

올 가스보일러 시장현황과 전망

연 생산량 사상 첫 90만대 넘을 듯
체수요 주축...빅 3사 등 제조사 판매경쟁 치열
무분별 가격경쟁 자제, 품질 경쟁으로 탈바꿈해야



한국가스신문 취재부 정옥형 차장

올해 가스보일러 시장은 연초 한파, 소규모 임대주택 붐, 90년대초 대거 보급된 가스보일러의 교체수요 등에 힘입어 가스보일러가 국내에 보급된 이래 처음으로 연간 생산량이 90만대를 넘어 서면서 마감될 전망이다.

연초 가스보일러 시장은 지난해의 시장 침체현상이 올해도 이어질 것으로 예측됐으나 10월 현재까지 예상밖에 선전하고 있다.

90년대 초에 대거 보급되기 시작한 가스보일러들의 교체시기가 본격적으로 도래하기 시작했고 기름을 연료로 중앙난방을 실시하던 대형 아파트들의 가스 개별난방화 작업이 활발히 진행되면서 가스보일러 시장은 계속 확대추세에 있다.

또 정부의 저금리 정책에 따라 시중의 여유 돈이 마땅한 투자처를 찾지 못하자 고수익을 올릴

수 있는 임대사업에 투자자들의 관심이 고조되면서, 수도권 위주로 소형 임대주택 위주로 건설 붐이 일어 가스보일러 수요가 늘고 있다.

지난 상반기동안 생산된 KS가스보일러는 34만9천5백대로 지난해 같은 기간의 31만4천5백대보다 11%가 증가했으며 7월과 8월에도 9만1천5백대와 9만2천대가 각각 생산돼 13%가 늘었다.

올해 하반기 시장은 낙관할 수 없지만 신속수요가 꾸준히 이어지고 그 동안 미루어왔던 교체수요 및 도시가스 배관 공사가 본격적으로 이루어 질 경우 상반기의 증가추세가 지속돼 연말까지 10% 시장 성장은 무난할 전망이다.

이처럼 상반기 수요증가 추세가 9월 이후에도 이어질 경우 총 판매량이 90만대를 무난히 넘어설 것으로 예측된다.

빅 3사간 판매 1위 경쟁치열 예상

올해 린나이코리아와 귀뚜라미보일러, 경동보일러간의 판매 1위 경쟁이 치열할 전망이다. 심지어 1, 2, 3위간 판매량 및 생산량이 1만대 정도의 차이로 결정이날 것이라는 분석이 나오고 있다.

업계에 따르면 린나이코리아가 지난 93년이후 가스보일러시장에서 판매 1위 자리를 지켜왔으나 올해 상반기에는 경동보일러의 생산량이 린나이를 앞질렀다. 그러나 7월 다시 린나이가 생산량을 3만대 가량으로 늘리면서 1위 자리를 탈환했으나 연말까지 혼전을 거듭할 것으로 예상된다.

여기에 평소 공식적인 자료유출을 꺼리고 있는 귀뚜라미보일러의 판매량도 이들 2개사와 유사하거나 그 이상으로서 1위간 판매 경쟁은 그 어느 해보다 뜨거울 전망이다.

귀뚜라미의 한 관계자는 회사 방침상 정확한 수치를 밝힐 수는 없으나 지난해에 이어 올해 가스보일러 판매량도 무난히 30만대를 넘어설 것이라고 밝혔으나 타 업계에서 집계하고 있는 생산량 자료는 린나이 경동보다 유사한 수준으로 나타나고 있다.

이러한 빅 3사들의 열띤 순위 다툼 경쟁으로 3사의 판매량이 70%를 넘어섰다. 이들 3사의 시장점유율은 99년말 62.1%였던 것이 지난해 상반기에는 65%, 지난 상반기에는 70%를 넘었다.

대리점 등 유통구조의 변경 시작

가스보일러시장은 이러한 빅 3사간의 판매경쟁 외에 유통단계에서도 치열한 경쟁양상을 보임에 따라 일부 대리점 등 유통단계에서의 구조 변

경이 이미 시작됐다.

메이커에서 대리점, 대리점에서 설비점으로 이어지는 유통구조에서 메이커를 불문한 가스보일러 총판 형태가 늘었다는 것이다.

지난달부터 전국에 3사 보일러를 모두 취급하는 보일러프라이자가 문을 연 것 외에도 메이커 소속 대리점들도 공공연히 타사 제품을 취급하는 현상이 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있을 만큼 늘고 있다.

특히 현금 거래의 경우 대리점 유통 가격보다 훨씬 낮은 가격에 쉽게 물건을 구할 수 있어 그 수요가 늘고 있는 추세다.

개보수 교체시장 후끈

가스보일러의 수명만기에 따른 교체수요의 경우도 90년대 초·중반의 보급 확대 물량이 교체될 시기가 본격화돼 시장에 활력을 불러일으킬 것으로 예측된다.

이 수요는 가스보일러를 사용한 경험이 있는 고객이 재구매하는 시장으로 가스보일러 Brand 인지도와 제품의 인지도가 구매의사결정에 큰 영향을 미치게 돼 고가, 고품질 제품도 판매가 늘고 있는 분야다.

또한 과거 중앙난방에서 가스개별난방으로 전환하는 가스보일러 교체 시장이 최근 활기를 띠고 있다. 기름 등을 연료로 중앙난방을 사용하던 집단주택을 대상으로 한 가스보일러 영업을 올 상반기에만 지난해 동기대비 2배 가량으로 늘었다.

이는 대부분 석유류의 가격인상으로 이를 연료로 사용하는 중앙난방에서 도시가스를 사용하는 개별난방으로 전환하려는 소비자가 늘면서인데 이로 인한 개별난방 전환 가스보일러는 올해 말

까지 지난해보다 50% 이상 늘어난 6만~7만대에 이를 전망이다.

개별난방 전환시장은 도시가스사 및 가스배관 시공업체와 함께 영업이 이루어지는 경우 많으며 과거와 같이 한 업체가 독식하는 경우보다 여러 업체의 제품을 소비자가 직접 고르는 방식으로 이루어지고 있어 고급제품의 보급촉진에도 일조하고 있다.

高價브랜드 경쟁도 확산

이처럼 개보수·교체시장이 확대되면서 '콘텐츠', '거꾸로 타는 보일러' '디지텍' 등으로 대별되는 고가브랜드 가스보일러간 경쟁도 서서히 치열해지고 있다.

현재까지는 전체 가스보일러 중 고가브랜드가 차지하는 판매비중은 5~10% 선에 그치고 있으나 신규시장은 줄고 개보수 내지 교체시장이 늘어 소비자가 직접 선택하는 비율이 높아지면서 고가브랜드의 판매가 점차 느는 추세다.

기름보일러 사용 집단주택이나 중앙난방 집단주택을 가스개별난방으로 교체하는 시장의 경우 최근 추세가 3~5개 메이커에서 생산한 제품 중 고가품과 저가품으로 나뉘 6~10개 가스보일러 중에서 소비자가 선택하는 형태로 이루어지고 있다.

이에 따라 소비자들은 가격이 비싸도 대부분보다 사용이 편리하고 간단하게 조작이 가능하면서 첨단기능이 내장된 고가브랜드를 선호하는 경향이 나타나기 시작했다.

보일러용량 대형화, FF타입 확대 추세

올해 가스보일러시장은 개보수, 교체시장 등을

중심으로 수요가 증가해 생산량과 판매량이 늘고 있는데 특히 소비량 23.2kW/h(2만kcal/h)이상 대용량 가스보일러의 성장이 두드러지고 있다.

지난 상반기동안 소비량이 23.2kW/h이상인 가스보일러는 11만1천5백대가 생산돼 지난해 상반기보다 무려 37%가 늘었다. 이 같은 현상은 전반적인 가스보일러의 가격하락과 난방용량보다 온수용량을 고려해 대용량 제품을 선호하는 소비자가 늘었기 때문으로 풀이된다.

또 배기방식별로는 급배기통을 외부공기에 접하는 벽을 관통해 실외로 내고 팬에 의해 강제적으로 급배기하는 강제급배기(FF)타입이 지난 상반기동안 26만2백대가 생산돼 전년동기대비 16%가 늘었다.

반면 연소용 공기를 실내에서 취하고 연소배기 가스를 팬을 이용, 실외로 배출하는 강제배기식(FE)은 8만9천3백대가 생산돼 1.2%가 감소했다.

판매價 계속 하락, 가격경쟁 자제해야

가스보일러제조사, 대리점, 시공업체들의 경쟁이 갈수록 심화되면서 가격이 계속 떨어져 경영상의 어려움이 가중되고 있다.

가격정상화가 필요하다는 주장이 업계 스스로에서도 나오고 있으나 빅 3사를 비롯한 8개 제조업체의 판매경쟁은 하반기에도 치열할 것이고 이에 따른 가격경쟁도 지속될 전망이다.

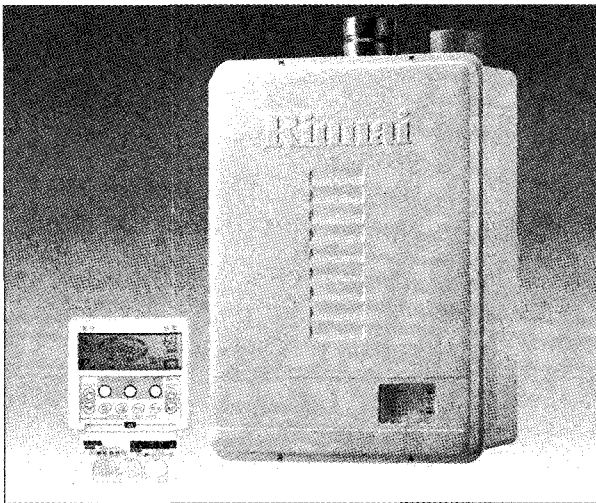
상반기에 판매가 부진하였던 일부 메이커는 하반기 시장에서의 수요 확보를 위해 공격적인 영업전략을 펼 것이 자명하며, 이로 인하여 메이커 간에 경쟁이 더욱 치열해질 것이기 때문이다.

그러나 업계가 상생하기 위해서는 무분별한 경쟁보다는 선의의 고품질 경쟁을 통해 공동의 발전을 모색해야 할 것이다.

가스보일러 제조사별 하반기 영업전략과 주력상품

뛰어난 기술력과 품질로 시장 선도
 디지텍 가스보일러
 린나이코리아

린나이코리아(대표 강성모 www.rinnai.co.kr)는 한국산업의 고객만족도 4년 연속 1위로 선정된 린나이만의 뛰어난 기술력과 우수한 품질로 하반기 가스보일러 시장을 선도해갈 계획이다.



린나이측은 하반기 시장이 가스보일러를 사용해온 경험자의 교체 수요와 아파트 중앙난방에서 개별 가스보일러 전환되는 수요를 중심으로 이루어질 것으로 전망하고 그동안의 브랜드인지도, 고객만족도, 우수한 제품력으로 판매 1위 자리를 지켜간다는 목표다.

특히 8월 출시된 신제품 '디지텍(Digitec)'의 기존 보일러와의 차별성을 적극적으로 부각시켜,

'역시 제품력은 린나이'라는 고객의 인정을 이끌어낸다는 전략이다.

건설 특판 시장에서도 다소 비싸지만 품질 좋은 린나이 보일러의 이미지를 적극적으로 홍보해 1군 위주의 조합, 재건축 APT 영업에 집중할 계획이다.

일정하게 온수온도를 유지해주는 맞춤형 디지털 온수 기능을 장착한 디지텍은 두 군데 이상에서 동시에 따뜻한 물을 사용하더라도 온수온도를 늘 일정하게 유지해주는 것이 가장 큰 특징이다.

배관누수감지기능을 첨가한 자동물보충기능, 가스압을 추적해 자동으로 연소를 조절하는 기능, 2중 리모콘시스템, 절약타이머 난방기능 및 외출운전기능 등을 채택하고 있다.

브랜드파워 3년 연속 1위 고수
 귀뚜라미는 가스보일러
 귀뚜라미보일러

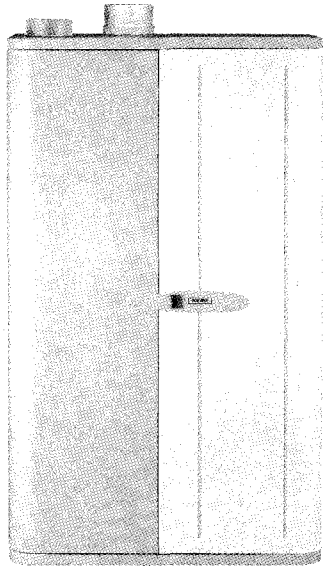
브랜드파워 3년 연속 1위를 고수하고 있는 귀뚜라미보일러(대표 이강찬 www.kiturami.co.kr)는 브랜드파워를 바탕으로 올 하반기에도 국내 보일러시장 판매율 1위를 더욱 공고히 한다는 전략이다.

제품전략으로 효율성 높은 신제품의 지속적 개발과 소비자 지향적인 다양한 제품 출시에 주안점을 둘 예정이다.

판매/서비스전략으로는 전국 12개 영업소와 300여개 대리점 및 지정점을 적극 활용하고 1588-9000번의 콜서비스를 통해 소비자의 구매

편의성 및 서비스의 제공에 만전을 기할 방침이다.

해외시장 개척에도 적극 나서 중국 천진공장을 전진기지로 중국에 대한 시장을 확대하고, 러시아, 유럽, 중앙아시아 등에도 수출을 확대할 계획이다.



주력상품인 거꾸로 타는 가스보일러는 하향 연소식으로, 위에서 아래로 연소되어 화염이 두 번 열교환 되므로 기존 보일러보다 가스비를 획기적으로 절감할 수 있다는 것이 귀뚜라미측의 설명이다.

또 표면연소버너를 채택해 메탈화이버 표면에서 발생하는 강력한 고체복사 에너지를 이용할 뿐 아니라 대류, 전도열을 동시에 이용하므로 연료비 절약은 물론, 소음이 적고 질소산화물과 일산화탄소 배출량이 적은 환경친화적인 제품이다.

**다양한 이벤트로 최고 성장을 유지
경동콘덴싱가스보일러
경동보일러**

올해 상반기 가스보일러 판매 신장이 가장 컸던 경동보일러(대표 박천곤 www.boiler.co.kr)는 하반기에도 무이자 할부판매, 할부금융, 보상

판매 등 다양한 이벤트를 통해 소비자에게 더 가까이 나가겠다는 전략이다.

판매 성수기인 9월과 10월 두달간은 BC카드와 공동으로 경동보일러가 판매하는 전품목에 대해 6개월 무이자 할부판매를 실시중이다.

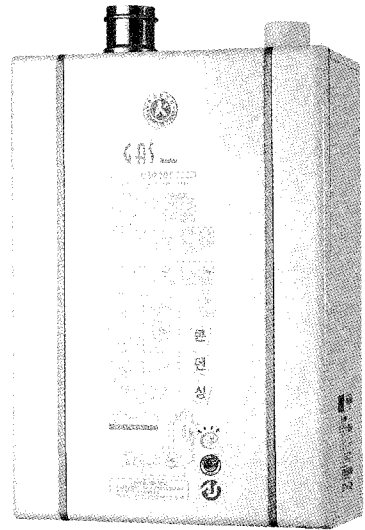
경동의 대표브랜드 제품은 콘덴싱 가스보일러다. 이 제품은 국내 최초의 공기비례제어형 콘덴싱가스보일러로 응축잠열을 흡수하고, 방열손실, 배기손실을 줄여 가스비를 획기적으로 줄일 수 있는 진정한 의미의 에너지 절약형 보일러다.

2중효용방식의 특수 열교환기와 하향연소 방식의 구조로 탁월한 경제성과 환경을 파괴하는 유해한 배기가스(NOx, CO)를 획기적으로 줄인 최첨단 가스보일러로 KT(국산신기술)마크와 소비자 문제를 연구하는 시민의 모임이 수여하는

에너지위너상을 수상했으며 국내 가스보일러 최초로 환경마크와 고효율기자재 인증을 획득한 바 있다.

경동은 직영 10개 서비스센터와 3백

여 대리점이 합동으로 사전순회점검서비스를 시행하는 고객만족 서비스관리에도 최선을 다하고 있다.



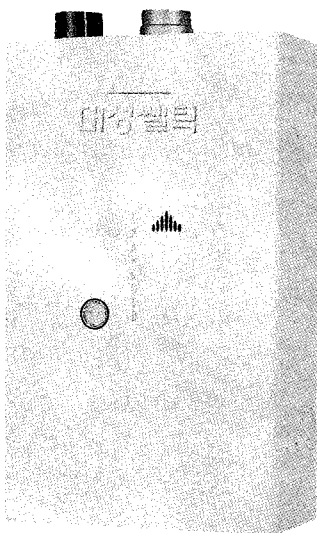
**16년 가스보일러 생산 외길
스파골드 가스보일러
대상셀틱**

85년 설립돼 지난 16년간 오직 가스보일러 생산 외길을 걸어온 대상셀틱(대표 배남규 www.celtic.co.kr)은 보일러 본고장인 유럽에 고품질의 가스보일러를 수출하기 위해 노력 중이다.

지난해 6월 1백년의 역사를 자랑하는 영국의 카라돈사와 가스보일러 수출계약을 체결한 대상은 유럽시장의 보일러 가격하락으로 수출이 다소 난항을 겪고 있지만 곧 수출이 시작될 전망이다.

에너지산업의 선두주자 대상의 기술력으로 만든 대상의 가스보일러는 프랑스 샤프토 에모리사의 유럽 정통의 선진기술을 전수 받은데다 16년간의 기술 노하우가 보태져 안정된 제품이 자랑이다.

대표모델인 스파골드는 99.99%의 순동에 세라믹 코팅을 한 난방열교환기를 사용했고 독일과



덴마크에서 수입한 세계 최고급 품질의 캔드 타입의 수냉식 순화펌프를 사용해 수명이 긴 것이 특징이다.

또 42가지 각종 안전장치가 내장돼 가스사고를 미연에 방지하고 마이크로 컴퓨터가 내장돼 난방 온도, 온수사용량, 외부기온에 따라 필요한 만큼만 가스를 사용토록 해 연료비부담을 줄인 제품이다.

조작이 간편한 림콘이 이 부착돼 누구든지 쉽게 사용할 수 있으며 현대감각의 초슬림형 저소음 디자인 설계가 자랑이다.

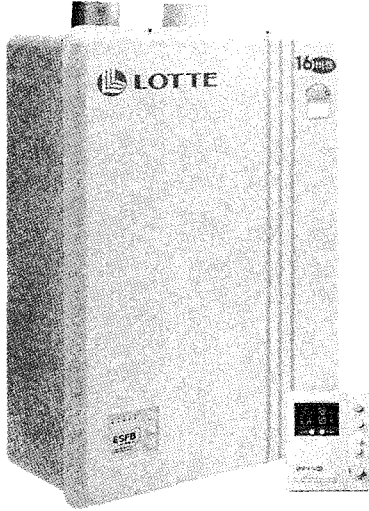
**품질 신뢰 바탕 안정속의 도약전진
16비트 가스보일러
롯데기공**

1985년 국내최초로 국산 가스보일러를 생산·판매한 롯데기공(대표 김우련 www.Lottelem.co.kr)은 그동안 보일러 운전시스템과 제어기술을 꾸준히 연구해 다양한 고객의 요구를 분석·실용화한 한국형 가스보일러를 속속 선보이고 있다.

롯데는 올해 경영목표인 '안정속의 도약전진'을 달성하기 위해 시장주도를 위한 전사적 통합 마케팅체제를 구축하고, 경기침체 및 경제불안에 대비한 재무건전성 제고로 소비자들에게는 안정적인 기업이라는 이미지를 부각시키고 이를 통해 생산품목인 가정용 가스보일러 판매를 꾸준히 증대시켜 나가고 있다.

2001년 목표달성을 위해 품질이 대폭 향상되고 고장발생을 최소화시킨 신제품을 개발, 7월에 판매를 시작했다.

이 롯데 16비트 가스보일러는 국내최초로 자동



시운전 기능과 72시간 응급난방기능을 적용해 소비자들로부터 호평 받고 있어 올해 말에는 지난해 말보다 약 20%이상의 판매신장이 예상되고 있다.

롯데는 지난 5월 한국표준협회에서 주관한 한국서비스대상에서 가정용 가스보일러부문 최우수상을 수상해 보일러 성능 뿐 아니라 대고객서비스에서도 믿고 신뢰할 수 있는 기업으로 인정 받은 바 있다.

**빠이른 구조조정후 영업활성화
콘덴싱가스보일러 Hot-Wave
대우전자 가스보일러사업부**

대우전자 가스보일러사업부는 강도 높은 구조조정을 통해 영업이익과 현금흐름을 대폭 향상시켜, 가스보일러사업부의 자체 경쟁력을 강화시키고 영업활성화에 박차를 가하고 있다.

최근 건설경기가 회복됨에 따라 기본적인 품질

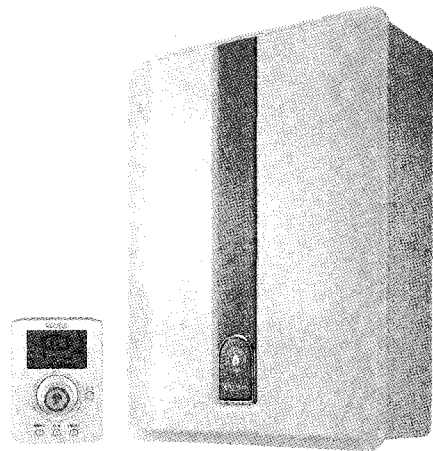
과 가격경쟁력을 바탕으로 특판영업을 주로 하면서 새로운 시장으로 부상하고 있는 교체수요시장 및 원룸수요에 공격적인 영업 및 판촉전략을 수립중이다.

또 대우전자의 최대강점인 세계적인 글로벌 NETWORKING을 최대한 활용하여 수출기업이라는 이미지에 맞게 중국, 유럽, 남미에 보다 많은 역량을 투입할 계획이다.

콘덴싱가스보일러 Hot-Wave는 국제에너지 가격상승으로 국가적에너지 위기상황을 타개하고, 에너지 과다사용으로 인한 환경오염과 경제적부담을 해소하기 위해 가정용가스보일러 중 가장 높은 효율을 획득했다.

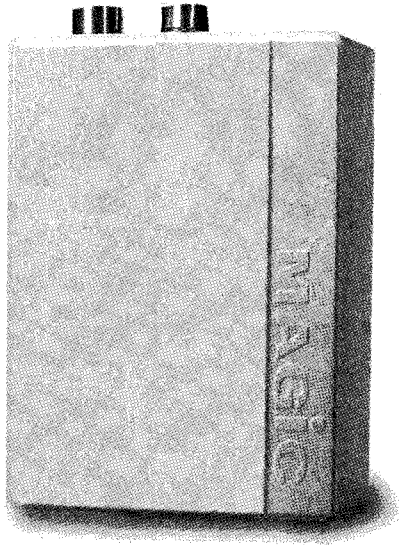
Hot-Wave은 국내최다 397개의 특허출원의 기술력을 바탕으로, 가스보일러의 기술의 총결집체로 365일 24시간 예약운전과 전화예약이 가능한 액정룸콘은 보일러의 작동상태를 한눈에 볼 수 있는 것이 특징이다.

에너지 절약에 대한 제품의 신뢰로 민간단체에서 주어지는 에너지대상 및 에너지위너상을 수상했고, 고효율기자재마크를 획득했다.



**고객 밀착 영업으로 판매양 늘릴터
매직가스보일러
동양매직**

동양매직(대표 윤홍구 www.magicmall.co.kr)은 가스오븐레인지, 가스레인지 등 가스기기분야에서 축적된 기술을 바탕으로 가스보일러 시장에도 적극 나서고 있다.



판매유통은 철저히 전문점 중심으로 운영하고, 대소비자 홍보/판촉은 고객의 직접 선택이 활발해지는 최근의 구매경향에 따라 고객밀착의 직접 판촉을 통한 영업전략을 펼치고 있다.

동양매직은 동절기를 판매확대의 기점으로 삼아 적극적인 대고객 판촉을 구사할 계획이다. 특히 노후 가스보일러 교체 및 도시가스 입관 예정인 아파트 밀집지역을 중심으로 이동 홍보차량을 이용해 제품설명회를 개최하고 DM발송 및 직접

방문을 통한 대고객 1:1마케팅을 전개하고 있다. 매직 가스보일러는 불완전 연소시에 발생하는 폐가스(일산화탄소)를 획기적으로 감축, 사용자의 안전을 최우선 고려한 제품이다.

일산화탄소(CO)는 기준치 100ppm에서 33ppm으로, 대기 오염물질인 질소산화물(NOx)은 50ppm에서 9ppm으로 대폭 줄여 환경마크를 국내최초로 LNG, LPG 동시에 획득한 바 있다.

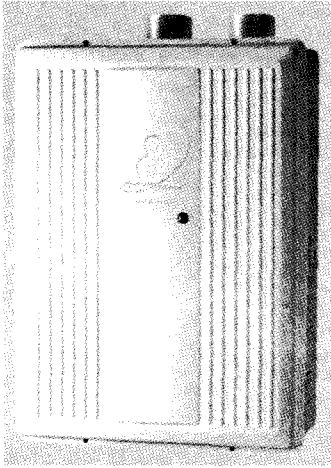
이 제품은 산업자원부 공업기반 기술개발자금의 지원을 받아 3년에 걸쳐 연구 개발된 신기술이 적용됐다. 이 기술은 강제 흡입 FAN을 통해 흡입된 공기량에 따라 가스량이 자동으로 최적비율로 빨려 들어가게 해 연통이 90%까지 막혀 공기의 유입량이 불충분 할 경우에도 가스량을 자동으로 줄여 완전연소가 가능하게 된다.

**이름 듣고 보일러전문업체로 거듭나
대원가스보일러
대원스텐레스보일러**

그동안 뼈아픈 구조조정과 연구개발에 혼신을 다해 다양한 연료의 보일러를 선보이고 있는 대원스텐레스보일러(대표 이상섭)는 올해부터 가스보일러 시장확대에도 주력을 하고 있다.

대원가스보일러는 2개 모델이 고효율인증, 전 제품이 에너지소비효율 1등급을 받았으며 최근 ISO 9001인증을 받아 국제적인 품질관리시스템을 갖췄다.

특히 이번에 선보인 가스보일러는 어떠한 외부 환경변화에도 안정적으로 점화가 되도록 퍼지인공지능 프로그램이 내장되어 있으며 연소상태를 스스로 판단해 연소공기량과 가스를 혼합해 항상



불완전연소가 되지 않도록 최첨단 연소제어기능인 공기비제어방식을 채택했다.

또 완벽한 이중 실링구조, 난방수필터의 극대화, 가스열림구조의 3중안전장치, 역압에 대한 대처시스템, 전압변화에도 대처되는 시스템, 배관에어 처리구조, 강력한 순환펌프 등 다양한 기능을 채용했다.

이외에도 연소조건을 방해하는 고장부위를 정확히 기호로 알려주므로 전화로도 간단한 서비스를 할 수 있도록 실내온도조절기에 기능을 부여했다.

잘못된 자기소개서

취업정보업체 '벤처피플' (www.venturepeople.co.kr)이 취업준비생들이 타산지석으로 삼을 만한 잘못된 자기소개서의 대표적인 유형들을 소개했다.

▲스테레오 타입형

'저는 서울 불광동에서 1975년3월에 2남1녀의 막내로 태어났습니다. 공무원이셨던 아버님은 엄격함과 자상함으로 저희 형제들을 이끌어주셨으며...' 처럼 자기소개서 사례에서 옮겨놓은 듯한 글은 식상하기 마련.

채용 담당자들은이 같은 정형화된 타입보다는 유년 시절의 일화나 가족 이야기, 고향 환경 등을 인상 깊게 서술하는 것을 선호한다.

▲감정오버형

'비록 제가능력은 부족하지만 만약 저에게 일할 수 있는 기회를 제공하여 주신다면, 이것을 저의 숙명이라 여기고 어떠한 일이라도 최선을 다하겠습니다' 로 시작하는 충성 맹세식 소개서도 금물.

조직에 대한 단순 헌신형보다는 비판적 창조형이 인정받는다는 사실을 고려해야 한다.

▲경력나열형

'...대학에서 경험했던 과외활동으로는 벤처창업 동아리, 여행동아리와 영어회화반 및 경영학과 학

회활동 등이 있으며 다양한 동아리 활동을 통해서 얻은 지식과 경험은 지금도 대학시절의 가장 큰 추억으로 남아있습니다...' 는 식으로 서술하고 '이중에 하나쯤은 걸리겠지' 하는 생각을 가질 수도 있지만 이것도 큰오산.

▲역사교과서부록형

'1987년 한국고등학교를 졸업하고 동년 한국대학교 영문과를 입학하였습니다. 재학 중 90년부터 92년까지 강원도 철원에서 군복무를 수행하였으며...' 라는 평이한 글은 수백·수천의 소개서 가운데 눈에 띄지도 않는다. 자기가 왜 그 직업에 적임 인지를 설득할 수 있는 힘과 흡인력이 있어야 한다.

▲사소한 실수형

사소한 오·탈자나 누구든지 쉽게 알 수 있을 만한 숫자의 오류, 마감시간을 넘긴 서류제출 등 아주 작은 실수로 인해 서류전형에서 탈락할 수도 있다. 서류를 작성하다가 틀렸을 때는 수정액으로 지우는 것보다는 깨끗하게 다시 쓰는 것이 좋다.