

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 올해 3/4분기 GDP 4.4% 증가
- 신임 美연준 의장으로 벤 버냉키 지명

경영 노트

- 경기 침체기 성장 전략
: 계곡 이론 (Valley Theory)

사회 트렌드

- 청계천과 서울라이트(Seoulite)
- 리퍼브族

저널 브리프

- 중국, 우주강국 노린다!

洗心錄

- 지혜로운 처신

□ 올해 3/4분기 GDP 4.4% 증가

- 우리 나라 올해 3/4분기 국내총생산(GDP)은 전년동기대비 4.4% 증가한 것으로 잠정 집계되었음
 - 1/4분기 2.7%, 2/4분기 3.3%에 비해서는 높은 수준이나 지난해 3/4분기의 4.7% 성장에는 미치지 못했음
 - 제조업, 서비스업의 성장세가 확대되고 민간소비가 증가하면서 4%대 성장 회복
 - 특히 지난해 3/4분기 0.8% 감소했던 민간소비가 이번에 4.0% 증가하여 소비의 회복 가능성을 시사
- 경기가 본격적으로 회복되기 위해서는 생산과 소득이 함께 증가해야 함
 - 국내총생산(GDP)은 회복 조짐을 보이고 있으나 체감 소득 증가를 나타내는 국내총소득(GDI)은 성장률이 계속 둔화
 - 국내총소득(GDI)은 2004년 2/4분기 4.8% 증가 이후 2005년 1/4분기 0.5%, 2/4분기 0.3%, 3/4분기 0.2%로 증가율이 계속 하락하고 있음
 - 결국 교역조건 악화 등에 따른 무역 손실로 생산이 증가한 만큼 소득이 증가하지 못하면서 지표경기와 체감경기간의 괴리현상이 지속

□ 신임 美연준 의장으로 벤 버냉키 지명

- 지난 10월 24일 부시 美대통령은 차기 연준(FRB) 의장으로 벤 버냉키(Ben Bernanke) 백악관 경제자문위원회 의장을 지명
 - 신임 연준 의장 지명자인 버냉키는 현 연준 의장인 앨런 그린스핀의 정책 기조를 유지하는 데 최우선 순위를 두겠다고 강조함
 - 다만 버냉키는 앨런 그린스핀에 비해 인플레이션 억제 정책 보다 성장 정책에 비중을 두고 있는 것으로 알려져 향후 미국 정책 금리 인상이 조기에 종결될 가능성이 높을 것으로 판단됨
- 향후 버냉키가 신임 연준 의장으로서 풀어야할 과제로는 경제 성장세 둔화, 인플레 압력, 주택시장 버블 붕괴 등과 같은 현안들이 지적됨
 - 특히 정책의 효과성을 높이기 위해서는 앨런 그린스핀 의장이 그랬듯이 시장의 신뢰를 얻는 것이 무엇보다 중요한 과제임

□ 경기 침체기 성장 전략 : 계곡 이론(Valley Theory)*

- (배경) 경기 침체와 같은 위기 상황에서도 매출 증대와 시장 점유율 확대를 달성하는 기업들이 있어 주목을 끄
 - 3%대의 국내 경제성장률은 내수 침체로 이어져 기업 여건을 더욱 악화시키고 있음
 - 그러나, 화장품 회사인 미샤 등 특정 브랜드들은 출시 이래, 최고 매출을 기록하고 있음
 - 그 이유는 계곡 이론(Valley Theory)을 응용한 초저가 또는 고가의 이분법적인 위기 대응 전략 때문인 것으로 분석됨
- (정의) 계곡이론이란 V자 계곡에 급류가 닳치기 시작하면, 계곡의 양쪽 꼭대기 중 어디에든지 올라가야만 살아남을 수 있다는 경영이론임
 - 전체 시장을 흔들만한 위기 발생 시, 어중간한 위치에 포지션한 기업들은 시장 붕괴와 동시에 괴멸할 가능성이 높음
 - 그러나, 기업이 시장의 어느 한 쪽에서(고가 또는 저가, 기능 또는 디자인 등), 자신들만의 강점을 가지고 있다면, 생존할 가능성이 높아짐
- (유형) 계곡이론을 이용한 위기관리는 크게 위기 발생을 염두에 둔 사전 대응과 발생 후 대응으로 그 유형을 나눌 수 있음
 - (사전 대응) (주)에이블씨엔씨는 화장품 업계의 불황을 예측, 低價 브랜드인 미샤를 2003년에 출시, 2004년도에 10배의 매출을 달성함
 - (사후 대응) IMF 이후, 도산 위기에 몰렸던 가전업체 (주)쿠쿠홈시스는 타제품 대비 고가제품인 ‘가마솥 압력밥솥’을 출시하여 전기밥솥업계 1위에 오름
- (전략 선택) 계곡이론에 따른 高價 또는 低價 전략을 구사하기 위해서는 경기 침체기의 소비자 심리 파악이 선행되어야 함
 - 소비자들은 경기침체에 따른 심리적 불안을 최고급품(예: 명품 브랜드)의 구매를 통해 보상받고자 하는 경향이 높으므로, 명품은 高價가 적합
 - 반면, 일반 제품의 경우, 기능적인 차이가 상대적으로 적어 가격에 대한 민감성이 높아지는 바, 초저가(超低價)에 대한 매력성이 강해짐

* 동아일보 10월 21일자 [우리는 맞株] 태평양 vs 에이블씨엔씨 등 참조

□ 청계천과 서울라이트(Seoulite)

- 청계천이 복원되면서 이 지역을 중심으로 독특한 라이프 스타일을 즐기는 서울 도심 사람들이 늘어나 이들을 일컫는 ‘서울라이트’가 부각되고 있음
 - 사전적으로 서울 도심을 가리키는 서울라이트(Seoulite)란 이름은 그 동안 서울라이트를 특징짓는 개성이나 라이프스타일이 형성되어 있지 않았기 때문에 유명무실한 수준이었음
 - 그런데 최근 청계천을 둘러싼 시민들의 패션과 라이프스타일이 생겨나면서 명목상의 서울라이트에 생명이 불어넣어짐
 - 예컨대 워싱턴 시민을 워싱턴니안(Washingtonian), 런던 시민을 런던너(Londoner), 파리 시민은 파리지앵(Parisian)이라고 부름
- 청계천이 주는 편안함과 자연미는 주변 직장인의 패션 트렌드에 변화를 줌
 - 청계천 산책로가 새로운 출퇴근 코스로 각광을 받으면서, 캐주얼한 정장, 운동화나 스니커즈 차림의 직장인이 급격히 늘고 있음
 - 뉴욕의 센트럴 파크에서 도시적 세련미가 흐르는 뉴요커(New Yorker)가 탄생했듯이, 청계천에서도 얼마든지 ‘서울라이트’가 만들어질 수 있음

□ 리퍼브族

- 디지털 기술의 급속한 발달로 ‘리퍼브’(refurb) 제품이 인기를 끌고 있음
 - 리퍼브란 ‘리퍼비시드’(refurbished, 새로 갈고 닦은)의 약자로 반품을 다시 손질해 값싸게 파는 것을 말함.
 - 즉 리퍼브 제품이란 무늬만 중고품인 사실상의 새 제품임
 - 행사 전시상품, 소비자 변심에 의해 반품된 제품이 대부분이며, 상태에 따라 20~80%까지 할인됨
- 최근의 알뜰 소비 풍조와 함께 이러한 ‘리퍼브’ 제품을 집중 구매 목표로 삼는 계층이 형성되었는데, 이들이 리퍼브族임
 - 특히 노트북, 디지털카메라, MP3 등 신제품 출시 주기가 빠른 IT 제품이 중요한 대상이며, 특히 전자제품 박람회 등 큰 행사 직후 인터넷 쇼핑몰 등을 살살이 뒤져 좋은 물건을 건진다고 함
 - 반품 제품을 전문으로 취급하는 온라인 쇼핑몰이 생겨나 성업 중이며, 일반 쇼핑몰에서도 이들 제품을 검색할 수 있음

□ 중국, 우주 강국 노린다*

- (중국인 우주를 날다) 2005년 10월 17일 중국의 두 번째 유인 우주선 선저우(神舟) 6호가 5일간의 우주 비행을 마치고 지구로 무사 귀환
 - 중국인들은 중국의 우주 탐사 계획이 성공적으로 이루어지고 있는 것에 대해 자부심과 자신감이 한껏 고조된 상태임
 - 실제로 미국이 달에 아폴로 11호를 보낸 이후 60개 국이 우주항공기술 개발을 위해 700억 달러를 투자했으나 유인 우주선 발사에 성공한 나라는 소련과 미국 이후 중국이 세 번째 국가임

- (야심찬 우주 탐사 프로젝트) 중국은 우주비행, 우주유영, 우주도킹 등 3단계로 계획된 선저우(神舟) 프로젝트 외에 달 탐사를 목적으로 하는 창어(嫦娥) 프로젝트 계획 수립
 - 선저우 프로젝트는 우주선의 무사 귀환으로 1단계를 이미 완성했으며, 2007년까지 우주인의 우주 공간 유영을 목표로 하고, 2009~2011년에는 우주선 간 도킹을 시도할 계획임
 - 창어 프로젝트는 2007년 달 탐사 위성을 발사하고, 2012년을 전후로 탐사선의 달 착륙을 성공시킨 뒤 2017년까지 탐사선의 달 착륙 및 귀환을 목표로 하고 있음

- (과학 선진국으로 도약 꿈꿔) 중국은 우주 탐사 활동을 바탕으로 우주시대를 선도하고 우주에 대한 지식을 전파하여 인류 3대 발명품을 개발했던 과거의 영광을 기대하고 있음
 - 중국은 과거 인류의 3대 발명품(종이, 화약, 나침반)을 모두 개발했던 과학 선진국이었음
 - 중국인들은 우주 탐사 프로젝트는 최고의 과학 문명을 이루었던 과거의 영광을 되찾고 우주에 대한 지식을 바탕으로 과학 선진국으로 도약하기 위한 것이라고 주장하고 있음
 - 실제로 중국의 향후 우주 프로젝트가 완성되면 중국의 우주항공기술은 미국을 위협할 수 있는 수준에 도달하게 될 것임

* 이 글은 『한경 비즈니스』 (2005.10.31) 에 실린 글을 요약, 정리한 것임

□ 지혜로운 처신

경쟁 사회에서 살아남기 위해 남을 이겨야 하는 것은 어쩌면 당연한 일이다. 하지만 주위를 배려하지 않은 독주는 큰 해가 되기도 한다. **열심히 앞을 보고 최고를 향해 최선을 다하여 달리는 것은 지적인 능력에 해당되지만, 늘 주위와의 관계도 고려해서 자신의 모습을 위치지을 줄 아는 능력은 지혜에 해당된다.** 유방(劉邦)을 도와 한나라를 세운 소하(蕭何)의 처신은 그런 의미에서 오늘날에도 시사하는 바가 크다.

소하는 한신(韓信)·장량(張良)·조참(曹參) 등과 함께 유방을 일으킨 사람이다. 유방이 진나라를 무찌르고 함양에 입성했을 때 남들은 앞을 다투어 보물 창고로 뛰어 들었지만 소하만은 진의 법령과 문서들을 챙겼고, 그래서 천하의 요새, 인구 상황, 각국의 전력, 백성의 고충 따위를 소상히 파악해 한(漢)나라 왕조 경영의 기초를 다졌다. 물론 한신을 등용하라고 진언한 것도 소하였다.

이러한 소하도 유방으로부터는 늘 의심의 긴장 관계가 있었지만, 그의 처신은 지혜로웠다. 고조(유방)가 항우와 대치하여 어려운 싸움을 하고 있을 때 소하는 후방에서 병력과 식량을 지원했는데, 그는 자신의 가족과 친척 중 나가 싸울 수 있는 자는 모조리 뽑아 전쟁터로 보낸다. 이에 고조는 소하를 더욱 신임한다.

한나라 10년에는 자신이 추천했던 한신이 숙청 당하자 자신의 전 재산을 처분하여 군비로 헌납함으로써 고조의 의심을 피한다. 그 후에는 백성들의 논밭을 강제로 싸게 사들이고 대금 지불은 일부러 질질 끌어 백성들에 대한 자신의 평판을 스스로 떨어뜨린다. 고조에게는 백성의 불신을 받고 있는 소하가 한편으로는 믿음이 가는 것이었다.

“지식은 나눌 수 있지만, 지혜는 나눌 수 없다.”

헤르만 헤세 (Hermann Hesse, 1877~1962) 독일의 소설가, 시인