

# WTO체제하 한국 조명기기산업의 경쟁력과 불 공정무역

International Competitiveness of Lighting Equipments Industry in Korea and Unfair Trade  
under the WTO System

이 윤(Yune Lee)

시립인천전문대학 무역과 교수

## 목 차

- |                       |            |
|-----------------------|------------|
| I. 서 론                | IV. 요약과 함의 |
| II. 한국 조명기기산업의 경쟁력    | 참고문헌       |
| III. 국내 조명기기시장과 불공정무역 | Abstract   |

## Abstract

The lighting equipments industry in Korea has been characterized as high-costly and low-efficient, and has been decreasing in its international competitiveness since the birth of the WTO. The industry has been exposed to a harsh competition with large quantities of cheap imports from China and has been influenced by the unfair trade of Chinese enterprises. Korea Trade Commission and other related government bodies in Korea are required to enforce import regulations against Chinese products and investigate thoroughly unfair trade practices including false indication of country of origin, infringement of intellectual property rights and dumping.

Key Words : Unfair Trade, International Competitiveness, Lighting Equipments, Safeguard

## I. 서 론

### 1. 연구의 의의와 목적

이 연구는 세계무역기구(World Trade Organization : WTO)의 출범에 따라 본격화되고 있는 시장개방 하에서 한국 조명기기산업의 경쟁력을 분석하고, 시장개방에 따른 국내 산업의 피해 정도 및 불공정무역 실태를 파악함으로써 향후 이에 대한 대응방안을 모색하는 데 기여하고자 한다.

1993년말 우루과이라운드(Uruguay Round)의 타결과 함께 1년의 과도기를 거친 후 1995년부터 출범한 WTO는 범지구적 차원에서 자원의 효율적 배분을 지향하고자하는 것이었다. 이는 국경장벽이 생산요소와 생산물의 자유로운 이동을 막음으로써 생산요소의 효율적 활용을 저해할 뿐만 아니라 국경장벽의 보호 아래 생산요소의 비효율적 활용이 가능해짐으로써 세계 전체로 볼 때 자원이 낭비된다는 반성에서 출발하였다. 따라서 각국간의 경제적 국경의 문턱을 낮추는 시장개방이 ‘관세와무역에관한일반협정’(General Agreement on Tariffs and Trade : GATT)체제하에서 이전의 7차례에 걸친 다자간 무역협상에서와 마찬가지로 주요한 목표로 설정되었다.

WTO체제는 그럼에도 불구하고 이전의 다자간 무역협상과 비교하여 볼 때 보다 광범위한 품목에 대하여 시장을 개방하며, 하나의 협정에 불과하였던 GATT와는 달리 조직으로서 분쟁해결기구를 두어 강력한 집행력을 갖고 시장개방을 강제한다는 점에서 상이한 특징을 보이고 있다. 반면 덤핑이나 불법 보조금 지급 및 원산지 위반 행위 등과 같이 과거에는 명확하게 규정되지 않았던 불공정무역을 명확히 하여<sup>1)</sup> 예전보다 강력한 규제가 이루어지게 되었다. 또한 시장개방으로 인하여 국내 산업이 큰 타격을 받거나 받을 우려가 있을 경우 국내산업을 보호하기 위하여 세이프가드(Safeguard)조치를 이전에 비하여 다소 용이하게 발동할 수 있도록 하였다.<sup>2)</sup> 세이프가드는 교역 상대국의 불공정무역 때문이 아니라 자국의 경쟁력 약화로 인하여 수입증가에 따라 국내 산업이 큰 타격을 받거나 받을 우려가 있을 경우 자국 산업을 보호하기 위하여 취하는 조치로서, 과거에는 이를 발동할 경우 관련 교역상대국에 보상을 해주어야할 뿐만 아니라 해당 품목을 자국에 수출하는 모든 국가를 대상으로 수출규제조치를 취하여야했기 때문에 실제로 이를 발동하는 것은 쉽지 않은 일이었다. 따라서 이러한 조치들은 시장개방의 확대에 따라 각국이 당면하게 될 피해를 완화하는 역할을 하기 위한 것으로 볼 수 있다.

WTO체제가 출범한 이래 시장개방이 확대되면서 국가간 무역 분쟁은 증가하여 왔으며 한국 또한 예외가 아니었다.<sup>3)</sup> 여기서는 조명기기라는 세부 업종 및 품목을 대상으로 그 실태를 살펴보고자 한다.

1) 손찬현·이호생·김관호·왕윤중·우영수, 「WTO체제의 정착과 신통상의제」, 대외경제정책연구원, 1996, p.16.

2) 세이프가드 조치를 취하는 것이 다소 용이해진 반면 수출자율규제(VER)나 시장질서유지협정(OMA)등 소위 ‘회색지대 조치(Grey Area Measures)’로 불리는 조치들은 금지하도록 되었다. 심영섭·고준성, 「무역정책과 경쟁정책의 조화」, 산업연구원, 1997, p.51

3) WTO 출범 후 국가간 무역분쟁 및 한국의 경우에 대한 분석으로서 채욱서장배, 「WTO 무역분쟁의 추이와 한국관

조명기기는 생활필수품으로서 가정생활 및 건설을 비롯한 산업활동에서 활용도가 높을 뿐만 아니라 소득수준 및 산업생산의 증가에 따라 수요가 증가하는 특성을 가지고 있어서 그 중요성이 날로 커지고 있다. 조명기기는 생활 및 산업현장에서의 활용도가 높은 만큼 에너지 사용과도 밀접한 관련이 있어서, 에너지를 대부분 해외에 의존하고 있는 한국의 실정에서 볼 때 에너지 절감 정책 차원에서도 중요성이 크다. 그럼에도 불구하고 국내 조명기기산업은 영세한 중소기업 위주로 구성되어 있으며 1990년대 후반 IMF 외환위기를 겪으면서 재정적인 어려움이 가중되어 왔다. 이로 인해 기술개발 및 연구에 대한 투자가 미흡하여 국내 기술력은 선진국에 비해 크게 뒤떨어져 있다.

최근에는 저가 조명기기 제품이 대량으로 수입되는 한편 국제경쟁력을 갖춘 선진 다국적기업의 국내시장 진입이 크게 늘어남에 따라 국내 조명기기산업의 입지는 크게 흔들리고 있다. 특히 중국을 비롯한 개발도상국으로부터의 수입이 단기간 내에 대규모로 이루어지고 있다는 점에서 국내산업에 미치는 영향이 클 뿐만 아니라 원산지 표시의 위반 등 불공정무역에 따른 피해도 큰 것으로 알려져 있다. 따라서 불공정무역 행위에 대한 실태를 파악하고 시정조치를 강구하며 산업피해에 대한 정부 차원의 구제대책의 시행도 시급한 실정이라 볼 수 있다.

불공정무역과 산업피해 구제에 관한 국내 제도는 과거 '대외무역법'에 근거하여 왔으나 WTO의 출범 이후 시장개방의 가속화로 그 중요성이 더욱 커짐에 따라 2001년 별도로 '불공정무역행위조사및산업피해구제에관한법률'(이하 '산업피해구제법'이라 약칭함)이 제정되어 이를 기초로 관련된 사안들을 해결해오고 있다<sup>4)</sup>. '산업피해구제법'은 수입물품의 증가에 따른 국내산업의 피해구제절차를 세계무역기구 설립을 위한 마라케쉬 협정에 보다 부합하도록 개선하는 한편, 불공정무역행위에 대한 조사절차를 명료화하여 산업피해구제제도의 공정성 및 투명성을 높임으로써 공정한 무역질서를 확립하고 개방경제 체제하에서의 국제경쟁력 강화에 기여하고자 제정된 것이다.

'산업피해구제법'은 크게 두 부분으로 구성된다. 한편으로는 불공정무역과 관계없이 국내 산업의 경쟁력 저하로 인하여 특정 물품의 수입이 증가함으로써 동종 물품 또는 직접적 경쟁 관계에 있는 물품을 생산하는 국내산업이 심각한 피해를 입거나 입을 우려가 있을 경우 이를 조사하고 필요한 경우 피해를 구제하기 위한 세이프가드조치를 강구하는 것이다. 다른 한편으로는 불공정무역 행위에 대하여 과징금을 부과하거나 시정조치를 명령하는 것이다.<sup>5)</sup> 이 때 불공정무역행위는 크게 세 가지로 나누어지는데('산업피해구제법' 제 4조), 첫째, 지적재산권을 침해하는 행위, 둘째, 원산지 관련 위반 행위, 셋째, 기타 수출입 질서를 저해할 우려가 있는 행위로서 대통령이 정한 행위 등이다. 이 중 원산지 관련 위반 행위는 다음 세 가지 중 하나에 해당하는 물품 등을 수출 또는 수입하는 행위를 말하는데, 첫째, 원산지를 허위로 표시하거나 이를 오인하게 하는 표시를 한 물품 등, 둘째, 원산지표시를 손상하거나 변경한 물품 등, 셋째, 원산지 표시를 하지 아니한 원산지 표시 대상 물품 등으로 상당히 포괄적으로

런 분쟁사안에 대한 종합평가 및 정책 시사점', 대외경제정책연구원, 2001 참조.

4) 이 윤, 「대외무역법」, 두남, 2004, p.216.

5) 불공정무역과 산업피해구제제도에 관한 자세한 내용은 이 윤, 「대외무역법」, 두남, 2004, pp.215-261 및 법제처 (<http://www.moleg.go.kr>), '불공정무역행위조사및산업피해구제에관한법률' 참조.

정의되어 있다.

이렇게 볼 때 현재 조명기기산업이 당면한 국내외적 현실은 ‘산업피해구제법’이 상정하고 있는 두 가지 분야와 상당히 부합된다고 볼 수 있다. 따라서 이 연구는 국내 조명기기산업의 현황, 경쟁력 및 불공정무역 실태를 조사분석하여 문제점을 도출하고 이에 대한 대책을 강구함으로써 향후 국내 조명기기산업의 경쟁력 제고와 정부의 조명기기산업 육성정책 수립 및 ‘산업피해구제법’의 적용에 기여할 것으로 기대된다.

## 2. 연구의 범위와 방법

### 1) 연구의 범위

연구의 대상이 되는 조명기기제품의 범위는 한국의 무역통계분류와 산업통계분류로 구분하여 살펴볼 때 다음과 같이 정의되어 있다. 무역통계분류에 속하는 관세통계통합품목분류표인 조화제도(Harmonized Commodity Description and Coding System Korea, 약칭하여 HSK)<sup>6)</sup>에 따른 경우 램프류(HSK 8539), 등기구류(HSK 9405), 그리고 안정기류(HSK 8504)등 크게 세 가지가 조명기기산업에 속한다. 이는 세부적으로는 <표 1-1>에서 알 수 있듯이 다양한 품목들을 포함하고 있다. 산업통계분류에 속하는 한국표준산업분류(Korea Standard Industrial Classification : KSIC)에 따른 경우 조명기기산업은 크게 전구 및 조명장치제조업(KSIC 315)과 방전램프용안정기제조업(KSIC 31104)의 두 가지로 나누어진다. 램프류와 등기구류는 전자에 속하고 안정기는 후자에 속한다고 볼 수 있다. 이 연구에서는 경쟁력을 분석함에 있어서 이러한 세부품목별로 구분하여 분석하되 위의 세 가지 분야별로 통합하여 보여주고자 한다.

분석 대상기간의 범위는 대체로 세계무역체제가 출범하는 1995년부터 통계 확보가 가능한 최근까지로 한다. 보다 심층적 연구를 위해서는 세계 조명기기시장<sup>7)</sup>의 최근 동향과 주요 경쟁국의 산업 및 업체의 현황에 대한 분석도 필요하나 지면의 부족으로 이 연구에서는 생략하도록 한다.

### 2) 연구의 방법

본 연구에서는 조명기기산업의 국제경쟁력을 파악하기 위하여 무역자료를 이용한 통계분석과 함께 실태 파악을 위하여 산업자료를 이용한 통계분석을 수행한다. 또한 업체들의 시장구조 및 수입으로부터의 영향을 파악하기 위하여 설문조사방법을 이용하였다. 설문조사<sup>8)</sup>에 응한 업체로는 생산업체는 전

6) HS제도에서 품목코드는 10단위로 되어 있는데, 앞의 6단위까지는 모든 나라에서 동일하게 표기되고 그 뒤 4단위는 각국의 특성에 따라 독자적인 명칭으로 사용된다. 따라서 한국의 HS 품목표시제도인 HSK는 HS 6단위까지는 다른 나라와 동일하며 뒤의 4단위만이 다를 뿐이다. 이 윤, 「대외무역법」, 두남, 2004, pp.98-99 참조.

7) 조명기기제품의 국제무역 현황에 대해서는 International Trade Center, International Trade Statistics 참조. 세계 조명기기시장의 규모는 2002년 현재 램프류가 330억달러, 등기구류가 425억달러에 달하며, 한국은 등기구류의 수출입 규모가 세계 27위권에 머무는 등 경제 및 무역규모에 비하여 조명기기류의 무역규모가 비교적 작은 것으로 나타나고 있다.

8) 설문조사는 무역위원회의 발주 아래 한국조명기술연구소가 수행한 연구용역(한국조명기술연구소, 「조명기기산업 경쟁

등기구협동조합 산하 162개 업체 중 57업체이며, 판매업체로는 한국 조명기구유통협회 서울시지부 회원사 74개 중 17개 업체이다. 이들에 대하여 표준화된 질문서에 따라 개별면접조사를 실시하였고 이중 일부업체는 표준화된 질문서 외의 사항에 대하여 집중 인터뷰를 시행하였다. 조사업체의 일반 특성은 <표 1-2> 및 <표 1-3>과 같다. 그밖에 각종 관련 자료에 대한 문헌조사를 병행한다.

<표 1-1> 분석 대상 품목의 세부사항

품목번호(HSK)			품 목 명
램 프 류	8 5 3 9	10 00 00	실드비임 램프 유니트
		21 00 00	텅스텐 할로겐의 필라멘트 램프(자외선 또는 적외선램프는 제외 )
		22 10 00	백열램프
		22 20 00	장식용램프
		22 30 00	빔램프
		22 40 00	집어용램프
		22 90 00	기타(전력이 22와트 이하, 전압이 100볼트를 초과하는 램프)
		29 00 00	기타(필라멘트 램프)
		31 00 00	형광램프(열 음극형의 것)
		32 10 00	수은램프
		32 20 00	나트륨램프
		32 30 00	메탈할라이드램프
		39 00 00	기타 방전램프(자외선램프 제외)
		41 00 00	아크램프
		49 10 10	자외선램프(반도체 제조용 기기의 것)
		49 10 90	기타 자외선램프
		49 20 00	적외선램프
		90 10 00	필라멘트 램프의 부분품
		90 20 00	방전램프의 부분품
		90 90 00	기타 아크램프의 부분품
등 기 구	9 4 0 5	10 10 00	산테리아와 천장용·벽부착용의 전기식조명기구(필라멘트램프의 것)
		10 20 00	산테리아와 천장용·벽 부착용의 전기식 조명기구(형광램프의 것)
		10 90 00	기타 산테리아와 천장용·벽 부착용의 기타 전기식조명기구
		20 10 00	테이블·책상·침대·마루스탠드용의 전기식램프(필라멘트램프의 것)
		20 20 00	테이블·책상·침대·마루스탠드용의 전기식램프(형광램프의 것)
		20 90 00	기타 목제의 것 (라오스에 대한 양허관세 )
		30 10 00	크리스마스장식용 조명세트(필라멘트램프의 것)

력 조사」, 2003)에 본 연구자가 초기부터 주도적으로 참여하여 수행한 연구의 일환으로서 이루어졌으며 본 연구에서는 당시의 조사 결과를 이용하고자 한다. 아울러 동 연구영역을 함께 수행한 후 운명을 달리하신 한라대학교 고 문일 기교수의 영전에 깊은 애도와 함께 명복을 빈다.

류		30	90	00	크리스마스 장식용의 기타 조명세트
		40	10	00	방폭형의 기타 전기램프와 조명기구
		40	20	00	투광형의 전기램프와 조명기구
		40	30	00	가로등의 전기램프와 조명기구
		40	90	00	기타의 전기램프와 조명기구
		50	00	00	비전기식 램프와 조명기구
		60	10	00	조명용사인·조명용 네임플레이트와 유사품 (네온관의 것)
		60	20	00	조명용사인·조명용 네임플레이트와 유사품 (필라멘트램프의 것)
		60	30	00	조명용사인·조명용 네임플레이트와 유사품 (형광램프의 것)
		60	90	00	기타 조명용 사인·조명용 네임플레이트와 유사품
		91	10	00	산테리아용의 유리제 부분품
		91	90	00	기타램프·조명기구·조명용사인·조명용 네임플레이트의 유리제 부분품
		92	10	00	산테리아용의 플라스틱제 부분품 플라스틱제 부분품
		92	90	00	기타 플라스틱제 부분품
		99	10	00	기타 부분품(산테리아용의 것)
		99	90	00	기타 부분품
안정기	8504	10	10	10	방전등 또는 방전관용의 안정기(전류 1암페어 이하)
		10	10	20	방전등 또는 방전관용의 안정기(전류 1암페어 초과 20암페어 이하)
		10	20	00	방전등 또는 방전관용의 안정기(전류 20암페어 초과 60암페어 이하)
		10	30	00	방전등 또는 방전관용의 안정기(전류 60암페어 초과)

자료 : 한국무역협회, 「한국무역통계」.

<표 1-2> 응답 판매기업 현황

구 분		기업수	비율(%)
전 체		17	100.0
설립년도	~1989년	4	23.5
	1990~97년	7	41.2
	1998년~	6	35.3
인 원	~2명	7	41.2
	3~5명	7	41.2
	6명	3	17.6
월매출액	5천만원 이하	5	29.4
	0.5~1억원	5	29.4
	1억원 이상	7	41.2
설립형태	개인	16	94.1
	법인	1	5.9

〈표 1-3〉 응답 생산기업 현황

구 분		기업수 (개)	비율(%)
전체		56	100.0
설립년도	1989년	17	30.4
	1990~97년	18	32.1
	1998년~	21	37.5
종사자수	10명	5	8.9
	11~30명	28	50.0
	31~50명	10	17.9
	51명~	12	21.4
	무응답	1	1.8
매출액	20억원 이하	16	28.6
	20~50억원	18	32.1
	50~100억원	9	16.1
	100억원 초과	10	17.9
	무응답	3	5.4

### 3. 연구의 순서

먼저 II.에서는 한국 조명기기산업의 최근 현황을 『광업제조업통계조사(산업총조사)보고서』를 통해 살펴보고, 조명기기 품목들의 최근 수출입 통계자료를 통해 무역특화지수를 측정하여 경쟁력 추이를 분석한다.

III.에서는 조명기기의 국내 시장구조를 생산업자와 판매자에 대한 설문조사 결과를 토대로 살펴보고, 중국으로부터 수입 증대의 실태를 파악하며, 아울러 수입증가가 국내 동종 기업들에 미친 영향을 고찰한다.

마지막으로 IV.에서는 앞의 논의들을 요약하고 이로부터 세 가지 정책적 함의를 도출하여 제시하고자 한다.

## II. 한국 조명기기산업의 경쟁력

### 1. 산업의 현황

조명기기산업은 한국표준산업분류로 볼 때 전구및조명장치제조업(KSIC 315)과 방전램프용안정기제조

업(KSIC 31104)의 크게 두 가지로 나누어진다.

이 중 대표적인 분야인 전구및조명장치제조업은 <표 2-1>에서 알 수 있는 바와 같이 사업체 수가 2003년 현재 1000개를 넘어서면서 1999년에 비하여 36% 증가한 반면 생산액은 2003년 1조8,487억원으로 1999년에 비해 58% 증가하였다. 이는 사업체 수와 생산액이 비교적 견실하게 증가하였고 동시에 사업체의 규모가 비교적 대규모화했음을 의미한다. 한편 부가가치는 같은 기간 동안 42% 증가하는 데 그친 반면 생산비는 71% 증가함으로써, 생산액이나 부가가치의 증가에 비하여 생산비용의 증가가 컸음을 알 수 있다.

전구및조명장치제조업은 다시 전구및램프제조업과 조명장치제조업으로 구분되는데, 최근 5년간 후자가 전자보다 규모가 두 배 정도 크다. 조명장치제조업은 1999년에 비하여 2003년에 사업체 수나 부가가치 모두 50% 이상 증가하였으며, 같은 기간 동안 생산비는 거의 두 배로 증가하였다. 한편 전구및램프제조업은 성장세가 비교적 완만하여 2003년 생산액은 1999년에 비하여 33% 증가하는 데 그쳤다. 그런데 같은 기간 동안 사업체 수는 오히려 감소하였으며 부가가치는 27% 증가하는 데 그친 반면, 생산비는 37%나 증가하였다.

<표 2-1> 전구및조명장치제조업의 사업체수, 생산액, 부가가치 및 생산비 현황

	연 도	사업체수 (개)	출하액 (백만원)	생산액 (백만원)	부가가치 (백만원)	주요생산비 (백만원)
전구 및 조명장치 제조업 (KSIC315)	1999(A)	739	1,169,706	1,171,684	529,614	642,070
	2000	740	1,249,749	1,254,730	550,723	704,007
	2001	900	1,575,681	1,589,311	656,871	932,440
	2002	977	1,717,671	1,721,797	700,111	1,021,686
	2003(B)	1,005	1,840,902	1,848,689	749,612	1,099,077
	(A/B)	1.36	1.57	1.58	1.42	1.71
전구 및 램프 제조업 (KSIC3151)	1999(A)	185	468,720	464,372	212,066	252,306
	2000	175	456,801	458,161	221,140	237,021
	2001	190	594,015	594,587	265,362	329,225
	2002	187	551,557	553,371	234,788	318,583
	2003(B)	176	620,677	615,489	269,398	346,091
	(A/B)	0.95	1.32	1.33	1.27	1.37
조명장치 제조업 (KSIC3152)	1999(A)	554	700,986	707,312	317,548	389,764
	2000	565	792,948	796,569	329,583	466,986
	2001	710	981,666	994,724	391,509	603,215
	2002	790	1,166,114	1,168,426	465,323	703,103
	2003(B)	829	1,220,225	1,233,200	480,214	752,986
	(A/B)	1.50	1.74	1.74	1.51	1.93

자료 : 통계청, 「광업제조업통계조사(산업총조사)보고서」, 각년판.

조명기기산업의 또 다른 한 분야인 방전램프용안정기제조업(KSIC 31104)의 생산액은 <표 2-2>에서 알 수 있듯이 2003년 현재 2,134억원으로서 1999년에 비하여 37% 증가하였다. 그러나 앞의 두 경우와 마찬가지로 사업체 수와 부가가치는 각각 15%와 16% 증가하는 데 그친 반면, 생산비는 51%나 증가하여 생산비의 증가가 상대적으로 컸음을 알 수 있다.

<표 2-2> 방전램프용안정기제조업의 사업체수, 생산액, 부가가치 및 생산비 현황

	연 도	사업체수 (개)	출하액 (백만원)	생산액 (백만원)	부가가치 (백만원)	주요생산비 (백만원)
방전램프용 안정기제조업 (KSIC 31104)	1999(A)	93	154,736	156,077	62,650	93,427
	2000	96	179,024	180,887	77,511	103,376
	2001	100	175,401	175,571	60,364	115,207
	2002	110	190,937	192,108	69,022	123,086
	2003(B)	107	211,446	213,441	72,489	140,952
	(B/A)	1.15	1.37	1.37	1.16	1.51

자료 : 통계청, 「광업제조업통계조사(산업총조사)보고서」, 각년판.

결국 조명기기산업은 1998년 외환위기 이후의 경제회복과 건설경기 호황으로 비교적 활성화되어 왔음에도 불구하고 부가가치의 성장이 생산비 증가에 훨씬 못 미치는 전형적인 고비용-저효율 구조를 보여 왔다고 판단된다. 따라서 대외적으로는 급격한 시장개방과 중국의 WTO 가입에 따른 경쟁의 격화 속에서 이미 국내적으로도 경쟁력 약화의 구조적 특성을 내포하고 있었다고 볼 수 있다.

## 2. 경쟁력 분석

특정 산업의 경쟁력은 그 산업에서의 원천기술의 보유, 제조공정상의 기술우위, 부품산업의 경쟁력, 부족자원의 유무 및 주요 수요지와의 근접성 등 여러 요인에 의해 결정되며 일반적으로 특정한 한 가지 요인에 의해 일방적으로 결정되지는 않는다. 따라서 특정국가의 특정산업이 국제적으로 얼마만큼의 경쟁력이 있는가는 그 산업의 경쟁력이 발현된 성과로서 어떠한 무역성과를 가져왔는가에 따라 측정하는 것이 일반적이다.

이러한 관점에서 특정 산업의 국제경쟁력<sup>9)</sup>을 측정하는 대표적인 지표로서는 현시비교우위(Revealed Comparative Advantage : RCA )지수와 무역특화지수가 있다. RCA지수는 특정국의 품목별 세계시장 점

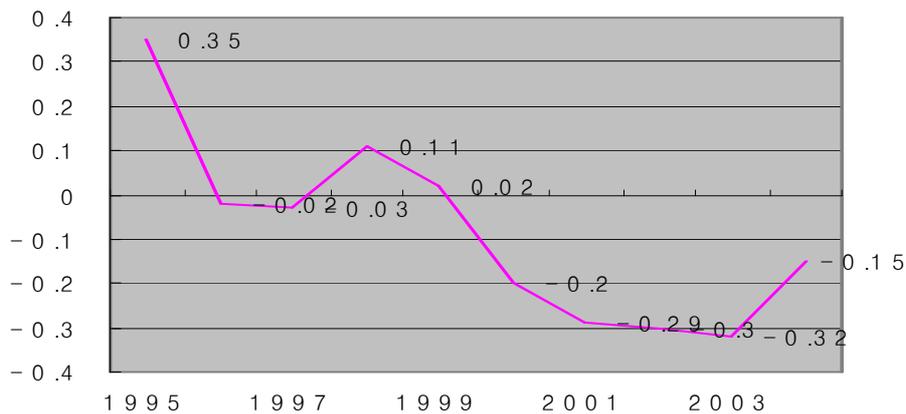
9) 무역특화지수는 일종의 RCA지수라고 볼 수 있는데, RCA 지수의 다양한 유형과 국제경쟁력적 함의에 관해서는 한재윤·이윤홍진기·최효중, 「국제경쟁력측정방법」, 산업연구원, 1989, pp.50-54 참조.

유율을 특정국의 세계시장점유율로 나눈 값이며, 동시에 특정국의 품목별 수출 비중을 세계시장에서의 품목별 수입 비중으로 나눈 값이다. 이 지수의 값이 1보다 크면 해당국가의 특정품목이 여타 품목에 비해 경쟁력(비교우위)이 있음을 의미한다.

무역특화지수는 특정품목의 상품이 수출에 특화되어 있는지 또는 수입에 특화되어 있는지를 보여주는 지수로 순수출비율지수 또는 국제경쟁력지수라고 불리워지기도 한다. 이 지수는 해당상품의 순수출액이 해당상품의 무역총액에서 차지하는 비율로서 계산되며, 다음과 같이 정의<sup>10)</sup>된다.

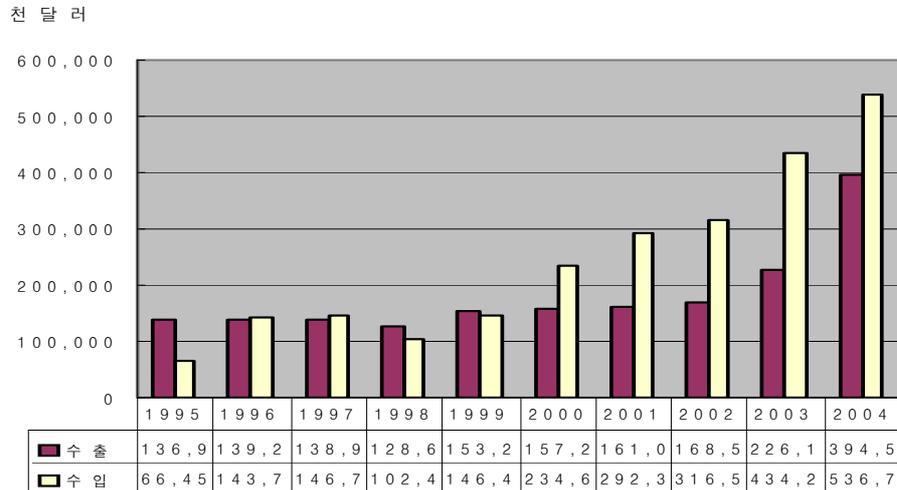
$$\text{무역특화지수} = \frac{\text{수출액} \cdot \text{수입액}}{\text{수출액} + \text{수입액}}$$

여기서는 무역특화지수를 이용하여 조명기기산업의 국제경쟁력을 파악해보고자 한다. <그림 2-1>에서 알 수 있듯이 램프류의 무역특화지수는 1998년의 일시적으로 개선된 것을 제외하고는 꾸준히 악화되어 1995년의 0.35에서 2003년에는 -0.32에 이르렀다. 이는 전반적으로 국내 조명기기 산업의 경쟁력이 약화되어 왔음을 의미한다. 1998년의 일시적 개선은 IMF외환위기 이후의 원화가치 폭락에 따른 수입수요의 급감에 기인한 것으로 보인다. 최근 무역특화지수의 지속적 하락은 <그림 2-2>에서 나타나듯이, 램프류의 수출입에서 국내 램프류의 수출은 1995년 이래 2002년까지 정체되어 온 반면 수입액은 2000년부터 급격히 증가하기 시작하여 2001년에는 2억 9,234만달러로서 1999년의 1억 4,643만달러의 두 배 이상에 이르는 등 수입 급증 현상에 기인한 것으로 판단된다.



[그림 2-1] 램프류(HSK 8539)의 무역특화지수 : 1995-2004

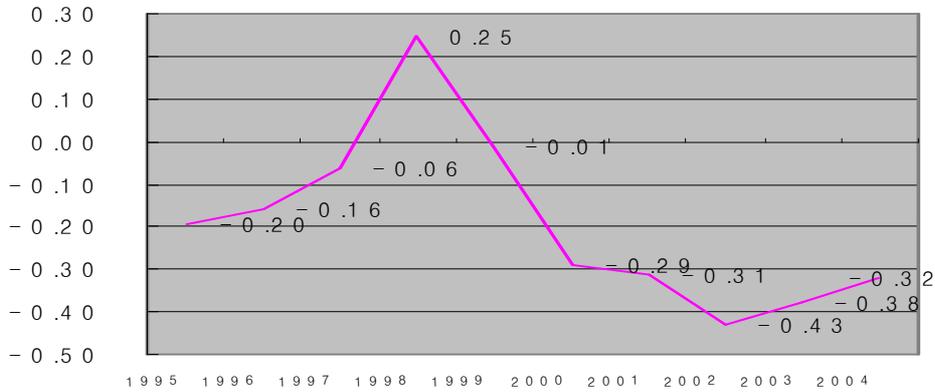
10) 한계윤·이윤·홍진기·최휴중, 「국제경쟁력측정방법」, 산업연구원, 1989, p.52.



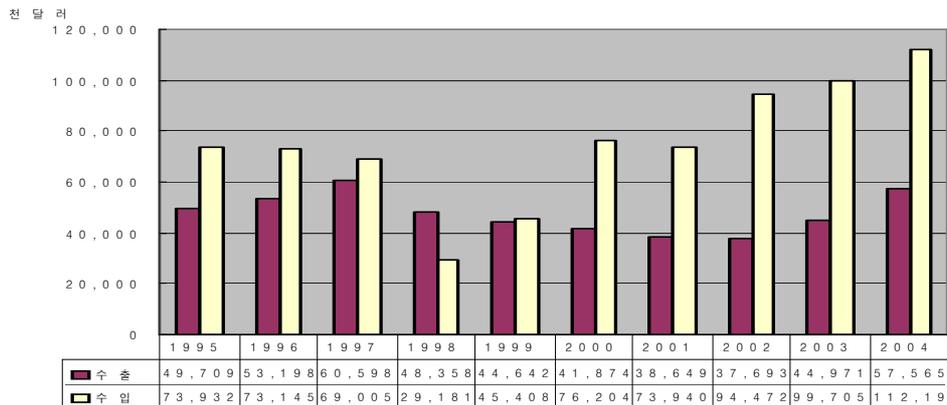
[그림 2-2] 램프류(HSK 8539)의 수출입 : 1995-2004

램프류의 무역특화지수를 세부품목별로 보면, 그간 국제경쟁력이 있는 것으로 평가되었던 형광램프류의 경우 무역특화지수가 1995년의 0.26에서 2001년의 0.22에 이르기까지 약간의 경쟁력을 보였으나, 2002년에 무역특화지수가 0.19로 하락한 후 2004년에 -0.52에 이르기까지 급격히 하락하고 있다. 무역특화지수가 양의 값은 갖는 품목은 텅스텐할로겐의 필라멘트램프(HSK 8539210000), 백열램프, 장식용램프, 빔램프, 집어용램프, 기타(HSK 853922) 등이다.

등기구류의 무역특화지수는 <그림 2-3>에서 알 수 있듯이 1995년의 -0.20에서 점차 개선되기 시작하여 1998년 0.25에 도달하였으나 이후 지속적으로 악화되어 2002년에는 -0.43까지 하락하였으며, 이후 다소 개선되었으나 2004년 현재 -0.32에 머무는 등 여전히 음의 값을 나타내고 있다. 등기구류의 수출입 추이를 살펴보면, 수출은 1997년 6,060만달러에 달한 후 2002년까지 계속 감소하여 왔으며 2004년에도 여전히 1997년의 수준을 회복하지 못하고 있는 반면, 수입은 1998년의 외환위기에 따른 수입능력의 감소로 수입이 크게 감소한 이후 2000년에는 이전의 최대 수준을 회복한 이래 계속 증가하여 왔으며 2004년에는 수출액의 약 두 배에 달하는 1억달러를 넘어섰다(<그림 2-4> 참조). 이는 한국 등기구류의 무역특화지수의 하락이 최근 외국으로부터의 수입증가에 기인한 것임을 의미한다.

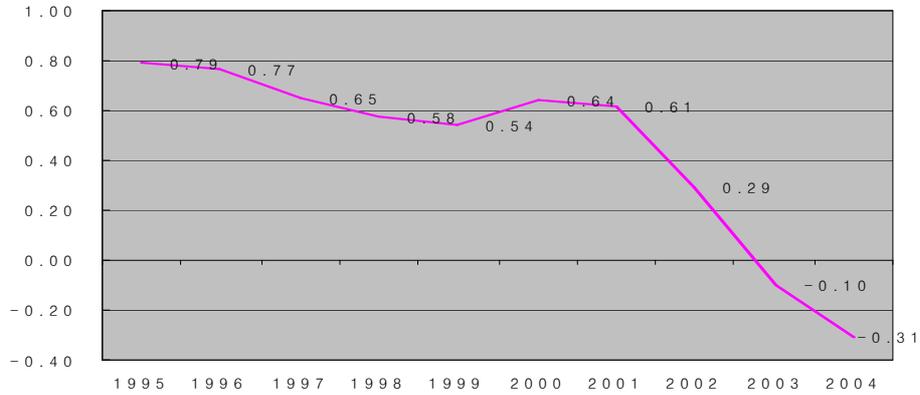


[그림 2-3] 등기구류(HSK 9405)의 무역특화지수 : 1995-2004

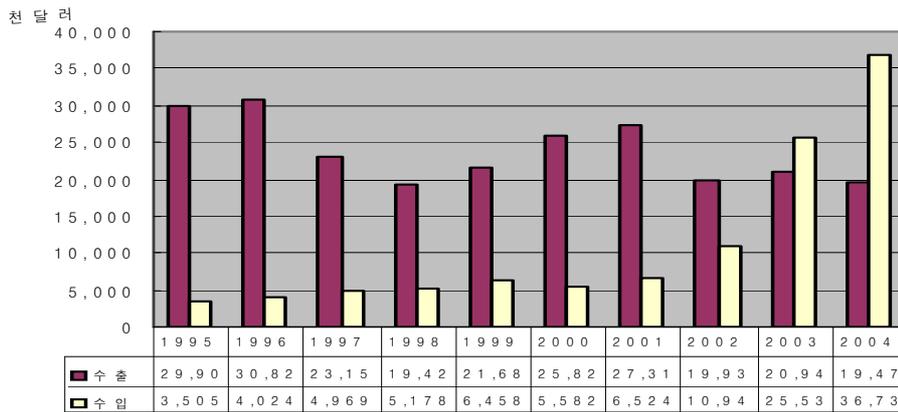


[그림 2-4] 등기구류(HSK 9405)의 수출입 : 1995-2004

안정기류의 무역특화지수는 지속적으로 하락하여 왔다는 점에서 앞의 두 경우와 같으면서도, 원래 상당한 경쟁력을 보유하다가 최근 들어 급격히 경쟁력이 악화되고 있다는 점에서 차별성을 보인다. <그림 2-5>에서 안정기류의 무역특화지수는 1995년의 0.79에서 완만한 하락세를 보이다가 2002년부터 급격히 하락하기 시작하여 2004년에는 -0.31로 떨어지고 있음을 알 수 있다. 수출입액을 보면 2001년까지는 수입액이 정체하면서 수출액이 수입액을 크게 상회하였으나 2002년부터 수출액은 정체 내지 하락하는 가운데 수입액은 매년 거의 두 배 정도로 급증하여 왔다(<그림 2-6> 참조). 따라서 안정기류의 무역특화지수의 하락 역시 앞의 두 경우와 마찬가지로 수입의 급증에 기인한 것으로 볼 수 있다.



[그림 2-5] 안정기류(HSK 8504)의 무역특화지수 : 1995-2004



[그림 2-6] 안정기류(HSK 8504)의 수출입 : 1995-2004

### Ⅲ. 국내 조명기기시장과 불공정무역

#### 1. 시장구조

##### 1) 생산자

56개 생산업체에 대한 설문조사 결과 국내 조명기기산업의 생산업체는 수출 비중이 평균 5.3%에 그

처 수출보다는 내수시장을 위주로 생산하고 있고, 부품의 해외조달비율 역시 10% 미만인 것으로 나타나 해외 공급선과의 연계성 또한 매우 약한 것으로 볼 수 있다. 자체 브랜드는 80% 이상 보유하고 있으나 나름대로 차별화된 기술을 가지고 경쟁하는 기업은 절반 정도에 그쳐 압도적 우위의 대기업이 존재하지 않은 채 대체로 중소기업 위주로 생산이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

조명기기 생산업체의 절반 이상은 <표 3-1>에서 알 수 있는 바와 같이 높은 가동률을 반영하여 지난 몇 년간 수익률이 증가한 것으로 나타났으며, 전체 업체의 2/3 정도가 향후 생산능력을 확장할 계획을 가지고 있는 것으로 나타났다(<표 3-2> 참조). 그러나 매출 규모별로는 20억원 이하의 영세업체가 증가시킬 계획이라고 답변한 비율이 81.3%로 가장 높았는데, 이는 영세업체의 경쟁력이 상대적으로 우수해 서라기보다는 생산능력의 확충이 경쟁력을 강화할 수 있는 주 요소라는 데 기인한 것으로 보인다. 실제로 과거 3년간 수익률이 증가하였다는 응답이 가장 높은 50억-100억원 수준 규모의 기업은 오히려 향후 생산능력을 동결하겠다는 비율이 44.4%로 가장 높았다는 것이 그 반증이라고 할 수 있다.

<표 3-1> 생산자의 3년간 수익률 추이

(단위 : %)

구 분		증가	감소	무응답	계
전 체		58.9	37.5	3.6	100
설립년도	~1989년	52.9	47.1	0.0	100
	1990~1997년	44.4	44.4	11.1	100
	1998년~	76.2	23.8	0.0	100
인 원	10명 이하	60.0	40.0	0.0	100
	11~30명	57.1	39.3	3.6	100
	31~50명	70.0	20.0	10.0	100
	51명 이상	50.0	50.0	0.0	100
매출액	20억원 이하	62.5	37.5	0.0	100
	20~50억원	55.6	38.9	5.6	100
	50~100억원	77.8	11.1	11.1	100
	100억원 이상	50.0	50.0	0.0	100

과거 5년간(1998-2002년)에 조명기기 제품과 시장에 관련하여 중요한 변화가 있었는가에 대한 설문에서는 생산업체의 57.1%는 “있다”고 응답하였으며 “없다”고 응답한 비율은 32.1%로 나타났다(<표 3-3> 참조). 그리고 설립년도가 오래된 업체일수록 “있다”는 비율이 높게 나타났고 매출액 규모별로는 특히 100억원 이상의 대형업체가 “있다”고 응답한 비율이 높게 나타났다.

〈표 3-2〉 생산자의 생산능력 변경계획

(단위 : %)

구 분	증가	감소	동결	모르겠다	무응답	계	
전 체	64.3	1.8	23.2	5.4	5.4	100	
설립년도	~1989년	64.7	0.0	35.3	0.0	0.0	100
	1990~97년	72.2	0.0	11.1	5.6	11.1	100
	1998년~	57.1	4.8	23.8	9.5	4.8	100
인 원	~10명	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	100
	11~30명	53.6	3.6	28.6	10.7	3.6	100
	31~50명	80.0	0.0	10.0	0.0	10.0	100
	51명~	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	100
매출액	20억원 이하	81.3	6.3	0.0	6.3	6.3	100
	20~50억원	55.6	0.0	27.8	11.1	5.6	100
	50~100억원	44.4	0.0	44.4	0.0	11.1	100
	100억원 이상	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0	100

생산업체가 느끼는 최근의 주요 시장변화에 대한 설문에서는 우선 가격경쟁이 심화되어 제품 가격의 하락폭이 매우 크다는 점이 지적되었다. 이에 대해 생산업체는 국내 중소기업의 난립과 저가 중국 제품의 유입을 주요 원인으로 보았고 최근의 경기침체에 따른 수요 하락에도 원인이 있다고 보았다. 중국산 반제품 특히 형광등기구 부분 반제품의 수입급증도 주요 시장 변화로 지적되었다.

〈표 3-3〉 생산자의 과거 5년간 시장의 변화

(단위 : %)

구 분	있다	없다	무응답	계	
전 체	57.1	32.1	10.7	100	
설립년도	~1989년	82.4	17.6	0.0	100
	1990~97년	50.0	27.8	22.2	100
	1998년~	42.9	47.6	9.5	100
인 원	~10명	80.0	20.0	0.0	100
	11~30명	46.4	42.9	10.7	100
	31~50명	50.0	20.0	30.0	100
	51명~	75.0	25.0	0.0	100
매출액	20억원 이하	56.3	37.5	6.3	100
	20~50억원	55.6	33.3	11.1	100
	50~100억원	33.3	44.4	22.2	100
	100억원 이상	70.0	20.0	10.0	100

2) 판매자

조명기기산업의 판매업체에 대한 설문조사 결과를 보면, <표 3-4>에서 알 수 있듯이 절반 이상이 향후 조명기기제품에 대한 수요전망은 점차 감소할 것이라고 보았다. 이는 생산업체들이 낙관적인 전망을 보인 앞의 경우와 대조를 이룬다. 특히 매출규모가 큰 대형업체일수록 조명기기의 장래 수요를 비교적 어렵게 보는 것으로 나타났다.

<표 3-4> 판매자의 향후 수요전망

(단위 : %)

구 분	급격한 증가	완만한 증가	금년과 같다	완만한 감소	급격한 감소	무응답	계	
전 체	0.0	0.0	29.4	47.1	17.6	5.9	100	
설립년도	~1989년	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	100
	1990~97년	0.0	0.0	42.9	42.9	14.3	0.0	100
	1998년~	0.0	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7	100
인 원	~2명	0.0	0.0	28.6	42.9	14.3	14.3	100
	3~5명	0.0	0.0	42.9	42.9	14.3	0.0	100
	6명~	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	100
월매출액	5천만원 이하	0.0	0.0	40.0	40.0	0.0	20.0	100
	0.5~1억원	0.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	100
	1억원 이상	0.0	0.0	28.6	42.9	28.6	0.0	100

조명기기산업의 생산자, 수입업체, 외국생산자 중에서 1998-2002년간에 국내시장에 중요한 영향을 준 적이 있는가라는 설문에서 “있다”고 응답한 판매업체의 비율은 64.7%에 이르렀고 시장에 영향을 준 업체에 대하여는 모두 외국 업체를 지목하였다(<표 3-5> 참조). 특히 중국의 조명기구 제조업체가 가장 많이 지목되었고 필립스, 오스람 등의 대기업도 지목되었다. 이러한 응답은 조명기기시장의 개방 이후 중국산 저가품과 다국적 조명전문기업의 국내 진출이 국내시장에 상당한 영향을 주고 있다는 사실을 반영하고 있다.

<표 3-5> 판매자의 과거 5년간 시장변화 유무

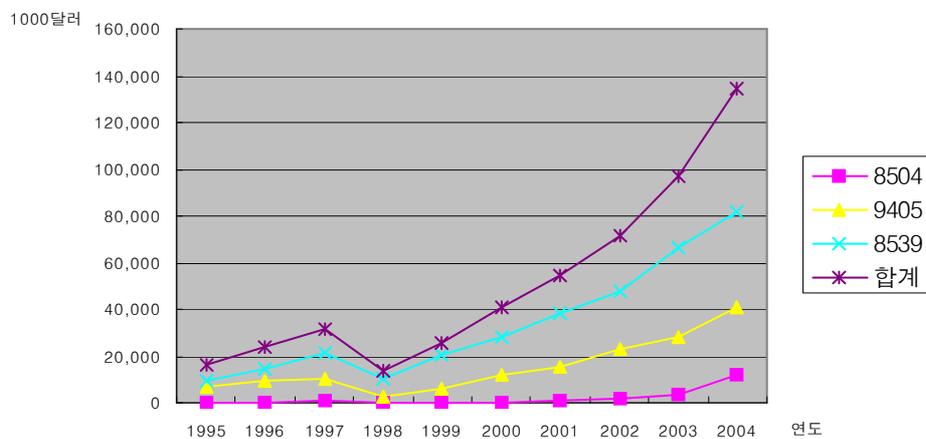
(단위 : %)

구 분	있다	없다	무응답	계	
전 체	64.7	29.4	5.9	100	
설립년도	~1989년	75.0	25.0	0.0	100
	1990~97년	85.7	14.3	0.0	100
	1998년~	33.3	50.0	16.7	100

구 분		있다	없다	무응답	계
인 원	~2명	57.1	28.6	14.3	100
	3~5명	85.7	14.3	0.0	100
	6명~	33.3	66.7	0.0	100
월매출액	5천만원 이하	40.0	40.0	20.0	100
	0.5~1억원	80.0	20.0	0.0	100
	1억원 이상	71.4	28.6	0.0	100

## 2. 대중국 수입의 추이

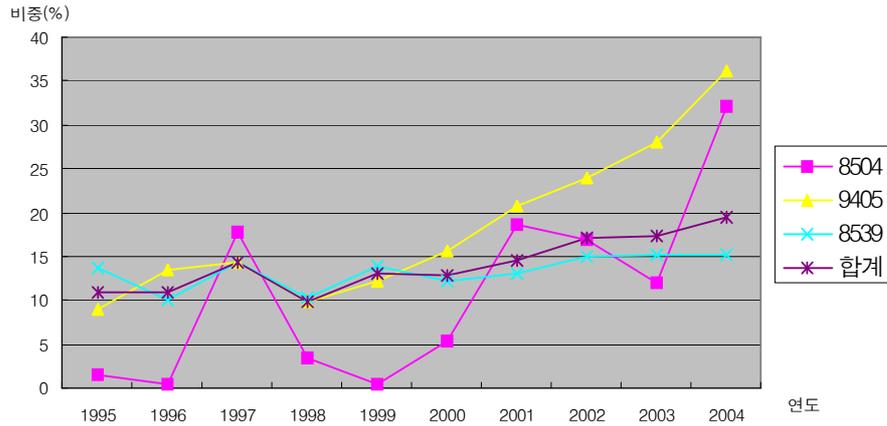
한국의 조명기기제품 시장은 개방 이후 중국으로부터의 수입 증가에 의하여 가장 큰 영향을 받은 것으로 설문조사 결과 확인되었다. 그렇다면 중국으로부터의 제품이 수입이 얼마나 급증하였는가에 대하여 살펴보기로 한다. <그림 3-1>에서 알 수 있듯이 외환위기 직후 외환부족으로 인하여 수입이 전반적으로 급감한 1998년을 기점으로 중국으로부터의 수입은 급격히 증가하여왔다. 램프류(HSK 8539), 등기구류(HSK 9405) 및 안정기류(HSK 8504) 등 전품목에 걸쳐 모두 높은 증가세를 보였고 최근 들어 증가세는 더욱 강화되고 있으며, 특히 램프류의 수입이 대종을 이루고 있다.



[그림 3-1] 조명기기제품의 대중국 수입 : 1995-2004

이러한 급증세를 반영하여 한국의 조명기기품목별 수입에서 중국이 차지하는 비중은 <그림 3-2>에서 알 수 있듯이 최근 급증하여 왔다. 1998년 10% 미만에서 2004년에는 두 배 증가한 20%에 달하고 있다. 특히 주종 수입품인 램프류는 1998-2000년에 5% 내외의 미미한 비중에서 2004년에는 32% 이상을 차지하고 있으며, 등기구류 역시 1998년 10% 이하에서 꾸준히 성장하여 2004년에는 36%의 높은 비

중을 차지하고 있다. 따라서 램프류와 등기구류를 중심으로 한 수입 급증이 국내 시장에 큰 영향을 미친 것으로 볼 수 있다.

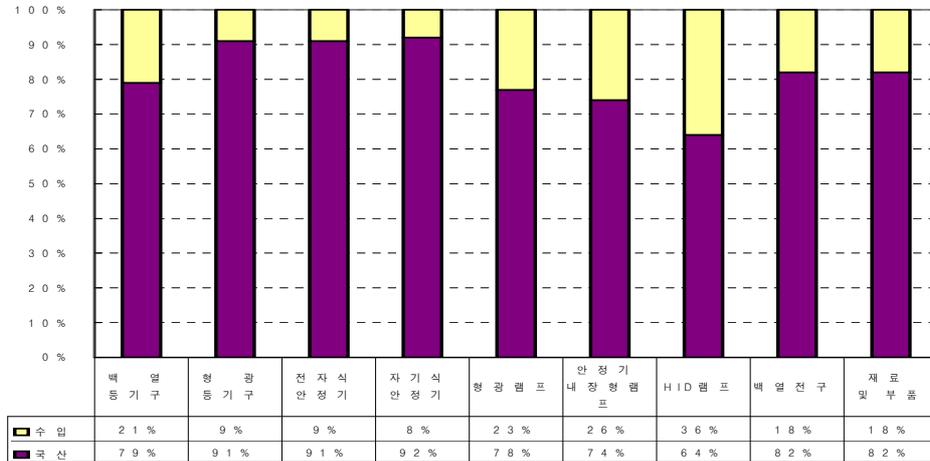


[그림 3-2] 조명기기제품의 대중국 수입 비중 : 1995-2004

### 3. 수입 증가와 불공정무역

판매업체를 대상으로 조명기기제품의 주요 품목별 국내제품과 수입제품의 판매비중에 관한 조사 결과 <그림 3-3>에서 알 수 있듯이 국산의 비율이 가장 높은 품목은 자기식·전자식 안정기와 형광등기구로 나타났다. 수입제품의 점유율이 높은 품목은 HID램프(36%), 안정기내장형램프(26%), 형광램프(23%), 백열등기구(21%)의 순으로 나타났다. 안정기와 형광등기구의 국산비율이 높은 것은 안정기의 경우 국내의 전기안전규격상의 제약으로 인해, 형광등기구의 경우 국산품은 철판, 플라스틱 등 소재류에서의 경쟁력과 국내 소비자 고유의 취향, 포장 및 운송 상의 어려움 등으로 수입제품에 비해 상대적으로 경쟁력이 있음을 반영한 것으로 해석된다.

램프류에서의 수입제품 점유율이 높은 이유는 국내업체가 상대적으로 기술 및 생산공정상의 취약한 경쟁력과 제품단가에 비해 운송비의 비중이 크지 않다는 점, 그리고 국내 소비자 고유의 취향이 따로 존재하지 않는다는 사실에 기인한 것으로 보인다. 수입제품은 판매업체의 90% 정도가 전문수입대행업체를 통하여, 수입품의 판매수익률은 평균 21.4%로서 국내제품의 판매수익률 평균 15.6%보다 높은 것으로 조사되었다. 제품수입시 애로사항이나 부가비용에 대한 부담은 크지 않은 것으로 나타났으며, 업계 관련자의 주장에 따르면 이것은 실제 통관시 통관절차가 매우 허술하고 수입면장에 수입가격이 허위로 기재되는 경우가 비일비재하기 때문이다.



[그림 3-3] 국산 및 수입품의 판매 비중

이와 비슷한 맥락에서 판매자에 대한 설문조사 결과 수입품에 대한 원산지 표시를 하지 않는다는 비율이 25%나 되고 영세업체의 경우 그 비율이 40%에 이르렀으며(<표 3-6> 참조), 원산지표시를 하더라도 의도적으로 소비자의 눈에 띄지 않게 하는<sup>11)</sup> 등의 실제적인 원산지표시 의무 위반의 경우가 상당히 많은 것으로 판단된다.

<표 3-6> 원산지 표시 유무

(단위 : %)

구분	한다	안한다	계	
전체	76.5	23.5	100	
설립년도	~1989년	0.0	100	
	1990~97년	57.1	42.9	100
	1998년~	83.3	16.7	100
인원	~2명	71.4	28.6	100
	3~5명	85.7	14.3	100
	6명~	66.7	33.3	100
월매출액	5천만원 이하	60.0	40.0	100
	0.5~1억원	80.0	20.0	100
	1억원 이상	85.7	14.3	100

11) 이는 앞에서 살펴본 산업피해구제법 제4조제2항의 규정에 의한 불공정무역행위에 속하는 원산지 오인표시에 해당하며, 대외무역법 제23조제3항제1호의 원산지표시의 금지행위에 속한다. 원산지 오인표시는 원산지를 허위로 표시하지는 않았지만 객관적으로 구매자로 하여금 원산지 오인을 유발하는 제반 표시를 말한다. 이 윤, 「대외무역법」, 두남, 2004, p.197, p.218 참조.

판매업체를 대상으로 소비자의 수입제품의 선호도가 증가하고 있는 이유에 대하여 중요한 순서대로 (1-6단계) 요인을 나열하라는 설문에 대하여 대상업체들은 가격(1.9)과 디자인(2.0)을 가장 중요한 요인으로 꼽았고, 그 다음으로 품질(2.9)이 중요시 되었으며, 그리고 브랜드 선호(4.1)와 A/S(4.9)는 그리 중요하지 않은 것으로 응답되었다(<표 3-7> 참조). 또한 생산업체를 대상으로 소비자의 수입제품의 선호도가 증가하는 이유에 대한 설문에서도 가격(2.1)을 가장 중요한 요인으로 꼽았고, 그 다음으로 품질(2.4)과 디자인(2.4)을 꼽았으며, 브랜드 선호(4.1)와 A/S(4.0)는 그리 중요하지 않은 것으로 응답하였다(<표 3-8> 참조). 이는 생산업체나 판매업체를 불문하고 저가 수입품의 증가가 국내 생산업체의 최대 장애요인임을 의미한다.

<표 3-7> 소비자의 수입품 선호요인(판매업체)

(단위 : 1-6(우선순위척도))

구 분		응답평균					
		품질	가격	디자인	A/S	맹목적 브랜드선호	기타
전체		2.9	1.9	2.0	4.9	4.1	5.2
설립년도	~1989년	3.0	1.7	2.3	5.3	4.7	4.0
	1990~97년	2.9	1.6	2.0	4.9	4.3	5.4
	1998년~	2.8	2.4	1.8	4.8	3.6	5.6
인 원	~2명	3.0	1.0	2.2	4.8	4.4	5.6
	3~5명	3.1	1.9	2.0	5.0	4.1	4.9
	6명~	2.0	3.3	1.7	5.0	3.7	5.3
월매출액	5천만원 이하	3.3	1.0	2.0	5.0	4.0	5.7
	0.5~1억원	3.6	1.0	2.4	5.2	4.0	4.8
	1억원 이상	2.1	2.9	1.7	4.7	4.3	5.3

판매업체와 생산업체의 응답을 종합하여 보면 최근의 수입품에 대한 소비자 선호도의 증가는 맹목적인 수입브랜드 선호라기보다는 가격, 품질 및 디자인 등과 같은 상품의 실질적인 경쟁력에 의한 것이라고 할 수 있다. 그리고 조명기기시장의 개방이 아직 초기단계임을 고려하면 수입제품에 대한 선호도는 계속 증가할 것으로 해석될 수 있다.

〈표 3-8〉 수입품 선호도 증가요인(생산업체)

(단위 : 1-6(우선순위척도))

구 분		응답평균				
		품질	가격	디자인	A/S	맹목적 브랜드 선호
전 체		2.4	2.1	2.4	4.0	4.1
설립년도	~1989년	2.3	2.0	2.8	3.9	4.0
	1990~97년	2.8	1.8	2.3	4.2	3.9
	1998년~	2.1	2.5	2.1	4.0	4.3
인원	~10명	2.6	2.4	2.2	4.2	3.6
	11~30명	2.4	1.9	2.2	4.1	4.5
	31~50명	2.4	2.6	2.7	3.9	3.4
	51명~	2.1	2.1	2.8	4.0	4.0
매출액	20억원 이하	2.3	2.2	2.8	3.8	4.0
	20~50억원	2.3	2.3	2.0	4.1	4.3
	50~100억원	2.6	2.4	2.1	3.9	4.0
	100억원 이상	2.3	1.2	3.2	4.7	3.7

향후 수입제품이 본격 유입될 경우 생산업체는 과반수 이상이 품질향상을 주요 대응수단으로 하겠다고 응답하였으며 가격인하로 경쟁하겠다는 응답은 소수로 나타났다(<표 3-9> 참조). 이러한 결과는 생산업체의 상당수가 국내제품의 경쟁력이 품질에 있다고 보고 있으며 향후에도 가격경쟁력 위주 보다는 품질개선에 주력할 의향이 있음을 의미한다.

〈표 3-9〉 수입품에 대한 생산업체의 대응방안

(단위 : %)

구 분		품질향상	가격인하	디자인다양화	A/S강화	계
전 체		53.8	16.7	14.1	15.4	100
설립년도	~1989년	51.7	20.7	17.2	10.3	100
	1990~97년	59.1	18.2	9.1	13.6	100
	1998년~	51.9	11.1	14.8	22.2	100
인원	~10명	33.3	50.0	0.0	16.7	100
	11~30명	56.8	5.4	18.9	18.9	100
	31~50명	60.0	6.7	13.3	20.0	100
	51명~	50.0	35.0	10.0	5.0	100
매출액	20억원 이하	57.9	15.8	10.5	15.8	100
	20~50억원	44.4	11.1	22.2	22.2	100
	50~100억원	58.3	16.7	8.3	16.7	100
	100억원 이상	56.3	31.3	6.3	6.3	100

한편 조명기기의 국내 생산업체 및 판매업체 중 불공정 무역행위로 피해를 입은 경험이 있다는 업체의 비율은 전체의 10%를 조금 넘고 있는데, 피해 경험은 매출규모가 큰 업체일수록, 설립기간이 오래된 업체일수록 많은 것으로 나타났다(<표 3-10>와 <표 3-11> 참조).

<표 3-9> 불공정 무역의 피해경험(생산업체)

(단위 : %)

구 분		있다	없다	무응답	계
전 체		12.5	71.4	16.1	100
설립년도	~1989년	17.6	76.5	5.9	100
	1990~97년	11.1	50.0	38.9	100
	1998년~	9.5	85.7	4.8	100
인 원	10명 이하	20.0	80.0	0.0	100
	11~30명	3.6	78.6	17.9	100
	31~50명	30.0	40.0	30.0	100
	51명 이상	16.7	83.3	0.0	100
매출액	20억원 이하	6.3	75.0	18.8	100
	20~50억원	5.6	72.2	22.2	100
	50~100억원	22.2	55.6	22.2	100
	100억원 이상	30.0	70.0	0.0	100

<표 3-11> 불공정 무역의 피해경험(판매업체)

(단위 : %)

구 분		있다	없다	계
전 체		11.8	88.2	100
설립년도	~1989년	25.0	75.0	100
	1990~97년	14.3	85.7	100
	1998년~	0.0	100	100
인 원	~2명	14.3	85.7	100
	3~5명	0.0	100	100
	6명~	33.3	66.7	100
월매출액	5천만원 이하	0.0	100	100
	0.5~1억원	20.0	80.0	100
	1억원 이상	14.3	85.7	100

최근 국내 조명기기시장이 수입제품의 증가로 상당한 영향을 받고 있는 데 비해 국내생산업체나 판매업체 중 불공정 무역행위로 피해를 입은 경험이 있다는 업체의 비율이 비교적 낮게 나타나는 것은 시장개방의 역사가 일천하고 경험도 적어 덤핑이나 지적재산권 침해 등과 같은 불공정 무역행위에 대한 이해도가 상대적으로 낮기 때문인 것으로 보인다. 또한 원산지표시의무 위반이나 저질수입품의 덤핑판매 등과 같은 사례는 많으나 실익이 없다고 판단하여 법적 대응조치를 취하는 경우는 거의 없는 것으로 파악되었다.

## VI. 요약과 함의

국내 조명기기산업의 경쟁력은 부가가치에 비하여 생산비의 증가율이 높은 데서 잘 드러나고 있듯이 전반적으로 고비용-저효율 구조를 나타내고 있다. 대외적으로는 무역특화지수가 전반적으로 하락하는 경향을 보이고 있는데 이는 국제경쟁력이 하락하고 있음을 의미한다. 국제경쟁력의 약화는 수출이 정체되는 가운데 수입이 급증하는 현상에 의하여 야기된 바가 크다.

이러한 공급면에서의 상황의 악화에도 불구하고 가동률의 호조로 조명기기산업은 비교적 높은 수익률을 보여 왔다. 그 결과 생산업체의 절반 이상이 생산능력을 증가시킬 계획을 갖고 있는 것으로 나타났다. 그러나 대규모 생산업체일수록 장래 생산능력을 동결하고자하는 기업의 비율이 높게 나타나고 있다. 게다가 판매기업의 경우 장래 수요가 감소할 것이라는 전망이 우세한 것으로 나타나서 국내 조명기기시장의 전망은 밝지만은 않은 것으로 판단된다. 또한 국내 조명기기시장은 특히 중국산 저가품의 국내 진출에 의하여 크게 영향을 받고 있는 것으로 나타났다.

수입품의 판매수익률은 국산품의 판매수익률보다 높은 것으로 나타났고 제품 수입시 애로사항이나 부가비용에 대한 부담은 크지 않은 것으로 나타났는데, 이는 통관절차가 매우 허술하고 수입면장에 수입가격이 허위로 기재되는 경우가 많은 데 기인하는 것으로 보인다. 또한 원산지 표시를 하지 않은 비율이 평균 25%에 달하며, 의도적으로 원산지를 잘 드러나지 않게 하는 등의 실제 원산지 표시 위반행위는 이보다 훨씬 많은 것으로 보인다.

이와 같이 수입품이 국산품에 비하여 판매업자들로부터 선호될 가능성이 높은 상황에서 생산업자나 판매업자를 불문하고 소비자의 수입품 선호 요인으로서 가격요인이 가장 중요하게 나타났는데, 이는 저가 수입품의 증가가 국내 생산업체의 최대 장애요인임을 의미한다.

한편 조명기기의 국내 생산업체 및 판매업체 중 불공정 무역행위로 피해를 입은 경험이 있다는 업체의 비율은 전체의 10% 정도에 불과한 것으로 나타나고 있어서 통상적 기대치에 미치지 못하는 것으로 나타나고 있다. 그러나 피해 경험은 매출규모가 큰 업체일수록, 설립기간이 오래된 업체일수록 많은 것으로 나타나고 있다는 사실로부터 미루어 판단할 때, 짧은 시장개방의 경험으로 인하여 덤핑이나

지적재산권 침해 등과 같은 불공정 무역행위에 대한 이해도가 상대적으로 낮고 원산지표시 의무 위반이나 저질 수입품의 덤핑판매 등과 같은 사례는 많으나 실익이 없다고 판단하여 법적 대응조치를 취하는 경우가 거의 없는 데 기인한 것으로 보인다.

이러한 상황에서 무역위원회를 비롯한 정부가 취해야 할 정책으로는 첫째, 수입제품에 대한 규제 기준을 강화할 필요가 있다. 최근 중국 등지에서 저가, 저품질의 제품이 국내에 대량 수입되어 국내 유통질서를 어지럽히고 있으므로 수입제품에 대한 규제기준을 강화하여 국내제품의 품질기준에 부합하도록 하는 조치가 시급하다. 국내업체들이 중국산 저가 제품에 대하여 가격경쟁보다는 품질개선 등 비가격경쟁으로 맞서고자 하지만 상당 기간 동안 저가 수입제품과의 경쟁에 노출될 경우 급격한 수익 악화로 비가격경쟁을 벌이기도 전에 대량 도산 등 큰 타격을 받을 가능성이 높기 때문이다. 특히 안정기 내장형 램프의 경우 2002년 6월 EU의 중국산 에너지절약형 램프에 대한 덤핑 판정 이후 수출 길이 막힌 중국산이 국내에 저가로 대량 반입되어 국내 업체에 피해를 주고 있다는 징후가 강하므로 향후 철저한 조사가 진행될 필요가 있다.

둘째, 통관절차와 원산지표시제도를 엄격히 시행할 필요가 크다. 통관절차를 엄격히 하여 선의의 국내업체가 불법 혹은 편법적으로 수입된 제품으로 인해 부당한 피해를 입게 되는 것을 방지하여야 한다. 그리고 원산지표시에 대한 감독을 철저히 하여 저질의 수입제품이 국산으로 둔갑하여 소비자를 현혹시키고 궁극적으로 국내산업에 피해를 주는 것을 막아야 한다.

셋째, 수입 급증에 따른 조사와 세이프가드 조치 강구에 대비할 필요가 크다. 현재와 같은 추세가 지속된다면 중국 등으로부터 조명기기제품의 수입 급증으로 인하여 국내의 영세한 중소기업들이 심각한 피해를 받을 가능성이 크므로 무역위원회는 이들의 조사 신청시 적극적으로 신속하게 조사를 실시하고 그에 대한 세이프가드 조치를 강구할 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

이 윤, 「대외무역법」, 두남, 2004.

통계청, 「광업제조업통계조사보고서(산업총조사보고서)」, 각년판.

법제처(<http://www.moleg.go.kr/>), 「대외무역법」, 「대외무역법시행령」, 「불공정무역행위조사및산업피해구제에 관한법률」, 「불공정무역행위조사및산업피해구제에 관한법률시행령」

손찬현·이호생·김관호·왕윤중·우영수, 「WTO체제의 정착과 신통상의제」, 대외경제정책연구원, 1996.

심영섭·고준성, 「무역정책과 경쟁정책의 조화」, 산업연구원, 1997.

채욱서·창배, 「WTO 무역분쟁의 추이와 한국관련 분쟁사안에 대한 종합평가 및 정책 시사점」, 대외

- 경제정책연구원, 2001.
- 한국무역협회, 「한국무역통계(KOTIS)」.
- 한국조명기술연구소, 「조명기기산업 경쟁력 조사」, 2003.
- 한국조명산업신문, 각 호.
- 한재윤·이윤·홍진기·최휴종, 「국제경쟁력측정방법」, 산업연구원, 1989.
- International Trade Center, *International Trade Statistics*, 2003.
- World Trade Atlas*, 2001.
- <[www.usitc.gov](http://www.usitc.gov)>, <[www.phillips.com](http://www.phillips.com)>, <[www.osram.com](http://www.osram.com)>, <[www.ge.com](http://www.ge.com)>, <[www.lighting.co.kr](http://www.lighting.co.kr)>, <[www.kilt.re.kr](http://www.kilt.re.kr)>