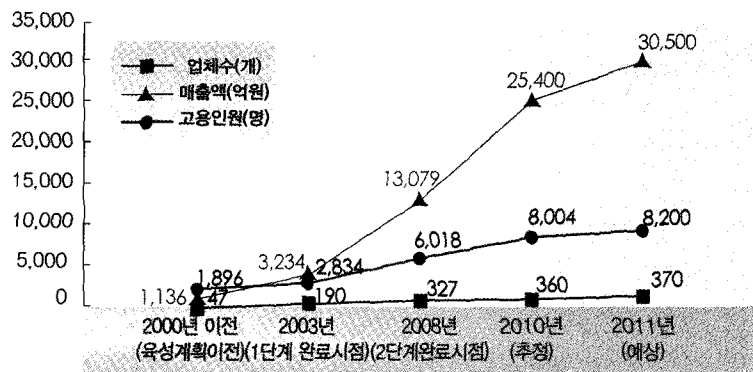


광주광산업, 이대로 좋은가?

전자신문사 기자 서인주 (log331@hanmail.net)

- 자체 R&D역량 부족 3년내 고비 올 듯
- 인프라 광주에 집중 중견기업 유치 시급

광주 광산업 육성 단계별 현황





정부가 지난 2000년부터 광주 광산업 R&D와 기반구축에 1조원 가까운 예산을 투입했다. 이같은 지원으로 관련 기업의 매출도 꾸준히 늘어 올 4분기에는 '3조원 시대' 를 앞두고 있다. 황무지와 다름없던 광주광산업은 불과 10여년만에 광주를 '첨단산단의 메카' 로 탈바꿈 시켰다.

그러나 광주 광산업의 뿌리는 여전히 탄탄하지 못하다. 인프라 구축에 8,477억원이 지원됐지만 실제 생산품은 광원과 광통신 등 특정분야에 편중돼 있고 업계 역시 영세성을 면치 못하고 있다.

광주 광산업 실태를 진단하고, 향후 국가성장동력으로 광산업이 가야할 방향을 집중 조명한다. <편집자주>

광주 광산업은 지난해 말 기준 관련기업이 360곳으로 늘고 매출도 2조 5,400억을 기록했다. 하지만 이같은 외형적 성장에도 불구하고 10억원 미만 영세기업은 전체의 절반 이상을 차지하고 있다. 광주광역시와 한국광산업진흥회가 광주지역 업체를 대상으로 실시한 전수조사 결과 광주광산업은 지난 99년 47개사 1,100억원의 매출에서 올해 말 370개사 3조 500억원을 기록할 전망이다. 조사결과 매출 10억원 미만은 전체의 56%인 200곳으로 집계됐으며, 50억 이상인 기업은 49곳으로 15% 수준에 불과했다. 단순 조립 위주의 영세업체들은 자체 R&D역량 부족하고 마케팅 및 재투자 여력이 없어 2~3년 내 위기에 처할 것이라는 것이 전문가들의 중론이다. 광주지역 광산업체 가운데 상장사는 LG이노텍과 셀러, 지엔알, 셀러에스엔 등 4곳에 불과한 현실은 뿌리가 견실하지 못함을 반증하는 것이다. 광산업 관련 인적·물적 인프라가 광주에 집중돼 있으나 가동기업은 전국 2,127곳의 17%에 그치고 있는 현실도 문제다. 이는 업계 대부분이 수도권에 위치해 국가 자원의 효율성과 연계성이 부족한 것으로 풀이된다. 때문에 광관련 클러스터 구축과 제조기반을 갖춘 기업유치가 절실한 상황이다. R&D는 광주에서, 제조는 경기나 인천 등에서 따로 처리할 수밖에 없는 열악한 제조 인프라는 광주광산업이 시급히 풀어야 할 과제다.

한국광산업진흥회 조규중 상근부회장은 "지역 내 동종 업체간 규모의 경제를 추구할 수 있는 전략성 연계 확대가 필요한 시점" 이라며 "대기업과의 OEM 생산방식 등 상생협력 네트워크 구축에도 정책적인 지원이 이뤄져야 한다" 고 말했다. 광주시 전략산업과 양호섭 광산업팀장은 "지난 10년간 인프라 중심의 집적화 단지 조성을 비롯해 LED, 광통신 특화분야 상업화 지원 등을 토대로 광산업 육성정책을 전개해 왔다" 면서 "일부 미흡한 점이 있을 수 있으나 국가 100년을 이끌어갈 신성장동력 차원에서 광산업을 바라보는 장기적인 안목이 필요하다" 고 밝혔다.



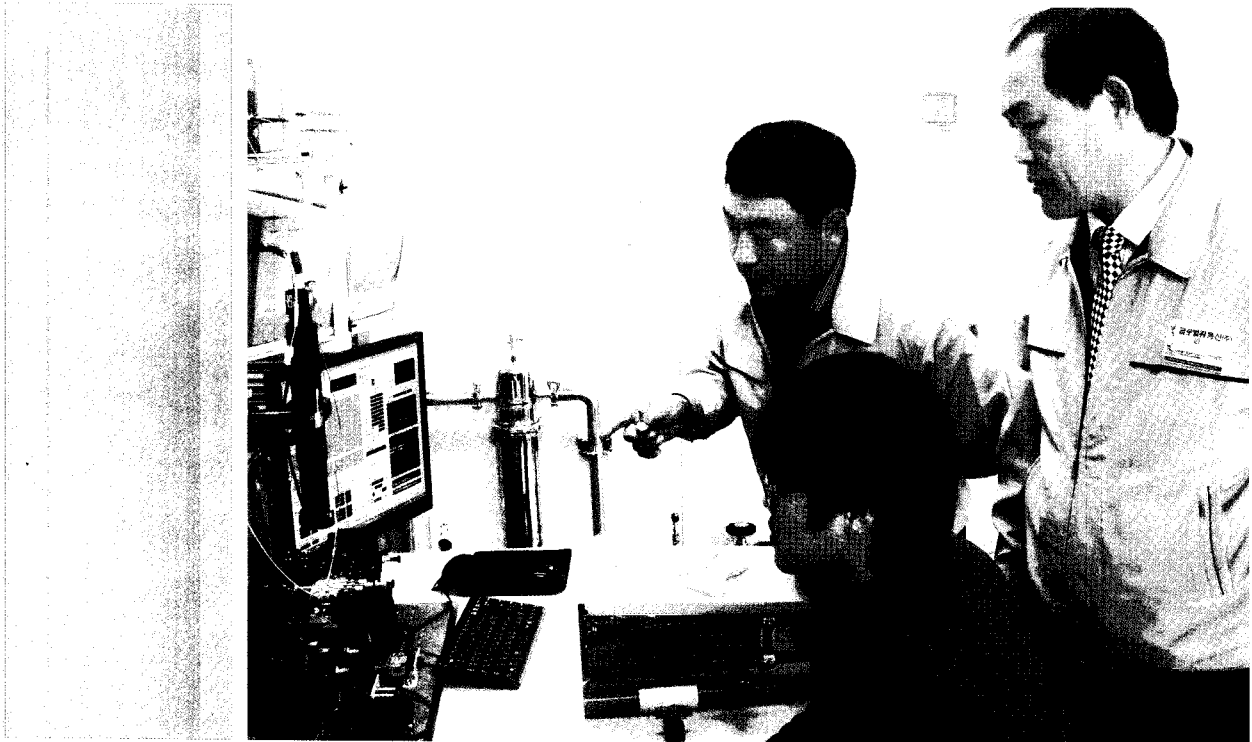
‘매출 3조 달성’ 곳곳에 위협요소

- 중국 광통신 거센 추격 영세업체 숨통 조여
- 정부예산 올해말 종료, 자생력 회복이 관건

전세계적인 초고속 인터넷망 열풍과 FTTH 서비스 확충으로 광주광산업은 올해말 매출 3조원 달성을 앞두고 있지만 곳곳에 위협요소가 도사리고 있다. 중국이 거세게 추격해 오면서 매출 10억 미만 영세업체가 대부분인 광주광산업의 숨통을 조여오고 있고 지역전략산업진흥사업인 광산업 지원예산도 내년이면 모두 소진된다.

이같은 대내외 상황을 앞두고 광주광산업은 광원·광통신 등 특정분야 쏠림현상도 심화되고 있어 미래먹거리 창출 차원에서 대책이 요구된다. 광주광역시와 한국광산업진흥회가 최근 지역 업체를 대상으로 한 전수조사 결과에 따르면 LED로 대표되는 광원·광전소자와 광통신 분야의 매출이 전체 2조 5,400억원의 85%를 차지하고 있다. 이에 반해 미래산업으로 분류되는 광정밀기계, 광소재, 광학기기는 8.4%에 그치고 있다. 이같은 편중현상은 단기적 수익이 보장된 분야에 업체들이 몰리면서 치열한 내부경쟁으로 몰고 갈 수 있다는 단점이 도사리고 있다. 광주광역시가 세계시장을 독점하다시피 한 에피웨이퍼와 광스플리터의 경우 중국의 무서운 추격으로 시장 점유율이 위협받는 상황이다. 중국은 올 초 10개 기업에 LED 에피웨이퍼 제조장비인 MOCVD를 100대 이상 증설했고, 심천에 1천억 규모의 스플리터 대량 생산체계를 구축해 광주광산업을 위협하고 있다. 이처럼 중국이 값싼 인건비와 대량 양산 시스템을 구축하면서 향후 2~3년내 기술과 가격 경쟁이 심화될 것이라고 전문가들은 내다보고 있다.

광스플리터 생산기업인 링크라인아이엔씨 김상기 대표는 “중국과의 기술격차가 갈수록 줄어들고 있는 가운데 중소기업들은 향후 2~3년내 고비가 올 것”이라며 “살아남기 위해서는 최첨단, 고부가가치 생산아이템 전환을 지속적으로 추진해 국제 경쟁력을 확보해야 한다”고 말했다.



정부의 R&D 지원 예산도 대폭 줄어 '자생력을 어떻게 확보하느냐' 도 반드시 풀어야 할 숙제다. 정부예산만을 의지할 수 없는 상황이 도래한 것이다. 광산업 육성사업 예산은 1단계 4,020억, 2단계 3,863억원의 예산이 투입된 반면 2009년~2012년 3단계 사업은 전단계의 15% 수준인 585억이 배정됐다.

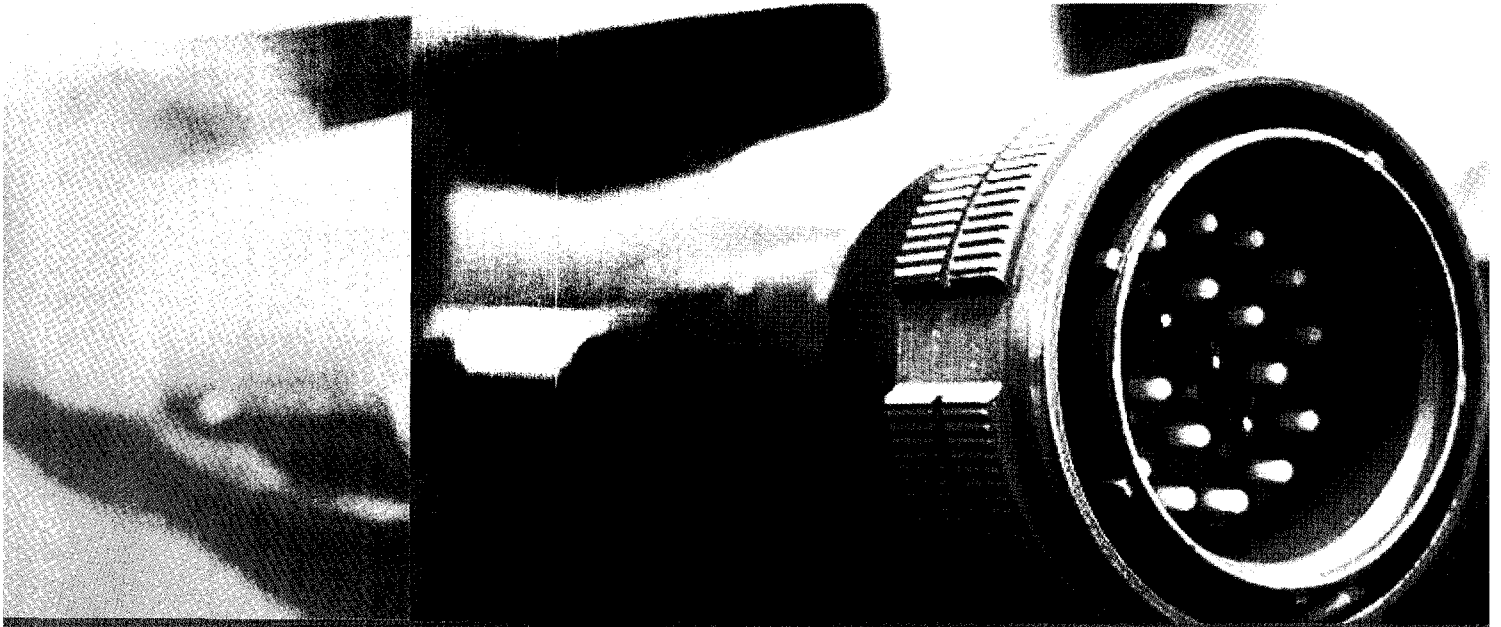
1·2단계 예산이 주로 연구개발장비 구축 등 인프라와 광통신 특화분야의 상업화 지원에 초점이 맞춰졌다면 3단계는 차세대 광기반인프라 구축 등 융복합산업에 방점을 두고 있다. 광주광역시에는 ETRI 호남센터 등과 광기반고도화사업 TF팀을 구성해 2013년 이후의 대책을 준비중이지만 중앙정부를 설득해 예산을 반영하는 작업은 쉽지 않은 않아 보인다. 전국 지자체의 지역전략산업진흥사업이 올해 말 대부분 종료되면서 추가 지원을 요청하는 목소리가 곳곳에서 나오고 있기 때문이다.

이에 따라 광주광산업을 광주만의 것이 아닌 '대한민국의 광산업' 으로 추진할 핵심전략이 절대적으로 필요한 실정이다. 광주광역시 광산업계 김영선 주무관은 "광산업 3단계 사업을 차질없이 마무리하는 한편 광역경제권 선도산업인 광기술기반 융합부품산업과의 연계를 추진 중" 이라며 "오는 2020년까지 종합적인 광산업 육성 계획을 담은 '포토닉스 2020' 전략을 중앙정부에 건의할 것" 이라고 말했다. 이에 대해 지식경제부 지역산업과 관계자는 "10여 년간 광주광산업 진흥을 위해 8,500여 억원의 정부 예산이 투입됐다" 며 "내년 말 사업이 종료되며 2013년 이후추가 예산지원 등은 확정된 것이 없다" 고 답변했다.

광주광산업, 지역전략산업진흥사업 예산 현황

(단위 : 억원)

구분	추진기간	계
계		8,468
1단계	2000~2003년	4,020
2단계	2004~2008년	3,863
3단계	2009~2012년	585



광주광산업, 성장동력은 어디에

- 기업간 전략적 제휴 통한 스타기업 육성
- 100억 포럼 · 수직계열화 등 육성전략 시급

전세계적인 초고속 인터넷망 열풍과 FTTH 서비스 확충으로 광주광산업은 올해말 매출 3조원 달성을 앞두고 있지만 곳곳에 위협요소가 도사리고 있다. 중국이 거세게 추격해 오면서 매출 10억 미만 영세업체가 대부분인 광주광산업의 숨통을 조여오고 있고 지역전략산업진흥사업인 광산업 지원예산도 내년이면 모두 소진된다.

지난 3월 25일 광주 테크노파크에서 열린 광주R&D특구 출범식에서 최중경 지식경제부 장관은 LED, 광학렌즈 등 광산업을 신성장 동력으로 육성할 의지를 내비쳤다.

광산업은 주력분야 경쟁력 강화와 차세대 유망분야 지원, 인프라 정비 등을 통해 재도약의 기회를 맞게 된 것. 이에따라 광주연구개발단지과 연계한 광융복합사업 육성 전략 및 상생협력 네트워크 구축에 관심이 모이고 있다. 지난해 말 매출 100억원을 달성한 기업은 총 26개사로 전년 동기과 비교해 6곳이 늘었다. 지난 2008년과 18곳에서 3년 동안 8곳의 기업이 '100억 클럽'에 명함을 내밀었다.

광주지역에는 LG이노텍을 비롯해 글로벌광통신, 신한포토닉스 등 26개사가 매출 100억 이상을 달성한 '스타기업'으로 성장했다.



이들 기업들은 2000년 초반 불모지나 다름없던 광주첨단산단에 뿌리를 내린 1세대로 연구개발, 인력확보, 판로개척 등의 시행착오를 하나씩 해결하면서 경영 노하우를 축적해 왔고 그 결실이 매출 100억으로 이어졌다는 공통점이 있다.

이로인해 광산업 분야에서 매출 100억원 이상을 달성한 기업들을 대상으로 '상생협력 네트워크'를 구축하는 방안이 설득력을 얻고 있다. 광산업 상생협력 네트워크 구축은 동향분석, 전략적 마케팅, 역외업체 투자유치 활동을 공동으로 추진해 100억 이상의 스타기업을 지속적으로 발굴하는 전략이다. 현재 한국광산업진흥회를 중심으로 100억 CEO포럼 등이 기획 단계에 있다.

대기업·동종업계가 전략적 제휴나 인수합병(M&A)을 통해 시너지를 발휘하자는 것이 상생협력의 주요골자다. 경쟁력을 갖추기 위해 추진중인 공격적 경영기법인 수직계열화의 필요성도 제기되고 있다. 광주 광산업 수직계열화는 웨이퍼 칩과 패키지, 모듈, 응용제품의 가치사슬을 의미하는 것으로 고용창출·생산효율에 기여한다는 분석이다. 즉 하나의 완성품을 제작하기 위해 제조공정별로 자회사를 두거나 동종업계가 협력관계를 유지하는 것이 연쇄 파급효과로 이어진다는 것.

LED 생산업체인 광주인탑스 최용훈 개발부장은 "광산업 수직계열화가 가능한 웨이퍼 칩과 패키지, 모듈, 응용제품 업체들이 작업공정에서 서로 연계할 경우 부품공급이 원활해진다"면서 "이는 가격경쟁력으로 이어져 치열한 세계시장에서 우위를 차지할 수 있을 것"이라고 전망했다. 다만 지역에서 완벽한 LED 분야 수직계열화가 갖춰지기 위해서는 좀 더 많은 업체가 공정별로 참여하고, 영세업체를 극복해야 하는 숙제가 남아있다. 수직계열화를 위해서는 대기업과 동반성장이 가능한 중견기업을 집중 유치해야 한다.

지역내 동종업계간 M&A와 전략적 제휴를 통해 규모의 경제를 실현한다면 소모적인 경쟁을 피할 수 있기 때문이다. 지자체와 대학, 연구기관의 지원사격도 필수적이다. 첨단산단에는 광주테크노파크를 비롯해 광주과기원, 한국광기술원, 한국전자통신연구원 호남권연구센터, 전자부품연구원 광주지역본부 등 연구시설이 밀집돼 있는 등 탄탄한 광산업 인프라를 갖췄다. 이같은 광 관련 지원 기관은 광주가 대덕에 이어 제2의 R&D특구를 꿈꿀 수 있는 기반이 됐다는 점에서 의미가 있다.



상전벽해(桑田碧海). 뽕나무밭이 변해 푸른 바다가 된다는 의미다.

광주광산업은 불모지나 다름없었던 첨단산업단지를 불과 10여년 만에 첨단산업의 메카로 탈바꿈 시켰다. 관련 기업이 360곳에 달하고 매출 역시 3조원을 눈앞에 두고 있다. ‘상전벽해’ 처럼 첨단산단은 하루가 다르게 발전과 변화를 거듭하고 있다. 하지만 광주 광산업의 미래가 ‘장밋빛 청사진’ 으로만 이루어져 있는 것은 아니다. 광주광산업이 한단계 발전하고 도약하기 위해서는 정부의 장기적인 지원전략과 기업들의 피나는 노력이 선행돼야 한다. 광주광산업이 나아갈 방향에 대해 정리해 본다.

■ 장기적 관점에서 예산 지원돼야

국가균형발전을 위해 정부가 추진한 지역전략산업 가운데 광주광산업은 가장 성공한 모범사례로 손꼽히고 있다. 그러나 참여정부의 국정목표였던 지역균형발전 정책이 MB정부 들어 광역경제권개발전략으로 변경되면서 지역전략산업진흥사업의 지원예산이 대폭 축소됐다. 광주 광산업 3단계 사업 예산이 1·2단계에 비해 30%대로 축소됐으며 이마저도 내년이면 모두 소진된다. 지역전략산업은 침체된 지역경제에 활기를 불어주기 위해 시행된 대표적인 정책이다. 전문가들은 “지금까지 지역전략산업은 정권이 바뀔때마다 중심을 잡지 못하고 흔들리는 모습을 보였다”면서 “예측가능한 로드맵을 구축하는 것은 기본 중의 기본이며 이를 반드시 지켜야 한다”고 입을 모은다. 광산업 육성을 위해서는 지역전략산업과 선도산업이 종료되는 2013년부터 향후 10년을 이끌어갈 장기적인 마스터플랜이 시급하다. 지역산업 전반의 연계강화와 융합을 통해 성과를 극대화하는 전략을 구성하고 각 지자체가 자율적으로 사업을 구성하는 새로운 패러다임이 도입돼야 한다. ‘지역전략산업+선도사업’ 식의 새로운 지원시스템 마련도 검토될 시점이다.

■ 해외시장 집중공략 등 마케팅 강화

광주시와 한국광산업진흥회 등이 추진하고 있는 중소기업 해외마케팅 지원사업 가시적인 성과를 나타내고 있다. 마케팅 능력이 부족한 중소기업들에게 있어 ‘해외시장 개척과 판로확보’ 는 새로운 성장동력원이 되고 있다. LED와 광통신 등 광산업 매출확대를 위해서는 해외시장 개척은 반드시 풀어야 할 숙제다. 따라서 해외시장 정보를 실시간으로 분석하고 네트워크를 구축하는 것은 필수 마케팅 수단이 되었다. 실제 광주시는 최근 LED 단일 수출로는 세계 최대 규모인 52억 5,000만달러 어치의 수출을 성사시켰다.



투자유치를 위해 미국 LA를 방문 중인 강운태 광주시장이 방송사와 엔터테인먼트사를 소유하고 있는 미국 CBS그룹에 5조 7,000억원 규모의 LED 전광판용 투광조명등을 수출하는 양해각서(MOU)를 체결한 것. 광주 LED업체들도 러시아를 비롯해 CIS 시장 공략에 적극 나서고 있다. 한국광산업진흥회는 지난 3월 러시아 모스크바 등에서 열린 '2011한·러 에너지 효율화전략 세미나' 와 '차세대 LED조명기기 로드쇼' 를 통해 수출계약 등을 마무리 한 것이다. 해외마케팅 사업이 결실을 보이고 있지만 한국광산업진흥회가 확보한 예산은 1년 20억원이 전부다. 미국, 러시아 등 신흥시장 개척하고 시장을 선점하기 위해서는 해외거점 마련과 우호적 신뢰관계 구축이 절실한 상황이지만 총알이 넉넉치 못한 실정이다. 따라서 마케팅 예산을 40억 규모를 확대하는 방안이 필요하다. 마케팅 예산 증대는 기업 매출 향상으로 돌아오기 때문이다. LED 생산기업인 광주인탑스 김종문 대표는 "벤처중소기업들이 자체 역량으로 해외시장을 개척하기는 '하늘의 별따기' " 라면서 "해외마케팅을 전문적으로 지원해 주는 선도기관의 역할이 그래서 중요하다" 고 강조했다.

■ 메이저 기업 유치로 신시장 열자

삼성광주전자와 기아자동차 광주공장은 수많은 협력업체와 납품업체를 탄생시켰다. 마켓이 형성되니 고용도 늘고 지역경제도 살아나는 선순환 구조를 보이는 것이다. 광주광산업은 이렇다 할 대기업이 없다. 필립스나 오스람 같은 대기업이 첨단산단에 존재한다면 삼성과 기아처럼 수많은 협력업체와 안정적인 지원시스템이 구축될 수 있다. 업계 전문가들은 "광산업이 발전하기 위해서는 굴지의 대기업을 유치하는 전략이 무엇보다 시급하다" 고 강조한다.

기업이전을 위해 법인세를 50년간 면제해주고 부지를 장기간 무상으로 임대해줘야 한다는 주장도 일고 있다. 대한상공회의소 관계자는 "광산업과 융합이 가능한 의료, 바이오, 전자 등 관련기업의 유치를 위해 지자체가 많은 노력을 기울여야 한다" 면서 "다소 파격적인 조건을 제시하더라도 기업이 유치되면 고용이 창출되고 장기적으로는 투자비용을 모두 회수할 수 있을 것" 이라고 설명했다.