

【 전시참가 】

COMPUTEX 2002를 다녀와서



본회 정보통신산업팀
장석준 대리



세빗, 컴텍스폴과 더불어 세계 3대 IT 전시회인 컴퓨텍스 전시회가 대만 타이페이에서 6월 3일 개막하여 7일까지 5일간의 일정으로 성황리에 막을 내렸다.

컴퓨텍스 전시회는 금년 22회째로 세빗이나 컴텍스에 비해 실질적인 수출 계약이 많이 성사되는 전시회로 해마다 한국에서의 참가업체가 늘어나고 있다.

전시장의 규모에 비해 참가를 원하는 업체가 많아 많은 부스를 원하

는 업체에게도 8부스 이상을 주지 않는 이 전시회는 전시장의 규모를 볼 때 1,600부스의 규모가 적당하지만 금년 컴퓨텍스 전시회에는 세계 40여개국에서 1,108개사 2,306부스의 규모로 구성되어, 공간이 있으면 부스가 설치되어 통로 부분이 매우 협소하게 느껴졌다.

컴퓨텍스 주최측에서 공식적으로 발표한 자료에 따르면, 금년 전시회에는 대만에서 5만여명이 전시회를 관람한 것을 비롯하여, 해외바이어만 약 2만4천4백명이 다녀갔으며, 이중 미국에서 3천6백여명, 일본에서 300여명, 한국에서 1천7백여명, 홍콩에서 1천5백여명, 중국에서 9백5십여명의 바이어가 다녀간 것으로 나타났는데, 올해 참관객에서 3번째를 차지한 우리 나라는 해마다 IT 제품을 수출·입을 하는 관계자들이 많이 전시회에 방문하고 있다.

컴퓨텍스 전시장은 가장 큰 규모를 차지하며 대부분의 업체가 전시를 하고 있는 주전시장인 1홀과 주전시장이 약간 떨어져 있어 주최측에서 운영하는 셔틀버스를 타고 이동을 해야하는 2홀과, 그리고 주전시장의 옆에 위치해있으며 평상시에는 회의실 등으로 사용되는 3홀의 총 3개의 전시장으로 구성되어있는데, 한국전자산업진흥회에서 주관한 한국관 및 한국에서 개별로 참가한 업체의 대부분이 1홀에 위치해있었다.

금년에 전시회에 전시품을 출품한 국가는 40개국으로 이중 3개국에서는 국가관을 구성하여 전시회에 참여하였는데, 한국관은 15개사 16부스, 미국관은 24개사 48부스, 홍콩관은 18개사 38부스의 규모였다.

전시회의 출품 동향으로는 살펴보면 PDA, Mobile Phone, Tablet PC, LCD TV&PC, PC-to-PC Bluetooth 등이 주요 제품으로 등장하였고,

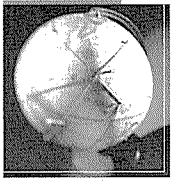
출품된 제품들이 완제품보다 완제품을 만들기 위한 주변기기 제품의 출품이 두드러졌다.

출품 제품들이 지향하는 목적은 휴대가 용이하고 무선으로 작동하며 공간을 절약 할 수 있고, 속도가 향상되는 쪽으로 발전하고 있음을 볼 수 있었다.

금년 컴퓨텍스 전시회의 특징 중 하나는 작년 IEEE 1394에 한정되었던 테마관이 IA(Internet Appliance), IEEE 1394, Security, Wireless 및 Technology Development 등 앞으로 IT 업계의 첨단산업을 이끌어갈 5개의 품목별 테마관으로 확대되어 다양하게 구성되었다는 것이다.

IA(Internet Appliance) 공동관에는 Tatung, Nucam 등의 15개사가 Web Pad, Digital Cameras, e-books, HOME PCs, Wireless Keyboard, DVD Player, Thin Clients 등의 품목을 전시하였으며, IEEE 1394 공동관에는 Acetek Technology, Ulead Systems 등 10개사가 1394 INTERFACE, IEEE 1394 Card & Hub 등을 출품하였고, Security 공동관에는 Acard Technology, Portwell 등의 업체가 Network Storage, Intelligent Digital Surveillance System, Security System, Data Storage Controllers 등의 보안 관련 제품을, Wireless 공동관 Eten Information System, Accton Technology 등 18개사가 Wireless Routers, AP, Wireless Keyboards & Mice, Bluetooth Products, Wireless Internet Phone 등의 무선 제품을 출품하였고, 마지막으로 Technology Development 공동관에는 Goldensoft Tech, Zen Technology 등의 업체가 Multimedia Title, PDA&GPS 등을 출품하였다.

금년에 2회째 구성된 한국공동관은 15개사 16부스의 규모로 타이페이 국제무역센터 1번 홀에 위치하였으며, 총 48개국에서 바이어가 내방하여



9천6백만불의 상담실적과 854만불의 수출 계약 실적을 올렸다. 주요 상담국으로는 PC 카메라, LCD 모니터, PC 케이스를 중심으로 대만 2천2백만달러, 홍콩 1천1백만달러, 미국 1천1백만달러, 인도 및 일본이 9백만달러 등으로 집계되었으며, 주요 수출계약을 미국 2백90만달러로 가장 많은 부분을 차지하였으며, 대만 1백60만달러, UAE 1백2십만달러, 홍콩 7십만달러, 일본 6십만달러, 독일 5십8만달러, 중국 3십6만달러, 프랑스 2십2만달러 등으로 나타났다.

한국관의 주요 참가업체를 살펴보면 컴퓨터 케이스 전문업체인 가남전자, 메트로컴, 3R시스템, 코리아아이컴, 이레, 지엠코퍼레이션 등, PC 카메라 전문업체인 알파비전텍, 디지털카메라를 주요 출품제품으로 한 코콤, 산업용 컴퓨터 및 LCD 모니터 전문업체인 정일인터컴, CPU 냉각장치를 생산·수출하는 잘만테크, LCD 모니터 전문업체인 엠베스텍, 이미지센서를 출품한 씨아이센서, ASSIC을 주력 제품으로 내세운 아라리온, 리필링크 관련 제품 생산 업체인 지오텍, CD-ROM 및 HDD의 케이스 생산업체인 누디앙 일렉트론 등의 15개사가 참여하여 세계적인 IT 전문업체들과 열띤 수출 경쟁을 벌였다.

대만제품들이 대량 생산 체제가 이루어져있어 국내 업체의 제품보다 가격적인 면에서 우위에 있어 금년 출품된 제품들은 가격보다는 품질이 뛰어난 제품 위주의 전시품이 많이 출품되었으며, 국내 참가업체의 50% 이상이 컴퓨터케이스 및 파워서플라이 업체로 상담 및 계약에서 가장 좋은 성과를 거두었는데, 이는 대만 및 중국의 제품에 비해 디자인, 성능 그리고 품질이 뛰어난 바이어의 많은 관심을 끌었다.

컴퓨터 케이스와 아울러 가격 및 디자인이 뛰



어난 제품이었던 PC 카메라와 디지털 카메라, 그리고 산업용 LCD 모니터 등도 품질이 우위에 있어 많은 바이어의 시선을 받았으며, 이와 더불어 CPU 냉각장치와 ASIC 제품, 리필링크, CD-ROM 및 HDD 케이스도 바이어들의 호응이 많은 제품이었다. 한국공동관 참가 업체 이외에도 15개사가 개별로 부스를 신청하여 전시회에 참가를 하였는데 모드컴, 성민 등 컴퓨터 케이스 생산·수출업체가 6개사로 가장 많았으며, 하스퍼와 효진콘텍이 LCD 모니터를 출품하였고, MP3 Player를 출품한 현원과 바롬테크놀로지, 리필링크 관련 제품 및 액세서리를 출품한 잉크테크, 유니와이드에서는 워크스테이션 등 중대형 컴퓨터를 출품하였고, 알토스에서는 그래픽 카드를 출품하여 개별로 참여한 업체들도 바이어들과 활발한 수출 상담을 벌였다.

한국전자산업진흥회에서는 내년에도 한국관을 구성하여 컴퓨텍스에 참가할 예정에 있으며, 신규업체에 대해서는 참가신청을 받지 않는 주최측의 규정이 있어, 전시회에 참여하고자 하는 신규업체들이 더 많이 전시회에 참가하여 수출 상담을 할 수 있도록 한국관의 규모도 확대 할 계획이다.

런던 케이블방송장비 전시회 (MEDIACAST)를 다녀와서

본회 정보통신산업팀
장 광 래 대리



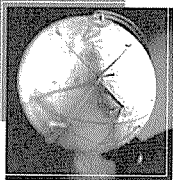
1. 개요

국내 셋탑박스산업은 80년대초 아날로그방식 위성방송수신기를 개발하여 수출하면서 활성화 되어 현재 휴맥스 등 전문기업을 중심으로 약 100여개의 생산업체가 있으며 지난해 위성방송용 셋탑박스분야에서만 5억 3천만불의 수출실적을 달성하는 한편, 우리나라 제품이 전세계 유통시장의 50%를 차지할만큼 대표적인 수출위주의 산업으로 성장하였다.

특히, 위성방송을 중심으로 디지털 방송서비스의 급속한 확대와 더불어 디지털기기를 상호 연결하는 디지털 컨버전스의 전략 품목으로서의 셋탑박스 중요성이 날로 중요해짐을 감안할 때 수요는 앞으로 더욱 확대될 것으로 전망된다.

지난 5월 21일부터 23일까지 3일간 개최되었던 세계 최대규모의 케이블 및 방송장비관련 전문 전시회인 『2002 런던 케이블·방송장비전시회 (MEDIACAST)』는 이러한 디지털셋탑박스의 수출확대의 계기를 마련할 수 있는 거래 상담의 장으로서 전자산업진흥회가 주관하여 참가한 한국공동관 운영을 중심으로 전시회의 이모저모를 살펴보고자 한다.

올해로 14회를 맞이한 MEDIACAST는 중동 두바이에서 매년 2월에 개최되는 CABSAT과 쌍벽을 이루는 대표적인 방송장비 전문 박람회로서 셋탑박스의 최대 수요처중 하나인 유럽시장 개척을 위한 최적의 전시회로 평가받고 있을 뿐만 아니라 중동을 비롯하여 미주 및 아시아 등에서도 바이어의 발길이 끊이지 않아 세계시장 진출을 위한 교두보 역할을 하고 있는 전시회로 명성이 높다. 참고로 우리나라는 지난해 위



성방송셋탑박스 분야에서 유럽과 중동지역의 수출비중이 전체의 87%를 차지할 정도로 이 지역의 수출비중이 높다.

런던 외곽 테임즈강가의 Royal Victoria Dock에 위치한 ExCel전시장에서 개최된 이번 전시회는 15,000㎡의 전시면적에 세계 40개국, 300여개 수출업체가 참가하여 활발한 거래상담을 진행하였다. 특히 대만 및 중국기업 약 30개사가 참가하여 셋탑박스분야에서 우리나라의 유력한 경쟁상대임을 확인할 수 있다. 수출분야로 방송서비스에서 솔루션 및 방송관련 완제품 및 부분품에 이르는 다양한 품목이 전시되었고 셋탑박스는 전체 수출물의 40%가량 이를 정도로 높은 비중을 차지하였다. 특히 셋탑박스 중 양방향 데이터 방송서비스가 가능한 MHP(Multimedia Home Platform)방식 제품이 이번 전시회에서 집중 부각되는 모습이었다.

또한 유럽, 중동을 중심으로 전세계 90여개국에서 약 15,000명의 바이어들이 전시장에 찾아 관심품목에 대한 활발한 수출상담을 벌이는 등 명성에 걸맞는 전문 전시회로서의 진면목을 보여 주었다. 이러한 가운데 전자산업진흥회 주관으로 참가한 한국공동관은 이번 전시회의 유일한 국가관으로서 전시장의 중앙에 위치하여 전시기간내내 바이어의 주목을 받았으며 상담 및 실제 계약성과에서 그 어느해보다 높은 실적을 올릴 수 있었다.

2. 한국공동관 참가현황

우리나라 중소 셋탑박스 제조업체의 해외 수출시장 개척을 돕고자 지난 '99년 전자산업진흥회가 주관하여 처음으로 참가한 이래 올해 4번째로 전시면적 236㎡(26부스), 12개사로 한국관

을 구성하여 참가하였다.

한국관 참가업체 12개사중 8개사가 디지털셋탑박스를 출품하였으며 대부분 PVR(개인영상기록장치) 기능형 및 2개의 튜너 내장제품, 임베디드CAS(내장형제한수신장치)제품 등 기술적인 면에서도 최첨단의 셋탑박스를 선보이면서 전체 전시장의 분위기를 주도하였다.

일부업체의 경우 온라인쇼핑, 이메일 교환 등 양방향 데이터방송서비스가 가능한 MHP방식 셋탑박스를 샘플차원에서 선보여 향후 본격적으로 상용화될 것을 예고했다. 또한, 셋탑박스외에 위성방송중계시스템을 비롯하여 위성PC카드, 위성라우터, LNB 및 LNB 등 셋탑박스 부분품, LCD/PDP모니터, DECT(유럽형디지털코드리스폰) 등을 출품하여 예년에 비해 품목이 훨씬 다양화된 모습을 보였다.

우리 기업은 이번 전시회를 통해 디지털셋탑박스 분야에 있어서 기술이나 품질면에서 중국 및 대만업체들을 월등히 앞서가고 있음을 바이어에게 확실히 인식시켜 주는 계기가 되었으며 향후 수출 증대에도 커다란 도움이 될 것으로 기대된다. 기타 한국관과는 별도로 삼성전자, 삼성물산, 현대디지털테크, 서두인칩, 에이엠티, 에디티 등 국내 관련업체 12개사가 개별 독립관으로 참가하여 디지털셋탑박스를 비롯하여 다양한 위성방송장비를 선보여 우리기업의 품질 경쟁력을 확인할 수 있었다. 한편, 전시기간 중 우리 정부관계자 및 KOTRA 무역관의 주요인사들이 한국관을 방문, 전시제품을 둘러보고 참가업체 관계자의 노고를 격려하였으며 MEDIACAST가 열린 전시장의 바로 옆 전시장에서는 「한국일류상품전시회」가 동시에 개최되어 우리나라를 대표할 만한 우수상품을 소개하고 바이어를 상대를 활발한 상담을 벌여 눈길을 끌었다.

〈한국관 참가업체 현황〉

업 체 명	대 표 자	부스규모	전 시 품
아리온테크놀로지	이영직	2부스(18㎡)	디지털 셋탑박스
위즈폴러스	김한도	2부스(18㎡)	디지털 셋탑박스
이엠테크닉스	소민영	3부스(27㎡)	디지털 셋탑박스
토피드	이용철	3부스(27㎡)	디지털 셋탑박스
AP우주통신	류장수	2부스(18㎡)	디지털 셋탑박스
테크메이트	송경식	2부스(18㎡)	디지털 셋탑박스
			유럽형코드리스폰(DECT)
프리셋코리아	김근도	2부스(18㎡)	디지털 셋탑박스
			디지털오디오수신기(DAB)
펜타미디어	김선기	4부스(36㎡)	DVB호환위성수신카드
			위성수신카드
에이텔레콤	신경호	1부스(9㎡)	저잡음변환기(LNB)
			저잡음증폭기(LNA)
이레전자산업	정문식	1부스(9㎡)	TFT-LCD모니터
			PDP 모니터
삼우통신공업	유태삼	1부스(9㎡)	위성방송중계시스템
글로벌테크	차희규	2부스(20㎡)	디지털 셋탑박스

3. 한국공동관 운영 성과

이번 전시회를 찾은 전체 바이어의 분포를 볼 때 내국(영국)인이 약 30%, 중동 및 유럽내 기타국가가 60%, 아시아 등 기타지역이 10%를 차지하였으며 관련업계 전문종사자 중심으로 구성되어 있다. 이들 바이어 가운데 약 9,100명이 한국관을 찾았는데 이는 지난해에 비해 50%가량 늘어난 수치이며 특히 예상외로 중동 바이어의 수가 대폭 늘어 이 지역으로의 수출 증대가 기대된다. 또한 바이어의 질적 수준이 높아졌다는 것이 참가업체들의 평가였고 거래상담과 동시에 현장에서 바로 계약으로 이루어진 경우가 많았다. 진흥회가 마지막날 한국관 참가업체를 대상으로 설문조사한 바에 따르면 12개사중 11

개사가 상담성과에 만족, 1개사 보통이라는 응답을 보여 높은 만족도를 보였으며, 차기년도 참가 여부에 대한 답변에서는 12개사 전부가 다시 참가하겠다는 답변을 보여 이번 전시회 참가에 대단히 만족하는 것으로 나타났다.

이번 전시회 기간동안 한국공동관에서는 2,500건의 상담이 이루어져 상담액 2억 5천만불, 계약액 3천 7백만불을 달성하는 성과를 거두었으며 이에 따라 올해 셋탑박스 수출은 지난해보다 50%이상 성장한 9억불을 달성할 것으로 기대된다. 이번 전시회를 준비하면서 전자산업진흥회는 KOTRA의 지원을 받아 업체당 부스임차료의 70%를 지원하였으며 해외시장개척기금을 부스당 2천만원까지 융자지원함으로써 참가업체의 전시회 참가에 따른 경비 부담을 최소화하도록



하였으며 부스 장치공사 등 각종 행정업무를 대행하고 편의를 제공함으로써 참가업체가 오직 바이어와의 상담에만 집중토록 하였다.

〈한국공동관 참가성과〉

품 목	내 역		
	내 방 바이어수(명)	상담액	계약액
- 디지털셋탑박스 - 위성방송중계시스템 - TFT-LCD/PDP 모니터 - LNB, LNA 등 부분품 - 유럽형코드리스폰(DECT)	9,136	252,000	37,400

4. 한국공동관 활성화 방안 및 개선점

이번 전시회 통해 우리나라 제품의 경우 품질경쟁력에서는 뛰어나지만 일부 품목의 경우 가격경쟁 심화로 인한 수출단가 하락으로 상당한 애로를 겪고 있는 것으로 나타났다. 특히 중국 및 대만제품의 저가 물량공세가 날로 가속화되고 있는 상황에서 우리기업은 고부가 제품 개발 및 생산에 더욱 매진해야 할 것이다.

또한 전시회 참가를 거래상담 뿐 만 아니라 관련 산업의 흐름을 파악하고 최신 정보를 수집하는 유익한 장으로 활용하는 자세도 더욱 필요하다 하겠다. 또한 우리나라 참가업체의 경우, 전시회 참가를 통해 단기간내에 효과가 나타나는 것으로 판단하는 경향을 가끔 볼 수 있는데 1~2회 참가만으로는 가시적 성과를 얻기가 쉽지 않으므로 인내심을 갖고 지속적으로 참가하여 제품을 알리고, 바이어의 안면을 익히며 또한 전시회 참가에 맞추어 신제품을 출시하는 노력도 병행되어야 할 것이다.

아울러 보통 전시회 개막을 전후하여 다양한 홍보물이 쏟아져 나오는데 국내 참가업체에 대한 소개가 미흡했던 점은 아쉬움으로 남는다. 사전에 보도자료를 비롯한 자사의 홍보자료를 충분히 준비하여 현지 주최자 및 언론매체에 배포했다면 비용을 들이지 않고 홍보효과를 배가시킬 수 있는 기회가 되었을 것이다.

한편 한국관의 운영적인 측면 특히, 부스 디자인의 경우 부스장치의 첫인상이 좋다면 즉 제품 이미지에 부합할 수 인상을 줄 수 있다면 그대로 제품의 좋은 이미지로 이어져 그만큼 많은 바이어들이 한국관을 찾을 것이며, 상담 효과도 좋아지는 점을 고려할때 부스 디자인과 제품 진열 개선 등에도 더욱 노력을 기울여야 할 것이다.

5. 맺은말

앞으로 박람회 참가를 통해 지속적인 성과를 거두기 위해서는 적극적인 정부지원의 확대와 더불어 기타 경쟁국가와 차별화될 수 있는 한국관의 좀더 효율적인 운영기법 도입 및 참가업체의 철저한 사전준비를 통한 마케팅 효과의 극대화가 중요하다고 본다.

또한 현장을 방문하는 바이어 상담에만 그치지 말고, 한번 만난 바이어를 자사의 완전한 고객으로 이끄는 철저한 사후관리도 필요하다 하겠다. 전자산업진흥회는 내년에도 240㎡(27부스) 규모로 공동관을 구성하여 참가할 계획으로 전시장의 가장 중심부에 위치한 부스로 임차계약을 마쳤으며 특히 자금사정 등으로 전시회 참가에 어려움을 겪고 있는 진흥회의 중소기업 회원사를 중심으로 해외시장 개척에 적극 나설 계획이다. (문의처 : Tel 553-0941 (내선 321), E-mail : krjang@eiak.or.kr)