



## 中, 포장용지 시장 투자 주목 연 9~10% 증가 전망

경제의 고속 성장과 더불어 거의 모든 분야에서 '세계 최대' 시장 자리를 പി 찬 중국이 포장용지 시장에서도 최고 자리를 넘보며 다국적 기업의 투자를 이끌고 있다.

상하이정취안바오(上海證券報)는 중국의 소비품 포장시장의 성장세에 주목한 다국적 기업의 중국 시장 진출이 늘고 있다고 전했다.

신문은 핀란드의 제지업체는 지난 달 18일 중국의 정위안(正元)국제포장기업과 이 회사의 지분 51%를 인수하는 계약을 체결했다. 핀란드 업체는 정위안 지분 인수를 위해 4천만 유로 이상을 지출할 예정이다.

전 세계적인 소비증가로 상품의 포장용지 수요량이 급증하고 있고, 그 중에서도 중국은 세계에서 성장세가 가장 빠른 포장용지 시장이 되고 있다.

중국은 이미 미국과 일본을 이어 세계 3대 포장용지 시장이다. 관련 자료에 따르면, 2008년 중국의 포장지공업 총생산은 8천6백억 위안에 달했고, 올해에는 1조2천억 위안을 웃돌 것으로 전망된다.

업계관계자는 향후 몇 년간 중국의 포장용지 소비량이 매년 9~10% 증가할 것으로 전망했다. 중국의 포장용지 시장의 성장잠재력을 일찍이 파악한 다국적기업의 중국 진출은 이미 올해 초부터 이어지고 있다.

4월 26일 미국의 인터내셔널 페이퍼는 스웨덴 제지회사인 SCA(아시아)의 업무를 현금 2억 달러에 인수했다. 6월 22일 일본제지그룹은 35억5



천만 홍콩 달러를 투자해 중국 2대 포장지 생산업체인 리윈(理文)제지의 지분 12%를 인수했다.

7월 6일 중국의 타이양(太陽)제지는 인터내셔널페이퍼와 40만톤의 식품포장용 켈트지 생산에 공동투자하는 계약서를 체결할 예정이라고 밝혔다.

현재 중국의 포장용지 시장은 중앙정부의 국영기업, 민영기업과 외자기업의 3강 구도가 형성돼 있다. 특히 민영기업은 자체적인 규모 확대와 동시에 외자기업과의 합병이 활발해지고 있다.

최근 몇 년간 산둥(山東) 동잉(東營)·쑤저우·항저우·광저우 푸산(佛山) 및 광시(廣西) 베이하이(北海) 일대에는 합자 혹은 독자자본을 통한 다국적 제지기업의 진출이 눈에 띄게 늘고 있다. 또한 중앙정부 산하 국영기업의 포장용지 시장 진출도 활발해지고 있다. 중국 국가자산관리위원회는 올해 9월 국영기업인 청통(誠通)홀딩스가 펄프 생산·가공 및 이용의 업무를 확대할 것이라고 밝혔다.

청통은 이미 최근 몇 년간 제지업체들을 인수해왔고 올해 9월 15억 위안을 투자해 후난(湖南) 위예양(岳陽)제지의 구조조정을 실시했다.

**대만, 수입농산물 원산지 표기 검사 강화**  
국민 건강 보호 및 알권리 제공

대만 식품부에서는 대만에 유통되고 있는 수입 과일을 검사해 국내시장에 판매될 수 있는 등록이 됐는지 확인하겠다고 밝혔다.

식품부 식품의약청(FTA) Yuan 이사는 대만은 법률에 의해 수입된 과일이나 채소는 제품에

원산지에 대한 라벨링을 부착하거나 다른 방법으로 원산지를 공개해야 한다고 언급했다.

관련 법률은 “No.33 of Food Sanitation Management Law”이며, 이에 따르면 원산지 표기를 하지 않을 경우에는 NT30~1백50만불, 잘못된 원산지 정보를 표기할 경우에는 NT40~2백만불까지도 벌금이 부과될 수 있다.

대만 정부는 국민의 건강과 알권리 제공을 위해 신선농산물에 대해서 원산지를 라벨링에 표기하는 등으로 정보를 제공하도록 규정하고 있으며, 수입품에 대해서는 일반식품 및 농산물에 대해서도 원산지 표기를 라벨링 등을 통해 할 수 있도록 검사를 강화하고 있다.

**美, 세계시장에 친환경 돌풍**  
뛰어난 품질 및 독특한 디자인 경쟁력

화학물질이 자연계 축적을 넘어 인간 생체까지 축적되고 있다는 사실이 일반인들에게도 널리 인식되기 시작하면서 안전한 식수 확보와 인류의 건강한 미래에 대한 우려가 커지고 있다. 이에 따라 일반 소비자들이 자신의 소비를 통해 환경보전에 기여하고자 하는 욕구 또한 높아지는 상황이다.

친환경에 대한 관심이 현지에서 높아지면서 다양한 친환경 제품이 등장하는 가운데 샌프란시스코에 본사를 둔 메소드(Method Products, Inc.)의 친환경 세제가 세계분야에서 친환경 바람을 일으키고 있어 주목받고 있다.

경기침체로 미국 소비자들이 지갑을 열지 않

고 있고 더블딥 우려마저 다시 고개를 드는 상황에서 15달러 수준인 메소드사의 친환경 세제는 12달러에 팔리는 75온스 Tide Bleach Liquid나 1백온스의 Tide Febreeze Spot 2xUltra Laundry Detergent 등 일반 세제보다 10% 이상 비싸지만 현지에서 인기가 상승하고 있다.

메소드사의 매출은 2002년 15만6천달러에서 2003년에 3백40만 달러로, 2005년에는 4천5백만 달러로 성장했고, 2009년에는 1억 달러 규모를 넘는 성장세를 보이고 있다.

세제시장에서 메소드사가 친환경 제품으로 주목을 받으며 성장하는데는 출발점에서부터 공동창업자들의 사고가 남달랐던 것이 큰 몫을 차지하는 것으로 보인다.

공동창업자 중 한 사람인 Eric Ryan은 Gap과 Saturn 등에서 경력을 쌓은 광고와 브랜딩 전문가이고, 나머지 한 사람인 Adam Lowry는 환경과학을 공부한 케미컬 엔지니어이다.

이들의 직함도 독특해 광고를 공부한 Ryan은 공동창업자이자 최고 브랜드 설계자 Chief Brand Architect이고, 과학도인 Lowry는 공동창업자이자 최고 환경지킴이 Chief

Greenskeeper이다. 이들은 기업의 비즈니스가 사회적 환경적 문제들을 해결하는데 기여할 수 있을 것이라는 비전을 갖고 출발하고 있다.

메소드사는 'People Against Dirty' 라는 슬로건으로 단순한 세제회사가 아닌 '더러움'에 맞서는 사람들과 함께 하는 기업임을 주창한다. 여기서 '더러움'은 단순히 더러워진 옷가지나 식기, 얼굴 등에 국한되지 않으며 환경을 더럽히는(오염시키는) 것도 포함하고 있다.

이런 경영철학에 따라 메소드사의 세제는 원료로 이같은 성분을 사용하지 않으며, 온라인 커뮤니티를 형성해 소비자들과 친환경 공감대를 높이고 있다.

창업자들은 메소드를 창업하면서 Proctor and Gamble이나 Clorox같은 생활용품분야의 절대강자와 경쟁하겠다는 비전을 품고 있다.

이들은 메소드가 이처럼 도발적인 비전을 성취하기 위해서는 독창적인 전략과 접근방식이 필요하다고 판단해 소비자들의 관심을 강력하게 끌 수 있는 제품 디자인 개발 측면에서, 사람들의 건강에도 유익하고 환경보호 의식이 있는 브랜드를 만들기 위해서 외부 전문가를 영입하고 있다.



▲ Method 식기용 세제용기



▲ 2010년도 IDEA 'Best in Show' 수상작으로 선정된 세제용기



캘리포니아의 유명한 사진작가이자 디자이너인 Michael Rutchik에게 첫 번째 제품군인 스프레이 클리너 용기 디자인을 맡겨 진행한 것으로 알려졌다. 회사가 성장하면서 매장 진열대에서 소비자의 마음에 강렬히 호소할 수 있는 뛰어난 디자인이 더욱 절실해짐에 따라 신제품 출시를 위해 유명한 산업디자인 전문가 Karim Rashid의 도움을 받아 식기용 세제용기 등을 제작하고 있다. Karim Rashid는 현대적인 멋진 주방에 잘 어울릴 수 있는 디자인을 내놓았는데, 물방울 컨셉의 식기용 세제용기는 향수병을 연상시킬 만큼 멋진 작품으로 2007년 식기세제 시장에 신선한 파장을 불러 일으켰다.

실제 Karim Rashid가 디자인한 작품은 3천여 가지가 넘는데, 35개국에서 수상한 작품들만도 3백점이 넘는다. 그 중에는 미국 휴고(Hugo) 향수병, 프랑스 겐조(Kenzo) 향수병, 영국 Bombay Sapphire Revelation 향수병 등이 있으며, 우리나라 제품으로는 이자녹스 화장품 용기와 애경산업 순샘버블 용기 디자인 등이 있다.

한편 2010년 초 출시된 세탁용 세제용기는 외부의 유명 디자이너 작품이 아니라 자체적으로 고안해 낸 작품으로 미국 산업디자인협회(Industrial Designers Society of America)가 수여하는 IDEA(International Design Excellence Awards) 2010에서 Best in Show 수상작으로 선정되는 영예까지 누렸다.

이 디자인은 화사하고 깔끔한 이미지로 소비자의 마음을 한눈에 사로잡을 뿐만 아니라 현대식 멋진 세탁기 옆에 놓아도 아주 잘 어울리는, 세탁공간을 장식하는 효과까지 있다.

2010년 IDEA 수상작 용기에 담아 출시된 세탁용 세제 Method Laundry Detergent는 스마트클린기술(Smartclean Technology)을 통해 일반적인 세탁 세제보다 8배나 농축된 제품이어서 그만큼 물을 과다하게 사용할 필요가 없다.

세제 성분은 생분해 원료인 코코넛 오일 등 천연재료가 95%나 사용됐고, 제품 용기도 재생 가능하며 용기 크기가 작은 덕에 플라스틱 사용량도 2배 농축세제에 비해 36%나 적게 사용될 뿐만 아니라 50%는 재생된 플라스틱으로 제작된다.

뚜껑이 펌프방식이어서 편리하며 세탁물 중간 정도 양을 세탁할 때는 세탁기에 펌프를 4번만 눌러주면 되므로 가정에서 흔히 발생하는 문제인 세제 과다사용 우려도 없다.

이런 노력에 따라 메소드 제품은 미국에서 자연의 생물학적 신진대사를 도와야 한다는 개념인 Cradle to Cradle 기업으로 인정받으며 미국 환경청의 '환경을 위한 디자인(Design for Environment)' 인증을 받아 친환경 기업으로 객관적으로 인정받았다.

환경보존의 중요성과 심각성에 대한 인식이 높아짐에 따라 소비를 통해 환경보호에 기여하고자 하는 소비자들의 욕구가 높아지고 있으며 이에 따라 환경보호에 기여할 수 있는 제품을 개발하고자 하는 기업들의 의욕도 같이 높아지고 있다.

메소드사도 재활용 플라스틱을 사용해 용기를 제작하고 용기에서 제품까지 친환경 요소로 설계해 소비자들의 호응이 높다.

특히, 기존의 친환경 제품들이 내용물에만 초점을 맞춰 사용감이나 포장디자인 등에서 후줄근한 이미지를 벗어나지 못한 것들이 많았지만 메

소드사의 제품은 내용물도 친환경제품이고, 디자인도 기존의 '세제통'이 아닌 '향수병' 내지 '꽃병' 같은 아름다운 이미지를 담고 있어 소비자들의 친환경제품 소비를 촉진시키고 있다.

단순히 세제를 판매하는 회사를 넘어 인류와 생태계를 위협하는 오염물질에 맞서는 기업으로 친환경 관련한 상세한 정보를 제공해 소비자들에게 환경보존에 동참할 수 있도록 호소하는 친환경 기업 이미지를 구축하고 있다.

국내 기업들도 이런 친환경 제품 개발동향을 모니터링하면서 우수한 디자인과 품질을 가진 친환경제품 및 마케팅 전략을 개발할 필요가 있다.

### 랑세스, 접착제용 가수분해 안정제 출시 아시아 최초 하이카실

독일계 특수화학기업 랑세스가 자회사인 라인케미를 통해 아시아에서 처음으로 접착제용 가수분해 안정제 '하이카실'을 국내에 출시한다고 지난 달 25일 발표했다.

이 제품은 폴리우레탄 접착제의 수명과 성능을 향상시키는 제품으로 포장, 전기·전자 산업, 신발 밑창 제조 등 다양한 분야에 쓰인다.

접착 시 온도 범위와 용해성, 적용 조건, 가공 조건 및 폴리머 구조에 따라 4가지로 나뉜다. 회사 관계자는 "하이카실을 사용하면 기존 접착제에 비해 접착력이 2배 이상 강화되고, 수명도 13배 가까이 연장된다"며 "비용 대비 효율성이 뛰어난 제품"이라고 설명했다.

마리오 네그리 라인케미 아태지역 대표는

"혁신적인 접착제용 가수분해 안정제 '하이카실'을 아시아 최초로 한국에 선보이게 돼 기쁘다"며 "다음달 중국 및 다른 아시아 국가에서도 이 제품을 출시할 예정"이라고 말했다.

### 영국, 정부 담배포장 제한 검토 색제한 및 포장 변경

흡연자를 줄이기 위한 정부의 노력이 담배포장의 색 제한까지 할 듯 보인다.

영국 정부는 지난 달 21일 담배제품의 화려한 포장이 청소년들의 흡연을 유인하는 요인일 수도 있다고 보고 담배 포장을 평범한 갈색이나 회색으로 바꾸도록 의무화하는 방안을 검토중이라고 밝혔다. 보건부는 일단 담배 소매업자들에게 담배포장이 드러나지 않게 진열함을 가리도록 할 방침이지만 담배포장 자체를 바꾸는 것의 효과도 조사해볼 방침이다.

앤드루 랜슬리 보건부 장관은 "담배포장이 잠재적인 흡연자들을 끌어들이는 증거가 분명하므로 포장을 눈길 가지 않도록 바꾸는 방안을 검토해볼 만하다"고 말하고 "흡연으로 인한 건강 위험과 사망 수준이 여전히 너무 높아 국가보건 체계와 경제에 끼치는 비용이 막대한데 그 돈을 줄이면 교육과 암치료에 투자할 수 있다"고 말했다. 금연운동단체인 '흡연과 건강 행동(Action on Smoking and Health)'은 랜슬리 장관의 말을 환영하면서 진지함을 입증하려면 법안 제출 시기와 시행 시기를 구체적으로 밝힐 것을 요구했다. [ko](#)