

대중국 한국 자동차 부품기업의 공간 전략과 입지 특성: 동풍열달기아 완성차 기업의 부품 협력기업을 중심으로

최자영* · 이승철**

Spatial Strategies and Locational Behaviour of Korean Auto Parts Firms in China: Focused on Parts Suppliers of Dongfeng-Yueda-Kia Car Assembler

Ja-Yeong Choe* · Sung-Cheol Lee**

요약 : 중국은 2004년부터 자동차 공업 관련 신산업 정책을 추진하기 시작하였다. 이와 함께 기존의 맹목적인 외자유치에서 높은 기술수준을 지닌 외자기업을 유치하는 방향으로 선회하였다. 이러한 정책적 환경 변화는 수많은 다국적 기업들 및 협력기업들의 중국 진출을 본격화시켰으며, 한국의 완성차 및 부품기업 또한 진출이 이루어졌다. 외자기업의 착근과정에서 나타난 제도적 변화에 의한 혁신적인 기술 적용 필요성은 기업의 기술 혁신 필요성과 조응하였는데, 효율적 공간 전략이 요구되었다. 첫째, 제도적 변화에 따른 로컬 파트너십 활용과 부품기업 동반진출 전략, 둘째, 기술혁신을 통한 모듈화 및 공용 플랫폼 전략, 셋째, 지방정부 인센티브 정책 활용 전략이 그것이다. 특히 생산 네트워크 내 행위자들은 직서열 공급방식을 통한 부품 공급망을 따라 전후방 연계의 흐름이 나타났으며 관계성이 강화되었다. 따라서 부품기업들은 원활한 협력 체제를 위해 전방기업 및 모듈 단위 중심으로 집적하였다. 그 결과 북쪽의 베이징 현대를 중심으로 하는 북쪽 지역, 남쪽의 동풍열달기아를 중심으로 하는 남쪽 지역, 공용 부품을 공급하기 위한 칭다오를 중심으로 하는 중부 지역, 일반 공용 부품 및 원자재를 공급하는 상하이를 중심으로 하는 기타 지역으로 생산 공간의 분화가 나타났다.

주요어 : 제도적 변화, 기술 혁신, 공간 전략, 모듈화, 공용플랫폼, 공간 분화

Abstract : China has been developing a new auto industry growth plan since 2004. In line with this initiative, China actively adopted its policy favoring foreign companies' investment which had a competitive edge over their technologies and manufacturing methodologies. To meet this demand in policy and market change, many foreign auto companies and their parts' manufacturers including Korean auto companies joined this stream. Policy change favoring higher technologies applicable in China requested auto companies' swift adaptation to meet the policy requirements by higher technologies with innovation and introduction of those foreign technologies to China. The spatial (excellence) strategy was followed by the increase in its efficiency and competitiveness of each region, which were materialized by or in the form of; Firstly, strategic partnership with China auto companies and encouragement of Korea auto parts manufacturing companies to set up its own factories in China. Secondly, modularization and platform sharing strategy by applying enhanced technologies. Thirdly, strategic utilization of China local government's incentive policies. As production management methodology, JIS was adopted all across the board to meet the on-demand market requirements in the manufacturing processes. Auto part manufacturers had been integrated regionally based

* 동국대학교 일반대학원 지리학과 박사수료(Ph.D. candidate, Graduate School of Geography, Dongguk University-Seoul campus), c jy1231@empal.com

** 동국대학교(서울캠퍼스) 사범대학 지리교육과 교수(Professor, Department of Geography Education, Dongguk University-Seoul campus), leesc@dongguk.edu

on forward linkages and modules. As a result, regional-specific auto industry complexes have been made in the places such as Beijing-Hyundai in the north, Dongfeng-Yueda-Kia in the south, common auto parts at central area like Qingdao, and other parts and raw materials in the vicinity of Shanghai.

Key Words : institutional change, technology innovation, spatial strategies, modularization, platform sharing, spatial differentiation

1. 서론

중국은 1990년대 중반 이후 10%대 이상의 경제 성장률을 유지하였으나, 제12차 5개년 계획이 시행된 2010년 이후 점차 성장률이 하락하면서 최근에는 7~8%대의 저성장 기조가 나타나고 있다(Dunford, 2015; 조현수, 2015). ‘신창타이(新常态)’¹⁾로 불리는 이 현상은 중국 정부가 2000년대 후반 이후 글로벌 경제의 저성장으로 인해 산업경제 정책의 방향을 양적 성장에서 질적 성장으로 수정한 배경이다. 중국은 2000년대 초에 이미 전 세계적인 ‘뉴 노멀(New Normal)’²⁾을 경계하여 국가 산업의 근본적 변화의 필요를 인지하였고, 신 성장 동력 산업으로의 전환을 적극적으로 추진하였다(馮飛, 2015). 예를 들어, 2000년대 후반 이후 철강, 시멘트, 전해 알루미늄 등과 같은 전통적인 생산 및 가공 산업의 부가가치 증가율의 지속적인 하락은 기존 제조업 중심에서 신 성장 동력 산업으로 국가의 산업구조가 개편되고 있음을 보여 준다(馮飛, 2015; 천용찬, 2015; 조항, 2013; Henderson, Dicken, Hess, Coe and Yeung, 2002).

특히, 2004년에 중국 정부는 자동차 산업을 새로운 수출 기간산업으로 선정함으로써 중국의 대표적인 신 성장 동력 산업이 되었다(Liu and Yeung, 2013). 2004년에 발표된 ‘자동차공업 신산업 정책’은 자동차 산업을 새로운 수출 기간산업으로 선정, 기존의 제한적이었던 외국계 완성차 기업과의 합작의 확대를 통해 자동차 산업 전반에서 취약했던 기술적 한계를 극복하고자 하였다(최병현, 2012). 이와 같은 정책적 변화는 글로벌 완성차기업 및 부품기업들의 중국 투자를 활성화시킨 배경이 되었다. ‘자동차 공업 신산업 정책’에 따라 자동차 산업의 대외 개방이 실시되면서

대량의 자본과 세계적 수준의 기술 획득 및 높은 경제 성장률 유지에 탁월한 성과를 보이고 있다. 그 결과 수많은 산하 협력기업의 집적을 통한 기술이전 및 고용 창출 효과가 유발되어 지역 및 국가 단위에서도 많은 영향을 미쳤다(Dicken, 2003; 2011). 중국 정부는 자동차 산업에 대한 제도 변화를 통해 중국에 진출하는 자동차 기업들에게 높은 수준의 자동차 제품을 생산하기 위해 높은 기술 수준을 요구하였다. 따라서 외자기업들은 외적 환경 변화를 수용하면서 비용 절감 효과를 통한 경영 합리화 추구를 위해 기업 내적 환경 변화도 추구하였다. 기업은 내외 환경 변화 수용을 위해 기술혁신을 추구하였고, 1990년 후반에 새롭게 도입된 모듈화(Modularization) 및 공용 플랫폼(Platform sharing) 생산 방식으로 전환이 이루어졌다. 특히 한국의 완성차 기업들은 기술혁신을 제품, 공정, 조직 부분에 집중시켜 모듈과 공용 플랫폼을 활용하는 생산 방식을 추구하면서 생산에 대한 주요 단위를 모듈 중심으로 전환하였다. 이러한 새로운 생산 방식의 도입으로 인해 모든 기업들의 역할이 수정되었으며, 부품기업 간 위계와 네트워크의 변화가 초래되어 부품기업의 입지 선택 및 현지 운영 방향에도 많은 변화를 초래했다. 따라서 자동차 부품기업은 기업 외적, 내적 환경 변화에 대응하기 위해 중국의 제도와 기업의 기술혁신을 대응시켰고, 이를 효율적으로 생산 공간에 적용하기 위해 공간 전략을 시행하면서 특유의 입지 분포가 나타났다.

이러한 맥락에서 본 연구는 대중국 한국 완성차기업의 공간 전략에 따른 협력기업의 입지 현황을 통해 연청(鹽城)에 입지한 한국 완성차기업(동풍열달기아; Dongfeng, Yueda, Kia; DYK)를 중심으로 형성된 한국 부품 및 모듈기업의 입지 요인과 특성을 분석하고자 했다. 본 연구는 다음과 같이 구성된다. 첫째, 중

국 정부의 정책변화로 인해 촉발된 환경적 요인과 경영효율화 추구를 위한 기술혁신의 적용을 조장시키기 위한 완성차 기업의 공간전략(Spatial strategies)을 제시하였다. 둘째, 중국으로의 투자현황과 그에 따른 부품기업들의 입지현황을 기반으로 하는 설문조사 결과를 통해 부품기업들의 입지요인을 분석하였다. 셋째, 권역별로 나누어진 생산 공간에 대한 입지특성을 도출하였다. 이를 위해 본 연구는 중국 ‘상하이 시(上海市)’, ‘쿤산 시(昆山市)’, ‘염청 시(鹽城市)’, ‘칭다오 시(靑島市)’, ‘르자오 시(日照市)’, ‘웨이하이 시(威海市)’를 방문하여 31개의 모듈기업, 부품기업을 무작위 선택하여 부장급 이상의 담당자와 심층 인터뷰 및 설문조사를 진행하였다. 일정 및 현지상황으로 인해 2013년 8월 19일~8월 26일과 2014년 7월 29일~8월 30일과 2016년 2월 22일~2월 30일까지 세 차례에 걸쳐 조사를 실시하였다. 설문문의 주된 내용은 현지 기업의 입지요인과 경영환경, 기업 간 연계 및 모듈화를 중심으로 한 부품공급체계에 관한 것이었다.

2. 한국 자동차 모듈 및 부품기업의 대중국 해외직접투자 동향

1978년 개혁·개방 이후 중국은 국내 자본 및 기술의 한계 극복을 위해 적극적인 세계화를 추진하였다. 1980년대 중반 이후 중국 정부는 자동차 산업을 기간 산업으로 선정하여 외국 자본과 협업을 통해 자동차 기술을 확보하고 생산 능력을 확대한 결과, 한국 자동차산업의 대중국 투자 기회는 지속적으로 증가하였

다. 특히, 2009년 이후 중국이 세계 최대의 자동차 소비국으로 부상하면서 한국 자동차 산업의 대중국 투자는 더욱 활성화되었다(정환우, 2013). 국가별 자동차 판매 대수를 살펴보면, 중국은 2006년 이후 세계 2위의 자동차 판매 시장을 보유했던 일본을 추월하였으며, 2009년에는 미국을 추월하여 2009년 이후 세계 최고의 자동차 소비 시장이 되었다(표 1).

1990년대 이후 한국 자동차 부품 및 모듈기업의 대중국 해외직접투자 동향은 세 단계로 시기를 구분할 수 있다(그림 1). 제1시기(1996~2001년)에는 한국 완성차기업 및 부품기업들은 수출제품에 대한 사후 서비스(After service)망 운영을 위해 최초 중국에 진출하였다. 또한 이 시기는 중국 현지 생산 기반이 구축되기 시작하면서 승합차 시장에서 로컬 완성차기업과의 협력이 추진되면서 한국 부품기업들의 동반 진출로 해외직접투자가 이루어지기 시작한 시기이다. 실질적으로 국내 부품 협력기업들의 중국 진출은 완성차기업의 중국 진출 이전부터 저임금 노동력 활용을 목적으로 이미 시작되었으나, 1990년대 중반 이후 한국 완성차기업의 중국 진출에 따른 부품기업의 동반 진출이 본격적으로 나타났다. 이 시기에 대중국 자동차 부품기업의 투자는 11건에 5.9억 달러에 불과했다(그림 1). 1990년대 중반까지 중국 정부는 자국의 자동차 산업을 육성하기 위해 외국 자본의 신규 진입을 불허하고, 지분을 제한하였지만(표 2), 1994년 대우자동차를 시작으로, 1996년 기아자동차가 장쑤성 염청(江蘇省 鹽城)에서 열달 자동차(悅達汽車)와 생산 합작법인을 설립하고, 그 이후 현대차가 기아차를 인수하면서 본격적인 사업 시작과 더불어 협력기업과 중국으로 동반 진출을 하면서 성장하기 시작하였

표 1. 국가별 자동차 시장 규모

(단위: 천 대)

순위	국가	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	중국	5,767	7,130	8,832	9,336	13,645	18,062	18,505
2	미국	17,444	17,047	16,460	13,493	10,601	11,772	13,041
3	일본	5,852	5,740	5,354	5,082	4,609	4,956	4,210
4	브라질	1,715	1,928	2,466	2,826	3,147	3,515	3,633
5	독일	3,615	3,772	3,482	3,425	4,049	3,198	3,508

자료: 한국자동차산업협회(kama.or.kr)

다(김주영·김유신·이미혜·강수영, 2011).

제2시기(2002~2008년)는 중국이 2001년 WTO에 가입하여 전면적인 자동차 시장 개방 정책을 시행함으로써 국내 승용 완성차가 본격적으로 진출하여 2002년에 현대와 기아가 각각 제1공장을 설립하는 등 부품 계열사와 부품 협력기업의 대중국 투자가 급증하는 시기이다. 2004년 중국 정부는 자동차 신산업정책을 통해 자동차산업을 수출 기간산업으로 선정하여 자동차산업을 더욱 육성하고자 하였으며, 이에 한국 완성차기업인 현대와 기아 자동차는 중국 현지에서 지속적으로 생산 규모를 확대하였고, 이에 한국 부품 협력기업의 중국 진출이 더욱 활발해졌다(표 2). 예를 들어, 이 시기에 진출한 협력 부품기업은 현대모비스를 포함하여 247건에 997.3억 달러로 제1시기에 비해 약 169배 이상 증가하였다(그림 1).

제3시기(2009년~)는 2008년 이후 글로벌 경제 위기로 한국 부품협력기업의 중국 진출이 다소 주춤하였지만, 2010년 이후 다시 크게 증가한 시기이다. 중국 정부는 자동차 산업 구조조정 진흥 계획을 수립하여 자동차 기업의 규모를 확대하여 경쟁력을 높이고자 하였으며(표 2), 2012년 한국 완성차기업인 현대기아는 시장 점유율을 높이기 위해 제3조립 공정라인

을 추가로 건설하였다. 그 결과, 2010년 이후 다시 한국 부품기업의 중국 동반 진출이 크게 증가하였다. 또한, 2010년 이후 한국 부품기업의 대중국 투자액은 제2시기보다 훨씬 많은 한편, 신규 법인의 수는 제2시기와 거의 유사하게 나타났다(그림 1). 이는 제3시기에 한국 부품기업의 대중국 투자의 규모 증가 원인이 모듈기업의 대형화와 밀접한 관련이 있음을 의미한다.

3. 완성차 기업의 공간 전략

중국의 자동차 산업에 대한 제도적 변화는 외자기업이 중국 시장에 진출하기 위한 가이드 라인(guide line)을 제공하였다. 규제 철폐 및 인센티브 제공과 같은 기업의 외적 환경에 긍정적 요인 혹은 에너지 절약 및 환경 규제와 같은 부정적 요인은 기업에게 로컬 시장에서의 경영 범위를 확장시킨다(표 2). 기업은 이러한 외적 환경을 극복하기 위해 기업 내·외부 자원을 활용하여 새롭게 기업 내적 환경을 개선하는 형태로 기술혁신의 다양한 접근 방법을 제시하여 조

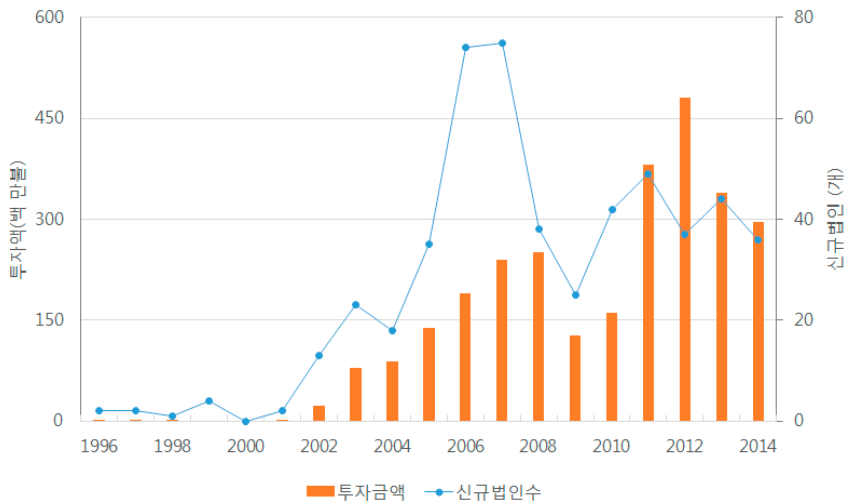


그림 1. 대중국 한국 자동차 부품기업의 해외직접투자 동향

출처: 한국수출입은행

표 2. 중국의 주요 자동차 산업 관련 정책

연도	주요 정책	주요 내용
1980 중반	7차 5개년 계획	<ul style="list-style-type: none"> 기간산업으로써 자동차산업 선정 승용차 국산화 정책 수립 (합작을 통한 자동차 기술 확보 및 생산능력 확대 등 이원화 정책)
1994	자동차산업정책	<ul style="list-style-type: none"> 외자 추가 신규진입 불허 및 외자 지분 제한(최대 49%) 기존 8개 기업 중심 육성(대기업 3개사 시장 70% 점유 유도)
1996	9차 5개년 계획	<ul style="list-style-type: none"> 자동차 생산능력 확충, 완성차 기업 규모 확대, 부품산업 육성, 완성차 및 부품 생산설비 국산화
2001	10차 5개년 계획	<ul style="list-style-type: none"> WTO 가입에 따른 시장 개방 대응 국산 브랜드 자동차 자생력 확보
2004	자동차 공업 신산업정책	<ul style="list-style-type: none"> 수출기간산업으로서 자동차산업 선정, 수출경쟁력 확보
2005	신재생에너지법	<ul style="list-style-type: none"> 신재생 에너지 기술에 대한 소비자 비용분담 메커니즘을 제공 기업에 대한 비용 부담 근거를 마련
2006	11차 5개년 계획 재생가능 에너지법	<ul style="list-style-type: none"> 강력한 환경보호안 시행, 기업에 대한 환경규제 강화 폐기물 수집, 이동, 주거 고품 폐기물 처리에 관한 내용을 규정
2009	중국 자동차 산업 구조조정·진흥계획	<ul style="list-style-type: none"> 자동차 기업의 규모 확대 및 재 제조 산업3) 육성을 통한 경쟁력 제고
2009	순환경제촉진법	<ul style="list-style-type: none"> 환경영향평가 제도 강화 및 청정생산 강화, 그리고 환경 오염시설은 생산공정과 함께 설계, 시공, 생산하는 3 동시 제도 등 사전예방원칙 생산자 책임 강화를 근간으로 하는 오염자 부담원칙 중앙과 지방 간 환경관리 체계의 강화

출처: 중국 자동차 공업 협회(<http://www.caam.org.cn/newslist/a19-1.html>)와 한국환경산업기술원, 2014의 내용 재구성

직 내부로 흡수한다(홍장표·김은영, 2009; 김은영, 2011). 기술혁신이란 시장경제가 발전하기 위한 역동적인 수단으로, 기업의 생산공정, 재료 및 생산조직 등 생산수단의 결합에서부터 신제품을 판매하는 일련의 과정을 포괄하는 전략적 행위이다. 따라서 기술혁신의 적용과정은 거대기업이 고용한 전문가 집단에 의해 주도되어 기업의 내부 질서로 정착되고 생산공정에 내재화한다(송태복·남수현, 2011; 조지프 슈페터, 2013). 대중국 한국 완성차 기업은 중국 시장 진출단계에서 새로운 기술혁신을 도입 및 적용하였는데, 대표적인 사례가 공용플랫폼과 모듈화 생산방식의 도입을 통한 제품혁신, 조직혁신, 공정혁신으로 나타났다. 모듈이라는 제품혁신에 따라 기존의 생산구조를 모듈 중심으로 체계화하여 완성차 기업의 기능이 외부화 된 모듈 및 시스템 기업을 설립하면서 조직혁신이 나타났다. 특히 현대기아는 모듈 단위로 제품을 구성, 치밀한 납품 관리 시스템을 통해 완성차 조립라인에서는 순서에 맞게 나열된 부품을 조립 및

검수하는 직서열 방식(Just In Sequence: JIS)을 통해 독특한 공정혁신을 이루었다. 부품을 필요한 만큼 필요한 시간에 완성차 공장에 조달하는 기존의 적시 생산(Just In Time: JIT) 조달방식에서 필요한 부품을 필요한 형태 및 순서로 필요한 시간에 조달하는 모듈 기반 생산방식인 직서열 방식으로의 전환된 결과, 부품을 설계하는 단계에서부터 모듈 단위로 구상하기 때문에 조립 과정의 문제를 최소화할 수 있으며, 부품의 수와 조립 공정도 크게 개선되었다. 하지만 직서열 방식의 적용을 위해서는 치밀한 제품 공급체계가 선행되어야 하며 매 공정에서 검수가 이뤄지기 때문에 협력기업과의 긴밀한 협조체계가 요구된다(박상용, 2011). 따라서 해외 완성차 기업은 부품의 적시 공급에만 치중하여 전후방 연계의 결속력이 약하지만, 현대기아는 한달, 매주, 3일, 1일 간 생산기획 및 관리를 통해 결속력이 높게 나타난다. 이와 같이 기업들은 기술혁신을 차별적인 경쟁우위의 원천으로 판단하고, 도입 및 시행하기 위해 제도 내 수용이 가능한 범위에

서 적용 가능한 기술혁신을 집중시키는 전략적 경영 형태가 요구되었다(Breschi and Malerba, 1997; 장영배, 2002). 이러한 기술혁신 도입에 따른 전략적 경영 형태는 수립단계에서 수많은 전략적 사고를 요하는데, 기업 간 생산 연계와 효과가 주된 수단이다(정선양, 2007). 따라서 기업은 공간의 개념을 물리적 공간 뿐만 아니라 기능과 과정의 공간으로 가정하고, 대안적 미래를 달성하기 위해 계획 단계에서부터 선행적 원인에 따른 변화를 포괄하는 공간 전략을 통해 표출된다. 즉, 공간전략은 현지화 전략의 세부적인 방법론으로서 공간 내 개체들의 다양성과 역동성을 수시로 반영할 수 있는 열린 체계를 지향하며, 공간분업과 같이 공간의 분절 혹은 공간의 소통 형태로 나타난다(Dross, Mattar and Thierstein, 2012).

현대기아 자동차 그룹이 중국 진출에 적용한 공간 전략은 다음 세 가지의 형태를 지닌다. 첫째, 자동차 산업 발전을 추구하는 중국 정부의 제도적 조치들과 합작 파트너인 로컬 완성차 기업이 제공할 수 있는 지역적 우위조건에 대한 활용 타당성 여부, 둘째, 기업의 기술혁신을 통한 생산조직의 효율화 추구, 셋째, 지방정부의 인센티브 정책의 활용이다.

1) 제도 활용을 위한 파트너십 활용과 부품기업 동반진출 전략

현대 기아 자동차 그룹은 중국의 외자정책 제도를 긍정적으로 해석, 활용하고자 하였다. 따라서 전략적 파트너의 선택과 기존 부품기업들과의 동반진출 전략이 시행되었다. 전략적 파트너십의 체결 목적은 다음과 같다. 첫째, 폐쇄적인 중국의 판매시장 진입을 위해서 기존 로컬 유통망이 완비된 로컬 파트너를 활용함으로써 원활한 시장 진입이 가능하다. 둘째, 공기기업의 성향이 짙은 로컬 완성차기업을 통해 생산시설이 입지할 지방정부의 지원을 이끌어낼 수 있다. 셋째, 기존부터 협력관계를 형성한 부품기업들과의 동반진출을 통해 생산라인의 조기 안정화 및 기존과 동일한 제품 품질을 보장할 수 있다(이동기·조영곤, 2005).

현대에는 1998년 승용차 부문 해외 법인 진출을 시행

하였는데, 수출된 차량의 AS망 구축을 목적으로 하였다. 지리적인 근접성과 시장 잠재 수요를 높게 평가하여 중국을 최우선 고려 대상으로 선정했었지만 중국 정부 측의 강경한 태도와 각종 규제로 인해 진출이 지연되었다. 1994년에 중국 승합차 시장에 진출하였는데, 후베이 성(湖北省) 우한 시(武汉市)에 '무한만통기차공업총공사(武漢萬通汽車工業總公司)'와 KD(Knock down, 현지조립용 반제품) 방식⁴⁾의 조립 공장을 설립하였다. 2001년 강회기차(江淮汽車)와 KD방식으로 승합차를 생산하였다. 하지만 세계 자동차 시장의 침체로 인해 새로운 시장 진출이 요구되었고, 정치적 리스크와 타 외자기업들에 비해 늦게 시장진입을 시도한다는 점, 독자투자를 통해서 시장 개척 자체가 불가능하다는 점으로 인해 베이징 기차와 합작형태(Contractual Joint Venture)로 승용차 시장 진출을 모색하였다(이동기·조영곤, 2005).⁵⁾

반면에 기아는 1997년부터 합작형태로 승합차 제품생산을 시작하였으나 외환위기 사태로 어려움을 겪다가 현대에 합병된 이후 사업이 재개되었다. 1998년에 중국 옌청시에 염성열달기아 기차유한공사를 설립하고 1999년부터 본격적으로 프라이드를 생산하기 시작했다. 2000년에는 강소열달집단과 승합차 공장을 건설하기로 합의하고 강소열달기아 기차유한공사로 개명했다. 하지만 승합차 시장의 한계성으로 인해 동풍집단과 2001년에 자본제휴를 맺으면서 승용차 시장에 진입하였고, 중국정부의 승인절차를 거쳐 2002년 7월 동풍열달기아 기차유한공사가 공식적으로 설립되었다(이장로·이재혁·박지훈, 2006).⁶⁾

이와 같은 현대와 기아의 중국 진출은 통해 중국의 제도에 의한 제한사항을 극복한 사례로서 합작 파트너가 지닌 기능의 활용성이 중요하다는 점을 시사한다. 2001년까지 중국은 취약한 자국의 자동차 산업의 보호를 목적으로 하는 3대3소2미(3大3小2微) 정책⁷⁾을 통해 8개 로컬 완성차 기업만 승용차 외자합작 신설 법인의 설립을 가능토록 하였다. 이 정책은 중국 정부가 자동차 합작 프로젝트에 대한 승인권을 소유하여 외국기업의 시장진입을 조절하는 허가제의 특징을 보였다. 하지만 이러한 특징은 외자기업의 합작 추진을 어렵게 만들었을 뿐만 아니라 지역정부의 자

동차 산업 육성을 위한 기술도입과 자본유입을 어렵게 하였다. 하지만 2001년 중국의 WTO가입 확정과 더불어 외자 합작 기업 관련 규정이 완화되면서 지역 산업 부흥을 꾀하던 베이징 기차는 현대 자동차와의 합작을 추진하게 되었다. 베이징 기차는 베이징시의 공기업으로 운영되는 기업이었기 때문에 쉽게 정부의 지원을 이끌어냈을 뿐만 아니라 시장진입을 용이하게 하여 현대 자동차의 투자유치에 성공하였다(정명기, 황진영, 김흥기, 홍성일, 2006). 기아와 동풍과 열달 집단 3자 합자 형태는 또한 제도적 한계점을 극복하고자 추진되었다. 최초의 파트너였던 열달 집단은 중국정부의 정책에 의해 승용차를 생산할 수 없었기 때문에 승합차로 분류되는 프라이드만 생산할 수 있었다. 하지만 승용차 시장에 진입하려는 목표를 달성하기 위해 기아는 다시 합작관계를 고려하였고, 3대에 속하는 동풍 집단과 자본제휴를 맺으면서 승용차를 포함한 모든 차종을 생산할 수 있게 되었다.

동반진출 전략은 조속한 완성차 조립라인의 완성을 위한 두 기업 모두의 필요에 의해 선택되었다. 중국 로컬기업과 전략적인 파트너십 체결 이후 현대 기아 자동차는 승용차 시장 진입을 추진할 수 있었지만 경쟁관계의 해외 완성차 기업들이 중국의 로컬 완성차 기업과 합작하여 주요 생산 공간과 판매망이 완비되어 시장 진입에 어려움이 있었다. 또한 합작 파트너사의 모체인 베이징 시는 WTO가입 이후 국가수도 및 경제 중심지로 인식되기를 희망하면서 빠른 생산을 요구하였다. 이에 현대 자동차는 빠른 생산라인 설치와 더불어 안정적인 생산을 위해 한국에서 상용화된 모델을 생산하기로 결정하였다. 일반적으로 법인 설립 후 제품을 출시까지 약 28개월이 소요된다고 평가하는데, 2001년 10월에 베이징 기차와 첫 협의를 시작하고 2002년 2월에 합작 공장 설립, 12월에 쏘나타 첫 생산을 하는 매우 급박한 일정을 보였다. 이러한 일정이 가능하기 위해서는 국내에서 생산하던 기존 모델을 그대로 생산하여야 하며, 조기에 부품생산이 이뤄져 있어야 하므로 부품기업들의 동반진출이 필수적이다. 또한 이러한 부품기업들의 진출은 하위 기술단계의 이전 및 습득을 추구했던 베이징 시정부의 이해관계와도 일치하였다(이동기·조영곤, 2005).

기존 부품기업들과 동반진출 전략은 부품의 현지조달의 어려움과 현지 부품 품질 문제에 대한 해결책만을 제시하는 것이 아니다. 장기간 거래관계를 통해 형성된 신뢰관계를 통해 원활한 기업 간 업무와 부품 조립에 대한 기술적 노하우 공유를 통한 원활한 제품 수급과 공급이 지속되도록 안정적인 기업 간 관계를 통한 생산 네트워크를 형성하였고, 완성차 조립라인 설치단계에서 부품기업들의 숙련공 및 기능인들을 대거 참여토록 하여 조기에 조립라인을 완성시킬 수 있었다.

2) 모듈화 및 공용 플랫폼 전략: 현대 위아 엔진 프로젝트

현대기아 자동차 그룹은 현대 자동차와 기아 자동차의 합병 모체로서 두 개의 다른 회사를 통해 중국 지역에서의 경영효율화의 일환으로 “위아 자동차 엔진 프로젝트”를 전략적으로 추진하였다. 이 프로젝트는 엔진 생산기업을 설립하여 중국에서 사용될 엔진 공급이 주된 목적이었다. 특히 엔진은 매우 중요한 핵심 파트(Critical Parts)로서 모듈화와 공용 플랫폼 두 가지 생산방식의 적용이 모두 가능한 부품이다. 그리고 다른 부품 파트보다 월등히 높은 가격의 부품들이 종합적으로 결합되기 때문에 부가가치 또한 탁월하다. 따라서 엔진 프로젝트는 엔진이라는 아이템 선택과 모듈화 및 공용 플랫폼이라는 기술혁신의 적용이 결합된 고부가가치의 산물이라고 할 수 있다. 이 엔진 프로젝트는 두 가지 전략적 목적을 가지고 있었다. 첫째, 모듈화 기술혁신을 통해 생산구조 위계상 0레벨의 모듈 및 시스템 기업을 통해 완성차 기업의 기능 일부를 외부화하여 모듈 시스템에 전문화된 생산방식을 구축하고자 하였다(이종탁, 2005). 둘째, 공용 플랫폼과 핵심 모듈의 대량 생산과 공급을 통해 중국 전역에 대한 생산 및 유통망의 효율적 관리체계를 구축하고자 하였다.

그 결과 칭다오시를 기점으로 남북이 영역적으로 구분되었고, 그 핵심도시로서 칭다오 시 인근의 르자오 시가 선택되었다. ‘현대 위아’라는 엔진 모듈 회사가 설립되면서 엔진 60만대 생산이 가능한 공장을 가

동하였고, 2007년부터 베이징과 옌청의 현대, 기아 2 공장에 엔진을 공급하였다. 현대 위아는 이후 알파 II 엔진, 감마 엔진, 누우 엔진 생산을 통해 제품 생산량과 품질을 증가시켰다. 또한 거래처를 중국 외에 러시아, 체코, 슬로바키아 등으로 확대하였다. 생산 공장은 르자오 시 화물역 부근(고속도로 입구)에 위치하고 있을 뿐만 아니라 르자오 항(日照航)과 지리적으로 가까워 물류 측면에서도 이점을 보유하고 있다(현대 위아 홈페이지). 다음의 인터뷰 내용에서 엔진 프로젝트의 수행결과를 확인할 수 있었다.

“저희 주력 아이템인 변속기 모듈의 경우 엔진과 곧바로 연결이 되기 때문에 엔진을 생산하는 현대 위아 측과 긴밀한 관계를 형성할 수밖에 없습니다. 2007년에 현대기아 자동차에서 추진했던 ‘중국형 엔진 프로젝트’에 의해 설립된 현대 위아 그리고 한국의 협력기업들, 그리고 마지막으로 저희 회사가 들어오으로써 마침표를 찍은 셈입니다. … 중략 … 저희가 생산하는 변속기 제품들은 베이징 현대와 염성 기아에 모두 납품되고 있습니다. 제품이 다른 것은 아니고 현대와 기아가 동일한 플랫폼을 공유하는 모델만 납품하고 있습니다. 현대 위아도 마찬가지로 형태로 납품하고 있는 것으로 알고 있습니다.”(르자오시 2사 공장, 2014년 9월 3일).

이와 같은 현대 위아의 전략의 수행결과 기존의 거래 기업이었던 7개 완성차 기업(GM, 르노 등)에서 20개 완성차 기업(크라이슬러, 폭스바겐, BMW, 상하이자동차 등)로 확대되는 결과로 나타났다. 따라서 현대기아 그룹의 현대위아를 활용한 모듈화 및 공용 플랫폼 전략은 영역적 분할을 통해 두 개의 회사가 관할 지역 분할을 통해 효율적인 생산 및 판매관리를 수행하고, 중간지역에서 공용부품을 두 회사에 공급해 줌으로써 효율적인 생산 공간을 형성시켰다는데 의의가 있다.

3) 인센티브 정책의 활용 전략

현대 기아 그룹은 중국 진출에 있어서 정부의 인센

티브 정책을 적극적으로 활용하였다. 2006년 11차 5개년 계획의 발효와 더불어 강력한 환경 보호안이 시행되면서 기업에 대한 환경 및 에너지 규제가 강화되었다(한국환경산업기술원, 2014). 하지만 중앙정부의 환경 및 에너지 규제는 지방정부의 외자기업 유치를 어렵게 하여 중국 전역의 지역발전 불균등이 심화시켰다. 따라서 지방정부는 중앙정부의 일방적 조치에 대한 제도적 제한을 극복하고자 두 가지 대응 형태를 도출시켰다. 첫째, 세금 관련 인센티브의 변화, 둘째, 유연적 법률 적용이다. 이 두 가지 사항은 외자기업의 공간 전략에 세부적인 입지 결정에 있어 영향을 미쳤다.

중앙정부의 환경 및 에너지에 관한 규제 정책이 강화되면서 지방정부는 1급 도시에서 이탈하거나 새롭게 중국시장에 진입하려는 외자기업을 유치하고자 하였다. 따라서 지방정부는 외자기업 유치를 위해 외자기업의 진입 장벽을 낮추어 리스크를 최소화하기 위한 조치를 취했다. 기존에 존재했던 인센티브 제도와 유사한 인센티브를 제공하는 형태로 기업을 유치하고자 하였다. 2006년 이전에 외자 기업들은 중국의 불확실한 시장 상황에 대한 위험성으로 인해 정부의 인센티브 정책을 매우 중시하였다. 중앙정부의 2면3감(2免3減) 정책, 각종 윈스톱 행정 서비스를 통한 기업 설립 및 운영에 있어서의 각종 편의제도, 지방정부의 인력 지원 프로그램에 대한 수혜를 획득하기 위한 전략적 판단이었다. 2006년 이후에는 2면3감 정책이 폐지되는 등 로컬기업과 외자기업의 차별요소가 사라졌으나 여전히 대부분의 기업들이 정부의 인센티브에 대한 높은 호응도를 보였다(그림 3). 따라서 지방정부는 세제 혜택을 유지하기 위해 지방정부의 권한으로 지방세 항목에 대한 선별적 적용을 채택하였다(표 3).

하지만 지방정부는 여전히 외자유치 흡인력이 제한적이며, 확실한 선도 기업(Leading company)의 투자가 선행되지 않는다면, 경제적 파급력이 미약함을 인지하고 더욱 적극적인 태도로 외자유치를 추진하였다. 이에 대한 대안은 유연적 법률 적용과 새로운 생산 행위자의 네트워크 내 유입이었다. 이에 가장 대표적인 사례가 르자오 시의 ‘현대 위아 엔진 프로젝

표 3. 지방정부 소득세 관련 인센티브 항목

항목	내용
비장소득세	각 성(省)정부 등 투자관련 규정에 의거 감면
기업소득세	일부 성(省)정부는 외국인 투자 유치를 위해 기업소득세 중에서 지방 재정 귀속 분의 일부를 반환하는 우대정책을 시행
가속 감가상각	일부 지방 정부는 고정자산의 가속 감가상각 인정
이월 결손 보전	결손이 발생할 경우 순이익 발생지점에서 기업의 신청에 의거하여 이의보전 허용

출처: 대한무역투자진흥공사, 2007

트'이다. 모듈화와 공용 플랫폼 기술혁신을 적용시키기 위해 현대 위아를 설립하기 위해 수많은 협력 부품 기업이 필요했고, 이들은 한국뿐만 아니라 기존의 산동성과 랴오닝성 등에서 기업을 이전해야만 했다. 하지만 환경 및 에너지 정책과 관련하여 기업의 추가투자나 이전이 매우 어렵던 상황에서 지방정부의 협력은 필수적이었다. '위아 엔진 프로젝트'와의 유치를 희망했던 르자오 시는 기존의 한 개의 개발구를 자동차 전문 개발구로 전환시켰다. 그 결과 자동차 산업 특성화 및 기업 유치 투자 장려 항목에 해당되었으므로 이 개발구는 국가급 개발구로 격상되었으며, 각종 세제 혜택이 부여되었다. 또한 2006년 11월에 발표된 11.5 계획에서 강화된 '생태건설과 환경보호'에 관한 사항을 일부 유예기간을 적용할 수 있도록 법규 지도안을 권고안 형태로 암묵적으로 임의 해석 적용하였다(하단 인터뷰).

“르자오 시는 자동차 부품 산업을 도시 대표 산업으로 지정하였고, 자동차 관련 기업에 대한 세금면제 및 환경규제 유예 등 특혜를 제공하면서 한국 기업들이 르자오 시로 몰려들고 있습니다. ... 중략 ... 지역 내에 자동차 관련 고급기술을 가진 기업을 유치하는 것이 가장 중요합니다. 따라서 르자오 시는 지방정부 단위에서 자동차 공업원을 설립, 자동차 기술 개발구를 관리하는 등 자동차 산업 관련 기업들의 유치 및 관리에 최선을 다하고 있습니다.”(르자오시 한인회 부회장 ○, 2014년 8월 24일)

또한 르자오 시는 '위아 엔진 프로젝트'에 참여하였는데, 위아기차발동기유한공사의 자본금 비율에서 위아와 현대, 기아차가 총 1억8000만 달러로 70%를 출자했으며, 르자오 항만공사(日照港)에서 30%를 출자함으로써 생산 네트워크 내에 주요 행위자(agent)로 변모하였다. 이러한 르자오 항만공사의 참여는 지방정부가 기업 외 관계에서의 주요 행위자로서의 역할 변화를 의미한다. 기업 외 관계에서 기업 간 관계로의 전환을 통해 생산 네트워크에 참여하고 이익을 공유함으로써 주요 행위자들과 긴밀한 상호활동을 추구하기 때문이다. 또한 이러한 지방정부의 변화는 지방정부와 기업과 연계성을 높여 기업에 대한 소통과 지원에 더욱 유리하다.

4. 대중국 한국 자동차 기업의 입지 현황 및 입지 요인

1) 대중국 한국자동차 관련 기업 입지 현황

부품 관련 기업들은 완성차 진출지역인 베이징 시와 옌청 시 외에 산동성, 랴오닝성에 집중 투자된 경향을 보인다. 완성차기업인 현대와 기아가 진출한 베이징(北京)과 장수(江蘇)지역으로의 중국 전체 투자액 대비 각각 14.6%, 32.6%가, 생산법인은 12.1%, 30.2%건으로 전체 투자 건수 대비 33.6% 차지하고 있었다. 그 외에 건수기준으로 우리 기업의 투자진출이 많은 산둥(山東)이 230건으로 28.1%이며, 랴오닝

표 4. 대중국 한국 자동차 부품기업의 입지 현황 (1996~2014년 누계)

성	생산법인(개(%))	투자액(백만불(%))
장쑤성	157 (30.2)	904.4 (32.6)
광둥성	10 (1.9)	18.3 (0.7)
지린성	10 (1.9)	29.0 (1.0)
베이징시	63 (12.1)	405.2 (14.6)
산둥성	123 (23.7)	687.9 (24.8)
상하이시	33 (6.3)	117.8 (4.2)
랴오닝성	35 (6.7)	177.3 (6.4)
저장성	19 (3.7)	88.7 (3.2)
톈진시	33 (6.3)	156.5 (5.6)
기타	38 (7.3)	166.1 (6.0)
총계	521(100.0)	2,751.2(100.0)

출처: 한국수출입은행

(遼寧)이 82건으로 10.0% 기록하였다(표 4). 그 외에 부품기업들도 완성차기업 소재지가 아닌 산둥 등에 진출하였으며, 부품기업의 완성차기업 이외 지역의 진출은 다국적 자동차 기업 등으로의 거래선 다변화 차원으로 풀이된다.

대중국 한국 자동차 부품 협력기업들이 지금과 같은 입지 패턴을 나타내게 된 것은 기술혁신에 따른 모듈화 및 공용 플랫폼의 도입, 제도로서 지방정부 정책의 영향이 크다. 첫째, 완성차기업이 모듈 및 공용플랫폼 생산방식을 도입하면서 기존의 생산 구조의 변화가 나타났는데, 모듈 및 시스템 기업이 생산 구조상 완성차 기업과 1차 부품기업 사이에 위치하게 되면서 새로운 위계를 형성하였다. 외부화를 통해 모듈기업을 설립한 완성차기업은 모듈기업에게 하위 부품기업들의 선정, 부품 디자인 및 설계, 납품비용 결제 등의 기능을 이양하였다. 모듈 및 시스템 기업으로 모듈 단위별 집중 형태는 모듈 및 시스템 기업의 생산성 향상, 조립 수수로 취득 및 모듈 단위 부품기업 관리에 대한 자율적 권한 획득을 가능하게 하였다. 그 결과 모듈 기반의 부품기업들은 대부분이 상위 모듈기업을 중심으로 입지하는 경향이 심화되었다(Depner and Bathelt, 2005; 김태환, 2007). 결과적으로 모듈 및 부품기업들의 집적 형태는 완성차기업을 중심으로 계열사 혹은 핵심 협력기업인 모듈기업들이 집적

하는 경우와 모듈기업을 중심으로 하위 부품기업들이 집적하는 두 가지 형태로 나타났다.

둘째, 불균등한 지역발전 탈피를 위한 지방정부의 외자유치 노력과 부품기업 규모의 영세성이 조용하면서 2급 이하 도시⁸⁾로 부품기업의 집적이 이루어졌다. 2급 이하 도시들은 기업의 유치를 통해 경제발전을 꾀하는데, 유치가 어려운 대기업보다 유치하기 용이한 중소기업을 집적시켜 효과를 낼 수 있는 자동차 부품기업들의 유치를 상대적으로 선호한다. 저렴한 지대, 임금, 물가를 바탕으로 각종 기업 및 인구의 유입이 진행되어 풍부하고 값싼 생산인력을 필요로 하는 자동차 부품기업들의 요구에 부합하기 때문이다.

본 연구의 주 대상인 DYK 생산 네트워크의 부품기업들 역시 주로 화동지역의 2급 이하 도시가 주된 생산지역이었으며, 연구지역은 다음과 같은 기업현황을 보였다. 첫째, 옌청과 주변 쑤저우(苏州市), 항저우(杭州市)과 같은 도시들을 아우르는 권역으로 DYK의 완성차 조립라인이 입지한 기아 중심의 대중국 한국 자동차 산업 네트워크 중심지다. 뿐만 아니라 현대 모비스와 같은 시스템 모듈기업, 1차 핵심 하청기업 등 약 70여개의 기업들이 입지하고 있다. 둘째, 파핑시(大豐市)와 쿤산시(昆山市)를 포함하는 상하이시 인근으로 다양한 위계의 부품기업들이 입지하였다. 약 180여개의 한국 자동차 부품기업들이 있으며

타 지역에 비해 판매법인 및 연락사무소의 비중이 높았다. 셋째, 라이시 시(萊西市), 르자오 시(日照市)와 같은 칭다오 시 인근지역에는 약 80여개의 부품기업들이 입지하고 있었다. 특히 칭다오 인근 지역 중 르자오 시에 대부분의 한국 자동차 부품기업들이 입지하고 있었다.

2) 대중국 한국 자동차 기업 입지 요인

본 연구의 설문과 면담 결과 각 지역은 다음과 같은 특성의 기업군들이 집적함으로써 공간 내 행위자들의 입지요인을 유형화하여 도출하였다. 이를 체계적으로 분석하기 위해 DYK의 부품기업들을 대상으로 세 개의 권역인 상하이 일대, 옌청 일대, 칭다오 일대로 구분하여 입지에 대한 설문을 진행하였다.⁹⁾

첫째, 중국 진출 당시 생산법인의 입지 결정 요인에 대해 세 권역 모두 완성차 기업와의 접근성 유지 및 지방정부의 인센티브 항목에 높은 점수를 부여한 공통점이 나타났다. 하지만 각 지역은 다음과 같은 차이점을 드러냈다. 상하이 일대는 편리한 인프라 시설과

시장진입 항목을 중시했다. 옌청 일대는 완성차 기업과의 접근성 항목에 평균 4.78점을 부여하여 만점에 근접한 중요도를 나타냈다. 칭다오 일대는 타 권역과 확연히 다른 형태를 도출하였는데, 협력접근 및 동연종 협력 항목이 우세하였으며, 오너의 경영적 판단 및 직원생활의 편리를 위해 칭다오 일대에 입지한 것으로 나타났다(그림 2).

이와 같은 설문결과는 기업의 설립 및 운영과정에서 대부분의 부품기업들이 소규모이기 때문에 지방의 인센티브 정책 수혜에 민감했으며, 지속적인 오더수주를 위해 완성차기업 혹은 전방기업과의 접근성을 유지하려는 의도를 드러냈다. 따라서 집적의 중심인 선도기업은 자사 및 협력기업들의 경영규모를 반영하여 최적의 인센티브 정책을 펼치는 지역에 입지하는 것으로 나타났다. 다음의 면담 내용은 완성차 기업 혹은 핵심 모듈기업을 중심으로 하위 부품기업들이 집적되어 나타나는 원인이 납품관리에 있음을 나타낸다.

“현대기아와의 연계정도는 매우 높은 편입니다.

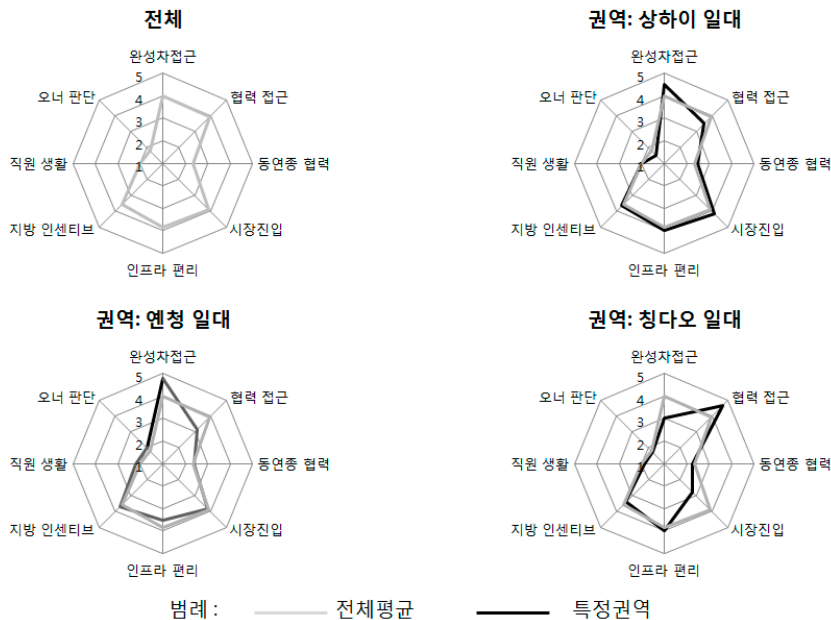


그림 2. 중국내 법인의 입지결정요인

출처: 설문조사 결과

제일 매출이 많은 곳은 DYK이구요. 현대 모비스에서 생산하는 엔진 파트로 제품을 납품하고 있습니다. 나머지는 모듈과 관련되어 있는 1차 벤더 쪽에 납품하고 있습니다. ... 중략 ... 납품의 편리를 위해 모듈기업에 가장 가깝게 위치하고자 하였습니다. 생산 제품의 품질 확보와 원가 관리와 직결되는 생산관리가 매우 중요하다보니 물론 임금이나 기업운영에 관련된 부분 또한 고려했습니다만 저희 또한 부품 공급 시스템에 의해서 납품을 하다 보니 (모듈기업을 중심으로 현 지역에) 입지할 수밖에 없었습니다.”(G기업 총경리, 2014년 8월 12일)

둘째, 중국 진출 이후 기업환경에 긍정적인 영향을 미치는 지역적 요인에 대해 지방정부의 인센티브 정책과 기존 거래선 유지에 중점을 두는 공통점이 나타났다. 하지만 상하이 일대는 한인회로부터의 지원과 바이어 접촉에 유리, 높은 제품품질에 대한 자신감을 선택하였다. 옌청 일대는 중앙정부 및 지방정부의 인센티브 정책에 높은 호응도를 보였지만 낮은 운용비용과 바이어 접촉에 유리 항목에는 비교적 낮은 호응

도를 보였다. 칭다오 일대는 바이어 접촉에 유리 항목에 높은 호응도를 보인 반면 제품품질에 대한 자신감이 떨어졌고, 한인회와 같은 외부기관과의 협조가 잘 이루어지지 않는 것으로 드러났다(그림 3).

특히 바이어 접촉에 대한 중요성이 드러난 칭다오와 상하이의 결과는 대부분의 부품기업들이 기존의 전후방 연계의 유지를 위해 중국 현지 경영이 지속되고 있으나 완성차 기업 중심의 생산 네트워크에 포함 유무가 중요함을 나타낸다. 하지만 제품품질 부분에서 상하이는 여전히 높아 새롭게 해외 완성차 기업과의 접근성을 확보한 반면에 칭다오의 경우 높은 거래선 유지와 매우 낮은 바이어 접촉 여부를 통해 부품기업들은 현대 위아와 현대 파워텍을 중심으로 하는 공급망에 몰입되어 있음이 드러났다.

셋째, 중국 진출 이후 기업환경에 부정적인 영향을 미치는 요인은 기존 판매망 유지에 대한 압박감, 법적도의 급격한 변화, 환경 관련 규제, 급격한 환율변동, 완성차 기업의 간섭, 근로자 숙련도 부족, 잦은 노동운동으로 오는 경영상의 피해 항목에 높은 점수를 부여함으로써 중국 특유의 기업 외적 환경에 기업의 경

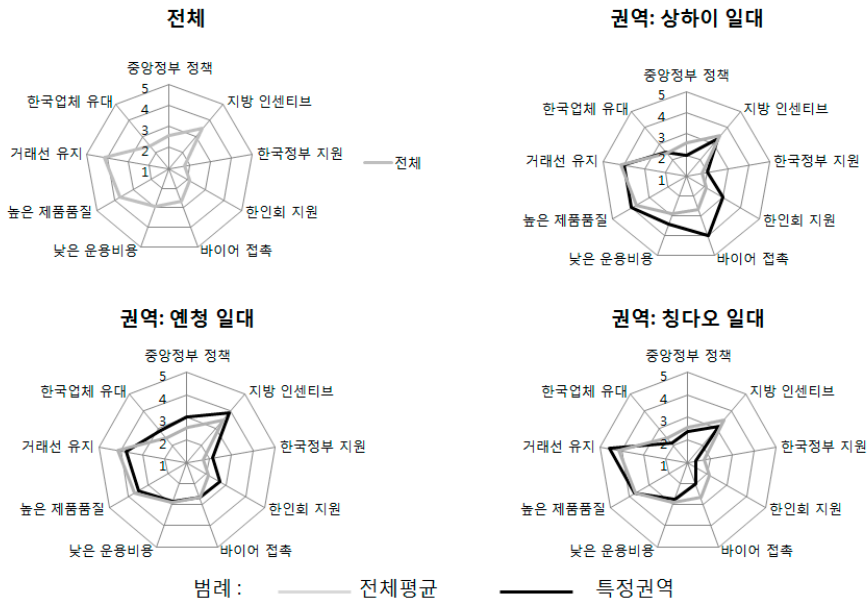


그림 3. 기업환경에서 긍정적 요인

출처: 설문조사 결과

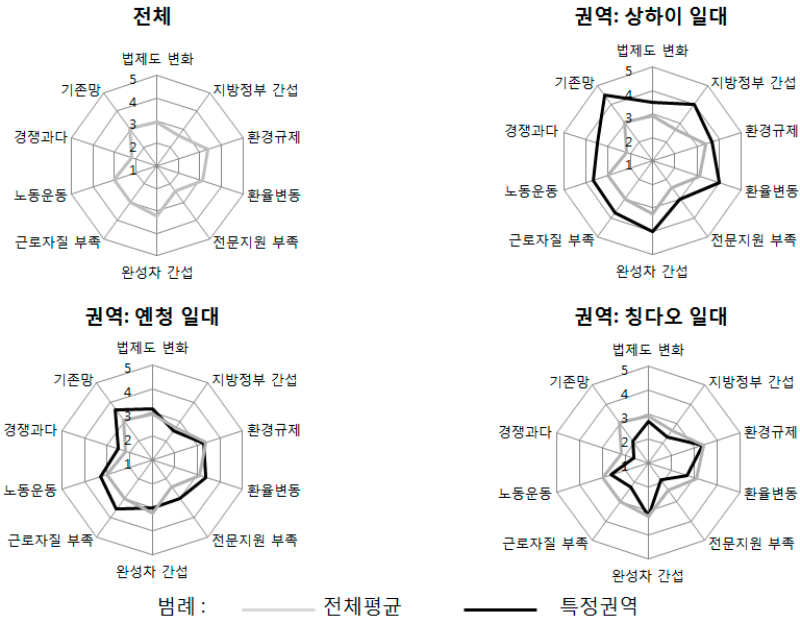


그림 4. 기업환경에서 부정적 요인

출처: 설문조사 결과

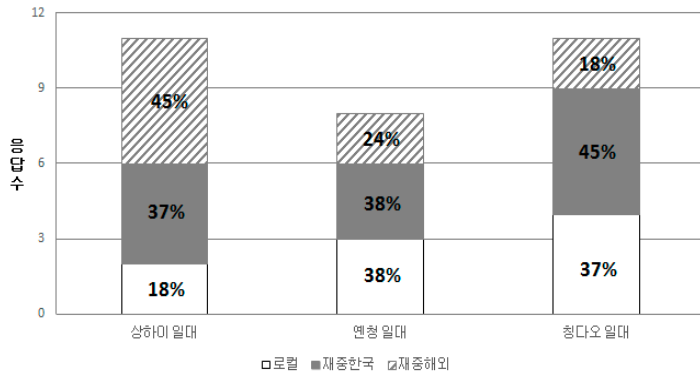


그림 5. 경쟁기업 현황

출처: 설문조사 결과

영의 어려움을 드러냈다. 상하이 일대의 경우 기존 판매망 유지, 지방정부의 간섭, 과다한 경쟁관계, 완성차 기업의 지나친 간섭이 높았고, 옌청 일대는 지방정부의 간섭이 약하게 나타난 것으로 드러났다. 하지만 칭다오 일대는 타 지역에 비해 근로자의 숙련도에서 오는 압박감은 상대적으로 적은 특징이 나타났다(그림 4).

넷째, 현재 경쟁기업과의 경쟁 현황에 대한 질문에 대해 옌청 일대가 가장 적었으며, 상대적으로 상하이 일대가 가장 컸다. 또한 상하이 일대는 타 권역에 비해 해외 경쟁기업의 비중이 높았다. 칭다오 일대는 경쟁기업의 수도 많지만 특히 한국 및 로컬기업과의 경쟁수치가 높다는 특징이 도출되었다(그림 5).

이상에 나타난 입지요인들을 권역별로 정리하면

다음과 같다. 첫째, 세 권역 모두 중국 진출시 완성차 기업과의 접근성 유지가 목적이었으며 지방정부가 제공하는 인센티브에 상당한 매력을 느꼈음으로 나타났다. 이는 중국진출이후 부품기업들의 기업환경에 긍정적으로 나타내는 항목과 동일하여 기존의 진출목적 달성을 달성했다고 판단된다. 하지만 중국진출 이후 기업환경에 부정적인 요소 또한 나타났는데 기업간 연계의 문제(inter-firm)에서는 판매망 유지, 완성차 기업의 간섭, 기업 외 관계(extra-firm) 문제에서는 환경 규제, 환율 변동, 기업 내 관계(intra-firm) 문제에서는 근로자 숙련도, 잦은 노동운동이 주된 항목으로 나타났다.

둘째, 상하이 일대는 인프라 시설의 편리성과 시장 진입의 용이성으로 기업들의 입지하였으며, 그에 따라 로컬 및 외국 바이어와의 접촉이 용이했다. 한인회를 통해 네트워크가 형성되고 있었으며, 제품 품질에 대한 자신감을 통해 원자재 및 소재형 제품이 주를 이루는 것으로 나타났다. 하지만 다른 한국 부품기업들의 집적지에서 이탈되어 기존 거래망을 유지하는 것이 어렵고, 지방정부의 간섭 및 경쟁관계가 과다하게 나타났다.

셋째, 옌청 일대는 완성차 기업과의 접근성을 가장 중시하는데 2000년 이후 도입된 모듈화 생산방식 적용에 따른 부피가 큰 제품 납품을 위해 주로 모듈 및 대형 부품기업들이 입지하는 것으로 드러났다. 또한 현대기아 자동차 그룹의 계열사이거나 핵심 협력기업인 곳이 대부분이기 때문에 기회비용 감소에 따른 낮은 운용비용, 굳이 바이어 접촉이 필요 없다는 점 또한 이 권역의 장점으로 드러났다. 또한 부정적 요소는 전체 평균과 비슷한 수치를 나타냈으며 오히려 지방정부의 간섭은 더욱 낮게 나타나 지역 내 자동차 산업의 경제적 파급효과가 높다는 것을 간접적으로 드러냈다.

넷째, 칭다오 일대는 협력사에 대한 높은 접근성과 동연중 협력 관계를 중시함으로써 타 권역에 비해 생산위계와 기술수준이 낮은 하청기업들이 주로 몰려 있음이 드러났다. 타 권역에 비해 바이어와의 접촉이 용이하지만 제품 품질이 상대적으로 낮은 점 그리고 오톨의 판단이 경영활동에 많은 영향을 미치는 점

으로 볼 때, 기업의 규모가 상대적으로 영세하지만 동종기업들끼리 유연적으로 협력하여 납품량을 조절할 수 있는 노동 중심의 하청기업들이 입지하고 있음이 드러났다. 전문경영 시스템이 미비하여 법제도 변화와 같은 외부 리스크에 취약하였으나, 기존에 손기술이 좋았던 의류산업 근로자들을 운용할 수 있는 자동화를 통한 제도가 불가능한 제품을 생산함으로써 근로자 숙련도는 상대적으로 자유롭게 나타났다.

5. 대중국 한국 자동차 모듈 및 부품기업의 권역별 입지 특성

외자유치 관련 법률 및 각종 정책들은 외자기업의 입지 선정에 대한 지원 및 제한사항을 제공하며 기업의 생산 공간에 대한 가이드를 제시하는 역할을 수행하였다. 또한 기술혁신의 결과물로서 모듈화 및 공유 플랫폼 전략은 새로운 플랫폼 개발비용과 인적 공간적 낭비 절약을 위한 생산품 및 생산지역을 공유하고자 하였다. 제도와 기술혁신이 조응된 결과, 전략적으로 생산 지역 선정이 이루어지면서 완성차 기업의 생산 및 판매망 효율화를 위한 공간 전략으로 활용되었다. 그 결과 전략적인 위치에 핵심 모듈기업을 입지시켜 집적지를 형성시키거나, 안정적 공급을 위해 전속거래 관계 부품기업과 대형 모듈기업들을 완성차 조립라인 근방에 입지하는 등의 모듈기업 중심의 집적지의 분화와 정책적 지원과 규제를 활용하기 위한 전략적 판단에 기초한 입지형태가 도출되었다. 결국 완성차 기업의 기술혁신에 따른 생산 공간 분산 전략에 의해 중국 지역을 크게 네 개 권역으로 분할하였는데, 칭다오 인근에 해당하는 중부지역, DYK가 입지한 옌청을 중심으로 하는 남부지역, BHMC가 입지한 베이징을 중심으로 하는 북부지역, 기존 생산 네트워크에서 이탈된 부품기업들이 집적한 상하이 일대의 기타 지역으로 구분할 수 있었다.

첫째, 공용 핵심부품을 생산하는 중부지역이다. BHMC와 DYK는 생산 공간의 분화를 위한 전략적 판단에 의해 칭다오 시 인근을 계열사 간 공유 가능

한 모듈 부품 생산기업의 입지로 선택하였다. 이 지역을 기점으로 남북으로 생산 및 판매망을 이분화 하였으며, 일부 모듈 및 부품은 공용화를 통해 동시에 공급받고 있었다. 기업의 의도적인 생산 네트워크 분산으로 중간지역인 르자오 시는 현대 위아와 현대 파워텍이라는 핵심 모듈기업을 중심으로 하위 부품기업들이 집적되어 있었으며, 현대 위아와 현대 파워텍은 생산된 제품을 BHMC와 DYK에 엔진 및 새시모듈을 동시에 납품하고 있었다. 모듈화 및 공용 플랫폼을 통한 기술혁신과 생산 및 판매의 공간분화 특성을 잘 드러낸다. 이와 같은 사실은 DYK의 부장과의 심층 면접에서 잘 나타난다.

“북경 현대와 협력관계는 너무나 당연합니다. 원래 저희 기업과 북경 현대는 한 몸이니까요. 하지만 중국이라는 땅덩어리가 워낙 크지 않습니까? 그래서 칭다오를 기점으로 남북으로 분할하는 전략을 세웠습니다. 북쪽은 현대가, 남쪽은 기아가 맡는 식으로요. ... 중략 ... 뿐만 아니라 칭다오 시는 기존의 한국기업들이 많이 들어와 있었고 많은 부분에서 친밀하죠. 무엇보다 한국과의 직항 노선(선박 운송 노선)이 있다는 점이 매력으로 작용했습니다. ... 중략 ... 결과적으로 이 전략은 우리에게 많은 이점을 안겨주었습니다. 현대가 1년 먼저 들어와서 중국 시장 전체에 대한 분위기 파악을 해줬다는 점과 생산라인에 대한 노하우, (생산 네트워크의 하위 부품기업들과의 접근성 강화를 위한) 협력기업들과의 연계를 위해 지방정부와 어떻게 협의해 나갈지 등을 알 수 있었던 것이죠.”(DYK 부장 ○, 2013년 8월 23일)

둘째, DYK 전속 모듈 및 부품 생산기업들이 주로 입지한 남부이다. 파트너인 열달그룹의 본 생산지인 옌청은 DYK의 생산라인 1, 2, 3공장이 모여 있는 지역으로서 전형적인 수직통합의 특성과 핵심 거래기업들의 집적이 나타났다. 이곳의 부품기업들은 대부분 모듈화 기반 제품을 생산했으며, 점차 대형화, 종합화되는 추세를 나타냈다. 또한 이들 대부분이 현대 기아 자동차와 오랜 거래관계를 지속해왔던 기업들

로써, 완성차 기업인 DYK와 핵심 모듈기업인 현대 모비스에 납품하면서 매우 강한 연계가 나타났다. 이들의 중국 진출은 완성차 기업의 동반진출 권유 및 고정적 생산 네트워크로의 편입을 통한 안정적 공급망 유지가 목적이었다. 따라서 타 지역보다 강한 연계 정도와 집적의 형태로 도출되면서 한국에서와 매우 유사한 조직구조와 분포가 드러났다.

“저희는 상하이에는 판매법인, 옌청에는 생산법인으로 이뤄져 있습니다. 저희는 기아와 동반 진출한 형태입니다. 자동차 기업의 특성상 규모가 클 수밖에 없다보니 완성차 기업의 라인에 들어서게 되면 저희도 근처에 같이 생산라인을 만드는 수밖에 없습니다. ... 중략 ... 옌청에 위치하면서 회사가 많이 커졌습니다. ... 중략 ... 저희는 두 가지를 납품합니다. 콤프레서 같은 경우는 기아에 납품, 에어컨 라디에이터, 콘덴서, 팬을 붙여서 모듈을 완성한 후에 모비스에 납품을 합니다. 모비스는 이를 범퍼에 붙여서 기아에 납품을 하는 형태고요. 거래는 모비스와 주를 이루지만 기술적 협력 관계는 기아와 진행을 합니다. 결국 기아와 모비스, 저희 3사가 유기적으로 돌아가는 형태를 취하고 있는 것이죠.”(E기업 총경리, 2014년 8월 11일)

이와 같이 완성차 조립라인의 핵심지역은 로컬 파트너와 밀접한 관계가 있다. 왜냐하면 로컬 파트너의 지방정부에 대한 정치적 영향력과 지역 내에 유통 영향력을 기대하기 때문이다. 즉, 제도에 의한 강제력이 발휘가 되면서 동반진출에 의한 부품기업 유치를 통해 급속한 지역발전을 추구할 수 있다.

셋째, 현대 전속 모듈 부품 생산기업이 주로 입지한 북부이다. 칭다오 시 이북은 BHMC가 담당하는 지역으로 베이징 시 순이 구(北京市顺义区)에 1,2,3공장이 입지해있다. 베이징 시 순이 구 양진(楊鎮) 개발구 지역은 베이징 1·2공장에서 동북쪽으로 약 20km 떨어진 곳으로 파트너인 베이징기차의 주 생산지이다. 베이징현대는 중국 현지에서의 제품 생산부터 물류에 이르기까지 각 공장 간의 상호 유기적인 협력 및

보완 체계를 갖추고 있다. 배후 부품기업 밀집지역은 텐진 시 및 랴오닝 성 일대이다.

넷째, 다양한 형태의 기업들이 입지한 상하이 중심의 기타지역이 있다. 상하이 시 인근지역은 에너지, 환경정책으로 인해 경영환경이 악화되면서 현대·기아 생산 네트워크에서 이탈된 후 해외 완성차 기업과 새롭게 연계가 만들어진 기업, 간헐적인 거래관계로 인해 연계성이 약해진 기업, 완성차 기업의 지배구조에서 상대적으로 자유로운 첨단 소재 공급기업, 시장 선점을 위한 연락 사무소 형태의 기업들이 주로 입지하였다. 이들 기업의 공통점은 판로개척이 경영활동의 최우선 목적이기 때문에 바이어와의 미팅과 같은 영업 위주의 활동이 원활히 이루어질 수 있는 대도시인 상하이시 인근에 입지하는 경향이 강하다. 특히 상하이의 경우 기존의 국제도시로서의 특성과 더불어 옌청에서 약 200km 남쪽에 위치하기 때문에 차량 이동시 약 3시간 정도의 거리에 위치한다. 따라서 옌청에 생산법인이 있는 회사들도 상하이에 판매법인 혹은 연락 사무소를 개설한 기업도 상당수 위치한다. 주로 상하이와 인근의 쿤산, 따평, 쑤저우가 해당 지역이다.

“저희는 특정 한국 (완성차) 기업들보다 아니라 다양한 해외 기업들과 거래하고 있습니다. ... 중략 ... 상하이는 중국 지역을 대표하는 지역이면서 중국 시장의 바이어를 만나기에 가장 좋은 위치라고 할 수 있습니다. ... 중략 ... 그 외에 저희는 환율에 조금 영향을 받는 편입니다. ... 중략 ... 기술 부문에서는 본사의 기술력을 바탕으로 하기 때문에 한국 본사의 연구소와 현지 연구소가 꾸준히 기술협력 커뮤니케이션을 하고 있습니다. 그리고 영업 부문에서는 거래처들이 한국에서부터 거래하던 기업가 많기 때문에 지속적인 유지를 하고 있습니다. 저희는 생산판매 법인이기 때문에 기술과 영업이 가장 중요하다고 할 수 있습니다.”(A기업 총경리, 2014년 8월 14일)

결국 상하이 인근에 입지한 기업들은 기존의 한국

자동차 생산 네트워크에서 이탈되어 새로운 거래관계를 탐색하거나, 원자재, 일반 소비재, 일반 공용부품과 같은 부품기업들의 빈도가 타 지역에 비해 상대적으로 높았다. 이들은 완성차 기업 중심의 생산기술을 공유하는 이너 써클(inner circle)에서 제외되면서 기존에 납품하던 고부가가치의 제품의 판로가 막혔지만 경영을 유지하기 위해 가치가 낮은 일반 부품의 생산을 증가시켰기 때문이다. 따라서 이너 써클의 핵심 화두는 지식 공유를 통한 기술 공동 개발 네트워크에 대한 지속적인 참여 및 제품오더이며, 제외된 기업들에게 매우 높은 폐쇄성을 보인다.

6. 결론

본 연구는 한국의 완성차 기업 및 하청 부품기업들이 중국에 진출하면서 제도적 변화에 대한 대응과 기술혁신을 추진하는 과정에서 기업이 시행한 공간 전략과 그에 따른 입지 특성을 분석하고자 하였다. 주된 연구대상은 DYK를 중심으로 하는 자동차 생산 네트워크에 수반된 모듈 및 부품기업들로 상하이 일대, 옌청 일대, 칭다오 일대로 입지를 유형별로 분류한 설문 결과를 통해 입지요인을 밝혔다. 이러한 입지요인을 바탕으로 기업들이 입지한 지역의 특성을 밝힐 수 있었다.

기술혁신의 적용에 있어서 중심적인 요인은 모듈화와 공용 플랫폼 생산방식의 적용이었다. 새로운 기술혁신의 적용은 단순히 생산방식의 변화뿐만 아니라 생산 조직 및 위계 역시 변화가 초래되어 완성차 기업 이하 하청 협력 기업인 부품기업들의 입지에도 영향을 미쳤다. 완성차 기업과 1차 하청기업 지위 사이에 모듈 및 시스템 기업가 0레벨 행위자로 새롭게 출현하였다. 새로운 행위자는 모듈 단위의 계획 및 조립에 대한 기능을 가짐으로써 네트워크 내에서 하위 부품기업에 대한 선정 및 관리권한을 획득하였다. 이러한 모듈 및 시스템 기업의 기능과 권한은 하청 부품기업들의 입지에도 영향을 미치면서 생산입지에 대한 착근을 유도함과 동시에 생산 공간의 분화를 촉발

하였다. 한편 로컬의 입장을 대변한 제도는 정책의 형태로 나타나 긍정적 혹은 부정적 영향을 미쳤으며, 특히 자동차 산업 관련 정책, 환경 및 에너지 정책이 한국 자동차 부품기업의 입지에 크게 관련되었다. 결국 기업은 제도에서 규정하는 사항을 극복하거나 이용하는 한편 기업이 추구하는 기술혁신을 조율시켜 기업과 협력기업들의 효율적인 공간적 배치와 연계가 반영된 공간 전략을 시행하였다.

첫째, 제도 활용을 위한 파트너십 활용과 부품기업 동반진출 전략을 통해 완성차 기업의 조립라인이 파트너 사 및 지방정부의 의도가 반영된 곳으로 입지하여 부품기업들의 입지에도 영향을 미쳤다. 둘째, 모듈화와 공용 플랫폼 적용 전략을 통해 기업 간 결속력을 강화시켜 부품기업들을 모듈기업 중심으로 집적시켰다. 또한 엔진이라는 모듈과 공용 플랫폼이 조화된 모듈부품을 생산함으로써 생산 공간을 남북으로 분할시켜 기업의 효율성을 높였다. 셋째, 중국 중앙 정부는 산업 및 지역에 대한 선택과 집중을 제시하고 지방정부는 차별적 인센티브 정책과 기업의 조율을 이끌어내면서 모듈 단위의 기업 집적이 특정 지역 내에 이루어지도록 유도하였다. 이에 외자기업은 조율하여 가장 효율적인 생산 공간을 선택하였다.

완성차 기업의 공간 전략에 따라 부품기업들의 입지가 조직적으로 분화되었다. 로컬 합작 파트너의 입지를 기반으로 하는 완성차 조립라인 지역인 DHMC의 베이징 시와 DYK의 옌청 시를 중심으로 이루어졌으며, 각기 한국의 부품기업들의 동반진출이 유도되었다. 한국의 자동차 부품기업들의 생산 공간은 세부적으로 네 권역으로 분류되었다. 첫째, 칭다오로 대표되는 중부의 경우로, 계열사 간 공유 가능하지만 주요 파트인 엔진 모듈 및 부품기업들이 주로 입지하였다. 둘째, 옌청으로 대표되는 남부의 경우로 DYK의 전속 부품 및 모듈부품 생산기업들이 주로 입지하였다. 셋째, 베이징으로 대표되는 북부의 경우로 DHMC의 전속 부품 및 모듈 부품 생산기업들이 주로 입지하였다. 넷째, 상하이로 대표되는 기타지역의 경우로 기존에 포함되었던 생산 네트워크에서 결속력이 약화되거나 이탈되어 새로운 바이어를 찾거나 새로운 외국계 생산 네트워크에 새로 진입한 기업들

이 주로 입지하였다.

결론적으로 현재 중국에서 DYK를 중심으로 하는 한국 자동차 생산 네트워크는 중국의 제도 변화와 기술혁신에 따른 생산방식 및 조직 변화를 초래하였고 완성차 기업의 공간 전략에 따라 차별적인 지역적 특성에 따른 생산 공간의 분화를 이루었다.

주

- 1) 2003년 로저 맥나미(Roger McNamee), 2008년 모하메드 엘 에리안(Mohamed El Erian)이 글로벌 금융위기 이후 경제를 지칭했던 저성장 기조를 ‘뉴노멀’이라는 단어로 사용되기 시작했다. 중국의 신장태이(新常态)는 이러한 ‘뉴노멀’에 빗댄 중국판 저성장 기조를 뜻하는 단어로, 개혁개방 이후 줄곧 두자릿수의 고속성장을 계속해 온 중국 경제가 2012년부터 7%대로 성장세가 둔화되자 이를 새로운 정상 상태라고 인정하고 이를 안정적으로 유지해 나가는데 경제정책의 초점을 맞추는 것이다. 장기적인 저성장을 뜻하는 미국식 뉴노멀의 개념과 매우 흡사하지만, 성장률 목표는 낮춰 잡되 지속적인 성장을 담보할 수 있도록 성장의 패러다임을 바꾸는 것이 차이점이다.
- 2) 시대 변화에 따라 새롭게 부상하는 표준으로, 위기 이후 5~10년 간 세계 경제의 저성장 기조를 설명하는 현상이다. 저성장, 저소비, 높은 실업률, 고위험, 규제 강화, 미 경제 역할 축소 등이 글로벌 경제 위기 이후 세계 경제에 나타난 뉴노멀 현상으로 논의되고 있다.
- 3) 재제조(Re-manufacture)는 수명이 다한 기계, 설비 부품 등 제품을 회수해 분해, 세척, 검사, 수리, 조립의 체계적인 복구 작업을 거쳐 신제품과 동일한 성능을 갖도록 다시 상품화하는 과정이다. 환경 정책의 강화 측면이 강조되었지만, 이는 해외 완성차 기업을 제한하는 의미뿐만 아니라 중국 내에 부품시장을 확대하여 로컬기업들의 활성화에 목적을 둔 의도적 조치이다(산업연구원, 2011).
- 4) 상대적으로 비용이 저렴한 해외로 부품·반제품을 보내 현지에서 조립·판매하는 방식
- 5) 대중 투자와 관련된 3대 주요 법규는 ‘중외합작경영기업법(Equity Joint Venture)’, ‘외상독자기업법(Wholly Foreign-Owned Enterprise Law)’, ‘중외합작경영기업법(Contractual Joint Venture Law)’이다. 중국에서 독자투자가 근본적으로 힘든 이유는 외상독자기업법에 명시된 ‘중국정부에 각종 세금과 토지사용료를 지불’, ‘생산된 물품의 전부 또는 대부분(통상 70% 정도)을 수출’이라는 항목 때문이다. 따라서 사실상 중국 시장 진입을 위한 독자 투자는 어렵다.

- 또한 독자기업이 신규 유통망에 진입하는 것은 매우 힘든데, 중국 시장에서의 거버넌스가 유통단계에 집중되어 있기 때문이다. 따라서 대부분 합작계약의 기능 분배에서 중국 측이 시장 유통 책임을 맡는다.
- 6) 기아의 합작 파트너 중 동풍기차공사집단(東風汽車公司集團)은 1969년 중국정부가 세운 제이기차집단(第二汽車集團)에서 시작한 중국 3대 자동차회사 중 하나다. 중국 500대 공업기업에 속하고, 120여 개의 자회사와 12만여 명의 직원을 거느리고 있다. 승용차 생산 이전에는 트럭이 주력 상품이었다고, 현재도 중국 최대의 트럭생산회사로 자리잡고 있다. 외국 자동차회사와 가장 활발한 합작사업을 펼치고 있고, 합작 파트너로는 기아(동풍열달기아), 푸조-시트로엥(신퉁), 르노-닛산(동풍), 혼다(동풍본전) 등이 있다. 자동차뿐 아니라 부품관련회사도 거느리고 있어, 커민스, 후지중공업, 톰슨 등 관련 외국기업과도 제휴관계에 있다. 동풍과 함께 25%의 지분을 갖고 있는 강소열달집단(江蘇悅達集團)은 1970년대에 설립된 중국 520개 중점기업 중 하나로, 30여 개의 계열회사와 8천 명의 직원을 거느리고 있다. 주 사업은 기계류 생산으로, 연간 3만 대의 생산시설을 갖춘 중국 제2의 트랙터 기업을 계열사로 두고 있다. 사회간접자본 투자 및 운영, 광업, 철도수송, 항만하역 및 해상운송 등 물류수송사업에도 든든한 입지를 갖고 있다.
- 7) 3大는 第一汽車, 東風汽車, 上海汽車, 3小는 北京汽車, 天津汽車, 廣州汽車, 2微는 長安汽車, 貴州航空工業를 뜻하며, 이 회사들만이 모든 성급의 도시에 승용차를 공급할 수 있다. 이 목록에 들어가지 못 하는 회사들은 승합차나 화물차 제품을 공급하거나 낮은 성급의 도시에 제품을 출하할 수밖에 없다(2013년 8월, 화타이 부총경리 리즈충 면담 결과).
- 8) 중국의 도시 등급화 기준은 다음과 같다. 1급 도시는 GDP 1조 위안 이상, 1인당 GDP 7만 위안 이상, 상주인구 1천만 명 이상이다. 2급 도시는 GDP 2,600억 위안 이상, 1인당 GDP 3만 위안 이상, 상주인구 500만 명 이상이다. 3급 도시는 GDP 1,300억 위안 이상, 1인당 GDP 2만 위안 이상, 상주인구 250만 명 이상이다(한국무역협회·산업연구원, 2013). 닝보(宁波), 우시(无锡), 항저우(杭州), 쑤저우(蘇州), 난징(南京), 칭다오(靑島), 옌타이(烟台), 지난(濟南), 난통(南通), 허페이(合肥), 염청(盐城), 타이저우(泰州), 쑤저우(徐州), 지닝(濟寧), 윈저우(温州) 등이 화동지역의 대표적인 2급 이하 도시들이다.
- 9) 대부분의 설문은 리커드 5점 척도 기준으로 작성되었다. 3점 이상의 항목은 긍정적인 답변으로 처리하였으며, 평균값과 차이를 보이는 항목에 대해 의미를 해석하였다. 또한 평균분산에 대한 최빈값의 의미 부여를 위해 소수점 1자리에서 반올림하여 5점이 되는 항목도 해석하였다.

참고문헌

- 김균·성낙신·이상호·정중호·신상훈(譯), 2013, 경제분석의 역사 1, 한길사(Schumpeter J. A., 1954, History of Economic Analysis, Taylor & Francis Ltd).
- 김은영, 2011, 한국 제조업의 기술혁신 결정요인에 관한 연구, 부경대학교 대학원 박사학위논문.
- 김주영·김유신·이미혜·강수영, 2011, 자동차산업의 중국 동반진출 성과와 정책 시사점: 국내 승용완성차 및 협력기업을 중심으로, 한국수출입은행.
- 김태환, 2007, “자동차 부품산업의 공간적 재구조화와 입지 패턴 변화,” 대한지리학회지, 42(3), 434-452.
- 대한무역투자진흥공사, 2007, 2007년 중국의 외자기업 관련 주요 신규 법규와 시사점, Global Business Report 07-004.
- 박상용, 2011, 현대차그룹의 성장전략과 위상 - 폭스바겐과의 비교, KIS Credit Monitor.
- 산업연구원, 2011, “우리나라 재제조 산업의 현황과 활성화 방안,” e-KIET 산업경제정보, 제509호, 2011-11.
- 송태복·남수현, 2011, “자동차산업 기술혁신의 동학적 분석,” 기술혁신학회지, 14(1), 85-108.
- 이동기·조영근, 2005, “현대자동차의 대중국 시장 현지화 전략,” 한국 국제경영관리학회, 국제경영리뷰, 9(1), 199-232.
- 이장로·이재혁·박지훈, 2006, “동풍열달기아(DYK) 중국시장 유통채널전략에 관한 사례연구,” 유통과 학연구, 4(2), 145-165.
- 이종탁, 2005, “현대자동차 생산 모듈화 현황과 작업장 변화 - 노조 대응전략의 새로운 모색을 위하여,” 비정규노동, 44.
- 장영배, 2002, 한국 자동차 산업의 기술혁신패턴과 전개 방향, 과학기술정책연구원 조사자료 2002-06.
- 정명기·황진영·김홍기·홍성일, 2006, “한국자동차부품산업의 한중생산네트워크에 관한 연구,” 산업노동연구, 12(2), 317-347.
- 정선양, 2007, 전략적 기술경영, 박영사.
- 정환우, 2013, 중국 자동차산업 보호, 어떻게 대응하나?, Trade Focus, 한국무역협회.
- 조항, 2013, 향후 10년 자동차산업의 3대 키워드, 포스코 경영연구소.
- 조현수, 2015, 중국 경제현황 진단과 시사점, 한국수출입은행 해외경제연구소.

- 천용찬, 2015, “중국 경제의 자급률 상승이 한국 경제에 미치는 영향,” 현대경제연구원, 15-25호.
- 최병현, 2012, “중국 자동차 산업의 제도적 요인에 관한 연구,” 中國研究, 54, 149-177.
- 한국무역협회·산업연구원, 2013, 중국 내수시장 진출전략, 세미나 자료집.
- 한국환경산업기술원, 2014, 중국 환경시장 분석 보고서.
- 홍장표·김은영, 2009, “한국 제조업의 산업별 기술혁신 패턴 분석,” 기술혁신연구, 7(2), 25-53.
- 馮飛, 2015, 2015 한중 경제포럼: ‘중국제조 2025’ 추진배경과 중점분야, 대외경제정책연구원.
- Breschi, S. and Malerba, F. 1997, Sectoral Innovation Systems: Technological Regimes, Schumpeterian Dynamics, and Spatial Boundaries, in Edquist, C. (ed.), *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*, London: Pinter, 130-156.
- Depner, H. and Bathelt H., 2005, Exporting the German Model- The Establishment of a New Automobile Industry Cluster in Shanghai, *Economic Geography*, 81(1), 53-81.
- Dicken, P., 2003, *Global production networks in Europe and East Asia: the automobile components industries*, GPN Working Paper, University of Manchester.
- Dicken, P., 2011, *Global Shift six edition*, The Guilford Press, New York: London.
- Dross, M., Mattar, N. A., Thierstein, A., 2012, A conceptual foundation of spatial strategy- A methodology for spatial transformation, *AESOP 26th Annual Congress 11-15 July 2012 METU*, Ankara.
- Dunford, M., 2015, The rise of China and the Greater BRICS: Implications for Global Growth and Regional Development, 제3회 (사)한국지역정책학회 국제학술 심포지엄 발표문.
- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N. and Yeung, H. W.-C., 2002, Global production networks and the analysis of economic development, *Review of International Political Economy*, 9(3), 436-464.
- Liu, W. and Yeung, H. W.-C., 2008, China’s Dynamic Industrial Sector: The Automobile Industry, *Eurasian Geography and Economics*, 49(5), 523-548.
- 중국자동차공업협회(中國汽車工業協會) <http://www.caam.org.cn>
- 한국수출입은행 해외투자통계 <http://211.171.208.92/odis-sas.html>
- 한국자동차산업협회 <http://kama.or.kr>
- 교신: 이승철, 서울 중구 필동로 1길 30 동국대학교 사범대학 지리교육과(이메일: leesc@dongguk.edu)
- Correspondence: Sung-Cheol Lee, Department of Geography Education, Dongguk University(Seoul campus), 30, Phildong-ro 1-gil, Jung-gu, Seoul, Korea (e-mail: leesc@dongguk.edu)
- 최초투고일 2016. 2. 18
수정일 2016. 4. 5
최종접수일 2016. 4. 8