

PS, 음반시장 온라인 시대 “밉다”

CD·Tape 판매량 대폭감소로 수요 줄어 ... MP3도 판매감소 한몫

PS 생산기업들이 온라인 시장 비중이 확대돼가고 있는 온라인 시장의 변화에 따라 CD·Tape 수요가 급감하면서 울상을 짓고 있다.

CD, Tape 등 영상·음반용 시장은 PS 수요의 10%를 차지하고 있는 것으로 알려져 있는데 오프라인에서의 음반 시장이 위축됨에 따라 수요가 크게 줄어들고 있는 것이다.

한국음반산업협회에 따르면, 2003년 국내 음반 판매량은 1111만장으로 2002년 2038만장에 비해 45% 이상 감소했다.

반면, 온라인 음반시장은 2001년 450억원에서 2002년 911억원, 2003년 1174억원으로 매년 크게 증가하고 있다.

음반 판매량의 감소는 온라인으로의 변화 이외에도 MP3 등의 디지털미디어 기기 보급의 확대 등 음반 시장의 주류 매체가 변화하는 데 따른 것도 영향을 주고 있다.

PS 생산기업 관계자는 “음반 시장이 대폭 감소하고 캠코더 및 비디오 Tape 시장에서도 DVD의 보급과 디지털 캠코더의 보급으로 음반용 PS 시장은 설 자리가 없다”라고 밝혀 음반시장에서 수요가 급감하고 있음을 대변했다.

음반시장의 위축이 일시적인 상황이 아닌 시장의 패러다임의 변화에 따라 수요가 완전히 사라져 간다는 데 문제의 심각성이 있는 것이다.

따라서 음반용 그레이트 제품을 많이 생산했던 기업들은 신규 수요 창출이 가장 중요한 것으로 평가하면서 당분간은 수출량을 늘려 국내수요를 보충하겠다는 입장이다.

국내 가전 시장의 고급화와 잦은 가격변동으로 PP와 ABS 사이에서 협공을 당하고 있는 PS 생산기업들이 음반시장까지 위축돼 더욱 어려운 상황을 맞고 있다. <한기석 기자>

<Chemical Journal 2004/03/18>