

보일러 업계 - 올겨울 보일러시장

'라니냐' 기습한파 성장 기대



IMF 지원체제 이후, 전 업종에 불어닥친 불황의 여파가 가스기기업계 역시 비껴가지 않고 있다. 이에 따라 가스보일러와 가정용 가스 연소기로 대변되는 가스기기 산업 역시 전년 대비 생산 및 판매감소 모두 불가피한 것으로 전망되고 있다. 각 기기 업체별 입장과 하반기 마케팅 및 영업전략에 대해 들어보았다.

〈편집자 주〉

건설 경기의 위축으로 신규 수요가 대폭 감소하고, 개인 소비층의 구매 심리까지 위축되면서 가스보일러와 가정용 연소기 시장이 적잖은 타격을 입었다. '고쳐 쓰려는 심리'가 확산되고, 건설 경기의 침체와 '전세대란'까지 겹치면서 업계로서는 최악의 상황을 맞았다.

과거 패턴에 비춰 '하반기에는 다소 나아지지 않겠냐'는 기대심리를 내비치기도 하지만, 실물 경제가 워낙 바닥을 기고 있어 그야말로 '기대' 자체에 그칠 공산이 크다는 견해가 지배적이다. 결국 자금력이 있거나 브랜드 인지도가 높은 몇몇 업체만이 살아 남는 최악의 상황도 배제할 수 없다는 게 대다수 관계자들의 공통된 의견이다.

■ 가스보일러, '라니냐'에 희망

가스보일러 업계는 건설사의 부도로 직접적인

손해도 이만저만이 아니었으며, 일부 업체들은 이러한 여파로 부도를 내기도 했다. 대원보일러는 부도 이후, 채권단 배려로 한숨 돌리기는 했으나 직원수가 50명 선으로 줄어들었고, 가스보일러 생산량도 월 50~1백대에 그치고 있는 것으로 알려지고 있다. 내부적으로 내년 초쯤 정상화를 점치기도 하나, 현재로는 '희망사항'에 그칠 수 밖에 없을 것으로 보인다. 쉐웨이도 화의신청이 받아들여졌지만 역시 앞날은 험난할 것으로 예상되고 있다.

상반기 최악의 혼란에도 불구하고, 전반적인 시장 전망에 대해선 다소 엇갈리는 주장이 제기되고 있다. 하나는 수요가 전년 대비 '10%이상 줄어들 것'이라는 일반적인 비관론, 또 하나는 가스 사용층의 꾸준한 증가와 '라니냐'의 기습 한파로 올해까지는 그래도 '성장할 수 있을 것'이라는 낙관론.

한 관계자는 “라니나의 기습으로 유난히 춥고 긴 겨울이 될 것”이라며 “이로 인해 의외의 성장도 예상된다”는 낙관론을 피력했다. 올해까지는 그나마 괜찮은 편이고 오히려 최악의 시기는 2~3년 후가 될 것이라는 주장이다.

그러나 현재로서는 감소를 점치는 쪽이고 다소 우세하다.

업계에서 보는 지난해 전체 가스보일러 시장은 70~80만대 수준이며 올해는 이보다 다소 줄어든 65만대 규모. 지난해 A사

가 자체 분석한 97년 자료에 따르면 린나이(25만대)와 귀뚜라미(18만대)가 선두권을 형성한 것으로 분석됐고, 이어 경동(12만대), 롯데기공(8만대), 대성(7만2천대), 대우(6만2천대)순 이었던 것으로 나타났다.

올해도 전반적인 구도는 전년과 비슷할 것으로 예상되고 있으나 판매량은 업체별로 전년과 비슷하거나 줄 것으로 보인다. B사가 자체 분석한 지난 7월까지의 집계를 보면 린나이가 11만대로 역시 선두를 달린 것으로 나타났다.

이어 귀뚜라미 8만1천대, 대성셀틱과 경동보일러가 비슷한 수준으로 5만5천대였던 것으로 조사됐다.

그러나 업체 한 관계자는 “이제는 판매 수량이나 점유율이 무의미해졌다”며 “많이 파는 것이 문제가 아니라 최소 투자로 이윤을 내는 것이 중요하다”고 강조하고 있다.

회사가 ‘망하느냐 흥하느냐’의 기로에서 ‘안정’이 우선이며 손해를 감수한 점유율 경쟁은 무의미하다는 지적이다.

■ 단출한 경쟁구도로 변모

가정용 연소기 시장에서는 가스레인지는 린나이가, 오븐레인지 시장에서는 동양매직이 각 각 독주체제를 굳히고 있다.

오븐레인지 시장에서는 이미, 대우가 시장에서

자취를 감추었고, 삼성도 지난해 말 오븐시장을 포기함에 따라 동양매직, 린나이, LG전자 등 단출한 경쟁 구도로 바뀌었다.

가스레인지도 대우가 빠지고, 삼성 역시 가스레인지 사업에 크게 신경 쓰지 않는 눈치여서 역시 오븐레인지 시장과 비슷한 시장 구도로 가는 형국. 가스오븐레인지는 전년 대비 20~25%정도의 감소가 예상된다. 이에 따라 전년 17만대 규모에

서 13만대 규모로 줄어든 것이라는 의견이 지배적이다.

C사의 자

체 분석을 예로 들 경우 지난해 각사의 시장점유율은 동양매직이 56%, 린나이 15%, LG전자 11% 순이었던 것으로 조사됐다.

그러나 올 들어 LG전자가 ‘쁘레오’를 앞세워 적극적인 마케팅을 구사, 상당한 실지를 확보해 나가고 있는 것으로 알려지고 있다. LG측 한 관계자는 “지난 8월 중 전체 수요 9천여대 중 3천여대를 팔아, 30%의 점유율을 기록했다”고 말했다. 이에 따라 올 목표인 25%도 무난할 것이라는 게 관계자의 부연.

가스레인지는 전년 대비 30% 이상 줄어든 것으로 보고 있다. LG측에서는 전년 시장을 180만대 수준으로 보고 올해는 110만~120만대 수준에 머물 것으로 내다봤다.

동양매직도 160만대 규모에서 올해 140만대 이하로 감소할 것으로 분석, 대체로 30% 이상 감소할 것이란 의견에 동의했다.

업체별로는 린나이가 40% 이상 점유율을 확보, 변함없는 선두를 유지할 것으로 보인다.

이어 동양, LG, 삼성순으로 전반적인 기존 구도에는 변함이 없으며, 대우는 엔케이의 부도로 가스레인지 시장에서 물러나게 됐다.

D사가 자체 분석한 자료에 의하면 지난해 린나이가 45%, 동양매직이 20%, 이어 LG(18%), 삼성(15%) 순으로 시장을 나눠 가졌었고, 올해도 비슷한 양상을 띠 것으로 전망했다.

향후 2~3년 최악 전망 점유율 경쟁 무의미, 안정 최우선

안정된 재무구조, 다소 느긋-

대부분의 관련사들이 전년 대비 10% 전후의 감소를 점친데 비해 귀뚜라미측 한 관계자는 '비슷하거나 성장할 것'이란 전망치를 내놓았다. 이같은 결론에 대해 가스 배관공사 시장이 꾸준히 확대되고, 이와 함께 가스 소비량 또한 점차 증가하고 있음을 이유로 꼽았다.

일부 업체들이 자금난으로 어려움을 겪는데 비해, 탄탄한 재무구조와 인지도를 바탕으로 다소 느긋한 입장이다.

지난해 실적에 대해선 '20만대 팔았다'고 밝혔고, 올해 목표 및 예상에 대해선 '전년에 비해 성장할 것임에 틀림없다'고만 말해 구체적인 수치 제시를 꺼렸다.

하반기 영업 전략에 대해서도 '건설 수요보다는 개인 수요자를 대상으로 한 마케팅에 주

력할 방침'이라고만 밝혀 구체적인 언급을 회피했다.

전국 2백80여개 대리점을 통한 철저한 사후 관리 등 소비자 우선주의 마케팅을 펼친다는 것이 귀뚜라미 측이 밝힌 전략이다.

수출이 있어선 그동안 타사에 비해 먼저 뛰어들었고, 앞서가고 있다고 판단, 장기적으로는 적당히 기대하고 있음을 내비쳤다.

귀뚜라미는 그동안 완성품 및 부품을 중심으로 일찌감치 해외로 눈을 돌렸고, 아직까지 실적은 미미했지만, 최근 중국, 러시아, 유럽 등을 중심으로 구체화 되고 있는 것으로 알려지고 있어 내년 이후 가시적인 성과가 예견되고 있다.

내수, 수출 - 두마리 토끼 공략

과거 40%이상의 시장 점유율을 기록하기도 했던 롯데기공은 근래까지 10%미만의 점유율로 급락하며, 많은 어려움을 겪어 왔었다.

올 들어 절치부심 '권토중래'를 꿈꾸며 상위권 탈환에 본격적인 시동을 걸었으나 적잖은 시일이 걸릴 것으로 보인다.

지난해 롯데기공은 8만대 판매한 것으로 알려지고 있으며, 올해는 9만5천에서 10만대 수준으로 상향조정한 상태. 목표달성이 무난할 것이란 게 롯데기공측 설명이다.

그동안 건설부문 비중이 컸던 롯데기공 입장에서 마케팅 전략이나 공략 목표에도 변화가 예상된다. 이러한 방향에 대해 롯데기공측에선 분명한 입장을 밝히기 꺼려하지만 건설경기가 최악의 상황으로 치달은 데다 당분간

회복 기미도 찾을 수 없는 상황에서 전략적 변화가 불가피할 듯 하다.

이에 따라 그동안 전국에 흩어져 있는 대리점을 중심으로 개인 수요층을 집중 공략하는 한편, 수출 노선도 활발히 모색중인 것으로 알려지고 있다.

최근 중국에 6백대의 가스보일러를 수출한 것을 시작으로 영국, 뉴질랜드, 우루과이, 칠레, 호주 등과도 접촉이 진행중인 것으로 전해지고 있다.

어려운 시국에도 불구하고, 안정된 자금력과 '롯데'라는 이미지를 바탕으로 목표치는 무난히 달성할 것이란 다소 낙관적인 입장을 견지하고 있다.

내실 기어며 콘텐츠로 승부

지난해 12만대를 판매했으며, 올해 역시 전년과 비슷한 수준의 판매 대수를 기록할 수 있을 것으로 보인다.

연초 15만대를 목표로 했으나 극심한 경기 침체로 다른 업체들과 마찬가지로 하향조정이 불가피했다.

지난 7월까지의 판매량은 5만8천대 수준. 전체 내수 규모는 전년 대비 5~8%정도 감소할 것으로 예상, 비교적 다른 가스기기에 비해선 하락폭이 적을 것으로 내다봤다.

수출은 지난해 1만3천대 정도를 기록했으며, 올해 역시 전년과 비슷하거나 약간 줄어든 것으로 전망하고 있다.

그동안 건설 부분의 비중이 45% 정도로 비교적 높은 편이었으나 올 들어 개인 수요층

공략을 위한 대비책 마련이 분주하다.

이를 위해 기존 본사, 대리점, 업자, 소비자 순으로 전달되던 유통 체계를 되도록 단순화하는 방향으로 가닥을 잡는 중.

기름 보일러에 비해 상대적으로 비중이 작았던 가스 보일러에 영업력을 집중시킬 방침이다.

상반기 유가인상에 따른 반사작용과 가스라인의 보급 등에 힘입어 가스 보일러의 수요가 늘 것으로 예상하고 있다.

지난해 34만대의 기름 보일러를 판매, 가스 보일러 보다 3배 가까운 비율을 차지해 왔다. 제품별로는 고급 기종인 콘텐츠 보일러에 기대를 걸고 있다.

감각적 디자인으로 점진적 공략

가스오븐레인지 시장에서만큼은 리더메이커로서의 입지를 확고히 하고 있다. 지난해 17만대로 추정되는 가스오븐시장에서 9만대를 팔아 50%이상의 시장 점유율을 기록한 것으로 분석하고 있다. 올해는 7만5천대 정도로 다소 줄 것으로 예상하고 있고 전체수요도 13만대 정도로 전년 대비 25% 가량 감소할 것으로 보고 있다. 수출은 아직 미미한 수준으로 중국이나 우즈벡 등을 대상으로 2~3천대 수준에 이를 듯. 동양매직 역시 하반기에 기대를 걸고 있다. 마케팅 전략에 큰 변화는 없으나 기존 '요리교실'을 꾸준히 진행시키는 한편, 전국 230여개의 대리점망을 중심으로 적극적인 영업을 펼친다는 계획. 제품에서는 각 사 제품의 기능들이 어느 정도 한계에 이르렀다

고 판단, 감각적인 디자인과 컬러로 승부할 예정. 가스레인지에서 지난해 전체 시장을 1백60~1백70만대 규모로 보고 20%의 점유율을 기록한 것으로 분석하고 있다.

올해도 점유율에서는 크게 변동이 없을 것으로 점치고 있지만, 전체 수요가 전년에 비해 30%정도 감소할 것으로 예상. 판매량은 다소 줄 것으로 예상하고 있다. 가스보일러는 지난해 본격적으로 뛰어난 이후, 그동안 별다른 재미를 보지 못한 채 월 수백대 수준에 그쳤다. 그러나 어려운 국내 경제 사정에도 불구하고, 다른 가스기기에 비해 불황에 둔감한 것으로 분석, 올부터 적극적인 마케팅으로 전략을 수정했다. 지난달엔 지방을 돌며 제품 설명회를 갖기도 했다.

A/S로 승부, 판매율 신장 낙관

지난해 8만대를 판매 105%의 시장 점유율을 기록한 것으로 자체 분석하고 있다.

올해는 10만대로 늘려 잡고 있으며 전체 시장이 지난해 75만대 수준에서 올해 65만대 수준으로 줄어들 것을 감안, 시장점유율은 다소 올라 갈 것으로 전망하고 있다.

지난해 마무리한 구조조정 작업이 올 들어 위력을 발휘, 국가적으로 휘몰아치고 있는 IMF여파에 크게 구애받지 않고 꾸준한 신장세를 유지하고 있다.

더구나 현대정공이 코롱엔지니어링으로부터 납품받던 '하이맥스'를 대성셀틱 제품으로 대체, 지난달부터 납품이 시작됨에 따라 연 1만4천대의 추가 수요까지 발생했다.

대성은 그동안 6:4정도로 개인 구매층보다 건설 분야에 납품 비중이 컸었는데, 지난 하

반기부터 이를 수정, 개인 소비자들을 대상으로 마케팅 전략을 수립했다.

이에 대해 한 관계자는 "일찌감치 건설경기에 대한 불안을 간파하고 지난해 하반기부터 개인 구매층으로 타깃을 수정했다"며 "이미 지난해 건설업체들의 부도가 심각한 상황에 이르렀다고 판단했었다"고 밝혔다.

결국 시장 점유율을 높이기 위한 '무리수' 보다는 내실을 기하는 쪽으로 전략을 수정했다. 하반기에는 그동안 추진해 왔던 사후 관리에 많은 비중을 둔다는 방침.

맞벌이 부부를 위해 'A/S 예약제' 등을 이미 이달 초부터 실행에 들어갔으며, 전국 1백55개 대리점을 네트워크화, A/S가 이뤄진 가정에 대해 본사에서 다시 전화를 걸어, 이상이 없는지 재차 점검하고 있다.

"안전성, 효율성 그리고 사용의 편리성 등을 강점으로 꼽고 있습니다. 온수사용량, 외부기 온 등에 따라 필요한 열량만큼 가스가 사용되는 비례제어기능을 비롯해 42가지 각종 안전장치가 내장되어 있습니다."

대성셀틱 배남규 대표이사는 대성 '스파골드'가 폐가스를 차단시켜 주고 수압이나 과열 등 가스사고를 미연에 방지할 수 있도록 다양한 안전장치를 갖추고 있다고 말한다.

대성 스파골드는 반영구적 재질인 순도 99.99% 이상의 구리관을 TIG 용접, 표면을 특수세라믹 코팅한 난방열교환기를 채택하고 있다.

그동안 많은 수량이 보급됐으나 백화현상이 없었고 슬롯트 염공방식으로 양쪽 보조염공이 주화염을 보호, 부드럽게 불꽃을 전이시켜 준다.

이에 따라 착화시에도 소음이 거의 없으며 좌우 중앙 교대로 고르게 혼합가스를 분사, 연소효율을 높여준다.

이밖에 풍부한 온수와 온수 온도에 따라 출력이 비례제어 돼 일정한 온도의 온수를 풍부하게 사용할 수 있다. 이에 따라 외출이나 맞벌이 부부, 노약자나 아이들만 있을 때에도 안심하고 손쉽게 사용할 수 있다. 디자인도 슬림화시켜 실내외 어느 곳에서나 공간 활용은 물론 산뜻한 현대감각의 분위기를 살릴 수 있다.

"자가진단기능을 비롯해 15가지 자가고장진단기능이 내장되어 실내에서도 이상유무를 쉽게 확인, 신속하게 대처할 수 있습니다. 소음도 적어 바로 곁에서도 수면을 방해받지 않을 만큼 조용한 실내 분위기를 연출할 수 있습니다."

세계화 전략 - 보일러에도 집콕

그룹차원에서 이뤄지고 있는 '세계화 전략'이 가스보일러 사업부문에 그대로 적용되고 있다.

지난해 내수에서 6만2천대를 팔아 6대 가스보일러 업체중 하위권을 면치 못했지만, 나름대로 자신감을 내비치고 있는 것은 바로 '세계화 전략' 때문이다.

특히 지난 8월 초 4백대의 가스보일러를 중국으로 수출한 것은 대우 입장에서 매우 고무적인 일로 평가하고 있다.

지난해부터 중국시장 공략을 꾸준히 모색해 왔던 대우는 최근 1백여개 산하 대리점을 갖춘 중국내 총대리점을 확보, 중국 진출을 위한 교두보를 확보했다.

이밖에 세계 각지에 확보된 해외전략을 구사할 방침인데, 영국, 러시아, 벨기에, 네델란

드 등이 대표적인 나라.

대우 이미지가 외국에서 매우 우호적인 만큼 내수시장에서 고전했던 것과 달리 장기적으로 적잖은 성과를 거둘 수 있을 것으로 분석하고 있다. 내수시장에서는 전년 대비 30% 성장을 목표로 하고 있다.

건설 경기 침체로 다소의 여파가 예상되지만 대우는 오히려 '전화위복'의 계기가 될 수 있다는 자체 분석을 내렸다.

몇몇 보일러 업체들이 쓰러짐에 따라 일부 건설사들이 보일러 수급에 애를 먹었던 경우를 들어 안정적인 재무구조의 자사 제품을 선호할 것으로 분석하고 있다.

한편, 가정용 연소기 사업은 OEM으로 제품을 납품하던 업체가 부도가 남에 따라 사업을 포기하는 방향으로 결론이 내려졌다.

“지난달 과학기술부 제정 국산신기술 인정마크(KT) 획득을 계기로 기술적으로 크게 인정받았다고 생각합니다.

이번에 인정받은 기술은 '적외선 센서 및 양방향 펌프를 이용한 가스보일러 제어시스템'으로 이미 대우 전 가스보일러에 적용중입니다.”

대우전자 이종천(가스보일러 영업팀)부장은 대우 가스보일러가 기존 불꽃 감지 장치인 프레임 로드 대신 첨단 소자인 적외선 센서를 이용, 불완전 연소로 인한 자외선의 방출량을 감지, 회전수를 증가시킬 수 있도록 설계됐다고 말한다.

대우 가스보일러는 기존 보일러의 순환 펌프와 삼방변의 기능을 통합한 양방향 펌프를 개발, 적용함으로써 내부 구조를 혁신적으로 단순화시켰다.

이로 인해 고장 및 누수 요인을 원천적으로 줄였다. 또한 주철 대신 고강도 엔지니어링 플라스틱을 채용, 하우징 부식에 의한 보일러의 각종 고장 및 열효율 저하를 근본적으로 막을 수 있도록 설계됐다.

“대우 가스보일러는 온수의 온도와 양이 일정하다는 강점을 갖고 있습니다. 온수를 잠그었다 다시 틀어도 온수가 즉시 나오고 비례제어 방식을 채택 일정 온도의 온수를 공급받을 수 있습니다.

또 병렬식 온수열교환기를 채택, 저수압 지역에서도 온수를 마음껏 쓸 수 있습니다.” 이종천 부장은 대우 가스보일러가 만족스런 온수 기능과 자연분젠식 연소 시스템을 적용, 소음을 대폭 줄였고, 3단 온수온도 기능, 자동물 보충 기능, 급기구의 좌우 선택기능 등을 갖추고 있다고 말했다.