"리튬이온 2차전지 차별화 필요하다!"

LG경제연구원, 중국-일본 공세에 한국 서둘러야 … 폴리머계열 유망

리튬이온 2차전지 시장에서의 경쟁이 격화되면서 기업들의 수익성 확보가 갈수록 어려워짐에 따라 지속적인 성장을 위한 기업들의 차별화 노력이 요구되고 있다.

LG경제연구원에 따르면, 국내 리튬이온 2차전지 기업들은 사업을 시작한지 불과 4년도 채 안돼 세계시장의 10% 가량을 차지할 정도로 빠르게 성장했다는 설명이다. 국내기업들은 국내외 생산설비 증설 등을 통해 세계시장 주도를 목표로 의욕적인 움직임을 보여 왔으며, 최근에는 정부 차원에서도 2차전지 산업을 차세대 성장동력산업의 하나로 선정해 적극 육성할 움직임을 보이고 있다.

그러나 현재 Sanyo, Sony 등 일본기업의 기술 선도와 BYD를 중심으로 한 중국기업의 공세 속에 일정 수준 성숙화되고 있는 리튬이온 2차전지 시장에서 국내기업의 입지는 점차 좁아지고 있는 상황이다.

국내기업은 품질과 공급대응력 측면에서는 일본기업에 뒤지고 가격 측면에서는 중국기업의 상대가 되지 못하며, 규모나 경험, 기술 수준에서도 아직 선두 기업들과 비교해 경쟁력을 확보하고 있지 못하다는 지적이다.

1990년대 추반 물량 기준으로 연평균 10% 이상의 성장을 구가했던 리튬이온 2차전지 시장은 IT 경기의 전반적인 부진을 맞아 2001년 5억5000만셀로 성장이 주춤했지만 2002년 다시 전년대비 38% 이상의 급성장세로 돌아서 한해 7억7000만셀 이상의 출하량을 기록했다. 모바일기기의 성장 지속과 리튬이온 2차전지 채용률 증가에 따라 2003년 이후에도 성장세는 지속될 전망이다.

그러나 리튬이온 2차전지의 평균 판매가격은 해마다 15% 안팎의 규모로 떨어지고 있으며, 각형, 원통형, 폴리머 할 것 없이 전 모델이 하향곡선을 그리고 있다.

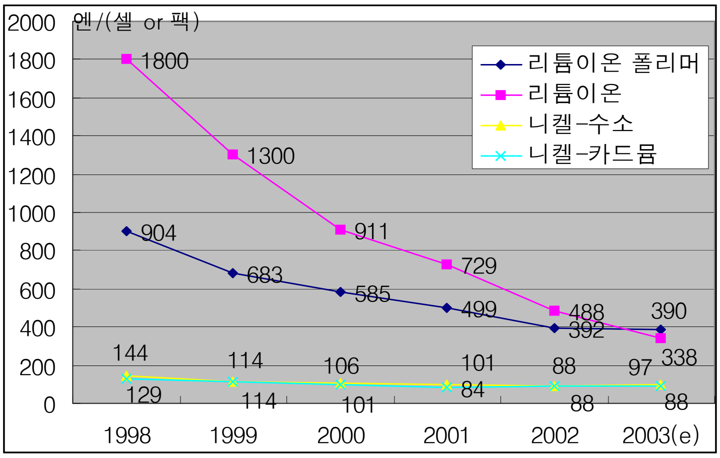
LG화학, 삼성SDI를 중심으로 한 국내기업은 2001년부터 본격적인 성장 국면에 접어들어 2002년 하반기에는 흑자 전환하기도 했으나 2003년 들어 점차 흑자 폭이 감소하고 있는 것으로 알려지고 있다. 심지어는 적자 전환의 가능성도 배제할 수 없으며, 앞으로 수익성 확보에서 고전을 면치 못하리라는 예측마저 제기되고 있다.

이에 따라 국내기업이 2차전지 시장의 기회를 충분히 활용하고 성장을 이어가기 위해서는 경쟁 기업들과 차별된 기술이나 서비스, 또는 고객이나 시장을 확보하는 노력을 게을리하지 말아야 할 전망이다.

LG경제연구원 김경연 책임연구원은 "국내기업이 원가경쟁력이나 재료기술 측면에서 각각 중국기업과 선두 일본기업에 뒤져 있고 단기간 안에 상황을 반전시키기도 어려운 만큼 폴리머 계열이나 중대형 전지 등을 이용한 차별화에 비중을 둘 필요가 있다"고 강조했다. 또 장기적인 관점에서 볼 때 용량 및 성능의 차별화 없이는 지속적인 고객 확대가 어려울 것이므로 혁신재료 및 설계기술 확보를 위한 노력도 필요하다고 밝혔다.

나아가 현재 국내 기업의 역량이나 자원을 고려할 때 기업이 독자적으로 감당하기는 어려울 것이므로 관련 대학 및 연구소와의 연계, 정부 차원의 관심과 지원 등도 수반돼야 한다고 덧붙였다. <조인경 기자>

소형 2차전지 가격 비교



자료) Institute of Information Technology

<Chemical Journal 2003/08/28>

Copyright ⓒ 2003 by CMRI