LG, 2차전지 진출 탄력받았다!

LG경제연구원, 한국-중국 신흥기업 추격에 일본기업들 고전

세계 리튬이온 2차전지 시장에 새로운 바람이 불고 있다.

2001년 IT 경기의 전반적 부진으로 인해 다소 주춤했던 리튬이온 2차전지 시장이 휴대폰 등 모바일 기기의 성장세 회복으로 다시 성장의 고삐를 당기고 있는 가운데 중국 및 한국의 신규 기업들이 일본 기업들을 견제하며 바짝 추격중이어서 세계 2차전지 시장에 지각변동의 조짐이 일고 있다.

Sanyo, Sony 등 리튬이온 2차전지 상위 2개 기업들은 2차전지 시장이 전체적으로 부진했던 2001년에도 소폭의 영업이익 흑자를 냈고 시장이 회복된 2002년에는 2개 기업 합계로 165억엔의 흑자를 낸 것으로 추산된다. 신흥 기업들도 비슷해 특히, BYD는 2002년 500억원 가량의 이익을 냈으며, LG화학과 삼성SDI도 2002년을 거치면서 흑자로 전환했다.

반면, 일본 중위권 기업들은 대부분 지속적인 적자에서 벗어나지 못하고 있으며 1990년대를 거치면서도 수익성 측면에서 별다른 개선 기미가 보이지 않아 사업에 대한 재조명이나 신규 사업으로의 전환 등을 다각도로 검토하고 있는 것으로 보여 리튬전지기업간 희비는 더욱 심한 차이를 보이고 있다.

수요기업인 Nokia, Motorola, 삼성전자, Siemens 등 주요 휴대폰 기업들이 일본 기업들에 대한 교섭력을 확보키 위해 한국·중국 기업들을 포함하는 형태로 변화하고 있어 중국 및 한국의 전지 기업들에게는 호재인 반면, 일본 중위권 기업들에게는 고객기반 상실로 이어지고 있다. 수요 기업 입장에서는 소수 일본 전지기업들 중심으로 이루어지던 기존의 조달 방식에서 벗어나 공급 물량 비중을 더욱 유연하게 조절할 수 있는 여지가 마련된 셈이다.

2001년을 기점으로 Sanyo, Sony와 신규기업들의 설비확장 추세는 지속됐지만 일본 중위권 기업들의 설비증설은 현격히 감소했다. 시장의 성장 회복에도 불구하고 기업들이 변화된 사업 환경에 대한 대응을 소홀히 했고 2차전지 사업의 수익 부진에 따라 사업에 대한 전면적인 재검토가 이루어져 공격적인 성장 전략을 펼칠 수 없었기 때문인 것으로 풀이된다.

지금까지의 시장 상황 및 기업들의 움직임을 고려할 때 리튬이온 2차전지 시장에서는 Sanyo, Sony 등 기존의 2강에 BYD, LG화학, 삼성SDI 등 신흥 기업들이 향후 성장을 주도할 것으로 보인다.

2003-2004년에도 Sanyo는 여전히 시장 1위를 유지할 것으로 보이며, Sony는 중국 및 한국 기업들의 성장 여하에 따라 2위 혹은 3위 자리를 차지할 전망이다. 반면, 일본 중위권 기업들은 MBI의 재도약 여부가 관건이나, 현재의 상황이 지속된다면 중국 및 한국 기업들에게 밀려날 위험이 있다.

BYD, LG화학, 삼성SDI 등 신흥 기업들은 앞으로 성공적으로 시장을 확대하면 시장점유율 5위권 안으로 진입하면서 리튬이온 2차전지 시장의 새로운 강자로 부상할 가능성이 매우 높게 나타나고 있다.

특히, 가격경쟁력을 앞세운 BYD 등 중국기업들의 성장은 유사한 제품 구성을 가지는 기업들을 위협할 것으로 보인다. BYD는 두께 6mm대의 각형 제품 비율이 72%로 56%인 Sanyo와 유사한데, Sanyo의 주요 고객인 Nokia는 아직 6mm대를 주요 전지로 사용하고 있어 Sanyo로서는 제품 및 고객 전략이 바뀌지 않는 한 Nokia에 대한 생산 물량 확보를 놓고 BYD와 치열한 경쟁을 펼칠 것으로 예상된다.

Sony는 리튬이온 2차전지 시장에서 비교적 경쟁 강도가 약한 원통형과 폴리머 영역에 사업이 집중돼 있어 안정적인 성장이 예상되나 LG화학, Sanyo 등의 폴리머 확장 전략이 잠재적 위협 요소로 작용할 전망이다.

또 일부 모델에서 이루어지고 있는 리튬이온 2차전지의 범용화 현상은 수요기업들로 하여금 가격, 품질, 공급의 안정성 등을 모두 만족시키면서도 선택의 폭을 넓힐 수 있게 하고 있다. <조인경/화학저널 편집기자>

<Chemical Journal 2003/02/27>