

LCD 표준경쟁에서 42인치가 역전

디스플레이서치, 2007년 출하 612만4700대 ... 40인치는 600만400대

세계 대형 LCD TV 표준 경쟁에서 40인치에 밀려 고전을 면치 못했던 42인치 진영이 2007년 물량공세를 통해 역전했다.

40인치와 42인치 진영은 대형 디지털 TV 시장에서 표준 사이즈를 놓고 치열한 경합을 벌여 왔는데 40인치는 삼성과 Sony, 42인치는 LG필립스LCD와 LG전자로 대변된다.

2월11일 시장조사기관 디스플레이서치에 따르면, 2007년 42인치 LCD TV 출하량은 612만4700대로, 600만400대가 출하된 40인치 진영을 근소한 차이로 앞섰다.

42인치 진영은 40인치에 비해 양산 시기가 늦어 줄곧 40인치 진영에 밀리며 고전을 면치 못했지만 2007년 하반기부터 출하량에서 40인치를 따라잡기 시작했다.

2007년 1/4분기만 해도 42인치 TV 출하량은 98만2600대로 112만8500대가 출하된 40인치에 뒤졌다.

그러나 2/4분기에는 42인치가 133만3500대, 40인치는 113만7400대가 출하돼 처음으로 역전했고 3/4분기에는 42인치 166만400대, 40인치 161만8300대, 4/4분기에는 42인치 214만8200대, 40인치 211만6200대로 42인치가 앞섰다.

TV 출하량 뿐만 아니라 LCD 패널 출하량에서도 42인치 패널이 2007년 3/4분기부터 40인치 패널을 따돌린 것으로 나타났다.

42인치 패널은 2007년 3/4분기 242만5000대가 출하돼 189만2700대가 출하된 40인치를 역전했고 4/4분기에도 299만8400대가 출하돼 249만4800대가 출하된 40인치와 격차를 벌렸다.

가격에서도 42인치 패널은 40인치보다 높은 가격에 팔리며 제값을 받고 있다. 2007년 상반기까지만 해도 42인치는 40인치보다 크면서도 경쟁에 뒤져 40인치보다 낮은 가격에 팔렸다.

LG필립스LCD에 따르면, 2006년 말 40인치 패널은 665달러, 42인치는 626달러였지만 2007년 9월에는 40인치는 511달러, 42인치는 536달러로 팔리며 가격이 역전됐다.

40인치 진영은 삼성전자와 일본의 Sony, S-LCD가 대표적이며 42인치 진영은 LG필립스LCD와 LG전자, AUO와 CMO 등 타이완기업이 포함돼 있다.

양 진영의 표준 경쟁은 2006년 40인치 진영이 7세대 공장 가동을 통해 42인치 진영에 앞서 양산을 시작하면서 시작했다.

결과적으로 42인치에 최적화된 공장을 보유한 후발 7.5세대 기업들은 2007년 상반기까지 영업실적 악화에 시달리며 상당한 희생을 감수해야만 했다.

그러나 2007년 LG필립스LCD와 LG전자가 맥스캐파(Max Capa) 활동 등 생산성 향상 프로그램을 가동하고 적극적으로 마케팅에 나섰으며 타이완의 AUO, CMO 등도 7.5세대 공장의 가동을 통해 양산 대열에 참여하면서 시장 규모를 키울 수 있었던 것으로 분석된다.

40인치 대 LCD 패널에는 46인치와 47인치도 있지만 여전히 생산 비중이 크지 못하다.

업계 관계자는 “디지털TV 시장에서 대형화 추세가 계속 진행되고 있기 때문에 42인치 진영이 계속 40인치를 압도해 40인치대 표준으로 자리 잡을 수 있을 것”이라고 전망했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2008/02/11>