

SKC-한국BASF, POP 시장쟁탈전

설비증설로 중국 이어 동남아 시장 공략 ... 금호는 대처방안 고민

SKC, 한국BASF 등 주요 화학기업들이 POP(Polymer Polyol) 설비 증설로 연초부터 공격 경영을 펼치고 있다.

국내 POP 시장 수요가 꾸준히 늘고 있는데다 최근 중국에서 POP 제품 수요가 급증하자 현지 시장점유율을 대폭 늘려잡고 있는 것이다.

POP은 자동차 쿠션, 침대 매트리스 등에 안락감을 주기 위해 사용하는 Polyurethane Foam의 핵심원료로 부가가치가 높은 화학제품으로, 전자제품의 포장재, 가구 및 신발, 의류 등 사용범위가 점차 확대되고 있다.

SKC는 2003년 12월 1만톤 생산능력의 고기능 POP 제2공장을 준공했다. 제2 POP 공장 건설에는 총 100억 원이 투자됐으며, 1995년 준공한 7000톤의 연속식 POP 공장과 합해 생산능력이 1만7000톤으로 늘어났다.

SKC 관계자는 “SKC의 POP 제품은 중국에서 시장점유율이 2003년 30%에 이를 정도로 인지도가 높은 제품이며 자동차산업 발전에 따른 고급 PU Foam 수요 급증으로 2004년 시장점유율을 35%까지 끌어올릴 계획”이라고 밝혔다. 또 제2 POP 공장 준공으로 중국은 물론 동남아시아 시장 공략도 본격화할 방침이다.

한국BASF도 내수시장과 중국시장 공략이라는 2대 목표를 세우고 최근 해외법인 설립을 통한 증설 경쟁에 합류했다.

한국BASF는 2003년 BASF와 Shell이 합작 설립한 싱가포르의 Ellba Eastern에서 POP를 수입해 원료를 저렴하고 안정적으로 공급받고 있으며 국내 POP 시장을 공략한 후 중국시장 진출도 검토중인 것으로 알려졌다.

이밖에 금호석유화학도 SKC와 한국BASF의 공격 경영에 대한 대처 방안을 모색중이다.

SKC의 증설과 한국BASF의 공격 경영으로 타격을 받을 가능성이 높은 금호석유화학은 국내 시장점유율 3위권에 속하는 입장에서 내수시장 수성과 해외시장 공략이라는 두 마리 토끼를 잡기 위해 부심하는 것으로 알려져 있다.

<Chemical Journal 2004/02/04>