

자동차산업의 중국 동반진출 성과와 정책 시사점

- 국내 승용완성차 및 협력업체를 중심으로 -

김주영 · 김유신 · 이미혜 · 강수연



2011. 12



자동차산업의 중국 동반진출 성과와 정책 시사점

- 국내 승용완성차 및 협력업체를 중심으로 -

발 간 사

우리 정부가 경제 선진화와 지속가능한 성장동력 확보방안의 하나로 동반성장 정책을 적극 추진함에 따라 동반성장에 대한 관심이 어느 때보다 높아지고 있습니다.

동반성장 분위기 확산과 관련하여 가장 주목을 받은 산업 가운데 하나가 자동차 산업입니다. 자동차산업은 고용증대와 산업구조 고도화에 크게 기여하는 우리 경제의 주력 산업입니다.

그러나 완성차업체는 세계적인 경쟁력을 확보하고 있는 반면, 이를 뒷받침하는 중소 부품협력사의 경쟁력과 인지도는 실제보다 낮게 평가되고 있습니다.

이에 따라, 근래 자동차업계는 다양한 방식으로 동반성장과 상생협력을 추구하고 있습니다. 동반성장이 국내뿐만 아니라 해외시장 개척에서 효과적으로 힘을 발휘할 때 우리나라 수출 산업의 희망도 더욱 밝아질 것입니다.

이에 우리 연구소에서는 최근 들어 세계 최대 자동차시장으로 부상한 중국에서 국내 승용완성차업체와 부품협력사의 동반성장 관계를 분석해보고, 중국뿐만 아니라 제3국 시장 개척에서 대·중소기업의 바람직한 상생협력 방안을 강구하기 위해 본 연구를 진행하게 되었습니다. 이를 위해 중국진출 국내 자동차관련 기업의 결산서를 통한 경영성과분석, 설문조사, 현장방문 등을 실시하였습니다.

기업의 글로벌 경쟁이 개별기업 간 경쟁에서 기업 네트워크 간 경쟁으로 변화되면서 산업 생태계의 역동성을 강조하는 방향으로 전개되고 있습니다. 이러한 측면에서 대·중소기업이 협력과 상생으로 나아간다면 우리 수출시장은 더욱 확대될 것으로 생각합니다.

본 연구를 위해 바쁘신 가운데 설문조사에 참여해주신 기업과 설문지 배포와 수집을 위해 애써주신 당행 여신부점 직원에 대해 진심으로 감사드리며, 본 보고서가 중국뿐만 아니라 제3국에 진출하려는 산업계에 조금이나마 유용한 참고자료가 되기를 기대합니다.

2011년 12월
한국수출입은행
해외경제연구소
소장 정 계 룡

목 차

〈요 약〉	5
I. 연구 배경 및 목적	12
II. 중국 자동차산업 발전과 시장규모	
1. 중국 자동차산업 발전	14
2. 제조사별 시장점유율	26
III. 완성차업체와 부품협력사의 중국진출현황과 성과	
1. 완성차업체의 중국진출과 성장과정	32
2. 부품협력사의 동반 진출	35
3. 완성차업체와 부품협력사의 경영성과 분석	37
IV. 완성차업체와 협력사의 협력관계 분석	
1. 협력 관계 분석	45
2. 상생 심화발전 분석	53
3. 기 타	58
V. 결론 및 정책 시사점	60

표 차 례

<표Ⅱ-1>	중국의 연도별 자동차 생산과 판매량 추이	14
<표Ⅱ-2>	중국의 연도별 승용차 판매량 추이	16
<표Ⅱ-3>	자동차 구입 보조금 지급 관련 최저연비	18
<표Ⅱ-4>	중국기업의 해외 자동차 M&A 현황	20
<표Ⅱ-5>	매출액 상위 10위 자동차 부품기업(2010년)	21
<표Ⅱ-6>	중국의 100km 주행 승용차의 연비 하한선	25
<표Ⅱ-7>	중국 승용차시장의 상위 10위 기업의 점유율	29
<표Ⅲ-1>	국내 완성차업체의 중국 진출 현황	33
<표Ⅲ-2>	국내 완성차업체의 중국 진출과 생산능력 확충	34
<표Ⅲ-3>	국내 부품협력업체의 연도별 중국 진출 현황	36
<표Ⅲ-4>	국내 부품협력업체의 지역별 중국 진출 현황	37
<표Ⅲ-5>	자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 평균 매출 추이	38
<표Ⅲ-6>	자동차 관련 중국 현지법인의 매출처별 기업당 평균 매출액 추이	39
<표Ⅲ-7>	자동차 관련 중국 현지법인의 원부자재 매입처별 기업당 평균 매입액 추이	41
<표Ⅲ-8>	자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 평균 영업이익 변화 추이	42
<표Ⅲ-9>	자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 순수출 유발효과 변화 추이	42
<표Ⅲ-10>	자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 차입금 조달 추이	44
<표Ⅳ-1>	원자재 가격변동에 따른 납품단가의 조정	45
<표Ⅳ-2>	납품대금 결제	46
<표Ⅳ-3>	약정통화의 변경	46
<표Ⅳ-4>	부품업체의 자체 공정개선에 대한 완성차기업의 성과보장	47
<표Ⅳ-5>	자동차사업 이외 분야로의 사업 다각화 추진	48
<표Ⅳ-6>	완성차기업의 신제품 개발 자금지원 방식	48

<표IV-7> 생산중단의 경우, 개발비 보전 방식	49
<표IV-8> 현지법인 설립시 완성차 기업의 도움	50
<표IV-9> 부품업체의 해외진출 동기	51
<표IV-10> 중국진출 후 동종업계위상 변화	52
<표IV-11> 중국의 변화하는 투자환경 중 어려움을 느끼는 분야	52
<표IV-12> 협력업체의 신제품 개발 방식	53
<표IV-13> 부품업체에 대한 완성차기업의 기술교육 실시	54
<표IV-14> 완성차기업의 공정감사, 품질감사 등을 통한 기술유출 우려	55
<표IV-15> 거래선 다변화 실시	55
<표IV-16> 중국진출 후 특정기업에 대한 의존도 변화	56
<표IV-17> 거래선 다변화를 위한 완성차기업의 기회제공	57
<표IV-18> 다른 완성차업체 납품 시 불이익	57
<표IV-19> 한중 FTA 대비 여부	58
<표IV-20> 완성차업체와 협력사의 협력관계 및 상생심화발전 설문조사 요약	59
<표V-1> 완성차 기업의 동반성장 프로그램 현황	64

그림 차례

<그림II-1> 중국 1인당 GDP와 근로자 평균임금	16
<그림II-2> 중국진출 다국적기업과 중국 국유기업의 합작 현황	19
<그림II-3> 국가별 중국 승용차시장 점유율	27
<그림II-4> 상하이GM우링의 인기차종인 러츠(樂馳)와 우링즈광(五菱之光) ..	28
<그림III-1> 국내 완성차업체의 중국 승용차시장 점유율 추이	34
<그림V-1> 국내은행의 중국진출 부품협력사 현지법인 앞 위안화 대출 흐름도	66
<그림V-2> 부품업체의 거래선 다변화 효과	66

<요약>

I. 연구 목적 및 배경

- 최근 대기업의 경영성과가 협력업체나 중소기업의 성과로 이어지는 낙수효과가 미흡함에 따라 대·중소기업 동반성장이 중요 이슈로 부상
- 승용 완성차업체와 협력업체의 진출이 활발한 중국에서 동반성장 실태를 파악하기 위해 경영성과 분석과 설문조사를 실시
- 이를 통해, 대·중소기업의 바람직한 상생 협력방안을 강구하고, 우리기업의 해외시장 개척에 활용

II. 중국 자동차산업 발전과 시장규모

1. 중국 자동차산업 발전

- 중국이 승용차가 월 100만대 이상 판매되는 등 세계 최대 자동차 시장으로 부상
 - 2009년 미국을 제치고 세계 1위의 자동차시장으로 부상한데 이어 2010년에도 자동차 판매가 전년대비 32.4% 증가하여 1,806만대를 기록
- 중국 자동차산업은 국유기업은 외국기업과 합작, 민간 기업은 독자 생존으로 이원화 발전
 - 시장개방에 의한 자동차산업 발전정책으로 다국적 자동차기업의 활발한 외국인투자가 이루어져, 이들 기업이 중국 자동차산업을 견인
 - 반면, 민간 자동차기업은 1990년대 이후에 설립되어 기술도입 등을 통해 중소형 차종을 중심으로 성장

2. 제조사별 시장점유율

- 국가별 승용차 판매는 일본에 이어 독일, 미국, 한국, 프랑스 순이며, 기업별로는 GM, Volkswagen의 합작사가 시장점유율 상위
- 국내 완성차업체의 중국진출은 다른 다국적기업에 비해 다소 늦었지만 지속적으로 중위권 수준을 유지하며 선전

Ⅲ. 완성차업체와 협력사의 중국진출 현황과 성과

1. 완성차업체의 중국진출과 성장 과정

- 국내 완성차는 중국 진출과 함께 확대되는 중국 시장을 확보하기 위해 지속적으로 생산규모를 확대
- 승용차 기준 103만 대 규모의 생산능력과 다양한 신차 출시로 국내 완성차업체의 중국 시장 점유율이 2010년 8%로 상승
- 현대차와 기아차는 각기 베이징(北京)과 장쑤(江蘇)에 진출

2. 협력사의 동반진출

- 국내 부품협력업체는 완성차업체의 진출 이전부터 저임 노동력 활용을 목적으로 진출
- 국내 완성차업체가 본격 진출한 2002년 이후부터 부품계열사는 물론 부품협력사의 진출도 활발하여 2010년 말 현재 819건에 22억 3,000만 달러 투자
- 부품계열사와 부품협력사 모두 산둥, 랴오닝 등 완성차 진출 이외 지역에 진출하여 다국적 자동차기업 등으로의 거래선 다변화 추구

3. 완성차업체와 부품협력업체의 경영성과 분석

- 부품협력사의 매출액과 영업이익이 완성차업체의 성장에 힘입어 꾸준히 증가
 - 국내 완성차업체의 시장점유율 증가로 부품협력사의 매출과 영업이익도 동반 증가
 - 부품계열사와 부품협력사의 중국 진출로 완성차업체의 현지 부품 조달비율이 95% 수준
- 자동차 관련 순수출 유발효과가 최근 수년 간 기업 당 연간 12~15백만 달러 수준
 - 부품의 국내반입은 기업 당 연 3백만 달러 안팎
- 자동차기업의 자금조달은 차입에 의존
 - 완성차업체와 부품계열사는 중국계은행을, 부품협력사는 한국계 은행을 자금조달 창구로 주로 활용

IV. 완성차업체와 협력사의 협력관계 분석

1. 협력 관계 분석

- 원자재 가격을 반영한 납품단가 조정, 부품업체의 자체 공정개선에 대한 성과보장 등이 1차 협력업체 위주로 비교적 양호
 - 이런 부분에서 2차 협력업체는 상대적으로 소외

그러나 부품협력사의 1/3이 완성차업체의 승용차 조기 생산중단에 따른 신제품의 개발비 미회수를 경험하였고, 당초 약정한 결제통화의 변경이 일부 동반진출업체에서 발생

o 또한, 현지 법인 설립시 완성차업체의 지원도 저조

한편, 부품협력업체들은 현지법인경영에서 안정적 물량확보(58%)와 완성차기업의 성장과 수익성(34%)을 중시

o 협력업체의 해외진출 동기는 완성차기업의 동반진출 요청, 가격경쟁력 확보, 거래선 다변화가 주된 요인

2. 상생 심화발전 분석

기술교육, 신제품 개발을 위한 R&D 협력 등은 양호

o 신제품 개발은 완성차업체와 공동으로 하되, 협력업체의 기술수준에 따라 주도적인 지위가 결정

o 다만, 부품업체의 기술교육이 1차 협력업체 위주로 진행되는 점은 개선 필요

o 또한 완성차업체의 공정 및 품질 감사 등으로 부품업체의 기술유출 우려

완성차업체의 거래선 다변화 기회 제공 미흡은 물론, 일부 기업에서 거래선 다변화에 따른 물량축소 등의 불이익도 발생

3. 기 타

한중 FTA 관련하여, 완성차업체의 동반진출업체만이 비교적 잘 준비

부품업체 절반이 국내에서 중국현지법인 앞 위안화 대출을 희망

<표> 완성차업체와 협력사의 협력관계 및 상생심화발전 설문조사 요약

			협력단계별		진출형태별	
			1차 협력	2차 협력	동반 진출	자발 진출
협력 관계	납품단가 조정 및 대금결제	원자재 가격변동에 따른 납품단가조정	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		현금결제	<input type="checkbox"/>	○	<input type="checkbox"/>	○
		부품업체의 자체공정개선에 대한 성과보장	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	○
	신제품 개발비지원	완성차기업의 신제품개발비 지원	○	○	○	○
		생산 조기 중단시, 완성차기업의 개발비 보전	<input type="checkbox"/>	△	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	현지법인 정착지원	현지법인 설립시 완성차기업의 지원	×	×	△	×
진출 후 동종업계 순위 상승		△	○	△	<input type="checkbox"/>	
상생 심화 발전	R&D 협력	기술교육	<input type="checkbox"/>	△	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		완성차기업과의 R&D 협력	○	○	○	○
	거래선 다변화	특정 기업 의존도 감소	×	△	×	△
		타기업 납품시 불이익	×	×	×	×
		완성차기업의 거래선 다변화 기회제공	×	×	×	×
기타	동반성장 분위기 체감	<input type="checkbox"/>	×	<input type="checkbox"/>	×	
	한중 FTA 준비	○	×	○	<input type="checkbox"/>	

○ 잘됨(75%이상), □ 비교적 잘됨(50%~75%)

△ 비교적 잘 안됨 (25~50%), × 잘 안되거나 없음 (0%~25%)

V. 결론 및 정책 시사점

1. 결 론

- 완성차기업의 성장이 부품협력사의 성장 초석이자 안전판 역할
 - 완성차기업의 중국시장에서의 매출증대와 시장점유율 확대가 부품협력사의 매출증대에 기여
- 동반성장 프로그램이 대체로 1차 협력업체 중 완성차기업이 요청한 동반진출업체 중심으로 진행

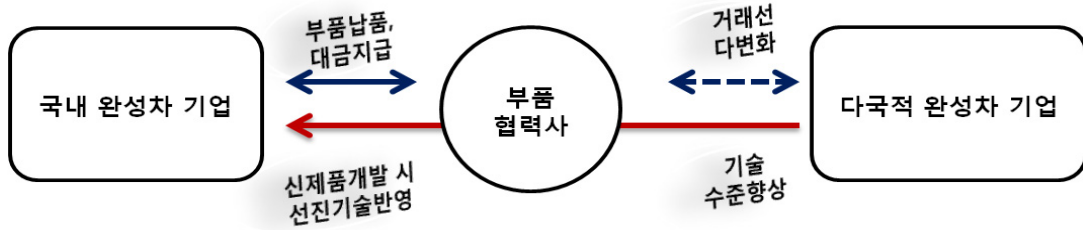
- 자발적 진출업체, 특히 2차 협력업체의 만족도는 저조
- 그러나 동반성장 관련, 현지법인정착 지원, 거래선 다변화 지원, 자체 공정개선에 대한 성과보장 등은 미흡하여 앞으로 개선되어야 할 부분
- 완성차기업이 보다 적극적으로 부품협력업체에 대한 현지법인 설립 지원 및 부품 로드쇼 등의 공동 참여 실시. 또한, 부품협력사들도 거래선 다변화에 보다 적극적으로 나설 필요
- 현재 완성차기업에서 동반성장 프로그램으로 진행하고 있는 '부품수출 해외로드쇼'를 더욱 확대 실시
- 특히, 부품협력사의 자체적인 공정개선 등의 성과에 대한 과도한 단가인하 지양

2. 정책 시사점

- 동반성장이 신제품 개발을 위한 R&D 기술협력이나 납품물량 등 협력 위주에서 기업 글로벌 경쟁력의 한 축을 담당하는 네트워크 간 경쟁요소인 부품협력사의 거래선 다변화, 현지법인 정착 지원, 노무관리 지원 등과 같은 소프트 분야로의 지원 확대 필요
- 2차, 3차 협력업체에 대해서도 1차와 같은 동반성장 협력 프로그램이 진행될 수 있도록 완성차업체의 관리감독 강화 필요
- 부품협력사의 해외진출을 위해 가칭 「부품협력사 해외법인설립 지원팀」을 가동함은 물론, 현지 법인 정착 이후에는 현지 상관습이나 노무관리에 대한 조력자로 역할 수행
- 중국에 진출한 다국적기업에 납품할 수 있도록 중국에서 개최되는 자동차 부품전시회에 공동으로 참여

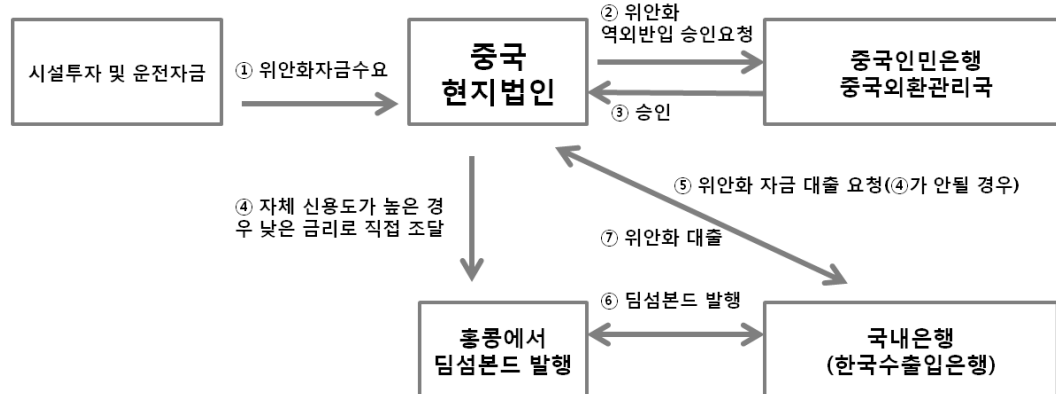
<그림>

부품업체의 거래선 다변화 효과



- 부품계열사와 부품협력사에 대한 여신지원 강화는 물론 국내은행의 중국 현지법인에 대한 자금을 중국 위안화로 취급하여 환리스크와 환전수수료 경감

<그림> 국내은행의 중국진출 부품협력사 현지법인 앞 위안화 대출 흐름도



- 한중 FTA에 대비하여 부품협력업체에 대한 원산지증명 준비 등과 관련 홍보, 세미나 등의 사전 대비 필요
- 또한, FTA에 대비한 부품협력사의 비용투입에 따른 실익이 완성차업체로만 귀속되지 않도록 협력업체에 대한 세제혜택 등 지원 방안 마련 필요
- 한편, 해외시장에서 지나친 동반성장 중시가 완성차업체의 시장 점유율 하락을 야기할 수 있다는 점에서 '선 시장확보, 후 동반성장' 전략 추구가 바람직

I. 연구 배경 및 목적

- 최근 대기업의 경영성과가 협력업체의 성과로 이어지는 낙수효과가 미흡함에 따라 대·중소기업 동반성장이 중요 이슈로 부상
 - 산업이 융복합화하고 기술이 고도화되면서 기업의 글로벌 경쟁 양상이 단일 기업간 경쟁에서 기업 네트워크간 경쟁으로 변화
 - 구글, 애플 등은 열린 생태계를 조성하고 다수의 협력기업들과 혁신적인 제품을 출시하며 글로벌 IT 기업으로 성장
 - 동반성장은 경제주체들이 성장 기회를 공유함으로써 경쟁력을 제고하는 새로운 패러다임으로 지속적인 성장 동력 확보 및 일자리 창출에 필수
 - 대기업은 세계적인 경쟁력을 확보하고 있지만, 중소기업은 전반적으로 경쟁력이 낮는데다 협력관계 미흡으로 생태계의 역동성 저하
- 승용 완성차업체와 협력업체의 진출이 활발한 중국 시장에서 우리기업의 동반성장 실태 파악
 - 이를 위해 중국 자동차산업이 어떻게 발전했는지 조사하고, 다국적 자동차기업을 포함한 중국계 자동차회사의 시장점유율 파악
 - 국내 완성차업체와 부품협력사의 중국시장 진출 현황을 바탕으로 이들 기업의 경영성과를 매출, 영업이익, 자금조달, 원부자재, 판로 등 면에서 파악

- 완성차업체와 협력업체의 중국 동반성장에 대한 심층조사를 위해 협력업체에 대한 설문조사를 통해 대·중소기업의 바람직한 상생 협력방안 강구
 - 완성차 업체와 협력업체의 바람직한 상생 협력방안을 강구하기 위해 납품단가와 대금결제 관행, 신제품개발 지원, 중국 현지법인 정착지원 등과 관련하여 분석
 - 또한 동반성장을 심화 발전시키기 위한 부품협력업체의 기술개발과 거래선 다변화 등에 대한 완성차업체의 협력 분석
- 이를 바탕으로 대·중소기업의 상생 협력으로 우리기업의 해외시장 개척에 효율적인 방안 제공을 목적으로 본 연구를 진행

Ⅱ. 중국 자동차산업 발전과 시장규모

1. 중국 자동차산업 발전

가. 개 요

미국을 제치고 세계 최대 자동차 시장으로 부상

- 2009년에 중국 내수판매는 1,364.5만 대로 미국을 제치고 세계 1위로 부상한데 이어 2010년에도 자동차 판매가 1,806.2만 대로 전년대비 32.4% 증가

- 승용차¹⁾와 상용차로 구분할 경우 승용차가 전체의 76.2% 차지

- 생산대수도 2010년에 1,826.5만대로 전년대비 32.4% 증가

<표 II-1> 중국의 연도별 자동차 생산과 판매량 추이

단위: 만대

	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11.7
생산	234.2	325.1	444.4	507.0	570.8	728.0	888.2	934.5	1379.1	1826.5	1046.2
판매	237.1	324.8	439.1	507.1	575.8	721.6	879.2	938.1	1364.5	1806.2	1060.2

자료: 중국 자동차공업협회 통계사이트(www.auto-stats.org.cn)

하지만, 외국 자동차 브랜드가 시장을 주도

- 시장개방에 의한 자동차산업 발전정책으로 다국적 자동차기업의 활발한 외국인투자로 이들 기업이 중국 자동차산업을 견인

1) 승용차는 세단, SUV, MPV 등을 포함

- Volkswagen이 가장 먼저 중국 디이자동차(第一汽車), 상하이자동차(上海汽車)와 합작한데 이어 GM, Peugeot, Ford, 도요타, 혼다, 닛산, 마즈다, 현대, 기아 등이 중국 국유기업과 합작
- o 2010년 기준 외국계 브랜드의 중국 자동차시장 점유율은 54.4%
 - 중국이 사회주의 시장경제를 채택하기 전인 1994년 이전에는 자동차산업이 트럭, 버스 등 상용차 위주로 발전하였고, 승용차는 정부 기관, 국유기업 등의 기관 소비로 제한적 시장 형성
- SARS(중증 급성 호흡기 증후군) 발생 등이 중국 승용차 판매의 촉매제 역할
 - o 2003년에 중국에서 SARS가 만연할 때 이를 차단하기 위한 일환으로 주민들이 승용차를 구입하기 시작
 - o 1998년 아시아 금융위기를 겪고 난 이후 2003년부터 중국 경제가 고도 성장단계에 진입하면서 승용차 구입이 확산

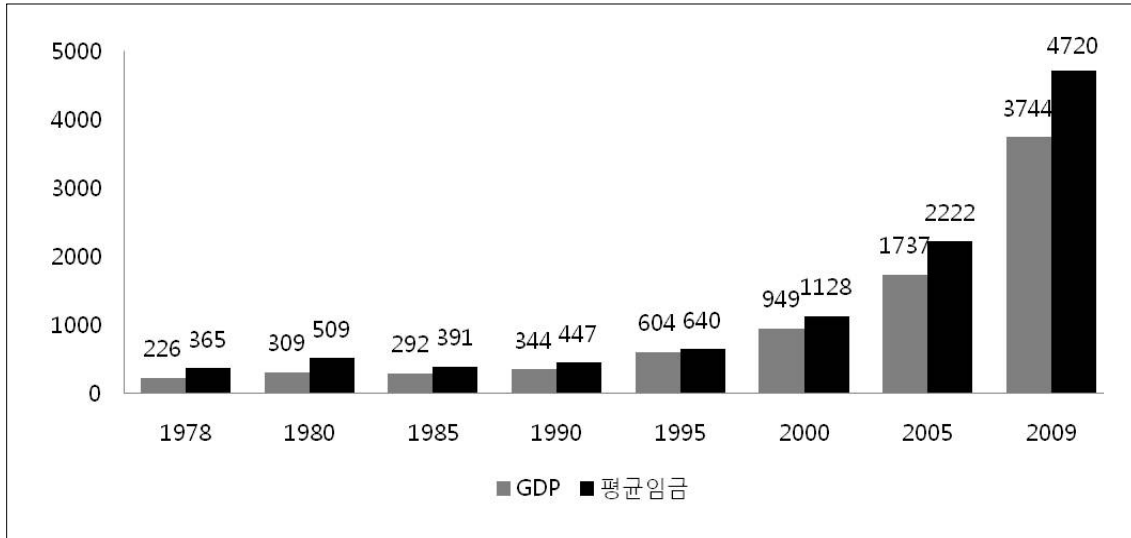
나. 현황

- 자동차가 중국 소비시장에서 주요 구매 선호품목으로 부상
 - o 소득수준이 높아지면서 동부 연해지역 주민들의 소비 트렌드가 주택과 자동차 구입에 높은 관심
 - 이밖에 일부 주민들은 자녀의 해외유학에도 관심

<그림 II-1>

중국 1인당 GDP와 근로자 평균임금

단위: 달러



자료: 중국통계연감 각 연호

□ 승용차가 월 100만대 이상 판매되는 최대시장으로 자리매김

- 2010년 승용차판매는 1,375.8만 대로 월 100만대 상회
- 승용차는 중대형보다는 중소형(1,600cc 이하) 중심으로 시장 형성
- 부유층은 다국적 브랜드를 선호하나, 중하위층은 편리성과 경제적 이유로 인해 주로 자국 브랜드를 구입

<표 II-2>

중국의 연도별 승용차 판매량 추이

단위: 만대

	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11.7
수량	127.1	185.3	282.9	327.1	397.1	517.6	629.8	675.6	1033.1	1375.8	812.4

자료: <표 II-1>과 같음

□ 배기량 1600cc이하 승용차가 전체 승용차 시장의 68.8% 차지

- 글로벌 금융위기로 인한 대외수요 위축을 내수시장 활성화로 타개하기 위해 2009년부터 실시한 노후 차량 교체, 농촌지역 자동차구입 등에 보조금 지급과 차량 구입세 감면의 혜택이 1600cc 이하 중심으로 이루어짐에 따라 중소형차 비중이 증가
- 그러나 2011년부터 이러한 혜택이 전면 취소됨에 따라 중소형차 수요의 폭발적인 증가는 다소 둔화될 전망
- 하지만, 중국이 에너지절약정책을 지속해서 시행하고 외국계 완성차기업들도 중국 민간기업들이 주로 공급하던 중소형차에 뛰어들고 있기 때문에 중소형차 시장의 지속적인 성장 예상

□ 중국 브랜드를 주로 생산하는 민간 자동차기업의 시장 점유율이 보조금 취소로 43%로 소폭 하락

- 민간 자동차기업의 중국 시장점유율이 중소형 승용차를 중심으로 2011년 8월에 42.6% 차지
- 2010년 승용차 판매대수 1,376만대 가운데 중국 브랜드의 승용차 판매대수가 627만대로 전년대비 1.5% 포인트 증가하여 전체 승용차 시장의 45.6%를 차지
- 중국 고유 브랜드의 승용차 생산·판매의 대표적 기업으로는 Chery(奇瑞), Geely(吉利), BYD(比亞迪), Great Wall(長城) 등
- 중국정부의 자동차 구매 혜택이 취소됨에 따라 1600cc 이하 중소형차를 주로 생산하는 민간 자동차기업들의 점유율이 2011년 1~8월 기간 중 전년 동기대비 3.2% 포인트 하락

□ 연비 공시제도 도입과 에너지절약형 자동차에 대한 보조금 지급으로 에너지절약형 자동차도 인기

- 중국정부가 에너지절약의 일환으로 자동차의 연비표시 의무화 실시
 - ‘자동차연료소모량 표시관리규정’(輕型汽車燃料消耗量標示管理規定, 2009. 7)에 따라 2010년 1월부터 9인승 이하 차량에 대한 연비표시
- 또한 에너지가 절약되는 자동차를 구입할 경우에 해당 3,000위안의 보조금을 지급
 - 에너지 절약 보조금은 2010년 6월부터 지급하고 있으며, 보조금은 자동차기업이 구매자로부터 동 금액만큼 차감하고 대금 수령
 - 2011년 10월부터는 연비를 종전보다 더욱 강화하여 공차중량이 1,080kg(현대 Verna, 瑞納, 1591cc)의 차량을 예로 들면, 수동변속기를 장착할 경우 5.6리터로 100km(17.86km/리터) 이상일 경우 3,000위안 보조금 지급 수혜 대상

<표 II-3> 자동차 구입 보조금 지급 관련 최저연비

공차중량(CM), kg	2011년 10월부터	
	수동 변속기	자동변속기 등 ^주
CM ≤ 750	4.8	5.2
750 < CM ≤ 865	5.1	5.4
865 < CM ≤ 980	5.3	5.7
980 < CM ≤ 1090	5.6	6.0
1090 < CM ≤ 1205	6.0	6.3
1205 < CM ≤ 1320	6.3	6.6
1320 < CM	6.7	6.9

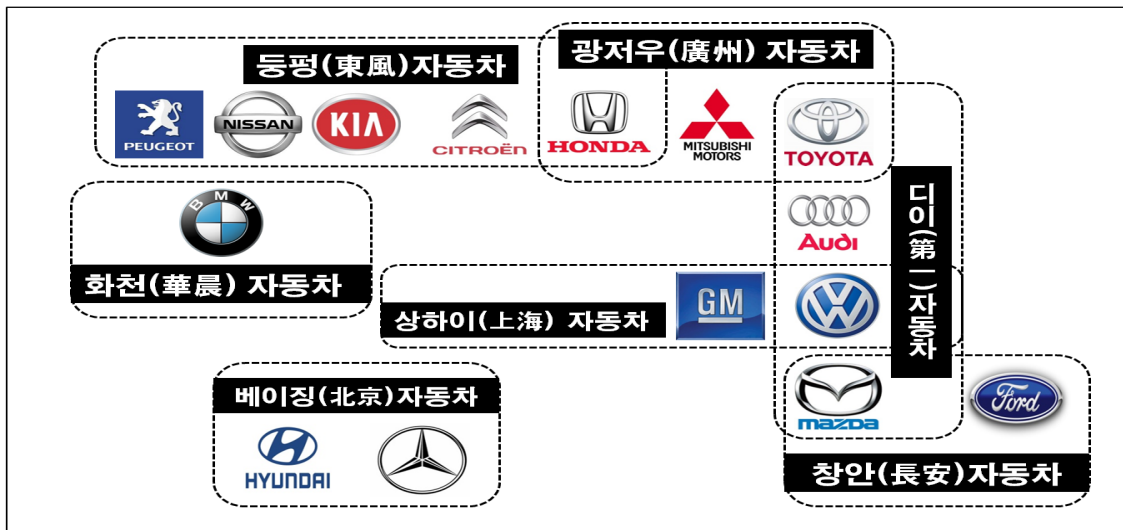
주. 실내 좌석이 3열 이상 배열된 승용차

자료: 國家發展和改革委員會(www.sdpc.gov.cn)

□ 국유기업의 외국기업과 협력, 민간기업의 독자 생존의 이원화 발전

- 대표적인 4대 국유 자동차기업인 디이자동차(第一汽車), 동펑자동차(東風汽車), 상하이자동차(上海汽車), 창안자동차(長安汽車)가 각기 다국적 완성차기업과 협력하여 협력 브랜드로 자국시장에서 주도적 지위 확보
 - 외국기업이 중국 민간기업과 협력하지 않은 이유로는 내수시장을 개척하는데 중국정부의 정책적 영향을 많이 받기 때문
 - 현재 중국에는 외국인투자기업으로 30여개가 넘는 완성차기업과 600개가 넘는 자동차부품기업이 있음
- 반면, Chery(奇瑞), Geely(吉利), BYD(比亞迪), Great Wall(長城) 등 민간 자동차기업은 1990년대 이후에 설립되어 기술도입 등을 통해 중소형 차종을 중심으로 성장
 - 특히 2008년 글로벌 금융위기로 인한 대외수요 부진을 내수확대로 타개하기 위한 자동차 구입 관련 보조금 지급 및 구입세 감면 등에 힘입어 이들 기업의 판매량이 크게 확대

<그림 11-2> 중국진출 다국적기업과 중국 국유기업의 협력 현황



자료: 각 자동차기업

□ 기술습득을 위한 해외 자동차기업의 M&A도 비교적 활발

- 자동차, 특히 승용차 생산기술의 열세를 만회하기 위해 M&A 실시
- 인수대상 기업들이 대체로 실적이 부진한 기업이 대상이며, 인수 후에도 자국 내에서 크게 성공적이라는 평가는 높지 않음
- 베이징자동차가 일부 인수한 Saab도 3개 차종의 생산설비와 기술이 대체로 노후라는 평가

<표 II-4> 중국기업의 해외 자동차 M&A 현황

	주요 내용	비고
상하이자동차	2004년 쌍용자동차의 지분51.3%를 5억 달러에 인수	2009년 1월 법정관리. 2010년 11월 인도 마힌드라가 5,225억 원에 인수
난징자동차	2007년 영국의 MG Rover를 5,000만 파운드에 인수	상하이자동차가 2007년 12월에 난징자동차 인수
베이징자동차	2009년 GM의 스웨덴 소재 Saab를 2억 달러에 인수	
지리자동차	2010년에 Ford의 Volvo 자동차를 18억 달러에 인수	
팡다그룹(龐大集團)	2011년 10월 Saab를 1억 유로에 인수하기로 양해각서 체결	

자료: 중국 각종 언론

□ 완성차 생산 중시로 자동차 부품기업의 발전 크게 지연

- 개혁개방 이전부터 계속되어 온 '완성차 중시, 부품 홀대'의 인식으로 세계 최대 자동차 생산국이자 시장이지만 아직 그에 상응하는 부품기업 부재
- 2000년까지 자동차부품 개발에 대한 투자가 완성차의 30% 수준에 불과. 반면, 자동차 선진국은 완성차와 같은 비율로 부품에 투자

□ 중국의 자동차부품시장은 외국계기업이 80% 점유

- 특히 엔진, 변속기, 연료분사시스템 등의 자동차 핵심부품은 주로 외국인투자기업이나 외국기업이 장악
 - 중국에 소재한 완성차기업의 외국계 부품 의존율이 미국계는 거의 100% 수준이고, 일본계와 독일계도 각각 90%, 89% 수준. 중국 토종 민간기업도 53% 수준
- 중국 자동차산업의 우수 인력이 완성차기업에 집중됨에 따라 부품 기업들은 이들 인력이 절대적으로 부족한 상황
- 여기에 완성차와 달리 자동차부품산업에 대한 외국인의 지분제한도 전혀 없기 때문에 GKN(영국), BOSCH(독일), BogrWarner, Delphi, Johnson Controls(미국) 등 세계적인 자동차부품기업들이 중국시장에 진출
 - 완성차 제조와 달리 자동차부품에 대해서는 외국기업이 100% 단독 투자 가능

<표 II-5> 매출액 상위 10위 자동차 부품기업(2010년)

순위	기업	비고
1	万向集团公司	중국
2	富奥汽车零部件股份有限公司	중국 디이자동차계열
3	北京现代摩比斯汽车零部件有限公司	한국 현대차계열
4	陕西法士特汽车传动集团公司	중국
5	联合汽车电子有限公司	BOSCH 합작
6	广州昭和汽车零部件有限公司	일본 Showa 합작
7	河南省定角实业总公司	중국
8	康奈可广州汽车科技有限公司	일본 Calsonic Kanse 합작
9	柳州五菱汽车联合发展有限公司	중국
10	博世汽车部件(苏州)有限公司	BOSCH

자료: www.chinabaogao.com

□ 중국계 자동차 부품기업들은 납품단가 인하 압력, 가격경쟁 등 비우호적 비즈니스 환경과 기술부족으로 생존 더욱 곤란

- 중국계 자동차 부품기업들은 기술과 품질 저하로 어려움을 겪고 있는 데다, 원자재가격 상승, 완성차기업의 부품단가 인하 압력, 가격경쟁, 외국계기업의 가세 등으로 고전

다. 정책

□ 내수확대를 위한 자동차 구입 보조금 지급

- 1,600cc 이하 배기량의 승용차 판매 가격에 10%를 부과하던 자동차 구입세를 한시적으로 2009년에는 5%, 2010년에는 7.5%로 부과
 - ‘자동차산업 구조조정 진흥계획’(汽車産業調整振興規劃, 2009. 1)에 따라 2010년 5월까지 환경오염이 많은 오래된 차를 폐기하고 신차를 구입할 경우, 승용차에 대해서 6,000위안 보조금 지급
 - 또한 농촌지역에 자동차보급(汽車下鄉)을 위해 2010년 말까지 소형버스, 소형 승합차 등을 구입할 경우 판매가격이 5만 위안 이하일 경우 차량 가격의 10%, 5만 위안 초과일 경우 5,000위안의 보조금 지급
- 2010년까지 보조금을 받은 차량이 500만대에 육박

□ 자동차산업 발전을 주도할 신에너지자동차 산업정책 제정 및 시행

- ‘자동차산업 발전정책’(汽車産業發展政策, 2004)을 통해 자동차 산업을 기간산업으로 육성하는 한편, 2010년까지 에너지절약과 환경 친화적인 소형차의 개발을 유도하여 전기차, 하이브리드차, 차량전지 등의 개발에 박차. 그러나 성과는 미미

- 외국기업의 완성차 지분을 50% 이하 유지 및 동일 차종(승용차, 상용차)에 대해 2개의 합작기업만 설립 허용

- 다만, 중국측 합작선과 공동으로 M&A할 경우 제한 없음. 2009년 9월에 동 발전정책을 개정하여 자동차 부품 수입제한 관련 조항 폐지

- ‘자동차산업 구조조정과 진흥계획’(汽車産業調整與振興規劃, 2009. 3)에서는 2009~2012년 기간에 배기량 1500cc 이하 소형차 시장 40%로 확대, 자동차산업 구조조정 추진으로 생산과 판매량 200만 대 기업 2~3개, 100만 대 기업 4~5개 육성, 토종 기업 브랜드의 승용차 시장 점유율 40%로 확대 등을 추진

- 또한 엔진, 변속기, 조향장치, 제동장치, 동력전달장치 등의 기술개발을 통한 국산화 추진

□ 하이브리드차와 순수 전기차 등 신에너지자동차 육성을 위한 구입 보조금 지급

- 충전식 하이브리드차와 순수 전기차에 대해 2010~2012년에 대당 각각 5만 위안과 6만 위안의 보조금을 지급

- ‘신에너지자동차 구입 보조금 시범실시에 관한 통지’(關於開展私人購買新能源汽車補貼試點的通知, 2010. 5)를 통해 구체화하였으며, 하이브리드차와 순수 전기차의 판매량이 각기 5만대까지 보조금 지급 후, 그 이후에는 보조금 규모 조정 예정

- * 신에너지자동차에는 하이브리드차, 순수전기차, 연료전지차, 수소 연료전지차 등이 포함

○ 중국정부는 '에너지절약과 신에너지 자동차산업 발전계획'(節能與新能源汽車產業發展規劃, 2010. 9) 초안을 마련하여 의견수렴 중이며 금년 연말에 발표 계획

- 동 계획에 따르면, 2011~2020년에 신에너지 자동차 보급을 확대하기 위해 먼저 2015년까지 하이브리드차와 순수전기차를 50만대 이상 보급하는 한편, 100km 당 연비를 5.9리터로 낮출 계획. 또한 2020년에는 이들 차량을 500만대 이상 보급하고 연비도 4.5리터로 개선시킬 계획

- 이를 위해 이들 차량 구입자에게 자동차 구입세를 면제하는 한편, 자동차기업에게는 증치세(부가가치세)를 13%로 4% 포인트 낮추어 부과하고 연구개발비도 전액 세액공제 혜택 부여

□ 에너지절감을 위한 연비개선과 신에너지 자동차에 대한 정책 적극 시행

○ 먼저 승용차의 연비개선을 위해 공차중량(complete vehicle kerb mass: CM) 기준으로 2005년 7월부터 출시되는 신차에 대해서 100km 주행 시의 기준연비를 설정하여 운용

○ 2008년 1월부터는 다시 연비효율 수준을 상향하여 운용

- 국내 YF 소나타 1,998cc의 공차중량 수동 1,395kg, 자동 1,410kg의 경우, 중국 기준에 의하면, 2008년부터 적용되는 기준으로 100km에 연료가 9.2리터 이하 소모(1리터에 10.87km 이상 주행)되어야 함

○ 2008년 2월부터는 공차중량 5,300kg 이하의 상용차에 대해서도 일정 수준 이상의 연비를 유지하도록 요구

<표 II -6>

중국의 100km 주행 승용차의 연비 하한선

공차중량(CM), kg	2005년 7월부터		2008년 1월부터	
	수동 변속기	자동변속기 등 ¹	수동 변속기	자동변속기 등 ¹
CM ≤ 750	7.2	7.2	6.2	6.2
750 < CM ≤ 865	7.2	7.2	6.5	6.5
865 < CM ≤ 980	7.7	7.7	7.0	7.0
980 < CM ≤ 1090	8.3	8.3	7.5	7.5
1090 < CM ≤ 1205	8.9	8.9	8.1	8.1
1205 < CM ≤ 1320	9.5	9.5	8.6	8.6
1320 < CM ≤ 1430	10.1	10.1	9.2	9.2
1430 < CM ≤ 1540	10.7	10.7	9.7	9.7
1540 < CM ≤ 1660	11.3	11.3	10.2	10.2
1660 < CM ≤ 1770	11.9	11.9	10.7	10.7
1770 < CM ≤ 1880	12.4	12.4	11.1	11.1
1880 < CM ≤ 2000	12.8	12.8	11.5	11.5
2000 < CM ≤ 2110	13.2	13.2	11.9	11.9
2110 < CM ≤ 2280	13.7	13.7	12.3	12.3
2280 < CM ≤ 2510	14.6	14.6	13.1	13.1
2510 < CM	15.5	15.5	13.9	13.9

주) 1. 실내 좌석이 3열 이상 배열된 승용차

2. 2011년 중에 2단계에 비해 20% 연비 개선된 3단계 시행

자료: 国家发展和改革委员会의 ‘乘用车燃料消耗量限值’, 2004. 9. 2

교통 혼잡을 이유로 일부 대도시 중심으로 연간 자동차 구입 수량 제한 실시

o 대도시의 교통 혼잡을 이유로 베이징(北京)이 2010년 12월부터 연간 자동차번호판 교부를 24만대로 제한함으로써 베이징 시민의 자동차 구매수량 제한

- 자동차번호판은 입찰을 통해 배정

□ 상위 2~3개사 중심의 국제경쟁력을 갖춘 완성차기업 그룹 육성

- 2010년 기준 자동차 생산과 판매량이 200만대를 초과하는 기업이 상하이자동차(356만대), 동평자동차(272만대), 디이자동차(256만대), 창안자동차(238만대)로 중국 전체 자동차 판매량의 62.1% 차지
- 이들 기업 중에서 국제경쟁력을 갖춘 기업으로 부상할 가능성이 높는데, 현재 이들 기업의 자동차 생산기술은 주로 외국계 합작선의 기술에 의존

□ 12차 5개년의 자동차산업은 신에너지자동차 개발과 연비개선 등에 역점

- 2010년 기준 중국계 자동차의 평균 연비는 100km를 주행하는데 7.7리터 소요(리터당 13km)되어 유럽이나 일본보다 20% 이상 연료 소모가 많은 것으로 추정²⁾
 - 중국의 석유소비량이 2001년 2억 2,900만 톤에서 2010년 4억 3,900만 톤으로 92% 증가함에 따라 석유의 대외의존도도 같은 기간 30.2%에서 53.7%로 크게 증가
- 자동차산업 발전방향이 연비개선에 목표를 두고 전기차, 하이브리드 등 신 에너지차를 적극 개발하는 한편, 기존 가솔린 및 경유 자동차의 성능 개선을 통한 연비 향상에 역점을 둘 전망

2. 제조사별 시장점유율

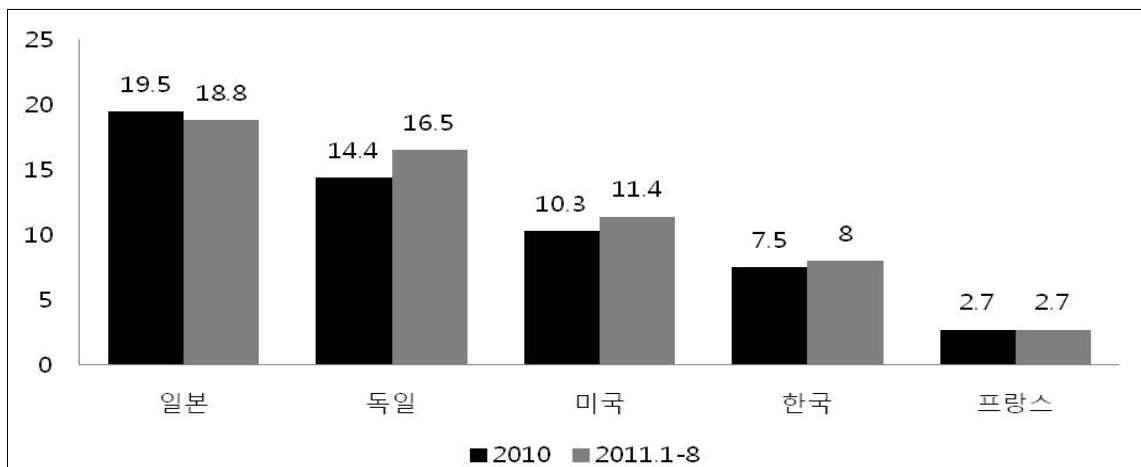
□ 국가별 승용차 판매는 일본에 이어 독일, 미국, 한국, 프랑스 순

2) ‘十二五汽車節能任務艱巨’, 2011. 7. 25, 新華網.

- 일본은 도요타, 혼다, 미쓰비시, 닛산, 마즈다 등 많은 자동차 기업이 중국에 진출함에 따라 전체적인 국가별 순위에서 상위에 랭크
 - 개별 기업으로는 2000년대 초반에 혼다(廣州本田)가 4위를 유지한 이후, 최근에는 닛산(東風日產)이 5위권을 유지할 정도로 개별기업의 선전은 구미기업에 비해 저조
 - 도요타(天津第一豐田)는 8~10위 수준을 오르내리고 있음
- 독일은 중국 시장 진출이 가장 빠른 Volkswagen 외에 Audi, Bentz 등에 힘입어 2위의 시장 점유율 유지
- 미국이 GM의 선전과 Ford의 진출로 3위권 확보
- 한국은 현대차와 기아차의 활약 등으로 국제적 인지도가 낮음에도 불구하고 8.0% 시장점유율로 선전
 - 현대차는 두 차례에 걸쳐 4위에 오르는 기업

<그림 II-3> 국가별 중국 승용차시장 점유율

단위: %



자료: <표 II-1>과 같음

- 기업별로는 GM, Volkswagen의 합작사가 시장점유율 1, 2위 유지
 - 2004년까지 Volkswagen이 승용차 시장의 수위를 차지하였으나, 2005년부터 줄곧 GM이 수위를 유지
 - 다국적기업의 합작 파트너로는 Volkswagen, GM과 합작한 상하이자동차(上海汽車), Volkswagen과 합작한 디이자동차(第一汽車) 등임
 - 동평자동차(東風汽車)는 Peugeot, Ford 등과 합작에도 불구하고 시장 점유율이 높지 않은데, 이는 동평자동차의 본사가 후베이(湖北)에 위치하여 경제발전의 중심축에서 멀리 떨어진 점과 다국적기업과의 합작이 상대적으로 늦은데 따른 것으로 해석됨
 - 특히 GM이 상하이자동차와 공동으로 지분을 인수한 상하이GM우링(上海GM五菱)은 배기량 1,200cc의 소형 승용차(樂馳), 배기량 970cc, 1051cc, 1310cc 소형승합차(五菱之光) 등으로 수위 등급
 - 이들 차량 가격은 대부분 5만 위안 미만으로 중소도시나 농촌 지역을 중심으로 할부구매가 주류

<그림 II-4> 상하이GM우링의 인기차종인 러츠(樂馳)와 우링즈광(五菱之光)



자료: 上海GM五菱(www.sgmw.com.cn)

<표 II-7>

중국 승용차시장의 상위 10위 기업의 점유율

순 위	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11.8
1	上海WV (14.0)	上海 VW(10.9)	上海 GM(8.2)	上海 GM(8.0)	上海GM 五菱(7.9)	上海GM 五菱(8.7)	上海GM 五菱(9.5)	上海 GM(7.6)	上海GM 五菱(9.6)
2	長春第一 VW(10.5)	長春第一 VW(9.2)	上海 VW(6.3)	上海 VW(6.8)	長春第一 VW(7.3)	長春第一 VW(7.4)	上海 VW(7.0)	上海 VW(7.3)	上海 GM(9.6)
3	上海 GM(7.1)	上海 GM(7.7)	長春第一 VW(6.0)	長春第一 VW(6.8)	上海 GM(7.5)	上海 VW(7.3)	上海 GM(6.8)	長春第一 VW(6.3)	上海 VW(9.2)
4	廣州本田 (4.1)	廣州本田 (6.2)	現代 (1.8)	奇瑞(5.8)	上海 VW(7.2)	上海 GM(6.4)	長春第一 VW(6.1)	現代 (1.8)	長春第一 VW(8.1)
5	天津第一 夏利(4.0)	現代 (1.8)	廣州本田 (5.8)	現代 (1.8)	奇瑞(6.0)	天津第一 豐田(5.4)	現代 (1.8)	東風日產 (4.8)	東風日產 (6.2)
6	重慶長安 (3.5)	天津第一 夏利(4.0)	天津第一 夏利(4.8)	廣州本田 (5.0)	廣州本田 (4.7)	奇瑞(5.3)	東風日產 (5.0)	奇瑞(4.5)	現代 (1.8)
7	東風神龍 (3.5)	重慶長安 (3.4)	奇瑞(4.7)	天津第一 豐田(4.3)	重慶長安 (4.7)	東風日產 (5.2)	重慶長安 (5.0)	比亞迪 (3.8)	奇瑞(4.9)
8	奇瑞(3.0)	東風神龍 (2.7)	東風日產 (4.0)	吉利(4.0)	天津第一 豐田(4.5)	廣州本田 (4.5)	奇瑞(4.8)	天津第一 豐田(3.7)	重慶長安 (4.6)
9	東風日產 (2.3)	奇瑞(2.7)	吉利(3.8)	東風日產 (3.9)	東風日產 (4.3)	現代 (1.8)	比亞迪 (4.3)	吉利(3.0)	天津第一 豐田(3.8)
10	現代 (1.8)	天津第一 豐田(2.5)	東風神龍 (3.5)	東風神龍 (3.9)	現代 (1.8)	重慶長安 (3.9)	天津第一 豐田(4.0)	長安Ford (3.0)	比亞迪 (3.5)

자료: <표 II-1>과 같음.

□ 상대적으로 다국적기업에 비해 진출이 늦은 현대차도 지속적으로 중위권 수준을 유지하며 선전

- 현대차는 2002년에 진출하여 이듬해에 엘란트라(국내 아반테)로 일약 상위 10위에 랭크된 후 신속한 신차 투입으로 시장점유율이 2005년과 2010년에 공히 4위 기록

- Volkswagen과 GM이 각각 1985년과 1997년에 진출

- 반면, 진출이 비슷한 기아차의 경우 한 차례도 상위 10위 랭크되지 못함
 - 이는 국내에서 기아차의 인지도가 현대차에 비해 낮은 이유와 무관하지 않은 것으로 추측됨
 - 기아차는 2010년에 33.3만대를 판매해 2.4%의 시장점유율로 13위 기록

□ 국내 자동차기업의 중국시장에서의 선전은 신제품 적기 출시와 현지화가 크게 작용

- 국내에서 출시된 엑센트, 아반테, 투싼, i30, 소나타 외에 중국에서 개발된 웨둥(悅動) 등 총 11개 차종 출시
 - 2008년에 아반테를 중국 실정에 맞게 개발한 웨둥을 출시하면서 단일 차종 4위에 진입한데 이어 2009년에는 3위에 진입하는 등 시장의 호평 지속
- 품질경영을 통한 우수한 품질 외에 플루이딕 스컬프처와 같은 혁신적인 디자인, 엔진과 변속기 등의 5년 10만 km 보증수리 등을 통한 마케팅이 성과에 기여
 - 2008년 1월 이전에는 보증수리 기간이 2년 6만 km 이었으며 중국 내 다국적기업은 지금도 이렇게 운용
- 중국 진출 모든 완성차기업 가운데 현대차가 진출 후 최단기간인 5년 1개월 만에 생산과 판매 모두 100만 대 달성
 - 이에 따라 중국에서 현대차에 대해 '현대 속도'라 일컫고 있음

□ 또한 다른 다국적 완성차기업에 비해 소비자 기호와 고급화 추세를 반영함은 물론 더 많은 기본 사양 장착으로 성공적인 안착 시도

○ 국내 완성차기업은 중국 시장에서 다국적 완성차기업이 일반적으로 사양을 줄이는데 비해 국내 완성차기업은 오히려 사양을 추가하는 경향

- 실례로 중국에서 가장 최근 출시된 소나타의 경우 북미보다 기본 사양에 추가로 지능형 전조등, 서리 제거장치 등 8가지 더 많은 사양을 적용

- 진출 초기 국내 완성차기업들도 중국에서 보급형과 저가 위주의 전략으로 국내 사양보다 더 축소해서 출시하기도 하였음

○ 또한 상하이나 베이징 모터쇼에서 국내 완성차기업들이 세계 최초로 신 모델을 출시. 대표적인 경우가 2011년 상하이 모터쇼에서 신형 그랜저 출시

- 국내에서 인기를 끌고 있는 K5, YF 소나타 등은 2011년 상반기에 출시

□ 2010년부터 국내 완성차기업들이 중국에서 내실 위주의 성장으로 전환

○ 그 동안 업계 순위나 판매량 등을 중시하던 전략에서 탈피하여 최고의 품질 경영을 통해 내실을 다지며 품질을 앞세우는 한편, 고급화에 더욱 박차

Ⅲ. 완성차업체와 부품협력사의 중국진출현황과 성과³⁾

1. 완성차업체의 중국진출과 성장과정

- 국내 완성차업체의 최초 중국 투자는 중국의 WTO 가입 이전에 시작됐으나 본사 부도로 성과 미흡
 - 2010년까지 현대차, 기아차, 대우차 등이 4개 법인을 설립, 총 575백만 달러를 투자하고 승용차와 상용차를 생산
 - 국내 완성차업체의 최초 중국 진출은 대우자동차가 1994년에 광시자치구(廣西自治區)인 구이린(桂林)에서 구이린버스(桂林客車廠)와 합작으로 연산 3,000대의 버스 생산법인의 설립임. 이후 본사 부도로 2002년에 영안모자가 지분 인수
 - 이후 1996년에 기아자동차가 장쑤성 엔청(江蘇省 鹽城)에서 동평자동차(東風汽車) 등과 연산 5만대의 승용차(프라이드) 생산 합작법인 설립. 이후 현대차가 기아차를 인수하면서 본격적인 사업 시작
- 국내 승용 완성차의 중국 진출은 현대차와 기아차가 WTO 가입 직후 진출하면서 본격화
 - 현대차는 2002년 베이징(北京)에서 베이징자동차(北京汽車)와 연산 30만대의 승용차 생산 법인 설립
 - 기아차는 국내 법인이 현대차에 인수됨에 따라 장쑤성 엔청(江蘇省 鹽城) 기존 사업장에서 새로운 생산법인으로 중국 승용차 시장에 진출

3) 여기서 분석내용은 중국진출 완성차업체 중 승용차 시장에 한정하여 분석

<표 III-1>

국내 완성차업체의 중국 진출 현황

	건수	금액(백만 달러)			
		北京	江蘇	기타	계
~2001	3	-	5	22	26
2002	1	109	10	7	126
2003	-	-	18	-	18
2004	-	-	5	-	5
2005	-	64	-	-	64
2006	-	33	80	-	113
2007	-	116	30	-	146
2008	-	62	-	-	62
2009	-	17	-	-	17
2010	-	-	-	-	-
계	4	400	147	29	575

자료: 한국수출입은행

□ 국내 완성차는 확대되는 중국 시장을 확보하기 위해 중국 진출과 함께 지속적으로 생산규모 확대

- 현대차와 기아차는 생산성을 증대시키는 한편, 확대되는 중국 승용차 시장에 맞춰 2007년과 2008년에 공히 각 30만대의 생산설비를 추가 설치
- 승용차 생산능력은 진출 초기 현대와 기아의 합작법인이 각기 30만대, 13만대로 시작하여 2011년 103만대로 확대. 2012년에 현대차가 30만대를 추가하여 133만대로 확대 예정
- 한편, 현대차는 2011년 4월 쓰촨성(四川省) 난궈자동차(南駿汽車)와 각 50% 지분으로 36억 위안을 투입하여 2013년까지 15만대의 CNG 버스 등의 상용차를 생산할 '쓰촨현대자동차'(四川現代汽車)를 설립하는 합작계약을 체결

<표 III-2> 국내 승용 완성차업체의 중국 진출과 생산능력 확충

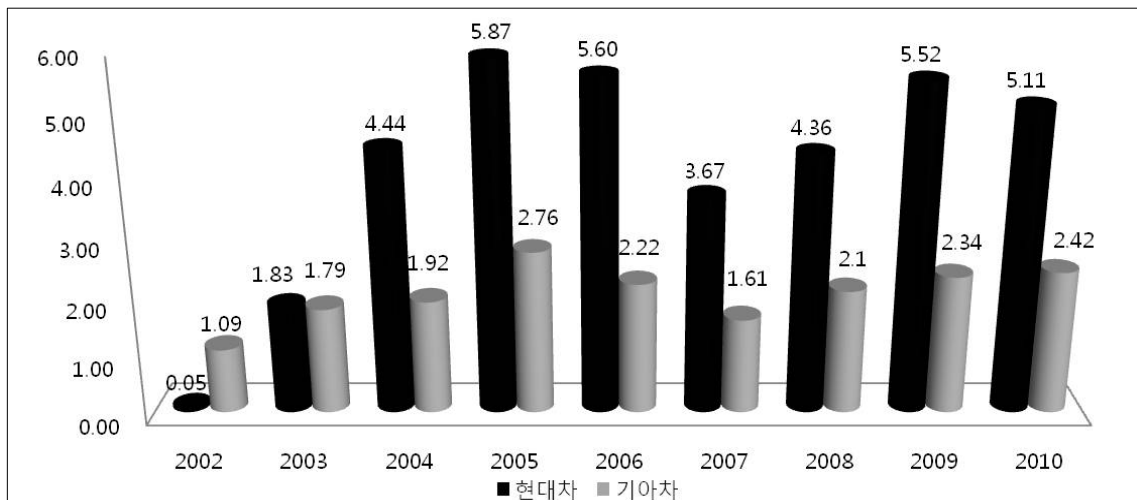
		투자시기	생산능력	지분 현황
현대(北京現代)	1공장	2002	30만대	현대차 50%, 北京汽車 50%
	2공장	2008	30만대	
	3공장	2012(예정)	30만대	
	소계		90만대	
기아(東風悅達起亞)	1공장	2002	13만대	기아차 50%, 東風汽車 25%, 悅達投資 25%
	2공장	2007	30만대	
	소계		43만대	
총계			133만대	

자료 : 현대·기아차 등

□ 생산규모 확대와 더불어 다양한 신차종 출시로 중국 시장 점유율 상승

- 현대차는 초기에 Sonata, Elantra에서 Tucson, Accent, i30, New Accent, New Tuscon 등으로 차종을 확대하는 한편, 2008년에는 중국 현지에 맞는 전략 차종인 웨동(悅動)을 개발하는 등 꾸준하게 신차종 출시
- 기아차도 초기 Pride에서 점차 Cerato, Sportage, Optima, Soul, Forte, K2, K5 등의 신 차종을 출시
- 이에 따라 두 기업의 2010년 중국 승용차 판매 대수는 103.6만대(북경 현대 70.3만대, 동풍열달기아 33.3만대)로 2009년 대비 27.6% 증가

<그림 III-1> 국내 완성차업체의 중국 승용차시장 점유율 추이



자료: <표 II-1>과 같음

2. 부품협력사의 동반 진출

- 국내 자동차 부품업체의 중국 진출은 완성차업체의 진출로 819건에 22억 30백만 달러 투자
 - 2010년말 현재 부품업체의 중국 진출은 완성차계열 부품업체(이하 '부품계열사')는 24건에 4억 41백만 달러, 그 외 부품업체(이하 '부품협력사')가 795건에 17억 89백만 달러를 투자
- 국내 부품협력업체의 중국 진출은 완성차업체의 중국 진출 이전부터 저임노동력 활용을 목적으로 비교적 활발
 - 2001년까지 중국에 진출한 자동차부품업체는 160건에 1억 70백만 달러이며, 이 가운데 부품계열사는 6건에 42백만 달러, 부품협력사가 154건에 1억 28백만 달러로 주로 부품협력사의 진출 활발
 - 부품협력사들은 국내 인건비 상승과 노동력 확보 곤란을 타개하기 위해 중국에 진출하여 생산된 제품을 주로 국내에 반입
- 국내 승용 완성차가 본격 진출한 2002년 이후부터 부품계열사는 물론 부품협력사의 진출 더욱 활발
 - 부품계열사는 현대모비스가 주축이며 베이징현대차 법인 설립과 동시에 베이징에 법인 설립을 포함하여 총 18개 법인이 3억 99백만 달러를 투자
 - 부품협력사는 완성차업체의 진출과 더불어 활발한 투자가 이루어져 2010년까지 641건에 16억 61백만 달러를 투자

<표 III-3>

국내 부품협력업체의 연도별 중국 진출 현황

	건수			금액(백만 달러)		
	부품계열사	부품협력사	계	부품계열사	부품협력사	계
~2001	6	154	160	42	128	170
2002	1	67	68	3	67	70
2003	2	96	98	38	147	185
2004	9	110	119	28	211	239
2005	1	94	95	29	273	302
2006	1	81	82	79	222	301
2007	-	81	81	53	278	331
2008	2	42	44	73	224	297
2009	-	25	25	50	113	163
2010	2	45	47	46	125	171
계	24	795	819	441	1,789	2,230

자료: <표 III-1>과 같음.

□ 부품계열사와 부품협력사 모두 완성차 진출지역 외에 우리 기업의 진출이 많은 산둥, 랴오닝에 집중 투자

- 완성차업체가 진출한 베이징(北京), 장수(江蘇)지역으로의 투자가 275건으로 전체 투자 건수의 33.6% 차지
- 건수기준으로 우리기업의 투자진출이 많은 산둥(山東)이 230건으로 28.1%이며, 랴오닝(遼寧)이 82건으로 10.0% 기록

□ 부품계열사도 완성차업체 소재지가 아닌 산둥 등에 진출

- 부품계열사의 완성차업체 이외 지역의 진출은 다국적 자동차기업 등으로의 거래선 다변화 차원으로 풀이됨

<표 III-4>

국내 부품협력업체의 지역별 중국 진출 현황

		山東	北京	江蘇	上海	遼寧	기타	계
건수	부품계열사	7	6	5	2	-	4	24
	부품협력사	223	108	156	43	82	183	795
	계	230	114	161	45	82	187	819
금액 (백만 달러)	부품계열사	195	104	97	32	-	13	441
	부품협력사	412	307	515	41	188	326	1,789
	계	607	411	612	73	188	339	2,230

자료: <표 III-1>과 같음

3. 완성차업체와 부품협력사의 경영성과 분석⁴⁾

가. 매출

- 국내 완성차업체의 시장점유율 증대에 따라 부품협력사의 매출 동반 증가
 - 국내 완성차업체의 중국 사업이 본격화된 2002년 이후 완성차업체는 물론 부품계열사와 부품협력사의 중국 진출 증가로 인해 이들 매출이 크게 증가
 - 특히 완성차업체의 생산과 판매가 안정화 단계에 진입한 2004년부터 연도별 약간의 차이는 있지만, 부품계열사와 부품협력사의 매출이 꾸준하게 증가
 - 2010년 기준, 완성차업체, 부품계열사의 기업당 평균 매출액이 각각 45억 85백만 달러, 4억 14백만 달러인데 반해, 부품협력사는 43백만 달러로 크게 작음

4) 경영성과는 중국에 진출한 완성차업체, 부품계열사, 부품협력사로서 한국수출입은행에 당해연도 결산서를 제출한 현지법인을 대상으로 하되, 철강, 화학, 타이어 업체는 제외. 연도별 결산서 제출 기업수는 다음 표와 같음

	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
완성차업체	1	2	2	2	2	2	2	2	3
부품계열사	2	1	6	11	12	12	13	14	16
부품협력사	6	4	53	81	127	168	168	170	187
계	9	7	61	94	141	182	183	186	206

<표Ⅲ-5> 자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 평균 매출 추이

단위: 백만 달러

	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
완성차업체	150	764	1,347	2,015	2,331	2,078	2,813	4,980	4,585
부품계열사	1	12	152	149	188	167	221	348	414
부품협력사	13	27	13	19	18	21	22	33	43
계	26	236	70	77	65	53	66	110	138

주: 진출연도별 기업수의 변화에 따른 매출액 증감을 해소하기 위해 연도별 매출을 기업수로 나눔
자료: <표Ⅲ-1>과 같음

□ 완성차업체의 높은 현지시장 매출의 영향으로 부품협력사의 총 매출 중, 중국 현지 매출의 비중 높아

- 완성차업체가 2002년 이후 2010년까지 매출액 중 현지매출액이 99% 이상. 2010년에 기업당 평균 매출액(45억 85백만 달러) 중 현지 기업당 평균매출액(45억 54백만 달러) 비중이 99.3%에 달함.
- 부품계열사의 현지매출 비중은 초기 100% 수준에서 2005년부터 조금씩 낮아져 2010년에는 94.5%로 소폭 감소
- 부품협력사의 현지매출 비중은 2002년 4.6%에서 2004년 63.0%로 높아진 이후 2010년에는 88.9%까지 상승

□ 부품협력사는 완성차업체의 사업 안정화 이전까지 생산된 제품을 국내로 반입하거나 일부 제3국에 수출

- 중국에서 부품협력사를 중심으로 국내 반입하는 금액이 2002년에 최고로 기업 당 평균 12.6백만 달러에 달한 이후 점차 감소하였으며, 최근 들어 기업 당 평균 연간 2백만 달러를 넘는 수준에서 국내 반입

- 부품계열사는 2006년부터 약간의 변동폭이 있긴 하지만 기업당 연간 5~6백만 달러 상당을 국내로 반입

□ 부품계열사 중심으로 소규모로 제3국 시장에 수출

- 부품계열사는 2007년부터 일부 부품을 제3국으로 수출하고 있으며, 2010년에는 기업별로 평균 16.4백만 달러를 수출

- 부품협력사도 기업별로 거의 매년 1~2백만 달러를 제3국에 수출

<표Ⅲ-6> 자동차 관련 중국 현지법인의 매출처별 기업당 평균 매출액 추이
단위: 백만 달러

		'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
현 지	완성차업체	150	759	1,346	2,012	2,331	2,046	2,797	4,977	4,554
	부품계열사	0.8	12.4	151.8	148.3	185.0	153.9	191.1	331.7	390.9
	부품협력사	0.6	0.9	8.3	13.7	14.6	17.4	18.3	29.1	38.3
	계	17.2	219.0	66.3	72.0	61.9	48.7	61.0	105.1	131.5
한 국	완성차업체	0.0	1.3	0.0	3.2	0.0	22.8	5.9	3.5	31.0
	부품계열사	0.4	0.0	0.0	0.7	2.6	9.5	22.8	5.2	6.3
	부품협력사	12.6	4.4	2.0	3.3	2.5	2.2	2.4	2.1	2.7
	계	8.5	2.9	1.7	3.0	2.5	2.9	3.9	2.4	3.4
제 3 국	완성차업체	0.0	3.9	0.0	0.0	0.0	9.1	9.3	0.0	0.0
	부품계열사	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	6.6	10.7	16.4
	부품협력사	0.0	22.0	2.9	2.3	1.2	1.1	1.1	1.3	2.0
	계	0.0	13.7	2.5	2.0	1.1	1.3	1.6	2.0	3.1

자료: <표Ⅲ-1>과 같음.

나. 원부자재 조달

- 부품계열사와 부품협력사의 중국 진출 증가로 완성차업체의 현지 부품 조달비율이 95.9%에 달해

- 완성차업체의 현지 부품조달 비율이 2002년 0%에서 점차 증가하여 2009년 94.9%, 2010년 95.9%로 증가. 금액으로는 기업당 2010년 기준으로 평균 34억 15백만 달러 수준

- 부품계열사의 원부자재 현지조달은 2002년에 거의 없었으나, 2004년부터 증가하여 2010년에 기업당 평균 2억 30백만 달러 수준으로 조달비중이 64.9% 차지

- 부품협력사는 2002년에 기업당 11백만 달러를 현지 조달한 이후 점차 감소하여 2010년에 23백만 달러로 증가하여 현지조달 비중이 71.1% 차지

- 원부자재의 한국 조달비중은 자동차산업 전체로 2002년 71%에서 2010년 17.6%로 대폭 감소

- 원부자재의 한국 조달비중 감소는 완성차업체, 부품계열사, 부품협력사의 높은 현지조달 비율에 기인

- 이에 따라 기업당 평균 한국으로부터 수입금액이 2002년 17.8백만 달러에서 2010년 19.1백만 달러로 소폭 증가에 그침

- 자동차 관련 제3국 원부자재 조달은 기업당 평균 1백만 달러 안팎

- 최근에 완성차업체 중심으로 일부 증가하기도 하였으나, 2010년 들어 전무

- 부품계열사나 부품협력사의 제3국 조달도 거의 미미

<표 III-7> 자동차 관련 중국 현지법인의 원부자재 매입처별 기업당 평균 매입액 추이
단위: 백만 달러

		'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
현 지	완성차업체	-	126	257	1,459	129	1,040	1,412	3,804	3,415
	부품계열사	0.1	-	93.9	80.7	93.0	101.7	129.2	217.1	230.4
	부품협력사	10.7	10.5	4.2	5.9	7.9	6.8	10.7	16.3	23.0
	계	7.2	42.0	21.3	45.6	16.8	24.4	34.5	72.1	88.6
한 국	완성차업체	145.3	52.5	0.0	317.5	553.4	773.1	864.7	97.5	144.5
	부품계열사	0.3	0.0	61.3	60.0	61.2	35.4	62.1	80.4	119.4
	부품협력사	2.4	0.8	6.6	6.6	4.4	4.4	4.4	8.5	8.6
	계	17.8	15.4	11.7	19.4	17.0	14.9	17.9	14.8	19.1
제3 국	완성차업체	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	31.6	57.4	105.8	0.0
	부품계열사	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	1.3	5.3
	부품협력사	0.0	13.9	0.3	0.5	0.2	0.3	0.2	0.6	0.8
	계	0.0	7.9	0.2	0.4	0.2	0.7	0.8	1.8	1.1

자료: <표 III-1>과 같음

다. 영업이익

- 자동차 관련 중국 현지법인의 영업이익은 완성차업체의 성장에 힘입어 전체적으로 꾸준히 증가
 - 완성차업체는 진출 당해 연도부터 기업당 3백만 달러의 이익을 기록한 후 지속적으로 증가하여 2010년에는 4억 59백만 달러를 기록
 - 반면, 부품계열사는 진출 초기에 영업적자를 기록한 이후 완성차업체의 사업 안정화로 접어들면서 기업당 이익규모가 확대되어 2010년에 24백만 달러 달성
 - 부품협력사의 기업당 영업이익 규모가 상대적으로 작지만, 2003년 50만 달러 이익에서 2010년에는 390만 달러로 확대

<표Ⅲ-8> 자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 평균 영업이익 변화 추이
단위: 백만 달러

	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
완성차업체	3.0	162.5	120.5	87.5	72.5	59.5	102.5	371.0	459.0
부품계열사	-27.5	-1.0	6.2	6.4	5.4	5.0	11.6	23.5	24.4
부품협력사	0.0	0.5	0.6	0.9	0.6	-0.5	1.3	3.3	3.9
계	-5.9	46.6	5.1	3.4	2.0	0.5	3.1	8.8	12.2

자료: <표Ⅲ-1>과 같음

라. 순 수출 유발효과

□ 자동차 관련 순수출 유발효과는 최근에 기업당 연간 12~15백만 달러 수준

- 자동차산업의 중국 진출로 인해 실제 투자된 설비부분을 제외하고 완성품의 국내 수입과 원부자재의 중국 수출로 인해 발생하는 순수출 유발효과는 기업당 연간 12~15백만 달러 수준
- 이는 자동차 관련 중국 투자가 증가함에 따라 부품 현지조달비율도 더불어 증가하면서 실제로 중국으로의 원부자재 수출이 미미한 증가에 그치고 있기 때문

<표Ⅲ-9> 자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 순수출 유발효과 변화 추이
단위: 백만 달러

	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
수출	17.8	15.4	11.7	19.4	17.0	14.9	17.9	14.8	19.1
수입	8.5	2.9	1.7	3.0	2.5	2.9	3.9	2.4	3.4
순 수출	9.3	12.6	10.0	16.5	14.6	12.0	14.0	12.5	15.7

자료: <표Ⅲ-1>과 같음

마. 차입금조달

- 중국에 진출한 자동차기업은 자금을 차입금으로 조달
 - 자금조달 규모는 완성차업체의 생산능력 확대를 위해 2008년 최대 기업당 2억 57백만 달러를 조달하기도 하였으나, 2010년에는 대폭 축소된 1억 31백만 달러에 불과
 - 부품계열사의 차입금은 해마다 꾸준히 증가하고 있는데, 기업당 2005년 8백만 달러에서 2010년에 26백만 달러로 증가
 - 부품협력사의 차입금 규모는 큰 변화 없이 기업당 5~6백만 달러 수준

- 완성차업체와 부품계열사는 중국계은행을, 부품협력사는 한국계 은행을 자금조달 창구로 활용
 - 완성차업체는 기본적으로 중국계 은행 외에 신디케이트를 통한 자금조달을 주로 활용
 - 부품계열사도 자금조달 창구로 중국계 은행 외에 제3국 은행을 이용하며, 국내은행과 중국진출 한국계 은행 등도 활용
 - 부품협력사는 한국계 은행, 국내은행, 중국계 은행, 외국계 은행 등을 비교적 다양하게 이용

<표 III-10> 자동차 관련 중국 현지법인의 기업당 차입금 조달 추이

단위: 백만 달러

	년도	2005	2006	2007	2008	2009	2010
완성차업체	차입액	66	85	245	257	197	132
	국내은행	-	-	-	-	-	-
	한국계	15	37	-	-	-	-
	중국계	51	48	147	158	72	29
	제3국	0	0	0	0	0	0
	모기업	0	0	0	0	0	0.8
	신디케이트	0	0	98	99	125	102
	기타	0	0	0	0	0	0
부품계열사	차입액	9	14	18	22	26	26
	국내은행	1	2	3	4	3	5
	한국계	2	2	5	3	8	5
	중국계	2	2	4	8	10	6
	제3국	4	8	6	7	5	10
	모기업	0	0	0	0	0	0.2
	신디케이트	0	0	0	0	0	0
	기타	0	0	0	0	0	0
부품협력사	차입액	4	6	6	7	5	6
	국내은행	1	1	1	2	1	2
	한국계	1	2	2	2	2	2
	중국계	0.9	2	0.6	1	0.9	1
	제3국	1	0.2	0.3	0.8	0.3	0.5
	모기업	0.2	0.2	0.6	0.7	0.6	0.6
	신디케이트	0	0.2	0	0	0	0
	기타	0	0	1	0	0	0.1

자료: <표 III-1>과 같음

IV. 완성차업체와 협력사의 협력관계 분석⁵⁾

1. 협력 관계 분석

가. 납품단가조정과 대금결제방식 등

원자재 가격 변동에 따른 납품단가 조정이 1차 협력업체 중심으로 진행

<표 IV-1> 원자재 가격변동에 따른 납품단가의 조정

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
됨	64%	68%	25%	67%	62%	59%	67%	0%	62%	54%
안됨	36%	32%	75%	33%	38%	41%	33%	100%	38%	46%

○ 국내의 경우, 전체 협력업체의 64%가 원자재 가격변동에 따른 단가조정이 잘 되고 있다고 응답한 반면, 중국에서는 전체의 59%만이 그렇다고 응답하여, 중국현지보다는 국내에서 원자재의 가격 연동이 잘되고 있는 것으로 나타남

- 진출형태로 볼 때, 국내나 중국에서 공히 동반진출업체가 자발적 진출업체에 비해 납품단가 조정이 더 잘됨
- 협력단계에서는 국내와 중국 모두 2차 협력업체보다 1차 협력업체의 가격 연동이 더 잘되고 있어, 원자재 가격은 1차 협력업체 중심으로 연동

5) 승용 완성차업체와 부품협력사의 협력관계 분석은 설문조사 결과를 반영한 것임. 설문조사 개요는 아래와 같음

○ 설문조사기간 : 2011. 10. 4 ~ 10. 28
○ 설문대상기업 : 자동차부품기업 중 당행 거래업체 137개
○ 회 수 율 : 30.5% (42개)
○ 협력 단계 별 : 1차 협력업체 38개, 2차 협력업체 4개
○ 중국진출법인 : 34개 (완성차기업과 동반진출 21개, 자발적 진출 13개)

□ 납품대금 결제는 현금과 어음결제비율이 비슷하며, 어음결제기간은 2개월 정도

<표 IV-2> 납품대금 결제

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
현금	50%	50%	50%	43%	72%	65%	63%	80%	58%	78%
어음	50%	50%	50%	57%	28%	35%	37%	20%	42%	22%

○ 국내의 경우, 현금결제와 어음결제 비율이 각각 50%로 같으나, 중국은 현금결제 비율이 65%로 더 높음

- 협력단계로 보면, 국내에서는 1차와 2차 협력업체의 현금결제 비율이 같지만, 중국에서는 2차 협력업체의 현금결제비율이 80%로 더 높음

- 진출형태로 볼 때, 국내와 중국이 공히 동반진출업체보다 자발적 진출업체의 현금결제비율이 더 높음

- 국내와 중국의 어음결제기간은 2개월임

□ 약정통화 변경이 많지 않지만, 주로 동반진출 업체에서 발생

<표 IV-3> 약정통화의 변경

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
있다	14%	16%	0%	19%	0%	12%	13%	0%	19%	0%
없다	86%	84%	100%	80%	100%	88%	87%	100%	81%	100%

○ 약정 통화는 국내와 중국에서 각각 14%, 12%만이 변경됨

- 협력단계로 볼 때, 1차 협력업체는 국내에서 16%, 중국에서 13%가 약정통화 변경을 경험한 반면, 2차 협력업체는 변경이 없음

- 진출형태로 보면, 동반진출 업체는 국내와 중국에서 모두 19%가 약정통화 변경을 경험한 반면, 자발적 진출업체는 변경이 없음

* 약정통화는 계약 당시에 쌍방이 결제수단으로 합의한 통화로, 환율변동 등으로 인해 주로 완성차기업에 의해 변경

o 동반진출 협력업체의 약정통화 변경이 더 빈번하다는 사실은 완성차 기업에 대한 의존도가 대금결제에 부정적인 영향을 끼친 것으로 해석

□ 부품업체의 자체 공정개선에 대한 성과보장은 1차 협력업체의 자발적 진출기업에서 높아

<표 IV-4> 부품업체의 자체 공정개선에 대한 완성차기업의 성과보장

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
성과보장	67%	68%	50%	71%	77%	65%	67%	50%	57%	77%
성과보장안됨	33%	32%	50%	29%	23%	35%	33%	50%	43%	23%

o 협력업체의 자체 공정개선에 대한 성과를 보장받고 있다는 응답비율이 국내와 중국에서 각각 67%, 65%로 나타남

- 협력 단계로 보면, 1차 협력업체의 성과보장 비율이 더 높음

- 진출형태로 보면, 자발적 진출업체의 성과보장이 더 잘됨

o 2차 협력업체의 성과보장비율이 국내와 중국에서 각각 50%로 낮은 편

□ 사업다각화 추진이 2차 협력업체와 자발적 진출기업에서 높아

<표 IV-5> 자동차사업 이외 분야로의 사업 다각화 추진

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
있다	38%	34%	75%	43%	36%	20%	13%	75%	14%	30%
없다	57%	61%	25%	52%	64%	80%	87%	25%	86%	70%

주) 일부업체 미응답

- 부품업체들이 수익성을 도모하기 위한 일환으로 국내와 중국에서 사업 다각화를 추진하는 비율이 각각 38%, 20%로 나타남
- 국내와 중국에서 1차 협력업체보다는 2차 협력업체가 사업 다각화에 더 적극적인 것으로 나타남
- 중국에서 자발적 진출기업의 사업다각화 경향이 동반진출기업에 비해 다소 높음

나. 신제품 개발자금 지원

□ 신제품 개발비용은 제품단가 반영과 양산 후 일시급 등으로 해결

<표 IV-6> 완성차기업의 신제품 개발 자금지원 방식

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
제품단가에 반영	38%	40%	20%	31%	55%	49%	49%	50%	45%	55%
양산후 일시급	31%	32%	20%	36%	25%	29%	30%	25%	32%	25%
선지급	14%	15%	0%	17%	15%	10%	11%	0%	6%	15%
기타(자체개발)	6%	0%	60%	6%	5%	8%	6%	25%	11%	5%
동반성장펀드	11%	13%	0%	11%	0%	4%	5%	0%	6%	0%

- 신제품개발 비용과 관련, 완성차기업이 국내와 중국에서 가장 많이 시행하고 있는 자금지원 방식은 제품단가에 반영과 양산 후 일시급
 - 1차 협력업체는 국내와 중국에서 제품단가에 반영하는 경우가 많은 반면, 국내에서 2차 협력업체는 대부분 자체 부담하고 있음
 - 동반진출업체의 경우, 국내에서는 양산 후 일시급이, 중국에서는 제품단가에 반영이 더 높게 나타나고, 자발적 진출업체는 한국과 중국에서 모두 제품단가 반영 방식이 높음
- 국내(14%)와 중국(10%)에서 신제품 개발비를 선급금으로 받는 경우는 주로 1차 협력업체에서 나타남

□ 조기 생산중단에 따라 부품업체가 개발비를 회수 못하는 경우도 1/3에 달해

<표 IV-7> 생산중단의 경우, 개발비 보전 방식

	국내					중국				
	협력단계		진출형태			현지	협력단계		진출형태	
	1차	2차	동반	자발	1차		2차	동반	자발	
완성차기업의 보전	65%	69%	25%	72%	50%	64%	69%	25%	73%	50%
자체부담	35%	31%	7%	28%	50%	36%	31%	75%	27%	50%

- 특정 모델의 자동차가 생산 중단될 경우, 완성차 기업이 보전해준다는 응답이 국내와 중국에서 각각 65%, 64%로 비슷함
 - 협력단계로 보면, 국내와 중국에서 1차 협력업체의 보전비율이 높음
 - 진출형태로 볼 때, 국내와 중국에서 동반진출업체의 보전비율이 높음
- 생산중단에 따라 부품협력업체의 개발비가 회수되지 않는 경우가 국내와 중국에서 공히 1/3 수준에 달함

- 부품업체들은 현지법인 경영에서 안정적인 물량확보를 가장 중시
 - 중국에 진출한 협력업체들이 완성차기업과의 관계에서 안정적인 물량 확보가 58%로 가장 높게 나타남
 - 또한, 완성차기업의 성장과 수익성을 중시하는 비율도 34%나 됨
- 협력업체의 해외 진출동기는 완성차기업의 동반진출 요청, 가격경쟁력 확보, 거래선 다변화가 주된 요인

<표 IV-9> 부품업체의 해외진출 동기

	국내				
		협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발
동반진출	47%	52%	0%	69%	11%
가격경쟁력 확보	27%	24%	60%	22%	37%
거래선 다변화	18%	17%	20%	9%	32%

주) 기타의견으로 글로벌 경쟁력 확보 등

- 부품업체의 해외진출 동기는 동반진출(47%), 가격경쟁력 확보(27%), 거래선 다변화(18%)의 순으로 나타났으며, 모든 협력업체가 진출동기와 맞게 잘 진행되고 있다고 응답
 - 진출형태로 볼 때, 동반진출업체는 완성차기업의 동반진출요청을 진출동기로 응답한 비율이 높고, 자발적 진출업체는 가격경쟁력확보가 가장 높은 비중을 차지
 - 협력단계로 보면, 1차 협력업체는 완성차기업과의 동반진출이 가장 많았고, 2차 협력업체는 가격경쟁력확보가 가장 많았음
- 동기에 맞게 진행되고 있는 이유는 현지화 성공, 완성차기업과의 발전과 협력 등으로 나타남

□ 협력업체의 절반이 중국진출 후 동종업계 순위 상승

<표Ⅳ-10> 중국진출 후 동종업계위상 변화

	국내				
		협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발
상승	50%	47%	75%	43%	62%
하락	0%	0%	0%	0%	0%
불변	50%	53%	25%	57%	38%

○ 전체 중국 진출업체 중, 50%가 중국에 진출 후 업계 순위가 상승

- 협력단계로 보면, 1차 협력업체의 47%, 2차 협력업체의 75%가 업계순위 상승
- 진출형태로 보면, 자발적 진출협력업체의 62%가, 동반진출 협력업체의 43%가 업계순위 상승

□ 한편, 부품업체들은 중국투자환경에서 노무관리, 임금인상, 잦은 정책 변화 등에 대해 어려움 호소

<표Ⅳ-11> 중국의 변화하는 투자환경 중 어려움을 느끼는 분야

	국내				
		협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발
노무관계 애로	37%	33%	40%	35%	31%
임금인상	26%	25%	30%	24%	29%
잦은 정책변화	22%	23%	20%	22%	24%
중국업체의 경쟁력 향상	8%	9%	0%	10%	2%
자금조달 곤란	4%	5%	10%	4%	10%
안정적인 원자재 확보	3%	5%	0%	5%	4%

- 중국의 변화하는 투자환경 중 협력업체들의 어려움은 노무관리 애로(37%), 임금인상(26%), 잦은 정책변화(22%) 등
- 이 밖에 중국업체의 경쟁력 향상(8%), 자금 조달 곤란(4%), 안정적인 원자재 확보(3%) 등

2. 상생 심화발전 분석

가. R&D

- 신제품 개발은 완성차기업과 공동으로 하되, 협력업체의 기술수준에 따라 주도적인 지위 결정

<표IV-12> 협력업체의 신제품 개발 방식

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
자체설계도 제작	34%	37%	0%	39%	28%	34%	38%	0%	39%	28%
완성차기업이 설계도 제공	34%	33%	40%	21%	39%	32%	30%	50%	26%	39%
공동 진행	27%	25%	40%	36%	22%	24%	24%	25%	26%	22%

주) 일부업체 미응답

- 신제품 개발은 국내와 중국에서 부품업체의 자체설계도 제작방식이나 완성차기업의 설계도 제공에 의해 진행되는 한편, 공동진행도 병행
 - 협력단계로 보면, 국내에서 1차 협력업체는 한국과 중국에서 자체설계도 제작방식이 더 높게 나타나고, 2차 협력업체는 한국과 중국에서 완성차 기업의 설계도제공에 의해 더 많이 진행
 - 진출형태로 보면, 동반진출기업이 자발적 진출기업에 비해 자체설계도 제작방식이 더 높게 나타남

- 대체로 기술력이 앞선 1차 협력업체에서 자체설계도 제작이 높으며, 1차 협력업체 중에는 동반진출기업의 자체 제작이 더 높음

□ 부품업체에 대한 완성차기업의 기술교육은 대체로 1차 협력업체 위주

<표Ⅳ-13> 부품업체에 대한 완성차기업의 기술교육 실시

	국내					중국				
	협력단계	진출형태		동반	자발	현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차				1차	2차	동반	자발
실시	69%	74%	25%	67%	77%	62%	67%	25%	57%	69%
미실시	31%	26%	75%	33%	23%	38%	33%	75%	43%	31%

- 완성차기업의 부품업체에 대한 기술교육이 국내 69%, 중국 62%에서 이루어지고 있다고 응답

- 협력단계로 보면, 국내와 중국에서 1차 협력업체의 기술 교육 실시 비중이 2차 협력업체에 비해 높음
- 진출형태로 볼 때, 자발적 진출업체가 동반진출업체에 비해 국내와 중국에서 더 많이 기술교육을 받음

□ 부품업체의 R&D 실행에 완성차업체의 도움이 90%로 높아

- 국내에서는 95%가, 중국에서는 모든 기업이 R&D 실행에 도움을 받고 있다고 응답해 완성차와 부품업체간 협력이 잘 진행되고 있음
- 국내와 중국에서 90% 이상이 불량 원인을 파악하는 데, 완성차기업과 공조하고 있다고 응답하여 협조가 잘 되고 있는 것으로 보임

□ 그러나 완성차기업의 공정감사, 품질감사 등이 기술력이 뛰어난 동반진출 업체 중에서 기술유출 우려 대두

<표IV-14> 완성차기업의 공정감사, 품질감사 등을 통한 기술유출 우려

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
우려함	29%	32%	0%	38%	8%	18%	20%	0%	29%	0%
우려안함	69%	66%	100%	57%	92%	79%	78%	100%	71%	100%

주) 일부업체 미응답

○ 국내외 중국에서 응답기업의 20% 이상이 공정감사나 품질감사 등을 통해 완성차기업으로의 기술 유출을 우려하고 있음

- 협력단계로 볼 때, 1차 협력업체의 기술유출 우려가 크며, 진출형태로 볼 때에도, 동반진출업체가 자발적 진출업체에 비해 상대적으로 기술 유출을 우려

○ 2차 협력업체는 완성차기업의 설계도에 의한 제작인 반면, 1차 협력업체 이면서 동반진출기업이 자체 기술력을 보유하고 있는 데에서 비롯됨. 이는 <표11>에서도 동반진출 기업의 기술력이 더 뛰어난 점이 확인

나. 거래선 다변화

거래선 다변화는 거의 모든 기업들이 실시

<표IV-15> 거래선 다변화 실시

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
실시함	90%	89%	100%	90%	92%	82%	80%	100%	76%	92%
실시안함	10%	11%	0%	10%	8%	18%	20%	0%	24%	8%

○ 국내 완성차기업 이외로의 거래선 다변화가 국내 90%, 중국 82%의 기업에서 추진하고 있다고 응답함

- 협력단계로 볼 때, 2차 협력업체의 거래처 다변화 실시비율이 월등히 높음
- 진출형태로 보면, 국내와 중국에서 자발적 진출업체의 거래처 다변화 실시비율이 더 높음

□ 완성차기업에 대한 의존도 증감이 동반진출업체보다 자발적 진출업체에서 높아

<표Ⅳ-16> 중국진출 후 특정기업에 대한 의존도 변화

	국내				
	협력단계		진출형태		
	1차	2차	동반	자발	
증가	21%	20%	25%	10%	38%
감소	21%	20%	25%	14%	31%
불변	58%	60%	50%	76%	31%

○ 전체 중국진출 협력업체 중, 특정기업에 대한 의존도 증가와 감소가 각각 21%로 나타남

- 협력단계로 보면, 1차 협력업체와 2차 협력업체 간의 큰 차이가 없음
- 진출형태로 볼 때, 자발적으로 진출한 협력업체는 의존도가 증가(38%)하거나 하락(31%)하였다는 응답비율이 높은 반면, 동반진출 협력업체는 의존도가 불변하였다는 응답이 76%로 높음

☞ 자발적으로 진출한 업체의 의존도 상승이 중국시장 개척이라는 당초 의도와는 달리, 한국 완성차기업에 대한 매출 의존 경향을 나타낸 측면이 있지만, 의존도 하락으로 거래선 다변화에 성공한 면도 있음. <표Ⅳ-9>에서 자발적 진출기업의 해외진출동기에서 거래선 다변화가 동반진출기업보다 높은 점이 실제 거래처 다변화에 더 긍정적인 결과로 나타남

□ 하지만, 부품업체의 거래선 다변화에 완성차기업의 기회 제공 미미

<표 IV-17> 거래선 다변화를 위한 완성차기업의 기회제공

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
제공한다	12%	8%	0%	14%	0%	3%	3%	0%	5%	0%
안한다	88%	92%	100%	86%	100%	97%	97%	100%	95%	100%

- 완성차기업은 국내와 중국에서 모두 거래선 다변화를 위한 기회를 거의 제공하지 않는 것으로 나타남. 특히, 2차 협력업체와 자발적 진출업체의 경우, 한국과 중국에서 거래처 다변화 기회를 전혀 제공받지 못하고 있음

□ 거래선 다변화에 따른 부품업체의 불이익은 동반진출기업에서 일부 발생

<표 IV-18> 다른 완성차업체 납품 시 불이익

	국내					중국				
		협력단계		진출형태		현지	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발		1차	2차	동반	자발
있다	7%	8%	0%	14%	0%	12%	13%	0%	19%	0%
없다	90%	89%	100%	86%	100%	88%	87%	100%	81%	100%

주) 일부업체 미응답

- 국내와 중국에서 국내 완성차기업 이외의 납품에 대한 불이익이 있다고 응답한 비율은 10% 안팎으로 나타남
- 완성차기업은 부품업체에 대해 거래선 다변화를 권장하지도 않지만 적극적인 제제도 하지 않는 것으로 나타남
 - 그러나 진출형태로 봤을 때, 동반진출 업체에 대한 불이익이 주로 나타난다는 점에서 핵심 부품협력업체에 대한 관리가 이루어짐
- 불이익 방식은 모두 물량축소라고 응답함

3. 기 타

- 한중 FTA 관련 동반진출업체는 대부분 잘 준비하고 있으나, 자발적 진출업체는 인식 부족

<표 IV-19> 한중 FTA 대비 여부

	전체기업	협력단계		진출형태	
		1차	2차	동반	자발
원산지 증명시스템 도입	44%	49%	0%	46%	39%
TF 설치	23%	26%	0%	29%	17%
전담자 채용	13%	15%	0%	21%	6%
하지않음	19%	11%	100%	4%	39%

주) 기타의견으로 해당사항없음 등

- 한중 FTA와 관련하여, 44%가 원산지증명시스템 도입, 23%가 FTA 대비 위한 태스크포스 설치, 13%가 전담자 채용 등으로 준비하고 있는 것으로 나타남

- 그러나 협력단계나 진출형태로 보면, 준비에 차이가 많음. 진출형태 중에서는 동반 진출업체 중 4%만이 전혀 준비를 하지 않은 데 반해, 자발적 진출업체는 그 비율이 39%나 됨

- 국내 로컬 수출에 대해서도 자발적 진출업체 중심으로 외화결제 필요성 제기

- 국내에서 로컬 수출의 외화 결제 필요성에 대해서 전체기업 중 21%가 필요하다고 응답

- 자발적 진출업체의 외화결제 필요성이 동반진출업체보다 높게 나타남

- 부품업체의 절반이 국내에서 중국현지법인 앞 위안화 대출 희망

- 전체의 50% 이상이 위안화 대출을 희망하고 있으며, 2차 협력업체보다는 1차 협력업체가 그 필요성을 더 크게 느끼고 있음

□ 부품업체의 동반성장 분위기가 2차 협력업체에서 크게 미흡

- 동반성장 분위기에 대해 전체 응답업체 중 64%가 긍정적으로 생각하고 있으나, 2차 협력업체는 100% 부정적으로 응답해 동반성장의 분위기가 완성차기업과 일부 1차 협력업체에만 머무르고 있는 것으로 보임

□ 부품업체의 자금부족은 대부분 차입을 통해 해결

- 부품업체가 자금부족 상황에 처할 때, 국내와 중국현지법인 모두 차입을 통한 자금조달이 60%로 가장 높으며, 그 외에 유보자금, 증자 등의 방법도 활용하고 있음

<표 IV-20> 완성차업체와 협력사의 협력관계 및 상생심화발전 설문조사요약

			협력단계별		진출형태별	
			1차 협력	2차 협력	동반 진출	자발 진출
협력관계	납품단가 조정 및 대금결제	원자재 가격변동에 따른 납품단가조정	□	×	□	□
		현금결제 비율	□	○	□	○
		부품업체의 자체공정개선에 대한 성과보장	□	□	□	○
	신제품 개발비지원	완성차기업의 신제품개발비 지원	○	○	○	○
		생산 조기 중단시, 완성차기업의 개발비 보전	□	△	□	□
	현지법인 정착지원	현지법인 설립시 완성차기업의 지원	×	×	△	×
진출 후 동종업계 순위 상승		△	○	△	□	
상생심화발전	R&D 협력	기술교육	□	△	□	□
		완성차기업과의 R&D 협력	○	○	○	○
	거래선 다변화	특정 기업 의존도 감소	×	△	×	△
		타기업 납품시 불이익	×	×	×	×
		완성차기업의 거래선 다변화 기회제공	×	×	×	×
기타	동반성장 분위기 체감	□	×	□	×	
	한중 FTA준비	○	×	○	□	

○ 잘됨(75%이상), □ 비교적 잘됨(50%~75%)
 △ 비교적 잘 안됨 (25%~50%), × 잘 안되거나 없음 (0%~25%)

V. 결론 및 정책 시사점

1. 결 론

- WTO 가입 후 중국의 자동차시장이 연평균 26%로 성장
 - 2001년 중국의 WTO 가입 후 자동차시장이 고도성장과 소득증가에 힘입어 2010년까지 연평균 26%로 성장
 - 국유기업과 합작으로 중국에 진출한 GM, 도요타, Volkswagen, Ford, Honda 등 다국적기업의 대부분도 높은 성장 구가 중
 - 국내 완성차기업도 합작으로 중국에 진출하여 현지화와 신제품 출시로 진출 직후부터 일부기업에서 상위 10위의 시장점유율을 기록하는 성과 거둬
- 완성차기업의 성장이 부품협력사의 성장 초석이자 안전판 역할
 - 중국에 진출한 완성차기업의 생산능력 확대와 시장점유율이 상승할 경우 부품협력사의 매출액이 증가하고 이익률도 상승
 - 부품협력사는 완성차기업의 든든한 매출처를 바탕으로 중국에서 제2의 내수시장으로 성장할 수 있는 기반 마련
 - 이는 부품협력사의 해외법인 성공 여부가 안정적 물량확보(58%)와 완성차업체의 성장성과 수익성(34%)이 관건이라는 설문결과에 잘 부합
 - 특히, 자발적 진출업체가 중국 진출 초기 거래처 발굴 곤란으로 생산 중단을 한 경우도 있었으나, 국내 완성차업체의 중국 진출로 납품 가능

- 이에 힘입어 중국 진출 부품협력업체 절반이 동종업계 순위 상승
 - 완성차업체의 요청에 의해 진출한 동반진출업체뿐만 아니라 자발적 진출업체들도 완성차업체에 납품하거나 거래선 다변화 등을 통해 매출이 증대함에 따라 설문대상 기업 중에서 동종업계 순위가 하락한 기업은 전혀 없음

- 완성차업체의 납품물량 증대와 신제품개발 기술 협력 등이 부품협력사의 경영성과에 크게 기여
 - 중국에 진출한 부품협력사들의 진출동기가 주로 완성차업체의 진출 요청에 의한 동반진출, 가격경쟁력 확보, 거래선 다변화 등인데 이 가운데 완성차업체의 납품물량 증대가 비교적 잘 된 것으로 평가
 - 완성차업체와의 신제품개발에 대한 기술협력도 잘 진행된 점이 부품협력업체의 비교적 양호한 경영성과로 연결

- 또한 부품협력사의 중국 투자 진출 증가에도 불구하고 자동차관련 수출 유발효과 지속
 - 완성차업체의 높은 중국 내수시장 매출과 많은 부품계열사와 부품협력사의 중국 진출에도 불구하고 원부자재 수출을 통한 순 수출효과가 기업당 연간 12~15백만 달러 지속
 - 이는 중국에 진출한 부품협력사 등이 아직은 중국에서 생산된 부품을 국내에 적극적으로 반입하고 있지 않은 데에 기인

- 동반성장 관련, 현지법인정착 지원, 거래선 다변화 지원, 자체 공정개선에 대한 성과보장이 미흡하여 앞으로 개선되어야 할 부분

- 완성차기업의 요청에 의한 동반진출기업은 물론 자발적 진출기업의 중국 현지진출 시에 법인설립 자문, 관계기관 소개 등으로 현지법인 설립 등이 원활하게 이루어질 수 있도록 지원 필요
- 완성차기업이 부품협력사의 거래선 다변화를 위해 '적극적 권장도 제재도 않는' 수동적 입장에서 보다 적극적으로 부품 로드쇼 등에 공동 참여 추진 필요
- 부품협력사의 자체적인 공정개선 등의 성과가 과도한 단가인하 압력 등으로 이어져 특히 2차 협력업체 중심으로 사업다각화에 나서고 있는 점은 개선될 필요
- 또한 환율변동을 이유로 결제대금을 당초 약정한 통화 이외 통화로 임의 변경도 지양해야 할 부분

□ 거래선 다변화는 부품협력업체들의 의지가 수반되어야 실현 가능

- 부품협력사들도 거래선 다변화에 보다 적극 나설 필요
 - 설문조사 결과에서도 나타나듯, 자발적으로 진출한 업체나 2차 협력 업체가 당초 거래선 다변화를 중국 진출 동기로 내세웠기 때문에 거래선 다변화가 비교적 높게 나타남
 - 따라서 동반진출업체도 완성차업체의 납품에 의존하는 소극적 경향에서 벗어날 필요

2. 정책 시사점

- 중국에서 완성차업체와 부품협력업체 간의 동반성장 협력에서 기존의 하드웨어 중심에서 소프트웨어 중심으로 더욱 확대 필요

- 동반성장이 신제품 개발을 위한 R&D 기술협력이나 납품물량 등 자동차 생산과 직접 연관된 하드웨어 측면에서 비교적 양호

- 그러나 기업 글로벌 경쟁력의 한축인 네트워크 간 경쟁요소인 부품 협력사의 거래선 다변화, 현지법인 정착, 노무관리 등과 같은 소프트웨어 부분에 대한 협력과 지원이 절대 필요

□ 중국에서의 동반성장 강조가 완성차업체의 경쟁력 약화로 작용하는 것은 경계해야

- 중국은 세계적인 완성차업체들이 거의 모두 진출한 상태인데다 국내 기업이 최근 품질과 가격 경쟁력을 바탕으로 시장 점유율을 확대해가는 과정에 있기 때문에 지나치게 협력업체와의 동반성장에 치중하다보면, 시장을 상실할 가능성도 높음

- 따라서 먼저 완성차업체의 시장점유율 확대에 방점을 두고 시차적으로 협력업체의 동반성장 프로그램이 점진적으로 작동되는 것이 바람직

□ 2차, 3차 협력업체에 대해서도 1차와 같은 동반성장 협력 프로그램이 진행될 수 있도록 완성차업체의 관리감독 강화 필요

- 완성차업체와 1차 협력업체 간의 동반성장을 위한 협력, 이를테면, 원자재가격을 반영한 납품단가 조정, 납품대금 조기 결제 등은 비교적 잘 진행되고 있으나, 2차, 3차 협력업체에 대해서는 잘 이루어지지 않고 있음

- 이는 1차 협력업체가 대부분 차입자금으로 생산규모를 확대함에 따라 먼저 이의 상환에 우선적으로 자금을 투입하게 되어 완성차업체의 동반성장 프로그램이 2차, 3차 협력업체에는 잘 실행되지 않고 있음

- 따라서 동반성장 프로그램이 2차, 3차 협력업체도 잘 이루어질 수 있도록 완성차업체의 1차 협력업체에 대한 관리감독의 강화는 물론 동반성장위원회를 통해 사회적 공감대 확산 필요

<표 V-1> 완성차 기업의 동반성장 프로그램 현황

	주요내용	협력업체	비고
납품 단가 조정	원자재 가격 연동제 ▶ 원자재 가격 인상분을 납품단가에 반영	1차 (2008) 2차 (2010) 3차 (2010)	▶동반성장프로그램이 1차 협력업체 위주로 진행 ▶1,2,3차 협력단계와 관계없이 비교적 잘 진행되고 있는 분야는 기술교육 분야 ▶이외 분야에서도 2,3차 협력업체에 대한 지원프로그램을 기동하고 있지만, 실질적인 동반성장 분위기는 저조함
	성과공유제 ▶ 품질·공정개선 등 완성차·부품업체 간 협력성과 발생 시, 단가인상 등의 방법으로 성과보장	1차 (2004) 2차 (2010) 3차 (2010)	
대금 결제	현금성 결제비율 100% 유지 ▶ 어음대체결제수단으로, 현금, 기업구매전용카드 ¹⁾ , 외상매출채권담보대출 ²⁾ , 구매론 제도 ³⁾ 등을 포함	1차 (2006) 2차 (2010) 3차 (2010)	
	원자재 공동구매제 ▶완성차업체가 주요 원자재를 일괄 구입 후 부품협력사에 구입가격으로 제공	1차 (2003) 2차 (2010) 3차 (2010)	
거래 선다 변화	부품 수출 해외 로드쇼 ▶부품 협력사들의 해외 신규 수요처 확보 지원을 위해 미국, 유럽, 일본 등지에서 개최	1차 (2002) 2차 (2002)	
	부품 협력사 수출 인프라 지원 ▶완성차업체가 부품 협력사들에게 국내외 수출 물류센터를 사용토록 함으로써 부품협력사의 물류비용 절감, 적기 납기 등이 가능	1차 (2008) 2차 (2008)	
기술 교육	게스트 엔지니어링 제도 ▶신차 개발 시, 자사 직원 이외에 부품협력사 직원 중 일부를 초청해 공동으로 개발업무 진행	1차 (2004) 2차 (2010) 3차 (2010)	
	R&D 모터쇼 협력사 초청	1차 (2010) 2차 (2011)	
	협력사 품질학교 ▶1, 2차 협력사 품질 담당자를 대상으로 품질 관리 전문가 양성과정 진행	1차 (2011) 2차 (2011)	
기 타	원산지 증명시스템 구축 지원 ▶FTA체결 지역으로의 부품 및 완성차 수출을 위해 수출절차, 통관, 물류 및 관세 환급 등의 수출 제반사항에 대한 종합 서비스를 지원	1차 (2011) 2차 (2011) 3차 (2011)	

주: 1) 기업구매전용카드 : 일종의 신용카드로, 완성차업체가 카드결제하면 카드사가 부품 협력사에 대금을 지급

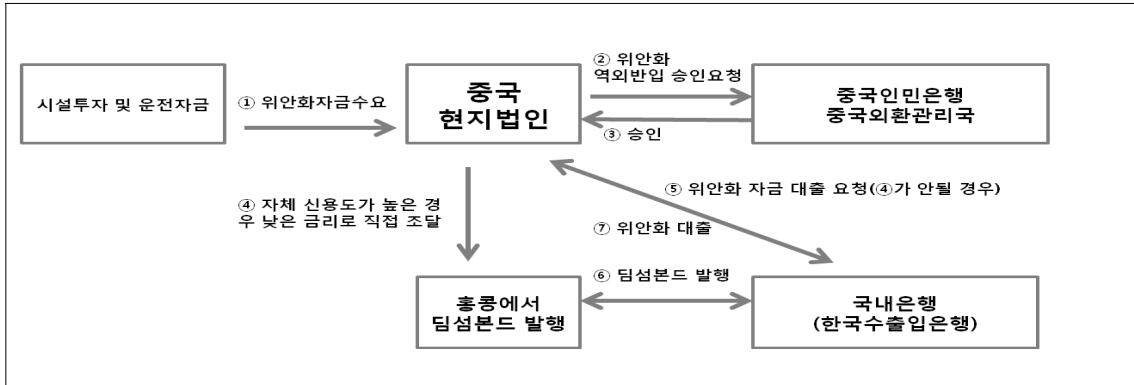
2) 외상매출채권담보대출 : 완성차업체가 은행에 어음을 지불하면 은행은 부품협력사에 대출을 제공하고, 만기일에 완성차업체가 대출금을 대신 상환

3) 구매론 제도: 완성차업체가 대출받아 납품대금을 지불하고, 만기일에 대출금 상환

자료 : 완성차기업 홈페이지 및 각종 언론

- 부품계열사와 부품협력사에 대한 여신지원을 강화함은 물론 완성차업체에 대한 여신도 적극 지원 필요
 - 부품계열사와 부품협력사의 차입금조달이 아직은 한국계 은행 중심으로 이루어지고 있지만, 점차 중국계 은행이나 제3국 은행으로 전환되고 있는 점을 고려 한국 금융기관의 적극적인 여신제공 고려
 - 또한 완성차업체의 자금조달이 기본적으로 중국계 은행을 통해서 이루어지고 있는 점에 주목하여 여신 거래선 확보 노력
- 국내은행의 중국 현지법인에 대한 자금을 중국 위안화로 취급하여 환리스크 경감 고려
 - 중국의 긴축정책과 이로 인한 신한, 하나, 우리, 기업 등 중국진출 금융법인의 예대율 75% 준수 의무로 위안화 대출 여력 부족
 - 게다가, 국내 은행은 위안화 운용수단 부족으로 위안화 대출 미취급
 - 국내 기업이 중국에 대한 수출 대금을 위안화로 받더라도 국내에 이를 운용할 투자수단 부족. 이 때문에 국내은행도 위안화 예치시 오히려 수수료 부과
 - 국내에서 위안화 대출을 실시할 경우, 중국에 설치한 금융법인이나 지점의 무용론 대두
 - 따라서, 중국 진출 현지법인 앞 위안화 대출은 중국에 지점이나 금융법인이 없는 은행 중심으로 적극 실시 필요
 - 필요할 경우, 홍콩에서 딤섬본드 발행을 통한 위안화 자금 확보가 필수
 - 수출입은행은 2011년 8월 3억 9200만 위안을 국내최초로 발행

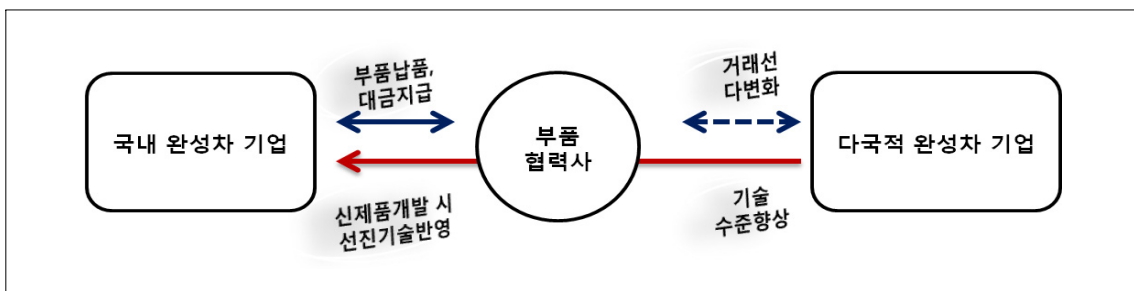
<그림 V-1>국내은행의 중국진출 부품협력사 현지법인 앞 위안화 대출 흐름도



□ 중국에 진출한 다국적기업에 납품할 수 있도록 중국에서 개최되는 자동차부품전시회에 공동으로 참여

- 국내 완성차업체의 중국에서 시장점유율 상승으로 인해 중국 진출 부품협력업체의 다국적기업에 납품할 수 있는 가능성 확대
- 국내 완성차업체의 부품계열사가 부품협력사와 공동으로 베이징, 상하이 등에서 개최되는 전시회에 참여함으로써 국내 완성차업체의 협력업체임을 강조
 - 현재 완성차업체에서 동반성장 프로그램으로 진행하고 있는 '부품 수출 해외로드쇼'를 더욱 확대 실시
- 거래선 다변화를 통해 부품업체가 다국적 기업의 선진 기술 습득 가능. 이를 통해 국내 부품협력사의 제품 개발력이 증대되어 국내 완성차기업의 신제품 개발로 연결

<그림 V-2> 부품업체의 거래선 다변화 효과



□ 부품협력사의 해외진출을 위한 가칭 「부품협력사 해외법인설립 지원팀」의
가동 필요

- 완성차업체의 해외시장 개척에 부품업체의 동반진출을 돕기 위한
전담 지원팀을 조직하여 부품협력사의 해외법인 설립 지원
- 진출 초기에 계약서 작성, 법인설립 자문, 관계기관 소개 등이 가능
- 현재 중소기업진흥공단 등에서는 중소기업의 해외진출을 돕기 위한
지원프로그램 및 상담센터를 운영
 - 그러나 상담프로그램이 국내에서 진행되어 현지 사정을 즉각적으로
반영할 수 없는데다 프로그램이 중소기업을 주 대상으로 하여
현행법상 대기업으로 분류되는 중견기업들은 대상에서 제외

□ 지원팀이 현지법인 가동 이후에는 현지 상관습이나 노무관리에 대한
조력자의 역할도 수행

- 부품협력사들의 법인설립 후에는 현지 상관습이나 노무관리로 인한
어려움에 봉착할 경우 이를 지원함으로써 부품협력업체의 정상적인
경영활동 지원 가능
 - 2010년 5월 베이징현대차에 범퍼 등을 납품하는 협력업체인 성우
하이텍의 파업에 베이징현대차는 노무담당 전문가를 파견하여 노사
합의를 중재함으로써 파업 2일 만에 합의⁶⁾

□ 한중 FTA에 대비한 부품협력업체의 원산지증명 준비 등과 관련한
홍보, 세미나 등 필요

6) 연합뉴스, 中현대차, 협력업체 파업방지에 비상, 2010. 5. 31.

- 한중 FTA에 대한 양국정부, 특히 중국이 강력하게 추진하려는 데다 우리정부도 이에 호응하는 상황이기 때문에 생각보다 빨리 협상이 진행되어 타결될 수도 있음

- 부품협력업체의 대비가 미비할 경우, FTA가 발효되고서도 과실을 향유할 수 없는 상황에 처할 수 있으므로 관련기관을 통한 홍보 및 세미나 등의 적극 개최 필요

□ 한중 FTA에 대비한 협력업체의 비용투입에 따른 수익이 완성차업체에만 귀속되지 않도록 협력업체에 대한 세제혜택 등 지원 필요

- 협력업체는 한중 FTA에 대비해 인력과 비용을 신규로 투입하여 원산지 증명과 관련하여 완성차업체에 관련 내용 제시

- 완성차업체는 협력업체로부터 공급받은 부품으로 완성차 조립 후 수출하게 됨에 따라 한중 FTA 발효 후 관세 감면 등의 혜택 수혜

- 그러나 협력업체는 관세 감면으로 인해 발생할 수 있는 납품물량 증가에 따른 이익 외에 원산지증명과 관련해 발생하는 비용 회수 곤란

- 정부는 완성차업체의 이익 증가로 확보된 법인세 등의 세수를 바탕으로 부품협력사의 신규 투입비용에 대한 세액공제 혜택 부여가 바람직

* '하도급거래 공정화에 관한 법률'(이하 하도급법)의 제15조(관세 등 환급액의 지급) ①항에서는 "원사업자가 수출할 물품을 수급사업자에게 제조위탁하거나 용역 위탁한 경우 「수출용원재료에 대한 관세 등 환급에 관한 특례법」에 따라 관세 등을 환급받은 경우에는 환급받은 날부터 15일 이내에 그 받은 내용에 따라 이를 수급사업자에게 지급하여야 한다."라고 명시

참 고 문 헌

1. 한국 수출입은행 해외투자통계
2. 연합뉴스, 中현대차, 협력업체 파업방지에 비상, 2010. 5. 31.
3. www.chinabaogao.com
4. 中國汽車工業協會 統計網 (www.auto-stats.org.cn)
5. 中國統計年鑒 각 연호
6. 國家發展和改革委員會(www.sdpc.gov.cn)
7. 國家發展和改革委員會 ‘乘用車燃料消耗量限值’
8. 上海GM五菱(www.sgmw.com.cn) 등 완성차기업 홈페이지