

## 기술 특 집

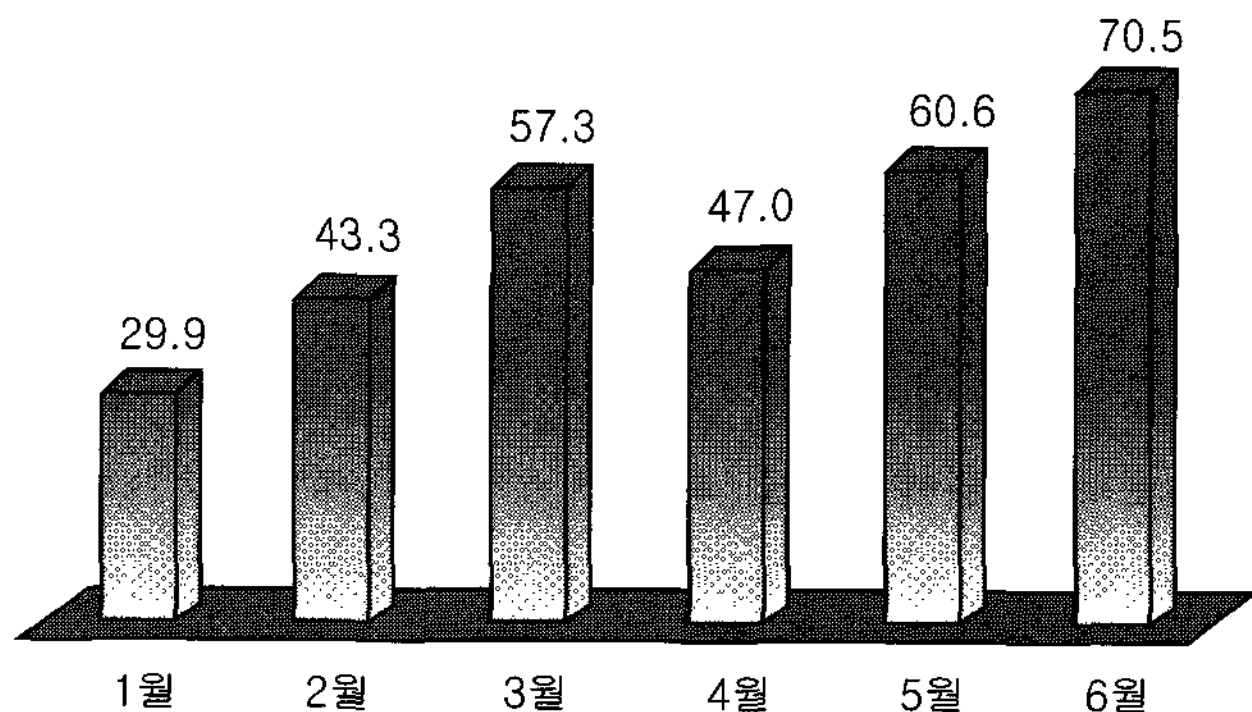
# 월드컵과 디스플레이 산업

임영모 (삼성경제연구소 공학박사)

## 대형 TV를 중심으로 수요가 급증

“고맙다. 월드컵” 이번 2002 FIFA 월드컵의 최대 수혜산업 중 하나는 디스플레이 산업이다. 5월 21일 잉글랜드와의 평가전을 전후로 월드컵 열기가 고조되면서 대형 디지털 TV의 판매가 급증하기 시작해 5월 디지털 TV는 전월대비 30% 증가한 6만 여대가 판매되었으며, 6월에는 7만대를 돌파하였다. 특히 월드컵 첫승 이후 유흥업소, 식당 등으로부터 40인치 이상 대형 TV 수요가 크게 증가하여 ‘대형 TV 구비’라는 안내문이 안붙어 있는 업소가 없을 정도였다. 이처럼 주문량이 폭주하면서 가전업체는 연장근무와 휴무 토요일 근무 등으로 생산라인을 풀가동하고, 당일 배송, 당일 설치가 판매의 절대조건이 되면서 일부업체는 긴급 출고를 위해 ‘월드컵 출고반’까지 운영할 정도로 유례를 찾아볼 수 없는 호황을 맞았다. 대형 디지털TV 뿐만 아니라 야외나 차 안에서 경기를 볼 수 있는 휴대용 액정 TV도 판매가 급증하여 도원텔레콤의 경우 월드컵 이전에는 월 500대 가량 판매하는 데 그쳤지만, 개막 이후부터 판매량이 늘어 하루에 50대 이상 판매한 것으로 알려지고 있다.

디지털 TV의 화면장치로 쓰이는 디스플레이 업체도 호황을 누리기는 마찬가지로 삼성SDI는 PDP 패널의 경우 지난



자료: 한국전자산업진흥회

(단위: 천 대)

2002년 디지털 TV 판매 추이

5월 매출이 지난해 같은 달보다 약 2.5배 증가했으며, 프로젝션 TV용 브라운관도 3배 이상 매출이 늘었다. LG전자도 최근 월드컵 특수에 힘입어 올해 PDP TV 시장 규모가 애초 예상했던 2만대보다 50% 증가한 3만대 수준으로 확대될 것으로 예상하고, PDP 패널 생산을 확대하기로 했다

## 월드컵은 전세계적으로 TV 수요를 자극하는 스포츠

통상적으로 월드컵이 열리는 해는 전세계 TV 수요가 5% 내외 증가하는 것으로 알려지고 있다. 하지만 5% 수요 증가가 월드컵 기간에 집중되기 때문에 월드컵 기간의 수요 증가는 20%를 상회한다. 94년 미국 월드컵 기간 동안 국내 TV와 VCR 판매는 30% 신장되었고, 98년 프랑스 월드컵 때에도 대형 TV 수요가 60%, 와이드 TV는 300%, 컬러 TV는 30% 정도 증가한 것으로 추산된다.

98년 프랑스 월드컵이 와이드 TV 보급에 영향을 미쳤다면 2002년 한·일 월드컵은 디지털 TV 보급 확대의 기폭제로 작용할 것으로 전망된다. 또한 디지털 본방송이 시작된지 6개월여 밖에 되지 않은 상황에서 월드컵이 유발한 디지털 TV 특수는 국내 디지털 TV의 보급 확대를 통해 디지털 방송의 조기 정착에도 크게 기여할 것으로 예상된다.

또한, 올 초만 해도 지나치게 높은 가격으로 인해 월 1000장 안팎에 그쳤던 PDP의 판매가 월드컵을 전후해 전세계적으로 수요가 급증하기 시작, 최근에는 공급량이 거의 월 1만장 수준에 육박하고 있다. 이에 따라 올해 10월 정도에는 PDP 업체들이 손익분기점을 넘어설 것으로 보인다. PDP 업체의 손익분기점 돌파는 시장성을 어느 정도 확보한 것을 의미해 내년부터 PDP 업체들의 공격적인 설비투자와 마케팅이 이어지게 되면 PDP 대중화 시대가 활짝 열릴 전망이다.

## 월드컵을 새로운 도약의 발판으로

이번 월드컵은 디스플레이 산업 선도 국가로서의 이미지

를 세계에 널리 알리고, 일본을 넘어 디스플레이의 글로벌 리더로 올라설 수 있는 계기가 되었다. 월드컵이 가져다준 이러한 긍정적인 효과는 단기적인 접근으로는 월드컵의 종료와 함께 월드컵의 '빛바램(fade-out)' 현상을 겪게 될 가능성이 높다. 따라서, 장기적인 관점에서 월드컵 이후에도 글로벌 리더십을 유지시킬 수 있는 방안을 찾아야 하며, 축구 후진국인 한국을 세계 4강으로 끌어올린 히딩크 감독의 리더십이 글로벌 리더십을 유지하기 위한 해답을 줄 수도 있을 것이다.

<b>HI</b>	<b>FIVE</b>
Principles(원칙)	Strategies(전략)
Hardiness(꾸밈함과 소신) Impartiality(공정성)	Fundamentals(기본의 강조) Innovation(혁신의 추구) Value Sharing(가치의 공유) Expertise(전문지식의 활용)

자료 : 삼성경제연구소, '히딩크 리더십의 교훈', 2002.6.

히딩크의 리더십 'HI-FIVE'

### Hardiness

디스플레이 산업은 불황기에 대규모 시설투자를 하고 그것을 바탕으로 호황기에 이윤을 거두는 "high risk, high return"의 성격이 강한 사업이다. TFT LCD에서 일본을 제치고 선두에 나설 수 있었던 것도 일본 기업들이 투자를 주저하고 있는 동안 우리 기업들은 3.5세대, 4세대에 설비에 대한 과감한 투자가 있었기 때문이다. 이렇게 우리나라 기업들이 불황기에 과감한 투자를 할 수 있었던 것은 CEO들이 확신을 가지고 비난 여론 속에서도 꾸밈하게 자기의 소신을 유지하였기 때문에 가능하였다.

### Impartiality

디스플레이 산업은 세트메이커에 패널을 공급하는 부품 사업인 동시에 여러가지 부품을 납품 받아 조립하는 시스템 사업이기도 하다. 따라서, 히딩크 감독이 명성, 학맥, 인맥 등과 무관하게 실력위주로 선수를 선발하였듯이 부품업체를 실력에 따라 공정하게 선정하는 것이 중요하다.

### Fundamentals

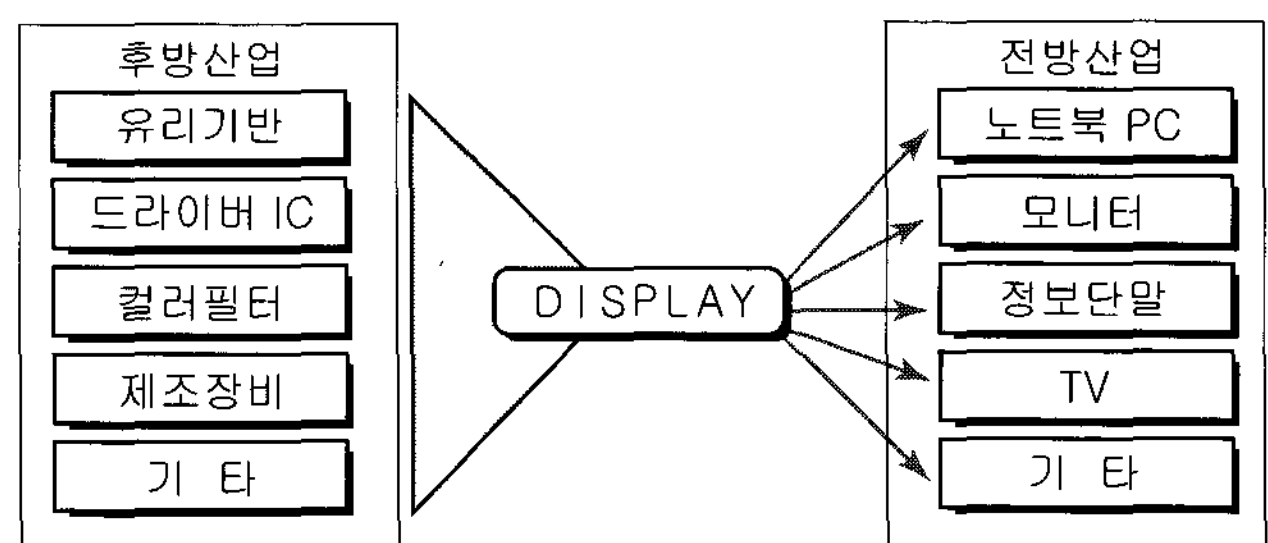
히딩크 감독은 팀 전술 훈련이 시급하다는 주위의 우려에도 불구하고, 선수들의 기초 체력 강화에 집중하여 90분을 쉬지않고 달릴 수 있는 강인한 체력을 만들었다. 이와 같이 지칠 줄 모르는 체력으로 선수를 계속 유지하기 위해서는 투자 효과가 즉시 나타나지 않는 연구개발력, 브랜드력과 같은 기초분야에 장기적인 관점으로 과감한 투자가 필요하다.

### Innovation

기술의 발전으로 디스플레이 기기들이 서로의 기존영역을 침범하게 되면서 어떤 기기도 주도권을 장담할 수 없는 춘추전국 시대가 되었으며, 앞으로 새로운 개념의 제품들이 속속 등장하면서 이러한 현상은 심화될 것이다. 월드컵 기간동안 한국축구가 틀에 박힌 포메이션 파괴, 멀티 플레이어의 육성 등을 통해 끊임없이 변형이 일어나는 창의적인 축구를 하였듯이 고정된 사고에서 탈피하여 끊임없이 새로운 것을 추구하는 자세가 필요하다. 또한, 향후 기술발전경로에 대한豫見이 점차 곤란해지는 상황에서 경로탐색능력(path-navigating capability)을 높여야 한다.

### Value Sharing

디스플레이 산업은 전·후방 산업들과의 연계가 무엇보다 중요하다. 이들 기업들과 협력 강화를 위해서는 상호간의 신뢰형성이 우선되며 이를 위해서는 공동의 이익을 추구하는 자세가 필요하다. 1등이 가능한 제품을 선정하여 회사내부의 역량과 비전에 맞는 디스플레이 장치에 집중함과 동시에 특정분야에만 주력할 경우 실패의 위험이 증대되므로 비주력 분야에 대해 글로벌 협력을 통해 대비하여야 한다. 미국과 유럽은 디스플레이의 최대 수요국이자 차세대 제품에 대한 원천기술을 보유하고 있으므로 이들 국가들과의 공동 R&D 등을 통하여 부족한 원천기술 및 기반기술 획득하려는 노력이 필요하다.



디스플레이의 전·후방 산업

### Expertise

최근 우리나라의 강력한 경쟁국으로 부상하고 있는 대만과의 가장 큰 비교우위는 세계적인 가전메이커를 보유하고 있다는 것이다. 이러한 장점을 살려 DVD에 액정 패널을 부착한 휴대형 DVD 플레이어, 액정 패널이 부착된 인터넷 냉장고 등과 같은 디지털 가전기기 및 정보기기에 디스플레이 장치를 부착한 새로운 개념의 제품 창출하는 것만이 시장환경의 급격한 변화에 대한 내성을 강화하고 경쟁력을 높이는 길이다.



초대형 전광판