

크루저
클로즈업



국내 레이저업체들의 해외시장 진출 러시

한국광학기기협회, 전략적 해외시장 개척사업 활발한 추진 통해 해외 레이저 시장과의 교류증진 도모

국내 산업용 및 의료용 레이저업체들의 중국, 인도 등 해외시장 진출이 본격 활기를 띠 전망이다. 한국광학기기협회에서는 KOTRA 전략적 해외시장개척사업의 일환으로 지난 2003년부터 사업비를 지원받아 중국의 레이저 및 광학렌즈산업, 인도의 산업용 및 의료용 레이저산업 시장개척사업을 추진해왔다. 본 사업은 체계적이고 전략적인 해외수출시장의 확대방안을 강구하고 업계의 활용방안을 수립하고 추진하고자 산업자원부와 KOTRA의 지원을 받아 한국광학기기협회에서 주관한 사업이다. 이를 통해 이오테크닉스의 중국시장 진출을 시작으로 오리엔트옵티, 한광옵토 등이 중국과 인도업체와의 상호 합작과 관련한 의향서를 체결하는가 하면 일부 업체에서는 Offer의뢰를 받고 현지업체와 지속적인 관계를 유지해 나가는 등 많은 성과를 거둔 것으로 나타났다. 따라서 향후 중국과 인도시장에서의 국내 업체들의 활발한 진출이 기대되는 가운데 본 고에서는 한국광학기기협회에서 주관한 전략적 해외시장 개척사업의 주요 내용과 국내 업체들의 성과를 중심으로 정리해 보았다.

정리/박지연 기자

지난 2001년 하반기부터 최근까지 지속되어온 세계 광산업 분야의 경기침체로 어려움을 겪어온 국내 광학업체들이 한국광학기기협회를 중심으로 새롭게 부상하고 있는 중국 및 인도시장을 통한 해외 판로개척에 적극 나서고 있는 가운데 희망의 불씨를 키워나가고 있다.

글로벌 아웃소싱의 증대 등 해외마케팅 환경변화에 대응하여 정부에서 추진 중인 '전략적 해외시장조사사업'의 일환으로 산업자원부 및 KOTRA의 지원을 받아 한국광학기기협회에서는 중국의 레이저 및 광학렌즈산업 시장개척사업과 인도의 산업용 및 의료용 레이저 시장개척사업을 추진해 왔다.

1. 중국 레이저 및 광학렌즈 산업 시장개척사업성과

KOTRA 전략적 해외시장개척사업의 일환으로 본 협회에서는 2003년도 9월부터 12월까지 4개월간 5,200만원의 사업비를 지원받아 중국의 레이저 및 광학렌즈산업 시장개척사업을 추진했다.

관련 업계의 중국시장진출을 위한 수요조사를 통해 조사항목을 선정하고 (주)위니네트워크와 계약을 체결하여 조사를 추진했으며, 사업의 원활한 수행을 위해 현지 조사수행기관인 위니네트워크 북경지사의 조사 진행 사항을 중간 점검함과 동시에 중국 광관련 단체인 중국광학광전자공업협회, 장춘광전신식산업협회, 상해광전자기업협회를 방문하고 광학산업 교류협력 협약서를 체결하여 위니네트워크가 현지에서 구입할 수 없는 필요한 자료를 취득할 수 있도록 하고 향후 중국과의 교류증진을 도모했다.

중국자체에도 레이저 및 광학렌즈시장분야의 조사된 보고서가 없으며 중국관련 단체에서는 우리 조사보고서가 완료되면 할애하여 줄 것을 오히려 본 협회 쪽으로 요청해올 만큼 대내외적으로 많은 관심을 받았다. 한국광학기기협회에서는 본 보고서를 업계에 배포했는데 이를 기반으로 2003년 12월 이후 국내 업체들은 중국에 진출을 시도, 가시적인 성과를 거둔 것으로 나타났다.

●●(주)이오테크닉스

가격경쟁력 확보 위해 부품, 생산 공정, 판매방식의 현지화에 중점

(주)이오테크닉스(대표·성규동)는 세계 1위의 반도체 레이저마커 제조업체로서 그간 소홀시 되었던 중국 내 반도체 및 비반도체 레이저응용장비 시장에 경쟁력 있는 다양한 제품을 진입시켜 현재 동남아를 중심으로 반도체시장에 편중된 동사의 사업영역을 다각화하겠다는 것을 목표로 중국시장에 진출했다.

이 회사에서는 무엇보다도 현지에서 통하는 가격경쟁력을 확보함이 절대적으로 요구됨에 따라 모든 부품, 생산 공정, 판매 방식까지 철저히 현지화 한다는 기본 전략을 수립했다. 그 첫걸음으로 지난해 중국 천진 경제 개발구에 생산·가공 설비를 갖추어 중국생산의 교두보를 마련했는데, 진출 첫해인 지난해 약 200만 달러 규모의 수출실적 외에 현지공장에서도 핸드폰 키패드마킹가공 위주로 90만 달러대의 매출실적을 예상하고 있다.

현재 본격적인 생산라인 구축을 위해서 연간 420대 규모의 장비 생산설비를 추가로 신축 중인데, 올해부터는 다양한 응용장비들을 본격적으로 현지 생산할 계획이다. 더불어 현재 중국현지 판매망을 구성하고 있어 빠르면 올해 중순부터는 본격적인 중국 내수시장 진입이 가능할 것으로 보인다. 이에 따라 현지 생산/판매와 수출을 합쳐 올해 대략 500만 달러의 매출을 계획하고 있다.

장기적으로 동사는 현재 국내 생산시설을 대폭 중국으로 옮길 계획이다. 이 장기 전략의 성공은 결국 올해부터 본격화될 중국내수 시장 공략의 성공여부에 달려있다고 볼 수 있다.

●●(주)오리엔트엠지

철저한 사전준비와 벤치마킹 통해 본격적인 중국시장 진입 '초읽기'

오리엔트엠지(대표·김득영)는 2004년 1월 장춘광학기기연구소 산하업체와 의료기기 레이저 분야 생산, 판매 R&D분야 상호합작과 관련하여 의향서를 체결하고 지속적으로 관계를 유지하고 있다.

2004년 5월 가공물 생산 거점 확보를 위해 청도 상회를 방문 후, 청도 대표처 설립에 착수하여 2004년 7월 현지 직원 2명으로 구성



된 청도 대표처를 설립하고, 8월 북경 BPCG 사와 업무 협조에 관한 구체적인 협의를 시작했다. 9월에는 BPCG사와 MOU를 체결하고 업무협력을 통한 합작회사 설립 일정 및 북경사무소 설립을 합의했다. 10월에는 SUZHOU CYNOSURE사와 업무 협력 합의를 했다. 오리엔트 엠지는 김득영 대표의 주도하에 지난 1년여 동안 중국시장 공략에 필요한 각종 데이터를 구축하고 타 사의 사례를 벤치마킹하며 리스크(RISK)를 최소화하여 소기의 목적을 달성코자 부단한 노력하여 많은 경험과 노하우(KNOW-HOW)를 쌓았으며 본격적인 중국 진출을 앞두고 보다 철저한 준비로 시장 진입을 준비하고 있다. 계획대로라면 2005년 상반기 기능성 화장품 AFA 제품과 자체개발 생산하는 microdermabrasion으로 주요 거점도시 중심의 판매망 구축을 시작으로 진입초기 연간 500만 불 이상의 판매가 예상된다.

●●(주)금광

중국의 저가 레이저와 차별화시킨 고품질의 레이저로 올해 중국시장 진입 본격화

금광(대표·김광석)은 2004년 5월 중국 레이저 업체측으로부터 다이오드 펌프 모듈에 관한 견적을 요청받고 협상을 진행했으며, 현재 중국측은 아직까지 모듈기술개발이 한국에 비해 뒤쳐진 상황이어서 (주)금광의 모듈을 소개할 좋은 기회가 되었다. 이후 지속적인 협력관계를 유지하며 중국측에 (주)금광의 대리점인 Westtech INT .Co.,LTD와 협약을 맺어 적극적으로 중국진출을 위한 발판을 마련했다. (주)금광은 중국측의 저가 레이저 시장과 차별성을 두기위해 지속적인 기술개발에 집중했으며 이로 인하여 얻은 성과를 바탕으로 안정적이고 우수한 품질의 레이저로 올해 중국시장 진출을 준비하고 있다.

2. 인도 산업용 및 의료용 레이저 시장개척사업

중국 시장 개척사업에 이어 KOTRA 전략적 해외시장개척사업의 일환으로 본 협회에서는 2004년 3월부터 12월까지 10개월간 5,000만원의 사업비를 지원받아 인도의 산업용 및 의료용 레이저 시장개척사업을 추진했다. 관련 업계의 인도시장진출을 위한 수요조사를 통해 조사항목을 선정하고, KOTRA 델리 무역관의 추천을 받아 다국적 조사용역 컨설팅업체인 ACNielsen ORGMARG Pvt. Lt와 계약을 체결하여 조사를 추진했다. 금광, 오리엔트엠지, 이오테크닉스, 하나기술, 한광옵토 등 국내 레이저 5개 업체 대표 및 원자력연구소 전문가로 인도 레이저시장 조사단을 구성하여 지난해 10월 4일부터 10월 11일(7박 8일간)까지 현지를 방문하여 조사사업의 추진상황을 점검하고, 인도 현지 업체를 방문하여 기술수준등을 분석, 파악했다.

인도의 레이저 시장동향

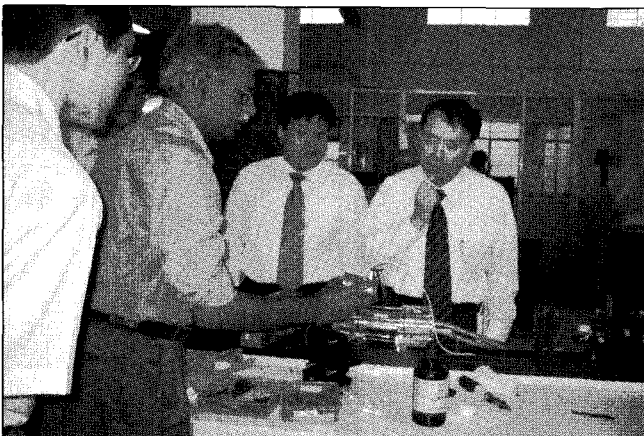
인도의 경제 규모는 세계에서 네 번째로 크며, 두 번째로 성장 속도가 빠르다. 지난 5년간 연평균 6% 이상의 건실한 성장세를 보이고 있으며 현재 GDP(PPP)는 3조 달러이고, 1인당 GDP(PPP)는 2,900달러 수준이다. 인도의 레이저 시장은 최근 들어 개척된 시장으로서, 산업용 및 의료용 레이저 시장이 연평균 12% 이상의 높은 성장률을 보이고 있다. 현재 인도의 레이저 시장은 산업용, 과학용, 의료용 모두 포함하여 5,676만 달러로 추산된다. 산업용 레이저가 전체의 51%를 차지하고 있고, 의료용 레이저는 그 뒤를 이어 38%, 나머지 11%는 과학용 레이저가 차지하고 있다. 이러한 근거에 의하여 인도에서 개척 가능한 시장 규모는, 현재 인도에서 수입하고 있는 레이저 장비 금액을 기준으로 산정해 보면 그 규모는 연 4,032만 달러 정도로 추산된다.



▶2003년 12월 장춘광전신식산업협회와 한국광학기기협회 측이 교류 협력을 약속하는 협약서를 작성하는 광경.(앞쪽 테이블 왼쪽이 본 협회 마삼열 부회장)



▶중국 무한동호신기술개발구 관리위원회를 방문, 무한지역 개발계획 및 광산업 육성 계획을 청취중인 한국측 시장조사단의 모습.



▶인도의 미킹기 생산업체인 Scantech사의 공장을 견학하며 실무자로부터 공정에 관한 설명을 듣고 있는 시장조사단의 모습.



▶인도의 산업용 및 바이오 레이저생산업체인 Sahajanand Technology사를 방문한 시장조사단이 이 회사 관계자로부터 회사소개를 받고 있다.

인도 레이저 시장 진출 전략

레이저 장비는 대량 소비품목이 아니고, 특정한 응용분야에 특정한 규격을 갖는 레이저가 소규모로 이용되므로, 현재까지 주요 인도 회사와 국제 유명 메이커의 대리인들은 주로 직접적인 판매방식을 통해 시장 점유를 늘리고 있다. 산업용 레이저 부분에서의 구체적인 판매 촉진 전략으로는 장비 시운전을 통한 직접 판매, 인도 대리인에 대한 기술 및 상품 활용 지원, 산업 전시회 참가, 주요 무역 관련 웹사이트 및 B2B 포탈 사이트에 광고, 판매대리점에서 생산품 데모 및 시운전, 무역 관련 잡지에 광고를 통한 판매 촉진 등이 있다.

의료용 레이저 부분에서의 구체적인 판매 촉진 전략으로는 의학 컨퍼런스 참가 및 워크숍 개최, 장비 시운전을 통한 직접 판매 및 인도 대리인에 대한 기술 및 상품 활용 지원이 있으며, 판매대리점에서 생산품 시운전 및 의학 저널에 광고를 통한 판매 촉진을 필요로 한다.

일반적으로 자회사를 설치하여 인도 내에 사업을 수행하는 방법이 권장된다. 특히 투자규모가 제한되어 있을 때는 기존에 인도시장을 점유하고 있는 인도 파트너 선정이 필요하다.



기본적으로 외국인이 인도에 투자하여 사업하는 방법으로는 지점 설치(Branch Office), 100% 자회사 설립(Subsidiary), 조인트 벤처 회사, 기존 인도 회사 인수방법이 있다.

결론적으로 인도는 국내에서 생산하여 조달하는 시장보다는, 수입품 시장에 주요 사업 기회가 있다고 판단된다. 한국 공급자가 외국의 기존 브랜드가 차지하고 있는 시장을 개척하기 위해서는 우선 인도의 수요자들 간에 한국 레이저 장비에 대한 높은 인지도가 필요하다. 인도에서는 아직 한국 상품이 싸다는 인식이 있기 때문에 홍보등을 통하여 인지도를 증가시키면 진출할 수 있는 여지는 많다고 판단된다.

국내 레이저업계의 인도 진출 전략

인도는 시장규모에 비하여 Sahajanand사라는 2개의 Local 대형업체가 있으며, 기타 소규모의 레이저 생산 업체가 다수 있다. 외국 업체의 경우 인도인이 사장인 Exel Laser가 산하의 다양한 업체들을 거느리고 인도를 중심한 주변국 판매까지 포함한 사무소를 가지고 인도에서 단단한 기반을 구축하고 있으며, Universal, Epilog 등 laser plotter 를 중심으로 외국사들이 대리점을 통하여 판매루트를 확보한 상태이다.

인도의 레이저 시장을 보았을 때 모든 관련 레이저 업계에서 실제로 자체 생산된 레이저 소스를 사용하는 업체는 없으며 각각 미국, 독일 등지에서 우수한 부품을 조달해서 조립하는 실정이다. 또한 반도체 부분은 거의 없으며 비반도체 분야와 다이아몬드 가공기 개발과 판매에 치중하고 있으나 시장이 계속적으로 증가하고 있으므로 발전 가능성이 있다.

인도의 파트너와 협력하여 시장 개척을 할 경우, 인도의 대금 결제 부분이 쉽지 않을 것 같으며 각종 세금등의 문제도 복잡한 면이 있는 것으로 판단된다. 그러나 이러한 어려움을 극복하고 일단 교두보를 구축할 수 있으면 어느 정도 안정적인 사업을 진행시킬 수 있을 것으로 판단된다. 그리고 현지 협력업체 발굴을 위해 현지의 전시회 참가도 유용한 방법으로 보인다.

고급 레이저 발생기 분야는 인도에 확실한 제조업체가 없는 것으로 보인다. 국내업체의 진출은 현지의 우수한 레이저 마케팅 업체(판매망, A/S 능력 보유)와의 제휴를 통하는 것이 가장 유력해 보인다. 그 다음으로 생각해 볼 수 있는 방안은 현지의 우수한 레이저 시스템 업체와의 전략적인 공급관계를 형성하는 것이다. 현지에 독자적인 생산·제조 시설을 구축하는 것은 현지 영업 및 원재료의 인도내 조달 어려움으로 성공적이지 못할 것으로 판단된다.

국내 레이저업체의 성과

현재 레이저시장조사단 참가업체의 성과로는 (주)금광이 인도 현지업체인 SCANTECH사에서 Offer의뢰를 받았으며, 현재 검토 중이다.

(주)이오테크닉스의 경우 인도시장이 비교적 외국 업체에 폐쇄적이며, 비즈니스 하기에 대단히 어려운 파트너이나 지금부터라도 준비해야 하는 시장으로 판단하고 있으며, 이미 수대의 판매 경험을 바탕으로 진출준비를 하고있다.

(주)한광옵토의 경우 Sahajanand Laser Technology사와 MOU 체결을 진행 중이며 이를 통해 미래 기술 경쟁력 확보를 위해서 Diamond 가공 기술에 대한 H/W와 S/W에 대한 기술을 습득코자 하고 있으며, 자사 레이저마커 제품을 현지에서 조립 가공할 수 있는 방법과 판매 대리점을 확보해서 시장을 넓혀 나간다는 단계로 접근을 검토 중이다.