

4월 넷째 주 기사 스크랩

[주요 뉴스]

식품음료신문 '코로나19 효과'...보관 쉬운 유제품 수출 好好 (p. 1-2)
THE FOOD&BEVERAGE NEWS (<https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=87016>)

아시아투데이 코로나 19에 차량 공유 앱 그랩·고젝 이용 폭 (p. 3)
(<http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20200416010009888>)

Korea Fashion+Tex News 패션 이커머스 기업, AI 기술 도입 쉬워진다 (p. 4-5)
코리아 패션+텍스 뉴스 (<https://www.ktnews.com/news/articleView.html?idxno=115010>)

ASEAN EXPRESS 한국무역협회, 신남방권 한국 수입구조 분석 '고급소비재' 경총 (p. 6-8)
아세안 문화 경제 미디어 (<http://aseanexpress.co.kr/news/article.html?no=3721>)

'코로나19 효과'..보관 쉬운 유제품 수출 好好

황서영 기자 승인 2020.04.16 01:55

- || 조제분유 14.1% 급증 2250만 불-우유 4.3% 늘어난 420만 불
- || 베트남·캄보디아 물량 폭발적...인나·러시아·사우디 등 호조

코로나19 사태로 일부 국가에서 사재기 현상이 나오면서 우리 가공식품 수출 증가가 두드러졌다. 특히 가정에서 저장 및 보관, 섭취가 쉽다는 장점으로 1~2월 조제분유, 우유 등의 유제품 수출이 증가해 코로나19 확산에 따라 수출 여건이 점차 어려워지고 있는 상황에서 식품업계의 한 줄기 희망으로 떠올랐다.



△코로나19 사태로 일부 국가에서 사재기 열풍이 불며 가정에서 저장 및 보관, 섭취가 쉽다는 장점으로 지난 1분기 한국산 조제분유, 우유 등의 유제품 수출이 증가했다. (사진=매일유업, 남양유업, 롯데푸드)

농림축산식품부에 따르면 2020년 1분기 농식품 수출액은 17억4300만달러로 집계됐다. 코로나19 발생과 설 연휴 영향으로 1월 감소세(-10.8%)로 출발한 농식품 수출액은 2월 들어 증가세(0.2%)로 돌아섰다. 특히 3월 한 달간 수출액은 6억7500만달러로 전년 동기 대비 15.8% 증가했다. 전체 가공식품류는 6.6% 증가했고, 이중 유제품은 조제분유 14.1%(2250만달러), 우유 4.3%(420만달러) 순으로 성장률이 높았다.

국가별로는 베트남과 캄보디아 내 한국산 조제분유의 수요 증가로 조제분유 수출실적이 대폭 증가했다. aT센터 농식품수출정보가 지난달 발표한 1~2월 한국산 조제분유 수출실적은 1264만6000달러로 전년 동기대비 13.8% 증가한 것으로 나타났다.

이는 코로나19 영향으로 한국산 조제분유 최대 소비처인 중국에서 원거리 물류배송에 지장이 생기면서 2월 대중국 수출실적은 8150만 달러로 전년 동기대비 4.9%가 감소했음에도 불구하고, 출산율이 높은 베트남과 캄보디아에서 한국산 프리미엄 조제분유의 수요가 급증하면서 전체 조제분유 실적을 견인한 것이다.

주요 수출국인 중국의 경우에는 1~2월 수출이 감소했다. 향후 한국산 분유 브랜드 생산공장 배합비 등록을 위한 중국 당국 실사가 지연되고 있어 신제품 출시를 통한 매출 증가는 기대하기 힘들 것이라는 전망에도 불구하고, 지난달 조제분유는 중국 내 물류체계 복구로 회복해 61.9%로 가장 비중이 높은 중국 수출이 전년대비 6.2% 증가, 증가세로 전환되는 모습을 보이기도 했다.

반면 지난 1~2월 베트남 조제분유 수출실적은 344만3000달러로 전년 동기대비 95.6% 증가했고, 특히 자국의 조제분유 업체가 없어 대부분 수입에 의존하고 있는 캄보디아는 한국 브랜드의 공격적인 마케팅의 효과로 78만4000달러의 수출실적을 올려 64.7% 증가했다. 더욱이 2월만 놓고 봤을 때 베트남 조제분유 수출실적은 220만 달러로 전년 동기대비 228% 증가, 캄보디아는 80만 달러를 기록, 전년 동기대비 183%의 폭발적인 증가세를 보였다.

이후에도 베트남과 캄보디아 소비자들의 한국산 조제분유에 대한 긍정적인 이미지와 한국 브랜드의 지속적인 홍보 활동으로 한국산 조제분유의 수출실적은 꾸준히 성장할 것이란 분석이다.

베트남에서는 유아용 식품 안전에 대한 관심이 높아져 비교적 고가의 한국산 프리미엄 조제 분유 수요가 증가하고 있다. 롯데푸드는 작년 베트남의 영유아식품 전문 판매업체 비엠티스트레일리아(Viet Australia)와 베트남 시장 전용 분유 브랜드인 '뉴본(Nubone)'의 판매 계약을 체결했다.

현재 롯데푸드는 베트남에 '위드맘' '키드파워A+' 등 제품을 수출하고 있으며, 올해는 뉴본까지 더해 베트남 시장에서 분유 연매출 50억 원을 달성한다는 계획이다.

또 캄보디아에서는 자국의 조제분유 업체가 없어 대부분 수입에 의존하고 있으며, 프랑스의 듀락·듀프로, 미국 애보트사의 씨밀락, 한국 남양유업의 임페리얼드림, 미국 네슬레의 락토젠 순으로 높은 판매량을 보이고 있다.

남양유업은 시장점유율 2위 달성을 목전에 두고 있다. 남양유업은 현지 임신육아교실 등을 열어 한국산 분유의 우수성을 알리는 문화마케팅에 주력하는 동시에 도시의 젊은 층을 타겟으로 주요 매체를 통한 홍보작전에 나서며 올해 캄보디아에 조제분유를 70억 원대까지 수출하는 것을 목표로 하고 있다. 작년 내부 추산 기준(40억 원)과 비교하면 75% 늘어난 수치다.

그 밖에 인도네시아, 사우디아라비아, 러시아 등에서도 한국산 조제분유의 진출이 증가하고 있어 업계는 신시장 개척과 수출량 증가에 더욱 매진한다는 방침이다. 특히 국내 수요 침체로 골치를 앓고 있는 유업계가 최근 인도네시아 시장 개척을 꾀하고 있다. 내수 수요 감소 영향을 최소화하고 중국 수출을 대체할 시장을 찾겠다는 의도로 풀이된다.

이에 분유 제조사들은 국내·외 기구에 할랄 인증을 받은 뒤 수출 확대를 꾀하고 있다. 최대 수출처인 중국 수출의 성공 노하우를 살려 베트남에 이어 인도네시아 분유 수출 확대를 타진한다는 뜻을 밝히고 있다.

유업계 관계자는 "중국이 현재 국내 유제품 수출의 80% 이상을 차지하지만 동남아를 중심으로 베트남과 인도네시아 등 중국을 대체 시장을 찾아야 한다"고 설명했다.

코로나 19에 차량 공유 앱 그랩·고젝 이용 뚝

정아름 기자 기사승인 2020. 04. 16. 14:55



신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19)확산에 그랩 등 동남아시아 지역의 차량 공유 앱 이용률이 급감했다.

16일 닷케이아시안리뷰는 인도네시아 시장조사기관 통계를 인용, 3월 마지막주 그랩 이용률이 전월대비 24% 줄었다고 보도했다. 다른 앱인 고젝은 같은기간 이용률이 11% 하락했다.

그랩과 고젝을 주로 쓰는 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등의 국가에서 코로나 19 확산을 막기위해 이동 제한령을 내린 데 따른 영향으로 풀이된다.

인도네시아에서 고젝 오토바이 운전자로 일하는 아미르는 "하루 벌이가 3만루피(약 2358원)로 줄었다"며 "코로나 19 유행 전 3분의 1수준"이라고 말했다. 그는 임대료 지불에 어려움을 겪고 있어 이어나 식비를 대폭 줄일 것을 고려하고 있다.

차량 공유 앱 운전자들의 수입이 떨어지자 양사는 운전자 지원책을 들고나왔다. 그랩은 싱가포르 운전자에게 5월 4일까지 차량 렌터비를 30% 할인해준다.

또한 코로나19 확진자나 자가격리에 들어간 동남아시아 운전자에 대해서는 현금을 지급했다. 이같은 재정지원을 위해 약 4000만 달러(약 491억원)를 투입했다.

고젝은 지난달 1000억 루피(약 79억원) 규모 구제기금을 조성했다. 고젝 임원들이 연봉 일부를 기부하면서 기금이 만들어졌다. 기금은 운전자들에게 의료 제품 구입 보조금을 지급하는 데 쓰인다.

인도네시아 자카르타 운전자 대상으로는 매주마다 5000 루피(약 393원) 상당의 쿠폰을 100만장 지급한다. 제휴 음식점에서 이 쿠폰을 쓸 수 있다 운전자들은 양사의 발전에 있어 필수적인 존재여서 이같은 지원 노력을 기뻐하고 있다고 닷케이는 전했다.

양사가 코로나19에 따른 경기침체로 운전자들이 충분한 구제를 받지 못해 이들이 일을 그만두게 될 경우 회사의 성장은 기대할 수 없다고 닷케이는 덧붙였다.

고젝의 공동 최고경영자인 안드레 소엘리스트티요는 코로나19 회복에 걸리는 기간은 수개월이 될 것이라고 3월말 로이터와 인터뷰했다. 하지만 현재 상황은 장기예측을 불확실하게 만든다고 닷케이는 우려했다.

양사는 100억 달러 이상의 가치를 지닌 데카콘 기업이지만 코로나19로 투자가 얼어 붙었다.

양사의 자금 조달 기회는 코로나 19가 길어질 수록 더 힘들 수 있다고 닷케이는 내다봤다. 그랩과 고젝간 합병설도 돌았지만 양사 모두 부인했다.

그랩은 앞서 지난해 일본 소프트뱅크 그룹 등 투자자들로부터 21억 달러 규모 자금을 조달했다. 고젝도 구글의 모기업 알파벳 등으로부터 16억 달러를 투자받았다.

패션 이커머스 기업, AI 기술 도입 쉬워진다

나지현 기자 / jeny@ktnews.com 승인 2020.04.20 10:11

오드컨셉, 'AI 바우처 지원사업' 공급기업으로 선정



오드컨셉(대표 김정태)이 패션 이커머스 기업의 AI 기술 도입과 확산을 위해 'AI 바우처 지원사업'의 공급기업으로 참여한다. 'AI 바우처 지원사업'의 수요기업으로 참여하면 전담기관의 예산 지원을 통해 비용부담 없이 오드컨셉의 개인 맞춤형 AI 상품 추천 서비스인 픽셀(PXL)을 도입할 수 있다.

오드컨셉은 최근 과학기술정보통신부와 정보통신산업진흥원이 추진하는 '2020년 AI 바우처 지원사업'에서 공급기업으로 선정됐다. 'AI 바우처 지원사업'은 중소기업의 AI 기술 활용과 확산을 촉진하기 위해 추진하는 사업이다.



AI 기술 적용이 필요한 기업이 사업 신청 절차를 통해 수요기업으로 선정되면 최대 3억 원의 AI 바우처를 발급받고, 이 바우처를 활용해 공급기업의 AI 서비스, 제품 등을 구매할 수 있다.

해당 사업에 수요기업으로 참여해 오드컨셉의 AI 서비스를 도입하기 위해서는 서비스 유형, 추진 계획, 기대 결과, 예산 등을 사전 논의한 후 4월 30일까지 수요기업 사업참여 신청서와 사업 수행계획서를 전담기관에 제출해야 한다.

오드컨셉은 자사의 픽셀(PXL) 서비스 중 유사 스타일을 찾기 위한 PXL.SEARCH, 코드 제안을 위한 PXL.STYLE과 카메라 검색 서비스를 수요기업에 공급한다. 패션 이커머스 기업에서 활용할 수 있는 소비자 개인 맞춤형 AI 상품 추천 서비스들이다.

개인 취향이 고려되지 않은 베스트 상품 등을 추천해주는 기존의 상품 추천 서비스와 달리 개별 소비자의 관심 상품을 AI로 분석해 개인 취향에 맞는 상품과 코드를 추천해준다. 일일이 상품을 찾아야 하는 불편 없이 원하는 스타일의 상품을 한 눈에 살펴볼 수 있어 소비자의 이탈을 감소와 클릭전환율의 상승을 기대할 수 있다.



실제 픽셀 서비스의 효과는 수치상으로 검증됐다. 현재 국내를 비롯해 싱가포르, 일본, 인도네시아, 태국 등 APAC 시장 내 100여 개 이커머스 파트너들이 픽셀 서비스를 사용하고 있다. 픽셀이 추천한 상품의 클릭전환률(CTR)은 평균 7.6% 이상, 최대 29.2%를 기록하고 있다.

오드컨셉은 코로나19로 인한 소비 한파의 영향을 받고 있는데다 7~8월 비수기 시즌까지 앞두고 있는 중소기업들이 해당 사업을 통해 예산 지원과 AI 기술 도입을 원활하게 준비할 수 있도록 적극 협력할 계획이다.

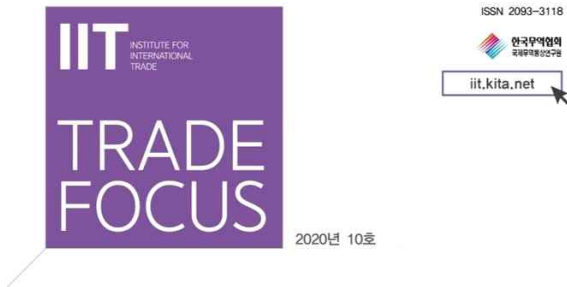
오드컨셉 Sales&Brand 김대영 팀장은 "중소규모의 패션 브랜드몰이나 소호몰에서 픽셀을 도입하면 효과를 기대할 수 있지만, 비용적인 측면에서 어려움이 있었던 것으로 안다"며 "수많은 패션 이커머스 기업이 해당 사업으로 픽셀을 도입해 효율과 성과를 높일 수 있도록 적극 협력하겠다"고 전했다.

한편 오드컨셉은 인공지능이라는 용어가 생소했던 2012년 설립 당시부터 비전 AI 기술 개발에 집중해 왔다. 데이터 확보가 중요한 AI 업계에서 픽셀 서비스 상용 서비스하면서 확보한 사용자 데이터와 상품 데이터, 코디 정보 등 수십억 단위의 트렌드 데이터를 AI 기술로 학습해 기술 측면에서 경쟁사들이 따라올 수 없는 수준으로 우위에 섰다는 평가를 받고 있다.

한국무역협회, 신남방권 한국 수입구조 분석 '고급소비재' 경증

박세연 기자 saymond@aseanexpress.co.kr 등록 2020.04.21 06:49:05

아세안 10개국과 인도 분석, 베트남은 반도체 등 중간재 수입 한국제품 비중 24.2%



신남방권 주요국 수입구조 분석

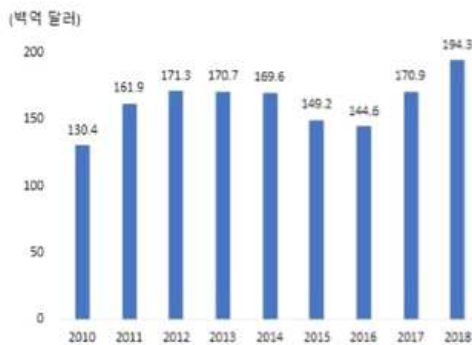
▲ 신남방권 주요국 수입구조 분석 (사진=한국무역협회 보고서)

한국무역협회 연구소에서 신남방권 수입구조를 분석했다.

전략시장연구실 조의윤 연구원이 발표한 바에 따르면 신남방권은 풍부한 인구나 빠른 경제 성장을 바탕으로 수입시장 규모가 큰 폭으로 확대 중이다.

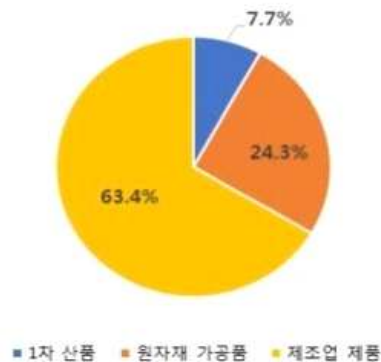
신남방권은 베트남, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 캄보디아, 라오스, 미얀마, 브루나이 등 아세안 10개국과 인도를 포함한다.

<신남방권 상품수입 추이>



자료 : WTO

<2018년 신남방권 제품별 수입 비중>



자료 : WTO



신남방권의 상품 수입은 2018년 1조 9431억 달러(약 2370조 5820억 원)를 기록했다. 2018년 수입이 2010년 대비 49.1% 증가함에 따라 세계 총수입에서 차지하는 비중은 동기간 1.4%p 상승했다.

신남방권 수입시장 규모가 커짐에 따라 한국의 對아세안, 對인도 수출 의존도가 크게 높아지고 있다.

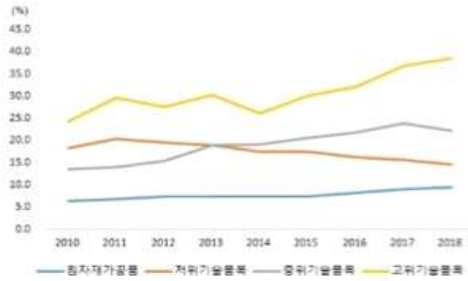
신남방 주요국의 소비재 수입비중은 증가세인 반면, 중간재 수입비중은 감소세를 보였다. 총 수입에서 소비재가 차지하는 비중은 신남방 주요 5개국 모두 증가했다.

2010년부터 2018년까지 태국과 싱가포르의 소비재 비중은 2.0%p 이상 상승했으며 말레이시아, 인도, 베트남의 소비재 비중은 각각 1.6%p, 0.8%p, 0.5%p 상승했다.

고급소비재 수입은 전체 소비재 수입보다 빠르게 증가 중이다. 2010년부터 2018년까지 인도, 싱가포르, 말레이시아, 태국의 고급소비재 연평균 수입증가율은 전체 소비재보다 높게 나타났다.

특히 인도의 고급소비재 연평균 수입증가율은 15.4%로 고급소비재 시장이 다른 주요국 대비 가장 빠르게 성장했다. 베트남은 실내장식, 인도는 패션의류, 싱가포르는 뷰티제품의 수입 시장이 큰 폭으로 성장했다.

<베트남의 기술수준별 對한국 수입 비중>



<베트남의 기술수준별 對한국 수입 추이>

기술수준	2010	2018	(백만 달러)
			수입증가율 ('10-'18)
원자재가공품	462	1,379	198.4%
저위기술품목	2,564	4,636	80.8%
중위기술품목	2,538	9,587	277.7%
고위기술품목	1,053	20,094	1807.8%

주 : 중간재를 기술수준별로 분류 (원료 및 최종재는 제외)
 자료 : UN Comtrade를 바탕으로 저자 작성



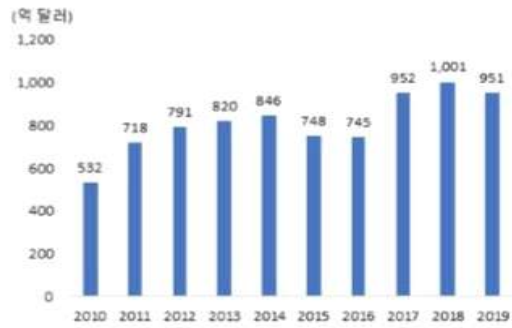
베트남의 경우 반도체 등 고위기술 중간재 수입은 최근 8년간 10배 이상 증가했다. 중간재 수입에서 한국제품 비중은 24.2%였다. 고위기술 중간재 수입 중 3분의 1은 한국으로부터 수입했다.

한편, 자국의 중간재 조달이 늘어나며 중간재 수입의존도는 점점 낮아지는 추세다. 중간재 수입비중이 감소세를 보임에도 불구하고 베트남과 인도를 중심으로 고위기술 중간재 수요가 확대되었으며 싱가포르, 말레이시아는 중위기술 중간재 수요가 늘었다.

신남방권은 우리기업의 핵심시장인 만큼 신남방권 수입시장의 변화에 적합한 진출 전략을 세워야 한다. 중간재 위주의 수출에서 탈피해 빠르게 성장 중인 고급소비재 수출을 늘리는 전략이 필요하다.

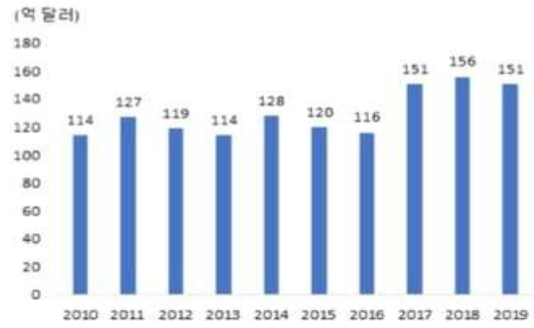
2019년 기준 한국 수출 상위 20개국 중 신남방권 국가는 베트남, 인도, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 태국, 인도네시아 등 7개국이 포함되었다.

<우리나라의 對아세안 수출 추이>



자료 : 한국무역협회

<우리나라의 對인도 수출 추이>



자료 : 한국무역협회



한국이 수출하는 고급소비재 중 뷰티제품을 제외하면 신남방 수입시장 내 낮은 점유율을 보이고 있다. 수입수요가 큰 패션의류, 패션잡화 진출이 더더 우리나라 제품은 각 국가에서 낮은 점유율을 보이고 있다.

중간재 수출은 기술수준을 고려한 국가별 전략을 마련해야 한다. 베트남은 고위기술 중간재, 인도는 중위기술 중간재에 대한 수입수요가 꾸준히 확대 중으로 관련 품목의 경쟁력 강화가 필요하다.