

# 할인점 횡포 “살충제 수익성 급락”

Buying 파워 논리 앞세운 지나친 할인행사에 생산기업 채산성 악화

가정용 살충제 중 메이트와 리퀴드를 제외한 에어졸 시장에서 채산성이 떨어지고 있는 것으로 나타났다.

전체 가정용 살충제 시장의 50%를 차지하고 있는 에어졸은 플라스틱 캡, 노즐, 버튼, 탈황 LNG 등의 가격 상승으로 채산성이 떨어지고 있으며 대형할인점 등에서 “1+1 행사” 및 “여름세일” 명목으로 납품가 인하를 요구하고 있어 생산기업들이 골머리를 앓고 있다.

가정용 살충제 생산기업 관계자는 “과거 약국에서 많이 팔리던 살충제가 요즘은 할인점과 소매유통에서 70% 판매되고 있어 불멘소리를 할 수 없다”고 말하고 “Buying 파워 논리에 생산기업들이 죽는다”고 덧붙였다.

한편, 2004년 가정용 살충제 시장은 높은 기온과 때 이른 장마로 소폭 성장해 1300억원에 이를 것으로 전망되며 한국존슨, 한국크로락스, LG 생활건강, 유유후마킬라, 대웅제약 등이 치열한 경쟁을 보일 것으로 예상된다. <이범의 기자>

<화학저널 2004/08/03>