



## 인도, 금형산업 연평균 34% 증가 한국산 제품 시장점유율 다량 확보

인도는 전반적으로 금형에 대한 기술력이 부족한 상황으로 시장 전문가들은 인도 금형산업의 현황이 일본의 60년대와 비슷하다고 파악하고 있다.

금형부품들은 초기에는 일본에서 주로 수입됐으며 최근에는 한국과 대만에서 수입되고 있다.

현재, 인도내 금형업체는 약 4백개사이며, 종업원수는 1만여명 수준이다.

인도의 금형산업은 아직 작은 규모이기는 하지만 빠른 속도로 성장하고 있으며, 지난 8년간 연평균 성장률은 34%에 달하고 있다.

최근 인도의 거대 금형업체에서 많은 설비투자

를 감행한 상황이며 조만간 금형제품의 수출이 많이 늘어날 것으로 인도 금형업계는 기대하고 있다.

인도의 주요 금형기업을 살펴보면 먼저 1993년에 설립돼 금속 및 비금속류의 다양한 금형제품을 제작하고 있는 Classic Mould & Dies가 있다.

1988년에 설립된 Eqic Dies and Mould Engineers Pvt. Ltd.는 정밀 금형, 플라스틱 및 다이캐스팅 부품 등을 설계와 제작을 하고 있다.

1990년대 중반 설립된 Indo German Tool Room은 프레스툴, 몰드, 지그, 다이캐스팅금형 등 설계, 제작하고 있다.

인도의 금형제품(HS: 8480)의 수입은 매년 꾸준히 늘고 있으며, 2003년 8천5백30만 달러, 2004년 1억3백90만달러, 2005년 1억7백10만달러를 기록하고 있다.



주요 수입국은 한국, 중국, 이탈리아 등이 주요 수입국이며, 특히 한국으로부터의 수입이 크게 늘고 있다.

인도의 금형(HS: 8480) 수출은 매우 빠른 속도로 늘고 있으며 2003년 2백90만달러, 2004년 2천5백30만달러에 이어 2005년에는 4천80만 달러를 수출해 전년비 61%가 급증했고, 주요 수출국은 미국, 이탈리아, 나이지리아, 아랍에미리트 등이다.

수입관세는 일반 품목으로 간주돼 약 36.8%이며, 기본관세, 부가관세, 상계관세, 교육세 등을 모두 포함한 수치이다.

### 쿠웨이트, PET병 제조기계 수입 증가 가격경쟁력 보유 및 A/S 강화 관건

쿠웨이트는 5개월간 50도가 넘는 폭염이 지속되는 지구상에서 가장 더운 국가로 음료 소비량이 연간 4백온스에 이르고 있어 이와 관련 플라스틱 음료페트병 제조기계의(waterbottling machine) 수요 또한 크게 증가하고 있다.

쿠웨이트에는 4개의 플라스틱음료 페트병 제조업체가 있는데, 그 중 대표적인 회사는 Gulf Glass Manufacturing Co, AL-Rawdatain Co 등이 있다.

Gulf Glass Manufacturing Co는 걸프연안국에서 가장 규모가 큰 음료병 제조기계 생산업체로 음료병 연간 생산량 3만3천톤에 이르며 쿠웨이트 국내 및 걸프연안국에 음료병을 수출하고 있다.

AL-Rawdatain Co는 플라스틱 페트병 제조 및 소프트음료 생산업체로 음료병 연간 생산량은 4만톤에 이른다.

쿠웨이트 국내 수요는 물론 이라크 시장 진출을 위해 부족분을 외국으로부터의 수입에 의존할 예정으로 현재 독일, 덴마크, 네덜란드 등 유럽산이 쿠웨이트 국내 시장을 석권하고 있다.

최근 한국으로부터 플라스틱페트병 제조공장 합작투자를 희망하는 바이어가 증가하고 있어 이와 관련 몇몇 바이어가 한국을 방문해 상담을 진행중이며, 쿠웨이트 무역관에도 바이어들의 인콰이어리가 접수되고 있다.

쿠웨이트의 음료페트병 선호브랜드는 프랑스의 Sidel과 독일의 Kronos이다.

### 방글라데시, 유리 대형공장 설립 수입대체 가능해져

방글라데시의 연간 유리 수요는 판유리를 기준으로 8만톤에 이르고 있으며 연간 15~18% 수요가 증가하고 있다.

생산 킷파는 14만톤, 총 투자규모는 1억5천만 달러이며 총 판매금액은 3천만달러, 직접적인 고용인원은 1천5백명에 이른다.

방글라데시는 2005년 2개의 대형 유리공장 설립으로 수입 수요가 대체 가능할 것으로 보인다.

2004년까지 중국, 말레이시아, 인도네시아, 태국 등으로부터 6만톤(약 5천만달러)의 유리를 수입했지만, 2006년 현재 수입품 비중은 4%에 불과하며 특수 유리만 수입 중이다.

PHP Group의 PHP Glass Industries Limited(PHGIL)사에서는 중국의 Luoyang Float Glass Technology사에서 기술지원과 공장플랜트를 지원받아 연 5만4천톤의 판유리(Float Glass Sheet)를 생산, 2~12mm 두께의 Float Glass, Sheet Glass, Figured Glass, Colored Glass 등이 있다.

Nasir Group의 Nasir Glass Industries Limited(NGIL)사에서는 중국의 TICE사로부터 기술지원을 받아 연산 7만3천톤의 판유리 생산시설 보유하고 있으며 3~12mm 두께의 Reflective, Float, Tempered, Mirror 등을 생산하고 있다.

Usmania Glass Factory는 Horizontal Glass 생산, 연 생산규모는 1만톤, 2~6mm 유리를 생산하고 있으며 MEB Glass Factory사는 Horizontal Glass 생산 중으로 연 생산규모는 6천톤, 2~6mm의 유리를 생산하고 있다.

유리 생산의 70%를 생산하는 Silica Sand는 방글라데시내 공급이 가능하지만, Soda Ash, Dolomite, Limestone, Ston Color 등은 중국과 부탄으로부터 수입 중이며, 수입규모는 4백50만달러 수준이다.

방글라데시는 2006년부터 본격적인 수출을 시작, PHGIL사에서 스리랑카 등에 7만달러를, NGIL사에서는 네팔에 7백톤/월, 인도에 6백톤/월, 스리랑카에 5백톤/월 등을 수출했다.

방글라데시 정부에서는 2006/07년도부터 유리생산에 필요한 Soda Ash의 관세율을 기존 13%에서 5%로 하향 조정, 유리산업 육성 중이다.

하지만 유리생산업체에서 요구하는 수출시 현 금보조금 및 세제혜택은 불가능하다.

한편 방글라데시산 판유리는 중국 및 인도산에 비해 10% 이상 비싼 것으로 알려져 있다.

### 대만, 식품 시장 통합 식품업체 동남아 진출 확대

인도네시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 말레이시아 등 국가들이 1976년 공산주의 확산을 방지하고 역내 경제무역 교류 및 협력촉진을 목적으로 태국 방콕에서 아세안(ASEAN, Association of Southeast Asian Nations)을 창립한 후, 뒤이어 동티모르, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아 등 국가들이 가입했다.

중국은 동남아시아 지역 경제의 정식 구성원은 아니나 최근 적극적으로 관련 활동에 참여하고 있다.

이같이 아세안을 주체로 해 확산된 아세안 「10+1」(아세안 10국+중국), 아세안 「10+3」(아세안 10국+중국, 일본, 한국), 동아시아 정상회의(아세안 10국+중국, 일본, 한국, 인도, 호주, 뉴질랜드 등 6국) 등이 이후 동남아시아 지역의 경제체제 속에 융합될 것으로 전망되는 바, 이러한 조직들로부터 동남아시아 지역 경제통합 시대가 도래하고 있음을 알 수 있다.

이로 인해 동아시아 지역 식품시장도 통합의 길을 겪게 될 것으로 보이며, 대만의 식품업체들은 이러한 추세에 대응하기 위해 이 지역으로의 진출을 가속화하는 것 외에 적극적 전략으로 시장을 확대시켜 나가고 있다.



한국의 식품 시장도 결과적으로는 이런 통합의 움직임에서 자유로울 수 없을 것으로 보이며, 해외식품 업체들의 한국 내수시장 공략에 맞서서 우리도 방어적 전략으로 일관하기보다는 적극적으로 동남아시아의 식품시장에 진출할 필요성이 있다.

초기 대만 식품업체의 동남아 투자는 대만 내 사회경제환경이 변화하고 생산요소의 비교이익 우세가 감소됨에 따라 방어성 전략으로 생산라인을 동남아로 이전시켜 기업의 생명주기를 연속하고자 한데서 기인한다.

대만의 조미료 산업이 원료, 환경보호 요인 등의 영향으로 인해 생산원가가 높아지게 되자 味王, 味丹 등 기업은 동남아로 이전해 조미료를 제조했다.

당시 대만 식품업체의 투자 목적은 저가 자원을 발굴하는데 있었다고 할 수 있다. 그러나 세계화 경쟁에 돌입하게 되고 투자환경이 급속하게 변화함에 따라 식품업체의 투자목적 또한 변화하게 됐다.

즉, 기업이 보유한 자산을 최대한 활용해 다국적 생산라인 배치와 운영을 통해 기업 규모를 확장하고 경제규모에 도달하고자 하는 것으로, 이 단계의 투자목적은 최고 효율과 이익 추구에 있다.

식품업체들의 동남아시아 진출 전략을 통해서 이 업체들이 최고효율과 이익을 추구하고 있음을 알 수 있다.

黑松公司는 2005년 동남아 대리업체와 협력을 체결했는데, 이는 국제화의 초기단계로 비록 자체적으로 유통경로를 확보하고 있는 업체에 비해 가

격과 판촉의 결정권과 같은 현지시장 주도권 면에서 상대적으로 약세를 보이기는 했으나 현지시장의 정보를 획득할 수 있었다.

동시에 黑松公司는 동남아에서 적합한 제품을 찾아내 대만에 수입함으로써 기존 유통경로라는 우세를 이용하여 비음료 식품영역에 진입할 수 있었다.

宏全公司는 태국의 Food and Drinks사와 공동 투자해 宏福이라는 포장재료업체를 설립했다.

합자와 수출을 상호 비교할 때 합자가 宏全公司에 비교적 높은 이윤을 가져다 주었다고 할 수 있다.

이와 동시에 대만과 중국을 상대로 펼친 In House 전략을 동남아시아에까지 확대했다.

宏福의 포장재료 생산라인이 Food and Drinks사에 입주해 전문적 분업, 자원 상호보완 및 협력 대상과 공동이익 산업 네트워크 관계 구축 등을 통해 이 지역내 시장을 급속히 확대시킴켜 나가고 있다.

동아시아 지역경제 통합으로 식품업체의 국제화 기회 및 대만의 식품업체가 글로벌기업으로 성장하기 위한 무대가 마련됐다고 할 수 있다.

하지만, 동아시아 식품시장의 성공적인 진출을 위해서는 단순한 시장공략보다는 전략적 제휴, 위탁가공, 인수합병 방식과 더불어 효율적인 자원통합, 명확한 분업 등이 뒤따라야 할 것이다.

향후 대만식품 업체들은 세계화기업으로 약진함에 있어 동남아시아의 성공적인 경영 경험을 모범으로 삼게 될 것으로 보이는 것이 사실이다.

한국 업체들도 대만업체들의 동남아 진출사례를 연구해 세계 식품시장통합에 대비해야 할 것으로 사료된다.

## 크로아티아, 플라스틱 포장재 51% 차지 PE 영역 확대

일반적으로 크로아티아에 수입되는 포장재 중 플라스틱소재의 포장재가 51%를 차지하고 있으며 그 중 폴리에틸렌(PE)은 크로아티아 시장에서 널리 사용되고 있는 포장재이다.

PE 포장지가 주로 많이 사용되는 산업은 식음료 산업, 농업 및 제약 산업이며 크로아티아에서 주로 많이 사용되는 PE 포장지는 스트레치 시트 및箔(Sheets, foils) 유형과 가열수축 시트 및箔유형이 있다.

스트레치유형의 PE 포장지의 도매가격은 킬로그램 당 평균 약 1.60유로이며 가열 수축유형의 PE 포장지 도매가격은 킬로그램 당 평균 약 1.70유로인 것으로 나타났다.

크로아티아에서는 스트레치형 PE 포장지를 생산하는 기업은 없으며 가열 수축형 PE 포장지를 생산하는 기업은 10여개사가 있는 것으로 알려지고 있다.

가열수축형 PE 포장지 생산업체는 크로아티아에서 유일하게 PE 레진을 생산하는 DIOKI (www.dioki)라는 기업이 생산하는 PE 레진을 이용, 가열수축형 PE 포장지를 생산하고 있다고 한다.

DIOKI사는 LDPE를 생산하고 있는데 이는 내구성, 유연성, 투명성 등이 우수하기 때문이라고 하며 주로 식음료 및 산업용으로 많이 사용되어지고 있다.

DIOKI사의 생산량은 2005년도의 경우 투명

도가 높은 OKTEN 브랜드제품의 경우는 5만톤, 주로 산업용으로 사용되어지는 DINALEN 브랜드 제품인 경우는 7만톤으로서 이중 10% 정도가 내수시장에 공급됐다고 한다.

PE 포장지 수입은 대부분 인근 유럽 국가로부터 이뤄지며, 그 중 이탈리아가 가장 큰 비중을 차지하고 있는데 크로아티아 시장에 진출해 있는 이탈리아 브랜드로는 MACPLAST, PROMOPACK, BELOGAMA, PLASTOTECHNICA, NANULIS STRECH 등이 있다.

HS Code 392010으로 분류되는 플라스틱 포장지 제품류의 관세율은 6.5%이며 부가세는 22%가 부과되고 있다.

## Amcor社, 포장용지 부문 구조조정 실시 연간 6천~8천만 달러 절약

Amcor사가 포장용지 부문에 대한 구조조정 계획을 발표했다.

회사 관계자는 앞으로 4년 동안 3억 호주달러를 투자하는 구조조정을 통해 연간 6천~8천만 호주 달러를 절약하는 효과를 거둘 것이라고 언급했다.

그리고 연산 6만톤의 골판지원지 설비를 폐쇄하고 연산 13만톤의 백판지 설비는 개보수를 통해 생산능력을 향상시킬 계획이다.

한편, 회사는 New South Wales 지역에 새로운 재생 골판지원지 설비를 설치하기 위해 사업 가능성을 검토하고 있는데 만약 실행에 옮겨진다면 2009~2010년에 설치가 완료, 연간 26만



톤의 골판지원지를 생산할 것으로 보인다. 그리고 Victoria에 위치한 포장용지 설비 중 2~3대는 폐쇄할 계획이며 남아있는 설비는 업그레이드 한다고 밝혔다.

Amcor사는 이미 Queensland에 위치한 포장용지 설비를 폐쇄한다고 발표했는데 Corrugator와 Converting 설비는 다른 공장으로 옮겨 새로운 설비로 사용할 예정이다.

지난 6월 30일을 기준으로 한 Amcor사의 2005~2006년 경영실적은 매출이 3.1% 증가했지만 세전이익은 5.6% 감소한 7억7천5백70만 호주달러, 그리고 당기순이익은 11.5% 감소한 4억5백90만 호주달러로 나타났다.

한편 회사는 올해 초 홍콩에 상장된 담배포장용지 업체인 Vision Grande의 지분을 16.7%에서 40.1%로 늘렸는데 Vision Grande는 회사명을 AMVIG Holdings로 바꿀 것으로 알려졌다.

**대만, 종이와 판지가격 안정세  
신문용지 톤당 10달러 상승**

2006년 2분기 대만의 종이와 판지 가격은 별다른 변화없이 안정적인 모습을 보였고 신문용지만이 톤당 10달러 상승했다.

신문용지의 전량을 수입에 의존하는 대만은 2006년 상반기 독일월드컵과 천수이벤 총통의 스캔들 등으로 신문구독자가 늘어나며 가격인상에 영향을 끼쳤다.

2006년 1분기 총 수입량은 총 10만8천3백24톤이며 이는 전년대비 7.2% 증가한 수치인데

대만 제지협회(TPIA)는 2분기에도 수입량이 증가했다고 밝혔다.

인쇄용지 부문의 수입도 증가했는데 특히 인도네시아와 중국의 수출량이 급증했는데 이로 인해 대만의 인쇄용지 생산업체들은 가격인상을 시도하지 못하는 것으로 알려졌다. 하지만 원가 상승으로 인한 어려움에서 벗어나기 위해 3분기에는 백상지와 아트지에 대해 10% 수준의 가격인상을 단행할 계획이다.

골판지원지의 가격도 변화가 없는 것으로 나타났다. OCC의 가격안정이 특히 영향을 끼쳤다. TPIA에 따르면 2005년 대만의 폐지수입은 총 3백42만톤이었으며 이중 대부분이 재생골판지 원지에 쓰이는 OCC였다.

OCC수입은 전년에 비해 줄어든 54만6백63톤이었으며, 최근 미국과 유럽산 OCC 가격이 상승하고 있어 대만 제지회사들은 국내 OCC의 사용량을 늘리고 있다.

백판지 가격도 변화가 없었는데 백판지 생산업체들은 과잉공급을 피하기 위해 조업중단을 실시하고 있다.

특히 주요 수출국이던 중국으로 수출을 하지 못하게 되어 대만의 백판지 생산업체들은 어려움을 겪고 있는 것으로 알려졌다.

**아시아, 인쇄용지 생산업체 가격인상 시도  
중국 성장 따라 가격인상 변수**

아시아 인쇄용지 생산회사들은 3분기에 아트지와 백상지에 대한 5~10% 수준의 가격인상

을 계획 중이다.

원가와 물류비의 상승의 영향으로 인쇄용지 생산회사들은 가격인상을 피할 수 없는 상황이지만 전통적으로 비수기인 여름철에 시도되는 가격인상이 성공적으로 완료될 지는 미지수이다.

그리고 인쇄용지 주요 수입국에서 수출국으로 급성장하고 있는 중국도 가격인상의 변수로 작용할 것으로 보인다.

한국, 대만 그리고 인도네시아 인쇄용지 생산회사들은 이미 중국 인쇄용지 생산업체들과의 경쟁을 대비하고 시장점유율을 유지하기 위해 가격 인상을 시도하지 않을 것으로 알려졌다.

아시아 인쇄용지 생산회사들은 주요 수출국이었던 중국이 자국의 생산능력 확대로 더 이상 수입을 하지 않자 미국을 비롯한 다른 나라로 수출지역을 변화시키고 있지만 중국 또한 낮은 가격을 바탕으로 수출로 눈을 돌리고 있어 경쟁이 불가피할 전망이다.

관계자는 높은 재고로 인해 가격인상이 쉽지 않다고 언급하며 원가절감과 공급량 감소를 위해 조업중단을 실시하고 있다고 전했다.

북미 2번째 인쇄용지 생산업체인 Weyerhaeuser 사도 Offset과 Opaque 지중에 대해 톤당 40~60달러 수준의 가격인상을 준비 중이다.

그리고 인쇄용지분야의 선두업체인 International Paper도 곧 가격인상을 발표할 것으로 알려졌다.

관계자는 펄프가격의 상승으로 인해 인쇄용지 가격의 인상은 이미 예상됐던 일이라고 언급했는데 백상지 가격은 지난 2004년 이후 가장 높은 수준이며 최고가격을 기록했던 지난 1995년에 비해 20% 가량 낮은 것으로 나타났다.

북미 백상지의 가격상승은 2005년부터 이뤄진 북미지역의 설비폐쇄와 깊은 관계가 있는데 2005년부터 북미 생산량의 10%에 해당하는 연산 1백50만톤의 생산설비가 폐쇄됐다. 그리고 북미 백상지 생산업체들은 공급량의 부족을 이유로 2006년에도 이미 세 번의 가격인상을 완료했다.

한편 전통적인 비수기인 여름을 맞이하여 수요도 약세를 지속했는데 이로 인해 50-lb Offset Rolls은 톤당 8백50달러, 20-lb Cut-size Copy Paper는 톤당 9백50달러 수준을 유지했다. ☐

**북미, 백상지 생산업체, 가격인상 시도**  
수요 약세 지속

북미의 대규모 인쇄용지 생산업체인 Boise Cascade사가 오프셋과 Cut-size에 대해 톤당 40달러의 가격인상을 시도할 예정이다.

**신제품 및 업체 소개**  
**월간 포장계 편집실**

**(02)2026-8655~9**  
**E-mail : kopac@chollian.net**