

중소기업 신규 수출확대 유망품목

- 유리 저장 용기 -



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 일본 / 2

2	1. 시장 동향
7	2. 시장 구조
10	3. 바이어 의견 조사

II. 중국 / 14

14	1. 품목 유망성
23	2. 시장 구조
27	3. 바이어 의견 조사

III. 홍콩 / 32

32	1. 시장 동향
35	2. 시장 구조
36	3. 바이어 의견 조사

IV. 칠레 / 38

38	1. 시장 동향
43	2. 시장 구조
44	3. 바이어 의견 조사

요 약

- 최근 불경기로 인해 아시아 국가 내 도시락을 애용하는 사람들이 많아지면서 도시락용 밀폐용기가 인기를 끌고 있음. 맛별이 세대, 독신자 증가로 인해 간편하게 요리할 수 있는 요리 기구에 대한 관심이 높아지면서 오븐에 넣고 요리할 수 있도록 개발된 유리 저장용기의 수요가 늘어남
- 과거 플라스틱 재질의 저장용기가 주류를 이루었으나 최근에 기능성을 살려 전자레인지, 오븐 등에 직접 요리 가능한 내열 강화 유리 저장 제품이 인기를 모으고 있으며 건강에 대한 의식이 높아지면서 밀폐용기 재질의 친환경성과 환경호르몬 안정성도 중요한 사항으로 떠오르는 추세임
- 경기 침체에도 불구하고 유리 저장 용기 시장은 전년도 대비 성장세를 기록하였음. 2011년과 2012년에 홍콩의 유리저장용기 수입은 22억 3307만 달러, 일본 5천만 달러, 칠레는 1,100만 달러의 규모를 기록, 또한 미래의 지속적인 수요 증가로 인해 시장 규모는 더 커질 것으로 예상됨
- 유리용기의 주요 수출국은 나라마다 다르지만 주로 중국, 프랑스, 독일, 일본이 강세로 보임. 특히 중국 같은 경우 가격경쟁력을 앞세워 많은 나라의 수입 시장을 장악하고 있음
- 현재 한국은 다른 국가들의 유리 저장 용기 수입 시장에서 큰 비중을 차지하지 못함. 후쿠오카 유리 저장 용기 시장의 4.1%, 홍콩의 4%대를 차지하며 중국 전체 수입액의 2.6%, 베이징의 8.6% 규모임. 지금은 수입의 많은 부분을 차지하고 있지 못하나 한국으로부터의 수입이 급성장세를 보이며 미래에 잠재력 있는 유리 저장 용기 수출국으로 성장할 가능성이 있음

1. 일본

1 시장동향

□ 시장 개요

- 유리포장용기를 포함한 유리제품(포장용도)의 시장규모(금액베이스)는 1,290억 엔이며 시장전체 점유율의 2.3%를 차지함
 (용도) 일본에서 저장용기는 일반적으로 가정용 냉장고에 식품 보관, 조미료, 건어물, 밀가루 등의 습기 방지용 등으로 사용됨
 (재질) 이전에는 플라스틱 재질의 저장용기가 주류였으나, 최근 들어 가능성을 살려 전자레인지 오븐 등에 직접 요리가 가능한 내열 강화유리 저장제품이 인기를 모으고 있음
 (가격) 보편적으로 소비자들이 중저가 제품을 선호하는 경향이 있어 제조 단가가 저렴한 베트남이나 중국산 OEM 제품 수요가 높았음
 (유통채널) 저가 제품이 늘어나면서 지금까지 취급하지 않던 홈 센터나 디스카운트샵에도 판매가 되기 시작

<포장용기 출하금액의 추이>

	2009		2010		2011	
	출하금액 (억엔)	구성비 (%)	출하금액 (억엔)	구성비 (%)	출하금액 (억엔)	구성비 (%)
종이류	24,624	42.6	24,255	42.2	24,531	43.1
플라스틱류	17,555	30.4	17,118	29.8	16,590	29.2
금속제품	9,431	16.3	9,666	16.8	9,580	16.8
유리제품	1,336	2.3	1,317	2.3	1,291	2.3
목제 제품	1,303	2.3	1,298	2.3	1,290	2.3
기타	3,530	6.1	3,770	6.6	3,611	6.3
합계	57,779.5	100.0	57,422.3	100.0	56,891.5	100.0
	92.0		99.4		99.1	

자료원 : 일본포장기술협회

- 경기침체로 인해 외식보다는 집에서 식사하는 경향이 커지고 있음
 - 집에서 식사하는 사람들이 많아지면서 요리 방송·인터넷 사이트의 인기가 높아지고 있음
 - 요리방송·인터넷 사이트에서는 요리 레시피 이외에도 음식 보관 방법 등이 자주 소개되고 있음
 - 소비자는 집에서 식사를 하더라도 마치 외식을 하는듯한 자극을 느끼고 싶어 하기 때문에 다채로운 색상과 세련된 디자인으로 용기의 다양성을 늘린다면 충분한 수요 확보가 가능할 것이라고 전망됨
- 맛별이 세대, 독신자 증가로 인해 간편하게 요리할 수 있는 조리 기구에 대한 관심이 높아짐. 오븐에 넣고 요리할 수 있도록 개발된 유리저장용기의 수요도 늘어나고 있음

□ 수입 수요 증가 중

- 금년 동 상품 수입량이 증가하고 있으며 경기침체에도 수입량이 증가되고 있다는 점은 수입 비중 3위국인 한국 기업에게 있어 긍정적인 요인이 되고 있음
 - 동제품 대일 수입 순위 1위인 중국은 가격면에서 우월한 위치를 가지고 있어 일본에서도 대량으로 유통되고 있음
 - 그러나 중국으로 부터만의 수입 증가가 있는 것이 아니라 프랑스로부터의 글래스 용기 수입 또한 증가하고 있다는 것은 긍정적 요인임
 - * 프랑스 바카라(Baccarat)는 최고급 크리스털로 세계적으로 높이 평가되고 있으며 핸드메이드 최고급품부터 소다글래스(soda glass)재질의 기계로 제작한 제품까지 세계 최대 양산체제를 갖추고 있음

- 또한 그러나 디자인성 및 기능성으로 차별화를 꾀할 수 있다는 점에서 한국기업의 진출 확대 가능성이 높음

□ 수입 동향

- 최근 3년간 수입 규모 및 동향
 - HScode 701349의 대일수입통계를 보면 2011년의 경우 전년대비 21% 성장하였음
 - 2012년 10월말 시점 수입액이 5천만 달러를 넘고 있어 현재와 비슷한 성장률(전년대비 17% 성장)을 유지할 경우 6천만 달러에 가까운 수입액을 기록할 것으로 전망됨
 - 수입 1위 중국, 2위 프랑스, 3위 한국의 순위 변화는 없으며 동 제품의 절반 이상의 비중을 중국과 프랑스가 차지하고 있음

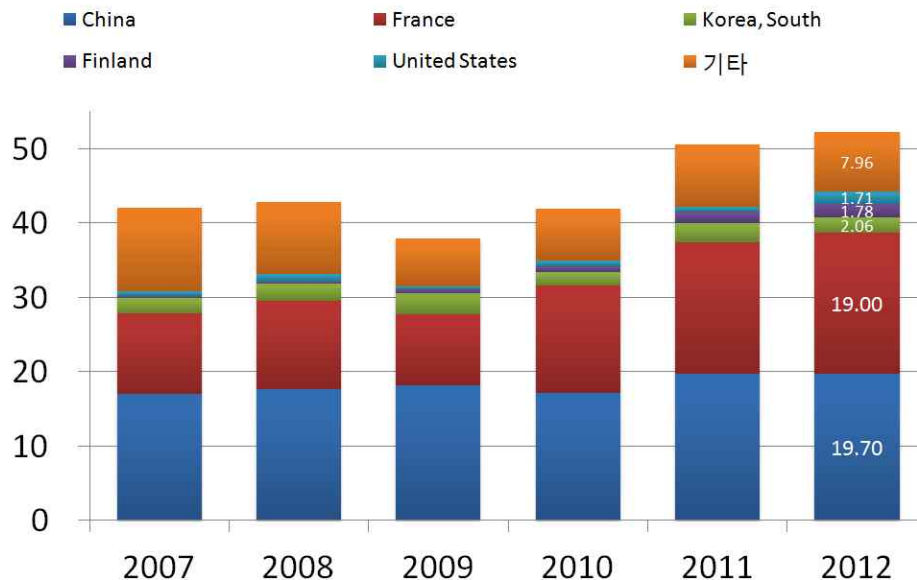
<HScode701349제품 대일 수입국 현황(단위:백만달러)>

구분	2010			2011			2012년 1-10월		
	수입액	순위	증가율	수입액	순위	증가율	수입액	순위	증가율
총 수입	41.857	-	10%	50.516	-	21%	52.212	-	17%
중국	17.202	1	-5%	19.741	1	15%	19.703	1	22%
프랑스	14.450	2	51%	17.708	2	23%	19.003	2	9%
한국	1.763	3	-39%	2.478	3	41%	2.059	3	-10%
핀란드	0.824	7	86%	1.620	4	97%	1.781	4	40%
미국	0.708	10	77%	0.593	10	-16%	1.706	5	230%

자료원 : World Trade Atlas

<HScode701349 대일 수입액 추이>

(단위 : 백만달러)



자료원 : World Trade Atlas를 바탕으로 KOTRA 작성

○ 수입 관련 정책 및 인증제도

- 관세율 : 기본(5.8%), WTO협정(3.9%), 특혜(무세)
- (식품 위생법) 식품에 접하는 글래스 제품은 법적으로 '기기'에 해당하며, 동 규격 기준에 적합하지 않는 것은 식탁 등 용도로는 수입할 수 없으므로 주의가 필요함

* 이 중에서 글래스재질에 대해서도 cadmium과 아연에 대한 용출 시험법 및 기준치의 규정이 있으며, 수입품에 있어서는 식품 등 수입신고서 및 시험 검사 성적서의 제출이 필요함

*세관통관 시 (CIF + 관세)×5%의 소비세가 부과세로 부과됨

* http://www.customs.go.jp/tariff/2012_4/data/i201204j_70.htm 참조

- (가정용품 품질표시법) 일본 국내에서 일반 소비자에 대해 대상 상품 판매를 할 경우에는 가정용품 품질표시법에 근거한 표시가 필요함. 또한 '표시자명, 연락처'의 표시에 대해서는 표시 내용에 책임을 질 수 있는 자가 표시자가 됨

<가정용품 품질표시법에 근거한 표시의무사항>

품목	표시사항
강화유리제품	1.품명 2.강화종류 3.취급상 주의 4.표시자 이름 또는 명칭 및 주소 또는 전화번호
내열유리제품	1.품명 2.사용구분 3.내열온도차 4.취급상의 주의 4.표시자 이름 또는 명칭 및 주소 또는 전화번호

* 출처: JETRO 마케팅 가이드

- 이는 일본 국내의 영업 거점이 있는 사업자 (수입업자, 판매업자, 표시업자 중 하나)에 의해 이루어짐
- 또한 소비자가 알아보기 쉬운 표시가 필요하기 때문에 표시 언어는 일본어여야 함
- (기타) 또한 이외에도 사단법인(社団法人) 일본유리(硝子)제품공업회가 인증하는 대열 글래스, 강화 글래스 덮개(뚜껑), 장기 보존 과일주병 등의 인증제도가 있음

* 내열유리마크란, 일본유리제품 공업에서 회원기업의 신청으로 일정 이상의 설비규모 기준을 넘는 유리기업 및 생산공정에 있어서 생산된 내열유리제품에 대해서 제품소재 / 공정관리를 확인한 후, ‘일본유리제품공업회 인증 내열유리마크’를 첨부하는 것을 인정함. 단, 반드시 인증마크를 부착할 의무는 없음

* 참조: (사)일본유리제품공업회 (전화번호: +81-3-5937-5861)

2 시장 구조

□ 유통구조 분석

- 일반적으로 고급 브랜드, 중저가 브랜드에 따라 약간의 차이가 있음
- 고급(프랑스산)의 유통구조

해외 제조업체 → 중견 종합상사, 유리제품 전문상사 → 백화점, 인터넷/TV 판매, 고급 양판점

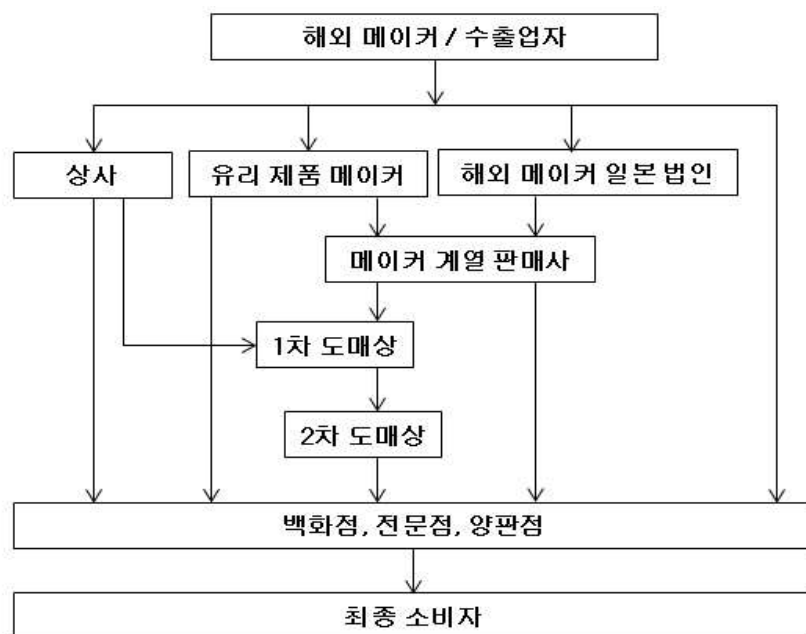
- 중저가 브랜드의 2가지 유통구조

1) 해외제조업체, 수출업체 → 상사, 유리제품메이커(OEM제품), 해외메이커 일본 법인→ 메이커 계열 판매사 → 1차도매 → 2차 도매 → 백화점, 전문점, 고급 양판점

2) 해외제조업체, 수출업체 → 유리제품메이커(OEM제품), 해외제조업체 일본 법인 → 상사 → 1차 도매 내지 백화점, 전문점, 고급 양판점

- 최근 들어 고급 브랜드들이 생산 공장을 아시아에 건설하면서 중저가에 1차도매상들과 함께 TV통신판매나 고급 양판점에 직접 납품하는 케이스도 나타나고 있음

<유리저장용기 해외 제품 유통구조>



* 자료원: JETRO 수입상품별 마케팅가이드

- 클래스기기 도매업 지역분포를 보면 도쿄(東京)와 오사카(大阪)등 대도시권에 집중되고 있음
- 그 이유는 생산거점이 대도시권에 집중되어 있으며 소비지와 가깝기 때문이며, 도쿄의 클래스기기의 생산 거점은 고토구(江東區)와 스미다구(墨田區)가 중심이 되고 있음

○ 대상 공략군 분석

- 클래스제품 제조업체 단체인 <일반사단법인 일본유리(硝子)제품공업회>의 기업 중 식품부회에 재적하고 있는 기업은 19사 존재함
- 동 기업들이 우선 컨택 대상이 됨

<일본유리 제품 관련 업체 현황>

회사명	주소	TEL
(주)이시즈카(石塚)유리	愛知縣岩倉市川井町1880	0587-37-2111
(주)이와키(岩城) 하우스웨어	東京都江東區龜戸1-42-20	03-5627-3850
	住友不動産龜戸ビル13階	
(주)이와사와(岩澤)유리	東京都墨田區立花4-14-20	03-3616-0401
(주)카가미(鏡)크리스털	茨城縣龍ヶ崎市向陽台4-5	0297-64-7111
(주)카와무라(川村)공업	愛知縣名古屋市名東區引山3-502	052-771-1111
(주)코이즈미(小泉) 유리제작소	東京都台東區三ノ輪2-8-7	03-3803-3741
(주)시마즈(島津)흥업관광사업본부전통공예품사츠마(薩摩)유리공예	鹿兒島縣鹿兒島市吉野町9688-24	099-247-2111
(주)조우에츠(上越)크리스털유리	群馬縣利根郡月夜野町大字後閑737-1	0278-62-2811
(주)마츠토쿠(松徳)유리	東京都墨田區錦糸4-10-4	03-3625-3511
(주)세이쇼(星硝)	東京都港區芝公園1-1-11	03-5401-1741
(주)소가(曾我)유리	愛知縣小牧市本庄2038	0568-79-2228
	東京都江戸川區松江4-18-8	03-3652-2727
(주)동양사사키(佐々木)유리	東京都中央區日本橋馬喰町2-1-3	03-3663-1211
(주)츄우킨(中金)유리	東京都江戸川區平井2-11-29	03-3684-4611
(주)HARIO	東京都中央區日本橋富澤町9-3	06-5614-2118

(주)마츠가오카(松ヶ丘)유리공업	山形縣鶴岡市新海町6-21	0235-22-0468
(주)마루야마(丸山)공업소	兵庫縣尼崎市西高洲町26-2	06-6416-3500
(주)메이와(明和)세일즈	東京都千代田區神田和泉町2-6	03-5823-7511

- 전문 수입상은 없으며 소규모 수입상이 소량으로 수입하고 있는 중임. 주로 ANCHOR HOCKING(미국)이나 이탈리아제 유리 저장용기가 수입되고 있음
- 수입상 : Toyko Mutual Trading Co.,Ltd(<http://tmtc.co.jp/>) CBC JAPAN(<http://www.cb-j.com/>)
- 도매상 : GEMCO(<http://www.gemco.co.jp/>)
- 소매상으로는 KONAN SHOJI 등의 Home Center, 이토요카도와 같은 GMS 등이 있음
- 생활 잡화의 경우 소매상(특히 홈센터)은 직수입하기도 하나 일반적으로는 수입상을 통해 수입함
- 저장용기는 생활용품이지만 이탈리아 등에서 수입되는 용기는 대부분 일본기업이 만들지 않는 디자인(레트로 디자인)이 많음. 이 경우 소규모 수입상이 수입하여 잡화점이나 인터넷으로 직접 소비자에게 판매하기도 함
- 프랑스 및 일본 메이커와 제휴를 통해 우리 기업이 보유한 기능을 어필하여 TV 홈쇼핑이나 전문 양판점을 진출하는 것이 효과적
- 중저가 제품에 대해서는 브랜드 인지도 보다는 디자인, 기능성을 살린 아이디어 상품으로 틈새시장 진출을 모색

3 바이어 의견 조사

[도표]

□ 수입수요 및 한국제품 평가

- 한국제품의 경우 품질은 전반적으로 만족할만한 경우가 많으나 가격경쟁력이 떨어지는 것이 문제라는 의견이 많음
- 이에 따라 한국제품의 경우 가격 협상이 유동적인 제품을 희망하고 있다는 의견이 많음
- 그러나 차별화된 디자인 및 기능을 가진 제품 등에 대해서는 한국제품에 대한 수입수요가 있는 것으로 파악됨
- 특히 이러한 차별화를 바탕으로 한국에서의 실적이 어느 정도 있는 업체를 선호하고 있음

※ 접촉 바이어 명단

1) ウェルリッチ (WELL RICH CORPORATION)

- 담당 : 대표이사 Mr. SHIDOZAWA
- 전화 : 81-3-5849-4141
- 팩스 : 81-3-5849-4142
- 홈페이지 : <http://www.well-rich.co.jp/>

2) カリンピア (KARINPIA CO., LTD.)

- 담당 : Ms. FUJITA
- 전화 : 81-6-4393-1060
- 팩스 : 81-6-6244-3990
- 홈페이지 : <http://www.karinpia.com/>

3) コモライフ (COMOLIFE CO., LTD.)

- 담당 : 인터넷 기획부
- 전화 : 81-6-6345-7928
- 팩스 : 81-6-6345-7705
- 홈페이지 : <http://www.comolife.co.jp/>

[오사카]

□ 수입수요 및 한국 제품 평가

- 일본제품과 품질이 거의 비슷하므로 마무리만 잘 하면 경쟁력이 있다고 보임
- 일본 제품 연구 후 한국제품이 일본제품에 비해 경쟁력을 가지고 있는 요소가 무엇인지 구체적으로 설명하는 것이 중요함
- 한국 제품은 한국에 유통될 때의 가격은 저렴하지만 일본에 수출될 경우에는 일본제품과 가격이 비슷해지므로 가격경쟁력이 약함. 품질, 가격+디자인, 기능으로 승부해야 할 것임
- 신제품(일본에서 유통되고 있지 않는 제품)은 가격이 비싸지만 한국의 중간상(오파상)들이 한국 국내 가격으로 일본에 수출하여 제품이 인터넷으로 판매되거나 소규모 소매상에게 판매되는 경우가 있음
- 이럴 경우, 가격경쟁이 일어나 한국기업과 일본수입상 양쪽 다 손해를 보게 될 수 있으므로 한국기업은 이에 대한 대비책을 마련해야 함
- TV쇼핑이나 카탈로그 판매를 통해서 판매할 경우, 주문하기 전 촬영을 먼저 해야 하기 때문에 샘플이 반드시 있어야 함. 계약하기 전에 샘플을 주기 어렵다는 기업이 있는데 이런 점에 대한 이해가 필요함
- 특별히 제품인증이나 구비사항은 없음

※ 접촉 바이어 명단

회사명 : Aimedia

성함 : Mr. Akiyama(주임)

이메일 : akiyama@aimedia.co.jp

언어 : 일어, 간단한 영어
한국기업과의 거래경험 : 있음

회사명 : Shimizu Sangyo
성함 : Mr. Imanishi(기획부)
이메일 : 비공개
언어 : 일어
한국기업과의 거래경험 : 과거에 있었으나 현재 없음.

회사명 : Komeri
성함 : Ms. Baba(상품제2부)
이메일 : 비공개
언어 : 일어
한국기업과의 거래경험 : 있음

[후쿠오카]

☐ 수입수요 및 한국제품 평가

- 유리저장용기 중 경량이면서 기능성 겸비한 제품에 관심
 - 유리의 경우 기타 플라스틱 제품에 비해 중량이 많이 나가기 때문에 불리한 면이 있지만, 경량화 된 제품의 경우 검토 가능성이 높은 것으로 나타남
- 제품의 기능, 품질에 대해서는 바이어들도 어느 정도 인정하나, 낮은 브랜드 인지도가 취약점
 - 내열, 강화, 항균효과 등 기능성 및 가격 경쟁력을 살린다면 일본 시장 진출 가능성이 매우 높을 것으로 판단됨

☐ 접촉바이어 정보

- 접촉바이어 정보 (1)

업체명: 주식회사 크라르테

담당자명: Mr. Uchida 바이어

전화번호: 0942-64-5683

이메일 : clarte@vivid.ocn.ne.jp

○ 접촉바이어 정보 (2)

업체명: 주식회사 카와타키 코퍼레이션

담당자: Mr.Cho

전화번호: 075-925-1111

이메일: jigun_cho@kawataki.co.jp

□ 참고

- 불량품이 발생할 경우, 원칙적으로 판매점에서 상품을 교체하는 형태로 대응하고 있음. 단, 판매 손실에 대해 손해배상을 청구하는 경우가 다대하므로 이러한 상관습에 대해서 주의가 필요함

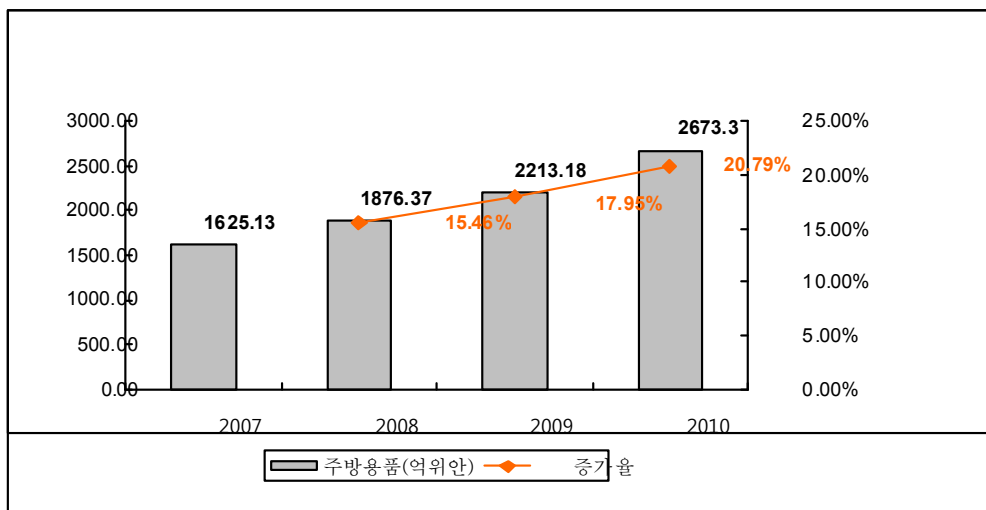
2. 중국

1 시장 동향

□ 품목 유망성

- 중국 주방용품(주방용 전기제품 제외)시장수요가 점차 상승하고 있음
- 2010년은 중국 주방용품 시장규모는 2,673억 위안으로 전년대비 20.79% 증가했으며 최근 수년간 두 자릿수 성장세 유지

<2007~2010년 중국 주방용품(전기제품 제외) 시장규모>



자료 출처: 국가통계국, 중국산업경쟁정보망

- 건강에 대한 인식이 높아지면서 중국 소비자들이 유리저장용기를 선호
- 가정에서 유리저장용기는 식품 보관, 조미료, 건어물, 밀가루, 찹쌀 등을 보관하는데 주로 쓰임
- 2005년 음식물 보관용 랩에 열이 가해질 때 나오는 물질이 암을 유발한다는

의심을 받으면서 음식물 보관용 랩을 기피하는 분위기가 있음

- 이후로는 랩에 싸서 음식을 보관하기 보다는 밀폐용기를 사용해 음식물을 보관하기 시작함
- 플라스틱 재질의 용기에 음식물을 보관할 경우 용기에 착색이 되거나 냄새가 배는 경우가 많으나 유리밀폐용기는 친환경적이고 식품의 신선도를 오랫동안 유지할 수 있어 인기가 있음
- 락앤락 제품이 중국에서 인기를 끌고 있으며 이것이 한국산 밀폐용기에 대한 전반적인 신뢰도를 높임
- 2004년에 중국에 진출한 락앤락 밀폐용기는 중국의 거의 모든 가정에서 사용할 정도로 확산됨
- 2010년 락앤락의 중국매출은 4억 3,000만 위안으로 전년대비 30% 증가
- 중국 소비자들 사이에 플라스틱 재질 밀폐용기를 유리저장용기로 대체하려는 수요가 늘고 있음
- 중국산업경쟁정보망에 따르면 2013년 중국 주방저장용기 산업의 제품 판매금액이 56.22억 위안에 달하고 플라스틱 저장용기 시장의 둔화로 유리 저장용기 시장이 비교적 큰 폭으로 성장할 것으로 전망
- 최근 중국 사회 내 플라스틱 저장용기의 인체유해물질에 대한 논란으로 소비자들은 보다 위생적이고 고급스러운 유리 저장용기를 더 선호함
- 중국인의 음식문화가 기름을 많이 사용하기 때문에 플라스틱 제품의 세척문제와 착색문제가 두드러지고 유리제품들이 이러한 문제점을 해결할 수 있는 대안으로 부각되면서 시장에서 호평을 받고 있음

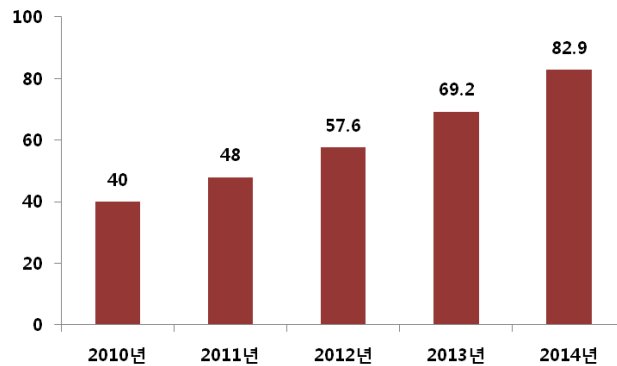
○ 중국 고품질 유리저장용기 시장발전 현황 및 가능성

- 최근 몇 년 동안 중국 유리저장용기 시장은 빠르게 발전하였음. 중국 정부의 소비 진작 정책에 힘입어 최근 3년간 연평균 10.37%의 빠른 성장을 거듭하였음
- 중국의 1인당 연간 평균 유리저장용기 소비량은 10킬로그램으로, 선진국의 유리저장용기 1인당 연간 평균 소비량인 50~60킬로그램과 비교하여 낮은 수준에 머물러 있음
- 소비 금액의 관점에서 볼 때도 중국의 매년 1인당 유리저장용기 사용 소비액은 100위안(미화 약 16불)에 못 미치고 있으며, 유럽·미국 등 국가와 비교할 때 그 차이는 10배 이상에 달하여 제품의 시장 발전 여지는 크다고 볼 수 있음

○ 빠르게 성장하는 중국 유리저장용기 시장

- 중국 기업의 유리저장용기 생산 능력은 선진국과 비교하여 상대적으로 뒤떨어져 있어 고급 유리저장용기 제품의 공급은 대부분 수입이나 중국 내 유럽·미국의 생산 기업이 제공하는 물량에 의존하고 있음
- 세관 통계 수치에 따르면, 최근 3년간 중국의 유리저장용기 수입 총액은 연간 20% 이상의 증가율을 보이고 있는데, 그 중 고품질 유리저장용기는 전체 공급량의 약 90%를 수입에 의존함
- 중국 경제가 고성장 추세를 지속함에 따라 유리저장용기의 시장 수요 또한 급성장하고 있으나 현재 중국기업의 생산능력은 중국 내 수요를 감당하기 어려운 수준임
- 도시화가 심화되고 3차 산업이 빠르게 발전함에 따라 향후 5년간 중국의 유리저장용기 시장은 매년 성장률 약 15%의 고성장을 유지할 전망이다

<2010~2014 중국 고급 유리저장용기 수요량(만 톤)>



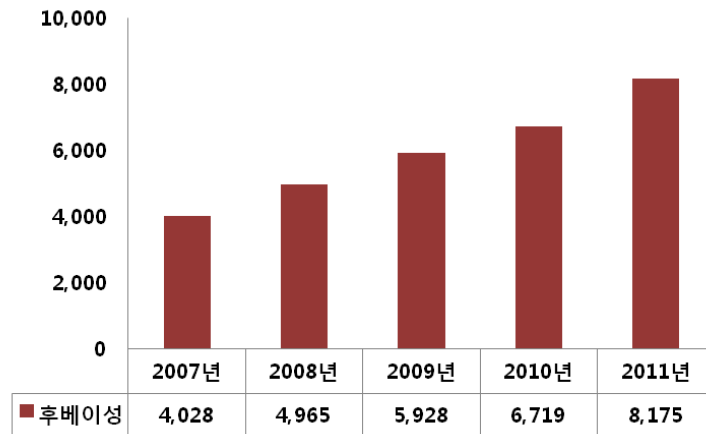
자료원: 中華玻璃网(중화유리넷)

□ 후베이성 시장동향

○ 소비시장의 발전

- 2007년부터 2011년까지 후베이성은 내수진작 정책을 적극적으로 펼쳐 소비품 시장은 빠른 확장을 거듭하고 있음. 후베이성 소비품 시장의 성장률은 매년 18% 이상을 유지하고 있는데, 이는 전국 평균 성장률인 15.5%를 상회하는 수준임
- 2011년 후베이성의 생활소비품 판매 총액은 8,175억 위안(미화 약 1,300억불)으로, 2007년 대비 100% 성장하여 연평균 성장률은 18.8%를 기록하였는데, 이는 중국 전체에서 6번째로 큰 규모임
- 후베이성의 1인당 평균 생활소비품 판매 총액은 연간 13,851위안(미화 약 2,200불)이며, 성도인 우한시의 생활소비품 판매총액은 30,240위안(미화 약 4,800불)을 기록하였음

<2007~2011년 후베이성 생활소비품 판매 총액(억 위안)>



자료원: 湖北省統計局(후베이성 통계국)

○ 소비력의 상승

- 후베이성은 소비력이 급속도로 증가하고 있어 유리저장용기에 대한 수입량이 증가되는 동시에 매출 또한 큰 폭으로 증가하고 있음
- 후베이성 창장(長江)일보의 시장 조사에 따르면, 70% 이상의 조사 답변자가 유리저장용기 등 친환경 용품에 투자할 의사를 보였고, 74%의 답변자는 직접 유리저장용기 등 친환경 용품을 구매할 계획이라고 밝힘. 또한 대다수의 답변자들은 해당 종류의 제품들을 웰빙에 있어 필수적인 제품으로 인식하고 있음

○ 소비 유통시장의 성장

- 관련 통계에 따르면, 후베이성의 경우 연평균 매출액이 500만 위안 이상인 소매 체인점이 71개가 있으며, 해당 영업점들의 총 면적은 300만 평방미터에 달함
- 외자 마트 기업인 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour), 메트로(Metro), 트러스트마트(Trust-Mart), 푸마트(Fu-Mart), 로터스마트(LOTUSMART, 易初蓮花)등도 후베이성에서 일정한 비율로 성장을 지속하고 있음

<후베이성 내 유리저장용기 취급 주요 마트 현황>

성(省)	마트 명칭	영업점 개수
후베이	우한 중바이창추(中百倉儲) 유한공사	60
	우한 우상량판(武商量販) 유한공사	56
	월마트(미국)	3
	까르푸(프랑스)	5
	메트로(독일)	2

자료원: 우한무역관 자체 조사

○ 유리보관용기 시장 한국기업 진출현황

- 현재 한국의 락앤락(LOCK&LOCK)이 우한에 유한공사를 설립하고 물류 창고를 건설하였으며, 글라스락(GLASSLOCK)은 우한에 전문 대리상이 있음
- 우한의 각 대형 시장에는 기본적으로 한국산 유리저장용기 전문 판매대가 있으며, 그 중 중국 전체 단일 소매시장 중 최대 매출액인 연 매출액 20억 위안(미화 약 3.2억불)을 기록하고 있는 우한플라자(武漢廣場)에서는 종종 한국 유리저장용기 판촉 행사가 진행되고 있음
- 이 외에도 우한시는 매년 한국상품주간 등 행사를 기획하여 한국산 유리저장용기의 마케팅과 판매 활동을 진행하고 있음. 우한 광통(廣通)TV홈쇼핑 회사가 진행하는 한국산 유리저장용기 TV홈쇼핑 판촉행사 또한 한국산 유리저장용기의 인지도 및 인기를 끌어올리는데 기여하고 있음

□ 주요브랜드 소개 및 가격

- 현재 중국 시장에 진출한 주요 유리저장용기 브랜드는 한국의 글라스락(GLASSLOCK), 락앤락, 코렌(COREN), 일본의 이와키, 미국의 PYREX, Snapware, 프랑스의 ARC International(난징(南京) 공장) 등이 있음

- 유리저장용기를 전문으로 취급하는 글라스락 외에도 락앤락은 2011년 '글래스' 시리즈 유리저장용기를 출시하였음. 락앤락 브랜드는 최신 기술의 안전 내열 유리 재료를 사용하여 글라스락 보다 품질에서 앞서고 있음
- 중국 현지에서 제품 생산을 하는 락앤락과 달리 글라스락은 제품 전량을 수입하여, 품질 보장성 면에서 더 뛰어나다는 평가를 받고 있음
- 중국 내 최대의 유리저장용기 생산 기업은 안후이(安徽) 더리(德力)일용유리 유한공사이며, 2012년 올해 성공적으로 주식 시장에 상장되었음 (웹사이트: <http://www.deliglass.com/Index.aspx>)
- <경쟁 브랜드 주요 제품 사진 및 가격>

브랜드	국가	사진	규격	가격(위안)
글라스락	한국		강화유리 신선도 유지 보관용기 2 in 1 세트 제품 중량: 0.51Kg 제품 재질: 강화유리재질	75
락앤락	한국 (현지생산)		보관용기 재질: 내열 유리 규격:200*152*74mm	48
이와키	일본		보관용기 재질: 내열 유리 용량: 4.1L~5L 모델번호: 2 in 1 세트	300
Pyrex	미국		보관용기 재질: 내열유리 중량: 1.65Kg 모델번호: 3 in 1 세트	100

ARC International	프랑스 (현지생산)		재질: 강화유리 중량(가방포함): 2Kg	75
레이뚜어 (樂亿多)	홍콩		보관용기 재질: 내열유리 중량: 1.65Kg 모델번호: 2 in 1 세트	70
아이거차이야 (艾格萊雅)	중국		보관용기 재질: 강화유리 용량: 600ml 모델번호: 2 in 1 세트	40

자료원: KOTRA 우한 무역관 조사

□ 수입동향 및 정책

○ 최근 3년간 HS 701349 수입규모 및 동향

- 2011년 중국 HS 701349의 총 수입액은 4571만3천 달러로 전년대비 35.4% 성장
- 2011년 최대 수입지역은 일본(전체 수입액 대비 비중 40.94%)이며 프랑스, 한국, 독일, 말레이시아, 인도네시아 순임
- 2011년 한국으로부터의 수입은 393만1천 달러로 전체 수입의 8.6%를 차지함

<2009-2011년 유리저장용기 수입동향(수입액 기준) (단위 : 천달러)>

국가명	금액 (전체 수입액 대비 비중)						증가율(%)		
	2009년		2010년		2011년		2009년	2010년	2011년
전체수입/순위	26,417	순위	33,756	순위	45,731	순위	35.8	27.8	35.4
일본	6,110 26.13%	1	6,228 18.45%	1	18,717 40.94%	1	81.9	1.9	200.5
프랑스	2,784 10.54%	4	4,103 12.15%	3	4,407 9.64%	2	38.1	47.4	7.4
한국	1,510 5.72%	8	2,311 6.85%	7	3,931 8.60%	3	-42.5	53.0	70.1
독일	3,021 11.44%	2	4,160 12.32%	2	3,806 8.33%	4	11.5	37.7	-8.5
말레이시아	1,917 7.26%	6	3,135 9.29%	4	2,465 5.39%	5	-35.7	63.5	-21.4
인도네시아	2,271 8.60%	5	2,806 8.31%	5	1,707 3.73%	6	462.9	23.5	-39.2

자료원: 중국세관통계

○ 수입관련 정책

- 유리저장용기의 중국 HS 코드는 7010.0000임
- 한국으로부터 유리저장용기를 수입할 때 14%의 수입관세와 17% 수입증치세를 부과하며 입국화물통관서류는 신청할 필요 없음
- 유리저장용기 수입기업은 한국기업이 제공한 수입위탁서, 수출입계약서, 검사위탁서, 통관증서, 영수증, 화물출고증, 제품 관련 설명서 등을 세관에 제출해 통관수속

2 시장 구조

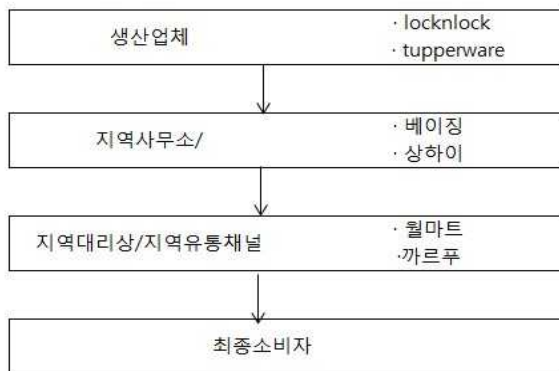
□ 유통구조 분석

- 오프라인 유통경로는 주로 지역사무소식 유통경로와 총대리상식 유통경로가 있음

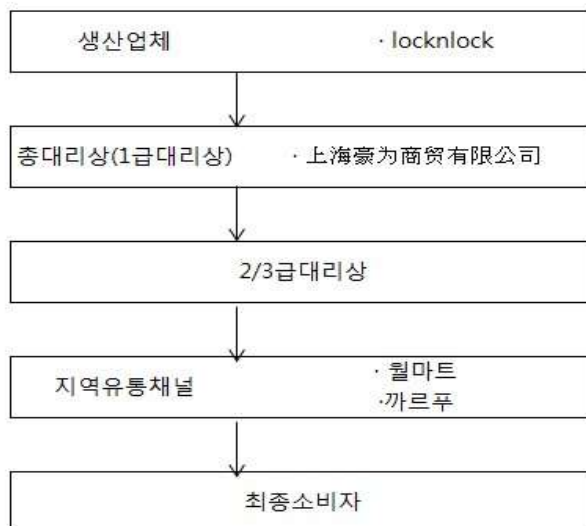
- 지역사무소식 유통경로는 일반적으로 생산업체 → 지역사무소/지역대리상 → 유통채널 → 최종소비자 또는 생산업체 → 총대리상 → 유통채널 → 최종 소비자와 같은 경로를 통해 유통됨
- 총대리상식 유통경로는 일반적으로 생산업체 → 총대리상 (1급대리상) → 2/3급 대리상 → 유통채널 → 최종 소비자와 같은 경로를 통해 유통됨

○ 오프라인

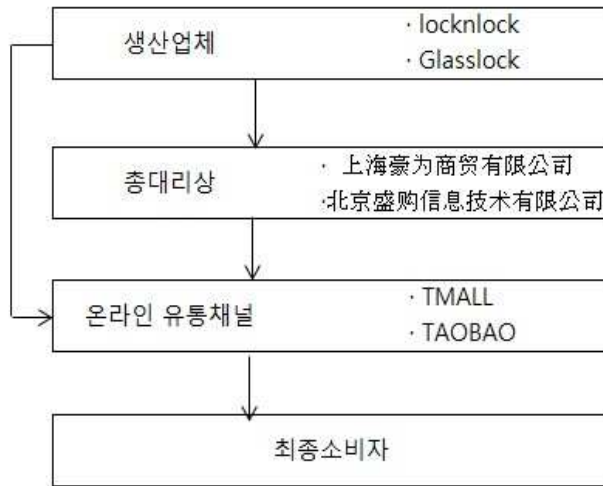
- 지역사무소식



총대리상식



○ 온라인



□ 대상공략군 분석

- 기름을 많이 사용하는 중국의 음식문화에 유리 저장용기가 기존 플라스틱 용기대비 사용이 편리
- 제품의 세척문제와 착색문제를 쉽게 풀 수 있다는 점을 부각시키는 홍보전략 필요
- 유리 저장용기가 플라스틱 용기 대비 가격이 비교적 높기 때문에 1선도시나 연해도시의 고급 소비자층을 중점적으로 공략하면 효율적
- 또한 명절시 회사에서 직원들에게 나눠주는 용도의 기념품 시장에서 유리 밀폐용기가 각광받고 있는바, 기업 대상 마케팅 주력 필요
- 한국산 유리저장용기는 주로 가정용이며 요식업체에서 사용하기에는 부적합
- 중국내 대부분의 수입대리상은 유럽, 미국지의 유리제품과 저장용기를 취급하고 중상류층도 구미국가에서 생산한 유리저장용기를 선호하는 편

○ TV 홈쇼핑에서 유리저장용기 판매가 잘됨

- 중국의 TV 홈쇼핑이 빠르게 발전하는 한편, 한국산 밀폐용기에 대한 이미지가 양호하기 때문에 TV 홈쇼핑과 기업 단체구매 시장에 진입하는데 유리
- 최근에는 2, 3선 시장 소비력이 확대되고 있으므로 외국 브랜드 일용품 기업들도 대도시를 위주로 한 영업망에서 벗어나 소비력이 급증하는 2, 3선 시장으로 눈을 돌릴 필요가 있음
- 일부 브랜드는 대형 할인매장이나 TV 홈쇼핑뿐만 아니라 약국을 판매 채널로 활용해 일정 부분 효과를 거두고 있음
- 우리 기업도 이 점을 감안해 판매 채널을 다변화할 필요가 있음

○ 직영 판매 기업 및 홈쇼핑 기업

- 제품은 주로 직영점 및 시장을 통해 판매되고 있으며 150개의 백화점과 300개의 대형 마트에도 제품이 진출한 상태임. 락앤락의 경우 중국 전체에 80개의 직영 매장이 있음
- 상하이 동광CJ 홈쇼핑과 충칭 GS 채널로 대표되는 홈쇼핑 회사에서는 종종 고급 유리저장용기 판촉 활동이 진행되는데, 그 판매량은 제품의 중국 내 전체 판매량의 10% 정도를 차지하고 있음. 이와 같은 방식을 통한 제품 판매 방식은 브랜드 판촉에 매우 큰 효과가 있음

○ 대리 판매 기업

- 유리저장용기 생산기업들은 제품 소매와 관련하여 주로 대리상을 통한 판매방식을 채택하여 완벽한 판매 네트워크를 구축하였음. 현재 유리저장용기 생산기업들은 총 40개의 1급 대리상과 교류하고 있으며, 이를 통해 각 지역의 시장 수요를 충족시키고 있음

- 유리저장용기 생산 기업들은 대리상을 통하여 제품 투자비용을 확대하고 고객 범위를 넓히는 동시에 시장의 제품 진출을 가속화하였음
- 냉장고 생산 기업과의 공조
 - 많은 유리저장용기 브랜드는 제품의 특성을 이용하여 냉장고 생산기업과 전략적 동반자 관계를 맺었음. 냉장고와 함께 유리저장용기를 판매하는 방식은 제품의 지명도를 높이고 판매량을 증가시켜 윈-윈 효과를 거두고 있음
- 온라인 판매망
 - 최근 몇 년 동안에는 온라인을 통한 유리저장용기 판매량이 빠르게 증가하였음. 온라인 판매 방식은 오프라인 방식과 비교하여 가격경쟁에서 유리하여 급성장하는 추세임
 - 유리저장용기 제품의 유통로는 매우 다양하여 각 유통로 간 경쟁이 치열함. 따라서 제품 생산 기업은 현지 시장 및 제품 특성을 고려하여 유통 계획을 전략적으로 수립해야 마케팅 효과를 극대화 할 수 있음

3 바이어 의견 조사

[베이징]

□ Buyer 1

- 개요
 - 바이어명 : 杭州奥尚貿易有限公司

- 인터뷰 인사 : 洪麗芳
- 직위 : manager
- 전화번호 : (86-571)86681129
- 이메일 : aoshangmaoyi@yahoo.cn
- 홈페이지 : www.94p1.com

○ 수입수요 분석

- 동 사는 항저우를 기반으로 한 선물용품 제조사로서, '94P1.com'이라는 선물용품 전문 온라인샵을 운영하며, 최근 연간 80% 이상 성장을 지속해 왔음
- 동 사는 한국제품으로는 락엔락과 글라스락을 취급하고 있는데, 5천 여개 제품 중에 항상 매출부분 수위를 차지하고 있다고 함
- 한국산 유리저장용기가 중국에서는 고급 제품으로 자리매김하여 선물용품으로도 수요가 매우 높다고 함

○ 한국제품 평가 및 개선점

- 동 사 담당자는, 락엔락 제품이 중국에서 히트를 친 후, 유사한 자국산 제품이 다수 등장하고 있으나, 한국산 용기의 품질 및 디자인이 중국산을 포함한 다른 어느 나라 제품 보다 뛰어나고 실제로 소비자 만족도가 높아 시장 경쟁력이 높다고 평가함
- 다른 한국산 고급 생활용품을 찾고 있으나, 이들 저장용기 만큼 좋은 한국산 제품을 찾기가 어렵다고 함

□ Buyer 2

○ 개요

- 바이어명 : 上海源順貿易有限公司
- 인터뷰 인사 : 邱團文
- 직위 : manager
- 전화번호 : (86-21)51067888, (86)13818850056
- 이메일 : wen_138@126.com
- 홈페이지 : <http://yuanshun168.cn.alibaba.com>

○ 수입수요 분석

- 동 사는 한국의 글라스락과 프랑스의 루미낙을 주력상품으로 주로 주방용 식기를 취급하고 있음
- 자체 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 현재 사세 확장으로 다양한 주방용품을 물색 중에 있다고 함

□ Buyer 3

○ 개요

- 바이어명 : 上海玉汕貿易有限公司
- 인터뷰 인사 : 陳文娜
- 직위 : manager
- 전화번호 : (86-21)36330729
- 이메일 : wenna_2193@hotmail.com
- 홈페이지 : <http://www.shglasslock.com.cn>

○ 수입수요 분석

- 온라인상에서는 주로 글라스락 등의 주방 용기를 판매하고 있으며, 오프라인 매장도 다수 보유하고 있음

○ 한국제품 평가 및 개선점

- 동 사 담당자는, 최근 중일 관계 경직으로 기존 일본산 화장품, 주방용품, 건강식품 등의 수요가 일정 부분 한국산으로 옮겨가서, 한국산 생활용품의 수요가 눈에 띄게 늘었다고 함
- 특히, 락엔락, 글라스락, 쿠쿠 등의 대히트로 좋은 한국산 제품을 소싱하고자 하는 유통업자들이 주변에 많이 늘었다고 함
- 그러나, 한국산 생활용품의 종류가 다양하지가 않고, 기업 간 품질 및 디자인의 편차가 커서, 좋은 제품을 찾기가 어렵다고 함
- 동 사 담당자는 한국 생활용품 중에 (1) 독창성, (2) 디자인 (3) 편리성의 세 가지 요건을 구비하고 있다면, 얼마든지 승산이 있으며 오히려 가격은 큰 문제가 되지 않는다고 함

[우한]

1	武汉广通东方购物有限公司 Wuhan Guangtongdongfang Homeshopping Co., Ltd.			
담당자	徐鐵虎 Mr. Xu Tie Hu	직위	구매경리	
전화	(86-27)8549-7138	팩스	(86-27)8549-7008	
이메일	xuth_wh@ocj.com.cn	이메일2	-	
홈페이지	http://www.ocj.com.cn			
주소	武漢市漢口新華路272号宏元商務大樓8樓 8 th Fl, Hongyuan Business Bldg, No.272, Xinhua Road, Hankou, Wuhan City, Hubei Province, China			
한국과의 거래 경험	있음	교신 가능 언어	중국어	
바이어 참고사항	- 당사는 상하이 동광매체그룹 유한공사의 합작회사이며, 2011년 합작 협의를 통해 우한 광보(广播)TV의 8번째 채널로 TV홈쇼핑 채널을 개설함. - 당사는 홈쇼핑 산업 및 TV산업 분야를 전문으로 하며 물류 및 IT일체화를 통해 중부지역 최고의 전자 비즈니스 및 서비스 제공 기업으로 떠오르고 있음.			
바이어 반응	- 2012년 올해 당사는 한국 제품 주간을 기획하였는데, 그 중 한국 유리저장용기의 구매 반응은 매우 좋았음. - 홈쇼핑 제품은 제품 규격 및 세트 조합에서 시장 판매 제품과 차이를 두어야 함. 그렇게 하지 않을 경우 홈쇼핑과 시장 판매 간 충돌이 일어날 수 있음. - 이 외에도 한국 유리저장용기는 중국 내 대리상이나 관련 기업을 통한 판매 방식을 채택하는 것이 가장 좋음. 또한 홈쇼핑 회사와의 직접적인 합작 관계 구축보다는 대리상을 통한 제품 판매 관계 구축을 추천함.			

2	武汉哈娜商贸有限公司 Wuhan Hana Trade Co., Ltd.			
담당자	姜海男 Mr. Jiang Hai Nan	직위	총경리	
전화	(86-27)8272-0462	팩스	(86-27)8272-0462	
이메일	kanghaenam@126.com	이메일2	467939233@qq.com	
홈페이지	http://shop1349802606156.cn.alibaba.com/			
주소	武汉市 江岸區 京漢大道 華智大廈711室 Rm 711, Huazhi Bldg, Jinghan Ave, Jiang'an District, Wuhan City, Hubei Province, China			
한국과의 거래 경험	있음	교신 가능 언어	중국어, 한국어	
바이어 참고사항	- 당사는 2010년 설립되었으며, 한국산 화장품, 문구, 생활용품 등을 전문적으로 취급하고 있음. - 현재 4개의 전문 매장이 있으며, 이 외에도 시장에 제품 전문 판매점 등 유통로가 구축되어 있음. - 당사는 한국 글라스락 제품의 우한 총대리상임.			
바이어 반응	- 동사가 약 2년간 유리저장용기를 대리 판매한 결과, 단체회의 등 행사에 대한 제품 판매량 비중이 비교적 컸음. 약 70위안 정도의 세트 제품은 비교적 잘 판매되는 편이며, 고급 세트 제품은 주로 대기업 등에 선물용으로 판매되고 있음. - 현재 한국 유리저장용기의 유통로는 정돈되어 있지 않은 편인데, 특히 온라인 시장은 저렴한 가격을 무기로 전통 시장을 압박하고 있어 한국 브랜드의 이미지와 대리상의 이익에도 큰 손실을 안기고 있음.			

3	韩尚家居日用品商行 Hanshang Household Necessities Company			
담당자	李貽紅 Mr. Li Yi Hong	직위	총경리	
전화	(86-27)8275-5078	팩스	(86-27)8275-5078	
이메일	tom80810@163.com	이메일2	-	
홈페이지	http://whhsjj.cn.gongchang.com/			
주소	湖北武汉市江岸區 世紀皇冠105号 No. 105, Shijihuangguan, Jiang'an District, Wuhan City, Hubei Province, China			
한국과의 거래 경험	있음	교신 가능 언어	중국어	
바이어 참고사항	- 당사는 수입 제품 및 생활용품을 전문으로 취급하는 기업임. 주로 취급하는 제품은 한국산 및 일본제 가구, 일용품, 주방용품, 목욕용품, 세탁용품, 화장품 등 고급 생활용품임. - 현재 우한에 대형 전문 판매점이 있으며, 주로 직매 방식으로 제품을 판매하고 있음. 또한 당사는 앞으로 온라인 매장을 개설할 계획을 가지고 있음.			
바이어 반응	- 당사는 한국에 구매 유통로를 갖추고 있으며, 현재 한국의 에버락(Everlock) 유리저장용기 제품을 소규모로 수입 판매하고 있음. - 제품의 주요 고객층은 해외 거주 경험이 있는 고객이며, 화이트컬러 계층 고객층이 그 뒤를 따르고 있음. - 현재 유리저장용기의 판매량은 일반적인 수준을 유지하고 있으며, 판촉행사 기간에는 제품 판매량이 증가하기도 하나, 전체적으로 우한시 주민은 유리저장용기를 사용하는 비율이 높지 않은 편임. - 현재 당사는 한국 상품 전문 온라인 판매점을 설립할 계획을 가지고 있음. 당사는 한국기업과의 이메일을 통한 연락을 환영함.			

3. 홍콩

1 시장 동향

□ 품목 유망성

- 최근 불경기로 인해 중국 내 도시락을 애용하는 사람들이 많아지면서 도시락용 밀폐용기가 인기를 끌고 있음
 - 일반적으로 중국 화이트칼라들은 하루 전날 밀폐용기에 음식을 담아 냉장고에 보관하였다가 다음날 회사에 도시락을 가져가기 때문에 보관 편리성과 신선도가 오랫동안 지속되는 유리저장용기가 선호되고 있는 상황임
 - 또한 플라스틱 용기와는 달리 전자레인지, 냉동실 사용이 모두 가능하다는 점이 가장 시장 경쟁력임
 - 최근 건강에 대한 의식이 높아지면서 밀폐용기 재료의 친환경성 여부(멜라닌과 다이옥신 포함 유무 등)와 환경호르몬 안정성도 중요 고려 사항으로 떠오르는 추세임
- 타 국가 상품보다 월등한 품질로 인해 전세계적으로 각광받고 있는 한국 제품의 프리미엄 인지도가 점점 증가하고 있음
 - 세계 3대 소비재 박람회 중 하나인 홍콩 가정용품 박람회에 차별화된 디자인과 제품력(초소형 밀폐용기, 재활용이 가능한 용기, 향균 용기 등)을 선보인 국내 유리저장용기 상품들이 해마다 선보여지고 있으며 해외 바이어들의 높은 관심을 사고 있음

- 몇 년 새 중화권 내 국내 유리밀폐용기가 큰 성공을 거두며 이에 최근 유리저장용기의 대 홍콩 수출 비율이 높게 증가하는 추세를 보이고 있음
- 내열성이 떨어지는 다른 강화 유리제품과 달리 바닥에 떨어뜨리거나 웬만한 외부충격에도 잘 깨지지 않는 강화유리에 내열성까지 가미된 원료로 국내 밀폐용기제품은 신개념 밀폐용기로 떠오르고 있음
- 사계절 내내 차를 즐겨 마시는 홍콩인들의 습성 때문에 차를 따듯하게 보온하는 기능성 유리저장용기도 ‘다기’로 각광받고 있는 추세임

□ 수입동향 및 정책

- 최근 3년간 수입 규모 및 동향
 - 2011년 홍콩의 유리저장용기 수입은 22억 3307만 달러 규모를 기록하였고 그 중 21%는 대 독일 수입이 차지함
- 가격 경쟁력을 앞세운 중국산 유리저장용기의 시장 점유율이 20%이상을 차지하는 가운데 독일, 프랑스, 이탈리아 등 유럽 국가들로부터의 수입비중도 비교적 높음 (한국으로부터의 수입은 4%대)
- 세계 경기 불황으로 인해 잠시 증가율이 주춤 했던 2011년을 제외하면 대 한국 수입의 증가율이 타 국가보다 높게 증가하고 있음

< 홍콩 유리저장용기 수입동향(금액 기준) >

(단위: 천 홍콩달러)

순위	국가명	수입액 (전체 수입액에서 차지하는 비중)				증가율(%)			
		2009년	2010년	2011년	2012년 (1-10월)	2009년	2010년	2011년	2012년 (1-10월)
전체	수입액	169,777	193,532	223,307	133,832	+8.1	+14.0	+15.4	-28.7
1	독일	21,127 (12.4%)	28,568 (14.8%)	48,057 (21.5%)	32,772 (24.5%)	-28.6	+35.2	+68.2	-11.9

2	중국	45,228 (26.6%)	41,004 (21.2%)	47,507 (21.3%)	32,043 (23.9%)	+29.2	-9.3	+15.9	-16.2
3	일본	11,601 (6.8%)	10,393 (5.4%)	21,582 (9.7%)	19,865 (14.8%)	+34.3	-10.4	+107.7	+12.6
4	프랑스	19,851 (11.7%)	26,787 (13.8%)	39,970 (17.9%)	13,238 (9.9%)	+61.3	+34.9	+49.2	-63.1
5	이탈리아	10,953 (6.5%)	14,246 (7.4%)	12,726 (5.7%)	9,116 (6.8%)	+33.2	+30.1	-10.7	-13.8
6	한국	1,385 (0.8%)	10,802 (5.6%)	4,870 (2.2%)	5,973 (4.5%)	+506.5	+680.1	-54.9	+52.6

자료원: 홍콩 무역발전국

□ 관세 및 수출입 관련 정책

- 유리저장용기 관세 : 없음

품목명	HS Code	관세율
유리저장용기	701349	0%

- 홍콩-중국 경제긴밀협정(CEPA)

- 홍콩 내수시장은 규모가 크지 않기 때문에 홍콩을 통한 중국 시장진출을 모색해 볼 수 있음
- 홍콩을 통한 중국 시장진출 방법은 중국 진출 경험이 많은 홍콩 에이전트와의 협력을 통한 방법과 홍콩-중국 경제긴밀협정(CEPA)를 들 수 있음. 2006년 1월부터 홍콩 일부 가공을 통해 홍콩 원산지를 획득한 유리저장용기는 CEPA협정에 의거, 6-20%의 관세가 부과되지 않아 무관세로 중국 시장진출이 가능함

□ 인증제도

- 특별한 규제사항이나 인증 제도는 없으나 현지 수입업자들은 FDA, LFQD 등의 인증을 받은 제품을 선호하는 것으로 나타났고 ISO9001 등의 인증을 받기도 함

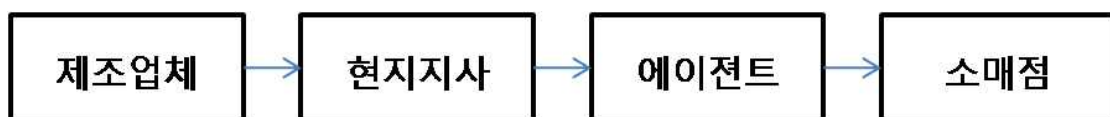
2 시장 구조

□ 현지 에이전트를 통한 제품 공급

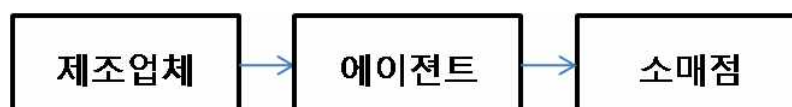
- 대부분의 해외 제조업체들은 홍콩현지 에이전트를 통해 제품을 공급함
 - 실 수요처가 제조업체와 직접 접촉하여 거래가 성사되는 경우도 있으나, 원활한 커뮤니케이션을 위해 현지 에이전트를 통해 거래하는 것이 일반적임
- 한국 유리저장용기 제조업체는 현지에 거래처를 다수 보유하고 있는 에이전트와 계약을 체결하여 현지 시장에 진출하는 것이 바람직 함
- 홍콩 내 유리저장용기 유통점은 Wellcome, ParkNshop, SOGO등의 대형 슈퍼마켓 또는 백화점이며 가정용품 및 주방 용품 판매처인 IKEA, Japan Home Center에서도 다양한 종류, 크기의 유리 저장용기를 판매하고 있음

< 유통구조 도식화 >

- 현지지사를 설립한 경우



- 현지지사를 설립하지 않는 경우



3 바이어 의견 조사

1	CONCEPT GARDEN LTD		
담당자	Ms. Emily Wong	직위	Marketing Manager
담당자 Tel	(852) 2191 4282	담당자 Fax	(852) 2191 4189
설립년도	2005	종업원 수	1-5
Website	http://www.concept-garden.com/		
연간매출	US\$ 250,000 - 499,999	연 수입액	확인불가
주요수입국			
수입품목	Plastic container, household items, premiums & gifts, souvenirs, promotion items		
업종	Manufacturer, Trading Company, Distributor/Wholesaler/Importer, Exporter, Service Company		
한국과의 거래경험		교신 가능 언어	영어, 광둥어, 만다린
바이어 참고사항	▶ 플라스틱 음식 보관용기, 도시락 통, 유리 저장용기 등을 취급하는 업체로서 제품을 직접 제조하기도 하고 홍콩 내 유통에이전트 업무를 하기도 함.		

2	Willer Imports		
담당자	Mr. Anthony Fung	직위	General Manager
담당자 Tel	(852)2393 3181	담당자 Fax	(852)2789 1007
설립년도	1977	종업원 수	
Website	www.willer.com.hk		
연간매출	확인불가	연 수입액	확인불가
주요수입국	Eastern Europe, North America,		
수입품목	Packaging Supplier provides wide-range plastic, glass, metal bottle & jar packaging container & service to cosmetics, food & pharmaceutical industries Electronic Components (Excl Semiconductors), Electronic Parts, Electrical Parts & Accessories, Spectacles, Sunglasses, Spectacle Frame - Metal, Spectacle Frame - Plastic		
업종	Importer, Exporter, Service Company		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	영어, 광둥어
바이어 참고사항	▶ Willer Imports는 플라스틱, 유리, 금속으로 만들어진 병, 용기, 화장품 용기 등을 수출입하는 회사로 홍콩 시장에 유통도 하고 있음.		

3	Isaiah Industrial Co Ltd		
담당자	Mr. Richard Chao Xu	직위	Gerneral Manager
담당자 Tel	(852) 2134 9819	담당자 Fax	(852) 3050 1821
설립년도		종업원 수	201-500
Website	www.isaiah.so		
연간매출	US\$ 1,000,000 - 4,999,999	연 수입액	확인 불가
주요수입국	중국		
수입품목	Houseware, Kitchenware, Household products		
업종	Exporter, Manufacturer, Distributor		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	영어, 광둥어
바이어 참고사항	▶ 냄비, 그릇, 음식 용기 등 전반적인 주방용품을 취급하는 업체로 주로 가격 경쟁력이 높은 중국산 제품을 저렴하게 유통함.		

4. 칠레

1 시장 동향

□ 수요동향

- 칠레는 제조업 기반이 취약하여 대부분의 소비재를 수입에 의존하고 있으며 유리저장용기 역시 수입산이 다수를 차지하고 있음
- 음식용기 시장은 크게 유리용기와 플라스틱용기로 나뉘는데 전 세계적으로 플라스틱 용기시장이 더 큰 것으로 나타나며 칠레에서도 플라스틱 용기 수요가 더 많음
- 유리저장용기 시장의 정확한 규모는 알 수 없으므로 수입액 기준으로 추정이 가능한데 2011년 수입액은 약 1,300만불이었으며 2012년 9월 현재는 약 1,100만불 수입을 기록하고 있음

□ 수입동향

- 유리저장용기의 최근 수입동향을 살펴보면 2011년에는 2010년보다도 수입량이 감소하였으나 2012년 9월 기준으로는 전년 동기 대비 12.36% 증가
- 국별 수입도향을 보면 2012년 기준 중국산이 약 33%로 시장의 1/3을 장악 하고 있으며 2위는 프랑스가 약 20%를 차지하고 있음
- 멕시코, 콜롬비아, 브라질 등 중남미에서 제조업 기반이 발달한 인근국으로 부터도 수입이 많은 것으로 나타남
- 전반적으로 살펴보면 저가시장에서는 중국산, 고가시장에서는 프랑스산이 시장을 양분하고 있으며 그 외에는 인근국, 선진국, 신흥국산이 고루 수입 되고 있는 상황

- 한국제품은 2012년 기준 점유율이 0.66%에 불과해 미약한 상황

<칠레 유리저장용기 (HS Code : 7013.49) 수입동향>

* 괄호 안은 점유율, (단위 : US\$천,%)

순위	국가명	2012(1-9월)	2011	2010
	전 체	10,681	12,588	12,857
1	중 국	3,510 (32.86)	4,634 (36.81)	4,486 (34.89)
2	프랑스	2,158 (20.21)	2,876 (22.85)	2,728 (21.22)
3	멕시코	1,062 (9.95)	682 (5.42)	682 (5.30)
4	인도네시아	984 (9.21)	855 (6.79)	1118 (8.70)
5	콜롬비아	510 (4.78)	599 (4.76)	599 (4.66)
6	이탈리아	494 (4.63)	482 (3.83)	386 (3.00)
7	미국	472 (4.42)	902 (7.17)	844 (6.56)
8	브라질	445 (4.16)	262 (2.08)	318 (2.47)
9	아랍에미리트	212 (1.99)	11 (0.09)	11 (0.09)
10	스페인	133 (1.25)	110 (0.87)	173 (1.35)
14	한국	71 (0.66)	33 (0.26)	76 (0.59)

* 자료원 : WTA

□ 경쟁동향

- 칠레 유리저장용기 10대 수입업체 현황을 살펴보면 크게 리테일러와 주방용품 전문 수입업체로 나뉘어짐
- 리테일러 중에는 칠레 슈퍼마켓 업계 1위인 Walmart가 5위, 칠레 유통 업체 1위 Cencosud이 6위, 칠레 백화점 업계 1위인 Falabella가 8위, 미용, 생활용품 전문

프랜차이즈인 Pre-Unic이 9위를 차지하고 있음

- 그 외 업체들은 주방용품 전문 수입업체들로 1위 Elena사와 2위 Inversierra사가 두 자릿수 점유율을 가지고 있고 나머지는 한 자릿수 이하 점유율의 다양한 수입업체들이 경쟁 중

<칠레 유리저장용기 (HS Code : 7013.49) 10대 수입업체 현황>
(단위 : US\$천,%)

순위	회사명	수입액	점유율
1	IMPORTADORA STA ELENA LTDA.	2,894	22.98
2	INVERSIERRA S.A.	1,990	15.80
3	JOSE RIVERO LLAMAZALES Y CIA.	1,160	9.21
4	COMERCIAL E INDUSTRIAL SILFA	928	7.37
5	WALMART CHILE	672	5.33
6	CENCOSUD RETAIL S.A	544	4.32
7	IMPORTADORA Y DIST. KW S.A.	482	3.82
8	FALABELLA RETAIL S.A.	430	3.41
9	PRE-UNIC S.A.	422	3.35
10	MATRIZ IDEAS S.A.	293	2.33

* 자료원 : Check point

- 다음은 칠레 대형마켓에서 판매 중인 주요제품별 소매가격으로 유리저장용기 뿐 아니라 플라스틱 용기도 함께 조사하였음

<칠레 주요 판매 품목>

사 진	브랜드 / 품목명	소매가격 (US\$)
	Thermos Hermetic	2.6
	Thermos Hermetic	4.7
	Haus Hermetic	1.9
	Ziploc Hermetic 2Lts	6.0
	Rubbermaid 1.2 Lts 3 Units	3.9
	Pyrex Glass for oven	20.6
	Pyrex 2Lts	14.3

사 진	브랜드 / 품목명	소매가격 (US\$)
	Corning Ware 5 pieces French White	62.1
	Corning Ware 9 pieces French White	103.7
	San Remo 0.8 Lts	2.4
	Lock & Lock 860 cc	5.1
	Lock & Lock 300 cc	3.1

* 자료원 : Lider, Cencosud 홈페이지

2 시장 구조

□ 유통구조



- 유통구조는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있는데 첫 번째는 대형유통업체들(리테일러)이 직수입하여 최종소비자에게 판매하는 방식
- 두 번째는 전문수입상이 수입하여 리테일러에 도매로 판매, 마지막으로 최종소비자에게 소매판매 되는 형식임

□ 관세

- 칠레는 FTA를 체결하지 않은 국가의 상품에는 6%의 단일관세를 부과하고 있으며 한국을 비롯하여 대부분의 주요 교역국가와는 FTA를 체결하고 있어 관세가 부과되지 않음
- 그러나 2012년 기준 유리저장용기는 한중일 3개국 제품에 각각 1.09%, 2.73%, 1.80%를 관세 부과 중이며 미국, 유럽산에는 부과되지 않음

□ 인증

- 유리저장용기 수입을 위한 별도의 등록절차나 인증은 필요하지 않음

3

바이어 의견 조사

1. Importadora ST Elena			
대표이사	Mr. Jose Rivero		
담당자	Mr.Luis Urrutia	직위	과장
전화번호	(56-2) 2695-8587	팩스번호	(56-2) 2696-9576
이메일	lurrutia@isel.cl	휴대전화	
설립년도		종업원수	
홈페이지	www.arcoroc.cl		
주소	Copiapo 1203 Santiago Centro Santiago Chile		
비즈니스 분야	생활용품, 주방용품		
관심품목	생활용품, 주방용품		
연매출액		연수입액	(11') USD 9,217,265
주요수입국	중국, 프랑스, 사우디아라비아		
한국과 거래경험	있음	사용언어	스페인어 / 영어
의견	○ 한국산 제품을 수입해 본 경험이 있으며 중국산 대비 가격은 비싸지만 그만큼 품질이 좋아 만족하는 편 ○ 한국업체의 진출을 위해서는 품질과 가격은 기본이며 대형유통업체 등에 네트워크가 우수한 칠레 수입상 물색이 필요하다고 충고		
요청사항	한국 우수제품 있을 경우 소개 희망함		

2. Inversierra			
대표이사	Mr.Eduardo Zalaquett		
담당자	Mr. Alberto Mansilla	직위	과장
전화번호	(56-2) 2924-9900	팩스번호	(56-2) 2924-9980
이메일	amansilla@inversierra.cl	휴대전화	
설립년도		종업원수	
홈페이지	http://www.inversierra.cl		
주소	Av.Pedro Fontova 6350, Huechuraba, Santiago, Chile		
비즈니스 분야	가정용품, 주방용품		
관심품목	가정용품, 주방용품		
연매출액		연수입액	(11') USD15,953,346
주요수입국	중국, 콜롬비아		
한국과 거래경험	없음	사용언어	스페인어 / 영어
의견	○ 칠레 음식저장용기 시장은 지속 성장할 예정이나 소비자들이 저가를 선호해 유리 제품 보다 플라스틱 제품 선호 ○ 현재 대부분의 제품을 중국으로부터 수입중이며 한국산 제품은 품질이 우수한 것으로 알고 있으나 중국산 대비 높은 가격으로 수입 경험 없음		
요청사항	가격을 중요시 여기므로 저렴한 제품의 공급이 가능한 한국업체 희망		

3. Jose Rivero Llamazales y CIA			
대표이사	Mr.Jose Rivero		
담당자	Mr. Fernando Rivero	직위	부장
전화번호	(56-2) 2698-9342	팩스번호	(56-2) 2672-8172
이메일	frivero@elvolcan.cl	휴대전화	
설립년도		종업원수	
홈페이지	www.elvolcan.cl		
주소	San Die해 767, Santiago Centro, Santiago, Chile		
비즈니스 분야	주방용품		
관심품목	주방용품		
연매출액		연수입액	(11') USD 6,672,633
주요수입국	중국, 프랑스, 스페인		
한국과 거래경험	있음	사용언어	스페인어 / 영어
의견	한국산 취급 경험이 있으며 품질에 만족		
요청사항			

2013년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번 호	제 목	발간일자
13-001	오바마 재선에 따른 경제.통상정책 방향 전망과 시사점	2013.1
13-002	2013년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.1
13-003	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 공작기계 (머시닝센터) -	2013.1
13-004	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타콜프용품 -	2013.1
13-005	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 안경테 -	2013.1
13-006	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리에스터 단섬유 -	2013.1
13-007	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리프로필렌 테이프 -	2013.1
13-008	선진국의 미래산업 육성정책	2013.2
13-009	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 광케이블 -	2013.2
13-010	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타전동공구 -	2013.2
13-011	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타컴퓨터 주변기기 -	2013.2
13-012	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 펌프 -	2013.2
13-013	미국 제조업 경쟁력 강화 정책 및 시사점	2013.2
13-014	한-콜롬비아 FTA 효과 및 활용방안	2013.2
13-015	떠오르는 이라크 재건시장을 선점하라	2013.2
13-016	주요국 환율변동에 따른 해외시장 동향과 진출여건	2013.2
13-017	엔저하의 수출 경쟁력 현황 및 전망	2013.2
13-018	한미 FTA 발효 1주년, 대미 수출 성과 분석	2013.3
13-019	일본의 대인도 진출전략 및 대응방안	2013.3
13-020	독일 직업교육 훈련제도 현황 및 시사점	2013.3
13-021	중소기업 신규 수출확대 유망품목 주요 시장 동향 <기타 무선통신기기>	2013.3
13-022	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 플라스틱 가공제품 -	2013.3
13-023	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 편직물 (인조섬유제) -	2013.3
13-024	세계의 공장으로 부상하는 멕시코	2013.3
13-025	인도의 CSR 정책과 시사점	2013.3
13-026	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 유리 저장 용기 -	2013.3

□ KOCHI자료

번 호	제 목	발간일자
13-001	대만시장에서 한류 활용하기	2013.1
13-002	[중국 석학에게 듣는다] 2013 중국 경제 전망	2013.2

□ KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
13-001	해외 주요국 투자인센티브 현황 및 사례조사	2013.1
13-002	외국인을 위한 법인설립 안내	2013.1
13-003	Guide to Business Establishment in Korea	2013.1
13-004	2012년도 북한의 대외교류동향	2013.2
13-005	GCF시대에 대비한 세계그린프로젝트 수주방안	2013.3
13-006	국가IR 개선 방안 연구	2013.3

□ 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
13-001	2013 세계시장 진출전략 설명회	2013.1
13-002	2013 중국3대 유망시장 설명회	2013.1
13-003	2013년 전략시장 협력 파트너십 포럼	2013.1
13-004	Iraq-Korea Business Forum	2013.3

작성자

◆ 도쿄 무역관	박은희 과장
◆ 오사카 무역관	김경미 과장
◆ 후쿠오카 무역관	조병구 과장
◆ 베이징 무역관	정진우 과장
◆ 상하이 무역관	김명신 과장
◆ 우한 무역관	박영훈 과장
◆ 홍콩 무역관	이주상 과장
◆ 산티아고 무역관	유현주 과장
◆ 해외시장컨설팅팀	김영상 과장

Global Market Report 13-026

수출유망품목 주요 시장동향 조사

- 유리 저장 용기 -

발 행 인 | 오 영 호
편 집 인 | 배 창 헌
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2013년 1월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.globalwindow.org

Copyright © 2013 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.