

중국시장에서 보온내의가 혼전상태

중국의 중과원난가기술포럼 “中科院暖卡(卡, 高技能)技術Forum”에서 중국 보건과학기술학회(中國保健科技學會)는 2003년의 보온내의(保溫內衣) 시장의 현황에 대하여 “2003년에는 ‘고기능’이라는 문구가 붙은 보온내의가 너무 많이 팔리고 있다. 이들 선전문구에 품질이 걸맞지 않는 제품들은 소비자들이 그런 사실을 알게 되면 그 상품뿐만 아니라 시장전체가 큰 타격을 받게 될 것이 우려된다”고 강력히 경고하였다.

2002년에는 정미공사(婷美公司), 북극융(北極絨)공사가 각기 “중과난가(中科院暖卡)”와 “고기난가(高技暖卡)”라는 이름으로 보온내의를 판매하여 “난가(暖卡)” 붐(boom)을 일으켰다. 높은 기술력을 필요로 하는 “난가내의”는 누구나 쉽게 만들 수 있는 상품이 아니다. 2003년에도 더 많은 수요가 있던 것으로 짐작되지만 “어떻게 해서라도 붐의 덕을 보겠다는 중소기업 때문에 보온내의의 유사품(類似品)이 쏟아져 나오면서 혼전(混戰)을 이루고 있는 상태이다.

중국의 보온내의 시장은 그 동안 보온내의의 디자인과 같이 똑같이 눈으로 쉽게 비교할 수 있는 외적(外的)요소가 경쟁대상이었는데, 현재는 사용섬유나 천에 가공된 기능 등의 질적(質的) 요소로 바뀌고 있다. 이와 같이 부가가치나 차별화가 요구되고 있어 “어렵사리 트이고 있는 싹을 모방(模倣)으로 문질러 버리면 너나 할 것 없이 모두 망하게 된다”고 업계관계자는 우려하고 있다. ♣