International Commerce and Information Review
Volume 14, Number 2, June, 2012: pp. 317~346
통상정보연구 제14권 2호 (2012년 6월 27일)

논문투고일자 : 2012. 05. 06
심사(수정)일 : 2012. 06. 08
게재확정일자 : 2012. 06. 24

한국과 중국 향장품의 수출경쟁력 비교를 통한 수출성장 전략*

Export Growth Strategy through Comparison of Korea and China's Cosmetics Export Competitiveness

박지혜(Ji-Hye Park)
남부대학교 대학원 박사과정, 주저자

박철호(Chul-Ho Park)
남부대학교 부교수, 교신저자

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 선행연구 검토와 분석방법
Ⅲ. 한국과 중국 수출입 및 향장품 교역 현황
Ⅳ. 수출경쟁력 분석
Ⅴ. 결론 및 시사점
참고문헌
Abstract

국문초록

한국의 수출경제구조에 있어서 중국의 부상은 모든 산업 전반에 걸쳐 영향을 받고 있으며, 특히 향장품 분야에서도 예외일 수 없다. 중국 향장품의 수출성장 추세는 한국 수출에 장애요인으로 작용할 우려가 크다. 따라서 한국과 중국 향장품의 경쟁력을 비교하여 수출성장 전략에 대한 시사점을 제안한다. 이를 위하여 무역특화지수와 현시비교우위지수와 수출입 국가 현황을 종합적으로 파악하여 분석하였다. 한국의 경우 중국에 비해 경쟁력이 있는 품목으로는 330499호, 330510호이며, 다음으로 330430호와 330590호로 나타났다. 이러한 4개 품목을 한국 향장품의 주요 수출품목으로 입지를 강화하여 중국은 물론 세계시장에서의 수출성장 전략이 필요하다.

주제어 : 향장품, 무역특화지수(TSI), 현시비교우위지수(RCA), 수출성장

* 본 연구는 박사학위논문 "향장품의 국제경쟁력 비교 분석에 관한 연구 -한·미·중·일 중심으로-" 일부를 발췌, 인용하여 재작성한 논문임을 밝힙니다.

Ⅰ. 서 론

지난 5월 2일 베이징에서 한중FTA 협상개시 선언 이후, 양국은 FTA 발효를 위하여 박차를 가하고 있다. 중국은 미국에 이어 세계 2위 경제대국으로 한국 경제에 있어서 중요한 교역파트너인 동시에 한국 제1위 교역국이다. 또한 세계경제에 있어 중국의 부상은 국제무역 전반의 판도를 바꾸어 놓고 있으며 한국 수출경제에 영향을 미치는 주요 변수로 작용하고 있다. 2011년 기준 한국 수출은 5,552억 13백만 달러, 수입은 5,244억 13백만 달러를 기록하여 308억 달러 흑자를 시현한 반면, 중국의 경우는 수출 1조 8,965억 69백만 달러로 한국 수출의 3.4배에 이르며 수입 1조 6,918억 88백만 달러로 한국 수입의 3.2배에 달하는 규모로 중국 무역수지는 2,046억 80백만 달러 흑자를 기록하고 있다. 또한 한국의 대 중국 수출입 규모를 보면, 2011년 기준 수출은 1,341억 85백만 달러로 한국 수출총괄에서 24.2%를 차지하고 있으며 수입은 864억 32백만 달러로 한국 수입총괄에서 16.5%를 차지하고 있다.

중국과의 밀접한 무역구조는 향장품에 있어서도 예외가 아니다. 2011년 기준 한국 향장품 수출은 7억 6천만 달러이고 수입은 11억 2천만 달러로 -3억 6천만 달러 적자를 보이고 있으며, 중국의 경우는 수출 15억 62백만 달러로 한국 향장제품 수출의 2.1배 규모이며, 수입은 12억 36백만 달러로 한국 향장제품 수입의 1.1배로 3억 26백만 달러 흑자를 기록하였다. 한국과 중국 간 향장품 수출입 현황을 보면, 한국 향장품 수출 상위국은 중국, 일본, 미국 순이며 수입에 있어서는 미국, 일본, 중국 순이다. 한국 향장품의 대 중국 수출은 1억 99백만 달러로 한국 향장품 수출총액에서 26.2%를 차지하고 있으며 대 중국 수입은 15백만 달러로 한국 향장품 수입총액에서 1.4%에 그치고 있다.

한국 향장품의 발전 과정을 보면 1971년부터 1990년까지는 수입향장품의 전면개방과 함께 많은 변화의 과정을 반복한 시기였다. 이것은 경제성장을 통한 국민소득의 증대와 여성의 사회참여로 인하여 향장품에 대한 소비자들의 인식과 의식 변화의 결과로 볼 수 있다. 특히, 수입향장품의 개방은 1980년대부터 이루어졌으며 국산향장품 역시 선진 외국기업과의 기술제휴로 신제품개발의 추진, 또는 합작투자 등을 모색한 시기이었다. 1990년 이후 국내 향장품산업은 향장품 소매업까지도 외국인에게 개방되는 국제화를 맞이하고 있다. 그러나 국내 향장품산업의 국제경쟁력 열위는 짧은 향장품의 역사에 따른 구조적인 취약점이라고 볼 수 있다. 따라서 국내 향장품의 국제경쟁력 현주소에 대한 여러 각도에서의 재조명이 필요하다고 볼 수 있다.

이러한 한국 향장산업은 전 세계적으로 경쟁력 열위에 있을 뿐만 아니라 국내 시장에서도

유럽제품에 의해 시장을 점령당하고 있으며, 중국 향장제품의 빠른 수출성장과 세계시장에서 점유율을 높여나가고 있는 상황은 넛크래커(nutcracker)가 아닐 수 없다. 따라서 중국과의 FTA를 대비하고 향장품목간 경쟁력 비교를 통하여 한국 향장품의 경쟁력 위치를 점검해 보는 것은 향후 유럽이나 미국과의 경쟁력 제고를 위하여 필요한 부분이라 할 수 있다.

따라서 본 연구의 목적은 첫째, 한국 향장품은 수출경쟁력이 있는가라는 질문에 대한 규명을 위하여 경쟁관계에 있는 중국과 입체적 비교를 하는 것이다. 두 번째는 이러한 비교를 통하여 수출입국 현황을 파악하여 향후 향장품 수출성장 전략을 제안하는 것이다. 세 번째는 이러한 수출성장 전략은 학계는 물론 업계에 시사점을 제시하여 한국 향장품이 국제시장을 주도하는데 기여하기 위한 것이 본 연구의 목적이라 하겠다. 이러한 연구목적 달성을 위하여 다음의 연구 과제를 설정한다.

1) 향장품의 수출경쟁력 분석을 위하여 한국, 중국의 수출입 현황과 향장품별 수출입 현황, 향장품별 수출입 국가를 파악한다.

2) 파악된 자료는 수출경쟁력 규명을 위하여 경쟁력 측정 지수인 무역특화지수와 현시비교우위지수를 이용하여 분석한다.

3) 향장품별 수출입, 향장품별 수출입 국가, 비교우위 측정의 결과를 중국과 입체적으로 분석하여 한국 향장품의 수출성장 전략을 제안한다. 따라서 연구목적에서 제시하고 있는 연구과제들을 파악하기 위하여 중국을 대상국가로 하였다. 향장품 범위는 국제적인 무역거래에서 공용되고 있는 품목코드인 HS를 활용하였고 품목분류와 관련해서는 기존 연구를 기초로 하여 10개 품목의 세분류로 한정하였다. 분석을 위하여 한국무역협회 자료 2002년에서 2011년 기간을 활용하였다.

Ⅱ. 선행연구 검토와 분석방법

1. 선행연구 검토

무역경쟁력지수를 이용한 연구는 다양한 분야에서 활용되고 있는데 철강분야는 남시경(2007)[1], 임혜준(2007)[2] 등의 연구가 있으며, 자동차분야는 장민수92008)[3] 등의 연구, 일반기

1) 남시경, “한중 철강교역구조 및 철강제품별 경쟁력 분석”, 「POSRI 경영연구」, 7(1), 2007, pp.85-113.
2) 임혜준, “한국 철강산업의 대일본 및 대중국 경쟁력 분석”, 「무역학회지」, 한국무역학회, 32(1), 2007, pp.263-282.
3) 장민수, “한국과 독일의 자동차산업 경쟁력 분석: TSI와 RCA지수를 중심으로”, 「경상논총」, 26(4), 2008, pp.110-131.

계산업분야는 김성철(2008)[4], 지역 무역구조 분석에는 모수원(2008)[5]이 있다. 그러나 이러한 선행연구는 경쟁력 분석과 비교에는 많은 시사점을 주었으나, 품목분류에 대한 설명이 부족하여 본고의 품목별 경쟁력 비교를 하는 데에는 이해의 부족한 부분이 있었다. 향장품 경쟁력에 관한 선행연구를 보면 홍의경(2011)은 글로벌 화장품기업의 글로벌전략 및 한국시장 진출 전략 분석을 토대로 국내 화장품기업들이 글로벌 진출을 위한 시사점을 제시하였고, 한미숙(2010)과 공덕화(2010)는 한국 화장품기업의 중국시장 진출을 위한 방안을 제시하였으며, 김현지(2007)는 화장품산업의 내수위주에서 수출주도형 산업으로 전환을 통한 발전전략을 제시하고 있는데, 이러한 연구는 특정 자료나 사례에 근거한 경영학적인 접근을 하고 있다. 그러나 임준형(2010, 2012)[6][7]은 한중일 전자집적회로 수출경쟁력 연구에서 품목 세분류 근거를 통한 경쟁력 비교와 한국과 미국 화장용제품의 경쟁력 비교 연구에서도 세분류 근거와 그에 따른 경쟁력 비교를 통하여 한국 향장품 경쟁력을 제시하고 있다. 특히 이 연구는 국제무역에서 실제 거래되고 있는 국제공용(HS품목분류표)[8] 품목분류를 통한 실제 수출입액을 가지고 분석을 하고 있어 실효성이 있다고 판단되며, 향장 품목별로 세분화하여 경쟁력을 파악하는 시도를 하고 있다. 이를 위하여 본 연구에서는 향장품의 경쟁력 파악을 통한 수출성장 전략을 위하여 국제무역에서 제시하는 무역경쟁력지수를 활용하여 최근 향장품 분야에서 부상하고 있는 중국과의 수출경쟁력을 비교하기로 한다. 또한 이러한 무역경쟁력지수 분석은 물론 한국의 주요 수출입국가를 입체적으로 비교하여 향후 향장품 수출성장을 위한 전략과 내수시장 관리의 중요성을 제안하는 것이 기존 연구와의 차이점이다. 이는 향장업계에 시사점을 제시하는 동시에 한국 향장품이 국제시장을 주도하는데 아이디어를 제안하고자 하는데 있다.

4) 김성철, “일반기계산업의 수출경쟁력 분석과 시사점-중국, 미국, 일본시장을 중심으로-”, 「동북아경제연구」, 한국동북아경제학회, 20(3), 2008, pp.33-55.

5) 모수원, “목포항과 지역의 무역구조”, 「해운물류연구」, 한국해운물류학회, 56, 2008, pp.85-103.

6) 임준형, “HS하에서의 한・중・일 전자집적회로의 수출경쟁력”, 「관세학회지」, 제12권 제3호, 한국관세학회, 2010, P.135.

7) 임준형・송규상, “한국과 미국 화장용제품의 경쟁력 비교”, 「산업경제연구」, 제25권 제1호, 한국산업경제학회, 2012, p.747.

8) 오상훈(2012)에 의하면 HS품목분류표란 관세협력이사회(CCC)가 국가 간에 거래되는 물품의 품목분류를 통일함으로써 국제무역을 촉진시킬 목적으로 통일상품명 및 부호체계 관한 국제협약(HS협약)의 부속서로 작성된 품목분류표이다. 이 HS품목분류표는 1983년 CCC총회에서 HS협약으로 채택, 가결되었으며, 1988년 1월 1일부터 관세와 무역 통계, 운송, 보험, 운임 분야 등 전반에 걸쳐서 국제통일품목분류체계로서 사용하게 되었다. 2010년 현재 한국을 비롯하여 미국, 중국, 일본, EU 등 200여 개국이 사용하고 있다. HS란 Harmonized Commodity Description and Coding System(통일상품명 및 부호체계)의 약칭이며, Harmonized System이라고도 함.

2. 분석방법

1) 향장품 품목분류

본고의 분석대상이 되는 향장품의 HS품목분류표 위치를 보면, 제 6부는 28류부터 38류 11개 류로 구성되어 있는데, 33류에 향장품의 수출입 품목이 분류되어 있다. 여기 33류에는 7개호가 있는데 3301호, 3302호, 3306호, 3307호를 제외한 3303호, 3304호, 3305호를 기존연구와 같이 같은 범주로 하였다. 이러한 품목분류의 범주는 현재 향장품분야에서 분류하는 제품분류와 다소 차이가 있으나 본고의 목적에 비추어 볼 때, 향장품의 세부적인 품목분류가 주관심사가 아니며 분석 데이터의 분류상의 어려움에 기인하기 때문에 문제는 크지 않는다고 판단되며, 기존연구에서 도입한 품목분류를 사용하여도 무방하리라 본다. 이를 분류한 품목분류표는 <표 1>과 같다.[9)]

〈표 1〉 향장품 품목분류

품목 코드		품목명
6부		화학공업 또는 연관공업의 생산품
33류		정유와 레지노이드, 조제향료, 화장품류, 화장용품류
호	소호	
3303		향수 및 화장수
	330300	향수 및 화장수
3304		미용 또는 메이크업용 제품류와 기초화장용 제품류(의약품을 제외하며, 썬스크린과 썬텐 제품류를 포함한다) 및 매니큐어용 제품류와 페디큐어용 제품류
	330410	입술화장용 제품류(립스틱, 기타)
	330420	눈화장용 제품류(아이샤도우, 기타)
	330430	매니큐어용 제품류와 페디큐어용 제품류(네일에나멜, 기타)
	330491	분말상의 것((압축한 것인지의 여부 불문), 훼이스파우다, 베이비파우다(탈쿰파우다 포함), 기타)
	330499	기타(기초화장용, 메이크업용, 어린이용 제품류, 기타)
3305		두발용 제품류
	330510	샴푸

9) 임준형 · 송규상, “한국과 미국 화장용제품의 경쟁력 비교”, 「산업경제연구」, 제25권 제1호, 한국산업경제학회, 2012, p.747.

품목 코드		품목명
	330520	퍼머넌트 웨이빙용 또는 스트레이트닝용 제품류
	330530	헤어 래커
	330590	기타(헤어린스, 헤어크림, 기타)

자료: 한국무역협회(www.kita.net) 자료를 재구성함.

2) 분석방법

중국과의 수출경쟁력 파악을 위하여 2002년에서 2011년 기간 동안 한국무역협회에서 제공하는 품목코드인 HS품목분류표를 활용하였다. 이러한 품목분류에 의하여 10개 품목으로 분류된 향장품목에 대하여 무역특화지수와 현시비교우위지수를 통하여 경쟁력 차이를 비교하여 한국 향장품의 수출경쟁력을 파악하였다. 수출경쟁력을 측정하는 지수로는 무역특화지수(Trade Specialization Index: TSI)와 현시비교우위지수(Revealed Comparative Advantage: RCA)가 가장 많이 사용되고 있다. 그러나 이 지수를 변형한 지수들도 있으나, 본고에서는 한국과 중국 향장품의 수출경쟁력을 측정하고 분석하기 위하여 국가 간 비교우위를 측정할 수 있는 무역특화지수(Trade Specialization Index: TSI)(Aiginger, 1998)와 현시비교우위지수(Revealed Comparative Advantage: RCA)(Balassa, 1965; Porter, 1990; Redding, 2002)를 사용한다.

TSI[10]는 품목의 상대국가 수출입 차이를 자국의 수출입 합으로 나누어 구하게 되는데, 이러한 무역특화지수는 -1에서 1의 값을 가지며 1에 가까울수록 수출특화 정도가 높아서 수출경쟁력이 있다는 것을 의미하며, -1에 가까울수록 수입특화 정도가 높아 수출경쟁력이 약하다는 것을 의미하게 된다. 또한 B. Balassa(1965)의 RCA지수[11]는 세계 전체의 수출구조와 자국의 수출구조를 비교하여 교역상대국과의 경쟁력을 비교하는 것이다. RCA지수가 1보다 크면 해당 국가의 품목이 여타 품목에 비해 비교우위가 있어 수출경쟁력이 있다는 것이고, 1보다 작으면 비교열위에 있어 수출경쟁력이 낮다는 것을 의미한다. 또한 상대국가와 지수를 비교하면 두 나라의 수출경쟁력 차이를 알 수 있다.

---

10) $TSI_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$ X_{ij}는 i국의 j품목에 대한 수출액, M_{ij}는 i국의 j품목에 대한 수입액을 의미한다.

11) $RCA_i^k = \frac{X_i^k / X_i}{X^k / X}$ X_i^k는 i국에 대한 k품목 수출액, X_i는 i 국에 대한 총수출액, X^k는 대세계 k품목 총수출액, X는 대세계 총수출액을 의미한다.

Ⅲ. 한국과 중국 수출입 및 향장품 교역 현황

<표 2>에서 보는 바와 같이 2011년 기준으로 볼 때, 한국의 수출은 5,552억 13백만 달러를 기록하였고 수입은 5,244억 13백만 달러를 기록하여 308억 달러 흑자를 시현하였다. 중국의 경우는 수출 1조 8,965억 69백만 달러로 한국 수출의 3.4배에 이르며 수입 1조 6,918억 88백만 달러로 한국 수입의 3.2배에 달하는 규모로 중국 무역수지는 2,046억 80백만 달러 흑자를 기록하고 있다. 한국의 수출에 있어서도 주요 수출국 순위가 1995년에는 미국, 일본, 홍콩, 중국 순에서 1996년부터 미국, 일본, 중국, 홍콩 순으로 3위와 4위가 뒤바뀌었으며 2001년부터는 미국, 중국, 일본 순으로 중국이 일본을 앞서면서 2위 수출국으로 부상하였다. 또한 2003년부터는 중국이 미국을 앞지르면서 한국의 1위 수출국으로 급부상하였다. 한국의 수입에 있어서도 주요 수입국 순위가 1995년에는 일본, 미국, 중국 순에서 1996년부터 미국, 일본, 중국 순으로 1위와 2위가 뒤바뀌었으며 2000년부터 일본, 미국, 중국으로 다시 1위와 2위가 바뀌고 있다. 2004년부터는 일본, 중국, 미국 순으로 2위인 미국이 3위로 뒤바뀌었으며 2007년부터는 중국, 일본, 미국 순으로 중국이 한국의 1위 수입국으로 부상하였다. 대 중국 수출은 1,341억 85백만 달러로 한국 수출총액에서 24.2%를 차지하고 있으며 대 중국 수입은 864억 32백만 달러로 한국 수입총액에서 16.5%를 차지하고 있다.

〈표 2〉 한·중 수출입

(단위 : 백만 달러)

	한국		중국		대 중국	
	수출	수입	수출	수입	수출	수입
2002	162,470	152,126	325,642	295,302	23,753	17,399
2003	193,817	178,826	438,472	413,095	35,109	21,909
2004	253,844	224,462	593,647	560,811	49,763	29,584
2005	284,418	261,238	762,326	660,221	61,914	38,648
2006	325,464	309,382	969,323	791,793	69,459	48,556
2007	371,489	356,845	1,218,155	956,261	81,985	63,027
2008	422,007	435,274	1,428,869	1,131,468	91,388	76,930
2009	363,533	323,084	1,200,362	1,000,578	86,703	54,246
2010	466,383	425,212	1,576,817	1,375,450	116,837	71,573
2011	555,213	524,413	1,896,569	1,691,888	134,185	86,432

자료 : 한국무역협회(www.kita.net)

<표 3>은 향장품으로 분류한 10개 품목을 합한 수출입액을 나타내고 있다. 2011년 기준 한국 향장품 수출은 7억 6천만 달러이고 수입은 11억 2천만 달러로 -3억 6천만 달러 적자를 보이고 있으며, 중국의 경우는 수출 15억 62백만 달러로 한국 향장품 수출의 2.1배 규모이며, 수입은 12억 36백만 달러로 한국 향장품 수입의 1.1배로 3억 26백만 달러 흑자를 기록하였다. 대 중국 수출은 1억 99백만 달러로 한국 향장품 수출총액에서 26.2%를 차지하고 있으며 대 중국 수입은 15백만 달러로 한국 향장품 수입총액에서 1.4%에 그치고 있다.

〈표 3〉 한국과 중국 향장품 수출입

(단위 : 백만 달러)

	한국		중국			대 중국	
	수출	수입	수출	수입		수출	수입
2002	133	530	251	57		38	4
2003	162	516	400	96		36	11
2004	243	510	463	165		92	9
2005	255	559	630	238		66	7
2006	272	655	774	304		80	9
2007	297	715	906	422		96	11
2008	357	806	947	653		102	15
2009	417	798	971	708		118	12
2010	756	969	1,265	936		324	14
2011	760	1,120	1,562	1,236		199	15

자료 : 한국무역협회(www.kita.net) 자료를 재구성함.

Ⅳ. 수출경쟁력 분석

1. 무역특화지수 분석 결과

<표 4>는 한국과 중국의 대 세계 무역특화지수를 나타내고 있다. 330300호의 경우 한국은 비교열위이며 수입특화 품목인 반면, 중국은 비교우위가 있는 것으로 나타나고 있다. 이것은 대 세계 무역에서 중국은 흑자를 시현한다는 의미이고 한국은 적자임을 의미한다. 330410호는 한국의 경우 2006년까지 비교열위가 약화되었으나 2007년 이후 3년간 경쟁력을 상실하였

고 2011년 다시 비교열위가 약화되고 있다. 중국 경우는 비교우위가 있는 것으로 나타나고 있다. 330420호의 경우 한국은 2005년 일시 비교열위를 벗어났으나 다시 경쟁력을 상실하면서 비교열위 품목이지만 2010년 이후 비교열위가 약화되는 추세를 보이고 있으며, 중국은 비교우위가 있는 것으로 나타나고 있다. 330430호는 한국과 중국 모두 비교우위 품목으로 나타나고 있는데, 한국의 경우 2004년 일시 비교열위를 벗어났고 다시 경쟁력을 상실하였으나 2008년부터 비교열위를 벗어나면서 경쟁력을 회복해 가고 있다. 중국은 2002년 비교열위였으나 이후 경쟁력을 회복하면서 수출특화품목으로 나타나고 있다.

330491호의 경우 한국은 비교열위 품목으로 나타나고 있으나, 비교열위가 약화하는 추세를 보이고 있다. 반면 중국은 비교우위이지만, 경쟁력이 약화되고 있는 것으로 나타나고 있다. 330499호는 한국의 경우 경쟁력을 상실한 품목이지만 비교열위가 약화되는 추세를 보이고 있다. 중국은 비교우위에서 비교열위로 전환되었다. 330510호는 한국은 비교열위, 중국은 비교우위로 나타났으나, 2010년 이후 비교열위가 약화되는 추세를 보이고 있다. 330520호는 한국은 경쟁력 상실, 중국의 경우 경쟁력 회복으로 나타나고 있다. 330530호는 한국의 경우 수입특화품목이었으나 비교열위가 약화되는 양상을 보이고 있으며 중국의 경우는 비교우위 품목으로 경쟁력이 있는 것으로 나타났다. 330590호의 경우 한국 비교열위, 중국 비교우위 품목으로 나타나고 있다. 그러나 한국의 경우는 비교열위가 약화되는 추세를 보이고 있으며, 중국의 경우도 수출특화품목이지만 경쟁력이 약화되고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 대 세계 무역특화지수

한국	330300	330410	330420	330430	330491	330499	330510	330520	330530	330590
2002	-0.891	-0.621	-0.385	-0.269	-0.561	-0.568	-0.514	-0.438	-0.935	-0.728
2003	-0.727	-0.653	-0.255	-0.119	-0.492	-0.497	-0.510	-0.670	-0.927	-0.641
2004	-0.647	-0.611	-0.109	0.091	-0.388	-0.414	0.317	-0.674	-0.867	-0.576
2005	-0.621	-0.272	0.039	-0.000	-0.325	-0.342	-0.694	-0.800	-0.280	-0.583
2006	-0.720	-0.367	-0.128	-0.034	-0.382	-0.369	-0.678	-0.576	-0.317	-0.606
2007	-0.830	-0.749	-0.224	-0.153	-0.195	-0.335	-0.737	-0.555	-0.437	-0.521
2008	-0.749	-0.792	-0.312	0.008	-0.101	-0.299	-0.695	-0.480	-0.533	-0.567
2009	-0.756	-0.778	-0.313	0.129	-0.085	-0.217	-0.602	-0.480	-0.928	-0.512
2010	-0.828	-0.689	-0.241	0.197	-0.266	-0.005	-0.466	-0.686	-0.508	-0.399
2011	-0.805	-0.593	-0.212	0.229	-0.143	-0.092	-0.398	-0.681	-0.482	-0.415
중국										
2002	0.213	0.768	0.616	-0.048	0.745	0.661	0.632	-0.645	0.566	0.590
2003	0.150	0.768	0.629	0.151	0.696	0.602	0.770	-0.353	0.396	0.672
2004	0.072	0.732	0.509	0.165	0.666	0.393	0.789	-0.541	0.302	0.497

2005	0.268	0.739	0.537	0.346	0.634	0.327	0.746	-0.084	0.396	0.559
2006	0.155	0.702	0.556	0.494	0.669	0.323	0.764	-0.271	0.238	0.624
2007	0.241	0.707	0.589	0.509	0.666	0.200	0.618	-0.020	0.345	0.556
2008	0.082	0.657	0.548	0.583	0.515	-0.096	0.696	0.177	0.522	0.499
2009	0.062	0.656	0.525	0.611	0.422	-0.088	0.611	0.374	0.212	0.378
2010	0.124	0.673	0.569	0.713	0.452	-0.104	0.587	0.278	0.277	0.317
2011	0.157	0.677	0.585	0.742	0.492	-0.159	0.573	0.023	0.328	0.369

<표 5>의 한국의 대 중국 무역특화지수를 보면, 330300호는 대 중국에 대하여는 높은 비교우위 품목이었으나 2007년부터 경쟁력을 상실하여 비교열위 품목으로 전환되고 있다. 330410호는 비교열위가 약화되는 양상을 보이고 있다. 330420호의 경우는 수출특화품목으로 비교우위를 보이고 있다. 330430호 또한 2004년을 제외하고는 수출특화품목으로 비교우위를 보이고 있으며, 330491호도 2003년을 제외하고는 비교우위를 보이고 있다. 330499호도 높은 경쟁력을 보이면서 수출특화품목으로 나타나고 있으며, 330510호도 높은 경쟁력을 보이면서 수출특화품목으로 나타나고 있다. 그러나 330520호는 높은 경쟁력을 보였으나 2006년부터 경쟁력을 상실하면서 비교열위 품목으로 전환되고 있으며, 330530호도 대 중국에는 높은 경쟁력을 보였으나 2008년부터 경쟁력을 상실하면서 비교열위 품목으로 전환되었다. 반면 330590호는 대 중국에 대해서는 비교열위 품목에서 2009년을 기점으로 경쟁력을 회복하면서 비교우위 품목으로 전환되고 있다.

〈표 5〉 대 중국 무역특화지수

	330300	330410	330420	330430	330491	330499	330510	330520	330530	330590
2002	0.998	-0.144	0.513	0.915	0.016	0.969	0.934	0.989	0.985	-0.053
2003	0.747	-0.557	0.251	0.150	-0.060	0.787	0.936	0.384	0.969	-0.667
2004	0.881	-0.612	0.528	-0.069	0.327	0.922	0.997	0.846	0.978	-0.327
2005	0.989	-0.342	0.675	0.327	0.444	0.911	0.832	0.818	0.996	-0.207
2006	0.973	-0.123	0.513	0.861	0.441	0.895	0.825	-0.744	0.999	-0.246
2007	-0.673	-0.202	0.589	0.884	0.812	0.871	0.412	-0.772	0.457	-0.033
2008	-0.990	-0.568	0.568	0.966	0.429	0.883	0.317	-0.840	-0.315	-0.118
2009	-0.285	-0.474	0.075	0.896	0.747	0.897	0.652	-0.547	-0.892	0.161
2010	-0.823	-0.220	0.148	0.896	0.272	0.957	0.817	-0.904	-0.999	0.444
2011	-0.357	-0.035	0.219	0.974	0.357	0.919	0.848	-0.818	-0.988	0.512

2. 현시비교우위지수 분석 결과

<표 6>은 현시비교우위지수를 보여주고 있다. 먼저 330300호를 보면, 한국의 경우 중국에 비해서 경쟁력 열위이며, 중국도 한국 비하여 경쟁력을 상실하고 있다. 330410호는 한국의 경우 중국에 비해서는 잠시 경쟁력이 있었으나 경쟁력 상실로 전환되면서 비교열위 품목이며, 중국 또한 한국에 비해 경쟁력이 없는 품목이다. 330420호는 한국의 경우 중국에 비해서 경쟁력을 상실한 품목이며 중국 또한 한국에 비하면 경쟁력이 없는 품목이다. 330430호는 한국의 경우 중국에 비해서는 2008년 일시적인 경쟁력 향상을 제외하고는 경쟁력이 없다는 것으로 나타나고 있고 중국도 한국에 비해 경쟁력이 없다. 330491호의 경우도 한국과 중국 모두 상대국에 비해 경쟁력이 없는 품목으로 나타나고 있다.

다음 330499호의 경우 한국은 중국에 비해서 경쟁력 있는 품목으로 나타나고 있고, 중국의 경우는 한국에 비해 경쟁력이 없는 것으로 나타났다. 330510호 역시 한국의 경우 중국에 비해서 경쟁력 있는 품목이며, 중국의 경우는 한국에 비하면 경쟁력이 없는 품목으로 나타났다. 330520호는 한국의 경우 중국에 비해서는 경쟁력이 없는 품목이지만, 중국의 경우는 한국에 비해서 2007년 들어서 일시에 높은 경쟁력을 보이면서 이후 유지해 가는 것으로 나타나고 있다. 330530호는 한국의 경우 중국에 비해서 2005년에서 2009년 사이 경쟁력이 있었으나 급격한 경쟁력 상실로 전환되고 있다. 중국의 경우는 한국에 비해서 경쟁력이 있었으나 2009년을 기점으로 경쟁력 상실로 전환되었다. 330590호는 한국과 중국 모두 상대국에 비해서 경쟁력이 없는 품목으로 나타나고 있다.

〈표 6〉 상대국가 간 현시비교우위지수

한국	330300	330410	330420	330430	330491	330499	330510	330520	330530	330590
2002	0.569	1.419	0.808	0.282	0.440	2.501	2.217	0.261	1.738	0.380
2003	0.127	0.603	0.613	0.113	0.311	1.651	1.598	0.664	0.394	0.370
2004	0.146	0.496	0.814	0.132	0.290	1.588	4.421	1.169	0.300	0.607
2005	0.080	0.208	0.684	0.181	0.201	1.580	1.199	0.290	2.518	0.539
2006	0.251	0.334	0.672	0.268	0.343	1.716	1.900	0.289	3.506	0.382
2007	0.005	0.382	0.902	0.565	0.865	1.724	1.590	0.463	3.579	0.461
2008	0.000	0.624	0.980	1.538	0.476	1.522	1.423	0.352	2.208	0.571
2009	0.001	0.372	0.373	0.681	0.498	1.371	1.358	0.820	1.586	0.515
2010	0.008	0.315	0.232	0.573	0.323	1.918	1.337	0.270	0.000	0.586
2011	0.009	0.268	0.281	0.586	0.263	1.202	1.460	0.296	0.018	0.720

중국	330300	330410	330420	330430	330491	330499	330510	330520	330530	330590
2002	0.000	0.773	0.565	0.828	0.252	0.185	0.019	0.000	2.599	0.048
2003	0.051	0.697	0.309	0.336	0.415	0.105	0.001	0.000	3.535	1.771
2004	0.352	0.463	0.341	0.243	0.209	0.139	0.003	0.000	1.978	1.705
2005	0.026	0.173	0.172	0.037	0.172	0.110	0.014	0.000	2.827	0.838
2006	0.000	0.082	0.142	0.005	0.171	0.364	0.060	7.543	2.012	0.572
2007	0.003	0.066	0.144	0.004	0.076	0.287	0.254	4.962	0.895	0.753
2008	0.009	0.183	0.171	0.000	0.107	0.227	0.326	4.851	1.278	0.614
2009	0.011	0.169	0.219	0.032	0.200	0.341	0.111	3.384	0.824	0.459
2010	0.008	0.164	0.176	0.000	0.155	0.426	0.054	2.226	0.596	0.415
2011	0.003	0.140	0.286	0.000	0.125	0.315	0.077	1.372	0.359	0.393

2. 주요 수출입국가 현황

한국 향장품 수출입 국가 현황를 보면, 330300호의 경우 상위 수출국은 2011년 기준 싱가포르, 일본, 네덜란드, 아랍에미리트, 스위스 순으로 나타났는데, 싱가폴이 일본 수출을 제치고 6,022천 달러로 급증하여 1위 수출국으로 나타났다. 싱가폴시장은 과거 2003년부터 2006년까지 일본보다 큰 수출시장이었으나 2007년부터 일본시장으로 수출 증가로 2위 수출국이었다. 일본시장은 2007년 이후 꾸준한 수출증가세를 이어오면서 한국의 1위 수출국이었으나 2008년과 2009년의 5,939천 달러, 7,366천 달러의 수출 정점을 기록한 이래 2010년 -40.7%가 감소하여 4,368천 달러에서 2011년 2,653천 달러 감소로 이어지면서 수출 2위국으로 전환되었다. 네덜란드의 경우는 2002년부터 2004년까지는 수출을 기록하지 못하였으나 2005년 83천 달러에서 2006년과 2007년에는 475천 달러, 259천 달러를 수출하였고 2010년 524천 달러, 2011년 1,388천 달러로 급증하여 일시에 수출시장 3위국이 되고 있다. 아랍에미리트시장의 경우는 2008년 1,406천 달러의 수출급증 이후 감소추세이며 2011년 386천 달러로 4위 수출국이다. 스위스시장의 경우는 2004년과 2005년에 1,090천 달러와 1,010천 달러로 일시적 수출급증 이후 감소추세로 이어져 2011년 277천 달러를 기록하였다. 수입에 있어서는 프랑스, 이탈리아, 미국, 영국, 독일 순이다. 특히 프랑스로부터 수입이 2011년 기준 55,117천 달러로 규모면에서 압도적이며 꾸준한 증가세를 보이고 있고, 이탈리아의 경우도 증가세가 이어지면서 27,971천 달러를 기록하고 있다. 미국의 경우는 2010년부터 수입급증을 보이면서 2011년에는 12,109천 달러를 기록하였다.

330410호의 경우 상위 수출국으로는 태국, 미국, 홍콩, 일본, 싱가폴 순으로 나타났다. 태국

수출시장의 경우는 2010년 932천 달러를 기록하여 전년대비 781% 급증한 후 2011년 1,896천 달러로 103% 증가하여 한국의 수출시장 1위로 부상하였다. 그러나 과거 2002년 이후 수출성적에 비하면 큰 폭의 상승이어서 일시적인 수출증가일수도 있다. 미국의 경우는 2002년 이후 2009년까지 2005년 싱가폴과 2006년 홍콩시장을 제외하고는 1위 수출국에서 2010년 795천 달러로 감소하였으나 2011년 1,749천 달러로 다시 증가하여 2위 수출국이다. 홍콩의 경우는 2006년에는 수출 1위국을 기록하기도 하였으나 2007년 이후 급격히 감소하였다. 그러나 2011년에서 다시 1,287천 달러를 기록하여 수출증가 추세로 전환되고 있다. 일본의 경우는 2010년 수출 1위국을 기록하기도 하였으나 2010년 1,610천 달러에서 2011년 1,285천 달러를 기록하면서 감소추세로 전환되었다. 싱가폴시장의 경우는 2005년 3,384천 달러로 수출 최고치를 기록하면서 1위를 점하기도 하였으나, 이후 급감하면서 2010년 216천 달러까지 추락하였으나 2011년에는 1,021천 달러로 큰 폭의 증가를 보였다. 수입에 있어서는 프랑스, 미국, 일본, 벨기에, 이탈리아 순이다. 특히 프랑스로부터 수입은 2위, 3위인 미국과 일본 수입 2배에 달하는 규모로 2011년 19,564천 달러를 기록하면서 증가추세를 보이고 있다. 또한 미국제품의 꾸준한 수입증가로 2011년 10,846천 달러를 기록하였고 일본제품은 2011년 감소를 보이면서 6,462천 달러를 기록하였다.

330420호의 수출입국 상위 순을 보면 미국, 일본, 프랑스, 러시아, 태국 순으로 나타났다. 2011년 미국이 일본 수출을 제치고 7,241천 달러로 급증하여 1위 수출국으로 나타났다. 미국은 과거 2002년과 2003년에도 일본을 제치고 1위 수출국이었으나, 이후 일본시장이 수출 1위국을 유지해 주었다. 그러나 2011년 일본 수출이 전년대비 -35.5% 감소하면서 4,054천 달러에 그쳐 130% 성장한 미국이 부상하였다. 프랑스 수출은 2002년 이후 감소하였으나 2010년 1,909천 달러, 2011년 2,374천 달러로 급증하면서 상승추세로 전환되었다. 러시아시장의 경우는 수출이 소폭 등락은 있었으나 증가추세이며 2011년 2,195천 달러를 기록하여 수출 이래 최고치를 시현하고 있다. 태국시장의 경우는 2009년 652천 달러 급증 이후 2010년과 2011년 증가추세로 이어져 각각 1,656천 달러와 2,146천 달러를 기록하였다. 또한 중국시장의 경우는 2004년부터 2008년까지 일본에 이어 수출 2위국이었으나 2009년과 2010년 각각 -56.5%, -9.6% 감소하면서 2011년 2,002천 달러로 수출 6위국에 그치고 있다. 수입에 있어서는 일본, 프랑스, 독일, 미국, 이탈리아 순이다. 특히 일본으로부터 수입은 꾸준히 증가하여 2011년 기준 16,075천 달러로 규모면에서 2위인 프랑스보다 2배 이상으로 나타났다. 프랑스의 경우는 2007년 9,010천 달러 최고치 이후 감소추세이며 2011년 7,917천 달러를 기록하고 있다. 독일의 경우는 2003년과 2004년을 제외하고는 꾸준히 상승하여 2011년 5,606천 달러를 기록하였

다. 미국의 경우는 전반적으로 등락에 큰 변화는 없으나 소규모 감소추세이다. 이탈리아의 경우는 2006년까지는 감소하였으나 2007년 이후는 증가로 전환되고 있다. 중국의 수입도 꾸준히 증가하고 있는데 2011년 3,513천 달러로 전년대비 75.2% 큰 폭으로 증가하여 수입증가 추세가 가속화되고 있다.

330430호의 수출입국 상위 순을 보면 미국, 중국, 영국, 대만, 일본 순으로 나타나고 있다. 특히 미국의 수출은 2009년 1,638천 달러를 기록 전년 대비 524% 상승한 이래 2010년에는 4,899천 달러, 2011년 5,388천 달러로 증가세를 이어가면서 부동의 수출 1위국을 유지하고 있다. 중국시장의 경우도 2008년 2,044천 달러 수출로 전년대비 332% 급상승 이후 2009년 잠시 주춤하였으나 2011년 2,214천 달러를 기록하면서 상승세를 이어가고 있다. 영국에 대한 수출의 경우는 2005년을 제외하고는 꾸준한 상승세인데 반해, 대만시장의 경우는 수출 규모도 작으면서 2006년 167천 달러 최고치 이후 하락 추세였다가 2010년 1,106천 달러의 일시적인 큰 폭 증가 이후 2011년 931천 달러로 하락하고 있다. 일본에 대한 수출의 경우도 2002년 2,132천 달러 기록 이후 계속 감소하였고 2008년과 2009년 잠시 급증하였으나 감소하여 2011년 866천 달러를 기록하고 있다. 수입에 있어서는 미국, 프랑스로부터 수입이 1위와 2위를 점하고 있으며 독일, 대만, 일본 순이다. 특히 미국으로부터 수입이 압도적이며 2위국과 10위국까지의 수입액을 모두 합해도 미국의 수입에 미치지 못하고 있다. 미국으로부터 2006년 이후 2009년의 -12.6%의 감소를 제외하고는 꾸준한 수입증가가 이어지면서 2010년 6,190천 달러, 2011년에는 6,497천 달러를 기록하고 있다. 프랑스 수입의 경우는 2003년 954천 달러를 정점으로 감소 추세가 이어지면서 2005년과 2006년에는 일본에게 한국 수입시장 2위를 내주었으나 2010년과 2011년 805천 달러, 1,418천 달러로 급증하고 있다. 독일 수입은 꾸준한 증가 추세를 보이고 있고, 대만 수입은 소규모이면서 불규칙적 수입행태를 보였으나 2010년부터 280천 달러, 2011년 494천 달러로 증가하고 있다. 일본 수입의 경우는 2006년 793천 달러를 정점으로 하여 감소 추세에 있다.

330491호의 수출입국 상위 순을 보면 일본, 태국, 몽골, 미국, 중국 순으로 나타나고 있다. 일본 수출은 꾸준히 증가하여 2008년 6,742천 달러로 급증하였고, 이후 감소추세를 보였으나 전반적인 추세는 상승한 가운데 2011년 3,896천 달러로 부동의 수출 1위국을 유지하고 있다. 태국시장의 경우도 수출증가 추세가 이어지면서 2009년 1,656천 달러 수출을 기록하여 전년대비 812% 급증 이후 상승세를 이어가고 있으며 2011년 2,976천 달러를 기록하였다. 몽골시장의 경우는 2007년까지 상승세 이후 잠시 감소추세를 보였으나 2010년 증가로 전환되면서 2011년 2,231천 달러를 달성하였다. 미국에 대한 수출의 경우도 2007년 2,854천 달러로 최고

치 기록 이후 감소하였으나 2011년 1,868천 달러를 기록하여 증가로 전환되었다. 중국시장의 경우는 2007년까지는 증가하였으나 이후는 감소하고 있는 것으로 나타나고 있다. 수입에 있어서는 프랑스, 일본, 미국, 이탈리아, 중국 순이다. 프랑스의 경우는 부동의 수입 1국이며 2006년까지는 수입이 증가하였으나 이후에는 감소추세로 전환되었다. 일본 수입의 경우는 등락은 있으나 전반적으로 증가추세에 있다. 반면에 미국의 경우는 등락은 있으나 감소추세이며, 이탈리아의 경우는 증가추세이며 중국은 수입규모가 적으며, 카나다 수입은 2000년 중반에는 4위 수입국이었으나 이후 급감하고 있다.

330499호의 수출입국 상위 순을 보면 중국, 일본, 홍콩, 대만, 태국 순으로 나타나고 있다. 중국 수출은 꾸준히 증가하여 2010년 308,870천 달러를 기록하여 전년대비 187% 증가하였으나 2011년에는 -42.3%가 감소한 178,232천 달러로 규모면에서도 부동의 수출 1위국을 유지해 주고 있다. 일본 수출에 있어서도 수출증가 추세가 이어지면서 2008년에는 35,980천 달러 수출을 기록하여 전년대비 164% 급증 이후 상승세를 이어가고 있으며 2011년 89,392천 달러를 기록하였다. 홍콩시장의 경우 또한 꾸준한 상승세로 2011년 86,958천 달러를 달성하였고 대만과 태국시장의 경우도 2011년에 각각 56,541천 달러, 44,604천 달러를 시현하였다. 미국에 대한 수출의 경우도 2003년 24,769천 달러 기록 이후 감소하였으나 2008년 이후 증가로 전환되면서 2011년 34,722천 달러를 기록하고 있다. 수입에 있어서는 미국, 프랑스, 일본, 영국, 카나다 순이다. 미국의 경우는 수입 1국이며 꾸준하게 수입이 증가하고 있다. 프랑스, 일본, 영국의 경우는 등락은 있으나 전반적으로 증가추세이며 카나다의 경우는 꾸준한 증가추세로 나타나고 있다.

330510호의 수출입국 상위 순을 보면 중국, 몽골, 미국, 대만, 태국 순으로 나타나고 있다. 중국 수출은 2004년 일시적인 급증을 보인 후, 소규모 감소는 있었으나 전반적으로 증가하여 2011년 기준 7,933천 달러로 수출 1위국을 점하고 있다. 몽골 수출에 있어서도 2003년 1,171천 달러 수출을 기록한 후, 감소하였으나 2007년부터 수출이 증가하기 시작하여 2011년 2,127천 달러를 기록하였다. 미국시장의 경우 또한 2004년 911천 달러를 달성한 후, 2년간 감소하였지만 2007년부터 회복하기 시작하면서 2011년 1,643천 달러를 시현하였다. 대만과 태국의 경우 또한 소규모 등락은 있으나 전반적으로 증가하고 있고 대만시장의 경우 2011년에는 1,235천 달러로 전년대비 133% 증가율을 보이고 있으며 태국시장도 1,155천 달러를 기록하고 있다. 수입에 있어서는 태국, 미국, 일본, 프랑스, 이탈리아 순이다. 태국의 경우는 수입 1국이며 2위 수입국인 미국에 비하여 수입규모가 2배 이상이며 2011년 24,667천 달러를 기록하였으나 2008년 이후 수입감소 추세에 있다. 미국의 경우는 2003년과 2004년 소규모 감소는

있었으나 수입이 꾸준히 늘고 있으며, 일본의 경우도 2006년까지는 감소하였으나 2007년 이후 증가하는 양상이다. 프랑스의 경우 등락을 보이고는 있으나 전반적으로 수입증가로 나타나고 있으며 이탈리아 경우도 등락을 오가며 증가하는 행태를 보이고 있다.

330520호의 수출입국 상위 순을 보면 일본, 싱가폴, 미국, 말레이시아, 중국 순으로 나타나고 있다. 이 품목 수출규모는 미미하며 일본에 대한 수출도 2008년 313천 달러 기록 이후, 감소하여 2011년 기준 173천 달러에 그치고 있다. 싱가폴의 경우는 수출을 지속적으로 해왔으며 등락은 있었으나 소규모 증가추세에 있는 반면 미국시장은 감소추세에 있다. 말레이시아시장의 경우는 2005년까지 수출실적이 없다가 2006년부터 수출이 시작되었으며 2011년에 64천 달러로 전년대비 296% 증가하였다. 중국시장의 경우는 꾸준한 수출실적은 기록하고 있으나 2009년 223천 달러 기록 후 급감하고 있다. 수입에 있어서는 일본, 중국, 태국, 미국, 스페인 순이다. 일본의 경우는 수입 1국이며 2위 수입국인 중국에 비하여 2011년 기준으로 수입규모가 4배 이상이며 2011년 2,236천 달러를 기록하고 있으며 아시아권시장 수출을 주도하는 품목으로 나타나고 있다. 중국 수입은 2006년에서 2008년까지 큰 폭의 수입증가가 있었으나 이후에는 감소하는 양상을 보이고 있다. 태국의 경우는 2005년과 2008년 수입만 이루어졌으나 2010년부터 수입이 재개되면서 2011년 457천 달러로 급증하여 전년대비 428%의 증가를 보이고 있다. 미국 수입은 2007년부터 중국에 밀리면서 수입 감소를 보이고 있으며 스페인의 경우는 2003년의 수입 급증 이후 감소하였으나 다시 증가 추세였으나 2011년 84천 달러로 전년대비 -55.9% 감소한 것으로 나타나고 있다.

330530호의 수출입국 상위 순을 보면 태국, 대만, 말레이시아, 호주, 싱가폴 순으로 나타나고 있다. 이 품목 수출규모는 미미하며 대만, 싱가폴, 미국 수출의 경우만 매년 일정수준의 수출을 기록하였으나, 다른 국가는 간헐적이고 불규칙인 수출에 그치고 있는 품목이다. 태국시장의 경우도 2007년에서 2009년까지 수출실적을 기록하지 못하다가 2010년과 2011년 연이어 238천 달러와 160천 달러 수출을 기록하였다. 대만시장의 경우는 2005년 283천 달러 최고치 기록 이후 감소하다가 2010년과 2011년에 30천 달러, 77천 달러로 157% 증가를 시현하였다. 말레이시아시장의 경우 수출실적을 내지 못하였으나 2010년 48천 달러, 2011년 53천 달러를 기록하고 있다. 호주에 대한 수출도 미미하여 2008년부터 2010년까지 수출실적을 기록하지 못하였으나 2011년 33천 달러를 기록하고 있고 싱가폴시장은 소규모이지만 꾸준하게 수출을 기록하여 증가추세에 있으며 2011년 26천 달러를 기록하였다. 미국시장의 경우는 싱가폴과 마찬가지로 소규모이지만 꾸준한 수출실적을 기록하였고 2002년, 2003년과 2006, 2007년, 2009년 수출 1위국, 2010년 수출 3위국에 이어 2011년 전년대비 -67% 수출급감으로

8위국에 그치고 있다. 수입에 있어서는 미국, 중국, 일본, 프랑스, 영국 순이다. 특히 미국, 중국, 일본에 치중되어 있는데 미국의 경우 수입 증감이 반복되면서 전반적으로 감소하는 양상이며, 중국의 경우는 2007년 들어 4위 수입국으로 급부상하였으나 수입감소 추세를 보이고 있으며, 일본의 경우는 2003년부터 2006년까지 수입 1위국이었으나 수입이 감소하여 3위에 그치고 있다.

330590호의 수출입국 상위 순을 보면 미국, 중국, 일본, 베트남, 태국 순으로 나타나고 있다. 미국 수출은 2007년7,058천 달러 기록 후, 잠시 주춤하였으나 2010년 7,672천 달러, 2011년 9,051천 달러로 최고치를 경신하면서 한국의 주요 수출국이라 할 수 있다. 중국 수출 또한 2006년의 일시적 감소를 제외하고는 수출증가가 이어지면서 2011년 기준 6,840천 달러를 기록하였다. 일본시장에 있어서도 2005년과 2008년, 2011년의 소폭 감소를 제외하고는 수출증가로 2011년 기준 4,103천 달러를 기록하였으며 이어 베트남, 태국시장에 대해서도 수출증가 추세가 이어지고 있다. 수입에 있어서는 일본, 미국, 태국, 스페인, 프랑스 순이다. 일본의 경우는 수입 1국이나 수입규모가 일정한데 반해, 미국이나 태국의 경우는 수입이 증가하는 양상을 보이고 있다.

Ⅴ. 결론 및 시사점

1. 결론

1) 330300호 결론

〈표 7〉 330300호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 답보상태, 수입은 증가(수출보다 수입이 압도적) ・중국: 수입보다 수출 증가세가 높음(2004년부터 수출입 규모가 큰 폭 증가)
주요 수출입국	- 수출: 싱가포르, 일본, 네덜란드, 아랍에미리트, 스위스 순 - 수입: 프랑스, 이탈리아, 미국, 영국, 독일 순
주요 수출국 현황 파악	- 싱가폴시장의 수출급증과 일본시장에서의 수출급감 원인 규명 필요 - 네덜란드와 아랍에미리트, 스위스에서의 꾸준한 수출성과를 위한 방안 마련 - 미국과는 네덜란드, 아랍에미리트시장에서, 중국과는 미국, 네덜란드, 싱가폴시장에서, 일본과는 싱가폴시장에서 경쟁관계. 특히 싱가폴시장에서 한국, 중국 일본의 경쟁이 심함

	- 종합: 싱가폴-상승세 유지, 일본-수출감소 원인 파악, 네덜란드・아랍에미리트시장-수출강화 전략, 카나다(미국 수출1위국)와 미국, 대만시장(중국, 일본 수출1위국)-수출 진입, 강화 전략 강구
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국은 비교우위
대 중국 TSI	- 대 중국: 높은 비교우위 품목이었으나 2007년부터 경쟁력 상실
RCA	- 한국: 중국에 비하여 경쟁력 열위, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 상실

2) 330410호 결론

〈표 8〉 330410호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국 적자(적자 심함), 중국 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출감소 추세였으나 20110년 이후 급증, 수입은 증가 ・중국: 수출 증가, 수입 완만
주요 수출입국	- 수출: 태국, 미국, 홍콩, 일본, 싱가폴 순, - 수입: 프랑스, 미국, 일본, 벨기에, 이탈리아 순
주요 수출국 현황 파악	- 태국시장을 안정적인 수출시장으로 입지를 다지는 동시에 수출급증 원인파악과 유지 - 미국시장의 중국제품의 수출증가 요인 규명과 동시에 수출회복 전략과 미국의 수입증가에 대응하는 수출확대전략 강구 - 홍콩은 2011년 수출증가 상승세를 이어갈 수출전략 필요. - 일본에 대해서도 2010년의 증가에 이은 2011년 감소 원인 파악과 일본으로부터 수입증가에 대응하는 수출확대 강구 - 한국은 중국과는 미국, 일본시장에서, 일본과는 홍콩시장에서 경쟁관계 - 종합: 태국-상승세 유지, 미국・일본・홍콩-수출강화, 카나다(미국수출1위국)-틈새시장진입, 대만(일본수출 1위국)-수출확대
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국은 비교우위
대 중국 TSI	- 대 중국: 비교열위이나 비교열위 약화
RCA	- 한국: 중국에 비해서 경쟁력 상실, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 상실

3) 330420호 결론

〈표 9〉 330420호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이

	・한국: 수출 증감 후 2010년 이후 증가, 수입은 증가 ・중국: 수출 2008년 큰 폭 증가 후 상승세, 수입 소규모 증가
주요 수출입국	- 수출: 미국, 일본, 프랑스, 러시아, 태국 순, - 수입: 일본, 프랑스, 독일, 미국, 이탈리아 순
주요 수출국 현황 파악	- 미국시장 수출 상승세 유지, - 일본시장 2011년 수출 급감 원인 규명 - 프랑스 수출 급증 원인 파악과 상승세 유지, - 러시아, 태국 수출증가세 유지 - 한국은 미국과는 홍콩, 중국과는 미국・일본・프랑스시장, 일본과는 홍콩・미국・중국시장에서 경쟁관계 - 종합: 미국・프랑스・러시아・태국-상승세 유지 및 경쟁국 제품에 대한 심층 분석을 통한 수출강화, 일본-수출급감 원인 파악, 카나다(미국수출1위국)-틈새시장진입, 대만(일본수출1위국)-수출확대.
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위지만 2010년 이후 비교열위 약화 추세, 중국의 경우 비교우위
대 중국 TSI	- 대 중국: 수출특화품목
RCA	- 한국: 중국에 비해 비교열위, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 상실

4) 330430호 결론

〈표 10〉 330430호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 흑자로 전환, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 2010년 큰 폭 증가 이후 상승세, 수입은 소규모 증감 후 2010년 이후 증가 ・중국: 수출증가세 이후 2010-2011년 큰 폭 증가, 수입 완만
주요 수출입국	- 수출: 미국, 중국, 영국, 대만, 일본 순, - 수입: 미국, 프랑스, 독일, 대만, 일본 순
주요 수출국 현황 파악	- 미국・중국・영국시장 수출 상승세 유지, - 일본・대만시장 수출 감소 원인 규명 - 말레이시아 수출의 급증, 급감 원인 파악 - 태국, 인도네시아, 홍콩, 카자흐스탄 수출 급증 추세 유지방안 강구 - 한국은 일본과는 중국시장, 미국과는 일본시장에서 경쟁관계 - 종합: 중국・영국・태국・인도네시아・홍콩・카자흐스탄-상승세 유지 및 수출 강화, 일본・대만-수출 감소원인 파악
대 세계 TSI	- 한국, 중국 비교우위(한국 비교열위에서 2008년 이후 경쟁력 회복)
대 중국 TSI	- 대 중국: 비교우위
RCA	- 한국: 중국에 비해 경쟁력 열위, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 상실

5) 330491호 결론

〈표 11〉 330491호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 증가 이후 2009년 이후 감소, 수입은 일정수준 유지, ・중국: 수출 증가, 수입 증가
주요 수출입국	- 수출: 일본, 태국, 몽골, 미국, 중국 순 - 수입: 프랑스, 일본, 미국, 이탈리아, 중국 순
주요 수출국 현황 파악	- 일본・태국・몽골・미국시장 수출 상승세 유지 - 중국시장 수출 감소 원인 파악(아일랜드 수출급증과의 연관성 검토) - 한국은 중국・유럽・일본제품과는 미국시장, 미국・일본과는 중국시장에서, 미국・중국과는 일본시장에서 경쟁관계 고려 - 종합: 태국・몽골・미국-상승세 유지 및 수출 강화, 중국-수출 감소 원인 파악, 프랑스・일본・미국・프랑스제품-수입 증가 대응 방안 필요
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국 비교우위(한국 비교열위 약화, 중국은 비교우위 약화)
대 중국 TSI	- 대 중국: 경쟁력 우위
RCA	- 한국: 중국에 비해서 경쟁력 열위, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 상실

6) 330499호 결론

〈표 12〉 330499호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자(흑자 전환 가능성), 중국은 2008년부터 적자로 전환 - 수출입 추이 ・한국: 수출 증가(2010년 큰 폭 증가), 수입도 증가, ・중국: 수출 증가, 수입 증가
주요 수출입국	- 수출: 중국, 일본, 홍콩, 대만, 태국 순 - 수입: 미국, 프랑스, 일본, 영국, 카나다 순
주요 수출국 현황 파악	- 일본・홍콩・대만・태국시장 수출 상승세 유지, - 중국시장의 2011년 수출급감 원인 파악 - 일본시장 수출 급증 원인 규명 - 한국은 중국・일본과는 미국시장에서, 미국・일본과는 중국시장에서, 미국과는 일본시장에서 경쟁관계 고려 - 종합: 홍콩・대만・태국-상승세 유지 및 수출 강화, 중국-수출급감 파악, 일본-수출급증 파악
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국 비교열위 전환(한국 비교열위 약화 추세, 중국 2008년 비교우위 상실)
대 중국 TSI	- 대 중국: 높은 비교우위
RCA	- 한국: 중국에 비해 경쟁력 우위, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 상실

7) 330510호 결론

〈표 13〉 330510호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 증가(2010년부터 큰 폭 증가), 수입 2009년 일시 감소 후 증가 ・중국: 수출입 큰 폭 증가
주요 수출입국	- 수출: 중국, 몽골, 미국, 대만, 태국 순 - 수입: 태국, 미국, 일본, 프랑스, 이탈이아 순
주요 수출국 현황 파악	- 중국・몽골・미국・대만・태국・홍콩・말레이시아・싱가폴・러시아시장 수출 상승세 유지 - 특히, 대만・태국・말레이시아・러시아시장에서의 수출 급증 원인과 지속 방안 강구 - 한국은 중국과는 미국・일본시장에서, 미국과는 일본시장에서 경쟁관계 관리 - 종합: 몽골・미국・태국・홍콩・싱가폴-상승세 유지 및 수출 강화, 대만・태국・말레이시아 등의 아시아시장과 러시아시장-수출 급증 원인 파악과 지속 방안
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국은 비교우위(한국 2004년 일시적 경쟁력 회복 이후 비교열위)
대 중국 TSI	- 대 중국: 비교우위
RCA	- 한국: 중국에 비해 경쟁력 우위, - 중국: 한국에 비해서는 경쟁력 열위

8) 330520호 결론

〈표 14〉 330520호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 감소, 수입 증가, ・중국: 수출 증가, 수입 증가
주요 수출입국	- 수출: 일본, 싱가폴, 미국, 말레이시아, 중국 순 - 수입: 일본, 중국, 태국, 미국, 스페인 순
주요 수출국 현황 파악	- 일본시장 수출 감소 원인 파악 - 싱가폴・미국・말레이시아・중국에 대한 수출 확대 - 한국은 일본과는 미국과 중국시장에서, 중국과는 일본시장에서 경쟁관계 고려 - 종합: 일본- 수출 감소원인 파악, 싱가폴・미국・말레이시아・중국-시장 개척 및 확대
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국은 경쟁력 회복
대 중국 TSI	- 대 중국: 높은 비교우위였으나 2006년부터 경쟁력 상실로 비교열위
RCA	- 한국: 중국에 비해 경쟁력 열위, - 중국: 한국에 비해 경쟁력 우위

9) 330530호 결론

〈표 15〉 330530호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 2005년, 2006년 일시 증가 이후 감소, 수입은 소폭 감소 추세 ・중국: 수출입 증가, 2010년 수출입에서 거의 2배에 달하는 급증
주요 수출입국	- 수출: 태국, 대만, 말레이시아, 호주, 싱가폴 순 - 수입: 미국, 중국, 일본, 프랑스, 영국 순
주요 수출국 현황 파악	- 태국・대만・싱가폴 등 아시아권시장에 대한 수출 강화 - 말레이시아와 2010년 교역을 통한 시장 개척 - 호주・러시아・인도네시아시장의 안정적이고 정기적 수출 망 구축 - 미국시장에 대한 수출 감소 원인 파악 - 미국・중국・일본과의 무역수지 적자를 상쇄할 수 있는 수출 강화 필요 - 종합: 태국・대만・싱가폴-수출강화, 말레이시아・호주・러시아・인도네시아-안정적 수출 망 구축
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위, 중국은 비교우위(한국 비교열위 약화 추세)
대 중국 TSI	- 대 중국: 비교우위에서 2008년부터 경쟁력 상실로 전환
RCA	- 한국: 중국에 비해서 비교열위, - 중국: 한국에 비해서는 경쟁력 상실

10) 330590호 결론

〈표 16〉 330590호

수출입 현황	- 무역수지 측면: 한국은 적자, 중국은 흑자 - 수출입 추이 ・한국: 수출 증가, 수입 증가(2011년 큰 폭 증가) ・중국: 수출 증가(2011년 큰 폭 증가), 수입 증가
주요 수출입국	- 수출: 미국, 중국, 일본, 베트남, 태국 순 - 수입: 일본, 미국, 태국, 스페인, 프랑스 순
주요 수출국 현황 파악	- 미국・중국・일본・베트남・태국・대만・말레이시아・도미니카공화국시장에 수출상승세 유지 - 한국은 일본과는 중국시장, 미국과 중국과는 일본시장에서 경쟁관계 - 종합: 미국・중국・일본・베트남・태국・대만・말레이시아・도미니카공화국시장에 수출상승세 유지, 일본-수출 강화, 일본시장-중국, 미국 추격
대 세계 TSI	- 한국은 비교열위(비교열위 약화), 중국은 비교우위
대 중국 TSI	- 대 중국: 열위에서 비교우위로 전환
RCA	- 한국: 중국에 비해서 비교열위, - 중국: 한국에 비해서 경쟁력 열위

2. 수출성장 전략

1) 330300호 수출성장 전략

향수 및 화장수에 대하여 한국의 무역수지는 적자이며 수출도 답보상태이며 여기에 수입은 증가하고 있다. 이 품목의 무역특화지수는 중국에 대해서 2007년 이후 경쟁력을 상실하고 있으며, 현시비교우위지수에서는 중국에 비해서 경쟁력이 없는 것으로 나타나고 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 싱가폴에서의 수출 급증과 일본에서의 수출 급감에 대한 원인 파악이 필요하며, 네덜란드・아랍에미리트・스위스에 대한 지속적이고 안정적인 수출구조를 정립할 필요성이 있다. 또한 카나다와 대만에 대한 신규시장진입 전략을 통한 수출다변화와 미국시장에 대한 수출확대 전략이 필요한 품목이라 할 수 있으며, 내수시장에서도 프랑스・이탈리아・미국 등의 수입품에 대체할 수 있는 방안이 강구되어야 한다.

2) 330410호 수출성장 전략

입술화장용 제품류(립스틱, 기타)에 대하여 한국의 무역수지는 적자가 심한 품목이지만 수출은 2010년을 기점으로 급증하고 있으나 수입도 증가하고 있다. 이 품목의 무역특화지수는 중국 보다 비교열위이고 현시비교우위지수에서도 중국에 비해서 경쟁력 열위를 보임으로써 수출국 다변화를 통한 경쟁력 강화가 필요하며, 적자 해소를 위한 수출확대가 있어야 한다. 이러한 분석 결과는 한국의 수출성장 속도가 중국에 비해서는 상대적으로 늦다는 것을 의미한다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 태국시장에 대한 지속성 있는 수출구조를 구축해야 하며 최근 수출급증 원인을 파악할 필요가 있다. 또한 미국・일본・홍콩・대만시장에 수출 강화와 확대 방안이 강구되어야 하며, 카나다의 신규시장진입도 고려해야 한다. 내수시장에서도 프랑스・미국・일본제품 등의 수입증가에 대체할 수 있는 방안이 필요한 품목이라 할 수 있다.

3) 330420호 수출성장 전략

눈화장용 제품류(아이샤도우, 기타)에 대하여 한국의 무역수지는 적자이지만 수출은 2010년을 기점으로 증가하고 있으며 수입도 증가하고 있다. 이 품목의 무역특화지수는 중국에 대해서 비교우위이며 현시비교우위지수는 중국에 비해서는 비교열위인 것으로 나타났고 중국 또한 한국에 비해 비교열위로 나타났는데 이것은 세계시장에서 한국과 중국제품이 경쟁관계

에 있다는 것을 의미한다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 미국・프랑스・러시아・태국시장에 대한 수출 상승세를 유지하는 것이 필요하며 일본에 대한 수출 급감 원인을 파악할 필요가 있다. 또한 카나다의 신규시장진입도 고려해야 하고, 대만시장에 대한 수출 확대 방안도 필요하다. 내수시장에서는 일본・프랑스・독일・미국제품의 수입증가에 대체할 수 있는 대안이 필요한 품목이라 할 수 있다.

4) 330430호 수출성장 전략

매니큐어용・페디큐어용 제품류(네일에나멜, 기타)에 대하여 한국의 무역수지는 흑자로 전환된 품목이다. 수출은 2010년을 기점으로 증가하고 있으며 수입도 증가하고 있다. 이 품목의 무역특화지수는 중국에 대해서 비교우위이다. 현시비교우위지수에서 한국은 중국에 비해서는 비교열위인 것으로 나타났는데, 이것은 중국의 수출성장 속도가 빠른 것에 기인한다고 볼 수 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 중국・영국・태국・인도네시아・홍콩・카자흐스탄시장에 대해 수출 상승세 유지 및 강화 방안이 강구되어야 하며 일본・대만시장에서의 수출 감소원인 파악이 있어야 할 것으로 보인다. 또한 내수시장에서도 미국・프랑스제품의 수입 증가에 대체할 수 있는 대안이 필요한 품목이라 할 수 있다.

5) 330491호 수출성장 전략

분말상의 것, 훼이스파우다, 베이비파우다, 기타 제품에 대하여 한국의 무역수지는 적자이다. 수출은 2009년을 기점으로 감소하고 있으며 수입은 큰 변화 없이 일정수준을 유지하고 있다. 이 품목의 무역특화지수는 중국에 대해서 비교우위품목이다. 현시비교우위지수는 중국에 비해서는 비교열위인 것으로 나타났는데, 이것은 중국의 빠른 수출성장 속도에 기인한다고 볼 수 있다. 즉, 중국제품이 미국시장으로 수출이 확대되고 있다는 것이며, 미국시장에서 한국제품이 중국에 밀리고 있다는 것을 반증한 것이기도 하다. 결국 중국은 다른 국가로의 수출다변화 보다는 미국에 치중하는 양상을 보이고 있고, 아시아시장이나 다른 국가에서는 한국제품 수출에 큰 장애요인으로 작용을 하지 못하고 있다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 미국에 대한 최근 수출상승세를 이어나가면서 중국제품을 압도할 수 있는 방안이 제시되어야 하며 태국・몽골시장에 대한 수출 증가추세를 유지하면서 중국에서의 수출 감소 원인파악이 필요할 것으로 보인다. 특히 중국시장에서는 미국・일본과의 경쟁관계를 고려한 방안이 필요하며, 미국시장에서는 중국・유럽・일본제품과의 경쟁관계, 일본시장에서 미국・중국과의 경쟁관계가 고려된 수출 강화전략이 필

요하다. 또한 내수시장에서도 프랑스・일본・미국・이탈리아제품의 수입 증가에 대체할 수 있는 대안이 필요한 품목이라 할 수 있다.

6) 330499호 수출성장 전략

기초화장용・메이크업용・어린이용 제품류, 기타에 대하여 한국의 무역수지는 적자 품목이다. 그러나 수출이 수입규모에 근접하면서 흑자 전환 가능성이 있는 품목으로 볼 수 있다. 특히 이 품목은 수출입 규모가 중국과 비슷하며 수출시장에서 여타 품목과 마찬가지로 경쟁관계도 심하며 최근 수출시장에서 상승세가 두드러지고 있다. 이 품목은 한국의 경우 세계 수출시장에서 경쟁력은 없으나 경쟁력이 회복해가고 있는 품목으로 볼 수 있으며, 무역특화지수에서는 중국에 대하여는 높은 경쟁력을 보이고 있다. 현시비교우위지수에서 중국에 비해서는 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있는데, 이러한 분석 결과는 중국보다는 성장이 빠르다는 것을 반영하고 있다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 일본・홍콩・대만・태국시장에 대해 수출 상승세 유지 및 강화 방안이 강구되어야 하며 중국시장에서의 수출 급감 원인파악이 있어야 할 것으로 보인다. 또한 일본으로 수출이 급증한 원인 분석도 필요하다. 특히 한국은 미국시장에서 중국・일본과의 경쟁관계, 중국시장에서 미국・일본과의 경쟁관계, 일본시장에서는 미국과의 경쟁관계를 고려한 수출방안이 마련되어야 한다. 또한 한국 수입시장도 꾸준히 성장하고 있어 내수시장 관리도 필요하다. 특히 수입국 1위, 2위인 미국・프랑스를 필두로 일본・영국・카나다・독일・스위스・스웨덴・벨기에・이탈리아제품의 수입 증가 추세에 대체할 수 있는 방안이 필요한 품목이라 할 수 있다.

7) 330510호 수출성장 전략

샴푸에 대하여 한국의 무역수지는 적자이다. 수출은 2010년을 기점으로 큰 폭 증가 이후 상승세를 이어가고 있으며 수입도 증가하고 있다. 이 품목은 대 세계시장에서 한국은 경쟁력이 없으며 중국은 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있다. 무역특화지수는 중국에 대해서는 비교우위이다. 현시비교우위지수에서도 중국에 비해서는 경쟁력이 있는 것으로 나타났다. 이러한 분석 결과는 중국보다는 수출 성장이 빠르다는 것이다. 즉, 중국시장에서 수출이 수입보다 상대적으로 규모나 증가율면에서 크다는 것을 의미한다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 중국・미국・홍콩・싱가폴시장에 대해 수출 상승세 유지 및 강화 방안이 강구되어야 하며 대만・태국・말레이시아 등의 아시아시장과 러시아시장에서의 수출 급증이 일시적인지 아니면 어떤 원인이었는지를 파악하여 지속성 있는 수출 망을 구축해야 할 것으

로 보인다. 특히 미국과 일본시장에서는 중국과 일본시장에서는 미국과 경쟁관계를 감안한 수출전략이 필요하며 일본시장으로의 수출확대도 이 품목에서 시급히 개선해야 할 부분으로 보인다. 또한 수입시장에서도 태국·미국·일본·프랑스·이탈리아·독일·영국 등의 제품에 대체할 수 있는 내수 진작이 필요한 품목이라 할 수 있다.

8) 330520호 수출성장 전략

퍼머넌트 웨이빙용 또는 스트레이트닝용 제품류에 대하여 한국의 무역수지는 적자이다. 수출은 2008년을 기점으로 감소하고 있으며 수입은 증가하고 있다. 이 품목은 대 세계시장에서는 중국보다 경쟁력이 없는 것으로 나타나고 있다. 그러나 무역특화지수에서는 중국에 대해서는 비교우위에서 열위로 전환되었고, 현시비교우위지수에서는 중국에 비해서는 경쟁력 열위이다. 이러한 분석 결과는 한국의 수출 성장이 중국과 비교하면 더디다는 것을 의미한다. 또한 중국시장에서 수출은 실적을 내지 못하고 중국으로부터 수입이 상대적으로 규모나 증가율면에서 크다는 것이다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 일본시장 수출 감소원인이 무엇인지를 파악해야 할 것이며, 싱가폴·미국·말레이시아·중국에 대해 수출 개척과 확대 방안을 강구해야 한다. 특히 일본에 비하여 수출규모도 적고 무역수지도 적자이지만, 한국과 일본은 상호간 수출 1위 교역상대국인 만큼 한국은 미국과 중국시장에서 뿐만 아니라 아시아권시장에서 일본제품을 추격하는 수출다변화와 수출확대 전략을 통하여 국제시장에 대한 공세적 수출이 모색되어야 하며, 중국의 최근 수출 상승세도 주목해야 할 부분이다. 또한 수입시장에서도 일본·중국 등의 제품에 대체할 수 있는 내수시장관리도 필요한 품목이라 할 수 있다.

9) 330530호 수출성장 전략

헤어 래커에 대하여 한국의 무역수지는 적자이다. 수출은 2005년과 2006년에 일시적 급증을 보였으나 이후 감소하고 있고 수입도 소폭 감소하고 있다. 이 품목은 한국 향장품 수출입에 있어서 가장 규모가 적으며, 2002년 이후 수출국가에 대해서도 규모는 적지만 미국·싱가폴·대만에 대한 수출만 매년 일정한 실적을 기록하고 있고 다른 국가들에 대해서는 불규칙적으로 이루어지고 있다. 이 품목의 무역특화지수는 중국에 대해서 경쟁력이 없는 품목이다. 현시비교우위지수에서도 중국에 비해서는 경쟁력이 없는 것으로 나타났다. 이러한 분석 결과는 한국은 국제시장에서 뿐만 아니라 중국에 대한 수출은 감소하고 있고 수입은 증가하고 있는 것을 의미하며, 국제시장에서의 경쟁력 제고를 위한 방안이 강구되어야 하는 품목이다.

이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 태국・대만・싱가폴시장에 대해 수출 강화와 말레이시아・호주・러시아・인도네시아시장에 대한 안정적이고 지속성 있는 수출 망을 구축해야 하며, 과거 수출 1위국인 미국시장에 대한 수출 감소 원인이 규명되어야 한다. 또한 미국・중국・일본과의 적자 원인이 품질 문제인지, 가격문제나 수출구조상 문제인지, 아니면 그 밖의 다른 원인인지를 규명하여 적자를 상쇄시킬 수 있는 방안이 강구되어야 한다. 또한 수입시장에서도 미국・중국・일본제품에 대체할 수 있는 내수관리 방안도 필요한 품목이다.

10) 330590호 수출성장 전략

기타(헤어린스, 헤어크림 등)에 대하여 한국의 무역수지는 적자이다. 수출은 증가세가 이어지고 있지만 수입도 증가하고 있으며 2011년 큰 폭의 수입 증가가 있었다. 대 세계시장에서 한국은 경쟁력이 없으며 중국은 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 대 중국 무역특화지수에서는 비교우위로 전환되었다. 현시비교우위지수에서 한국은 중국에 비해서는 경쟁력이 없는 것으로 나타났다. 이러한 분석 결과는 한국의 수출성장이 중국에 비하여는 더디다는 것을 의미한다. 이러한 점에 비추어 볼 때 수출성장 전략으로는 미국, 중국, 일본, 베트남, 태국 등과 수출 상위 6위에서 10위 국가들 중 홍콩, 싱가폴의 소폭 감소를 제외한 대만, 말레이시아, 도미니카공화국에 대한 전반적인 수출증가 추세를 유지하는 방안이 필요하다. 또한 일본과 미국과의 무역수지 적자를 축소할 수 있는 방안은 물론 적자를 상쇄시킬 수 있는 수출다변화 전략이 필요하다. 특히 한국은 중국시장에서 일본・태국제품과의 경쟁관계를 감안한 전략이 필요하며, 일본시장에서의 태국・중국과의 경쟁관계를 고려한 수출 방안이 검토되어야 할 것이다. 또한 수입시장에서도 일본・미국・태국・스페인・프랑스 등의 제품에 대체하는 내수관리가 있어야 하는 품목이라 할 수 있다.

3. 시사점

1) 한국 향장품의 중국으로 수출 1위 품목은 330499호, 330510호이며, 2위 품목은 330430호와 330590호로 나타났다. 이러한 4개 품목을 한국 향장품의 주요 수출품목으로 입지를 강화하여 중국시장은 물론 국제경쟁력을 강화해 나가야 한다.

2) 한국 향장품의 무역수지 측면을 보면 2008년부터 흑자로 전환된 330430호를 제외하고는 모든 품목이 적자구조를 가지고 있다. 중국의 경우는 전 품목에서 흑자이다. 이것은 한국의 수출구조에도 문제가 있으나 더욱 적자를 가중시키는 원인이 한국 소비자의 수입품 선호

에 기인한 것이 크므로, 수출주도 전략과 더불어 수입대체 개발 전략은 물론 국내 소비자의 니즈에 맞는 내수관리 정책이 더욱 중요하게 관리되어야 한다.

3) 대세계 TSI를 보면 330430호만 국제시장에서 비교우위 품목으로 나타나고 전 품목에서 비교열위이다. 다만 330420・330491・330499・330530・330590호는 비교열위가 약화되는 추세여서 앞으로 이 품목에 대한 수출 촉진과 내수 관리가 조정되고 관리된다면 미래가 어둡지만은 않다고 볼 수 있다.

4) 한국의 중국에 대한 TSI로 중국에 대하여는 330420・330430・330499・330510・330590호는 비교우위이며 330410호는 비교열위가 약화되고 있다. 따라서 중국에 대하여는 비교우위 품목이 5개로 나타나 중국시장에서는 한국제품에 대한 수요가 있지만, 중국제품에 대해 한국에서는 소비자가 선호하지 않는다는 것을 반영하고 있다. 따라서 중국시장에서 5개 품목이 경쟁력이 있다는 결과에 따라 중국의 거대시장을 감안할 때, 수출 진작을 통한 무역수지 개선에 역점을 두어야 하는 품목이다.

5) 향장품에 대한 중국과의 비교에 의한 현시비교우위지수에서는 중국에 비해서는 330499・330510호가 경쟁력 우위이다. 이러한 경쟁력 우위 품목의 수출경쟁력을 유지, 강화하기 위해서는 수출주도 품목으로 강화하여 세계시장은 물론 아시아시장 등으로 수출을 확대하고 수출국가도 다변화하는 방안이 강구되어야 한다.

6) 본 연구의 시사점은 한국의 수출성장 전략을 위하여 경쟁관계에 있는 중국과 여러 측면에서 입체적인 분석을 하였다는 점이다. 첫 번째는 향장품별 수출입 현황을 파악하였고, 두 번째는 향장품별 주요 수출입 국가를 파악하였으며, 세 번째는 대 세계 무역특화지수에 의한 분석을 하였다. 네 번째는 대 중국 무역특화지수를 보았고, 다섯 번째는 현시비교우위지수에 의한 비교 분석을 통하여 한국 향장품별 수출성장 전략을 종합적으로 분석하여, 수출성장 전략 결과가 한국 향장품에 대한 수출경쟁력과 관련한 정책적 아이디어를 제안하였다는데 있다.

7) 본 연구의 차별성은 중국과의 수출경쟁력을 파악하기 위하여 여러 측면에서 입체적인 분석을 하였다는 점이다. 첫 번째는 향장품별 수출입 현황을 파악하였고, 두 번째는 향장품별 주요 수출입 국가를 파악하여 이를 무역경쟁력지수와 비교를 통하여 한국 향장품별 수출경쟁력을 종합적으로 분석하였다는데 있다. 이것은 무역경쟁력 지수가 수입구조를 반영하지 못한다는 한계를 수출입 현황과 수출입 국가를 파악하여 보완해 보았다는 점이고, 본고의 한계는 유럽국가와 미국 등 세계시장 측면을 고려하지 않고 중국과 단순 비교했다는 점이며, 다음 과제로 유럽 국가는 물론 한국과 교역관계에 있는 각 국가와 비교를 하기로 한다.

참 고 문 헌

공덕하,「한국화장품기업의 대 중국진출 전략에 관한 연구-한방화장품선브랜드를 중심으로」, 경기대학교 대학원, 2010.

김성철. “일반기계산업의 수출경쟁력 분석과 시사점-중국, 미국, 일본시장을 중심으로-”,「동북아경제연구, 한국동북아경제학회, 20(3), 2008, pp33-55.

김현지,「화장품산업의 현황과 발전전략에 관한 연구」, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2007.

남시경. “한중 철강교역구조 및 철강제품별 경쟁력 분석,″「POSRI 경영연구」, 7(1), 2007, pp.85-113.

모수원. “목포항과 지역의 무역구조″,「해운물류연구」, 한국해운물류학회, 56, 2008, pp.85-103.

오상훈,「FTA시대에 대비한 HS 품목분류 분쟁해결방안에 관한 연구」, 고려대학교 행정대학원 석사학위논문, 2011.

임준형, “HS하에서의 한・중・일 전자집적회로의 수출경쟁력,”「관세학회지」, 제12권 제3호, 한국관세학회, 2011, pp.133-149.

임준형・송규상, “한국과 미국 화장용제품의 경쟁력 비교”,「산업경제연구」, 제25권 제1호, 한국산업경제학회, 2012, pp.745-760.

임혜준, “한국 철강산업의 대일본 및 대중국 경쟁력 분석″,「무역학회지」, 한국무역학회, 32(1), 2007, pp.263-282.

장민수, “한국과 독일의 자동차산업 경쟁력 분석: TSI와 RCA지수를 중심으로″,「경상논총」, 26(4), 2008, pp.110-131.

한미숙,「한국화장품기업의 중국시장 진출전략」, 서울시립대학교 경영대학원, 2010.

홍의경,「글로벌 화장품기업의 글로벌전략 및 한국시장 진출 전략: 로레알 그룹과 에스티로더 그룹의 사례에서」, 숙명여자대학교 대학원, 2011.

Aiginger, K., “A Framework for Evaluating the Dynamic Competitiveness of Countries,” Structural Change and Economic Dynamics, 9, 1998.

Balassa, B.,“Trade Liberalization and ’Revealed’ Comparative,” The Manchester School of Economic and Social Studies, 33, 1965.

Poter, M.E.,“The Competitive Advantage of Nations,” Havard Business Reviews, March-April, 1990.

Redding, S.,“Specialization Dynamics.” Journal of International Economics, 58, 2002.

http://www.kita.net

ABSTRACT

Export Growth Strategy through Comparison of Korea and China's Cosmetics Export Competitiveness

Ji-Hye Park* · Chul-Ho Park**

Korea's export economy across all industries are affected by the rise of China. The field of cosmetics can not be an exception. Expansion of the export of Chinese cosmetic goods can bring a greater concern to the export of Korea. Therefore, comparing the competitiveness of cosmetics in China and Korea will propose Implications for export growth strategy. To this end, comparing Korea cosmetic product's competitiveness with China, Revealed Comparative Advantage Index (RCA), Trade Specialization Index (TSI) and the status of import and export countries were comprehensively analyzed. In the case of Korea, items that have a competitive over China were No. 330499 and No. 330510. The following items in proportion were No. 330430 and No. 330590. By strengthening its position of these four items as major export items of Korea Cosmetics, export growth strategy in China and other markets around the world is needed.

Key Words : Cosmetics, TSI, RCA, Export Growth

* Doctoral Course, Nambu University, First Author
** Professor, Nambu University, Corresponding Author