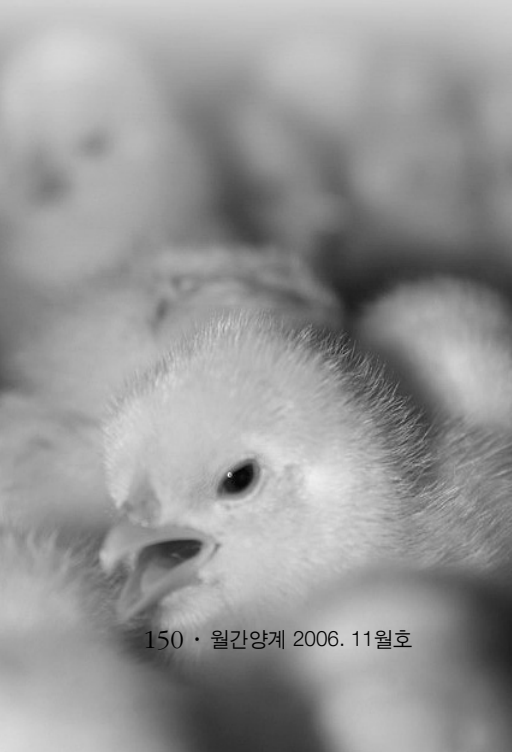
현지르포 · 중국 VIV 북경박람회를 다녀와서…

투자와 기업이 한자리에



제4회째를 맞은 VIV China가 9월 27일부터 29일까지 3일간의 일정으로 중국 베이징 국제전시회관에서 개최되었다. 이번 박람회는 VNU Exhibition Europe과 북경 기술컨벤션전시센터의 공동주최로 전세계 동물농업분야의 선진기술들이 선보인 가운데 성대한 막을 열었다.

VIV China는 국제박람회로서의 면모를 갖춰가고 있다는 것을 보여주듯 참가업체들과 관람객 수가 해를 거듭할수록 꾸준히 증가하고 있으며 해외바이어와 전문가들의 전략적 요충지로 그 명성을 쌓아가고 있다.

VIV China 규모

VIV China 2006은 중국, 네덜란드, 미국, 한국, 프랑스, 이탈리아, 영국, 독일, 덴마크, 벨기에, 싱가포르, 태국, 스페인, 인도, 이스라엘, 터키, 일본, 체코, 폴란드, 말레이시아, 루마니아, 멕시코, 남아프리카공화국, 베트남 등 24개국에서 총 426개 업체가 참여했다.

중국기업은 285개 5,974㎡이며 외국기업은 141개 2,435㎡를 포함해 이번 박람회는 총 426개 업체가 참가 8,409㎡의 규모를 자랑했다.

2만 여명의 축산분야 전문가들이 이번 박람회를 방문할 것으로 예상된 가운데 2006년 9월 18일까지 72개국에서 2천명에 가까운 축산분야 전문가들이 사전에 온라인상으로 등록을 마쳐 이번 박람회를 성공을 예견하기에 충분했다.

▲ 바이어들의 활발한 투자상담 모습

다채로운 세미나 개최

높은 수준의 전문적인 포럼과 세미나가 이번 전시회기간 동안 진행되었으며 국제적으로 잘 알려진 많은 전문가와 학자들이 50여개에 달하는 발표를 위해 초빙되어져 최신 축산분야의 중요기술과 생산성 분야 등에 대한 발표가 다양하게 진행되었다. 이번 세미나에서는 CEO포럼, GAP, FAMI-QS 세미나, 미국영양세미나 등 해외 기업들의 최근 생산기술들이 선보이는 자리였다.

통계로 본 참가업체

통계에 따르면 사료 원료와 첨가제 기업은 55개이며 동물약품은 100개 관련업체들이 참가했다. 한편 축산설비와 장비에서는 56여개 관련업체가 참가했으며 동물사육 15개, 기술전술이나 컨설팅 업체 27개였으며 올해는 동물약품업체들이 전체 전시업체 중 가장 큰 비중을 차지했으며, 두번째로는 동물설비와 농기계 분야였다. 한편 이번 대회를 각국으로 전달하려는 미디어매체들 참가 또한 많이 증가했다.

해외 참가업체 증가

해외 업체들은 6개 메이저 산업과 100개가 넘는 하이테크 기술제품들이 선보이면서 주목받으며 많은 해외업체들이 투자처를 찾는 기회로 VIV China가 발판을 마련해 주고 있었다.

박람회에 참가한 해외 바이어들과 전문가들은 VIV China가 중국시장뿐만 아니라 아시아를 대표하는 국제박람회로서 손색이 없다는 평이다.

해외 다국적 참가기업으로 메리알, 인터베트, 보바, 코브, 아비아젠, DSM 등이 참가해 대형 부스를 유치하며 홍보에 열을 올렸다.

한국업체들의 참여도 눈에 띄었다. 코미팜, 가농인터내셔날, 보일공업, 삼양애니팜, 중앙바이오텍 등 동물약품과 기자재 업체 위주로 참가해 해외 바이어 및 현지 관계자들에게 자사제품을 홍보했다.

KISTOCK 홍보단 활동

▲축산단체 홍보단 활동모습

본 기자는 내년 국내에서 개최될 'KISTOCK 2007 개최를 위한 축산관련단체 홍보단' 일환으로 VIV China를 방문했다. 이번 박람회를 방문하여 KISTOCK에 외국기업들의 참가를 확대하기 위해 이 곳에 참가한 전 부스의 외국기업들을 찾아다니며 KISTOCK을 홍보하며 내년에 개최되는 KISTOCK 대한 관심을 기울이게 하는데 주력했다. 물론 양계업과 관련된 기자로서 전 부스를 돌아다니며 짧은 시간임에도 양계분야 업체들이 많은 비중을 차지하고 있어 더할 나위 없는 현장체험의 기회이기도 하였다.

해외 바이어와 전문가들은 상당수가 이미 KISTOCK에 대해 많은 인지도를 가지고 있었으며 내년 박람회 참석에 대해 긍정적인 평가들 얻어 내년에 있을 KISTOCK의 성공을 기대해 본다.

한편 돼지, 소, 오리 등 주요 축산업을 대표하는 사료, 설비, 약품, 첨가제, 컨설팅 등 축산업 모든 분야에서 참가했다. 반면 국내에선 양돈, 소가 강세를 보이고 반면 중국은 아직까지 대가축보다 중소가축에 많은 비중을 보였다. 국내시장과는 좀 다르게 양계박람회라고 불리고도 손색없을 만큼 양계산업과 관련한 업체들이 많이 참가했다.

눈에 띄는 홍보전략

다국적 기업들은 대형부스를 마련하여 자사를 홍보한 반면 일부 유럽국가들은 중소형업체들을 중심으로 국가관을 설치해 주목을 받았다.

▲네덜란드 국가관 전경

국가관을 설치한 나라로는 네덜란드, 프랑스, 이탈리아 등으로 국가관을 설치해 한 국가의 축산산업을 전반적으로 볼 수 있는 기회를 제공하는 한편 개별보다 국가차원의 홍보를 채택해 국가 이미지 향상과 더불어 제품 이미지를 제고시키는 공동홍보를 채택했다. 대규모 글로벌 기업에 비해 홍보력이 부족한 중소형업체를 중심으로 국가홍보관을 마련하여 이미지 마케팅을 극대화 한 점은 좋은 사례일 것으로 보인다.

▲전시된 양계관련 제품

한편 한 업체는 전시회장이 넓은 점을 착안해 중국전통의상 차림의 홍보도우미들이 부스 전 지역을 돌아다니는 전략을 선보이기도 했다.

VIV CHINA를 보면서

전세계에서 모인 기업과 투자자들이 한자리에 모여 중국시장 투자와 전세계의 기술 등을 한 자리에서 볼 수 있었던 이번 박람회에는 세계에서 가장 많은 인구를 자랑하는 중국의 명성에 걸맞게 많은 인파들이 박람회를 찾아 전시장 곳곳이 붐볐으며 각 부스마다 자사를 선전하기에 여념이 없었다. 한편 VIV China 주최측은 방문객의 편의를 도모하기 위해 안내소 설치와 뉴스 브리핑을 제공해 행사내용을 쉽게 접할 수 있게 하면서 방문객들의 참여를 유도하였다.

전반적으로 참가한 외국기업들은 영어로 의사소통을 하며 기업홍보에 박차를 가하고 있었지만 일부 업체와 중국지역 내에서 중국어를 알지 못하고는 대화가 어려운 점은 다소 아쉬움으로 남는다.

한국의 경우 중국에 살고 있는 조선족 통역사를 통해 한국과 중국기업간의 의사교류는 다른 나라보다는 한결 수월해 보였다.

뜨는 시장 중국

중국은 13억의 인구를 자랑하는 중국의 고기생산량과 소비량을 고려할 때 최근 세계적인 평균 수치를 넘어서며 축산업 국제기업들이 투자처로서 매력을 가지고 있는 나라이다. 한편 중국에서도 식품안전과 관련 국제적 트랜드를 인식하기 시작했으며 육가공회사들도 생산능력을 증가시키고 있듯이 중국의 축산업은 성장세를 보이고 있다. 그 결과 안전과 고품질을 지향하기 위해 생산과정의 개선에 대한 수요가 증가추세에 있어 글로벌 기업들의 중국진출이 앞으로도 활발할 것으로 기대를 모으고 있다. (취재 | 기영훈 기자)