

'中 60% 관세' 폭탄... 韓 e커머스 업계, 양극화 심화 전망

알·테·쉬, 국내 시장 '눈길'

트럼프 中 규제 시 韓 가장 영향
경제난에 경쟁 치열... 이슈 부담
쿠팡 등 거대플랫폼 성장 부스터
입점한 소상공인·中企 피해 우려

도널드 트럼프 공화당 후보가 미국 대통령 재선에 성공한 가운데 국내 e커머스 업계에도 파장이 몰려올 것으로 예상된다. 트럼프 미국 대통령 당선자가 후보 시절 공약을 통해 중국의 과잉 생산을 우려하며 관세를 강하게 하겠다고 밝히면서다. 트럼프 당선인은 대통령 후보 공약에서 '미국산 제품' 사용을 언급하며 전 수입품에 대한 10% 보편적 기본 관세와 60%의 대중국 관세를 강조한 바 있다.

이 같은 미국의 정책 변화로 알리익스프레스·테무·쉬인(알테쉬) 등 C커머스(차이나+커머스)가 전자상거래 시장 이 비교적 안정적으로 성장하고 있는 한국 시장에 더욱 집중할 것으로 전망돼 국내 e커머스 업계가 긴장하는 분위기다.

아울러, C커머스에 입점해 있는 소상공인과 중소기업의 피해가 커질 수 있



ChatGPT에 의해 생성된 '중국 이커머스 물류 허브' 이미지.

을 뺀더러 쿠팡 같은 거대 e커머스 기업은 오히려 성장 기회를 맞는 양극화 현상의 심화가 예상된다며 예측이 나오고 있다.

7일 미국 통상전문지인 인사이드 유에스 트레이드의 보도에 따르면 존 물레나 미국 하원 중국특위 위원장은 관세법 제773(f)(2) (1)항 (A)호를 언급하면서 "중국의 과잉생산 능력의 피해를 평가함에 있어, 상무부가 반덤핑 조사 분석의 일환으로 비용에 대한 특별 규

칙을 더 광범위하게 적용해야 한다고 믿는다"라고 주장했다. 생산국이 생산 비용을 과소 책정했을 때 미국 무역법의 공정성이 훼손된다는 주장이다.

물레나 위원장은 과잉 생산으로 인해 시장 가격이 왜곡이 생겨 타국의 산업 생태계를 교란시키는 반덤핑 효과가 발생할 수 있다며 특별 규칙의 광범위한 적용이 과잉 생산이 불가능한 왜곡 없는 시장의 반영을 가능하게 한다고 평가했다. 이는 중국에 대한 규제 강화로

이어질 가능성이 있다.

e커머스 업계는 트럼프 2기의 중국에 대한 관세 규제가 현실화될 경우 한국이 가장 많은 영향을 받을 것으로 전망했다. 미국의 관세가 막힐 경우 중국이 한국에 더 집중하며 국내 내수시장을 잠식시킬 수 있다는 것이다. '알테쉬' 입장에선 한국의 e커머스 시장이 가장 안정적으로 유지되고 있는 데다, 자국과 가까운 물류비용의 부담도 적기 때문이다.

유통업계 한 관계자는 "자국 우선을 최우선시 하고 있는 트럼프가 당선되면 한국 e커머스 업계의 지각 변동이 예상된다. 미국의 관세 규제로 중국의 관세가 막혀버릴 경우 상대적으로 부담이 적은 한국에 더욱 힘을 쓸 것으로 보여지기 때문이다. 경제난이 지속되면서 e커머스 업계도 치열한 경쟁이 진행중인 가운데 이같은 이슈는 부담으로 느껴질 수밖에 없다"고 말했다.

일각에선 쿠팡과 같은 거대 플랫폼이 더욱 성장할 수 있는 계기가 될 수 있다는 목소리도 나온다.

업계 관계자는 "오히려 미국의 이 같은 방침이 쿠팡 같은 거대 e커머스 기업

의 성장에 부스터 역할을 할 수 있을 것"이라며 "소비자들이 C커머스를 넘어 온라인 쿠팡에도 대한 집중 현상이 나타날 수 있다. 여전히 빠른 서비스를 이행하고 있는 쿠팡의 충성고객이 월등히 높기 때문이다"고 말했다.

실제 앱·리테일 분석 서비스 와이즈앱·리테일·굿즈 조사에 따르면 지난달 종합몰 앱 순위 1~5위는 쿠팡 3200만명, 알리익스프레스(알리) 900만명, 11번가 740만명, 테무 680만명, G마켓 530만명 등으로 나타났다.

일각에선 미국의 이 같은 규제 변화가 e커머스에 입점해 있는 소상공인과 중소기업 판매자들에게 피해가 될 수 있다는 우려도 나온다.

서용구 숙명여대 경영학과 교수는 "미국에서 중국을 혐오하는 대통령이 나왔으니 (중국 e커머스 기업들이) 한국에 집중 투자할 가능성이 높아졌다"며 "여기에 대형업체 규제가 완화되며 빅테크 기업들에 우호적인 분위기가 형성돼 소비자들의 지갑을 털어버리면 국내 중소기업들은 보다 위축돼 양극화가 심화될 것"이라고 우려했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

라면·치킨 수출 '브레이크'?... 원·부자재 비용 부담도 ↑

식품업계, 향후 정책 '예의주시'

10%~20% 수준 보편관세 공약
韓 수출액 최소 200억 달러 감소
원화 약세 현상에 수익성 떨어지

제 47대 미국 대통령에 도널드 트럼프 공화당 후보가 사실상 당선됨에 따라 국내 식품업계에 긴장감이 감돌고 있다. 트럼프 당선인이 공약으로 내세운 관세 인상과 강달러 기조가 미국 공약에 힘주고 있는 기업들에 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

트럼프 당선인은 유세과정에서 자신이 재집권할 경우 중국에는 60%에 달하는 고율 관세를 적용하고, 나머지 국



불닭볶음면. /상양식품

가에는 10~20% 수준의 보편관세를 매기겠다는 공약을 수차례 밝혔다. 자국의 무역 보호를 위해 관세를 높이겠다는 것이다.

한국무역협회에 따르면 지난해 대미

무역수지는 444억 달러 흑자로 역대 최대를 기록했다. 올해 상반기에도 287억 달러 흑자를 기록했으며, 이는 전년 동기 대비 55.1% 증가한 수치다.

현재 미국으로 제품을 수출하는 경우 한-미FTA로 인해 무관세 혜택을 받을 수 있다. 협정문에서 규정하고 있는 실질적 변형원칙 등을 제외하면 원칙적으로 관세가 없다.

하지만 관세 공약이 적용될 경우 한국의 수출액은 최소 200억 달러 감소할 것으로 경제 전문가들은 내다봤다.

올해 미국으로 수출한 농·식품 중 가장 많은 비중을 차지한 품목은 라면이다. 올해 누적 라면 수출액은 지난달까

지 10억2000만달러(약1조4200억원)로 집계됐다. 현지 생산 공장을 보유하고 있는 농심을 제외하고 삼양식품과 오뚜기 등 라면 업체들은 수출 중심의 사업을 펼치고 있어 향후 관세 정책에 촉각을 곤두세우고 있다.

'강달러' 여파도 클 것으로 보인다. 국내 식품 업체들 모두 대부분 원재료 수입 비중이 높아 환율 상승에 직접적인 영향을 받고 있기 때문이다.

밀가루 등 수입 비중이 높은 원·부자재 비용이 증가하고 미국에 공장과 법인이 있는 기업의 경우 현지 공장 운영에 들어가는 비용 부담도 커지게 된다. 원화 약세 현상이 지속돼 환율이 오르

면 결국 수익성이 떨어질 수밖에 없다.

이에 CJ제일제당을 비롯해 대상·농심·풀무원 등 미국에 생산 설비를 보유하고 있는 업체들도 트럼프 정부의 향후 정책 방향성을 주의깊게 지켜보고 있다.

미국 진출에 속도를 내고 있는 BBQ·bhc·교촌치킨 등 K치킨 업체들도 미국 정부의 향후 정책을 예의주시하고 있다.

K-치킨 업체들이 미국에 현지 매장을 낼 경우 소방국 등 정부기관 허가를 받아야 하는데, 트럼프 체제에서 외국 기업에 대한 허가가 다소 까다로워질 가능성도 배제할 수 없어서다.

업계 관계자는 "상황이 안좋게 되더라도 미국에만 의존하지 않고 유럽과 동남아 등으로도 진출해있기 때문에 대처가 가능할 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

'수출 효자품목' K뷰티... "美 정책 맞추는 게 아닌 자생력 높이도록 노력할 것"

美서 노정은 '화장품업계'

지난달, 화장품 10.3억 弗 규모 수출
'메이드 인 코리아'서 경쟁력 기인

도널드 트럼프 미국 전 대통령이 재선에 성공하면서 미국에서 성과를 거두고 있는 K뷰티에도 영향을 미칠지 국내 뷰티 업계가 상황을 주목하고 있다.

미국 우선주의와 미국 중심 보호무역을 주장하고 있는 트럼프 대통령의 정책이 전개되면 K뷰티의 미국 진출장벽이 높아질 수 있다는 관측 때문이다. 특히 트럼프 대통령은 모든 수입품에 10% 관세를 추가로 부과하는 '보편적 기본관세' 도입을 강조해 왔다.

7일 뷰티 업계에 따르면 K뷰티가 수출 효자 품목으로 자리매김하며 화장품은 5대 유망 소비재로 떠오른 가운데,

올해 10월 처음으로 월 수출액 10억달러를 돌파하기도 했다.

지난 1일 산업통상자원부에서 발표한 '10월 수출입 동향'을 살펴보면, 화장품 수출 규모는 10억3700만달러로 전년 동기 대비 36% 증가했다. 전월과 비교해도, 지난 9월 9억2600만달러를 기록한 데 이어 최대 월 수출액을 경신했다. 이에 따라 화장품 수출은 올해 연간 100억달러 달성도 눈앞에 두고 있다. 올해 10월 기준 화장품 누적 수출액은 84억5000만달러다.

화장품 수출이 호실적을 내고 있는 가운데, 미국 시장은 주요 수출국인 것으로 나타났다. 식품의약품안전처가 최근 발표한 자료에 따르면 올해 3분기 주요 수출 국가로는 중국이 20억2000만달러로 가장 큰 비중을 차지했고 미국과

일본이 각각 14억3000만달러(약 2조 원), 7억4000만달러(약 1조 원)로 그 뒤를 이었다.

국내 대표 뷰티 기업들도 올해 3분기 미국에서 고성장을 하며 브랜드 입지를 높였다. 아모레퍼시픽의 경우 3분기 매출은 9772억원, 영업이익은 652억원이다. 아모레퍼시픽은 국내 사업에서 전년 대비 1.6% 하락한 5345억원의 매출을 기록했지만, 해외 사업에서는 35.8% 늘어난 4313억원의 매출을 올렸다.

아모레퍼시픽이 해외 사업에서 가장 큰 매출을 거둔 곳은 미주 지역이다. 지난 2023년 3분기 707억원에서 올해 3분기 1466억원으로 무려 108% 증가하는 매출 성과를 거뒀다.

차세대 K뷰티 주자인 글로벌 뷰티테크 기업 에이피알도 올해 3분기에 분기

매출로는 최대 실적을 기록했다.

에이피알의 연결기준 매출액은 1741억원, 영업이익은 272억원이다. 각각 전년 동기 대비 42.8%, 24.6% 증가한 규모다.

에이피알도 해외 실적이 돋보인다. 에이피알의 3분기 해외 매출은 전년 동기 대비 78.6% 성장한 1003억원으로, 에이피알은 창립 후 최초로 해외 사업에서 분기 매출 1000억원 시대를 맞았다. 미국 시장에서 올린 매출은 396억원으로 전년 동기 대비 123.2% 늘었다.

한 뷰티 업계 관계자는 "미국의 무역 정책 변화가 뷰티 제품 수출에도 영향을 있을 수는 있겠지만, 미국 시장에서 한국 뷰티 브랜드 기업이 내놓는 제품들의 판매 비중이 지속 증가하고 있기 때문에 관세 정책 강화가 이어지더라도

국내 뷰티 관련 기업들은 수출에 소극적이기보다는 다양한 방안을 적극 모색할 것으로 예상된다"며 "부대비용 상승을 감수하더라도 미국 내 생산기지 설립 또는 확보를 통한 현지 생산이나 K뷰티 인기를 바탕으로 한 프리미엄 마케팅 전략 강화 등 대응책을 마련해 돌파구를 찾을 것"이라고 말했다.

뷰티 브랜드 기업뿐 아니라 화장품 제조 산업 쪽에서도 "K뷰티의 인기와 경쟁력은 '메이드인코리아'에 있다는 부분을 간과해서는 안 된다"며 "전반적인 무역 환경이 부정적인 영향을 받으면서 화장품에도 아주 영향이 없을 수는 없겠지만 당장 급한 불을 끄기 위해 메이드인코리아가 메이드인U.S.A가 된다면 과연 글로벌 소비자들이 K뷰티라고 인식할지는 심도 있게 검토해 미국 정책 기조에 맞추는 게 아니라 K뷰티 자생력을 높이도록 노력할 것"이라고 덧붙였다.

/이청하 기자 mlee236@