

건축자재, 중국 · 브라질 시장 공략

금호 · LG · 한화 · KCC 진출 경쟁 ... 거대 내수시장 보유 BRICs 주목

건축자재 생산기업들이 건설경기 악화에 따른 국내시장의 한계를 극복하기 위해 세계경제 성장을 주도하고 있는 BRICs(브라질 · 러시아 · 인디아 · 중국)를 주목하고 있다.

세계 전체 인구의 40%인 27억명을 차지하고 있고 풍부한 지하자원과 거대한 내수시장을 보유하고 있기 때문이다.

LG하우시스는 중국, 러시아, 인디아 법인을, 브라질에는 지사를 두고 BRICs 시장 공략에 적극적으로 나서고 있다.

LG하우시스 2015년까지 중국 Jiangsu의 Wuxi에 21만5000㎡의 No.2 공장을 건설할 방침이다.

1997년 Tianjin 공장을 건설한 후 창호재, 바닥재, 자동차 원단, 고광택 시트 등을 양산하고 있으나 급속도로 성장하는 중국의 건축자재 및 가전, 자동차 시장을 더욱 효율적으로 공략하기 위해 Wuxi 공장을 No.2 생산거점으로 활용하기로 했다.

2008년 현지 법인을 세운 러시아에서도 모스크바와 시베리아에 생산 및 물류거점을 확보하고 러시아 주요 도시와 카자흐스탄, 벨라루스 등 인근 독립국가연합(CIS)으로 유통기반을 확대하고 있다.

인디아에서는 2011년 2월 인디아 법인을 설립하고 가전, 건축, 자동차 소재 분야에서 사업 확대를 추진하고 있고, 건축 인프라 투자가 많은 브라질에서는 바닥재와 고광택시트 매출 비중을 높이고 있다.

한화L&C는 창호, 바닥재, 시트류, 인조대리석 등 건축자재 뿐만 아니라 경량화 부품 및 태양광 소재 등에서 해외시장 진출을 모색하고 있다.

중국 Beijing과 Shanghai에 GMT(유리섬유강화복합소재) 공장을 건설한 한화L&C는 각종 전시회에 첨단 자동차 부품 및 소재와 주방 · 욕실용품 등을 선보이고 있다.

또 해외 8개 법인을 활용한 글로벌 연구개발을 하면서 중국지역 등을 집중 공략할 계획이다.

금호석유화학도 중국 고급 건축자재 시장 공략에 본격적으로 나서고 있다.

2010년 9월 중국 Liaoning의 Shenyang에 고급 건축자재 공장을 건설하고 높은 단열성과 압축강도를 지닌 건축물 내 · 외벽과 바닥 단열, 냉장 · 냉동 단열제품 등을 생산하고 있다.

중국의 신성장 경제권인 동북 3성 진출을 위한 전략적 생산거점을 마련해 고급 주택단지가 증가하는 중국 시장을 공략할 방침이다.

KCC는 친환경 녹색시장 선도를 위해 중국, 인디아 등에 법인을, 러시아 등에는 지사를 두고 있다.

도료 생산법인으로 중국 Beijing, Kunshan, Guangzhou 및 인디아 Tamil Nadu 법인을 두고 도료 생산을 확대하고 있으며, 중국 Beijing, Shanghai과 러시아 Moskva에 지사를 두고 사업 확대를 꾀하고 있다. <저작권자 (c)연합뉴스 무단전재-재배포금지>

<화학저널 2011/07/20>