

외신 동향

◇ South Korean Consumers Won Over, Economist['15.1.17]

* 바가지 쓰는데 질려버린 한국 소비자들, 해외쇼핑에 눈을 돌리다

□ '98년 외환위기 때 한국 유명인사들은 애국심을 보여주기 위해 독일제 BMW를 현대차로 바꿔타는 등 국산품 소비운동을 선도

* 코카콜라와 펄시콜라 소비를 줄이기 위해 한국기업 '815 콜라'가 등장하고, 미국 브랜드 운동화 대신 국산 브랜드 운동화 소비를 장려

** 현대계열 금융사가 국내기업에 대한 투자를 위해 'Buy Korea' 펀드를 창설하여 첫 3개월만에 100억 달러를 모집

□ 그러나, 이제 그와 같은 애국심은 그 수명을 다하고, 한국인들은 외국제품에 대한 매력을 재발견한 것 같음

○ 한국인들은 이제 국내시장 가격이 상대적으로 비싼 반면, 수입을 통해 값싼 물건을 살수 있다는 것을 인식

* '14.9월 MotorGraph(한국 업계지)가 1,800명 대상으로 '왜 현대차와 기아차를 싫어하는지'에 대한 설문조사 결과, 응답자중 1/2이상이 국내시장에서 차별 받는다는 느낌을 받았다고 답변

** 한국 공정위는 현대차가 신상품 Genesis Luxury Saloon을 국내에서 해외보다 1,300만원이 더 비싸다는 국회의원 청원에 대해 조사하고 있음

*** '13년 Consumer Korea(로비그룹) 조사결과, 15개 선진국중에서 한국이 5번째로 가격이 높은 나라: Heineken맥주 가격(3위), Chanel 향수(5위) 등

□ 한국인들은 지난 수십년동안 국산품에 대해 바가지를 써온 셈임

○ 박정희 대통령 시절 수출보조의 일환으로 국산품에 대한 고가 정책을 장려하는 한편, 외국 브랜드 수입을 봉쇄

○ '90년대까지도 대만제 조리용품 및 문구류를 일본으로부터 수입하는 것을 국가적 배반으로 간주

* 일본 문화상품 수입은 1998년까지 금지됨

□ 애국심에 호소하는 전략의 유효성이 상실되는 첫 번째 징조는 Apple사가 한국에 iPhone 사업에 진출한 2009년에 나타남

- 삼성 Omnia2 핸드폰을 ‘한국의 자존심’이라고 광고하고, 한국내 언론매체가 Apple사를 비판적으로 평가했지만, **Apple은 그 해 스마트폰 시장 점유율의 1/4을 차지함**
- ‘14.월에는 국내 식료품업체가 맥주, 담배 등 유명 일본 브랜드 상품을 수입금지해 달라는 청원을 하였으나, 기각됨
- 지난 3년간 한국은 EU 등 50여개국과 **일련의 무역자유화 조치를 시행하였으며, 그 결과, 이제 한국인들은 보다 많은 선택권을 갖게 됨**
 - 2004년 처음으로 수입 유럽차 가치총액이 한국 자동차 제조사의 전체 수출액을 상회
 - * ‘14년말 현재 10명중 1명이 외국차를 보유(’04년에는 100명중 1명꼴)
 - ** 반일감정이 여전한 가운데서도 토요타 캠리가 ‘13년 한국자동차상을 수여
- 한국인들은 이제 Amazon, Taobao(중국업체) 등 **해외 직구**를 통해 막대한 비용을 절감할 수 있다는 사실에 눈을 뜨게 됨
 - 해외 직구 총액 가치는 ‘11년 0.55조원에서 ‘1년 1.1조원으로 상승
 - ‘14년 정부는 미국으로부터의 해외 직구에 대한 무관세 기준을 200달러로 제고, 이로 인해 해외 직구는 더욱 늘어날 것으로 전망
- 한국기업들은 국내에서 파는 제품이 수출품보다 **더 정교한 버전이며, 배달, 보조설비 및 장기 보증 등 서비스비용이 포함된다**고 주장
 - 그러나, 그와 동시에 고객 확보·유지를 위해 지속적으로 노력
 - * 롯데는 올해 외국 옷을 온라인 쇼핑가격에 필적하는 가격으로 파는 새로운 아웃렛을 개설
 - 국내시장에서 오랫동안 편안한 시간을 가진 한국기업들은 이제 **보다 경쟁력을 제고해야 함**
 - * 맥킨지 한국사무소 Jun Shin은 **한국의 화장품 회사들이 좋은 롤 모델이 될 수 있다고 지적**
 - 한국의 화장품 회사들은 오랫동안 질 좋은 화장품은 값싼 가격으로 제공함으로써 해외 경쟁업체들을 궁지에 몰아넣었음