업의 전망에도 불구하고 한국의 자동차 메이커들은 세계시장에서 경쟁력이 있는 주도적인 자동차 메이커가 되려고 노력하고 있다. 한국은 비록 쌍용자동차, 기아자동차, 삼성자동차의 부실에 의한 구조조정과정이 있었음에도 불구하고 명실상부한 세계적인 자동차 메이커로서의 입지를 굳히고 있는 실정이다. 한국자동차 산업은 1962년에 탄생한 이래 괄목할만한 성장으로 전 세계적으로 명실상부한 위치를 차지하게 되었다.

현대가 만든 소형차로 1980년대 미국시장에 성공적으로 진입하게 된 한국은 폭스바겐으로 이룩한 1950년대의 독일의 성공과 도요타로 이룩한 1970년대에 일본의 성공을 되풀이했다. 한국의 자동차 제조회사들이 세계시장에서 새로운 경쟁자로 나타날 수 있을 만큼 어떻게 기술적으로 빨리 성장할 수 있었는지 그리고 이 과정에서 자동차 산업은 정부와 어떻게 상호작용을 하였는지는, 중앙정부 차원에서 자동차산업을 육성하려고 하는 중국의 자동차 산업의 기준이 될 수가 있을 것이다.

다른 개발도상국가에 있는 기업들과는 달리, 한국의 자동차 회사는 기술능력을 키우기 위해 독자적인 전략을 추구하였다. 외국기술의 습득, 소화 그리고 열성적인 노력은 기술을 습득하는 데에 아주 커다란 역할을 담당하였다. 또한 위기의식을 통해 노력을 강화시킴으로써 창조적인 결실을 맺게 하였다. 한국은 자동차 경영자들이 앞으로도 지속적으로 위기를 조성하고 해결해 나가며(노력의 강화) R&D 투자를 증가시키는(지식

수준의 향상) 한 경쟁력 있는 자동차 생산자로 남게 될 것이다.

2.2 중국 자동차산업 현황

중국의 자동차 생산과 판매는 지속적으로 증가하여 2000년에 모두 200만대를 넘어섰다. 96년부터 2000년까지 자동차 판매는 연평균 9.2%의 증가율을 기록하였으며, 생산은 8.7%의 증가율을 기록하였다. 이에 따라 중국경제에서 자동차산업이 차지하는 비중도 크게 높아졌다. 자동차산업이 GDP에서 차지하는 비중은 91년 2.3%에서 98년에는 4.1%로 높아졌다. 고용 면에서는 98년 말 현재 2,790만 명이 자동차산업 및 자동차산업과 직접 관련이 있는 산업에 종사하고 있는데, 이것은 전국 도시취업인구(98년 말 현재 2억 678만 명)의 13.5%에 해당한다. 현재 중국의 자동차 산업은 내수시장에서의 수요가 아직까지는 미약하나, 지속적으로 수요가 증대될 전망이고, 수출에서의 역할도 점차 증가할 것이라 기대된다.

중국 자동차 시장의 급속한 확대는 중국경제의 고도성장에 의해 뒷받침되고 있다. 중국경제는 80년 이후 연평균 9.6%의 유례없는 고도성장을 구가하였는데, 95계획 기간 중(96~2000)에는 연평균 8.3%의 성장률을 기록하였다. 2001년 상반기에도 전년동기대비 7.9%의 성장을 기록하였다.

중국의 완성차 및 부품 업체 수는 매우 많다. 99년 현재 완성차 업체는 118개사, 부품업체는 1,540개사로 조사되고 있다. 생산량에 비해 업체수가 많기 때문에 연간 생산량이 1만대 이상 되는 기업은 20개사 밖에 되지 않으며, 15만대를 넘는 기업은 불과 4개사 밖에 되지 않는다<표1>.

<표1> 중국의 완성차 및 부품업체수 추이 단위 : 개사

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
완성차	120	124	124	122	122	122	115	115	118
부품	1,914	1,817	1,650	1,638	1,671	1,589	1,618	1,628	1,540

자료 : 中國自動車工業年鑑(FOURIN, 「중국자동차데이터」 No.60, 2001.3

현재 중국내의 승용차 생산은 소위 '3大 3小 2微'로 불리는 8개 업체들이 주도하고 있다. 이들 업체들의 생산능력은 140만대에 이르는데, 중국 정부는 지난 94년 7월에 '자동차산업공업정책'을 발표하여 당분간 해외업체들의 진입을 불허하고 기존의 8개 업체들을 중심으로 자동차산업을 육성하겠다는 방침을 밝혔다. 이들 8개 업체가 전체 자동차 판매에서 차지하는 비중은 75%정도이며, 승용차의 경우에는 90%이상을 차지하고 있다. 물론 3大 3小 2微 프로젝트인가 이후에도 GM, 도요타, 포드 등이 중국진출에 성공하기는 하였지만, 대형업체를 중심으로 규모의 경제를 달성하겠다는 기본방침은 지금도 유지되고 있다<표2>.

중국의 트럭 생산은 50년대 후반부터 소련 제품을 모방하기 시작해 70년대 독자모형을 개발하였으나 승용차와 버스 등은 아직도 해외로부터 기술도입 및 소화단계에 처해 있다. 중국 부품산업의 생산 및 기술 능력도 대단히 취약하여 연료전자제어시스템, 터

<표2> 중국 주요 승용차 생산업체의 제휴선과 생산능력

	중국업체	생산자	모델명	생산개시	생산능력	제휴업체
3大	第一汽車	第一汽車轎車	紅旗 小紅旗	1973	3만대	아우디
		一汽 VW	VW Bora Jetta Audi A6	1992.7	15만대	VW 아우디
	東風汽車	神龍汽車	시트로엥 ZX	1996	15만대	PSA
	上海汽車	上海 VW	Polo Passat B5 Santana Santana 2000	1985	50만대	VW
		上海 GM	Buick	1999초	10만대	GM
3小	北京汽車	北京 Jeep	Cherokee	2001.7	10만대	크라이슬러
	天津汽車	天津汽車	Charade Charade II	1986	15만대	다이하쓰
	廣州汽車*	廣州혼다	Accord	1999.10	3만→5만	혼다
2微		長安汽車/ 長安스즈키	Alto	1990	15만대	스즈키
		貴州航空工業	Rex	1994	1만대	후지중공업

주 : 廣州汽車는 98년 6월부터 뿌조가 생산을 중단하였음

보차저, 등속유니버설 조인트, ABS, 증발기 등은 국내 생산이 공백이거나 방제단계 또는 개발단계이다. WTO 가입이전의 중국 정부는 자동차에 대한 고관세율(80~100%) 정책에 의해 완성차에 대한 실제 수입 규모는 적은 반면, 부품에 대한 수입 규모는 상당하였다. 이에 따른 부품 공용화나 현지 생산방식을 위한 기술이전 등을 고려해 볼 수가 있다. 또한 현재의 WTO 가입에 따른 완성차에 대한 수입확대 정책과 자국산업을 육성하기 위한 국산화 노력이 필요하다. 이를 위하여 한·중·일 삼국의 협력체계 구축이 선결과제라 할 수가 있다. 1999년 중국 승용차 수입액은 4억 5,710만 달러로 전년대비 7.7% 증가하였다. 최대 수입 국가는 日本으로 수입 점유율이 66.6%를 차지하고 있으며 한국은 수입 순위 7위로 수입 점유율이 1.3%에 불과하다<표3>.

<표3> 한국과 주요 국가의 자동차 대중 수입 비중(HS Code 8703) 단위 : 백만달러, %

구분	중국 수입	日本(1)	독일(2)	헝가리(3)	한국(7)
금액	457.1	304.5	55.8	42.4	6.1
비중	100.0	66.6	12.2	9.3	1.3
증가율	7.7	-11.1	102.9	2018배	-11.2

자료 : 중국 해관통계, 산업연구원 재정리.

WTO 가입 이후 중국의 승용차 산업은 상당한 타격을 받게되어 국내 업체의 외국기업과의 합작을 촉진하는 등 자동차산업의 전반적인 구조조정을 가속화하여 현재 120개

업체에 달하는 자동차업체가 10대 메이저 업체로 재편될 것으로 전망 (Zhang Xiaoyu 국가경무위 기계공업국 부주임)이다.

3. 한중일 경제협력

3.1 기반조성 및 비전제시

중국 자동차 산업의 현황에서 볼 수 있듯이 일본과 한국의 적극적인 참여는 동북아 중심의 경제기반을 구축하기 위한 큰 기준이 될 수 있다. 일부 학자들 사이에서 이론적으로만 거론돼 왔던 한·중·일 지역경제협력체가 구체성을 띠게 된 것은 지난해 11월말 한·중·일 3국간 단일경제권 구축을 위하여 필리핀에서 열린 '아세안+한·중·일 3국 정상회담'이 계기가 되었다. 한·중·일 3국은 아시아 금융위기를 계기로 모두가 상호협력의 필요성을 절감하고 있다. 3국은 모두 나름대로의 경제구조와 산업구조에 문제점을 갖고 있으며 3국간 협력을 통해 이중 상당부분을 해소 내지 완화할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 한·중·일간 경제협력은 아직 초기 단계이기는 하지만 3국간 경제블록이 형성될 경우 그 영향력은 엄청나다. 일본은 세계 2위의 경제대국이며 중국은 세계 1위의 인구대국이다. 한국은 일본과 중국의 중간에 해당하는 경제 발전단계와 산업구조를 갖고 있고 무엇보다 우수한 인재들이 즐비하다. 따라서 3국간 협력은 거의 무한한 시너지 효과를 창출해 낼 것으로 예상된다. 한국은 IMF체제를 실질적으로 탈피하면서 경제가 정상을 찾아가고 있으며, 한·중·일 경제협력은 일본 경제의 장기 불황을 극복할 수 있는 계기도 될 수가 있다. 중국 경제 또한 WTO가입으로 인하여 지금보다 한 단계 도약할 것이 유력시된다.

동북아 자동차 산업에서의 경제협력은 입지적이나 정서적, 문화적으로 타당성을 설명할 수가 있다. 공용부품의 사용이나 자동차 산업의 분업화로 세계시장에서의 점유율을 높일 수가 있다. 한국은 중국과 비교하면 가격대비 품질 수준은 높고, 기술력이 우수하다. 그리고 개발도상국가중 유일하게 자동차 산업을 가장 단기간에 성공적으로 증흥시킨 경험을 가지고 있다. 일본은 명실상부한 선진 자동차 대국이라고 할 수가 있다. 선진화된 기법과 끊임없는 연구로 도요타, 혼다, 닛산 등 일본 자동차 업계의 빅3가 사상 최고이익을 경신하며 9년만에 GM등 미국 빅3의 순익을 추월했다. 중국은 많은 자원과 노동력을 손쉽게 이용할 수 있는 이점을 가지고 있다. 이러한 배경을 가지고 있는 한·중·일 자동차 산업에서의 경제협력은, 입지적으로는 규모의 경제를 달성할 수가 있고, 운영 면에서는 정서적, 문화적인 동질감이라는 장점이 있다. 상대적으로 기술우위가 있는 일본이 경제협력의 중심이 되었을 경우에는, 기술종속이 될 수 있다는 우려와 이익측면의 배분이 쉽지가 않고, 아직까지 완성차에 대한 경험이 적은 중국이 중심이 된다는 것도 기술적 측면에서 쉽지는 않다. 경제협력에서의 중심 축으로 한국을 고려할 수가 있다. 완성차에 대한 기술력이 어느 정도 검증되어지고, 생산기술과 정도가 중심적 위치에 있고, 지리적으로 또한 중간자적인 한국 주도의 경제협력 방안이 심도 깊게 논의되어야 할 필요가 있다. 또한 이에 관한 많은 연구들이 진행되어야 한다.

3.2 한국과 일본의 전략적 제휴

한일 자동차 메이커의 제휴 중 가장 대표적인 사례는 현대와 미쓰비시의 전략적 제휴를 들고 있다. 미쓰비시자공은 현대자동차에 대하여 설립 초기부터 각종 기술을 제공하고 있으며, 현재 미쓰비시가 기술 제공 등의 지원을 하는 일방적 관계에 머물렀으나 점차 현대자동차가 성장 발전함에 따라 그랜저(일본명 데보네아)등 차종의 일부 품목을 공동 개발하여 상호 납품하는 등 전략적 제휴를 추진하는 단계로 발전하고 있다. 한편, 포드가 대주주인 마쓰다의 경우 기아자동차에 8%의 자본 참가를 하고 있을 뿐만 아니라 기아자동차와 합작으로 KM Corp라는 자동차 판매 회사를 설립(지분율 49%)한 바 있었으나, 최근 현대의 기아 인수에 의해 자본 참가 관계가 해소되었다. 특히 기아의 프라이드의 경우 개발은 마쓰다가, 생산은 기아가, 판매는 포드가 하는 식의 전략적 제휴 관계를 맺은 바 있는데, 이는 자본 참가를 중심으로 하여 생산제휴, 조달제휴, 판매제휴 등이 복합적으로 나타난 사례라고 할 수 있다.

이 밖에도 한일 기업간에는 다양한 형태로 제휴 관계를 맺고 있다. 예컨대 다이하츠는 아시아 자동차에 기술과 상용차 라이선스 생산권을 제공하고 있으며, 대우자동차에 대해서는 혼다기연이 기술 제공을, 닛산이 상용차용 부품공급을, 스즈키가 경승용차 기술 제공을 하고 있다. 또한 닛산 디젤공업은 삼성상용차에 상용차 기술을, 닛산은 삼성자동차에 대하여 승용차 부문의 기술을 제공하고 있다. 특히 닛산은 닛산계열의 부품 제조 회사들을 대거 한국에 진출시킨바 있다.

그러나 최근 삼성자동차 빅딜 등 삼성 그룹의 승용차 사업 포기로 인해 닛산과 한국에 진출한 닛산계 부품 업체들이 상당한 타격을 입었고 프랑스 르노와의 문제, 대우자동차와 GM과의 문제 등 한국 자동차 업계가 심각한 구조 조정의 여파와 향후 이들 업체의 동아시아 진출 교두보의 역할이 앞으로 한일 자동차 제조 회사간의 새로운 관심사라고 하겠다.

3.3 한중 기업의 전략적 제휴

현대·기아 자동차가 오는 2010년까지 중국에서 승용차 생산 규모를 100만대로 늘린다. 이는 현재 생산규모 10만대의 10배에 이르는 것으로 내년에 20만대, 2004년에 30만대, 2005년 50만대로 늘릴 방침이다. 이 회사 관계자는 "중국 시장을 세계5대 메이커로 진입할 수 있는 전략적 생산기지로 삼을 방침"이라며 "오는 2010년 현대차 50만대·기아차 50만대 등 총 100만대 규모의 양산 시설을 갖출 계획"이라고 27일 밝혔다. 이와 관련, 현대차는 최근 중국 베이징(北京) 인근에 베이징기차공업공고유한책임공사(北京汽車工業控股有限責任公司)와 함께 합작사를 설립, 오는 12월부터 EF쏘나타(택시 포함)를 시작으로 아반떼XD 등 승용 전차종을 생산하고 자체 신모델도 개발키로 했다. 현대차는 이를 위해 이 합작법인에 총 2억5,000만 달러를 투자, 연간 생산 규모를 2003년 10만대, 2005년 20만대로 늘릴 계획이다. 특히 장기적으로는 월드카 'TB'를 비롯해 중 소형 승용차를 중심으로 세계 메이저 업체들과 중국시장에서 한판 승부를 벌인다는 계획이다. 기아차도 동평기차집단(東風汽車集團)과 자본 제휴를 통해 올 상반기 중으로 현지 합작법인인 '동평위에다기아(東風悅達起亞)'를 설립키로 하는 등 본격적인 중국시

장 공략에 나섰다. 기아차는 이번 제후로 시장 진출 5년만에 모든 승용차종을 생산할 수 있게 됨에 따라 동평의 '시트로엥'과 별도로 기아 브랜드로 중국 승용차 시장을 공략할 방침이다. 기아차는 또 조만간 기존 프라이드 생산라인을 증설, 오는 10월부터 엑센트(국내명 베르나)의 변형모델을 양산키로 했다. 이와 함께 현지공장 내 신 공장도 오는 7월 착공, 2004년부터 '리오' 후속모델을 양산키로 했으며 지난해 연산 5만대인 생산규모를 2004년 15만대, 2005년 30만대로 늘릴 예정이다. 이 회사 관계자는 "중국 시장은 오는 2010년 자동차 보유대수가 5,000만대로 전망되는 등 폭발적인 성장세를 보이고 있다"며 "중소형 승용차 시장을 집중 공략, 폭스바겐·GM 등과 맞먹는 메이저 업체로 부상할 계획"이라고 밝혔다.

대우차도 미국 제너럴 모터스(GM)의 인수가 완료되면 중국시장 공략에 들어갈 것으로 알려졌다. GM은 대우차를 중국 등 아시아시장 진출의 교두보로 활용하겠다는 전략을 밝혀온 바 있다.

4. 한중일 경제협력 대안

4.1 기업의 노력

4.1.1 자본과 기술 및 수출 연계 체제 구축

생산거점형 투자를 기존의 가공생산, 단독투자 위주의 투자 형태에서 중국 내수시장 진출을 위한 중국 현지 기업과 합자형태로 전환함이 바람직하다. 생산의 현지화는 물론 경영, 금융, 마케팅, 광고, 연구개발 등 경영 전반에 걸쳐 현지화를 추진함이 바람직하다. 중국의 소유제 개혁이 급속도로 진행되면서 연안지역을 중심으로 우리의 중소기업 개념에 가까운 集體企業의 시장 장악 능력이 크게 증대되어지고 있다. 그러므로 부품업체들은 합자 파트너를 國有企業 중심에서 탈피하여 의사 결정이 빠르고 시장 적응력이 강한 집체기업으로 전환함이 바람직하다. 또한 현지에 진출한 우리 완성업체와 부품업체간, 이 업종간, 타 지역간 다양한 유대 관계를 형성해 생산과 판매 협력체제 구축, 정보 교류 등에서 시너지 효과를 창출할 수가 있다.

기술협력과 전략적 제휴 등 다양한 협력관계는 중국 현지기업과 단순한 교역, 자본 협력에서 벗어나 기술협력, 생산과 판매의 전략적 제휴 등 다양한 협력 관계를 모색하고, 이미 선진 자동차 업체가 진출하여 시장을 완전히 장악하고 있는 경우에는 우리 상표를 고집하지 말고 중국 현지 상표와 중국 소비자들의 애국심을 활용해 선진 자동차 업체와 경쟁하는 것도 방법이 될 수가 있다. 한국 기업은 중국에 첨단 디자인과 품질제고 방법 등을 제공하고 대신 핵심부품을 중국에 수출하는 방안도 고려해볼 필요가 있다. 한국과 중국은 기술부문에서 상호비교우위가 뚜렷하여 많은 분야에서 다양한 협력이 가능하다. 기초기술은 중국이 우위를 갖고 있는 반면, 응용기술과 제품개발기술은 우리가 비교우위를 보유하고 있다. 상호간의 기술협력과 기술거래를 통해 생산비와 연구개발비 절감을 도모할 수가 있고 양국간 기술거래를 촉진하기 위해 최근 설립된 한국기술거래소의 중국기능을 강화시킬 수가 있다.

4.1.2 부품 및 기술 표준화 및 상호 인증제 추진

한국과 중국간 산업 내 분업을 활성화하기 위해서는 원자재, 부품 조달에서 생산, 판매에 이르기까지 각 단계별로 부품과 제품에 대한 설계 및 기술 표준화 작업이 선결과제이고 이에 따른 원가절감 및 규모의 경제효과를 볼 수가 있다. 부품간 호환성이 가능할 때 상호간에 원활한 산업 내 협력을 도모할 수 있으며 아울러 거래 비용과 시간 절약을 위해 상호 인증제도를 채택함이 바람직하다. 지금의 환경은 변했다. 기술개발은 소홀히 한 채 완성업체에만 의존해 살아남을 수 없는 시대가 됐다. 완성업체 입장에서 부품업체의 경쟁력 개선이 없으면 글로벌 경쟁에서 뒤쳐질 수밖에 없다. 기업간의 부품 공동구매와 부품 공용화 등이 확대되고 있어 부품업체의 글로벌 공급능력은 더욱 중요해졌다. 그리고 부품의 모듈화에 대한 대응능력 또한 중요한 문제이다. 글로벌 체제에서의 자동차 산업의 경쟁력은 완성차 업체들간의 경쟁이 아니고 경쟁력을 갖춘 협력업체와의 시스템적인 경쟁인 것이다.

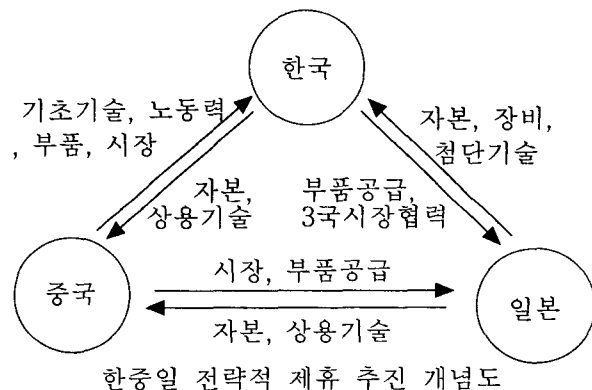
4.1.3 공동연구개발체제 구축 및 강화

한·중·일의 지형적 특성인 동양적 문화와 첨단 기술을 결합하여 신제품 및 디자인을 개발할 수가 있다. 중국 소비자들의 기호에 적합한 제품을 개발하기 위해서는 현지 연구개발체제 강화가 반드시 필요하다. 또한 선진국 다국적기업보다 경쟁적 우위를 확보하기 위해서는 중국 소비자들의 기호를 자극할 수 있는 동양적 문화 특징을 갖고 있는 제품개발능력이 필요하다. 중국 내 문구류와 영상, 가요 등에서 다국적기업보다는 대만, 홍콩 제품이 훨씬 인기가 있다는 것이 동양적 정서에 기인한 것이다.

중국의 연구개발인력은 우수하면서도 인건비와 지가는 세계적으로 낮은 수준이다. 연구개발 부문 중 인건비 비중이 높은 부문은 기능을 중국에 이전하여 연구개발비도 절감하고 중국 소비자 취향에 맞는 제품도 개발할 수가 있다. 또한 중국은 지가가 저렴하여 대규모 실험단지가 필요한 부문은 중국에 설립하는 것이 유리하다.

4.1.4 Win-Win 전략에서 출발

- ① 상호 이해 일치 : 상호 인접지역의 경제발전을 도모하고자 하는 공동의 이해관계에서 비롯되었다.
- ② 산업협력가능 : 한일간의 경우는 공정간 분업이나 제품차별화 분업이 가능하다.
- ③ 국가 단위 경제 공동체 형성 기반 강화 : 지역무역협정을 활용한 통상정책은 점점 더 중요해지고 있다.



4.2 정부간 협력 채널의 강화

한국과 중국, 일본 동북아 3국간은 문화적 유사성, 지리적 근접성, 경제적 보완성을

바탕으로 상호간 경제의존도가 갈수록 심화되어 각 국가간 협력만 갖고는 산업 내 분업을 추진하기가 곤란하다. 각 정부간의 주도적 참여와 보호가 필요하다. 한·중양자간 산업협력위원회를 한·중·일 3국간 산업협력위원회로 확대 운영하는 등 양자 관계를 삼국간 협력체제로 확대하여 동북아 역내 분업을 활성화하고 이를 통해 역내 무역불균형 문제도 해결해야 한다. 또한 삼국간 산업 내 분업을 확대하기 위해 물류, 시장개방, 부품과 기술의 표준화와 인증제 등 현안을 공동 협의할 필요가 있다. WTO, ASEM, APEC 등 다자간 회의에서도 사안에 따라 공동보조를 취해 미국과 EU 등 선진국에 대한 협상력을 제고시킬 수가 있다. 또한 한·중·일 3국간의 산업협력 촉진과 교역 활성화를 위해 협력 유망 분야부터 민관 합동의 산업별 교류협의회를 구성하여 상호간 이해를 촉진하고 신규 협력 분야를 발굴하고 정기적인 3국 공동의 산업별 전시회 및 무역박람회의 개최 필요성을 제시한다.

1998년 김대통령 중국 방문을 계기로 다시 활성화되고 있는 한·중 산업협력위원회를 우리의 대중 수출 확대에 적극 활용할 필요가 있다. 한·중 산업협력위원회에 민간이 참여하여 내실 있는 협력 성과를 도모한다. CDMA, HDTV, 자동차 및 자동차 부품, 환경 청정생산설비 등 협력 가능성이 높은 분야부터 구체적인 실행 계획을 작성, 협력을 가속화하는 단계적인 절차에 3국의 정부의 주도적인 역할이 필요하다.

현지 공관과 무역관을 통해 중국의 각종 자동차 사업에 관련한 정보를 입수하고 참여하며, 중국 중서부 내륙지역 개발 등 중국 정부가 투자를 적극 유치하고자하는 분야에 공적개발자금을 투입하는 것도 방법이 될 것이다. 공적개발자금 프로젝트 선정 시 국가 이미지 제고와 우리 제품의 수출유발효과를 우선 평가 기준으로 채택하고 민간자본 투자 전 공적개발자금을 투입을 통해 현지 시장에 대한 우리 기업의 이해도 제고도 아울러 도모할 필요가 있다.

5. 결론

일본과 한국은 중국 마이카시대에 대비한 적극적 홍보 전략을 구사할 필요가 있고 이 분야에서의 상호 협력이 필요한 것이 현실이다. 지리적 인접성과 문화적 역사적 인식의 공유가 동북아 경제협력을 위한 큰 도움이 될 수가 있다. 자원과 노동력의 공유, 인접지역에서의 규모의 경제를 달성, 기술 습득을 통한 삼국의 자체적인 자동차 산업의 육성, 전세계의 수출증가를 위한 공동의 노력 등은 동북아를 축으로 하는 세계경제의 흐름에 큰 영향을 줄 것임이 자명하다. 세계의 자동차 산업은 크게 미국과 일본회사에 의해 좌우가 되고 있지만, 수요 측면에서의 중국의 역할은 세계 어느 나라보다 지대하고, 중국 또한 자동차 산업유치와 국산화를 위하여 노력을 경주하고 있는 것이 사실이다. 소비자 입장에서 자동차는 제품 이미지보다는 국가 이미지가 더 중요하므로 광고 시 국가 이미지 개선 홍보 전략과 동시에 제품 이미지를 선전함이 바람직하다고 볼 수가 있다. 한국에 처음 만들어진 자동차 포니나 프라이드가 외국기술에 의하여 생산되었지만 자국의 브랜드를 가지고 판매되어졌고 점차 국산화를 위하여 선진기술과의 기술제휴를 통하여 자동차 생산기술을 습득한 것이 좋은 예가 될 수 있다. 판매 및 부품 공급, A/S 센터망 확충 등에 대한 세부적인 내용이 시급히 요청되어 지고 동북아에

서 한·중·일의 기술협력에 대한 방안이 모색될 필요가 있다. 이를 위해 NAFTA와 같은 지역무역협정은 피할 수 없는 대세임이 자명하다. 이를 위한 대안으로 한·중·일을 중심으로 하는 자동차 산업에서의 경제협력을 한국을 중심으로 하여 국가주도의 역량사업으로 추진해 봄이 바람직하다 할 수 있다.

6.참고문헌

- [1] 김인수, 『모방에서 혁신으로』, (주)시스마인사이트컴, 2000
- [2] 한국자동차 산업연구소, <http://kari.hmc.co.kr>
- [3] 자동차 산업 2001
- [4] 현대자동차 홈페이지, <http://www.hyundai-motor.com>
- [5] 산업자원부, 산업연구원, 대외경제정책연구원, 한국무역협회, 대한무역투자진흥공사, 대한상공회의소 『21세기 떠오르는 중국시장 그 공략기법 - 제품 경쟁력 분석 및 수출 유망품목 제시』 2000. 5
- [6] 류기천 『중국의 WTO 가입과 자동차산업 중국 진출방향』, 중국경제의 부상과 한국산업의 대응과제, 2001. 11. 26, pp. 177-199
- [7] 산업자원부, 산업연구원 『중국경제의 부상과 한국산업의 대응과제』 2001. 11. 26, pp. 202-214
- [8] 신용대, 신태용, 유관영, 김화섭, 미문형, 사공목, 『한·중·일 경제협력의 발전방향』 을류문화사, 2001. 7
- [9] 산업연구원, 『동북아시아 경제협력 모델 - 거점지역 단위간 분업을 중심으로』 산업연구원, 1998
- [10] 서창록 『한·일의 대미통상교섭에 관하 비교연구 - 자동차산업의 통상교섭을 중심으로』 국제무역경영연구원, 1999
- [11] 홍성범 『21세기를 향한 동북아 과학 기술협력』 과학기술정책연구원, 1999
- [12] 대외경제정책연구원 『이제는 FTA, 자유무역협정 시대다』, 2001
- [13] 대외경제정책연구원 『동북아 경제협력 전략연구』, 1999, pp 67-70
- [14] Hayami, Yujiro and Masahiko Aoki eds. 『The Institutional Foundations of East Asian Economic Development』, IEA Conference, International Economic Association, Vol. No. 127, 1998
- [15] Wuu-Long Lin and Pansy Lin, 『Emergence of the Greater China Circle Economies : cooperation versus competition』, Journal of Contemporary China, 10(29), 695-710, 2001
- [16] Dong-Ok Lee, Keunchul Lee, Jae-Jin Kim, Gill-Chin Lim, 『Executive Insights: The Korean Automobile Industry - Challenges and Strategies in the Global Market』, Journal of International Marketing, Vol. 4, No. 4, pp. 85-96, 1996
- [17] Marie-Claude, Belis-Bergouignan, Gerard Bordenave and Yannick Lung, 『Global Strategies in the Automobile Industry』, Regional Studies, Vol. 34.1, pp. 41-53, 2000