

2. 심야전기보일러 시장 전망과 구매력



심야전기보일러 “이젠 사후관리다”

**‘반짝수요’ 넘어 하향안정...
올해 2만대 수준 유지
경제성, 안전성 등 탁월 구매력
여전히 높아
경쟁력 제고위해 한전,
사후관리기관, 제조업체 뭉쳐야**

일반 전기요금의 4분의 1 수준.

IMF 체제속에서 소비자들의 관심과 선택이 심야전기보일러로 몰린 가장 큰 이유였다.

일반 전기요금에 비해서도 훨씬 저렴해 기름 및 가스난방의 경우보다 월등한 경제성을 지닌 심야전기보일러는 이렇게 소비자들의 인식에 자리잡기 시작했다.

전후 경제사정이 지난해보다 다소 안정돼가고 있는 올해도 심야전기보일러는 꾸준히 구매력을

보이고 있다.

다만 지난해 27개사로 마감됐던 한전협약업체가 올해 32개사로 늘어나면서 업체간 시장분점이 더욱 치열해지는 국면을 맞고 있어 이에따른 우려가 다소 불거져나오고 있는 상태다.

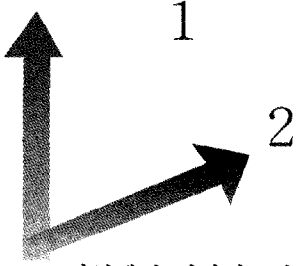
또 지난해 3백50~4백만원선에서 형성되던 가격대가 올해들어서는 2백~2백50만원까지 낮아졌다. 시장에서의 가격경쟁이 지난해보다 더 치열해진 반증이다.

업체별로 다소 가격차이는 보이고 있지만 일부 업체들은 원가를 감안해 3백만원선의 가격대를 유지하고 있기도 하다.

이러한 여건의 변화에도 불구하고 한전 및 제조업체들의 의견을 종합하면 시장은 지난해와 비슷한 양상을 띄고 있으나 협약업체가 늘어난 만큼의 시장분할이 이뤄져 각 업체별로는 지난해에 못 미치는 매출을 보이고 있는 것으로 나타나고 있다.

올 심야전기보일러 시장에 대해서는 2만대를

12 축설식 전기보일러 시장



2심야전기보일러

시장 전망과 구매력

상회했던 지난해보다는 물량면에서 약간 감소한 하향안정국면이 될 것이라는 전망이 지배적이다.

올 상반기를 마감하면서 제조업체들이 느낀 체감시장수요도 폭발적으로 늘어나던 지난해 수준을 밀도는 것으로 나타나고 있다.

그러나 여전히 높은 구매력을 잃지 않고 있다는 것이 관련업계의 한결같은 얘기다. 일부 관계자들은 심야전기보일러의 시장성을 더욱 확대 해석해 무궁무진한 시장수요를 창출할 수 있으리라는 낙관적 시장전망을 피력하기도 한다.

한편 올 하반기를 준비하는 각 업체들의 움직임에서도 지난해와 같은 수준의 시장수요는 존재할 것이라는 제조업체들의 분석이 간접 드러난다.

각 제조사들이 신제품 출시 및 사후관리 강화 등으로 이제 심야전기보일러의 개념에 대해 인식의 틀을 잡아가고 있는 소비자들의 관심에 적극 부응할 태세를 서두르고 있기 때문이다.

지난해 심야전기보일러가 소비자들의 폭발적 관심을 유발했던 가장 큰 요인은 저렴한 연료비였다. 외환위기로 인해 고유가 기조가 형성되면서 IMF로 궁핍해진 가정경제의 가장 큰 부담중의 하나인 동절기 연료비 부담을 해소해 줄 수 있는 효과적인 대체품으로 인식돼 심야전기보일러는 유례없이 선풍적 인기몰이를 할 수 있었다.

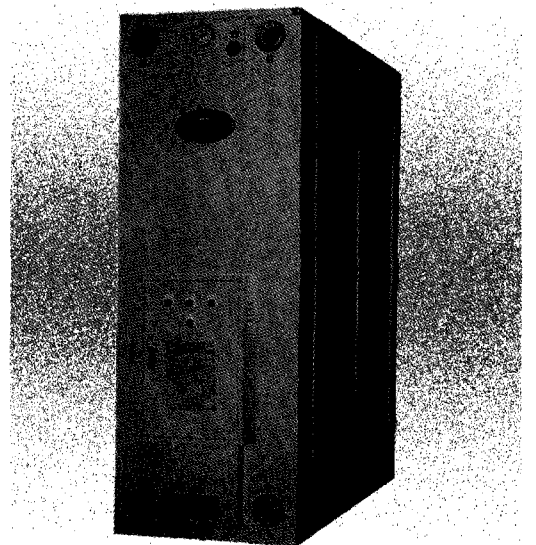
그러나 시장경쟁에서 시장은 한 주체로서 정확한 진단 및 평가를 수행하는 기능을 하기도 한다. 겨울철 난방기기의 고장은 사용자의 입장에서서는 춘각을 다투는 사안이며 기존 기름·가스보일러사들의 철저한 A/S에 익숙한 소비자들은 지연되기 일쑤고 어떤 경우에는 아예 A/S 주체가 불분명해 추운 겨울날을 난방기기 없이

버텸야 하는 경우가 증폭됐던 것도 이러한 이유에서였다.

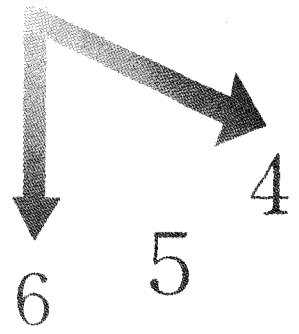
가장 큰 매력이었던 값싼 연료비라는 당근보다는 다소 부담이 되더라도 안전하게 겨울을 날 수 있는 방법을 선택할 수밖에 없는 상황을 심야전기보일러 제조사들이 불을 보듯 뻔한 결과를 만들고 있었던 것. 그러나 지난 겨울을 지나면서 제조업체들이 시장안정을 위해서는 고객지향적인 철저한 사후관리가 무엇보다 중요한 요소임을 깨닫게 된 사실을 향후 시장성숙을 위한 제조사의 노력이 어떤 방향으로 전개돼야 하는지를 명확히 인식케 했다.

심야전기보일러는 월등한 경제성이라는 확보 부동한 장점 이외도 안전성면에서도 다른 난방기기보다 월등하다.

지난해 겨울 발생했던 심야전기보일러의 폭발 파열 등 몇몇 사고의 원인을 보면 설치·시공업자들의 무책임하고 무원칙적인 용량확대 등 부



2심야전기보일러 시장 전망과 구매력



실시공이 주원인이었다.

제조업체들이 정해진 규격대로 제작하고 설치·시공업자가 규정에 입각한 시공을 한다면 안전성은 어떤 난방기기보다 높게 담보될 수 있는 것이 심야전기보일러이다.

또 연소개념이 없기 때문에 어떤 난방기기보다 쾌적한 난방을 가능케하고 사용치 않으면 낭비되고 말 심야전기를 활용하므로 국가 에너지 경제에도 일조하는 일이다.

이렇듯 뛰어난 구매력을 지닌 심야전기보일러의 시장경쟁력은 한전 사후관리기관 제조업체 등 이해당사자들의 철저한 노력이 병행된다면 반짝수요의 수준을 넘어 당당하게 일정한 비중을 점하는 난방기기로 각인 될 수 있을 것이다.

고의 A/S 뿐만아니라 제품 공급에도 최선을 다하고 있다.

(주)경동보일러

전국순회무상점검서비스 등
고객보호 프로그램 운영

(주)경동보일러는 가정용보일러에서부터 중대형 산업·상업용보일러에 이르기까지 다양한 기종·가스보일러를 선보이고 있는 종합적인 난방기기 전문제조사이다.

경동은 신기술 신제품 개발로 고객만족을 지속적으로 펼쳐오고 있는 중견업체로 지난해에는 고유가 시대 도래에 맞춰 소비자 부담을 경감시키기 위해 경제성과 무공해를 실현한 전기보일러를 출시해 고객만족을 꾸준히 실현해 오고 있다. 또한 경동은 기존 가정용보일러의 전국단위 A/S망을 활용하는 전방위 사후관리로 소비자들

사후관리 우리가 책임진다

강남태양열(주)

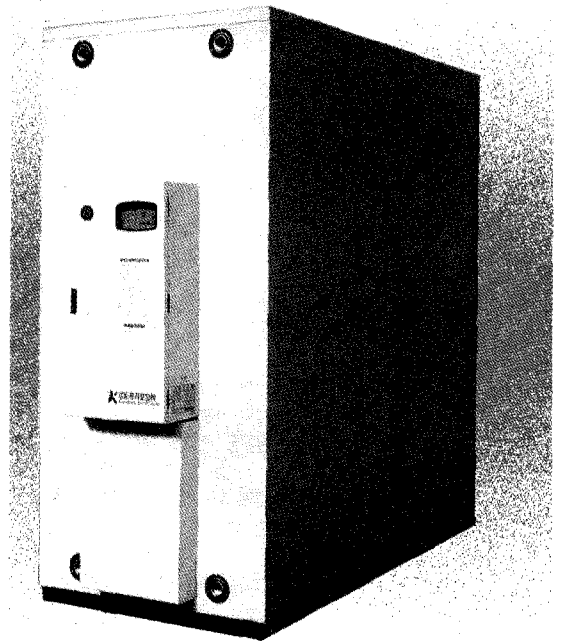
신속·정확 A/S 실시
문제점·개선책 지속 보완

강남태양열의 A/S는 접수-처리-원인분석-사후대응결과의 시스템 반영등의 절차를 거쳐 고객들이 최대한 만족할 수 있게끔 신속하게 이뤄진다.

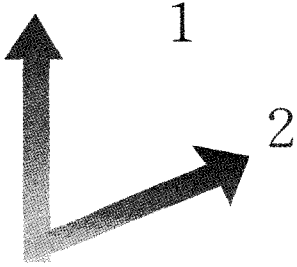
각 담당 부서는 업무의 신속·정확성을 모토로 대 고객서비스를 실시하고 있으며 서비스 실시 중 제품에 대한 문제점과 개선책 그리고 시스템의 보완내용 등을 지속적으로 개선하고 있다.

강남태양열은 태양열온수기, 전기온수기에 대해 이미 KS 인증을 획득한 상태이며 ISO 9002를 획득, 품질 시스템의 체계를 정립한 상태다.

고객만족 경영의 기치 아래 강남태양열은 최



12 축열식 전기보일러 시장



2심야전기보일러 시장 전망과 구매력

의 높은 지명도를 유지하고 있다.

특히 동절기가 되면 A/S 발생요인을 최소화하기 위해 전국순회 무상점검서비스를 실시하고 있다.

(주)그랜드코리아

고객이 부르면 언제나 'OK'

고객 A/S수요 적극 부응

“제품의 판매에만 연연해 하기 보다는 고객들이 다시 찾을 수 있는 기업이 될 수 있도록 고품질의 제품생산 및 사후관리에 모든 걸 집중하고 있습니다” 그랜드 코리아 안형근(安瀾根)사장의 말이다.

작년부터 축열식 심야전기보일러 시장에 뛰어들은 그랜드코리아. 시기는 좀 늦었지만 이들이 고객을 대하는 마음만은 어떤 업체에도 뒤지지 않는다.

특히 각 대리점들에 대한 본사의 확실한 관리로 어디에서든 고객이 부르면 원시스템으로 곧장 달려가 고객의 수요에 부응할 수 있는 시스템을 확보하고 있다. 또 이회사는 사후관리의 기초는 품질력에 있음을 주지하고 최고의 제품을 보급하는 것이 사후관리의 시종(始終)임을 강조하고 있다.

(주)그린에너지개발

제품 완성도 강화로 A/S 발생요인 최소화
잠열 축열방식의 핫백보일러로 유명한 (주)그린에너지개발은 잠열축열방식으로 전기료 절감

효과가 뛰어난 장점을 바탕으로 시장을 꾸준히 넓혀오고 있는 회사로 뛰어난 성능을 바탕으로 해 A/S 발생요인이 상당 줄어든다는 점이 최대 장점중 하나다.

이는 A/S 발생요인을 줄이는 것이 최대의 사후관리라는 회사의 경영방침과도 일맥상통한다. 또한 일단 A/S 수요가 발생하면 철저한 고객보호 정신으로 신속·정확한 체계를 유지하고 있으며 동절기에는 사전점검을 강화해 소비자 불편을 해소하는데 주력하고 있으며 지난해 7월 익산 수출자유지역 입주를 완료하고 보다 완성도 있는 제품을 출시하고 있다.

(주)금화기전

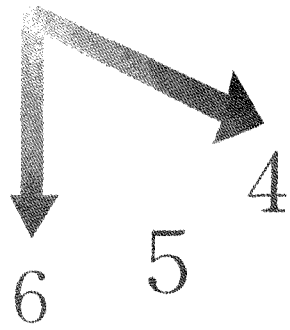
1~3월 특별사후관리로 사전점검 실시

‘사후관리는 제품 생산단계에서부터 시작된다’는 경영철학을 고수하고 있는 (주)금화기전(대표이사 김헌학·金憲學)은 무엇보다 제품의 질 향상에 사업의 초점을 맞추고 있다.

지난 90년 심야전기온돌 출시를 시작으로 심야전력기기 사업을 시작한 금화기전은 A/S 수요가 발생하면 자체 확보하고 있는 전문 A/S 요원으로 하여금 신속하고 정확한 사후관리를 수행해오고 있다.

특히 심야전기보일러 등 심야전력기기의 주사용시기인 1~3월을 특별사후관리 기간으로 설정하고 판매된 제품사전검사 및 대리점을 통한 사전점검 서비스를 실시하는 등 소비자 편의를 극대화하는데 시력을 집중하고 있다.

2심야전기보일러 시장 전망과 구매력



(주)남성

전국 1백여개 대리점 통한 실시간 A/S 수행

(주)남성은 과감한 시설투자와 기술개발이 사후관리의 출발점임을 인식, A/S 수요를 만들지 않는 것이 진정한 사후관리이며 소비자를 보호하는 길이라는 철칙아래 무엇보다 완벽한 제품을 출시하게 위해 노력하고 있다. 또 부득이하게 발생한 A/S 수요는 전국의 1백여개 대리점을 통한 실시간 A/S를 실시, 소비자 불편을 최소화하는데 주력하고 있다.

특히 지난해에는 보일러 고장 등 만일의 사태에 대비해 판매된 보일러수에 버금가는 전기장

판 등을 준비, A/S 기간동안 소비자가 겪어야 할 고통을 분담하는 대비체계를 마련해 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있는 등 사후관리의 중요성을 인식, 묵묵히 실천해 나가고 있는 회사다.

시장성숙 위한 걸음마시작... 정착단계 진입

저렴한 연료비에 품질은 기본,
사후관리는 철저
협의회 구성 등 공동노력위한
체제 정립 시급

지난해 IMF 체제가 본격화하면서 불붙은 심야전력기기 시장이 지난해의 폭증세를 여전히 이어가고 있다.

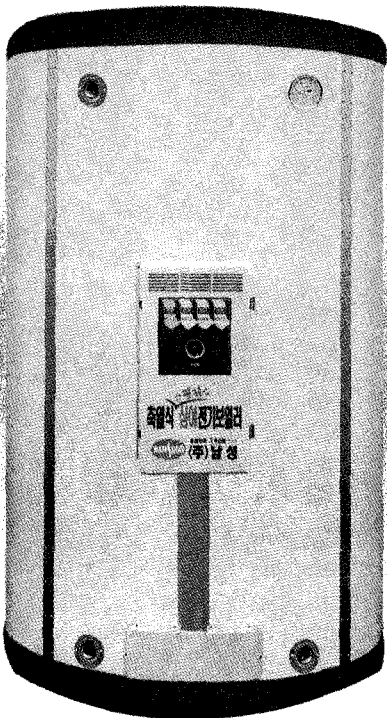
여전히 값싼 연료비라는 확실한 장점을 이어가면서 시장경쟁력을 쌓아가고 있는 것이다.

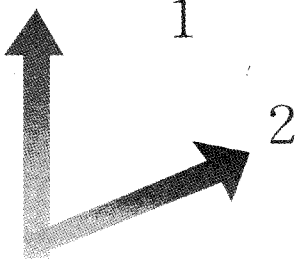
특히 지난해까지만해도 탁월한 연료비를 무기로 피폐해진 가정경제의 틈새시장을 분주히 공략하던 심야전기보일러 시장이 올해들면서는 난방기기의 한 축으로 확실한 발판을 마련하기 위한 노력이 진행되고 있어 주목되고 있다.

난방기기는 무엇보다 철저한 사후관리가 생명이다.

따라서 심야전기보일러가 난방문화의 한 축으로 자리를 잡아 나가려면 기존 난방기기와 비교될만한 사후관리 체계가 형성돼야 한다.

값싼 연료비를 무기로 시장활황세의 문을 열었던 심야전기보일러시장이 기름·가스보일러와 경쟁하면서 확실한 난방기기의 일원으로 입지를





2심야전기보일러 시장 전망과 구매력

공고히 하려면 무엇보다 사후관리의 체계가 제대로 정립돼야 하는 것이다.

올해들면서 시장성숙을 향한 한진, 사후관리 기관 및 제조업체의 공동노력이 조금씩 그 기반을 잡아가고 있는 것으로 보여 시장성숙을 향한 첫 걸음마는 시작된 상태로 보인다.

97년말부터 불붙기 시작한 심야전기보일러 시장이 올해를 기점으로 해 정착단계에 진입하고 있는 것이다.

물론 심야전기보일러가 난방문화의 한 방법으로 소비자들에게 뿌리깊게 자리매김하기 위해서는 아직도 개선해야 할 사항들이 산적해 있는 것도 사실이다.

그러나 올해들면서 한전의 지원제도확충 및 특별사후관리 강화 등 시장성숙을 위한 노력이 가일층 되고 있고 제품판매후 한 시즌을 지켜본 제조업체들도 사후관리가 원활히 수행되지 않는 난방기기는 시장에 무궁무진하게 펼쳐져 있는 심야전력기기 시장이 IMF라는 특수한 시대적 산물로써 생명을 다하는 것이 아니라 지속적인 시장을 형성할 수 있으리라는 기대가 그 어느때보다 높게 점쳐지고 있는 것도 사실이다.

심야전기보일러 제조사들이 넘어야 할 과제중 가장 시급한 것은 제조업체 난립에 따른 이미지 악화이다.

아직까지 심야전기보일러는 기존 기름·가스보일러처럼 업체별 차별성을 획득하고 있지 못하고 있기 때문에 제조사들의 통일된 노력이 요구되고 있는 것이다.

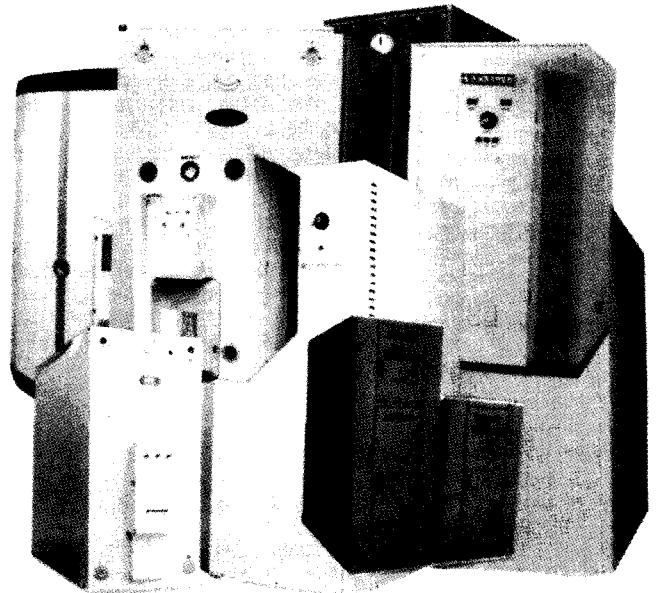
사후관리를 제대로 수행하지 못하

는 한 업체로 인해 심야전기보일러를 보급하고 있는 전체업체가 타격을 받게 되는 것이 심야전기보일러 시장의 현실이기 때문이다.

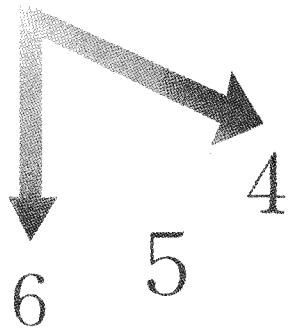
지나친 덤핑으로 인해 원가에도 못미치는 보일러 판매, 경쟁업체 도산 등으로 A/S 부재, 판매에만 급급한 나머지 일부에서 자행되고 있는 사기성 영업 등 이 모든 것이 제조업체의 난립에 따른 부작용으로 지적돼 오고 있는 사항들이다.

올해들어서는 지난해보다 더 늘어난 32개사가 심야전기보일러 보급에 나서기 위해 한전과의 협약을 마친 상태이다. 업체 관계자들이 이구동성으로 현 시장규모에 비하면 엄청난 공급과잉 상황을 만들고 있다고 전하고 있다.

공급과잉은 제조사간 지나친 경쟁을 불러오고 이로인한 심야전기보일러의 이미지는 갈수록 악화일로를 겪을 수밖에 없는 현실이 전개되고 있



2심야전기보일러 시장 전망과 구매력

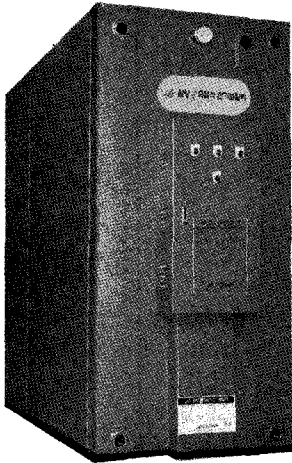


는 것이다.

이러한 문제에 대한 최선의 해결방법은 제조업체간 연합전선(?)을 펼 수 있는 체계가 시급히 마련돼야 한다.

지난해부터 공론화되기 시작한 협의회 구성건 등 제조사들이 제살깎기식 영업을 지양하고 시장성숙을 위한 자정노력을 해나갈 수 있는 기반의 형성이 시급한 것이다.

지난해 폭발적인 수요신장세를 보이며 新난방기기로 정착되고 있는 심야전기보일러의 시장성숙을 위해서는 한전 사후관리기관 제조업체의 삼위일체된 노력이 무엇보다 중요한 일로 대두되고 있다.



사후관리 우리가 책임진다

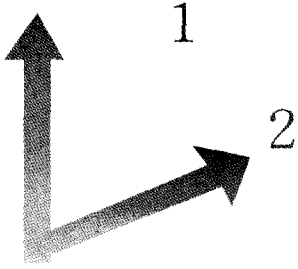
동광보일러(주)

철저한 생산관리로 A/S 발생요인 최소화

반세기 가까이 산업용보일러를 생산·판매해 오고 있는 동광보일러는 축적된 기술노하우를 바탕으로 경쟁력 있는 제품개발에 지속적인 노력을 경주하고 있는 업체로 올해엔 한전과의 협약을 마치고 심야전기보일러 사업에도 뛰어들면서 활발한 영업을 전개해 나가고 있다. 동광보일러는 경쟁력 있는 상품 개발이 무엇보다 최선의 고객만족 실현이라는 정신으로 제품생산에서부터 철저히 고객을 우선하는 회사로 A/S 발생요인을 원천적으로 줄이는 데 역량을 집중하고 있다. 또 일단 A/S 수요가 발생하면 신속한 A/S가 이뤄지도록 해 고객보호를 실현하고 있으며 직원들에 대한 주기적인 기술교육 실시로 전문기술인력을 확보해 사후관리에 대비를 철저히 하고 있다.

심야전기보일러는 아직도 제조업체간 개별노력이 빛을 발할 수 없으며 사후관리 등을 제대로 수행하지 않는 한 개의 업체로 인해 공멸할 수 있는 미약한 시장기반을 갖고 있기 때문이다.

IMF 이후 값싼 연료비를 바탕으로 급속히 보급이 늘면서 시장점유율을 높여가고 있는 심야전기보일러가 특수한 상황에 기인하는 반짝 수요에 머물 것이라는 시선 속에서도 향후 명실상부에게 난방문화의 한 축으로 그 역할을 하게 되기 위한 노력이 더욱 절실한 시점이 바로 지금인 것이다.



2심야전기보일러 시장 전망과 구매력

삼양무지개보일러(주)

불량 제품발생시 새 제품 1 : 1 교환

좋은 제품은 소비자가 먼저 알고 찾아준다는 사실을 영업의 기본으로 삼고 있는 삼양무지개 보일러는 지난해 사업다각화 차원에서 심야전기 보일러 사업을 시작했다.

삼양무지개는 기존의 서울 경기지역 9곳, 부산 대구 광주 강릉 등 전국에 산재해 있는 A/S센터를 활용해 사후관리에 만전을 기하고 있으며 1:1 교환을 해주는 등 소비자 보호에 최선을 다하고 있다.

'자기 일에 책임질 줄 알자'라는 회사 경영방침에 따라 생산, 판매, A/S 등 전직원이 맡은 바 역할을 성실하게 수행하고 있는 삼양무지개는 A/S 효과를 극대화하기 위해 보일러 사용자들에 대한 교육도 병행하고 있다.

(주)성호보일러

제품력 향상으로 A/S 발생요인 억제

지난 81년부터 온수보일러를 제작해온 산업용 보일러 전문업체인 성호보일러는 지난해 3월 사업다각화의 일환으로 한전과 협약을 마치고 심야전기보일러를 제작·보급하기 시작했으며 이후 전기온수기로도 사업영역을 넓혀 심야전력기기 전문가로 발돋움하고 있는 업체이다.

성호보일러는 사후관리의 시작은 완성도 있는 제품력 향상에 최선의 노력을 경주하고 있으며 A/S 발생요인을 억제하는데 초점을 맞추고 있다.

일단 A/S가 발생하면 기존 온수보일러를 보급하면서 구축해 놓은 전국단위의 A/S망을 십분활용해 소비자 불편을 최소화하는데 최선을 다하고 있다.

세일냉열공업(주)

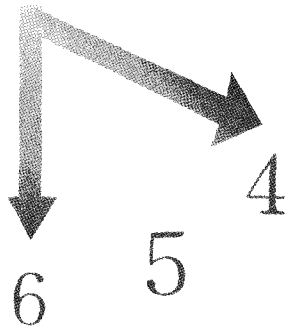
세일냉열공업은 자체개발에 성공한 잠열축열재(TLM : Thermal storage of Latent heat Material)를 사용한 잠열축열식 전기보일러를 생산·보급하고 있는 업체로 세일의 전기보일러는 많은 잠열량을 갖는 TLM를 사용하고 보일러에 대한 TLM의 의존도를 95%이상 실현해 기존의 현열 축열식보일러에 비해 체적을 약 40% 가량 축소시킨 특징이 있다. 세일냉열공업은 난방기기의 특성상 A/S 부재에 따른 시장 악화는 각 제조업체의 잘못이 크다는 사실을 인식하고 전국에 산재해 있는 대리점을 통한 사후관리에 만전을 기하고 있다. 특히 사소한 고장이나 운전 중의 부주의로 인한 서고에도 철저한 A/S를 수행하고 있는 등 소비자 보호에 앞장서고 있다.

한국PCM산업(주)

정기적 직원교육으로 신속·원활한 A/S 체계
잠열축열식 전기보일러를 공급하고 있는 한국 PCM은 대리점 모집에서부터 신중한 자세를 견지, 양질의 대리점들을 확보하는 것으로 사후관리를 시작하고 있다.

또 A/S 수요처에서의 신속하고 원활한 A/S가 가능하도록 정기적으로 직원들에 대한 기술

2심야전기보일러 시장 전망과 구매력



교육을 강화하고 있으며 제품생산단계에서부터 최선의 노력을 기울여 A/S 발생요인을 억제하는데 사력을 다하고 있다.

특히 '한 번 고객은 영원한 고객'이라는 사실을 인식하고 난방기기의 특성상 단 한번의 소비자 불편요인을 제공하더라도 그 제품의 구매력은 현저히 떨어진다는 사실에 입각해 사소한 A/S 요청이라도 달려나갈 수 있는 철저한 준비태세를 갖추고 있다.

한성에너지(주)

철저한 대리점 사후관리 등
소비자 보호에 만전

한성에너지의 축열식 전기보일러는 국내업체 중 가장 오랜 역사를 갖고 있어 축적된 기술력 등을 바탕으로 성능과 품질면에서 뛰어나며 전국의 대리점망을 통한 신속한 사후관리 체계가 잘 짜여져 있어 안심하고 사용할 수 있는 장점이 있다.

한성의 대리점은 대리점 개설부터 선발·운영되고 있고 본사의 효율적 관리가 지속적으로 이뤄져 대리점들의 휴·폐업이 성행하는 상황에서도 지속적인 사후관리가 가능하다는 것이 큰 특징이다. 또 제품의 설치 품질 보증을 위해 정기적인 설치교육은 물론 신규 대리점 개설시 철저한 제품교육과 더불어 3회 이상의 설치현장 감리를 통해 소비자가 안심하고 사용할 수 있도록 하고 있다.

