

삼성, LCD TV 1위 Vizio에 뺏겨

Vizio, 북미시장 판매 점유율 1위 부상 ... 공격적인 저가전략 구사

삼성전자가 북미 시장에서 미국의 무명에 가까운 TV 생산기업에 LCD(Liquid Crystal Display) TV 판매 점유율 1위 자리를 뺏기는 이변이 발생했다.

시장조사기관 디스플레이서치, 아이서플라이에 따르면, 삼성전자는 2007년 2/4분기 북미 LCD TV 시장에서 판매대수 기준으로 미국의 Vizio에 점유율 1위 자리를 내주었다.

디스플레이서치 집계 결과, 2/4분기 삼성전자는 LCD TV 판매 대수를 기준으로 했을 때 53만4100대를 팔아 점유율이 10.7%로 떨어졌지만 Vizio는 60만6400대를 판매해 12.1%로 1위로 올라섰다.

관련기업들은 2006년까지 5-6위권에 불과했던 Vizio가 최근 가파른 상승세를 타고 점유율 1위 자리까지 단숨에 차지한 것을 보고 적잖이 놀라고 있다.

아이서플라이는 “미국 시장에서 가장 싼 가격에 제품을 공급하는 비지오의 공격적인 저가 전략이 미국 시장에서 통하고 있다”고 평가했다.

32인치 LCD TV는 대형 유통체인점인 베스트 바이에서는 700달러 선에 판매되고 있지만 Vizio는 600달러와 650달러에 내놓는 것으로 알려졌다.

Vizio가 과감한 아웃소싱을 통해 TV 생산을 아시아 하청기업에 맡기고 마케팅 비용을 최소화하는 등 불필요한 지출을 줄이고 개발 비용이 적은 저가 제품 위주로 승부를 건 것이 주효했다는 분석이다.

Vizio가 단순히 많이 팔았다는 것이 아니라는 점에서 문제는 더 심각하다. 매출액 기준 점유율에서도 Vizio는 삼성전자를 턱밑까지 추격했다.

매출액 기준으로 했을 때 Vizio는 6억720만달러로 13.1%의 점유율을 기록했고 6억1860만달러 상당의 제품을 팔아 13.3%의 점유율을 기록한 1위 삼성전자를 바짝 쫓고 있다.

삼성전자는 북미 LCD TV 시장에서 수량 기준 10% 초반대, 매출액 기준 10% 중후반대 점유율을 유지하고 있는 반면, Vizio는 불과 1년 전만 해도 점유율이 4-6%대에 머물렀지만 최근 급격히 점유율을 확대하며 무서운 성장세를 보이고 있다.

이에 따라 삼성전자를 포함한 Sony, Sharp 등 메이저 기업들이 북미 시장에서 Vizio의 추격을 뿌리치기 위해 어떤 전략을 구사할지 주목된다.

북미 시장은 세계 디지털TV 시장의 성패를 좌우하는 가장 중요한 시장이어서 삼성과 Sony, Panasonic 등 메이저들이 격렬히 경쟁하는 전쟁터나 다름없는 곳이다.

관련기업 관계자는 “Vizio가 무리한 저가 전략으로 시장 점유율을 급격히 넓히고 있지만 이익은 크게 내지 못해 영업이익률 등을 보면 여전히 메이저를 따라잡지 못하고 있다”며 “3/4분기에는 어떻게 될지 지켜봐야 할 것 같다”고 밝혔다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재 · 재배포 금지>

<화학저널 2007/08/22>