

海外速報

본란은 「KOTRA 海外市場」6. 1 ~ 6. 17일자에서 電子·電氣 部門을 발췌한 것임을 밝힌다.

日 電子業界, 輸出価 引上 움직임

— 円高 장기화에 수익악화 대책 —

日本の 電子電氣업계가 다시 美国 등 여러 수출지역에 대한 수출가격 인상 움직임을 보이고 있다.

엔高 진행후 각 메이커가 각기 상품별로 가격 인상을 추진해왔으나 결과적으로 일부 상품을 제외하고는 가격인상이 제대로 이루어지지 않고 있는데, 새로이 가격인상을 추진하게 된 것은 ① 현재 140엔 수준의 外換時勢가 엔약세로 전환될 가능성이 희박한 점 ② 메이커로서도 140엔 대응생산이 어려운 점 ③ 현재로서는 貿易黒字해소가 제대로 이루어지지 않고 있으며, 현가격으로는 덤핑수출의 위험이 있다는 점 등이 배경이 되고 있다.

마쯔시다電器는 7월부터 对美 수출 VTR가격을 5% 인상하며 年内에 12% 인상을 계획하고 있는 것으로 알려지고 있다.

美国 시장에서의 주력품종의 판매가격은 지난 1년간 오히려 35弗이나 인하되었으나 최근 품질향상과 함께 마쯔시다는 판매가격을 다시 300弗선으로 인상시킬 방침으로 있다.

한편 샤프는 140엔대의 엔시세로는 메이커측으로서도 대응에 한계가 있다고 판단, 자체내 엔高대책을 한층 강화하는 한편 가격을 인상시킬 수밖에 없다고 밝히고 있다.

이외 오디오업계도 價格引上 움직임을 보이고 있는데, 카세트라디오 등 일반제품은 NICs와의 경쟁격화로 製品価 인상은 어려우나 하이파이 오디오제품은 가격인상이 가능한 것으로 판단, 8월부터 新製品 発売와 함께 가격을 5~10%가량 인상할 계획이다.

85년 가을 이후의 엔高에 대응하여 현지업체에서는 일부 상품을 제외하고는 日本 업계간의 견제, NICs제품과의 경쟁, 外換時勢의 불투명한 전망 등으로 인해 충분히 가격인상을 단행하지 못했으나 엔高의 현상이 장기화되자 各社가 2년 연속 取益 악화를 보임으로 인해 올해도 수익이 더욱 악화될 것으로 전망, 價格 引上을 꾀하게 된 것이다.

中共, 미니컴 80年代初 國際수준

— 주요 부품국산화율도 60~70% —

中共은 미니컴퓨터 제조기술 도입 이후 현재는 소형·중형컴퓨터 생산기술이 이미 80년대초 국제수준에 도달했으며, 주요 部品の 國産化率은 60~70%에 달했다.

미니컴퓨터중 国内에서 개발 생산되고 있는 시리즈 2000계통의 32단위까지 계산할 수 있는 2730·2780형과 16단위까지 계산이 가능한 超미니 컴퓨터 등에 사용되는 部品, 네트워크, 터미널 등을 생산할 수 있게 되었다.

시리즈 2000 미니컴퓨터의 主機器와 소프트웨어는 선진국의 VAX 2와 같은 모델로서 VAX 2와 겸용이 가능하며, 동 시리즈 2000형은 국내 각종 기관에서 경제통계, 과학연구, 국방, 건설 등 분야의 정보처리시 자동통제 및 사무처리용 컴퓨터 대신에 사용되고 있다.

국내에서 생산된 시리즈 8000의 중형 컴퓨터는 IBM 4300과 겸용이 가능한 수준이며, 일부 터미널 설비는 이미 국제시장에 진출하고 있다.

国内産 미니컴퓨터의 처음 개발단계부터 높은 기술수준에서 출발했기 때문에 성능이 상당히 좋으며, 漢文정보 처리가 가능하여 국내에

서 널리 사용되고 있다.

통계에 의하면 시리즈 2000형과 유사한 외제 컴퓨터의 지금까지 수입액이 8,000만弗에 달하고 있는데, 앞으로 국산 컴퓨터에 의해 대체될 것으로 보인다.

일반용 탁상복사기가 天津복사 기술연구소와 南京영사기계조공장 기술요원의 합작으로 국내에서 최초 개발되었다.

동복사기는 国内産 部品과 선진국 각종 복사기의 우수한 점을 이용하여 개발 생산되었기 때문에 성능이 좋은 것으로 평가되고 있다.

동복사기의 판매가격은 수입복사기 가격보다 약 40%정도 싸다고 한다.

佛 電子産業, 디지털과 오디오 增加전망

— 家計 전체 消費增加率 앞지를 듯 —

최근 프랑스 經濟展望기관인 BIPE (Bureau d'Information et de Previsions Economiques)에서 발표한 대중용 전자제품시장에 대한 전망 연구보고서에 따르면 향후 5년 동안 프랑스의 전자제품 시장은 디지털 방식이 아날로그식을, 오디오제품이 비디오제품의 증가율을 앞서게 될 것으로 나타났다.

디지털 방식의 수요증가는 이미 수년전부터 대두된 추세인데, 특히 최근 개발된 DAT (Digital Audio Tape) 플레이어는 90년까지는 콤팩트 디스크 시장의 10%를 점유하게 될 것으로 보인다.

86년의 경우 프랑스 시장에서의 비디오와 오디오 제품의 비율은 58.1% 처 41.9%로 비디오 관련제품이 우세를 보였는데, 앞으로 그 증가율은 오디오제품 부문이 더 높을 것으로 예상되었다.

즉 1987~92년간의 전체 대중용 전자제품 市場需要 증가는 연평균 3%인데, 오디오부문이 3.5%, 비디오부문이 2.7%로 1982~86년 간의 비디오 4.8%, 오디오 13%보다는 그 증가율이 훨씬 낮아질 것이나 오디오제품의 생산 증가는

계속될 것으로 나타났다.

또한 BIPE전망에 따르면 프랑스의 電子製品 소비는 87년 1.5%, 88년 4.8%가 각각 증가하여 가계 전체 소비증가율 1.4% (87), 1.8% (88년)를 상회할 것으로 보이는데, 특히 企業에서의 소비증가가 현저히 나타날 것으로 전망되었다.

한편 86년도 유럽市場 30%, 프랑스시장 25% (필립스 21%)의 시장점유율을 보인 日本 製品의 수입증가는 최근 日本의 스페인에서의 현지 생산공장 건설에도 불구하고 92년까지는 안정될 것으로 동기관은 분석했다.

日, 西独内 VTR 現地生産 強化

— 도시바 등, 現地生産 능력 150만대 —

최근 日本은 EC의 輸入規制 강화추세에 대비, 西独内 VTR 현지생산을 강화하고 있는 것으로 알려졌다.

86년 자본금 DM625만으로 설립된 日本 도시바그룹의 100% 投資会社인 도시바 소비제품 회사는 1년간의 공사기간을 끝내고 최근 Nordrhein Westfalen州의 Moenchengladbach에서 정식 조업에 들어가 연간 12만대의 VTR (VHS방식)을 생산, 西独 및 유럽시장에 판매할 계획이며, 3년 이내에 생산을 40만대 수준으로 확대할 계획인 것으로 알려지고 있다.

이 공장의 생산능력은 2교대로 할 경우 월간 2만 4천대까지 조립생산이 가능하다고 하는데, 도시바사는 동공장을 향후 도시바사의 오디오 및 비디오 제품의 유럽내 생산거점으로 활용할 계획인 것으로 알려졌다.

同사는 이와 함께 금년 9월부터 컬러 TV도 생산할 예정이며, 현재의 연간 10만대 生産能力을 90년에는 15만대까지 확대할 예정이며, 88년부터는 컬러TV용 部品도 자체생산 예정인 것으로 알려지고 있다.

또한 동사는 3년내에 工場新築 비용을 포함하여 DM 5천만을 투자하여 현재 100명의 従業員

員 규모를 800명까지 확대할 계획이며, 89년경에는 동사의 연간 매출액이 DM3억9천만에 달할 것으로 보인다.

이로써 日本의 西独内 VTR 현지 생산업체(合作投資会社 및 100% 投資会社)는 6개사에 달하게 되었다.

이와 같은 日本업체의 对西独 現地生産 강화로 西独과 함께 EC시장에서 우리나라업체는 日本업체와의 더욱 치열한 경쟁이 예상되고 있다.

현재 日本업체의 西独内 생산공장만의 연간生産能力도 150만대에 달하게 되었으며, Philips, Grundig, Sel 등 歐洲제조업체들도 생산능력을 확장하고 있어 공급과잉 상태가 예상되므로 향후 우리나라 업체에서는 무모한 가격경쟁력보다는 品質高級化에 역점을 두어야 할 것이며, 우리나라産에 대한 EC의 수입규제에 대비하여 EC 내 생산거점을 확고히 해야 할 것으로 보인다.

스웨덴, 86년 家電製品輸入 증가

— 특히 VTR이 괄목할 만한 신장세 —

스웨덴의 86년도 家電製品, 수입이 크게 증가한 것으로 나타났다.

가정용 전자제품의 86년 수입실적을 전년 대비해 보면, 레코드 플레이어는 80.5%, 비디오는 42.3%가 증가한 것으로 나타났다.

특히 VTR은 매년 괄목할만한 신장을 보여주고 있는데, 83년에 국내판매량이 5,000대에 불과했던 것이 86년에 22만대를 기록했고, 금년에는 24^만대에 이를 전망이다. 비디오 수요가 급증하는 이유는 公營인 스웨덴 TV방송의 프로그램이 스웨덴인들의 관심을 끌지 못하는 데다가 지나친 겨울동안 외출이 제한되어 있는 실정으로 인해 실내 오락용으로 이용되고 있기 때문이다.

우리나라의 경우 레코드 플레이어는 아직 경쟁력이 약하므로 본격적인 시장진출이 어려우나 비디오의 경우 이미 시장기반이 구축되었을 뿐 아니라 自社 브랜드 선전이 뿌리를 내리고 있고 가격경쟁에서 日本製品을 압도하기 때문에 매년

괄목할 만한 수출신장이 예상되고 있다.

台灣, 각종 輸出支援制度 철폐 움직임

— 外換保有高 累增 억제 非常조치 —

台灣은 85년 9월 이후 台灣 元貨의 对美貨환율이 20% 이상 평가절상됐음에도 불구하고 지속적인 수출증가로 인해 台灣 정부당국이 우려하고 있는 해외부문 通貨増發 압력이 조금도 약화되지 않고 87년 4월말 현재 通貨(MIB)의 年 증가율이 52.1%에 달하게 됨에 따라 금명간 수출금용한도의 축소, 수출금융 우대금리의 취소, 關稅還給制度의 철폐 등을 골간으로 하는 ‘貿易収支黑字 축소방안’을 발표, 시행할 것으로 알려졌다.

즉 台灣정부 당국자에 따르면 台灣 정부당국은 对美出超에 따른 美国측으로부터의 통상 압력과 함께 台灣 정부당국의 독자적인 국내경제 안정책의 일환으로 수입확대 및 해외투자를 통한 外換保有高의 축소를 기도했지만 그 결과가 기대에 미치지 못함에 따라 부득이 강제적인 방법으로라도 수출을 억제하지 않으면 안 되게 되었다고 台灣 정부당국의 강력한 외환보유고 축소의지를 표시하고 있다.

한편 台灣 중앙은행도 台灣内 Hot Money 유입을 막음으로써 외환보유고 누증 압력을 완화시키고자 지난 5월 30일 台灣内 全 外國換지정 은행의 대외채무잔액을 87년 5월 31일자로 동결시킨바 있으며 7월 1일 다시 이 조치의 계속 시행여부를 결정할 방침인 것으로 알려지고 있다.

日, 멕시코進出 활발

— 日本의 对美 무역수출위해 —

日本을 비롯한 여타국들은 원래는 美国 제조업체와 멕시코 제조업체를 연계시킬 의도로 설치된 멕시코의 免稅組立業(Duty-Free Assembly Industry)에 크게 관심을 보이고 있다.

이는 날로 강화되고 있는 美國의 수입규제를 회피하면서 美國시장에 침투를 더욱 용이하게 하는 최적 방안으로 멕시코를 우회수출 기지로 생각하고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

특히 年 2년째 계속되는 엔貨 폭등과 美國의 日本産 제품에 대한 보복조치를 우려하여 日本企業들은 가장 이상적인 對美 수출 전진기지로써 멕시코를 뽑고 있다.

美國은 이곳에서 생산된 제품에는 멕시코내 공장에서 조립과정에서 얻어진 부가액에만 세금을 부과해 왔다. 또한 멕시코가 수입한 部品이 美國産인 경우, 美關稅法規는 美國회사와 외국회사간에 아무런 실제적인 차별 대우를 얹고 있다.

이러한 Maquiladoras를 이용하고 있는 日本 회사 가운데는 Sanyo, Matsushita, Sony 그리고 Hitachi 등이 눈에 띄고 있다. 이들 日本회사들은 모두 멕시코의 태평양沿岸에 공장을 세우고 있다.

현재 멕시코에는 15개 日本 Maquiladoras가 있는데, 이들 대부분이 美國에 진출해 있는 日本 현지공장의 子會社이다.

추가로 20여 日本회사가 금년말 이전에 멕시코로 진출할 것으로 알려지고 있는데, 日本유수의 자동차, 카메라, 전자 關連회사들이 포함되어 있다.

아직까지 日本이 멕시코經濟에 중요한 비중을 차지하고 있는 유일한 아시아국가이지만, 韓國, 台灣, 香港 등도 Maquiladoras 설립 타당성조사를 활발히 하고 있다고 믿을 만한 소식통이 전했다.

英, CDP 市場 好況

— 가격 인하와 신개발품의 영향 —

86년을 기점으로 英國의 CDP (Compact Disk Player) 시장이 호조를 보이고 있는 것으로 나타나고 있다.

83년 2만대 규모로 출발한 英國의 CDP 市

場은 당시 비디오 시장에 밀려 위축일로에 있던 오디오市場의 회복을 주도할 총아로 기대를 모았으나, 초기수요는 84년 3만대, 85년 13만대로 비교적 저조한 수준에 그쳤었다.

그러나 86년에 들어서면서 價格의 대폭 인하, 콤팩트 디스크의 多樣化 등에 힘입어 급속한 需要暴을 형성, 전체시장 수요는 시장공급량 기준 Separate제품 51만대, 뮤직센터 裝着제품 15만대 등 당초예상의 3 배에 이르는 66만대 (판매량 기준 50만대)를 기록한 것으로 나타나고 있다.

이러한 CDP에 대한 需要暴은 콤팩트 디스크 개발 가속화 및 이에 따른 CDP 수요 재촉발이라는 상승작용을 불러 일으키고 있어, 전체 CDP 수요는 87년 100만대, 88년 150만대로 확대될 것으로 전망되고 있다. 한편 關連 콤팩트디스크 수요 역시 88년부터는 재래의 레코드판을 앞지를 것으로 기대되고 있다.

이에 따라 시장관도에도 변화가 일고 있는데, 86년 Mission Electronics社, Meridian社 등이 CDP 시장에 신규참여하고 있는 한편, Philips社 등 기존 歐洲域內업체의 생산 역시 크게 증대, Panasonic, Sony, Hitachi, Mitsubishi, Technics, Aiwa, Marantz 등을 주축으로 하는 日本제품의 시장점유율이 85년 80%대에서 86년 60%로 감소했다.

특히 86년을 전후해 台灣 등 極東 경쟁국 역시 활발한 진출움직임을 보이고 있어 86년중 총 2만 7,000대를 공급했다. 우리나라의 경우 같은 기간중 6,500대를 공급하는데 그쳤다.

그러나 아직 시장내 브랜드競争이 치열하고 우리나라제품의 경우 픽업 등 주요부품의 尠日 의존도가 상대적으로 높아, 본격적인 CDP진출을 위해서는 무엇보다도 중요부품의 自給率 제고를 통한 가격경쟁력의 보강이 關鍵으로 지적되고 있다.

한편 英國의 CDP 수입관세율은 16.5%이며, GSP수혜한도액은 EC GSP오더 10.1220상의 기타 음향기기류 포함 127만 ECU로 책정되어 있다.