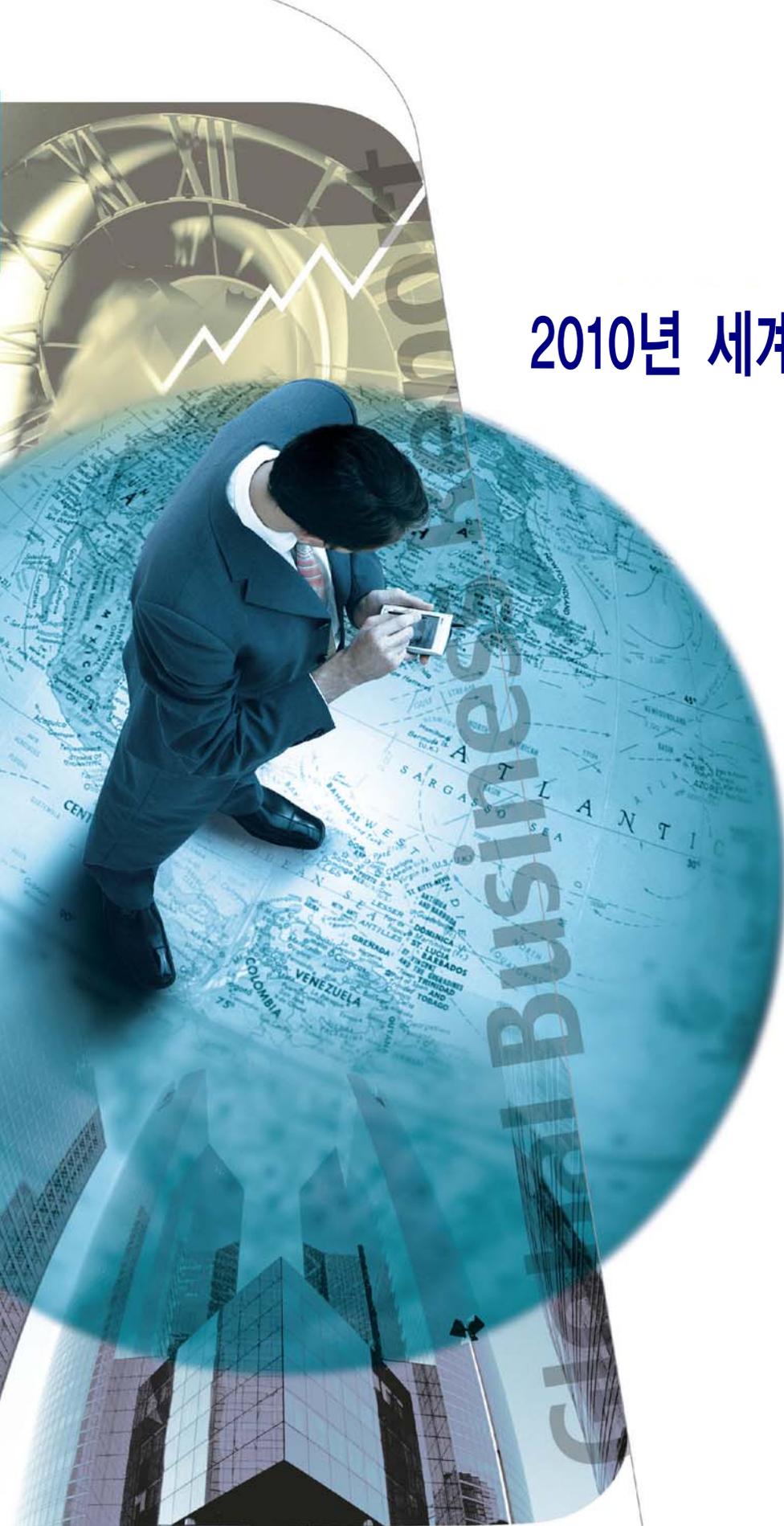


# 2010년 세계시장의 기회와 위협



# CONTENTS

## 목 차

### I. 2009년 평가와 2010년 전망 / 1

---

### II. 2010년 12大 기회·위협 요인 / 2

---

- |   |            |
|---|------------|
| 3 | 1. 6大 기회요인 |
| 9 | 2. 6大 위협요인 |

### III. 2010년 수출길 모색 / 15

---

# I 2009년 평가와 2010년 전망

## □ 2009년 평가 : 어려움 속에서도 선방한 우리 수출

- 올해 1~9월 중 우리나라 수출순위는 세계 9위로 도약(08년 12위)
  - 경쟁국의 부진 속에 상대적으로 선전하면서 수출순위 상승
  - 1~9월 수출 감소율 : 수출상위 15개국  $\Delta 27.8\%$  vs 한국  $\Delta 20.9\%$ 
    - \* '08년 수출 11위 영국은  $\Delta 30.5\%$ , 10위 캐나다는  $\Delta 36.6\%$ , 9위 러시아는  $\Delta 44.3\%$  감소

### [ '09.1~9월 중 수출 상위 15개국 수출액 및 감소율 비교 ]

(단위 : 억불,%)

구분 (순위)	중국 (1위)	독일 (2위)	미국 (3위)	일본 (4위)	프랑스 (5위)	네덜란드 (6위)	이태리 (7위)	벨기에 (8위)	한국 (9위)	영국 (10위)	캐나다 (11위)	홍콩 (12위)	러시아 (13위)	싱가폴 (14위)	멕시코 (15위)
수출액	8,467	8,060	7,595	4,057	3,491	3,096	2,921	2,693	2,601	2,586	2,335	2,285	2,082	1,923	1,633
감소율	$\Delta 21.3$	$\Delta 29.6$	$\Delta 23.0$	$\Delta 32.9$	$\Delta 27.9$	$\Delta 27.7$	$\Delta 31.2$	$\Delta 28.6$	$\Delta 20.9$	$\Delta 30.5$	$\Delta 36.6$	$\Delta 15.7$	$\Delta 44.3$	$\Delta 28.5$	$\Delta 28.4$

자료원 : Datastream, 지식경제부 자료 재인용

- 금년 우리나라는 사상 최초로 세계 9~10위 수출국 진입이 확실시
  - \* 1988년 이후 수출순위 11~14위의 정체상태에서 22년만에 10위권 진입

## □ 2010년 전망 : 가시밭 넘어 지리밭

- (시장전망) 중원의 대결이 본격화 : 中原逐鹿(중원축록)\*

\* 중원의 시슴을 쫓는다는 뜻으로 천하의 제위를 두고 서로 다툼을 비유(출처: 史記)  
즉, 위기 이후 세계시장의 주도권 확보를 위한 경쟁이 치열해짐을 의미

- 내년은 경쟁기업들이 구조조정을 마무리하고 공격적으로 시장에 뛰어 들 것이므로 올해보다 시장경쟁이 한층 치열해질 전망
- (대응전략) 새로운 수출시장 창출을 통한 위기 이후 시장 주도권 확보
  - 2009년이 해외시장 침체 속 '시장 지키기'를 통해 도약의 발판을 마련한 한해였다면, 2010년은 '시장 만들기'를 통해 어려움을 헤치고 도약할 시기

2010년 세계시장의 기회와 위협요인 분석을 통해 새로운 수출기회를 모색

## II

## 2010년 12大 기획위협 요인

## □ 6大 기획요인 : 시장지배력 확대의 발판으로 활용

기획요인	내용요약
① 살아나는 세계경제	· 각국의 적극적인 정책대응이 경기급락을 방지 · 완만하지만 경기회복국면 진입 → 해외수요 회복
② 아시아 신흥시장의 新먹거리	· 중국, 인도 등 거대 신흥경제권의 내수주도형 성장정책 추진 · 내수소비 확대, 사회인프라 개발 등 새로운 기회가 창출
③ 글로벌 기업들의 리브콜	· 경제위기 이후 글로벌기업들과의 협력기회 확대 · 산업구조 고도화 및 수출경쟁력 제고 기회
④ 글로벌 산업주도권 확보 기회	· 위기 이후 글로벌 산업 구조 재편과정에서의 기회 활용 · 그린, 융합 등 新산업 출현으로 새로운 시장기회 발생
⑤ 위기때 다져놓은 세계시장	· 경쟁기업의 부진 속에 우리기업은 '나홀로 독주' · 경기회복기 세계시장 지배력 확대의 발판
⑥ FTA로 넓어지는 경제영토	· 미국, EU, 인도 등 거대경제권과의 FTA 발효 · 경제위기 이후 거대시장 선점의 교두보 확보

## □ 6大 위협요인 : 선제적 대응으로 부정적 영향 최소화

위협요인	내용요약
① 사라져가는 환율효과	· 원화강세 기조 지속으로 수출상품의 가격경쟁력 하락 · (대응) 품질·브랜드·디자인 등 비가격경쟁력 제고
② 일본의 저가 역습	· 고부가가치제품 위주 → Middle-end 시장공략 강화 · (대응) 원가구조 개선, M&A 등을 통한 핵심경쟁력 확보
③ 중국 산업구조의 하이테크化	· '10대 산업진흥정책'을 통한 산업구조 고도화 · (대응) 新산업 육성, 기술·첨단 부품소재 수출기회로 활용
④ 한국을 겨냥한 합종연횡	· 우리기업을 견제하기 위한 공동생산, 인수합병 추진 · (대응) R&D를 통한 신제품 개발, 국내외기업간 전략적 제휴 강화
⑤ 글로벌 소비 회복동력 부족	· 선진국 민간소비 회복지연, 中 민간소비는 美의 15.8%에 불과 · (대응) 소비 유발 마케팅 강화, 新수요 창출 노력
⑥ 통상마찰과 보호주의 확산 가능성	· 미중 통상마찰 심화, 반덤핑 등 보호주의 조치 확산 · (대응) 비가격 경쟁력 제고, 수입규제 모니터링 강화

## 1. 6大 기회요인

### 1 살아나는 세계 경제

▶ 글로벌 금융위기 이후 IMF 등 국제기구는 세계경제 침체가 장기화될 것으로 예상하였으나, 각국의 적극적인 정책대응으로 당초 예상보다 빠르게 회복

#### □ 당초 예상보다 빠른 실물경기 회복

- 세계경제는 올해 하반기 저점을 지나 회복기에 진입
  - 선진국 : 플러스 성장 전환, 신흥국 : 본격적인 회복단계 진입
  - \*3분기 경제성장률 : 미국 0.7%(전기비), 유로 0.4%(전기비), 일본 0.3%(전기비), 중국 8.9%(전년동기대비)
- 최근의 경기회복세는 경기부양을 위한 재정지출 확대에 크게 의존

#### □ 2010년 세계경제 전망 : 회복단계 진입

- 회복형태 : 완만한 U자형의 회복세
  - 선진국의 민간소비 및 투자 회복이 지연되면서, 향후 세계경제의 회복속도는 완만할 전망
- 2010년 세계경제 성장률 전망치는 3.0% 내외

연도	전망기관	세계	선진국			신흥국		
			미국	유럽	일본	중국	중국	
2010년	IMF	3.1	1.3	1.5	0.3	1.7	5.0	9.0
	OECD	3.4	0.7	0.9	0.0	0.7	-	9.3
	SERI	2.6	1.5	2.1	1.0	1.1	5.3	9.8

자료원 : IMF, OECD, SERI

- 신흥국이 세계경제 회복을 주도
  - 선진국 경제는 민간소비 및 투자회복 지연으로 회복강도가 약한 반면, 신흥국 경제는 중국을 중심으로 강한 회복세 시현 전망
  - \* 2010년 성장률 전망치(IMF 기준) : 선진국 1.3%, vs 신흥국 5.0%

## 2

## 아시아 신흥시장의 新먹거리

▶ 중국, 인도 등 거대 신흥시장의 본격적인 경기회복, 내수주도형 성장전략에 따라 내수소비, 사회 인프라 개발 등에서 새로운 기회가 창출

□ 중국 : 소비구조의 고도화와 중서부 내륙 개발

- (소비구조) '원바오형(溫飽型) 소비' → '샤오캉형(小康型) 소비'
  - 2~3선 도시의 성장으로 전반적인 소비구조가 생존형(원바오형) 소비에서 향유형(샤오캉형) 소비로 고도화 → 내구소비재 수요 급증
- (내륙개발) 내수기반 확충을 위해 중서부 내륙지역 개발이 본격화됨에 따라 프로젝트 진출 기회, 기계류 등 자본재 수입수요 확대

□ 인도 : 경기회복에 따른 소비수요 증가와 사회 인프라 확충

- (소비수요) 본격적인 경제회복에 따라 1.4억명에 달하는 중산층의 소비회복 → 내구소비재 수요 확대 전망
- (사회인프라) 지속적인 경제성장을 위한 내수기반 확충을 위해 낙후지역의 도로, 전력, 산업 플랜트 등 사회 인프라 확충 프로젝트 추진

□ '세계의 시장' 중국에서 치열한 경쟁 예상, 우리의 대응전략은

- (차별화 전략) 권역별 경제발전 단계에 맞춘 차별화된 접근
  - 중국 내수시장은 연해도시-2선-3선 도시별로 구매력, 소비구조, 경쟁여건 등이 상이 → 권역별 차별화된 접근전략이 필요
    - \* 연해도시 : 고부가가치, 브랜드 시장 ; 2~3선 도시 : Middle-end, 인프라 시장
- (현지화 전략) 맞춤형 상품 개발 및 마케팅
  - 현지 R&D 센터, 생산공장 설립 등을 통해 현지 특성에 부합하는 맞춤형 상품을 개발하고 현지화 마케팅을 통해 시장 지배력 확대

☞ 도요타 : 중국 내 R&D 센터 신설을 통해 성능·디자인·가격 등 현지 취향에 맞춘 전용차량 개발

## 3

## 글로벌 기업들의 러브콜

- ▶ 글로벌 경제위기 이후 글로벌 기업들이 Open Innovation 추진으로 R&D 능력 강한 제조업 기반, 품질·가격경쟁력을 보유하고 있는 국내 기업과의 협력 희망

#### □ 글로벌 기업, 'Open Innovation' 전략에 따라 국내기업과의 협력 희망

- Open Innovation이란? : 국경을 넘어 전세계 우수기업, 인재, 아이디어를 적극 활용하여 수익성과 경쟁력을 개선하는 혁신전략
- 이에 따라, R&D 능력, 품질 및 가격경쟁력을 모두 갖춘 국내 부품소재 업체에 높은 관심 → 글로벌 기업과의 다중협력 기회 확대

☞ 세계 1위 통신장비 업체인 알카텔루슨(Alcatel-Lucern) 관계자 코멘트  
- 한국기업이 공동개발에 참여할 경우, 단기간 내에 세계시장을 선도할 수 있을 것이다.

#### □ 글로벌 기업과의 다중협력은 국내 부품소재 업체 도약의 기회

- (기술적 측면) R&D 단계부터의 다중협력을 통해 세계 표준에 참여하고 기술적으로도 한 단계 도약할 수 있는 기회
- (마케팅 측면) 공동 마케팅을 통해 글로벌 기업의 판매 네트워크와 브랜드 파워를 활용함으로써 세계시장 진출 확대

#### ◆ 국내 부품소재 기업에 대한 글로벌 기업들의 뜨거운 관심

- ☞ 한미 부품소재 글로벌 파트너링('09.11, 서울)
  - Motorola, Hewlett-packard, Alcatel-Lucent 등 유력 글로벌 기업 21개사가 방한하여 국내 기업과 공동 R&D 등 다중협력사업 상담
- ☞ Vestas 수출 상담회('09.9, 덴마크 오후스)
  - 세계 1위 풍력발전 업체인 Vestas 구매담당자 18명과 국내 23개 업체와 부품공급 상담
- ☞ 도요타 전시상담회('09.9, 일본 도요타市)
  - 국내 자동차 부품업체 39개사와 도요타 및 협력업체 500개사와 국내 최초 공급 상담

**4      글로벌 산업 주도권 확보 기회**

▶ 경제위기 이후 글로벌 과잉공급 해소를 위한 산업 구조조정이 본격화 되고 그린·융합 등 신산업이 부상 → 산업 패러다임 변화과정에서 새로운 기회가 창출

□ 경제위기 이후 글로벌 공급과잉\* 해소를 위한 산업 구조조정 본격화  
 \* 2000년대 들어 세계경기 호황으로 선진기업의 구조조정 지연, 신흥국의 투자증가로 초과공급 발생

- 글로벌 산업구조 조정과정에서 한계기업 퇴출 및 거품기업 몰락 예상
  - 호황기 시황에 편승했던 한계기업들은 도산·피인수될 전망이며 M&A 등을 통해 외형성장에 치중했던 거품기업들은 '승자의 저주'에 직면
- 향후 글로벌 산업은 전통강자가 퇴출되고 신흥강자가 부상하면서 산업별 2~3개의 Big Major 중심으로 재편이 가속화 될 전망

□ 위기 이후 새로운 성장 모멘텀 확보 노력 → 新산업 급부상

- (녹색산업) 증기기관, IT에 이은 제3차 산업혁명
  - 기후변화 대응, 경제위기 극복을 위한 각국의 녹색성장 가속화
    - \* 미국 : 뉴아폴로 프로젝트, 일본 : 후쿠다 버전, 유럽 : 그린 르네상스
- (융합산업) 산업간·업종간 컨버전스(Convergence) 시대의 도래
  - IT를 기반으로 융합의 영역이 산업간, 업종간으로 확대되면서 새로운 제품과 서비스가 출현

◆ 글로벌 산업 구조조정 및 新산업 출현은 우리에게 기회!

- ① 견고한 제조업 기반 : 전통산업~IT 첨단산업까지 제조업 쏬분야에 걸쳐 경쟁력 보유
- ② R&D 경쟁력 보유 : 우수한 기술인력, 글로벌 경제위기에도 R&D 투자 확대
- ③ 빠른 변화능력 : 신속한 의사결정 및 실행력으로 외부 환경변화에 빠르게 대응

경쟁기업들의 구조조정 기간 동안 선제적 투자, 미래형 전략, 우리의 강점을 활용하여 시장기회를 선점함으로써 글로벌 산업 주도권 확보!

## 5 위기 때 다져놓은 세계시장

▶ 글로벌 경제위기로 선진 기업들이 맥을 못추는 가운데, 우리 기업들은 '나홀로 독주'하면서 시장지배력 확대 → Post-crisis 세계시장 주도권 확보의 발판

### □ 경제 위기 속에 승승장구한 우리 기업

○ 환율효과 그 이상의 경쟁력 : 한국형 위기관리 시스템이 빛을 발휘

- 외환위기 이후 튼튼해진 재무구조를 바탕으로 미래가 불확실한 위기 상황에서 신속하고 과감한 의사결정, 공격적인 마케팅\* 추진

\* 현대차 : 올해 1분기 매출액의 3.3%를 해외마케팅에 사용(과거 평균 : 2~2.5%)

○ 위기관리 시스템을 바탕으로 세계시장 점유율 상승(단위 : %)

업종	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
DRAM	47.3	44.8	49.0	49.6	61.0
조선	35.6	35.2	35.6	33.8	34.4
TV	19.6	24.3	28.2	33.7	36.1
휴대폰	19.4	18.1	20.7	24.5	30.6
자동차	5.5	5.4	5.5	5.4	7.5

주 : 2009년의 경우, DRAM/TV/휴대폰은 상반기, 자동차는 미국시장 1~8월 기준, 조선은 SERI 전망치

자료원 : SERI

### □ 위기 속에서도 줄어들지 않은 R&D 투자 → 퀀텀점프\*의 발판

\* 퀀텀점프(Quantum Jump) : 기업의 실적이 단기간에 호전되는 대약진을 의미

○ 우리기업은 외환위기 때와 달리 이번 위기에는 R&D 투자를 확대

- 2009년 국내 700개 기업의 R&D 투자는 전년 대비 2.0% 증가한 27.6조원에 이를 전망(교육과학기술부)

○ 위기 속 R&D 투자를 바탕으로 위기 이후 퀀텀점프 가능

- 경쟁기업들이 생존에 주력하는 사이 우리 기업은 R&D 투자를 통해 미래 경쟁력 강화 → 기술적 도약과 경쟁기업과의 격차 확대 가능

## 6

## FTA로 넓어지는 경제영토

▶ 세계경제의 본격적이 회복기를 눈앞에 두고 거대 경제권과의 FTA 체결을 통해 Post-crisis 세계시장 선점의 기반을 확보

□ 거대 경제권과의 FTA 발효에 따른 수출시장 확대

○ 미국, EU, 인도 등 거대 경제권과 FTA 협상 타결

- 미국(2007년), EU(2009년), 인도(2009년) 등 거대 경제권과 FTA를 타결 함으로서 위기 이후 거대시장 선점 교두보 확보
- EU·인도와의 FTA는 2010년 중 발효될 예정이며, 미국과의 FTA도 한-미 정상회담(11.18) 이후 비준 논의 진전 기대

○ 거대 경제권과의 FTA 체결로 우리나라의 교역액 증가 예상

◆ 既체결 FTA의 교역증대 효과 실증분석 결과(SERI)

↳ 1.2~3.2배의 교역액 증대효과 : 칠레(3.2배), 싱가포르(1.8배), Efta(1.7배), ASEAN(1.2배)

○ 교역증가 외에도 다양한 부수적 효과가 수반

\* 거대 경제권과의 FTA 체결에 따른 국가신인도 상승, 국제무대에서의 협상력 강화 등

□ 한-미, 한-EU, 한-인도 FTA의 경제적 의미

○ (한-미 FTA) 세계 최대의 구매력 보유 시장 확보

- 경제위기 이후 미국의 민간소비가 침체되어 있으나, 여전히 세계최대의 소비시장

○ (한-EU FTA) EU시장 점유율 확대기반 마련

- 우리나라의 EU시장 점유율은 3%에서 이하에서 담보상태 → FTA를 통해 시장점유율 3% 트랩 돌파 계기 마련

○ (한-인도 FTA) 세계경제의 새로운 성장축인 BRICs 국가와의 첫 번째 FTA

## 2. 6大 위협요인

### 1 사라져가는 환율효과

▶ 세계 경기침체기 우리기업의 선방에 큰 역할을 했던 환율효과(특히 LCD, 반도체는 환율효과가 40~50%)가 사라지고 있어 우리 수출상품의 가격경쟁력 하락 우려

#### □ (현황) 환율 하락으로 우리 수출제품 가격경쟁력 하락 우려

○ 최근 대미환율 추이 : 3월 이후 꾸준히 하락세

- 최근 대미환율은 지난 3.2일 최고치(1,570.30)를 기록한 이후 꾸준히 하락, 12.16일 현재 1,164.90으로 최고점 대비 25.8% 하락

○ 경쟁국 대비 환율이 더 빠르게 떨어지고 있는 점이 더 큰 문제

통화	유로화	엔화	위안화	원화
절상률	15.9%	11.1%	0.3%	25.8%

주 : 연중 최고치 대비 12. 16일 기준 각 통화의 달러화 대비 절상률

○ 원/달러 환율이 하락할 경우, 우리 수출에 부정적인 영향 발생

\* 원/달러 환율이 10% 하락하면 우리 수출은 2.12% 감소(SERI)

#### ◆ 관련사례 : 환율하락으로 자동차 수출 브레이크

- ▶ 경쟁업체들의 반격과 함께 사라진 환율 효과로 인해 시장점유율 하락
- ▶ 현대기아차 미국시장 점유율 급락 : 7.9%(8월) → 7.1%(9월) → 6.4%(10월)

#### □ (전망) 당분간 원화강세 기조 지속 전망

○ 미국의 弱달러 정책 지속 전망

- 글로벌 불균형 해소를 위한 미국의 수출확대 정책 추진 → 자국 수출상품의 가격 경쟁력 강화를 위해 弱달러 기조 유지 전망

○ 경상수지 흑자, 안전자산 선호경향 완화로 외국인 투자자금 유입 증가

## 2

## 일본의 저가 역습

- ▶ 일본은 이번 경제위기를 계기로 고부가가치 제품 위주의 수출 전략을 수정, 중저가 제품 수출 확대 → 향후 Middle-end 시장에서 일본과의 치열한 경쟁 불가피

□ 일본, 고부가가치 제품 위주의 수출이 문제였다!

- 경쟁국 대비 고부가가치 비중이 지나치게 높은 일본의 수출구조
  - 수출 고부가가치 지수\* : 일본은 130대인 반면 한국은 100 수준
    - \* 2000년을 100으로 하며 지수가 높을수록 고부가가치 수출상품 비중이 높음
- 미국, 유럽 등 선진시장 경기침체로 고부가가치 내구재 소비 급감
  - 경기침체에 따른 가계소득 감소 및 소비심리 위축으로 고부가가치 내구재 소비 급감 → 일본 수출에 큰 타격
    - \* '09.1~9월 일본 수출감소율 : △32.9% vs 중국 △21.3%, 한국 △20.9%

□ 일본의 수출전략 변화 : Middle-end 시장 공략 강화

- 볼륨존(Volume Zone)\* 시장 공략 확대
  - \* 2008년 기준 8.8억명에 달하는 아시아 중산층 시장을 지칭
  - 향후 성장 가능성이 높은 Volume Zone 시장을 대상으로 수익성은 낮으나 규모의 경제가 가능한 Middle-end 제품 수출 확대

◆ 닛산의 2008~2012 중기 경영계획(닛산 GT 2012)에 나타난 볼륨존 전략

- ▶ 차세대 전략시장인 신흥시장 진출 확대를 위해 저가 자동차 출시
- ▶ 2010년부터 태국과 인도에서 대당 가격 30만엔(2,500불) 수준의 초저가 자동차 출시

- 세부전략 : 품질은 그대로, 가격은 싸게, 마케팅 강화
  - 품질 수준은 그대로 유지하면서 가격을 낮추는 기술을 개발하고 중산층 대상 마케팅 강화 → 우리 제품의 비교우위 잠식 예상

### 3 중국 산업구조의 하이테크화

- ▶ 주력산업 구조조정 및 신성장산업 육성을 통해 산업구조를 고도화하고 대만과의 경제협력을 통해 수출상품 경쟁력 제고 → 해외시장에서 우리와의 경합 심화 예상

#### □ 위기 이후 글로벌 산업주도권 확보를 위한 산업구조 고도화 정책 추진

- 정부 주도의 기존 산업 구조조정, 해외 M&A 등을 활발히 추진

- 해외 우량기업 M&A\*, 기술혁신 지원확대, 낙후시설 도태, 금융지원 강화 등을 통해 기존산업 경쟁력 강화

\*'09. 1분기 해외 M&A 규모는 전년 동기대비 40% 증가한 218억불, 전세계 M&A는 35% 감소

- 중국이 산업구조를 고도화하고 있는 산업은 철강·자동차·조선·디스플레이 등 우리나라의 주력산업 → 향후 치열한 경쟁 예상

#### ◆ 글로벌 시장에서 가속화되고 있는 중국의 위협

- ▶ **중국 LCD TV 약진** : '09. 3분기 세계시장 점유율 상승(16.9% → 21.4%)  
- 반면, 한국과 일본은 감소 : 한국 30.3% → 29.2%, 일본 35.3% → 34.3%
- ▶ Fortune Global 500 기업수('05→'09) : 중국 16개 → 37개, 한국 11개 → 14개

- 바이오, 신소재 등 첨단산업에 대한 투자도 강화

- 10만명의 첨단기술 인력을 산업현장에 투입하여 첨단기술의 조기 산업화를 지원하고 올해 약 1,461억 위안(21조원)을 기술혁신에 투자

☞ 참고자료 : 중국의 하이테크 제품 수출비중 급증세(자료원 : Economist)  
- '05년 기준 중국의 공산품 수출액 중 하이테크 제품 비중이 40%에 육박('95년 20% 미만)

#### □ 대만과의 경제협력도 강화 : 'Made in Chiwan'의 위협

- 兩岸간 화해무드를 타고 중국과 대만기업의 협력 강화

- 대만의 첨단 기술력과 중국의 자금력·저렴한 인건비 등이 결합하여 강력한 시너지 효과 창출 → 우리기업에 큰 위협요소

## 4

## 한국을 겨냥한 합종연횡

▶ 제위기 이후 우리에게 시장의 주도권을 내주었던 경쟁 기업들이 상호간 합종연횡을 통해 몸집과 경쟁력을 키우면서 우리를 위협

□ 경쟁기업들의 대반격이 시작되었다!

- 경기침체에 우리에게 주도권을 내줬던 경쟁기업들이 상호간 합종연횡, 공격적 마케팅 등을 통해 우리를 견제
  - \*전경련 : ‘국내 주력기업들도 해외 경쟁업체가 빠르게 추격해 오는 것을 느끼고 있다.’
- 환율효과가 사라지고 있는데다, 해외 경쟁업체들도 경쟁력을 재무장하고 있어 본격적인 ‘진검승부’ 전개 예상

□ 우리를 겨냥한 경쟁업체들의 주요 반격 사례

① 소니-샤프 LED 공동전선 구축

- 소비는 샤프로부터 LED 백라이트를 공급받아 LED TV를 생산하고 LED 백라이트 표준 통일 및 공동개발 추진

② 일본 엘피다, 대만 업체와 연합체 구성

- 일본의 유일한 메모리 반도체 생산업체인 엘피다는 대만의 3위 반도체 업체인 프로모스에 반도체 생산을 위탁기로 결정
  - \*기존 대만 제휴업체 3개를 포함할 경우, 총 4개 업체와 ‘엘피다 연합’ 구성

③ 대만 폭스콘, 세계 4위 LCD 업체인 치메이 합병

- 세계 최대 전자제품위탁생산(EMS) 업체인 대만 폭스콘은 세계 4위의 LCD 생산업체인 대만 CMO 합병

④ 자동차 Big 3 및 도요타의 공격적인 마케팅

- GM : 차량 구입 후 31~60이 이내에 차량 Refund 프로그램 운영, 도요타 : 차량 딜러 대상 판매 인센티브 확대

## 5 글로벌 소비 회복동력 부족

- ▶ 경제위기 이후 선진국 소비자들의 가계부채 디레버리징 지속, 고용없는 경기회복으로 향후 민간소비 부진 지속 전망과 중국의 선진 소비시장 대체 한계

### □ 선진국의 가계부채 디레버리징과 고용없는 경기 회복

- 금융위기 이후 차입여건 악화, 향후 경기에 대한 불확실성 증가로 소비를 줄이고 저축을 늘리면서 가계부채 감소세

#### [선진국의 가처분 소득 대비 가계부채 비율]

	1990	1995	2000	2002	2004	2006	2007	2008
미 국	85.7	91.0	99.0	109.0	120.6	132.7	135.4	131.6
유로지역	-	-	74.6	76.6	82.7	91.0	93.3	93.1
영 국	114.5	105.7	111.7	127.3	151.4	167.5	174.2	171.6
일 본	-	-	135.5	133.8	133.8	133.5	128.8	129.8

자료원 : 각국 자금순환 및 국민계정, 한국은행 자료 재인용

- 경기회복에도 불구하고 치솟은 선진국 실업률
  - 올해 10월 미국 실업률은 10.2%로 26년만에 최고치를 기록하였으며, 유로존(9.7%, 9월), 일본(5.3%, 9월)도 사상 최고수준

### □ 선진국 가계부채 조정의 영향 : 세계수요 회복 둔화

- 향후 당분간 가계부채 조정 지속으로 민간소비 부진 불가피
  - 특히, '세계의 시장' 역할을 해왔던 미국의 2010년 민간소비 증가율은 과거 평균('92~'07년 연평균 3.5%)에 훨씬 못 미치는 2% 수준에 그칠 전망
- 세계의 시장으로 부상하고 있는 중국의 미국 소비시장 대체 한계
  - 중국이 전세계 민간소비 시장에서 차지하는 비중은 3.8%에 불과하며(미국은 30.4%) 하며 미국 민간소비 규모의 15.8% 수준

## 6

## 통상마찰과 보호주의 확산 가능성

- ▶ 글로벌 불균형 해소를 위한 미국의 통상압력 강화, 실업률 증가에 따른 국내 산업 보호에 대한 정치·경제적 압력 증가로 글로벌 보호무역주의 확산 움직임

## □ 경제위기 이후 전세계 반덤핑 제소 건수 급증

- (현황) '08.7~'09.6월 동안 전세계 반덤핑 제소건수는 281건으로 전년 동기(201건) 대비 약 40% 증가
  - 국별로는 인도가 68건으로 가장 많았고 미국(47건), 브라질(28건), 아르헨티나(23건), EU(20건) 순
- (원인) 불경기 국내산업 보호를 위해 저가 수입품에 대한 규제 강화

## □ 간접적인 수입규제도 강화 : 높아만 가는 무역기술장벽(TBT)

- (현황) 전 세계 무역기술장벽 건수 급증 추세(WTO 통보기준)
  - 올해 1~10월 중 WTO에 통보된 무역기술장벽은 1,189건으로 작년 수준을 넘어설 전망
    - \* 무역기술장벽 통보건수 : 771건('05) → 875건('06) → 1,031건('07) → 1,251건('08)
- (원인) 보호무역주의 배경에 대한 국제사회의 압력 증가를 의식, 표준, 인증절차, 검사제도 등 간접적인 수입규제 조치 증가

## ◆ 최근 글로벌 통상마찰 주요 사례

## ① 美-中 통상분쟁 심화

- ▶ 미국 : 중국의 원자재 수출제한 정책 WTO 제소('09.6), 중국산 타이어 대상 세이프가드 발동('09.6), 중국산 강관에 반덤핑 관세부과 예비결정('09.11)
- ▶ 중국 : 미국산 자동차 및 닭고기에 대해 반덤핑 및 보조금 조사 착수('09.9)

## ② EU의 對中 통상압력 강화

- ▶ 중국의 원자재 수출제한 정책, 음악·영화·인쇄물 등의 유통제한 조치에 대해 WTO 제소

## III

## 2010년 수출길 모색

- ▶ (시장환경) 구조조정을 마무리한 경쟁기업들의 반격이 시작되면서 경쟁이 더욱 심화될 전망
- ▶ (대응전략) 위기 때 다져놓은 시장 지배력을 더욱 확대시키면서 Post-crisis 시장 선점

## 1

## 시장별 경기회복 속도를 감안한 차별화된 시장접근

- 선진시장 : 시장을 지키면서 본격적인 경기회복기 대비
  - (소비시장) 현지 유통망 진출 확대와 브랜드 인지도 제고
    - 소비 부진에 대응, 대형할인점, 온라인 쇼핑몰 등 유통시장 진출을 확대하고 소비 회복기 경쟁력 확보를 위해 브랜드 인지도 제고
  - (기업협력) 글로벌 유력기업과의 협력을 활용한 시장진출 확대
    - 글로벌 기업과 R&D·부품공급·공동마케팅 등 다중협력을 강화하고 협력분야도 전력·조선기자재·IT 등으로 확대
- 신흥시장 : 공격적 마케팅을 통한 위기 이후 시장선점
  - (아시아) 경제위기 이후 확대되고 있는 내수시장 선점에 집중
    - 현지 투자진출 등을 통해 내수시장 진출 기반을 확충하고 소비재 유통망·자본재·서비스·공공프로젝트 시장 집중 공략
  - (중동·중남미) 건설·플랜트 프로젝트, 新중동특수 활용
    - 최근 발주가 재개되고 있는 건설·플랜트 프로젝트 수주에 집중하고 중동 지역의 IT·의료·환경 등 미래산업 新특수 선점

○ **(Frontier Market) 레반트(Levant)\* 시장 집중 공략**

\*글로벌 경제위기 이후 신흥 유망시장으로 부상하고 있는 중동 4개국(시리아, 요르단, 레바논, 이라크)

- 도로·통신 등 사회 인프라 개발 프로젝트 수주 노력과 함께 구매력 증가로 수요가 늘고 있는 자동차, 가전 등 내구재 소비재 시장 선점

□ **Post-crisis 시대의 Key Market, 중국을 잡아야 한다!**

○ **(시장상황) 향후 중국 시장은 글로벌 기업들의 치열한 각축장**

- 글로벌 경제위기를 계기로 중국이 '세계의 시장'으로 부상하면서 중국 내수시장을 선점하기 위한 각국 기업들 간의 치열한 경쟁 전개

중국 내수시장 선점 경쟁에서 밀리게 되면 Post-crisis 시장주도권 확보도 요원

○ **(대응전략) 내수시장 선점과 중국 산업의 對韓 의존도 심화**

- **(내수) 省·市별, 권역별 차별화 마케팅, 현지화 마케팅 전략 추진**  
\*주력분야 : SOC 등 공공프로젝트 시장, 물류·유통 연계 산업재/소비재 시장
- **(산업) 중국의 산업구조 고도화 추세를逆이용하여 핵심·범용 부품소재 시장진출을 확대함으로서, 중국 산업의 對韓 의존도 심화**
  - ▶ 중국의 산업구조 고도화 정책으로 핵심·범용 부품소재 수요 급증
  - ▶ 글로벌 기업과의 전략적 제휴(공동 기술개발 → 제3기업 판매)를 통해 핵심소재 시장진출을 강화하고 범용소재는 M&A, 중국기업과의 합작투자 등을 통해 경쟁력 제고

☞ 중국의 산업이 발전할수록 우리의 對中 부품소재 수출이 증가하는 분업 구조를 정착시킴으로서 중국의 부상을 우리의 기회로 활용

## 2

## 위기 이후 新성장산업 해외진출 강화

## □ 위기 이후 글로벌 산업구조는 新성장산업 위주로 재편

- (新산업의 시대) Post-crisis 성장동력 확보를 위한 각국의 新성장산업 육성 가속화 → 우리에게도 새로운 시장기회를 제공
- (대응전략) 산업·시장별 이원화된 접근 방식
  - 우리의 경쟁력이 낮은 산업·시장에서는 글로벌 기업과의 협력을 통해 경쟁력을 제고시키고 경쟁력을 확보한 분야는 시장선점 강화

## □ 경쟁력 낮은 산업·시장 : 글로벌 기업과의 다중협력을 통한 경쟁력 제고

- R&D-생산-판매-AS 등 전 가치사슬에서의 협력 강화
  - 공동 R&D를 통해 우리 기업의 원천기술력을 제고시키고 글로벌 기업들의 판매네트워크를 활용, 시장진출도 확대
- 글로벌 기업과의 다중협력을 통한 글로벌 시장진출 사례

## ◆ 공동 기술개발 → 수요기업 구매

- ☞ OE솔루션(韓)-Alcatel Lucent(美) 간 트랜시버 제품 공동 기술개발 계약체결 ('09.11)
- ☞ OE솔루션의 Alcatel에 대한 과점적 공급자 지위 확보('12년부터 연 3천만불 공급 예정)

## ◆ 공동 기술개발 → 제3기업 판매

- ☞ 엠텍비전(韓)-Applied Micro(美) 간 위성방송 셋톱박스 핵심칩 공동개발 계약 체결('09.11)
- ☞ Applied Micro社의 판매망을 활용 Cisco, Hughes 등 대형업체에 납품 계획

□ 경쟁력 높은 산업·시장 : 적극적인 공략으로 시장 선점

○ IT 기반의 융합 및 서비스 산업 : 시장선점 및 新수요 창출

- 전자정부, 지능형 교통시스템, Smart Grid, U-city 등 IT 융합형 신산업 진출 확대

- IT 기반의 제조업-서비스업 융합을 통해 새로운 수요 창출

\* 휴대폰 → U-learning, 어린이 위치추적, 차량관리, 주거보안 서비스

○ 지식서비스 : 문화콘텐츠 및 해외 프랜차이즈 수출 확대

- 온라인 게임, 애니메이션, 캐릭터 등 문화콘텐츠 수출 및 한류를 활용한 토종 브랜드의 해외 프랜차이즈 진출 확대

○ 그린, 의료바이오 : 개도국 시장진출 확대

- ODA 등을 활용하여 유망 CDM 프로젝트 발굴 및 참가를 확대하고 의료바이오 분야는 완제품 위주로 수출

3

경제위기 이후 부상하고 있는 새로운 기회 활용

□ (G-20 시대) 글로벌 비즈니스 주도권 확보와 국가브랜드 제고

○ 글로벌 비즈니스 주도권 확보

- 2010년 제5차 G-20 정상회담(09.11/서울) 개최기간 동안 글로벌 비즈니스 행사 집중 개최 → 글로벌 비즈니스 무대의 중심으로 부상

\* KOTRA : G-20 Biz Leader's Roundtable, Invest Korea 2010, Green Hub Korea 집중 개최 계획

○ 국가브랜드 제고활동 강화

- G-20 정상회담 개최를 우리나라 국가브랜드 제고의 기회로 활용

\* KOTRA : 상해엑스포 한국관 운영, 국가브랜드맵 작성 등 추진

## □ (FTA) 2010년 중 거대경제권과의 FTA 발효 예정

- 미국, EU, 인도 등 거대 경제권과의 FTA 발효 예정
  - \* 한-인도('10.1.1일부 발효), 한-EU('10년중 발효예정), 한-미(최근 비준논의 진전)
- 위기 이후 거대시장 선점을 위한 공격적 시장진출 필요
  - FTA 수혜품목 위주 공격적 마케팅, 투자·서비스·정부조달 등 진출여건 개선분야 진출 확대

## □ (정부조달) 경제위기를 계기로 시장의 중요성 더욱 확대

- 민간부문의 자생적 회복력이 취약해 '10년에도 경기부양책 지속
  - \* 2010년 G-20 국가의 경기부양책 규모는 전체 GDP의 1.5%(2009년은 2.0%)
- 세계 조달시장 현황 : 9조불(전세계 GDP의 15%), 매년 급성장
  - \* 주요 조달시장 규모(연평균 증가율) : 미국 5,328억불(12.0%), EU 1.87조 유로(7.0%), UN 136억불(25.0%)
- FTA 체결로 주요 정부조달시장 여건 개선 → 공격적 진출 필요
  - 시장 개방폭 확대(양허하한선 인하, 민자사업 개방), 내국민 대우, 비차별 의무, 입찰찰시 조달실적 요구금지 등 진입장벽도 완화



작성자

Global Business Report 10-001

## 2010년 세계시장의 기회와 위협

발행인 | 조환익  
발행처 | KOTRA  
발행일 | 2010년 1월  
주소 | 서울시 서초구 헌릉로 13  
(우 137-749)  
전화 | 02) 3460-7114(대표)  
홈페이지 | [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)

---

Copyright © 2009 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로  
무단전재와 무단복제를 금합니다.