

인조대리석, 140억원시장 격돌

LG화학 · 한화종합화학 판매돌입 ... Dupont 가격정책이 변수

국내 인조대리석시장이 본격적으로 4파전체제에 돌입했다.

94년 판재 판매기준 140억원 규모로 추정되는 국내 인조대리석 시장은 국내 대규모 건축자재 생산기업인 LG 화학과 한화종합화학이 5월부터 본격적으로 제품판매에 돌입함에 따라 가격경쟁이 치열하게 전개되고 있다.

지난 3년여동안 연구개발을 통해 장기간 생산준비를 해온 LG화학이 4월말부터 본격판매에 나섰으며, 한화종합화학도 5월중순 판매를 개시한 것으로 알려졌다.

LG화학(대표 성재갑)은 국내 최대규모의 생산능력을 보유, 그동안 국내제품 물성에 중요한 요소로 작용했던 생산방식을 개선해 연속식 설비를 갖추었다. 제품명을「하이막스」로 정한 LG화학은 우선 서울지역에 1개의 대리점을 확보하고 점차 지방으로 판매망을 확대해나갈 방침인 것으로 알려졌다.

국내 인조대리석 시장현황					
구 분	제품현황	제품명	참여년도	대리점수	비 고
상 산 소 재	칼라 22 단색 8	Corian	1987	4	MRC-Dupon
동 양 나 이 론	칼라 7 단색 4	Stonex	1990	4	자체개발
제 일 모 직	칼라 14 단색 7	Staron	1992	5	자체개발
토 데 코	칼라 30 단색 5	Avonite	1989	2	Avonite
고 려 흥 진	칼라 20 단색 6	Fountain-Head	1994	2	Nevamar
L G 화 학	칼라 9 단색 5	Hi-Macs	1995	1	자체개발
한화종합화학	칼라 4	Surrel	1994		Fomica
	단색 6	Hanex	1995	1	자체개발

한화종합화학(대표 박원배)은 94년말 생산설비를 완료하고 95년들어 물성테스트와 일부제품의 문제점을 개선하는 작업을 추진해왔다. 제품명을 [하넥스]로 정하고 서울에 1개의 대리점을 개설, 시장이 큰 수도권지역 공략에 나서고 있다.

LG화학과 한화종합화학은 우선 수요가 큰 싱크대분야에 시장확대를 서두르고 있으며, LG화학의 경우 고급 건축내장재분야의 용도개발에 적극 나설 계획인 것으로 알려지고 있다.

95년 최고 20억원의 매출을 목표로 하고 있는 이들 기업은 기존 건축자재의 유통경험을 통해 기존시장을 상당부분 잠식할 것으로 예상됨에 따라 95년 하반기에는 상산소재 · 동양나이론 · 제일모직 등 기존기업의 판매전략에도 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다.

LG화학과 한화종합화학은 국내 시장의 주류를 이루고 있는 상산소재 · 동양나이론과 제품은 물론 가격면에서도 상당한 접근을 보이고 있어 경쟁이 치열할 것으로 보인다. 이에따라 제품차별화와 고가정책을 펼쳐왔던 상산소재의 가격정책 변수가 시장의 판도변화에 큰 영향을 미칠 것으로 보여 관심이 집중되고 있다.

한편, 인조대리석시장에 국내 대기업들의 진출이 잇따르고 있는 것과는 달리 상산소재를 제외한 수입품의 비중이 당초 예상과는 달리 극히 미미한 것으로 알려졌다.

국내 수입품은 토데코의 Avonite를 비롯해 고려흥진의 Founteant head · 한화종합화학의 Surrel 등 7 8개의 제품이 있으나 대부분 5억원 미만의 미미한 판매실적을 기록한 것으로 알려졌다.

특히 토데코의 경우 Avonite 판매를 중단하고 타사제품의 대리점 운영을 계획하고 있는 등 수입품이 고전을 면치 못하고 있으며, 국내 대기업 중심으로 시장의 판도변화가 가시화되고 있다.

95년 국내 인조대리석 시장은 사실상 상산소재와 동양나이론의 2파전이 전개되는 가운데 재도약을 시도하는 제일모직, 신규 참여한 LG화학과 한화종합화학의 약진이 기대되고 있다.