

해외 전자시장 분석

※본고는 KOTRA 에서 「우리나라 수출 주력품목의 해외시장동향 분석을 요약한 것임.(편집자)

KOTRA

해외시장 권역별 수출 호·부진 품목

구분	상반기		하반기(전망)	
	호조	부진	호조	부진
북미	자동차, 무선통신기기, 자동차부품, 타이어, 가전제품	철강제품, 컴퓨터, 섬유류	자동차, 무선통신기기, 반도체, 타이어, 자동차부품	철강, 섬유류, 선박
중화권	무선통신기기, 컴퓨터, 반도체	섬유류	무선통신기기, 컴퓨터, 일반기계, 반도체, 가전제품	철강, 석유화학(보합), 섬유
아시아 대양주	이동통신단말기, 디지털 가전제품	반도체, 철강제품, 컴퓨터	이동통신 단말기, 디지털가전, 자동차	철강제품, 선박
구주	무선통신기기, 석유화학제품, 선박	반도체, 철강	무선통신기기, 석유화학제품, 자동차	철강, 섬유
일본	금형, 자동차부품	석유제품, 철강, 컴퓨터, 반도체	금형, 자동차부품	석유제품, 철강, 컴퓨터, 섬유
중남미	무선통신기기, 자동차, 가전제품, 타이어	기계류, 소비재	무선통신기기, 자동차, 철강제품, 컴퓨터	섬유, 선박
중동 아프리카	무선통신기기, 가전제품, 컴퓨터	자동차, 일반기계, 석유화학, 철강섬유제품	무선통신기기, 가전제품, 컴퓨터, 선박	철강, 석유화학제품, 직물, 일반기계
CIS	석유화학제품, 농산물, 자동차, 산업용전자제품, 플라스틱제품	기초산업기계, 축산물	이동통신장비, 가전제품, 자동차	기초산업기계, 축산물

자료 : KOTRA 해외무역관

1. 우리나라 수출주력상품의 해외시장 동향

□ 10대 수출시장 분석

◆ 10대 수출시장

미국, 중국, 일본, 홍콩, 대만, 독일, 싱가포르, 영국, 말레이시아, 인도네시아 (2002년 상반기 수출금액 기준 상위 10개국)

2002년 상반기 수출액 760.1억불중 10대 수출 시장으로의 수출액은 500.1억불로 전체 수출액의 65.8%를 점하고 있다.

10대시장에 대한 수출비중은 여전히 높은 편이나 점진적으로 감소하고 있어 수출 시장 다변화 추세 반영한다.

* 10대시장 수출비중 : (2000년) 70.3% → (2001년) 65.8% → (2002년) 65.8%

상반기중 10대시장에 대한 수출은 전년동기보다 2.2% 감소하여 감소폭이 전체 수출 감소폭(△

3.1%)보다 작다.

중국(11.9%), 대만(9.5%), 말레이시아(20.3%)을 제외한 7개국으로의 수출은 감소하였다.

도(65.8%)와 비슷한 수준이다.

〈13대 품목의 10대 시장 수출현황〉

〈10대시장 수출현황〉

(단위:미천불, %)

국가명	2001년		2002.1~6월	
	금액	증감율	금액	증감율
미국	31,210,795	-17	15,491,505	-1.1
중국	18,190,190	-1.4	10,234,786	11.9
일본	16,505,766	-19.4	7,031,307	-22.5
홍콩	9,451,678	-11.7	4,904,587	-0.8
대만	5,835,269	-27.3	3,382,053	9.5
독일	4,321,766	-16.1	2,062,595	-2.4
싱가폴	4,079,605	-27.8	2,018,601	-7.9
영국	3,489,988	-35.1	1,847,310	-3.7
말레이시아	2,628,036	-25.2	1,573,343	20.3
인도네시아	3,279,783	-6.4	1,508,403	-12.5
10대국소계	98,992,876	-16.4	51,170,646	-2.2
총계	150,439,144	-12.7	78,483,904	-3.1

자료 : KOTIS

품목	2001년		2002.1~5월	
	수출액(A)	총수출 점유율(B)	수출액(A)	총수출 점유율(B)
자동차	7,176,617	53.9	3,267,796	57.5
무선통신기기	6,438,426	65.3	3,061,222	65.5
타이어	492,480	38.1	261,631	46.2
컴퓨터	8,867,085	78.9	4,162,599	77.7
자동차부품	1,086,734	48.9	517,726	49.5
일반기계	4,412,008	61.3	1,877,027	63.4
가전기기	5,307,747	54.8	2,531,066	55.2
반도체	12,779,028	89.6	5,861,241	91.2
플라스틱제품	1,402,456	70.1	618,780	70.6
석유화학제품	6,055,731	72.1	2,598,352	72.0
섬유류	9,561,463	59.8	3,515,932	58.5
철강제품	5,041,727	72.8	1,863,989	68.1
선박	2,150,832	21.7	723,009	17.3
13대 품목계	70,772,334	63.0	30,860,370	63.4

자료 : KOTIS

주 : 수출액(A) = 해당품목 10대시장 수출액
 총수출점유율(B) = 해당품목 10대시장 수출액/해당품목 총수출액×100

□ 13대 수출주력 품목 동향

◆ 13대 수출주력 품목

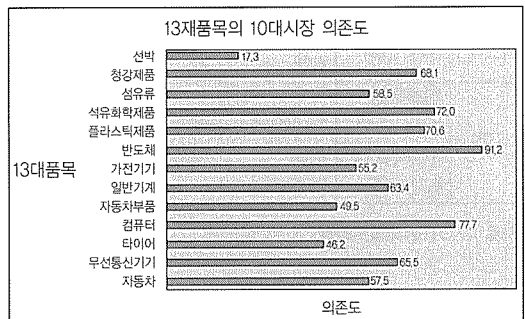
자동차, 무선통신기기, 타이어, 컴퓨터, 자동차부품, 일반기계, 가전제품, 반도체, 플라스틱제품, 석유화학제품, 섬유류, 철강제품, 선박(정부 선정 수출주력 품목)

13대 품목이 총수출에서 차지하는 비중은 2001년 기준 75%이고 2002.1~6월 기간중 77.1%이다.

금년 1~5월중 13대 품목의 10대 수출시장에 대한 수출액은 308.6억불로 동기간중 13대 품목 총수출액의 63.4%를 점유하고 있어 10대 시장 의존

2002.1~5월 기간중 13대 품목중 반도체(91.2%), 컴퓨터(77.7%), 석유화학제품(72.0%), 플라스틱제품(70.6%) 등 5개품목은 10대 시장에 대한 의존도가 절대적이다.

〈13대 품목의 10대시장 의존도〉



■ 미국

(단위: 백만불)

1. 수입시장 동향

□ 총괄

(단위: 백만불)

구분	주채국 총수입(A)		對韓 수입(B)		수입시장 점유율
	금액	증감률	금액	증감률	
2001년	1,141,959	-6.2	31,211	-17.0	3.08%
2002. 1~4월	357,433	-8.9	10,268	-2.1	3.15%
2002 연간전망	1,221,896	7.0	34,212	9.6	3.38%

* 자료원 : 주재국총수입 및 수입시장 점유율 : World Trade Atlas 통계

대한수입 : KOTIS의 대미 수출통계 사용

** 주 1. 증감률은 전년동기대비임

2. 수입시장점유율은 다른 나라와의 비교를 위해 B/A를 적용하지 않고, World Trade Atlas 통계 인용

국가명	2000년		2001년		2002.1~4월	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
총수입액	1,216,888	18.7	1,141,959	-6.2	357,433	-8.9
캐나다	229,209	15.6	216,909	-5.3	68,882	-9.7
멕시코	135,911	23.9	131,433	-3.3	42,577	-2.4
일본	146,577	11.5	126,602	-13.6	39,337	-14.8
중국	100,063	22.3	102,280	2.2	32,786	9.0
독일	58,737	6.6	59,151	0.7	18,508	-9.6
영국	43,459	10.9	41,397	-4.7	12,857	-12.5
한국	40,300	28.9	31,210	-17.0	10,268	-2.1
대만	40,514	15.1	33,391	-17.6	9,988	-14.6
프랑스	29,782	14.9	30,236	1.7	9,637	-12.1
이탈리아	25,050	11.6	23,824	-4.9	7,447	-8.8

자료 : KOTIS

▶▶ 우리나라 수출 주력 품목의 수출호조

- 자동차, 휴대폰 수출 호조세 지속
- 반도체, 컴퓨터 경기 회복 낙관론 확산 : 가트너 3분기부터 반도체 가격 반등 전망
- 수출 주력품목중 하나인 디지털 가전제품 시장 확대
- 테러 및 보안과 관련한 美 연방정부 예산이 급증하여 GDP의 20% 수준에 달하고, 우리나라 보안장비의 수출도 계속증가

□ 주요국별 수입 추이

▶▶ 주요국별 수입동향

- 전체 수입 감소
2001년부터 미국의 전체적인 경기 침체로, 중국을 제외한 모든 국가의 대미수출 감소세
- 중국으로부터 수입 증가세 지속
· 중국의 경우 낮은 임금, 기술수준 향상, 글로벌 기업의 생산기지 이전 등으로 인해 대미 수출 증가세 지속
- 품목도 과거와 달리 전자, 기계, 컴퓨터, 스포츠용품 등 기술수준이 높은 품목으로 점차적으로 확대되면서, 한국, 대만, 일본제품과도 경쟁
- 일본, 한국, 대만으로부터의 수입 감소 확대
3개 나라에서 주력으로 수출하고 있는 반도체 및 컴퓨터 경기의 침체 장기화로 대미 수출 감소가 다른 나라에 비해 크게 나타남. 특히, 컴퓨터 관련 제품이 대미 수출의 1/3이상을 차지하는 대만의 경우 수출 감소세가 가장 두드러짐.

- 3개 국가 회사들의 제품 생산기지를 중국, 멕시코를 비롯한 개도국으로 대거 이전하면서 대비 수출의 상당한 물량을 이들 지역에서 생산하는 것도 큰 요인

2. 13대 품목 대한국 수입현황

품목별 대한국 수입 현황

(단위 : US\$백만, %)

품목	2001년	2002.1~4월 전망		2002 연간전망	
		수입액	증감률	수출액	증감률
일반기계	3015	1169	△92	3166	5.0
자동차	5883	2204	40.7	7230	22.9
선박	5	2	△12.9	6	20
철강제품	1375	314	△32.8	1010	△26.5
석유화학제품	445	153	2.9	460	3.4
섬유류	3452	811	△7.4	3667	6.2
컴퓨터	2549	782	△15.1	2429	△4.7

품목	2001년	2002.1~4월 전망		2002 연간전망	
		수입액	증감률	수출액	증감률
무선통신기기	4044	1237	22.4	4910	21.4
반도체	2290	779	△28.9	2487	8.6
가전기기	1913	690	24.0	2123	11.0
타이어	316	147	58.3	436	38.0
플라스틱제품	452	154	0	475	5.1
자동차부품	473	184	26.6	553	16.9
13대 품목계	26212	8626	3.6	28952	10.5

주 : 1. 13대 수출 품목은 2001년 대비미 총수출중 82% 차지
 2. 일반기계는 MTI 코드체계 변경에 따라 산업용(72), 기초산업(71), 기타(79), 정밀기계(73)를 합한 수치임

□ 주요 전자제품 수입동향

▶▶ 컴퓨터

데스크탑 컴퓨터는 기업의 투자지출지연으로 크게 성장하지 못하고 있으며 노트북시장도 예상보다 저조한 수준으로 4/4분기에 가야 수요가 회복될 전망이나 지역장치도 부진을 보이고 있다.

LCD 모니터는 가장 유망한 품목으로 꼽히고 있으며, 현재 전년대비 50%내외의 증가가 예상되며, 전체 컴퓨터 수출에서 점유하는 비중도 50%를 넘고 있다.

▶▶ 무선통신기기

하반기에 신제품 출시 등을 통해 삼성 등 주요기업이 30%이상의 공격적인 수출목표를 잡고 있어 지속적인 증가세가 예상되고 있다.

따라서 상반기와 비슷한 수준인 21.4%가 증가할 것으로 예측, 연간 총 4,910백만불의 수출실적이 예상된다.

▶▶ 반도체

현재 PC OEM등이 재고 소진으로 주문량이 지난 달에 비해서 늘어나고 있다고 Spot 물량도 tight한 것으로 알려지고 있다.

전체적으로 수요증가보다는 공급측의 애로로 인하여 가격상승이 예상되며, 이에 따라 반도체 수출은 금액면에서 회복될 전망이다.

▶▶ 가전기기

미국의 가전 시장은 디지털 TV, DVD 플레이어 등의 제품으로 대표되는 디지털 정보 가전의 지속

적인 성장으로 인해 현재 미발표된 올해 상반기의 수입 실적은 전년 동기 대비 상당 부분 성장할 것으로 예측된다.(2002년 1월~4월의 한국의 대미 수출 실적은 약 25% 증가한 것으로 집계됨)

3. 품목별 주요 경쟁국 및 경쟁동향

□ 주요 수입대상국별 수입동향

(단위 : 백만불, %)

주요수입대상국	2001년	2002.1~4월		2002 연간전망	
		금액	증감률	금액	증감률
멕시코	7,914	2,486	8.6	8,309	5.0
중국	5,960	2,354	33.4	8,046	35.0
말레이시아	4,824	2,002	32.7	6,512	35.0
대만	5,747	1,999	42	6,034	5.0
싱가폴	5,685	1,786	-13.1	4,548	-20.0
일본	5,923	1,494	-39.5	3,553	-40.0
한국	2,549	783	-15.1	2,429	-4.7

자료원 : KOTIS 미국통계, HS 8471류

컴퓨터제조가 상당부분 전자제조전문기업으로 넘어가면서 가격경쟁이 치열해지고 있고, 특히 델 등의 치열한 가격경쟁으로 전 세계적인 생산기지가 일본, 대만, 한국등에서 멕시코, 중국, 말레이시아등으로 이전하고 있다.

따라서, 장기적으로 컴퓨터(제품) 수출은 이들 저임금국가가 주도 하는 방향으로 급진전될 것임 그 내면에는 미국, 일본, 한국, 대만 등 기존업체의 멕시코, 중국등에 투자기업이 사실상의 시장을 지배하고 있으나 점차 중국등 현지기업의 성장이 두드러지면서 저가품은 EMS와 일부 ODM이 주도할 것이다.

▶▶ 무선통신기기

□ 주요 수입대상국별 수입동향

국가명	2001년		2002년(1~4월)		2002년 전망	
	수입액(천불)	증가율	수입액(천불)	증가율	수입액(천불)	증가율
총계	8,446,963	39.2	2,651,046	19.5	13,850,571	64.0
1.한국	4,044,057	50.1	1,237,442	22.4	4,910,000	21.4
2.멕시코	2,118,283	25.1	454,144	-35.2	2,804,620	32.4
3.일본	425,447	-33.6	258,412	60.0	595,626	40.0
4.중국	614,083	118.7	254,028	354.8	3,377,512	450.0
5.브라질	634,217	174.0	234,521	103.0	1,458,699	130.0
6.말레이시아	213,642	11.5	125,713	50.4	350,373	64.0
7.필리핀	57,677	6,295.5	34,637	247.9	242,243	320.0
8.스웨덴	41,237	-48.7	19,466	-8.4	32,577	21.0
9.핀란드	23,212	313.9	10,634	204.0	78,921	240.0

* 상기 국가중 멕시코, 중국, 브라질, 말레이시아, 필리핀은 OEM 생산국임.

마케팅 경쟁의 심화

노키아와 삼성 등 모든 휴대폰 업체들이 신제품을 출시하면서 하반기 미국시장 공략에 나서고 있어 경쟁이 더욱 치열해 질 것으로 판단된다.

MMS 등 새로운 기술도입 경쟁

다양한 텍스트와 소리, 이미지 메시지를 전송할 수 있게 해주는 멀티미디어 메시지서비스가 새로운 소비를 창출하고 시장을 회복시켜 줄 것으로 판단, 모든 회사들이 치열한 개발경쟁에 나서고 있다.

비용절감 노력

노키아, 모토로라, 지멘스 등이 부품 조달비용을 낮추기 위해 애플티 아시아를 생산기지를 활용하고 있는 중이어서 조만간에 가격경쟁이 더욱 치열해 질 것으로 판단되고 있다.

한국 무선통신업체들의 적절한 시공공략

- 한국의 삼성전자와 LG전자, 기타 군소업체들은 차세대 휴대전화에 대한 연구개발을 통해 공격적 시장공략을 추진하고 있는 중임.

- 특히 삼성은 원가경쟁력 외에도 효과적인 마케팅을 통해 고가브랜드전략을 적절하게 구사함으로써 영업이익과 매출액 증가면에서 이미 노키아를 제쳐가고 있는 상황이다.

▶▶ 반도체

□ 주요 수입대상국별 수입동향

(단위: 백만불, %)

주요수입 대상국	2001년	2002.1~4월		2002 연간 전망	
		금액	증감률	금액	증감률
한국	2,290	779	-28.9	2,487	8.6
말레이시아	4,067	1,336	-7.7	4,400	8.2
필리핀	3,318	984	-27.6	3,360	1.3
대만	3,255	983	-29.0	3,340	2.6
일본	3,566	737	-57.7	3,700	3.7
싱가폴	1,693	366	-56.3	1,700	0.4

자료원 : KOTIS 미국통계, HS 8542류

전체적으로 재고가 거의 소진된 상태이므로 이체는 공급능력 특히, 고급품의 공급능력에 의하여 수출규모가 결정되는 상황이 되고 있다.

한국은 주력품목에서 256메가 쪽의 비중이 하반기에는 70% 이상될 것이므로 전체적인 수출단가면에서 긍정적으로 작용할 전망이며, 공급여력면에서 경쟁국에 비하여 한국기업이 투자에 상대적으로 적극적이므로 반도체 경기회복시 상당히 유리한 위치에 서게될 전망이다.

▶▶ 가전기기

□ 주요 수입대상국별 수입동향

(단위: 백만불)

주요수입 대상국	2001년	2002.1~4월		2002 연간 전망	
		금액	증감률	금액	증감률
중국	10,067	2,887	18%	11,476	14%
멕시코	8,907	2,718	-2%	8,818	-1%
일본	6,848	2,099	-3%	6,916	1%
말레이시아	3,368	885	2%	3,402	1%
한국	1,913	690	24%	2,123	11%

자료원 : KOTIS, HS 8528, 8418, 8415, 8509, 8515류

일본제품 : 높은 품질, 고가 정책을 유지하여 가전 기기에서 세계 최고의 브랜드 가치를 유지하고 있음. 특히, 소니, 파나소닉 등의 전통 가전업체와 세가, 닌텐도 등의 게임 업체들은 해당 부문에서 최고의 명성을 유지하고 있어, 미국 시장의 고급 소비자들에게 어필하고 있다.

중국 제품 : 상대적으로 저부가가치의 가전 제품을 월마트 등의 대형 유통업체에 저가로 대량 공급하여, 싼 가전 제품을 찾는 소비자들이 선호하고 있음. 그리고, 상대적으로 낮은 품질의 저가 제품으로 인식되던 미국 시장에서도 중국 가전 제품의 품질이 점점 높아지고 있다는 인식이 확산되고 있어, 앞으로도 지속적인 시장점유율 확대가 예상되고 있음. 한국 기업의 입장에서 가장 강력한 경쟁자로 부상할 것으로 전망된다.

멕시코 제품 : 멕시코 가전 제품은 대부분 미국 기업의 아웃소싱 전략에 의해 현지 공장에서 생산된 것으로, 미국과 멕시코 간에 체결된 NAFTA 협정에 따라 대미 수출 시 관세 등에서 많은 혜택을 보고 있다.

▶▶ 컴퓨터

신개념의 컴퓨터 경쟁이 본격화될 것이라는 예측이 많은 바, 이에 대한 신속한 준비가 필요하다.

모니터는 현재의 상승 사이클에서 차기 경쟁을 대비하는 자세 필요하고, PDA는 예상보다 수요가 증가하지 못하고 있지만 기업의 경기가 회복되고 가격이 적정한 수준으로 조정되면 시장이 크게 확대될 가능성이 있으므로, 적극적인 마케팅이 필요한 시점이다.

▶▶ 무선통신기기

국가이미지 향상에 따른 보다 공격적인 마케팅

월드컵 등으로 한국에 대한 인지도가 상승하고 있으므로 이를 상품 부가가치에 반영하는 적극적인 홍보활동 전개가 요망된다.

신기술개발 및 신속한 상용화작업 지원

미국이 무선통신부문에서 한국보다 뒤져있는 상황이므로 한국에서 신기술을 개발하여 상용화한 뒤 마켓 검증은 거쳐 미국시장에 진출하는 패턴을 형성할 필요가 있다.

고부가가치 제품 마케팅 주력

멀티미디어 기능을 갖춘 고부가가치제품에 집중함으로써 과거에 일본이 전자제품에서 가졌던 고급이미지를 승계할 필요가 있다.

▶▶ 반도체

EMS가 전체 반도체시장의 28%비중으로 성장하는 등 비중이 확대되고 있으므로, 이들에 대한 마케팅강화가 필요하다.

일반적인 전망이 4분기부터는 반도체가 확실한 상승 사이클을 탈 전망이며, 경쟁업체들의 투자가 부진한 상황이므로, 공급능력 확충 등 수요확대에 즉시 대응할 능력을 갖추어야 한다.

신개념 컴퓨터 등 신규 프로젝트에 대한 적절한 마케팅 필요하다.

▶▶ 가전기기

디지털 컨버전스(Digital Convergence)에 대한 대처

가전업체와 컴퓨터 업체간의 산업 경계가 이미 무너지고 있는 통합 및 해체에 대한 대비가 필요하다.

이미 사진기가 내장된 휴대폰, 인터넷 냉장고 등의 컨버전스 제품이 시장에 나오고 있으며, 이러한 트렌드에 대비한 신제품 개발이 필요하다.

유통망 진출 방안 구분 수립 필요

서비스가 수반되어야 하는 제품은 서비스 공급업체/서비스 판매업체 등에 대한 마케팅 필요하다. 대형 투자가 수반되고 브랜드가 판매에 중요한 역할을 하는 제품은 대형 유통 체인, 전문 유통 체인을 직접 공략하고 전문 수입상과의 계약을 통한 판매가 바람직하다.

중소기업 형 소매 대상 제품은 대형 유통 체인에 이미 공급하고 있는 벤더와의 접촉을 통한 진출 방안 강구 : Best Buy, CompUSA 등의 대형 체인은 품질, 가격, 딜리버리에 대한 확신이 없이는 거래가 성사되기 힘들기 때문에 기존의 벤더를 통한 2차 공급이 효과적이다.

B to B의 활용

관련 분야에서 이미 지명도를 확보한 판매 전문

웹 사이트의 통합 카탈로그 활용을 한다.

GE global exchange Services, E2Open.com, cetrade.com 등에 등재하여, 관련 품목을 찾는 거래 선을 만날 수 있는 기회를 증대할 수 있다.

■ 중국

1. 수입시장 동향

□ 총괄

(단위:백만불)

	주제국 총수입(A)		對韓 수입(B)		수입시장 점유율(B/A)
	금액	증감률	금액	증감률	
2001년	243,567	7	18,191	0.8	7.4%
2002. 1~5월	105,557	10.9	8,400	12	7.9%
2002 연간전망	270,359	11	20,373.9	12	7.5%

자료원 : KOTIS 중국무역통계 (A), 한국무역통계 (B)
주 : 증감률은 전년동기대비임

□ 주요국별 수입 추이

(단위:백만불)

국명	2000		2001		2002.1~4	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
총수입액	225,095	35.8	243,567	8.2	105,557	10.9
일본	41,520	22.9	42,810	3.1	18,844	9.1
대만	25,497	30.5	27,344	7.2	13,898	34.1
미국	22,364	14.8	26,203	0.8	10,140	0.3
한국	23,207	34.7	23,395	0.8	10,118	7
독일	10,411	24.9	13,694	31.5	5,997	14.6

자료원 : 상동

□ 주요국별 수입동향

중국의 WTO가입에 따른 시장개방 효과로 인하여 수입증가율이 수출증가율을 크게 상회할 것으로 예측되었으나 지속적인 수출증가로 수출, 수입이 모두 고르게 증가하고 있으며 무역수지도 전년대비 큰 신장세를 보이고 있음. 2002년 1~5월간 주요수입국은 일본(전년 동기대비 9.1% 증가), 대만(34.7%), 미국(0.3%), 한국(7%), 독일(14.6%) 순으로 형성되었으며 이들 주요국가의 대중 수입시장 점유비중은 일본(17.8%), 대만(13.1%), 미국(9.6%), 한국(9.5%) 순으로 형성됨(자료원 : kotis 중국 통계 기준 작성)

2. 13대 품목 대한국 수입 현황

(단위:미천불, %)

품목	2001년	2002.1~5월		2002 연간 전망	
		금액	증감률(%)	금액	증감률(%)
일반기계	1,301	627	26.3	1,640,490	26
자동차	149	75	26.3	189	27
선박	22	12	229	44.8	200
철강제품	1,379	631	7	1,427	3.5
석유화학제품	3,337	1,494	6.2	3,434	2.9
섬유류	2,381	891	-11.8	1,929	-19
컴퓨터	762	686	17.1	1,357	78
무선통신기기	502	466	330	1,285	156
반도체	371	217	49.7	513	38
가전기기	675	299	12.9	763	13
타이어	1.3	1.2	72.4	2.2	70
플라스틱제품	342	157	9.2	376	12.7
자동차부품	78	41	13.8	89.7	15
13대품목계	11,307	5,601		13,055	15.5

자료 KOTIS

▶▶ 주요전자제품 수입동향

(단위:미천불, %)

	2001년		2002년(1~5월)		2002년 전망	
	금액	성장율	금액	성장율	금액	성장율
총액	4,981,273	103	3,199,986	82	-	-
미국	1,552,888	232	641,125	71	-	-
싱가폴	580,969	30	251,613	102	-	-
일본	440,843	99	161,981	-185	-	-
대만	329,941	-111	156,064	66	-	-
한국	276,613	-303	149,828	350	386,152	396

자료 : KOTIS

▶▶ 가전기기 (HS CODE : 8528, 8418, 8415, 8509, 8515)

(단위:미천불, %)

	2001년		2002년(1~5월)		2002년 전망	
	금액	성장율	금액	성장율	금액	성장율
총액	931,403	5.7	448,883	17.36	-	-
미국	249,617	58.98	140,100	37.2	-	-
대만	39,341	-68.1	19,406	59.6	-	-
홍콩	32,439	-11.7	16,394	18.4	-	-
한국	31,179	17.5	15,205	-14.7	36,729	17.8

자료 : KOTIS

▶▶ 무선통신 (HS CODE : 8525)

(단위:미천불, %)

	2001년		2002년(1~5월)		2002년 전망	
	금액	성장율	금액	성장율	금액	성장율
총액	1,726,600	-7.7	872,555	33.5	-	-
한국	306,783	149.4	474,108	651.6	412,320	34.4
일본	523,468	21.2	128,537	-52.0	-	-
대만	226,732	-6.8	90,256	21.6	-	-
미국	201,917	-8.4	52,993	29.2	-	-
스웨덴	117,555	-43.0	26,849	-63.9	-	-

자료 : KOTIS

▶▶ 반도체 (HS CODE : 8542)

(단위:미천불, %)

	2001년		2002년(1~5월)		2002년 전망	
	금액	성장율	금액	성장율	금액	성장율
총액	17,003,179	232	8,645,293	345	-	-
대만	3,074,054	30.4	1,882,046	85.1	-	-
일본	3,999,635	14.1	1,876,263	20.2	-	-
말레이시아	1,690,583	62.8	1,134,898	102.9	-	-
홍콩	1,099,669	40.3	659,852	67.3	-	-
한국	1,424,255	15.5	619,296	22.1	1,645,015	15.5
미국	1,556,390	45.7	600,604	6.2	-	-

자료 : KOTIS

3. 주요 품목별 시장동향

▶▶ 컴퓨터, 무선통신기

WTO가입에 따른 수입관세율 인하 및 중국내 컴퓨터시장의 호황에 힘입어 대중 수출량도 안정 성장할 것으로 전망된다.

이동통신시장의 급속한 성장에 따라 무선통신기기 수요도 지속증가 전망이다.(2002년 5월 · 핸드폰가입자 1억 7천만에 달했음.)

▶▶ 가전기기

월드컵의 여파로 중국내에서도 PDP 대형 프로젝션 TV의 수요 및 소비고급화에 따른 시스템 에어컨, 대형 냉장고, 드럼식 세탁기 등이 가전기기 수요가 증가하였다.

4. 수출확대전략

중국은 2002 상반기에 미국등 주요국의 경지침 체에도 불구하고 정부의 내수시장 확대를 위한 고정자산 투자확대, WTO가입으로 인한 시장확대에 따른 교역규모 확대, 외자유입의 확대등으로 안정적인 성장세를 지속하고 있다. 이러한 추세는 하반기에도 지속되어 연간 7.5% 내외의 경제성장을 이룰 것으로 전망되며, 우리의 대중수출도 중국의 시장확대에 따라 10%이상 증가할 전망이다.

우리의 대중수출을 지속적으로 확대하기 위해

서는 가격경쟁력보다는 브랜드 이미지 제고 및 품질 경쟁력 확보를 위한 노력이 수반되어야 할 것이다.

또한 최근 급증하고 있는 중국의 반덤핑 관세등 보호주의 정책에 대해 주요 품목별로 모니터링을 실시하는 등 단순 가격경쟁력화보다는 제품차별화의 마케팅 전략이 필요하다.

수출주력품목을 기존의 원부자재 위주에서 IT(정보통신), BT(생명공학) 분야로 확대, 이분야에 대한 시장선점을 통한 시장확보노력이 필요하다.