

한류열풍이 넘실대는 베트남을 느껴본 후...

삼화이오씨알(주) 해외영업부 최태성 대리

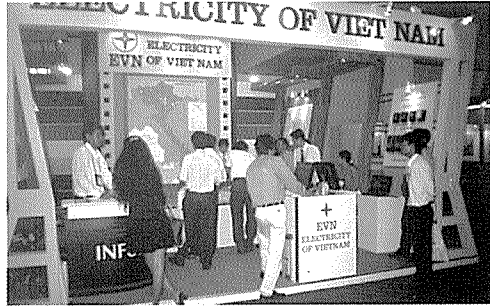
베트남은 '87년 도이모이 개혁정책 시행과 '90년대 초 미국과의 무역협정 이후로 연평균 5~7% 대의 고성장을 기반으로 급격한 수출신장세를 유지하여 우리 한국에게는 현지투자자의 가치가 있는 매력적인 나라로 지난 7월부터는 AFTA 협정에 따라 수입관세가 5%까지 인하돼 국내 중전기 업계의 대 베트남 수출환경이 크게 개선되는 등 대선진국 및 아세안 우회수출 전진기지로 부상하고 있다.



베트남내에서도 투자가 활발한 지역으로는 단연 남쪽의 호치민시와 북쪽의 하노이시를 꼽을 수 있으며, 이 두 도시는 매년 한국전기산업진흥회의 여러 기관 및 단체에서 전시회 참가 및 투자, 시장조사가 활발한 곳이다.

금번 베트남 호치민에서 개최된 「POWER-GEN ASIA 2003」에는 삼화이오씨알(주)의 5개사가 공동으로 참가하게 되었다.

부스확인, 설치 및 정리를 위해서, 전시개막 2일 전에 출국하였는데 출국시간은 다소 늦은 오후이어서 다소 여유로웠으나, 서울에서의 5시간여의 비행 끝에 도착한 베트남 호치민 공항은 이미 늦은 밤이었다. 베트남 공항에서 숙소로의 이동, 호텔에서의 방 배정등, 사실상의 첫날 일정을 모



두 마치고 방에 올라와 개인 짐 정리, 전시회 관련 점검 등 차분한 시간을 보내고자 하였으나 이미 현지는 한국시간으로 이미 새벽 3시를 넘어가고 있었다. 시차는 비록 2시간 정도이어서 그리 그 차이를 느끼지는 못하였지만, 설틈없이 움직인 첫날 여정과 아침 일찍 일어나 전시장 이동, 부스 설치 등 바쁜 일정을 소화해야 하는 탓에 간단히 씻고 바로 잠을 청하였다.

베트남에서의 첫날, 내일부터 시작되는 전시회의 부스내 전시물품 준비등 전시회 준비의 마지막 점검 및 확인을 하였다. 가져온 벽걸이 판넬, 포스터, 홍보영상물, 카탈록, 샘플제품등을 점검 및 사전 구상하였던 대로 부스내에 배치하니 어느덧 점심시간을 지난 뒤여서 간단한 요기와 함께 마저 정리하고 다 끝내니 하루해가 저물기 시작했다.



9월23일 「Powr-Gen Asia 2003」 전시회가 개막을 하여 25일까지 3일간의 본격적인 일정이 시작되었다.

보통 관례적으로 세계 기타 전시회 기간이 4일에서 5일이었지만, 요 몇 년전부터는 대개의 전시회 추세가 보통 3일간의 일정으로 진행된다. 4~5일간의 양적인 전시회 보다는 짧은 일정속에서 사람들로 하여금 빠른 시간에 보고 결정하여 접촉하고 거래하라는 의미 같아서 매일, 매시간이 부족하고 짧게 빨리 지나가는 것 같았다.

전시회 첫날의 오전시간에는 다소 늦게 열고 개막축하행사가 있어, 전체 부스에는 다소 사람이 한가로웠다. 하지만 점심식사 후 조금씩 오전에 적었던 방문객들이 한꺼번에 몰리고, 여기저기에서 자사 홍보용 이벤트 및 행사가 있어 소란스러워지며 이제야 전시회 같은 면모를 느낄 수 있었다.

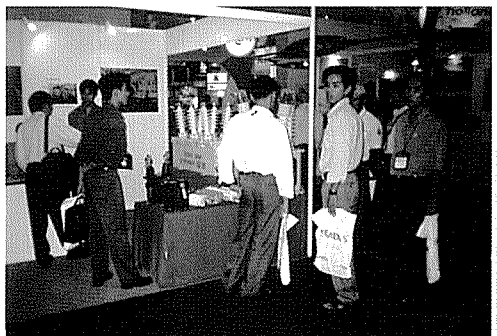
우리가 방문한 때의 호치민시의 날씨는 전시회 기간 내내 말 그대로 '스콜' 이었다. 아침, 전시장으로 이동할 때는 더운 날씨와 퇴악별에 눈을 뜨기도 힘들었지만, 갑자기 몰려든 먹구름에 조금 뒤 붙어 닳치는 비 바람에 태풍인가 싶기도 하였다. 하지만 잠시 뒤 비바람이 잠잠해지고, 또 다시 무더운 날씨를 보였다. 이런 현상이 하루에도 몇번씩 잦은 탓에 전시장을 찾아온 방문객은 쉽사리 전시장을 떠나지 않고 관심있는 부스에서 오랫동안 넉넉한 상담을 하는 모습을 쉽게 찾아볼 수 있었다.

한국산 제품은 품질 및 디자인 등에서 좋은 반응을 보이고 있으나 중국, 대만 등 동남아 제품과 비교하여 가격경쟁력에서는 다소 열세인 것으로 나타나고 있으며, 이는 월드컵을 통한 신인도 제



고 및 한류 열풍으로 인하여 한국에 대한 좋은 이미지를 가지고 있어 앞으로 2-3년을 내다보고 꾸준한 마케팅 전략을 세우면 좋은 결과를 기대할 수 있을 것으로 보였다.

발전기는 전시회 참가업체 전체적으로 기술수준의 차이는 별로없어 시장에 적응하기 위해서는 가격 경쟁이 불가피하나 베트남 진출시 관세 등이 높아 걸림돌로 작용할 가능성이 클 것으로 보이며, 차단기는 가격면에서는 대동소이하고 기술적 측면에서도 신제품 개발을 통한 시장진출시 충분한 경쟁력이 있을 것으로 판단되며, 개폐기는 미국 및 현지업체에 비해 가격 열세로 나타났다으며, 계기용 변압기·변성기의 경우 옥내용은 없고 옥외용만 사용하고 있어 시장진출이 다소 어려울 것으로 예상되었다.



몰드변압기는 고가설비와 저 기술로 아직 생산량이 전무하며 핵심 부품인 코일을 수입하여 조립 판매하거나 기술제휴 등에 관심이 높았으며, 계전기는 경쟁품목이 출품되지 않아 현지 대리점과 연계하여 홍보함으로써 상대적으로 상담효과가 극대화되었으며, 베트남 시장이 확대되고 있는 시점에 참가하여 많은 효과를 기대해도 좋을 것 같았다.

참가업체의 대부분이 현지 에이전트를 통해 오랫동안 거래관계를 유지하고 있어 동 전시회가 시장확대 및 제품 홍보에 많은 효과가 있었던 것으로 생각되었다.

전체적인 전시회는 전시회장 앞자리에 위치한 메이저급의 회사들이 분위기를 고조시키고, 참가객들은 먼저 앞쪽의 참관을 끝내고 옆쪽과 뒤쪽으로 도는 그러한 순서를 보였다. 또한 다른 국가 여타 전시회와는 달리, 베트남 전시회에는 한국전기산업진흥회가 주관한 한국관 부스외에도 독자적으로 처녀참가한 업체와 두산중공업의 전시회 독자 참여도 눈에 띄었으며, 이는바로 현재 베트남시장에 대한 성장가능성과 시장규모를 나타내주는 또 하나의 반증미 아닌가 싶었다.



전시회 기간 내내 한국관에는 많은 수의 참관객과 관심있는 고객들로 붐비었으며, 그 중에서도 보국전기공업(주)의 발전시스템과 (주)여기로테크의 개폐기, (주)KP일렉트릭의 몰드변압기, 삼화이오씨알(주)의 전자식과전류 계전기등 참가 업체 모두 현지 딜러와 참관객들로부터 좋은 반응을 이끌어 내었다.

전체적으로는 미국, 프랑스, 독일, 네덜란드, 중국, 일본, 두바이 등 각국에서 200여개 기업이 참가하여 발전계통과 중전기기 등 베트남시장에서의 각사의 제품 및 기술, 브랜드 이미지 확보를 위해 적극적으로 활동하였다.

최근 한류열풍으로 인하여 베트남 현지에서 한국의 이미지가 크게 제고되고 있다. 이는 비단 인기스타 몇 사람만이 인기를 얻는 것에 한정되는 것이 아니라, 한국 국가에 대한 이미지 제고에도 크게 기여를 하고 있다.

이에 베트남 현지시장에서 소위 스타마케팅을 이용하는 것도 하나의 방법이라 할 수 있으며 스타를 통하여 전체적인 국가 이미지 제고, 그리고 여기에 기업의 베트남 시장에서의 유통망 확보와 고객만족의 서비스 제공을 가미한다면 그 효과는 클 것으로 생각된다.

마지막으로 베트남 전시회 출발부터 도착까지 참가업체의 전체일정, 편의사항 등등을 뒤에서 묵묵히 진행하고 보살펴준 한국전기산업진흥회 관계자 여러분께 다시 한번 감사를 드리며, 함께 참가하여 고생하신 각사 실무진들에게도 수고하셨습니다는 말씀드립니다.