

국산 화학제품 제값 못받는다!

무역협회, 화장품·섬유제품도 저평가 ... 중소기업이 더 심각

국산 화학제품 및 화장품, 섬유제품 등이 품질, 기술력, 디자인, 브랜드 등에서 실체가치보다 훨씬 저평가돼 해외시장에서 제값을 받지 못하는 것으로 조사됐다.

무역협회가 제47회 무역의 날을 맞아 발표한 <수출상품 디스카운트 현황>에 따르면, 선진국 경쟁제품을 기준(100)으로 삼았을 때 한국 수출상품의 시장가치는 실체가치보다 6p 정도 낮게 평가받는 것으로 파악됐다.

소비재 중 브랜드 파워가 중시되는 화장품은 무려 21p(실체가치 95대 시장가치 74), 섬유제품은 12p(92대 80)의 코리아 디스카운트가 확인됐다.

자본재 가운데 화학공업제품은 4p(93대 89), 무선통신기기는 8p(99대 91), 철강제품은 7p(100대 93)의 코리아 디스카운트가 발생했다.

수출 상위품목인 반도체는 10p(95대 85), 자동차는 5p(94대 89)가 저평가됐다.

소비재의 코리아 디스카운트는 컴퓨터 7p(100-93), 가전제품 5p(92-87)로 조사됐다.

선진국 제품과 경쟁하는 대기업 46곳, 중소기업 229곳 등 275개 수출기업을 대상으로 조사한 결과, 한국 수출상품의 실체가치는 93이지만 시장가치는 87로 나타났다.

이른바 코리아 디스카운트 현상은 브랜드 인지도가 낮은 중소기업에서, 자본재보다는 소비재에서 더욱 심각했다.

실체가치와 시장가치를 비교했을 때 대기업은 94대 91로 나타났지만, 중소기업은 90대 83이어서 격차가 더 컸다.

무역협회 관계자는 “국내 수출규모가 2010년 세계 7위로 올라서고, 2011년 무역규모가 1조달러를 넘어설 전망이지만 코리아 디스카운트가 여전히 존재하고 있다”면서 “최근 G20 정상회의의 성공적 개최 등으로 높아진 국가와 기업의 이미지를 수출상품의 코리아 프리미엄으로 연결해 한국무역 재도약의 전기로 삼아야 한다”고 말했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2010/11/30>