

중국 가전제품산업의 자동차 부품업체로의 변신



중국청도 한국중소기업지원센터
이승국 소장

중국 가전제품산업은 개혁개방 이후에 발전하기 시작한 신흥 공업으로 저렴한 생산원가를 무기로 20여 년간 매우 빠른 속도로 발전하였다. 현재 동 산업은 2,000억 위안을 넘는 시장규모의 거대한 산업이다. 그런데 규모의 경제 방식 및 가격 경쟁에 의존한 가전제품산업은 경쟁이 치열하다. 가전제품산업은 원부자재 가격의 급등으로 국내 시장상황과 수출여건도 갈수록 어려워져 일부 가전제품 생산기업들은 사업다각화의 일환으로 자동차 전자부품산업으로 사업다각화를 모색하고 있다.

1. 중국 가전제품산업의 현황

가. 기술 혁신 부족

세계 가전제품산업은 기술 혁신과 더불어 급속하게 발전해왔다. 미국, 일본, 한국과 유럽 등의 국가들은 가전제품산업에서 선진기술과 생산능력을 바탕으로 가전제품산업은 선점하고 있는데 이들 나라들은 풍부한 자금 및 선진 기술로 전세계 대부분 가전제품의 생산과 판매를 장악하고 있다. 이와 반대로 중국의 가전산업은 가격경쟁을 통해 성장했는데, 20여 년간 중국내 시장 경쟁을 거치는 동안 중국의 기업들은 제품의 품질과 기술을 무기로 한 경쟁이 아니고 저가 제품생산으로 생산규모만 확대한 결과 중국 가전제품생산기업의 경쟁력을 약화시켰다. 텔레비전, 에어컨, 세탁기 등 대형 가전제품부터 온수기, 주방기구 등 소형가전제품까지 기술수준이나 제품 구조, 제품디자인, 제품의 품질 등이 다 선진국 제품에 미치지 못하고 있다.

나. 가전제품 수출여건 악화

EU25개국이 올해 8월 13일부터 실시한 <전자 전기 설비 폐기에 관한 규정>과 2006년 7월 1일부터 시행된 <전자전기설비중 유해 물질사용제한 규정>으로 중국의 냉장고, 세탁기, 에어컨, 전자레인지, 진공청소기, 다리미, 조명설비, 완구, 여가 운동시설 등 경공업 제품 수출에 새로운 무역장벽으로 작용하여 기업 발전과 가전제품 수출에 큰 어려움을 겪을 것으로 예상된다. 이 2개 규정은 거의 모든 민용전자전기 분야에 해당된다. 중국이 매년 유럽시장에 수출한 가전제품은 수 백억 달러인데 이 두개 규정은 중국 가전기업의 수출 원가를 상승하게 하여 EU 가전제품 수출에 심각한 영향을 끼칠것이다. 규정을 충족시키지 못하여 EU시장에 진출하지 못할 제품도 적지 않을 것이므로 2006년 중국 가전 수출 여건은 심각한 국면에 처해 있다.

동시에 중국 가전제품생산기업은 영향력이 있는 자체의 브랜드의 제품을 갖고 있지 않으며 대부분은 OEM 방식으로 생산한 제품으로 국제시장에서 자체의 브랜드를 구축하기 위해서는 엄청난 노력이 필요하다. 그 외에 제품 핵심 기술은 여전히 기술도입과 모방기술로 생산하고 있으며 중요 부품은 여전히 다국적기업에서 구매해야 한다. 그리고 수출제품의 자체 기술 수준이 높지 않기 때문에 수출 규모는 크지만 실제 이익은 적다. 이런 요인들 때문에 중국 가전제품의 수출 여건과 수출 시장 확대는 그리 밝지 않다.

다. 가전제품 생산과잉과 자동차 전자제품생산으로의 변신 중국 국민들의 생활수준이 많이 향상되어 가전 제품시장은 기본적으로 포화상태이다. 대도시를 근간으로 하는 중 상류 시장은 더 이상 확대가 불가능하여 가전 제품제조업체들은 저소득 시장인 농촌시장을 찾고 있지만 이들은 아직 에어컨 냉장고등 고급제품을 소비하는데에는 한계가 있어 가전제품생산기업의 시장 수요는 많이 감소하였다. 시장수요는 감소되었지만 생산능력은 여전히 확대되고 있는데 이는 제품공급 과잉 상태를 초래하고 있다. 최근 공포한<2005년도 중국에어컨업계발전 중기보고>에 따르면 2005년도 중국 에어컨 기업 생산능력은 급속히 확대하여 2005년 상반기 까지 10위 안의 에어컨 생산기업의 생산능력은 7500만대 돌파하여 작년 동기보다 23%를 증가하여 에어컨 소비시장 수요증가율을 대폭 상회하였다.

미국 Display Search사도 2005년 제1분기 전세계 액정 TV 공급상황을 공포했는데 작년 동기와 비교하면 공급물량은 125% 증가하였고 금액으로는 141%를 증가했다. 2005년까지 공급과잉 TV는 2,000만대다. 가전제품생산 기업들은 수요시장 축소 및 이익감소를 탈피하기 위하여 점차 자동차전자분야로 관심을 돌리기 시작했다.통계에 따르면 자동차전자 부품산업 발전속도는 현재 10%의 증가율보다 배가 된 20%까지 상승할 것이라고 예측하고 있다. 미래의 3~5년간에 자동차 전자부품산업이 4,000억 위안대의 시장규모를 형성될 것으로 예측된다.물론 중국의 대형가전업체인 聯想, 康佳, 創維, TCL, 新科, 厦新는 이 기회를 놓치지 않을 것이다.

2. 중국 자동차전자 업계의 현황

현재 중국의 자동차 전자부품산업은 시작단계로 중국 내의 자동차 전자부품업체들은 대부분 규모가 작고 생산품목이 단순하며 기술 수준이 낮은 편이다. 또한 기업들은 대다수가 외자기업과 합자기업으로 관련 기술 대

부분은 외국기업의 수중에 있다. 다양한 자동차 전자 제품중에서 엔진관련 전자제품이 제일 큰 비중을 차지하고 있는데 현재 중국시장을 외국업체들이 독점하고 있으며 높은 기술력을 필요로 하여 많은 이익을 실현하고 있다. 통신 및 GPS, 오락 및 안전시스템은 차지하는 비율이 낮은 수준이지만 자동차 전자부품산업의 발전 추세를 대표하기에 미래 전망은 매우 밝다.

3. 중국 자동차전자부품산업 발전에 관한 과제

중국의 자동차산업이 신속하게 발전하고 있으며 자동차시장도 확대되고 있다. 통계에 따르면 2004년 중국 자동차 소유량은 2,700만대이며 2005년에 3,500만대이다. 2010년에 중국 자동차 소유량은 5,600만대이며 2020년 1.4억대를 돌파할 것이라고 예측하고 있다.

가. 자동차 전자부품산업 기술 향상

중국의 자동차 산업의 발전은 외국자동차 기업들과의 합작을 통하여 발전하였는데 이에 따라 외국기술을 도입하여 생산하고 있으나 외국 기업은 기술 개발을 꾸준히 함으로 중국내 자동차전자부품은 대부분 외국기업에 종속되어 있다. 이에 중국 자동차 산업 및 전자부품산업이 외국에 비하여 20년 이상 뒤떨어지게 되었다. 따라서 선진국 수준에 도달 할 수 있는 기술 향상이 하나의 과제이다.

나. 기술 혁신을 통한 자체 브랜드 구축

중국의 가전산업의 발전에서 보듯이 기술혁신을 통해 자주적인 브랜드 이미지와 제품을 발전시키는 것은 중국의 자동차 산업이 발전하고 세계 자동차 강국들과 경쟁하는 유일한 선택이다.

다. 지속적인 발전문제

중국은 인력자원이 풍부하지만 생태환경이 취약한 국가이므로 자동차보유량의 신속한 증가와 함께 에너지 부족과 생태환경의 오염문제도 점차 심각해지고 있다.