



러시아, 합성수지시장 폭발적 성장 2020년 3~4배 성장 기대

러시아 정부가 현재 추진하는 2030년까지 가스 및 석유화학분야 발전 계획에 의하면, 러시아 내 주요 플라스틱 제품 수요는 2020년까지 약 3~4배 성장할 것이며, 그 규모는 7백만~9백만톤에 달할 것으로 보인다.

2009년 국내 플라스틱 시장 규모는 3백50만톤에 달했다.

전체 수요의 73%는 국내에서 생산됐으며, 수입규모는 100만톤에 달했다. 그 중 전체 시장 규모 내 수입 제품의 점유율은 폴리비닐클로라이드 합성수지(77%)이며, 폴리스티롤(75%), 폴리에틸렌 전선(75%) 등이며, 서스펜션 합성

수지 및 폴리에틸렌도 각각 25% 규모를 수입했다.

한편, 러시아 플라스틱 시장에서는 약 5개 분야의 플라스틱 제품을 수출하고 있다. 가장 많이 수출하는 제품은 폴리비닐클로라이드 합성수지(생산량의 40%)이며, 그 뒤를 폴리에틸렌, 폴리스티롤, 충격흡수용 폴리스티롤 등이 각각 30% 정도 수출되고 있다.

전문가들은 향후 10년간 러시아 시장은 지속적으로 성장할 예정이라고 전망했다. 성장 속도는 플라스틱 이용 하위부문 발전(자동차 산업, 건설, 포장, 도로 부문)과 이 부문 내의 플라스틱 이용 강화 등의 2가지 요인에 의해 결정될 것이다. 시장 성장 시 러시아 플라스틱 이용은 6백만톤이 넘을 것이지만 이런 전망은 다른 재료를 플라스틱으로 대체하는 것의 잠재성을 고

려하지 않은 것이다(예를 들면 금속 파이프를 플라스틱 파이프로 대체한다든지, 유리 대신 폴리카보네이트 패널을, 유리 포장용기 대신 플라스틱 포장용기 등). 만약 플라스틱 이용 증가가 이러한 부분까지 병행해 이뤄진다면 플라스틱 내수 시장은 2020년도까지 약 3~4배 성장해 그 규모는 7백만~9백만톤에 이를 것으로 전망된다.

2010년 서스펜스 합성수지 생산규모는 총 52만5천톤에 달했으며, 이는 2009년보다 4.5% 증가한 수치이다. 한편 이런 생산 규모의 증가에는 Sayanskchimplast사가 큰 공헌을 했다.

폴리에틸렌 시장 또한 2010년 가장 빠르게 성장한 시장 중 하나로 2010년 러시아 시장 내 폴리에틸렌 총 수입규모는 35% 이상 증가했으며 45만톤으로 집계됐다. 이는 최근 20년간 가장 많은 규모라고 볼 수 있다.

2008년 경제 위기 이전의 폴리에틸렌 수입규모는 약 39만톤이었다. 압착 폴리에틸렌 및 폴리에틸렌 전선 수입규모는 각각 47%, 20%의 규모로 집계됐으나 최근 2년 동안 Nizhnekamsk 및 Salavata 지역에 폴리에틸렌을 35만톤까지 생산할 수 있는 공장이 생겼음에도 러시아 시장 내 수요 증가는 이뤄지지 않고 있다. 러시아 전문가들은 러시아 플라스틱 시장이 괄목할만하게 성장하고 있음에도 불구하고 국내 수요는 크게 성장하지 않고 있다고 밝혔다.

러시아 2010년 폴리프로필렌 생산규모는 4% 정도 상승했으며 62만톤으로 집계됐다. 폴리프로필렌 제품 주요 생산업체는 Nizhnekamskneftechim, Tomskneftechim, Stavrolen 등임. 앞

서 언급된 기업들은 생산 규모를 확대하는 반면, Neftechimiya와 Ufaorgsintez사는 폴리프로필렌 생산규모를 줄이고 있다.

앞서 언급한 대로 경기회복 및 산업생산 증가로 합성수지를 비롯한 플라스틱분야의 수요는 지속적으로 확대될 전망이다.

2010년 한국의 주요 대러 수출품목 중 합성수지와 기타 플라스틱 제품의 경우 각각 53.4%, 42.2%의 수출증가율을 보였다.

국내수요 확대 추세에 따라 현지 투자 및 생산도 증가추세를 보이며, 제조업 경기안정화로 합성수지를 비롯한 원자재 중심으로 수요 증가할 것으로 예상된다. 플라스틱(PE, PP 등) 제품에 대한 수요도 회복세를 보이고 있다.

앨범, 문구용 포장지 PVC Sheet를 생산하는 유포토스사가 1995년부터 진출해 있으며, 한화, 효성, KP 케미컬, LG 하우스시스, LG 화학 등의 석유화학제품 관련 기업이 현지에 진출해 있는 상황이다.

한국은 폴리에틸렌, 폴리프로필렌, 프로필렌, ABS, 폴리(에틸렌 테레프탈레이트) 분야에서 수입국 선두그룹에 속해 있다.

호주, 시장 내 중국·중동제품과의 경쟁 가열 현지 고객과의 전략적인 파트너십 강화 필요

2009~2010년 주 전체 합성수지 시장규모는 약 1백20억 달러로 전년 대비 약 1% 감소됐다.

지난 5년간 원유 가격 변동 및 글로벌 금융 위기 등을 거치며 물가상승률을 고려한 실질 연평



균 성장률은 0에 가깝다. 향후 원유 가격 및 경기 사이클에 따라 변동 가능성이 있으나, 지속적인 인구 증가에 따라 양적 면에서는 꾸준한 성장이 예상되고 있다. 시장 특징을 살펴보면, 관련 제품들을 현지에서 생산하는 업체들이 있으며, 전체 업체 수는 계속 감소하고 있으나, 현지 업체의 전체 시장점유율은 꾸준히 유지되고 있다.

합성수지제품들은 다양한 산업 활동에 필요한 가장 기본적인 제품으로 안정된 성장 또는 정체를 보이는 선진국에서는 그 수요가 급격히 증가하거나 감소하지 않고 있다.

합성수지 시장은 원재료인 원유의 가격 변동에 따라 큰 영향을 받으며, 현지점에서는 다시 꾸준히 상승하는 원유 가격의 영향으로 가격 인상의 압박이 클 것으로 예상된다.

수입시장 규모 및 동향을 살펴보면, 전체 시장규모의 30% 정도를 수입제품이 차지하고 있다. 글로벌 금융 위기에 따른 불경기 속 2009년 합성수지 수입액은 37억 달러로 2008년 대비 17% 감소했다.

호주 합성수지시장은 절대적 강자가 없는, 다수의 현지 기업과 외국기업의 격전지이다.

현지 최대 업체는 Qenos Holdings로 약 10%의 시장점유율을 보이며, 에틸렌 제품군은 60% 정도의 시장을 점유하고 있다. 하지만 2006년 중국의 국영기업인 ChemChina에 인수됐다. 직접 생산뿐만 아니라 수입제품 유통도 병행하고 있다.

기타 BASF, Dow Chemical 과 같은 글로벌 화학회사의 호주 지사들이 직접 생산 및 수입

유통을 통해 오랜기간 호주시장에서 탄탄한 기반을 마련하고 있다.

2009년 기준 중국의 합성수지 제품이 전체 수입액의 24%로 가장 많은 양을 차지하며, 그 뒤에 미국(12.5%), 독일 (5.4%) 등이 있고, 한국산의 수입 비중은 4.4%로 7위에 해당된다.

중국을 제외하고는 기존 수입통계 상위에 랭크된 주요 수출국의 수출액 비중에 큰 변화가 없으나, 중국산의 점유율은 지속적이고 상승 중이다.

최근 특이사항으로는 기존 한국산 제품이 강점을 보인 에틸렌 제품 수입시장에서 UAE를 포함한 중동국가들 제품의 선전이 눈에 띈다. 한국산의 점유율이 상대적으로 급격히 감소했으며, 고밀도에틸렌 제품은 2009년까지 전혀 수출액이 없던 UAE에 2010년 최대수출국 자리를 내어준 상황이다.

장치 산업의 특성상 특수 소재를 제외한 일반 합성수지제품은 대규모 자본 투자를 통한 경쟁력 강화가 용이하다. 이에 따라 중국 및 신흥공업국이 가격경쟁력을 바탕으로 세력을 확대해 나가고 있다.

한국산 제품은 품질의 일관성, 납기 조정 및 기타 서비스 측면에서 신흥 공업국 대비 좋은 평가를 받고 있지만, 제품간 품질의 큰 편차가 없고 대량 거래가 일반적인 산업의 특성상 가격의 영향력이 막대해 향후 한국산 제품의 경쟁력 유지가 쉽지 않을 것으로 예상된다.

제품간 품질의 편차가 크지 않은 장치산업의 특성상 공급선 변경이 용이치 않은데다, 중국을 포함한 신흥공업국 제품과의 경쟁 또한 날

로 치열해져 한국산 제품의 경쟁력 우위를 확보하기 어려운 상황이다. 이 외에도 호주 고객들의 조심스럽고 보수적인 성향 또한 시장개척의 난관이다.

급격한 시장규모 확대는 기대하기 어려운 호주 시장의 특성상, 중국을 포함한 신흥 공업국의 공격적인 가격 정책 및 마케팅 활동에 따라 향후 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상된다.

오랜 기간 탄탄한 기반을 다져온 다국적 화학업체들의 기존 시장을 공략해야만 되는 어려움도 있어 시장 확대가 용이치 않을 것으로 판단된다.

언급된 내용과 같이 차별화된 경쟁력을 갖추기 어려운 산업의 특성상 신규 경쟁업체의 증가로 한국산 제품의 시장 확대는 점점 더 어려워 질 것으로 예상된다. 단순 수출이 아닌, 주요 호주 고객들과 지분 투자 또는 공동 투자 등을 통한 전략적 동반자 관계의 구축 등 좀 더 상호 호혜적인 관계 구축을 통한 시장확대 전략이 요구된다.

중국, 냉장·냉동 물류산업 지속 전망 택배업 성장 동반 기대

2010년 중국사회물류총비용은 7.1만억위안으로 전년대비 16.7% 증가했다.

운수비용이 3.8만억위안으로 전년대비 14% 성장, 사회물류총비용의 54%를 차지했으며 2010년 중국물류총액은 125.4만억위안으로, 2009년에 비해 15% 성장했다.

공산품 물류총액은 113.1억위안으로 전년대비 14.6% 증가, 전체의 90.2%를 차지해 물류증가의

가장 큰 역할을 담당했으며 수입화물 물류총액은 9.4억위안으로 전년대비 22.1% 증가했다. 또한 농산품물류총액, 재생자원물류총액 및 회사 및 개인물류총액은 전년대비 각각 4.3%, 39.5%, 14.7% 증가했다.

중국의 냉장/냉동 차량은 중국 전체 약 3만대로 미국의 1/7, 일본의 1/4 수준으로 전체 화물차량의 0.3% 수준에 불과하다. 냉장철도차량은 중국 전체 6천9백량 수준으로 전체 운송차량의 2% 수준을 차지하고 있으며 중국의 상용물류창고 면적은 1억5천만 평방미터로 그중 냉장/냉동물류창고 면적은 약 만평방미터 수준이다. 그 중 외자, 합자 등 사기업 냉장/냉동창고 보관능력이 약 1백만톤이며, 국유기업의 보관량은 약 4백만톤이다.

향후 중국 물류전망을 살펴보면, 냉장/냉동 물류 필요성이 증대되고 있다.

중국 식품공업생산품 매년 운송과 보관 중 손실량 1천억위안에 달하고 있으며 중국의 연간 식품생산량은 약 10억톤으로 전세계 생산량의 16% 수준이다. 그중 냉장/냉동물류를 통해 유통 및 보관되는 물량의 비율이 상당히 낮아 큰 손실을 초래할 가능성도 있다.

냉장/냉동 식품 소비증가 및 온라인 쇼핑증가 물류성장 견인을 전망해 보면 소득증가에 따른 유제품, 육류 등 냉장/냉동 식품 수요증가로 냉장/냉동 물류산업은 지속적으로 성장할 것으로 보이며 홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑몰을 통한 물품구매가 급속히 증가함에 따라 택배업 역시 성장이 전망된다.

중국의 냉장/냉동 물류산업은 매년 약 10% 수준으로 지속 성장하고 있으며, 향후에도 성장세를 유지할 전망이다.



일본, PB판매액 전년대비 6.9%증가
PB비율 2007년의 6.1%에서 9.3%로

종합 마케팅 비즈니스 주식회사 후지경제는 「탑벨류」「세븐프리미엄」을 시작으로 하는 PB프라이베이트 브랜드)식품시장을 조사 분석한 결과에 따르면, 이 조사는 주요 PB식품시장 동향을 정리한 품목편, 주요 PB식품의 사례조사편, 유통 체인의 사례조사편의 3개 시점에서 PB식품시장을 조사했다. 품목편에서는 10개의 카테고리 67품목에 대해서 시장동향과 수제조기업의 동향을 조사함과 동시에 PB식품의 “강점”과 “약점”의 요인을 분석했다. 주요 PB식품의 사례조사편에서는 주요 8개 브랜드의 PB식품의 품목별 판매동향과 체인별 PB식품의 취급상황, 품목별 매출동향, 이후의 방향성 등을 조사했다. 유통체인 사례편에서는 46개의 체인의 사례를 연구하고, GMS, SM, CVS, 생협, 드럭스토어, 홈센터 등 여러 유통체인의 PB식품의 취급상황과 취급의향에 대해서 조사했다.

PB식품시장은 중류사회의 붕괴를 배경으로, 생활필수품을 중심으로 가격을 우선하는 층이 급속히 증가한 것에 의해 확대해 왔다. 식용유나 즉석된장 등 PB식품을 진열 해 놓지 않은 점포를 찾는 것이 어려울 정도로 PB는 범람해 NB(네쇼날브랜드)를 계속 침식하고 있다. 그러나 호조로 확대하고 있던 PB식품시장도 2010년에 들어 NB가 PB에 대항, 가격인하를 강화하였기 때문에 많은 PB의 가격우위성이 약해져 PB식품시장 확대의 기세에 그림자가 보이기 시

작했다. 상품단가의 하락, 매출의 부진, 구매자의 감소 등에 의한 어려운 상황이 계속되는 가운데 소매업계는 값싼 가격만으로는 소비자의 지지를 얻기 힘들다는 시장 환경에 대응하기 위해 PB의 「아이템 확대」에서 「단품강화」로 크게 방향을 바꾸는 움직임이 나오고 있다.

2007년, 2008년은 “PB붐”이 가열해 PB식품시장은 급속히 확대했다. 조미식품이나 우유 등에서 2009년, 2010년은 주춤한 상품이 있지만 총계에서는 신규 브랜드의 투입이 계속되어 3조엔 시장이 시야에 들어와 있다. 2007년에 6.1%였던 PB식품매출비율은 2010년에는 9.3%로 확대될 것이 예상된다.

2010년(예상)의 시장규모가 가장 큰 카테고리는 일일배달 일분식·일일배달 드라이(빵, 연제품, 절임류 등)에서 전년대비 7.3% 증가한 7천2백억 엔. 이 중에서도 빵시장은 3천5백억 엔을 넘는 큰 시장이 되었다. 냉장음료·유제품(우유, 과즙·야채음료, 치즈 등)이 두 번째로 전년대비 6.5% 증가한 3천2백84억 엔. 우유는 1천2백억 엔을 넘는 큰 시장이 되었다. 과자(균일과자, 화과자, 초콜릿 등), 음료·기호품(차류, 탄산음료, 미네랄워터류 등)이 계속하여 각각 2천억 엔을 넘는 시장이 되었다. 과자에서는 균일과자(1백엔 균일, 1백5엔 균일 등의 과자)가 1천억 엔을 넘고 음료·기호품에서는 차류가 6백억 엔을 넘는 시장이 됐다.

식용류나 마요네즈(10위)는 PB비율이 높아지는 한편 시세의 안정에 의한 NB의 반격이 강해져 PB는 가격소구와 함께 품질소구가 급해졌다. 리퀴드 커피(냉장)는 PB의 비율이 2010년

에는 30%을 넘을 전망이다. PB에 집약을 피하고 있는 점포도 보이고 있어 이후도 증가가 기대된다. 건조물의 가공 깨나 가쓰오팩(8위)는 유력 브랜드가 적기 때문에 PB의 참가 장벽이 낮다. 볼륨이 요구되는 PB식품 중에서도 세븐프레미엄의 가공 깨 같은 소용량 타입이 편리성에 의해 매상이 증가되고 있는 케이스도 보인다.

한편 PB비율이 낮은 것은 캔커피, 맥주류, 껌, 사탕·젤리, 커피(인스턴트·레귤러)등 지명도로 구입하는 것이 많은 기호성 높은 식품이다. 그 가운데에서 맥주류는 2009년부터 신장르 맥주(제 3 맥주)가 판매되고 있고, 해외 메이커에 제조를 위탁해 3백50ml 6캔 팩으로 5백엔을 하회하는 상품도 나와 있다. 맥주류는 원래 규모가 크기 때문에 매상비율은 저조하지만 이후도 가격소구에 의한 절약지향의 소비자에게 받아들여져 갈 것으로 보인다. 빵은 양관점에서는 식빵을 중심, CVS에서는 과자빵, 부식빵을 중심으로 한 바로구워낸 빵이 정착하고 있다. 냉장매장의 연제품이나 드라이(상온)의 즉석면·스낵면 등은 가격소구에 의해 매출 점수가 많다.

유럽, Fyffes, 독일사 VanWylick 인수
도, 소매 광범위한 서비스 제공 기회

유럽의 대표적인 과일 및 신선 농산물 유통업체 중 하나인 Fyffes가 최근 독일의 과일 및 신선 농산물 수입, 유통, 서비스 전문 업체인 VanWylick의 지분 중 33.3%을 인수 했으며 독일 카르텔 위원회로부터 합병 승인 결정을 기다

리고 있는 중이라고 밝혔다.

VanWylick은 독일 시장에서 앞서 나가는 신선 농산물 업체 중 하나로 연간 매출액이 200백만 유로, 한화 3.002억 원에 달하는 큰 업체이다.

바나나를 숙성시킬 수 있는 시설과 독일 전역에 걸쳐 과일을 공급할 수 있는 네트워크를 갖추고 있으며 고객을 위해 다양한 과일을 세계 각지에서 공급받아 도매 및 소매 시장을 통해 유통시키고 있다. 이 VanWylick은 Fyffes와의 합병 이후에도 변함없이 덕 알레딩 (Dirk Allerding), 쟈 알레딩 (Jens Allerding) 그리고 피터 말벤더 (Peter Malsbender)가 회사를 경영할 예정이다. 알레딩 가문은 회사 지분의 33.3%을 계속 보유할 것이다.

나머지 33.3%는 최근 독일 전역에 걸쳐 고품질의 신선 농산물을 생산하고 가공하여 유통하고 있는 게뮤세링 슈투트가르트 (Gemusering Stuttgart)가 최근 인수하여 소유하고 있다. 2010년에 게뮤세링 슈투트가르트의 매출액은 4백만 유로, 한화 6천4억원을 넘어섰다.

Fyffes의 회장인 데이비드 맥캔 (David McCann)씨는 Fyffes의 VanWylick의 투자가 독일 시장을 개발하는 데 중요한 역할을 할 것이며 이 과일 및 신선 농산물 섹터에서 중요한 회사들을 지속적으로 인수 또는 합병함으로써 성장을 도모하는 전략을 보여주고 있다고 언급했다. 또한 VanWylick, 게뮤세링, Weichert 및 Fyffes의 독일에서의 연합은 도매 및 소매 섹터에 광범위한 서비스를 제공할 수 있는 새로운 기회를 창출해 낼 것이라고 말했다. ☐