
9.11 테러 이후 중동국가의
대미교역 변화 및 우리제품 진출방안

2002. 8.

KOTRA
해외조사팀

目 次

=====

<요 약>

I. 9.11 테러 이후 중동국가의 반미감정 분출 현황/3

1. 전반적인 반미감정/3
2. 중동 바이어들의 수입선 전환 움직임/5

II. 반미감정의 대미 경제교류에의 영향/6

1. 무역/6
 - 최근 대미무역 동향/6
 - 반미감정 악화로 인한 대미수입 영향/9
2. 경제교류/10

III. 미국의 진출우위 품목중 우리제품 진출확대 가능품목/11

1. 중동국가들의 대미 주력 수입품목/11
2. 미국의 우위품목중 우리나라 진출확대 가능품목 및 방안/12

첨부 : 중동지역 경제에 드리운 이라크의 먹구름/21

<요 약>

1. 전반적인 반미감정

- 대부분의 중동국가에서 9.11 테러사태 이후 반미감정이 악화
- 중동국가에서는 온건 국가를 중심으로, 정부에서는 대미관계중시를 외치고 있으나 국민들의 반미감정이 크게 악화되고 있음
 - 정부차원에서는 강경 국가를 포함한 대부분이 반미감정을 드러내 놓고 있지 않으나 민간차원에서 미국산 불매운동 스티커 등을 건물에 부착하는 등 반미감정이 격화
 - 레바논의 연구기관인 INFORMATION INT'L SAL사에 따르면 9.11 테러사태 이후 레바논 소비자의 81.3%가 미국에 반감을 가진 것으로 나타났으며 30.7%가 미국상품을 보이콧하겠다고 답함

2. 9.11 이후 중동의 대미 경제교류 축소 현황

가. 대미수입

- 중동 10개국(대미수입 상위 10개국)의 2001년 대미 수입액은 161억 달러로 전체 수입액의 약 10% 수준이었으나 2002년(1-5월)에는 54억달러로 약 8.5% 수준으로 낮아짐
- 10개국중 대미수입이 증가한 국가는 UAE 및 요르단 2개국에 불과하였으며 나머지 8개국은 감소
 - 2001년도에는 7개국에서 대미수입이 증가
 - 사우디아라비아, 튀니지아, 레바논은 2002(1-5)년도 대미수입이 30% 이상 감소
- 아랍어 신문 “알하야트”는 이러한 불매운동으로 인한 미국기업의 상품수출 손실은 1개월당 최소 2억불에 달하는 것으로 보도

나. 대미 금융투자

- 미국시장에 투자되었던 아랍 석유자금이 최근 유럽이나 자국으로 이동하고 있음. 이와같은 자금 이동은 미국의 주가 약세나 달러 약세 등 경제적인 요인에 주로 기인하고 있으나 반미감정에 따른 미국투자자에 대한 저항심리 역시 근거에 자리잡고 있는 것으로 보임
- 아랍 석유생산국의 부호들이 미국시장에 투자하고 있는 금융자산은 약 1조 달러 정도로 추산되는데 미국에서 점차 철수하고 있다는 견해가 유력함

3. 미국의 진출우위 품목중 우리제품 진출확대 가능품목

가. 중동국가의 대미 주력 수입품목

국가	대미 주력 수입품목
사우디	항공기, 자동차, 담배, 가스터빈, 기계부품, 컴퓨터
UAE	방산물자, 항공기, 자동차, IT 제품, 가전, 식품음료, 영화
이집트	기계, IT 제품, 항공기, 옥수수, 밀
레바논	IT 제품, 타이어, 식품,음료,농수산물
모로코	항공기, 기계/기계부품, 컴퓨터, 밀, 옥수수, 통신장비
쿠웨이트	수송기계, 가스 원유장비, 담배, 화학원료, 정유관련기계
요르단	기계류, 수송장비, 식품 및 동물, 음료, 담배, 원재료
카타르	방산물자, 기계장비, IT제품, 담배
바레인	방산물자, IT 제품, 보안장비, 곡물, 식품
오만	석유/가스 장비, 자동차, IT 제품, 담배 등

나. 미국의 우위품목중 우리나라 진출확대 가능품목

- 불도저 및 로우더(HS 8429)
- 컴퓨터(HS 847150)
- 합성수지(HS 3907)
- 진공청소기(HS 850910)
- 의료기기(HS 9018)
- 광섬유케이블 (HS 854470)
- PDA(HS 847180)
- 마그네틱테이프 (HS 852313)
- 도난경보기, 벨사이렌(HS 8531)
- 타이어(HS 401110) 등

I. 9.11 테러 이후 중동국가의 반미감정 분출 현황

1. 전반적인 반미감정

- 대부분의 중동국가에서 9.11 테러사태 이후 반미감정이 악화
- 중동국가에서는 온건 국가를 중심으로, 정부에서는 대미관계중시를 외치고 있으나 국민들의 반미감정이 크게 악화되고 있음
 - 정부차원에서는 강경 국가를 포함한 대부분이 반미감정을 드러내 놓고 있지 않으나 민간차원에서 미국산 불매운동 스티커 등을 건물에 부착하는 등 반미감정이 격화
 - 레바논의 연구기관인 INFORMATION INT'L SAL사에 따르면 9.11 테러사태 이후 레바논소비자의 81.3%가 미국에 반감을 가진 것으로 나타났으며 30.7%가 미국상품을 보이콧하겠다고 답함
 - 또 9.11 이전에는 상품구입전 미국상품인지 여부를 확인하는 비율이 59%인데 반해 최근에는 77.7%가 확인
- 이에따라 중동국가와 미국과의 경제교류도 축소되고 있음.
 - 상품, 금융, 인적교류 모두 금년들어 크게 위축
 - 공공구매 시장 등 정부부문 시장은 큰 영향이 없으나 민간부문 시장에서는 미국을 상징하는 맥도널드/스타벅스 등 패스트푸드나 콜라/담배 등 식음료를 중심으로 큰 영향 발생
 - 일부 미국계 패스트푸드 매장은 매출이 격감(예 : 오만의 켄터키 치킨, 쿠웨이트의 피자헛, 사우디의 코카콜라 등에서는 45%-55%의 매출감소)

[중동 각국 소비자의 반미감정 현황]

국가	반미감정 악화정도	현지인과 미국계 기업과의 충돌사례	미국제품 불매운동 현황	기타
사우디	매우 악화	없음	법률로 금지되어 있어 공식적인 활동은 없으나 비공식적으로 활발	
UAE	다소 악화	없음	민간차원에서 미국산 불매운동 스티커 등을 건물에 부착하는 등 미국제품 불매 운동 전개 www.uaeforever.com에는 첫페이지에 "미국산을 사지말고 대신에 가난한 사람 에게 기부하자"라는 아랍어 문구와 함 께 불매대상 상품으로 Compaq, 콜라, 피 자헛, 포드, JC penny 등의 미국산 제품 을 게재	
이집트	매우 악화	발생	법률로 금지되어 있어 공식적인 활동은 없으나 비공식적으로 활발	
레바논	매우 악화	발생	매우 활발. 홈페이지 등을 통하여 보이 콧 대상 미국제품명단을 홍보(www.boi kottisrael.no 등)	
모로코	다소 악화	없음	소규모로 불매운동이 있으나 조직화되 어 있지는 않음	달러화거래 를 기피하고 유로화로 거 래하자는 캠 페인등 전개
요르단	다소 악화	없음	민간차원에서 불매운동이 벌어지고 있 으나 영향은 미미한 편	
쿠웨 이트	다소 악화	없음	일부 단체에서 반미내용을 담은 전단을 배포하고 미국제품 불매운동을 전개	
리비아	매우 악화	미국계 기업진출 없음	미국제품이 유통되고 있지 않아 불매운 동은 없음. 대신 팔레스타인 모금운동이 활발	은행의 공 식 송금 환율 을 달러에서 유로로 변경

자료원 : 해외 무역관

= 레바논의 반미 불매운동 사례 =

- 레바논의 미국상품 보이콧 운동은 9.11사태 이전에는 거의 유명무실하였으나 9.11 이후 미국의 친이스라엘, 대아랍 강경정책에 반발하는 분위 기 고조로 각종 형태의 시위가 빈발
- 무슬림 쉬아파 고위성직자인 셰이크 무함마드 파달라는 미국상품 불매와 함께 유럽및 아시아산 제품을 구입하도록 아랍국가에 촉구하면서 음 료, 화장품, 식품류 등의 품목을 열거하고 있음.
- 북부 레바논 트리폴리지역에서는 레바논산이나 여타국 제품의 구매를 촉구하는 프랑카드를 걸고 미국제품에 시위를 함.
- 젊은 인터넷 이용자들은 인터넷에 " hit america in the pocketbook"이 란 제목으로 미국상품 보이콧 여론을 확산시키고 있음.
- 친팔레스타인 운동권들은 지난 4.15일 버거킹, 맥도날드, 스타벅스 매장 앞에서 집단 평화시위를 벌이며 이스라엘을 지지하는 미국상품의 불매 운동을 촉구
- 지난 5. 9일에는 트리폴리시의 켄터키 치킨과 하디스점 앞에서 3파운드 의 티앤티 폭탄이 터지는 폭발사고 발생하였는데 미국상품 불매와 무 관하지 않은 것으로 추정됨. 유사 사고가 베이루트 근교 칼데지역 피자 헛에서도 발생하였는데 범인은 미국상품에 타격을 주기위해 범행을 했다고 자백
- 레바논 민간 운동단체는 "act now"라는 슬로건으로 미국상품 보이콧 운 동을 하고 있음

2. 중동 바이어들의 수입선 전환 움직임

국가	반미감정에 따른 바이어의 수입선 전환계획 등	업종별 영향
사우디	일반 시민의 반미감정이 매우 커 미국산 수요가 감소됨에 따라 수입선 전환의사가 큰 편	기계류, 식품, 담배 등의 분야 에서 큰 영향

UAE	일부 아랍계 바이어들은 대체가 가능한 제품은 미국산에서 여타국가 제품으로 대체 의사 표시	중화학공업 제품은 차량을 제외하고는 영향이 크지 않은 편 콜라 등 식품류는 큰 영향
이집트	원산지 식별이 용이한 식품류 등을 중심으로 바이어들이 수입선을 전환하려는 움직임 대미수입의 대부분이 필수품으로 전체적으로 전환의사는 크지 않음	식품, 담배 등의 분야에서 영향
레바논	일부 바이어들이 수입선을 전환하려는 움직임	소비재를 중심으로 영향 발생
모로코	친미국가로 대미수입품에 대한 반감은 적은편. 이에따라 수입선 전환 움직임은 미약	코카콜라, 말보로 담배 등 미국을 상징하는 제품에 대한 수요 감소
요르단	최근 미국과의 FTA 체결로 바이어의 대미 수입 선호도가 더욱 높아져 가고 있는 상황	
쿠웨이트	일부 바이어들이 수입선을 미국에서 아시아 국가로 전환하려는 움직임	코카콜라, 말보로 담배 등 미국을 상징하는 제품에 대한 수요는 감소세
리비아	현재 미국과 교역하고 있지 않음	현재 미국과 교역하고 있지 않음

II. 반미감정의 대미 경제교류에 미치는 영향

1. 무역

가. 최근 대미무역 동향

1) 대미수입

- 중동 10개국(대미수입 상위 10개국)의 2001년 대미 수입액은 161억 달러로 전체 수입액의 약 10% 수준이었으나 2002년(1-5월)에는 54억달러로 약 8.5% 수준으로 낮아짐
- 10개국중 대미수입이 증가한 국가는 UAE 및 요르단 2개국에 불과하였으며 나머지 8개국은 감소
 - 2001년도에는 7개국에서 대미수입이 증가
 - 사우디아라비아, 튀니지아, 레바논은 2002(1-5)년도 대미수입이 30% 이상 감소

[최근 중동 10개국의 대미수입]

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001		2002(1-5)	
	금 액	증가율	금 액	증가율
사우디	5,970	-4.2	1,281	-35.0
이집트	3,777	13.5	1,398	-0.7
UAE	2,639	15.2	1,396	20.5
알제리아	1,047	20.7	412	-15.4
쿠웨이트	905	14.5	341	-12.8
바레인	432	-3.5	146	-3.3
요르단	343	9.8	145	10.1
레바논	418	18.1	139	-31.4
카타르	335	74.8	103	-24.5
튀니지아	277	-3.8	95	-32.8
계	16,148		5,459	

2) 대미수출

- 중동 10개국(대미수출 상위 10개국)의 2001년 대미 수출액은 274억 달러로 전체 수출액의 약 11%에 달하였으나 2002년(1-5월)에는 98억달러로 비중이 약 9.5% 수준으로 낮아짐

○ 10개국중 대미수출이 증가한 국가는 이라크와 요르단 2개국에 불과. 나머지 8개국은 감소

- 2001년도에는 4개국에서 대미수출이 증가
- 요르단의 수출증가는 미국과의 자유무역협정 체결에 따른 특수요인 등에 기인

[최근 중동 10개국의 대미수출]

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001		2002(1-5)	
	금 액	증가율	금 액	증가율
사우디	13,333	-6.2	4,708	-25.3
이라크	5,800	-5.1	2,190	8.5
알제리아	2,694	-1.1	1,005	-29.7
쿠웨이트	1,992	-27.8	663	-32.5
이집트	878	-1.0	360	-10.4
UAE	1,193	22.8	333	-44.9
바레인	423	25.5	156	-9.4
카타르	505	3.6	147	-34.0
모로코	434	-2.2	144	-27.8
요르단	228	212.6	124	61.0
계	27,487		9,835	

= 최근 우리나라의 대중동 수출 =

[연도별]

[월별/2002년]

[연도별]			[월별/2002년]		
연도	금액(천불)	증감율	월	금액(천불)	증감율
1997	5,104,386	-10.7	1월	539,201	10.3
1998	6,585,566	29.0	2월	506,241	-21.2
1999	6,398,154	-2.8	3월	621,025	-8.7
2000	7,586,472	18.6	4월	600,863	-0.6
2001	7,138,183	-5.9	5월	727,133	16.2
2002	3,564,865	-1.0	6월	570,402	2.0

나. 반미감정 악화로 인한 대미수입 영향

● 중동전체

- “미국제품 구입에 돈을 지불하는 것은 팔레스타인 동포에게 충구를 겨누는 것이다”. 중동각국의 문구점등에서는 미국제품의 불매를 외치는 이러한 문구의 스티커가 판매되고 있음. 바레인의 대형 슈퍼마켓 알르문다자는 점포에서 미국제품의 완전 철거를 선언하였음. 맥도널드 등 미국계 프랜차이즈 레스토랑은 매출이 격감하고 있으며 데모대로부터 습격을 당하는 경우도 있음
- 미국정부의 중동정책에의 불만을 배경으로 한 이러한 대미 불매운동은 인터넷이나 위성방송을 통하여 순식간에 아랍국가 전체에 확산되고 있음
- 아랍어 신문 “알하야트”는 이러한 불매운동으로 인한 미국기업의 상품수출 손실은 1개월당 최소 2억불에 달하는 것으로 보도

● 사우디 아라비아

- 올해 1-5월간 미국의 대 사우디아라비아 수출은 전년동기비 35% 이상이 줄어든 12.8억달러에 그침. 최대 수출품목인 “기계, 자동차 및 관련부품”의 수출이 절반으로 줄었으며 담배나 청량음료등은 60% 이상 줄어들었음

-사우디 아라비아의 대미수출 역시 25%가 줄어든 47억달러에 그침

[주요 품목별 대미수입]

HS Code	품목	2001년 수출액(증감율)	2002년 수출액 (증감율)
2402.20	담배	188,943 (-29.5%)	53,251 (-51.8%)

8803.30	항공기부품	267,453 (11.1%)	45,899 (-65.6%)
8704.31	화물수송차량	238,947 (-30.2%)	22,627 (-85.8%)
9024.90	계측기기부품	42,895 (63.9%)	8,917 (-59.9%)

- 반미감정으로 인한 불매운동으로 인한 연간 대미수입 감소액은 10억달러를 넘을 전망

● UAE

- 중화학공업제품 : UAE 정부의 친미 경향으로 정부조달 및 대규모 입찰을 통한 미국산제품 구입에는 큰 변동이 없을 것으로 보임. UAE의 최대 항공사인 EMIRATES 항공사도 최근 미국산 보잉 777의 구입을 승인하고 계약을 체결. 다만, 미국산 승용차 구입은 약간 감소하고 반사적으로 유럽산 차량의 구매가 증가
- 소비재 : 맥도날드 등 미국산 패스트푸드점 대부분이 할인폭을 대폭 늘려 줄어든 고객확보를 위해 노력중이며, 실제로 미국계 패스트푸드점의 고객이 30%정도 감소된 것으로 추정. 또한 콜라의 경우는 미국계 펩시와 코카콜라를 대치할 아라비안콜라가 출시되어 판매에 들어감

2. 경제교류

● 금융

- 미국시장에 투자되었던 아랍 석유자금이 최근 유럽이나 자국으로 이동하고 있음. 이와같은 자금 이동은 미국의 주가 약세나 달러 약세 등 경제적인 요인에 주로 기인하고 있으나 반미감정에 따른 미국투자자에 대한 저항심리 역시 근저에 자리잡고 있는 것으로 보임
- 미국 재무성 통계에 의하면 OPEC 가맹국가의 미국 국채 보유잔고는 4월말 현재 478억달러로 작년말에 비해 21억달러가 감소하였음.

- 아랍 석유생산국의 부호들이 미국시장에 투자하고 있는 금융자산은 약 1조 달러 정도로 추산되는데 미국에서 점차 철수하고 있다는 견해가 유력함. 최근들어 사우디아라비아나 UAE, 쿠웨이트 등지에서는 주가나 부동산 가격이 경제상황이 좋지 않음에도 상승하고 있는 것도 미국으로부터의 자금이동에 기인하고 있는 것으로 알려지고 있음. 사우디 아라비아나 쿠웨이트의 주가지수는 현재 1년전과 비교하여 30% 이상 상승

● 인적교류

- 미 사법성은 테러리스트 대책의 일환으로 아랍국가에서 입국하는 방문자에 대해 지문날인이나 사진등록을 의무화하는 새로운 입국관리정책을 금년부터 시행하고 있음. 아랍국가들은 이에대해서 “아랍국가 차별정책”(무사 아랍연맹 사무국장)이라고 반발하고 있음. 여행이나 비즈니스 출장의 취소도 빈발하고 있음
- 지금까지는 미국비자를 취득하는데 2일 정도가 소요되었던 사우디아라비아에서는 대사관 면담 의무화등으로 오랜기일이 소요됨. 바레인에서는 1개월 정도가 소요
- 미국 여행자들 역시 반미감정이 확산되고 있는 아랍국가에 대한 여행을 자제하고 있음. 130개국 이상이 가맹되어 있는 국제기구인 세계관광기관에 따르면 작년 4/4분기중 미국과 중동으로의 여행객수는 각각 27%, 30%가 줄어들었는데 미국과 아랍간의 상호 방문이 줄어든 것도 주요 원인중의 하나임

Ⅲ. 미국의 진출우위 품목중 우리제품 진출확대 가능품목

1. 중동국가들의 대미 주력 수입품목

[중동국가들의 대미 주력 수입품목]

국가	대미 주력 수입품목
사우디	항공기, 화물자동차, 승용차, 담배, 항공기부품, 가스터빈, 기계부품, 옥수수, 자동차부품, 쌀, 진공펌프, 가구, 에어컨, 유선전화기, 컴퓨터, 액체펌프, 내연기관 부분품
UAE	방산물자, 항공기, 자동차, IT 제품, 가전, 식품음료, 영화
이집트	기계, IT 제품, 항공기, 옥수수, 밀
레바논	IT 제품, 타이어, 식품, 음료, 농수산물
모로코	항공기, 기계 및 기계부품, 컴퓨터, 밀, 옥수수, 콩, 산업용기름, 담배, 통신장비, 종이, 여성용속옷
쿠웨이트	수송기계, 가스 원유장비, 담배, 화학원료, 정유관련기계류, 가전제품, 계측기기, 건설기계부품, IT제품
요르단	기계류, 수송장비, 식품 및 동물, 음료, 담배, 원재료
카타르	방산물자, 기계장비, IT제품, 담배
바레인	방산물자, IT 제품, 보안장비, 곡물, 식품
오만	석유/가스 장비, 자동차, IT 제품, 담배 등

2. 미국의 우위품목중 우리나라 진출확대 가능품목 및 방안

1) 불도져 및 로우더(HS 8429)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
EU(274)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가격대비 품질경쟁력 보유 ○ 중저가 제품으로서의 이미지

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 35%	○ Cater pillar 등	○ A/S 우수 ○ 중고기계의 재판매 가치가 높음 ○ Name Value가 높음

□ 우리제품 진출확대 전략

고려사항	진출확대전략
○ 철저한 A/S, 신속한 부품 공급이 결정적 요인 ○ 대체수요 대응요망(중장비의 경우 제품수명이 통상 3-4년으로, 국산 중장비는 본격적인 판매가 98년부터 시작, 최근 이들 제품의 대체 수요 발생)	○ 건설업체에 대한 판촉 강화 ○ 대체수요가 예상되는 상황에서 기존 시장 유지 및 확보를 위해 부품 공급의 안정성 향상

2) 합성수지(HS 3907)

□ 우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
EU(127) 일본(82) 미국(54)	○ 폴리에틸렌, 폴리카보네이트등 대량생산, 범용제품 등을 중심으로 세계적인 메이커 보유, 상대적으로 저렴한 생산인프라 ○ 고품질 제품 생산가능 ○ 높은 품질 수준

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

□ 미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 30%	○ DuPont ○ Dow Chemical ○ Monsanto ○ UCC ○ Amoco ○ GE Plastics	○ 대형 물량 공급 능력 우수 ○ 품질 우수 ○ 結晶度가 높음. 품질이 안정됨 ○ 제품수준이 일정하고, 안정적인공급, 납기가 정확

우리제품 진출확대 전략

고려사항	진출확대전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ 미국, 유럽, 일본 등은 품질은 우수하나 가격이 비싼 편임. ○ 최근 몇 년동안, 중동 자국내에 건설한 대규모 화학설비를 통한 대규모 생산으로 범용제품을 중심으로 수입수요가 감소세 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가격 경쟁력 확보 ○ 꾸준한 마케팅 노력 지속

3) 의료기기(HS 9018)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
EU(84) 미국(75)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전형적인 선진국형 산업으로 품질 면에서 바이어의 신뢰 부족 ○ 최근 초음파진단기등 IT 기술 접목 의료기기에서 인지도 및 신뢰성 상승. 이에따라 여타 의료기기 분야에서도 진출기회 개선 추세

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 50%	<ul style="list-style-type: none"> ○ GE Medical ○ Johnson&Johnson ○ Tyco Medical ○ Medtronic 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 높은 브랜드인지도 ○ 축적된 기술력 ○ 신제품 연구,개발을 위한 R&D 및 자금력

우리제품 진출확대 전략

고려사항	진출확대전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ 기술력이 중요한 시장 - 생명과 관련된 만큼, 가격 경쟁력의 어필이 상대적으로 인지도 ○ 프로페셔널들의 의견과 도가 시장진출을 좌우 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 바이어들에게 집약적으로 제품을 시연할 수 있는 전시회 참여 확대 ○ 현지유력 에이전트 업체와의 제휴 등을 통한 공동진출전략

4) PDA(HS 847180)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
미국(112) 일본(91)	<ul style="list-style-type: none"> ○ PDA는 컴퓨터(노트북) 생산 능력과 밀접한 관련을 갖고 있는데, 한국은 LCD의 생산능력과 품질은 우수하나 PDA 생산을 위한 핵심 기술, 생산 및 조립 능력, 가격 등은 경쟁국에 비해 다소 뒤떨어지는 것으로 평가 ○ 한국제는 구동시간을 현재보다 길게하고, 표시부분 및 입력인터페이스를 효율화할 경우 현재보다 시장확대가능성이 있음

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드	진출우위사유
60% 이상	<ul style="list-style-type: none"> ○ palmcomputing m505 ○ visor edge ○ workpadc505 8602-70j 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 휴대성이 우수, 입력기능이 충실, 디자인이 우수함 ○ 동급제품중 최저가, 선명한 스크린, 손에 들어올 수준으로 소형 ○ 동작이 용이, 손으로 써서 입력가능, 전체적으로 균형이 있는 디자인으로 좋은평가

우리제품 진출확대 전략

고려사항	진출확대전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ PDA 수요는 아직 PC처럼 대중화되지 못한 단계이나 가격경쟁이 치열해 지고 있는 제품임 <ul style="list-style-type: none"> - 가격경쟁력을 바탕으로 미국의 웨어를 잠식 가능 ○ PDA시장의 경우 노트북등 기본적으로 컴퓨터 산업과 밀접한 연관을 가지고 있고, 핵심부품을 생산할수 있는 능력과 생산단가를 낮출 수 있는가가 중요한 요소로 작용 ○ 최근 핸드폰과 결합된 형태의 PDA가 선을 보이면서 인기를 끌고 있고, 향후에는 이러한 제품간 통합화가 심화될 전망 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단순한 PDA 생산에 집중하지 말고 핸드폰과의 결합 등 부가가치를 높일 수 있는 제품 개발 ○ PDA의 대중화에 대비하여 시장인지도를 사전에 제고

5) 도난경보기, 벨사이렌 등 (HS 8531)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
EU(495)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가격대비 품질경쟁력 보유 ○ 인지도 및 선호도 개선

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드	진출우위사유
약 30% 이상	<ul style="list-style-type: none"> ○ Paradox ○ Brinks ○ ADT ○ Wackenhut 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 초기시장 선점 ○ 현지 마케팅 및 A/S 우수 ○ 품질호평 ○ Alarm monitoring 시스템 장비 기능이 뛰어나고, 서비스가 뛰어남.

우리제품 진출확대 전략

고려사항	진출확대전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ 국가별 인증시스템 파악 ○ 현지 시장특성 파악 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국가별 인증획득 ○ 현지 에이전트와의 협력 모색

6) 진공청소기(HS 850910)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
EU(27)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가격대비 품질경쟁력 보유 ○ 인지도 및 선호도 개선

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 20%	<ul style="list-style-type: none"> ○ Hoover ○ Eureka ○ Dirt Devil 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다국적 기업들의 해외공장 생산 제품으로 다양한 유통채널, TV 광고를 통한 소비자 인지도 보유

우리제품 진출확대 전략

전략적 고려사항	진출확대전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자 인지도 향상 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 진공청소기는 필수 가전제품중 하나로, 주 고객이 가정주부임. 이에따라, 텔레비전 등 다른 가전제품에 비해 브랜드 충실도가 상대적으로 높아, 신규 브랜드의 시장 진출이 어려움 ○ 제품 특성상 기술력 및 성능은 브랜드별로 비슷한 수준으로, 가격 및 디자인 등이 중요한 요소 ○ 최근 경향이 고성능 제품(저소음, 특수필터 등)을 선호

7) 컴퓨터(HS 847150)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
미국(1,245) 중국(42)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제품개발 및 생산능력 보유 - ODM 능력 보유 및 마케팅 성공(Dell,HP, Apple, Gateway등에 ODM 방식 납품) ○ 중동시장에서 한국 IT 제품에 대한 높은 인지도

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 30%	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dell ○ HP(+Compaq) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시장 선점 ○ 높은 브랜드인지도 유지 ○ 고도의 축적된 기술력 보유 ○ 활발한 R&D 투자 ○ 풍부한 자금력

우리제품 진출확대 전략

고려사항	진출확대전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반 PC의 경우 가격 경쟁력이 약화되고 있어 고부가제품 개발 및 판매에 주력 필요 ○ 소비자들은 유명브랜드를 선호 ○ 디스플레이시장이 CRT 모니터에서 LCD 모니터로 급속 전환 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유통망 및 A/S 망 구축 ○ 제품이미지 제고 ○ 모니터/PC 일체형 제품, 소형 client PC등 특수제품 개발 및 집중적인 마케팅 필요

8) 타이어(HS 401110)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
EU(318) 미국(181)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 품질대비 가격경쟁력 보유 ○ 한국산 자동차의 수입증가 지속

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 30%	○ Goodyear	<ul style="list-style-type: none"> ○ 높은 인지도 ○ 소비자의 브랜드 제품 선호

우리제품 진출확대 전략

전략적 고려사항	진출확대 전략
<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국산은 고품질과 품질대비 가격경쟁력 구비. 한국산 타이어가 품질과 가격면에서 우수하다고 현지인들도 인정하고 있으나, 인지도가 낮아 사용자가 많지 않음 ○ 재수출시장 중점 공략 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대중매체(TV,전문잡지)를 통한 홍보활동 강화 ○ 고객집중 관리 강화

9) 광섬유케이블 (HS 854470)

우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
미국(61) 중국(39)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고품질 및 가격경쟁력 보유 - 미국제품과 품질에서 별다른 차이가 없으나 가격면에서 저렴

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

□ 미국제품의 중동시장 진출우위 사유

미국제품 중동시장 점유율	주요 브랜드명	진출우위사유
약 30%	○ 루슨트 등	○ 높은 인지도 ○ 고품질

□ 우리제품 진출확대 전략

전략적 고려사항	진출확대 전략
○ 중동각국내 주요산업의 정보화 및 도시정보화 프로젝트 추진등에 따른 정보산업발전으로 이에 수요되는 광섬유케이블의 수요 증가추세 주의 필요	○ 한국산 제품의 브랜드 이미지 강화 위한 홍보 ○ 정보통신 전문전시회에 적극 참여

10) 마그네틱테이프 (HS 852313)

□ 우리제품 경쟁력

주요수출시장 (금액)	우리제품 경쟁력
홍콩(420) 중국(58) 일본(82)	○ 품질우수 ○ 브랜드 이미지가 필요없는 반제품 등 분야에서 경쟁력

주) 수출금액은 2001년 연간 금액(백만불)

□ 우리제품 진출확대 전략

전략적 고려사항	진출확대 전략
○ 시장참가자 증가에 따른 경쟁 심화	○ 현지 유통구조에 적합한 마케팅 실시 ○ 시장 지배력이 강한 컴퓨터 전문매장 및 전문 양판점 공략

첨부 : 중동지역 경제에 드리운 이라크의 먹구름

- 중동경제 전문지 MEED 최신희 轉載 -

걸프전이 끝난지 12년째 되는 해에 또다시 이라크에 전운(戰雲)이 드리워지기 시작했다. 지난 3년간 비교적 안정적인 국제유가의 혜택을 누리고 있는 중동지역의 경제지형을 바꿀 만한 대형 이슈가 수면위로 모습을 드러내기 시작한 것이다. 이라크 사태의 향배와 국제석유시장의 반응에 따라서 향후 중동경제가 크게 출렁일 수 밖에 없다. 런던에서 발행되는 중동경제 주간지 MEED 최신희에 실린 '이라크의 그늘'이란 제하의 이라크 사태 관련 기사를 요약, 게재한다.

지금으로부터 12년전 1990년 8월 2일 이라크 군대가 전격적으로 쿠웨이트로 진격했다. 이에 놀란 국제유가는 단숨에 배럴당 50달러로 치솟았다. 그러나 얼마후 미국이 개입하면서 국제유가도 급락, 배럴당 20달러선에 안정된 모습을 되찾았고 이러한 상태는 그후 10년간 크게 변화하지 않았다. 12년이 지난 오늘날 또다시 이라크의 지도자 사담 후세인이 국제정치 무대의 주역으로 등장하기 시작했다. 만일 미국이 후세인 정권 전복을 기하기 위해 이라크에 대한 군사작전을 감행할 경우 국제석유시장은 어떻게 반응할 것인가?

美행정부는 이라크 정권교체야말로 미국 대외정책의 제1의 목표라고 주장하고 있다. 소위 '매파'들은 올 가을이나 겨울에 전격적인 군사작전을 통해 이라크 정부를 전복시키고 자유선거에 의해서 새로운 정부를 구성하겠다는 의도를 갖고 있다. 미국 '매파'의 구상대로 정권교체가 이뤄진다면 아마도 중동지역의 정치·경제에 미칠 충격파는 비교적 제한적인 범위에 그칠지도 모른다. 정치적인 충격파는 주로 이란과 시리아에 국한될 것이다. 이란의 경우 대량살상무기 확산을 막는다는 구실로 미국의 두번째 타겟이 될 가능성이 있고 시리아에 대해서는 '아랍-이스라엘 평화'의 전제조건으로 다마스쿠스 정권교체를 도모할 가능성이 있기 때문이다.

경제적인 파급효과에 대해서는 복잡적이라고 할 수 있는데 이라크 재

건 특수를 예상할 수 있는 반면 한쪽에선 이라크의 석유증산으로 국제 석유 시장의 공급과잉이 초래할 유가 폭락사태도 예견할 수 있다.

미국이 군사 캠페인으로 이라크 정권의 조기전복에 실패할 경우엔 훨씬 더 큰 정치·경제적 후폭풍이 예상된다. 장기전에 돌입하게 되면 이라크 석유생산이 중단됨은 물론 걸프지역 석유 수송망의 안전이 크게 위협을 받게 돼 국제유가가 고공행진을 계속할 것이다. 미국이 후세인 대통령을 권좌에서 몰아내는 데는 성공하지만 이라크가 내전에 휩싸이게 될 경우에도 마찬가지다. 이란과 터키, 시리아까지 개입하게 돼 이 지역 정치적 긴장이 계속 고조될 것이고 그렇게 되면 국제 석유시장이 요동칠게 뻔하다. '미-이라크 전쟁'이 벌어지지 않는 시나리오도 충분히 예상할 수 있다. 이라크가 UN사찰단 입국 및 활동을 무조건, 무제한 보장하거나 부시행정부가 국내외 반대에 굴복하는 경우다.

이처럼 '이라크 변수'가 향후 중동 경제 및 국제석유가 향배를 가늠할 최대 요인임에는 틀림없지만 그밖에 다른 요인도 고려해야 한다. 지난 12개월간 석유수출국기구(OPEC) 회원국의 감산에 힘입은 바 크지만 과거 3년간 국제유가가 상대적으로 높은 수준에서 안정됨으로서 사우디, UAE 등 GCC 6개 회원국들은 비교적 순탄하게 경제성장을 구가할 수 있었다. 또한, 석유 비축자금 덕분에 비석유분야도 빠른 성장을 달성할 수 있었다. 그러나 공급과 수요 양측면을 고려할 때 앞으로 18개월간 국제유가는 인하 압력에 시달릴 것으로 보인다.

금년도 북해산 브렌트(Brent)유가는 작년 수준과 비슷한 배럴당 평균 24달러선에 머물 것이다. 그러나 이라크 사태가 긴장국면에 돌입하면 연말 무렵 28.3달러선까지 치솟을 수도 있다. 이정도 가격은 2000년도 평균가격 수준이다. 단순히 시장원리만 놓고보면 내년도엔 국제유가가 하락세로 반전할 것이다. 미국발 글로벌 경기침체 장기화로 석유 수요가 늘어날 것으로 보이지 않는데다 OPEC 회원국간에는 감산 쿼터에 대한 완화를 주장하는 목소리가 높아질 것이기 때문이다. 우선 다음달 중순 일본에서 열릴 차기 OPEC 각료회의의 결정이 주목된다. 또한, 러시아와 서부아프리카에서 증산을 계속하고 있어 유가인하 압력이 거세질 것이다. 8.13일자 언론 보도에 따르면 상

반기중 러시아의 원유생산량은 작년동기대비 24%나 증가했다고 한다.

중동지역 OPEC 회원국들에게는 원유 생산쿼터 감축은 곧 국내총생산(GDP) 감소로 연결된다. 금년도 중동 OPEC 회원국들이 고유가 지속에도 불구하고 그렇게 높지 않은 성장에 그칠 것으로 전망되는 주된 이유도 유가 지지(支持)를 위한 쿼터 감축에 기인한다. 그러나 내년엔 쿼터 규제가 일부 완화될 가능성이 높은 가운데 비석유부문에의 투자자금 유입증가 덕분에 경제 성장률이 다소 올라갈 것으로 내다보인다. 그러나 이러한 전망은 어디까지나 이라크사태가 악화되지 않는다는 전제를 깔고 있다.

세계 최대의 산유국인 사우디는 지난 2~3년간 유가상승의 혜택을 가장 많이 누린 나라다. 사우디 정부는 풍부해진 오일머니를 통신, 전기 및 수자원 등 인프라개선에 집중 투자했고 민간투자 활성화를 위한 각종 제도적 정비도 단행했다. 그 결과 비석유 민간부문의 경제성장률이 3~4%에 달하고 있다. 비석유부문의 투자효과는 내년에 본격적으로 나타날 전망이다. MEED 지는 금년 사우디 경제성장률을 1%로 예상하고 있음에 비해 2003년도엔 3.5%의 경제성장을 예측하고 있다. 올해엔 소폭의 경상수지 흑자에 그칠 것이고 재정은 적자상태를 벗어나지 못할 것이지만 내년엔 이번이 없는 한 경상수지 흑자폭이 크게 늘어날 것으로 기대된다.

사우디의 경제개혁 프로그램은 향후 수개월내 커다란 전환기를 맞을 전망이다. 올 9월이나 10월쯤 국영 사우디텔레콤 주식을 민간에 내다파는 것이 신호탄이다. 걸프지역중에서 가장 큰 딜이 될것이 분명한 텔레콤 주식매각은 주로 국내 투자자에게 한정되기 때문에 이라크 사태에도 별 영향을 입지 않을 것이다. 또한나는 미국의 엑손모빌사와 다국적 기업인 로열더치셸 그룹이 주요 투자자로 참가할 것으로 보이는 사우디 가스전 개발 프로젝트다. 사우디 당국은 양사로부터 최종 오퍼를 제출받아 검토중에 있는데 최근 사우디 정부와 미국의 밀월관계가 심상찮다는 보도가 나오고 있는 중이어서 최종 검토결과가 주목된다.

이러한 사우디형 모델은 일부 변형된 형태로 대부분 인근 GCC 국가에도 적용된다. 카타르 정부는 최근 수년간 액화천연가스(LNG) 개발 덕분에

가장 높은 경제성장율을 기록하고 있다. 추진중이던 가스전 개발사업이 대부분 완료돼 2004-05년까지는 더 이상의 신규 가스전 개발계획은 없지만 비석유부문의 투자 덕분에 성장세는 당분간 지속될 전망이다.

한편, UAE는 비석유부문이 주도하는 경제성장이 주요 이슈가 될 것이다. UAE 최대의 상업도시 두바이는 중동 아프리카 최대의 중계무역기지로서의 명성을 더욱 굳히고 있다. 1990-91 걸프위기에나 작년 9.11 테러사태에도 여타 GCC 국가들과 달리 충격에서 재빨리 벗어난 것처럼 위기관리 능력도 뛰어난 편이다.

고도성장을 이룩하고자 말겠다는 이란의 야심은 이라크 사태를 맞아 수정이 불가피할 것이다. 막상 이라크에서 전쟁이 발발하면 이란 내부에서 서방과 화해하자는 세력과 그렇게 할 수 없다는 세력이 더욱더 극명하게 나뉘지는 계기가 될 것이다. 따라서 현정부가 추진하고 있는 이란 경제의 대외 개방 전략도 복잡한 양상을 띠는 것이다. 이란은 올해와 내년에 각각 3% 이상의 경제성장을 기록하겠지만 인구증가율이 높아 일인당 소득 수준은 미미한 증가에 그칠 것이다. 참고로 이란의 인구 증가율은 연간 1.7%에 달한다.

이라크에서 막상 전쟁이 발발하게 되면 이집트에도 엄청난 부담이 된다. 가장 큰 외화소득원인 관광수입이 격감하기 때문이다. 작년 9.11테러의 충격으로부터 겨우 벗어난 상황이어서 이라크에서 전쟁이라고 나게되면 뒷감당이 어려울 정도다. 이집트는 고질적인 현지화 고평가 문제와 재정적자 누적문제와 씨름하느라 1990년대 후반이후 경제가 어려움을 겪어 왔다. 올해 들어 관광경기가 서서히 살아나고 있고 수입이 급격히 줄어들었기 때문에 국제수지 적자폭은 상당히 완화됐다지만 높은 이자율로 인한 투자부진 등 내수경기 침체로 경제는 거의 제자리 걸음을 걷는데 그쳤다. 여기에다가 이라크사태라도 악화된다면 이집트의 국제수지는 금방 악화될 것이다.

외부충격에 취약하기로는 레바논도 예외가 아니다. 중동에서 GDP 대비 정부부채 비율이 가장 높은 나라인 레바논은 부유한 실업가 출신의 하리리 수상이 공기업 매각대금으로 부채를 갚아나가는 전략을 쓰고 있다. 현재 레바논 정부는 두건의 이동통신 사업 라이선스 매각을 추진중이지만 통신

시장규모가 작는데다 국제 통신시장 버블이 꺼진 이후여서 얼마나 보탬이 될지 미지수다. 여기다가 사소한 정치적 분쟁도 곧장 맹주격인 시리아를 불러들이는 격이 돼서 정치적 운신의 폭이 좁다.

사실상 중동에서 정치적 긴장이 없었던 때가 별로 없다. 정치적 긴장은 곧장 경제적 대가를 치르게 했지만 그럼에도 불구하고 이를 극복하고 중요한 진전을 이룩해왔다. 이라크 사태도 분명 또하나의 정치적 긴장을 몰고 오겠지만 종래에는 경제발전을 이룩할 것이다.