

# 디스플레이, 물고 물리는 경쟁 치열

## AM OLED 대중화 주도권 삼성·Sony 신경전 ... LG전자 32인치 PDP 출시

디스플레이 업계의 물고 물리고, 쫓고 쫓기는 경쟁이 불만하다.

특히, 한 업체가 새 제품으로 괜찮은 매출을 올리거나 시장의 관심을 받게 되면 경쟁사도 비슷하거나 같은 제품으로 맞서는 따라하기 경쟁이 글로벌 차원에서 전개되고 있다.

12월27일 업계에 따르면, 차세대 디스플레이의 선두로 주목받는 AM-OLED(능동형 유기발광다이오드)의 미래 대중화 주도권을 놓고는 삼성과 Sony가 심상찮은 신경전을 벌이고 있다.

삼성전자와 LCD를 합작하는 것 말고는 이렇다할 디스플레이 직할 생산체제를 못갖춘 Sony로서는 OLED에 힘을 기울일 수 밖에 없고, LCD 세상을 열고 있는 삼성으로서는 미래 먹거리 차원에서 지대한 관심을 보이고 있다.

Sony가 한정판으로 11인치 OLED TV를 내놓은 데 이어 2008년 미국 CES 전시회 때 20인치대 제품을 선보일 것으로 알려지자 삼성전자는 삼성SDI가 개발한 패널을 기반으로 CES에 31인치 OLED 제품을 출품하는 것으로 맞섰다.

OLED는 두께를 현저히 줄이면서도 화질과 반응속도, 명암비 등 많은 부분에서 LCD를 압도하고 있어 가격 경쟁력만 갖춘다면 차세대 디스플레이로 확실히 자리매김할 것으로 전망되고 있다.

현재 디스플레이 패널시장을 주도하고 있는 LCD를 둘러싼 전투도 갈수록 치열해지고 있다. 삼성전자가 8세대 가동에 이어 10세대 투자 의지를 밝혔고, Sharp는 9월 독일 IFA 전시회 때 세계 최고로 얇은 2cm 가량 두께의 LCD와 8세대, 10세대(가로 2.85m×세로 3.05m) 유리기관 크기 모형을 선보였다.

LG필립스LCD도 초기시장 개척에 따른 비용을 최대한 줄이면서 후발 효과를 노린다는 역발상으로 뒤늦게나마 8세대 투자 계획을 확정된 상태로, 이면에는 커지는 LCD라는 큰 흐름속에서 위기의식도 자리잡고 있다.

삼성전자가 2007년 출시한 70인치 LCD TV는 일부 한정판으로 주문 생산하는 식이었지만 인디아 등의 부호들로부터 인기를 끌면서 일단의 가능성을 보였다. Sony가 지갑이 두꺼운 소비층을 겨냥해 동일 크기의 고가형 제품 출시를 타진하고 있는 것도 따라잡기 맥락이다.

40-50인치 대형 위주의 제품 라인업을 가진 PDP 진영에서도 각 기업들간 생존게임이 심화되고 있다. LG전자가 영업실적 개선을 위해 32인치 PDP를 들고 나온 것이 단적인 사례로 PDP 공백과 LCD 독주 견제를 위한 틈새 공략이었지만 8월 출시한 이후 70만대 판매를 눈앞에 둔 정도로 소비자 반응은 기대 이상으로 괜찮았다.

삼성SDI는 대형 위주의 PDP 시장 공략이라는 기본골격은 당연히 유지한다는 입장이지만 30인치대 생산 여부에 대해서도 “현재 생산라인에서 얼마든지 30인치대 제품을 뽑아낼 수 있다”며 가능성을 열어놓고 있어 앞으로 확전 여부가 주목받을 전망이다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2007/12/27>