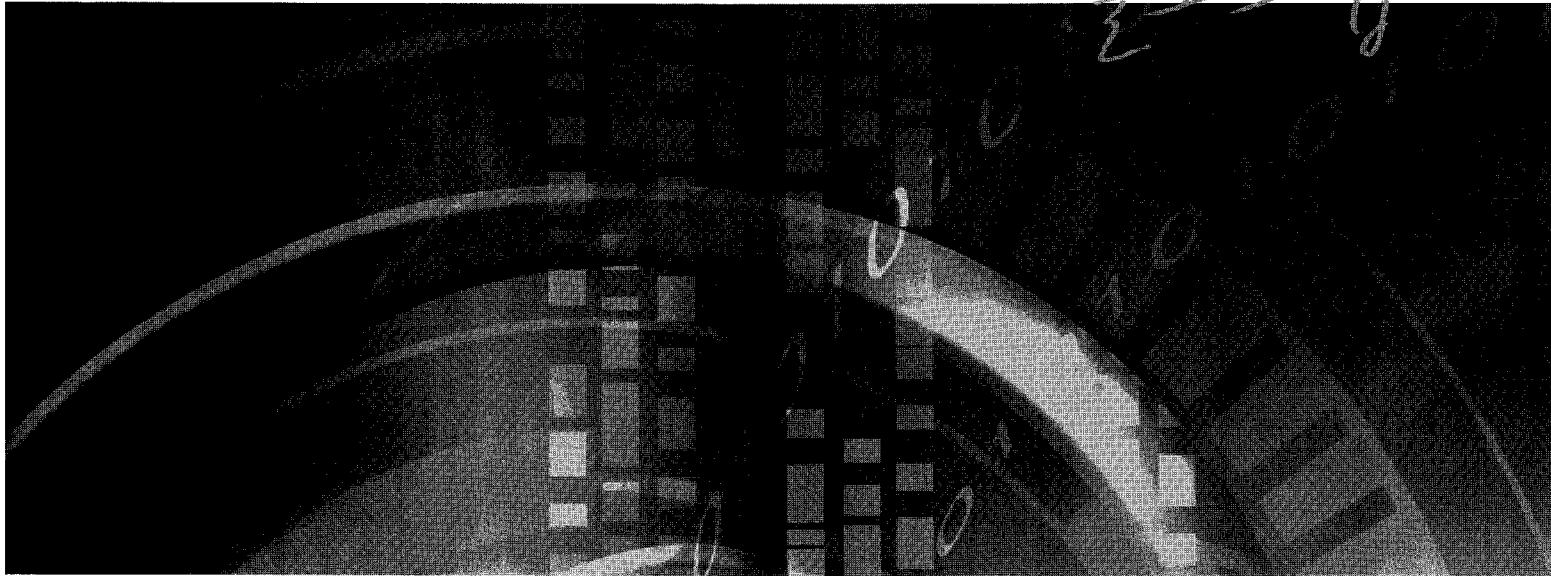


크로즈업  
클로즈업



## 국내 디스플레이산업, 제조업의 새로운 발전 모델로 '부상'

우리나라 디스플레이산업은 수년간 세계시장점유율 1위를 지속하고 있을 뿐만 아니라 수익성 측면에서도 경쟁국을 압도하여 산업내 글로벌 포지션을 후발자에서 선발자로 변화시킨 성과를 달성했다. 우리나라 디스플레이산업은 호황기에는 최고의 수익률을 시현하고 불황기에는 최소 적자로 빠른 흑자전환 모습을 보임으로써, 세계시장점유율과 수익성의 양 측면에서 경쟁국들을 압도했다. 이러한 디스플레이산업의 경쟁력 강화와 세계시장 지배력의 확대는 경기침체기 혹은 경제위기 극복 이후 우리나라 제조업의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 새로운 발전모델로 부상하고 있음을 시사한다. 본 고에서는 산업연구원의 '경기침체기의 디스플레이산업, 제조업의 새로운 발전모델로 부상'이라는 보고서를 통해 디스플레이산업이 주목받게 된 요인을 살펴보고 국내 제조업이 나아가야 할 방향에 대해 알아본다.

〈편집자 주〉

### 세계시장점유율 1위의 디스플레이산업, 새로운 발전모델로 주목

우리나라 디스플레이산업은 세계시장점유율이 경제위기 직전인 2008년 2분기 42.9%에서 금년 2분기에 52.2%로 급상승하여 경쟁국의 추격을 따돌리고 세계시장 지배력을 더욱 강화했다. 즉, 우리나라 LCD 패널의 경우 2008년 2분기까지 대만과 세계시장점유율 선두경쟁을 전개했으나, 경제위기가 도래한 3분기부터 그 격차가 확대되기 시작했다. 한국과 대만간 세계시장점유율 격차는 2008년 2분기 0.9%p, 3분기 7.0%p, 2009년 1분기 20.5%p, 2분기 15.1%p로 크게 확대됐다. 일본은 후발

크로즈업

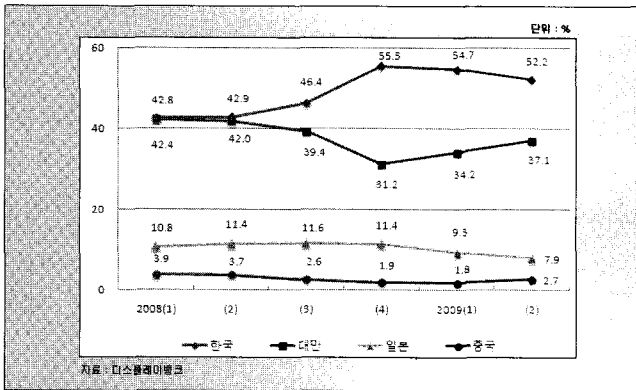


그림 1. 경제위기 전후 대형 패널의 분기별 세계시장 점유율 추이

국인 한국과 대만에 의해 추월당하면서 세계 LCD 패널시장에서 약소국으로 급격하게 쇠퇴하고, 부품소재 시장에서만 선전하는 등 과거에 비해 위상이 크게 추락했다.

디스플레이산업의 세계시장점유율 확대는 세계적 경기침체기의 수요격감하에서 이루어졌다는 점에서 질적 경쟁력 강화를 시사함과 동시에 향상된 위기대처능력을 보여주는 것이라 할 수 있다. 2008년에 세계수요가 약 30%가 감소하고 LCD패널 가격도 평균 40% 하락하여 우리나라 업계도 한 때 가격하락, 판매감소가 겹치면서 영업적자를 경험하는 등 큰 위기에 직면하였으나, 위기를 기회로 전환하여 새로운 이정표를 세우고 있다.

이러한 디스플레이산업의 경쟁력 강화와 세계시장 지배력의 확대는 경기침체기 혹은 경제위기 극복 이후 우리나라 제조업의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 새로운 발전모델로 부상하고 있음을 시사한다.

### 수익성에서도 경쟁국을 압도하며 후발자에서 선도자로 격상

우리나라 디스플레이산업은 수년간 세계시장점유율 1위를 지속하고 있을 뿐만 아니라 수익성 측면에서도 경쟁국을 압도하여 산업내 글로벌 포지션을 후발자에서 선발자로 변화시킨 성과를 달성했다. 2009년 2분기에 우리나라의 2개 패널사만 영업이익률이 흑자로 전환되었을 뿐, 나머지 해외 경쟁사는 적자에서 벗어나지 못했다. 우리나라 디스플레이산업은 호황기에는 최고의 수익률을 시현하고 불황기에는 최소 적자로 빠른 흑자전환 모습을 보임으로써, 세계시장점유율과 수익성의 양 측면에서 경쟁국들을 압도했다.

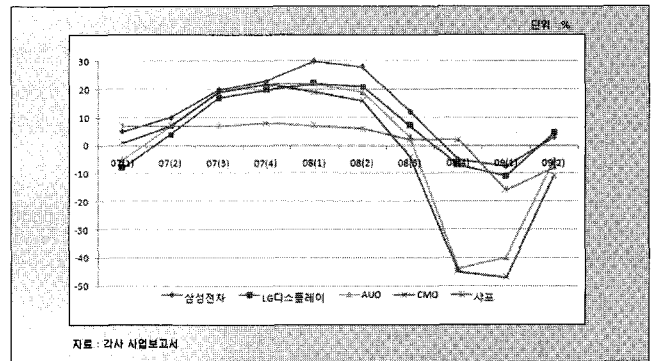


그림 2. 주요 LCD 패널업체들의 영업이익률 변화 비교

### 성과로 본 디스플레이산업의 경쟁 유형

세계 디스플레이산업의 경쟁국간 포지션을 영업이익률과 시장점유율 성과에 따라 매트릭스 구조로 파악해 보면, 지배적 리더형, 공격적 추격형, 안정적 추격형, 시장 순응형 등 네 가지 유형으로 분류가능하다.

우리나라 디스플레이산업은 세계시장점유율 1위를 유지하면서 영업이익률도 높아 세계에서 유일하게 지배적 리더형에 해당하는 것으로 평가된다. 아울러 향후에도 선제적 기술 확보 및 차세대제품 상용화가 이루어진다면 지배적 리더형의 위상 유지가 가능할 것으로 판단된다.

### 발전의 중요한 첫 번째 원동력은 두 차례의 선제적 투자 전략

우리나라 디스플레이산업의 비약적 발전을 촉진한 첫 번째 원동력은 과거 두 차례에 걸쳐 단행된 선제적 투자전략에 기인한 것으로 평가된다. 1단계 투자(불황기에서의 호황 대비 투자)는 디스플레이 산업 초기에 이루어진 투자이며, 2단계 투자는 산업의 위상이 강화된 이후의 투자이다.

우리나라 디스플레이산업의 경쟁력 및 세계시장 지배력 강화에 가장 결정적인 영향을 미친 것은 공격적이고 경쟁자보다 앞서가는 적기 투자능력이라 할 수 있다. 즉, 극심한 불황기라 할 지라도 환경변화 특히, 미래수요에 대비한 선제적 "적기" 투자를 통해 급증하는 수요를 선점한다는 투자전략이 적중했다.

### 세트-패널간 내제화(in-house) 구축도 경쟁력 강화

# 국내 디스플레이산업, 제조업의 새로운 발전 모델로 '부상'

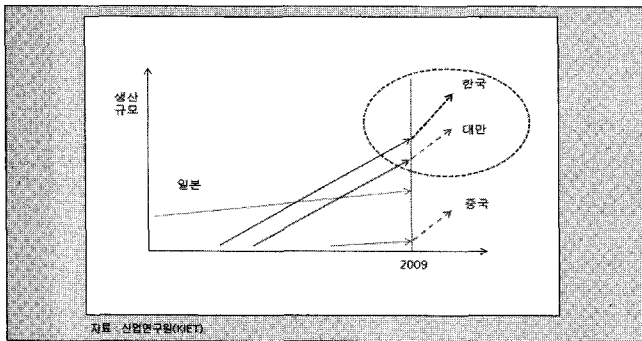


그림 3. 한국·대만·일본의 LCD산업 위상변화 비교

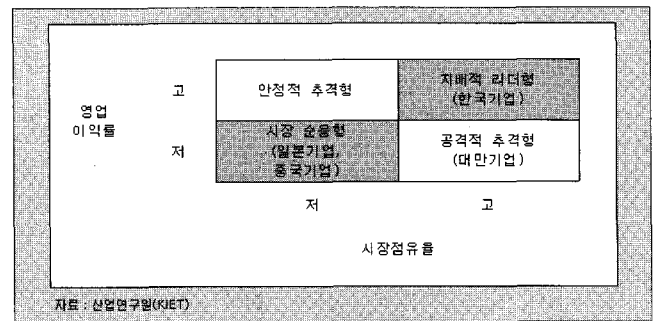


그림 4. LCD 패널 생산국의 산업내 경쟁유형

## 에 기여

부품산업인 디스플레이산업은 전방산업과 후방산업 여건의 영향을 크게 받기 때문에 전후방 연관산업의 네트워크 구축이 매우 중요하다. 즉, LCD패널은 전방산업인 LCDTV, 모니터, 노트북, 멀티미디어제품 등의 성장(시장성), 유리기판, 컬러필터, 편광판용 필름, 백라이트유닛 등 후방산업인 부품소재의 조달능력(생산성, 공급망)이 경쟁력에 큰 영향을 미친다.

우리나라 디스플레이산업은 삼성전자, LG전자 등 디지털TV, 가전제품을 생산하는 계열화된 글로벌 세트업체를 계열사로 확보하고 있어 산업연관적 여건이 대만, 일본에 비해 매우 유리하다.

## 지속적 프리미엄 제품 개발 및 신속한 세대교체에 성공

디스플레이산업은 제품수명주기 단축과 치열한 경쟁이 이루어지는 산업환경 속에서 선도적인 기술개발을 통한 신제품 및 프리미엄 제품의 개발에 주력하여 경쟁력을 강화하는데 성공했다. 또한 디스플레이산업은 후발주자임에도 불구하고 혁신적인 제조기술의 개발을 통해 8세대까지 신속한 세대교체에 성공해 왔다.

## 적극적 마케팅과 신제품 개발 노력을 통한 수출시장 확보

우리나라 패널업체는 적극적인 마케팅 특히, 최종재 수요가 많은 시장을 중심으로 현지 및 외국계 세트기업과의 협력을 강화하는 방식을 통해 수출시장을 개척, 확장하고 있다. 또한, 우리나라 업체는 IT용 LCD패널부터 성숙단계 진입이 가시화됨에 따라 새로운 대체시장을 발굴하려는 시장창출 노력을 전개하는 한편, 생산 및 수출제품의 고부가가치화를 모색하고 있다.

## 국내 메이커간 글로벌 경쟁구도가 산업발전 촉진

우리나라 디스플레이산업은 삼성전자와 LG디스플레이 등 국내 메이커 간 치열한 경쟁구도가 형성되어 있다는 점도 압도적 기술우위를 보유했던 일본을 추월하고 세계 1위로 부상한 배경으로 작용했다. 이러한 치열한 경쟁구도는 결과적으로 우리나라 디스플레이산업의 체질 즉, 원가경쟁력과 기술력을 강화하면서 상호발전하는 시너지효과를 가져온 것으로 판단된다.

## 지속성장을 통한 진정한 제조업 발전모델이 되기 위한 과제

경쟁국은 물론 중국까지 참여하는 치열한 도전에 직면한 우리나라 디스플레이산업이 경쟁우위를 지속, 확보하기 위해서는 첫째, 중국의 대형 LCD패널 생산 추진 및 경쟁기업의 대중국 대형패널 투자 움직임에 대해 장기적 산업발전 차원에서 조속한 대응책 마련이 요구된다.

둘째, 현재 LCD는 범용품(commodity)화가 진행되고 있으므로 산업의 기술발전 흐름을 예측하여 중장기 차세대 제품에 대한 선제적 기술개발 투자 등 지속적인 기술혁신 노력이 필요하다.

셋째, 핵심적인 부품소재의 내재화 및 수직통합을 강화하여 전후방 산업분야 간의 연계구조를 더욱 효율화해야 한다.

마지막으로, 부품소재산업의 자립화를 위해서는 경기침체에 우리나라 디스플레이산업의 시장 지배적 우월한 입지를 활용하여 해외 부품소재기업에 대한 전략적 M&A 검토가 필요하다.