

# 『디지털TV에 대한 국민 인식』 설문조사 결과

## 1. 조사 개요

### 1.1 조사배경 및 목적

- 1. 조사 배경** - 7월 8일 정부에서 고정식 디지털TV의 전송방식을 미국식으로 확정 발표함에 따라, 디지털 방송 서비스 지역이 확대되고 관련 시장의 활성화가 기대됨  
- 아테네 올림픽을 기점으로 디지털TV에 대한 국민의 이해 및 보급 확산이 예상되는 시점임.
- 2. 조사 목적** - 아테네 올림픽 개최 전, 1차적으로 디지털TV 및 디지털 방송에 대한 인지도 및 구입의향 등을 파악하여 올림픽 이후의 데이터와 비교 분석하여, 향후 디지털TV 관련 장·단기 정책 수립을 위한 기초자료로 활용하기 위함

### 1.2 조사 설계

- 1. 조사 대상** 6대 도시에 거주하는 만 20~49세의 가구주 또는 가구주의 배우자 [유효표본(N)=600]
- 2. 조사 방법** 구조화된 설문지를 이용한 전화 조사
- 3. 조사 기간** 8월 11일 ~ 8월 13일(3일간)
- 4. 표본 추출 방법** 연령, 지역에 의한 비례할당표본 추출법(통계청 2000년 인구주택총조사 보고서 기준)
- 5. 신뢰수준** 95% 신뢰수준 ±4%point
- 6. 비교** 응답자 특성별(성별, 연령별, 직업별 등) 분석결과에 대한 해석 시, 반드시 사례수(N)를 고려하여야 함
- 7. 조사 기관** 한국전자산업진흥회, (주)리서치랩 공동

### 1.3 응답자 특성

전 체		사 례 수 (600)	비 중(%) 100
성별	남성	(257)	42.8
	여성	(343)	57.2
연령	20대	(95)	15.8
	30대	(246)	41.0
	40대	(259)	43.2
거주지역	서울	(282)	47.0
	인천	(76)	12.7
	부산	(95)	15.8
	대구	(70)	11.7
	광주	(38)	6.3
	대전	(39)	6.5
월평균 가구소득	200만원 미만	(109)	19.2
	200~399만원	(344)	60.7
	400만원 이상	(114)	20.1
TV 시청 형태	공중파만 시청	(83)	13.9
	공동주택 공동망에 가입된 유선방송	(264)	44.3
	개인적으로 가입한 유선방송	(203)	34.1
	위성방송	(46)	7.7

# 이달의 초점

## 2. 디지털TV 인지도, 보유현황 및 구입의향

디지털TV 인지도/보유현황/구입의향																																					
<p><b>디지털TV 인지도 및 보유현황</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 디지털TV 인지도 - 89.7%로 매우 높은 편임.</li> <li>● 디지털TV 보급률 - 디지털TV 보유 가구는 15.4%, 비보유 가구는 84.6%로 나타남</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>전체(669)</p> <table border="1"> <tr><td>인</td><td>서울(329)</td><td>85.7</td></tr> <tr><td>지</td><td>인천(85)</td><td>89.4</td></tr> <tr><td>도</td><td>부산(103)</td><td>92.2</td></tr> <tr><td></td><td>대구(70)</td><td>100.0</td></tr> <tr><td></td><td>광주(40)</td><td>95.0</td></tr> <tr><td></td><td>대전(42)</td><td>92.9</td></tr> </table> </div> <div style="text-align: center;"> <p>전체(669)</p> <table border="1"> <tr><td>보</td><td>서울(329)</td><td>14.0</td></tr> <tr><td>급</td><td>인천(85)</td><td>14.1</td></tr> <tr><td>률</td><td>부산(103)</td><td>20.4</td></tr> <tr><td></td><td>대구(70)</td><td>22.9</td></tr> <tr><td></td><td>광주(40)</td><td>10.0</td></tr> <tr><td></td><td>대전(42)</td><td>9.5</td></tr> </table> </div> </div>	인	서울(329)	85.7	지	인천(85)	89.4	도	부산(103)	92.2		대구(70)	100.0		광주(40)	95.0		대전(42)	92.9	보	서울(329)	14.0	급	인천(85)	14.1	률	부산(103)	20.4		대구(70)	22.9		광주(40)	10.0		대전(42)	9.5
인	서울(329)	85.7																																			
지	인천(85)	89.4																																			
도	부산(103)	92.2																																			
	대구(70)	100.0																																			
	광주(40)	95.0																																			
	대전(42)	92.9																																			
보	서울(329)	14.0																																			
급	인천(85)	14.1																																			
률	부산(103)	20.4																																			
	대구(70)	22.9																																			
	광주(40)	10.0																																			
	대전(42)	9.5																																			
<p><b>향 후 디지털TV 구입 의향</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 디지털TV 구입의향                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전체의 45%가 구입의향이 있으며,</li> <li>- 디지털TV미보유 가구의 51.7%가 구입의향이 있는것으로 나타남</li> </ul> </li> </ul> <div style="text-align: center;"> <p>□ 구입의향 있음 □ 구입의 없음</p> <table border="1"> <tr> <td>전체(600)</td> <td>45.0</td> <td>55.0</td> </tr> <tr> <td>디지털TV보유(103)</td> <td>11.1</td> <td>88.9</td> </tr> <tr> <td>디지털TV미보유(497)</td> <td>51.7</td> <td>48.3</td> </tr> </table> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 구입의향이 없는 경우                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 보유 중인 아날로그TV를 교체해야 할 필요성을 발견하지 못해서(62.8%), 가격이 비싸서(17.4%)</li> <li>→ 디지털TV로 전환해야 하는 필요성에 대한 대국민 홍보 필요</li> </ul> </li> </ul>	전체(600)	45.0	55.0	디지털TV보유(103)	11.1	88.9	디지털TV미보유(497)	51.7	48.3																											
전체(600)	45.0	55.0																																			
디지털TV보유(103)	11.1	88.9																																			
디지털TV미보유(497)	51.7	48.3																																			

## 3. 향후 디지털TV 구입시기, 디스플레이 형태, 크기

향후 디지털TV 구입의향																																					
<p><b>구 입 시 기</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1년 이후 81.1%, 1년 이내 18.6%                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3개월 이내의 누적구입의향률은 매우 낮음</li> <li>- 6개월 이내(2005년 1분기) 구입의향률이 5.4%이며, 1년 이내(2005년 8월 이내) 구입의향률이 12.0%로 증가</li> <li>→ 2005년이 디지털TV 보급 확대의 중요한 시점임을 시사함</li> </ul> </li> </ul> <div style="text-align: center;"> <p>1년 이내 : 18.6%</p> <p>1개월 이내 3개월 이내 6개월 이내 1년 이내 1년 이후</p> <p>* 모름/무응답 0.3% 미제시</p> </div>																																				
<p><b>디 스플레이 형태</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● LCD, PDP 같은 벽걸이형 선호                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- LCD ≧ PDP &gt; 브라운관 &gt; 프로젝션 순</li> </ul> </li> </ul> <div style="text-align: center;"> <table border="1"> <tr> <td>□ PDP</td> <td>■ LCD</td> <td>■ 프로젝션</td> <td>■ 브라운관</td> <td>■ 잘모름</td> </tr> <tr> <td>27.8</td> <td>30.9</td> <td>6.9</td> <td>10.8</td> <td>23.6</td> </tr> </table> </div>	□ PDP	■ LCD	■ 프로젝션	■ 브라운관	■ 잘모름	27.8	30.9	6.9	10.8	23.6																										
□ PDP	■ LCD	■ 프로젝션	■ 브라운관	■ 잘모름																																	
27.8	30.9	6.9	10.8	23.6																																	
<p><b>크 기</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PDP, LCD, 프로젝션 디지털TV 구입의향자 중 절반 이상이 40인치 이상의 크기를 고려함.</li> </ul> <div style="text-align: center;"> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>■ 20-29인치</td> <td>■ 30-39인치</td> <td>■ 40-49인치</td> <td>■ 50인치</td> <td>■ 40인치 이상</td> </tr> <tr> <td>전체(257)</td> <td>7.3</td> <td>40.9</td> <td>37.8</td> <td>13.9</td> <td>51.7%</td> </tr> <tr> <td>PDP(72)</td> <td>4.2</td> <td>33.3</td> <td>47.2</td> <td>15.3</td> <td>62.5%</td> </tr> <tr> <td>LCD(79)</td> <td>3.8</td> <td>38.8</td> <td>40.0</td> <td>17.5</td> <td>57.5%</td> </tr> <tr> <td>프로젝션(18)</td> <td>16.7</td> <td>27.8</td> <td>38.9</td> <td>16.7</td> <td>55.6%</td> </tr> <tr> <td>브라운관(28)</td> <td>28.6</td> <td>50.0</td> <td>21.4</td> <td>21.4</td> <td></td> </tr> </table> </div>		■ 20-29인치	■ 30-39인치	■ 40-49인치	■ 50인치	■ 40인치 이상	전체(257)	7.3	40.9	37.8	13.9	51.7%	PDP(72)	4.2	33.3	47.2	15.3	62.5%	LCD(79)	3.8	38.8	40.0	17.5	57.5%	프로젝션(18)	16.7	27.8	38.9	16.7	55.6%	브라운관(28)	28.6	50.0	21.4	21.4	
	■ 20-29인치	■ 30-39인치	■ 40-49인치	■ 50인치	■ 40인치 이상																																
전체(257)	7.3	40.9	37.8	13.9	51.7%																																
PDP(72)	4.2	33.3	47.2	15.3	62.5%																																
LCD(79)	3.8	38.8	40.0	17.5	57.5%																																
프로젝션(18)	16.7	27.8	38.9	16.7	55.6%																																
브라운관(28)	28.6	50.0	21.4	21.4																																	

# 이달의 초점

## 4. 디지털TV 구입희망 가격대, 셋톱박스 형태

### 향후 디지털TV 구입의향

● 평균 구입 의향 가격은 220만원

- 구입 의향 가격이 220만원 이상인 경우는 약 41%임
- 벽걸이형 디지털TV 구입의향 가격은 약 260~280만원(PDP 276만원, LCD 263만원)
- 일반형 디지털TV 구입의향 가격은 프로젝션은 160만원, 브라운관은 92만원임

구입  
희망  
가격대

구분	사례수	100만원미만	100만원대	200만원대	300만원대	400만원이상	평균:만원
전체	(257)	10.4	36.7	17.4	10.4	13.1	220
디스플레이							
PDP	(72)	1.4	38.9	15.3	15.3	20.8	276
LCD	(79)	7.5	28.8	21.3	12.5	21.3	263
프로젝션	(18)	11.1	44.4	33.3	5.6	-	160
브라운관	(28)	42.9	39.3	3.6	-	-	92
크기							
20~29인치	(19)	36.8	21.1	10.5	-	-	93
30~39인치	(105)	16.0	42.5	12.3	7.5	6.6	169
40~49인치	(97)	2.0	38.8	18.4	16.3	16.3	256
50인치 이상	(36)	2.8	22.2	33.3	8.3	30.6	307

● 일체형(74%) 선호

74.5

셋  
톱  
박스  
형태

일체형	분리형	잘모름/무응답
74.5	18.1	7.3

## 5. 디지털TV 방송 인지도, 라이프스타일 변화, 디지털TV 이해도

### 디지털 방송 및 TV에 대한 인식

디지털 방송 송신 인지도	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 디지털 방송 송신 77.7%</li> <li>아테네 올림픽 일부 디지털 방송 송신 59.5% 인지</li> </ul>	77.7	59.5				
				디지털 방송 송신	아테네 올림픽 경기 일부 디지털 방송 송신		
라이프스타일 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 34.7%가 디지털TV의 보편화로 삶의 질이 향상될 것으로 예상</li> <li>- 현재와 비슷할 것이다(64.0%)&gt;현재보다 더 윤택해질 것이다(34.7%)</li> <li>● TV 시청시간은 현재와 비슷할 것으로 예상</li> <li>- 현재와 비슷할 것이다(80.0%)&gt;현재보다 더 늘어날 것이다(18.2%)</li> </ul>	64.0	34.7	80.0	18.2		
	삶의 질			TV 시청시간			
		1.3		1.8			
		더 못할것 이다	비슷할 것이다	더윤택해질 것이다	줄어들 것이다	비슷할 것이다	늘어날 것이다
디지털 TV 이해도	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 기능이해도 - 기본적인 디지털TV에 대한 이해도는 높으나 디지털TV를 통한 다양한 부가 서비스가 가져오는 삶의 편리와 윤택화 등에 관한 이해도는 상대적으로 낮은 편</li> <li>→ 아날로그 TV와의 고화질, 고음질 차이 이상의 디지털TV의 편익소구 필요</li> </ul>	95.2	87.7	59.7	47.3	49.5	77.5
		고화질	고음질	정보검색	금융거래	전자민원 서비스	입체실감 3D 화질

# EU의 LCD 모니터 관세부과 현황 및 대응

유럽연합(EU)은 TV시청용 Port가 부착된 LCD모니터를 컴퓨터용이 아닌 가전제품용으로 간주하여 디지털 비디오 인터페이스(DVI<sup>1)</sup>) 단자가 장착된 모니터에 대해 2004년 8월 13일부터 TV 관세(14%)를 부과하기로 결정<sup>2)</sup>하였다.

〈EU의 LCD 모니터 세번 및 세율 변경내용〉

변경 전		변경 후	
HS code	세율(%)	HS code	세율(%)
8471.60	0	8471.60(TV커넥터 미장착)	0
		8528.21(TV커넥터 장착)	14

이에 따라 국내기업들의 유럽 모니터 시장 확대가 가능할 것으로 전망된다. 이는 유럽 역내에 공장을 운영중인 삼성전자와 LG전자, 이미지퀘스트 등 국내 업체들이 현지 생산을 확대할 경우 상대적으로 경쟁력이 높아질 것으로 기대되기 때문이다.

즉, 현지 생산체제를 갖춘 국내기업들이 대만 등으로부터 주문자상표부착(OEM) 생산방식으로 공급받는 HP, IBM, 델 등 기존의 시장을 지배하고 있던 사업자들에 비해 가격 경쟁력에서 앞설 것으로 전망되기 때문이다.

현재 유럽 모니터 시장은 델이나 HP, IBM 등 미국 IT 업체들이 주도하고 있으며 삼성전자와 LG전자 등 국내 업체들은 20%대의 점유율로 2위 그룹을 형성하고 있는 것으로 파악되고 있다.

〈국내의 주요 업체들의 EU시장 진출 현황〉

업 체	현 황
삼성전자	- 슬로바키아
LG전자	- 웨일스
이미지퀘스트	- 스페인
델, HP, IBM	- 유럽내 공장이 없으며, 대만 업체들로부터 OEM으로 모니터를 조달 중 - 유럽지역에 공장을 신설하더라도 최소 6개월에서 1년가량의 시간 소요 전망

하지만, EU로 수출되는 대부분의 LCD 모니터가 디지털시그널 수신 기능이 부착된 점을 감안하면 수출에 미치는 영향이 어느 정도 있을 것으로 전망된다.

DVI 포트가 없는 제품의 경우 관세부과 대상이 아니므로 영향이 없을 것이나, DVI 포트가 있는 제품의 경우 현지 바이어들에게 관세를 포함한 가격으로 판매가 이루어져 수출업체에 직접적인 영향 보다는 판매가격 상승에 따른 현지시장에서의 가격경쟁력 하락이 우려된다.

〈對EU LCD 모니터 수출현황〉

(단위 : 천불, %)

년 도	금 액	증가율
2004. 7월	778,957	48.5
2003	985,226	15.6
2002	852,240	44.7
2001	589,030	36.0
2000	433,180	46.0

자료 : KOTIS

한편, 우리업체는 EU의 이번 품목분류 조치에 대해 신중한 대응이 요구 된다.

델이나 HP, IBM 등 일부 기업이 요청하고 있는 EU 세관에 대한 세면제심 요청 등의 공식적인 대응은 바람직하지 않은 것으로 보이며 우리 업체들의 세번 분류시 세심한 주의환기가 요청된다.

유럽회원국들은 우리나라 관세청의 사전회시제도<sup>3)</sup>와 유사한 제도로써 BTI(Binding Tariff Information)을 운영하고 있으며 이를 이용할 경우 추정금 부담을 피할 수 있다.

EU는 한국기업이 TV튜너로 쓸 수 있는 모니터를 컴퓨터 모니터로 분류한 것이 사후적으로 드러날 경우 추정금(최고 세액의 2배를 5년까지 추정)을 부과할 수 있다.

1) DVI(Digital Video Interface)란 PC나 디지털 셋톱박스, DVD플레이어 등에서 출력되는 디지털영상신호를 받아들이는 단자로 현재 시판되고 있는 대부분 LCD 및 PDP 모니터에 장착돼 있다.  
2) COMMISSION REGULATION(EC) No 754/2004 of 21 April 2004, Concerning the classification of certain goods in the Combined Nomenclature  
3) 수입할 물품의 세번 및 관련 법규를 사전에 관세청에 질의하여 회신을 받을 수 있는 제도로 수입 전에 행정기관의 확인을 받아둬으로써 수입후의 문제발생으로 인한 시간적, 경제적 피해를 예방할 수 있다.