

중국 모니터 산업동향

편 집 실

1. 생산동향

2004년 LCD모니터와 LCD-TV의 시장은 더욱 확대되는 가운데, LCD모니터의 시장점유율은 급속도로 증가될 전망이다. 2004~2005년, 15인치의 수요가 감소해 점차로 생산을 중단해감에 따라 17인치로 전환해갈 것이다.

생산동향

(천대)

생산기업명	본사 소재지	2002년		2003(추정)		2004년(예측)	
		생산대수	%	생산대수	%	생산대수	%
AOC(福建)	福建	10,620	18.8	13,130	18.8	19,000	22.1
삼성	天津	5,130	9.1	8,280	11.8	12,000	14.0
필립스	江蘇	4,680	8.3	6,350	9.1	9,000	10.5
LG	江蘇	4,030	7.1	5,890	8.4	8,000	9.3
AOC(北京)	北京	4,110	7.3	5,630	8.0	6,000	7.0
BenQ	浙江	4,230	7.5	5,500	7.9	6,500	7.6
EMC	廣東	3,150	5.6	4,500	6.4	5,500	6.4
Compaq	蘇州	2,800	5.0	3,500	5.0	4,500	5.2
현대	天津	1,500	2.7	1,800	2.6	2,000	2.3
기타		16,150	28.6	15,420	22.0	13,500	15.7
생산대수합계		56,400	100.0	16,000	100.0	86,000	100.0

자료 : 중국(信息산업부의 데이터를 기초로 中聯富士經濟諮詢有限公司 추정

주 : ① AOC(冠捷)의 총생산량은 중국 기업중 특으로 2004년도 생산량을 급증할 전망이다.

② 삼성의 蘇州모니터생산기지는 생산대수를 대폭으로 증가시킬 것으로 예측한다.

③ 필립스는 모니터를 주요 제품이므로 판매대수를 확보하기 위해 생산대수를 증가시킬 계획이다.

④ 일부 업체가 LCD기술을 장악하고 있기 때문에 향후 생산집중 추세는 점차 확실히 드러날 것이다.

2.외자기업 동향

삼성, 필립스, LG, 明基 등의 업체는 2003년 상황에서 보면 최대형 LCD모니터의 생산에 중점을 두므로 15인치 제품은 현재 시장수요에 적합하지 않다. 삼성, LG-필립스 등의 실력 있는 업체는 이미 제6세대, 제7세대 LCD생산라인을 건설하고 있다. 17인치 패널을 취하기에 적합한

제5세대 생산라인에 비해 전자는 더욱 큰 LCD패널을 취하기 위해 위해 설계되어있다. 생산측에서 소비자까지 전 LCD업계에서는 “대형모니터로 승패가 결정된다”는 이념이 성립된다. 2003년, 明基, 삼성, 필립스, LG 등의 업체가 15인치 LCD를 안정시장으로 생각하고 있다. 앞으로는 17인치 LCD제품 발전에 주력하고 19인치와 20인치 이상의 제품을 양산 개시할 것이다.

업체들은 모니터 반응속도를 빠르게 하고자 주력하고 있다. 가까운 시일 내에 12ms의 LCD모니터를 출시할 것이다. 업체는 될 수 있는 한 빠르게 반응속도 10ms이하의 모니터를 개발·생산하고자 한다.

앞으로, 모니터의 공업설계는 ID설계가 유행할 것이다. 삼성, LG, 필립스, 明基가 우세하다. 소비자는 콤팩트한 모니터를 구입할 것이다. 支株의 설계, 프레임의 설계, 버튼의 설계에서 알람의 설계에 이르기까지 업체는 앞으로 많은 개선을 필요로 한다.

AOC : 冠捷은 江浙지역에 생산기지를 건설할 계획이다. 새로운 생산기지에는 2개의 생산라인을 설치하고 모니터의 연 240만대를 생산할 것이다. 빠르면 2004년 1월 또는 2월에 운전을 개시한다. 江浙지역의 생산기지 건설후, 冠捷의 중국내의 모니터생산기지는 3개가 된다. 2004년 동사의 모니터생산량은 여전히 중국 모니터업체의 제1위를 차지함으로써 LCD모니터의 생산량은 800만대에 달하고 그 총생산량의 3분의 2를 차지할 것으로 예측하고 있다.

삼성 : 삼성은 蘇州에 TFT-LCD모듈공장을 건설하고 거기서 모니터의 생산을 준비하고있기 때문에 2004년 삼성의 모니터생산량은 1,200만대에 달할 전망이다. LCD모니터시장의 수요증가로 인해 삼성은 2004년 LCD생산량을 더욱 증가시킴으로써 그 생산량은 총생산량의 40%수준에 달할 것으로 예측한다.

필립스 : 필립스는 대형모니터의 시장수요에 맞추기 위해 17인치, 18인치를 생산할 뿐만 아니라 적극적으로 19인치도 생산해갈 것이다. 필립스의 제5세대 생산라인은

어느 크기의 패널의 절단에도 적합하지만 이들 패널의 대부분은 변화할 가능성이 많으므로 앞으로 필립스는 그 제품라인업에 대해 취사선택을 해야 한다. 따라서 필립스의 다음 중점은 디지털기술의 가정용LCD제품에 있으며 대형디스플레이, 특히 17인치와 고급 19인치모니터에도 놓여있다.

BENQ : 明基는 2004년 17인치 LCD모니터의 증가가 최고조에 달해 더욱 반응속도와 초대형LCD모니터생산에도 리드해갈 것이다.

LG : 2003년 6월의 제1기 투자 7,700만 달러의 LG, 필립스 軟禁공장의 운전후, 후기투자도 가속화할 것이다. 난징(南京)공장이 있는 南京경제개발구는 아시아 최대규모의 모니터생산기지가 될 것이다.

EMC : 唯冠그룹이 모토로라와 합작해 판매한 정보가전은 각종 고급오락미디어방식을 지원하고 또 유선 혹은 무선액세스방식을 통해 가정의 각종 전자기기와 접속해 디지털콘텐츠를 전송·표시한다. 이번 쌍방이 제출한 "정보가전"개념은 "IA"뿐 아니라 컴퓨터, 정보·통신, 소비 전자의 3대 분야가 포함되어있다. 唯冠이 모토로라와 합작해 출시한 대부분의 제품은 深圳에서 가공생산된다. 唯冠國際는 MOXELL의 자회사를 조직하고 모토로라와의 합작도 해갈 것이다. 唯冠국제가 모토로라에 OEM생산할 제품의 생산량은 최종적으로는 唯冠의 자사브랜드 제품의 생산량을 넘어서지만 거기까지는 몇 년이나 걸린다. 2004년 세계규모로 唯冠國際가 생산한 모토로라 브랜드의 TV와 모니터가 판매될 것으로 추정된다.

LITEON : 24004년, 생산량은 350~400만대가 될 전망이다.

3. 수출동향

최근 몇 년의 전자업계, 특히 모니터의 관세문제가 완성품의 수출입에 도움이 되기 때문에 업체는 모니터부품의 관세를 피하기 위해 보세의 모니터부품을 수입하여 생산하고 완성품을 홍콩에 수출하고 다시 중국시장에 수입하여 판매하는 식이므로 모니터의 수출입 수치는 중복된다. 동시에 중국은 모니터의 수요 생산기지로 2004년 모니터, 특히 LCD모니터의 수출은 대폭으로 증가할 전망이다.

수출동향 (천대)

적요\연도	2002		2003(추정)		2004년(예측)	
	대수	%	대수	%	대수	%
수출대수	42,680	77.2	56,000	80.1	70,000	81.6
중국출하대수	12,620	22.8	13,900	19.9	15,800	18.4
총출하대수	55,300	100.0	69,900	100.0	85,800	100.0

자료 : 중국중국정보산업부의 데이터를 기초로 中聯富士經濟諮詢有限公司 추정

4. 수입동향

2004년, 모니터의 수입관세는 0이고 더욱이 평면모니터 및 그 부품의 관세도 0이다. 그러나, LCD모니터는 여전히 관세가 5%이다. 따라서, 2004년, 모니터의 수입은 여전히 증가할 것으로 예측한다.

5. 해외생산동향

중국 모니터의 총생산량은 전세계의 절반을 차지하지만 주로 외자기업이 생산하고 있다. 중국업체는 기술력이 떨어지고 해외에서의 생산비용이 중국보다도 높기 때문에 단기간에 해외에 생산조건을 갖추기는 어렵다.

6. 중국시장동향

중국관점에서 보면, CRT의 가격은 LCD에 비해 상당히 싸기 때문에 적어도 1년 안에 중국시장에서 CRT가 없어지지 않을 것이다. 또, 15인치 LCD가 중국LCD시장의 주류가 될 것이다. 국제시장에서 보면 15인치는 여전히 주류이고 그 가격과 기술은 보급에 적합하다. 중국시장에서 15인치 LCD는 2004년말까지 주류제품이 되고 17인치는 2004년 세계의 LCD시장의 주류가 될 것이다. ●

시장점유율

(천대)

브랜드	2002		2003(추정)		2004년(예측)	
	중국내수요	%	중국내수요	%	중국내수요	%
중국산 브랜드	600	11.1	700	10.9	700	9.3
해외 브랜드	4,800	88.9	5,700	89.1	6,800	90.7
중국 국내수요대수 (자사브랜드)	5,400	100.0	6,400	100.0	7,500	100.0

자료 : 중국정보산업부의 데이터를 토대로 中聯富士經濟諮詢有限公司 추정

중국 내수 시장점유율

(천대)

판매기업명	2002		2003(추정)		2004년(예측)	
	수요대수	%	수요대수	%	수요대수	%
삼성	1,290	23.9	1,620	25.3	2,000	26.7
LG	900	16.7	1,130	17.7	1,400	18.7
AOC	850	15.7	1,030	16.1	1,300	17.3
필립스	700	13.0	900	14.1	1,000	13.3
BenQ	500	9.3	620	9.7	800	10.7
기타	1,160	21.5	1,100	17.2	1,000	13.3
수요대수합계	5,400	100.0	6,400	100.0	7,500	100.0

자료 : 중국정보산업부의 데이터를 기초로 中聯富士經濟諮詢有限公司 추정
주 : 중국국내시장에는 많은 브랜드제품이 유통되고 있어 일부 대형 유명업체를 제외한 중소규모업체의 시장점유율은 낮다.