

'99 심야전기보일러 시장전망

지난해와 같은 틈새시장 호황주춤



시장현황

심야전기보일러는 지난 86년 한전의 심야전력제도 도입과 함께 첫 도입, 그해 25대 판매로 시작했다. 90년도에는 8천8백8대에 이르는 등 급속한 증가추세를 기록했다. 그러나 90년대 들면서 영세 제조업체 난립에 따른 제품하자 발생, 과도한 가격경쟁과 시장감소에 따른 업체도산으로 인한 A/S미비 상황 등이 속출하면서 93년부터 보급이

급격히 위축됐다. 96년 9백28대 판매까지 추락했던 심야전기보일러는 97년말 IMF 관리체제 이후 외환위기 등으로 연료비가 급등하자 소폭의 수요 증가가 이뤄지기 시작, 1천4백4대로 늘어나더니 지난해에는 2만여대 이상 판매되기에 이르렀다.

판매지역은 수도권 등 대도시 지역보다는 농어촌의 전원도시 등 지방에서의 판매가 주류를 이뤘다. 기존 기름보일러의 교체수요가 주로 이뤄졌으며 신규 단독주택의 난방시스템으로도 많이 설

심야전력

지난해는 85년 11월 심야전력제도를 처음 실시한 이래 가장 의미있는 한해 였다고 평가된다. IMF 관리체제라는 사상 초유의 경제위기 상황에서 심야전력 보급시장에 있어서 만큼은 과거 어느때 보다 활성화된 한해로 연간 보급량, 신청건수, 보급업체수 증가 등에서 역대최대치 기록을 갱신했다.

전반적인 경기 침체속에서 심야전력의 경제적인 가격이 소비자에게 큰 호응을 받은 것으로 풀이된다.

'98년도 축열기기 보급시장은 대단히 활성화된 채 마감됐다. 그러나 99년에도 이와같은 보급시장의 기초가 유지될 것인가 여부에 대해서는 다소 의견이 엇갈리고 있다.

우선 긍정적인 측면으로 심야전력

요금이 고객에게 아직 충분한 설득력을 갖고있는 한전 및 업계의 적극적인 보급노력으로 심야전력에 대한 일반 인식이 계속 호전되고 있다는 점에서 보급시장의 급격한 감소는 없을 것으로 예측된다.

하지만 위와같은 낙관론은 보급시장 전체를 보는 관점일 뿐 각 기기별 또는 보급업체 개별로 볼때는 상당한 진통이 예상되는 한 해이기도 하다. 예를 들어 축열식 전기보일러의 경우 98년 한해동안 폭발적인 양을 보급한 만큼 그 반작용도 크게 나타날 것으로 예상되며 이를 어떻게 극복하느냐에 따라 앞으로 심야전력 보급시장의 지속 성장여부가 결정될 것으로 보인다.

이에 한전은 심야전력기기 시장성숙을 위한 지원제도 확충 및 엄격한

사후관리강화 등 경쟁력있는 업체에는 지원을 그렇지 못한 업체는 협약에서 등 강령한 조치를 취해 나갈 방침이다.

우선 금년 1월 1일부터 설치 보조금 지원제도를 확대시행한다.

중형에는 1대씩 미만 고가에 대해서만 설치보조금을 지급했으나 금년부터는 전고가를 대상으로 지원하게 된다. 지난해 과거에 비하여 현저히 많은 축열기기를 보급했고 장기계획 수준이상 성과를 거두었다.

그럼에도 불구하고 보급지원제도를 확대하게 된 배경은 장기적으로 시장전망이 밝지 않다는데 기인한다. 단기적으로 석유류에 비하여 저렴한 심야전력이 경쟁력을 유지하기에 충분하지만 원유도입단가, 즉 97년

'98년 한해 심야전기보일러의 틈새시장 공략은 말그대로 대성공이었다.

한전 잠정집계로 2만대를 상회하는 판매고를 기록, 10배가 넘는 가파른 증가세를 경험했다. 참여업체 수도 수요증가에 편승 97년말 협약 등록업체 2개사가 98년말에는 31여개사에 이르는 등 15배가 늘어났다. 시장증가에 부합된 업체수의 증가는 전체적인 시장규모성장에 반해 업체들의 실매출액 증가를 주춤하게 만들었다. 또한 기술축적이나 전문인력 없이 「장사섬」으로 참여한 일부업체들의 불량제품 유통 등도 민원을 야기시키는 등 각종문제를 촉발시키며 심야전기 보일러시장의 전도에 먹구름을 드리우게 했다. 이에따라 한전은 지난 해 10월 특별사후관리에 나서는 등 시장성숙을 지원하는 한편 업체 스스로 자정노력에 나설 것을 촉구하고 있다.

치된 것으로 나타나고 있다.

생산업체도 97년 말 2개사에 의해 명맥만 유지 하던 상황이 급반전돼 지난해 말까지 30여개사가 신규 진출해 공급과잉 사태를 유발하고 있다. 또한 업체난립으로 인한 시장질서 문란과 품질불량 제품의 잇따른 유통으로 이에따른 민원이 계속 제기되고 있는 상황이다.

한전에 의한 지원제도 및 사후관리는 올해 더욱 강화될 전망이다.

지원제도를 통해 경쟁력있는 업체는 더욱 육성 해 심야전기보일러 시장을 선도하게 하고 기술 사후관리 계약위반 등을 일삼는 업체는 더욱 엄 격한 지도관리를 통해 단속해 가겠다는 게 한전 의 올해 방침이다.

이에따라 1백KW 미만의 저압고객에만 지원되던 설치 보조금은 모든 고객으로 확대된다. 또 개별

지원제도 및 사후관리

경쟁력 갖춘 업체 중점 지원

20.35/8hr로 크게 낮아져 장기적으로 는 국내 판매가 적도 안정되거나 하락 할 것으로 예상되며 기존주택의 기름 보일러 개체수요가 줄어들게되면 축 열기기 보급시장도 크게 위축받을 것 으로 알려졌다.

또한 축열기기의 기본적인 특성상 설치비가 많이 들고 축열조 설치공간 확보 등에 따른 어려움과 신속경기 부진, 소득감소 등 경제위기가 계속될 경 우 심야수요개별이 영장이 있을 것이 므로 개별시장의 안정화를 위하여 그 밖에 저압고가압수로 시행하던 지원 제도를 고압고압까지 확대 시행하 므로써 장기적으로 수요기복을 최소 한하고 안정적인 수요개발을 도모하 고자 하는데 그 목적이 있다.

안정적인 심야수요개발을 위해서

는 기기의 품질확보가 무엇보다 중요 하다. 사실 각종 지원제도를 통해 수요 확대를 도모하고자 하는 노력도 기기 의 품질안정없는 불가능한 것이므 로 기기품질향상에 대한 한전의 역할 이 가장 큰 지원제도인 셈이다. 심야전 령기기는 보급초기부터 각종 제도와 인정시의 품질검사를 통해 우수한 기 기가 보급되도록 최선을 다해왔다.

사실 지난해에는 너무 많은 보일러 업체들의 신규진출로 과잉보급에 따른 부작용이 크게 우려됐으며 그에 따른 품질저하가 가장 큰 고민이었다. 그러 나 98년 10월 12일-16일까지 실시 한 축열식 전기보일러 특별사후관리 는 시장의 과열·덤핑경쟁을 방지하 고 전기보일러 품질저하를 일시에 바 로잡는 큰 성과를 거두었다고 평가할

수 있다. 금년에는 지난해보다 「심야 기기 특별사후관리」를 보다 강화할 계 획이다. 사후관리요과를 높이기 위해 일부분씩 분할하여 연중 실시함으로 써 항상 긴장속에서 품질을 유지할 수 있도록 유도할 방침이다.

또 기술규격을 보완 성능향상을 위 해 부품의 표준화, 성능기준의 상호조 정과 기기의 삼상제작범위 확대어부 등을 집중 검토할 계획으로 있다.

제도개선이 필요한 각종사항은 계 속해서 현장의 견으로 개선되도록 노 려할 것이며 매년 가을에 시행하는 특 별무상점검활동은 봄·가을로 확대시 행하고 홍보간행물, 현장 마케팅을 위 한 기술자료 등도 보다 체계적으로 정 리하여 현장에 활용할 수 있도록 할 계획이다.

고객의 경우 5KW까지는 KW당 3만원 5KW 초과시엔 KW당 1만원을 지원하던 것은 현행대로 유지하고 1백KW 이상 개별고객에 대한 설치 보조금 지원은 확대돼 KW당 7천원씩 지원받게 된다. 집단고객(10호 이상)의 경우는 개별고객과 동일한 설치보조금지원으로 범위가 확대됐다.

지원제도의 확대시행과 아울러 한전에 의한 지도감독이 강화된다. 지난해 10월 처음 실시한 축열기기 제조업체에 대한 특별사후관리 실사를 분기별 정기적 시행으로 시장질서문란 및 불량기기 유통업체에 대해서는 계약해지 등 엄격한 조치가 취해지게 될 전망이다.

| 구분 \ 연도 | 사용 전력 (KW) | 판매 대 수 |
|---------|------------|--------|
| '86 | 177 | 25 |
| '87 | 47,824 | 3,410 |
| '88 | 129,649 | 8,540 |
| '89 | 117,038 | 7,030 |
| '90 | 157,659 | 8,808 |
| '91 | 93,577 | 5,274 |
| '92 | 72,388 | 4,376 |
| '93 | 47,932 | 2,944 |
| '94 | 45,820 | 2,777 |
| '95 | 29,139 | 1,160 |
| '96 | 18,560 | 928 |
| '97 | 28,080 | 1,404 |
| '98. 10 | 199,000 | 8,400 |
| 누계 | 986,843 | 55,076 |

| 구분 | 현행 | 개선 | |
|--------------|-------------|---------|----------|
| 지원대상 | 10KW미만 저압고객 | 전고객 | |
| 개별고객 | 5KW까지 | 3만원/KW | 좌동 |
| | 5KW초과 | 1만원/KW | |
| | 100KW이상 | 없음 | 7천원/KW |
| 집단고객 (10호이상) | 5KW까지 | 5~8만원/호 | 개별고객과 동일 |
| | 5KW초과 | 3천원/KW | |

* 고압수전 아파트 : (종전) 각 호별 설비용량에 따라 집단고객으로 지급 (변경) 종합계약 수용을 고압고객 1호로 지급

지난해 2만대 이상 판매된 심야전기보일러 시장은 일정 포화상태에 도달했다는게 관련업체들의 얘기다. 신규건축물에 전기보일러를 설치하는 사례보다는 기름보일러 교체수요가 압도적으로 많았던 지난해를 돌이켜보건데 교체할 수 있는 물량은 어느정도 소화해 냈다는 것.

낙관적인 전망일 경우 지난해 정도의 시장은 형성되리란 관측이다. 이러한 관측에 신뢰성을 실어주기 위해서는 올 3월까지의 기존 고객들 반응이 매우 중요한 변수다. 난방기기란 그 특성상 한겨울 서비스 사각지대 발생으로 인한 민원성 질은 고객의견은 그대로 소비자들의 구매력을 떨어뜨릴 수 있기 때문이다. 특히 시장점유율이 미미하고 인지도를 넓혀가는 초기단계에 있는 심야전기보일러에 있어서 사후관리 부재소문은 치명적일 수 있다.

한사람의 불량품 사용고객 발생은 1백배 이상의 파급효과가 있다는 사실을 명심, 또 명심해야 한다. 다소 비관적 견해를 펴는 사람들은 정체 내지는 감소세를 띄게 될 것이라고 전망한다.

교체될 수 있는 물량은 대부분 소화한 상태라는 분석에 기인한 전망이다. 한전측 관계자도 심야전기보일러 시장의 틀은 2만대선이 포화상태라는 견해다.

특히 유가하락세가 올해 지속될 가능성이 감지되고 있고 보일러 등유 등 비교적 저렴한 연료가 보급되고 있기 때문에 심야전기보일러의 틈새시장공략이 주춤할 것이라는 것.

한편 신규업체의 참여는 정체내지는 자연도태 등으로 감소될 전망이다. 시장확대에 비해 초과된 공급업체들로 인해 각 업체들의 수익성이 저하돼 신규진입 업체의 증가보다는 경쟁력이 상대적으로 떨어지는 일부 업체들의 자연도태가 올 가능성이 많다.

결국 기술력이 있고 체계적 A/S망을 갖춘 경쟁력 있는 업체들의 약진은 지속될 전망이며 「장사셈」으로 무작정 뛰어든 일부업체는 자연도태상황을 맞게 될 것으로 보인다.