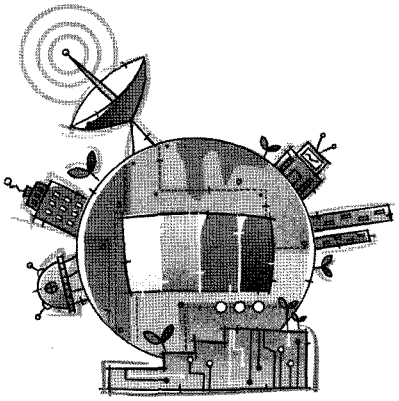
미국 가전보조금 활용



대미 수출을 증가시킬 수 있는 호재가 발표되었다. 미국 정부가 경기부양책의 일환으로 절전형 가전제품 구입을 지원하는 프로그램을 시행하였다. 에너지스타 라벨이 부착된 생활가전제품 구매시 50~200달러의 현금 리베이트를 제공하는 방식으로 작년 11월부터 지원하였다. 작년말 산업연구원의 미국가전 보조금을 활용한 우리나라 가전산업의 수출확대방안 보고서를 인용한다.

우리나라의 대미 주력 수출품목인 에어컨과 세탁기, 냉장고 등의 미국 내수가 증가세여서 향후 대미 수출시장 확대 여지가 큰 상황인 것이다. 보조금은 미국 가정의 연평균 가전제품 구매액의 대비 4~15%의 현금 지원효과가 있어 자매수요자들의 구매의욕을 촉진할 가능성이 있는 것이다.

우리 기업은 브랜드 인지도를 더욱 높이면서 미국 시장 점유율을 확대해가는 방안의 하나로 보조금 프로그램의 효과적인 활용을 적극 모색할 필요가 있는 것이다. 미국 소비자에게 자체적인 보조금 지원이나 보증기간 확대 등의 인센티브를 제공하거나, 에너지 고효율 제품의 개발로 가격대비 가치효과를 제고하여 미국 소비자에게 상대적 가격인하와 비용 절약효과를 제공한다.

또한, 미국은 2010년까지 스마트 그리드 기술 표준을 채택하고 새로운 가전시장 창출을 추진하고 있으므로 우리도 서둘러 제품 개발이 필요한 것이다. 고급 기술 프리미엄 제품을 국내 생산하여 미국에 수출하는 전략으로 메이드인코리아가 고급제품이라는 원산지 효과를 제공하는 것이다.

미국 정부는 경기부양책의 일환으로 절전형 가전제품 구입을 지원하는 프로그램을 시행하는 것이다. 미국 경기회복 및 재투자법을 근거로 작년 상반기에 추진했던 30억달러 규모의 중고차 현금보상프로그램의 성과가 좋게 나타나자 가전제품으로 확대된 것이다.

지원대상 제품은 일반제품보다 10~30%정도 에너지 효율성이 높은 에너지스타 라벨 부착제품으로 한정된다. 절전형 에너지스타 제품으로 교체하기 위해 신규 구매하는 소비자에게 현금 리베이트를 제공하는 방식으로 지원하는 것이다.

에너지부는 3억달러의 예산을 책정하고 작년 11월

말부터 주정부에 지급하며, 소비자에 대한 실제 지원은 작년 말경 이루어졌다. 주별 보조금은 인구 기준으로 1명당 약 1달러씩 배정하며, 주정부는 에너지부에 작년 8월15일까지 보조금 프로그램 참여를 신청하였다.

이후 할당된 보조금의 10%를 지급받아서 대상 제품과 보조금 지급 계획 등 주정부 차원의 보조금 프로그램을 입안하여 작년 10월 15일까지 에너지부에 제출하였다. 에너지부는 11월 말까지 각 주에 지원금을 지급하며, 이에따라 소비자는 작년 말경에 보조금을 지급받았다.

절전형 가전으로의 교체를 통해 에너지 절약 및 탄소 배출 감축으로 친환경 여건 개선과 동시에 제조업체들의 생산 확대와 가전 판매점의 매출 증대를 통한 고용 창출이 기대된 것이다.

미국 환경보호청에 따르면, 2008년 에너지스타 제품 사용으로 미국 가정과 기업이 전체적으로 약 190억달러 상당의 전기와 수도요금을 절약한 것이다. 신가전제품 판매 촉진으로 불황을 타개하면서 기존 사용제품 재활용 업체들의 고용확대도 기대된 것이다. 소비자 입장에서는 보조금액 상당의 현금 절약과 에너지 비용이 감소하므로 추가 구매 여력 발생이 가능한 것이다.

중고차 현금보상 프로그램처럼 소비자들의 호응이 높을 경우 시행기간을 연장하거나 현금보상예산이 확대될 수 있다. 중고차 프로그램은 당초 10억달러의 예산이 책정되었으나 기대 이상의 인기로 예산이 조기 소진되어 20억달러를 추가 배정하였다. 보조금 지급 예상시기인 작년 11월과 12월은 미국 가전 총 매출의 25%가 발생하는 황금기간으로서 보조금 효과가 크게 나타날 것이다.

주마다 보조금 프로그램의 내용이 다르고, 대체로 한 가구당 50~20달러 선이 될 것이다. 미국 에너지부에 따르면, 보조금 대상 가전제품으로 에너지스타 라벨이 부착된 에어컨, 열펌프, 보일러, 기름 및 가스 사용 벽난로, 세탁기, 접시세척기, 냉동고, 냉장고, 온수기 등이다.

미국 생활가전의 내수는 2002년~2004년 기간 물량 기준으로 5% 이상의 높은 증가세를 시현했으나, 2005년부터 감소세로 돌아선 후 2007년 6.4% 감소, 2008년에는 8.9% 감소하였다. 2008년에는 소형 생활가전 제품의 감소폭이 더욱 컸다. 음식물압축기와 접시세척기 등 주방 정화기기와 전기레인지 등 조리기기는 15%대의 큰 폭 감소하였고, 3대 생활

【 한국 생활가전의 대미 수출 추이 】

(단위 : 백만달러, %)

	냉장고	회전기기	난방전열기	계	증가율
2000년	27	290	548	865	14.0
2001년	18	246	484	749	-13.4
2002년	87	373	511	971	29.7
2003년	107	414	424	945	-2.7
2004년	205	480	282	967	2.3
2005년	337	526	223	1,085	12.3
2006년	426	438	229	1,092	0.6
2007년	452	419	210	1,081	-1.1
2008년	654	287	182	1,123	3.9

* 자료 : 한국무역협회

가전인 세탁기, 냉장고, 에어컨은 4~10% 감소하였다. 냉동고는 유일하게 4.5% 증가했다.

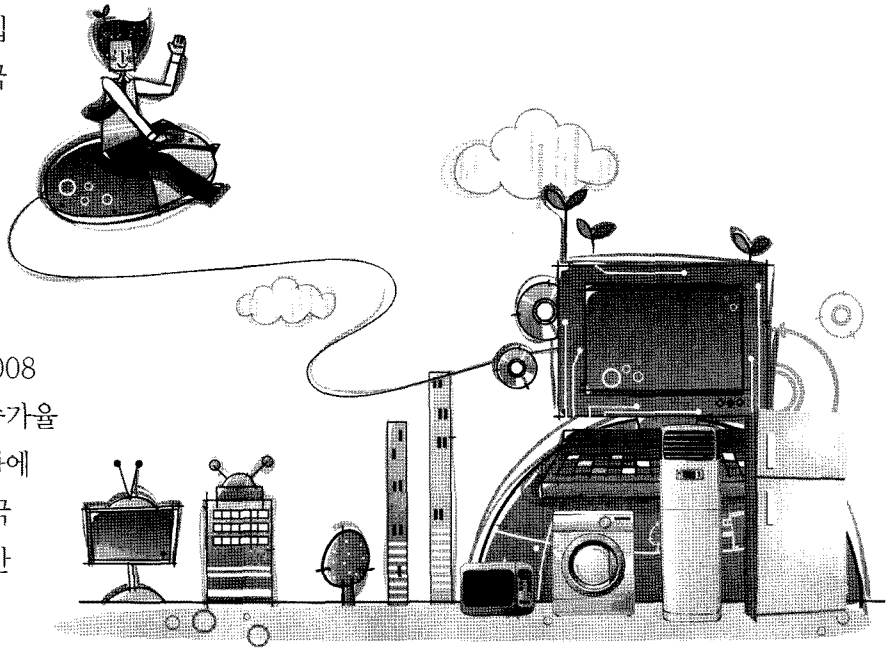
미국 생활가전시장의 점유율이 1위인 월풀 (40%)과 3위인 일렉트로룩스 (20%)는 작년 상반기 매출이 20% 정도 감소하였고, 2위인 GE도 판매부진으로 냉장고 공장의 직원을 대폭 줄였다. 미국의 생활가전산업은 수입이 수출보다 4, 5배 많으며, 매년 50억달러 내외의 무역적자를 기록한다.

2008년 기준 미국의 생활가전 수출입을 보면, 에어컨이 수출 1.01억달러, 수입 10.74억달러이고, 냉장고가 수출이 0.82억달러, 수입이 3.65억달러이다. 세탁기의 수출은 2.65억달러, 수입이 3.25억달러이다. 총계가 수출이 18.6억달러이고 수입이 66.5억달러이다.

주요 수입국은 글로벌 가전업체들이 생산기지로 활용하고 있는 멕시코와 저가를 앞세운 중국, 프리미엄 제품 위주로 수출하고 있는 우리나라 등이다. 미국 생활가전 수입은 특정국가로부터 수입이 집중되어 있는 구조로 냉장고는 멕시코에서 에어컨과 진공청소기는 중국에서, 건조기와 세탁기는 우리나라에서 대량 수입된다. 2009년 기준 한국의 미국 수입시장에서의 비중은 에어컨이 2.8%, 냉장고가 14.7%, 세탁기가 37.4%, 건조기가 67.8% 등이다.

한국의 대미 생활가전 수출은 2005년 10억달러를 돌파한 후 2008년 11.23억달러로 증가했으나 증가율은 둔화되었다. 미국의 경기 둔화에 따른 수입수요 감소와 더불어 한국 가전대기업들의 멕시코 현지 생산 증가로 수출이 대체된 것이다.

LG전자는 멕시코 몬테레이에 있는 냉장고 공장에서 미국 수출용 제품의 대부분을 생산하며, 작년 하반기에는 전기오븐레인지 생산라인을 추가하였다. 삼성전자도 멕시코 공장에서 연간 60만대 수준의 냉장고와 전자동세탁기를 생산하여 미국과 중남미에 수출한다. 생활가전분야의 품질 평가와 소비자 만족도 조사에서 우리나라 제품이 높은 평가를 받아 최우수 제품으로 선정되어 브랜드 이미지가 상승한 것이다.

우리 기업들은 현지 유통업체를 통해 자체적인 보조금 지원이나 보증기간 확대 등의 인센티브 제공으로 가격에 민감한 소비자들의 구매 수요를 이끌어 내야할 것이다.

월풀 등 미국의 주요 경쟁업체들도 정부 보조금 효과 극대화를 위해 유통업체들과 협력을 통해 추가적인 할인행사를 하였다. 기존 사용제품에 대한 보상판매, 신제품의 무상 수리 기간 연장 등의 인센티브 제공을 통해 신제품 구입 촉진이 필요한 것이다. 보조금에 의한 소비진작 가능성이 큰 지역을 중점 공략하는 선택과 집중 전략을 사용할 필요가 있는 것이다.