

주간 규제 정보

Vol. 420

2022. 10. 17 ~ 2022. 10. 23



목차

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 안전확인대상생활용품의 안전기준 부속서 67 (실내용 바닥재) 고시 개정	3
2. 차세대 연료전지 국제표준화 전략 한국에서 논의	3
3. 속눈썹 열 성형기, 완구 등 57개 제품 리콜명령	4
4. 안전확인대상(스키용구) 및 공급자적합성확인(어린이용스키용구) 안전기준 개정(안) 행정 예고	8

식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr/>)

5. 수입 배추김치, 해썹 적용 확대해 사전 안전관리 강화	9
--	---

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

6. 대만, 3종의 유기주석 화합물 금지 입법예고	12
7. 싱가포르, 온실가스(GHG) 규제에 따른 제품 등록방법 변경 및 Climate-Friendly Label 사용 중단	12

KOTRA 해외시장뉴스(<http://news.kotra.or.kr/>)

8. 이탈리아 미용기기 시장동향	13
9. 핀란드 금속 절삭가공용 선반 시장동향	17
10. 인도 알루미늄 잉곳 시장동향	21
11. 미국 면역물품 시장동향	34
12. 2023년 HFSS 규제 시행, ‘단짠단짠’과의 작별을 준비하는 영국	38
13. 중국 차량 방향등 시장동향	43
14. 칠레 가전제품 시장 트렌드	46
15. 헝가리 공기청정기 시장	49

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 안전확인대상생활용품의 안전기준 부속서 67 (실내용 바닥재) 고시 개정

국가기술표준원 고시 제2022 - 457호

「전기용품 및 생활용품 안전관리법」제15조제3항 및 같은 법 시행규칙 제3조제4항에 따른 안전확인대상생활용품(실내용 바닥재)의 안전기준을 다음과 같이 개정 고시합니다.

2022년 10월 18일
국 가 기 술 표 준 원 장

「안전확인대상 생활용품(실내용 바닥재)의 안전기준」 개정 고시

1. 개정취지

- 소비자 안전 확보를 위해 실내용 바닥재의 안전기준상 시험방법의 근거를 명확히 하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하려는 것임

2. 주요내용

- 실내용 바닥재 안전기준 시험방법에서 인용하고 있는 KS(한국산업표준) 규격의 근거를 명확히 표시
- 발포층이 있는 비닐 바닥 타일의 경우 압입량 시험은 제외

3. 붙임자료

- 안전확인대상생활용품의 안전기준 부속서 67(실내용 바닥재) 개정 전문

4. 부칙

제1조(시행일) 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

출처([국가기술표준원](http://kats.go.kr/))

2. 차세대 연료전지 국제표준화 전략 한국에서 논의

- 국가기술표준원, 「연료전지 기술위원회(IEC/TC105)」회의 개최
- 국표원, ‘수소활용 삼중열병합 연료전지’등 2건 신규 국제표준 제안

□ 수소를 이용하여 전기에너지를 만들어내는 연료전지 기술 분야의 선도국 전문가들이 서울에 모여 국제표준화 전략을 논의했다.

- 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 「연료전지 기술위원회(IEC/TC 105)」회의를 10월 20일(목)부터 21일(금)까지 2일간 서울 소피텔 호텔에서 개최하였다.

- 이번 회의에는 우리나라를 포함한 미국(비대면), 캐나다, 프랑스, 독일, 일본, 중국 등 연료전지 기술 국제표준 개발을 주도하는 13개국 40여 명이 참석하였다.

< 연료전지 기술위원회(IEC/TC 105) 회의 개요 >

◇ 일시/장소 : '22.10.20.(목)~21.(금), 09:00~18:00/소피텔 앰버서더 서울 호텔(서울 송파구)

◇ 참석자 : 한국, 프랑스, 독일, 노르웨이, 캐나다, 일본, 중국 등 13개국 40여 명

◇ 주요내용 : 수소활용 삼중열병합 연료전지, 사용후 연료전지 평가방법 신규 국제표준 제안 발표·논의

□ 이번 회의에서 참석자들은 수소 연료전지 제품들의 공정하고 명확한 성능비교를 위하여 연료전지 스택*의 평가방법에 대한 합의를 도출하였다.

* 수소와 공기를 반응시켜 전기를 생산하는 장치이며 자동차의 엔진과 같은 장치임

○ 또한 굴삭기 같은 건설기계용, 열차 및 선박의 대형 수송용 연료전지 제품이 시장에 원활히 진입할 수 있도록 성능 평가방법을 국제표준으로 제정해 나가기로 하였다.

□ 우리나라는 신규 국제표준 제안으로 수소활용 삼중열병합 연료전지와 사용후 연료전지 스택에 대한 성능 평가방법 2건을 발표하였다.

○ 이번에 제안하는 수소활용 삼중열병합 연료전지에 대한 평가방법은 기존 삼중열병합 연료전지가 전기, 온열, 냉열 세 가지를 생산하는 것 외에 정제된 수소까지도 생산하는 차세대 연료전지의 성능을 평가하는 방법이다.

< 수소활용 삼중열병합 연료전지 개념도 >

○ 사용후 연료전지 스택에 대한 성능 평가방법은 수소차용, 건물용 연료전지 등에서 사용된 연료전지 스택을 회수하여 잔존가치를 평가하여 재사용을 돕게 하는 표준안 이다.

□ 국가기술표준원 이상훈 원장은 “탄소중립 실현을 위해 차세대 연료전지 기술 개발과 활용 범위가 확대되고 있는 상황에서, 우리나라는 수소 연료전지 R&D 결과들을 연계하여 국제표준을 제안하고 있다”면서,

○ “수소 기술 분야 국제회의, 콘퍼런스 개최 등 국제표준 협력 활동을 강화하여 국내 전문가들의 국제표준화 참여 기회를 제공하고, 우리의 기술을 국제표준으로 반영할 수 있도록 지원해 나가겠다”고 밝혔다.

출처([국가기술표준원](#))

3. 속눈썹 열 성형기, 완구 등 57개 제품 리콜명령

- 국표원, 중점관리품목 등 732개 제품 안전성조사 결과 발표 -

□ 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 소비자 안전을 해칠 우려가 높아 중점관리품목*으로 관리중인 직류전원장치, 휴대용 사다리 등 47개 품목, 732개 제품에 대해 7~10월간 안전성조사를 실시하고 그 결과를 공개하였다.

* 부적합률 상승 등 소비자 위해 우려가 높은 품목 50개를 중점관리대상으로 지정(어린이제품 17개, 생활용품 13개, 전기용품 20개)

□ 조사 결과에 따르면, 유해 화학물질, 제품 내구성 등 안전기준을 위반한 57개 제품을 적발하였으며 해당 사업자에 대해서는 제품안전기본법 제11조 및 어린이제품 안전 특별법 제 10조에 따라 제품 수거 등의 명령(이하 리콜명령)을 내린 것으로 확인되었다.

□ 국가기술표준원은 리콜명령을 내린 57개 제품 정보를 제품안전정보센터(www.safetykorea.go.kr) 및 소비자24(www.consumer.go.kr)에 공개하고, 전국 22만여개 유통매장 및 온라인 쇼핑몰과 연계된 위해상품판매차단시스템에 등록하여 시중 유통을 차단하였다.

○ 이와 함께 소비자단체, 지자체 및 관계부처 등에 리콜 제품정보를 제공하고 학부모들이 많이 이용하는 알림장 앱(아이엠스쿨, 키즈노트)에도 리콜정보를 공개하는 한편,

○ 리콜제품을 사용중인 소비자가 해당 사업자를 통해 수리·교환·환불 등의 조치를 받을 수 있도록 하였다.

< 정기 3차 안전성조사 개요 >

▶ 조사기간: '22.7~10월(3개월)

▶ 조사대상: (어린이제품) 완구, 유·아동용 섬유제품, 합성수지제 어린이용품 등 15개 품목 330개 제품 (생활용품) 휴대용 사다리, 속눈썹 열 성형기, 건전지, 가스라이터 등 19개 품목 133개 제품 (전기용품) 전기프라이팬, 백열등기구, 직류전원장치, 전기찜질기 등 13개 품목 269개 제품

▶ 주요 시험항목: 유해물질 검출, 제품 내구성, 온도시험 등

□ 리콜명령 대상 57개 제품(어린이제품 18개, 생활용품 26개, 전기용품 13개)의 주요 결함내용은 다음과 같다.

<어린이제품: 완구, 자동차용 어린이 보호장치 등 18개 제품>

○ (완구: 8개 제품) 납, 카드뮴 또는 프탈레이트계 가소제(이하 가소제) 기준치를 초과한 완구 5개(기능성·작동·미술공예·발사체·승용완구 각1), 경고 문구 누락 또는 운동에너지 기준치를 초과한 발사체완구 2개, 작은 부품 부적합 및 납 기준치를 초과한 운동완구 1개

업체명 및 모델명

포시즌 키즈	쌍안경
Ant 빌리지	프린세스 USB 요술 선풍기
주식회사 청양코리아	바느질놀이
(주)비앤씨	퀵샷시리즈
수생토이즈	완구, K-7
플러스무역	Plane(3015227)
(주)드림월드플러스	스펀지총(36436엑스샷)
이펜시아	이펜시아 트램폴린

○ (어린이용 가구, 아동용 이단침대: 2개 제품) 납 기준치를 초과한 수납가구 1개, 가소제 기준치를 초과하고 상단 안전울타리, 바닥판 기준치, 상단 침대와 하단 침대의 조임이 부적합한 아동용 이단침대 1개

업체명 및 모델명업체명 및 모델명

주식회사 소르니아 모이 슬라이딩, 아기 전면책장, 교구장, 유아책장
(주)퍼니코 B16

- (어린이용 가죽제품, 합성수지제 어린이용품: 5개 제품) 납 또는 가소제 기준치를 초과한 어린이용 가죽 제품 3개, 공기구멍이 기준에 맞지 않는 유아용 노리개젓꼭지 길이 2개

업체명 및 모델명

(주)제이스타일코리아 블록 메탈 백팩
꾸루꾸루 쓰리밴드 인조가죽
일우산업 QCSH11231-YE-170-1
벨라코망(Bellakomang) 벨라코망 쪽쪽이클립
올댓제시 양면 자수 쪽쪽이 클립-델리아

- (학용품, 자동차용 어린이 보호장치: 3개 제품) 가소제 또는 납 기준치를 초과한 연필깎이, 필통, 유아용 좌석 각 1개

업체명 및 모델명

(주)티티경인 티티전동연필깎이
(주)한들 캐릭터 봉제필통
(주)에이비씨프로덕트 LB619

<생활용품: 비비탄 총, 속눈썹 열 성형기 등 26개 제품>

- (가스라이터, 비비탄 총: 4개 제품) 연료의 용적 기준치를 초과한 가스라이터 1개, 탄속제한장치가 분리되거나 탄환의 운동에너지가 기준치를 초과한 성인용 비비탄 총 3개

업체명 및 모델명

아림전기 AGM-8804L-Ⅲ
건앤건 M9
한국상사 (ARMY) R27
아테네암스 GLOCK17 GEN4 GBB

- (건전지, 고령자용 보행차 3개 제품) 카드뮴 기준치를 초과한 망간 건전지 2개, 주차브레이크 작동 및 해제 힘 기준치를 초과한 고령자용 보행차 1개

업체명 및 모델명

주식회사 위시 1.5V/R6 AA(WISH AA 1.5V)
삼정이노베이티브(주) Kingever R03 1.5V AAA Carbon Battery
탭트레이드 BT581

○ (속눈썹 열 성형기: 14개 제품) 제품에 표시된 최고온도를 초과한 속눈썹 열 성형기 14개

업체명 및 모델명

투실	K-CU-S20
에이치케이코퍼레이션(주)	CC-612
오아 주식회사	OJW-001WH
프롬비(주)	프롬비 속눈썹고데기
파인원	히어앤나우 아이볼 속눈썹고데기(HNB-2022001)
주식회사 쥬베라	쥬베라 온열뷰러 MU-2017-1
다운솔	다운솔 아이볼라 속눈썹고데기/DOS-02
지아컴퍼니	VD-ST2000BL
주식회사 이앤이	ELB-200
일렉마켓	EC-001W
예산	RI-3
(주)비타그램	VG-EC1000
(주)오션바이오	OEC-010
라이온세일즈 주식회사	LUAMO-EC1

○ (가구, 쌍꺼풀용 테이프: 5개 제품) 벽고정장치가 없고 전도될 위험이 있는 가구 4개, 폼알데하이드 기준치를 초과한 쌍꺼풀용 테이프 1개

업체명 및 모델명

(주)데코라인퍼니처	뉴라떼 4단서랍장
(주)예작퍼니처OEM	린네 5단 서랍장, 수납장, 단스, 화장대 SE10
주식회사 동서가구	동서가구 이디에프 해리6단 800 서랍장 DF902461
보성 ALIVE가구	카렌800 원목 광폭 3단서랍장
에이치인터내셔널	미디자인 KC인증 레이스쌍꺼풀테이프(휴대용케이스포함)일반형360매

<전기용품: 변압기 및 전압조정기, 전기방석 등 13개 제품>

○ (변압기 및 전압조정기, 주방용 전열기구: 3개 제품) 온도상승 기준치를 초과한 가정용 소형변압기 2개 및 핫플레이트 1개

업체명 및 모델명

(주)한일공업	HI-100D
대림테크	DL-500
(주)남양키친플라워	KEP-GH1600AB

○ (전기담요 및 매트, 전기찜질기: 4개 제품) 온도상승 기준치를 초과한 전기요 1개, 전기방석 2개 및 전기 찜질기 1개

업체명 및 모델명

라디언스(주) 광주지점	RC-3000
(주)영광하이테크	YNG-001
우진테크	Hwain-1
베스트테크	KT-2002

- (직류전원장치, 일반조명기구 등: 6개 제품) 감전의 위험이 있거나 온도 상승 기준치를 초과한 직류전원 장치 1개, LED등기구 3개, 조명기구용컨버터 및 LED램프(모듈) 각 1개

업체명 및 모델명

조이스트	GaN-001
대상엘이디(주)	DSC-SYS-60
(주)두리산업	DR-50BEBB
(주)나인라이팅	NINE-DL8-20
주식회사 에스에이치텍	DSH-DLC20
주식회사 갈릴리	MA-6202

- 이상훈 국가기술표준원장은 “어린이·노약자 등 제품안전 취약계층을 보호하기 위하여 소비자 위해 우려가 높은 중점관리품목에 대한 안전관리를 더욱 강화하고,

- 현재 가을철 수요가 높은 여행·나들이·야외활동 제품 등을 중심으로 안전성조사를 진행중이므로, 그 결과 11월 중 발표할 계획”이라고 밝혔다.

출처([국가기술표준원](#))

4. 안전확인대상(스키용구) 및 공급자적합성확인(어린이용스키용구) 안전기준 개정(안) 행정 예고

국가기술표준원 공고 제2022 - 0306호

「전기용품 및 생활용품 안전관리법」제15조제3항 및 동법 제23조제3항에 따른 안전확인대상 생활용품(스키용구) 및 공급자적합성확인대상 어린이제품(어린이용 스키용구)의 안전기준을 개정함에 있어 그 개정 취지와 개정 내용을 업계 및 국민에게 미리 알려 의견을 듣고자 행정절차법 제41조제1항의 규정에 따라 다음과 같이 공고합니다.

2022년 10월 21일
국가기술표준원장

안전확인대상 생활용품(스키용구) 및 공급자적합성확인대상 어린이제품(어린이용 스키용구) 안전기준 개정(안) 행정예고

1. 개정취지

「안전확인 안전기준 스키용구 부속서 33」의 스키화 호칭길이가 국제표준과 국내 안전기준 간의 차이로 인해 국제표준에는 적합한 스키화가 국내 안전기준에는 부적합하게 되어 국내 안전기준을 국제표준에 부합화

하고, 「안전확인 안전기준 스키용구 부속서 33」과 「공급자적합성확인 안전기준 어린이용 스키용구 부속서 8」의 표시사항 중 스키기술의 발전에 따라 현실에 맞지 않는 낡은 표시사항을 개정코자 함

2. 개정내용

가. 스키용구(생활용품)

- 스키용구 중 스키화(알파인용)의 호칭길이를 개정코자 함
 - 개정전 : A형 250mm이상, C형 180이상 250mm미만(3.2)
 - 개정후 : A형 200~340mm, C형 150~250mm(3.2)
- 스키용구 중 스키의 표시사항을 개정(삭제)코자 함
 - 개정전 : 일반적으로 자신의 신장에 15cm를 더한 길이의 것을 사용할 것(7.1.9.4)
 - 개정후 : 일반적으로 자신의 신장에 15cm를 더한 길이의 것을 사용할 것(삭제)

나. 어린이용 스키용구(어린이제품)

- 어린이 스키용구 중 스키의 표시사항을 개정(삭제)코자 함
 - 개정전 : 일반적으로 자신의 신장에 15cm를 더한 길이의 것을 사용할 것(7.1.7.4)
 - 개정후 : 일반적으로 자신의 신장에 15cm를 더한 길이의 것을 사용할 것(삭제)

3. 의견제출

[붙임] 개정(안)에 대하여 의견이 있는 개인, 업체 또는 단체는 다음 기한까지 의견서를 산업통상자원부 국가기술표준원 생활어린이제품안전과에 제출하여 주시기 바랍니다.

가. 제출기한 : 2022. 11. 14(월)

나. 예고사항에 대한 의견(찬·반여부와 그 사유)

다. 의견제출자의 인적사항(주소 및 전화번호)

라. 단체인 경우(단체명, 대표자명, 주소 및 전화번호)

※ 산업통상자원부 국가기술표준원 생활어린이제품안전과 담당자 신상훈 사무관

○ 주소 : 충북 음성군 맹동면 이수로 93(우 27737)

○ 전화/팩스 : 043-870-5451/043-870-5677

○ 이메일 : artlife1@korea.kr

출처([국가기술표준원](#))

식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr/>)

5. 수입 배추김치, 해썹 적용 확대해 사전 안전관리 강화

- 연간 5,000톤 이상 수입 실적 있는 업소 등 13개소 해썹 인증 -

□ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 올해 식품안전관리인증기준(HACCP, 이하 해썹) 2단계 의무적용 계획에 따라 수입 배추김치 해외제조업소 13개소를 평가한 결과, 모두 기준에 적합해 '수입식품 안전관리인증기준 적용업소'로 인증했습니다.

* 연간 수입량 5,000톤 이상 12개소와 1,000톤 이상 1개소

○ 이에 따라 현지 해썹 인증업소에서 제조된 배추김치는 전체 수입량의 55%*를 차지하게 됩니다.

* 올해 1~9월까지 수입량을 기준으로 산출

※ 내년 3단계 의무적용이 완료되면 최대 89%(추정치)까지 확대될 예정

○ 식약처는 수입식품을 제조하는 해외제조업소도 국내와 동등한 수준으로 위생·안전을 관리하기 위해 수입 식품 해썹 제도*를 도입했으며, 특히 수입 배추김치에 대해서는 수입량에 따라 2021년부터 단계적으로 의무적용을 시행해오고 있습니다.

* 2020년 4월 「수입식품안전관리 특별법」, 2021년 6월 시행규칙 개정

< 수입식품 해썹 의무적용 대상 및 시기 >

단계	적용 시기	대상
1단계	'21년 10월	'19년도 수입량 1만톤 이상인 배추김치 해외제조업소
2단계	'22년 10월	'20년도 수입량 5천톤 이상인 배추김치 해외제조업소
3단계	'23년 10월	'21년도 수입량 1천톤 이상인 배추김치 해외제조업소
4단계	'24년 10월	모든 배추김치 해외제조업소

□ 이번 인증 평가는 수입 배추김치의 주요 수출국인 중국 정부(국가시장감독관리총국)와 지난 2021년 9월 체결한 '수입 배추김치에 대한 해썹 의무적용을 위한 업무협약'*에 따라 실시됐습니다.

* 한국식품안전관리인증원이 우리나라 해썹 기준을 적용하여 ①신청서 접수, ②서류검토, ③현장조사 (중국 내 공인인증기관과 협력), ④인증서 발급 순으로 진행

○ 평가 대상은 올해 해썹 인증 신청서를 제출한 2단계 의무적용 대상 12개소와 3단계 의무적용 대상 1개소 등 총 13개소로, 해썹 인증 업무를 위탁받은 한국식품안전관리인증원이 서류검토와 현장평가를 실시해 종합적으로 평가했습니다.

○ 평가 결과, 인증 신청한 13개소 모두 기준에 적합해 '수입식품 안전관리인증기준 적용업소' 인증서를 발급했으며, 이번 2단계 의무적용 완료로 해썹을 인증받은 수입 배추김치 해외제조업소는 총 16개소*입니다.

* 1단계 수입 배추김치 해썹 의무적용 업소 3개소('21년 인증받은 5개소 중 한국에 수출 의사가 없는 2개소 인증서 반납)와 2단계 13개소

○ 아울러 지난해 해썹을 인증받은 3개 해외제조업소에 대해서도 해썹 기준 준수여부에 대한 정기 조사·평가를 실시한 결과, 모두 해썹 기준에 적합하게 운영되고 있음을 확인했습니다.

○ 참고로 식약처는 해썹 의무적용 대상업소가 해썹을 원활하게 인증받을 수 있도록 수입자·제조업소 등을 대상으로 설명회·간담회를 개최(5회, 1~8월)하고, 의무적용 업소와 수입량이 많은 제조업소를 대상으로 사전 기술컨설팅을 실시(비대면, 4~7월)했습니다.

□ 식약처는 앞으로도 수입 배추김치에 대한 해썹 의무적용 확대를 지속적으로 추진하고 다소비 수입식품에 대한 해썹 자율적용을 유도해, 수입식품 해썹 제도를 보다 활성화시키고 국민이 해외 현지 생산단계에서부터 안전성이 확보된 수입식품을 소비할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

<붙임> 2022년 수입 배추김치 해썹 인증, 조사·평가 결과

붙임

2022년 수입 배추김치 해썹 인증, 조사평가 결과

○ 2단계 의무 및 3단계 신청 업소의 인증평가 결과

연번	업소명	인증식품	국가	평가결과
1	ANQIU SANZHI FOODSTUFF AND VEGETABLES CO.,LTD	배추김치	중국	적합
2	QINGDAO NONGYEE FOODS CO., LTD.	배추김치	중국	적합
3	QINGDAO KUNYU FOOD CO., LTD	배추김치	중국	적합
4	QINGDAO YUXUAN FOODS CO.,LTD	배추김치	중국	적합
5	QINGDAO TONGREN FOODSTUFF CO., LTD	배추김치	중국	적합
6	QINGDAO YOUCHANG NATURAL FOOD CO.,LTD	배추김치	중국	적합
7	QINGDAO LIYA FOODS CO.,LTD	배추김치	중국	적합
8	QINGDAO SONGDUK FOODS CO., LTD.	배추김치	중국	적합
9	QINGDAO HONGXINSHENG FOODS CO.,LTD	배추김치	중국	적합
10	QINGDAO HOLYHONG FOODS CO LTD	배추김치	중국	적합
11	QINGDAO HAIDELIN TRADING FOODS CO.,LTD	배추김치	중국	적합
12	QINGDAO XUNFEI FOODS CO.,LTD	배추김치	중국	적합
13	QINGDAO DEESHENG FOOD CO.,LTD.	배추김치	중국	적합

○ 1단계 의무적용 업소의 해썹 준수 여부 조사·평가 결과

연번	업소명	인증식품	국가	평가결과
1	LINYI AJIN FOODS CO LTD	배추김치	중국	적합
2	QINGDAO LAIXI YULONGSHENG FOODS CO., LTD	배추김치	중국	적합
3	QINGDAO XINCHENPENG FOOD CO., LTD	배추김치	중국	적합

출처([식품의약품안전처](#))

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

6. 대만, 3종의 유기주석 화합물 금지 입법예고

대만 환경보호청(EPA*)는 TCSCCA**에 따른 독성 물질 목록에 3종의 유기주석 화합물을 추가하는 것에 대해 입법예고하였으며, 11월 3일까지 이해관계자의 의견을 수렴할 예정입니다.

* Environmental Protection Administration

** Toxic and Chemical Substances of Concern Control Act

10월 4일 자 초안에 제시된 3종의 유기주석 화합물은 다음과 같으며, 이 제안이 승인되면 대만 내에서 해당 물질 사용이 금지됩니다.

- 트리페닐- α -나프틸틴(triphenyl- α -naphthyltin)
- 트리프로필주석 플루오라이드(tripropyltin fluoride)
- 트리트리페닐스타닐 메탄(tritriphenylstannyl methane)

또한, EPA는 기존 10종의 유기주석 화합물에 대한 독성 분류를 개정했으며 업계가 새로운 요구 사항을 준수할 수 있도록 1~2년의 유예 기간을 부여했습니다.

유기주석 화합물은 내분비 교란을 유발할 수 있으며 종종 해양 소라, 따개비 및 기타 유기체가 부착되는 것을 방지하기 위해 방오 도료 및 코팅제뿐만 아니라 살충제 및 연체동물을 대상으로 한 살충제에 사용됩니다.

또한, 화합물은 수역에 분포하며 조개, 어류 및 수생 생물에 축적될 수 있습니다. 35종의 유기주석 화합물이 현재 TCSCCA의 독성 화학물질로 등재되어 있습니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://chemicalwatch.com/583805/taiwans-epa-proposes-banning-three-organotin-compounds>

<https://enews.epa.gov.tw/Page/3B3C62C78849F32F/d3b86062-0808-4685-bfc1-ff30223409d1>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처(국제환경규제기업지원센터)

7. 싱가포르, 온실가스(GHG) 규제에 따른 제품 등록방법 변경 및 Climate-Friendly Label 사용 중단

2022년 9월 1일 싱가포르 국립환경청(NEA*)은 지구온난화지수(GWP**)가 높은 냉각제를 사용하는 냉장고와 에어컨의 공급을 제한하기 위해 제품 등록방법을 변경하고 또한 기존 Climate-Friendly Label의 사용 중단을 발표했다. 이에 따라 2022년 10월부터 규제 대상의 냉장고와 에어컨을 공급하는 업체들은 국립환경청(NEA)에 적법하게 제품을 등록해야 하고, 환경보호관리법(EPMA***)이 요구하는 조건(GWP 한도를 충족하는 냉각제 사용)을 따르는 제품만 공급해야 한다. (규제 위반 시 미화 10,000불 이하의 벌금이 부과됨)

* National Environment Agency

** Global Warming Potential

*** Environmental Protection and Management Act

에너지라벨링의무계획(MELS*)이나 최소에너지성능기준(MEPS**)에 이미 등록되어 있는 제품의 공급업체들은 환경보호관리법에 자동 등록된 것으로 간주되므로 이번 개정에 대해 다시 등록할 필요는 없다.

* Mandatory Energy Labelling Scheme

** Minimum Energy Performance Standards

관련 업체들은 2022년 10월부터 2023년 9월 30일까지 조건이 맞지 않는 기존제품(2022년 10월 1일 이전에 제조되거나 수입된 제품)들을 처리할 수 있는 1년의 유예기간을 갖게 된다. MELS/MEPS에 이미 등록했으나 환경보호관리법의 조건을 따르지 않는 제품들은 2023년 9월 30일 이후에는 인증이 자동 취소된다. 제품 등록은 기존의 에너지라벨링계획(ELS*) 온라인 포털에서 신청할 수 있다.

* Energy Labelling Scheme

이번 시행으로 Climate-Friendly Label(CFL)의 사용은 중단된다. 공급업체들은 2023년 9월 30일 이내로 제품에 부착된 CFL을 제거하고 싱가포르 민방위대(SCDF*)의 권고라벨을 의무적으로 부착해야 한다.

* Singapore Civil Defense Force

관련 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

https://www.nea.gov.sg/docs/default-source/our-services/climate-change/010922_circular-to-restrictions-in-supply-of-equipment-using-high-gwp-refrigerant-and-discontinuation-of-climate-friendly-label.pdf

국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

KOTRA 해외시장뉴스(<http://news.kotra.or.kr/>)

8. 이탈리아 미용기기 시장동향

- 이탈리아 미용기기 시장, 코로나19 이후 소폭 감소세로 전환
- 구강 관리기기의 수요 증가세 지속으로 현지 트렌드 확인 필요

상품명 및 HS Code

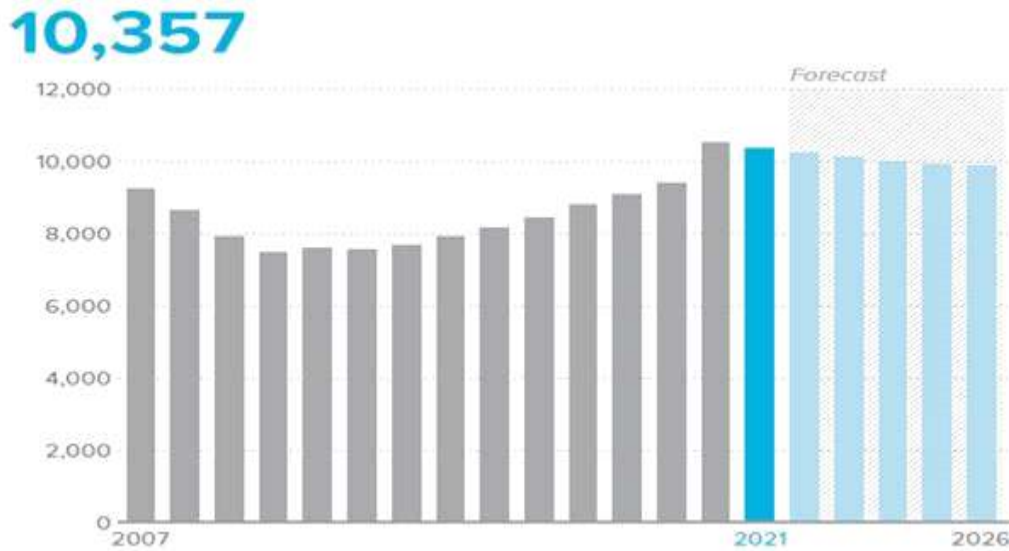
상품명: 미용기기 (HS Code: 854370)

시장동향

이탈리아 미용기기 시장은 팬데믹 기간 동안 큰 폭의 성장세를 보인 바 있다. 2020년 판매 대수 기준으로 전년 대비 12%의 성장을 보인 미용기기 시장은 일상으로의 회복이 본격화된 2021년에는 -1.5%를 기록하며 판매가 소폭 감소했다. 그러나 이는 코로나19 이전인 2019년도보다는 훨씬 높은 수준으로 건강과 웰빙,

미용용품에 대한 수요가 지속되고 있음을 보여주고 있다.

<2007~2026년 이탈리아 미용기기 판매 동향>
(단위: 천 개)



[자료: 유로모니터(Euromonitor)]

최근 이탈리아 미용기기 시장의 주요 키워드로는 제품의 혁신성과 개인화를 꼽을 수 있다. 팬데믹 동안 소비자들은 외모를 관리하기 위한 용도에서부터 단순히 시간을 보내는 용도로까지 다양한 목적을 위해 미용기기를 구매했다. 이렇게 기기의 수요층이 넓어지면서 보다 새로운 제품에 대한 관심이 증가하게 됐고, 이러한 소비자의 니즈를 충족시키기 위해 전문 미용기기 업체들은 신제품 개발에 박차를 가했다. 특히, 특허 받은 기술을 제품에 적용하고 다양한 미디어를 통한 프로모션으로 소비자가 각자의 취향에 맞춰 제품을 사용할 수 있음을 강조하고 있다.

미용기기에서 가장 큰 시장 성장을 보이는 품목은 구강 관리기기로 개인 위생의 중요성에 대한 인식이 높아짐에 따라 2021년도에도 시장성장을 지속했다. 소비자들의 예방에 대한 인식이 높아지며 구강 관리기기 품목이 미용기기 시장에서 가장 큰 비중을 차지하게 됐다. 반면, 가장 많이 감소한 품목은 모발 관리기기로 팬데믹 기간 동안 이동 제한 및 영업 제한으로 미용실 방문이 용이하지 않아 가정에서 모발을 관리할 수 있는 기기에 대한 수요가 증가한 바 있다. 그러나 다시 미용실이 영업을 재개하고 소비자들이 가정에서 했던 모발관리를 미용실에서 하기 시작하며 해당 제품에 대한 수요는 큰 폭으로 감소했다.

이와 같은 미용기기 시장 동향은 당분간 현재와 비슷한 트렌드를 유지할 전망이다. 구강 관리기기 및 관련 제품은 소폭이나마 시장이 지속해서 성장할 것으로 보이나, 이 외 모발 관리기구나 전기 세안기 등은 각각 -3.5%와 -2.4%로 시장이 감소할 것으로 예측된다.

<2021년 이탈리아 미용기기 품목별 시장 동향>
(단위: 백 개, %)

구분	판매 대수	증감률 ('21/'20)	*증감률 전망 (CACR '21-'26)
바디 셰이퍼	19,225	-1.9	-0.8
전기 세안기	15	-3.0	-2.4
모발 관리기기	31,960	-6.1	-3.5
구강 관리기기	50,942	1.6	0.3

배터리 전동칫솔	12,931	-2.1	-0.9
전기 전동칫솔	38,001	3.0	0.7
기타 구강관리기기	11	1.4	1.2
기타 미용기기	1,428	2.2	0.4

*주: 2021~2026년 예상 판매 동향에 따른 증감률 전망치

[자료: 유로모니터(Euromonitor), 밀라노 무역관 편집]

이탈리아 미용기기 수입동향

2021년 기준, 이탈리아의 미용기기 수입액은 7억 9500만 달러를 기록하며 전년 대비 41.99% 수입액이 증가했다. 수입 상위국에 독일, 중국, 태국이 있으며 수입 1위국인 독일로부터의 수입액은 전체 수입시장의 약 38.7%의 비중을 차지하고 있다. 특히 수입 상위 5국의 수입 비중은 76.3%로 상위 5국의 수입 쏠림 현상이 있는 것으로 나타났다.

이탈리아 미용기기 수입 시장은 다양한 국가에서 수입이 이뤄지고 있는 특징이 있다. 인근 유럽 국가를 비롯해 중국, 태국, 미국 등이 수입 상위 10위국 내 있으며, 한국은 수입 14위국으로 수입 점유율의 0.67%를 차지하고 있다.

<2019~2021년 이탈리아의 미용기기 수입 동향>

(단위: 백만 달러, %)

순위	국가명	2019년	2020년	2021년	
		수입액	수입액	수입액	증감율(21/20)
1	독일	74	136	308	126.9
2	중국	107	120	108	-9.7
3	태국	1	8	66	704.6
4	체코	8	19	66	238.9
5	네덜란드	145	96	59	-38.4
6	프랑스	17	21	30	45.3
7	미국	29	34	28	-16.0
8	영국	26	22	20	-8.2
9	스페인	12	14	15	4.2
10	벨기에	15	10	12	20.6
합계		552	560	795	42.0

[자료: Global Trade Atlas]

대한수입 규모 및 동향

이탈리아의 한국산 미용기기 수입은 감소와 증가가 반복적으로 나타나고 있다. 이탈리아의 한국산 미용기기의 수입 동향을 살펴보면 2017년과 2018년의 급격한 수입 증가 이후 감소세로 전환돼 2019년 -5.81%를 기록했으나, 코로나19의 영향으로 2020년 34.46%의 수입 증가를 기록했다. 2021년에는 수입이 감소해 -10.73%로 시장 고르기에 들어간 모습을 보였다. 2022년도 6월 기준 이탈리아의 미용기기 수입시장은 전년 동기 대비 -44.15%로 큰 폭으로 수입이 감소한 것으로 나타나고 있으며 한국으로부터의 수입 또한 -30.4% 감소하였다.

<2017~2021년 이탈리아의 대 한국 미용기기 수입 동향>

(단위: 천 달러, %)

	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
수입액	3,012	4,736	4,461	5,998	5,354
전년대비 증감률	14.1	57.2	-5.8	34.5	-10.7

[자료: Global Trade Atlas]

경쟁동향 및 유통구조

이탈리아 미용기기 시장은 가격대별로 제품 경쟁 시장이 치열한 것으로 나타나고 있다. 고가 제품의 경우 미국, 독일, 네덜란드, 영국 등 다국적 기업 제품들이 시장에서 각축전을 벌이고 있으며, 중가 시장에서는 이탈리아 기업 제품과 인근 유럽국의 중소브랜드 제품이 시장을 형성하고 있다. 저가형 미용기기 시장은 대부분 소형제품으로 구성돼 있으며, 이러한 시장은 가격경쟁력이 높은 중국, 태국 등 EU 역외국 및 제조 단가가 낮은 동유럽에서 생산된 제품이 유통되고 있다.

<이탈리아에 유통되는 미용기기 주요 제조사>

기업명	제품 특징
Procter&Gamble Italia S.p.A	미국의 다국적 대기업으로 Gillette, Braun, Oral B, Clearblue 등 다양한 브랜드를 보유 피부를 비롯해 모발, 구강 관리기기까지 각 브랜드별로 중점 케어 분야에 맞춰 미용기기를 출시하고 있음
Philips S.p.A	네덜란드의 다국적 의료 기업으로 가정용 가전제품 생산 모발 관리기기 분야가 중점이던 미용기기분야에서 가정용 미용기기 라인에 대한 투자 강화로 피부 미용기기 분야 강화
SEB Italia S.p.A	프랑스의 다국적 가전기기 생산업체 Krupps, Rowenta, Tefal, Lagostina 등의 브랜드를 보유. 주방 및 가정용 가전기기 생산업체로 모발, 구강 관리기기 생산
Colgate-Palmolive S.p.A	미국 기업으로 바디케어 제품, 구강제품, 가정청소제품 전문 업체 Elimex, Meridol, Soft&Gentle 등의 브랜드를 보유하고 있으며, 이탈리아 생산 시설에서 바디용품을 생산 미용기기 분야에서는 구강 관리기기를 중심으로 시장 점유
De'Longhi S.p.A	이탈리아의 주방, 가정용 가전기기 전문 생산기업 커피 기계로 유명하며, De'Longhi, KENWOOD, nutribullet, Ariete 브랜드 보유
Tenacta Group S.p.A	이탈리아의 소형가전제품, 미용기기, 비용 장비 생산 및 유통업체 Imetec, Bellissima, Dreamland, Aspen, Collexia 등을 보유 모발, 피부, 바디 등 다양한 미용기기를 개발, 생산, 수입 및 유통 특히 Bellissima는 여성 퍼스널 케어 전용 제품라인 브랜드

[자료: 유로모니터(Euromonitor), 밀라노 무역관 자체 조사]

위 기업들 외에도 Panasonic는 모발 관리기기를 중심으로 이탈리아에서 시장을 확장해가고 있으며, 진공 청소기로 알려진 Dyson은 높은 가격에도 불구하고 미용기기 분야에서 전문가와 고객으로부터 최고 리뷰를 받으며 성장세를 보인다.

미용기기는 일반적으로 전문 미용용품 유통점을 통하여 공급이 이루어지기도 하지만 가전기기 전문 유통점, 위생용품 유통망, 약국 및 슈퍼마켓 등 대형 유통망을 비롯해 온라인에서도 제품을 쉽게 구매할 수 있다. 그렇기에 브랜드 신뢰도가 필요한 품목과 저가제품의 시장이 명확하게 구분된 특징이 있고, 대형 유통망 및 온라인에서는 가격 위주로 시장이 형성돼 있어 저가제품의 구매가 주를 이루고 있다.

관세율, 인증절차 및 제도

한-EU FTA 체결로 이탈리아 내 미용기기 수입 관세율은 0%의 적용을 받는다.

* (EU 관세율 조회) http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp

이탈리아의 미용기기를 수출하기 위해서는 CE마크 획득이 필수로 요구된다.

* CE인증: <https://www.trade.gov/eu-standards>

* 의료기기 규제에 해당하는 품목 CE 인증:

<https://www.ema.europa.eu/en/human-regulatory/overview/medical-devices>

시사점

이탈리아의 미용기기 시장은 팬데믹과 함께 큰 성장을 보인 이후 소폭 감소하는 추세나, 혁신적인 제품에 대한 소비자의 관심은 지속적으로 증가하고 있다. 하지만 최근 이탈리아를 포함한 유럽의 높은 인플레이션과 이로 인한 구매력 감소는 미용기기 시장 성장의 걸림돌로 작용할 수 있다.

한국의 미용기기 제품은 이탈리아에서 점차 시장을 넓혀가는 추세로 OEM 생산 등을 통해 다양한 제품들이 유통되고 있다. 그러나 한국 브랜드의 인지도가 아직은 높지 않아 보수적인 고가 미용기기 시장에서는 경쟁력을 발휘하지 못하고 있다. 최근 시장은 양분화가 뚜렷하고 가격경쟁력 위주로 재편되고 있는 추세로 소비자들은 저가제품에 대한 선호가 높은 것으로 나타나고 있다. 그렇기에 이탈리아 시장 진출을 원하는 우리 기업들은 현지의 소비 트렌드를 면밀히 살펴볼 필요가 있으며, 인증이 필요한 품목이기에 수출을 위해서는 규정 확인을 통해 반드시 인증을 취득이 선행돼야 한다.

자료원: Euromonitor, ISTAT, STATISTA, Global Trade Atlas, KOTRA 밀라노 무역관 자체분석

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

9. 핀란드 금속 절삭가공용 선반 시장동향

- 발달된 금속산업은 핀란드의 금속 절삭가공용 선반 수요를 견인
- 내구성과 신기술을 접목한 제품으로 경쟁제품과의 우위를 찾아야

상품명 및 HS Code

상품명: 금속 절삭가공용 선반 (Horizontal lathes, incl. turning centres, for removing metal, numerically controlled)

HS Code: 845811

시장 규모 및 동향

핀란드는 기계, 금속산업이 발달하여 금속제품을 가공할 수 있는 기계류에 대한 수요가 높은 나라 중 하나이다. 매년 9월 핀란드 탐페레(Tampere)에서 개최되는 Subcontracting Fair는 핀란드의 대표적인 산업전 사회로 300여개의 금속절삭 및 가공업체들이 참가하고 있다. 이들 기업들은 핀란드, 독일, 일본 등의 제품을 주로 사용하고 있으며, 일부 업체는 한국산 제품을 사용하기도 한다.

핀란드 산업협회의 2020년 회원사로 가입되어 있는 핀란드 공작기계기업 10개사의 2021년 매출액은 297백만 유로이다. 금속 절삭가공용 선반을 제조하는 8개 업체의 매출액은 228백만 유로이다. 하지만, 해당 업체들은 금속 절삭가공용 선반 외의 다른 제품도 생산하고 있어 HS845811 제품의 매출액은 더 작을 것으로 추정된다.

동 협회에서 2020년 발표한 최신자료에 따르면, 핀란드 공작기계산업은 2017년 156백만 유로의 매출액과 126백만 유로의 수출을 기록했다. 주요 수출국은 미국, 독일, 에스토니아, 이탈리아, 스페인 등이다.

정밀기계에 대한 수요가 높은 핀란드 시장동향

금속 절삭가공용 선반도 사용목적에 따라 다른 제품을 필요로 하기 때문에 최종 소비자의 목적에 맞춘 제품을 제안할 필요가 있다. 하지만, 핀란드의 금속산업은 대부분 중간재를 가공하여 미국, 독일, 스웨덴 등으로 수출하는 구조로 이루어져 있어 일반적으로는 높은 품질을 추구한다. 따라서 금속을 가공할 수 있는 공작기계 역시 정밀도하고 내구성이 높은 제품을 선호한다.

핀란드에서 공작기계를 유통하고 있는 수입상 A의 관계자는 무역관과의 인터뷰에서 “한국산 공작기계는 일본과 독일산 대비 가격대비 성능은 우수하지만, 내구성은 떨어진다.”고 밝혔다. 현재 한국 공작기계를 사용하고 있는 금속가공업체 B의 담당자는 “공작기계 구매시 중요한 요소는 가공속도, 정확도, 프로그래밍의 용이성과 다양성, 오류에 대한 민감도(Fault Sensitivity) 등이 중요하다.”고 무역관에 조언했다.

최근 산업의 발전으로 인해 핀란드 기업들은 기존 공작기계에 새로운 기술을 접목한 제품에 대한 관심을 보이고 있다. 예를 들어 3D 프린터를 추가하거나 다양한 공작기계를 통합한 형태 등이 최신 트렌드로 자리 잡아가는 추세이다.

최근 수입동향

2022년 7월까지 상반기 핀란드의 금속 절삭가공용 선반(HS845811) 수입액은 전년 동기대비 76.5% 증가한 13,893천 유로로 크게 증가했다.

매년 점유율이 변하기는 하지만 2022년 7월까지의 일본과 독일이 각각 44%와 26%의 점유율을 차지하고 있다. 한국 제품의 경우 2020년 11%, 2021년 6%, 2022년 7월 10%로 상위권에 꾸준히 오르고 있다.

국가별 연도별 수출액의 등락이 심한 이유는 제품의 특성상 수주하는 기업에 따라 수출액이 매년 크게 변하기 때문으로 추정된다.

<핀란드 금속 절삭가공용 선반 수입 동향>

(단위: 천 EUR, %)

순위	국가명	2022.7월	2021년	2020년
----	-----	---------	-------	-------

		금액	증감율	금액	증감율	금액	증감율
	전체수입액	13,893	76.5	19,508	38.4	14,101	-44.5
1	일본	6,068	471.7	3,230	11.9	2,885	-72.3
2	독일	3,599	22.4	6,262	80.3	3,473	-28.7
3	대한민국	1,452	149.7	1,147	-26.3	1,556	-33.2
4	스페인	726	19.3	2,112	75.6	1,203	33.8
5	네덜란드	340	-12.2	1,078	-	-	-
6	스웨덴	315	8,883.3	353	-	-	-100.0
7	오스트리아	315	2,139.0	14	5.3	13	-7.7
8	이스라엘	270	-	-	-	-	-
9	싱가폴	234	-	103	70.7	60	-41.3
10	영국	145	-76.7	1,724	28.0	1,347	-56.7

[자료: 핀란드 관세청]

관세율 및 인증제도

핀란드는 EU회원국으로 한국에서 수출 시 한-EU FTA의 적용을 받아, 관세율은 0%이다. FTA가 적용되지 않는 국가로부터 수입하는 경우 관세는 2.70%이다.

금속 절삭가공용 선반을 EU에 판매하기 위해서는 CE인증이 필수이다. 아래의 표준을 충족해야 CE인증취득 또는 EU내 판매가 가능하다.

- Machinery Directive 2006/42/EC: 기계 생산 시 필수건강 및 안전요건
- Electromagnetic Compatibility Directive 2014/30/EU
- Low Voltage Directive 2014/35/EU: 교류50~1,000V, 직류 75~1,500V 사용기기에 해당
- EN 60204-1:2018 기계류 안전
- ISO 23125:2015 터닝머신 안전
- EN ISO13849-1 제어시스템 안전
- ISO 10218:1-2:2011 산업용 로봇 안전(산업용 로봇 사용시)

경쟁동향

핀란드 산업협회에 회원사로 등록되어 있는 공작기계 회사 중 금속 절삭 가공용 선반 제조사는 7개사로 분야에서는 Finn-Power, Fastems, Pivatic, P-Drill 등이 대표업체들이다.

<핀란드 금속 절삭가공용 선반 제조업체>
(단위: 유로)

회 사	매 출 액	홈페이지
Finn-Power	122,800,000	www.primapower.com/fi
Fastems	69,200,000	http://www.fastems.com/
DMG Mori Finland(일)	12,500,000	https://fi.dmgmori.com/

Aliko	5,110,000	https://www.aliko.fi/
T-drill	12,400,000	https://t-drill.com/
Pivatic	12,400,000	https://pivatic.com/
LSK-Machine	3,300,000	http://www.lsk-machine.fi/
Macring	2,300,000	https://www.macring.fi/

[자료: 각 사 홈페이지 및 finder.fi]

유통구조 및 주요 기업

금속 절삭가공용 선반 시장은 현지 에이전트를 통해 최종소비자에게 판매되거나, 제조사에서 소비자에 직접 판매를 하는 방식으로 유통되고 있다.

현지 AS망을 갖추지 못한 기업은 사후관리까지 진행할 수 있는 현지 에이전트를 통해 제품을 판매한다. 하지만, 글로벌 기업의 경우 핀란드에 사무소를 운영하여 판매 및 AS까지 한 번에 처리하는 경우도 있다.

<핀란드 금속 절삭가공용 선반 수요업체>

(단위: 유로)

회 사	매 출 액	홈페이지
Wilhuri Tekninenkauppa	660,700,000	https://www.tekninenkauppa.fi/
MTC Flextek	16,900,000	https://www.mtcflextek.fi/
Timaco	8,800,000	https://www.timaco.fi/
Crontek	6,600,000	https://www.crontek.fi/
SH-Teksor	6,000,000	http://www.sh-teksor.fi/
CNC Koneistus	5,300,000	http://www.cnckoneistus.fi/
Helkone	2,500,000	http://www.helkone.fi/
Makrum	3,500,000	https://www.makrum.fi/
Grönblom Machines Oy	3,500,000	-
Helkone	2,500,000	http://www.helkone.fi/
VARFER KONEPAJA	1,100,000	https://varfer.com/

[자료: 각 사 홈페이지 및 finder.fi]

시사점

핀란드는 전통적으로 금속산업이 발달하여 공작기계에 대한 수요가 높다. 금속산업 기업들은 높은 품질의 제품을 생산하기 위해 내구성과 정교함을 가지고 있는 제품을 선호한다.

한국 금속 절삭가공용 선반은 가격경쟁력을 내세워 핀란드에서 인지도를 높여가고 있다. 하지만, 핀란드 기업들은 내구성이 높은 일본과 독일 제품을 선호하고 있어 국내기업은 격차를 줄여야 더 많은 기회를 찾을 수 있을 것이다. 뿐만 아니라, 새로운 트렌드에 맞춘 신제품을 핀란드 시장에 소개한다면 기존 업체들과의 경쟁에서 유리한 위치를 차지할 수 있을 것으로 기대된다.

자료원: 핀란드 산업협회, 핀 관세청, finder.fi, 무역관 자료 종합.

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

10. 인도 알루미늄 잉곳 시장동향

- 인도 인프라, 제조업 성장, 전기차 전환정책으로 알루미늄 제품 수요 증가
- 알루미늄을 포함한 비철금속 수입 모니터링 제도는 기업이 주의할 사항

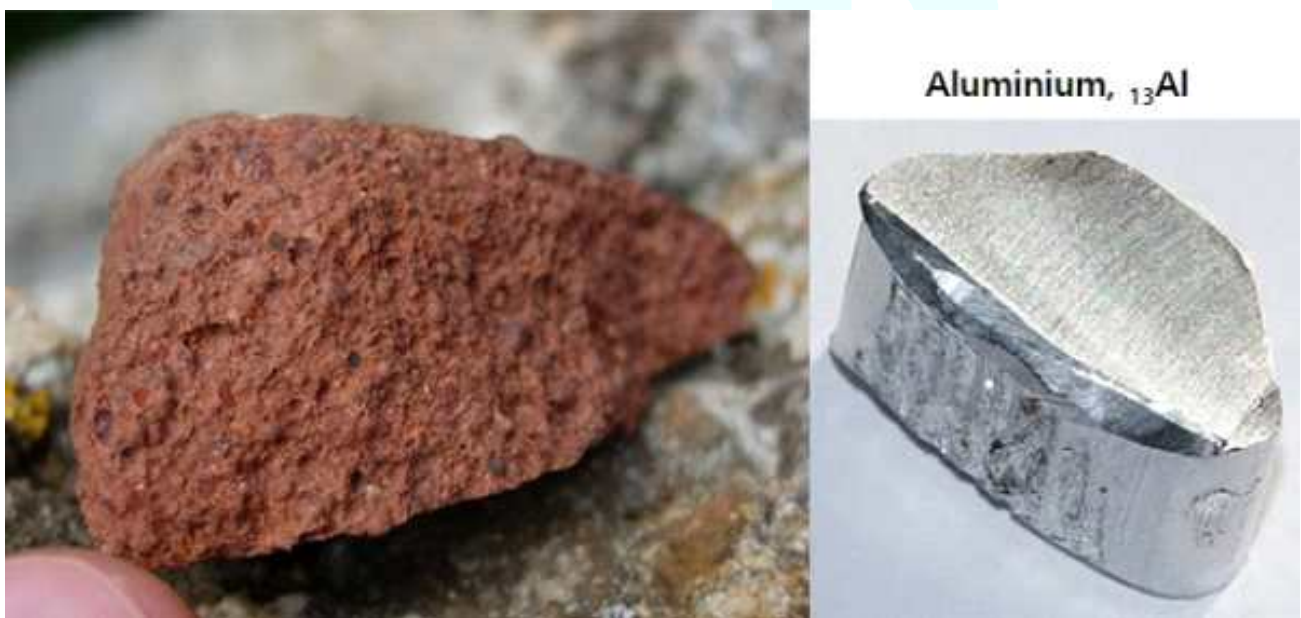
상품명 및 HS Code

알루미늄 잉곳 또는 합금(제련 후, 주형에 부어 넣어 고체화한 금속 덩이)의 HS Code는 제 7601.20으로 분류되며, 영문으로 표기 시 'Aluminum Alloys'로 표기된다.

시장동향

알루미늄은 강철 다음으로 세계에서 두 번째로 많이 사용되는 금속 중 하나로, 지난 60년 간 여타 금속들의 경우 6~7배 규모로 성장하였으나, 알루미늄 시장은 약 20배 성장하며 가장 빠른 성장세를 보여주었다. 또한, 알루미늄은 상대적으로 가벼운 금속 중 하나로, 여러 제품의 생산에 널리 사용되고 있다. 1880년대에 알루미늄 산화물에서 알루미늄을 새로운 공정이 발명되면서 그 가용성이 크게 향상되었다. 또한, 보크사이트(bauxite)라고 불리는 광석에서 산화 알루미늄을 저렴하게 얻을 수 있는 새로운 공정의 역할도 알루미늄의 가용성을 높였다고 볼 수 있다.

<보크사이트 광석 및 알루미늄 금속 사진>



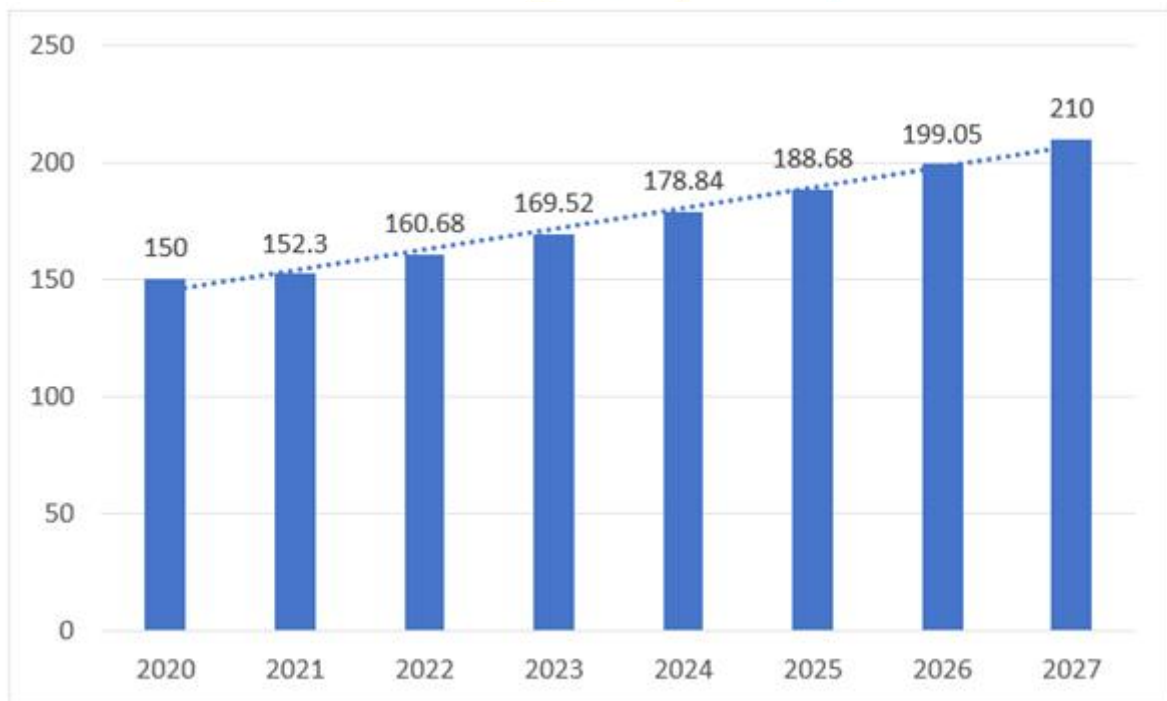
[자료: medium.com, Saphon]

알루미늄은 철보다 3배 더 가볍지만 강철과 유사한 강도를 가지고 있고, 가단성(부러지지 않고 구부릴 수 있는 성질)이 뛰어나다. 특히, 산화 알루미늄(Aluminum Oxide)은 그 얇은 층으로 인해 내식성(Corrosion resistant)이 뛰어나 부식이 일어나기 어렵다. 알루미늄은 생산 비용이 저렴하고 매우 다재다능한 금속으로

높은 가격 경쟁력, 우수한 중량 대 강도 비율, 성형성, 뛰어난 기계적 특성, 높은 열과 전기 전도도 및 고온에서의 강도 유지와 같은 특성으로 인해 지속적으로 새로운 응용 분야를 발굴해 왔다. 이러한 장점으로 알루미늄은 '미래의 금속'이라 불리며 향후 주력 산업의 성장을 뒷받침하는 신소재로 알려져 왔다. 알루미늄은 현재 전기, 운송, 통조림, 포장, 건축 및 건설, 동전 주조, 국방, 항공우주 등 다양한 산업에 사용되고 있다. 무엇보다도 알루미늄의 경량 특성은 인도 내에서 전기차 전환정책이 본격 시행됨에 따라 그 중요성이 더욱 커지고 있다.

시장조사기관 Statista에 따르면, 2021년 세계 알루미늄 시장 규모는 1523억 달러였으며, 2027년까지 CAGR(연평균 성장률) 8.1%로 성장하여 2,100억 달러에 이를 것으로 예상된다.

<세계 알루미늄 시장 규모 예측>
(단위: 10억 달러)



[자료: Statista]

인도의 알루미늄 시장은 성장하고 있었으나 2019 코로나 사태로 인해 감소하였다가 현재 회복하는 중이다. 2020년 121억 8460만 달러에서 2021년 159만 8010만 달러로 소폭 성장하는 모습을 보여주었다.

<인도 알루미늄 시장 규모>
(단위: 백만 달러)

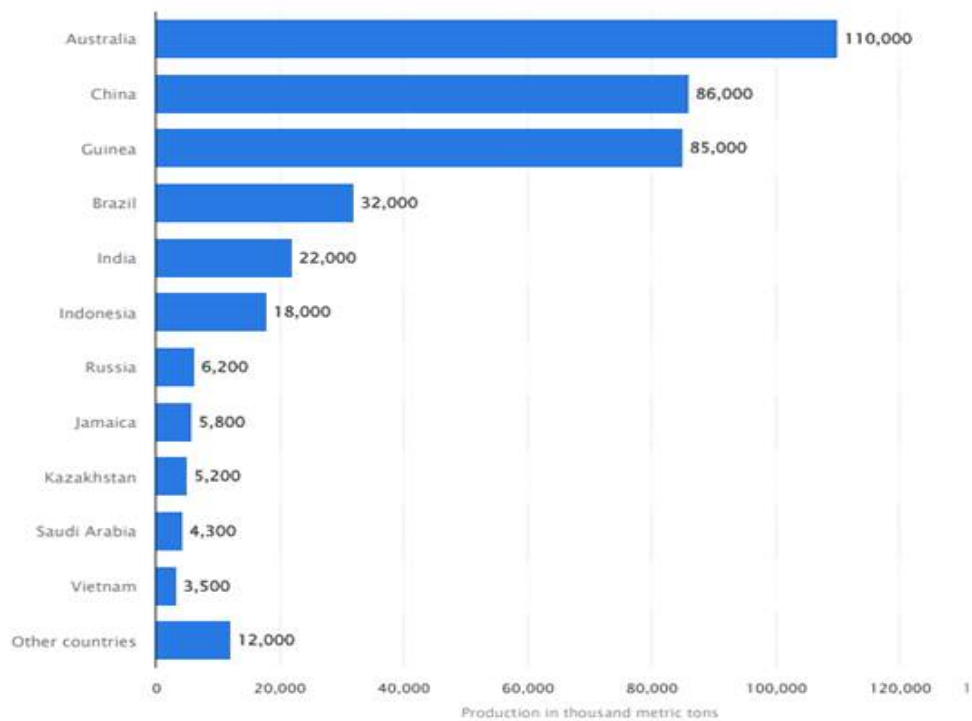
년도	2016	2017	2018	2019	2020	2021
시장규모	11,499.70	14,753.90	18,192.70	15,622.30	12,184.60	15,980.10

[자료: Euromonitor]

NS 에너지에 따르면, 전 세계에서 생산되는 보크사이트의 약 85%가 다양한 산업 용도로 인해 1차 알루미늄으로 전환되고 있다. 2021년 자료에 따르면, 인도는 전세계 5위 보크사이트 생산국에 해당된다.

<보크사이트 생산 상위 11개 국(2021년)>

(단위: 천 미터톤Metric tons)

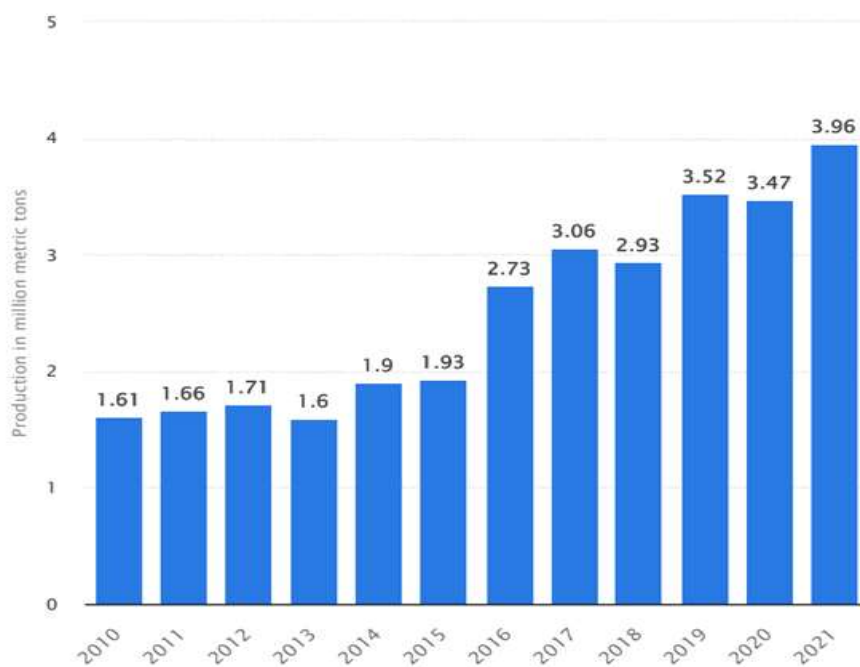


[자료: Statista]

1차 알루미늄은 운송, 상업, 기술, 의료 등과 같은 여러 산업에서 많이 사용된다. 1차 알루미늄 잉곳은 시트, 파이프, 플랫 및 기타 제품으로 만들 수 있다. 인도는 세계 5위 보크사이트 자원보유국으로 2021년 기준 약 396만 톤의 1차 알루미늄을 생산하고 있다.

<2010-2021 인도 1차 알루미늄 생산량>

(단위: 백만 톤)

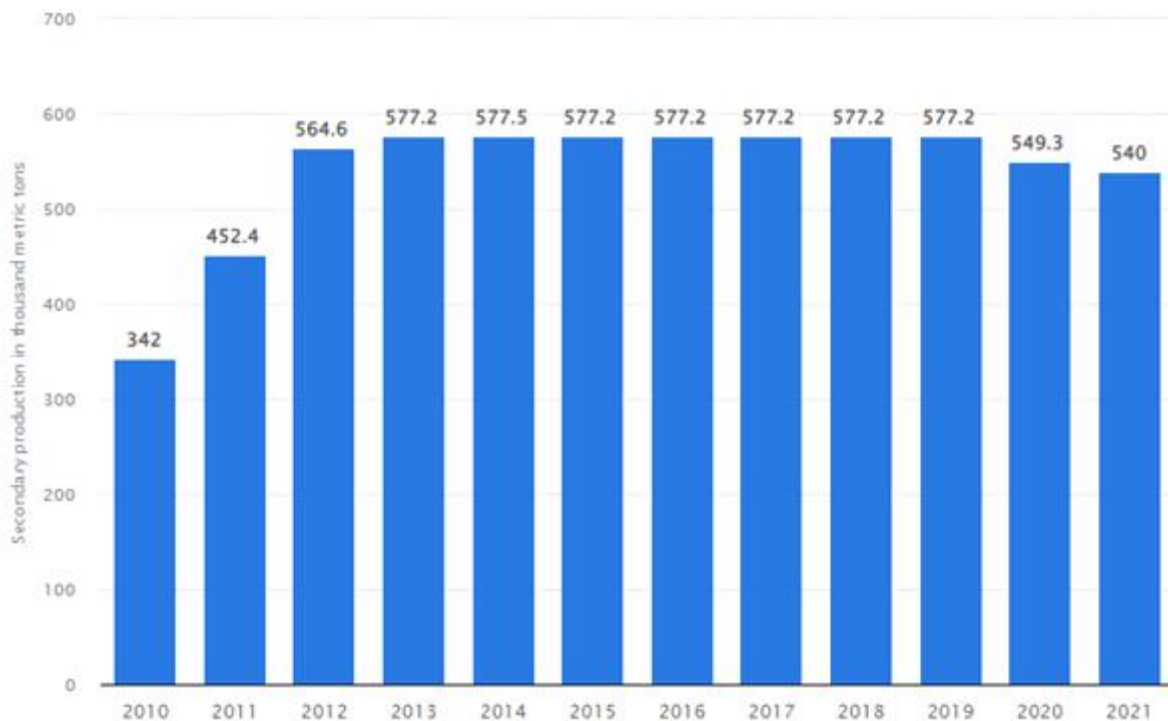


[자료: Statista]

세계적으로 알루미늄은 광석을 알루미늄으로 바꾸는 1차 생산 공정과 알루미늄 고철을 재활용하여 다시 알루미늄을 생산하는 2차 생산(재활용)이라는 두 가지 방법으로 생산된다. 고철 알루미늄으로 생산되는 2차 알루미늄은 비교적 공정이 쉽고 비용 효율적이므로 세계적으로 많이 생산되는 추세를 보여주고 있다. 알루미늄은 재활용될 때 대부분의 알루미늄의 특성을 잃지 않기 때문에, 알루미늄을 재활용할 경우 동일한 양의 1차 알루미늄을 만드는 데 필요한 에너지의 5%만 소비한다는 장점이 있다.

인도 정부가 펼치고 있는 다양한 친환경 정책으로 인해 알루미늄의 수요가 커지고 있다. 동시에 재활용으로 생산되는 2차 알루미늄의 사용도가 증가하며 알루미늄의 고철 수입과 동시에 생산도 성장하는 추세를 보이고 있다. 2019년 코로나 이후 생산이 줄었지만 회복이 전망되고 있다.

<2010-2021 인도 2차 알루미늄(재활용 쓰레기 및 고철) 생산량>
(단위: 천 미터톤)



[자료: Statista]

알루미늄은 가볍고 내구성이 뛰어나 다양한 자동차 부품 제조 및 운송업에 많은 알루미늄 합금이 필수적으로 사용되고 있다. 특히, 인도의 자동차 제조업체들은 현재 BS-IV 규범의 CO2 배출 기준과 향후 BS-VI 규범의 기준을 충족하기 위해 고강도 알루미늄 합금을 사용한다. 자동차·운송업계의 고강도·경량 소재 수요가 인도 시장에서 고강도 알루미늄 합금 수요를 견인하는 데 큰 역할을 할 것으로 보인다. 인도의 고강도 알루미늄 합금 시장 규모는 2017년 10억 8770만 달러였으며, 2023년에는 16억 4330만 달러에 이를 것으로 예상된다.

중앙 정부는 2020년 4월 1일부터 이륜차와 사륜차를 포함한 모든 차량 제조업체가 자동차와 이륜차 배출 오염 규제인 BS6(BSVI) 차량만 제조, 판매 및 등록하도록 의무화했다. BS6 규범에 따라 예전 기준인 BS4 보다 기준을 강화했다. BS4에서 디젤 차량의 NOx 기준은 250mg/km이지만 BS6 배출 기준에서는 80mg/km로 감소했고 HC+NOx 기준은 BS4의 300 mg/km에서 170 mg/km로, PM은 25 mg/km에서 4.5 mg/km로 감소하여 적용된다.

<2020/21 회계연도 알루미늄 주요 사용 부문>

(단위: %)



[자료: CRISIL Research]

인도 자동차 부품 관련 알루미늄 다이 캐스팅(Die Casting) 시장은 2020년 10억 9천만 달러로 평가되고 있으며, 2026년에는 18억 1천만 달러에 이를 것으로 예상된다. 인도 자동차 부품 알루미늄 다이 캐스팅 시장은 2021~2026년 기간 8.8%의 연평균 성장률(CAGR)을 기록할 것으로 예상된다.

다이캐스팅은 표면에 정밀하게 배치되어 선명하게 지정되며, 매끄럽거나 층이 있는 금속 부품을 제조하는 방법이다. 다이캐스팅은 실제로 고압에서 리필 가능한 금속을 가압함으로써 만들어진다. 최근 들어 제조에 있어 환경보호에 더 중점을 두게 되면서 친환경 자동차 수요가 높아지고 있는데, 다이캐스팅으로 만들어진 경량 부품은 최대 연료 효율과 저배출량을 달성하여 환경기준과 규정 준수를 위해 사용된다. 이러한 이유로 다이캐스팅 시장의 성장이 전망된다.

알루미늄 제조업체가 다양한 특정 용도를 위한 합금 제조에 앞서 해결해야 할 과제 외에도, 인도의 역량은 건축, 건설, 내구 소비자재, 전기 및 산업 부문에서 많은 요구 사항을 충족하지만, 자동차, 국방 및 항공 산업으로 확장되지 않고 있다. 보도에 따르면 인도 생산자들이 국내 수요를 충족시키기 위해 노력하고 있지만, R&D 활동에 상당한 투자를 필요로 할 것이다.

자동차 공간 내에서 알루미늄은 엔진 구성 요소, 변속 장치, 브레이크 케이스, 라디에이터, 실린더 헤드, 변속기 하우징, 휠, 윈도우 프레임 및 패널 등에 사용된다. 전체 주요 요구 사항 중 2차 알루미늄은 구성품이 원하는 원소 배열이 이미 존재하고 분자 특성이 더 우수하기 때문에 많이 사용되고 있다. 현장 검증에 의하면 인도에서 제조된 자동차의 알루미늄 강도는 세계 평균보다 훨씬 낮기에 수입에 의존하고 있고 확실한 수입 수요가 있다.

인도 정부는 승용차의 평균 연료 소비량(휘발유, 디젤, 액화석유가스 또는 압축천연가스 사용, 운전석 포함 9인승 이하, 시험한 차량 총 중량 3,500kg 이하)과 관련된 표준을 발표했다. 이 기준들은 2017/18 회계연도에 발효되었고 두 번째 기준은 2022/23 회계연도에 발효될 것으로 예상된다. 이러한 규범은 기업이 평균적으로 소비 하는 평균 연료 소비량을 최대한 효율적으로 사용하여 적은 연료를 사용하겠끔 하는데 이런 자동차를 만드는데 필수적으로 들어가는 알루미늄의 수요가 증가로 이어지고 있다.

인도가 알루미늄 산업에 큰 성장했음에도 불구하고 한국은 알루미늄 합금의 주요 조달처 중 하나로써 시장 점유율을 꾸준히 늘려가고 있다. 인도는 특히 전문화된 특수 잉곳을 수입해 왔다. 인도 생산업체 중 한 곳인 힌달코는 자회사인 노블리스(Novelis)를 통해 한국에 2개의 하청 알루미늄 가공 공장을 두고 있을 정도

로 한국은 인도의 알루미늄 잉곳 주요 수출국 중 하나이다.

수입동향 및 對韓 수입규모

2021년 HS Code 7601.2010 기준 인도의 대세계 알루미늄 잉곳 수입액은 3억 3,720만 달러로, 전년 대비 24.89% 상승했다. 동 제품은 한국을 포함한 상위 5개국 수입액이 90.45%를 차지하며, 특정 국가에 수입의 존적인 지표를 보이고 있다. 최대 수입국은 1억 410만 달러를 기록한 카타르가 차지했으며, 한국은 2021년 기준 5위를 기록하였다. 한국은 2019년 수입액 4,330만 달러, 2020년 1,940만 달러 2021년 3,070만 달러를 기록하면서 특정한 추세를 보이지 않고 있지만 2022년 1월에서 5월 수입액이 1,370만 달러를 고려했을 때 코로나19 기간 이전으로의 회복 및 성장세를 기록할 것으로 전망된다.

<인도 알루미늄 잉곳 상위 10위 수입국>

(단위: 십만 달러, %)

순위	국가	수입액				'21년 점유율	'21년 증감률
		2019	2020	2021	2022.1~5		
	세계	3,477	2,230	3,372	1,864	-	24.89
1	카타르	515	543	1,041	680	30.89	62.68
2	말레이시아	1,215	718	679	183	20.16	-55.34
3	바레인	258	224	523	402	15.52	88.37
4	UAE	318	267	498	265	14.77	30.00
5	대한민국	433	194	307	137	9.11	23.88
6	러시아	23	23	149	106	4.45	84.82
7	태국	135	67	26	1	0.79	-91.29
8	캐나다	9	0.6	25	5	0.76	-16.35
9	싱가포르	68	28	16	-	0.5	-
10	스리랑카	50	28	16	2	0.49	-3.23

[자료: Global Trade Atlas - HS Code 7601.2010 기준]

경쟁 동향

<글로벌 주요 알루미늄 제조업체>

브랜드	기업명	비고
 CHALCO www.chalco.com.cn	Aluminum Corporation of China Limited	-국가: 중국 -설립연도: 2001 -홈페이지: http://www.chalco.com.cn/en/
 China Hongqiao Group Limited 中國宏橋集團有限公司	China Hongqiao Group	-국가: 중국 -설립연도: 2001 -홈페이지: http://en.hongqiaochina.com/

	Rio Tinto	-국가: 영국 -설립연도: 1873 -홈페이지: https://www.riotinto.com/en
	Rusal	-국가: 러시아 -설립연도: 2007 -홈페이지: https://rusal.ru/en/
	Alcoa Corporation	-국가: 영국 -설립연도: 1888 -홈페이지: https://www.alcoa.com/global/en/home/

[출처: 각 사 홈페이지]

글로벌 알루미늄 시장은 독점 기업이 없이 부분적으로 나뉘어 여러 특정 기업들이 글로벌 무대를 장악하고 있다.

<인도 주요 알루미늄 제조업체>

브랜드	기업명	비고
	NALCO (Public sector Undertaking)	-본사위치: Bhubaneswar -설립연도: 1981 -홈페이지: https://nalcoindia.com/
	Hindal Industrial Ltd.	-본사위치: Mumbai -설립연도: 1958 -홈페이지: https://www.hindalco.com/
	Vedanta	-본사위치: Mumbai -설립연도: 1965 -홈페이지: https://www.vedantalimited.com/eng/
	BALCO (Vedanta소속)	-본사위치: New Delhi -설립연도: 1965 -홈페이지: https://www.balcoindia.com/

	MALCO (Vedanta소속)	-본사위치: Mettur -설립연도: 1965 -홈페이지: https://www.mettur.com/companys/malco.html
	Jindal Aluminum	-본사위치: Bengaluru -설립연도: 1968 -홈페이지: https://jindalaluminium.com/
	Indo Alusys Industries Ltd.	-본사위치: Alwar -설립연도: 1979 -홈페이지: http://www.indoalusys.com/about.html
	J. S. B. Aluminium Pvt. Ltd	-본사위치: New Delhi -설립연도: 2007 -홈페이지: https://www.jsbalu.com//

[출처: 각 사 홈페이지]

인도에는 1차 또는 가공되지 않은 알루미늄이 보크사이트에서 생산되는 업스트림 부문에 NALCO, Hindalco 및 Vedanta라는 3개의 대기업이 주를 이루고 있다. 다운스트림 부문에는 다양한 종류의 부가가치 알루미늄 제품을 생산하는 150개 이상의 대기업 및 중견 기업이 있다. 그 외에 알루미늄을 재활용(2차 알루미늄을 생산)하는 일부 현지 회사도 포진해 있다.

유통 구조

인도는 국내 생산량이 국내 수요를 초과함에도 불구하고 자국내 알루미늄 잉곳 생산량 부족으로 잉곳, 빌렛, 고철, 막대 및 막대같은 가공되지 않는 품목을 수입하며 전체 알루미늄 공급량의 평균 15~20%를 수입한다.

오디샤 주는 인도에서 가장 큰 보크사이트 매장량을 보유하고 있으며, 오디샤가 인도 보크사이트 공급의 절반 가량을 차지하고 있다. 오디샤는 반응성 실리카 함량이 낮은 등급의 보크사이트를 주로 보유하고 있다. 이 외에도 보크사이트 주요 매장지로는 안드라프라데시, 구자라트, 자르칸드, 마하라슈트라, 마디아프라데시, 차티스가르 등이 있다.

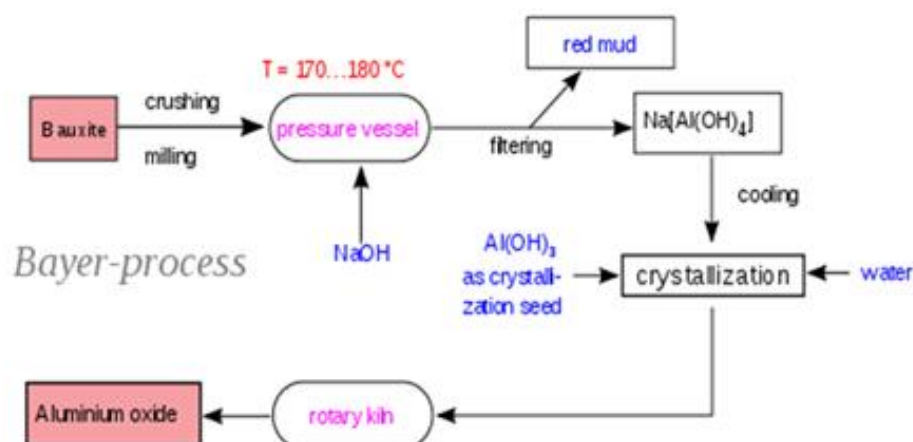
<보크사이트 주요 매장지>



[자료: prepp.in]

보크사이트는 알루미늄 제조 공정의 기본 원료이다. 보크사이트는 알루미늄 정제소에서 바이엘 공정을 통해 알루미늄으로 전환된다. 알루미늄 1톤을 생산하려면 6톤의 보크사이트 광물이 사용된다.

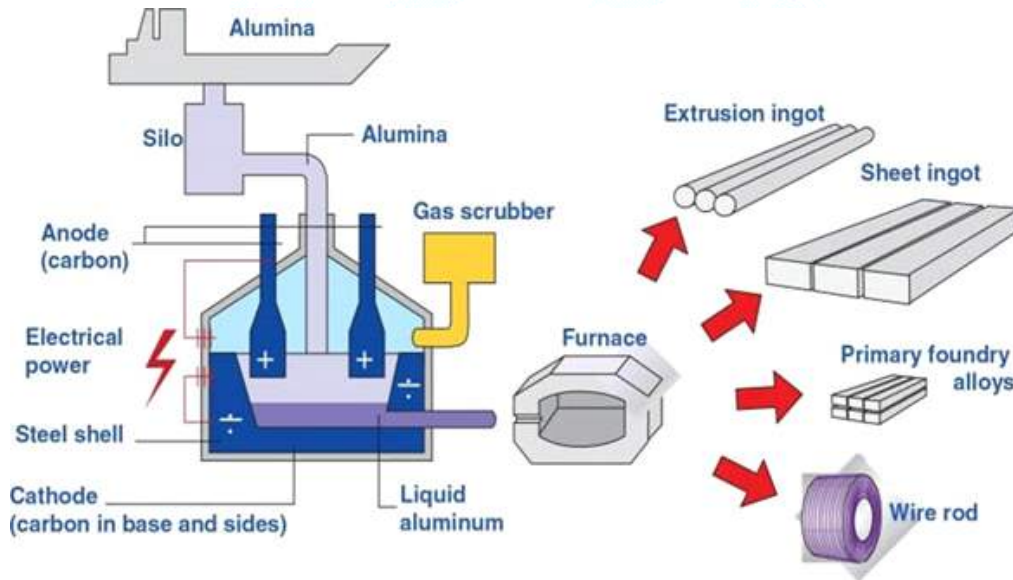
<바이엘 공정표>



[자료: Wikimedia commons]

보크사이트에서 추출되어 만들어진 알루미늄은 홀-헤룰트(Hall-Héroult) 산업 전기분해 과정을 통해 액체 알루미늄으로 변환되고 금속의 특성을 개선하기 위해 구리, 마그네슘, 망간, 실리콘, 주석, 니켈 및 아연이 알루미늄에 첨가되어 합금처리 한 후 냉각되어 잉곳, 막대, 와이어로 변환된다. 알루미늄의 조달 과정은 생산 비용의 약 30-35%가 전력에 의해 차지하는 전력 소비가 차지 한다는 점을 제외하고 본질적으로 집약적인 과정이다.

<홀-헤룰트 산업 전기분해 과정표>



[자료: Researchgate.net]

잉곳 알루미늄은 생산자가 한정되어 있기에 소량의 주문품을 공급하지 않으며 주로 B2B 고객을 상대한다. 소량 주문의 경우, 거래자들은 더 적은 수량이 필요한 사업에 공급할 수 있도록 알루미늄을 필요보다 더 많은 수량으로 주문하는 경향이 있다. 현지 유통 업체는 잉곳트를 녹여 필요에 맞게끔 제련하여 공급하기도 한다. 품질과 수량이 일치하면 최종 사용자가 직접 제조사로부터 알루미늄을 조달하는 경우가 있다.

<수입 알루미늄 인도 내 유통과정>



[자료: 무역관 요약 작성]

관세율·인증 및 규제

<가공되지 않은 합금 알루미늄 잉곳 (HS Code-76012010) 관세율>

구분	기본관세(BCD)	통합부가세(IGST)	*합계
CEPA미적용	7.5%	18%	27.74%
CEPA적용	0%	18%	18%

[자료: 인도 무역포털(Indian Trade Portal)]

가공되지 않은 합금 알루미늄 잉곳은(HS Code 7601.2010 품목) 기본관세 7.5%가 부과되며, 통합부가세 18%, 사회복지료(social welfare surcharge) 등을 포함한 합계 27.74%의 관세가 부과된다. CEPA적용 시에는 기본관세가 0%로 통합부가세 18%만 적용된다.

허나 인도는 알루미늄을 포함, 철강, 석탄, 구리, 반도체 집적회로, 종이 제품에 대해 수입 모니터링 제도를 운영하고 있다. 이들 제품을 수입할 경우에는 화물 도착 전에 미리 화물 정보를 등록하여야 한다. 화물 정보를 등록하지 않는 경우, 불이익이 있을 수 있으므로 유의하여야 한다. 알루미늄 총 43개 품목이 비철금속 수입모니터링제도에 속하며, 도착 60일 전부터 도착 5일 전까지 등록을 완료해야 하며, 유효기간은 등록일로부터 75일까지다. 등록 수수료는 500루피(약 8,000원)이다.

<인도 수입 모니터링 제도 현황>

종류	대상	HS Code	시행일	웹사이트
철강 수입모니터링제도 (SIMS)	철강제품	72류 73류 86류	'19.11.21.	http://dgftebrc.nic.in:8090/SIMA/
석탄 수입모니터링제도 (CIMS)	석탄	2701	'21.04.01.	https://imports.gov.in/CIMS/public/home
비철금속 수입모니터링제도 (NFMIMS)	구리, 알루미늄	74류 76류	'21.04.12.	https://imports.gov.in/MMSC/public/home#lines https://imports.gov.in/MMSA/public/home#lines
집적회로 수입모니터링제도 (CHIMS)	반도체 집적회로	8542	'21.10.01.	https://imports.gov.in/METI/public/home
종이 수입모니터링제도 (PIMS)	종이	48류	'22.10.01.	https://imports.gov.in/insdipit/public/home

[자료: 인도 정부 수입 모니터링 시스템 웹사이트]

등록은 온라인을 통해 할 수 있으며, 등록 시 자동으로 발급되는 등록번호와 유효기간을 수입신고서에 기재하여야 한다. 사전 등록을 하지 않고 수입하는 경우에는 통관 보류, 과태료 부과 또는 수출입자코드(Importer Exporter Code)의 정지 등 불이익을 받을 수 있으므로, 해당 품목을 수입하는 경우에는 반드시 사전등록을 할 수 있도록 주의하여야 한다.

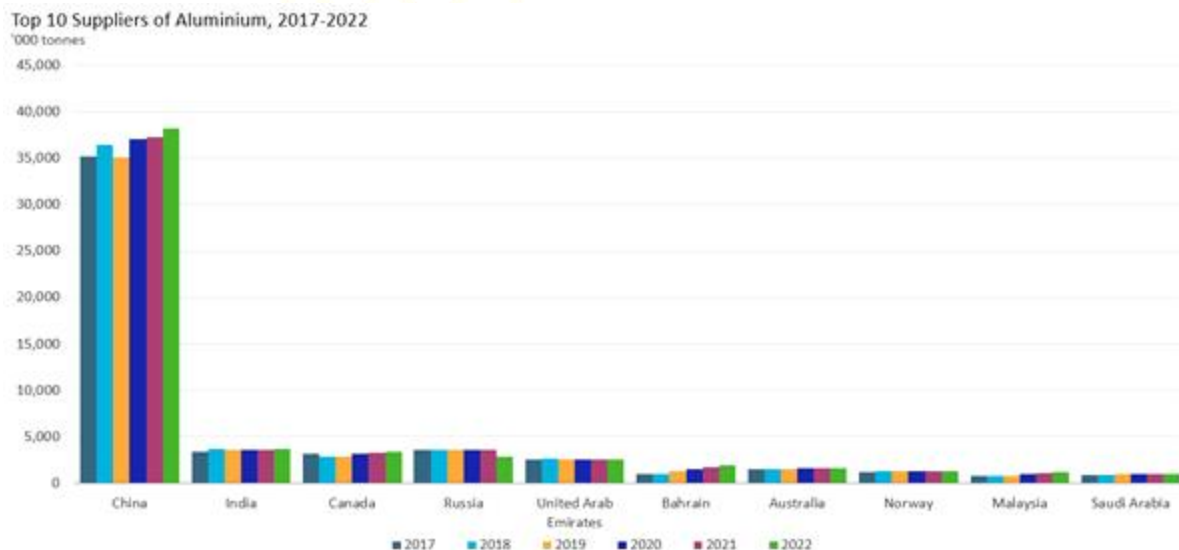
수입 모니터링 제도는 수입자가 선적 건마다 화물 정보를 등록해야 하고 수수료를 부담해야 하므로 그 자체가 무역장벽으로 작용한다고 볼 수 있다. 그러나 이보다 더 중요한 점은 앞으로 인도 정부가 시스템에 등록된 화물 정보 통계를 활용해 무역구제 조치 등 산업 정책을 보다 더 효율적으로 추진할 수 있게 됐다는 점이다.

인도 상무부는 앞으로 수입 모니터링 제도 대상품목을 지속적으로 확대할 계획이라고 밝힌 바 있다. 따라서, 인도 시장에 진출한 기업은 자사 제품이 수입 통관 모니터링 제도의 대상인지 여부를 수시로 확인할 필요가 있다. 만약 대상품목이라면 사전 등록 절차를 성실히 이행하여 통관상의 불이익을 받지 않도록 주의할 필요가 있다.

시사점

인도 알루미늄 산업은 인도 제조업 GDP의 약 2% 가량 기여하고 있다. 가치 사슬 전반에 걸쳐 100만 개 이상의 일자리를 창출하고 4,000개 이상의 중소기업을 육성한다. 인도는 중국에 이어 전세계 2위 알루미늄 공급국이며, 인도의 복합 알루미늄 생산량(1차 및 2차)은 2021년 4.1 미터 톤으로 약 5.5%의 세계 생산 점유율을 보여주고 있다. 2020년 4월부터 2021년 1월(2020/21 회계연도 일부기간)까지 알루미늄 생산량은 3,285,186톤이었으며, 2022년 3월 한달동안의 보크사이트 생산량은 2,031,000톤으로 집계되었다.

< 2017-2022 세계 상위 10위 알루미늄 공급국가 >
(단위: %)



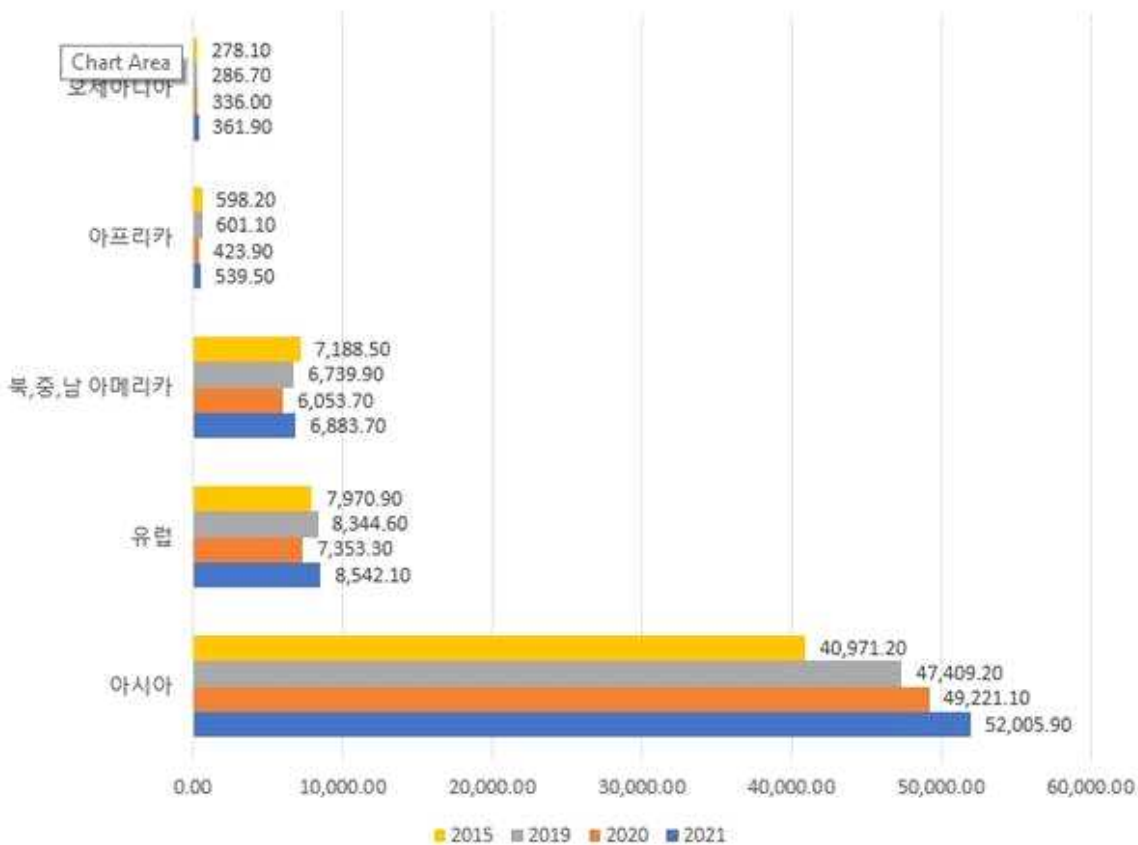
[자료: Euromonitor]

인도의 알루미늄 소비량은 2021/22 회계연도에 516만 미터 톤에 달할 것으로 보이며, 향후 5년 동안 소비량은 크게 증가할 것으로 전망된다. 인도의 1인당 알루미늄 소비량은 현재 2.5kg으로 세계 평균인 11kg 보다 훨씬 낮고 세계 평균 수치에 도달하게 된다면 인도에서만 연간 1,600만 kg의 수요가 발생할 것으로 보인다. 중국, 인도를 포함한 아시아의 알루미늄 소비량은 글로벌 시장에서 절대적인 수치를 보유하고 있는데, 이는 중국을 포함한 특정국가의 사용량이 매우 커서 발생한 것으로 사료된다.

한국화학융합시험연구원

<전세계 알루미늄 소비량>

(단위: 천 MT)



[자료: Statista]

인도 정부에 따르면, 인도는 29억885만 톤의 보크사이트를 매장하고 있어 전세계에서 7번째로 많은 매장량을 보유하고 있는 국가이다. 인도는 해당 원자재를 상대적으로 쉽게 구할 수 있고 저렴한 인건비로 인해 전세계에서 저렴하게 알루미늄을 생산할 수 있다. 지난 10년간 알루미늄에 대한 수요가 증가함에 따라 국내 주요 업체들의 제련 능력이 확대되었다. 새로운 알루미늄 용량이 추가됨에 따라 인도는 국내 수요를 충족시킬 뿐만 아니라 세계 알루미늄 시장에서 중요한 역할을 하는 것을 목표로 하고 있다.

인도 정부는 또한 2차 알루미늄 사용을 늘리기 위한 조치를 취하고 있으며, 2020년 국가 비철금속 스크랩 재활용 프레임워크(National Non-Ferrous Metal Scrap Recycling Framework)의 도움으로 알루미늄 스크랩 수입이 눈에 띄게 증가하고 있다.

이러한 인도 알루미늄 시장은 풍부한 자원과 저비용의 숙련되고 효율적인 노동력 그리고 강력한 세계화 산업으로 시장과 수요가 증가하고 있다. 동시에 급속한 도시화와 전력, 자동차, 건설 등 다양한 부문에서 내구 소비재에 대한 수요가 증가하고 있어 한국의 주요 수출 품목인 합금 알루미늄 잉곳의 수요 또한 크게 성장하리라 전망되고 있다. 이러한 환경과 필요도를 이해하고 인도 제조업이 발전하지 못한 합금 알루미늄 잉곳의 필요가 있는 기업들과 산업군과 협력을 통해 더 많은 수출 기회를 만들 수 있을 것이다.

자료: Global Trade Atlas, IBEF, Indian Trade Portal, Statista, Euromonitor, 관련 산업 관계자 인터뷰 등 KOTRA 뉴델리 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

11. 미국 면역물품 시장동향

- 2021년 미국 의약품 시장 전년 대비 10.2% 성장
- 희귀의약품 신약개발의 대세 부각

상품명 및 HS Code

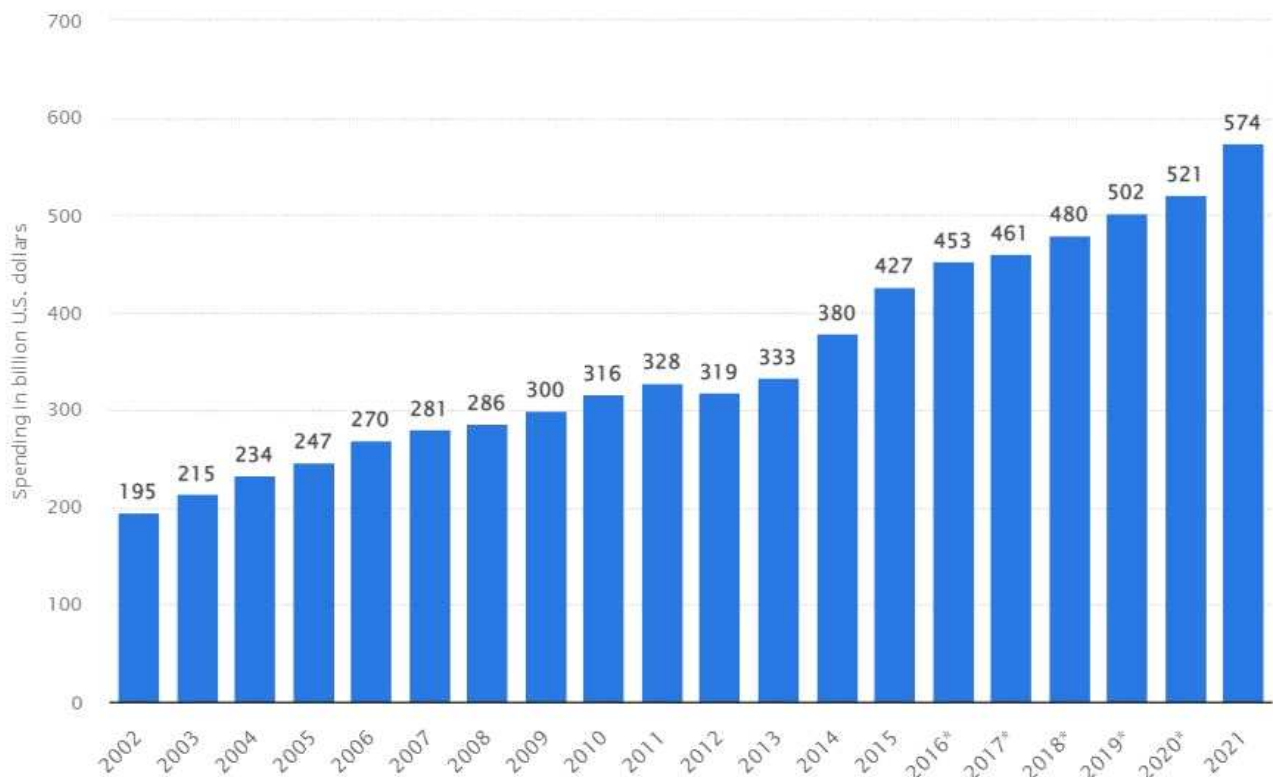
면역물품(Immunological products)은 감염성 질병에 대한 면역력 제공 및 과민성 물질에 대한 면역 상태를 표시하는 의약품으로 백신, 체내 진단제, 면역 혈청, 면역글로불린, 단일클론항체, 항체 치료제 및 진단제 등을 포함한다.

HS Code는 300215로 '면역물품(일정한 투여량으로 한 것, 소매용 모양이나 포장을 한 것에 한정)(Immunological products, put up in measured doses or in forms or packaging for retail sale)'으로 분류된다.

시장동향

미국은 세계 최대 규모의 의약품 시장으로 전체 시장의 약 40%를 점유하고 있다. 시장조사 전문기관 Statista에 따르면, 2021년 미국 의약품 시장규모는 전년 대비 10.2% 성장해 약 5740억 달러를 기록했다. 의료빅데이터 기업 아이큐비아(IQVIA)에 따르면, 2021년 코로나19 백신 및 치료제가 본격적으로 보급되면서 이에 대한 매출 규모가 290억 달러에 달해 시장 성장 촉진의 주요 요인이다.

<2002~2021년 미국 의약품 시장규모 변화 추이>
(단위: US\$10억)



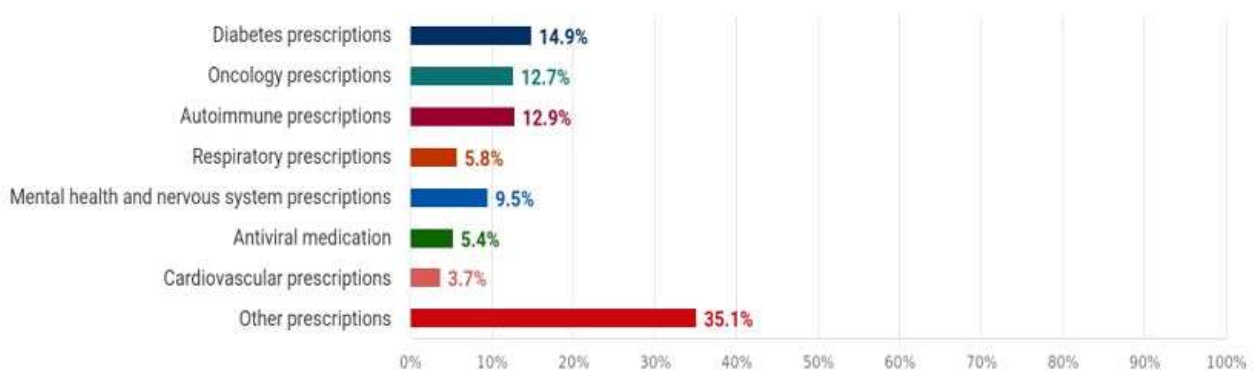
[자료: Statista]

또한, 인구 고령화 심화, 자가면역질환 증가, 만성질환 발병률 증가로 인해 의약품에 대한 수요가 증가하고 있다. 시장조사 전문기관 Globe Newswire은 미국 의약품 시장이 2023년까지 19.4% 성장해 약 6855억 달러에 달할 것으로 전망했다. USA Fact에 따르면, 2021년 기준 미국 전체 인구의 17%가 65세 이상으로 지난 10년 대비 3.7% 증가율을 보였다. 또한, 미국 보건의료 연구 품질청(Agency for Healthcare Research and Quality)은 65세 이상의 90.0% 이상 및 18세 이상의 58.0%이 정기적으로 의약품에 의존하고 있다고 밝혔다.

미국의 의약품 종류별 수요현황은 당뇨, 자가면역, 종양학 관련 의약품이 각각 14.9%, 12.9%, 12.7%로 전체 시장수요의 40.5%를 차지하고 있다. 이 외 정신건강 및 신경계(9.5%), 호흡기(5.8%), 항바이러스(5.4%), 심혈관(3.7%) 관련 의약품이 각각 10.0% 미만의 점유율을 보이고 있다.

<2022년 미국 의약품 종류별 수요현황>

(단위: %)



[자료: IBIS World]

특히, 자가면역질환 치료제, 종양학 치료제 등을 포함한 희귀의약품(Orphan drug)에 대한 산업개발이 확대되고 있다. 업체들은 높은 수익성, 긴 특허 독점 수혜 기간, 수요 증가, 임상시험 간소화 등으로 인해 희귀의약품 개발에 전략적 초점을 맞추고 있다. 미국 국립 보건원(National Institute of Health)에 따르면, 2017년 기준 미국인 2350만 명(전체 인구의 약 7%)이 류마티스 관절염, 전신홍반루프스, 염증성 장관질환 등과 같은 자가면역 질환을 보유하고 있다. 시장조사 전문기관 Research and Market은, 이로 인해 2022년 기준 최근 5년간 세계 자가면역질환 치료제 시장은 연평균 4.2% 성장하고 있으며, 전체 시장규모는 2017년 1090억 달러에서 2025년 약 1530억 달러로 성장할 것으로 전망했다.

수입동향

HS Code 300215 기준, 미국의 면역물품 수입액은 2021년 약 991만 달러로 전년 대비 160.9% 증가했다. 특히, 중국으로부터의 수입이 전년 대비 1,027.1% 급증해 전체 시장의 26.5%를 차지하며 점유율 1위에 올랐다. 한국은 점유율 3위로서 수입액은 약 91만 달러로 전년 대비 289.4%의 성장세를 보였다.

유럽은 미국의 가장 큰 수입 파트너로서 일곱 개의 유럽국가가 전체 수입시장 상위 10위 내에 랭크하고 있다. 독일(18.8%), 오스트리아(6.5%), 벨기에(5.6%), 아일랜드(3.8%), 프랑스(3.3%), 영국(3.2%), 이탈리아(2.3%)가 전체 수입시장의 43.5%를 차지하고 있다.

그러나 코로나19 이후 공급망 병목현상과 의약품의 전략적 가치 상승으로 인해 미국 정부는 자국 내 생산량을 증가시키고 수입처를 다원화하기 위해 노력하고 있다. 2022년 바이든 정부의 미국 내 바이오산업 인프라 확대 및 의약품 생산능력 강화 정책에 따라 향후 수입 규모 축소가 전망된다.

<2019~2021년 HS Code 300215 기준 미국 수입현황>

(단위: US\$ 천, %)

순위	국가명	수입액			비중			'20~'21 증감
		2019년	2020년	2021년	2019년	2020년	2021년	
-	전체	2,965	3,800	9,916	100.0	100.0	100.0	160.9
1	중국	21	233	2,628	0.7	6.1	26.5	1,027.1
2	독일	263	529	1,865	8.9	13.9	18.8	252.5
3	한국	172	236	919	5.8	6.2	9.3	289.4
4	멕시코	0	0	779	0.0	0.0	7.9	-
5	오스트리아	498	469	664	16.8	12.4	6.5	37.3
6	벨기에	428	447	559	14.5	11.8	5.6	25.1
7	아일랜드	223	279	381	7.5	7.3	3.8	36.6
8	프랑스	422	302	331	14.3	8.0	3.3	9.4
9	영국	175	292	320	5.9	7.7	3.2	9.8
10	이탈리아	196	213	231	6.6	5.6	2.3	8.3

[자료: Global Trade Atlas]

경쟁동향

면역물품을 포함한 미국 의약품 시장은 대기업과 중소기업이 공존하고 있다. 다만, 상위 50개의 주요 기업들이 시장 전체 매출의 75.0% 이상을 차지하고 있다. 미디어매체인 Pharma Shots에 따르면, 세계 의약품 생산기업 상위 20개사 중 10개사가 미국 기업이다. AbbVie, Johnson & Johnson, AMGEN, Pfizer, Bristol Myers Squibb, Eli Lilly and Company, Biogen, Incyte, Merck 등이 세계 의약품 시장을 장악하고 있다.

<세계 상위 20위 의약품 생산기업 및 2020년 매출액 기준>



[자료: Pharma Shots]

아울러, 미국 의약품 시장은 주요 기업들의 브랜드 포트폴리오 확장, 기술력 확보, 시장 장악을 위한 M&A, R&D, 바이오벤처 투자가 매우 활발하다. 특히, 단기적인 성과보다 장기적인 성장 동력 확보를 위해 바이오벤처 투자 및 기업 간의 Cross-border M&A 거래가 증가하고 있다. 여러 의약품 분야 중 상대적으로 고가인 희귀성의약품과 종양학, 세포치료제 등 3세대 바이오 의약품에 투자가 집중되고 있다.

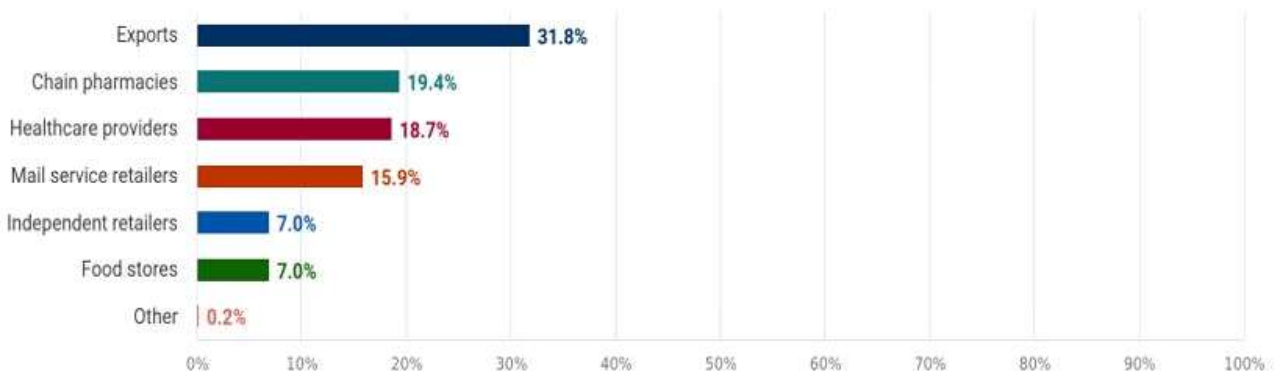
뉴스매체인 Prnewswire에 따르면, 2022년 5월 미국 주요 제약기업인 AbbVie와 Cugene은 자가면역 및 염증성 장애 치료제 개발을 위해 기술협력 계약을 발표했고 2021년 9월 Eli Lilly and Company와 Lycia Therapeutics는 면역의학 관련 신약 개발 및 상용화 협력 계약을 발표했다. 또한, 2021년 기준 지난 5년간 미국에서 출시된 신약은 총 278개로 신약 개발 및 연구가 확대되고 있다.

유통구조

유통구조는 제조업체에서 디스트리뷰터를 거쳐 최종소비자에게 이르는 복잡한 유통구조를 가지고 있다. 디스트리뷰터는 단순 중개인 역할이 아닌 의약품을 구매하고 법적 소유권을 취득해 제품의 재고 및 신용위험까지 관리하며, 이를 통한 유통이 약 92%에 달한다. Drug Channel Institute에 따르면, 주요 유통기업은 McKesson Corporation(32.7%), AmerisourceBergen Corporation(31.6%), Cardinal Health(20.7%)으로 전체 디스트리뷰터 매출의 85%를 해당 3개사가 장악하고 있다.

전체 수요시장의 68.2%가 내수시장으로부터 발생되고 있으며 제 3국으로의 수출이 31.8%를 차지하고 있다. 내수시장에는 우편서비스 및 소규모 리테일러(22.9%), Walgreen, CVS 등을 포함한 체인약국(19.4%), 병원 및 클리닉(18.7%), Walmart, The Kroger Company와 같은 마트(7.0%), 기타 수요처(0.2%)가 수요시장을 점유하고 있다.

<2022년 미국 의약품 수요시장>
(단위: %)



[자료: IBIS World]

이 밖에도 과거 Over-the-counter(OTC) 의약품 판매에 국한되어 있던 이커머스가 최근 처방약 유통까지 확대되고 있다. 소비자는 의약품 제조업체의 자체 사이트 또는 아마존과 같은 의약품 판매처 홈페이지에 접속해 병원 및 클리닉 정보를 입력 후, 처방전 확인 프로세스를 거쳐 처방약을 구입할 수 있다. 2020년 11월 아마존은 별도 아마존 약국(Pharmacy) 라인을 확장했으며, 최근 글로벌 시장 확장을 추진하고 있다.

관세 및 인증

US International Trade Commission에 따르면, HS Code 300215 제품은 한-미 FTA 협정세를 대상으로 한국산 제품은 무관세가 적용된다.

의약품은 미국 식품의약국(Food and Drug Administration, 이하 FDA)에 의해 규제된다. FDA는 의약품에 대한 사전검사 및 승인, 사후검사를 통한 부적합 제품의 제재 및 수입품과 일부 수출품의 효능과 안전성을 관리하는 역할을 수행한다.

일반의약품(Over-the-counter, 이하 OTC)에 대해서는 기업등록, 제품등록, 제조시설 GMP(Good Manufacturing Practice) 준수 검사를 진행한다. 신약은 전임상시험, 임상시험계획 승인신청, 신약시판허가, 제조시설 GMP 준수 검사 등의 절차를 통해 인증 승인을 받을 수 있다. 세부 FDA 의약품 가이드라인과 식품의약품안전처의 미국 의약품 허가제도 정보는 아래 링크를 통해 확인할 수 있다.

*FDA 의약품 가이드라인: <https://www.fda.gov/drugs/guidance-compliance-regulatory-information/guidances-drugs>

*식품의약품안전처 미국 의약품허가제도:

<https://www.fda.gov/cder/oc/otc/otc-drugs/otc-drugs-23&schf=schto&schwc=schp&imsq=1&imsq2=0&multimsq=&company.c&company.m&page=3>

시사점

미국 의약품 시장은 세포 및 유전자치료제와 같은 새로운 기술의 등장으로 계속 진화하고 있다. 신약 개발 및 연구가 지속적으로 확대되고 있으며, 특히 높은 수익성, 긴 특허 독점혜택, 임상시험 간소화 등의 긍정적 요소로 인해 희귀의약품과 같은 고부가 가치 제품이 부각되고 있다.

한국은 코로나19를 기점으로 바이오산업에서의 위상이 높아지고 있다. 백신 위탁생산, 임상시험수탁 등 글로벌 아웃소싱 대한 수요가 증가하고 있으며 AbbVie, Eli and Lilly Company와 같은 미국 주요 제약업체들과의 기술협력 사례가 늘어나고 있다. 또한, 최근 희귀의약품 개발 확대 트렌드에 발맞춰 한미, SK바이오팜, 대웅제약 등이 희귀의약품 개발에 뛰어들면서 경쟁력 강화를 위해 노력하고 있다.

다만, 2022년 바이든 정부의 바이오 의약품을 포함한 생명공학 분야에서의 리쇼어링 지원 정책이 발표되면서 한국 수출시장 성장에 방해가 될 것으로 예상돼 기업들의 꾸준한 모니터링 및 관심이 필요하다. 또한, 우리 기업들은 수출 경쟁력을 갖추기 위해 고부가가치 제품에 대한 R&D 투자 및 지원을 확대할 필요가 있다.

자료: IQVIA, FDA, US International Trade Commission, IBIS World, Drug Channel Institute, Prnewswire, Pharma Shots, Global Trade Atlas, Research and Market, National Institute of Health, Agency for Healthcare Research and Quality, Globe Newswire, USA Fact, Statista, 식품의약품안전처, 그 외 KOTRA 시카고 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

12. 2023년 HFSS 규제 시행, ‘단짠단짠’과의 작별을 준비하는 영국

- 비만과의 전쟁 선포, HFSS 식품 판매촉진과 온라인 광고 금지
- 마트 풍경 및 식품업계의 큰 변화가 있을 듯

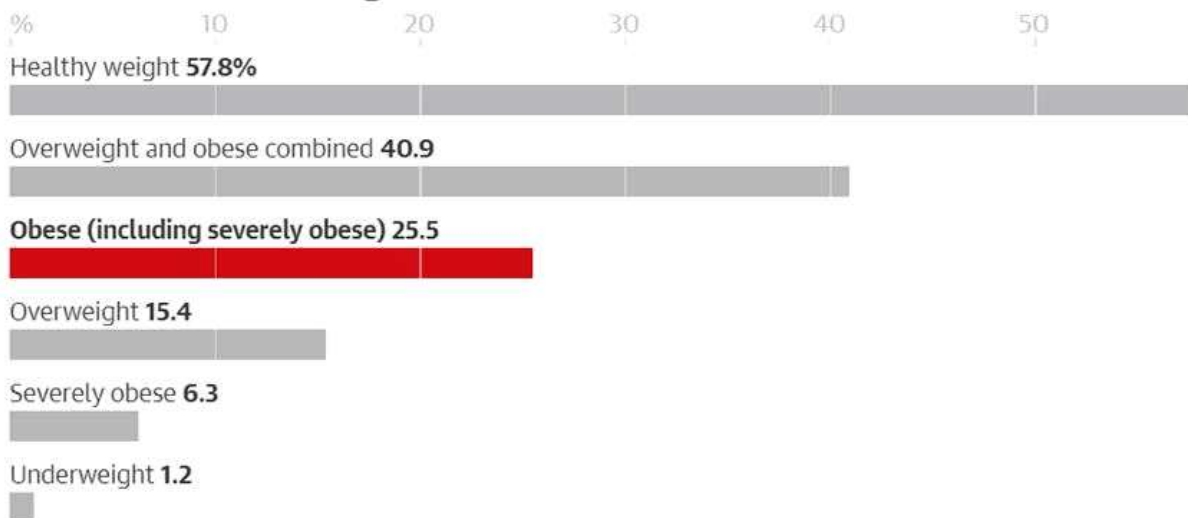
영국이 비만과의 전쟁을 선포했다. 늘어나는 비만 인구와 비만으로 인한 사회적 비용이 증가하자 국가가 칼을 빼든 것이다. 그 해결책으로 영국 정부는 HFSS(High Fat, Sugar and Salt) 규제 정책을 통과시켰다. HFSS 규제는 고지방, 고당, 고염분 식품의 광고 및 홍보를 제한하는 정책으로 영국 시민들이 건강하지

못한 음식을 덜 섭취하도록 유도하고, 비만을, 그중에서도 특히 아동 비만을 낮추는 것을 목표로 하고 있다. HFSS 규제로 인해 2023년 10월부터 영국의 마트 매대와 미디어 풍경이 사뭇 달라질 것으로 보인다. 해당 규제는 수입제품에도 차별 없이 적용되므로 영국에 식음료를 수출하고 있는 우리 기업들의 발 빠른 대처가 필요하다.

영국이 무거워지고 있다

영국 정부 조사 결과, 영국 성인의 무려 63%가 과체중 혹은 비만인 것으로 집계됐다. 아동의 경우 10~11세 아동의 1/4도 과체중 혹은 비만이며, 이마저도 초등학교를 졸업할 때가 되면 그 비중이 1/3로 늘어났다. 비만이 그저 몸무게가 많이 나가지만 한다면 국가에서 개입할 필요가 없다. 그러나 비만은 당뇨, 고혈압 등의 합병증을 일으키는 등 건강에도 해롭다. 심지어는 비만인 사람이 코로나19에 걸릴 경우 죽을 확률이 더 높은 것으로 나타났다. 이는 지방이 자연스러운 몸의 면역작용을 왜곡시켜 원인 불명의 바이러스가 몸 안에 들어왔을 때 비정상적인 염증반응을 일으키기 때문이다. 영국 건강보험공단(National Health Service, NHS)에서 매년 비만으로 인한 합병증에 지출하는 금액이 연간 60억 파운드(한화 약 9조6642억원)에 달할 정도로 비만 문제는 영국이 해결해야 할 큰 과제로 부상했다.

<영국 청소년 체중 분포>
(단위: %)



[출처: NHS]

이에 영국 정부는 살찌는 식품을 덜 매력적인 선택지로 만들기로 했다. 그 배경에는 원래 비만이 될 때까지 먹을 일이 없는 사람들이 식품 제공업자의 마케팅 수법으로 인해 필요 이상으로 달고, 짜고, 기름진 음식을 먹었다는 데 있다. 대부분의 사람은 매일 마트에서 장을 보고 직·간접적으로 미디어에 노출되는데, 마트에서 눈에 가장 잘 띄는 곳에 미디어에서 먹음직스럽게 광고하던 그 상품이 있으면 사람들은 자연스럽게 그 물건을 집어 자기 카트에 넣는다는 것이다. 마침 해당 상품이 원 플러스 원 행사라도 하는 경우 그 유혹은 더욱 떨치기가 어렵다. HFSS 규제는 이런 무의식적인 구매 유도행위를 막는 데 초점을 두고 있다.

HFSS 규제 상세 내용

HFSS 규제는 사람들을 비만으로 만드는 ‘덜 건강한, 고지방·고당·고염분의 음식’의 TV 광고와 판촉행사를 제한한다. 덜 건강한 선택지들이 눈에 띄지 않으니 소비자들은 상대적으로 건강한 선택지를 고를 수 있고, 자연스럽게 지방, 염분, 당 섭취량도 줄어들게 될 것이라는 게 요지다. HFSS 규제 정책은 2018년 정부의 ‘소아비만 대책(Childhood Obesity Plan)’ 발간과 함께 처음 논의됐으며 약 3년간의 협의 절차를 끝

으로 2021년 12월 의회에서 의결됐다.

HFSS 규제는 크게 판촉 금지, 미디어 홍보 금지 두 가지로 나뉜다.

1) 판매 촉진 금지

주스 한 병을 사러 간 마트에서 자신도 모르게 이것저것 구매한 경험을 한 적이 있을 것이다. 이런 경험을 너도나도 가지고 있는 이유는 마트가 필요하지 않은 물건을 사고 싶도록 탐이 나게 진열해두었기 때문이다. 마치 주류 코너까지 가려면 수많은 신선식품, 냉동식품, 과자류 등의 진열대를 거치도록 만들어 술만 사려던 소비자가 안주까지 사게 만들듯 어떤 물건이 어디에 위치하고 있는지는 마트의 매출에서 중요한 부분을 차지한다. 실제로 청량음료를 복도 끝에 비치하는 것만으로도 그렇지 않았을 때보다 매출이 50% 이상 증가한다. 뿐만 아니라 눈길을 사로잡는 원 플러스 원 행사 스티커는 필요하지도 않았던 물건이 ‘지금 안 사면 후회될 물건’으로 보이도록 만들어준다. 사람들은 행사 상품을 사면 돈을 절약한다고 생각한다. 하지만 행사상품은 오히려 필요한 양보다 20%가량 많이 사게 만들어 절약보다는 살을 찌우는 데 더 효과가 좋다.

따라서 앞으로는 상점의 입구, 복도의 끝, 계산대 앞 등 소비자의 구매욕을 불러일으키는 위치에 고지방·고당·고염분 음식을 비치하지 못하고, 해당 식음료는 원 플러스 원 등 판촉 행사를 진행할 수 없다. 온라인도 오프라인 매장과 같은 제한을 적용 받아 주요 위치라 볼 수 있는 홈페이지, 식품 카테고리 페이지, 랜딩 페이지, 장바구니 페이지, 계산 페이지에서 HFSS 식품을 홍보할 수 없다. 이 제한은 2000스퀘어 피트(약 185㎡, 56평)를 넘는 소매상에 한해 적용되며, 초콜릿 가게 등 특수한 목적의 상점의 경우 면제된다. 또한 사전에 묶음 판매용으로 나온 제품이라도 HFSS에 해당하는 경우 제한사항을 따라야 한다. 진열 관련 규제 위반에 대한 책임은 소매업자에게 있기 때문에 소매업자의 세심한 주의가 필요하다.

2) TV 광고 금지

HFSS 식품 광고는 앞으로 9시 이전 TV에 방영될 수 없다. 현재도 키즈 채널 혹은 어린아이를 주 타겟으로 하는 채널 방영 시간 중에 HFSS 식품을 광고하는 것은 금지돼 있다. 그러나 아이들이 온라인 미디어를 접하는 시간이 늘어나면서 이 제한 조치만으로는 어린아이들이 TV에서 막대한 양의 HFSS 식품 광고로부터 보호할 수 없다는 판단에 이르렀다. 정부에서 확인한 결과, 주요 TV 채널에서 내보내는 식품 광고의 절반이 HFSS 식품이었으며, 오후 6시부터 9시 사이에는 그 비중이 60%까지 높아졌다. 동시에 아이들이 가장 TV를 많이 보는 시간도 오후 6시부터 9시까지인 것으로 나타났는데, 아이들은 자연스럽게 HFSS 광고에 자주 노출되고, 자신도 모르는 사이 HFSS 식품에 대한 선호가 생기고 있다.

이번 규제로 모든 종류의 광고가 제한되는 것은 아니다. HFSS 규제는 돈을 주고 제작하는 광고에 한해 적용되며, 자사 블로그, 웹사이트, 소셜 미디어 페이지 등 브랜드가 소유한 채널에 광고하는 것은 허용된다. 라디오와 팟캐스트에만 하는 음성 광고나 B2B 판매를 위한 광고 또한 이 법에 적용을 받지 않는다. 고용인이 250명 미만인 작은 사업장 역시 면제 대상이다. 판촉 행사 금지에 대한 위반 책임은 소매업자에게 있듯, 광고 금지 위반에 대한 책임은 방송사와 온라인 동영상 콘텐츠 제공자에게 있다. 영국에 서버를 두고 있지 않은 유튜브의 경우에는 광고주에게 그 위반 책임이 있다.

3) 기타

그 외 마트 판촉 행사나 미디어 광고에는 해당하지 않지만, 비만 문제를 해결하기 위한 규제사항 중 하나로 식당에서의 음료 리필 금지 조항이 추가됐다. 무제한으로 제공되는 음료는 사람들이 과도하게 음료를 마시도록 만들기 때문이라는 이유에서다.

HFSS 식품 배치에 대한 규제는 2022년 10월부터 시행됐지만, 식품업계의 재고 처분기간 및 준비기간을 고려해 규제 내 원 플러스 원 행사 등 판촉 행위 금지는 2023년 10월부터 시행하고, 온라인 광고 규제는 2024년 1월부터 시행할 예정이다.

HFSS 해당 여부를 확인하려면?

영국은 HFSS 규제를 원활히 시행하기 위해 제품이 규제에 해당하는지를 상세히 설명하고 있다. 점수표를 만들어 건강하지 않은 정도를 측정하는 척도인 A와 건강함의 척도를 측정하는 C를 계산한 뒤 A에서 C를 뺀 값을 기준으로 해당 여부를 정한다. A 점수는 100g에 포함된 칼로리, 포화지방, 설탕, 소금의 양을 각각 점수로 환산해 더한 값이고, C 점수는 100g 당 과일, 야채, 견과류 함량, 비전분다당류(NSP FIBRES) 혹은 소화불능 다당류(AOAC FIBRES), 단백질의 양을 점수로 환산해 더한 값이다. 음식의 경우 A에서 C를 뺀 값이 4점 이상인 경우, 음료의 경우 A에서 C를 뺀 값이 1점 이상인 경우 ‘덜 건강한’ 음식으로 분류돼 HFSS 규제 하에 놓이게 된다. 이 점수표는 예외 없이 모든 식음료에 적용된다.

<식음료 100g당 A 카테고리 점수표>

Points	Energy (kJ)	Saturated Fat (g)	Total Sugars (g)	Sodium (mg)
0	≤335	≤1	≤4.5	≤90
1	>335	>1	>4.5	>90
2	>670	>2	>9.0	>180
3	>1005	>3	>13.5	>270
4	>1340	>4	>18.0	>360
5	>1675	>5	>22.5	>450
6	>2010	>6	>27.0	>540
7	>2345	>7	>31.0	>630
8	>2680	>8	>36.0	>720
9	>3015	>9	>40.0	>810
10	>3350	>10	>45.0	>900

[자료: GOV.UK]

<식음료 100g당 B 카테고리 점수표>

Points	Fruit, Vegetable and Nuts (%)	NSP Fibre (grams) (a)	or AOAC Fibre (grams) (a)	Protein (grams) (b)
0	≤40	≤0.7	≤0.9	≤1.6
1	>40	>0.7	>0.9	>1.6
2	>60	>1.4	>1.9	>3.2
3	-	>2.1	>2.8	>4.8
4	-	>2.8	>3.7	>6.4
5	>80	>3.5	>4.7	>8.0

* 비전분다당류(NSP Fibre)를 측정하되, 측정이 불가능한 경우 소화불능 다당류(AOAC Fibre) 측정

**식음료가 A 점수를 11점 이상 받은 경우 과일, 야채, 견과류 함량 점수를 5점을 받지 않는 이상 단백질 점수를 받을 수 없다.

[자료: GOV.UK]

수출입 유의사항

HFSS 규제는 생산지와 상관없이 영국 내에서 팔리는 모든 제품에 적용된다. 따라서 영국으로 식품을 납입하는 경우 자사 제품이 HFSS에 해당하는 식음료인지 반드시 확인해야 한다. HFSS 제품이라고 해 수출이 제한되는 것은 아니지만 좋은 위치에 상품을 진열할 수 없고, 광고도 제한될 뿐만 아니라 건강하지 못한 식품으로 분류되면서 브랜드 이미지에도 크게 타격을 줄 수 있어 때문에 매출에 직접적인 영향이 있을 수 있다. 또한 각 성분들의 함유량을 체크해놓아 혹시라도 불이익을 당하지 않을 수 있도록 대비해야 한다.

시사점

이처럼 영국은 정부가 나서 국민들의 식습관을 바로잡고자 노력하고 있으며 위반 책임을 공급자가 아닌 중간 판매자가 진다는 점에서 준수 효과가 더욱 강력할 것으로 보인다. HFSS 규제에 해당하는 식품을 만드는 업체는 레시피를 수정하거나 홍보를 포기해야 하고, 소매업자들은 그동안 고심해서 만든 마케팅 방식을 전면 수정해야 할 것이다. 해당 규제로 식품업계 및 소매업계에 큰 변화가 일 것으로 전망된다.

HFSS 점수 산출방법을 살펴보면, 몸에 좋지 않은 성분의 절대적인 양을 제한한다기보다 건강하지 못한 비율을 계산하는 것임을 알 수 있다. 따라서 단순히 몸에 좋지 않은 재료들을 빼기 보다 전체적인 영양 밸런스를 맞추는 것이 중요하다. 한편, 해당 규제를 잘 활용한다면 건강하다는 이미지를 구축해 손쉽게 브랜드의 이미지를 제고할 수도 있다. 브랜드는 긍정적인 이미지를 얻기 위해 소비자가 납득할만한 설득을 해야 하는데, 국가에서 건강하지 못한 음식의 기준을 주었으니 납득할만한 설득의 명분을 얻게 되는 셈이다. 특히 간식류의 경우 아이들의 부모에게 설득력을 가질 수 있어 오히려 매출 증가 요소로 작용할 수도 있다.

현재 영국 로컬 마켓에서 한국 라면이나 과자를 쉽게 찾아볼 수 있을 정도로 한국 식품 기업들이 많이 진출해있다. HFSS 규제로 인해 매출에 타격을 받지 않기 위해서는 맛을 해치지 않는 선에서 레시피를 변경하는 등 세심한 주의가 필요하다.

자료: GOV.UK, NHS, KOTRA 런던 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

13. 중국 차량 방향등 시장동향

- 2021년 중국 차량용 조명 시장규모 578억 6천만위안으로 전년 대비 17.2% 증가
- 차별화된 품질과 성능, 디자인, 다양한 차종에 따른 맞춤형 고급 조명 개발 필요

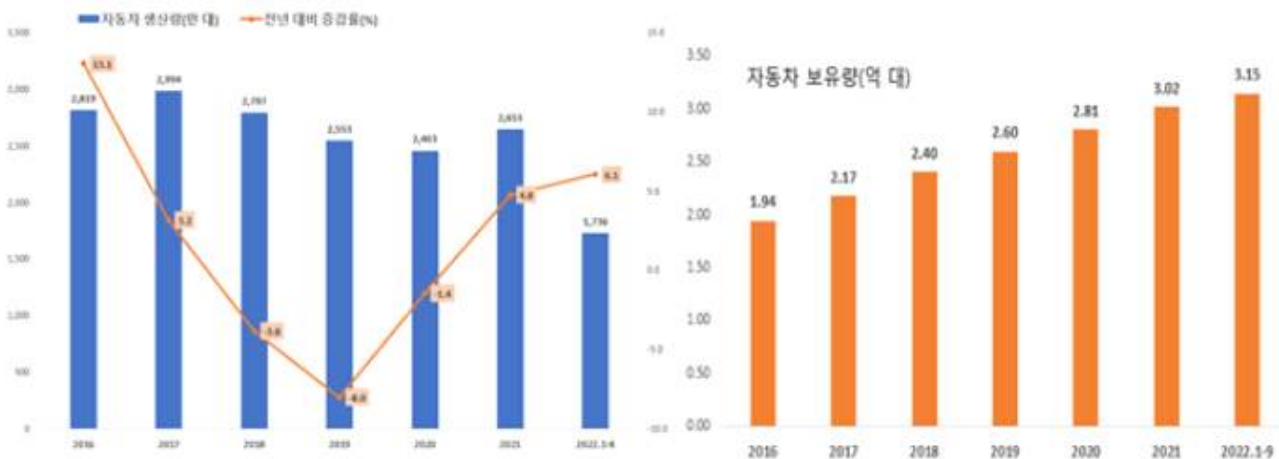
상품명 및 HS CODE

상품명	HS CODE
차량 방향등, 지시등	8512.20

시장규모 및 동향

중국 자동차 보유량은 지속적으로 증가하는 추세로, 2022년 9월말 기준, 중국 자동차(화물차 포함) 보유량은 3.15억 대에 도달했고, 지난해 중국 자동차 생산량은 전년 대비 4.8% 증가한 2,653만 대를 기록했다.

<중국 자동차 생산량(좌) 및 보유량(우) 현황>



[자료: 중국공안부, 국가통계국]

자동차 산업이 발전함에 따라 차량용 방향등과 지시등 등 자동차 부품 산업도 확대되기 시작했으며, 자동차 보유량이 증가함에 따라 차량용 방향등과 지시등 등 조명의 소비량도 꾸준히 증가하는 추세이다. 2021년 중국 차량 조명 시장규모는 578억 6천만위안으로 전년 대비 17.2% 증가했으며, 2027년 중국 차량용 조명 탑재량은 2,266만개에 도달할 것으로 전망했다.

차량용 방향등, 지시등을 비롯한 조명은 점차 스마트화 되고 있으며 능동적인 자동차 안전 시스템(Active Safety Systems)의 중요 부품 중 하나로 암흑공간 주행, 사각지대 광원 기능 등으로 사고율을 최소화하는 기능을 수행한다. 중국 차량용 조명기술은 AFS(상하좌우 조절)에서 ADB(도로 상황 및 차량 상황에 맞게 컨트롤)로 발전했다.

수입동향

최근 3년간 중국 차량용 조명 수입액은 지속 증가세를 이어왔으며, 2021년 수입액은 전년 대비 15.8% 증가한 22억 4,302만 달러를 기록했다. 주요 수입원은 체코, 멕시코, 독일, 슬로바키아, 스페인으로 전체 수입액의 60%이상 비중을 차지했다. 2021년 한국으로부터의 수입액은 전년 대비 39.4% 증가한 2,421만 달러로 전체 수입액의 1.1% 비중을 차지했다.

<조명(HS 8512.20) 수입 동향>

순위	수입대상지역	수입액(천 달러)			수입시장 점유율(%)			증감률 (21/20)
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	
	전 세계	1,714,995	1,936,799	2,243,015	100.00	100.00	100.00	15.81
1	체코	271,317	305,927	445,599	15.82	15.80	19.87	45.66
2	멕시코	257,449	317,896	370,293	15.01	16.41	16.51	16.48
3	독일	161,472	274,514	352,237	9.42	14.17	15.70	28.31
4	슬로바키아	172,755	158,580	208,089	10.07	8.19	9.28	31.22
5	스페인	152,565	139,760	132,444	8.90	7.22	5.90	-5.23
6	오스트리아	239,832	134,810	119,964	13.98	6.96	5.35	-11.01
7	미국	29,322	141,159	109,877	1.71	7.29	4.90	-22.16
8	슬로베니아	100,867	92,377	106,535	5.88	4.77	4.75	15.33
9	폴란드	45,369	92,057	96,220	2.65	4.75	4.29	4.52
10	일본	130,981	99,585	94,420	7.64	5.14	4.21	-5.19
13	한국	20,998	17,366	24,206	1.22	0.90	1.08	39.39

[자료: GTA]

경쟁동향, 주요 경쟁기업 및 유통구조

중국 국내 차량용 방향등과 지시등 시장 경쟁구조는 상대적으로 분산되어 있다. 2020년 기준, 중국 차량용 조명시장은 국내 로컬업체 HASCO(华域视觉)와 XINGYU(星宇股份)가 각각 22%, 14%의 시장점유율로 1,2위를 차지했으며, 그 외 시장은 글로벌 업체 Koito(9%), Hella(8%), Stanley(8%), MARELLI(7%), Valeo(6%) 등이 40% 이상의 국내 시장을 점유하고 있는 동시에 기술적으로 경쟁우위를 보유하고 있다.

중국 차량용 조명 관련 기업들은 장쑤지역을 중심으로 화동지역에 가장 많이 분포되어 있으며, 그 다음으로 충칭, 후베이, 광둥, 저장, 지린, 상하이, 베이징, 톈진, 산둥 등 지역에 분포되어 있다.

<중국 주요 차량용 조명 완성차 탑재 분포현황>

업체명	기업형태	완성차 탑재 브랜드
HASCO(华域视觉)	중국 민영기업	상하이폭스바겐, 상하이GM, 창안그룹, 이치폭스바겐, 동평닛산, 동평승용차, 상하이승용차 등
XINGYU(星宇股份)	중국 민영기업	이치그룹, 상하이폭스바겐, 상하이GM, Chery, 동평닛산, 광치승용차, 테슬라 등
Valeo	외자기업(프랑스)	베이징벤츠, 화천BMW, 동평닛산, 광저우도요타, 광저우닛산, 창안포드 등
Hella	외자기업(독일)	이치폭스바겐, 화천BMW, 이치승용차, 상하이폭스바겐, 동평닛산, 상하이GM, 창안포드, 지리자동차, Chery 등
Stanley	외자기업(일본)	광치혼다, 동평혼다, 혼다자동차 등

--	--	--

[자료: 관엔보고망]

중국내 차량용 방향등, 지시등은 B2B방식, OEM방식으로 진행되거나 자동차 전문용품 매장, 튜닝 및 수리 센터, 애프터마켓, 온라인 전자상거래 등에서도 유통이 이뤄진다.

관세율 및 수입규제

2022년 한국산 차량용 방향등, 지시등 對중 수출 시 한중 FTA 세율이 가장 낮으므로 한중 FTA관세를 적용 받는 것이 유리하다. RCEP 관세율은 10%이나 HS CODE 8512.209000으로 세부 분류된 제품은 RCEP 적용을 받을 수 없다.

<2022년 기준 중국 차량용 방향등, 지시등 관세율 비교>

HS CODE	일반	MFN	한중 FTA	RCEP	증치세율
8512.20	45%	10%	6%	10%	13%

[자료: 중국 수출입세칙]

중국에서 차량용 방향등, 지시등을 유통하려면 CCC(China Compulsory Certification) 강제인증이 필요하다. CCC 강제인증제도는 소비자 신변과 동식물의 생명안전, 환경보호, 국가의 안전보호를 위해 법률과 법규를 기반으로 한 제품 합격 평가 제도로 강제인증제도 범위 내의 제품은 반드시 중국의 표준과 기술 법규에 부합해야 한다. 차량용 방향등, 지시등의 강제인증제도는 중국품질인증센터(ww.cqc.com.cn)의 자동차 부품 인증 사업부에서 획득 가능하다.

전망 및 시사점

최근 몇 년간 중국 자동차 생산은 다소 부진하였으나, 자동차 산업은 여전히 성장 잠재력을 가지고 있으며 신에너지차 생산량 확대에 따라 차량 방향등과 지시등 산업은 꾸준히 성장할 전망이다. 중국자동차공업협회는 2022년 중국 자동차 판매량이 전년 대비 3% 증가한 2,700만 대에 도달할 것으로 전망했다. 중국 차량 방향등 생산 관계 업자는 차량 방향등 산업은 신에너지차 산업 발전과 함께 새로운 기회를 맞이했으며 산업 전환에 유리한 조건을 제공했다고 밝혔다.

이에 우리 기업은 중국 시장에 대한 지속적인 모니터링과 함께 유통경로 확보 및 현지 기업과의 협력이 필요할 것으로 보인다. 또한 중국 로컬업체들의 시장진출 확대와 경쟁력이 치열해지면서 기존 제품과 차별화된 품질과 성능, 디자인, 다양한 차종에 따른 맞춤형 고급 조명 개발이 필요하며 동시에 가격경쟁력과 애프터서비스도 갖추는 것도 중요하다.

자료원: 중국증권보, 관엔보고망, 화징산업연구원 등 KOTRA 베이징무역관 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

14. 칠레 가전제품 시장 트렌드

- 2021년 칠레 가전제품 시장, 코로나19 여파로 크게 성장
- 제품의 온라인 구매 확대와 에너지 효율성 및 내구성이 좋은 제품에 대한 선호가 두드러져

칠레 가전제품 시장, 코로나19 여파로 크게 성장

2021년 칠레 가전제품 시장은 코로나19 팬데믹 기간 동안 의무적 자가격리 실시로 가사 활동이 증가하는 상황에서 연금 조기 인출, 정부 보조금 지원 등으로 가계의 구매력이 좋아지면서 전년 대비 크게 성장했다. 가전제품은 크게 냉장고, 전자레인지, 식기세척기 등과 같은 대형 가전제품과 주전자, 블렌더, 믹서 등과 같은 소형 가전제품으로 나뉘는데, 칠레에서는 소형 가전제품 시장의 성장세가 두드러졌다. 예컨대, 소형 가전인 식품용 그라인더와 믹서, 과즙·채소즙 추출기(HS Code 850940)의 2021년 총 수입액은 8,662만 달러로 전년 대비 무려 169%가 증가했다. 원산지별로는 중국산 점유율이 84%로 압도적이다.

<칠레 식품용 그라인더와 믹서, 과즙·채소즙 추출기 수입 동향>

(단위: US\$ 천, %)

순위	국가	수입액			비중			증감률 2021/2020
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	
	총계	34,801	32,204	86,623	100.00	100.00	100.00	168.98
1	중국	27,267	26,803	73,173	78.35	83.23	84.47	173.00
2	멕시코	4,835	2,777	9,471	13.89	8.62	10.93	241.07
3	미국	1,264	1,004	1,139	3.63	3.12	1.31	13.35
4	브라질	218	112	850	0.63	0.35	0.98	659.34
5	콜롬비아	451	590	529	1.30	1.83	0.61	-10.34
6	이탈리아	195	98	381	0.56	0.31	0.44	287.49
7	프랑스	400	292	334	1.15	0.91	0.39	14.20
8	체코	-	-	156	-	-	0.18	-
9	슬로베니아	12	209	144	0.03	0.65	0.17	-31.22
10	대한민국	6	43	116	0.02	0.13	0.13	171.63

주: HS Code 850940 기준, 2022년 10월 14일 조회

[자료: Global Trade Atlas]

칠레기업 CTI, 시장 점유율 30% 내외로 가장 높아

칠레 가전제품 시장은 다른 제조업 시장과 달리 칠레 '국내' 기업이 제품을 생산 및 유통을 한다는 특징이 있다. 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 대형 가전제품 시장에서 시장 점유율이 가장 높은 업체는 CTI로 칠레 '국내' 백색가전인 Fensa 및 Mademsa 브랜드를 판매한다. 중국 기업인 Midea Carrier와 우리 기업인 삼성, LG, 대우 등이 그 뒤를 잇고 있다. 소형 가전제품 시장은 Oster, Comercial Los Robles, Thomas 등이 시장에 진출했다.

<칠레 주요 기업별 시장 점유율>

(단위: %)

기업명	브랜드	본사	2019	2020	2021
-----	-----	----	------	------	------

CTI Cía Tecno Industrial SA	Mademsa/Fensa	칠레	34,5%	31,2%	30,4%
Midea Carrier Chile Ltda	Midea	중국	2,8%	10,5%	12%
Samsung Electronics Chile Ltda	Samsung	대한민국	10,5%	9,4%	7,8%
LG Electronics Chile	LG	대한민국	6,7%	6,0%	5,2%
Winiadaewoo Electronics Chile SA	Winia	대한민국	7,5%	5,0%	4,7%

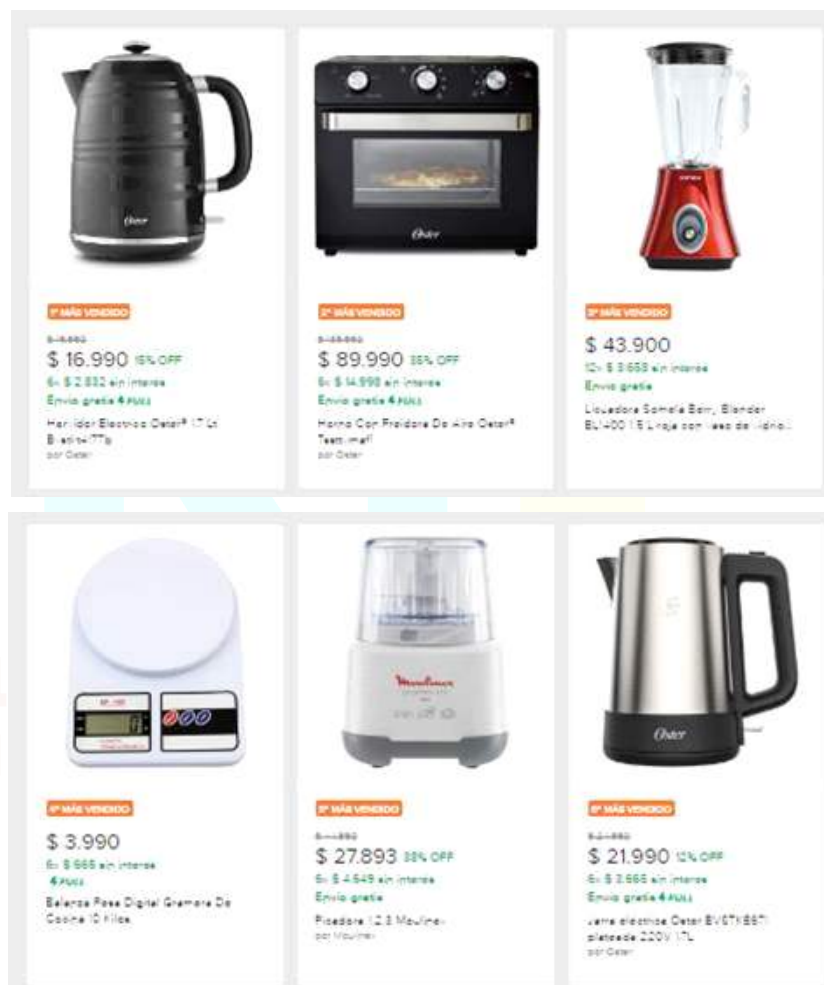
[자료: Euromonitor]

시장 내 온라인 구매 증가

칠레 가전제품 시장에서는 변화하는 소비 트렌드를 직접적으로 확인할 수 있다. 가전제품의 전통적인 유통 채널은 오프라인이다. 칠레 소비자는 Falabella, Paris, Ripley 등 대형 유통망에서 가전제품을 직접 구매하는 경향이 있다. 가전제품 판매장 직원인 E씨는 “칠레 소비자는 오프라인으로 제품을 직접 확인하고 가격을 비교하며 매장 직원으로부터 제품에 대한 추가 설명을 듣는 것을 선호한다.”라며 그 이유를 설명했다.

하지만 여타 소비재 등과 마찬가지로 코로나19 이후 전자상거래가 성장하면서 온라인 유통채널의 중요성이 커지고 있다. EY가 발표한 ‘미래 소비자 지수(Future Consumer Index)’ 보고서에 따르면, 포스트 코로나 시대에 가격과 건강을 우선하는 소비집단이 등장했다. 이러한 소비집단은 불필요한 신체적 접촉을 피할 수 있고, 브랜드와 가격을 비교하며 제품을 선택할 수 있다는 점에서 온라인 구매를 선호하고 있다. 예컨대, 메르카도 리브레(Mercado Libre)와 같은 유통 플랫폼은 다양한 제품을 가시적으로 보여준다.

<칠레 온라인 유통망 주요 판매 가전제품>



[자료: Mercado Libre]

에너지 효율성과 내구성이 좋은 제품에 대한 선호도 증가

칠레에는 가격과 건강을 우선하는 소비집단과 더불어 환경과 사회를 중시하는 소비집단도 존재한다. 이로 인해 칠레 가전제품 시장에서는 공간을 적게 차지하고 에너지 효율성과 내구성이 좋은 제품에 대한 수요도 확인된다. 먼저 칠레에서 가전제품은 전기연료관리국(Superintendencia de Electricidad y Combustibles, SEC)의 인증을 받는데, 칠레 소비자는 제품의 에너지 효율성을 확인하는 척도로 구매 전 제품에 부착된 인증마크를 확인한다. 전기연료관리국의 인증마크가 부착된 제품은 칠레에서 시행 중인 최소 안전 기준을 충족하는 제품이다. 또한, 제품에 부착된 에너지 효율 라벨은 제품 구매를 결정하는 중요한 척도이다. 에너지 효율 등급은 A에서 G까지 총 7개 등급으로 나뉘는데, 등급이 A에 가까울수록 소비자의 선호도가 높다. 이러한 소비 트렌드는 소형 가전제품보다 대형 가전제품을 구매할 때 두드러진다.

<칠레 주요 가전제품 인증마크>



[자료: 전기연료관리국 홈페이지]

시사점

2021년 칠레 가전제품 시장은 코로나19 여파로 성장했지만, 2022년에는 그 성장세가 둔화될 것으로 전망된다. 상공회의소(Cámara Nacional de Comercio)에 따르면, 2022년 인플레이션 등으로 가전제품 소비가 줄어들면서 관련 기업의 연간 매출이 급감해 재고가 발생하고 있다. 마찬가지로 가전제품 수입 또한 감소세다. 칠레 경제차관실(SUBREI) 보고서에 따르면, 2022년 7월 칠레의 가전제품 수입액은 5,800만 달러로 전년 동기 대비 43% 급감했다. 상공회의소는 2022년 상반기 가전제품 수입액이 작년 동기 대비 27.3% 감소했다고 발표했다.

그럼에도 가전제품은 우리 제품이 강점을 지닌 제품이다. 칠레 진출을 희망한다면 코로나19 이후 제품을 구매할 때 가격, 건강, 환경 등을 우선하는 새로운 소비 트렌드를 분석하여 우리 제품의 우수한 품질, 에너지 효율성, 내구성 등을 홍보할 것을 권장한다. 또한, 전자상거래 시장이 커지고 있어 칠레 현지 온라인 유통망을 활용한 제품 수출 및 마케팅을 확대할 필요가 있다.

작성자: 산티아고 무역관 이동희 과장, Catalina Salinas Specialist

자료: Euromonitor, Global Trade Atlas 등 산티아고 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

15. 헝가리 공기청정기 시장

- 헝가리 공기청정기 상품 현황 및 향후 전망

HS코드 : 847989

847979는 기타 기계류이다. 공기청정기(제습, 가습 기능 포함)의 HS코드는 847989.1010로 이에 해당된다.

시장동향

2021년 헝가리 공기 관리제품 시장은 다소 위축됐으나 공기청정기 시장은 성장했다. 공기 청정기, 에어컨, 제습기, 가습기를 포함하는 공기 관리제품의 2021년 헝가리 내 판매량은 약 30만대로 전년도에 비해 2만대 감소했다.

반면, 공기청정기는 2021년 총 1만 700대가 판매돼 전년 대비 1천대 증가했다. 공기청정기 시장은 향후 지속 성장해 2026년에는 판매 규모가 1만 5,800대에 이를 것으로 전망된다.

<2015~2026년 헝가리 공기관리제품 및 공기청정기 판매규모>

(단위 : 천 대)



* 하늘색 막대 : 공기관리제품 / 남색 막대 : 공기청정기

* 참고 : 2022~2026년 수치는 전망치임.

[자료 : euromonitor]

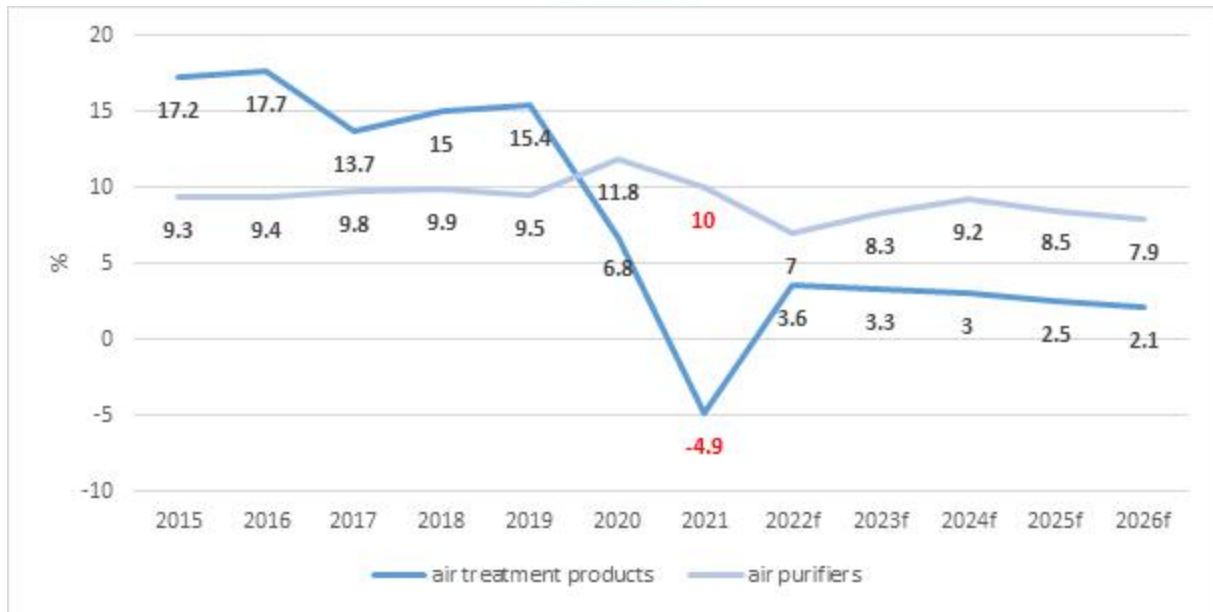
전문가들은 공기청정기 판매가 증가한 데 코로나19 확산이 영향을 미쳤을 것이라 분석했다. 실내에서 바이러스가 퍼지는 것을 방지하기 위해 소비자들이 공기청정에 관심을 갖게 됐다는 설명이다.

헝가리 내 공기청정기의 인기는 판매량 증감률을 통해 확연히 드러난다. 공기청정기 판매량은 2015년부터 2021년까지 지속 증가했으며 연간 성장률은 매년 9% 이상을 유지했다. 이후 2026년까지 연간 7% 이상 성장할 전망이다.

반면, 공기 관리제품 시장 전반은 2021년에 마이너스 성장을 기록했다. 2022년 기저효과로 3.6% 성장을 기록할 것으로 보이나, 향후 5년간 성장률은 매년 감소할 것으로 예상된다. 특히, 에어컨 판매규모가 전년 대비 8.5% 감소해 전체 증감율에 큰 영향을 미쳤다.

<2015~2026년 헝가리 공기관리제품 및 공기청정기 판매규모 증감율>

(단위 : %)



* 하늘색 막대 : 공기관리제품 / 남색 막대 : 공기청정기

* 참고 : 2022~2026년 수치는 전망치임.

[자료 : euromonitor]

헝가리 소비자들은 공기청정기를 구입할 때 청정공기전달률(CADR), 필터 유형(HEPA, EPA, ULPA 등), 소음 발생 정도, 에너지 효율 등을 고려한다.

특히, 필터 중에는 활성탄이 적용된 HEPA 필터가 가장 인기가 높다. 자외선 소독, 이온화 등 기능이 추가된 청정기도 헝가리 소비자들 사이에서 인기이다.

경쟁동향

헝가리에서 유통되는 공기청정기 중 상당수는 아시아산 제품이다. 대표 브랜드로는 LG전자, 삼성전자, 파나소닉, 다이슨, 샤오미, 다이킨, 본코, 필립스, 센코, LUX, 샤프, 레이츠, 로웬타, 일렉트로룩스, 론슨, 클라스타인 등이 있다.

헝가리 온라인 가격비교 사이트 Arukereso에 따르면 샤오미 공기청정기가 가장 인기를 얻고 있다. 가격 민감도가 높은 헝가리 소비자들의 특성 상, 품질 대비 가격이 저렴한 샤오미 제품이 인기를 끄는 것으로 분석된다.

<헝가리 유통 주요 공기청정기>

브랜드명	Xiaomi	Philips	Boneco	Dyson	Electrolux
제품명	Mi Air Purifier 3C (BHR5110GL)	AC0820/10 Series 800	BONECO P400	Pure Cool Link Tower TP02 (305162-01)	PA91-604GY PureA9
원산지	중국	중국	스위스	말레이시아	스웨덴
가격 (HUF)	44,900	52,500	139,990	189,990	179,999
가격	112.11	131.01	349.79	474.72	449.86

(USD)					
제품사진					
제품규격 (h×w×d)	52x24x24	25x25x36,7	22,4x42x56,2	101,1x19,6x11	72,5x31,5x31,5
CADR (m3/h)	320	190	240	na (Maximum airflow setting: 412 l/s)	600
소음 (dBA)	31	35	30 - 58 dB (A)	35	17-49

[자료 : KOTRA 부다페스트 무역관]

유통구조

헝가리에서 공기청정기는 주로 전자제품 전문 판매 매장에서 유통된다. 주요 매장으로는 Euronics, Expert, Media Markt, Elektro Outlet 등이 있다.

최근 온라인 매장에서 공기청정기를 구입하는 경우도 증가하고 있다. 헝가리의 전자상거래는 성장 중이지만 아직 체코, 폴란드 등 유럽 중동부 국가에 비해 상대적으로 덜 발달해있다. 온라인 매장을 가진 주요 업체로는 Media Markt, emag.hu, edigital.hu, Aqua.hu 등이 있다.

수입동향

HS코드 847989에 해당하는 기타 기계류의 경우, 헝가리의 2021년 전체 수입규모는 10억 USD이다. 이는 공기청정기뿐 아니라 다른 기계 제품을 포함한다. 해당 HS코드를 기준으로 할 경우, 한국이 對헝가리 최대 수출국인 것으로 보이나, 이는 공장 설비 등에 사용되는 기계류를 포함한 수치이다.

<2019~2021년 헝가리 기타기계류 수입액 및 증가율>

(단위 : 천USD, %)

순위	국가명	수입액			2021년 비율	2021년 증가율
		2019	2020	2021		
-	전세계	859,854	831,243	1,000,999	100.00	20.4
1	대한민국	557,756	485,841	689,752	68.91	42.0
2	독일	136,990	121,760	108,714	10.86	-10.7
3	중국	31,893	38,035	49,919	4.99	31.2
4	네덜란드	4,099	3,822	22,504	2.25	488.8
5	일본	25,140	22,057	16,477	1.65	-25.3
6	오스트리아	12,868	9,905	13,952	1.39	40.9
7	이탈리아	13,951	16,727	12,933	1.29	-22.7
8	미국	17,507	6,128	11,904	1.19	94.3

9	폴란드	2,916	6,461	10,298	1.03	59.4
---	-----	-------	-------	--------	------	------

[자료 : Global Trade Atlas]

관세율 및 인증

공기청정기(HS 847989.97.90)의 경우 한-EU FTA로 인해 관세율이 0%로 적용된다. 수입 업자는 통관 단계에서 27%의 부가가치세를 내야 한다.

공기청정기를 헝가리에서 유통하기 위해서는 다소 까다로운 요건을 충족해야 한다. 유럽연합(EU)의 전기 안전 관련 승인을 받아야 하며, CE인증을 취득해야 한다.

또한, Eurovent Certificita Certification (1)과 (2), ECARF, BAF, Institute Pasteur de Lille 등의 인증을 취득하면 안전한 제품이라는 인식을 높일 수 있다.

시사점

헝가리 공기청정기 시장은 향후 5년간 지속 성장할 전망이다. 헝가리 소비자는 공기청정기를 구입할 때 청정 공기전달률(CADR), 필터 유형(HEPA, EPA, ULPA 등), 소음 발생 정도, 에너지 효율 등을 중시한다. 주요 브랜드는 샤오미 등 아시아 브랜드이며, 유통은 대부분 오프라인 전자제품 전문 매장에서 이루어진다. 헝가리 내 유통을 위해서는 EU 전기안전 승인과 CE 인증을 획득해야 하며, 소비자의 신뢰를 높이기 위해 안전 관련 인증을 취득하면 유리하다.

자료 : euromonitor, Global Trade Atlas, Hungarytoday, Budapest Business Journal 등

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))



한국화학융합시험연구원