

## 1. 요약

### □ 체코 PC 판매 증가 추세

- 시장조사 전문기관인 Gartner에 따르면 체코의 PC 판매대수가 현지화의 강세와 고속인터넷 사용 확산의 영향으로 2006년에는 전년보다 24.6%나 증가한 78만 2000대에 달하는 등 빠른 성장세를 보이고 있다.
- 체코 가정의 PC 보급이 최근 빠른 속도로 증가하고 있다. 그러나 아직도 2006년 2/4분기 현재 체코가정의 PC 보급률은 35.7%에 불과해 PC 판매는 당분간 빠른 증가세를 유지할 것으로 전망된다.

### □ 컴퓨터 모니터 LCD 비중 증가

- 2006년 체코 모니터 판매 비중은 LCD 모니터가 198.2백만 유로로 전체 판매액의 97.74%를 차지한다. 반면, CRT 모니터는 전체 판매액의 2.26%인 4.6 백만유로를 기록하여 2005년 6.23%보다 감소했다.

### □ 대형 및 고급제품 선호

- 2006년 판매 동향을 보면 아직은 17인치 LCD 제품의 시장점유율이 제일 높다. 그러나 19, 20인치 제품의 시장판매가 점점 증가하고 있어 향후 19인치 이상의 대형 LCD 모니터의 시장이 크게 증가할 것으로 전망된다.
- 체코시장에 가장 많이 판매되는 LCD 모니터는 17인치 제품으로 전체 판매의 44.36%를 차지하고 있다. 19인치 제품이 35.40%로 그 뒤를 잇고 있다.
  - 17인치 LCD 모니터의 2005년도 판매 비중은 55.88%로 2006년과 비교 약 11% 이상의 판매가 감소되었다.
- 19인치 제품은 2005년 판매 비중보다 약 9% 이상 증가하여 소비자들이 대형 LCD 모니터의 높은 선호도를 보여준다. 2005년도에는 판매 실적이 거의 없는 와이드형 LCD 모니터도 2006년부터 시장에 소개되기 시작하여 전체 판매의 약 8.95%의 실적을 올렸다. 32인치 LCD 모니터도 2006년도부터 판매가 개시되어 대형 및 고급 LCD 모니터의 소비자 선호가 증가하고 있다.

### □ 브랜드간 경쟁 심화

- 시장전문 조사기관인 Meko의 자료에 의하면 Acer가 체코 전체 LCD 모니터 시장의

17.42%로 수위를 차지하였다. LG와 HP가 각각 12.60%, 10.31%로 그 뒤를 따르고 있다.

- Acer의 시장점유율은 2005년 18.45%에서 2006년 17.42%로 감소한 반면 한국의 LG 및 삼성은 2005년 대비 2006년 시장점유율이 각각 1.7%, 3.5% 증가했다.
- 2005년 현지 판매실적이 없던 Asus도 2006년 2.6백만 유로의 판매 실적으로 시장점유율 1.32%를 차지했다. 또한 신규 브랜드의 현지 진출로 향후 LCD 모니터 시장은 더 치열해 질 전망이다.
- 이와는 별도로 대만의 Benq 및 Foxconn는 LCD 모니터 체코 현지 생산법인 투자를 결정하여 체코 LCD 모니터 경쟁은 더더욱 치열해 질 전망이다.
  - 대만의 Benq는 체코 브루노(Brno, 제 2위 도시)에 LCD 모니터 및 스크린 TV를 각각 연간 50만대 생산규모의 생산법인 설립을 결정하였다.
  - Foxconn의 경우 기존 컴퓨터 생산법인 외 LCD 모니터 및 컴퓨터 부품을 생산할 수 있는 생산법인 투자를 결정하여 진행 중이다.

## II. 시장동향

### 1. 거시경제 분석

#### □ 거시경제 지표

- 2003년부터 경기침체에서 벗어나기 시작한 체코경제는 EU가입에 따른 수출 및 외국인 투자 호조의 영향으로 2004년에 4.2%의 성장을 보였다. 2005년에는 서유럽 경기 둔화와 가계소비 증가율이 2.5%에 그쳤음에도 불구하고 체코 역사상 가장 높은 6.1% 실질 성장률을 기록했다/ 이어 2006년에도 소매경기 선전의 영향으로 전년과 같은 6.1%를 기록하는 등 경기 호조가 지속되고 있다.
- 2007년에도 EU기금 사용증가와 현대차 투자 등 투자호조 영향으로 경제 호조세는 계속 될 것으로 보인다. 그러나 수입증가 등 영향으로 성장률은 다소 낮아질 전망으로 체코 재무부와 EIU는 4.9%의 성장률을 전망하고 있다.
- 노동생산성 향상과 크라운화 강제 등의 영향으로 2005년에 1.9%에 그쳤던 소비자물가 상승률은 2006년에는 전기료 등 공공요금 인상 영향으로 2.5%를 기록하였다.
- 2007년에는 정부규제 주택임대료의 대폭인상 등 영향으로 소비자물가 상승률이 지난해 보다 다소 높아질 것으로 예상되는 가운데 체코 재무부는 전년수준인 12.4%, EIU 2.9%로 전망하고 있다.

- 방만한 재정지출로 97년 이후 재정적자가 지속되고 있다. 은행 구조조정에 따른 손실로 2003년에 EU 국가 중 가장 높은 GDP 대비 12.5%에 달했던 공공 재정적자가 2004년에는 금융부문의 구조조정이 마무리되었다. 긴축재정의 영향으로 GDP의 2.9% 크게 호전되었으나, 2005년에는 세수감소로 다시 3%를 넘어서 3.6%를 기록한 데 이어 2006년에는 3.5%로 달한 것으로 추산되고 있다.
- 재정적자 문제는 유로화 공식사용을 늦추는 주요인으로 유로화 도입조건(재정적자 GDP의 3% 이내) 충족을 위해서는 재정부문의 강력한 개혁이 요구되고 있으나 재정수지의 구조적 문제와 정치적 이해관계로 어려운 상황으로 2007년도 예산도 GDP대비 4.0%의 적자로 편성되었다.
- 이러한 이유로 체코 신정부는 유로화 공식채용 시기를 당초 계획인 2010년보다 2년 연기된 2012년에 목표로 유로화 도입조건을 충족시켜 나가기로 공식화하였다.

**[체코 주요경제 지표]**

(단위: US\$ 억, %)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
국내총생산(GDP)	753	914	1,082	1,243	1,417
실질경제성장률	1.9	3.6	4.2	6.1	6.1
소비자물가상승률	1.8	0.1	2.8	1.9	2.5
실업률	7.3	7.8	8.3	7.9	7.1
총외채(년도말)	270	349	452	465	583
수출	385	487	672	782	950
수입	407	512	682	765	929
무역수지	-22	-25	-10	17	21
대US\$환율(년평균)	KC32.736	KC28.227	KC25.701	KC23.947	KC22.609

자료원: 체코 통계청, 체코 중앙은행

□ 산업구조

- 시장경제로의 전환과정을 거치면서 제조업과 1차 산업의 GDP 비중이 1990년 48%와 8%에서 2005년에는 31.8%와 3%로 낮아졌다. 반면, 도·소매, 음식업, 금융업 등 서비스 분야의 비중이 확대되고 있다.
- 1990년대 중반부터 산업 중심이 첨단·고부가가치 분야로 옮겨지고 있다. 1990년대 후반부터 크게 확대되고 있는 외국인 직접투자가 이러한 경향을 더욱 가속화시키고 있다.

[체코 산업구조]

(단위: %)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
1차 산업	3.8	3.4	3.3	3.1	3.0	2.7
제조업	30.2	29.5	29.1	31.3	31.8	32.6
건설	6.6	6.1	6.3	6.8	6.8	6.7
운송 및 통신	7.5	8.3	8.5	24.1	23.9	10.1
무역	13.6	13.7	13.1			
금융	-	-	-	3.5	3.3	3.2
기타 서비스업	30.3	31.7	32.2	31.2	31.2	44.7
기타	8.0	7.3	7.5	-	-	-
합계	100	100	100	100	100	100

자료원: EIU

□ 교역동향

- 2004. 5월 EU 가입이후, 2005년 처음으로 16억 4천 불의 무역수지 흑자를 기록했다. 200년 전체 교역규모는 천억 833만 불이며, 수출 951억 천만 불 수입 932억 불의 실적을 거두었다.
- 2005년에 전년대비 16.1% 증가를 보였던 체코의 수출이 서유럽 경기회복과 자동차수출 호조를 거두었다. 이에 힘입어 2006년에는 22%나 증가한 951.1억불을 기록하여 사상 최대의 무역수지 흑자를 기록했다.
  - 수입도 전년대비 22.1% 증가한 932억불을 기록하였다. 수출 호조의 영향으로 2005년에 자유화 이후 처음으로 무역수지 흑자를 기록한데 이어 2006년에는 흑자규모가 19.1억 불로 확대되었다.
- 체코의 수출입은 유럽지역과의 교역에 편중되어, EU지역에 대한 수출이 전체 수출의 83.9% 차지하고 있다. 아시아 수출 비중은 3.7%에 불과하다.
  - 수입도 EU지역이 70.0%를 차지하고 있으며, 아시아는 15.4%에 불과한 실정이다.

[체코 전체 수출입 현황]

(단위: US\$, 억)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수출	333.6	385.0	487.1	671.9	779.8	951.1
-역내(EU25)	286	326.2	420.3	577.3	655.7	798
-역외	47.6	58.8	66.8	94.6	124.1	153.1
수입	364.5	407.4	512.4	682.4	763.4	932.0
-역내(EU25)	271.2	294.1	365.9	490.1	541.9	652.8

-역외	93.3	113.3	146.5	192.3	221.5	279.2
전체교역	698.1	792.4	999.5	1,354.3	1,543.2	1,883.1
-역내(EU25)	557.2	620.3	786.2	1067.4	1197.6	1,450.8
-역외	140.9	172.1	213.3	286.9	345.6	432.3
무역수지	-30.9	-22.4	-25.3	-10.5	16.4	19.1
-역내(EU25)	14.8	32.1	54.4	87.2	113.8	145.2
-역외	-45.7	-54.5	-79.7	-97.7	-97.4	-126.1

자료원: 체코통계청(CZSO)

□ 대한(對韓) 교역동향

- 2006년 한국의 체코 수출입은 각각 564백만 불(전년대비 66.5% 증가), 258백만 8천 불(전년 대비 62.7% 증가)을 기록했다.
- 2005년 체코 수출은 한국자동차 등의 수출 호조에도 불구하고 가전제품의 수출부진 영향으로 전년대비 8.3% 증가한 339 백만 불에 그쳤다. 2001년 이후 처음으로 한 자리 수의 수출증가를 기록하는 등 대(對)체코 수출이 크게 감소되었다.
- 2006년 들어 자동차와 기계류 수출 호조 영향으로 주력수출 상품이었던 핸드폰, 가전제품의 수출 부진에도 불구하고 수출이 전년대비 66.5% 급증한 564백만 불을 기록하는 성과를 거두었다.
- 대(對)체코 수입도 자동차부품 및 기계류 수입 호조에 힘입어 전년 대비 72.7% 급증한 258만 8천 불을 기록했다.

[한국의 대(對)체코 수출입 현황]

(단위: US\$ 백만, %)

구분		2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수출	금액	72.9	108.8	157.6	313.0	338.8	564.0
	증가율	11.0	49.4	44.8	98.5	8.3	66.5
수입	금액	98.7	100.2	104.6	108.3	149.9	258.8
	증가율	-22.2	1.5	4.4	3.5	38.4	72.7
무역수지		-25.8	8.6	53	204.7	188.9	305.2
총교역량		171.6	209	262.2	421.3	488.7	822.8

자료원: 한국무역협회

2. 시장 개요

□ 시장현황 및 전망

- 2006년 체코 모니터 판매 비중은 LCD모니터가 198,200만 유로로 전체 판매액의 97.74%를 차지한다.
  - CRT 모니터는 전체 판매액의 2.26%인 4,600만 유로를 기록하여 2005년 6.23%크게 감소했다.
- LCD 모니터는 소득증가, 편의성 및 사무실 공간 등의 이유로 판매 비중이 더욱 늘어날 것으로 전망된다.

**[LCD/CRT 판매 비중]**

(단위: 유로 백만, %)

구분	2005년		2006년	
	금액	비중	금액	비중
LCD	201.3	93.77	198.2	97.74
CRT	13.4	6.23	4.6	2.26
합계	214.7	100.00	202.8	100.00

자료원: Meko

- 시장조사 전문기관인 Gartner에 따르면 체코의 PC 판매대수가 현지화의 강세와 고속인터넷 사용 확산의 영향으로 2006년에는 전년보다 24.6% 증가한 78만 2000대에 달하는 빠른 성장세를 보이고 있다.
  - 체코 PC 판매 증가는 전 세계 판매가 9.5% 증가한 2억 3900만대에 그친 데 비해 매우 높은 증가율로 노트북의 폭발적 판매에 따른 것으로 분석된다.
  - 체코 가정의 PC 보급률이 최근 빠른 속도로 증가하고 있다. 그러나 2006년 2/4분기 현재 체코 가정의 PC 보급률은 35.7%에 불과해 PC 판매는 당분간 빠른 증가세를 유지할 것으로 전망된다.
- 위와 같은 체코 PC 보급률의 증가로 LCD 모니터에 대한 현지 수요도 당분간은 증가할 것으로 전망된다.

**[체코 가정 PC 보유대수 및 보급률]**

(단위: 천 대, %)

구분	PC 전체	데스크톱	노트북	Handheld PC
보유대수	1,499.4	1,421.5	285.5	24.2
보급률	35.7	94.8*	19.0*	1.6*

주: 1. 2006년 2/4분기 기준.

주: 2. \*는 PC 보유가정 중 보급률.

자료원: 체코 통계청

- 한편, 2006년 6월 일본의 LCD 패널 생산업체인 IPS Alpha가 체코의 북서부에 9천만 유로 이상을 투자하여 부지면적 23헥타르의 LCD 패널 공장을 건립한다고 발표했다. 이처럼 LCD 모니터에 대한 투자가 증가하고 있다.

- 대만의 Benq 및 Foxconn도 체코 LCD 모니터 현지 생산법인 계획을 발표하여 치열한 경쟁을 예고하고 있다.

□ 수출입 동향

- 2006년 전체 모니터 수입액은 72백만 불, 2006년도 체코의 모니터 수출액도 약 43백만 불로 2005년 수출실적을 넘어섰다.
- 제1의 대(對)체코 모니터 수출국은 중국으로 전체 수입의 약 64.6%인 46백만 8천 불을 기록했다.
  - 한국도 2006년 약 4백5천만 불을 수출하여 전년대비 약 105%의 수출증가세를 이어가고 있다.

**[체코 국가별 모니터 수입 현황]**

(단위: US\$ 천, %)

구분	2005년	2006년
중국	9,986	46,800
폴란드	195	5,231
독일	690	4,506
한국	2,190	4,480
일본	1,230	2,280
네덜란드	8	2,264
대만	1,469	2,211
말레이시아	202	794
영국	127	706
프랑스	28	553
합계	18,906	72,475

자료원: 체코통계청

주: 2006년 HS Code 미비로 천연 영상모니터(HS Code : 852821)에 대한 수입실적.

**[체코 국가별 모니터 수출 현황]**

(단위: US\$ 천, %)

구분	2005년	2006년
네덜란드	82	17,750
독일	690	4,280
슬로바키아	980	3,895
오스트리아	134	3,787
프랑스	189	1,897
스페인	126	1,775
스위스	181	1,650

헝가리	537	1,450
루마니아	394	1,362
폴란드	814	1,090
합계	6,904	43,192

주: 2006년 HS Code 미비로 천연 영상모니터(HS Code: 852821)에 대한 수출실적임.  
 자료원: 체코통계청

### 3. 경쟁동향 분석

#### □ 브랜드별 시장 점유율

- 시장전문 조사기관인 Meko의 자료에 의하면 Acer가 전체 LCD 모니터 시장의 17.42%로 수위를 차지하고 있으며, LG와 HP가 각각 12.60%, 10.31%로 그 뒤를 따르고 있다.
- 그러나, Acer의 시장점유율은 2005년 18.45%에서 2006년 17.42%로 감소한 반면 한국의 LG 및 삼성은 2005년 대비 2006년 시장점유율이 각각 1.7%, 3.5% 증가하였다.
- 한국 LCD 모니터 제조회사와 함께 Dell도 전년대비 시장점유율이 증가하였으며, 2005년 판매실적이 없던 Asus도 2006년 2.6백만 유로로 시장점유율 1.32%를 차지하고 있다.

#### [브랜드별 LCD 모니터 판매 비중]

(단위: 유로 백만, %)

구분	2005년		2006년	
	금액	비중	금액	비중
Acer	37.1	18.45	34.5	17.42
LG	21.9	10.90	25.0	12.60
HP	17.2	8.53	20.4	10.31
Dell	13.9	6.91	17.5	8.85
Samsung	9.9	4.92	16.9	8.52
Benq	15.2	7.55	14.8	7.46
Fujitsu-Siemens	7.9	3.95	12.8	6.45
Philips	6.0	2.98	5.9	2.96
Eizo Nanao	5.6	2.76	5.3	2.69
Asus	0.0	0.00	2.6	1.32
기타	66.5	33.05	42.4	21.41
합계	201.3		198.2	

자료원: Meko



□ 현지 생산법인 설립 등 투자 증가 및 신규 브랜드 진출

- 대만의 Benq 및 Foxconn의 LCD 모니터 체코 현지 생산법인 투자를 결정하여 체코 LCD 모니터 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다.
  - 대만의 Benq는 체코 브루노(Brno, 제2위 도시)에 LCD 모니터 및 스크린 TV를 각각 연간 50만대 생산규모의 생산법인 설립을 결정하였다.
  - 또한, Foxconn의 경우 기존 컴퓨터 생산법인 외 LCD 모니터 및 컴퓨터 부품을 생산할 수 있는 생산법인 투자를 결정하여 진행하고 있다.
  
- 이와는 별도로 2006년 6월 일본의 LCD 패널 생산업체인 IPS Alpha가 체코의 북서부에 9천만 유로 이상을 투자하여 부지면적 23헥타르의 LCD 패널공장을 건립하였다.
  - IPS Alpha는 2005년 1월 히타치(Hitachi), 마쓰시타(Matsushita), 도시바(Toshiba)가 각각 50%, 30%, 15%의 지분을 투자하여 공동 설립한 LCD 패널 생산업체로 일본과 유럽에 각각 패널 생산 공장 1개씩을 설립하여 2007년 하반기에는 약 5백만개의 패널을 생산할 계획으로 유럽 공장 설립지로 체코를 선정했다.
  - 현재 LG 및 삼성의 폴란드, 슬로바키아 LCD 모듈 공장을 운영 중이며, 삼성의 경우 2007년 3월 대규모 추가 투자계획을 발표했다.
  
- 2005년 현지 판매실적이 없던 Asus도 2006년 260백만 유로의 판매 실적을 있어 신규 브랜드의 현지 진출로 향후 LCD 모니터 시장은 더 치열해질 전망이다.

### III. 마케팅 참고사항

#### 1. 제품 트렌드

□ 대형 LCD 모니터 선호 증가

- 아직은 17인치 LCD 제품의 시장점유율이 제일 높다. 그러나 19· 20인치 제품의 시장 판매가 점점 증가하고 있어 향후 19인치 이상의 대형 LCD 모니터의 시장이 크게 증가할 것으로 전망된다.
  
- 체코시장에 가장 많이 판매되는 LCD 모니터는 17인치 제품으로 전체 판매의 44.36%를 차지하고 있으며, 19인치 제품이 35.40%로 그 뒤를 잇고 있다.
  - 17인치 LCD 모니터의 2005년도 판매 비중은 55.88%로 2006년과 비교 약 11% 이상의 판매가 감소되었다.
  
- 19인치 제품은 2005년 판매 비중보다 약 9% 이상 증가하여 소비자들이 대형 LCD 모니터를 선호하고 있다는 사실을 보여주고 있다.
  - 15인치 제품도 판매가 감소한 반면, 대형 모니터인 20인치 LCD 모니터는 판매 비중이 증가했다.

- 2005년도에는 판매 실적이 거의 없는 와이드형 LCD 모니터도 2006년부터 시장에 소개되기 시작하여 전체 판매의 약 8.95%를 차지하고 있다. 32인치 LCD 모니터도 2006년부터 판매가 개시되어 소비자들의 대형 LCD 모니터 선호 추세를 잘 보여준다.

**[사이즈별 모니터 판매 현황]**

(단위: 백만 유로, %)

구분	2005년		2006년	
	금액	비중	금액	비중
L17	118.1	00 /5.88	89.8	44.36
L19	55.5	26.28	71.7	35.40
L20	11.2	5.32	12.8	6.34
L19W	0.0	0.00	7.3	3.60
L20W	0.0	0.00	5.6	2.78
L23W	1.5	0.73	5.2	2.57
L15	13.7	6.46	5.4	2.66
C17A	7.3	3.47	3.6	1.80
C19	3.9	1.87	0.6	0.28
L32W	0.0	0.00	0.5	0.23
합계	211.3		202.5	

자료원: Meko

□ 스피커 등 부가기능 제품 인기

- 또한, 스피커 등의 부가 기능이 첨부된 제품이 일반 제품보다 더 선호되고 있다. 디자인 또한 구매 주요 비교요인중 하나다.

**2. 주요 브랜드별 가격 비교**

- 제1위 시장점유율을 기록하고 있는 Acer의 17인치 모니터 현지가격은 17인치 3,299~4,069 체코 크라운, 19인치 3,799~4,559 체코 크라운이다.
  - 이와는 별도로 20, 22, 24인치 LCD 모니터도 주요 제품으로 현지에서 판매되고 있다.
- LG도 17인치에서 24인치의 LCD 모니터를 주요 제품군으로 설정하고 있다. 17인치 LCD 모니터의 가격대는 3719~4529 체코 크라운이며, 19인치의 가격은 4,699 체코 크라운이다.
- Fujitsu-Siemens의 주요 제품군도 17인치에서 24인치의 LCD 모니터이며 현지 가격은 다른 경쟁업체와 큰 차이가 없다.
- HP 및 삼성의 경우, 30인치 LCD 모니터도 주요 제품으로 현지 판매를 하고 있으며, 가격대는 각각 29,999, 33,999 체코 크라운이다.

[주요 브랜드별 LCD모니터 가격]

(단위: CZK)

구분	제품 사양	가격
	17" LCD ACER AL1723, 800:1, 300cd/m2, 8ms, 1280x1024, DVI, repro, pivot, TCO03	4,069
	17" LCD ACER AL1716As (silver), 500:1, 300cd/m2, 8ms, 1280x1024, TCO99	3,299
	19" LCD ACER AL1916WAs (silver), 700:1, 300cd/m2, 5ms, 1440x900, TCO99	3,799
	19" LCD ACER AL1917FsD(silver), 700:1, 300cd/m2, 2ms, 1280x1024, DVI, repro, TCO03	4,559
	20" LCD ACER AL2017s, 600:1, 300cd/m2, 8ms, 1400x1050, repro, TCO03	4,849
	22" LCD ACER AL2216WsD, 700:1, 300cd/m2, 5ms, 1680x1050, DVI, TCO03	5,999
	24" LCD ACER AL2416WAs, 1000:1 kontrast, 500cd/m2, 6ms G2G, 1920x1200, TCO99	12,149
	17" LCD LG Flatron L1753S-SF - (silver-black), 2000:1, 300cd/m2, 5ms, 1280x1024, TCO03	3,719
	17" LCD LG Flatron L1760TQ-BF - (black), 2000:1, 300cd/m2, 4ms, 1280x1024, DVI, TCO03	4,529
	19" LCD LG Flatron L1953TR-SF - (silver-black), 2000:1, 300cd/m2, 2ms, 1280x1024, DVI, TCO03	4,699
	20" LCD LG Flatron L2000CE-SF - (silver-black), pivot, 2000:1, 300cd/m2, 8ms, 1400x1050, DVI, TCO03	5,889
	22" LCD LG Flatron L226WTQ-WF - (white-black), 3000:1, 300cd/m2, 5ms, 1680x1050, DVI, TCO99	7,339
	24" LCD LG Flatron L245WP-BN - (black), 1000:1, pivot, 500cd/m2, 8ms, 1920x1200, USB2.0, D-SUB, HDMI, YPbPr, TCO99	16,999
	15" LCD HP L1506, 450:1, 250cd/m2, 16ms, 1024x768, TCO99	3,499
	17" LCD HP L1740, 500:1, 300cd/m2, 13ms, 1280x1024, DVI, TCO03	4,299
	19" LCD HP L1940T, 500:1, 300cd/m2, 8ms, 1280x1024, DVI, TCO03	4,999
	20" LCD HP L2045W, 600:1, 300cd/m2, 5ms, 1680x1050, DVI, pivot, TCO03	6,999
	24" LCD HP LP2465, 1000:1, 500cd/m2, 13ms (6ms G2G), 1920x1200, DVI, TCO03	15,999
	30" LCD HP LP3065, 1000:1, 300cd/m2, 6ms, 2560x1600, pivot, 3xDVI, 4xUSB, TCO03	29,999
	17" LCD Samsung 710N (black-silver), 600:1, 300cd/m2, 8ms, 1280x1024, TCO99	3,499
	17" LCD Samsung 740B (silver), pivot, 600:1, 300cd/m2, 8ms, DVI, TCO03	4,949
	19" LCD Samsung 940BW (silver), 500:1, 300cd/m2, 4ms, 1440x900, DVI, TCO03	4,444
	19" LCD Samsung 913BM (silver), pivot, 700:1, 300cd/m2, 8ms, DVI, TCO99	6,799

	20.1" LCD Samsung 204B (silver), pivot, 800:1, 300cd/m2, 5ms, 1600x1200, DVI, TCO03	7,999
	22" LCD Samsung 226BW (black), 1000:1, 300cd/m2, 2ms, 1680x1050, DVI, TCO03	8,399
	24" LCD Samsung 245B (black), 3000:1, 400cd/m2, 5ms, 1920x1200, DVI, 2xUSB, podstavec HAS, TCO03	13,999
	30" LCD Samsung 305T (black), 1000:1, 400cd/m2, 6ms, 2560x1600, DVI, 4xUSB, podstavec HAS, TCO03	33,999
	17" LCD FUJITSU-SIEMENS SCENICVIEW E17-6SA, 800:1, 300cd/m2, 5ms, 1280x1024, repro, TCO99	3,499
	17" LCD FUJITSU-SIEMENS SCENICVIEW B17-2 CI, 500:1, 260cd/m2, 8ms, 1280x1024, DVI, repro, TCO03	4,899
	19" LCD FUJITSU-SIEMENS SCENICVIEW E19-6SA, 800:1, 300cd/m2, 5ms, 1280x1024, repro, TCO99	3,979
	19" LCD FUJITSU-SIEMENS SCENICVIEW P19-2 P, 1000:1, 280cd/m2, 13ms (8ms G2G), 1280x1024, S-PVA, DVI, repro, TCO03	7,869
	22" LCD FUJITSU-SIEMENS SCENICVIEW E22-1WGL, 800:1, 300cd/m2, 5ms, 1680x1050, DVI, repro, TCO99	6,199
	24" LCD FUJITSU-SIEMENS SCENICVIEW P24-1W, 1000:1, 500cd/m2, 13ms (6ms G2G), 1920x1200, DVI, S-Video, repro, USB2.0, TCO03	20,969

자료원: www.alza.cz (온라인 판매업체)

주: 2007.6.12일자 환율(CZK/US\$) = 21.466

### 3. 주요 유통망

- 대부분의 LCD 모니터 판매업체는 독자적인 판매망을 갖추고 직접 마케팅 활동을 전개하고 있다. 이와 함께 대형 전문 디스트리뷰터인 BGS LEVI CZECH, AT COMPUTERS, ED SYSTEM, ABACUS를 통해 제품을 판매한다.
  - BGS LEVI CZECH: www.bgslevi.cz
  - AT COMPUTERS: www.atcomp.cz
  - ED SYSTEM: www.edcz.cz
- DATART · Electroworld 등 대형 전자제품 전문체인점 및 MAKRO · TESCO와 같은 대형 전문체인점에서의 LCD 모니터 판매도 증가하고 있다.
- 최근 빠른 성장세를 보이고 있는 인터넷 쇼핑몰도 LCD 모니터의 주요 유통망으로 자리를 잡고 있다.
  - Alzasoft: www.alza.cz
  - Czech Computer: www.czechcomputer.cz

#### 4. 매체 광고

##### □ 광고 전략

- 삼성 LG 등 기존 진출 브랜드뿐만 아니라 2006년 처음 현지시장에 진출한 Asus의 경우도 대대적인 현지 홍보를 통한 브랜드 인지도 제고를 위해 노력하고 있다.
  - 가격이 높은 TV 광고보다는 도로 배너 광고, 컴퓨터 관련 잡지 광고 등을 많이 활용하고 있는 편이다. 이와 더불어 삼성 및 LG는 스포츠 마케팅과 자선행사 등을 통한 마케팅 활동을 적극 전개하고 있다.
- 게임 등 컴퓨터 관련 인터넷 사이트에 배너광고 등의 활용도 증가하고 있다.

##### □ 현지 전시회 활용

- 중소기업의 경우, 현지 매체를 통한 공격적인 마케팅 활동이 어렵다는 현실적 여건을 감안할 때, 브르노에서 개최되는 가정용 전자제품 박람회(DIGITEX)에 참가하는 것도 좋은 방법이다.
- 현지 전시회에는 많은 일반 관람객이 방문하고 있어 소비자들을 대상으로 한 홍보효과가 높아 적극적인 참여가 필요하다.
  - DIGITEX(Int'l Fair of Consumer Electronics and Digital Entertainment)
  - 개최기간: 2006.10.9-13
  - 개최주기: 매년
  - 개최장소: Prague Exhibition Grounds
  - 홈페이지: [www.bvv.cz/invex-gb](http://www.bvv.cz/invex-gb)

#### IV. 수출시 참고사항

##### 1. 수출 요건

- LCD 모니터 등 대부분의 컬러 영상모니터의 수입관세율은 EU 공통관세율인 14%이며, 체코 현지 부가세는 19%이다.
- 전자제품의 경우 EU 내에서 판매되기 위해서는 반드시 CE인증을 획득하여야 한다. 최근에는 EU의 환경규제 강화에 따른 WEEE 적용에 따라 2005년 8월13일부터는 생산자 및 수입업체가 폐가전제품을 의무적으로 회수하도록 되어 있다.
  - LCD 모니터의 경우 TCO인증이 별도로 필요하다.

## 2. 상거래 관행

- 체코 수입업체의 특징은 기존의 거래 방식을 쉽게 바꾸려 하지 않는다는 점이다.
  - 예를 들어 현재 독일의 어떤 회사로부터 특정제품을 고정적으로 수입한다. 제품 공급 면에서 특별한 하자가 없는 경우 제3의 기업에서 더 좋은 거래조건을 가지고 접근을 해도 쉽게 관심을 갖지 않는다.
- 거래를 시작할 경우에도 본격적인 거래관계 구축에는 상대방에 대한 신뢰를 중요시 하므로 많은 시간과 인내심이 요구된다.
- 한편, 최초 거래를 위하여 가격을 제시할 때 우리기업들은 협상을 위하여 처음에 다소 높은 가격을 제시하는 경우가 많다. 하지만 체코 수입업체들의 경우 최초 제시가격이 기대보다 높을 경우 가격협상에 나서기 보다는 바로 거래를 포기하는 경향이 있다. 이러한 이유 때문에 처음부터 경쟁적인 가격의 제시가 필요하다.
- 체코의 경우 한국으로부터의 물품 수입시 주로 함부르크 항구를 이용하고 있다. 그러므로 가격 제시 시 FOB Korea(Busan) 보다는 CIF Hamburg로 하는 것이 바이어의 신속한 의사결정에 도움이 된다.
- 일반 소규모 거래의 경우 금융부담 등 이유로 L/C거래보다는 T/T거래를 선호한다.