

KMI 국제물류위클리

2016년 8월 31일 · 제372호
미래전략연구본부 국제물류연구실 국제물류투자분석센터
총괄 이성우 실장, 감수 김범중 연구위원

Contents

| 글로벌 물류이슈 |

1. 중국 주요 수출 제조기업들의 성장전략과 시사점

| 물류정책 · 사업동향 |

1. 상하이항 SIPI, 해운경기 불황으로 상반기 처리 실적 및 이익 감소
2. 태평양 횡단항로, 3분기 성수기에도 불구하고 현물운임 상승전망 불투명
3. 브라질산 철광석 운송 증가 영향으로 케이프 운임 15% 상승
4. 베트남 정부, 물류비 절감 계획 공표

| 해외현지리포트 |

1. Yusen Logistics, 인도네시아에서 의약품 운송에 대한 품질 인증 기준 달성
2. Cool Logistics Asia와 ACCC 협력 협정 체결



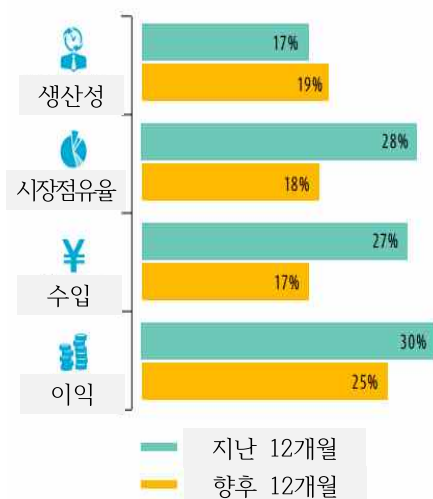


글로벌 물류이슈

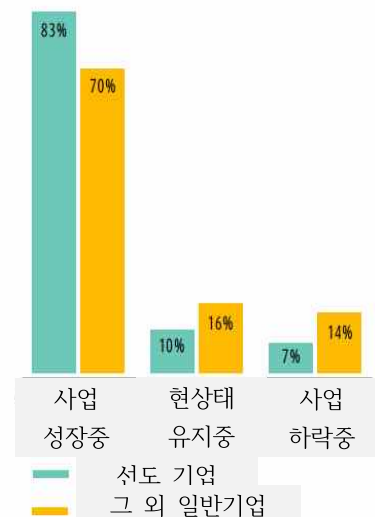
중국 주요 수출 제조기업들의 성장전략과 시사점

- 글로벌 물류기업 UPS는 “Made in China 2.0 White Paper 2016” 보고서를 통해¹⁾, 현재 중국 제조업의 전반적인 상황과 함께 중국 수출 제조기업들이 여러 도전에 직면해 있다고 밝힘
 - 위 보고서에 따르면, 2015년 12월 기준으로 조사에 참여한 중국의 주요 수출 제조기업들의 29%가 현재 전반적인 경제상황이 1년 전보다 부정적이라고 답했으며, 이는 2014년 조사 때의 16% 보다 크게 상승한 수치임
 - 주요 수출 제조기업들은 수요와 공급 모든 측면에서 어려움에 직면해 있다고 느끼고 있으며, ‘중국내 기업 간의 경쟁 가중(전체의 39%)’ 과 ‘중국내 수요의 지속적인 감소(전체의 37%)’, ‘위안화 절상(전체의 24%)’ 등을 대표적인 어려움으로 꼽고 있음
 - 중국 UPS의 Richard Loi 총재는 중국 시장의 압력이 심화되는 가운데 수출 제조기업들의 생존과 성공은 경영전략 변화에 달려있으며, 제조기업들이 저가 전략을 버리고 고객과의 긴밀한 협력 파트너 관계 구축 및 고품질의 제품과 부가가치를 제공해야 한다고 제시함
- UPS는 중국 주요 수출 제조기업들의 미래 환경에 대한 준비 상황을 평가하여 ‘선도기업(Made in China 2.0 Reader)’ 을 선정하였고, 선도기업들의 성장전략을 소개하며 특히 물류 중요성에 대한 올바른 인식이 중요한 전략 중 하나라고 강조함

일반기업 대비 ‘선도기업’ 의 업무실적



일반기업과 ‘선도기업’ 실적별 현황

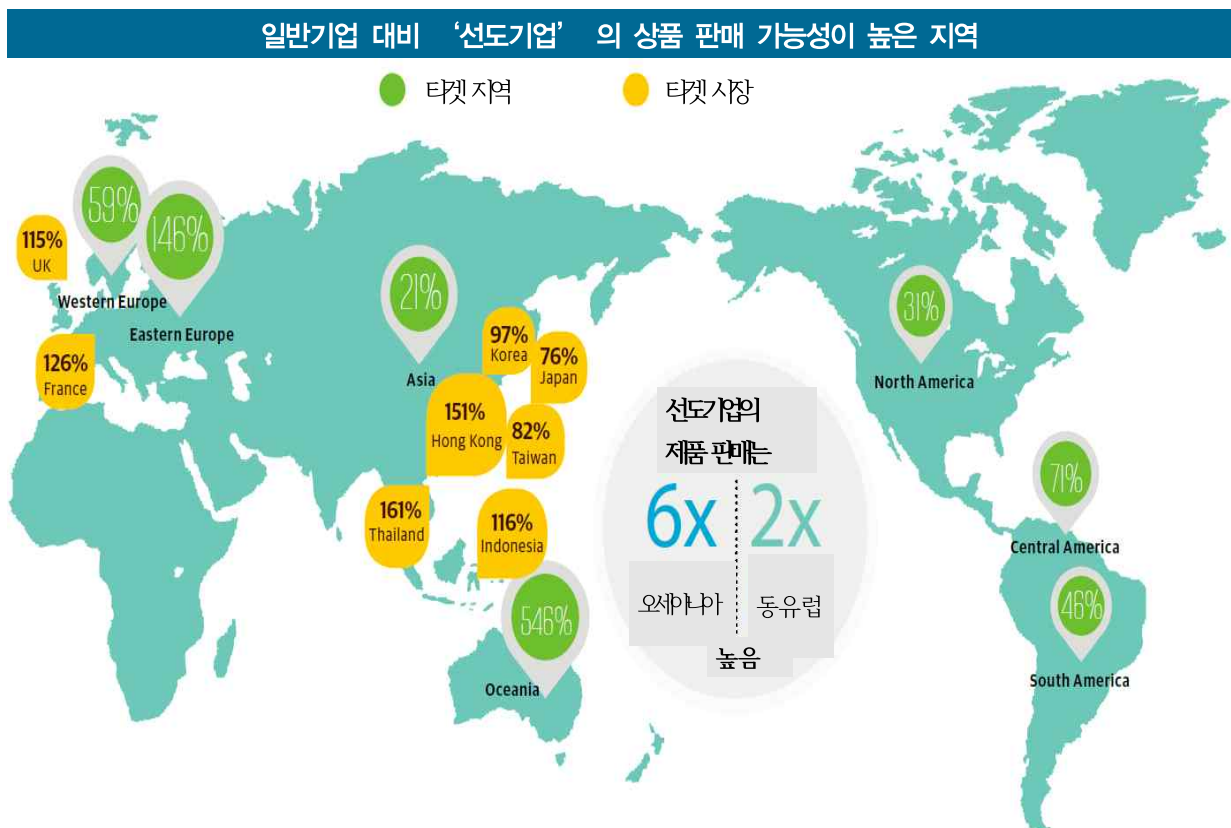


자료 : UPS, “Made in China 2.0 White Paper 2016”, 2016.8.

1) UPS는 2014년에 이어 올해 두 번째로 “Made in China 2.0 White Paper”를 발간하였으며, 동 보고서는 2015년 12월 기준 중국 각지의 1,000개의 수출 제조기업(수출이 전체 생산의 40% 이상인 기업)의 고위 관리자(Senior decision-makers) 대상 인터뷰를 통해 작성됨.



- UPS는 'Made in China 2.0 Readiness Index'란 지수를 통해 ① 시장에 대한 지식과 이해 강화, ② 고객 수요에 대한 반응과 협력능력 제고, ③ 맞춤형 물류 솔루션 제공, ④ 혁신 역량 구축 등을 미래 환경에 대한 4대 우선사항(Priorities)으로 하여 세부 항목을 나누어 기업들의 '인식(Recognition)'과 '실행(Performance)' 정도를 평가함
 - 평가 결과를 바탕으로 총 조사 대상 기업 중에서 총점 100점에서 90점 이상을 획득한 기업(상위 8%)을 '선도기업(Made in China 2.0 Reader)'으로 선정함
 - '선도기업'들은 일반기업들에 비해 과거 1년의 경영성과에서 생산효율은 17%, 시장점유율은 28%, 수익은 27%, 이윤은 30% 높았으며, '선도기업'중의 83%가 현재 사업이 성장 추세에 있다고 답해 일반기업의 70%와 비교했을 때 성장 전망이 긍정적임
 - '선도기업'들은 일반기업들에 비해 능동적이고 통찰력이 있으며, 장기적인 관점에서 준비하고 유연하다는 특징을 가지고 있음
 - 또한 UPS는 '선도기업'들이 가지고 있는 성장전략으로 ① 글로벌 시장 보유, ② 다양한 고객층 확보, ③ 미래를 대비한 우선순위 인식, ④ 완제품 판매, ⑤ 새로운 트렌드의 영향 인지, ⑥ 물류의 역할과 중요성 이해 등을 제시함
- <성장전략 1> 글로벌 시장 보유 : '선도기업'들은 일반 수출 제조기업에 비해 더욱 광활한 해외시장을 보유하고 있음

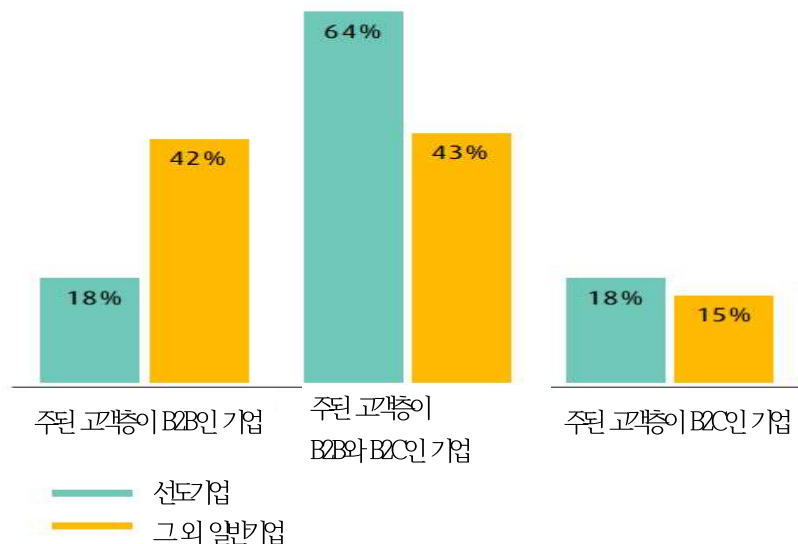


자료 : UPS, "Made in China 2.0 White Paper 2016", 2016.8.



- 중국 정부의 ‘일대일로’ 전략 추진 및 ‘New Normal’ 시대에 직면한 중국 국내 수요의 지속적인 감소와 생산력 과잉 현상은 제조기업들로 하여금 새로운 해외고객 발굴과 수출로의 전환 필요성을 깨닫게 함
 - ‘선도기업’ 들은 일반기업에 비해 아시아시장과 유럽시장을 더욱 중시하고 있으며, 주요 국가 별로는 태국, 홍콩, 프랑스, 인도네시아, 영국 등이 있음
 - 또한 일반기업에 비해 오세아니아에서 동유럽 지역에서 상품을 판매할 가능성이 각각 6배, 2배 높은 것으로 나타남
- <성장전략 2> B2B와 B2C의 다양한 고객층 확보 : ‘선도기업’ 들은 일반기업들에 비해 고객층이 더욱 다양함
- 전체 ‘선도기업’ 의 64%가 B2B와 B2C 고객에게 동시에 상품을 판매하고 있으며, 18%가 B2B 고객을 주요 대상으로 한다고 밝힘
 - 이에 반해 일반기업들 중에서 B2B와 B2C 고객 모두를 대상으로 하고 있는 기업은 전체의 43%에 지나지 않으며, 42%는 B2B만을 주요 대상 고객으로 하고 있으며 B2B 제조업은 통상적으로 이윤이 상대적으로 낮은 것으로 나타남

일반기업과 ‘선도기업’ 의 고객층 특징



자료 : UPS, “Made in China 2.0 White Paper 2016”, 2016.8.

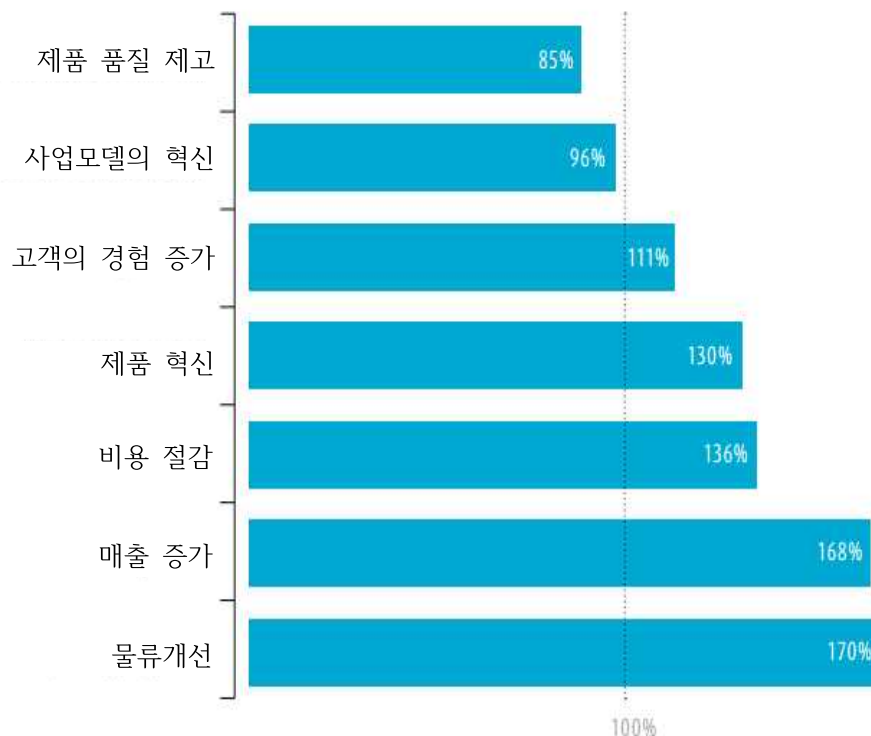
- <성장전략 3> 미래를 대비한 우선순위 인식 : ‘선도기업’ 들은 미래 우선순위로 ① 물류 개선, ② 매출 증가, ③ 비용 절감, ④ 제품 혁신, ⑤ 고객의 경험 증가, ⑥ 사업모델의 혁신, ⑦ 제품 품질 제고 등을 중요시함
- ‘선도기업’ 들은 일반기업들에 비해 상기 7가지의 우선순위들이 기업의 향후 성공에 대단히



중요하다고 여기고 있음

- 특히 ‘선도기업’ 들은 물류개선 필요성에 대한 인식이 일반기업에 비해 170%나 높았으며 판매 증가에 대한 인식도 168% 높은 것으로 나타났으며 이는 상기 7가지 우선순위에서 일반기업과 가장 차별성을 가진 것 중 하나임

일반기업 대비 ‘선도기업’ 의 고객층 특징



자료 : UPS, “Made in China 2.0 White Paper 2016” , 2016.8.

● 〈성장전략4〉 기존 수출 트렌드인 반제품 수출보다 완제품 수출 선호 경향

- 제품혁신은 ‘선도기업’ 들의 밸류체인(가치사슬, Value chain²⁾) 발전을 도모함
- 그렇기 때문에 ‘선도기업’ 들은 제품혁신에 집중하게 되면서 판매 제품의 트렌드가 반제품에서 완제품으로 변화하는 추세를 보임
- 또한 ‘선도기업’ 중 반제품을 수출하는 기업의 수가 다른 일반적인 반제품 수출기업보다 63%나 적은 것으로 보아 완제품의 수출을 지향하는 경향을 보이고 있음

● 〈성장전략5〉 최신 트렌드가 끼치는 영향에 대한 분석

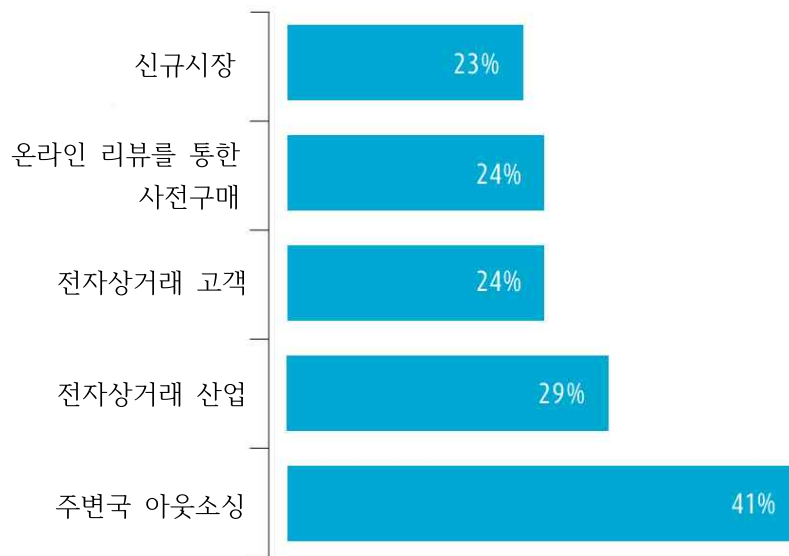
- ‘선도기업’ 은 장기적인 발전을 위해 속해있는 산업분야에 대한 정밀한 분석을 하고 있으며 발생하는 변화에 대해 파악하고 이를 다루는데 더욱 중점을 두고 있음

2) 기업 활동에서 부가가치가 생성되는 과정을 의미하며, 부가가치 창출에 직접 또는 간접적으로 관련된 일련의 활동, 기능, 프로세스의 연계까지 포함함



- 그렇기 때문에 주요 ‘선도기업’ 들이 최신 산업 트렌드와 그에 따른 문제점 및 발생하는 기회에 매우 적절히 대응할 수 있음
- 이러한 전략을 가진 ‘선도기업’ 들의 차별성은 B2B 및 B2C 전자상거래의 주변국 아웃소싱(nearshoring³⁾)을 통해 더욱 뚜렷하게 나타남
- ‘선도기업’ 은 사업에 대한 최상의 로드맵을 이미 갖추고 있을 뿐만 아니라 최신 산업 트렌드, 내재되어 있는 문제점, 사업 기회 또한 잘 파악하고 있음
- 특히 물류분야에서 전자상거래가 산업과 소비자를 직접 연결할 수 있는 새로운 수단으로 주변국 아웃소싱 부분에서 매우 중요한 역할을 하게 될 것임을 강조하고 있음

‘선도기업’ 이 예상하는 큰 영향을 끼칠 최신 트렌드



자료 : UPS, “Made in China 2.0 White Paper 2016”, 2016.8.

- <성장전략6> 물류 역할에 대한 올바른 이해 : ① 기업 이익창출 기여, ② 물류의 광범위한 역할, ③ 비용절감 및 판매 증대에 영향, ④ 고객환경 향상
 - ‘선도기업’ 들이 이해하고 있는 물류는 첫째, 물류분야의 투자가 주요 기업 목표에 추가적인 이익을 창출 할 수 있다는 것이고, 둘째, 다양한 경쟁 우위 구조에서 물류 역할이 특정부분에 국한된 것이 아니라 광범위 하다고 여기며, 셋째, 비용절감과 판매 증가를 위해서는 물류가 매우 중요한 역할을 한다고 생각하고 넷째, 물류서비스는 고객환경 향상을 위한 매우 중요한 역할을 한다고 이해함
 - 이러한 물류에 대한 이해는 ‘선도기업’ 이 빠른 운송에 대한 중요성을 잘 이해하고 있기 때문이며, 빠른 운송은 물리적인 속도뿐만 아니라 현재와 미래에 대한 적절한 대응이 더 결정적인 영향을 끼칠 것으로 여김
 - 또한 기업들이 내놓은 미래 전략 중 ‘선도기업’ 들의 경우 물류개선과 판매 확대 전략분야가 다

3) 인근국가에서 진행하는 아웃소싱으로 near-shoring으로 표기하기도 함



른 일반 기업들에 비해 월등히 높은 중요도를 차지하고 있음

‘선도기업’ 이 생각하는 물류의 역할		
비용절감측면	생산증대측면	고객환경향상측면
인건비 절감	재판매 증가	거래 이행의 품질보증
효율적인 공급체인망 구축으로 인한 창고비 절감	현금유동성 향상 및 빠른 결제	제품 반송과정의 단순화
법준수로 벌금 및 지연 방지로 비용 절감	운송실수 감소로 인한 고객만족증가	운송도착시간의 가시성과 정확성 제공
서류 및 화물 분실 방지로 비용 절감	새로운 시장으로 운송을 통한 고객 증가	운송 지연 예상과 지연 리스크 완화
운송 및 트래킹 프로세스 단순화로 인한 교육비 절감	더 나은 운송 트래킹 서비스 제공으로 인한 고객만족증가	고객 니즈를 충족하는 다양한 운송옵션 제공
개선된 워크플로우 가시화로 효율적인 인력운영	재고부족을 피하기 위한 재고 수준 효율적 운영	고객 니즈를 확인하기 위한 운송관련 설문조사
라벨 이용을 통한 출력비용 절감	고객 니즈 충족을 위한 시간 및 운임면의 다양성 제공	운송시간 단축 및 지연 감소를 위한 통관과 다른 운송 프로세스 연계

자료 : UPS, “Made in China 2.0 White Paper 2016” , 2016.8.

● 시사점

- UPS “Made in China 2.0 White Paper 2016” 보고서에 의해 평가된 중국의 제조업을 이끄는 ‘선도기업’ 들은 아래와 같은 공통적인 성공전략을 가지고 있음
- 광활한 해외 시장에 대한 지리적 정보 보유: ‘선도기업’ 은 지속적인 성장을 위해 새로운 시장에 대한 투자를 다각화하고 있으며, 성장원천 지역을 동유럽과 오세아니아에 집중하려 함
- 다양한 B2B, B2C 고객층 기반 구축: 기존에 B2B 또는 B2C의 단일 형태로만 판매하던 방식에서 두 형태를 혼합한 방식의 판매로 변화하고 있음
- 최신 트렌드 영향에 대한 정확한 분석 가능: 정확한 미시적 관점의 신흥 산업 트렌드에 대한 예상이 가능하며, 향후 성공의 주요 요소라 생각하는 주변국 아웃소싱의 큰 영향력을 이미 인식하고 있음
- 물류 역할에 대한 이해: ‘선도기업’ 들은 물류분야에 대한 투자가 가치창출을 실현시킬 수 있으며, 비용절감 및 판매증대와 고객환경 개선 부분에 경쟁우위를 얻을 수 있다고 여김

자료 : UPS, “Made in China 2.0 White Paper 2016” , 2016.8.

김세원 연구원

051-797-4775, ksw@kmi.re.kr

이하림 연구원

051-797-4758, harimyi@kmi.re.kr



물류정책 · 사업동향

상하이항 SIPG, 해운경기 불황으로 상반기 처리 실적 및 이익 감소

- 상하이항의 최대 운영사인 SIPG(Shanghai International Port Group)의 상반기 처리 실적은 올해 목표 물동량 대비 컨테이너는 48.4%, 총 물동량은 47.9%를 기록
 - 컨테이너 물동량은 전년 동기 대비 0.8% 감소한 17.9백만TEU, 벌크 물동량은 9.2% 감소한 7천만톤, 총 물동량은 6.4% 감소한 2억49백만톤을 처리
 - 이에 따라 SIPG의 상반기 순이익도 전년 동기 대비 5.8% 감소한 4억83백만 달러 기록, 2015년 상반기의 전년 대비 5.7% 증가와 비교하여 큰 폭으로 감소
- SIPG의 벌크 물동량 감소는 중국 경제 성장 침체, 배후 산업과 에너지 부문의 구조 변화에서 기인, 그러나 전체 매출액은 전년 대비 4.4% 증가
 - 중국의 상반기 대외 교역 실적은 수출이 전년 대비 4.4% 감소하고, 수입의 경우 12.5% 감소하여 수입 감소가 물동량 감소에 가장 크게 영향을 끼침
 - 이익 측면에서는 총 운영비용이 지속적으로 증가하고 있는 것이 이익 감소의 원인이 되고 있는데, 상반기 SIPG의 총 운영비용은 전년 동기 대비 8.3% 증가
- 상하이항의 하반기 처리 실적은 상반기 대비 상승세를 이어갈 것으로 예상
 - 6월 처리 실적은 전년 동기 대비 5.1% 증가한 327만TEU를 기록하여 2015년 12월 6% 증가한 이후 가장 높은 성장세를 기록
 - 7월 실적도 영국의 EU 탈퇴 결정에 따른 글로벌 수요 약세에도 불구하고, 전월 대비 4.1% 성장세를 유지
 - 이와 같이 올해 1분기 상하이항 처리 실적은 기대 이하를 기록했으나, 상반기를 넘어서는 시점에서 증가세로 전환되어 하반기의 세계 경제 어려움에도 불구하고 증가세는 이어갈 것으로 예상
- 따라서 상하이항과 싱가포르항과의 물동량 격차는 더욱 커질 것으로 예상
 - 싱가포르항의 상반기 처리 실적은 전년 동기 대비 5.1% 감소한 1,518만TEU를 처리하여, 감소세를 지속하고 있음
- 환적허브를 지향하는 부산항도 환적경쟁력 강화를 위한 정책들의 조속한 추진과 내적 경쟁력 강화가 요구
 - 특히, 한진해운, 현대상선 등 국적선사의 어려움이 가중되는 상황에서 환적화물에 대한 이탈 가능성이 그 어느 때보다 높기 때문에 대내외 변화에 탄력적으로 대응할 수 있는 경쟁력 필요
 - 또한, 환적화물은 Foot-loose 이지만 되돌아오기 어려운 특성을 가지고 있기 때문에 고객 지향적 관점에서의 항만운영 정책이 요구된다 할 수 있음

자료 : www.Lloydlist.com.

김근섭 부연구위원
051-797-4662, gskim@kmi.re.kr



태평양 횡단항로, 3분기 성수기에도 불구하고 현물운임 상승전망 불투명

- 3분기 해운성수기를 맞아 태평양 횡단항로의 물량이 증가하고 있으나 실제 현물운임 상승으로 이어지지는 못하고 있음
 - 올해 아시아로부터 북미지역으로의 수출물량이 성수기를 맞아 증가하고는 있으나 과거의 성수기에 비해서는 증가율이 낮으며, 선사가 올해 태평양 횡단항로에 투입한 대량의 선박량을 모두 채울 정도로 증가하지는 못하고 있음
 - 실제 아시아지역의 무선박운송인(non-vessel operating common carrier, NVOCC)는 과거 3~5년 사이 3분기 성수기의 물량증가율이 점차 낮아지고 있다고 언급함
 - Griffin Creek Consulting의 회장 Ed Zaninelli씨는 '과거 9월~10월 물량은 비성수기에 비해 20%이상 높았고, 화주들은 북미의 추수감사절이나 크리스마스 화물 선적을 위해 치열한 선박확보경쟁을 벌여왔으나 최근에는 더 이상 성수기라는 말조차 사용하지 않는다.' 라고 밝힘
- 태평양 해사협회(Pacific Maritime Association, PMA⁴)에서 발표한 수입물량을 확인하면 이러한 경향은 더욱 확실해짐
 - PMA에 따르면 미 서부연안 항만은 아시아로부터 미국으로의 컨테이너 수입의 반 이상을 처리하고 있으며 지난 6월에는 2010년 이후 가장 높은 6월 물량인 88만 TEU의 풀컨테이너가 서부연안 항만에서 처리되었음
 - 그러나 여름-가을 시즌이 겨울시즌보다 상당한 량의 수입물량을 발생시키던 2007년의 98만 TEU 보다는 상당히 줄어든 양임
 - 그에 따라 Global Integrated Solutions 의 디렉터인 Dean Tracy씨는 10년 전 성수기와는 달리 올해의 9~10월의 물량증가는 일상적인 수준을 넘지 못할 것이라고 언급함
- 6월 이후 물량은 8월까지 지속적으로 증가, 비교적 높은 항만가동률을 보이고 있으나 현물운임은 정체상태임
 - 올 8월에 주당 7척의 선박이 Los Angeles-Long Beach 항에 기항, 97.3%의 항만 가동률을 기록하였고, Seattle-Tacoma항의 가동률은 94.6%였음
 - 그러나 가동률이 95% 이상일 경우 현물운임이 빠르게 증가하는 것이 일반적이나 올해는 운임이 주간 단위로 오르내리고 있을 뿐임
- 실제, Drewry와 Shanghai indexes는 상하이에서 미국 서부연안 및 동부연안까지의 현물운임이 지난주에 비해 약간 내려갔다고 발표함
 - 상하이에서 LA까지의 금주 Drewry 세계컨테이너지수(World Container Index, WCI)는 40피트 컨테이너(Forty Each Unit, FEU)가 \$1,183로 8월 18일에 비해 1.7% 떨어졌으며 상하이에서 뉴욕까지는 FEU당 \$1,802 으로 전주에 비해 1.6% 떨어졌음

4) Pacific Maritime Association: 미국 서부연안에서 활동하는 세계주요 선사, 터미널운영사, 하역사 등 78개사로 구성된 협회



- 마찬가지로 상하이 해운거래소(Shanghai Shipping Exchange)의 현물운임은 미 서부연안까지 FEU 당 \$1,153 로 0.52% 떨어졌고, 동부연안까지는 \$1,684로 0.59% 떨어졌음
- 화주, 트럭운송사, 그리고 선사 들은 향후 9월 말부터 10월까지 이러한 운임 널뛰기가 지속될 것이라고 전망하고 있음

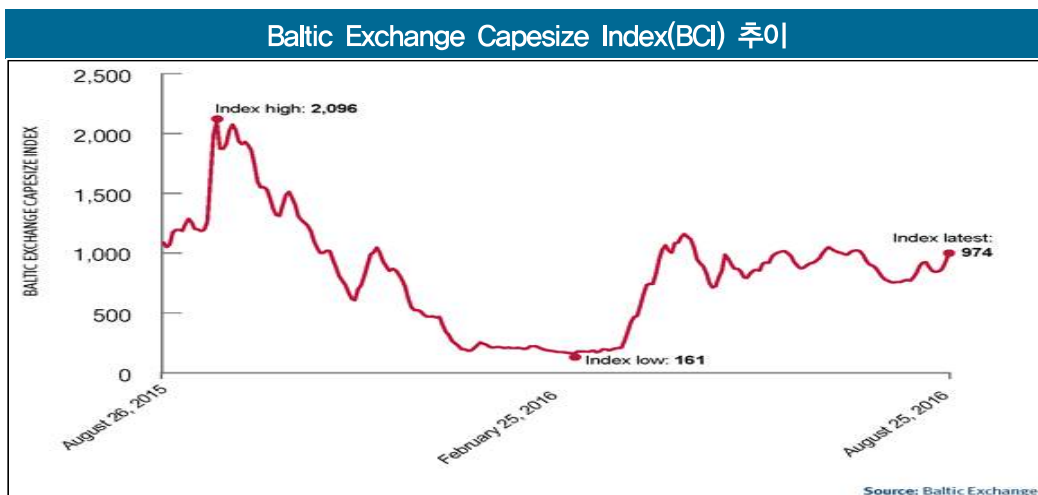
자료 : www.joc.com, 2016.08.26.

전형모 전문연구원
051-797-4683, hmjeon@kmi.re.kr



브라질산 철광석 운송 증가 영향으로 케이프 운임 15% 상승

- 케이프 운임은 브라질 및 호주산 철광석 운송 증가 영향으로 최근 5주 최고 수준을 기록함
 - Arctic Security 전문가 Erik stavseth는 브라질산 철광석 수출 증가로 앞으로 몇 달간 건화물선 시장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 있다고 밝힘
 - 선주들이 4분기 케이프 강세를 예상하고 단거리 운송을 지향하면서 케이프 시장 분위기가 개선되고 있다고 언급함
 - 또한 브라질 항만의 9월 예정 선적량은 2015년 8월 이후 최대치인 2,800만 dwt 수준이라고 덧붙임
- 발틱해운거래소는 브라질과 서호주에 대한 관심과 함께 케이프 시장 분위기가 긍정적이라고 밝힘
 - 8월 25일 호주-중국 항로의 철광석 운임은 전주대비 40센트 상승한 4.75달러(톤), 브라질-중국 항로는 전주대비 51센트 증가한 9.73달러(톤)를 기록함
 - 케이프 용선료는 전주대비 14.5% 급등한 6,826달러(일)를 기록했으며 Baltic Exchange Capesize Index(BCI)는 122포인트 상승한 974를 기록함



자료 : www.lloydslist.com

- 한편 세계철강협회에 따르면 중국의 7월 철강 생산량은 전년 동기 대비 2.6% 증가한 6,680만 톤을 기록함
 - 동기간 전세계 철강 생산량은 전년 동기 대비 1.4% 증가한 1억 3,370만 톤을 기록함

자료 : www.lloydslist.com, 2016.8.25.

박성화 연구원
051-797-4614, shpark83@kmi.re.kr



베트남 정부, 물류비 절감 계획 공표

- 베트남 산업무역부(Industry and Trade Ministry)는 2020년까지 자국의 GDP를 18% 가량 증가시키기 위한 방안으로 물류비 절감 계획을 밝힘
- 현재 선진국의 물류비는 평균적으로 GDP의 7~10% 정도를 차지하고 있는 반면, 베트남의 물류비는 이의 2배 이상 수준인 20~25% 정도를 차지하고 있음
- 베트남 정부는 자국의 물류비 절감을 통해 자원 낭비를 방지함과 동시에 글로벌 시장에서 베트남의 물류서비스 경쟁력을 강화할 예정이라고 밝힘
- 베트남 총리는 자국의 물류서비스 경쟁력 강화를 위한 방안으로 물류를 베트남의 주요 서비스 산업으로 발전시킬 계획이라고 밝힘
 - 물류 서비스 산업 발전을 통해 내수 및 글로벌 수요에 부응하겠다는 계획임
 - 이를 통해, 물류서비스 산업이 GDP 비중의 5% 정도를 기여할 수 있을 것으로 예상하고 있으며, 더불어 2020년까지 연간 15~20%의 성장률을 기대할 수 있을 것이라고 언급함
- 현재로서는 베트남 국내 물류기업들은 외국 물류기업들과의 경쟁력에서 살아남지 못하고 있는 실정임
 - 다국적 물류기업들이 베트남 물류산업의 상당한 부분을 점유하고 있는 것으로 나타났으며, 이들이 베트남에서 대부분의 물류서비스를 담당하고 있는 것으로 나타남
 - 베트남 물류 협회장은 3~4% 정도의 외국 물류기업들이 자국의 수출입 80% 이상을 담당하고 있다고 밝힘
- 현존하는 1,300개의 베트남 국내 물류기업 중 70% 이상은 중소기업이기 때문에 이들이 다국적 기업과 경쟁을 한다는 것은 거의 불가능 함
- 베트남 정부는 자국 물류기업의 성장 및 발전을 위해 합법적인 체제를 갖추어 동시에 물류 인프라 향상을 통해 베트남을 물류 허브로 변환시킬 것이라고 밝힘
- 또한, 베트남 기업들은 인적자원 및 기술 도입 등을 통해 기업의 능력 및 경쟁력을 향상시키기 위한 노력을 기울여야 할 것이라고도 언급함

자료 : www.vietnamnews.vn, 2016.08.27.

신수용 전문연구원
051-797-4780, shinsy@kmi.re.kr



해외 현지 리포트

Yusen Logistics, 인도네시아에서 의약품 운송에 대한 품질 인증 기준 달성

- PT Yusen Logistics Indonesia는 의료 및 의약품의 보관 및 운송에 대한 기준인 우수유통관리기준(GDP, Good Distribution Practice)을 인도네시아에서 처음으로 획득함
 - Yusen Logistics 인도 지사는 인도네시아에서 의약품 및 의료 기기를 10년 이상 운송 해오고 있으며, Yusen Logistics의 European Pharma Network를 통해 전세계에 고가품이나 온도 변화에 민감한 제품을 운송해 오고 있음
 - 향상된 품질에 대한 수요가 증가하면서, Yusen Logistics는 고객들에게 운송 서비스의 품질을 증명하기 위해 우수유통관리기준을 획득하기 위해 투자해 오고 있음
 - Yusen Indonesia는 현재 운송 품질과 안전 배송이 우수유통관리기준의 엄격한 기준을 충족시킬 수 있을 것으로 확신하고 있으며, 정기적인 검사와 조직적인 직원의 교육 역시 이러한 자신감을 뒷받침 해 주고 있음
 - Yusen Logistics의 의약품 운송 서비스는 온도 조별 능력과 실시가 GPS 추적이 가능한 자사 소유의 운송차량을 운영하고 있음
 - 배송루트는 온도 맵핑과 모니터링으로 운송 리스크를 평가 후 최종 결정하게 됨
 - 항공 운송에 있어서는 체계적인 화물관리기술을 이용하여 서비스의 정확도를 증진시켜 Yusen Indonesia의 통관 서비스가 보다 빠르고 효율적이 되고 있음
 - Yusen Logistics의 중기 계획인, “GO FORWARD, Yusen Logistics - Next Challenges”의 일환으로, 유럽 전역에 헬스케어 물류 서비스를 확대하고, 암스테르담에 우수유통관리기준을 충족시키는 창고를 새로이 운영하며, 글로벌 운송 네트워크를 확장하는 등의 노력을 기울이고 있음
 - Yusen Logistics Indonesia가 우수유통관리기준을 획득하여, 유럽에서 일구어 온 그간의 경험이 안전하고 신뢰할 수 있으며, 빠른 서비스를 제공할 통해 아시아의 고객들에게도 적용되게 될 것임

자료: www.yusen-logistics.com 2016.8.22.



Cool Logistics Asia와 ACCC⁵⁾ 협력 협정 체결

- 네덜란드 Seabury Group LLC의 해운부문 분석가인 Ronald Veldman에 의하면, 신선 제품물류는 다른 서비스 파트너들 사이에 유기적인(seamless) 연결을 발전시키기 위한 혼신의 노력에 달려 있으며, 중국은 앞으로 아시아 역내에서 신선제품(부패하기 쉬운 제품)의 해운 무역에 있어서 주요 파트너가 될 것이라고 언급
 - 9월 7일 홍콩 Asia World Expo에서 열리는 'Cool Logistics Asia' 에서 기조연설을 하게 될 예정인 Veldman은, 무역 패턴이 변하고 있는 시대임을 특별히 강조하면서, 이러한 무역패턴의 변화가 올해 컨퍼런스에 중요한 메시지가 될 것임을 언급하였음
 - 이 컨퍼런스에는 Cosco Container Lines의 Isabella Hu, Quanfeng Group에 Liu Wei, 그리고 jd.com에 Li Haolun도 함께 연설자로 나설 예정임
 - Cool Logistics Resources의 이사인 Alex von Stempel은, "Cool Logistics Asia와 ACCC (Agricultural Cold Chain Logistics Professional Committee)는 상호 이익을 내는 협정을 맺게 되었다" 고 언급함
 - 국제 신선식품 유통의회 (FFCC, The International Fresh Foods Circulation Congress)는 100여 개 이상의 정부기관과 운송협회들 및 상공회의소 대표들이 구성되어 설립되었으며, 이 기관의 목표는 신선식품과 물류에 대해 빠르게 발전하고 있는 시장의 수요를 충족시키는 데 있음
 - ACCC의 사무총장인 Wan Ifeng은, "ACCC와 구성원들은 Cool Logistics Asia와 함께 사업을 추진하기를 원하고 있으며, 새로운 사업의 기회 교환 및 발전시키고자 하고 있다" 고 언급함
 - 중국의 China Communications과 운송연합회 산하 ACCC는 2016년 6일에서 8일까지 상하이에서 중국 국제 신선제품 유통회의를 개최할 예정임
 - Cool Logistics Asia congress는 ASIA FRUIT LOGISTICA와 함께 오는 2016년 9월 7일 홍콩 Asia World-Expo에서 아시아의 신선 과일 및 채소를 위한 무역 박람회를 진행할 예정임
 - Cool Logistics Resources의 이사인 Alex von Stempel은, "신선 제품과 단백질 관련 제품은 국제적으로 운송되는 지는 가장 큰 두 분류의 식제품이며, ACCC와 함께 협력하는 것은 국제 물류 운송인들과 운송서비스 제공자들 사이에 이해를 도모하는 것으로, 냉동 및 신선제품의 유통이 앞으로도 안전하고 믿을 만하며, 비용 효율적으로 될 수 있게 해 준다" 고 언급함
 - Cool Logistics Asia는 신선제품의 운송과 물류 관련 국제 바이어들과 함께 협력할 예정임

자료: www.coollogisticsresources.com 2016.8.24.

신성호 해외현지에이전트
oxygen0070@gmail.com

5) Agricultural Cold Chain Logistics Professional Committee