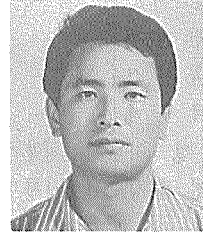


Las Vegas International

Consumer Electronics Show 參加



金世宗
本會 管理課長

1. 참가경위

세계적으로 유명한 「冬季 CES」는 家電製品 專門 Show로 권위를 자랑하고 있다. 매년 1월에 열리는 同電子展은 그동안 國內의 家電子社가 數年來 참가 出品하여 좋은 실적을 올려 왔다. 그러나 國內의 많은 家電業체에서는 막대한 소요경비 때문에 적극 참가를 하지 못하고 몇몇 관심있는 業체에서 參觀 정도의 관심을 가졌던 것이 그동안의 실정이었다.

本會는 今年부터 同電子展의 市場性을 정확하게 파악하고 아울러 國內 業체의 出品 유도를 위하여 지난 年末부터 준비를 하여 희망업체와 함께 참가하게 되었다.

2. 冬季 CES개요

- 1) 명 칭 : 1982 International Winter Consumer Electronics show
- 2) 기 간 : 1982. 1. 7 ~ 1. 10 (4 일간)
- 3) 장 소 : 라스베가스 Convention Center
- 4) 展示場규모 : 500, 000S/F
- 5) 參加규모 : 40個國 907個業체 참가
- 6) 主要展示品 : CTV, Audio, Video, Car Stereo, Personal Computer, Telephone, TV Game, Video Tape player, Calculators, Electronics Watches, Video Stereo 등

7) 參觀者 : 일반인의 參觀은 金하였고, 製造業者, Buyer, 輸入業者, 등록參加者 등으로 제한 하였으며, 展示期間중 에 약 65, 000명이 다녀간 것으로 集計되었음.

3. 우리나라 參加業체 現況

가. 단독 부스 參加

업 체 명	부스면적	파 견 자	출 품 명
(株)金星社	250S/M	노용각이사 외 7명	CTV, B/W TV, VTR Audio, Video cassette Radio 등 25종
大宇電子(株)	300S/M 외 6명	배순훈사장	CTV, Cassette Recorder 등 15종
三都電子(株)	9S/M	이여은사장 외 1명	Car stereo, CB Transceiver
三星電子(株)	200S/M	김정배전무 외 24명	VTR, B/W TV, Camera, Stereo 외 21종
大韓電線(株)	200S/M	김원길부사 외 7명	CTV, TR, Radio Cassette, Manitors 외 15종
計	959S/M	50명	

나. 共同참가 現況

- 공동부스면적 : 13.2S/M
- 공동부스출품업체

업체명	파견자	출품명	비고
극일디지털	—	카탈로그전시	
대원전기	—	“	
대륙전선	—	“	
동국무역	—	“	
천일사	김형진부장	“	
대진음향	권형상사무의 1명	Headphon	샘플전시
현대종합상사	김영석부장	Cassette player	“
한국오디오	최기복사원	Cassette Car- stereo 의7종	“
홍창물산	손상희차장	카탈로그전시	“
“	6명		

〈●參觀業体〉

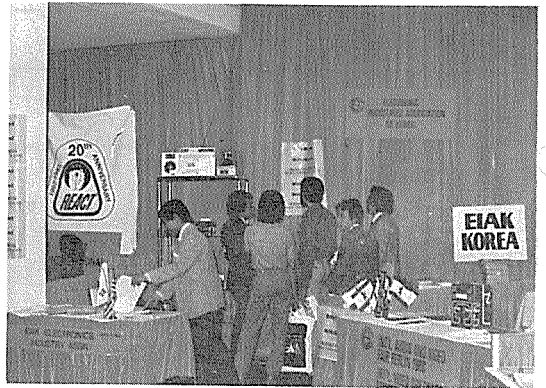
업체명	파견자	비고
(株)남성	윤봉수사장의 2명	전시회참관 및 세일즈
동전산업	박영순사장	“
동진전자	하현윤이사	“
범세계(株)	이의순사장	“
계	5명	

• 振興社파견자 會

○ 간사대표 : 金玩熙 명예會長
金世宗 管理課長

4. 活動業項

- 1) 展示品 現地도착 인수 및 준비작업.
- 2) 來韓Buyer들에게 우리나라 參加業体 소개 및 本會 發行 英文綜合카탈로그 배포.
- 3) 輸入業者의 관심품목을 파악하여 이를 作成, 우리나라 製造業体에 연결작업을 위한 情報수집.
- 4) 同電子展의 市場性 및 우리나라 業体的 向後 참가를 위한 공동 「부스」설치의 가능성을 검토하고, 거기에 따른 제반내용을 수집.
- 5) 同展示 當國의 運營實態 파악.



- 6) 新製品 및 Buyer관심품목을 파악하여 目錄作成.
- 7) 우리나라 電子工業 소개와 輸出을 위한 Buyer초청리셉션을 개최, 슬라이드 상영을 통한 弘報活動전개.

5. 成 果

가. 카탈로그 展示

82年版 英文綜合카탈로그 300부를 비롯한 各 參加業体카탈로그를 同電子展에 來訪한 各國의 Buyer에게 배포하여, 우리나라 電子工業을 재인식시키고 관심품목 製造業体와의 거래연결에 기여함.

나. 초청Buyer리셉션

同電子展에 參加한 Buyer를 초청하여 리셉션을 개최하였으며, 아울러 우리나라 電子工業소개로 슬라이드 상영을 통하여 이날 참가한 Buyer들로하여금 깊은 신뢰감을 갖도록 하였다. (1. 7 : 18 : 30 MGH Hotel)

다. 82KES, Buyer유치 홍보

82年 韓國電子展(KES)에 Buyer유치를 위한 홍보활동을 전개 만족 할만한 결과를 얻게 되었음.

라. 業体別 契約額

- 1) 단독부스 출품업체 성과

단위 : 천불

업 체 명	성 과		계
	상 담 액	계 약 액	
1. 금 성 사	84,000	23,000	107,000
2. 대 우 전 자	60,000	20,000	80,000
3. 대 한 전 선	50,000	15,000	65,000
4. 삼 도 전 자	12,000	3,000	15,000
5. 삼 성 전 자	97,000	25,000	122,000
계	303,000	86,000	389,000

2) 공동부스출품업체

단위 : 천불

업 체 명	성 과		계
	상 담 액	계 약 액	
1. 한국오디오	2,500	300	2,800
2. 현대종합상사	6,200	800	7,000
3. 대진음향	800	150	950
계	9,500	1,250	10,750

6. 市場動向

가. 82年 冬季CES에서 新製品으로 가장 관심을 독차지한 製品은 美国의 ATAKI社에서 出品한 Home Video Games으로, 많은 Games을 투영할 수 있는 것으로 各国의 Buyer들에게 구매의욕을 돋구웠고, 또한 日本의 SONY社에서 出品한 新型 Car Stereo는 高周波수로 그 音質이 매우 섬세하며, 소형으로 새로운 인기商品으로 각광을 받게 될 것으로 평가 되기도 했다.

나. 우리나라의 경쟁국인 台湾, 홍콩에서는 同 Show에 처음으로 綜合부스를 큰 규모로 설치하여 自国에서 生産된 全家電製品을 展示하여 많은 Buyer들의 관심을 모으고, 아울러 상당량의 계약고를 올린 것으로 나타났다. 우리나라도 차후에 그런 방법을 시도하는 것이 바람직하다고 판단 되었다.

다. 美国의 CES는 Chicago의 夏季와 Las Vegas의 冬季로 나누어지는 世界的인 Show로서 各国의 Buyer뿐아니라 광활한 美国内市場의 Buyer들이 빠짐없이 참여하기 때문에

각국의 市場확장을 위한 치열한 戰略이 이 「CES」를 통하여 다양하게 나타나고 있는 아주 중요한 電子展이다. 따라서 小型Radio에서부터 Video에 이르기까지 방대한 거래가 이루어지고 있다. 우리나라에서 生産되는 많은 中小企業의 製品들도 충분히 경쟁 상대가 되며 경우에 따라서는 큰 輸出市場으로서 대단한 몫을 할 것이라는 자신감을 가지게 하였으며, 그 이유로는 우리나라 電子製品, 특히 家電製品의 水準이 국제적으로 널리 알려진 것에 비해서 이번 Show에는 出품제품의 다양함이 없었다는 현지참가 Buyer들로부터의 일치된 의견이 있었으며 내년부터는 綜合展示를 요청받기로 했다.

7. 展望 및 对策

가. 이번 冬季Show는 家電製品 專門Show이지만 세계 각국에서 電子와 관련있는 人事가대거 來訪함은 물론 美国内의 많은 Buyer가물려, 展示場의 규모와, 出품製品의 量에 구애되지 않고 각자 관심품목을 충분히 검토하고 (가격, 질 등) 비교하여 상담을 하는 새로운 구매추세로 변해가고 있음을 알 수 있었다. 따라서 우리나라도 이 Show에 다양한 품목을 가지고 적극 참가하여 우리나라 電子工業의 이미지를 새롭게 부각시킬 때가 되었다고 본다.

나. 83年 CES는 「공동부스」를 넉넉하게 확보하여 많은 業체가 참여할 수 있도록 本會의 대책이 강구되어야 하며, 業체에 적극적으로 참여할 수 있도록 계획방안을 제시해야 할 것이다.

8. 건 의

라스베가스 쇼는 시카고의 CES보다 오히려 많은 액의 거래가 이루어지고 있다고 전시당국이나 出품업체 및 바이어들이 이구동성으로 말하고 있다. 또한 三都電子가 처음으로 단독부스를 설치하여 시도한 결과 3백만불의 계약고를 올렸음은 이곳의 시장성을 짐작할 수 있다.

이에 비추어 83년도에는 우리의 가전제품 업체가 공동으로 대거 출품할 수 있는 뒷받침이 요망되는데 이에 따른 문제점들은 다음과 같다.

- 1) 부스 임차료, 장치비, 운반료, 운영비등의 막대한 예산이 소요될 뿐만아니라, 파견비가 겹치기 때문에 중소기업에서는 출품을 주저하고 있다.
- 2) 대만과 홍콩(각각 약 500S/M)과 같이 해외시장 개척을 위하여 유명전시회에 종합

Booth를 확보, 출품할 수 있는 정부의 지원이 요망된다.

- 3) 조직적이고 파격적인 전시효과는 많은 바이어의 이목을 집중시켜 다래한 성과를 올려야 한다.

이점을 감안하여 정부에서는 광활한 미국시장에 우리중소업체의 제품이 뿌리를 내리기 위한 전시참가 출품을 위하여 年1회에 집중적인 지원이 요청된다.



□ 冬季CES電示場의 慶祝아치(1981. 1. 7)