

국내전자 메이커, 세계 TV시장을 석권

LG전자가 올해 사상 처음으로 TV 판매량 2000만대를 달성해 세계 시장에서 소니를 제치고 2위 자리에 올라설 계획이다. 삼성전자도 2600만대로 지난해에 비해 판매 목표량을 10% 늘려 잡아 부동의 1위를 지킬 방침이다. 경기 불황으로 TV 시장이 사상 처음 마이너스 성장도 전망되지만 두 업체는 공격적인 목표로 위기를 되레 기회로 바꾸겠다는 전략이다. LG전자는 올해 TV 부문에서 2000만대를 목표 대수로 잠정 확정했다. 이는 지난해 목표였던 1400만대보다 600만대가량 올라간 수치다. LG전자 홈엔터테인먼트(HE) 사업본부장인 강신익 사장은 “경기 불황이지만 오히려 지금이 공격적으로 나설 시기”라며 “잠정적이지만 올해 디지털TV 부문에서 2000만대가량을 팔겠다”고 말했다. 이는 소니가 잠정 확정된 목표보다 200만대 정도 많은 수치다.

주요 외신에 따르면 소니는 지난해 1500만대를 판매했으며 올해 1800만대 정도를 놓고 최종 사업 계획을 조율하는 것으로 전해졌다. LG전자가 2000만대를 판매하면 소니를 제치고 2위에 올라선다. LG전자 측은 “TV 시장에서 1위를 빼고 2위 이하 업체는 점유율이 불과 2~3%대에서 갈리기 때문에 충분한 가능성이 있다”고 말했다. LG전자는 이를 위해 라인업을 다양화하고 지역별로 전략 상

품을 정해 공격적인 마케팅에 시동을 걸 계획이다.

삼성전자도 올해 2600만대 이상을 판매하겠다고 밝혔다. 이는 지난해 2300만대보다 10% 이상 증가한 수치다. 박종우 사장은 기자 간담회를 갖고 “2006년부터 TV 시장 3년 연속 1위 자리를 지켜왔다”며 올해 2600만대 이상을 판매해 확실한 시장 수위 업체임을 입증해 보이겠다”고 말했다. 삼성은 먼저 LCD TV는 전년 대비 10% 이상 성장한 2200만대 이상 판매를 목표로 정했다.

특히 40인치 이상 대형 제품 비중은 전년 30%대에서 올해 40%대로 늘리고 풀HD 역시 30%대에서 50%로 높였다. PDP TV는 전년 300만대보다 33% 성장한 400만대 이상을 팔아 치울 계획이다. 삼성 측은 “TV 시장은 생존을 위협받을 정도로 전망이 불투명하지만 제품력과 브랜드 파워를 바탕으로 매출 성장과 수익성 제고를 동시에 달성하겠다”고 말했다. 한편 시장조사기관인 디스플레이서치에 따르면 올해 평판TV 시장은 LCD TV 1억1988만대, PDP TV 1461만대 규모로 판매 대수로는 전년 대비 소폭 증가하지만 금액 기준으로는 2000년 이후 처음 하락할 전망이다. TV 세계 시장점유율은 지난해 3분기를 기준으로 삼성전자가 22.5%로 1위, 소니가 13.3%로 2위, LG전자가 10.9%로 3위를 달리고 있다.