중국 타이어 시장

수년간 저가 중국 브랜드는 어떤 떠들썩한 광고 같은 것 없이 미국 타이어 시장에서 꾸준히 판매되어 왔다. 중국 브랜드 타이어는 소비자에게 낮은 가격으로 제품구매의 기회를 제공하면서 주로 산업용, 공공사업용 그리고 소규모 OTR 부문에서 상당히 판매되었다.

오늘날의 중국산 타이어는 Michelin, Bridegstone, Goodyear 과 같은 유수 타이어 제조사 의 브랜드 명찰을 달고, 잘 알려진 세계적 브랜드와 똑같은 기술과 공정 그리고 엄격한 품질 기준을 적용하여 생산되고 있다. 시간이 가면서 지난 15년간 중국의 저가 브랜드들은 큰 변모를 보이며 세계 타이어 시장에서 입지를 확고히 하기 시작했다. 합작회사 형식으로 세계적 타이어 제조사와 중국 내 타이어 제조사간의 끊임없이 이루어진 기술공유 덕분에, 중국 내 수백개의 타이어 공장의 상당부분이 현재 "세계적 품질"의 승용차용, 고성능 자동차용, 경트럭/SUV용 그리고 중트럭용 타이어를 내수와 수출 판매용으로 생산하고 있다.

계속적으로 중국은 원자재와 외국인 투자 유치에 적극적인 열린 조치를 취하면서 이제 세계적 주목을 받게 되었다.

세계 유수 기업들은 저비용 제조를 위해 중국을 선택하고 있으며, 중국은 세계 최대 경제국 명패를 미국과 바꿔 달려 하고 있다. 또한, 중요한 것은 중국의 급성장이 전세계 타이어 업계에 폭넓은 영향을 주었으며, 향후 수년간 원자재 공급에서부터 시장 가격형성에까지 모든 부분에서 계속해서 영향을 미칠 것이란 점이다.

세계경제에서 중국의 새로운 역할은 많은 정치적 사회적 이슈를 불러일으키고 있으며 이에 대한 여러 평가와는 관계없이 중국은 세계적 경제 강국이 되었고 이러한 경제 강국으로서의 현 두각은 시작단계일 뿐이다.

중국의 광대한 경제적 팽창을 잘 파악하기 위해서 다음과 같은 사항을 고려해야 할 것이다.

첫째, 중국의 13억 인구(미국인구의 거의 5배)와 일당 50센트로도 기꺼이 일을 하려하는 7억명의 노동인구를 고려해야 한다. 미국에서의 일반 공장에서의 시급은 시간당 평균 21$이고 멕시코에서는 시간당 2$이란 것과 비교 할 때, 중국의 낮은 노동비는 자연스럽게 세계적 제조사를 중국으로 끌어들이고 있다.

둘째, 주요 국제 기업 25개사와 137개의 투자회사가 현재 북경에 베이스를 치고 있고, 그 외 다른 많은 회사가 중국에 진출할 계획에 있다. 이 같은 중국으로의 진출 이유는 두 가지인데 우선 선진국시장의 성장세가 너무 낮다는 점과, 오래되고 전통 있는 회사들이 중국의 값싼 노동력으로 다시금 두 자리 수 익에 대한 기대를 걸고 있다는 것이다.

셋째, 03년 중국의 수입은 40%가 증가하여 비록 미국에 비하면 적은 양이지만 세계 세 번째 수입국이 되었다. 미국은 작년에 1조 3,000억불을 수입했고 이에 비해 중국의 수입액은 4,130억불이었다. 게다가 중국 수입의

40%는 컴퓨터분야와 그리고 미국으로 수출되는 여러 제품들이다.

넷째, 중국 타이어 제조회사는 외국과의 합작회사와 원래 중국에 있던 회사를 합쳐서 현재 200개 이상에 달한다. 대량의 OE 판매에 힘입어, 중국 국내 타이어 수요는 2010년까지 1억개를 초과할 것으로 예상된다.

다섯째, 중국의 100개 자동차 제조 회사들은 04년 5월 전년 동기대비 30.5%이상의 자동차를 생산했다. 이해를 돕기 위해, 영국의 경우 자동차 생산은 동기에 7.4% 증가했다. 그리고 적어도 중국 토종 회사의 한 브랜드는 향후 2년 안에 국제시장으로 자동차를 수출할 계획에 있다는 얘기가 나오고 있으며 또 대부분이 그럴 것이라고 믿고 있다.

여섯째, 타이어 부문에서 중국은 03년에 854만개의 승용차용 타이어를 미국에 수출했다. 이는 02년과 대비하여 27%가 증가한 것이다. 중국은 또한 03년에 224만 경트럭/SUV 타이어를 미국에 수출했는데 이는 02년 대비 거의 59% 증가한 것이다. 미 상무부에 따르면, 승용차용과 경트럭/SUV 부문에서 중국은 캐나다, 일본 그리고 한국에 이어 네 번째로 가장 큰 수출국이며, 중형트럭 부문에선 03년도에 175만개를 수출하여 02년 대비 거의 18% 성장을 통해서 일본에 이어 2위 수출국 자리를 차지했다.

마지막으로 고려할 점은, 미 교통부의 발표대로 약 690개의 DOT 타이어 코드 중에 20%(138개)가 중국타이어 공장에 속한다는 것이다.

중국은 자국의 경제 엔진가동을 위해서 엄청난 양의 세계자원을 소비하고 있다. 공식적인 중국 통계자료에 따르면, 중국은 세계 시멘트의 절반가량을 소비하고 있고, 세계의 유류 7%, 철강 1/3이상, 알루미늄 1/4, 구리는 거의 1/4을 사용하고 있다. 사실 지난해 중국은 석유 수입에 있어서 일본을 제치면서 미국에 이어 두 번째로 큰 석유 수입국이 되었다.

이 같은 중국의 엄청난 원자재 소비량으로 전 세계 대량 화물수송의 1/5정도가 중국으로의 운송으로 쓰여 다른 나라들의 불편을 야기 시키고, 대량 운송의 운송비가 단지 1년 사이에 두 배 이상이 되었다.

또한 시멘트 공급에 있어서도 중국의 막대한 원자재 소비량의 영향을 받고 있다. 비록 중국이 세계 나머지 지역보다 더 많은 4,000개 이상의 자체 시멘트공장을 가지고 있지만 시멘트에 대한 수요는 계속 줄지 않고 있다. 예컨데, 양쯔강 유역의 광범위한 Three Gorges Dam 계획이 있고, 08년 하계 올림픽 경기장과 주거시설에 대한 시멘트 수요가 있다. 그리고 약 15,000개 고속도로의 건설 계획이 있는데 이 계획에는 101,250마일의 포장도로를 수반할 것인데 이는 지구 둘레의 네 배에 해당하는 거리이다. 이와 비교해서, 전 미국 고속도로 시스템 'Eisenhower Highway'는 단지 45,500마일이고, 건설완공까지 거의 40년이 걸렸다.

이러한 모든 신규 도로 건설은 타이어에 대한 많은 수요를 이끌어 낼 것이다. 그러나 중국의 이 같은 급격한 타이어 산업의 성장으로 세계 나머지 지역은 힘든 상황을 겪고 있다. 중국의 타이어 공장은 철강, 천연고무, 석유, 합성화학물, 카본블랙 등 거의 모든 원재료를 대량으로 소비하고 있어서 원자재 가격의 상승을 부추기고 있다.

예를 들어 중국이 철강과 카본블랙 생산공장을 건설함으로써 자체 공급에 의한 수요충족이 가능하기까지는 수년이 걸릴 것이다. 다시 말하면, 중국이 자국의 천연고무 농장을 경작하기 시작했지만 그 첫 고무나무에서 고무를 빼내기까지는 적어도 10년은 걸릴 것이란 것이다.

유럽에서의 철강 가격은 거의 두 배로 뛰

었다. 1월에 톤당 $350하던 것이 6월에 와서는 톤당 $617이상이 되었다. 이에 휠 제조사들은 중국의 철강에 대한 큰 수요에 있어서 쓴 소리를 하고 있다. 유럽의 타이어 메이커들은 벨트와 비드제조를 위해 소비되는 철강 구입 시 이러한 비용의 일부분을 흡수 할 예정이다.

게다가, 천연고무 가공공장의 German association에 따르면, 고무 가격의 상승은 유럽회사들에게도 피해를 주고 있다고 한다. 이러한 유럽 회사들은 향후 추가적인 고무 공급량 증가 예상을 가지고 고무가격의 큰 인상을 감내하고 있다.

비록 미국 타이어 산업은 철강과 천연고무 공급의 부족과 관련된 발표는 하지 않았지만 원재료 가격은 완전히 또 다른 문제다. Bridgestone/Firestone North American 타이어는 원재료 비용이 03년에 1억불 상승했다고 한다. Goodyear는 자체 연례 보고서에서 원재료 비용이 그들의 대차대조표에 3억 3천 5백만불의 영향을 미쳤다고 한다.

비록 수요와 공급에 있어서의 중국의 영향은 논란의 여지가 없지만, 이러한 비용문제의 모든 것이 중국에서만 기인하는 것은 아니다. OPEC은 중국의 통제권밖에 있고 인도네시아, 태국 그리고 말레이시아의 천연고무 제공사는 수년간 공급 수준과 가격책정을 자의적으로 해왔다.

그러나 양적인 면에서 중국의 막대한 소비량은 문제가 되지 않을 수 없다. 원재료와 관련해서 세계 나머지 지역에 어떤 피해를 주지 않는 방향으로 중국의 원자재 수요량을 정할 수 있는 방법은 아직 없는 것 같다.

공산국가인 중국에서는 정부의 간섭 없이는 아무것도 이루어지지 않는다. 특히나 세계적으로 유례없는 경제적 붐에 있어서는 더욱 그러할 것이다. 국제적인 수용과 인정을 바라면서 중국정부는 국제적인 투자 유치와 자체 기술발전의 급속한 성장을 목표로 주요한 경제 개혁에 착수했다.

중국정부는 간섭을 최소화하면서 자국에로의 투자와 자국의 값싼 노동력을 기술력과 교환할 마음이 있는 파트너를 적극적으로 모색하고 있다. 이에 중국은 가전기기, 자동차, 자동차 부품 및 타이어와 같은 중요 산업을 목표로 했고 모토롤라, GM, 포드 그리고 수백 개의 다른 세계적 제조기업들이 합작 벤처 공장에 수백억을 투자했다. 타이어 분야에서도 거의 모든 세계적 타이어 제조 기업들이 합작 벤처형태로 대규모 투자를 했다. 이러한 투자로 하여 적어도 중국 기준으로 수백만 개의 고소득 일자리가 창출되었으며 결과적으로, 한때 중국의 정치적 엘리트들이 주로 향유하던 제품들 - 냉장고, 컴퓨터, 자동차 그리고 타이어 등 - 을 새로운 중산층도 사용하게 되었다. 사업이 증대되면서, 많은 노동자들이 중국의 새로운 소비자 층에 참여하고 있고, 이는 다시 생산의 증대를 촉진시키는데 이러한 사이클은 계속적으로 이루어지고 있다.

04년도 1월에서 5월까지, 중국의 소비자들은 210만대의 자동차를 구입했다. 대조적으로 미국의 신규 자동차 판매는 동기에 700만대를 기록했다. 여전히 미국이 신규자동차 판매 부분 1위를 차지하고 있지만 미국의 자동차 판매는 최대물량에 달한 것 같다. 앞서 말한 중국의 210만 자동차 구입자는 사실 중국 잠재고객의 단지 0.3%에 지나지 않는 수치이다. 한때 타이어제조사들이 수익 촉진을 가져올 값싼 노동력에 끌려 시선을 돌렸던 중국시장은 중국 내의 소비가 급속도로 증가하면서 중국시장 안에서의 가능성은 훨씬 더 매력적인 것이 되었다. 많은 경우에 브리지스톤, 미쉐린, 굳이어, 금호, 한국, 토요 그리고 요코하마와 같은 타이어 메이커들은 현지 중국시장을 대상으로 한 생산을 계속 유지하고 있다.

그러나 중국에서 사업을 하는 것은 모토롤라사가 이미 경험한대로 쉽지 않은 일들을 수반한다. 중국시장에 뛰어든 첫 번째 기업 중에 하나였던 모토롤라는 예상한대로 언어 장벽과 엄격한 여러 겹의 정부규제에 부딪혔다.

그러나 모토롤라는 중국본토에 강한 네트워크와 기지를 건설하면서 그들의 파트너와 생산자를 트레이닝하기 위해 부단히 뛰었다. 그렇지만 결과적으로 그들의 파트너였던 중국 토종 회사들은 휴대폰 생산에 있어 거의 완전한 기술을 습득하여 그들에게 더 이상 모토롤라가 필요 없게 되었다. 이에 따른 결과는 올해 중국 국내에서 사용되는 휴대폰의 40%이상이 모토롤라나 노키아와 같은 외국회사 제품이 아니라 중국 토종 회사에 의해 공급되어 지고 있는 실정이다.

단순한 사실은 중국이 다국적 기업들과의 기술공유를 위해서 많은 반칙적인 수단을 사용한다는 것이고 따라서 결코 해결될 것 같지 않은 세계적 법적 문제인 지적 재산권에 관해서는 더욱더 많은 문제가 야기되고 있다는 것이다.

그렇지만 모토롤라는 아직 포기하지 않고, 중국을 떠나야 할 상황이나 그들이 키워낸 중국 업체와 경쟁해야할 상황 속에서도 06년까지 1천억 이상의 자본을 중국에 투자하기로 결정했다.

중국의 타이어 시장에는 잘 알려진 세계적 브랜드 이외에도 다른 많은 타이어업체가 참여하고 있다. Warrior, Logn March 그리고 Double coin과 같은 브랜드는 수년간 북미시장과 그리고 다른 지역의 시장에 참여해왔다. 이러한 소위 "제3세계"브랜드는 수년간 기술적으로 뛰어난 세계적 메이저 브랜드와 별 마찰 없이 잘 공존했다. 중국 타이어 제조사와의 합작 벤처를 통해서 공유된 기술덕분에 이런 알려지지 않은 브랜드는 세계의 어느 타이어 못지않은 품질을 갖추게 되었다.

중국에서 몇 년을 보낸 연구자들은 중국산 타이어의 품질의 우수성을 높이 평가한다. 미국의 한 타이어 기술자는 "우리는 이런 결과를 예상치 못했지만 중국의 타이어는 '세계적 품질'이라 부를 수 있을 수준이다. 중국타이어는 DOT와 ISO 표준을 가지고 있을 뿐만 아니라 새로운 공장에서 최신의 기술과 새로운 장비로 생산되고 있다." 라고 말했다.

사실상, 중국은 거의 하루아침에 타이어 래디알화를 달성했다. 이는 미국의 경우 25년에서 30년이 걸려 래디알화를 이루었고, 일본은 거의 10년이 걸린 것을 보면 중국의 빠른 래디알화를 잘 알 수 있다. 과거 좋은 레디알 제품을 생산할 수 있는 업체와 생산 할 수 없는 업체간의 격차는 대단히 컸다.

낮은 가격의 고품질 타이어의 유입은 또한 새로운 걱정거리를 야기했다. 북미에는 1,000개가 훨씬 안 되는 수의 중트럭용 타이어 리트래드사가 있는데 새로운 중국의 래디알화로 가격 압력을 심하게 받고 있고, 트럭 운송업자들은 리트레드 사용을 대신할 새로운 타이어 루트를 모색하고 있다. 이 때문에 가뜩이나 실낱같이 적은 마진과 자체 원재료 가격 상승으로 힘들어하는 리트래드 회사들은 그들의 운영비에 있어서 훨씬 더 많은 압박을 받게 되었다.

다행히, 중트럭용 타이어 리트래드 생산은 지난 2-3년간 꾸준한 수준을 유지했다. 그러나 가격차이는 좁혀질 수 있고, 따라서 리트레딩의 경쟁력 유무에 관해서는 의문스럽다.

세계 각지에서 생산된 타이어를 구매하고 판매하는데 이미 상당한 경험이 있는 북미 딜러들에게는 중국산 타이어를 취급하는데 그렇게 큰 어려움이 없을 것 같다.

중국의 명백한 시장 입지를 반박할 사람은 아무도 없다. 미국의 한 딜러가 말했듯이, 현재로서 중국은 몇가지 뚜렷한 이점을 향유하

는데, 이는 중국이 고품질, 저가 타이어를 생산하고 있고 소위 딜러들 사이에서 얘기되는 "즉각적인 래디얼화"를 겪었으며, 이러한 타이어를 신규공장에서 현대적 기술로 제조하고 있다는 것이다.

하지만 그 반면에, 세계 주요 브랜드의 판권관련 문제와 같은 부각되지 않은 문제가 수반되고 있다고 덧붙였다.

경제적 거국들 - 미국, 일본, 독일 그리고 영국-들이 10년 걸려 이루어낸 것을 중국은 불과 몇년만에 이루어냈다. 그러나 세계은행들은 중국의 국영 은행과 과도하게 과열된 경기에 대해 우려한다. 그들이 생각하기엔 중국이 너무나 급속도로 성장하고 있다는 것이다.

'중국은 자신을 변화시켜가면서 세계를 변화시키고 있으며 그래서 미국이 유럽을 따라잡은 것과 같이 중국도 미국을 따라잡을 것이다'라고 중국 경제에 관한 최근의 보고서에서 뉴욕타임즈는 말했다. 그런데 그러한 일은 많은 개혁이 일어나고서야 일어날 수 있을 것이다. 어떤 추정에 의하면, 중국 대출의 거의 절반이 상환이 불가능한 것이라고 한다. 그러나 중국에서의 대출은 여전히 증가하고 있다. 한 경제전문가에 의하면, 중국 주재 4개의 상위 은행들이 법적으로 파산상태라고 한다. 이는 중국의 수요가 현재 동남아시아의 경제와 나아가서는 한국, 대만, 일본의 경제를 이끌어간다는 점을 고려할 때 매우 큰 골치거리이다.

반면, 중국은 자국시장 내에서도 과잉생산 형태를 취하고 있다. 뉴욕타임즈에 의하면, 중국에서 생산되는 모든 제품의 90%정도가 공급과잉에 있고, 대부분의 중국 공장들은 수익마진을 높이기 위해 값싼 노동력을 사용하는 것이 아니라 대부분의 중국 노동자들이 값싸게 구입하도록 가격을 내리고 또 이를 위해 값싼 노동력을 사용한다고 한다.

이는 상하이에 있는 한 중국 노동자가 5,000달러 정도의 연간 가계수입을 갖는 새로운 중산층의 한 부분이 될수 있다라는 것을 의미한다. 또 뉴욕타임즈는 "평균적으로 중국은 달러당 재화와 용역에 있어서 미국인이 미국에서 같은 액수의 달러로 할 수 있는 것보다 거의 다섯 배를 구입한다. 중국에는 현재 중국 기준으로 약 1억명의 넉넉한 중산층이 있다. 이 수는 미국 전체 인구의 1/3 이하 정도지만 중국의 총인구의 약 8%밖에 되지 않는다. 중국에서 한창 싹트고 있는 도시화는 또한 놀라울 정도다. 어떤 통계에 따르면, 향후 20~25년 후에는 고용률의 성장으로 345백만명의 사람이 새로 직업을 갖고 이는 중국 도시화의 입지를 확고히 할 것이라고 한다.

'비즈니스 위크'지는 상하이의 신규로 건설된 현대적 주거 단지에서 816개의 아파트가 3일 만에 팔렸다고 게재 했다. 상하이의 또 다른 지역에선 아파트 가격이 1평방피트당 $325까지 올랐는데 이 아파트의 대기자 명단은 2,200명이나 된다고 한다.

문제는 전세계적으로 상승하고 있는 물가가 중국은행에서 행해지는 불량 대출과 연합하여 인플래를 부추길 수 있다는 것이다.

자동차 부문을 보면, GM사는 향후 3년간 새로운 엔진 공장 설립과 자동차 생산 시설의 증설을 위해 중국에 3십억달러 이상을 투자할 계획이다. GM사는 심지어 자사의 고급 카딜락 모델의 중국 판매를 계획하고 있다. 1997년 이후 중국에서 자동차를 생산해 왔던 포드사는 작년에 중국내 자동차 생산을 2만대에서 15만대로 늘리기 위해 10억 달러를 투자할 것을 공표하였다. 이러한 투자의 일환으로, 지난달 포드사의 장안 포드 합작 회사는 난징근처에 새로운 공장을 설립할 것이라고 발표하였다. 이 공장은 연간 20만대의 최초 생산능력을 가지고 있으며, 06년도에 오픈할 예정에 있다.

포드와 GM의 중국 투자 계획은 확고하고 심지어 희망적인 것처럼 보인다. 비록 중국의 외국 지원 자동차 생산능력이 07년에 1,400만대를 초과할 것이지만, 중국정부는 자동차 제조사에게 중국 내 자동차 판매는 07년까지 단지 년당 7백만대가 될 것이라고 경고했다.

어떤 면에서 보면, 중국산 자동차가 다른 나라에서 판매될 것이라는 것은 기정사실이 되었다. 그러나 무엇보다도 낮은 가격의 중국산 새로운 자동차들을 이용할 대상은 어마어마한 중국인들이라는 것이다.

포드사와 GM사의 전략이 맞아 떨어진다면, 이 회사들은 자동차 구매능력이 있는 중국 인구의 30%(약 3억 7천만명)와 이들 인구 중 자가용을 소유하기를 원하는 48%(1억 8,720만명)를 고객으로 만들 수 있을 것이다.

중국의 이러한 자동차 잠재 구매층의 비율을 과소평가하기 쉬운데, 중국에서 자가용을 원하는 그룹은 그 인구수로 볼 때 미국 전역 전체 인구의 거의 70%와 맞먹는 수가 된다.

자동차 메이커들은 중국시장만을 대상으로 중국산 부품들을 생산하고 있는 것이 아니다. 중국외 시장을 대상으로 하는 부품 생산은 생산과 출하비용을 고려해도 더 높은 수익을 이끌어 낼 수 있기 때문이다. 이 같은 형태의 GM의 엔진 생산은 큰 변화의 징조로서 받아들여지며, 중국산 자동차와 자동차 부품은 미국과 다른 선진국에 또다른 방식으로 큰 영향을 미칠 것이다.

OE와 수리시장 부품 제조사를 대표하는 Motor Vehicle & Equipment Manufacturers Association은 중국에서의 부품 모조가 최고 걱정거리 중에 하나라고 말한다. 가짜 부품은 매년 판매에 있어서 자동차 산업에 약 120억불의 비용을 초래하는 것으로 추정된다.

가장 빈번히 모조되는 것은 오일필터, 헤드램프, 전지등과 같은 저가 일회용 부품이다. 그러나 그러한 모조 부품이 문제 되었을때 소비자나 수리공기술자가 도움을 받을 곳은 없다.

장차 중국이 세계시장에서 힘과 교역의 균형을 뒤바꿀 것이라는데 모두들 동의하겠지만 그렇게 완전히 단정할 수 있는 것은 아니다. 왜냐하면 중국은 아직 광대한 비확실성의 대륙으로 남아있기 때문이다.

1998년, 당시 중국 대통령이자 중국공산당 주석이었던 장제민은 "우리는 경제적 세계화의 문제를 인식하고 적절히 대처해야 한다. 이는 세계 경제 발전의 확실한 추세이며 누구도 이 추세에서 벗어날 수 없으며 모든 사람이 이 추세에 참여해야한다"고 말했다. 비록 중국에서 경제적 세계화를 향해 많은 엄격하고 경직된 통제와 규율이 풀렸다고는 하지만 이러한 중국의 정부시책이 얼마나 지속될 것인가는 의문이다. 결국 자유시장경제는 중국이 결코 생각지 못한 소비자 욕구에 있어서의 갑작스런 변화를 겪기 쉽다. 이런 변화를 다루기가 너무나 버거워지면 중국은 언제나 다시 폐쇄사회의 과거로 돌아갈 수도 있다. 그렇게 된다면, 세계 각지의 중국의 사업파트너들은 어떻게 될 것인가?

중국 시장에서의 높은 수익에 대한 가능성으로 계속해서 세계적 기술들이 중국대륙으로 쏟아지고 있다. 그리고 북미 타이어 딜러들은 확실히 계속해서 일정기간 그들의 투자의 결실들을 향유할 것이다. 하지만 아마도 가장 큰 문제는 중국이 홀로 자립할 때까지 얼마나 오래 동안 현재의 합작 파트너를 필요로 할 것인가 하는 것이다.

〈자료 : 미국 「Tire Review」 04년 8월호〉