

이철훈 대리 (본회 부품산업과)

## 1. 홍콩의 전자산업과 전자박람회 개요

홍콩의 전자산업은 제조업 전체에서 가장 중요한 산업으로 '98년 총수출의 31%인 HK \$4,144억(US \$534억)을 차지하고 있으며, '97년말 외국인 투자 또한 가장 많은 분야로서 총 HK \$200억불(US \$26억) 규모이며 이 가운데 일본 47%, 미국 29%, 네델란드가 9%를 각각 차지하고 있다.

홍콩의 전자산업은 IC, 디바이스 등 부품은 수입에 크게 의존하고 있으며, 과반수 이상의 업체들이 OEM(Original Equipment Manufacturing) 방식 이외에 ODM(Original Design Manufacturing) 방식으로 수출하고 있는데 수입상들은 컨셉트 디자인과 같이 단순한 표면적인 디자인과 특징만을 제

홍콩이 수출하는 전자제품은 50% 정도가 가정용 또는 개인용 소비제품으로 그중 계산기나 라디오 등 일부제품은 세계적으로 널리 수출되고 있으며, 나머지 50%를 차지하는 부품 수출의 경우 중급시장에서 강세를 보이고 있다.

하이파이 장치, 컴퓨터, 텔레비전, 전자 트랜슬레이터, 데이터뱅크 및 전화설비 등은 일부 대규모 제조업체의 경우 자체적으로 브랜드를 개발, 성공적으로 수출하고 있다.

주요 수출품을 좀더 구체적으로 보면 A/V Equipment(라디오, 카세트, CD워크맨 하이파이 제품, TV, VCR, VCD Player 등), 전자완구 및 오락기(작동완구, TV 게임기등), 퍼스널 컴퓨터(desk-top/notebook/palm-top, CD-Rom 드라이브 등) 통신제품(유무선 전화기 세트 등), 전자

### 홍콩 전자박람회를 다녀와서 · 홍콩 전자박람회를 다녀와서 · 홍콩 전자박람회를 다녀와서 · 홍콩 전자박람회를 다녀와서

공하며 홍콩의 제조업체들은 여기에 하드웨어 디자인에서 소프트웨어 프로그래밍, 기계상의 설계, 원형제작 및 샘플제작, 도구제작, 생산까지 맡아서 처리하고 있다.

【홍콩 전자산업 제조업체수, 고용규모】

구분	'98년 12월	'97년 12월	'96년 9월
제조업체수	809개사	826개사	884개사
고용규모	24,684명	27,809명	30,994명

(자료: KOTRA홍콩무역관)

【홍콩전자산업에 대한 외국인 투자 동향】

외국인투자규모	'97년	'96년	'95년
총투자액(US\$)	26억불	21억불	19억불
투자업체수	48개사	64개사	70개사
고용규모	15,519명	16,594명	20,863명

(자료: KOTRA홍콩무역관)

부품류( 컴퓨터 부품, AV부품, 사무용 기기 부품, 레지스터, 다이오드, LCD, CRT, PCB 등)가 중국, 미국, 일본, EU 지역으로 주로 수출하고 있다. 홍콩의 전자산업 제조업체는 '98년말 기준 809개사, 고용규모는 24,684명으로 나타났으며, 외국인 투자규모는 '97년말 26억불, 48개사로 15,519명이 종사하고 있는 것으로 나타났다.

위에서 살펴본 것과 같이 홍콩의 전자산업을 간략히 소개하였고, 본고에서는 지난 10월12일부터 15일까지 4일간 개최되었던 「'99 홍콩 전자산업박람회」에 본회가 주관해 「EIAK공동관」으로 참가하였는데 참가성과와 느낀바를 적어보기로 하겠다. 홍콩무역발전국(HKTDC)이 주최한 동 전자박람회는 중국, 대만, 홍콩, 유럽, 미주 아시아 등 22개국 1,496개사 참가한 가운데 홍콩섬에 위치한 컨벤션센터 신관 1~3홀, 그랜드홀 & 본관 5홀에서 개최되었다.



금년으로 19회째를 맞는 동 전자박람회(이하 동 박람회)는 한국, 대만, 일본전자박람회와 더불어 다가오는 21세기 세계경제의 중심으로 부각되는 아시아지역에서 개최되는 최대의 전자관련 종합전시회로서 전시규모만 보더라도 43,000㎡(13,030평)에 달하고 있다.

주요 전시출품 품목은 A/V기기, 가정용기기, 컴퓨터 및 통신기기, 보안 시스템 전자부품 등이 출품되었으며 동 박람회에 홍콩업체는 지난해(922개사)보다 약간 줄어든 898개사가 참가한 외국업체는 지난해보다 103개사가 증가한 569개사였다.

홍콩전자전의 특징중에 하나는 최신 기술이나 미래의 제품트렌드 소개가 목적인 컴텍스, CeBiT, CES 등과 달리 이미 상용화된 제품이 대거 출품되었다는 점이다.

최첨단 제품은 일본 소니사에서 출품한 DVD 등에 불과하였고 대부분 TV, 오디오, 주방가전, 일반부품 등이 주류를 이루고 있어 그야말로 실제 구매자 중심의 전시회라는 것이 언론의 대체적인 평가이다. 참고로 최근 홍콩전자박람회는 아래표와 같이 매년 규모, 참가업체수가 늘어나고 있다는 것을 알 수 있다.

홍콩전자박람회 물 다녀와서 · 홍콩 전자 박람회 물 다녀와서 · 홍콩 전자 박람회 물 다녀와서 · 홍콩 전자 박람회 물 다녀와서

전시품별로는 홍콩박람회에서 가장 강세를 띠는 AV제품이 제1홀에 배정되어 가장 많은 업체가 참가하였고, 전자 응용제품들도 1홀에 배정되었다. 제2홀에는 통신기기류와 멀티미디어기기, 전자계산기 등 소품류 업체들이 참가하였고, 전자부품, 악세서리류는 제3홀에 참가하였다.

국가관으로는 지난해에 이어 금년에도 중국, 대만, 한국이 참가하였고 금년에는 멕시코가 합류하였다.

총 220개사 참가한 대만은 대부분 업체가 제3홀에 위치하였고, 40개사가 참가한 한국관도 제3홀에 위치하였다. 253개사가 참가한 중국관은 그랜드홀 전체를 사용하였고, 멕시코관 4개사와 인천시 주관으로 참가한 11개사는 '조명기기 박람회'가 열린 제5홀을 사용하였다.

대만관은 가정용제품(Household Appliance)과 음향기기(Acoustics Products) 제품이 주류를 이루고 있고 중국관은 가전제품(Consumer Products), 전자부품(Accessories and Components)이 출품되었고, 멕시코는 멕시코 무역위원회 중심으로 기업 홍보 및 투자상담이 주로 이루어 졌다.

〈최근 홍콩전자박람회 개최현황 비교〉

개최기간	규모 (S/M)	참가업체수	내방객(명)
'96. 10. 15~18	25,600	956	29,902
'97. 10. 14~17	32,650	1,150	30,274
'98. 10. 13~16	40,094	1,355	33,113
'99. 10. 12~15	43,000	1,496	N/A

(자료:HKTDCC)

## 2. 한국공동관 참가현황 및 성과

국내 중·소 전자업체 중심으로 '97년부터 대한 무역투자진흥공사(KOTRA)가 주관하여 참가한 한국관은 총 규모가 405㎡(45부스)로써 '98년에 비해 규모나 참가 업체수로 볼 때 2배이상 증가한 40개사가 참가하였다.

한국관에는 EIAK관(11개사), 부천시관(6개사), 충남도관(5개사), 구미시관(6개사) 개별업체(12개사)가 참가하였으며, 정부와 지방 자치단체가 부스장차비,통관비 등을 무상으로 지원함으로써 참가업체는 35%~50%이상 저렴한 비용으로 참가할 수 있었다.

# EIAK

홍콩전자박람회를 다녀와서 · 홍콩전자박람회를 다녀와서 · 홍콩전자박람회를 다녀와서 · 홍콩전자박람회를 다녀와서

박람회 전체 방문 바이어는 예년보다 다소 증가한 것으로 추정되고 있는 가운데 한국관을 찾아 상담을 벌인 바이어는 7,645명으로 지난해보다 67%나 증가한 것으로 나타났으며, 한국관 참가업체들의 수출상담액도 US\$1억을 초과하여 긴밀한 후속 상담과 사후관리를 통해 수출계약을 대폭 확대할 수 있을 것으로 보인다.

이번 한국관 참가업체들은 애플, 스피커 등 음향기기 부품류, 스위치, 커넥터, 트랜스포머 등 부품류가 주종을 이루었으며 CCTV, 비디오도어폰, 무선전화기, 전기면도기, 진공청소기, 리모컨과 전압·전류 계측기, 통신장비용 부품 및 액세서리 제품도 출품되었다.

한국관에는 홍콩 바이어 뿐만 아니라 유럽, 북미, 아시아, 중동 등 각국 바이어들이 방문하였고, 한국관 참가업체들은 특히 독일, 프랑스, 이탈리아 등 서유럽과 미국, 호주 등지에서 기존에 접촉이 없었던 신규 바이어들과도 상담을 진행하였다.

### 3. 전자산업진흥회(EIAK) 공동관 운영 성과

EIAK공동관은 정부지원과 대한무역투자진흥공사(KOTRA)의 협조하에 한국공동관내에 전자부품 제조업체들 중심으로 대아리드선(주) 등 11개사가 12부스(108㎡)의 규모로 참가하였으며 전시품목은 커넥터, 소형모터, 스피커, CCTV, 비디오, 도어폰, 카오디오, 리모컨, 리드와이어, 스위치 등 42개의 산업용, 가정용 세트기기 및 부품이 출품되었다.

바이어 동향을 보면, 주로 홍콩, 중국, 미국, 싱가포르, 인도, 러시아, 터키 등 22개국 2,885명의 바이어가 EIAK공동관을 방문, 상담이 활발히 이루어졌으며 관심품목은 감시용카메라 및 모니터,

카오디오, 비디오도어폰, 스피커 등에 많은 상담이 이루어졌으며 커넥터, 마이크로스피커, 다이내믹 리시버, 소형모터 등 일반 전자부품도 다수의 바이어가 가격상담 및 샘플을 요청 하는 등 적극적인 상담이 이루어져 참가업체의 관계자들을 매우 흡족하게 했다.

이번 전시회 기간동안 EIAK공동관에서는 1,031건의 상담이 이루어져 상담액과 계약액도 각각 13,560천불, 2,536천불로 나타났으며, 계약이 성사된 품목은 카오디오, Time Lapse VCR, Remote Control, 카스피커 등이 러시아, 터키, 유럽 및 미주 지역의 바이어로부터 계약이 성사되는 등 큰 성과를 거두었다.

이번 홍콩전자박람회를 준비하면서 전자산업진흥회는 해외시장개척기금을 한국생산 등 3개사에 4천5백만원을 지원하고, 여행사 선정을 통한 경비 절감 등 다소나마 참가업체를 지원하였지만, 해외시장개척기금의 운영면에서 은행의 담보요청 관계로 중소기업이 동 기금의 신청을 포기하는 경우가 있어 아쉬움이 남는다.

### 4. 한국공동관 활성화 방안 및 개선점

한국관 전체적으로는 품질은 좋으나 가격경쟁 면에서는 상당한 애로를 겪고 있는 것으로 나타났다.

또한 중국제품의 품질이 날로 향상되고 있어 우리나라 업체들은 기술개발에 더욱 매진해야 할 것이며 박람회참가를 세계산업의 조류 파악과 정보수집의 유익한 기회로 활용하는 노력도 병행되어야 할 것으로 보인다.

한국관 참가업체들은 대부분 표준부스 타입의 단순한 부스장식과 바이어상담에만 초점을 맞추고



있으나 박람회 참가가 단순 바이어 상담의에도 홍보효과와 제품 이미지 전달효과도 상당한 점을 고려하여 부스장식과 제품 진열 개선에도 노력이 필요한 것으로 지적되었다.

박람회 참가는 1-2회만으로는 성과를 기대하기 어려우므로 수년간 지속적으로 참가하여 제품을 홍보하고, 또한 박람회 참가에 맞추어 신제품을 출품하는 노력이 병행되어야 성과를 확대할 수 있을 것이다.

한국관의 경우 특히 우주통신이나 조아스전자, 부전전자부품 등은 97년부터 한국관에 지속적으로 참가하고 있으며 매년 신제품을 전시하고 제품수

## 5. 맺음말

홍콩은 대만, 중국 등과 함께 중화 경제권을 형성하고 있지만 이 지역의 경제도 중국으로 주권반환과 아시아 지역의 IMF 여파에 따른 경기침체 등으로 현재 실업률이 6.2%를 보이고 있다. 그러나 홍콩전자박람회의 경우 첫째, 홍콩이 중국에 반환되는 시점에서의 기념사업으로 건립한 전시장은 비좁은 국도를 감안하여 홍콩섬의 바다를 메워 지은 전시장으로 쾌적하고 조용한 전시장 주변의 환경과 7개의 전시홀을 갖고 있으며 둘째, 지역적으로 근접되어 있는 중국의 심천 경제특구, 중소기업

홍콩전자박람회 다녀와서 · 홍콩전자박람회 다녀와서 · 홍콩전자박람회 다녀와서 · 홍콩전자박람회 다녀와서

준도 향상시키고 있어 바이어들로부터 좋은 반응을 얻고 있으며 수출상담도 매년 확대되고 있다.

이번 박람회에 참가한 한국관 참가업체들과 개별참가업체들은 한결같이 한국관 규모 확대와 업체별 부스를 확대하여 충분한 상담효과를 거둘 수 있도록 정부의 지원을 확대하여 줄 것을 요청하기도 하였다.

참고로 홍콩전자박람회에 한국관으로 처음 참가한 97년에는 162㎡ 규모였으며, 지난해에는 면적을 67% 확대하여 270㎡로 참가하였고, 금년도에는 다시 50% 늘어난 405㎡로 참가하였다.

또한 개선점으로 지적된 점은 한국관이 3홀(5층)에 위치하고 있어 1,2홀에 비해 내방바이어 수가 상대적으로 적었다는 점과 참가업체가 전시회를 사전에 준비하는데 유용한 전년도 바이어 동향(국가별, 제품별)에 관한 정보제공을 희망하고 있는 것으로 나타났으며, 한국관에 많은 바이어가 방문할 수 있도록 바이어 등록 메인입구와 한국관이 위치한 3홀입구에 싸인보드 설치가 필요하다는 점이 지적되었다.

기반 튼튼한 대만업체들이 대거 동 박람회에 참가함으로써 초청바이어 및 실제 구매바이어가 많아 참가업체수가 매년 늘어나는 추세로 세계각국에서 많은 실제구매 바이어들이 동 박람회를 찾는 것으로 분석되고 있다.

아무튼 동 박람회에 참가한 한국의 참가업체들은 실질적인 비즈니스의장이 되었고 신시장개척 및 신규 바이어로부터의 상담과 계약이 다수가 있어 동 박람회에 처음 참가하는 업체들도 만족할 만한 소기의 성과를 거둔 것으로 평가되었다.

그러나 보다 나은 성과를 거두기 위해서는 적극적인 정부지원 확대와 쾌적하고 넓은 전문전시장 확보가 시급하다.

또한 참가업체들도 현장에서 방문하는 바이어 상담에만 그치지 말고 박람회 참가는 단순바이어 상담이외도 제품이미지 전달효과도 매우 크다는 점을 인식하여 부스장식과 제품진열에도 한층 더 많은 개선이 필요하다고 본다.