



중국청도 한국중소기업지원센터
 이승국 소장

“ 중국 조명시장의 분석 ”

1. 중국 조명산업 발전 개황

가. 조명시장 개황

조명전기제품은 국민경제의 생활과 발전에 있어서 하나의 필수품이다. 경제 발전과 국민생활수준의 향상에 따라 중국국내시장의 조명전기제품의 생산과 소비가 크게 증가하였다.

조명전기산업은 최근 20년 이래 눈부신 발전을 거듭했으며 내수시장에서 조명제품의 생산량과 소비량을 볼 때 이미 중국은 조명제품의 생산대국이 되었음을 알 수 있다. 2005년 중국 내 기업들은 내수시장에서의 매출액은 667.4억 위엔에 달하고 있다. 이것은 2004년도에 비해 23.7% 증가한 금액이며 총 수익은 23.6%의 성장률을 기록했다. 중국 내수시장의 전기조명기에 대한 수요는 계속 늘어가는 추세이며 이러한 시장수요는 장기적으로 이어질 거라 전문가들은 전망하고 있다.

나. 조명시장사업의 규모

세계적으로 조명시장의 수요량은 지속적으로 증가할 것이다. 1999년부터 2005년 동안 중국의 조명산업시장의 규모는 복합성장률에서 평균적으로 18.9%의 성장률을 보여왔다. 중국 국내 내수와 해외수출에 힘입어 중국내의 조명전기제조업은 성장할 수 있었

다. 2004년도 총 매출액은 대략 671억 위엔이며 경제발전수준이 높아지고 조명산업에 대한 수요 또한 지속적인 성장세를 보여주고 있다.

조명제품계열사에서 볼 때 2004년 발광체와 전등용품계열산업의 매출액을 각각 비교해 보면 201억 위엔과 340억 위엔이며 각각 30.0%와 50.6%의 점유율을 기록하고 있다. 조명산업에는 전광원과 전구, 소켓, 조명용구, 전기부품, 전문용재료, 조명공사 등의 하부계열산업이 있다. 조명산업의 수출은 계속 증가하고 있으며 1996년부터 2004년까지 중국의 조명전기수출산업은 매년 평균 20%씩 성장을 하였으며 2004년도 수출액은 66.5억 달러, 2005년도 수출액은 80억 달러에 달한다.

2. 가정용 조명 시장현황

가. 가정용조명시장현황

중국세관통계에 따르면 중국의 조명전기제품 수출액은 128.11억 달러에 이르며 경공업 수출품목 중에서 4.01% 를 차지하고 있다. 작년 동기 수출액에 비하면 29.92% 증가하였다. 국내시장에서 가정용 조명제품은 소비자들에 큰 인기를 끌며 중국 전체 조명시장 총량의 3분의1의 수준을 점유하고 있다.

조명산업 중에서도 가정용 조명시장은 매우 빠르게 성장하고 있으며 시장에 대한 전망도 매우 밝다. 또한 사람들의 주거면적이 계속해서 증가함에 따라 지속적인 성장세를 타고있다. 방한간에 전등하나씩 있던 시절에서 지금은 한칸의 방에도 여러 개의 등을 설치하는 시대로 변화하였으며 제품의 품질도 저급상품에서 고급상품으로 변화였다. 이러한 조명에 대한 소비자의 수요는 계속해서 증가할 것으로 전망된다. 농촌의 도시화에 따른 수요도 계속 늘어갈 것이다. 가정용 조명은 앞으로 계속해서 조명기기의 주요시장으로 자리잡을 것이다.



수준의 향상, 국민들의 주택에 대한 수요량의 증가, 인테리어용 장식품의 다양화와 개성화, 그리고 가정용 조명제품에 대한 수요의 증가로 볼 수 있다. 실내는 하나의 등에서 여러 개의 등을 설치하게 되었고 각종기능을 가진 가정용 전등의 수요는 이를 더 다양하게 하였으며 조명산업의 발전과 변영을 촉진하였다. 그 외에도 호텔이나 커피숍, 술집, 휴게시설 등의 조명 또한 가정의 조명등과 같이 편안하고 안락한 분위기를 제공하는 조명을 사용하고 있으며 어쩌면 가정용 조명의 수요가 증가하는 것은 당연한 일 일수 있다.

※ 조명시장의 성장요소와 수요의 원인

조명시장의 성장은 국민생활 수준의 향상이 직접적인 원인이 되고 중국의 개혁개방과도 밀접한 관계가 있다. 국민생활수준의 향상은 내수시장의 소비를 증가시키게 되었고 표준화된 생활방식을 추구하면서 소비자들의 의식수준 또한 향상되었다. 성장요소와 수요의 원인은 모두 중국 국민의 현재생활과 관계가 있으며 이유는 다음과 같다.

(1) 도시의 부동산 산업과 서비스업의 발전:1999년 도부터 2006년 현재까지 7년이란 기간은 중국부동산이 가장 눈부시게 발전한 기간이다. 원인으로 볼 때 활발한 부동산개발사업의 전개와 국민생활

(2) 농촌의 도시화에 따른 효과: 중국은 도시와 농촌의 일체화건설을 추진하며 사회주의 신농촌 건설을 추진하고 있다. 국가적 차원에서 농촌의 도시화건설을 추진하는 시점에 당국의 거시적 정책으로 농촌국민이 좀더 많은 돈을 벌 수 있게끔 하고 생활수준을 향상시키며 도시적인 생활을 추구하게끔 하였다. 이것은 지방도시의 가정용 조명제품에 대한 수요를 더욱 확대시키는 계기가 되었고 여러 종류의 가정용 조명제품은 시장에 대한 수요를 증가시키게 되었다.

(3) 도전의 순간에 직면한 가정용 조명기 업체: 시장경제시대의 산업에서 시장은 끊임없는 변화를

하게 되고 경쟁국면과 발전방향 또한 끊임없이 변화하게 된다. 가정용 조명기기 산업은 가전제품 사업 중에 마지막으로 남은 알맹이 라고도 할 수 있을 것이며 일류품질의 조명제품을 만들기 위해서는 투자와 노력을 아끼지 말아야 할 것이다.

시장은 현재 이러한 기업들에게 성공 할 수 있는 기회와 틈, 그리고 경쟁 할 수 있는 환경을 제공하고 있다. 한마디로 도전할 수 있는 기회를 제공하고 있는 것이다. 하나의 시장을 면밀히 조사하고 기업의 능력을 철저히 파악하고 사업에 대한 통찰력을 가진 상태에서 사업발전의 방향을 이해하고 시장의 잠재력을 발굴하고 합리적인 자원을 공급하는 것이 바로 시장경쟁에 참여하고 기초를 다지는 것이다.

(4) 기회는 준비된 기업만을 찾아온다 : 조명산업발전은 아직 초기단계에 있다. 기술이나 관리, 판매에 이르기까지 매우 많은 비용을 소모하고 있다. 최근시장의 상황으로 볼 때 조명 산업에 아직 정공법이란 것은 없다. 정부도 아직까지 여러 산업들에 대해 앞으로 끼칠 공헌이나 발전의 각도에서 생각하는 규범 같은 것은 아직 존재하지 않는다. 또 현재 시장경쟁의 각도에서 볼 때 대부분의 기업들이 초기경쟁단계상태에 있으며 아직은 정형화된 기업이나 현대화의 발전방향으로 운영하는 기업이 없는 실정이다.

일류화 사업 건설의 각도에서 볼 때 조명산업은 아직 중국에서 그렇게 치열한 경쟁을 하고 있는

산업은 아니며 경쟁상황도 그렇게 확연히 드러나고 있지는 않다. 기술방면에서 볼 때 어느 기업이든 특별한 기술력을 가지고 있는 상태도 아니며 외국의 거대한 조명업체와는 비교조차 할 수 없는 상태이다. 그래서 새로운 조명기술의 연구 개발만이 조명산업계에서 살아남을 수 있는 경쟁력이 될 것이다.

(5) 가정용조명시장경쟁의 목표점: 가정용 조명시장에서 경쟁의 초점은 가격과 유통경로와 상품에 있다. 현재 시장의 현실이나 사업발전의 단계, 소비자의 수준을 기업의 경영관리상에서 볼 때 조명기업들은 아직도 경쟁의 초기단계에 있다.

나. 장식조명시장의 특징

최근 국내 대부분의 기업들이 대리점이나 직영점 방식의 영업망을 선택하고 있으며 이러한 전문매장에서는 여러 종류의 상품이 모이고 전시된다. 또 여기서 많은 소비자의 수요와 공급이 합리적으로 이루어지고 있으며 가격 또한 매우 저렴하면서 선택의 폭 또한 넓은 특징이 있다.

浙江, 杭州, 北京, 太原, 上海, 成都, 鄭州, 武漢, 天津, 青島, 重慶, 石家莊등지에 대형조명 시장이 형성되어있으며 동북이나 심양, 대련, 하얼빈, 장춘등의 대도시에도 전문조명시장이 형성되어있다. 내몽고나 신장등지에 직접적으로 진출한 기업은 대부분 절강의 소매상들이 진출해있다. 北京은 대략 20개 정도의 조명전문시장이 형성되어 있으며 연간 판매량은 20억 위엔 이상이다. 상해에는 19개가 있으며

년간 판매량은 15억 위엔 이상이며 성도에는 년 10억 위엔 이상의 판매량을 보이고 있다.

(1) 전문판매점의 성장

조명기자재류는 비교적 특수한 상품 중에 하나이다. 조명류는 비교적 소비가 많은 품목이며 보통 사용기간도 길다. 전통적으로 하나의 전문매장에 여러 종류의 품목을 들여놓고 판매를 한다. 고객에게 더욱 전문적인 업무나 우수한 서비스를 제공하진 못하지만 일류제품의 건설을 위해서 전매점 방식의 형태로 운영하고 있다. 예로 雷士, 歐普 조명등과 같은 것이다.

(2) 식품매장 유통의 중요성

조명전기제품은 종류가 많고 진열도 어려우며 취급방식에도 여러 다른 특징이 있다. 종합식품매장의 창고 같은 경우에선 유통관리 과정에서 분명 특별한 제약을 받게 될 것이다. 다만 가정용품의 한 종류로서 종합식품매장 같은 곳에서의 판매현황을 비추어 보면 역시 시장 잠재력이 있다. 절전형의 제품들은 이러한 유통경로를 이용함으로써 아래 두 가지 방향의 효율이 있음을 알아냈다.

첫째는 판매금액의 증가로서 넓고 거대한 상품시장의 점유율을 확보해 나간다. 두번째는 대형식품매장의 강력한 광고 효과이다. 소비자에게 우수한 제품의 이미지가 형성될 때 제품품질에 대한 인지도를 높이는데 매우 효과적인 작용을 하며 동시에 다른 유통망에서의 상품판매량에까지 영향을 준다.

(3) 한계가 있는 중형기업

경영에서 필요한 다수의 전문매장과 기업의 합작 형태, 기업설립 사무소, 통일적 관리경영, 일류상품의 공장, 판매와 서비스 등 중형기업체로서 현실적 제약이 많다. 동시에 일류 제품은 시장 장악력이 매우 뛰어나다.

다. 장식용 조명기기의 분포

국내조명시장을 종합해볼 때 크게 동북, 동남, 서남으로 나눌 수 있다. 동북에서는 北京과 天津, 大連, 哈爾濱등이며 이러한 도시들은 새롭게 도시단장을 준비중에 있으며 국가정부차원에서의 투자를 기대할 수 있다. 특별히 이와 같은 도시들 중 북경의 경우 작년에 북경조명전이나 대련 전시회 같은 박람회가 개최되기도 한다. 동남지역에 주요 시장은 복건성 하문 지역이다. 이미 복건성의 여러 도시에 몇몇 기업들이 들어와 있긴 하지만 그래도 아직은 시장가능성이 있는 도시이다. 광주나 상해, 동관(東莞), 심천 홍콩 등 대도시의 장식조명의 발전현황은 이미 성숙한 상태라고 볼 수 있다.

서남지역은 최근에 들어 많은 장식조명기업이 예의 주시 하고있는 지역이다. 바로 국가정책으로 실행되고있는 서부 대개발 사업과 함께 사천과 신장지역의 개발에 특별히 신경을 쓰고 있기 때문이다. 현재 정부 차원에서 "진군 서남으로"의 슬로건을 외치고 있으며 국가는 이 지역에 무려 200여 억 위엔 의 엄청난 금액을 지역 발전을 위해 투자하고 있다. 지금은 이 이러한 도시의 개발계획이나 도시기획방안 그리고 전기조

명계획에 관한 새로운 정책을 기다리고 있다.

라. 조명시장의 새로운 돌풍을 일으킨 보건조명제품

중국의 전기조명 산업은 이미 절전능력이나 안전성의 단계를 넘어 이제는 인체에 유익한 보건전등류의 개발단계에 이르렀다. 이것은 조명관련 전문가들이 중국조명기기 집산지인 광둥지역에서의 조사를 통해 나타난 결과이다. 중산시 고진에서는 중국의 전등조명기구의 생산과 소비가 가장 집중돼있는 지역으로 고진은 중산과 강문일대를 중심으로 조명기구도매시장의 집결지역을 형성하고 있으며 이들은 중국의 조명산업발전을 주도해 나가고 있다.

중국의 등기구 발전의 단계를 살펴보면 빛의 조도, 절전성, 안전성, 인체유익성(보건성), 등의 몇가지 단계로 나눌 수 있으며 각각의 단계마다 기준치에 미치지 못하는 저급 제품들은 도태되거나 하는 진통을 겪어야 했다. 20세기에 들어서 90년대 초기의 소비자들은 절전형 조명상품을 선호하였으며 실내야간조명과 같은 절전형 신제품들이 큰 인기를 끌었다. 90년대 중기에는 조명제품의 안전성에 관심을 갖기 시작하였으며 기업들은 수준높은 장식조명제품을 개발하게 되고 이러한 주요 일류 기업들의 상품은 시장을 점점 확대해 나가기 시작했다.

90년대 말은 보건조명기의 시기라 할 수 있다. 90년대 말에 들어서와서 청소년의 시력저하에 따라 보안용 책상스탠드가 개발되기 시작하였다. 통계에 따르면 중국 학생들의 시력 저하율은 70~80%에 이르며

이것은 전세계 청소년 시력저하평가수준에서 2위를 차지하는 수치이다. 과학자들은 중국의 청소년들이 이렇게 급격한 시력저하를 보이는 것은 초, 중등학교 시절 저녁에 전등아래서 장시간 책을 보는데 따른 눈의 피로에 의한 것이라 하였다. 시력보호용 책상스탠드는 청소년의 시력저하를 예방하는 특징으로 시장에 출시되어 소비자로부터 큰 인기를 얻게 되었다.

최근 중국시장을 볼 때 보건스탠드의 발전은 활발하게 진행되고있다. 東明可達實業有限公司에서는 보건스탠드 방면에서 선두주자라 할 수 있다. 이미 여러 종류의 보안조명기를 개발, 생산하고 있으며 그중 MT2018A모델의 "好老師"의 경우 청소년들의 시력보호용 스탠드이며 MT200Y"好 伴"모델의 경우도 시력보호용 스탠드 이다. 이 모델 같은 경우 중국 국제무역촉진위원회와 프랑스로 과학기술감독위원회 공동으로 중국WTO가입 추천상품으로 선정되기도 하였으며 영예증서를 수여 받기도 했다. 시력보호기능 스탠드의 원리는 220V 와 50HZ의 전기신호를 45000HZ 의 높은 고주파 전기신호를 통해 전기처리한 것이며 낮은 주파수에서 쉽게 시력이 저하되는 것을 알고 이것을 높은 주파수로 바꾸어 줌으로서 눈의 피로를 덜어주고 근시를 예방하여 시력을 보호해주는 원리이다. 세번째로는 자연광과 비슷한 빛을 이용한 황백색의 스탠드와 발광면적이 크고 또 밝기 또한 일정하고 넓은 면적을 사용해 그림자가 생기지 않도록 하는 것 등이다.

보안용전등류의 발전은 중국 조명전등산업의 발전에 새로운 단계로의 진입을 보여주고 있다.

3. 상업용조명시장의 현황

상업용조명은 조명용품시장에 새로운 분야를 형성하게 되었다. 생산공정에서나 주택건설부분등에서 상업용조명은 매우 큰 액수를 차지하고 있다. 강소성 시장에서 비교적 좋은 호응을 받고있는 일류 브랜드로는 雷士, 三雄光등이 있고 그 다음으로 提普등이 지속적으로 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 상업용조명의 시장은 비교적 안정적인 편이다.

최상의 상품만이 대부분의 시장을 점유하고있는 가운데 새로이 떠오르는 제품군이 이를 뚫고 진입하려고 하고있으며 조명업계의 신흥세력들이 비교적 좋은 반응을 얻고있다. 강소성의 상업용조명업체는 200여개 업체에 육박하고 있으며 이러한 업체들은 공장단위 (매우많은물량) 의 영업방식과 사람을 통한 영업방식을 통해 판매목표에 도달하였다. 中之港은 전문 조명기구 상표로서 北京시장에서 비교적 좋은 반응을 얻고있다. 통일된 가격으로 판매하고 있으며 주요상품으로는 네온사인 등이 있다. 이윤의 10%이상을 전문영업점을 개설하는데 사용하고있으며 소비자의 기업에 대한 새로운 이미지를 수립하려 하고있다. 그 외에도 韋邦, 豪爵, 提普, 三立, 등의 업체는 모두 우수한 전문영업점의 이미지를 형성하여 소비자를 끌어들이고 있다. 이러한 업체들은 전문운영 센터라고 하는 영업점을 통해 제품의 전시에 노력을 기울이고 있으며 하나의 시장에서 통일된 제품을 선보이고 있다. 최근에 그들은 소비자의 마음을 사로잡는데 성공했으며 판매량도 증가하였다. 韋邦은 앞으로 조명의 색상에서 녹색과 백색등으로 바꾸려 하고

있다. 가정용 전문조명제품으로 시장에 진입해 점유하고 있는 歐普는 최근 들어 상업용조명의 판매를 병행하면서 소비자에 대한 자사의 상품에 대한 지명도를 높이면서 판매량도 증가하였다. 歐普는 이미 연쇄점 형식의 점포를 개설하여 시장 점유를 시작하고 있고 단자부문상품을 점령하였다.

하얼빈의 상업용 조명기구의 시장은 거대하고 발전가능성 또한 매우 높다고 평가하고 있다. 상업용조명은 날이 갈수록 발전하고 있다. 몇몇 상업용조명제품의 시장은 아직도 틈새가 남아 있으며 또 상업용조명시장은 점점 더 중고급 제품의 시장으로 발전하고 있는 동시에 중저가 시장은 점점 쇠퇴해 가고있다. 이유는, 첫째 상권의 갱신속도가 빠르다. 예를 들면 최근 의류점의 내부 인테리어가 계절마다 바뀌고 있기 때문이다. 둘째, 사회발전에 따라서 경제는 점점 더 활기를 띠고 있으며 셋째, 제품에 대한 고객의 요구수준이 높아지고 있기 때문이다. 상업용 조명에는 스탠드등, 샹드리에등 등이 해당되며 이것들은 의류점이나 호텔, 술집, 음식점, 노래방등에서 지속적인 소비가 이루어지고 있다. 상업용 조명기종 초기에는 스탠드등 위주였으며 그 후 서치라이터 위주였으나 지금은 메탈할라이드등으로 과도기를 겪고 있다.

▶ 다음호에 계속