

2009년 TV시장 “최악의 한해”

삼성, TV 판매액 18% 감소 ... LED TV로 글로벌 위기 극복

2009년 TV 시장은 최악의 마이너스 성장을 기록할 것으로 예상돼 관련 기업의 고전이 예상된다.

삼성전자 디지털미디어총괄 박종우 사장은 “2009년 TV 시장은 최악의 한 해가 될 것으로 예상된다”며 “LED TV 등을 통해 난국을 헤쳐나가겠다”고 말했다.

박종우 사장은 미국 라스베이거스에서 열린 <2009 CES(세계가전박람회)> 에서 “2009년 TV 판매량은 전년대비 1%, 판매액은 18%의 역성장이 예상된다”며 “고성장을 기대해온 LCD TV 역시 판매증가율이 17% 가량 둔화되고 판매액도 16% 줄어든 것”으로 전망했다.

이에 따라 삼성전자는 TV와 캠코더, 홈시어터, 모니터 등 주요 제품군에서 신규 카테고리를 창출함으로써 새로운 성장 동력을 찾고 고객에게 차별화된 가치를 제공할 계획으로 특히, LED TV를 통해 시장 성숙과 글로벌 경제 위기로 인한 수요 감소 등의 난국을 헤쳐 나갈 방침이다.

삼성전자는 과거 DVD콤보, DLP TV 등 혁신 제품을 통해 신규 카테고리를 창출해 관련시장의 주도권을 잡는데 성공한 바 있다.

박종우 사장은 “2009년 TV 시장이 일부 기업의 생존을 위협할 정도로 어려운 상황이어서 질적 성장이 필수적”이라며 “수요처의 신뢰와 브랜드 파워를 바탕으로 매출 성장과 수익성 제고를 동시에 달성할 것”이라고 강조했다.

삼성전자의 LED TV는 기존 방식에 비해 화질과 두께, 친환경 측면에서 모두 우위에 있지만 가격 및 LED 수급 등의 문제로 한정된 모델만 출시돼왔다.

이에 고화질과 슬림 디자인, 친환경이라는 TV 시장의 3대 트렌드를 모두 만족시키는 LED TV 대중화를 위해 <럭시아 LED TV> 시리즈를 출시할 계획이다.

럭시아 LED TV는 전체 두께가 29mm에 불과한 초슬림 디자인을 구현했고, 디자인 완성도를 높인 2009년형 <크리스탈 로즈> 방식이 적용됐다.

삼성전자는 2009 CES에서 차세대 디스플레이 등 미래 TV 기술을 대거 선보였고 이중 2008년 공개한 튜너 일체형 8.9mm 두께의 LED TV를 더욱 발전시켜 세계에서 가장 얇은 6.5mm 두께의 초슬림 LED TV를 전시했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재 · 재배포 금지>

<화학저널 2009/01/08>