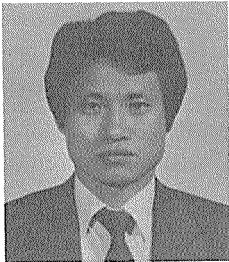


국내 전화기업계의 동향 및 발전방향



한 덕 수
대우통신(주) 교환기사업본부 영업관리과장

'87년 7월부터 현재까지 형식승인된 일반전화기는 총 283종으로 전자식 겸용과 전용이 78%, 대기업 제품이 71%를 차지하며 금년도에 형식승인된 전화기는 총 37종으로 이 중 기계식·전자식 겸용이 31건, 전자식 전용이 6건을 차지한데 반해 기계식 전용은 단 1건도 없어 기계식 전화기의 퇴조현상이 역력히 나타나고 있다.

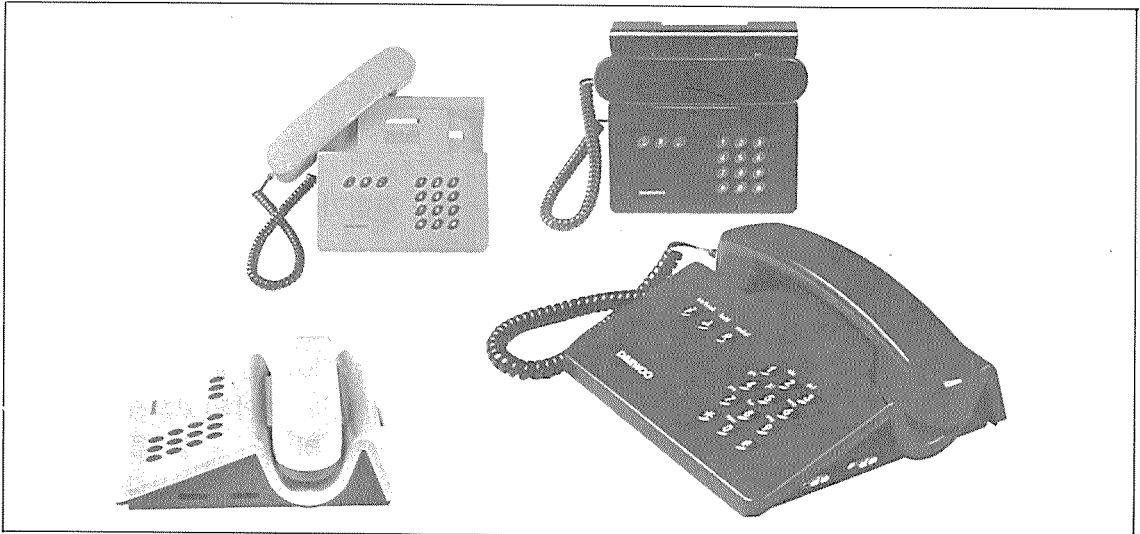
I. 국내 전화기 업계의 동향

1. 수요 구조와 전망

국내 전화기 시장은 대우, 금성, 현대, OPC 등이 각기 다양한 Model을 출시, 시장 선점을 위한 치열한 각축전을 벌이고 있으며 전화기가 단순통화 기능에서 점차 실내 장식품으로 인식됨에 따라 디자인을 위주한 패션화 및 다기능화로 수요층이 증대되고 있는 실정이며 체신부는 전국전화의 완전 자동화 체계 확립으로 신청 즉시 가설체제를 이루어 이미 87년에는 1가구 1전화 시대를 실현함으로써 수요가 증대되어 왔고, 정부의 전화 적체해소, 기능, 디자인의 다양화 수출 급증에 의해 시장 규모는 확대 추세에 있으며 90년대말까지 매년 100만대 증설 예정에 따라 내수시장 확대가 예상되고 수출도 엔고에 따른 국제 경쟁력 강화로 전년대비 9%의 신장이 예상되고 있다. 금년도 내수 총수요는 대체 및 신규수요를 포함하여 약250만대, 약630억원 가량으로 수정되며 국내시장 규모는 데이터 통신망 확충에 따라 다기능 전화기를 중심으로 계속 증가될 것으로 예상된다.

2. 업체별 생산 판매 현황

일반전화기 시장 판도가 최근들어 변화되고 있으며, 88년 3월 10일 전자시보가 발표한 자료에 의하면 내수 판매에서는 다음 표에서와 같이 금성통신이 1위를 고수하고 있으며 그 뒤를 삼성반도체통신 등이 바짝 뒤따르는 대기업 위주의 시장 판도가 형성되고 있으며, 지난해 총 294만 9,000여대에 달하는 12개 전화기 업체의 내수중 금성통신이 전체의 32.2%인 92만 1,000대를 판매해 매출 1위를 고수하고 있으며, 삼성반도체통신이 63만 8,000여대를 판매 21%의 시장 점유율을 차지하였고, 대우통신 역시 47만 1,000대를 팔아 3위를 기록하고 있으며, 그 동



국내시장 규모는 다기능전화기를 중심으로 계속 증가될 것으로 예상된다

표 1. 정보통신사업 수급전망

(단위 : 백만불, %)

구 분		1981	1985	1991	연 평균 성장률	
					81~85	85~91
생 산	컴 퓨 터	31	519	2,920	102.3	33.4
	교 환 기	101	334	1,134	34.9	23.3
	전 화 기	33	192	889	55.3	29.1
	무 선 통 신	48	134	835	29.2	29.6
수 출	컴 퓨 터	12	400	2,676	140.3	32.3
	교 환 기	6	4	86	-9.6	66.8
	전 화 기	7	113	647	99.6	33.8
	무 선 통 신	37	71	173	17.7	16.0
내 수	컴 퓨 터	129	411	1,544	33.6	24.7
	교 환 기	200	414	1,183	20.0	19.1
	전 화 기	27	32	257	32.7	21.0
	무 선 통 신	73	222	862	32.1	25.4

자료 : 한국전자공업진흥회, 「전자산업의 중장기 전망」, 1986

안 선두 Group에 끼지 못했던 현대전자가 29만 5,000대를 판매 10%의 시장 점유율을 확보하면서 4위로 부상한데 이어 그 뒤가 정풍물산, 동양정밀, 태흥정밀 순으로 나타났다.

Key phone, Cordless phone 등을 제외한 일반전화기의 작년도 생산 및 판매 실적은 다음과 같다.

3. 업체별 형식승인 현황

기계식 전용 전화기가 완전히 사양길로 접어들자 일반 전화기 시장에서는 대기업체 사이에 신제품 개발경쟁이 치열하게 일고 있다.

88년 6월 9일 체신부가 발표한 전화기 업체별 형식승인현황 자료에 의하면 일반 전화기는 총 283종으로 전자식 겸용과 전용이 전체 78%, 대기업 제품이 71%를 차지하고 있는 것으로 밝혀졌으며, 금년도 형식승인된 전화기는 총 37종으로 이 중 기계식·전자식 겸용이 31건,

표 2. 一般전화기 生産·販賣현황

(단위: 대)

업 체	총생산	수 출	내 수
金星通信	1,732,000	805,503	921,000
三星半導體通信	896,980	258,045	638,935
東洋精密	140,785	-	140,785
大宇通信	625,418	154,383	471,035
泰興精密工業	139,903	36,504	103,399
興陽交易	961,740	910,000	51,740
正豐物産	215,000	-	215,000
中央電子工業	18,169	18,169	-
맥슨電子	4,000	-	4,000
世進音響	2,000	2,000	-
오트론	991,815	927,000	64,815
現代電子	295,696	-	295,696
大宇電子	173,200	159,700	13,500
國際通信工業	29,451	-	29,451
東電産業	692,963	692,963	-
총 계	6,919,120	3,964,267	2,949,356

자료: 88. 3. 10, 「전자시보」

전자식 겸용이 6건을 차지한데 반해 기계식 전용은 단 1건도 없어 기계식 전화기의 퇴조현상이 역력히 나타나고 있는 실정이다.

또 87년 7월부터 지금까지 형식승인된 283종의 일반전화기 중에서 대기업체인 금성과 삼성에서 각 72종과 52종으로 전체의 25%와 18%를 점유하고 있으며 그 뒤를 대우통신이 29종으로 3위를 차지하는 등 신제품 개발경쟁이 치열해지고 있음을 알 수 있다.

신제품 개발에 있어 개발시부터 출시까지는 무수한 난관과 어려움을 극복한 가운데 탄생되는 것이며, 탄생되었다 하더라도 소비자 Needs에 부합되는 hit가 따라주지 않으면 개발비도 제대로 못뽑는 경우가 허다하기 때문에 신제품 개발에 사운이 걸려있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 따라서 금년도 전화기 내수시장에서는 대기업들과 올들어 전화기 사업을 강화하고 있는

표 3. 電話機 형식승인 현황

(1988. 6. 9 현재)

업 체 명	회 전 다이얼식	푸 시 버 튼 식			공전식	자석식	계
		필스송출	MFC	DF/MFC			
금 성 통 신	8	10	27	25	2		72
삼성반도체통신	4	6	26	15	1		52
동양정밀공업	5		7	8			20
대 우 통 신	3	8	11	7			29
태흥정밀공업	3		13	4	1	1	22
홍 양 교 역		1		10			11
정 풍 물 산			2	17			17
중앙전자공업				1	1		2
국제통신공업	3		7	3	1		10
맥슨 전자				2			2
세 진 음 향				1			1
오 트 론				7			7
현대전자산업	1	2	8	9	1		21
대 우 전 자				8			8
동 전 산 업			3	3			6
한 국 샤프				3			3
계	27	27	100	121	7	1	283

자료: 88. 6. 27, 「전자시보」

오트론, 정풍물산, 내수에 처음 참여하는 동전산업, 한국샤프 등이 치열한 경쟁을 벌일 것으로 전망된다.

4. 국내 Key phone 시장 현황

국내 전화기 시장에 있어 대중적인 수요를 차지하고 있는 것은 일반 전화기가 주류를 이루고

있으며, Key phone 시장도 향후 상당한 수요가 일고 있는 것으로 추정되며 연도별 수요 추정치는 아래와 같다.

표 4. Key phone의 연도별 수요 추정
(단위: set, 금액: 억원)

연도	'88	'89	'90	'91
수량	13,000	15,000	15,500	16,000
금액	156	180	185	192

금년도는 150억원 정도로 추산되는 Key phone 내수 물량을 놓고 금성, 삼성, 대우, OPC, 현대 등 업체간에 치열한 경쟁이 예상되고 있는 실정이며 금성과 삼성이 장악해는 내수시장이 하반기부터는 대우와 현대 등이 사업을 대폭 강화함에 따라 선두업체의 M/S의 위축이 예상되며 동양정밀이 중용량제품 국내시판을 개시함에 따라 상당한 시장판도 변화가 예상된다.

지난해 308과 616 출시로 내수시장 공략에 나선던 현대전자는 7월중에 소용량 206과 중용량 816을, 8월경에 1640을 내놓을 예정이고, 대우통신도 지난 4월부터 208과 616을 판매하기 시작하였고 10월경에는 308과 416을 시판할 계획이며, 소용량 Key phone 사업에 주력, 금년에는 전체시장의 10% 이상을 점유할 계획이다.

대우 소용량 Key phone의 장점은 주장치가 필요없어 가격이 저렴하며, 중용량 Key phone DK-616은 주장치에 Sub-set이 아닌 일반 전화를 접속할 수 있는 특징을 지니고 있다.

제품별 판매율은 88년도를 기준으로 할 때 아래 표와 같이 추정된다.

표 5. 제품별 판매율

기종	308	616(816)	1640	기타
비율(%)	13	60	22	5

기종별 판매 변화율은 616에서 1640의 변화요인은 첫째 616회선의 구형 노후 교체 및 회선 증가이며 둘째 금융기관, 투자, 단자, 증권, 중소기업체 이용률 증가가 예상되기 때문이다.

II. 국내 전화기 업계의 발전을 위한 제언

1. 향후 개발방향

대우통신, 금성통신, 삼성반도체통신, 현대전자 등 비교적 안정된 구조를 이루고 있는 전화기 시장에 맥슨전자, 정풍물산 등 전화기 전문 수출업체들이 원화상승과 선진국의 보호무역의 장벽에 부딪치면서 비교적 Risk가 적은 내수시장에 전력하고 있는 실정이다.

지금까지 전화기는 단순한 통신수단으로 사용되었지만 이제 Fashion의 다양화로 장식품의 역할과 편리한 생활을 위해 자동응답, 착신전송, 용건녹음 장소의 한계성을 극복하기 위한 휴대용 전화기 Pocket phone 등이 사용되고 있으며, ISDN에 대비한 디지털화를 위해 음성문자 및 화상 정보를 디지털화하여 동시에 전송가능한 복합통신 서비스, 각종 데이터와 통신의 서비스와의 결합을 위해 Modem을 내장한 Data Telephone 등이 지금까지 국내에서 사용되고 있다.

또한 Home Automation 분야에서는 삼성반도체통신과 삼익세라믹홈이 HA사업을 본격화한 데 이어 중앙전자공업, 한국통신 등도 이의 시장 참여를 서두르고 있다. 특히 삼익세라믹홈의 제품인 Auto guard는 기존 제품과는 달리 비밀무선 PCM 방식을 채택 실내 어느 곳에서나 휴대용 리모콘으로 시스템을 제어할 수 있고 소방용 비상 방송스피커가 내장되어 있는 것이 특징이다.

한편 한국통신(주)은 방범방제기능 및 전화를 통한 원격제어기능을 지닌 HA 시스템을 개발, 최초 본격 생산에 들어 갔다.

향후 개발방향은 전화기 분야에서는 일본에서 사용중인 TV전화기와 팩시밀리를 이용한 전화기 서비스 스케치폰의 개발에 박차를 가하고 있고 HA분야에서는 선발주자인 금성통신과 삼성전자는 신규업체들의 맹추격을 받아 무선감지기를 이용하거나 전력선을 이용하므로써 기존 주택에도 설치할 수 있는 신제품 개발에 전력하고 있다.

2. 시장개척 전략

최근 반도체 및 통신기술의 발달을 발판으로 전화기는 한층더 고기능화 되었는데, 금성, 삼성 같은 선발업체는 내수시장 우위 확보와 대우통신, 현대통신과 같은 후발업체는 시장확보에 주력하고 있으며 수출에 주로 참여했던 정풍물산, 홍양, 맥슨, 오토론 등은 내수 유통망을 강화함과 아울러 치열한 기능 개발에 주력하고, 또한 해외시장도 개척하여 자체 Brand로 수출한다는 전략을 세워놓고 있다.

국내시장 개척 전략은 금성통신이 음성을 인식하는 전화기를 개발, 사용자가 상대방의 전화번호나 이름을 말하면 자동으로 연결될 수 있게 했다. 또 음성뿐만 아니라 상대방의 얼굴까지도 볼 수 있는 영상 전화를 개발하였으며 통화로에 설계도나 사진 등을 보낼 수 있는 Fax 기능을 가진 전화기도 개발하고 있다.

삼성반도체통신은 휴대용 무선전화기로 울중에 개발할 계획이며 내년초까지는 우리말을 비롯 영어를 인식할 수 있는 음성인식 전화기를 개발할 계획이다. 특히 KTA가 화상신호 등의 국내규격을 마련하는 시점에 맞춰 영상전화기도 개발 공급할 준비를 갖추고 있다.

동양정밀은 소형 Fax기능을 지닌 전화기를 개발, 음성통화는 물론 문자 등을 전송하는 체제를 갖추고 디지털 전화기를 개발해 통화감도를 향상시켜 나갈 방침이다.

대우통신은 전화기 상품명을 「유니폰」으로 통일하고 다기능 전화기를 개발 추진하고 있으며 현대전자, 홍양, 맥슨, 태흥정밀 등도 다기능화된 전화기 개발을 계속 추진하고 있다.

또한 달리는 차안에서 통화할 수 있는 차량 전화를 삼성반도체통신, 금성통신, 현대전자, 동양정밀 등이 공급하고 있는 가운데 보급형과 다기능화된 전화기 개발이 계속 추진되고 있다. 또 전화를 받을 수 없을 때 안내해 주는 자동응답 전화기는 금성통신을 비롯 삼성전자, 맥슨전자, 오토론 등이 개발해 국내에 선보여 맞벌이 부부나 독신자에게 인기를 얻고 있다. 오는 88올림픽 때는 휴대용 전화기가 서비스 되는데 이를 겨냥해 금성통신을 비롯 한진전자 등이 제품을 개발, 공급을 추진중이다. 이렇듯 전화기 개발

이 활발한 가운데 업체간 치열한 시장 쟁탈을 하고 있다.

해외시장 개척전략은 대우통신이 오는 8월 부터 픽쳐폰 부분에 신규 진출키로 하고 현재 세부계획을 구체화하고 있으며 현대전자의 경우 오는 연말까지 픽쳐폰, 코드리스폰, TAD (자동응답전화기), 키폰, 카폰 등의 수출규모를 1억달러로 잡고 오는 90년까지는 이를 3억달러로 확대할 방침이다. 또 삼성반도체통신은 올해 하반기중에 TAD, 89년 중에 코드리스폰과 픽쳐폰을 개발 이 부분에 신규 진출할 방침이며 오는 90년까지 일반전화기, 키폰, 카폰만으로 1억 4,400만달러의 수출 목표를 세워놓고 있다. 금성통신은 올해 카폰, TAD부분을 강화, 보급형 신제품을 생산할 방침이며 한편 동양정밀은 최근 미 ISOETEC사와 키폰 시스템 장기 공급 계약체결을 계기로 디지털 방식의 새 키폰 시스템을 개발 키폰의 해외수출을 강화하고 있다.

이렇듯 전화기 시장개척 전략은 앞선 기술만이 살아남을 수 있다는 치열한 기능개발 싸움이 일고 있고 지금도 디지털 방식에 따른 다기능 개발로 국내와 수출에 우위를 확보한다는 전략을 세워놓고 있다.

3. 광고전략

대우통신, 현대전자, 삼성반도체통신, 중소기업체 등 많은 전화기 Maker들이 각사의 시장을 확장시켜 나가거나 각사의 Image 부각을 위해 광고에 상당한 투자를 하고 있는 실정이다. 광고전략의 기본 방향은 패션 감각에 소구하는 광고에 Focus를 두고 기존의 Style을 강조한 전화기 광고에서 벗어나 신제품 중심으로 광고를 전환 다양한 Color, 참신한 Design New Life 시대의 세련된 감각에 역점을 두고 패션을 통한 Emotional appeal을 해야한다.

여유가 있는 도시거주 주부(도시의 수요가 총 수요의 약 70%임을 감안)들이며 특히 이들은 생활용품의 선택에 있어서 가격 기능보다 디자인을 위주한 Fashion을 중시 여기는 경향으로 흐르고 있으며 실내를 예쁘게 장식할 수 있

는 전화기가 전화기시장의 주요 타겟으로 대두되고 있는 실정이다. 표현전략은 전광고물에 있어서 동일한 Copy를 사용 소비자 구매형에 있어서 느낌 → 인지 → 구매행동을 고려, 감정에 호소할 수 있는 언어의 선택 → 충동구매 유도 즉 Fashion의 강조를 통해 제품에 대한 구매 동기를 자극해야 한다.

주매체는 TV 광고를 원칙으로 하고 보조, 유지 광고를 위해 여성 월간지나 일간지를 선택함이 바람직하다. 특히 TV 광고는 주부들의 시

청률이 높은 드라마, 9시 News에 집중적으로 실시하며 20~30대의 미혼이나 기혼 여성들의 시청률이 높은 프로그램을 선택 집중 광고하고 옥외 광고로는 지하철에 Wide color 부착 그리고 지방에는 시내 BUS광고를 실시해야 한다.

이상에서 신제품 출시시기를 중심으로한 광고계획안을 확립 판매 전략과 광고전략이 융화되어 이루어지고 출시한 신제품이 hit만 한다면 매출신장과 더불어 향후 전화기시장의 우위를 확보할 수 있을 것으로 믿는다.

電子用語 略語表

ACCS : Academic new town Community Cable Service	ARPANET : Advanced Research Projects Agency Network
ADPCM : Adaptive Difference Pulse Code Modulation	ARQ : Automatic Repeat Request
AGC : Automatic Gain Control	ASK : Amplitude Shift Keying
AIS : Advanced Information System	ATIS : Automatic Transmitter Identification System
AKM : Apogee Kick Motor	ATS : Applications Technology Satellite
AMEX : Aeronautical Maritime Experimental Transponder	AVM : Automatic Vehicle Monitoring System
ANSER : Automatic answer Network System for Electric Request	BBSW : Base Band Switch
APD : Avalanche Photo Diode	BEP : Back End Processor
ARABSAT : the Arab Satellite communications organization	BS : Medium-Scale Broadcasting Satellite for experimental purpose
ARI System : Autofahrer Rundfunk Information	CAFIS : Credit And Finance Information Switching system
	CAPTAIN : Character And Pattern Telephone Access Information Network system