

인도시장 주요수출품목의 한·중·일 경쟁 분석

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 인도의 동방정책과 교역구조의 변화 / 3

II. 인도시장에서의 한·중·일 3국의 경쟁심화 / 7

III. 인도시장 주요수출품목의 한·중·일 경쟁 분석 / 9

IV. 전망과 시사점 / 14

요 약

최근 인도시장에 대한 열기가 고조되고 있다. 실제로 인도는 중국과 더불어 Chindia 열풍의 주역이자 BRICs의 대표국가이다. 인도는 정부의 지속적 개혁·개방정책의 결과로 최근 수년간 경제성장률이 연평균 8% 대를 기록하면서 세계 시장에서 급부상하고 있다.

이러한 인도시장을 선점하기 위해 우리나라 대기업들이 다방면으로 노력을 기울이고 있지만 인도 정부가 개방정책을 추진함에 있어 '실리주의'를 표방하여 한국 못지않게 중국과의 경제협력도 중요시하고 있고, 이에 따라 중국기업들의 인도진출이 확대되면서 인도시장에서의 한·중·일 3국간 경쟁이 뜨거워지고 있다. 특히 한-일간 산업구조의 유사성 및 가격경쟁력을 내세운 중국의 시장침투 확대로 3국간 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예상된다.

특히 중국의 인도진출이 본격화되면서 한·일 양국은 기존에 확보했던 시장을 중국에 잠식당하는 현상도 나타나고 있다. 각종 통상지표 및 통계자료는 우리나라의 인도시장 점유율이 점차 하락하고 있음을 보여주고 있으며 앞으로의 전망 역시 낙관적이라고 할 수 없는 상태이다. 우리나라의 대인도 20대 주요 수출품목 중 한·중·일 3국이 경합하는 12개 품목 중에서 시장점유율이 확대되고 있는 품목은 없다. 철강을 제외하고는 기계류, 정밀기기류, 화학제품 등이 그나마 점유율을 유지하고는 있으나 최근들어 소폭 하락하는 경향이 나타나면서 향후 경쟁이 심화될 것을 예고하고 있다. 특히 차량, 전자제품, 인조필라멘트섬유 등 중국이 경쟁력을 가진 품목들은 급속히 인도시장을 장악해가면서 한중간의 인도 시장 점유율 격차를 더욱 벌려놓고 있다.

현재 우리 정부는 인도시장의 중요성과 선점 필요성을 절감하여 한-인도 CEPA 협상을 조속히 타결하고자 노력중인데, 이러한 정부의 노력과 병행하여 개별 기업들도 중국과 직접적으로 경쟁하는 제품에서 벗어나 고부가가치 제품으로 수출품목을 전환하는 등 보다 적극적인 인도시장 개척노력이 필요하다고 하겠다.

I. 인도의 동방정책과 교역구조의 변화

□ 인도의 급격한 경제 성장과 주요 수출대상국으로의 부상

- 1991년 대외개방정책 실시 이후 인도경제는 몬순 호조에 따른 일부 시기의 높은 성장을 제외하고는 완만한 성장세를 나타내기 시작하였으며, 2003년부터 연평균 8%대의 본격적 고도성장기로 진입함.
- 농업이 인도 경제에서 차지하는 비중이 감소하고 제조업과 서비스업의 비중이 증가함에 따라 그해의 몬순이 경제성장에 영향을 크게 주는 구조를 탈피하여, 보다 안정적 경제성장을 구가할 수 있는 여건이 조성됨.

〈표 1〉 인도의 경제성장 추이

(단위 : US\$ 십억, %)

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
경제성장률(실질)	3.9	4.6	6.9	7.9	9.1	9.7	9.2	7.9
명목 GDP	473	495	573	669	783	877	1,099	1233

주 : 2008년은 예상치

자료 : IMF World Economic Outlook, April 2008

〈표 2〉 인도의 산업부문별 GDP 구성비

(단위 : %)

산업부문	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08
농업	23.2	20.9	21.0	19.2	18.8	18.3	17.8
제조업	25.3	26.5	26.2	28.2	28.8	29.3	29.4
서비스업	51.5	52.7	52.8	52.6	52.4	52.4	52.8

주 : 인도의 회계연도는 당해 연도 4월부터 익년 3월까지이며 2003 회계연도의 경우 FY2003 또는 2003/04로 표시

자료 : Ministry of Statistics and Programme Implementation, Government of India

- 경제성장이 본격화됨에 따라 수입도 급증세에 있으며, 11억이 넘는 인구를 기반으로 한 거대 신흥 경제성장 국가인 인도에 대한 수출대상국으로서의 세계 각국의 관심이 높아짐.
- 2003/04년에서 2006/07년 사이의 3년간 수입액 규모가 767억 달러에서 1796억 달러로 134% 급증하였으며 향후 경제성장세가 지속됨에 따라 수입수요도 동반성장할 것이 전망되고 있음.

〈표 3〉 인도의 수입액 추이

(단위: US\$ 백만, %)

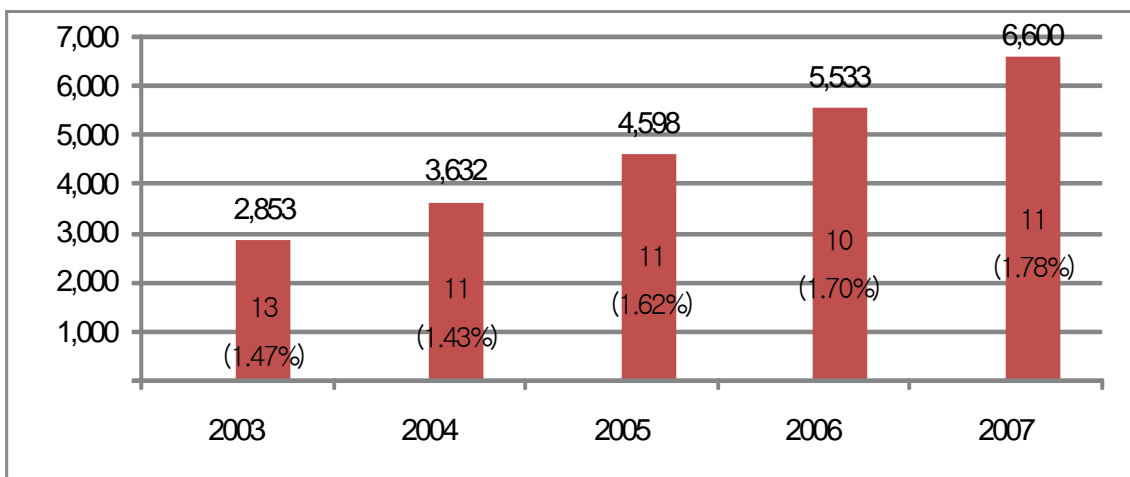
회계연도	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
수입액	50,979	60,159	76,706	108,767	143,751	179,651
증가율	1.9	18.0	27.5	41.8	32.2	25.0

자료 : WTA

- 우리나라의 대인도 수출액과 우리나라 전체 수출액에서 대인도 수출액이 차지하는 비중도 꾸준히 증가하고 있어 인도 시장의 우리나라 주요수출시장으로서의 의미가 부각되고 있음.

〈그림 1〉 우리나라의 대인도 수출액 추이 및 인도의 아국 교역대상국 순위

(단위 : US\$ 십만, 등위)



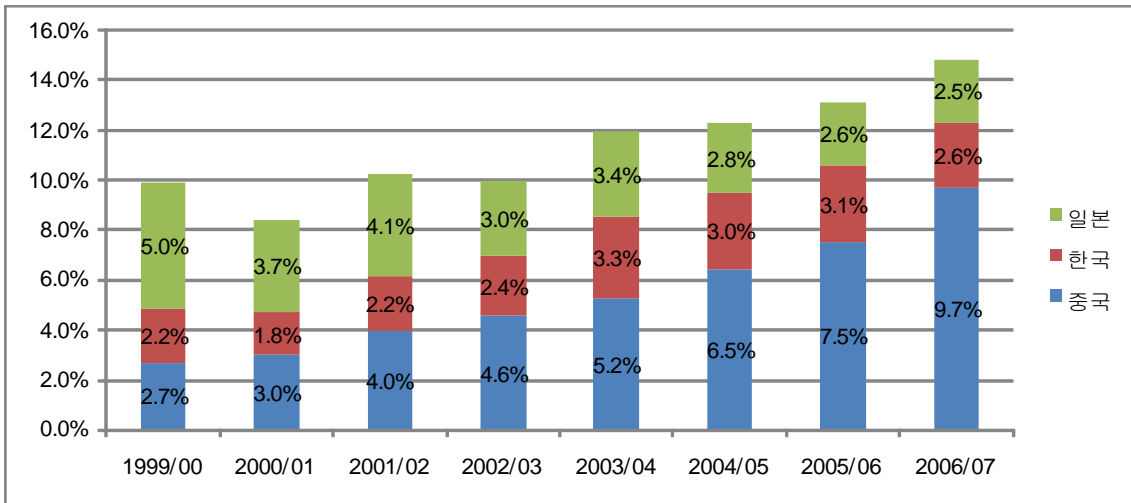
주 : 괄호 안 수치는 우리나라 전체 수출액 중 대인도 수출액 점유비중

자료 : KITA 무역통계

□ 대외교역정책의 변화로 인한 주요 교역대상국의 변화

- 서방 편향적 정책에서 동방정책(Look East Policy)으로, 주변국 중심의 경협 관계에서 글로벌 경협관계 구축으로 대외교역정책의 중심이 이동함.
- 1992년에 천명된 동방정책은 정치적인 면보다는 경제적인 면에 중점을 두고 시행되었으며, 하기의 표에 나타난 것과 같이 2000년대에 들어서 동아시아가 인도 경제에서 차지하는 비중이 꾸준히 늘어나고 있음.

〈그림 2〉 한·중·일 3국이 인도 전체수입시장에서 차지하는 비중



자료 : WTA

- 절대적인 규모에서 서방과의 교역도 증가 추세를 보이고 있으나, 인도의 수입시장에서 아시아의 비중이 빠른 속도로 증가하고 있으며, 2006/07연도 기준, 중·한·일은 각각 인도의 1위, 14위, 15위 수입대상국임.

〈표 4〉 인도의 주요국별 수입현황

(단위 : US\$ 백만)

순위	국가	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
1	중국	2,738	4,020	7,022	10,768	17,415
2	사우디아라비아	499	735	1,276	1,628	13,365
3	미국	4,209	4,832	6,337	8,053	10,217
4	스위스	2,324	3,292	5,848	6,591	9,160
5	UAE	904	2,019	4,603	4,336	8,534
6	이란	248	264	400	696	7,639
7	독일	2,323	2,904	3,915	5,850	7,484
14	한국	1,447	2,514	3,282	4,419	4,742
15	일본	1,816	2,641	3,087	3,693	4,484
전세계		60,159	76,706	108,767	143,751	179,651

자료 : WTA

- 2006/07연도 인도의 대중동 수입액 급증은 원유 등 에너지 자원 수입 증가에 기인한 것으로 2005/06연도 기준으로는 한국이 9위, 일본이 12위 수입대상국이며, 에너지 자원 수입 증가분을 제외할 경우 2006/07연도에 한국이 8위, 일본이 9위 수입대상국임.

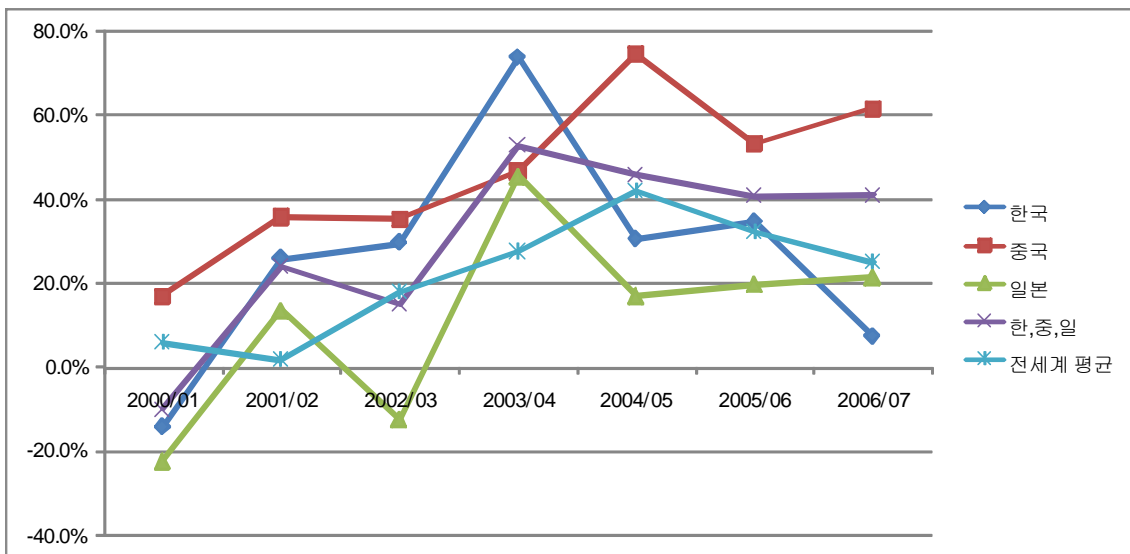
- 대의명분중심에서 실리중심의 대외교역정책으로 변화함에 따라 정치적 관계와 경제적 관계를 분리, 교역을 확대함.
 - 중국과의 교역 증대가 대표적인 예로, 1962년 아루나찰 프라데시(Arunachal Pradesh)주의 악사이 친(Aksai Chin) 지역의 점유를 두고 벌어진 중-인 전쟁 후 양국의 관계가 악화일로를 걸었으나, 이와 별개로 중-인 FTA의 공동연구를 추진하는 등 경제적 협력관계를 강화하고 있음.
 - 독립 후 비동맹주의의 주도국으로서 역할을 해 온 인도는 동서방 양진영 사이에서 어느 쪽에도 치우치지 않고자 하였으나, 최근 경제적 실리를 위하여 미·일 등과 우호적인 관계를 유지하는 등의 모습이 뚜렷이 나타남.

II. 인도시장에서 한·중·일 3국의 경쟁 심화

□ 인도의 실리주의 대외교역정책 추진에 따른 한·중·일 3국 경쟁 심화

- 인도의 동방정책 추진은 아시아 국가 전반의 대인도 수출 증대에 긍정적인 영향을 미치고 있으나, 실리주의 대외교역정책 추진에 따른 중국의 시장지배력 확대는 한·일 양국의 대인도 수출 증대에 있어 추가적인 경쟁 요인으로 작용함.
- 2001/02 회계연도 이후 한·중·일 3국의 대인도 수출액 총합의 증가율은 전 세계 평균보다 전반적으로 높은 상황을 유지하고 있으나, 중국만이 평균을 크게 상회하고 한·일 양국은 신장세가 상대적으로 미약함.

〈그림 3〉 한·중·일 3국의 대인도 수출액 증가율



주 : 한, 중, 일 데이터는 3국의 대인도 수출액 총합의 증가율 수치임.

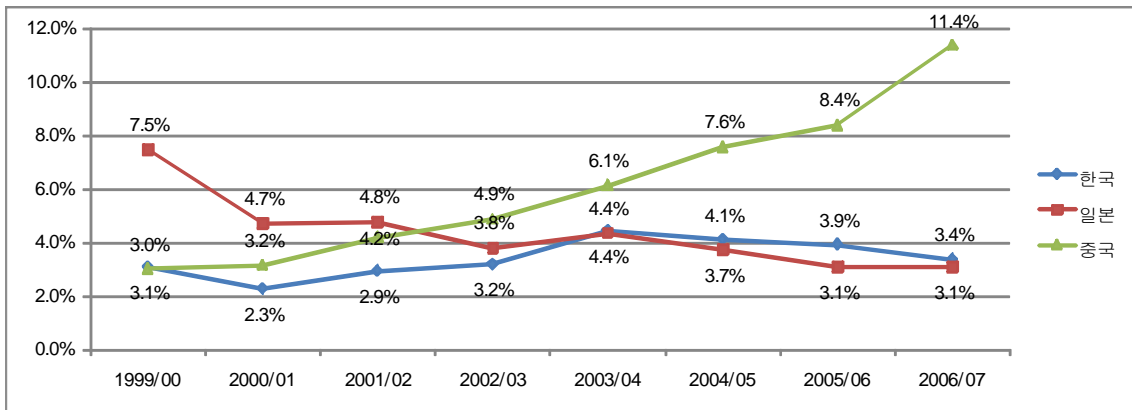
자료 : WTA

□ 인도 수입시장에서 우리나라 주요수출품목의 중·일 양국과의 경쟁 심화

- 3국의 대인도 20대 주요수출품(HS 2단위 기준)은 각국 산업구조의 유사성으로 인하여 상당부분이 겹치며 최근 중국 제품의 시장점유율 확대에 따라 경쟁이 치열함.

- 우리나라의 20대 주요수출품은 중·일 양국과 13개 품목, 일본과는 3품목, 중국과는 1품목이 겹치고 있으며, 특히 한·중·일 3국이 경합하는 13개 품목은 <그림 4>와 같이 중국이 괄목할만한 성장세를 보이며 인도 시장에서의 입지를 확대하지 못하고 있음.

<그림 4> 3국 경합 13개 품목의 인도 수입시장 점유율



주 : 우리나라의 대인도 20대 주요 수출품목중 중·일 양국의 20대 품목과 경합하는 13개 품목을 대상으로 인도의 해당 품목 총수입액에서 각 국별 수입액이 차지하는 비중임.
 자료 : WTA

□ 대인도 주요 수출품목의 품목별 경쟁력 분석을 통해 적극적 시장확대 필요

- 인도의 경제성장과 수입시장 확대에도 불구하고 중국의 약진으로 우리나라의 인도 시장 영향력 확대가 미진함.
- 전 세계적인 경기침체와 가시화되고 있는 가운데, 우리 기업의 수출경쟁력 향상을 통한 경제성장이 더욱 중요해지고 있으며, 중국과 더불어 세계 경제 성장을 견인하고 있는 인도 시장에서의 우리나라의 입지 강화가 시급함.
- 본 보고서는 우리나라의 대인도 수출 주요 20대 품목 중 중·일 양국과 중복되어 경합하는 품목을 중점 대상으로, 13개 품목중 한 개 품목을 제외한 12개 품목의 경쟁 구도와 향후 경쟁 전망을 살펴보고 우리 기업의 인도 시장 내 경쟁력 강화를 위한 시사점을 제공하고자 함.

- 13대 품목중 한 개 품목은 수선목적 수출품의 재수입 품목임.

III. 인도시장 주요수출품목의 한·중·일 경쟁 분석

□ 한·중·일 경합 12개 품목군 현황

- 분석의 주요 대상이 되는 12대 품목은 2006/07 회계연도 기준, 우리나라의 대인도 수출액의 85%를 차지하고 있으며, 해당 품목은 다음 <표 4>와 같음.

<표 5> 한·중·일 3국 경합 12개 인도시장 주요수출품목

(단위 : US\$ 백만, %)

한국의 해당 품목 대인도 수출 순위	HS 코드 (2단위)	품목명	수출액	수출액 비중
1	85	전기기기·TV·VTR	1,153	24.3
2	84	보일러·기계류	892	18.8
3	72	철강	562	11.9
4	27	광물성 연료·에너지	472	9.9
5	87	일반차량	316	6.7
6	39	플라스틱과 그 제품	234	4.9
7	29	유기화합물	140	3.0
8	73	철강제품	106	2.2
12	90	광학·의료·측정·검사·정밀기기	86	1.8
15	28	무기화합물	38	0.8
16	54	인조필라멘트 섬유	36	0.8
18	38	각종 화학공업생산품	29	0.6

자료 : WTA

- 주요 품목을 세부적으로 살펴보면 무선통신기기, 기계류, 차량 및 관련 부품류, 윤활유 등이 주를 이루고 있음.
- 해당 12개 품목 중 광물성 연료·에너지(27)를 제외하고는 중국이 빠른 시장 확대를 보이고 있으며, 중국의 시장확대에 따라 한·일 양국의 비중이 감소 또는 유지되거나, 일부의 경우 소폭 증가하는 추세를 보이기도 함.
- 이러한 추세에 따라 12개 품목을 우리나라의 인도 시장 점유율이 증가, 유지, 감소된 제품 등 3대 품목군으로 분류하여 살펴보고자 함.

〈표 6〉 인도 수입시장에서 한국 제품이 차지하는 비중에 따른 품목 분류

수출	비중 증가	비중 유지	비중 감소
절대액 증가	철강	보일러·기계류, 각종화학공업생산품	일반차량
절대액 유지		광물성연료·에너지, 유기화합물, 광학·의료·측정·검사·정밀기기, 무기화합물	철강제품, 인조필라멘트섬유
절대액 감소			전기기기·TV·VTR, 플라스틱과 그 제품

자료 : 수출통계는 WTA

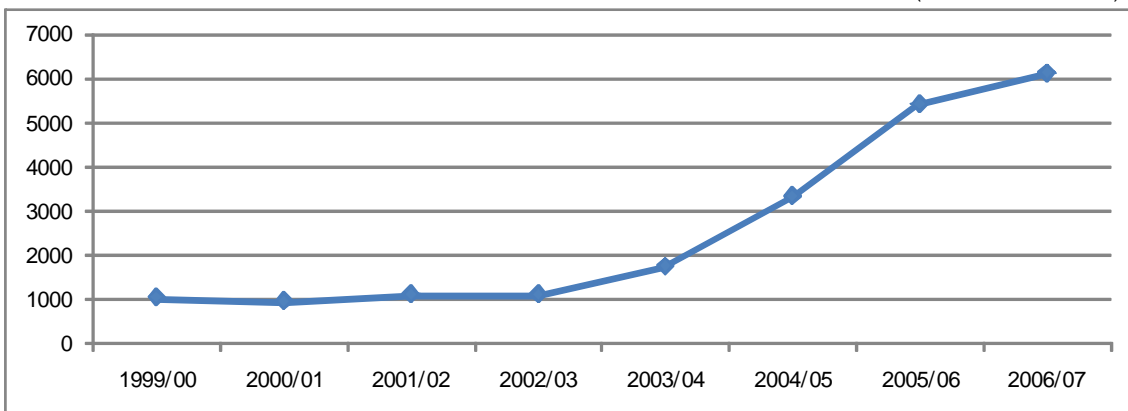
가. 점유율 증가 품목

□ 수출액 급증에 따라 철강(HS: 72)만이 점유율 증가

- 철강은 인도의 건설업과 제조업 성장에 따라 수요가 빠르게 성장하고 있는 품목으로 평판압연강 등의 절대적인 수입 규모가 급격히 커지고 있음.

〈그림 5〉 인도의 철강 수입액 추이

(단위 : US\$ 백만)

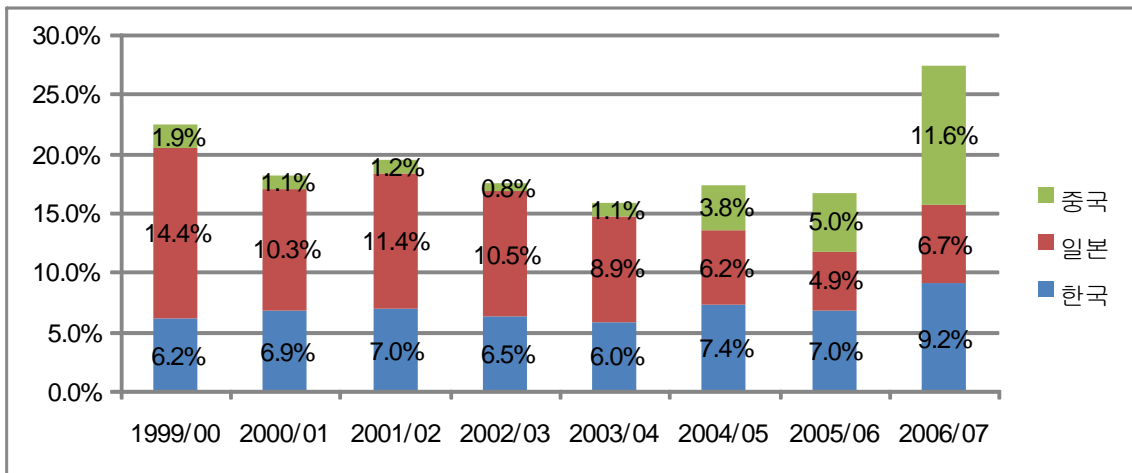


자료 : WTA

- 2006/07연도에는 가격 경쟁력을 앞세운 중국산의 점유율이 우리나라를 넘어서는 등 독보적인 성장세를 보이고 있으나, 우리나라 제품의 수출도 급신장세를 보이고 있어 인도 시장 점유율을 확대하고 있음.

- 인도는 저가 중심의 시장으로, 고품질 고가격 제품보다는 중품질 저가격 제품의 수요가 커 한국산, 일본산의 약 2/3정도의 가격에 해당하는 중국산의 약진이 두드러짐. (2006/07연도 대인도 수출단가 : 한국 : \$0.9/kg, 일본 : \$0.94/kg, 중국 : \$0.63/kg)

〈그림 6〉 인도 철강 수입시장의 한·중·일 점유율



자료 : WTA

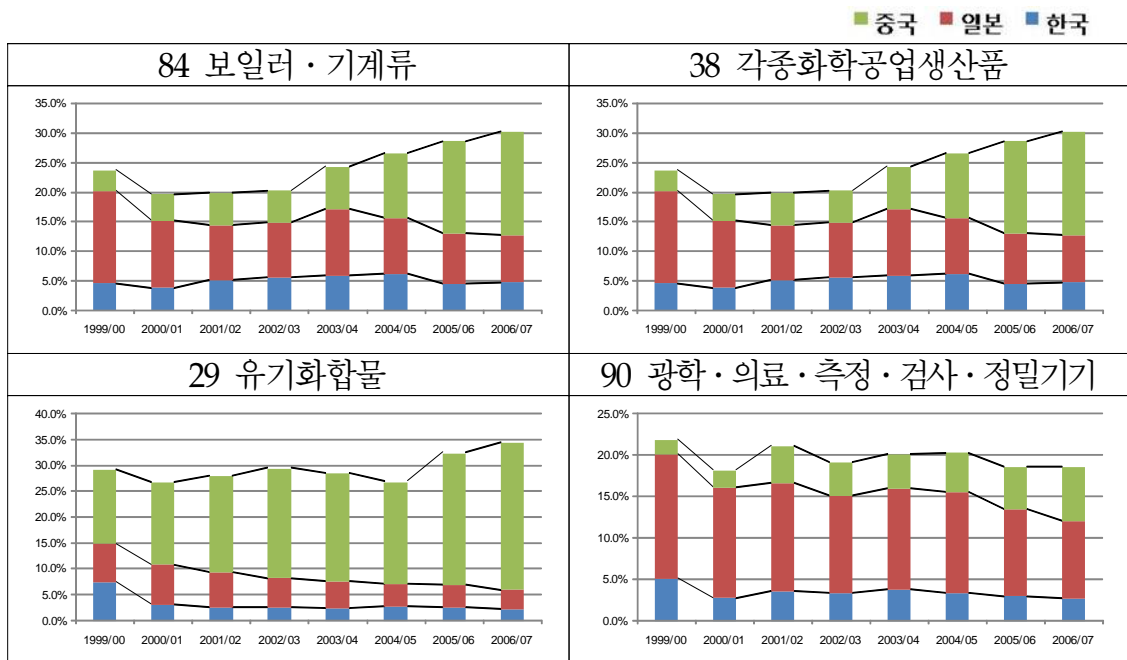
- 한·중·일 3국이 인도 철강 수입시장의 27.5%를 점유하며 경쟁이 심화되는 양상을 보이고 있으나, 인도의 경제 성장과 더불어 다양한 품질의 철강 수요가 증가하고 있어 한국과 일본 제품의 경쟁력도 유지될 수 있을 것으로 보임.

나. 점유율 유지 품목

□ 기계류, 정밀기기류, 화학제품 등은 비중을 유지하였으나 향후 경쟁심화 전망

- 각종 기계류, 정밀기기류 등은 인도 수입시장의 성장과 함께 우리나라 수출 증가가 발맞추어 증가하며 일정 수준의 점유율을 유지하고 있으나, 향후 중국의 기술수준 제고 및 수출 증가와 함께 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다.
- 정밀기기를 제외하고는 기계류, 화학제품 등은 한·중·일 3국간 기술격차를 중국이 빠른 속도로 좁히고 있는 품목으로 중국의 대인도 수출 확대에 따라 한·일 양국의 인도 수입시장 점유비율이 소폭 하락세를 보이는 등 향후의 치열한 경쟁상황을 예상해볼 수 있음.

〈그림 7〉 점유율 유지 품목군의 인도 수입시장 점유율 추이



자료 : WTA

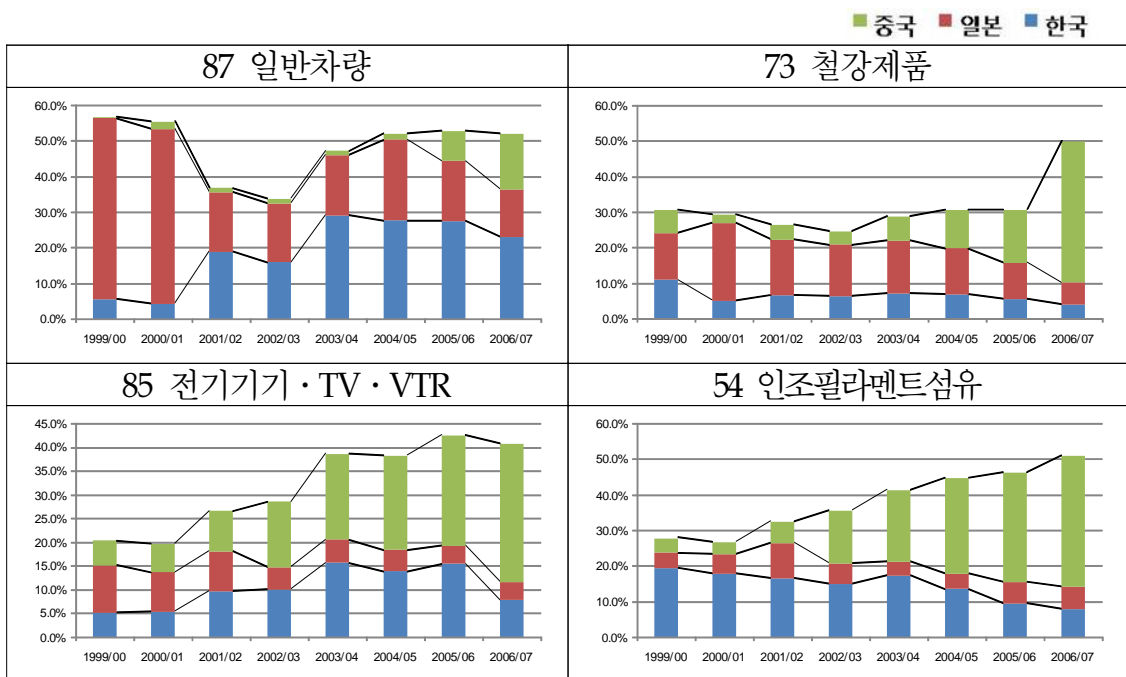
다. 점유율 감소 품목

□ 차량, 전자제품, 인조필라멘트섬유 등은 비중 감소

- 인도에 이륜차를 포함한 대규모 모터라이제이션이 이루어지면서 저가의 중국 차량 수입이 급증하고 있어, 우리나라의 대인도 자동차 수출물량의 급증에도 불구하고 인도 시장의 점유율이 소폭 하락하고 있음.
- 금년 초 현대차의 첸나이 제2공장 가동에 따라 관련 중간재 대인도 수출이 증가하면서 금년 중 동 자동차 및 관련 부품의 인도수입시장 점유율이 확대될 것으로 추정되나 인도 저가 소형차 시장이 급성장하면서 가격 경쟁력을 기반으로 한 중국산과의 치열한 경쟁이 불가피할 것으로 전망됨.
- CRT 등 국내에서는 생산이 중단된 전자제품 생산라인이 인도 현지로 이전되고 저부가가치 전자제품의 대중국 가격 경쟁력 저하에 따라 동 품목과 관련된 부품수출도 감소하여 인도 수입 시장 점유율이 감소함.

- 철강 제품의 경우도 인도의 수요 급증에도 불구하고 범용성 부품에서 경쟁력을 확보한 중국산과 기술 및 품질격차는 축소되고 원화가치 절상 등으로 인해 가격 경쟁력 약화가 초래되어 수요 급증분이 중국산의 수출 증대로 흡수되면서 한국산의 경쟁력이 서서히 약화되고 있음.
- 이는 단순히 인도 시장에만 국한된 것은 아니며, 국내 시장에서도 비슷한 상황이 전개되고 있음.
- 인조 섬유류도 중국의 수출 물량 급증과 함께 절대적인 수출액이 꾸준히 감소하며 인도 시장 점유율이 급감함.

〈그림 8〉 점유율 하락 품목군의 인도 수입시장 점유율 추이



자료 : WTA

IV. 전망과 시사점

- 인도시장의 성장 선점에 대한 노력에도 불구하고, 중-인간 경험 관계의 심화에 따른 한·중·일 3국 경쟁 격화, 한·일 양국의 시장 점유율 축소
 - 인도 정부가 실시한 1991년 개방정책 및 1992년 동방정책이 빠른 경제성장과 맞물리며 한·일 양국과 인도간의 교역이 최근 수년간 급속히 성장함.
 - 우리나라 정부도 CHINDIA의 한 축인 인도 시장에 대한 관심을 갖고 한·중·일 3국 중 최초로 2006년 CEPA* 협상을 개시하는 등 시장 선점을 위한 노력을 경주함.
 - * Comprehensive Economic Partnership Agreement(포괄적 경제동반자 협정) : 상품교역, 서비스교역, 투자, 경제협력 등 경제관계 전반을 포괄함을 강조하기 위해 채택된 용어로 실질적으로 FTA와 동일함. 인도측 국내 민감성을 감안 CEPA 용어 사용을 선호함.
 - 일본의 경우 한-인도간 CEPA 협상 개시에 자극을 받아 2007년 EPA 협상을 개시함.
 - 그러나 인도정부가 실리를 우선으로 하는 경제정책을 실시한 이래로 최근 중국의 인도에 대한 경제적 영향력이 빠르게 확대되면서 한·일 양국의 노력에도 불구하고, 영향력이 전반적으로 축소되는 경향을 보이고 있으며, 이러한 경향은 앞으로도 지속될 전망이다.
 - 한·일 경쟁구도에서 중국의 영향력 확대에 따라 한·일 양국 - 중국의 경쟁구도로 재편이 되고 있어 중국에 대한 한·일 양국의 견제가 요구됨.
- 양국의 교역 규모가 확대됨에 따라 대인도 시장 영향력 축소에도 불구하고 경협관계 심화에 대한 착시현상 발생
 - 2004년 노무현 대통령의 인도 방문시 양국이 합의했던 2008년 100억 달러 교역목표는 2007년 11월 말 102억 달러를 넘어서며 외견상으로는 양국의 경협 관계가 빠른 속도로 심화되는 것으로 나타남.

- 특히, 개별 기업 기준으로는 일부 현지 진출 대기업에 국한하여 인도 시장의 영향력이 확대되고 있는 것이 우리나라의 대 인도 시장 영향력이 확대된 것으로 보이는 경향이 있음.
- 현대자동차는 1위 마루티 스즈키에 이어 2006년 인도 승용차 시장점유율 2위(18.2%)로 혼다, 도요타를 크게 앞섰으며, LG전자와 삼성전자는 압도적으로 시장 점유율 1, 2위를 석권하고 있음.

□ 한-인도 CEPA 협상의 조속한 타결을 통한 시장 선점효과 극대화 도모

- 한-인도 CEPA가 당초 목표했던 2007년내 타결보다 7개월 이상 지연되고 있어, 협상 초기에 고려한 시장 선점효과 실현에 차질이 빚어지는바 조속한 협상 타결이 요구됨.
- 경제성장에서 소외된 계층의 민심 이반 현상을 최소화하기 위하여 현 집권 정부의 조기총선이 2008년 내 또는 내년 초로 전망되고 있는 가운데, 정권 교체 이후에는 현 정권에서 실시한 협상에 대한 비준이 어려워질 수 있으므로 그 전에 양국의 CEPA 협상을 타결하여 조기 비준을 받는 것이 시장 선점 효과를 극대화하는 방안임.
- 일본의 경우, 우리 정부보다 EPA 협상에 1년여 정도 늦게 임하였으며 그에 따라 협상의 진척 상황도 우리보다 뒤쳐져 있음.
- 특히 인도 정부는 저가의 중국산 수입 증대로 인한 긍정적 효과에도 불구하고 국내 산업에 대한 피해를 우려하여 중국의 인도 경제에 대한 급속한 영향력 확대에 우려를 표하고 있는 바, 인-중 간 FTA 협상 개시는 현시점에서 요원한 상태임.
- 인도의 정치적 현황과 중-인 간의 미묘한 역학구도를 활용, 한-인도 간 경제 협력관계를 보다 강화하는 전략의 구사가 필요함.

- 중소기업은 협력 관계에 있는 대기업 이외의 수출처를 적극적으로 발굴
 - 지리적, 문화적으로 생소한 경제권인 인도 시장에 대해 보다 적극적인 마케팅을 통한 수출 판로 확대가 필요함.
 - 지역별로 다양한 상권이 존재하고 있는 바, 각 상권별 특성과 산업 특성을 파악하여 이에 맞는 적극적 시장 개척이 요구됨.

- 저부가가치 제품에서 고부가가치 제품으로의 전환 모색
 - 인도 시장은 가격에 매우 민감한 시장으로 고가 제품은 품질적인 격차가 현격하지 않을 경우 경쟁에서 우위를 점하기 어려움.
 - 저부가가치 제품은 중국산 또는 인도 국산 제품 대비 가격 경쟁력에서 밀려 경쟁이 어려움.

 - 그러나 산업재의 경우 중국산과 인도산 제품이 제시할 수 없는 기술수준의 제품은 시장 영향력을 유지하고 있어 저부가가치 제품 수출에서 고부가가치 제품 수출의 전환을 통해 시장확대가 가능함.

[참고 문헌]

- 인도의 최근 FTA 정책 변화와 시사점, KIEP 오늘의 세계경제 제08-04호
- 한중일 3국의 인도시장열전, 친디아저널 2008년 4월호
- 중국산 철강재 수입급증 현황과 파급 영향, POSRI CEO REPORT 2007.8.6

2008년 KOTRA 발간자료목록

● Global Business Report

번호	제목	발간일자
08-001	한-EU FTA가 수출/투자유치에 미치는 영향 : 유럽 바이어 및 대한 잠재투자가 설문조사 결과	2008.1
08-002	대중 섬유수입규제 해제와 세계 섬유시장의 변화	2008.1
08-003	일본 소비패턴 동향 및 시사점	2008.2
08-004	주목해야 할 이머징 마켓의 소비 패턴 변화	2008.3
08-005	아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석 및 진출 전략	2008.3
08-006	유럽 그린구매 동향과 진출확대를 위한 키워드	2008.3
08-007	한-GCC FTA 체결에 대한 시각 및 반응	2008.3
08-008	중국의 최저임금 인상 동향과 전망	2008.4
08-009	중동·아프리카 프론티어 시장 유망품목과 성공전략	2008.4
08-010	중남미 보안시장 동향	2008.4
08-011	중국·인도·일본의 아프리카 시장쟁탈전	2008.4
08-012	러시아기업의 해외진출확대에 따른 우리의 대응방안	2008.4
08-013	2008 서남아시아를 주목하라	2008.4
08-014	미국 FDA 통관정책 및 우리 상품 통관거부에 대한 대응	2008.4
08-015	노동계약법 실시조례(초안)의 해석	2008.5
08-016	해외자원개발 피해사례 및 국가별 유의사항	2008.5
08-017	주요국의 서비스장벽 현황과 대응방안	2008.6
08-018	세계 섬유시장변화와 우리 해외생산전략	2008.6
08-019	베트남 경영환경 변화와 대응전략	2008.6
08-020	해외무역관에서 바라본 2008년 하반기 수출전망	2008.6
08-021	중, 하이테크 기술기업 우대혜택 변화와 전망	2008.6
08-022	대중국투자 뉴 트렌드와 시사점	2008.6
08-023	중동 주요국의 제조업 육성정책 및 우리의 진출전략	2008.6
08-024	떠오르는 마그레브 시장, 이렇게 공략하라	2008.6
08-025	베이징올림픽의 중국 소비경제 효과	2008.6
08-026	초고유가 시대 : 해외 주요국의 에너지 절약상품 동향	2008.7
08-027	아프리카 이동통신시장 빅뱅	2008.7
08-028	유가상승에 따른 주요국 경제적 파급효과 및 대책	2008.7
08-029	주요국의 중소기업 지원정책 : 글로벌 중소기업을 향해	2008.7
08-030	한국 및 경쟁국 기업의 해외투자진출 유형 선호 비교와 시사점	2008.7
08-031	작은변화 큰시장 - 마이크로트렌드를 포착하라	2008.7

● KOTRA자료

번호	제목	발간일자
08-001	2008년 지역별 진출확대 전략	2008.1
08-002	러시아 투자실무 가이드	2008.1
08-003	중국 최고인민법원 지식재산권 10대 판례집	2008.2
08-004	멕시코 투자실무 가이드	2008.4
08-005	청산매뉴얼	2008.5
08-006	중국지재권대리사무소 디렉토리	2008.5
08-007	중국 유통시장 진출 가이드	2008.5
08-008	EU 현지 기업들의 REACH 대응사례와 시사점	2008.5
08-009	중국 신노동법 下 인력관리 매뉴얼	2008.5
08-010	2007 외국인투자옴부즈만 연차보고서	2008.6
08-011	Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2007	2008.6
08-012	북미 유통시장 진출 가이드	2008.6
08-013	중국투자가 심층조사 보고서	2008.6
08-014	말레이시아 투자실무가이드	2008.6
08-015	2007년 북한의 대외무역동향	2008.6
08-016	중국 환경시장 진출가이드	2008.7
08-017	유럽 대형 IT 유통업체 진출 가이드 - 7대 유통업체를 중심으로	2008.7
08-018	2008년 세계 주요도시의 생활여건	2008.7
08-019	Q&A로 본 베트남투자 A to Z	2008.7
08-020	2007/2008 해외진출 한국기업 디렉토리(CD)	2008.7

● 설명회자료

번호	제목	발간일자
08-001	2008 세계시장진출전략 설명회	2008.1
08-002	2008 세계시장진출전략 비즈니스포럼	2008.1
08-003	2008 세계시장진출전략 설명회 및 비즈니스 포럼 가이드북	2008.1
08-004	한-아세안 FTA순회설명회 (Korean -Asean FTA Seminar)	2008.5
08-005	몽골투자포럼(Mongol Korea Investment Forum)	2008.5
08-006	러시아 우랄시장 설명회	2008.5
08-007	극동 시베리아 개발 프로젝트 설명회 및 상담회	2008.5
08-008	중국 사업환경 변화와 대응전략 설명회	2008.5
08-009	중동 산유국 진출전략 설명회 및 상담회	2008.6
08-010	Global Project Plaza 2008	2008.6
08-011	한일 에너지절약환경 포럼	2008.6
08-012	2008 한중일산업교류회 심포지움	2008.6
08-013	러시아 중앙아시아 진출전략 설명회	2008.6
08-014	2008 한중일산업교류회 심포지움	2008.6
08-015	미국 유통시장 진출전략 설명회	2008.6

작성자

◆ 이해인 책임연구원 (아대양주팀)

Global Business Report 08-032

인도시장 주요수출품목의 한중일 경쟁 분석

발행인 | 조환익
발행처 | KOTRA
발행일 | 2008년 7월
주소 | 서울시 서초구 현릉로 13
(우 137-749)
전화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2008 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.