

요하네스버그 발전 · 송배전 박람회 참가결과

한국전기산업진흥회

Contents

1. 참가배경 및 목적
2. 한국관 개요 및 지원사항
3. 참가실적 및 전시회 만족도
4. 참가업체 유형 및 전시품 동향
5. 시장진출 방법 및 개선점
6. 종합의견

1. 참가배경 및 목적

- 국가기간 산업인 전기기기 제품을 내수위주에서 수출산업으로 육성하고자 그동안 정부 및 KOTRA 지원하에 동남아를 중심으로 전기전문 박람회를 참가하여 많은 성과를 거두었으나
- 최근들어 동남아, 중국시장은 국내업체간 과다경쟁 및 후발국인 인도, 중국산과의 가격경쟁으로 시장확장에 어려움이 있고, 또한 지속적인 전기산업의 무역적자를 해소하고자 신시장 개척차원에서
- 그동안 시장개척에 어려움이 많은 아프리카지역 미래시장 공략을 위하여 계전기, 저압차단기, 개폐기 등 시장진출이 용이한 품목 위주로 전시회에 참가하여
- 남아공화국을 중심으로 짐바브웨이, 가나, 케냐 등의 신시장 개척 및 선진 유망 전기업체 아프리카 시장진출 동향을 파악, 국내업체의 해외 신시장 진출에 기여하고자 함

2. 한국관 개요 및 지원사항

- 전시기간 : 9. 30 ~ 10. 4(5일간)
- 장 소 : 요하네스버그 National Exhibition Center
- 참가업체 및 전시품목
 - 참가업체 : 비츠로테크 등 7개사(한국관 홍보부스 포함)
 - 전시품목 : 차단기, 리클로우저, 단상모터, 계전기, 개폐기, 배전자동화용 RTU, 변전소 감시제어 단말장치 등
- 전시규모 : 63㎡(한국홍보 9㎡ 포함)
- KOTRA 지원사항
 - 참가비 70%지원, 남아공화국 전기시장 동향을 파악하여 정보제공, 유망에이전트를 발굴하여 한국 홍보관에 참관 유도, 에이전트 공장방문 주선, 전시기간중 한국관 홍보 등

<요하네스버그 전시회 개요>

- 광산업전시회와 공동으로 개최
- 발전·송배전 전시회는 150개사 참가하였고, 광산업전시회는 500여개사 참가
- 참관인원은 30,000명 정도이나 전기박람회는 10,000명 정도임
- 아프리카 최대 전시회이며, 전시운영도 선진국 수준임

3. 참가실적 및 전시회 만족도

■ 참가실적

(단위 : 천\$)

업 체 명	전시품목	상담액	계약액	에이전트계약	비 고
피앤씨테크(주)	감시제어장치, 보호계전기	250	-	1	에이전트계약 추진 중
비츠로테크(주)	차단기·개폐기, 보호기기류	50	-	-	협 의 중
오성기전(주)	차 단 기	70	-	2	에이전트계약 추진 중
삼화기연(주)	단 상 모 터	200	50	1	알스탐사와 계
삼화EOCR(주)	전자식 과전류 계 전 기	300	100	1	알스탐사와 계
신성산전(주)	차단기·개폐기, 리클로우저	-	-	-	상담건수는 20건으 로 구체적인 계약 은 차후협약 예정
계	17종	870	150	5	

* 전기기기 특성상 수출가격의 인증제도 등으로 1~2년후에 수출 가능한 품목이 많아 현재 계약실적은 저조하나 앞으로 증가예정

■ 참가업체 박람회 만족도

- 박람회 성과, KOTRA지원에 대해서는 만족하고 있으나 한국관 부스 Lay-out 및 장치는 보통으로 답변하여 한국관 이미지를 높이기 위한 부스 데크레이션 투자가 필요함
- 대부분 업체는 아프리카 최대 전기전문 전시회로서 동박람회에 격년제로 참가하는 것이 시장공략 지름길이라 답변하여 차기 전시회에 참가 방안을 마련하여 추진하는 것이 좋을 것 같음

4. 참가업체 유형 및 전시품 동향

■ 참가업체 유형

- 선진국 업체는 현지 에이전트를 중심으로 참가하였으며, 전시회 참가 목적이 제품판매보다는 자사 이미지 홍보에 역점을 두고 있는 것이 특징
- 실질적인 현지 제조업체 참가는 없음
- 중국, 인도, 캐나다 등은 국가관으로 참가하였고, 특히 자국 인증기관, 컨설팅 기관, 무역업체와 동반으로 참가하여 제품홍보 및 수출마케팅이 특색

■ 전시품 동향

- 선진국 제품은 가격은 높으나 제품의 시스템화, 소형화 제품 등을 출시하였으며, 또한 디자인이 미려하고, 기능·품질등이 우수함
- 중국산은 성능, 기능, 품질은 한국산과 거의 비슷하나 가격은 1/3 수준으로 특히, 변압기(대용량), 절연물은 국내보다 우수한 제품도 많이 출품하였음
- 인도산은 조잡하나 과거보다 많이 향상되어 있으며, 발전기, 전동기가 주류

5. 시장진출 방법 및 개선점

■ 아프리카 시장진출 방법

- 남아공화국을 중심으로 아프리카 시장은 대부분 독일, 프랑스 등 선진 업체가 진출하여 시장점유를 하고 있으며, 자국내 전기제조업체는 거의 없음
- 또한, 흑인정부 출범후 중고가의 제품을 선호하고 있어 한국산 제품도 신용있는 에이전트를 통한 저압제품 중심으로 수출을 모색하는 것이 바람직함
- KOTRA무역관을 통한 지사화사업 참여방법과 꾸준한 전기전문 전시회 참가로 한국제품 이미지 홍보가 중요함
- 효율적인 시장진출을 위하여 품목별로 2~3개 한국산 제품만 진출하여 과당경쟁으로 인한 경쟁력 약화요인 제거가 중요함

■ 전시회 참가시 개선점

KOTRA

◎ KOTRA 등 정부기관 역할

- 남아공, 동유럽 등 신시장 개척 차원에서 전시회를 참가하는 업체는 타지역 참가비 지원보다 차등화
- 부스비는 물론 운송비까지 지원하여 실질적인 제품전시를 통한 기대치 창출(남아공화국 등 거리가 먼 국가 전시회 참가시 운송비가 과다하여 카달로그만 전시품으로 출품하여 효과가 미미함)
- 인도는 참가비, 운송비, 항공료 등 전액 정부에서 지원하고 있으며, 중국도 참가비 70%, 운송비 100%, 부스장치비 100%을 지원하고 있으며, 업체는 항공료, 호텔료만 부담하여 한국업체가 전시 참가전부터 후발개도국과의 경쟁력에서 떨어지고 있음
- 사전 참가업체 품목 등을 파악하여 유망 바이어 발굴 및 한국관에 참관토록 유도
- 또한, 전시참가국 전력청을 방문하여 한국제품을 홍보할 수 있도록 현지 무역관에서 협조

◎ 주관기관 역할

- 부스장치시 한국관 이미지 및 참가업체가 바이어와 상담시 시간, 경비절감 차원에서 운영방법 개선모색
- 부스배정시 전시품위주 업체에 우선 배정하고, 가능한 동종품목 업체 참가 배제
- 전시기간중 개최국 전력청 및 정부기관 방문계획 모색
- 가격인하, 바이어에 대한 이미지, 장기적인 수출증대 등을 위하여 과당 경쟁방지 역할

◎ 업체역할

- 카달로그 전시보다는 제품위주의 전시
- 사전 바이어발굴 및 접촉을 통한 작업으로 전시기간중 시간·경비절감
- 수출전문가뿐만 아니라 엔지니어링 담당자 등 1개사 2명정도 참가
- 전시참가후 사후관리 철저

6. 종합의견

- ◇ 이번 전시회 참가는 제품판매보다는 시장동향을 파악하는 차원에서 출품하였는데 6개사 업체 모두 유망바이어와 협약이 성사될 가능성이 높아 아프리카 시장진출 교두보 확보 등 성과가 높았으나 전시품보다는 카달로그 전시로 인한 한국제품 홍보에 약간 아쉬운 점이 있음
- ◇ 요하네스버그 박람회는 아프리카 최대 전기전문 전시회로 향후 꾸준한 참가로 아프리카 시장을 공략하여야 하며, 더불어 관련기관에서 전력청 관계자 등을 국내로 초청하여 국내산 제품 이미지 홍보가 필요함

<남아프리카공화국 전기제품 시장동향은 본회 해외시장정보 시리즈⑥>

남아공 경제, 시장특성 등은 남아공 안내, 전시회 참가업체 리스트는 동 전시회 디렉토리 참조>