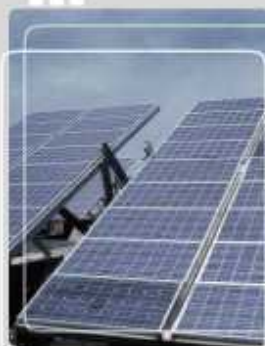


인도시장의 한·중·일 경쟁분석 및 대응방안



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 인도경제 개황 및 수입시장 현황

1. 인도의 경제개황 및 전망
2. 인도의 수입시장 현황

II. 인도시장에서 한·중·일 경합현황

1. 한중일 진출규모
2. 인도시장 주요 수출품목의 한·중·일 경합분석
3. 경합품목의 점유율 증감요인

III. 한·중·일 경합사례

- 한-중 경합품목 경쟁사례
- 한-일 경합품목 경쟁사례
- 한-중-일 경합품목 경쟁사례

IV. 시사점 및 대응전략

요 약

□ 인도의 경제현황 및 전망

- 2003년 이후 연평균 8%대의 경제성장률을 유지하고 있던 인도는 최근 유로존 글로벌 경제위기와 인플레이션 등을 이유로 2012년 경제성장률이 주춤하였으나, 인도 정부는 재정위기 돌파와 외국인 투자유치를 위해 강력한 경제개혁안을 발표하였고 최근 멀티브랜드 소매업을 해외투자자들에게 개방하는 법안을 승인하는 등 점진적인 개혁, 개방 노력으로 재정적자와 경상수지 불균형이 차츰 해소될 것이라는 전망 우세
- UN 세계인구전망에 따르면 2030년 인도는 중국을 제치고 세계 1위의 인구 대국이 될 것이고, 꾸준한 경제성장으로 인한 구매파워의 증가로 ‘세계 최대의 시장’으로 부상될 것이라 예상됨에 따라 인도시장에서의 한국의 선점이 중요함

□ 인도시장에서 한·중·일 경합

- 2001년 인도 수입시장에서 점유율 비중은 한·중·일 삼국이 비슷한 양상이었으나 10년간 중국의 점유율이 급증하면서 2012년 현재 인도 전체 수입시장의 11.9%의 비중을 보임
- 반면 일본의 수출액은 증가하였으나 점유율은 3.5%에서 2.4%로 감소하였고, 한국은 수출액 및 점유율 모두 증가세를 보임
- 일본은 정부주도의 인도투자를 통한 경제협력과 기업들의 M&A, 합작투자의 형태로 인도 진출을 꾀하는 반면, 중국은 인도의 對중국 무역제재에 대한 대안으로 R&D센터나 생산 공장을 인도 현지에 건립하는 등의 우회적인 형태로 인도 진출을 하고 있음
- 우리나라의 대인도 수출 주요 25대 품목 중 중·일 양국과 수출 점유율 및 순위에 대해 분석하여 그 요인을 파악하고 우리 기업이 인도시장에서 경쟁력을 강화방안을 모색하고자 함

□ 인도시장 25대 주요 수출품목의 한·중·일 경쟁분석

- 2001 회계연도에 한국의 對인도 25대 수출품목 중 한·중·일의 품목별 순위변화를 살펴보면 한·중·일이 각각 7개, 10개, 8개를 차지하며 비교적 고른 분포를 보이고 있는 반면, 10년 후인 2011 회계연도에서는 24개 품목에 대해 중국이 1등을 차지하였고, 한국은 불과 1개 품목에서만 1위를 함
- 한·중·일 중 한국이 점유율 1위를 차지했던 고무 및 그 제품(HS40)에서 중국에게 1위를 빼앗겼고 특히 한국이 그동안 강세를 유지해 오던 차량 및 부분품과 부속품(HS87) 품목에서 최근 중국의 상승세에 눌려 한국의 점유율이 20% 감소세를 보임
- 철강(HS72)제품의 경우 인도의 전체 철강 수입액 중 한·중·일의 비중이 30%를 차지하고 있으며, 한국과 일본은 도금과 냉연코일 중심의 고부가가치 제품을 수출하는 반면, 중국은 열연코일 중심으로 수출하고 있음
- ※ 최근 일본의 고베제강과 신일본제철 등이 인도 철강 회사들과 제철 플랜트 및 합작사를 공동설립 예정이어서 그 경쟁이 더욱 심화 될 것으로 예상

□ 시사점 및 대응방안

- 한국의 對인도 수출 규모는 꾸준히 증가하고 있으나 주요 수출품목에서 일본, 중국간의 경쟁심화
 - 최근 중국내 반일감정 격화로 일본기업들이 '탈중국화'를 선언하며 중국내 사업장을 동남아 및 인도로 옮겨가 가격경쟁력을 높이고 있음
 - 이와 더불어 한국과 일본제품의 품질에 대한 인지도 상승 및 양국의 공격적인 투자 확대 등으로 인해 수출 규모와 점유율은 지속적으로 증가 중
- 한국이 가열되고 있는 한·중·일 경합에 대응하기 위해서는 한-인도 CEPA의 적극적 활용 및 M&A와 합작투자를 통한 직접적인 진출방안 모색 뿐만 아니라 사회적책임활동(CSR)을 통한 기업이미지를 제고하거나 인도기업의 경영철학인 주가드(Jugaad) 정신을 기업에 체득 시키는 등 인도 진출에 대한 중장기적인 플랜이 중요할 것으로 전망

I 인도경제 개황 및 수입시장 현황

1 인도의 경제개황 및 전망

□ GDP 현황과 전망

- 인도 경제는 2003년부터 연평균 8%대의 고도성장기로 진입하였고, 2008년 글로벌 금융위기로 인해 약간 주춤하였으나, 2009년 후 다시 회복세 띰
- 그러나 최근 유로존 글로벌 경제위기와 인플레이션 등을 이유로 인도정부는 2012년 경제 성장률 전망치를 6.5%로 하향 조정(인도중앙은행, 2012.7.31)
- 최근 IMF와 EIU(2012년 11월 전망)도 2012년 인도 경제성장률 전망을 4.9%, 5.8%로 일제히 하향 조정함으로써 인도 경제의 전반적인 위축을 암시함

<표1> 인도의 경제성장률 추이와 전망

(단위: US\$십억,%)

연도	2008	2009	2010	2011	2012(추정)	2013(추정)	2014(추정)	2015(추정)
경제성장률(실질)	6.9	5.9	10.1	6.8	5.8	6.5	7.3	7.7
명목 GDP	1,262.5	1,266.3	1,630.5	1,826.8	1,946.8	2,117.3	2,314.7	2,546.9

(자료원: IMF,10.,EIU 2012.11전망치)

□ 수출입 동향

- 유럽발 경제위기와 같은 대외 악재로 인해 수출이 감소하는 반면, 원료와 원자재 가격이 상승하면서 수입이 늘어나고 있어, 무역적자가 심화되고 있음
- 월 100억불 이상의 무역수지 적자를 기록하여 경상수지 적자를 메우기 위해 매 트레이딩 데이마다 3억 4천만 달러가 필요, 무역적자를 메우기 위해 매일 8억 달러 유입 필요 (JP 모건 등 추정)

<표2> 인도의 무역수지 추이

회계연도	단위	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-2013
무역수지	US\$억	△868	△1,162	△1,093	△1,184	△1,997	△2,087
- 수출	US\$억	1,630	1,831	1,783	2,510	3,096	3,668
- 수입	US\$억	2,498	2,993	2,876	3,694	5,093	5,755

(자료원: CMIE 2012, EIU 2012.11 전망치)

□ 외국인 투자를 위한 인도정부의 점진적 개혁·개방

- 인도 정부 여당은 재정위기 돌파와 외국인 투자유치를 위한 강력한 경제안을 발표(2012.9)하였으나 빈곤층의 표를 의식한 야당의 극심한 반대, 각종 이해관계에 얽힌 집단 이기주의의 발현 등으로 인해 원활히 진행되고 있지 않음
 - 현재 인도 의회에서 승인을 받지 못해 계류 중인 법안이 35개에 달한다고 함
- 그러나 지난 12월 5일 인도 하원은 멀티브랜드 소매업을 해외 투자자들에게 개방하는 법안을 승인하는 등 더디지만 개혁과 개방이 이루어지고 있음
 - 인도 상공회의소(FICCI)는 하원이 멀티브랜드 소매업 개방 법안을 승인함으로써 외국인 투자자들에게 강력하게 어필할 수 있을 것이라고 반겼고, 인도 소매업협회도 환영의 의사를 표함
 - 주요 외신들도 이를 속보로 게재했으며, 골드만삭스는 상기 법안 통과를 기반으로 인도가 극심한 경상수지 적자를 완화시킬 수 있을 것이라고 밝힘

□ 세계최대시장으로 부상하는 인도

- UN 세계인구전망에 따르면 2030년 인도의 인구는 중국을 제치고 세계 1위의 인구 대국이 되고, 꾸준한 경제성장으로 인한 구매파워의 증가로 '세계 최대의 시장' 으로 부상될 것이라 예상
- 인도의 인구는 2060년까지 계속 증가할 것으로 전망되며 2050년까지는 생산 연령이 종속인구의 2배 이상이 되는 '인구 보너스' 기가 계속 될 것으로 보임에 따라 인도시장의 중요성이 더욱 대두될 것으로 보이며 2050년에는 PPP기준 경제규모가 세계2위에 이를 것으로 전망
- 또한 꾸준한 경제발전으로 인해 연간 소득이 5천~3만5천 달러에 달하는 중간소득계층 소비시장인 볼륨존 영역이 점차 늘어날 것으로 예상됨에 따라 인도시장에 대해 우리기업의 선점이 중요할 것으로 파악됨

<표3>인도의 인구순위

(단위: 억 명)

순위	국가명	2011년 현재	2030 (추정)
1	중국	13.54	14.84
2	인도	12.14	14.62
3	인도네시아	2.32	2.71
4	파키스탄	1.84	2.65

(UN세계인구전망/아시아 力)

2 | 인도의 수입시장 현황

□ 인도의 수입규모 현황

○ 인도의 수입 동향 및 추이

- 인도의 수입시장은 경제성장과 함께 크게 팽창하였고, 글로벌 경제위기로 인한 세계적 경기침체를 겪은 2008년말 2009년을 제외하고는 수입시장 규모가 매년 평균 30% 성장세를 보임

<표4> 인도의 수입시장 동향

(US\$백만,%)

회계연도	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
수입액	138,370	172,876	217,542	321,410	257,658	350,783	465,076
증가율 (전년대비)	42.19	24.94	25.84	47.75	-19.84	36.14	32.58

(자료원: WTA)

□ 인도 수입대상국 변화 및 현황

(단위: US\$백만)

순위	국가	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	중국	10,048	15,555	24,711	33,606	28,839	41,333	55,299
2	UAE	5,034	7,472	11,723	24,479	15,418	30,977	35,657
3	스위스	7,149	7,927	10,549	13,047	10,222	22,292	31,567
4	사우디아라비아	1,504	10,730	16,715	23,204	14,603	20,407	28,321
5	미국	7,671	9,893	12,635	18,614	16,628	19,109	23,425
7	독일	5,475	7,007	8,799	11,919	10,722	11,472	15,275
12	한국	4,177	4,747	5,477	8,896	7,856	9,938	12,437
16	일본	3,534	4,383	5,753	8,161	6,386	8,282	11,196
전세계		138,970	172,876	217,543	321,410	257,658	350,783	465,076

(자료원: WTA)

- 인도의 교역규모 순위에서는 1992년 시행된 동방정책의 영향으로 2000년대 이

후 동아시아의 교역규모가 꾸준히 늘고 있음을 보여줌

- 2011년 기준 한·중·일 對인도 수출액 순위는 각각 12위, 1위, 16위로 나타남

※ 또한 계속되는 경제발전으로 인한 원유 등 에너지 자원 수입으로 인해 중동과의 교역량도 늘어나고 있음

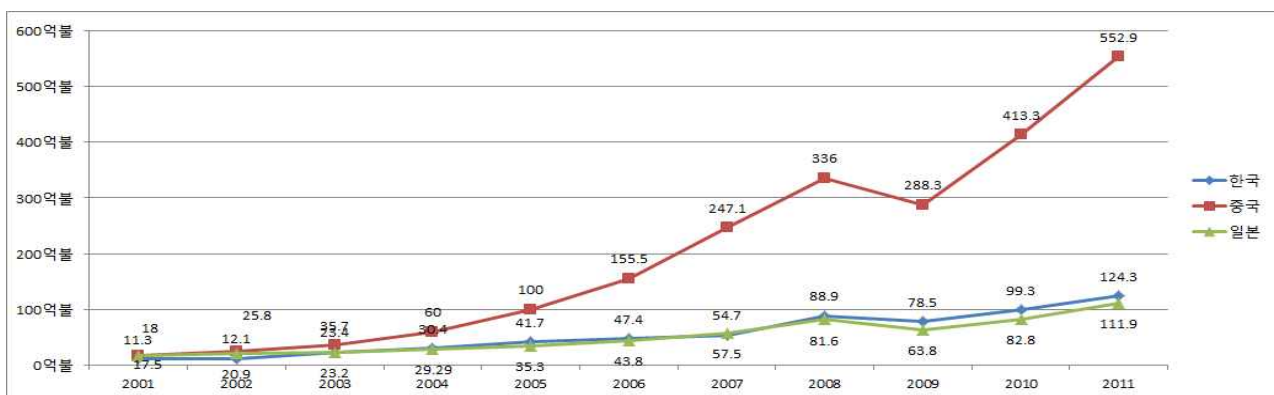
II 인도시장에서 한·중·일 경합현황

1 한·중·일 진출 규모

□ 한·중·일 對인도 수출액 변화

- 2001년 한·중·일의 對인도 수출액은 중국과 일본은 각각 18억불, 17.5억불로 비슷한 규모이고, 한국은 11.3억불로 이에 미치지 못하는 형태였으나, 2004년 이후 인도의 동방정책의 효과가 나타나며 중국의 수출액이 전년대비 2배가량 급증하면서 60억불로 두각을 나타내었고, 한국은 2004년 30.4억불을 기록하며 일본을 추월하였음
- 2011년 현재 한국과 일본의 對인도 수출액은 비슷한 수준이나 중국의 對인도 수출액은 한국이나 일본보다 다섯배 높은 수준으로 나타나고 있으며 향후 중국은 가격 경쟁력을 무기로 더욱더 공격적으로 인도 진출을 할 것으로 예상
- 2001년 한·중·일의 수출액은 한국-11.3억불, 중국-18억불, 일본-17.5억불 이었고, 2011년 한·중·일의 수출액은 한국-124.3억불, 중국-552.9억불, 일본-111.9억불 기록

<그림1> 한·중·일 3국의 對인도 수출액 증가추이

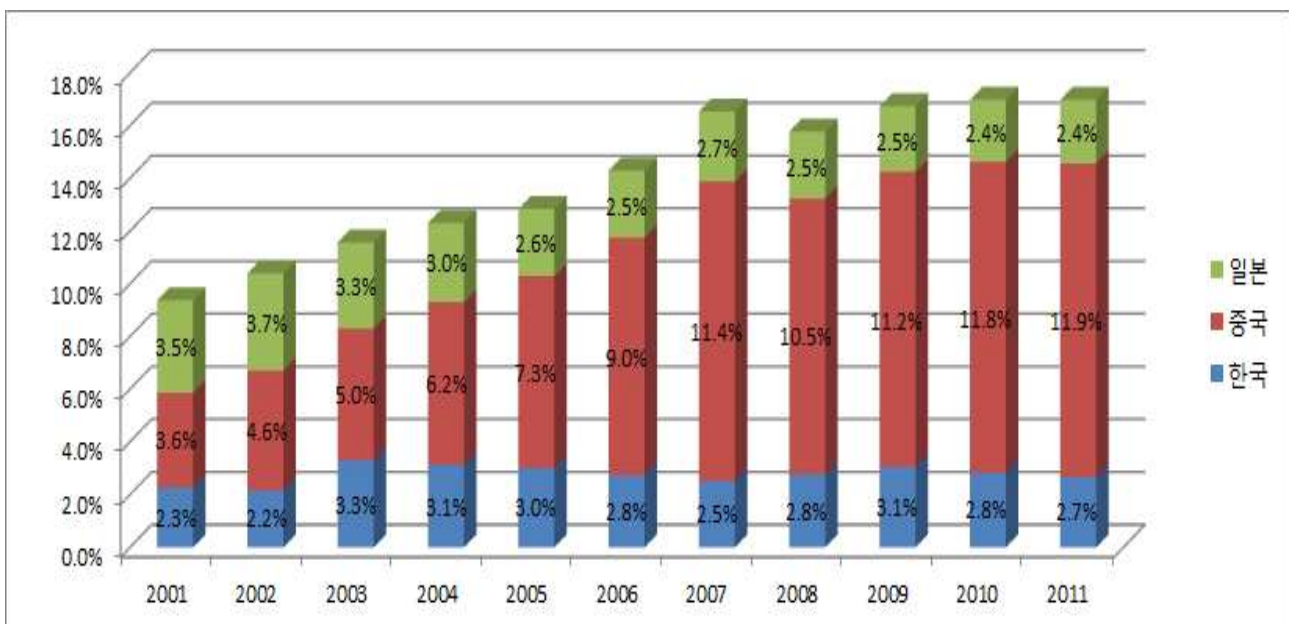


(자료원: WTA)

□ 한·중·일 점유율 변화

- 2001년 현재 인도 수입시장에서 점유율 비중은 한중일 삼국이 비슷한 양상이었으나 10년간 중국의 점유율이 급증하면서 2012년 현재 인도 전체 수입시장의 11.9%의 비중을 보임
- 반면 일본의 수출액은 증가하였으나 점유율은 3.5%에서 2.4%로 감소하였고, 한국은 수출액 및 점유율 모두 증가세를 보임

<그림2> 한·중·일 이 인도 전체 수입시장에서 차지하는 비중



(자료원: WTA)

□ 중국과 일본의 對인도 진출전략 분석

- 일본은 정부주도의 인도투자를 통한 경제협력과 기업들의 M&A와 합작투자로 인도 진출을 꾀함
 - 일본정부는 인도 최대의 인프라개발 사업인 델리-뭄바이 산업회랑 (DMIC), 방갈로르 지하철 등에 적극 투자하고, 경제·안보·자원 등에 인도와 양국협력을 확대하며 일본 기업의 인도진출에 발판을 마련해 주고 있음
- 중국은 양국간의 영토분쟁 뿐 아니라 무역불균형이 계속 확대 되면서 인도의 對중국 무역제재에 대한 대안으로 R&D센터나 생산공장을 인도 현지에 설립하는 형태로 진출하고 있음

- 중국의 대표적인 통신장비네트워크 제조사인 화웨이(Huawei)는 R&D센터건립과 인도 생산공장 건설로 인도 점유율을 점차 늘리고 있음
- 인도 상무부는 2009년 10월 14일부로 국제이동통신장비식별(IMEI) 번호가 없거나 식별번호가 모두 0으로 나오는 모바일폰 핸드셋, CDMA 모바일폰 핸드셋에 대한 수입금지조치를 단행한 바 있으며 이는 중국산 통신장비에 대한 제재조치의 하나로 보임
- 추후 또 다른 인도의 對중국 수입제재가 일어날 가능성도 있으나 중국의 수입품은 대부분 인도 인프라 확충에 필요한 장비·원자로·선박 등 자본재로 이는 인도의 경제성장에 꼭 필요한 요소이므로 장기적으로 볼 때 인도는 중국과의 무역 규모를 축소하지 않을 것으로 전망

□ 한국의 對인도 주요 수출품목의 품목별 경합 분석을 통해 적극적인 인도 시장 진출방안 모색이 필요

- 인도의 경제성장과 수입시장 확대에도 불구하고 중국의 약진으로 우리나라의 인도 시장 영향력 확대가 미진한 상황
- 유럽發 글로벌 경기침체로 인한 우리기업의 수출부진 타계가 우리나라 경기회복에 중요한 역할이 될 것으로 예상
- Post China로 불리며, 2030년에는 세계 1위의 인구대국으로써 세계최대 시장으로 부상할 인도시장에 대해 우리기업의 입지 강화가 시급한 상황
- 우리나라의 대인도 수출 주요 25대 품목 중 중·일 양국과 수출 점유율 및 순위에 대해 분석하여 그 요인을 파악하고 우리 기업이 인도시장에서 경쟁력을 강화방안을 모색하고자 함

2 인도시장 주요 수출품목의 한·중·일 경합 분석

□ 한·중·일 경합 25대 품목군 현황

- 2011 회계연도 HS2 단위 기준 한국의 對인도 수출 상위 25대 품목에 대한 한·중·일 간의 경쟁상황을 분석하였으며, 다음 표과 같이 나타남

<표6> 한·중·일 경합 25대 품목군 현황

순 위	HS 코드	품목명	2011년 한국의 수출액 (US\$백만)	'08~'09 국가별 수출액 비중% (①→한중일1위)			'10~'11 국가별 수출액 비중% (①→한중일1위)		
				한국	중국	일본	한국	중국	일본
1	84	기계류	2,023.53	4.4	22.6①	8.7	5.7	26.8①	9.3
2	85	전기기기 및 부품	1,840.62	6.2	40.9①	4.7	6.2	42.5①	4.1
3	72	철강	1,659.43	11.7	12.0①	7.5	12.5	17.6①	9.2
4	27	광물성연료	868.28	0.9①	0.8	0.3	0.5	0.7①	0.1
5	39	플라스틱 및 그 제품	860.89	10.6	11.0①	4.2	10.6	12.9①	3.7
6	87	차량 및 부분품과 부속품	835.37	23.5①	14.2	19.8	18.1	18.6①	12.0
7	29	유기화학품	826.70	3.8	32.4①	3.2	5.8	29.9①	3.1
8	40	고무 및 그 제품	458.17	12.5①	12.2	7.7	12.5	12.7①	8.2
9	71	귀금속	439.99	0.1	1.3①	0.1	0.2	1.3①	0.3
10	90	광학기기 및 부분품	273.71	3.9	10.5①	7.9	4.7	13.5①	8.4
11	89	선박과 수상구조물	231.48	8.2①	7.3	4.5	3.6	35.3①	5.4
12	73	철강제품	228.71	8.1	30.4①	6.7	5.9	33.4①	9.3
13	48	제지용 펄프 및 제품	182.95	9.5	14.5①	2.1	7.9	12.6①	2.0
14	76	알루미늄과 그 제품	137.24	3.8	15.0①	1.3	4.7	14.1①	1.1
15	38	화학공업생산품	102.46	1.9	12.6①	5.0	2.6	17.3①	4.9
16	28	무기화학품	91.04	1.8	12.8①	1.6	1.6	13.9①	1.9
17	82	비금속제공구, 스푼,포크	70.07	11.2	14.1①	13.6	10.2	17.8①	14.7
18	78	연과 그 제품	66.40	8.9①	3.7	0.4	9.8①	3.1	0.3
19	54	인조장 섬유	65.78	7.2	42.9①	8.1	7.9	46.4①	8.1
20	74	동과 그 제품	63.58	4.5	7.5①	1.6	3.5	10.1①	1.6
21	32	염료, 안료, 페인트, 잉크	50.83	3.7	16.7①	5.8	3.7	22.2①	5.0
22	83	각종 비금속제품	39.41	9.8	29.1①	4.0	8.7	33.2①	6.2
23	30	의약품	35.24	1.9	4.9①	1.2	1.9	7.4①	1.7
24	59	침투, 도포한 직물	28.03	2.4	56.8①	0.7	3.5	54.7①	0.9
25	86	철도용 기관차량 부품	23.95	10.3	26.3①	7.0	4.8	21.4①	6.8

(자료원: WTA를 바탕으로 KOTRA 자체계산)

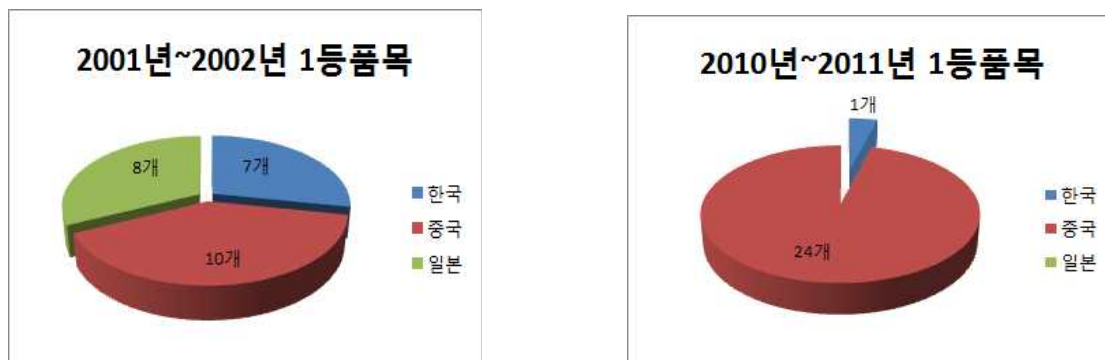
- 2001~2002 회계연도 간 한국의 對인도 25대 수출품목 중 한·중·일의 품목별 순위변화를 살펴보면 한·중·일이 각각 7개, 10개, 8개 품목에서 1위를 차지하며 비교적 고른 분포를 보이고 있는 반면, 10년 후인 2010~2011 회계연도에서는 24개 품목에 대해 중국이 1등을 차지하였고, 한국은 불과 1개 품목에서만 1위를 함. 일본의 최근 1등 품목은 없는 것으로 나타남

<표7> 경합품목에 대한 한·중·일 순위변화

분류 (개/연도)	'01~'02			'08~'09			'10~'11		
국가	한국	중국	일본	한국	중국	일본	한국	중국	일본
1등 품목	7	10	8	5	20	-	1	24	-
2등 품목	9	8	8	15	4	7	13	1	11
3등 품목	9	7	9	5	1	18	11	-	14

- 그림으로 보여주는 바와 같이 한국의 對인도 수출 상위 25개 품목으로 나눈 한·중·일 경합품목은 10년간 중국의 독식체제로 변화하고 있음

<그림3> 경합품목에 대한 한·중·일의 순위변화



- 25대 경합품목 중 회계연도 '08~'09에서 '10~'11 사이 한국의 점유율이 증가한 품목은 총 10개이지만 1위 품목은 '08~'09년 5개에서 '10~'11년 1개 품목으로 오히려 줄어들며 한·중·일 경쟁이 심해지고 있음을 보여줌
- 특히 한국이 그동안 강세를 유지해 오던 차량 및 부분품과 부속품 (HS87) 품목에서 최근 중국의 상승세에 눌려 한국의 점유율이 20% 감소

<표8> 경합품목에서 한국제품이 차지하는 점유율에 따른 분류

순위 변화		점유율 증가	점유율 유지	점유율 감소
순위상승		-	-	-
순위유지		기계류, 철강, 유기화학품, 광학기기 및 부품, 알루미늄과 그 제품, 화학공업생산물, 연과 그제품, 인조장섬유, 침투·도포한 직물	전기기기 및 부품, 플라스틱 및 그 제품, 염료·안료·페인트·잉크, 의료용품	제지용 펄프 및 제품, 비금속제 공구·스폰·포크, 동과 그 제품, 각종 비금속제품
순위 하락	1→2	-	고무 및 그 제품	차량 및 부품품과 부속품, 선박과 수상구조물
	2→3		-	철강제품, 무기화학품, 철도용 기관차량 부품

*주) 한·중·일 비중의 합이 5%미만일 경우 분석제외(귀금속, 광물성연료)

3 경합품목의 점유율 증감요인

□ 점유율 증가 요인

1 품목명 기계류 (HS : 84)

- 인도 업체들은 대부분 정밀 또는 고기술을 요하는 기계제품에 대한 경험과 기술이 부족하여 해외제품 수입에 의지하는 경우가 많아 수입시장이 지속 성장하는 추세이며 인도 시장에서 전반적으로 품질에 대한 인식이 좋은 한국과 일본 제품에 대한 수요도가 높고 최근에는 품질은 비슷하나 가격경쟁력이 조금 더 있는 한국제품에 대한 수요가 상대적으로 증가
- 중국 제품도 기술수준 제고와 높은 가격 경쟁력으로 전체 수입액 대비 중국 제품 수입률이 '08년부터 20%를 넘어섰고 '11년에는 약 27%를 기록하는 등 중국이 급격하게 수입시장 점유율을 늘려나가는 추세
- 중국의 상주동풍농업기계집단은 동력경운기를 인도 농기계 및 기자재 업체인 Greaves Cotton의 1,200명 이상과 딜러네트워크를 통해 판매증가 중임

2 품목명 철강 (HS : 72)

- 자동차 및 건설 등에 쓰이는 고급 철강 생산 기술이 부족한 인도는 수입에 크게 의존하고 있는 상황으로 '10년 1월 한-인도 CEPA 발효 이후 수입 관세 하락으로 인해 한국 제품에 대한 수입이 크게 증가하는 추세
- 인도 정부의 강력한 인프라 개선 및 개발 의지로 인해 지원 정책 및 프로젝트가 활성화 됨에 따라 인도의 전체적인 철강 수입액이 빠르게 증가하고 있으며 한국, 중국, 일본 세 국가가 인도 철강제품 수입 대상국가 1~3위를 차지하고 삼국의 수출비중의 합이 30%를 차지함
 - 한국과 일본은 도금과 냉연코일 중심의 고부가가치 제품을 수출하는 반면, 중국은 열연코일 중심으로 수출하고 있음
 - 일본 고베제강(KOBELCO)는 인도 국영제철회사와 합작으로 인도에 제철 플랜트를 건설예정이며 신일본제철과 인도 타타스틸이 차강판 합작사를 공동설립 예정에 있는 등 한-중-일의 철강분야 對인도 수출은 점점 심화될 전망

3	품목명	유기화합품 (HS : 29)
----------	------------	------------------------

- 유기화학 제품 전반에 걸친 수요 증가로 인해 대부분의 제품 수입량이 증가하는 상황으로 '11년 기준 중국 제품에 대한 수요가 가장 높았으나 수입 대상국가 10위 국가 중 싱가포르를 제외한 모든 국가에 대한 수입량이 증가. 싱가포르 제품도 수입액 백만 달러가 줄었을 뿐 큰 변동은 없는 것으로 파악됨
- 중국은 인도의 유기화합품 수입대상 1위국가로 '00년도 중국이 미국을 제치고 수입대상 1위 국가로 올라선 뒤 단 한번도 1위를 놓친 적이 없으며 현재는 수입 시장 30%의 압도적인 점유율을 기록 중으로 한국과 일본은 '11년도 기준 각각 5위, 11위에 머물러 있으나 한국의 경우 꾸준한 성장세를 보이며 수출액 및 점유율이 지속적으로 증가하는 추세
 - 대표적인 유기화합품인 폴리카르복시산 분야에서 한국의 점유율은 33.8%로 높게 나타나며 한국의 유기화합품 점유율을 끌어올림

4	품목명	광학기기 및 부분품 (HS : 90)
----------	------------	-----------------------------

- 정밀기기 및 고품질 부품에 대한 기술력이 부족한 인도는 관련 제품을 해외 수

입에 많이 의존하고 있으며 수입량도 빠르게 증가하는 중

- 인도의 광학기기 및 부분품 수입액은 '09년 43억 달러에서 '11년 61억 달러로 급성장하였으며 미국이 높은 점유율로 1위를 확고히 유지
- 동 품목 관련 인도의 수입 대상국 10위 이내에서 저부가가치 제품 수입국은 중국이 유일하며 2위를 기록 중으로 한국과 일본은 각각 6위, 4위를 기록하며 지속해서 수입량이 증가하는 상황

5 품목명 알루미늄과 그 제품 (HS : 76)

- 다양한 분야에 쓰이는 알루미늄은 인도의 급속한 산업발전에 따라 수요가 급증하고 있는데 특히 자동차, 항공기, 선박의 주요 재료로써 관련 산업에서 높은 수요가 나타남
- 전체적인 구매력 상승과 대도시 외 중소도시 및 시골지역에서 캔과 같은 일반 소비재에서의 수요가 증가하고 있어 동 제품에 대한 수입량이 전체적으로 큰 폭으로 증가하는 추세

※ '09년 전체 수입액 13억 9,664만 달러 → '11년 28억 3,743만 달러

6 품목명 화학공업생산물 (HS : 38)

- 화학제품에 대한 전체 수입이 크게 증가하고 있는 인도는 '11년 기준 총 수입액이 36억 5,311만 달러로 전년도 대비 22.88% 증가한 수치를 기록하였으며, 미국과 중국에서 전체 수입 비중 약 40%에 달하는 규모를 수입 중
- 동 품목관련 인도의 수입대상국가 1위부터 20위까지 1개 국가를 제외하고 모든 국가에 대한 수입량이 큰 폭으로 상승하였으며 한국은 9위를 기록 중

7 품목명 연과 그제품 (HS : 78)

- 인도에서의 수요가 증가하면서 수입액이 소폭 증가추세에 있으며 '11년도에 중국과 미국 제품에 대한 수입이 크게 증가하였고 한국은 지속적인 증가추세를 보이며 수입대상국가 4위를 기록 중

8	품목명	인조장섬유 (HS : 54)
---	-----	-----------------

- 폴리에스테르장섬유의 강력사 및 단사가 포함되는 HS 5402 이하 품목의 수출량이 소폭 증가하면서 전체 점유율이 증가하였으나 동 품목에 대한 인도의 전체 수입량 자체가 적어 수출 확대에 큰 영향을 미치지 않는 것

※ '11년 동 품목에 대한 인도 전체 수입액 7억 8,355만 달러, 전체 수입 대비 비중 0.17%

9	품목명	침투·도포한 식물 (HS : 59)
---	-----	---------------------

- 전체적으로 수입액이 꾸준히 증가하고 있으나 전체 수입액은 중국과 대만 제품이 68%의 높은 수입시장 점유율을 확보하고 있는 중
- 플라스틱을 침투·도포한 식물(HS 5903)과 고무가공을 한 방직용 섬유(HS5902) 수출액이 각각 2배, 3배 증가하면서 동 품목의 점유율 증가를 견인
- 한국은 인도의 동 제품 수입 대상국가 4위이나 2011년도 총 거래액 2,803만 달러, 점유율 3.74%로 미미한 상황이며, 56.11%의 압도적인 수입시장 점유율을 기록하고 있는 중국이 시장을 장악하고 있는 상황

□ 점유율 유지 요인

1	품목명	전기기기 및 부품 (HS : 85)
---	-----	---------------------

- 중국의 하이얼社는 2004년 인도법인을 설립하며 중간소득층과 고소득층을 코어 타겟팅하여 제품을 개발중이며 냉장고 9%, 세탁기 7%, 에어컨 5% 등 시장점유율에서 매우 압도적임. 전기기기 및 부품 분야는 한국의 주요 수출품목이나, 대부분의 품목에서 중국이 압도적인 1위를 차지하고 있음
- 배전반, 발전기 등의 품목에서 한국의 수출액이 다소 증가 하였으나, 중국 굴지의 화웨이사 등이 R&D 센터와 생산공장등을 인도에 건설하면서 휴대폰의 현지생산이 확대되고 있음

2	품목명	플라스틱 및 그 제품 (HS : 39)
---	-----	-----------------------

- 최근 인도정부의 다양한 인센티브 및 투자재원 증액으로 인도의 석유화학제품 소비량이 폭발적으로 증가함에 따라 플라스틱 수요도 늘어나 꾸준한 증가세를 보이고 있음

- 염화비닐의 중합체(HS3904)제품이 6%포인트 증가하였으나, 에틸렌의 중합체(HS3901) 제품이 7%포인트 감소하면서 전체적인 수출액은 유지됨
- 2010년까지 한국이 수입시장 1위를 고수하였으나, 이후 가격 경쟁력을 앞세운 중국에 1위를 내줌

3 품목명 염료·안료·페인트·잉크 (HS : 32)

- 타밀나두, 웨스트벵갈, 우타르프라데시 지역에 집중된 가죽 산업의 확장으로 인한 염료의 수요 증가와 연평균성장률 4.7%를 기록하는 안료 산업의 꾸준한 성장으로 점유율을 유지함. 또한, 연평균성장률 15%를 기록하는 인도 건축용 페인트 시장에서 한국의 고기능성 페인트의 수입이 꾸준히 유지되는 추세임
- 가격 경쟁을 무기로 중국의 점유율이 올라가는 반면 일본의 점유율은 하락하는 추세

4 품목명 의료용품 (HS : 30)

- 의료기기 부문은 인도에서 가장 유망한 시장으로 손꼽히게 됨. 의료장비 수요는 매년 15%의 속도로 성장하고 있음
- 중국산 저가제품의 공세가 거센 상황에서 우리나라 면역혈청 제품들을 중심으로 꾸준히 수출이 유지

5 품목명 고무 및 그 제품 (HS : 40)

- 고무제품은 자동차용, 산업용, 생활용 고무제품으로 분류되며 원재료와 수요산업에 영향을 받음
 - 한국의 대 인도 고무 수출액 비중이 유지 될 수 있었던 이유는 인도 시장에서 생활용 고무제품 소비량이 증가하고, 인도의 자동차 산업이 성장하면서 타이어 등 자동차용 고무 수요가 확대된데 기인함
 - 이에 따라 한국 제품의 수요가 지속적으로 유지 및 성장이 가능함
- ※ 첸나이에서는 현대차가 연 60만대 이상을 생산하는 반면, 중국 자동차 기업은 아직 진출하지 않음

□ 점유율 감소 품목

1 품목명 무기화학품 (HS : 28)

- 모로코와 중국이 각 세계 1, 2위로 앞서있으나, 중국은 13.7%의 점유율을 기록하며 한중일 국가 중 1위로 선두에 있음. 우리나라는 중국에 비해 자원량과 자원채굴지역 부족으로 충분한 공급량을 생산하지 못하여 이로 인한 점유율 감소 발생
- 중국은 무기화학품의 원료인 희토류를 전세계 매장량 기준 31%보유하고 있으며, 전 세계 물량의 97%이상을 생산하고 있음. 인도는 동제품 생산국 중의 하나로 구자라트 화학공업 단지 확장과 더불어 대표적인 제조 회사들의 수요량이 급증하는 등 내수시장이 확대되고 있으므로 꾸준한 자원확보 및 원가절감으로 인도시장 개척이 필요한 시점

2 품목명 제지용 펄프 및 제품 (HS : 48)

- 인도 시장점유율 1위인 미국은 연간 8만 5천톤 이상의 종이를 생산하는 세계 최대의 제지 생산국이며, 뒤이어 중국의 경우 점유율 12.5%로 세계 2위를 차지하며 한중일 경합에서는 수출 1위를 기록함. 한국은 '08~'09년 9.5%였으나 '10~'11년 7.9%의 점유율을 보이며 소폭 감소하였음
- 제지용 펄프 및 제품은 가격에 민감한 제품군 중 하나로 대부분 중국 제품의 공급이나 품질에 문제가 있을 경우 한국 제품을 주문하는 편임. 일반적으로는 높은 가격 경쟁력과 중급의 품질력을 보유한 중국 제품을 선호하는 편이며 중국제품의 꾸준한 가격 경쟁력 확보로 한국 제품의 시장점유율이 감소하는 추세. 한국 제품의 경우 대중적인 제품과 더불어 하이엔드 마켓을 개척하려는 노력이 필요함

3 품목명 동과 그 제품 (HS : 74)

- 한국 시장점유율은 '08~'09년 4.5%였으나 '10~'11년에는 3.5%로 소폭 감소하였음. 중국은 10.1%를 기록하여 1위를 달성하는 등 지속적으로 시장점유율이 증가하고 있음
- 동과 그 제품은 주로 케이블, 파이프 등의 소비재로 사용되는데 건설업계 불황으로 인해 소비량이 축소되면서 원가 경쟁력이 뛰어나고 대량생산이 가능한 중국산 제품의 수요가 급증하면서 한국은 감소 추세를 보임

4	품목명	비금속제 공구·스푼·포크 (HS : 82)
---	-----	-------------------------

- 비금속제 공구·스푼·포크 제품의 한국 시장점유율은 '08~'09년 11.2%에서 '10~'11년 10.2%로 감소, 각종 비금속제품의 경우 '08~'09년 9.8%에서 '10~'11년 8.7%로 감소하였으며, 이는 인도 내수 경기 불황으로 소비자들이 증가의 한국제품보다 저가의 중국제품을 구매하였기 때문
- 중국은 비금속 자원이 풍부하여 대량생산에 대응할 수 있는 여건을 보유하고 있음. 또한 인도 소비자의 경우 가격에 상당히 민감한 편이므로 가격 경쟁력에서 뛰어난 중국산 제품의 수요가 급증하고 있음

5	품목명	차량 및 부분품과 부속품 (HS : 87)
---	-----	-------------------------

- 한국은 '09년까지 시장점유율 23.5%로 1위였으나, '10~'11년 18.1%로 감소함. 반면 중국은 시장점유율 18.6%의 미세한 차이로 1위를 함
- 소형차 시장의 확대와 더불어 중국산 저가 제품이 급증하였고, 소비자의 선호에 따라 유사제품 생산이 확장되면서 중국산 제품의 수요가 급증한 것으로 보임

6	품목명	철강제품 (HS : 73)
---	-----	----------------

- 인도의 내수위주 정책으로 인하여 철강제품에 대한 한국의 수출 비중이 감소하였음. 중국산 제품은 가격, 품질 및 기술 경쟁력이 빠르게 향상되고 있고, 대량 수요에 따른 맞춤형 판매가 가능해지면서 빠르게 시장을 잠식해가고 있음
- 지난 9월부터 인도철강협회가 발표한 외국철강제품의 동BIS 인증획득 필수화가 요구되면서 철강제품 수출이 제한되는 등 국내 제품의 시장점유율 비중이 더 감소할 가능성이 있으므로, 이에 대한 인도내 각종 인증 규정에 대비해야 함

7	품목명	철도용 기관차량 부품 (HS : 86)
---	-----	-----------------------

- 유럽발 금융위기로 인한 인도 경제 위기로 각종 인프라 프로젝트들이 지연되면서, 전반적인 수출량이 감소함
- 그러나 중국은 가격경쟁력을 앞세워 '10~'11년 21.4%의 시장점유율 1위를 기록함, 일본과 한국의 경우 품질은 좋으나 가격경쟁력에 밀리면서 중국산 제품의 수요량이 급증

8	품목명 선박과 수상구조물 (HS : 89)
---	---------------------------------------

- 조선업계에 따르면 인도 해운시장의 불황으로 선주들의 인도연기, 수주 취소가 이어지고 있고, 수주 규모 자체가 감소하고 있어 한국제품의 공급이 크게 감소하였음
- 중국은 저가의 벌크선을 중심으로 대량생산을 하였으며 가격 경쟁력을 크게 확보함. 이에 따라 인도 내 시장 점유율을 빠르게 잠식해가고 있음. 한국은 고부가가치 선박과 수상구조물을 수출하여 시장점유율을 확대하는 전략이 필요

III	한 · 중 · 일 경합 사례분석
-----	--------------------------

□ 한-중 경합품목 경쟁사례

◆사례1)금형 제조업체, A社

▶ 진출현황 및 성공요인

- A社는 '11년 2월 첸나이에 거점을 마련하여 고정밀 플라스틱 사출성형기 제품을 공급하고 있으며 앞으로 인도 법인 설립 및 투자 확대를 계획 중에 있음
- 고정밀 금형 제품 생산 기술이 부족한 인도는 대부분의 고정밀 금형 제품을 수입에 의존하고 있으며, 제품의 품질이 뛰어나고 기술력을 갖춘 한국 제품에 대한 현지의 긍정적인 인식과 수요증가에 따라 꾸준히 증가 추세를 보임

▶ 한-중 경쟁현황

- 금형 제품은 현재 한국과 중국이 치열하게 경쟁하고 있으며, 인도의 두 국가의 금형 제품에 대한 전체 수입 대비 점유율은 '11년 기준 52.43%를 기록 중
- 고무 또는 플라스틱 성형용의 주형이 주요 수입 품목으로 '11년 전체 금형 제품 수입액 4억 5천만 달러 중 약 2억 달러에 달하는 높은 비중을 차지하고 있으며 한국 제품은 이 중 약 1억 달러를 차지
- 사출 또는 압축식의 고무, 플라스틱 금형 제품은 한국이 4,806만 달러로 34.53%의 높은 점유율을 기록하고 있으며, 뒤를 이어 중국인 3,158만 달러로 22.69%의 점유율을 확보 중
- 기타 고무, 플라스틱 금형 제품의 경우 해마다 한국과 중국이 1, 2위를 번갈아가며 기록하는 등 경쟁이 치열한 상황

▶ 향후 전망 및 과제

- 기타 고무, 플라스틱 금형 제품의 경우 '12년도 상반기 한국 성적이 전년도 대비 크게 하락한 반면 중국은 더욱 증가 추세를 보이고 있어 중국 제품과 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 방안 모색 필요
- 한국 금형 제품에 대한 수요가 지속 증가 추세에 있으나 A社의 현지 법인, 공장 설립 등은 저조한 상황으로 제품 수입, 판매, 바이어 관리 등을 체계적으로 관리 및 진행하고 타 수입제품보다 높은 가격경쟁력을 확보할 수 있는 현지 법인 설립 또는 생산시설 구축이 필요할 것으로 전망
- 한-인도 CEPA 적용 대상 품목으로 타 국가의 수입제품에 비해 관세 혜택을 받을 수 있는 점을 인도 바이어들에게 알리고 품질의 향상을 도모하여 중국제품에 비해 가격 대비 고품질의 제품을 공급하는 점을 부각시켜 중국과의 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 방안 추진 필요

◆사례2)용접기(Welding Machine), S社

▶ 진출현황 및 성공요인

- S社는 인도 뭄바이에 소재한 N社를 통해 인도 최대의 중공업 계열사인 L社의 조선소에 용접기 공급을 시작한데 이어 향후 다른 건설 업체 및 조선소에도 진출하기 위해 인도에 이전시 발걸을 고려하고 있음.
- 2012년 8월부터 첸나이 Ennore 항구에 위치한 L社의 조선소를 직접 방문하여 제품을 설치하고 직원들의 교육을 통해 자사 제품의 우수성을 알림.
- L社 역시, 가격이 저렴한 중국산에 호감을 가지고 몇몇 제품을 사용하였으나 품질 및 A/S 상의 문제를 겪음.
- 이러한 상황에서 S社は 적극적인 A/S 처리와 불만 사항 접수를 통해 인도의 L社와의 관계를 구축해나가고 있으며 지속적인 커뮤니케이션을 통해 타 건설업체 및 조선소에도 진출을 계획 중임.
- S社は 단일화 된 제품이 아닌 구매업체의 용도에 따라 제품 사양을 맞춤 개선하는 시스템을 갖춰 인도 L社의 만족을 이끌어 내고 있음.
- 조선사업 뿐만 아니라, 최근 인도의 중공업 건설 및 인프라 산업은 연 10%의 높은 성장률을 보이고 있으며 시장규모는 70조에 이르러 이는 곧 용접기 시장의 기회로 볼 수 있음.

▶ 한-중 경쟁현황

- 인도 내 용접기 시장에서는 가격경쟁력을 갖춘 중국산 제품이 많이 선호 되었으나, 최근 건설 및 인프라 프로젝트 산업에 우수한 품질경쟁력을 갖춘 한국산 제품을 수주하는 기업이 늘고 있음.

- 이에 따라 중국이 자동용접기 생산 설비에 집중하여 한국산 용접기에 큰 위협이 되고 있으며 한국 및 일본 용접기의 기술력을 모방하여 제작하는 사례가 늘고 있어 대책이 필요한 실정임.
- S社は 가격경쟁 면에서는 중국보다 약하지만 품질경쟁력과 즉각적인 A/S를 무기로 입찰 선점을 피하고 있음.
- 가격 경쟁 면에서 저렴하고 과거에 비해 대폭 개선된 성능을 자랑하는 중국 제품으로 인해 한국 용접기의 입지가 위협 받고 있는 실정임.

▶ 향후 전망 및 과제

- 조선뿐만 아니라 건설, 전기, 전자 등 다양한 산업 분야에 대한 대규모 투자가 진행되고 있는 인도에서 용접기 시장의 수요는 매우 높을 것으로 예상됨.
- 향후 약 1100조 원 규모의 인프라 건설에 한국과 인도 수출입 은행이 10억 달러 규모의 지원을 결정한 가운데 한국 용접기의 우수한 성능과 합리적인 가격 경쟁으로 우위 차지에 힘써야함.

◆사례3)가전 부품 업체, A社

▶ 진출현황 및 성공요인

- 한국과 일본 합작회사인 A사는 2010년부터 인도 투자를 시작하여, 2011년 마하라슈트라 푸네에 공장설립, LG전자의 대표적인 협력 업체로 에어컨의 구성품과 냉장고 부속품, LCD TV 부품등을 납품하고 있음. A사는 설립이후 꾸준하게 시장점유율 상승 중
- LG전자는 A사를 정식 벤더로 계약하여 꾸준한 물량을 독점적으로 납품하는 방식으로 시장 점유율을 지켜오게 됨

▶ 한-중 경쟁현황

- 중국은 인도 전자제품 시장의 28%를 점유하는 최대 수출국으로 저가의 보급형 제품과 부품들이 인기를 끌면서 중국 가전 업체들이 급성장하고 있으나 품질에 대한 신뢰도가 미약함. 삼성, LG과 같은 한국 기업 제품의 신뢰도가 높아짐에 따라 A사와 같은 협력업체들의 시장 점유율도 상승하고 있음
- 한국 기업은 현지 조립 생산 공장을 통해 선점하고 있는데, 수입에 의존하지 않으려는 인도 정부의 현지 생산 확대 정책 추진에 따라서 중국의 수입은 소폭 감소할 것으로 예상
- A사는 한국의 기술력과 경쟁력 있는 가격을 통해 중국과의 경쟁에서 지속적으로 점유율을 높이고 있으며, 커져가는 인도 내수시장에 따라 좋은 조건을 선점하고 있음

▶ 향후 전망 및 과제

- 한국 제품은 고기술, 고품질 제품 위주로 인도시장을 성공적으로 공략해오고 있으며, 고급 제품 시장은 2010년부터 2015년까지 연간 30억 달러 규모로 해마다 25%이상 증가할 것

로 예상. 그러므로 향후 끊임없는 기술 개발과 투자유치를 통해 고품질·중가형 제품을 보급하는 전략이 필요. 이를 위해 현지의 환경 조건을 고려한 제품들을 지속적으로 개발하여, 현지화된 프리미엄 제품을 개발 및 공급해야 함

□ 한-일 경합품목 경쟁사례

◆사례1)역무자동화시스템 (AFC, Automatic Fair Collection), M社

▶ 진출현황 및 성공요인

- M社는 2008년 인도 델리 지하철 AFC 시스템 2000만 달러 규모의 사업을 수주한데 이어 2009년 방갈로 지하철에도 1500만 달러 규모의 입찰 수주하여 인도 진출에 성공 했으며, 인도사업을 발전시키기 위해 방갈로에 연구개발센터를 설립하고 델리에 법인을 설립함
- 2012년 자이푸르 지하철 AFC 시스템 사업 수주에도 성공했으나 첸나이 지하철 AFC 시스템 사업 수주전에서 일본의 Nippon Signal 사에 밀려 실패함.

▶ 한-일 경쟁현황

- 인도는 러시아에 이어 세계에서 가장 긴 철도 구간을 보유하고 있고 대규모 도시에서 지하철 노선 계획이 추진 중이며, 다국적기업들의 투자비율이 확대되고 있어 이를 잘 공략하는 것이 중요하며, 역무자동화시스템(AFC)은 현재 일본, 프랑스, 스위스, 한국 기업이 높은 기술력으로 인도에서 치열하게 경쟁하고 있음
- 한국기업은 뛰어난 사업수행역량과 기술력을 무기로 입찰경쟁에서 기존 해외 강자였던 프랑스, 스위스를 제치고 인도 내 최다도시에 AFC 시스템을 구축하였으나, 최근 일본기업들의 공격적인 대인도 투자 진출에 힘입어 일본 기업과의 경쟁이 치열해지고 있음.

▶ 향후 전망 및 과제

- 한국의 교통망 기술력을 앞세워 인도에 더욱더 적극적인 투자를 계속하되 지속적인 기술개발과 제품혁신, 탁월한 서비스 제공에 힘써야함
- 첸나이 지역은 일본기업 제조업투자의 허브로써, 주요 자동차 회사와 150여개의 일본회사가 진출해 있어 일본기업이 가격경쟁력을 보유하고 있을 뿐만 아니라 대규모 일본 기업 공단 및 타운쉽도 조성 중에 있어 일본 기업의 첸나이 진출이 가속화 될 전망이다.

◆사례2)의료기기 업체, H社

▶ 진출현황 및 성공요인

- H사는 자사 제품인 살균소독기를 인도 뭄바이에 위치한 에이전트와 계약, 2002년부터 점진적으로 수출을 해 왔으며 인도 전역에 제품을 보급함. 현재까지도 꾸준히 인도 시장점유율을 확대시키고 있으며, 국내에서도 해당품목의 단독적인 점유율을 자랑하고 있음. 그 이유는 철저한 A/S와 보증기간 그리고 제품의 품질을 자부하고 있기 때문임. H사는 인도시장에 대한 적극적인 이해와 응대로 10년 가까이 거래를 지속하고 있음
- 높은 수준의 A/S를 지원하기 위해 현지 엔지니어들과 주기적인 세미나 및 후속지원을 실시하므로 시장 점유율 상승 중임

▶ 한-일 경쟁현황

- 의료기기는 현재 미국, 일본, 독일이 점유하는 등 고가의 제품군들이 경쟁 하고 있으며, 대부분의 병원은 중국 제품을 저품질이라는 이유로 선호하지 않고 있음
- H사는 높은 기술력과 A/S에 대한 발빠른 대처로 인도 에이전트 및 고객들에게 신뢰감을 주고 있으며 독일, 일본, 미국 등의 회사와 견주어도 우세할 정도로 연구개발에 포커스를 맞춤. 제품의 질이 뛰어나면서 가격 경쟁력에서 우위를 점할 수 있는 장점을 부각시키고 있음

▶ 향후 전망 및 과제

- 우리나라 제품은 미국, 일본, 독일과 비교시 제품 대비 가격경쟁력에서 유리하나 품질에 대한 끊임없는 개발과 연구가 요구됨. 인도 바이어들은 A/S 및 보증기간에 대한 요구가 적극적이며, 현지 엔지니어가 온라인이나 매뉴얼을 통해 지속적으로 교육을 받을 수 있는 자체적인 프로그램 등을 마련해야함. 다양한 분야의 서비스 확장과 교육 방안을 모색하여 일본이나 중국제품과는 차별성을 두어야 함
- 의료기기 제품은 현지의 기술력만으로 현지생산, 기술이전 방식으로 진입하기에는 아직 무리가 많으나 이에 반해 제품 고급화 가능성이 엿보이므로, 가격 경쟁력을 잘 특화시켜 선점 가능성을 모색해야 함

□ 한-중-일 경합품목 경쟁사례

◆사례1)자동차 부품업체, C社

▶ 진출현황 및 성공요인

- C社는 인도 뉴델리 근처 마네사르에 '10년 하반기 제조공장을 설립하고 자동차 엔진 냉각용 팬 모터를 생산하여 인도 자동차 시장 점유율이 높은 완성차 업체의 주력 차종 대부분의 물량을 공급하고 있음
- 많은 인구수를 기반으로 한 높은 시장잠재력을 가진 인도 자동차 시장에 글로벌 자동차 업체들의 투자가 활발히 진행되고 있고 수요증가에 따른 기 진출 기업들의 공

격적인 제조시설 확장과 자동차 부품에 대한 수요가 증가하고 있어 이를 기반으로 자동차 부품 생산 업체들이 급속하게 성장하는 추세

▶ 한-중-일 경쟁현황

- 자동차 부품은 현재 한국, 중국, 독일, 일본 네 나라가 치열하게 경쟁하고 있으며 하위 제품군에서는 중국 제품이 큰 비중을 차지하고 있는 상황
- '02년도 한국이 일본을 제치고 동 품목 관련 인도의 수입 대상국가 1위를 기록하면서 현재까지 1위를 놓치지 않고 있으며, 일본은 '06년도를 제외하고 2위를 기록하였으나 '11년도에는 중국과 독일에 밀려 4위로 하락
- 중국의 경우 '05년부터 중국 제품에 수입이 급격하게 증가하기 시작하면서 15위에 머물렀던 중국이 '11년에는 2위를 기록할 만큼 빠른 성장세를 보임
- '11년도 기준 인도의 자동차 부품 수입 대상국가 상위 4개국의 수입 비중을 합하면 65.47%에 달하며, 인도의 한국 자동차 부품 수입 비중은 전체 수입액의 23.30%에 달하고 한국이 유일하게 20%가 넘는 수입 비중을 차지하고 있는 국가임
- '12년 상반기 기준 일본 제품의 수입이 전년 동 기간 대비 57% 이상 크게 늘어나 한국 다음으로 2위를 기록하고 있으며, 중국이 3위를 기록 중

▶ 향후 전망 및 과제

- 저렴한 가격으로 수입량이 급속하게 증가하고 있는 중국 제품과 최근 높은 품질의 제품으로 '11년 일본을 제치고 수입 대상국가 3위를 기록한 독일의 제품을 견제하기 위해 한국 제품은 가격 경쟁력 확보와 품질 개선과 향상이 요구될 것으로 예상
- '10년 일본 제품에 대한 수요가 잠시 하향곡선을 그렸으나 '11년부터 다시 회복세를 보인 일본 제품은 '12년에는 전년도 대비 좋은 성적을 기록할 것으로 예상되며 현재도 지속 증가 추세에 있어 이에 대한 대비가 필요
- 인도 시장은 전반적으로 아직 가격에 민감하게 반응하고 있으나 소비자들의 소득 수준 향상과 품질에 대한 인식이 점차 변화하고 있어 앞으로 자체적인 기술을 보유하고 내구성이 높은 기종을 선호하는 소비자들을 만족시키기 위해 기술력과 자동차 품질의 향상에 대한 투자가 증가할 것으로 보이며 이에 따라 고품질 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상
- 인도 자동차 업체들의 생산량 증대 및 신모델 출시 등의 공격적인 투자 확대로 인해 부품 수요가 증가하고 있어 현지 인지도 및 우수한 기술력 대비 타 선진 국가들에 비해 경쟁력 있는 가격을 보유하고 있는 한국 자동차 부품에 대한 수요가 지속 증가할 것으로 전망

◆사례2)자동차 부품 업체, B社

▶ 진출현황 및 성공요인

- 울산에 위치한 현대차 협력업체 B사는 몸바이에 위치한 에이전트 E사와 계약을 맺고 2008년부터 자동차 부품을 인도로 수출하며 점유율을 높이고 있음
- 인도 현지 에이전트 E사는 푸네에 위치한 현지 업체인 T사와 S사로부터 제품을 공급받고 있으며, 2차 공정이 완료된 후 타타자동차로 제품을 최종 납품하고 있음
- B사는 주기적으로 인도를 방문하여 2차 공정 생산 현장을 방문, 감독하여 인도 바이어들의 불만과 요구사항을 직접 접수하여 해결하는 방식으로 신뢰감을 형성시키는데 주력함

▶ 한-일 경쟁현황

- 인도 자동차 시장은 고속성장하고 있으며 글로벌 기업들이 치열하게 경쟁하고 있음. 일본, 미국, 유럽의 자동차 업체들 또한 현지 업체들과 경쟁을 하고 있으며 차량 부품 분야의 기술력은 가장 앞서 있으나 한국 제품의 경우 가격 경쟁력에서 우위를 확보하고 있음
- 중국은 저가형 자동차에 공급할 수 있는 가격 단가가 낮은 유사제품을 제조하여 수출 하였으나 인도 정부의 철저한 단속으로 인하여 위협적인 성장률을 보이고 있지는 않음
- 일본의 경우 현지 생산 방식으로 한국보다 먼저 진출한 사례로 고급화 전략에 성공하여 품질 경쟁력에서 선점하고 있는 중임

▶ 향후 전망 및 과제

- B사는 인도회사와 합작하여 현지 생산화를 추진 중에 있음. 풍부한 저임노동력, 기술력 그리고 가격 경쟁력을 확보하여 생산규모를 확대해야 할 것임. 또한 글로벌 기업들과의 지속적인 교류를 통해 다양한 곳으로의 납품 확대 가능성을 열고 기술력 개발 등에 힘써 경쟁력을 갖춰야 함
- 인도 자동차 시장은 글로벌 기업들의 생산지로 각광 받으면서 내수시장뿐만 아니라 자동차 수출 시장으로의 무한한 가능성을 보유하고 있음
- 인도자동차공업협회(SIAM)에 따르면 인도 자동차시장의 50%이상이 소형차이고 지난 10년간 승용차 생산은 해마다 15%씩 꾸준히 성장하여, 2륜차의 경우 12%, 3륜차의 경우 13%씩 생산이 증가하고 있음. 이러한 위치에서 중국이 가격경쟁력과 품질경쟁력을 겸비하게 되었을 때 현재 우위에 있는 일본과 한국을 밀어내고 선점하게 될 전망도 예측 가능. 그러나 내수 시장 위주의 정책에 따라 현지 생산방식이 유리한 조건에 있기 때문에 중국을 대비한 제품의 고급화 및 가격 경쟁력을 모색하여야 함
- 인도 자동차 시장의 열악한 문제점들과 보완점들을 지속적으로 연구·개발하여 현지 시장과 트렌드에 알맞는 제품들을 창출하여야 함, 예를 들면 1998년 현대차가 발표한 산트로(한국 모델명 아토즈)는 인도인의 기호에 따른 맞춤형 전략으로 큰 인기를 끌어 인도 국민차로 급부상 함

IV 시사점 및 대응전략

□ 한국의 對인도 수출 규모는 증가하고 있으나 한·중·일 3국간 경쟁 치열

- 한국의 對인도 수출 규모는 꾸준히 증가하고 있으나 주요 수출품목에서 일본, 중국 간의 경쟁심화
 - 최근 중국내 반일감정 격화로 일본기업들의 '탈중국화'를 선언함에 따라, 중국내 사업장을 동남아 및 인도로 옮겨가며 가격경쟁력을 높이고 있음
 - 이와 더불어 한국과 일본제품의 품질에 대한 인지도 상승 및 양국의 공격적인 투자 확대 등으로 인해 수출 규모와 점유율은 지속적으로 증가 중
 - 기존의 가격경쟁력이 뛰어난 중국제품이 품질경쟁력을 갖추에 따라, 중국의 對인도 수출규모가 늘어가고 있음
- 한국과 일본 기업은 인도-일본 CEPA 체결로 인해 경쟁이 치열해 질 전망
 - 특히 일본과 한국의 주요 수출품목은 경합도가 가장 유사하여 경쟁이 치열함
 - 일본은 고품질, 프리미엄 전략 외에 CEPA를 통한 가격경쟁력 회복으로 제품경쟁력이 점차 회복될 예정임. 또한 일본은 적극적인 인도 직접투자(FDI)로 인도 내 시장점유율에서 점차 유리한 고지를 차지할 것으로 전망되어짐
- 치열해 지는 한·중·일 경쟁에 대한 대응방안 수립이 시급
 - 현재 발효된 일-인도 CEPA의 애로사항을 반영하여 한-인도 CEPA의 수정 및 개선 방안 추진이 필요하며 인도와 중국은 FTA에 대해 협상 중에 있기 때문에 이에 대한 대응 방안을 조속히 마련해야 함

□ 한-인도 CEPA의 적극적 활용 및 일-인도 CEPA에 대한 대응

- 우리나라의 CEPA 수출 활용률은 16.4%에 불과하기 때문에 이에 대한 자각 및 홍보 필요. 또한 2010년까지 한국산 제품에 대한 전체 수입규제국 1위가 되는 오명을 안게 됨
 - 인도와 아세안국가 수출입 기업 실무자를 대상으로 '한-인도CEPA 활용설명회'를 개최하며 실무적으로 더 효과적 활용할 수 있도록 '원산지증명서 처리 지침', '특혜적용사례', '원산지 결정기준' 등을 설명해 중국과 일본제품보다 한-인도CEPA 관세혜택부각

- 한-인도 CEPA가 '10년 1월 1일에 발효됨으로써 관세율 혜택을 받는 많은 품목들의 수출 규모가 늘어나고 한국과 일본의 제품의 품질이 비슷하다는 인식을 가지고 있는 인도 시장에서 일본보다 우위를 점하는 듯 보였으나 '11년 8월 1일 일-인도 CEPA가 발효되어 일본제품보다 낮은 관세율 혜택을 더 이상 누릴 수 없게 된 상황
- 투자 규제나 제도적 상황이 시시각각으로 변하는 현 상황에 주시하여 인도 내 정책적인 변화에 대응, 직접적인 리스크 절감을 도모해야 함

□ 인도기업의 경영철학인 주가드(Jugaad)를 체득하여 차별화 도모

- 주가드(Jugaad)란 열악한 환경 속에서 생존하기 위해 독창적인 방식으로 해법을 찾아내는 인도기업의 독특한 경영 철학으로 인도의 비즈니스 환경은 다양하게 변화 중에 있으므로 우리 기업들은 인도 진출시 이러한 주가드 사상을 체득하여 유연하게 비즈니스를 할 수 있어야함
- 인도시장에서는 예기치 않은 사태가 자주 발생할 수 있으나 사업내용이나 경영 방침을 시장에 맞게 즉각적으로 변경할 수 있는 자세 필요

□ 사회적책임활동 (CSR:Corporation Social Responsibility)을 통한 기업이미지 제고

- 인도 사회의 급변, 급격한 경제발전 속에 극빈지역과 소외계층에 대한 CSR전략은 환경 이슈와 함께 양대 지속가능 성장 키워드로 부상했으며, 시장의 잠재성을 고려한 중장기적 전략으로 주목할 만하고 실제로 다국적 기업들은 이를 실천하고 있음
 - 힌두스탄유니레버는 건강과 위생 관련 프로그램(LBSC:lifebuoy Swathya Chetna)을 활용하여 주민건강 제고에 노력하는 한편 여성권의 신장을 위한 파위맘(Shakti Amma) 프로그램 실시로 여성들의 비즈니스 마인드와 경제적 자립심 신장에 기여함으로써 기업 이미지 제고 전략을 일관되게 추진
 - 지멘스는 CSR 활동을 글로벌 표준화하여 동일 기준 내에서 유사한 활동을 추진하고 있으며, 직원들의 자발적인 참여를 통한 학습으로 CSR 활동을 내재화할 수 있도록 장기프로젝트로 추진하고 있음
- 인도 정부는 입법화를 통한 기업의 CSR정책을 강화하고 있으며, 여론과 대정부

관계 측면에서 기업 CSR의 중요성이 증대되고 있음. 또한 인도 소비자는 기업의 친환경 인식과 사회 기여도를 중요하게 평가하는 것으로 조사됨에 따라 외국기업의 CSR 활동이 중요할 것으로 전망

※ 인도 정부는 공기업의 순이익 2~5%를 CSR 프로젝트 자금으로 운용해야 한다는 가이드라인을 발표하였고, 이에 따르면 2200만 달러 이상 1억 125만 달러 이하 순이익을 내는 기업은 2~3%를, 해당 규모 이상의 순이익을 내는 기업은 0.5~2%를 CSR에 투입해야 한다고 규정

□ 인도 진출 기업들의 거래선 다변화에 대한 적극적인 대응

- 인도에 진출한 국내 자동차 부품업체들은 거래선 다변화 일환으로 국내 기업 뿐만 아니라 인도 내 글로벌자동차 기업인 닛산, 크라이슬러-다임러사와의 계약을 통해 신규구매 수요를 늘려가고 있음.
- 2013년도 남인도내 굴지의 현지기업 및 글로벌 자동차 부품업체들과 인도 내 국내 자동차 부품업체 및 인도 진출 희망기업들을 초청하여 남인도 'AUTO PARTS PLAZA' 전시회 개최를 통해 국내 업체들의 거래선 다변화 지원모색
- 중국은 원자재-중심 수출에서 제조 기반 제품 수출로 수출 구조를 바꾸었고, 저가형 제품을 통해 점유율을 눈에 띄게 높이면서 경쟁력을 강화시키고 있음
- 한국은 장기적인 투자로 현지 기업들과의 협력관계를 구축하고 제품의 경쟁력을 향상시켜 글로벌 기업으로의 생산 확대를 목표로 해야 함

□ 저부가가치 제품에서 고부가가치 제품으로의 전환 모색

- 가격에 민감한 인도 시장은 고가 제품의 경우 품질적인 격차가 현격하게 나지 않을 경우 경쟁에서 우위를 점하기 어려운 상황
- 인도 내 제조기반 구축을 통한 가격경쟁력 확보와 함께 가격 대비 높은 기술력을 제공한다는 한국제품의 전체적인 브랜드 이미지 구축 및 고부가가치 기술제품에 집중할 필요성 증대
- 한국 제품만의 특징과 이점을 살리는데 노력하여 중국의 가격 경쟁력 확보를 견제하고 현재 일본 제품보다 수입 대상 우위를 기록하고 있는 점을 이용하여 바이어 확보 및 제품 인지도 제고 등을 위한 홍보 진행 필요

□ M&A나 합작투자를 통한 진출도 진출 초기단계에는 유용한 전략

- M&A와 합작투자를 통한 인도진출은 우리에게도 적절한 전략일 수 있음
 - 단독투자가 불가능한 항공, 금융, 합작투자가 필수적이며, 단독투자가 가능한 분야라 하더라도 합작 파트너의 유통망, 브랜드, 생산설비 등을 활용하는 것이 바람직한 경우나 외국기업에 대한 반감이 심한 기간산업 진출 시에는 합작투자 방식이 유용함
 - 신속한 진입과 시장확보를 위해서는 M&A 활용이 효율적인 방법이 될수 있음

□ 여전히 잠재되어 있는 인도진출 리스크에 대한 관리 강화 필요

- 인도는 사업 환경 및 인프라가 낙후되어 있고, 조세제도가 복잡, 다양하며 관료주의와 반기업정서 등으로 인해 우리기업의 진출에 따른 리스크가 여전히 잠재되어 있는 것으로 보이며 이에 따른 리스크 관리와 인도 진출에 대해 중장기적인 안목으로 계획을 수립해야 할 필요가 있음
 - 일본 중소기업의 경우 아세안 시장 진출에는 영업흑자 달성에 3~5년 걸리는 반면, 인도 시장 진출에는 영업흑자 달성에 5~10년이 걸리는 것으로 파악됨

□ 일본의 불륨존 전략으로 인도의 중간소득계층 시장에 대한 공세가 계속되어 한·중·일의 경합 심화 예상

- 일본기업은 주로 고부가가치 시장을 공략하는 전략을 가져왔으나 최근 신흥 아시아 국가들의 부상에 대응하기 위해 가계 가처분 소득이 5,000~35,000달러인 '불륨존'을 개척하는 전략을 수립하고 있음
- 일본의 불륨존 전략으로 인한 코스트 이노베이션 등으로 기존에 가격 경쟁력을 무기로 인도시장을 선점하고 있던 중국 뿐만 아니라 일본과 수출경합도가 높은 한국과의 경쟁도 더욱 치열해 질 전망

2012년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번 호	제 목	발간일자
12-001	2012년 2분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.4
12-002	가속화되는 일본기업의 인도진출과 대응	2012.4
12-003	일본의 新고령세대, 새로운 시장을 연다	2012.4
12-004	포스트 카다피 리비아 파워 엘리트 100인	2012.4
12-005	푸틴 3기 러시아의 경제통상 정책 및 한러 경제관계 전망	2012.4
12-006	아시아 주요국의 임금동향과 시사점	2012.5
12-007	프랑스 정권교체에 따른 정책 변화 및 동향	2012.5
12-008	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링 - 자동차부품	2012.5
12-009	쿠바 경제 환경 변화에 따른 한-쿠바 협력 방안	2012.5
12-010	CIS 주요국 경제협력 동향 및 유망 프로젝트	2012.6
12-011	방글라데시 소매 유통시장 현황 및 진출방안	2012.6
12-012	유럽 재정위기 2년, 주요국 변화 동향	2012.6
12-013	인도의 보다폰 소급과세 움직임과 대응방안	2012.6
12-014	해외시장에서 바라본 2012년 하반기 수출입 전망	2012.6
12-015	2012 3/4분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.6
12-016	한미 FTA 100일, 중기 수혜품목과 성공사례	2012.6
12-017	최근 콜롬비아 주요 경제이슈와 한-콜 FTA 활용 방안	2012.6
12-018	한-터키 FTA 수출유망품목 및 진출방안	2012.7
12-019	호주 이러닝 시장 현황 및 진출방안	2012.7
12-020	수교 50주년 한-뉴 경제관계변화와 협력방안	2012.7
12-021	미국 항공산업 진출 전략	2012.7
12-022	한-EU FTA 1주년, 주요국별 성과 분석 및 유망품목	2012.7
12-023	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링	2012.7
12-024	호주 온라인 쇼핑몰 진출 방안	2012.7
12-025	뜨거워지는 일본 태양광 시장과 우리기업의 진출 기회	2012.7
12-026	일본의 비관세 장벽 현황	2012.7
12-027	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (플랜지)	2012.8

12-028	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (혈압측정기)	2012.8
12-029	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (자동차브레이크패드)	2012.8
12-030	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (공구절삭기)	2012.8
12-031	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (금고)	2012.8
12-032	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (디지털 도어락)	2012.8
12-033	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (위성방송수신기)	2012.8
12-034	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (의료 보호대)	2012.8
12-035	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (인쇄기계)	2012.8
12-036	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (자동차 배터리)	2012.8
12-037	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (전기용접기)	2012.8
12-038	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (콘택트렌즈)	2012.8
12-039	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (태양광 모듈)	2012.8
12-040	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (피부미용기기)	2012.8
12-041	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (CCTV)	2012.8
12-042	동남아 소매유통시장 현황과 진출방안 (상) - 아세안5편 -	2012.8
12-043	동남아 소매유통시장 현황과 진출방안 (하) - CLM 편 -	2012.8
12-044	불황을 뚫은 세계시장 대박상품	2012.8
12-045	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링(화장품)	2012.8
12-046	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링(합성수지.고무)	2012.8
12-047	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링(밸브, 기타기계류)	2012.8
12-048	2012 인도진출 리스크와 대응	2012.9
12-049	북미지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-050	유럽 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-051	일본 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-052	중국 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-053	아세안 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-054	서남아시아 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-055	중동 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-056	중남미 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-057	CIS 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-058	아프리카 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-059	세계경기불황에 따른 보호무역주의 확산동향	2012.9
12-060	한미 FTA 발효 6개월, 對美 수출 성과분석	2012.9

12-061	2012년 4/4분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.10
12-062	무역대국의 성장과정과 시사점	2012.10
12-063	이집트 신정부 수립 100일 이후 경제 및 진출환경 전망	2012.10
12-064	변화하는 인구구조 속, 주목받는 유망시장	2012.11
12-065	미국 대선 결과에 따른 경제·통상정책 방향 전망과 시사점	2012.11
12-066	2012년 하반기 해외시장 수출여건 점검	2012.11
12-067	유럽 재정위기 현주소 진단 및 우리기업 시사점	2012.11
12-068	최근 일본 산업계 동향 및 변화	2012.11
12-069	주요국의 중견기업 현황 비교	2012.11
12-070	2013년 지역별 수출입 전망 및 시장여건 점검	2012.12
12-071	인도시장의 한·중·일 경쟁분석 및 대응방안	2012.12
12-072	중앙아시아 주요국 진출 애로사항 및 유망 프로젝트	2012.12

□ KOCHI자료

번 호	제 목	발간일자
12-001	Made In China 에서 Made WITH China로	2012.6
12-002	중국 소비자, 찾는 제품 따로 있다	2012.6
12-003	중국 내륙, 뉴 프런티어를 주목한다	2012.7
12-004	광둥성 환경보호 산업 시장동향 및 우리기업의 효과적인 진출방안	2012.8
12-005	2012 한·중 기업 상호 인식과 평가	2012.9

□ GBR (Global Business Report)

번 호	제 목	발간일자
12-001	유럽 대형 유통망 조사	2012.1
12-002	유럽 재정위기 이후 시장구조 변화와 유망품목	2012.1

□ GIR (Global Issue Report)

번 호	제 목	발간일자
12-001	유럽한류와 국가브랜드 조사 보고서 -이탈리아, 헝가리, 독일, 프랑스, 영국 등 5개국 대학생을 중심으로-	2012.2

□ KEB (KOTRA Executive Brief)

번 호	제 목	발간일자
12-001	2012년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.2
12-002	대이란 추가제재에 따른 피해기업 지원 방안	2012.2
12-004	미얀마의 민주화에 따른 우리기업의 진출방안	2012.3

□ KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
12-001	러시아연방 경제산업개발 프로그램 - 2006 ~2015 러연방 체육 및 스포츠 발전 -	2012.1
12-002	해외 주요국 글로벌 인재 동향보고	2012.1
12-003	2012 글로벌 마켓 동향 및 진출 전략	2012.1
12-004	중남미 의료기기 시장동향	2012.1
12-005	한국 투자가이드	2012.1
12-006	Doing Business in Korea	2012.1
12-007	韓國投資指南	2012.1
12-008	韓國投資ガイド	2012.1
12-010	2011 외국인투자옴부즈만 연차보고서	2012.3
12-011	Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2011	2012.3
12-012	韓-美 FTA 발효에 따른 외국인직접투자 유치 및 대응전략	2012.3
12-013	해외전력시장 진출 가이드 (2012년 개정증보판)	2012.4
12-014	중국 화상경제권 현황 및 활용방안에 대한 연구	2012.3
12-015	외국인투자유치를 통한 고용효과 분석	2012.4
12-016	Inward FDI 통계 수집 법제화 벤치마킹 조사	2012.5
12-017	IT 기업 일본 시장 진출 내비게이터(Q&A집)	2012.5
12-018	2011 북한의 대외무역동향	2012.5
12-019	블랙 다이아몬드를 잡아라 : 아프리카 주요국 유망상품 진출전략	2012.6
12-020	세계로 미래로 달려라! 중기기관차 - 우리 중소기업의 좌충우돌 해외진출 story	2012.6
12-021	'11년 해외주요국 투자동향	2012.6
12-022	중소기업을 위한 온라인 수출마케팅 가이드	2012.6
12-023	한-미얀마 경제협력 포럼 종합 결과 보고서	2012.6

12-024	주요 투자유망국 투자환경 비교	2012.7
12-025	모바일산업 해외시장 동향조사	2012.7
12-026	Global Green Hub Korea 2012 결과보고서	2012.7
12-027	World Investment Report 2012 요약번역본	2012.7
12-028	「2011 Fortune Global 500」 기업의 한국 투자진출현황 분석	2012.7
12-029	50주년 기념사업 종합결과 보고서	2012.7
12-030	Green Report 15호	2012.5
12-031	한미 FTA 활용 자동차부품 대미 진출확대 방안	2012.7
12-035	북한 비즈니스 어떤 회사가 하나	2012.8
12-036	2012 서울국제식품산업대전 결과보고서	2012.8
12-037	U턴기업 지원 종합가이드	2012.8
12-038	강대리의 링크드인 수출마케팅 따라잡기	2012.8
12-039	2012/2013 국가별 수출유망품목 및 진출방안 신흥시장편	2012.9
12-040	2012/2013 국가별 수출유망품목 및 진출방안 선진시장편	2012.9
12-041	2012/2013 국가별 수출유망품목 및 진출방안 중국시장편	2012.9
12-042	2012 글로벌 한류 동향 및 진출 전략	2012.9
12-043	2011년도 Invest KOREA 연차보고서	2012.10
12-044	중국 특허관리 종합 매뉴얼	2012.12
12-045	2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드 - 이터닝(호주) / 엔지니어링(UAE)	2012.12
12-046	2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드 - 콘텐츠(인도, 캐나다, 프랑스)	2012.12
12-047	2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드 - 의료(베트남, 사우디, 인도네시아)	2012.12
12-048	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 엔터테인먼트(베트남, 브라질, 영국, 필리핀)	2012.12
12-049	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 프랜차이즈(싱가포르, 인도네시아, 태국)	2012.12
12-050	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 디자인(미국, 베트남, 중국, 캐나다)	2012.12
12-051	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 스마트콘텐츠(미국, 일본, 프랑스)	2012.12
12-052	한국 IT(SW) 기업의 글로벌 마케팅 현황 조사 보고서	2012.12
12-053	국내외 IT산업 동향전망 및 글로벌 진출전략	2012.12

□ 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
12-001	2012 KOTRA 해외공공조달포럼	2012.1
12-002	2012년 세계시장진출전략 설명회	2012.1
12-003	2012년 중국-중남미 포럼	2012.1
12-004	인도-인도네시아 포럼	2012.1
12-005	2012 러시아 포럼	2012.1
12-006	인도 전력인프라 네트워크 포럼	2012.2
12-007	한-미 FTA시대, 중소기업 새로운 길 열렸다	2012.2
12-008	위기 속의 유럽시장, 그래도 기회는 있다	2012.2
12-009	떠오르는 희망, 신흥시장을 선점하라	2012.2
12-010	한-CIS 비즈니스 포럼	2012.3
12-011	한-미 FTA 활용, 美 보안시장 진출전략 설명회	2012.3
12-012	Global Energy Plaza 2012 세미나	2012.5
12-013	Korea-Myanmar Economic Cooperation Forum 2012	2012.4
12-014	한국투자환경설명회	2012.4
12-015	[한중수교 20주년]한중 동반성장 고위포럼	2012.4
12-016	2012 글로벌 공항/철도기자재 조달플라자	2012.4
12-017	중국 투자환경 변화와 우리기업의 대응전략 설명회	2012.5
12-018	글로벌인재사업 심포지엄 2012	2012.5
12-019	Chemical Innovation with Korea	2012.5
12-020	온라인 유통시장 100배 활용하기 설명회	2012.6
12-021	한미 FTA 대응 미국 지재권 전략 설명회	2012.5
12-022	한-아프리카 산업자원 협력 포럼	2012.6
12-023	제9회 외국인투자 전문가 포럼	2012.6
12-024	『P300프로젝트』 지원사항 안내 2012	2012.6
12-025	한국무역 50년, KOTRA 50년 기념 국제 컨퍼런스	2012.6
12-026	국제개발은행(MDB) 조달 설명회	2012.6
12-027	- 한-EU FTA 발효 1주년 'Europe Business Week' - 유럽 대형유통망 진출 전략 설명회	2012.6
12-028	이란 대체시장 발굴 설명회	2012.7
12-029	한-중앙아 투자 포럼	2012.7
12-030	중국 ESCO 시장 진출 전략 설명회	2012.7

12-031	주요 투자유망국 투자환경 비교설명회	2012.7
12-032	Europe M&A Plaza 2012	2012.6
12-033	라오스 투자환경 설명회	2012.7
12-034	수출활로 개척 포럼	2012.7
12-035	미얀마 新투자제도 설명회	2012.8
12-036	시진핑 시대, 중국의 정치·경제 어디로 가나	2012.8
12-037	대중화권(대만/홍콩) 협력을 통한 중국시장 진출전략 세미나	2012.9
12-038	12th Global Alliance Project : Cisco-GAPS Launching Conference	2012.9
12-039	BYD 초청 설명회 자료집	2012.10
12-040	미얀마 투자환경 설명회(Myanmar Investment Forum)	2012.10
12-041	중국 진출, 내륙시장을 뚫어라	2012.10
12-042	미개척 신시장 창업 투자 설명회	2012.10
12-043	제2회 한-대만 산업협력 포럼 및 비즈니스 라운드 테이블	2012.10
12-044	KOREA-Philippines FTA FORUM 2012	2012.10
12-045	KOREA-ASEAN FTA SEMINAR 2012	2012.10
12-046	한국 투자환경설명회	2012.10
12-047	아시아 주요유통망 소싱 설명회	2012.10
12-048	2012 한-중동 비즈니스 위크 - 한-GCC 경제협력을 통한 MENA 재건시장 진출 설명회	2012.11
12-049	2012 한-중동 비즈니스 위크 - FTA와 FEZ를 활용한 중동시장 공동진출 설명회	2012.11
12-050	2012 글로벌 공공조달 플라자	2012.11
12-051	KOREA-ASEAN FTA Seminar 2012 (Vietnam 설명회용)	2012.11
12-052	KOREA-ASEAN FTA Seminar 2012 (Malaysia 설명회용)	2012.11
12-053	2012 일본 소비재 유통시장 진출전략 설명회	2012.11
12-054	제5회 해외투자유공자 포상 및 해외투자사례 공모전 시상식(사례발표)	2012.11
12-055	아프리카 비즈니스 트렌드 포럼	2012.11
12-056	시진핑 시대의 한중산업협력	2012.11
12-056	13th Global Alliance Project : Petronas-GAPS Launching Conference	2012.11



작성자

- ◆몐바이 무역관 고영준 과장
- ◆뉴텔리 무역관 김상환 차장
- ◆첸나이 무역관 박민준 관장
- ◆신흥시장팀 박지수 대리



Global Market Report 12-000



발 행 인 | 오 영 호
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2012년 8월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2012 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.

새로운 50년, 대한민국의 미래를 열어가는 글로벌 비즈니스 플랫폼

