

# TV는 ‘크기 전쟁중’... 초대형시장 압도적 1위

전 세계 초대형프리미엄 급성장세  
삼성 작년 3분기에만 15만대 판매  
2위 소니와는 두배 수준으로 격차



삼성전자가 75인치 이상 초대형·초고화질 프리미엄 TV 시장에서 점유율을 넓혀가고 있다. 사진은 삼성전자가 내놓은 초대형 88인치 QLED TV. /삼성전자

삼성전자가 75인치 이상 초대형·초고화질 프리미엄 TV 시장에서 점유율을 넓혀가고 있다.

전 세계 TV 시장은 전반적으로 정체 국면에 접어들었으나 70인치 이상 초대형·초고화질 프리미엄 제품 시장은 가파른 성장세를 기록하며 TV 시장을 이끌고 있는 상황이다.

2일 글로벌 시장조사업체인 IHS마킷에 따르면 전 세계 75인치 이상 초대형 TV 시장의 판매 대수는 지난해 115만1000대에서 올해 169만6000대, 내년 227만4000대로 늘어날 것으로 전망된다. 2020

년에는 338만8000대로 증가할 것으로 예상된다.

지난해 1분기의 경우 판매대수가 17만2400대에 그쳤으나 3분기에는 29만8000

로 급증했다.

지난해 3분기 75인치 이상 TV 판매실적을 업체별로 살펴보면 삼성전자가 15만1800대를 기록하면서 소니(7만9700대)와 LG전자(3만4900대), 하이센스(7100대) 등을 제치고 압도적 1위를 차지했다.

삼성전자는 지난해 1분기에는 판매 대수가 5만7600대에 그치면서 소니(6만1400대)보다 뒤처지는 모습이었다. 그러나 2분기에 8만5200대를 팔아 소니(5만2300대)를 제치더니 3분기에는 격차를 두배 수준으로 벌렸다.

삼성전자는 전체 TV 매출에서 75인치 이상 초대형 제품이 차지하는 비중은 지난해 1분기 3.2%에서 2분기 4.3%에 이어 3분기에는 무려 8.1%로 확대됐다.

이와 함께 1500달러 이상 프리미엄 TV 시장에서도 삼성전자는 지난해 3분기에

53.9%의 점유율을 차지하면서 소니(25.5%)와 LG전자(16.5%)를 멀찍이 밀어내고 1위에 올랐다. 또 2500달러 이상의 초프리미엄 시장점유율도 35.7%로, 소니(29.2%)와 LG전자(28.2%) 등을 제쳤다.

디스플레이 패널별로는 3분기 LCD(액정표시장치) TV가 전세계에서 28만9300대 팔렸으나 올레드(OLED·유기발광다이오드) TV 판매 대수는 1500대에 그쳤다.

업계 관계자는 “전 세계 TV시장은 사실상 정체 상태에 빠진 상태이나 초대형 제품 판매는 계속 늘어나고 있다”며 “특히 올해 LCD 업계가 본격 가동하는 10.5세대 생산 라인은 75인치 등 대형 패널에 최적화돼 있어 TV 대형화 추세를 더욱 가속화 될 것으로 전망된다”고 말했다.

/정은미 기자 21cindiun@metroseoul.co.kr

## “현장중심 경영으로 새롭게 도약하자”

조양호 한진그룹 회장 신년사

인천공항 제2터미널·조인트벤처  
내년 창립 50주년 준비 등 주문



이 제기되는 것”이라며 “마치 자신에게 소중한 것을 대하는 것과 같이 고객의 여행을 소중히 대한다면 안전과 서비스는 자연스럽게 따라올 것”이라고 역설했다.

조 회장은 변화의 필요성에 대해서도 언급했다. 그동안 관례처럼 해왔던 관행, 단일한 사고방식과 적당주의 등 조직의 성장을 저해하는 모든 부정적인 것들로부터 “떠나야” 한다고 강조했다.

또 소비자의 혼란을 최소화하고 편의를 제고하기 위해 넘쳐나는 정보와 각종 기술

속에서 현명하게 핵심 정보를 취사선택해 적시적소에 제공해달라고 당부했다.

이와 함께 조 회장은 변화하는 세상에 적응할 수 있도록 우리를 둘러싼 울타리를 걷어내고 세상을 직접 만나야 한다고 제안했다.

뿐만 아니라 1년 후면 반백 년의 대한항공을 만나게 되는데 그 만남을 의미 있게 하려면 대한항공만의 프리미엄 서비스 경쟁력이 업그레이드될 인천공항 제2여객터미널 개장, 소비자 편의성 증대는 물론 대한민국 항공산업의 새로운 도약이 될 델타항공과의 태평양노선 조인트벤처 등을 밀 거름으로 전 임직원이 일치 단결해 올 한 해 철저히 준비해야 한다고 역설했다.

조 회장은 새로운 관점과 발상의 전환에 대해서도 언급했다. 안전과 서비스를 비롯한 핵심가치를 근간으로 시장에 따라 유연히 대응할 수 있는 새로운 가치를 지속적으로 업그레이드하기 위해서는 기존 것들을 새로운 시각으로 보는 한편 보유 자원의 활용도를 제고해야 한다고 강조했다.

/양성운 기자 ysw@

## 베트남이 4만원대... LCC업계 ‘파격 할인’

제주항공 연중 2회 특가행사 ‘짹’  
이스타항공 日·동남아·中 등 할인  
진에어 이달 말 반값찬스 ‘진마켓’



발 오사카, 후쿠오카 등이 3만3300~4만4400원이다.

베트남 노선은 인천발 하노이, 다낭이 4만7700~5만7700원이며, 말레이시아 노선은 인천발 코타키나발루 5만8800원, 태국 노선 인천발 방콕, 부산발 방콕이 5만600~6만600원 등이다.

이스타항공도 오는 7일까지 일주일간 얼리버드 특가 항공권 이벤트를 진행한다. 이스타항공은 매월초 4개월 후의 항공권을 미리 저렴하게 예매할 수 있는 얼리버드 이벤트 진행하고 있다. 이번 얼리버드 이벤트는 5월 1일부터 31일까지 탑승할 수 있는 16개 국제선 항공권을 대상으로 하며 1월1일 오후 2시부터 이스타항공 홈페이지와 모바일 웹, 앱을 통해 확인

및 예약이 가능하다.

이벤트 노선은 일본 6개, 동남아 9개, 중국 1개 등 모두 16개다. 일본 노선은 편도총액운임 기준 ▲인천-도쿄(나리타) 6만7900원 ▲인천-오사카(간사이) 6만7900원 ▲인천-후쿠오카 6만2900원 ▲부산-오사카(간사이) 5만7900원 ▲인천-오사카(간사이) 7만7900원 ▲인천-삿포로 6만7900원부터 이용할 수 있다.

동남아 노선은 최저 ▲김포-타이베이(송산) 9만4900원 ▲인천-타이베이(타오위안) 9만4900원 ▲인천-홍콩 9만9900원 ▲인천-방콕 11만9900원 ▲부산-방콕 11만9900원 ▲인천-코타키나발루 10만9900원 ▲부산-코타키나발루 10만9900원 ▲인천-하노이 10만900원 ▲인천-다낭 9만4900원부터 제공된다.

진에어는 이달 말 할인 이벤트 ‘진마켓’을 진행할 예정이다. 진마켓은 진에어가 지난 2012년부터 매년 상·하반기를 나눠 두차례 진행하는 최대 규모의 프로모션 이벤트다. 기존 가격보다 반값 이상 할인된 가격에 항공권을 마련할 수 있어 인기가 높다.

/양성운 기자

‘S레이’ 등 우수 과제 소개

세계 최대 전자전시회 ‘CES 2018’에 삼성전자 사내벤처 C랩과 C랩을 통해 창업한 스타트업 기업들이 대거 참가한다.

삼성전자는 미국 라스베이거스에 위치한 샌즈 엑스포 1층 G홀 유레카 파크에 C랩 전시관을 마련하고, 9~12일(현지시간) CES 2018 전시 기간 동안 이들 과제를 관람객들에게 소개할 계획이라고 2일 밝혔다.

이번 CES에서 첫 선을 보이는 C랩 우수 과제는 ▲휴대용 지향성 스피커 ‘S레이(S-RAY)’ ▲폐 합병증을 예방하는 호흡재활 솔루션 ‘Go브레쓰(GoBreath)’ ▲저시력 장애인 위한 시각보조솔루션 ‘릴루미노(Relumino) 글래스’ 등이다.

S레이는 주변에는 소리가 들리지 않고 스피커 앞의 사용자만 들을 수 있게 해주는 휴대용 지향성 스피커다. 이어폰을 장시간 사용해야 해서 귀에 피로감을 느끼거나 야외에서 스피커를 사용하고 싶지만 주변에 소음 피해를 줄까 우려했던 사람들이 위한 제품이다. 목에 착용 가능한 넥밴드 타입, 원하는 장소에 쉽게 탈착할 수 있는 초소형 핸디타입, 스마트폰에 장착 가능한 커버타입 등을 선보인다.

Go브레쓰는 전신 마취 수술 후 발생할 수 있는 폐 합병증을 예방하기 위해 만든 호흡 재활솔루션이다. Go브레쓰는 전용 기기와 앱을 통해 환자가 호흡운동을 할 수 있게 하며, 호흡 운동 상태와 회복 정도도 확인할 수 있다. 의사가 환자의 운동



세계 최대 전자전시회인 CES 2018에 선보일 삼성전자 C랩의 우수과제 휴대용 지향성 스피커 ‘S레이’. /삼성전자

상태를 모니터링할 수 있는 서비스도 제공한다.

릴루미노는 저시력 장애인이 사물을 더 또렷하게 볼 수 있도록 도와주는 시각보조 솔루션이다. 이번 CES에서는 기존 기어VR용 시각보조 앱 외에 선글라스 형태의 ‘릴루미노 글래스’의 시제품을 처음 공개한다. 릴루미노 글래스는 스마트폰과 연결해서 사용하는 방식으로, 안경에 장착된 카메라로 보이는 영상을 스마트폰으로 전송하고, 스마트폰에서 릴루미노만의 이미지 처리 알고리즘을 거쳐 다시 글래스 내부의 디스플레이에 보여준다.

이와 함께 C랩에서 스핀오프한 7개 스타트업 기업도 함께 참가해 세계 시장 진출 기회를 적극 타진할 예정이다.

C랩은 삼성전자가 창의적 조직문화를 확산하고 임직원들의 창의적인 아이디어를 발굴하기 위해 2012년 12월부터 도입한 사내벤처 육성 프로그램으로, 현재까지 200여개의 아이디어를 발굴해 육성하고 있다.

/정은미 기자 21cindiun@

## 청호나이스 나사 우주비행사 공기청정기 모델로

청호나이스가 전 나사(NASA) 우주비행사 테리 버츠를 광고모델로 발탁했다.

2일 청호나이스에 따르면 이번 광고는 ‘세계 최고의 기술만을 접해 온 우주비행사가 만난 최고의 공기청정기’란 콘셉트로 ‘울파(ULPA) 필터 공기청정기’의 우수성을 어필한다.

테리 버츠는 2000년부터 나사 우주비행사로 활동했다. 2015년에는 국제우주정거장을 지휘하는 등 총 213일 동안 우주에 체류한 기록을 갖고 있다.

이석호 청호나이스 대표는 “당사의 앞선 기술력을 소비자들에게 정확히 알리는 방법으로 우주비행사를 모델로 발탁하게 됐다”고 말했다. 테리 버츠를 모델로 한



이런 광고는 1월부터 전파를 탄다. 한편 제작된 12월에 출시된 울파 필터 공기청정기는 청호나이스의 대표 공기청정기로 평가받는다. 작년 한 해 동안 렌탈·판매된 10여 개 공기청정기 중 40%의 비중을 차지한다. 기존 헤파(HEPA) 필터가 걸러내지 못한 0.1μm(마이크로미터) 초미세먼지까지 걸러내는 특성이 있다.

/임현제 기자 ih@