

LCD, 차이완 반격에 삼성·LG “떨떨”

타이완·중국산 중국시장 점유율 60% 육박 ... 삼성·LG는 35%로 축소

타이완의 LCD(Liquid Crystal Display) 패널과 중국의 TV 제조능력이 결합하는 차이완(중국+타이완) LCD 연합세력이 한층 공고해지고 있다.

삼성전자와 LG디스플레이가 최대 소비시장인 중국의 TV용 LCD 시장에서는 점유율이 30%대 전반까지 밀려난 반면, 타이완과 중국기업의 점유율은 60%에 육박하고 있다.

12월13일 전자업계와 디스플레이서치에 따르면, 중국 8대 TV 제조기업의 TV용 LCD 패널에서 삼성전자와 LG디스플레이 제품이 차지하는 비중은 3/4분기 34.4%였다.

2008년 1/4분기만 해도 46.2%였던 LG와 삼성의 공급비중은 3/4분기 33.4%까지 수직 급락한 후 2009년 1/4분기 다시 39.9%까지 반짝 상승했으나 2/4분기 36.9%로 다시 하락해 3/4분기에는 35% 이하로 추락했다.

반면, 2008년 1/4분기 35.6%였던 타이완기업들의 공급비중은 2009년 3/4분기 50%를 돌파한 것으로 나타났다.

특히, 아직 공급비중이 크지 않은 중국산을 합치면 현지 8대 TV 제조기업이 사용하는 타이완·중국산 LCD 패널의 비율은 3/4분기 58.6%에 이르고 있다.

중국기업들 사이에서 “될 수 있으면 타이완산을 쓰자”는 움직임이 갈수록 강해지고 있기 때문에 삼성과 LG도 중국시장 공략을 위한 고삐를 죄고 있다.

삼성전자 관계자는 “적극적 마케팅으로 점유율이 다소 늘었지만 2010년에는 시장공략을 더 강화해 한층 점유율을 높여나갈 것”이라고 밝혔다.

LG디스플레이 관계자도 “물량부족으로 고부가가치제품 위주로 마케팅을 하면서 점유율이 하락했지만 2010년 하반기부터 파주 8세대 라인의 생산이 본격화하는 대로 중국시장에서 적극적으로 점유율 회복에 나설 방침”이라고 전했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2009/12/14>