

LCD패널, TV 시장 주력 “급부상”

TV용 LCD패널 매출비중 45% … 11%p 상승해 최대 사업부문으로

디지털 TV의 지속적인 가격하락과 독일 월드컵 등으로 인해 디지털 TV에 대한 수요가 급격히 늘면서 LCD TV가 컴퓨터 모니터와 노트북 PC 등을 제치고 LCD패널기업의 주력 사업부문으로 급부상하고 있다.

LG필립스LCD의 2006년 1/4분기 매출실적을 분석한 결과 전체 매출액 2조4710억원 가운데 TV용 LCD패널의 매출 비중이 45%로, 2005년 4/4분기 34%보다 무려 11%p 상승하면서 모니터를 누르고 최대 사업부문으로 부상했다.

TV용 패널의 매출 비중은 2005년 2/4분기 24%에 불과했던 것이 3/4분기 29%, 4/4분기 34%로 늘어난 이후 2006년 1/4분기에는 45%에 달했다.

반면, 2005년 2/4분기 매출 비중이 53%로 절반을 넘는 최대 사업부문이었던 모니터용 LCD패널은 2005년 3/4분기 45%, 4/4분기 38%로 감소한 데 이어 2006년 1/4분기에는 30%로 줄어 TV용 LCD패널 매출이 모니터 용을 최초로 앞질렀다.

삼성전자도 1/4분기 LCD패널 판매량이 1240만대로 2005년 4/4분기 1280만대보다 4% 감소했고 모니터와 노트북용 패널의 판매량도 각각 감소세를 면치 못한 가운데 TV용 패널의 판매량은 큰 변동이 없었고 대형 제품은 오히려 판매량이 급증했다.

삼성전자의 1/4분기 모니터용 LCD패널 판매량은 2005년 4/4분기 610만대에서 2006년 1/4분기 600만대로 감소했고 노트북용 패널도 전분기 470만대에서 430만대로 줄었으나 TV용은 210만대로 전분기 대비 별다른 변동이 없었다.

특히, TV용 제품 가운데 40인치 이상 대형제품의 판매량은 60만대로 전분기보다 무려 20% 급증했다.

1/4분기 패널 판매가격도 모니터가 평균 180달러로 전분기 대비 14% 떨어졌고 노트북도 13% 하락한 140달러를 기록한 반면 TV용 패널은 875달러로 6% 떨어지는데 그쳐 상대적으로 낙폭이 적었다.

이에 따라 삼성전자는 2006년 10인치 이상 대형패널의 시장규모 전망치를 당초 2억5600만대에서 2억6000만대로 400만대를 상향하는 한편 40인치 이상 대형제품의 시장규모도 540만대에서 690만대로 28% 상향 조정하고 매출확대에 주력키로 했다.

시장 관계자는 “디지털TV에 대한 관심과 수요가 늘어나면서 LCD패널의 매출 가운데 TV가 차지하는 비중이 점차 커지고 있다”고 밝혔다. (서울=연합뉴스 김지훈 기자) <저작권(c)연합뉴스-무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2006/04/19>