

기름보일러시장 양대산맥에 「린나이코리아」 도전장

-귀뚜라미·경동, 전체시장 80% 이상 선점
-린나이코리아, 신제품 개발 강력 데시

기름보일러 시장은 지난 92년을 기점으로 매년 감소추세를 보이고 있는 가운데 기름보일러 시장의 양대산맥 이라고 할 수 있는 귀뚜라미보일러와 경동보일러의 틈새 시장을 린나이코리아가 강력하게 데시하고 나섰다.

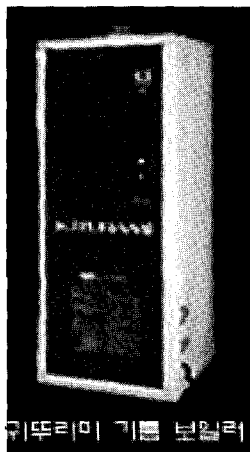
금년도 기름보일러 수요는 약 50~60만대 규모로 형성될 것으로 전망되고 있는 가운데 전체 시장의 80%이상을 선점하고 있는 틈새를 노려 기존의 대

원보일러·ABC보일러·대원왕보일러·새생활보일러 외에도 3년전부터 가스보일러를 비롯한 가스기기 전문업체인 린나이코리아가 기름보일러 시장에 본격적으로 참여하고 있다.

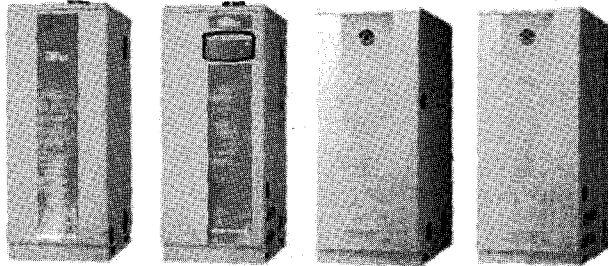
특히 기름보일러 수요는 대도시를 중심으로 가스보일러와 지역난방·대체수요에서 밀려 시장규모가 축소일로를 겪고 있어 새로운 수요를 창출하기 위해 농어촌과 벽지에 자리하고 있는 사찰 등지로 판로 개척에 나서고 있으나 큰 성과를 거두기는 어렵다는 시각이 지배적이다.

그러나 가스보일러 시장에 비해 비교적 순익을 창출하면서 탄탄하게 성장을 거듭해온 귀뚜라미보일러와 경동보일러는 기존의 기름보일러 업체들이 영세하고 영업력이 취약해 수익성이 없는 부스러기 정도만을 양보할 수 있다는 식이어서 경쟁의 상대로는 생각하지 않고 있으나 린나이코리아가 동참하면서 민감한 반응과 함께 촉각을 곤두세우고 있다.

또 기름보일러의 정상들은 내수시장에서의 탄탄한 기반을 바탕으로 우리나라와 기후 및 난방문화



귀뚜라미 기름 보일러



●스탠레스 표준형 ●스탠레스 내장형 ●표준형 ●내장형

가 비슷한 중국시장 개척을 위해 중국 현지에 공장을 건설해 생산과 판매에 주력하면서 중국을 전진기지로 삼아 제 3의 수출시장을 개척하기 위한 전략을 구사하고 있다.

이는 국내 기름보일러 시장규모가 쇠퇴기에 접어들고 있어 80년대와 같은 활황세를 기대하기는 어렵다는 판단인데 중국을 전진기지로 한 제 3의 수출전선 기류에 따라 업계의 새로운 돌파구를 찾을 수 있을지는 미지수로 남아있다.

그러나 린나이코리아의 기름보일러 시장진출은 보일러 종합메이커로의 진입이러는데 의미가 있고 지난 97년 초부터 성장을 거듭해오던 가스보일러 시장이 95년을 기점으로 생산기반시설의 확대되어 가격경쟁으로 인한 출혈경쟁이 가속화되면서 기름보일러와 부품공용을 병행할 수 있는 회사와의 가격경쟁이 문제되고 도시가스를 공급하는 지역이 확

대되어 기름보일러의 기술과 편의성을 소비자가 기억하여 가스보일러를 선택하게 되는 현상이 증폭되고 있다는 점이다.

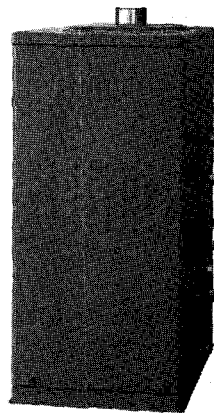
따라서 가스보일러만을 고집하던 린나이코리아는 매년수요가 감소되고 있는 기름보일러시장에서는 생소한 순간식 기름보일러를 3년에 걸쳐 약 30억원의 투자비를 들여 개발 했는데

이 보일러는 저장식 또는 저탕식에 익숙한 소비자를 경제적이고 편리한 방식의 순간식으로 차별화된 시장을 구축하여 향후 5년내 보일러 종합메이커로서 자리매김한다는 목표를 수립해 놓고 있다.

이밖에도 기름보일러의 수요가 매년 감소하고 있는데도 기름보일러 시장에 동참하고 나선데에는 무엇보다 기업의 이미지를 살려 나갈 수 있다면 결국 기름보일러의 고객이 가스로의 전환되는 시기에 자사의 제품을 선택할 수 있다는 점을 들고 있다.

물론 기름보일러를 사용하고 있는 고객을 얼마만큼 만족시킬 수 있는냐는 점인데 다양하게 요구되고 있는 고객만족이 실현될 수 있다면 대도시가를

중심으로 가스보일러로의 전환이 빨라지는 만큼 대체수요 또한 기업의 이미지에 따라 달라질 것으로 전망되고 있다.



스피드

순간은수 저연비, 저소음으로 태어났다.
기름보일러의 혁명-린나이 스피드



기름보일러 최초
K마크 획득

