

이 글은 Knowledge@Wharton에 실린 'What are You Giving Away? The Challenges of Marketing in Asia' (2008년 1월 9일자)와, 'Brand Managers' High-Wire Act: Going Global and Staying Local' (2007년 10월 31일자)를 요약, 번역, 정리한 글이다



서구 마케터들의 아시아 시장 도전기

아시아에서 사업을 하고 있는 서구 기업들, 특히 중국에서 진출해 있는 서구 기업들은 동일한 시장도 아니고 소비 패턴도 일정하지 않은 소비자들과 마주친다. 많은 선진국의 소비자들처럼 중국 도시민들도 디지털 문화에 익숙해서 웹을 통해 상품 정보를 찾는 데 어려움을 느끼지 못한다. 하지만 한 가지 결정적으로 선진국 소비자들과 다른 점은 브랜드 충성도가 없고 제품의 질이나 명품 가치보다는 가격이 훨씬 민감할 때가 종종 있다는 것이다.

다양성의 천국 아시아

화장품의 경우, 에스티 로더의 글로벌 스킨케어 마케팅 담당 임원인 엘렌 후에 따르면 중국 여성들은 에스티 로더에서 판매하는 프리미엄 제품을 위해 언제든 지갑을 열지만 동시에 경쟁사에서 가격적인 경품을 내걸거나 사은품을 주는 등의 프로모션이 있으면 금세 그쪽으로 달려간다. “화장품의 경우, 아시아 시장은 프로모션이 대단히 중요하다. 그래서 우리는 어떻게 하면 그 기대를 충족시키면서도 브랜드 가치를 지킬 수 있을까를 늘 고민한다”고 말했다.

아시아 여성들은 서구 브랜드에 대한 열정이 나라별로 매우 다르다. 일본 여성들은 주로 자국 브랜드를 선호하는



경향이 있어 외국 브랜드가 일본시장에 진입하기 위해서는 비용이 많이 든다. 반대로 한국 여성들은 역사적으로 서구 브랜드를 받아들이는 데에 관대하다. 하지만 최근에는 한국 기업들이 R&D와 마케팅에 많은 투자를 하기 시작하면서 서서히 바뀌고 있다. 중국 여성들은 브랜드에 ‘충성’하지 않지만 브랜드를 ‘의식’하고 있다.

그럼에도 중국이나 빠르게 성장하고

있는 아시아 나라들의 소비자들은 아직까지 서구 소비자들에 비해 고급 브랜드에 대해 덜 끌리는 것으로 보인다. 이는 부분적으로 경제력의 문제도 있는데 아시아인들의 생활 수준이 향상했음에도 불구하고 그들은 여전히 서구인들에

현행	개정안
<p>③第2項의 規定에 의한 廣告物 등의 제기 기타 필요한 措置에 소요된 費用의 徵收에 關하여 필요한 사항은 사. 군 또는 자치구의 條例로 정하며, 그 徵收節次에 關한 行政代執行法 第3條第1項의 適用에 있어서는 “國稅徵收法의 例”를 “地方稅徵收法의 例”로 본다.</p> <p>제11조(옥외광고업의 등록) ① ② (생략)</p>	<p>⑥ 특별자치도·시·군 또는 자치구의 ----- ----- ----- ----- -----</p> <p>제11조(옥외광고업의 등록) ① ② (현행과 같은)</p> <p>③ 옥외광고업자가 폐업한 때에는 폐업일부터 7일 이내에 시장·군수 또는 구청장에게 등록증을 반납하여야 한다.</p> <p>④ 옥외광고업자가 제3항에 따라 등록증을 반납하지 아니하는 경우에는 시장·군수 또는 구청장은 사. 군 또는 자치구의 조례가 정하는 바에 따라 폐업한 사실을 확인한 후 등록사함을 직권으로 할 수 있다.</p> <p>⑤ 옥외광고업자는 영업소 내에 광고물류의 설치·종류·장소 및 시기 그 밖에 사. 군 또는 자치구의 조례가 정하는 사항을 기재한 장부를 비치하여야 한다.</p> <p>⑥ 옥외광고업자는 사. 군 또는 자치구의 조례가 정하는 바에 따라 옥외광고업의 등록번호 그 밖의 필요한 사항을 영업소별로 표시하여야 한다.</p> <p>⑦ 시장·군수 또는 구청장은 미합중국 및 중앙아시아의 유지 공간에 대한 위생안전 및 건강하고 쾌적한 생활환경의 조성을 위하여 필요한 때에는 옥외광고업자로 하여금 그 영업에 관한 서류제출 또는 필요한 보고를 하게 하거나, 소속직원으로부터 영업장소에 출입하여 장부·서류·시설 등을 검사하거나 관계자에게 필요한 질문을 하게 할 수 있다. 이 경우 출입·검사하는 직원은 신분증 표시하는 증명서를 제시하여야 한다.</p> <p>제11조의4(한국옥외광고센터의 설립) ① 옥외광고의 획기적 개선 및 관련 산업의 육성·발전을 전문적으로 지원하기 위하여 「한국지방자치단체법」에 따라 설립된 한국지방자치단체법에 한국옥외광고센터(이하 “센터”라 한다)를 둔다.</p> <p>② 센터에는 한국지방자치단체의 결의가 정하는 바에 따라 임원과 필요한 직원을 둔다.</p> <p>③ 센터는 업무수행을 위해 필요한 승인을 얻어 관계행정기관, 지방자치단체, 옥외광고 관련 법인 또는 단체에 대하여 「국가공무원법」 제2조 및 「지방공무원법」 제2조에 따른 공무원 법인 또는 단체의 임·직원의 파견을 요청할 수 있다.</p> <p>④ 센터는 다음 각 호의 사업을 행한다.</p> <p>1. 옥외광고산업의 육성·발전을 위한 계획의 수립 및 개발</p> <p>2. 신소재·신예제 기술의 개발·보급 지원 및 외국기술의 도입</p> <p>3. 옥외광고물에 대한 결단·교·봉·안전 관련 위험평가에 관한 사업</p> <p>4. 옥외광고산업 전문인력의 양성 및 교육 지원</p> <p>5. 옥외광고관련 정보의 수집·공유·활용에 관한 사업</p> <p>6. 옥외광고에 관한 홍보·의식개선 등에 관한 사업</p> <p>7. 제3조제4항의 규정에 의한 옥외광고사업의 운영</p> <p>8. 연구용의 등 정부 또는 지방자치단체가 위탁하는 사업</p> <p>9. 그 밖에 센터의 설립목적에 달성하는데 필요한 사업으로서 행정자치부장관이 지정하거나 승인하는 사업</p> <p>10. 제1호 내지 제9호의 부대사업</p> <p>⑤ 자치단체의 운영에 필요한 경비는 국고 또는 지방자치단체에서 지원할 수 있다.</p> <p>⑥ 국가 또는 지방자치단체가 옥외광고물 등과 관련된 연구·조사를 위탁하고자</p>
<신설>	
<신설>	
<신설>	
<신설>	
<신설>	

현행	개정안
	<p>할 때에는 다른 법률의 규정에 의한 경우 또는 그 밖에 특별한 사정이 있는 경우를 제외하고는 다른 연구기관 등에 우선하여 센터에 위탁하여야 한다.</p> <p>⑦ 센터의 옥외광고사업을 통한 수익금은 한국지방자치단체회의 다른 사업의 수입 및 지출과 구분하여 관리하여야 한다.</p> <p>⑧ 센터는 매 회계연도의 사업계획서 및 예산서를 작성하여 행정자치부장관에게 제출하고 그 승인을 얻어야 한다. 이를 변경하고자 할 때에도 또한 같다.</p> <p>⑨ 센터는 매 회계연도의 수입·지출결산서를 작성하여 행정자치부장관이 정한 지정하는 공인회계사의 회계감사를 받아 행정자치부장관에게 제출하여야 한다.</p> <p>⑩ 행정자치부장관은 간혹상 필요한 때에는 센터에 대하여 그 업무에 관한 보고를 하게 하거나 소속공무원으로 하여금 그 업무를 감시하게 할 수 있다.</p> <p>제13조(허가의 취소) 시장·군수 또는 구청장은 제3조제1항의 규정에 의하여 광고물류의 허가를 받은 자가 다음 각호의 1에 해당되는 때에는 광고물류의 허가를 취소할 수 있다.</p> <p>1. 허위 기타 부정한 방법으로 허가를 받은 때</p> <p>2. 제3조제2항 제4조 또는 제5조의 규정에 위반한 때</p> <p>3. 기타 이 법 또는 이 법에 의한 법령에 위반한 때</p> <p><신설></p> <p><신설></p> <p><신설></p> <p><신설></p> <p>제16조(광고물 심의제) ① 광고물류의 설치·표시 허가를 받거나 신고를 한 자는 해당 광고물에 허가 또는 신고번호 표시기간, 제작자명 등을 표시하여야 한다.</p> <p>② 제1항에 따라 허가 또는 신고번호 등을 표시하여야 할 광고물류의 종류·표시내용·위치·규격 그 밖의 필요한 사항은 사. 군 또는 자치구의 조례로 정한다.</p> <p>제18조(규제) ① -----</p> <p>1. (현행과 같은)</p> <p>2. ----- 제5조 제2항제2호 제4호</p> <p>3. (현행과 같은)</p> <p>② (현행과 같은)</p> <p>제20조(과태료) ① ----- 500만원 이하의 -----</p> <p>1. (현행과 같은)</p> <p>2. 제11조제2항 제3항 및 제5항 및 제6항의 규정을 위반한 자</p> <p>3. 제11조제1항 후단에 따라 변경등록을 하지 아니한 자</p> <p>4. 제16조에 따라 표시를 하지 아니하거나 허위로 표시한 자</p> <p>②~⑥ (현행과 같은)</p>
<p>제13조(허가의 취소) 시장·군수 또는 구청장은 제3조제1항의 규정에 의하여 광고물류의 허가를 받은 자가 다음 각호의 1에 해당되는 때에는 광고물류의 허가를 취소할 수 있다.</p> <p>1. 허위 기타 부정한 방법으로 허가를 받은 때</p> <p>2. 제3조제2항 제4조 또는 제5조의 규정에 위반한 때</p> <p>3. 기타 이 법 또는 이 법에 의한 법령에 위반한 때</p> <p><신설></p> <p><신설></p> <p><신설></p> <p><신설></p>	<p>제13조(허가 취소 등) ① 시장·군수 또는 구청장은 제3조제1항에 따라 광고물류의 허가를 받거나 신고를 한 자가 다음 각호의 1에 해당되는 때에는 광고물류의 허가를 취소하거나 신고를 반려할 수 있다.</p> <p>1. 허위 기타 부정한 방법으로 허가를 받거나 신고한 때</p> <p>2. 제3조제2항에 따른 대통령령이 정하는 광고물류 등의 표시방법과 관련된 허가 또는 신고기준을 위반한 때</p> <p>3. 제4조를 위반하여 대통령령이 정하는 표시금지 지역·장소 또는 물건에 광고물류 등을 표시 또는 설치한 때</p> <p>4. 제5조를 위반하여 금지광고물류 등을 표시하거나 설치한 때</p> <p>② 제1항의 규정에 따라 허가가 취소되거나 신고가 반려된 광고물류와 제10조제1항에 따른 시정명령을 받고 이행하지 아니한 광고물류에 대하여는 해당 광고물류등을 사용 하여 행하는 다른 법령에 의한 영업 그 밖의 행위의 허가를 하지 아니하도록 관계 행정기관에 요청할 수 있다.</p> <p>③ 제2항의 규정에 따라 요청받은 자는 특별한 이유가 없는 한 이에 응하여야 한다.</p> <p>제16조(광고물 심의제) ① 광고물류의 설치·표시 허가를 받거나 신고를 한 자는 해당 광고물에 허가 또는 신고번호 표시기간, 제작자명 등을 표시하여야 한다.</p> <p>② 제1항에 따라 허가 또는 신고번호 등을 표시하여야 할 광고물류의 종류·표시내용·위치·규격 그 밖의 필요한 사항은 사. 군 또는 자치구의 조례로 정한다.</p> <p>제18조(규제) ① -----</p> <p>1. (현행과 같은)</p> <p>2. ----- 제5조 제2항제2호 제4호</p> <p>3. (현행과 같은)</p> <p>② (현행과 같은)</p> <p>제20조(과태료) ① ----- 500만원 이하의 -----</p> <p>1. (현행과 같은)</p> <p>2. 제11조제2항 제3항 및 제5항 및 제6항의 규정을 위반한 자</p> <p>3. 제11조제1항 후단에 따라 변경등록을 하지 아니한 자</p> <p>4. 제16조에 따라 표시를 하지 아니하거나 허위로 표시한 자</p> <p>②~⑥ (현행과 같은)</p>
<신설>	
<신설>	
<신설>	
<신설>	