

## 중국의 홈 네트워크 시장 동향

홈 네트워크 시장은 초고속(broadband) 인터넷 보급률 성장과 비례하는 양상을 보인다. 조사기관인 가트너 그룹의 조사 결과를 바탕으로 우리나라의 정통부가 발표한 전세계 홈네트워크 관련 장비 시장 규모는 유·무선 네트워크, 홈게이트웨이, 이동·고정 단말기, 정보 가전 등을 모두 포함하여 2004년 797억 달러에 달하고, 2007년에는 1,183억 달러에 이를 전망이다.

홈 네트워킹 시장을 살펴보면 초기에는 PC 네트워크, 엔터테인먼트 네트워크, 홈 오토메이션 등이 제한된 수용자에 보급되지만, 수요가 커지고 기술이 발전함에 따라 통합적 네트워크 융합이 대세이다.

이 시장은 특정 분야의 사업자가 독자적으로 시장을 독식하는 것이 아니라 컨소시엄 형태로 시장을 형성해 나가는 특징을 보여, 현재 경쟁 우위에 있는 유무선 통신 사업자, 주택업체, 가전 업체를 중심으로 표준 및 서비스 개발이 이뤄지고 있다.

한국의 홈 네트워킹 잠재시장 규모는 전체 가구의 13.5%인 225만 가구로 추정되며, 해외시장이 아직 본격적으로 열리지 않은 만큼, 홈네트워크 관련 업체들은 국내의 사이버 아파트 프로젝트와 표준화를 통해 시장선점에 목표를 두고 국내 사업에 착수해, 본격적인 수출 성과는 아직 잘 나타나고 있지 않고 있다.

이러한 상황에서 통신 서비스 수요가 폭발적으로 늘어나고 있는 중국의 홈 네트워크 시장에 눈을 돌리는 것은 의미있는 일이다. 중국경제에서 차지하는 통신업의 비중도 점차 확대중으로 1997년 통신업의 GDP 점유율이 1.14%에서 2003년에는 2.38%로 2배 상승했고, 2004년엔 3.86%(잠정), 올해에는 약5%에 달할 전망이다. 중국의 홈 네트워크 산업과 관련된 통신부문들을 점검해 본다.

### 통신 설비

2004년 라우터, 이더넷 교환기, ADSL 시스템, WLAN 설비 및 기타 네트워크 설비 등 통신 및 네트워크 설비 시장규모가 227억위안으로 전년대비 33.1%가 증가했다.

이중 라우터는 70.1억위안(8.5억불), 이더넷 교환기 77.3억위안(9.4억불), ADSL 局段설비 48.8억위안(5.9억불), ADSL 終端 설비 23.4억위안(2.8억불), WLAN 8.1억위안(1억불)의 시장 규모를 형성했다.

ADSL 설비 주요 공급상으로는 華爲技術有限公司, 中興通信股·有限公司, UT斯達康(UTSTAR), 阿爾?特(ALCATEL)

등이 대표적이며, 이중 다국적 기업인 UTSTAR와 ALCATEL은 중국 현지공장을 운영중이다.

라우터 시장에선 Cisco와 華爲/華爲3Com이 고급 및 중저가 시장에서 우세를 보임. 특히 기술 수준 향상과 가격 경쟁력 확보로 Cisco와의 격차를 줄여 나가고 있다.

WLAN 설비 시장 잠재력도 농후함. 시장 규모는 아직 8.1억 위엔(1억불)에 불과하나 통신 운영업체, 소비자, 설비 업체 모두 시장 잠재력을 높이 평가하고 있음. 또한 중소기업 및 가정용 WLAN 시장에 치열한 경쟁이 붙으면서 Cisco, 華爲, Netgear, D-Link 등 대형 업체도 중저가 시장에 진출중이다.

### PC

중국은 세계 2대 PC 시장으로 2004년 개인 컴퓨터 판매량은 1,600만대, 올해엔 전년대비 13% 증가한 1,800만대에 이를 것으로 예상된다.

그러나 중국의 PC 보유량은 아직까지 100가구당 10대에 미치지 못하며, 연해지역의 비교적 발달된 도시도 30~40대에 불과하여 100가구당 100여대가 넘는 칼라TV와 비교해 볼 때 보급률이 매우 낮은 수준이다.

앞으로 2005-2009년 기간중 중국의 컴퓨터 시장은 연평균 15.8% 성장하여 2009년에는 시장 규모가 8,498억위엔(1,028억불)에 달할 것으로 보인다.

시장 구조를 보면, 컴퓨터 하드웨어는 하락세가 예상되는 반면 소프트웨어(13.9%)나 IT서비스(22.7%) 등은 지속적인 상승세를 보일 전망이다.

### 핸드폰

노키아, 모토롤라, 지멘스 등은 중국 투자 목적이 내수도 중시하였지만 수출에 보다 역점을 두었다. 일본 기업도 지금까지는 수출지향형 투자가 주류를 이루었다.

2004년에 접어들면서 전반적인 시장 동향이 high-end 제품 수요가 늘어나면서, 외국계 기업이 본격적으로 중국 내수에 뛰어 들었다.

2004년 중국의 휴대전화 생산대수는 약 2억대이며, 이중 1억 3천만대가 수출되었고, 6,500만대가 내수시장에서 소화됨. 또한 재고가 약 2,000만대에 이른다. 특히 신규 업체의 진출이 늘어나면서 심각한 공급 과잉 현상이 나타날 것으로 우려된다.

2004년 국내시장 판매를 보면 노키아, 모토롤라, 삼성이 시장 점유율을 높인 반면, 중국 브랜드인 Bird, TCL, Konka

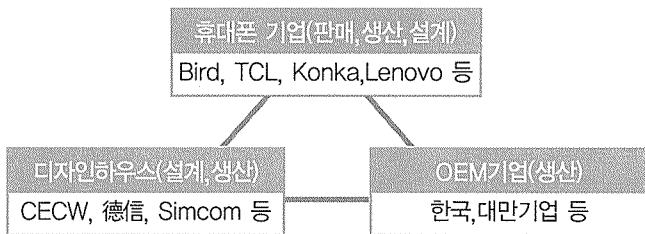
등은 점유율이 다소 낮아졌다.

판매가격은 1,500위안 이하가 전체의 60%를 차지했고, 이 부문에선 중국기업의 점유율이 높음. 1,500위안~2,000위안과 2,000위안 이상의 시장에선 노키아, 모토로라, 삼성 등 다국적 기업 제품이 우세를 점하였다.

아직 중국기업의 제품 개발 능력이 떨어지기 때문에 당분간 low-end 시장은 중국제품이, high-end 시장은 다국적 기업제품이 차지할 전망이다.

최근 나타나는 현상으론, 제품 개발, 설계를 대행해 주는 기업이 등장한 점이다. 이런 solution-provider는 구미에 거점을 두고 있는데 산업의 가치사슬에 중요한 연결고리가 되고 있다.

중국 휴대폰 생산 기업의 산업내 연계도



디지털 TV/ IP TV

현재 중국엔 3.3억 TV 시청 가구, 1.1억 유선 TV 가구, TV 보유량 4억대의 중국 TV 및 TV 방송 환경이 'digital化'를 위한 의미있는 변화가 진행중이다.

국가廣電總局에 따르면 '05년 직할시 동부지역의 市급 이상, 중부 지역의 省會(수도) 및 市급 도시, 서부 지역의 省會(수도)의 유선TV가 디지털화가 되고, '08년에는 동부 지구의 縣급 이상의 도시, 중부 지역의 地(市급) 도시 및 대부분의 縣급 도시, 서부 지역의 일부 地(市級) 도시 및 縣급 도시가, 2015년까지는 서부지역의 省급 이상 도시의 유선 TV가 디지털화 될 예정이다.

이에 북경에서만 연내에 50만대의 셋톱박스를 설치하고, 이밖에 산둥성 칭다오, 광둥성 불산 등지의 유선TV 디지털화가 시행되는데, 동 계획이 차질없이 수행된다면, 700만대가 혜택을 받을 전망이다.

한편 2003년 9월 홍콩에서 등장한 IPTV가 중국에도 선을 보였다.

中國電視와 中國·通 등 2대 통신 업체는 일부 省級시장에서 네트워크 TV를 시험중이며 연내에 20-30개 도시에서 IP TV 소비자가 등장할 것으로 예상된다.

이와 관련, 시장조사연구기업인 iSuppli는 중국의 디지털 TV 생산량은 2004년 480만대에서 2009년에는 2,300만대에 이르며, 디지털 TV 보급률은 '04년 8%에서 '09년에는 28%에 이를 것으로 내다본다.

특히 중국 시장의 특성을 감안할 때 홈 네트워크 서버는 PC보다 TV가 유력함. 이는 첫째 PC 보급률이 TV 보급률을 절대적으로 따라가지 못하고, 또한 디지털 TV 및 IP TV가 경쟁적으로 시장을 확대하고 있기 때문이다.

둘째 PC는 아직 일반적인 중국인이 사용하기 어려움. 따라서 사용의 편리성 때문에 소비자들은 TV를 좀더 선호할 것으로 예상된다.

특히 TV는 오랫동안 중국인의 사랑받는 엔터테인먼트 매체로서 향후 홈 네트워크 시대가 도래하고, 지금과 같이 영상물에 대한 선호가 지속된다면 TV는 지금과 같이 중국 가정의 핵심적인 오락기기로 자리할 것이다.

DVD / HDVD

중국에서는 VTR 시대를 건너뛰고 VCD와 DVD가 영상물 방영기기 시장의 주도권을 잡았으나 최근 2년동안 커다란 변화가 생겼다. 2005년초 上海信息家電行業協會는 上海晶晨, 創維, 하이얼 등 32개사로 구성된 HVD 연맹이 내놓은 "HVD 視盤機通用規範"을 기업 표준으로 확정하고 발표하는 바 있음. 이는 민간업체가 수립한 '표준'을 '국가'에게 공개적으로 표준으로 인정해 달라고 요구한 것이다.

동 표준 발표와 함께 같은 날 創維, 하이얼, 萬利達, 톰슨 등 대표적인 가전 업체들은 HVD Chip 생산업체인 上海晶晨 半導體有限公司에 200만개의 chip을 구매하였다. 동 chip 가격은 dvd chip과 큰 차이가 없어, 앞으로 시장 변화가 주목되었다.

최근 1년여 동안 HVD는 전세계적으로 판매실적이 100만대를 넘어서, 고화질 영상 매체기기 시장에서 커다란 주목을 받음. 현재 중국 시장의 90%를 차지하고 있는 DVD는 가격 측면에선 경쟁력이 있으나 만일 HVD 가격이 600~800위안으로 떨어지고, 현재 DVD 가격이 그대로 유지된다면, 대당 10불 내외의 높은 로열티를 물고 있는 DVD의 생존 가능성은 희박해 질 전망이다.

중국의 HVD 업체가 표준을 서둘러 발표한 이유는 블루레이 디스크 진영에 대응하기 위해서임. 2005년 2분기부터 DELL은 블루레이 디스크를 제품의 표준으로 할 것을 결정했고, 2007년에는 블루레이가 중국시장을 정식으로 진출할 것으로 전망했기 때문이다.