

중국, 일본산 TV 구매 안한다!

창웨이 · TCL이 Sharp · Sony 밀어내 ... 엔화 강세에 기술력 향상

2012년 들어 중국 TV 시장에서 일본기업들의 판매량이 급감한 반면, 중국기업들의 선전이 두드러진 것으로 나타났다.

중국 남방도시보(南方都市报)에 따르면, 샤프(Sharp)는 2012년 1-7월 중국 시장에서의 TV 판매량이 2011년에 비해 39.3% 감소했다.

국내외 시장에서 고전하고 있는 샤프는 최근 전체 임직원 연봉을 삭감하기로 결정하고 5000명 감원 계획을 발표하기도 했다.

중국의 대형 가전 판매기업인 귀메이(Guomei)가 8월 광저우(Guangzhou) 지역 TV 판매량을 조사한 결과에서는 삼성이 전년동기대비 30% 증가했고 소니(Sony)는 2011년과 비슷한 수준을 유지한 것으로 나타났다.

그러나 파나소닉(Panasonic)과 도시바(Toshiba)는 판매량 감소폭이 각각 50%에 육박하는 것으로 집계됐다.

반면, TCL, 창웨이(Chuangwei) 등 중국기업들의 TV 판매량은 20% 가량 증가해 컬러TV 판매 순위가 과거의 <삼성-샤프-소니>에서 <삼성-창웨이-TCL> 순으로 재편됐다.

중국 가전기업 관계자들은 엔화 강세로 일본제품의 가격경쟁력이 떨어지고, 중국기업들이 LED(Light Emitting Diode), 3D, 스마트 TV 분야에서 이미 상당한 기술력을 확보해 일본기업들을 밀어내고 시장점유율을 높여가는 것으로 판단했다.

창웨이 관계자는 “예전에는 대형 디스플레이 시장이 삼성과 샤프의 천하였지만 이제는 중국기업들도 속속 진출하고 있다”며 “국경절 연휴를 겨냥해 84인치 LED TV를 출시할 계획”이라고 밝혔다.

중국 가전기업들이 훨씬 저렴한 가격에 비슷한 성능과 디자인을 갖춘 TV를 잇따라 출시하면서 일본기업들의 어려움이 지속되고 있는 것으로 판단된다.

중국 시장에서 소니의 42인치 LED TV 최저가격은 4300위안(약 77만원)이지만 창웨이는 같은 치수의 TV를 3000위안(약 54만원)에 판매하고 있다.

중국 가전기업 관계자는 “중국산 TV의 기능이 다양해지고 성능이 개선되면서 국내 소비자들로부터 점차 인정을 받고 있다”며 “소니, 샤프 등 일본제품은 대부분이 중국에서 생산되는 것이고 사용되는 부품도 같기 때문에 소비자들이 심리적으로 일본제품과 국산의 차이를 느끼지 못하고 있다”고 밝혔다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재 · 재배포 금지>

<화학저널 2012/09/13>