

백색가전 산업동향

전자산업연구소

▶ 백색가전

세계 백색가전 시장은 고부가가치의 프리미엄 백색가전 제품이 급성장하는 추세이고, 환경에 대한 관심이 고조되면서 친환경 제품이 새로운 틈새시장을 형성하고 있다. 국산제품은 선진시장에서 상대적으로 약한 브랜드 인지도와 중국 등 후발업체의 약진으로 범용제품에서 제한적인 성장이 예상되며, 지역적으로는 유럽, 중남미 지역으로의 수출 증가가 예상된다.

▶ 세계시장 동향

미국 및 일본을 중심으로 세계 경기 회복이 가시화됨에 따라 세계 백색가전 시장은 양문형냉장고, 고기능에어컨, 드럼세탁기 등 프리미엄 제품을 중심으로 시장이 급성장하면서 프리미엄급 제품과 보급형 제품으로 수요의 양극화 현상이 심화되고 있으며, 백색가전 전체로는 안정적인 성장을 계속하고 있고, BRICs를 포함한 Emerging Market에서의 수요가 증가하고 있다. 유로모니터에 따르면 수량 기준 기업별 세계 백색가전 시장 점유율은 월풀 523%, 하이얼 379%, GE 379%, 보쉬-지멘스 281%, 다음은 국내 A사가 264%를 점유하여 세계5위의 시장 점유율 확보했다.

(주요 백색가전의 세계시장 추이 및 전망)

(단위: 백만대)

품목명	2002	2003	2004 (전망)	증감률(%)	
				02/03	03/04
에어컨	53.8	56.6	59.5	5.2	5.1
냉장고	80.0	82.0	85.2	2.5	3.9
세탁기	58.0	59.3	61.7	2.2	4.0
전자렌지	52.0	56.3	58.1	8.3	3.2
청소기	61.5	62.3	64.0	1.3	2.7

특히 선진시장을 중심으로 고급 프리미엄 제품군 시장이 지속적으로 성장하고 있으며, 에너지규격 강화와 웰빙 및 건강트렌드의 지속적인 확산으로 이와 부합된 제

품의 수요가 증가하고 있는 추세이다.

금액기준 세계 백색가전 판매순위는 월풀 110.2억불, 일렉트로룩스 97.6억불, 파나소닉 94.0억불, 하이얼 85.9억불, GE 60.7억불 순이며, 지난 10여년 동안 우리 주력 수출상품으로 꼽혀온 가전제품, 특히 냉장고, 에어컨, 세탁기, 전자레인지, 진공청소기로 대표되는 국내 백색 가전은 자타가 공인하는 우리 경제 성장의 1등 공신이였다.

최근에는 뛰어난 기술력과 가격경쟁력을 바탕으로 우리 백색가전의 세계시장 점유율이 1~5위를 차지하며 일본산 전자제품이 누렸던 명성을 이어받아 중저가로 인식되던 우리 백색가전이 지금은 세계인들로부터 우선적으로 갖고 싶어 하는 인기제품으로 변모했다.

▶ 품목별 동향

에어컨은 90년대 중반까지만 해도 세계수요의 25%를 차지했던 일본 내수에 힘입어 일본 업체들이 치열한 선두경쟁을 벌였으나, 이후 일본의 내수경기 침체가 장기화 되고 국내기업이 미국, 유럽 등을 중심으로 꾸준히 판매를 늘리면서 세계시장 점유율이 25%를 넘어섰으며, 국내의 A사는 세계시장의 16%를 차지하여 개별기업 세계시장 점유율 1위를 차지했다.

냉장고는 주요국에서 국산 프리미엄급 양문형냉장고의 수요가 증가 하면서, 우리나라 기업의 세계시장 점유율이 15%를 넘어서고 있으며, 국내의 A사는 월풀(13%), 일렉트로룩스(11%)에 이어 세계 3위의 시장점유율을 확보하고 있다.

세탁기는 살균기능이 강화된 은나노 세탁기, 드럼세탁기 등 고기능 제품의 수출이 크게 증가하면서 우리나라 기업의 세계시장 점유율이 20%를 넘어서고 있으며, 국내의 A사는 월풀(13%), 일렉트로룩스(10%)에 이어 세계 3위의 시장점유율을 확보하고 있다.

전자레인지는 주요 수출대상국의 현지에 맞는 특화제품이 현지인들의 감성에 어필하는데 크게 성공함에 따라 수출이 증가하면서, 우리나라 기업의 세계시장 점유율이

50%를 넘어섰고, 개별기업 세계 1위와 2위 시장점유율을 국내기업이 차지하고 있다.

전기청소기는 2002년까지 스웨덴의 일렉트로룩스와 미국의 후버사가 세계시장을 거의 독점했으나, 국내 제조업체들이 먼지봉투 교체가 필요 없는 사이클론방식 청소기를 개발, 출시하면서 빠르게 세계 시장을 확대해나가고 있다.

→ 최근에는 우리나라 기업의 세계시장 점유율이 30%를 넘어섰으나, 일렉트로룩스(19%), 후버(17%), 마쓰시다(14%)가 세계시장 점유율 1위, 2위, 3위를 차지하고 있어, 국내기업은 5위권 수준의 세계시장 점유율을 보이고 있다.

👉 국내기업 동향

국내기업은 브랜드이미지 제고를 위해 고급제품의 생산 비중을 지속적으로 확대하면서, 내수부진을 만회하기 위해 중국, 인도 등 신흥 성장시장을 중심으로 시장 확대를 추진하고 있으며, 선진시장에의 공략을 더욱 강화하여 미국 시장에서의 매출을 대폭 증대하였고, 국내기업이 구주 시장에서 양문형냉장고 시장점유율 1위를 확고히 하고 있다.

또한 건강, 환경 분야의 시장선점을 위해 은나노 기술, 리드프리 기술 등 신기술을 적용한 제품을 개발하여 세계시장에 성공적으로 진입하였으며, 고기능에어컨, 양문형냉장고, 드립세탁기 등 프리미엄 제품군을 중심으로 시장 확대에 주력하고 있다.

국내 가전산업의 해외투자는 1981년 처음으로 미국에 칼라TV 공장을 가동한 이후, 해외생산 시설을 지속적으로 확충하여, 현재는 중국, 동남아, 중남미, 유럽 등 세계 각처에서 가전제품을 생산하여 전 세계에 수출 및 현지 판매를 하고 있다.

〈가전3사 백색가전의 해외생산 추이〉

(단위 : 천대, 백만대)

가전3사 전체		1998	1999	2000	2001	2002
냉장고	수량	964	1,678	2,536	3,041	3,959
	금액	851	1,029	1,281	1,364	1,497
에어컨	수량	396	663	1,273	1,663	3,106
	금액	162	220	363	461	645
전자레인지	수량	6,415	7,865	10,041	11,893	17,272
	금액	966	884	972	572	755
세탁기	수량	695	1,474	2,180	2,583	3,679
	금액	103	188	276	306	433
합 계	수량	8,470	11,680	16,030	19,180	28,016
	금액	2,082	2,312	2,892	2,703	3,330

해외투자 초기에는 EU, NAFTA 등 지역 통합주의 형성에 영향을 받아 주로 수입규제 회피 및 우회수출을 목적으로 멕시코 및 EU역내 지역으로 투자를 하는 추세였다.

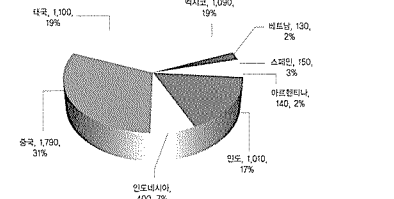
최근에는 국내 제조업의 여건이 고비용, 저효율 산업구조로 인해 첨단 제품개발과 정밀기술이 필요한 前공정은 국내에서 수행하고, 노동집약적인 단순 조립, 가공공정 등 後공정은 중국, 동남아 등지에서 작업 하여 생산, 판매하거나 역수입하는 형태로 해외투자가 이루어지고 있다.

〈가전3사 백색가전의 해외투자 현황〉

구 분	투자국 (수)	2002년 당해 투자금액(백만불)	해외생산 능력(천대)	2002년 당해 국산대수(천대)	2002년 당해 생산합계(천대)
냉장고	8개국	168	5,810 (50.8%)	5,618 (49.2%)	11,428 (100%)
에어컨	8개국	151	5,805 (35.0%)	10,768 (65.0%)	16,573 (100%)
전자레인지	8개국	101	18,560 (59.1%)	12,848 (40.9%)	31,408 (100%)
세탁기	7개국	54	5,080 (53.5%)	4,413 (46.5%)	9,493 (100%)
합 계	14개국 (중복제외)	474	35,255 (51.2%)	33,647 (48.8%)	68,902 (100%)

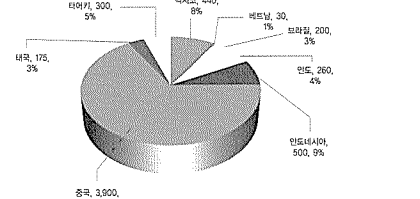
〈가전3사 냉장고 해외생산능력〉

(단위 : 천대)



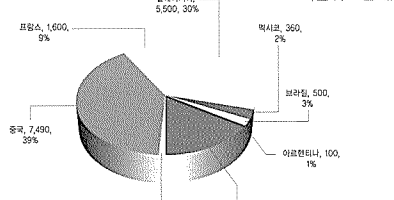
〈가전3사 에어컨 생산능력〉

(단위 : 천대)



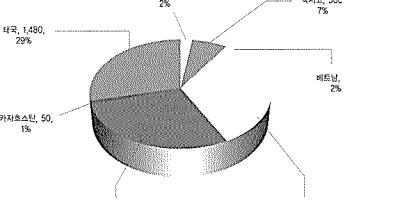
〈가전3사 전자레인지 생산능력〉

(단위 : 천대)



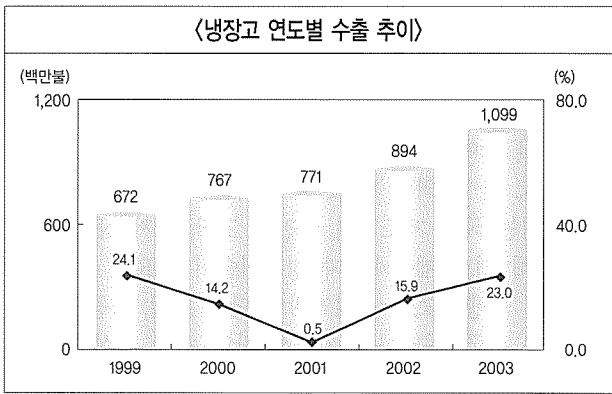
〈가전3사 냉장고 해외생산능력〉

(단위 : 천대)



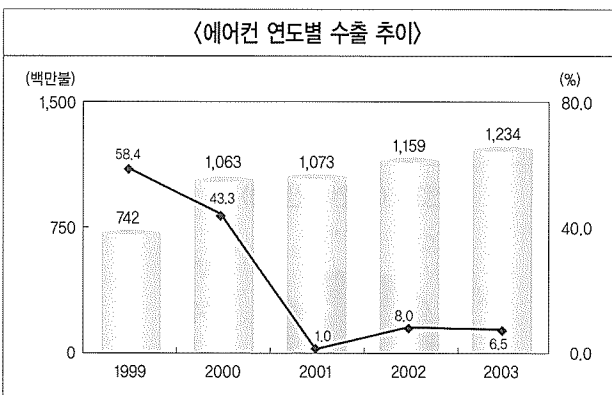
수출동향

국산 냉장고의 지난 5년간 세계시장으로의 수출 추이를 살펴보면 99년에 6억7천만불을 수출한 이래로, 지속적으로 증가하면서 작년에는 11억불을 수출함에 따라 5년간 63.5%의 성장률을 시현했으며, 국가별(2003년) 실적을 살펴보면 최대 수출국은 미국으로 22.5% 증가한 1억7백만불, 다음은 호주가 34.2% 증가한 7천3백만불, 영국은 28.6% 증가한 7천만불 수준이다.



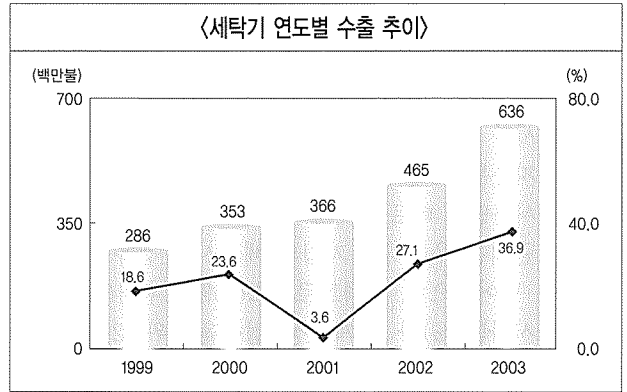
에어컨 수출은 99년에 7억4천만불, 2003년에 12억3천만불을 수출하여 지난 5년간 66.3%의 수출신장을 보였다.

작년 국가별 수출은 최대 수출국은 미국으로 12% 감소한 2억5천만불, 다음은 사우디아라비아로 7.4% 증가한 1억1천만불, 3위 수출국은 이탈리아로 60.0% 증가한 8천9백만불을 시현했다.



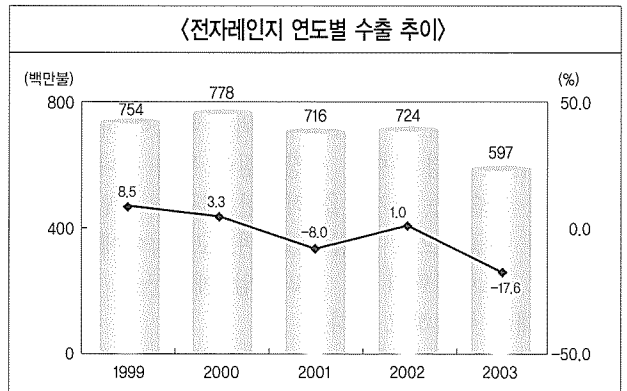
세탁기 수출은 99년에 18.6% 증가한 2억9천만불, 작년에는 36.9% 증가한 6억4천만불을 시현함으로써, 지난 5년간의 성장률이 122.4%에 달한다.

작년 국가별 수출실적을 살펴보면 최대수출국은 핀란드로 152.6% 증가한 1억4천만불, 다음은 일본으로 8.8% 감소한 3천8백만불, 3위 수출국은 중국으로 36.4% 증가한 3천만불을 시현했다.



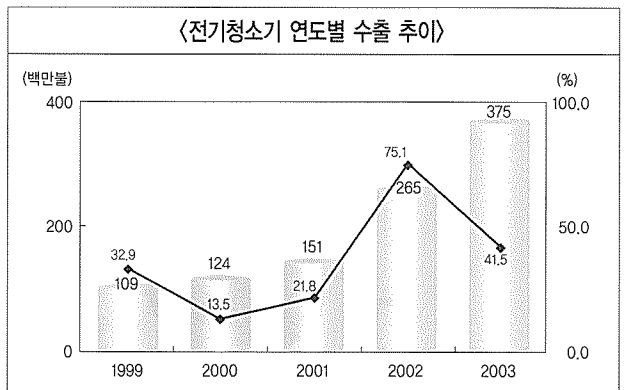
전자레인지 수출은 99년에는 8.5% 증가한 7억5천만불, 작년에는 17.6% 감소한 6억불 시현했다.

국가별(2003) 수출실적을 살펴보면 최대 수출국은 미국으로 17.7% 감소한 3억7천만불, 다음은 핀란드로 10.6% 감소한 5천7백만불, 3위 수출국은 독일로 2.3% 증가한 1천8백만불 수준이다.



전기청소기 수출은 99년에 32.9% 증가한 1억9백만불, 작년에는 41.5% 증가한 3억8천만불을 수출함에 따라 지난 5년간 수출증가율이 244.0%에 달한다.

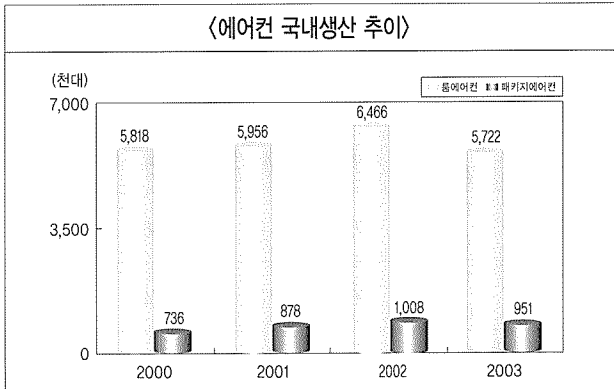
국가별(2003) 수출실적을 살펴보면 최대 수출국은 미국으로 45.3% 증가한 1억5천만불, 다음은 핀란드로 53.9% 증가한 8천6백만불, 3위 수출국은 이란으로 146.2% 증가한 1천8백만불을 시현했다.



▶ 국내시장 동향

에어컨은 최근 공기청정기능, 난방기능, 살균기능, 제습기능, 저소음 기능 등 다양한 기능이 부가되고 있는 가운데 국내생산 제품의 고부가화, 첨단화가 지속됨에 따라 고품능에어컨의 공급이 증가하면서, 생산비중이 확대되고 있다.

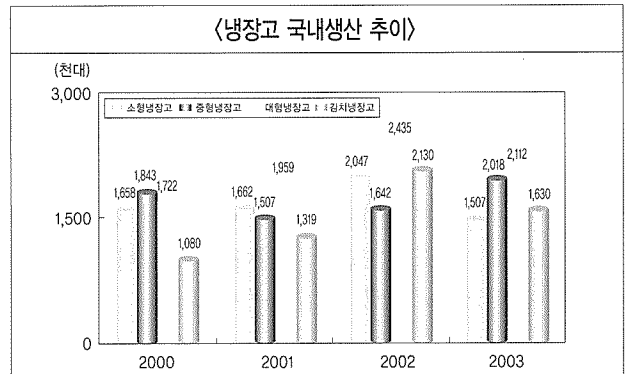
룸에어컨은 작년에 국내에서 총 667만대의 에어컨이 생산되어 수출로 528만대, 내수로 73만대, 재고로 66만대가 남아 각각의 비중이 수출 79.2%, 내수 10.9%, 재고 9.9% 수준이며, 패키지 에어컨은 작년에 국내에서 총 95만대가 생산되어 수출 15만대, 내수 80만대, 재고로 1만대 미만이 남아 각각의 비중이 수출 15.8%, 내수 84.2%, 재고 1.1% 수준이다.



냉장고는 최근 김치냉장고에는 탈취기능, 김장독 기능이 부가되고 있으며, 대형냉장고는 양문형제품의 인기가 급상승하고 있고, 국산제품의 고부가가치화가 계속되면서, 수량기준으로 2001년부터 400리터 이상의 대형 냉장고가 중형냉장고를 제치고 최대 생산규모를 유지하고 있다.

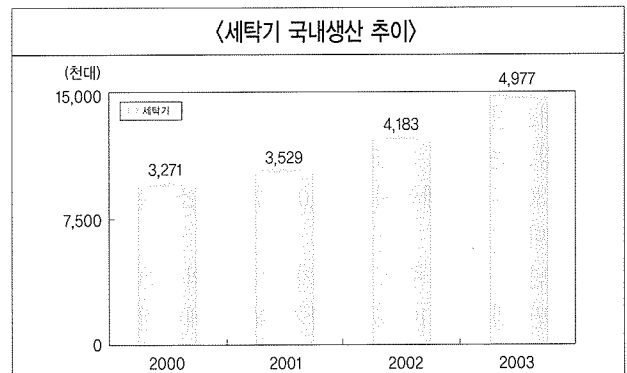
200리터 미만의 소형냉장고는 작년에 국내에서 총 151만대를 생산하여 수출로 105만대, 내수로 47만대, 재고는 3만대가 남아 각각의 비중이 수출 69.5%, 내수 31.1%, 재고 2.0% 수준이며, 200리터 이상 400리터 미만의 중형냉장고는 작년에 총 202만대를 생산하여 수출로 171만대, 내수로 31만대, 재고로 7만대가 남아 각각의 비중이 수출 84.7%, 내수 15.3%, 재고 3.5% 수준이다.

400리터 이상의 대형냉장고는 작년에 총 211만대를 생산하여 수출로 123만대, 내수로 87만대, 재고로 6만대를 남겨 각각의 비중은 수출 58.3%, 내수 41.2%, 재고 2.8% 수준이고, 김치냉장고는 작년에 총 163만대를 생산하여 수출로 1만대, 내수로 165만대, 재고로 4만대를 남겨 각각의 비중은 수출 0.6%, 내수 101.2%, 재고 2.5% 수준이다.

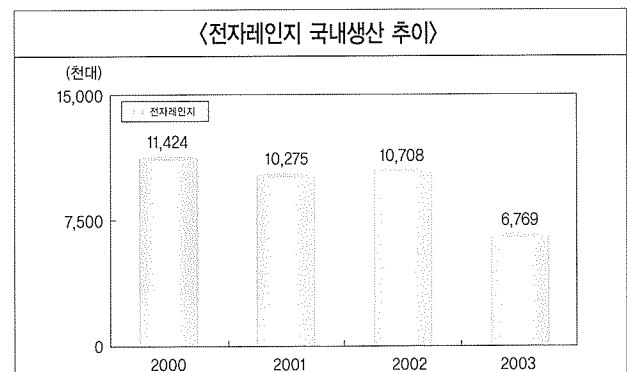


세탁기는 99년부터 드럼세탁기의 출시가 본격적으로 진행되면서, 기존의 일반세탁기에 비해 동일기능의 제품가격이 20만원에서 30만원 가량 비싼데도 불구하고 은나노 살균기능, 건조기능, 삶는 기능 등 다양한 기능이 부가되면서 국내외에서 상당한 인기를 얻고 있다.

작년에는 총 498만대를 생산하여 수출로 350만대, 내수로 146만대, 재고로 13만대가 남아 각각의 비중은 수출 70.3%, 내수 29.3%, 재고 2.6% 수준을 나타냈다.



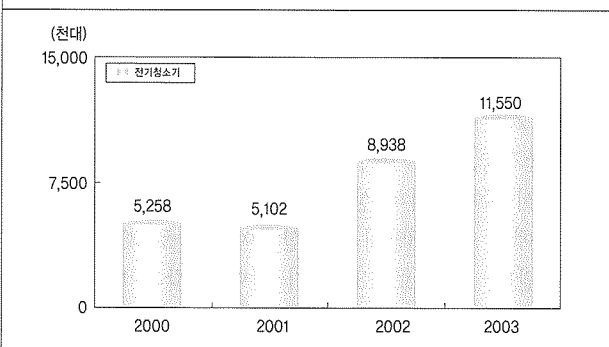
전자레인지의 나노기술을 활용한 탈취기능, 취사기능, 토스터 기능, 라디오 기능 등 다기능제품의 출시가 확대되고 있으나, 최근 일부기업이 국내생산을 중단하는 등 향후 국내생산 전망은 밝지 않은 것으로 보이고, 작년에는 총 677만대를 생산하여 수출로 587만대, 내수로 89만대, 재고로 22만대를 남겨 각각의 비중은 수출 86.7%, 내수 13.1%, 재고 3.2% 수준이다.



전기청소기는 이동형을 극대화하기 위한 핸디형 청소기와 무선청소기가 크게 인기를 끌면서 1가구 2청소기를 보유한 가정이 크게 늘고 있으며, 일반형에는 스팀기능, 물청소기능 등 한국형 기능을 부가한 다기능제품의 출시가 확대되고 있다

작년에는 총 1,155만대를 생산하여 수출로 934만대, 내수로 217만대, 재고로 26만대가 남아 각각의 비중이 수출 80.9%, 내수 18.8%, 재고 2.3% 수준이다

〈전기청소기 국내생산 추이〉



주요 백색가전 제품의 국산 및 수입부품 조달 현황을 살펴보면 금액기준으로 국산부품과 외산부품의 비중이 냉장고는 95.5 : 4.5, 세탁기는 85.8 : 14.2, 에어컨은 63.6 : 36.4, 전자레인지 93.0 : 7.0, 청소기는 94.3 : 5.7 수준이다.

2002년말 현재 주요 백색가전 제품의 국내 보급률을 살펴보면 냉장고 105%, 세탁기 96%, 에어컨 38%, 전자레인지 74%, 진공청소기 80%로 나타났다.

〈주요 백색가전의 국내시장〉

(단위 : 천대)

품목명	2002	2003	2004 (전망)	증감률(%)	
				'02/'03	'03/'04
에어컨	1,862	1,764	1,800	-5.3	2.0
냉장고	3,318	2,920	2,930	-12.0	0.3
세탁기	1,408	1,450	1,480	3.0	2.1
전자레인지	975	950	970	-2.6	2.1
청소기	1,460	1,475	1,490	1.0	1.0

상대적으로 보급률이 낮은 에어컨과 김치냉장고의 급격한 증가 추세가 나타나고 있으며, 냉장고의 보급률이 소폭 하락한 것은 김치냉장고가 일반냉장고의 대체재 역할을 수행하고 있다는 의미로 해석되며, 김치냉장고의 보급은 향후 지속적인 증가추세가 예상되나, 세탁기는 기기의 특성상 가구당 보급률이 포화상태에 이른 것으로 해석된다. ●

〈주요 가전제품의 보급률 현황〉

(단위 : %)

구분	냉장고 (김치)	세탁기	에어컨	전자레인지	진공 청소기
2000	108 (11)	96	29	66	67
2002	105 (33)	96	38	74	80

자료 : 한국전력거래소(2002.12)

