

레노보, 반도체 구매기업 톱10 진입



지난해 17억 5,000만달러에 IBM PC사업 부문을 인수한 중국의 PC메이커 레노보가 세계 반도체구매기업 상위 10대 메이커 명단에 처음으로 이름을 올리게 되었다. 시장조사기업인 '아이서플라이'에 따르면 레노보는 금년 한해 43억달러 이상의 반도체를 사용하게 될 것이라고 전망하였다. 이것은 지난해 10억달러에 비해 무려 3.3배 증가한 것으로, 이에 따라 세계 반도체 구매기업 가운데 9번째의 규모에 해당하는 것으로 지난해 36위에서 크게 높아졌다. 이 같은 레노보의 약진은 IBM PC사업부문의 인수가 가장 커다란 이유이지만, 중국이외의 시장에 대한 지속적인 확장 노력도 일조를 하고 있는 것으로 분석되고 있다. IDC에 따르면 금년 세계 PC시장에서는 '델', 'HP'에 이어 '레노보'가 3대 공급업체가 될 것으로 전망하고 있다. 또한 중국의 전자산업이 지속적으로 발전함에 따라 중국기업들이 속속 세계 반도체 구매기업 명단의 상위에 진입하게 될 것으로 보인다. 반면, 지난해 9위였던 IBM은 크게 하락, 16위가 될 것으로 보인다. 세계에서 반도체를 가장 많이 사용하는 기업은 지난해에 이어 금년에도 HP가 될 것으로 보인다. HP는 금년 한해 137억달러의 반도체를 구매하게 될 것이며, 다음은 역시 컴퓨터 메이커인 '델'로 124억달러를 구매할 것이며, 휴대폰 메이커인 '노키아'가 87억달러로 3위를 차지하게 될 것으로 전망된다. 이외에 마쓰시타, 소니, 모토로라, 지멘스,

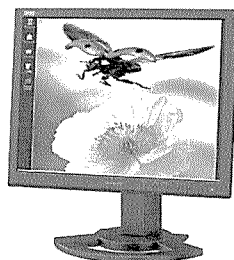
삼성전자의 순이며, 10억달러를 구매할 것으로 보이는 도시바가 10위를 차지하게 될 것이다. 이 같은 상위 기업들은 구매력을 바탕으로 대폭적인 가격인하를 받을 수 있다는 점에서 또 다른 경쟁력을 확보하게 되는 것이다.

샤프, 대만업체와 특허상호이용

샤프사는 7월 7일 대만의 액정관련메이저인 AUO사와 PC용 액정 패널 기술 관련 보유하고 있는 특허를 상호 이용할 수 있는 크로스라이선스 계약을 체결하였음을 밝혔다. 기간은 금년 7월 부터 2010년 6월말까지의 5년간이다.

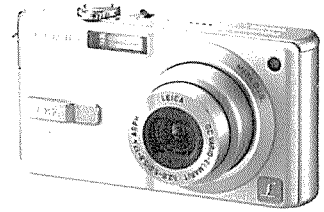
샤프는 전략제품인 액정TV용 패널 특허에 대해서는 방어 자세를 강화하고 있으나 PC용 패널 특허는 타사에 공여해도 국제경쟁력이 저하되지 않을 것으로 판단, 제품 특성에 따라 유연한 전략을 취한 것으로 보여진다. 이번의 상호 이용이 허용되는 특허는 PC용 액정 패널에 쓰이는 TFT 형성 등의 특허가 중심이 될 것으로 예상된다. 샤프는 65인치 TV를 필두로 대화면TV용 액정패널의 개발이나 생산에 현재 역량을 집중하고 있다. 이와 관련 6월에는 AUO가 20% 출자하고 있는 후지쓰의 액정관련 자회사를 매수하여 후지쓰가 소유하고 있던 'VA방식'의 TV용 액정표시기술을 확보한 바 있다.

샤프는 현재 대만의 전기기기 관련 업체인 TECO의 일본 법인을 상대로 TECO제 TV에 사용되는 AUO제 액정 패널이 샤프의 특허를 침해하고 있다고 해 손해배상청구소송을 제기해놓은 상태이다. 이번의 크로스 라이선스 계약은 PC 분야에 한정돼 TV용 패널에



있어서 분쟁은 계속될 것으로 보인다.

미안마 디지털카메라 시장 빠르게 성장중

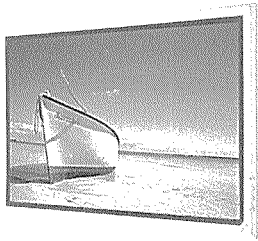


미안마 디지털카메라 시장이 빠르게 성장하고 있다. 지난 1년간 소비자들 사이에 디지털카메라에 대한 인지도가 크게 높아지면서 판매량이 크게 증가했다. 디지털카메라는 비록 TV나 DVD플레이어처럼 일반 가정에서 보편화되기에는 앞으로도 많은 시간이 필요하겠지만 더 이상 전문사진작가 또는 미디어관련 종사자만의 전유물은 아니다. 디지털카메라 판매는 수입업체들간의 경쟁이 늘어남과 동시에 사진인화비용이 줄어들면서 빠르게 성장해왔다. 아울러 디지털카메라의 점차 다양해지는 기능 또한 소비자들의 관심을 불러일으켜 판매가 증가하는데 일조를 한 것으로 관련업계에서는 보고 있다. 미안마에서 구입가능한 디지털카메라는 소니, 캐논, 니콘, 파나소닉 등 다양하며 가격은 200달러에서 수천달러에 이르기까지 다양하다. 물론 이러한 가격은 지난 2년간 약 50%가 내린 결과이다. 파나소닉의 신제품 DMC L22 모델의 경우, 500만 화소 디지털카메라로 2평방인치 LCD 화면, 10장의 사진을 저장할 수 있는 14메가바이트 빌트인 메모리, 녹음이 가능한 비디오기능, 6배 줌 기능을 갖추고 있다. 판매가격은 약 400달러이다. 디지털카메라 수요가 늘어나면서 컴퓨터 없이 사진을 다운로드받고 출력할 수 있는 가정용 프린터 수요 역시 증가하고 있다. 가격은 100달러 정도이며, 캐논 Mycolour 브랜드의 경우, 사용자가 사진 색상을 조정하

거나 바꿀 수 있다. 물론 이런 종류의 제품은 디지털카메라 패키지상품에 포함되어 판매될 경우, 보다 찾는 소비자가 늘어날 것으로 업계에서는 보고 있다.

박형 TV, 시장쟁탈전 무대는 세계로

일본 국내 TV출하대수는 박형이 브라운관을 넘어서는 것이 확실해졌다. 2011년



7월에 지상파가 현행의 아날로그방송을 정지하고 디지털로 전면이행하는 것을 노리고 TV도 박형디지털로 급속히 교체되기 시작하였다. 브라운관이 주류인 해외에서도 미국 등에서 서서히 박형이 증가하고 있다. 아시아신흥세력도 대두하여 일본세를 교체하면서 세계시장의 쟁탈전이 벌어지고 있다. 전자정보기술산업협회(JEITA)는 25일 6월 일본국내 TV출하대수에서 액정이 전체 51%를 점해 2개월연속 브라운관을 상회했다고 발표했다. 현상의 속도가 계속되면 금년도의 출하대수는 박형이 브라운관을 역전한다.

다만, 메이커, 유통 모두 대체구매 수요의 대응에 급속한 나머지 가격이 급락했다. DVD플레이어 등을 포함한 6월의 영상기기 국내출하액은 전년동월대비 0.2%감소한 1,256억엔으로 24개월만에 마이너스로 나타났다. TV사업의 수익악화에 허덕이는 메이커 각사는 해외에서 활로를 찾고 있다.

미국은 세계최대 TV시장이다. 마츠시타, 샤프 등 일본세는 디지털방송의 보급을 노리고 고소득층을 겨냥한 박형, 고화질TV의 확대판매에 이동하고 있다. 현지조사회사에 의하면 '액정'이란 말을 들으면 샤프를 연상하는 사람이 작년 30%에서 57%로 증가

하였다. '박형TV=일본메이커'의 이미지가 계속 정착하고 있다.

대만, 3G 휴대폰 자체생산 돌입

BenQ사가 지난 7월 19일 대만자국제품의 3G휴대폰 S80을 출시했다. 대만의 3G 휴대폰 생산이 중국에도 뒤져있는 상황에서 이번 BenQ사의 3G휴대폰 출시는 대만의 3G 휴대폰 자체생산의 시작을 의미와 함께 정부가 통신산업의 발전을 지지하고 자국브랜드 창출을 유도하고 있는 상황에서 더 값지게 평가되고 있다.



현재 대만의 휴대폰 시장은 Nokia, Motorola, Samsung, LG, Sony Ericsson외에 일본 휴대폰 등이 점유하고 있으며, 3G 휴대폰방면에 있어서는 세계적인 업체에 비해 2년 이상 뒤져있는 실정이다. 실제로 국제적인 휴대폰 업체들은 2003년에 이미 3G시장의 테스트를 시작했고 2005년 상반기에 유럽과 아시아의 통신업체들이 3G 전쟁을 시작했다. Nokia의 경우 2005년도에 선보일 신기종 25종 중에 3G휴대폰이 10종을 차지하고 있으며, Motorola는 곧 16종의 WCDMA휴대폰을 선보일 예정이다. 삼성과 LG역시 10여종의 WCDMA휴대폰을 가지고 있다. 게다가 노키아 측의 통계자료에 의하면, 2005년 1/4분기까지 25개의 휴대폰 업체가 150여종의 WCDMA휴대폰을 제공하고 있으며, 이 중 2004년도에만 105종이 증가해 3G 휴대폰 시장이 빠른 속도로 성장하고 있음을 시사하고 있다.

중남미 핸드폰 가입자 수 나날이 증가

최근 한 연구기관에서 실시한 중남미 핸드폰 사용자 인구 조사결과에 의하면, 중남미 핸드폰 사용자 수가 미국 이용자수에 버금간다고 밝히고 있다. 미국 핸드폰 사용자 수는 11.34%이며 중남미는 10.51%로 조사됐는데, 이는 많은 이동통신회사 및 핸드폰 제조업체들이 중남미 시장을 기회의 시장으로 간주하고 시장 진출을 위한 마케팅에 불을 키고 있다고 한다.

국별로는 브라질이 가입자수가 제일 많으며, 그 다음이 멕시코, 아르헨티나, 콜롬비아, 칠레, 베네수엘라 순이다.

GSM 방식의 핸드폰 가입자수는 브라질이 3100만으로 제일 많고, 그 다음이 멕시코 2100만, 콜롬비아 700만, 칠레 550만, 아르헨티나 510만으로 집계됐다. 반면 TDMA 방식의 핸드폰 가입자는 계속 감소하는 추세이며, 제조업체들 또한 시장 수요를반영해 TDMA의 생산을 줄이고 GSM 또는 CDMA폰을 생산하는 추세라고 한다. 또한 가입자들은 주파방식보다는 핸드폰 자체 기능이나 모델에 비중을 두고 선택하는 경향이 있고 항상 새로운 모델과 기기를 찾고 있다고 자체 분석했다.

따라서 향후 통신시장은 어떤 업체가 더 화려하고 다양한 부가서비스를 제공하느냐에 따라 순위가 달라질 전망이다. 중남미의 기하급수적으로 늘어나는 핸드폰 이용자들의 마음을 유혹하기 위한 이동통신사 간의 경쟁이 한층 치열해 질 전망이다.

