

2차전지, 일본-한국 과점 심화!

Sanyo-Sony에 LG화학-삼성SDI 경쟁 ... 일본 부동액 1위 유지

2차전지 시장이 대형화 및 과점화 추세에 따라 경쟁력을 갖춘 소수 공급기업을 중심으로 특정고객과의 제휴가 형성되고, 제휴관계가 고착되는 현상이 수요기업들의 경쟁과 맞물려 더욱 심화될 것으로 예상된다.

휴대폰 1위인 Nokia와 Sanyo, 삼성전자와 삼성SDI, 노트북컴퓨터의 Dell과 Sanyo, Toshiba와 Sony 등이 좋은 예로, 휴대폰 시장에서 상위 3위까지의 시장점유율이 1998년 57% 수준에서 2003년에는 65%로 높아지는 등 수요시장에서 상위기업들의 시장 지배력이 날로 강화되는 추세이다.

성장성이 높거나 시장지배력이 강한 수요처 선점에 따라 2차전지 공급기업들의 명암이 엇갈릴 수밖에 없기 때문이다.

리튬이온 2차전지의 최대 수요처인 휴대폰 시장은 앞으로 2-3년 동안 서비스의 고도화, 고급형 휴대폰의 보급, 대체 휴대폰 수요 증가 등의 변화가 가속되면서 비교적 안정적으로 성장할 것으로 보이지만, 1990년대 후반과 같은 고성장세는 기대하기 어려울 전망이다.

각형 및 폴리머 리튬이온 2차전지 시장의 급성장은 니켈수소전지 등 기존 2차전지의 대체에 힘입은 바 크나 모든 휴대폰이 리튬이온 2차전지를 채택하는 상황이기 때문에 앞으로 대체수요에 따른 성장은 기대하기 어려운 상태이다.

또 리튬이온 2차전지의 수요가 디지털카메라, 전동공구 등으로 빠르게 확산되고 있으나 역시 2006년을 전후로 기세가 꺾일 것으로 예상되고 있다. 리튬 계열의 혁신적 2차전지 시스템의 등장이 지연되는 가운데 연료전지와 같은 차세대 이동형 전원의 등장(2005-06년)도 리튬이온 2차전지의 성숙화를 촉진하는 요인으로 작용하고 있다.

이에 따라 각형, 원통형, 폴리머 등 유형별 시장에서 확실한 1위를 달리고 있는 Sanyo, Sony 등은 3-5년 동안 현재의 지위를 유지할 수 있으나 나머지 MBI, BYD, LG화학, 삼성SDI 등은 시장점유율 10% 전후에서 치열한 자리다툼을 벌일 것으로 예상되고 있다.

MBI와 BYD는 지난 2년 동안 10-13% 대의 시장점유율에 머무르고 있고 LG화학과 삼성SDI는 시장 성장 속도 이상으로 매출이 신장하며 10% 대에 접근하고 있다.

MBI는 확실한 First Vendor 지위를 지닌 고객을 갖지 못하고 품질 면에서 고객들의 불만이 누적되고 있으며, BYD 역시 Motorola와 중국 현지 휴대폰 생산기업 외에 이렇다 할 고객을 확보하지 못한 상태에서 잦은 품질문제로 고객들로부터 외면당하는 것으로 알려지고 있다. MBI와 BYD는 최근 생산능력 증가세도 답보상태에 머물러 있다.

따라서 2005년을 넘어서면서 국내기업들이 MBI나 중국의 BYD를 추월할 가능성이 높게 나타나 리튬이온 2차전지 시장이 일본기업인 Sanyo, Sony와 한국기업인 LG화학, 삼성SDI의 각축전으로 전개될 것으로 예상되고 있다.

<화학저널 2004/06/25>