

가전산업 최근 수출동향 및 전망

〈본회 전자기기 산업팀〉

1 세계 가전산업 전망

가. 시장동향

○디지털가전의 급성장

- 디지털TV방송(지상파·위성·케이블 등), 인터넷 등 디지털인프라의 구축 확대와 기술개발의 진전으로 DVD플레이어, 디지털TV, 디지털 카메라 등 디지털가전 고성장

○중국 가전산업의 고성장

- WTO정식 회원국이 됨에 따라 시장개방이 가속화되고 각종 규제가 철폐 → 성장률이 높아지고 외국인 투자확대 기대
- 미국 등 주요 수출지역에서 백색가전 위주로 한국제품 점유율 잠식
- 풍부한 수유기반으로 세계 생산량 1위, 시장규모 세계 2위

나. 지역별 시장동향

○미주시장

- 북미
- 소매유통 부문의 소비심리지수* 회복으로 가전제품 판매증가 전망
- * 미국 소비심리 지수(미시건대학, 2002.3) : 84.9(2001. 11월) → 93.7(12월) → 95.0(2002. 3월)

- 중남미

- 정치·경제 및 환 불안에 따른 시장수요 정체, 고관세·고운임·환율 절하 등으로 수입품, 가격경쟁력 열위
- 역내 생산거점 확보 및 전략적 제휴 중요성 증대

○유럽시장

- 업계의 재편 추세(Moulinex사*의 파산 등 구미, 일본업체들의 침체와 중국업체(하이어, 갈란츠 등) 약진 등)에 따

른 소수 대형업체로의 물량 집중현상 가속화

* Moulinex사 : 프랑스 전자렌지 제조업체, 유럽시장에서 강세

- 단일 유로화 통용에 따른 국별 가격의 점진적 하향 전망과 범유럽 (Pan-Europe) 유통업체 대형화 및 영향력 확대

○아시아시장

- 동남아
 - 중남미와 비슷한 상황으로, 현지거점 확보 및 전략적 제휴 중요성 증대
- 중국
 - WTO 가입과 올림픽 특수 및 생활수준 향상등으로 소비재시장 성장 전망
- 일본
 - 경기침체 지속 예상
 - IMF 전망 : 2002년 마이너스 성장, 2003년 0.8% 성장(8천억불의 부실채권)

○해외생산 확대, 중국과의 가격경쟁 심화, 주요제품의 선진국 시장 보급 포화, 유가 불안정, 엔화 약세 등 감소요인도 있지만,

○기술력의 제고, 세계경기 회복 조짐, 디지털가전의 수요확대 등으로 3% 정도의 소폭증가 예상

○가전 3사 해외생산 법인 : 중국 등 21개국 49개

3 주요 가전제품별 수출 동향

가. 칼라TV

□ 수출동향

○2001년 : 중국, EU 현지공장에서의 조달 확대로 약 19% 감소

○2002. 2월 : 경기회복, 디지털TV 수요확대 등으로 약 15% 증가

2 가전산업 수출전망

<주요 제품별 세계 수요전망>

(단위 : 백만대)

품목명	2000년	2001년	2002년(전망)	증감율(%)	
				2000/2001	2001/2002
칼라TV	131.5	136.3	141.7	3.7	4.0
(Analog)	(129.0)	(131.4)	(133.4)	(1.9)	(1.5)
(Digital)	(2.5)	(4.9)	(8.2)	(96.0)	(67.3)
VCR	52.0	47.0	40.0	-9.6	-14.9
DVDP	12.9	25.0	40.0	93.8	60.0
AUDIO	248.0	250.0	256.0	0.8	2.4
(Analog)	(232.0)	(224.0)	(225.0)	(-3.4)	(0.4)
(Digital)	(16.0)	(26.0)	(31.0)	(62.5)	(19.2)
냉장고	74.7	78.0	79.9	4.4	2.4
세탁기	m54.5	55.9	57.4	2.6	2.7

자료) 2002년 전자산업 경기전망 세미나 (진흥회)

〈전자산업 수출실적 및 전망〉

단위 : 백만불, %

구 분	2000년		2001년		2002년 2월 누계		2002년 전망	
		증감율		증감율		증감율		증감율
전자 전체	66,787	28.7	51,550	-22.8	8,674	-8.3	60,024	16.4
산업용	24,189	41.7	22,794	- 5.8	3,905	8.9	27,685	20.5
가정용	10,135	18.1	9,693	- 4.4	1,661	-0.2	10,000	3.2
부 품	6,457	-7.1	4,804	-25.6	823	-4.9	5,332	11.0
소 계	40,781	23.4	37,291	- 8.6	6,389	4.5	43,017	15.5
반도체	26,006	38.0	14,259	-45.2	2,285	-31.8	17,007	19.3

자료) 관세청, 한국전자산업진흥회

〈칼라TV 수출동향〉

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001년	2002. 2월 누계	2002년 전망
전 체	780 (-18.8)	291 (15.0)	870 (11.5)
E U	238 (-24.7)	47 (13.1)	
미 국	130 (82.8)	22 (84.3)	
중 국	85 (-16.8)	18 (19.8)	
멕시코	127 (5.5)	21 (22.3)	
기 타	200	183	

□ 세계시장 규모

- 2001년 : 136백만대 → 2002년 : 142백만대 (4% 증가전망)
- 아날로그 : 2001년 131백만대 → 2002년 133백만대 (1.5% 증가)
- 디지털 : 2001년 4.9백만대 → 2002년 8.2백만대 (67% 증가)

※ 디지털TV 비중 : 3.6%(2001년) → 5.8%(2002년)

○ 미국 디지털TV 시장

- 2001년 : 1,425천대 → 2002년 : 2,250천대 (57.9% 증가전망, CEA)

□ 업계동향

○ 해외 생산법인

- 중국 등 16개국 26개 공장 (해외생산 비중 60% 이상)

○ 수출전략

- 고부가가치 제품인 디지털TV(PDP TV·프로젝션TV·CRT 등) 수출에 주력
- 중소형 아날로그제품의 가격경쟁 심화로 해외 현지조달 확대
- 물류 등 유통비용 절감, 통상마찰 회피 등
- 영국 등 30여개국에서 시장점유율 1위 추정

· A사 : 4개국, B사 : 15개국, C사 : 12개국

○디지털TV 수출

- PDP-TV
 - 2001년 : 51백만불 → 2002년 2월 : 22백만불
- 프로젝션TV
 - 2001년 : 201백만불 → 2002년 2월 : 54백만불 (약150% ↑)
- CRT방식 D-TV
 - 2001 : 29백만불 → 2002년 2월 : 6백만불 (약500% ↑)

※2002. 2월 현재, C-TV 수출중 디지털TV 비중 12.5% (2001년 8.7%)

나. DVD플레이어

□ 수출동향

- 2001년 : 미국 이외의 지역에 대한 수출 확대로 97% 증가
- 2002. 2월 : 현지법인 및 유통점들의 재고물량 과다로 2월까지의 직수출 감소

□ 세계시장 규모

- 2001년 : 2,835만대 → 2002년 : 3,828만대 (35% 증가전망, JEITA)
 - 주요업체 : 소니(1위 약 20%), 삼성(2위 약 16%), 도시바, 파이어니어, 산요, LG전자 등

○미국시장

- 2001년 : 1,300만대 → 2002년 : 1,625만대 (25% 증가전망, CEA)

□ 업계동향

○세계시장 점유

- 2001년 : 약 750만대, 세계시장 26% 점유 (약 6억불)
- 2002년 : 약 1,130만대, 세계시장 30% 점유 (약 10억불)

○수출전략

- VCR을 대체할 차세대 영상가전으로서, 보급형 중심의 물량위주의 전략에서 고부가가치 복합형 제품으로 주력 제품군을 전환
- DVD+VCR, 휴대용, DVD리코더 등

<DVD플레이어 수출동향>

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001년	2002. 2월 누계	2002년 전망
전 체	397 (97.5)	37 (-41.1)	487 (22.7)
E U	146 (24.3)	10 (-55.7)	-
미 국	155 (-25.4)	13 (-47.3)	
멕시코	12 (514.4)	5 (609.6)	
호 주	5.5 (-33.3)	1 (319.3)	
기 타	78	8	

· DVD+VCR 수출(2001년) : 약 1백만
대 추정 (약 180백만불)

○수출가격 추이

- DVD+VCR (복합) : 2001년, 200\$ → 2002년, 170\$
- DVD 플레이어 : 2001년, 100\$ → 2002년, 90~85\$

□ 업체별 수출동향

<삼성전자>

- 2001년 : 450만대 → 2002년 : 600만대 (33% 증가전망)
- 세계시장의 약 16% 차지 (2위)
- 휴대형 DVD플레이어 출시예정 (4월)
- 10인치, 235mm, 6시간, 2인, 999달러, 3만대
※ 작년까지 일본업체 독점 : 소니, 마쓰시다, 파이어나어 등

<LG전자>

- 2001년 : 약 300만대 → 2002년 : 500만대 (67% 증가전망)
- 세계시장의 약13% 점유전망(2002년, 3위)
- 휴대형 DVD플레이어 출시 (1월)
- 7인치, 25mm, 4시간, 1인, 599달러, 10만대

<뮤전>

- 일본에 10만대 수출계약 (고지마 등), 올해 30만대 생산예정
- 23mm 초슬림, 평균 10초 빠른 디스크로딩 타임, CD·VCD 등 다양한 디스크 재생 등이 장점 등

다. 에어컨

□ 수출동향

- 2001년 : 미국 이외의 지역에 대한 지속적 수출확대로 약 3% 증가
- 2002년 2월: 계절적 요인, 재고물량 과다로 인해 약 10% 감소

□ 세계시장 규모

- 2001년에 4,200만대, 2002년에는 전년대비 약 6% 성장한 4,400만대 전망

	2000년	2001년	2002년
	39.7(백만대)	41.8(백만대)	44.3(백만대)
		(5.3%)	(6.0%)

- 미국시장은 2001년에 1,200만대에서

<에어컨 수출동향>

(단위 : 백만불, %)

구분	2001년	2002. 2월 누계	2002년 전망
전체	1,242 (2.9)	234 (-9.5)	1,260 (1.4)
E U	332 (3.2)	101 (-3.8)	
미국	242 (-13.0)	100 (-26.0)	
멕시코	45 (46.0)	21 (14.5)	
U A E	55 (47.4)	18 (32.8)	
기타	674	94	

- 2002년에 1,000만대로 17% 감소 예상
- 가격경쟁력 열위로 중국, 한국 등으로 Out Sourcing 추세
- 중국시장은 2001년에 950만대에서 2002년에 1,000만대 이상으로 5% 이상성장 전망
- 일본 업체들은 가격경쟁력 확보를 위해 중국, 태국, 말레이시아 등으로 해외생산 확대

□ 업계동향

○ 해외 현지생산 확대

- LG전자, 삼성전자, 대우전자 모두 중국, 인도, 브라질 등에서 해외현지 생산량 확대 추진
- 해외 생산법인 : 중국, 인도네시아 등 6개국 8개 공장

○ 고부가가치 제품으로 전환

- 중국 등 후발업체의 참여로 수익성이 악화된 가정용 에어컨 시장에서 부가가치가 훨씬 높은 상업용·산업용 시장 진출에 전력

○ 중국시장 진출확대

- 세계1위 시장으로 부상하고 있는 중국 시장의 적극적인 진출을 위해 현지생산 확대, 고부가가치 시스템 에어컨 수출 확대에 전력
- 중국시장 : 2001년 950만대 → 2002년 1,000만대

○ LG전자 세계최대 공급업체로 부상

- 2000, 2001년 2년연속 세계 가정용 에어컨 시장점유율 1위를 차지
- 2001년 490만대로 11.6% 점유

라. 냉장고

□ 수출동향

○ 중국의 물량공세, 로칼업체들의 견제 심화 등의 감소요인도 있지만 OEM 거래선의 유지와 신규시장 개척 및 절전형 간냉식 냉장고 세계시장 확대 등으로 소폭의 성장세는 가져갈 것으로 전망

○ 물류 및 유통비용 등으로 인해 미국, 유럽 일본 제품이 세계냉장고 시장을 주도해 왔으나, 90년대 중반에 들어 연 5억불 이상 수출지속

<냉장고 수출동향>

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001년	2002. 2월	2002년 전망
전 체	771 (0.5)	65 (2.2)	843 (9.3)
E U	174 (30.5)	15 (19.1)	-
호 주	49 (-9.6)	5.3 (9.4)	
멕시코	58 (-21.6)	2.5 (-69.0)	
미 국	18 (-31.7)	2.2 (142.6)	
기 타	472	40	

<세계시장 규모>

(단위 : 백만대)

구 분	2000년	2001년	2002년(전망)	전년대비
냉장고	74.7	78.0	79.9	2.4%

※멕시코 적수출 감소

- LG전자(2001년 7월) 멕시코 냉장고공장 가동 : 멕시코 공급물량의 80% 조달, 추정 (삼성전자 금년 11월 생산공장 준공 전망)

□ 세계시장 규모

○7천8백만대 규모(2001년)로 국내업체가 약 10% 공급

○주요업체 시장점유율 (2000년)

- 일렉트로룩스(23.6% · 1위), GE (16.7%), 월풀(12.6%), 지멘스(7.6%), 마쓰시다(7.2%), C사(4.9%), A사(2.7%), B사(2.2%)

○우리나라 주력제품인 절전형 간냉식(자동 성애제거)의 세계시장 확대

- 미주, CIS, 중남미, 아시아 등
- 시장구조 : 직냉식 약 80%, 간냉식 약 20%

□ 업계동향

○해외 생산법인

- 8개국 12개 공장
- 멕시코 (가전 3사), 아르헨티나(대우), 인도(대우, LG), 베트남(대우), 스페인(대우), 인도네시아(LG), 중국(LG, 삼성), 태국(삼성)

○가전 3사 국내의 생산비율 추정

- 총 800만대 : 국내 490만대 (61%), 해외 310만대 (39%)
- A사 : 국내 140만대, 해외 80만대
- B사 : 국내 70만대, 해외 130만대
- C사 : 국내 280만대, 해외 100만대

○주요 수출국

- 멕시코, 호주, 영국, 일본, 프랑스, 사우디아라비아, 스페인 등
- 예멘 등 22개국에서 시장점유율 1위 추정

○수출가격

- 양문형 냉장고 (560L, 650L, 680L, 730L, 760L 등) : 1,300~1,800\$/대당
- 현재는 미국시장이 대부분, 생산업체들도 특정업체들로 국한
- 미국업체(GE, 월풀 등), 한국업체 (LG, 삼성 등), 유럽업체(보시지 멘스 등)
- 세계시장 : 2001년 약 400만대 추정 → 2002년 약 450만대 전망
- 김치냉장고
- 소형 (50L~60L) : 3~4백불, 대형 (130~160L) : 6~8백불

○삼성전자

- 양문형 냉장고(지펠)의 선풍적인 인기로 해외 월 판매량 2만대 선회
- 2002년 목표 : 30만대, 유럽 및 아시아, 중동지역으로 다변화

- 김치냉장고(다맛) 수출물량 1만여대
전망

성장으로 2002년 시장규모를 100만대
(1조원) 이상으로 키우는 견인차 역할

○LG전자

- 450만대로 예상되는 양문형 냉장고 세
계시장에서 25만대 목표 (디오스)
- 디지털 LCD표시장, 세계 최저소음
(20dB)과 최저 소비전력 실현
- 김치냉장고(1124) 수출물량 1만여대
전망

○대우전자

- 11월부터 양문형 냉장고(디지털냉장
고) 수출 예정

○만도공조 (김치냉장고 최대 공급업체)

- 2001년 : 69만대(내수 65만대, 수출 4만
대) 판매
- 2002년 : 80만대(내수 75만대, 수출 5만
대) 목표
- 지난 95년 출시이래 매년 200% 이상

마. 세탁기

□ 수출동향

○기술력 향상, 주력 제품인 세탁관(와권
식)방식의 세계시장 확대, 드럼세탁기의
수출확대 등으로 작년에 이어 금년에도
증가 전망

□ 세계시장 규모

○세계시장 규모 : 약 5,600만대 (2001년)

- 세탁관(와권) 방식 : 약 2,000만대
(한국, 일본, 중국 중심)
- 드럼 방식 : 약 2,300만대 (유럽, 동구
중심)
- 교반(봉) 방식 : 약 1,300만대 (북미
중심)

<세탁기 수출동향>

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001년	2002. 2월 누계	2002년 전망
전 체	366 (3.6)	67 (15.3)	392 (7.1)
E U	52 (32.0)	13 (78.9)	-
일 본	45 (30.6)	7 (-23.3)	
대 만	21 (-11.7)	4 (-0.2)	
칠 레	21 (-15.1)	3 (106.4)	
기 타	227	40	

<세계 세탁기 수요전망>

(단위 : 백만대)

구 분	2000년	2001년	2002년(전망)	전년대비
세탁기	54.5	55.9	57.4	2.7%

○주요업체 시장 점유율 (2000년)

- 월풀(12.8%), 일렉트로룩스(7.3%), 마쓰시다(5.2%), 하이어(4.8%), 보쉬 지멘스(4.8%), C사(2.9%), A사(2.7%)

□ 업계 동향

○해외 생산법인

- 7개국 10개 공장 (해외 생산비중 약 50%)

○세탁기 주요 수출국가

- 일본, 멕시코, 대만, 칠레, 태국, 호주, 중국 등
- 터키 등 14개 국가에서 시장점유율 1위 추정

○삼성전자, 대용량 드럼세탁기 출시

- 일본 도시바와 공동으로 개발한 국내 최대 용량(7.5kg)의 드럼 세탁기 출시 (2001년 12월), 수출에 역점

○LG전자, LG Intellwasher DD(드럼세탁기-세탁기 매출중 20%) 매출 급증

- 세계 최초 Direct Drive 구동방식으로 세탁물의 양과 종류에 따라 최적 속도로 조절

※Direct Drive : 기존의 모터와 세탁통 사이의 파워를 전달하는 벨트와 풀리를 없애어 직접적으로 세탁통을 돌려 에너지 절약, 세탁성능 향상

- 2000년 3만대, 2001년 약 10만대, 2002년 약 30만대 전망
- 영국세탁기, 평균가격 60만원 → Intellwasher DD 100만원
- 선진시장 내에서 Premium 제품군

○대우전자, 세계최초 무세제 세탁기 '마이더스' 출시 (2001년 10월)

- 금년 2월 일본, 독일(홈테크) 전시회에 무세제 세탁기 출품, 드럼식 등 세계시장에 본격 진출할 계획

바. MP3 플레이어

□ 수출동향

○2001년 : 113백만불로 2000년 대비 20.5% 증가

○2002년 2월 : 현지법인 및 유통점들의 재고 물량과다로 2월까지의 직수출 감소

〈MP3플레이어 수출동향〉

(단위 : 백만불, %)

구 분	2001년	2002. 2월 누계	2002년 전망
전 체	113 (20.5)	14 (-37.4)	144 (27.4)
홍 콩	31 (19.1)	5 (-8.7)	-
일 본	16 (23.8)	3 (-4.8)	
미 국	34 (43.7)	3 (-60.8)	
E U	13 (-18.0)	1 (-57.4)	
기 타	19	2	

<세계시장 규모>

(단위 : 천대, 백만불)

구분		2001	2002	2003	2004	2005	연평균증감율
MP3P	수량	3,500	5,830	8,990	12,110	15,710	12.2
	금액	710	1,220	1,930	2,550	3,250	14.4

자료 : IDC

○MP3 Player는 카세트 테이프나 CD가 필요없는 차세대 디지털오디오로, 전 세계의 웹사이트나 PC 통신상에서 CD음질 수준의 디지털오디오 콘텐츠를 다운로드 받아 저장하여 들을 수 있는 포터블 디바이스

□ 세계시장 규모

○세계시장 규모

- 2001년에 350만대에서 2005년에는 1,500만대로 지속적 증가
- 국내기업이 세계시장의 40% 점유 (약 140만대, 2001년)

□ 업계동향

○삼성전자

- 2002년 수출목표 100만대 (2001년 : 48만대)
- 메모리 타입 : 50만대(2001년 : 38만대)
- CD타입 : 50만대 (2001년 : 10만대)

○엠펜덴닷컴

- 2002년 수출목표 25만대 (2001년 : 14만대)
- 고품위 디자인과 고기능의 신제품 출시로 미주시장 집중공략 계획

○디지털웨이

- 2002년 수출목표 38만대 (2001년 : 22만대)
- 미주지역 대형 쇼핑몰, 할인점 및 인터넷 쇼핑몰에 자체브랜드 수출

○아이리버

- 2002년 수출목표 150만대 (2001년 : 50만대)
- 주력제품인 고급제품 외에 핵심기능 위주로 구성된 보급형 제품으로 중국산 제품과의 경쟁우위 확보 계획

○이트로닉스

- 세계 최초로 5mm 두께의 초박형 MP3 플레이어 개발 (오디오카드)
- '바이트로' 라는 압축기술을 채택해 일반제품보다 두배 이상의 용량 저장과 6시간 사용가능