

중국 데스크 탑 PC 산업동향

편집실

1. 생산동향

데스크탑 PC는 업무용과 가정용과 구별이 명확하여 전체의 설비는 기본적으로 같지만 상업용은 안전성이 높고 관리능력이 우수하며 네트워크 접속이 간단하다. 가정용은 점차적으로 업무용의 수준에 근접하고 조작성은 점점 간단해지고 있으며 멀티미디어 오락기능은 점차 강화되고 있다. 일반적으로 비즈니스용은 업체의 가격, 기술, 전문서비스에 대한 요구가 높으며 가정용은 업체의 신기능, 개성화, 오락기능, 조작성에 대한 요구가 높다. 중국 국내업체는 이 두 방향으로 세분화 되어가고 있으며 가정용측면에서는 소비자 심리를 파악해 중국내 점유율을 높여 갈 것이다.

PC와 가전의 융합, 가전 기능을 갖춘 PC기종과 리모콘 조작은 중국 가정용 PC의 향후 발전에 큰 의미를 갖는다. 기술개발, PC의 디지털 융합, 중국의 디지털 브랜드는 중국 PC업체가 국제 디지털업체와 경쟁하는데 큰 보탬이 된다. 더블모델PC의 판매는 동시에 소비자의 디지털응용 수요를 만족시키고 어플리케이션 기술이 발전하는 것을 나타내므로 대규모 시장성장과 수요를 가져오게 했다.

서버浪潮英信: 서버를 생산하는 중국 업체는 현재 해외유명업체와의 거리를 좁히고 있다. 중국 서버 점유율 제1위인 浪潮英信이 MAXTOR의 SCSI 하드 Atlas시리즈를 채용했다. 동시리즈는 HP, DELL 등의 업체에 폭넓게 채용되고 있다. 고급 하드웨어의 응용은 중국업체와 해외업체의 제품 품질에 별 차이가 없음을 나타내며 기술이 향상되었음을 의미한다.

2. 외자기업 생산동향

중국 PC업체에 비해 중국내 생산을 하고 있는 외자기

생산동향

(천대)

생산기업명	본사 소재지	2002년		2003(추정)		2004년(예측)	
		생산대수	%	생산대수	%	생산대수	%
LEGEND(聯想)	北京	2,614	20.6	3,800	23.8	4,400	23.2
DELL	아모이	3,432	27.0	2,900	18.1	3,300	17.4
FOUNDER(方正)	東莞	884	7.0	1,200	7.5	1,500	7.9
TONGFANG(同方)	北京	613	4.8	800	5.0	950	5.0
TCL	深圳	417	3.3	520	3.3	600	3.2
IBM	深圳	304	2.4	400	2.5	450	2.4
ACER	中山	204	1.6	350	2.2	400	2.1
START(實達)	蘇州	213	1.7	280	1.8	350	1.8
기타		4,019	31.6	5,750	35.9	7,050	37.1
생산대수합계		12,700	100.0	16,000	100.0	19,000	100.0

자료 : 중국정보산업부의 데이터를 기초로 中聯富士經濟諮詢有限公司 추정
 주 : ① LEGEND(聯想)은 PC시장에 뛰어난 이래, 계속 시장을 리드하고 있다. 그 생산능력과 시장점유율은 다른 PC업체를 능가하고 있다.
 ② DELL은 계속 출하대수 세계 제1위, 시장점유율 제1위로 그 제품과 서비스는 중국에서도 인정받고 있으며 목표는 聯想을 앞지르는 것이다.
 ③ FOUNDER(方正)과 TONGFANG(同方)은 중국 제1세대 IT기업이다. 聯想에 많은 점유율을 잠식당한 후, 적극적으로 자사 브랜드의 지명도와 기술을 높이고 국내외업체와의 거리를 좁히고 기술력을 갖추어 국제경쟁에 참여할 계획이다.
 ④ TCL은 다각화업체로 제품은 광범위하지만 주로 가전·정보기기이다. 인텔과 마이크로 소프트는 이 점에 주목하고 TCL과 IT제품 합작에 주력하여 가전정보보호로 발전시킬 방침이다.
 ⑤ 長城深圳정보제품은 長城公司和 IBM과의 합병생산기지로 長城브랜드를 판매함과 동시에 IBM제품 생산과 PC 가공생산을 하고 있다. 앞으로 생산능력을 확대시켜 제품과 시장에서 우수한 업적을 올릴 계획이다.

기업은 적고, 주로 DELL이나 HP 등이 있다. 외자 기업이 중국에서 가공생산하고 있는 PC는 중국내 판매와 해외 판매 상관없이 비용면에서 우위성을 갖고 있으며 생산설비와 기술은 해외기업에 뒤지지 않기 때문에 해외기업을 끌어들이고 있다.

DELL : 동사의 해외생산 본거지는 말레이시아이지만 앞으로 중국에 생산의 핵심부분을 이행할 가능성이 있다. 칩의 변경으로 Nvidia의 NV18을 코어로 한 GeForce4 M440비디오카드로 교체해 NV18B를 향후 채용할 계획이다. 현재 Nvidia는 양질이고 저가의 256MB DDR서포트용 비디오 카드 코어를 설계중이다.

3. 수출동향

DELL 등의 외자 업체는 국제시장에 공급하기 위해 중국 생산을 강화하고 있다. 이것은 PC 수출을 늘리는 요인의 하나이기도 하다. 게다가 중국의 몇 업체는 해외 브랜드의 OEM생산을 하고 있는데, 이것도 중국의 수출량을 증가시키고 있다. 또, 聯想, 方正 등의 중국내 유명 업체의 현재 수출량은 적지만 세계를 향해 눈을 돌리고 있어 점차 국제시장을 개척해갈 계획이다.

수출동향 (천대)

적요\연도	2002		2003(추정)		2004년(예측)	
	대수	%	대수	%	대수	%
수출대수	3,200	25.6	3,500	22.6	5,000	27.8
중국출하대수	9,300	74.4	12,000	77.4	13,000	72.2
총출하대수합계	12,500	100.0	15,500	100.0	18,000	100.0

자료 : 중국중국信息산업부의 데이터를 기초로 中聯富士經濟諮詢有限公司 추정

4. 수입동향

주로 서버를 수입하고 있지만 중국내 기술이 향상돼 감에 따라 PC의 수입은 매년 감소하고 있다.

5. 해외생산동향

중국 업체는 해외에 몇 개의 판매조직을 갖고 있을 뿐 해외에서의 생산능력은 아직 없다.

6. 중국시장동향

중국시장은 향후 5~10년 성장 추세를 보일 것이다. 2003년 PC 판매량의 증가는 30% 정도였다. 향후 5년은 25~30%의 추세로 성장할 것으로 내다본다. 베이징, 상하이, 광저우 등의 대도시는 PC 보급률이 30%에 미치지 못하고 전국 규모로는 10%에도 미만이다.

전국의 중소기업은 여전히 네트워크화 되지 않은 독립된 PC를 사용하고 있으며 불과 2%의 큰 기업만이 기업내 네트워크를 구축하고 있을 뿐이므로 중국 시장의 잠재력은 매우 크다. 앞으로 올림픽과 WTO는 PC시장의 성장을 불러일으키는 요소가 될 것이다.

브랜드PC : 브랜드PC는 몇 년의 급성장을 거쳐 이미 상당한 규모가 되었고 이용자의 브랜드PC에 대한 신뢰는 매우 두텁다. 그러나, 동질화가 심각해질 것이다. 현재

중국내 시장의 브랜드PC는 별 차이가 없고 스펙면에서는 기본적으로 같다. 동일 성능의 전제하에서는 브랜드는 경쟁에서 결코 유리하지는 않으며 소비자에게는 가격이 중요해진다. 따라서 이 치열한 시장경쟁에서는 개발이나 업그레이드가 없으면 시장에서 도태되어 버릴 것이다.

가격인하 : 현재 PC 가격은 비싸다. 그 원인은 두 가지이다. 하나는 기업이 고이윤을 추구하기 때문이고 다른 하나는 관리운영이 불완전하다는 것이 두 요인 때문에 비싸지는 것이다. 가격인하는 시장을 발전시키는데에 필연적인 것이다. 따라서 PC시장은 가격이 억제됨에 따라 2002년 중국PC시장의 연간 판매대수가 900만대를 넘어서 데스크탑PC 부문에서 세계 제2위가 되었다. 2005~2006년, 중국PC시장은 보급단계에 들어갈 전망이다. 그 지표는 판매대수의 급증으로 인해 보통의 가격 제품이 시장의 주류가 될 전망이다. 데스크탑PC의 주류 가격대는 3,000~4,000위안이 될 것이다.

IT서비스 : 향후 5년, 중국 IT서비스시장은 20%를 넘어서는 급성장을 달성해 PC의 구입규모가 커지게 되고 이용자의 수요도 용도가 다양화됨에 따라 IT서비스업무는 대대적으로 발전해갈 것이다. 중국내 IT서비스의 원동력이라 간주되는 聯想은 이미 자사의 IT제조분야에서 우수한 관리체제를 신흥 IT서비스분야로 이행하는 데에 성공하였고 더욱이 제1단계 성공함으로 커다란 실적을 나타내기 시작했다. 앞으로 聯想IT서비스는 더욱 크게 성장해 聯想의 서비스전환의 장기전략 목표실현을 강력히 지원해갈 것이다.

비즈니스시장 : 비즈니스유저시장은 IT시장의 새로운 성장포인트가 됨으로써 중국내 경제의 지속성장으로 중국내 중소기업은 점점 자사의 관리 문제가 중시되게 되었기 때문에 IT시스템의 업무에 대한 촉진은 중시되고 있다. 따라서 중소기업이 만든 상업용유저시장은 IT시장 성장의 원동력이 되고 있다. 비즈니스유저시장은 PC시장 중 가장 빠르게 성장하는 시장이 될 것으로 예측한다.

하이엔드 PC : 현재, 기업용 하이엔드PC는 IBM, HP 등의 국제적인 브랜드가 우세하고 중국내 업체는 안전성, 관리능력, 간편성면에서 열세에 있다. 국제화되고 있는 금융, 은행, 전신업계 등의 기업은 기술력이 있는 해외 브랜드를 선택하는 일이 많은데 왜냐하면 많은 해외 업체는 해결스킴(scheme)면에서 우수하기 때문이다. 또 해외업체는 대규모를 바탕으로 하여 비용절감 등에서 항상 우위에 있기 때문이기도 하다. ●