“화학섬유, 해외 마케팅 강화한다”

효성·코오롱, 생산 현지화도 … 원가경쟁력 및 무역장벽 해소 위해

화학섬유 생산기업들이 무역장벽 극복과 원가경쟁력 확보 등을 위해 주요 해외 전략판매지역에 직접 생산기반을 마련하고 현지 마케팅도 강화하고 있다.

화학섬유업계에 따르면, 효성은 북미지역 생산 및 판매거점으로 활용하기 위해 2002년 초 미국 사우스캐롤라이나주 Rock Hill에 소재한 현지공장을 임대한데 이어 3월말 본격적인 공장가동에 들어갈 예정이다.

효성은 우선 글로벌 경쟁력을 가진 스판덱스와 타이어코드 원사를 국내에서 가져가 가공·판매하는 형태로 운영하고 장기적으로는 현지생산체제로 전환하는 방안을 검토중이다.

해외 현지생산 움직임은 생산원가, 마케팅, 품질 등에서 확고한 세계적인 경쟁력을 갖추기 위해서는 수요지역에 직접 생산기반을 확충하고 현지 마케팅을 강화할 수밖에 없다는 판단에 따른 것이다.

휴비스, 코오롱 등은 장기적으로 생산기지는 해외 수요지역에 현지화하고 관리·운영본부는 국내에 두는 이원화 전략을 검토하고 있다.

휴비스는 2003년 하반기 가동을 목표로 중국 쓰촨(四川)성에 생산능력 22만톤의 Polyester 단섬유(PSF) 공장을 건설하고 있고, 코오롱도 중국을 포함한 해외 생산기지 건설을 기정사실화하고 진출시기와 투자규모에 대한 내부 조율작업을 진행중이다.

태광산업은 해외 주요시장에 영업 및 A/S 요원을 상주시켜 `근거리 영업'으로 신규시장 개척을 추진하고 있다.

화섬업계는 중국진출은 생산원가가 낮기 때문이고, 선진국 진출은 마케팅을 강화하고 무역장벽 피하기 위한 목적에서 이루어지고 있으며, 글로벌 경쟁력 확보를 위해서는 현지 생산·마케팅은 필수적인 것으로 판단하고 있다.

<Chemical Daily News 2002/03/12>