

상하이의 제7회 스핀 엑스포 - 글로벌화는 실에서부터 시작

상하이의 국제 회의 중심에서 실 전시회인 제7회 스핀 엑스포(Spin Expo, 上海國際流行紗線展示會)가 3월 13일~15일까지 3일간 개최되었다. 출품자는 12개국의 140개사였으며, 첫날부터 세계 각국의 관람객이 찾아와 전시장은 혼잡하였다. 이 전시회의 화제와 성과를 알아본다.

이번 전시회의 특징은 역시 일본의 섬유 기계 메이커인 시마세이키(島精機) 제작소가 새로 참가한 것이 되겠다. 저번까지는 독일의 스톨사만이 기계 메이커로 참가하였었는데, 이번에는 시마세이키도 참가함으로써 전시회가 보다 활기를 띠게 되었다. 스톨사나 시마세이키가 모두 출전 소재로 패션 쇼나 트렌드 포럼 등에서 제품을 소개하여 관람객들도 소재감을 파악하기 좋았을 것이다.

기계 메이커가 두 회사 참가하여, 이번부터 전시장을 두 개 층으로 확대하였다. 1층의 만다린 홀(Mandarin hall)에서는 독일의 스톨사가 ‘스톨 니트 앤 웨어’ 머신의 최신 개발 상품에 대한 프레젠테이션과 시마세이키 제작소의 패션 디비전 등이 개최되었다. 7층의 그랜드 플로어에서는 각사의 전시와 이탈리아의 플로렌스에서 개최되었던 ‘미티 이마지네 필라티’의 트렌드를 소개하여 관람객의 감성에 자극을 주었다.

7층의 그랜드 플로어에서 시마세이키는 100m²의 넓은 자리를 사용하여 스타일 팀이 니트 웨어를 프레젠테이션하였고, 최신 홀 가먼트 횡편기로 제작한 내의의 패션쇼를 개최하여 관광객을 사로잡았다. 그러나 스톨처럼 생산 기계의 디스플레이가 없어, 소프트웨어 면의 어필로 끝났다. 홀 가먼트 횡편

기를 중국 시장에서 판매하는 것은 아직 이르다고 판단하였기 때문으로 보인다. 그것보다는 소프트웨어 면의 첨단 기술을 소개하여 우선은 기업의 인지도를 향상시키고, 신뢰도를 갖게 한다는 것을 목적으로 한 것 같다.

시마세이키는 2005년에 현지 법인 희마 상하이 무역(希摩上海貿易)을 설립하였을 뿐이며, 앞으로는 중국의 기존 고객이나 잠재 고객에 대하여 니트 제어 기술을 중심으로 한 트레이닝 업무를 담당한다. 그러한 어필을 겸한 뜻에서도 스핀 엑스포는 절호의 기회였다고 보고 있다.

◎ 중국에의 설비 투자 거의 끝내고 판매 확대 시작

일본계 기업 중에서 중국에의 설비 투자를 거의 끝내고, 이제부터는 판매를 확대하기 위한 공세를 추진하는 뜻에서도 스핀 엑스포를 중요시하는 기업이 적지 않다.

그 중의 하나인 동아방직(東亞紡織)은 실 염색 공장인 상숙청아방직(常熟靑亞紡織)을 본격적으로 가동하기 시작하여, 컬러 스톡뿐만 아니라 염색사의 판매도 충실하게 추진하고 있다.

링 정방기, 컴팩트 정방기, 공기 정방기의 설비를 골고루 갖추고 있는 이탈리아의 ‘필만 메이드’는 ‘테크니컬 텍스타일 쑤저우’를 세우고 산업 자재용 원사를 개발하기 시작하였다. 면 링 정방기의 기술을 응용하여 중국에서 복합사를 개발하고 있다.

특히 장식사 개발을 잘하는 이탈리아의 ‘필뿌치’는 톱 염색 “쁘로필리아” 시리즈를 중국의 장가항양자특수방직(張家港揚子特殊紡績)에서 생산을 시작하였다. 그야말로 세계의 공장으로서 중국은 무시할 수 없는 존재가 되었다.

스핀 엑스포에 참가한 중국 기업은 2005년에 36개사였는데 2006년에는 54

개사로 급증한 것도, 구미 기업이 중국에서 생산하는 경향이 많아졌다는 것과 중국 기업이 스스로 기술력을 높인 데 따른 결과로 볼 수 있다.

◎ 아직도 일본의 차별화 소재는 품질이 가장 두드러져

스핀 엑스포는 참가 기업에게 서로 협동적으로 제휴하여 일할 수 있는 대상을 구할 수 있는 좋은 장소이기도 하다. 3회째 출품에서 대만과 상하이 생산 거점이 있는 ‘계화 집단(桂和集團)’도 그러한 기업 가운데 하나이나, 이 기업이 생산하는 실은 전체 생산량의 70%가 일본으로 수출되고 있는데, 직접 실로서의 수출과 어패럴 제품으로서의 수출이 거의 반반이 된다. 면 40%·마 60% 혼방사인 68수의 세번수사를 개발하고, 특수 2층 구조사 등의 차별화사의 개발을 적극적으로 추진하고 있다.

그 중에서도 기계를 개조하여 개발한 세미 소모 방적사는 보통의 세미 소모사보다도 잔털이 적고 일본으로의 수출도 개시하였다. 4월부터는 상하이에서 니트 공장도 만들고, 울 염색 공장을 대만으로부터 이전해 오려고 하고 있다. 목적은 수입되는 이탈리아 방적사를 교체하는 데 있다.

차별화 실을 관람객에게 어필하면서 또 한편으로는 제휴할 만한 일본 기업을 찾아내는 것도 출품한 목적의 하나이다. 계화집단은 역시 일본 기술은 세계 제일이라고 평가하고 있으며, 그런 뜻에서도 일본의 차별화 소재는 스핀 엑스포에서 한층 더 눈에 띄는 존재이다.

첫째 전시회부터 계속 출품해 온 협화(協和)의 현지 법인 ‘경화금은사(京和金銀絲) 상하이’가 전시하는 라메사(lame ; 金屬箔絲)는 세계 각국의 바이어의 주목을 받고 있었다. 경화사(社)가 스톡 판매하는 라메사는 니트용이 주로 되어 있다. 10 종류의 견본철이 있는데, 모두 일본제이다. 라메사의 붐은 작년

부터 이어지며, 품질면과 각종 타입의 라메사를 갖춘 것이 좋게 평가되고 있다고 하며, 판매량도 몇 해 동안 늘어나고 있다. 품질 관리가 어려운 라메사라서 구미로의 수출도 증가하고 있다.

이번 “스핀 엑스포”의 관람객은 3일간에 7,958명으로, 작년 9월의 추동전보다도 870명을 웃돌았다. 중증 급성 호흡기 증후군(SARS) 문제로 관람객이 줄었던 2003년의 2회째와 2004년의 3회째를 빼고, 해마다 관람객은 늘어나는 경향이다. 더욱 글로벌화하는 이 전시회에 앞으로도 많은 주목이 쏠릴 것 같다.

♣