



폴란드, 음료 포장 산업 성장 편리성 갖춘 디자인 선호

폴란드 음료시장이 꾸준한 성장을 이어가는데 비례해 음료 포장 관련 산업이 성장하고 있다.

전체적인 포장시장이 성장추세인 가운데 특히 음료 관련 포장시장이 눈에 띄게 성장하는 이유는 음료시장의 경쟁이 치열해 지면서 소비자들이 같은 가격과 효과라면 보기 좋고 사용이 편리한 디자인의 음료를 선택하기 때문이다.

폴란드 음료 포장시장은 음료수 종류별(우유, 주스, 물, 청량음료, 맥주, 보드카 등), 포장재질별(유리병, PET병, 알루미늄캔, 종이팩 포장 등)로 매우 다양하게 구분돼 발전해 오고 있다.

추세에 맞춰 가장 전통적인 음료 포장재질의

유리병 역시 더 밝고 얇으면서 강한 재질을 사용하고 있다.

모양도 원주형, 원뿔형, 입방체형 등 다양한 모양 외에 다양한 색상, 인쇄물이 유리병 내부에 있어 병 밖으로 세련되게 보이도록 하거나 로고 및 브랜드 등을 아예 유리병에 조각형태로 표현하고 있다. 그리고 소비자들의 시선을 끌 세련된 모양과 디자인 연구, 지속적인 변화를 주며 주기적, 비주기적으로 업그레이드된 새로운 디자인을 선보이고 있다.

알루미늄캔 포장 또한 청량음료, 에너지음료 뿐 아니라 맥주 등에 다양하게 이용된 꽤 오래된 포장법 중 하나로 브랜드의 특징과 시원함을 나타내는 디자인이 활기이다.

포장의 외관뿐 아니라 내용물의 맛과 신선도를 유지하기 위한 기술도 포장산업에서 중요한

역할을 하고 있다.

Guinness Draught 맥주회사에서 사용하는 캔 포장기술은 캔을 여는 동시에 그 안의 질소가 작용해 미세한 포말이 이는 것으로, 내용물의 맛과 풍미를 오랫동안 유지시켜 준다.

이런 기술로 많은 음료수캔 포장을 제공하는 기업은 Ball Packaging(독일계)의 계열회사인 Ball Corporation사로, 1993년 폴란드 투자 이후 연간 15억 개, 0.33 및 0.5l 용량의 알루미늄 캔을 생산하며 이 중 30%를 수출하고 있다.

음료포장에서 매우 보편적인 재질로 알려진 PET병은 더 얇고 더 가볍게 제작하는 것이 관건인데, 독일계 회사 Krones는 'NitroPouch' 제품에서 6.6g의 5백ml병인 울트라 경량 PET를 선보였다. 또한 입방체형의 PET병은 같은 양의 원주형 병보다 자리를 적게 차지해 운반 시 에너지를 절약할 수 있어 다양한 음료병에 응용되고 있다.

이외에도 3년 전부터 영국계 Cognifex사에서 선보인 LED를 이용한 발광 PET병이 신선한 충격을 줬다. 또 작년에 글로벌 포장기업인 Greiner Packaging사에서는 이중 PET병의 음료를 선보였다. 이중패킹의 효과는 외부 온도 변화에 대한 단열과 이에 따른 내용물의 신선도 유지이다.

앞으로 폴란드 내 PET병은 자국 오일회사 PKN Orlen이 브로츠와프에 PET 원료인 PTA 생산공장을 건설하게 돼 좀 더 싸게 유통될 전망이다.

한편 지난 80년대부터 선보여 그동안 냉대를 받았던 포도주의 테트라팩 포장이 이제 서서히 소비자들에게 이상하지 않은 것으로 인식되기 시작했다. Tetra Pak사가 공급하는 이 포장은 유럽에서 점차 성장세를 타며, 폴란드에서도 유통되고 있다.



▲ 최근 주목받고 있는 폴란드 음료포장 제품



태국, 인쇄산업 성장 인쇄기계 · 잉크 수출 유망

전 세계적으로 인쇄시장은 매년 성장해 전체 수입규모가 2005년 3백37억7천1백만 달러, 2006년 3백57억7천8백만 달러, 2007년 4백8억 달러에 이르고 있다.

현재 태국의 인쇄물 수출은 전체의 2%로써 큰 비중은 아니지만 2007년에 7백15%의 성장을 보이는 등 최근 빠르게 성장하고 있다.

이처럼 태국의 인쇄물 수출이 급격히 증가한 이유는 홍콩, 싱가포르 등에서 인쇄물에 대한 수요가 증가하고 미국, 일본, 유럽 국가들이 생산 비용이 저렴한 태국과 중국으로 생산시설을 옮겼기 때문이다.

태국의 인쇄물은 품질의 우수성으로 2007년 11월, 개최된 제5회 Asian Print Awards에서 23개의 상을 수상하기도 했다.

한편 세계적으로 디지털 인쇄의 비중은 증가하는데, 2005년에 전체 인쇄의 10.3%에서 2010년에는 15.5%로 증가해 전통적인 옵셋 인쇄방식을 점진적으로 대체할 것으로 예상된다.

디지털 인쇄의 장점은 비용절감, 편집 및 교정의 융통성 향상, 인쇄시간 단축 등 여러 분야의 생산성 향상에 있다.

태국의 인쇄물시장이 커짐에 따라 이에 소요되는 인쇄기계, 잉크 등에 대한 수요도 증가하고 있다.

태국의 인쇄기계 수입은 2008년 기준 8억7천10만 달러로서 2007년보다 29.8% 증가했으나

올해에는 경기침체의 영향으로 2009년 7월까지의 수입액이 2008년 같은 기간에 비해 18.8% 감소했다.

한편 태국의 인쇄용 잉크 2008년 수입액은 1억8천4백90만 달러로 2007년보다 7.4% 증가했으며, 국가별로는 일본, 싱가포르, 한국 등에서 주로 수입하고 있다.

태국은 옵셋인쇄기와 디지털 인쇄기를 모두 수입에 의존하고 있으며, 그라비아, 플렉소그래피, 스크린 인쇄기계 일부만 국내에서 생산하고 있다.

지난 수년간 태국은 독일과 일본으로부터 인쇄기계를 주로 수입했는데, 그 이유는 이들 국가의 기계들은 우수한 인쇄품질과 최신 기술로 잘 알려졌기 때문이다.

수출업체로는 Heidelberg, Man Roland, Ryobi, GOSS, Mitsubishi, Komori, Canon 등이 있다.

중국 · 싱가포르 · 말레이시아에서 수입도 증가하는데, 이들 대부분 브랜드들은 태국에 판매 사무소를 설립하거나 에이전트를 통해 경쟁력 있는 가격으로 제품과 서비스를 제공하고 있다.

레이저와 잉크젯 프린터와 같은 디지털 인쇄 기기들은 특히 개인용으로 많이 활용되는데, 주요 업체로는 HP, Canon, Epson, Kodak, Konica, Oce, Fuji Xerox 등이 있다.

태국 인쇄업체와 거래를 희망하는 외국기업에는 전통적인 유통채널이 가장 좋은 시장진출 방법이다.

이 방법은 현지 유통업체나 에이전트를 지정해 제품과 서비스를 고객에게 제공하는 것으로

세미나, 컨퍼런스, 공장방문 등도 제품의 우수한 기술을 알리는 방법이다. 시장 진출에 중요한 경쟁우위는 소비자의 인지도, 품질에 대한 명성, 다양한 제품군 등이다.

태국의 인쇄업체 중 약 75%는 소규모이며 수동으로 작동하는 인쇄기기를 사용한다.

이들이 기술적으로 디지털 트렌드를 따라가려면 많은 투자가 이뤄져야 하지만 현실적으로 어렵기 때문에 규모가 큰 인쇄업체들만이 새로운 인쇄기술에 투자를 해 인쇄기계의 수요를 촉진시킬 것으로 예상하고 있다.

홍콩, 포장식품 영양표시 전면 개편
내년 7월 시행, 분유·식이요법 음식 제외

홍콩의 영양표시 시행이 1년 앞으로 다가옴에 따라 최근 홍콩정부는 이 규정의 홍보에 주력하고 있다.

식품위생사고와 트랜스 지방의 이슈로 인한 소비자들의 불안심리 증가와 2005년 홍콩 사망률의 60%가 식품섭취와 관련된 만성질병(암, 심장병, 비만 등)이 차지하면서 식품안전관리에 대한 의식이 높아진 것을 계기로, 지난 2008년 5월에 발표한 포장식품에 대한 영양표시규정이 2010년 7월 1일부로 발효된다.

이 규정에 따르면 홍콩에서 판매되는 모든 포장식품은 정해진 기준에 따라 영양표기를 해야 한다. 하지만 ▲ 특이 식이요법을 위한 음식 ▲ 36개월 미만의 유아용 분유 및 음식 ▲ 1년에 홍콩 내 판매량이 3만개를 넘지 않는 포장식품

은 제외된다.

영양 표기는 크게 영양표시(Nutrition Labelling)과 영양강조표시(Nutrition Claims)로 나뉘지는데 영양표시는 열량과 7대 영양소, 영양강조표시는 영양성분의 내용, 비교, 기능관련 표기이다(http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/files/legco_brief.pdf 홍콩 식품 및 의약품에 대한 영양표시규정 참조).

영양표시는 기본적으로 Codex(국제식품규격 표준) 기준을 따르며, 열량과 7대 영양소(Protein, Carbohydrate, Total fat, Saturated fat, Trans fat, Sodium, Sugar)를 표기해야 한다. 기타 영양소(콜레스테롤, 지방 등)가 포함돼 있다면 반드시 함량을 표기해야 하며, 이 외 영양성분은 자율적으로 표기 가능하다.

영양강조표시는 크게 영양 내용 표시, 영양 비교 표시, 영양 기능 표시 3가지로 분류된다.

영양강조표시에 허가되는 표기의 예는 Energy(low, free), Total fat(low, free), Energy(low, free), Total fat(low, free - low fat의 조건 충족할 경우 00%, fat free 가능), Saturated fatty acids(low, free), Cholesterol(low, free), Trans fatty acids(free), Sugars(low, free), Sodium (low, very low, free), Protein(low, source, high), Vitamins&minerals (sodium 제외, source, high), Dietary fibre(source, high)와 같다.

한편 Organic, Natural 표시는 이번 규정에 의한 영향이 없다.



오메가3, 유당, 글루텐 등과 같이 Codex에서 영양성분으로 인정하지 않은 성분의 경우 영양내용 표시에 포함될 수 없으나 실제 함량은 표기 가능하며, 단 'high/low/있음/없음' 처럼 강조할 수는 없다.

폴란드, 플라스틱업계 전년대비 7% 성장
연간 약 1백80만톤 소비, 유럽 7위

폴란드 플라스틱시장은 전체적인 불황에도 2009년 상반기 성장세를 유지하고 있다.

유럽 전체 평균 1인당 플라스틱 소비량은 약 45kg이며, 이중 폴란드의 성장률은 전년대비 7%로 나타났다.

폴란드 전체 연간 소비량은 1백80만톤으로 전체 유럽에서 7순위를 차지하고 있다.

경기침체 현상이 지속되지만, 아직 폴란드 플라스틱시장은 긍정적이라는 것이 전문가들의 견해이다.

특히, 폴리머의 수입이 지속적으로 증가할 것으로 전망되고 있는데 이 품목은 우선 폴란드 내수에, 후에는 폴리머 제품의 수출증대에 기대를 걸고 있다(Tadeusz Nowicki : Ergis-Eurofilms 사장).

제품 원료별 시장구조를 보면, 저밀도 폴리에틸렌(LDPE)이 22%로 가장 많고, 폴리프로필렌(PP)이 20%, PVC 16%, 고밀도 폴리에틸렌(HDPE) 13%, PET 10%, EPS 9%, PS 6%, PA와 ABS가 각각 1%를 차지하고 있다.

고분자 중합체(폴리머)의 제품군별 시장구조

를 보면, Foil(Soft) 부문이 23%, Pipe와 Profile 부문이 19%, Injection Moulding 부문이 15%, Blow Moulding 부문이 14%, Foil(Hard) 부문이 8%, 케이블·전선 부문이 4%로 나타나고 있다.

플라스틱 시장에서 현 경기침체의 영향이 가장 크게 미친 부문은 자동차, 전자, 건축분야로, 주문감량, 에너지 및 원자재의 가격 상승이 가장 큰 마이너스 영향을 미치고 있다.

가장 큰 타격을 입은 기업으로는 Sanwil, Anwil, Spolana 등으로 이 기업들은 20~30%의 생산량이 감소했다.

폴리에틸렌 포장용품 제조사 Abriso는 9백만 유로를 투자해 충격 완충 포장재 및 EPS 포장재 제조를 위한 공장설비를 추진 중이다.

폴리에틸렌 재질의 포장제품을 제조하는 관련 업체는 폴란드 내 2백30여 개의 중소기업이 있다.

폴리에틸렌 포장제품 주로 일회용 쇼핑봉투 및 가정용, 식품보관용 봉투로 생산량은 2005년 14만5천톤(약 8억9천만 즈워티), 2007년에 15만4천톤(약 9억8천만 즈워티), 2008년 시장 규모는 15만 톤 이상에 약 10억 즈워티, 2009년 상반기 5만7천톤이었다.

폴리에틸렌 봉투 및 가방의 시장규모는 다른 플라스틱 포장용품에 비해 매우 크며, 전체 플라스틱 포장제품의 84%를 차지하고 있다.

폴리에틸렌 포장제품의 폴란드 수출규모 역시 다른 재질의 포장제품보다 많으며, 2009년 상반기 전체 폴리에틸렌 포장제품 생산의 61%를 수출했다.

플라스틱 포장제품을 둘러싼 환경문제에 대해 관련 업계에서는 폴리에틸렌 포장제품이 오히려 다른 재질의 포장제품보다 환경문제를 덜 일으킨다는 반론을 제기한다.

운송 시 Foil로 포장을 할 때, 제품의 부피를 줄일 수 있어 운송 차량의 수를 줄일 수 있고, 이로 인한 대기오염을 줄일 수 있다고 주장하고 있다.

수질오염 관련 폴리에틸렌 포장제품은 종이재질의 포장제품보다 50배나 적게 오염되며, 생산 공정에서 폴리에틸렌 포장제품을 생산하는데, 같은 양의 종이 포장제품을 생산하는 것보다 에너지 소모를 20% 정도 감량할 수 있다고 주장한다.

지속적인 플라스틱 산업의 발전 추세, 특히 포장제품 관련 성장 추세에 따른 우리기업의 고분자 중합체(폴리머) 원료 및 반·완제품 수출 기회 타진이 필요하다.

관련 제품 제조업체를 대상으로 한 생산라인 자동화 설비 등의 진출기회 타진이 필요하다.

시장 진출을 원할 시, 현지 사정을 잘 아는 현지 기업과 협력할 필요가 있다.

중국, 종이포장재 QS 마크만 판매 가능 지난 달 1일부터 실시

지난 달 1일부터 종이컵 등 종이 식품포장재 용기는 반드시 QS 마크가 있어야만 시장에서 판매할 수 있게 됐다.

국가질검총국은 전국적으로 아직 생산허가

증을 받지 않고 생산, 판매 혹은 영업 중 사용하는 행위에 대해 조사하기로 했다.

상품표식은 상품 혹은 기타 포장상 사용된 상품식별표시 혹은 특징, 특성에 대한 각종 기술을 말하며 상품의 판매자, 소비자 및 사용자들에게 상품과 관련된 정보들을 제공하는 역할을 한다.

‘QS’는 생산기업이 생산허가증을 받기 위해 반드시 필요한 조건으로 QS 표시와 생산허가증 번호는 상품표식의 일부분이다.

국가질검총국 식품부 관계자는 2007년 6월부터 국가질검총국은 종이컵, 종이용기, 식품포장지 등 21종 국가기준과 업계기준의 식품용지제품에 생산허가제도를 시행했다. 현재 전국 3백8개 생산기업이 종이 식품포장용기 등 제품의 생산허가증을 받았다.

규정에 따르면 생산허가증을 획득한 기업은 획득일로부터 12개월 내에 획득한 상품상 혹은 상품겉포장, 설명서에 생산허가 QS 마크와 생산허가증번호를 표기할 수 있다.

생산허가관리를 실시하는 상품 종류에 생산기업이 생산허가증을 획득하지 않았다면 생산허가 QS 표시와 생산허가번호를 표시할 수 없다.

국가질검총국은 금년 5월 발표한 ‘종이 식품포장지, 용기 등 제품생산허가증 불법사용에 관한 조사업무보고서’에서 금년 9월 1일부터 전국적으로 생산허가관리를 받고 있는 종이 식품포장지, 용기 등 제품생산허가증을 받지 않고 생산, 판매 혹은 영업 중 사용하는 행위에 대해 조사를 벌일 것이라고 밝혔다. ☞