

중국의 디지털카메라 시장 동향(상)

중국의 광학기기사장 동향

편집자 주

최근 무한한 잠재성을 갖고 있는 신흥 강국 중국을 겨냥한 국내 업체들의 움직임도 바빠졌다. 각종 언론 매체는 물론 연구기관에서 산업별 중국시장 동향에 관한 자료가 많이 쏟아져 나오고 있는 것만 봐도 알 수 있다. 이번 호부터는 국내 광학기기업체들의 중국시장 파악에 도움이 되고자 오는 5월 30일 중국 북경 국제전시회를 앞두고 koelnmesse에서 지난해 8월 조사 작성한 '중국의 영상시장 현황' 보고서 중 광학기 및 사진영상기기 관련 주요 내용을 발췌하여 연재할 예정이다. 본 고에서는 먼저 중국의 카메라시장 동향중 디지털카메라 시장 동향에 대해 소개한다.

중국 정부의 폐쇄주의 정책이 영상산업 저개발의 원인

최근 몇 년간 중국은 영상 산업 분야에 있어 시장 자유화, 다국적 기업의 관심도 증대 뿐만 아니라, 국내 소비자의 구매력 신장 등과 같이 엄청난 변화 상황에 직면하고 있다. 그러나 소비자들이 사진 영상 기법에 대해 보다 많은 지식을 축적하고 있는 데 반해, 국내 산업은 외국 업체들과 동일한 속도로 발전하지 못하고 있는 실정이다. 산업 전문가들은 정부 당국의 폐쇄주의

정책을 중국 영상 산업 저개발의 핵심 이유로 지목하고 있다. 그러나 중국 전체 사진 산업에 대한 차별적 인식 태도로 인해 이러한 상황이 초래되고 있다는 현실 인식 또한 무시할 수 없을 것이다. 일부 다른 국가에서는 사진사를 일종의 '전문가'로서 인정해 주고 있는데, 예를 들어 미국에서는 사진산업이 상당히 선진화되어 있는 동시에, 조직적 체계를 잘 갖추고 있는 반면, 중국에서는 사진 촬영을 실질적으로 아무런 경제적 가치가 창출되지 않는 여가 생활쯤으로 간주하고 있는 현실이다. 따라서 (전문 영역에 있어서의 시장 수요 저하로 인해) 중국 사진 산업의 기술 개발 과정은 외국에 비해 상당히 낙후되어 왔다고 할 수 있다.

과거에는 카메라가 일종의 '사치품'으로 인식되고 있었다. 이와 같은 카메라에 대한 대중적 기반의 취약성은 한편으론

국내 발전 과정을 상당 부분 지연시킨 반면, 다른 한편으로 외국 카메라 제조 회사들에 대해 막대한 시장 잠재력을 제공해 주었던 것이다.

최근에는 디지털 기술의 진전으로 인해 디지털 영상 기법이 급속도로 보급되고 있는 상황이다. 정지 화상(그래픽)으로부터 동영상(영화)에 이르는 다양한 제품이 보다 매력적인 가격 조건에 속속 선을 보임으로써 카메라, 캠코더 및 비디오 카세트 레코더(VCR) 등이 매우 광범위한 수요 기반을 형성하기 시작하였으며, 그와 동시에 디지털 카메라, 디지털 캠코더 및 VCD/DVD 등과 같은 신세대 영상 제품들이 시장에 새로 보급, 거대 중국 시장에 있어 하나의 독특한 시장 패턴을 창출해 내고 있다.

평균 카메라 보급률 100가구당 15대 내외

최근 중국 시장에 디지털 카메라가 보급되기 시작함에 따라 현재 사진 산업 부문에는, 과연 디지털 영상이 전통적 사진 촬영 방식을 조만간 대체할 것인지 여부와 관련된 의문점이 제기되고 있는 상황이다. 중국에서는 가구 당 평균 카메라 보급률이 선진국에 비해 상당히 떨어지고 있는 것이 현실(선진국의 경우 100 가구 당 75대 이내 대비 중국의 경우에는 단지 15대 내외)이기 때문에, 이러한 사실은 매우 흥미로운 가능성을 내포하고 있다. 이점은 대단히 매력적인 시장 잠재력을 예고해 주고 있지만, 디지털 카메라가 전통적인 카메라보다 빠른 속도로 중국 시장에 보급될 수 있을 것인지 여부는 아직 좀 더 두고 보아야 할 것으로 판단된다.

각종 통계 지표는 디지털 카메라 및 전통적인 카메라 뿐만 아니라 사진용 필름의 매출이 급속도로 증가되고 있음을 보여주고 있다.

중국의 카메라 산업은 50년대 중반에 형성되기 시작, 50년대 말 생산량이 10만대를 기록하였으며, 70년대 초에는 (군용 광학 제조회사들을 포함) 상당수 신규 참가자들이 시장에 합

류함으로써 카메라 산업이 보다 빠른 속도로 발전하기 시작한 이후, 80년대는 지속적 생산량 증대에 힘입어 중국 카메라 산업의 최고 전성기를 구가하게 되었다. 그러나 이와 때를 같이하여 수입 카메라가 시장에 진입함으로써 시장 점유율을 대거 잠식 당하게 되자 90년대에는 수많은 사업 제휴 및 공동 출자 프로젝트를 적극 추진함으로써 국내 카메라 산업의 구조적 재편을 서두르게 되었고, 그 결과 현재는 중국 카메라 업계에 ‘피닉스(Phenix)’와 ‘시걸(Seagull)’이라는 2개의 현지 브랜드만 남아있는 실정이다.

특히, 중국의 카메라 산업에는 대표적으로 다음과 같은 3가지 유형의 주요 취약점이 내재되어 있다.

1. R&D 및 투자 역량이 외국 제조회사들에 비해 상당히 낙후되어 있음으로써, 저가 제품 시장에서는 중국 기업들도 어느 정도 생존 기반을 유지할 수 있겠지만, 중간 및 고급형 제품 시장에서는 외국 브랜드가 거의 잠식하고 있는 현실이다.
2. 열악한 생산 시설 및 품질 관리 표준의 비효율적 운용으로 인해 제품 품질이 조악한 수준에 머물러 있다.
3. 과거 중국 자체 브랜드 인지도 결여로 인한 대응책인 기술력 향상을 위해서는 해외 투자자들에게 의존할 수밖에 없는 실정이었다.

오늘날에는 외국계 회사들이 공동 출자 사업체를 인수하는 동시에, 현지 대리인에게 제품 유통망을 외주 의뢰하는 방식으로 선회하기 시작함으로써, 공동 출자 회사들이 중국 카메라 시장의 대부분을 지배하게 된 반면, 중국 제조회사들은 20% 수준에도 미달되는 시장 점유율만을 차지하고 있는 상황이다.

도표 9. 2000년 기준 카메라 수출 현황

제품 유형	수량	단위	USD 금액
카메라	81,620,488	개	1,110,494,000

도표 10. 2000년 기준 카메라 수입 현황

제품 유형	수량	단위	USD 금액
카메라	57,489	개	372,000

디지털 카메라의 시장 동향 및 전망

디지털 정지 화상 카메라(DSC)의 1999년 판매 수량은 80,000대를 채 넘지 못했던 반면, 2000년 이후 국내 소비 증가, 인터넷 보급 속도 확산, PC 판매량 증대, DSC 원가 하락 및 판촉 활동 증대 등의 효과에 힘입어, 2000년 DSC 판매량은 80% 신장된 130,000대를 기록했으며, 2001년에는 99% 향상된 258,700대를 달성했고, 2002년에는 400,000대 이상의 카메라가 판매된 것으로 예측된다. 중국 경제 전문지 <Popular Computer Weekly>의 2000년 12월 25일자 號에 발표된 한 설문 자료에 따르면, 중국인들은 디지털 카메라의 구매 비중을 점점 더 높여가고 있으며, 그 대부분은 여가 생활이나 가족용 보다는 사업상의 목적을 위해 사용되고 있는 동시에, 대표적 응용 분야는 의료, 공공 보안, 운송 및 영상 디자인 분야인 것으로 조사되었다.

- DSC 판매 신장의 이유는 다음과 같다.
1. DSC 산업에 대한 참여 업체수 증대에 따른 경쟁 심화로 보다 매력적인 가격 조건의 저가형 디지털 카메라 공급 기반 확충
 2. DSC 신장을 위해 유리한 여건을 조성해 주는 (PC, 프린터 및 인터넷 등과 같은) 기타 정보 기술 제품 시장의 발전
 3. 업무 효율성 및 속도 증진을 위해 보다 향상된 디지털 기술을 채용하고 있는 SOHO(소규모 재택 자영업) 시장의 지속적 성장
 4. 다양한 시장 참가자, 특히 국제 브랜드 업체의 판촉 활동 증대에 따른 제품 인지도 향상

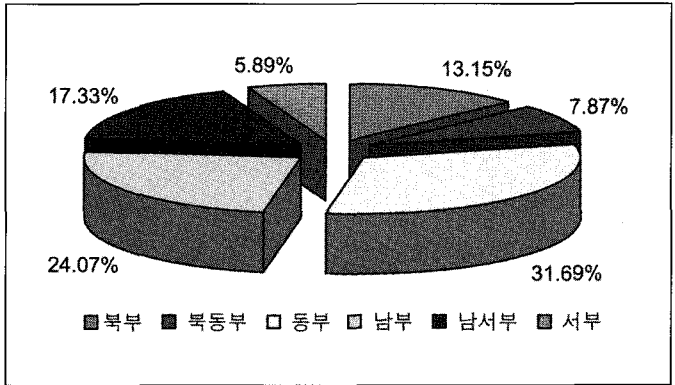


도표 11. 각 지역별 카메라 구매 현황

그러나 DSC 시장의 성장 정도는 아직 과거 산업 전문가들이 예상했던 수준보다 저조한 실정으로 고율의 관세와 현행 소득 수준에 비해 상대적으로 높은 DSC 및 컴퓨터 주변 장치의 판매 가격이 그 주된 이유인 것으로 분석된다.

2001년에는 1M dpi급 미만의 DSC 제품이 전체 시장점유율의 약 28%를 점유하는 것으로 조사되었다. 중국의 대다수 제조회사들은 아마추어 및 실무형 소비자들을 중점 대상으로 이 DSC 제품을 생산하고 있다.

그에 반해 다국적 업체들은 전반적으로 1M dpi 및 5M dpi급 사이의 해상도를 보유한 제품 부문, 그 중에서도 주력 제품 영역으로서 3M dpi급 제품을 집중 개발 공급하고 있는 추세이다.

현재 중국내 진출해 있는 주요 업체로는 코닥 및 올림푸스 2개 업체가 전체 시장의 70%를 점유하고 있으며, 중국내 3위의 경쟁업체는 후지필름이고, 그 밖의 여타 참가업체로는 소니, 캐논, 세이코, 엡손, 산요 전기, 카시오 및 아그파-게바에

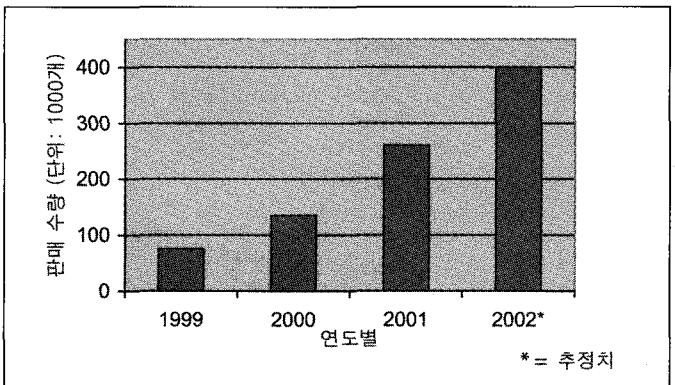


도표 12. 1999년 - 2002년 DSC 시장 판매 신장 추이

르트 그룹 등이 있다. 이들 기업은 모두 중국에 생산 시설을 개설하고 있으며, 또 하나의 대표적 일본 카메라 제조회사인 니콘은 장쑤성(강소성) 우씨(무석) 지방에 공장 설립 계획을 추진하고 있을 뿐만 아니라, 중국의 2대 카메라 제작사인 피닉스 및 시걸 또한 자국 내 시장 영향력을 증대시키고자 노력하고 있는 상황이다.

그러나 국내 시장은 아직도 여전히 외국 업체들이 지배하고 있으며, 산업 분석가들은 코닥, 올림푸스, 소니, 캐논 및 엡손을 포함한 외국계 브랜드가 중국에서 판매되는 전체 카메라의 90% 이상을 차지하고 있는 것으로 추정하고 있다.

CCD, CMOS, LCD 및 렌즈와 같은 디지털 카메라의 핵심 기술은 외국계 주요 제조회사들이, 그리고 고급형 DSC 제품의 CCD 기술은 후지필름, 소니, 산요 및 코닥 사에 의해 보유하고 있으며, 중국 공장들은 대부분 OEM 제품으로 구성되어 있는 저가 시장에만 참여할 수 있는 실정이다.

그러나 외국계 참가 업체들은 자신들이 기대하고 있는 것만큼 시장 상황이 그렇게 호락호락하게 전개되지만은 않고 있다는 사실을 직시해야 할 것이다. 시걸은 1999년 상하이(상해) 쑹장(송강) 지구에 연간 600,000대의 생산 용량을 갖춘 자체 디지털 카메라 공장을 설립했으며, 또 다른 주요 국내 카메라 제작사인 피닉스 또한 중국 동부 장시성(강서성) 난창(남창) 지방에 RMB 3천만 위안(USD 3백6십만 달러)의 생산 기지를 개설, 디지털 카메라를 제작할 계획이다.

제조회사 및 공급자의 지역분포 현황을 보면, 주요 제조회사들은 전반적으로 소비자들의 지역 편중 심화 현상으로 인해, 북서부, 남서부 및 북동부 지역 시장에 거의 아무런 투자를 하지 않고 있으며, 오직 캐논과 코닥 및 후지필름 만이 이들 지역에 투자 시설을 보유하고 있는 상황이다. 여타 시장 참가업체들은 이들 지역의 시장 개발 추이에 대해 현재 관망하는 태도를 보이고 있다.

반면, 소비자 분포 현황은 경제 발전 및 가처분 소득을 기준으로 중국의 북부, 동부 및 남부 지역이 현재 대표적 DSC 구매 지역을 형성하고 있다.

도표 13. DSC의 가격 현황

해상도 원산지	수입 제품	현지 생산 제품
3M dpi	RMB 3000-4000	RMB 2500-3000
2M dpi	RMB 2500-3000	RMB 1500-2500
1.3M dpi	RMB 1500	RMB 1000-1500
1M dpi 이하	없음	RMB 1000 미만

한편 코닥 및 캐논 사를 제외한 대다수 DSC 제조회사들은 현행 유통 채널이 시장 수요를 충족시켜 주고 있는 것으로 판단하였기 때문에, 지난 2001년 한 해 유통 채널 개발 과정에 그다지 많은 노력을 기울이지 않고 있다.

상당수 DSC 제조회사들은 중국 전역을 총괄하는 독점 대리인을 지정하는 대신, 대도시나 중도시에 직접 대리점을 개설하거나 또는 지역 담당 대리인과 계약을 체결하는 방식을 채택 운영하고 있으며, 이들 지역 담당 대리인은 제조회사들의 지원 체제 하에, 소규모 대리인과 2차 유통망을 개발 조성하고 있다.

중국의 DC 판매량은 거의 전적으로 '휴일 경기'에 의해 영향을 받고 있는데, 캐논 사에 따르면, 중국내 연간 DSC 매출액의 24%는 중국 새해, 노동절 및 국경일의 3주 기간 중에 실현된 것으로 조사되고 있다. 이 기간 중 소비자들은 자신이 선호하는 DSC 모델을 고르고 선별할 수 있는 시간을 좀 더 많이 갖게 되는 동시에, 제조 회사들은 통상적으로 자사 제품을 홍보하기 위해 엄청난 노력을 쏟아붓게 된다.

결론적으로, 향후 2년간 시장추세를 전망해 본다면, 인터넷과 PC의 개발 및 보급 속도 확산에 따라 DSC 제품 수요 또한 지속 증가하게 될 것으로 기대되고 있다. 컴퓨터 시장과 PC 주변 장치(스캐너 및 프린터)에 대한 대중적 인기도 및 성장 속도와 장래 가격 수준의 하락 추세를 감안할 때, DSC 제품은 연간 80-100% 사이에서 성장할 것으로 전망된다.

▶ 다음호에는 일반 소형카메라 및 SLR카메라, 일회용카메라, 즉석카메라 시장동향에 대해 소개합니다.