

한국제지, '하이퍼씨씨프로' 출시



한국제지(주)가 신제품 컬러프린트지 '하이퍼씨씨 프로' 출시하고 국내 복사용지의 시장진화를 이끌고 있다.

레이저 프린터의 보급으로 누구나 쉽게 자신의 보고서나 기획서를 컬러 인쇄하는 디지털 오피스 시대. 복사용지 시장을 주도하는 한국제지(주)는 컬러 인쇄용지에 목말랐던 소비자의 이러한 트렌드를 정확히 간파해냈다.

'하이퍼씨씨 프로'는 고급 컬러 전용지의 품질을 갖추면서 최근 보급이 급격히 늘고 있는 컬러 화상출력을 일반 소비자들도 손쉽게 인쇄할 수 있도록 합리적인 가격대에 공급, 저변을 확대하고 있다. 또한 한국제지는 디지털카메라와 컬러인쇄가 보편화된 시대, '하이퍼씨씨 프로' 출시함으로써 보다 많은 사람들이 기존 용지보다 반 이상 저렴한 가격으로 고급 마케팅 보고서 등을 인쇄할 수 있도록 했다.

'하이퍼씨씨 프로'가 내세우는 메시지는 "컬러프린트지의 혁명"

이다. 디자인 회사에서만 소량 사용해오던 외국 수입 컬러 전용지는 1박스에 보통 7~9만원대. 일반 소비자로서는 섣뚱 구입하기 힘들었던 게 사실이다. '하이퍼씨씨 프로'는 품질은 기존 수입 컬러 전용지 그대로하면서도 가격대는 3만원으로 크게 낮췄다.

최근 국내 프린터 시장은 저렴한 유지비용과 빠른 출력속도의 장점이 있는 컬러 레이저 프린터의 가격 하락에 의한 성장세와 프린터, 복사기, FAX, 스캐너의 통합기능이 있는 복합기의 증가추세가 뚜렷한 상황이다. 잉크젯 프린터의 고가 소모유지비용 및 컬러 레이저프린터의 초기 구입비용 감소의 영향으로 컬러출력물들은 레이저프린터로 상당수 이동하고 있다. 이에 한국제지는 시장상황과 고객의 욕구를 사전에 파악하고, 국내 유일의 최고급 복사용지 제조 기술로 복사용지 전용의 최신 초지기, 친환경의 최고급 원료를 바탕으로 컬러 레이저 프린터 전용지인 '하이퍼씨씨 프로'를 탄생시킨 것이다.

컬러프린트지인 만큼 주요고객층은 복사, 인쇄업 종사자와 일반기업 홍보실, 기획실 사원들이다. 여기서 관건은 각종 프리젠테이션이나 보고서를 업그레이드할 수 있는 컬러차트 등 문서 내 선명한 컬러를 무리 없이 소화할 수 있는나. 공들인 마케팅 보고서나 제안서에 부담 없는 비용으로 상사의 눈길을 끌 수 있는 자신만의 특색을 원하던 직원들에게 '하이퍼씨씨 프로'는 가뭄에 단비나 마찬가지.

개발초기부터 한국제지 기술연구소와 영업팀이 홍보실 디자이너와 함께 시장조사에 나섰다. '하이퍼씨씨 프로'로 각종 인쇄기기에 인쇄할 경우를 대비, 디자이너의 시각으로 기기와 용지의 적합성 및 컬러화상을 면밀히 평가하는 등 트렌드를 읽고 발 빠르게 움직여 탄생했다.

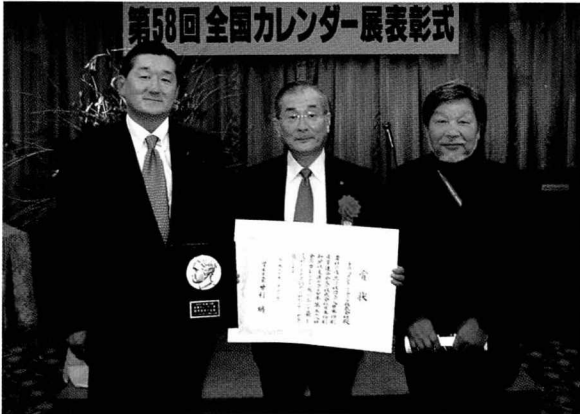
인쇄용지 내수 늘고 수출 줄어

지난해 인쇄용지 출하량이 전년대비 내수는 증가했지만 수출은 감소한 것으로 나타났다.

한국제지공업연합회에서 회원사를 상대로 집계한 지류수급 실적에 따르면 2006년도 인쇄용지 생산실적은 2,476,662톤으로 2005년의 2,439,002톤보다 1.5% 감소했다. 출하량은 내수부분이 1,375,670톤으로 전년 실적인 1,338,485톤보다 2.8% 늘어난 반면 수출부분은 1,083,761톤으로 전년 실적인 1,104,068톤보다 1.8% 줄었다.

특히 인쇄용지의 꽃이라 할 수 있는 아트지의 경우는 내수와 수출 증감 현상이 더 심했다. 2006년 아트지의 생산실적은 1,805,005톤으로 전년 실적인 1,795,173톤에서 0.5% 증가하는데 그쳤다. 특히 출하량은 내수부분이 730,132톤으로 전년 실적인 705,378톤보다 3.5% 증가했지만 수출 부분은 1,062,487톤으로 전년 실적인 1,091,010톤보다 6.6%나 줄었다.

계성제지, 일본 전국캘린더전 대상 수상



계성제지는 지난 1월16일 일본의 인쇄산업연합회와 인쇄산업신문사가 공동 주최한 제58회 전국 캘린더전에서 일본 현지법인 Tri-Pine Trading(T.P.T Japan)사가 제작한 'FORM' 캘린더가 대상인 경제산업대신상을 수상했다고 밝혔다.

이날 시상식에는 최홍 계성제지 부사장, 구라찌 일본 T.P.T사 회장, 단지 야스타카 담당 사진작가 등 관계자들이 참석했다. 이번에 대상을 받은 캘린더는 계성의 최고급 특수지인 'Tripine Art Nouveau(157g/m²)'를 사용, 종이와 물의 대화라는 주제로 자연이 갖고 있는 아름다움을 사진으로 재현시킨 작품이었다. 인쇄기술과 종이 등에서 종합적으로 우수한 작품이었다는 것이 심사위원들의 공통된 평가였다.

이와 관련 계성제지는 "특수지 신제품인 '트리파인 아르누보' 지로 제작되고 계성제지의 대표 브랜드인 "TRIPINE"을 달고 출품, 세계 인쇄기술의 중심인 일본에서 총 560점의 출품작 중에서 당당히 최고의 작품으로 선정된 것은 한국의 종이 제조기술을 세계에 알리는 쾌거였다"고 밝혔다.

이밖에도 특수지 'Tripine Velvet Cream' 지를 사용하여 출품된 캘린더가 특별상을, 'Tripine Silk' 지를 사용하여 출품된 캘린더가 일본인쇄신문사상을 각각 수상했다.

북미·유럽 아트지 생산업체 가격인상 시도

APP사가 미국시장의 아트지에 대한 가격인상을 발표하고 Sappi, Stora Enso, New Page, Appleton Coated, Lecta 등 유럽과 북미 아트지 생산업체들도 펄프가격 상승과 유로화의 강세, 중국의 수출한급금 폐지 등을 이유로 톤당 50~60달러의 가격인상을 실시할 것으로 알려졌다.

현재 북미 아트지 시장의 시장점유율은 Sappi사가 22%, New Page사가 20%, Stora Enso사가 16% 등을 차지하고 있다. 중국회사인 APP사가 가격인상을 제일 먼저 발표한 것은 이례적인데 관

계자들은 미국정부의 중국산 아트지에 대한 반덤핑 제소가 영향을 끼쳤을 것으로 판단하고 있다. 한편, 시장관계자는 아트지 생산업체들의 가격인상 발표에 대해 수요의 증가가 아닌 생산업체들의 인위적인 가격인상은 완료되지 못할 것이라며 회의적인 반응을 나타냈다.

한편, 2006년 미국의 아시아산 아트지 수입은 3분기까지 매달 평균 8만5천톤을 기록하다 4분기에 들어서 7만6천톤으로 감소했는데 북미시장의 수요약화와 유로화의 강세, 북미시장의 낮은 가격 등 여러 가지 이유가 혼합되어 작용된 것으로 분석된다.

무림페이퍼·무림SP, 임원진 인사발령

무림페이퍼와 무림SP가 올초 임원 승진인사를 단행했다.

박인섭 상무를 전무로, 이영실 이사와 김영식 이사를 상무로 발령했으며, 신임 임원으로 김현창 부장을 이사대우로 승진시켰다.

이번 인사발령과 관련, 무림페이퍼는 각 부문별 책임 경영체제 구축에 따라 탁월한 경영성과를 보여준 임원을 승진시킴과 동시에 임원의 순환보직을 통한 조직경쟁력과 역량 확보를 우선시 해 인사발령을 내렸다고 밝혔다.

2006년 북미 제지산업 10대 뉴스

01. 미국 골판지원지, 백상지, NBSK가격 상승세.
02. 다수의 캐나다 펄프, 종이 생산업체가 2006년에도 적자 기록.
03. 북미 펄프, 종이 생산업체들은 최근 급성장하고 있는 중국을 주시 중.
04. Weyerhaeuser사가 백상지와 아트지 생산설비를 Domtar 사에 13억5천달러에 매각.
05. 미국 신문용지 가격 하락세.
06. 2006년 미국 종이와 판지 생산설비는 총 9720만톤으로 1995년 이후 최저 기록.
07. International Paper는 구조조정의 일환으로 총113억달러에 달하는 자산을 매각.
08. 사모펀드 회사들의 북미 펄프, 종이 생산업체 인수가 활발하게 진행됨.
09. 미국 주택시장의 불황으로 북미 침엽수 펄프 공급량 감소.
10. 미국 주요 미디어 그룹인 Gannet, Tribune사는 올해부터 중국산 신문용지를 구매할 예정.