

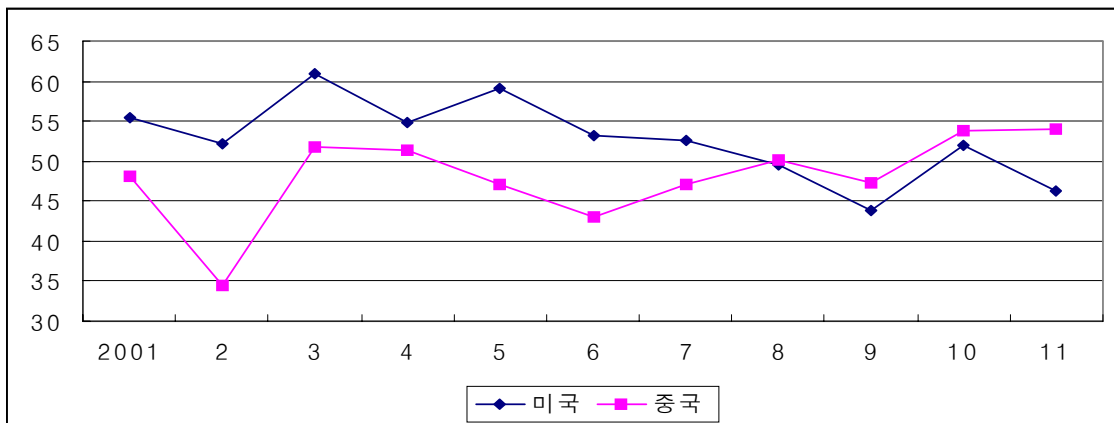
◆제목: 중국, 대일 수출 1위로 부상

지난해 8월 이후 중국은 미국을 제치고 대일(對日) 수출 1위를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 1~11월의 누계액 기준으로 보면 미국(580억 달러)이 여전히 중국(528억 달러)에 비해 앞서고 있다. 그러나 8월 이후 4개월간 계속 중국이 1위를 차지하고 있으며, 양국간 격차도 점차 확대되고 있다. 2001년 11월에도 중국의 대일 수출은 미국보다 8억 달러 많은 54억 달러(전년 동월 대비 16.0% 증가)를 기록하였다. 이처럼 최근 중국의 대일 수출 호조세가 지속됨에 따라 올해에는 중국이 미국을 제치고 명실상부한 최대 대일 수출국으로 자리매김할 것으로 보인다.

중국의 일본 수출 증대는 일본의 경기침체에 따라 소비지출을 최소화하기 위해 값싼 중국산 제품을 선호하려는 국민들의 심리적 영향과 일본기업들이 비용절감을 위해 중국으로 생산기지를 이전한 뒤, 생산된 완제품을 중국에서 수입·판매하는 전략을 취하고 있음에 기인한다. 중국으로부터의 수입이 급증하자 일본 정부는 농산물 등 일부제품에 수입규제를 가하는 등 자구책을 취하고 있으나, 중국도 일본제품에 대한 특별관세를 부과하는 등 보복조치를 단행함으로써 중국의 대일 수출 증가는 양국간 통상마찰로까지 비화되고 있다.

<그림 1> 일본의 2001년도 월별 對중국·미국 수입 추이

단위 : 억 달러



자료 : www.kotis.net

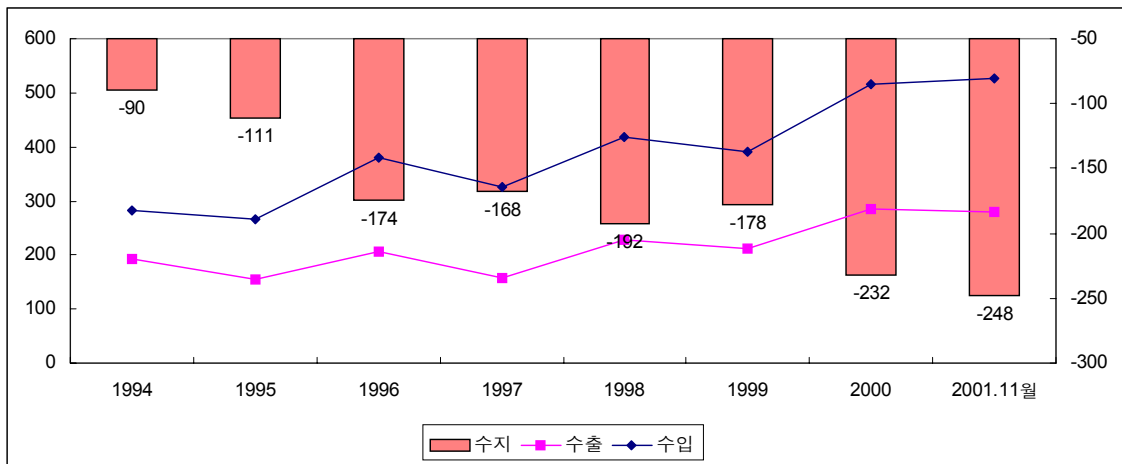
일본의 對중국 상품수지 적자 확대

일본의 對중국 수입증대에 따라 상품수지 적자도 점차 늘어나고 있다. 지난해 1~11월중 일본은 364억 달러의 상품수지 흑자에도 불구하고 중국과의 교역에 있어서는 적자를 기록하고 있는 것이다. 1994년 90억 달러에 머물렀던 일본의 對중국 상품수지 적자가 지난해(1~11월중)에는 248억 달러에 이르렀다. 이 결과 중국은 일본의 최대 수입국이자 상품수지 적자국으로 자리 잡고 있다.

<그림 2>

일본의 對중국 교역 추이

단위 : 억 달러



자료 : <그림 1>과 동일.

대일 수출, 고부가가치 제품으로 확산

일본 정부의 중국제품 수입 급증에 대한 우려는 단순한 양적 확대에 국한한 문제가 아니다. 중국의 대일 수출 품목이 농수산물, 의류 등 1차 상품과 단순 경공업제품에 그치지 않고 기계류와 전기·전자 등 고부가가치 제품으로까지 확산되고 있기 때문이다. 1992년에는 각각 0.8%, 4.7%에 불과하였던 기계류 및 전기·전자제품의 대일 수출 비중이 2001년(1~11월중)에는 9.0%, 17.8%로 크게 높아져 의류와 함께 최대 수출품목으로 자리 잡고 있다.

중국의 고부가가치 제품 수출 비중이 높아진 것은 다음 몇 가지 요인에 따른 것으로 분석된다.

첫째, 중국 제품의 기술력이 상승하였다. 중국제품은 여전히 높은 가격경쟁력을 보유하고 있는 가운데 동종의 일본제품에 비해 품질 및 기술수준 격차

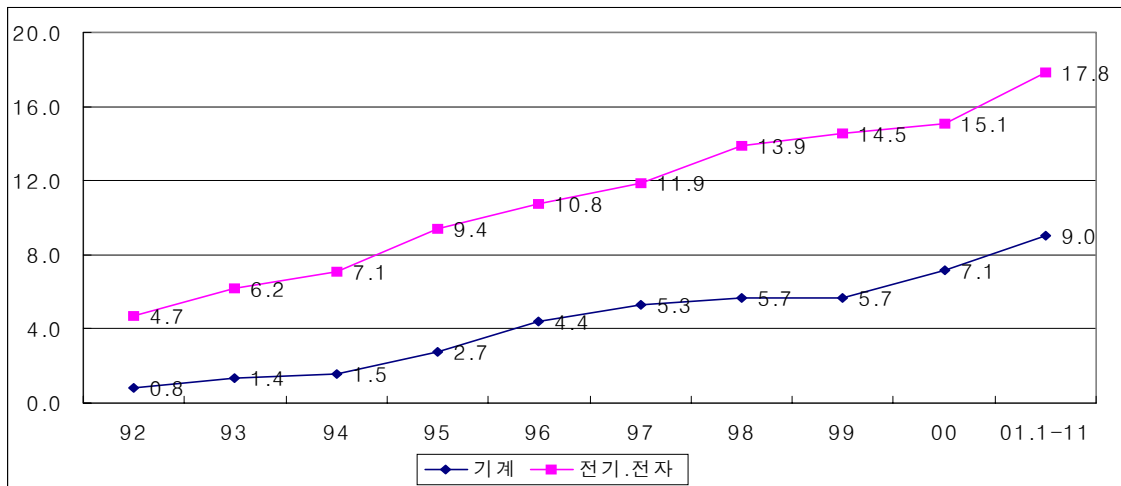
가 좁혀짐으로써, 일본 소비자들의 중국산 브랜드 선호현상이 높아지고 있다.

둘째, 일본의 불황이 장기화됨으로써 일본시장에서 저가제품 수요 현상이 확산되고 있다. 2000년 -0.3%에 이어 2001년에도 -2.7%의 경제성장률을 기록하는 등 일본경제는 좀처럼 침체에서 벗어날 기미를 보이지 않고 있다. 실업률은 5%대를 넘어 사상 최고치를 기록하고 있으며, 소비자물가도 마이너스를 보이고 있는 등 각종 경기지표가 여전히 불안하다. 올해에도 크게 달라질 것이 없다는 게 전문가들의 분석이다. 이러한 경기불황의 심리적 여파로 민간소비도 계속 마이너스를 기록하고 있다. 소비절제가 미덕인 일본 사회구조에서 고가의 일본산보다는 질은 다소 떨어지더라도 저렴한 중국산을 선호하는 현상이 확산되고 있는 것이다.

셋째, 중국에 진출한 일본기업으로부터의 역수입(buy back) 규모가 크게 늘고 있다. 이는 현재 중국의 대일 수출증가의 가장 큰 원인으로 지적되고 있다. 최근 일본업체에서는 중국 현지에 공장을 설립하고, 원·부자재를 가공 생산한 후 다시 일본으로 반입하는 마케팅 전략이 확산되고 있다.¹⁾ 일본 기업들은 중국의 WTO 가입으로 원·부자재의 對중국 수출시 관세 인하의 혜택을 볼 수 있으며, 장기적으로는 급성장하고 있는 중국 내수시장을 개척하려는 전략도 포석되어 있기 때문이다.

<그림 3> 기계류 및 전기·전자제품의 대일 수출 비중 추이

단위 : %



자료 : <그림 1>과 동일.

1 지난해 도시바는 이 방식으로 디지털TV를 생산, 판매함으로써 적지 않을 수익을 올렸고, 올해에는 휴대폰 생산에도 이 방식을 적용할 것으로 알려짐(무역일보, 2001. 12. 13자).

일본의 對중국 투자패턴 변화

이를 반영하듯 최근 일본의 對중국 투자가 6년 만에 다시 증가세로 돌아섰다. 2001년 상반기 중 일본의 對중국 투자는 전년 동기 대비 28.7% 증가한 18.8억 달러(실투자 기준)에 달했다(<표 1> 참조). 이 기간 중 일본의 해외투자 총액이 137억 달러로 47.4% 감소한 것에 비해 매우 대조적이다. 고도성장이 지속될 것으로 예상되는 중국시장을 선점하고, 생산비용 절감을 통해 자국내 시장에서의 경쟁력 확보 차원에서 일본기업의 중국 진출은 당분간 계속될 것으로 보인다.

<표 1> 중국의 외국인직접투자 추이

단위 : 건, 백만 달러, %

| | 건수 | | | 금액(계약기준) | | | 금액(실투자기준) | | |
|--------|--------|-------|-----|----------|-------|-----|-----------|-------|------|
| | 중국전체 | 일본 | 비중 | 중국전체 | 일본 | 비중 | 중국전체 | 일본 | 비중 |
| 1991 | 12,978 | 599 | 4.6 | 11,977 | 812 | 6.8 | 4,366 | 533 | 12.2 |
| 1992 | 48,764 | 1,805 | 3.7 | 58,124 | 2,173 | 3.7 | 11,008 | 710 | 6.5 |
| 1993 | 83,437 | 3,488 | 4.2 | 111,436 | 2,960 | 2.7 | 27,515 | 1,324 | 4.8 |
| 1994 | 47,549 | 3,018 | 6.4 | 82,680 | 4,440 | 5.4 | 33,767 | 2,075 | 6.2 |
| 1995 | 37,011 | 2,946 | 8.0 | 91,282 | 7,592 | 8.3 | 37,521 | 3,108 | 8.3 |
| 1996 | 24,556 | 1,742 | 7.1 | 73,276 | 5,131 | 7.0 | 41,726 | 3,679 | 8.8 |
| 1997 | 21,001 | 1,402 | 6.7 | 51,004 | 3,401 | 6.7 | 45,257 | 4,326 | 9.6 |
| 1998 | 19,799 | 1,198 | 6.1 | 52,102 | 2,749 | 5.3 | 45,463 | 3,400 | 7.5 |
| 1999 | 16,918 | 1,167 | 6.9 | 41,223 | 2,591 | 6.3 | 40,319 | 2,973 | 7.4 |
| 2000 | 22,347 | 1,614 | 7.2 | 62,380 | 3,681 | 5.9 | 40,715 | 2,916 | 7.2 |
| 2000.상 | 10,999 | 664 | 6.6 | 24,175 | 1,547 | 6.4 | 17,171 | 1,461 | 8.5 |
| 2001.상 | 11,991 | 930 | 7.8 | 33,459 | 2,937 | 8.8 | 17,171 | 1,880 | 9.1 |

자료 : 중국 대외무역경제합작부.

한편, 일본 기업은 첨단 산업 및 기술 분야는 일본 내에 그대로 둔 채, 백색가전 등과 같은 성숙단계의 산업을 중국으로 이전시켜 생산한 뒤, 완성품을 일본으로 재반입하거나 제3국으로 수출하는 분업화된 진출 전략을 취해 왔다. 따라서 일본·중국간 무역동향을 보면 일본은 원·부자재를 수출하는 대신, 중국으로부터는 완제품과 농산물 등 1차 상품의 수입이 대부분인 형태를 보여 왔다. 그러나 최근 일본기업들은 성숙산업이나 사양산업 뿐만 아니라 첨단 분야에 있어서도 중국 진출을 꾀하는 방향으로 전략을 바꾸고 있다. 일본이 장기 불황으로 허덕이자 일본기업들은 가격경쟁력 확보를 위한 해법을 중국에서 찾고 있으며, 앞에서 언급한 것처럼 일본의 중국 수입 가운데 기계류와 전기·전자제품의 비중이 높아지고 있는 것도 이 때문이다.

우리나라, 현지 내수시장 개척을 위한 對중국 투자를 늘려야

현재 우리나라는 중국으로부터 매년 50억 달러 내외의 상품수지 흑자를 유지하고 있다. 미국, 일본으로부터의 상품수지 적자를 중국과의 교역에서 보전하고 있는 셈이다. 그런데 이러한 對중국 흑자의 상당부분이 중국 투자기업의 설비 및 원·부자재 수출에 기인한 것이다. 즉, 우리나라의 對중국 수출은 투자가 확대되어야만 증가하는 내재적 한계를 갖고 있는 것이다. 이런 점에서 우리나라는 일본과 별반 차이가 없다.

다만, 중국으로부터의 수입에 있어서는 우리나라는 일본과 조금 다른 패턴을 보이고 있다. 일본은 1980년대 개혁·개방 초기부터 중국에 진출하기 시작하였지만 우리나라는 1992년 한·중 수교 이후 시작되었으며, 본격적인 진출은 1990년대 중반 이후부터였다. 이처럼 對중국 투자 역사가 일천한데다가 중국 진출 국내기업의 상당수가 생산제품의 국내반입보다는 제3국 수출 혹은 내수시장 개척을 주된 목적으로 하였기 때문에 중국으로부터의 수입증대 효과가 그리 크지 않았다.

최근 일본의 對중국 진출 및 무역패턴의 변화는 향후 우리나라에게도 시사하는 바가 크다. 우선, 일본 첨단분야의 중국 진출 확대는 곧 우리나라와 중국간의 경쟁이 더욱 심화될 수 있음을 의미한다. 도시바는 일본 내에서 반도체 생산을 포기했지만 중국에의 대규모 투자를 통해 현재 중국 내에서 최대 반도체 생산기업을 운영하고 있다. 기술력에 있어서도 이미 세계적 수준인 8인치 웨이퍼 0.18 마이크론급 반도체를 생산하고 있어 향후 우리나라 반도체 생산기업과 강력한 경쟁대상이 될 것으로 보인다. 이뿐 아니라, 현재 일본기업들은 우리와 경쟁관계에 있는 디지털TV 등 첨단 가전제품의 중국 진출도 마다하지 않고 있다. 이럴 경우, 단순 경공업 제품뿐만 아니라 첨단제품에 있어서도 우리나라 기업들은 가격에서는 중국산에, 기술에 있어서는 일본산에 밀리는 샌드위치 신세로 전락할 가능성도 배제할 수 없다. 이런 측면에서 일본기업의 對중국 투자 동향을 주의 깊게 살펴볼 필요가 있다.

한편, 우리나라의 산업구조도 점차 고비용 생산단계로 접어들면서 업종을 불문하고 일본처럼 자국에의 판매를 위한 중국 진출기업이 늘어날 것이고, 따라서 중국으로부터의 완제품 수입도 늘게 될 것이다. 수출 확대를 통한 상품수지 흑자기조 정착이 안정적인 경제성장의 지상과제인 우리나라로서는 중국의 산업구조 고도화와 제품의 질적 수준 향상이 미칠 파급효과는 다른 나라보다 더욱 크다고 할 수 있다. 이런 측면에서 對중국 수출확대를 위해서는 중국 내수시장 개척을 위한 중국진출이 더욱 확대되어야 할 것으로 보

이다. 최근 일본의 對중국 교역 흐름과 및 투자 패턴에서 가져다주는 상품수지 적자 확대 및 일본 산업공동화 심화 등과 같은 현상을 반면교사(反面教師)로 삼아 정부와 기업의 적절한 대응책 마련이 필요한 시점이다.

문의 : 개도국신용평가실 부부장 김주영 ☎ 3779-6647, jykim@koreaexim.go.kr
차장 전선준 ☎ 3779-6650, jsjun@koreaexim.go.kr