

美 바이어가 뽑은 한미 FTA 10大 수출유망품목 및 진출 전략



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 한미 FTA 협상타결 및 향후 추진 일정 / 4

II. 한미 FTA 공산품 협상 결과 및 수혜 예상 산업 / 6

III. 美 바이어가 뽑은 10大 수출유망품목 및 진출전략/ 8

9	(1) 자동차 부품
13	(2) 승용차 타이어
17	(3) 변압기
20	(4) 폴리에스터 원사
22	(5) 공작기계
25	(6) 에폭시수지
27	(7) 프리미엄 디지털 TV
31	(8) 폴리스티렌
33	(9) 산업용 장갑
36	(10) 스웨터

요 약

KOTRA는 한미 FTA 추가협상 합의문 서명에 맞춰 '美 바이어가 뽑은 한-미 FTA 10大 수출유망품목 및 진출 전략'을 제시했다. 품목별 바이어 접촉 결과를 토대로 작성된 이 보고서는 자동차 부품, 승용차 타이어, 변압기, 폴리에스터원사 등을 한미 FTA의 수혜를 가장 많이 받을 품목으로 꼽았다

[자동차 부품] 최근 몇 년간 한국산 부품에 대한 인식이 급격히 향상된 데다, 금융위기 이후 BIG3가 원가 절감을 위해 글로벌 아웃소싱을 확대하고 있어 OEM 납품 기회가 확대될 것으로 기대된다. 최근 한국 완성차 브랜드의 시장 점유율이 급상승(8%)함에 따라 현지 생산용 반제품 수출이 급증하고 있는 것도 기회 요소다. Ford사 부품 구매 관계자는 관세 철폐시, 한국산 자동차 부품의 대미 수출이 약 5~10% 증가할 것으로 전망하며, 특히, 전장, 금형, 플라스틱 분야가 유망하다고 내다봤다.

[승용차 타이어] 2009년 9월 중국산 타이어에 대한 세이프가드 발동으로 한국산 타이어는 2010년 중국과 일본을 제치고 수입국 1위 자리에 올라섰다. 관세가 4%에 불과하지만 원자재 가격 상승으로 연간 타이어 가격 상승률이 10%를 상회함에 따라, 관세 철폐에 따른 가격 인하 효과는 증폭될 전망이다. 다만, 관세가 즉시 철폐되지 않고, 향후 4년간 철폐되는 점을 감안시, 만 5년 째 되는 해부터 수혜효과가 가시화될 것으로 보인다

[변압기] 가격 경쟁이 치열한 고가 제품으로, 현행 관세 1.6%가 철폐될 경우, 가격 인하 효과가 평균 8,000불에 달해 수출 확대가 기대된다. 또한, 1950~70년대 설치된 전력 시스템이 노후화되어, 교체수요가 크게 확대되고 있다는 점도 긍정적이다. 변압기 전문 취급업체 P社 구매 담당 이사는 미국시장에 성공적인 안착을 위해서는 가격도 중요하지만 글로벌 기업과 경쟁할 수 있는 품질, A/S망 구축도 선결되어야 한다고 지적했다.

[폴리에스터원사] 중국산과 고전 중인 한국산 폴리에스터원사 수출에도 숨통이 트일 전망이다. 한국은 2009년까지 대미 폴리에스터원사 수입국 1위 자리를 고수하였으나, 저가 중국산에 밀려, 작년에 수입국 1위 자리를 내줬다. 4.3% 관세 철폐로 중국산과 한국산의 가격 차이(최대 25~30%)를 만회하기는 어렵겠지만, 가격 뿐 만 아니라 품질이 중요한 기능성 섬유 시장에서는 수출 확대가 예상된다.

[공작기계] 대다수 제품 가격이 보통 10만불 이상으로 관세 철폐 효과가 3000~4000불을 상회하여, 한국산 가격 경쟁력이 제고될 전망이다. 4% 내외의 관세 철폐시, 시장 점유율 1위인 일본산과의 가격차는(10~20%고가) 확대되고, 한국산을 맹추격하고 있는 대만산과의 가격차는(10~20% 저렴) 좁혀져, 수출이 확대될 것으로 전망된다.

[에폭시수지] 한국산은 이미 품질 인지도가 높은 상황으로, FTA를 통한 가격 경쟁력 확보가 수출 증대에 기여할 것으로 보인다. 석유화학제품 바이어 Ashland Holdings社 관계자는 한국산 품질이 우수한건 이미 알려진 사실이라며, 관세 철폐시 한국산 구매를 적극 검토할 것이라고 밝혔다.

[프리미엄 디지털 TV] 디지털 TV 대부분은 멕시코 공장에서 생산이 이뤄져, 한미 FTA가 발효되어도 관세 혜택이 없으나, 고가 프리미엄 TV는 한국서 생산 및 수출되고 있어 관세 철폐 효과가 기대된다.

[폴리스티렌] 한국산은 가격 경쟁력 하락과 지리적 열세로 멕시코산과 캐나다산에 밀렸으나, 한미 FTA로 6.5% 관세가 즉시 철폐시 가격 경쟁력 회복으로 수출 확대가 기대된다. Foam Fabricators社 구매 담당자는 원료공급 부족에 따른 아시아 지역 생산 공장 폐쇄로 공급 차질을 방지하기 위해, 안정적인 공급선을 모색 중인데 품질이 우수한 한국산의 관세가 철폐된다면 구매를 적극적으로 검토해볼 예정이라고 말했다.

[산업용 장갑] 한국산은 품질은 우수하나, 스리랑카, 멕시코, 중국산에 비해 단가가 10~15% 비싸 2010년에는 그동안 고수해오던 대미 수입국 1위 자리를 스리랑카에 내줬다. FTA 발효로 13.5%의 관세가 즉시 철폐된다면, 가격 경쟁력이 제고되어 수입국 1위 자리를 탈환할 수 있을 것으로 예상된다.

[스웨터] 현행 관세율이 32%에 달해, 관세 즉시 철폐시 가격 경쟁력이 대폭 향상되어 대미 수출이 증대될 전망이다. 그러나 대부분의 바이어는 중국산과 동남아산이 워낙에 염가에 수입되고 있어, 한미 FTA 발효로 한국산이 가격 우위를 확보할 수 있을지는 예단하기 어렵다고 지적한 후, 중저가 대형시장보다 고가 틈새시장을 공략할 것을 주문했다.

I. 한미 FTA 협상 타결 및 향후 추진 일정

□ 최초 협상 타결 3년 반 만에 재협상 타결(2010.12.3)

- 2007년 6월 한미 FTA 공식서명이 이뤄진 후, 양국 모두에서 비준 지연
 - 한국 : 2009년 4월 국회 외교통상통일위원회에서 통과되어, 본회의 표결 절차만 남아 있던 상황
 - 미국 : FTA 이행법률안이 아직 의회에 제출되지도 않은 상태
- 2009년 7월부터 2010년 12월 1일까지 9차례에 걸친 한미 통상협의·장관회의 끝에 2010년 12월 3일 전격 추가협상 타결

<한미 FTA 협상 개시에서 추가협상 타결까지 경과>



- 축산업과 의약품 분야에서는 미국으로부터 양보를 얻어냈으나, 자동차에서는 한국이 양보

<한미 FTA 추가 협상 결과 요약>

양보한 것		얻은 것		
자동차	관세	미국산 승용차 전기자동차는 만 4년 뒤(협정발효 후 5년째), 화물차는 만 7년 뒤(협정발효 후 8년째)로 관세 철폐 시기 연기	축산물	미국산 돼지고기 관세철폐 완전 철폐 시기 2014년 1월 1일 → 2016년 1월 1일로 2년 연기
	세이프가드	자동차 특별 세이프가드 조치 신설	의약품	허가 특어 연계 조항 1년 반 동안 분쟁 대상으로 삼지 않음 → 조항 적용 자계를 협정 발효 후 3년 이후로 유예
	안전기준	미국산 자동차에 대한 예외 연 6500대 → 2만 5000대까지 확대 인정	비자	대미 연지투자기업 파견 근로자 비자 유효기간 1.3년 → 5년으로 연장
	환경기준	미국산 자동차에 대해 연 4500대까지 연료소비율, 이산화탄소 배출량 기준 19% 완화		

□ 향후 추진 일정(한미 양국 비준 절차)

- 한국에서는 국회 상임위를 통과한 기존 협정문과 새 협정 내용을 함께 처리할 것인지 따로 처리할 것인지 법제처, 국회와 협의를 통해 결정할 예정
- 美 공화당 의원을 중심으로 한미 FTA를 콜롬비아, 파나마 FTA와 패키지로 비준을 추진 중이나, Ron Kirk 미무역대표부는 한미 FTA 비준을 별도로 진행할 것임을 강력히 시사
- 금년 최우선 통상 아젠다로 추진하여, 늦어도 7월 1일 발효를 희망
 - * 한-EU FTA 발효 일자와 동일
- 5월 중 하원, 6월 중 상원 표결을 추진할 것으로 알려짐.

<한미 양국 FTA 비준 절차>



양국 의회가 비준 동의 절차를 마치고 상대국에 통보, 60일 후에 발효

빠르면, 금년 하반기 중 발효 가능

II. 한미 FTA 공산품 협상결과 및 수혜 예상 산업

□ 전반적 양허수준

- 조기철폐(3년내 관세철폐)를 기준으로 미국은 對韓수입의 92.1%를 관세철폐, 한국은 對美수입의 94.1%를 관세철폐(품목수 기준)

< 양국 상품분과 양허결과 >

	우리측				미측				
	품목수	비중	수입액(억불)	비중	품목수	비중	수입액(억불)	비중	
즉시철폐	7,218	85.6%	200.0	80.6%	6,176	87.0%	331.0	87.2%	
3년균등	719	8.5%	33.2	13.4%	360	5.1%	28.2	7.4%	
5년균등	168	2.0%	3.8	1.5%	196	2.8%	8.7	2.3%	
10년	균등	301	3.6%	10.7	4.3%	333	4.7%	11.5	3.0%
	비선형	24	0.3%	0.3	0.0%	12	0.2%	0.1	0.0%
12년	비선형	1	0.0%	-	0.0%	17	0.2%	0.02	0.0%
	TRQ	2	0.0%	0.03	0.0%				
15년(TRQ)	1	0.0%	0.04	0.0%					
총계	8,434	100%	248.4	100%	7,094	100%	379.6	100%	

□ 주요 산업별 협상 결과

<주요 산업별 미측 양허 결과>

산업	평균 관세율(%)		즉시 철폐율(%)		주요 협상 결과(미측 양허 결과)
	한	미	한	미	
자동차 부품	8.0	2.5	100	100	· 한지와 베어링 제품(10년 철폐)을 제외한 나머지 자동차 부품은 즉시 철폐
섬유	9.0	13.0	98	87	· Yarn Forward가 원칙적으로 적용되나, 린넨, 여성재킷, 남성셔츠 등은 예외 · 우리 주력 생산품목인 동시에 미국의 관세율이 높은 화섬제품(25~32%) 중심으로 관세가 즉시 철폐
일반 기계	6.4	1.7	80	91	· 베어링, 건조기 등 32개 품목은 장기 유예 후 관세철폐
전기 전자	8.0	2.2	93	94	· 경쟁력 확보가 필요한 분야(세탁기, 전자렌지 등 일부 가전제품)를 제외하고는 즉시 철폐

□ 한미 FTA 발효에 따른 수혜 예상 산업

- 對美 수출 377억불 중, 30대 품목이 차지하는 비중이 73%(MTI 4단위, 2009년 기준)
- 이 중, 관세 인하혜택이 없는 무관세 품목을 제외시, 승용차, 자동차 부품, 타이어, 변압기, 합성수지 등(아래 표에서 노란색으로 채색)으로 수혜 산업이 압축
- 무관세 품목이 차지하는 비중이 61%
- * 우루과이 협상 결과, 미국은 제지류, 철강, 반도체, 건설장비, 의약품, IT 제품(1997년 Information Technology Agreement 체결) 등 특정산업에 대한 무세화에 합의

<對美 수출 30대 품목(2009)>

순위	품목명	수출액	관세율	철폐시기	순위	품목명	수출액	관세율	철폐시기
1	무선전화기	78.4	0	-	16	기초유분	2.9	0	-
2	승용차	53.9	2.5%	만 5년째	17	컴퓨터부품	2.9	0	-
3	반도체	23.0	0	-	18	펌프	2.9	0	-
4	자동차부품	21.3	2.5%	즉시	19	철강관	2.6	0	-
5	제트유	11.0	10.5~52.5¢/b	즉시	20	합성수지	2.6	0~6.5%	0~3년 째
6	섬유기계	8.9	0%	-	21	열연강판	2.5	0	-
7	타이어	5.7	4%	만 5년째	22	건설중장비	2.5	0	-
8	평판디스플레이	6.5	0	-	23	편직제의류	2.3	0~32%	0~10년 째
9	냉장고	6.3	0	-	24	윤활유	2.3	10.5¢/kg,7%	즉시
10	무선통신기기부품	5.3	0	-	25	모니터	2.2	0	-
11	항공기부품	5.3	0	-	26	철구조물	2.1	0	-
12	휘발유	5.6	0	-	27	편직물	2.1	0~32%	0~10년 째
13	변압기	4.0	1.6%	즉시	28	인쇄용지	2.0	0	-
14	플라스틱제품	3.8	4.2~6.4%	0~3년 째	19	무선교환기	2.0	0	-
15	유선전송장치	3.2	0	-	30	무선수신기	1.8	0	-

III.

美 바이어가 뽑은 10大 수출유망품목 및 진출 전략

· 선정 기준 : 고관세 혹은 가격 경쟁 치열 품목, 1천 만불 이상 수출(2010.1~11)

품 목	관세율 (%)	수출액 (백만불)	수혜 사유	진출 방안
①자동차 부품	1.3~10.2 (즉시)	2,321	· 가격 경쟁이 치열해 관세 철폐효과 다대 · 해외아웃소싱 강화	· ISO/IS 16949 등 품질 인증 획득 · 완성차업체 납품실적 체계적 관리 · 고효율 고연비 부품개발
②승용차 타이어	4.0 (만5년, 단계철폐)	863	· 對中 SG 발동 · 현지생산감축 · 한국산 인지도 제고	· 스포츠 마케팅을 통한 브랜드 인지도 제고 · 바이어 마케팅 활동 재정적 지원 검토
③변압기	1.6 (즉시)	379	· 노후전력설비 교체수요 다대 · 가격 경쟁 치열한 고가 제품	· IECEE, UL, ANSI 등 필수 인증 획득 선결 · 미국 현지에 A/S망 구축으로 제품 신뢰도 제고
④폴리에스터 원사	4.3 (즉시)	127	· 폴리에스터원사 혼방비율 증가 · 가격 경쟁력 즉시 제고	· 기능성 섬유시장 공략 · 구매선 전환이 민첩한 소형업체 수요 발굴 노력
⑤공작기계	3.2~4.2 (0~5년)	60	· 고가제품으로 관세인하효과 다대 · 가격 경쟁 치열한 고가 제품	· 품질 경쟁력 확보 및 현지 서비스망 구축 · 유명전시회 참가로 바이어 발굴 노력 강화
⑥에폭시 수지	6.1 (즉시)	32	· 관세 즉시철폐	· 자동차·우주항공기분야 산업 집중 공략
⑦프리미엄 디지털 TV	5.0 (만3년, 단계)	22	· 국내생산 신제품, 고가품 수혜	· 사후서비스, 디자인 등 非가격 경쟁력 요소 강화 · 대형유통망 집중 공략
⑧폴리스 티렌	6.5 (즉시)	19	· 관세 즉시 철폐	· 현지기업과 제휴 및 공동 R&D
⑨산업용 장갑	13.5 (즉시)	16	· 관세 즉시 철폐로 가격경쟁력 열위 만회	· 제품 다양화로 수출품목 확대 · 첨단소재 개발
⑩스웨터	32.0 (즉시)	12	· 고관세 즉시 철폐	· 디자인 강화, 적기 딜리버리 · 고가 틈새시장 공략

(1) 자동차 부품

□ 선정사유

- 1.3~10.2%의 관세 철폐시, 가격 경쟁력이 치열한 품목 위주로 경쟁력 강화

□ 수요 동향 및 전망

- 금융위기 이후 빅3는 원가절감 및 경쟁력 회복을 위해 글로벌 아웃소싱을 더욱 확대
 - GM의 연간 한국산 부품 구매액은 20억 불을 상회, Ford는 아시아태평양 지역으로부터만 연간 90억불 부품을 조달
- 최근 한국 완성차 브랜드의 시장 점유율이 급상승(8% 정도)함에 따라 현지 생산용 반제품 수출도 급증할 것으로 전망
 - 한국 브랜드 완성차에 공급되는 한국산 반제품 수입비율은 30~40%
 - * 한국 브랜드 현지 자동차 생산규모는 연간 60만대를 상회할 것으로 전망

□ 경쟁 및 수입 추이

- 비용 절감을 위해 BIG3가 해외 아웃소싱을 확대하면서 2007년까지 미국의 자동차 부품 수입이 증가하였으나, 경기 침체 영향으로 2008년 이후 급감, 2010년 들어 회복세 시현
- 대부분의 국가로부터 수입액이 크게 감소한 가운데, 원가 절감을 위한 중국, 인도, 인도네시아 등 저비용 국가들로부터의 부품은 비교적 선방
- 한편, 일본, 독일, 프랑스 등 선진국으로부터는 고부가, 하이테크 부품 수입이 상당부분 지속

<미국의 연도별 자동차 부품(HS8708) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	40,664.1	29,088.7	38,747.1
멕시코	9,387.7	7,717.5	10,862.1
캐나다	9,018.8	5,291.8	7,105.3
일본	7,460.0	5,216.2	6,578.0
중국	3,675.2	3,101.4	4,158.9
독일	3,028.4	2,215.5	2,757.7
한국	2,035.1	1,351.3	2,321.2
대만	1,075.9	944.4	976.3
프랑스	726.6	532.8	573.1
인도	435.3	334.3	523.1
이탈리아	782.6	456.9	506.7
기타	3,038.4	1,926.7	2,384.7

□ 주요 바이어 의견

○ Ford

- 관세 철폐시, 전반적으로 5~10% 수입 증가가 예측되는데, 특히 전장, 금형, 플라스틱 등 분야가 유망
- 중국, 일본, 유럽 등 주요 경쟁국으로부터 수입선 전환도 가능할 것으로 예상

○ Robert Bosch LLC

- 관세 철폐시, 한국 부품의 수입이 5~10% 늘어날 것으로 관측
- 특히, 저가 중국산보다는 고부가가치 부품 생산국인 일본, 독일, 캐나다, 멕시코산과 경합시, 더욱 큰 경쟁력을 확보할 것으로 전망

○ **BEHR**

- OEM 자동차 부품 구매시, 가장 중요한 고려 요소는 가격과 품질로, 최근 몇 년간 한국 제품에 대한 인식이 급격히 향상
- 관세철폐시 약 5% 이상의 수입 증가를 예상하며, 고도의 정밀성이 요구되는 공조 시스템(HVAC) 분야는 유럽과 일본 뿐 만 아니라 중국 등과의 경쟁에서도 경쟁력을 확보할 수 있을 것이라고 전망

○ **바이어 추천 수출 유망 자동차 부품**

- 머플러와 배기 파이프(8708.92.50)와 같은 품목은 최근 배기가스 규제가 강화되면서 높은 기술력과 안정된 품질이 요구되고 있어 한국산 수요가 확대될 전망
- 플라스틱(Resin) 소재의 경우 일반 부품의 관세(2.5%)보다 더 높은 관세(8.5%)를 적용 받고 있어, 관세 철폐로 인한 효과가 매우 높을 것으로 관측
- 드라이브 액슬, 스티어링 휠 및 박스 등 부피가 크고 높은 중량의 부품들이 단가 절감효과가 클 것으로 예상
- 한편, 단가가 높더라도 부피가 매우 큰 대형 부품(범퍼, 도어 어셈블리, 차체 등)은 물류비 민감도가 매우 높아 수출확대에 다소 한계가 있을 것으로 분석

□ **현지 진출업체(판매법인) 의견**

- 빅3와 북미 지역 한국, 일본 완성차 업체에 부품을 납품하는 한국 진출기업들도 관세철폐로 인한 수출 증대 효과를 기대
- **현지 진출 기업이 예상하는 수출 유망 자동차 부품**
 - 엔진 피스톤 관련 부품, 공조시스템, Window Regulator, 플라스틱 사출부품, 고무제품, Actuator, PTC Heaters, Clutch Coil, Sensors, 전장품, Seat Heating and Cooling Module 등

- 한편, 바이어들이 품질 보증을 위해, 소수의 적정업체만을 대상으로 공급계약을 체결하여 공급업체 관리 부담을 줄여 나가는 추세여서 품질관리가 뒷받침 되어야만 관세 철폐 효과를 100% 활용할 수 있을 것으로 예상
- 빅3 등은 품질 보증을 위해, 소수의 적정업체만을 대상으로 공급계약을 체결하여 공급업체 관리 부담을 줄여 나가는 추세

□ 진출(마케팅) 포인트

- 북미시장 진출을 위해서는 자동차 부품 업계의 국제적 품질 인증인 ISO/TS16949 취득이 우선
- 완성차 업체들은 글로벌 생산능력을 지닌 부품 업체들을 선호하는 바, 전 세계 주요 완성차 업체들에 대한 납품과 클레임 관리 기록 등을 철저히 관리하여 실적으로 제시할 필요
- 최근 들어 완성차 업체들은 소수 적격 공급업체들을 대상으로 견적요청서(RFQ)를 송부하는 경우가 많아, 동 목록에 우선 포함되는 것이 최우선 과제
- 납품 계약이 당장 성사되지 않더라도 지속적인 홍보를 강구함과 동시에 주요 납품업체들의 공급 동향을 지속적으로 모니터링
- OEM 납품은 짧게는 2년, 양산까지는 최대 4년 등 장기간이 소요되는 바, 바이어와 엔지니어 모두 지속적으로 접촉하고 관리
- 금융위기 이후 고효율 중소형 차량을 중심으로 완만한 회복세를 보이고 있어 고연비 고효율 등의 부품 개발 노력을 경주할 필요
- GM은 특히 경영진에서 그린테크놀로지 제품에 주목

(2) 승용차 타이어

□ 선정사유

- 미국 정부는 승용차와 경트럭용 타이어에 대해 對中 세이프가드 발동
 - 앞으로 3년간 35~25%의 추가 관세를 부과하기로 결정하고, 첫 해 35%, 2년째 30%, 3년째에는 25% 관세 추가 부과 (2010.9.23)
- 경기 불황으로 현지 메이커들이 생산시설을 감축하여, 최근 소비 회복에 따른 수요 증가를 현지 생산이 뒷받쳐 주지 못하는 상황
 - 최근 들어, 한국산 타이어 물량이 딸리는 경우까지 발생
- 현대기아차의 현지 생산 증가와 한국 타이어 업체들의 적극적 마케팅 활동으로 한국제품에 대한 소비자 인식까지 개선

□ 수요 동향 및 전망

- 유지 보수용 타이어 교체 수요와 점진적으로 회복되고 있는 신차 수요가 맞물려, 전반적으로 타이어 수요가 증가세
 - 경기 불황으로 지출에 민감해진 소비자들이 중고차를 수리하여 유지하는 추세에 따라, 중고차의 타이어 교체가 빈번
 - 경기회복과 함께 신차 판매도 증가하면서 OEM용 타이어 수요도 동반 증가
- 경기불황기에 현지 메이커들의 생산시설을 축소할 여파로, 최근 소비수요가 살아나고 있으나 현지 공급이 수요에 못 미치는 상황
 - 2008-2009년 2년간 Goodyear, Michelin, Bridgestone 등 현지 주요 타이어 제조사가 생산시설을 축소, 일부 공장은 폐쇄 조치

□ 경쟁 및 수입 추이

- 저가 중국산 타이어, 미국 시장서 사면초가
 - 고속도로에 널려있는 타이어 터진 조각은 모두 중국산이라는 인식이 팽배할 정도로 중국산 타이어 품질에 대한 평가 저하
 - 對中 세이프가드 발동으로 중국산 타이어의 비교 우위인 저가 공략이 불가능해지자 바이어들이 중국산 타이어 구매를 주저
- 고가 일본산 타이어 업계 관계자들은 엔고에 한미 FTA까지 발효된다면, 한국산과의 가격 경쟁력 격차가 더욱 커질 것을 우려
- 가격 대비 품질 우위 확보로 한국산 타이어에 대한 소비자 인지도 급상승
 - 현지에서 타이어 제품의 품질 등급은 Goodyear, Michelin, Bridgestone은 First Tier, 요코하마와 토요, 스미모토 타이어 등은 Second Tier, 한국산 타이어는 Second Tier와 Third Tier 중간, 기타 중국과 인도네시아, 말레이시아 타이어 등은 Third Tier로 인지
 - 최근 몇 년간 경제위기로 가격에 민감해진 미국 소비자들이 상대적으로 저렴한 한국산 타이어를 시험삼아 사용해본 결과 만족도가 높은 것으로 조사
 - 또한 미국 소비자 전문지 컨슈머 리포트에서 한국산 타이어가 수차례 호평을 받아 한국산 타이어의 품질과 브랜드이미지가 상승

<H-Rated 타이어 브랜드/모델 TOP 5(평가점수 기준)>

브랜드 (모델)	Michelin (PrimacyMXV4)	Falken (ZiexZE912)	Nokian (WRG2)	Yokohama (AvidH4s)	Kumho (SolusKH16)
소매가(U\$)	122	79	160	86	75
평가 점수	84	80	80	78	76

- 빅3에 OEM으로 납품되고 있다는 사실도 한국산 이미지 제고에 기여

- 對中 세이프가드 발동으로 한국산 타이어가 가장 큰 수혜
 - 對中 세이프가드 발동 이후 추가관세(35%) 부과로, 대중 수입이 30% 이상 급감
 - 한국산은 말레이시아와 인도네시아산을 제치고 가장 큰 반사이익 수혜
 - 중국산 타이어가 제품의 질이 떨어짐에도 불구하고 유일한 메리트인 가격 때문에 그동안 수입되었으나 35% 추가관세 부과로 가격 메리트를 상실
 - 한국산 타이어는 미국산이나 일본산에 비해 가격과 품질 모두에서 경쟁력이 있어 바이어들에게 매력적인 대안으로 어필
- * 경제위기로 미국산 타이어의 생산 능력이 축소되고 일본산 타이어는 엔고로 가격 경쟁력이 저하

<미국의 연도별 승용차용 타이어(HS4011.10) 수입추이 >

(단위 : U\$mil)

국 명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	5,080.1	4,477.4	5,229.8
한 국	571.8	479.4	862.9
일 본	785.8	677.6	838.3
중 국	1224.5	1150.0	739.4
캐나다	629.8	680.4	703.1
멕시코	217.3	249.4	331.1
인도네시아	176.0	168.0	288.6
태 국	132.2	156.5	282.2
브라질	245.2	210.0	245.9
독 일	217.8	164.1	195.0
대 만	107.1	66.8	143.5
기 타	772.6	475.2	599.8

자료원: World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

- 품질이 중국산보다 우수하고 일본산에도 뒤지지 않는 한국산 타이어에 대해 관세가 인하된다면 경쟁력이 강화될 것으로 예상
 - 관세는 4%에 불과하나 원자재 가격의 상승으로 연간 타이어 가격 상승률이 10%를 상회함에 따라, 관세 철폐에 따른 가격 인하효과는 더 커질 전망이어서, 바이어 수입확대에 중요한 인센티브로 작용할 전망
 - 다만, 즉시 관세가 철폐되지 않고 향후 4년간 단계적으로 철폐되어, 만으로 5년째 되는 해부터 본격적인 수혜효과를 볼 수 있을 것으로 관측

□ 현지 진출업체 의견

- 만 5년 되는 해, 관세가 완전히 철폐되면 수혜효과가 가시화될 것으로 예상
 - 한국산 브랜드 이미지 제고 효과와 맞물려, 한국산 타이어 시장 점유율이 확대될 것으로 예상 (금호, 한국 타이어)

□ 진출(마케팅) 포인트

- 공격적인 브랜드 홍보를 통해 제품 인지도 제고
 - 일례로, '금호타이어'는 미국프로농구팀인 LA Lakers와 Miami Heat, 풋볼로 유명한 미국 5개 대학을 후원 금호 브랜드 인지도 제고
- 지속적인 품질 개선을 통해 소비자들에게 권위있는 전문잡지(Consumer Report 등)에서 시행하는 품질(안전도) 평가시 랭킹 업그레이드
 - 저가 중국산과는 차별화, 고급 유럽산·일본산과는 (안전면에서) 동급으로 인정받도록 노력
- 한국산 타이어 취급 바이어의 마케팅을 재정적으로 지원하는 방안도 상당히 효과적인 것으로 평가
 - 한국타이어는 특정 바이어 대상 타이어 판매량의 일정액을 펀드로 조성하여 바이어가 마케팅 활동에 사용할 수 있도록 지원

(3) 변압기

□ 선정사유

- 미국은 50~70년대 설치된 전력 시스템의 교체주기 도래로 중전기기 수요가 크게 증가하는 추세
- 가격 및 품질 경쟁이 치열한 제품으로 현행 관세 1.6%만 철폐되어도 가격 인하 효과가 상당(8,000불 이상)
- 한국 업체들의 원천기술 확보와 노하우 축적으로 시장 강자로 부상 중

□ 수요 동향 및 전망

- 북미 시장은 세계 최대 변압기 시장으로 전력 설비의 노후화로 인해 교체 수요가 증가할 전망
- 영국의 세계전력시장 조사기관인 골든 리포트는 미국 시장이 2010년 36억 불에서 2015년 43억 불로 매년 안정적인 성장을 보일 것으로 전망

□ 경쟁 및 수입 추이

- 변압기 시장은 GE 등 미국 유명 대기업이 미국 내 생산 또는 멕시코에서 생산하는 제품이 시장을 장악
- 대용량 변압기에서는 한국산 제품에 대한 인지도가 높은 편으로, 현대중공업은 북미 시장에서 시장 점유율이 40%에 달함.
- 고압 제품의 경우 대다수가 주문 생산

<미국의 대용량 유입식 변압기(HS8504.23)수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	1,138.9	1,292.5	1,030.9
한국	278.4	327.2	379.1
멕시코	287.5	259.6	152.7
캐나다	101.1	147.7	131.9
오스트리아	102.0	131.6	103.9
네덜란드	63.4	48.5	65.1
브라질	58.0	93.2	51.4
대만	36.3	67.1	42.0
스페인	0	0	17.0
이스라엘	22.0	20.3	16.7
포르투갈	34.4	40.9	14.1
기타	155.8	156.4	57.0

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

- 미국 변압기 시장은 GE나 ABB사 등 대형 업체들이 대다수 범용 시장을 점유
- 한국산에 대해서는 품질이 우수하다고는 인지하고 있으나, 인지도가 낮아, 한국산을 취급하는 바이어들 중 상당수가 자사 브랜드를 부착하여 판매
 - 한국 업체가 미국 변압기 시장 진출하기 위해서는 기본적으로 품질 경쟁력을 확보하고 있어야 하며 또한 브랜드 인지도도 중요해 자사브랜드로 진출시, 초기 진출에 높은 진입 장벽이 존재
- 한미 FTA가 발효되면, 한국산 변압기 제품에 대한 가격 인하폭이 커, 가격 경쟁력이 한층 제고될 것으로 기대
 - 특히, 대용량 변압기의 경우 이미 가격 경쟁력을 가지고 있어 경쟁력 우위를 다질 수 있는 계기가 될 전망
- 한국산 변압기 제품이 미국 시장에 진출하기 위해서는 판매 후 서비스망 구축이 뒷받침 되어야 하며, 특히 판매망 확보를 위한 네트워크 확보가 중요

□ 현지 진출업체(판매법인) 의견

- 지난 30여 년 동안 현대 중공업은 미국 시장에 변압기를 수출하고 있으며 대용량 변압기 분야 40% 시장을 점유
 - 지난 2010년 9월 현대 중공업은 미국 현지 공장 설립에 착공하여 미국 시장 공략에 더욱 박차
 - 지금까지 북미 시장에 납품한 1,500대 이상의 대용량 변압기에 대한 수리 사업, 보증 서비스 등도 강화함으로써, 중국, 대만 등 후발업체 대비 경쟁력 확보를 위해 노력
 - * 미국 대형 전력업체들은 현지 공장이나 수리 공장을 보유하고 있는 업체 선호
- 한미 FTA가 체결되면 관세율은 낮지만 제품 가격이 고가이기 때문에 중국과 미국 업체에 비해 가격 경쟁력 확보 기대

□ 진출(마케팅) 포인트

- 변압기를 수출하기 위해서는 전력 산업에서 요구하는 기본적인 인증서인 IECCE, UL, ANSI 등을 획득이 선결 과제
- GE사 등과 같은 글로벌 기업과 경쟁할 수 있는 품질 수준을 확보하고 경쟁업체 보다 저가로 공급할 수 있는 능력 배양
- 판매한 제품에 문제 발생시 수리해 주는 서비스망을 구축하여, 현장 요구에 대응할 수 있는 능력이 절대적으로 요구
- 한국 전력과 함께 규모가 작고 영세한 한국 중소기업이 협력하여 對美 동반 진출 모색
 - 한전의 높은 기술력과 자금력을 바탕으로 미국 중전기 시장 공략하는 마케팅 전략 추진
 - 전시회 참가, 초기 진출 업체의 경우 한국전력 브랜드로 제품 판매, 현지 법인 설립을 통한 판매 및 서비스망 구축을 검토해볼 필요

(4) 폴리에스터원사

□ 선정사유

- 4.3% 관세 즉시 철폐시, 가격 경쟁력 강화
- 폴리에스터 혼방 수요 증가

□ 수요 동향 및 전망

- 최근 기능성 폴리에스터 원사에 대한 수요가 지속적으로 증가세
 - 글로벌 면, 울 등 섬유가격이 급등하고 있어 완제품 소매가격 안정을 위해 폴리에스터 원사의 혼방 비율이 높아지면서 수요가 한층 더 증가
 - * 합성섬유는 마나 면과 같은 천연섬유에 비해 제조시, 에너지 효율적
 - 소비 회복세가 약한 미국 시장에서, 소매업체들의 제품 가격 상승에 대한 저항이 심해, 공급업체들은 면, 울 가격 상승분을 상쇄하기 위한 목적으로 폴리에스터 원사 사용을 늘려 제품의 원자재 총비용을 안정

□ 경쟁 및 수입 추이

- 2008년 경기침체 이후 미국 내 제조업이 타격을 받으면서 폴리에스터 원사 수입도 금액기준 30% 이상 줄었으나, 2010년 경기 회복과 함께 수입 수요도 회복하면서 1-10월 기간 전년 동기 대비 약 45% 수입 증가
- 한국은 미국 폴리에스터원사 수입시장 점유율 30%(2010.1~11)로 수입국 2위
 - 중국의 원사 생산기술 발달로, 2010년 수입국 1위 자리를 내줌.
 - * 미국의 동 품목 수입시장 점유 비중 변화
 - 한국 38.1% ('07) → 31.4% ('08) → 29.6% ('09)
 - 중국 18.9% ('07) → 29.5% ('08) → 28.0% ('09)

- 중국산은 공급가격이 떨어지고 있는 반면 품질은 향상되고 있어, 바이어들의 인식이 크게 개선
 - * 중국산 가격은 한국산 대비 최대 25~30%까지 낮은 상황
- 4.3% 관세 철폐로 중국산 대비 전반적인 경쟁력 확보는 어렵겠지만, 고가 제품군에서 한국산 가격경쟁력이 강화될 것으로 예측

<미국의 폴리에스터 원사(HS5503.20.00) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	544.5	357.7	457.4
중국	160.6	100.0	137.0
한국	170.8	105.9	127.0
대만	58.6	42.5	57.1
인도	27.5	21.0	36.1
태국	35.8	30.8	30.0
독일	20.9	16.1	23.3
인도네시아	35.8	22.7	22.0
일본	8.5	7.9	11.0
베트남	16.5	7.4	9.4
벨라루스	3.4	2.5	2.4
기타	6.1	0.9	2.1

□ 주요 바이어 의견

- 중소형 바이어들을 중심으로 한국산 수입관세 철폐시, 한국산 수입이 확대될 전망
 - 수입관세 철폐시 5%-15%까지 수입 증가 가능

- 반면, 대형업체들은 한미FTA가 발효되어도 수입패턴 또는 한국산 수입에 큰 변화는 없을 것이라고 답변
 - 한국산 가격이 중국과 인도네시아산보다 25% 가량 비싸, 4.3%의 관세율 철폐로 가격 경쟁력을 확보하기가 어려울 것으로 판단

□ 진출(마케팅) 포인트

- 기능성 섬유 프리미엄 시장 집중 공략
 - 프리미엄 시장은 가격으로 경쟁해야 하는 중저가 시장과는 달리 고수익을 확보하며 한국산 경쟁력이 부각 가능
- 소형 바이어 수요 집중 발굴
 - 한미 FTA 발효시 관세 철폐 혜택에 대한 기대와 관심은 대형 바이어보다 소형 바이어가 더 큰 것으로 조사
 - 소형 바이어들은 업체 규모가 작은 만큼 가격에 따라 민첩하게 수입선을 전환 가능

(5) 공작기계

□ 선정사유

- 미 공작기계 수입 시장은 중국에 이은 세계 제 2대 시장
 - 수입 시장 규모가 급증해오다, 최근 경기 침체로 주춤하였으나, 최근 회복세 시현
- 대다수 제품 가격이 보통 10만불 이상을 상회하고 있어 FTA 발효시 관세 철폐에 따른 가격 인하폭이 클 전망

□ 수요 동향 및 전망

- 2008년 경기 침체 이후, 미국의 공작기계 수요는 급감해오다, 2010년 들어, 자동차·전기전자 소비가 되살아나면서 수요가 회복세로 돌아섬.

<미국 공작기계 시장 규모 추이>

(단위 : U\$mil)

연도	금속 가공 기계	금속 성형 기계	합 계
2003	1,790	190	1,980
2004	2,658	185	2,843
2005	2,871	196	3,067
2006	3,762	182	3,944
2007	4,074	441	4,515
2008	3,969	501	4,470
2009	1,538	234	1,772

자료원 : 미국 공작기계 디스트리뷰터 협회

□ 경쟁 및 수입 추이

- 경기 침체 이후 수입시장이 얼어붙었으나, 2010년 경기 회복과 함께 수요도 점진적으로 회복
- 미국 공작기계 시장은 일본산 제품이 시장을 거의 독식하고 있으며 여기에 미국산 한국산 대만산이 경쟁
 - 한국산 제품은 일본산 제품에 비해 품질 경쟁력은 비슷 또는 약간 떨어지나 10-20% 정도 낮은 가격에 판매
 - 대만산은 한국산에 비해 약 10-20% 낮은 가격에 판매

<미국의 연도별 공작기계-선반(HS8458) 수입 추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	1,091.9	439.8	533.2
일본	637.5	198.0	311.9
한국	156.5	56.2	60.4
독일	62.9	40.0	43.3
대만	110.9	51.8	38.8
중국	35.9	20.2	21.3
이탈리아	16.0	23.7	17.2
오스트리아	8.1	5.1	7.4
스위스	15.1	8.8	6.6
태국	3.6	2.7	5.1
영국	12.3	5.1	4.5
기타	33.1	28.2	16.7

자료원 : World Trade Atlas

□ 현지 진출업체(판매법인) 의견

- * 공작기계 시장에서는 바이어 개념이 없어, 한국산은 현지 법인을 통하거나 미국 기계 딜러에 판매권을 위탁하여 판매
- 한국산과 일본산의 가격 차이는 약 10~ 20% 정도로, 한미 FTA 발효시, 4% 내외의 관세가 철폐되면, 일본산 대비 한국산 공작기계 가격 경쟁력은 한층 더 강화될 전망
- 대다수의 공작기계는 약 10만 불에서 20만 불 고가에 판매되고 있으며 10만 불 기계에 현재 관세율인 3.5%가 철폐 된다면 약 3,500불 정도의 가격 인하 효과 기대
- 최근 들어 한국산 보다 10~20% 가량 저렴하지만 품질은 떨어지는 대만산 수입이 단순 가공 기계를 중심으로 증가하고 있어, 한미 FTA 발효에 따른 관세 철폐는 한국산의 경쟁력 확보에 도움이 될 것으로 기대

- 보통 공작기계 수명이 5년 정도이나 대만산의 경우 약 3년 정도이며 소규모 업체들이 주요 수요처

□ 진출(마케팅) 포인트

- 일본 제품과 거의 동일한 수준의 품질 경쟁력 확보 및 현지 서비스망 구축이 선결 과제
 - 공작기계 구매 결정에 큰 영향을 미치는 요인은 품질, A/S, 가격 순
- 공작기계 판매를 담당하는 딜러는 대부분 유명 전시회를 통해 발굴되는 바, 미국 시장 진출을 위해서는 필수적으로 공작기계 관련 전시회에 참가할 필요

(6) 에폭시수지

□ 선정사유

- 6.1% 관세 즉시 철폐시 시장 점유율 확대 전망

□ 수요 동향 및 전망

- 미 에폭시 수지 시장은 지난 2009년 건축, 항공기, 자동차 시장의 총체적인 경기 불황으로 말미암아 침체기를 겪었으나, 2010년 자동차와 우주 항공기 시장에서의 빠른 수요 회복으로 예년 수준으로 복귀
- 미 에폭시 수지 시장은 매년 3-4% 이상 성장할 것으로 예상되며 신제품 항공기 출시와 자동차 시장 회복의 영향으로 합성수지 및 접착용 에폭시 수지 수요가 증가세를 이어갈 것으로 전망
 - 2011년 고기능성 에폭시 합성수지 수요는 전년 대비 9% 증가 예상

□ 경쟁 및 수입 추이

- 2007년까지는 매년 수입시장 성장률이 20%를 상회하였으나, 2008년 이후 수입규모가 대폭 축소, 2010년 들어 예년 수준으로 복귀
- 무관세로 수출하는 캐나다가 독보적으로 수입시장을 점유한 가운데 대만과 한국 간 경쟁구도 형성
 - 한국산의 품질인지도 제고에 따른 대미 수출 확대로 대만산과의 수입점유율 격차가 축소

<미국의 연도별 에폭시수지(HS3907.30.00) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	383.0	215.4	300.0
캐나다	85.1	60.0	81.2
대만	69.2	28.0	35.9
한국	30.3	19.3	31.8
일본	25.4	17.2	27.1
독일	45.4	16.7	23.2
중국	20.5	13.9	19.6
스위스	16.8	8.8	19.5
태국	26.5	11.3	15.1
네덜란드	14.2	9.9	13.0
인도	9.8	9.5	9.2
기타	39.8	20.8	24.4

자료원: World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

○ Port Plastics

- 한국 제품 수입을 고려해 본 적은 없으나, 한미 FTA로 관세가 즉시 철폐된다면, 제품을 테스트 구매해 볼 의향

○ Ashland Holdings

- 한국 제품의 품질이 우수한 건 알지만 안정적인 공급선의 확보를 위해 캐나다에 위치한 M사로부터 제품을 납품받아왔음. 관세 철폐시, 한국산 구매 검토 예정

□ 진출(마케팅) 포인트

- 수요가 급증할 것으로 예상되는 자동차 및 우주항공기 관련 분야 바이어를 집중적으로 공략할 필요
- 한국산 인지도 향상을 위해 보다 적극적인 마케팅 전략이 필요

(7) 프리미엄 디지털 TV

□ 선정사유

○ 가격 경쟁력 강화로 수요 증가

- 프리미엄 디지털 TV 제품은 국내 기업 제품이 가격, 품질, 디자인 면에서 세계 시장에서 경쟁력을 가지고 있는 전략적 수출 품목
- 디지털 TV의 대부분은 멕시코 공장에서 생산이 이뤄져, 한미 FTA가 발효되어도 관세 혜택이 없으나, 고가 프리미엄 TV는 한국서 생산되어 수출되는 바, 관세 혜택 기대

□ 수요 동향 및 전망

○ 2010년에는 디지털 TV 판매 감소

- 경기불황에 대한 우려가 지속되고 예상 보다 느린 가격 하락으로 판매가 부진

* 2010년 LCD TV 출하량은 전년대비 1.2% 감소한 3190만대로 추정. 제조업체들은 판매 증가를 위한 가격 하락보다는 가격을 유지하면서 추가 기능(LED 백라이트, 인터넷 기능 탑재, 3-D 디스플레이 포함)을 선보이는 전략 구사

○ 2011년 디지털 TV 판매 회복 전망

- 전문리서치 기관 iSuppli에서는 2011년부터 소비 심리 회복으로 미국 LCD TV 판매가 다시 증가세로 돌아설 것으로 예상
- 특히 미국 정부의 에너지 소비 법안 제정 및 소비자들의 친환경제품 선호도 증가로 기존 TV에 비해 전력 사용이 적은 LED 백라이트 제품의 판매 증가 기대

<미국 LCD TV 출하량>

(단위 : 천대)



자료원: iSuppli

□ 경쟁 및 수입 추이

- 저가 평면 TV와 플라즈마 LCD HDTV를 제작 판매하는 대만 VIZIO 강세
 - 소니, 삼성과 같은 글로벌 기업 사이에서 선전하고 있으며, 대만과 중국에서 제품을 생산
 - 경쟁기업에 비해 수백불 낮은 가격에 판매하고 있으며, 주로 코스트코, 샘스클럽, 월마트 등 대형 매장에 낮은 가격에 판매
 - 2010년 3분기 북미지역 LCD TV 시장에서 19.9%, LED 백라이팅 시장에서 30%의 시장 점유율 기록
 - 전 분기 대비 15%, 전년대비 30% 성장하며 삼성전자를 제치고 1위로 등극
- 지리적 이점과 NAFTA 혜택을 적용받기 위해 대부분의 디지털 TV가 멕시코에서 생산되어 미국으로 수출되는 바, 멕시코산의 수입시장 점유율이 73%로 독보적
 - 다음은 중국으로 시장 점유율 25%, 한국은 0.1% 차지

<미국의 연도별 LCD/플라즈마 TV(HS 8528.72) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	18,952.6	17,722.5	17816.4
멕시코	14,241.7	12,915.0	12438.3
중국	4,233.0	4,435.1	4750.9
태국	204.6	306.6	384.1
말레이시아	0.8	1.1	132.0
일본	16.2	21.1	49.1
한국	56.0	20.4	21.5
대만	190.6	15.5	21.2
홍콩	3.6	4.1	9.5
인도네시아	0.1	0.2	2.1
덴마크	1.6	1.3	1.8
기타	4.4	2.1	5.9

자료원: World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

○ AKIRA

- 현재 자사에서 판매하고 있는 대부분의 고가 프리미엄 디지털 TV 제품이 한국에서 수입하고 있기 때문에 관세 철폐에 따른 가격 경쟁력 제고 기대
→ 약 10~20% 추가 구매를 검토

○ Synnex

- 한미 FTA로 한국산 제품의 가격이 낮아지면 대형 유통망 진입에 유리할 것으로 예상

□ 진출(마케팅) 포인트

○ 비가격 경쟁력 요소 강화

- 사후 서비스 및 브랜드 인지도, 디자인 등 비가격적 요소가 구매 결정에 많은 부분을 차지하기 때문에 이를 강화할 필요

○ 대형 유통망 · 전자제품 전문 유통업체 집중 공략

- 대부분의 가전제품은 대형 가전제품 전문유통업체와 대형할인매장을 통해 구매가 이뤄져, 대형 매장과의 파트너십은 대미 시장 진출에 필수

* 2002년 설립된 VIZIO는 저가를 무기로 Costco, BJ's Wholesale Club, Sam's Club, Walmart, Sears 등 대형 할인매장에서만 판매함에도 불구하고 점유율 1위업체로 등극

(8) 폴리스티렌

□ 선정사유

- 폴리스티렌 가격 상승 및 공급 부족 상황에서 6.5% 관세 철폐에 따른 가격 경쟁력 제고로 한국산의 대미 수출이 가속화될 전망

□ 수요 동향 및 전망

- 원유가격 상승으로 원료공급에 차질이 빚어져 폴리스티렌 가격이 지속적인 상승세
 - 원료 공급 문제로 아시아 지역 폴리스티렌 생산 공장들 폐쇄 속출
 - 미 시장에 공급차질 상황이 올 가능성 상존
- 향후 아시아, 유럽, 중동산 폴리스티렌 수요가 크게 증가할 것으로 예상
 - 특히, 아시아산 제품 수요는 2012년까지 매년 5% 상승할 전망(**IBIS World Report**)

□ 경쟁 및 수입 추이

- 미 폴리스티렌 수입시장에서 바하마가 점유율 1위(33.5%)
- 한국은 수입국 2위 자리를 유지해 오다 가격 경쟁력 하락과 지리적 열세로 대미 수출량이 감소하면서 2006년 멕시코에 자리를 내준 후, 2007년에는 캐나다에 3위 자리를 내줘, 현재는 4위로 하락

<미국의 연도별 폴리스티렌(HS3903.11.00) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	386.2	240.3	244.1
바하마	135.8	94.0	85.1
멕시코	105.6	41.3	60.6
캐나다	40.9	43.6	52.1
한국	38.0	26.0	19.3
대만	16.5	11.5	13.3
중국	36.4	16.0	7.9
일본	4.2	2.5	2.9
독일	1.1	0.9	1.4
인도네시아	5.4	3.5	1.0
영국	0.8	0.1	0.3
기타	1.5	0.9	0.2

자료원 World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

○ Dallas Foam

- 미국 시장에서 동 제품의 수요가 높는데 비해 공급량이 부족해 향후 공급차질 우려
- 현재는 미국산만 판매하고 있으나, 해외 제품 수입을 고려해야 할 것으로 예상되는 바, 한국 제품의 가격 경쟁력이 높아진다면 품질을 테스트해 본 후 구매선 추가를 검토할 예정

○ Foam Fabricators社

- 폴리스티렌은 공급부족 상태로 안정적으로 공급할 수 있는 수입선 발굴을 검토할 예정
- 폴리스티렌은 가격 경쟁력이 구매의 큰 요소로, 품질이 우수하다고 알려진 한국산에 관세 철폐로 가격 경쟁력이 향상된다면, 구매를 검토할 예정

□ 진출(마케팅) 포인트

- 폴리스티렌 수요의 증가로 미국 기업들은 저가, 고품질의 안정된 수입선을 찾기를 원하고 있는 바 적극적인 마케팅을 통해 한국제품의 가격 및 품질 경쟁력을 홍보
- 현지기업과의 제휴 및 R&D를 통해 효율적인 생산 공정 및 운송 시스템을 마련함으로써 가격 경쟁력 향상 및 품질관리에 힘써야 할 필요

(9) 산업용 장갑

□ 선정사유

- 13.5% 관세가 즉시 철폐됨으로써, 가격경쟁력 제고
 - 한국산은 품질은 우수하나, 중국, 멕시코, 스리랑카산에 비해 단가가 10~15% 정도 비싸 수입시장 점유율이 잠식되고 있는 상황

□ 수요 동향 및 전망

- 2009년 경기침체 여파로 미국 산업 활동이 소강기에 접어들어 대미 수출액이 전체적으로 2008년 대비 약 50% 대폭 감소
- 2010년 들어, 제조업 및 건설업계에서 조금씩 경기가 회복되고 있어 산업용 장갑에 대한 수요도 회복세 시현 중
- 시장이 성숙하여 소비자들의 고부가제품 선호현상 강화

□ 경쟁 및 수입 추이

- 한국은 2009년까지 대미 수입 1위를 차지하였으나, 2010년 스리랑카에 1위 자리를 내줌.
- 한국산은 고부가(화학물질 취급), 스리랑카·멕시코산은 저부가 시장에서 자리매김
- 최근 몇 년간 스리랑카·멕시코산은 저렴한 단가를 앞세워, 고부가 시장으로 진출을 확대하면서 한국산 수입시장 점유율을 잠식

<미국의 연도별 산업용 장갑(HS6116.10.5520) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국 명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	56.4	34.4	72.4
스리랑카	10.6	8.1	16.2
한국	17.7	8.7	16.1
멕시코	9.2	4.0	14.3
중국	9.3	6.6	11.8
파키스탄	1.7	1.1	4.2
베트남	2.2	2.6	3.8
말레이시아	4.0	2.2	3.7
타이완	1.3	0.6	1.4
헝가리	0	0.1	0.5
영국	0	0	0.1
기타	0.4	0.4	0.3

자료원 World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

- United Glove Inc.
- 현재 중국, 인도, 파키스탄, 말레이시아, 온두라스, 멕시코 등에서 수입중으로, 한국으로부터는 과거에 수입을 했으나 단가가 맞지 않아 수입을 중단
- 관세 철폐시, 대한 수입 확대를 검토할 예정

○ The John Plant Company

- Lightweight 산업용 장갑(핵발전소, 알루미늄,유리, 전구 제조 공장 등에서 사용되는 \$1.5 내외 장갑)을 스리랑카로부터 주로 수입
- 중국제품은 블리치를 제대로 하지 못해, 품질이 만족스럽지 않아 대중 수입을 중단
- 현재 6개월 동안 스리랑카 외 다른 수입국을 모색 중인데 한미 FTA 발효시, 관세가 철폐되기 때문에 취급제품을 한국에서 생산한다면, 수입을 적극 검토할 예정
- 환율, 수송비용, 품질, 공급업체 신뢰성 등도 구매 결정에 중요한 요소로 작용하는 바, 제반 요소를 검토한 후 수입 여부를 결정할 계획

○ Magid Glove and Safety Manufacturing Company LLC

- 현재는 중국, 파키스탄, 말레이시아 등에서 수입중으로, 한미 FTA가 발효한다면, 한국산 가격 경쟁력이 제고되어 수입을 검토해볼 계획
- 신뢰할 수 있고, 정확한 배송과 품질만 책임질 수 있다면 수입선을 전환할 계획

□ 진출(마케팅) 포인트

- 물품 배송의 신뢰성 확보
 - 바이어 대부분이 업체 간의 신뢰를 강조하며, 적기 딜리버리를 강조
- 제품라인을 다양화하여 수출품목 확대
- 첨단 및 특수 제작 등 차별화 된 소재 개발로 미국업체와의 경쟁에서도우위 확보

(10) 스웨터

□ 선정사유

- 현행 32% 관세가 즉시 철폐되면, 가격 경쟁력이 큰 폭으로 제고될 전망

□ 수요 동향 및 전망

- 미국의 경기 회복이 진행되면서 불황기 급감했던 의류 수요가 살아나, 스웨터 수요가 회복세
- 최근 면, 울 가격이 급등해, 상대적으로 가격이 저렴한 인조사 의류를 선호
 - 미국 소비시장이 완전히 회복되지 않은 상황이라 소비자들이 여전히 가격에 매우 민감

□ 경쟁 및 수입 추이

- 인조사 스웨터는 중국, 베트남 등 상위 5개 수입국에서 67%가 수입(2010년 기준)
 - * 아시아 의류 생산국 인건비 비교(2009년, 시간당 임금 기준) :
중국 \$1.66~1.44, 베트남 \$0.66, 인도네시아 \$0.44, 방글라데시 \$0.61
- 미국 경기 회복에 따른 소비 심리도 점차 회복세로 스웨터 수입도 2010년 1-11월 기간 동안 16% 증가
 - 중국산 수입은 이를 상회해, 21% 증가하는 등 대부분의 수입국으로부터 수입액이 증가한 반면 對韓 수입은 높은 공급가격으로 인해 30% 감소
 - * 한국의 대미 스웨터 수출액은 2003~2005년 기간 동안 연평균 2.8억 불에 달했으나, 인건비 절감을 위해 생산 공장을 중국으로 이전하면서 급감

<미국의 인조사 스웨터 (HS6110.30) 수입추이>

(단위 : U\$mil)

국명	2008	2009	2010.1~11
전 세계	3,314.8	2,955.8	3,214.4
중국	1,020.2	1,130.4	1,288.1
베트남	246.1	292.9	286.0
온두라스	240.1	197.3	233.1
인도네시아	210.3	193.3	207.7
요르단	134.6	114.8	150.1
멕시코	224.8	139.3	125.8
방글라데시	88.5	61.3	79.7
엘살바도르	69.2	47.1	76.6
과테말라	45.2	64.1	73.0
필리핀	71.2	68.1	72.4
한국* (28위)	39.2	18.5	12.0
기타	925.4	628.7	609.9

자료원: World Trade Atlas

□ 주요 바이어 의견

- 바이어들은 전반적으로 한국산 제품은 품질과 디자인이 뛰어난 대신, 공급가격은 최고 수준이라고 평가
 - 관세 철폐로 가격 경쟁력이 제고되면, 한국산 수입 확대를 검토하겠다는 의견이 대부분이었으나, 오히려 중국·동남아시아가 독주하고 있는 증거가 대형시장보다 고가 틈새시장을 공략하는 것이 적합할 것이라고 분석
- Cheryl Importing Company, LTD.
 - 가격이 가장 중요한 구매 결정 요소로, 한국산 스웨터에 대한 수입 관세 철폐시 중국산 대비 가격 경쟁력이 제고되어, 품질이 최상급인 한국산 수입이 약 20% 증가할 것으로 예상
 - 그러나, 오히려 중국·동남아시아산 대비 가격 우위를 확보할 수 있을지 예단하기는 어려워, 증거가 대형시장보다 고가 틈새시장을 공략할 필요

○ A Fine Gauge Inc.

- 현재 중국, 칠레, 홍콩, 인도네시아 등지로부터 수입 중으로, 32% 관세 철폐시, 품질과 디자인이 좋은 한국산으로 수입선을 전환을 검토할 계획

○ Fashion Avenue Knits, Inc.

- 가격이 가장 중요한 구매 결정 요소로, 현재는 품질은 좋지만 단가가 높은 한국 제품을 수입하고 있지는 않은 상태
- 한국산 제품에 대한 수입관세 철폐시 한국제품 수입을 검토할 계획

□ 진출(마케팅) 포인트

○ 염가 중국산·동남아산이 독주하고 있는 중저가 대형시장 보다 고가 틈새시장을 공략

○ 디자인 강화

- 바이어들은 한국산 스웨터 제품의 가장 큰 장점은 품질과 디자인
- 아시아 및 남미에서 생산되는 중저가 제품과 확실히 차별화하기 위해서는 디자인을 강화하여 고가 시장 바이어들을 공략할 필요

○ 적기 딜리버리

- 경기침체 후 시장 싸이클이 달라지면서 패스트 패션제품이 아니라도 시장에 제품 적기 공급 여부가 판매에 큰 영향
- 가격경쟁력과 함께 신속한 딜리버리가 가능하다는 점을 어필해야 오더 수주 가능성 제고

○ 유통구조 단순화, 바이어와 직접 거래 노력

- 전 세계적으로 원자재 및 봉제 인건비가 급등함에 따라 미국 바이어들은 유통 비용 거품을 제거해 수익을 보전하려고 노력
- 에이전트나 도매업체를 거치지 않고 생산업체와 직접적으로 거래하려는 추세가 강화 → 바이어와의 직거래로 유통 효율성 제고 추진

작성자

◆ 뉴욕 KBC	최정은 대리
◆ 로스앤젤레스 KBC	정은주 부장
◆ 실리콘밸리 KBC	이기석 차 장
◆ 디트로이트 KBC	김동준 과 장
◆ 달라스 KBC	임재걸 과 장
◆ 시카고 KBC	장선영 차 장
◆ 워싱턴 KBC	권오성 과 장
◆ 마이애미 KBC	연승환 과 장
◆ 구미팀	이정선 과 장

Global Business Report

한-미 FTA 발효에 대한 美 바이어,
현지 진출 한국기업 및 투자가 반응 조사

발 행 인 | 조 환익
편 집 인 | 곽 동 운
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2011년 2월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2011 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.