

2차전지, 중국 추격 위협적이다!

LG경제연구원, 시장 성장 가능성에서 유리 ... 기술력 유지가 관건

중국의 리튬이온 2차전지 생산기업들이 시장의 성장 가능성과 현지 수요기업의 성장, 정부 차원의 제도적 지원, 그리고 적극적인 기술 확보 노력이 어우러지면서 한국기업들의 입지를 위협하고 있다.

LG경제연구원 김정연 책임연구원에 따르면, 중국 내 1차전지나 니켈·카드뮴 전지, 니켈·수소 전지 등 2차전지를 생산하는 기업은 총 3000개에 이르는 것으로 파악되고 있으며, 이 가운데 리튬이온 2차전지를 생산하는 기업은 30개 이상인 것으로 알려지고 있다.

특히, 2002년 매출액 영업이익률이 20%에 달했던 BYD는 이미 세계적인 기업으로 성장했고 휴대폰을 중심으로 한 중국 내 Application 시장이 양호한 성장세를 지속하면서 제2, 제3의 BYD가 탄생할 가능성도 높아만 가고 있다. Motorola나 Nokia 등 외국 브랜드에 맞서 TCL, Bird, Kejian, Haier 등이 선전하고 있어 2차전지 기업들의 성장과도 직결될 것이라는 전망이다.

또 중국 내 휴대폰 모델이 다양하고 빠르게 변하고 있고 중국 내 2차전지 공급 채널이 고객별로 혹은 제품별로 복잡하게 얽혀있기 때문에 외국 경쟁기업보다 고객확보 및 공급대응 측면에서 유리한 입장이다.

외국의 주요 고객들이 중국에 생산기반을 구축·확대하는 것도 중국 리튬이온 2차전지 기업에 호재이다.

중국이 세계 생산량의 25%를 차지하는 휴대폰뿐만 아니라 노트북 컴퓨터에서도 Quanta, Compal, Arima, Inventec 등 타이완 기업들이 2002년에 상해, 남경 등 중국 지역으로 설비를 옮기거나 증설하고 있다.

한편, 중국 정부는 각종 전자통신 제품의 부품 국산화 비율을 50% 이상으로 하는 정책을 실시하고 있어 현지 기업들도 중국산 부품을 사용하는 것이 이득이 될 것으로 예상되며, 중국 2차전지 기업들의 성장과 수익성 재고 기회로 작용할 전망이다. 실제로 중국 내 Motorola는 중국 기업인 BYD의 리튬이온 2차전지를 50% 정도 사용하고 있다.

또 Ube, Asahi 등 일본 재료 기업들이 중국에 진출한 Sanyo, Sony 등 기업들 주변에 생산 기반을 구축한 것도 중국산 재료의 수요 증가와 공급 대응력 확보 차원에서 이루어진 것으로 비춰진다.

중국의 리튬이온 2차전지 기업현황(2002)

구 분	리튬이온 2차전지 사업현황			사업영역	비 고
	월출하량	월생산능력	생산방식		
BYD	1000만셀 이상	1100만셀 이상	반자동	리튬이온 각형, 니켈-수소, 니켈-카드뮴	중국 최대 전지기업 원통형, 중대형으로 사업 확대 계획
B&K	80만셀 이상	500만셀 이상	반자동	리튬이온 각형	중국 리튬이온 2차전지 After 마켓 1위
Huanyu	250만셀 이상	450만셀 이상	반자동	리튬이온 각형, 니켈-수소, 니켈-카드뮴	원재료 기업으로 출발 중국 리튬이온 2차전지 After 마켓 중심
Lishen	50-100만셀	500만셀 이하	자동	리튬이온 원통형·각형	중국 최초 원통형 18650 양산 전진시 정부의 지원
Coslight	100만셀 이하	450만셀 이하	자동	리튬이온 각형	주로 옴션 Battery용 생산 Zhong Xing, UTScinda 등 중국기업이 주요 고객
ATL	20만셀 이상	-	자동	리튬이온 폴리머	중국 최초의 폴리머 전지 전문기업 Valence, Shinko, Telcorda, Anoto 등이 주요 고객

자료) LG주간경제

더욱이 중국 리튬이온 2차전지 기업들이 자국 내 시장에 머물지 않고 세계로 진출하려는 노력을 하고 있다

는 점이 앞으로의 성장 전망을 밝게 해 주고 있다. BYD는 이미 홍콩, 미국, 유럽 등에 자회사를 설립했고 일본과 한국에 지사를 두어 해외 고객확보에 적극 나서고 있다. Huanyu은 미국, 유럽 등은 물론 멕시코, 남미, 아프리카에 이르는 세계 곳곳에 자회사나 지사를 설립해 운영하고 있을 정도이며, 러시아까지 진출한 Coslight를 비롯해 다른 기업들도 해외 현지지사 설립 등 마케팅 역량 강화에 많은 노력을 기울이고 있다.

중국 리튬이온 2차전지 기업들의 성장은 중국에 생산기반을 둔 주요 고객들에 대한 국내기업들의 입지를 위협할 가능성이 매우 높은 것으로 우려되고 있다. 뿐만 아니라 최대 리튬이온 2차전지 시장으로 자리매김할 중국에서 국내기업들이 설 자리도 줄어들 수 있다.

장기적인 관점에서는 국내기업들이 중국 리튬이온 2차전지 기업들의 저가 공세에 밀려 세계 시장에서의 경쟁력을 상실할 가능성도 있다. 국내기업들은 지속적 생산성 향상에도 불구하고 가격경쟁력에서 중국 2차전지 기업들에 뒤지는 것이 현실이다. BYD의 성장과 일본 중위권 기업들의 사례에서 보았듯이 중국 기업들의 공세와 이에 따른 시장 변화에 적절한 대응을 하지 못한다면 국내기업들도 속수무책으로 당할 수 있다.

김경연 연구위원은 국내기업들로서는 중국 시장 내에서의 경쟁뿐만 아니라 세계 시장에서 중국 리튬이온 2차전지 기업들과의 경쟁도 고려한 전략을 모색할 필요가 있다고 지적한다. 중국 현지에 직접 진출해 사업을 펼치거나 중국 2차전지 기업들이 따라오지 못하는 사업영역에 집중하는 등 다양한 방안을 생각해야 한다는 것이다.

무엇보다도 중국 2차전지 기업들에 대한 기술력 우위 유지와 더불어 고객과의 긴밀한 연계를 통한 제품 개발 등이 지속적으로 선행돼야 할 것으로 제시된다.

<Chemical Journal 2003/05/01>