

## 중 국 유 감 ( 有 感 )



한국기기유회사험연구원 원장 김윤광  
02)542-8390 ykkim@mpi.or.kr

중국이라는 나라가 우리에게 “기회와 위협”을 동시에 주고 있다는 것은 이제 공지(公知)의 사실로 된 듯하다. 하지만 그 다음에는 딱히 무어라고 개념정리를 하지 못하는 것도 사실인 듯 하다. 특히 이른바 한류(韓流)가 중국은 물론이고 동남아를 거쳐 일본에까지 흘러 넘치는 요즈음에 있어서는 위협이라는 측면보다는 기회의 땅이라는 인상을 더 강하게 주고 있다. 산업적으로 보아도 지난 해부터 일취월장하는 우리의 무역흑자가 바로 대중국 수출에 힘입은바가 크다는 보도에 따르면 더욱 그러하다. 즉 감성적으로나 이성적으로 모두 중국은 우리에게 좋은 시장으로 분명한 자리 대감을 하고 있다.

그러다가 3월 마지막 비즈니스위크지(紙)에서는 이러한 우리의 인식을 뒤엎기라도 하듯

한국경제의 미래에 대한 경고음을 울리고 있다. 경고음의 첫 번째 발신은 한국기업의 활발한 대(對) 중국진출이 기업에만 혜택이 주어지고 있다는 점을 들고 있다. 다시 말하면 1992년 이후 중국으로 인해 한국에서 없어진 제조업의 일자리가 77단계에 달하고, 그 대신 중국에서 1백만개 이상의 신규 일자리 창출로 대체되었다는 것이다. 한국기업들의 중국진출은 작년이후부터 더욱 급속하게 진행되고 있는데, 예컨대 그 여파로 한국 무역협회의 회원수가 지난 6년 간에 걸쳐 11만개가 줄어들어 현재 89만개 업체로 되었다는 것이다. 제조업 중 신발과 섬유분야는 이미 대부분이 중국에 자리를 옮겼고, 석유화학, 철강, 보통선박, 백색가전을 비롯한 대부분의 전자업종 등도 향후 5년 이내에는 똑같이 이전될 운명에 있다고 하면서 이들 업종에 종사해온 근로자들은 상

대적인 저임금과 높은 생산성을 무기로 지금까지 한국 경제성장을 이끌어왔고 이들이 전체 제조업 일자리의 약 1/2 을 차지하고 있다는 것이다. 따라서 상실될 이들 일자리를 여하히 서비스분야와 하이테크 제조업으로 전환시키느냐가 향후의 관건으로 대두된다는 것이다.

두 번째의 경고음은 한국기업들의 중국진출이 확대. 심화되어 가면서 그 혜택은 소수의 대기업에 국한될 것이라는 사실이다. 한국기업의 중국진출 양상은 현지생산에서 현지시장으로, 이에 따른 현지 다켓팅과 연구개발확대로, 노동집약상품에서 기술지식 집약상품으로 고도화 되어가고 있는데, 동 잡지는 그 좋은 예로 LG와 현대자동차가 2008년까지 글로벌 기지를 완성한다는 야심찬 계획을 소개하면서 삼성전자가 히트를 친 투비색깔의 여성전용 고급 핸드폰이라든가 농심라면이 몇 개의 대도시만을 선택, 집중하여 높은 수익을 올리고 있는 다켓팅 성공전략 등을 구체적으로 기술하고 있다. (동일한 유통문화권을 공유하고 있는 탓으로 정치권과의 유착 및 비공식 친밀관계의 형성 등 비즈니스의 관행이 서로 유사한 데서 그 성공요인을 찾고 있기도 한다) 그러나 부품과 중간재의 경우 그 명암이 뚜렷하게 갈리고 있다. 예컨대 자동차 부품의 경우 2002년에 169백만 달러에 불과하던 것이 작년에는 무려 5배를 넘는 944백만 달러를 수출하였으나 이들 품목 중에 베어링, 시트, 좌석, 벨트, 에어

컨, 범퍼 등은 이미 중국이 경쟁력을 확보한 상태에 있고, 머플러, 클러치, 헤드라이트, 와이퍼, 도어핸들 등 주력 수출 부품들도 강해지고 있다는 것이다. 문제는 한국의 대 중국 수출의 약 70%를 차지하고 있는 각종 중간재의 현지조달 비중이 날로 증가하여 1999년 34.8%에 불과하던 것이 이제는 49.9%로 되고 이는 앞으로 더욱 강화될 것이라는 사실이다. 중국적으로 중국에 진출한 300명 미만의 한국 중소기업들 중 약 1/2 이 향후 5년 이내에 문을 닫게 될 것이라는 전망을 양국 무역관계자들이 하고 있다는 것이다.

세 번째의 경고음은 한국의 경직적인 경제구조와 제조업에 편중된 지원제도가 문제해결의 걸림돌로 작용하고있다는 것이다. 만일 한국경제가 미국과 같이 유연한 구조였다면 중국에서 상실된 일자리를 빠르게 다른 것으로 대체했을 것인데도 현대적인 경제운용을 하기에는 아직도 갈 길이 멀게 보인다는 것이다. 전투적인 강성노조는 여전히 신규 고용을 주저하도록 만들고있고 세 개의 경제특구도 그 발상자체가 사회주의국가에서만 찾아볼 수 있는 것인 데다가 경제특구에만 예외적으로 주어지는 기업환경 조성 지원시책들이 왜 전국적으로 시행할 수 없는 것인지 알 수 없다는 것이다. 또한 전력요금 할인이나 각종 조세 혜택 등이 제조업에 치중되고있어 서비스업종의 환경을 상대적으로 불리하게 함으로써, 비록 1992년 이후에 4백만개 이상의 서비스 일자리를 창출했지만 대부분이 음식점과 숙박업에

치중되고 보험, 법률 등의 고 부가가치형 서비스분야는 여전히 취약한 모습을 가지고있다는 평가다.

결론적으로 동 잡지는 OECD 사무총장이 “오늘날 한국의 주요 당면과제는 두 가지로서 탈공업화(deindustrialization) 중국으로부터의 경쟁이다” 라는 코멘트를 인용하면서 끝을 맺고 있는데, 특히 경쟁에 몰두하고있는 한국의 정치가들에게 과거 한국의 임금책봉을 중국으로부터 승인받던 역사가 다시 되풀이될 것 같지는 않지만 미래에 누가 한국경제를 지배하게 될 것인가? 라는 화두를 던지고 있다.

필자가 짐작컨대 누구에게나 이 글의 주제는 한국경제의 성장전략에 관련된 문제이고 특히 중국과의 경쟁관계에서는 산업전략상의 과제로 인식될 듯 싶다. 그래서 최근에 추진되고있는 신 성장동력을 떠올리고 그것이 한국산업의 경쟁력우위를 확보해 주는 해결책으로 기대할지도 모른다. 그러나 경제이론상으로 본다면 한·중간의 경쟁문제는 비교 우위론에 입각한 수평적 수직적 분업이 이루어지고 있는데 불과하다. 다만 그것이 한국과 중국간에 집중적으로 진행되는 현상일 뿐이다. 마치 그동안 우리 산업이 일본과의 분업이 이루어져 일부 품목은 일본의 세계시장 점유율을 능가하는 것도 생기게된 현상과 다르지 않다. 이는 산업의 발전과정이 유사할 수록 경쟁품목이 많아지거나 철저히 대립될 수 있음을 말해

주고있고, 이러한 일련의 과정은 비단 중국뿐만 아니라 앞으로 글로벌 추세가 확대될수록 인도, 멕시코와 같은 더 많은 후발 산업국과의 경쟁에 불가피하게 직면하게 될 것임을 뜻한다. 요컨대 중국과의 첨예한 경쟁은 크게는 양국가간의 산업발전패도에 따라 작게는 한·중간의 품목별 경쟁력 요소에 따라 그 구체적 양상이 결정될 것이다. 또 인접국가로서의 여러 가지 장점들 즉, 수송비용의 절감이나 인건비차이 그리고 문화적 유사성에 따른 수요패턴의결정력 등은 우리와 일본과의 경쟁력 격차에서 보듯이 어디까지나 일반적 공통적인 요소이며 질적이고 결정적인 것은 아니다.

따라서 신 성장동력산업도 중국산업과의 차별성이 확보될 때만 산업발전의 동일범주나 패적을 벗어나 독립적으로 성취될 수가 있다. 과연 현재 선정된 대상품목들이 그렇게 자리매김 할지는 의문이지만 설사 그렇다 하더라도 중국이외의 다른 선진국가들과의 경쟁은 피할 수 없을 것으로 보인다. 경쟁상대만 바뀌는 것이다. 결과적으로 어떤 특정국가를 상대로 산업전략을 세운다는 생각은 어찌면 부질없는 것일지도 모른다. 글로벌 시대에 경쟁은 범(凡)지구적으로 이루어지고 인건비를 비롯한 생산요소비용도 생산성에 비례하여 중국적으로 동등해지는 추세로 갈 수밖에 없는데다가, 산업경쟁에서 최종 승리자는 일등 품목을 생산하는 기업이 될 수밖에 없기 때문이다. 고 부가가치를 구현하는 것도 그 품목을 생산하

는 기업의 경쟁력이 어떠한가에 달려있고 그것은 그 기업의 근로자들의 개별 생산성이 그만큼 높아져야 실현될 수 있는 것이므로 산업정책의 중점은 가능성있는 대상품목을 선정하여 집중 지원하는 이른바 우수효과(Pumping Effect)를 노리기보다는 기업이 원하는 근로자들을 양성하고 이들의 생산성을 높이도록 지원해 나가면서 기업의 간접 생산성을 높일 수 있도록 기업하기 좋은 환경을 조성해 주는 것이 정부가 담당해야할 가장 긴요한 일이 아닌가 싶다. 이러한 노력의 일환으로 산업정책과 관련해서는 이미 선진국가들에서는 산업클러스터를 조성해주는 것을 21세기 핵심전략으로 삼고 있는 것으로 알고있다.

혹 누구라도 미래의 한국산업발전을 비전제시에 그치지 않고 인위적으로 그것도 정부가

주도적으로 육성 가능한 대상이라고 생각한다면 이는 과거 개발년대 성장전략의 연장선상에 있는 접근방법이며, 마치 한류가 아시아를 지배한다고 해서 우리의 다른 분야의 경쟁력 또한 우위를 확보한 것인양 간주하는 감성적인 판단착오와 동일한 범주에 속하지 않을까? 꽃이 먼저 핀다고 그 나무의 영양상태가 더 좋은 것이 아니듯이, 몇 개의 나무가 잘 자란다고 저절로 울창한 숲이 되는 것이 아니듯이, 잘 다듬어진 숲이라도 찾아온 사람들 모두가 쉬고 즐기기에 충분한 규모가 아니면 안되듯이, 한국의 산업도 소비자와 근로자의 복지를 향상시키는 방향으로 발전의 패적을 삼아 과제가 선정되고 부가가치를 올리며 지원이 이루어진다면 바로 그것이 대 중국의 경쟁전략이고 동시에 일본을 극복하는 길이며 글로벌시대를 이겨내는 첩경이 아닐까?