

'97 CD-ROM 드라이브 국내시장 전망

윤 기 원
태일정밀 홍보팀

멀티미디어시대 필수 주변기기로 떠오른 CD-ROM 드라이브는 지난해 숨가쁜 배속 경쟁과 신제품 출시 전쟁을 치루었으며, 올해 또한 신장세를 보이겠지만 종전보다 증가세가 둔화돼 판매경쟁이 치열해질 것으로 보고 있다.

특히나 CD-ROM 드라이브 제조업체들은 금년 하반기부터 본격적으로 출시될 PC용 DVD롬 드라이브의 공세에도 맞아야 하는 상황에 처해있다.

DVD롬 드라이브 업체는 금년에 가전시장 및 컴퓨터 부품시장 등 신규시장을 공략하기 위해 과감한 마케팅 전략을 마련하고 있으며, 멀티미디어 보드 및 주변기기 업체와 협력체제를 구축하는 방안도 마련하는 등 활발히 움직이고 있다.

이에 반해 CD-ROM 드라이브 제조업체들은 상반기에 12~16배속 제품을 주력으로 출시하고 하반기 이후에는 24배속 제품과 30배속 제품을 출시하여 새로운 시장을 개척, DVD롬 드라이브와의 차별화를 시도한다는 전략을 세우고 있다.

국내 CD-ROM 드라이브 시장을 주도하고 있는 LG전자, 태일정밀, 삼성전자 등 광기억장치 3사는 이미 16배속 제품을 개발 시장에 출시하고 있으며, LG전자의 경우 24배속 제품을 개발해 놓은 상태이다.

이처럼 CD-ROM 드라이브의 배속경쟁은 작년에 이어 금년에도 지속되어 연내에 24배속에서 30배속

이상의 고성능 제품이 등장할 가능성이 높아졌다.

금년 세계 CD-ROM 드라이브 시장규모는 전년 대비 약 20% 가량 성장한 5천 6백만대 가량이 될 것으로 보여지며, 국내 CD-ROM 드라이브 시장규모도 전년대비 약 22% 가량 증가한 140만대에 이를 것으로 예상하고 있다.

이러한 증가세를 보일 것으로 예상되는 이유는 금년도 PC시장이 지난해 불황의 여파에서 벗어나 정상궤도에 진입할 것으로 전망하고 있기 때문이다. 또한 CD-ROM 드라이브와 경쟁을 벌일 DVD롬 드라이브의 가격이 고가를 유지할 것이라는 점도 CD-ROM 드라이브의 높은 성장세를 가능토록 한다는 점이다.

CD-ROM 드라이브부문에 있어서 일본기업들을 위협하고 있는 국내업체들은 지난해 전세계시장의 16% 정도를 공급했지만, 지난해 하반기부터 대규모 신규시설 투자와 해외 생산공장 설립을 병행하여 금년에는 26%이상의 시장점유율을 기록할 것으로 예상된다.

업계 전문가들은 특히 금년 광기억 장치분야에 있어 노트북 PC용 CD-ROM 드라이브가 비약적으로 증가할 것으로 보고 있다. 이는 지난해 국내 노트북 PC 시장이 총 24만대의 수요를 형성했지만 금년에는 33만여대에 이르러 전체 PC판매량의 15%를 무난히 넘어설 것으로 보고 있기 때문이다.

노트북 PC용 CD-ROM 드라이브 제조업체들은 금년에 대부분 8배속에서 16배속 제품을 탑재할 것으로 알려져 노트북 PC 시장을 겨냥한 슬림형 CD-ROM 드라이브의 판매가 호조를 보일 것으로 전망된다.

금년도 CD-ROM 드라이브 생산업체의 가장 큰 고민거리는 기억용량에 있어 8배나 큰 DVD와 어떻게 차별화 시켜 나갈 것인가이다.

국내 주요 광기억장치 업체들인 LG전자, 태일정밀, 삼성전자 등은 초기 CD-ROM 드라이브와 DVD를 동일하게 취급했으나 지난해 하반기 이후부터는 이들 두 제품을 완전히 분리 독립적인 영업전략을 준비하고 있다.

먼저 국내 CD-ROM 드라이브 시장점유율 1위를 달리고 있는 LG전자의 경우 98년 세계 1위의 CD-ROM 드라이브 공급업체로 부상한다는 공격적인 전략을 세워 놓고 있다.

이를 위해 현재 세계 10위권인 시장점유율을 금년 4위로 끌어 올리겠다는 연차적 목표를 설정해 놓고 있으며, 이러한 목표를 달성하기 위해 LG전자는 다양한 마케팅 전략을 구상하고 있는데 우선적으로 우량전문점 및 대형유통망 확충을 통해 판매 네트워크를 대폭 강화해 나갈 것이라는 전략을 세우고 있다.

그리고 지난해 개발을 완료한 16배속 CD-ROM 드라이브 출시에 이어 노트북용 8배속 초박형 CD-ROM 드라이브 출시 등 제품다양화를 통해 시장주도권을 유지 한다는 복안이다.

배속 경쟁에 있어서도 선두업체로서의 이미지를 확고히 하기 위해 경쟁업체 보다 2~3개월 먼저 신제품을 출하할 방침이며, 특히 국내 시장에서 세계 1위의 점유율을 가지고 있는 일본 업체를 누르고 국내 1위 업체로서의 위치를 굳힐 계획을 세우고 있다.

수출에 있어서도 CD-ROM 드라이브를 수출전략 상품으로 육성한다는 최고 경영층의 강력한 의지에 따라 회사 경영력을 한층 강화할 것으로 보고 있다.

CD-ROM 드라이브의 주요 시장인 미주시장을 집중 공략하는 한편 유럽지역에 대해서도 본격적인 공략이 나설 계획으로, 현재 미주사업을 총괄하는

본부를 유럽지역에도 별도로 설치하는 등 글로벌 경영체제 구축에 적극 나서고 있다.

삼성전자의 경우 컴퓨터부문에서 국내 최고의 시장점유율을 유지하고, 이를 바탕으로 CD-ROM 드라이브의 시장점유율을 높여 나가겠다는 계획을 가지고 있다.

지난해 말 12배속 CD-ROM 드라이브를 수출하기 시작한 삼성전자의 금년중에 20배속 제품을 개발 국내 및 해외시장을 동시에 공략한다는 전략을 가지고 있으며, 98년까지는 배속경쟁이 지속될 것으로 판단, 24배속 이상의 신제품 개발도 함께 병행한다는 계획이다.

그리고 CD-ROM 드라이브의 강력한 경쟁제품으로 등장하게 될 DVD롬 드라이브에 대해서도 개발, 생산체제를 구축, 시장형성과 함께 첫 제품을 출하한다는 목표 아래 두 제품 모두에 큰 관심을 기울이고 있다.

즉 CD-ROM 드라이브에 대한 수요가 2000년까지는 지속될 것으로 판단, CD-ROM 드라이브에 대한 투자를 계속해 나간다는 전략이다.

삼성전자는 지난해 출시한 12배속 제품에 회전속도가 일정한 등각속도방식을 채택하는 등 기술개발에 박차를 가하고 있다.

지난 95년부터 CD-ROM 드라이브 시장에 진입한 태일정밀은 그동안의 수출주주 전략에서 탈피 지난해부터는 본격적으로 국내시장에 진입하여 용산전자상가 등 조립PC업체들의 꾸준한 지원속에 지속적으로 국내 시장점유율이 향상되고 있다.

태일정밀은 그동안 쌓아온 기술력을 바탕으로 독자기술을 이용하여 CD-ROM 드라이브를 개발해 오고 있는데, 지난해에는 국내 최초로 6배속 및 10속 제품을 출시하였다.

최근에는 16배속 제품을 출시하여 뛰어난 제품 성능, 저렴한 가격, 철저한 AS 등을 내세워 LG전자, 삼성전자 등의 대형업체와 맞서고 있다.

그리고 금년에는 유통망 강화를 위해 국내 대형 유통업체 및 전문점을 통해 적극적인 국내시장 공략을 진행해 나갈 것으로 보이며, 2000년까지는 CD

-ROM 드라이브시장이 형성될 것으로 판단 24배속 및 30배속 이상 제품 개발을 추진중에 있다.

또한 CD-ROM 드라이브와 별도로 DVD롬 드라이브의 연구개발에도 지속적인 투자를 감행하고 있다. 이는 2000년대에는 DVD가 CD-ROM 드라이브를 몰아내고 새로운 저장매체로 자리잡을 것으로 판단했기 때문이다.

특히 DVD롬 드라이브는 새로운 시장을 창출하는 제품이기 때문에 경쟁업체보다 빨리 신제품을 출시 시장을 선점하겠다는 전략을 세워놓고 있다.

금년에 출시될 CD-ROM 드라이브의 두드러진 특징은 16배속 제품을 포함한 신제품들이 기존 제품이 채택한 동선속도방식[읽어 들이는 속도가 일정한 방식으로 CD-ROM 중앙부의 정보를 읽어들이 때에는 회전속도를 높이고 외부로 옮겨 갈수록 회전속

도를 서서히 줄여가는 방식]이 아닌 등각속도방식 [회전속도가 일정한 방식으로 CD-ROM의 중앙부는 느리게 읽다가 외부로 옮겨 갈수록 점점 정보를 읽어 들이는 속도가 빨라지는 방식]을 채택한 것이라는 점이다.

그리고 노트북 PC의 증가에 따라 노트북 PC용 초박형 CD-ROM 드라이브도 큰 성장이 기대되므로 각 업체간의 초박형 CD-ROM 드라이브 출시 경쟁도 치열하게 전개될 것으로 전망된다.

LG전자, 태일정밀, 삼성전자 등 국내 CD-ROM 드라이브업체들은 CD-ROM 드라이브를 컴퓨터 관련 주변기기중 몇안되는 주요 수출 품목으로 판단, 수출전략 상품으로 집중 육성한다는 계획을 세우고 있어, 향후 세계시장에서 일본업체와의 경쟁이 치열하게 전개될 것으로 보인다.

