

海外業界動向

미국 국가적 課題 「情報고속도로」

첨단 산업계 전문가들에게만 통용되던 “정보 고속도로(Information Superhighway)”의 개념이 美國의 주요 국가적 과제로 부상했다.

지난 한해 동안 美國의 첨단산업계에서는 음성이나 비디오, 컴퓨터 데이터 등 다양한 형태의 정보를 언제 어디서나 송수신할 수 있는 네트워크 구축이 조만간 현실화 될 것이라는 예상이 지배했으며, 이러한 예상은 통신, 컴퓨터, 전자오락 산업계의 구조를 획기적으로 재편시키는 결과를 초래하기 시작했다.

정보 고속도로에 대한 사업적 기대와 전략적 중요성에 대한 인식은 '93년에 美國 최대의 케이블 TV업체인 Tele-Communication Inc.(TCI)와 지역전화 서비스업체인 Bell Atlantic이 합병, 자산규모 440억弗의 미국내 제 6위의 기업을 탄생시켰으며 최근에는 종합 오락매체인 Paramount Communications Inc.와 홈쇼핑 케이블 TV업체 QVC Network Inc.가 합병키로 합의하는데 이르렀다.

또한 대부분의 지역 전화서비스 회사들이 케이블 TV사업 진출을 적극 모색하고 있으며 케이블 TV업체들은 전화 회사의 사업영역에 진출할 것을 꾀하고 있다.

나아가 클린턴 행정부는 통신산업에 대한 대부분의 규제 조치를 철폐함으로써 기업간의 경쟁과 기술 개발을 촉진, 정보 고속도로 시대를 앞당기려는 법안을 준비하고 있다.

미국, 家電製品 수요증가 지속

냉장고, 세탁기, 에어컨 등을 포함한 미국의 가정용 전자제품 시장은 '93년 6월이래 5개월째 계속 수요증가세를 보이고 있다.

최근 미국의 가정용 전자제품 제조업협회(AHAM)의 보고자료에 따르면 '93년 10월까지의 가정용 전자제품 판매량은 4,037만 8,000대로 전년대비 4.6% 증가했다.

이 중에서도 가장 많은 증가율을 기록한 품목군으로는 에어컨, 제습기 등의 Home Comfort군으로 '93년 10월까지 총 387만대를 판매하여 8.9%의 높은 증가율을 보였다. 반면 전기렌지, 가스렌지, 마이크로 웨이브 오븐을 포함한 조리용품은 총 1,146만대를 판매해 3.0%증가에 그쳐 품목군중 최하위의 증가세를 보였으며 냉장고 및 냉동기 등은 3.5%, 세탁기, 건조기 등의 세탁장비는 4.6%, 식기세척기 등 주방 세척기는 6.2%의 증가율을 각각 기록했다.

'93년 1월 부터 10월중 단일품목으로서 가장 높은 증가율을 보인 제품은 제습기로 총 93만5,600대를 판매해 전년대비 21.8%의 증가율을 기록했으며, 다음으로는 가스레인지와 식기세척기로 전년 대비 8.4%, 8.0%의 증가율을 각각 기록했다.

AHAM은 또한 12월까지의 판매예상을 발표했는데 '93년도의 가정용 전자제품 판매량은 4,764만대로 전년보다 4.6%가 증가할 것으로 추정했으며 '94년에 가서는 전년대비 약 3%가 증가된 4,907만대가 판매될 것으로 예상하고 있다.

日, 가전제품 需要, 회복기미

마쓰시타, 도시바 등 대표적인 가전업체는 당초 '93년도보다 수요가 축소될 것으로 예측했던 VTR의 '94년도 수요를 '93년도 수준으로 상향조정 발표했다.

이는 '93년도 11월부터 시장의 출하실적이 10% 정도 늘어나는 등 수요가 신장하고 있기 때문으로 컬러TV 등의 수요회복과 함께 가전업체에 희소식이 되고 있다.

이번에 마쓰시타, 도시바측은 당초 각각 420만~430만대로 보았던 금년도 VTR의 수요를 454만~455만대로 수정 발표했다.

이러한 수요침체 회복기미는 소니, 日本 빅터(JVC) 등도 동의하고 있는 실정이다.

'93년도 가전 각사의 日本 국내 VTR 판매 대수는 '92년도와 같은 수준인 445만~450만대 수준이었으나 '93년 11월부터 '92년 11월보다 10.3% 출하가 증가한 점에 고무하고 있다.

VTR은 '88년 716만대로 최고 출하실적을 기록한 이래 '92년 460만대까지 4년 연속 10% 정도의 대폭 감소를 보였었다.

이와 함께 컬러 TV, 음향기기 등도 출하의 감소폭이 축소되고 있는 것이 주목되는 현상이다. 그러나 이러한 환경변화가 고용축소 등 수요회복에 악영향을 미칠 가능성은 상존하고 있다.

일본 소프트업계, ISO규격 채용키로

일본 소프트웨어 업계 단체인 정보처리진흥사업협회(IPA)가 미국·유럽·캐나다 등의 소프트웨어 심사자격제도 조사에 착수한데 이어 일본의 ISO9,000시리즈 인정기관인 일본 품질 시스템 심사등록인정협회(JAB)가 오는 4월 각국의 인정제도중 어떤 제도를 채용할 것인가를 결정할 계획이다.

일본 소프트업계는 하드웨어분야와 달리

9000시리즈 취득에 소극적이었다. ISO는 지난 '91년 ISO9003을 소프트웨어에도 적용키로 했으며 영국에선 영국규격협회(BSI)가 소프트웨어 심사자격제도로써 'TICKIT제'를, 미국에선 'SQAR제'를 독자적으로 발족시켰다.

일본에선 휴렛패커트·日本IBM·日本DEC 등 외자계 기업들이 소프트웨어 개발과 관련, ISO9001을 취득했다.

일본 소프트업계는 구미선진국들이 ISO9000시리즈 취득을 강력히 요구할 것으로 보고 이의 채용에 적극 나설 계획이다.

제도채용은 IPA와 JBA가 구미 선진국들의 사례를 검토한 뒤 이들을 그대로 받아들이거나 독자적인 제도를 마련키로 했다.

日 기업, 中國서 휴대폰 生産추진

NEC, 후지쓰, 히타치제작소, 오키전기 등 4개사는 中國現地에서 합작투자회사를 설립, 휴대폰을 생산키로 했다.

중국의 휴대폰 시장은 美國의 모토로라社가 60%의 점유율을 가지고 있는 등 歐美企業이 한발 앞서 진출해 있다.

일본으로서는 마쓰시타 전기공업이 금년봄부터 현지생산을 개시할 방침인데 점차적으로 일본기업간의 수주경쟁이 치열해질 것으로 예상되고 있다.

NEC는 금년 상반기에 합작투자회사를 설립하고 가을경에는 생산을 개시하려는 계획이다.

생산거점으로는 武漢을 유력지로 보고 있는데 생산규모는 월 1만대 정도를 예상하고 있다.

후지쓰는 '92년에 설립한 광통신 시스템의 현지 합작투자회사인 南京후지쓰에서 휴대폰 생산을 계획하고 있다.

英, 空氣청정기 판매 年間 25만대

1982년 영국의 Remington社는 영국 시장에 가정용 공기청정기를 처음 소개했는데, 애연가, 호흡기 계통 질환자, 애완용 동물 사육자들을 주대상으로 판촉활동을 전개해 왔다.

공기청정기 및 이온 발생기 판매가 절정을 이룬 때는 '80년대 중반으로 연간판매량 약 35만대를 기록했었다. 그러나 최근에는 판매량이 연간 25만~30만대 규모로 감소되었는데, 이를 금액면에서 볼때는 450만~550만 파운드 규모인 것으로 분석되고 있다.

또한 비교적 습한 영국의 기후조건 때문에 가습기 보다는 제습기 판매가 늘고 있는데 가격면에서는 제습기 가격이 가습기보다 3~4배 비싼 것으로 알려지고 있다.

공기청정기가 사용되는 방의 크기에 적합하도록 고안된 다양한 용량의 이온 발생기 및 공기청정기가 개발되고 있으며, 이온발생기, 공기청정기, 가습기의 3대 기능을 보유하고 있는 신제품이 선보이고 있다.

일부 제품은 자동 조정장치를 갖추고 있는데 이는 공기 건조도가 일정 수준에 달하면 가습기가 자동으로 작동되는 것과 같은 기능이다.

현지에서 시판되고 있는 단일기능 공기청정기의 소매가는 대당 10~15 파운드 정도이며, 일부 다기능제품 가격은 대당 25~40 파운드에 달하고 있다.

이온발생기와 공기청정기 기능을 함께 보유하고 있는 제품은 그 기능에 따라 대당 30~70 파운드에 판매되고 있다. 한편, 가습기는 대당 70~75파운드, 제습기는 대당 200~300파운드에 소매판매되고 있다. 영국 경기 회복추이에 따른 개인 가처분소득 증대에 따라 향후 영국내 공기청정기 연간 판매대수는 '80년대 중반의 최고 수준인 35만대 규모로 증대될 것으로 예상되고 있다.

프랑스, 電氣다리미 市場 고급화 추세

프랑스의 전기다리미 시장은 '93년 8월 현재 전년대비 물량기준 11%, 금액기준 34%가 증가했다.

이러한 현상은 프랑스 국민의 가계지출 합리화를 위한 수요증대에 기인한 것으로 보이는데 이 시장은 종전의 단순기능제품에서 고급화 제품의 수요로 급속히 전환하는 추세이다.

'90년에 29만 5,000개가 판매되었던 증기발생기 부착제품이 '93년에는 37만 5,000대 정도로 늘어난 것으로 추산되며, 특히 증기발생기가 따로 부착되었는 제품의 수요가 늘어나고 있는데 이는 관련제품 유통업체에서 마진율이 높은 이 제품의 판촉에 주력하고 있기 때문으로 분석하고 있다. 시중 소매가격 990~1,990 프랑선에서 판매되고 있다.

프랑스의 전기다리미 수입동향

(단위 : F.Fr. 천 개)

국 별	1990		1991		1992	
	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량
독 일	58,759	433,186	56,050	418,140	30,913	260,639
이탈리아	125,953	303,673	111,077	287,674	68,077	186,398
스 페 인	15,556	207,368	21,313	146,920	10,386	65,868
체 코	2,178	37,120	2,461	41,000	940	15,000
싱가포르	43,274	429,424	27,727	295,576	30,045	311,510
중 국	5,497	95,232	29,291	486,165	28,340	504,938
대 만	1,271	20,154	3,554	34,283	4,434	103,959
기 타	18,287	171,301	13,164	101,968	11,778	96,203
총 계	270,775	1,697,458	264,637	1,811,726	184,913	1,544,515

프랑스의 전기다리미 시장은 브랜드 마켓으로 Oalor 제품이 금액기준 49.2%, Philips 13.7%, Rowenta 13.6%, Moulinex 11.3%의 순이다. 한편 프랑스의 주요 수입대상국을 살펴보면 3분의 1 정도가 중국산으로 '91년부터 급격히 증가했는데 대부분이 OEM방식에 의해 수입되고 있으며 그외 독일, 이탈리아, 싱가포르로부터 주로 수입하고 있는 것으로 나타나고 있다.

디지털 信號처리기 Digit 3000 開發

ITT社의 자회사인 Intermetall社는 '93년 베를린 전자소비재 박람회(World of Consumer Electronics '93년 8월 27일~9월 5일)에 다용도 디지털 신호처리기기인 Digit 3000을 개발, 출품했다.

이 신제품은 집적스위치 부분품으로 다용도 복합소재로 제작되어 있으며 비용이 저렴하면서도 음향기기, 통신기기, 컴퓨터 등 다방면에 활용이 가능하도록 되어있다.

한편 이 회사는 지난 '83년에 TV에 디지털 신호처리를 위한 칩을 판매하기 시작했으며 2년 6개월전부터 이 제품 개발을 추진해 왔다. 제품 개발을 위한 투자비용은 DM 3,000만~4,000만에 달하는 것으로 알려지고 있는데 이 제품의 판매량은 '94년에 DM 5,000만, '95년에는 DMI억을 기록할 것으로 예상된다.

이 제품을 개발하게 된 동기는 그동안 이 회사가 영상 및 음향기기, 통신기기, 자동차용 전자제품의 부품을 제공해 왔으나, 이 회사의 판매고중 2분의 1을 차지하는 영상 및 음향기기 부문에서의 판매고가 감소돼 새로운 시장개척이 필요하게 되었기 때문이다.

'93년 1/4분기 이후 영상 및 음향기기 부문과 자동차용 전자제품부문에서의 수요는 여전히 침체하거나 감소한 반면, 무선전화기 부문에서의 수요증가가 이를 충분히 상쇄, 이 기업 제품의 전체 수요는 다소 증가하고 있다.

노르웨이 전화기 代替需要

노르웨이는 '80년대 중반 국영 전화회사인 Televerket의 전화기 판매 독점이 풀린 이후 수입수요는 증가하고 있고 가격은 하락하는 추세를 보이고 있다.

Televerket에 따르면 노르웨이의 전화기 연간 수요는 약 42만대로 추산되고 있고 이중 85%를 수입에 의존하고 있으며 대부분이 OEM 방식으로 수입되고 있는 것으로 나타났다.

노르웨이는 전화기 총수입량의 70% 정도를 중국과 대만으로부터 수입하고 있으나 낮은 품질 때문에 가격면에서는 총수입액의 3분의 1 정도만 차지하고 있을 뿐이다. 반면 스웨덴, 덴마크 등은 가격면에서 경쟁력이 취약하기 때문에 다기능의 고품질 제품을 공급하고 있다.

현재 노르웨이 전화기시장은 과거 독점시대에 판매되었던 기본기능만 갖춘 제품에서 다기능 최신제품으로의 대체수요가 상당한 것으로 추산되고 있다.

그러나 노르웨이로 진출하기 위해서는 반드시 NEMKO(Norwegian Electrical Material Control)의 인증을 받아야만 하는 것에 유의해야 할 것이다.

노르웨이의 전화기 수입동향을 보면 '90년 31만 7,000대에 N.Kr. 1억1,347만5,000, '91년 28만 3,000대에 N.Kr. 1억1,014만 9,000, '92년 42만대에 N.Kr. 1억4,483만 6,000을 기록하고 있다.

'92년 노르웨이의 전화기 최대 수입대상국은 中國으로 총수입량의 49%를 차지하고 있고 다음으로 臺灣이 22%를 차지하고 있다. 그외에 홍콩, 한국, 스웨덴이 뒤를 따르고 있다. 금액면으로는 중국이 20%, 대만이 14%, 덴마크가 14%를 차지하고 있고 한국, 스웨덴, 홍콩 등이 일부를 점유하고 있다.

수입실적

(단위 : 대, N.Kr. 천)

국 별	1991		1992	
	수 량	금 액	수 량	금 액
중 국	105,657	13,631	207,213	29,264
덴 마 크	10,850	30,270	7,139	19,655
홍 콩	49,900	10,180	26,198	4,813
한 국	8,479	5,198	23,855	16,429
스 웨 덴	11,801	10,881	16,736	14,292
싱가포르	15,995	2,180	2,225	511
대 만	50,433	14,206	92,650	20,506
총 계	283,000	110,149	419,641	144,836

註 : 91년은 HS 8517 1090 통계반 반영, 92년은 HS 8517 1010과 1090을 합한 통계임.

오스트리아, 通信서비스自由化

'93년 12월말 議會를 통과한 오스트리아 통신관련 법규가 오는 4월 1일부로 정식발효됨에 따라 향후 전화서비스를 제외한 모든 통신분야의 서비스가 자유화될 예정이다.

이에 따라 지금까지 체신부의 독점에 속했던 여타 통신서비스 사업의 관할도 체신부에서 교통부로 이관되며 오스트리아의 EC가입을 앞두고 법규의 범용화가 통신분야에서 일단 이루어진 셈이다.

한편 EC에서 전화서비스분야까지 자유화를 취할 경우 오스트리아도 이에 보조를 맞출 계획인 것으로 공식 발표되었다.

신통법은 이외에도 허가제도의 대폭적인 완화, 통신서비스 분야에서의 자유경쟁, 체신업무에 있어서 정부관할 업무와 경영측면 업무의 구분 등을 규정하고 있어 향후 전화기, 팩스기기, 무선전화기, 자동응답기의 가격 및 기술경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상되며, 까다로운 통신기기 검사규정도 완화됨에 따라 경쟁력이 있는 상품의 경우 행정적 장애는 제거된 것으로 볼 수 있다.

중국의 컴퓨터市場 급속확대

중국경제의 고도성장에 힘입어 중국의 컴퓨

터시장이 크게 확대되고 있다.

지난 3년간 중국의 컴퓨터 판매량은 연간 30% 이상의 높은 증가율을 달성했으며 이같은 추세는 앞으로 몇년 동안 지속될 것으로 전망되고 있다.

지난해 중국의 PC판매량은 '92년보다 40%나 늘어난 35만대를 기록했으며 PC의 대당가격은 3,000-3,0000元선을 보였다.

중국정부가 시행중인 공공정보, 대외무역정보, 금융및 상업정보에 관한 3개 시장 확대에 긍정적인 요인으로 작용하고 있다.

현재까지 미국의 500대 컴퓨터메이커중 50개 이상이 중국시장 선전을 위해 현지에 진출했으며 중국정부가 컴퓨터시장 개방확대를 선언함에 따라 외국업체들의 현지 진출은 더욱 늘어날 것으로 예상되고 있다.

중국 정부는 첨단기술산업의 경쟁력 제고를 위해 컴퓨터를 비롯한 관련부문의 외국기업 진출을 적극 환영하고 있으며 조만간 라이선스 시스템의 수입관세도 인하할 계획이라고 밝혔다.

브라질, 通信産業 집중 육성키로

브라질 정부는 지난해 연말 관보를 통해 通信産業에 대한 국산화율의 지수에 따르는 세금 및 감면혜택을 공포했다.

이 조치에 따르면 금년까지 전화교환기의 경우 국산화율 85% 그리고 기타 통신장비의 경우 78%의 국산화율을 달성하면 IPI(공업제품세)를 면제하고, 마나우스 자유무역 지대에 공장을 설치할 경우에는 소득세 및 수입세 감면혜택을 준다.

또한 전화교환센터 설치사업의 경우 오는 95년말까지는 국산화율 90%, 96년 12월까지 93%의 국산화율을 달성하며 기타 통신장비는 '95년까지 82%, '96년까지 85%의 국산화율을 달성해야만이 세제혜택을 받게 된다.