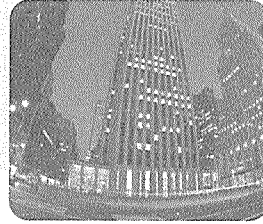


SPECIAL-1

논단
& 특집



해외전시회 파견 결과보고

- Power - Gen Asia 2004 - 한국전기산업진흥회 이영호 주임
- 베트남전기엑스포 2004 - 한국전기산업진흥회 강용진 팀장



I. Power - Gen Asia 2004 참가 결과보고

○ 총 참가 업체 수 : 170개사

○ 전시품목 : 발전기, 터빈, 보일러 시스템, 에너지 절감 시스템 신·재생 에너지 시스템,

1. 참가 배경 및 목적

가. 참가배경

○ 최근 국내경기의 전반적인 침체 및 건설경기가 위축으로 인한 중전기 업계의 내수시장의 어려움을 극복하고, 국가 기본 산업이면서도 무역역조가 심한 전기산업을 육성, 수출 활성화를 위하여 최근 경제 성장에 힘입어 전력기자재 관련 시장이 급신장하고 있는 동남아 시장 개척을 위하여 한국전력공사의 적극적인 지원 아래 한국전기산업진흥회에서 주관하여 Power - Gen Asia 2004 전시회에 참가하게 됨.

나. 참가목적

- 한국의 전기기기 제품 우수성 홍보 및 수출상담
- 바이어 상담으로 국내 중전기 제품 진출가능 품목 발굴
- 태국을 비롯한 인근 동남아 전력기자재 관련 시장 동향 조사
- 수출시장 다변화 및 해외업체의 국내 투자유치
- 2004년 서울국제종합전기기기전 참가 및 바이어 유치를 위한 홍보

2. 전시회 개요

- 전시회명 : Power - Gen Asia 2004
- 전시기간 : 2004. 10. 5 ~ 10. 7 (3일간)
- 장 소 : Impact International Exhibition & Convention Center (Bangkok, Thailand)
- 전시면적 : 5,000㎡
- 주 관 : PennWell Co., Ltd

3. 한국 전기산업 홍보관 운영 결과

가. 개요

- 주 관 : 한국전기산업진흥회
- 지원기관 : 한국전력공사
- 참가규모 : 10개 업체 (진흥회 포함) 90m² (10부스)
- 지원현황 : 1개 부스 임차비의 100%
- 참가품목 : UPS, 변압기, 폴리머 현수애자, 퓨즈, 배전자동화 단말 장치, 부스바 가공기, 과도전압 낙뢰보호기

나. 참가업체별 상담 및 계약 실적

(단위 : \$)

연번	회사명	참가자	주 생산품	① 상담액 ② 계약액
1	이화전기 공업(주)	이강선	UPS	① 1,300,000 ② 42,000
2	피앤씨테크 (주)	박동용	배전자동화 단말장치	① 332,000 ② -
3	남성기업사	심재기	다기능 부스바 가공기	① 202,000 ② 96,000
4	우신전기	신지옥	UPS	① 850,000 ② 25,000
5	(주)크로스티 이씨	최유진	UPS	① 110,000 ② -
6	프로텍손솔 루션엔크(주)	김석환	과도전압뇌뢰 보호기	① 510,000 ② -
7	국제전기(주)	신재유	변압기	① 780,000 ② -
8	(주)이앤아이	이창형	폴리머 현수애자	① 600,000 ② -

연번	회사명	참가자	주 생산품	① 상담액 ② 계약액
9	(주)세광전기	유영국	퓨즈	① 260,000 ② -
10	한국전기 산업진흥회	이영호	한국전기산업 및 SIEF 2004 홍보	-

4. 한국제품에 대한 현지 반응

○ 태국 현지 바이어뿐만 아니라 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아 등 동남아와 스리랑카, 인도, 파키스탄 등 서남아시아의 바이어들도 많이 참석하였으며, 선진국의 제품에 비해 질적으로 대등하고 가격 경쟁력에서 우위를 보이는 한국제품에 대하여 긍정적인 반응 보임.

○ 발전기 관련 제품 및 업체가 주류를 이루어 상대적으로 변압기 및 UPS 제품이 희소하였고, 산업화의 진행에 따른 사회간접자본 투자 및 전력수요의 증대로 인하여 바이어들의 관심이 높았음.

5. 향후 진출전망 및 진출 시 유의사항

○ 동남아 및 서아시아 지역의 경제 개발로 전력수요가 증대되어 각국에서는 전력망 확충에 대한 장기적인 계획을 가지고 있으며, 이에 따른 전망은 좋은 편임.

○ 현재는 주로 유럽계 업체와 일본계 업체가 시장을 장악하고 있어 이를 극복하기 위해서는 한전 및 대기업과 함께 발·송·배전 전체에 대한 시스템적인 접근과 이해가 필수적이며, 장기적인 관점에서 전력망은 최초 구성된 기자재가 지속적으로 사용되는 경향이 높아 초기 시장선점이 중요함.

○ 전력기자재는 가격도 중요하지만 높은 신뢰성과 안전성, 국제적 규격 및 호환성 등을 요구하는바, 바이어들의 높은 관심에도 불구하고 현장에서 직접적인 구매로 이어지는 데는 어려움이 있으나 상담 바이어에 대한 꾸준한 관리와 국제적 인지도 향상 등에 노력할 필요가 있음

○ 현지화를 위하여 지사화 사업 수행 및 에이전트사 발굴 등 장기적인 전략과 시장 동향 파악, 현지 바이어 발굴, 유력인사 접촉 등이 동시에 이루어져야하며, 이를 위해서는 KOTRA와 유기적인 협조체제를 구축하고, 국내 기업간 정보의 공유와 업체간 과당 경쟁을 피해야함.

6. 향후 추진 계획

○ 현지 KOTRA와 유기적인 협력을 통하여 사전 시장정보 파악에 힘쓰고, 유력 바이어를 발굴, 초청하여 보다 내실 있는 상담이 이루어질 수 있도록 함

○ 개인 소지 물품에 대한 주의를 강화하고, 여행자 보험에 소지 물품에 대한 옵션 등을 포함하여 사고에 대비

○ 전력 기자재는 일반 소비재와는 달리 높은 신뢰도와 국제적인 검증이 필요하므로 꾸준한 전시회 참가 및 시장 개척단 활동으로 바이어의 신뢰를 쌓아나가면서, 한전 및 대기업과의 컨소시엄 등을 구성하여 진출하는 방안의 모색이 필요함

II. 베트남 전기엑스포 2004 참가결과 보고

1. 총괄

■ 참가업체

- (주)비츠로테크 등 13개사(진흥회 부스포함) 실무자 22명
- 부스 및 운송비 지원기관인 한전 실무자(감독관) 1명 포함
- ※ 현대중공업(주) 8부스 별도 참가

■ 성과

- 계약실적 : 264천불(전시제품 위주로 판매)
- 상담실적 : 4,680천불
- 한국관 방문객 : 2,470명

■ 현지 국산제품 인지도

- 저압차단기, 개폐기, 전선, 부스바 가공기 제품을 선호
- 변압기는 현지 전력청산하 생산업체(중업원 500명, 연간매출액 200억원)가 있어 시장진출에 다소 어려움이 있음

■ 개선점

- 동중업체 중복 참가 검토
- 전시기간중 주요바이어를 초청하여 만찬 및 간담회 개최
- 전시회 참가전 정보입수(시장동향, 현지 유통, 핵심바이어 등), 참가업체 현지 언론홍보, 한국관 공동 인터넷 설치 등
- 현지 전기전시회 참가보다 별도 한국업체만 유망 국가 별로 한국 중전기 전시회를 개최하는 것도 검토(정부 지원 전제)
- 전시회 협력사(국내 에이전트, 운송사, 여행사) 적극성 결여
- 대기업과 연계 공동부스관을 형성하여 중소기업 홍보관

이미지 개선 필요

- 해외전시회 참가실적 통계를 산출하여 전시회지원 시책에 반영

■ 특이사항

- 한국전력공사에서 부스비 및 운송비 전액지원
- 베트남 산업부 차관 "Mr. DO HUU HAC" 한국관 전 업체를 방문하여 감사(진흥회 부스에서 기념촬영)
- 전기진흥회 양흔(비츠로테크 대표) 이사님께서 한국관 참가업체를 방문하여 노고치하

2. 전시회 개요 및 결과

가. 베트남 전기엑스포 2004

■ 정식명칭 : Vietnam Electricity Expo 2004

- Vietnam Oil & Gas Expo 2004와 병행 개최

■ 전시기간 : 10. 27~29(3일)

■ 개최장소 : 베트남 호치밍시 HIECC (국제전시 및 컨벤션센터)

■ 전시규모 : 3,000㎡

■ 주관

- CP EXHIBITION(홍콩 전시전문업체)

■ 후원

- 베트남 EVN(전력회사), 산업부, 무역&산업회

Korea Electrical Manufacturers Association

■ 전시품목

○ 변압기, 차단기, 개폐기, 폴리머 등

○ 참가규모 : 117㎡(13개 부스)

○ 참가업체 : 진흥회, (주)비츠로테크 등 14개사

■ 참가업체

○ 미국, 영국, 중국, 우크라이나 등 15개국 94개사

○ 미쓰비시, 지멘스 등 선진업체도 참가

■ 참가업체 및 출품품목

NO	소 속	직책	성 명	출 품 품 목	비 고
1	여기로테크(주)	상무이사	이 해 진	ACB, ATS	단 장
2	한국전력공사	과 장 (중소기업 지원팀)	이 태 규	전력공급, 참가비 전액지원	감독관
3	한국전기산업진흥회	팀장	강 용 진	주관기관	총 무
4	영화산업전기(주)	이 사	공 용 식	MOF, CT, PT	
5		주 임	김 제 현		
6	남성기업사	대표이사	이 중 성	부스바가공기	
7		차 장	심 재 기		
8	(주)비츠로테크	부 장	장 원 섭	VCB, ACB	
9		차 장	강 동 완		
10		직 원	서 영 호		
11	오성기전(주)	과 장	문 성 환	ACB, ATS	
12	(주)삼능	이 사	정 인	MOF, ASS	
13	(주)케이피일렉트릭	상무이사	정 원 창	변압기	
14	동방전기공업(주)	상무이사	함 헌 수	변압기	
15	(주)엘파워텍	대표이사	최성규	변압기	
16	우신기전	대표이사	김 혁	UPS	
17	동우전기공업(주)	이 사	전 태 원	변성기	
18		대 리	기 성 호		
19	여기로테크(주)	차 장	김 인 유	ACB, ATS	
20		주 임	우 재 정		
21	(주)한국기술서비스	팀 장	최 유 진	발전기	
합 계 : 15개사 21명					

■ 참관객 : 15,000명

■ 특 징

○ 베트남 정부의 투자활성화 정책 일환 및 전력설비 증가에 따른 외자유치 등을 목적으로 전시

○ 국내 전기전보다 규모가 3배 정도 적으나 베트남 참관객은 수준이 높고 관심이 많음

○ 중국, 우크라이나 등 후발업체들도 베트남 전기시장에 관심

나. 『한국 전기산업 중소기업 홍보관』

■ 개 요

○ 목 적

- 미래 전력산업 성장 잠재력이 큰 베트남 전기산업 시장공략

- 국내 전기산업의 베트남에 직접 및 합작투자 진출방안 모색

- 베트남 전기산업 시장, 기술정보 조사 및 중소기업의 동남아 시장에 대한 수출활력 제공

- 2005년 서울국제종합전기기기전 홍보

○ 파견기간 : 2004. 10. 25 ~ 31(6박 7일간)

○ 주 관 : 한국전기산업진흥회(KOEMA)

- 전기진흥회 기획관리팀장 파견

○ 후 원 : 한국전력공사(중소기업지원팀)

- 중소기업지원팀 이태규 과장 파견

■ 참가실적 및 한국제품 인지도

○ 상담 및 계약실적

상담 실적		계약 실적		상담
건 수	금액(천불)	건 수	금액(천불)	
203	4,680	10	264	바이어수(명) 2,470

※ 전시품목은 4개 업체를 제외하여 전품목 계약

○ 한국제품 인지도

- 삼성, LG의 핸드폰, 냉장고등의 인지도가 높아짐에 따라 자연히 전기기기도 중국 등 후발국에 비하여 선호도가 높음
- 특히 저압차단기, 개폐기, 전선, 부스바 가공기 등은 인기가 높음

■ 개선점

○ 동종품목 생산업체 중복참가 검토

- 동종품목 중복참가시 바이어 상담 등에 어려움이 있으며, 특히 동남아 바이어는 가격등에 치중하기 때문에 결국 국내업체 과당경쟁으로 향후 수출여건 형성에 난관예상

○ 핵심바이어 초청 및 간담회 병행 개최 고려

- 전력회사, 핵심바이어 등을 전시기간중에 초청하여 국내 참가업체와 간담회를 가질 수 있는 장을 마련하여 국산제품 인지도 제고

○ 전시회 참가전 참가국 및 주변국의 시장동향, 주요 바이어, 유통구조 등을 사전 인지하여 참가하는 것이 바람직

○ 국내 대기업과 연계하여 공동 홍보관으로 참가하여 한국관 이미지 제고 필요성

○ 사전 국내 참가업체, 전시출품 품목 등을 현지 언론사에 홍보하고, 참가업체에 대한 서비스 제고

- 현지 언론사에 광고게제
- 한국홍보관에 인터넷 설치

○ 정부 및 한전지원 전시회는 지속적으로 사후관리 필요

- 지속적인 전시회 실적 통계

- 바이어 관리 등

○ 전시회 협력사(국내 에이전트, 운송사 등)의 적극성 유도

○ 전시회 참가세미나는 R&D부서를 중심으로 참여 필요

- 중소기업의 경비 부족으로 수출전문가만 파견하는데 전시기간중 신기술발표 등의 세미나에 기술 및 품질부서 직원을 파견하여 해외 기술동향을 파악하는 것도 중요함

○ 향후 정부 및 한전지원폭이 확대된다면 한국업체만 별도로 유망국가별 "한국 전기산업 중소기업 홍보관"을 운영하는 것도 필요함

- 제품수출에 한정하지 않고 해외 선진업체의 R&D 투자 유치 및 국내 업체의 해외공장 투자 등의 로드쇼 병행

■ 실무진 바이어 상담능력

○ 한전에서 최초 지원시보다 현재는 바이어 상담, 제품판매 등의 파견실무진 능력이 타 산업과 대등 또는 많이 향상되어 그동안 한전이 꾸준한 투자결실이 이루어지고 있음을 반증

○ 베트남은 직접 상담보다는 대부분 참가업체는 현지 에이전트를 두고 상담하고 있음

◇ 한전과 전기업체 수출담당자와 간담회 추진필요 ◇

○ 그동안 한전지원 해외전시회 실적 평가

○ 해외전시회 파견시 참가업체 애로 및 건의사항 수렴

○ 한전지원 해외전시회의 새로운 아이디어 창출회의 등

3. 전기산업 시장동향

스, 스웨덴, 영국, 미국, 일본 등임

■ 전력수요

○ 베트남 전력수요는 연간 16% 이상 증가하고 있고, 2010년까지 960~1005억kWh 가 필요할 것으로 전망되며, 향후 베트남 경제성장, 산업화, 일반가정의 현대화로 전력수요가 늘어날 전망

■ 전기기기 수요

○ 수요품목 유형

- 전력발전소에 필요한 전력발전기
- 송배전 라인에 필요한 전력기자재
. 변압기, 스위치, 개폐기, 퓨즈, 피뢰기 등
- 산업 및 상업용 전기기기, 산업자동화 설비
. 회로차단기, 계전기, PLC 등

○ 수요전망

- 송배전부분의 장비확장 및 국가전력망 향상을 위하여 2010년까지 177.6억불 신규투자가 필요하며, 20kV이하 변압기는 연간 25천세트 투자예정
- 민수부분은 약 1억불 정도 수요예상

■ 국내제품과의 경쟁국 비교

- 변압기 : 유럽, 일본, 타이완
- 스위치, 개폐기, 차단기, 피뢰기 : 독일, 프랑스, 일본, 대만
- 국내 대기업 및 일부 중소기업 제품의 인지도가 높음
- 절연물 및 단자 : 유럽제품의 우위
- 발전기 : 일본, 미국제품이 장악
- 전기패널 및 스위치보드 : 유럽, 일본 등에서 수입된 부품을 현지에서 조립

※ 베트남 현지에서 제조된 전기기기들은 국내의 수요에 부응하지 못하고 있기 때문에 외국으로 부터 수입된 제품들의 시장을 장악하고 있으며, 주요국은 독일, 프랑

■ 국내산제품 현지 반응

- 변압기는 EVN 산하 변압기 업체(종업원 500명, 년 매출액 200억원)에서 수요량의 60%를 생산하고 있고, ABB 등 선진업체의 시장점유로 국내산 제품은 시장진출에 다소 어려움이 있으나 저압차단기, 개폐기 등은 가능성이 높음
- 전선은 LG전선, 넥삼스코리아 등 국내업체가 몇 년전 베트남 진출로 시장을 점유하고 있음
- 다만, 중국산에 대한 인지도가 높아지고 있으며, 아울러 연구개발 집중 투자시 국내산보다 시장 점유율이 확대 될 전망

■ 유통구조 및 수입패턴

- 현지독점 에이전트
- 현지 업체들의 가장 선호
- 현지 위임판매
- 외국계 유통업체를 독점 대리점망으로 지명
- 대표사무실 단독설립

■ 관세

- 전기기기 수입 관세율은 20~30%로 가격경쟁력 약화요인으로 작용함

■ 품질인증제도

- 표준품질 규정은 몇몇 시와 성의 송배전에 사용되는 전기기기는 반드시 지방정부의 규정에 따라야 하나 각 시와 성에 있는 표준품질 규정에 다름
- 일부 지역의 경우 품질규정에 대한 어떤 규정도 없으며, 특히 호치민시에 사용되는 전력송배전망의 경우 모든 제품들은 호치민시 전력회사가 사전 검사하고, 증명서를 발급함

■ 한·베트남 수출입 규모

(단 위 : 천불)

구 분	2001년도		2002년도	
	수출	수입	수출	수입
발전기	114	-	335	119
전동기	549	9,114	952	14,044
변압기	5,002	20	1,689	29
차단기	2,925	-	4,382	-
배전및제어기	2,807	185	507	-
변환및안정기	525	-	1,006	32
원자로 및 전기로	240	-	202	4
기타중전기기	1,924	25	2,004	211
중전기기소계	14,086	9,353	11,079	14,439
전선소계	18,028	5,280	29,734	3,326
합 계	32,114	14,643	40,813	17,765

(단 위 : 천불)

구 분	2003년도		2004(1-9)	
	수출	수입	수출	수입
발전기	9,297	-	973	-
전동기	1,297	8,749	1,876	5,896
변압기	1,039	142	924	202
차단기	5,368	-	4,043	4
배전및제어기	1,877	1	1,432	1
변환및안정기	501	36	635	56
원자로 및 전기로	206	-	314	-
기타중전기기	2,123	243	2,065	534
중전기기소계	21,708	9,170	12,262	6,693
전선소계	32,730	3,757	22,415	2,560
합 계	54,438	12,927	34,677	9,253

4. 평가 및 시사점

- 동 전시회 참가를 계기로 현지에서 264천불 계약실적을 올렸고, 한국 홍보관도 국가관중 가장 커서 한국의 전기 기기 제품에 대한 인지도를 높힘으로써 베트남뿐만 아니라 동남아 지역의 유력 바이어에게 강한 인상을 심어 주어 업계 스스로 만족할 만한 전시회로 평가하고 있음
- 다만 중국, 우크라이나 등 후발국의 시장진입으로 앞으로 한국제품과 치열한 경쟁이 예상됨에 따라 베트남 산업부, EVN 등 베트남 정부 및 전력회사와 지속적으로 돈독한 친분관계를 맺어야 하는데 한전 및 정부역할이 중요하다고 사료됨
- 또한, 전시회 참가시 다양한 이벤트를 마련하여 효과를 높일 수 있는 새로운 해외전시회 패턴도 연구하여 참가 업체에서 수출상담이 높게 이루어 질 수 있도록 해야함
- 정부 및 한전에서 해외전시회 참가시 부스 및 운송비 지원 영역에서 현지 바이어유치 및 언론홍보비, 유력바이어와의 간담회, 현지 전력회사 방문 및 벤치마킹 등에 지원이 필요함