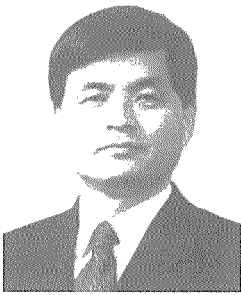


국내 복합기기시장 성장 가속화



본회 전자산업연구소 소장
경제학박사 윤 동 훈

1. 개요

국내외에서 복합 전자기기가 크게 증가하고 있다. 한 가지 기능을 가지고선 매력을 끌지 못하는 것이다. 다양한 기능을 지닌 전자제품이 시장에서 득세하는 셈이다.

스캐너, 복사기, 팩시밀리, 프린터 등의 기능을 함께 장착한 복합 프린터, DVD와 비디오(VCR)를 묶은 복합비디오, 그리고 카메라와 휴대폰의 기능을 가진 카메라폰이 시장의 선두에 나서고 있다.

또한, 캠코더와 휴대폰의 캠코더폰까지 출시되고 있다. 다양한 기술이 한가지 제품안에서 작동되고 있다.

심지어 휴대폰에 거울 기능을 삽입하여, 여성들이 상시 휴대하는 거울을 휴대폰에서 사용할 수 있게 만들었다.

그렇다고 복합기기가 새로운 시장을 확대하는 측면도 있지만, 기존의 포화상태에 빠진 단품시장을 잠식하는 측면도 강하다.

소비자들은 구형 전자기기를 교체하면서 복합 전자기기로 눈을 돌리고 있는 것이다.

[복합기기]

복합 전자기기는 아날로그 기술에다 디지털 기술이 접목되고 있어, 디지털기술의 빠른 속도와 더불어 복합 전자기기의 진화 속도도 가속되고 있다. 시장에서 히트를 치고 있는 전자기기에 새로운 기능을 첨가한 새로운 디지털방식의 복합기기가 속속 시장에 나오고 있는 것이다.

II. 국내 복합프린터시장

1. 현황

프린터(Printer)시장은 PC시장과 궤를 거의 같이 한다.

국내 프린터시장은 2001년중 220만대선에서 작년엔 200만대선으로 감소하였다.

국내 프린터시장은 1999년에 180만대에서 2000년에 250만대로 피크에 달한 바 있다.

PC시장이 국내외에서 침체되면서 프린터시장도 규모가 축소되고 있으며, 또한 전반적으로 일반 프린터시장은 성장기를 지나 성숙기로 접어든 단계라 할 수 있다.

과거와 같은 고속 성장을 지속하기는 점차 어려운 상황이 전개되고 있는 것이다. 가정용이나 기업용의 프린터시장을 차지하려는 경쟁은 더욱 치열해질 것이다.

특히, 저가의 프린터가 홈쇼핑, 인터넷쇼핑 등

온라인상을 통한 판매량이 크게 증가하고 있다.

저가 프린터는 고가 제품의 보너스나, 이벤트에서 상품, 기념품으로 증정되고 있는 양상이다.

전체 프린터시장을 세분하여 살펴보면, 국내 레이저 프린터시장은 올해 35만대로 예측된다. 이 수치는 작년과 유사한 수준이다.

이 중 칼러 레이저 프린터시장은 작년 1만대, 올해 2만대로 급속하게 성장할 것으로 보인다.

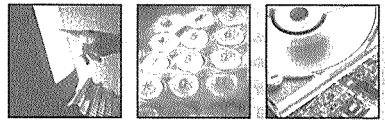
새롭게 구입하는 신규수요와 교체수요의 상당수가 칼러 레이저를 선호하고 있는 것이다.

올해 국내 잉크젯 프린터시장은 지난해보다 다소 증가한 170만대에 달할 것으로 보인다.

단순한 잉크젯 프린터는 감소할 것이지만, 프린터, 스캐너, 복사기 등 잉크젯 복합기는 50만대로 증가함으로서, 조만간 잉크젯 프린터시장의 3분의 1을 점하게 될 것이다. 지난해 잉크젯 복합기는 20만대 정도로 추정된다.

국내 프린터시장을 금액 기준으로 살펴보면, 생산은 1997년의 1,999억원에서 2001년에 8,271억원으로 무려 4배 이상 크게 증가하였고, 같은 기간중에 내수는 3,707억원에서 7,304억원으로 2배 정도 늘어났다.

수출은 1억 5천만달러에서 3억 9천만달러로, 수입은 3억 3천만달러에서 3억 1천만달러로 각각 증가하였으며, 무역수지는 마이너스 1억 7천만달러에서 7천만달러로 흑자로 전환되었다.



국내 복합기기시장 성장 가속화

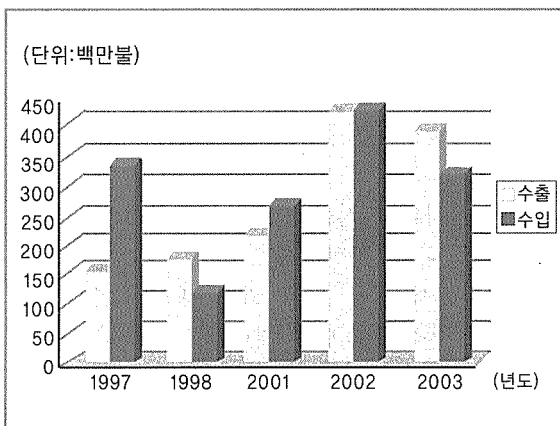
이 가운데 2001년의 경우 레이저 프린터의 생산은 5,389억달러로 전체 프린터생산의 65.1%를 점하였고, 잉크젯 프린터는 2,347억달러로 28.3%를 각각 점하였다.

임팩트 프린터는 145억달러가 생산되었다. 2002년 1월부터 9월 누계 프린터 생산은 7,165억달러인데, 복합프린터 부문은 1,548억달러로 21.6%를 차지하였다.

〈국내 프린터 시장 규모 추이〉

구 분	생산(억원)	내수(억원)	수출(백만불)	수입(백만불)
1997년	1,999	3,707	150	330
1998년	4,942	4,173	175	120
1999년	6,441	7,743	212	267
2000년	8,855	8,881	418	420
2001년	8,271	7,304	390	316

〈프린터 수출입 추이〉



2. 시장 트렌드

(1) 복합화

단일 기능을 가진 단품에서 복사기, 팩시밀리, 프린터, 스캐너 등 여러 가지 기능을 골고루 갖춘 복합제품으로 급속하게 변화하고 있다.

복합프린터의 출현은 개별 제품간의 영역을 무너뜨리고, 새로운 경쟁시장의 바람을 일으키고 있다.

지난해 메이커들의 디지털 방식의 레이저복합기 판매는 2배 이상 성장하였다. 복합기가 놀랄 정도로 빠르게 늘어나면서, 복합 프린터시장이 각광을 받게 된 것이다.

상대적으로 비싼 레이저 복합기시장 뿐만 아니라 저렴한 잉크젯 복합기시장도 함께 확대되고 있다.

메이커들은 단품의 출하는 줄이고 대신 복합프린터의 라인을 대폭 늘리고 있다.

복합기에 역량을 집중하면서 초기 시장을 선점하겠다는 전략이다.

잉크젯 복합기시장은 국내에서 2강이 주도권을 잡는 가운데 후발 업체들이 속속 가세하고 있다. 복합기시장에서 점점 경쟁이 격화되는 양상이다.

[복합기기]

(2) 출력 고속화

프린터의 출력스피드가 계속 올라가고 있다. 수요자들이 레이저 프린터의 속도에 친숙하게 되면서, 페이퍼가 느리게 나오는 프린터는 구형으로 치부하고 빠르게 나오는 프린터를 선호하자, 메이커들이 속도 경쟁에 나선 것이다.

특히, 컬러 레이저 프린터가 고가일 뿐만 아니라 1분당 4장 정도의 더딘 출력속도는 보급 확대를 지연시켰다.

그간 소비자들이 잉크젯 프린터로 컬러문서를 인쇄하는 속도에 만족하지 않았지만, 가격이 저렴하다 점에서 자위하였다.

그러나, 한 명당 한 대씩 배정되지 않고, 여러 명이 공유하여 이용해야 하는 근무환경을 가진 사무실에서는 고속출력에 대한 요청이 발생하고, 금융업계에서 강하게 표현된 것이다.

네트워크용 수요 증가에 대해 메이커들은 흑백 레이저 프린터에 버금가는 컬러 레이저 프린터를 출시하게 된 것이다. 기업고객의 니즈에 부응하기 위한 것이다.

무엇보다 컬러문서의 출력속도가 4배 정도 상승하였다. 종전의 4장에서 16장을 1분당 인쇄할 수 있다는 의미이다.

고속 출력을 가능하게 된 하나의 공정으로는

기존의 프린터가 4가지 색의 토너를 순차적으로 드럼에 전사하는 방식이었으나, 4가지 토너를 한번에 전사하는 것이다.

또 하나의 공정으로 4가지 색상마다 하나씩의 인쇄기기와 광전도 드럼을 갖춘 것이다.

1개의 인쇄기기에 의한 공정보다 4개의 인쇄기기에 의한 공정은 출력속도를 4배까지 향상시킬 수 있다는 것이다.

또한 해상도가 높아져 고품질의 인쇄물을 볼 수 있는 것이다.

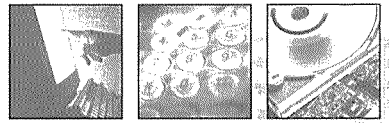
(3) 중국 이전

중국 열풍이 국내 복사기시장에도 몰아치고 있다. 주로 일본계열사들인 국내 복사기메이커들은 일본 본사의 방침에 따라 생산 비중을 줄이지 않을 수 없게 되었다.

일본 본사가 해외 수출을 위한 공급물량을 중국에서 만들겠다는 것이다.

일본 본사의 지시를 받고 있는 국내의 합작회사들은 중국이 생산기지로 전면으로 대두되면서, 수출시장에서 받을 빼게 되는 대신 내수시장의 의존도가 높아지고 있는 것이다.

합작인 한 국내회사는 작년의 경우 국내에서



국내 복합기기시장 성장 가속화

두 자리 숫자의 판매 신장을 하였음에도 불구하고, 수출이 큰 폭으로 감소하면서 전체 매출이 정체되었다.

다른 회사는 국내에서 처음 개발한 디지털복사기의 생산을 일본 본사의 중국 법인에게 넘겨 주었다.

중국에서 생산하는 것이 경쟁력이 있다는 일본 본사의 정책에 따른 것이다.

이제는 국내 합작법인들은 신기술을 개발하고 중국과의 차별화된 고부가가치의 상품을 생산하기 위해 연구 개발 투자를 대폭 증가시키지 않을 수 없게 된 것이다.

해외시장을 개척하자면 디지털 신기술과 신제품으로 승부를 걸어야 하는 것이다.

한편, 국내에서 경영권을 쥐고 있는 복사기 메이커들은 대규모 생산라인을 가동하여 수출에 주력하고 있는 양상이다. 이들 메이커들은 우수한 품질과 새로운 모델을 출시하여 해외시장에서 호평을 받고 있다.

복합기기를 생산하면서 품질이 우수한 한국 제품이 선진국에서 수요가 늘어나고 있는 것이다.

많은 수량이 주문자 상표를 부착하고 있지만, 점차 국내 자체 브랜드로 해외시장에 공략하는 추세를 보이고 있다.

III. DVD플레이어복합기

지난해 국내 DVD플레이어는 1,300만대를 생산한 것으로 추정된다.

삼성전자와 LG전자가 각각 600만대 정도를 출하하였다. 이 수치는 전세계 DVD시장의 약 3분의 1을 점한 것이다.

세계 DVD수요는 지난해 3,800만대로 추정되고 있다. 이 중 북미지역이 최대 규모인 1,700만대이고, 유럽이 810만대, 중국이 580만대, 일본이 330만대이다.

2005년의 세계 DVD수요는 6,500만대로 증가할 것으로 전망된다. 북미가 2,400만대, 유럽이 1,300만대, 중국이 1,200만대, 일본이 500만대에 달할 것이다.

한국의 생산 수준은 지난 3년간 세계 시장을 리드하는 기록을 세운 것이다.

소니 등 일본의 유명한 가전메이커들을 제치고 국내 메이커들이 세계 DVD시장을 주도한 셈이다.

삼성전자의 콤보와 LG전자의 콤비 등 DVD와 VCR를 결합한 복합제품의 출시가 소비자들의 DVD인지도를 크게 높이고 있다.

세계적으로 약 8억대가 보급된 비디오는 시장 판매량이 현저하게 줄어들고 있다.

[복합기기]

전세계 복합 DVD플레이어시장 규모는 지난해 천만대에서 올해 1,200만대로 증가할 것이고, 국내 복합DVD플레이어시장 규모는 지난해 30만대에서 40만대 이상으로 증가할 것으로 예상된다.

국내의 복합 DVD플레이어의 생산은 5백만대를 상회할 것으로 전망된다.

DVD 복합기가 갈수록 판매대수가 급신장하고 있는 것은 DVD를 재생하여 영상과 음악을 즐길 수 있고, 비디오로 녹화를 재생할 수 있기 때문이다.

세계 DVD시장 주도권 유지를 위해 각 메이커들이 DVD와 VCR 복합기시장에서 제품 차별화를 통한 경쟁력 강화에 나서고 있다.

한편에서는 중국산 단순 재생용 DVD플레이어가 저가를 무기로 세계시장을 잠식하고 있다.

DVD플레이어를 선진국일수록 내구재로 특별하게 간주하는 것이 아니라 단기간 사용하는 일반 전자기기로 여기고 있는 것이다.

이에 따라 중국산 단순 재생용 DVD플레이어가 선진국에서 빠른 속도로 시장을 확대할 수 있는 것이다.

이러한 중국의 저가 공세에 맞서기 위해 고부가 복합제품의 개발, 대규모 생산라인을 가동하기 위한 대량 수주 등 기술면과 물량면에서 동

시에 발전을 기하는 전략을 추진해야 한다.

IV. 카메라폰시장

카메라나 캠코더 기능을 탑재한 휴대폰이 시장에서 돌풍을 일으키고 있다.

지난해 카메라폰 수요는 전체 국내 휴대폰수요의 6.5%인 260만대에 달하였다.

카메라폰에 대한 폭발적인 인기를 실감하게 하는 수치라 할 수 있다.

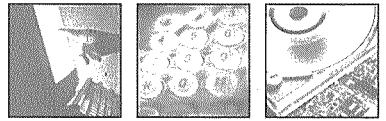
10대 후반과 20대, 30대 전후의 청소년 소비층에게 크게 어필한 것이다.

감성을 안락하게 터치하는 이미지가 간편한 이동성의 휴대폰과 결합된 새로운 제품이 새로운 시장을 만들어내고 있다.

올해 카메라폰의 국내시장 규모는 25%인 1,200만대, 내년에는 35%인 1,600만대로 계속 팽창될 것으로 보인다.

이와 함께 관련 부품업체도 호황을 만나고 있다. 최종 제품이 성공이 후방산업에 긍정적 영향을 미치고 있는 것이다.

관련 부품업체는 생산라인을 증설하는 등 양산화를 서두르고 있으며, 새로운 휴대폰에 적합



국내 복합기기시장 성장 가속화

한 신부품을 개발하고 상용화에 역량을 쏟고 있다.

국내 휴대폰시장은 보조금 금지 조치 이후 다소 정체된 분위기가 만들어졌으나, 지난해 칼러 휴대폰이 히트를 한 이후 새로운 컨셉을 가진 휴대폰이 속속 출시되고 있는 것이다.

수요자들이 여러 가지 기능이 부착되면서 신선한 디자인을 선호하고 있을 뿐만 아니라 모델의 주기도 매우 빨라지는 것을 요구하는 경향을 감안할 때, 휴대폰의 진화는 지속적으로 이루어질 것으로 보인다.

