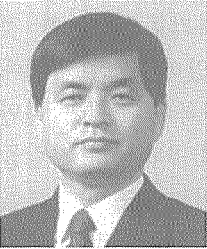
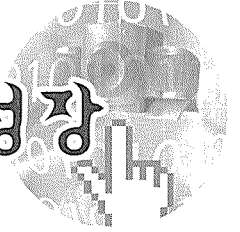


천진 스피커산업의 고성장



본회 전자산업연구소장
윤 동 훈 경제학박사

1. 천진 개요

중국 천진을 스피커산업의 조사차 최근 방문한 바 있다. 천진은 중국 수도인 베이징과 인접하면서 황해를 낀 항구도시, 직할시로 지리상 매우 중요한 위치를 점하고 있다.

천진시는 2001년 기준 인구가 1천만이고, GDP가 1천 826억위안, 1인당 GDP가 19,986위안이다. 개인 소득수준은 상당히 높다. 1인당 소득을 살펴보면, 베이징이 2만 5천위안, 상해가 3만 5천위안, 산둥성이 1천위안, 광둥성이 1만 4천위안 등이다.

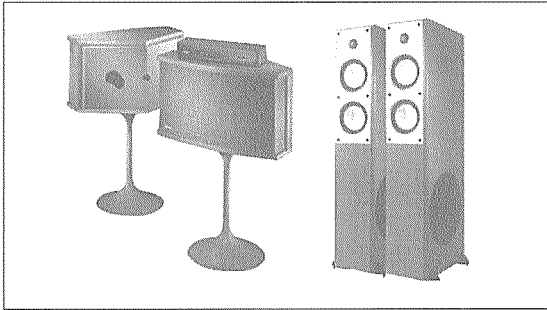
제1차 산업, 2차, 3차 산업의 비중이 각각 4.3%, 48.8%, 46.9%이고, 공업생산에 있어 칼러 TV가 51만대, 세탁기가 18만대, 가정용냉장고가 2만대, PC가 1만여대 등을 들 수 있다. 대외 무역은 수출액이 95억 달러, 수입액이 86억 달러이다. 직접투자 계약건수는 600여건에, 계약액이 46억 달러에 달하였다.

2001년부터 2005년까지 제10차 5개년 기간 동

안 화북지역의 경제중심지이자 국제 항구 도시로 부상한다는 마스터플랜을 세우고 있다. 전자, 자동차 등 중공업단지를 보유하고 있으며, 국제항구 인프라 건설에 힘을 쏟을 계획이다. 특히, IT, 자동차 등 5대 산업을 중점적으로 육성할 것이다. 따라서 천진시의 GDP 성장률을 10%, 재정수입 증가율도 10%대를 목표로 삼고 있다.

광동성 다음으로 최대의 국가급, 성급 개발구를 확보하고 있는 천진시는 이 개발구를 첨단화하는 사업에 몰두하고 있다. 전통적인 산업을





현대화와 접목하는 것이 아닌 산업 자체를 정보통신기술화로 바꾼다는 의미이다. 외국인 투자 유치시 노동집약적인 산업보다 기술집약적이면서 환경 친화적인 산업에 차별화를 두고 있다. 외자에 대해 원스톱서비스를 강화하고, IT산업에 더욱 집중하고 있다.

국가급으로 1984년에 설립된 천진경제기술개발구, 1988년에 천진고신기술산업원구, 1992년에 천진무청개발구, 1993년에 천진정해경제개발구, 1994년에 천진당고해양고신기술개발구 등이 있고, 성급으로 1991년에 천진항보세구, 1996년에 천진한국공단이 각각 있다. 천진한국공단은 한국 기업의 전용 공단이라는 특징이 있다.

5개년 계획기간 중 서비스산업의 비중을 절반 이상으로 끌어올리고 IT제품도 공업생산에서 3분의 1 이상을 차지하도록 할 계획을 추진하고 있다. 중국의 WTO가입을 계기로 중국인을 대상으로 한 사업이 활기를 띠 것으로 예상된다. 한국계 금융기관이 이미 진출하고 있는 등 금융서비스가 제조업체에 지원하고 있다.

북경과 항구를 연결하는 물류 인프라가 상당히 발달하고 있으며, 화북 물류기지로 비상하자는 구상이다. 베이징과 천진간 고속도로 주변에 IT단지를 조성하고, 대학 내 과학기술 단지를 만들고 있는 등 50개 과학기술이 세계 수준에 도달할 수 있도록 지속적으로 지원하고 있다.

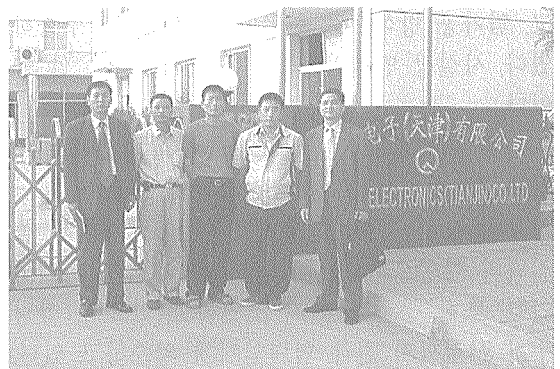
2. 공장 이전 배경

천진시는 개방도시로서 노동집약적인 산업은 이미 경쟁력이 저하되고 있으며, 신기술, IT산업이 떠오르고 있다. 그리고, 공단에서 근무하고 있는 노동력이 우수하여 생산성이 중국내에서 높은 편이 속한다.

이에 힘입어 한국기업들이 천진에 많이 진출하고 있으며, 그 중에서 스피커업체들도 적지 않다. 국내 스피커업계는 다른 제조업체들과 마찬가지로 고지대, 고임금 등 원가의 급격한 상승을 부담하기에 어려운 지경에 이르고 있다. 이의 타개책의 일환으로 중국을 택하고 있는 것이다.

천진에 정착하고 있는 한국 스피커공장들은 대체로 성공적이라는 평가를 받고 있다. 중국 지방정부의 원스톱서비스에 대단히 저렴한 공장부지와 부지런한 노동력에다 파견 한국인들의 성실성이 가미되고 있는 것이다. 지방정부의 외자 유치 관계자들과 한국 직원들은 밀접한 유대를 맺고 있다. 두 나라사이에는 지리적으로 가깝고 문화적으로도 유사한 면이 많으며, 외양도 친근감을 느끼고 있어, 사업 추진에 큰 도움이 되고 있다.

중국은 개발도상국이어서 공무원들의 권한이



매우 강하다. 각급 정부의 허가 없이는 큰 사업을 꾸려갈 수 없다는 것이 정설이다. 사업상 에러를 하여도 공무원들의 지원으로 오히려 원활하고 매끄럽게 일을 추진할 수 있는 경우도 있다. 현장을 방문 조사한 한국계 스피커공장과 중국 공장의 실명을 밝히지 않고 익명으로 처리한다.



3. 현지화로 전환하는 A공장

공장은 천진대항경제기술개발구내에 위치하고 있으며, 본사는 국내에 있다. 생산라인을 8개 보유하면서, 라인당 20만개를 생산하고, 야간에 추가 작업에 들어가므로 한달에 평균 200만개의 스피커유닛을 생산하고 있다. TV용, 카스피커가 대부분을 차지하고 있다. 한 라인에 40여명이 작업하며, 한국인과 중국인을 포함한 직원은 4백명을 넘어선다.

생산된 반제품들은 한국으로 반출이 40%, 중국 내수판매가 40%를 점하고 있으며, 갈수록 중국 내수 쪽으로 비중이 커지고 있는 추세이다. 그래서 내수개발팀을 운영하고 있으며, 현지인을 채용하여 중국인이 선호하는 신모델의 개발에 힘을 쏟고 있다.

1990년대 중반에 진출하였으며, 수년전까지 100% 한국 원자재를 반입하여 제품을 만들었고, 임가공 방식으로 한국에 다시 100% 수출하였다. 사실상 인건비만큼만 절약되었다고 할 수 있다.

이후 현지화로 전환되고 있다. 삼성, LG전자, 대우 등 현지 대기업이 진출함에 힘입어 생산력을 증강할 수 있는 호기로 여기고, 개발과 품질력의 향상으로 중국 내수시장 개척에 나서고 있다. 또한 부품도 현지 조달하고 있으며, 상당수가 아직까지 한국 협력업체에 의존하고 있다.

부품의 품질 기준도 한국 기업의 수준을 적용하고 있어 우수한 편이다.

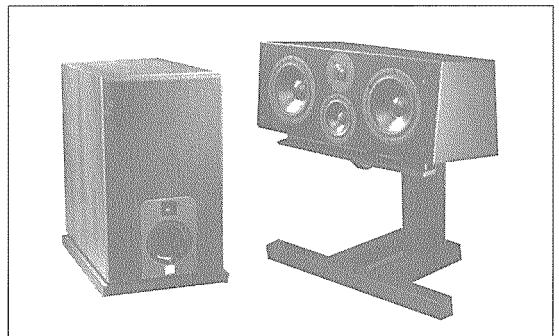
중국의 노임이 낮다고 하지만, 생각만큼 저수준이 아닌 것으로, 임금의 절대적 수준은 낮지만 퇴직보전금 등을 감안하면 기업에게 상당히 비용 부담을 안겨주게 되는 것이다.

부품별로 살펴보면, 마그네트는 중국 경쟁력이 최고이므로 중국산을 구입하고, 콘지는 한국계 공장의 제품을 도입하고 있다. 중국 북방지역은 부품회사가 남방에 비해 적고, 한국계 스피커 부품회사가 천진에는 보이스코일을 만드는 회사가 하나이다. 남방에는 부품회사가 많아 거의 100%를 중국공장에서 조달하고 있는 실정이다.

스피커를 자동화하려고 메이커들이 시도하고 있지만, 여러 여건이 여의치 않다. 자동화는 한 생산라인에서 월 10만개 이상을 만들 수 있으나, 바이어인 대기업에서는 재고를 부담하지 않으려고 하며, 판매가 부진하면 일방적으로 부품 구매를 중단하고 있는 것이 관례이다.

특히, 스피커 관련 제품은 시간이 지날수록 불량화되는 확률이 높기 때문에 메이커들도 생산성이 높은 자동화를 주저하게 되는 것이다. 대신 노동집약적 방식을 선호하고 있다.

한국에서 재료비가 약 60%를 점하고 있는 반면 인건비는 계속 상승하고 있어 수익성이 없어지고 있다. 임금 상승속도가 지나치게 빠른





편이다. 그 리고, 스피커 유닛이 1달러 넘지 못하는 경우가 빈번해 채산성을 맞추지 못하고 있다. 한국의 한 회사의 경우, 30% 정도를 일본에서 수주를 받고 있는데, 2-3달러짜리 저가 유닛만 발주되고 있다.

한국에서 생산직의 한달 평균 임금은 150만 원정도이고, 장기근속자의 비율이 상대적으로 높은 회사는 200만원을 상회하고 있다. 중국의 초임은 약 700위안으로 약 10만 5천원 상당(1위안=150원)이다. 한국과 중국의 인건비는 매우 높은 격차를 보이게 되는 것이다.

경쟁력을 살펴보면, 단가는 한국계 천진공장 산과 중국산이 거의 비슷하고, 품질과 성능은 현지 공장산이 우수한 편이다. 하이파이용 등 오디오용 스피커는 모기업의 요구에 따라서 대부분 제조되고 있다. 천진에서는 주로 한국과 중국이 경합중이고, 일본은 남방에 현지공장이 많다. 일본 자체는 TV용 중저가제품은 거의 만들지 않고 있으며, 일본, 유럽, 미국에선 대부분 고급시스템만 만들고 있다. 소니, 산요 등에 들어가는 스피커가 주로 한국 등에서 하청되고 있다.

보통 유닛은 바이어 스펙에 맞추어야 되거나, 발주자의 취향에 부응해야 하므로 디자인은 기본적으로 바이어가 지시한다. 납기는 현지 한국 공장이 우위를 확보하고 있는데, 특히 대기업들이 재고를 가지려고 하지 않기 때문에 신속적인 납기에 큰 관심을 가져야 한다.

4. 비개발구의 활용 B공장

이 공장은 개발구가 아닌 지역에 위치하고 있다. 중국의 각급 정부가 지정한 개방개발구에는 여러 가지 특혜가 따르지만, 의무도 엄격히 준수해야 한다. 권리와 의무가 동시에 작용하는

것이다.

천진에서는 관세 환급을 개발구부터 해주는 데, 지방정부의 예산이 한정되어 있어 제대로 시행이 되지 않고 있는 것이다. 은행은 환급액의 70%까지를 대출해 주고, 이자의 30%를 대외무역개발구에서 부담하여 주기도 한다. 이러한 혜택을 받지 못하는 대신 최저임금제가 적용되지 않는 것이다. 노동법은 적용된다.

직원은 4백여명이고, 월평균 임금은 700위안인데, 잔업이 포함되어 있다. 잔업은 1.5배의 임금을 적용받는다. 천진에서 최저임금은 480원이고, 9월 1일부터 시행된다.

생산능력은 월 1백만개 정도이고, 성수기에는 더 많은 생산을 기록하고 있다. 평균 단가는 540원 정도이며, 한국에서는 약 1000원 이상의 단가에 해당하는 수준이다.

중국 내수가 8%이고, 직수출이 50%, 나머지는 본사에 반출하고 있으며, 부품 자재의 70%를 한국에서 수입하고 있다. TV용 스피커가 대부분이다. 스피커 단가가 계속 내려가고 있어 오래 버티기 어려운 상황이 전개되고 있다. 금년에만 해도 두 번 인하되었고 평균 15% 인하된 것이다.

일부 부품은 한국이 중국보다 더 저렴한 것도 있다. 중국은 거리가 매우 멀어 물류비를 감안해야 한다. 예로서, 철판의 경우, 해주, 동관, 상하이 지역은 중국이 싸나, 천진까지 물류비를 포함하면 한국보다 더 비싸게 되는 것이다. 포스코의 저가정책에 의해 한국의 경쟁력이 제고되는 것이다. 반면, 수출은 중국이 훨씬 저렴하다.

지금은 임가공형태이나, 신공장이 완공되면 부품도 현지화로 전환될 것이다. 과거에는 한국 바이어, 즉 대기업 세트메이커들과 부품업체가 협력공생관계였지만, 오늘날은 가격 경쟁을 시키고 단가를 계속 인하시키면서 이에 호응하지

못하면 결별을 단행하고 있다.

중국시장의 가격전쟁을 보면, 중국 내에 있는 한국계 세트메이커들이 최저 단가를 요구하는 시점에 중국기업은 이에 원가를 대폭 인하하는 조치를 취한다. 한국기업은 이에 대응하지 못하고 시장에서 사라지게 된다. 이 기간 중국의 각급 정부는 이면에서 다른 형태로 중국 기업을 지원 보조해 주는 편법을 사용하고 있으며, 한국기업이 사라진 뒤 중국기업은 다시 단가를 인상하는 방법을 취하는 경우가 빈번한 편이다. 결국 한국 세트메이커들은 중장기적으로 비용 절감이 아니라 비용 상승이며, 한국기업을 퇴출시키고 중국기업을 등장시키게 되는 자충수인 셈이다.

이 공장에도 현지인 연구인력이 활동하면서, 중국내의 수요 흐름에 대응하고 있다. 한국내의 스피커 부품업체들이 많이 위축되어 있으며, 그나마 기존 중국 진출업체는 명맥을 유지하고 있지만, 이들도 현재 중국업체들에게 밀리는 양상을 나타내고 있다. 가격 경쟁력을 아직까지 유지하고 있으나, 중국업체들이 품질, 기술이 향상된 제품을 점점 출시하고 있기 때문에 앞으로 우려된다.

한국계 대기업에 생산의 4분의 3을 납품하고 있어, 바이어 측면에서 꽤 안정성을 확보하고 있는 편이다. 보이스코일 납품가가 그동안 280원이었는데, 직접 만들어보니 단가가 80원 밖에 되지 않아 원가 절감에 큰 도움이 되고 있다. 그러나, 모든 부품을 자체 생산하지 못하는 것이 실정이다.

중국 공장에 한달에 대략 2-3번 정전이 되고 있어 전기의 품질에 하자가 있다. 정전이 되었을 때 직원들에게 그 시간만큼 급여를 지급하지 않다. 중국의 전기 품질이나 안정성은 한국에 비해 매우 낮은 것이다. 중국 기업의 품질 편차가 기업간 대단히 심하고, 같은 공장에서도

생산라인에 따라 품질 편차가 나타나고 있다.

중국 공인들이 공장 근처에서 모두 공급되고 있어 생산성이 다른 공장에 비해 상대적으로 높다. 다른 지역의 공장에서는 먼 지역에서 공인들을 모집 하면서 명절이나 특별한 일이 발생할 때 공인들이 갔다가 다시 공장에 복귀하지 않는 비율, 즉 이직률이 높을 뿐 아니라 고향생각으로 작업태도가 불안정한 경우가 비일비재하다.

모든 공인이 2년 계약직이고, 연장 가능하며, 시골이라서 결혼이 빨라 18-22세 정도이면 대부분 결혼하고 있다. 대만은 중소기업과 부품산업이 굉장히 발달되어 있어, 부품 위주의 수출이 활기를 띠고 있다. 디자인 좋고, 콘지의 경우 일본 다음으로 선두를 달리고 있다.

중국 보름플레이트는 처음 조립만 하는 단계였지만, 대만과 합작하면서 자체 생산이 가능하게 되는 등 부품이 활성화되고 있다. 중국인들의 손재주는 비교적 뛰어난 편이다.

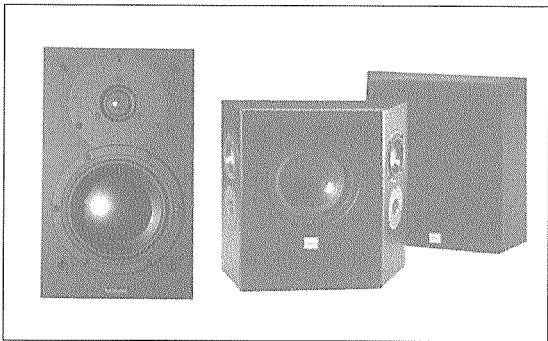
최근 중국 정부 고위층은 중국이 3년 이내에 한국을 따라 잡겠다는 발언을 공개적으로 하고 있다. 중국이 못살고 지저분하다고 생각하는 한국내의 기류는 잘못된 것으로 중국 역사가 서쪽의 사막바람을 극복하면서 문명을 이룩하고 인구가 번성하였음을 살필 필요가 있는 것이다. 상위 5%의 인구가 전체 재산의 70% 정도를 점유하고 있음을 감안하면, 이 부유층은 한국 인구보다 많게 되는 것이다.

한국에서 부품소재산업이 육성되지 못한 이유로는 손쉬운 수입에 크게 의존하고 있다는 점과 브랜드를 경시하였다는 점을 들 수 있다.



5. 수익성 스피커 C공장

중국 공장의 인원은 1백여명이고, 한국과 중



국에서 동시에 생산하고 있다. 중국 공장에서는 주로 한국 본사에서 부품을 수입하여 조립한 뒤에 한국 본사에 재수출하는 방식을 취하고 있다.

오디오 스피커를 한국에서 만들다가 원가가 비싸 중국으로 이전되고 있음에 따라 한국은 수익이 다소 나은 TV용 스피커로 방향을 바꾸고 있다. 한국의 오디오 유닛 평균 단가는 3,000원 내외이나, 중국의 단가는 1,500원 내외를 제시하고 있다.

스피커의 크기가 클수록, 중국에서 한국으로 수송하는 물류비가 높아 한국에서도 대형 스피커를 생산하고 있는 것이다. 홈시어터용 스피커를 한국에서 제조해도 채산성이 맞는 이유가 그것이고, 마이크로스피커는 중국에서 만드는 것이다.

본사에서 현재까지 50%를 수입하나, 가격이 맞지 않아 중국 현지에서 부품을 조달할 계획이다. 생산품을 한국 본사에 납품하면, 이를 일본기업에 전량 공급하는 방식이다.



6. 오랜 경험과 네트워크 중국기업

중국스피커기업은 주로 프레임을 찍고 있으며, 다른 스피커 부품도 생산하고 있다. 중국내 수요자는 물론 미국, 일본, 독일, 홍콩 등의

TV, 테이프레코더, 전자오르간, 오토사이클, 자동차 메이커들에게 생산부품을 공급하고 있다.

대지는 6천 평방미터이고, 공장은 4천 6백 평방미터이며, 직원은 200여명이다. 프레임과 플레이트를 한국계 공장에 납품하고 있다. 스피커 생산능력은 월 150만개에 달하고 있지만, 실제 생산라인 하나인 12만개만 생산하고 있다. 프레임은 월 3백만개를 생산하고 있다.

생산직의 초임은 보통 한달에 1천위안이며, 능력급을 시행하고 있다. 수동 금형이어서 손놀림이 빠른 직공이 보다 많은 생산을 할 수 있어 능력 위주의 급여 체제를 시행할 수 있는 것이다.

프레임의 품질은 장기간 사업을 진행하면서 신뢰를 얻을 정도로 상당한 수준에 올라서 있다. 프레임에 소재인 철은 일본산이 최고의 품질이고, 한국은 포스코산이 좋고, 중국은 상하이 보광철판이 일본 다음으로 좋다. 철은 바이어의 단가에 의해 수요하고 있다.

이 공장이 경쟁력을 보유하고 있는 이유는 천진, 북경 등 북방지역에서 가장 오래되어 풍부한 네트워크를 확보하고 있으며, 단가, 납기, 품질면에서 타 회사에 비해 우위에 있기 때문이다.

금형 개발 기술에 있어서, 한국은 1개월이 소요되나 중국은 1주 정도면 가능하고, 금형비용도 한국이 10만원 정도이면 중국은 10분의 1인 1만원대에 불과하기 때문에 중국이 낫다는 것이다. 프레스설비는 단발식이나, 인건비는 매우 저렴하다. 프레스직원의 임금은 월 1천위안, 즉 15만원이나, 한국은 프레스 직원의 초임이 2백만원 정도이다.

부품의 가격은 1년에 10% 정도가 하락하는 추세이나, 철가격은 금년에만도 10% 정도 오혀 상승했다. 단가는 거의 고정되어 있고 네고도 한도가 있으므로 더 이상 부품가격이 내려가면 중국에서도 생산할 수 없을 것이다.

매년마다 생산량은 늘어나지만 이윤은 지속

적으로 떨어지고 있다. 작년에 270만 세트를 생산했지만, 과거 1백만 세트를 생산할 때보다 이윤이 더 적은 편이다.

단순한 유닛 프레스이므로 다른 형은 개발하여 생산량을 증대시켜 승부를 낼 생각이며, 유닛의 단위 이윤이 적지만, 사용되지 않는 곳이 없으니, 앞으로 계속 유망할 것으로 전망된다.

한달 매출은 3천만위안이고, 중국은 상도의가 철저하여 영업범위를 존중하고 있어 업체간 나눠먹기식이라 할 수 있다. 일본은 고급기술을 자체에서만 적용하고 있으나, 한국은 고급기술도 중국으로 이전하고 있다.

자체 연구개발 인력은 4명이고, 금형은 5-7일 만에 바이어 요구대로 만들어 주고 있다. 인력이 풍부하여 집중적으로 투입된다. 한국은 한 명이 주로 투입되고 있어 30일 이상 걸리는 수도 있다. 금형장비가 모두 중국산이다.



7. 내수개발 증점 D공장

중국에 진출한지 1년이 되었고, 직원은 2백여 명이다. 자체 개발팀은 없고, 생산은 이어폰이 주이며 스피커도 일부 하고 있다. 판매비율에 있어, 컴퓨터스피커는 OEM으로 각국 시장에 직송되고, 이어폰은 한국 본사로 수송된다.

공인의 초입은 월 480위안이고, 부품은 중국, 한국에서 조달하거나, 바이어가 지정한 기업에서 구입하여 사용한다. 중국으로 이전한 이유는 첫째, 바이어의 가격 요구에 부응하기 위해 중국으로 이전하였고, 둘째, 중국 내수 개발로 영업을 확대하기 위한 것이다. 이를 위해 조선족을 고용하고 있다.

바이어가 납품선을 최근 이 회사에서 다른 회사로 전환하였다. 한국에서 부품을 조달함으로써 거리상 물류비가 높고, 한국에서 공급이

불안하여 납품이 지체되거나, 통관이 지연되는 등 인프라가 덜 발달되어 있으며, 이로 인해 납기를 제 때에 맞추지 못하게 된 것이다. 한국에서는 몇 만개 단위로 납품을 하고 있으나, 일본 바이어는 소품종, 소량 등 매우 까다로운 주문을 내고 있는 것이다.

가격은 중국 현지보다 비싸지만, 바이어 요구대로 고품질을 위해 한국산 부품을 사용하고 있다. 중국 기업은 대체로 영세하고, 한국내에서는 가격 경쟁에 뒤지지 않는다.

품질은 대만이 부품기술이 좋으나, 스피커 조립기술은 뒤떨어진다. 납기는 행정절차가 미흡하고 통관에 어려움이 존재하고 있다. 공무원은 주 5일을 근무하고, 금요일 오후 퇴근하고 토, 일요일은 휴무이다. 납기는 일본이 기본적으로 틀이 정해진 상태에서는 최고이고, 한국은 일본식 사양을 선호하는 경향이 있다.

중국은 50년간 사용권 임대 등 법규가 까다로우며 특히 일본이 과감한 자본 투자를 꺼리고 있으며, 반일 감정도 고려되고 있다. 그래서 일본이 중국에서 철수하는 경우도 있고, 대만, 말레이시아 등 동남아 국가에 일본의 투자가 비교적 많은 실정이다.



8. 대항경제개발구

천진시 대항경제개발구는 지난 20년 동안 개발되어 원래 알칼리성 황무지를 오늘날의 녹지 공간으로 개조되었다. 대항구는 천진시의 동남 지방에 있고, 인구가 42만명이며, 대항유전집단유한회사, 대항발전소 등 대중형 국립 기업이 많이 산재되어 있다.

대항경제개발구는 1992년 7월에 천진시정부의 허가로 8.5평방 킬로미터의 면적을 확보하고, 안달공업단지, 하이테크놀러지공업단지 및



개발구의 구조로 만들어졌다. 대항경제개발구는 미국, 독일, 한국, 일본, 홍콩, 대만 등 세계 150 개국에서 전자, 신형의약, 신형 건축재료, 경공업 제품, 생물공정 등의 기업들이 진출되어 있다.

두 공업단지를 조성하기 위해 계획 시적이 높고, 건설 표준이 높고, 발전 속도가 높고, 서비스 효율이 높다는 원칙하에서 추진되었고, 홍콩 천임공업유한회사, 북경중가집단 등 많은 기업들이 들어서 있다.

단지는 천진 시내까지 36킬로, 천진빈해국제 공항까지 36킬로, 천진해항까지 25킬로, 북경국제공항까지 165킬로로서, 교통이 매우 편리하다고 주장하고 있다.

대항경제개발구는 국가가 천진시개발구에 주는 모든 혜택정책을 향유하고 독특하며 탄력이 있는 지방정책도 가지고 있다. 기업에 파이프로 수송하는 천연가스 등 에너지를 값이 저렴하게 제공하고 있다.

천진시와 대항구의 인재 소개시장, 노무시장을 통해 기업이 여러 방면의 인재와 충분한 노동력을 초빙할 수 있다. 외국개인경영, 중외합자경영 등 다양한 투자 방식이 가능하고, 하이테크와 부가가치가 높은 산업이 권장되고 있다.

대항구에서 경제서비스센터를 설치하여 한스 톱정책을 추진하면서, 접수에서 허가까지 즉시 처리하고 있다. 특히 저렴한 투자 비용으로 해외 기업을 유인하고 있다. 토지가격의 경우, 평방미터당 월 사용료가 12달러에 불과하며 보통 5년간 유효하다. 대항구에는 40개 기업이 가동하고 있으며, 이 중 29개 기업이 한국으로부터 투자되는 등 한국에 매력적인 기회를 제공하고 있다.

하고 있다. 성장요인에는 내부와 외부에서 찾을 수 있는데, 외부요인으로 한국을 빼놓을 수 없다. 중국에 가장 먼저 진출했다고 할 수 있는 일본은 신중한 자세로 투자를 장기간 저울질한 경험에 비해, 한국은 적극적이고 과감하게 중국에 들어가고 있다.

특히, 전자IT분야에 기술과 품질이 낙후된 중국은 한국기업들이 오픈된 경영을 함에 의해 빠르게 진보하는 양상을 나타내고 있다. 중국기업들의 기술이 한국을 바짝 뒤쫓아 오고 있다. 뿐만 아니라, 한국기업들이 중국으로 공장 이전을 단행하면서 중국의 고용문제와 성장에 크게 이바지하고 있다.

국내 스피커기업들도 여러 가지 애로사항을 타개하기 위해 중국을 개척하고 있다. 천진은 그 중 대표적인 곳으로 한국 스피커공장이 꽤 많이 분포되어 있다. 천진의 각급 정부는 한국 기업들을 쌍수를 들고 환대하고 있다.

천진에 있는 현지 한국공장들이 현재 성공적인 안착을 하고 있어 대내외에서 호평을 받고 있다. 점차 현지화로 돌아서고 있으며, 고부가가치를 창출할 수 있는 제품으로 방향을 틀고 있다는 긍정적인 신호도 나오고 있다. 중국 내 수시장에 새롭게 발을 내디디고 있는 등 적지 않은 수익성 사업을 추진하고 있어, 향후에도 천진에 소재하고 있는 현지 스피커공장의 앞날이 밝을 것으로 기대된다.



9. 결어

중국은 개방정책으로 고도 경제성장을 지속

