



## II. 세계시장 동향 및 전망



소속 : 가트너코리아  
직위 : 이 사  
성명 : 김 현수

올해 세계 전자 시장은 전년비 5% 성장한 1조2580억불 규모에 이를 것으로 전망된다. 내년에도 금년도와 유사한 성장에 이를 것으로 보인다. 2007년도 세계전자시장은 통신 분야는 성장세가 지속될 것으로 전망되나, 가전 및 데이터 프로세싱 분야는 증가세가 다소 완화되리라 예측된다.

세계 전자 산업은 컨버전스, 디지털, 모바일, 무선 및 평판 디스플레이(대형화)라는 큰 흐름속에서 진행되어 가고 있는 중이다. 이러한 전자산업의 조류는 PC시장에서의 notebook, 통신시장에서의 휴대폰, 디지털 가전시장에서의 LCD TV, 디지털 오디오 플레이어 와 PMP 제품들이 전자시장에서 차지하는 비중의 확대를 가져오고 있으며, 전망기간동안 이들 분야가 세계전자시장의 성장세를 주도할 것으로 예측된다.

표) 세계 전체 전자 및 주요 제품 시장전망

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	CAGR
전체시장 (십억불)	1,258	1,321	1,388	1,456	1,476	1,523	3.9
휴대폰 (백만대)	820	967	1,093	1,227	1,337	1,431	11.8
전체TV (백만대)	157	171	178	190	196	197	4.7
LCD TV (백만대)	23	42	56	70	84	97	33.6
PC (백만대)	212	233	253	276	303	330	9.3

※ 자료 : 가트너 (2006년 11월)

전자시장의 성장에 큰 영향력을 보이고 있는 분야의 전망을 살펴보면 다음과 같다.

2006년 전세계 휴대폰 시장은 967백만대의 시장을 형성할 것으로 예상되며 이는 전년비 18%라는 높은 성장율에 이르는 것이다. 휴대폰 시장의 성장은 신규 수요와 교체 수요로 인해 이루어지고 있다. 전반적으로 시장이 성숙기에 접어들면서

교체 수요에 대한 의존도가 높아지고 있다. 휴대폰 시장은 성숙기에 진입함에 따라 2005년부터 2010년 연평균 성장률이 약 12%를 못미칠 것으로 보인다. 향후 휴대폰 분야에서 WCDMA의 시장 점유율이 상승할 것으로 예상되며 멀티미디어를 지원하는 스마트폰 또한 수요가 높아질 것으로 예상된다.

소비자들은 계속해서 새로운 휴대폰을 구입하고 있다. 신규 소비자에 의한 신규수요와 예상보다 높은 교체 수요가 업체의 예상을 뒤엎는 높은 성장을 가능하게 하고 있다.

특히 인도, 아프리카, 필리핀이나 인도네시아에서 높은 신규 수요가 창출 되고 있으며 중국이나 동유럽 국가에서도 수요가 지속적으로 성장하고 있다. 이러한 성장에 힘입어 2007년 휴대폰 시장은 10억대가 넘을 것으로 예상된다.

서유럽과 북미 지역의 휴대폰 교체 수요도 높다. 휴대폰에 탑재된 다양한 부가기능과 세련된 디자인이 교체 수요를 부추기고 있는 것으로 보인다. 아태지역등의 신흥 국가에서는 신규 수요가 계속 발생하고 있다.

이중 인도로의 휴대폰 출하량이 가장 높은 성장률을 보였으며 인도는 새로운 휴대폰 생산 기지로의 중요성 또한 더할 것으로 예상된다.

TV 시장은 여러 해 동안 성숙기에 접어든 시장으로 분류되어 있었다. TV 보유율은 상당히 높은 편이며 TV의 평균 수명 역시 대체적으로 7년에서 10년 이상이었고, 더욱 오래된 TV도 많이 이용되었다.

TV 시장은 1993년부터 2005년까지 약 연 평균 1억3900만대에 달하는 높은 수요를 지닌 시장이며 이는 대부분 교체 수요로 발생되는 수요였다. 1993년부터 2003년까지의 연 평균 성장률은 상대적으로 낮은 3.3%였다.

2003년 LCD TV 를 비롯한 평판 TV가 TV 시장에 진입하며, 시장의 모습을 뒤흔들어 놓았다. 1995년부터 2006년까지의 연 평균 성장률은 4%로 상향되었으며 교체 수요 기간이 약 5년정도로 줄어들었다.



소비자들이 CRT TV를 LCD TV로 대체하는 주요 이유 중 화질 개선이나 음향 개선, 부가 기능 등보다 디자인의 목적이 가장 컸다. LCD TV의 화질, 안정성, 해상도등 여러 분야는 모두 CRT TV와의 비슷한 수준으로 올라왔다.

TV 제조업체는 LCD TV의 대중화를 이루고 평판 TV 시장을 확산시키는 가장 큰 방법이 저렴한 소비자 가격으로 TV를 공급하는 것이라는것을 알고 있다. 또한 업체들은 LCD TV의 짧은 교체 시기를 지속적으로 유지하는 노력을 계속 할 것이다.

이는 CRT TV의 경우, 저가의 CRT TV는 현재도 몇 백만대 가 생산되어 팔려나가는 하지만 지난 2년간 CRT TV를 구매한 소비자가 다시 3년에서 5년 사이 CRT TV를 구매할 가능성은 크지 않기 때문이다.

2006년 전세계 LCD TV 시장은 42백만대의 시장을 형성할 것으로 예상되며 이는 전년비 84 % 라는 폭발적으로 성장한 수치이다. 이러한 고성장은 2007년에도 지속되어 LCD TV 시장은 전년비 34% 증가된 56백만대에 이를 것으로 예상된다.

이와 같은 높은 성장세는 다소 완화되는 추세를 보일 것으로 전망되나, 여전히 두자리 성장율을 유지하여 2010년에는 약 1억대의 시장을 형성하리라 예측된다.

이와 같은 고성장은 평판 디스플레이간 경쟁이 기술발전의 촉진을 가속화 시키고 있으며 이러한 기술발전은 원가절감에 큰 기여를 하고 있다. 평판 디스플레이 분야에서의 경쟁은 시장의 파이를 키우는 작용을 하고 있어 최근의 높은 성장세를 당분간 이어 갈것으로 예측된다.

전세계 PC 시장은 각각 2006년 10%, 2007년 8.8% 성장을 하게 될 것으로 전망됩니다. 이중 데스크탑 PC 출하량은 2006년 3.3%, 2007년 2.1%의 성장이 예상되며 모바일 PC 시장은 2006년 25.7%, 2007년 21.7%의 성장이 예상된다.

장기적으로는 2008년부터 2010년 까지 글로벌 PC 시장은

약 연 평균 9.3%의 성장을 할 것으로 예상되며 이중 데스크탑 PC 시장은 연 평균 3.7%의 성장률을, 모바일PC 시장은 19.2%의 성장률을 보일것으로 예상 된다.

PC 시장에는 현재 코어 2 듀오, vPro 플랫폼, 차세대 Viiv 플랫폼, UMPC 2세대, 마이크로소프트의 차세대 운영 시스템인 Vista와 같은여러 종류의 새로운 테크놀로지가 출범하고 있다. 가트너는 이러한 새로운 테크놀로지의 출범이 시장에 큰 영향을 주지는 못할 것으로 예상한다. 여전히 가격이 글로벌 PC시장의 성장을 좌지우지 하는 가장 큰 요소로 꼽힐 것으로 예상 된다.

글로벌 PC 시장에서 가장 큰 성장 요인은 신흥 국가의 성장으로 꼽을 수 있다. BRIC, (브라질, 러시아, 인도와 중국) 네 국가로의 PC 출하량은 금년과 내년 약 20%의 성장을 할 것으로 예상된다. 반면에 미국, 일본, 영국, 독일과 같은 성숙한 나라의 연 평균 성장률은 약 3.6%에 그칠 것으로 예상된다. 신흥 국가에서의 급격한 PC 시장 성장은 여러 원인을 두고 있겠지만 가장 큰 이유로 PC 시장 형성이 다른 나라에 비해 되지 않았기 때문이다. 현재 신흥 국가에서는평균 1000명당 51대의 PC를 소유하고 있으나 성숙기에 접어든 국가에서 이는 1000명당 623 대에 이르고 있다.

신흥국가는 또한 비교적 평균 소득 금액이 낮다. 하지만 근래의 견고한 경제 성장으로 성숙기에 접어든 시장과의 소득 차이가 줄어들고 있다. 이러한 현상이 지속되는한 PC 시장이 성장할 여유는 여전히 많이 남아 있기 때문에 PC 성장은 지속적으로 견고한 성장을 보일 것으로 예상된다. 반면에 성숙기에 접어든 국가는 이미 높은 PC 보유율을 보이고 있다. 이는 곧 신규 수요가 적은 관계로 시장 성장은 교체수요에 크게 의존하는 수밖에 없다는 것을 의미하는 것이다.

성숙기에 접어든 시장에서는 교체가 2008년까지 쇠퇴할 것으로 예상 되며 이는 특히 데스크탑 PC 시장 성장 저해 요인으로 작용할 것으로 보인다. 즉, 데스크탑 PC의 성장은 신흥 국가에서의 수요가 큰 비중을 차지할 것으로 보이며 2008년에는 신흥국가에서의 데스크탑 PC 수요가 성숙기에 접어든 국가에서의 수요를 앞지를 것으로 예상 된다.