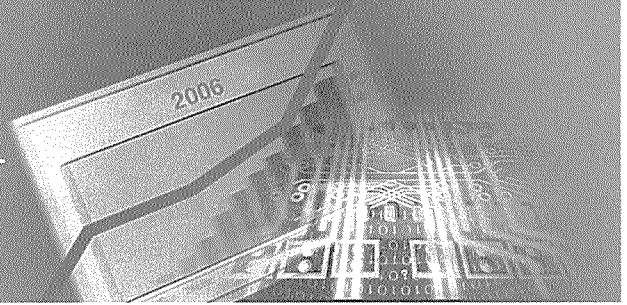


디지털전자산업 경기전망



11월 29일 무역회관 대회의실에서 '2006년도 디지털전자산업 경기전망 세미나'가 개최되었다. 전자업계의 경영계획 수립과 정부의 전자산업 지원정책 수립 및 결정을 위한 기초자료 제공을 위해 한국전자산업진흥회가 주관해 매년 개최되고 있는 국내 유일의 디지털전자산업분야 경기전망 세미나에서의 주요 발표 내용은 아래와 같다.



윤동훈 본부장
한국전자산업진흥회

2005년 디지털전자산업은 디지털 TV, 반도체, 평판디스플레이 등 고부가가치 제품 위주로 수출이 호조를 보인 반면 환차손 등으로 휴대용 전화기, 컴퓨터 등 정보통신기기와

에어컨, 세탁기 등 생활가전제품의 수출은 부진했으나, 반면에 부품소재 부문은 견조한 성장을 시현함에 따라 전년대비 6.5% 증가한 1,029억불로 추정된다.

내수는 소비심리 회복이 지연되면서 프리미엄급 제품의 보급확대에도 불구하고 완제품 및 부품이 전반적인 가격인하가 진행됨에 따라 전년대비 7.0% 증가한 168조 원으로 추정되고, 생산은 국내는 고부가가치 첨단제품 중심, 해외는 중저가 성숙제품 중심으로 산업구조가 조정되면서 전년대비 6.3% 증가한 225조원으로 추정된다.

수입은 원화강세에다 국내 기업들의 해외 현지 공장 생산이 늘어나면서 국내로 역수입되는 물량이 늘어나고 있고 품목별로는 중국산 중저가 노트북, 반도체 제조를 위한 실리콘웨이퍼, 자동차용 센서 부품이 확대되었으나, 반면에 수입단가는 하락하고 있어 전년대비 8.2% 증가한 562억불로 추정된다.

2005년 디지털전자전자산업 시장동향

수출(백만불)	96,651	29.5	84,181	5.1	102,924	6.5
내수(십억원)	156,736	14.6	139,957	2.3	167,701	7.0
생산(십억원)	211,866	20.0	192,252	6.5	225,140	6.3
수입(백만불)	51,920	16.8	46,410	7.6	56,195	8.2

자료 : KEA(생산, 내수), 관세청(수출, 수입)

2006년의 호조요인으로는 중국기업의 완제품 대량생산에 따른 국산 부품소재 수요확대, EU지역에서의 디지털방송 및 3G 이동통신서비스 확산, 한류확산에 따른 국가이미지 상승 및 브랜드마케팅 성공, 민간소비 회복 및 프리미엄 국산제품 출시확대를 들 수 있다. 부진요인으로는 중국산 저가제품의 세계시장 출하확대 및 가격경쟁 심화, 미국 및 일본 등 주요국의 경제성장 둔화, 고유가 지속 및 환율하락에 따른 채산성 악화, 청년실업 문제 및 고용불안에 따른 내수회복 지연을 들 수 있다.

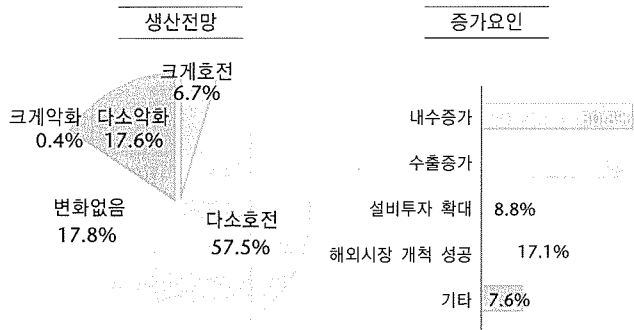
EU 및 Emerging Market이 우리나라 디지털전자산업의 성장동력이 될 것으로 전망되는데, 특히 EU 지역의 디지털방송서비스 및 3G 이동통신서비스 확산에 따른 DTV, 휴대폰 수요 확대, 중국기업의 완제품 대량생산에 따른 국산 PDP, LCD, 2차전지 등 부품소재 수요증가, 한류확산에 따른 'Made in Korea' 선호도 상승, 우리기업의 브랜드마케팅 성공 등으로 인한 프리미엄제품 수출

증가, 국내 부품소재의 산업경쟁력 향상, 우리기업 해외 공장에서의 완제품생산 확대로 우리나라는 디지털전자 부품소재 공급기지로서의 역할이 대폭 증대될 것으로 예상된다.

2006년 디지털전자산업의 수출은 디지털방송 서비스 확산에 따른 평판패널 수요 증가, LCD모니터 대체수요 및 신규수요 확대 등으로 전년대비 11.4% 증가한 1,147억불이 전망되고 있으며, 내수는 상대적으로 고가인 프

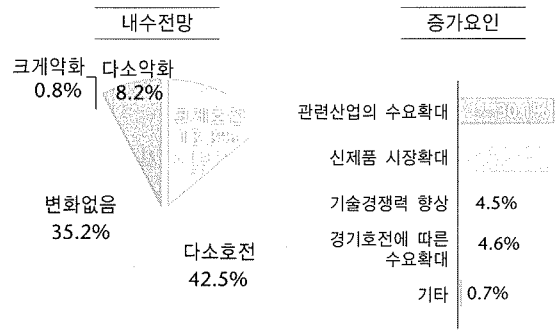
리미엄급 제품의 출시확대 및 지속적인 수요가 진행되면서 내수시장 회복지연에도 불구하고 전년대비 7.1% 증가한 180조원으로 예상되며, 생산은 해외수요는 호조를 보이고 있으나, 내수수요는 상대적으로 낮은 성장률을 보이면서 전년대비 7.5% 증가한 242조원이 전망되고 있다. 수입은 가격경쟁력을 앞세운 중국기업의 내수시장 공략 강화, 우리기업 해외공장 생산제품의 역수입 확대로 전년대비 9.2% 증가한 613억불로 전망된다.

생산 전망



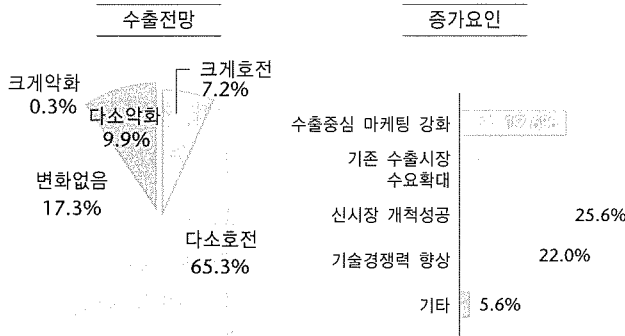
*자료: KEA, 설문조사 자료 종합정리

내수 전망



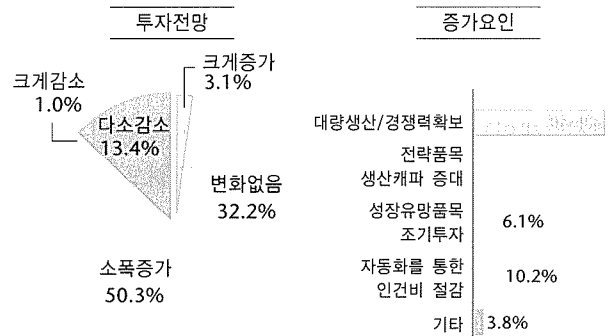
*자료: KEA, 설문조사 자료 종합정리

수출 전망



*자료: KEA, 설문조사 자료 종합정리

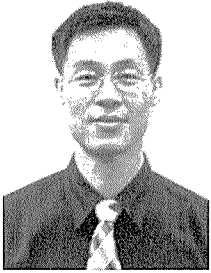
설비투자 전망



*자료: KEA, 설문조사 자료 종합정리



세계전자시장의 미래 전망



김창수 이사
가트너코리아

올해 세계전자시장은 작년에 비해 8.2% 성장한 1조 2,490억불 규모에 이를 것으로 전망된다. 내년에는 5% 내외로 성장세에 있어서는 다소 주춤해질 것으로 보이는데, 이는 2005년

에 14.1%의 높은 성장이 예상되는 통신시장이 2006년에는 완만한 증가세를 보일것으로 전망되는데 기인하는 것이다. 가전시장은 TV의 디지털 시대를 맞이하여 평판 디스플레이 시장의 급성장과 MP3 플레이어의 성장을 발판으로 2005년에 10.7% 성장에 이어 2006년에도 그 비슷한 성장세를 유지할 것으로 전망된다.

세계전자산업은 컨버전스, 디지털, 모바일, 무선 및 평판 디스플레이(대형화)라는 큰 흐름속에서 진행되어 가고 있는 중이다. 이러한 전자산업의 조류는 PC시장에서의 notebook, 통신시장에서의 휴대폰, 디지털 가전시장에서의 LCD TV와 PDP TV 그리고 디지털 오디오 플레이어와 PMP 제품들이 전자시장에서 차지하는 비중의 확대를 가져오고 있으며, 전망기간동안 이들 분야가 세계전자시장의 성장세를 주도할 것으로 예측된다.

전자시장의 성장을 주도하고 있는 분야의 전망을 살펴보면 2005년 전세계 휴대폰 시장은 또 다시 예상을 초과하여 약 8억대의 시장을 형성할 것으로 예상되며 이는 전년 비 19.5% 성장한 수치이다. 향후 휴대폰 시장은 올해와 같은 높은 성장세에는 미치지 못하지만 지속적인 성장을 하여 2008년 휴대폰 시장은 10억대를 초과 할 것으로 전망된다.

휴대폰 시장은 서유럽과 북미 지역에서의 수요가 호조를 이루고 있으며, 아태지역, 남미 지역에서는 신흥 시장이 지속적으로 성장하고 있다. 아태 지역의 성장은 계속 이어져 2009년 전체 3분의 1 이상을 차지할 것으로 보인다.

휴대폰 시장은 빠르게 성장하고 있지만 앞으로 여러 과

제를 해결해야 한다. 휴대폰의 평균 단가가 지속적으로 하락할 것으로 예상됨에 따라 업체들이 어려움을 겪을 것으로 예상된다. 또한 소비자가 휴대폰에서 다양한 기능을 사용할 수 있기를 원하고 당연히 추가 기능도 더욱 늘어날 것으로 기대하기 때문에 업체들의 이익률에 압박이 올 것으로 예상된다. 아날로그 TV시대에는 CRT TV가 주류를 이루었으나 오늘날 디지털 TV시대에는 CRT에서 LCD, PDP 그리고 마이크로 디스플레이등으로 다양화 되고 있다.

최근의 TV시장의 추세를 살펴보면 전체 TV 시장은 수량기준으로 매년 약 1천만대씩 증가하고 있으나 CRT TV는 감소 추세에 있다. 이는 TV시장의 성장이 평판 디스플레이제품에 의해 견인되고 있는 것을 시사하는 것이다. 평판 디스플레이 분야의 대표적인 기술인 LCD와 PDP의 성장 추세는 가히 폭발적이라고 할 수 있다.

2005년 전세계 LCD TV는 2천 3백만대의 시장을 형성할 것으로 예상되며 이는 전년비 145%라는 폭발적 성장 수치이다. 이러한 고성장은 2006년에도 지속되어 LCD TV시장은 전년비 55% 증가된 3천 5백만대에 이를 것으로 예상된다. PDP 시장의 경우 2005년 4백2십만대, 2006년 7백 8십만대를 기록할 것으로 예상되며 이는 전년비 50%와 84% 성장 추세이다.

이와 같은 고성장은 평판 디스플레이간 경쟁이 기술발전의 촉진을 가속화 시키고 이러한 기술발전이 원가절감에 큰 기여를 하는데 기인한다. 평판 디스플레이 분야에서의 경쟁은 시장의 파이를 키우는 작용을 하고 있어 최근의 높은 성장세를 당분간 이어 갈것으로 예측된다.

그러나 조금씩 성장해 오던 MP3 시장은 2003년과 2004년부터 급속도로 성장하기 시작하였다. 애플 iPod의 높은 판매 실적, 애플과 iTunes의 성공적인 조화가 시장을 끌어올리는 견인차 역할을 하였다.

2001년부터 1,500만대 누적 판매 실적을 넘는 iPod의 성공과 온라인 음악 서비스의 발전 등으로 2004년 MP3 시장은 4천만대에서 2005년 1억대 돌파와 2006년에는 1

억4천만대로 성장할 것으로 전망되며 향후 5년간 MP3 시장은 급격히 성장할 것으로 예상된다.

HDD 메모리를 사용한 MP3 플레이어와 낸드 플래시 메모리를 사용한 MP3 플레이어 모두 성장할 것으로 예상된다. 2006년까지는 대용량의 장점을 지닌 HDD 메모리 MP3가 시장 점유율을 늘릴 것으로 보이지만 낸드 플래시 메모리의 가격이 하락하며 1인치 하드 드라이브 플레이어와의 경쟁력이 생기며 다시 낸드 플래시 메모리가 탑재된 MP3 플레이어의 성장이 기대 된다. 가장 성장이 빠를 것으로 예상되는 부분은 1인치 하드 드라이브 플레이어와 USB 플래시 드라이브 플레이어이다.



문흥일 제품기획팀장
삼보컴퓨터

'05년 신유통 채널의 급부상 및 노트북 시장의 성장세 지속...

2005년 PC 시장을 돌이켜보면 경기침체와 전반적인 데스크톱 수요 감소에도 불구하고 노트북의 급성장에 힘입어 8% 정도의 성장세를 이룰 것으로 예상된다.

이 중 데스크탑 PC는 기업용 PC가 주축한 데 비해 가정용 및 공공용 PC의 수요가 약간 상승하여 전체적으로 작년의 약 212만 8천대 정도의 수량 대비 4.8% 상승한 223만대 정도를 기록할 것으로 예상된다.

한편 노트북은 작년의 61만 4천대 대비 74만대 정도의 수량을 보이며 20.5%의 높은 성장률을 이어갈 것으로 보인다.

올해 PC 시장은 신유통 채널(TV 홈쇼핑, 할인점, 인터넷 쇼핑 등)의 확대로 판매 채널의 중심이 이동하는 것을 재확인 시켜 주었으며 노트북의 무한한 잠재력을 보여주고 있다.

2005년 전세계 PC 시장시장은 2억 6백만대로 전년비 12.6% 성장을 기대한다. 그러나 2006년도에는 8.9%의 다소 완화된 성장으로 2억 2천 백만대에 이를 것으로 예상된다. 하지만 데스크탑과 노트북의 가격 경쟁이 더욱 치열해져 시장의 매출액 증가는 거의 없을 것으로 전망된다. 전세계 PC 시장 성장 원동력은 노트북 PC 수요 증가에 기인하는 것으로 2005년 노트북 시장은 전년비 28.9% 증가한 6천 백만대 규모에 달할 것으로 전망된다. 이러한 높은 성장세는 2006년에도 지속되어 시장규모가 7천 4백만대로 전년비 20.9% 성장할 것으로 전망된다.

특히 노트북 시장은 저가형 노트북이 대세로 자리 잡고 있지만 작년 전체의 10% 정도를 차지하였던 13.3" 이하의 Thin & Light 제품군이 올해 20% 이상을 차지할 것으로 예상되면서 이동성과 성능을 동시에 추구하는 노트북 사용자들의 욕구를 여실히 보여주며 견조한 성장세를 나타냈다.

노트북 시장에서는 올해 초만 해도 인텔 최신 플랫폼을 탑재한 제품이 대세였지만 현재는 저가형 제품을 중심으로 AMD의 노트북용 CPU가 빠르게 확산되고 있는 것도 주목할 만하다.

2006년은 제품라인업의 측면에서 시장에 많은 가능성을 시사한다.

우선 인텔 주도의 ViiV Program은 속도 경쟁으로만 치달던 CPU 시장을 성능과 편의성 위주의 제품으로 새롭게 재편함으로써 Q1부터 가정용 시장의 신규 수요 창출에 많은 기여를 할 것으로 기대된다.

또한 64Bit CPU로의 본격적인 이동, 65나노 공정의 새로운 CPU 등장, 945G 이후의 새로운 Chipset 등의 출시 또한 시장 확대에 기여할 수 있는 기술들이다.

가정용 PC는 지속적으로 새로운 컨셉과 성능으로 무장한 제품들의 경연장이 될 것으로 예측된다. 특히 All-in-



One Style 제품의 저변 확대와 공간 절약 및 성능을 동시에 추구하는 Ultra-Slim Style PC 출시 등은 소비자들의 Needs에 충분히 부합될 새로운 컨셉을 창출할 것이다.

노트북 부문에서는 꾸준한 가격 인하가 지속될 것으로 예상되는 가운데 인텔의 새로운 Napa Platform은 노트북 성능을 한 단계 업그레이드 시켜 줄 것이며 AMD 또한 Dual Core Turion의 출시로 고급형 시장에서 선전할 것으로 예상된다. 또한 13.3" 이하의 Thin & Light 시장의 움직임이 매우 활발해지는 동시에 데스크탑을 대체할 수 있는 17" Wide 제품 등도 출시되어 다양한 소비자의 요구를 충족시킬 것이다.

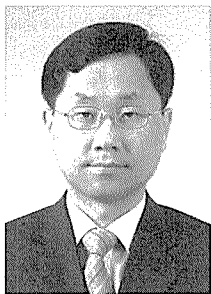
전체적으로 2006년 PC시장은 노트북 시장의 지속적인 성장세와 가정용, 공공용 시장의 꾸준한 판매로 2005년 대비 6.4%의 성장률을 기록하며 316만대 정도의 시장을 이룰 것으로 예상된다.

특히 노트북 PC는 83만대 규모로 2년 연속 두 자리수 성장률을 기록할 수 있을 것으로 기대되며 전체 PC 시장의 30%에 가까운 비중을 노트북이 차지할 것이다.

정부의 경제 활성화 의지와 IT 뉴딜정책의 꾸준한 시행으로 공공용 PC의 꾸준한 성장도 예견되며, 기업용 PC의 교체시기가 맞물림에 따라 기업 부분에서도 약간의 성장세를 기록할 것으로 예상된다.

2006년 PC 시장은 전반적으로 소비자에게 새로운 구매 욕구를 자극할 수 있는 다양한 신기술의 등장, 전반적인 경기 활성화에 대한 기대 등으로 무난한 상승세를 이어갈 것이며 Digital Convergence가 본격화 됨에 따라 주요 PC업체들도 소비자의 욕구를 충족시킬만한 다양한 신제품을 경쟁적으로 출시할 예정이어서 여러 가지로 기대되는 시장이다.

반도체 시장 전망



이환인 그룹장
삼성전자

2006년(丙戌)에 狩犬처럼 도약하는 NAND, 牛歩처럼 굼뎠 반도체

세계 반도체 통계 기구(WSTS)에서 발표한 전세계 반도체시장 성장률은 2005년 6월 -2%를 최저점으로 9월 8% 까지 꾸준히 상승하는 추세를 보이고 있다. 특히, 9월 실적은 232억불로 월기준 역대 최고 기록을 달성하였다. 이러한 월별 추세에 따라 반도체 시장의 현재 흐름과 향후 전망을 파악하는데 유용한 단기 이동 평균선도 3/4분기에 상향 반전되어, 4분기 동안 지속된 하락의 중지부를 찍었다. 과거 반도체 성장률과 동행하는 추세를 보였던 미국 공급 관리자 협회(ISM)의 제조업 지수가 수 개월간 50 이상을 보이고 있고, 반도체 수탁 생산업체(Foundry)의 가동율도 지난 1/4분기를 저점으로 꾸준히 상승하고 있어 단기 전망을 밝게 해 주고 있다. 그러나

반도체 업체들의 투자가 2004년에 62%로 높게 증가한 다음 과거와 달리 2005년에 -7% 밖에 축소되지 않은 457억불에 이를 것으로 예상되어, 과잉 시설에 따른 과잉 생산의 위험이 우려된다. 또한, 과거에 금리 인상이 있고 1~2년 후에는 큰 폭의 반도체 성장률 둔화가 있었다. 최근 미국을 필두로 선진 각국이 금리 인상을 실시 할 가능성이 높아짐에 따라, 2006년 반도체의 하늘에는 뇌우(雷雨)는 아닐지라도 어두운 먹구름(暗雲)이 짙어만 가고 있다. 반도체를 사용한 응용기기의 주요 소비 지역이 미국을 비롯한 선진국이었던 20세기 말까지는, 반도체 시장의 흐름은 선진국의 경기 동향에 좌우되는 추세를 보일 수 밖에 없었다. 그러나 앞으로는 중국, 러시아, 인도 등의 신흥 국가의 수요가 늘면서, 경기 흐름에 있어 일정 부분 완충 역할을 담당 할 것으로 예상된다. 전체적으로 보아 긍정적 요인들보다 부정적 요인들이 우세할 가능성이 높아 보이기 때문에 2006년 세계 반도체 시장은 금년 대비 8% 성장한 2,450억불 규모의 시장이 예상된다. 제품 군별로는 로직(Logic)과 마이크로(Micro)가 전체의 절반을 차지하고, 우리나라 업체들이 주도하고 있는 메모리는 세번째로 21%

의 비중을 차지 할 전망이다.

메모리 시장의 가장 큰 응용처인 개인용 컴퓨터(PC)와 휴대폰(HHP) 시장은 2005년 연초의 예상과는 달리, 신흥 시장에서 저가 제품 중심으로 수요가 늘면서 조사 기관들이 연간 성장률 전망치를 계속 높이고 있다. 2006년은 일단 보유율 증가로 PC와 휴대폰이 큰 폭으로 두 자리 수 성장을 지속하기는 어렵겠지만, 꾸준한 교체 수요와 저가 신규 수요로 한 자리 숫자의 플러스 성장세는 이어 갈 전망이다. 2006년에도 MP3나 휴대폰 등 "Digital Anything"의 데이터 저장장치 수요가 폭발적으로 증가하면서 메모리의 수요를 늘려 갈 것으로 예상된다. D램 시장의 역성장에도 불구하고 낸드 플래시(NAND Flash)의 높은 성장세 지속으로 전체 메모리시장은 2006년에 6% 증가한 513억 불로 시장 규모를 확대 할 전망이다.

D램 시장은 새로운 대형 신규 업체 진입이 없는 가운데 일부 D램 생산업체의 낸드 플래시로의 생산시설 전환, 모바일(Mobile) 및 게임기향 수요 증가, 2006년 말로 예상되는 윈도우 비스타(Windows Vista) 출시 등이 시장에 긍정적인 영향을 미칠 전망이다. 그러나, PC 업체의 PC

가격 하락에 따른 D램 가격 인하 압력 증가와 완공되었거나 신설되는 12인치 생산시설(Fab)의 빠른 양산에 따른 공급량 증가는 시장에 부정적인 영향을 미칠 전망이다. 특히, D램이 생산 품목의 절대 다수를 차지하는 "D램 Only" 업체들의 생산량 증가는 2006년 내내 D램 시장의 아킬레스 건으로 작용 할 전망이다.

낸드 플래시 시장은 신규 진입 업체의 공격적 마케팅, 노어 플래시 (NOR Flash) 업체의 고용량 출시, 수탁 생산 업체의 증산 등이 부정적 요인으로 작용 할 전망이다. 그러나 MP3 및 휴대폰의 탑재량 증가, 고용량 제품의 신시장 창출, 하드 디스크(HDD)시장 교체 등 긍정적 요인들의 영향이 더 커서 2006년에 금년 대비 28% 성장한 128억불의 시장이 예상된다.

국내 반도체 수출은 2002년 이후 전체 수출의 10% 수준을 유지하고 있다. 특히, 금년 3/4분기에는 78억불을 달성하면서 분기 최고 실적을 달성했다. 2006년 국내 반도체 수출은 세계 반도체 시장 성장을 보다 2% 높은 10%로 340억불 수준이 예상된다.

휴대폰 산업 시장 동향 및 전망



정재훈 상무이사
팬택엔규리텔

'06년에는 기변을 통한 대체수요에 따른 새로운 Value 제품 및 신규시장의 수요에 따른 저가제품으로 수요의 양극화가 가속될 전망이다.

따라서 '06년 신규 또는 대체수요의 동인이 될 Theme은 ① Slim, ② Ultra Low Cost, ③ New Form Factor (Slider 등), ④ New Technology (EV-DO, UMTS, WLAN, DMB 등) 으로 예측된다.

주요 시장별 전망을 살펴보면, 한국의 경우 DMB 및 Slim 등의 수요발생 여부가 '06년의 긍정적 요인이 될 것이며, 정부의 보조금 정책 변수 등이 부정적 요소로 예측

되어진다. 미국의 경우 사업자의 EV-DO 확대를 위한 정책변수가 긍정적 또는 부정적 요인으로 고려되고 있으며, 현재 사업자의 유통채고에 대한 부담을 얼마나 해소하느냐가 '06년의 주요 변수로 예상된다. 중국의 경우 China Unicom의 보조금 및 유통정책, 유통채고의 변수 및 Local 업체들의 2차 구조조정 등의 변수가 상황에 따른 부정적/긍정적 요인으로 예측된다. 그리고 기타지역의 경우, 유럽 사업자의 UMTS 확대를 위한 정책에 따른 변수가 예측되며, BRICS 지역의 경우 초저가의 확대 여부가 주요한 변화요인이 될 것으로 예측된다.

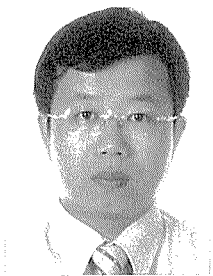
단말기 제조사 입장에서의 '06년의 주요 동향을 살펴보면, EV-DO/UMTS/ WLAN 등 고부가 기능폰의 수요가 빠르게 증가할 가능성이 있으며, 이에 따른 업체별 ASP가 일정수준 높아질 가능성이 있다.



또한 HSDPA/WLAN/WiBro 등 다양한 신기술/기능의 제품 출시가 경쟁적으로 이루어 질 것으로 보여 제조사의 연구개발 투자 비용의 증가 대비 적정 실수요 확보의 Issue가 있을 것으로 보인다. 하지만, 전체수요의 일정수준 증가 대비 국내업체들의 M/S 확대 가능성은 '05년 대비 높을 것으로 전망 할 수 있다.

'06년의 주요 Risk로는 중국업체들의 적극적 해외시장 공략이 예측되며, 초저가 폰 출시에 따른 가격하락이 심화되어 Volume없이 경쟁하는 것은 어려울 것으로 전망된다. 그리고 해외생산지 생산량 증가의 가능성이 있으며, 고비용/투자 신기술/기능제품 대비 Volume 확보의 Issue가 있을 것으로 예측 된다.

전자부품 시장 동향 및 전망



박종흠 그룹장
삼성전기

2006년은 반도체의 본격적인 회복세와 독일 월드컵이 맞물려 IT 및 Display관련 산업의 성장이 지속될 것이며 이러한 성장은 세계 전자부품 시장에도 긍정적인 영향을 주어

PCB, 카메라모듈, LCD 모듈, N/W모듈 등 IT 및 Display 관련 부품의 고른 성장이 예상된다.

휴대폰 업계의 Issue는 양극화(WCDMA, 초저가 폰)와 다양한 Form Factor 특히 슬림화가 될 것이다.

SET 업체의 초저가폰 출시는 부품업계에 더욱 큰 가격인하 압박으로 작용하게 될 것이며, Slim화에 따른 채용부품의 Down Sizing과 함께 Low Profile의 요구가 더욱 강해질 전망이다.

초기에는 휴대폰 두께를 크게 줄일 수 있는 Battery와 LCD Module에 두께를 줄이는 노력을 집중하였으나 Slim화가 가속화 되면서 최근에는 진동Motor, Speaker, 기관 등에도 Low Profile의 요구가 증가하고 있다.

또한 Slim화에 따라 PCB실장 면적감소로 채용부품의 Down Sizing이 급격하게 진행되고 있으며 특히, 칩 부품(MLCC, C/R, C/I 등)의 경우 현재의 1005 Size 에서 0603 Size로의 채용을 늘리면서 0603 Size의 칩 부품 수요가 큰 폭으로 증가할 것이다.

한편 Auto Focus, Zoom과 같은 부가기능이 추가된 Mega Pixel급 카메라 모듈과 DMB Tuner, 그리고 Bluetooth 등의 Connectivity 관련부품이 크게 늘어날 것으로 예상된다.

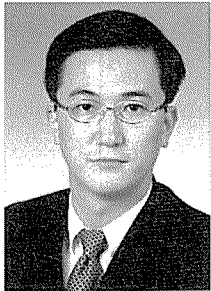
PC는 Convergence의 심화로 전통적인 Desk Top PC의 Platform은 점점 그 입지가 좁아지고 있다. 이에 따라 DVD Player나 Settop Box 등의 AV 기기와 Merge되는 등 좀더 구체적인 형태로 진전될 것으로 보인다.

Note book PC는 가격하락과 더불어 수요가 크게 신장할 것으로 예상되며, 관련 부품으로는 DVD Rec용 광픽업과 다양화된 무선 N/W 모듈의 수요 증가가 기대된다.

그리고 Dual Core Processor 및 64bit 채용 확대로 고용량 De-coupling 및 Low ESL Capacitor의 수요가 늘어날 전망이다.

TV 부문에서는 LCD, PDP, Projection 등 다양한 방식별 시장 주도권 경쟁이 가속화되는 가운데 월드컵 특수와 북미지역의 Digital TV 방송의 본격화로 인한 Digital Tuner등 FPD 관련 부품의 성장도 기대된다.

이러한 전반적인 부품산업의 성장에도 불구하고 가격인하의 압력이 심해져 수요의 증가가 곧 수익의 증가를 의미하지는 않을 것으로 보인다. 따라서 수익성 확보를 위한 원가절감 노력이 더욱 필요하며, 보다 치열해지는 부품개발 경쟁에 있어서 핵심기술을 확보하고, 성장 Application과 고부가 제품군에 개발역량을 집중하여 신제품 비율을 지속적으로 늘려 나가야 하는 것이 부품업계의 과제이다.



이인규 그룹장
LG전자

Analog에서 Digital로 발전함에 따라, 고객에 제공하는 DTV의 가치는 변해가고 있다. 기능측면에서는 고화질, 대화면의 실감 영상을 제공하고, 서비스 측면에는 지상파, 위성, 케이블과 연계된 다양한 서비스의 기회와 멀티미디어 기기와의 복합, 쌍방향 커뮤니케이션이라는 융합화와 박형화에 따른 공간활용 측면의 편리성이 증대되어 가는 Display산업이, Digital이라는 기술발전과 함께 급격한 성장을 해 가고 있다.

금년도 Display 산업의 환경을 돌이켜 보면, PDP와 LCD를 중심으로 한 평판 Display 산업이 급격한 성장을 하면서 기존의 CRT 및 Projection TV의 시장 구조에서 고객의 Needs에 부합되는 평판 Display 산업으로 급격하게 전이되는 한 해였다고 볼 수 있다. 시장이 급성장함에 따라 관련 Device 간의 치열한 경쟁으로 40% 정도의 급격한 가격하락으로 수익성 확보가 어려운 사업환경이 지속되었고, 또한 업체간의 대형시장 선점을 위한 설비의 확장 및 기술 개발, 원가절감의 노력에 전력을 하고 있는 상황이다.

2006년의 Display사업 환경을 전망해 보면, 금년도의 이러한 시장의 흐름이 더욱 가속화되고, 더욱 경쟁이 치열한 한해가 될 것 같다.

내년에는 DTV의 수요가 확대되는 견인차 역할을 하게 될 미국의 25인치 이상 DTV Tuner장착 의무화와 유럽 및 중국의 지상파 및 위성 Digital방송이 본격화에 따른 수요확대가 기대되고 있으며, 특히 월드컵 특수를 통한 대형 DTV 시장수요가 증대될 것으로 예상되고 있다.

또한, LCD 7/8세대 Line의 가동 및 PDP의 추가 설비확장 및 생산성 향상 등을 통하여 40인치급 이상의 대형화 추세는 더욱 가속화 될 것이며, 40인치 이상 PDP 수요는 Projection TV 수요를 앞지를 것으로 예상이 되고 있다.

이러한 시장의 변화는 업체간 기술 및 성능의 차별화를

위한 경쟁을 더욱 치열하게 함에 따라 Full HD, 디자인 및 기능 차별화, 저전력, 고휘도 구현을 위한 기술 성능향상 경쟁과 원가 절감을 통한 수익성 확보에 주력할 것 이다.

내년도 PDP와 LCD의 시장성장은 금년도 대비 50~60% 이상의 고성장이 기대되고 있으며, 금액기준의 시장규모로 추정할 경우, 전체 TV시장 규모에서 60%정도의 시장이 PDP와 LCD가 시장을 이끌어 나가는 견인차 역할을 할 것으로 기대되고 있다.

PDP와 LCD의 고성장에 따라 양 Device간의 대형화 선점 경쟁은 판매가하락을 지속시킴으로써, 금년도 대비 판매가하락은 둔화될 것으로 예상되나 20~30% 정도의 추가적인 가격하락은 계속되어 대중시장 창출을 하게 될 Magic Price에 더욱 근접해 갈 것으로예상이 된다.

LCD의 대형화는 PDP의 시장을 위협하겠지만, 내년도 Size별 시장수요를 전망해 볼때 40인치급 이상은 PDP가 60%정도 시장을 점유하고 30인치급 시장은 역으로 LCD가 60%정도 시장을 차지하여, 각각의 주력 시장을 형성하는 형태가 되며, 이러한 대형화 TV의 시장동향은 30인치급의 CRT시장은 LCD가, 40인치 이상의 Projection TV시장은 PDP가 급격하게 잠식을 하면서 양쪽 Device가 경쟁을 하는 형국이 가시화 되는 한해가 될것으로 보여진다.

대형화 되는 DTV 시장의 패권을 노리는 PDP 및 LCD의 경쟁과, LCD의 대중화를 통해 높아진 벽걸이 TV에 대한 소비자의 선호가 PDP TV의 구매를 증폭 시켜 나갈 것으로 예상되며, 이는 '06년도에 PDP, LCD가 함께 벽걸이 TV의 시장을 키우는 상호 견제의 구도가 형성되는 효과로 작용하게 될 것이다.

금년을 기점으로 PDP 및 LCD업체가 가져왔던 대중시장 창출의 기대감이 '06년에는 현실로 연결될 전망이며, PDP와 LCD 관련하여 많은 투자를 해온 국내 기업들은 이러한 대중시장에서 초기 주도권을 확보하기 위한 노력을 해야 할 것이며, 무엇보다도 원가 절감을 통한 경쟁력 전력에 힘을 기울여야 할 것이다.