

### 세계PC시장 고성장 지속

지난 2·4분기에 이어 3·4분기 세계 PC시장도 작년동기비 24.8%의 높은 성장률을 유지할 것으로 전망되고 있다.

IDC는 3·4분기 세계 PC 예상출하 증가율을 당초 작년비 19.3%에서 24.8%로 크게 늘려 잡았다고 밝혔다. 이는 2·4분기 출하량보다 7.2% 늘어나는 것이다.

이처럼 예상치를 상향조정하는 것은 저가 PC에 대한 지속적인 수요강세와 아시아지역의 회복세, 미국시장의 활황 등이 크게 작용한 것으로 보인다.

그러나 PC출하의 높은 증가율에도 불구하고 평균 PC가격은 5%정도 상승하는 것에 그쳐 제조업체들의 획기적인 매출증대로 이어지지 않는 양을 것이라고 IDC는 지적했다.

또 IDC는 컴퓨터 2000년도 표기 오류인 Y2K 문제의 경우 3·4분기 PC출하 동향에는 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망하면서 그러나 4·4분기에는 Y2K에 아직 대처하지 않은 중소기업들의 막바지 대체수요가 몰려 시장의 중요한 변수가 될 것으로 내다봤다.

지역별로는 3·4분기 동안 미국시장이 작년동기비 28%의 출하증가율로 세계시장을 계속 주

도할 전망이다 가운데 일본을 제외한 아시아지역은 34.3%로 2분기에 이어 높은 성장세를 유지할 것으로 보이며 이중 중국과 한국, 인도, 오스트레일리아 등의 성장세가 특히 두드러질 것으로 예상된다.

2·4분기 39%의 사상 최대 출하증가율을 기록한 일본은 가정용 수요, 인터넷 쇼핑 등에 대한 관심이 폭발적으로 늘어 나면서 3·4분기 32%증가에 이어 올 연말까지도 높은 성장세를 이어갈 전망이다.

반면 유럽의 경우 예상증가율이 작년비 16.3%로 다른 지역에 비해 둔화된 모습을 보일 것으로 예상된다.

### 일 반도체시장 점유율 "2001년 30%로 확대"

미국 어드밴스드마이크로디바이시스(AMD)가 일본 반도체 시장 공략에 박차를 가해 오는 2001년까지 일본내 시장점유율을 30% 수준으로 끌어올릴 계획이다.

그동안 저가 PC용 제품을 앞세운 시장공략으로 일본에서 약 20%의 점유율을 확보한 AMD는 앞으로 고성능 PC용 제품 투입을 확대해 점유율을 확대해 나갈 방침이다.

이를 위해 AMD는 최근 클록

속도 650MHz의 신형 「애슬론」을 선보인 데 이어 연말에는 700MHz 제품을 내년에는 1GHz 제품도 시장에 투입해 인텔이 압도적인 점유율을 차지하고 있는 고성능 PC 시장을 공략해 일본에서도 30% 이상의 점유율을 확보할 계획이다.

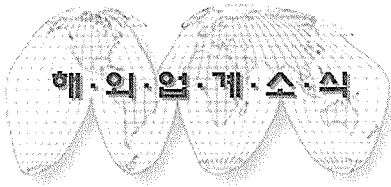
AMD는 특히 내년 중반까지는 독일에서 건설중인 새 공장을 완공, 제품공급 능력을 강화한다.

### 세계 첫 USB 지원 DVD램 개발

일본의 PC 주변기기 업체인 픽세라가 마쓰시타전기산업과 공동으로 세계 최초로 유니버설시리얼버스(USB)를 지원하는 디지털 다기능디스크(DVD)램을 개발했다.

그동안 USB는 복잡한 설정이 필요없어 접속후 곧바로 사용할 수 있는 이점이 있는 반면 DVD를 채용할 때는 데이터 전송속도가 느려 부적합했으나 최근 영상을 빠짐없이 자연스럽게 재생할 수 있는 기술을 개발, 오는 11월 말 제품을 선보일 계획이다.

픽세라와 마쓰시타는 DVD에서 PC로 데이터를 전송할 때 정보량이 많은 화면 데이터의 일부를 정보량이 적은 화면을 재생할 때 동시에 보내는 기술을 개발, 평균 데이터 전송속도를 1Mbps



이상으로 향상시켰다.

## 일 TV시장 '평면형' 인기

일본 TV시장에서 평면브라운관 제품의 비율이 급속히 커지고 있다.

히타치제작소, 소니 등 주요 가전업체들이 경쟁적으로 평면 TV 생산을 확대하고, 아이와 등의 신규 참여도 잇따르고 있다. 이에 따라 일본 국내 TV 출하 대수에서 차지하는 평면타입 비율은 지난해의 약 20%(추정)에서 올해는 40~50%로까지 상승할 것으로 전망된다.

일본의 주요 가전업체들이 이처럼 평면 TV생산비중을 늘리는 것은 기존 주력인 등근 브라운관 타입에 비해 고가이지만 깨끗한 화질을 무기로 대체수요를 불러일으켜 장기 침체에 빠져 있는 AV기기 시장의 활력소가 될 것으로 기대되기 때문으로 풀이된다.

히타치는 올 가을 가로세로 하면 비율이 16대 9인 와이드형과 4대3인 표준형 모두를 평면형으로 전환할 방침이다.

우선 와이드형으로는 28, 32, 36인치형 등을 표준형으로는 15인치와 21인치형의 상품화를 추진할 계획이다.

이에 따라 연간 약 500만대인

히타치의 TV 생산대수에서 평면타입의 비율은 현재의 약 10%에서 올해 말에는 40%로 높아질 전망이다.

미쓰비시전기도 올 가을 표준형에서 25인치와 21인치를 새로 내놓아 평면타입의 비율을 올해는 10%로, 내년에는 30%로 끌어올릴 계획이다.

이밖에 대형 업체에서는 소니가 올해 평면타입의 비율을 50%로 높일 예정이고, 마쓰시타전기산업과 도시바도 생산을 대폭 확대할 계획이다.

신규 참여하는 아이와는 25인치 크기의 평면타입을 상품화, 연내 일본과 미국 시장에 투입할 계획이다.

## 차세대 서버용 'IO규격' 통일

차세대 서버용 입출력(IO) 규격을 놓고 그동안 치열한 표준경쟁을 벌여 왔던 「NG(Next Generation) IO」 진영과 「퓨처IO」 진영이 규격 통일에 전격 합의했다.

인텔이 주도하는 NGIO 진영과 IBM, 컴팩, 휴렛패커드(HP)의 서버 3사가 연합한 퓨처 IO진영은 지난 31일 이같은 사실을 공식 발표하고 곧바로 통일된 새 규격(일명 시스템 IO) 제정작업에 들어가기로 했다.

이에 따라 두 진영은 퓨처IO와 NGIO의 고속 버전을 통합하게 되는데 초기 통일버전은 초당 2.5GB의 데이터 전송속도를 실현할 것으로 보인다.

표준화 작업은 올 연말께 완료될 예정이며 이에 기반한 서버제품은 오는 2001년 말께 나올 것으로 전해졌다.

이와 관련, 한 관계자는 새 표준 규격은 인텔의 두번째 64비트 프로세서인 「매킨리」 탑재 제품에서 처음 선보여질 것으로 예상된다고 말했다.

또 통합작업을 어느쪽에서 주도할지는 확정되지 않았으나 인텔과 IBM 출신이 새 위원회의 공동의장을 맡게 될 가능성이 높으며 모든 결정사항은 위원회를 구성하는 업체들의 투표에 의해 이루어질 것이라고 전했다.

지난 98년 인텔이 개발한 차세대대서비용 「NGIO」 아키텍처에는 선 마이크로시스템스와 델컴퓨터 등이 지원해 왔으며 이에 맞서 올초 서버 3사가 발표한 「퓨처IO」 규격에는 스리콤, 어덱텍, 시스코시스템스 등이 진영에 가세하면서 양진영간 표준경쟁이 치열하게 전개돼 왔다.

그러나 두 진영은 각자 개발자 포럼을 개최하는 등 별도로 일정을 추진하면서도 규격통일에 관한 물밑협상을 시도하는 등 화해의 노력을 보였다.

## 광픽업 생산 월200만개로 늘려

일본 마쓰미전기가 광픽업 생산량을 대폭 확대한다.

이 회사는 필리핀의 제조거점인 미쓰미필리핀과 세브미쓰미에서 생산하고 있는 광픽업의 생산량을 올연말까지 현재의 두 배인 월200만개로 확대할 계획이다. 그러나 인력은 원칙적으로 보강하지 않을 방침이며 제조공정을 최적화하고 가동일을 늘리는 방법을 증산에 따른 설비투자액은 2억~3억엔 정도로 최소화할 계획이다.

광픽업은 CD 롬 등 광디스크와 구동장치 사이에서 신호를 읽어내거나 써 넣은 핵심부품이다. 지금까지 첨단부품으로 분류돼 일본이나 싱가포르에 주로 제조거점이 있었으나 최근 가격경쟁이 격화되면서 필리핀, 중국, 인도네시아 등으로 생산을 이전하는 제조업체가 늘고 있는 추세다.

## 유럽케이블모뎀 시장 2003년 5억달러 규모

유럽의 케이블 모뎀 시장이 급성장하고 있다고 「테크웹」이 미국 시장조사회사인 IDC를 인용, 보도했다.

IDC가 최근 발표한 「케이블 모뎀 유럽 공략」이라는 제목의 보고서에 따르면 유럽의 케이블 모뎀 판매액은 지난해 3300만달러에서 오는 2003년엔 5억5000만달러로 크게 늘어날 전망이다.

IDC는 그러나 케이블 모뎀이 xDSL의 강력한 추격을 받고 있다며 케이블 모뎀의 고성장을 지속하기 위해선 가격인하 노력이 필요하다고 지적했다.

또 차세대 케이블 모뎀은 산업표준에 기반해야 하고 새로운 미디어 애플리케이션에 적응할 수 있도록 대역폭이 확장돼야 하며 다중서비스 제공을 위한 기술향상이 절실하다고 IDC는 밝혔다.

## 휴대폰 내장 노트북 개발

일본 최대 이동통신사업자인 NTT도코모가 도시바, NEC 등과 공동으로 휴대폰이나 PHS등을 내장한 노트북 PC를 개발했다.

휴대폰 등을 일일이 장착하지 않고도 메일송신과 인터넷 접속 등을 할 수 있는 이동통신기기 내장 노트북 PC의 개발은 도코모가 처음이다.

이번에 개발된 것은 휴대폰 내장과 PHS 내장 기기 두가지이고 이미 30대를 시험제작해 사내에서 실험 사용에 들어갔으며 사업

화 전망이 나오면 내년 중반 「도코모」브랜드로 판매할 계획이다.

휴대폰 내장 기기는 도시바의 노트북PC 「리브레토SS」, PHS내장기기는 NEC의 「라비에 NX」를 베이스로하며 PC내부에 데이터 통신용 PC카드와 무선장치 등을 결합하고 있다.

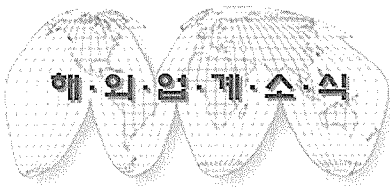
특히 이들 개발품은 전파가 도달하지 않는 장소에서 메일이나 데이터 송신을 조직해 두면 전파가 닿는 장소에 나왔을 때 자동 송신하는 「프로키시 기능」을 장착하고 있어 수발신 환경을 의식하지 않고 사용할 수 있다.

## 미, DVD시장 ‘확대일로’

디지털다기능디스크(DVD)시장이 미국에서 급속히 확대되고 있다.

업계단체인 DVD비디오 그룹인 최근 통계에서 올 들어 영화나 음악 등 DVD소프트웨어 판매는 지난해의 2배 이상 속도로 늘어나는 추세를 보여 지난 8월 중순 시점에 이미 전년의 연간실적(883만장)을 100만장 가까이 웃도는 979만장의 실적을 기록, 올해 안에 1000만장을 넘어설 것으로 확실시되고 있다.

타이틀수도 매달 평균 200건 이상이 새롭게 등장하고 있어 올해 말까지는 총 5000건에 이를



것으로 전망된다.

또 월트디즈니 등이 명작 애니메이션의 DVD화를 추진하고 있고, 이에 맞서는 다른 영화제작사들도 경쟁적으로 타이틀수를 확대하고 있다.

이에 따라 미국내 영상소프트웨어 유통은 현행 주력인 비디오 테이프에서 DVD로 무게 중심이 옮겨 향후 2년 이내에는 전체의 3분의 1이상을 DVD가 차지할 것으로 예측되고 있다.

### 2002년 인터넷 활용 인구 북미지역 '최대' 전망

오는 2002년께 인터넷 활용 인구는 북미·유럽·아시아 순으로 많을 것으로 예상되는 반면 인터넷 인구 증가율은 유럽·아시아·남미 순이 될 전망이다.

「비즈니스 와이어」가 미국 시장조사업체 e마켓터(eMarketer)의 세계 각 지역의 인터넷 활용 분석자료를 인용, 보도한 바에 따르면 오는 2002년 인터넷 활용 인구는 북미가 가장 많고 인터넷 인구 증가율은 유럽이 가장 높을 것으로 예상됐다.

e마켓터의 보고서는 「e유럽 리포트」 「e아메리카 리포트」 「e아시아 리포트」 등 3종으로 구성, 세계 각 지역의 인터넷 활용 현황 및 인터넷 인구 추이 등에 관한 내용을 담고 있다.

보고서별로 보면 e아메리카 리포트는 북미지역의 인터넷 인구 증가율이 점차 둔화, 오는 2002년께 전세계 인터넷 인구중 이 지역 인터넷 이용자가 차지하는 비율이 34.8%에 그칠 것으로 전망했다.

이에 반해 남미 지역은 인터넷 인구가 큰 폭으로 증가, 2002년에 2660만명에 이를 것으로 보인다.

e유럽 리포트는 유럽지역이 앞으로 인터넷 분야에서 가장 높은 성장세를 일궈낼 것으로 예상했다.

지난해 유럽지역의 전체 인구 중 인터넷 인구 비율은 6.4%로 미국의 17.8%, 캐나다 19.2%에 비해 낮았으나 최근 들어 통신 인프라 구축과 통신료 절감으로 급속히 성장할것 이란 분석이다.

오는 2002년께 유럽지역 인터넷 인구는 8400만명에 달해 전세계 인터넷 인구의 29.9%에 이를 전망이다.

e아시아 리포트는 유럽에 이어 아시아지역의 인터넷 활용이 큰 폭으로 확대될 것으로 전망했다.

2002년 아시아지역의 인터넷 활용 인구는 6100만명에 달해 전체 인터넷 인구의 22%를 차지하게 될 것으로 보인다.

아시아지역에서 인터넷 보급률이 가장 높은 일본은 올해 760만명의 인터넷 인구를 확보하게 될 것으로 보인다.

중국의 인터넷 이용자는 지난해 89만명에서 2000년 말에는

670만명으로 확대될 것으로 전망된다.

e마켓터는 이번 조사 보고서가 주니퍼·데이터퀘스트·포레스터·IDC등 주요 시장조사업체들이 발표한 조사보고서를 취합해 작성됐다고 밝혔다.

### 일, 아시아에서 다층 PCB중산

일본의 PCB 제조업체들이 아시아 지역에서의 생산을 가속화하고 있다.

「전파신문」에 따르면 세트 제조업체들의 동남아 생산에 따라 단면판을 시작으로 아시아 생산에 착수한 일본 PCB업체들은 최근 들어 다층판 중심으로 생산을 대폭 확대하는 움직임을 보이고 있다.

이에 따라 현재 아시아에서 일본계 PCB 업체잉의 월간생산력은 250만㎡에 달하는 것으로 추정되며, 아직까지는 이 중 단면판 생산이 압도적으로 많지만 다층판 생산도 15만㎡로 크게 높아진 것으로 나타나고 있다.

일본 업체들의 이같은 움직임은 이 지역에서 PC를 비롯해 하드디스크드라이브(HDD), 플로피디스크드라이브(FDD)등 정보기기와 인프라에서 휴대폰에 이르는 통신기기 등의 생산이 크게 늘면서 다층판 수요도 확대되고

있기 때문에 분석된다.

지난 97년부터 필리핀에서 다층판 생산에 착수한 NEC의 경우 현지 업체인 NEC컴포넌트필리핀이 지난해 가을부터 풀가동에 들어가 현재 생산규모가 월 1만5000㎡에 이르는데 금후 생산의 주력을 현재의 4층판에서 6, 8층판으로 이행하는 동시에 생산규모도 2만㎡로 끌어올릴 계획이다. 또 반도체 패키지용이나 빌드업 배선판의 생산도 검토하고 있다.

인도네시아, 대만, 싱가포르 등에 생산거점을 두고 있는 히타치화성공업은 이 중 특히 싱가포르

히타치화성아시아퍼시픽에 50억엔을 투자해 현재 월 5만㎡인 생산력을 내년 봄까지는 6만㎡로, 2001년 봄에는 8만㎡로 높여 나갈 계획이다.

또 올 연말까지는 월 2000㎡ 규모로 빌드업 배선판의 생산에 착수할 예정이다.

메이코는 홍콩 선티스와 제휴해 최근 중국 광둥성에 합작사를 설립하고 다층판 생산에 착수했는데 이너 바이어 홀(IVH) 기관 등 고부가제품의 생산력을 증강해 월2만㎡ 생산규모의 제조거점으로 육성해 나갈 방침이다.

싱가포르와 말레이시아, 인도

네시아 등 3개국에서 월 100만㎡의 단연판 생산체제를 갖추고 있는 일본CMK도 다층판의 아시아 현재 생산을 적극 검토중이다. 후보지로는 싱가포르 또는 중국이 유력시 되고 있다.

마쓰시타전자부품은 대만 현지 업체인 아신실업고분유한공업(YHI)에 다층판 기술을 공여해 위탁생산하고 있다.

이밖에 일본사키트공업은 대만에서, YKC는 중국에서, 아이렉스는 필리핀에서 각각 다층판을 양산하고 있다.

