

중국경제 현지 전문가풀 토의자료 2002-03

2002년 제1차 북경사무소 한반도문제 전문가 「풀」 회의결과보고

# 중국의 의류산업 현황과 국제경쟁력

왕웨이칭(王蔚青)

2002. 8

중국경제 현지 전문가풀 토의자료 2002-03

2002년 제1차 북경사무소 한반도문제 전문가 「풀」 회의결과보고

# 중국의 의류산업 현황과 국제경쟁력

왕웨이징(王蔚青)

2002. 8



**對外經濟政策研究院**  
KOREA INSTITUTE FOR INTERNATIONAL ECONOMIC POLICY



# 중국의 의류산업 현황과 국제경쟁력

왕웨이칭(王蔚青)  
상해시 의류연구소 주임

## 목 차

1. 중국 의류산업의 발전현황과 과제	
1. 중국 의류산업의 발전현황과 특징 .....	5
2. WTO 가입의 영향 .....	9
3. 문제점과 향후 과제 .....	11
2. 의류소비시장 동향	
1. 내수시장 규모 .....	16
2. 유통구조의 특징 .....	17
3. 디자인산업의 현황과 수준	
1. 디자이너 수준 .....	19
2. 디자이너 및 시장 .....	20
3. 브랜드디자인 수준 .....	20
4. 중국 의류산업의 국제경쟁력 평가	
1. 중국 의류산업의 특징 .....	21
2. 문제점 및 국제 수준과의 격차 .....	21
3. 중국 의류산업의 국제경쟁력 .....	22



## 1. 중국 의류산업의 발전현황과 과제

□ 중국 의류산업은 20년 가까운 발전을 거쳐 이미 계획경제모델에서 시장경제로 전환되었으며, 수량을 중요시하는 초기 단계에서 종류를 중요시하는 단계, 그리고 최근에는 브랜드를 중시하는 단계로 발전함.

- 중국 의류산업은 조방형에서 집약형으로 전환되고, 집체, 사영, 합자 및 주식제를 비롯한 다차원의 중소기업에 의해 새로운 활력으로 증진됨.

### 1. 중국 의류산업의 발전현황과 특징

#### 가. 생산규모 및 품질

□ 의류산업은 중국에서 개혁개방이 비교적 일찍 시작됐고 급속한 발전을 이룩한 분야임.

- 현재 일정 규모를 갖춘 의류기업은 4.5만 개이고, 의류가공능력은 1978년에는 6.7억 벌이었으나 현재는 200억 벌(그중 직물의류 110억 벌, 편물의류 100억 벌)로 향상되었음.
- 2001년 의류제품 수출액은 365.38억 달러로 방직제품 수출총액 및 중국 수출총액에 각각 70%, 17.4%를 차지함.
- 전반적으로 의류공업의 생산규모와 가공수준은 이미 비교적 높은 차원에 도달했음.

□ 개혁개방이래 의류산업은 중국에서 가장 빠른 성장을 기록하던 산업중 하나로 20년간 연평균 14.5%의 증가율을 기록해 GDP 증가율인 9.5%에 비해

5% 포인트 높았음.

- “제9차 5개년 계획”기간(1996년~2000년) 동안 의류생산은 연평균 5.5%의 증가율을 기록해 “제8차 5개년 계획”기간(1990년~1995년)의 증가율에 비해 10.2% 포인트 낮았고, GDP성장률인 8.3% 대비 2.8% 포인트 낮았음.
- 5년간 의류 총생산량은 510억 벌이었고, 1999년 생산량은 100억 벌을 초과해 “제9차 5개년 계획” 목표를 1년 앞당겨 달성함.

□ “제9차 5개년 계획”기간 동안 중국 의류산업은 혁신을 거쳤는바, 국내 소비관념과 소비수준의 향상, 그리고 국내외시장간의 치열한 경쟁에 의해 산업구조조정과 제품구조조정이 가속화되어 “체제 전환 및 고도화”의 새로운 단계에 들어갔음.

- 그러나 국내외 시장에서의 치열한 경쟁으로 생산증가 속도는 느려짐.

□ 9·5기간 의류산업에서 경쟁이 치열해지고 발전이 지체된 주요 원인은 다음과 같음.

- ▲ “제8차 5개년 계획”기간 의류산업의 생산능력이 연평균 21%의 매우 높은 증가율을 기록하면서 과잉생산 국면을 맞이함. ▲ 다수 기업이 비슷한 제품을 생산함. ▲ 수출수요가 크게 감소함.

〈표 1〉 1996~2000년 의류산업 생산량 통계

연 도	1996	1997	1998	1999	2000
생산량(억 벌)	95.29	96.99	97.00	103.00	117.9
증가율(%)		+1.8	+0.0	+6.2	+14.5

자료: 중국의류협회, 방직분야 의류생산량임.

□ 중국은 이미 세계 최대의 의류가공기지가 되었는데, 4만 5,000개 의류기업 중 상당수가 수출을 전문으로 하는 의류공장임.

- 의류생산가공 능력은 이미 국제선진수준에 도달하였지만 디자인 창의능력 및 브랜드의 시장운영 능력은 여전히 부족함.

## 나. 의류 수출의 증가와 수출시장 다원화

□ 1980년대(제6차 5개년 계획)의 개혁개방 이후 수출의류 생산의 증가속도는 전체 의류산업의 생산증가속도에 비해 줄곧 5~10% 포인트 높아 중국의류가 국제시장에 차지한 비중이 크게 제고되었음.

- 의류산업은 무역흑자에 대한 기여도가 가장 높은 업종이며, 또한 중국이 가장 높은 비교우위를 갖는 산업임.

○ 1994년부터 최대 의류수출국으로서의 지위를 확보하였으며, 1997년 의류수출 규모는 317.1억 달러로 “제9차 5개년 계획”의 목표를 3년 앞당겨 달성함.

□ 그러나 1998년부터 동남아 금융위기로 의류수출이 크게 줄어들었음.

- 1999년 1월 의류 및 부속품의 수출액은 전년동기비 32% 하락하기도 함.

- 이에 의류업체들은 새로운 수출시장을 개척하기 시작하였는데, 9·5기간중 의류수출국가는 130개에서 220개로 증가하였음.

○ 이에 1999년 3/4분기부터 의류수출이 반등하였고, 2000년에는 360.72억 달러, 2001년에 365.38억 달러로 늘어남.

〈표 2〉 1997~2000년 중국 의류 및 의류 부속품 수출금액 및 수량

연도	직물	편물	기타	총금액(억 달러)	총건수(억 건)
1997	169.13	117.74	31.51	317.81	88.09
1998	155.75	115.45	29.4	300.60	91.62
1999	142.09	107.27	51.22	300.58	97.68
2000	172.26	120.54	67.92	360.72	116.43
2001	174.95	119.37	71.06	365.38	124.94

자료: 『중국해관통계』.

- 1980~2000년 사이 세계 의류수출액은 3.76배 증가에 그쳤지만, 중국 의류 수출액은 20.44배 증가했으며, 의류수출 비중도 4%에서 18.37%로 높아짐.

#### 다. 국내시장의 규모

- 개혁개방 후 20년간 중국 의류시장 소비도 상당히 큰 발전을 이룸.
- 계획경제체제하에서는 심각한 공급부족으로 유통업체가 기득권자였으나, 시장경제를 실시한 후에는 공급이 늘어나고 유통업체도 다양화되면서 소비자 중심의 시장으로 전환됨.

〈표 3〉 의류 소매액이 소비재 소매총액에 차지하는 비중

(단위: 억 원)

연도	1996	1997	1998	1999	2000	2001
사회소비재소매총액	24,614	26,843	29,300	31,135	34,186	37,595
의류 소비액	2,338	3,400	2,640	4,048	3,419	4,511
비중(%)	9.5	12	9	13	10	12

주: 국가통계국.

자료: 의류 소매액중 65%는 기성복 소매액임.

## 라. 제품개발 및 품질고도화

□ 제품개발과 품질고도화가 의류생산의 중요한 부분으로 전자의류디자인/생산 (CAD/CAM)설비를 갖춘 기업이 늘어나고 있음.

- 또한 일부 의류생산기업은 인터넷을 통해 기업 및 제품 이미지를 홍보하거나, 국내외 의류패션정보 및 제품개발정보 등을 수집하고 있음. 자사 네트워크를 통해 생산 및 판매를 관리하고, 관련 부문과 연결하여 통관수속이나 주문계약전달 등을 처리함.

○ 그리고 외국의 선진기술 및 설비를 도입함과 동시에 ISO9000시리즈 품질체계인증을 통과하고, 내부 품질관리를 강화함.

□ 2001년 4/4분기 국가기술감독국은 북경, 천진, 상해, 중경, 강소, 절강 등 13개 성(시)을 대상으로 다운 의류에 대한 품질 추출검사를 실시했는데, 제품 추출검사의 합격률은 91.5%이고, 그 중 생산분야 제품 및 유통분야 제품의 표본 합격률은 각각 100%, 87.5%를 기록해 최근 몇 년간 가장 높은 추출검사 합격률을 기록함.

- 2001년 3/4분기에는 셔츠를 대상으로 북경, 천진, 상해, 강소, 절강, 하북 등 6개 성(시), 116개 기업의 125종 셔츠제품을 품질별로 상, 중, 하 3단계로 구분하여 검사한 결과 합격률이 81.6%를 기록함.

## 2. WTO 가입의 영향

### 가. WTO 가입에 따른 발전 여지 확대

□ WTO 가입후 의류산업 발전에 유리한 국제환경 조성

- 20세기 후반 세계인구는 1.4배 증가했지만 섬유소비량은 5배로 증가했음. 이는 세계 섬유소비 증가량 중 2/3가 인구증가가 아닌 생활수준의 향상에 기인함을 보여줌.
    - 최근 몇 년간의 발전 추세를 보면 향후 5~10년내 전세계 섬유소비량은 여전히 2% 이상의 증가속도를 유지할 전망이다.
  - 그러나 중국 의류업계의 발전 여지는 이보다 클 것으로 예상됨.
    - 1998년 선진국의 의류 수입규모가 전세계의 88.6%를 차지하는 것은 현재 생산과 소비가 세계적으로 분업화되어 있기 때문임.
    - 중국의 對북미 및 EU 수출은 쿼터제한으로 전체 의류수출의 1/4에 불과함. 2001년 의류수출액 365.38억 달러 가운데 제한지역에 대한 수출은 92.25억 달러로 25.3%임.
- 2005년 섬유쿼터가 사라지게 되면 중국 의류수출은 220억 달러 정도 늘어날 것으로 전망됨. 쿼터를 대신하는 다른 수입제한조치가 있더라도 그 효과는 크지 않을 것임.

#### 나. WTO 가입 후 의류산업이 직면할 3가지 도전

- WTO 가입후 의류산업은 다음과 같은 3가지 도전에 직면하게 될 것임.
- 첫째, 선진국의 첨단기술 및 선진적인 경영기법에 의한 도전임.
    - 2001년 미국에서 발표한 연간 수입의류 통계를 보면 미국으로 수입한 의류를 “달러/m<sup>2</sup>”로 환산할 경우 EU, 일본, 홍콩, 멕시코産 의류는 각각 12.37달러/m<sup>2</sup>, 6.33달러/m<sup>2</sup>, 4.59달러/m<sup>2</sup>, 3.41달러/m<sup>2</sup>이고, 세계평균수준은 3.51달러/m<sup>2</sup>이었음. 반면 중국산 의류는 4.72달러/m<sup>2</sup>로 평균

수준보다 34.5% 높았지만, EU에서 수입한 의류에 비해 60%정도 낮았음.

- 둘째, 자유무역지역에서 새로운 무역보호주의가 등장하여 중국제품의 저임금 우위가 약화될 것임.

○ 현재 EU 및 NAFTA 무역총액에서 내부무역 비중은 각각 52%, 38%임. 쿼터 및 관세보호조치, 원산지원칙 등으로 2001년 멕시코의 대미 수출은 양적으로는 중국보다 1.35배 많았지만 가격은 54% 낮았음.

○ WTO 가입후 쿼터가 사라지고, 판매가격의 10~15%에 해당하는 쿼터비용이 감소하더라도 자유무역지역의 역내 국가에 비해서는 불리할 수 밖에 없음.

○ 중국이 미국으로 수출한 상품은 3년의 과도기 후에도 11.5%의 관세율을 유지할 것임.

○ 또한 WTO 회원국이 더욱 엄격한 기술장벽과 여타 동원 가능한 방법을 통해 중국제품 수입을 제한할 것임.

- 셋째, 기타 개도국, 특히 주변국가들은 저임금을 바탕으로 중국과 치열하게 경쟁할 것임. 또한 한국 등 후발 산업국가들은 신소재, 신섬유 부문에서 강한 경쟁우위가 있음.

□ 한편, 외국기업의 진출로 국내시장 경쟁도 치열해질 전망이다. 고급제품을 중심으로 외국산 브랜드가 인기를 누리겠지만, 시장의 발전속도가 빨라 의류시장 자체가 외국제품에 잠식당할 가능성은 매우 낮음.

### 3. 문제점과 향후 과제

#### 가. 극복해야 할 3가지 문제점

□ WTO 가입에 따른 다양한 도전에 대응해 중국 의류산업은 다음의 3가지 약점을 극복해야 함.

- 첫째, 저임금 우위에 지나치게 의지하였으며, 산업고도화를 장기적으로 소홀히 하였음. 국내외 시장이 판매자 시장이 되는 추세에서 경쟁은 심화되고 품질의 혁신능력은 떨어지는 현상이 발생함.
- 둘째, 기업제도와 경영방식에 있어서 과거 계획경제의 영향 및 의류업 소규모 생산방식의 영향으로 업계 전체가 조방형 경영을 실시하였고, 신기술 도입이 늦어졌음.
- 셋째, 업종의 조직화 수준이 낮아 대기업도 충분히 규모가 크지 못하고 소기업은 전문화되지 못함. 기업간, 지역간 협력이 긴밀하지 못하고 산업경쟁력의 내면적 동력이 부족함.

#### 나. 향후 구조조정 과제

##### 1) 의류산업의 구조조정

□ 방직산업과 비교하여 의류산업의 발전은 처음부터 시장을 대상으로 했으며 그 메커니즘도 다양하고 탄성이 있음. 또한 소기업 위주이기 때문에 업무내용의 전환도 용이함.

- 그러나 시장경제의 심화, 발전 및 WTO 가입에 따른 도전을 앞두고 의류산업의 약점도 점차적으로 나타나기 시작했음.

○ 일부 가공부문에서 경쟁력이 있는 기업은 OEM이나 저부가가치 제품의

생산에 만족하고 있으며, 일부 기업은 전반적으로 제품의 질이 조악함.

- 외자기업의 경우 이러한 약점이 거의 나타나지 않는데 2001년 三資기업의 의류수출액은 8% 증가한 105.6억 달러로 의류 수출총액의 28.9%를 차지하였음.

## 2) 제품구조 합리화

□ 2001년 의류 및 의류 부속품 수출액은 365.38억 달러로 그 중 의류가 약 81%를 차지함.

- 대부분의 제품 수출이 증가하고 있으나 제품의 종류가 다양하지 못하고 가공무역이 매우 높은 비중을 차지함.
- 내수시장에서는 종류, 등급, 스타일측면에서 변화가 적고 분포가 불합리함. 일부 제품은 외국 브랜드가 절대적인 비중을 차지하고 있음.
- 방직원단의 구조는 더욱 심각한 바 수출원단의 2/3가 수입원단을 사용하는 것으로 나타남.
  - 전세계적으로 차별화 섬유의 비중은 40%에 달하지만, 중국은 10~15%에 불과함.
  - 견직물의 경우 수출이 마이너스 성장률을 지속하고 있음.

## 3) 제품디자인 능력 향상

□ 제품 디자인에 관한 문제는 여러 가지 측면으로 나누어 살펴볼 수 있음.

- 첫째, 방직원단과 의류제품은 디자인 측면에서 문화예술성이 부족함. 고수준의 디자인이 없으면 원단과 의류는 낮은 수준에 머무를 수밖에 없음.
- 둘째, 원단과 의류 사이의 연계가 이루어지지 않고 있어, 필요한 원단의

공급은 부족하고 다른 원단은 공급과잉 현상이 벌어짐.

- 셋째, 예술성을 지닌 우수한 디자인이 없으며 따라서 부가가치를 높이기 어려움.

#### 4) 제품의 과학기술수준 제고

□ 의류산업은 단순히 사양산업이 아님. 서양 선진국들이 노동집약형 산업인 방직의류산업을 완전히 포기하고, 개도국으로 이전할 것으로 생각되었으나 실제로는 그렇지 않았음.

- 저부가가치의류 생산은 동남아, 남미 등지로 이전되었지만 첨단제품, 우수 브랜드, 첨단기술 개발은 여전히 선진국이 우위를 점하고 있음. 대미시장 수출원단 가격을 보면 프랑스, 영국, 독일 제품은 각각 1㎡당 20달러, 13달러, 10.8달러를 기록하지만, 중국은 4.7달러에 불과함.

#### 5) 기업조직구조 합리화

□ 중국 의류기업의 조직구조는 합리화시켜야 할 부분이 많음.

- 공업기초가 약해 내륙지역의 공장노동자들은 대부분 비숙련 노동자이고 기업경영 측면에서도 소농경제의 관리방식을 벗어나지 못함.
  - 대형 의류업체인 杉杉그룹은 외국인 사장을 영입하여 선진 경영기법을 익히고 있음.

### 다. 향후 과제: 국제경쟁력의 전반적인 제고

#### 1) 의류제품의 경쟁력 제고

□ 의류 경쟁력은 2가지 측면으로 구분할 수 있음.

- 첫째, 소비자의 측면에서 사용가치, 즉 용도, 감상 요구, 품질 및 기능 혁

신, 다양한 수요 만족 등을 포함한 의류제품의 시장가치임.

- 생산자의 시각에서는 이익이 가장 중요함. WTO 가입후의 시장경쟁에 대응하기 위해 고품질, 고기능, 고문화의 경쟁력을 향상함과 동시에 저비용의 우위를 유지하면서 이익창출 공간을 확대해야 함.

## 2) 기업 경쟁력 제고

□ 중국 의류기업은 최근 10년간 매우 가시적인 성과를 거두었으나 국제경쟁력을 확보하기 위해서는 다음의 세 가지 측면을 극복해야 함.

- 우선, 디자인 및 개발연구를 소홀히 하는 기존 습관을 고쳐야 함.
  - 중대형 의류기업의 매출액 대비 R&D 투자는 0.5%에도 미치지 못함. 전체적으로 내부 기술원천이 없고, 외부로부터의 기술 유입도 매우 미약함.
- 둘째, 전통적인 기업제도와 경영방식에서 벗어나야 함.
  - 기업제도의 측면에서 일부 대기업, 상장회사, 합자기업은 법인주도형 기업관리구조를 실시해 법인주주의 내부관리와 제약 역할을 충분히 발휘하고 기업경쟁력도 비교적 강하지만, 업계 전체에서 차지하는 비중은 그리 크지 않음.
  - 국유지주회사와 국유독자회사는 정부의 영향을 많이 받고 있으며, 사회주의적인 부담에서 벗어나지 못하고 있음.
  - 사영기업은 여전히 가족관리방식을 유지하고 있어 소규모 생산자로서의 특징이 강함.
- 셋째, 정보화 가속화는 현대기업제도 건설 및 기업 혁신능력 제고의 주요 추진력임. 즉, ERP시스템을 도입하여 정보화를 통해 자원배분을 합리적으로

로 조정해야 함.

### 3) 의류산업의 종합경쟁력 제고

#### ① 낮은 수준의 중복생산을 극복

□ 산업구조 측면에서 중국의류산업은 집중수준이 낮고 산업구조가 지나치게 분산된 “原子型”구조를 갖고 있으며 낮은 수준에서 경쟁이 심함.

- 세계경제의 구조조정은 개도국에게 상당히 장기적인 발전기회를 가져오지만, 기회 포착 여부는 첨단기술, 첨단재료 및 정보로의 접근에 달려있음.

- 지나친 경쟁은 사회자원배치의 효율과 복지수준을 낮출 수 있고, 규모경제 효율의 상실을 초래할 뿐만 아니라 생산능력과잉을 심화시킬 수 있음.

#### ② 산업집중의 경쟁력 발휘

□ 생산요소는 충분한 경쟁환경속에서 효율이 가장 높은 곳으로 자연히 집중될 수밖에 없음. 산업집중은 전문화 과정과 기술진보를 가속화할 수 있고, 수출 경쟁력 향상에 뚜렷한 역할을 할 수 있음.

- 산업집중을 위해 중소기업의 기술과 제도혁신을 추진하는 것은 업계 전체의 종합경쟁력 향상에 매우 중요함.

#### ③ 서부대개발 기회 활용

□ 동부지역은 의류생산의 92.2%를 차지하지만, 중부와 서부는 각각 5.7%, 2.1%에 불과함.

- 서부대개발의 유리한 조건을 충분히 활용하여 동서부 기업의 협력과 서부에 대한 기술투자 및 브랜드 도입 등을 고려할 수 있음.

## 2. 의류소비시장 동향

### 1. 내수시장 규모

□ 2001년 중국의 주요 대형 소매기업의 의류매출은 1.41억 벌로, 전년 동기 대비 19.4% 증가했음.

- 2000년 매출액이 전년에 비해 1.3% 증가에 그치는 등 최근 수년간 증가율이 낮았기 때문에 2001년의 증가율은 상대적으로 높았음.

□ 매출증가율이 높은 품목은 방한복(70.5%), 가죽의류(38.5%), 여성복(35.5%), 재킷(25.8%), 남성양복(27.5%), T셔츠(19.9%), 아동복(13.9%), 내복(23.3%) 등임.

- 중고급 브랜드를 중심으로 남성복의 매출이 증가하고 있는 것은 패션에 대한 남성의 관심이 높아지기 때문임.

- 의류체인점의 매출액은 30% 정도 늘어났는데 이는 전체 매출액 증가율을 상회하는 것으로 향후 체인점 판매가 새로운 판매방식으로 지속 확대될 전망임.

### 2. 유통구조의 특징

□ 경제발전과 소매업의 개혁개방은 기존의 상업국면을 점차적으로 타파함.

- 상업가(商業街)는 도시상업중심의 기능과 현대 쇼핑센터의 특징을 동시에 지님.

- 상업네트워크의 건설은 네트워크에 가입하는 점포의 수량 증가뿐만 아니라

각종 신흥 업종형태의 급속 출현에 따른 의류판매장소 및 의류판매경로의 증가로 나타남.

- 백화점, 전문점, 의류전문시장(거리), 의류유통중심, 농촌시장, 통신판매, TV판매, 카탈로그 판매, 체인판매 등이 그것임.

#### 대형 백화점

- 의류 소비자의 40%가 대형상점에서 의류를 구입하는 것으로 나타남. 대형상점의 의류경영은 소비자의 요구에 적극적으로 대응하고 소비자를 인도함. 마케팅 수단의 다양화는 대형상점 의류 마케팅의 중점임.

#### 자영 전문점

- 대부분 의류전문점은 브랜드 의류를 취급하고, 30%의 소비자는 전문점에서 자신이 선호하는 브랜드를 구입함.
- 중국에서 의류전문점은 다른 상품 전문점에 비해 비교적 일찍 시작했지만 일정 규모를 갖춘 기업이 그리 많지 않음. 유명브랜드 의류전문점은 일부 소비자의 수요를 충족시키고 있음.

#### 특허가맹경영

- 특허가맹경영은 최근 빠르게 확산되고 있는 방식으로 이념, 문화, 관리, 훈련, 서비스를 일체화하는 새로운 마케팅방식임.
- 특허가맹은 일종의 중요한 마케팅방식으로 단일 의류기업으로 하여금 빠른 시간에 거대한 판매 네트워크와 통합 자본을 형성하게 할 수 있게 함.

#### 대형 슈퍼마켓

- 슈퍼마켓의 의류 판매는 대량 상품을 위주로 하고 다원화방향으로 발전하고 있음.
- 대형 슈퍼마켓의 발전은 중급 및 저급 브랜드에 대한 충격이 가장 큼. 대형 슈퍼마켓은 저렴한 가격, 다양한 종류, 편리한 구매환경을 겸비하고 있기 때문에 중·저급 의류, 특히 캐주얼, 운동복의 주된 판매경로가 되고 있음.

#### □ 의류도매시장

- 의류도매시장과 집중무역시장(집시)은 중·저소득 소비자가 의류를 구입하는 주된 장소임.

#### □ 의류 유통산업은 WTO 가입후 가장 빨리 개방될 업종임. 외자계 기업의 소매점이 2000년의 68개에서 2005년에는 170개로 늘어날 전망이다.

- 현재 중국은 유통비용 수준이 국제 평균보다 높고 그 속도 또한 너무 느림. 대부분의 의류업체가 중소기업으로 마케팅 능력이 부족함.
- 향후 대형 의류제조업체들이 유통산업에 진입할 것으로 예상되며, 대형 유통업체의 의류산업 진출도 늘어날 것으로 보임.

### 3. 디자인산업의 현황과 수준

#### 1. 디자이너 수준

#### □ 디자인은 브랜드 스타일의 기본이고 브랜드 생명력의 중요한 구성부분임.

- 현재 중국 의류기업은 디자인이 중요하다는 인식은 하고 있으나 디자인을

실제로 제품에 활용하지는 못하고 있음.

- 국제 브랜드와 같이 스타일 확정, 판매대상 결정, 가공 기술, 시장 수요, 패션 및 개성 등을 전반적으로 운영을 할 수 있는 디자이너가 매우 적음.
- 중국은 1997년부터 “유명 디자이너 프로젝트(名師工程)”를 착수, 디자이너를 국가적 차원에서 육성하고 있음.

## 2. 디자이너 및 시장

□ 현재 중국 디자이너의 문제점 중 하나는 시장수요와 부합되는 제품을 개발하지 못한 다는 것임.

- 의류디자인학과의 전공이 이론적인 측면에 기울어져 있어 실제로 기업에서 요구하는 디자이너의 양성과는 거리가 있음.
- 현재 중국은 여러 지역에서 디자인 경연대회를 개최하고 있지만, 실제로 이 곳을 통해 실력 있는 디자이너들이 배출되지는 못함.

## 3. 브랜드 디자인 수준

□ 브랜드의 가치는 마케팅시스템에 있음. 중국 국내 기업은 나름대로 마케팅시스템을 갖추고는 있으나 대부분 규모가 갖고 수준이 낮음.

- WTO 가입후 의류산업에서 충격이 가장 큰 분야는 국내브랜드를 생산하는 기업임.
  - 조사결과에 따르면 브랜드를 가진 기업의 50%가 자신들의 주고객에 대한 개념이 명확치 않고, 브랜드의 스타일에 대해서도 뚜렷한 의식이 없음.

- 브랜드를 만드는 디자이너의 이동이 빈번하여 브랜드는 이전과 같지만 이미지는 판이해지는 현상이 나타남.

## 4. 중국 의류산업의 국제경쟁력 평가

### 1. 중국 의류산업의 특징

- 중국의 의류소비시장은 규모가 크고 소비자가 점차 성숙되고 있어, 시장이 비교적 빨리 브랜드 주도형으로 전환함.
  - 소형 의류기업이 많아 평균 판매액이 2,000만 원 미만임.
  - 중국은 비교적 높은 수준의 기성복 가공능력이 있음.
  - 국내시장에서 수급 불균형이 발생하고 과당경쟁으로 인한 이윤이 낮음.
  - 의류기업의 절대 다수가 비국유기업으로 자생력의 가능성은 높음.
  - 의류산업은 디자인, 가공, 홍보의 3가지 브랜드운영 측면에서 이미 기초는 마련되었지만 여전히 초급수준임.

### 2. 문제점 및 국제 수준과의 격차

- 중국이 이미 WTO에 가입했지만 의류산업은 여전히 전반적인 산업우위를 확보하지 못함.
  - 첫째, 국제적인 유명브랜드가 없음. 소비자의 수요는 구미의 첨단 디자인과 브랜드에 맞춰져 있지만 국내 생산자의 제품개발능력은 여기에 뒤떨어짐.
  - 둘째, 원단의 품질이 낮음. 원단의 개발능력이 낮고 특히 첨단기술연구 및

활용의 측면에서 선진국에 비해 낙후되어 저급제품의 생산에 그침.

- 셋째, 디자인의 문제임. 세계적 수준의 디자이너가 없어 유행을 선도하지 못하고 선진국 제품을 단순히 모방하는 수준에 그침.
- 넷째, 유통상의 문제가 있음. 특히 물류시스템이 건전하지 못하고, 비용이 높음.

### 3. 중국 의류산업의 국제경쟁력

□ 중국 의류산업은 가공능력 면에서는 국제적인 경쟁력을 갖추었으나, 제품의 개발과 마케팅측면에서는 상당히 낙후되어 있음.

□ 표면적으로 WTO 가입이 중국 의류산업에 미치는 직접적인 영향은 방직제품의 수출입 쿼터 취소와 관세율 인하인데, 전자는 원단의 조달범위를 확대하고, 후자는 중국방직의류의 수출에 더욱 큰 잠재력을 가져다줌.

- 그러나 중국의 방직의류 산업구조를 자세히 살펴보면 수출의류는 기본적으로 수입원자재를 가공하거나, OEM 생산에 불과함.

- 이는 브랜드 생산업체가 시장의 유행을 파악하는 능력에 한계가 있기 때문임. 수출의류의 경쟁력이 매우 높다고는 하지만 이는 낮은 인건비를 반영하는 것이지 품질이나 브랜드의 우위는 아님.

□ 일본화학섬유협회는 WTO 가입이 중국 의류산업에 미치는 영향을 분석하면서 자금, 기술, 인력, 메커니즘, 마케팅의 측면에서 선진국 브랜드가 중국 브랜드에 비해 월등한 우위에 있어, 향후 중국시장에서 다수의 중국 브랜드가 도태될 것이라고 전망함.

- 중국은 1990년대부터 브랜드개발 사업을 시작했지만, 10여년간의 노력에도 불구하고 만족스러운 결과를 얻지 못하였음.

○ WTO 가입에 따른 관세인하로 외국의 중고급 브랜드 가격은 더욱 하락할 것이며, 이러한 제품과 경쟁하는 중국산 브랜드는 경쟁력을 상실할 가능성이 큼.

□ WTO는 중국 의류기업에게 전문화를 요구하고 있음. 즉, 전문적인 가공생산 공장이나 브랜드 업체를 선택해야 하는 것임.

- 현재와 같이 한 기업이 생산에서 마케팅까지 모든것을 처리하게 되면 규모의 경제 효율을 올릴 수도 없고 외국 업체와 경쟁하기도 어려움.

- 브랜드를 전문화하기 위해서는 외국의 유명 브랜드와 협력하는 방안을 적극 고려할 수 있음.

□ 세계 의류산업의 추세는 브랜드의 경쟁에 있으며, WTO 가입은 중국의류산업에 의류브랜드의 가치를 재고하는 기회와 국제화를 촉진시키는 계기를 제공함.(\*\*\*)