

세계 디지털 AV 수요 예측

TV의 평면화가 세계시장으로 진행된다. PDP TV, LCD TV는 2004년 AV의 경쟁시장을 이끌어 가는 데 불가피한 품목이다. '테이프에서 디스크로'-DVD레코더의 성장도 2004년 성장의 열쇠가 될 것이다. DSC(디지털스틸카메라)는 계속 순조로운 성장이 기대되어 일본유럽 미국에서 널리 세계에 보급될 것으로 예측되고 있다. 주요 7 품목을 간략히 소개한다. (편집자 주)

PDP TV

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	90	130	210	350	450
아시아 및 기타	5	10	20	30	40
중국	5	10	20	40	60
유럽	30	40	65	120	160
북미	20	30	55	100	120
일본	30	40	50	60	70

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

AV업계 최대의 기대 제품 중 하나가 PDP TV이다.

2001년 4월에 히타치제작소가 32인치를 발매한 이래 그때까지 업무용이나 일부 일반소비자에게만 사용되었던 PDP TV가 이제는 일반가정의 아주 친근한 존재가 되었다.

PDP TV는 일본 국내에 보급되기 시작해, 2003년은 구미를 비롯해 시장이 세계로 확대되었다.

일본에서는 03년 12월부터 지상디지털방송이 시작되었다. 세계에서든 방송이 디지털화되고 있다.

TV방송의 디지털화와 TV의 평면화는 기본적으로는 별개의 동향이지만 고정세 디지털하이비전에 어울리는 TV로써 PDP TV의 인기가 높아지고 있다.

일본 업체는 멕시코, 중국 등지에서 조립을 시작해 세계 시장으로 팔기 시작했다.

LCD TV

LCD TV의 수요가 늘고 있다.

LCD TV시장에는 일본 국내의 주요AV업체 외에, 한

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	400	800	1200	2000	2500
중국,아시아,기타	70	190	350	700	970
유럽	70	150	250	400	600
북미	100	160	250	440	500
일본	160	300	350	400	430

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

국, 대만, 중국업체도 적극적이므로 LCD TV에 거는 AV업계의 기대의 크기를 엿볼 수 있다.

PC에서는 2000년 이후, 브라운관 디스플레이에서 LCD로 급속히 바뀌고 있다.

LCD TV는 대형화가 급속히 진전되어 가정의 주요 TV로써 자리잡았다.

LCD TV에는 중국이나 대만업체도 적극적이다. 중국 업체는 2003년 1월 CES(Consumer Electronics Show)에서, 브라운관TV에서 평면TV로 전환하기를 권면해 지금까지는 창홍(長虹)이나 TCL, 상하이광전 등 대기업이 북미시장에서 LCD TV를 발매하고 있다.

DVD 레코더

'테이프에서 디스크로'-비디오에서 DVD레코더로 급속히 전환되고 있다.

1997년에 등장한 재생전용의 DVD플레이어는 2003년말에는 세계에서 누계 보급이 약 1억 5천만 대에 달할 전망이다. 일본에서는 1천만 대를 돌파한 듯 하다. 반대로 VTR은 감소를 지속했다.

DVD는 재생전용DVD-ROM(DVD비디오, 동 오디오), 기록용에는 1회만 기록할 수 있는 DVD-R, 재기록 가능한 DVD-RAM, DVD마이너스RW/플러스RW가 있다.

DVD플레이어는 중국세의 가격공세가 치열해 미국의 2003년 크리스마스판매에서는 20달러제품도 등장했다. 손님을 끌기 위한 특가품이지만 미국의 대형양판점에서도 '좀더 이익을 올릴 수 있는 상품'을 희망해 DVD레코더로 옮긴다고 한다.

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	400	760	1200	1800	2500
중국,아시아,기타	30	60	100	200	350
유럽	80	200	400	600	800
북미	70	150	250	500	650
일본	220	350	450	500	700

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

DVD-RAM/RW/R에 대응한 멀티드라이브방식, DVD 플러스/마이너스RW듀얼방식도 있다.

DSC(디지털스틸카메라)

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	4185	5500	6500	7500	8500
기타	150	300	500	700	850
아시아	525	750	900	1100	1300
중국	60	100	160	200	300
유럽	1400	1800	2040	2300	2550
북미	1200	1600	1800	2000	2200
일본	850	950	1100	1200	1300

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

DSC(디지털스틸카메라)는 촬영한 그 곳에서 화상을 확인할 수 있고, 그 화상을 PC에 내장해 가공·보존하거나, e메일로 보내거나 심지어는 최근엔 정지화상뿐 아니라 동화상도 기록할 수 있는 제품이 표준화됨에 따라 인기는 더욱 높아졌다. 2003년은 고화소화가 되어 가을 무렵부터 디지털일안(一眼)카메라도 본격적인 상품화가 시작되었다.

2003년은 유럽이나 중국, 아시아의 급격한 수요증가가 업계전체를 이끌었다. 2004년도 동일한 기조가 계속될 것으로 예측, 연간 1천만 대 이상의 증가가 예상된다.

DSC시장에서 일본계 업체는 8할 내지 9할의 점유율을 차지, 특히 카메라계 업체가 강세를 보이고 있다.

DVC(디지털비디오카메라)

DVC(디지털비디오카메라)의 수요가 늘고 있는 일본국내의 교체수요를 중심으로, 젊은 주부층의 신규수요도 확대되고 있다. 해외는 구미에서 아날로그기에서의 이동이 현저할 뿐 아니라 중국을 비롯한 아시아의 수요도 활발해졌다.

소니의 '마이크로MV' 채용기종에서는 200cc를 밀돌고, 일본빅터는 세계에서 최초로 가정용 디지털하이비전 비디오카메라를 상품화했다.

히타치제작소는 DVD카메라를 대폭으로 소형화, 소니, 캐논은 고화소CCD를 채용하는 등, 예전에 없던 진화를 보였다.

2004년은 하이비전 대응 DVC의 상품화가 활발해질 전

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	850	1000	1100	1200	1300
아시아,기타	100	140	150	160	195
중국	30	60	90	110	130
유럽	300	320	340	360	380
북미	250	300	330	370	390
일본	170	180	190	200	205

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

망이다.

DSC 발전계에서 마쓰시타전기나 산요전기는 메모리카드를 기록미디어에 채용한 제품도 발매되었다.

2004년은 이런 진화를 배경으로 세계 DVC수요는 1천만 대를 돌파할 것으로 예측된다.

홈시어터 패키지

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	1060	1180	1320	1460	1570
중국,아시아,기타	400	440	500	550	600
유럽	300	320	340	380	400
북미	320	360	400	430	450
일본	40	60	80	100	120

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

'소리'와 '영상'이 융합한 새로운 AV의 세계로써 홈시어터의 시장이 확대되고 있다.

TV는 고정세한 LCD /PDP의 '박형하이비전'으로 더욱 가속됨에 따라 평면TV에 DVD시스템을 조합하여 즐기는 홈시어터는 향후 AV를 유지하는 중요한 분야가 되었다.

홈시어터는 대화면TV에 의한 아름다운 영상과 박력있는 사운드가 거실을 실감나는 영화관과 같이 바꾼다.

홈시어터 패키지는 DVD플레이어에 리시버나 앰프를 내장해 서브우퍼까지 세트된 스피커시스템의 1세트로 하는데, 미국에서는 '홈시어터이너박스'라 불린다.

이용자는 구입 후에 PDP TV나 프로젝션TV 등에 접속하면 본격적인 시어터를 즐길 수 있다.

카네비게이션

	2003	2004	2005	2006	2007
합계	185	218	251	278	305
중국,아시아,기타	2	4	6	10	15
유럽	60	80	100	110	120
북미	3	4	5	8	10
일본	120	130	140	150	160

2003년은 추정, 2004~2007년은 예측치임

카네비게이션이 진화되고 있다. 기존의 목적지를 검색하는 도구였다 자동차공간을 '움직이는 AV룸'으로 바꾸는 기기로서 인지도를 높이고 있다. DVD네비에 의해 지도를 입체적으로 표시하게 될 뿐 아니라 그것이 HDD로 진화되어 검색속도가 더 한층 향상되었다.

RV차에서는 '리어시트엔터테인먼트'라 불리는 자동차 AV라이프가 두드러져 각 업체에서 대응상품이 등장하고 있다.

네비게이션은 일본국내시장에서 해외에도 확대되고 있다. ●