



# 국내외 전자산업의 트렌드



윤 동 훈  
본회 이사

## I 환율과 전자수출의 상관관계 약화

국내 전자산업에서 특징적인 현상을 살펴볼 수 있다. 무엇보다 환율과 수출의 상관관계가 약화되고 있다는 점이다. 원화강세라는 크나큰 약재에도 전자제품의 수출은 호조를 지속하고 있는 것이다. 원화강세는 원화가 달러화에 대해 가치가 절상되는 것이다.

미 1달러당 1000원에서 900원으로 교환된다면 원화는 10% 오른 것이다. 지난 2년전 1달러당 1100원대이었으나 근간 950원 이하로 내려갔다. 미국에 전자기기를 수출해 미달러화로 결제하는 업체들은 원화로 교환할 때 그만큼 손해를 보게 된다. 미국으로 수출하는 전자제품의 수출 통계도 2005년에 이어 2006년에도 마이너스를 기록하고 있는 것이다. 일본 엔화에 대한 원화의 가치도 크게 올라, 1000원을 가지고 1엔을 바꾸었지만 지금은 800원 이하로 떨어져 일본 수출에 비상이 걸렸다. 대일 무역역조에 고전하고 있는데, 원화강세라는 암초에 걸린 셈이다.

그러나, 원화강세에도 불구하고 전체 전자제품의 수출은 두 자리수 증가율을 보이고 있다. 과거에는 원화강세는 곧바로 수출 감소로 이어지기 때문에 수출이 안되면 원화 약세를 유도하기도 한 적이 있었다.

### <전자산업의 수출입 추이>

(단위:억불)

	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수출	611	746	966	1027	1152
수입	378	444	519	565	616

## II 주력 품목은 세계적 수준

두 번째는 주력 디지털 전자품목에서 세계시장을 리드하고 있다는 점이다. 디지털 기기에 소요되지 않는 곳이 없는 반도체 및 사용 범위가 폭넓게 확산되고 있는 디스플레이 등에서 세계적인 기술력과 품질력을 확보하고서 세계시장을 주도하고 있다.

아날로그시절 일본, 독일을 쫓아가기에 급급했고, 후발국으로서 이등에 만족해야할 지경이었다. 그러나, 새로운 디지털기술시대가 열리면서 디지털 초창기에 과감하게 투자하고 국내외 인재를 유치하였다. 그 시절 비난받았던 투자는 지금에 와서는 오히려 선망의 대상으로 변화버렸다.

일본만 하더라도 디지털 초기 투자에 주저주저하다가 세계경쟁에서 밀리고 있는 것이다. 반도체, 디스플레이의 설비투자에 대규모 자금이 소요되는 데다 좋은 결과도 예측하기 힘들다는 면에서 일본의 신중한 대책과 한국의 신속한 집행이 오늘날 승부를 갈리게 만들었다고 할 수 있다.

### III 오대양 육대주로 수출선 다변화

전통적인 서구 중심에서 벗어나 전자제품의 수출이 다변화되고 있다는 점이다. 북미시장과 EU시장으로 수출이 감소하거나 정체하는 대신 중국을 비롯한 아시아권, 중남미권역으로 증가하고 있다.

브릭스로 통칭되는 브라질, 러시아, 인도, 중국 등 신흥시장의 개척에 보다 많은 자원을 투입하고 있다. 러시아는 막대한 유전 수출국으로 국제고유가 덕에 경기가 활성화되고 있어 우리 전자메이커들의 마케팅이 강화되고 있다. 전자제품의 수출 규모도 중국이 미국을 제치고 일위로 부상되고 있다. 지리적으로도 인접한 중국과의 전자산업 무역이 활발해지고 있는 것이다.

### IV 범용 전자제품의 생산 감소

해외로 공장이 이전되면서 전자제품, 부품의 국내 생산이 감소되고 있는 중이다. 가격에서나 원가 부담을 견디지 못하는 것이다. 생산여건이 나빠지고 있다는 주장이다. 하지만, 경제여건이 나쁘다고 하는 가운데 일부 대전자메이커들과 시장성 좋은 메이커들은 큰 수익을 내기도 한다.

품목에서 룸에어컨의 생산은 2002년 646만대에서 2004년 580만대로 감소하였고, 2005년에는 350만대로 뚝 떨어졌으며 2006년 3분기 누계 200만대를 기록하고 있다.

룸에어컨은 중국산과 가격경쟁이 되는 반면 시스템에어컨이 성장하고 있다. 시스템에어컨은 관심이 고조되고 있어 전망이 밝은 편이다.

김치냉장고는 2002년 212만대에서 2005년 150만대, 2006년 3분기 누계 70만대를 생산하고 있다. 2005년 중국산 김치파동에 의한 국산 김장 특수가 반짝한 바 있다. 김치냉장고는 기능을 부가하거나 디자인과 칼라 등 전략을 강구하고 있다.

일반칼라TV의 생산은 2002년 862만대에서 2005년 395만

대, 2006년 3분기 누계 240만대를 기록하고 있다. VCR도 2003년 370만대에서 2005년 150만대에서 2006년 3분기 누계 53만대를 생산하고 있다.

### V 글로벌 전자환경 급변

글로벌 전자시장에서 환경 급변하고 있다. 제품의 라이프사이클이 크게 단축되고 있다는 점을 들 수 있다. 전자제품은 장기간 사용한다는 인식이 있었지만, 이제는 오래 쓰겠다는 소비자들이 줄어들고 있다.

디지털기술의 급격한 개발은 새로운 제품이 빈번하게 출시될 수 있도록 만들었고, 소비자심리도 변화되고 있는 것이다. 고가 휴대폰도 2년 안되는 기간에 교체하는 비중이 가장 높은 것으로 조사되고 있다. 출시를 준비하고 있는 상태에서 진화된 전자제품이 먼저 진입함으로써 폐기되는 사례도 있다.

컨버전스도 디지털시대의 특징이다. 단품 단기능에서 단품 다기능으로 변모하고 있다. 처음 오디오 기능만 가진 MP3플레이어는 동영상까지 구현하고 있으며, 메디컬 기능으로까지 확대되고 있다. 휴대폰은 오디오, 비디오 기능에다 인터넷을 구사할 정도가 되었으며, 생활의 필수품으로 홈네트워크의 서버로 격상되고 있다.

크고 무겁고 불편한 기기들보다는 사용하기 수월한 휴대폰 하나로 압축되면서 많은 기능들이 통합되고 있는 것이다. 제품 뿐 아니라 기술간 융합도 이루어지고 있다. IT, NT, BT 등이 결합된 FT가 새롭게 등장하고 있다. 기술의 진보는 끝없이 달려가고 있는 것이다.

경쟁이 치열해지고 가격인하전쟁을 불사하고 있다는 점도 디지털 시대의 한 요소로 자리잡고 있다. 웬만한 신기술은 순식간에 확산되고 생산설비에 기술이 대부분 체화됨으로 첨단 장비만 구입하더라도 기술경쟁에서 뒤지지 않은 실정이다. 이에 따라 히트를 치면 무한경쟁을 벌이게 되는 것이다.

이 과정에서 제품가격은 후발메이커들의 전략에 의해 대폭

## 기고

인하되고, 기존 메이커들로 시장 잠식을 피하기 위해 가격을 다운시키는 등 가격 인하가 연쇄적으로 단행되면서 디지털 전자제품의 가격은 단기간에 추락하게 되는 것이다. PDPTV의 가격은 초기에 수 천만원에 호가하였지만 지금은 수 백만원으로 하락하고 있다.

이러한 디지털 환경은 기업의 리스크를 증폭시키고 있다는 점이다. 안정적이고 미래가 어느 정도 예측되었던 시대가 지나가고 불확실함만 남은 디지털 시대에 서바이벌하기가 매우 어렵기 때문에 기업들은 보수화되는 한편으로 시장을 선도해야만 하는 양동작전을 구사하게 되는 것이다.

## Ⅵ 반도체, 디스플레이 주도

2006년도 전자제품의 수출은 전년보다 12% 정도 증가한 1150억불에 달할 것으로 추정된다. 전자제품의 수출 증가율은 2004년 29.5%에서 2005년 6.3%로 한 자리 수로 하락했다가 2006년에는 두 자리 수를 회복한 것이다. 수입은 2004년 519억불로 전년대비 16.8%, 2005년 565억불로 9.0%, 2006년 615억불로 9% 정도 증가할 것이다.

수출을 먼저 살펴보면, 세계적으로 디지털 기기의 수요가 예상외로 증가하고 수요처가 확대되면서 반도체와 디스플레이의 선전이 눈에 띈다. 디스플레이의 수출 증가율은 20%선, 액정디바이스는 200%선에 달할 것이다.

2006년 10월 누계 전자제품의 수출은 940억불이며 이 중 반도체가 296억불로 31.5%의 점유율이다. 휴대폰이 140억불로 14.7%이고, 액정디바이스가 100억불로 10.6%를 점하고 있다.

국내 전자메이커들이 해외에서 생산이 증가하면서 이에 소요되는 부분품의 반출도 늘어나고 있다. 무선통신기기부품과 칼라TV부품의 수출 증가율은 10월 누계 28%, 35%선에 이르고 있다.

신흥지역이나 해외 생산기지가 신설되는 국가로의 전자제

품 부품의 수출도 대거 증가하고 있는 양상이다. 폴란드로 전자제품 수출이 140%, 멕시코로 수출이 80% 이상 각각 급증한 것이다.

수입을 보면, 비메모리반도체의 수입이 여전히 증가하는 추세이다. 비메모리반도체는 전자제품 수입 5백억불의 43%인 230억불을 점하고 있으며, 반도체 수입의 95%가 비메모리이다. 메모리분야에서는 세계 최강국이지만, 첨단기술로 제조되는 비메모리분야에서 아직도 해외 의존도가 높은 편이다.

컴퓨터의 경쟁력 상실, 컴퓨터메이커들의 잇다른 부도 등으로 정보기기의 국내 생산이 감소하면서 중국, 대만산 정보기기의 수입이 증가하고 있다.

2006년 10월 누계 컴퓨터는 17%, 컴퓨터부품은 18% 이상 증가한 것이다. 국내 기업들이 해외 현지에서 생산한 제품의 역수입, 저가제품의 수입도 증가하고 있다. 중국에서 30%, 태국에서 29%, 대만에서 21% 이상 전자제품의 수입이 증가한 것이다.

생산과 내수를 살펴보면, 전자산업의 생산과 내수는 증가하고 있다. 디지털 기기의 세계수요가 확대되면서 수출이 증가하고, 생산도 따라서 증가하게 되는 것이다.

기술경쟁력이 있는 품목군의 해외시장 공략이 강화되고 있다는 점, 대형냉장고, 드럼세탁기 등 프리미엄가전의 생산이 증가하고 있다는 점이다. 휴대폰의 경우는 경쟁이 심화되면서 수출과 국내 생산이 공히 감소된 것이다.

내수는 DMB, 고해상도 카메라폰 등 고사양 휴대폰의 내수가 늘어났고, 디지털TV, 양문형냉장고, 드럼세탁기 등 고급품의 내수가 약진했다.

국내에서 경기는 저조하지만 소비심리 수준이 매우 높으며, 인접효과 등으로 대부분 프리미엄급 디지털 제품을 선호하고 있으며, 메이커들도 마진폭이 큰 프리미엄 품목의 마케팅에 열을 올리고 있다.

## VII 호전 기대 설문 결과

국내 전자산업 관련 업체 6백여개사를 설문조사한 결과, 2007년도에는 전자산업의 경기가 호전될 것이라는 응답이 80%를 넘어서고 있다.

그동안 수차 경기가 바닥을 지난다는 분석이 있었지만 좀처럼 경기가 뚜렷하게 회복될 징후가 나타나질 않고 있다. 그러나, 메이커들은 더 악화되는 쪽을 택하기 보다는 개선되는 쪽에 기대를 걸고 있는 것으로 보여진다.

완제품의 수출은 약화되는 반면 부품소재의 수출은 증가할 것으로 본 업체가 85%에 달하고 있으며, 내수는 76%가 증가할 것으로 응답했다. 신제품 출시와 신시장 개척에 가장 많은 비중이 나타나는 등 적극적인 마케팅 의지를 드러내고 있다.

국내의 대형 전자메이커들의 브랜드 가치는 이미 선진국 수준이며, 중소기업들도 그 후광을 입고 있는 것이다. 메이드인 코리아가 점점 빛을 발하고 있는 것이다.

## VIII 수출은 전자부품 중심

2007년도 전자산업의 수급은 호전될 것으로 전망된다. 세계적으로 휴대폰, PC의 시장 성장에 힘입어 메모리반도체의 수요가 증대하고 있는 데다 메모리의 응용처가 다양화되고 있다. 디스플레이 관련시장도 지속적으로 확장되고 있는 것이다.

선진권시장은 교체수요를 중심으로 성장이 유지되고, 신흥시장은 저가품을 위주로 고성장이 지속될 것이라는 점 등 시장에 우호적인 여건을 지적할 수 있다.

전자산업의 수출은 2007년 15.5% 증가한 1330억불, 수입은 9.5% 증가한 674억불이고, 생산은 4%선, 내수는 3%선 증가할 것으로 전망된다.

이 중 정보통신기기 수출은 전년보다 0.5% 정도 감소한 450억불에 그칠 것이다. 선진국들이 3G로 전환되고, 윈도우

비스타의 출시로 세계PC시장의 긍정적인 효과를 줄 것이나 국내산은 경쟁격화, 중저가폰의 결여 등으로 말미암아 세계시장에서 그리 큰 힘을 발휘하기 어려울 것이다.

수입과 내수는 다소 증가할 것이나, 생산을 마이너스로 돌아설 가능성이 있다. 휴대폰은 고성능을 현재의 기술 수준으로 거의 보유하고 있어 디자인, 소재에 중점을 신제품간 경합이 일어날 것으로 보인다.

반면, 디지털가전은 내수와 수입이 플러스, 수출과 생산은 마이너스를 기록할 것으로 보인다. 디지털 전자제품의 수요가 증가하고 있으며, 신흥시장에서 약진하고 있다. 포도어 양문형냉장고, 스팀 드림세탁기 등 국산 프리미엄 제품이 북미와 유럽지역에서 호평을 받고 있다.

그러나, 수입규제를 피하기 위해 해외 현지 생산이 늘어나고 있으며, 국내 생산은 내수 위주로 재편됨에 따라 해외 공장 가동이 오히려 수출에 악영향을 주고 있다. 여기에다 중국산, 일본산 등과 경쟁이 날로 치열해지고 있으며, 가격마저 약세로 기울어지면서 가전 수출은 전년보다 소폭 줄어든 148억불이 될 것이다.

불황속에 호황이라 할 정도로 전자부품은 선전하고 있다. 전자부품의 수출은 2006년 552억불로 전년보다 35% 증가하였고, 2007년 733억불로 33% 증가할 것으로 예상된다. 반도체와 LCD에 대한 해외 수요가 매우 호황이기 때문이다.

응용기기의 증가와 더불어 낸드프래쉬 수요시장이 확대를 거듭하고 있으며 패널 수요도 증가하고 있는 것이다. 메모리의 가격이 약세이지만 수량 증가가 이를 상쇄하고도 남는다.

각국의 디지털 방송의 강력한 추진으로 LCD의 수요가 늘어나고 있으며, 각종 공간에서 디스플레이에 대한 설치가 크게 증가하고 있는 것이다. 전자산업은 내외의 어려운 환경을 헤치고 경제발전을 주도하는 엔진역을 다할 것으로 예상된다.