



가전산업의 최근동향 및 향후 전망

이진기
본회 가전과장

1. 가전산업의 최근 동향

가. 수급동향

① 생산

그동안 우리나라 전자산업의 성장을 주도해온 가전산업은 '90년대에 들어오면서 C-TV, VCR, 냉장고 등 주요제품의 보급포화와 장기간에 걸친 경기침체 등으로 내수경기가 감소세를 보인데다 수출마저도 중국, 말레이시아, 태국 등 후발 개도국의 급성장에 따른 가격경쟁력 약화와 국내기업의 해외공장이 본격 가동되면서 이지역에서 생산한 저가제품의 현지시장 공급으로 전년대비 5.3% 감소하고 있다.

품목별로는 국내의 시장의 보급포화와 비교적 빠르게 해외생산기지의 구조조정이 이루어지고 있

는 C-TV, VCR, 오디오 등이 매우 부진한 반면 에어컨, 냉장고, 세탁기 등 백색가전은 다소 호조를 보이고 있다.

② 수입

그동안 국내시장 보호정책으로 비교적 낮은 증가에 그쳤던 수입은 '96년 유통시장의 완전개방에

따른 대형 할인점의 증가, 국내기업의 현지 생산분 유입 등으로 전년 동기대비 8.0% 증가하고 있으며, 중국, 말레이시아, 태국, 인도네시아 등 동남아 국가로부터의 수입이 늘고 있는 상황이다.

품목별로는 C-TV가 멕시코산 소니제품의 수입 급증과 일본지역에서의 소형제품 수입이 크게 증

〈품목별 생산동향〉

(단위 : 백만원. %)

구분	'96		상반기		비고
	금액	증감율	'96	'97	
가정용전자	10,989,243	2.7	5,458,362	5,169,719	-5.3
C-TV	2,958,834	18.2	1,449,167	1,304,508	-10.0
VCR	1,558,252	-4.7	799,904	597,048	-25.4
음향기기	1,904,291	-16.5	1,027,454	966,333	-5.9
냉장고	1,191,903	-1.2	583,481	536,908	-8.0
세탁기	876,070	7.0	374,951	420,239	12.1
에어컨	525,844	50.9	368,950	428,868	16.2
전자렌지	750,494	-6.8	363,397	392,238	7.9

〈품목별 수입동향〉

(단위 : 천불, %)

구 분	'96		상 반 기			비 고
	금 액	증감율	'96	'97	증감율	
가정용전자	1,659,292	2.3	785,540	848,070	8.0	
C - TV	33,532	65.4	15,134	28,117	85.8	
V C R	55,996	-10.8	27,096	22,696	-16.2	
음향기기	650,218	5.8	306,152	330,968	8.1	
냉 장 고	71,525	6.8	33,778	29,680	-12.1	
세 탁 기	16,475	9.6	7,258	8,245	13.6	
에 어 콘	1,342	46.7	270	445	64.8	
전자렌지	650	-22.2	468	209	-55.4	

〈품목별 수출동향〉

(단위 : 천불, %)

구 분	'96		상 반 기			비 고
	금 액	증감율	'96	'97	증감율	
가정용전자	7,835,933	-0.3	4,041,765	3,474,612	-14.0	
C - TV	2,109,659	16.1	1,059,462	757,241	-28.5	
V C R	1,194,902	-20.3	700,683	401,166	-42.7	
음향기기	1,661,086	-16.2	820,724	744,251	-9.3	
냉 장 고	494,488	21.4	252,435	282,557	11.9	
세 탁 기	273,525	20.9	133,457	160,388	20.2	
에 어 콘	330,683	8.6	241,275	271,746	12.6	
전자렌지	771,924	0.4	372,366	367,043	-1.4	

〈품목별 시판동향〉

(단위 : 백만원, %)

구 분	'96		상 반 기			비 고
	금 액	증감율	'96	'97	증감율	
가정용전자	3,986,435	-4.9	2,008,983	1,826,169	-9.1	
C - TV	926,261	2.0	453,529	446,592	-1.5	
V C R	338,788	-15.0	158,803	156,436	-1.5	
음향기기	590,116	-22.3	316,350	257,773	-18.5	
냉 장 고	722,427	-11.1	373,505	294,499	-21.2	
세 탁 기	600,575	7.9	265,140	261,678	-1.3	
에 어 콘	258,433	128.5	218,037	229,592	5.3	
전자렌지	124,431	-12.7	54,732	58,442	6.8	

가하면서 85.8%의 높은 증가율을 보이고 있으며 라디오, 라디오 카세트 등 오디오제품은 중국, 태국, 말레이시아 등 동남아 국가의 저가제품 유입과 이들 국가에서 생산한 국내기업의 현지생산분 유입으로 큰 폭의 증가세를 보이고 있다.

③ 수 출

우리나라 전자산업의 수출증대에 이바지해온 가전제품의 수출은 중국, 말레이시아, 태국 등 후발 개도국과의 가격경쟁력 심화로 중저가 시장에서의 입지가 크게 약화되면서 라디오, 라디오카세트 등 오디오제품의 수출이 크게 감소하고 있으며 C-TV, VCR 등 영상제품은 현지공장의 본격 가동과 '96년 급증했던 러시아지역으로의 수출이 경쟁국인 일본제품에 비해 가격경쟁력의 약화로 크게 감소하면서 전년보다 큰 폭으로 감소하고 있으나 냉장고, 세탁기, 에어컨 등 전기제품은 중남미, 동유럽등지로의 시장다변화에 따라 큰폭의 증가를 보이고 있다.

④ 시 판

'90년대에 들어오면서 국내경기 침체에 따른 수요위축과 C-TV, VCR, 냉장고, 세탁기 등 대부분 가전제품 보급포화로 대형제품으로의 소비패턴 변화에도 불구하고 전년대비 9.1% 감소하고 있다.

〈전속 대리점의 변화〉

	구 분	'95	'96	증감율(%)	비고
전속 대리점	대리점수	4,302	4,188	-2.6	
	종업원수	25,812	23,034	-10.8	
	평균면적	25평	26평	-	
	점포당 평균매출	85백만원	80백만원	-5.9	
	점포당 평균이익율	2.0	1.5	-	
양판점	양판점수	40	114	185	

〈품목별 해외 생산비중〉

(단위 : 만대, %)

구 분	'96			'97 계획		
	국내	해외	계	국내	해외	계
C - TV	1,701	1,015	2,716	1,736	1,365	3,101
비 중	62.7	37.3	100.0	56.0	44.0	100.0
V · C R	654	523	1,177	655	813	1,478
비 중	55.6	44.4	100.0	45.0	55.0	100.0
냉 장 고	275	135	410	290	210	500
비 중	67.0	33.0	100.0	58.0	42.0	100.0
세 탁 기	180	61	241	229	96	325
비 중	75.0	25.0	100.0	70.0	30.0	100.0
전 자 랜 지	643	378	1,021	626	568	1,194
비 중	63.0	37.0	100.0	52.4	47.6	100.0

〈주요 가전제품의 보급율〉

(단위 : %)

품목	C-TV	VCR	냉장고	세탁기	전자렌지	음향기기
보급율	154	86	117	95	62	72

자료 : 한국전력

나. 유통시장 개방에 따른 유통 구조의 변화

'96년 유통시장의 전면개방으로 우리나라 가전산업을 지켜온 전속 대리점은 '위축되고 외국의 대형 유통점의 출점이 가속화되기 시작하였다,

이에 따라 전속대리점의 경쟁력 약화로 영세대리점의 부도가 크게

증가하여 '96년까지 국내 전자대리점수는 2.6%, 종업원수는 10.8% 감소하고 있다.

여기에서 가격하락과 고정비 증가, 경쟁력 격화에 따른 수익성 악화로 전년 대비 점포당 평균 매출은 5.9%, 평균이익율은 '95년 2%에서 1.5%로 하락하였다.

그러나 양판점은 '95년 40개점에서 '96년 114개점으로 급증하

였으며, 특히 카르프, 마크로 등 외국계 대형 양판점의 출점이 가속화되고 있다.

다. 생산비용의 증가에 따른 해외 생산기지의 이전 가속화

'90년대에 들어오면서 임금, 물리, 물류 등 제조원가의 상승에 따라 국내 가전업체는 해외현지로의 생산공장 이전을 가속화하기 시작하였다. 이에 따라 '96년부터는 이들 해외생산분을 수출시장에 공급함으로써 수출이 크게 감소하고 있으며 부품업체와의 동반진출로 복합단지화를 꾀하고 있다.

라. C-TV 등 주요 가전제품의 보급율 포화

내수시장을 기반으로 수출시장에서의 경쟁력을 키워 온 가전제품은 보급율이 100%를 넘어서면서 내수경기의 침체를 가속화시키고 있다.

주요제품의 가구당 보급율을 보면 C-TV가 154%, 냉장고가 117%로 이미 100%를 넘어섰고 VCR 86%, 세탁기 95%, 음향기기 72%로 거의 100%에 육박하고 있다.

마. 정보 가전제품의 부상

C-TV 등 가전제품이 한계보급에 이르게 되고 정보화사회의 진전으로 정보화의 욕구가 산업사

(단위 : %)

구 분	'94	'95	'96	비 고
매출액 경상이익율	7.49	1.83	0.75	
매출액 영업이익율	15.26	8.09	7.95	
매출액 순 이익율	4.91	1.28	0.87	

자료 : 한국은행

〈주요제품의 생산전망〉

(단위 : 백만불, %)

구 분	실 적		예 측		성 장 율	
	1995	1996	2000	2005	95/00	00/05
A / V 기 기	8,361	7,988	8,725	9,285	0.9	1.3
C - TV	3,246	3,680	3,716	4,277	2.7	2.9
V C R	2,121	1,938	2,200	2,250	0.7	0.5
캠 코 더	232	270	280	326	3.8	3.1
컴 포 언 트	784	701	871	917	2.1	1.0
라디오카세트	682	311	422	388	-9.2	-1.7
카 오 디 오	690	582	596	605	-2.9	0.3

〈제품의 수입전망〉

(단위 : 백만불, %)

구 분	실 적		예 측		성 장 율	
	1995	1996	2000	2005	95/00	00/05
A / V 기 기	670	742	1,170	1,850	11.8	9.6
C - TV	21	36	90	177	33.8	14.5
V C R	63	56	100	150	9.7	8.4
캠 코 더	19	18	30	56	9.6	13.3
컴 포 언 트	33	80	125	198	30.5	9.6
라디오카세트	70	86	113	152	10.1	6.1
카 오 디 오	34	34	51	71	8.4	6.8

회로부터 가정과 사회의 정보화로 확산되어 감에 따라 멀티미디어 PC, 인터넷TV, DVD, DC-I 등 정보가전제품의 수요가 크게 증가하고 있다.

이들 정보가전제품은 기존의 아날로그 기술이 디지털 기술로 발전되면서 통신, 방송, 컴퓨터가

서로 융합되어 새로운 멀티미디어가 등장함으로써 가정에서의 정보화 즉, 통신, 방송 등의 매체를 이용한 정보의 활용이 용이해지면서 그 활용도가 더욱 커지고 있는 상황이다.

바. 폐기물 예치금, 특소세

부과, 내수침체 등으로 채산성 크게 악화

폐기물 예치금, 특소세부과, 보급포화, 90년대 중반 이후 계속된 내수침체 등으로 가전업계의 채산성이 크게 악화되어 매출액 경상이익율은 '94년 7.49%에서 '96년 0.75%로 매출액 순이익율은 '94년 4.91%에서 '96년 0.87%로 크게 하락

2. 가전산업의 향후 전망

가. 수급전망

① 생 산

그동안 주요 가전제품의 보급포화와 해외 생산기지로의 구조조정이 이루어지면서 마이너스 성장을 해온 가전산업의 생산은 당분간은 감소세가 지속될 것으로 보인다.

그러나, 2000년대에는 해외 생산기지로의 구조조정이 완료되고 HDTV, 디지털캠코더, DVD 등 첨단제품이 본격 출시되면서 2005년까지는 연평균 1.3% 정도의 성장이 가능할 것으로 보인다.

품목별로는 국내외 시장의 보급을 포화와 비교적 저가품인 VCR, 라디오, 카세트, 카오디오 등이 비교적 빠르게 해외 생산기지로의 구조조정이 이루어지면서 2000년까지 1%대 미만의 낮은 성장이 전망되고 있으며, C-TV, 컴포넌트 등도 보급율포화, 수출시장 악화 등에 따라 낮은 성장이 예상된다.

〈주요제품의 수출전망〉

(단위 : 백만불, %)

구 분	실 적		예 측		성 장 율	
	1995	1996	2000	2005	95/00	00/05
A / V 기 기	5,300	4,967	5,700	6,210	1.5	1.7
C - TV	1,818	2,110	2,072	2,350	2.7	2.6
V C R	1,499	1,195	1,600	1,670	1.3	0.9
캠 코 더	211	240	250	291	3.5	3.1
컴 포 언 트	298	355	395	440	5.8	2.2
라 디 오 카 세 트	376	163	215	210	-10.6	-0.5
카 오 디 오	424	337	317	320	-5.7	0.2

〈주요제품의 시판전망〉

(단위 : 백만불, %)

구 분	실 적		예 측		성 장 율	
	1995	1996	2000	2005	95/00	00/05
A / V 기 기	3,731	3,763	4,195	4,925	2.4	13.3
C - TV	1,449	1,606	1,734	2,104	3.7	3.9
V C R	685	799	700	730	0.4	0.8
캠 코 더	40	48	60	91	8.4	8.7
컴 포 언 트	519	426	601	675	3.0	2.4
라 디 오 카 세 트	376	234	320	330	-3.2	0.6
카 오 디 오	300	279	330	356	1.9	1.5

2000년대에는 소비자들의 소득 수준향상에 따른 소비패턴변화와 정보화사회의 확산, 디지털 기술의 발전 등에 따라 HDTV, 벽걸이TV, 디지털캠코더, DVD 등 첨단 멀티미디어제품의 등장으로 C-TV, 캠코더 등이 A/V 제품의 성장을 주도해 나갈 전망이다.

② 수 입

유통시장의 전면개방에 따른 외국유통업체의 출점 가속화와 점진적인 수입선 다변화제도의 해제, 중국, 말레이시아, 인도네시아 등 저가의 동남아산유입, 국내기업의

해외 생산분 유입 등으로 2000년까지 년평균 11.8%, 2005년까지 9.6%의 높은 증가가 예상되고 있다.

특히, 2000년 이후에는 국내기업의 현지생산기지로의 구조조정이 완료됨에 따라 해외 생산분의 국내유입이 더욱 증가될 전망이며 수입지역도 중국, 인도네시아, 말레이시아 등 동남아시아 등지에서 미국, 일본 등으로 확대될 것으로 전망된다.

③ 수 출

중국, 태국, 말레이시아 등 후발개도국의 급속한 성장과 일본기

업의 해외생산기지로의 구조조정 완료, 국내기업의 해외생산 공장이 본격 가동되면서 다소의 어려움이 예상되나 선진국 시장을 중심으로 HDTV, PDP-TV, DVD 등 첨단제품이 시장을 주도하면서 2000년까지 년평균 1.5% 정도의 증가가 예상되고 있다.

주요 품목별로는 C-TV가 여전히 첨단제품의 등장으로 가전시장을 주도해 나갈 전망이며 캠코더, 컴포넌트 등도 꾸준한 증가가 예상되고 있다.

④ 시 판

'90년대 초반 주요가전제품의 보급율이 이미 100% 넘어서고 국내경기의 침체지속의 따른 소비심리의 위축으로 성장률이 둔화되면서 2000년까지는 년평균 2.4% 정도 성장할 것으로 전망된다.

2000년 이후에는 대형화, 고화질화, 고기능의 고부가가치 제품으로의 소비 패턴 변화와 정보화사회의 진전으로 멀티미디어제품에 대한 수요가 확대될 것으로 전망되며 이들 제품군들이 기존 제품을 대체하는 수요가 발생되면서 2005년까지 년평균 3.3%의 성장이 가능할 것으로 보인다.

2000년 이후에는 디지털기술의 발달로 HDTV, 벽걸이TV, 디지털 캠코더 등이 고화질의 첨단제품이 국내시장을 주도하겠지만 보급율이 이미 100%를 넘어선데다 디지털기기들의 초기시장 형성이 지연되고 있어 큰 성장은 기대하기 힘들 전망이다.

구 분	'96	'98	2000	비 고
가전시장규모	6조	6조 7천억	8조	연 평균 7.5% 증가
전속대리점 M/S	68%	60%	51%	17% 감소
혼매	M/S 32%	40%	49%	17% 증가
유통	매출 1조 9천억	2조 7천억	3조 9천억	19.7% 증가

〈주요 가전제품의 다변화 품목 현황〉

품 목	내 용	비고
C-TV	21" 이상	
VCR	가정용 VCR 및 캠코더, LDP 등	
음향기기	컴포넌트, 카CDP, 가청주파증폭기, CDP 등	
기 타	전기밥솥, 전자오르간 등 2개 품목	

〈주요 첨단제품의 수요전망〉

구 분	'96년	'98년	2000년	년평균성장 ('96/2000)
H D T V	—	183	849	—
D V D	718	4,226	11,169	98.6
디지털 캠코더	100	375	1,410	93.8
M D	2,057	9,346	27,089	90.5

나. 유통시장의 급격한 변화

'96년 유통시장의 개방으로 급속한 변화를 겪고 있는 국내 가전시장은 전속대리점체제에서 혼매 유통체제로 자연스럽게 변화해가지만 그 속도는 훨씬 더 빠르게 진전될 전망이다.

이에 따라 외국 유통업체의 진출이 확산되고 가격과파 현상은 더욱 가속화 될 것으로 전망되고 있다.

다. 수입선 다변화제도의 축소

C-TV, VCR, 음향기기 등 주

요 가전제품에 대한 수입선 다변화제도가 '99년까지 완전 해제될 전망이다.

수입선 다변화제도의 해제는 일본가전제품의 급속한 유입으로 유통구조를 빠르게 변화시킬 것이며 이에 따른 국내 업체의 채산성은 더욱 악화될 것으로 보인다.

특히 주요제품의 핵심부품의 국산화가 지연되고 국내 가전업체의 OEM수입확대에 따라 중소기업의 경영난이 더욱 악화될 것으로 전망된다.

라. DVD 등 첨단 가전제품 수출 주도 품목으로 급부상

디지털 기술의 발달로 DVD, HDTV, 디지털 캠코더, 디지털 VCR, DAB시스템 등 대부분의 가전제품이 디지털화되면서 기존 가전제품의 성장은 둔화되고 이들 첨단제품들의 수요가 크게 창출되면서 국내는 물론 수출시장에서도 크게 각광받게 될 전망이다.

특히 DVD, HDTV는 영상/음향기기의 기존 개념에서 벗어나 컴퓨터의 자료저장 및 의료 군사 용으로 그 활용이 급속히 늘 것으로 전망되고 있다.

마. 소비자 및 환경관련 제도의 강화

생활수준이 향상되면서 소비자의 욕구가 크게 증가하여 소비자 및 환경관련 제도가 더욱 강화될 전망이다.

따라서, 리콜제도의 정착, 제조물 책임법, 집단 소송법 등 강력한 소비자 보호법이 도입되고 폐기물 예치금 대상품목이 확대될 것으로 보인다.

이에 따라 가전업체, 특히 중소기업업체의 어려움이 더욱 커질 것으로 보인다.

3. 맺음말

그 동안 우리나라 전자산업은 이끌어온 가전산업은 보급포화, 유통시장 개방에 따른 외국 대형 양판점의 증가, 수입선 다변화제도의 해제, 각종 새로운 제도의 도입 등 국내외의 환경변로 어려

움이 더욱 커질 것으로 전망되고 있다.

특히, 수입선다변화 제도의 해제는 수입을 크게 증가시켜 국내 가전시장의 잠식은 물론 무역수지를 크게 악화시킬 것이다.

그러나 가전산업은 현재에는 물론 앞으로도 우리 전자산업을 이끌어갈 매우 중요한 산업이다.

DVD, HDTV, 디지털 캠코더 등 신가전제품들은 앞으로 21세기 정보화 사회를 선도해 나갈 고

부가가치의 첨단기술 제품으로 향후 최대의 수출전략 품목으로 자리잡게 될 것이다.

이러한 주요한 가전산업을 지키기 위해 우리는 지금보다 더욱 더 노력해야만 한다.

기업은 이들 첨단제품에 대한 지속적인 기술개발과 핵심부품의 국산화, 국제적인 표준규격에의 능동적 대처 등을 통해 고부가가치의 첨단제품의 경쟁력 강화에 총력을 기울여 나가야 하며 정부

는 가전제품의 특소세 폐지, 과감한 행정규제의 완화, 첨단제품의 시장조성, 기술개발지원 등을 통해 첨단 가전제품에 대한 경쟁력 강화를 위한 지원을 아끼지 말아야 한다.

이제 우리 국민과 기업, 정부가 우리 가전산업의 경쟁력 강화를 위해 다같이 노력한다면 대망의 21세기에는 현재의 어려움을 극복하고 일본을 제치고 세계 시장에서 우뚝서게 될 것으로 믿는다.

전기·전자제품 형식승인 업무 민간 이양

전자·전기제품의 안전성 확보를 위해 운영되고 있는 형식승인제도 관련 업무가 시행 24년만에 정부에서 민간으로 이양된다.

통상산업부는 전기용품안전관리법에 따라 전기전자제품 234개 품목에 대해 안전성 시험검사를 거쳐 형식승인을 해주고 있으나 이를 민간인증체제로 전환키로 하고 법개정 작업을 추진중이라고 밝혔다.

통산부는 전기용품안전관리법 개정을 통해 정부가 수행하던 형식승인 업무를 별도의 인증기관을 설립해 넘기거나 기존의 인증기관을 활용하는 방안을 모색하고 국가간 상호인정 및 인증기관의 사후관리 근거를 마련키로 했다.

통산부가 전기전자제품의 형식승인 업무를 민간에 넘기기로 한 것은 현행제도가 사전검사에 치중돼있어

불법제품 유통단속에 한계가 있고 이 제도를 정부가 운영함으로써 외국과의 상호인정이 안되고 있기 때문이다.

통산부는 형식승인제도를 민간인증기관에 위임해 운영토록 하기위해 지난 74년 제정된 전기용품안전관리법을 올 연말까지 개정하고 이르면 내년상반기부터 시행할 방침이다.