

LCD, 6세대 라인 “속도 붙었다”

중대형 LCD TV 대중화 앞당겨 … 삼성-LG 시장다툼 본격화

LG필립스LCD가 구미 6세대 라인의 양산을 본격화한 것을 계기로 LCD TV의 보급에 속도가 붙을 전망이다.

특히, 6세대 라인의 주력 제품이 30인치대 제품임을 감안하면 30인치급 이상의 대형 TV 가격이 낮아지면서 LCD TV의 대중화 시대를 여는데 기폭제가 될 것으로 보인다.

5세대 이후의 라인을 짓고 있거나 건설할 예정인 생산기업은 8사로 이 중 6세대를 뛰어넘어 곧바로 7세대로 들어가는 삼성전자를 제외한 7사가 6세대 라인 규격을 채택했다.

LG필립스LCD의 6세대 라인 가동은 일본 Sharp에 이어 세계에서 2번째로, 타이완의 AU옵트로닉스, CPT, QDI, 한스타 등도 2005년 가동을 목표로 6세대 라인을 건설중이다.

여기에 삼성전자와 Sony가 합작한 충남 당정의 7세대 라인이 2005년 상반기 양산을 시작하고 LG필립스LCD의 파주 7세대 라인도 2006년 가동에 들어가면 30인치대에 이어 40인치대 제품도 대량 공급이 시작된다.

LG필립스LCD는 6세대와 7세대를 모두 갖춘 생산설비의 효율성을 극대화해 32-37-42인치로 이어지는 <플러스 5인치> 제품의 라인업을 통해 시장 표준을 주도한다는 전략이다.

특히, 6세대 라인이 5세대와 비교할 때 30인치 생산성이 3-4배, 20인치 생산성이 2배 높아짐에 따라 대량 생산을 통해 중대형 LCD TV 가격이 상당 폭 떨어지면서 수요가 크게 늘어날 것으로 기대하고 있다.

지금까지는 유리기관 한 장에서 30인치급 LCD를 2-3매 밖에 생산할 수 없는 5세대 라인이 주력이어서 제한적인 공급물량과 높은 가격 때문에 30인치대 제품의 대중화는 사실상 불가능했다.

시장조사기관인 Display Search는 2005년에 28-39인치급 LCD 시장 비중이 전체의 8%로 높아지고 2008년에는 56%에 달하는 등 앞으로 몇년간은 30인치급이 주종을 이룰 것으로 예상하고 있다.

40인치급 시장도 7세대 라인 가동이 본격화되는 2006년 이후에는 전체의 5%를 넘어서면서 본격적인 성장기에 접어들 것으로 내다봤다.

LG필립스LCD는 32인치와 37인치 시장을 선점해 2005년 TV용 TFT-LCD 시장 1위에 올라선 뒤 파주 7세대 가동이 시작되는 2006년부터는 40인치대 공략도 본격화할 계획이다.

삼성전자는 2006년까지 TV용을 비롯한 LCD 전 부문에서 시장점유율 1위를 차지하는 것을 목표로 하고 있으며, 2010년까지 LCD TV 매출 40% 확대를 예상하고 있다.

또 2005년부터는 6세대를 뛰어넘어 7세대 라인 가동을 통해 주력제품인 40인치 시장에 본격적으로 뛰어들 계획이다.

7세대에서 삼성전자는 40인치, LG필립스LCD는 42인치를 주력제품으로 삼을 것으로 알려져 양사의 시장 주도권 경쟁이 어떻게 전개될지도 관심거리이다.

<화학저널 2004/10/15>