



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2021년 8월
박사학위 논문

한국과 일본 가전제품의 대중국 수출경쟁력 대한 연구

조선대학교 대학원
무역학과
양홍연

한국과 일본 가전제품의 대중국 수출경쟁력 대한 연구

A Study on the Export Competitiveness of Korean and
Japanese Household Electric Appliances to China

2021년 8월 27일

조선대학교 대학원
무역학과
양홍연

한국과 일본 가전제품의 대중국 수출경쟁력 대한 연구

지도교수 이제홍

이 논문을 무역학 박사학위신청 논문으로 제출함

2021년 4월

조선대학교 대학원
무역학과
양홍연

양홍연의 박사학위논문을 인준함

위원장	조선대학교	교수	<u>심재희</u> (인)
위원	조선대학교	교수	<u>김석민</u> (인)
위원	조선대학교	교수	<u>송윤아</u> (인)
위원	광주대학교	교수	<u>김장호</u> (인)
위원	조선대학교	교수	<u>이제홍</u> (인)

2021년 6월

조선대학교 대학원

목 차

ABSTRACT	viii
제1장 서론	1
제1절 연구배경 및 목적	1
제2절 연구방법 및 내용	3
제2장 중국, 한국, 일본 가전제품의 발전과정 및 현황	4
제1절 중국 가전제품의 발전과정 및 현황	4
1. 중국 내수시장 소비 규모와 전망	4
2. 중국 가전산업의 발전과정	5
3. 중국 가전산업의 시장 현황	7
제2절 한국 가전산업의 발전과정과 현황	10
1. 한국 가전산업의 발전과정	10
2. 한국 가전산업의 현황	12
3. 한국 가전산업의 대중국 교역특징과 현황	14
제3절 일본 가전산업의 발전과정과 현황	18
1. 일본 가전산업의 발전과정	18
2. 일본 가전산업의 현황	19
3. 일본 가전산업의 대중국 교역특징과 현황	22

제3장 선행연구 검토 및 이론적 고찰	27
제1절 선행연구 검토	27
제2절 데이터 수집	32
제3절 경쟁력 측정방법	33
제4장 한국과 일본 가전제품의 경쟁력 분석	39
제1절 시장점유율(MSI) 결과	39
1. 한국 대 중국 가전제품의 시장점유율(MSI) 분석결과	39
2. 일본 대 중국 가전제품의 시장점유율(MSI) 분석결과	42
3. 한·일 가전제품 대 중국의 MSI 비교분석	46
제2절 무역특화지수(TSI) 결과	52
1. 한국 대 중국 가전제품의 무역특화지수(TSI) 분석결과	52
2. 일본 대 중국 가전제품의 무역특화지수(TSI) 분석결과	55
3. 한·일 가전제품 대 중국의 TSI 비교분석	58
제3절 수출편향지수(EBI) 결과	73
1. 한국 대 중국 가전제품의 수출편향지수(EBI) 분석결과	73
2. 일본 대 중국 가전제품의 수출편향지수(EBI) 분석결과	76
3. 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 비교분석	80
제4절 수출결합도(IE) 결과	85
1. 한국 대 중국 가전제품의 수출결합도(IE) 분석결과	85
2. 일본 대 중국 가전제품의 수출결합도(IE) 분석결과	89
3. 한·일 가전제품 대 중국의 IE 비교분석	93

제5절 현시비교우위지수(RCA) 결과	108
1. 한국 가전제품의 현시비교우위지수(RCA) 분석결과	108
2. 일본 가전제품의 현시비교우위지수(RCA) 분석결과	111
3. 한·일 가전제품의 RCA 비교분석	114
제5장 결론	128
참 고 문 헌	135

〈 표 목 차 〉

〈표2-1〉 중국 GDP와 소비 규모	4
〈표2-2〉 한국 가전제품 총 교역 현황	12
〈표2-3〉 한국 가전제품의 대중국 교역 현황	15
〈표2-4〉 일본 가전제품의 총 교역 현황	20
〈표2-5〉 일본 대중국 가전제품 교역 현황	24
〈표3-1〉 가전제품 HS코드	33
〈표4-1〉 한국 가전제품 대중국의 품목별 MSI	40
〈표4-2〉 한국 가전제품의 대중국 시장점유율(2010~2019년) 평균치	42
〈표4-3〉 일본 가전제품 대중국의 품목별 MSI	44
〈표4-4〉 일본 가전제품의 대중국 시장점유율(2010~2019년) 평균치	46
〈표4-5〉 한·일 가전제품 대 중국의 MSI 평균치 비교과 2019년 MSI 비교	47
〈표4-6〉 한국 가전제품 대 중국의 TSI	53
〈표4-7〉 무역특화지수에 의한 경쟁력 유형별 의미	54
〈표4-8〉 한국 가전제품의 대중국 무역특화지수에 의한 경쟁력 추이	54
〈표4-9〉 일본 가전제품 대 중국의 TSI	56
〈표4-10〉 일본 가전제품의 대중국 무역특화지수에 의한 경쟁력 추이	57
〈표4-11〉 한국 가전제품 대 중국의 품목별 EBI	74
〈표4-12〉 한국 가전제품의 대중국 수출편향지수(2010년~2019년) 평균치	76
〈표4-13〉 일본 가전제품 대 중국의 품목별 EBI	78
〈표4-14〉 일본 가전제품의 대중국 수출편향지수(2010년~2019년) 평균치	79
〈표4-15〉 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 평균치 비교과 2019년 EBI 비교	81
〈표4-16〉 한국 가전제품 대 중국의 품목별 IE	86
〈표4-17〉 수출결합도에 의한 의존도 유형별 수출결합관계의 의미	87
〈표4-18〉 한국 가전제품의 대중국 수출결합도에 의한 경쟁력 추이	88
〈표4-19〉 일본 가전제품 대 중국의 품목별 IE	91
〈표4-20〉 일본 가전제품의 대중국 수출결합도에 의한 경쟁력 추이	92
〈표4-21〉 한국 가전제품의 품목별 RCA	109
〈표4-22〉 한국 가전제품 현시비교우위지수 등급분류	110
〈표4-23〉 일본 가전제품의 품목별 RCA	112
〈표4-24〉 일본 가전제품 현시비교우위지수 등급분류	113

〈그림 목 차〉

<그림2-1> 2016년~2019년 중국 가전산업 매출규모와 성장률	7
<그림2-2> 2018년~2019년 중국 고급가전제품 매출액점유율	8
<그림2-3> 2016년~2019년 중국 가전제품 수입액과 성장률	9
<그림2-4> 한국 가전제품 교역추세	13
<그림2-5> 2016년~2019년 한국 가전제품 수출액과 성장률	14
<그림2-6> 한국 가전제품의 대중국 교역추세	16
<그림2-7> 2016년~2019년 한국 가전제품의 대중국 수출액과 성장률	17
<그림2-8> 일본 가전제품의 총 교역추세	21
<그림2-9> 2016년~2019년 일본 가전제품 수출액과 성장률	21
<그림2-10> 일본 가전제품의 대중국 교역추세	24
<그림2-11> 2016년~2019년 일본 가전제품의 대중국 수출액과 성장률	25
<그림4-1> 한·일 가전제품 대중국의 MSI 평균치(2010~2019년) 비교	48
<그림4-2> 2019년 한·일 대중국 가전제품품목별 MSI 비교	49
<그림4-3> 한국 더 점유율 높은 품목들의 비교	50
<그림4-4> 일본 더 점유율 높은 품목들의 비교	50
<그림4-5> 한국과 일본 가전제품 시장점유율 비교	51
<그림4-6> 한·일 진공펌프(8414) 품목 대중국의 TSI 비교	59
<그림4-7> 한·일 공기조절기(8415)품목 대중국의 TSI 비교	59
<그림4-8> 한·일 냉장고(8418)품목 대중국의 TSI 비교	60
<그림4-9> 한·일 원심분리기(8421)품목 대중국의 TSI 비교	61
<그림4-10> 한·일 8422(접시 세척기)품목 대중국의 TSI 비교	61
<그림4-11> 한·일 가정형 세탁기(8450)품목 대중국의 TSI 비교	62
<그림4-12> 한·일 증발식 에어컨(8479)품목 대중국의 TSI 비교	63
<그림4-13> 한·일 진공청소기(8508)품목 대중국의 TSI 비교	63
<그림4-14> 한·일 가전용 전기기기(8509)품목 대중국의 TSI 비교	64
<그림4-15> 한·일 면도기(8510) 품목 대중국의 TSI 비교	64
<그림4-16> 한·일 가열기(8516)품목 대중국의 TSI 비교	65
<그림4-17> 한·일 마이크로폰(8518)품목 대중국의 TSI 비교	66
<그림4-18> 한·일 음성재생기(8519) 품목 대중국의 TSI 비교	66
<그림4-19> 한·일 영상기록용 기기(8521)품목 대중국의 TSI 비교	67
<그림4-20> 한·일 송신기기(8525) 품목 대중국의 TSI 비교	67

<그림4-21> 한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목 대중국의 TSI 비교	68
<그림4-22> 한·일 프로젝터(8528)품목 대중국의 TSI 비교	68
<그림4-23> 한·일 안테나(8529)품목 대중국의 TSI 비교	69
<그림4-24> 한·일 기타 전기기기(8543)품목 대중국의 TSI 비교	69
<그림4-25> 한국과 일본 가전제품 중국에 대한 무역특화지수 비교	71
<그림4-26> 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 평균치(2010~2019년) 비교	82
<그림4-27> 2019년 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 비교	82
<그림4-28> 한국과 일본 가전제품 중국에 대한 수출편향지수 비교	83
<그림4-29> 한·일 진공펌프(8414) 품목 대중국의 IE 비교	94
<그림4-30> 한·일 공기조절기(8515)품목 대중국의 IE 비교	94
<그림4-31> 한·일 냉장고(8418)품목 대중국의 IE 비교	95
<그림4-32> 한·일 원심분리기(8421)품목 대중국의 IE 비교	96
<그림4-33> 한·일 8422(접시세척기)품목 대중국의 IE 비교	96
<그림4-34> 한·일 가정형 세탁기(8450)품목 대중국의 IE 비교	97
<그림4-35> 한·일 증발식 에어컨(8479)품목 대중국의 IE 비교	97
<그림4-36> 한·일 진공청소기(8508)품목 대중국의 IE 비교	98
<그림4-37> 한·일 가전용 전기기기(8509)품목 대중국의 IE 비교	98
<그림4-38> 한·일 면도기(8510) 품목 대중국의 IE 비교	99
<그림4-39> 한·일 가열기(8516)품목 대중국의 IE 비교	100
<그림4-40> 한·일 마이크로폰(8518)품목 대중국의 IE 비교	100
<그림4-41> 한·일 음성재생기(8519) 품목 대중국의 IE 비교	101
<그림4-42> 한·일 송신기기(8521) 품목 대중국의 IE 비교	101
<그림4-43> 한·일 송신기기(8525) 품목 대중국의 IE 비교	102
<그림4-44> 한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목 대중국의 IE 비교	103
<그림4-45> 한·일 프로젝터(8528)품목 대중국의 IE 비교	103
<그림4-46> 한·일 안테나(8529)품목 대중국의 IE 비교	104
<그림4-47> 한·일 기타 전기기기(8543)품목 대중국의 IE 비교	104
<그림4-48> 한국 더 의존도 높은 품목들의 비교	106
<그림4-49> 일본 더 의존도 높은 품목들의 비교	106
<그림4-50> 한국과 일본 가전제품 중국에 대한 수출결합도 비교	106
<그림4-51> 한·일 진공펌프(8414) 품목의 RCA 비교	114
<그림4-52> 한·일 공기조절기(8415)품목의 RCA 비교	115
<그림4-53> 한·일 냉장고(8418)품목의 RCA 비교	115

<그림4-54> 한·일 원심분리기(8421)품목의 RCA 비교	116
<그림4-55> 한·일 접시세척기(8422) 품목의 RCA 비교	116
<그림4-56> 한·일 가정형 세탁기(8450)품목의 RCA 비교	117
<그림4-57> 한·일 증발식 에어컨(8479)품목의 RCA 비교	118
<그림4-58> 한·일 진공청소기(8508)품목의 RCA 비교	118
<그림4-59> 한·일 가전용 전기기기(8509)품목의 RCA 비교	119
<그림4-60> 한·일 면도기(8510) 품목의 RCA 비교	119
<그림4-61> 한·일 가열기(8516)품목의 RCA 비교	120
<그림4-62> 한·일 마이크로폰(8518)품목의 RCA 비교	120
<그림4-63> 한·일 음성재생기(8519) 품목의 RCA 비교	121
<그림4-64> 한·일 영상기록용 기기(8521)품목의 RCA 비교	122
<그림4-65> 한·일 송신기기(8525) 품목의 RCA 비교	122
<그림4-66> 한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목의 RCA 비교	123
<그림4-67> 한·일 프로젝터(8528)품목의 RCA 비교	124
<그림4-68> 한·일 안테나(8529)품목의 RCA 비교	124
<그림4-69> 한·일 기타 전기기기(8543)품목의 RCA 비교	125
<그림4-70> 한국, 일본, 중국 가전제품의 현시비교우위지수 비교	126

ABSTRACT

A Study on the Export Competitiveness of Korean and Japanese Household Electric Appliances to China

LIANG HONGYAN

Advisor : Prof. Je Hong, Lee, Ph. D.

Department of International Trade

Graduate School of Chosun University

Purpose: This study was conducted to understand the competitive aspects of Korean and Japanese home appliances in the Chinese market and to introduce a global model for improving the competitiveness of home appliances. In order to carry out the research, the competitiveness of Korean and Japanese electronic home appliances exported to China was compared from 2010 to 2019.

Research design, data, methodology: This study uses market share index (MSI), trade specialization index (TSI), export bias index (EBI), export intensity index (ie) and comparative advantage index (RCA) to study the competitiveness of home appliances in South Korea and Japan in China.

Results: In the Chinese market, Korea and Japan have more market share in Japan than in Korea by item, but overall, Korea and Japan have similar market share and even Korea have slightly higher market share than Japan in 2019. Japanese home appliances have a higher market concentration as China's export bias index is higher than that of Korea during the entire research period, but Korean home appliances are more competitive as they have higher trade specialization with China than Japan. And while Japanese home appliances have more export combinations than Korea, Korean home appliances as a whole are more closely related to China. According to the change trend over the past 10 years, Korean home appliances have a higher market share, market concentration, and export combination than Japan. The current comparative advantage index is a

model that shows the international competitiveness of certain countries' corresponding items, with both countries showing different levels of decline, but Korea is more competitive in exports than Japan.

Conclusions: First, efforts should be made to enhance the added value of Korean home washing machines, razors, antennas, and items that are competitive in the Chinese market, such as Japanese air conditioners and dishwashers, as confirmed by the study. Efforts should be made to improve market share by pushing for a full-scale upgrade of products in line with changes in consumer demand. Second, alternatives are needed to regain market share of Japanese home appliances, which are declining against China. Third, Korean and Japanese home appliances are imported into China, and Korean and Japanese home appliances are imported more than exports to China. Therefore, Korean and Japanese home appliance makers cannot neglect the mainland market while expanding their overseas markets. Fourth, during the research period, Korean home appliances rose to market concentration in China, but Japanese home appliances showed higher market concentration. This is because Korean home appliance companies transfer production facilities to Southeast Asian countries. Still, Japanese home appliance companies should start to value the issue as the trade specialization and export combination of Korean home appliances in the Chinese market are higher than Japan's. Fifth, it revealed that Korean home appliances have higher international competitiveness than Japanese home appliances, but Chinese home appliances have higher international competitiveness. This means that China is already a major competitor to Korea in the field of home appliances. Therefore, the Korean home appliance industry should maintain high quality while accelerating the promotion of advanced strategies.

제1장 서론

제1절 연구배경 및 목적

중국 개혁개방정책 이후 40년 이래 연평균 10% 내외의 경제성장률을 기록하였다. 2019년 실질 GDP 성장률은 6.1%를 기록하였다. 높은 경제성장에 힘입어 중국의 GDP 규모는 2019년에 14조 달러를 기록하여 미국에 이어 세계 제2위 경제 대국의 위치를 확고히 하고 있다. 2019년 중국의 상품 수입은 2조 달러를 기록하여 미국에 이어 세계 2위이다. 2019년 중국의 국별 수입 순위는 한국 1위, 대만 2위, 일본 3위, 미국 4위 순이다. 2013년 이후 한국이 일본을 제치고 중국의 제1 수입대상국으로 부상하였다. 한국과 일본이 대중국의 수입 비중이 높은 것은 양국이 수입하는 중국의 원자재 및 자본재의 수입 의존도가 높은 것을 반영한다. 전자기기(HS 85)와 기계류(HS 84)는 한국과 일본에 대한 중국의 수출품목과 수입품목 3위 이내에 포함하고 있으며 두 품목은 주력 수출품이고 동시에 주력 수입품이다. 2019년 중국의 HS 코드 2단위에 기준으로 10대 수입품목 중에 HS 85(전기전자)의 수입 비중이 가장 높으며 HS 84(기계류)의 수입 비중이 3순위로 기록하였다.

한편에 한국과 일본 가전제품은 세계시장에서도 기술력을 인정을 받고 있다. 한국의 LG와 삼성, 일본의 도시바하고 파나소닉 등 기업이 세계적으로 유명한 가전제품 브랜드이다. 중국은 한국의 제1 수출국으로서 2019년 한국의 전기·전자를 대중국 수출액이 512억 달러를 기록하여, 기계류를 수출액이 196억 달러를 기록하였다. 그리고 중국 가전기기공업정보 센터가 제시한 데이터를 보면 2019년 중국 가전제품 소매액이 8,032억 위안이 기록하였고 2018년에 비해 2.2% 하락하였으나 업종 영업수익과 이윤을 모두 증가하였다. 중국 국가통계국이 제시한 데이터를 보면 2019년 가전제품 수익이 1.6억 위안이고 전년 동기에 대비하여 4.31% 증가하는 것을 기록하였다. 연간 합계한 이윤이 1338.6억 위안이고 전년 동기에 대비하여 11.89% 증가하는 것을 기록하였다. 이처럼 가전제품에 대한 중국의 시장수요 규모가 상당히 크다.

따라서 본 연구는 한국과 일본이 중국에 대한 수출입액 가장 높은 품목군 중에 하나로서의 가전산업의 가능성을 살펴보기 위해 양국 가전제품 대중국의 수출경쟁력을 실증적으로 분석하였다. 우선 한국과 일본의 가전산업의 발전과정과 수출현황을 살펴보

고, 중국 시장에 중심으로 중국의 주요 수입국인 한국과 일본의 대표적 품목군의 가전 산업을 대상으로 수출경쟁력 각각 산출하여 한국과 일본이 중국에 대한 가전산업 경쟁력 수준을 비교 분석하는 목적을 두고 조사를 진행하였다. 그리고 가전산업의 수출증대 방안과 정책적 시사점을 제시하였다.

제2절 연구방법 및 내용

본 논문은 가전산업에 대한 중국 주요 수출입국가의 한국과 일본을 선정하여 2010년부터 2019년까지 10년간의 사후적 무역통계를 이용하여 시장점유율(MSI), 무역특화지수(TSI), 수출편향지수(EBI), 수출결합도(IE) 현시비교우위지수(RCA)를 통해 양국가 가전제품의 수출경쟁력을 비교 분석하였다. 이를 위해 가전제품과 관련된 통계수치는 HS코드 4단위를 바탕으로 한국무역협회와 UN Comtrade에서 제시한 데이터를 사용하였다.

본 논문에서는 우선 중국, 한국, 일본의 가전제품 발전과정과 현황을 살펴보고, 특히 중국 가전산업의 시장 현황과 한국과 일본 양국이 대중국의 교역 현황을 고찰하였다. 그리고 중국 시장에서 한국과 일본 가전제품의 수출경쟁력을 각각 산출하여 양국의 경쟁력 수준을 비교 분석하였다. 마지막에 한국과 일본의 가전제품이 중국 시장에 대한 전망하고 시사점을 제시하였다.

본 논문은 서론을 포함하여 총 다섯 장으로 구성되어 있으며, 각 장의 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

제1장은 서론이다. 서론에서는 본 논문의 연구배경과 연구 목적을 설명하고 연구방법을 간략하게 소개한다. 또는 논문의 전체 구성을 보여 줬다.

제2장은 중국, 한국, 일본의 가전제품 발전과정과 중국 가전제품의 시장 현황, 한일 양국이 대중국의 교역 현황을 고찰하였다.

제3장에서는 가전제품에 관련된 선행연구와 경쟁력 분석에 관련된 선행연구를 제시하고, 연구용 데이터의 수집방법과 경쟁력 측정방법에 대한 설명하였다.

제4장에서는 한국과 일본의 가전제품이 중국에 대한 시장점유율(MSI), 무역특화지수(TSI), 수출편향지수(EBI), 수출결합도(IE) 현시비교우위지수(RCA)를 통해 양국의 수출경쟁력을 산출하여 비교 분석하였다.

마지막으로 제5장은 결론이다. 결론과 분석결과를 바탕으로 하여 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 전망과 시사점을 제시하였다.

제2장 중국, 한국, 일본 가전제품의 발전과정 및 현황

제1절 중국 가전제품의 발전과정 및 현황

1. 중국 내수시장 소비 규모와 전망

중국은 1978년 개혁개방 이후 2019년까지 연평균 GDP 성장률을 9.4%이고 이 속도로 성장한 결과 2019년 GDP는 14.34달러를 기록하여 미국에 이어 세계 제2위 경제 대국의 위치를 확고히 하고 있다. GDP에서 최종소비가 차지하는 비중인 소비율은 국민경제에서 소비 비중을 가늠하는 중요한 지표이다. 최종소비액 중에 주민의 소비는 일반적으로 최종소비의 80% 이상을 차지하기 때문에 주민 소비율의 높낮이가 최종소비율의 높낮이를 결정한다. <표 2-1> 중에 소비율의 추세를 살펴보면 2010년에서 2018년까지 지속적 상승하고 있다. 그리고 주민 소비수준을 살펴보면 지속적 상승추세를 보이고 2010년 10,500위안에서 2019년 27,563위안으로 2.6배를 상승하였다.

<표 2-1> 중국 GDP와 소비 규모

	GDP (억위엔)	1인당 GDP (위엔)	최종소비액 (억위엔)	소비율 (%)	주민 소비수준 (위엔)
2010	412119.3	30808	201582	48.9	10550
2011	487940.2	36302	244748	50.2	12646
2012	538580.0	39874	275444	51.1	14075
2013	592963.2	43684	306664	51.7	15615
2014	643563.1	47173	338031	52.5	17271
2015	688858.2	50237	371921	54.0	18929
2016	746395.1	54139	410807	55.0	20877
2017	832035.9	60014	456518	54.9	23070
2018	919281.1	66006	506135	55.1	25378
2019	990865.1	70892	-	-	27563

주 1: 소비율은 GDP 대비 최종소비액 비율임.

주 2: 주민 소비수준은 상주인구로 계산한 1인당 주민 소비 지출임.

자료: 중국통계연감(中国统计年鉴) 근거로 작성.

한편에 IMF의 예측에 따르면 2020년 중국의 경제 총량은 15조2200억 달러로 미국의 약 73.14%에 해당하며, 중국 1인당 GDP는 약 1만 88,400달러로 이미 러시아, 말레이시아, 아르헨티나, 멕시코, 터키 등을 제치고 신흥개발국가의 상위권을 차지했다. IMF가 2020에 발표된 세계 경제 전망 보고서에서는 여러 가지 효과적인 대응으로 중국 경제가 가장 먼저 COVID-19 사태에서 회복됐다고 하며 올해 중국 경제는 대국 중 유일하게 플러스 성장한 국가가 될 것으로 전망했다.¹⁾

2. 중국 가전산업의 발전과정

중국 가전산업 발전은 신중국 성립과 함께 무에서 유를 창조하는데 이르는 역사의 흐름을 거쳤다. 개혁개방 이후 한동안은 전국의 신흥산업이 성장하고 커지게 된 계기였다. 그 당시에 신흥 산업인 가전업은 혁신 건설의 파도를 타고 산업의 질적 도약을 이룩했습니다. 중국 가전산업의 발전과정을 단계별로 정리해보면 다음과 같다.

(1) 가전산업의 형성단계(1981~1990년)

중국은 경제건설을 발전시키기 위하여 각 산업에서 당시 선진국의 생산기술과 설비를 적극적으로 도입하였고, 산업의 생산능력은 크게 향상되었다. 하이얼(海尔), 창홍(长虹), 소텐어(小天鹅) 등 가전기업들이 일본, 독일 등 선진국에서 생산기술, 설비, 부품을 도입하였다. 이와 동시에 개혁개방이 끊임없이 확대됨에 따라 주민들의 수입이 확대되고 있다. 세탁기, 냉장고, TV 등 가전제품이 대중화 정도가 높고 수요 부족이 큰 제품이고 이 시기에 중국 가전산업의 주요 생산품이었다. 이 세 가지 제품으로 하는 생산자가 전국적으로 100개 이상으로 늘어났다. 이 중 냉장고 생산량은 1978년 2만8000대에서 1988년 757만6300대로 급증했다.²⁾ 이때 중국 가전산업이 급성장하면서 제품 생산 수준이 세계 선진 수준을 따라잡았다. 이 시기에는 국내시장의 개방과 수요의 확대에 의해 해외 가전기업이 중국 시장으로 진출이 시작되었다.

(2) 가전산업의 성장단계(1991년~1995년)

1991년대 초반 해도 지역 소기업들이 난립해서 치열한 경쟁이 벌어졌다. 그중에 자

1) IMF, "World Economic Outlook", 2020

2) 杨霖, "中国家电产业国际竞争力研究", 黑龙江大学, 2012, pp.10.

체 개발, 제조와 품질을 소홀히 하여 단순한 조립하는 기업들이 경쟁에서 밀려나고 있다. 반면에 품질을 잘 유지하고 자체 개발을 꾸준히 하는 기업들이 급속히 성장하였다.³⁾ 이와 동시에 국내의 경제체제 개혁과 대외 개방이 계속 심화하여 국내시장의 수요 공간이 계속 확대되고 있다. 하지만 중국 가전 시장가 포화 상태여서 주요 가전제품은 공급과잉 현상이 나타나고 있다. 한편에 국내 주민들의 수입증가와 생활 개선이 계속됨에 따라, 각종 상품에 대한 수요는 기본 욕구를 충족시키는 것에서 품질, 유행 등에 대한 추구로 상승하고 있다. 이상의 원인으로 인하여 중국 가전기업들이 제품 개발 및 생산기술의 혁신하기 시작하였고 외국기업의 선진 기술 도입과 소화를 통하여 제품 혁신을 개발하였다. 에어컨, 전기밥솥, 전자레인지 등 신제품이 주요 소비품으로 되기 시작했다. 이와 동시에 세계적인 가전기업들이 대거 국내시장에 진출하기 시작하였으며, 외래기업과의 경쟁 속에서 중국 가전기업도 해외 진출하기 시작하다. 대표적인 기업들로 하이얼(海尔), TCL 등이 있다.

(3) 가전산업의 성숙단계(1996년~)

90년대 중반부터 중국 가전산업은 국제화의 길을 걷기 시작하였다. 상술한 몇 단계의 발전과 시장의 끊임없는 변화를 거쳐, 이때 가전산업에서는 이미 풍부한 실력과 자본을 갖춘 기업들이 쏟아져 나왔는데, 예를 들면, 국제적으로 지명도가 있는 하이얼, (海尔) 하이센스 (海信), TCL과 미디 (美的) 등이다. 이 기업들이 이미 상당한 종합적인 실력을 갖추었으며 기술, 관리, 생산, 운영, 마케팅 및 브랜드 운영에서 상당한 우위를 갖추고 있다. 2001년 12월 중국은 정식으로 WTO에 가입하였다. 중국 가전제품은 기계제품 중의 하나로 관세 수준이 10% 이하로 내려가 중국 가전기업에 큰 도전을 가져왔지만 동시에 천재일우의 새로운 기회도 제공하였다. 외국 가전기업들이 잇달아 중국에 투자하였다. 따라서 중국 기업은 이러한 외국기업의 격렬한 충격을 받았으며, 치열한 경쟁을 하고 있다. 중국 가전산업의 전반적인 향상을 이끌었다. 중국 가전제품의 연간 총생산액은 2008년 2,500억 위안을 넘어섰으며, 냉장고, 세탁기, TV, 전자레인지, 선풍기 등 주요 가전제품의 생산량은 각각 119만 대, 1,342만 대, 1,250만 대, 900만 대, 1억 대에 달한다. 그만큼 국내 가전 시장이 포화 상태라는 뜻이다. ⁴⁾

3) 김문필, “중국시장에서의 중국, 한국, 일본 가전제품의 제품평가와 구매의도에 관한 비교연구”, 단국대학교 일반대학원, 2009, pp.21.

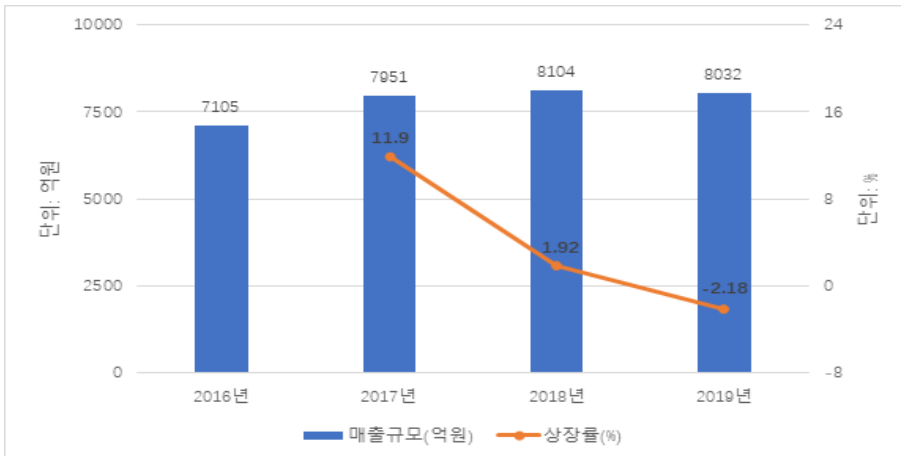
4) 杨霖, “中国家电产业国际竞争力研究”, 黑龙江大学, 2012, pp.12.

3. 중국 가전산업의 시장 현황

(1) 중국 가전산업의 시장 현황

중국 가전업계는 고속 성장기를 거친 후 제품 보급률이 비교적 높아 시장이 이미 증량 시장에서 채고 시장으로 바뀌었다. 지난 10년간 중국 가전산업은 고속 성장을 거듭하였다. 중국 전망산업연구원의 조사에 따르면, 2018년 가전산업의 국내시장 매출 규모를 8,104억 위안으로 늘렸고, 2019년에는 국내 경기둔화, 지속적인 하락한 결혼율과 출산율 등의 영향으로 내수 부족에 직면해 매출 규모가 전년 대비 2.28% 감소한 8,032억 위안을 기록하였다.

<그림2-1> 2016년~2019년 중국 가전산업 매출규모와 성장률



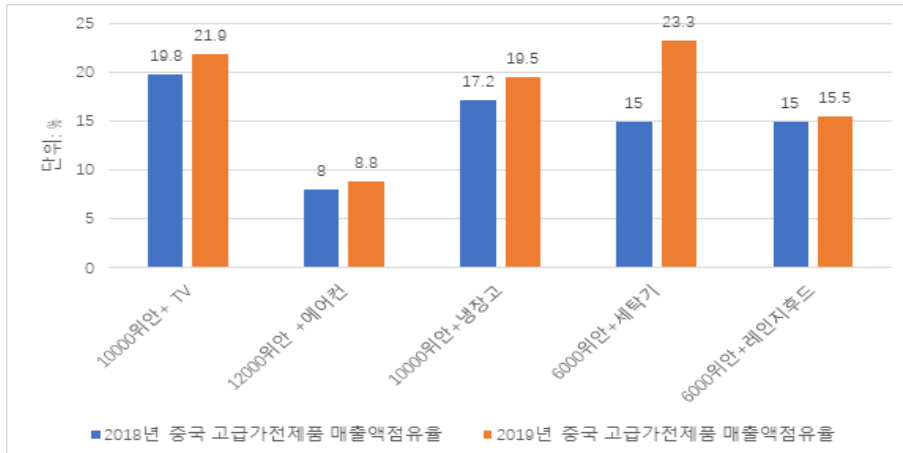
자료: 전망산업연구원(前瞻产业研究院) 정리

<그림2-2>는 중국 전망산업연구원이 전국가전기기공업정보센터⁵⁾의 데이터를 통해 정리된 결과이다. 2019년 10000위안 이상의 TV, 12000위안 이상의 에어컨 등 고급 가전제품의 매출 점유율은 모두 전년 대비 증가한 것으로 나타났다. 특히 6000위안 이상의 세탁기가 매출 점유율을 가장 큰 폭으로 상승하여 2018년 15%에서 2019년 23.3%로 올라왔다. 사람들의 생활 수준이 끊임없이 향상됨에 따라 소비의 업그레이드

5) 전국가전기기공업정보센터(NAIC)는 중국경공업 정보센터의 인가를 받아 설립한 전문 정조기관으로 업계의 정보 수집, 조사, 분석, 연구를 주로 진행하고 있으며, 국내외 가전산업의 발전 상황, 수준, 동향, 발전 추세를 편제하고 있다.

가 이미 일상화되었고, 건강, 지능, 친환경의 고급가전제품을 찾는 소비자가 늘고 있다.

<그림2-2> 2018년~2019년 중국 고급가전제품 매출액점유율



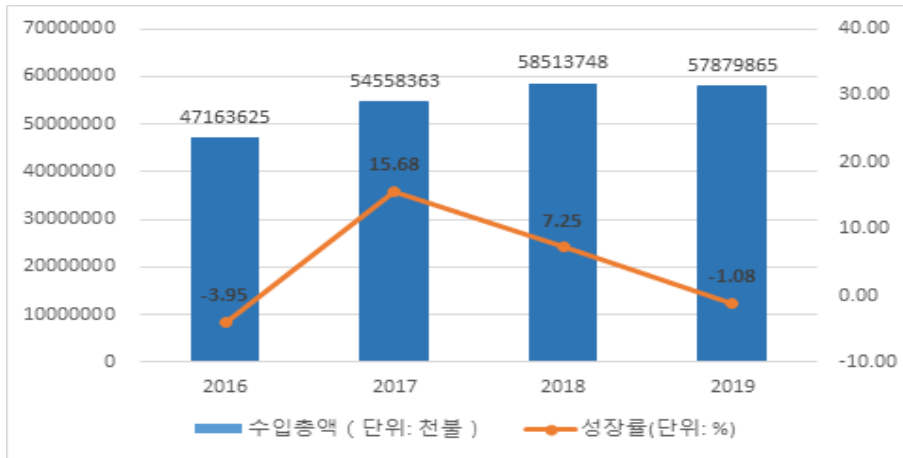
자료: 전망산업연구원(前瞻产业研究院) 정리

(2) 중국 가전산업의 수입 현황

중국이 세계의 공장 및 세계의 시장으로 이미 떠오른 가운데 중국의 무역은 중심적인 위치로 자리를 굳혀가고 있다. 2019년 중국의 상품수입은 2,077 십억 달러를 기록하여 미국에 이어 세계 2위이다. 중국 가전산업의 수입 현황을 살펴보기 위해 한국무역협회의 무역데이터를 이용하여 본 논문 중에 가전제품품목이 19개를 통계를 내다.

<그림2-3>은 2016년~2019년 4년간 중국 가전제품의 수입액과 전년 대비 성장률이다. 2018년 중국 가전제품의 수입액이 약 585억 달러로 상승하여 2019년 약 578억 달러로 소폭 하락하였다. 4년간 전년 대비 성장률을 보면 2017년 성장률이 가장 높여 15.68%를 달하였다. 2017년 이후에 성장률이 지속적 하락하고 있다.

<그림2-3> 2016년~2019년 중국 가전제품 수입액과 성장률



주: 중국 가전산업의 수출액은 한국무역협회의 무역데이터를 이용하여 본 논문 중에 사용한 가전제품품목 19개(HS 코드 8414, 8415, 8418, 8421, 8422, 8450, 8479, 8508, 8509, 8510, 8516, 8518, 8519, 8521, 8525, 8527, 8528, 8529, 8543)를 통계를 수집하였다.

자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

제2절 한국 가전산업의 발전과정과 현황

1. 한국 가전산업의 발전과정⁶⁾⁷⁾

전자산업의 출발점이 1920년 미국에서 라디오를 생산하는 것이었다면 한국전자산업은 미국 비해 40년 이상 늦게 시작되었다. 한국전자산업의 풍년은 1959년 금성 회사가 라디오를 생산한 것이었다. 한국의 전자산업은 1950년부터 급속하게 성장하여 전자대국으로 성장하였다. 1959년 진공관 라디오를 생산하기 시작으로 1960년~1970년대 라디오와 흑백 TV를 생산하였다. 1980년대 컬러 TV, 전자레인지와 PC를 생산하였고 1990년대 반도체, LED, CDMA 이동 통신장비 등을 생산하여 한국전자산업은 세계 6위를 차지하였다. 한국전자산업은 경제 발전 계획과 함께 시작되어 무에서 유를 창조하는 과정을 거치었다. 초기에는 단순한 조립을 위주로 하였으나, 일부분은 점차 규모를 전문화되는 동시에 산업 업그레이드하고 끊임없이 혁신하여 오늘의 성과를 실현하였다. 다음에는 한국전자산업의 발전과정을 5단계를 나누어 살펴본다.

(1) 전자산업의 태동기(1880년대 말~1960년대)

한국의 전자산업이 성립되기 전에는 전기와 통시의 영향을 가장 크게 받았다. 1887년 조선 정부는 미국에서 발전기와 관련 설비를 도입하여 경복궁 안쪽에 증기 발전기와 백열등을 설치하면서 한국에서 근대문명의 상징한 전등이 처음 발견되었다. 이렇게 해서 한국 전기산업의 본격적인 시작단계는 1898년 한성전기회사가 성공적으로 설립하였다. 한성전기회사를 비롯한 전국 도시에 독립적인 전기회사가 설립하였다. 초창기에 전자제품의 수요는 대부분 미국과 일본의 수입품으로 충당하고 있다. 당시 라디오, TV, 원심분리기, 선풍기, 전화 등의 가전제품에서 라디오를 제외한 모든 전자제품은 상류층만이 가질 수 있는 사치품이었다. 한국의 전자산업은 1959년부터 태동하였는데, 이는 경제의 낙후, 발전 정체 현상과 전력 공급 부족 때문이다. 게다가 1950년 한국전쟁이 발발하여 원래 팬찮았던 전력 공급이 점차 감소하고 전력 공업 시설도 파괴되었다. 1953년 전쟁이 끝나고 1954년부터 전기공업시설은 재건하기 시작한다. 1959년 국산 라디오 개발기기로 한국전자산업이 탄생하였다.

6) 金伦秀, “韩日中电子产业的国际竞争力比较研究”, 中国矿业大学, 2020, pp.18-19.

7) 오려화, “한국과 중국 전자산업의 국제경쟁력 비교 분석”, 경기대학교 대학원, 2012, pp. 13-14

(2) 전자산업의 탄생과 흥기 (1960년대~1970년대 중반)

1959년 금성 회사는 한국 최초로 라디오를 생산한 전자회사로 여러 종류의 라디오를 개발하였으나 당시의 소비자들은 여전히 고성능의 외국제품을 선호하였다. 이러한 상황을 개선하기 위하여 1961년 한국 정부는 <특정 외제품의 판매금지법>을 공포하였다. 이로 인해 외국산 라디오의 공급이 거의 중단되고 국산 라디오의 수요도 확대될 것이다. 이런 배경에서 1996년 흑백 TV 조립생산과 라디오를 비롯한 콘텐서, 저항기, 확성기, 충전기 등 부품을 생산하기 시작되면서 본격적인 성장기반을 마련하였다. 60년대 중반 이후 정부의 전자산업 육성의 의지에 대해 발표하면서 한국의 전자산업은 큰 전환기를 맞이하였다. 1962년 25개 회사가 모여 한국통신공업협동조합을 창립하고 최초의 단체 활동을 시작하였다. 1996년 한국 정부는 전자산업을 수출전략산업으로 지정하고 다각도에서 추진하였다. 1970년대 들어 전자산업의 발전을 위해 직접과 합작 투자를 하는 기업이 지속적 증가하고 있다.

(3) 전자산업의 시련 시기 (1970년대 말~1980년대)

1973년 제1차 석유과동 때문에 세계 경제를 하강하였다. 1974년 3월에 이르러서 점차 가라앉기 시작하였다. 그러나 1978년 말 이란 전쟁이 발발한 이후 원유 수출 중단으로 촉발된 제2차 석유과동은 세계 경제를 호황에서 급속도로 냉각시키었다. 원유를 수입에 의존하는 한국이 경제의 첫 시련이 될 것이다. 그다가 1979년 10.26 사건은 한국의 정치, 경제, 사회 혼란이 야기되고 한국의 전자산업도 최악 상황에 빠지었다. 이어서 1980년 5.17 내란 때문에 한국의 경제 성장과 전자산업은 처음으로 -4.8%와 -13.1%로 떨어졌다. 이 때문에 한국 정부는 이러한 상황을 극복하기 위해 컬러 TV를 국내에서 발송하는 정책을 실시하였다. 그리고 기업의 투자 의욕을 높이기 위해 한국 전자기술연구소를 설립하다. 연구소는 구미에서 70억 원을 투자하여 전자공업 단지를 건설하였고 기술개발지원 등을 촉진한다. 이러한 정부와 업계의 공동 노력으로 한국의 전자산업이 기사회생할 수 있었다.

(4) 컬러 TV 시대의 시작과 전자산업의 균형 잡힌 발전(1980년대~1990년대)

1979년 제2차 석유과동과 10.26 사건으로 인해 경기 후퇴를 타개하기 위하여 전자산업은 장기발전계획 수입의 중요성을 인식하였다. 그 당시에 한국의 경제상황도 가장 어려운 시기였지만 전자산업은 전략적인 육성하는 가장 가치 있는 산업이다. 1980년 컬러텔레비전의 출시와 상영을 실현하였다. 1981년 초부터 전자산업의 체계적인 장기

발전계획을 수립하여 시행하였다. 한국의 전자제품 수출은 1981년 22억 달러에서 1986년 64억 달러로 연평균 24% 증가하였다. 그동안 축적된 발전 경험과 생산 경험을 바탕으로 연구과 실험발전에 대한 노력을 강화하고 수출량이 높이었다.

(5) 경쟁력 강화의 시대 (1990년대~)

20세기 90년대에 들러 고임금과 고이율로 인하여 한국의 산업경쟁력이 약화하고 성장률이 하락하기 시작하였다. 따라서 산업재편의 필요성을 인식하게 되었다. 산업이 다양화를 시키면서 생산 기지를 해외로 이전시키고 공장생산 자동화 등 새로운 변화들이 시작되고 있다. 1995년 85개 국가를 참여한 WTO가 정식적으로 성립되었고 전자산업이 해외로 진출한 열풍을 세계에서 막아냈다. 1997년 IMF 외환위기 당시 많은 어려움을 겪지만, 전자산업에서는 연구개발 강화, 투자유치 및 시제품 개발을 확대하였다. 1999년 수출이 대폭 증가하였고 내수 판매도 빠르게 회복되었다. 21세기 들어 반도체, 디스플레이 등이 세계시장을 주도하고 있으며, 전자산업은 한국의 주력 수출 산업으로 부상하여 매우 강력한 국제경쟁력을 갖추고 있다.

2. 한국 가전산업의 현황

<표2-2> 한국 가전제품 총 교역 현황

단위:천 불

	수출액	수입액	수지
2010	28,710,270	13,666,088	15,044,182
2011	31,366,709	14,240,727	17,125,982
2012	30,436,704	14,184,224	16,252,480
2013	33,855,342	15,576,694	18,278,648
2014	32,978,437	16,685,533	16,292,904
2015	30,202,203	16,613,753	13,588,450
2016	28,613,725	15,040,312	13,573,413
2017	30,224,057	16,527,852	13,696,205
2018	28,768,448	17,948,372	10,820,076
2019	31,098,404	21,020,892	10,077,512

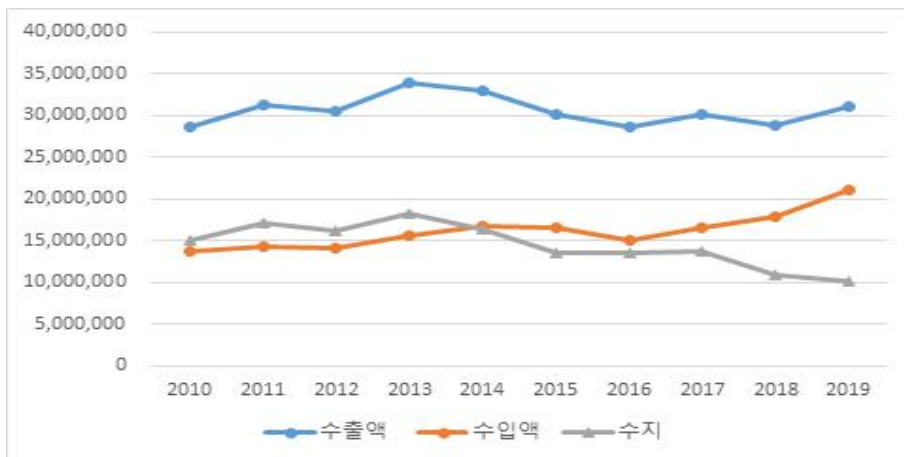
자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

한국 가전제품의 총 교역 현황과 추세분석을 위하여 가전제품 19개 품목(HS코드 8414, 8415, 8418, 8421, 8422, 8450, 8479, 8508, 8509, 8510, 8516, 8518, 8519, 8521, 8525, 8527, 8528, 8529, 8543)의 합계 교역 통계를 수집하였다. 한국 가전제품의 총수출액은 2010년 약 287억 달러에서 2019년 약 310억 달러로 10년 동안 8% 증가하였다. 수입액은 2010년 약 136억 달러에서 2019년 210억 달러로 54% 증가하였다.

<그림2-4>을 보면 한국 가전제품의 수출액은 300억 달러 상하를 오르락내리락하는데 수입액은 2012년부터 2015년 소폭 상승하고 2016년 이후에 대폭 상승추세이다. 따라서 한국 가전제품의 무역수지는 2010년부터 2013년까지 해마다 상승하였다. 하지만 2017년을 제외하고 2013년부터 2019년까지 하락추세이다.

<그림2-4>한국 가전제품 교역추세

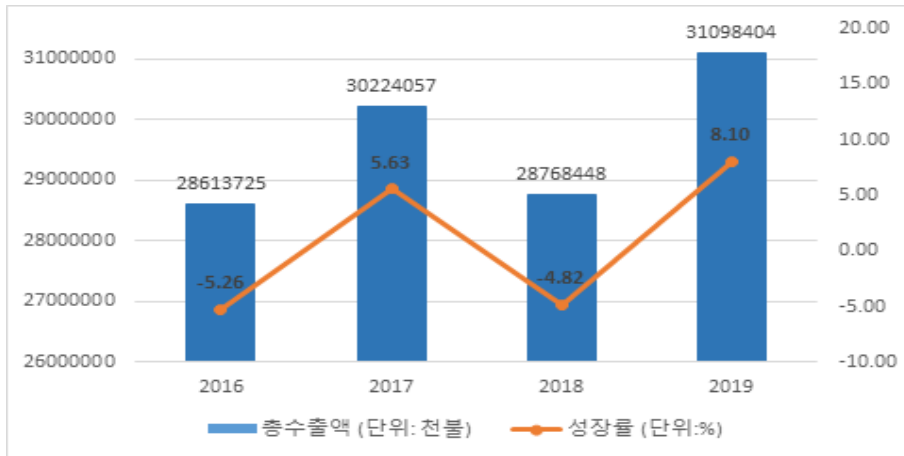
단위: 천 불



자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

그리고 한국 가전제품의 수출현황을 살펴보기 위해 <그림2-5>을 작성하였다. <그림2-5>는 2016년부터 2019년까지 한국 가전제품의 수출액과 성장률 추세이다. 한국 가전제품의 총수출액은 2016년 약 286억 달러에서 2017년 약 302억 달러로 5.63%를 상승하며 2018년 다시 약 287억 달러로 -4.82%를 하락하였다. 2019년 대폭 상승하여 약 310억 달러로 도달하여 상승률을 8.1%이다.

<그림2-5> 2016년~2019년 한국 가전제품 수출액과 성장률



주: 한국 가전산업의 수출액은 한국무역협회의 무역데이터를 이용하여 본 논문 중에 사용한 가전제품품목 19개(HS 코드 8414, 8415, 8418, 8421, 8422, 8450, 8479, 8508, 8509, 8510, 8516, 8518, 8519, 8521, 8525, 8527, 8528, 8529, 8543)를 통계 수집하였다.
자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

3. 한국 가전산업의 대중국 교역특징과 현황

(1) 한국 가전산업의 대중국 교역특징

한국 가전기업이 일본과 유럽 등 국가의 기업에 비해 중국 가전 시장에 늦게 진출하며 한국 가전기업의 발전 속도가 빠르다. 삼성, LG로 대표되는 한국 가전기업은 이미 외국기업들의 선두에 서고 있으며, 컬러 TV, 냉장고, 세탁기 등 여러 중점제품 분야에서 선두를 차지하고 있다.

1990년대 초 한국 정부의 적극적인 인도하에 한국 가전기업들이 중국 시장에 진입하기 시작하여, 중국 시장에 진출하는 초기에 삼성과 LG는 "전략적 손실"의 전략을 채택하였다. 즉 저비용, 저가격으로 중국 시장에 빠르게 진출하고 자리를 잡았다. 따라서 한국 가전제품의 가격이 중국 국내 제품과 다른 해외 제품보다 월등히 우위에 있다. 중국 가전 시장에 거대한 충격을 주었다. 중국 시장이 밝게 전망해서 한국 가전기업과 중국 가전기업의 합작도 갈수록 빈번하였다. 합작을 통해 쌍방은 양국의 상호보완적 우위를 충분히 발휘하여 기술혁신을 촉진하고 상호이익을 실현할 수 있다. 2000년 이후 한국 가전기업은 일정한 기술우위를 가지고 있으며, 제품의 가격은 국산 브랜드와

같은 수준으로 정하여 중국 가전기업과 다른 해외 가전기업에 대해 거대한 위협이 되고 있다. 그래서 한국 가전기업이 중국 본토기업과의 가격경쟁을 피하려고 한국 가전기업은 중국 시장에서 고급가전제품의 비중을 확대하였다.⁸⁾

중국 경제 발전에 따라 한국 기업들이 갈수록 중국 시장을 중시하였다. 중국 시장에 대해 투자도 부단히 증가하고 많은 중국 가전기업이랑 합작하였다. 중국 가전산업의 발전을 촉진 시켰다. 그리고 한국 가전기업이 발전에 따라 중국 가전 시장의 경쟁은 갈수록 격렬하였다. 치열한 경쟁 속에서 발전에 부적응한 일부 소기업들은 시장에서 퇴출당하였다. 그리하여 중국 가전산업의 시장통합을 촉진하였다.

(2) 한국 가전산업의 대중국 교역 현황

한국 가전제품의 대중국 교역 현황과 추세분석을 위하여 가전제품 19개 품목(HS 코드 8414, 8415, 8418, 8421, 8422, 8450, 8479, 8508, 8509, 8510, 8516, 8518, 8519, 8521, 8525, 8527, 8528, 8529, 8543)의 합계 교역 통계를 수집하였다.

<표 2-3> 한국 가전제품의 대중국 교역 현황

단위: 천 불

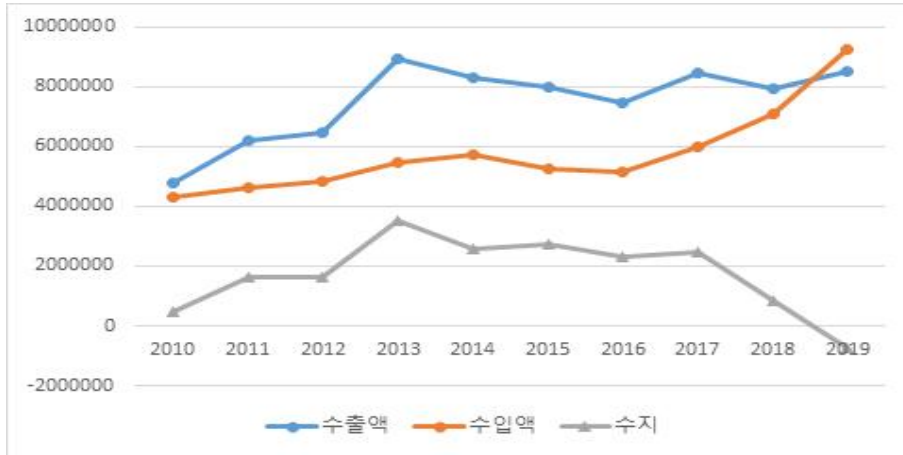
	수출액	수입액	수지
2010	4,762,258	4,312,211	450,047
2011	6,229,353	4,609,077	1,620,276
2012	6,475,258	4,843,291	1,631,967
2013	8,953,160	5,442,917	3,510,243
2014	8,287,431	5,723,545	2,563,886
2015	8,007,225	5,254,438	2,752,787
2016	7,477,869	5,139,221	2,338,648
2017	8,462,656	6,011,273	2,451,383
2018	7,953,640	7,109,920	843,720
2019	8,536,634	9,256,265	-719,631

자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

8) 刘旭, “韩国在中国家电产业投资及其影响研究”, 现代产业经济 第1期, 2013, pp.73-74.

<그림2-6> 한국 가전제품의 대중국 교역추세

단위: 천 불



자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

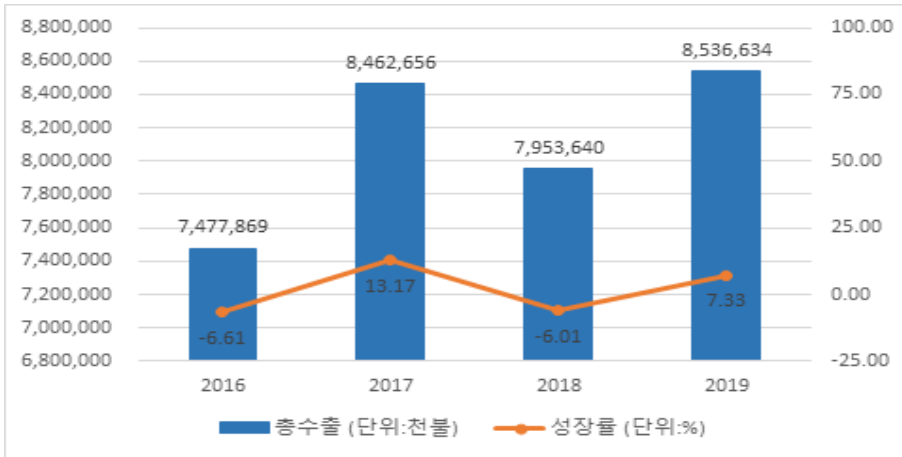
한국 가전제품의 중국 수출액은 2010년 약 48억 달러에서 2019년 약 85억 달러로 10년 동안 77%를 대폭 상승하였다. 수출 추세를 보면 2010년부터 2013년까지 지속적인 상승하였다. 특히 2012년 약 65억 달러에서 2013년 약 90억 달러로 대폭 상승하였다. 하지만 2013년 이후 2016년까지 하락추세를 보여 2016년 약 75억 달러로 하락하였다. 전체적으로 보면 2013년 이후에 80억 달러 상하를 오르락내리락하였다.

수입액을 보면 거의 상승추세이며 2014년부터 2016년까지 소폭 하락하였다. 2016년 이후에 지속적인 상승하여 특히 2018년 약 71억 달러에서 2019년 약 93억 달러로 1년 동안 30%를 대폭 상승하였다. 이에 따라 무역지수는 2019년 약 -7억 달러의 무역적자가 나타난다.

한국 가전제품이 중국 시장으로 근년의 수출 상황을 살펴보기 위해 2016년부터 2019년까지의 한국 가전제품의 대중국 수출액을 수집해서 성장률 곡선을 작성하였다. 아래 <그림2-7>과 같다. 2016년~2019년 한국 가전제품의 대중국 수출액 성장률 곡선을 보면 같은 시기의 한국 가전제품의 총수출액 성장률 곡선과 비슷하게 나타난다. 중국이 한국의 주요 수출국의 하나로서 2003년부터 한국 제1의 수출시장을 차지하고 확고하게 자리를 굳었다. 2010년 이후에 한국은 중국 시장에 대한 수출 비중은 전체 수출의 25% 수준을 유지하고 있다. 따라서 한국 가전제품의 대중국 수출액 성장률 곡

선이 한국 가전제품의 총수출액 성장률 곡선과 비슷하게 나타난 것이다. 또는 한국 가전제품의 총수출은 중국 시장에 수출한 영향을 받고 있는 것이다.

<그림2-7> 2016년~2019년 한국 가전제품의 대중국 수출액과 성장률



자료: 한국무역협회 무역통계 근거로 작성

제3절 일본 가전산업의 발전과정과 현황

1. 일본 가전산업의 발전과정

일본 전자산업이 제1차 세계대전 이후 가장 빠른 속도로 지속적 발전했다. 특히 20세기 80년대에 일본이 눈부시게 발전하면서 미국을 제치고 세계시장에서 주도 지위를 차지했다. 하지만 20세기 90년대 이후 일본의 거품 경제가 걷히고 엔고 등 원인으로 경제의 쇠퇴를 시작된다. 그래도 일본 전자산업이 90년대 말기에 세계시장에서 가장 강한 경쟁력이 가지고 있다. 특히 가전제품과 반도체 영역의 기술 수준이 우위를 차지하고 있다. 그런데 2000년 이후, 일본은 한국의 삼성과 미국의 애플에 전자산업의 주도권을 내주었다.

가전산업은 일본의 비교적 일찍이 해외 진출한 산업으로 20세기 50년대부터 지금까지 발전해 와서 작은 것부터 것 이루이며 약에서 강으로 달라지었다. 사실상 일본 가전산업의 발전과정이 일본경제 발전의 축소판이라고 할 수 있다. 최초에 일본 가전산업이 국내시장을 만족하기 위해 시장했고 50년대 말기에 텔레비전, 세탁기, 냉장고 등 가전제품을 일본가정에서 신속하게 보급되었다. 저임금 노동력하고 경제를 규모화 생산 등 원가 우위 덕분이다. 9)

60년대부터 일본 가전제품이 대규모 수출을 시작하며 우수한 품질과 저렴한 가격이 일본 가전제품의 최대 경쟁력을 볼 수 있다. 일본은 천연자원이 부족 때문에 대량으로 에너지원과 원자재를 수입해서 생산을 확보한다.

70년대 일본 가전제품 대량 수출하며 텔레비전이 주요 수출 제품으로 1975년 수출 증가율이 78%, 1976년 수출증가율이 60%로 기록하였다. 70년대 말기 일본 가전사업의 기술개발 수준과 제품의 질적 수준이 세계의 선두 자리에 올랐다. 무역 마찰로 인해 일본 가전산업이 현지에서 생산을 시도해 보다. 때라서 일본 국내 가전산업 완제품이 수출을 줄어드는 추세로 보이고 동시에 가전산업의 부품과 반제품이 수출을 증가하기 시작하다. 10)

80년대 후기에 이 현상을 더욱 분명하게 보인다. 이렇게 일본 가전산업이 해외 공장을 건설하고 국제화 경영 전략을 세운다. 플라자합의(Plaza Agreement) 체결로 인

9) 常海申, “基于钻石模型的日本家电产业竞争力研究”, 云南财经大学 经济研究院, pp.17-20, 2012.

10) [日]西村吉雄, 侯秀娟, 「日本电子产业兴衰录」, 人民邮电出版社 第一版, 2016.

해 일화 가치가 크게 오르면서 일본 가전산업이 글로벌의 각도에서 자원배치가 최적화이다. 엔화의 강세로 인해 일본의 국내생산원가가 올라오고 해외생산이 급속히 확장하고 있다. 따라서 일본 가전산업 완제품의 수출이 거의 정체된 상태이다. 이 단계에 나타내는 3개 현상은 첫째, 부품과 반제품의 수출 증가하기 시작한다. 둘째, 텔레비전 등 가전제품이 최초의 주요 수출상품이 점점 수입상품으로 변해 가고 있었다. 가전제품의 수입액이 급격히 증가하며 특히 아시아지역의 수입이 현저히 증가했다. 셋째, 일본 해외투자한 기업이 일본 본국으로 수출하는 현상이 나타난다. 11)

90년대 이후 일본경제가 점점 쇠락해지기 시작하며 지속기간이 20년 정도이다. 경제학자들이 ‘잃어버린 20년’ 라 부른다. 일본 전기·전자산업 ‘잃어버린 20년’이시기에 한국의 가전기업이 갑자기 두각을 나타내면서 일본의 가전산업 국제경쟁력이 그만큼 낮아졌고 세계시장 점유율도 점진적 하강하였다. 2011년까지 일본 가전기업이 집합적적자가 나타났다. 12)일본 가전산업이 이전에 휘황찬란한 역사를 창조하였고 파나소닉, 소니, 도시바, 샤프 등 세계적으로 유명한 브랜드를 소비자의 머릿속에 각인되어 있다. 지금에 재무통계수치와 시장점유율을 보면 일본의 가전산업이 기울어지는 추세를 보이지만 ‘말라 죽은 낙타라도 말보다는 크다’이 말이다. 일본의 가전산업이 수십 년 동안 발전을 거쳐 과학기술의 실력이 튼튼하고 여러 영역에서 세계의 선두 자리를 차지하고 있다. 제품의 품질을 아직도 소비자들이 흥미진진하게 이야기하고 있다.

2. 일본 가전산업의 현황

일본경제의 큰 특징은 내수 규모가 큰 것뿐만 아니라 외수에 대한 의존도가 크다. 이에 따라 일본 대외 수출을 계속 적극적인 추진하고 가전산업을 포함한 전자산업은 일본의 주요 수출업종이다. 하지만 아래 <표2-4>를 보면 2010년~2019년 10년 동안 일본 가전제품의 총수출액은 2011년 약 442억 달러로 가장 높으며 이후에 2015년까지 지속적인 하락하여 2015년 약 290억 달러로 5년 동안 34%를 하락하였다. 전체적으로 수출액 추세 곡선을 살펴보면 2013년에서 2019년까지 수출액이 300억 달러 상하를 오르락내리락하였다.

일본 가전제품의 수입액도 2011년 약 362억 달러로 10년 동안 가장 높으며 이후에

11) 李晶, “从日本家电行业向东亚的转移看东亚经济一体化”, 对外经济贸易大学, pp.8-10, 2007.

12) 김양태,한성수, “일본 전기·전자산업 ‘잃어버린 20년’의 재검토”, 일본근대학연구, pp.213-238, 2019.

2016년까지 지속적인 하락하여 2016년 약 271억 달러이다. 그다가 2016년부터 2019년까지 지속적인 소폭 상승하고 있다. 이에 따라 이본 가전제품의 무역수지는 2019년 약 -26억 달러의 무역적자가 나타난다.

<표2-4> 일본 가전제품의 총 교역 현황

단위: 천 불

	수출액	수입액	수지
2010	42,991,304	34,067,918	8,923,386
2011	44,166,089	36,262,827	7,903,262
2012	43,117,369	32,671,156	10,446,213
2013	34,087,072	30,579,355	3,507,717
2014	32,035,260	30,176,023	1,859,237
2015	28,965,548	26,981,931	1,983,617
2016	30,245,096	27,120,805	3,124,291
2017	31,748,062	28,854,548	2,893,514
2018	32,143,421	31,082,623	1,060,798
2019	30,042,681	32,665,688	-2,623,007

주: 일본 가전산업의 수출액과 수입액은 UN Comtrade 자료를 이용하여 본 논문 중에 사용한 가전 제품품목 19개(HS 코드 8414, 8415, 8418, 8421, 8422, 8450, 8479, 8508, (8509), 8510, 8516, 8518, 8519, 8521, 8525, 8527, 8528, 8529, (8543))를 통계 수집하였다.

자료: UN Comtrade 자료를 근거로 작성

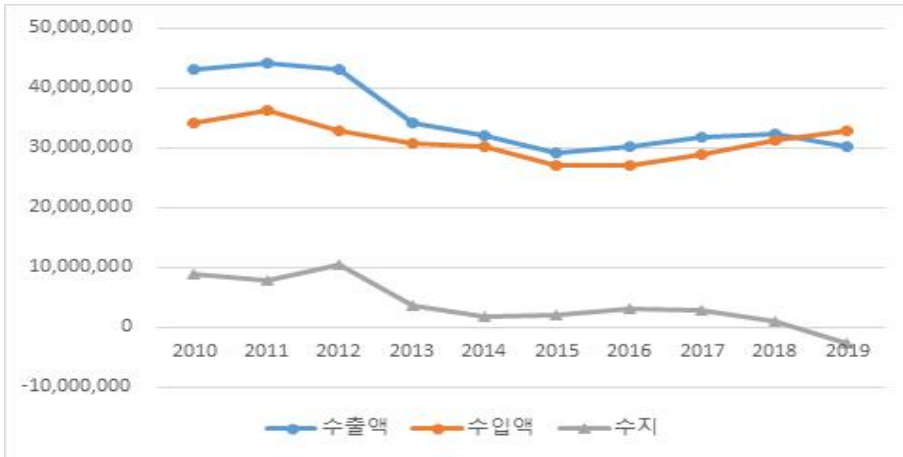
전체적으로 일본 가전제품의 무역수지추세 곡선을 살펴보면 2012년 약 104억 달러로 10년 동안 가장 높으며 2013년 대폭 하락하여 약 35억 달러로 66%를 하락하였다. 이후에 2018년까지 10억~30억 상하를 오르락내리락하여 대폭 변화가 없다가 2019년 마이너스가 나타난다. 2013년 이후 일본 가전산업은 수출주도형 산업에서 점차 수입주도형 산업으로 전환되고 있으며 2019년 무역적자가 나타나면서 경쟁력도 떨어지고 있다.

<그림2-9>는 일본 가전제품 근년의 수출현황과 성장률 추세를 살펴보기 위해 2016년부터 2019년까지의 일본 가전제품의 총수출액을 이용하여 따로 작성하였다. 아래 그림을 보면 2016년 약 302억 달러에서 2018년 약 321억 달러로 수출액이 상승하였으며 2018년 성장률이 1.25%로 떨어졌다. 2019년 다시 약 300억 달러로 하락하면서

수출의존도가 높은 일본 가전산업이 큰 충격을 받았다.

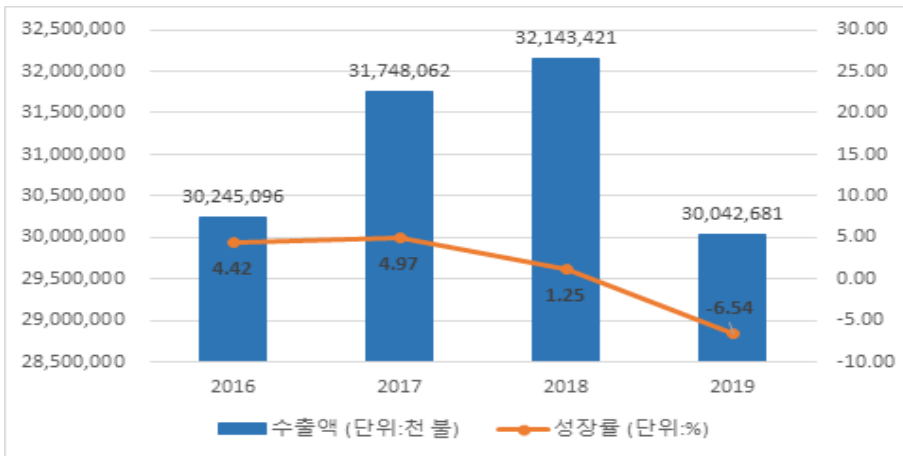
<그림2-8> 일본 가전제품의 총 교역추세

단위: 천 불



자료: UN Comtrade 자료를 근거로 작성

<그림2-9> 2016년~2019년 일본 가전제품 수출액과 성장률



자료: UN Comtrade 자료를 근거로 작성

3. 일본 가전산업의 대중국 교역특징과 현황

(1) 일본 가전산업의 대중국 교역특징

1979년 초기 중국이 개혁 개방 정책을 시행하기 시작할 때 미국, 유럽, 일본 등 선진국의 기업가들에 큰 관심을 불러일으켰다. 조사와 예측을 통해 미국이 얻은 결론은: 중국은 저임금, 저소득이고 가전제품은 비교적 가격이 비싸고 고액 소비품에 속하며 이는 최저생활을 유지한 시기에 속하는 일반 중국가정에 대한 가격이 비싼 가전제품은 대부분에 가전에서 감당할 수 있는 소비수준을 초과한다고 결론을 내렸다. 따라서 중국 가전 시장은 5~7년간 상당한 소비 수요를 형성하지 못하다. 유럽의 일부 가전업체는 미국과 비슷한 결론을 내렸다. 하지만 일본은 정반대의 결론을 내리고 중국이 일본 가전제품의 가장 큰 목적시장이다. 그 이유는 첫째, 중국은 인구가 많고 가족 수가 많기 때문이다. 둘째, 중국인의 소득이 낮지만 알뜰한 계산에 능하며, 매우 집요하게 돈을 모으는 습관이 가지고 있는데 돈이 있으면 쓰고 즉시 소비하는 서양인과는 다르다. 셋째, 경제 문화 교류가 증가함에 따라 선진국과 지역의 현대 가정 소비패턴이 필연적으로 중국에 영향을 미치고 중국 일반 가정의 소비수준을 높이게 될 것이다. 넷째, 중국은 이미 발전의 중점이 경제건설로 옮겨졌으며 사람들의 생활 수준이 끊임없이 향상될 것이다. 이러한 중국 가전 시장의 형성은 머지않아 실현될 것이다. 일본 가전기업의 예측이 과약하는 것은 바로 중국 가전시장에 진출하며 선입관에 사로잡히는 전략을 취한다.

일본 기업이 해외시장에 대한 초보적인 탐색한 시기에 수출제품에 판매는 수입국의 대리점 또는 대리상에 의해 이루어진다. 가전제품을 수출할 때 일본업체는 심리적 침투와 실물 침투 두 걸음을 동시에 걷는 방법을 채택했다. 심리적 침투는 일본가전업체는 중국 방송국을 이용하여 외국 드라마를 방영할 때 대량의 광고를 투입해서 제품과 기업을 전면적으로 소개하고 일본 브랜드를 홍보하며 단기적으로 이런 브랜드들이 중국에서 널리 알려졌다. 따라서 일본가전업체 중국 시장에 진입하기 전에 먼저 중국 소비자들의 심리를 공략했다. 심리적 침투 전략을 채택하는 동시에 일본가전업체들 실물 침투의 속도도 가속화가 시켰다. 홍콩, 마카오 교포들이 돌아갈 때 가전제품을 선물하는 기회를 이용하여 홍콩지역에서 여러 가지 형식으로 판촉을 전개하여 대량의 일본 가전제품을 친척방문자들에게 중국에 데려오게 했다.

20세기 80년대 초반부터 중반까지 가전업체들이 중국에 텔레비전, 냉장고, 녹음기

등 가전제품을 대량 판매했는데 그중에 대부분이 일본 가전기업이다. 수백만을 헤아리는 일본 가전제품이 중국가정에 들어오면서 파나소닉, 도시바, 싹양, 소니, 샤프 등 일본의 가전 브랜드가 사람들에게 알려지고 받아들였다. 중국 가전제품 시장이 점차적 형성되고 지속적인 발전한다. 20세기 80년대 중반에 중국 가전기업들이 외국 가전기업의 생산기술을 도입하여 중국에서 가전제품을 생산했다. 중국 가전제품의 소비 수요가 급격히 증가하면 반드시 중국 가전산업의 발전을 가속화가 시키고 중국도 장기적으로 수입에 의존하여 국내시장의 수요를 만족시키지 않다. 그래서 일본 가전기업은 1985년부터 발전 중점이 제품 수출에서 생산설비와 기술로 이전하기 시작했다.¹³⁾이로 인해 중국이 더 많은 품종의 가전제품과 더 높은 등급의 가전제품의 새로운 수요가 생겨 일본 가전기업이 중국에 투자하여 공장을 설립하는 조건을 만들었고 중국 가전기업과 합작경험이 축적했으며 중국에서의 발전에 기반을 다져 주었다.

20세기 90년대 초기 일본이 가전 완제품의 수입이 증가하기 시작하고 가전부품의 수입이 감소하기 시작한다. 일본의 가전제품이 중국에 대한 수출이 여전히 증가를 유지하고 있지만, 증가 폭이 비교적 작다. 특히 90년대 후반기 중국 국내의 가전산업이 대규모 발전하기 때문에 일본 가전제품의 수입이 증가 폭이 작아졌다. 이 시기에 일본 가전산업이 동아시아 지역에 대한 직접투자가 증가하였다. 특히 중국에 대한 직접투자가 급속히 증가한다. 일본 가전기업이 중국 시장에서 어느 정도의 성공을 거뒀지만 이와 동시에 한국 가전기업과 중국 가전기업이 신속하게 성장하고 있다. 21세기 한국 가전기업이 기술 향상 속도가 빠르고 중고급 영역에서 일본 가전기업이랑 시장점유율을 강탈하고 있다.

(2) 일본 가전산업의 대중국 교역 현황

일본 가전제품 대 중국의 수출액은 2010년 약 99억 달러에서 2019년 약 76억 달러로 10년 동안 23%를 하락하였다. 10년 동안 대 중국의 수출액이 2011년 약 102억 달러로 가장 높으며 이후부터 2015년까지 하락추세를 보여 2015년 약 63억 달러로 4년 동안 38%를 하락하였다. 2015년부터 다시 소폭 상승하지만 2019년 또 하락하였다. 전체적으로 보면 일본 가전제품 대 중국의 수출액이 2012년 이후 60억 달러~85억 달러 사이 오르락내리락하였다. 대폭 변화를 없는 것을 보인다.

13) 王新军, “日本家电企业在中国发展战略及对我国启示” 山东大学, 2002, pp.13-15.

<표2-5> 일본 대중국 가전제품 교역 현황

단위 : 천 불

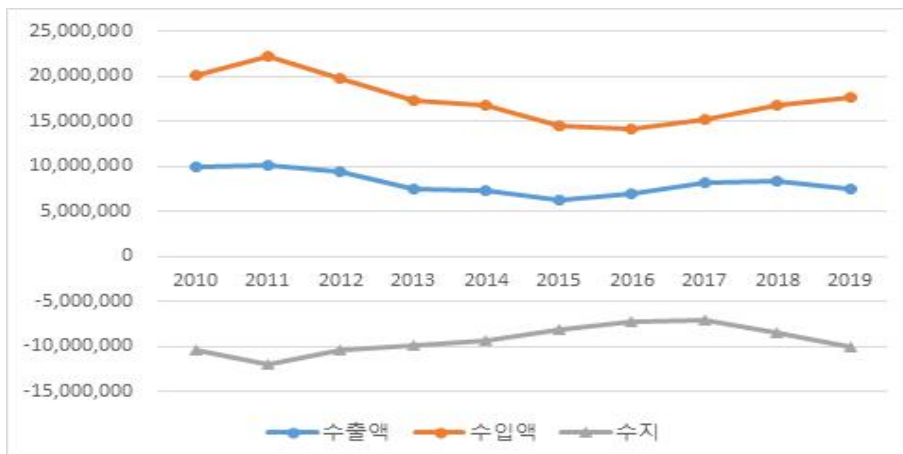
	수출액	수입액	수지
2010	9,868,554	20,184,983	-10,316,429
2011	10,173,801	22,186,449	-12,012,648
2012	9,368,709	19,785,291	-10,416,582
2013	7,484,797	17,387,427	-9,902,630
2014	7,312,618	16,702,083	-9,389,465
2015	6,297,281	14,451,548	-8,154,267
2016	6,967,291	14,195,406	-7,228,115
2017	8,199,793	15,215,775	-7,015,982
2018	8,446,109	16,871,046	-8,424,937
2019	7,563,021	17,630,800	-10,067,779

주 : 일본 가전산업 대중국의 수출액과 수입액은 UN Comtrade 자료를 이용하여 본 논문 중에 사용한 가전제품품목 19개(HS 코드 8414, 8415, 8418, 8421, 8422, 8450, 8479, 8508, 8509, 8510, 8516, 8518, 8519, 8521, 8525, 8527, 8528, 8529, 8543)를 통계 수집하였다.

자료: UN Comtrade 자료를 근거로 작성

<그림2-10> 일본 가전제품의 대중국 교역추세

단위: 천 불

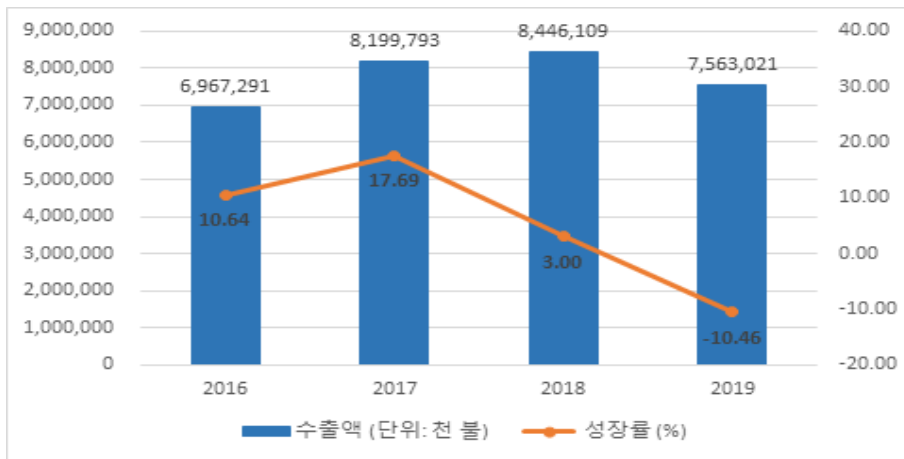


자료: UN Comtrade 자료를 근거로 작성

일본 가전제품 대 중국의 수입액은 2010년 약 202억 달러에서 2019년 약 176억 달러로 10년 동안 14%를 소폭 하락하였다. 대 중국의 수입액은 2011년 약 222억 달러에서 2016년 약 142억 달러로 하락하지만 2017년 이후 다시 상승추세를 보인다. 일본 가전제품 대 중국의 무역수지는 10년 동안 마이너스를 유지하는 상황이지만 2011년 약 -120억 달러의 무역적자에서 2017년 약 -70억 달러의 무역적자로 상승하였다. 2018년 약 -84억 달러의 무역적자, 2019년 약 -100억 달러의 무역적자를 하락하였다. <그림2-10>은 일본 가전제품 대 중국의 수출입액과 무역수지의 추세이다.

일본 가전제품이 중국 가전제품의 근년 수출현황을 살펴보기 위해 2016년~2019년 일본 가전제품 대 중국의 수출액과 성장률을 통계 수집하고 계산하였다.

<그림2-11> 2016년~2019년 일본 가전제품의 대중국 수출액과 성장률



자료: UN Comtrade 자료를 근거로 작성

<그림2-11>을 보면 2016년 일본 가전제품 대 중국의 수출액은 약 70억 달러에서 2017년 약 82억 달러로 성장률이 17.69%를 상승하여 2018년 약 84억 달러로 3%를 소폭 상승하였다. 2019년 수출액은 약 76억 달러로 하락하여 성장률이 -10.46%이다. 약 10년 전에 일본 가전제품이 대부분 중국 소비자의 1순위 수입 가전제품인데 지금은 일본 수입 가전제품을 선택하는 중국 소비자가 점점 적어지고 있다. 데이터에서도 알 수 있으며, 2016년부터 2018년까지는 일본 가전제품을 중국으로의 수출이 안정적인 상승단계이다가 2018년 이후의 하락하였다. 이것은 한국 가전제품과 중국 가전제품의 급속하게 성장하고 있기 때문이다. 동시에 일본 가전기업이 과도한 기술개발을 추구하여 시장과 사용자의 수요를 소홀히 함으로써 일본 가전제품이 중국 시장경쟁력

이 쇠퇴하게 되었다.

이상은 일본 가전제품의 발전과정과 수출입 현황을 살펴보고 중국 시장에 일본 가전제품의 교역특징과 가전제품의 수출액 변화추세를 분석하여 일본 가전제품 대중국의 교역 현황을 밝혔다.

제3장 선행연구 검토 및 이론적 고찰

제1절 선행연구 검토

중국 시장에서 한국과 일본의 가전제품 경쟁력을 분석하기 위해 시장점유율 지수, 무역특화지수, 수출편향지수, 수출결합도, 현시비교우위지수를 분석 도구로 이용한 주요 선행연구는 품목별의 비교에 널리 사용되는 것이다. 경쟁력 모델을 활용하여 한국, 일본, 중국 가전제품의 경쟁력 분석에 관한 선행연구와 관련 경쟁력 분석 도구에 관한 선행연구는 다음과 같다.

1. 가전산업, 전기·전자산업과 관련된 연구

이성아, 신경수(2006)는 CEPII에서 발간한 CHELEM data와 UN comtrade data를 이용하여 1990~2002년 기준으로 한국과 중국 간에 무역경쟁력을 통하여 무역에서의 한국의 산업경쟁력과 한중간 무역구조를 분석하였다. 전기 전자산업이 한국의 주요 수출산업으로서 한국의 전기 전자산업의 현시비교우위지수는 매우 높은 수준이었고, 무역특화지수는 모두 1 이상의 값을 보였으며, 상승추세로 보여 전기 전자산업이 수출특화산업으로서 한국의 주력 수출산업임을 확인할 수 있었다. 14)

譚晶榮, 王逸芬(2007)은 HS코드 6단위 25개 품목을 기준으로 중국 소형가전제품의 국제경쟁력에서 현시비교우위지수(RCA)와 무역전문화지수(TSC)를 분석하여 소형가전제품의 국제시장 경쟁우위가 높다는 것을 밝혔다. 중국의 소형가전제품의 경쟁우위는 원가가 낮고 가격이 낮다는 것기 때문이지만 장기적으로는 기술개발과 시장확대에 더 노력해야 하는 것이 제시하였다.15)

임준형(2009)은 한국과 중국 가전산업의 경쟁력 비교 분석하기 위해 HS코드 4단위 기준으로 가전제품 16개 품목을 대상으로 시장비교우위(MCA), 무역특화지수(TSI), 시장점유율지수(MSI)를 이용하여 수출경쟁력이 측정하였다. 결론적으로 한국 가전제품의 중국 시장점유율은 지속적 하락한 데 비해 중국 가전제품의 한국 시장점유율은 큰 폭

14) 이성아, 신경수, "한·중간 무역경쟁력 분석: 섬유, 전기전자, 기계산업을 중심으로", 통상정보연구, 제8권 제4호, 2006, pp. 45-69.

15) 譚晶榮, 王逸芬, "我国小家电产品的国际竞争力分析", 国际贸易问题, 第1期, 2007, pp. 38-43.

으로 상승한다는 것을 보였으며, 무역특화지수를 도출하여 한국의 대 세계무역특화지수는 16개 품목에서 14개 품목의 경쟁력이 약화하고 있는데, 비해 중국은 모두 품목이 경쟁력을 갖다. 16)

모수원(2010)은 중국 가전기기를 중심으로 HS code 4단위를 이용하여 한국, 일본, 미국에 대한 수출경쟁력 분석했다. 시장점유율지수(MSI), 무역특화지수(TSI), 국별비교우위지수(CAC)를 이용하여 2005년~2018년 기준으로 수출경쟁력을 평가했다. 그리고 중국의 수출경쟁력이 3개국에 대한 수출에 어떠한 영향을 미치는가를 패널분석을 통해 고찰하여 TSI와 CAC가 중국의 수출에 미치는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 한국의 가전기기는 일본과 미국보다 상대적으로 중국에 대해 경쟁적이나 이것이 한국이 대중국 경쟁력을 가지고 있다는 것을 의미하는 것은 아니다. 중국 가전기기가 한국 시장에서 우위를 확보하지 못하였다는 것을 보여주는 것이지 한국제품이 중국시장에서 우위를 갖는다는 것을 의미하지는 않는다. 17)

심재희(2010)는 한국과 미국 FTA에 대비하여 수출평형지수, 시장별 비교우위지수, 무역특화지수 등의 경쟁력 측정방법을 이용하여 미국시장을 대상으로 1999년~2008년 기준으로 한국 가전제품의 경쟁력 수준을 분석하고 시사점을 제시하였다. 전체 분석대상 품목 가운데 텔레비전, 세탁기, 냉장고, 가정용 전기기기 등의 품목은 모든 분석방법에서 경쟁력이 있는 것이 나타났다. 연구결과가 제시하는 시사점으로 첫째, 미국시장에서 경쟁력을 확보한 품목들에 대한 지속적인 고부가가치화 추진 둘째, 미국과의 가전 분야에 대한 전략적 제휴의 강화 셋째, 디지털화 컨버전스화 네트워트화 등의 세계 가전 트렌드에 대한 능동적인 대처 넷째, 국내 중소 가전업체의 경쟁력 제고를 통한 글로벌 부품공급 역량 확대 다섯째, 가전 국산화율 제고를 통한 수익 극대화 전략의 필요성을 제기하였다. 18)

최旭(2013)은 한국 가전업체의 중국 진출은 늦었지만, 발전 속도가 매우 빠르다. 한국의 가전산업은 중국에 투자하면 중국의 전기산업기술 진보를 촉진하고, 중국 가전산업 구조를 최적화하는 데 도움이 될 뿐만 아니라, 일정한 수준의 취업 일자리를 제공한다. 그리고 이미 포화 상태인 중국 가전 시장의 경쟁을 더욱 격렬하게 하여 국내

16) 임준형, "한국과 중국 가전사업의 경쟁력 비교", 산업경제연구, 제22권 제2호, 2009, pp. 905-918.
 17) 모수원, "중국 가전산업의 수출경쟁력:한국, 일본, 미국에 대하여", 산업경제연구, 제23권 제1호, 2010, pp. 273-286
 18) 심재희, "한·미 FTA에 대비한 국산 가전제품의 대비 경쟁력 분석과 시사점", 상업교육연구, 제24권 제1호, 2010, pp. 347-369.

가전산업의 진입 장벽을 높였다. 한국 가전기업은 반드시 중국 가전기업과의 상호 보완형 전략 협력을 강화하고, 대중국의 기술 이동 강도를 높여지고 제품 범위를 적당히 축소해야 하며, 이것은 한중 양국의 가전산업 공동발전에 도움이 될 것이다.¹⁹⁾

姜荣荣(2017)은 일본 가전기업보다 중국과 한국 가전기업이 비교적 늦은 만큼 후발의 우세하며, 선진 기술에 대한 모방적 차용은 후발 업체를 시작부터 비교적 높은 출발점에 놓이게 하고, 많은 시행착오를 줄일 수 있다. 이 점에서 일본 가전기업은 신흥 시장에 경쟁력이 부족하여 일본 기업들이 기술과 높은 이윤을 닫고 최첨단 고부가가치의 제조업으로 변신하고 있다.²⁰⁾

김지현(2019)은 한국과 중국의 전기·전자산업이 인도 시장에서 무역구조를 비교분석하고 교역 증대의 방안을 도출하기 위해 시장점유율(MS), 무역특화도(TSI), 수출평편지수(EBI)를 이용하여 2010년~2017년 기준으로 경쟁력을 제시하였다. 전기·전자산업이 반도체, 정보통신기기, 컴퓨터, 가전기기 4개 제품군으로 분류했으며, HS코드 4단위 품목이 기준으로 반도체 제품군이 7개, 정보통신기기 제품군이 10개, 컴퓨터 제품군이 4개, 가전기기 제품군이 28개 품목을 사용하여 제품군 경쟁력을 산출하였다. 한국의 교역구조 개선과 수출증대를 위해 첫째, 인력공급이 필요하며, 창의융합형 인재양성을 위한 교육 시스템의 혁신이 이뤄져야 한다. 둘째, 고차의 기술개발 연구, 원재료의 해외의존도 감소를 위한 원자재가격인하, 핵심부품 국제상산 등에 대한 지원이 필요하다. 셋째, 인도 시장의 특성을 파악하고, 제조 기반 지식집약 분야의 증대로 미래의 산업형태 변화에 대응해야 한다. ²¹⁾

金伦秀(2020)은 한국, 중국과 일본의 전자산업 발전과정과 수출입 현황에 대한 살펴볼 통해 무역특화지수(TSI), 상대무역우위지수(RTA), 시장비교우위지수(MCA)를 이용하여 한 중 일 전자산업의 국제경쟁력을 비교 분석했다. 그러기 위해 공기조절기, 냉장고, 컴퓨터 3가지 품목을 기준으로 세계 전자산업의 주요 수출입국가의 일본, 중국, 한국, 미국, 유럽에 대상으로 전자산업의 경쟁력이 비교 분석했다.²²⁾

2. 경쟁력 분석에 관한 연구

김희철(2013)은 한국과 칠레 FTA를 대상으로 FTA 체결 전후 한국의 수출입 및 무

19) 刘旭, “韩国家电产业投资及其影响研究”, 现代产业经济, 第1期, 2013年3月, pp.73-77.

20) 姜荣荣, “日本家电行业的转型及其对我国的启示”, 经济论坛, 2017, p.113.

21) 김지현, "한국과 중국 전기전자산업의 대 인도 교역구조 비교에 대한 연구" e-비즈니스연구, 제 20권 제2호, 2019, pp. 263-279.

22) 金伦秀, “韩中日电子产业的国际竞争力比较研究”, 中国矿业大学 大学院, 2020

역수의 변화를 분석하고, 시장점유율분석, 무역특화지수(TSI), 시장비교우위지수(MCA), 수출결합도지수(IOT) 등 경쟁력 측정방법을 활용하여 한국 수출산업이 칠레에 대한 경쟁력변화를 종합적으로 분석하였다. FTA 발효 이후 대부분 산업에서 칠레 수입시장점유율, 무역특화지수, 시장비교우위지수의 변화가 크지 않아 한국 수출산업이 칠레에 대한 경쟁 역력 변화에는 크게 영향을 미치지 않은 것을 밝혔다.²³⁾

김지용(2017)은 시장점유율지수(MSI), 수출편향지수(EBI), 시장별비교우위지수(MCA)를 이용하여 중국산 ICT 품목이 한국에 대한 경쟁력을 살펴보았다. 이를 위해 다양한 ICT 품목군 중 컴퓨터 및 주변기기 품목의 HS코드 6단위 16개 품목을 선정하였다.²⁴⁾

도고레 에드가(2018)는 한국, 중국, 일본, 독일, 미국 5개국의 자동차산업의 국제경쟁력에 대해 분석하였다. 이를 위해 세계 시장점유율, 무역특화지수, 현시비교우위지수를 이용하며, 2007년~2016년 기간을 중심으로 SITC 6개 품목을 기준으로 5개국의 자동차산업의 경쟁력이 비교 분석하였다.²⁵⁾

한승권, 최장우(2018)은 한국화장품산업의 수출경쟁력을 중국 시장에 대한 분석하여 수출경쟁력 제고 방안 및 시사점을 도출하였다. 이를 위해 현시비교우위지수(RCA), 시장비교우위지수(MCA), 무역특화지수(TSI)를 분석 도구로 2017년에서 2016년 사이의 UN Comtrade 데이터와 한국무역협회 통계자료를 이용하여 연구를 진행하였다. RCA를 통해서는 한국 화장품이 세계시장에서 어느 정도 수출경쟁력이 있는지를 분석하고, MCA를 통해서는 한국 화장품이 중국 시장에서의 경쟁력을 살펴보았다. 그리고 RCA와 MCA를 함께 비교하여 특정 화장품의 세계시장과 중국 시장에서의 경쟁력 정도를 상호비교 분석하였다. 마지막으로 TSI를 통해서는 한국 화장품이 어느 정도 수출에 특화되어 있는지를 분석하였다.²⁶⁾

김지현(2019)은 시장점유율(MS), 수출편향지수(EBI), 수출결합도(IE)를 이용하여 반도체 산업을 중심으로 한국과 중국이 베트남 시장에 대한 수출경쟁력을 분석하고 대응 방안 도출하였다. 이를 위해 HS코드 6단위 9개 품목을 연구대상으로 2013~2017년을

23) 김희철, "한국 수출산업의 대칠레 경쟁력 변화에 관한 연구:한·칠레 FTA체결 전후 비교를 중심으로", 기업경영연구, 제20권 제5호, 2013, pp. 265-280.

24) 김지용, "중국산 ICT 품목의 대 한국시장 경쟁력 분석:컴퓨터 및 주변기기 품목을 중심으로", 통상정보연구, 제9권 제4호, 2017, pp. 127-145.

25) 도고레 에드가, "자동차산업 국제경쟁력 비교 연구:한 중 일 독 미국을 중심으로", 동아대학교 대학원, 2018.

26) 한승권, 최장우, "우리나라 화장품산업의 대중국 수출경쟁력 분석", 통상정보연구, 제20권 제1호, 2018, pp. 111-130.

연구 기간으로 한국무역협회와 UN Comtrade에서 데이터를 구하여 한국과 중국의 경쟁 관계를 분석하였다. 27)

백은영(2019)은 한국과 일본 간에 소재 산업의 상품무역 경쟁력과 함께 무형의 기술무역 경쟁력을 분석하기 위해 현시비교우위지수(RCA)와 주요국과의 무역특화지수(TSI)를 이용하였다. 한국과 일본의 소재 산업 유형의 상품경쟁력은 UN Contrade 데이터를 활용하여 분석한 ISTANS의 현시비교우위지수를 이용하여 파악하였고 무형의 기술무역경쟁력 분석은 기술무역 데이터를 이용한 무역특화지수로 분석하였다. 무역특화지수는 국가 간 산업별 경쟁력 비교에는 양국 간 상대적 경쟁력을 비교할 수 있는 것이다. 현시비교우위지수는 글로벌 시장에서의 경쟁력을 비교할 수 있는 것이다.28)

권기수(2019)는 브라질 시장에서 한국의 수출경쟁력을 종합적으로 평가하기 위해 현시비교우위지수(RCA), 수출결합도(ESI), 불변시장점유율(CMS) 등 분석방법을 이용한다. 현시비교우위지수는 브라질 시장에서 한국제품의 경쟁력변화를 살펴볼 수 있고 비교우위를 갖고 있는 제품을 판단할 수 있고 다른 경쟁국과 비교해 한국제품의 경쟁력 수준을 측정할 수 있는 것이다. 수출결합도는 특정시장에서 두 수출국의 상품별 수출구조가 얼마나 유사한지, 즉 두 국가의 수출구조가 경쟁력이 가진 것을 판단할 수 있다. 불변시장점유율은 특정국가의 시장점유율 변화를 다양한 요소로 분해하고 각각의 요소가 수출성장 변화에 기여한 정도를 설명하는데 유용하다는 평가를 받는다. 29)

라공우, 송진구(2020)는 UN Comtrade DB를 활용하여 한국의 대인도네시아 관력 무역 통계량을 추출할 것이며, 한국의 화장품, 의약품 등의 인도네시아 수출상품 중 할랄인증과 관련된 품목을 HS코드 4단위로 하여 선하여 현시비교우위지수, 무역특화지수와 수출경합도지수를 이용해 경쟁국인 중국, 일본과의 국제경쟁력을 분석하여 시사점을 제시하였다.30)

27) 김지현, "한·중 반도체 산업의 대베트남 수출경쟁력 변화에 대한 연구", 통상정보연구, 제21권 제1호, 2019, pp. 83-100.

28) 백은영, "한·일 소재산업의 무역경쟁력 연구:기술무역을 중심으로", 통상정보연구, 제21권 제4호, 2019, pp. 111-133.

29) 권기수, "브라질 세장에서 한국의 수출경쟁력 분석", 포르투갈-브라질 연구, 제16권 제1호, 2019, pp. 111-146.

30) 라공우, 송진구, "인도네시아 할랄시장에서 한국 화장품과 의약품의 국제경쟁력에 관한 연구", 통상정보연구, 제22권 제3호, 2020, pp.283-305.

제2절 데이터 수집

한국과 일본이 중국에 대한 주요 가전제품 수출품목의 경쟁력을 비교 분석하기 위하여 이용한 데이터는 한국무역협회와 UN Comtrade에서 제공하고 있는 HS코드 4단위 품목의 수출입액 데이터이다. 이는 국제통일상품분류체계인 HS코드를 국제적 동일하게 4단위까지 적용하기에 비교연구를 적용하는 것이다.

한국무역협회 무역통계의 데이터를 바탕으로 2010년부터 2019년까지 한국의 가전 제품이 중국 시장에 대해 19개 대표적인 수출품목(HS코드 4단위)을 수집하였다. 그리고 한국과 중국 각각 대세계의 수출입액 데이터는 한국무역협회 무역통계를 이용하여 데이터 수집하였다. 본도에서는 데이터의 동일성을 유지하기 위해 전 연구에서 사용된 데이터 단위가 달러로 사용하였는데, 한국무역협회에서 제공하는 일본에 관련된 데이터의 단위가 일치하지 않음으로써 일본에 관련된 데이터를 UN Comtrade에서 수집하였다. 또는 세계의 가전제품 19개 대표적인 수출품목(HS코드 4단위)의 데이터는 UN Comtrade에서 제공한 데이터로 수집하였다.

본 연구에서 모든 품목별 수출입액 데이터는 한국무역협회와 UN Comtrade에서 제공하는 데이터를 사용하였다. 그리고 한국무역협회에서 제공하는 데이터와 UN Comtrade에서 제공하는 데이터는 일치하는 것이다.

제3절 경쟁력 측정방법

본 연구에서는 한국과 일본의 가전제품이 중국 시장에 대한 경쟁력 비교분석을 목적으로 하고 있다. 이를 위해 가전제품 품목군 중의 19개 품목을 선정하였고, 품목별로 경쟁력이 살펴봄으로써 연구 목적을 달성하고자 하였다. 먼저 본 연구에서 선정한 조사 대상 품목들은 다음 <표3-1>과 같다. 경쟁력 변화추세와 최근의 동향을 파악하기 위해 연구 기간은 2010년부터 2016년까지로 선정하였다.

<표3-1> 가전제품 HS코드

HS코드	세부품목
8414	진공펌프(선풍기, 레인지후드)
8415	공기조절기
8418	냉장고
8421	원심분리기(탈수기, 정수기)
8422	접시세척기
8450	가정형 세탁기
8479	증발식 에어컨
8508	진공청소기
8509	가전용 전기기기(믹서, 주방용쓰레기처리기)
8510	면도기
8516	가열기 (라디에이터, 전자레인지, 헤어드라이어, 커피탕기)
8518	마이크로폰
8519	음성재생기(전화응답기)
8521	영상기록용 기기(DVD)
8525	송신기기(디지털 카메라)
8527	라디오방송용 수신기기
8528	프로젝터
8529	안테나
8543	기타 전기기기

주: 표의 내용은 한국무역협회, 김지현(2019)을 참조

한편, 양국이 특정국에 대한 특정 산업군에 속하는 품목의 경쟁력 정도를 비교분석하

는 방법은 다양하게 제시되고 있는데 본 연구에서는 시장점유율(MSI), 무역특화지수(TSI), 수출편향지수(EBI), 수출결합도(IE) 현시비교우위지수(RCA)를 활용하여 연구 목적을 달성하고자 하였다.

(1) 시장점유율(MSI)

시장점유율(Market Share Index, MSI)은 특정 국가에서 각국의 경쟁력을 비교하기 위해 널리 쓰이는 지표로 특정 수입시장 전체의 수입액에서 수출국의 차지하는 비중은 나타내는 것이다. 특정 국가의 대상 국가에서 차지하는 시장점유율을 알아보기 위해 지수로 작성되는데, 지수가 높을수록 대상 국가에서 해당 품목이 비교우위에 있다는 뜻이다. 해당 품목의 대상 국가에 대한 시장점유율이 어느 정도 이상이어야 경쟁력을 확보하였다고는 단언할 수 없으나 50% 이상의 점유율을 일정 기간에 기록한다면 이 품목 경쟁력은 상당한 것이라고 판단할 수 있다. MSI는 다음과 같은 식으로 표시된다.

$$MSI_{ik}^j = \frac{X_{ik}^j}{M_k^j} \times 100$$

MSI_{ik}^j I국의 k국에 대한 j품목 시장점유율

X_{ik}^j I국의 k국에 대한 j품목 수출

M_k^j k국의 j품목 총수입

본 연구에서는 더욱 명확하고 자세하게 해당 품목이 대상 국가에서 어느 정도의 경쟁력이 있는지 확보하기 위해 시장점유율의 판단 기준이 5개 그룹으로 분류된다. 해당 품목의 시장점유율이 $50 \leq MSI < 100$ 이면 대상 국가에서 높은 경쟁력이 있다고 판단할 수 있다. $30 \leq MSI < 50$ 이면 해당품목이 대상 국가에서 약간 높은 경쟁력이 있다고 판단할 수 있다. 시장점유율이 $10 \leq MSI < 30$ 이면 해당품목이 대상 국가에서 약간 낮은 경쟁력이 있다고 판단할 수 있다. $1 \leq MSI < 10$ 면 해당품목이 대상 국가에서 낮은 경쟁력이 있다고 판단할 수 있다. 시장점유율이 $0 < MSI < 1$ 이면 해당 품목의 대상 국가에서 매우 낮은 경쟁력이 있는 것을 의미한다.

(2) 무역특화지수(TSI)

애덤 스미스(Adam Smith)가 [국부론]을 제기한 이래는 전 세계에서 경쟁력 평가에

대한 연구가 지속적 이루어지고 있다. 경제학 국제경쟁력의 대표적인 모델로는 무역특화지수(Trade Specialization Index, TSI), 시장비교우위지수(Market Comparative Advantage, MCA), 현시비교우위지수(Revealed Comparative Advantage Index, RCA)가 있다. 이들 모델은 무역 성과를 기준으로 수출경쟁력을 평가한다. 무역특화지수는 국제경쟁력지수(International Competitive Power Index)라고도 한다.

$$TSI_k^j = \frac{X_{ik}^j - M_{ik}^j}{X_{ik}^j + M_{ik}^j}$$

TSI_k^j I국의 j품목이 k국에 대한 무역특화도

X_{ik}^j I국의 k국에 대한 j품목 수출

M_{ik}^j I국의 k국에 대한 j품목 수입

특정 국가의 해당 품목이 대상 국가에서 총수출액과 총수입액을 이용해 상품의 비교우위를 나타내는 지표이고 특정 국가의 해당 품목이 수출에 특화되어 있는지 또는 수입에 특화되어 있는지를 보여주는 지수이다.³¹⁾ TSI는 다음과 같은 식으로 표시된다. 무역특화지수의 범위는 -1에서 1 사이에 있다. TSI_k^j 가 0일 때 비교우위 중립수준이고, 지수 값이 1이면 수입이 없이 수출만으로 얻는 완전수출특화의 상태를 의미한다. 만약 지수 값이 -1이면 수출이 전혀 없이 수입만 한다면, 완전수입특화 상태가 되는 것이다. 무역특화지수가 0 이사 1 이하이면 I 국가는 j 품목에서 비교우위에 있는 것을 의미하며, j 품목은 수출특화품목으로 평가되는 것이다. 무역특화지수가 0보다 낮으며 I 국가는 j 품목에서 비교열위를 나타내고, j 품목은 수입특화산업으로 평가되는 것이다. 따라서 TSI_k^j 값이 1에 가까울수록 k 국에서 경쟁력이 강화되는 것으로 볼 수 있다. 반대로 -1에 가까울수록 k 국에서 경쟁력이 약화하는 것으로 볼 수 있다.

(3) 수출편향지수(EBI)

수출편향지수(Export Bias Index, EBI)는 특정 국가의 대상 국가로 총 상품수출액 대비 특정상품의 수출액을 나타내는 것으로, 이렇게 수출편향지수는 대상 국가에서 특정 국가 해당 품목의 집중도를 얼마나 수출되고 있는지를 파악해 볼 수 있는 지수이

31) 라공우, 송진구, "인도네시아 할랄시장에서 한국 화장품과 의약품의 국제경쟁력에 관한 연구", 통상정보연구 제22권 제3호, 2020, pp. 283-305.

며, 수출경쟁력을 살펴볼 수 있는 가장 기본적으로 자료이다. 32) EBI는 다음과 같은 식으로 표시된다.

$$EBI_{ik}^j = \frac{X_{ik}^j / X_i^j}{X_i^k / X_i}$$

EBI_{ik}^j I국의 j품목이 k국에 대한 수출편향지수

X_{ik}^j I국의 k국에 대한 j 품목 수출

X_i^j I국의 j품목 수출

X_i^k I국의 k국에 대한 총수출

X_i I국의 총수출

수출편향지수가 1 이상이면 대상 국가에서 특정 국가 상품의 시장집중도가 높다는 것을 의미하며, 이는 특정 국가의 해당 품목 수출량이 많다는 것으로 해석할 수 있다.

33) 본고에서는 수출편향지수의 판단 기준을 5개 그룹으로 분류된다. 해당 품목의 수출편향지수가 $3.0 \leq EBI$ 이면 상대국가에 대한 수출집중도가 매우 높은 것을 의미한다. 수출편향지수가 $1.5 \leq EBI < 3.0$ 이면 상대국가에 대한 수출집중도가 높은 것임을 알 수 있다. $1.0 \leq EBI < 1.5$ 이면 해당 품목이 상대국가에 대한 약간 높은 수출집중도가 있음을 알 수 있다. $0.5 \leq EBI < 1.0$ 이면 해당 품목이 상대국가에 대한 약간 낮은 수출집중도가 있는 것을 의미한다. 마지막 해당 품목의 수출편향지수가 $0.0 \leq EBI < 0.5$ 이면 상대국가에 대한 수출집중도가 낮은 것을 의미한다. 따라서 수출편향지수가 클수록 특정 국가의 해당 품목이 상대국가에 대한 수출집중도가 높아지는 것을 판단할 수 있는 것이다.

(4) 수출결합도(IE)

수출결합도(Intensity of export, IE)지수는 특정 국가의 해당 품목과 대상 국가의 수출결합도하고 대상 국가와 세계시장의 해당 품목 수출결합도를 비교하는 지수이다. 이 지수가 1 이상이면 두 국가 간의 수출의존도가 세계시장에 대한 수출의존도보다

32) 김지용, "중국산 ICT 품목의 대 한국시장 경쟁력 분석", 통상정보연구 제19권 제4호, 2017, pp. 127-145.

33) 김지현, "한국과 중국 전기전자산업의 대 인도 교역구조 비교에 대한 연구", e-비즈니스연구 20(2), 2019, pp. 263-279.

더 높다는 것을 의미한다. 그래서 두 국가 간의 수출결합 정도가 상승하면 해당 품목이 비교우위에 가깝다는 것이고, 하락하면 비교열위에 가깝다는 것을 의미한다. 34) IE는 다음과 같은 식으로 표시된다.

$$IE_{ik}^j = \frac{X_{ik}^j / X_i}{M_k^j / M_w}$$

IE_{ik}^j I국의 j품목이 k국에 대한 수출결합도

X_{ik}^j I국의 k국에 대한 j품목 수출

X_i I국의 총수출

M_k^j k국의 j품목 총수입

M_w 세계의 총수입

이 식에서는 IE_{ik}^j 가 I국의 j 품목이 k 국에 대한 수출결합도이며, IE_{ik}^j 값이 1 이상으로 나타내면 k 국에 대한 I 국의 j 품목이 수출 관계에 있다고 판단할 수 있다. 반대로 지수 값이 1 이하로 나타내면 k 국에 대한 I 국의 j 품목이 수출 소원(疏遠)관계에 있다고 판단할 수 있다. 따라서 IE_{ik}^j 값이 클수록 I 국의 j 품목이 k 국에 대한 수출 밀접관계가 심화하는 것을 의미한다.

(5) 현시비교우위지수 (RCA)

현시비교우위지수(Revealed Comparative Advantage, RCA)는 무역데이터를 통해 세계시장에서 특정품목의 수출경쟁력을 분석하는데 유용한 국제경쟁력 지수로 널리 활용되고 있으며, 각국의 비교우위 체제를 검토하기 위해 B.Balassa(1965, 1977, 1986)가 고안한 비교우위지수이다. RCA 지수는 특정 국가의 특정품목이 세계시장 점유율을 특정국의 세계시장 점유율로 나눈 값임과 동시에 특정 국가의 특정품목 수출 비중을 세계시장에서의 특정품목 수출 비중으로 나눈 값이다. 따라서 RCA 지수는 나라별 시장점유율과 품목별 시장점유율을 동시에 고려하여 국가 간의 경쟁력을 비교하는 것이 가능하다.35)

34) 김지현, "한·중 반도체 산업의 대베트남 수출경쟁력 변화에 대한 연구", 통상정보연구 제21권 제1호, 2019, pp. 83-100.

35) 한승권, 최장우, "우리나라 화장품산업의 대중국 수출경쟁력 분석", 통상정보연구 제20권 제1호,

$$RCA_{ij} = \frac{EX_{ij}/WEX_j}{TEX_i/TWEX} = \frac{EX_{ij}/TEX_i}{WEX_j/TWEX}$$

EX_{ij} I국의 j품목 수출액

WEX_j 전 세계의 j품목 수출액

TEX_i I국의 총 수출액

$TWEX$ 전 세계 수출액

이론상 RCA 지수의 범위는 $0 \leq RCA \leq \infty$ 에 속하게 되는데, 실제로 지수 값이 10 이상의 경우는 거의 없다고 보를 수 있으며, 일반적인 상황은 $0 \leq RCA \leq 10$ 의 범위에 속하게 된다. RCA 지수가 1보다 크면 I국의 j 품목은 수출경쟁력 비교우위를 갖는다고 판단할 수 있고, 1보다 적으면 I국의 j 품목은 수출경쟁력 비교열위가 있음을 의미하게 된다. 36) 본 고에서는 B.Balassa(1965)가 제시한 현시비교우위지수의 등급 기준에 따라 이 지수가 4개 그룹으로 분류된다. 지수 값이 $2.5 \leq RCA$ 이면 해당품목이 국제시장에서 매우 강력한 경쟁력이 있다고 판단할 수 있다. $1.25 \leq RCA < 2.5$ 이면 해당품목이 국제시장에서 강력한 경쟁력이 있다고 판단할 수 있다. $0.8 \leq RCA < 1.25$ 이면 국제시장에서 해당품목의 경쟁력이 보통 수준에 있다고 판단할 수 있다. RCA 지수 값이 0.8 이하이면 특정국가의 해당품목이 국제시장에서 약한 경쟁력이 있는 것을 의미한다.

2018, pp. 111-130.

36) 김주리, "RCA-CAC분석을 통해 본 한국의 대EU 수출경쟁력", EU연구 제50호, 2018, pp. 73-105.

제4장 한국과 일본 가전제품의 경쟁력 분석

제1절 시장점유율(MSI) 결과

1. 한국 대 중국 가전제품의 시장점유율(MSI) 분석결과

<표4-1>을 중국수입시장에서 한국 가전제품의 시장점유율을 2010년~2019년 기간에 대해 보여주고 있다. HS코드 진공펌프(8414)는 2010년 5.38% 낮은 점유율에서 2016년 12.56%로 상승하였으나 2017년 10.93%로 소폭 하락하다가 다시 상승하였다. 중국 시장에 점유율을 2019년 12.07%로 도달하였다. HS코드 공기조절기(8515)는 2010년 17.60%에서 2013년 28.66%로 시장점유율을 상승하였으나 2014년부터 2019년까지 지속적인 하락하여 2019년 14.28%로 비교적인 낮은 점유율이 도달하였다. HS코드 냉장고(8418)는 2010년~2019년 기간에 시장점유율을 6.98%에서 15.84% 사이를 오르내렸다. 특히 2017년 이후에 하락한 추세를 보여 2019년 7.08%로 낮은 점유율이 도달하였다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년 2.77%의 낮은 시장점유율에서 2013년 8.81%로 상승하고 2013년부터 2017년까지 소폭 오르내리다가 2018년부터 상승한 추세를 보였다. 2019년에 10.66%의 약간 낮은 점유율로 도달하였다. HS코드 8422(접시 세척기)는 2010년 2.45%의 낮은 시장점유율에서 2013년 4.22%로 상승하였으나 2014년 소폭 하락하다가 2016년 5.58%로 상승하여 다시 하락한 추세를 보였다. 2019년 3.77%로 하락하였다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 24.01%의 약간 낮은 시장점유율에서 2011년 19.18%로 하락하다가 2014년까지 56.04%의 높은 점유율로 상승하였으나 2014년부터 2018년까지 29.44%로 지속적인 하락하였다. 2019년에 29.77%로 약간 상승하였다. HS코드 증발식 에어컨(8479)는 2010년 14.38%의 약간 낮은 점유율에서 2013년 22.17%로 상승하다가 2014년 15.94%로 하락하였다. 2014년부터 2019년까지 15%~23% 사이의 약간 낮은 점유율을 오르락내리락하였다. 2019년 17.67%로 도달하였다. HS코드 진공청소기(8508)는 2010년~2013년 시장점유율이 12%~18% 사이의 약간 낮은 점유율을 오르락내리락하였다가 2014년 8.41%로 하락하고 이후에 지속적인 하락하여 2019년 0.30%의 매우 낮은 점유율로 도달하였다. HS코드 8509(8509)는 2010년 2.06%의 낮은 점유율에서

2014년까지 지속적인 크게 상승하여 2014년 50.59%의 높은 점유율로 상승하였다. 이후에 다시 지속적인 크게 하락하여 2019년 4.98%의 낮은 점유율로 하락하였다. 한국의 가전용 전기기기는 중국 시장점유율의 상승 폭과 하락 폭이 매우 크다. HS코드 면도기(8510)는 2010년~2012년 약 3%의 낮은 점유율을 유지하다가 2013년 1.19%로 하락하였다. 2014년~2019년 중국 시장점유율은 1% 미만이고 매우 낮은 시장점유율에 따라 중국에서의 경쟁력도 거의 상실하는 것을 보인다.

<표4-1> 한국 가전제품 대중국의 품목별 MSI

(단위: %)

HS \ 연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	5.38	6.83	7.21	9.61	8.89	11.16	12.56	10.93	11.32	12.07
8415	17.60	20.84	26.74	28.66	27.57	24.73	20.32	16.21	14.70	14.28
8418	10.91	6.98	9.05	11.07	15.84	14.74	13.06	13.75	8.64	7.08
8421	2.77	3.08	3.52	8.81	7.12	8.18	8.44	7.14	10.17	10.66
8422	2.45	2.80	3.90	4.22	3.93	4.22	5.58	5.08	4.42	3.77
8450	24.01	19.18	37.83	48.73	56.04	52.27	48.41	36.61	29.44	29.77
8479	14.38	15.85	16.06	22.17	15.94	21.48	18.41	16.05	19.23	17.67
8508	13.38	12.13	13.96	17.25	8.41	6.28	2.80	0.47	0.41	0.30
8509	2.06	11.92	20.12	44.61	50.69	39.03	25.05	12.94	5.11	4.98
8510	3.15	3.42	3.07	1.19	0.38	0.39	0.39	0.17	0.14	0.32
8516	11.18	10.28	9.08	11.00	10.87	11.25	9.54	6.71	5.63	5.64
8518	11.54	9.71	9.07	9.54	8.34	5.11	3.13	2.28	2.38	2.46
8519	0.28	0.78	2.77	0.78	3.69	4.97	0.31	0.98	0.59	1.47
8521	4.12	3.29	0.81	3.07	2.72	1.15	0.56	0.36	0.95	2.20
8525	0.34	0.26	0.29	0.13	0.16	8.30	35.63	20.12	1.87	1.68
8527	13.67	38.69	53.11	31.04	21.50	19.37	7.21	1.75	0.36	0.45
8528	2.38	4.54	4.63	4.51	3.28	5.79	7.81	6.06	5.44	8.54
8529	16.72	18.21	17.04	24.83	22.24	22.98	19.07	30.65	26.77	34.78
8543	27.01	35.83	52.51	69.47	63.59	37.69	4.12	4.97	4.85	5.26

자료: 한국무역협회 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://stat.kita.net/stat/istat/>, 2020).

HS코드 가열기(8516)는 2010년부터 2016년까지 중국 시장점유율이 9%~12% 사이의 소폭 오르락내리락하다가 2017년 6.71%로 하락하여 2018년 5.63%, 2019년 5.64%의 낮은 점유율로 나타났다. 마이크로폰(8518)은 2010년부터 2014년까지 중국 시장점유율이 8%~12% 사이의 소폭 오르락내리락하다가 2015년 5.11%, 2016년 3.13%로 하락하고 2017년부터 2019년까지도 약 2%의 낮은 점유율을 유지하여 중국 시장의 경쟁력이 매우 낮은 것이 보인다.

HS코드 음성재생기(8519)는 2010년~2019년 10년 동안 중국 시장점유율이 낮게 보여, 특히 2010년 0.28%의 매우 낮은 점유율을 보이고 10년 동안 가장 높은 시기가 2015년의 4.97%이다. 2019년 겨우 1.47%의 점유율이 있으며 한국의 음성재생기가 중국 시장에서 경쟁력이 매우 낮게 보인다. HS코드 영상기록용 기기(8521)는 2010년~2019년 중국 시장점유율이 5% 이하의 낮은 점유율을 유지하여 경쟁력이 매우 낮게 보인다. HS코드 송신기기(8525)는 2010년~2014년 1% 이하의 매우 낮은 점유율을 유지하여 2015년 8.30%, 2016년 35.63%로 크게 상승하다가 2017년 20.12%, 2018년 1.87%로 대폭 하락하여 2019년 1.68%의 낮은 점유율로 하락하였다. HS코드 라디오방송용 수신기기(8527)는 2010년 13.67%에서 2012년 53.11%의 높은 점유율로 크게 상승하다가 2013년부터 2019년까지 지속적인 대폭 하락하여 2018년 0.36%, 2019년 0.45%로 1% 이하의 매우 낮은 점유율이 나타났다. 근년에 한국의 라디오방송용 수신기기가 중국 시장의 경쟁력이 거의 상실하는 것을 보인다.

HS코드 프로젝터(8528)의 중국 시장점유율이 2010년 2.38%, 2019년 8.54% 이으며 10년 동안 이사이의 오르락내리락하였다. 전 기간 시장점유율이 낮지만 10년 전보다 상승하여 중국 시장의 경쟁력도 약간 상승하는 것이 보인다. HS코드 안테나(8529)의 중국 시장점유율은 2010년부터 2016년까지 16%~25% 사이의 오르락내리락하다가 2017년 30.65%, 2018년 26.77%, 2019년 34.78%의 약간 높은 점유율로 상승하였으며 중국 시장의 경쟁력이 향상하고 있는 것이 보인다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 2011년 16.72%의 약간 낮은 시장점유율에서 지속적인 상승하여 2013년 69.47%, 2014년 63.59%의 높은 시장점유율로 상승하다가 2014년 이후에 지속적 대폭 하락하여 2018년 4.85%의 낮은 점유율로 하락하였다. 2019년까지 4년 동안 6% 이하의 낮은 점유율을 유지하는 것이 보면 전에 경쟁력이 강한 한국 기타 전기기기는 근년의 경쟁력이 매우 낮아졌다.

<표4-2>는 2010년~2019년 한국 가전제품의 대중국 시장점유율 평균 지수를 제품군으로 분류한 표이다. 10년간에 평균 시장점유율을 중심으로 분석한 경우는 ②그룹에

속한 가정형 세탁기(8450, 38.23%), 기타 전기기기 (8543, 30.53) 품목이 30% 이상의 수지를 보여 중국 시장에 대한 시장점유율이 비교적 높은 것이 분석되었다. ③그룹에 속한 공기조절기(8515, 21.16%), 냉장고(8418, 11.11%), 증발식 에어컨 (8479, 17.72%), 가전용 전기기기(8509, 21.65%), 라디오방송용 수신기기(8527, 18.72%), 안테나(8529, 23.33%) 품목이 10% 이상 30% 이하의 점유율을 보여 중국 시장에 대한 점유율이 약간 낮은 것으로 분석되었다. 2019년의 기준으로 중국 시장점유율을 살펴보면 점유율이 가장 크게 나타난 품목은 안테나(8529, 34.78%)이고 그다음에 높은 점유율 접근하는 가정형 세탁기(8450, 29.77%) 이으며 증발식 에어컨 (8479, 17.67%), 공기조절기(8515, 14.28%), 진공펌프(8414, 12.07%), 원심분리기 (8421, 10.66%) 품목 순으로 나타났다.

<표4-2> 한국 가전제품의 대중국 시장점유율(2010~2019년) 평균치

품목군	분류기준	품목명 및 평균치
①그룹	높음 50 ≤ MSI < 100	
②그룹	약간 높음 30 ≤ MSI < 50	가정형 세탁기[38.23], 기타 전기기기[30.53]
③그룹	약간 낮음 10 ≤ MSI < 30	공기조절기[21.16], 냉장고[11.11], 증발식 에어컨 [17.72], 8509[21.65], 라디오방송용 수신기기[18.72], 안테나[23.33]
④그룹	낮음 1 ≤ MSI < 10	진공펌프[9.60], 원심분리기[6.99], 8422[4.04], 진공청소기[7.54], 면도기[1.26], 가열기[9.12], 마이크로폰[6.36], 음성재생기[1.66], 영상기록용 기기[1.92], 송신기기[6.88], 프로젝터[5.30]
⑤그룹	매우 낮음 0 < MSI < 1	

주: [] 안은 평균치

2. 일본 대 중국 가전제품의 시장점유율(MSI) 분석결과

<표4-3>은 2010년부터 2019년까지 중국 시장에서 일본 가전제품의 시장점유율을

추계한 결과이다. 품목별로 10년간의 변화를 살펴보면 HS코드 진공펌프(8414)의 중국 시장점유율은 2010년 18.40%에서 2014년 13.51%의 약간 낮은 점유율로 하락하다가 2018년 18.89%로 다시 상승하였으며 2019년 소폭 하락하여 17.55%로 도달하였다. HS코드 공기조절기(8515)는 2010년 34.40%에서 2012년 36.86%의 약간 높은 점유율로 상승하다가 2015년 28.14%로 약간 낮은 점유율로 하락하였으나 2016년 다시 32.34%로 상승하지만 2019년까지 지속적인 소폭 하락하여 26.19%로 도달하였다. HS코드 냉장고(8418)의 중국 시장점유율이 2010년 17.07%의 약간 낮은 점유율에서 2019년 7.84%의 낮은 점유율로 10년간 전체적으로 하락추세를 보인다. 물론 2015년 7.33%와 2016년 8.25%로 소폭 상승하고 2019년도 전년보다 소폭 상승하여 7.84%로 도달하였다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년 17.46%의 약간 낮은 점유율에서 2015년 9.26%의 낮은 점유율로 하락하다가 2017년까지 12.27%로 소폭 상승하였으나 다시 하락추세를 보여 2019년 8.76%의 낮은 점유율로 도달하였다. HS코드 8422 (접시 세척기)는 2010년부터 2019년까지 10년 동안 7.91%~11.04% 사이의 오르락내리락하였고 2019년 전년보다 하락추세를 보여 8.71%의 낮은 점유율로 도달하였다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 2010년 11.95%의 약간 낮은 점유율에서 2012년 14.69%로 상승하다가 2019년까지 지속적인 하락하여 2019년 4.39%의 낮은 점유율로 도달하였다. HS코드 증발식 에어컨(8479)는 2010년~2019년 10년 동안 2011년 31.53%의 점유율이 가장 높게 나타나고 2015년까지 22.18%의 약간 낮은 점유율로 하락하였으나 2017년 27.34%로 상승하다가 2018년 25.01%, 2019년 24.34%로 조금씩 내려가고 있다.

HS코드 진공청소기(8508)는 2010년 8.22%의 낮은 점유율에서 10년 동안 지속적인 하락하여 2019년 0.38%의 매우 낮은 점유율로 하락하였다. 중국에서의 경쟁력이 완전히 상실하는 것이 보인다. HS코드 8509(8509)는 2010년 3.31%에서 2012년 9.47%로 상승한 후에 2019년까지 5.40%~9.46% 사이의 오르락내리락하였으나 2019년 전년보다 하락추세를 보여 6.58%로 도달하였다. 면도기(8510)는 2010년 13%의 약간 낮은 점유율에서 지속적인 하락하여 2018년 1.98%의 낮은 점유율로 나타나다가 2019년 소폭 상승추세를 보여 2.26%로 올라갔다. HS코드 가열기(8516)의 중국 시장 점유율이 전체적으로 보면 2010년 12.55%의 약간 낮은 점유율에서 2019년 4.90%의 낮은 점유율로 하락하였으나 물론 2013년 9.44%, 2015년 9.54%, 2016년 10.45%로 전년보다 소폭 상승하였다. HS코드 마이크론(8518)은 2010년 2.74%에서 2013년 0.72%로 하락하였고 2013년부터 2018년까지 1 이하의 매우 낮은 점유율을 유지하다

가 2019년 1.03%로 상승하였다. 하지만 그래도 중국 시장의 경쟁력이 낮은 것을 보이다.

<표4-3> 일본 가전제품 대중국의 품목별 MSI

(단위: %)

HS \ 년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	18.40	15.91	15.43	14.35	13.51	14.22	16.56	18.06	18.89	17.55
8415	34.40	35.42	36.86	35.26	33.47	28.14	32.34	33.00	29.39	26.19
8418	17.07	10.08	9.33	7.84	7.08	7.33	8.25	7.70	6.81	7.84
8421	17.46	15.00	12.99	10.74	9.78	9.26	11.92	12.27	11.97	8.76
8422	7.91	7.92	9.92	11.04	8.83	8.13	9.24	9.67	10.07	8.71
8450	11.95	12.29	14.69	8.11	5.38	5.04	5.08	4.69	4.56	4.39
8479	31.30	31.53	29.67	24.22	23.05	22.18	24.61	27.34	25.01	24.34
8508	8.22	7.46	6.93	3.21	1.25	1.01	0.70	0.42	0.49	0.38
8509	3.31	5.24	9.47	7.82	5.40	5.69	6.24	9.46	6.59	6.58
8510	13.15	12.86	12.55	11.10	9.63	9.55	4.56	4.01	1.98	2.26
8516	12.55	10.55	9.18	9.44	8.30	9.54	10.45	9.00	6.63	4.90
8518	2.74	1.51	1.19	0.72	0.93	0.84	0.90	0.84	0.82	1.03
8519	2.43	2.21	5.00	2.33	3.45	3.24	5.66	13.04	10.69	6.50
8521	19.28	25.96	31.64	28.04	45.05	38.10	7.18	6.55	4.74	1.42
8525	42.71	26.30	20.53	9.41	9.77	8.24	15.77	18.92	18.67	18.12
8527	15.50	14.65	0.94	3.30	1.24	2.20	2.22	1.09	0.82	0.34
8528	6.25	12.53	11.32	25.03	14.65	21.66	12.21	22.81	34.98	21.22
8529	18.93	20.51	18.81	15.42	14.36	13.51	10.52	7.73	6.21	6.41
8543	28.50	19.24	20.74	17.91	17.84	16.78	18.33	15.57	16.33	14.02

자료: UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://comtrade.un.org/data/>, 2020).

HS코드 음성재생기(8519)는 2010년부터 2016년까지 2.21%~5.66% 사이의 낮은 점유율을 오르락내리락하다가 2017년 13.04%의 약간 낮은 점유율로 올라갔으나 2018년 10.69%, 2019년 6.50%로 다시 내려갔다. HS코드 영상기록용 기기(8521)는 2010

년 19.28%의 약간 낮은 점유율에서 2012년 31.64%, 2014년 45.05%, 2015년 38.10%의 약간 높은 점유율로 상승하였다가 2016년 6.55%로 대폭 하락하기 시작하여 2019년 1.42%로 낮은 점유율로 내려갔다. 따라서 중국에서의 경쟁력이 근년에 많이 약화되고 있는 것이 보인다.

송신기기(8525)는 2010년 42.71%의 약간 높은 점유율에서 2013년 9.41%의 낮은 점유율로 대폭 하락하였다가 2017년까지 18.67%의 약간 낮은 점유율로 상승하지만 2018년 18.67%, 2019년 18.12%로 근년에 소폭 하락추세를 보인다. HS코드 라디오 방송용 수신기기(8527)는 2010년 15.50%에서 2012년 0.94%의 매우 낮은 점유율로 대폭 하락하였고 2013년부터 2017년까지 1.09%~3.30% 사이의 소폭 오르락내리락하였다가 2018년 0.82%, 2019년 0.34%의 매우 낮은 점유율로 하락하여 근년에 중국에서의 경쟁력이 완전히 상실하였다. HS코드 프로젝터(8528)의 중국 시장점유율이 전체적으로 보면 2010년 6.25%에서 2019년 21.22%로 10년간에 대폭 상승하였으나 2019년 중국 시장점유율이 전년보다 소폭 하락하였다. HS코드 안테나(8529)는 2010년 18.93%에서 2011년 20.51%로 상승하였으나 2018년까지 지속적인 하락하여 2018년 6.21%의 낮은 점유율로 나타났다가 2019년 6.41%로 소폭 상승하였다. 중국에서의 경쟁력이 전체적으로 약화하고 있는 것이 보인다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 2010년 28.50%의 약간 낮은 점유율이 10년간에 가장 높게 나타나고 2011년부터 2018년까지 15.57%~20.74% 사이의 오르락내리락하였으나 2019년 14.02%로 전년보다 낮은 점유율로 하락하였다.

아래 <표4-4>는 2010년~2019년 10년간에 일본 가전제품이 중국에서의 시장점유율을 이용하여 평균치를 산출하고 제품군으로 분류한 표이다. 이렇게 시장점유율 평균치를 중심으로 분석하면 ②그룹에 순한 공기조절기(8515, 32.45%) 품목이 30% 이상의 수지를 보여 중국 시장에 대한 시장점유율이 약간 높은 것을 분석되었다. ③그룹에 순한 진공청소기(8479, 26.32%), 영상기록용 기기(8521, 20.80%), 송신기기(8525, 18.84%), 기타 전기기기(8543, 18.53%), 프로젝터(8528, 18.27%), 진공펌프(8414, 16.29%) 품목 순으로 나타나고 10% 이상 30% 이하의 점유율을 보여 중국 시장에 대한 점유율이 약간 낮은 것으로 분석되었다. 2019년을 기준으로 중국 시장점유율이 크게 나타난 경우는 공기조절기(8515, 26.19%), 증발식 에어컨(8479, 24.34%), 프로젝터(8528, 21.22%), 송신기기(8525, 18.12%), 진공펌프(8414, 17.55%) 품목 순으로 높게 나타났다.

<표4-4> 일본 가전제품의 대중국 시장점유율(2010~2019년) 평균치

품목군	분류기준	HS코드 및 평균치
①그룹	높음 50≤MSI<100	
②그룹	약간 높음 30≤MSI<50	공기조절기[32.45]
③그룹	약간 낮음 10≤MSI<30	진공펌프[16.29], 워싱분리기[12.01], 증발식 에어쿨러[26.32], 영상기록용 기기[20.80], 송신기기[18.84], 프로젝터[18.27], 안테나[13.24], 기타 전기기기[18.53]
④그룹	낮음 1≤MSI<10	냉장고[8.93], 접시세척기[9.14], 가정형 세탁기[7.62], 진공청소기[3.01], 가전용 전기기기[6.58], 면도기[8.17], 가열기[9.05], 마이크로폰[1.15], 음성재생기[5.45], 라디오방송용 수신기기[4.23]
⑤그룹	매우 낮음 0<MSI<1	

주: [] 안은 평균치

3. 한·일 가전제품 대 중국의 MSI 비교분석

<표4-5>의 왼쪽 부분은 2010년~2019년 10년간에 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 시장점유율 평균 수치를 정리하여 비교하는 것이고 오른쪽 부분은 2019년 한국과 일본 가전제품이 중국에서 대한 시장점유율 수치를 정리하여 비교하는 것이다. 먼저 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 2010년~2019년의 시장점유율 평균치를 비교 분석하고 2019년 양국의 대중국 시장점유율을 비교분석하는 다음에 두 비교분석결과를 결부시켜 분석한다.

<표4-5>을 살펴보면 19개 품목 중에 한국 가전제품이 일본 가전제품보다 중국에 대한 시장점유율 평균치를 큰 품목이 9개가 있으며 냉장고(8418), 가정형 세탁기(8450), 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509), 가열기(8516), 음성재생기(8518), 라디오방송용 수신기기(8527), 안테나(8529), 기타 전기기기(8543) 품목이 나타났다. 이 9개 품목 중에 차액이 가장 큰 품목이 가정형 세탁기(8450)이고 한국이 일본보다 중국에 대한 시장점유율 평균치를 30.61 차액으로 나타났다. 가전용 전기기기(8509) 15.07, 라디오방송용 수신기기(8527) 14.49, 기타 전기기기(8543) 12.00, 안테나

(8529) 10.09 차액이 순으로 나타났다. 2019년 기준으로 한국 가전제품이 일본 가전 제품보다 중국에 대한 시장점유율을 큰 품목이 7개 있으며 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 안테나(8529) 품목이 순으로 나타났다. 이 중에 안테나(8529)와 가정형 세탁기(8450)품목의 차액을 가장 크게 나타나고 각각 28.37과 25.38이다.

<표4-5> 한·일 가전제품 대 중국의 MSI 평균치 비교과 2019년 MSI 비교

단위: %

hs 항목	2010년~2019년 MSI 평균치			2019년 MSI		
	한국	일본	차액	한국	일본	차액
8414	9.60	16.29	6.69	12.07	17.55	5.48
8415	21.16	32.45	11.28	14.28	26.19	11.92
8418	11.11	8.93	2.18	7.08	7.84	0.76
8421	6.99	12.01	5.02	10.66	8.76	1.91
8422	4.04	9.14	5.11	3.77	8.71	4.95
8450	38.23	7.62	30.61	29.77	4.39	25.38
8479	17.72	26.32	8.60	17.67	24.34	6.67
8508	7.54	3.01	4.53	0.30	0.38	0.07
8509	21.65	6.58	15.07	4.98	6.58	1.59
8510	1.26	8.17	6.90	0.32	2.26	1.94
8516	9.12	9.05	0.06	5.64	4.90	0.73
8518	6.36	1.15	5.20	2.46	1.03	1.43
8519	1.66	5.45	3.79	1.47	6.50	5.03
8521	1.92	20.80	18.87	2.20	1.42	0.78
8525	6.88	18.84	11.96	1.68	18.12	16.44
8527	18.72	4.23	14.49	0.45	0.34	0.11
8528	5.30	18.27	12.97	8.54	21.22	12.68
8529	23.33	13.24	10.09	34.78	6.41	28.37
8543	30.53	18.53	12.00	5.26	14.02	8.76

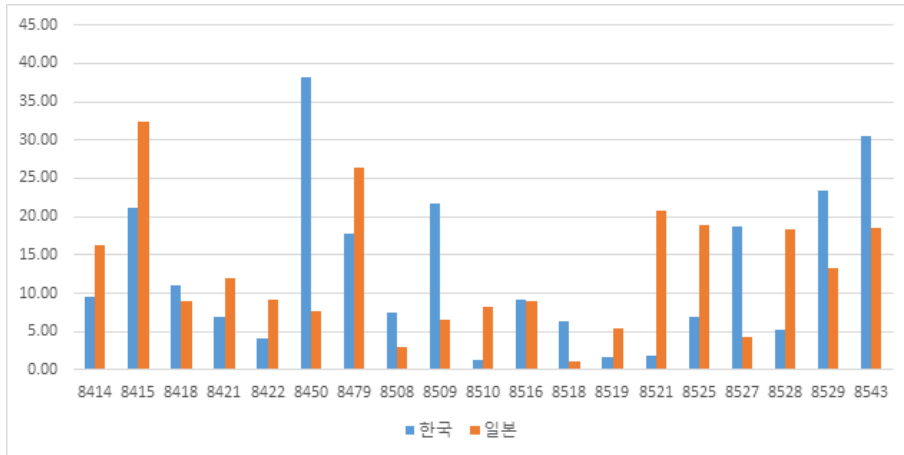
주: 차액 중에 빨간 글씨는 한국보다 일본이 높은 차액이고 굵은 글씨는 일본보다 한국이 높은 차액이다.

자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 계산하고 정리한다.

따라서 한국 가전제품이 일본 가전제품보다 중국에 대한 시장점유율 평균치와 2019

년 시장점유율을 결합하게 보면 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 라디오방송용 수신기기(8527), 안테나(8529)품목은 시장점유율 평균치나 2019년 시장점유율 모두 일본보다 한국이 더 크게 나타나고 중국에서 경쟁력이 더 강하게 보인다. 특히 가정형 세탁기(8450)와 안테나(8529)품목이 일본보다 한국의 경쟁력이 훨씬 강하다.

<그림4-1>한·일 가전제품 대중국의 MSI 평균치(2010~2019년) 비교

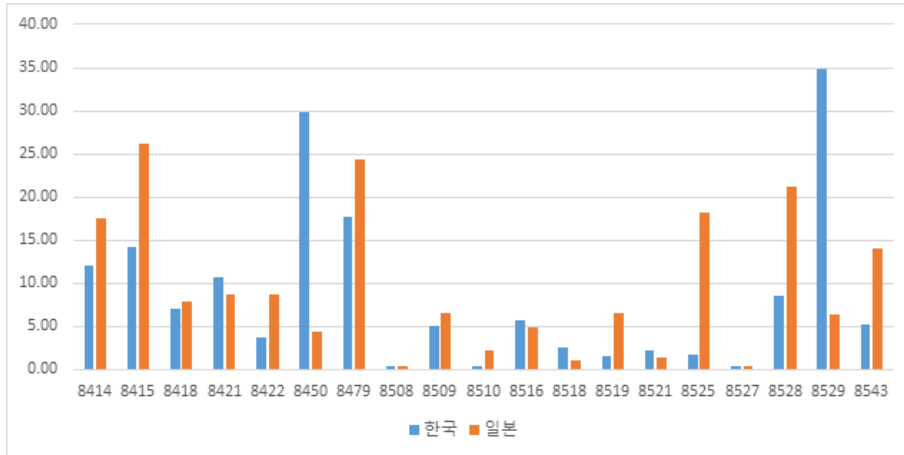


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 계산하고 정리한다.

일본 가전제품이 한국 가전제품보다 중국에 대한 2010년~2019년 기준으로 시장점유율 평균치를 높은 품목이 10개가 있으며 진공펌프(8414), 공기조절기(8515), 원심분리기(8421), 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 영상기록용 기기(8521), 송신기기(8525), 프로젝터(8528)품목이 나타났다. 이 10개 품목 중에 차액이 가장 큰 품목이 영상기록용 기기(8521)이고 한국보다 일본이 중국에 대한 시장점유율 평균치를 18.87 차액으로 나타났다. 그다음에 프로젝터(8528) 12.97, 송신기기(8525) 11.96, 공기조절기(8515) 11.28 차액이 순으로 나타났다. 2019년 기준으로 일본 가전제품이 한국 가전제품보다 중국에 대한 시장점유율을 큰 품목이 12개 있으며, 진공펌프(8414), 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479), 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528), 기타 전기기기(8543) 품목이 나타났다. 이 12개 중에 차액이 가장 큰 품목이 송신기기(8525)이며 차액이 16.44로 나타났다. 다음에는 프로젝터(8528) 12.68, 공기조절기(8515) 11.92의 차액

으로 나타났다. 나머지 품목은 차액이 10 이하로 나타나고 특히 냉장고(8418)와 진공 청소기(8508)품목의 차액이 0.76, 0.07로 매우 적게 나타났다.

<그림4-2> 2019년 한·일 대중국 가전제품품목별 MSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 계산하고 정리한다.

일본 가전제품이 한국 가전제품보다 중국에 대한 시장점유율 평균치와 2019년 시장 점유율을 결합하게 보면 진공펌프(8414), 공기조절기(8515), 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528)품목이 시장점유율 평균치나 2019년 시장점유율 모두 한국보다 일본이 더 크게 나타나고 중국에서 경쟁력이 더 강하게 보인다. 특히 공기조절기(8515), 송신기기(8525), 프로젝터(8528)품목이 한국보다 10 이상의 차액으로 일본의 경쟁력이 비교적 인 강한 것이다.

<그림4-3>은 한국 가전제품 중에 일본보다 시장점유율 높은 품목들의 점유율 평균치를 비교하는 것이다. 이를 통해 중국 시장에서 한국의 가전제품 중에 시장점유율이 가장 높은 품목은 가정형 세탁기(8450)이다. 한국 가정형 세탁기(8450)는 대중국의 2010년~2019년 10년 평균치는 38.23%로 나타나 경쟁력이 높은 것은 의미하며, 2019년 가정형 세탁기의 점유율도 29.77%의 비교 높은 수치로 나타났다. 따라서 한국의 가정형 세탁기(8450)는 가전제품 중에 중국 시장에서 일본보다 경쟁력이 가장 높아 우위에 있는 품목이다. <그림4-4>는 일본 가전제품 중에 한국보다 시장점유율 높은 품목들의 평균치를 비교하는 것이다. 그림을 보면 중국 시장에서 일본의 가전제

품 중에 시장점유율이 가장 높은 품목은 공기조절기(8415)이다. 일본 공기조절기(8415)는 대중국의 2010년~2019년 10년 평균치는 32.45%로 보여 높은 경쟁력을 가지고 있는 것은 의미하고, 2019년 공기조절기의 점유율도 26.19%의 비교 높은 수치로 나타났다. 따라서 일본의 공기조절기(8415)는 가전제품 중에 중국 시장에서 한국보다 경쟁력이 가장 높아 우위에 있는 품목이다.

<그림4-3>한국 더 점유율 높은 품목들의 비교



<그림4-4>일본 더 점유율 높은 품목들의 비교



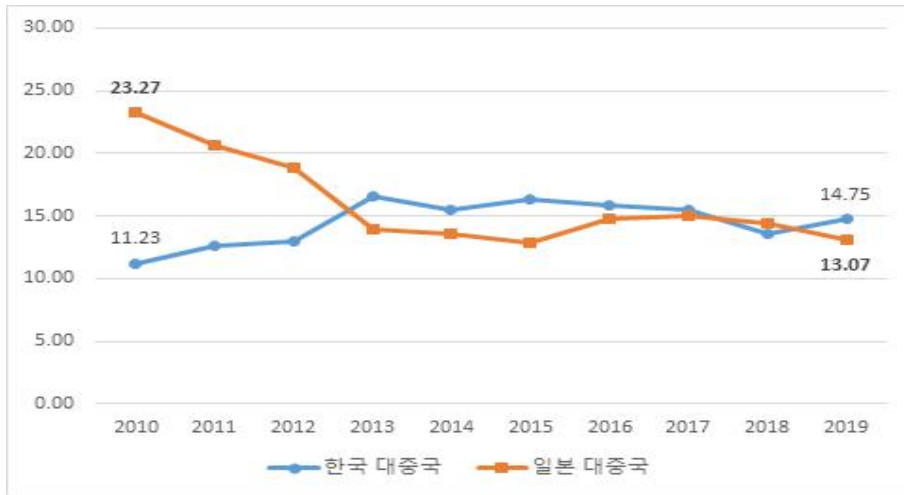
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 작성.

이상은 한국과 일본이 중국에 대한 가전제품품목별 시장점유율을 비교하여 분석하였다. 일본은 더 많은 품목이 중국 시장에서 한국보다 높은 점유율이 나타났지만, 일본 가전제품이 한국보다 중국에 대한 시장점유율을 높은 것은 설명할 수 없다고 생각한다. 따라서 본연구에서 사용된 19개 가전제품품목의 한국 대 중국 수출총계하고 19개 가전제품품목의 중국 총수입으로 한국 가전제품이 대중국의 시장점유율을 산출하였다. 일본 가전제품이 대중국의 시장점유율도 같은 방법으로 산출하였다. 양국 가전제품이 대중국의 시장점유율 비교는 다음 <그림4-5>와 같다.

<그림4-5>를 살펴보면 2010년 일본의 가전제품이 한국보다 중국에서 훨씬 더 높은 시장점유율을 가졌으나 점유율이 지속적인 하락하여 근년에 한국이랑 비슷한 시장점유율로 나타났다. 2019년까지 한국의 가전제품이 대중국 시장점유율은 14.75%이고 일본은 13.07이다.

<그림4-5> 한국과 일본 가전제품 시장점유율 비교

단위: %



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 작성.

본 소절에서 한국과 일본의 가전제품이 대중국 품목별 시장점유율을 각각 산출하여 19개 품목의 10년간 점유율 변화추이를 살펴보고 경쟁력 수준을 분석하였다. 또는 한국과 일본의 2010년~2019년 10년간 점유율의 평균치와 2019년 점유율을 결합해서 양국의 품목별 시장점유율을 비교해서 중국 시장에서 양국 시장점유율 높은 품목을 제시하였다. 마지막 전체적으로 한국과 일본 양국의 가전제품이 중국에 대한 시장점유율을 산출하여 비교분석을 하였다. 분석결과를 총괄해보면 중국 시장에서 일본의 시장점유율은 2010년~2019년 10년간에 거의 하락추세가 나타나 경쟁력이 떨어지고 있으며, 한국의 시장점유율은 10년간에 반수의 품목이 상승추세로 보여 경쟁력이 높아지고 있다. 한국이 일본보다 점유율 높은 품목은 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 라디오방송용 수신기기(8527), 안테나(8529) 5개가 있고 이 중에 가정형 세탁기(8450)는 대중국의 시장점유율이 가장 높아 더욱 경쟁력을 가지고 있다. 일본이 한국보다 점유율 높은 품목은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 접시 세척기(8422), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528) 8개 품목이 있고 이 중에 공기조절기(8415)는 대중국의 시장점유율이 가장 높아 더욱 경쟁력을 가지고 있다. 수량을 비교하면 일본은 한국보다 더 많은 품목의 대중국 시장점유율이 높은 것이 보이지만, 양국의 가전제품 전체 시장점유율이 비슷하게 나타났다. 심지어 2019년 한국이 일본보다 약간 높은 점유율로 보였다.

제2절 무역특화지수(TSI) 결과

1. 한국 대 중국 가전제품의 무역특화지수(TSI) 분석결과

<표4-6>은 2010년~2019년 연도별 한국 가전제품이 중국에 대한 무역특화지수를 추계한 결과이고 <표4-8>은 이 결과를 <표4-7>의 기준으로 분류한 것이다. <표4-8>을 통해 한국 가전제품이 중국에서의 경쟁력을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 2010년~2019년을 대상으로 경쟁력 유형별로 분석한 결과는 원심분리기(8421), 증발식 에어컨(8479) 품목이 경쟁력 강화 ①그룹에 해당하여 수출우위 상태에서 경쟁력이 강화되고 있는 것으로 나타났다. 가전용 전기기기(8509), 가열기(8516), 영상기록용 기기(8521), 송신기기(8525), 프로젝터(8528)품목이 수입특화품목으로 수입특화 완화하여 경쟁력 강화 ③그룹에 속하는 것으로 나타났다.

한편에 나머지 12개 품목이 중국에서의 경쟁력이 약화하고 있다. 안테나(8529)품목이 수출특화품목으로 경쟁력 약해지며 경쟁력 약화 ①그룹에 속하는 것이 분류되었다. 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 8422(접시 세척기), 기타 전기기기(8543) 품목이 2010년 수출특화에서 2019년 수입특화로 전화하여 경쟁력 약화 ②그룹에 포함되는 것으로 조사되었다. 그리고 진공펌프(8414), 가정형 세탁기(8450), 진공청소기(8508), 면도기(8510), 가열기(8516), 마이크론(8518), 라디오방송용 수신기기(8527) 품목이 수입특화를 심화하여 경쟁력 약화 ③그룹에 속하는 것이 분류되었다.

다음으로 품목별 경쟁력 추이를 살펴보면 다음과 같다. 증발식 에어컨(8479) 품목이 2010년~2019년 10년 동안 지속적인 매우 강한 수출특화도로 나타나고 특히 2014년 이후 경쟁력이 강화되고 있는 것으로 나타났다. 음성재생기(8519), 영상기록용 기기(8521), 프로젝터(8528) 품목이 10년 동안 지속적인 매우 강한 수입특화도로 보이지만 근년에 수입특화 완화한 추세로 나타났다.

나머지 15개 품목이 경쟁력 약세로 나타나며 진공펌프(8414), 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 8422(접시 세척기), 기타 전기기기(8543) 품목이 경쟁력이 지속적 약화하여 수출특화품목에서 수입특화로 전환하였다. 원심분리기(8421), 안테나(8529) 품목이 10년 동안 수출특화품목으로 유지하고 있으나 근년에 경쟁력 지속적인 약화하는 추세로 나타났고, 송신기기(8525) 품목이 2016년 매우 강한 수출특화도로 보이다가 경쟁력이 대폭 떨어지며 매우 강한 수입특화품목으로 전환된 것이 나타났다. 가정형

세탁기(8450), 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509), 면도기(8510), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 라디오방송용 수신기기(8527) 품목이 10년 동안 거의 수입특화품목으로 유지하고 있으며 경쟁력이 약화하는 추세로 나타났고 가정형 세탁기(8450)를 제외한 6개 품목이 수입특화도 매우 강한 것으로 나타났다.

<표4-6>한국 가전제품 대 중국의 TSI

HS 년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	0.009	-0.003	-0.049	0.025	-0.122	-0.007	0.007	-0.156	-0.120	-0.121
8415	0.222	0.149	0.028	0.017	0.001	-0.043	-0.244	-0.478	-0.587	-0.683
8418	0.112	0.121	0.099	0.248	0.389	0.076	-0.271	-0.185	-0.381	-0.680
8421	0.016	0.055	0.072	0.505	0.437	0.397	0.259	0.089	0.135	0.113
8422	0.526	0.503	0.582	0.551	0.458	0.422	0.385	0.295	0.062	-0.133
8450	-0.187	-0.296	-0.104	-0.106	0.204	0.170	-0.112	-0.204	-0.369	-0.380
8479	0.714	0.751	0.677	0.671	0.563	0.715	0.726	0.700	0.794	0.717
8508	-0.677	-0.705	-0.691	-0.583	-0.743	-0.834	-0.866	-0.964	-0.971	-0.979
8509	-0.909	-0.634	-0.377	0.031	0.128	0.092	-0.220	-0.606	-0.835	-0.854
8510	-0.582	-0.603	-0.613	-0.886	-0.964	-0.961	-0.963	-0.981	-0.982	-0.957
8516	-0.567	-0.582	-0.581	-0.634	-0.655	-0.678	-0.720	-0.761	-0.796	-0.781
8518	-0.361	-0.407	-0.292	-0.276	-0.323	-0.450	-0.620	-0.674	-0.690	-0.611
8519	-0.998	-0.991	-0.965	-0.985	-0.947	-0.917	-0.993	-0.966	-0.974	-0.951
8521	-0.838	-0.768	-0.925	-0.850	-0.937	-0.984	-0.975	-0.985	-0.924	-0.655
8525	-0.866	-0.834	-0.746	-0.807	-0.845	0.208	0.581	0.465	-0.551	-0.704
8527	-0.536	-0.294	-0.195	-0.348	-0.337	-0.371	-0.674	-0.903	-0.973	-0.985
8528	-0.954	-0.940	-0.951	-0.967	-0.965	-0.955	-0.909	-0.943	-0.937	-0.872
8529	0.596	0.667	0.660	0.746	0.738	0.730	0.684	0.687	0.524	0.193
8543	0.166	0.324	0.406	0.430	0.408	0.454	-0.230	-0.195	-0.309	-0.196

자료: 한국무역협회 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://stat.kita.net/>, 2020).

<표4-7> 무역특화지수에 의한 경쟁력 유형별 의미

경쟁력 유형		무역특화 지수		경제적 의미	경쟁력 유형	무역특화 지수		경제적 의미	
		기준 시점	비교 시점			기준 시점	비교 시점		
경쟁력 강화	①그룹	+	+	수출특화품목으로 경쟁력 강화	경쟁력 약화	①그룹	+	+	수출특화품목으로 경쟁력 약화
	②그룹	-	+	수입특화에서 수출특화로 전환		②그룹	+	-	수출특화에서 수입특화로 전환
	③그룹	-	-	수입특화품목으로 수입특화 완화		③그룹	-	-	수입특화 심화

자료: 심재희, "한·미 FTA에 대비한 국산 가전제품의 대미 경쟁력 분석과 시사점", 상업교육연구, 2010, p.363.

<표4-8> 한국 가전제품의 대중국 무역특화지수에 의한 경쟁력 추이

경쟁력 연도	경쟁력 강화			경쟁력 약화			수출입 특화 비교우위
	①그룹	②그룹	③그룹	①그룹	②그룹	③그룹	
2010 ~ 2011	8418,8421 8479,8529 8543		8509,8519 8521,8525 8527,8528	8415,8422	8414,	8450,8508 8510,8516 8518	
2011 ~ 2012	8421,8422 8543		8450,8508 8509,8516 8518,8519 8525,8527	8415,8418 8479,8529		8414,8510 8521,8528	
2012 ~ 2013	8418,8421 (8529),8543	8414,8509	8508,8518 8521	8415,8422 8479		8450,8510 8516,8519 8525,8527 8528	
2013 ~ 2014	8418,8509	8450,	8519,8527 8528,	8421,8422 8479,8529 8543	8414	8508,8510 8516,8518 8521,8525	8415 비교 중립
2014 ~ 2015	8450,8479 8543	8525	8414,8510 8519,8528	8418,8421 8422,8509 8529	8415,	8508,8516 8518,8521 8527	

2015 ~ 2016	8479,8525	8414,	8521,8528	8421,8422 8529	8418,8450 8509,8543	8415,8508 8510,8510 8516,8518 8519,8527	
2016 ~ 2017	8529		8418,8519 8543	8421,8422 8479,8525	8414,	8415,8450 8508,8509 8510,8516 8518,8521 8527,8528	
2017 ~ 2018	8421,8479		8414,8521 8528	8422,8529	8525	8415,8418 8450,8508 8509,8510 8516,8518 8519,8527 8543	
2018 ~ 2019			8510,8516 8518,8519 8521,8528 8543	8421,8479 8529	8422	8414,8415 8418,8450 8508,8509 8525,8527	
2010 ~ 2019	8421,8479		8509,8519 8521,8525 8528	8529	8415,8418 8422,8543	8414,8450 8508,8510 8516,8518 8527	

2. 일본 대 중국 가전제품의 무역특화지수(TSI) 분석결과

<표4-9>는 2010년~2019년 일본 가전제품 19개 품목이 중국에 대한 연도별 무역 특화지수를 계산한 결과이고 <표4-10>은 10년간 무역특화지수의 결과를 <표 4-7>의 기준으로 분류한 것이다. <표4-10>을 통해 일본 가전제품의 대중국 경쟁력을 살펴보면 다음과 같다.

먼저 2010년~2019년을 대상으로 경쟁력 유형별로 분석한 결과는 가전용 전기기기 (8509), 음성재생기(8519), 프로젝터(8528) 품목이 수입특화품목으로 수입특화 완화하여 경쟁력 강화 ③그룹에 속하는 것이 나타났다. 나머지 품목이 경쟁력 약화분류로 분석되었다. 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479) 품목이 2010년~2019년 10년간 수출특화품목으로 유지하고 있으나 경쟁력 약해지며 경쟁력 약화 ①그룹에 속하는 것이 분류되었다. 진공펌프(8414), 원심분리기(8421), 송신기기(8525), 기타 전기기기 (8543) 품목이 2010년 수출특화에서 2019년 수입특화로 전화하여 경쟁력 약화 ②그

룩에 순으로 나타났다. 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 가정형 세탁기(8450), 진공 청소기(8508), 면도기(8510), 가열기(8516), 마이크론(8518), 8521(8521), 라디오 방송용 수신기기(8527), 안테나(8529) 품목이 수입특화를 심화하여 경쟁력 약화 ③그룹에 속하는 것이 분류되었다.

<표4-9> 일본 가전제품 대 중국의 TSI

HS 년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	0.144	-0.078	-0.166	-0.102	-0.124	-0.120	-0.072	-0.005	0.021	-0.084
8415	-0.734	-0.761	-0.791	-0.802	-0.794	-0.797	-0.755	-0.762	-0.793	-0.827
8418	-0.627	-0.692	-0.769	-0.784	-0.785	-0.759	-0.768	-0.776	-0.773	-0.795
8421	0.153	0.031	-0.081	-0.142	-0.120	-0.036	0.062	0.085	0.048	-0.027
8422	0.411	0.332	0.276	0.358	0.289	0.267	0.305	0.317	0.310	0.161
8450	-0.966	-0.971	-0.967	-0.976	-0.977	-0.979	-0.982	-0.982	-0.986	-0.988
8479	0.765	0.761	0.743	0.714	0.678	0.578	0.661	0.704	0.662	0.629
8508	-0.975	-0.978	-0.982	-0.991	-0.996	-0.996	-0.995	-0.993	-0.991	-0.990
8509	-0.980	-0.976	-0.951	-0.936	-0.939	-0.936	-0.928	-0.898	-0.910	-0.909
8510	-0.724	-0.756	-0.775	-0.794	-0.779	-0.813	-0.916	-0.926	-0.944	-0.931
8516	-0.894	-0.909	-0.907	-0.909	-0.915	-0.891	-0.864	-0.862	-0.873	-0.897
8518	-0.835	-0.894	-0.906	-0.931	-0.918	-0.915	-0.905	-0.915	-0.934	-0.934
8519	-0.996	-0.994	-0.990	-0.994	-0.988	-0.981	-0.952	-0.891	-0.867	-0.884
8521	-0.956	-0.957	-0.909	-0.941	-0.944	-0.951	-0.974	-0.980	-0.970	-0.981
8525	0.322	0.263	0.256	0.120	0.107	0.019	0.126	-0.005	-0.073	-0.308
8527	-0.857	-0.895	-0.994	-0.966	-0.982	-0.968	-0.968	-0.985	-0.988	-0.996
8528	-0.977	-0.968	-0.946	-0.915	-0.921	-0.898	-0.930	-0.899	-0.823	-0.878
8529	-0.310	-0.312	-0.399	-0.353	-0.296	-0.298	-0.275	-0.282	-0.353	-0.323
8543	0.095	-0.089	-0.138	-0.093	-0.141	-0.109	-0.048	-0.074	-0.257	-0.234

자료: UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://comtrade.un.org/data/>, 2020).

일본 가전제품 대 중국의 무역특화지수가 품목별로 경쟁력 추이를 살펴보면 다음과

같다. 전체적으로 한국 가전제품이 중국에 대한 매우 강한 수입특화도로 나타났다. 하지만 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509), 음성재생기(8519), 프로젝터(8528) 품목이 2010년~2019년 10년 동안 지속적인 매우 강한 수입특화도로 보여 근년에 수입특화 완화한 추세로 나타났다. 나머지 품목이 경쟁력 약세 품목으로 분류되었고, 이들 품목 중 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479) 품목이 10년 동안 수출특화품목으로 유지하고 있으나 근년에 경쟁력 약화하고 있는 것이 조사되었다. 하지만 증발식 에어컨(8479) 품목은 경쟁력 약해지고 있지만 10년 동안 매우 강한 수출특화도로 유지하고 있으며 2019년까지도 0.629의 매우 강한 수출특화도로 나타났다. 진공펌프(8414), 원심분리기(8421), 송신기기(8525), 안테나(8529), 기타 전기기기(8543) 품목이 근년에 수입특화 심화하는 추세를 보이지만 2019년 비교적 약한 수입특화도로 나타났고 특히 2019년 진공펌프(8414) -0.084, 원심분리기(8421) -0.027로 0에 가깝고 비교 중립에 접근된다. 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 가정형 세탁기(8450), 진공청소기(8508), 면도기(8510), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 프로젝터(8527) 품목이 10년간에 매우 강한 수입특화도로 유지하고 수입특화도 심화하는 추세가 나타났다. 특히 2019년 가정형 세탁기(8450) -0.988, 진공청소기(8508) -0.990, 영상기록용 기기(8521) -0.981, 라디오방송용 수신기기(8527) -0.996으로 -1에 가깝고 완전수입특화에 접근된다.

결론적으로 보면 일본 가전제품의 대중국 무역특화지수가 거의 약세로 보이고 대부분 품목이 매우 강한 수입특화도로 나타났다. 증발식 에어컨(8479) 품목이 유일한 매우 강한 수출특화도 품목이지만 10년간 지속적인 하락추세로 나타났다.

<표4-10> 일본 가전제품의 대중국 무역특화지수에 의한 경쟁력 추이

경쟁력 연도	경쟁력 강화			경쟁력 약화			수출입 특화 비교우위
	①그룹	②그룹	③그룹	①그룹	②그룹	③그룹	
2010 ~ 2011			8509,8519 8528	8421,8422 8479,8525	8414,8543	8415,8418 8450,8508 8510,8516 8518,8521 8527,8529	
2011 ~ 2012			8450,8509 8516,8519 8521,8528	8422,8479 8525	8421	8414,8415 8418,8508 8510,8518 8527,8529 8543	

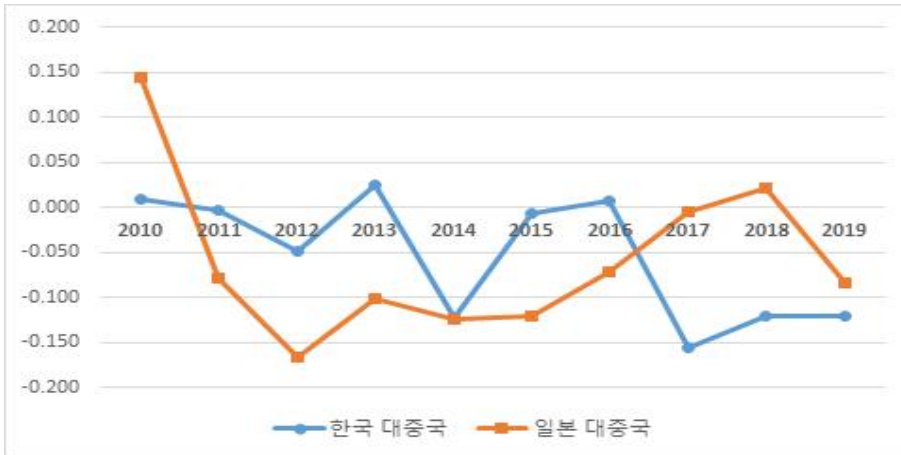
2012 ~ 2013	8422		8414,8509 8527,8528 8529,8543	8479,8525		8415,8418 8421,8450 8508,8510 8516,8518 8519,8521	
2013 ~ 2014			8415,8421 8510,8518 8519,8529	8422,8479 8525		8414,8418 8450,8509 8516,8521 8527,8528 8543	
2014 ~ 2015			8414,8418 8421,8509 8516,8518 8519,8527 8528,8543	8422,8479 8525		8415,(845 0) 8508,8510 8521,8529	
2015 ~ 2016	8422,8479 8525	8421	8414,8415 8508,8509 8516,8518 8519,8527 8529,8543			8418,8450 8510,8521 8528	
2016 ~ 2017	8421,8422 8479		8414,8508 8509,8516 8519,8528		8525	8415,8418 8450,8510 8518,8521 8527,8529 8543	
2017 ~ 2018		8414	8418,8508 8519,(852 1) 8528	8421,8422 8479		8415,8450 8509,8510 8516,8518 8525,8527 8529,8543	
2018 ~ 2019			8508,8509 8510,8529 8543	8422,8479	8414,8421	8415,8418 8450,8516 8518,8519 8521,8525 8527,8528	
2010 ~ 2019			8509,8519 8528	8422,8479	8414,8421 8525,8543	8415,8418 8450,8508 8510,8516 8518,8521 8527,8529	

3. 한·일 가전제품 대 중국의 TSI 비교분석

한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 무역특화지수를 비교분석을 위해서 2010년~2019년 양국 대중국의 19개 가전제품품목이 품목별로 무역특화지수 변화추세 비교는 아래와 같다. 먼저 <그림4-6>은 한국과 일본 진공펌프(8414) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교이다. <그림4-6>을 살펴보면 2010년 한국 진공펌프(8414) 품목

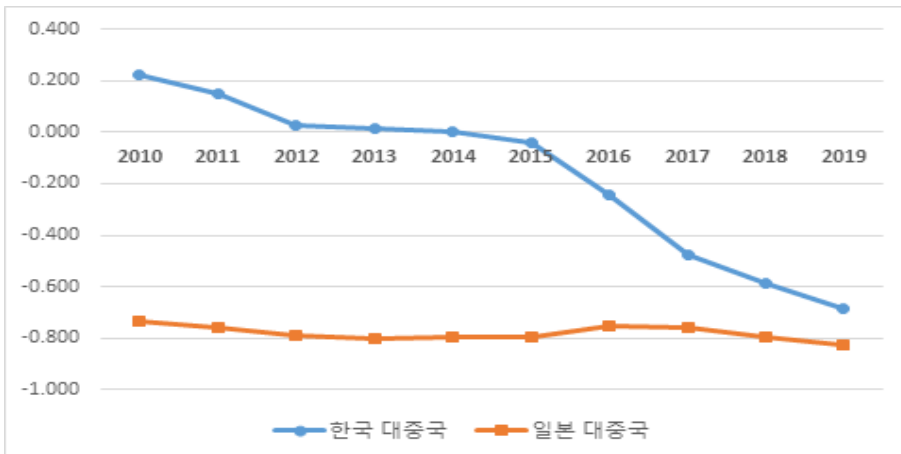
은 중국에 대한 무역특화지수 0에 접근하여 경쟁력 비교 중립으로 나타났고 일본은 한국보다 중국에 대한 경쟁력 강하며 비교우위로 나타났다. 하지만 2012년까지 일본 TSI 대폭 하락하여 한국보다 경쟁력이 약하여 비교열위로 나타났다. 2014년에서 2018년까지 일본 TSI 상승추세를 보여 2019년 다시 0 이하로 하락했으나 일본이 한국보다 약간 강한 경쟁력이 보인다.

<그림4-6> 한·일 진공펌프(8414) 품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-7> 한·일 공기조절기(8415)품목 대중국의 TSI 비교

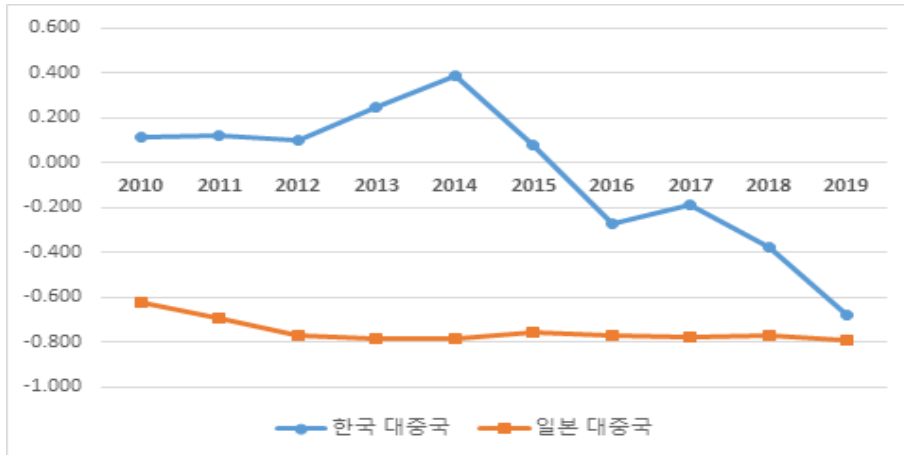


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-7>은 한국과 일본 양국의 공기조절기(8515)품목이 중국에 대한 무역특화지

수 비교이다. 일본 공기조절기(8515)품목은 중국에 대한 무역특화도가 2010년~2019년 10년간 -0.8 상하를 오르락내리락하여 경쟁력 매우 약하고 절대 열위이다. 한국 대중국은 2010년 경쟁력 강하고 비교우위이다가 2019년까지 지속적인 하락하여 경쟁력 매우 약한 것이 보인다. 그래도 한국은 일본보다 공기조절기(8515) 품목이 중국에서 경쟁력이 약간 높은 것이 나타났다.

<그림4-8> 한·일 냉장고(8418)품목 대중국의 TSI 비교



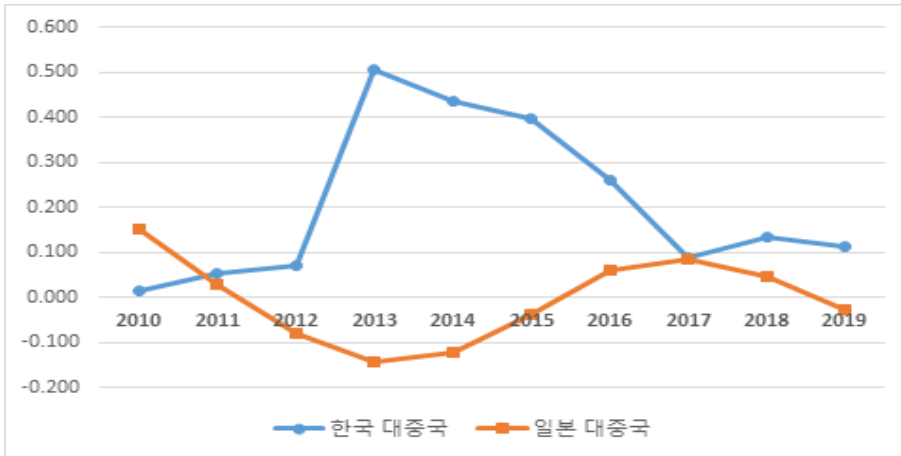
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

한·일 양국의 냉장고(8418) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교분석은 <그림 4-8>과 같다. 일본 냉장고(8418)품목은 중국에 대한 2010년~2019년 10년간 무역특화도를 살펴보면 경쟁력 매우 약하고 절대 열위이다. 한국 대 중국의 곡선을 보면 2010년에서 2014년까지 상승추세이고 2014년 이후에 하락하기 시작한다. 2019년까지 양국의 냉장고(8418) 품목이 중국에서 경쟁력이 매우 약한지만 한국이 일본보다 경쟁력이 약간 높은 것이 나타났다.

한국과 일본의 원심분리기(8421)품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교분석은 <그림4-9>와 같다. 한국 원심분리기(8421)품목이 중국에서 2010년 0에 접근하여 비교중립에서 2013년 0.505로 비교우위로 상하였다가 2017년까지 다시 하락하여 이후에 약간 강한 경쟁력이 유지하고 있다. 한편에 일본 대중국은 2010년 한국보다 약간 강한 경쟁력이 보이다가 2013년까지 비교열위로 하락하였으나 2017년까지 한국이랑 같은 수준으로 상승하였으나 근년에 다시 하락추세를 보이다. 일본은 한국보다 원심분리

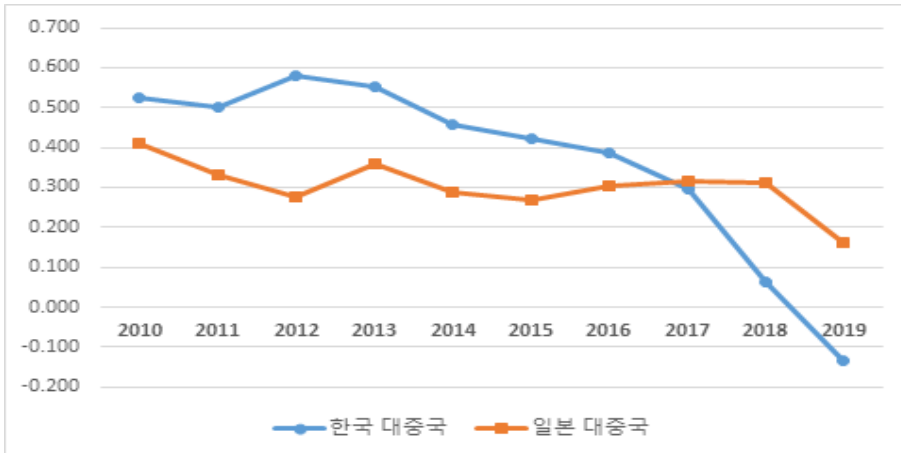
기(8421)품목이 중국에서 경쟁력 낮은 것으로 분석되었다.

<그림4-9> 한·일 원심분리기(8421)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-10> 한·일 8422(접시 세척기)품목 대중국의 TSI 비교



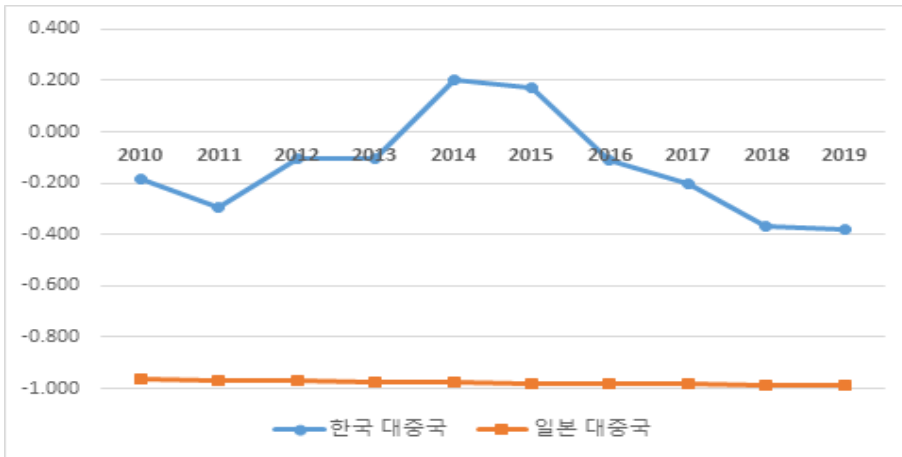
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-10>은 한국과 일본의 8422(접시 세척기)품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교이다. 일본의 8422(접시 세척기)품목이 중국에 대한 무역특화지수 곡선을 보면 2010년 0.411로 경쟁력 강하여 비교우위고 2011년부터 2018년까지 0.3 상하를 오르락내리락하다가 2019년 0.161로 하락하였다. 한국 대중국의 무역특화지수 곡선을 살

해보면 2010년부터 2013년까지 0.5 이상의 무역특화지수로 유지하여 중국에서 경쟁력 매우 강하고 절대우위이다. 2012년 지속적인 하락하기 시작하고 특히 2017년 이후 낙폭이 증가함에 따라 경쟁력이 일본보다 낮게 나타났다.

한·일 양국의 가정형 세탁기(8450)품목이 중국에 대한 무역특화지수 곡선은 차이가 크게 나타났다. <그림4-11>을 살펴보면 일본의 가정형 세탁기(8450) 품목이 중국에서 경쟁력이 거의 상실하였고 수입특화 심하고 있으며 완전 수입특화로 접근하고 있는 것을 분석된다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2011년부터 상승하여 2014년과 2015년 0 이상으로 비교우위를 가졌다. 2015년 이후 하락추세를 보였지만 한국은 일본보다 중국에서 가정형 세탁기(8450) 품목의 경쟁력이 훨씬 강한 것을 분석된다.

<그림4-11> 한·일 가정형 세탁기(8450)품목 대중국의 TSI 비교

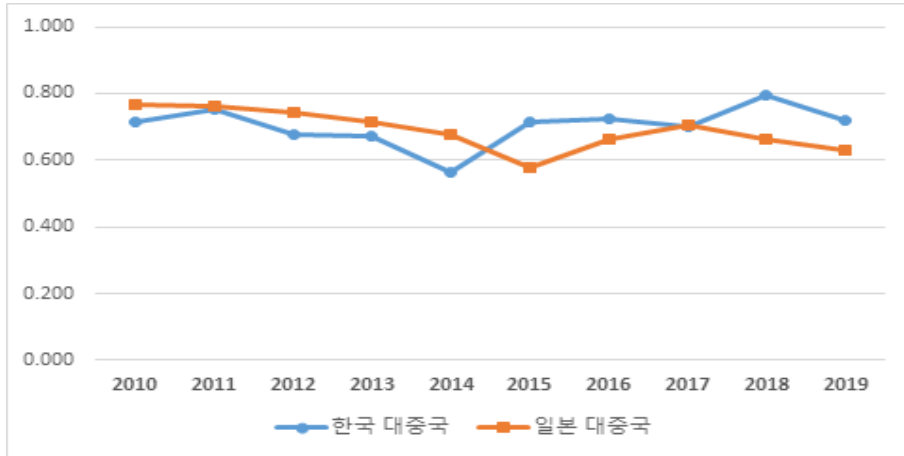


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-12>을 살펴보면 한국과 일본의 증발식 에어컨(8479) 품목이 중국에 대한 무역특화도를 2010년~2019년 10년간에 큰 차이가 없다. 양국 다 10년간에 매우 강한 경쟁력을 유지하고 있고 절대우위를 가지고 있다. 근년에 무역특화도를 비교해보면 한국은 일본보다 경쟁력이 좀 더 높게 나타났다.

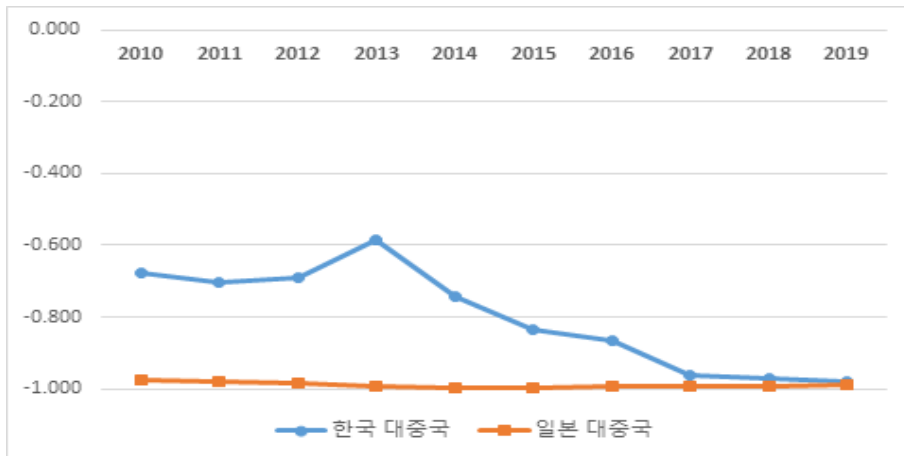
<그림4-13>은 한·일 양국의 진공청소기(8508) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교 곡선이다. 일본 대중국의 경쟁력이 거의 상실하였고 수입특화 심하고 있으며 완전 수입특화로 접근하고 있는 것이 나타난다. 한국은 2013년 이후 지속적인 하락하여 수입특화 심화하여 완전 수입특화로 접근하고 있다.

<그림4-12> 한·일 증발식 에어컨(8479)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-13> 한·일 진공청소기(8508)품목 대중국의 TSI 비교

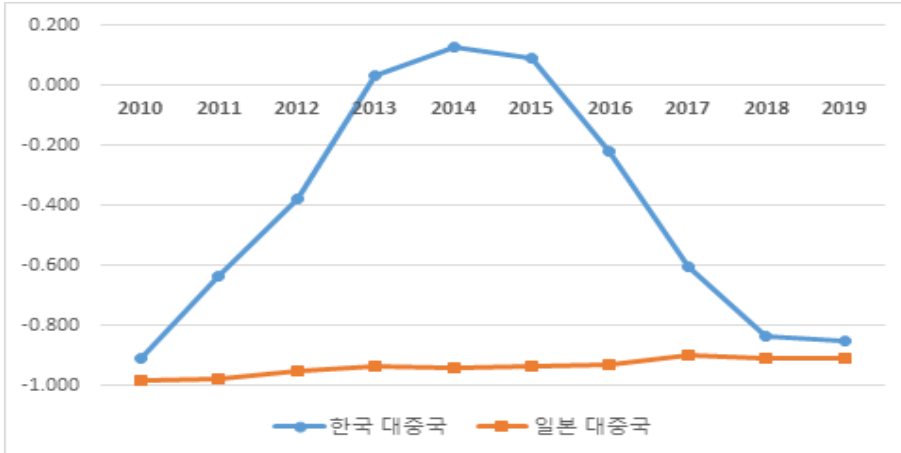


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한·일 양국의 가전용 전기기기(8509) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교 분석하기 위해 위에 <그림4-14>을 만들었다. 일본 대중국의 무역특화지수 곡선을 살펴보면 2010년~2019년 소폭 상승추세로 나타났으나 전체적으로 경쟁력 매우 약하고 절대열위에 처한다. 한편에 한국 대중국의 무역특화지수 곡선을 보면 2010년 -0.909 매우 약한 경쟁력에서 2014년 0.128 비교 강한 경쟁력으로 상승하다가 다시 하락추세로

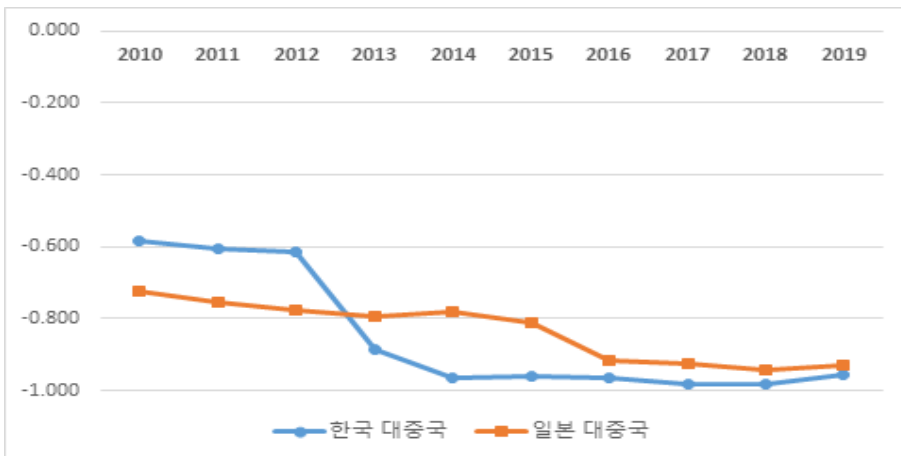
나타났다. 2019년까지 한국의 가전용 전기기기(8509) 품목은 중국에서 경쟁력이 매우 약하나 일본보다 경쟁력이 좀 높은 것을 분석한다.

<그림4-14> 한·일 가전용 전기기기(8509)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-15> 한·일 면도기(8510) 품목 대중국의 TSI 비교



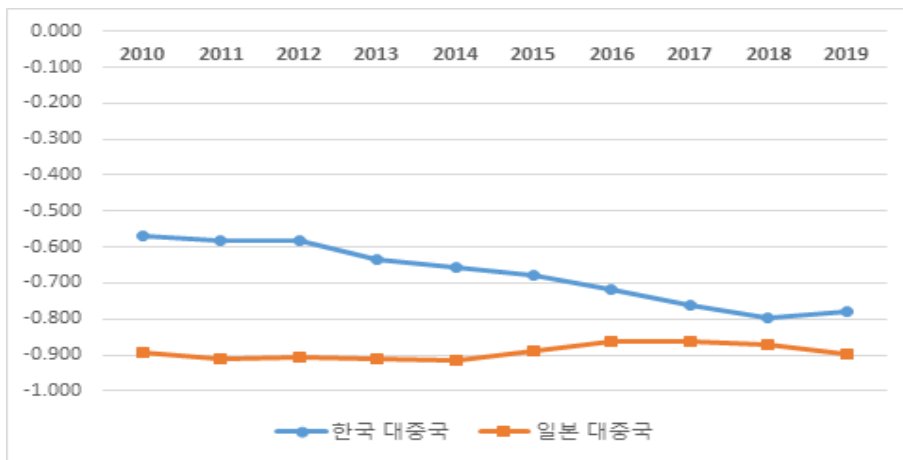
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림-15>는 한국과 일본의 면도기(8510) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교 분석이다. <그림4-15>을 살펴보면 2010년~2012년 한국 대중국의 무역특화도가 일본보다 높고 경쟁력이 강하지만 2012년 이후 한국은 일본보다 무역특화도가 낮고 경쟁력이 약하게 나타났다. 2019년 한국 대중국의 무역특화지수 전년보다 소폭 상승하여

일본이랑 거의 가까이 되지만 한국의 면도기(8510) 품목은 중국에서 경쟁력이 일본보다 약간 낮은 것으로 나타났다.

한국과 일본의 가열기(8516) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교 곡선을 살펴보면 일본 대중국의 경쟁력이 2010년~2019년 10년간 매우 약하고 근년에 소폭 하락한 추세를 보인다. 한국 대중국의 무역특화지수가 2018년까지 하락한 추세를 보이지만 2019년 전년보다 상승하였다. 양국 비교해보면 한국은 일본보다 경쟁력이 더 높은 것으로 나타났다.

<그림4-16> 한·일 가열기(8516)품목 대중국의 TSI 비교

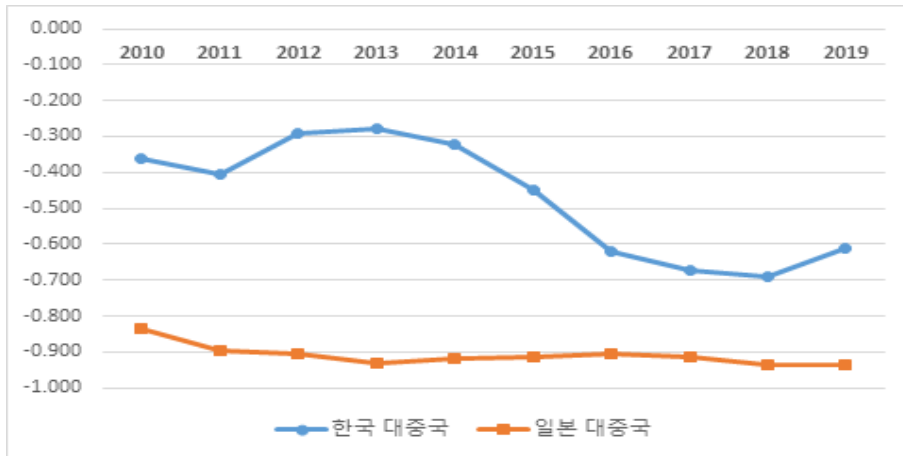


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

한·일 양국의 마이크로폰(8518) 품목이 중국에 대한 무역특화지수의 비교분석은 <그림4-17>과 같다. 일본 대중국의 무역특화지수 곡선을 살펴보면 2010~2019년 10년간 경쟁력 매우 약하고 절대 열위에 처한다. 한국 대중국의 무역특화지수 곡선을 보면 한국은 일본보다 더 높은 무역특화지수로 나타나고 2018년까지 하락추세를 보이지만 2019년 대소 상승하였다. 따라서 한국의 마이크로폰(8518) 품목은 중국에서 경쟁력이 일본보다 높은 것을 분석했다.

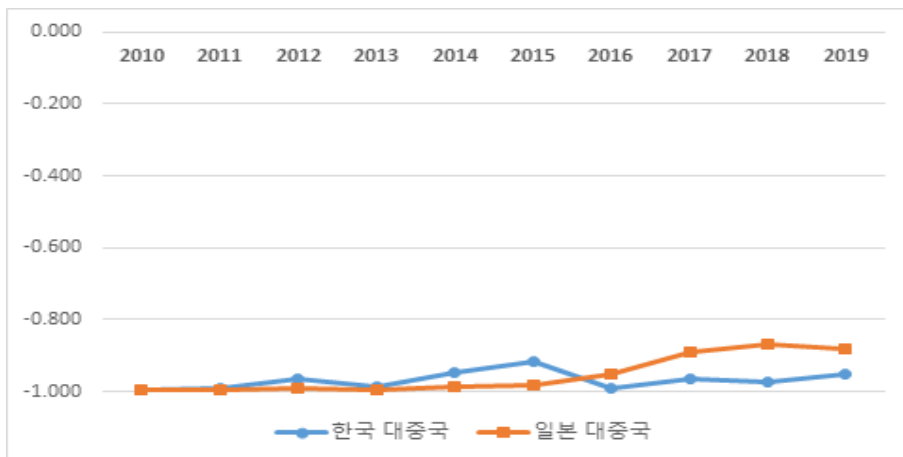
<그림4-18>을 살펴보면 한·일 양국의 음성재생기(8519) 품목이 중국에서의 경쟁력이 매우 약한 것이 나타났다. 특히 2010년 양국의 무역특화지수가 -1에 접근하여 경쟁력이 거의 상실했으나 근년에 수입특화 완화하여 2016년 이후 일본은 한국보다 중국에서 경쟁력이 다소 높은 것이 나타났다.

<그림4-17> 한·일 마이크로폰(8518)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-18> 한·일 음성재생기(8519) 품목 대중국의 TSI 비교

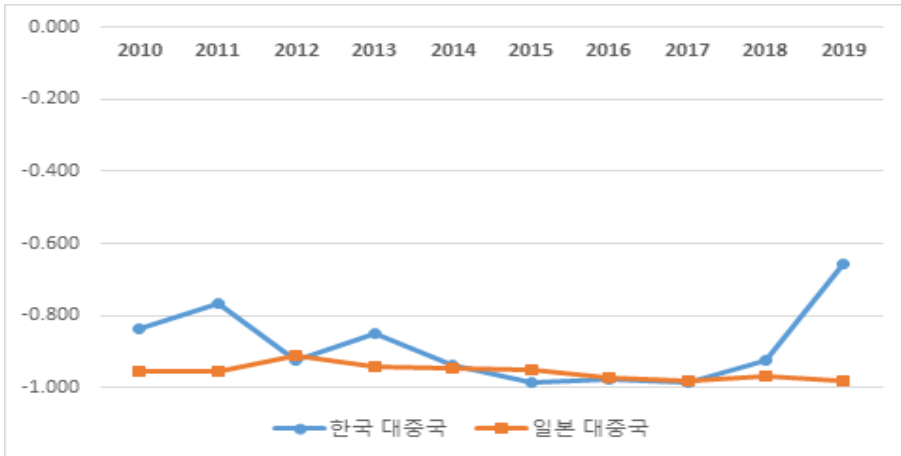


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

아래는 한국과 일본의 영상기록용 기기(8521) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교분석이다. <그림4-19>와 같다. 일본 대중국의 무역특화지수 곡선을 보면 2010년~2019년 큰 변화 없고 무역특화지수가 -1에 가까워 경쟁력이 거의 잃어버렸다. 한국 대중국의 무역특화지수는 2012년~2017년 일본이랑 거의 비슷비슷하지만 2017년 이후 상승하기 시작한다. 한국의 영상기록용 기기(8521) 품목은 중국에서 경쟁력이 일

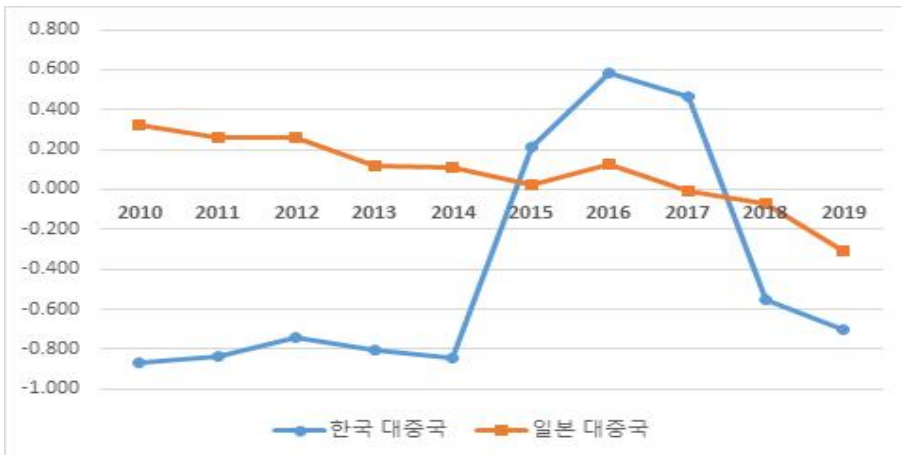
본보다 높은 것을 분석되고 상승한 추세를 보인다.

<그림4-19> 한·일 영상기록용 기기(8521)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-20> 한·일 송신기기(8525) 품목 대중국의 TSI 비교



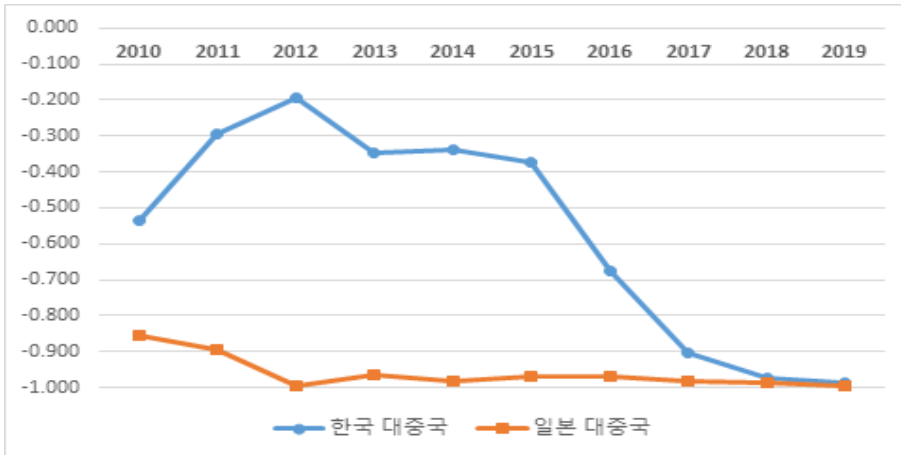
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한·일 양국의 송신기기(8525) 품목은 중국에 대한 무역특화지수 비교분석을 위해 <그림4-20>과 같다. 일본의 곡선을 살펴보면 2010년 0.322 경쟁력 강하고 비교우위에 처하다가 전제적으로 하락한 추세를 보여 2019년 -3.08 경쟁력 약하고 비교열위로 내린 것이 나타났다. 한국의 곡선을 보면 2010년~2014년 -0.8 상하에 유지하여 수출 특화도가 높아서 경쟁력이 매우 약하다. 2015년~2017년 수입특화로 전환하여 비교우

위에 처하다가 2018년 2019년 대폭 하락에 따라 다시 절대 열위로 떨어졌다.

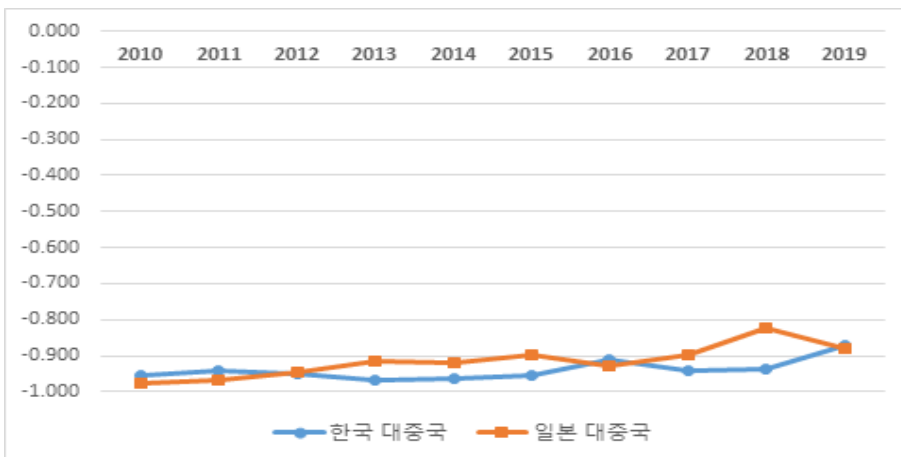
한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목이 중국에 대한 무역특화지수 비교이다. 일본 대중국의 곡선을 보면 2012년~2019년 무역특화지수가 -1에 접근하여 경쟁력이 거의 상실하고 절대열위에 처한다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2012년 하락하기 시작하고 2016년 2017년 하락속도가 증가하여 2019년 경쟁력이 거의 상실하였다.

<그림4-21> 한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-22> 한·일 프로젝터(8528)품목 대중국의 TSI 비교



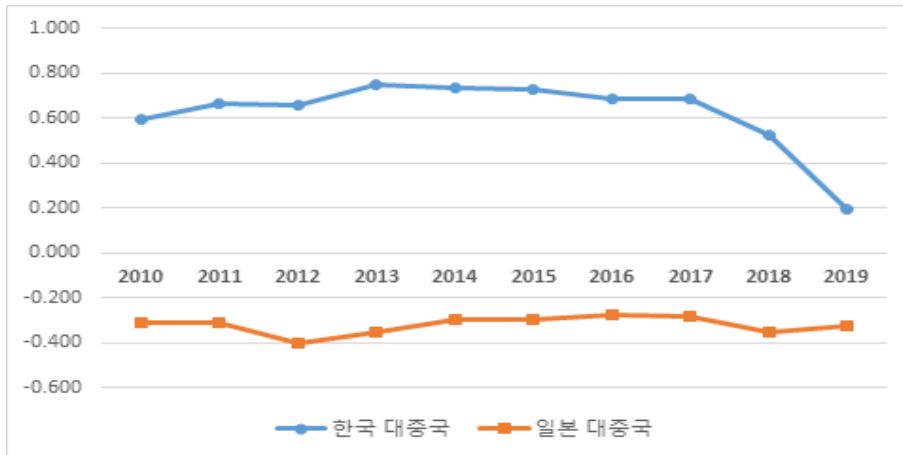
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

위에 <그림4-22>는 한국과 일본의 프로젝터(8528)품목이 중국에 무역특화지수 비

교 곡선이다. 한·일 양국의 프로젝터(8528) 품목은 중국에 대한 무역특화지수 곡선을 살펴보면 양국 다 수출특화도가 심하여 경쟁력이 매우 약하고 전제적으로 다소 상승추세가 나타났다. 2019년 양국의 무역특화지수가 거의 비슷하게 나타났으나 한국은 전년보다 상승추세로 보이고 일본은 전년보다 하락추세로 보인다.

<그림4-23>은 한국과 일본의 안테나(8529) 품목은 중국에 대한 무역특화지수 비교이다. 일본 대중국 무역특화지수 곡선을 보면 2010년~2019년 10년 동안 -0.3 상하를 유지하였다. 한국 대중국 곡선을 보면 2010년~2018년 0.5 이상의 경쟁력 매우 강한 절대우위를 유지하고 있다가 2019년 0.193으로 하락하여 경쟁력이 비교우위로 떨어졌다. 그래도 한국의 안테나(8529) 품목은 중국에서의 경쟁력이 일본보다 훨씬 강한 것을 분석된다.

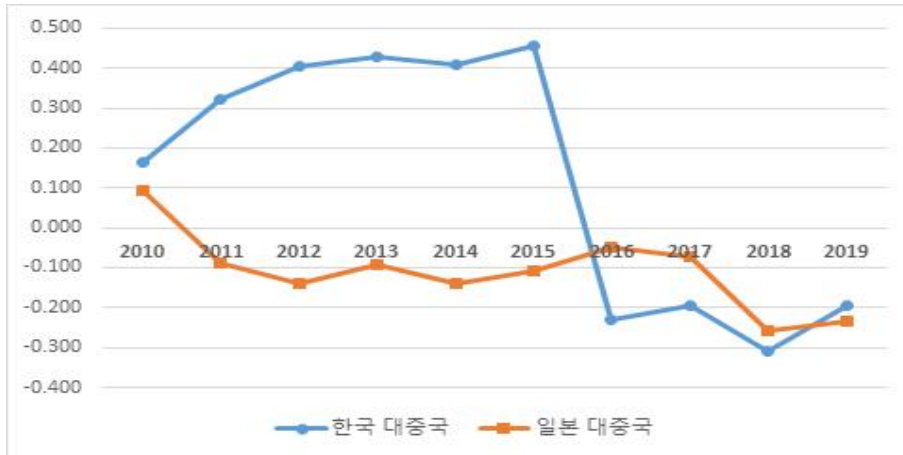
<그림4-23> 한·일 안테나(8529)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

아래<그림4-24> 한·일 양국의 기타 전기기기(8543) 품목이 대중국의 무역특화지수 곡선을 보면 2016년 전에 한국 대중국의 경쟁력이 일본보다 강한 것이 나타났다. 2016년 한국 무역특화지수의 대폭 하락에 따라 2018년까지 한국 대중국의 경쟁력이 일본보다 약한 것이 나타났다. 2019년 한국은 일본보다 다소 높은 무역특화지수로 상승하였다.

<그림4-24> 한·일 기타 전기기기(8543)품목 대중국의 TSI 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

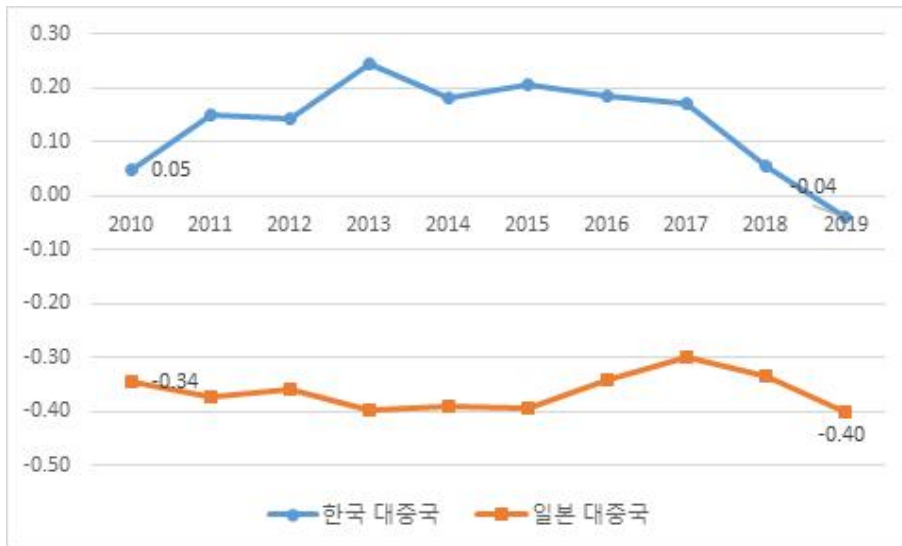
이상은 한국과 일본의 2010년~2019년 중국에 대한 무역특화지수를 품목별로 비교분석에 통해 양국의 무역특화지수 10년간 변화추이를 살펴보고 한·일 양국 가전제품이 중국에서의 경쟁력 정도를 측정하여 비교 분석하였다. 구체적으로 중국에서 일본보다 한국 더 경쟁력이 강한 품목은 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어컨(8479), 가전용 전기기기(8509), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 안테나(8529), 기타 전기기기(8543) 총 11개 품목이 있다. 한편에 중국에서 한국보다 일본 더 경쟁력이 강한 품목은 진공펌프(8414), 접시 세척기(8422), 음성재생기(8519), 송신기기(8525) 4개 품목이 있다. 나머지 진공청소기(8508), 면도기(8510), 라디오방송용 수신기기(8527), 프로젝터(8528) 품목이 양국의 경쟁력이 거의 비슷하게 나타나고 완전수입특화에 접근하여 절대 열위에 처한다.

본 연구에서 사용된 19개 가전제품품목의 한국 대중국 수출총계하고 수입총계로 한국 가전제품이 대중국의 무역특화지수를 산출하였다. 일본 가전제품이 대중국의 무역특화지수도 같은 방법으로 산출하였다. 양국 가전제품이 대중국의 무역특화지수 비교는 다음 <그림4-25>와 같다.

<그림4-25>를 보면 중국에 대한 한국 가전제품의 무역특화지수가 2018년 이전에 0 이상로 유지하고 있으며 비교우위에 있는데 2019년 -0.04로 하락하여 수출특화에서 수입특화로 경쟁력이 떨어졌다. 일본 가전제품의 무역특화지수가 전 연구 기간에 0 이하로 유지하고 있으며 중국에 대한 비교열위에 처하고 있다. 한국 가전제품의 무역

특화도가 일본보다 훨씬 높게 나타났다.

<그림4-25>한국과 일본 가전제품 중국에 대한 무역특화지수 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

본 소절은 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 무역특화도를 각각 산출하여 19개 품목의 10년간 변화추이를 살펴보고 품목별로 양국의 경쟁력 수준을 비교하였다. 본 소절의 분석결과를 총괄하면, 중국 시장에서 한국의 무역특화도는 10년간에 강화된 품목은 7개 있으며, 일본의 무역특화도를 강화된 품목이 3개 있다. 한국이 일본보다 무역특화도를 높은 품목은 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어컨(8479), 가전용 전기기기(8509), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 안테나(8529), 기타 전기기기(8543) 11개가 있다. 이 중에 2019년 무역특화지수가 1 이상의 수출특화품목은 3개가 있으며 증발식 에어컨(8479)의 수출특화도를 가장 높아 0.717로 나타나고 안테나(8529) 0.193, 원심분리기(8421) 0.113으로 나타났다.

일본이 한국보다 무역특화도를 높은 품목은 진공펌프(8414), 접시 세척기(8422), 음성재생기(8519), 송신기기(8525) 4개가 있지만, 이 중에 2019년 기준으로 수출특화된 품목은 무역특화지수가 0.161에 나타난 접시 세척기(8422)를 밖에 없다. 그리고 증발식 에어컨(8479)는 무역특화지수가 0.629로 나타나 일본의 가장 경쟁력 높은 품목이지만 한국보다 약간 낮다. 양국 전제 가전제품의 무역특화지수를 비교한 결과도 한

국 가전제품이 일본보다 훨씬 높게 나타났다. 결론적으로 한국의 가전제품은 일본보다 중국에 대한 수출특화도가 높아 경쟁력 더 강한 것을 밝혔다.

제3절 수출편향지수(EBI) 결과

1. 한국 대 중국 가전제품의 수출편향지수(EBI) 분석결과

<표4-11>은 2010년~2019년 품목별 한국 가전제품이 중국에 대한 수출편향지수를 계산한 결과이다. 수출편향지수는 1보다 크면 시장집중도가 높아 대상국에 대한 수출량이 많은 것을 판단할 수 있다. 먼저 품목별로 한국 가전제품 대중국 수출편향지수의 10년간 변화추이와 시장집중도를 분석하며, HS코드 진공펌프(8414)는 2010년 0.71에서 소폭 오르락내리락하다가 2019년 0.92로 수치가 상승하여 시장집중도가 증가한 것을 분석한다. HS코드 공기조절기(8515)는 2010년 0.53에서 2012년 0.66으로 대중국의 수출량이 많아지고 시장집중도가 높아지다가 지속적인 하락하여 2019년 0.32를 기록해 수출량이 감소하여 시장집중도가 낮아졌다. HS코드 냉장고(8418)는 연구 전체기간에서 상승과 하락을 반복적으로 보이고 2019년 0.14로 수치가 하락하여 시장집중도가 매우 낮음을 알 수 있다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년 0.50에서 2013년 1.04까지 시장집중도가 상승하여 수출량이 많아짐을 알 수 있으나, 이후 소폭 하락하였지만 2019년 1.14로 수치가 상승하여 시장집중도가 증가한 것이 분석된다. HS코드 8422(접시 세척기)는 연구 전체기간에서 0.5~0.8 사이에 오르락내리락했으며, 2016년 이후 소폭 하락한 추세를 보여 2019년 0.56을 기록해 약간 낮은 시장집중도가 나타났다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 2010년 0.06, 2011년 0.05로 0에 접근한 수치를 보여 시장집중도가 매우 낮게 나타났으며, 2014년 0.32로 상승하여 시장집중도가 증가하다가 2017년 0.20으로 하락하였다. 이후 소폭 증가하여 2019년 0.22를 기록해 시장집중도가 약간 증가함을 알 수 있다. HS코드 증발식 에어컨(8479)는 연구 전체기간에서 상승과 하락을 반복적으로 보이고 10년간 1 이상의 높은 시장집중도를 유지하고 있으며, 2019년 1.42를 기록해 대중국의 수출량이 많고 시장집중도가 높은 것이 분석된다. HS코드 진공청소기(8508)는 2010년~2019년 0.1 상하에 오르락내리락했으며, 2019년 0.11을 기록하여 대중국의 수출량이 적고 시장집중도가 매우 낮다. HS코드 가전용 전기기기(8509)는 2010년 0.11의 매우 낮은 시장집중도에서 2014년 1.91로 대폭 상승하여 시장집중도가 증가했으나, 이후 하락하여 2019년 0.49를 기록해 근년에 시장집중도가 감소함을 알 수 있다. HS코드 면도기(8510)는 2010년 3.07을 기록하여 매우 높은 시장집중도가 있다가 지속적인 하락하여 2017년 0.55로 약간

낮은 시장집중도로 떨어졌으나, 이후에 상승추세를 보여 2019년 1.04로 다시 높은 시장집중도로 상승, 수출량의 증가를 짐작할 수 있다. HS코드 가열기(8516)는 연구 전 기간에서 0.6, 0.7 상하에 오르락내리락하였으며, 2010년 0.6에서 2019년 0.71로 전체적으로 보면 상승하였다. 기존보다 중국에 대한 시장집중도가 약간 낮음을 의미한다.

<표4-11> 한국 가전제품 대 중국의 품목별 EBI

품목	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	0.71	0.81	0.73	0.88	0.82	0.87	0.98	0.85	0.88	0.92
8415	0.53	0.64	0.66	0.57	0.55	0.46	0.43	0.35	0.34	0.32
8418	0.15	0.13	0.14	0.17	0.26	0.24	0.18	0.23	0.19	0.14
8421	0.50	0.45	0.53	1.04	0.87	0.80	0.78	0.78	0.98	1.14
8422	0.57	0.66	0.76	0.70	0.69	0.68	0.77	0.60	0.56	0.56
8450	0.06	0.05	0.10	0.17	0.32	0.30	0.25	0.20	0.21	0.22
8479	1.40	1.54	1.33	1.50	1.30	1.38	1.45	1.32	1.45	1.42
8508	0.07	0.08	0.11	0.15	0.10	0.13	0.13	0.07	0.08	0.11
8509	0.11	0.46	0.62	1.29	1.91	1.66	1.41	0.92	0.47	0.49
8510	3.07	2.79	2.78	1.95	1.08	1.19	1.01	0.55	0.59	1.04
8516	0.60	0.68	0.70	0.67	0.66	0.70	0.64	0.57	0.59	0.71
8518	2.10	1.95	1.91	1.79	1.78	1.25	1.11	0.97	1.00	1.16
8519	0.02	0.05	0.13	0.03	0.08	0.12	0.01	0.04	0.03	0.09
8521	0.08	0.07	0.02	0.03	0.02	0.01	0.01	0.01	0.03	0.22
8525	0.09	0.10	0.16	0.10	0.11	2.26	2.98	2.52	0.40	0.33
8527	1.42	1.89	1.52	0.70	0.68	0.66	0.19	0.05	0.01	0.01
8528	0.02	0.03	0.04	0.02	0.02	0.04	0.07	0.06	0.07	0.20
8529	0.59	0.68	0.72	0.90	0.99	1.09	1.12	1.86	1.65	1.58
8543	2.24	2.94	2.87	2.51	2.56	2.04	0.76	0.89	0.82	1.00

자료: 한국무역협회 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://stat.kita.net/>, 2020).

마이크론(8518)은 2010년 2.10에서 지속적인 하락하여 2017년 0.97로 수치가 하락하여 시장집중도가 감소한 것이 알 수 있다. 이후에 다시 상승추세를 보여 2018년 1.00, 2019년 1.16을 기록해 시장집중도가 증가함을 알 수 있다. HS코드 음성재생기(8519)는 2010년~2019년 전 기간에 수출편향지수가 낮게 나타났으며, 수출량이 매우 낮고 시장집중도도 매우 낮다. 2019년 0.09를 기록해 2010년 0.02에 비해 약간 상승한 것이 보인다. HS코드 영상기록용 기기(8521)는 2010년 0.08에서 지속적인 소폭 하락하여 2017년 0.01로 수치가 하락하다가 다시 상승추세를 보여 2018년 0.03, 2019년 0.22를 기록해 시장집중도가 증가함을 알 수 있다. HS코드 송신기기(8525)는 2010년~2014년 0.1 상하에 오르락내리락하다가 2015년 2.26, 2016년 2.98로 대폭 상승하였으나, 2016년 이후 다시 하락추세를 보여 2109년까지 0.33으로 수치가 하락하고 시장집중도가 감소함을 알 수 있다. HS코드 라디오방송용 수신기기(8527)는 2010년 1.42에서 2012년 1.52까지 시장집중도가 높아 수출량이 많음을 짐작할 수 있으나, 이후에 지속적인 하락추세를 보여 2019년 0.01을 기록해 시장집중도가 감소했고 수출량이 매우 낮음을 알 수 있다. HS코드 프로젝터(8528)는 2010년~2018년 수출편향지수가 0.01 이하에 상승과 하락을 반복적으로 보이며, 2019년 0.20으로 수치가 상승하여 시장집중도가 증가했으나 아직 시장집중도가 낮다. HS코드 안테나(8529)는 2010년 0.59에서 2017년 1.86으로 지속적인 상승하였으나, 이후 하락추세를 보여 2018년 1.65, 2019년 1.58로 시장집중도가 소폭 감소한 것이 분석된다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 2010년~ 2015년 수출편향지수가 2 이상에 높은 시장집중도가 유지하다가 2016년~2018년 1 이하로 하락하여 수출량이 감소함을 알 수 있으나, 2019년 1.00을 기록해 시장집중도가 증가하는 것이 분석된다.

<표4-12>는 2010년~2019년 한국 가전제품 대중국 수출편향지수의 평균치를 제품군으로 분류한 표이다. 이렇게 평균 지수를 중심으로 분석한 경우는 ②그룹과 ③그룹에 속한 면도기(8510, 1.60), 마이크론(8518, 1.50), 기타 전기기기(8543, 1.86), 증발식 에어컨(8479, 1.41), 안테나(8529, 1.12) 품목이 1 이상의 수치로 나타났으며, 중국 시장에 대한 수출집중도가 높은 것으로 분석되었다. 2019년 기준으로 수출집중도가 가장 크게 나타나 품목은 안테나(8529, 1.58)이고 그다음에 높은 지수를 보이는 품목은 증발식 에어컨(8479, 1.42), 마이크론(8518, 1.16), 원심분리기(8421, 1.14), 면도기(8510, 1.04), 기타 전기기기(8543, 1.00) 품목 순으로 높게 나타났다. 약간 낮은 지수는 ④그룹 중에 가전용 전기기기(8509, 0.93)와 송신기기(8525, 0.90) 품목이 1에 접근한 수치로 나타났다. 매우 낮은 지수는 ⑤그룹 중에 음성재생기(8519,

0.06), 영상기록용 기기(8521, 0.05), 프로젝터(8528, 0.06) 품목은 0에 가까운 지수를 보여 시장집중도가 매우 낮고 수출량이 매우 낮은 것이 분석된다.

<표4-12>한국 가전제품의 대중국 수출편향지수(2010년~2019년) 평균치

품목군	분류기준	HS코드 및 평균치
①그룹	매우 높음 $3.0 \leq EBI$	
②그룹	높음 $1.5 \leq EBI < 3.0$	면도기[1.60], 마이크로폰[1.50], 기타 전기기기[1.86]
③그룹	약간 높음 $1.0 \leq EBI < 1.5$	증발식 에어컨[1.41], 안테나[1.12]
④그룹	약간 낮음 $0.5 \leq EBI < 1.0$	진공펌프[0.84], 원심분리기[0.79], 8422[0.65], 가전용 전기기기[0.93] 가열기[0.65], 송신기기[0.90], 라디오방송용 수신기기[0.71]
⑤그룹	낮음 $0.0 \leq EBI < 0.5$	공기조절기[0.48], 냉장고[0.18], 가정형 세탁기[0.19], 진공청소기[0.10] 음성재생기[0.06], 영상기록용 기기[0.05], 프로젝터[0.06]

주: [] 안은 평균치

2. 일본 대 중국 가전제품의 수출편향지수(EBI) 분석결과

<표4-13>은 일본 가전제품이 중국에 대한 수출편향지수를 2010년~2019년 연도별로 계산한 결과이다. 수출편향지수에 통해 시장집중도를 분석해보면 HS코드 진공펌프(8414)는 2010년 0.90에서 2017년 0.96까지 소폭 상승과 하락을 반복하다가 2018년 1.12로 1 이상의 높은 수치를 상승하여 시장집중도가 높기는 하였으며, 2019년 1.05로 전년보다 소폭 하락하여 우위 도가 많이 높은 편은 아니다. HS코드 공기조절기(8515)는 2010년 0.75에서 2016년 1.10으로 수치가 상승하여 시장집중도가 증가하다가 근년에 하락추세를 보여 2019년 0.78까지 약간 낮은 수치를 감소하였다. HS코드 냉장고(8418)는 2010년~2012년 1 이상의 수치를 보여 약간 높은 시장집중도를 유지하다가 이후에 0.8, 0.9 상하에 오르락내리락하였으며, 근 3년에 소폭 하락추세를 보여 2019년 0.80을 기록해 시장집중도가 감소함을 알 수 있다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년 1.07에서 2012년 0.94로 하락하다가 2015년까지 1.01로 상승하였

으며, 이후에 1 이상의 수치를 유지하고 있으나, 우위 도가 많이 높은 편은 아니다. HS코드 8422(접시 세척기)는 2013년 1.57을 최고수치로 보여 시장집중도가 높음을 의미한다. 2019년 0.97을 최저수치로 10년간 처음으로 1 이하로 떨어졌으며 근년에 수치가 하락추세를 보여 시장집중도가 낮아짐을 나타낸다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 2010년 1.31에서 2012년 1.99로 수치가 상승하여 시장집중도도 높아졌으나, 이후에 하락추세를 지속적인 보여 2019년까지 0.66을 기록해 시장집중도가 낮아지고 수출량의 감소를 짐작할 수 있다. HS코드 증발식 에어컨(8479)는 2010년~2019년 전 연구 기간에서 1.5 이상의 높은 수출편향지수로 나타났으며, 이 품목이 대중국의 시장집중도가 높음을 의미한다. 2010년 1.70에서 2019년 1.84로 10년간 소폭 상승을 보인다. HS코드 진공청소기(8508)는 2012년 0.99를 전 연구시간에 최고수치로 나타났으나 이후에 2015년까지 0.23으로 하락하다가 다시 상승추세를 보여 2019년 0.75를 기록해 시장집중도가 상승, 수출량의 증가를 분석할 수 있다. HS코드 가전용 전기기기(8509)는 2010년 0.22를 낮은 수치에서 2013년 1.09를 높은 수치로 상승했으며, 이후에 1 이상의 높은 수치에서 상승과 하락을 반복적으로 보이며, 2019년 1.47로 시장집중도가 상승하여 기존보다 수출량이 많아짐을 알 수 있다. HS코드 면도기(8510)는 2010년 0.99에서 2012년 1.08로 시장집중도가 높아지다가 2018년까지 지속적인 하락추세를 보여 시장집중도도 낮아짐을 알 수 있다. 2019년 0.30을 기록하여 전년보다 다소 상승했으나, 시장집중도가 낮은 수준이다. HS코드 가열기(8516)는 연구 전체기간에서 0.75~0.94 사이에 상승과 하락을 반복적으로 보이고, 2019년 0.75를 기록해 근년에 하락추세로 나타났으며 시장집중도가 감소함을 알 수 있다. HS코드 마이크로폰(8518)은 2010년 1.15를 연구 전체기간에 최고로 나타나고 2013년 0.55를 최저로 나타냈다. 2019년 0.83을 기록해 전년보다 소폭 상승하여 시장집중도가 증가함을 알 수 있다. HS코드 음성재생기(8519)는 2010부터 2016년까지 0.19 이하의 낮은 수치를 오르락내리락하다가 2017년 0.55로 상승하여 시장집중도가 증가한 것을 알 수 있으며, 이후에 다시 하락추세로 보여 2018년 0.59, 2019년 0.40을 기록해 시장집중도가 낮아짐을 의미한다. HS코드 영상기록용 기기(8521)는 2012년 1.28을 연구 전체기간에서 최고로, 2017년 0.41을 최저로 나타낸다. 2019년 0.68을 기록하여 2010년 0.81에 비해 하락하지만 근 3년의 수치를 보면 상승추세로 나타낸다. HS코드 송신기기(8525)는 전국 전 기간에서 1 이상의 수치를 보여 시장집중도가 높고 수출량이 많은 의미한다. 2019년 1.18을 기록하여 2010년 1.05에 비해 상승하였지만, 근년의 수치를 보면 소폭 하락한 추세로 나타났다.

<표4-13> 일본 가전제품 대 중국의 품목별 EBI

HS 번호	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	0.90	0.73	0.77	0.87	0.81	0.86	0.90	0.96	1.12	1.05
8415	0.75	0.75	0.81	0.91	0.88	0.96	1.10	1.00	0.88	0.78
8418	1.22	1.03	1.10	0.92	0.93	0.94	0.79	0.82	0.81	0.80
8421	1.07	0.98	0.94	0.95	0.96	1.01	1.05	1.09	1.11	1.03
8422	1.23	1.17	1.30	1.57	1.40	1.23	1.08	1.09	1.07	0.97
8450	1.31	1.37	1.99	1.53	1.48	1.20	1.01	0.88	0.74	0.66
8479	1.70	1.68	1.58	1.57	1.61	1.56	1.68	1.85	1.77	1.84
8508	0.63	0.60	0.99	0.64	0.26	0.23	0.27	0.30	0.59	0.75
8509	0.22	0.33	0.82	1.09	1.14	1.30	1.08	1.38	1.26	1.47
8510	0.99	0.92	1.08	0.86	0.80	0.85	0.42	0.37	0.22	0.30
8516	0.82	0.79	0.93	0.88	0.77	0.90	0.94	0.88	0.77	0.75
8518	1.15	0.72	0.74	0.55	0.71	0.68	0.69	0.80	0.70	0.83
8519	0.03	0.07	0.14	0.09	0.11	0.10	0.19	0.55	0.49	0.40
8521	0.81	0.91	1.28	0.93	1.08	0.94	0.60	0.41	0.63	0.68
8525	1.05	1.04	1.21	1.18	1.21	1.25	1.45	1.38	1.33	1.18
8527	1.34	1.06	0.05	0.22	0.11	0.22	0.20	0.13	0.09	0.03
8528	0.17	0.23	0.23	0.37	0.31	0.35	0.28	0.44	0.78	0.62
8529	1.24	1.53	1.54	1.63	2.04	1.94	1.99	1.96	1.73	1.87
8543	1.56	1.38	1.41	1.38	1.39	1.33	1.36	1.17	1.29	1.26

자료: UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://comtrade.un.org/data/>, 2020).

라디오방송용 수신기기(8527)는 2010년 1.34로 시장집중도가 가장 높았고, 이후에 대폭 하락추세를 보여 2019년까지 0.03의 0에 가까운 수치를 보여 시장집중도가 매우 낮음을 알 수 있다. HS코드 프로젝터(8528)는 2010년 0.17을 매우 낮은 시장집중도에서 2018년 0.78을 연구 전체기간에 최고로 상승하여 시장집중도가 약간 낮은 수준으로 증가하였다. 2019년 0.62를 기록하여 전년보다 시장집중도가 감소함을 알 수 있다. HS코드 안테나(8529)는 연구 전 기간에서 1 이상의 수치를 보여 시장집중도가 높아 수출량이 많은 것을 해석할 수 있다. 2019년 1.87을 기록하여 2010년에 비해

시장집중도가 증가함을 알 수 있다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 2010년~2019년 1 이상의 수치를 보여 높은 시장집중도가 나타났으며, 2019년 1.26을 기록하여 2010년 1.56에 비해 시장집중도가 감소함을 알 수 있다.

<표4-14>일본 가전제품의 대중국 수출편향지수(2010년~2019년) 평균치

품목군	분류기준	HS코드 및 평균치
①그룹	매우 높음 $3.0 \leq EBI$	
②그룹	높음 $1.5 \leq EBI < 3.0$	증발식 에어컨[1.68], 안테나[1.75]
③그룹	약간 높음 $1.0 \leq EBI < 1.5$	원심분리기[1.02], 접시세척기[1.21], 가정형 세탁기[1.22], 가전용 전기기기[1.01] 송신기기[1.23], 기타 전기기기[1.35]
④그룹	약간 낮음 $0.5 \leq EBI < 1.0$	진공펌프[0.90], 공기조절기[0.88], 냉장고[0.94], 진공청소기[0.53] 면도기[0.68], 가열기[0.84], 마이크론[0.76], 영상기록용 기기[0.83]
⑤그룹	낮음 $0.0 \leq EBI < 0.5$	음성재생기[0.22], 라디오방송용 수신기기[0.34], 프로젝터[0.38]

주: [] 안은 평균치

<표4-14>에서 일본 가전제품 대중국의 수출편향지수의 2010년~2019년 평균 지수를 중심으로 분석한 경우는 ②그룹과 ③그룹에 속한 안테나(8529, 1.75), 증발식 에어컨(8479, 1.68), 기타 전기기기(8543, 1.35), 송신기기(8525, 1.23), 가정형 세탁기(8450, 1.22), 8422(접시 세척기, 1.21), 원심분리기(8421, 1.02), 가전용 전기기기(8509, 1.01) 품목이 1 이상의 수치를 보여 중국에 대한 수출집중도가 높은 것으로 분석된다. 한편에 2019년 기준으로 수출집중도가 크게 나타난 품목은 안테나(8529, 1.87), 증발식 에어컨(8479, 1.84), 가전용 전기기기(8509, 1.47), 기타 전기기기(8543, 1.26), 송신기기(8525, 1.18), 진공펌프(8414, 1.05), 원심분리기(8421, 1.03) 품목 순으로 나타났다.

나머지 1 이하의 평균 수치를 나타난 품목은 11개이고 ④그룹에 속한 8418(8418, 0.94), 진공펌프(8414, 0.90), 공기조절기(8515, 0.88), 가열기(8516, 0.84), 영상기록용 기기(8521, 0.83), 마이크론(8518, 0.76), 면도기(8510, 0.68), 진공청소기(8508, 0.53) 품목 순으로 나타났다. ⑤그룹에 속한 프로젝터(8528, 0.38), 라디오방송용 수

신기기(8527, 0.34), 음성재생기(8519, 0.22) 품목이 0.5 이하의 수치를 보여 중국에 대한 수출집중도가 매우 낮은, 수출량이 저조함을 의미한다.

3. 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 비교분석

<표4-15>의 왼쪽 부분은 2010년~2019년 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 수출편향지수 평균 수치를 비교하는 것이고 오른쪽 부분은 한국과 일본 가전제품이 중국에서 대한 수출편향지수를 2019년 기준으로 비교하는 것이다. 먼저 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 2010년~2019년의 수출편향지수 평균치를 비교분석하고 2019년 양국의 대중국 수출편향지수를 비교분석하는 다음에 두 비교분석결과를 결부시켜 분석한다. <표4-15>을 살펴보면 19개 품목 중에 한국 가전제품이 일본 가전제품보다 중국에 대한 수출편향지수 평균치를 큰 품목이 4개가 있으며, 면도기(8510) 0.92, 기타 전기기기(8543) 0.51, 음성재생기(8519) 0.37 차액이 순으로 나타났다. 2019년 기준으로 한국이 일본보다 중국에 대한 수출편향지수를 큰 품목이 3개가 있으며, 면도기(8510) 0.74, 마이크론(8518) 0.33, 원심분리기(8421) 0.10 차액이 순으로 나타났다. 따라서 한국 가전제품이 일본 가전제품보다 중국에 대한 수출편향지수 평균치와 2019년 수출편향지수 결합하게 보면 면도기(8510)와 마이크론(8518) 품목이 수출편향지수 평균치이나 2019년 기준으로의 수출편향지수 모두 일본보다 한국의 수치가 더 크게 나타나고 중국에 대한 시장집중도가 더 높음을 의미한다.

한편에 일본이 한국보다 중국에 대한 수출편향지수 평균치를 높은 품목이 15개 가 있으며, 이 중에 가정형 세탁기(8450) 품목은 1.03의 차액이 가장 크게 나타났고 나머지 영상기록용 기기(8521) 0.78, 냉장고(8418) 0.75, 안테나(8529) 0.63, 8422(접시 세척기) 0.56, 진공청소기(8508) 0.42, 공기조절기(8515) 0.40, 송신기기(8525) 0.32, 프로젝터(8528) 0.32, 증발식 에어컨(8479) 0.28, 원심분리기(8421) 0.23, 가열기(8516) 0.19, 음성재생기(8519) 0.16, 가전용 전기기기(8509) 0.08, 진공펌프(8414) 0.05의 차액이 순으로 나타났다. 2019년 기준으로 일본이 한국보다 중국에 대한 수출편향지수를 높은 품목이 16개가 있으며, 이 중에 0.5 이상의 차액이 보이는 품목은 가전용 전기기기(8509) 0.98, 송신기기(8525) 0.85, 냉장고(8418) 0.65, 진공청소기(8508) 0.63 차액 순으로 나타난다. 따라서 일본 가전제품이 대중국의 수출편향지수 평균치이나 2019년 수출편향지수 모두 한국보다 수치 높게 나타나는 품목은 14개가 있으며, 이 중에 두 다 0.5 이사의 차액이 보이는 품목은 냉장고(8418)이다.

한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 2010년~2019년 수출편향지수 평균치와 2019년 기준의 수출편향지수를 비교한 결과, 면도기(8510)와 마이크로폰(8518) 품목은 일본보다 한국이 중국에 대한 시장집중도가 높은 것이 분석되었다. 면도기(8510), 마이크로폰(8518), 라디오방송용 수신기기(8527), 기타 전기기기(8543)품목을 제외한 대부분 가전제품은 한국보다 일본이 대중국의 시장집중도가 더 높은 것이 분석되었다. (원심분리기품목은 평균치 기준에 일본이 한국보다 0.23을 높으나, 2019년 기준에 한국이 일본보다 0.10을 높은 것이 나타났다. 라디오방송용 수신기기는 평균치 기준에 한국이 일본보다 0.37을 높으나, 2019년 기준에 일본이 한국보다 0.02를 높은 것이 나타났다.)

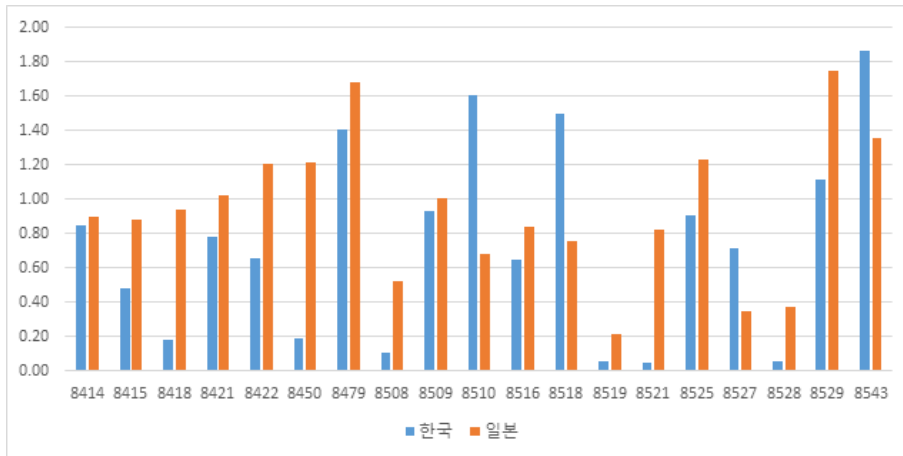
<표4-15> 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 평균치 비교과 2019년 EBI 비교

hs	항목	2010년~2019년 EBI 평균치			2019년 EBI		
		한국	일본	차액	한국	일본	차액
8414		0.84	0.90	0.05	0.92	1.05	0.14
8415		0.48	0.88	0.40	0.32	0.78	0.45
8418		0.18	0.94	0.75	0.14	0.80	0.65
8421		0.79	1.02	0.23	1.14	1.03	0.10
8422		0.65	1.21	0.56	0.56	0.97	0.41
8450		0.19	1.22	1.03	0.22	0.66	0.44
8479		1.41	1.68	0.28	1.42	1.84	0.42
8508		0.10	0.53	0.42	0.11	0.75	0.63
8509		0.93	1.01	0.08	0.49	1.47	0.98
8510		1.60	0.68	0.92	1.04	0.30	0.74
8516		0.65	0.84	0.19	0.71	0.75	0.04
8518		1.50	0.76	0.74	1.16	0.83	0.33
8519		0.06	0.22	0.16	0.09	0.40	0.31
8521		0.05	0.83	0.78	0.22	0.68	0.46
8525		0.90	1.23	0.32	0.33	1.18	0.85
8527		0.71	0.34	0.37	0.01	0.03	0.02
8528		0.06	0.38	0.32	0.20	0.62	0.43
8529		1.12	1.75	0.63	1.58	1.87	0.29
8543		1.86	1.35	0.51	1.00	1.26	0.26

자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 계산하고 정리한다.

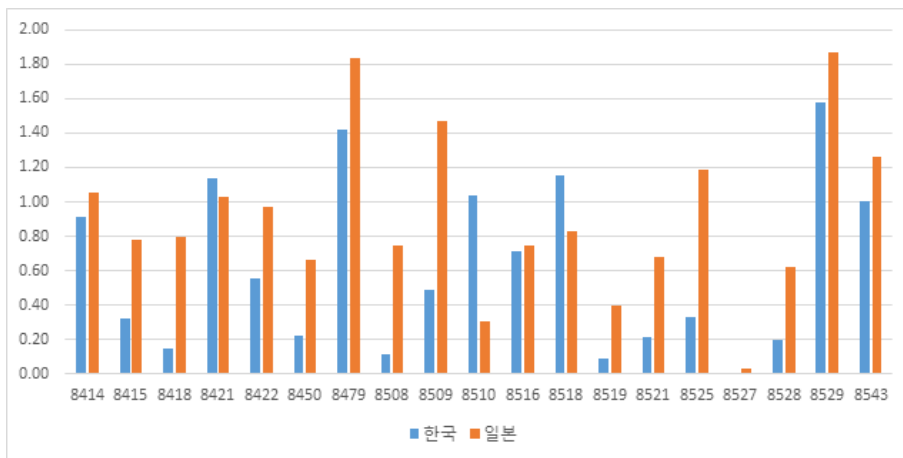
주: 차액 중에 빨간 글씨는 한국보다 일본이 높은 차액이고 검은 글씨는 일본보다 한국이 높은 차액이다.

<그림4-26>한·일 가전제품 대 중국의 EBI 평균치(2010~2019년) 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 계산하고 정리한다.

<그림4-27> 2019년 한·일 가전제품 대 중국의 EBI 비교



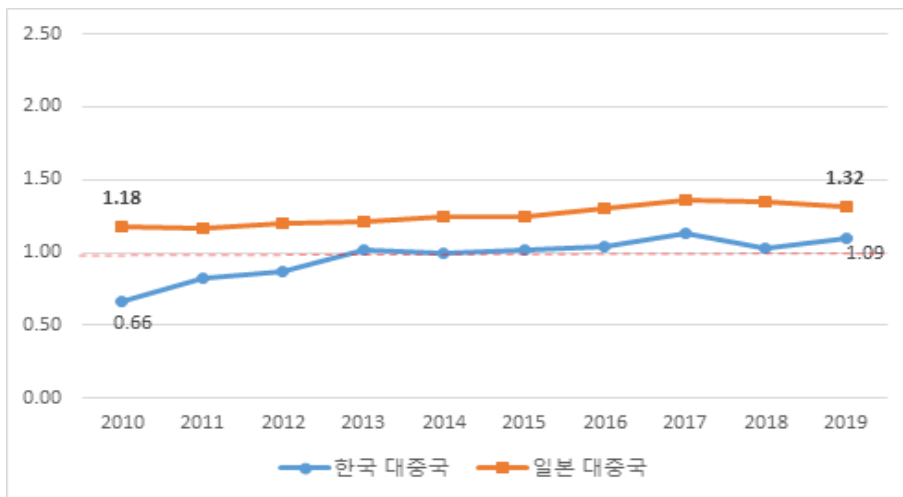
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 계산하고 정리한다.

이상은 한국과 일본 가전제품이 대중국의 수출편향지수를 산출하여 양국 가전제품이 중국에 대한 시장집중도를 품목별로 비교함으로써 중국 시장에서 한국이 일본보다 시장집중도 높은 품목과 일본이 한국보다 시장집중도 높은 품목을 밝혔다. 분석한 결과 일본은 더 많은 품목이 한국보다 시장집중도가 높으니 중국에 대한 일본 가전제품의

시장집중도가 한국보다 높은 것이다. 이 결과를 더 확실히 하기 위해 본연구에서 사용된 19개 가전제품품목의 한국 대중국 수출총계와 19개 한국 가전제품품목의 총수출로 한국 가전제품이 대중국의 수출편향지수를 산출하고 일본 가전제품이 대중국의 수출편향지수도 같은 방법으로 산출하였다. <그림4-28>은 양국 가전제품이 중국에 대한 수출편향지수를 비교하였다.

<그림4-28>을 살펴보면 중국에 대한 일본 가전제품의 수출편향지수가 10년 동안 1 이상으로 유지하고 있으며, 2010년 1.18에서 2019년 1.32로 상승하였다. 중국에서 일본가 가전제품의 시장집중도가 높다는 것을 의미하고 일본의 가전제품 수출량이 많다는 것을 해석할 수 있다. 한국 대중국의 가전제품 수출편향지수 곡선을 보면 2010년 0.66으로 나타나 한국의 가전제품이 중국에 대한 약간 낮은 수출집중도가 있는 것으로 의미하며, 2019년 1.09로 상승하여 수출집중도가 높아졌다. 그래도 연구 전체기간에 중국에서 한국 가전제품의 집중도가 일본보다 낮은 것으로 나타났다.

<그림4-28>한국과 일본 가전제품 중국에 대한 수출편향지수 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

본 소절은 중국 시장에서 한국과 일본이 가전제품의 시장집중도를 비교하기 위해 품목별로 양국의 10년간 수출편향지수를 각각 산출하여 10년간 수출편향지수 평균치와 2019년 수출편향지수를 결합해서 비교하였다. 이를 통해 양국 중국에 대한 시장집중도 높은 가전제품품목을 제시하였다. 마지막으로 중국 시장에서 한국과 일본이 전체적으로 가전제품의 시장집중도를 산출하고 비교분석을 하였다.

본 소절의 분석결과를 총괄해보면 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 수출편향지수가 1 이상으로 나타나 시장집중도가 높은 품목은 한국이 2010년 5개에서 2019년 6개로 상승하였고 일본이 2010년 10개에서 2019년 7개로 감소하였다. 양국의 수출편향지수를 비교한 결과, 한국이 일본보다 집중도 높은 품목은 면도기(8510), 마이크로폰(8518) 2개가 있고 이 중에 면도기(8510)는 대중국의 시장집중도가 가장 높아 수출량이 더욱더 많은 것으로 의미한다. 일본이 한국보다 집중도 높은 품목은 15개가 있고 이 중에 7개 품목이 10년간 평균치를 1 이상으로 나타나 대중국의 수출량이 많은 것이다. 양국 전체적으로 가전제품의 수출편향지수를 비교한 결과도 중국에서 일본 가전제품의 시장집중도가 한국보다 높은 것으로 밝혔다.

제4절 수출결합도(IE) 결과

1. 한국 대 중국 가전제품의 수출결합도(IE) 분석결과

수출결합도 수치는 1보다 크면 한국과 중국의 수출결합도가 높아 수출의존도가 높고 비교우위에 있다는 것을 분석할 수 있다. 반대로 수출결합도 수치는 1보다 낮을 때, 수출의존도가 낮은 것이 해석할 수 있다. 한국 가전제품이 중국에 대한 수출결합도 분석결과는 아래 <표4-16>과 같다.

HS코드 진공펌프(8414)는 연구 전체기간에서 1 이상의 수치로 보여 비교우위에 있다. 2010년 1.78로 한국과 중국의 수출결합관계가 약간 높으나 이후에 상승과 하락을 반복하였으며, 2019년 4.23으로 수출결합관계가 높아짐을 보인다. HS코드 공기조절기(8515)는 2010년 5.83으로 비교우위를 갖고, 2013년 9.67로 상승하여 수출결합관계가 높아지다가 2018년까지 4.76으로 다시 하락하였으나 2019년 5.00으로 다소 상승하였다. HS코드 냉장고(8418)는 2010년 3.61로 높은 수출결합관계를 보다가 2014년까지 하락과 상승을 반복하여 2014년 5.29로 수출결합관계를 높아졌으나, 이후에 하락추세를 보여 2019년까지 2.48로 수출결합관계를 낮아졌다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년 0.92로 비교우위를 갖지 못하나, 이후에 전체적으로 상승추세를 보여 2019년 3.73으로 높은 수출결합관계를 보인다. HS코드 8422(접시세척기)는 2010년 0.81, 2011년 0.93으로 낮은 수출결합관계를 보이다가 2012년 이후에 1 이상의 수치로 상승하였으나, 근년에 하락추세를 보여 2019년 1.32로 수출결합관계가 낮아졌다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 2010년 7.95에서 2011년 6.36으로 하락하였으나, 2014년 18.72로 대폭 상승하여 수출결합관계가 높아지다가 2018년 9.53으로 수출결합관계가 다시 낮아졌다. 2019년 10.42를 기록하여 전년보다 수출결합관계가 높아졌다. HS코드 8579(8479)는 연구 전체기간에서 4.76~7.48 사이에 상승과 하락을 반복하였고, 2019년 6.19로 2010년에 비해 상승하였으나 전년보다 다소 하락하는 것이 보인다. HS코드 진공청소기(8508)는 2013년 5.82로 전 연구 기간에 가장 높은 수치를 보였으나, 이후에 지속적인 하락하여 2019년 0.11로 매우 낮은 수치를 보였으며 수출의존도가 낮고 비교열위에 가까운 것을 의미하다.

HS코드 가전용 전기기기(8509)는 2010년 0.68로 낮은 수출결합도를 보이다가 2014년 16.93을 비교적 높은 수치로 대폭 상승하였으나, 2018년 1.66으로 다시 대폭

하락하여 수출결합관계도 낮아졌다. 2019년 1.75를 기록하여 전년보다 다소 상승하였다. HS코드 면도기(8510)는 2010년 1.04, 2011년 1.13, 2012년 1.04를 약간 높은 수출결합도로 보였으나, 이후에 1 이하의 수치로 양국의 밀결합도가 매우 낮은 것이 분석된다. HS코드 가열기(8516)는 2016년 이전에 3.00 이상의 수치를 보여 양국의 수출결합관계를 높였으나, 근면에 하락추세를 나타나 219년 1.97로 수출결합관계가 낮아졌다.

<표4-16> 한국 가전제품 대 중국의 품목별 IE

HS 년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	1.78	2.26	2.45	3.24	2.97	3.57	4.09	3.38	3.67	4.23
8415	5.83	6.91	9.09	9.67	9.21	7.91	6.62	5.02	4.76	5.00
8418	3.61	2.32	3.07	3.73	5.29	4.71	4.26	4.26	2.80	2.48
8421	0.92	1.02	1.20	2.97	2.38	2.62	2.75	2.21	3.29	3.73
8422	0.81	0.93	1.33	1.42	1.31	1.35	1.82	1.57	1.43	1.32
8450	7.95	6.36	12.86	16.43	18.72	16.71	15.77	11.33	9.53	10.42
8479	4.76	5.26	5.46	7.48	5.32	6.87	6.00	4.97	6.23	6.19
8508	4.43	4.02	4.75	5.82	2.81	2.01	0.91	0.15	0.13	0.11
8509	0.68	3.95	6.84	15.04	16.93	12.48	8.16	4.01	1.66	1.75
8510	1.04	1.13	1.04	0.40	0.13	0.13	0.13	0.05	0.05	0.11
8516	3.70	3.41	3.08	3.71	3.63	3.60	3.11	2.08	1.82	1.97
8518	3.82	3.22	3.08	3.22	2.78	1.63	1.02	0.71	0.77	0.86
8519	0.09	0.26	0.94	0.26	1.23	1.59	0.10	0.30	0.19	0.51
8521	1.37	1.09	0.27	1.03	0.91	0.37	0.18	0.11	0.31	0.77
8525	0.11	0.09	0.10	0.04	0.05	2.65	11.61	6.23	0.61	0.59
8527	4.53	12.83	18.05	10.47	7.18	6.19	2.35	0.54	0.12	0.16
8528	0.79	1.51	1.57	1.52	1.10	1.85	2.55	1.88	1.76	2.99
8529	5.54	6.04	5.79	8.37	7.43	7.35	6.21	9.49	8.67	12.18
8543	8.95	11.89	17.85	23.43	21.24	12.05	1.34	1.54	1.57	1.84

자료: 한국무역협회 자료를 근거로 저자 산출하였음(<https://stat.kita.net/>,2020).

HS코드 마이크로폰(8518)은 2013년 이전에 3.00 이상의 수치를 보이다가 하락추세를 보여 2017년 0.71의 낮은 수치로 수출결합도가 낮아졌으나, 이후에 다소 상승하지만 2019년까지 0.86의 낮은 수치밖에 못 됐다. HS코드 음성재생기(8519)는 2014년 1.23, 2015년 1.59의 약간 높은 수출결합도를 보이며, 이외의 기간에서는 1 이하의 수치로 수출결합도가 낮은, 비교열위로 볼 수 있다. HS코드 영상기록용 기기(8521)는 2010년 1.37, 2011년 1.09, 2013년 1.03의 약간 높은 수출결합도를 보이며, 이외의 기간에서 1 이하의 수치로 양국의 수출결합관계를 낮은 것이 보인다. 근년에 상승추세를 보여 2019년 0.77로 수출결합도를 약간 높아졌다. HS코드 송신기기(8525)는 2014년 이전에 0에 가까운 수치로 보여 수출의존도가 매우 낮아 비교열위에 있음을 의미한다. 2015년 2.65, 2016년 11.65로 대폭 상승하여 수출결합도를 높았으나, HS코드 라디오방송용 수신기기(8527)는 2010년 4.53에서 2012년 18.05로 대폭 상승하였으며, 이후에 지속적인 하락하여 2019년 0.16을 매우 낮은 수치로 보여 수출결합도가 낮은, 비교열위 볼 수 있다. HS코드 프로젝터(8528)는 2010년 0.79로 가장 낮은 수치를 보이다가 이후에 상승과 하락을 반복하였고 2019년 2.99로 비교적 높은 수출결합도로 상승하였다. HS코드 안테나(8529)는 2010년 5.54로 연구 전 기간에서 가장 낮은 수치로 보였으며, 이후에 상승과 하락을 반복하였고 2019년 12.18로 수출결합관계가 높아져 비교우위를 갖는다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 2010년 8.95에서 2013년 23.43을 매우 높은 수치로 상승하여 수출결합관계가 매우 높아졌으나, 2016년까지 1.34로 대폭 하락하였다가 이후에 다소 상승하여 2019년 1.84를 기록해 수출결합관계가 약간 높은 것이 보인다. 이후에 하락추세를 보여 2019년까지 0.59로 비교적인 낮은 수출결합도로 하락하였다.

<표4-17> 수출결합도에 의한 의존도 유형별 수출결합관계의 의미

의존도 유형	수출결합도		수출결합관계 의미	의존도 유형	수출결합도		수출결합관계 의미
	기준 시점	비교 시점			기준 시점	비교 시점	
의존도 강화	①그룹	1 <	1 <	의존도 약화	①그룹	1 <	1 <
	②그룹	<1	1 <		②그룹	1 <	<1
	③그룹	<1	<1		③그룹	<1	<1

한국 가전제품이 대중국의 수출의존도 변화추이를 더 명확하게 보이기 위해 <표 4-17>의 기준으로 분류해서 <표4-18>을 정리했다. <표4-18>에 통해 한국 가전제품이 중국에 대한 수출결합관계를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 2010년~2019년을 대상으로 의존도 유형별도 분석한 결과는 진공펌프(8414), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어컨(8479), 안테나(8529) 품목이 의존도 강화 ①그룹에 해당하여 수출밀접관계에서 수출결합도가 높아지는 것이 나타났다. 원심분리기(8421), 8422(접시 세척기), 가전용 전기기기(8509), 프로젝터(8528) 품목은 소원(疏远)관계에서 밀접관계로 수출결합도가 높아져 ②그룹에 속하는 것이 나타났다. 음성재생기(8519), 송신기기(8525) 품목은 의존도 강화 ③그룹에 해당하여 소원(疏远)관계를 완화하고 수출결합관계가 높아지는 것으로 조사되었다. 한편 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 가열기(8516), 기타 전기기기(8543) 품목의 경우는 밀접관계가 약화하고 수출결합관계가 낮아졌으며, 수출의존도 약화 ①그룹에 속하는 것을 분류되었다. 진공청소기(8508), 면도기(8510), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527) 품목은 수출의존도 약화 ②그룹에 포함하여 밀접관계에서 소원(疏远)관계로 수출결합도가 낮아지는 것이 조사되었다.

<표4-18>한국 가전제품의 대중국 수출결합도에 의한 경쟁력 추이

의존도 연도	의존도 강화			의존도 약화		
	①그룹	②그룹	③그룹	①그룹	②그룹	③그룹
2010 ~ 2011	8414, 8415 8479, 8510 8527, 8529 8543	8421, 8509 8528	8422, 8519	8418, 8450 8508, 8516 8518, 8521		8525
2011 ~ 2012	8414, 8515 8418, 8421 8450, 8479 8508, 8509 8527, 8528 8543	8422	8519, 8525	8510, 8516 8518, 8529	8521	
2012 ~ 2013	8414, 8415 8418, 8421 8422, 8450 8479, 8508 8509, 8516 8518, 8529 8543	8521		8527, 8528	8510	8519, 8525

2013 ~ 2014	8418, 8450 8509	8519	8525	8414, 8415 8421, 8422 8479, 8508 8516, 8518 8527, 8528 8529, 8543	8521	8510
2014 ~ 2015	8414, 8421 8422, 8479 8519, 8528	8525		8415, 8418 8450, 8508 8509, 8516 8518, 8527 8529, 8543		8510, 8521
2015 ~ 2016	8414, 8421 8422, 8525 8528			8415, 8418 8450, 8479 8509, 8516 8518, 8527 8529, 8543	8508, 8519	8510, 8521
2016 ~ 2017	8529, 8543		8519	8414, 8415 8418, 8421 8422, 8450 8479, 8509 8516, 8525 8528	8518, 8527	8508, 8510 8521
2017 ~ 2018	8414, 8421 8479, 8543		8518, 8521	8415, 8418 8422, 8450 8509, 8516 8528, 8529	8525	8508, 8510 8519, 8527
2018 ~ 2019	8414, 8415 8421, 8450 8509, 8516 (8528), 8529 8543		8518, 8519 8521, 8527	8418, 8422 8479		8508, 8510 8525
2010 ~ 2019	8414, 8450 8479, 8529	8421, 8422 8509, 8528	8519, 8525	8415, 8418 8516, 8543	8508, 8510 8518, 8521 8527	

2. 일본 대 중국 가전제품의 수출결합도(IE) 분석결과

일본 가전제품이 중국에 대한 수출결합도의 분석결과는 아래 <표4-19>와 같다. <표4-19>에 통해 2010년~2019년 기간에 19개 일본 가전제품품목이 중국에 대한 수출의존도를 알 수 있다.

진공펌프(8414)는 2011년 3.56을 연구 전 기간에 최저수치로 보이나 2018년까지 5.01로 수출결합관계가 높아졌으나, 2019년 4.72로 전년보다 다소 하락하였다. HS코

드 공기조절기(8515)는 2010년 6.90에서 2013년 9.30으로 수치가 상승하여 수출결합관계가 높아져 비교우위를 갖으나, 이후에 하락추세를 보여 2019년 7.05로 수출결합도를 낮아지는 것이 나타났다. HS코드 냉장고(8418)는 2010년 3.43을 수출결합도를 보였으며, 이후에 2.00 상하에 하락과 상승을 반복하여 2019년 2.11로 전년보다 소폭 상승하는 것이 나타났다. HS코드 원심분리기(8421)는 연구 기간에 2.36~3.50 사이에 오르락내리락하였으며, 2010년 3.50으로 가장 높은 수치를 보였으나 2019년 2.36으로 가장 낮은 수치를 하락하는 것이 나타났다. HS코드 8422(접시 세척기)는 2010년 1.59에서 2018년 2.67로 수치를 상승하여 수출결합관계가 높아졌으나, 2019년 2.35로 전년보다 다소 하락하는 것이 나타났다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 2010년 2.40에서 2012년 3.43으로 수치가 상승했으나, 이후에 하락추세를 보여 2018년 다소 상승하지만 2019년 1.18로 수출의존도가 낮아졌다. HS코드 증발식 에어컨(8479)는 2015년 5.98을 연구 전체기간에 가장 낮은 수치를 보였으며, 중국에 대한 수출결합관계를 높음을 의미한다. 하지만 근년에 다소 하락한 추세를 보여 2019년 6.55로 수출결합관계가 낮아졌다. HS코드 진공청소기(8508)는 2010년 1.65, 2011년 1.67, 2012년 1.62를 약간 높은 수치가 나타났으나, 이후에 1 이하의 낮은 수치를 보고 2019년 0.10의 매우 낮은 수치로 수출결합관계가 낮아지는 것이 나타났다. HS코드 가전용 전기기기(8509)는 2010년 0.66으로 낮은 수치이지만 이후에 2.0 상하에 상승과 하락을 반복하였으며, 2019년 1.77로 비교우위를 갖고 전년보다 다소 상승하여 수출결합관계가 높아졌다. HS코드 면도기(8510)는 2010년~2015년 2.5 이상의 비교적 높은 수치를 보였으나, 2013년 이후에 지속적인 하락하여 2018년 0.53, 2019년 0.61의 낮은 수출결합관계를 보인다.

가열기(8516) 품목은 2010년~2017년 2.50 상하에 하락과 상승을 반복하였으나, 2016년 이후에 하락추세를 보여 2019년 1.32로 수출결합관계가 낮아졌다. HS코드 마이크로폰(8518)은 연구 전체기간에 1보다 낮은 수치로 중국에 대한 수출결합도가 매우 낮음을 의미한다. HS코드 음성재생기(8519)는 2010년~2016년 1.00 상하에 오르락내리락하였으나, 2107년 3.32로 비교적인 높은 수치로 상승하였다가 2108년 2.84, 2109년 1.75로 다시 하락하여 수출결합관계가 낮아졌다. HS코드 영상기록용 기기(8521)는 2010년 3.87에서 2014년 12.48의 매우 높은 수치로 상승하였으나, 이후에 지속적인 대폭 하락하여 2019년 0.38의 매우 낮은 수치로 수출결합관계가 매우 낮음을 알 수 있다. HS코드 송신기기(8525)는 연구대상 전체기간에서 1보다 높은 수치로 수출결합관계가 높음을 의미한다. 2010년 8.57에서 2015년 2.22로 하락하다가 2016

년 3.95로 상승하였으며, 2017년 4.81, 2018년 4.95, 2019년 4.88로 근년에 변동이 매우 적다.

<표4-19> 일본 가전제품 대 중국의 품목별 IE

HS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	3.69	3.56	3.60	3.79	3.74	3.83	4.14	4.60	5.01	4.72
8415	6.90	7.92	8.59	9.30	9.28	7.59	8.09	8.40	7.80	7.05
8418	3.43	2.26	2.18	2.07	1.96	1.98	2.06	1.96	1.81	2.11
8421	3.50	3.35	3.03	2.83	2.71	2.50	2.98	3.12	3.18	2.36
8422	1.59	1.77	2.31	2.91	2.45	2.19	2.31	2.46	2.67	2.35
8450	2.40	2.75	3.43	2.14	1.49	1.36	1.27	1.19	1.21	1.18
8479	6.28	7.05	6.92	6.39	6.39	5.98	6.16	6.95	6.64	6.55
8508	1.65	1.67	1.62	0.85	0.35	0.27	0.18	0.11	0.13	0.10
8509	0.66	1.17	2.21	2.06	1.50	1.53	1.56	2.41	1.75	1.77
8510	2.64	2.88	2.93	2.93	2.67	2.57	1.14	1.02	0.53	0.61
8516	2.52	2.36	2.14	2.49	2.30	2.57	2.62	2.29	1.76	1.32
8518	0.55	0.34	0.28	0.19	0.26	0.23	0.22	0.21	0.22	0.28
8519	0.49	0.49	1.17	0.62	0.95	0.87	1.42	3.32	2.84	1.75
8521	3.87	5.81	7.38	7.40	12.48	10.27	1.80	1.67	1.26	0.38
8525	8.57	5.88	4.79	2.48	2.71	2.22	3.95	4.81	4.95	4.88
8527	3.11	3.28	0.22	0.87	0.34	0.59	0.56	0.28	0.22	0.09
8528	1.25	2.80	2.64	6.61	4.06	5.84	3.06	5.80	9.28	5.71
8529	3.80	4.59	4.39	4.07	3.98	3.64	2.63	1.97	1.65	1.72
8543	5.72	4.30	4.84	4.73	4.94	4.52	4.59	3.96	4.33	3.77

자료: UN Comtrade 자료를 근거로 저자 사출하였음(<https://comtrade.un.org/data/>, 2020).

HS코드 라디오방송용 수신기기(8527)는 2010년 3.11, 2011년 3.28로 비교적 높은 수출결합관계를 보였으나, 이후에 1 이상의 수치로 수출결합도가 매우 낮은 것이 분석된다. 특히 20109년 0.09의 매우 낮은 수치로 근년에 지속적인 하락하였다. HS코드 프로젝터(8528)는 2010년 1.25를 전 연구 기간에 가장 낮은 수치로 수출결합도가 높

음을 알 수 있다. 2019년 5.71로 전년보다 수출결합도가 낮아지는 것을 알 수 있다. HS코드 안테나(8529)는 2010년 3.80에서 2011년 4.59로 상승하였으나, 이후에 지속적인 하락하여 2018년까지 1.65로 수출결합관계가 낮아졌다가 2019년 1.72로 다소 상승하는 것이 보인다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 연구 기간에 5.72~3.77 사이의 오르락내리락하여 비교우위를 갖는 것으로 해석할 수 있다.

<표4-20>은 일본 가전제품이 중국에 대한 수출결합도를 <표4-17>의 기준으로 분류한 것이다. <표4-20>을 통해 해당 품목이 중국에 대한 수출결합관계를 살펴보면 다음과 같다. 2010년~2019년을 대상으로 수출의존도 유형별로 분석한 결과 진공펌프(8414), 공기조절기(8515), 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479), 프로젝터(8528) 품목은 의존도 강화 ①그룹에 해당하여 수출밀접관계에서 수출결합도가 높아지는 것이 조사되었다. 가전용 전기기기(8509), 음성재생기(8519) 품목은 수출소원(疏远)관계에서 밀접관계로 수출결합도가 높아져 ②그룹에 속하는 것으로 나타났다.

한편에 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 송신기기(8525), 안테나(8529), 기타 전기기기(8543) 품목은 의존도 약화 ①그룹에 속하는 것으로 분류되었다. 진공청소기(8508), 면도기(8510), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527) 품목은 수출의존도 약화 ②그룹에 포함하여 밀접관계에서 소원(疏远)관계로 수출결합도가 낮아지는 것이 조사되었다. 마이크로폰(8518) 품목은 의존도 약화 ③그룹에 포함되는 것이 나타났다.

<표4-20> 일본 가전제품의 대중국 수출결합도에 의한 경쟁력 추이

의존도 연도	의존도 강화			의존도 약화		
	①그룹	②그룹	③그룹	①그룹	②그룹	③그룹
2010 ~ 2011	8415, 8422 8450, 8479 8508, 8510 8521, 8527 8528, 8529	8509	8519	8414, 8418 8421, 8516 8525, 8543		8518
2011 ~ 2012	8414, 8415 8422, 8450 8509, 8510 8521, 8543	(8519)		8418, 8421 8479, 8508 8516, 8525 8528, 8529	8527	8518

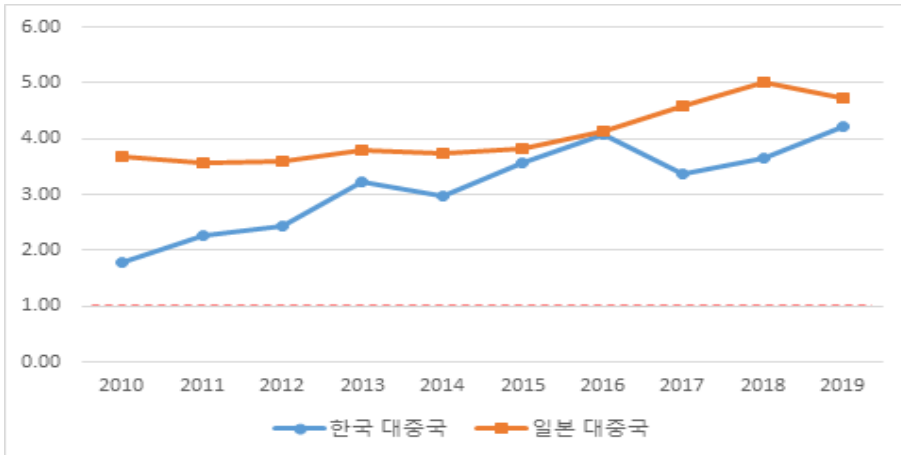
2012 ~ 2013	8414, 8415 8422, 8510 8516, 8521 8528		8527	8418, 8421 8450, 8479 8509, 8525 8529, 8543	8508, 8519	8518
2013 ~ 2014	8509, 8521 8525, 8543		8518, 8519	8414, 8415 8418, 8421 8422, 8450 8479, 8510 8516, 8528 8529		8508, 8527
2014 ~ 2015	8414, 8418 8516, 8528		8527	8415, 8421 8422, 8450 8479, 8509 8510, 8521 8525, 8529 8543		8508, 8518 8519
2015 ~ 2016	8414, 8415 8418, 8421 8422, 8479 8509, 8516 8525, 8543	8519		8450, 8510 8521, 8528 8529		8508, 8518 8527
2016 ~ 2017	8414, 8415 8421, 8422 8479, 8509 8519, 8525 8528			8418, 8450 8510, 8516 8521, 8529 8543		8508, 8518 8527
2017 ~ 2018	8414, 8421 8422, 8450 8525, 8528 8543		8508, 8518	8415, 8418 8479, 8509 8516, 8519 8521, 8529	8510	8527
2018 ~ 2019	8418, 8509 8529		8510, 8518	8414, 8415 8421, 8422 8450, 8479 8516, 8519 8525, 8528 8543	8521	8508, (8527)
2010 ~ 2019	8414, 8415 8422, 8479 8528	8509, 8519		8418, 8421 8450, 8516 8525, 8529 8543	8508, 8510 8521, 8527	8518

3. 한·일 가전제품 대 중국의 IE 비교분석

2010년~2019년 한·일 양국 대중국의 가전제품이 품목별로 수출결합도 변화추세를 비교하면 다음과 같다. 먼저 HS코드 진공펌프(8414) 품목이 한국과 일본 대중국의 수출결합관계를 살펴보면 양국 다 연구대상 전 기간에서 1보다 높은 수치로 중국에 대

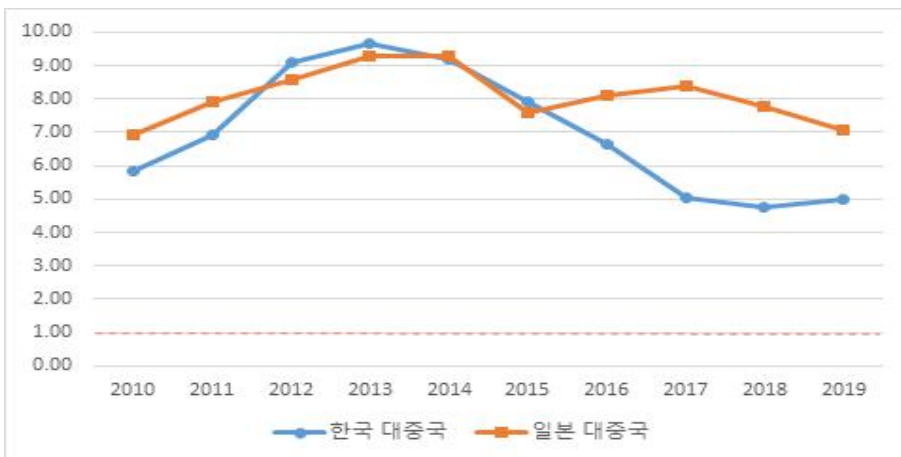
한 수출 밀접관계를 보인다. 일본은 연구 전체기간에 한국보다 밀접관계가 높지만 2015년 이전 변화가 미미하고 2018년까지 상승하다가 2019년 밀접관계 다시 낮아졌다. 한편에 한국은 2010년 일본보다 훨씬 낮은 수치를 보이지만 2019년까지 격차를 점차 줄이고 있다. 물론 2014년과 2017년에 소폭 하락하였으나 근년에 한국이 대중국의 수출접관계를 높아지고 있다.

<그림4-29> 한·일 진공펌프(8414) 품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-30> 한·일 공기조절기(8515)품목 대중국의 IE 비교



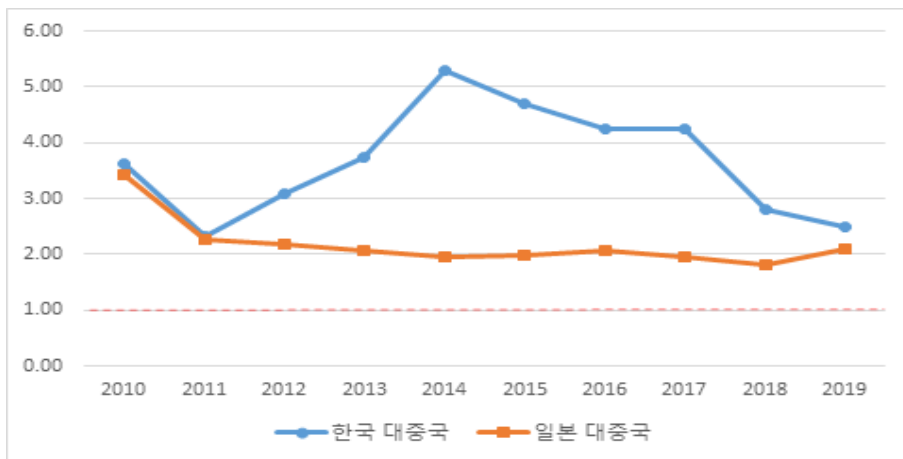
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한국과 일본의 공기조절기(8515) 품목이 중국에 대한 수출결합도 곡선은 살펴보면

양국 다 전 기간에서 비교 높은 수출결합도를 보이며, 2015년 이후 양국의 격차를 갈수록 벌어지고 있다. 근년에 한국이 일본보다 중국에 대한 수출결합도를 낮아져 밀접관계도 낮음을 의미한다.

한·일 양국의 냉장고(8418) 품목이 대중국의 수출결합도 비교는 아래 <그림4-31>과 같다. 연구 전체기간에 양국 다 접관계를 보이며, 2010년 한국과 일본의 수출결합도를 거의 같은 수준이고 2011년 도같이 하락하였다. 2011년 이후 일본의 수출결합도가 큰 변화를 없이 같은 수준이 유지하고 있으며, 한국이 2014년까지 대폭 상승하다가 지속적인 하락추세를 보여 2019년 일본보다 다소 높은 수치로 하락하였다.

<그림4-31> 한·일 냉장고(8418)품목 대중국의 IE 비교



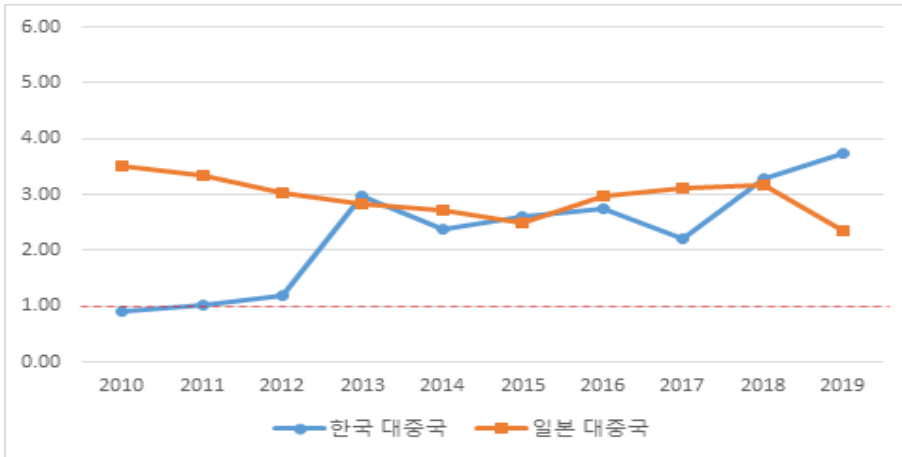
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-32>는 한국과 일본의 원심분리기(8421) 품목이 중국에 대한 수출결합도 비교 곡선이다. 일본 대중국의 곡선을 보면 전 연구 기간에 1보다 높은 수치로 수출접관계를 보이며, 2010년~2015년 지속적인 소폭 하락하였다가 2018년까지 다소 상승하였으나, 2019년 최저로 하락하여 접관계를 낮아지는 것이 분석된다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2010년 1보다 낮은 수치로 소원(疏远)관계를 보이다가 2019년 일본보다 높은 밀접관계로 상승하였다.

한·일 양국의 8422(접시 세척기) 품목이 중국에 대한 수출결합도를 아래 <그림4-33>과 같다. 일본 대중국의 곡선을 살펴보면 연구 전체기간에 수출접관계를 유지하고 있으며, 특히 근년에 큰 변동이 없는 것이 보인다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2010년 수출결합도를 1보다 낮아 소원(疏远)관계로 보였으나, 2012년 1보다 높은 수

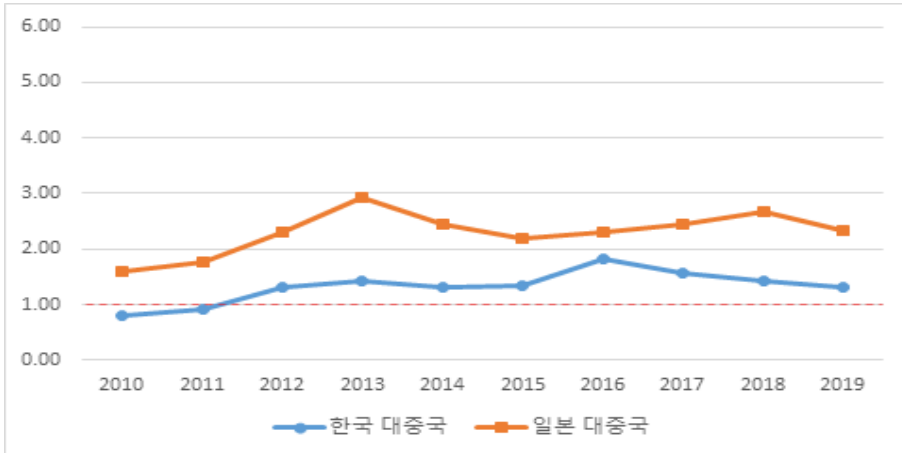
치로 밀접관계를 상승하였고 이후에 비교적 낮은 접관계를 유지하고 있다. 전 기간에서 한국은 일본보다 중국에 대한 수출결합도가 낮은 것으로 나타났다.

<그림4-32> 한·일 원심분리기(8421)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-33> 한·일 8422(접시세척기)품목 대중국의 IE 비교

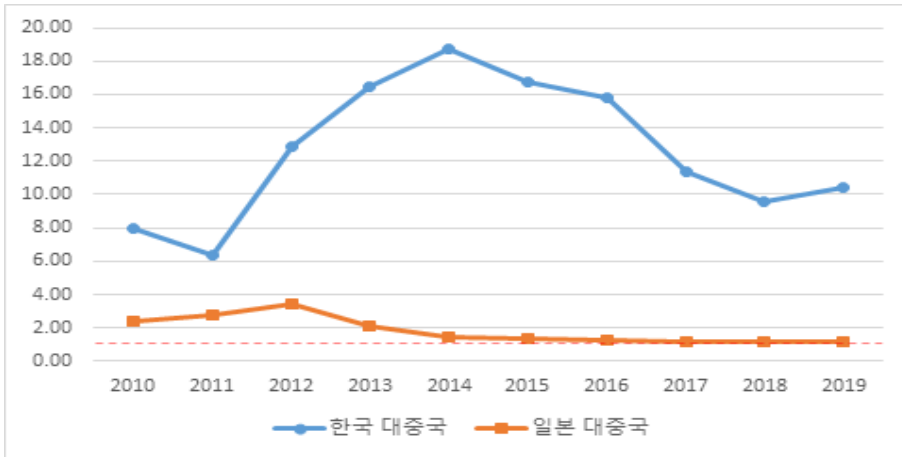


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-34>을 살펴보면 한국과 일본의 가정형 세탁기(8450) 품목은 중국에 대한 수출결합도 곡선을 차이가 크게 나타난다. 일본 대중국의 곡선은 비교적 낮은 수출접관계를 가지며, 2012년 이후에 점차 하락한 추세로 나타났다. 반면 한국 대중국의 곡선

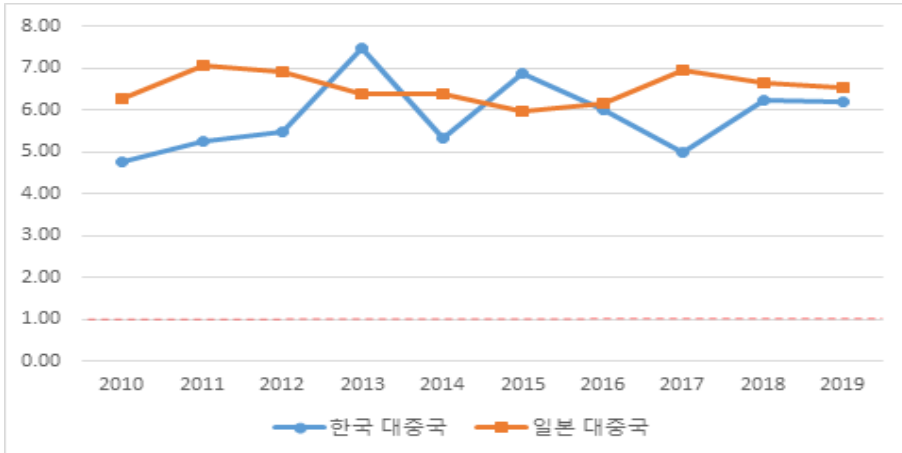
을 보면 한국이 일본보다 훨씬 높은 밀접관계를 보이며, 2014년~2018년 하락추세를 보이지만 2019년 수출결합도가 소폭 상승하였다.

<그림4-34> 한·일 가정형 세탁기(8450)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

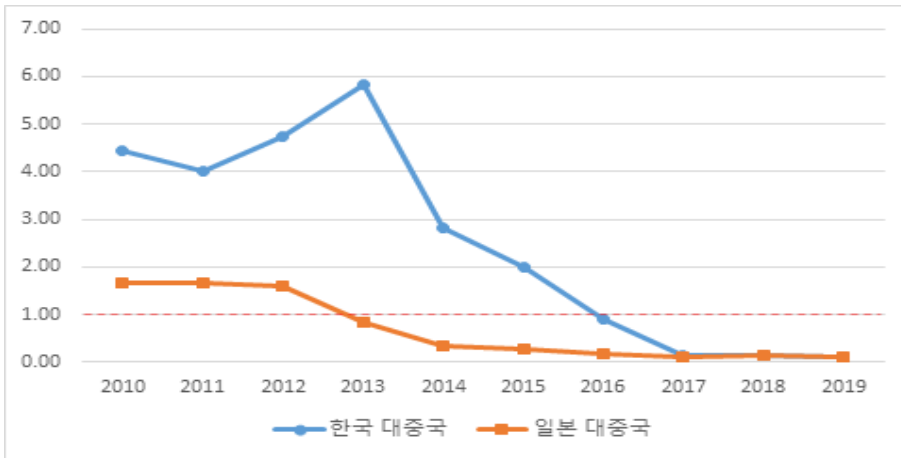
<그림4-35> 한·일 증발식 에어컨(8479)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-35>을 보면 한·일 양국의 증발식 에어컨(8479) 품목 대중국의 수출결합도가 높은 수치로 밀접관계가 매우 높음을 알 수 있다. 2010년 일본이 한국보다 더 높은 수출결합도를 보였으며, 2019년까지 양국의 격차를 적어지는 것이 보인다.

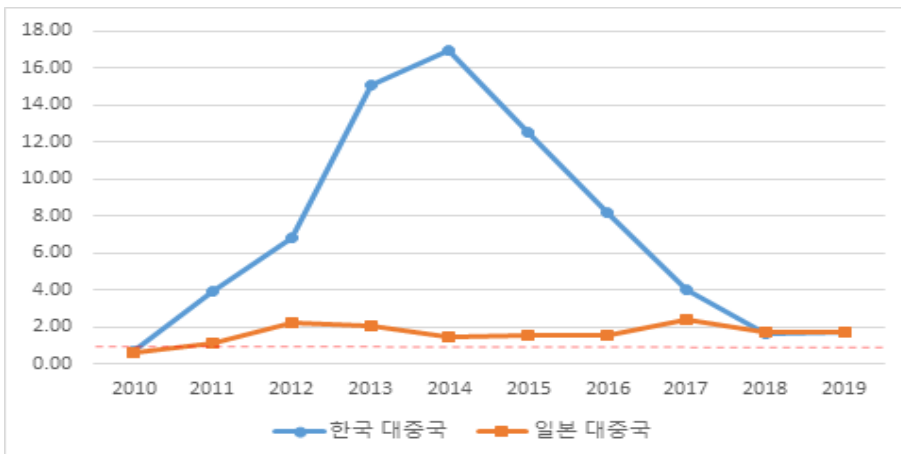
<그림4-36> 한·일 진공청소기(8508)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한국과 일본의 진공청소기(8508) 품목은 중국에 대한 수출결합도 비교는 아래 <그림4-36>과 같다. 일본 대중국의 곡선을 보면 2012년까지 1보다 높은 수치로 밀접관계를 유지하였다가 이후에 수출소원(疏远)관계로 떨어졌으며, 2019년까지 매우 낮은 수출결합도를 보인다. 한국은 일본보다 훨씬 높은 수출결합도를 보였다가 2013년 이후에 대폭 하락하였으며 2016년 1보다 낮은 수치로 떨어져 일본과 같은 수출소원(疏远)관계를 나타낸다. 2019년까지 양국 다 매우 낮은 수출결합도를 유지하였다.

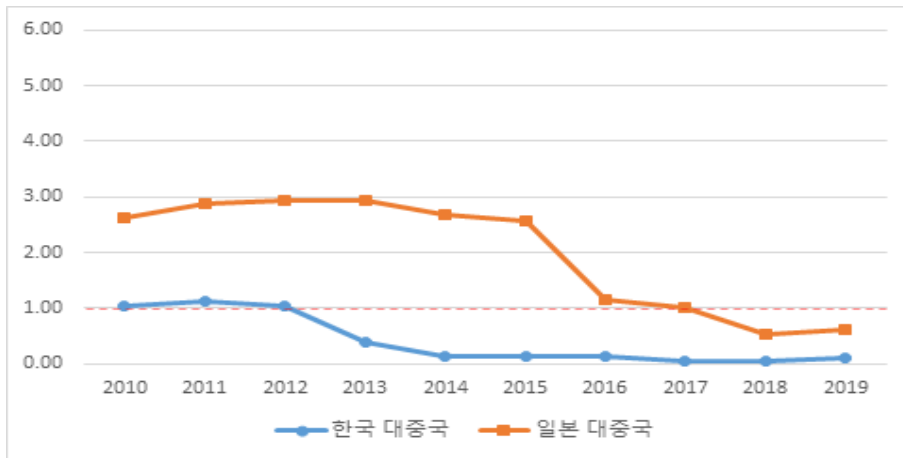
<그림4-37> 한·일 가전용 전기기기(8509)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한국과 일본의 가전용 전기기기(8509) 품목이 중국에 대한 수출결합도를 비교하기 위해 <그림4-37>을 만들었다. 일본 대중국의 곡선을 보면 2010년 1보다 낮은 수치로 수출소원(疏远)관계를 보였으나, 이후에 비교 낮은 밀접관계를 유지하고 있는 것이 알 수 있다. 한편에 한국은 2010년 같은 소원(疏远)관계를 있다가 대폭 상승하여 2014년 매우 높은 점관계를 보였으나, 2018년까지 대폭 하락하는 것이 나타났다. 2018년과 2019년 양국의 수출결합도가 거의 같은 수준을 유지하였다.

<그림4-38> 한·일 면도기(8510) 품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

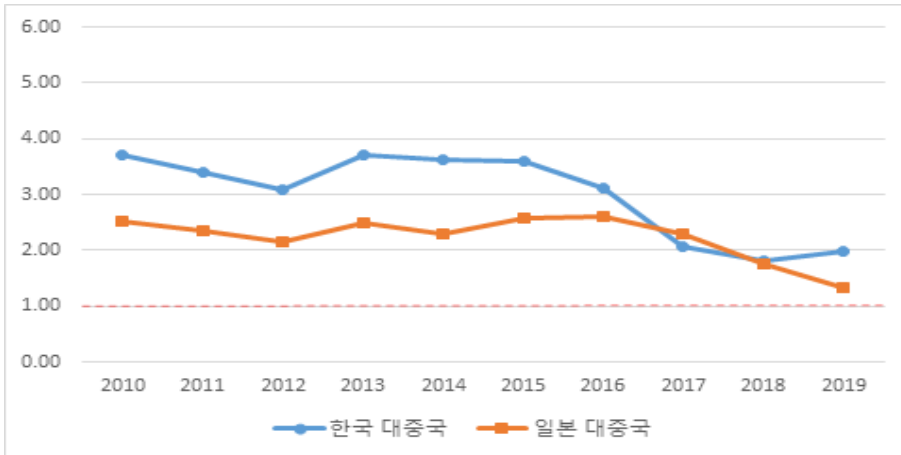
위에 <그림4-38>은 한·일 양국의 면도기(8510) 품목이 중국에 대한 수출결합도 비교분석이다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2010년~2012년 1보다 약간 높은 수치로 수출점관계를 보였으나, 이후에 1보다 낮은 수치로 하락하고 소원(疏远)관계를 점차 심화하고 있다. 일본은 연구 전체기간에 한국보다 높은 수출결합도를 보였으나, 2013년 이후 하락추세를 보이고 2018년과 2019년 수출소원(疏远)관계로 떨어졌다.

한국과 일본의 가열기(8516) 품목이 중국에 대한 수출결합도 비교는 <그림4-39>와 같다. 양국의 수출결합도가 전 기간에서 1보다 높은 수치로 밀접관계를 가지며, 2017년 이전에 한국은 일본보다 높은 수출결합도로 나타났다가 2017년 일본보다 약간 낮은 결합도로 떨어졌으나, 이후에 다시 일본보다 수출결합도를 높아졌다.

<그림4-40>은 한·일 양국의 마이크로폰(8518) 품목이 대중국의 수출결합도 비교분석이다. 일본 대중국의 수출결합도가 연구 전체기간에서 매우 낮은 수치를 유지하고

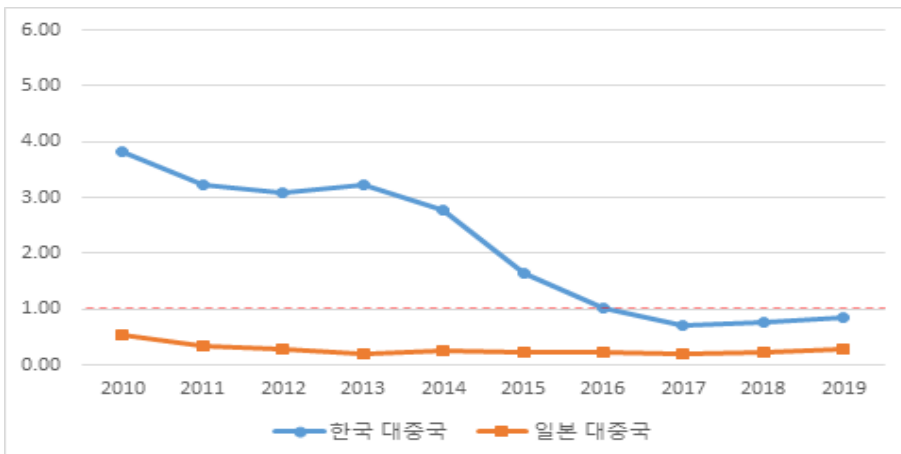
있으며, 수출소원(疏远)관계에 있음을 의미한다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2010년 수출결합도가 가장 높고 밀접관계를 있으나, 하락추세를 보여 2016년 이후에 1 이하의 수치로 수출소원(疏远)관계를 떨어졌다. 근년에 낮은 수출결합도를 보이지만 다소 상승추세이며, 한국은 여전히 일본보다 중국에 대한 수출결합도가 높은 것이 분석하였다.

<그림4-39> 한·일 가열기(8516)품목 대중국의 IE 비교



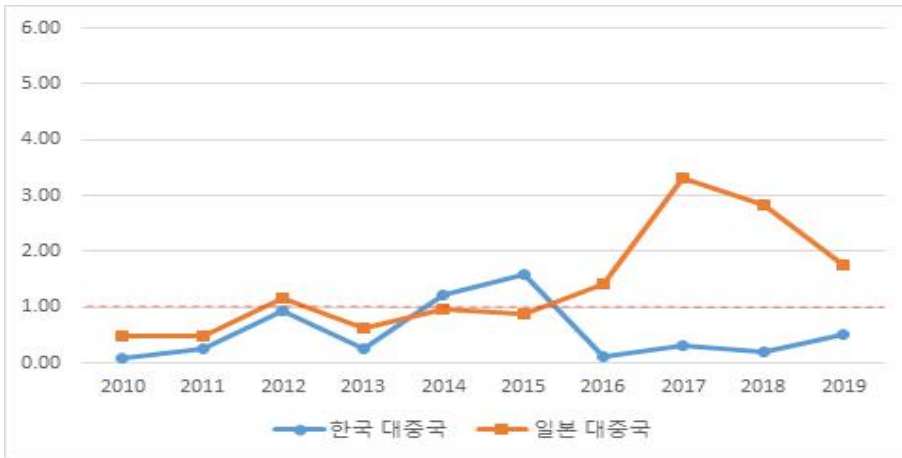
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-40> 한·일 마이크로폰(8518)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

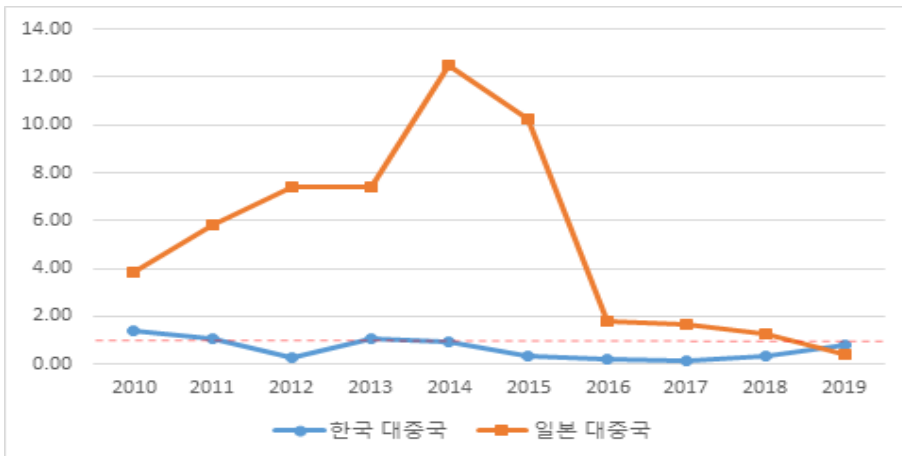
<그림4-41> 한·일 음성재생기(8519) 품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한국과 일본의 음성재생기(8519) 품목은 중국에 대한 수출결합도를 비교해보면 2010년~2015년 양국의 격차가 크지 않은 것이 보였으나, 이후에 일본이 1보다 높은 수치로 수출밀접관계를 있고 한국이 1보다 낮은 수치로 수출(疏遠)관계를 보인다. 하지만 양국의 추이를 살펴보면 일본이 근년에 하락추세로 보이고 한국이 2019년 전년 보다 다소 상승하였다.

<그림4-42> 한·일 송신기기(8521) 품목 대중국의 IE 비교

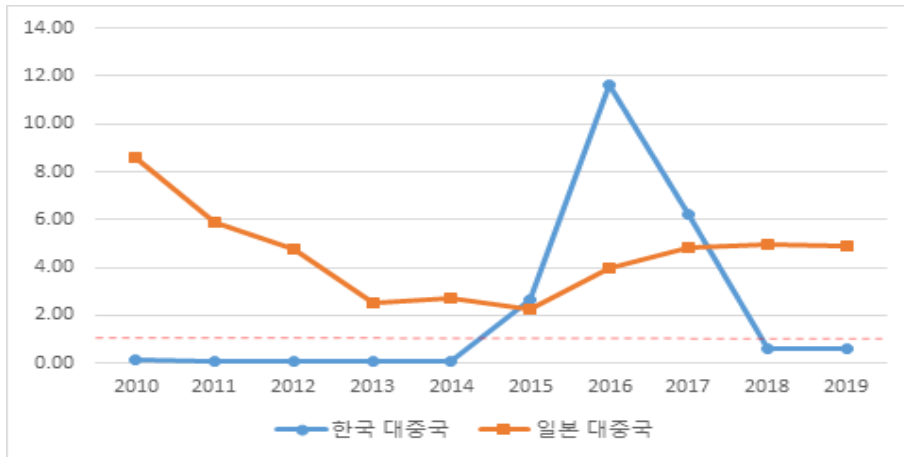


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

위에 <그림4-42>는 한국과 일본의 영상기록용 기기(8521) 품목은 대중국의 수출결

합도 비교분석이다. 한국 대중국의 곡선을 보면 1에 접근하거나 1 이하의 수치로 하락과 상승을 반복하였다. 일본 대중국은 2010~2014년 1보다 높은 수출밀접관계로 상승 추세를 보였으나, 이후 지속적인 하락추세를 보여 특히 2014년, 2015년 하락 폭이 크게 나타났으며, 2019년 1 이하의 수치로 떨어져 수출소원(疏远)관계를 보인다.

<그림4-43> 한·일 송신기기(8525) 품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

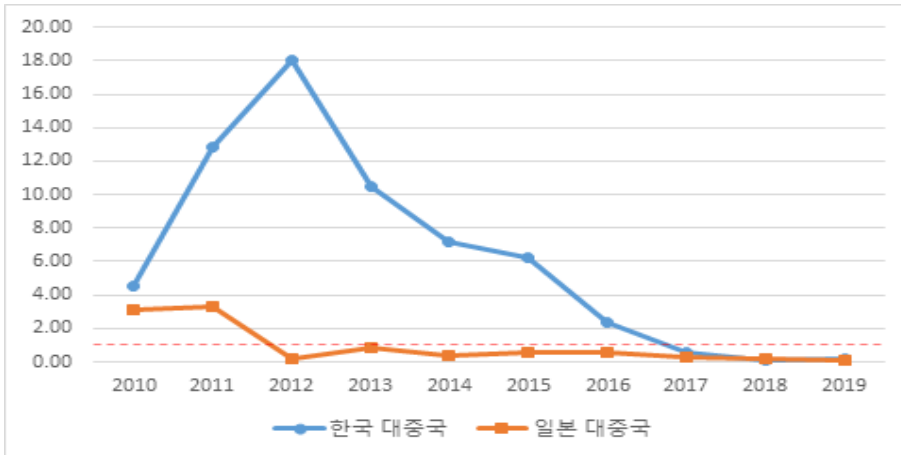
한·일 양국의 송신기기(8525) 품목이 대중국의 수출결합도 비교는 <그림4-43>과 같다. 일본 대중국의 곡선은 보면 수출결합도가 1 이상을 유지하고 있으며, 근년에 소폭 상승추세를 보인다. 한편에 한국은 2010년~2014년 매우 낮은 수출결합도를 유지하여 소원관계를 있으나, 2016년까지 매우 높은 수출결합도로 상승하였지만 2018년 다시 1 이하로 하락하였다. 2019년 수출소원(疏远)관계를 유지하고 있다.

<그림4-44>는 한국과 일본의 라디오방송용 수신기기(8527) 품목이 중국에 대한 수출결합도 비교분석이다. 일본 대중국의 수출결합도가 2011년 이후 1보다 낮은 수치로 수출소원(疏远)관계를 유지하고 있다. 한국 대중국의 수출결합도가 2012년까지 매우 높은 수치로 상승하였지만, 이후에 지속적인 하락하여 2017년 이후 1 이하의 수치로 떨어져 밀접관계에서 소원(疏远)관계로 하락하였다. 근년에 양국의 수출결합관계를 거의 같은 수준을 유지하고 있다.

<그림4-45>한·일 양국의 프로젝터(8528) 품목이 중국에 대한 수출결합도 비교 곡선을 보면 일본이 연구 전 기간에 한국보다 높은 수치로 보인다. 일본 대중국의 곡선은 상승과 하락을 반복하였지만 2019년의 수출결합도가 2010년보다 높은 것이 나타

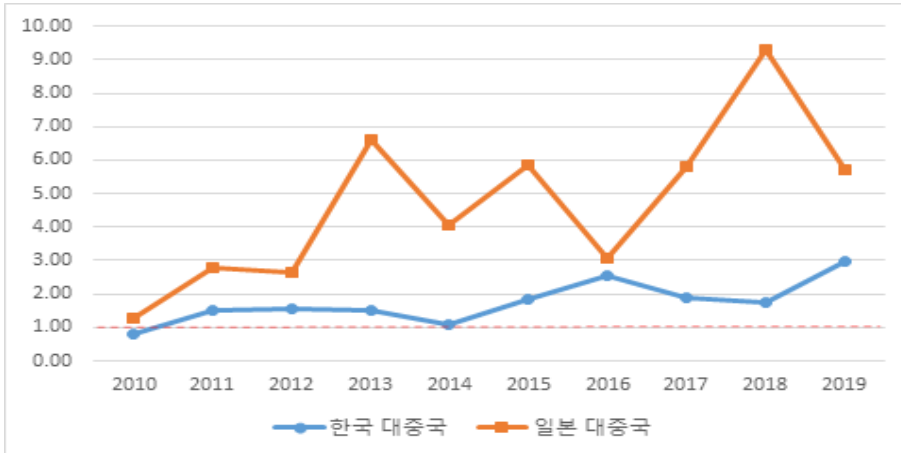
난다. 한국 대중국의 곡선을 보면 2010년 1 이하의 수치로 수출소원(疏远)관계를 보이
나, 이후에 1보다 높은 수치로 상승하여 수출밀접관계를 유지하고 있다.

<그림4-44> 한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

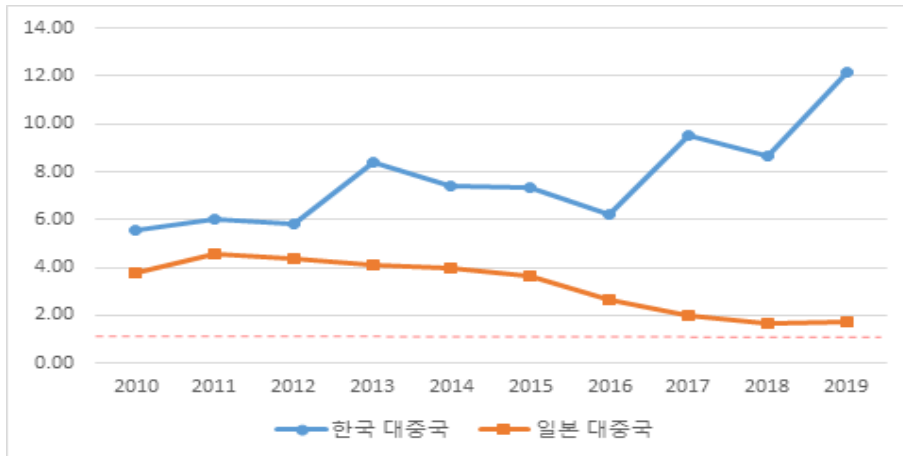
<그림4-45> 한·일 프로젝터(8528)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

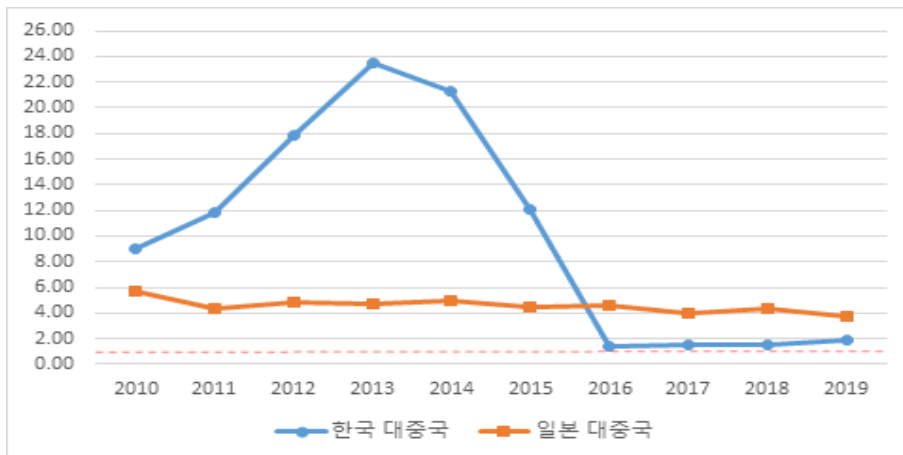
<그림4-46>을 보면 연구 전체기간에서 한국의 안테나(8529) 품목은 일본보다 대중
국의 수출결합도가 높은 것이 나타난다. 양국 다 1보다 높은 수치로 수출밀접관계를
보이지만, 근년의 추이를 보면 한국은 상승추세이고 일본은 하락추세이다. 한국은 일
본보다 중국에 대한 수출결합관계가 더 높은 것이 분석된다.

<그림4-46> 한·일 안테나(8529)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-47> 한·일 기타 전기기기(8543)품목 대중국의 IE 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한국과 일본의 기타 전기기기(8543) 품목이 중국에 대한 수출결합도 비교분석은 <그림4-47>과 같다. 일본 대중국의 곡선을 보면 연구 전 기간에서 큰 변화가 없고 비교적 높은 수출결합관계를 유지하고 있는 것이 나타난다. 한편에 한국은 2013년까지 매우 높은 수출결합도로 상승하였으나, 이후에 2016년까지 대폭 하락하여 일본보다 낮은 수치로 떨어졌다. 2016년~2019년 1에 접근한 수치로 유지하고 있다. 따라서 근년에 한국은 일본보다 대중국의 수출결합관계가 낮은 것으로 분석된다.

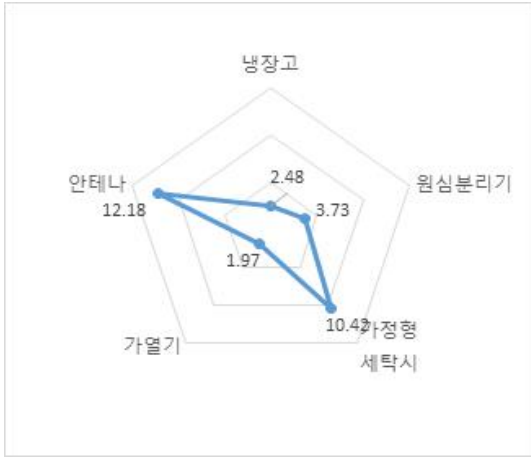
본 소절은 한국과 일본의 2010년~2019년 대중국의 수출결합도를 품목별로 비교분석에 통해 양국의 수출결합관계 10년간 변화추이를 살펴보고 한·일 가전제품이 중국에서의 의존도를 측정하여 비교 분석하였다. 구체적으로 중국에서 일본보다 한국 더 의존도가 강한 품목은 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 안테나(8529)가 있다. 이 중에 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527) 품목은 양국의 수출결합지수가 다 1보다 낮은 수치로 수출소원(疏远)관계를 보인다. 한편에 중국에서 한국보다 일본 더 의존도가 높은 품목은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 8422(접시 세척기), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528), 기타 전기기기(8543)가 있다. 이 중에 면도기(8510) 품목은 양국의 수출결합도가 다 1 이하의 수치로 보여 소원(疏远)관계를 갖음을 의미한다. 나머지 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509) 품목은 한국과 일본의 수출결합도가 거의 비슷하게 보인다. 진공청소기(8508) 품목은 양국의 수출결합도가 다 매우 낮은 수치를 보여 중국 시장에서 비교우위와 거리가 멀다는 것을 보인다.

이상은 한국과 일본의 가전제품이 중국에 대한 의존도를 수출결합지수에 기준으로 품목별 비교하여 분석하는 것이다. 이 분석결과를 이용하여 한국과 일본의 가전제품 중에 중국에 대한 가장 의존도가 높은 품목을 선별하면 다음 <그림4-48>, <그림4-49>와 같다.

<그림4-48>은 한국 가전제품 중에 일본보다 중국에 대한 의존도 높은 품목들의 2019년 수출결합지수를 비교하는 것이다. 이를 통해 중국 시장에서 한국의 가전제품 중에 의존도가 가장 높은 품목은 안테나(8529)이다. 한국 안테나(8529)는 대중국의 2019년 수출결합지수가 12.18로 나타나 수출의존도가 높은 것을 의미하고 비교우위에 있는 것을 판단할 수 있다.

<그림4-49>는 일본 가전제품 중에 한국보다 의존도 높은 품목들의 2019년 수출결합지수를 비교하는 것이며, 이를 통해 중국에 대한 일본의 가전제품 중에 의존도가 가장 높은 품목은 공기조절기(8415)이다. 일본 공기조절기(8415)는 대중국의 2019년 수출결합지수가 7.05로 보여 비교우위에 있는 것을 판단할 수 있다.

<그림4-48>한국 더 의존도 높은 품목들의 비교



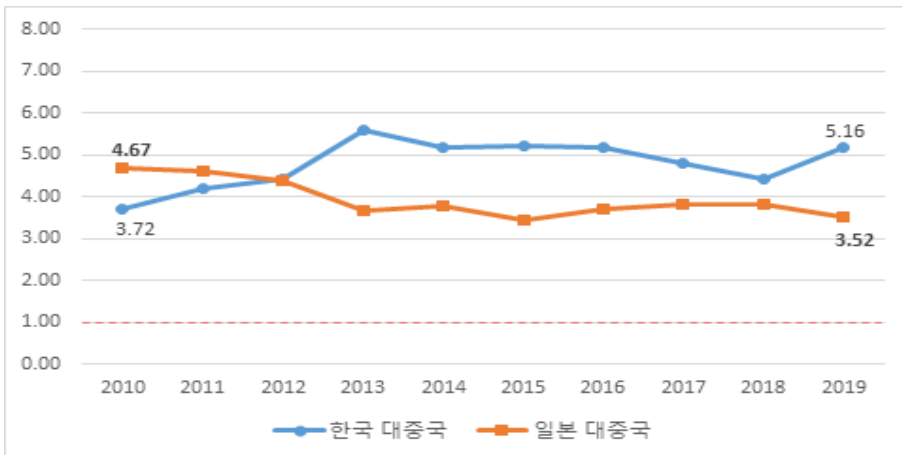
<그림4-49>일본 더 의존도 높은 품목들의 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 작성.

이상은 한국과 일본이 중국에 대한 가전제품품목별 수출결합지수를 비교하여 분석하였다. 양국 가전제품이 대중국의 수출결합도를 전면적 비교하기 위해 연구에서 사용된 19개 가전제품품목의 한국 대중국 수출총계하고 19개 가전제품품목의 중국 총수입으로 한국 가전제품이 대중국의 수출결합지수를 산출하였다. 일본 가전제품이 대중국의 수출결합지수도 같은 방법으로 산출하였다. 양국 가전제품이 대중국의 수출결합지수 비교는 다음 <그림4-50>과 같다.

<그림4-50>한국과 일본 가전제품 중국에 대한 수출결합도 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-50>을 살펴보면 2010년에 한국이 3.72로, 일본이 4.67로 나타났으며, 일본의 가전제품이 한국보다 중국에 대한 더 높은 수출결합지수를 보였는데 2019년 한국이 5.16으로 상승하였고, 일본이 3.52로 하락하였으며, 한국 가전제품이 일본보다 중국에 대한 더 높은 수출결합지수를 보였다.

본 소절의 분석결과를 총괄해보면 양국 가전제품 대중국의 수출결합지수가 품목별로 비교할 때는 한국이 일본보다 의존도 높은 품목은 5개 있으며 안테나(8529)의 수출의존도가 높고 비교우위에 있다. 일본이 한국보다 의존도 높은 가전제품품목은 7개 있으며 공기조절기(8415)의 수출결합지수가 가장 높고 비교우위에 있다. 양국 가전제품 수출결합도의 10년간 변화추세는 한국이 10개 품목의 수출의존도를 상승하여 수출결합관계가 높아졌으며, 일본이 7개 품목의 수출의존도를 상승하여 수출결합관계가 높아졌다. 하지만 가전제품 전체적으로 비교하면 한국 가전제품의 수출결합도를 상승추세이고, 일본 가전제품의 수출결합도를 하락추세이다. 그리고 2012년 이후에 한국 가전제품이 일본 가전제품보다 수출결합도를 높게 나타냈다.

제5절 현시비교우위지수(RCA) 결과

1. 한국 가전제품의 현시비교우위지수(RCA) 분석결과

현시비교우위지수는 국가 간 비교우위의 정도를 예측할 수 있는 지수로서 현시비교우위지수의 값이 1보다 크면 특정국의 해당 상품은 국제경쟁력 비교우위가 있음을 의미하게 되고, 현시비교우위지수의 값이 1보다 적으면 해당 상품의 국제경쟁력 비교열위 상태임을 의미하게 된다. 한국 가전제품의 현시비교우위지수 분석결과는 아래 <표 4-21>과 같다.

HS코드 진공펌프(8414)는 2010년 0.88에서 2012년 1.03으로 증가하였으며 이후에 1보다 큰 값을 보임으로써 비교우위에 있음을 알 수 있다. 그리고 2014년 이후 한국 진공펌프 품목의 현시비교우위지수가 점진적으로 상승추세를 보여 국제경쟁력 비교우위가 강화되고 있는 것을 의미한다. HS코드 공기조절기(8415)는 2010년 1.05에서 2011년 0.96으로 하락하다가 다시 1 이상으로 상승하여 2016년까지 1.05의 값이 나타났으며, 2017년 0.93, 2018년 0.85, 2019년 0.87의 값이 보여 근년에 국제경쟁력 비교열위 상태임을 의미한다. HS코드 냉장고(8418)는 전 연구 기간에 1보다 큰 현시비교우위지수로 나타났으며, 2010년 2.31에서 2019년 1.64로 하락하여 국제경쟁력이 약화하는 것이 분석된다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년부터 2018년까지 1 이하의 지수에 하락과 상승을 반복하여 비교열위에 처하지만 2019년 1.01로 증가하여 비교우위에 가져 국제경쟁력이 향상되는 것을 확실할 수 있다. HS코드 접시 세척기(8422)는 연구 전체기간에 1 이하의 수치로 나타나고 대폭 변동이 없는 것이 보여 국제경쟁력 비교열위 상태임을 의미한다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 전 연구 기간에 1보다 큰 값이 보였으며, 2010년 4.24에서 2019년 1.53으로 하락하여 경쟁력이 약화로 설명할 수 있다. HS코드 증발식 에어컨(8479)는 연구 기간에 국제경쟁력 비교우위 상태를 유지하고 있으며, 2010년 2.12에서 2019년 2.49로 소폭 상승한 것이 나타났다. HS코드 진공청소기(8508)는 2010년 1.97에서 지속적인 하락하여 2019년까지 0.21의 낮은 수치로 경쟁력이 약해졌다. 특히 2015년 이후에 1 이하의 수치로 떨어져 비교열위에 처하고 있는 것이 의미한다. HS코드 가전용 (8509)는 연구 기간에 1보다 낮은 값이 보였으며, 2010년 0.33에서 2014년 0.97로 증가하다가 다시 하락추세를 보여 2019년 0.38의 낮은 수치로 나타났다. HS코드 면도기(8510)는 연구 전체

기간에 매우 낮은 값으로 나타나 국제경쟁력이 거의 상실하는 것이 의미한다. HS코드 가열기(8516)는 연구 기간에 낮은 수치로 나타나고 10년간에 대폭 변동이 없는 것이 보인다. HS코드 마이크로폰(8518)은 10년간에 1보다 낮은 값이 보여 국제경쟁력 비교열위에 처하고 있는 것을 의미하며, 2013년 이후 경쟁력이 지속적인 떨어지고 있다. HS코드 음성재생기(8519)는 전 연구 기간에 낮은 수치로 나타났으나, 2010년 0.21에서 2019년 0.54로 상승하여 경쟁력이 향상되고 있음을 확인할 수 있다.

<표4-21> 한국 가전제품의 품목별 RCA

HS 코드	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	0.88	0.96	1.03	1.12	1.07	1.11	1.17	1.17	1.25	1.38
8415	1.05	0.96	1.05	1.13	1.13	1.14	1.05	0.93	0.85	0.87
8418	2.31	2.28	2.36	2.27	2.26	2.09	2.08	1.79	1.48	1.64
8421	0.55	0.70	0.66	0.78	0.75	0.83	0.84	0.72	0.86	1.01
8422	0.42	0.43	0.45	0.49	0.47	0.47	0.48	0.53	0.49	0.48
8450	4.24	3.97	3.96	3.46	3.05	2.57	2.55	2.26	1.54	1.53
8479	2.12	2.16	2.26	2.44	2.18	2.44	2.23	2.31	2.43	2.49
8508	1.97	1.64	1.46	1.41	1.24	0.67	0.58	0.32	0.25	0.21
8509	0.33	0.45	0.72	0.94	0.97	0.78	0.66	0.43	0.38	0.38
8510	0.07	0.08	0.07	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02
8516	0.38	0.35	0.36	0.36	0.37	0.37	0.40	0.36	0.35	0.36
8518	0.70	0.67	0.72	0.78	0.64	0.52	0.39	0.34	0.30	0.30
8519	0.21	0.21	0.24	0.30	0.45	0.42	0.43	0.42	0.41	0.54
8521	0.77	0.69	0.76	0.84	0.70	0.72	0.85	0.86	0.86	0.90
8525	0.44	0.47	0.50	0.46	0.46	1.04	2.29	1.23	0.63	0.61
8527	0.20	0.39	0.60	0.93	0.88	0.69	0.83	0.79	0.80	0.93
8528	1.06	1.07	0.97	1.01	1.05	0.85	0.84	0.61	0.58	0.52
8529	4.16	4.27	3.73	4.49	4.13	3.61	3.81	4.25	4.15	5.99
8543	1.72	1.85	2.43	3.58	3.25	2.37	0.74	0.65	0.72	0.88

자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

HS코드 영상기록용 기기(8521)는 10년간에 약간 낮은 수치로 보였으나, 2010년 0.77에서 2019년 0.90으로 증가하였다. HS코드 송신기기(8525)는 2010년부터 2014년까지 1보다 낮은 값이 보이다가 2015년 1.04, 2016년 2.29의 값으로 상승하였으나, 이후에 하락추세로 보여 2019년 0.61의 값이 나타내고 있다. HS코드 라디오방송용 수신기기(8527)는 2010년 0.20의 매우 낮은 수치에서 2019년 0.93의 비교우위에 접근한 수치로 상승하여 10년간에 1 이하의 수치로 보이지만 경쟁력이 향상되고 있는 것이 확실하다. HS코드 프로젝터(8528)는 2010년부터 2014년까지 1 상하에 상승과 하락을 반복적으로 보이다가 이후에 지속적인 하락하여 2019년 0.52의 낮은 수치로 나타나 경쟁력이 비교열위로 떨어졌다. HS코드 안테나(8529)는 연구 전 기간에 높은 현시비교우위지수로 나타났으며, 2019년 5.99로 10년 전보다 상승하여 경쟁력이 향상되는 것이 밝힌다. HS코드 8543(8543)은 2010년 1.72에서 2013년 3.58로 상승했으나, 다시 하락추세를 보여 2016년 이후 1 이하의 낮은 수치로 떨어져 근년에 경쟁력이 비교열위에 처하고 있는 것이 의미하다.

<표4-22> 한국 가전제품 현시비교우위지수 등급분류

등급 (품목수)	분류기준	HS코드(품목명)
A등급(1)	$2.5 < RCA$	안테나(8529)
B등급(4)	$1.25 < RCA \leq 2.5$	진공펌프(8414), 냉장고(8418), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어컨(8479)
C등급(5)	$0.8 < RCA \leq 1.25$	공기조절기(8415), 원심분리기(8421), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 기타 전기기기(8543)
D등급(9)	$RCA \leq 0.8$	접시세척기(8422), 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509), 면도기(8510), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528)

B.Balassa(1965)가 제시한 현시비교우위지수의 등급분류 기준에 의해 매우 강한 경쟁력을 의미하는 현시비교우위지수 2.5 이상의 A등급 품목은 안테나(8529)로 나타났

다. 현시비교우위지수 1.25~2.5의 강한 수준의 경쟁력을 가진 B등급 품목은 진공펌프(8414), 냉장고(8418), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어컨(8479)로 분석되었다. 현시비교우위지수 0.8~1.25의 보통 수준의 경쟁력을 가진 C등급 품목은 공기조절기(공기조절기), 원심분리기(8421), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 기타 전기기기(8543)로 분석되었다. 나머지 9개 품목은 현시비교우위지수 0.8 이하로 약한 경쟁력을 가진 D등급 품목으로 분류되었다.

2. 일본 가전제품의 현시비교우위지수(RCA) 분석결과

일본 가전제품의 현시비교우위지수 분석결과는 아래 <표4-23>과 같다. <표4-23>에 통해 2010년~2019년 기간에 19개 일본 가전제품품목의 수출경쟁력을 알 수 있다. HS코드 진공펌프(8414)는 전 연구 기간에 1 이상의 높은 현시비교우위지수로 나타나며, 수출경쟁력 비교우위에 있음을 알 수 있다. HS코드 공기조절기(8415)는 2010년 1.12에서 2019년 0.67로 지속적 하락하여 경쟁력이 비교열위로 떨어졌다. HS코드 냉장고(8418)는 연구 기간에 낮은 수치로 보이고 10년간에 큰 변화 없이 경쟁력이 낮은 수준을 유지하고 있다. HS코드 원심분리기(8421)는 2010년부터 2014년까지 1보다 높은 수치로 있다가 2015부터 2017년까지 1보다 조금 낮은 수치로 하락하였으며, 2018년 다시 1.01로 다소 상승했으나 2019년 0.92로 다시 하락하였다. 원심분리기 품목의 현시비교우위지수가 연구 기간에 1 상하에 상승과 하락이 반복하여 보통 수준의 경쟁력을 유지하고 있는 것을 분석된다. HS코드 접시 세척기(8422)는 2010년 0.49의 낮은 수치에서 상승과 하락이 반복하다가 2019년 0.65로 상승하여 경쟁력이 늘었지만 아직은 비교열위에 처하고 있다. HS코드 가정형 세탁기(8450)는 연구 전체 기간에 매우 낮은 수치로 보여 경쟁력이 완전히 잃는 것이 의미한다. HS코드 증발식 에어컨(8479)은 연구 기간에 높은 현시비교우위지수로 나타냄으로써 경쟁력 비교우위를 유지하고 있음을 확인할 수 있다. HS코드 진공청소기(8508)는 2010년~2019년 10년간에 매우 낮은 수치로 나타나고 지수가 하락추세로 보여 경쟁력이 완전히 상실하는 것을 의미한다. HS코드 가전용 전기기기(8509) 품목도 마찬가지로 경쟁력이 매우 낮은 것이 보인다. HS코드 면도기(8510)는 2010년부터 2015년까지 0.7, 0.8 상하에 상승과 하락이 반복하다가, 2016년 이후 지속적 하락하여 2019년 0.51의 비교 낮은 수치로 나타냄으로써 경쟁력이 떨어지고 있음을 확인할 수 있다. HS코드 가열기

(8516)는 전 연구 기간에 낮은 수치로 나타나지만 2019년 0.30의 수치로 10년 전보다 상승하였다. 경쟁력이 다소 증가하는 것을 의미한다. HS코드 마이크로폰(8518)은 2010년~2018년 10년간에 현시비교우위지수를 소폭의 하락과 상승이 반복하며, 경쟁력 비교열위에 처하고 있는 것을 밝혔다.

<표4-23> 일본 가전제품의 품목별 RCA

HS 년도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8414	1.86	2.06	1.94	1.90	1.88	1.79	1.84	1.83	1.84	1.77
8415	1.12	1.14	1.10	0.99	0.99	0.78	0.73	0.71	0.73	0.67
8418	0.34	0.35	0.28	0.34	0.32	0.34	0.33	0.30	0.31	0.33
8421	1.28	1.29	1.27	1.16	1.07	0.93	0.95	0.95	1.01	0.92
8422	0.49	0.57	0.62	0.64	0.60	0.63	0.61	0.60	0.66	0.65
8450	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.08	0.07	0.07	0.07	0.08
8479	2.97	3.27	3.27	2.86	2.93	2.80	2.82	3.02	2.90	2.68
8508	0.11	0.12	0.07	0.07	0.08	0.08	0.07	0.07	0.05	0.04
8509	0.20	0.23	0.24	0.22	0.20	0.18	0.23	0.22	0.20	0.17
8510	0.73	0.78	0.71	0.81	0.81	0.77	0.65	0.61	0.55	0.51
8516	0.25	0.26	0.25	0.27	0.28	0.30	0.32	0.33	0.35	0.30
8518	0.24	0.23	0.23	0.22	0.21	0.20	0.20	0.16	0.17	0.18
8519	0.64	0.36	0.36	0.34	0.33	0.42	0.51	0.49	0.55	0.53
8521	0.29	0.32	0.34	0.32	0.29	0.25	0.26	0.28	0.26	0.19
8525	3.76	3.80	4.15	3.17	2.96	2.36	2.27	2.26	2.10	1.87
8527	0.19	0.22	0.31	0.36	0.36	0.30	0.27	0.19	0.27	0.20
8528	0.31	0.35	0.35	0.37	0.38	0.40	0.38	0.36	0.40	0.41
8529	1.75	1.78	1.80	1.73	1.49	1.50	1.29	1.08	1.03	0.94
8543	2.02	1.75	1.82	1.89	1.92	2.03	1.99	1.66	1.74	1.89

자료:한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

HS코드 음성재생기(8519)는 2010년 0.65에서 하락과 상승이 반복하여 2019년 0.53의 수치로 보여 약한 경쟁력 수준에 차하고 있는 것을 분석된다. HS코드 영상기

록용 기기(8521)는 2010년~2019년 10년간에 0.2 상하로 오르락내리락하여 매우 낮은 경쟁력이 가고 있는 것이 분석된다. HS코드 송신기기(8525)는 전 연구 기간에 경쟁력 비교우위에 있는 현시비교우위지수로 나타난다. 2010년 3.76에서 2012년 4.15로 상승했으나, 이후에 지속적 하락추세로 보여 2019년 1.87로 경쟁력이 떨어졌다. HS코드 라디오방송용 수신기기(8527)는 연구 기간에 낮은 수치로 보여 경쟁력 비교열위에 처하고 있는 것이 의미한다. HS코드 8528(프로젝터)은 같은 경쟁력 비교열위에 처하고 있지만 2019년 0.41로 나타나 10년 전보다 다소 상승하였다. HS코드 안테나(8529)는 2010년 1.75에서 2012년 1.80으로 상승하였으나, 이후에 다소 하락추세로 보여 2019년까지 0.94로 나타냄으로써 경쟁력이 감소하는 것을 확인할 수 있다. HS코드 기타 전기기기(8543)는 연구 전 기간에 큰 변화 없이 경쟁력 비교우위의 수준이 유지하고 있는 것이 나타났다.

<표4-24>의 현시비교우위지수 등급분류 기준에 의해 매우 강한 경쟁력을 의미하는 현시비교우위지수 2.5 이상의 A등급 품목은 증발식 에어컨(8479)로 나타났다. 현시비교우위지수 1.25~2.5의 강한 수준의 경쟁력을 가진 B등급 품목은 진공펌프(8414), 송신기기(8525), 기타 전기기기(8543)로 분석되었다. 현시비교우위지수 0.8~1.25의 보통 수준의 경쟁력을 가진 C등급 품목은 원심분리기(8421), 안테나(8529)로 분석되었다. 나머지 13개 품목은 현시비교우위지수 0.8 이하로 약한 경쟁력을 가진 D등급 품목으로 분류되었다.

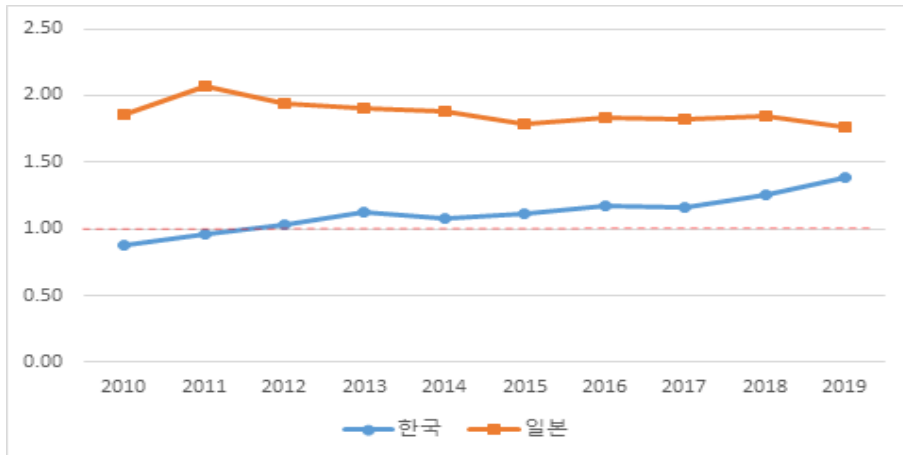
<표4-24> 일본 가전제품 현시비교우위지수 등급분류

등급 (품목수)	분류기준	HS코드(품목명)
A등급(1)	2.5 < RCA	증발식 에어컨(8479)
B등급(3)	1.25 < RCA ≤ 2.5	진공펌프(8414), 송신기기(8525), 기타 전기기기(8543)
C등급(2)	0.8 < RCA ≤ 1.25	원심분리기(8421), 안테나(8529)
D등급 (13)	RCA ≤ 0.8	공기조절기(8415), 냉장고(8418), 접시세척기(8422), 가정형 세탁기(8450), 진공청소기(8508), 가전용 전기기기(8509), 면도기(8510), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 음성재생기(8519), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 프로젝터(8528)

3. 한·일 가전제품의 RCA 비교분석

한국과 일본의 가전제품이 2010년~2019년 10년간에 현시비교우위지수 변화추세를 품목별로 비교하면 다음과 같다. 한국과 일본 가전제품의 현시비교우위지수 변화추세를 비교분석을 통해 양국 가전제품의 수출경쟁력의 격차를 살펴볼 수 있다.

<그림4-51>한·일 진공펌프(8414) 품목의 RCA 비교

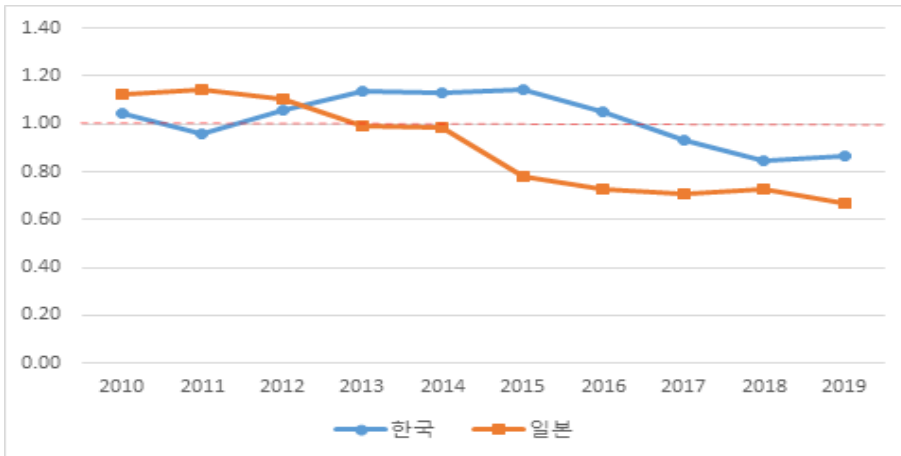


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-51>은 한국과 일본의 HS코드 진공펌프(8414) 품목의 RCA 비교이다. 일본의 진공펌프 품목이 전 연구 기간에 높은 수치로 유지하여 강한 수출경쟁력을 갖추고 있으며, 한국보다 높은 경쟁력 수준을 유지하고 있는 것을 보인다. 하지만 양국의 변화추세를 살펴보면 일본은 2012년 이후의 변화추세를 아주 미소하고 10년 전보다 미미하게 하락하였다. 한국은 점진적으로 상승추세를 보여 한국과 일본의 격차가 적어졌다.

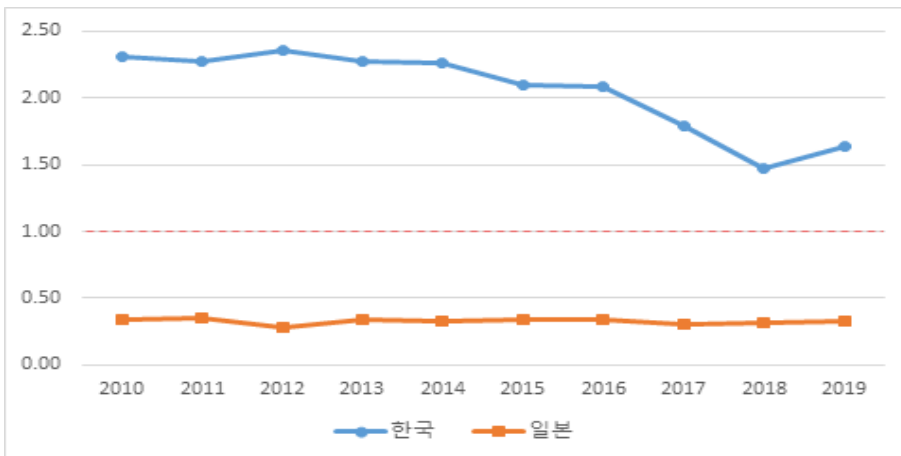
<그림4-52>는 한국과 일본의 공기조절기(8415)품목이 현시비교우위지수 비교분석이다. 2010년부터 2012년까지 한국이 일본보다 낮은 현시비교우위지수 값이 나타나 경쟁력이 일본보다 약간 것을 보이는데, 이후에 일본이 점진적 하락하여 한국이 일본보다 강한 경쟁력으로 나타났다. 2016년 이후에 한국의 현시비교우위지수가 1 이하로 떨어짐에 따라 한 일 양국의 경쟁력이 비교열위에 처하고 있는 것을 의미한다.

<그림4-52> 한·일 공기조절기(8415)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-53> 한·일 냉장고(8418)품목의 RCA 비교

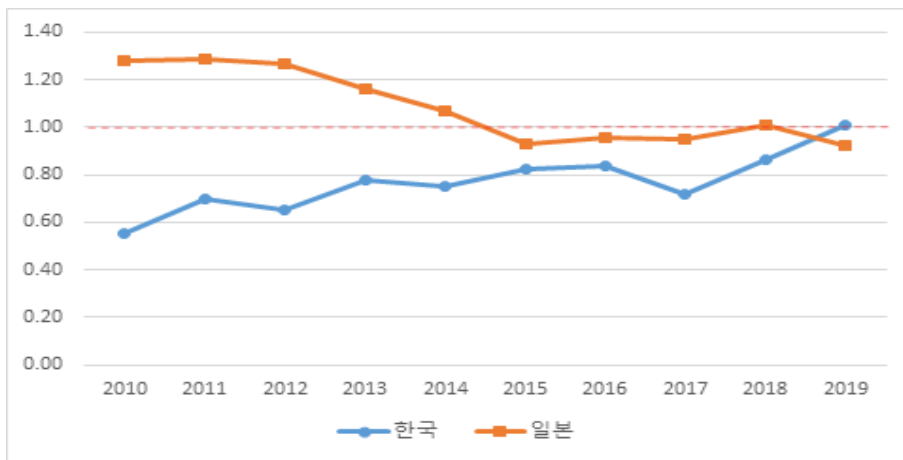


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한·일 냉장고(8418)품목의 현시비교우위지수 비교는 <그림4-53>과 같다. 한국과 일본의 가정형 세탁기(8450) 품목의 현시비교우위지수 곡선을 차이가 크게 나타난다. 일본의 곡선을 보면 RCA 지수가 비교적 낮은 수치로 유지하고 있으며, 낮은 경쟁력 수준에 처하고 있음을 알 수 있다. 한편에 한국의 RCA 곡선을 보면 전 연구 기간에 1보다 높은 수치로 보여 경쟁력 비교우위에 있음을 알 수 있다. 한국의 냉장고품목의 수출경쟁력이 일본보다 훨씬 더 강한 것을 의미한다.

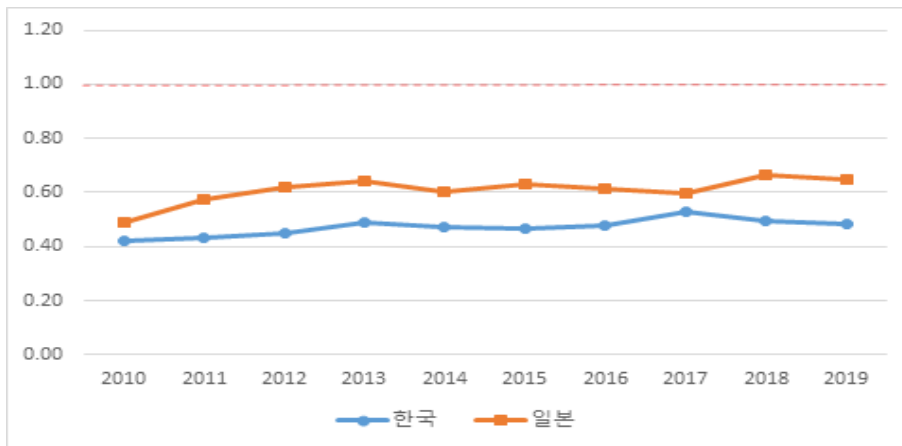
원심분리기(8421)품목이 현시비교우위지수의 비교 곡선을 보면, 2010년 한국은 1보다 낮은 수치로 보여 경쟁력 비교열위에 처했으며, 일본은 1보다 높은 수치로 보여 경쟁력 비교우위에 있었다. 이때는 양국의 격차가 크게 보이지만 일본의 RCA 곡선이 하락함에 따라 2015년까지 일본의 RCA 지수 1 이하에 떨어져 양국의 격차가 점진적 줄었다. 2015년 이후에 일본의 원심분리기 품목은 약간 낮은 경쟁력으로 유지하고 있으며, 한국의 원심분리기 품목은 2017년에 다소 하락하였다가 다시 상승추세를 보여 2019년까지 일본보다 높은 수치로 상승하여 경쟁력 비교우위를 가졌다.

<그림4-54> 한·일 원심분리기(8421)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

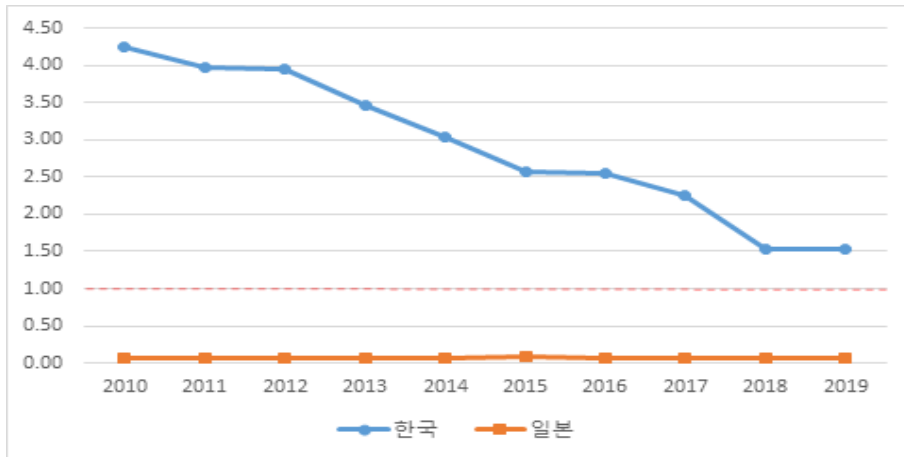
<그림4-55> 한·일 접시세척기(8422) 품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-55>을 살펴보면 한국과 일본이 접시 세척기(8422) 품목이 연구 전체기간에 양국의 RCA 지수가 1보다 낮은 수치로 유지하고 있으며, 양국의 경쟁력이 비교열위에 있음을 알 수 있다. 한국과 일본의 곡선을 비교해보면 연구 전체기간에 한국은 일본보다 낮은 수치로 보여 경쟁력이 약간 약한 것으로 분석된다.

<그림4-56> 한·일 가정형 세탁기(8450)품목의 RCA 비교

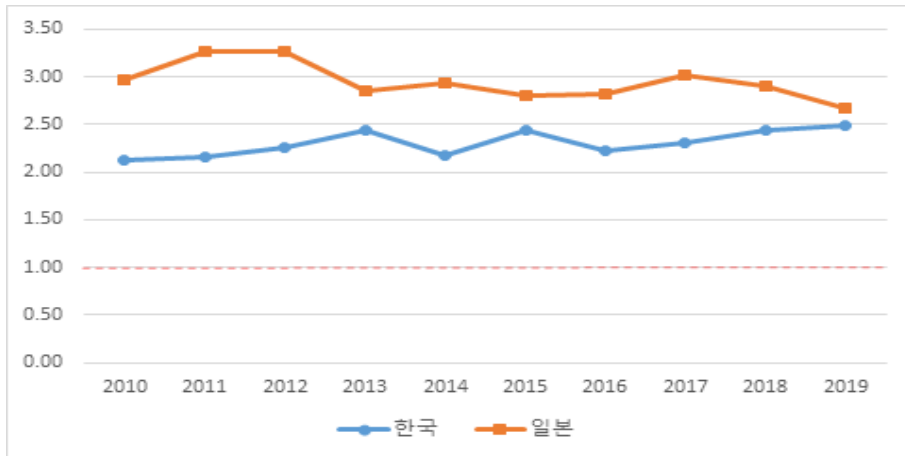


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

한국과 일본의 가정형 세탁기(8450)품목 현시비교우위지수 비교 곡선을 <그림 4-56>과 같다. 연구 기간에 0에 접근하는 매우 낮은 RCA 지수를 유지하고 있는 일본의 가정형 세탁기에 대한 경쟁력의 상시로 분석할 수 있다. 한편에 한국의 가정형 세탁기는 2010년 매우 높은 수치에서 2019년 비교 높은 수치로 하락하였지만, 여전히 일본보다 강한 경쟁력을 가지고 있다.

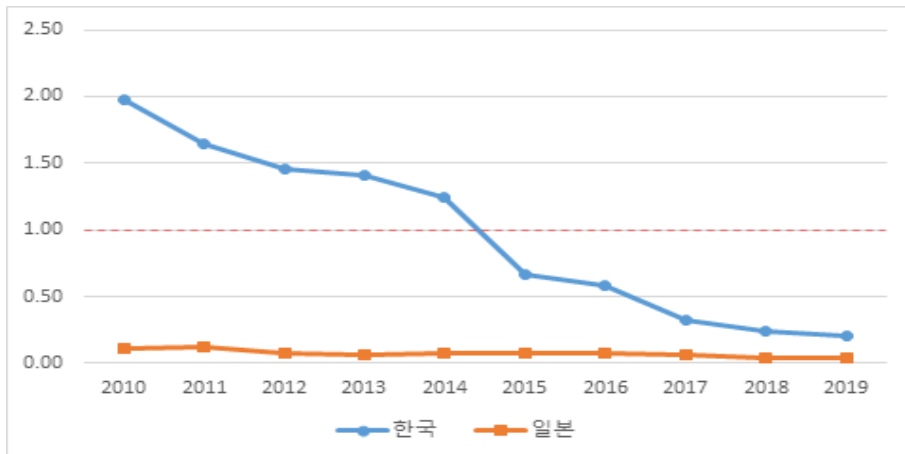
아래 <그림4-58>은 한국과 일본의 진공청소기에 대해 현시비교우위지수 비교 곡선이다. 일본 RCA 곡선을 보면 매우 낮은 수치로 나타나고 0에 접근하는 추세를 보여 경쟁력이 거의 상실로 설명할 수 있다. 한국은 2010년에 강한 경쟁력이 있다가 RCA 지수 지속적 하락추세를 보이며, 2015년부터 1 이하의 수치로 떨어져 경쟁력이 비교열위를 처하고 있다. 하지만 전 연구 기간에 한국이 일본보다 강한 경쟁력이 있음을 확실할 수 있다.

<그림4-57> 한·일 증발식 에어컨(8479)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

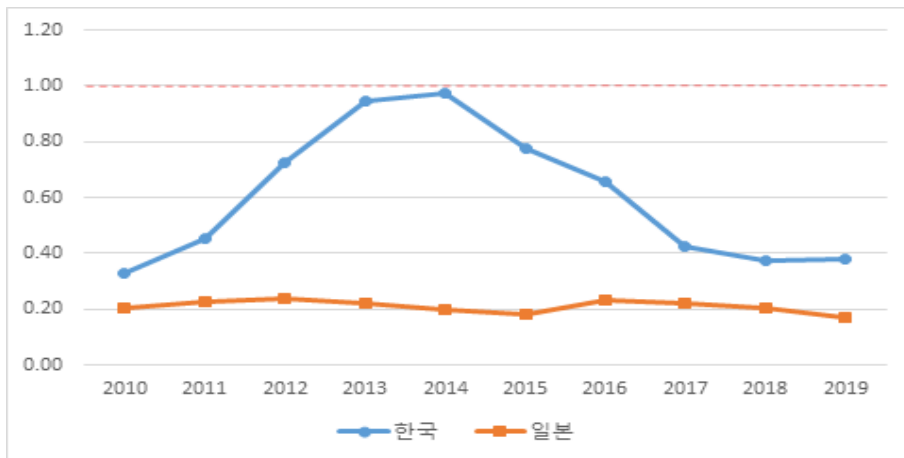
<그림4-58> 한·일 진공청소기(8508)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

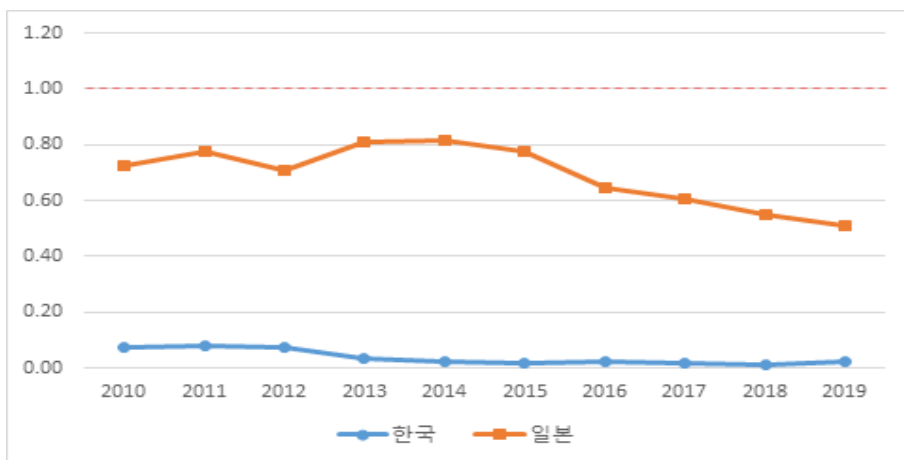
한국과 일본 가전용 전기기기의 현시비교우위지수 비교는 <그림4-59>와 같다. 연구 전 기간에 양국이 모두 1 이하의 수치로 나타났다. 일본의 곡선을 살펴보면, 연구 기간에 변동 거의 없이 매우 낮은 수치로 유지하여 10년 동안 경쟁력이 비교열위를 처하고 있다. 한국은 2014년 이전에 상승추세이지만 이후에 하락추세를 보여 경쟁력이 떨어졌다. 그래도 한국 가전용 전기기기품목이 일본보다 높은 현시비교우위지수로 유지하고 있어서 한국이 일본보다 더 강한 경쟁력이 가지고 있음을 알 수 있다.

<그림4-59> 한·일 가전용 전기기기(8509)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

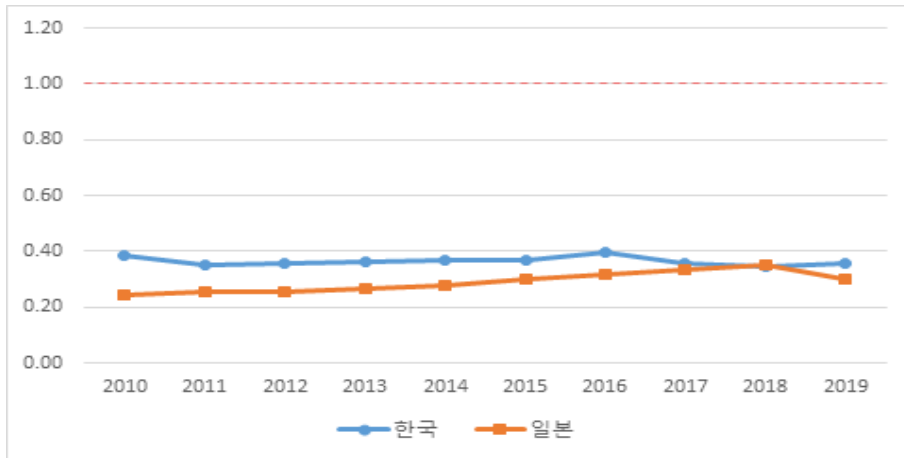
<그림4-60> 한·일 면도기(8510) 품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-60>은 면도기에 대해 한국과 일본의 현시비교우위지수 비교분석이다. 이를 보면 한국의 RCA곡선이 연구 기간에 매우 낮은 수치로 보여 면도기 품목의 경쟁력이 완전히 상실하는 것으로 의미한다. 일본의 면도기 품목은 한국보다 경쟁력이 강한 것이 나타났으나, 경쟁력이 비교우위 수준에 있지 못하고 2014년 이후에 지속적 하락추세를 보여 경쟁력이 떨어지는 것이 분석된다.

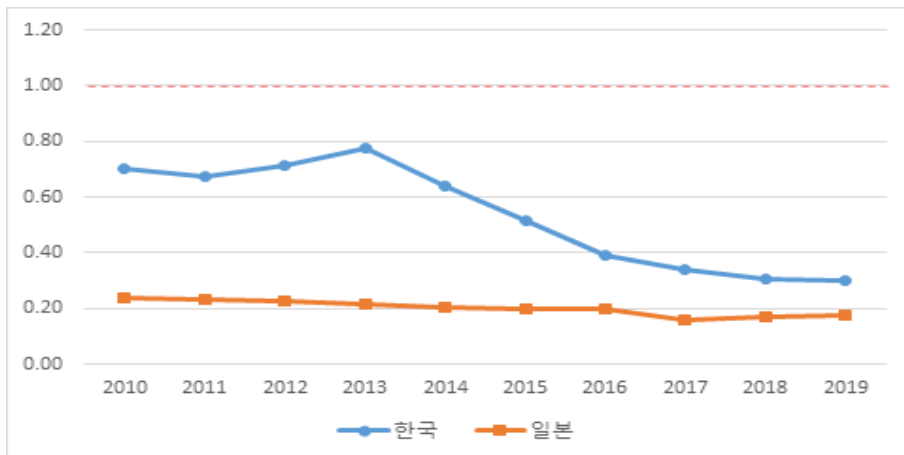
<그림4-61> 한·일 가열기(8516)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-61>은 한국과 일본의 가열기에 대한 현시비교우위지수 비교분석이다. 한국과 일본의 RCA 곡선을 보면 양국의 가열기 비슷한 경쟁력 수준이 가지고 있고 연구 기간에 큰 변동이 없다. 한국과 일본의 가열기품목이 낮은 수치 보여 경쟁력이 비교열위에 있으며, 한국이 일본보다 조금 높은 수치로 보여 약간 강한 경쟁력이 가지고 있음을 알 수 있다.

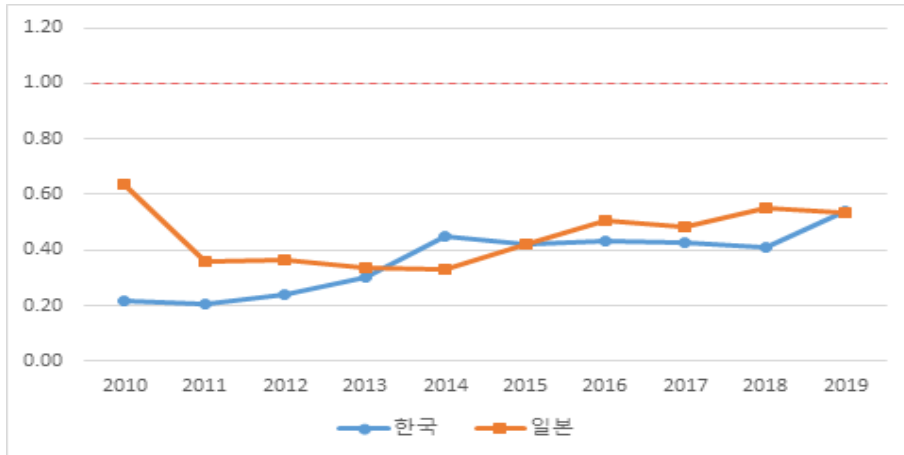
<그림4-62> 한·일 마이크로폰(8518)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

한국과 일본의 마이크로폰품목에 대한 현시비교우위지수 비교는 <그림4-62>와 같다. 일본 RCA 곡선을 보면 연구 기간에 낮은 현시비교우위지수로 나타나고 10년 전 비해 다소 하락하여 경쟁력이 비교열위에 있음을 알 수 있다. 한국의 마이크로폰품목은 전 연구 기간에 일본보다 높은 현시비교우위지수로 나타났으며, 2013년 이후에 지속적 하락추세를 보여 경쟁력 비교열위를 심화하였다.

<그림4-63> 한·일 음성재생기(8519) 품목의 RCA 비교

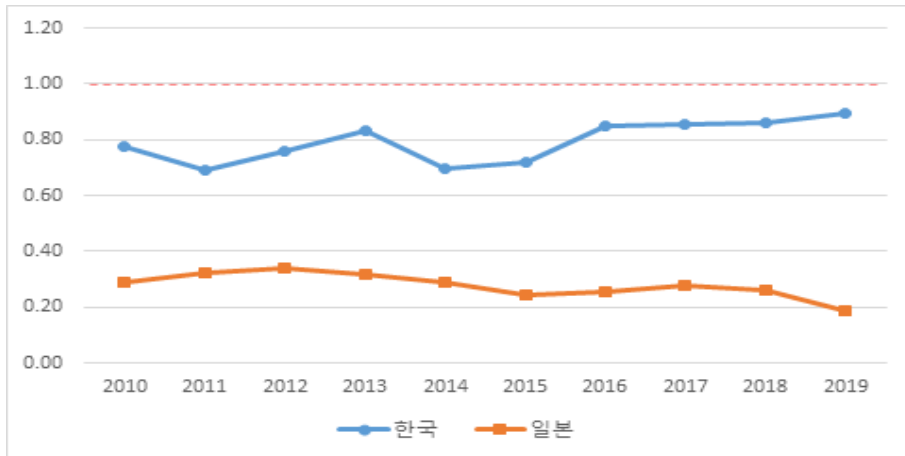


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-63>은 한국과 일본의 음성재생기 품목에 대한 현시비교우위지수 비교이다. <그림4-63>을 살펴보면 한국과 일본의 RCA 지수가 모두 1 이하로 보여 경쟁력이 비교열위에 있는 것을 의미한다. 양국의 격차를 비교하면 2010년 일본이 한국보다 더 강한 경쟁력이 가졌으나, 하락과 상승을 반복하다가 2019년 양국의 음성재생기 품목은 비슷한 경쟁력 수준이 가지고 있다.

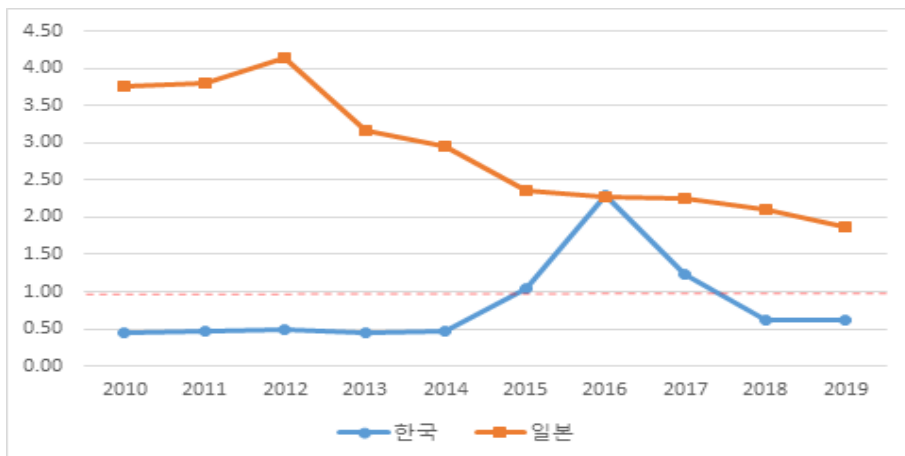
한국과 일본 영상기록용 기기품목의 현시비교우위지수 비교분석을 통해 영국의 경쟁력이 살펴보겠다. 양국의 현시비교우위지수가 모두 1보다 낮은 수치로 나타나지만, 한국은 약간 낮은 수치로 보이고 2104년 이후에 다소 상승추세가 나타났다. 일본은 낮은 수치로 보이고 2019년에 0.19의 최저수치로 나타나 경쟁력이 비교열위에 처하는 것을 확실함을 수 있다. 한국의 영상기록용 기기는 일본보다 경쟁력이 더 강한 것이 분석된다.

<그림4-64> 한·일 영상기록용 기기(8521)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-65> 한·일 송신기기(8525) 품목의 RCA 비교

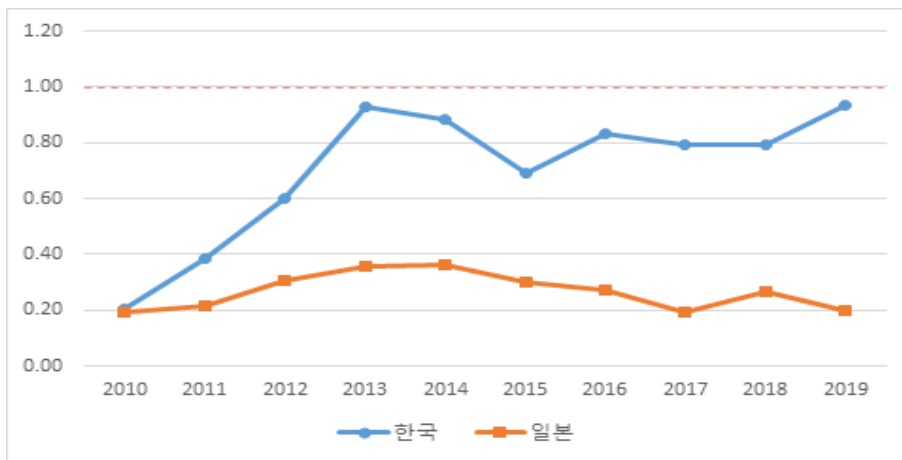


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

<그림4-65>는 한국과 일본의 송신기기에 대한 현시비교우위지수 비교이다. 이를 살펴보면 일본의 송신기기 품목은 매우 높은 현시비교우위지수로 나타났다. 2012부터 지속적 하락추세로 보이지만 여전히 경쟁력 비교우위에 있음을 알 수 있다. 한국은 2010년부터 2014년까지 1 이하의 수치로 유지했으며, 2015년과 2016년 1 이상의 수치로 상승했지만 2017년 하락추세로 보이고 2018년과 2019년 다시 비교열위 수준을 유지하고 있다. 일본의 송신기기 품목은 한국보다 훨씬 강한 경쟁력이 가지고 있는 것

이 분석된다.

<그림4-66> 한·일 라디오방송용 수신기기(8527) 품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

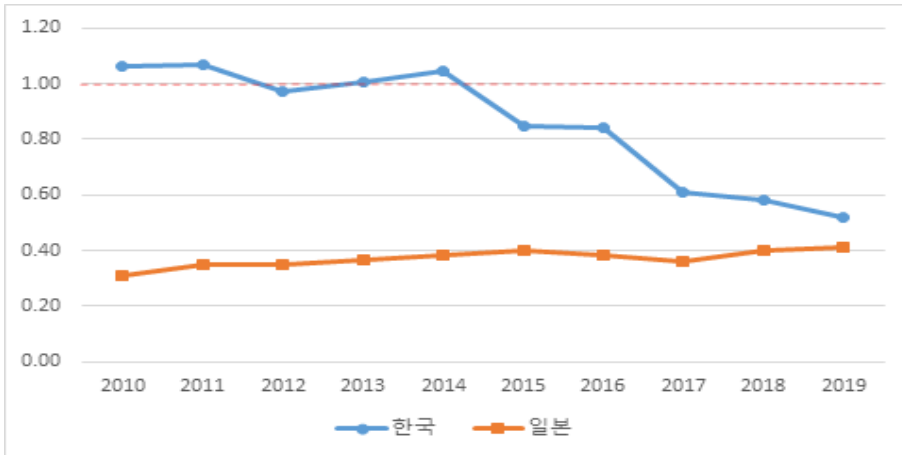
한국과 일본의 라디오방송용 수신기기에 대한 현시비교우위지수 비교 분석하기 위해 <그림4-66>을 작성했다. 한국과 일본의 RCA 곡선을 보면 2010년 양국이 비슷한 수준에 있지만 2019년까지 한국의 라디오방송용 수신기기는 일본보다 훨씬 더 강한 경쟁력이 가지고 있음을 알 있다. 한국은 2010년부터 2013년까지 대폭 상승했으며, 2013년 이후에 하락과 상승을 반복하여 2019년까지 1에 접근한 수치로 나타냄으로써 10년 전을 비해 경쟁력이 증가되고 있음을 확인할 수 있다. 일본은 소폭의 상승과 하락을 반복하지만 2019년까지 10년 전과 거의 같은 수준이 나타냄으로써 경쟁력이 비교열위에 처하고 있는 것을 확실할 수 있다.

<그림4-67>은 한국과 일본의 프로젝터품목에 대한 현시비교우위지수 비교 곡선이다. 이를 보면 2010년 한국의 프로젝터는 일본보다 경쟁력이 훨씬 더 강한 것을 보였지만 2014년 이후에 지속적 하락하여 2019년까지 한국이 일본보다 약간 강한 경쟁력으로 떨어졌다. 일본은 2010년 비해 2019년 미미하게 상승하였지만, 연구 기간에 낮은 수치로 유지하여 경쟁력이 비교우위에 있는 것이 확실할 수 있다.

<그림4-68>은 한국과 일본 안테나품목의 경쟁력이 비교 분석하기 위해 양국 안테나품목의 현시비교우위지수 비교 곡선을 작성했다. 양국의 현시비교우위지수 곡선을 보면 한국은 연구 기간에 매우 높은 수치로 나타나고 2015년 이후에 상승추세를 보여

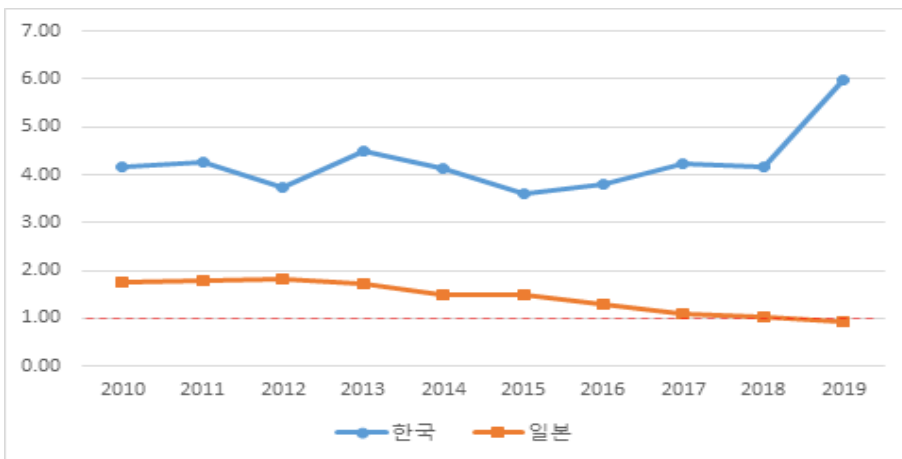
경쟁력이 비교우위에 있음을 알 수 있다. 일본은 전 연구 기간에 한국보다 낮은 수치로 나타났으며, 2019년까지 1 이하의 수치로 하락하여 경쟁력이 점점 떨어지고 있는 것이 분석된다.

<그림4-67> 한·일 프로젝터(8528)품목의 RCA 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-68> 한·일 안테나(8529)품목의 RCA 비교

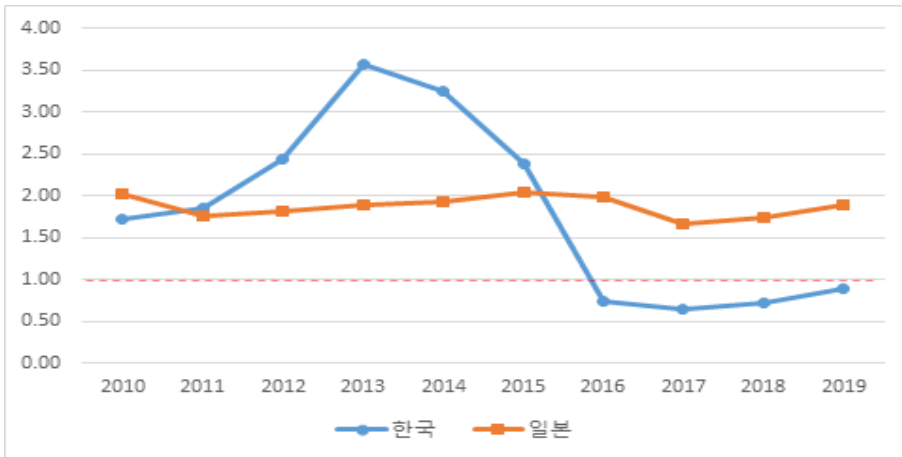


자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-69>는 한국과 일본의 기타 전기기기품목에 대한 현시비교우위지수 비교 곡선이다. 이를 보면 한국은 2010년부터 2013년까지 대폭 상승하였고 2013년부터

2016년까지 대폭 하락하여 2016년 이후 1 이하의 수치로 떨어졌다. 경쟁력이 약간 낮은 수준에 처하고 있는 것이 의미한다. 일본은 연구 기간에 비교 높은 수치로 유지하고 있음으로써 경쟁력이 비교우위에 있는 것이 확실할 수 있다. 근년에 일본의 기타 전기기기품목은 한국보다 강한 경쟁력이 가지고 있는 것을 분석된다.

<그림4-69> 한·일 기타 전기기기(8543)품목의 RCA 비교



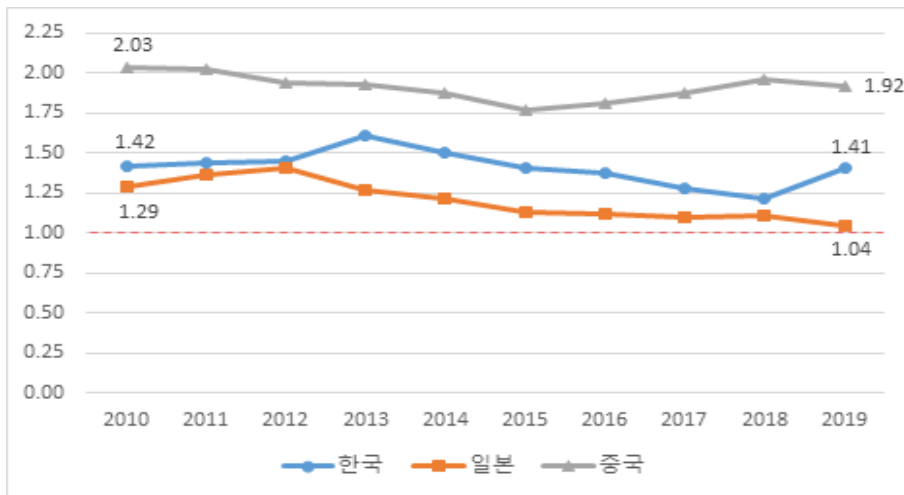
자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저사 산출하였음.

본 소절은 현시비교우위지수를 이용하여 2010년~2019년 한국과 일본의 가전제품 19개 품목에 대한 품목별로 비교에 통해 양국의 가전제품 수출경쟁력이 측정하고 경쟁력 변화추세를 비교 분석하였다. 한국은 현시비교우위지수가 1보다 큰 경쟁력 비교우위에 있는 품목은 2010년 8개, 2013년 9개, 2016년 7개, 2019년 6개로 감소하여 경쟁력이 다소 하락하고 있다. 일본은 현시비교우위지수가 1보다 큰 경쟁력 비교우위에 있는 품목은 2010년 7개, 2013년 6개, 2016년 5개, 2019년 4개로 감소하여 경쟁력이 지속적 떨어지고 있다. 구체적으로 살펴보면 한국은 일본보다 더 강한 경쟁력을 보이는 품목은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 진공청소기(8508), 가정용 전기기기(8509), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 프로젝터(8528), 안테나(8529) 13개이다. 이 중에 안테나(8529)품목이 현시비교우위지수가 가장 높아 경쟁력 비교우위에 있다. 한국보다 일본 더 강한 경쟁력을 보이는 품목은 접시 세척기(8422), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 송신기기(8525), 기타 전기

기기(8543) 5개이며, 이 중에 증발식 에어컨(8479) 품목이 현시비교우위지수가 가장 높아 경쟁력 비교우위에 있다. 나머지 품목은 양국의 경쟁력이 비슷하게 보였거나 비슷하게 된 것이 밝혔다.

현시비교우위지수의 품목별로 비교분석을 통해 한국 가전제품이 일본보다 국제경쟁력 높은 품목은 더 많으니 한국 가전제품의 수출경쟁력이 일본보다 강한 것을 분석된다. 이 분석결과 더욱 확실하게 증명하기 위해 양국 전제 가전제품의 현시비교우위지수가 산출하였다. 그리고 연구 과정에서 중국은 세계의 시장이자 세계의 공자이며 가전제품의 수출량도 상당히 크는 것은 조사하였다. 중국 가전제품은 근년에 한국에 대한 수출경쟁력이 상승하였고 높은 비교우위가 있는 연구결과도 나타났다.³⁷⁾ 따라서 한국, 일본, 중국 가전제품의 국제경쟁력 비교하기 위해 <그림4-70>을 만들었다. 본 연구에서 사용된 19개 가전제품품목의 한국 수출총계하고 19개 가전제품품목의 세계 총수출총계로 한국 전제 가전제품의 현시비교우위지수를 산출하였으며, 일본과 중국 가전제품의 현시비교우위지수도 같은 방법으로 산출하였다.

<그림4-70> 한국, 일본, 중국 가전제품의 현시비교우위지수 비교



자료: 한국무역협회와 UN Comtrade 자료를 근거로 저자 산출하였음.

<그림4-70>을 살펴보면 연구 전 기간에 한국, 일본, 중국의 가전제품의 현시비교우위지수가 1보다 크게 나타나 국제경쟁력 비교우위에 있는 것을 판단할 수 있다. 한국

37) 양홍연, 이제홍, "중국 가전제품의 대한국 수출경쟁력분석", 무역금융보험연구, 제22권 제1호, 2021, pp. 101-114.

가전제품의 현시비교우위지수가 2010년 1.42에서 2019년 1.41로 다소 하락하였다. 일본 가전제품이 2010년 1.29에서 2019년 1.04로 소폭 하락하였다. 한국 가전제품의 현시비교우위지수가 전체 연구 기간에 일본보다 높은 수치로 보여 한국 가전제품의 국제경쟁력이 일본보다 높은 것은 의미한다. 중국 가전제품의 현시비교우위지수가 2010년 2.03에서 2019년 1.92로 소폭 하락하였으며, 전 연구 기간에 한국과 일본보다 높은 현시비교우위지수로 나타나 중국 가전제품의 국제경쟁력이 한국과 일본보다 높은 것은 의미한다.

제5장 결론

본 연구에서는 중국 시장을 대상으로 한국과 일본 가전제품의 수출경쟁력을 도출하여 가전제품 어느 수준에 있는가를 평가하고 경쟁력이 어떻게 변화하는가를 밝혀 한국과 일본의 경쟁 관계를 비교하는 연구의 목적을 두었다. 이를 위해 HS코드 4단위 19개 품목을 대상으로 2010년부터 2019년까지 기간에 대해 경쟁력변화를 동태적으로 고찰하는 방법을 택하였다. 본 고가 해당 품목의 경쟁력을 평가하기 위해 시장점유율(MS), 무역특화지수(TSI), 수출편향지수(EBI), 수출결합도(IE)의 경쟁력 측정방법을 사용하였다. 수출경쟁력 관련 지수를 사용하여 중국 시장에서 한국과 일본의 가전제품 경쟁력을 비교분석 결과는 다음과 같다.

먼저, 측정방법별 비교분석결과는 다음과 같다. 첫째, 품목별로 시장점유율 분석에 의하면 중국 시장에서 한국과 일본의 경쟁 관계를 비교 분석한 결과, 2010년~2019년 시장점유율 평균치에 기준으로 한국은 일본보다 높은 품목이 9개 있으며, 2019년 시장점유율에 기준으로 한국이 일본보다 높은 품목이 7개 있다. 이 중에 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 라디오방송용 수신기기(8527), 안테나(8529) 품목은 시장점유율 평균치나 2019년 시장점유율 모두 일본보다 한국이 더 높게 나타나고 중국에서 경쟁력이 더 강하게 보인다. 특히 가정형 세탁기(8450)품목은 대중국의 시장점유율이 가장 높아 일본보다 한국이 훨씬 강한 경쟁력이 보인다. 이에 비해 일본은 시장점유율 평균치에 기준으로 한국보다 높은 품목이 10개 있으며, 2019년 시장점유율에 기준으로 한국보다 높은 품목이 12개 있다. 시장점유율 평균치나 2019년 시장점유율 모두 한국보다 일본이 더 높게 나타나는 품목은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 접시 세척기(8422), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528)가 있다. 이 중에 공기조절기(8415)품목은 대중국의 시장점유율이 가장 높아 한국보다 일본의 경쟁력이 비교적 강함을 의미한다. 중국 시장에서 한국과 일본의 가전제품이 전체적으로 시장점유율을 비교한 결과, 2019년까지 한국의 가전제품이 대중국 시장점유율은 14.75%이고 일본은 13.07이다. 중국 시장에서 가전제품은 한국과 일본이 비슷한 시장점유율을 보이지만 10년간의 변화추이를 살펴보면 일본의 시장점유율은 거의 하락추세가 나타나고 한국은 반수의 품목이 상승하였다.

둘째, 무역특화지수(TSI)를 이용한 분석결과, 변화추세를 보면 한국은 원심분리기

(8421), 증발식 에어컨(8479), 가전용 전기기기(8509), 가열기(8516), 영상기록용 기기(8521), 송신기기(8525), 프로젝터(8528) 7개 품목이 2010년에서 2019년까지 수출특화도를 강화하거나 수입특화도를 완화하여 중국에 대한 무역특화지수를 상승하고 경쟁력 강화하는 것으로 나타났다. 일본은 가전용 전기기기(8509), 음성재생기(8519), 프로젝터(8528) 3개 품목이 2010년에서 2019년까지 수입특화도를 완화하지만 수입특화도가 매우 높고 완화 정도가 매우 작은 것으로 나타났다. 무역특화도를 기준으로 양국의 경쟁력을 비교하면 한국이 일본보다 경쟁력이 강한 품목은 공기조절기(8515), 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어컨(8479), 가전용 전기기기(8509), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 안테나(8529), 기타 전기기기(8543) 11개가 있다. 이 중에 2019년 무역특화지수가 1 이상의 수출특화품목은 3개가 있으며 증발식 에어컨(8479), 안테나(8529), 원심분리기(8421) 품목 순으로 나타났다. 일본이 한국보다 무역특화도를 높은 품목은 진공펌프(8414), 접시 세척기(8422), 음성재생기(8519), 송신기기(8525) 4개가 있으나 이 중에 2019년 기준으로 수출 특화된 품목은 접시 세척기(8422)를 밖에 없다. 그리고 무역특화지수 기준에서 일본의 증발식 에어컨(8479)이 가장 경쟁력 높은 품목이지만 한국보다 약간 낮다. 나머지 5개 품목은 양국의 경쟁력이 비슷하게 나타났다. 따라서 무역특화지수를 기준으로 볼 때, 19개 가전제품품목 중에 반수 이상의 품목은 일본보다 한국의 무역특화도가 더 높게 보이며, 7개 품목은 10년간에 상승추세로 나타났다. 한국보다 일본의 무역특화도가 더 높은 품목이 1/4밖에 안 되며, 대부분 품목이 10년간에 하락추세로 보인다. 그래서 한국이 일본보다 중국 시장에서 가전제품의 무역특화도 더 높고 경쟁력 더 강한 것을 밝힘을 수 있다.

또는 한국과 일본 가전제품이 대중국의 시장점유율이 비슷한데 양국의 무역특화지수는 이렇게 차이가 나는 것은, 무역특화지수는 특정 국가의 해당 품목이 대상 국가에서 총수출액과 총수입액을 이용해 상품의 비교우위를 나타내는 지표이니까 한국과 일본이 중국의 가전제품을 수입하는 비중이 다르기 때문이다. 앞의 한국과 일본 가전제품 대중국의 무역특화지수 분석결과를 보면 2019년 한국의 수출특화품목은 3개이고 완전수입특화가 접근한 품목은 4개이다. 2019년 일본의 수출특화품목은 2개이고 완전수입특화가 접근한 품목은 7개이다. 이것은 한국과 일본이 대중국 가전제품의 수입액은 수출액보다 높은 것은 반영한다. 특히 일본은 대중국의 가전제품 수입액이 매우 높은 것은 반영한다.

셋째, 수출편향지수(EBI)를 이용한 분석에서는 가전제품품목별의 2010년~2019년

EBI 평균치 결과, 한국이 1 이상의 수치로 나타나는 품목이 5개가 있고 일본이 1 이상의 수치로 보이는 품목이 8개가 있으며, 면도기(8510), 마이크로폰(8518), 라디오방송용 수신기기(8527), 기타 전기기기(8543) 품목을 제외한 대부분 가전제품은 한국보다 일본이 대중국의 시장집중도가 더 높은 것이 분석되었다. 2019년 수출편향지수를 기준으로 보면 한국이 1보다 높은 수치로 보인 품목이 6개가 있고 일본이 1보다 높은 수치로 보인 품목이 7개가 있으며, 원심분리기(8421), 면도기(8510), 마이크로폰(8518) 품목을 제외한 대부분 가전제품은 한국보다 일본이 대중국의 시장집중도가 더 높은 것이 분석되었다. 양국의 10년간 수출편향지수의 변화추이를 살펴보면 한국은 19개 가전제품품목 중에 12개 품목을 중국에 대한 시장집중도를 향상되는 것이 분석되었으며, 일본은 9개 품목을 10년 전 비해 중국에 대한 시장집중도를 상승하는 것이 분석되었다. 따라서 한국의 가전제품은 중국에 대한 시장집중도를 2010년~2019년 수출편향지수 평균치나 2019년 수출편향지수에 기준에서 모두 일본보다 낮은 것을 보였지만 10년 전 비해 중국에 대한 시장집중도를 상승하는 품목이 일본보다 좀 더 많은 것이 보인다. 그리고 양국 전체적으로 가전제품의 수출편향지수를 비교한 결과도 중국에서 일본 가전제품의 시장집중도가 한국보다 높은 것으로 밝혔다.

또는 시장점유율 분석결과 <그림4-5>를 보면 2013년 이전에 중국에서 일본은 가전제품의 시장점유율이 한국보다 훨씬 높았지만 2013년 이후에 한국 가전제품의 시장점유율이 일본보다 약간 높은 수준으로 상승하였으며 근년에 양국 시장점유율이 비슷하게 나타났다. 하지만 본 소절 수출편향지수 분석결과 <그림4-27>을 보면 중국에 대한 한국 가전제품이 일본보다 10년 동안 수출편향지수를 낮은 수준에 있다. 이것은 중국 시장에서 양국 가전제품의 시장점유율이 양국 가전제품 대중국의 시장집중도에 대한 영향을 미치지 않을 것을 밝혔다. 중국에서 일본 가전제품의 시장점유율이 10년 전을 비해 훨씬 낮았지만, 중국에 대한 시장집중도가 10년 전을 비해 상승하였고 10년 동안 높은 시장집중도를 유지하고 있다. 중국에서 한국 가전제품의 시장점유율과 시장집중도가 둘 다 10년 전을 비해 상승하였다. 일본 가전제품의 시장점유율이 하락하는데 시장집중도가 여전히 높은 수준을 유지하고 심지어 상승한 것은 일본 대중국의 가전제품 수출이 하락한 동시에 일본 가전제품 총수출, 일본 대중국 총수출과 일본 총수출이 서로 다른 정도의 하락하였기 때문이다.

넷째, 수출결합도(IE) 분석결과, 변화추이를 살펴보면 한국은 진공펌프(8414), 가정형 세탁기(8450), 증발식 에어쿨러(8479), 안테나(8529), 원심분리기(8421), 접시 세척기(8422), 가정용 전기기기(8509), 프로젝터(8528), 음성재생기(8519), 송신기기

(8525) 10개 품목이 2010년에서 2019년까지 중국에 대한 수출의존도가 상승하여 수출결합관계가 높아지는 것이 분석되었다. 일본은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 접시 세척기(8422), 증발식 에어컨(8479), 프로젝터(8528), 가정용 전기기기(8509), 음성재생기(8519) 7개 품목이 2010년에서 2019년까지 중국에 대한 수출결합관계가 높아지는 것으로 조사되었다. 수출의존도를 기준으로 양국 대중국의 수출결합관계를 비교해보면 한국이 일본보다 결합관계를 높은 품목은 냉장고(8418), 원심분리기(8421), 가정형 세탁기(8450), 가열기(8516), 마이크로폰(8518), 영상기록용 기기(8521), 안테나(8529) 7개가 있다. 일본이 한국보다 중국에 대한 결합관계를 높은 품목은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 접시 세척기(8422), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 음성재생기(8519), 송신기기(8525), 프로젝터(8528), 기타 전기기기(8543) 9개가 있다. 나머지 품목은 양국 대중국의 수출결합관계를 비슷하게 나타냈다. 한국과 일본은 2019년 기준에서 양국 다 반수 이상의 품목이 1보다 높은 수출결합도로 보여 중국에 대한 수출접관계에 있음을 의미한다. 이에 따라 품목별로 볼 때 한국과 일본의 가전제품은 양국 다 중국에 대한 수출밀접관계를 갖고 있으며, 한국보다 일본의 수출결합관계가 더 높은 것이 나타나지만 상승추세를 보이는 한국 가전제품품목이 일본보다 좀 더 많은 것이 밝혔다. 하지만 가전제품 전체적으로 비교하면 중국에 대한 한국의 수출결합도를 10년 전 비해 상승하였고 일본의 수출결합도를 10년 전 비해 하락하였으며, 2012년 이후에 한국이 일본보다 의존도 높은 것을 밝혔다.

양국 가전제품 대중국의 수출결합지수가 품목별로 비교할 때는 한국은 의존도 높은 품목을 비해 일본은 의존도 높은 품목이 적는데 가전제품 전체적으로 비교하면 한국이 일본보다 의존도 높은 것을 밝혔다. 이 분석결과가 시장점유율 분석결과와 비슷하게 나타났다. <그림4-49> 중에 한국과 일본 양국의 수출결합지수 곡선도 <그림4-5>와 비슷한 추세로 나타났다. 여기서 수출결합지수는 한국과 일본 양국의 가전제품과 중국의 수출결합도하고 중국과 세계시장의 가전제품 수출결합도를 비교하는 지수이다. 양국 가전제품이 대중국의 수출결합지수 변화추세와 중국에서 시장점유율 변화추세가 비슷하게 나타나는 것은, 수출결합지수가 높아지면 특정 국가의 해당 품목이 대상 국가에 대한 수출량이 많아지는 것이 반영했으니 특정 국가의 해당 품목이 대상 국가에서 시장점유율도 높아지는 것을 판단할 수 있는 것이다.

다섯째, 현시비교우위지수 분석결과, 한국은 현시비교우위지수가 1보다 큰 경쟁력 비교우위에 있는 품목은 2010년 8개, 2013년 9개, 2016년 7개, 2019년 6개로 감소하여 경쟁력이 다소 하락하고 있으며, 일본은 현시비교우위지수가 1보다 큰 경쟁력 비

교우위에 있는 품목은 2010년 7개, 2013년 6개, 2016년 5개, 2019년 4개로 감소하여 경쟁력이 지속적 떨어지고 있다. 그리고 한국은 일본보다 경쟁력이 더 강력한 품목은 진공펌프(8414), 공기조절기(8415), 원심분리기(8418), 가정형 세탁기(8450), 진공청소기(8508), 가정용 전기기기(8509), 가열기(8516), 마이크론(8518), 영상기록기기(8521), 라디오방송용 수신기기(8527), 프로젝터(8528) 안테나(8529) 12개이다. 일본은 한국보다 경쟁력이 더 강력한 품목은 접시 세척기(8422), 증발식 에어컨(8479), 면도기(8510), 송신기기(8525), 기타 전기기기(8543) 5개이다. 나머지 품목은 양국의 경쟁력이 비슷하게 보였거나 비슷하게 된 것이 분석된다. 따라서 품목별로 볼 때 한국과 일본 양국의 가전제품의 수출경쟁력이 모두 약해지고 있으나 일본의 경쟁력 약해진 정도가 더 높은 것을 나타냈으며, 한국의 가전제품 일본보다 수출경쟁력이 높은 것으로 밝혔다. 한편에 한국, 일본, 중국 전체 가전제품의 국제경쟁력 비교한 결과는 삼국의 가전제품이 모두 국제경쟁력 비교우위에 있는 것이며, 모두 10년 전 비례소폭 하락하였다. 연구 전 기간에 중국 가전제품의 국제경쟁력이 가장 높게 나타났고 일본의 가전제품의 국제경쟁력이 가장 낮게 나타났다.

이상 분석결과를 총결하면 중국 시장에서 한국과 일본의 가전제품 시장점유율은 품목별로 보면 일본 더 점유율 높은 품목이 한국보다 많지만, 전체적으로 보면 한국과 일본의 시장점유율이 비슷하게 나타나고 심지어 2019년 한국이 일본보다 약간 높은 점유율로 보였다. 일본 가전제품은 대중국의 수출편향지수가 연구 전체기간에 한국보다 높게 나타나 시장집중도 더 높지만, 한국의 가전제품이 중국에 대한 무역특화도가 일본보다 높게 나타나 경쟁력이 강한 것이다. 그리고 일본 가전제품이 한국보다 수출결합도 높은 품목을 더 많지만, 양국 가전제품 전체적으로 보면 한국 가전제품의 수출결합도 더 높아 중국에 대한 수출결합관계를 더욱 밀접하다. 10년간 변화추세를 보면 한국 가전제품이 대중국의 시장점유율이나 시장집중도나 수출결합도의 상승추세가 다 일본보다 높은 것이 분석되었다. 현시비교우위지수는 특정 국가의 해당 품목 국제경쟁력을 제시한 모델로서 한국과 일본의 가전제품 수출경쟁력을 비교하면, 양국 모두 서로 다른 정도의 하락추세를 보이지만 한국이 일본보다 수출경쟁력이 더 강력한 것이 밝혔다.

또는 중국 시장에서 한국 가전제품과 일본 가전제품 중에 더욱 경쟁력이 가지고 있는 제품을 총결해보면, 중국 시장에서 시장점유율 가장 높은 한국 가전제품은 가정형 세탁기(8450)이고, 점유율 가장 높은 일본 가전제품은 공기조절기(8415)이다. 중국에 대한 무역특화도 가장 높아 가장 수출경쟁력이 가지고 있는 한국 가전제품은 증발식

에어쿨러(8479)이고 무역특화도 가장 높은 일본 가전제품은 접시 세척기(8422)이다. 그리고 중국에 대한 시장집중도가 가장 높은 한국품목은 면도기(8510)이고 일본은 안테나(8529)이다. 중국에 대한 수출결합도 높아 수출결합관계 가장 밀접한 한국 가전제품은 안테나(8529)이고 일본은 공기조절기(8415)이다. 현시비교우위지수 분석결과는, 국제경쟁력 가장 높은 한국 가전제품은 안테나(8529)이고 국제경쟁력 가장 높은 일본 가전제품은 증발식 에어쿨러(8479)이다. 여기서 일본의 안테나(8529)품목이 중국에 대한 시장집중도 가장 높게 나타났는데 한국의 안테나(8529)품목이 중국에 대한 수출결합도와 국제경쟁력 가장 높게 나타났다. 일본의 안테나(8529)가 중국에 대한 수출량이 많지만, 한국보다 경쟁력이 약한 것이 의미한다.

분석결과에 따른 시사점은 다음과 같다. 첫째, 연구결과에서 확인된 대로 한국의 가정형 세탁기, 면도기, 안테나 등하고 일본의 공기조절기, 접시 세척기, 증발식 에어쿨러 등 중국 시장에서 경쟁력을 가지고 있는 품목들에 대한 부가가치를 제고시켜 가는 노력이 선행되어야 할 것이다. 소비자수요의 변화에 따라 제품에 대한 전면적인 업그레이드를 추진을 통해 시장점유량을 향상하게 시켜 가는 노력이 필요하다.

둘째, 중국에 대해 감소하고 있는 일본 가전제품의 시장점유율 회복을 위한 대안이 필요하다. 일본은 중국 가전 시장에 진출한 최초국가로서 중국 가전 시장의 발전을 이끌었다. 2010년까지도 중국 시장에서 일본 가전제품의 점유율이 한국보다 훨씬 높고 경쟁력이 비교우위에 있었는데, 일본 가전제품은 10년간에 점유율이 약 10%를 하락하여 2019년까지 중국 시장에서 한국 가전제품과 비슷한 점유율로 나타났다. 일본 가전제품의 제조 기술이 아주 강하고 품질도 튼튼했다. 하지만 일본 가전제품이 지나치게 기술혁신에 의존하여 마케팅을 소홀했기 때문에 품질이 좋고 가격도 싼 한국 가전제품은 중국에 대한 시장점유율이 상승하여 일본 가전제품의 우세가 갈수록 감소하고 있다.

셋째, 한국과 일본 가전제품이 중국에 대한 수입특화하는 상태이며, 한국과 일본 가전제품은 대중국의 수출보다 수입이 더 많은 것은 의미한다. 특히 일본 가전제품이 연구 전 기간에 수입특화로 나타났다. 근년에 중국 가전산업이 급속도로 발전하며, 가격이 낮아 수출량이 계속 늘고 있다. 따라서 한국과 일본 가전기업들이 해외시장을 확대하는 동시에 본토 시장을 등한시할 수 없다. 가전기업들이 경쟁기업의 제품 가격 변화에 대해 경계하며, 정부가 대응정책을 마련에 노력해야 할 것이다.

넷째, 중국에서 한국 가전제품이 2010년 낮은 시장집중도에서 2019년 높은 시장집중도로 상승하였지만, 연구 전 기간에 일본 가전제품이 더 높은 시장집중도로 나타났다

다. 이러한 중국에 대한 한국 가전제품이 일본 가전제품보다 수출경쟁력이 약한 것은 한국의 가전기업들이 동남아국가로 생산설비를 이전하여 생산하기 때문이다. 그래도 중국시장에서 한국 가전제품의 무역특화도와 수출결합도가 일본보다 높아 경쟁력이 더 강한 것이 밝혔으니 일본 가전기업들이 이문제 대한 중시하기 시작해야 할 것이다.

다섯째, 한국 가전제품의 국제경쟁력이 일본 가전제품보다 높지만, 중국 가전제품의 국제경쟁력이 더 높은 것을 밝혔다. 이것은 가전 분야에서 중국은 이미 한국의 주요 경쟁국이 되는 것을 의미한다. 따라서 한국 가전산업이 높은 품질을 유지하면서 동시에 고급화 전략의 축진이 가속화야 할 것이다.

참 고 문 헌

【국내 문헌】

- 김문필, “중국시장에서의 중국, 한국, 일본 가전제품의 제품평가와 구매의도에 관한 비교연구”, 단국대학교 일반대학원, 2009, pp.21.
- 오려화, “한국과 중국 전자산업의 국제경쟁력 비교 분석”, 경기대학교 대학원, 2012, pp. 13-14
- 김양태, 한성수, “일본 전기·전자산업 ‘잃어버린 20년’의 재검토”, 일본근대학연구, pp.213-238, 2019.
- 이성아, 신경수, “한·중간 무역경쟁력 분석: 섬유, 전기전자, 기계산업을 중심으로”, 통상정보연구, 제8권 제4호, 2006, pp. 45-69.
- 임준형, “한국과 중국 가전산업의 경쟁력 비교”, 산업경제연구, 제22권 제2호, 2009, pp. 905-918.
- 모수원, “중국 가전산업의 수출경쟁력: 한국, 일본, 미국에 대하여”, 산업경제연구, 제23권 제1호, 2010, pp. 273-286
- 심재희, “한·미 FTA에 대미한 국산 가전제품의 대미 경쟁력 분석과 시사점”, 상업교육연구, 제24권 제1호, 2010, pp. 347-369.
- 김지현, “한국과 중국 전기전자산업의 대 인도 교역구조 비교에 대한 연구” e-비즈니스연구, 제20권 제2호, 2019, pp. 263-279.
- 김희철, “한국 수출산업의 대칠레 경쟁력 변화에 관한 연구: 한·칠레 FTA체결 전후 비교를 중심으로”, 기업경영연구, 제20권 제5호, 2013, pp. 265-280.
- 김지용, “중국산 ICT 품목의 대 한국시장 경쟁력 분석: 컴퓨터 및 주변기기 품목을 중심으로”, 통상정보연구, 제9권 제4호, 2017, pp. 127-145.
- 도고레 에드가, “자동차산업 국제경쟁력 비교 연구: 한 중 일 독 미국을 중심으로”, 동아대학교 대학원, 2018.
- 한승권, 최장우, “우리나라 화장품산업의 대중구 수출경쟁력 분석”, 통상정보연구, 제20권 제1호, 2018, pp. 111-130.
- 김지현, “한·중 반도체 산업의 대베트남 수출경쟁력 변화에 대한 연구”, 통상정보연구, 제21권 제1호, 2019, pp. 83-100.

- 백은영, "한·일 소재산업의 무역경쟁력 연구:기술무역을 중심으로", 통상정보연구, 제 21권 제4호, 2019, pp. 111-133.
- 권기수, "브라질 세장에서 한국의 수출경쟁력 분석", 프르투갈-브라질 연구, 제16권 제1호, 2019, pp. 111-146.
- 라공우, 송진구, "인도네시아 할랄시장에서 한국 화장품과 의료용품의 국제경쟁력에 관한 연구", 통상정보연구, 제22권 제3호, 2020, pp. 283-305.
- 김지현, "한국과 중국 전기전자산업의 대 인도 교역구조 비교에 대한 연구", e-비즈니스연구 20(2), 2019, pp. 263-279.
- 김주리, "RCA-CAC분석을 통해 본 한국의 대EU 수출경쟁력", EU연구 제50호, 2018, pp. 73-105.
- 양홍연, 이제홍, "중국 가전제품의 대한국 수출경쟁력분석", 무역금융보험연구, 제22권 제1호, 2021, pp. 101-114.

【국외 문헌】

- IMF, "World Economic Outlook", 2020.
- 杨霖, "中国家电产业国际竞争力研究", 黑龙江大学, 2012, pp. 10.
- 金伦秀, "韩日中电子产业的国际竞争力比较研究", 中国矿业大学, 2020
- 刘旭, "韩国家电产业投资及其影响研究", 现代产业经济, 第1期, 2013年3月, pp.73-77.
- 常海申, "基于钻石模型的日本家电产业竞争力研究", 云南财经大学 经济研究院, 2012, pp. 17-20.
- [日]西村吉雄, 侯秀娟, 「日本电子产业兴衰录」, 人民邮电出版社 第一版, 2016.
- 李晶, "从日本家电行业向东亚的转移看东亚经济一体化", 对外经济贸易大学, 2007, pp. 8-10.
- 王新军, "日本家电企业在华发展战略及对我国启示" 山东大学, 2002, pp.13-15.
- 谭晶荣, 王逸芬, "我国小家电产品的国际竞争力分析", 国际贸易问题, 第1期, 2007, pp. 38-43.
- 姜荣荣, "日本家电行业的转型及其对我国的启示", 经济论坛, 2017, p.113.

【인터넷 자료】

중국국가통계국 중국통계연감(中国统计年鉴) <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/>

한국무역협회 <https://stat.kita.net>

전망산업연구원 <https://bg.qianzhan.com>