

디지털 TV 시장 끝없는 성장가도

2005년 LCD·PDP TV 시장 2배 확대 ... Sony 브라비아로 선두

2005년 LCD와 PDP TV에 대한 수요가 급격히 늘어나면서 세계 시장규모가 각각 2배를 넘어서는 급성장세를 보인 것으로 나타났다.

특히, LCD TV시장에서 Sony는 새 브랜드 <브라비아>를 출시한 데 힘입어 2005년 4/4분기 시장점유율 1위를 차지하는 대약진을 펼친 것으로 집계됐다.

디스플레이서치에 따르면, 2005년 4/4분기 세계 LCD TV 출하량은 860만대로 전분기대비 58%, 전년동기대비 137%의 증가율을 기록했다.

2005년 LCD TV 출하량은 2120만대에 달해 2004년보다 무려 141% 증가했고 매출액도 254억달러로 2004년의 2배에 달하는 급성장세를 보였다.

일본 Sony는 브라비아 시리즈를 새로 출시하면서 공격적인 마케팅을 전개한 데 힘입어 출하량 기준 시장점유율이 3/4분기 8.7%에서 4/4분기에는 14.6%로 급증하면서 세계 4위에서 1위로 약진했다.

Philips는 점유율이 15.1%에서 14.2%로 낮아졌으나 2위를 유지했고 Sharp는 18.0%에서 13.6%로 낮아지면서 1위에서 3위로 추락했다.

3/4분기 3위였던 삼성전자는 4위로 순위는 한 계단 내려섰으나 점유율은 9.7%에서 11.6%로 상승했고 LG전자는 점유율 6.5%를 유지해 5위를 이어갔다.

Sony의 약진은 2005년 출시한 새 브랜드 브라비아가 시장에서 어느 정도 성공을 거둔 것을 의미하는 동시에 옛 가전왕국의 명성을 되찾겠다는 Sony의 반격이 시작된 것으로 풀이된다.

Sony는 2006년 초 미국에서 열린 가전전문 전시회 CES에서 예년과 달리 대규모 부스를 마련해 신제품을 전시하면서 공격적인 마케팅을 예고한바 있다.

2005년 4/4분기 세계 PDP TV 출하량은 270만대로 전분기대비 44%, 전년동기대비 109% 증가했다.

2005년 PDP TV의 출하량은 590만대에 달해 전년대비 109%의 증가율을 기록했다.

디스플레이서치 관계자는 “출하량은 당초 예상치를 11% 웃도는 것”이라며 “2005년 말 계절적인 수요가 급증하면서 기업들이 생산량을 급격히 늘린 데 따른 것”이라고 강조했다.

일본 Panasonic이 부동의 1위를 차지했으나 시장점유율은 2005년 3/4분기 29.1%에서 4/4분기 26.0%로 낮아졌고 LG전자는 15.4%, 삼성전자가 14.4%로 소폭 상승해 2위와 3위를 기록했다.

특히, LG전자는 처음으로 42인치 ED급에서 Panasonic을 누르고 1위를 차지해 주목을 끌었다.

Philips는 점유율이 10.7%에서 13.3%로 높아지면서 4위를 차지했고 Hitachi가 7.3%로 5위를 차지했다. (서울=연합뉴스) 김지훈 기자 <저작권자(c)연합뉴스-무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2006/02/24>