

디지털가전기기 개황 및 디지털 TV

출처 : 전자정보센터

2. 디지털 TV

2) 시장동향

- 미국

미국은 2005년 기준 전체 가구의 53%에서 디지털 방송 시청이 가능하며 2009년에는 미국 가구의 87%에 해당하는 1억 가구가 디지털 방송을 시청하게 될 것으로 전망되고 있다.(IDATE, 2005) IDC(2004, 4)는 이러한 디지털 TV의 폭발적인 증가세에 맞춰 판매 전망치를 새롭게 수정해 2003년 450만대, 2004년 690만대, 2005년 1,070만대, 2006년 1,610만대, 2007년 2,260만대 그리고 2008년 2,810만대가 판매될 것으로 예측하고 있다.



미국은 특히 미국연방통신위원회(FCC)에 의한 디지털TV 수신 튜너 의무 내장 규정이 법원의 승인을 얻음에 따라 2007년까지 단계적으로 13인치 이상의 모든 TV 수신기에 디지털 방송 신호를 수신할 수 있는 튜너를 내장해야 한다. 이렇듯 단일 시장으로서 전 세계 디지털 TV시장의 약 40%를 차지하고 있는 미국 시장은 강력한 정부 주도형 디지털 방송 정책과 디지털방송 보급률 등을 바탕으로 2008년까지 전체 디지털TV 수요의 30% 이상을 점유할 최대 시장임에 분명하다. 북미 시장의 유형별 시장 규모 및 전망치를 보면, 특히 대형 사이즈에 대한 선호가 큰 관계로 Projection TV의 비중이 타 지역에 비해 높음을 알 수 있다.

Displaysearch 자료에 따르면, 대수를 기준으로 할 경우 2004년에 CRT TV 다음으로 Projection TV의 비중이 각각 79%, 11%로 나타났다. 그러나 2005년에는 CRT TV 다음으로 LCD TV의 비중이 각각 70%, 15%로 나타나 11%에 머무르고 있는 Projection TV를 앞지르고 있는 것으로 조사되었다. 인치대별로 20~21인치 대에서는 CRT TV가, 25~29, 30~34, 35~39인치 대에서는 LCD TV가, PDP는 40~44인치, MD RPTV는 50~54인치 대에서 주력으로 자리잡고 있는 것으로 조사되었는데, 대형을 선호하는 북미 시장에서도 점차 LCD TV가 대형화되고 가격 하락 속도가 가속화되면서 그 비중이 급속히 증가하고 있음을 알 수 있다.

〈표 IV-2〉 북미 TV 시장의 규모 및 전망

① 금액기준

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
MD RPTVs	19%	22%	21%	18%	16%	14%
CRT RPTVs	16%	8%	2%	0%	0%	0%
PDP	17%	20%	25%	26%	25%	23%
LCD	11%	22%	36%	47%	54%	59%
CRT	38%	28%	16%	9%	5%	4%

② 판매대수 기준

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
MD RPTVs	4%	7%	8%	9%	9%	9%
CRT RPTVs	7%	4%	1%	0%	0%	0%
PDP	3%	5%	8%	10%	12%	13%
LCD	7%	15%	28%	40%	49%	54%
CRT	79%	70%	55%	41%	30%	24%

* 자료: Displaysearch, 2005. 12, KISDI 2005 재인용

● 유럽

전체 디지털 TV시장의 30%에 해당하는 유럽의 경우, 각 국의 방송 인프라 및 정책에 따라서 디지털 방송 진척 속도가 다양하다. 2004년 기준 약 2억만의 TV 시청 가구 중 약 18%에 해당하는 3,850만 가구가 디지털 방송을 수신하고 있는 것으로 조사되었으며, 2009년에는 50%에 달하는 1억 2천 가구가 디지털 방송을 수신하게 될 것으로 전망된다.

유럽에서도 디지털 전환에 가장 앞서고 있는 영국의 경우 2013~2015년 사이에 아날로그 신호를 중단할 예정에 있으며, 이미 61%에 해당하는 1,500만 가구가 디지털 방송을 시청하고 있으며 이중 500만 가구가 디지털 TV를 통해 이를 시청하고 있는 것으로 나타났다.

프랑스의 경우 파리 지역을 중심으로 디지털 방송 및 TV가 보급되고 있으며, 2005년 기준 TV시청 가구의 31%에 해당하는 700만 가구가, 2009년에는 72.6%에 해당하는 1,760만 가구가 디지털 방송을 시청하게 될 것으로 전망된다.

독일은 지역별 디지털 방송 정책이 매우 독립적으로 진행되고 있으며, 2003년 8월 베를린에서의 디지털 방송을 시초로 디지털 전환이 진행되고 있다. 현재 약 2백만 대의 셋톱박스가 팔린 상태로 2012년을 기점으로 아날로그 신호가 중단될 예정이다. 독일의 방송 수신 가구는 2005년 기준 3,800만 가구에 달하는데 이중 약 16%에 해당하는 620만 가구가 디지털 방송을 시청하게 될 것이며, 2009년에는 그 비중이 40%에 달할 것으로 전망된다.

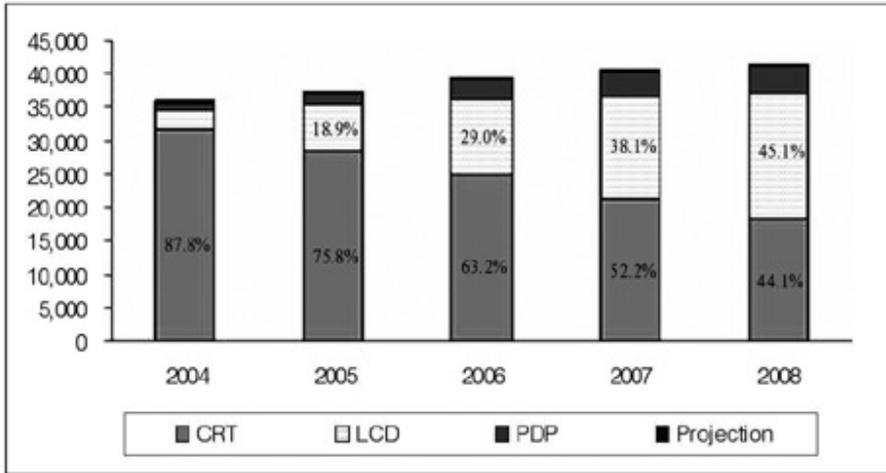
2004년 초반부터 셋톱박스 보조를 통해 디지털 방송을 시작한 이탈리아는 2006년을 지상파 아날로그 방송의 중단 시점으로 잡고 전국 커버리지 확보에 주력하고 있다. 이탈리아는 2004년 기준 약 20%에 해당하는 430만 가구가 디지털 방송을 시청하고 있는 것으로 추정된다.

아래 그래프는 유럽에서 선호되는 디지털 TV의 유형을 보여주는데, 아직까지는 CRT TV가 차지하는 비중이

87.8%로 대부분을 차지하고 있지만 2008년에는 그 비중이 점차 감소하고 LCE TV가 이를 대체하게 될 것으로 전망된다. LCD TV가 CRT를 제외한 전체 TV 시장에서 차지하는 비중은 2004년 기준 29.2%에 해당하며, LCD TV에 대한 선호는 계속 증가하여 2008년에는 80%에 달할 것으로 전망된다.

〈그림 IV-4〉 유럽 TV시장 동향

(단위 : 천대)



* 자료: DisplaySearch, 2005. 12; KISDI, 2005 재인용

● 아시아

일본의 지상파 디지털 TV전환 일정은 2003년 12월 대도시권, 2006년 전국 방송, 2011년 아날로그 방송 전면 폐지로 계획되어 있다. IDATE에 따르면, 약 5천만 방송 수신 가구 중 34%에 해당하는 1,600만 가구가 2004년 기준 디지털 방송을 수신하고 있으며 2009년에는 약 55%에 해당하는 3천만 가구가 디지털 방송을 수신하게 될 것으로 전망하고 있다.

일본 정부는 이러한 지상파 디지털 방송 일정에 따라 디지털 TV 보급 목표를 2006년 독일 월드컵을 계기로 1,000~1,200만 가구, 2008년 2,400~3,600만 가구, 2011년 1억 가구로 잡고 있다. 특히 아날로그 방송이 종료되는 2011년까지 TV수신기 교체 수요 등 직접적인 수요가 크게 발생할 것으로 예상하고 있다.

디지털 TV 시장의 선도 주자인 일본에서의 TV보급 대수를 보면, 디지털 CRT TV를 포함하여 2005년에 약 334만대의 디지털 TV가 판매될 것으로 전망되고 있다. 이중 LCD TV는 대수 기준으로 76.5%, 액수 기준으로 78.9%에 해당하여 세계 어느 국가보다도 높은 보급률을 보여주고 있다. 2009년에는 80%에 달하는 약 770만대의 LCD TV가 판매될 정도로 기존 CRT에서 평판 TV로의 급속한 전환이 일어나고 있다.(Instat/MDR, 2005. 4) 이러한 전통적인 LCD TV에 대한 수요는 일본의 협소한 가옥 구조의 특성을 반영한 것으로 일본에서 가장 인기있는 LCD TV 사이즈는 현재 32인치에 해당한다고 한다.

TV 최대 소비국이며 최대 생산국으로 부상할 중국의 경우, 2005년 현재 3억 6천에 해당하는 TV 시청 가구 중

1%에 해당하는 3백만 가구만이 디지털 방송을 시청하고 있는 것으로 예상하고 있다. 이렇듯 정치적, 경제적 문제로 인해서 지상파 방송의 국가 표준이 다소 지연되고 있는 중국의 디지털 방송 상황은 점차적으로 아날로그 TV 방송을 중지하고 디지털 방송 체제를 도입함에 따라 세계 최대의 디지털 TV시장 가운데 하나가 될 것이다.

중국 스스로도 이러한 고 이윤의 디지털 TV시장을 외국에 넘겨주지 않기 위해 디지털 방송과 디지털 TV산업을 전폭적으로 지원하고 있으며, Changhong, Konka, TCL과 같은 중국 기업들은 이미 LCD TV 시장에 진입해 있는 상황이다. PDP TV 시장은 파나소닉, 삼성, 필립스와 같은 외국 기업의 비중이 상당히 높는데, 이는 저렴한 생산 비용 때문만이 아니라, 7~10%에 해당하는 관세와 15%의 판매 세금을 피하기 위해서이기도 하다.

중국은 2008년 북경 올림픽을 앞두고 2005년부터 서서히 디지털 TV 시대로 진입할 것으로 예상되는데, 2004년 기준 40만대에 해당하는 평판 TV의 시장 규모가 2005년에는 174만대, 2009년에는 1,346만대로 급성장할 것으로 예상되고 있다.

DisplaySearch에 따른 유형별 동향을 보면, CRT TV는 여전히 중국 TV 시장에서 가장 큰 비중(2005, 93.1%)을 차지할 것으로 전망되나 그 다음으로 CRT TV를 대체하는 LCD와 PDP TV시장의 성장이 예상되는데 LCD TV의 경우, 2005년에 이미 백만 대로 성장하고 있으며 2009년에는 천만대로 성장하여 전체 TV시장의 약 27.7%를 점유하게 될 것으로 전망된다. PDP TV시장의 경우, 현재의 50만대에서 2백만 대의 시장을 형성하게 될 것으로 보인다.

〈표 IV-3〉 중국 TV시장 동향

(단위 : 천대)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
CRT TV	34,007	34,637	33,343	31,676	29,775	26,500
LCD TV	203	1,178	2,691	5,382	8,342	11,179
PDP TV	201	557	862	1,251	1,751	2,276
Projection TV	1,129	837	768	614	522	471
전 체	35,540	37,209	37,665	38,923	40,391	40,425

* 주: 2004년 LCR TV자료는 2004년 하반기 자료만 집계됨

* 자료: DisplaySearch, 2005. 12; KISDI, 2005 재인용

프로젝션 TV의 경우, 전 세계적으로 두 번째로 큰 소비국이지만 중국에서의 비중은 매우 작은 것으로 전망되고 있다.(2005, 2.2%). 특히 2004년 기준 프로젝트 TV가 CRT를 제외한 TV시장에서 차지하는 비중이 73.6%였던 반면, 2005년에 32.5%, 2009년에는 3.4%로의 급격한 비중 감소를 전망하고 있다. 이러한 전망은 가격 대비 대형 TV에 대한 수요가 높은 중국 시장의 특성을 감안하여 지속적으로 프로젝트 TV의 비중이 어느 정도 유지될 것이라는 다른 기관의 전망치와 상이한 것으로, 2005년 현재 6%에 머무르던 30~34인치 TV가 2009년에는 15%로 확대될 것으로 전망된다.

▶ 다음호에 계속