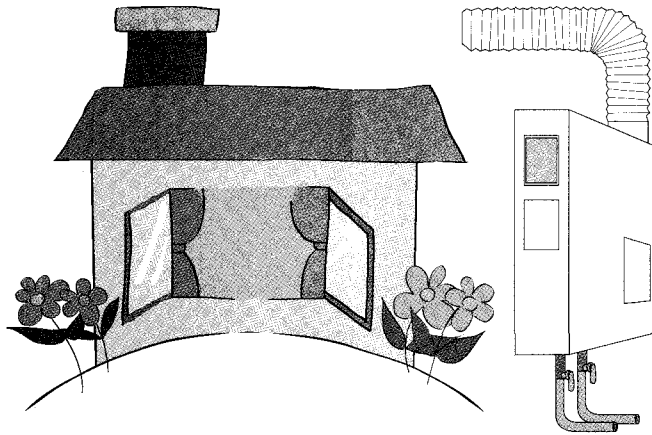


2005년 약재만 가득, 100만대 시장가나

보일러社, 불황타개위한 전략 구축 고심
고가와 저가형 등 가격 양극화 이를 듯
웰빙?에너지절감 기술 접목 경쟁 가속



보일러시장을 전망한다

2004년은 가정용 보일러업계의 시련의 해였다. 전반적인 경기 부진으로 인해 건축경기 감소와 소비자의 소비심리 악화 등의 외적인 원인으로 인해 시장 감소가 이어졌다.

이러한 움직임은 올해도 이어질 것으로 보여 각 보일러사에서 난관극복을 위한 다양한 영업전략을 펼칠 것으로 보인다. 2004년은 약 105만대에서 보일러 시장이 형성됐다. 올해는 약 10% 줄어든 95~97만대에서 전체시장이 형성될 것으로 전망된다.

수치로 본 2004년

지난해는 보일러시장은 신축시장에서 교체시장으로 역전되는 시장이 형성됐다. 이는 건축경기 부진으로 인한 소형신축을 비롯해 아파트 건설이 부진했기 때문이다.

최근 건설교통부가 집계한 2004년 10월까지 주택건설실적을 보면 전체실적은 32.4% 감소한 30만1,079세대로 집계됐다. 2003년 10월까지 실적은 44만5,598세대였다.

전반적으로 주택건설이 줄어든 이유에는 민간 부문의 건축경기 감소가 가장 큰 원인으로 분석

2005

된다. 2004년 10월까지 공공부문 건설실적은 3만3,589세대로 전년동기대비 8.2% 감소했다. 반면 민간부문은 2003년 10월까지 40만8,997세대가 건설됐으나 2004년 10월까지 26만7,490세대로 무려 전년대비 34.6%나 감소했다.

지역별로는 수도권이 무려 32.4% 감소해 전체 실적감소에 가장 큰 역할을 했으며 지방도 18%가 감소했다. 전국적으로 신축건설경기 크게 감소했다. 유형별 실적을 보면 단독 2만9,808세대, 다세대 1만8,975세대, 연립 3,169세대, 아파트 24만9,127세대가 건설됐다. 아파트의 경우 2003년 실적이 34만982세대였으나 지난해에는 무려 26.9% 감소한 24만9,127세대로 집계됐으며 아파트를 제외한 실적을 보면 감소폭이 더 크다. 2003년 10월까지 10만4,616세대에서 지난해에는 무려 50%가 감소한 5만1,952세대만이 건설되는 부진을 보였다.

통계청에서 집계한 가정용가스보일러와 기름보일러의 생산실적도 감소한 것으로 나타났다.

먼저 기름보일러는 2000년을 기점으로 다시 늘어나기 시작했으나 2003년 50만대를 넘어선 이후 2004년 10월까지 집계된 자료에 의하면 35만6,021대로 집계됐다. 이는 2003년 10월까지 실적(41만9,464대)보다 무려 15%가 빠진 실적이다.

가스보일러도 마찬가지로 정점을 이뤘던 2002년을 기점으로 서서히 경기침체와 건설경기 부진, 소비심리 위축 등으로 생산실적이 감소하고 있다. 2002년실적은 128만4,714대로 가스보일러가 보급된 이래 가장 많은 보급실적을 보였다. 이

후 2003년 108만7,110대의 실적을 올렸으며 2004년 10월까지 집계된 가스보일러 생산량은 87만4,528대로 전년동기대비 약 3% 빠진 실적을 보였다. 이러한 추세가 이어질 경우 2004년은 약105만대 수준에서 시장은 형성될 것으로 전망된다.

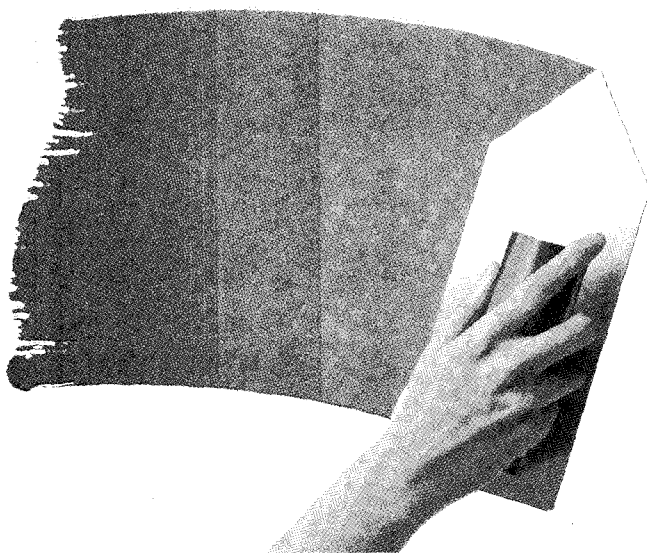
업계에서 보는 2005년

올해 시장은 여전히 불투명하다. 보일러시장에 가장 영향이 미치는 건설경기에 시장이 좌우되는 만큼 올해 건설경기에 각 보일러사는 가장 관심이 크다.

각 보일러사에서는 올해 약 95만수준에서 형성될 것으로 예상하고 있다.

삼성경제연구소이 지난 11월 발표한 '2005년 경제전망' 자료에 따르면 건설투자는 약 2~3분기에 선행하는 국내 건설수주는 전년동기대비 24.1% 감소하고 주택공급물량은 42만호(2004년)에서 올해는 41만호로 1만호 감소가 예상된다고 밝혔다. 이는 준농림지 난개발 억제대책 등으로 인한 택지 개발난, 재건축사업 위축 등으로 주택공급확대는 제한적이라는 것이다.

민간부문 건설은 위축되는 반면 건설경기 급락 방지와 내수부양을 위한 공공부문 건설투자는 증가할 전망이다. 국내임대주택, 수도권 신도시건설 등으로 인한 투자사업이 예상된다. 특히 '한 국판 뉴딜적 종합투자계획' 등의 정책구상이 마련돼 실행될 경우 하반기 건설투자를 증가시키는 요인으로 작용할 전망이다.



보일러사에서는 올해 경기가 3.7% 선에서 성장할 것으로 예상하고 있는 가운데 보일러 시장은 정체기에 접어들 것으로 내다보고 있다. 올해

시장의 또다른 특징은 교체시장이 전체시장을 주도할 것으로 거의 모든 보일러사가 예상하고 있다. 여기에 소비자가 직접 선택하는 시장이 커질 것으로 전망된다.

지난해 신규시장이 약30만대에서 형성된 것으로 예상한 가운데 올해 신규시장은 25~28만대 수준에 그칠 것으로 보일러사는 전망하고 있다. 반면 교체시장은 약 60만대수준에 형성될 것으로 예상하고 있다. 소비자가 직접 선택하는 시장인 만큼 보일러사의 소비자를 직접 공략하는 마케팅을 구사하고 있는 중앙난방에서 개별난방으로 전환하는 개보수시장은 약 10%이상 늘어날 것으로 보인다. 각 보일러사는 이미 개보수전담팀을 구성, 운영하고 있는 등 경쟁도 치열하다. 현재 수도권 위주로 형성되고 있는 개보수시장은 앞으로 약 3~5년동안 지속적으로 시장이 형성되고 차츰 지방으로의 확산될 것으로 보인다.

지난해는 전반적인 시장감소로 인해 각 보일러사마다 저가수주 전략에 의해 최저가격 경쟁으로 회사의 이윤은 최소화됐다. '한번 내려간 가격은 다시 올릴 수 없다'는 시장원칙으로 인해 각 보

일러사의 양극화된 가격정책을 구사할 것으로 보인다. 일반형 보일러에 의한 저가경쟁은 가속화되고 인터넷보일러, 웰빙보일러, 콘텐츠보일러 등

신기술을 접목한 보일러에 대한 고가정책이 일반화된 경영정책으로 자리잡을 것으로 보인다. 이러한 상황은 교체시장이 전체 보일러시장을 주도하면서 그동안 소비자의 선택의 폭이 제한됐던 보일러시장의 새로운 활력소로 작용할 것으로 보인다. 이러한 현상은 이미 지난해 바람이 불기 시작한 개보수시장에서 볼 수 있었다. 개보수시장은 일반형보일러의 선택보다는 각 보일러사의 대표브랜드로 꼽히는 콘텐츠보일러나 거꾸로 타는 보일러 등의 판매가 늘고 있으며 런나이코리아의 개보수시장 전용보일러인 디지텍에서 R-500시리즈로 바꾼 제품이 인기를 끌고 있다는 것은 고무적인 현상이다. 여기에 대성썬텍은 연수보일러인 'we-best'와 콘텐츠보일러 'e-best'로 소비자를 상대로 한 마케팅을 강화하고 롯데기공도 국내 최고가를 선언한 콘텐츠보일러인 '유로-콘텐츠'를 1/4분기내에 출시할 예정으로 있어 소비자를 겨냥한 시장확대가 기대된다.

경쟁 어떻게 이길 것인가

올해도 경기 부진은 이어질 것으로 전망된다.

2005

이에 각 보일러사들은 시너지효과를 얻을 수 있는 신규사업에 새롭게 눈을 돌리고 있다.

린나이코리아(대표 강성모 www.rinnai.co.kr)는 '웰빙(wellbeing)'을 바탕으로 한 소형 가전사업에 본격적으로 품목을 강화하고 있다. 특히 '세인트웰(saintwell)'이라는 신규브랜드를 도입해 웰빙 마케팅을 강화하고 있다.

기존 주력사업인 가스보일러는 온도를 1℃씩 조절이 가능한 반신욕 기능을 갖춘 보일러를 출시했으며 가스기기에서는 은나노 기술을 바탕으로 한 가스오븐레인지와 가스레인지를 선보여 업계의 관심을 불러일으킨 바 있다. 또 비데, 연수기, 정수기, 음식물처리기 등 다양한 품목을 강화하고 있다.

여기에 2002년부터 시작한 GHP사업이 본 궤도에 오르면서 상당한 실적을 보였던 지난해 실적이 올해도 이어질지도 관심거리다.

올해 가장 눈여겨볼 기업은 아마도 귀뚜라미보일러(대표 이동국 www.krb.co.kr)가 되지 않을까 싶다. 귀뚜라미보일러는 냉동공조산업의 큰 별이랄 수 있는 센추리의 공장을 인수하면서 본격적인 냉동공조산업에 진출할 것으로 보여지기 때문이다. 이는 보일러가 계절상품임을 감안해도 다른 계절상품인 에어컨 등을 도입할 것으로 보인다. 여기에 소형 흡수식냉난방기 사업 진출도 이뤄질 것으로 전망된다. 이미 국내에서 소형 흡수식 국산화기술을 보유하고 있는 신성엔지니어링과 최종 협의 단계에 이른 것으로 알려졌다

때문이다. 여기에 과연 가정용 에어컨 사업에 귀뚜라미보일러가 진출할 지에 냉동공조관련 업계의 관심이 집중되어 있는 상황이다.

지난해 4월 비전선포식을 통해 초우량 기업으로 성장하기 위한 비전을 발표한 경동보일러(대표 김철병 www.boiler.co.kr)는 홈 네트워크를 기반으로 네트워크전문기업으로 도약을 준비하고 있다. 여기에 계열사인 경동네트웍, 경동세라텍 등 관련기업과의 시너지효과도 기대해 볼 만하다. 고유가가 지속되고 있는 가운데 에너지절감율이 뛰어난 콘덴싱보일러에 대한 영업도 강화할 것으로 기대된다.

가장 공격적인 경영을 펼쳐온 롯데기공(대표 윤계태 www.lottelem.co.kr)은 회사내 사업부를 연결할 수 있는 마케팅을 강화할 것으로 기대된다. 이미 서울에 전체사업부를 통합한 전시장인 'HI-Q WORLD'를 오픈하기도 했다. 롯데기공은 기존 보일러사업을 비롯해 GHP, 소형열병합 등을 도입함으로써 에너지기업으로 발전을 꾀하고 있다. 올해 롯데기공은 콘덴싱보일러인 '유로콘덴싱'을 비롯해 인터넷보일러를 신규제품으로 출시할 계획이다.

웰빙보일러를 표방한 연수보일러인 'we-best'와 콘덴싱보일러인 'e-best'를 출시해 관련업계의 관심을 집중시킨 대성셀틱(대표 최영대 www.celtic.co.kr)은 올해는 e-best의 성장에 기대를 하고 있다. 여기에 신제품으로 인터넷보일러 '맥시마'를 출시할 예정이다. BN