



**일본, 크린저팬센터  
PET병 재활용 공장 완공**

일본의 크린저팬센터(CJC)는 삼중현(縣)에 연간 8천톤의 PET병을 재활용 용도로 처리할 수 있는 최대규모의 실험플랜트를 완공·최근 가동에 들어갔다.

삼정石化엔지니어링이 환경대책의 일환으로 연구해 온 구미의 분별기술을 도입, 전자동으로 전체 투입량의 70%를 순수한 투명 PET분말로 회수할 수 있도록 했다.

11억6천5백만엔을 투입, 건설중인 이 플랜트는 최근 시행된 [용기포장 리사이클법]에 대응

한 첨단 리사이클 설비로서 관련업계의 지대한 관심을 모으고 있다.

심에너지 산업기술종합개발기구(NEDO)와 PET병협의회가 자금을 출원, 완공할 PET병 첨단재자원화기술 실험설비는 NEDO가 CJC에 위탁, 관리하고 PET병협의회는 이용자를 대표해서 협력하게 된다.

약 3천평방미터의 재생처리 부지는 분별, 세척, 분쇄, 건조 등 15개장치가 콘베이어로 연결, 자동 운전된다.

수작업공정이 많은 기존설비에 비해 관리자를 포함, 약 3분의 1인 7명을 가동할 수 있다.

X선 투과율에 의한 염화비닐 분별장치와 화성처리 분석에 의한 색깔있는 병분별기는 美 NRT



社 제품을, 분말모양으로 분쇄한 PET에서 바람으로 라벨필름을 분리하는 비중차 선별장치는 오스트리아의 하이드사 제품을, 분말에서 금속 등 이물질 제거하는 진동장치는 美 로텍사 제품을 사용했다.

물론 일본제품로 독자성을 추구한 부분도 있다. 병 바깥부분을 세척하는데 용기·부품 세척 전문업체인 일본 압코의 스크류콘베이어 및 물 분사기술을 응용했다. 분말 PET를 세척, 오염 물질 등을 완전히 씻어내는 장치는 고마쓰가 개발했다.

### 佛, 사치품시장 포장중요성 부상 새 방법 통한 제품차별화 전략마련 고심

최근 프랑스의 고급사치품 관련업계에는 유통방식 변화, 시장확장 전략 및 동종업체간 경쟁 심화 양상에 직면해 제품차별화를 위한 새로운 전략마련에 부심하고 있다.

이같은 제품차별화 전략과 관련해 최근 새롭게 등장하고 있는 것은 포장과 관련한 제품차별화 전략을 들 수 있다.

이는 주로 고급상품과 독창적인 상품, 한정판 재상품에 주로 적용되고 있으며 이들 상품에 고부가가치화를 가능케 함으로써 치열한 가격경쟁 양상에 살아남기 위한 새로운 대안으로 인정받고 있다.

이같은 상황을 뒷받침하듯 프랑스의 한 기관에서 일반소비자를 대상으로 한 설문결과에서 한 상품을 우선 구매하게 하는 주된 이유 중 50%가 포장형태에 따라 선택적으로 구매한다고 답한 것으로 나타났다.

지난 96년 프랑스의 전체 포장시장은 총 F. Fr. 1천1백10억에 달하는 것으로 나타났고 이중 고급 사치품 포장시장도 최근 활발한 성장세를 보이고 있어 전체 포장시장의 10%에 해당하는 매출액 F. Fr. 1백10억을 기록한 것으로 나타났다.

포장의 단순성이란 포장의 중요성이 강조되지만 금빛나는 장식을 쓰지 않고 단순, 간결하고 복잡하지 않으며 제조비용을 최소화하는 선에서 포장재 및 작업과정이 단순한 포장방식이 유행하고 있다는 것이다.

둘째, 개발성이란 모델이 한정돼 있는 고급사치품과 같은 제품의 경우 소비자 요구에 따라 포장을 해주는 방식이다. 즉 추가 비용을 지불하고 향수병에 대한 소비자의 특별주문과 같은 예를 의미한다.

셋째, 독창성이란 특히 향수나 화장품포장에서 주로 나타나고 있는데 이는 프랑스제품을 외국산과 차별화하는 가장 유력한 방식으로 간주되면서 흔히 French Touch라고 불리기도 한다.

이같은 포장방식의 변화추세는 소비자의 소비성향 변화를 그대로 반영하고 있다고 볼 수 있으며 브랜드명으로 제품의 차별화가 충분치 않다는 말로 풀이될 수 있다.

또한 이같은 포장방식을 통한 제품차별화 전략은 프랑스 소비자의 소비변화 추세에 효과적으로 대응하고 제품가격경쟁을 통한 시장확보 전략에 못지않게 중요한 기업전략의 하나로 인식되고 있음을 반증하는 것이다.

이는 곧바로 대프랑스 수출기업들이 제품수출시에도 고려해야 할 중요한 포인트라고 볼 수 있다.



## 독일업체 화장지 생산·포장기계 찾아

### 중동국가에 공급계획

독일 Atlas사가 우리나라로부터 화장지 생산 및 포장기계 수입을 추진하고 있다.

구입하려는 기계는 다음 4가지 종류이다.

- 각종 화장지를 접을 수 있으며, 필요한 경우 상호접착할 수 있는 기계(Box closing machine)
- 분당 약 80개의 티슈를 생산할 수 있는 기계
- 폭이 1m, 1.3m인 화장실용 화장지를 감는 기계(절단시릿포함)
- 화장지를 생산하며, 포장할 수 있는 기계

이 회사는 위와 같은 기계를 이집트 등 중동국가에 공급할 계획이며, 우리나라 업체와 신뢰관계가 이루어지면 중동지역의 대리점으로서의 역할을 담당하기를 원하고 있다.

또한 중고기계의 구입에도 관심이 많다.

## 중국 화장품시장 적극 진출

### 유명 외국제품 각축장 될듯

최근 중국의 화장품 시장은 경제 발전과 생활 수준 향상 등으로 매년 그 규모가 확대되고 있는 추세이다.

2000년에는 연간 판매액이 3백억원에 달할 것으로 예상되고, 2002년에는 5백억원에 달할 것으로 예측되고 있어 우리나라 관련업체의 이에 대한 관심이 요망된다.

이는 지난 92년에는 중국의 1인당 평균 화장품 소비액이 5원에 불과했던 것이 96년에 10원

으로 1백%의 증가를 기록했던 점과 지난 92년~95년 기간 중의 화장품의 판매액이 매년 40%이상 증가보였던 등을 감안하면 실현가능성이 높을 것으로 판단된다.

上海의 경우는 1인당 평균 화장품 소비액이 이미 88.8원에 달하고 있고 사천지역도 成都 등의 도시지역은 거의 이에 근접해 가고 있는 것으로 나타났다.

이중에서 기초 화장품의 소비가 35%로 아직까지는 가장 많고, 그 다음이 미용 화장품이 29%, 두발용품의 28%, 향수 등의 기타제품이 8% 정도인 것으로 알려지고 있다.

향후에는 색조 화장품류 경우의 소비가 증가할 것으로 예상되고 있다.

이러한 중국의 화장품시장 확대와 아울러 중국의 화장품 생산능력도 확대되고 있다. 79년에는 불과 몇개에 불과하던 중국의 화장품 생산업체가 현재는 이미 3천여개에 이르고 있다.

특히 최근 화장품에 대한 수입관세 인하로 중국의 화장품 시장은 점진적으로 개방돼 외국산 화장품의 진출이 더욱 더 확대될 것으로 보인다.

P&G, Avon, Jhonson & Jhonson, Kose, Kao, Henkel, Unilever, Kiss me, Naris 등의 세계의 우수 화장품 업체들도 이미 여러 형태로 진출해 있어 시장 경쟁도 치열한 편이다.

잠재력이 큰 중국의 화장품 시장이지만 경쟁도 치열한 만큼, 모든 제품의 판매가 잘될 것으로 기대하기는 어려우므로 현재 각종 관세 및 비관세 보호 아래에서도 시장판매에 있어서 열세를 보이는 중국산 화장품과 판매호조를 보이는 외국 유명 화장품의 판매 호부진 분석을 향후 우리나라산 화장품의 중국시장으로 접근 또는 진출방안이 될 것으로 보인다.



**브랜드 이미지가 높지 않다.**

광고 및 소비자를 대상으로 하는 시장개척 노력 부족으로 중국산 화장품을 大寶, 六神, 美加淨 등 몇몇 브랜드를 제외하고는 소비자들에게 널리 알려진 브랜드가 없다.

**품질관리가 엄격하지 않다.**

화장품이 명품으로 인정을 받으려면 우선 안정적인 우수한 품질의 제품이어야만 하나, 현재 중국산 제품은 대체로 품질이 안정적이지 못하고 일부 중소기업 제품은 품질이 지극히 불량하며, 심지어 모조품도 유통되고 있어 소비자로부터 품질에 대한 신뢰를 받고 있지 못하고 있다.

**기술 개발을 등한시하고 있다.**

최근 과학기술의 발전에 따라 화장품도 약리, 피부 과학, 생물화학 등 다방면을 고려해 생산되어야 함에도 불구하고 중국산 제품은 이러한 면에서의 기술 개발 노력을 등한시하고, 화장품을 단순히 정제 화공제품으로만 보고 생산하고 있어 제품이 단순하고 개성이 없다.

**포장 디자인과 재질이 좋지 않다.**

일반적으로 포장은 내장된 상품의 보호 뿐만 아니라 상품 선전, 판매 촉진, 브랜드 이미지 제고 등의 효과가 있는데 중국의 대다수 화장품 생산업체는 아직까지 포장의 중요성을 인식하지 못하고 포장을 하지 않고 판매를 하는 경우도 있고, 포장되어 있는 경우도 디자인, 재질이 좋지 않다.

반면 일부 업체에서는 지나치게 서양식을 모방한 천박한 포장을 해 중국 소비자들의 시선을 끌지 못하는 경우도 있는 것으로 알려지고 있다.

이는 중국 화장품 시장에서의 중국산 화장품이 고정을 하는 요인으로 분석되고 있어, 우리 관련 업체도 중국시장 진출시 반드시 다시 점검하고 고려해야만 되는 사항으로 판단된다.

특히 일회성의 저가 재고품 덩핑 판매로는 장기적인 시장 확보는 물론, 향후 타 업체의 시장 개척에도 상당한 어려움을 준다는 것을 유념해야만 한다.

그리고 현재 중국 화장품시장에서 명품으로 통용되는 제품들은 기본적으로 양호한 품질의 제품들이지만 반드시 고가의 제품만은 아닌것으로 조사되고 있다.

이는 신뢰할 수 있는 품질과 기술, 광고 및 시장개척, 판매원들이 태도 등의 복합적인 요소가 어우러져 높은 시장 점유율을 나타내고 있는 것이다.

비록 사천지역에서의 판매량은 그다지 많지는 않지만 우리나라의 T사가 중국시장에 적합한 품질, 서비스, 가격의 제품 생산과 아름답고 건강한 것을 사회로 내보내자는 경영 방침으로 인해 중국 화장품시장에서 좋은 평가를 받고 있는 것도 이를 입증해 준다고 할 수 있다.

끝으로 화장품의 경우는 최종 소비자에게 판매되기 전까지 현지 중간상 또는 유통 업체의 역할이 아주 중요하므로 현지의 중간상 또는 유통 업체를 발굴해 이들과 긴밀한 협력관계를 유지해야 하고, 지역별 특성에 부합한 상품의 판매를 추진해야 한다.

실례로 사천과 같이 습도가 비교적 높은 지역에는 비교적 끈적거리지 않는 화장품류의 판매를 시도하고 북경과 같이 습도가 낮은 지역에서는 피부 보호작용이 강한 제품의 판매를 시도해야 될 것으로 보인다.



## 플라스틱병 제조설비 찾아

### 뉴질랜드업체 디젤엔진도

뉴질랜드 오클랜드 소재 Sunnz International사가 한국산 플라스틱병 제조설비와 디젤엔진 수입을 희망하고 있다.

이 회사는 한국상품 상설전시판매장을 운영하고 있는 유력 수입상이다.

플라스틱 제조설비는 품질에 주안을 두고 있으며 디젤엔진은 신제품과 중고품 모두 수입을 희망하고 있는데, 주요 모델은 Mazda R2, Mitsubishi 4D56등이다.

디젤엔진은 가격 등 거래조건을 일단 검토한 후 수입 물량을 결정할 예정이다.

## KOTRA 주최 기계설비 수출상담회서

### 34개국 전문수입상 177명 유치

KOTRA는 지난 10월 24~25일 양일간 전세계 34개국에서 기계설비 전문 수입상 1백77명을 유치, '기계류 및 산업설비 수출상담회'를 개최해 1백10건의 상담을 추진, 11억 5천8백만달러의 상담추진 실적을 거두었다.

KOTRA가 개최한 이번 상담회 성과가 그 어느 행사보다도 두드러지게 큰 원인은 기계설비의 특징상 국내업체가 해외로 나가기 보다는 해외바이어를 국내로 유치해 관련공장을 직접 방문하면서 상담토록 추진했다는 데 찾을 수 있다.

또한 우리나라 수출이 고비용체제로 경쟁력이 급격히 상실해 가고 있는 경공업제품보다는 부가가치가 높은 기계류 및 산업설비분야에서 경

쟁력이 높아져 해외시장에서 수요가 크게 늘어가고 있다는 것을 반증한 것이라고 볼 수 있다.

이번 상담회에서 특기할만한 사항은 지난 2월에도 방한한 바 있는 쿠웨이트 바이어로부터 석유화학설비 5억달러, 담수화설비 1억2천만달러와 브라질로부터는 2천7백만달러에 달하는 H-빔 제작기계, 레바논은 1억달러에 달하는 종합머시닝센터 등 초대형 상담이 추진되고 있는 눈길을 끌고 있다.

그 외에도 UAE로부터 알루미늄가공기 2천만달러, 굴삭기 및 지게차 등 7백만달러와 일본의 NKK로부터 감속기 2천만달러 등이 추진 중에 있다.

이 같은 상담실적 외에도 일본으로부터 쓰레기부산물 처리설비 3천만달러, 레바논의 플라스틱 압출설비 2백50만달러 및 터키와의 쇼핑백 제조설비등 7건의 수출계약이 6백20만달러에 달했다.

지역별로 수출상담성과를 분석해 보면 요르단, 이란, UAE 및 레바논 등 중동지역에서는 대규모 산업설비인 석유화학설비, 프레스 주변기기, 머시닝센터 건립, 1회용 주사기제도 및 알루미늄 롤링 설비 등 50건의 상담을 추진해 상담액이 11억달러로 가장 많았다.

중남미지역에서는 브라질, 과테말라 및 파라과이 등지에서는 전문기계설비인 H-빔 제작기, 철강관련 기계설비와 생활용품 생산설비인 포장기계, 라면제조설비 등 20여건에 달하는 1천4백만달러의 상담을 추진하고 있다.

시장경제체제로 전환한 지 얼마되지 않은 동구의 러시아, 루마니아 및 슬로베니아에서는 제지생산기계설비, Pet Bottle Making 및 PE Form Making 설비와 중공자동차류 등 생활용품 관련 생산설비가 인기있는 것으로 나타났다. [K]