

삼성전자, 중국 LCD 점유율 확대

2/4분기 6%p 올라 24% ... LG디스플레이는 중국에 8세대 설비투자

중국의 LCD(Liquid Crystal Display) TV 패널 시장에서 국내기업들이 타이완기업들을 바짝 추격하며 한판 대결돌을 예고하고 있다.

10월4일 시장조사기관 Display Search에 따르면, 2009년 2/4분기 중국 LCD TV 패널 시장에서 타이완 메이저 3곳(CMO, AUO, CPT)의 점유율 합계는 47%로 1/4분기 수준을 나타냈다.

타이완기업들은 가전제품을 사면 보조금을 주는 중국 정부의 가전하향책에 편승해 북미에 버금가는 대형 LCD 시장으로 떠오른 중국에서 점유율을 높이는데 주력해왔다.

그럼에도 불구하고 최대 메이저 CMO의 점유율은 1/4분기 40%에서 2분기에는 31%로 오히려 떨어졌고, CPT도 5%의 점유율을 유지하는데 그쳤으며 AUO만이 유일하게 2/4분기에 15%로 향상됐다.

반면, 삼성전자는 2/4분기 들어 전기대비 6%p 오른 24%를 기록했다. LG디스플레이는 21%에서 18%로 떨어졌지만, 삼성전자의 선전에 힘입어 한국을 대표하는 양사의 중국시장 점유율 합계는 42%로, 2%p 올랐다.

이에 따라 타이완기업과의 격차는 5%p로 줄어들었다.

일본 Sharp와 IPS-Alpha의 점유율은 각각 3%, 1%에 그쳤고, 중국기업 BOE와 SVA-NEC는 각각 2%, 1%의 점유율을 보였다.

전문가들은 당분간 중국 LCD 패널 시장에서 한국과 타이완의 양강구도가 지속될 것으로 예상하고 있다.

일본기업들은 자사 물량 외에 충분한 양의 패널을 내놓을 만큼 규모를 키우지 못했고, 중국기업들은 아직 6세대 이상의 패널을 만들 시설을 갖추지 못했기 때문이다.

반면, LG디스플레이는 이미 중국에 8세대 설비 투자를 결정했고, 삼성전자도 8세대 투자를 저울질하고 있다.

시장 관계자는 “중국시장에서 프리미엄 TV 수요가 증가하면 패널 기술력을 확보한 기업들이 유리할 것으로 본다”고 말했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2009/10/05>