

제 3 절 LCD

권 지 인*

• 목 차 •

1. 세계 TFT-LCD 시장 동향	108
1.1 세계 TFT-LCD 시장 개괄(2007~2008)	108
1.2 제품별 시장 동향 및 전망	111
2. 국내 TFT-LCD 시장 동향	113
3. 주요 업체별 동향	116
3.1 2008년 3/4분기 주요업체 시장점유율	116
3.2 주요 업체 성과 분석	117
참고문헌	122

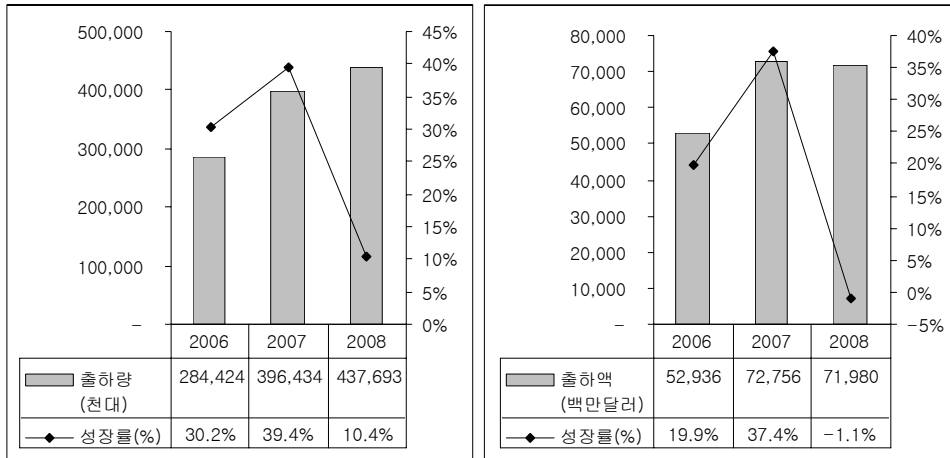
1. 세계 TFT-LCD 시장 동향¹⁴⁾

1.1 세계 TFT-LCD 시장 개괄(2007~2008)

2007년 대형 TFT-LCD 세계시장은 전년 대비 39.4% 증가한 2억 8천만대, 37.4% 성장한 728억 달러 규모를 달성하였다. 이는 2006년 성장률 대비(출하량 기준 30.2%, 출하액 기준 19.9%) 크게 증가한 수준으로 패널업체들의 생산량 조절로 공급과잉이 해소되면서 패널 가격이 상승하고 TV를 중심으로 수요가 살아나기 시작하면서 매출액 증가를 견인한데 기인한다.

* 미래융합전략연구실 주임연구원, (02) 570-4283, jeenkwon@kisdi.re.kr

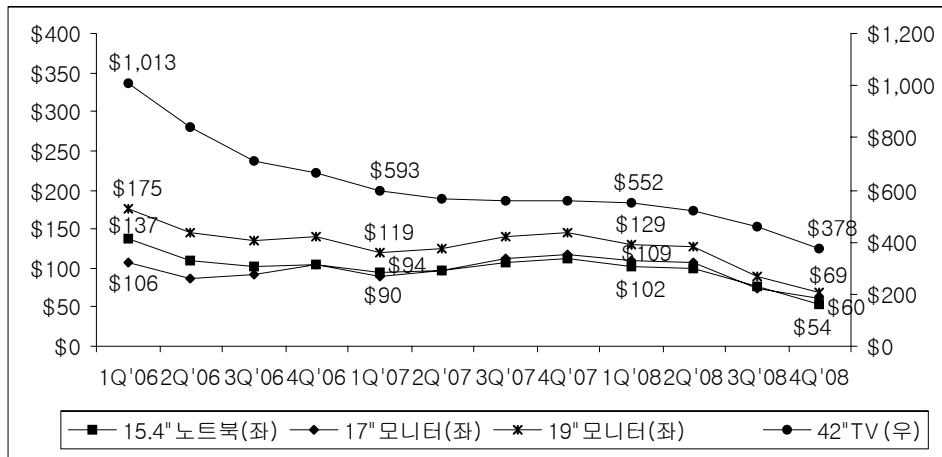
14) 전체 LCD 생산 capacity의 90%이상은 대형 TFT-LCD 패널인 노트북 PC, LCD 모니터, LCD TV에 소비되고 있으며, 중소형 패널의 경우 시장 비중(market portion)이 작고 다양한 사이즈가 존재하며 개별 수요자에 맞춰진 제품형태로 소비되고 있어 본 연구에서는 LCD시장에서 비중이 높은 대형 TFT-LCD를 중심으로 TFT-LCD 산업을 살펴보고자 한다.



자료: DisplaySearch(2008. 12)

[그림 2-12] 전 세계 대형 TFT-LCD 출하량 및 출하액 추이

2007년 LCD 시장은 본격적 업황회복의 시기로 특징지을 수 있다. 2007년 성장의 주요인은 크게 공급량 조절에 따른 가격 상승 및 안정화와 TV 및 노트북 등의 수요 확대에 있다. LCD 패널업체들은 과거 몇 년간 매출의 50%에 이르는 설비투자외 이에 따른 공급과잉으로 인해 지속적인 수익성 하락과 고통을 겪어왔다. 그러나 그동안 공급과잉으로 인한 LCD 패널 가격 폭락을 경험한 패널 업체들은 2006년 12월부터 대부분 자율적 감산에 들어가면서 무리한 차세대 라인 투자보다는 기존 라인의 효율을 극대화하는 전략으로 공급구조를 근본적으로 변화시켰다. 그 결과, 2분기부터 패널 가격은 다시 반등하기 시작하였으며 수익성도 빠르게 회복되었다. 게다가 TV를 비롯한 노트북, 모니터



자료: DisplaySearch(2008. 12)

[그림 2-13] 대형 TFT-LCD 패널 가격변동 추이

터 등 전 기종에 걸쳐 수요증가가 확산되면서 가격 상승과 맞물려 패널업체들의 높은 매출액 성장을 가능케 했다. 2007년 제품별 매출액 증가율을 살펴보면, TV 51.5%, 노트북 33.1%, 모니터 25.5%로 2006년 TV 86.2%, 노트북 -1.1%, 모니터 -8.9% 대비 크게 증가한 것으로 나타나 전 제품에 걸쳐 가격상승 및 수요증가의 영향이 고르게 미친 것으로 보인다.

2008년은 성장과 둔화가 동시에 나타나면서 변동성이 매우 큰 한 해였다. 2007년 하반기 이후 성장 국면에 진입했던 LCD 산업은 2008년 상반기 전통적으로 존재하던 Seasonality가 나타나지 않은채, 예상외로 수요가 강세를 보이며 안정적 성장세를 이어가면서 2008년 하반기까지 지속될 것으로 예상되었다. 이는 대부분의 Set 업체들이 2008년 하반기 호황을 예상하고 재고확보를 위한 가수요가 발생했기 때문이다. 그러나 예상과 달리 하반기 들어 세계 경기는 서브프라임사태 이후 빠른 속도로 침체되면서, 미국과 유럽 시장의 수요가 급감하였고, 결국 패널가격의 급격한 하락과 함께 업체들의 실적도 마이너스로 돌아섰다. 실제로 3분기 패널 가격은 전분기 대비 모니터 -27.4%, 노트북 -21.4%, TV -8.6%를 나타냈으며 4분기 들어 전 제품이 20% 내외의 하락률을 나타낼 것으로 예상되는 등 최악의 상황이 진행되고 있다. 이번 가격 하락은 지난 '04년~'05년 공급과잉이 오면서 경험하였던 폭락의 수준에 가까우나, 설비투자 경쟁에 의한 공급과잉의 직격탄보다는 예상보다 부진한 수요에 의한 재고증가에 의해 촉발된, 과거와는 다른 패턴의 급락이었다. 수요 둔화는 모니터를 중심으로 노트북, TV 전 제품에 대해 공통적으로 나타났으며 대형 TFT-LCD 출하량 증가율(전년 동분기대비)이 2분기 22.6%에서 3분기 6.7%, 4분기 -17.8%를 나타내는 등 수요심리는 갈수록 악화될 것으로 예상된다.

한편, 수요둔화에 따른 급격한 가격하락에 직면한 대부분의 패널 업체들은 결국, 기존 라인을 감산 진행중에 있으며, 특히 LCD TV 거래선 구조가 국내업체보다 취약한 대만 업체의 경우는 40~50% 수준의 큰 폭의 감산을 추진 중이다. 그러나 이러한 감산의 영향이 계속되는 가격하락을 멈추기는 역부족일 것으로 보이며 다만, 급격한 판가 하락을 어느 정도 완화시키는데는 긍정적인 영향이 예상된다.

〈표 2-19〉 LCD 업체별 감산 수준

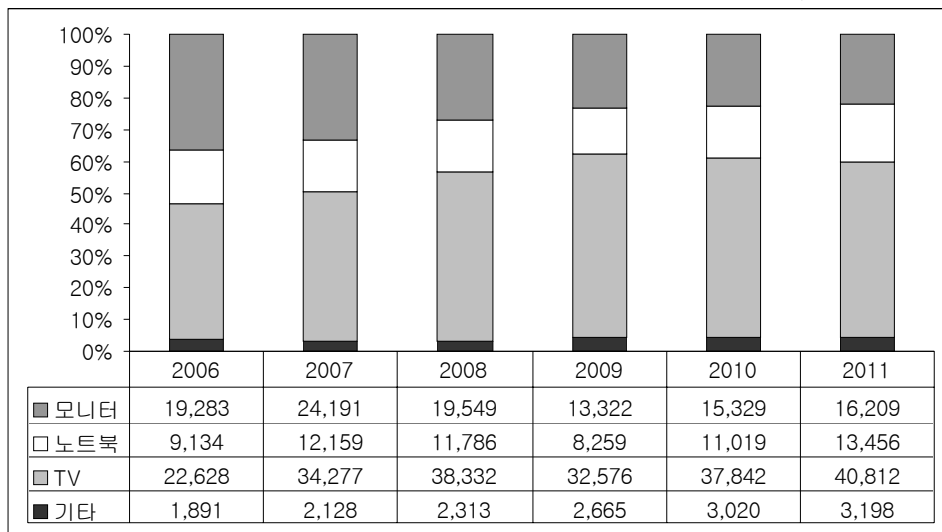
	삼성전자	LG디스플레이	AUO	CMO
2008년 3분기	감산 없었음	10% 수준	20%~30% 수준	20%~30% 수준
2008년 4분기	10~20% 수준	20%~30% (11월부터)	40%~50% 수준	40%~50% 수준

자료: 각사, 교보증권 리서치센터

1.2 제품별 시장 동향 및 전망

2007년 대형 TFT-LCD 시장의 제품별 출하액은 LCD 모니터 242억 달러, 노트북 129억 달러, TV 343억 달러로 전년 대비 각각 25.5%, 33.1%, 51.5%의 성장률을 기록했다. 이는 2007년 전반에 걸쳐 나타났던 패널 가격 상승의 영향이 가장 크며 전반적 수요 증가에 기인한다. 특히, LCD TV용 패널 수요 증가가 두드러졌는데, 2007년 제품별 매출액 점유율을 살펴보면, TV용 패널 비중이 47%를 넘어섰으며, 상대적으로 모니터와 노트북은 33.3%, 16.7%로 비중이 다소 줄어들었다. 이는 2007년 주요 업체의 7세대 라인 가동률이 높아지면서 TV용 패널 생산이 크게 증가한데다, 패널 가격이 꾸준히 하락하면서 전 세계적으로 LCD TV 수요를 촉발한 것을 시작으로 TV 세트 업체 및 유통업체들이 고마진 전략에서 박리다매 전략으로 전환함에 따라 그동안 대기수요로 남아 있던 소비자들의 실구매 전환이 가속화되면서 LCD TV가 72.2%(출하량 기준)의 견조한 성장세를 달성했기 때문이다.

(단위: 백만 달러)



자료: DisplaySearch(2008. 12)

〔그림 2-14〕 제품별 출하액 추이 및 전망

한편, 2008년 대형 TFT-LCD 시장의 제품별 출하액은 LCD 모니터 195억 달러, 노트북 118억 달러, TV 383억 달러로 전년 대비 각각 -19.2%, -3.1%, 11.8%의 성장률을 기록할 전망이다.

전술한 바와 같이 2008년 공급과잉 및 성장둔화의 주요인은 당초 공급부족이 예상되었던 수요증가율이 '07년 63%에서 '08년 24%으로 급격히 둔화된데 있다. 수요 둔화의

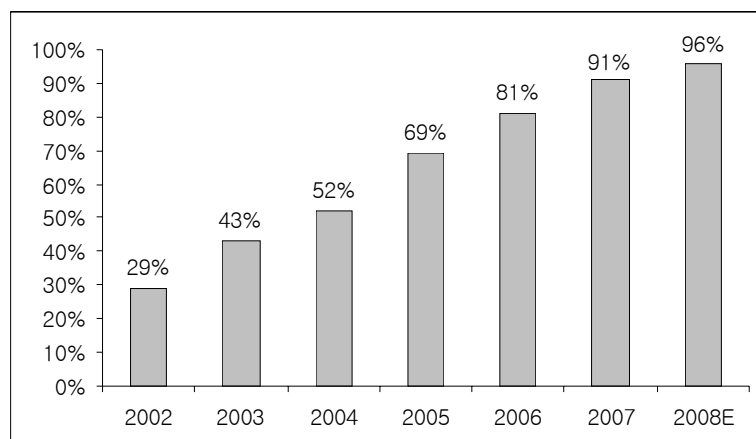
가장 큰 요인은 모니터와 TV 패널 수요가 크게 둔화되었기 때문이다. 특히 LCD 수급 변화의 Swing factor 역할을 하는 LCD모니터 패널 출하증가율은 '07년 40%에서 '08년 3%로 급격히 떨어졌다. 이는 LCD모니터의 침투율(penetration ratio)이 '07년 2분기부터 90%를 넘어간 구조적 요인과 함께 '07년 하반기 이후 패널가격이 장기간 상승하면서 세트가격 인하가 거의 없어 수요탄력이 급격히 감소했기 때문이다. 또한 공급부족을 우려해 Set 업체들이 과잉재고를 보유하고 있다가 경기침체가 시작되면서 다시 재고를 대폭 축소한 탓이다.

〈표 2-20〉 TFT-LCD 대형 패널 수요, 공급(면적 기준)

	2005	2006	2007	2008E
수요(면적기준, 백만m ²)=A	20.7	32.6 (57.1%)	53.2 (63.4%)	65.9 (23.7%)
노트북	4.2	5.4 (27.5%)	7.8 (44.8%)	10.0 (28.6%)
모니터	10.9	13.7 (25.8)	19.3 (40.1)	19.9 (3.4)
TV	5.2	13.0 (149.0%)	25.6 (96.7%)	35.1 (37.1%)
기타	0.4	0.4 (20.8%)	0.6 (34.4%)	0.8 (39.5%)
공급(면적기준, 백만m ²)=B	23.2	38.9 (67.5%)	59.9 (54.3%)	79.0 (31.8%)
공급/수요(=B/A-1)	11.2%	19.3%	12.6%	19.9%

주: 괄호안은 전년 대비 증가율

자료: DisplaySearch, 동부증권 리서치센터 재인용

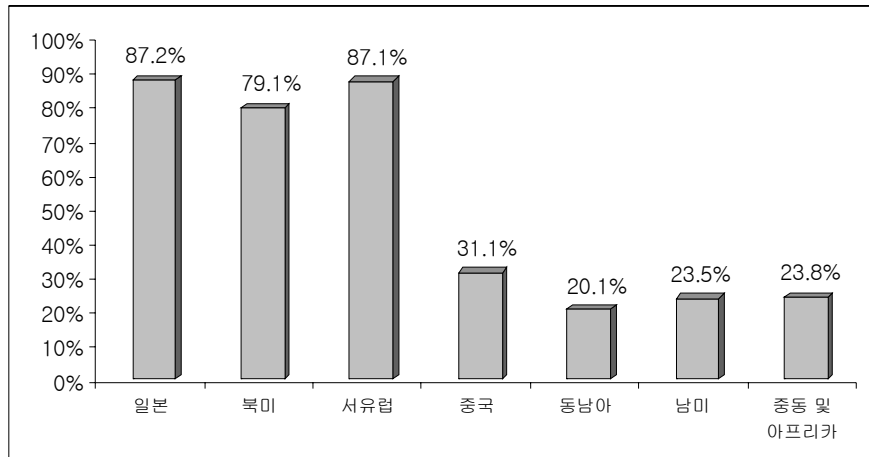


자료: DisplaySearch(2008. 12)

[그림 2-15] LCD모니터 침투율(Penetration ratio)(출하량 기준)

LCD모니터는 가격변화에 대한 수요탄력 변동성이 크다. 때문에 '07년 2분기부터 패널 가격 상승에 따른 원가부담으로 세트가격 인하를 못한 것이 세트판매를 둔화시키고 있으며 '08년 2분기부터 경기침체까지 겹쳐 기업용 PC 주문이 감소하고 IT투자가 위축되고 있어 '08년 LCD 모니터 출하액은 마이너스 성장을 할 전망이다.

한편, LCD TV용 패널은 '08년 올림픽 효과를 기대하였으나 예상보다 그 효과가 미미하였으며 2분기 이후 경기침체로 인해 전 세계 LCD TV 매출의 62%('07년 기준)를 차지하고 있는 북미, 서유럽 등 선진국 소비경기가 급랭하면서 '08년 TV용 패널 출하액은 전년 대비 39.7%p('07년 51.5% → '08년 11.8%)의 큰 감소폭을 나타낼 것으로 예상된다. 특히, 선진국의 평판 TV 보급률이 평균 80%에 이르면서 큰 폭의 성장이 제한적일 전망이다. 다만 중국, 남미 등 신흥국가를 중심으로 평판 TV 침투율이 계속 상승하는 추세에 있어 향후에도 LCD 패널 성장을 이끌어갈 주요 제품이 될 것으로 보인다.



자료: DisplaySearch(2008. 12)

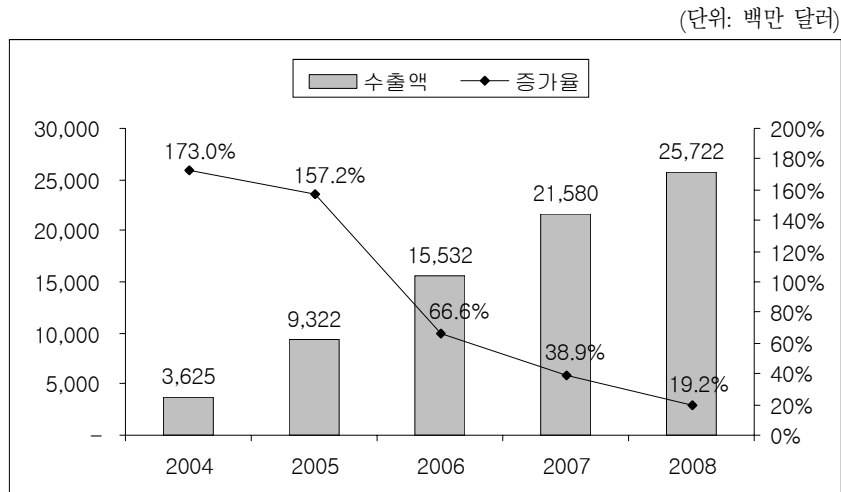
[그림 2-16] 전체 TV 시장내 LCD TV 비중(수량 기준)

2. 국내 TFT-LCD 시장 동향¹⁵⁾

2007년 우리나라 디스플레이 패널 수출은 전년대비 38.9% 증가한 216억 달러를 기록하였다. 2007년의 성과는 '06년 상반기, 공급과잉에 따른 급격한 가격하락의 학습효과

15) 국내 TFT-LCD 시장 동향은 디스플레이 패널 수출 동향을 중심으로 간접적으로 분석함. 디스플레이 패널은 TFT-LCD 패널을 비롯, PDP 패널, OLED 패널, 기타 패널 및 패널 부분품으로 구성되어 있으며 이 중 TFT-LCD 패널 수출액이 전체 수출액의 약 70%를 차지하고 있어 디스플레이 패널을 통한 간접적 분석이 의미가 있음.

로 제조업체들이 설비투자를 감소시켜 공급능력 확대를 제한함에 따라 IT기기용 패널을 중심으로 가격 상승 및 안정화를 이끌면서 디스플레이 수출액 증가를 견인하였다. 또한 LCD TV 수요가 본격화되고 특히 40인치 이상 패널 수요가 급증함에 따라 이에 적합한 7세대 라인을 이미 안정적으로 가동하고 있던 국내 패널업체들은 가동률을 증가시키므로써 높은 매출액 증가를 달성했던 것으로 보인다. 또한 국내 패널 업체들은 다양한 대형 패널 생산이 가능한 5세대~7세대 라인을 고루 갖추고 있어 계절적 수요에 맞춰 IT 기기용 패널과 TV용 패널의 Product mix를 가능케 함으로써 수익성이 높은 제품으로 전환이 가능하다. 따라서 국내 업체들은 수요 변화에 맞추어 고부가가치 제품 생산에 주력함으로써 2007년 수출의 견조한 성장세를 유지할 수 있었던 것으로 판단된다.

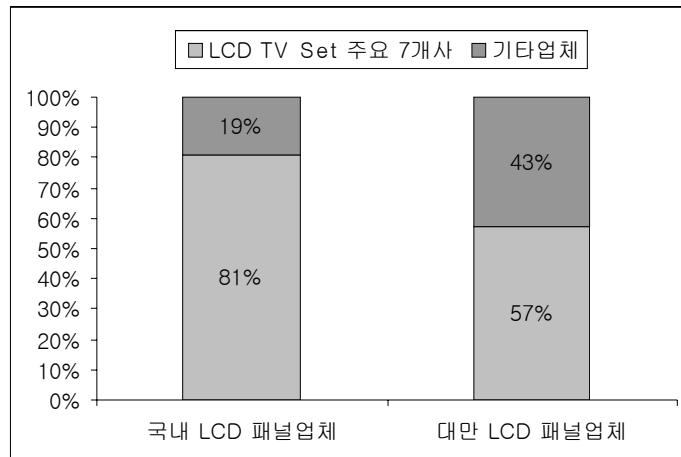


자료: IITA, 2008년 전망은 KISDI

[그림 2-17] 국내 디스플레이 패널 수출 추이

2008년 디스플레이 패널 수출은 19.2% 증가한 257억 달러 규모를 기록할 전망이다. 상반기 Set 업체들의 하반기에 대한 긍정적 기대를 바탕으로 선주문을 확대한 결과, 국내 업체들의 실적은 전년 대비 높은 수준을 유지했으나 하반기 발생한 경기침체로 국내 기업들 역시 급격한 패널 가격 하락 및 판매 부진을 경험하면서 전년보다 수출 증가율이 감소할 것으로 보인다. 하지만 업황 악화의 영향으로 시장 크기가 줄어들면서 대만 업체보다 확실하고 안정적인 고객기반을 보유하고 있는 국내 업체들의 장점이 크게 부각되고 있다. 국내 LCD 패널 업체는 자사내 강력한 TV Set 업체를 가지고 있으며, 주요 TV Set 업체와의 지분 투자를 통해 외부 고객 기반까지 안정적으로 확보한 상태이다. '08년 3분기 기준, 국내 LCD 패널업체의 주요 LCD TV Set 업체는 삼성전자, SONY(이상 삼성전자 주요 고객), LG전자, 필립스, 도시바(이상 LG디스플레이 주요 고

객)등이 있으며 주요 Set 업체 공급 비중은 81%로 대만 업체 57%보다 높은 수준으로 향후 선두 Set 업체의 지배력이 강화될 경우 고객 기반이 안정적인 국내업체가 대만 업체보다 유리한 상황이다.



자료: DisplaySearch, 교보증권 리서치센터

[그림 2-18] '08년 3분기 국내 패널업체의 주요 Set 업체 비중

<표 2-21> 주요 LCD TV 브랜드별 점유율(금액 기준)

브랜드	3Q'07	4Q'07	1Q'08	2Q'08	3Q'08
SAMSUNG	18.7%	19.3%	22.2%	23.9%	23.9%
SONY	15.9%	19.5%	18.1%	17.0%	18.1%
LGE	7.8%	7.7%	9.7%	9.6%	9.0%
SHARP	12.5%	10.1%	10.1%	9.2%	10.9%
PHILIPS	9.7%	10.1%	7.8%	8.7%	6.5%
TOSHIBA	5.8%	6.1%	6.3%	6.2%	6.2%

자료: DisplaySearch(2008. 12)

또한 대만 업체들은 경기침체에 따른 수요 위축으로 실적 악화가 지속되면서 투자 부담이 가중됨에 따라 가동률 조정 및 설비투자 축소를 계획하고 있다. 반면, 현재 50%를 하회하는 가동률을 유지하고 있는 대만 업체와는 달리 국내 업체들은 어려운 상황에서도 평균 70~80%의 가동율을 유지하고 있다. 대만 업체와 한국 업체간 가동률 차이는 확고한 고객기반을 바탕으로 어느 정도 안정적인 매출을 담보할 수 있는데 기인하며 이는 국내 업체의 시장점유율 확대로 이어질 전망이다.

〈표 2-22〉 주요 대만 LCD업체들의 설비별 가동률('08년 11월 기준)

회사명	Fab	세대	생산능력(천매/월)	가동률
AUO	Lungtan L4A	4	70	45%
	Lungtan L5A~C, Linkou L5D	5	350	50%
	Taichung L6A, Lungtan L6B	6	240	60%
	Taichung L7A	7.5	75	55%
	Sun Total			55%
CMO	Tainan Fab2	4	60	40%
	Tainan Fab3, Fab6	5	325	40%
	Tainan Fab4	5.5	170	65%
	Tainan Fab6	6	65	65%
	Tainan Fab7	7.5	90	45%
	Sub Total			53%
CPT	Taoyuan T2	4	50	40%
	Lungtan L1	4.5	180	0%
	Lungtan L2	6	90	50%
	Sub Total			40%
Hannstar	Tainan Fab1	5	110	40%
Total				51%

주: 대형 LCD 설비에 국한
 자료: IDC Taiwan, 푸르덴셜증권(2008)

3. 주요 업체별 동향

3.1 2008년 3/4분기 주요업체 시장점유율

대형 TFT-LCD 시장은 국내 주요 업체를 비롯한 상위 5개 업체들이 전체 시장의 86.7%('08년 3/4분기 출하액 기준)를 점유, 작년 동 분기(81.8%) 대비 집중화는 더 심해진 상황이다. 그 중에서도 국내 패널업체의 시장점유율은 '08년 이후 점차 확대되고 있는 반면('08년 1Q 43.1% → 2Q 44.1% → 3Q 46.5%), 대만 업체들의 시장점유율은 다소 감소하고 있으며('08년 1Q 41.7% → 2Q 41.6% → 3Q 38.1%) 이러한 상반된 모습은 경기 침체가 본격화되는 하반기 이후 더욱 크게 나타나고 있다. 이는 LCD 업황이 호황기에 있을 때에 패널공급 부족이 발생하면 Set 업체들이 2nd Tier 업체들인 대만 업체로부터 부족분을 충당했지만, LCD 업황이 불황기에 들어서자 Set 업체들의 패널 주문이 1st Tier 업체로 집중되고 있기 때문이다. 특히 LCD TV Set 시장에서 점유율 5위 이내 Set 제조업체는 관계사 혹은 계열사를 통하여 패널을 공급받고 있어, 이들로부터 패널을 공급받는 비중을 확대할 것으로 예상된다. 따라서 국내 패널 업체들의 시장점유율은

앞으로 확대될 전망이다.

〈표 2-23〉 2008년 3/4분기 대형 TFT-LCD 업체별 시장점유율(출하액 기준)
(단위: %)

순 위				업체명	시장점유율			
4Q'07	1Q'08	2Q'08	3Q'08			1Q'08	2Q'08	3Q'08
1	1	1	1	삼성전자	23.4%	23.6%	25.3%	26.3%
2	2	2	2	LG디스플레이	19.7%	19.4%	18.8%	20.2%
2	3	3	3	AUO	19.7%	19.3%	17.7%	16.6%
4	4	4	4	CMO	13.7%	13.5%	15.3%	14.8%
5	5	5	5	Sharp	6.7%	7.7%	7.6%	8.9%
6	6	6	6	CPT	5.1%	4.9%	4.6%	3.5%
8	8	8	7	Hitachi	2.1%	2.4%	2.0%	2.6%
7	7	7	8	HannStar	2.9%	2.5%	2.5%	2.1%
10	10	9	9	Innolux	1.5%	1.5%	1.6%	1.2%
9	9	10	10	BOE	1.6%	1.6%	1.4%	1.0%
11	11	11	10	SVA-NEC	1.3%	1.4%	1.3%	1.0%
12	12	12	12	TMDisplay	0.8%	0.7%	0.7%	0.8%
13	12	12	13	Infovision	0.7%	0.7%	0.7%	0.4%
14	14	14	14	NEC	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
14	15	15	15	Hydis	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%
16	15	15	15	Epson	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
16	15	15	15	Mitsubishi	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
16	15	15	15	Sony	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
				Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

자료: DisplaySearch(2008. 12)

3.2 주요 업체 성과 분석¹⁶⁾

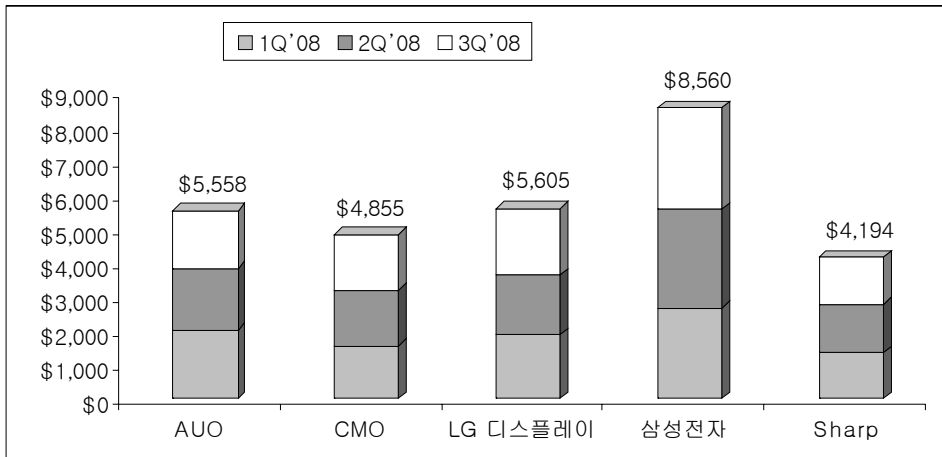
1) 삼성전자

삼성전자는 2008년 3분기까지 출하량 및 출하액에서 모두 선두를 유지하고 있으며 현재 시장점유율 1위를 차지하고 있는 대표적 LCD 패널 생산업체이다. 당사는 가장 먼저 7세대 라인을 가동하면서 TV용 패널 생산기반을 마련하였으며, TV 수요가 부진한 상황에서도 안정적인 고객을 기반으로 TV용 패널 비중 확대를 통해 2007년에 이어 지금까지 TV용 패널 매출 선두를 유지하고 있다. [그림 2-19]에 나타난 바와 같이 삼성전자의 '08년 3분기까지 TV용 패널 누적 출하액은 85.6억 달러로 매 분기 가장 높은

16) 2008년도 1/4분기~3/4분기의 실적을 바탕으로 분석

매출 규모를 나타내며 독보적 성과를 달성하고 있다. 특히 삼성전자의 주요 고객인 삼성전자 디지털미디어 사업부와 Sony의 LCD TV 시장 내에서의 시장지배력이 확대되고 있으며 시장 수요가 감소하더라도 이들 고정거래선 내 삼성전자의 비중이 확대됨에 따라 시장평균을 상회하는 TV용 패널 생산 증가로 시장지배력은 더욱 강화될 전망이다.

(단위: 백만 달러)



자료: DisplaySearch(2008. 12)

〈그림 2-19〉 주요 업체별 LCD TV용 패널 출하액(08년 1분기~3분기 누적)

또한 삼성전자는 TV용 패널 생산에 집중하면서도 와이드 노트북 등 프리미엄 제품 비중을 지속적으로 확대해 나가면서 양호한 매출 및 영업이익률 성과를 달성하고 있다. 특히 상반기 노트북 수요의 견조한 증가세를 고려해 주요 Set 업체와의 오랜 거래 관계와 기술적 우위를 바탕으로 감가상각이 끝난 5세대 이하 라인을 활용함으로써 노트북용 패널 생산을 증가시켜 실적 향상 및 영업이익 증가를 시현하였다. 삼성전자는 다양한 생산라인을 적절히 활용하여 계절적 수요에 맞춰 IT 기기용 패널과 TV용 패널

〈표 2-24〉 삼성전자 LCD 부문 실적

(단위: 천대, 백만 달러, %)

	3Q07	4Q07	1Q08	2Q08	3Q08
출하량	21,788	22,985	22,923	25,501	25,095
(증가율)	(47.3%)	(49.2%)	(54.4%)	(31.3%)	(15.2%)
출하액	4,503	5,409	4,932	5,317	4,745
(증가율)	(38.5%)	(59.8%)	(62.4%)	(38.9%)	(5.4%)
시장점유율	22.1%	23.4%	23.6%	25.3%	26.3%
영업이익률	16.7%	20.6%	23.3%	21.0%	8.0%

주: 괄호 안은 전년 동분기 대비 증감률

자료: DisplaySearch(08. 12), 각사 실적보고서

생산량을 조절함으로써 타사 대비 매출 증대와 함께 수익성도 확보하는 전략을 구사하고 있다.

2) LG디스플레이

2008년 3분기 LG디스플레이 실적은 출하액 및 출하량 모두 2위를 유지하고 있으나 1위 삼성전자와 격차가 크게 벌어진 수치이다. LG디스플레이는 삼성전자와 더불어 안정적 고객기반을 가지고 있는 것은 사실이나, 주요 TV Set 고객들이 LCD TV 시장 내에서 삼성전자와 SONY의 공격적 가격 마케팅에 밀려 판매가 부진하였으며 필립스의 북미시장 사업 철수 등 LG디스플레이의 대형 거래처들의 판매 여건이 악화되면서 시장점유율 역시 약화되었다. 뿐만 아니라 중점 공략 시장이었던 중국 시장의 자연 재해와 미국 경기 침체로 40인치 이상 대형 LCD TV 판매 부진이 이어지면서 LG디스플레이 매출에서 가장 큰 비중을 차지하는 TV용 패널 매출 증가를 제약하였으며 또한 3분기에는 경기침체에 따른 수요 둔화와 급격한 가격 하락으로 Fab의 가동률을 낮추면서 출하량이 감소하고 있다.

다만, LG디스플레이 역시 여전히 LCD TV 시장에서 상위권을 차지하고 있는 LG전자와 필립스, 도시바 등 고정거래선을 확보하고 있어 3분기 업황이 좋지 않은 상황에서도 고객 기반이 없는 대만 업체 대비 양호한 실적을 달성한 것으로 보이며 P6 생산 라인에 대한 감가상각이 완료됨에 따른 고정비 감소, 평방미터당 7%의 원가절감으로 패널 평균가격이 22% 떨어졌음에도 불구하고 경쟁 업체 대비 양호한 영업이익률을 달성한 것으로 보인다.

〈표 2-25〉 LG디스플레이 실적

(단위: 천대, 백만 달러, %)

	3Q07	4Q07	1Q08	2Q08	3Q08
출하량 (증가율)	21,355 (40.6%)	21,981 (31.2%)	22,300 (35.0%)	23,579 (18.8%)	24,849 (16.4%)
출하액 (증가율)	4,109 (47.7%)	4,540 (41.4%)	4,055 (46.8%)	3,960 (14.6%)	3,638 (-11.5%)
시장점유율	20.1%	19.7%	19.4%	18.8%	20.2%
영업이익률	17.0%	20.1%	21.8%	21.1%	6.6%

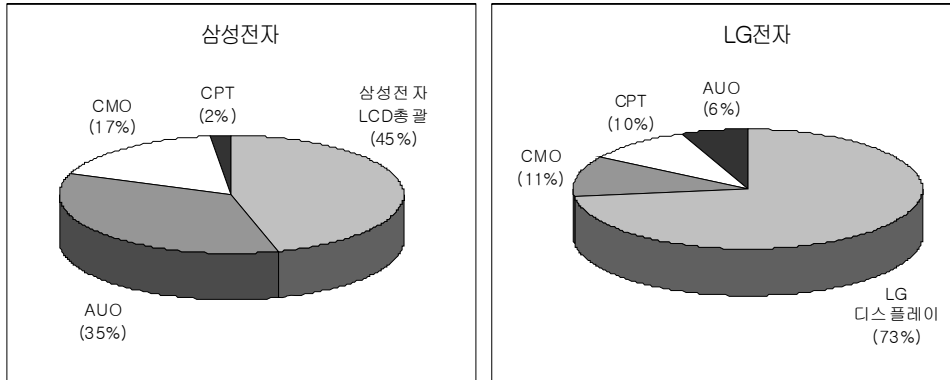
주: 괄호 안은 전년 동분기 대비 증감률

자료: DisplaySearch('08. 12), 각사 실적보고서

3) AUO

AUO는 '07년 하반기 및 '08년 1분기까지 IT 기기용 패널 판매의 견조한 증가와 함께 TV용 패널 판매가 큰 폭으로 증가하면서 2위인 LG디스플레이의 자리를 넘볼 정도로 급속하게 성장하였다. 특히 주요 고객인 삼성전자와 SONY의 시장 점유율 증가로 TV

용 패널에서 업계 내 가장 높은 매출액 증가율을 달성하였다. 뿐만 아니라 삼성전자와 LG전자 간 디스플레이 패널 교차 구매가 이루어지지 않는 가운데, 대만 업체로부터의 수입이 증가하면서 7세대 라인을 보유한 AUO의 수혜가 가장 컸던 것으로 보인다.



자료: DisplaySearch, 전자신문 재인용

[그림 2-20] 1분기 삼성·LG LCD 패널 수급현황

그러나 2분기 CMO가 6세대 및 7세대 LCD라인을 본격 가동하면서 모니터용 LCD 패널 및 TV용 패널을 적극 양산함에 따라 AUO의 주력 제품 시장점유율이 CMO로 분산되면서 매출액 증가율은 둔화되기 시작했다. 여기에 2분기 이후 경기침체에 따른 기업들의 실적 악화로 IT 예산축소가 범용 LCD 모니터 수요를 감소시키면서 모니터용 매출 비중이 높은 AUO의 실적을 악화시켰으며 수요 둔화로 시장이 위축되면서 AUO의 주요 수요처인 한국 Set업체들이 자사 패널 채택률을 증가시키기에 따라 3분기 AUO의 실적은 결국 마이너스로 전환되었다.

<표 2-26> AUO 실적

(단위: 천대, 백만 달러, %)

	3Q07	4Q07	1Q08	2Q08	3Q08
출하량 (증가율)	22,264 (76.7%)	23,219 (40.6%)	22,305 (40.0%)	21,822 (12.4%)	20,716 (-7.0%)
출하액 (증가율)	4,061 (96.8%)	4,547 (69.0%)	4,022 (73.7%)	3,715 (20.3%)	2,988 (-26.4%)
시장점유율	19.9%	19.7%	19.3%	17.7%	16.6%
영업이익률	18.7%	22.4%	22.2%	19.5%	2.6%

주: 괄호 안은 전년 동분기 대비 증감률

자료: DisplaySearch(08. 12), 각사 실적보고서

4) Sharp

Sharp는 중소형 패널 비중이 약 50% 정도를 차지하고 있어 10인치 이상의 대형 패널 비중이 높은 한국 및 대만의 주요 업체들과 제품 구조가 다소 상이하다. 따라서 동사는 대형 LCD 패널의 업황이 부진하여 수익성이 하락하여도 중소형 패널에서 보존할 수 있어 LCD 업황의 부침에 관계없이 항상 7%대의 일정한 영업이익률을 달성할 수 있다. Sharp의 대형 패널은 80%이상이 TV용 패널 생산에 집중되어 있으며 모니터 및 노트북 등 기타 패널 생산은 미미한 수준이다. Sharp의 TV용 패널 생산의 90% 이상은 자사 내에서 소비하고 있으며 따라서 자사의 LCD TV 실적에 따라 TV용 패널 실적도 함께 연동된다. '08년 3분기의 경우 업황 악화에도 불구하고 Sharp의 실적은 비교적 양호하게 나타났는데 이는 샤프의 주요 수요처인 자사 TV사업부가 3분기 북미 LCD TV 시장에서 선전함에 따라 경쟁 업체 대비 높은 출하량 증가율을 달성할 수 있었다. Sharp는 TV용 패널의 수요처 확보를 위해 LG전자, JVC, 파이오니아에도 패널을 공급할 예정이며 또한, 소니와 10세대 라인 공동투자 및 합작사를 설립하기로 함으로써 고객 확보를 위해 노력하고 있다.

〈표 2-27〉 3분기 북미 LCD TV 수량 점유율

순위	회사명	2분기 점유율	3분기 점유율
1	삼성전자	18.1%	18.8%
2	소니	11.6%	13.9%
3	샤프	7.7%	10.2%
4	후나이	6.8%	8.5%
5	비지오	7.5%	8.4%
	기타	48.3%	40.1%
	전체	100.0%	100.0%

자료: DisplaySearch, 아이뉴스24 재인용

〈표 2-28〉 Sharp 실적

(단위: 천대, 백만 달러, %)

	3Q07	4Q07	1Q08	2Q08	3Q08
출하량 (증가율)	4,094 (40.6%)	4,678 (62.6%)	4,993 (58.3%)	4,903 (44.9%)	5,279 (28.9%)
출하액 (증가율)	1,390 (65.8%)	1,556 (72.7%)	1,607 (61.8%)	1,602 (50.1%)	1,604 (15.4%)
시장점유율	6.8%	6.7%	7.7%	7.6%	8.9%
영업이익률	6.8%	8.0%	7.0%	6.4%	1.9%

주: 괄호 안은 전년 동분기 대비 증감률

자료: DisplaySearch('08. 12), 각사 실적보고서

참 고 문 헌

- 구자우, “2009 반도체 · LCD 산업전망”, 교보증권, 2009. 1. 5
박 현, “대만 LCD, 생산중단을 향해 가는가?”, 푸르덴셜투자증권, 2008. 11. 19
이민희, “TFT-LCD 산업: Deep Impact”, 동부증권, 2008. 11. 5
이성준, “This is time to play”, SK증권, 2007. 5. 17
이 정, “TFT-LCD 산업”, 하나대투증권, 2008. 9. 11
전자신문, 이데일리, 동아일보, 중앙일보, 한국일보, 머니투데이 각호
삼성전자, LG디스플레이, AUO, CMO, CPT 각 사 사업 보고서
DisplaySearch(2008. 12), “Quarterly Worldwide Flat Panel Forecast Report”
_____ (2008. 12), “Quarterly Global TV Shipment and Forecast Report”
Witsview(2008), “Price Quote”