

LCD패널, 타이완 출하량 제쳤다!

7월 시장점유율 1.1%p 증가 43.6% 차지 ... 타이완은 43.3% 그쳐

글로벌 경기침체 여파로 PC 및 TV 생산기업들이 6월부터 LCD 패널 구매량을 감축한 가운데 세계 LCD 패널시장을 양분하고 있는 한국과 타이완의 희비가 엇갈리고 있다.

PC와 TV 생산기업들이 구매량을 줄이는 과정에서 패널의 품질이 상대적으로 떨어지는 타이완 생산기업들의 물량을 우선적으로 축소하고 있는 것이다.

기업들의 선별 구매 덕분에 한국 LCD 생산기업들은 2005년 9월 이후 34개월만에 처음으로 대형 LCD 패널 출하량 부문에서 타이완 생산기업들을 제치는 성과를 낸 것으로 집계됐다.

디스플레이서치와 업계에 따르면, 2008년 7월 삼성전자와 LG디스플레이 등 국내기업들의 대형 LCD 패널 시장점유율은 전월대비 1.1%p 증가한 43.6%(1523만대)로 조사됐다.

반면, AUO, CMO, CPT 등 타이완 LCD 생산기업들은 1.7%p 감소한 43.3%(1512만대)에 그쳤다.

이에 따라 대형 LCD 패널시장에서 한국은 2005년 9월 타이완에 추월을 허용한 이후 약 3년만에 재역전에 성공했다.

한국기업들이 비록 근소한 차이이긴 하지만 타이완 기업체들을 제친 것은 주요 PC 및 TV 생산기업들이 한국의 선두기업들과는 향후 전략적인 측면을 고려해 물량을 유지하고 있는 반면, 후발주자인 타이완기업들과는 거래량을 대폭 줄이고 있기 때문이다.

실제로 휴렛패커드(HP)는 최근 모니터용 LCD 물량을 구매하면서, LG디스플레이와는 기존과 동일한 물량을 유지한 반면 타이완기업들의 조달 물량은 70% 수준으로 낮춘 것으로 알려졌다.

구매 차별화의 여파로 타이완 CPT는 당초 7월, 8월 두 달 동안만 생산능력 대비 10% 정도의 감산을 실시할 예정이었으나, 최근 계획을 수정해 9월까지 계속 감산기로 했다.

대우증권 강운흠 연구원은 “글로벌 경기침체와 공급 과잉으로 LCD 시장이 침체에 빠지면서 디스플레이 업계가 경쟁력 테스트 국면으로 진입했다”고 평가했다.

앞서 권영수 LG디스플레이 사장은 6월 말 직원들에게 보낸 이메일 메시지를 통해 “위기일수록 기업들의 실력이 극명하게 드러난다”며 “시장 환경이 좋을 때는 생산능력이 영업실적에 절대적인 영향을 주지만 위기 상황에서는 철저한 준비와 적절한 대응에 따라 격차가 드러나게 된다”고 말했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2008/09/01>