

'94 가전산업 전망

이병성/(주)금성사 이사

1. 경제전망

1) 세계경제

'94년의 세계경제는 EC·일본 등 선진국 경제의 회복, 아세안 국가들의 견실한 고성장세 유지 및 중남미 국가들의 조정국면 탈피에 힘입어 '90년 이후 처음으로 연간 성장률이 3%선을 상회할 것으로 예상된다. 지역별 전망을 해보면 미국은 클린턴 행정부의 경기부양책 지속 추진으로 다소 회복될 것

이나, 증세를 주요내용으로 하는 재정적자 삭감법의 영향으로 민간 투자 소비의 위축으로 '93년 수준의 2.6% 성장이 예상된다. EC는 경기부진 탈피를 위한 EC 각국의 본격적인 경기부양책 시행으로 1.5% 성장이 전망된다. 일본은 내수 침체와 엔고에 의한 '93년의 저성장 극복을 위하여 '94년에는 공공투자 확대 등 내수 부양조치의 실시 및 금리인하 등으로 다소 회복이 예상되며, 개도국에서는

아세안 국가의 견실한 성장유지, 중남미 국가들의 경기 조정국면 탈피 등 호조가 예상되나, 중국의 경기진정정책의 영향으로 성장이 다소 둔화될 것으로 보인다.

또한, 러시아는 민족분쟁·재정적자 확대 등으로 지속적으로 경기가 부진하나, 소비재 중심의 생산증가추세로 '94년을 고비로 최악의 상황에서 일단 벗어날 것으로 예상된다.

경제성장률 예상

(단위 : %)

	'92년	'93년	'94년
세계	1.7	2.2	3.2
선진국	1.8	1.1	2.2
미국	2.6	2.7	2.6
일본	1.3	△0.1	2.0
EC	1.1	△0.2	1.6
개도국	5.8	6.1	5.5
중국	12.8	11.4	8.8
아세안	5.8	6.0	6.5
중남미	2.2	3.4	3.5
동구/러시아	△13.0	△10.2	△1.1

2) 국내 경제

'94년의 국내경제는 금융실명제 실시에 따른 충격에서 벗어나는 가운데 정부의 경기 활성화를 위한 각종 부양책의 실시 및 공공부문의 투자 확대 수출 증가 등의 요인으로 소폭의 성장이 예상된다.

부문별로 보면 경제성장면에서는 금융시장의 불안, 물가 불안 등 성장저해 요인이 있으나, 세계경제의 호전에 따른 수출 증가, 설비투자의 완만한 회복 등에 의하

여 '93년 대비 1.2% 포인트 증가된 5.6% 수준으로 전망되며, 물가면에서는 유류 및 특소세 인상의 영향으로 공공서비스 요금과 공산품가격의 상승이 예상되며 소비자물가 상승률은 5.8% 내외를 기록할 전망이다. 소비면에서는 고용사정 악화, 임금 상승세 둔화 등에 의하여 소비자 구매력은 '93년 수준이 예상된다. 자금시장/금리면에서는 기업부문의 자금수요 정책, 금리위주의 통화정책, 금리자유화에 따른 금융기관의 수신증대 등의 긍정적인 요인과 시중자금의 공급 과다에 따른 물가 불안 등 부정적인 요인의 상존이 예상된다.

2. 가전산업전망

1) 산업전망

'94년중 국내 가전산업은 엔고의 효과가 하반기부터 약화되고 국내의 시장에서 일본 및 동남아 제품과의 경쟁이 가열됨에 따라 '93년보다 둔화된 6.7% 수준의 성장이 예상된다.

환경

	기 회 요 인	위 험 요 인
국 내	-신제품(와이드비전TV, CD-I 등)의 수요증가, 및 기존제품의 대형화, 대용량화에 의한 탈성숙화	-경회회복지연 -주요제품의 한계보급 도달 -수입제품의 증가
해 외	-엔고의 지속 -동남아 국가의 경기 활성화 -미국·일본 등 선진국의 점진적인 경기회복	-일본 업체들의 해외현지 생산 확대 및 자동화를 통한 원가 경쟁력 회복 -북미, EC 등의 덤핑판정, 원산지규정 등 각종규제 강화 -중국 및 동남아산 저가제품의 지속적인 물량 증대

각종경제지표 예상

(전년동기대비, %)

국민경제전망	'92년	'93년	'94년
실질경제성장률	4.7	4.4	5.6
최종소비지출	6.8	5.1	5.1
설비투자	△0.8	△0.8	5.2
수출	9.8	3.3	6.0
소비자 물가상승률	6.5	5.6	5.8

'94년 예상

	'92년	'93년	'94년	성장률
내수	56,520억	59,350억	62,350억	5.0%
수출	102억\$	112억\$	120억\$	7.1%
계	137,100억	148,950억	158,920억	6.7%

2) 제품전망

가전제품은 신기술을 적용한 Multi-Media 제품의 도입확대에 의한 신규 제품 수요의 점진적 증가와 기존 제품의 본원적 기능을 강화한 대형화, 대용량화 제품들에 의한 대체 및 중복수요가 주류를 형성할 것으로 예상된다. 가전 제품 변화추이를 보면 Digital화 및 System화로의 기술변화 가속화에 의한 Multi-Media기기의 보급이 확대될 것으로 보이며 기

술개발 범위의 확대로 기존 제품의 고유기능 중심 기술개발 및 적용에서 소비자의 「생활의 질」을 향상시키기 위한 쾌적성, 편리성, 위생 및 건강 등을 반영한 제품의 등장이 가속화되고 있으며, 환경보호형 제품도 확대되고 있다. 또한 과거의 기능 중시에서 가치 중시로의 소비자 Needs의 변화에 따른 복합제품 및 신개념의 제품이 등장할 것으로 보인다.

제품군별 특징(소구점)은 신가전제품군이 신기술을 적용한 향후 성장예상 제품들로 다양하고 복합적인 가치의 제공 및 신소재를 채용하고 있다.(Video-CD, 와이드비전 TV, CD-I, DCC, Multi-Media PC 등) 기존제품군은 대형화, 대용량화, 사용편리성을 강조하여 A/V는 고화질, 사용편리성 등이 강조된 System화 기능 제품이 주류(기존 제품과의 호환성 강조)를 이루게 될 것이며 냉장고는 지역적 특성을 고려한 문

화소구형(예 : 한국형 김장독 냉장고) 및 환경보호(NON-CFC 냉장고)형이 강조될 것이다. 세탁기는 고세탁력, 영킴개선을 위한 신이론의 적용이 예상된다.(카오스, 로스비 이론 등)

3. 수요전망

1) 세계수요(AV 4대제품중심)

A/V 4대 제품의 '94년 수요 전망은 세계경제의 회복 예상에 따라 '93년보다 3% 상승한 5.4% 수준이 될 것으로 전망된다. 제품별로 요약해 보면 C-TV는 중·대형TV 수요성장, 아세아지역 국가들의 보급확대 등의 요인으로 '93년대비 3% 상승한 93,401천대가 예상된다. VCR은 미국·일본 등 주요 시장의 수요가 정체를 보이

는 가운데 EC 및 아시아 지역의 신장으로 '93년 대비 3.6% 상승한 43,521천대 예상되며 캠코더는 주요시장인 미국·일본은 고 보급률로 신장률은 정체되고 있으나, 기타 지역에서의 수요 증가로 '93년 대비 6.1% 상승한 9,497천대 예상된다. CDP는 적용확대 및 미국·아시아 지역의 신장으로 '93년 대비 1.3백만대 증가한 22,191천대 수준으로 예상된다.

A/V 제품 세계수요 전망

(천대, %)

구 분	'92년		'93년		'94년	
	수 량	신장률	수 량	신장률	수 량	신장률
C - T V	86,311	2.9	88,375	2.4	93,401	5.7
V C R	41,583	0.5	41,792	0.5	43,521	4.1
캠 코 더	8,831	△14.9	8,896	0.7	9,497	6.8
C D P	19,416	6.7	20,865	7.5	22,191	6.4

C-TV

중·대형 C-TV의 지속적인 수요 확대 및 중남미·아세안 국가들의 10% 이상의 신장으로 '93년 대비 5.6% 신장한 9,300만대 수준이 예상된다.

C-TV의 시장특징으로는 제품으로 보면 전지역인 중·대형 수요가 확대될 것이며 고품질, 리모콘, 스테레오 기능이 요구된다. 또한 복합 제품의 수요 형성(CDG-TV 등)이 될 것으로 보인다. 지역별로는 '94년의 월드컵 특수 수요가 기대되는 중남미 지역이 10% 신장, NICS를 제외한 기타 아세안 국가들의 저보급에 의한 보급확대로 16%의 고신장이 예상된다. 미국·일본·EC 등 선진국은 대체수요 위주로 1~3% 수준의 신장이 예상된다.

C-TV 지역별 수요 및 구성비 전망

(천대, %)

구 분	'92년		'93년		'94년	
	수 량	구성비	수 량	구성비	수 량	구성비
세 계	86,311	100.0	88,375	100.0	93,401	100.0
북 미	23,460	27.2	23,780	26.9	24,100	25.8
일 본	8,302	9.6	8,250	9.3	8,330	8.9
서 구	20,545	23.8	20,495	23.2	21,180	22.7
아 시 아	16,486	19.1	17,736	20.1	20,091	21.5
중 남 미	5,437	6.3	6,050	6.8	6,650	7.1
동 구	6,898	8.0	6,713	7.6	7,380	7.9

VTR 지역별 수요 및 구성비 전망

(천대, %)

구 분	'92년		'93년		'94년	
	수 량	구성비	수 량	구성비	수 량	구성비
세 계	41,583	100.0	41,792	100.0	43,521	100.0
북 미	13,579	32.7	13,670	32.7	13,790	31.7
일 본	4,596	11.1	4,500	10.8	4,400	10.1
서 구	11,306	27.2	11,160	26.7	11,910	27.4
아 시 아	5,322	12.8	5,532	13.2	6,943	16.0
중 남 미	3,250	7.8	3,280	7.8	3,420	7.9
동 구	1,090	2.6	1,200	2.9	1,400	3.2

VCR

미국·일본 등 주요시장의 수요 정체가 계속되는 가운데 EC 및 아시아 지역의 신장으로 '93년 대비 4.1% 신장된 4,352만 1,000대 규모 예상된다.

VCR의 시장 특징으로는 제품 면에서 편리성, 스테레오 기능이 강조되고 차별화된 기능 보유 제품의 경쟁적인 출시가 예상된다.(Double Deck VCR, Game 기능 부가, 음성인식 VCR, Easy Type 등) 또한 복합 제품 확대(VIDEO-CD 등)가 특징으로 꼽을 수 있다. 지역으로는 시장 규모가 큰 선진시장은 보급률 증가에 따른 수요의 정체 또는 감소가 예상되나, 아시아의 수요는 성장 지속에 따른 구매력 증가로 '93년대비 26%의 고신장이 예상된다.

캠코더

수요 탄력성이 높은 제품으로 선진국의 경기 부진으로 인해 신장세가 다소 둔화되긴 하였으나 경기 회복과 Maker들의 신규 수요 창출 노력으로 점진적인 시장 수요 회복이 예상되어 '93년대비 6.8% 신장된 9,497천대 규모가 예상된다.

캠코더의 시장특징으로는 제품 면에서는 소형경량화와 다기능 경쟁이 둔화되고 편리성 향상과 사용 용도 확대 및 기능 고급화가 진행(Slim & Simple, 고화질)될 것이다. 지역별로는 아시아·중남미 등 저보급 지역의 수요가 증가하고 있으며, 미국·일본 등 선진시장의 수요는 정체되고 있으나, 향후 선진시장은 소비자들의 구매 Pattern 변화(Family User 중시에서 Personal User 위주)로 수요회복이 예상된다.

CDP

캠코더 지역별 수요 및 구성비 전망

(천대, %)

구 분	'92년		'93년		'94년	
	수 량	구성비	수 량	구성비	수 량	구성비
세 계	8,831	100.0	8,896	100.0	9,497	100.0
북 미	3,160	35.8	3,380	38.0	3,600	37.9
일 본	1,131	12.8	1,150	12.9	1,200	12.6
서 구	3,500	39.6	3,150	35.4	3,300	34.7
아 시 아	668	7.6	737	8.3	843	8.9
중 남 미	150	1.7	184	2.1	223	2.3
동 구	5	0.1	5	0.1	6	0.1

CDP 지역별 수요 및 구성비 전망

(천대, %)

구 분	'92년		'93년		'94년	
	수 량	구성비	수 량	구성비	수 량	구성비
세 계	19,416	100.0	20,865	100.0	22,191	100.0
북 미	6,940	35.7	7,470	35.8	7,970	35.9
일 본	1,613	8.3	1,560	7.5	1,490	6.7
서 구	7,670	39.5	8,100	38.8	8,480	38.2
아 시 아	2,176	11.2	2,640	12.7	3,036	13.7
중 남 미	345	1.8	355	1.7	405	1.8
동 구	31	0.2	42	0.2	60	0.3

신기술의 적용에 따른 소형·고기능 제품의 등장 및 다양한 형태의 장착 확대로 지속적인 신장세를 견지하여 '94년에는 '93년대비 6% 신장한 22,191천대 규모가 예상된다.

CDP의 시장특징으로는 제품은 소형화, Portable화가 지속되며 Mini Disk(MD), DCC 등 급속한 기술의 발전 추세가 돋보일 것이며 Easy Operation이 강조되며 CST, Hi-Fi 제품에의 장착, 확대될 것으로 보인다. 지역별로는 고보급률의 일본의 수요가 지속적으로 감소하는 추세이나, 아시아 및 중남미 지역의 높은 성장 및 북미 지역의 호조예상으로 '93년대비 1,326천대가 증가한 22백만대 수준이 예상된다.

2) 국내수요

유통시장 개방 확대 및 가전 주력제품들의 한계보급률 도달에 따라 수량기준 시장수요는 역신장이 예상되나 수요의 고급화·대형화 추세로 금액기준 시장수요는 '93년대비 5% 신장한 47,850억원 규모가 예상된다.

국내수요의 환경여건을 살펴보면 기회요인으로 신제품(와이드비전 TV, CD-I, Video-CD 등)의 수요가 형성될 것이며 수요의 고급화, 대형화 추세가 가속화 되며 점진적인 경기 회복을 보일 것이다.(실질경제 성장률: '93년 4.4% → '94년 5.0%) 위협요인으로 주요제품의 한계보급률의 도달과 유통시장 개방 확대로 수입선 다변화 조치의 해제 및 대상품목

의 축소가 예상된다. 또한 소비자의 수입품에 대한 개방적인 태도가 예상된다. 특소세 적용 확대(세탁기, 청소기 등)도 예상된다.

4. 경영과제

국내시장의 성장 둔화 및 수출시장에서의 경쟁 격화 등의 환경을 극복하고 지속적인 성장을 위한 단기 및 중장기 경영과제를 살펴보면 단기과제로 일관된 수익성 위주의 경영을 지속하여 원칙과 기본에 충실한 경영으로 기업내부의 효율성을 제고해야 한다. 저부가가치, 노동집약적 상품의 철수 또는 해외로 사업이전을 추진하고 성장 지속이 예상되는 개발도상국 시장과 내수 부양정책 실시로 경기 회복이 예상되는 일본 시장의 적극 공략 및 엔고를 활용한 구주·미주 지역에서의 자원 집중으로 수출 확대를 지속해야 할 것이다.

또한 시장 요구형 제품의 적기 개발, 공급에도 나서야 하며 유통 시장 개방 대응 체제를 조기에 구축해야 한다.(물류, 서비스, 마케팅 활동 등) 중장기과제로는 기업 경쟁력 제고를 위한 경영혁신을 가속화 시키고 세계 일류 상품화가 가능한 전략품목의 집중 육성 과 기술·인재, 정보 등 주요경쟁 요소에 대한 집중투자로 기업핵심 역량을 강화해야 한다.

또한 신규 생산 방식의 조기에

주요제품 전망(보급률)

	보급률(%)			
	'91	'92	'93	'94
C - T V	97.8	98.4	98.8	99.0
V C R	56.2	64.3	69.6	73.2
R E F	97.5	98.7	99.0	99.0
W / M	75.1	80.4	84.6	87.7

주요제품 전망(수요)

	수요(천대)			
	'91	'92	'93	'94
C - T V	2,309	2,281	2,160	2,040
V C R	1,317	1,140	980	940
R E F	1,757	1,804	1,720	1,700
W / M	1,520	1,380	1,425	1,390

행을 통한 생산성 혁신으로 시장 대응력을 제고(*CIM, FMS 등)

5. 제언

앞에서 우리가전산업의 전망을 논하면서 우리 가전업체가 지금까지 누적되어온 경영과제는 하루빨리 극복해야 한다. 여러가지 과제 중에서도 다음과 같은 몇가지 제언을 하고자 한다. 세계개혁면에서는 투자의욕고취, 기술개발 제고 등을 통한 기업의 대외경쟁력 및 재무구조의 개선을 도모할 수 있는 투자세액 공제제도, 기술 및 인력 개발비 세액공제 확대 등 각종 기업관련 세제 개혁이 요청되며, 내수 구매력 제고를 위한 가전제품 특소세율 인하를 재검토해야 할 것으로 보인다.

금융정책면에서는 시중 실세 금

해야 하며 아울러 세계화 경영전략의 기반 구축을 위한 해외 투자를 확대해 나아가야 할 것이다. 리의 안정화 및 추가적 인하 조치에 의한 경쟁력 제고를 기해야 할 것이다.

투자면에서는 TFT-LCD, HDTV 등 첨단·대형 투자에 대한 소요자금의 대출 지원이 확대되어야 하며 국제 경쟁력 제고를 위한 기업의 해외 투자시 투자 활동 규제 완화 및 해외 진출 Risk 감소를 위한 진출대상국(특히 중국, CIS, 베트남 등)에 대한 정부차원의 지원외교 강화가 요망된다.

수출면에서는 무역 금융수혜 대상의 확대와 실효성 제고가 요망된다.