

파리의 텍스 월드 - 아시아 여러 나라의 출품 눈에 띄어

텍스 월드(Tex World : TW)가 2009년 9월 14일부터 4일간 파리의 르 부르제(Le Bourget) 전시장에서 4일간 개최되었다. 출품 기업은 29개 나라로부터 763개사였다. 중국, 대만을 비롯하여 아시아 여러 나라로부터 많이 출품하였는데 주최자인 메세 프랑크푸르트(Messe Frankfurt)는, 성장하고 있는 아시아 경제가 이 전시회에 출품하려는 의욕을 자극하고 있다고 코멘트(comment)하고 있다.

출품 기업의 명세를 보면 중국이 278개사로 가장 많으며, 다음은 한국이 90개사, 대만과 터키가 각각 75개사, 인도는 74개사, 홍콩이 45개사, 타이가 32개사, 파키스탄이 31개사, 일본이 9개사 등이었다.

그러나 무엇보다도 아시아에 대하여는 바이어(buyer)나 최종 소비지로서 기대감이 강하다. 리먼 쇼크(Lehman Shock)가 발생한지 1년이 지난 지금도 구미는 불황으로 아직도 고통을 받고 있는데, 그 속에서도 특히 두드러지게 발전하고 있는 중국의 구매력은 특히 크게 주목을 받고 있다.

유럽에서도 큰 시장인 독일은 에스카다의 파산 신청이 잘 말해주듯이 불황이 계속되고 있으며, 이탈리아도 일부 고급 브랜드(luxury brand)를 빼면 모두 불경기로 어려운 상황이다.

미국이나 일본 시장도 경기가 나쁘며, 중국이나 러시아, 터키 등으로의 기대감이 크다. 그러나 대금 회수라던가, 전시 제품의 복제(copy)만 하고는 벌크 주문(bulk 注文)은 오지도 않는다는 불만도 여전하다. 그래서 현금으로 직접 거래하는 바이어도 적지 않다.

TW에 출품한 일본 기업은 퍼스트 라인(first line)의 일본산 제품과, 이와는 별도로 중국이나 한국 등에서 출품한 세컨드 라인(second line) 제품을 진열하고 있는 기업이 많다. 가격을 낮추는 것이 주목적이라고 하지만 일본 국내의 산지가 심하게 쇠약해졌기 때문에, 안심하고 거래할 수 있는 바이어를 확보하려는 목적도 있다고 한다.

“중국 제품이나 한국 제품 수준의 것을 일본 기업으로부터 사면 비싸다는 것은 다 알고 있다. 그래도 일본 기업의 것을 구입하는 것은 품질이나 납기를 개런티(guaranty)할 수 있기 때문이다.”고 일본 기업은 말하고 있다.

물론 일본 기업이 독자적 기획으로 생산하고 있는 점도 좋게 평가 받고 있다. “중국이나 한국의 수출 기업의 부스에 가보면 ‘서로 제휴하여 공존합시다.’고 제안하고 있다.”고 한다.

대부분의 중국 기업은 로트가 너무 크다는 것이 문제인데, 첨단적인 기업 중에는 로트 문제를 해결하기 위하여 샘플 팀(sample team)을 따로 만들어 처리하고 있는 기업도 있다고 한다. 니시무라 레이스(西村 lace)는 2009년 8월에 한국에 자회사를 설립하였다. 생산 코스트를 줄이는 것이 목적이며, 현지 판매는 하지 않고 전량을 일본이 아닌 다른 곳으로 수출하고 있다. 이 회사는 중국에 자회사가 있는데, 중국 자회사는 생산 거점이라기보다는 현지에서 판매하는 것을 주된 목표로 하고 있다. 중국의 바이어 중에는 1만 미터(m)가 넘게 벌크 주문하는 기업도 있으며, 앞으로 한층 더 증가하리라 예상되고 있다.♣