

Trends in the Cosmetics Packaging Market in Argentina

## 아르헨티나 화장품 용기시장 동향

### Writer

이진성

아르헨티나 부에노스아이레스무역관

### Contents

- I. 아르헨티나 화장품 용기 시장 현황
- II. 최근 3년간 수입규모 및 상위 10개국 수입동향
- III. 아르헨티나 화장품 용기 시장 경쟁 동향
- IV. 아르헨티나 화장품 용기 유통구조
- V. 아르헨티나 관세율 및 수입규제 제도
- VI. 결론

※ KOTRA 글로벌원도우

(<http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>)

자료 제공

### I. 아르헨티나 화장품 용기 시장 현황

아르헨티나에서 생산되는 화장품의 대부분이 원료 및 기타 자재를 수입하여 제조되고 있다. 원료를 수입해 현지에서 완성하는 구조로, 대다수의 제조업체가 이 방식을 택하고 있다(100% 아르헨티나 제품은 거의 없음).

특히 아르헨티나에서 생산되는 화장품 용기의 경우 제품의 질이 낮고 생산량이 적어 수입량이 점차 증가하는 추세이다. 가격이 저렴한 중국제품 및 지리적 강점(물류비 절감 등)으로 가격 경쟁력이 우수한 브라질제품이 많이 수입되고 있으나 제품의 질을 중요시하는 바이어들은 한국제품에 대한 관심도가 높은 상황이다.

아르헨티나 화장품 시장은 불안정한 경기 상황에도 불구하고 꾸준히 성장하고 있다. 아르헨티나는 남미시장에서 브라질과 칠레 다음으로 화장품 사용량이 꾸준히 증가하고 있는 국가로, 2017년까지 연속으로 3~5% 성장률을 유지하고 있었다. 2018년 하반기에 경기 침체로 인해 감소세를 띄었으나 그 정도는 미미하고, 경기 안정 시 빠른 속도로 재성장 가능한 시장이다.

아르헨티나에서 화장품 용기를 만들 때에는 주로 플라스틱, 유리 재질 등을 사용하고, 현지에서는 생산이 많이 되지 않는 품목이기 때문에 가격이 높은 품목 중 하나이다. 아르헨티나에서 포장(packaging) 제품의 생산량의 대부분은 종이(paperboard)(28%) 및 유리(32%)이고, 플라스틱과 나무 재질은 각 25%, 11%의 점유율을 가지고 있다.

제조하여 수출하는 기업도 존재하지만 원료 수입 후 제조를 해

[표 1] 2016~2018년 화장품 용기(HS CODE 3923.00) 국가별 수입추이

(단위 : USD, %)

순위	국가	2016년	2017년	2018년		
				금액	점유율	증감률
1	브라질	32,981,411	34,121,016	40,937,011	30.25	19.98
2	중국	21,206,281	21,306,655	25,143,295	18.58	18.01
3	칠레	11,615,236	12,372,515	10,127,945	7.49	-18.14
4	우루과이	7,476,552	8,175,549	10,054,857	7.43	22.99
5	미국	13,345,574	10,656,076	9,192,455	6.79	-13.74
6	독일	7,130,441	6,828,844	6,979,867	5.16	2.21
7	파라과이	3,286,997	4,167,448	4,232,022	3.16	1.55
8	프랑스	1,094,228	2,100,820	3,655,370	2.70	7.4
9	멕시코	4,924,640	3,327,956	3,428,161	2.53	3.01
10	이탈리아	4,026,486	3,076,635	2,504,013	1.85	-18.61
-	대한민국	666,605	369,870	532,699	0.39	44.02
총계		122,787,960	121,392,477	135,307,247	100	11.46

[자료원 : GTA(Global Trade Atlas)]

[표 2] 화장품 용기(HS CODE 3923.00) 국가별 수입추이 (2019년 1월~9월 기준)

(단위 : USD, %)

순위	국가	금액	점유율	증감률
1	브라질	24,626,526	30.34	-21.53
2	중국	14,691,271	18.10	-26.50
3	미국	6,847,158	8.44	-2.23
4	우루과이	5,819,222	7.17	-24.20
5	칠레	5,343,761	6.58	-24.53
6	독일	4,801,360	5.39	-21.70
7	멕시코	2,572,020	3.17	-12.59
8	파라과이	2,491,013	3.07	-8.23
9	프랑스	1,538,717	1.90	-47.57
10	콜롬비아	1,517,782	1.87	-3.56
-	대한민국	158,782	0.20	-68.19
총계		81,155,594	100	-22.63

[자료원 : GTA(Global Trade Atlas)]

야 하는 기업 입장에서는 생산 비용이 너무 높아졌다는 입장이다. 높은 인플레이션과 급격한 공공요금 상승도 기업들의 생산 비용을 높이는 데 기인하고 있다. 이에 따라 저렴한 플라스틱 용기 수입량이 높았지

만 품질을 중시하고 친환경(eco-friendly) 제품이 인기를 끌기 시작하면서 품질 좋은 제품의 유입이 증가하는 추세이다. 더욱이 소비자 성향이 바뀌면서 현지 바이어들의 선호도도 바뀐 것으로 보인다.

## II. 최근 3년간 수입규모 및 상위 10개국 수입동향

화장품 용기를 따로 나누는 Hs code가 없어 플라스틱 용기 기준 수입 동향을 살펴봤다.

먼저 수입은 2018년 기준 전년대비 11% 증가하였는데, 이는 브라질 및 중국계 수입이 40% 가까이 성장하며 이룬 성과로 판단된다. 동 품목 브라질 수입 점유율은 30%, 그 뒤를 이어 중국이 18%, 칠레 및 우루과이가 각 7%씩 점유하고 있다. 브라질과 우루과이의 수출 증가는 남미공동시장의 유리한 관세율을 이용한 것으로 파악되며, 대외국으로 처리되는 국가의 경우 경쟁력 있는 가격이 가장 중요 포인트로 간주된다.

2019년 9월까지 통계를 확인해 보면 수입량이 현저히 떨어짐을 확인해 볼 수 있다. 이는 급격히 가치 하락을 겪은 폐소화로 인해 전체적으로 수입량이 감소한 것의 일환으로 볼 수 있다. 2019년 9월 지난해 동기대비 전체 수입량은 27% 가량 감소했다. 향후 경기 완화 시 수입량이 충분히 증가할 가능성이 있다.

### III. 아르헨티나 화장품 용기 시장 경쟁 동향

아르헨티나에서 제조되는 양은 많이 없으나 중국, 브라질 등 가격 경쟁력이 높은 국가들

의 시장 점유율이 높은 상황이다. 브라질의 경우 남미공동시장의 회원국으로 관세와 통세세가 부과되지 않고 있어 총수입자 부담 세금의 약 30% 정도 차이가 있다.

대내세의 경우 이후 환급이 가능하지만 수입 시 경제적 비용이 발생, 현재와 같은 불안정한 경기상황에서는 반가운 일이 아니다. 중국의 경우 바이어들의 인식이 기본적으로 저렴한 품목임을 알고 있어 나라에 대한 충실도가 높은 경향이 있다.

소비자들의 인식이 변화하고 있음을 파악하고 품질이 높은 제품이나 친환경(Eco-friendly), 비 동물 실험(Cruelty free) 등의 품목으로 진입 시 경쟁가능성이 있을 것으로 보인다. 따라서 가격이 낮은 제품을 선호하는 일반적인 바이어보다는 고품질 또는 제품 아이덴티티를 중시하는 기업과의 접촉이 중요할 것으로 판단된다.

### IV. 아르헨티나 화장품 용기 유통구조

대부분의 용기는 현지에서 화장품 원료, 자재 등을 수입하

는 도매 유통업체가 진행하고 있는 것으로 나타났다. 원료와 용기를 사용하는 고객층이 같아 함께 납품할 수 있다는 장점이 있으며, 스톡(stock) 구매를 진행하여 수출업체 입장에서는 조금 더 빠른 실적 달성이 가능한 경우라 할 수 있다.

또한 일반 트레이딩 업체와의 거래도 진행하는 등 조금 더 유연한 거래를 진행하는 경향이 있다. 그러나 하지만 대부분 가격에 의존하여 수입하는 경우가 많다.

일부 화장품 제조업체(LAB)도 생산비용을 낮추기 위하여 직접 진행하기도 한다. 이들은 대부분 일반 기업보다 큰 업체로, 이 경우에는 OEM을 요구, 기업의 콘셉트에 맞춰 로고나 색상을 변경하는 경우가 다반수이다.

아르헨티나 포장재 협회(Instituto Argentino del Envase-IAE-)의 호르헤 아세베도(Jorge Acevedo) 회장은 “현지 포장재 기업들은 바이어폴리머(Biopolymers) 등 친환경제품 생산에 관심을 보이고 있다”며 “이는 아르헨티나뿐만 아니라 전 세계적으로 추진되고 있는 사항”이라고 말

[표 3] 수입관세 및 관련세(한국 등 제3국 기준)

구분		요율	CIF 가격 100일 때 관세(산식)
대외세	관세	18%	18(100×18%)
	통계세	2.5%	2.5(100×2.5%)
대내세	부가세	21%	25.305[(18+2.5+100)×21%]
	추가부가세	20%	24.10[(18+2.5+100)×20%]
	소득세	6%	7.23[(18+2.5+100)×6%]
	매출세	2.5%	3.012[(18+2.5+100)×2.5%]
합계(CIF+세금)			180.1475

주) 대외세=CIF 가격×세금별 요율, 대내세=(CIF 가격+대외세 총합)×세금별 요율  
 [자료 : Tarifar]

했다. 남미 주요 화장품 기업 중 하나인 NATURA의 디에고 데레오네(Diego de Leone) 아르헨티나 담당자는 “NATURA의 포장재는 자연친화적으로 생산하고 있으며 2050년까지 아르헨티나에서 판매되는 플라스틱 패키징을 50%까지 재활용할 수 있을 것”이라고 말했다. 아르헨티나에서도 점차 스마트 컨슈머가 늘어감에 따라 친환경 제품, 친환경 패키징에 대한 수요는 증가할 것으로 사료된다.

### V. 아르헨티나 관세율 및 수입규제 제도

아르헨티나에서 수입 시 남미 공동시장(MERCOSUR) 회원 5개국인 아르헨티나, 브라질,

우루과이, 파라과이, 베네수엘라 등을 제외한 국가들은 제3국가로 구분되며 공통의 관세를 적용하고 있다. 남미공동시장 역내국간 거래는 일부 품목을 제외하면 무세로 가능하다. 제3국 공통관세는 18%이고, 통계세는 2.5%이다. 아르헨티나는 수입허가제(Licencia NO Automatica)를 통해 민감한 품목을 중심으로 규제를 진행하고 있다. 화장품 용기의 경우 수입허가제 품목이 아니지만, 세부 HS Code에 따라 최저가격수입제(Valor Criterio)에 해당될 수 있으므로 수출 전 수입자와 확인이 필요할 것으로 사료된다.

### VI. 결론

현재 아르헨티나는 가격이 중요한 포인트로 작용하고 있으

나 일반 용기류보다는 차별화된 제품을 통해 부가가치가 높은 품목 위주로 진출 시 시장 공략이 가능할 것으로 보인다. 또한 아르헨티나 시장의 경우 공급업체를 잘 바꾸지 않으려는 경향이 있음을 인지하고 꾸준한 노력이 필요할 것으로 예상된다. 

