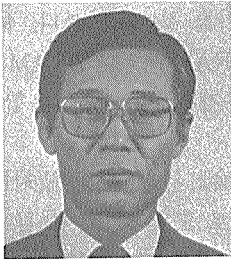


海外市場 開拓 및 拡大 方案



李 禎 宰

大韓貿易振興公社 市場開發本部長

우리나라의 전자제품 수출을 위한 대외여건은 선진국의 수입규제 강화, 1992년 EC 경제통합, 아시아 신흥개발국들의 도전등으로 해외시장 여건은 불투명한 것이 사실이다. 대기업의 가정용 전자제품이 주도해 온 저가의 대량 수출은 선진국으로부터 갖가지 수입규제를 받아 왔으며, 금년에는 더욱 심화될 전망이다.

I. 概要

'87年 108億弗에 이어 '88년에는 147億弗 (전년대비 38.4% 상승)의 輸出을 이룩한 우리나라의 電子産業은 이제 輸出 第1 産業으로서의 위치를 확고히 하였으며, 政府의 정책적 육성시책에 힘입어 지속적인 성장이 예상되고 있다.

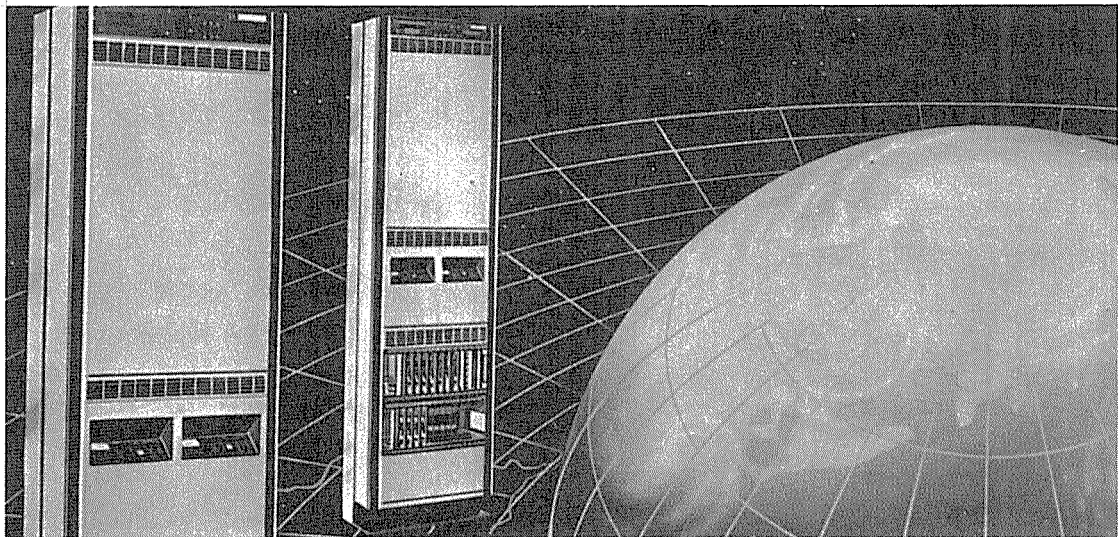
그러나 '89年은 勞使紛糾, 원貨 切上 및 美国, EC의 수입규제 강화로 수출의 성장세가 둔화될 전망이다. 品目別 動向을 살펴보면 소비용 電子製品에서 Washing Machine, Refrigerator 등은 50% 이상의 급증이 예상되나 컬러 TV, VCR, Microwave Oven 등은 20%로 그 증가율이 둔화될 것으로 전망되고 있다. 한편 産業用 電子製品 輸出은 32 Bit 및 Laptop 퍼스널 컴퓨터, Cellular Phone, 256K DRAM과 1M DRAM 등이 30% 이상 增加가 예상되며, Transceiver, Cordless Phones, FAX M/C 및 Optic Fiber (광섬유)의 경우 輸出이 20% 이상 증가될 것이며, 특히 電子部品類에서 Color Picture Tube (CPT) 및 Video Tape (Diskett 포함) 輸出 伸張勢는 25% 수준에 이를 것으로 전망되고 있다.

II. 海外市場 動向

世界의 電子市場은 美国, 日本 및 EC에 의해 주도되고 있으며, 금년도 시장규모는 컴퓨터, 綜合情報通信網(ISDN) 및 半導體 관련산업의 성장에 크게 영향을 받을 것으로 예상된다.

1. 美国市場

美国 電子産業의 큰 특징은 「메카트로닉스」 성향을 짙게 띠고 있어 그 만큼 余他業界에 미



세계의 전자시장은 미국, 일본 및 EC에 의해 주도되고 있다.

치는 영향이 크며, 航空産業의 경우 더욱 그러하다.

美電子工業協會(EIA) 자료에 따른 각분야별市場動向을 살펴 보면 다음과 같다.

가. 컴퓨터 産業(SIC 3573, 7372)

'89年度 컴퓨터 업계의 판매증가율은 예년에 비해 다소 감소할 것으로 보인다. 이는 컴퓨터市場의 성취도가 높은 것을 나타내며 올해에는 임대용으로 Laptop이 큰 인기를 끌며, 특히 탁상용(DESKTOP) 컴퓨터가 大型機種(Mini Computer, Mainframe Computer)을 代替할 것으로 예상되며, 이러한 현상은 전반적인 컴퓨터

업계의 내실있는 발전에 도움이 될 수도 있다. 특히 16Bit에서 32Bit 컴퓨터의 需要增大는 32 Bit Micro Processor인 INTEL 80386, MOTOROLA 68036을 장착한 APPLE, IBM, COMPAQ기종의 인기를 들 수 있으나. 同製造에 사용되는 256K DRAM과 1M DRAM 반도체의 충분한 공급여부가 市場勢를 좌우할 것으로 예측된다.

貿易分野를 보면 輸出은 前年 実績對比 20%가 증가한 286億弗로 主要 輸出 品目으로는 Super Computer, Workstation, Laser Printer, Application Package 및 大容量 HDD 등

表 1 電子製品 輸出実績 및 予想

(單位：百万弗, %)

区分	年度	'87		'88		'89(예 상)	
		実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率
總 額		10,835	47.2	14,667	35.4	18,430	25.7
産業用機器		2,182	74.4	2,954	35.3	3,800	28.6
家庭用機器		4,920	57.4	6,256	27.2	7,230	15.6
電子部品		3,733	25.0	5,557	49.9	7,400	33.2

表 2 컴퓨터 交易 및 生産実績(SIC3573)

(單位：百万弗, %)

区分	年度	'86		'87		'88		'89(예 상)	
		実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率
生産実績		48,880	△2.2	49,000	0.7	54,900	12.0	59,300	8.0
輸 入		11,128	34.0	14,908	34.0	20,130	35.0	25,200	25.2
輸 出		14,670	20.8	17,728	20	23,790	34.2	28,550	20.0

으로 유럽 및 極東地域이 주요 시장이다.

輸入市場을 살펴보면 '89年은 전년실적 對比 25.2%가 증가한 252億弗로, 主要 輸入品目은 8Bit, 16Bit Personal Computer (Laptop포함)로 거래형태는 OEM Base로 이루어지고 있으며, 輸出国으로는 日本, 韓國, 대만, 홍콩을 들 수 있으며, 이 가운데 韓國은 자체적으로 256 K DRAM 半導體 공급 사정이 비교적 좋기 때문에 급격한 輸出이 기대된다. 美國 컴퓨터 분야의 輸出入規模는 '88년에는 約 37億弗의 수출초과를 나타냈으며, '89年度에도 約 33억 5,000万弗을 예견 하고 있다.

나. 通信機器 産業(SIC 3661, 3662)

최근 2年間 대부분의 通信産業은 독과점금지 해제로 主要 企業들에 의해 시장을 분할했으며, 이들 기업들은 AT&T, MCI Communications, Sprint Communications, Nothern Telecom社 들이다. 通信分野에서 AT&T社は '84年 기업정리후 市場의 約 30%를 MCI Communications과 Sprint Communications에 잠식당했는데, 海外市場의 상실을 만회하기 위해 AT&T社は 올해 內需市場 확대전략을 추진할 계획이며, 새롭고 다양한 서비스도 적극 제공할 예정이다. 반면에 Sprint社は 최근 120億弗에 달하는 10년간의 政府通信機器 계약의 40%를 확보함으로써 第2의 通信機器業체인 MCI社를

위협하고 있다. 한편 美國內 通信機器市場은 정부구매용품과 민간소비용품으로 구분되며, 前者의 경우는 Satellite Communication System Broadcasting Equipment, Alarm System, Traffic Control System 등으로 '88년도에는 總 540億弗의 정부 구매가 이루어졌으며, 이 가운데 軍事裝備는 260億弗을 차지했다. 그러나 금년에는 政府預算 규모의 축소로 정부구매가 부진할 것으로 전망된다. 그러나 민간분야는 근거리통신망(LAN), 종합정보통신망(ISDN)의 발전으로 이와 관련된 通信裝備(PBX, LAN, Data Communication) 및 光通信 케이블 수요가 증대될 것이며, 연평균 25% 이상의 성장을 거듭하고 있는 Cellular Radio Telephone은 가입자가 160만을 초과함으로써 큰 호황을 누릴 것이고 主要 메이커로는 Motorola, AT&T, Ericsson Nothern Telecom, Siecor 등이다.

'89年度 對外貿易 규모는 46億弗로 전년대비 7.1% 증가를 전망하고 있으며, 이 가운데 輸入展望을 분석해 보면 '89년에는 32億弗로 전년대비 4%의 增加가 예측되며, 主要 輸入品으로는 Satellite Receiver, Cordless Telephone, FAX M/C, Transceiver 등으로 主要 供給国으로는 日本, 韓國 및 台灣 등을 꼽을 수 있다.

表 3 通信機器 貿易 및 生産実績(SIC3661)

(단위: 百万弗, %)

区分	年度	'86		'87		'88		'89(예 상)	
		実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率
生産		13,516	1.4	13,387	△1.1	13,289	△0.7	13,700	3.2
輸入		2,286	35.8	2,700	18.1	3,075	13.9	3,200	4.1
輸出		870	5.8	964	10.8	1,220	26.6	1,400	14.8

表 4 家電機器 市場 趨移

(단위: 百万弗, %)

区分	年度	'87		'88		'89(예 상)	
		実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率
VIDEO部門		130	3.2	133	6.5	135	1.5
AUDIO部門		45	11.2	59	31.1	66	11.2
其他部門		49	2.8	42	△14.3	45	7.1

表 5 電子部品 交易 및 生産 規模

(단위 : 百万弗, %)

区分	年度	'86		'87		'88		'89(예 상)	
		実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率
生産		41,894	7.3	45,271	8.8	58,587	25.0	62,248	10.0
輸入		9,829	13.6	11,213	20.2	14,901	32.9	17,136	15.0
輸出		7,128	6.4	8,849	24.2	11,646	31.6	13,043	12.0

表 6 半導体 生産 및 交易 規模

(단위 : 百万弗, %)

区分	年度	'86		'87		'88		'89(예 상)	
		実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率	実績	增加率
生産		14,930	7.6	16,767	12.3	20,958	25.0	23,054	10.0
輸入		5,994	11.0	7,644	27.5	8,655	25.0	11,466	20.0
輸出		4,856	6.4	6,219	28.1	8,085	30.0	9,540	18.0

다. 家電機器

美 Electronics 誌에 따르면 美国의 '87年 家庭用機器 시장은 總 224億弗에 달했으며, '88년에는 前年比 4.7%가 增加한 234億弗 규모이다. 올해 컬러 TV는 용도 다양화에 따른 완만한 売出 상승세를 유지할 것이며, Compact Disk는 販売伸張에 따른 Audio 部門의 売出增大와 Video Camcorder, Video Game 및 가정용 인공위성수신장치 등의 판매 확대로 전년비 5%가 늘어난 246億弗 규모에 이를 것으로 展望된다.

上記 図表에서 보는 바와 같이 Audio 部門의 급신장은 Compact Disk Player의 판매액이 45億弗로 20% 이상 증가했기 때문이며, 앞으로 市場을 주도할 품목으로는 휴대용 Video 제품, 즉 소형 액정 TV, Video Camcorder를 들 수 있으며, Home Automation 相關품목도 수요가 클 것으로 보고 있다.

라. 部品類 및 半導体

1) 部品類(SIC 367)

'89年度 部品産業은 전년실적 对比 10%가 증가한 622億弗 규모가 될 것이며, 주요 수요부문은 컴퓨터, 通信機器, 自動車, 로봇 등이며, 비중이 높은 품목은 PCB Connector, Capacitor, CPT 및 半導体를 들 수 있다.

輸入動向을 보면 '88年 실적은 전년대비 33%

가 增加한 149億弗로 主要 輸入国은 日本이며 52億弗로 약 35%의 輸入市場을 점유하고 있으며, 말레이시아, 싱가포르 및 멕시코로부터의 輸入은 美国内 주요 메이커들로부터의 현지 組立(Assembly) 輸入品이 주종을 이루고 있다. 특히 部品交易에서의 '88年度 貿易赤字는 37.5%가 增加한 33億弗로 이 가운데 약 45%는 半導体에서 발생한 것이다.

2) 半導体類

'89年 半導体 市場은 전년실적 209億弗에 비해 10%가 增加한 231億弗로 예측되며, 이는 '88年度의 25% 增加에 비해 다소 둔화된 상태이다.

同市場을 주도할 품목은 256K DRAM, 1M DRAM, 32Bit Microprocessor, ASICS(Application Specific IC) 등으로 美国은 世界 半導体需要의 약 40%를 소요하고 있으며, 주요 사용처는 컴퓨터와 通信機器이다. 한편 市場主 導品目인 1M DRAM의 가격은 韓國, 日本 등의 본격적인 출하로 인해 작년 겨울의 19弗/個에서 상당 폭 인하될 것으로 보인다.

半導体 輸入交易을 분석해 보면 美·日間の 半導体협정체결에도 불구하고 年間 20% 이상의 꾸준한 증가율을 나타내고 있는 것은 美国의 주요 半導体 製造業체인 INTEL社, Texas Instrument社, Motorola社 등이 해외에서 인건비가

表 7 日本 電子産業의 中期 展望

구 분	国内生産			輸 出			輸 入			需 求		
	1985년	1990년	증감률	1985년	1990년	증감률	1985년	1990년	증감률	1985년	1990년	증감률
산업용전기기기	27,298	28,410	0.8	10,838	6,400	△10.0	1,501	2,060	6.5	17,961	24,070	6.0
가정용전기기기	23,272	24,790	1.3	5,471	2,150	△17.1	211	790	30.2	18,012	23,430	5.4
가정용전자기기	46,875	34,140	△6.1	33,466	12,300	△18.2	255	1,640	45.1	13,664	23,480	11.4
산업용전자기기	71,590	104,980	8.0	27,241	34,560	4.9	3,719	6,590	12.0	48,068	77,010	9.9
전자부품	58,544	73,300	4.6	28,399	36,570	5.2	5,714	9,300	10.2	35,859	246,110	5.1
기타·합계	237,865	278,410	3.2	107,962	92,750	△3.0	11,692	19,950	11.3	141,595	205,610	7.7

낮은 지역인 말레이시아, 싱가포르, 대만 등에서
의 조립(Assembly) 輸入이 주원인이며 韓國의
경우 지속적인 設備擴充으로 점차 점유율을 높
이고 있다.

2. 日本市場

世界 電子産業分野에서 日本은 美國에 이어
EC 余他諸國보다 앞선 제 2 위 의 자리를 구축
하고 있다. 특히 높은 円高와 주변국가들의 추
격에도 불구하고 높은 成長을 거듭하고 있으며
'89年度 日本의 電子産業을 개괄적으로 展望해
볼 필요가 있다.

'88年度 日本의 電子産業의 현황을 보면 전반
적인 分野에서 수년간에 걸쳐 호조를 보여 왔으
며 특히 컴퓨터와 集積回路의 成長이 현저하다.
아울러 日本電子産業의 中期展望에 따르면 産
業用 電子機器가 착실하게 성장하는 반면에 家
庭用 電子機器는 수출형으로부터 内需型으로 구
조변화가 이루어질 것으로 보인다.

가. 컴퓨터

日本電子工業振興協會는 '88年度 판매대수가
前年對比 7%가 증가한 129万台로 예측하고 있
으며, 이는 金額面에서 約 20%가 증가한 6,300
億円이다. 이는 8Bit 機種에서 16Bit로의 급격
한 수요변화에 기인되며, 금년에는 32Bit 機種
이 시장점유를 높일 것으로 예상하고 있다. 따
라서 '89年度 市場趨勢는 約 7.8%가 增加하는
139万台의 판매가 예상되며, 금액면에서는 20
%가 增加한 7,560億円을 잡고 있다.

특히 日本의 퍼스널 컴퓨터는 현재 국제화·

표준화로 급속 전개되고 있는데, Microsoft 社
가 공급하는 日本語 OS/2의 共通版 보급과 아
울러 日本語 표시의 Format-ID 등의 출현으로
日本도 표준 퍼스널 컴퓨터 시대로 들입하게 됐
다.

나. 通信機器

日本의 通信市場은 國際VAN 및 ISDN의 成
長으로 FAX M/C, 交換機, 電話機 등은 15%
이상 판매가 증가했으며, 금년에는 成長이 낮은
5~10%의 증가가 예상된다.

금년도 有望商品으로는 정치화면 TV 電話에
대한 消費者 선호도가 높아 판매가 높을 것으로
보이며, 특히 동작화면 전화기가 市販될 경우
폭발적인 수요가 예상된다.

다. 家電機器

家庭用 電子機器는 '88년에 内需 호조로 0.6
%의 증가를 보였다. Video 분야에서는 高画質
VTR의 판매 호조때문이었으며, 일반 VTR 은
답보적인 상태에 머물렀다. 따라서 '89年度
Video 분야의 유망상품으로는 대형TV와 카메
라 일체형 VTR이 인기가 있을 것으로 예측된
다. 한편 Audio에 있어서는 CD Player의복합
기종이 '88년에 60% 이상 판매 增加했으며,
'89년에는 映像·音声 등 양쪽의 技術 발전으
로 High Vision에 수요가 클것으로 기대를 걸
고 있다.

라. 電子部品

日本의 電子部品産業(스위치, 코넥터, TV 용
튜브)은 '84년까지 순조로운 成長을 했으나,
'85년 이후 円高와 貿易摩擦로 인해 설비의 海
外移轉이 추진되었다. 특히 円高에 따른 세트
메이커의 수익 감소로부터 部品 메이커는 가격

인하와 海外移轉을 강요당하게 되었고, NICS의 대두로 附加價值가 높은 제품으로 변화를 가속시켰다.

한편, 半導體素子 및 集積回路에 있어서 DRAM의 수요가 256K DRAM에서 1M DRAM으로 바뀌면서 '90年 후반부터는 피크를 이룰 것으로 전망되며, '88年度와 같이 DRAM 및 Gate Array (論理素子) 부족으로 인한 高價化는 당분간 지속될 것으로 보인다.

3. EC 市場

1992년에 이르러 EC의 12個국의 市場이 3億 2,000萬 구매자들을 가진 거대한 단일시장으로 통합됨은 EC내 물리적, 재정적 및 기술적인 측면의 모든 貿易障壁을 제거함을 의미한다. 이같은 EC 統合은, 타국가들과의 무역 거래에 도움을 줄지에 대해서는 EC내 電子 및 他産業分野에 종사하는 EC会社들의 위치를 더욱 강화시켜 줄것이나 美國, 日本 및 NICS의 EC 내에서의 投資, 製造 및 販売를 강하게 유도할 것으로 보인다.

한편 지난해 EC 國家들은 尖端電子分野에서 100億弗에 달하는 貿易赤字를 경험했고 일반 電子分野에서의 貿易赤字는 '86년에 150億弗로 '92년에는 290億弗에 이를 것으로 예상된다.

가. 컴퓨터

情報處理機器 세계시장에서의 급속한 기술진보와 경쟁 심화 속에서 유럽시장은 '92年으로 예정된 統合을 위한 표준화된 모델 개발과 美 달러 貨의 價值下落으로 內需部門에서는 꾸준한 성장이 견지됐다.

특히 지속적인 I SDN의 추진으로 16Bit 컴퓨터의 급격한 판매신장이 이루어졌고 Philips社, Siemens社, Olivetti社, SGS-Thomson社들은 다용도 매체인 Computer-FAX 복합형의 출현이 컴퓨터 市場을 주도할 것으로 전망된다.

나. 通信機器

일찌기 시작된 EC의 通信網 構築은 '87年 기준 1億 2,300萬 회선으로 ISDN이 실용화 되고 있으며, FAX M/C 및 光通信이 30% 이상의

伸張率을 지속할 것이며, PABX(交換機), Key Telephone System 제품은 市場이 포화상태에 이르렀으며 특히 EC 各國들은 通信事業分野에 대한 保護主義 시책으로 장비계통의 對 EC 輸出은 거의 불가능하고, FAX M/C, Cellular Telephone과 Cordless Telephone Satellite Receiver가 주요 輸入品으로 각광받을 것으로 전망된다.

다. 家電機器

日本 및 NICS(新興工業國) 諸國은 EC內 현지 工場設立과 輸出增加로 市場占有率을 높이고 있는 추세에 있으며, 이로 인한 反 덤핑 提訴 품목수도 늘어나고 있다.

Audio 分野를 보면 CD Player에 이어 DAT Recorder의 판매가 증가될 것으로 예측되며, Video의 경우 高品位 TV 출현으로 인한 裝備 交替計劃(Eureka Plan)이 추진되고 있어 需要가 클 것으로 판단된다.

라. 電子部品

EC의 주요 電子部品 生産國은 西獨(35%), 프랑스(21%), 英國(19%), 이탈리아(9%) 등으로 이들 국가가 80% 이상 점유하고 있으며, 특히 半導體의 경우 EC의 共同研究開發을 강화하고 있어 ASIC 市場의 유럽산 占有率이 높아질 것으로 기대되고, 갈륨 비소(GaAs) IC의 개발을 실용화시키는 단계에 있다.

Ⅲ. 海外市場 開拓 및 擴大 方案

우리나라의 電子製品 輸出을 위한 對外要件은 先進國의 輸入規制 강화, 1992年 EC 경제 통합, 아시아 新興開發國들의 挑戰 등으로 海外市場 여건은 심히 불투명한 것이 사실이다.

1. 障礙要因

가. 輸入規制

大企業의 家庭用 電子製品이 主導해 온 低價의 대량 수출은 선진국으로부터 갖가지 輸入規制를 받아 왔으며, 금년에는 더욱 심화될 전망이다.

나. EC 經濟統合에 따른 主要 保護主義 施策

表 8 各国別 輸入規制予想 品目

규제국	수입 규제 형태	해 당 품 목
미 국	긴급 수입 제한 (201조)	퍼스널 컴퓨터, CRT 단말기, 전화기, 사설전화교환기, 무선전화기, 트랜시버 초단파수신기, 무선원격조절기기, 컬러TV, VTR, 라디오카세트, 기타 녹음기, 전자시계, 앰프, 냉장고, 에어컨, 전자렌지, 스피커 시스템, 집적회로, 트랜지스터, 다이오드, 크리스탈, 코넥터, PCB, 녹음용 테이프, 비디오 테이프, 건전지, 스피커
미 국	반덤핑 제소	퍼스널 컴퓨터, VTR 테이프, 반도체
미 국	특허권 침해 (337조)	컴퓨터, 반도체 등 첨단산업분야
E C	반덤핑 제소	반도체 256K DRAM 반도체 EPROM 오디오 테이프

EC는 '92년 市場單一化가 互惠的인 原則下의 自由貿易主義라고 주장하고 있으나 「互惠的인 原則」 자체가 예외국에 대한 輸入規制措置 가능성을 뜻하고 있으며, 금융 및 자동차, 컴퓨터, 공공사업, 通信, 미디어 部門 등에 이르기까지 EC 産業保護와 外國産業 진출을 억제하기 위한 기본전략이 확정되어 있다.

특히 EC 市場 단일화에 따른 유통제품의 標準安全規格, 衛生規定, 環境基準 등이 第3國 製品進出에 제한을 가하는 輸入規制措置수단이 될 가능성이 높으며, 知的所有權 保護, 中小企業育成, 斜陽産業 회복 등을 위한 상대 市場庄力과 輸入規制措置 강화가 우려된다.

다. 아시아 新興開發國의 배제

○ONICS의 배제: 상대적으로 심한 원貨 切上 압력하에 가격경쟁력 상실로 인한 市場 상실 우려

○先進國의 生産設備移轉 및 技術提携 增加: 國內 賃金 上昇과 상대적으로 값싼 노동력을 가진 國家로의 이전

○先進國의 對韓 技術移轉 기피: 自國의 市場 확보를 위한 對韓 技術移轉 기피 추세와

表 9 EC 統合時 主要保護主義 施策 內容

분 야	내 용
컴 퓨 터	美, 日社에 유럽 내에서의 제조, 연구확대 압력
가전제품	고품위 TV, 홈 오토메이션 등 EC 유치 산업 보호를 위하여 수입품에 고율의 관세 부과
통 신	국가기관에 전화 및 데이터 유통의 독점권 부여
공공산업	EC의 통신, 수송, 에너지 산업 등 진출 거부하는 국가에 대해 동등한 거부 조치

尖端製品 및 部品供給 중단 움직임.

2. 市場開拓 및 擴大 方案

상기에서 언급한 바와 같이 國內 電子産業은 對內外的으로 많은 어려움에 직면해 있지만 同向題點을 극복하고 海外市場을 개척하고 확대키 위해서는 ① 既存市場을 심화시키고, ② 市場 多邊化를 통한 新市場 진출, ③ 高度 技術商品 開發輸出 촉진을 들 수가 있다.

가. 既存市場의 심화

歐美 諸國의 Anti-Dumping, 輸入 쿼터 등 각종 輸入制限의 강화와 EC 諸國의 經濟統合 움직임으로 인해 기존 市場확보에 새로운 전략이 요구된다.

(1) 非關稅障壁 迂回浸透

非關稅障壁을 우회한 시장침투는 輸出製品 원산지가 韓國이라는 것 때문에 輸出制限을 받고 있는 CTV, VTR, 전자렌지 등에 대해서는 製品生産 라인의 일부를 EC의 경우는 아일랜드, 스페인, 美國의 경우는 멕시코, 카리브海 國家 등으로 라인 설비의 일부를 이전하여 현지에서 조립하여 迂回輸出을 강화함으로써 市場占有率을 높일 수 있다.

(2) 勞動力 比較優位 地域으로 生産據點 移動

円高로 인해 日本의 電子製品 제조업체들은 노동력이 풍부한 태국, 인도네시아 등 東南亞 各國으로 생산거점을 移轉한 바와 같이, 치열한 海外市場에서 비교우위를 통한 시장확보를 위해서는 단순조립가공이 용이한 비디오 테이프, 스피커 시스템, 電話機, 半導體 포장 등을 上

記 地域에서 生産 輸出해야 할 것이다.

(3) 市場확보를 위한 現地 生産 販売

EC 經濟統合으로 인한 거대 單一市場化와 아울러 輸入制限이 강화되고 있는 美国市場에서 現地 경쟁력 있는 部品과 결합된 제품으로서, 運送費 비중이 높은 商品인 Microwave oven, Air Condition, Personal Computer 등에 대해서는 現地 市場에서 生産 판매를 유도해야 할 것이다.

(4) 獨占力이 높은 제품에 대한 價格引上 試圖

과거 일본이 世界市場에서 독점성이 강한 製品인 VTR Head, 音声 IC, Micro wave oven의 Magnetron 등에 대해서 가격 인상을 試圖 한 바와 같이 현재 市場占有率이 높은 CPT, 256K DRAM, Video Tape, Color TV 등에 대해서는 價格引上을 시도할 만하다.

나. 市場多辺化를 통한 新市場 진출

電子製品의 경우, 輸出市場이 美国 및 EC 市場에 집중되어 있어 항상 통상문제의 불씨를 안고 있는 실정이다. 이같은 현장을 완화 하기 위해서는 시장다변화 재력이 시급한 정책과제다.

(1) 对日市場 진출 강화

높은 円高에 따른 市場競爭力 약화와 아울러 日本消費者들의 높은 구매력은 韓國電子業체들에게는 日本이 主要 輸出 関心國으로 부상하고 있으며, 여타 경쟁국에 비해 신속한 물품 인도

와 지리적 利点を 충분히 살릴 수 있어 고급 Walkman, Cassette Radio, 선풍기, 냉장고, Air Condition, 小型 Color TV의 진출이 용이하여, 对日 貿易逆調 개선에도 도움이 클 것이다.

(2) 对共產圈 市場 진출

政府의 对北方 정책에 힘입어 同地域에 대한 交易活動이 間接交易 형태에서 벗어나 直接交易이 증대되고 있는 시점에서, 对共產圈 輸出禁止品目を 제외한 有望輸出品目은 消費財 電子製品으로서 운송비가 높고 상대적으로 인건비가 저렴한 中国, 소련 등에 对하여 TV, 전자렌지, 냉장고, Air Condition 등에 대한 적극적인 進出이 必要할 것이다.

(3) 自己商標 輸出比重 提高

現在 約 60% 정도의 자기상표 輸出比重을 約 70~75%으로 높임으로써 韓國企業 이미지를 提高시키며, 자연스럽게 브랜드 聲價를 통한 第3國 輸出比重을 확대시킬 수 있다.

다. 高度技術商品開發 輸出 촉진

電子製品은 新製品의 급속한 출현으로 Product Life Cycle이 매우 짧아, 지속적인 開發이 매우 중요하며, 따라서 海外市場의 商品需要 패턴을 철저히 분석하여 新製品 開發에 적극 앞장 서야 되겠다. 참고로 KOTRA에서 파악하고 있는 新規有望商品은 다음과 같다.

表11 電子製品 10大輸出有望商品

区 分	品 目	对 象 地 域
通信機器	Cellular Telephone	美国
家電機器	高画質大型 TV	美国, 日本, EC
"	Camcoder (휴대용 Video Camerat / Recorder)	美国, 日本, EC
컴 퓨 터	32 Bit Personal Computer	美国
"	2.5 inch Hard Disk Drive	美国
"	Laser Printer	美国, 日本, EC
通信機器	정지화면 B/W TV 전화기	美国, 日本
"	고속 Facsimile	美国, 日本, EC
家電機器	Home Automation 관련 製品	美国
半 導 体	1 Mega DRAM	美国, EC