

대만의 팬 텍스타일 오사카 2010 <2/2>

◎ 독자적인 가공으로 상품 특색 발휘

정봉 기업(庭鋒 企業)은 2003년에 니트 생지를 전문적으로 생산하기 시작했으며 우모 염색을 연구 개발하여 일본, 대만, 중국, 한국, 독일 호주에서 특허를 받았다.

현재도 니트 생지를 판매하는 것이 대부분을 차지하고는 있으나 이 회사로서는 염색된 우모를 원료로 판매하고 있으며 이와 함께 이 우모를 사용하여 만든 제품을 OEM(original equipment manufacturing : 의뢰자 brand에 의한 생산)으로 공급하는 사업을 확대하려 하고 있다. 우모를 사용한 베스트(vest : 조끼), 재킷(jacket) 등의 나일론 제품과 신발을 베트남(Viet Nam)에서 봉제하고 있으며 유명한 스포츠 메이커(sports maker)에 납품하고 있다.

팬 텍스타일 페어 오사카(PAN Textile Fair Osaka)에는 두 번째로 출품하였으며 36점을 전시하였다. 지난 번 출품에서 관람객의 주목을 받았으나 “공급 후 팔로우(follow) 체제에 문제가 있어 좋은 성과는 올리지 못하였다.”고 반성하고 있다. 이 회사는 일본과의 비즈니스를 연결하는 유력한 에이전트와의 만남을 기대하고 있다. “일본 시장은 패션 수준이 높고 값비싼 상품도 받아들이는 시장이라는 것을 알게 됐다.”고 평가하고 있다.

교복 인염(矯福 印染)은 열 승화 전사 프린트(熱 昇華 轉寫 print) 전문 기업이며 1988년 5월에 설립되고부터 20년 넘는 역사를 가지고 있다. 이 회사는 전통적인 열 전사 프린트(熱 轉寫 print)에 추가하여 2010년에 미마키(Mimaki)의 대형 디지털 프린트기 3대를 도입하였다. ‘디지털 열 전사 프린트 기술’을 연구 개발하여 ‘소로트(小 lot), 다품종(多品種), 제판 불필요(製版 不必要), 단기 개발 기간’의 시장 니즈에 맞추고 있다.

디자인 능력을 갖추고 이제까지의 OEM에서 벗어남으로써 현재는 고객에게 개성적인 도안이나 무늬를 제안하여 생산하는 ODM(original design manufacturing : 타사 제품을 개발 설계로부터 제조까지 청부받는 것)으로 성공하였다. 해외 고객과의 직접적인 커뮤니케이션을 통하여 유연하고 재빠르게 쉽게 대응할 수 있게 되었다. 이 회사에 의하면 ‘디자인 능력을 가지고 있는 회사는 많지 않다.’고 한다. 뿐만 아니라 디지털 프린트기를 도입

함으로써 고객의 니즈에 알맞은 소로트로 몇 십 개의 패턴도 잉크 프린트하여 빠르게 제안할 수 있게 되었다.

최종 시장(最終 市場)은 구미가 70%를 차지하고 있다. 팬 텍스타일 페어에 출품함으로써 일본에서의 지명도를 올리고 차별화를 만들어내서 세계 브랜드와의 만남을 목표로 하고 있다.

원향 정방 공업(元享 精紡 工業)은 이 전시회에 처음으로 출품한 니트 제품 메이커이다. 장갑, 양말, 모자, 머플러(muffler) 등을 생산하고 있다. 모두 대만의 자사 공장에서 생산하고 있으며 폴리에스티, 나일론, 아크릴 실로 대만 로컬 제품을 사용하고 있다. 항균, 투습, 방취, 원적외선 효과 등의 기능성을 만들어 낸 상품이 많다.

구주로 수출하는 비율은 70%로 제일 크고 일본으로의 수출은 10%이며 상사 경유로 비즈니스를 넓히고 있다. 풍부한 상품 버라이어티와 높은 수준의 서비스, 단납기를 자랑으로 생각하고 있다. OEM 비율이 80%로 가장 크고 고객 니즈에 정확하게 대응할 자신을 가지고 있다. 자기 회사에서 디자인도 가능하다.

이제까지의 거래선인 스포츠 메이커뿐만 아니라 일본 시장을 개척하는 데에 노력하고 있다. 이번 팬 텍스타일에는 200점의 자사 제품을 전시하고 일본어를 할 줄 아는 사원을 배치하였다. 지금은 자사 기획 비율이 20%밖에 안 되지만 일본 기업과의 새로운 만남으로 이 비율을 올리려 하고 있다.

밀격 내의(密格 內衣)는 내의 OEM 메이커이며 ISO 9001을 받았고 환경 소재를 적극적으로 채용하고 있다. 여성용 보정 이너(女性用 補整 inner), 스포츠용 기능 언더웨어(sports 用 機能 under-wear), 코튼 내의를 대만제 소재를 사용하여 자사 공장에서 봉제한다. 여성 이너가 80%를 차지하며 스포츠용이 10%이다. 여성 이너를 더욱 늘리고 싶다고 말하였다.

여성 이너에서는 스판덱스 외에 죽(竹) 섬유나 텐셀(Tencel)도 사용하고 있다. 중·고급 제품의 가격대에서 미국 백화점에서도 판매되고 있다. 스포츠 제품에는 재생 폴리에스터 섬유도 사용하고 있다.

일본 이너 메이커를 본보기로 상품을 만들어 왔는데 일본으로의 수출은 적다. 일본 시장으로 본격적으로 진출한 것은 이번 전시회에서 첫 출품에 대한 관람자들의 반응을 보

면서 전략도 함께 정하기 위해서이다. “일본에서 인정받으면 세계 어느 시장에서도 인정 받는다.”고 하면서 일본에서의 평가를 기대하고 있다.

관향 실업(冠向 實業)은 ‘양말, 어린이 옷, 란제리(lingerie : 여성용 얇은 실내복의 총칭), 파자마(pajamas)’ 등을 생산하는 메이커로써 그 중에 여성용 스타킹을 주체(主體)로 양말 중심으로 되어 있다. 대만을 본거지로 하여 중국, 인도네시아, 스와질랜드(Swaziland : 남아프리카 공화국과 모잠비크에 둘러싸인 내륙의 왕국, 1968년에 영국 보호령에서 독립)에도 공장을 가지고 있다. 이 회사의 시장은 유럽 · 미국과 중동이 중심이며 일본으로의 수출은 아주 적다. 일본으로의 수출에서는 역시 양말이 주요 품목이다. 팬 텍스타일 페어에서는 양말을 중심으로 란제리(lingerie), 스카프(scarf), 파자마, 액세서리(accessory : 裝飾品) 등도 함께 전시하였다.

이 회사는 기능성이 높거나 또는 복잡한 스타일의 양말은 대만에서 생산하여, 중국 기타의 제품과 차별화하고 있다.

기능성 양말에는 항균 방취, 흡수 속건 등이 중심이 되고 있다. 패션성이 높은 것으로 프린트로 진즈 무늬를 표현한 ‘진즈 레깅스(jeans leggings : 폴리에스터 65%, 면 35%)’나 나일론 78%, 라메(lamé : 통상 금속사를 말하며 절박사와 금, 은사가 있다. 절박은 금, 은 알루미늄 등의 금속의 박을 종이 등에 붙여 이를 가늘게 자른 것이다. 최근에는 폴리에스터 필름에 알루미늄박을 접착하거나 진공 증착하여 만든 절박이 많다. 금, 은사는 레이온사, 견사, 면사 등을 심지 실로 하여 금속의 절박이나 알루미늄 진공 증착한 폴리에스테르 필름의 절박을 나선형으로 꼰 것을 말한다.) 12%, 스판덱스 10%의 ‘라메 스타킹’ 등을 갖추고 있다.♣