

무역협회 “내년 무역환경 나아지고 수출 회복된다”

수출, 13대 품목 모두 증가세 전환... 올해보다 7.9% 늘어난 6800억 달러 예상

한국무역협회가 내년 한국 무역환경이 올해보다 나아지고 수출이 되살아날 것으로 내다봤다. 무역협회는 11월 29일 '제60회 무역의 날'을 기념해 구자열 회장이 주재하는 기자간담회를 갖고 이와 같이 전망했다.

이날 배포된 '2023년 수출입 평가 및 2024년 전망' 보고서에 따르면 내년도 수출은 올해보다 7.9% 늘어난 6800억 달러, 수입은 3.3% 증가한 6660억 달러를 기록할 것으로 예측됐다. 무역규모는 1조3460억 달러이며 무역수지는 140억 달러 흑자다.

이 전망대로라면 내년 무역규모는 사상 최대였던 2022년의 1조4150억 달러보다 690억 달러 적으며 2021년의 1조2595억 달러보다는 865억 달러 많다.

보고서는 내년에 글로벌 정보기술(IT) 수요 회복으로 반도체 등 IT 제품이 전체 수출 성장세를 주도할 것이라고 밝혔다. 수입은 원유

등 에너지 수입 단가 상승으로 소폭 확대될 것으로 보이지만, 수출 성장세를 밀들면서 무역수지는 흑자 전환할 것으로 내다봤다.

품목별로는 한국의 13대 주력 품목 수출이 모두 증가세로 전환될 것으로 전망했다. 반도체는 메모리 단가 회복과 수급 개선, 차세대 반도체의 공급 역량 확대 등 영향으로 올해보다 수출이 21.9% 늘어날 것으로 예상됐다. 솔리드 스테이트 드라이브(SSD)는 PC, 노트북 등 전방 IT 기기 수요 회복과 단가 상승 등의 영향으로 수출이 45.6%나 증가할 것으로 전망됐다.

자동차 수출은 반도체 공급난으로 이연된 물량이 올해 대부분 해소돼 내년 신규 수요가 제한적이지만, 전기차 수출 비중이 늘면서 증가세를 유지할 것으로 예상됐다. 아울러 내년에도 국제 유가가 소폭 상승하면서 석유화학(5.6%), 석유제품(0.4%) 등의 수출

이 증가하고, 철강(7.8%)과 일반기계(2.3%)도 글로벌 수요 회복에 힘입어 수출 성장세를 기록할 것으로 예상됐다.

보고서는 올해의 경우 수출이 전년보다 7.8% 감소한 6300억 달러, 수입은 11.8% 감소한 6450억 달러로 150억 달러의 무역적자를 예상했다.

보고서는 글로벌 경기 회복 지연과 정보통신기술(ICT) 수요 감소가 올해 수출 부진의 주요 원인이라고 짚으면서도 어려운 대외 환경 속 전기차, 배터리, 양극재 등 전기 동력화 품목의 수출은 지난달 기준으로 작년보다 34.9% 증가하는 등 신수출 성장 동력으로 부상했다고 평가했다.

조상현 무역협회 국제무역통상연구원장은 “올해 수출은 이례적으로 부진했다”며 “글로벌 성장 둔화 속 반도체 수출이 급감한 데다, 대 중국 수출 부진이 겹치며 마이너스 성

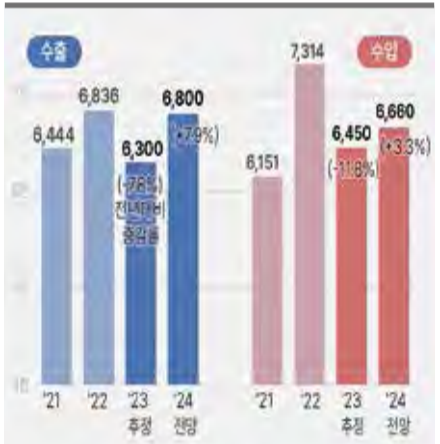


제60회 무역의 날 기념 출입기자 간담회를 진행하는 구자열 무역협회장. 【한국무역협회 제공】

장을 기록했다”고 말했다. 이어 “내년 한국 무역환경을 한마디로 요약하면 ‘비 온 뒤 갭’으로 표현할 수 있다”면서 “반도체를 비롯한 IT 품목이 두 자릿수 증가율을 기록하며 전체 수출을 견인할 전망”이라고 말했다.

구자열 무역협회장은 현 무역 상황을 우려하면서 기업과 정부의 역할이 필요하다고 말했다. 구 회장은 “세계 경제의 2% 후반 성장세, 경제 블록화, 자국 우선주의, 핵심광물 쟁탈전 등으로 눈앞의 통상 여건이 순탄치 않을 것”이라며 “경제 성장 엔진이 다소 식어 있는 느낌”이라고 언급한 데 이어 “정부는 기업의 애로를 해소하고, 규제 개선을 위한 방법을 찾아야 하고 기업들은 신시장에 더욱 과감하게, 끊임없이 도전해야 할 것”이라고 밝혔다. 특히 “아이디어와 기술로 무장한 스타트업을 미래 신성장 동력으로 적극 활용해 수출의 새로운 돌파구를 찾아야 한다”고 강조했다.

■ 수출입 전망 (단위: 억 달러)



【그래픽=연합뉴스】

■ 2024년 품목별 수출 전망(요약) (단위: 억 달러, 전년 대비 %)

13대 품목	2023년(추정)		2024년(전망)		2024년 품목별 업황
	금액	증가율	금액	증가율	
반도체	980	-24.2	1,195	21.9	스마트폰 등 IT수요 회복, 반도체 재고 감소에 따른 메모리 단가 회복과 차세대반도체 호조세 예상
자동차	689	27.4	710	3	내년 하반기 급리인하 기대에 따른 구매수요 회복 및 전기차, SUV의 수출단가 상승세 지속 예상
일반기계	528	3.3	540	2.3	미국, 중동 등 대규모 인프라 투자에 따른 기계류 수요 증가, 중동 불확실성은 수출약화 요인
석유제품	528	-16	530	0.4	산유국 감산 기조에 따른 유가 상승 및 수출단가 회복 예상, 중동사태 불확실성은 유가 상승요인
석유화학	462	-14.9	488	5.6	누적된 과잉공급으로 시장 악화가 예상되나, 유가 상승세 및 유류설비 재가동 등 수출 회복 요인
철강	357	-7.1	385	7.8	점진적인 수요 회복에 따른 수출단가 상승 예상, 저가의 중국산 공급과잉 물량은 수출약화 요인
자동차 부품	234	0.4	235	0.4	주력시장인 미국 및 유럽은 친환경차 부품, 자동차 시장이 급성장하는 인도는 일반부품 수출호조 예상
선박	211	16.1	214	1.4	컨테이너선 및 LNG운반선 중심의 수출 증가 예상, 인력난 등에 의한 생산차질로 인도지연 가능성 상존
디스플레이	190	-10	197	3.7	거시경제 불확실성에도 불구하고 IT·자동차 등 OLED 신시장 창출로 수출 증가
무선통신 기기	156	-9.6	167	7.1	글로벌 스마트폰 수요는 4% 이상 확대 예상, 폴더블폰 등 프리미엄 제품군 수출호조세 지속 전망
컴퓨터	79	-50.5	115	45.6	스마트폰, PC, 노트북 등 전방 IT기기 수요 회복세 전환으로 SSD 단가 회복 예상
섬유	111	-9.8	115	3.6	탄소섬유 등 고부가 소재 수요는 지속 확대 예상, 중국산 저가 제품 수요 확대는 수출 약화 요인
가전	81	0.3	83	2.5	북미 고효율·프리미엄 가전 시장을 중심으로 가전 수요 점진적 회복 예상

【자료=국제무역통상연구원】

오늘 제60회 무역의 날 특집 20~54면

130만명이 선택한 무역 디지털 플랫폼

KITA.net

KITA.net의 새로운 핵심 3가지

01 맞춤형 서비스로 보다 똑똑하게!

- AI 기반 검색, 수출역량진단모델

02 무역의 모든 것을 쉽고 빠르게!

- 콘텐츠의 통합과 재정비

03 이제는 내 정보를 한눈에!

- 통합형 마이페이지

2024 무역아카데미 교육과정 안내

국내 최고의 무역/마케팅 전문 교육기관,
 무역아카데미의 교육과정을 지금 바로 만나보세요!

- 기초부터 심화까지 재직자 역량 강화를 위한 맞춤형 교육과정
- 강사의 일방적 강의는 No! 실습, 토론, 사례분석 등 수강생 참여형 수업
- e러닝 학습 + 오프라인 수업을 결합한 '플립러닝' 과정 신규 도입



※ 아래 내용은 추후 상황에 따라 변동될 수 있습니다.

	과정명	교육일정	난이도	수업시수	수강료 (회원사)	수강료 (일반)
무역실무	환급 생초보를 위한 핵심기초 무역실무	1~11월(홀수월)	초급	18시간	34만원	42만원
	환급 신입사원 무역실무	1~12월(짝수월)	초급	24시간	38만원	49만원
	환급 수입실무와 해외소싱기법	5월, 8월, 11월	초급	14시간	24만원	30만원
	환급 수출입 시 각종 리스크 관리	3월, 6월, 9월, 12월	중급	19시간	34만원	42만원
	환급 글로벌 무역계약 및 대금결제 마스터	2월, 5월, 8월, 11월	중급	7시간	38만원	47만원
	환급 쉽게 배우는 신용장 원데이클래스	1월, 4월, 7월, 10월	중급	7시간	14만원	20만원
	하루 만에 정복하는 무역실무 단기속성	1월, 4월, 6월, 8월, 10월	초급	6시간	23만원	28만원
	글로벌 소싱전략 및 공급사 관리 실무	2월, 6월, 10월	중급	12시간	38만원	47만원
	수출입 물류비절감 핵심실무	2월, 5월, 8월, 11월	초급	6시간	23만원	28만원
	수출입 통관실무 및 관세 환급 과정	3월, 7월, 11월	초급	12시간	38만원	47만원
	영문 Biz 메일 및 무역서식 작성	4월, 11월	초급	12시간	38만원	47만원
	Case study로 무역실무 노하우 습득하기	1월, 5월, 9월, 12월	중급	7시간	25만원	28만원
	하루 만에 배우는 수출입 비용 절감 A to Z	1월, 6월, 10월	초급	7시간	25만원	31만원
	쉽게 배우는 기초무역서류 원데이 클래스	4월, 8월	초급	7시간	18만원	21만원
	수출입 항공운송 실무	3월, 5월, 9월, 11월	초급	4시간	14만원	18만원
플립러닝 온앤오프 기초 무역실무	4월, 10월	초급	7시간	34만원	38만원	
외환	수출입기업 영업이익의 보전을 위한 원스톱 환리스크 관리	3월, 6월, 9월 11월	초급	12시간	38만원	47만원
	국제금융시장의 이해와 달러/원 환율 동향	2월, 5월, 9월, 12월	초급	4시간	3만원	6만원
산업/ 마케팅	환급 글로벌 비즈니스 전문가	1월, 6월, 10월	중급	21시간	37만원	45만원
	환급 바이어를 사로잡는 해외전시 마케팅 전략	2월, 5월, 8월	초급	12시간	26만원	30만원
	고객의 시선을 사로잡는 글로벌 브랜딩 전략	2월, 5월, 8월, 11월	초급	6시간	23만원	28만원
	원자재 트레이딩 담당자를 위한 원데이 클래스	3월, 7월	초급	6시간	23만원	26만원
	화장품 수출입 비기너	5월, 11월	초급	12시간	38만원	47만원
	식품 수출입 비기너	4월, 9월, 10월	초급	12시간	38만원	47만원
	해외 온라인 수출(B2C) 핵심 노하우 원데이 클래스	5월, 10월	초급	6시간	18만원	23만원
	2024 글로벌 화장품 트렌드 및 주요국별 수출 실무 과정	3월, 9월	중급	6시간	16만원	18만원
	펫푸드 기초무역실무	5월, 10월	초급	6시간	18만원	23만원
디지털 마케팅	구글 애널리틱스 (Google Analytics) 활용 마케팅 전략	2월, 5월, 9월, 12월	초급	12시간	38만원	47만원
	빅데이터로 해외시장 공략하기 - 퍼포먼스 마케팅 A to Z	4월, 10월	중급	7시간	25만원	31만원
	쇼피파이 (Shopify) 활용 자사몰 운영 전략	1월, 3월, 7월, 9월, 11월	초급	12시간	38만원	47만원
해외시장	베트남 비즈니스 전문가	3월, 9월	초급	12시간	28만원	36만원
	인도 진출전략 원데이 클래스	4월, 8월	초급	8시간	20만원	24만원

환급 회사(고용주)가 교육비를 지불하고, 직원이 교육 수료 시 교육비 일부를 회사가 환급 받는 과정
플립러닝 e러닝 사전 학습 + 오프라인 현장 수업을 결합한 수업 방식

문의 : 02-6000-5378/5379, www.tradecampus.com

26개국 152개사 바이어 입국... 2300여 건 수출 상담

‘KITA 해외마케팅종합대전’ 진행

26개국에서 바이어 152개사 관계자가 한국을 찾아 수출기업들과 상담을 진행했다.

한국무역협회는 11월 29~30일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 제60회 무역의 날을 기념하는 ‘2023 KITA 해외마케팅종합대전(Korea Grand Sourcing Fair 2023)’을 진행했다. 무역협회는 국내 유망 수출 기업의 해외 시장 진출을 지원하고자 2008년부터 이 행사를 개최해 왔다.

올해 행사에는 26개국 바이어 152개사가 참석해 국내 800여 개 참가 기업과 2300여 건의 상담을 진행했다.

무역협회는 기업의 거래선 다변화를 위해

기준에 초청하던 우수 빅바이어와 신규 빅바이어의 초청 비중을 5대5 수준으로 조정했다고 밝혔다. 또 지난 9월 무역협회가 실시한 ‘해외 비즈니스 수요 실태 조사’ 결과에 따라 향후 우리 기업의 5대 수출 시장으로 지목된 미국·베트남·인도·중국·일본 바이어의 참가 비중을 50% 이상으로 확대했다고 전했다. 품목별로는 한류 영향으로 관심과 인기가 높아진 소비재뿐만 아니라 산업재, IT, 바이오·헬스케어 분야 바이어를 초청해 다변화를 꾀했다.

주요 빅 바이어로는 일본 대형 할인매장 돈키호테를 운영하는 팬 퍼시픽 인터내셔널(Pan Pacific International Trading), 베트남 내 3400여 개의 마트를

운영하는 윈커머스 제너럴 커머셜 서비스(Wincommerce General Services), 대만 1위 홈쇼핑 기업 모모닷컴 등 글로벌 대형 유통사와 필리핀 10대 제약 회사 엠비카(AMBICA), 애플 협력업체인 중국 고어텍(Goertek) 등이 참가했다.

상담회에 참석한 한 글로벌 유통 바이어는 “K-콘텐츠의 인기와 함께 자국내 젊은 소비자층을 중심으로 한국 제품의 선호도 및 수요가 급증하고 있다”면서 “새로운 제품 발굴과 소싱을 위해 직접 방한했다”고 말했다.

무역협회는 우리 기업의 진출 희망 시장·품목에 따른 해외 마케팅 전략 수립을 지원하고자 ‘주한 외교관 초청 무역 투자 세미나 및 컨설팅’ 및 ‘해외 마케팅 종합세미나’

등 다양한 부대 행사도 개최했다.

행사장 내부에 마련된 외교공관 특별관에는 12개국 주한 외교공관이 참가해 자국의 무역·투자 환경 및 비즈니스 기회에 대한 상담을 제공했다.

올해 해외 마케팅 종합 세미나에서는 ▷2024년 글로벌 무역 환경 및 환율 전망 ▷중소기업을 위한 Chat GPT 및 틱톡 활용 수출 마케팅 전략에 대한 발표와 함께 무역협회 소속 전문위원의 현장 애로 컨설팅이 진행됐다. 김영채 기자

“미·EU 의료기기인증 지원”

‘원스톱 수출 119’ 개최

정부가 의료기기 수출기업의 미국, 유럽연합(EU) 등 인증지원을 강화한다.

원스톱 수출·수주지원단은 11월 27일 강원 원주의료기기테크노밸리에서 의료기기 수출기업의 현장 애로 해소를 위한 ‘제10차 원스톱 수출 119’를 개최했다. 이 자리에서 원주 지역 의료기기 수출기업들은 최근 강화되고 있는 EU 등 주요국의 의료기기 인증규정 대응을 위한 비용 및 컨설팅 지원, 바이오분야 전문인력 양성, 바이오업종 특성을 고려한 맞춤형 해외 마케팅 지원 등 의료기기 수출 관련 다양한 애로를 제기했다.

지원단은 의료기기 수출기업 인증지원을 강화하기 위해 내년부터는 미국식품의약국(FDA)과 EU(CE)에서 의료기기 1등급 등의 의료기기 분야를 해외규격인증 획득 지원사업 ‘패스트트랙’에 추가해 운영할 예정이라고 밝혔다. 또 원주시청, 국가기술표준원(해외인증지원단), 보건산업진흥원, KOTRA 등 유관기관과 함께 정부의 해외인증지원사업, 수출마케팅 지원 프로그램, 인력양성 지원 사업 등을 안내했다. 각 기관의 담당자를 매칭해 필요한 후속 지원도 할 예정이다.

지원단은 이날 수액라인과 카테터 등 치료재료 국산화에 앞장서고 있는 원주 의료기기 중소기업 인성메디칼을 방문, 수출기업으로 성장하는 데 애로사항으로 제기한 마케팅 등 전문인력 지원, 해외인증 획득 관련 컨설팅 및 비용지원 등 관련 정부 지원사업을 상세하게 안내했다. 김보근 기자



11월 29일 서울 강남구 코엑스 해외마케팅종합대전에서 국내외 바이어들이 비즈니스 상담 및 전시장을 둘러보고 있다.

【사진=연합뉴스】

외화지급보증 신청 첨부서류 완전 전자화

우리은행에 이어 신한은행에서도 무역업체가 외화지급보증 신청을 할 때 별도로 제출해야 했던 계약서, 인보이스 등이 첨부서류 전자화가 실현됐다. 한국무역정보통신은 지난 7월 우리은행에 이어 최근에는 신한은행과 외화지급보증 서비스의 온라인화를 구현해 첨부서류 전자화의 첫 단계를 성공적으로 마무리했다고 최근 밝혔다.

KTNET은 비대면 외화지급보증 업무를 다른 은행으로 확대하는 동시에 이용량이 많은 해외송금 업무와 신용장 업무의 첨부서류도 온라인으로 처리할 수 있도록 할 계획이다.

그간 기업은 신용장 개설, 해외송금 등의 신청서는 은행에 전자적으로 제출하였으나 계약서, 인보이스 등의 첨부서류는 팩스나 이메일로 별도 다시 제출해야 했다. 이에 KTNET이 디지털 무역·물류 플랫폼인 유

트레이드허브(uTradeHub)에 외환업무에 필요한 첨부서류의 전자화를 구현해 무역업체가 외환업무 신청서와 첨부서류 제출을 온라인으로 동시에 처리할 수 있도록 했다.

KTNET의 외화지급보증 업무 전자화를 통해 기업은 은행 방문 없이 신청서와 첨부서류 제출을 동시에 전자적으로 처리할 수 있게 됐다. 은행은 SWIFT 전문을 재입력할 필요가 없고, 팩스나 이메일 통해 제출된 첨부서류를 별도 스캔하여 보관하는 작업을 줄일 수 있다.

차영환 KTNET 대표는 “KTNET은 페이퍼리스(Paperless) 업무를 통해 우리 기업의 수출 경쟁력 강화를 선도해왔다”면서 “비대면 외화지급보증을 시작으로 해외송금 등 다른 업무로 첨부서류 전자화를 확대해 나갈 계획”이라고 밝혔다. 김영채 기자

3분기 중소기업 수출 감소... 감소 폭은 축소

올해 3분기 중소기업 수출은 지난해 같은 기간과 비교해 소폭 감소한 것으로 집계됐다. 전기보다 감소 폭은 축소됐다.

30일 중소벤처기업연구원이 발표한 ‘KOSI 중소기업 동향’ 11월호에 따르면, 올해 3분기 중소기업 수출은 274억6000만 달러로 전년 동기 277억 달러보다 0.9% 감소했다. 2분기 2.4% 감소한 것과 비교하면 미미한 폭의 감소세다.

중소기업 10대 수출품 중 합성수지(-8.7%), 반도체제조용장비(-18.6%), 반도체(-8.6%), 플라스틱 제품(-0.8%)은 감소했고, 화장품(+24.7%), 자동차(+32.1%), 기타기계류(+26.2%), 전자응용기기(+11.3%), 자동차 부품(+6.7%) 등이 증가했다.

국가별로 살펴보면, 중국(-11.1%), 일본(-8.8%), 러시아(-21.2%) 등은 감소했고, 미

국(+7.7%), 인도(+10.6%), 베트남(+0.2%)은 증가했다.

올 9월 중소제조업 생산은 전년 동월 대비 6.8% 증가했다. IT 수요 회복세로 반도체 품목에서 성장세가 비교적 컸으며, 전년 철강 생산 감소에 따른 기저효과로 ‘1차 금속’이 반등하면서 큰 폭 증가했다. 중소서비스업 생산은 전년 동기 대비 1.7% 상승했다. 여행 수요 확대로 ‘숙박·음식점업’과 ‘운수·창고업’ 등을 중심으로 증가했다.

지난 9월 기준 창업기업 수는 9만1907개로 제조업(-7.2%), 서비스업(-8.9%), 건설업(-11.5%) 등의 주요 업종에서 부진해 전년 동월 대비 8.2% 감소했다. 기술기반 창업기업 수는 ‘지식기반서비스업(-4.8%)’을 중심으로 전년 동월 대비 5.2% 감소한 1만 5808개를 기록했다. 김보근기자



Smart Factory + Automation World 2024

2024. 3. 27(수) - 3. 29(금)
Coex A, B, C, D홀 전관

51,894명의 바이어가 선택한 전시회!
(2023년도 3월 전시회 방문 바이어 기준)

A홀
aimex
마감

B홀
Korea Vision Show
마감

C홀
Smart Factory Expo
마감

D홀
Smart Factory Expo
마감

스마트공장 · 자동화산업전 검색



AW 2024 리뉴얼 스폰서십 프로그램 오픈

AW 2024 관심업체 등록

AW 2024
관심업체 등록하기



참관객 사전등록 OPEN!

AW 2024
사전등록 바로가기



사상최대 무역금융 공급 발표됐으나... 수출기업 58.9% '모른다'

무협 '수출 기업이 바라본 정책 금융 개선 과제' 보고서

올해 수출 활성화를 위해 사상 최대 규모의 무역금융 공급이 발표됐으나 이에 관한 업계의 이해도는 낮은 수준으로 조사됐다. 한국무역협회 실태조사 결과 무역업계의 응답기업 58.9%가 지난 8월 발표된 무역 정책 금융에 대해 '모른다'고 답변한 것으로 나타났다.

한국무역협회는 지난 9월 무역업계 542개사를 대상으로 한 설문 조사와 개별 기업 인터뷰 결과를 바탕으로 11월 27일 '수출기업이 바라본 정책 금융 개선 과제' 보고서를 발간하며 이처럼 밝혔다.

보고서에 따르면 현재 지원받고 있는 정책 금융의 규모가 부족하다는 응답이 74.5%에 달했다. 아울러 우리 기업은 ▷정책 금융 정보 파악의 어려움(49.6%), ▷복잡한 서류 제출 절차(48.9%), ▷높은 수혜 대상 선정 기준(48%), ▷높은 담보 요구 수준(33.8%)에 따른 어려움을 겪고 있는 것으로 파악됐다.

개별 기업 인터뷰에 따르면 무역업체들은 필요한 무역금융 정보 접근에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. A기업은 실제 은행 상담 시 정책 금융 공고와 금리·한도 등의 조건이 달라 혼란을 경험했다고 답변했으며, B기업은 관련 정보가 홈페이지 내 백화점식으로 나열되어 있어 맞춤형 정보를 찾기 어렵다고 호소했다.

일단, 기업들은 정책금융 신청을 위한 서류 작업부터 난색을 표했다. C기업은 회사 기본 정보를 신청 기관 양식에 따라 반복적으로 작성해야 해 행정적 부담이 크다고 답했다. D기업은 복잡한 서류 양식으로 인해 서류 작성 대행 컨설팅업체가 성행하고 있다고 지적했다.

무역금융 정책상의 불균형도 지적됐다. E기업은 정책 자금 신청 시기가 연초에 집중돼 하반기에 지원을 받기 어렵다고 했으며, F기업은 신성장 산업 등 특정 분야에 정책 자금이 집중돼 전통적 제조기업이 소외당하는 경우도 발생한다고 말했다.

또 G기업은 정책 자금 신청 시 과거 매출 실적이 중요한 평가기준이 되면서 코로나19 등으로 인해 일시적 자금난을 겪은 중소기업이나 신생기업은 선정 대상이 되기 힘들다고 밝혔다. H기업은 기업 선정 시 기업의 담보 여력뿐만 아니라 수출 계약 등 성장 가능성을 비중 있게 평가해야 한다고 주장했다.

이에 보고서는 무역금융의 효과성 제고를 위해 ▷정책 금융 전달 체계 확립 ▷행정 절차 전산화 ▷신청 조건 완화 ▷심사 기준 완화 등을 제안하고 정보 비대칭 완화를 위한 기관별 사업 홍보, 설명회 등을 지속해서 개최해야 한다고 내다봤다.

구체적으로는 ▷기업 맞춤형 사업 정보

검색을 위한 정책 금융 통합 포털 구축 ▷기업 기초 서류 공유를 통한 기관별 서류 제출 절차 통합 ▷산업별·기업 규모별 지원 사업 세분화 ▷구매확인서 기반 대출 확대 ▷기업 대상 금융 관련 교육 및 컨설팅 확대 등이 필요하다고 주장했다.

정만기 한국무역협회 부회장은 "협회는 정

책 금융 기관들과 협력해 서울 및 광역권에서 10회에 걸친 금융 정책 설명회를 개최하며 기업들의 정책 이해도 제고를 도왔다"며 "정책 금융 공급이 수출 확대에 효과적으로 이어질 수 있도록 우리 정부는 기업들의 의견을 상시 모니터링하고 수용하는 제도적 장치를 마련해야 한다"고 강조했다. 김영채 기자



사우디로 가는 길

정재용 한국무역보험공사 프로젝트금융본부장이 11월 24일 소피텔 엠베서더 서울호텔에서 열린 'K-SURE 벤더 페어'에서 인사말을 하고 있다. 무보는 사우디 국부펀드(PIF) 및 그 자회사를 초청해 우리 기업의 해외시장 진출과 글로벌 벤더로의 도약 지원을 위한 'K-SURE 벤더 페어'를 개최했다. 벤더 페어는 K-SURE가 해외 우량 발주처를 우리나라로 초청해 국내 중소·중견업체와의 만남의 장을 열어 벤더 등록과 건설 및 기자재 구매계약을 맺을 수 있도록 주선하는 행사다.

【사진=한국무역보험공사 제공】

딸기·샤인머스켓 등 농산물 수출 이어져

밀양딸기, 남원 샤인머스켓, 해남 배추 등 농산물 수출이 이어지고 있다.

경상남도 밀양시는 11월 27일 시 농업기술센터에서 밀양딸기생산자협의회협동조합이 딸기 100kg을 인도네시아에 수출하는 선적식이 열렸다고 밝혔다. 10월 19일 창립한 이 조합의 첫 수출이다.

수출 물량은 파머스네트웍코리아를 통해 인도네시아로 수출된다. 향후 딸기 생산량에 따라 수출 물량, 수출국, 참여 농가 등이 확대될 예정이다.

시 관계자는 올해 200t 이상의 밀양 딸기 수출을 목표로 한다고 설명했다. 인도네시아 외에도 홍콩, 말레이시아, 싱가포르 등의 수출시장을 개척할 방침이다.

국내 딸기 시배지인 밀양시는 딸기 브랜드 '밀양딸기 1943'을 만드는 등 지역 딸기의 차별·고급화 전략을 펼치고 있다.

같은 날 전남 해남배추는 캐나다 수출길에 올랐다. 이날 선적된 배추 물량은 48t으로, 앞으로 1000t의 해남배추가 캐나다 내

H-마트에 공급될 예정이다.

해남배추는 지난해 캐나다 퀘벡거리의 A-마트에 처음으로 150t 수출된 이래 현지 교포 등 소비자의 뜨거운 반응으로 1년 만에 7배로 계약 물량이 늘었다. 김치의 경우 보관과 유통과정이 길수록 맛의 변화가 심해 수출에 어려움을 겪어오던 중 배추와 김치 양념을 분리함으로써 남도김치의 맛과 품질을 최대한 유지한 김치 수출 확대에 중대한 계기가 될 것으로 기대된다. 군 관계자는 "올해 배추가격 불안정으로 국내 시장이 어려워진 상황에 북미지역 수출길이 확장되어 의미가 깊다"고 말했다.

이튿날인 28일 전라북도 남원의 샤인머스켓 포도는 캐나다 수출길에 올랐다. 1t이 항공편으로 보내졌으며 시장 반응이 좋으면 추가로 수출할 예정이다. 이 포도는 지리산 농협이 수출 검역단지에서 생산한 것으로, 당도가 높고 저장성이 뛰어나다. 남원 샤인머스켓은 높은 품질을 인정받아 베트남과 홍콩으로도 수출되고 있다. 김영채 기자

김 수출 20%·가공밥 수출 30%↑... 역대 최대

올해 들어 김 수출액과 가공밥 수출액이 1년 전보다 20% 이상 늘며 역대 최대 실적을 달성했다.

관세청이 발표한 수출입현황에 따르면 올해 1~10월 김 수출액은 6억7000만 달러(약 8620억 원)로 작년 같은 기간보다 20.4% 늘었다. 이는 1~10월 기준 역대 최대다.

또한 11월 20일까지 누적된 올해 김의 수출액(잠정치)은 7억1100만 달러로 사상 처음 7억 달러를 넘어선 상황이다. 관세청은 이 추세대로라면 김 수출액이 8억 달러도 돌파할 것으로 기대하고 있다.

1~10월 가공밥 수출액은 7900만 달러로 29.9% 증가했다. 밥 수출액은 연간 기준 역대 최대였던 지난해 실적(7600만 달러)을

10개월 만에 넘어섰다. 중량으로 보면 김은 3만t, 가공밥은 2만5천t으로 작년 같은 시기보다 각각 17.3%, 28.4% 늘었다.

관세청은 한국 음식에 대한 관심이 커지면서 관련 식품의 수출도 늘었다고 설명했다.

품목별로 보면 조미김(4억1100만 달러), 건조김(2억5900만 달러), 즉석밥(6600만 달러) 등의 수출액이 많았다.

국가별로는 미국이 김과 가공밥의 최대 수출국이었다. 김은 미국으로 1억4200만 달러어치가, 가공밥은 6300만 달러어치가 각각 수출됐다.

김은 미국 외 일본, 중국 등 120개국으로, 밥은 호주·중국 등 87개국으로 수출됐다. 이는 역대 가장 많은 것이다. 김영채 기자

그래픽 뉴스 OECD, 내년 한국 성장률 2.1→2.3%



경제협력개발기구(OECD)가 올해 한국 성장률 전망치를 1.5%에서 1.4%로 하향했지만, 내년 성장률 전망치는 2.1%에서 2.3%로 올렸다. 기획재정부 등에 따르면 OECD는 최근 이런 내용의 경제전망 보고서를 발표했다.

【그래픽=연합뉴스】



해남배추 수출선적식

【사진=해남군 제공】



[Your Ground Travel Partner]

프리미엄 의전 차량 서비스
성공 비즈니스를 위한 최고의 파트너

GROUNDK

그라운드케이



품위있는
고급 차량



세련된
수행기사



24시간
고객센터



다양한
언어 지원



www.groundk.com | 02-863-3540

전문가에게 들어보는 해외마케팅 성공 전략 : 이씨이십일 김형철 해외마케팅 팀장

“다양한 채널 통해 지속적 커뮤니케이션 시도해야”

올해 우리나라 경상수지는 1월 역대 최대 규모의 적자를 낸 이후 다행히 흑자로 전환하는 데에 성공해, 5월부터 꾸준히 흑자를 이어오고 있다. 하지만 이는 승용차, 반도체 등 대기업 위주의 수출 흑자 덕분이며, 중소기업 대부분은 여전히 수출에 어려움을 겪고 있다. 해외시장에 진입하기 위해서는 다양한 관련 지식정보와 네트워크가 필요한데, 중소기업들은 이러한 자원에 접근하기가 쉽지 않기 때문이다.

이러한 상황에서 중소기업의 수출 활로를 앞장서 열어주는 기업이 있다. 바로 서울 삼성동 무역센터에 입주해 있는 ‘이씨이십일’이다. 중소기업 해외수출지원 전문기업으로서 많은 중소기업의 수출에 도움을 주고 있다.

이씨이십일(EC21)에서 해외마케팅팀을 이끄는 김형철 팀장은 국내 최대 글로벌 B2B 마켓플레이스(www.ec21.com)의 기획, 운영 및 중소벤처기업진흥공단, 한국무역협회, 중소기업중앙회 등 다양한 공공기관의 수출지원 사업 운영의 총괄을 맡고 있다. 10년 넘게 필드에서 경험을 쌓은 그가 꼽는 중요한 중소기업 수출마케팅 전략은 무엇일까.

– 맞춤형 바이어 홍보자료를 제작한다고 들었는데 소개해 달라.

바이어들이 주로 찾는 자료는 온라인 상품페이지, 상품 카탈로그, 상품 이미지 그리고 상품관련 영상 등이다. 바이어들이 제품을 직접 보지 않는 이상, 홍보자료를 통하여 제품의 첫 이미지를 결정한다. 따라서, 홍보자료는 최대한 상세하게 제품을 설명하는 내용과 고품질로 만드는 것이 ‘기초 중의 기초’ 작업이다.

내수시장의 소비자 대상(B2C) 커머스물 상품페이지들은 그 중요성을 이미 잘 알고 있어서 철저한 준비와 함께 소비자들의 마음을 움직일 상품페이지 구성 및 기획에 힘을 쏟는데, 기업 간 거래(B2B) 홍보 쪽에서는 상품페이지가 단순해지고 대부분 텍스트 위주로 변한다.

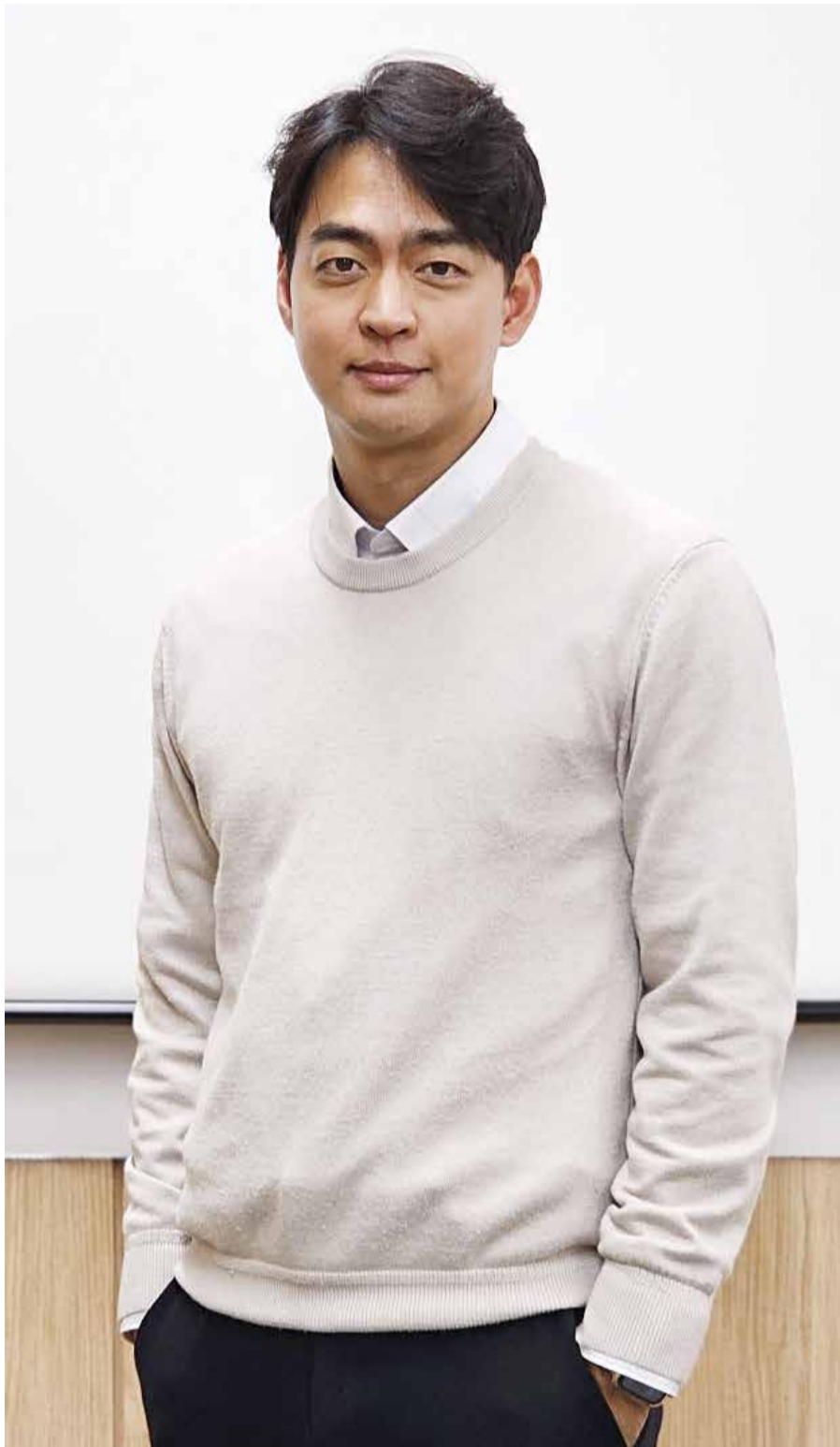
조약한 텍스트 설명 위주의 상품페이지를 보면 아무리 상품성이 뛰어나도 바이어는 구매를 결정짓기 어렵다. 그러므로 B2B에서도 B2C와 비슷한 수준으로 바이어의 마음이 훤히 정도의 다양하고 매력적인 이미지와 영상, 상세한 설명으로 상품페이지를 구성할 필요가 있다.

이렇게 완성도 높은 상품페이지들이 수출을 더욱 쉽고 빠르게 진행하는 사례를 다수 보았다. 이토록 홍보자료 구비는 가장 기본적인 것이며 중요한 준비 사항이지만 이조차 제대로 준비하지 못한 업체들이 많다.

– 시장별 맞춤형 전략은 어떻게 진행하는가.

해외시장에 성공적으로 진입하기 위해서는 지역별로 적합한 상품 라인업과 가격 정책, 판매 채널 등뿐만 아니라 타깃 국가 현지의 니즈에 맞춰서 상품을 개발, 선정해야 한다.

간단한 예를 들면 유럽은 유기농과 친환경 포장에 포커스를 맞춰야 하고 미국은 고품질에 포커스를 맞춰야 한다. 유럽에서는 친환경 포장에 원하는데 플라스틱 용기에 일회용 제품으로 포장에 아무리 고급스럽게 구성한



김형철 이씨이십일 해외마케팅 팀장

들 바이어들의 선택을 받기는 힘들다.

이씨이십일은 미국, 유럽, 중국, 베트남, 태국 등 전 세계 26개국 53개의 긴밀한 협력 지사들과 연계하여 타깃 국가별 특성과 니즈를 반영, 제품군별 전략 수립과 유효바이어 발굴을 진행하고 있다.

– 소셜미디어 활용을 통한 수출도 도움을 받을 수 있다고 하던데.

오늘날 소셜네트워크 서비스(SNS)는 사용범위와 목적이 점점 확장되고 있다. 단순 개인의 관계구축을 위한 수단인 아니라 기업들은 SNS를 홍보 마케팅, 고객 응대, 채용 등의 수단으로 적극적으로 활용하고 있다.

대표적인 B2B 소셜네트워크인 링크드인(Linked-In)뿐 아니라 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram) 등에서 관련 네트워크 형성, 브랜드이미지 구축 등으로 활용한다면, 수출에 긍정적인 영향을 줄 수 있다.

온라인 또는 오프라인 등 한 개의 채널만 집중하지 말고, B2B 마켓플레이스 활용, 화

상 수출상담회 참여, 해외 현지 무역사절단 참여, 해외 유명 전시회 참가 등 다양한 채널들로 바이어들과의 접점을 지속적으로 늘려가며 대화를 시도해야 한다. 이를 통해 새로운 바이어들과의 만남의 기회를 꾸준히 얻고, 커뮤니케이션을 시도해야 한다.

당장 성과가 나지 않더라도 바이어들의 피드백을 들어보고 그에 맞춰 상품을 개발해 나가며 문을 두드리다 보면 대부분 1년 이내에 성과를 볼 수 있다.

– 중소기업의 시장 개척을 위해서 중요하다고 판단되는 국가는.

중국, 베트남, 인도, 인도네시아다. 이에 국가별 네트워크 추가확장에도 힘쓰고 있다.

이씨이십일은 자체 플랫폼(EC21.com)을 통한 온라인 해외마케팅과 수출상담회, 전시회 참여 등 오프라인 해외마케팅을 병행하며 국내 중소기업들의 해외시장 개척에 도우미 역할을 하고 있다. 앞서 말씀드린 수출을 위한 기본적인 인프라 구축뿐 아

중소기업들은 수출 준비도나 품목, 진출희망 국가에 맞추어 수출을 준비하는 게 부담스러울 수 있다.

이씨이십일은 기업들의 수출 준비도에 따라 체계적이고 다양한 수출바우처 서비스를 제공한다.

나라 심도 있는 업체별 수출역량 맞춤 컨설팅도 진행하고 있고, 국가별 협력 네트워크 확장에도 힘쓰고 있다. 더욱더 발전하는 EC21을 관심 있게 지켜봐 주시길 바란다.

– 중소기업이 수출할 때 정부 정책을 활용할 수 있는 방안은.

수출역량 강화가 필요한 중소·중견기업들은 한국무역협회, 중소벤처기업진흥공단, 중소기업중앙회, KOTRA 등 다양한 정부 또는 유관기관에서 진행되는 수출지원 정책을 활용할 수 있다. 해당 기관의 홈페이지를 수시로 살펴보면 나에게 맞는 지원 정책을 찾아보시면 많은 도움이 될 것이다.

그 중에서 쉽게 접근 가능한 대표적인 지원 사업으로 ‘수출바우처’가 있다. 수출바우처는 산업통상자원부, 중소벤처기업부가 협력하여, 중소·중견기업이 자사의 수출역량에 맞는 수출지원 서비스를 자유롭게 선택할 수 있도록 ‘바우처’ 형태로 도입한 사업이다.

중소기업들은 수출을 위한 전담팀 및 인력이 구성되어 있지 않은 경우가 많고, 따라서 수출 준비도나 품목, 진출희망 국가에 맞추어 수출을 준비하는 게 부담스러울 수 있다. 이에 이씨이십일은 기업들의 수출 준비도에 따라 체계적이고 다양한 수출바우처 서비스를 제공한다. 이씨이십일은 수출바우처 사업에서 22년 연속 수행업체로 선정되었다. 그런 만큼 수출을 준비하는 기업의 사정에 맞춰 수출바우처 사업을 활용하고 수출성사에 이르게 할 풍부한 경험과 노하우를 보유하고 있다.

예를 들면 ▷수출인프라 구축이 전혀 이뤄지지 않은 기업들을 대상으로는 외국어 홈페이지 제작 서비스를 제공하며, ▷인프라 구축이 되어있지만, 해외 소비자 및 바이어 대상으로 홍보 활동이 부족한 기업들을 대상으로는 구글, 페이스북, 인스타그램, 링크드인 등을 활용한 SNS 마케팅과 검색엔진마케팅을 지원한다. 그리고 ▷세계 2위의 글로벌 B2B 마켓플레이스인 ec21.com에 제품을 등록하고 바이어의 인콰이어리를 제공하는 유효회원 서비스가 있다.

또한, ▷특정 국가 시장현황, 경쟁사 정보, 유통구조, 진입장벽 등 해외시장 진출을 위한 전반적인 시장조사부터 ▷현지 바이어를 발굴하고 ▷구매결정권자를 대상으로 세일즈 활동 및 ▷전시회 연계 바이어 초청 ▷미팅 주선 등 기업의 니즈를 바탕으로 성공적인 해외 진출을 위한 최적의 솔루션을 제공한다. 이에 수출바우처를 활용하여 여러 방면으로 도움을 받는 것도 생각해 볼 수 있다.

김영채 기자



2023년도 수출바우처 사업 EC21과 함께 하십시오!

23년간 연속수행을 통한 전문성과 노하우를 바탕으로
귀사의 수출에 날개를 달아드리겠습니다.

안녕하세요. 해외수출전문 마케팅 기관 EC21입니다.

2023년도 수출바우처 사업에 선정되신 기업은
전문 인력 구성으로 특화된 EC21 서비스를 신청하실 수 있습니다.

EC21은 고객의 성공적인 해외진출을 위해 **최적의 솔루션**을 제공해드립니다.

풍부한 경험과 노하우를 바탕으로 함께 성장하도록 하겠습니다.

EC21 수행가능 분야



조사/일반컨설팅

★ 해외시장조사 ★

대상기업 처음 수출을 하고자 하거나 수요가 검증된 국가에 진출하고자 하는 기업

기대효과 타깃국가 대상 진출타당성 검증, 진출 가능성 평가, 진출 필요사항 점검을 통한 맞춤형 바이어 발굴 및 판로개척



홍보/광고

★ 검색엔진마케팅 ★

대상기업 경쟁사 대비 검색엔진 상위 노출로 관심 바이어의 유입 증가 및 다수의 유효 인콰이어리 수신을 희망하는 기업

기대효과 Google 검색엔진에 상품 키워드 상위 노출, 홈페이지 방문자 수 증가, 기업 인지도 상승, 잠재 바이어 유입 등 수출거래 성과 도출



전시회/행사/해외영업지원

★ 해외전시사전마케팅 ★

대상기업 해외전시회 참가 및 현지 출장기업

기대효과 기업 맞춤형 바이어 발굴을 통한 목표국가 출장(전시회 등)시 현지 미팅주선

★ 현지영업채널개발 ★

대상기업 해외 진출을 어떻게 할지 모르는 기업 ex) 스타트업기업

기대효과 맞춤형 바이어 발굴을 통한 현지 영업채널 개발 및 판로 개척

★ B2B 온라인 마케팅 ★

대상기업 자사제품을 해외에 홍보하고 싶은 기업, 해외 바이어 정보를 찾고 있는 기업

기대효과 제품의 해외홍보, 상품페이지 구축, 해외 바이어 검색 및 바이어 정보수신 등

★ SNS 마케팅 ★

대상기업 글로벌 SNS 운영 및 이벤트 프로모션을 통해 자사의 제품과 서비스를 해외 시장에 홍보하고, 로열티 구축을 원하는 기업

기대효과 다양한 글로벌 홍보 마케팅을 통한 SNS 활성화 및 로열티 증대, 기업 서비스 및 제품 매출 증대



디자인 개발

★ 수출마케팅 플랫폼 ★ (반응형 홈페이지)

대상기업 기존 홈페이지 유지/관리에 어려움을 겪고 있으며 홈페이지를 통해 인콰이어리를 발굴하고자 하는 기업

기대효과 하나의 사이트 관리로 PC, 모바일, 스마트기기 에서 최적화된 홈페이지 운영, 관리 및 바이어 발굴 가능

체계적, 전문적, 노하우를 바탕으로한 귀사의 성공적인 해외진출의 동반자는 EC21 뿐입니다. 귀사와 함께 성공적인 해외진출을 기대합니다.

글로벌 컨설팅 업체들 “중국 출장 갈 땐 선불폰”

딜로이트와 KPMG 등 글로벌 컨설팅 업체들은 미국의 자사 임원이 홍콩을 방문하는 동안에 평소 쓰는 휴대전화를 사용하지 말고 일회용 선불폰 등을 사용하도록 권고 조치했다고 블룸버그통신이 파이낸셜타임스(FT) 보도를 인용해 전했다. FT는 이 지침을 잘 알고 있는 익명의 관계자들을 인용해 매켄지의 일부 직원도 이 지침에 따라 평소 쓰는 전화가 아닌 별도의 휴대전화를 가지고 홍콩 출장을 다녀왔다고 밝혔다. 이 지침은 중국이 여러 글로벌 기업의 아시아·태평양 본부가 있는 홍콩에 대한 통제를 강화함에 따라 나온 것이라고 FT는 해석했다. 보안법을 통한 중국 당국의 감시 강화와 고객 정보 해킹 등의 우려 때문으로 추정된다. 서울=연합뉴스

미 식품업계, ‘전분’으로 친환경 포장 시대 연다

자연서 추출해 만든 감자칩 봉지
에어랩도 비닐 대신 종이로 제작

지난 2010년 10월 미국 언론 월스트리트저널(NYT)은 인기 과자 ‘썸칩’의 포장 비닐 소리가 너무 커 소비자들의 불만이 많다고 보도했다. 한 해 전 프리토레이는 제과업계 최초로 썸칩의 봉지를 100% 분해 가능한 소재로 만들었지만 봉지를 열거나 내용물을 꺼낼 때 나는 소리가 95데시벨로 일반 대화 소리보다 컸던 것. 그로부터 10여 년이 흘러 이제는 환경도 생각하고 사람들의 귀에 거슬리지도 않는 포장지가 등장하기 시작했다.

●친환경 포장 개발 활성화 = 당시 프리토레이는 썸칩에 대한 소비자들의 불만을 수용해 해당 상품을 2010년 판매 종료했고 생분해 비닐 상용화에도 실패했다. 소비자들의 원성으로 한발 물러섰던 프리토레이는 그러나 이후에도 개발을 계속해 다시 한번 소음을 줄이고 환경 친화적인 비닐 포장 출시를 준비하고 있다.

2009년 당시 썸칩 포장은 폴리젯산 비율이 90%였으나 새롭게 제작되는 버전은 85%로 낮춰 소음을 줄였다. 나머지 15%는 알루미늄 코팅, 잉크와 부착물이다. 프리토레이는 “2025년까지 생분해, 재활용 혹은 퇴비화할 수 있는 포장으로 100% 전환할 계획”이라고 밝혔다. 프리토레이는 썸칩 외에 레이, 치토스, 도리토스 등 다양한 칩과자를 생산하면서 이 시장의 60%를 점유하는 기업이다. 블룸버그는 “시장 1위 기업 프리토레이의 이런 움직임은 과자 시장에 큰 영향력을 미칠 것”이라고 보도했다.

‘케틀칩’으로 유명한 케틀푸드도 ‘오프더이튼패스’라는 과자 중 2종을 탄산칼슘으로 만든 ‘메이드프롬스톤(Made from stone)’ 봉지에 담아 출시하고 있다. 2019년 오케노스는 화석연료를 전혀 사용하지 않고 탄산칼슘 70%와 레진 30%를 이용해 만든 이 포장 봉지를 개발했다. 오케노스의 쿠파라 대표는 블룸버그와의 인터뷰에서 “탄산칼슘은 대리석의 주성분으로 자연에서 쉽게 구할 수 있으며 영원히 분해되지 않는 비닐과는 달리 친환경적인 재료”라면서 “주성분을 돌에서 추출해 제품명을 메이드프롬스톤으로 지었다”고 밝혔다. 오케노스는 미국을 비롯해 브라질, 인도, 캐나다, 필리핀에서 메이드프롬스톤을 생산하고 있으며 과자는 물론 쌀, 커피, 소금, 꽃 같은 제품을 포장하는 데도 활용하고 있다.

●배송 패키징도 친환경으로 = 팬데믹 기간 배달업계의 규모가 커지면서 배송 패키징에도 친환경 바람이 불기 시작했다. 배송상자를 생산하는 템퍼팩은 사탕수수에서



되찾은 구리광산 11월 28일 파나마 수도 파나마시티에서 주민들이 구리광산 개발 계약 승인법 위헌 여부에 대한 대법원의 결정을 듣고 환호하고 있다. 파나마 대법원 전원합의체는 이날 정부와 미네라 파나마(Minera Panama) 간 광업권 계약 승인법령이 헌법에 위배된다고 판단했다. 미네라 파나마의 지분 10%는 한국광해공업공단이 보유하고 있다. [파나마시티=EPA/연합뉴스]

추출한 성분을 이용해 배송 중 온도를 일정하게 유지하고 방수 기능이 있으며 외부 충격으로부터 제품을 보호하는 ‘클리마셀라이너(ClimaCell Liner)’를 개발했다. 클리마셀라이너는 스티로폼으로 알려진 폴리스타이렌을 대체할 수 있으며 제품의 90% 이상을 종이와 사탕수수 추출물로 만들어 재활용이 가능하다. 일반 크래프트 상자와 함께 버리면 재활용 업체가 수거하기 때문에 별도로 배출할 필요가 없다. 식품을 배송하는 밀키트 구독 서비스 업체, 제약업체, 온라인 식품업체, 유리 등 섬세한 운반이 필요한 제품이 클리마셀라이너의 주 고객이다.

템퍼팩은 ‘웨이브크래프트(Wave Kraft)’라는 패키징 3D프린터를 개발해 자사 제품을 대량 사용하는 고객이 완제품을 포장하는 곳에서 직접 포장물을 생산할 수 있도록 했다. 이는 패키징을 위해 템퍼팩 제품을 배송할 때 발생하는 탄소를 줄일 수 있으며 배송 당일의 날씨에 따라 두께를 능동적으로 조절해 포장재료의 낭비를 최소화할 수 있다. 웨이브크래프트의 고객 멀리스푼은 언론 인터뷰에서 “템퍼팩 제품은 친환경적 소재로 ESG(환경·사회·지배구조)를 실천할 뿐 아니라 우리 공장에서 포장재를 생산하기 때문에 포장재 완제품을 보관할 창고비, 배송 물류비 등의 비용을 줄일 수 있다”고 밝혔다.

●우리 기업 시사점 = 오케노스의 쿠파라 대표는 “기업에게 지금 당장 비닐봉지를 모두 친환경 제품으로 바꾸라고 하면 그 기업에 납품하는 협력사와의 관계나 비용 부담 때문에 쉽지 않다고 답하겠지만 친환경 포장 시대는 분명 오고 있다”고 강조했다. 친환경에 대한 소비자들의 인식이 어느 때보다 높고 오케노스나 템퍼팩 외에도 써모세이프, 실드에어 등 수익을 내는 기업이 있기 때문에 친환경 패키징 시장 전망도 밝은 편이다.

바이든 정부가 2030년까지 탄소 50% 감축을 목표로 하는 만큼 미국 내 친환경 열풍은 계속될 것으로 보인다.

탄소발자국 전문가 B씨는 KOTRA 무역관의 인터뷰에서 “미국 증권거래위원회가 상장기업을 대상으로 하는 기후공시 의무화 규정의 범주를 확대할 것으로 예상됨에 따라 공급망의 탄소 저감 압박은 커지고 기업들의 친환경 움직임은 더욱 활발해질 것”이라고 전망했다. 뉴욕 무역관

시진핑의 메시지 “외자기업 권익 수호·지재권 보호”

시진핑 중국 국가주석이 외국 투자기업의 권익 보호와 시장의 법치화 및 국제화를 강조했다.

중국 관영통신 신화사에 따르면 시 주석은 11월 27일 열린 중국공산당 중앙정치국 10차 집단학습에서 “법치는 최고의 비즈니스 환경으로, 개방적이고 투명하게 외국 관련 법률 시스템을 개선해야 한다”며 “지식재산권 보호를 강화하고 외자기업의 합법적 권익을 보호해야 한다”고 강조했다.

시 주석의 발언은 반(反)간첩법 시행과 경영환경 악화 등 영향으로 중국에서 활동하는 외국 기업들의 탈중국 행렬이 이어지자 외국 자본을 안심시키려는 시도로 읽힌다. 중국 상무부 등에 따르면 올해 1~10월 대

중국 외국인직접투자(FDI)는 전년 동기 대비 9.4% 줄었다.

중국 당국은 올해 들어 경제 회복에 사활을 걸면서 각종 우대 정책을 제시하며 외국 자본 달래기에 나서고 있다.

시 주석은 또 “높은 수준의 해외 무역 규칙을 능동적·적극적으로 수용하고 제도적 개방을 꾸준히 확대하며 무역과 투자 자유화와 편리화의 수준을 개선해 더 높은 수준의 개방형 경제 시스템을 구축해야 한다”고 덧붙였다. 그러면서 자유무역 시험구 등 대외 개방 경험을 제때에 법률로 만들고 높은 수준의 개방, 우수한 비즈니스 환경, 영향력이 큰 대외개방 지역을 조성해야 한다고 했다. 베이징=연합뉴스

‘프리고진 공백’ 아프리카에서 러-서방 세력다툼

러, 바그너 세력 접수 시도 서방국은 바그너 대체하려

러시아 용병기업 바그너그룹의 수장 예브게니 프리고진이 사망한 뒤 아프리카에서 러시아와 미국 등 서방 강대국 사이의 세력다툼에 불이 붙었다고 미국 일간지 뉴욕타임스(NYT)가 최근 보도했다. 러시아는 바그너그룹이 아프리카에서 구축한 사업 네트워크와 영향력을 그대로 접수하려 하고, 서방 국가들은 프리고진 사후 공백을 틈타 그간 바그너그룹에 밀려 쫓겨났던 입지를 회복하려 하는 것으로 분석된다.

NYT는 이러한 영향력 싸움의 주무대이자 향후 다른 아프리카 국가들의 행보를 저울질해볼 가능자로 중앙아프리카공화국(중앙공)을 꼽았다. 중앙공은 아프리카 내 바그너그룹의 핵심 협력국 중 하나다.

2014년 프리고진에 의해 창설된 바그너그룹은 아프리카 각국 정부에 군사적 지원을 해 주는 대가로 광물 채굴권과 항구 이용

권 등 각종 이권을 챙겼다. 바그너그룹은 중앙공에는 2017년 처음 진출했다. 반군 진압에 나설 정부군을 훈련시킬 교관을 시작으로 용병을 파견하고 무기를 제공했으며 그 대가로 중앙공 내 최대 금광을 장악했다. 프리고진은 지난 8월 의문의 비행기 추락으로 사망하기 직전에도 중앙공의 수도 방기를 방문해 포스탱 아르상제 투아데라 중앙공 대통령과 향후 사업계획을 논의하는 등 공을 들인 것으로 알려졌다.

프리고진 사망 이후 중앙공 정부에 러시아와 미국, 프랑스 정부가 앞다퉀 접근해 바그너그룹을 대체할 안보 지원을 제시하고 있다고 NYT는 전했다.

중앙공 정부 관계자 3명에 따르면 조 바이든 미국 행정부는 바그너그룹과의 협력관계를 청산하는 것을 대가로 안보 지원을 해주겠다고 최근 중앙공 정부에 제안했다. 미국 민간 보안업체 밴크로프트의 대표자들이 방기에서 중앙공 당국자와 만나기도 했다. 투아데라 대통령의 안보 보좌관인 피델 구안지카는 중앙공 정부가 미국과 협력할 의사가

있는지 다음 달까지 미국 정부 관계자들에게 답변해야 한다고 말했다.

투아데라 대통령은 또한 과거 자국을 식민 통치했던 에마누엘 마크롱 프랑스 대통령과도 협력관계를 논의했다. 중앙공과 프랑스는 민간 분야 협력을 위한 로드맵을 만들고 있다고 NYT는 전했다. 프랑스는 중앙공 등 과거 식민지였던 아프리카 국가에서 최근 수년간 반(反)프랑스·친(親)러시아 정서의 고조되며 주둔 병력을 철수시키는 등 입지가 축소돼왔다.

러시아 정부도 손을 놓고 있는 것은 아니다. 중앙공 주재 러시아 대사관의 블라디슬라프 일린 대변인은 프리고진의 사망이 러시아의 아프리카 개입에 미치는 영향은 없다면서 러시아가 “아프리카 대륙으로 돌아와 중앙공과 안보 파트너십을 계속하기로 했다”고 말했다.

중앙공 정부 내에서는 바그너그룹과 관계를 멀리하고자 하는 움직임도 관측된다. 익명을 요구한 중앙공 정부 당국자는 “그들(바그너그룹)은 우리와의 협력이 서로 ‘윈윈’ 하

는 것이라고 말했지만 그 관계에서 우리가 얻은 것은 많지 않다”고 말했다.

하지만 중앙공이 바그너그룹과 ‘이혼’하기는 그리 쉽지 않다고 NYT는 짚었다. 프리고진 사후 중앙공에서 바그너그룹의 세력이 약해지기는 했어도 여전히 그 영향력이 다양한 분야에 걸쳐 깊게 뿌리내리고 있기 때문이다.

당장 1000명이 넘는 바그너그룹 용병과 최고 간부들이 중앙공에 머물고 있다. 바그너 용병들은 투아데라 대통령 이동 시 경호를 맡고 있으며, 이들에게 훈련받으면서 바그너그룹의 로고를 단 정부군 병사들이 정부 청사와 대통령궁을 지킨다. 바그너그룹은 심지어 중앙공에서 맥주와 보드카, 리쿠르 등 주류를 만들어 팔기도 한다.

바그너그룹 직원으로 일했던 압둘라예 이브라힘은 “바그너든 아니든 러시아인들이 여전히 모든 것을 통제하고 있는 것 같다”고 말했다. 중앙공에서 바그너 용병들이 주민을 폭행하거나 가축을 약탈하는 등 전횡을 일삼으면서 주민들의 반감도 적지 않지만 당장 결별은 어려워 보인다.

NYT는 중앙공 정부가 바그너 용병에 의존하지 않고 반군 등 안보 위협에 대응할 수 있을지도 불확실하다고 지적했다. 서방 국가들이 중앙공에 바그너그룹과 같은 수준의 안보 지원을 제공할 수 있을지는 불확실한 상황이다. 특히 프랑스는 자국 군대를 아프리카에 다시 주둔시키지 않겠다는 입장을 분명히 했다.

로베르 은고키 중앙공 상공회의소 회장은 “서방은 우리가 바그너를 제거하기를 원하지만 그들이 없다면 48시간 안에 문제가 생길 것”이라며 “우리가 원하는 원치 않든 그들이 내륙지역을 안전하게 지키고 있다”고 말했다.

전문가 평가도 비슷하다. 러시아 퇴역 장교이자 아프리카 안보 문제 분석가인 세르게이 엘레디노프는 “투아데라는 지팡이를 짚고 걷는 장애인과 같다”며 중앙공이 바그너그룹의 안보 지원을 뿌리칠 수 없을 것이라고 내다봤다. 엘레디노프는 또한 “러시아는 아프리카에서 어떻게 사업을 할지 모르지만 바그너는 안다”고 덧붙였다.

서울=연합뉴스



모가디슈의 홍수 11월 27일 소말리아에 내린 폭우로 홍수가 발생해 모가디슈 도로의 트럭이 절반가량 물에 잠겨 있다. 수십 년 만에 소말리아를 강타한 폭우와 홍수로 지금까지 약 100명이 숨지고 90만 명의 이재민이 발생한 것으로 알려졌다. '아프리카의 봄'에 속한 소말리아는 엘니뇨와 인도양 쌍극자 현상으로 지난 10월부터 폭우가 이어지고 있다. 【모가디슈=AP/뉴시스】

재주는 ‘블프’가 부리고 돈은 ‘왕서방’ 주머니에 중, 러시아행 화물 급증... 러 경제 종속 심화

‘블프’에 중국 쇼핑 플랫폼 수혜 역직구가 중국 상품 수출통로로

대대적인 할인행사인 블랙프라이데이를 맞아 미국 등 해외시장에서 중국 온라인 쇼핑 플랫폼들이 수혜를 입고 있다고 중국 관영 매체인 글로벌타임스가 최근 보도했다. 매체는 테무와 쉬인, 틱톡숍 등 중국 전자상거래 플랫폼들이 대대적인 할인과 광고 등을 통해 블랙프라이데이 온라인 매출 성장세에 큰 역할을 했다고 밝혔다.

보도에 따르면 틱톡숍의 경우 블랙프라이데이 기간인 11월 14~20일 미국 내 주문이 205% 증가했다. 매체는 또 테무와 쉬인의 경우만 할인이 30~50% 수준에 그친 미국

소매업체들과 달리 최대 90%에 이르는 할인을 통해 시장점유율을 확보하려 했다는 외신 보도 등을 인용했다.

특히 직구 플랫폼을 통해 중국 제조업체들의 해외 주문 등이 급증하고 있다고 매체는 전했다. 2년째 블랙프라이데이 행사에 참여한 중국 저장성 윈저우의 한 모자 제조업체는 이번 쇼핑기간 전 세계에서 130만 개의 모자를 판매할 것으로 예상했다. 저장성 닝보시의 한 애완동물 물류 판매업체는 올해 매출이 20% 증가할 것으로 내다봤다.

이 같은 ‘역직구’ 증가세가 중국 수출의 중요한 요소가 되고 있다는 분석이다. 중국 상무부 데이터에 따르면 중국 상품무역에서 국경 간 전자상거래 비율은 2015년 1%에서 지난해 5%로 증가했다. 서울=뉴시스

자동차 부품·소비재 등 유럽·미국산 품목 대체

우크라이나 사태에 따른 서방 제재가 지속하는 가운데 러시아가 올해 들어 자동차 부품, 소비재 등 수입을 중국에 의존하고 있다고 러시아 언론이 최근 보도했다.

보도에 따르면 현지 업계는 올해 1~10월 중국에서 러시아로 들어온 컨테이너 화물 수입량은 모두 1300만 이상이라고 밝혔다. 이 가운데 이전에 비해 수입이 늘어난 품목은 소비재와 자동차 및 자동차 부품, 기계·장비 등으로 수입한 전체 컨테이너 화물에서 차지하는 비중은 각각 16~20%로 집계됐다.

중국 세관에 따르면 같은 기간 러시아가

중국에서 수입한 전체 화물량 규모는 900억 달러(약 120조 원) 수준이다. 현지 매체는 중국에서 러시아로 들어오는 컨테이너 화물이 지속해서 늘고 있으며, 이들 물량은 기존에 러시아가 다른 국가들에서 수입했던 품목들을 대체하는 추세라고 전했다.

물류기업인 ‘SLK 그룹’ 창업자인 드미트리 아르자노프는 “제재 이전 우리가 취급한 전체 화물 가운데 54%는 중국에서, 35%는 유럽에서, 10%는 미국에서 들어온 것”이라며 “하지만 지금은 (취급 화물의) 90%가 중국에서 수입된 것”이라고 말했다. 이어 “수입업체의 70~80%는 유럽·미국의 공급처를 중국으로 교체했다”며 “이전에 많은 첨단장비를 유럽에서 수입했지만, 이제는 달라졌다”고 덧붙였다. 블라디보스토크=연합뉴스

미얀마에서 한국 조미김은 프리미엄의 상징

건강 챙기는 웰빙스낵 시장 확대
K-푸드 트렌드가 결정적인 기여

미얀마인들은 해초류를 자주 접할 기회가 없어 즐겨 소비하지 않는다. 광활한 국토에 비해 해안선이 짧고 미얀마인의 주류인 버마족의 생활권이 이라와디강 중상류의 내륙 지방을 중심으로 형성돼 있기 때문이다. 이런 곳에서 한국산 조미김이 시장을 넓혀가고 있다.

●조미김의 인기 비결과 K-푸드의 역할 = 미얀마에서 조미김의 인기는 '살이 찌지 않는 웰빙 간식'이라는 인식에서 비롯됐다. 그간 미얀마의 젊은 층이 주로 소비하는 간식은 두껍게 썰어 튀긴 감자 스낵이었는데 기름지고 열량이 높아 건강에 좋지 않다는 평가가 많았다. 고칼로리 정크푸드는 미얀마의 당뇨 환자 수를 급증시킨 원인으로 도 지목된다.

반면 김은 튀김 요리와 비슷하게 바삭한 식감을 가졌으면서도 칼로리 부담이 훨씬 덜해 소비자들의 관심을 받고 있다. 현지 유통업체 관계자는 "미얀마인들은 김을 얇게 가공된 해산물 채소의 일종으로 여기며 많이 먹어도 건강에 부담을 주지 않는 안전한 간식으로 생각한다"고 전했다.

현지 업계는 조미김 수요 형성에 K-푸드 트렌드가 결정적인 역할을 한 것으로 보고 있다. 김을 수입 중인 한 바이어는 "드라마와 영화로 한국 문화를 접한 젊은이들은 미디어에 직접 묘사되지 않은 한국인들의 생활방식에 따라해보려고 한다"고 말했다. 다른 유통업체 관계자는 "한국에 대한 동경과 신뢰가 높아 처음 보는 낯선 식품이라도 한국인들이 평소 즐겨 먹는다고 하면 망설임 없이 선택한다"고 귀띔했다. 미얀마 식문화에서 생소한 해초류가 새로운 간식으로 받아들여지는데 K-푸드가 중요한 촉매제 역할을 한 셈이다.

●태국산의 범람과 압도적인 시장 점유율 = 미얀마에서 조미김의 소비 확산에 K-푸드 트렌드가 결정적인 역할을 했지만 수입시장 점유율의 대부분은 태국산이 가져가고 있다. 태국산 조미김은 시타마트, 마크로, 원스톱 등 주요 유통체인 진열대의 넓은 공간을 차지하고 있으며 수입통계에서도 우세한 수치를 보이고 있다. 글로벌트레이드아이더의 통계에 따르면 김(HS코드 200899)의 2022년 태국산 수입액은 403만 달러로, 전체 수입액 457만2000달러 중 무려 88.2%를 차지했다.

한국산은 2017년부터 빠른 속도로 점유율을 확대하고 있으나 태국산과의 격차가 여전히 큰 편이며 작년에는 수입 라이선스 발급 애로까지 겹치면서 수출이 크게 줄었다. 참고로 HS코드 200899에는 김 외에 각종 과일류가 포함되지만 미얀마는 과일 수출국이므로 이 코드로 산출한 수치는 대부분 김으로 볼 수 있다.

현지 시장에서 가장 많이 유통되는 태국산 김은 이미 자국에서 현지화에 성공한 타오카에노이사 제품들이다. 실제 미얀마 대형 유통점에서 찾을 수 있는 다양한 김 브랜드 제품 중 태국산은 대부분 이 업체가 생산한 것이다. 이외에도 한국산 김과 유사한 포장과 맛을 채택한 태국의 군소 브랜드 제품들이



“휴전하니까 너도 좋지?” 11월 27일 가자지구 남부 칸 유니스에서 어린이들이 건물 잔해 주변에 피워진 불 옆에 앉아 있다. 이스라엘과 팔레스타인 무장 정파 하마스는 11월 30일 오전까지 이틀간 일시 휴전을 연장하기로 합의했다. 【간유니스=로이터/연합뉴스】

판매되고 있다.

태국산 제품은 육로 국경을 통해 손쉽게 미얀마로 수입돼 유통상 이점이 있다. 미얀마 상무부의 수입 라이선스 발급 심사도 육로 수입품에는 좀 더 유연하다. 반면 한국산 조미김을 해상으로 수입 중인 바이어들은 "라이선스 발급 문제로 어려움을 겪고 있다"고 밝혔다. 대량 주문이 쉽지 않은 소형 바이어들도 재고 관리가 편리한 육로 수입품을 선호하는 경향이 있다. 그러나 태국산 제품의 경쟁력이 단순히 공급 우위에만 있는 것은 아니다.

●태국산 김의 강점 = 우선 태국산 제품은 한국 조미김에 비해 소매가격이 매우 낮다. 대형 마트와 소매점에서 판매 중인 한국산 김의 소매가는 g당 270~300짜트인 반면 태국산은 110~120짜트로 절반 이하다.

참고로 대도시에서 근무하는 미얀마 사무직 직장인은 중식대로 3000짜트 내외를 지출하며 전문직 종사자도 4000짜트 정도를 한 끼 점심값으로 쓴다. 평범한 직장인이 한국산 김 묶음 하나를 사려면 중식대 이상의 비용을 지출해야 하지만 비슷한 용량의 태국산 김 스낵 한 봉지는 점심 비용의 3분의 2 수준으로 즐길 수 있는 셈이다. 경기 침체로 소비자들의 구매력이 떨어진 상황에서는 가격 경쟁력이 제품 판매에 더욱 큰 영향을 미칠 수 있다.

태국 업체들이 김을 스낵의 일종으로 즐기는 현지인들의 소비방식에 맞게 포장과 맛을 다양화한 점에도 주목할 필요가 있다. 유통점에서 접할 수 있는 태국산 조미김은 대부분 과자와 유사한 봉지 형태로 판매되고 있다. 제품 포장 단위도 15g 내외로 간식으로 즐기기에 적당하다. 한국산 김도 3.5g짜리 제품 3개가 한 묶음으로 판매되고 있어 용량은 비슷하지만 간식으로 먹으려면 포장을 여러 번 개봉해야 하기 때문에 다소 불편하다.

태국 제품들은 또한 여러 가지 맛을 김에 첨가해 판매한다. 앞서 언급한 타오카에노

이사의 제품이 대표적으로 카레 맛, 바비큐 소스 맛, 고추냉이 맛, 마라 맛 등 종류도 다양하다. 현지 김 유통업체 관계자는 "미얀마인들은 김을 과자처럼 즐기기에 때문에 감자 스낵처럼 여러 가지 맛이 첨가된 제품을 선호한다"며 "특히 설탕으로 단맛을 내거나 바비큐 소스가 들어간 제품이 인기"라고 말했다. 실제 현지에서 판매 중인 태국산 김 제품들은 맛에 따라 다양한 종류의 과자 포장 형태로 제공되며 우리나라의 부각, 김튀김 요리와 유사한 형태의 제품도 있다.

이처럼 저렴한 판매가격과 현지화 전략으로 태국산 제품이 경쟁력을 확보해나가고 있지만 현지 소비자와 판매업자들 사이에서는 한국산 김에 대한 평가가 여전히 높다. 특히 제품의 자체의 맛과 품질에 대한 신뢰가 확고한 편이다.

●한국산 김의 강점 = 현지 유통업체 관계자들은 한국산 김의 맛과 향, 식감이 특별하고 우수하다고 평가하고 있다. 태국산 김이 다양한 첨가물로 맛을 내고 있지만 김 자체의 품미는 한국산을 따라갈 수 없다는 점도 공통적으로 언급되고 있다.

현지 유통업체 관계자는 "참기름으로 구워낸 한국 김 특유의 고급스러운 맛은 다른 수입품에서는 느낄 수 없으며 현지 소비자들도 이런 점 때문에 가격이 다소 비싸더라도 한국산을 선택하는 경우가 많다"고 강조했다. 이어 "두께가 적당하고 구워낸 정도도 좋아 식감이 바삭하다"고 평하면서 "태국산 김은 식감이 너무 단단해 선호도가 떨어진 다"고 지적했다.

실제로 현지 대형 마트에서 판매 중인 태국산 김은 쌀겨유나 기타 혼합유로 만들어지고 참기름을 사용한 제품은 없다. 외관상으로도 참기름을 사용한 한국산과 달리 윤기가 없고 한 장의 두께도 두꺼워 식감도 좋지 못한 편이다.

미얀마인들의 K-푸드 소비 욕구도 한국 제품이 가지는 경쟁력의 한 부분으로 볼 수

있다. 현지인들은 한국 문화를 체험하는 '경험 소비' 과정에서 생소한 조미김을 자연스럽게 받아들일 수 있었으며 지금도 김을 K-푸드의 하나로 인식하고 있다.

한국 김의 포장과 디자인을 모방한 상품의 등장은 현지의 K-푸드 선호를 간접적으로 보여주는 현상이라고 할 수 있다. 대형 마트에서 포장지에 한글을 표기하거나 '코리아 스타일(Korean Style)'이라는 문구를 추가한 제품을 볼 수 있다. 심지어 한국 제품처럼 플라스틱 받침이 들어간 소포장 용기에 내용물을 담아 3~6개를 묶음 형태로 판매하기도 한다. 현지의 K-푸드 트렌드와 체험 욕구가 한국산 조미김의 판매 증진에 실질적인 도움이 될 수 있음을 시사하는 대목이다.

●우리 기업 시사점 = 태국 제품들은 가격과 현지화 전략에서 강점을 보이면서 시장 점유율을 확대해왔다. 그러나 조미김의 맛과 품질이라는 본질적인 차원에서는 한국 제품에 대한 우호적인 평가가 확고하다. 또한 K-푸드 브랜드가 지닌 잠재력은 향후 마케팅 측면에서 우위를 확보해줄 가능성이 높다. 현지 유통업체 관계자는 "태국 제품은 경기 침체로 미얀마 소비자들의 주머니 사정이 좋지 못한 상황에서 선택되는 대체상품으로 볼 수 있다"고 해 내수 소비가 회복될 경우 한국 조미김의 매출이 늘어날 수 있음을 시사했다.

젊은 층이 많은 미얀마의 인구구조 특성상 스낵류 소비가 더 늘어날 수 있다는 점도 긍정적인 요인이다. 일반적으로 스낵류 소비는 젊은 층이 감소하는 선진국보다 피라미드형 인구구조를 보이는 신흥국에서 전망이 더 밝다. 따라서 조미김 시장도 스낵 소비 증가와 함께 더 확대될 가능성이 있다. 다만 현재 시장을 장악하고 있는 태국 기업들의 마케팅 전략은 참고할 만하다. 특히 조미김을 스낵으로 소비하는 현지 트렌드에 맞춘 '맛의 다양화'와 '포장의 차별화'는 우수한 현지화 사례로 검토할 가치가 있다. 근무역관

”남편 · 아들 돌려 달라”... 시위 나선 러시아 엄마들

징집 1년 넘기며 목소리 커져
당국, 반정부 시위에 노심초사

“영웅처럼 싸우고 조국을 위해 진심으로 피를 흘렸다면 이제 가족 품으로 돌아와 다른 이들에게 길을 터줄 때입니다.”

11월 19일 시베리아 최대도시 노보시비르스크에서 전쟁에 동원된 남편과 아들들을 집으로 돌려보내달라고 촉구하는 러시아 군인 가족들의 시위가 열렸다. 연설하는 참가자 뒤로는 ‘징집된 자에게만 조국이 있는가?’라고 적힌 팻말도 보였다. 2년 가까이 우크라이나에 동원된 남편과 아들을 이제 돌려보내달라는 가족들의 목소리였다.

미국 일간 뉴욕타임스(NYT)에 따르면 징집된 군인 가족들은 텔레그램 채널 ‘집으로 가는 길’에 모여 전장에서 1년을 보낸 병사들을 집으로 보내달라고 요구하는 성명을 냈다. 이들은 다른 군인과 그 가족들에게는 “우리의 권리를 위해 단결해 싸우자”고 호소했다. 지난 9월 개설된 텔레그램 채널에는 최소 1만4650명이 가입했다.

러시아는 지난해 9월21일 예비군을 대상으로 부분 동원령을 내려 30만 명을 징집하고 블라디미르 푸틴 대통령이 결정할 때까지 복무해야 한다고 밝힌 바 있다.

야당인 ‘야블로코’당을 비롯한 일각에서는 동원령을 종료해달라고 요구하고 있다. 그러나 러시아 정부는 오히려 예비군 복무기간을 늘리는 등 전쟁 장기화에 따른 병력 손실에 대비하고 있다. 서방에서는 러시아가 곧 추가 동원령을 내릴 것이라는 전망도 나온다.

러시아 정부는 내년 대선을 앞두고 군인 가족들 시위가 반전 여론으로 확대될까 우려한다. 1990년대 체첸공화국과의 전쟁을 평

화협정으로 끝낼 당시 군인 어머니들의 반전 운동이 영향을 줬던 기억도 있다. 이 때문에 집회 참가자를 연행하되 구금하지는 않거나, 거리 대신 관공서에서 행사를 열도록 하는 등 진압보다는 설득과 회유로 대응 중이다.

모스크바에서 시위를 조직하는 데 참여한 마리아 안드레예바는 정부가 군인 가족에게 더 많은 돈과 혜택을 제안했다며 “많은 여성은 돈이 아닌 남편과 아들이 필요하다”고 말

했다. 한 지역 관리는 거리에서 불만이 표출되는 걸 막기 위해 “설득하고 약속하고 지불하는” 전략이 선호된다고 러시아 독립매체 더 인사이더에 전했다.

시위 참가자 대부분은 ‘병력 교대’를 요구할 뿐 반정부 색깔을 드러내지는 않는다. 그러나 일부는 이번 전쟁에 대한 폭 넓은 문제 제기를 시도하고 있다.

반정부 시위에 오랫동안 관여했다는 한 참가자는 징집 반대 운동의 잠재력을 믿는다며 “관료와 대통령이 하는 말에 대한 의구심을 심어주고 싶다”고 말했다. 서울=연합뉴스



전장에 피어나는 동심 11월 28일 가자지구 남부 칸 유니스에서 자원봉사자들이 어린이 피난민들을 위한 활동을 하는 모습이다. 이스라엘과 하마스는 11월 24일 일시휴전에 들어갔다. [칸유니스=로이터/연합뉴스]

한국무역협회 글로벌 B2B전자상거래 사이트

tradeKorea.com



No.1 B2B e-Marketplace in Korea



전세계 262개국
214만 바이어



800,000+
등록 상품수



12,400건
연간 바이어 매칭 수

1

바이어DB 타겟 마케팅
DB에서 바이어 검색하고
거래 제안서 발송

4

해외바이어 구매오피
tradeKorea가 발굴한 해외 바이어
구매 수요 실시간 제공

2

해외 비즈니스 매칭
KITA 해외지부 네트워크 활용
현지 바이어와 1:1 매칭

5

셀러스토어 제작 지원
기업용 온라인 스토어 무료 제작 지원

3

글로벌 유망바이어 거래알선
매달 3개사 온라인 초청 및
국내기업과 상시로 거래알선 지원

6

AI 기반 주간 자동매칭
기업정보, 활동정보 등 데이터 분석해
매주 새로운 바이어 자동 매칭

글로벌유망바이어거래알선

한국무역협회는 매월 엄선한
글로벌 유망바이어를 온라인상으로
초청하여 국내업체와 상시적으로
거래알선을 지원합니다.



<12월 글로벌유망바이어>

국가	소싱품목
일본: TOYS R US-JAPAN, LTD. 社	장난감 및 유아용 제품
요르단: AL-BEHAR OVERSEAS CHEMICALS AND RAW MATERIALS TRADING COMPANY 社	계면활성제, 기능성 화학류
홍콩: EC Healthcare 社	Red King Crabs, Red Snow Crabs

kr.tradeKorea.com
사이트에서 소싱 진행 중인
글로벌 유망바이어 정보를
확인하고, 거래알선 신청을
하실 수 있습니다.

문의 한국무역협회 플랫폼마케팅실
02-6000-5577

중남미 인구 대국 멕시코의 요즘 소비 트렌드는?

고물가 영향 소비패턴 양극화
옴니채널, 건강·웰빙 관심 커

1억3000만 명의 인구 대국 멕시코는 중남미에서 브라질 다음으로 큰 시장이다. 인플레이션과 팬데믹, 기술 혁신 등 사회 변화에 따라 다양한 소비패턴이 나타나고 있는 멕시코 소비시장의 특성과 트렌드를 짚어보자.

●**두터워지는 상류층** = 멕시코 시장을 이해하려면 소비주체들의 구성부터 살펴 봐야 한다. 연령 관점에서 멕시코는 청년층 비중이 높은 국가로 평균 연령이 29.3세다. 2022년 기준 1억2988만명의 인구 중 0~14세가 23.8%, 15~64세가 68.2%, 65세 이상이 8%다. 이 중 청장년층에 해당하는 15~64세를 세부적으로 나누면 Z세대(15~24세) 16.9%, 밀레니얼 세대(25~39세) 22.6%다.

지역별로는 81.6%의 인구가 도시에 살고 있으며 인구가 많은 도시는 멕시코시티, 몬테레이, 과달라하라 등이다. 멕시코 국립통계지리청에 따르면 월 소득을 기준으로 중산층이 71%로 대부분이고 저소득층(20%)과 고소득층(9%)이 뒤를 잇고 있다.

세계 불평등 보고서에 따르면 멕시코는 상위 1%가 전체 자산의 46.9%, 상위 10%의 부자가 전체 자산의 78.7%를 각각 차지한다. 하위 50%는 자산보다 빚이 더 많아 총자산을 합하면 되레 마이너스(-0.2%)가 나오는 데 이는 2%인 세계 평균과 비교할 때 크게 낮은 것으로 빈부 격차가 심각함을 알 수 있다.

한편 기본 물가수준 이하의 소득을 가진 빈곤인구의 비중은 2020년 3분기에 46%로 최고치를 기록한 이래 2022년 2분기에 38.3%로 떨어져 줄어드는 추세다. 2040년까지 멕시코의 1인당 국내총생산(GDP)은 33.6%, 1인당 가처분소득은 33%로 증가할 것으로 전망되고 있다.

멕시코의 소득분위를 다섯 등급으로 더욱 세분화한 시장조사기관 유로모니터의 분석에 따르면 2040년에는 멕시코 저소득층이 일부 늘어나고 중산층의 비중이 줄어드는 대신 평균 소득의 200% 이상을 버는 상류층은 10% 넘게 늘어날 전망이다. 이렇게 되면 멕시코는 중남미는 물론 세계 평균에 비해서도 상류층의 비중이 높아지게 된다.

●**소비나 저축이나** = 멕시코의 물가는 2021년 3월 이래 멕시코 중앙은행의 목표인 3±1%대를 지속적으로 벗어난 상태이며 이에 따라 금리도 작년에만 8차례 인상해 현재 11.25%를 기록 중이다.

멕시코의 유명 라이프스타일 잡지 메르카 2.0의 조사에 따르면 국민 중 41%가 물가 상승으로 일부 제품들을 더 이상 구매하지 않게 됐고 32%는 기존에 구매하던 제품을 더 저렴한 것들로 대체했다. 또한 18%의 응답자는 이듬해로 구매를 미뤘고 55%는 저축을 늘린다고 했다. 또 다른 설문조사에서도 68%의 소비자가 '더 조심스럽게 지출하고 있다고 했고 45%는 '구매 전 다양한 사이트에서 가격을 비교한다고 밝혔다.

하지만 멕시코 소비시장의 전망은 밝다. 올해 1분기의 소비자물가 상승률은 1월 7.9%, 2월 7.6%, 3월 6.8%로 점차 안정을 찾아가고 있으며 특히 3월에는 최근 17개월 중 가장 낮은 수준을 기록했다. 이에 따라 소비자동향지수는 물론 민간소비와 관련해가



안데스의 비버문 11월 26일 칠레 산티아고의 안데스산맥 위로 보름달이 떠오르고 있다. 서양에서 11월의 보름달은 비버가 뱀을 쫓는 달이라 '비버문(Beaver Moon)'이라 부르며, 첫 서리가 내린다 하여 '서리달(Dying Grass Moon)'이라 부르기도 한다. 【산티아고=AP/뉴스1】

장 중요한 후행지표인 개인소비지출지수도 회복세에 접어들었다. 유로모니터의 2022년 라이프스타일 설문조사에 참여한 소비자의 66%도 '내년에는 상황이 나아질 것'이라고 내다봤고 71%는 '미래를 위한 저축보다 당장의 소비가 중요하기 때문에 소비를 줄이지 않을 것'이라고 답했다.

유로모니터에 따르면 2021년 멕시코 소비자들이 가장 많은 금액을 지출한 품목은 식음료, 교통, 주거, 잡화 순이었다. 2021년 대비 2040년의 전망을 비교해보면 식음료 시장이 가장 큰 폭으로 성장할 전망이다.

●**요즘 소비 트렌드** = 유로모니터의 보고서와 현지 언론 등에서 언급하는 내용 등을 종합하면 멕시코 소비시장에서 반복적으로 등장하는 네 가지 트렌드가 있는데 소비 양극화, 디지털 전환, 건강과 웰빙, 사회적 소비가 그것이다.

우선 멕시코는 2022년의 극심한 인플레이션으로 소비패턴이 양극화되는 모습을 보이고 있다. 사치품은 가격이 더 올라도 구매(트레이딩 업·trading up)하는 반면 식자재 등 생활필수품은 되도록 싼 제품을 선택(트레이딩 다운·trading down)하고 있다. 의류, 가전제품 등 당분간 사지 않아도 되겠다고 생각하는 품목에 대해서는 아예 지갑을 닫기도 한다.

멕시코는 빈부 격차가 크지만 중산층이 성장하고 있으며 특히 중남미 국가 중에서는 중산층의 가처분소득이 높은 편에 속해 이들도 사치품을 구매하는 경향이 있다.

이런 현상을 유로모니터 보고서는 중산층의 개념을 탈피한다는 점에서 '중산층 리셋'이라고 명명하기도 했다. 인상적인 것은 중산층이 명품을 사기 위해 중요하게 여기지 않는 제품에 대해서는 저가 구매성향을 보인다는 점이다.

메르카2.0의 설문조사에 따르면 현지 소비자들이 더 저렴한 품목이나 특가 할인 상품을 선호함에 따라 노브랜드 또는 자체 브랜드(PB) 제품이 인기다. 소비자의 98%는 '노브랜드 및 자체브랜드 제품을 선호한다'

고 했고 16%는 '인플레이션의 영향으로 노브랜드 제품 소비를 늘렸다'고 했다. 실제로 2022년 멕시코 전체적으로 노브랜드 제품 소비가 전년보다 3.5% 상승했다.

멕시코는 여전히 가격이 중요한 시장이지만 품질도 그만큼 중요해져 '매스티지(대중명품)'가 대세인 시장으로 변모하고 있다. 2022년 유로모니터의 조사에 따르면 멕시코 소비자의 35%가 '양보다 질을 택하겠다', 73%는 '새로운 제품과 서비스를 시도해보고 싶다', 59%는 '제품과 서비스 구매 전 어떤 제품인지 조사하고 비교한다고 했다. 또한 35%는 잘 알려진 브랜드 구매를 선호하고 55%는 유니크한 브랜드를 선호했다. 특히 멕시코 소비자들은 의류, 액세서리, 가전제품 구매 시 품질을 구매결정의 가장 중요한 요인으로 고려하는 것으로 나타났다.

한편 코로나19로 비대면 거래가 늘어나면서 전자상거래 시장이 급성장한 가운데 온라인과 오프라인 채널을 모두 활용하는 '옴니채널화'가 나타나고 있다. 글로벌 회계 컨설팅기업 PwC의 '글로벌 소비 인사이트 조사'에 따르면 멕시코인들은 오프라인 채널과 온라인 채널에서 구매하는 빈도가 거의 비슷하다. 다만 멕시코는 광역 통신망을 활용하는 인구 비율이 2026년 70%까지 확대될 것으로 보여 온라인 채널 구매비율이 더욱 증가할 것으로 예상된다. 멕시코 온라인판매협회(AMVO)에 따르면 2022년 온라인을 통해 제품이나 서비스를 구매한 사람은 6300만 명으로 2018년 대비 170% 증가했다.

전자상거래 확대와 더불어 메타버스 시장도 성장세다. PwC에 따르면 메타버스에 대해 들어봤지만 실제로 활용해보지 않은 사람이 41%이고 메타버스 시장도 규모가 작다. 하지만 멕시코에서 메타버스를 이용 중인 사람의 45%는 연 소득 5만2000달러의 고소득층이다.

멕시코는 코로나19로 크게 타격을 입은 국가 중 하나로 엔데믹으로 전환된 이후에도 건강과 웰빙에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있다. 글로벌 컨설팅 기업 어니스트앤

영(EY)의 설문에 따르면 55%가 건강 관련 소비를 우선시하기 위해 다른 소비를 줄일 의향이 있었다. 또한 유로모니터에 따르면 51%의 소비자가 적어도 1주일에 한번 이상 건강보조제를 복용하고 있으며 67%는 식품과 음료에서 영양성분을 확인하고 이중에서도 44%는 면밀하게 성분을 확인했다. 영양성분에 대해 관심을 보이는 멕시코 소비자의 비중(67%)은 글로벌 평균인 56%에 비해 높은 수치다.

건강 관련 식품과 의약품 외에 운동 관련 서비스와 제품도 인기다. 헬스장, 요가, 필라테스 수업 회원권과 아령 등 운동 소도구의 판매가 10년 전보다 증가했으며 특히 최근에는 디지털 플랫폼을 통해 홈트레이닝 관련 서비스를 구독하는 경우도 늘어나고 있다.

또 하나 눈에 띄는 멕시코의 메가 소비 트렌드 중 하나는 구매 시 환경과 사회에 미치는 영향을 고려하는 사회적 소비가 늘고 있다는 점이다. EY의 보고서에 따르면 70%가 '내 소비가 환경에 미치는 영향에 대해 걱정하고 있다고 했고 51%는 '환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 더 높은 가격을 지불할 의사가 있다고 밝혔다. 미국의 회계 컨설팅 기업 에델만트러스트의 '새로운 영향력의 물결' 리포트는 "멕시코 Z세대가 사회적으로 좋은 영향을 주는 제품을 구매할 뿐만 아니라 중장년층도 그런 구매를 하도록 영향을 미치고 있다"고 분석했다.

이에 따라 친환경 패키징과 공정무역 등에 대한 관심도 높아지고 있다. 유로모니터가 멕시코 소비자들을 대상으로 한 설문조사에 따르면 응답자의 62%가 플라스틱 사용을 줄이려고 하고 48%가 친환경 패키징을 선호했다. 33%가 공정무역에 관심을 보였는데 이는 세계 평균인 22%보다 높다.

'남미의 아마존'으로 불리는 전자상거래 업체 메르카도리베레의 과달루페 마린 지속가능성 분야 총괄은 "멕시코 소비자들의 관심 증가에 따라 우리 플랫폼도 지속가능성을 갖춘 품목군을 늘릴 예정"이라고 밝혔다.

멕시코시티 무역관

‘제로슈거’ 인기... 미국 무가당 음료 시장 지속 성장 중

탄산음료 시장도 그로 인해 확대

최근 미국에서는 저칼로리 감미료를 사용한 음료 상표명에 ‘다이어트’라는 단어 대신 ‘제로슈거’를 사용하는 경우가 많다. 많은 소비자가 건강한 라이프스타일 추구하고 사회적, 문화적 요인 때문에 설탕이 들어간 음료 대신 무가당 음료를 선호하기 때문이다.

●**커지는 제로 음료 시장** = 전 세계적으로 유행 중인 제로 탄산음료 시장 규모는 2020년 기준 1253억 달러로 나타났다. 2030년에는 2435억 달러로 증가할 것으로 예상되며 2021~2030년 중에는 연평균 7.3%의 성장률이 점쳐진다.

무설탕 음료를 연구한 한 논문에 따르면 패스트푸드 체인은 무설탕 음료 도입으로 성장세가 급격해졌다. 미 질병통제예방센터(CDC)는 “성인 36.6%가 정기적으로 패스트푸드와 음료를 함께 섭취하며 저칼로리 제품에 높은 수요가 형성되고 있다”고 전했다.

코로나19 시기에 다양한 제품이 수요 감소로 타격을 입었지만 무설탕 음료는 오히려 가정 내 소비가 증가했으며 시장도 큰 영향을 받지 않았다. 글로벌 무설탕 음료 시장 분석에 따르면 2022년 북미 탄산음료 시장에서 제로 음료가 차지하는 비중은 34.6%였다.

제로슈거 음료는 청량음료, 에너지음료, 스포츠음료 및 탄산수 등을 포함한다. 청량음료는 2020년 480억 달러로 제로슈거 음료 시장에서 가장 큰 영역을 차지하며 소비자 수요가 늘고 있다.

콜라가 제로슈거 탄산음료 시장에서 54%로 비중이 가장 높다. 제로슈거 음료가 유행하면서 성장률이 높아진 카테고리는 탄산수다. 라크루아, 버블리 등이 대표적인 스파클링 브랜드이며 미국 소비자들이 가당음료에서 물이나 제로슈거 음료로 소비패턴을 바꾸고 있음을 보여주고 있다. 유통채널로는 슈퍼마켓, 편의점, 개인 소매업, 기타 등이 있다. 기타에는 식품 서비스 산업, 패스트푸드 체인, 퀵서비스 레스토랑, 음식 배달 서비스, 온라인 판매 채널 등이 포함된다.

한편 코카콜라와 펩시콜라는 점유율 확대를 위해 제로 음료에 초점을 맞추고 있다. 코카콜라는 다양한 맛의 다이어트 및 제로 콜



중-유럽 화물철도 10년 지난 2013년 11월 28일 첫 운행을 시작한 중국(시안)-유럽 화물열차가 운행 10주년을 맞았다. 지난 10년 간 중국-유럽 화물열차는 총 2만897편이 운행됐다. 중국 전체 중국-유럽 화물열차 운행량의 약 4분의 1을 차지하는 수치다. X8155 중국-유럽 화물열차가 11월 28일 시안국제항역에서 출발하는 모습을 드론에 담았다. [시안=신화통신/뉴시스]

라를 출시했고 펩시콜라도 그 수를 늘려가고 있다. 코카콜라에 따르면 2020년부터 코카콜라 제로의 판매비중이 전체 콜라의 20%를 기록했으며 2021년에 출시한 펩시콜라 제로 슈거도 1년 만에 매출이 2배 증가했다.

●**늘어나는 저칼로리 감미료 사용** = 저칼로리감미료(LCS)는 칼로리가 거의 없는 감미료이지만 설탕, 과당, 시럽과 같은 기존의 고칼로리 감미료보다 g당 단맛이 더 강하다. LCS는 영양이 없는 감미료, 인공 감미료, 설탕 대체물이라고도 불리며 냉동 디저트, 사탕, 젤라틴, 푸딩과 같은 많은 음료와 음식에서 사용된다. 적은 양으로도 오리지널 음료와 비슷한 맛을 낼 수 있는 것으로 분석되고 있다.

미 식품의약청(FDA)이 승인한 LCS는 6개이며 새로운 감미료들이 계속 개발되고 있다. 그러나 미국 소비자들은 글루탐산나트륨(MSG) 같은 화학 감미료에 불안감을 가지고 있으며 LCS의 건강에 미치는 영향은

상반된 연구 결과 때문에 쉽게 판단할 수 없는 상황이다.

하버드대학이 프랑스 여성들을 대상으로 실시한 연구에 따르면 설탕과 제로슈거 음료 모두 2형 당뇨병에 걸릴 위험이 증가하는 것으로 분석됐다.

하지만 2011년 미 심장협회와 당뇨병협회는 “LCS는 적절히 사용하면 체중 감량이나 조절에 도움이 되고 신진대사 증진 효과가 있다”고 결론지었다. 또 암과 LCS의 상관관계에 대한 논문에 따르면 아스파탐, 사카린 등 LCS가 암 사망률에 영향을 미친다는 징후는 발견되지 않았다.

밀켄연구소 공중보건대학원의 미국 영양 조사에 따르면 미국 어린이의 25%와 성인 41%가 저칼로리 감미료가 포함된 음료를 섭취하는 것으로 나타났다. 이처럼 연구 결과가 한 방향으로 정립되지 않은 상황에서 많은 미국 소비자가 무설탕 음료를 찾으면서 그 수는 계속 증가하는 추세다.

●**우리 기업 시사점** = 업계 종사자 A씨는 KOTRA 무역관과의 인터뷰에서 “제로 슈거 음료가 건강을 중시하는 미국 소비자들 사이에 하나의 문화로 자리 잡으면서 매출이 증가하고 특히 코로나19를 계기로 ‘부담스럽지 않은 음료’로 알려지면서 요즘에는 맛의 격차도 줄어들고 있다”고 말했다.

제로슈거 음료의 맛을 즐기는 미국인이 늘어나면서 저칼로리 감미료를 사용한 한국 제품 수요도 커지는 추세다. 다만 우리 기업들도 현지 트렌드에 맞는 과일 맛 음료는 물론 다양한 맛의 제로슈거 음료들을 미국 시장에 선보이고 있지만 유통채널이 한국 마트 등으로 한정돼 있다.

KOTRA 무역관은 “K-푸드 열풍을 배경으로 미국 소비자들이 원하는 다양한 맛과 함께 여러 경로의 유통망 진출을 모색할 때”라며 “현재 미국 오프라인 매장에서 밀키스가 큰 인기를 끌고 있다는 점을 참고할 만하다”고 밝혔다. 위싱턴 무역관

“중국 전기차 배우자”... 고개 숙인 글로벌 기업들

생산시스템 등 전면 수정 첨단기술 얻기 위해 투자

중국 자동차 시장이 가솔린 차량 위주로 흘러가던 시절, 독일 폭스바겐에 중국은 매출의 약 40%를 올리는 최대 시장이었다. 오랫동안 현지 점유율도 1위를 기록했다. 하지만 수년 전부터 중국이 전기차 시장으로 재편되고, 폭스바겐은 전기차 생산에 어려움을 겪으면서 타격을 받기 시작했다.

폭스바겐은 뒤로 물러서기보다는 2030년까지 중국 내 3대 자동차 제조업체가 되겠다는 야심 찬 목표를 세우고 중국 내 생산 방식에서 도움을 받기로 했다. 이후 중국 현지 업체들로부터 부품 조달을 높이고, 중국의 첨단 기술을 손에 넣기 위해 대규모 투자를 했

으며, 신속한 결정을 위해 중국 내 의사 결정권도 강화했다.

월스트리트저널(WSJ)은 독일과 일본 등 글로벌 자동차 제조업체들이 전기차 제조 교훈을 얻기 위해 중국에 눈을 돌리고 있다고 최근 보도했다. 이들 업체는 이를 통해 전기차 제조에 더 속도를 낼 수 있게 됐으며 중국 업체들과도 더 나은 조건에서 경쟁하게 됐다는 것이다. 덩달아 중국의 전기차 제조 방법과 공급업체, 디지털 기술 등은 글로벌 자동차 제조업체에 스며들 수 있는 상황이 됐다.

이런 움직임은 정치적으로 민감하고 고용이 많은 자동차산업이 크게 변화하고 있음을 보여주고 있다며, 이제 서방 기업들로서는 중국으로부터 배울 필요가 있게 됐다고 WSJ은 전했다.

이에 따르면 폭스바겐은 전기차 시대 이

전만 해도 유럽에서 자동차를 만들고 약간 손봐 중국으로 들여왔다. 하지만 급속한 디지털화 등 중국 고객들의 요구사항이 너무 달라져 이런 방식은 더는 통하지 않게 됐다.

폭스바겐은 이제 신차를 내놓는 데 4년이 채 걸리지 않는다. 중국 기업은 2년 반이 조금 넘는 시간이 걸릴 뿐이어서 앞으로 중국 방식에서 도움을 받아 중국 기업 수준으로 단축하는 것을 목표로 하고 있다. 디스플레이와 미디어 시스템에서부터 전기차 배터리와 헤드라이트에 이르기까지 중국 공급업체로부터 부품 조달을 늘리면서 개발 시간이 약 30% 단축되고 비용도 20~40% 정도 절감할 것으로 기대한다.

또 중국의 첨단 기술을 얻기 위해 현지 전기차 스타트업 샤오펙(Xpeng), 배터리 제조업체 귀시안(Gotion), 자율주행에 초

점을 둔 소프트웨어와 반도체를 만드는 호라이즌 로보틱스 등에 수십억 달러를 투자하고 있다.

폭스바겐은 현재 중국 안후이성 허페이에서 2026년 출시를 목표로 중국 보험형의 새로운 전기차 플랫폼을 개발하고 있다. 2030년까지는 중국에서 30종의 전기차 모델을 내놓을 계획이기도 하다.

닛산도 차량 중국 등평자동차와의 합작투자에서 배운 것을 활용해 생산 속도를 높이려고 노력하고 있다. 닛산은 2026년까지 중국에서 개발한 4종의 전기차 및 플러그인 하이브리드 모델을 현지에서 출시할 계획이며, 합작 투자를 통해 6종을 더 출시할 계획이다.

이밖에도 도요타는 중국 R&D(연구·개발) 센터의 초점을 전기차와 스마트카로 전환했으며, 현지 프로젝트를 위해 합작사에서 더 많은 엔지니어를 영입하고 있다. 도요타는 또 현지 공급업체를 찾을 것이라고 밝히기도 했다. 서울=연합뉴스

제60회 무역의 날을 축하합니다



ecplaza

글로벌 B2BC 마켓 플레이스

해외마케팅 No.1 성공파트너

이씨플라자가 함께합니다

- 중기부, 산업부 수출bauer 7년 연속 수행기관 (수출마케팅, 디자인개발) 선정
- 중소벤처기업진흥공단, KOTRA, aT, 지자체 등 해외마케팅 지원사업 수행기관
- 데이터bauer 공급기관 (판매, 가공) 선정
- GLOBAL TRADE PLATFORM



ecplaza.net
Global Digital Trade Platform 이씨플라자(주)

☎ 02-6952-4577

✉ export10@ecplaza.net

📍 서울 강동구 성내로6길 50, 1F

www.ecplaza.net

www.ecplaza.co.kr

design.ecplaza.net

FTA A to Z 17

비관세 무역장벽(해외인증 및 지재권)

본 <FTA A to Z> 칼럼에서는 한국무역협회 FTA종합지원센터 소속 관세사 등 전문가들이 FTA의 개념과 이론, 실무 전략과 사례 소개를 통해 독자들의 FTA 활용 능력을 돕는 전문가 기고를 매주 게재한다.

개별기업이 미리 준비한다면 넘을 수 있는 장벽

비관세 무역장벽(Non Tariff Barriers)은 관세부과를 제외한 대부분의 무역 제한 조치를 의미한다. 통관, 기술장벽(Technical Barriers to Trade), 위생검역(Sanitary and Phytosanitary Measures), 수입제한 및 수출통제는 물론이고 투자, 지재권까지 수출입 전반에 존재하는 무역 제한 조치를 아우르고 있다.

비관세 장벽은 우리 수출기업에게 불합리한 조치임에는 틀림없으나, 수입국의 권리이기도 하다. 정부 간 협의로 해결해야 한다는 점에서 우리 기업이 개별적으로 대응하기에는 한계가 있다. 다만, 기술장벽 중 인증 분야, 지식재산권은 개별 기업이 미리 대비한다면, 수출에 큰 지장 없이 해결할 수 있는 부분도 분명 존재한다.

해외인증 제도는 해당 인증이 없을 경우 아예 수입국 통관이나 유통이 불가능한 강제인증과 해당 인증이 없더라도 통관·유통이 가능한 임의인증으로 구성되어 있다.

전기기기 제품을 예시로 강제인증을 설명하자면, 중국은 강제성 제품인증 CCC, 미국은 국가지정시험소 인증인 NRTL 인증, 유럽은 CE 마킹을 강제인증으로 요구하고 있다. 이에 전기기기 제품으로 우리나라 강제인증인 KC 인증을 받은 기업이더라도 개별국이 강제로 규정하고 있는 인증을 별도로 받지 않으면, 해당 제품은 수출이 어렵다.

그렇다면, 수출품목이 해당국에서 임의 인증에 속할 경우, 인증을 받을 필요가 없을까? 수출 희망국 내 임의인증 해당 제품은 수출을 위해서 인증 취득이 필수가 아니더라도, 수출기업이 해당 인증을 취득하면, 수출국 내 품질 보장 및 조달 우선구매 등의 혜택을 누릴 수 있다.

지식재산권은 인간의 지적 창작물인 '지식재산'에 대하여 법령 또는 조약 등에 따라 인정 또는 보호되는 권리를 의미한다. 지식재산권의 예로 국내법은 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권 등을 규정하고 있다.

이러한 지식재산권은 자국의 영역 내에서만 행사가 가능한 속지주의를 채택하고 있기에, 해외에서 지식재산권을 확보하기 위해서는 별도의 해외출원이 필요하다. 해외출원은 1국가 1출원 시스템에 의해 진행되는 개별국 출원과 국제조약에 의해 다국가 1출원 시스템으로 운영되는 다음과 같은 국제출원방식이 존재한다.

- ① 특허의 국제출원제도(PCT System)
- ② 상표의 국제출원제도(Madrid System)
- ③ 디자인의 국제출원제도(Hague System).

또 해외에서 기술·디자인·상표에 대한 지식재산권을 확보하면, 다음과 같은 혜택을 누릴 수 있다

- ① 해당 시장 내에서 독점적 지위 확보
- ② 기술 판매를 통한 사업화
- ③ 분쟁 예방 및 법적 보호.

실제로 중국은 상표를 먼저 사용한 자보다 먼저 출원한 자가 상표에 대한 권리를 독점하는 '선출원제도'를 운영하고 있는데, 우리 기업이 해당 제품을 중국에 수출·판매할 경우 사전에 중국 내 상표 출원을 진행한다면, 분쟁 예방 효과를 누릴 수 있다.

그렇다면 수출을 위한 해외인증 및 지식재산권 분야는 어떻게 준비해야 할까?

우선 해외인증 분야는 수출대상국의 기술표준, 제품인증 등 관련 기초정보와 해외인증 취득을 위한 세부 절차 및 신청 문서의 파악이 권장된다.

특히, 하나의 제품에 여러 개의 인증이나



이미지=아이클릭아트

규제가 적용될 수 있어 주의가 요구된다.

예로 전자제품의 경우, 강제성 제품인증, 유해물질 사용제한, 에너지효율라벨링 규제를 모두 적용받을 수 있다.

이어 지식재산권 분야는 지재권 기초개념, 지재권 관리와 방안, 지재권 보호 및 리스크 관리 방안, 지재권 침해 대응 방안에 대한 이해가 요구된다.

또한 해외 지식재산권 출원 희망국가 개수, 비용, 심사 기간 등을 고려하여 전략적으로 해외 출원방식을 선정할 필요가 있다.

한국무역협회 FTA종합지원센터는 해외

인증과 지식재산권 분야 대비를 통해 안정적인 수출지원을 위해 중소·중견기업에 지식재산권 및 해외인증 관련 맞춤형 지원을 제공하고 있다.

국번 없이 1380 콜센터를 통해 지식재산권 및 해외인증 전문가와의 전화상담을 제공하고 있다. 추가적으로 변리사 및 해외인증 전문가가 직접 신청기업을 방문(1~4일)해 맞춤형 심층 컨설팅 또한 신청 하에 제공하고 있다. 관련 내용은 okfta.or.kr을 통해 더욱 자세하게 알아볼 수 있다.

김영범 | 한국무역협회 대리

한국무역협회 | 차이나데스크
FTA종합지원센터 | 한중FTA 권스톱 서비스

okfta.kita.net

충만한
협이지 않는 수출의지!

한·중FTA/RCEP를 활용한 중국 수출

차이나데스크
(☎1380)를 통해
차~이하게
지원받자!

차이나데스크는 한·중 FTA 및 RCEP 활용을 통한 최중국 맞춤형 수출지원을 Onestop으로 제공해드립니다.

문의
FTA종합지원센터 홈페이지(okfta.kita.net)
차이나데스크 컨설팅(국번없이 1380)

전국 어디서나
FTA 활용지원 OK 1380

보리에 보리를 무는
차이나(CHINA) 서비스

- 한·중 FTA/RCEP 활용 전문가 현장컨설팅
- 중국/RCEP 인증 및 지재권 컨설팅
- 무역 및 비관세장벽 애로해소 지원
- 중소기업 FTA원산지 관리 교육
- 중국 무역 실무 및 투자 상담
- 중국 시장 동향 및 정보제공

모바일로
접속해보세요

www.seoulpetshow.co.kr

중국 현지 펫용품 업체 참가 - 서울펫쇼 x 펫쇼아시아

MRE FAIR PET SHOW ASIA

12.15(금) ~ 17(일) **SETEC** (3호선 학여울역 앞)

부대행사 중국 펫용품 참가사 1:1 비즈매칭 상담회

동시개최 2023 크리스마스 서울펫쇼



미래전람 펫&캣쇼 연간일정

2024

서울펫쇼 in 일산	3.15 - 17	KINTEX
서울캣쇼 in 일산	4.12 - 14	KINTEX
수원펫쇼	6.21 - 23	수원컨벤션센터
서울펫쇼	9.27 - 29	SETEC
부산펫쇼	10.18 - 20	BEXCO
부산캣쇼	11.29 - 12.1	BEXCO
크리스마스 서울펫쇼	12.13 - 15	SETEC



<한국무역신문>은 2017년 초보 무역인들을 위한 시리즈 기획 '왕초보 무역교실'을 연재한 바 있습니다. 최근 독자들의 요청으로 이를 업데이트하고 재편집해 심습니다. <편집자>

전시회 사전 준비를 위한 기간별 체크포인트

전시회 사전 준비를 위한 기간별 체크포인트

전시회에서 마케팅을 성공적으로 이끌려면, 크게 3가지 요소가 갖춰져야 한다. 충분한 사전 준비, 현장에서의 독창적인 마케팅, 전시회가 끝난 후 지속적인 마케팅이 그것이다. 그 중에서도 충분하고도 면밀한 사전 준비는 현장 마케팅이나 사후 마케팅 모두를 결정짓는다는 점에서, 전시회 참가의 성패를 가름하는 가장 중요한 요소로 꼽힌다.

성공적인 박람회 참가를 위해서는 사전에 세부 활동계획을 수립해야 한다. 부스 예약부터 담당자 선정, 디스플레이 준비, 홍보물 제작, 바이어 초청 등에 이르기까지 치밀한 사전 계획과 준비만이 전시회 성공을 담보한다.

전시회는 분명한 시점과 종점이 있다. 대상 전시회 분석, 개최지 시장분석, 참가목적 및 예산수립, 광고 및 판촉 계획수립, 전시품 선정, 상담요원의 선정 및 업무배정, 부스 인테리어 및 디스플레이 준비, 판매상담 및 처리 계획 수립, 박람회 후의 Follow-Up, 각종 대안 등을 박람회 개최일에 맞추어 역으로 계산하여 일정을 세울 수 있다.

전시회가 열리기까지 상당한 기일이 남아 있다 하더라도 사전준비를 위한 시간이 반드시 충분히 확보될 수 있도록 해야 한다. 전시회가 열리기 전 전시부스의 설치 및 전시회가 끝난 후의 전시부스 해체를 포함한 모든 일정은 주최 측이 사전에 공지하는데, 참가업체는 전시회 참가계획 단계에서부터 세부단계별로 각각의 일정을 세워 철저히 이행해야 한다. '전시회 사전준비를 위한 기간별 체크포인트'를 정리한다. 이 체크포인트는 일반적인 것으로 회사 사정이나 전시회 상황, 기타 여건 등으로 인해 달라질 수 있다.

[12~11개월 전]

- 대상 전시회의 개최 목적, 참관객, 참가업체, 개최국의 자사품목에 대한 시장 동향 등을 알아본다.
- 참가면적 확정 후 예치금 및 참가신청서를 송부한다.
- 참가팀을 구성한다.
- 경험 있는 상담요원을 정한다.
- 참가계획 수립을 시작한다.
- 예산을 산정한다.

[10~8개월 전]

- 장치계획을 시작한다. 기존장치물 보완, 신규장치물 준비 여부를 결정한다.
- 장치연출 전문가와 협의하여 부스 디자인을 결정한다.
- 연출계획이 박람회 주최자의 규정에 적합한지 승인이 필요한지 확인한다.
- 장치업체에 예정대로 장치가 가능한지를 확인한다.
- 예산이 현실적으로 책정됐는지 확인한다.

[7개월 전]

- 자사의 전시회 참가팀과 전시품에 대해서 협의한다. 전시품 준비를 위해 생산부서 및 디자인 부서와의 조정이 필요한지 확인한다.
- 홍보부서와 협의를 시작한다. 홍보자료 등을 이번 전시회에 맞게 구성하고 기존 자료를 업데이트 한다.

[6개월 전]

- 장치 연출자와 현재의 업무추진에 대해 협의한다. 미확정된 디자인물, 그래픽 등을 최종 확정한다.
- 각종 판촉물이 적합한지, 카탈로그 등 홍보물은 어떻게 할 것인지 등을 점검한다.
- 전시회에 필요한 소모품을 준비한다.
- 전시회 기간 중 상담요원을 선정하고, 주요 바이어 접대를 위해 장소를 예약한다.
- 상담요원을 위한 호텔과 항공권을 예약한다.

[5개월 전]

- 주최자의 메뉴얼이 도착했으면 전시품 소개 및 상담요원 등록양식을 작성 송부한다.
- 부스에 필요한 가구, 카펫, 청소, 전기, 인부, 전화 등의 서비스 신청서를 박람회 주최자에 제출한다.
- 참가팀과 업무추진 점검 및 조정회의를 가진다.

[4개월 전]

- 보도자료 및 신제품 소개자료 작성과 판촉물 및 카탈로그 등 홍보물 제작을 위해 홍보부서와 협의한다.
- 전시품 운송회사를 정하고 장치 첫날에 현지 전시장에 도착하도록 발송일정을 계획한다.

- 부스 상담요원 교육을 실시한다.

[3개월 전]

- 내방객 유치를 위한 사전 마케팅 활동을 시작한다.
- 현 고객 및 잠재고객에게 개별 초청장을 발송한다.
- 판촉물과 홍보물을 제작한다.
- 참가팀과 업무추진 점검 및 조정회의를 갖는다.
- 장치물을 최종 확인한다.

[2개월 전]

- 호텔 및 항공권 예약을 확인한다.
- 부스 상담요원과 업무분장, 현지 출장 일정을 최종 확정한다.
- 전시회 참가 매뉴얼을 참가 전시회에 맞게 편집, 정리한다.
- 참가팀과 업무추진 점검 및 조정회의를 갖는다.

[1개월 전]

- 서비스 신청서의 접수여부를 확인한다.
- 방명록, 사무용품 등 상담준비물을 점검한다.
- 현지에서 이용할 수 있도록 신용카드, 여행자수표, 현금을 준비한다.

[개막전의 현장]

- 장치 첫날에 장치를 시작하고 마지막까지 문제점 발생에 대비한다.
- 신청한 각종 서비스가 요청대로 준비됐는지 확인한다.
- 상담진행과 시연을 위한 사전 연습을 한다.

[전시회 기간 중]

- 상담진행의 중간 평가와 수정사항 점검을 위한 일일회의를 갖는다.
- 부스의 정리정돈을 철저히 한다.
- 폐막 후의 부스 철거를 준비한다.
- 차기에도 참가할 예정인 경우 부스를 미리 예약해 둔다.

[전시회 폐막 후]

- 부스 철거 및 전시품 포장을 감독한다.
- 상담 건을 정리하고 빠른 시일 내에 사후관리를 한다.
- 주요 방문고객에게 감사메일을 보낸다.
- 전시회 참가를 통해 얻은 전체적인 성과를 분석한다.
- 성과분석을 차기 전시회 참가 계획에 참고한다. 편집팀

*이 글은 조기창 KOTRA 글로벌바이어지원사 무소 소장의 본지 기고문, KOTRA·한국전산업진흥회가 공동 출판한 '해외전시회 참가매뉴얼(2006)', 한국무역협회가 발간한 '전시마케팅 성공가이드(2013)'의 일부를 인용, 또는 재편집했을 것입니다.



성공적인 박람회 참가를 위해서는 사전에 세부 활동계획을 수립해야 한다. 부스 예약부터 담당자 선정, 디스플레이 준비, 홍보물 제작, 바이어 초청 등에 이르기까지 치밀한 사전 계획과 준비만이 전시회 성공을 담보한다. 사진은 독일 쾰른에서 개최된 국제제과전시회 ISM의 부스 전경. [사진=라인메세 제공]

꿈이모이는 도시
미래를그리는 강남

강남구
GANGNAM-GU

강남다운 강남을 만들겠습니다

행복강남 5대 구정 목표



혁신 성장 도시



문화 생태 도시



안심 행복 도시



공감 동행 도시



초밀착 도시

2023 한국무역 10대 뉴스

◇… 2023년은 주요국 긴축과 높아진 지정학적 긴장으로 우리 대외시장 환경이 암울한 가운데 우리 수출도 많은 어려움을 겪은 한 해였다. 세계무역기구(WTO)와 국제통화기금(IMF) 등 주요 국제기구들은 코로나19 팬데믹 기간인 2020~2022년 동안보다 2023년의 평균 상품무역 성장률을 더욱 낮게 전망하면서 올해 글로벌 교역이 0%대 성장에 머무를 것으로 전망했다. 올해의 주요 무역뉴스 10가지씩을 국내와 해외로 가려 뽑아 한 해를 돌아본다. …◇

1. 올해 무역 1.3조 달러… 수출 역성장에 적자 반도체 부진 속 선진국 대상 수출 비중 늘어

올해 우리 수출이 전년보다 7.8% 감소한 6300억 달러가 될 것으로 추산됐다. 수입은 11.8% 감소한 6450억 달러로 무역수지는 150억 달러 적자로 추정된다. 한국무역협회에 따르면 글로벌 경기 회복 지연과 반도체 수요 감소가 올해 우리나라 수출 부진의 주요 원인이었다.

우리 수출은 올해 1~10월 기간 주요시장 대부분에서 마이너스 성장을 보였다. 그러나 미국과 유럽연합(EU) 시장 대상으로는 각각 2.0%와 2.3%의 성장률을 기록하며 플러스 성장을 나타냈다. 같은 기간 대중국 수출은 전년 동기 대비 23% 감소하고 대아세안 수출은 15.5% 감소한 것과 대조적이다.

무역협회에 따르면 3분기까지 우리나라의 해외시장 수출 의존도는 중국(-3.1%p), 아세안(-1.2%p) 등 해외 생산거점과 대만(-0.7%p)시장에서 하락했다. 반면 미국(1.9%p), EU(1.4%p), 일본(0.2%p) 등 고소득 시장의 비중이 상승세를 보였다. 이는 그만큼 우리 수출의 고부가가치 경쟁력이 높아졌다는 방증이라는 점에서 고무적이다.

한편으로는 우리 수출 최대품목인 반도체 패권을 둘러싸고 미국과 중국 간 'G2 첨단기술 헤게모니 갈등'이 날로 심화하면서, 이를 지켜보는 업계의 고민도 깊어지고 있다. 우

리 반도체 수출수요 대부분을 중국시장에 의존하고 공급망도 미중 양측과 깊이 엮인 가운데 미중 무역 전쟁 속 날아온 유탄이 우리 경제에도 악영향을 미칠 가능성이 더욱 커지고 있기 때문이다.

올해는 삼성전자가 반도체 부문의 부진으로 1분기 '어닝 쇼크'를 겪으면서 사실상 반도체 감산을 발표하기도 하는 등 우리 업계의 타격이 현실화한 해였다. 다만 다만, 2~3분기 저점을 보인 이후 반도체 가격이 소폭 상승하고 점진적으로 재고가 하락해 수급이 개선되는 등 4분기 중 반도체 업황 반등 움직임이 확대되고 있다는 관측도 나온다.

2. 미국시장 수출의존도, 중국시장 비중에 근접 맥 못 추는 최대 시장, 바짝 추격하는 제2시장

올해는 우리나라 최대 수출시장인 중국에 대한 의존도가 20% 밑으로 내려온 가운데 우리 수출의 시장 다변화가 진전된 것으로 나타났다. 한국무역협회에 따르면 올해 1~10월 통계 기준 우리나라 2위 수출국인 미국으로의 수출 규모가 1위인 중국의 턱밑 수준까지 증가하면서 대중국 수출과 대미국 수출의 비중 격차는 1.8%p로 축소됐다.

무역협회 국제무역통상연구원은 '대중국 수출 부진과 수출시장 다변화 추이 분석' 보고서에서 중국 외 시장으로 수출이 늘어나는 원인으로 네 가지를 꼽았다. 첫째는 상하이봉쇄

- ① 올해 무역 1.3조 달러… 수출 역성장에 적자
- ② 미국시장 수출의존도, 중국시장 비중에 근접
- ③ 우리 김·가공밥 수출 역대 최대 규모 경신
- ④ 소비재 수출 비중, 금융위기 이후 최대 기록
- ⑤ IRA에 CBAM까지… 무역 뉴노멀 된 ESG경영
- ⑥ 하반기 흑자 전환·수출 반등에도 힘든 무역
- ⑦ '364조5000억 원'… 역대급 무역금융 규모
- ⑧ 외환시장 구조개혁 앞두고 환변동위험 심화
- ⑨ 수출 효자 '전기차'… 보호무역주의는 우려
- ⑩ 러우 전쟁 계기로 더욱 가까워진 CIS시장

여파 등 중국경기 악화로 중국의 대세계 수입수요가 크게 꺾이면서 수입수요가 안정적인 국가로 우리나라의 수출이 증가했기 때문이다.

둘째는 중국의 중간재 수출자급도가 빠르게 향상되면서 상대적으로 자립도 상승세가 더딘 베트남, 인도로 고위기술 중간재 수출이 증가한 것이다. 셋째는 자동차 수출이 호조를 보이면서 미국, 캐나다, 호주 등 자동차산업 주요 시장으로 소비재 수출이 늘어난 것이다. 마지막으로 신산업 수출의 축이 중국시장에서 미국, EU, 베트남, 인도로 이동한 것이 꼽혔다.

실제로 중국의 수입시장에서 한국 시장점유율은 지난 2015년 10.9%에서 올해 6.2%로 감소했다. 중국 산업경기도 부진하지만, 한국산 중간재에 대한 구조적 의존도가 악화되고 있다는 지적이다.

조의원 한국무역협회 국제무역통상연구원 수석연구원은 "대중국 수출 부진에도 미국, 인도, 호주, 베트남을 중심으로 수출이 증가하여 수출시장 다변화가 이미 진행 중"이라며 "특히 베트남은 우리나라의 중간재 수출 비중이 높으나 자국 수출자립도가 상승하고 있는 국가로 중국과 유사점이 많아 기술력 향상을 위한 우리 기업의 노력이 뒷받침돼야 수출시장 다변화의 장기적 관점에서 유리하다"고 강조했다.

3. 우리 김·가공밥 수출 역대 최대 규모 경신 해외시장 정착한 K-푸드… 냉동김밥 품질 사태도

K-팝 못지않게 K-푸드의 세계적인 영향력이 커지는 가운데 수출에도 다시 청신호가 들어왔다. 최근 몇 년간 신기록을 잇달아 경신해온 농수산물 수출이 올해에도 새 역사를 쓰고 있다.

지난 3월 10일 발표된 문체부의 2023 해외한류실태조사에 따르면 K-푸드는 세계인들에게 '한국' 하면 연상되는 이미지로 1위 K-팝(14.3%)에 이어 2위(13.2%)에 해당한다. 한국산의 인기와 잠재력을 나타내는 브랜드파워지수는 66점으로 K-뷰티(62.3)나 K-팝(61.7)보다 높았다.

K-콘텐츠에 등장하는 각종 가공식품이 세계적으로 관심을 받는 것도 수출 성장세에 보탬이 되고 있음은 물론이다. 최근 미(NBC)는 BTS 멤버의 먹방으로 화제가 된 '떡볶이'의 인기가 확산된 것을 예로 들며 한국 대중문화의 인기가 한식으로 이어지고 있다고 보도했다.

특히 최근 동영상 숏폼 플랫폼에서 화제가 된 한국산 냉동김밥이 품질 사태로 이어질 만큼 큰 인기를 끌면서 김 수출액과 가공밥 수출액이 전년 대비 20% 이상 늘며 역대 최대 실적을 달성했다.

관세청에 따르면 올해 1~10월 김 수출액은 6억7000만 달러(약 8620억 원)로 작년 같은 기간보다 20.4% 늘었다. 아울러 11월 20일까지 누적된 잠정 수출 규모는 7억1100만 달러로 사상 처음 7억 달러를 넘어섰다. 관세청은 이 추세대로라면 김 수출 규모가 8억 달러를 돌파할 수도 있을 것으로 기대하고 있다.

1~10월 가공밥 수출액은 7900만 달러로 전년 동기 대비 29.9% 증가했다. 밥 수출액은 연간 기준 역



지난 11월 22일 개최된 코엑스 푸드위크 2023 행사에서 '미국에서 대박 터진 냉동김밥'이라는 홍보 문구와 함께 냉동김밥이 전시돼있다. 【서울=뉴시스】

대 최대였던 지난해 실적(7600만 달러)을 10개월 만에 넘어섰다. 김은 미국 외 일본, 중국 등 120개국으로, 밥은 호주·중국 등 87개국으로 수출됐는데, 이 또한 역대 최대 수출대상국을 경신한 수치다.

4. 소비재 수출 비중, 금융위기 이후 최대 기록

대미국 자동차 수출의존도 지나친 점은 우려

최근 반도체 등 중간재 수출이 위축되고 소비재 수출 비중이 증가세를 보이는 가운데 지난 상반기 소비재 수출 비중이 16%를 나타내며 2009년 이후 최대치를 기록했다. 다만 미국으로의 자동차 수출의존도가 지나치게 크다는 점 등 품목과 시장의 편중이 우려 사항으로 지목됐다.

우리나라 소비재 수출은 2021년부터 증가세를 기록하고 있으며, 2022년 역대 최대치인 810억 달러를 달성했다. 자동차 수출이 전체 소비재 수출의 절반 이상을 차지하고 있으며, 올 상반기에는 친환경차의 수출증가율이 30%를 웃돌아 소비재 수출 호조세를 주도했다.

화장품 수출은 주력 시장인 중국으로의 수출 부진으로 감소세가 계속되다 올 상반기 기준 전년 동기 대비 1.7% 증가하며 다소 회복되는 추세다. 그밖에도 라면·주스류 등 일부 가공식품과 애완동물 사료, 골프용품 등 잠재성 높은 품목들의 성장세가 계속되고 있다.

우리나라 소비재 최대 수출국은 미국으로, 경기 둔화로 인해 올 상반기 대부분 국가로의 소비재 수출은 감소했으나 대미국 수출은 지속 증가하고 있다. 중국은 우리나라 소비재 수출 2위 국가지만, 화장품 수출 부진으로 인해 지난해부터 소비재 수출 총액이 감소하고 있다.

소비재 수출 4위 지역인 아세안시장 역시 올 상반기에 수출 성장세가 마이너스를 기록했다. 그러나 아세안은 자동차를 제외한 소비재 수출 상위 10대 품목 중 8개 품목의 주력 시장으로, 향후 경기 회복 시 수출 확대가 기대되는 시장이기도 하다.

김꽃별 한국무역협회 수석연구원은 “최근 소비재 수출이 친환경차 중심으로 증가세를 보이는 것은 긍정적”이라면서도 “전체 소비재 수출 중 60%를 차지하는 자동차와 미국에 대한 의존성이 높고, 중국으로의 수출은 경기침체와 자국산 선호로 인해 부진한 만큼 잠재성이 높은 품목을 발굴하고, 아세안 등 유망시장 진출에 힘써야 한다”고 강조했다.

5. IRA에 CBAM까지... 무역 뉴노멀 된 ESG경영

지속 가능한 공급망 위한 무역업계 고민 계속

미국의 인플레이션감축법(IRA)과 유럽연합(EU)이 주도하는 탄소국경조정제도(CBAM)와 같이 우리 무역업계에 지속 가능한 기후대책을 주문하는 요구가 커지고 있다. 환경(Environment)만이 아니라 사회(Society)와 지배구조(Governance)에 대해서도 높은 기준을 요구하는 ESG 경영이 무역업계의 뉴노멀로 자리 잡는 모습이다.

일례로 한국무역협회가 수출기업 408개사를 대상으로 기후 변화에 대한 인식과 대응 현황을 조사한 결과, 95.6%가 기후위기 대응의 중요성에 대해 인식하고 있었으며, 약 85% 기업이 기후위기가 경영활동 및 수출 활동에 영향을 미친다고 응답했다.

올해는 10월부터 EU CBAM이 시범 시행되면서 우리 기업들의 애로 해소와 이해도 제고를 위한 노력이 이어졌다. 이는 철강·알루미늄 등 6개 품목이 EU로 수입될 때 온실가스 배출 규제가 상대적으로 유연한 국가의 수출품은 탄소 배출량 추정치에 따라 추가적인 세금이 부과될 수 있다. 이는 시범 기간을 거쳐 2026년부터 본격 시행될 예정이다.

산업부는 중소·중견기업의 CBAM 대응역량 강화를 위해 CBAM 이행 지침서, 업종별 해설서, 상담 Q&A, 실제 보고사례집 마련 등 우리 기업의 시행착오 최소화를 위한 조치에 나선다. CBAM 웹포털시스템 운영, 부처 합동 설명회 등 CBAM 대상기업 실무자 교육을 강화하고 MRV(기업 탄소 배출량 자가진단시스템) 컨설팅 비용 지원, 실무자 교육을 통한 중소기업용 간이 MRV 시스템 활용 확대도 추진한다.

EU는 역내 기업의 전 공급망에 걸친 ESG 요소 심사를 의무화하는 공급망 실사법 지침 승인 절차를 올해에도 계속해



글로벌 탄소 무역장벽이 높아지는 가운데, 국내 중소 수출기업들도 ESG 경영에 대한 관심이 커지고 있다. 대한상공회의소는 서울시와 공동으로 진행하는 '찾아가는 ESG 교육' 서비스가 교육을 시작한 지 불과 4개월 만에 70개사를 돌파했다고 밝혔다. 사진은 대한상의가 넥센타이어를 방문해 교육을 진행하는 모습. 【사진=대한상의의 제공】

나갈 예정이다. 미국은 중국 신장지구 제품을 강제노동 산물로 규정하는 강제노동금지법으로 수입을 규제하고 있으며, EU 또한 비슷한 정책을 시행 중이다.

특히 EU시장에 유통되는 제품에 대해 전 주기에 걸쳐 인권·환경 침해 여부를 실시하도록 하는 공급망 실사 의무화법은 내년 시행을 목표로 추진되고 있기에 올해 대응이 얼마나 이뤄질 수 있는지가 중요하다. 중소벤처기업부는 이러한 글로벌 규제 대응에 취약한 우리 중소중견기업의 인력·비용 부담 등을 해결하기 위해 공급망실사법 컨설팅 시범사업을 시행 중이다. 중소기업의 공급망실사법 대응 관련 교육·진단평가와 컨설팅, 중소기업형 지속가능경영보고서 제작까지도 지원할 방침이다.

6. 하반기 흑자 전환·수출 반등에도 힘든 무역

물량보다 가격 영향... 구조적 리스크 우려 여전

연초부터 이어지던 역대 최대 수준의 무역수지 적자 늪과 마이너스를 찍은 수출증감률이 올해 우리 무역의 최대 근심이었다. 그러나 무역수지는 6월부터 흑자로 전환됐고, 수출은 10월 들어 플러스로 전환했다. 이러한 회복에도 불구하고 세계시장 리스크와 글로벌 경기 불황의 우려가 여전한 가운데 무역업계는 어려운 연말을 맞이하고 있다.

산업연구원은 올해 수출 감소율이 크게 나타난 데 대해 “2021년부터 2022년 상반기까지 이어진 원자재 및 유가 인상의 기저효과가 본격적으로 나타나면서 가격 요인이 상대적으로 크게 작용했다”고 분석했다.

한국무역협회는 중동지역의 지정학적 불안이 우리 무역수지 악화 요인으로 작용할 수 있다고 내다보고 있다. 러시아의 우크라이나 침공에 이어 이스라엘과 하마스 간의 무력 충돌이 격화되면서 중동 리스크가 크게 증폭해 4분기 국제유가 향방과 교역 불확실성이 크게 확대됐다는 것이다.

무역협회 국제무역통상연구원은 올해 4분기가 우리 수출

장기추세의 변곡점이 될 것이라고 내다봤다. 금융위기 이후 우리 수출의 장기추세를 분석한 바에 따르면 최근 12개월 수출감소로 추세적 상승 모멘텀이 거의 사라진 상황에서 올해 4분기와 내년 중 월간수출 실적에 따라 장기추세 상승 혹은 하락세가 결정될 전망이다.

4분기 이후 IT수요 회복 등으로 수출이 상승세를 이어갈 경우 장기추세는 우상향을 유지할 것으로 예상되나, 이스라엘·하마스 전쟁 확산 등으로 지정학적 리스크가 확대되고 세계 경기 둔화가 지속 되면 장기추세는 우하향으로 전환될 것이라고 무역협회는 내다봤다.

7. '364조5000억 원'... 역대급 무역금융 규모

자금 사정 악화된 무역업계 체감 효용 높지 않아

올해 초 큰 폭의 무역수지 적자와 수출 감소세를 기록한 가운데 정부는 수출기업의 자금 조달 어려움을 풀어주기 위해 올해 최대 362조5000억 원으로 계획한 무역금융을 2조 원 더 늘려 364조5000억 원 공급한다는 발표를 단행했다.

이어 8월에는 총 23조 원 규모의 수출 확대를 위한 '수출금융 종합지원방안'을 발표했다. 해당 지원은 20여 개 핵심 전략산업과 2500여 개사의 우수기업에 집중됐다. 여기에는 새로운 수출판로 개척에 4조1000억 원을, 핵심 전략산업에 18조7000억 원을 추가 공급하고 2500개 우수 수출기업의 무역금융 이용 부담을 줄이는 내용을 담았다.

그러나 이에 관한 업계의 이해도는 낮은 수준으로 조사됐다. 한국무역협회의 지난 9월 실태조사 결과 무역업계의 응답기업 58.9%가 지난 8월 발표된 무역 정책 금융에 대해 '모른다'고 답변한 것으로 나타났다.

이에 따르면 지원받고 있는 정책 금융의 규모가 부족하다는 응답이 74.5%에 달했다. 아울러 우리 기업은 ▷정책 금융 정보 파악의 어려움(49.6%), ▷복잡한 서류 제출 절차(48.9%), ▷높은 수혜 대상 선정 기준(48%), ▷높

MERKEZI AZIYA-KOREYA RESPUBLIKASY IŞEWÜRLER GEÑEŞINIŇ 4-NJI MEJLISI

2023-nji ýylyň 2-nji noýabry Aşgabat şäheri

THE 4TH MEETING OF THE CENTRAL ASIA-REPUBLIC OF KOREA BUSINESS COUNCIL

November 2, 2023 Ashgabat



11월 2일 투르크메니스탄 아시가바트에서 개최된 '한-중앙아시아 경제협력체 연례회의' 참석자들이 기념 촬영을 하고 있다. 러우 전쟁 이후 우리나라의 대러시아 수출이 급감한 가운데 구소련 혹은 독립국가연합(CIS)의 중앙아시아 국가들에 대한 수출이 급증했다. [사진=한국무역협회 제공]

은 담보 요구 수준(33.8%)에 따른 어려움을 겪고 있는 것으로 파악됐다.

이에 협회는 이에 보고서는 무역금융의 효과성 제고를 위해 정책 금융 전달 체계를 확립하고 행정 절차를 전산화해야 하며, 무역금융 신청 조건과 심사 기준을 완화하고 정보 비대칭 완화를 위한 기관별 사업 홍보, 설명회 등을 지속해서 개최해야 한다고 제안했다.

8. 외환시장 구조개혁 앞두고 환변동위험 심화 원/엔 환율, 2008년 금융위기 이후 최저 수준

올해 우리나라의 환율 변동성은 여타 국가 대비 높은 편이다. 한국은행에 따르면 올해 1~4월 기준 우리나라의 환율 변동성은 0.7%p로, 동기간 34개국(선진국 10개국, 신흥국 24개국) 전체 평균 0.6%p, 선진국 0.65%p, 신흥국 0.58%p 대비 높은 수준을 보이고 있다.

이러한 외환시장 변동 폭은 연말에 가까워지며 더욱 크게 오르내리고 있다. 11월 초에는 2일과 3일, 6일에 걸쳐 3영업일 동안 환율이 달러당 60원 가까이 폭락하기도 했다.

원화는 11월 미 연준의 연방공개시장위원회(FOMC) 정례회의 이후 긴축정책 종료로 시사하는 전망이 빛발치며 강세를 보였다. 이어 발표된 미국 물가지표 둔화세가 연준의 금리인하예상 시기를 내년 상반기로 앞당기며 달러 약세를 유발했다. 달러인덱스는 올해 원/달러가 연고점을 기록한 10월 4일 107선을 웃돌며 4분기에 연고점을 경신한 바 있다.

아울러 달러당 엔화 가치는 올해 연저점이 33년 만에 최저 수준까지 떨어지면서 100엔당 환율도 금융위기인 2008년 1월 이후 최저치인 850원대로 내려앉았다. 역대급 엔저에 환차익을 노린 수요가 늘면서 엔화 예금 잔액이 역대 최대치를 갈아치웠다.

이처럼 높아진 환율 변동성은 우리 외환시장에 내년 큰 변화를 앞둔 상황에서 우려를 자아내고 있다. 기재부는 내년 외환시장의 대대적인 개편과 참여자 및 개방시간 확대를 예고한 바 있다. 그리고 원화표시 외국환평형기금채권을 2003년 이래 21년 만에 발행할 계획이다.

기획재정부는 새로운 외환거래 시스템을 내년 1월부터 시

범운영하고 7월부터 정식으로 시행해나갈 계획이다. 그간 시장 참여를 국내 금융기관에만 허용해왔으나 투기거래 가능성이 적고 위험관리가 엄격한 글로벌 은행·증권사에 한해 해외 소재 금융기관에도 개방하고, 거래시간도 국내 증시 개장시간으로 제한해왔던 것을 런던 금융시장 마감 시간인 한국 기준 오전 2시까지 개장할 예정이다.

9. 수출 효자 '전기차'... 보호무역주의는 우려 대미국 수출이 견인... 신흥시장 수요도 확대

수출 최대품목 반도체의 아성을 2위로 떠오른 자동차산업이 넘보고 있다. 특히 북미와 유럽시장을 중심으로 고부가가치 차량의 수출이 늘어난 것으로 나타났다. 올해 1월부터 9월까지 전기차·하이브리드 등 친환경차 수출액이 180억 달러에 육박했다. 지난해 친환경차 총 수출액이 역대 최고치였던 161억 달러인 것을 감안하면 올해는 9개월 만에 이를 넘어선 셈이다.

업계는 미국의 인플레이션감축법(IRA) 시행과 글로벌 보호무역주의 기조 등 악재에도 세계시장에서 선전하며 역대 최대 규모 수출을 기록했다. 자동차산업협회는 수출이 늘어난 이유로 ▷국내 제품 기술력 향상 ▷친환경차·스포츠실용차(SUV)·고사양 차량 등 단가 높은 차량의 수출 성장 ▷한국GM, KG모빌리티 등 중견기업 생산 정상화 등을 꼽았다.

한국자동차산업협회 관계자는 "자동차 수출증가는 민관이 합심해 미래차 전환과 IRA 등 통상 협상 대응, 신시장 개척을 해온 노력이 좋은 결과로 나타난 것"이라며 "우려가 컸던 IRA도 정부와 민간의 협력으로 상업용 차량 면제 요건이 반영돼 대미 친환경차 수출은 사상 최대를 기록했다"고 말했다.

우리나라의 자동차 수출이 이처럼 역대급 성과를 이뤄낸 배경으로는 대미국 친환경차 수출 증가세가 꼽히고 있다. 산업연구원은 최근 '자동차 수출구조 변화와 향후 과제' 보고서를 발표하고 이처럼 분석했다.

보고서는 "친환경 자동차의 주요 시장은 중국, 미국, 유럽이지만, 신흥국들도 전기차 보급 확대 정책을 추진하며 관련 시장이 확대되고 있는 점은 우리나라 자동차산업의 기회 요

인으로 작용 가능하다"며 "신흥시장의 전기자동차 수요 확대에 따라 우리나라의 해당 지역 자동차 수출도 빠르게 증가하는 추세"라고 짚었다.

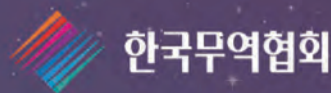
10. 러우 전쟁 계기로 더욱 가까워진 CIS시장 일각선 '대러시아 우회 수출 가능성' 지목도

러우 전쟁 이후 우리나라의 대러시아 수출이 급감한 가운데 구소련 혹은 독립국가연합(CIS)의 중앙아시아 국가들에 대한 수출이 급증했다. 한국무역협회 통계에 따르면 우리나라의 러시아 수출액은 지난해 63억2817만 달러(약 8조 2200억 원)로 전년 대비 37% 급감했다. 반면 중앙아시아와 동유럽 등 러시아 주변국으로의 수출은 큰 폭으로 증가했다.

대외경제정책연구원(KIEP)이 발간한 '우크라이나 사태 이후 중앙아 5개국의 경제 동향과 정책 대응' 보고서에서는 "러우 전쟁 발발 이후 대러 제재와 국제경제 블록화 경향이 더욱 심화하면서 유라시아 지역의 최대 협력파트너인 러시아와의 협력 여건이 악화 중"이라며 "중앙아 5개국은 협력파트너 다각화를 추진하고 있고, 한-중앙아 5개국 교역액은 2023년 9월 기준 전년 동기 대비 11.5% 증가해 사상 최대치를 기록했다"고 지적했다.

이는 지정학적 위기에 중앙아 5개국의 경제성장률이 상대적으로 양호한 수준을 보이기 때문으로 분석됐다. 올해 중앙아시아 국가들의 경제성장률은 신흥국·개도국의 평균 경제성장률보다 전반적으로 높을 것으로 전망된다. IMF는 2023년 중앙아 5개국의 경제성장률을 ▷카자흐스탄 4.6% ▷우즈베키스탄 5.5% ▷투르크메니스탄 2.5% ▷키르기스스탄 3.4% ▷타지키스탄 6.5%로 전망했는데, 이는 신흥국·개도국의 평균 경제성장률 전망치 4.0%보다 높은 수준이다.

한편으로는 러시아 주변국으로의 수출이 증가하는 것처럼 보이지만 이는 실제로는 러시아로 향하는 우회 수출이 될 수 있다는 지적도 나온다. 러시아 주변 국가로 수출된 국내 물품의 상당수가 다양한 루트를 거쳐 러시아로 유입되고 있다는 것이다. 조지아의 경우 러시아가 EU 제재를 피하며 물자를 수입하는 대표적인 길목 국가로 지목되고 있다. 김영채 기자



2024년 세계경제통상전망 세미나

2023.12.12(화) | 14:00~17:20

개요

장 소 트레이드타워 51층 대회의실
주 최 한국무역협회 국제무역통상연구원

프로그램

시간	세부 내용	연사
14:00~14:05	개회사	조상현 한국무역협회 국제무역통상연구원장
1부 2024년 수출입 환경 및 전망		
14:05~14:35	세션1 세계경제 및 한국 무역 전망	홍지상 한국무역협회 동향분석실 연구위원
14:35~15:05	세션2 글로벌 금리 및 환율 리스크	김승혁 NH선물 연구원
15:05~15:35	세션3 원자재 관련 공급망 리스크	손양림 코리아 PDS 수석연구원
15:35~15:50	휴식	
2부 2024년 주요 통상 이슈 및 전망		
15:50~16:20	세션1 세계 통상환경 점검 및 전망	조성대 한국무역협회 통상지원센터 실장
16:20~16:50	세션2 2024년 미 대선 전망과 미국의 통상정책 녹화영상	스콧 린시컴 CATO 부소장
16:50~17:20	세션3 지정학적 갈등 심화 속 EU의 포지셔닝	호석 리-마키야마 유럽국제정치경제센터 국장

* 각 세션 마지막 5분은 Q&A 가 예정되어 있습니다.

참가신청 한국무역협회 홈페이지 (우측 QR코드)



2023 세계무역 10대 뉴스

러우전쟁 이어 이팔전쟁까지... 불뚱 튄 세계시장 지정학적 갈등·고금리·기후 변화에 경기 악영향 글로벌 복합 위기 속 공급망 재편 움직임 이어져

1. 다보스포럼 “2023년은 ‘복합 위기’의 해”

경기·금융·공급망·통상 악조건 ‘사면초가’

이른바 ‘복합 위기(Polycrisis)’라는 말은 2023년 세계 경제를 논할 때 빠질 수 없는 부분이 되었다. 올해 1월 열린 다보스포럼에서는 복합 위기가 최대의 화두로 꼽힌 가운데 세계 경제 리더들이 대응을 위해 협력을 촉구했다.

세계 무역의 복합 위기를 이루는 요인으로는 ▷글로벌 경기 침체 ▷고물가·고금리·고달러의 3고 현상 ▷공급망 병목 및 재편 ▷반세계화·경제안보 신보호주의 등이 꼽혔다. 세계적으로 경기가 둔화된 가운데 금융시장·실물경제 여건과 교역통상환경이 모두 좋지 않으니 그야말로 ‘사면초가’였다.

복합 위기의 상당 부분은 코로나19에서 촉발된 위기로 분석된다. 우선 팬데믹 극복을 위해 각국 정부가 정부재정을 확대하면서 신흥국을 중심으로 채무 리스크가 커졌다. IMF의 재정지원 규모는 역대 최대 수준을 기록했다.

급속한 인플레이션 상승 억제를 위한 경직적인 통화정책 운용도 문제다. 글로벌 기준통화인 달러를 운용하는 미 연준이 작년부터 빠르게 금리를 인상하면서 글로벌 금융시장이

크게 요동쳤다. 달러 선호가 커진 가운데 신흥국에서 달러 자금이 큰 규모로 빠져나가면서 취약국에 재정 위기를 더했다. 무엇보다 당장 세계 무역투자가 침체 국면을 맞이하고 있다. 올해는 글로벌 무역 규모와 경제성장률이 눈에 띄게 저하되면서 세계적인 성장동력 상실에 대한 우려가 증폭됐다. 세계무역기구(WTO)는 2023년 세계 무역성장률을 내다봤다. 국제통화기금(IMF)은 올해 세계 경제성장률 전망을 발표했다.

2. 우크라이나 이어 가자지구도 총성... 분열된 세계

명든 세계시장... 공급망 충격·분절화 겪어

지난해부터 시작된 러시아의 우크라이나 침략이 계속되는 가운데 팔레스타인 가자지구의 하마스가 이스라엘을 테러하고 이스라엘이 맞보복으로 민간인을 가리지 않는 폭격을 가하며 전 세계 지정학적 긴장도가 큰 폭으로 올랐다.

미국과 유럽은 우크라이나와 가자지구를 생각해서라도 중국과 대화를 이어가야 할 필요성을 느끼는 한편, 사이가 나쁜 권위주의적 국가들이 러시아나 하마스에 무기를 대지 못하

- ① 다보스포럼 “2023년은 ‘복합 위기’의 해”
- ② 우크라이나 이어 가자지구도 총성... 분열된 세계
- ③ 미 은행 연쇄 파산에 크레디스위스 사태 겹쳐
- ④ 여전한 고물가·저성장 늪... 암울한 세계시장
- ⑤ 도전받은 페트로-달러 체제... 위안화의 역할
- ⑥ 인구 1위국 인도로 교체... ‘넥스트 차이나’로
- ⑦ ‘전기차·배터리·양극재’... 열강들 각축장으로
- ⑧ 인도 쌀 수출 제한... 엘니노로 설탕값도 급등
- ⑨ 디커플링 대신 부상한 디리스팅... ‘위험 분산’
- ⑩ 미중 정상회담, 무역 갈등 완화 효과 ‘미미’

도록 제재를 강화하고자 하고 있다. 국제유가도 한때 큰 폭으로 오르면서 공급망 충격에 대한 우려를 가속하기도 했다.

이스라엘 재무부는 하마스와의 전쟁으로 인해 올해 성장률 전망치를 지난해 6.5%의 성장률 기록한 것과 대조적으로 2%로 낮춰 잡았다. 하마스와의 전쟁 발발 이전에는 2023년의 경제성장률을 3.4%로 수정 발표할 예정이었는데, 전쟁 요인으로 1.4%p의 손실이 더 발생한 것이다.

현재 전환의 불확실성 때문에 재무부는 2024년도 경제 성장 전망을 전투의 강도에 따라 세 가지 시나리오에 맞춰 0.2~2.2%로 내다보고 있다. 이 세 가지 경우의 성장률은 모두 이전에 예측했던 3.1%를 훨씬 밑돈다.

올해 무역 규모도 0.6%에서 4.3%까지 감소할 것으로 추산됐다. 거기에 남아프리카공화국 등 하마스의 편을 드는 국가들과의 관계가 악화하며 이스라엘에 대한 대외적인 경제 압박이 추가적으로 발생할 전망이다.

응고지 오콘조이웨알라 세계무역기구(WTO) 사무총장은 올해 10월 이스라엘과 하마스 간 분쟁이 중동 전역으로 확대되면 이미 취약해진 글로벌 무역에 큰 영향을 미칠 것이라고 경고한 바 있다. 피에르 올리비에 구랭샤 국제통화기금(IMF) 수석 이코노미스트는 “전쟁이 계속돼 유가가 10% 오르면 세계 경제성장률은 0.15%p 감소하고 인플레이션은 0.4%p 증가할 것”이라고 내다봤다.

3. 미 은행 연쇄 파산에 크레디스위스 사태 겹쳐

계속되는 주요국 긴축 속 금융 불확실성 잔존

올해는 높아진 글로벌 금리로 인해 많은 금융기관과 기업이 어려움을 겪었다. 상반기에는 실리콘밸리은행(SVB)과 시그니처은행, 퍼스트리퍼블릭은행 등 자산규모가 수천억 달러에 달하는 중견 은행들이 줄줄이 문을 닫으며 글로벌 금융시장에 위기감을 불러일으킨 바 있다.

연준이 자문한 전문가들 사이에서 중형 은행 문제가 가장 큰 위험요소로 지목되기도 했었다. 여기에 스위스 제2은행 크레디스위스의 파산이 겹치면서 은행의 연쇄 파산이 글로벌 금융위기로 번질 수도 있다는 우려도 시장에 감돌았다. 결국, 은행 위기 확산을 차단하려는 스위스금융시장감독청(FINMMA)의 개입으로 3월 19일 UBS의 크레디스위스 합병 결정이 성사됐다.

이어 하반기에는 부동산 금융 부실을 중심으로 한 중국시장의 금융 리스크가 부상했다. 현대경제연구원은 지난 8월 ‘중국 금융시장에 드리워진 7가지 그림자’ 보고서를 통해 중국 금융시장 7대 리스크 요인을 ▷중진국 함정 ▷부동산 부진 장기화 ▷그림자금융 ▷기업부채 누적 ▷가계부채 급증 ▷위안 캐리 트레이드 청산 ▷지방정부 재정 부실화 등으로 분석한 바 있다.

리오프닝에도 불구하고, 중국의 실물경제는 수출 감소세가 계속되고, 생산 및 소비 증가세가 둔화되는 등 부진을 보이며 올해 하반기 들어 미 달러 대비 위안화 가치는 16년 만에 최저치를 기록했다. 중국이 관리변동환율제를 도입한 게 2005년이며 단계적으로 위안화 국제화 조치를 시행 해온 바를 감안하면 사실상 최근 위안화 가치는 국제



실리콘밸리은행(SVB) 파산으로 예금주들이 돈을 찾기 위해 줄을 선 가운데 3월 13일 미 캘리포니아주 샌타클레라 SVB 본점의 보안요원들이 예금주들을 입장시키고 있다. 【샌타클레라=AP/뉴시스】

▶ 금융시장 체제 편입 이래 최저치나 다름없다는 지적도 나온다.

4. 여전한 고물가·저성장의 늪… 암울한 세계시장

지정학적 블록화, 글로벌 무역 성장 저해 우려

지난 10월 중순 모로코 마라케시에서 개최된 세계은행·국제통화기금(IMF) 연차총회에서 국제기구의 경제 전문가들이 세계 경제에 대한 암울한 현황과 전망을 밝혔다. IMF는 세계 경제가 금리 인상, 우크라이나 침공, 지정학적 균열 확대 등으로 추진력을 잃은 상황에서 이스라엘과 하마스의 전쟁으로 새로운 불확실성에 추가로 직면했다고 경고했다. 올해 세계 경제성장률 전망치는 3.0%로 유지됐다. IMF는 “올 상반기에는 코로나 종식에 따라 서비스 소비가 급증하고, 미국·스위스발 금융 불안이 조기에 진정되면서 안정적인 성장세를 보였으나, 이후 중국 경기침체가 심화하고 제조업 부문 부진이 계속되면서 성장세가 점차 둔화하고 있다”고 설명했다.

IMF는 또 세계 각국이 국제 무역과 경제성장을 제한할 수 있는 지정학적 블록화가 이뤄지고 있다고 우려했다. 미국과 동맹국들은 우크라이나를 침공한 러시아에 제재를 가했고 중국과 긴장이 고조되면서 중국 수입에 대한 의존도를 낮추려고 하고 있다.

IMF는 지난해 무역과 관련해 3000건 가까운 신규 규제들이 가해져 2019년 1000건 미만에서 크게 증가했다. 글로벌 무역성장률은 올해 0.9%, 2024년 3.5%에 그칠 것으로 예상돼 2000~2019년 연평균 4.9%에 비해 크게 낮아지고 있다. 세계무역기구(WTO)는 고착화하는 인플레이션과 금리 인상, 중국 경제 둔화, 우크라이나 전쟁 등을 이유로 세계 상품 교역에 대한 성장 전망을 지난 4월 전망의 절반 수준으로 낮췄다. WTO는 올해 상품무역이 0.8% 성장하는 데 그칠 것으로 내다봤다. 앞서 지난 4월에는 1.7% 성장하리라고 내다본 데 비해 0.9%p 줄어든 수치다.

5. 도전받은 페트로-달러 체제… ‘위안화의 역습’

브라질·러시아·사우디 등 탈달러 확대 움직임

올해는 브라질, 사우디아라비아, 프랑스, 아랍에미리트(UAE), 파키스탄, 방글라데시, 말레이시아 등 수많은 국가에서 달러화 사용을 일부 위안화로 대체하는 움직임이 나타나 주목을 받았다. 위안화가 세계 무역에서 절대적인 영향력을 행사해온 달러 패권에 도전하는 움직임으로 평가되면서다.

국제통화기금(IMF) 보고서에 따르면 미국 달러화가 전 세계 외화보유고에서 차지하는 비중은 작년 4분기에 59% 아래로 떨어진 바 있다. 우선 우크라이나 이후 서방의 제재에 직면한 러시아가 위안화를 국제준비금, 해외무역 등 주요 통화로 채택하고 있다. 러시아에서 현재 수출 대금의 위안화 결제 비중이 16%에 달하는데 이는 제재 이전 0.5%에서 급증한 것이다.

특히 러시아는 서방의 제재에 맞서 에너지 무기화 전략을 펴고 있는데, 이때 “러시아산 석유 또는 천연가스를 사려면 루블화로 내야 한다”고 선언해 페트로-달러 체제 균열을 유도한 바 있다. 페트로-달러는 석유가 미 달러화로 거래됨에 따라 나오는 패권으로, 중국의 위안화가 올해 이에 대한 도전을 본격화하고 있다.

올해 3월 27일 사우디아라비아 국영 석유기업 아람코가 중국 정유회사인 룡성석유화학의 지분 10%를 사들이며 위안화로 결제하기로 한 가운데, 이튿날인 28일 중국해양석유총공사(CNOOC)가 프랑스 토탈 에너지를 통해 아랍에미리트산 LNG 6만5000t을 매입하면서 위안화로 거래를 완료했다.

이어서 29일에는 중국과 브라질이 미국 달러 대신 무역 거래에서 위안화를 사용하기로 하면서 연이어 달러 패권에 대한 도전이 이뤄졌다. 이날 브라질 수출투자진흥공사는 베이징에서 열린 비즈니스포럼에서 성명을 통해 “양국(브라질과 중국)이 해일화와 위안화로 대규모 무역 및 금융 거래를 직접 수행할 것이며 이로 인한 비용 절감 효과가 기대된다”고 밝혔다.

이튿날인 3월 30일에는 아세안 지도자들이 금융 거래에서 미국 달러, 유로, 파운드, 엔화의 사용을 줄이고 현지 통화로 결제수단을 바꾸는 방안을 고려하는 논의를 펼쳤다. 또



크리스티나 게오르기예바 국제통화기금(IMF) 총재가 3월 30일 중국 베이징에서 열리는 보아오포럼에서 발언하고 있다. 이번 보아오포럼에서 말레이시아는 IMF에 대항하기 위한 아시아통화기금의 발족을 다시 주장했다. 【베이징=AP/뉴시스】

그다음 날인 31일에는 중국 하이난의 보아오포럼에서 말레이시아가 미국 달러에 대한 의존도를 줄이기 위해 아시아통화기금(AMF)을 설립하자는 제안을 다시 언급했다.

6. 인구 1위국 인도로 교체… ‘넥스트 차이나’로

인도-중동-유럽 경제회랑(IMEC) 프로젝트 출범

2023년은 세계 제일 인구 대국이 중국에서 인도로 교체된 해였다. 중국은 유엔의 인구 기록이 시작된 1950년 이래로 줄곧 가장 인구가 많은 나라의 지위를 유지해왔다. 올해의 세계 최대 인구 대국 교체는 그만큼 역사적인 일로 평가된다.

인도가 중국의 인구를 추월하는 것은 아시아의 거대 기업들 모두에게 상당한 경제적 영향을 미칠 전망이다. 특히 세계시장은 인도가 중국을 대신할 ‘세계의 공장’이 될 수 있을지에 촉각을 기울이고 있다. 중국이 더는 글로벌 가치사슬에서 부가가치가 높지 않은 단순 제조공정을 담당하기에 적합한 국가가 아니게 되었기 때문이다.

이미 인도를 향해 세계 굴지의 스마트폰 업체 애플과 같은 글로벌 기업의 투자가 줄고 있다. 아마존 또한 자사의 파이어TV를 인도에서 만들고 있다. 외국인투자가 쇠도하는 가운데 인도는 지난해 영국을 제치고 세계에서 5번째로 큰 경제 대국이 된 바 있다.

특히 미국이 중국을 견제하기 위해 ‘넥스트 차이나’로 떠오른 인도와의 협력을 모색하는 효과는 크다. 올해 9월 뉴델리에서 열린 주요 20개국(G20) 정상회의에서는 미국과 사우디아라비아, 유럽연합, 인도, 아랍에미리트(UAE), 프랑스, 독일, 이탈리아 정상들이 인도-중동-유럽 경제회랑(IMEC)에 대한 양해각서를 체결하며 주목을 끌었다.

이는 인도에서 중동을 거쳐 유럽을 연결하는 철도망과 해운 연결 프로젝트로, 중국의 일대일로(一帶一路) 인프라 프로그램에 대한 견제 역할을 할 전망이다. 일각에서는 세계 무역의 판도를 바꿀 게임 체인저 가능성이 있다는 언급도 나온다.

MEC는 인도와 페르시아만을 연결하는 동 회랑, 페르시아만과 유럽을 연결하는 북 회랑으로 구성된다. 이 회랑에 참여하는 국가들은 건설되는 철도를 따라 전기·디지털 케

이블, 수소 파이프 등도 부설한다. 백악관은 이 회랑이 참여국들의 경제통합 강화, 일자리 창출, 온실가스 배출 감소 등을 가져와 아시아·유럽·중동의 혁신적인 통합을 가져올 것이라고 본다고 밝혔다. 이러한 청사진이 현실화한다면 인도는 유라시아 대륙의 중심지 중 하나로서 더욱 큰 영향력을 가질 전망이다.

7. ‘전기차·배터리·양극재’… 열강들 각축장으로

핵심 공급망 유치 경쟁… 자원민족주의 경향도

전기차 시장의 급성장은 관련 공급망과 생산에 필요한 핵심 광물을 둘러싼 각축장의 판도 키웠다. 우선 미국의 인플레이션감축법(IRA)과 유럽연합(EU)의 기후중립산업법 및 핵심원자재법(CRMA) 등은 향후 배터리와 전기차 생산거점을 역내에 유치하고 관련 공급망을 확보하기 위한 내용을 담고 있다.

리튬, 니켈, 희토류 등 핵심광물 자원을 보유한 국가를 중심으로 보호주의 움직임이 강해지고 있다. 남미 등지에서는 리튬 등의 주요 핵심 원자재를 국유화하려는 움직임이 엿보인다. 무엇보다 전기차 분야에서 세계시장을 선도하고 있는 중국이 요주의 대상이다.

중국은 올해 들어 희토류인 네오디뮴과 사마륨코발트 등 영구자석 제조 기술을 수출통제 대상에 포함했다. 8월 1일부터는 반도체·디스플레이의 재료로 쓰이는 갈륨과 게르마늄 수출통제를 시행하고 있다. 10월부터는 전기차 배터리의 핵심 원료인 흑연 수출에 대해서도 통제 조치를 강화했다. 남미에서는 자원민족주의 물결이 거세다. 전기차 배터리의 핵심 원료인 ‘리튬’의 최대 생산지 아타카마 고원이 볼리비아, 아르헨티나, 칠레에 걸쳐 있는데 이들을 중심으로 리튬 자원을 국유화하려는 움직임이 가시화하고 있다.

우선 세계 최대 매장량을 보유하고 있는 칠레가 올해 4월 20일 리튬산업을 국유화한다고 선언했다. 이날 가브리엘 보리치 칠레 대통령은 경제성장 촉진과 환경보호를 위해 국내 리튬사업의 경영권을 국영기업으로 이관한다고 밝혔다. 칠레의 민영 리튬 기업들은 미국 테슬라와 한국



조 바이든(오른쪽) 미국 대통령이 11월 15일 캘리포니아주 샌프란시스코 인근 우드사이드의 파이롤리 에스테이트에서 시진핑 중국 국가주석과 회담하고 있다.

【우드사이드=AP/뉴시스】

LG엔솔 등 전기차 관련 업계에 리튬을 공급해왔다. 다만 아르헨티나의 경우 올해 극우성향 밀레이 후보가 대선에 승리하면서 리튬에 대한 국가개입을 최소화하고 외국인 투자유치가 가속할 전망이다.

8. 인도 쌀 수출 제한... 엘니노로 설탕값도 급등 우크라 곡물 수출 지속에도 글로벌 식량 문제 여전

올해 들어 러시아가 흑해곡물수출협정을 일방적으로 중단했으나 우크라이나의 흑해를 통한 곡물 수출은 이웃 국가들의 도움으로 계속되고 있다. 그럼에도 불구하고 엘니노 등 기후 재난과 선거를 앞둔 인도의 쌀 수출통제 등에 따라 일부 지역에서는 식량난 우려가 여전한 것으로 나타났다.

CNBC는 11월 초 인도 정부의 쌀 금수 조치로 전 세계 식량안보 위협이 커지고 있다고 보도했다. 인도는 2023년 들어 세계에서 농산물 수출규제를 가장 많이 시행하고 있는 나라로 꼽힌다. 지난 7월 20일 인도는 인도 전체 쌀 수출의 25%를 차지하는 비(非)바스마티 백미(non-Basmati white rice)의 수출을 금지했고, 8월 19일에는 양파에 수출 관세를 40% 부과하겠다고 발표했다.

인도 쌀은 코로나19 대유행 기간에 네팔, 방글라데시와 같은 주변국뿐만 아니라 중국과 아프리카 국가로의 수출이 급증하면서 세계 쌀 수출의 40% 이상의 비중을 차지하고 있다. 이에 따라 인도의 쌀 금수 조치는 전 세계 가격에 빠르게 영향을 미쳤다. 국제식량정책연구소에 따르면 쌀 가격은 15~20% 급등해 약 12년 만에 최고치를 기록했다.

인도의 쌀 수출통제는 올해 엘니노로 인한 흉년으로 주식인 쌀의 공급이 줄고 가격이 상승했기 때문이다. 선거를 앞두고 민생고를 경감하기 위한 정치적인 조치라는 분석이 나온다. 여기에 엘니노가 사탕수수 작황에도 악영향을 미치면서 전 세계 설탕 가격이 2011년 이후 최고 수준에 이르렀다.

유엔식량농업기구의 파비오 팔레리 글로벌 상품시장 연구원은 "2023~2024시즌 전 세계 설탕 생산량이 전년 대비

2% 감소해 약 350만t 줄어든 것"으로 전망했다. 탄소배출 경감을 위해 설탕이 에탄올 같은 바이오 연료에 사용되면서 세계 설탕 비축분은 2009년 이후 최저 수준에 이르고 있다.

9. 디커플링 대신 부상한 디리스크잉... '위험 분산' 중국 덜 자극하기 위한 용어... 공급망 재편은 여전

공급망 재편을 추진하는 미국과 유럽 국가들이 디커플링(decoupling) 대신 디리스크잉(de-risking)이라는 용어를 쓰며 공급망의 분절이 아니라 위험도 완화를 목표로 한다는 점을 강조하고 있다. 대중국 긴장을 완화하면서도 공급망 다변화에 대한 당위성을 강화하는 의미로 풀이된다.

지난 3월 우르줄라 폰데어라이엔 유럽연합(EU) 집행위원회 위원장은 중국과 완전한 분리는 실행 불가능하며, 유럽에 이익이 되지 않는다는 점을 언급하고, 스트레스 테스트로서 디리스크잉 접근이 필요하다고 내다본 바 있다.

유럽중앙은행(ECB)은 지정학적 경계를 따라 공급망이 분리될 경우, 유로존 총지출(gross national expenditure)이 미국과 중국의 예상 피해 규모보다 큰 2% 이상 감소할 것으로 전망하고 있다.

미국과 중국은 지난 11월 10일 디커플링을 추구하지 않기로 합의했으며 양국 기업들이 상대국 내 운영 환경을 개선하기로 약속했다. 이날 미중 정상회담을 앞두고 만난 이날 샌프란시스코에서 허리핑 중국 부총리와 재닛 옐런 미 재무장관은 "건전한 경제 관계"를 위해 노력해야 하며 함께 더 건설적 방향으로 노력해야 한다는 데 합의했다고 밝혔다. 옐런 장관은 "우리 경제를 중국으로부터 디커플하려 하지 않는다"며 "디커플링은 미중 양국에 해롭고 세계의 안정을 해친다"고 말했다.

11월 말 한국을 방문한 크리스 레들 국제통화기금 아시아 태평양국 이코노미스트는 주요국의 프렌드쇼어링이나 리쇼어링 같은 디리스크잉이 중국경제의 도전요인이 될 것이며 여타 아시아 국가들에도 큰 영향을 미칠 전망이라고 내다봤다.

이는 디리스크잉 또한 디커플링처럼 공급망 재편의 또 다른 이름일 뿐임을 시사한다.

10. 미중 정상회담, 무역 갈등 완화 효과 '미미' 기대·성과 낮아... 바이든 "시진핑은 독재자"

지난 11월 15일 조 바이든 미국 대통령과 시진핑 중국 국가주석 간 정상회담이 1년 만에 미국 샌프란시스코 피롤리 정원에서 개최됐다. 심화 중인 미중 갈등을 얼마나 봉합하고 향후 전개가 어떤 방향성을 갖게 될지 전 세계가 주목했다.

올해 정상회담에서는 양국 간 상호충돌 방지 및 소통의 필요성에 대해 공감대를 이루며 ▷군사 소통 ▷법률 마약 제조·유통 방지 ▷인공지능(AI) 활용 ▷기후변화 대응 ▷인적교류 확대 분야에서 협력을 재개·확대하는 데 합의했다.

그러나 양국 간 핵심 이슈이자 우리 산업계의 관심사인 첨단기술산업과 수출규제·공급망 등 경제안보 문제에서는 관련 입장 차를 재확인하는 데에 그쳤으며, 대만 이슈나 글로벌 안보 이슈 등 지정학적 갈등에 대한 합의는 이뤄지지 못한 것으로 나타났다.

미국 매체들은 이번 정상회담에 대해 보도하며 기대치가 낮았고 성과 역시 미약하다고 분석했다. CNN은 '낮은 기대치가 충족된 미중 정상회담의 시사점'이라는 제목의 기사에서 "의도적으로 아주 낮은 기대치를 설정하고, 양측이 생산적이었다고 선언할 동기가 상당한 상황에서 4시간 대화 후 분위기가 들뜬 것은 성과라고 하기 어렵다"고 지적했다.

뉴욕타임스는 "10년 새 있었던 어떤 미중 정상회담보다 이번 회담의 성과에 대한 기대가 낮다"고 분석했다. 경제 통신사인 블룸버그는 "무역, 대만, 인권 등을 둘러싼 뿌리 깊은 이견으로 인해 기대치가 낮았다"며 "정상회담의 미약한 성과도 어렵게 얻은 것"이라고 분석했다. 일부 매체는 바이든 대통령이 미중 정상회담 직후 기자회견에서 시 주석을 "독재자"로 언급한 데 대해 주목했다. 양국 간 이견이 여전히 상당한 수준임을 방증한다는 것이다. 김영채 기자



수출기업의 더 큰 성장에 **ksure**가 함께합니다

격변하는 대외환경 속에서 우리나라 수출기업들이 보다 유연하게 대응할 수 있도록 한국무역보험공사는 기업들의 무역활동과 해외투자를 촉진하여 미래 산업 초격차를 확보할 수 있도록 지원합니다.

한국무역보험공사

SurplusGLOBAL



세계 최대 반도체 중고장비 전시장
서플러스글로벌 반도체 장비 클러스터와
함께 할 파트너를 모집합니다.

입주 혜택

- 연간 1,000개 이상의 전 세계 바이어 내방을 통한 시너지 효과 창출
- 평가팩, 클린룸, 리프트베이, 항온항습창고, 사무실 등 고객 맞춤형 공간 임대
- 공유회의실 및 옥상정원, 편의점, 북카페, 카페테리아, 피트니스센터, 다목적룸 등 편의시설 공유를 통한 운영비용 절감
- 출입 시스템, 구역별 보안 관리, 네트워크 보안 플랫폼 적용으로 입주사 맞춤형 보안관리
- 서플러스글로벌 물류팀의 Logistics 서비스 제공으로 물류 보관비용 효율화

Semiconductor Equipment Cluster

Cleanroom

Demo room

무역의 날 특집

한국무역신문 제796호 2023년 12월 5일

- 2023년 한국무역 10대 뉴스 20~22면
- 2023년 세계무역 10대 뉴스 24~26면
- 수출의 탑 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업 30~54면



12월 5일 올해 제60회 무역의 날 기념식이 서울 삼성동 코엑스에서 거행됐다. 사진은 지난해 제59회 무역의 날 기념식에서 대성하이텍 최우각 회장에게 금탑산업훈장을 포상하고 있는 장면. [사진=뉴시스]

60돌 맞은 무역의 날... 영광의 '회갑연'

현대자동차 300억불탑 · 기아차 200억불탑... 수출효자 자동차 포상

■ 수출의 탑 수상업체 수 (단위 : 개사)

수출탑	2023년	2022년
1200억불	0	1
300억불	1	1
200억불	1	0
100억불	1	0
60억불	1	0
40억불	1	0
30억불	3	0
20억불	1	3
10억불	6	6
8억불	1	2
7억불	3	2
6억불	2	1
5억불	4	7
4억불	5	9
3억불	4	10
2억불	12	13
1억불	29	31
7천만불	35	42
5천만불	43	47
3천만불	62	76
2천만불	99	104
1천만불	166	240
7백만불	138	172
5백만불	182	213
3백만불	241	265
2백만불	273	0
1백만불	390	535
계	1704	1780

60돌, 사람 나이로 치면 '회갑'이다. 올해 무역의 날은 한국이 처음으로 수출 1억 달러를 달성한 기념으로 제정된 1964년 11월 30일(당시 '수출의 날')로부터 60주년을 맞는다.

한국무역협회는 12월 5일 서울 삼성동 코엑스에서 윤석열 대통령이 참석한 가운데 어려운 여건 속에서도 해외시장 개척을 통해 경제발전에 기여한 우리 수출기업과 유공자를 치하하는 '제60회 무역의 날 기념식'을 개최했다.

이날 기념식에서는 수출 부진 속에서도 빛나는 실적을 기록한 수출기업과 유공자들이 '수출의 탑'과 산업훈장, 포장, 표창장을 받았다. 올해 수출의 탑은 모두 300억불탑부터 1백만불탑까지 총 26종이 1704개 기업에 수여됐다. 수출의 탑 수상기업은 지난해 178개사에서 올해 1704개사로 줄었다.

현대자동차가 최고 영예 300억불탑을, 이어 기아가 200억불탑을 받아 올해 수출을 자동차가 주도했음을 증명했다. 현대차의 2022년 7월~2023년 6월 기준 수출탑 기준

완성차 수출은 310억 달러로 지난해의 239억 달러 대비 큰 폭 상승했다. 기아는 신차 출시와 공급 확대로 같은 기간 전년 대비 27% 늘어난 약 235억 달러의 실적을 올렸다.

100억불탑은 전자부품 산업의 기술 발전을 선도해 온 글로벌 소재·부품 전문기업 LG이노텍에게 돌아갔다. LG이노텍은 2011년 이후 카메라 모듈 글로벌 시장 점유율 1위를 비롯해 통신용 반도체 기판, 디스플레이용 서브스트레이트 등의 제품도 세계 시장을 리딩하고 있다.

이어 ▷60억불탑은 삼성SDI에, ▷40억불탑은 (주)엘앤에프에, ▷30억불탑은 엠코 테크놀로지코리아(주), SK인천석유화학(주), (주)에코프로비엠에, ▷20억불탑은 주식회사 에코프로이엠에, ▷10억불탑은 (주)포스코퓨처엠, 현대로템주식회사, (주)경신, 에스엘(주), 케이지 모빌리티(주), 한국알프스(주)에 돌아갔다. 이밖에 ▷8억불탑은 도레이첨단주식회사에, ▷7억불탑은 LS일렉트릭, (유)스타츠칩팩코리아, (주)세아제강에, ▷6억불탑은 (주)피엔티, (주)대동에 수여됐다. 김영채 기자



무역의 날

'무역의 날'은 한국이 처음으로 수출 1억 달러를 달성한 1964년 11월 30일을 기념해 '수출의 날'로 지정한 것이 기원이다. 1986년에는 무역수지가 처음으로 흑자로 돌아섰고 이듬해인 1987년 '각종 기념일 등에 관한 규정'에 따라 '무역의 날'로 변경됐다.

1988년부터는 KOTRA에서 한국무역협회로 주관기관이 바뀌어 행사를 치르고 있다. 이후 2011년 세계에서 9번째로 무역 규모 1조 달러를 달성한 날을 기념하여 무역의 날은 12월 5일로 변경됐다.

무역의 날에는 수출의 탑을 수여하고 무역유공자를 대상으로 포상한다.

수출의 탑은 전년도 7월부터 이듬해 6월까지 수출기업의 실적에 따라 수여하는데, 올해는 '1백만불탑'부터 '300억불탑'까지 총 26종이다. 당해연도 수출실적이 100만 달러 이상인 기업의 대표자·종업원을 위한 10종의 수출업체 포상(훈장·포장·표창)도 마련돼 있다. 김영채 기자

수출의 탑 영광의 얼굴들 - 수출탑별 대표기업 소개

한국무역신문은 제60회 무역의 날을 맞아 영광의 수출탑을 수상한 기업 50개사를 선정해 해당 기업들의 공적사항을 특집으로 실었다. 50개사는 수출탑별 대표기업을 가려 선정했는데 선정 기준은 ①각 수출의 탑 종류별 최고 수출실적 업체(대기업/중소기업 부문 분리) ②최연소/최고령 CEO기업 ③수출신장률 최상위(중견/중소기업) ④여성 대표(중견/중소기업) ⑤일자리창출 ⑥우크라이나 수출 ⑦특이업종 ⑧국산화·수입대체 등이었다. 수록을 거절한 기업은 제외했다. <30~54면> 기획취재=김준배 기자

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

300억불탑

현대자동차

●수출품목 : 자동차 제조 ●수출실적 : \$31,016,626,266

고객 최우선 경영은 해외서도 통했다



장재훈 대표

“한국의 자동차, 우리의 자동차가 세계 시장을 휩쓰는 날이 온다고 나는 확신한다.”

11월 13일 현대차 울산공장에서 열린 전기자동차(EV) 신공장 기공식에 인공지능(AI)으로 복원된 고 정주영 현대그룹 회장이 깜짝 등장해 남긴 말이다. 전동화 시대를 맞아 미래 모빌리티로 거듭나려는 현대차의 의지를 보여줬다는 평가다. 정의선 현대차그룹 회장도 이날 기공식에서 “EV 전용 공장은 앞으로 50년, 전동화 시대를 향한 또 다른 시작”이라며 “오늘 100년 기업에 대한 꿈을 나누게 됐다”고 의미를 부여했다.

정주영 선대 회장의 말처럼 한국 차는 글로벌 시장에서 눈부신 활약을 펼치고 있다. 최근 발표된 ‘2023년 10월 자동차산업 동향’에 따르면 우리나라는 올해 들어 10월 까지 자동차 수출액이 580억 달러(약 75조7400억 원)를 기록, 연 최고였던 지난해 실적(541억 달러)을 이미 돌파했다. 현대차의 선전이 큰 몫을 했다. 코나·투싼·펠리세이드 등 SUV와 아이오닉5·아이오닉6 등 전기차 수출이 늘어나며 전년 동월 대비 15.6% 증가한 10만3685대를 수출했다. 지난 10월만의 성과는 아니다. 현대차의 올해 수출탑 기준 완성차 수출(이하 전년 7월~올해 6월)은 310억 달러로 지난해의 239억 달러 대비 큰 폭 상승했다. 현대차 측은 “고객들에게 최고의 제품과 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하고 있다”며 “고객 최우선 경영 실천, 브랜드 캠페인을 통한 브랜드 이미지 강화, 판매 네트

워크 확대 등에 집중하여 수출 역량 강화를 위해 지속 노력해 나가고 있다”고 강조했다.

롱런 비결은 ‘R&D’ ‘안전’ 그리고 ‘품질’

현대자동차는 기술력 향상을 위한 R&D 투자 및 소비자 안전을 위한 품질 강화에 지속적으로 투자하고 있다. 전용 전기차 모델인 아이오닉5와 아이오닉6는 각각 2022년, 2023년 월드카 어워드에서 ‘세계 올해의 자동차(COTY: the Car of The Year)’로 선정되며, 대외적으로 상품 경쟁력과 안전성을 인정받고 있다.

제네시스는 2021년에 이어 지난해에도 신차품질(IQS) 및 내구품질(VDS) 지표에서 프리미엄 브랜드 1위를 달성했다. 최고 수준의 품질과 안전 기술력을 입증 받은 셈이다. 완성차 업체의 근본 역량인 품질 경쟁력을 높이기 위해 신뢰성 기반의 개발 품질 관리 강화, 차량 교체 프로그램 시행 등 적극적인 활동을 펼치고 있다. 또한, 모빌리티 소프트웨어 부문 연구개발에도 지속 투자를 하는 중으로 모빌리티 미래 사업으로 사업영역을 확장하고 글로벌 브랜드 경쟁력을 강화하는 데도 역량을 집중하고 있다.

세계 최고를 위해 매진

현대자동차는 최첨단 장치를 적용한 세계 최고 수준의 전기차 전용 플

랫폼 E-GMP(Electric-Global Modular Platform)을 개발했다. 차량 외부로도 전기를 공급할 수 있는 V2L과 18분 만에 배터리를 80%까지 충전할 수 있는 초고속 충전 시스템을 탑재하였다.

파워트레인 분야에서도 지속적인 기술개발을 추진해 세계적인 기술력을 인정받았다. 세계 10대 엔진을 선정하는 자동차 엔진 기술 분야의 가장 권위 있는 상인 ‘워즈 오토 세계 10대 엔진상’에서 총 14개의 상을 수상하였다.

현대차 관계자는 회사 비전에 대해 “전통적 의미의 자동차를 만드는 글로벌 완성차 제조사에서 이제는 타고 움직이는 모든 것을 만들고 이를 서비스하는 플랫폼을 구축해 인류의 평화로운 삶을 실현해가고 있다”며 “하늘을 나는 미래항공모빌리티(AAM, Advanced Air Mobility), 라이프스타일에 따라 이동의 방식을 향유하는 목적기반 차량(PBV, Purpose Built Vehicle)으로 사람들에게 다른 이동 경험과 삶의 공간을 선사하고자 한다”고 밝혔다.



현대자동차 울산공장 수출선적부두

200억불탑

기아

●수출품목 : 자동차 제조 ●수출실적 : \$23,480,525,026

신차 출시와 공급 확대로 1년 새 수출 27% ↑



송호성 대표

최근 글로벌 보호무역주의 및 지역별 분쟁 심화 등 어려운 시장 환경 속에서도 기아는 글로벌 판매 최대 실적을 경신했다. 공급 확대 및 신차 출시 효과다. 기아는 2023년 1월부터 9월까지 235만 대를 판매했다. 이 가운데 해외가 192만 대다. 전체 기준 지난해보다 8% 증가한 수치다.

수출탑 선정 기준인 지난해 7월부터 올 6월까지의 수출실적은 약 235억 달러로 전년 대비 27% 대폭 늘었다.

해외 어느 곳이든 간다

2023년 1~3분기 주요 수출 지역은 미국, 캐나다, 멕시코를 포함한 북미 지역이 39%이다. 독일, 영국, 프랑스 등을 포함한 유럽이 32%로 뒤를 이었다. 중동·아프리카(10%), 아시아·태평양(10%), 중남미(6%) 등 나머지 지역에서도 선전했다. 회사 측은 “글로벌 전 지역에서 기아 브랜드에 대한 신뢰가 향상되고 이에 따른 수요 역시 증가하고 있는 만큼, 친환경차 및 레저용 차량(RV) 중심 판매를 통해 수출 규모 또한 지속적으로 확대할 계획”이라고 밝혔다.

주요 수출 품목은 친환경차를 포함한 RV가 76%로 가장 많았고, 승용차(20%) 및 상용 차량(4%)이 뒤를 이었다. 스포티지·쏘렌토 등 글로벌 전역에서 인기가 높은 RV 모델의 최대 생산 및 적기 공급을 통해 수출 실적 확대에 크게 기여했다. 특히 북미와 유럽에서 전년 대비 큰 폭의 수출 확대가 있었다. 이는 고객 니즈에 부합하는 선도

적인 차량 개발 및 출시의 결과다. 앞으로도 EV6·EV9과 같은 전용 전기차 라인업 확충 등을 통해 글로벌 자동차 시장에서의 입지를 견고히 할 것이라는 전망이다.

기술·품질 양보 못해

기아는 소비자를 최우선으로 정책을 펼친다. 그 결과, 품질 향상을 위한 노력 역시 세계적으로 인정을 받고 있다. 2023년 미국 J.D. 파워 내구 품질조사(VDS)에서 3년 연속 1위를 달성하며 ‘최우수 일반 브랜드상’을 받았다. 차급별로는 ‘포르테(중중형)’, ‘옵티마(중형)’, ‘스포티지(중중형 SUV)’가 ‘최우수 품질상’을 수상하며 품질에 대한 신뢰를 확보했다.

기아 최초 전용 전기차 모델인 EV6는 ‘2022년 유럽 올해의 차’에 이어 ‘2023년 북미 올해의 차’로 선정되며 우수한 디자인과 주행가능거리, 그리고 놀라운 성능으로 극찬을 받았다.

올해 세계 최초 SUV 플래그십 전기차인 EV9 출시를 통해 전기차 전환 전략을 가속화할 것이며, 향후 수출 지역별 초고속 충전소와의 전략적 제휴 및 충전 사업자와 파트너십을 체결하는 등 전기차 수출 증대를 위한 글로벌 충전 인프라 확대도 지속할 계획이다.

기아 관계자는 “미래 사업에 있어서도 현실에 안주하지 않고 고객을 우선으로 함께 더 나아갈 수 있는 제품과 서비스 개

발을 위해 끊임없이 도전하겠다”고 밝혔다.

최근 전 세계적인 자국 우선주의 기조 및 불안정한 국제 정세 영향으로 해외시장 개척이 쉽지 않은 여건이다. 하지만, 기아는 북미·유럽 등 주요 시장 외에도 수출 확대를 위해 박차를 가하고 있다. 앞으로도 신차 출시 및 공급 확대 통한 금년 대비 수출 신장을 목표로 하고 있다.

기아는 지난 10월에 코로나 팬데믹 이후 5년 만에 전 세계 대리점 대회를 한국에서 개최했으며 2030년 글로벌 430만 대, 전기차 160만 대 판매를 목표로 한 중장기 EV 가속화 전략을 140개국 대리점 사장단 및 해외 권역·법인 참가자와 공유했다. 해외시장 개척에 있어 상호 동반자적 파트너십 제고를 통해 앞으로도 안정적이고 지속적으로 수출 저변을 확대해 나갈 계획이라고 회사 측은 설명했다.



기아 서울 서초구 양재동 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

100억불탑

LG이노텍

●수출품목 : 전자부품 제조 ●수출실적 : \$10,088,873,495

소재부품 글로벌 리더의 50여년 도전과 기술혁신



정철동 대표

1970년에 설립된 국내 최초 전자 부품기업 LG이노텍은 전자부품 산업의 기술 발전을 선도해 온 글로벌 소재·부품 전문기업이다. 모바일, 자동차, 디스플레이, 반도체, 사물인터넷 등과 관련된 소재·소자부터 부품·모듈에 이르기까지 폭넓은 분야에서 혁신 성장을 이어 오고 있다.

지난해 연결 재무 기준 19조6000억 원의 매출과 18조6000억 원의 수출을 달성하며, 국가 수출 증대에 기여하고 있다.

LG이노텍은 지난 50여 년간 끊임없는 도전과 기술혁신으로, ‘세계 최초이자 세계 최고’의 제품을 글로벌 시장에 선보여 왔다. 무엇보다, 차별화된 고객 가치를 제공을 위한 미래 혁신기술 개발을 지속해오며 다양한 분야에서 글로벌 1등 기술 경쟁력을 확보했다.

LG이노텍은 2011년 이후 카메라 모듈 글로벌 시장 점유율 1위를 비롯해 통신용 반도체 기판, 디스플레이용 서브스트레이트 등의 제품도 세계 시장을 리딩하고 있다.

해외 생산·판매 거점 통해 글로벌 시장 공략

LG이노텍은 중국·베트남·인도네시아·폴란드·멕시코 등 5개 생산법인과 미국·중국·일본 등 8개 판매거점을 두고, 글로벌 시장을 공략하며 국가 수출 성장에 기여하고 있다. 특히 많은 글로벌 고객으로부터 기술력과 품질, 경쟁력을 인정받으며 글로벌 1등 소재·부품 기업으로 도약해 나가고 있다.

국내에는 6개 연구소와 8개 생산 공장을 운영하며, 제조 경쟁력 강화를 위한 기술혁신 활동을 지속해 나가고 있다. 이를 통해 국가 소재부품 산업의 발전에 기여하고 있다.

LG이노텍의 최근 3개년 추이를 보면, 2020년 8조8000억 원에서 지난해 18조6000억 원으로 연평균 39%의 비약적인 수출성장률을 기록했다.

카메라 모듈 독보적 글로벌 1위

LG이노텍은 2011년 이후 현재까지 세계 최고 성능을 갖춘 혁신적인 카메라 모듈을 지속 개발함으로써 글로벌 1등 입지를 확고히 다지고 있다.

LG이노텍은 지난 2016년 자동 초점(AF) 카메라 모듈과 손 떨림 보정(OIS) 카메라 모듈을 조합한 듀얼 카메라를 세계 최초로 개발, 상용화했다. 2022년에는 세계 최초로 DSLR의 줌렌즈 메커니즘을 적용한 스마트폰용 초박형 광학식 연속 줌 카메라 모듈을 개발했다. 85-125mm의 초점거리 내에서 대상을 확대하여 촬영하더라도 화질 저하 없이 선명한 이미지 및 영상 촬영이 가능하다. 이 제품으로 올 초 CES 2023에서 혁신상을 수상하며, LG이노텍은 세계 최고의 광학기술력을 다시 한번 글로벌 무대에 선보였다.

LG이노텍의 글로벌 리딩 기록은 다른 사업영역에서도 이어지고 있다. 회사는 세계 최초로 5G 무선 통

신용 저유전 RF-SIP 반도체 기판을 개발했으며, 세계에서 가장 얇은 초박형·고성능 자성부품을 국산화하는데 성공한 바 있다. 이뿐만 아니라 원천기술을 기반으로 5G-V2X 통신모듈, LiDAR 등 자율주행 핵심 부품 개발을 통해, 미래차 시장 선점에 속도를 내고 있다.

ESG에서도 글로벌 최고 향해

LG이노텍은 고객가치 창출과 함께 경영투명성 제고 및 지역사회, 협력사와의 상생협력, 환경개선 등 사회적 가치 창출을 위해 적극적인 노력을 다하고 있다.

LG이노텍 관계자는 “고객가치 제고를 통한 사업경쟁력 강화와 함께, 기업의 사회적 책임을 강화하기 위해 ESG 경영을 내실 있게 추진함으로써 더 나은 내일을 열어가는 존경받는 기업으로 발돋움해 나아가고 있다”며 “미래 유망분야의 신규 사업 기회를 적극적으로 탐색하고 육성해 ‘글로벌 No.1 소재·부품기업’으로 자리매김할 것”이라고 밝혔다.



LG이노텍의 초박형 고배율 광학식 연속 줌 카메라모듈

60억불탑

삼성SDI

●수출품목 : 이차전지·전자재료 제조 ●수출실적 : \$6,073,773,008

초격차 기술로 2030년 이차전지 글로벌 정상으로



최윤호 대표

삼성SDI는 친환경 에너지와 첨단 소재를 양대 축으로 전기자동차, IT, ESS(Energy Storage System)용 이차전지 사업과 반도체, 디스플레이용 전자재료 사업을 펼치고 있다. 주요 수출국은 미국이 38%, 유럽 30%, 아시아 30% 등 주요시장에 골고루 진출해 있다. 미주의 선두 자동차 및

ESS 업체와의 협력관계 확대로 미국 시장 수출액 및 비중이 크게 늘어나는 추세다. 이는 글로벌 자동차 시장의 위상이 강화된 결과로 업계가 해석한다.

초격차 기술로 시장 선도

삼성SDI는 2021년 업계 최초로 배터리 브랜드 ‘PRiMX(프라이맥스)’를 공개한 뒤 초격차 기술 전략에 힘을 싣고 있다. PRiMX는 Prime Battery for Maximum Experience를 함축한 브랜드명으로 ‘최고 품질의 배터리로 고객에게 최상의 경험을 선사한다’는 뜻이다. ‘최고 안전성을 보유한 품질’, ‘초격차 고에너지 기술’, ‘초고속 충전 및 초장수명 기술’의 세 가지 키워드를 담았다.

삼성SDI는 PRiMX 브랜드를 모든 배터리에 적용하고, 핵심 키워드에 맞는 초격차 기술경쟁력과 최고의 품질을 갖추고 있다. 삼성SDI는 PRiMX 브랜드를 국내와 유럽, 미국 등지에 상표 등록을 마무리했다.

PRiMX는 삼성SDI 고유의 아이덴티티를 녹여낸 배터리 브랜드이며 기술의 정점을 지향하는 브랜드로 성장시켜 나갈 예정이다.

2030년 ‘글로벌 탑티어’ 목표

삼성SDI는 수익성에 초점을 맞춘 질적 성장전략을 채택하고 있다. 경쟁이 치열하고 기술 난도가 계속 높아지는 배터리와 소재산업에서는 양적 팽창보다는 기술 경쟁력, 품질, 수익성 등의 질적 성장이 중요하다. 고부가가치 제품 PRiMX 판매 확대를 통해 외형 성장과 수익성 모두 충족한 것도 이런 전략의 일환이다. 또한 급변하는 기술 및 시장 환경을 적극 선도하고 미래 성장 모멘텀을 확보하기 위해 신제품 및 신기술에 대한 지속적인 연구개발 활동을 수행하고 있다.

선행 연구 및 제품 개발을 위한 조직을 갖추고 있으며 차세대 전지 개발을 위하여 국내외 연구개발(R&D) 협력을 강화하고 있다. 또한 지속적인 기술 혁신을 위하여 연구 개발비 투자를 매년 확대하고 있으며, 지난 5년간 누적 연구개발비 투자액은 4조 780억 원에 달한다. 이는 연평균 12% 증가한 것으로 2021년 기준으로 국내 R&D 투자비용 부문 기업 순위 8위에 해당하는 규모다. 또한 사업과 관련된 중요한 지적재산권을 2022년 현재 총 2만5569건(등록 기준 1만 9387건, 출원 중 기준 6182건)을 보유하고 있다.

차세대 배터리 선점에도 공을 들이고 있다. 차세대 배터리 핵심으로 거론되는 전고체배터



삼성SDI PRiMX 배터리

리 기술개발에 속도를 내고 있으며 2027년 양산을 목표로 국내 기업으로서 유일하게 전고체배터리 시험 라인을 갖추고 있다.

삼성SDI는 ‘2030년 글로벌 탑티어(Top Tier) 회사’를 목표로 성장에 속도를 내고 있다. 삼성SDI가 지속 성장하고 있는 것은 최윤호 사장이 강조하는 ‘초격차 기술’, ‘최고의 품질’, ‘수익성 우위의 질적 성장’이라는 3대 경영 방침에 따른 것이다.



삼성SDI 경기도 기흥 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

30억불탑

앰코테크놀로지코리아

●수출품목 : 반도체 제조 ●수출실적 : \$3,603,993,909

선구적 투자로 자동차용 반도체 후공정 1위 도약



지종립 대표

앰코테크놀로지코리아는 반도체 패키징 및 테스트 전문기업으로 매출의 90% 이상을 해외에서 창출한다. 세계 11개국에 20개의 생산 거점을 두고 있는 앰코테크놀로지(Amkor Technology)의 한국법인이다.

전신은 1968년 대한민국 최초로 반도체 사업을 시작한 아남반도체이다. 현재 광주광역시, 인천광역시 송도와 부평 3곳에 반도체 패키징 및 테스트 사업장을 운영하고 있다. 광주사업장과 글로벌 R&D센터 및 자동화된 최첨단 반도체 후공정 생산라인을 보유한 인천 송도사업장 등을 통해 반도체 패키지 설계에서부터 패키징, 테스트에 이르기까지 토탈솔루션을 제공한다.

지속적인 R&D 투자로 기술경쟁력 확보

인천광역시 송도의 앰코 글로벌 R&D센터에서는 차세대 컴퓨팅, 데이터 센터, 초고속커뮤니케이션, 사물인터넷(IoT) 자율주행에 필요한 반도체 패키징 기술을 연구개발(R&D)하고 있다. 최근 4년간 국내 35건, 미국 188건 등 총 223건의 특허를 등록했다. 정부 국가기술개발에도 적극 참여해 우리나라 기술력을 세계에 과시하고, 매출 증대 및 수출 확대에도 기여하고 있다.

국내 최초로 2.5D TSV 패키지 및 첨단 IoT 제품을 양산화하고 고도의 패키징 기술이 요구되는 Advanced SiP(시스템 인 패키지)와 Advanced WLP(웨이퍼 레벨

패키지), High Density Fan-Out 패키지를 생산함으로써 AI·자동차 등의 시장 요구에 빠르게 대처했다. 최근 3년간 미국 A사·S사, 중국 C사 등 해외시장 개척 및 고객의 수입 다변화 유도를 위한 노력을 집중했다. 그 결과 최근 3년간 약 10여 개사의 해외 신규 고객을 확보해 5500만 달러의 신규 매출을 창출하는 성과를 거뒀다.

Quality FIRST로 자동차 반도체 후공정 1위 기업 도약 세계적으로 수요가 급증하고 있는 자동차용 반도체를 생산하는 세계 1위의 반도체 OSAT(외주 패키징 및 테스트) 업체로서도 위상을 견고히 하고 있다. 전기자동차 생산 증대 등으로 수요가 급증하고 있는 자동차용 반도체 생산에 선구적인 투자 및 첨단 기술력 확보를 통해 최고의 기술 및 품질의 제품을 전 세계 관련 기업에 제공하면서 자동차용 반도체 후공정 전문 기업으로 도약했다.

자동차 제조기업들이 제품의 품질을 보장하기 위하여 공급기업에게 요청하는 IATF 16949 인증을 취득, 품질경쟁 우위를 확보하고 있으며 국제 인증제도인 안전보건경영시스템(ISO 45001), 환경경영시스템(ISO 14001) 인증을 취득하여 기업의 사회적 책임을 다하고 있다. 관세청 AEO 인증, 산업통상자원부 CP 인증을 통해 수출품의 안전성 확보 및 국

제 규범도 준수하고 있다.

스마트폰, 인공지능, 사물인터넷 등이 급속도로 발전하면서 미래핵심 기술인 반도체 패키징 기술의 중요성이 더욱 부각되고 있는 가운데, 앰코테크놀로지코리아는 지속가능한 성장을 위해 노력하고 있다. 55년간 축적된 경험과 노하우를 바탕으로 반도체 패키징 분야에서 계속해서 선도적 기술을 리드하기 위해 기술 연구개발 및 우수 인력 확보에 중점을 두어 왔다.

지종립 앰코테크놀로지코리아 대표는 “세계적인 전기·전자 회사 및 반도체 회사들과 함께 5G 안테나 모듈, 양면실장 RF 모듈, 레이저 등을 이용한 패키지 실장 장비 및 공정 개발 등 끊임없이 기술 개발과 품질 향상을 도모하고 있다”며 “회사는 이를 통해 신규 시장 및 고객 확보로 매년 20% 이상의 수출 신장 및 100년 기업으로 거듭나고자 한다”고 밝혔다.



앰코테크놀로지코리아 송도사업장 전경

30억불탑

에코프로비엠

●수출품목 : 이차전지·축전지 제조 ●수출실적 : \$3,172,572,327

원조도 인정한 배터리 소재 강자



주재환 대표



최문호 대표

에코프로비엠은 2010년대 후반 전기차 시장의 본격 개화로 이차전지 소재 시장이 확대될 것으로 보고 과감한 투자를 펼치며 시장 지배력을 높인 기업이다. 2020년 매출 8508억 원이었던 회사는 과감한 투자로 2021년 1조 5041억 원, 2022년 5조6403억 원으로 매출이 급성장했다. 이 기간 영업이익은 636억 원에서 6189억 원으로 10배가량 올랐다.

이차전지 소재 수직계열화도 성공하며 안정적 공급망을 구축했다. 에코프로비엠 외에 에코프로이노베이션(수산화리튬), 에코프로머티리얼즈(전구체), 에코프로씨엔지(리사이클) 등 계열사가 총 26개로 늘어나며 에코프로그룹으로 거듭났다. 에코프로그룹은 굴지의 대기업 계열사와 어깨를 나란히 하는 이차전지 소재업체로 우뚝 섰다.

차별적 경쟁력으로 시장 수요 이끌어

에코프로비엠의 주요 제품은 하이니켈 NCA와 NCM 양극활물질로 니켈 함량을 최대화하여 에너지 밀도를 높이는 동시에 원가가 높은 코발트를 적게 사용하며 안정성을 높였다. 또한, NCA·NCM 양극활물질을 동시에 생산하며 각형·원통형·파우치형과 같은 모든 배터리 타입에 대응할 수 있도록 했다.

NCA 양극재는 니켈 함량 80% 이상의 제품으로 높은 에너지 밀도 및 고출력의 성능을 보유한다. 고출력의 장점을 바탕으로, 에코프로비엠의 NCA 제품은 전동공구 시장을 대상으로 사업을 영위해 왔으나 최근 전기차용 배터리에 적용이 확대되면서 판매 성장이 빠르게 진행되고 있다.

2016년에는 EV용 NCM811 양극활물질 양산에 성공하며 제품 포트폴리오를 확대했다. NCM811은 니켈 함량 80% 이상의 제품으로 높은 에너지 밀도와 안정성을 보유한다. 제품은 전방 고객의 전기차 플래그십 모델에 적용되며 높은 판매 성장을 기록 중이다. NCM 9 1/2 · 1/2의 경우 북미 시장에서 큰 폭의 판매 성장이 기대된다.

회사 관계자는 “빠르게 성장하는 배터리 시장에 맞춰 경쟁력 있는 제품과 안정적인 공급을 통해 이차전지 시장을 선도해 나가겠다”고 밝혔다.

‘소니’도 인정한 기술력

에코프로비엠은 2016년 5월 에코프로에서 이차전지 핵심소재인 양극활물질 및 전구체를 제조하는 전지재료사업부 물적 분할을 통해 신설됐다. 에코프로는 대기환경사업을 영위하는 상장사이자 에코프로비엠의 지주회사로 남게 됐다. 모회사인 에코프로 전지재료사업

부문의 매출 성과를 그대로 이어받아 이차전지 소재 시장의 선두에 자리하게 됐다. 이후 시장 개척에 매진했다.

2017년 5월 양극재 제4공장을 준공했다. 4공장은 월 500t가량의 생산이 가능한 초대형 설비다. 2016년 기준 양극재 1~3공장을 합한 생산량(420t)을 넘어서는 규모였다. 이를 통해 에코프로비엠은 총생산량이 월 1000t에 육박하게 됐다. 이차전지 시장 확대 기조에 맞춰 생산량을 기존 두 배가량 증설해 규모의 경제 효과를 극대화해 나갈 수 있는 여건을 마련했다.

앞서 에코프로는 2013년 8월 소니 납품을 통해 양극재 수출의 길을 열었다. 2010년만 해도 관심을 보이지 않던 소니는 2013년 에코프로 양극재 품질에 만족을 보이며, 계약을 체결했다. 이후 에코프로의 품질 수준 업그레이드 과정을 지켜본 소니는 2015년 장기공급 계약을 맺었다. 소니가 ‘에코프로의 기술력’을 인정한 것이다.



에코프로비엠 충북 오창 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

10억불탑

경신

●수출품목 : 자동차 전장부품 ●수출실적 : \$1,420,960,727

와이어링 하네스로 한국 자동차 전장부품 수출 주도



이승관 대표

1974년 인천에서 국내 자동차 배선의 효시를 개발하며 탄생한 경신(당시 경신공업)은 수출 14억달러를 달성하며 10억불탑을 수상했다. 2004년 스미토모와의 자본합작을 통한 기술 교류에 나섰고 2005년부터는 연구소를 세우고 기술력 향상에 매진해 왔다.

해외시장 개척은 1982년으로 거슬러 올라간다. 와이어링 하네스를 해외에 판매하며 수출에 성공한 경신은 2002년 중국 칭다오법인 설립, 2003년 북미 해외 합작법인 설립, 2009년 멕시코공장 설립 등 적극적인 투자로 글로벌화를 이뤘다.

이후에도 2010년 중국 칭다오측목경신전자 법인 설립, 2012년 캄보디아 공장 설립, 2015년 중국 안후이경신 법인 설립, 2019년 베트남 법인 설립, 2020년 DKI와의 합작법인 설립 등 글로벌 투자에 박차를 가해 왔다.

코로나 위기를 기회로

코로나 팬데믹으로 인한 물류 대란은 경신에게도 커다란 위기였다. 글로벌 공급망에 큰 압박이 가해졌고, 생산·수송 및 공급망 전반에서 문제가 발생했다. 부품 및 원자재 공급이 중단된 데다가 국경 통제로 인해 물류 운송이 중단되어 심각한 어려움을 겪었다.

경신은 위기 상황에서 긴급 테스크포스팀(TFT)을 만들고, 위기관리 계획을 수립해 빠르고 신속하게 실행했다. 항만 봉쇄로 인해 물류가 마비되고 원자재 공급이 끊기는

상황에서 대사관에 연락을 취해 공항 일부 가동을 요청해 전세기를 띄우는 등 획기적인 시도로 돌파구를 찾았다.

수출 전략도 수정해 효과적인 위기 대응 및 물류 관리 다변화로 위기를 차분히 극복해 나갔다. 이를 통해 우즈베키스탄, 파키스탄, 말레이시아 등 제3국으로 나가는 수출 물량을 확대하는 기회도 마련했다.

‘포니’부터 와이어링 하네스 공급

경신은 현대차 포니(PONY)부터 와이어링 하네스를 공급한 업체다. 국내 최고 수준의 와이어링 하네스를 개발·설계 및 생산한다. 와이어링 하네스는 인체 신경망과 같이 차량 내 각 시스템으로 전기 신호와 전력 공급을 전달하는 핵심 장비다.

현재는 친환경 자동차 시대로 접어들어 따라서 HV 와이어링 하네스라는 고전압 와이어링 하네스를 공급하고 있다. 고전압 와이어링 하네스는 전기차 고전압 유닛의 전원과 신호를 연결해 주는 기능으로써 주로 HEV, PHEV, EV 차량의 모터, 인버터 등의 전원공급과 신호 연결에 사용된다.

정선블록 또한 경신의 주력 제품이다. 자동

차 주 전원에서 발생하는 대전류를 각 부분의 유닛으로 분배하고, 과부하기에 전선 및 유닛을 보호하기 위한 퓨즈 및 릴레이가 탑재된 전원 분배 장치다.

전기차 시대 글로벌 주도할 것

경신은 1997년 인도공장 설립을 시작으로 해외에 본격 진출했다. 이를 통해 간접수출뿐 아니라 직수출 시장도 열었다. 이후 중국, 북미, 동남아에 공장을 설립하는 등 해외시장 개척에 박차를 가하고 있다. 특히 최근 북미 전기차 시장을 겨냥하여 미국과 동남아에 추가 공장을 설립하는 등 수출시장 확대를 위해 노력하고 있다.

이승관 경신 대표는 “자동차 내연기관 차량의 중추신경인 와이어링 하네스 생산을 시작으로 친환경 자동차 부품과 모빌리티 시대의 혁신을 위한 미래 자동차 핵심부품의 생산을 통해 자동차산업의 발전에 기여하겠다”며 “사회적 책임을 다하며 지속 가능한 기업이 되도록 노력하겠다”고 밝혔다.



인천 송도에 위치한 경신 본사 전경

10억불탑

에스엘

●수출품목 : 자동차 램프 및 전동화 제품 ●수출실적 : \$1,095,666,074

프리미엄 기술 개발로 글로벌 완성차 감동 선사



이성엽 대표

에스엘은 1954년 설립된 회사로 자동차용 램프와 전동화부품, 전기전자부품으로 꾸준히 성장했다. 1986년 자동차부품업계 최초로 기술연구소 설립했으며, 현재는 1600여명의 연구원들이 자동차부품산업의 발전을 위해 연구개발에 매진하고 있다. 세계 최초로 보행자 보호를 위한

백업가이드램프, MLA(Micro Lens Array)를 이용한 헤드램프를 양산했다. 2018년과 2020년에는 신기술 제조 공법으로 장영실상을 수상하는 성과를 거두었다.

1990년 후반부터 수출시장 개척에 뛰어들었다. 현재 미국, 중국, 인도, 폴란드, 브라질 등에 17개 현지법인을 설립해 운영하고 있다. 주요 고객으로는 현대차·기아와 GM, 포드, 스텔란티스 그리고 중국의 지리자동차, 동평, 충칭창안, 상하이자동차공업집단 등이 있다. 최근 BMW로부터 수주를 받아, 양산을 준비하고 있다. 회사는 올 6월 미국 오토모티브 뉴스지가 발표한 세계 100대 자동차부품기업 중 73위에 올랐다.

GM을 감동시킨 기술력

에스엘은 1980년대부터 호주 GM Holden으로 수출을 시작한 이래 지금까지 GM으로부터 QSTP(품질·납기·기술·가격)의 우수성을 인정받아 매년 GM이 수여하는 ‘올해의 협력업체상’을 25번이나 수상했다. 2013년에는 아시아 업계로는 최초로 최우수 협력사상을 수상했다. GM과의 특별한 인연도 빼놓을 수 없다. GM이 어려움

을 겪을 때, 에스엘이 해결사로 나선 것. GM이 캐딜락 신차 양산을 1년도 남기지 않은 상태에서 헤드램프 개발 협력사가 포기했다. GM의 요청에 에스엘은 고객의 어려움을 해결하겠다는 일념으로 하루 24시간을 미국과 한국에서 설계하고 개발해 양산 시점에 맞춰 공급했다. 이 성과를 인정받아 GM은 에스엘 측에 브라질 부지와 건물을 무상 제공하는 조건으로 현지에서 램프를 제조해 GM 브라질 및 아르헨티나 공장에 공급을 요청했다.

차별적 성능으로 헤드램프 세계 최고 도전

에스엘의 대표 제품은 자동차용 헤드램프이다. 회사는 헤드램프가 LED로 빠르게 변화하는 추세에 맞춰 LED광원 적용을 통해 다양한 디자인을 구현해 내는 동시에 지능형 제품 구현을 위한 소프트웨어 개발 역량을 강화했다. 하프 증착기술과 레이저 �칭 기술을 통해 대형램프의 상품성을 획기적으로 발전시켰다. 또한, MLA(Micro Lens Array)라는 새로운 광원을 개발해 제네시스 G90에 세계 최초로 적용하는 등 기술력을 세계 최고 수준으로 끌어 올리고 있다.

고객 상품의 매력도를 높여라

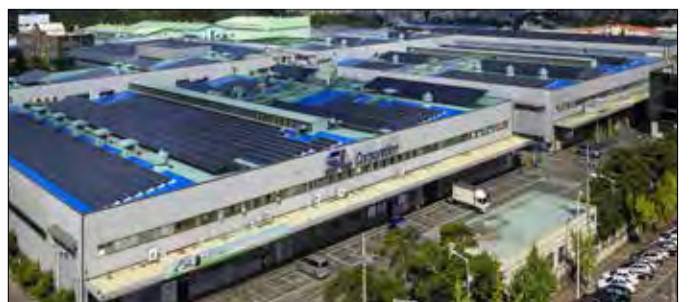
에스엘은 고객의 요구(니즈)를 빠르게 파악해, 수주 전 단계부터 최신 기술이 적용된 시제품을 제시한다. 특히 고객에게 영감을 주는 디자인 컨셉을 제시해 상품의 매력도를 높이는 데 집중한다. 수주 후에는 고객 엔지니어들과 함께 설계함으로써 빠른 소통이 가능해졌고,



에스엘의 사이드바디 통합제어, 배터리 관리·제어, 센서 애플리케이션 기술 소개 이미지

이를 통해 개발 기간 단축이라는 성과도 낸다.

이성엽 에스엘 부회장(대표)은 “고객과 사회에 도움이 되는 프리미엄 가치를 줄 수 있는 제품이 무엇일지를 항상 고민한다. 우리 구성원들이 모두 여기에 몰입하도록 회사 비전도 ‘프리미엄 가치 혁신’이라고 정했다”며 “창업주인 조부가 주신 인간제일주의의 실현이라는 미션을 일의 본질로 생각하고 집중하면 고객에게 가치를 주는 제품, 소비자가 감동하는 제품을 만들어낼 수 있을 것이고, 이런 제품은 고객이 먼저 알아볼 것”이라고 강조했다.



경북 경산에 위치한 에스엘 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

10억불탑

KG모빌리티

●수출품목 : 자동차 SUV 제조 ●수출실적 : \$1,060,713,347

트렌드와 신기술로 해외 SUV 시장 개척



정용원 대표

‘70년 넘게 한국을 대표하는 SUV 전문 자동차 회사’

KG모빌리티는 독보적인 기술로 소형부터 대형 그리고 밴과 픽업형까지 세그먼트별로 특화된 SUV를 출시하는 등 플라잉업을 구축하며 SUV 대중화를 선도하고 있으며, 자동차산업의 패러다임 변화에 맞춰

EV 전용 플랫폼, SDV(Software Defined Vehicle), 자율주행차, AI 등 모빌리티 기술 분야에 집중하고 있다. 또한, 커스터마이징 용품 및 특장차 개발, 엔지니어링 서비스 등을 위해 특장법인 KG S&C를 설립했다.

고객 가치 실현 및 브랜드 확립을 위한 중고차 사업 그리고 대형 전기버스 및 중소형 트럭·버스 등 종합 상용차 사업을 위한 KGM Commercial(구 에디슨모터스)을 인수하는 등 신규 사업 진출을 통해 지속가능한 기업으로 발전하고 있다.

해외 시장서 꾸준히 50% 이상 성장

KG모빌리티 수출 실적은 완성차 기준 2020년 1만9436대, 2021년 2만7743대 그리고 지난해는 4만4994대로 코로나 팬데믹 이후 매년 50% 이상의 성장세를 보였다. 회사는 올해도 이런 성장세가 이어질 것으로 내다봤다.

지난해 출시한 신차 ‘토레스’와 함께 페이스리프트 모델인 뉴 렉스턴, 무쏘(렉스턴 스포츠·이하 내수명칭), 무쏘그랜드(렉스턴 스포츠 칸), 더 뉴 티볼리의 꾸준한 인기가

판매를 견인했다. 지역별로는 동유럽, 중남미, 호주 시장에서의 판매가 성장세다.

신시장에서도 두각 보여

KG모빌리티가 시장개척에 어려움을 겪던 호주에서 2018년 직영법인 설립 후 2019년 연간 1000대 판매에서 2021년 3000대, 2022년에는 6000대로 판매량이 늘었다. 여기에는 직영 판매법인 설립의 성과가 크다. 동유럽 시장에서도 판매가 급증하며, 2022년 기준 1만2000대를 판매하는 성과를 올렸다. 회사는 이를 기반으로 향후 유럽 직영 법인의 추가 설립을 통해 글로벌 판매를 확대할 계획이다.

트렌드와 신기술로 글로벌 도전

KG모빌리티는 해외 호평의 비결로 글로벌 소비자의 트렌드에 적합한 차별화된 디자인, ADAS와 같은 첨단 운전자 보조시스템 등 신기술 반영을 꼽았다. 주행 성능, 편의 및 안전 사양 등에서 우수성을 인정받고 있으며, 경쟁사 대비 우수한 가성비로 주목받고 있다.

KG모빌리티는 지난해 9월 KG그룹의 인수 후 빠른 경영 정상화를 통해 수출이 크게 확대되며, 올 상반기 턴어라운드 실적을 달성했다. 지속적인 수출 성장세를 바탕으로 디지

털 마케팅 활성화 등 해외 브랜드 인지도를 강화하는 한편, 유럽 직영 판매법인 설립과 에이전시형 네트워크 및 온라인 판매 등 네트워크 다변화를 추진 중이다. 또한 새로운 물량 확대를 위한 지역특화 사양 운영, 신시장 진출 등으로 꾸준히 시장 점유율을 확대해 나간다는 전략이다.

정용원 KG모빌리티 대표는 “사명 변경과 함께 새로운 여정을 시작하고 있는 KG모빌리티는 수출 증가를 위해 글로벌 시장 공략에 박차를 가하고 있다”며 “올해 초 아랍에미리트 NGT와의 수출 계약을 시작으로 3월에는 베트남 FUTA그룹과 계약을 체결했고, 사우디아라비아에도 올해 물량을 선적할 예정”이라며 밝혔다.

정 대표는 이어 “해외에서 신제품 론칭 확대와 함께 공격적인 마케팅으로 해외 딜러들의 판매 물량 확대에 대한 기대가 매우 높은 상황”이라며 “KG모빌리티는 앞으로도 수출 판매 네트워크 다변화와 함께 해외 시장별 맞춤형 제품 개발 그리고 신규 시장에 대한 진출 확대를 통해 글로벌 판매 물량을 늘려나갈 계획”이라고 덧붙였다.



경기도 평택 KG모빌리티 본사

10억불탑

포스코퓨처엠

●수출품목 : 이차전지 소재 ●수출실적 : \$1,748,888,762

양·음극재 동시 생산으로 K-배터리 발전 주도



김준형 대표

포스코퓨처엠은 1963년 설립된 포스코그룹 내 가장 오래된 기업이다. 2010년 리튬 이차전지용 음극재 사업 진출에 이어 2018년 양극재 사업에도 진출하여 이차전지 핵심 소재인 양극재와 음극재를 동시에 생산하는 국내 유일의 기업이다.

제철 과정에서 발생하는 부산물인 침상코크스를 원료로 한 인조흑연 제조기술을 확보하고 있고, 포스코그룹 내에 리튬과 니켈 전문 회사가 포진해 있어 음극재·양극재 등 이차전지 핵심소재의 원료확보를 위한 ‘풀 밸류체인(Full Value Chain)’을 갖췄다. 현재 전남 광양에 연산 9만t 규모의 세계 최대 양극재 공장을 보유하고 있다.

회사는 2030년까지 양극재 100만t, 음극재 37만t 생산 체제를 갖추므로써 글로벌 최고 수준의 친환경 미래 소재 전문기업으로 발돋움한다는 목표다.

원료부터 리사이클링까지 ‘밸류체인’ 확보

포스코퓨처엠은 양극재와 음극재를 동시에 생산하며, 글로벌 전기차 배터리 성능 향상과 K-배터리 산업 발전을 주도하고 있다. 양극재는 배터리의 에너지밀도와 전기차 주행거리 등을 결정하는 핵심 소재다. 포스코퓨처엠은 지속적인 연구개발(R&D)로 전기차 고성능화에 기여했다.

주요 완성차 기업들의 전기차 라인업 다양화에 맞춰 니켈 비중을 극대화한 하이니켈 NCM(니켈·코발트·망

간), NCMA(니켈·코발트·망간·알루미늄), NCA(니켈·코발트·알루미늄) 양극재를 주력 제품으로 양산한다. 보급형 전기차에 채용되는 LFP(리튬인산철), 하이망간 양극재까지 제품 포트폴리오를 확대할 계획이다.

글로벌 배터리소재 수요 확대에 발맞춰 양극재 생산거점과 거점별 양산능력 확대에도 주력한다. 지난해 11월에 단일 공장 기준 세계 최대인 연산 9만t의 양극재 광양 공장을 종합 준공하고 경북 구미, 중국을 포함해 총 연산 10만5000t의 양산능력을 확보했다.

지난해 5월에는 제너럴모터스(GM)와 합작하여 북미 양극재 합작사 ‘얼티엄캠(Ultium CAM)’을 설립했다. 또한, 캐나다 퀘벡주 베강쿠아에는 3만t 규모의 양극재 공장을 건립하고 있다.

앞으로 북미 합작사를 중심으로 중간 원료인 전구체 공장 신설, 양극재 공장 증설과 함께 양·음극재에 대한 추가 공급 계약을 체결하는 등 전기차 배터리 핵심소재 글로벌 공급망 구축을 위해 협력을 확대해 나갈 계획이다. 포스코퓨처엠은 앞으로 북미뿐만 아니라 해외 각지에 생산 거점을 구축하고 현재 연산 10만여t의 양산능력을 2026년 44만t, 2030년 100만t까지 확대할 계획이다.

전구체 생산능력 2030년에는 46만t으로

광양 울촌산업단지에 연간 9만t의

양산능력을 갖춘 포스코퓨처엠 양극재 광양공장을 중심으로 원료부터 소재, 폐배터리 리사이클링까지 이어지는 ‘배터리소재 풀 밸류체인 클러스터’를 구축해서 더욱 안정적으로 핵심 원료를 확보하고 제품 품질 경쟁력도 강화한다. 포스코퓨처엠은 전구체 생산능력을 현재 연산 1만5000t에서 2030년 46만t으로 확대해 자체 생산비율을 지속적으로 높일 예정이다.

김준형 포스코퓨처엠 사장은 “최근 전세계가 보호무역역을 확산하면서 경영환경의 불확실성이 커진 상황으로 우리 경제의 버팀목인 수출도 다양한 도전에 직면하고 있다. 이러한 상황에서 포스코퓨처엠이 경쟁력 있는 미래 소재를 수출하여 국가경제에 일조를 할 수 있어 기쁘면서도 무거운 책임감을 느낀다”며 “포스코퓨처엠 전 임직원은 경쟁력 있는 제품을 개발하고 판매하는 모든 활동이 국가 경제에 기여한다는 사명감과 자부심을 갖고, 앞으로도 국가 수출 증대를 위해 최선의 노력을 다 하겠다”고 밝혔다.



양극재를 생산하는 포스코퓨처엠 전남 광양 공장 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

10억불탑

한국알프스

●수출품목 : 전기장비 · 전기부품 제조 ●수출실적 : \$1,017,495,312

핵심 전자부품 수출하는 ‘토착형 다국적기업’



김규남 대표

한국알프스는 생활기기 핵심부품을 개발 및 생산하는 기업이다. ‘국내 토착형 다국적기업’으로 불릴 정도로 한국내 생산 및 수출로 지역 발전과 성장에 기여했다.

회사는 1987년 일본의 알프스 전기와 금성(현 LG전자) 합작사로 광주광역시에 설립되었다. 창립 초기부터 금형 및 부품 가공에 대한 기술 확보 및 최첨단 설비에 대규모 집중 투자함으로써 선진 기술 확보에 주력했다.

초기 프린터 생산으로 명성을 쌓았으며 1993년도에는 차재 전자사업을 확대하며 본격적으로 자주 설계를 시작하였다. 이후 자동차 업계의 대량 수주로 차재 전자사업이 크게 성장하였으며 2000년대 중반부터는 휴대폰 시장 급격한 확대에 발맞춰 차세대 부품사업에 주력했다. 현재 차재전자(Automotive Electronics), 통신관련품(Communication), 입력장치(Input device), 컴포넌트(Components) 등 전자부품산업을 주력으로 펼치고 있다.

신제품 등장에 맞춰 핵심 부품 공급

한국알프스의 주력 아이템은 자체 설계한 차량용 파워 윈도우 스위치(Power window switch) 등 오토모듈(Auto Module) 제품과 센서 · 통신장비 그리고 올해부터 양산되는 파워 인덕터(Power Inductor) 등 컴포넌트 제품군이 있다. 오토모듈 제품은 회사 독자 기술력을 바탕으로 국내외 고객사에 납품해 차량용 전자 스위치의 고급

화에 기여했다. 컴포넌트 제품으로는 최첨단 금형, 부품 가공, 고주파 기술을 바탕으로 디지털 TV 브랜드의 세계 시장 1위 달성에 기여했다.

올 들어서는 반도체 시장에 진출해, 파워 인덕터를 본격 양산에 들어갔다. 회사가 소재한 광주광역시의 미래차 · 소부장 특화단지 지정 및 반도체 육성 산업을 추진에 맞춰, 햅틱(Haptic) 모듈 등 첨단소재부품 연구개발에 박차가 가하고 있다.

한국알프스 관계자는 “고부가가치 첨단소재부품 생산과 연구개발 거점으로 향후 대폭적인 매출 증대가 예상된다”며 “이를 바탕으로 ‘종합 전자부품 메이커’로 성장세를 이어가겠다”고 밝혔다. 회사는 이어 ‘영업-설계-금형 설계 및 가공-부품 가공-조립-품질보증’까지 이어지는 일관대응체제를 강점으로 기술 및 품질의 차별화를 도모하고 있다. 고객 및 시장의 요구에 빠르게 대처하는 장점을 기반으로 100년 기업으로의 성장 토대를 구축한다는 전략이다.

일등품질로 고객 인정 이끌어내

회사는 ‘품질 제1’로 고객 신뢰도 향상이라는 품질 방침 하에 개발 초기부터 품질보증 부서가 참여하여 설계 및 부품 · 공정 품질의 일관성 확보를 위한 국제 규격의 품질 시스템을 구축 및 운용한다. 고객과 시장의 품질 요구를 만족시키고자, 매년

사내 품질 목표를 설정하여 지속적인 품질 개선활동을 통해 불량 제로(0)화에 도전하고 있다. 글로벌 네트워크가 구성되어 있어 고객과 직접 소통하며 서비스 축적된 요소기술, 코어기술을 바탕으로 안정적인 공급망을 구축하고 있다.

한국알프스는 반도체 및 자동차 분야 핵심부품인 파워 인덕터, 햅틱 모듈 등을 세계 글로벌 고객사에 안정적으로 공급하기 위해 첨단소재 제품 생산시설의 투자로 약 449억 원 상당의 제조 · 연구시설을 건립했다. 현재는 메모리 반도체 세계 2위인 S사의 점유율 1위를 차지하고 있다. 향후 생산이 본격화됨에 따라 세계 1위인 S사로 판매를 확대해 나갈 예정이다.

한국알프스 관계자는 “차별화를 통한 고부가가치 첨단소재부품 생산 및 연구개발로 글로벌 거점기능을 강화함은 물론 지역산업과의 연계에도 힘을 쏟고 있다”며 “자동차, 인공지능, 반도체 등에서 경쟁력을 갖춘 생산 및 연구 시설로 지역과 국가 발전에 공헌하겠다”고 밝혔다.



광주광역시 광산구 한국알프스 본사 전경

10억불탑

현대로템주식회사

●수출품목 : 레일솔루션, 방산, 에코플랜트 ●수출실적 : \$1,471,741,973

우수한 기술력으로 K-방산 수출 주도



이용배 대표

현대로템은 글로벌 경쟁이 치열한 철도와 방산 분야에서 차별화된 경쟁력으로 명성을 쌓고 있다. 1977년 창립 이래 레일솔루션(철도차량 및 철도시스템), 디펜스솔루션(방산), 에코플랜트(제철 · 자동차 · 수소 인프라 및 스마트물류) 사업을 펼치고 있다.

대표 수출품은 K2 전차와 전동차 등 철도차량. 현대로템은 미국과 폴란드 등 주요 시장에 5개의 법인교와 22개의 지사를 마련하는 등 이미 세계 52개국에 진출했다. 품질 및 기술 향상을 위해 꾸준히 노력한 결과, 세계 수준의 종합 중공업 기업으로 자리매김했다.

‘더 나은 미래를 향한 창조적 혁신’이라는 경영 이념을 토대로 글로벌 흐름인 친환경 · 무인화 · 자동화에 부응해, 수소전기트램 등 수소 인프라와 무인무기체계, 스마트 물류 등 고부가가치 신사업을 육성해 선제적으로 대응하고 있다.

지난해 8월 폴란드에 K2 전차 수출

최근 3년 수출 실적이 83.8% 증가하며 확연한 증가세다. 지난해 수출실적은 12억5177만 달러를 기록, 2년 전인 2020년의 6억8100만 달러와 비교해 많이 증가했다. 지난해 3조1633억 원의 매출을 올렸으며, 이 가운데 수출 비중은 절반이 넘는 51.2%였다.

현대로템은 지난해 8월 폴란드 군비청과 K2 전차 180대 수출 계약을 체결했다. K2 전차 완제품을 최초 수출한

의미 있는 행보였다. 지난해 12월에는 K2 갭필러 10대를 출고하는 등 현재까지 28대를 인도했다.

현대로템 측은 “우수한 품질의 전차를 조기 납품해 폴란드 정부로부터 신뢰를 쌓았다”고 수출 증가 배경을 소개했다. 회사는 이어 “대한민국 국방부, 방위사업청, 국방과학연구소 및 국방기술품질원 등의 적극적인 협력과 지원에 힘입어, 국내에서 40년간 유일한 전차생산업체로서 축적한 노하우 및 현지 중심의 해외사업 수행을 통해 폴란드에 우리나라 K2 전차의 우수성을 선보였다”고 덧붙였다.

이 성과는 현대로템이 수출 업무를 성공적으로 수행할 수 있는 안정적인 기틀을 마련한 동시에 우리나라 국방 분야가 해외시장에 진출할 수 있는 교두보를 마련하는 계기가 됐다는 평가다.

해외 진출 가능성 더욱 커져

현대로템은 지난 3월 폴란드 국영 방산그룹인 PGZ 및 산하 방산업체인 WZM과 K2 전차 추가 수출을 위한 컨소시엄 이행합의서를 체결했다. 컨소시엄은 7월 현대로템과 폴란드 군비청이 맺은 총괄계약을 기반으로 체결됐으며, K2 전차의 현지 생산 및 생산역량 구축을 위한 지원 사항을 현재 논의 중이다.

현대로템은 향후 K2 전차 추가 수출 이행계약이 빈틈없이 이행될 수 있

도록 현지 기관 및 업체와 힘을 모으고 있다. 현재 K2 전차 추가 수출 계약을 체결하고, 해외시장을 적극적으로 발굴해 수출 실적을 지속 확대할 계획이다.

회사는 주력사업인 레일솔루션 사업에서도 KTX-이음 등 국산화된 동력분산식 고속열차를 바탕으로 대한민국 최초의 고속철도차량 수출을 달성하고, 친환경 수소열차 기술개발을 통해 글로벌 시장을 선도하는 ‘퍼스트 무버(First Mover)’로 거듭날 것으로 기대된다.

이용배 현대로템 대표는 “방산 대외 협력이 고도화되는 상황 속에서 우리를 비롯한 국내 방산 기업이 K-방산 해외 사업을 성공적으로 추진하는 모습을 국민께 보여드리게 되어 대단히 뿌듯하다”며 “앞으로도 K2 전차, 차륜형 장갑차, 차세대 전차 등 우수한 경쟁력을 기반으로 K-방산 수출 확대에 있어서 국가에 큰 성과를 안겨주기 위해 최선을 다할 것”이라고 강조했다.



올 4월 폴란드 PGZ회장단이 현대로템 경기도 의왕 본사를 방문해 회의하는 모습

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

8억불탑

도레이첨단소재 주식회사

●수출품목 : 첨단 화학소재 ●수출실적 : \$840,978,073

고성능 첨단소재 산업 선도하는 글로벌 리더



전해상 대표

코로나 엔데믹 이후 글로벌 수요 부진 상황에서 도레이첨단소재는 필름 및 IT소재, 탄소섬유, PPS, 수처리 필터, 스펀본드 부직포, 섬유 등 6개 각 사업부의 기술력과 차별화된 경쟁력으로 글로벌 시장에서 수출을 통해 위기 극복에 최선을 다했다. 다양한 고객의 수요에 충족한 제품을 제시하며 해외 시장에서 판매를 늘리고 있다.

6개 사업부별 글로벌 역량 높여

필름 및 IT사업부는 단일공장 세계 최대 공급능력을 바탕으로 베이스필름부터 고차가공까지 일관 체계를 구축, 최고의 기술력으로 글로벌 시장을 리드하고 있다.

탄소섬유는 도레이그룹의 압도적인 브랜드 경쟁력으로 우주항공, 고압 압력용기, UAM 등 첨단산업을 비롯해 고성능 자동차, 스포츠레저분야에 지속적으로 사용이 확대되고 있다.

PPS는 최고의 경쟁력을 가진 슈퍼엔지니어링플라스틱으로 전기차 등 친환경 자동차 부품에 사용되며 국내 자동차제조사에 해외 진출에도 공헌하고 있다. 수처리 필터는 국내 최초로 역삼투 분리막을 개발한 기술력을 바탕으로 전 세계 시장에 현지 맞춤형 공략을 확대했으며, 가정용에서부터 산업용까지 수처리 토탈 솔루션을 제공하며, 고객 만족을 실현하고 있다.

아시아 NO.1 부직포 사업부는 한국·일본·중국·인도·인도네시아 등 글로벌 공급체계 구축으로 고품질의

부직포를 공급하고 있으며, 신소재 및 신기술 개발에 투자를 확대하고 있다.

섬유는 원사와 원면, 아라미드 섬유는 생활소재부터 고성능 산업소재까지 공급하고 있으며, 리사이클 재생원사 공급 등 친환경 제품으로 글로벌 시장에서 경쟁력을 높이고 있다.

품질 혁신을 통한 차별화 제품 내놔

도레이첨단소재는 지난 2004년 3억불 수출탑을 시작으로 2011년 5억불탑 수상에 이어 이번 8억불탑을 수상하기까지 지속적인 기술 개발과 품질 혁신으로 차별화 제품을 확대하였다.

탄소섬유·슈퍼엔지니어링플라스틱 등 첨단소재사업에 대한 지속적인 투자로 수출 경쟁력을 확보하며 수출 증대와 함께 성장을 해올 수 있었다.

앞으로는 ESG경영을 적극 확대하고 친환경 소재 개발에 더욱 매진함으로써 세계 곳곳에서 필요로 하는 소재를 공급하며, 제품과 시장의 고도화를 통해 글로벌 경쟁력을 한층 강화하여 지속적인 해외시장 판로 개척으로 수출 성장을 일궈 국가경제 발전에 기여해 나가겠다는 의지다.

2030년 매출 10조 달성할 것

도레이첨단소재는 제2의 도약을 향한 비전2030에서 ‘Materials for Earth & Us’라는 원대한 포부를 담았다. ‘Materials’는 친환경 청정기술 확보 및 기술 융합을 통해 미래를 창조하는 미래 핵심 소재를 의미한다. ‘Earth & Us’ 슬로건은 도레이의 혁신 기술을 통해 다음 세대에 건강한 지구를 물려주겠다는 마음가짐이다.

전해상 도레이첨단소재 대표는 “2030년 매출 10조 원, 이익 1조 원 달성을 위해 회사의 핵심가치를 전 구성원이 함께 공유 및 내재화하고, 기본역량을 지속적으로 배양함으로써 개인의 성장과 회사 발전의 원동력을 만들어 나가자 한다”며 “인프라 혁신과 사업고도화를 통해 기존 사업의 경쟁력을 강화하고, 차세대 디스플레이, 뉴 모빌리티, 친환경 소재, 수처리 솔루션, 헬스케어 솔루션 등의 신성장 분야에 역량을 집중하여 비전 2030 목표를 반드시 실현할 것”이라고 밝혔다.



서울 마곡에 위치한 도레이첨단소재의 ‘한국도레이 R&D센터’ 전경

7억불탑

세아제강

●수출품목 : 강관 제조 ●수출실적 : \$734,613,804

끊임없는 연구와 다양한 제품군 개발이 비결



이휘령 대표

세아제강은 1960년 ‘부산철관공업’으로 시작해 우리나라 철강산업에 뚜렷한 발자취를 남겨 왔다. 시대의 변화를 앞서가는 도전정신과 위기 속에서 빛을 발하는 개척정신으로 국가 강관산업의 발전을 이끌었다.

1979년 용접 강관의 대명사인 API 강관 인증을 국내 최초로 획득하며, 본격적인 해외 진출 발판을 마련했다. 이후 1981년 1억불 수출의 탑 수상을 시작으로 2012년 5억불탑, 2023년 대망의 7억불탑을 수상했다.

글로벌 승부수 지속적으로 펼쳐

세아제강은 끊임없는 제품 경쟁력 제고와 함께 글로벌 시장 선도 및 수출 활성화에 기여하고 있다. 현재에 안주하지 않고 강관시장에서의 글로벌 경쟁력을 확보하고자 강관 외경별 설비 합리화 및 스마트 팩토리 구축, 물류 및 IT 시스템 업그레이드와 더불어 해상풍력, LNG, 수소 등 친환경에너지 산업에 사용되는 강관의 우수한 기술력과 연구 인력 확보를 위해 지속적으로 노력하고 있다.

포항, 순천, 창원, 군산공장을 통해서 국내 최대 탄소강관 및 특수관(STS·Ti) 생산체제를 구축했다. 공장별로 특화된 다양한 강관 제품을 고객에게 제공하고 있다. 해외 7개국에 생산 및 판매 기지를 두며 세계 시장을 무대로 더 많은 고객과 만나고 있다.

세아제강은 국내 최고의 강관회사를 넘어 세계적인 종합 강관 회사로 도약하고 있다. 다양한 제품의 강관 포트

폴리오를 가지고 있으며, 많은 산업군에서 대표 제품을 보유하고 있다.

미국서 ‘메이드인코리아’ 위상 높여

미국 최초 세일가스 개발 LNG플랜트 프로젝트인 ‘Sabine Pass LNG Project’를 시작으로 대부분의 미국 LNG개발 프로젝트에 참여하여 성공적으로 납품을 이뤄내며 선진시장에서 인정을 받았다.

이러한 신뢰를 바탕으로 2020~2021년에 LNG캐나다 프로젝트에 1억 달러 규모의 스테인리스 강관과 스파이럴 말뚝용 강관 제품을 수출했다. 지난해에는 스테인리스 PIPE 단일 계약 규모로는 세계 최대인 카타르 LNG 프로젝트에 1억4000만 달러 규모의 계약을 달성하며 성공적으로 제품을 납품 중이다.

현지화 전략 기반 밀집 마케팅 통해

세아제강은 여러 국가에 판매법인을 두고 고객과의 소통에 힘쓰고 있다. 1978년에 미국에 SeAH Steel America 법인을 설립했으며 캐나다 시장 공략을 위해 2017년에 캘거리에 사무소를 개소했다. 이뿐만 아니라 일본, UAE, 이탈리아, 영국, 중국, 베트남 등 판매 요충지에 현지 법인과 오피스를 두고 고객접점 관리와 적극적인 마케팅 활동을 펼치고 있다.

수주받은 제품은 품질비용이 높더라도 품질 관리의 기준을 높이고 엄격하게 관리하여 최상의 양품만 고객에게 인도한다. 그 결과 다양한 해외 대형 프로젝트에 세아제강이 초청받아 입찰할 수 있게 되었고, 현재는 글로벌

강관업계의 주요 업체로서 대한민국의 위상을 드높이고 있다.

이휘령 세아제강 대표는 “전 세계 각국에서 진행되는 모든 에너지 프로젝트용 강관수주에 온 힘을 다하겠다”며 “전통 마켓과 그린에너지 마켓을 함께 섭렵하여 2025년까지 8억달러의 수출을 달성하는 것이 목표”라고 밝혔다. 이어 “현재에 안주하려는 방어적인 자세보다 한 단계 더 발전하겠다는 의지와 노력의 자세를 취하는 것이 앞으로는 생존의 조건이 되지 않을까 생각한다”며 “한 단계 도약하여 대한민국 수출발전에 크게 이바지할 뿐 아니라 더 성숙한 ESG 경영으로 ‘세상을 아름답게’ 만드는 철강기업이 되겠다”고 덧붙였다.



서울 마포구 서교동에 위치한 세아타워 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

7억불탑

LS일렉트릭

●수출품목 : 전기회로 개폐장치 제조 ●수출실적 : \$767,057,032

과감하면서 지속적 투자로 해외서 호평



김준연 대표

내년에 창립 50주년을 맞는 LS일렉트릭은 전력, 자동화 분야와 스마트그리드, ESS 등 스마트에너지 분야에서 명실상부 국내 대표 기업이다. 1974년 설립된 ‘럭키폐장’을 모태로 하며, 1987년에 배전반 등 전력 산업 육성을 추진하면서 ‘금성산전’으로 출범한 뒤 1995년 ‘LG산전’으로 사명을 변경했다.

LS그룹이 분리되며 ‘LS산전’으로 사명을 바꾸었고, 2020년 글로벌 전력·자동화·스마트에너지 기업으로의 도약을 위해 ‘LS일렉트릭(ELECTRIC)’으로 새롭게 출범했다. 2021년에는 ‘비전 2030’을 발표하며 앞으로 10년 동안 매년 10% 이상 성장하고, 2030년 기준 글로벌 사업 비중 70% 이상, 디지털 신규 비즈니스는 50%를 넘는 글로벌 컴퍼니, 디지털 엔터프라이즈로 진화하기 위해 노력하고 있다.

기술과 혁신으로 해외 인정

LS일렉트릭은 해외시장 개척의 비결로 임직원들의 노력도 있었지만 ‘품질 기술력’과 ‘혁신’을 꼽았다.

우선 기술력을 위해서 국내 사업장 4개 지역과 중국에서 특화된 연구소를 운영하고 있으며, 미국 텍사스에 북미 첫 생산거점을 마련해 R&D센터도 구축할 예정이다. 매년 매출 대비 약 5.5%를 연구개발에 투자한다. 덕분에 독자개발 산업용 이더넷 통신프로토콜(RAPiE-net) 국제 표준 채택, 세계 최초 메가와트급 ESS 미국 UL 인증, 청

주 스마트공장 세계경제포럼(WEF) ‘세계 등대공장’ 선정 등의 성과를 이뤘다.

IMF 외환위기 당시에도 선제적 투자를 단행하며, 전력 시험기술원(PT&T)을 설립했다. 코로나19 확산으로 어려운 시기에도 PT&T 단락발전기 2호기를 준공하여 글로벌 6위권 시험소로 도약했다. 전력시험기술원을 설립해 국내 민간기업 최초로 2000MVA급 단락발전기 1호기를 구축했으며, 약 300억 원 규모의 투자로 올해 단락발전기 2호기를 준공했다. 2호기의 시험용량은 세계 6위 규모다.

혁신 활동도 빼놓을 수 없다. 4차 산업혁명 시대를 선도하기 위해 지식재산권(IP), 디지털전환(DT)에 힘쓴 결과, 클래리베이트 애널리틱스가 선정하는 글로벌 100대 혁신기업에 10년 연속 선정되기도 했다.

2030년 글로벌 비중 70% 이상으로

LS일렉트릭의 수출규모는 최근 3년 사이 2배가량 급증했다. 2021년 3억 5300만 달러였던 수출실적은 올해 7억 6500만 달러를 내다본다. 특히 중국·미국·일본 등 5대 시장의 수출실적이 3억 4000만 달러에 달한다. 선진 시장에서 기술력을 인정받고 있는 셈이다.

LS일렉트릭은 수출 확대를 위해 시장

개척은 물론 현지화에도 역점을 둔다. 이를 위해 글로벌 사업본부를 조직해 운영 중이다. 베트남 하노이에 현지 생산 공장을 2022년 확장 이전했다. 상하이 등 2곳을 포함해 중국, 일본, 아랍에미리트연합(UAE), 미국, 네덜란드에 판매법인과 현지지사를 설립해 운영 중이다. 이들 해외 법인과 지사는 현지 시장 동향과 수요 트렌드를 파악해 현지에 맞는 전용 제품 개발 업무를 맡는다.

LS일렉트릭 측은 “고객 맞춤형 제품을 개발하는 전략으로 해외시장 개척에 박차를 가하고 있다”고 밝혔다.



경기도 안양에 위치한 LS일렉트릭 사옥 전경

6억불탑

대동

●수출품목 : 농기계 제조 ●수출실적 : \$604,711,970

농기계 수출 1조 원 돌파... 해외매출 비중 70%



김준식 대표



원유현 대표

1947년에 설립된 국내 최고 농기계 회사 대동은 2020년 ‘미래농업 리딩기업’ 비전 실천을 위해 박차를 가하고 있다. 자

율작업과 원격조정이 가능한 ‘스마트 농기계’, 이동 및 운송 수단의 ‘스마트 모빌리티’, 스마트 팜 플랫폼 중심의 ‘스마트팜’ 그리고 농업·비농업 분야의 전문서비스 로봇을 개발하는 로봇스 미래 사업 등을 펼치는 한편 경영 전반에는 디지털전환(DT)을 펼친다.

최우선 핵심 과제로는 농기계 사업의 글로벌화 및 스마트화를 위한 양적·질적 성장으로 정했다. 농기계의 상품성 및 라인업 강화를 통해 브랜드 가치를 높이고, 공급망 다변화와 환율 연동제를 통한 원재료비를 절감하고, 스마트 팩토리화를 통해 제품의 생산성과 품질력을 높인다는 전략이다.

대동은 연결 기준 매출이 2021년 1조 1792억 원, 2022년 1조 4637억 원을 기록하며 설립 이래 처음 2년 연속 매출 1조 원을 돌파했다. 2017년 연결 매출 6101억 원에 비교하면 2.2배 폭발적인 성장을 이뤘다.

해외에서의 성과는 더욱 눈부시다. 2017년의 경우 수출은 2931억 원으로 비중도 전체 매출의 50%를 밀돌았지만, 지난해에는 무려 3.3배 증가한 1조 30억 원(수출 비중 69%)으로 끌어 올렸다. 창사 이래 처음 수출 1

조원 돌파다.

2023년에도 가파른 성장세를 이어간다. 해외에서 판로 및 시장 다변화를 통해 올 상반기에는 전년 대비 24.5% 증가한 2만 2900대의 트랙터를 판매했다. 대동은 설립 후 처음 상반기 트랙터 수출 대수가 2만대를 돌파했다.

올해 3단계 자율주행 농기계 출시

대동은 스마트 농기계와 스마트팜 사업 강화를 통해 ‘에그테크(Agtech)’ 전문기업 도약에 힘쓰고 있다. 자율주행 1단계의 이앙기와 트랙터를 2019년과 2021년 연달아 선보였다.

이후에도 지속적인 투자로 경작지 작업 경로 생성·추종, 안전감지, 작업기 설정 및 제어, 작업 데이터 관리 등 자율주행 3단계에 해당하는 자율작업 기술을 자체 개발해 HX트랙터와 DH6135 콤바인에 적용했다. 이 제품은 자체 생성한 작업 경로를 오차 ±7cm 이내로 벗어나지 않고 작업을 제어하는 자율 3단계 테스트에도 통과했다. 대동은 이 제품을 최근 출시했다. 또 자율주행 4단계 트랙터를 2026년까지 공개하는 것을 목표로 올 초부터 농업 및 농경지 작업 환경 데이터를 수집하기 시작했다.

스마트팜 사업을 위해 대동그룹은 지난해 플랫폼&솔루션 사업을 리딩할 대동에그테크를 설립했다. 스마트 팜 솔루션 개발을 위해

농작물 생육 데이터를 수집할 스마트 팜을 구축했다. 이를 기반으로 고기능성 작물과 일반 작물을 직접 재배하거나 정부기관 및 기업 등의 외부로부터 이관받는 방식으로 농업 데이터를 확보해 생육 레시피(솔루션)를 개발하고 있다.

로봇 시장 진출을 위해서는 올해 1월 한국로봇융합연구원(KIRO)과 공동 설립한 ‘대동-키로 로보틱스센터’를 주축으로 농업 및 비농업 로봇 개발을 추진 중이다. 대동그룹 차원에서 2021년부터 본격 진행한 스마트 모빌리티 사업은 그룹사인 대동모빌리티를 중심으로 전개하고 있다. 대동모빌리티는 지난해 대구 국가산업단지부지에 연 최대 14만 5000대의 모빌리티 생산이 가능한 미래형 스마트 공장 ‘S-팩토리’를 완공했다.

김준식 대동 회장은 “지난 3년 미래농업 리딩기업이 되기 위한 3대 미래 사업의 ‘틀’을 만들며 매출 1조원을 돌파하는 양적 성장을 이루었다”며 “앞으로의 3년은 ‘틀’ 안에 첨단기업으로써 대동만의 ‘성공 콘텐츠’를 채워 넣는 것”이라고 강조했다.



대구 달성군에 위치한 대동 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

5억불탑

주식회사 에코프로머티리얼즈

●수출품목 : 이차전지 소재 ●수출실적 : \$591,781,922

이차전지 소재 최근 3년 수출증가율이 85%



김병훈 대표

이차전지 소재업체 에코프로머티리얼즈는 최근 3년간 수출증가율이 85%에 달할 정도로 해외에서의 영향력을 확대하고 있다.

충북 청주 오창과학산업단지에 본사를 두고 이차전지 양극재 사업을 펼치던 에코프로 그룹은 2016년 에코프로비엠 출범 후 이차전지 양극재 생산물량이 폭발적으로 증가하면서 전구체를 안정적으로 공급받을 방안을 찾는다. 이 과정에서 중국의 전구체 업체인 거린메이(GEM)와 인연이 닿아 합작회사인 에코프로GEM을 설립했다.

2017년 6월 경북 포항 영일만산업단지에서 총면적 1만 8500㎡ 규모의 공장을 착공한 에코프로GEM은 2018년 3월 공장을 준공하고 월 500t의 생산량을 갖추게 됐다.

이후 매년 공장을 증설하며 성장한 에코프로GEM은 2022년 3월 사명을 에코프로머티리얼즈로 변경했다. GEM이 보유한 지분을 인수하면서 한중 합작법인에서 단독법인으로 새롭게 거듭난 것. 이후 성장을 거듭한 에코프로머티리얼즈는 2023년 10월 현재 원료추출공장인 RMP1~2공장, 전구체 생산공장인 CPM1~2공장 등 총 4개 공장에서 연산 5만t의 전구체를 생산하고 있다.

완전 통합 하이니켈 전구체 생산체계 구축

에코프로머티리얼즈는 세계 최고 수준의 하이니켈 전구체 기술력 및 생산능력을 바탕으로 NC(A), NCM811 및 NCM9½ · ½ 등의 제품을 주력 사업으로 영위한다.

19년 넘는 전구체 연구개발(R&D) 업력과 성과로 증명되는 업계 최고의 기술력, 중국 제외(Non-China) 업체 중 독보적인 하이니켈 전구체 생산능력 및 전구체 국산화의 선도주자라는 강점을 통해 해외에서도 인정받는 전구체 제조사로 성장했다.

원재료 활용(RMP 공정)부터 전구체 생산(CPM 공정)까지 포괄하는 완전통합된 하이니켈 전구체 생산체제를 구축한 것이 시장에서 경쟁적인 지위를 확보했다는 것이 업계의 평가다.

전구체 생산능력 4년 후 21만으로

에코프로머티리얼즈는 국내에서 유일하게 전구체를 대량생산하고 있는 기업으로 생산능력은 연산 5만t에 달한다. 전구체는 이차전지 양극재의 원천이 되는 전 단계 물질로, 양극재 성능을 좌우하는 핵심 소재다. 니켈, 코발트, 망간, 알루미늄 등 광물을 일정한 비율로 섞어 정제한 것으로 이차전지 원가의 20%, 양극재 원가의 70%를 차지할 정도로 중요한 소재이다.

전구체에 리튬을 첨가하면 양극재가 완성되는데 전구체 합성 기술은 양극재의 가격과 품질을 좌우한다. 배터리의 에

너지 밀도, 수명, 안정성 등의 특성을 결정짓고 있다.

이처럼 이차전지 경쟁력 확보에 핵심적인 역할을 하고 있는 전구체는 안타깝게도 현재 국내 이차전지 업계에서 90% 이상을 중국 수입에 의존한다. 에코프로머티리얼즈는 얼마 되지 않는 국산 전구체가 산업 현장에서 활용되는 데 기여하고 있으며 오는 2027년까지 생산능력을 21만t으로 확대하여 국산 전구체 비율을 높이기 위해서 노력할 방침이다.

김병훈 에코프로머티리얼즈 대표는 “에코프로머티리얼즈는 전기차 시대가 본격적으로 도래하기 이전인 2016년부터 기술 고도화를 이뤄내기 위해서 투자를 아끼지 않았고, 이를 바탕으로 국내 유일의 전구체 대량생산 능력을 갖추게 되었다”며 “앞으로도 지속 가능한 미래를 위하여 이차전지 양극재의 핵심인 전구체 연구개발과 생산능력 확대에 총력을 기울이겠다”고 포부를 밝혔다.



경북 포항에 위치한 에코프로머티리얼즈 회사 전경

4억불탑

티와이엠

●수출품목 : 농업용 기계 제조 ●수출실적 : \$423,039,482

자율주행 농기계로 글로벌 시장 도전



김희용 대표



김도훈 대표

티와이엠(TYM)은 제품의 품질과 기술·디자인을 넘어서 서비스로도 세계 무대에서 인정받는 기업이다.

2020년부터 올해까지 4년 연속 북미 ‘딜러스 초이스 어워드(Dealer's Choice Award)’ 1위에 선정되며 브랜드 경쟁력을 입증했다. 존디어·뉴홀랜드 등 글로벌 유수 농기계 브랜드들이 자리 잡고 있는 북미 시장에서 연이연 쾌거다.

자율주행 농기계 시장에 당당히 도전

치열해진 자율주행 농기계 경쟁에서 TYM은 ‘농슬라’라 불릴 만한 성과를 냈다. 지난 5월 업계 최초로 트랙터(T130)와 이앙기(GRO-690)의 자율주행 시스템 국가 검정을 동시에 통과한 것. 직진뿐 아니라 자동 선회 및 작업기 제어가 가능한 자율주행 농기계다. 이미 시범 서비스를 완료하고 2024년 양산 및 출시를 앞두고 있다. 다중 RTK GNSS(실시간이동측위·글로벌 위성항법시스템) 기술을 적용해 정지 오차 2cm, 작업오차 7cm 이내의 정밀 작업이 가능하다.

또 TYM에서 구축한 자체 서버와 RTK 기준국을 활용해 기존 기준국에서 위치 정보를 받지 못해도 자동 신호를 연결해 자율주행 기능을 중단 없이 사용할 수 있

다. TYM의 자율주행 기술은 국내뿐만 아니라, 해외에서도 농업인구의 급격한 감소와 고령화로 인한 일손 부족 등을 해결하는 것은 물론 농가 생산성 향상 및 수익 증대에도 기여할 것으로 전망된다.

트랙터 ‘천하장사’ 모델로 두각

TYM이 두각을 나타낸 것은 트랙터 ‘천하장사’ 출시와 함께다. 내구성이 뛰어나 고장이 적을 뿐만 아니라, 기능과 품질로도 우수한 제품으로 입소문이나면서 크게 성공했다.

이후 농기계 생산에 대한 자신감이 붙은 회사는 1985년 트랙터 TS3820을 아이티공화국에 수출하며 해외로 사업 영역을 넓혔다. 2년 뒤인 1987년에는 미국 대형 농기계 제조업체 존디어와 농기계 부품 장기 수출 계약을 맺으며 북미 시장에 진출했다. 2000년에는 업계 최초로 5천만불 수출의 탑을 수상했다.

다양한 라인업으로 해외 고객 확보

TYM은 북미 지역에서 수요가 늘고 있는 하비 파머(Hobby Farmer)를 위한 중소형 트랙터 제품과 함께 100마력 이상 고마력대의 대형 제품까지 라인업을 확대했다. 북미 시장에서 글로벌 톱3 브랜드가 된다는 목표로 과감한 투자를 펼치고 있다.

유럽에서의 수요 역시 증가하고 있다. 고품질의 제품 개발은 물론, 부품 수급을

포함한 서비스 부문에까지 심혈을 기울여 고객만족도 부문에서도 글로벌 1위 기업이 되기 위해 노력하고 있다고 회사는 전했다.

지속가능한 발전을 추구하는 경영 철학도 TYM의 경쟁력이다. 2021년 업계 최초로 환경·사회·지배구조(ESG) 경영을 선언한 이후 매년 보고서를 발행하며 지속 가능한 경영 과제 및 비전, 실행 계획, 성과 관리 등을 구체화하고 있다. 지난해 10월에는 산업통상자원부 주관 탄소중립선도플랜트 구축 지원사업 대상자로 선정됐다.

회사 측은 “TYM은 제품을 단순히 판매하는 데서 그치지 않고 농기계를 고객에게 인도한 후에도 제품의 수명주기에 따라 10~20년 동안 꾸준히 고객 만족, 서비스, 부품 등을 살핀다”며 “앞으로도 고객만족을 실천하는 제품과 서비스를 제공하는 한편, 국내외 지역사회 및 파트너사와의 상생을 도모해 나가는 기업으로 성장해 나갈 것”이라고 밝혔다.



TYM의 전북 익산 공장 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

3억불탑

에이치라인해운

●수출품목 : 해상 화물운송 ●수출실적 : \$316,161,179

탁월한 운항역량으로 잇달아 대형 추가 계약



서명득 대표

에이치라인해운은 내수를 기반으로 글로벌 시장을 개척한 화물 해상 운송 전문기업이다. 2014년 설립된 에이치라인해운은 포스코, 한국전력공사, 현대글로벌, 한국가스공사와의 장기운송계약을 성공적으로 수행하며 안정적인 운항역량을 강화했다. 이를 기반으로 2017년 세계 최대 원자재 공급업체인 발리(Vale)와의 장기운송계약 체결 성과를 얻어냈다. 이어 글로벌 메이저 기업 Rio-Tinto 등 추가 계약을 체결하며 비즈니스 영역을 해외로 확장하고 있다.

세계 최초 LNG연료 대형 벌크선인 HL ECO, HL GREEN호 도입 후 비톨(Vitol), 페트로나스(Petronas), 엑손모빌 등 글로벌 기업과의 계약을 체결하여 LNG선 신규 수주를 이끌어 냈다. 현대글로벌의 자동차운반선(PCTC) 7척 수주를 통해 친환경 선박 포트폴리오로의 확대를 기반으로 시장 내 경쟁력을 강화하고 있다.

탁월한 운항역량으로 해외 빅 거래처 개척

발리와의 32만5000t급의 초대형 광석운반선을 이용하여 25년간 철광석을 운반하는 2건의 장기운송계약 체결은 에이치라인해운을 글로벌 기업으로 도약시켰다. 이전 수출실적은 노후선박의 매각, 해외 선박기자재 납품, 국적 선박의 기국 변경 등 일회성으로 발생하는 실적에 그쳤다. 그랬던 것이 발리와의 계약을 통해 이후 13척을 추가로 장기운송계약에 투입하는 수출실적을 기록하며 해외 시장

에서 탁월한 운항역량을 인정받았다. 2019년에는 세계 최대의 에너지 전문 트레이딩 업체인 비톨이 발주한 LNG선 2척을 수주하며 설립 이후 최초로 LNG선 추가 계약 체결을 이끌어냈다. 2021년 비톨에서 추가로 발주한 LNG선을 낙찰받아 벌크사업 외 LNG선 운항에도 고유의 역량을 세계적으로 인정받는 계기를 마련하게 되었다.

미래 성장 모멘텀 발굴에 매진

에이치라인해운의 경쟁력으로는 기존 주력사업에 안주하지 않고, 미래 성장 모멘텀을 확보하기 위해 새로운 기회와 화주의 요구를 끊임없이 발굴한 점을 꼽는다. 이는 빠르게 변화하는 산업 환경 속에서도 회사 차원의 과감한 변화와 적시 투자로 이어졌다. 이를 통해 친환경 선대로의 포트폴리오 확장, 안정적 재무상태 및 투자여력 충족 등의 강점을 보유할 수 있었다. 이러한 경쟁력은 화주에게 맞춤형 운송 솔루션과 안정적인 운항 서비스를 제공할 수 있는 기반이 되었다. 그 결과 기존 계약의 연장 및 신규 계약 체결이라는 비즈니스 선순환 모델을 보유했다.

ESG 선도하는 ‘글로벌 에너지 운송사’

해운업계는 지속가능성과 환경 규제에 대한 요구가 증가하고 있다. ESG 경영요구의 증대로 고려해야 될 사항들이 끊임없이 진화되고 있고, 탄소 중립 이행을 위한 책임 있는

비즈니스 실천은 곧 새로운 도전과 다양한 기회를 창출하고 있다. 이를 효과적으로 대비하기 위해 회사는 선대 포트폴리오 다변화 기조로 맞춤형 운송 솔루션, 안정적인 운항 서비스 제공을 통한 산업의 본질적 경쟁력을 향상시키는 것에 집중하고 있다.

현재 신규 수주로 건조 중인 선박은 현대글로벌비스 7척, 카타르에너지 5척, 엑손모빌 4척 등 총 24척이다. 선박이 인도되어 실적이 발생하는 2025년부터는 수출 규모가 크게 증가할 것으로 에이치라인해운 측은 예상했다. 서명득 에이치라인해운 대표는 “앞으로도 축적된 친환경 선박 운영 역량과 효율적 운영 구조를 바탕으로 에너지 및 원자재의 안정적 운송을 통해 국가 경제 발전 및 해운업 활성화에 기여하겠다”며 “국내 최대 전용선 전문선사에 그치지 않고, ESG·친환경 정책을 선도하는 글로벌 에너지 운송기업으로 성장하겠다”고 포부를 밝혔다.



에이치라인해운의 국내 최초 액화천연가스(LNG) 추진선 ‘HL ECO호’

3억불탑

태광후지킨

●수출품목 : 탭, 밸브 유사장치 제조 ●수출실적 : \$303,813,031

내수 발판으로 미국 1·2위 반도체장비 업체에 공급



김영호 대표

태광후지킨은 국내 최초로 반도체 및 평판디스플레이(FPD) 제조라인에 활용되는 초정정 피팅(Fitting)의 국산화 개발에 성공한 기업이다. 이후 밸브, 레귤레이터(Regulator), 가스필터(Gas Filter), 가스패널(Gas Panel), 집적형 가스 공급 장치(IGS)와 가스박스(Gas Box) 제조까지 그동안 전량 외국에서 수입하던 제품들을 국산화 개발에 성공했다.

회사는 그동안 사업 영역을 지속적으로 개척했다. 고집적화되고 까다로운 공정이 요구되는 반도체 및 FPD 산업 분야 이외에도 원자력, 수화력 발전, 육해상 플랜트, 태양열 발전, CNG, 연료전지, 바이오, 제약, 식품 및 우주항공 산업 분야 등에 소요되는 각종 제품을 개발 중이다.

특히, 수소 관련 사업 분야로의 진출을 위한 과감한 연구개발 및 투자로 최근 국내 자동차회사로부터 수소자동차에 적용되는 리셉터클, 레귤레이터, 매니폴드 총 3종 제품에 대해 수주를 획득했다. 이를 통해 반도체, 일반산업, 수소산업으로 사업군을 확장하여 성장하고 있다. 이와 같은 시장 개척은 실적으로도 이어졌다.

미국 1·2위 기업을 고객으로 확보

태광후지킨은 삼성전자, SK하이닉스, LG디스플레이 등 국내 기업뿐 아니라 미국의 반도체 장비 1·2위 업체인 AMAT, LAM를 고객으로 확보해 수출도 큰 폭 늘었다. 국내 최초로 반도체 라인용 Fitting을 국산화 후 밸브,

필터, PT 센서, MFC 등 반도체 라인용 전량 단품제품을 보유하고 있다.

단품제품을 통합한 통합가스시스템(Integrated Gas System) 가스박스제품까지 순차적으로 개발했다. 이는 고객사 입장에서 다양한 공급사를 통해 제품들을 구입하는 것이 아닌 태광후지킨으로부터 토탈솔루션으로 공급이 가능한 장점이 있다. 또한, 10클래스(class)부터 100클래스까지 총 7개의 클린룸을 보유하고 있다. 이는 경남권 최대 규모의 시설을 보유한 것이다.

내수 개척이 글로벌 확대에 기여

태광후지킨은 삼성전자, SK하이닉스, LG전자뿐만 아니라 국내 반도체 장비 회사를 고객으로 확보함으로써 글로벌 인지도를 높일 수 있었다고 소개했다. 우리나라가 반도체 강국이라는 점을 수출 확대에 적극 활용한 셈이다. 이는 해외 고객사들로부터의 브랜드 인지도 및 신뢰를 높일 수 있는 계기가 됐다.

여기에 우수 인재의 확보 및 제한된 자원을 집중하기 위한 신제품 기획 그리고 해외 고객사의 요구에 맞추기 위한 노력으로 해외로 뻗어나갈 수 있었다고 소개했다.

김영호 태광후지킨 대표는 “기업이 존재하는 이유는 여러 가지가 있겠지만 무엇보다도 우수한 인재의 채용으로 지역 사회에 공헌하고, 나아가서는 국가 경제



반도체 Fab에 적용되는 태광후지킨의 통합가스시스템

에 도움을 주어야 한다고 생각한다”고 말했다.

김 대표는 이어 “5천불 수출탑을 시작으로 현재는 3억불 수출탑에 도전하는 기업이 됐다”며 “반도체 경기 침체로 인해 많은 업체들이 어려움을 겪고 있지만 이 어려움을 견뎌내고 이겨낸다면 좋은 시기가 도래할 것으로 믿는다”고 밝혔다.



부산 화전동 태광후지킨 사옥 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

3억불탑

휴스틸

●수출품목 : 강관 제조 ●수출실적 : \$335,651,421

북미 시장 잡고 ‘글로벌 종합강관사’ 도약



박훈 대표

휴스틸(옛 한국강관)은 56년간 강관 제조 외길을 걸어온 강관 전문 제조업체다. 1994년 대불공장, 2005년 당진공장 준공에 이어 2015년 대구공장 인수로 국내 최고의 강관 메이커로서 입지를 다졌다. 이후 미국과 캐나다의 현지 법인을 통해 수출을 꾸준히 증대시켜 2022년에는 매출 1조원을 달성하였고, 이러한 실적을 바탕으로 올해 3억불 수출탑을 수상하게 됐다.

휴스틸은 현재 글로벌 종합강관사로의 도약을 위해 약 3000여 억 원의 자금이 소요되는 창사 이래 최대 투자를 진행하고 있다. 전라북도 군산에는 SAW 대구경 강관을 생산할 수 있는 공장을 건립 중이며, 미국에는 에너지용 강관 생산을 위한 공장 건립에 한창이다.

이번 투자가 완료되는 2025년에 휴스틸은 기존의 104만 명의 생산능력에 약 24만 명이 추가돼 연간생산능력 128만t 규모를 보유한 글로벌 종합강관사로 거듭난다.

90% 이상 북미 수출

휴스틸의 주요 수출국은 미국과 캐나다이다. 2022년 하반기와 2023년 상반기 기준 두 나라에 대한 수출 비중은 각각 71%와 23%다. 현지 해외법인을 통해 적극적인 수주 활동을 진행하고 이를 통해 꾸준히 수출량을 늘린 결과다. 특히 고품질, ‘하이 그레이드(High Grade)’ 제품을 통해 품질 기준이 까다로운 캐나다 시장을 적극 공략해, 캐나다 시장이 제2의 수출국이 되는 성과를 이뤄냈다.

휴스틸은 수출지역 다변화에도 열을 올리고 있다. 말레이시아·이집트·호주 등 다양한 해외 프로젝트 참여를 통해 신시장 개척에 한창이다. 높은 수준의 품질기준을 요구하는 고부가가치의 해외 프로젝트에 참여하고 이를 성공적으로 수행해내면서, 글로벌 시장에서 휴스틸의 명성을 착실하게 쌓아가고 있다.

수출 확대를 위한 좋은 성과도 얻었다. 베트남에서 동남아항 해양플랜트용 강관 수출의 성과다. 해양플랜트의 경우 바다 깊숙이 묻혀 있는 자원을 생산하기 때문에 기존 육지에서 사용하는 파이프보다 품질 조건이 매우 까다롭다. 휴스틸은 2018년 동남아 지역의 해양플랜트 프로젝트에 참여해, 고객의 요구사항을 완벽하게 충족시킬 수 있는 생산기술을 확보하였고 납품을 성공적으로 완료했다. 이를 계기로 동남아 지역에 해양플랜트용 강관 수출을 확대해 가고 있다.

고품질 제품이 해외 호평 비결

휴스틸 주력 제품은 높은 그레이드(Grade)의 송유관과 유정관이다. 에너지용 강관 품질의 핵심은 용접 결함 발생의 억제와 충격인성을 확보하는 것이다. 용접부 개재물 제어, 용접부 성능 향상을 위한 소재의 화학성분 조성, 최적용접을 위한 옛 지형상 제어 등의 작업절차를 제정

하였다. 수차례의 시험생산을 통해 사이즈별, 그레이드(Grade)별 용접 최적 조건을 도출했다. 그 결과 에너지용 강관의 품질 향상을 이뤄냈고, 현재는 그 기술을 인정받으며 회사의 대표 수출품목이 됐다.

박훈 휴스틸 대표는 “고객과 함께하는 ‘글로벌 종합강관사’라는 비전을 바탕으로 주요 수출 시장인 북미 에너지용 강관 시장의 판매를 강화하면서 수출지역 및 제품 포트폴리오 다양화를 통한 수출 안정화에 박차를 가할 것”이라며 “56년 역사를 지닌 휴스틸이지만, 새로운 도약을 준비하고 있다. 지금 진행되는 군산과 미국의 성공적인 투자를 통해 글로벌 종합강관사로 도약해 한국 철강산업과 강관 산업 발전을 위해 나아가서는 우리나라의 무역 발전에 이바지하도록 하겠다”고 밝혔다.



충남 당진 소재 휴스틸 ERW 생산 공장

2억불탑

엠펙플러스

●수출품목 : 전기자동차용 이차전지 제조 ●수출실적 : \$207,786,528

기술력으로 글로벌 이차전지 조립장비 시장 ‘두각’



김중성 대표

‘아시아를 넘어 북미·유럽으로’ 리튬이온배터리전지의 국산화를 주도해온 인력들이 주축이 돼 2003년 출범한 엠펙플러스는 우수한 기술력을 바탕으로 이차전지 자동화 조립장비를 유수의 글로벌 고객사에 공급한다. 최근 3년 사이 수출액이 3배가량 증가하며 올해 2억 달러를 넘어섰다.

우리나라 첫 파우치형 이차전지 조립장비 수출

회사의 가장 큰 수출 성과는 전기자동차용 리튬이온 이차전지의 시작이었던 GM볼트 전기차의 파우치형 조립 공정 자동화 장비 개발을 꼽을 수 있다. 대면적 전지 제작 사양에 대한 표준화가 불명확한 초기에 고객사와의 미래를 내다본 협력으로 설계 구조 및 사양을 정립했다.

이를 통해 파우치형 조립장비 개발에 성공해 장비를 수출할 수 있었다. 우리나라의 파우치형 이차전지 조립장비의 첫 수출 성과였다. 이후 SK이노베이션에 장비 납품에 성공하며, 최우수협력업체로 선정돼 본격적으로 파트너사로 입지를 다지게 됐다.

기술력이 곧 글로벌 경쟁력

엠펙플러스는 변해가는 시장 상황과 다양한 고객의 요구를 만족시키기 위하여 기술연구소를 중심으로 연구개발(R&D) 인프라 구축에 힘썼다. 다수의 석박사급 연구 인력과 프로젝트 전문인력, 산학연 연계를 통하여 배터리

제조에 사용되는 레이저 커팅기술, 초음파 용접기술, 펄스 브레인 커팅기술, 파우치 실링기술, 고속 이송기술 등과 같은 핵심기술을 고도화하여 세계 최고의 파우치전지 조립라인용 설비를 개발했다.

또한 차별화된 경쟁력 확보를 위해 배터리 설비를 직접 설계하고 디자인 및 생산한다. 장비제작 시 현장에서 어떤 문제가 있는지, 배터리 자체에 문제가 있는지 등의 현장에서의 생생한 경험을 축적해 반영하고 있기 때문에 높은 신뢰성의 제품으로 고객을 만족시키고 있다.

이차전지 조립공정은 우리가 최고

회사의 주력분야는 ‘파우치형 이차전지 조립공정’과 ‘각형 이차전지 조립공정’. 배터리 셀의 제조공정은 전극공정→조립공정→활성공정→기타공정으로 이루어지는데, 그중 두 번째 조립공정내의 노칭(Notching)→스태킹(Stacking)→랩 웰딩(Tab Welding)→패키징(Packaging)→디게싱(Degassing) 공정의 장비 일체에 대한 기술을 보유하고 있다.

또한, 대형 각형 전지에 대해서도 단자가 한쪽 방향으로만 나와 있는 탭터미널 뿐만 아니라, 양쪽으로 단자가 형성되는 사이드 터미널 타입 각형 전지에 대해서도 전체 조립공정 장비에 대한 기술력을

확보했다. 이를 통해 파우치형 및 각형의 모든 조립 장비를 한꺼번에 공급할 수 있는 턴키제작 역량을 보유해, 세계 최고 수준의 장비 품질과 기술력을 자랑한다.

앞으로도 기술력으로 승부한다. 엠펙플러스는 초광폭전지 장비의 개발 및 경쟁력을 확보하여 시장 선도 및 국산화를 확대·유지에 기여하고, 이를 통해 수출 증가와 고용 증대에 힘쓸 계획이다. 또한 차세대 전지인 전고체 장비개발에도 적극 대응하고 있으며, 파우치형 이차전지 장비의 다년간의 실적과 경험을 기반으로 각형 이차전지 조립장비의 사업을 강화해 나간다.

엠펙플러스 관계자는 “현재 회사 매출의 90% 이상이 수출이다. 매년 20% 이상씩 성장하여 2030년 수출 1조 원, 기업가치 1조 원 이상을 목표로 한다”며 “배터리 관련 장비의 효율성 향상 및 신공법 개발, 신재생에너지 관련 분야 등으로 사업 영역을 확대해 나갈 것”이라고 밝혔다.



충북 청주 엠펙플러스 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

2억불탑

한전원자력연료

●수출품목 : 원전연료 가공 ●수출실적 : \$266,505,547

원자력연료 40년 축적 기술로 해외시장 개척



최익수 대표

한전원자력연료는 아랍에미리트(UAE) 바라카 원전에 연료를 공급하며 글로벌 인지도를 높인 원자력연료 설계·제조·서비스 기업이다. 1982년 원자력연료의 국산화와 기술 자립을 위해 설립된 후 40여 년간 원자력연료 제조 및 설계 기술을 국산화했다.

현재는 국내에서 가장 중인 25기의 원자력발전소에 고 품질의 연료를 전량 공급한다. 국내에서 축적한 기술력을 바탕으로 해외에도 진출, 원자력연료 핵심부품과 서비스 장비 등을 지속적으로 수출한다.

한전원자력연료는 고성능 연료 개발을 위한 연구개발(R&D)을 지속적으로 수행하고, 자체적으로 소유권을 확보한 원자력연료(HIPER) 개발을 완료하여 인허가 절차를 밟고 있다. 한전원자력연료의 원자력연료 설계·제조 역량은 세계 최고 수준으로 원전 운영국가 중 가장 높은 수준의 원전이용률 달성에 기여하고 있다.

차세대 원자력연료 기술 개발

한전원자력연료는 급변하는 시장 트렌드에 빠르게 대처하기 위해 많은 노력을 쏟았다. 특히 안전기준을 강화한 기술 개발에 적극 대처하고 있다. 안전한 원전 운영에 필요한 원자력연료 개발을 위해 사고저항성연료(ATF), 소형모듈원자로(SMR) 연구를 지속하고 있다.

사고저항성연료는 기존 핵연료에 비해 원전의 비상 노심냉각 기능이 상실된 상태에서도 사고 대처 시간을

현저하게 개선시킨다. 또한, 수소 발생량을 크게 억제하여 원전의 안전성을 향상시킬 수 있는 핵연료이다. 현재 한전원자력연료는 사고저항성연료에 대해 소재개발을 완료했으며, 노내 성능시험 및 실증시험 단계에 진입하고 있다.

UAE 이어 체코·폴란드 등 시장 개척 박차

UAE 바라카 원전에 대한 철저한 사업관리로 아랍에미리트 원자력발전사(ENEC)와 파트너십을 강화하여 후속주기에 대한 연료공급도 이어가기 위해 노력하고 있다. 또한 체코·폴란드 등 신규원전사업에 팀코리아로 참여하여 대형·중형 신규원전사업에 포트폴리오 다각화 등을 통해 수주 가능성을 높이고 있다.

사우디아라비아·남아프리카공화국 등 신규 원전사업 공동 개발을 위해 노심 및 연료분야를 담당하며 팀코리아 유관기관과 협력하고 있다. 향후 해외 신규원전사업 수주를 통해 연료 공급처를 확대하고 부품·서비스 장비 수출 확대로 매출 증대가 가능할 것으로 회사는 전망했다.

한전원자력연료는 원자력연료 분야에서 그동안 축적한 기술을 바탕으로 사업영역을 확장해나가고 있다. 그 하나로 다양한 방폐물 처리 기술 및 운영

경험을 바탕으로 방폐물 위탁처리 및 방폐물 처리설비 공급을 위한 사업화다. 또한, 원전과 민간업체 등에서 발생 및 보유하고 있는 방폐물을 최소화하고 안전하게 처리하기 위해 한전원자력연료는 열분해감용·금속용융·감압증발·고강도집속초음파 등 우수한 처리설비 공급과 함께 연계 용역을 추진하고 있다.

한전원자력연료는 지난해 11월 창립 40주년을 맞이하여 새로운 비전 2035 ‘미래를 위한 원자력, 뉴 글로벌 스탠다드 한전원자력연료’를 세웠다. 2035년까지의 경영목표로 ▷매출액 6000억 원 달성(해외 매출 비중 30%) ▷K-Taxonomy 선도 원전연료 기술개발 ▷지속가능경영 실현을 설정해 추진하고 있다.

최익수 한전원자력연료 사장은 “앞으로도 환경과 안전을 최우선으로 고려하면서 원자력연료의 안정적 생산·공급에 최선을 다하겠다”며 “지속가능 성장을 통해 국가 경제에 이바지하며, 사회적 책임을 다하는 기업으로 발전해 나가겠다”고 강조했다.



대전 유성구 한전원자력연료 사옥 전경

1억불탑

엑셀리스코리아

●수출품목 : 이온주입기 ●수출실적 : \$170,626,370

수출 비중 94%... 국내보다 해외에서 유명



박영근 대표

엑셀리스코리아는 수출 비중이 매출의 94%에 달할 정도로 국내보다 해외에서 왕성한 활동을 펼치는 기업이다. 현재 고전압 이온주입기 및 Purion 파워 시리즈(SiC)를 일본, 중국, 대만, 싱가포르로 수출하고 있다. 세계 시장의 약 50%를 한국에 위치한 ‘엑셀리스 아시아공장(AAOC)’

에서 생산해 공급한다. 주요 수출 품목은 이온주입기이며 이를 전 세계의 다양한 고객에게 수출하고 있다. 또한 매년 국내의 반도체 재료 및 장비 업체들이 참여하는 세미콘 코리아 전시회를 통해 반도체 기술과 구매 상담회를 진행하고, 글로벌 동향과 반도체 장비업체의 시장 트렌드를 분석한다.

주요 제품은 ‘High Energy’, ‘High Current’, ‘Medium Current’가 있다. 최대 에너지와 이온 주입량에 따라 다양한 응용 분야에 최적화된 이온주입기를 선택할 수 있다. 고전압 이온주입기 ‘High Energy’는 AAOC에서 생산하는 주력 제품으로 ‘Purion XE’가 대표적이다. 엑셀리스만의 RF 선형가속기(Linear Accelerator, LINAC) 기술은 우수한 금속 오염 제어 기술을 통해 경쟁 플랫폼보다 높은 신뢰성, 넓은 에너지 범위 및 더 큰 생산성을 제공한다.

‘High Current’는 고전류 이온주입기로 최소한의 비용으로 더 높은 수율을 얻을 수 있는 또 다른 제품군이다. 일반적인 에너지 및 주입량의 응용 분야에서 활용되는 ‘Purion H’와 최고의 순도(Purity), 정밀도(Precision) 및

생산성(Productivity)을 보장하는 고성능 플랫폼 ‘Purion Dragon’이 있다. 마지막으로, ‘Medium Current’는 중전류 이온주입기로 가장 넓은 범위의 에너지와 이온 주입량을 선택할 수 있는 ‘Purion M’이 있으며, 최근 진화하는 이온 주입 요건을 충족할 수 있는 탁월한 유연성을 제공한다. 경쟁사의 이온주입기 성능을 능가하는 고에너지 공정 능력을 갖춰, 공정 변화가 많거나 다양한 이온 주입 공정이 필요한 팹에 이상적인 설비이다.

국내 기업과 중장기적인 동반 성장 추구

AAOC는 글로벌 사업 확대를 위해 2021년부터 국내 소싱 및 품질 팀의 인원과 역량을 강화하여 단기간에 눈에 띄는 성과를 이뤄내고 있다. 국내 업체를 통해 구매할 금액은 2021년 약 20억 원에서 2023년 상반기에만 약 190억 원으로 대폭 늘었다. 2023년 전체로는 그 규모가 약 400억 원에 달할 것으로 예상된다. 또한, 현재 국내 23개사가 글로벌 공급망에 편입되어, 우리나라 및 미국에서 제조되는 장비에 공급되고 있다. 이 규모는 앞으로 매년 큰 폭으로 증가할 것으로 전망된다.

엑셀리스코리아는 국내 업체들과의 동반 성장에도 적극 나선다. 글로벌 수준의 품질관리 시스템에 기반을 둔 각종 스펙과 시스템을 국내에서 육성하여 20여 개의 국내 업체들의 인력 충원, 기술력 향상, 글로벌 수준의 품질 확보 및 가동률 향상의 기

틀을 마련했다. 회사 측은 이런 노력이 “중장기적인 국산화의 핵심 경쟁력과 수출 기반을 마련했다”고 평가했다.

글로벌 시장에서의 경쟁력 강화

엑셀리스코리아는 기술 혁신과 고품질 제품으로 글로벌 반도체 제조 시장에서 선도적인 역할을 하고 있다. 글로벌 시장에서의 성장을 목표로 연구개발 및 생산을 한층 업그레이드하기 위해 국내에 R&D 센터와 트레이닝 센터 건립에 대한 추가적인 논의가 지속되고 있다. 회사 측은 “우리의 비전은 협력과 혁신을 통해 새로운 기회를 창출하고 글로벌 시장에서 우리의 지위를 강화하는 것”이라고 밝혔다.

엑셀리스코리아는 미국 ‘엑셀리스 테크놀로지’의 한국 투자법인이다. 엑셀리스 테크놀로지는 1978년에 설립된 미국 나스닥 상장사로 이온주입기를 전 세계로 공급하는 반도체 장비제조 기업이다.



경기도 평택에 위치한 ‘엑셀리스 아시아공장(AAOC)’ 전경

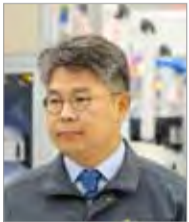
‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

1억불탑

우원기술

●수출품목 : 이차전지 및 자동화 장비 ●수출실적 : \$188,874,455

분리막을 Z형태로... 신기술로 글로벌 경쟁사 따돌려



김태완 대표

우원기술은 2015년 창립 후 이차전지 및 자동화 장비 분야를 선도하는 기업이다. 2016년 주력 제품인 'Z-스태킹(Stacking)' 장비 개발을 시작으로 주요 고객사인 SK온과의 협력관계를 통해 고속성장을 이어왔다. 2022년에는 최대 수주실적 2350억 원, 최대 매출실적 1671억 원, 최대 영업이익 307억 원을 달성했다. 최근 5년간 연평균 매출액 성장률이 104.8%에 달할 정도로 높은 성장성을 기록 중이다.

노칭(Notching) 장비 개발을 통해 지속가능한 성장을 위한 제품 포트폴리오 다각화에도 성공했다. 또한, 이차전지 정밀부품·금형 사업의 수직 계열화를 통해 핵심역량을 강화함으로써 경쟁사와 차별화된 가치를 제공하고 있다. 이차전지 배터리 팩 사업과 반도체 장비 사업에 진출하여 사업 다각화를 통해 안정적인 사업 포트폴리오를 구축했다.

중국 추격을 따돌리는 기술력

우원기술의 주력 제품인 Z-스태킹 장비는 스태킹 공정을 수행하는 장비로 분리막을 알파벳 'Z' 형태로 접어 화재 위험을 줄였다. 독자적인 톨팅 기술을 적용, 고속화를 구현하여 분리막 1장에 양극재·음극재를 붙이는 시간을 장당 1.2초에서 0.35초까지 단축했다. 이를 통해 생산성을 3배 이상 향상시켰다.

세계 최고 수준의 스태킹 장비 양산을 통해 이차전지 최

대 경쟁 국가인 중국 대비 기술 경쟁력을 확보하였다. 세계에서 가장 빠른 속도를 자랑하는 Z-스태킹 장비의 경쟁력과 기술력을 인정받아 2021년에는 산업통상자원부의 '세계일류상품'으로 선정되었다. 우원기술은 이 기술과 관련된 40여개에 달하는 특허를 등록 또는 출원 중이다.

사후 관리에도 충실해 고객 신뢰 얻어

우원기술이 인정받을 수 있는 데에는 고객사의 글로벌 생산거점에 동반 진출과 함께 완벽한 제품 경쟁력을 통한 신뢰 확보를 꼽을 수 있다. 이런 노력은 수출물량 확대로 이어졌다. 특히 설치 후 관리에 대해 철저했던 것이 좋은 평가를 받는다.

장비의 경우 기술력뿐만 아니라 제작 이후 설치 및 셋업(Set-up) 그리고 대응력이 핵심 차별화 요소다. 우원기술은 전장·PLC제어·비전팀의 운영을 통해, 고객의 요청에 적극 대응하고 있다. 고객이 원하는 완벽한 서비스를 제공하기 위해 해당지역에 해외법인을 설립해 완벽한 CS 대응체계를 구축했다. 이러한 노력은 해외에서도 우원기술의 기술력과 대응력을 인정받는 계기가 되었다.

각형·ESS 배터리 장비 등으로 시장 확대 계획

우원기술은 올해 최대 수주실적을 경신하며, 제3의 도약에 나서고

있다. 기존 시장인 파우치형 배터리 제조장비에서 각형·ESS 배터리 제조장비로 시장 진출을 준비하고 있다. 국내 기업이 주력하는 NCM 배터리, 중국이 주도권을 쥐고 있는 LFP 배터리, '꿈의 배터리'로 불리는 전고체 배터리에도 우원기술의 장비는 대응이 가능하다는 확실한 장점을 갖고 있다.

안종식 우원기술 전지사업본부장은 "시장 상황이 급변하더라도 유연한 대응을 통해 지속적인 성장을 이룰 수 있는 구조를 만들었다"며 "장비 매출 이후 지속적으로 발생하는 애프터마켓(After Market) 연계를 통한 성장 전략을 수립하고 있는 만큼 향후 장비 외의 배터리 팩 사업도 미래 성장의 한 축을 담당할 것으로 예상한다"고 전망했다.

안 본부장은 이어 "우리의 슬로건인 '변화와 혁신! 끝없는 도전!' 그리고 '빠른 실행력과 차별화된 기술로 남다른 가치를 제공한다'는 미션 아래 국내 이차전지 산업의 글로벌 경쟁력 제고에 기여하고 있다"며 "이번 무역의날 포상을 통해 그동안의 노력과 성과를 인정받을 수 있게 되어 큰 영광으로 생각한다"고 밝혔다.



경기도 평택에 위치한 우원기술 본사 겸 제1공장

1억불탑

인팩이피엠

●수출품목 : 자동차 부품 ●수출실적 : \$151,739,753

굴지의 전기차 배터리 부품 시장 연이어 개척



최정돈 대표

인팩이피엠은 전기차와 하이브리드 차량에 들어가는 고부가가치 부품을 생산한다. 자동차용 동력전달 장치 제조사인 인팩의 계열사로, '성신케벌'이라는 사명으로 1996년 설립됐다.

주요 생산품으로는 BMA(배터리 모듈 어셈블리)와 BSA(배터리 시스템 어셈블리)가 있다. 고전압 전기 공급과 전기에너지를 저장하는 부품 케이스인 BMA는 아이오닉5·코나 등 전기차에 장착되는 핵심 부품이다. 플러그인 하이브리드의 구동모터인 BSA는 쏘렌토·투싼 등 전기차에도 사용된다.

회사는 BMA를 전략 품목으로 선정하고 영업 다각화를 펼친 결과, 매출액은 2020년 815억 원에서 2022년에는 2547억 원으로 3배가량 늘었다. 수출액도 2020년 5000만 달러에서 2022년 1만5200만 달러로 3배 이상 증가했다. 유럽 전기차 시장 확대에 맞춰 폴란드 공장을 설립하면서 수출이 큰 폭 늘었다. 종업원 수는 2021년 192명에서 올 6월 기준 256명으로 33%가량 증가했다.

선제적 인증 획득으로 기술력 인정

인팩이피엠은 2020년 연구소를 세우고 높은 기술력을 보유한 고객사와 기술 협업을 통한 친환경 자동차 부품 기술개발을 진행했다. 이는 글로벌 인증으로 확인받았다. 글로벌 수출 기업으로 도약하기 위한 결정이었다. 2000년 ISO 9002 인증을 획득한 이후 QS 9000, ISO 14001, TS 16949, GM QSB, IATF 16949 등의 인증을

받았다. 2015년에는 SQ 인증 A 등급을 획득함으로써 뛰어난 품질 우수성을 인정받았다.

인팩이피엠의 품질정책은 회사의 성장과 발전의 토대를 이루며 대내외에서 높은 평가를 이끌어냈다. 품질정책 중 핵심 부문은 신차개발 단계 품질과 협력사 품질시스템의 지속적인 개선 등이 포함된다. 실천 중심의 품질정책은 신차 개발 프로세스 강화, 품질책임제 관리 강화, 초도품 관리 강화 등으로 이어졌다.

특히 품질관리 시스템이 정착되면서, 업무의 효율성 제고와 제조분야 프로세스가 재정립되는 효과를 발휘했다. 품질 정책을 바탕으로 신차 개발단계의 안정화와 임직원 품질교육 실시 등으로 회사는 최고의 품질을 관리한다고 소개했다.

글로벌 전기차 BMA 프로젝트 지속 발굴

최근 SK온·LG에너지솔루션·도요타 등 굴지의 기업 플랫폼 아이템의 수주에 성공하면서, 글로벌 전기차 BMA 아이템 수주를 위해 노력하고 있다. 이들 프로젝트 모두 2025년 상반기 양산 예정으로, 앞으로 지속적인 수출 증가를 회사는 예상했다.

최정돈 인팩이피엠 대표는 "끊임없는 연구개발로 미래형 자동차 부품을 개발하고, 무한정밀의 기술을 통한 품질 경쟁력을 확보해 21세기 종합자동차 부품기업으로의 도약을 목표로 하고 있다"며 "인팩이피엠은 통합경영체제 기반으로 글로벌 네트워크를 구축하여 수출에 기여했으며 이번 1억불 수출탑 수상은 글로벌 기업으로 입지를 탄탄히 다지기 위한 끊임없는 노력에 대한 결실로 생각한다. 앞으로도 끊임없는 연구개발로 인팩이피엠의 BMA·BSA 수출 경쟁력을 높여겠다"고 밝혔다.

인팩이피엠은 기업의 사회적 책임에도 적극 나서고 있다. 매년 급여 1% 나눔 운동 및 지역 내 학교와의 업무협약을 체결하고 장학금을 지급하고 있다. 충북 제천에 신규공장 설립을 통해 제천 경제 및 지역사회 발전에 기여하고 있다.



인팩이피엠의 충청북도 제천 공장 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

1억불탑

텔레칩스

●수출품목 : 반도체 제조 ●수출실적 : \$101,182,739

차량용 반도체, 아시아 넘어 북미·유럽으로 확대



이정규 대표

1999년 10월 설립된 텔레칩스는 우리나라 대표 수출 품목인 반도체의 설계 및 제조 전문기업이다. Caller ID칩·MP3칩에 머무르지 않고 차량용 시스템 반도체 분야에 진출 후 미국·중국·일본·독일 등 해외시장을 적극 개척하고 있다.

특히 전량 수입하던 차량용 시스템반도체 분야에서는 정확한 시장 분석 및 기술 개발을 통해 국산화에 성공, 공급망 안정화 및 수출증대로 국가 산업경쟁력 제고에 기여했다.

덕분에 회사의 수출은 2020년 3600만 달러에서 2021년 7800만 달러 그리고 2022년에는 8400만 달러로 큰 폭 늘었다.

올해 주요 수출 품목은 디지털 미디어 프로세서(98%), 모바일수신칩(1%), 기타(1%)로 구성되어 있다. 주요 제품인 디지털 미디어 프로세서 수출을 통해 차량용 인포테인먼트 시스템반도체, 헤드업 디스플레이, 디지털 클러스터, 차량용 MCU까지 진출하고 있다.

그리고 세계 차량용 반도체 시장의 흐름과 고객의 니즈를 파악하고자 세계 주요전시회에 참가하여 시장의 트렌드를 분석하고 피드백을 반영하여 제품의 품질을 향상시키고 있다.

회사 측은 “바이어와의 활발한 소통을 통해 추가적인 매출에 기여해, 올해에도 20% 이상의 매출 성장을 기대한다”고 밝혔다.

차량용 반도체 분야에 진출 후에는 현대기아차 카인포

테인먼트의 80% 이상을 점유하며 수입 대체를 거둔 것은 물론 지난해 5800만 달러의 간접수출 성과를 거뒀다.

이러한 지속적인 국산화 기술개발로 수입대체 및 수출 효과를 얻고 있으며, 해외에 대한 지속적인 마케팅 영업으로 GM·폭스바겐·르노·닛산·혼다 등 글로벌 완성차 제조사에 제품 공급으로 중국과 일본 중심에서 유럽과 북미로 해외 시장을 다변화 중이다.

차량용 오디오 ‘메이드인코리아’ 시대 열어

2000년대 중반만 해도 자동차 오디오에는 프리스케일(Freescale)·르네사스(Renesas)·NEC·NXP 등 외국산 칩이 주종이었다.

텔레칩스는 고객 맞춤형 칩 개발 및 원감절감 노력으로 2007년 4월 현대자동차에서 양산하는 ‘i30모델’을 시작으로 현대차그룹에 자동차용 오디오 프로세스 및 모바일 방송 수신칩을 공급해 국산화의 기틀을 닦는 성과를 이루었다.

또한 JVC, 파이오니아(Pioneer) 등 외국 카오디오업체의 외산칩 브랜드와의 경쟁에서도 당당히 실력을 인정받아, 기존 제품을 대체하는 성과를 거뒀다. 이러한 지속적인 국산화 기술개발로 유수의 글로벌

별 완성차 제조사에 제품 공급을 통한 글로벌 시장점유율을 늘리고 있다.

시장 개척 비결은 ‘선제적 예측’

텔레칩스는 글로벌 시장 확대를 위해 국내외 고객사들의 기술지원에 이어서 미래 수요를 선제적으로 예측하기 위한 역량을 강화하는 데 힘을 쏟는다. 이를 위해 미래성장기술 확보를 위한 글로벌 기업과의 기술 교류를 확대하고, 주요 고객사가 위치해 있는 일본·중국·싱가포르·독일·프랑스에서 ‘온타임 지원(on-time support)’을 위하여 거점을 운영하고 있다.

김성재 텔레칩스 Business Unit 사업부장은 “대한민국을 대표하는 차량용 반도체 기업을 넘어 자율주행차 등 미래 모빌리티 시장을 주도하는 글로벌 수준의 종합 차량용 반도체 회사로 발돋움하고 있다”고 밝혔다.



텔레칩스의 경기도 판교 사옥 전경

7천만불탑

네오셈

●수출품목 : 반도체 검사장비 ●수출실적 : \$96,774,773

글로벌 SSD 검사장비 시장서 독보적 1위



염동현 대표

네오셈은 반도체 이용 정보저장 장치인 솔리드스테이트 드라이브(SSD) 검사분야에서 독보적인 기술력을 보유한 기업이다. 2002년 FAE(Field Application Engineer)와 FSE(Field Sales Engineer)를 제공하는 반도체 장비기업으로 출범했다.

2009년 국내 최초로 SSD 검사장비를 개발하며 시장에서 두각을 나타냈다. 시장 초창기였지만 네오셈은 지속적인 연구개발(R&D)로 시장을 넓혔고 2015년에는 SSD 검사장비 분야에서 당당히 글로벌 시장점유율 1위를 기록했다.

회사는 현재도 이 분야 수위자리를 유지하고 있다. 2018년에는 산업통상자원부의 SSD 검사장비에서 ‘세계 일류상품’으로 선정되기도 했다.

위기 속 빛난 기술력

네오셈은 위기를 기술력으로 극복한 전례가 있다. 2018년 반도체 슈퍼사이클 마감에 따른 제조사의 발주 감소로 인해 2019년 적자를 기록했다. 하지만 SSD 검사장비 기술력에 있어서는 독보적이었고, 결국 세계 최초로 개발한 4세대 SSD 장비의 매출이 살아나면서 바로 회복세를 기록했다.

네오셈 관계자는 “창사 이래 처음 적자를 기록하며 어려운 시기를 보냈지만 지속적으로 투자한 제품의 수요가 급격히 늘어나며 실적 턴어라운드를 이룰 수 있었다. 이 장비로 현재까지 글로벌 시장에서 약 500여 대가 판매될

정도로 크게 성공했다”며 “지금도 수요는 꾸준히 발생하고 있는 이 장비를 개발하기 위하여 연구진과 영업·품질·제조 등 모든 분야에서 전사적인 노력을 기울이며 노력했던 때를 잊을 수 없다”고 밝혔다.

이후 비대면 기술에 대한 관심 고조와 데이터센터와 클라우드 등의 산업이 급성장하면서 최대 실적을 내기도 했다. 회사는 R&D에 대해서는 투자를 지속한 결과, 2021년 세계 최초 5세대 SSD 검사장비를 개발해 상용화에 성공했고, 지난해에도 세계 최초로 CXL DRAM 검사장비를 상용화했다.

탄탄한 기술력을 뒷받침하는 우수 R&D 인력

네오셈은 반도체 검사장비 사업에 집중한다. 주요 부문은 SSD 검사장비, 메모리반도체 검사장비로 구분되어 있다. 이 중 SSD 검사장비 사업부의 매출이 전체 매출의 약 80% 정도 비중을 차지한다. 회사는 2009년 국내 최초로 SSD 검사장비를 개발해, 고객사에 소개했다.

이후 4세대와 5세대 SSD 검사장비를 세계 최초로 개발 및 상용화에 성공하는 등 시장의 기술을 선도했다. 특히 글로벌 R&D를 개발동력으로 삼아 미

국과 한국에 연구소를 설립하여 운영하고 있다.

서비스에 있어서도 미국·싱가포르·말레이시아·중국·대만 등 글로벌 중요 거점에 법인 및 사업소를 설치하여 고객의 서비스에 만전을 기하고 있다. 전체 임직원의 약 40%가 R&D 인력으로, 우수한 연구개발 노력으로 지속적인 기술 선도기업의 지위를 유지하고 있다.

염동현 네오셈 대표는 “국내 시장에 국한하지 않고 글로벌 반도체 메이커를 대상으로 사업을 영위하고 있어, 지속적으로 해외 고객과의 유대관계를 발전시킬 것”이라며 “해외 고객사의 니즈에 부합되는 신제품을 지속적으로 출시하여 현재의 약 80%에 달하는 수출 비중을 계속하여 높여 나갈 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.



경기도 안양에 위치한 네오셈 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

7천만불탑

티르티르

●수출품목 : 화장품 · 뷰티 ●수출실적 : \$94,012,372

‘마스크 핏 라인’, 일본에서 1000만 개 이상 팔려



이보희 대표

‘피부 고민이 7천만불 수출기업으로’

티르티르는 이보희 대표가 ‘피부가 오래오래 건강하게 빛날 수 있는 제품을 만들어보자’고 다짐하면서 만든 브랜드이다. ‘민쓰티(민고 쓰는 티르티르)’라는 충성 고객과의 소통으로 ‘물광’의 시작이자 여전한 스테디셀러로 100만개 판매 신화를 기록한 ‘도자기 크림’을 개발하게 되었다. 이를 통해 ‘빛’을 키워드로 한 현재의 브랜드로 성장시키는 데 기반을 다지게 되었다.

2020년 법인 설립 1년 만에 1천만불 수출의 탑을 수상하며 전 세계 소비자에게 사랑받는 브랜드로 성장하는 발판을 마련했다. 2022년 출시 3개월 만에 100억 원 매출을 기록한 ‘콜라겐 코어 물광 마스크’, 현재까지 글로벌 통합 판매량 1120만 개를 기록하며 일본의 국민 쿠션으로 성장한 ‘마스크 핏 쿠션 라인’ 등을 통해 지난해 법인 설립 3년 만에 3천만불 수출의 탑을 수상했다.

일본인을 감동시킨 ‘쿠션’

‘마스크 핏 라인’은 일본에서 ‘대박’을 터뜨렸다. 브랜드의 폭발적인 성장에 큰 기여를 했을 뿐 아니라 일본 시장에서 티르티르를 알리는 계기가 되었다. 지난해 선보인 마스크 핏 라인 4종은 글로벌 통합 판매량 1120만 개를 돌파하였다. 그중 1060만 개가 일본에서 판매됐다.

특히 습기 높은 일본에서 메이크업이 무너지지 않고 72시간 동안 강력하게 밀착되는 ‘마스크 핏 레드 쿠션’은

지금까지 단일 품목 누적 판매 439만 개를 기록하며 일본 국민 쿠션으로 자리매김했다.

입소문 마케팅으로 성공

티르티르는 고객들과 함께 개발하고 고객들이 함께 홍보해주면서 초기부터 입소문으로 탄탄하게 자리를 잡았다. 덕분에 단순 홍보에 쓰일 마케팅 비용을 절감해 더 좋은 제품, 더 좋은 성분을 쓸 수 있었다고 회사는 설명했다. 처음 접한 고객들도 뛰어난 제품력에 만족하며, 재구매로 연결되고, 이런 고객들이 또 입소문을 내는 선순환 과정을 통해 꾸준히 성장할 수 있었다는 것.

티르티르 관계자는 “고객들의 의견을 수렴해 만족할 만한 제품을 선보이는 것, 그것이 티르티르의 큰 경쟁력이라고 생각한다”고 밝혔다.

신시장 개척은 이어진다

티르티르는 올 5월 1억 인구의 베트남 시장에 진출하면서 글로벌 도약에 박차를 가했다. 베트남 시장에서 선호할 만한 제품을 선보이기 위해, 오프 더 선 라인에 버블을 접목시킨 ‘오프 더 선 에어 무스’를 론칭하는 등 라인을 보강했다.

이보희 티르티르 대표는

“지난해 기준 미주와 일본 등 비중화권에서 약 800억 가까운 매출을 기록했는데 이는 작년 브랜드 목표의 267.3%를 뛰어넘는 수준”이라며 “앞으로도 일본 뿐 아니라 중국, 미국, 동남아시아까지 전 세계 소비자들의 의견에 귀를 기울이며 고객들의 니즈에 맞는 제품을 선보이고 사랑 받는 브랜드로 성장하기 위해 노력하겠다”고 밝혔다.

티르티르는 고객들에게 받은 사랑에 보답하기 위해 ‘나눔 경영’을 실천하고 있다. 지속 가능한 착한 소비를 추구하는 티르티르의 ‘디어 코튼 생리대’의 경우, 판매 수익금 일부를 복지 사각지대에 놓인 여성을 위해 기부하는 착한 생리대로 운영 중이다.

티르티르는 법인 설립 4년 만에 물품 후원 및 기부 금액이 100억 원을 넘었다. 회사 관계자는 “이러한 회사 비전 안에서 사회에 선한 영향력을 전파하는 브랜드로 성장하고자 한다”고 말했다.



서울 마포에 위치한 티르티르 사옥 내부

5천만불탑

주식회사 비.엘.아이

●수출품목 : 정수기 · 공기청정기 ●수출실적 : \$67,870,405

OEM으로 쌓은 기술력으로 해외 정수기 시장 개척



서경아 대표

2000년 12월 설립된 비.엘.아이는 국내 굴지의 기업에 정수기를 제조해 공급하며 기술력을 쌓았다.

해외는 2014년 일본 기업과 공동 개발한 냉온수기를 일본에 수출하며 진출했다. 정수기와 함께 냉온수기의 일본 수출 확대로 2017년 2천만불 수출탑을 수상했다. 2022년부터 일본 수출이 크게 늘어나면서 3천만불 수출탑을 받았으며, 2023년에는 수출액 증가와 함께 5천만불 수출탑을 수상하는 영광을 누리게 됐다.

서경아 비.엘.아이 대표는 최근 ‘한국을 빛낸 올해의 무역인상’을 수상하기도 했다.

회사는 일본 수출 확대에 힘을 받아 소형정수기를 동남아시아 시장에 내놓고 본격적으로 시장 개척에 뛰어 들었다. 일본 수출 성공을 경험 삼아 다른 지역으로 수출 시장을 넓혀가고 있는 것이다.

OEM에서 독자 개발로 성장

비.엘.아이는 2000년대 초반 주문자상표부착생산(OEM)으로 대기업에 정수기 · 공기청정기 등을 공급했다. 기술력을 쌓아온 비.엘.아이는 2020년부터는 독자 브랜드로 정수기 · 공기청정기를 생산해 내놓았다. 대기업을 상대로 OEM 제품 생산과정에서 터득한 기술력은 독자 브랜드에서도 경쟁력으로 나타났다. 그 결과, 지난해부터 본격적으로 수출액이 늘었다.

회사의 주력 제품은 ‘에이뮤 소형정수기’다. 물 상태에

맞춘 3단계 맞춤형균을 채용한 직수관 안심살균, 향균 파우셋 필터 및 원터치 출수량 설정 기능 등이 장점이다. 정수기에서 물이 지나가는 마지막 길까지 깨끗한 파우셋 필터에 1000℃에서 구워낸 제주도 화산송이를 적용, 깔끔한 물맛을 즐길 수 있다.

일본형 정수기(BSS-311)와 커피정수기(BSS-314)도 주력 제품이다. 일본에서 높은 인기를 구가하는 제품들로 소비자가 날씨와 취향에 따라 좋아하는 냉온수 온도를 6단계로 버튼을 누르면서 설정할 수 있도록 설계했다. UV LED 살균시스템, ECO에너지 절약시스템, 전자식 냉각 모듈 등 일본 소비자들이 즐겨 사용하는 기능을 담았다.

공기청정기는 타워형 360도 제품이다. 고효율 탈취필터(탈취율 95%)를 적용했으며, BLDC 터보팬 장착으로 소음을 대폭 줄였다. 극세사망 필터를 사용하여 조용한 수면모드 기능과 스마트한 자동운전 모드를 적용했다. 국내뿐 아니라 해외 판매를 시작하며 또 하나의 수출상품으로 육성하고 있다.

동남아 이어 미국 · 유럽으로 수출 확대

비.엘.아이는 환경제품을 수출하는 중견기업으로

성장하고 있다. 매년 수출액이 증가하고 있다. 올해 총 수출액은 9000만 달러를 예상한다. 수출국 다변화를 함께 진행하고 있다. 동남아시아 · 미국 · 유럽 등으로 정수기와 공기청정기 수출을 확대하고 있다. 또한 지역 내 신규 고용창출에 기여하고 있으며, 정년 제도를 폐지해, 직원들이 나이제한 없이 회사에서 함께 일할 수 있도록 했다.

서경아 비.엘.아이 대표는 “큰 회사를 만들기보다는 좋은 회사로 성장해 소비자들에게 인정받는 제품, 존경받는 기업이 되는 것이 비.엘.아이의 목표”라고 말했다. 서 대표는 이어 “최근에 국가적으로 수출은 부진해서 내년도 전망을 낙관하기 어려운 상황 속에서 수출탑을 수상한 것은 비.엘.아이의 끊임없는 노력을 인정해 준 것으로 생각이 든다”며 “2000년 창립 이래 23년간 오직 외길을 묵묵히 걸어온 결과로 함께 고생한 임직원들과 기쁨을 함께 하고 싶다”고 밝혔다.



경기도 파주에 위치한 비.엘.아이 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

5천만불탑

씨앤씨인터내셔널

●수출품목 : 화장품 ODM ●수출실적 : \$57,390,039

ODM으로 글로벌 화장품 브랜드 뚫으며 수출 ↑



배은철 대표

1997년 창립한 씨앤씨인터내셔널은 아이라이너·아이브로우와 같은 눈화장용 펜슬 제품을 주력으로 생산했다. 국내외 중저가 브랜드를 주요 고객으로 제조업자개발생산(ODM) 영업활동을 전개하며 탄탄한 기업으로 성장해 왔다.

2010년 개발한 젤펜슬 아이라이너가 국내외에서 크게 인기를 끌며 2013년에는 사업영역을 입술화장제품 개발로 넓혔다. 축적된 화장용 펜슬 개발 노하우는 입술화장품 시장에서도 통했다. 립스틱·립틴트 등이 국내외 여러 브랜드에서 각광을 받았다. 이를 통해 매출은 2013년 136억 원에서 2022년 1306억 원으로 10배 가까이 늘었다.

특히 해외에서 주문량은 급증했다. 2020년 2100만 달러였던 수출 규모가 올해 5000만 달러로 2배를 훌쩍 뛰어넘을 것으로 회사는 내다봤다. 씨앤씨인터내셔널은 이러한 성장세에 맞춰 인력을 대폭 확대했다. 2021년 일자리 창출 공로를 인정받아 산업포장을 수상한 씨앤씨인터내셔널은 이후에도 인력 채용을 늘려, 현재는 1000명에 가까운 임직원이 근무하고 있다.

글로벌 브랜드 연달아 뚫어

씨앤씨인터내셔널의 수출 확대에는 해외 메이저 브랜드 판로 개척이 큰 힘을 발휘했다. 2021년 프랑스 L사 계열에 립 제품 납품을 계기로, 글로벌 브랜드 E사와 L사 등과 공동 프로젝트를 펼치게 됐다. 회사 측은 “외국 메이저

브랜드와 립 제품을 비롯한 다수의 프로젝트를 진행 중”이라며 “향후 매출 성장과 더불어 우리나라의 수출 증대에 크게 기여할 수 있을 것”이라고 전망했다.

씨앤씨인터내셔널 제품이 해외에서 통하는 데는 ‘선기획 선제안’을 바탕으로 한 완성도 높은 제품개발 덕분이다. 이를 통해 다수의 히트 제품을 배출하자, 기존 고객사는 물론 글로벌 브랜드들도 프로젝트에 나서게 된 것이다.

벤더에서 직접 영업으로 수출 확대

씨앤씨인터내셔널은 2016년 수출 전략에 변화를 시도했다. 해외 매출처를 다변화하고 이윤을 극대화하기 위해 벤더와의 거래를 줄여나가는 대신 직접 영업을 통해 해외 고객사와 거래관계를 늘리는 전략이다. 단기간에 큰 성과를 거두지는 못했지만 미래를 내다보며 꾸준히 노력을 전개한 결과, 세계적인 메이저 화장품 그룹과의 거래를 성사시키는 결실을 맺었다. 최근에는 해외 신생 브랜드와의 거래도 활발하게 진행하고 있다. 회사 측은 “이런 영업 전략은 벤더 거래시 발생하는 수수료 등 수출 비용을 대폭 축소하는 효과를 가져와 수익성을 개선하는 데 크게 기여했다”고 밝혔다.

미국 브랜드들 개발 문의 쇄도

씨앤씨인터내셔널은 코로나 팬데믹 이후 리오프닝과 함께 나타나는 K-뷰티 기회를 적극 활용하고 있다. 북미·일본·동남아 등에서 한국화장품 인기가 높아지고 있다고 회사 측은 전했다. 특히 북미 시장에서는 씨앤씨인터내셔널의 립틴트 제품의 인기가 급상승 중에 있다. 미국내 다양한 브랜드들의 개발 문의가 쇄도하고 있어 영업환경이 우호적으로 조성되고 있는 만큼 북미 지역에 영업역량을 집중하여 지속적인 수출 성장세를 이어나간다는 전략이다.

배은철 씨앤씨인터내셔널 대표는 “각고의 노력을 기울여 글로벌 화장품 업계 명장의 반열에 올라 립스틱·립틴트 제품 하면 대한민국의 씨앤씨인터내셔널을 ‘글로벌 넘버 원’으로 인정해주는 입술화장 제품의 명가로서 자리매김하고 싶다”고 밝혔다.



경기도 화성 씨앤씨인터내셔널 본사 및 제1공장 전경

5천만불탑

코원테크

●수출품목 : 공정 자동화 설비 제조 ●수출실적 : \$63,753,102

설계부터 CS까지 전문화된 시스템으로 해외고객 잡아



정관용 대표

코원테크는 1998년에 설립되어 자동화장비의 제어 기술을 기반으로 사업을 전개했다. 반도체·석유화학·자동차 등 다양한 산업의 자동화 장비를 제작 및 납품하면서 물류 자동화분야의 기술력과 레퍼런스를 축적해 나갔다.

2012년부터는 이차전지 산업의 공정 자동화시스템을 제작하기 시작했다. 2017년 세계 최초로 이차전지 공정의 풀(Full) 자동화 시스템 구축에 성공하면서, 본격적인 매출 성장에 성공했다. 이 공정 자동화시스템은 4차 산업혁명 시대의 스마트팩토리를 위한 필수 아이템으로 국내뿐만 아니라 중국·북미·유럽·동남아시아 등 글로벌 시장의 대형 기업들로 수출되고 있다.

20여 년간 축적된 자동화시스템 설계능력과 제어기술 및 인프라를 통해 고객사의 생산 환경 및 제품 사양에 맞게 공정 자동화시스템을 커스터마이징(맞춤제작)하여 제공하고 있다. 이차전지 자동화분야의 톱 티어(Top-Tier) 기술력을 기반으로 글로벌 이차전지 자동화시장을 선도해 나가고 있다. 최근 3년 수출 신장률은 33.6%에 달한다. 무역탑 수상 실적 기준인 2022년7월부터 2023년 6월까지의 수출 실적은 6375만 달러다.

일본 시장 뚫으며 두각

코원테크는 2015년 일본 이차전지 업체의 싱가포르 공장에 이차전지 후공정을 턴키(Turn-Key)로 납품하면

서 주목받기 시작했다. 장비 성능과 품질 기준이 높은 일본 고객을 잡기 위해 당시 우리나라 외에도 일본·중국의 내로라하는 13개사가 경쟁을 펼쳤다. 이 과정에서 코원테크가 최종 수주에 성공한 것. 회사는 이 프로젝트 수주를 계기로 이차전지 물류 자동화 분야에서 한 단계 발전할 수 있었고, 동시에 글로벌 입지를 다지는 계기가 됐다.

회사 관계자는 “이 실적을 계기로 이차전지 분야의 대형 고객사들과의 거래를 열게 되면서, 이차전지 대형 프로젝트들을 연이어 수주해 코원테크가 본격적으로 성장하는 계기를 마련할 수 있었다”고 밝혔다.

해외에서 인정하는 시스템

코원테크는 전문화된 시스템엔지니어링팀이 양질의 레이아웃 검토부터 제안을 한다. 또한 프로젝트 수주 이후에도 자체 인력에 의한 설계·제작·테스트·설치가 유기적으로 움직여, 프로젝트를 안정적으로 수행한다. 셋업 후에는 고객관리(CS) 자회사와 미국·중국·동유럽 등 해외의 법인들이 유지보수를 지원한다.

수주단계부터 CS까지 전문화된 사내 조직이 수행함으로써 경쟁사 대비 처리 속도가 빠르면서도 사업주 요구에 맞는 대응을 할 수 있었다. 대부분 인력을 외

주에 의존하는 경쟁사들과 달리 코원테크는 사내 엔지니어 비율을 높임으로써 프로젝트의 연속성과 품질을 향상시킬 수 있었다. 이는 해외 고객에게 신뢰를 심어줬고, 추가 프로젝트 수주로 이어졌다.

코원테크는 앞으로의 성장 가능성이 더욱 큰 기업이다. 스마트팩토리 증가 및 이차전지 중심의 설비 투자 확대로 물류자동화 시장이 점차 전문화 및 대형화되어가고 있기 때문이다. 이에 맞춰 코원테크는 고객사의 공정 자동화율 향상 요청에 부합하고자 신규 자동화설비 개발을 지속적으로 진행하는 동시에 납품설비의 질적 성장을 도모하고 있다.

최용욱 코원테크 SE사업부 이사는 “외부적으로 보이는 매출액 성장 외에도 내부적으로는 핵심 조직원의 내재화율을 높여, 탄탄한 기술력을 바탕으로 물류 자동화 영역에서 세계 최고 수준의 엔지니어링 업체가 되는 것을 목표로 한다”고 밝혔다.



충남 아산에 소재한 코원테크 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

3천만불탑

아네시

●수출품목 : 화장품 생산 · 유통 ●수출실적 : \$39,284,553

철저한 해외시장 분석... 수출 비중 95% 넘어



천영근 대표

2018년 화장품 브랜드 매장을 운영하던 천영근 대표는 사업의 중대기로 섰다. 화장품 매장이 우후죽순으로 늘어나면서 매출이 급격히 줄어든 것이다. 천 대표는 해외로 뻗어 나가는 K-뷰티에 주목, 우리나라의 경쟁력 높은 화장품을 수출하기로 결심했다. 2018년 8월 아네시가 탄생하게 된 배경이다.

천 대표는 해외에서 잘 팔릴 만한 화장품을 선별했다. 천 대표의 예상은 적중했다. 우크라이나, 러시아 소비자를 잡은 것. 덕분에 설립 3개월 만에 연매출액 12억 원을 달성하며 K-뷰티 제품 수출기업으로서의 첫발을 성공적으로 내디뎠다.

철저한 제품 분석으로 고객에 어필

아네시는 화장품 선별에 있어 원칙이 있다. 브랜드의 방향성, 제품의 특성 및 품질, 각국의 성향 등을 다각적으로 분석하고 이를 바탕으로 현지인에게 어필할 수 있는 제품을 엄선한다. 또한, 현지 바이어에게 브랜드와 제품의 특징을 자세히 공유한다. 덕분에 해외에서 지속적인 판매를 이룰 수 있었고, 수출국도 16개국으로 빠르게 늘려나갔다.

아네시는 해외시장 진출을 목표로 설립했다. 현재 수출 비중은 95%를 넘는다. 주력 시장은 러시아와 우크라이나이다. 앞으로는 아시아 · 중동 · 중남미로 영업을 확대한다. 이를 위해 현지 직원을 채용하고 시장 개척을 위

해 노력하고 있다.

최근 3년 수출실적이 빠르게 늘고 있다. 2020년 약 700만 달러였던 수출액은 2021년 930만 달러로 증가한 데 이어 지난해는 약 2500만 달러로 급성장했다.

해외서도 발로 뛰는 영업으로 거래처 발굴

아네시는 공격적으로 해외시장을 열었다. 아네시 관계자는 “수출 타깃 국가에 시장성을 조사한 후, 무작정 가서 일주일 내내 걸어 다니며 화장품과 관련 있어 보이는 곳에 들어가 명함과 회사 소개서를 나눠주며 영업한다”며 “이후 연락이 안 된 곳도 많지만 한두 군데 연락이 닿으면서 수출을 시작했다”고 밝혔다. 회사는 당시 발품을 팔며 만난 바이어를 가장 신뢰하는 거래처로 소개했다.

아네시는 독자 개발한 화장품 브랜드로 세계를 개척하는 비전을 갖고 설립됐다. 그리고 2019년 이를 실현했다. 아네시의 브랜드 ‘아이제제(IZEZE)’가 탄생한 것이었다. 첫 번째 제품군인 애니원(ANYONE)라인은 수분 공급에 방점을 찍었다. 뒤이어 개발된 제품군 ‘제로블레미쉬’ 라인에는 병풀 추출물과 안티팩트 성분을 사용해 예민한 피부의 진정과 회복에 도움을 준다.

전쟁 위기 속 빠른 대처로 만회

코로나 사태와 러시아-우크라이나 전쟁으로 아네시 역시 위기의 순간을 맞았다. 하지만 각 국가 출신 직원들의 성실하고 빠른 대응 그리고 국내 기업들과의 직거래로 자신감을 키웠다. 현재는 3년 내 화장품 해외 유통업체 톱 3라는 목표를 향해 달려가고 있다.

천영근 아네시 대표는 “창사 이래 매년 판매를 개런티한 금액을 늘 달성했다”며 “그러다 보니 계약은 연장되고 개런티 금액은 늘어났다”고 말했다. 아울러 “사업을 하면서 철칙으로 삼고 있는 ‘무신불립(無信不立)’의 자세로 모두 함께 일했기 때문”이라며 “국내 거래처는 물론 외국 바이어와 업무를 하면서 신뢰가 바탕에 깔려 있지 않으면 일이 제대로 진행되기 힘들다”고도 덧붙였다.

천 대표는 이어 “신뢰를 바탕으로 기초화장품, 헤어, 생활용품 등의 분야에서 합리적인 가격의 브랜드를 생산·유통하는 것이 아네시의 중장기 목표”라고 밝혔다.



지난해 ‘베트남 코스모뷰티 전시회’에 참가한 아네시 부스 모습

2천만불탑

이에스인터네셔널

●수출품목 : 화장품 ●수출실적 : \$24,067,126

고품질에 집중... 더마 브랜드 ‘아포테’ 글로벌 히트



김성은 대표

2018년 12월 설립된 이에스인터네셔널은 이듬해인 2019년 CIS 및 유럽 21개국에 지역 총판을 확보하며, 화장품 수출에 뛰어 들었다. 2021년부터는 자체 화장품 개발에 착수했으며 2022년 ‘아포테’ 3개 제품을 출시했다.

피부과학이 적용된 더마 화장품 브랜드인 아포테는 이에스인터네셔널의 핵심 상품이다. 수출규모는 2019년 24억 원에서 2020년 93억 원으로 4배가량 증가했으며 2021년 169억 원을 기록한 데 이어 2022년에는 212억 원으로 늘었다.

차별적 경쟁력 확보 후 라인업 확대

이에스인터네셔널의 첫 화장품 브랜드 아포테는 더마 화장품으로 고품질을 자랑한다. 지속적인 연구개발로 고객들의 다양한 피부 타입과 관심사에 부합하는 제품을 내놓기 위해 최신 기술과 과학적 연구를 접목했다. 더마 케어 분야에서 높은 효과성을 제공하는 동시에 고객의 피부 건강과 안전을 최우선으로 고려했다. 꾸준한 연구를 바탕으로 아포테 제품 라인업은 다양한 피부 타입과 고객 요구에 맞게 다양하게 선보였다.

회사 관계자는 “라인업 다양성은 고객들에게 선택의 폭을 넓혀, 피부 문제에 대처하고 개별적인 피부 관리에 필요한 제품을 찾을 수 있게 했다”고 소개했다.

이에스인터네셔널은 세계 주요 전시회 참여를 통해 글로벌 시장 트렌드를 확인하는 한편 해외 유통사 및 잠재

고객의 니즈를 확인했다. 이를 기반으로 품질을 지속적으로 개선했다. 특히 고객의 눈높이를 맞추기 위해 높은 품질의 성분을 사용하고 고객들의 기대에 충족하고 피부 건강을 증진시킬 수 있도록 했다.

회사 관계자는 “품질 우수성은 해외 시장에서 이에스인터네셔널이 인정받는 데 큰 역할을 했다”고 밝혔다.

회사는 과학적 연구와 혁신에 역량을 집중하고 있다. 피부 건강과 뷰티 분야에서 최신 연구 결과를 활용하여 제품을 개발하며, 이를 통해 글로벌 시장에서 경쟁력 확보에 나서고 있다.

3대 수출 전략 펼쳐

이에스인터네셔널은 신규 시장 진출, 지역별 맞춤형 제품 개발 그리고 현지 협력 및 제휴 강화라는 3가지 수출 전략을 세웠다. 지역별 맞춤형 제품 개발은 다양한 지역과 문화에서 고객의 피부 고민 해결과 욕구를 채우기 위해 수립했다. 현지 협력 및 제휴 강화와 관련, 김성은 이에스인터네셔널 대표는 “현지 파트너와의 협력은 제품 배포, 마케팅 그리고 고객 서비스에서 중요한 역할을 한다”고 강조했다.

회사는 아포테를 세계적으로 인정받는 더마 브랜드로 성장시킨다는 계획이다. 특히 피부 건강과 아름다움에 대한 혁신적인 솔루션으로 제시한다. 전영순 이에스인터네셔널 대표는 “환경 친화성으로 안전하고 윤리적인 제품을 만들며 환경에도 도움을 주는 지속 가능한 생산과 패키징을 추구한다”며 “고객들의 피부 고민을 이해하고 최고 품질의 제품과 서비스를 제공하고, 최첨단 기술과 데

이터를 활용하여 피부 고민에 대한 혁신적인 해결책을 제시하겠다”고 밝혔다.

회사는 현재의 14개국 수출에 만족하지 않고 지속적으로 신시장을 개척한다. 김성은 이에스인터네셔널 대표는 “미래에는 더 많은 신규 시장에 진출할 계획”이라며 “새로운 지역에서 고객들에게 우리의 혁신적인 더마 제품을 소개하고 사랑받는 브랜드로 자리매김할 것”이라고 말했다.



이에스인터네셔널은 올 5월 카자흐스탄에서 열린 ‘센트럴 아시아 뷰티엑스포’에 독자 브랜드 ‘아포테’로 부스 참가했다. 이에스인터네셔널 전영순 · 김성은 대표(왼쪽부터)가 현지 인플루언서들과 기념촬영을 하고 있다.

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

2천만불탑

켄코아에어로스페이스

● 수출품목 : 우주항공 제조 ● 수출실적 : \$20,295,609

글로벌 우주항공시장에 도전...5년 새 수출 20배 ↑



케네스 민규리 대표

2013년 설립된 켄코아에어로스페이스는 진입장벽이 높은 글로벌 우주항공 시장에서 매년 2배에 가까운 매출 성장을 기록하며 빠르게 성장하고 있다. 설립 4년 만에 미국 시장 개척 및 미국방산기업 인수합병(M&A)에 성공하며 글로벌 시장으로 발돋움했다.

코로나 팬데믹의 어려운 상황에서도 위기를 기회로 만드는 저력을 발휘했다. 당시 신규 사업 수주 덕분에 직원 100여 명을 추가 채용하는 등 성장세는 멈추지 않았다. 회사는 10년 만에 매출 1000억 원을 눈앞에 두고 있다.

5년 사이 수출 20배 이상 증가

2018년 첫 수출을 시작한 이래 5년 만에 수출액이 22배 성장했다. 주요 고객사로는 보잉·에어버스 등 민항기업체, 록히드마틴·노스롭그루먼 등 항공방산업체, 스페이스X·블루오리진 등 우주 발사체 업체까지 글로벌 우주항공 시장 메이저 플레이어를 확보하고 있다.

켄코아에어로스페이스는 코로나가 발생한 2020년을 잊을 수 없다. 팬데믹 위기 속에서 여객기·화물기 개조사업(PTF Conversion)을 신규로 수주하며, 100여 명이상의 신규인력을 채용한 것. 1년 만에 팬데믹 이전을 상회하는 매출을 기록했다.

회사는 당시를 “위기를 기회로 바꾸어 글로벌 우주항공 시장에서 핵심 밸류체인으로 자리매김하는 계기를 마련했다”고 소개했다.

미래를 내다본 기술 개발

켄코아에어로스페이스는 우주항공 원소재부터 항공기 생산, 항공 MRO, 우주발사체 및 UAM 사업까지 영위하는 글로벌 우주항공 제조업체다. 이미 글로벌 시장에서 핵심적인 밸류 체인으로 자리를 잡아 대규모 글로벌 기업들로부터 다량의 수주를 보유하고 있다. 덕분에 각 사업영역에서 탁월한 업계 레퍼런스 및 시장경쟁력을 확보했다.

회사는 철저하게 글로벌 우주항공 시장에서 필요한 기술들을 보유하고 노력했다. 시장 친화적인 기술과 시장에서 요구하는 여러 가지 글로벌 인증들을 갖추기 위한 투자를 아끼지 않았다. 또한, 글로벌 M&A도 당사의 시장을 확대하는 매우 중요한 요소 중 하나였다.

켄코아에어로스페이스의 또 다른 성과는 국내 항공산업 발전의 기여를 꼽는다. 대규모 해외수주를 유치한 결과, 국내 약 50여 개 가까운 공급업체(Supply Chain)들이 함께 해외 사업을 할 수 있었다. 특히 타 산업의 유휴 생산 시설을 우주항공분야에

진입할 수 있도록 기여함으로써 국내 우주항공 인프라를 넓혀가는 데 이바지했다는 평가다.

수년내 글로벌 100대 우주항공기업 될 것

켄코아에어로스페이스는 앞으로 수년 내 글로벌 우주항공 100대 기업으로 성장하는 것이 목표다. 구체적으로 매출액 2000억~3000억 원대 회사로 성장한다는 것이다. 케네스 민규리 켄코아에어로스페이스 대표는 “우리는 세계 시장에서 늘 어렵고 힘든 사업들을 해왔다. 그 큰 역경들을 우리는 이겨냈고 고스란히 우리의 경험과 경쟁력으로 내재화해 왔다”며 “글로벌 우주항공은 너무도 넓고 광대한 시장으로 켄코아에어로스페이스는 앞으로 더 큰 성장과 사업을 해낼 것”이라고 다짐했다.



경상남도 사천에 위치한 켄코아에어로스페이스 사업장 전경

2천만불탑

피에프디

● 수출품목 : 화장품 ● 수출실적 : \$20,643,301

70개국 바이어 소통하며 현지 특화 상품 개발



남광광 대표

2015년 설립된 피에프디(PFD)는 코스메틱 분야로 진출, 해외 K-뷰티 시장에서 두각을 나타내며 약 70개국에 수출하고 있다. 매출액의 95% 이상을 해외에서 거둬들인다. 주요 수출처는 미국·러시아·CIS 국가들이다. 2019년 7백만불 수출탑, 2020년 1천만불 수출탑을 수상한데 이어 올해는 2천만불탑을 받는다. PFD의 주력 브랜드는 화장품 분야로는 ‘미즈온(Mizon)’ ‘빌라주11팩토리(Village11Factory)’, 유아 분야로는 ‘뽀띠누베(Petinube)’가 있다. 핵심 브랜드인 미즈온의 매출이 전체의 80% 가량을 차지한다.

시장별 트렌드 철저히 분석

PFD는 매년 글로벌 뷰티 트렌드를 분석해, 시즌별 제품 개발을 통해 B2B 고객과 소비자의 요구를 충족시켜 나가고 있다. 2019년부터 브랜드 커스터마이제이션에 집중하고 있으며 현재는 약 255여 개의 품목을 개발해, 판매 중이다.

약 70개국 바이어들과 협업해 ‘커스터마이즈드 제품(Customized product)’을 생산하여 현지 시장에 맞는 화장품을 제공한다는 철학으로 개발한다. 이런 철학 덕분에 피부색과 문화를 반영한 커스터마이징 제품이 인기를 더해가고 있다. 회사 주력 제품 가운데 하나인 ‘골드아이 켈 패치’는 미국 아마존 ‘눈 마스크(Eye Masks)’ 분야 1위에 등극하기도 했다.

전쟁 상황에서 바이어 지원... 수출 확대 계기

러시아·우크라이나에 수출해온 PFD는 2022년 2월 러시아-우크라이나 전쟁 발발 후 힘든 시간을 보냈다. 주문은 뚝 끊겼고, 납품 대금도 회수가 막막해졌다.

회사는 이런 상황에서도 고객사와 소통을 이어갔다. 우크라이나 고객사에게는 전쟁 중에 부족한 의약품·휴지·기저귀 등을 긴급 공수해 지원했다. 일부 납품 대금 지급에 어려움을 겪는 바이어에 대해서는 과감하게 수금하지 않는 결정을 내리기도 했다.

이러한 활동이 알려지면서 두 나라뿐 아니라 주변 CIS 국가 고객사들은 신뢰를 나타내며, 주문을 늘렸다. 올해 들어 3분기까지 매출이 60억 원에 이르며 연말까지 약 75억 원으로 증가할 것으로 회사는 전망했다.

현지 채널과의 협력

이 시너지 발휘

PFD는 고객사와 상생하기 위해 ‘1국가 1바이어’ 유통정책을 펼치고 있다. 이를 통해 안정적인 사업 영위가 가능해진 바이어와는 현지의 마케팅을 활발히 진행하고 있다. PFD의 글로벌 사업 확장의 근본적인 배경도 윈윈(win-win) 파트너십이다. 해외에

서 열리는 신제품 론칭 행사 및 인플루언서 초청 행사 등은 파트너십을 맺은 결과다. 특히 우크라이나와 조지아에서 효과가 크게 나타나고 있다. 우크라이나 체인스토어 500개 매장에 입점했으며, 조지아에는 200개 매장에 제품을 넣는 성과를 보였다. 이런 노력 덕분에 수출은 꾸준히 늘고 있다. 회사는 아마존 등 온라인 판매채널도 적극 활용하고 있다.

PFD 관계자는 “세계 화장품 시장은 매년 5% 이상 성장하고 있는 매력적인 시장으로 PFD는 지속적인 글로벌 확장도 더불어 진정한 K-뷰티 화장품으로의 입지를 확보하기 위한 마케팅에 집중해 나갈 것”이라며 “이를 위해 현지화·맞춤화·친환경 제품 개발 전략을 통해 화장품 시장의 빠른 트렌드 변화를 주도해 나감과 동시에 마케팅 강화로 국내의 브랜드 인지도를 지속 확대해 나갈 것”이라고 말했다. 회사는 2025년까지 수출국가 100개국, 수출 실적 5000만 달러 달성을 목표로 잡고 있다.



서울 광진구에 위치한 피에프디 본사 내부

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

2천만불탑

화인

●수출품목 : 선박용 소방설비·장비 ●수출실적 : \$29,369,417

최고 기술력 ‘선박용 소방장비’... 아시아 넘어 미국으로



전익찬 대표

화인은 1987년 설립된 회사로 모든 종류의 선박에 소방설비·장비를 설계부터 제작 및 설치까지 담당한다. 끊임없는 기술 혁신으로 대다수 조선소의 선주들에게 납품하고 있다.

일찍부터 해외 시장에 진출해, 2006년 5백만불 수출탑을 수상했으며 2009년 1천만불, 2023년 2천만불 수출탑을 수상한다. 화인은 수출이 빠르게 늘고 있어 내년에는 3000만 달러 수출을 바라본다. 2021년 글로벌 강소기업으로 지정되며 세계적인 기술력을 인정받았다.

굵직한 프로젝트 수주로 명성 쌓아

화인은 소방설비·장비에서는 세계 최고의 기술력을 자부한다. 이는 빅 프로젝트를 수주한 사례를 보면 알 수 있다. 화인은 세계에서 제일 큰 컨테이너선인 2만 4000TEU(1TEU는 20ft짜리 컨테이너 1대분) 장비를 수주한 기록을 보유한다. 또한 일본 JG승인(Approval)을 획득해 독점적으로 일본 조선소에 납품하는 것도 화인의 기술력을 인정받은 사례다.

화인은 선박 내 소화시스템을 제조한다. 선박 각 구역별로 소화시스템이 다양하다. 주요 제품을 보면 'CO2 시스템', '하이 익스팬션 폼 시스템', '데크 폼 시스템', '드라이 파우더 시스템', '로칼 워터 미스트 시스템', '스프링클러 시스템' 등이 있다. 선박 소화시스템에 대한 폭넓은 기술을 보유한 결과다.

화인은 세계적인 회사인 바이킹(Viking)과 글로벌 항구에 대한 서비스 네트워크 협약을 체결했다. 세계 어느 항구에서나 편리하게 서비스를 받을 수 있어 고객 만족도가 높다. 여기에 화인의 확실한 품질관리와 한 차원 높은 기술력으로 글로벌 선주들에게 높은 인지도를 확보했다.

이는 수출 확대에 크게 기여하고 있다고 회사 측은 전했다. 글로벌 기술력에 대한 인지도 상승으로 인해 매달 주문이 이어지고 있다. 회사는 이에 맞춰 추가 공장 설립을 추진 중이다.

확실한 A/S로 신뢰성 확보

선박은 제품에 고장이 발생하면 심각한 문제로 이어진다. 바로 수리하지 못하면 항구에 들어가지 못한다. 법적 조항으로 출항 역시 막힌다. 선주에게는 제품의 애프터서비스(A/S)에 대한 확실한 담보가 없으면 선박용 장비 또는 시설을 도입하기가 어렵다. 이 때문에 세계 바다를 항해하는 선박들은 A/S를 중요시한다.

화인은 선주의 이런 요구에 빠른 대응이 가능하도록 시스템을 마련했다. 이 시스템이 인정받으면서 수출은 확대됐다. 특히 경쟁사보다 한 차원 높은 기술력으로 클레임이 없도록 관리한 것도 인지도를 높이는 데 기여했다. 장비에 쉽게 문제가 발생하지 않는 기술력, 여기에 확실한 AS는 경쟁사들의 추격을 따돌리는 이유다.

화인은 현재 우리나라뿐 아니라 중국·일본 등 선박을 건조하는 여러 조선소에 수출하고 있다. 조만간 미국 시장 진출을 준비 중이다. 미국 필라델피아 조선소와 곧 계약이 이뤄질 것으로 회사 측은 밝혔다.

전익찬 화인 대표는 “그동안 많은 어려움 속에서 회사를 성장시킬 수 있었던 데에는 임직원들의 도움이 컸다”며 “많은 어려움이 있었기에 화인이 성장할 수 있었다. 그럼에도 언제나 초심으로 돌아가 더욱더 성장해 글로벌 리더 기업으로써 자리매김할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.



경남 양산에 위치한 화인 본사 전경

1천만불탑

리만코리아

●수출품목 : 화장품·건강기능식품 직접판매 ●수출실적 : \$11,748,368

해외 진출 3년 만에 화장품 1000만 달러 수출



김경중 대표

2018년 대구에서 설립된 화장품 직접판매기업 리만코리아는 단기간에 급성장하며 올해 미국·독일·일본 등 글로벌 브랜드들과 어깨를 나란히 하는 수준으로 올라섰다. 현재 대리점 수 3000개, 회원 수는 40만 명에 육박한다.

주력 브랜드인 고기능성 스킨케어 인셀덤 브랜드에 이어, 2020년 비건 뷰티 보타랩을 론칭하며 두각을 나타냈다. 2021년 건강기능식품 브랜드 라이프닝을 출시했다. 업계 후발주자임에도 단기간에 놀라운 수출 성과를 보였다.

2022년 7월부터 2023년 6월까지 1175만 달러어치를 수출해 해외 진출 3년 만에 1000만불 수출탑을 수상한다. 2023년에는 북미에서만 소비자 대상 매출 5000만 달러를 예상하고 있어 유례없는 성과가 기대된다.

미국·캐나다 법인 설립해 미주 공략

2022년 4월 미국 LA 법인을 설립하고 수출에 본격적으로 뛰어 들었다. 같은 해 10월에는 사전 론칭을 통해 미국 시장에 자사 브랜드 판매를 개시했다. 미국 법인 설립을 통한 미주권 영업 시장 확대로 수출 신장에 기여했다. 올 3월 북미 LA 오픈링 컨벤션을 개최하는 등 적극적인 사업 확장에 나섰다. 또한 지난해 11월 캐나다 법인을 설립하여 북미 전역의 사업 기반을 마련했다.

리만코리아 측은 “글로벌 시장의 거점인 미국을 중심으로 한 북미 시장에서의 성공에 이어 현재 대만, 중국,

베트남, 일본 등 아시아 시장 공략에 박차를 가하고 있다”고 밝혔다.

병풀로 독창적으로 제조한 시그니처 원료

리만코리아의 고기능성 스킨케어 브랜드 ‘인셀덤’은 ‘어린 세포 발견의 비밀’을 슬로건으로 피부 본연의 아름다운 빛을 되찾아준다는 의미를 지닌다. 인셀덤은 천혜의 자연에서 얻은 제주 용암해수와 병풀을 독창적인 방법으로 제조한 시그니처 원료인 ‘용암병풀수’를 적용한 화장품이다.

베스트셀러 상품인 ‘더마톨로지 퍼스트패키지 EX’, ‘엑티브 크림 EX’는 독일 더마테스트를 통과한 제품으로, 피부에 효과적인 상태로 추출한 ‘병풀 에너지 플루이드’가 강력한 보습 효과를 보인다. 2023년 4월에는 리만코리아의 모회사인 에스컴퍼니가 충북농업기술원과 병풀 재배 기술 이전 협약을 체결했다.

고객 만족을 높이는 제품·기술력

리만코리아의 헤리티지 원료인 용암병풀수의 병풀은 피부진정 및 트러블 완화, 보습, 항노화에 효과가 있는 것으로 알려진 식물이다. 회사는 병풀 글로벌화를 위해 기술원과 협약을 맺는 등 연구 개발 및 글로벌 마케팅 활동을 펼치고 있다. 독일 더마 테스트 EXDELLENT 5 STAR 획득, 장기간

의 테스트를 통해 피부 자극 및 과민 반응을 최소화하고 민감 피부에도 순하게 사용하도록 제품을 설계하여 신뢰도를 높였다. 제품의 즉효성, 품질력 및 신뢰도를 바탕으로 해외 소비자에게 인정받고 있으며 세계 각국에서 시장 진출을 요구하는 소비자의 요청이 끊이지 않고 있다. 회사는 해외 소비자에게 맞는 ‘로컬라이제이션’ 전략을 통해 해외 시장에 더욱 박차를 가할 계획이다.

그동안 해외시장 진출 중요성을 강조해 온 김경중 리만코리아 대표는 “글로벌 시장의 교두보인 북미 시장을 거점으로 글로벌 뷰티 시장의 주도권 탈환을 본격화한다”며, “2025년까지 글로벌 시장에서 K-뷰티 선두기업으로 도약하는 것이 목표”라고 밝혔다.

김 대표는 이어 “지금까지의 실적은 시작에 불과하며, 성공적인 북미 진출의 노후를 기반으로 아시아·태평양, 유럽 등 본격적인 해외 진출을 통해 글로벌 100대 뷰티 기업으로 성장하겠다”고 포부를 밝혔다.



리만코리아의 인셀덤은 천혜의 자연에서 얻은 제주 용암해수와 병풀을 독창적인 방법으로 제조한 시그니처 원료인 ‘용암병풀수’로 만든 화장품 브랜드이다. 리만코리아 관계자로 제품 개발 연구를 주도하는 ‘에스컴퍼니’ 연구진들이 대화를 나누고 있는 모습.

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

1천만불탑

모피언스

●수출품목 : 네트워크 장비 개발 ●수출실적 : \$13,393,671

원부자재 90% 국산화로 글로벌 메이저들과 경쟁



박병기 대표

모피언스는 1997년 설립 이래 CDMA 기지국 및 단말기용 RF 중계기, 광중계기 등의 네트워크 장비를 개발 및 생산하고 있다. 2004년에 세계적인 유수의 기업들만 생산했던 항공용 항행안전장비사업에 국내 최초로 개발에 뛰어들어, DVOR과 DME 등 항공항행안전무선시스템의 독자적인 개발에 성공했다. 이후 국내외 해외공항에 제품을 납품하기까지 많은 시행착오와 어려움을 감내하면서 끊임없는 연구개발과 공항 환경과 사용자 편의에 맞는 기술혁신을 이루어 냈다.

현재 국내 대부분의 공항을 포함한 전 세계 20개 국가의 250여 개 이상의 지역에 450여 세트 이상의 제품을 공급함으로써 그 능력과 성과를 바탕으로 전 세계 항공교통 안전에 기여하고 있다.

세계로 뻗어 나간 ‘항공용 항행안전무선 시스템’

모피언스가 개발한 ‘항공용 항행안전무선 시스템’은 국가 항공교통 주요 인프라로서 국제민간항공기구(ICAO)에서 정한 기술 및 운영 기준에 따라 제작되어 각국의 정부·기관에서 운영하는 시스템이다. 주요 제품으로는 ILS·DVOR·DME 등의 시스템이 있다. 계기착륙시스템(ILS)은 저시정 상태에서도 항공기가 안전하게 계기착륙이 가능하도록 활공각과 방위각 정보를 제공하는 항공기 안전에 필수적인 항행안전무선시설이다.

모피언스의 경쟁력은 20년간 국내외 항공산업 분야에

서 완벽하고 성실하게 사업을 수행한 경험과 능력이다. 이를 기반으로 한 연구개발과 제조·생산, 유지보수 및 기술지원까지 토털서비스를 제공한다. 해외 대기업 경쟁사들이 투자와 신규개발을 줄이는 상황에서 지속적인 개발 및 투자로 경쟁력이 높아졌다. 증가한 수출실적으로 입찰자격 사례가 많아지면서 추가수주의 기회가 늘어났고, 제품 만족도 상승으로 지속적인 재구매가 되는 선순환 구조를 이루었다.

원부자재 국산화를 90% 넘어

모피언스는 글로벌 기업들과 어깨를 나란히 하며 경쟁을 펼쳐왔다. 모피언스 관계자는 “대한민국을 대표하는 강소기업으로 당당하게 경쟁할 수 있었던 것은 후발주자로서 기존 기술에 대한 학습은 물론 새로운 기술도입에 유연할 수 있었던 연구개발 능력 때문”이라고 소개했다.

국내 협력사와의 시너지도 힘을 발휘했다. 모피언스의 제품 원부자재 국산화 비율은 90% 이상이다. 협력업체들의 뛰어난 품질로 생산한 반도체, PCB 등의 부품과 기술연구소를 중심으로 개발과 생

산을 함께 진행하면서 얻어진 품질과 기술력 덕분이었다고 회사는 전했다.

모피언스는 앞으로도 수출 확대가 기대된다. 세계적인 항공 수요의 증가로 인한 신규 공항의 건설 및 항행 안전 시설의 고도화 요구 증대 등이 배경이다.

박병기 모피언스 대표는 “그동안 불모지나 다름없었던 항행안전 장비 시장에서 국내 최초로 항행안전 장비를 개발해서 수출하는 것이 결코 쉽지 않은 도전이었다. 항공 승객의 안전을 책임지는 항행안전 장비 시장의 특성 상, 진입 장벽이 매우 높아서 신규 업체의 시장 진입이 쉬운 일이 아니었다”며 “이제는 전 세계 20여 개국에 우리가 개발하고 생산한 항행 안전 장비를 수출하는 세계 유수의 항행안전 장비 공급업체가 된 자력을 살려 앞으로도 지속적인 연구개발과 영업진진 활동을 통해 더 큰 수출 실적을 달성하고 이를 통하여 국가 발전에 이바지하는 회사가 되겠다”고 포부를 밝혔다.



스페인에서 열린 '2018 월드 ATM 콩그레스'에 참가한 모피언스 부스

1천만불탑

에이피테크

●수출품목 : 표면처리 기계설비 제작 ●수출실적 : \$10,544,622

코로나 위기에 성장세 이어가는 표면처리 베테랑 기업



박찬봉 대표

에이피테크는 표면처리 분야 전문 가인 박찬봉 대표가 2009년 설립했다. 초기 6명이었던 회사는 꾸준히 성장하며 현재는 35명으로 늘었다.

에이피테크는 초기 중견기업 위주로 사업을 수주하다가 기술력을 인정받으며 국내 굴지의 대기업으로 영역을 넓히고 이어 일본·중국·

베트남·인도네시아 등 해외로 진출했다. 2019년 18억 4000만 원을 기록한 수출규모는 2022년 172억 원으로 급증했다. 2022년 3백만불 수출탑을 받았으며, 2023년에는 1천만불탑을 수상한다.

현재 경기도 안산에 3개 라인을 동시에 제작 가능한 장치제작동, 26×20m 규모의 장치조립동 그리고 파일럿 라인 등 3개의 플랜트를 가동하고 있다.

회사는 지속 성장 배경으로 에이피테크의 기술력을 인정하고 프로젝트를 맡긴 고객사에게 ‘제대로 된 설비’ ‘확실한 공정’ ‘납기일 준수’로 화답한 결과라고 소개했다.

일본 시장 뚫으며 기술력 인정

2015년은 에이피테크에게 잊을 수 없는 해다. 그동안 에이피테크의 기술력에 대해 의문을 제기했던 굴지의 일본 대기업 K사가 기술력을 인정하고 ‘전해 니켈 금 도금장치’ 프로젝트를 맡긴 것. 박찬봉 에이피테크 대표는 “K사는 기관에 도금을 하는 라인의 공정이 까다로워 처음에는 우리 기술 채택에 관심을 보이지 않았다”며 “하지만 에이피테크가 전처리 공정의 까다로운 부분까지 완벽히 해결

하자, 결국은 채택했다”고 말했다. 에이피테크는 프로젝트 수주 후 선적은 물론 설치까지 완벽히 마치면서 기술력을 대외에 알리는 데 결정적 계기가 됐다.

박 대표는 “이 프로젝트로 에이피테크의 기술력을 한층 더 끌어올리게 됐으며, 저희 직원들도 할 수 있다는 자신감과 함께 애사심을 갖게 됐다”고 전했다.

기술력 하나만으로 승부

에이피테크는 2009년부터 현재까지 이익을 쫓기보다는 기술력으로 인정받기 위해 전념을 다했다.

생산현장에서 일하는 고객들에게 ‘불편함이 없는 장비를 만들어주자’는 일념으로 기술력을 높여왔다. 이런 노력은 회사 인지도를 높였고 2019년에는 굴지의 S사 해외 신규라인 장비 제작을 수주했다. 대형 프로젝트여서 에이피테크 외에 다른 경쟁사들과 함께 참여했는데 에이피테크는 불량률이 거의 없었기 때문에 높은 평가를 이끌어냈다.

박찬봉 대표는 “에이피테크는 고객사 현장 직원과 소통을 매우 중요하게 생각한다”며 “현장 소통은 고객의 불편함을 해소하고 덕분에 에이피테크 설비는 ‘믿을 수 있다’는 신뢰를 준다”고 소개했다.

고객이 다시 찾는 기업으로 우뚝

에이피테크는 한번 인연을 맺은 회사는 다시 프로젝트를 맡긴다는 점을 강조했다. 덕분에 회사는 2009년 창업 이래 꾸준한 성장을 이어왔다. 특히 코로나 팬데믹 위기 상황에서도 성장세를 지속했다.

에이피테크는 설비 분야가 점차 해외로 이전되는 표면처리 산업에서 물량확보에 힘쓰고 있다. 기술력 향상을 위한 노력도 지속하고 있다. 일본 Y사와 기술협약을 맺었으며 에이피테크의 독자 기술을 Y사 기술과 융합해 개발한 장비를 일본 시장에 내놓는 작업을 진행 중이다. 회사는 해외 지사도 설립을 추진 중이다.

박찬봉 에이피테크 대표는 “에이피테크는 최고를 향해 최선을 다해 기술력을 높이고 있다”며 “무엇이든 할 수 있다’는 자신감을 바탕으로 진심이 담긴 표면처리설비 기술로 이 분야의 선두주자가 되겠다”고 포부를 밝혔다.



경기도 안산에 위치한 에이피테크 공장 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

7백만불탑

에이치에스엠

●수출품목 : 라미네이팅 설비 등 생산설비 ●수출실적 : \$8,316,589

동남아 개척하고 이제는 북미·유럽·일본으로



문안용 대표

‘용접에 대한 흥미가 700만 달러 수출로’

문안용 에이치에스엠 대표는 용접 취미를 살려 라미네이팅 기계 생산 공장에서 일을 시작했다. 이곳에서 해외 출장을 갔다가 롤투를 설비 라인, 압출기 및 티다이 유닛 장비 등이 해외 산업계에서 폭 넓게 활용되는 것을 보고 창업에 결심했다. 그렇게 1992년 탄생한 기업이 ‘한승기계(현 에이치에스엠)’다.

처음에는 트리밍 와인더 생산과 압출기 수리를 주력으로 했다. 트리밍 와인더는 해외 출장에서 목격한 설비 중 하나로, 당시만 해도 국내에는 찾기가 힘들었다. 트리밍 와인더 사용 목적 하나에만 초점을 맞추어 생산해 저렴한 가격으로 납품했고, 이는 시장에서 큰 반향을 일으켰다. 현재 에이치에스엠의 주력 생산품으로 지금은 다양한 사양으로 개발해 판매중이다.

직원에서 대표로 변신해 찾은 태국

1990년대 중반부터 외국 기계 수리 업무를 한 에이치에스엠은 1994년 처음 수출시장에 뛰어들었다. 2002년 이후에는 인도네시아에 위치한 협력업체에 매년 압출기 유닛을 수출했다. 이어 말레이시아, 베트남, 방글라데시 등 동남아시아에 코팅 라미네이팅 기계를 납품하면서 해외 시장에서도 입지를 다지게 된다.

기초를 탄탄히 다지며 성장한 에이치에스엠은 2022년 한 해에만 말레이시아에 압출 코팅 라미네이팅 기계를 총

5대 공급하며, 당해 수출 실적 약 830만 달러의 성과를 이뤄냈다.

문안용 에이치에스엠 대표는 “1996년에는 실무자로 출장을 갔었던 태국기업에 이후 기업 대표로 다시 찾아가 기계를 수리해 줬다”며 “제 스스로가 이만큼 성장했고, 어찌면 오롯이 개인의 기술력을 인정해주는 상황을 만끽할 수 있었던 좋은 기억”이라고 회고했다.

최고 사양 기계, 제대로 사용하도록 도와

에이치에스엠 설계팀은 3D입체 설계 방식을 도입했다. 이를 통해 시제품 제작 및 생산에 앞서 문제점을 미리 예측한다. 이는 생산성, 품질 향상성, 직원의 근무 안전성 등을 높이는 데 기여한다. 생산팀에서는 가공 작업의 효율성을 높이기 위해서 CNC 및 머신 센터로 대체하여 작업한다. 2019년부터는 매년 국내외 전시회에 참가하여 산업 현장의 변화를 파악하고 기계 사양 개선에도움이 될 부분을 빠르게 접목시켜 나가고 있다.

에이치에스엠은 고객이 자사 제품을 제대로 활용할 수 있도록 돕는 데 비중을 높여 준다. 회사측은 “저희만의 차별점은 좋은 사양의 기계를 잘 활용하여 사용하도록 고객을 도와주는 데 있

다”며 “아무리 좋은 기계를 만들어도 충분히 활용하지 못하면 그 값어치를 상실한다”고 설명했다.

에이치에스엠은 내년 일본에 압출 코팅 라미네이팅 설비 수출을 앞두고 있다. 회사측은 “과거 일본의 기술력을 도입하여 산업의 성장을 이룬 대한민국이 이제 역으로 일본에 기계를 납품하여 더 높은 기술력을 지니고 있음을 보여 줄 수 있는 때라고 생각한다”고 전했다. 회사는 일본의 수출뿐만 아니라, 지난해 납품한 말레이시아 업체 측과 추가 수주에 대해서 논의중에 있다.

문안용 에이치에스엠 대표는 “앞으로 동남아시아 수출 경험을 토대로 북미와 유럽 등 새로운 시장 개척에 도전하고 싶다”며 “이런 도전을 가능하게 하려면 회사 직원들의 도움이 없으면 불가능 할 것”이라고 말했다. 문 대표는 이어 “30년 넘게 사업하는 동안 ‘수출의 탑’이라는 존재도 몰랐다”며 “이번 수상이 신기하고 또 다른 감회를 느끼게 한다. 앞으로 더 열심히 해야겠다는 생각도 든다. 같이 고생해 준 직원들께 감사드린다”고 덧붙였다.



경기도 김포 에이치에스엠 본사 전경

7백만불탑

영케미칼

●수출품목 : 의료용품 제조 ●수출실적 : \$8,452,013

40년 R&D 노하우 ‘일회용 반창고’ 28개국에 수출



윤한성 대표

영케미칼은 의료용 반창고 제조를 위해 탄생한 회사다. 창업 후 일회용 밴드와 반창고의 기술력을 높이는 데 매진했고, 세계 시장에 내놓아도 손색이 없는 제품으로 발전시켰다.

꾸준한 연구개발 노력은 수출로 이어졌다. 2010년대 초반 연 수출 규모가 200만~300만 달러에 이르렀고 이후에도 지속적인 신제품 개발과 함께 매년 해외 전시회 참가를 통한 마케팅 노력으로 수출규모는 꾸준히 증가했다.

회사 측은 “끊임없는 노력의 결과 수출이 지속적으로 증가하고 있다”며 “3년 내 수출 1000만 달러 돌파를 목표로 한다”고 밝혔다.

40년 ‘일회용 반창고’ 연구, 이제는 28개국에 수출

회사의 주력 제품은 일회용 반창고 및 드레싱이다. 약 40년 연구 결과물로 회사는 일회용 반창고와 드레싱 전 공정에 대해 독자 생산시설을 갖췄다. 일회용 의료밴드는 실용신안 등록과 함께 폴리우레탄 방수밴드 개발을 마쳤다. 독자 브랜드 플레이드(PLAID)를 28개국에 수출 중이다.

하이드로콜로이드(습윤) 드레싱도 영케미칼의 주력 수출 상품이다. 2009년 중소기업기술혁신개발사업으로 개발해, 현재 약 20개국에 수출 중이다. 코팅공정부터 멸균포장공정까지 전 공정을 진행하여 최고의 품질을 구현한다. 점착성 투명창상 피복재(실리콘시트)도 개발했다. 지역산업기술개발사업으로 흉터 완화용 특수 실

리콘시트 및 생산기술 개발을 완료했다. 실리콘 젤 드레싱 시트 제조장치 및 제조방법은 독자 발명품으로 특허 등록을 마쳤다.

회사는 의료기기 생산을 위해 신규 인력을 지속적으로 확대하고 있다. 영케미칼 관계자는 “현재 개발 제품에 만족하지 않고 연구개발 인력을 채용하여 인체에 무해한 실리콘 드레싱(폼 드레싱)과 실리콘 반창고를 개발하고 있다”고 밝혔다.

K-뷰티 효과로 동남아서 인기

영케미칼은 ISO 13485, GMP 인증서 보유를 통해 품질면에서 경쟁력뿐만 아니라 원부자재 입고부터 최종 소비자에게까지 모든 공정이 자체적으로 가능하다. 의료용 종합브랜드 PLAID를 중심으로 한 세련된 디자인으로 제품에 홍보 효과를 더했다. 독자 브랜드 제품은 미국은 물론 베트남, 대만, 싱가포르, 홍콩 등 동남아시아에 수출되고 있다. K-뷰티와 하이드로콜

로이드 제품의 인기로 인해 수출액이 2021년 530만 달러에서 2022년에는 약 700만 달러로 큰 폭 증가했다.

영케미칼은 작지만 강한 지역 대표 의료기업으로 성장하고 있다. 내실을 탄탄히 다진 덕분에 직원들의 근속연수가 길다. 퇴사율은 1.5% 미만으로 매우 낮은 것으로 정평이 나 있다. 회사는 경상남도 김해에 본사를 두고 있으며 양산에 공장, 베트남에 법인을 운영 중이다.

윤한성 영케미칼 대표는 “생산과 제조의 효율성과 생산성을 높이기 위해 새로운 설비투자에 꾸준히 힘쓰고 있다. 늘어나는 매출과 수출 물량을 맞추기 위해 신규 건물을 착공했는데 이 건물을 세계 최고의 품질시스템 구축 및 제품을 생산하는 곳으로 발전을 시키겠다”며 “대규모 투자 및 사세 확장을 통해 3년 내 1000만 달러 이상 수출을 달성하기 위해 직원들과 함께 성장하는 지역 대표 기업이 되기 위해 노력하겠다”고 밝혔다.



경남 김해에 위치한 영케미칼 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

7백만불탑

익성

●수출품목 : 자동차용 차음재 · 흡음재 ●수출실적 : \$7,925,230

글로벌 명차들이 채택하는 소음 저감 기술력



이봉직 대표

익성은 1997년 설립해 자동차용 흡음·차음 등 소음을 저감시키는 기술을 개발하는 기업이다. 끊임없는 연구와 발전에 노력한 결과, 중소기업 부품소재 개발기업으로 선정됐다. 자동차 플로어매트 AP코팅 차음재를 개발하여 환경기술 개발사업 기업에 뽑히는 등 국산화를 성공적으로 실현했다.

독점 외국기업의 특허 방어 전략으로 인해 90% 이상을 수입에 의존하던 자동차용 흡음재 시장에서 익성은 수직방사 공법으로 만든 초극세사(머리카락 100분의1 굵기 이하)와 단섬유를 균일하게 분포시키는 기술로 수입 대체에 성공했다. 일체형 통기성 카펫 및 카매트 제조기술로 기존 대비 저중량 고성능으로 연비 향상, 에너지 절약과 흡차음 성능 우수 등으로 정부 신기술(NET) 인증을 취득했다.

2017년 이후 매년 꾸준히 수출 증가... 올해 100억 원 목표

2017년 7억 원이었던 익성의 수출액은 꾸준히 늘어나며 2020년 42억 원, 2022년에는 75억 원을 기록했다. 회사는 이 기간 한 차례도 수출액이 감소하지 않았으며 올해는 100억 원의 수출을 바라본다.

회사 관계자는 “국내 기술 인증을 통해 해외 대기업의 독과점 내수시장에서 현재 60% 이상의 점유율을 달성했다”며 “2017년부터 글로벌 시장 진출을 목표로 현재까지

매년 꾸준히 성장하고 있다”고 밝혔다.

일본에서 두각을 나타내고 있다. 일본은 세계에서 품질 요구 수준이 매우 높은 나라로 정평이 나 있다. 현재 익성은 일본 자동차 완성차 브랜드 도요타·닛산·스바루·미쓰비시·마쯔다 등으로부터 사용 승인을 받았다. 익성의 기술 경쟁력을 세계적으로 확인한 계기가 됐다고 회사는 소개했다. 익성은 일본 자동차 메이커 이외에도 랜드로버·스텔란티스·재규어·벤틀리 등과 같은 명차에도 납품하고 있다.

해외에서도 보호 받는 기술력

익성의 독자기술은 국내를 포함, 해외 특허 출원을 통해 법적 보호를 받고 있다. 기존 독점 회사의 특허와 상충하지 않는다는 특허침해의견서를 보유하고 있을 정도로 독자기술을 확보했다. 제품과 관련한 유럽·아시아·북남미 등 주요 지역의 안전 법규에 대한 공인 성적서를 모두 구비하고 있어 고객사로부터 신뢰와 인정을 받고 있다.

독자 기술력으로 새로운 영역으로 진출

익성은 기초 소재 분야에서 쌓아올린 우수한 기술력을 바탕으로 신시장 개척에도 나선다. 현재 전기차용 배터리 및 모터 커버, 전자파 차폐재, 미래 자동차 관련 신기술 개발 외에도 다양한 산업군에서 활용이 가능한 보온·단열재·필터를 개발했으며, 전자파차폐 기술 개발 중 확보한 나노 기술을 접목시킨 화장품은 국내 브랜드 최초로 중국 국가약품감독관리국(NMPA)으로부터 위생허가를 승인 받았다. 이봉직 익성 대표는 “핵심 기술개발과 사업 다각화를 통해 구축된 경영 안정성을 바탕으로 해외 진출 등 미래를 선도할 수 있는 글로벌 선진 기업으로 성장하겠다”며 “세계시장 진출에 있어 우리와 함께하는 국내기업들의 해외 진출에도 시너지 효과를 발휘함으로써 무역진흥 발전에 기여하겠다”고 밝혔다.



충북 음성에 위치한 익성 본사 전경

3백만불탑

그리드위즈

●수출품목 : 전기차 충전 부품 개발 ●수출실적 : \$5,032,218

전기차 급속충전 통신모뎀, 해외 30여 개국 진출



김관환 대표

그리드위즈는 2013년 에너지 산업 변화에 대응하기 위한 서비스 개발을 목표로 설립됐다. 전기차 충전 제품·서비스, 에너지 수요관리와 에너지저장시스템 운영관리 그리고 태양광 솔루션에 이르는 다양한 에너지 관련 서비스를 사업으로 펼친다.

여기에 기존 단일 수요관리 시장에 에너지 저장장치와 전기차 충전서비스를 접목시킨 융합 서비스 모델을 선보이는 등 한국형 가상발전소(VPP) 모델을 이끄는 에너지 데이터 기반의 국내 유일 분산자원융합서비스를 제공하며 성장하고 있다. 그리드위즈는 전기차 및 충전기 관련 부품 시장의 변화를 보고, 독자 기술 개발을 통해 전기차 급속충전기 통신모뎀 개발에 성공했다. 이 제품은 회사의 확실한 수출상품으로 자리매김했다.

미국 충전 통신모뎀 시장 뚫어

미국 전기차 제조업체에 전기차용 충전 통신모뎀을 수출하면서 회사 경쟁력을 인정받았다. 전기차 제조사에서 요구하는 제품 사양을 충족하는 것은 물론 제품의 품질과 제조라인에 대한 엄격한 요청사항을 맞췄다. 그리드위즈 관계자는 “미국 전기차 시장 진출로 생산 및 품질관리 능력을 보유한 기업으로 성장하는 계기를 맞았다”며 “다양한 전기차 제조사를 대상으로 충전 통신모뎀의 판매 기회를 잡을 수 있게 됐고, 앞으로 시장 영향력을 지속적으로 넓혀갈 계획”이라고 밝혔다.

회사의 주요 수출국은 미국 이외에도 독일·프랑스 등 유럽, 중국을 포함한 중화권, 말레이시아·인도네시아·태국 등 아시아로 다양하다. 전기차 시장 급성장과 함께 수출 신장률은 2021년 341%, 지난해에는 170%에 달했다. 회사는 미국 EVS 36, 태국 FMA 전시회 등에 참가하며, 회사 알리기에 적극 나서고 있다. 이를 통해 확보한 잠재 바이어 수가 150여 곳에 달한다. 그리드위즈는 이들 바이어를 통한 수출규모가 1000만 달러 수준에 이를 것으로 예상했다.

국제협회 활동 통해 인지도 높여

그리드위즈는 CharIN·OCA 등 전기차급속충전협회에 적극 참여하며 네트워크를 넓히고 있다. 특히 국제전기차충전기술협회의 인 CharIN에는 한국 기업으로는 최초로 가입하며 글로벌 잠재 고객과의 신뢰 쌓기에 나서고 있다.

품질 관리 및 기술력 향상에도 나서고 있다. 고객사가 요구하는 품질수준을 맞추기 위해 KC, FCC, CE 등 전자파 시험기준을 충족하는 인증을 획득했다. 또한 ISO 9001, ISO 14001, REACH, ROHS

등 규제기준에 맞췄다. 제품 출하과정에서는 전수검사를 시행하는 등 엄격한 품질기준을 마련하여 2013년 제품 출시 이후 불량률 0%를 유지하고 있다.

그리드위즈는 기술을 선도하며 시장에 빠르게 대응하는 기업이 되기 위해 노력하고 있다. 충전서비스 등 다양한 에너지 서비스를 전기차와 융합해 고객 경험을 극대화하고 동시에 유연성 자원으로써 전기차의 가치를 인정받고자 노력 중이다.

김관환 그리드위즈 대표는 “제품 기획단계부터 국제표준 기반으로 사양과 품질을 설정하고 있으며 그 결과 현재 40여 개국 해외 고객과 전기차 충전사업의 영역을 확대하고 있다”며 “우리의 핵심 경쟁력을 바탕으로 해외 주요 시장에 대한 새로운 공급 채널을 확보하여 글로벌 시장에서 경쟁력을 높이고 수출 비중을 지속적으로 높여나갈 것”이라고 밝혔다.



경기도 판교 그리드위즈 회사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

3백만불탑

테크카본

●수출품목 : 탄소복합소재 ●수출실적 : \$4,167,568

탄소섬유 복합재 PMA 인증 후 미국 수출길 열어



김광수 대표

테크카본은 초고온 탄소-탄소 복합재 분야 국내 유일의 전문기업이다. 30년 이상 지속적인 연구 개발로 항공기용 탄소 브레이크 디스크와 미사일 및 우주항공 발체체 등 유도무기체계에 장착되는 초고온 탄소 내열재를 생산하는 방산기업이다.

주요 거래업체는 방위사업청·국방과학연구소·한국항공우주산업(KAI)·대한민국 공군·한화·한화에어로스페이스 등이다.

테크카본은 35년 전 대우중공업의 첨단복합재센터로부터 출발했다. 1988년 대우중공업에서 국방과학연구소(ADD)의 요청으로 F-16 전투기의 브레이크 디스크 국산화 개발 사업을 시작해, 약 10년간 연구개발로 탄소 소재 브레이크 디스크 개발에 성공했다.

이후 2001년 한국항공우주산업(KAI)의 해당사업 연구개발 부서를 분사하면서 테크가 설립되었고, 2014년 물적 분할하여 탄소섬유 기반 초고온 내열소재 전문기업으로 테크카본이 탄생했다.

테크카본은 3000℃ 이상에서 사용할 수 있는 탄소/탄소복합재(Cf/C)를 비롯한 초고온 세라믹 복합재를 생산하는 유일한 기업으로, 해외기술에 의존하던 초고온 복합재 분야의 국산화를 이루었다. 현재는 초고온용 세라믹 복합재 3종류(Cf/C, Cf/SiC, SiCf/SiC)의 밸류체인을 내재화하였다. 이를 위한 필수적인 원소재인 SiC 섬유를 200여억 원 이상의 정부 지원과 자체 투자를 통해 세계 5번째로 SiC 섬유 생산기술을 국산화 개발 및 생산하고 있다.

30년 이상 탄소섬유 기반 복합소재 연구

테크카본은 F-16 전투기용 탄소 브레이크 디스크의 국산화 개발을 토대로 KAI의 고등훈련기 T-50과 경공격기 FA-50의 탄소 브레이크 디스크를 개발해 국내에 전량 공급하고 있다.

이후 탄소 브레이크 디스크의 수출로 매출을 확대하고자 민간항공기 부품시장에 진입을 시도했지만, 항공기 부품의 높은 시장장벽으로 인해 시장 개척에 어려움이 있었다. 하지만 항공기 부품시장의 성장성에 확신을 갖고, 지속적인 연구개발을 통해 탄소섬유 강화와 탄소 복합재료 분야에서 해외 특허 40여 건을 포함 100여 건의 특허를 확보하며 기술을 쌓았다.

또한, 항공기용 탄소 브레이크 디스크 기술을 스핀오프(Spin-off)해 자동차용 세라믹 브레이크 디스크를 개발해, 수출을 진행하고 있다. 현재 세계적인 자동차 부품회사인 ZF사와 협력하여 Formula-3의 포르쉐 차량에 적용하고 있으며, 메르세데스 벤츠와 차세대 고성능 전기차용 브레이크 디스크 개발에 참여하고 있다.

힘난한 FAA로부터 PMA 인증 후 해외 시장 개척

항공기 부품산업은 진입장벽이 매우 높다. 특히 국내 기업이 미국 연방항공청(FAA)으로부터 부품 등 제작자 증명(PMA) 인증을 받는 것이 매우 힘든 과정이다. 테크카본은 전방위 노력

을 펼친 결과, 2016년과 2018년에 2개의 항공기 기종에 대하여 PMA 인증을 획득했다. 이후 2018년부터 수출길을 열었다. 처음 50만 달러 규모의 수출 계약을 체결했으며 이후 지속적인 성능 검증으로 지난해에는 수출 규모가 약 200만 달러로 확대되었다. 올해는 계약 수출액이 400만 달러 이상이 될 것으로 내다봤다. 이러한 성공전략을 토대로 현재 추가적으로 2개의 항공기 기종에 대한 PMA를 진행하고 있다. 회사 측은 2개의 PMA 인증을 추가로 획득하게 된다면 1000만 달러 이상으로 수출이 확대될 것으로 예상하고 있다.

최근에는 다수의 항공기 제조사로부터 테크카본의 탄소 브레이크 디스크에 대하여 주문자상표부착생산(OEM) 개발을 진행하고 있어 앞으로의 성장성은 더욱 클 것으로 예상된다.

테크카본 관계자는 “독자 기술개발과 국내외 고객발굴을 통해 항공기용 탄소-탄소 브레이크 시장 진출에 성공했다”며 “글로벌 시장에서 항공기용 브레이크 디스크 제품의 시장 확대를 위해 지속적인 연구개발을 통하여 기술과 가격 경쟁력을 확보해 수출을 확대하겠다”고 밝혔다.



전북 전주 테크카본 본사 전경

3백만불탑

지엠디소프트

●수출품목 : 포렌식 소프트웨어 ●수출실적 : \$3,110,870

K-포렌식 SW 경쟁력을 세계에 알리다



김현수 대표

지엠디소프트는 2006년 설립된 포렌식 연구개발 기업이다. 2008년 검찰에서 지엠디소프트의 포렌식 제품을 사용하면서 1호 고객이 됐다. 검찰은 당시 지엠디소프트 제품을 통해 과거 풀지 못하던 사건을 해결했고 이는 지엠디소프트의 해외 인지도를 높이는 계기가 됐다.

이후 경찰·군을 포함한 국내 다수의 수사기관에서 제품을 도입했다. 국내에서 입증된 기술력을 바탕으로 2015년 해외 시장에 본격 진출했다. 처음 포렌식을 시작할 때 영국에서 배운 기술을 도입해 개발했는데 현재는 영국에서 지엠디소프트의 포렌식 제품을 수입하는 상황이 됐다.

K-포렌식 소프트웨어의 경쟁력 있는 기술력을 보여주면서, 글로벌 투자사로부터 투자를 받았다. 이 지금은 디지털 포렌식 신기술 연구개발과 신규 인력 채용에 투자하고 있다. 모바일 포렌식 연구개발 스타트업 더스팟을 인수해, 모바일 획득 기능을 강화하고 있다. 특히 AI 연구에 집중 투자하며, AI 포렌식 분야에서 독보적인 기술 우위를 보이고 있다.

지엠디소프트의 지난해 매출은 약 137억 원이다. 모바일 포렌식 사업부분 매출이 약 70%이며, 비디오 AI 분야가 30%를 차지한다. 지난해 수출은 약 51억 원이다.

지엠디소프트는 매년 약 25%의 성장률을 보이고 있다. 특히 해외의 경우 약 60% 성장세를 보이며 빠르게 해외 영향력을 높이고 있다. 수출 국가를 보면 인도네시아가

30%로 가장 많으며, 베트남(16%), 홍콩(12%), 영국(8%), 인도(8%) 순이다. 회사 관계자는 “올해나 내년에는 AI 포렌식 수출 매출의 비중이 더 증가해 2~3년 뒤에는 기존 모바일 매출 규모를 능가할 것”이라고 밝혔다.

보츠와나에도 들어가는 한국 기술

지엠디소프트는 아프리카 보츠와나에도 수출한다. 3년 전 우리나라와 보츠와나 국가기관간 포렌식 기술 양해각서를 맺은 것이 계기가 됐다. 지엠디소프트는 기본적인 교육과 포렌식 서비스를 지원했다. 보츠와나에서 지엠디소프트의 높은 기술력을 인정해, 올해는 80만 달러 이상의 대형 포렌식 랩 구축 프로젝트를 제안했다. 우리나라의 우수한 포렌식 기술과 제품을 기반으로 적극적인 기술 지원 그리고 정부와 민간기업의 협업이 만들어낸 성공적인 수출 사례다. 지엠디소프트의 주력 제품은 독자연구 개발해 내놓은 MD시리즈(MD-Series)다. 모바일 및 디지털 기기에 저장된 데이터를 획득 분석하는 소프트웨어다. 디지털 포렌식 솔루션 제조사 기준 가장 빠른 신기술 반영 및 업데이트 제공, 모든 디지털 포렌식 상황에 대응할 수 있는 전문 기술자와 기술력을 보유했다. 다수의 외산 포렌식 제품에서 지원하지 않는 국내 주요 앱에 특화된 전문 기술을 보유하고 있으며 AI 포렌식 기술력도 갖췄다.

내년 수출 1000만 달러 목표

회사는 올해 수출 규모로 지난해보다 200만 달러가량 증가한 500만 달러를 예상했다. 내년에는 올해보다 두 배 가량 많은 1000만 달러를 내다봤다. 이런 성장세는 우리나라 수사기관의 포렌식이 ‘세계 최고 수준’이라는 인식이 작용했다. 20년 전 당시 해외로 배우러 갔지만 현재 반대로 해외에서 국내로 교육을 받으러 오는 추세다. 특히 AI 과학수사 분야는 지엠디소프트가 대표 기업으로 꼽힌다.

김현수 지엠디소프트 대표는 “수년 내 매출 기준으로 세계 2~3위권으로 도약하는 것을 목표로 하고 있다. 2025년까지는 주요 권역별 파트너 확대 및 현지 영업 마케팅 활성화 등을 통해 글로벌 시장에 더 깊이 침투할 예정”이라며 “We empower your investigation!(고객의 조사에 힘을 실어주겠다)의 미션을 갖고, 전세계 디지털 포렌식 수사관에게 반드시 필요한 디지털 포렌식 솔루션을 제공하는 글로벌 1위 기업이 되기 위한 도전을 멈추지 않겠다”고 밝혔다.



올해 인도에서 진행한 지엠디소프트 ‘밋업 데이’ 행사 모습

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

3백만불탑

한수원케이엔피

●수출품목 : 에너지 분야 기자재 및 검사·정비용역서비스 ●수출실적 : \$3,675,542

40년 국내 노하우를 기반으로 해외 시장 개척



이남석 대표

한수원케이엔피는 지난 40년간 축적된 에너지 분야 기자재 및 검사·정비용역서비스를 수출하기 위해 2015년 설립된 회사다. 원자력, 화력, 수력, 오일&가스 등 발전 및 에너지 분야의 국내 중소기업들이 보유한 장점과 가치를 관리하고 해외 유수의 수요처에게 제공해, 글로벌 고객의 가치창출에 기여하고 있다. 국내 기술로 건설된 UAE 바라카 원전에 국내 중소기업의 우수한 기자재를 수출해, 원전 운영을 위한 공급망에 기여했다.

UAE 뚫은 후 국내 중소기업 수출 도와

한국형 노형 원전의 UAE 바라카 원전 수출 이후에 국내 제조사에서 제작한 원전 운전용 예비품을 공급하며 국내 협력 기업의 기자재 수출 확대에 큰 역할을 하고 있다. 2019년부터 바라카원전 기자재 수출이 시작되었으며, 해마다 수출계약액이 대폭 증가하고 있다. 2020년도 3건 11만 달러에서, 2021년도 33건 91만 달러, 2022년에는 70건 360만 달러로 큰 폭 늘었다.

2023년에는 9월 말 현재 총 120여 건의 기자재 수출 계약이 성사됐다. 이러한 증가세에 힘입어 올 9월 한수원케이엔피를 통한 기자재 수출 총액은 1500만 달러를 넘었다. UAE 원전 외에도 지속적으로 해외 전력기자재 바이어를 발굴하여 프랑스 Andritz Metal에 국내 철강 롤(Roll)을 수출했으며, 대만 원전과 협력하여 국내 밸브를 지속적으로 공급하고 있다.

수십년 노하우가 수출 비결

수원케이엔피의 수출 확대 배경으로는 국내에서의 충분한 검증은 꼽는다. 이미 한국의 원자력 발전소에 공급되는 등 수십 년간 국내 원전에서 사용돼, 원전의 안전운영에 기여하고 있기 때문이다. 한수원케이엔피는 170여 건의 국내 기자재를 해외 고객에게 수출했으며 이 기간 품질에 문제가 발생한 사례는 없었다. 지속적으로 매년 기자재 수출실적이 증가하는 것은 국내 기자재의 우수한 품질이 고객으로부터 입증되었기 때문이라는 것이 회사 측 설명이다.

현지 고객 관리도 큰 몫을 했다. UAE 현지에서 고객사의 요구에 대응하기 위해 운영되고 있는 아부다비 지사는 원전 기자재 발주정보를 적극적으로 수집한다. 또

한, 입찰지원 및 공급 이후 현지에서 부딪히는 어려움을 해소하는 역할을 수행한다. 이를 기반으로 국내 중소기업 제품을 안정적으로 납품할 수 있는 기반이 마련되었고 수출업무 수행을 위한 긴급한 필요조치 등이 가능해, 고객사에 차질 없이 수출을 진행한다.

한수원케이엔피 측은 “직접 수출이 어려운 소규모 협력기업의 기자재를

대신 수출하고 있다는 점과 이러한 수출을 통해 한국이 첫 번째로 수출한 한국형 원전인 UAE 바라카원전의 안전 운전에 기여하고 있다는 점 그리고 국내 원전 공급망(Supply Chain)의 유지로 원전 생태계에 기여하고 있다는 점들이 회사의 자랑 거리”라고 소개했다.

해외 원전 건설로 수출 기회 확대 예상

폴란드·체코·루마니아 등 해외에서 한국형원전 건설에 따른 국내 기자재 및 예비품 수출 기회가 지속적으로 확대 될 것을 기대된다. 이를 통해 한수원케이엔피는 원전기자재 수출 전문 무역상사로 거듭난다는 계획이다.

이남석 한수원케이엔피 대표는 “글로벌 원전 기자재 시장의 뉴 리더라는 비전을 갖고 한수원과 함께 국내 원전 기자재의 해외 시장개척에 매진해, 국내외 원전 생태계를 견고히 하고 산업 발전을 이루는 것이 목표”라고 밝혔다.



UAE 바라카 원전 모습. 한수원케이엔피는 바라카 원전에 활용되는 국내 협력사들의 기자재들을 대거 수출했다.

2백만불탑

진용엔지니어링

●수출품목 : 가공 공작기계 ●수출실적 : \$2,082,378

신기술 접목한 복합장비 개발로 수출 크게 늘려



박진용 대표

진용엔지니어링은 1992년 자동차 기계제작 업체로 출발, 2000년대 초반부터 코팅기·롤프레스 등 롤투롤(Roll-to-Roll) 장비를 주력으로 개발했다.

설계와 제작 모두 자체 기술로 장비 국산화를 이뤘다. 현재는 세계 최고 기술 수준 단계에 이르렀으며, 지난해부터 수출 성과가 나타나고 있다.

고객사는 대기업·대학·연구소 등 다양하다. 최근에는 시장 성장세가 가파른 이차전지 양극·음극재 생산용 장비와 먹는 필름인 구강봉해필름(ODF) 생산용 장비의 수요가 많아졌다.

이밖에도 세라믹, 페라이트, MLCC, 멤브레인 필터 등 전통 전자산업 소재의 생산용 장비 수요가 꾸준히 늘고 있다. 2020년 이후 해외 수요가 많아지면서 현재는 내수와 수출 비중이 비슷한 수준에 이르렀다. 해외 시장 진출을 위해 경기도 평택항 주변에 제2공장을 세우고 있다.

진용엔지니어링이 해외 시장에서 각광을 받은 지는 오래되지 않았다. 2022년 100만 달러 수준 규모의 구강봉해필름(ODF)용 코팅장비를 미국으로 수출하면서 인지도를 높이기 시작했다.

2023년 상반기에는 코팅장비뿐만 아니라 라미네이팅·슬리팅·롤프레스 등의 기술을 접목한 복합장비를 수출해 300만 달러 이상의 수출 실적을 기록했다. 최근에는 북미 시장에 본격 진출하기 위해 국내 장비 수요기업과 함께 내년 미국법인 설립을 추진 중이다.

최고 장비로 고객과 소통

진용엔지니어링은 장비 개발과 함께 고객과의 지속적인 소통을 펼친다. 회사 제작 장비는 첨단산업 소재 생산용으로, 매우 정밀한 기술들이 집약되어 있어 충분히 이해하고 사용해야 하기 때문이다. 주력 상품인 이차전지 양극·음극재 생산용 코팅기계의 경우 고속·광폭화를 달성해 세계 기술을 이끄는 최고 수준이다. 최근에는 환경오염 요소를 최대한 줄이고, 낭비 요소를 제거하는 등 친환경 요소까지 접목한 장비를 개발 중이다. 장비의 생김새는 비슷해 보여도 내부 스펙은 천차만별이다. 고객들의 각 소재 특성에 맞는 커스텀(맞춤제작)이 필요하기 때문이다.

지속적인 소통으로 쌓은 신뢰로 추가 수주 이어져

회사는 고객사와 원활한 의사소통이 중요하다고 강조했다. 설계에서부터 고객의 요구사항을 정확히 반영하고, 시운전까지 고객이 원하는 수준의 품질과 생산량을 맞출 수 있도록 턴키(Turn-key) 방식으로 장비를 공급한다. 진용엔지니어링 관계자는 “높은 품질의 장비 제작과 협력사와의 원활한 소통 그리고 생산까지 가능하도록 납품

후 관리까지 책임지려고 노력하니 고객사도 우리를 인정하는 것 같다”고 전했다. 덕분에 고객 신뢰도 많이 쌓였고 이는 추가 프로젝트 수주로 이어진다. 장비산업은 수요처 소재 특성에 따라 각기 다른 장비를 설계해야 하기 때문에 계약 전 장비 사양 협의의 기간이 길다. 계약 후에도 통상 6개월이 넘는 제작 기간 동안 여러 번의 검수가 필요하다. 운송 및 AS도 마찬가지다. 수요기업 입장에서 큰 위험을 감수하는 것인 만큼 고객과의 신뢰는 매출에 절대적이다. 진용엔지니어링은 국내시장에서 쌓은 경험과 평판을 바탕으로 고객에게서 받은 신뢰와 지지가 있었기 때문에 수출이 가능했다고 소개했다.

박진용 진용엔지니어링 대표는 “세계 시장에서 오랜 기간 사랑받는 한국기업으로 인식되기 위해 기술 개발에 힘쓰고 있다”며 “이차전지 장비 업계에도 앞으로 10년 내로 생산방식의 큰 변화가 있을 것으로 예상되는 만큼 진용엔지니어링은 건식공정·전고체 생산 등 차세대 장비 개발과 적극적 경쟁을 통해 세계 시장에서 활약하는 기업이 되겠다”고 포부를 밝혔다.



경기 평택에 위치한 진용엔지니어링 본사 전경

‘수출의 탑’ 영광의 얼굴들 수출탑별 대표기업

2백만불탑

코리아나까조

●수출품목 : 제빙기 · 빙수기 ●수출실적 : \$2,563,050

유럽 제빙기 · 빙수기 시장 개척으로 수출 2배 확대



최종문 대표

코리아나까조는 2001년 설립됐으며 자판기용 제빙기 유닛(UNIT) 납품으로 사업을 시작했다. 이후 기술 개발로 2014년에는 신개념 제빙기를 선보이며 해외 시장 진출의 발판을 마련했다.

2015년 스노우-디스펜서(Snow-Dispenser) 고급 빙수기를 개발했고, 이후 국내 시장의 점유율 60% 이상을 장악하는 기업을 토론했다. 동시에 미국과 아시아 시장에도 진출한다. 지난해 최종문 대표가 코리아나까조를 인수하면서 축적된 기술 노하우를 한단계 업그레이드시키며 올해는 유럽으로 영역을 넓혔다. 올해는 내수 100억 원에 수출 40억 원을 바라본다.

유럽서 흥행으로 수출 대폭 확대

2019년까지 일본 위주의 소량 수출에 그쳤던 회사는 차별화된 제품력 그리고 우수한 품질에 대한 소문과 함께 해외에서 인기가 올라갔다. 그 효과는 2020년 유럽 진출 이후 본격화됐다. 스위스 · 우크라이나 · 불가리아 등에서 반향을 일으킨 것. 유럽에서의 호실적으로 지난해 수출액은 20억 원을 기록했다. 올해는 두 배 늘어난 40억 원을 바라본다. 회사 관계자는 “유럽의 신규시장 개척 효과에 미국 · 캐나다 등 북미 제빙기 시장에서의 고급형 제빙기 · 빙수기 수요가 늘고 있어 앞으로 수출 물량이 증가할 것으로 예상된다”고 밝혔다. 회사는 동유럽 및 중국, 동남아도 시장을 개척 중이다. 특히 무인카페 위주에서 호

텔, 식당, 스포츠클럽, 대형마트 등으로 타깃 시장을 확대하고 있다.

트렌드에 맞는 제품 개발이 통해

코리아나까조의 경쟁력은 최근 트렌드인 한정된 작은 공간에 커피머신기 · 제빙기 등을 설치할 수 있도록 설계한 점이다. 코리아나까조의 디스펜서 제빙기의 경우 합축된 기술력을 바탕으로 최소한의 공간만을 필요로 하는 슬림한 디자인을 채택했다. 공간 활용도 면에서 최소한의 공간만 있으면 설치가 가능하기 때문에 해외에서 호평을 받고 있다. 이를 활용한 커피전문점, 무인카페, 오피스 카페, 자판기 등 다양하게 활용한 제품을 판매하고 있다.

얼음을 너겟 형태로 만든 것도 인기 요인이다. 얼음과 음료 또는 커피와 조화롭게 어우러져 시원함과 아삭함을 즐길 수 있는 장점이다. 여기에 우수한 제품력, 편의성, 안전성을 인정받아, 바이어들의 수입 제안이 이어지고 있다.

빙수 · 제빙 기술 20년... 세계적 회사 발돋움 기대

아시아를 넘어서 유럽의 주요 국가로 수출 하고 있는 회사는 우수한 제품력과 품질, 디자인, 위생 부분의 경쟁력을 적극 활용해 수출처를 확대한다는 계획이다. 지속적인 기술 개선으로 바이어로부터 관심이 늘어나고 있다.

최종문 코리아나까조 대표는 “코리아



코리아나까조의 제빙기 '1540'(왼쪽)과 빙수기 '151MW'

나까조의 수출은 이제 시작단계이다. 여러 국가와 바이어로부터 다양한 제안을 받고 있고 내년에는 수출 규모가 더욱 늘어날 것”이라며 “무역의 날 수상은 제빙기 기업으로 앞으로의 성장 가능성을 인정받은 결과라고 생각한다. 현재에 만족하지 않고 다양한 제품과 고품질의 서비스로 해외에서 인정받는 글로벌 기업으로 발전하기 위해 최선을 다하겠다”고 밝혔다.



경기도 김포 코리아나까조 본사 전경

1백만불탑

지엠티에이

●수출품목 : 전기전자제품 제조 ●수출실적 : \$1,083,090

창업 첫해 수출탑 수상... 6개월 사이 100만 달러 수출



신수성 대표

‘2023년 1월 설립, 2분기에 100만 달러 수출’

전기전자제품을 만드는 지엠티에이(GMTA)가 올 상반기 6개월 동안 얻어낸 성과다.

5년여간 가전제품 제조사에서 몸담았던 신수성 지엠티에이 대표는 앞서 설립한 지엠티에이포라이프에서 국내 우수기업의 제품 수출을 맡았다. 그리고 대외 신인도 확보 및 조직 확장 필요성에 따라 설립한 지엠티에이는 단기간에 상당한 수출실적을 올렸다.

지엠티에이측은 회사 설립 배경으로 “자체 모델의 필요성, 신제품의 연구개발을 위해 국내 제조사들과 협업을 맺었다”며 “이후 해외 바이어로부터 투자금을 유치 받아 주문자상표부착생산(OEM), 제조업자개발생산(ODM) 제조 방식으로 수출했다”고 소개했다.

신수성 대표는 과거 해외에서 학업한 경험을 바탕으로 국내 기업의 해외 독점 수출 계약을 따내는 것은 물론 CE · SASO 등 까다로운 해외규격인증 인허가를 받아내는 등 탁월한 능력을 발휘했다.

2년차 수출 120억원 이상 목표

지엠티에이 매출 발생은 올 4월부터다. 그리고 6월까지 3개월 동안 무려 100만 달러가 넘는 수출실적을 기록했다. 올해 예상 매출은 70억 원이다. 내년에는 두 배 이상 늘어난 목표치를 제시했다. 지엠티에이측이 잠정적으로 잡은 내년 매출액은 ‘120억 원 이상’이다.

현재 주매출원은 반도체 열전소자를 채택한 냉온 정수기. 환경문제가 대두되는 기존 냉매인 프레온가스를 사용하는 컴프레서 타입의 냉온정수기를 획기적으로 대체한 제품이다. 냉매 없이도 냉수 출수가 가능하고 제품의 다운 사이즈로 고장 걱정을 줄였다. 지엠티에이측은 “제품의 다운 사이즈 및 경량화가 빠른 매출 성장의 배경이 됐다”고 밝혔다.

해외 시장 개척과 신제품 개발 박차

지엠티에이는 수출 시장 개척을 위해 지속적으로 바이어들과 접촉했다. 동시에 시장 수요에 맞는 제품을 개발하기 위해 국내 제조사와의 협업에도 매진한다. 현재 수출하고 있는 싱가포르 외에도 홍콩, 요르단, 말레이시아, 태국, 중국, 베트남, 영국 등 다양한 국가에 샘플 제품을 보내고 이를 수출실적으로 잇기 위한 마케팅에 나선다.

신수성 지엠티에이 대표는 “긍정적 교류가 이어지고 있어 지속적으로 수출물량이 증가할 것으로 기대된다”고 밝혔다. 신 대표는 이어 “정수기 이외에도 지속적인 개발 투자로 냉매가 사용되는 여러 제품의 완전 대체를 위한 신제품 개발에 힘을

쏟을 계획”이라고 밝혔다.

창업 첫해 무역의날 행사장에 초대받는 것은 매우 드문 사례다. 그런 큰 성과를 낸 지엠티에이는 글로벌 기업으로 도약하기 위한 힘찬 날갯짓을 약속했다. 지엠티에이는 회사 소개에서 ‘무역을 넘어서 지속 가능한 사업’이라는 비전을 실현하기 위해 다양한 영역에서 미래사업 기회를 지속적으로 발굴한다고 제시했다. 그러면서 ‘우리나라 수출 산업 발전에 기여하고자 하며, 대한민국 일류 종합 무역상사로 거듭나기 위해 끊임없는 변화와 혁신을 추구하고 있다’고 소개했다.

신수성 지엠티에이 대표는 “향후 5년 이내 전 세계 20개국 이상의 나라에서 지엠티에이의 제품을 만나볼 수 있도록 노력할 것”이라며 “정수기뿐만 아니라 지속적인 개발 투자로 친환경 라인업을 확대하여 친환경 가전의 선두주자로 전세계 모든 가정에서 사랑받는 그날까지 지엠티에이의 글로벌 확장은 멈추지 않을 것”이라고 포부를 밝혔다.



신수성 지엠티에이 대표(오른쪽)가 바이어와 상담하고 있는 모습. 신 대표는 올 1월 회사 창업 이전에 다양한 제품의 수출 및 인증을 경험했다.



수출.. 하고싶은데 궁금한 건 너무 많다?
이젠 고민 말고
각 분야 최고 전문가와 해결하세요!

TradePro

디지털 무역상담 플랫폼

TradePro란?

손쉽게 전문가와 상담할 수 있는
비대면 무역상담 플랫폼입니다.



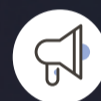
전화상담



화상상담



채팅상담



오픈상담



AI자문

접속방법

Tradepro.kr



- 1) PC / Mobile / Tablet : tradepro.kr 바로접속!
- 2) 한국무역협회 홈페이지 (kita.net) 접속 후, TradePro 클릭!

상담분야



무역실무



관세/통관



계약/클레임



세무/회계



특허/상표



해외인증



외환/환리스크



온라인마케팅



창업컨설팅



지역전문가



물류/운송



인력관리



해외마케팅



전자상거래



기술상담



기타분야



DX컨설팅



The 60th
Trade Day
2023



산업통상자원부
Ministry of Trade,
Industry and Energy



K I T A
한국무역협회



수출입국 60년 다시 뛰는 대한민국!

제60회 무역의 날

2023. 12. 05.

