

디스플레이/2차전지

OVERWEIGHT

위기의 OLED, 무엇이 문제인가 (요약)

Analyst 김영우

02) 3787-2031

ywkim@hmcib.com

- 삼성의 디스플레이 차별화 : 갤럭시노트2 고해상도 약진했으나 Flexible 채택 실패
- 고해상도 Flexible OLED 투자 확대 및 초고해상도(440ppi) LCD 시대는 삼성이 적극 드라이브 예상
- TV는 OLED vs. 4K2K(UD)급 TV의 주도권 쟁탈전 격화
- Flexible OLED 및 4K2K 관련업체에 모멘텀 집중, Top-picks LG디스플레이, 제일모직

삼성 디스플레이 차별화 : 갤럭시노트2 고해상도 약진했으나 Flexible 채택 실패
IFA2012의 주인공은 삼성전자의 갤럭시노트2였다. 갤럭시노트 시리즈는 일반적인 스마트폰들에 비해 대형 디스플레이를 채택하면서 패블릿 시장을 창출했던 제품이기 때문에, 이번 갤럭시노트2에서 가장 눈에 띄게 변한 점도 화면이 더욱 커지고 선명해졌다는 것이다. 화면은 5.5인치(140.9mm)로 갤럭시노트의 5.3인치보다 커졌으며, 기존의 Pentile에서 벗어나 해상도 및 가독성을 향상시킨 새로운 RGB 방식을 채택함으로써 부드럽고 선명한 화질 개선이 이루어졌다고 평가할 수 있겠다. 그러나 기대했던 1세대 수준의 Flexible (UTUB, Ultra thin, unbreakable) OLED 채택은 이루어지지 않았다. 이는 아직까지 갤럭시노트2에 전면으로 Flexible OLED를 채택하기에는 수율이 해결되지 않았다는 것을 의미한다. 따라서 삼성은 신제품 효과가 약해질 수 있는 1분기에 갤럭시노트2의 Flexible version을 매우 높은 초고용량 Battery 채택과 연계시켜 출시하려는 노력을 계속할 것으로 전망되며, 갤럭시S4에 Flexible OLED 채택을 위한 준비에 박차를 가하게 될 것으로 전망된다.

TV는 OLED vs. 4K2K(UD)급 TV의 주도권 쟁탈전 격화

스마트폰과 패블릿(노트급) 분야에서의 OLED가 약진하고 있는 반면, OLED TV의 미래는 아직 불투명하기만 하다. 런던올림픽을 기점으로 서로 먼저 선보이겠다던 OLED TV는 아직 전시회에서 볼 수 있는 제품에 불과하다. 대규모 OLED 양산라인에 대한 투자와 획기적인 수율 및 수명 개선이 완전하지 않은 상황에서 4K2K(UD)급 TV의 출시가 빨라진다면, OLED TV에 대해서는 다소 보수적인 출시 일정을 잡게 될 가능성이 높아지게 된다. 물론 OLED TV는 연내에 출시될 것이다. 그러나 예약판매 또는 한정판매에 국한되어 마케팅 도구로 사용될 가능성이 높다. 그러나 UD급 TV는 OLED 기술이 부족한 일본, 대만, 중국의 LCD 패널업체들도 비교적 빠른 시일안에 양산성 확보가 가능하다. 특히 RGB방식의 AMOLED TV는 UD급 해상도 구현 측면에서는 White OLED보다 불리하기 때문에 증착방식, 발광소재 등 다양한 측면에서 새로운 혁신이 필요하게 될 것이다.

Flexible OLED 및 4K2K 관련업체에 모멘텀 집중, Top-picks LG디스플레이, 제일모직
삼성그룹은 “in-cell touch 기반의 초고해상도 IPS LCD패널”을 채택하게 될 경쟁사들과 대비하여 획기적인 감성화질 구현, 월등한 슬림디자인 실현, 초경량 제품 개발을 달성하기 위해서라도 부진했던 5.5G AMOLED 투자를 Flexible OLED 위주로 재개될 것이다. 그리고 초고해상도(440ppi)급 LCD 도입을 경쟁사보다 앞당김으로써, 중고가 스마트폰 시장에서의 시장지배력도 더욱 확대하게 될 것이다. 그러나 그동안 FHD 수준의 화질로 준비되고 있었던 삼성의 RGB OLED 방식이 TV에서 UD급으로 양산하기 위해서는 기술검증 및 보완의 시간이 필요하다. 따라서 향후 1~2년간 TV에서는 3D FPR을 기반으로 하는 UD(4K2K)급 TV와 White OLED의 입지가 강화될 가능성이 높다. 당시는 UD와 White OLED에서 높은 경쟁력을 보유한 LG디스플레이, AMOLED 핵심소재의 그룹내 내재화와 구매선 다변화를 위한 원가절감을 이끌어 갈 제일모직을 Top-picks로 추천한다.

IFA 2012에서도
삼성전자는
노트2와 ATIV S에
AMOLED 장착

1.1 삼성전자 차별화의 핵심은 여전히 디스플레이 차별화

지난 8월22일 삼성이 프리미엄급 스마트폰에서 AMOLED가 아닌 LCD를 채택한다는 뉴스가 전해졌다. 그 핵심적인 이유는 Apple과의 고해상도 경쟁 및 in-cell touch screen 방식의 슬림화에 대한 대응방안으로 알려졌다. 그러나 이번 IFA2012에서 발표된 삼성의 주력 제품들은 여전히 AMOLED를 장착하고 있었고, 심지어 최초의 Windows8 phone인 ATIV S도 4.8인치 슈퍼아몰레드를 채택하였다. 삼성전자의 스마트폰 라인업을 보면 뛰어난 내구성과 H/W spec을 자랑하고 있는 것이 사실이다. 그러나 AMOLED를 제외하고 살펴보면 LG전자, HTC 등의 프리미엄급 모델과 H/W 측면에서 큰 차별화를 찾아보기 힘들다. 특히 운영체제(OS)가 동일하기 때문에 UI(User Interface) 및 감성적인 부분에서는 상당히 빠른 시간내에 Copy 제품을 만들어내기 쉽다. 삼성전자가 그동안의 우려를 불식하고 AMOLED를 통한 차별화 전략을 유지한 것은 올바른 방향이라고 할 것이다.

〈표1〉 주요 스마트폰 업체의 프리미엄급 제품 H/W 스펙 비교

	iPhone 4S	iPhone 5	옵티머스 G	Galaxy S3
				
크기	115.2 x 58.6 x 9.3 mm	123.8 x 58.6 x 7.6 mm	134.7 x 69.5 x 8.9mm	136.6 x 70.6 x 8.6mm
무게	140 g	112 g	145 g	133g
네트워크	2G / 3G	2G / 3G / LTE	2G / 3G / LTE	2.5G / 3G / LTE
디스플레이	3.5" IPS (330 ppi)	4.0" IPS (326 ppi)	4.7" True HD-IPS + LCD (318 ppi)	4.8" HD Super AMOLED (306 ppi)
해상도	960 * 640	1136 * 640	1280 * 768	1280*720 (펜타일)
RAM	512 MB	1 GB	2 GB	1 / 2 GB
OS	iOS 5	iOS 6	Android OS, v4.0.4 (Icecream Sandwich)	Android 4.0 (Icecream Sandwich)
카메라	후면 8 MP / 전면 0.9MP	후면 8 MP / 전면 1.2 MP	후면 13 MP / 전면 1.3MP	후면 8M / 전면 1.9M
AP	Apple A5 Dual-core 1 GHz	Apple A6 Dual-core	Qualcomm MDM9615/APQ8064	삼성 엑시노스 4 쿼드코어 1.4GHz
배터리	1432 mAh	-	2100 mAh	2100mAh
색상	Black, White	Black, White	Black	페블 블루, 마블 화이트
메모리	16/32/64 GB	16/32/64 GB	32 GB (MicroSD 32GB)	16/32/64 GB (MicroSD 64GB)
출시 시기	2011.10	2012.4Q	2012.09	2012.06

자료 : Apple, LG전자, 삼성전자, HMC투자증권

〈그림1〉 삼성전자의 갤럭시노트2 (IFA 2012)



자료 : 삼성전자, HMC투자증권

〈그림2〉 삼성전자의 Windows8 ATIV S Phone

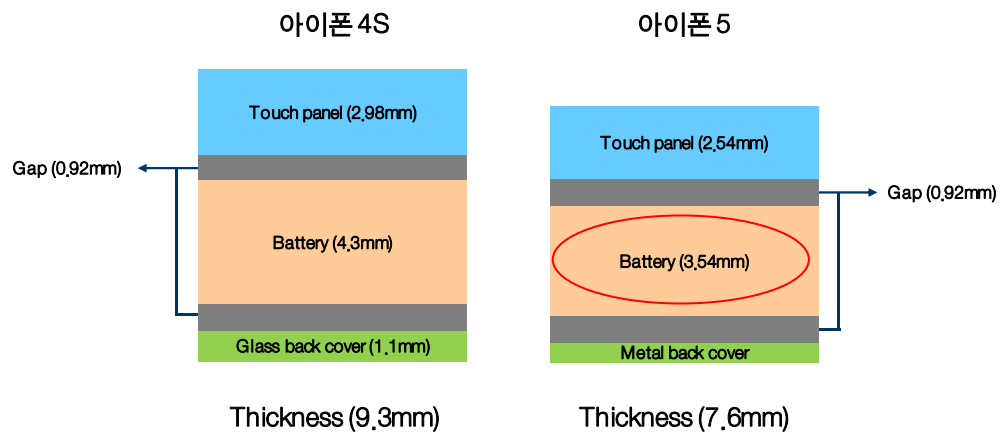


자료 : 삼성전자, HMC투자증권

Apple이 주도하는
LCD산업의 혁신과
삼성의 고민

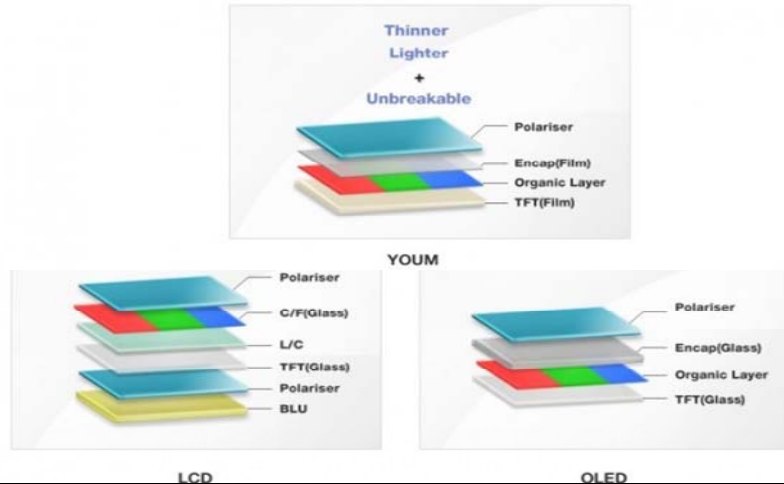
최근 3년간 우리가 보아 왔던 중소형 LCD패널의 혁신은 모두 Apple이 주도하였다. (Oxide, Retina) 그리고 Apple의 iPhone5는 초슬림형 in-cell touch 기술이 최초로 적용되었다. 이 방식은 별도의 터치스크린패널(TSP)을 부착하지 않고, 터치 기능을 LCD Cell 내부에 구현시킨 방식으로 이해할 수 있다. 기존 방식에 비해 Glass가 1장 덜 필요하기 때문에 0.4mm 정도 두께가 슬림해지고 무게도 20%정도 줄어 들 수 있다. 따라서 2013년 이후 440ppi급의 LCD 제품까지 등장하게 된다면 IPS LCD 패널의 감성화질과 스마트폰에서의 활용 가치는 상당히 올라갈 수 있을 것이다. In-cell + 440ppi의 IPS LCD 제품은 1세대 수준의 Flexible OLED에 비해서 제품 자체는 더욱 뛰어날 수 있기 때문이다. 특히 AMOLED 자체의 해상도가 획기적으로 개선되지 않고, Flexible OLED의 양산 수율에 따른 원가 개선 및 양산성 확보가 이루어지지 않는다면 삼성전자의 프리미엄급 스마트폰 차별화 전략은 상당히 흔들릴 수도 있는 것이다.

〈그림3〉 In-cell touch는 0.4mm 슬림화 가능하여 배터리 용량 확대 가능



자료 : MacRumors, HMC투자증권

〈그림4〉 Flexible OLED는 Unbreakable이지만 아직은 Scratch 막기 위한 Cover Glass 필요



자료 : 삼성전자, HMC투자증권

삼성 440ppi 수준의
초고해상도 LCD로
중고가 시장 적극 공략 예상

지난 8월22일 삼성전자가 프리미엄폰에서도 in-cell 방식의 고해상도 LCD 패널을 채택할 것이라는 소식이 전해지면서, AMOLED 산업에 관한 우려가 높아진 적이 있었다. 결론부터 말하자면 in-cell 방식은 Apple 특허 때문에 적용이 어려울 것이지만, 초고해상도 LCD 패널(440ppi)은 삼성전자가 오히려 앞장서서 프리미엄폰에 적용하는 것이 좋은 전략이다. 문제는 삼성전자의 스마트폰 제품군에서 어디까지가 프리미엄폰이라는 것이다.

삼성전자가 2011년 발표했던 Naming 규칙을 살펴 보면 1) 최상위 플래그십 모델 S (Super Smart), 2) 프리미엄 모델 R (Royal), 3) 하이엔드 모델 W (Wonder), 4) 보급형 모델 M (Magical), 5) 신흥시장 공략용 엔트리 모델 Y (Young)의 5가지 모델로 기본적인 구분을 한다. 여기에 pen이 들어가면 Note, Qwerty 자판이 들어갈 경우 pro라는 식으로 부가적인 이름을 붙인다. 삼성전자가 플래그십 모델인 갤럭시S4에서 LCD 제품을 내놓게 된다면, 이는 삼성전자 스마트폰의 가장 커다란 차별화 포인트가 사라진다는 것을 의미한다.

사실 이미 H/W 측면에서 디스플레이를 제외한 차별화는 미미한 수준이다. 따라서 삼성전자는 플래그십 모델이 아닌 프리미엄 모델 및 하이엔드 모델에서 초고해상도 LCD를 채택한 제품을 선제적으로 출시하는 전략을 사용하는 것이 바람직하다. 삼성전자로써는 4.5 ~ 5.0인치 크기에 440ppi의 초고해상도 LCD패널 적용한 제품을 연내에 출시한다면, LCD에서도 경쟁사를 앞서간다는 마케팅도 가능할 것이다. (옵티머스VU, 베가S5 등 시장 잠식)

〈그림5〉 2011년 삼성전자가 발표했던 Naming 규칙. 향후 R, W 시리즈 활용 예상



자료 : 삼성전자 HMC투자증권

〈그림6〉 프리미엄 모델인 갤럭시R 시리즈



자료 : 삼성전자, HMC투자증권

〈그림7〉 아직 출시도 되지 않은 High-End, 갤럭시W



자료 : 삼성전자, HMC투자증권

Flexible OLED의 성공도
눈에 보이는 차별화가
가능할 때 본격화

1.2 Flexible OLED의 공격적 투자는 필수

모두가 기대했던 갤럭시노트2의 Flexible OLED (1세대 수준, Ultra thin-Unbreakable)의 적용은 이번에도 채택에 실패하였다. 2013년 1분기는 삼성전자의 스마트폰 라인업이 취약해지는 시점이다. 갤럭시S3는 단종 직전 모델이 될 것이고, 갤럭시노트2의 신제품 효과도 수그러들 타이밍이기 때문이다. 이 때 Flexible OLED를 채택한 가종이 출시되어 준다면, 2013년 1분기 삼성전자의 스마트폰 라인업은 보다 풍성해질 수 있을 것으로 전망된다. 그동안 AMOLED는 LCD진영이 In-cell, G2 등의 slim형 touch panel 구현을 준비할 수 있는 충분한 시간을 허락해 왔다. 따라서 1세대 수준의 flexible OLED만으로는 뚜렷한 마케팅 소구점을 구축하기는 쉽지 않을 것이다. 따라서 flexible OLED만의 장점을 살린 변형된 형태의 스크린을 선보이는 것이 중요할 것이며, scratch에 강한 flexible 기판을 구현하여 Cover glass를 제거할 수 있는 기술적 진보를 달성해야 눈에 보이는 차별화가 가능할 것이다. 따라서, 그동안의 부진에서 벗어나 본격적인 H/W 차별화가 가능한 수준으로 flexible OLED에 대한 R&D 및 Capex 투자를 지속하는 전략이 필수적일 것으로 판단된다.

〈그림8〉 In-Cell과 Hybrid G2 터치패널 대중화로 1세대 Flexible OLED 마케팅 소구점 약화



자료 : LG전자, HMC투자증권

〈그림9〉 Flexible OLED를 통한 디자인 차별화 필요



자료 : 삼성전자, HMC투자증권

〈그림10〉 Cover glass가 필요없는 Flexible OLED 필요



자료 : HMC투자증권

IFA 2012에서는 OLED vs. UD TV의 경쟁구도 등장

2.1 IFA를 뜨겁게 달군 OLED와 UD급 TV의 경쟁

이번 IFA 2012에서는 OLED TV와 UD(4K2K) TV간의 경쟁이 두드러졌다. LG전자와 SONY는 LG디스플레이의 UD급 패널을 채택한 84인치 TV를 선보여 최고의 해상도를 자랑하며 주목을 받았다. 물론 84인치 UD LED TV는 2500만원에 예약 판매를 하였기 때문에, 아직까지 시장에 진입하기에는 시간이 걸릴 것으로 전망된다. 그러나 실제 모듈가격(LCM)은 \$3,000 수준이기 때문에 양산 수출만 개선된다면 1000만원대로 제품 가격이 크게 하락할 수 있다. 한편 55인치 UD TV의 경우 AUO의 a-Si TFT를 채택한 모듈(LCM)은 \$900 수준에 불과하다. 이것은 3D UD LED TV가 300만원대에 선보일 수 있다는 것을 의미하기 때문에, 3D FHD RGB OLED TV가 \$8,000대로 출시되게 된다면 시장진입에 상당한 어려움을 겪을 것이라는 전망도 가능해지는 것이다.

OLED TV는 뛰어난 감성 화질, 최고의 명암비, 낮은 전력소비량이라는 장점을 가지고 있다. 그러나 OLED TV중에서도 RGB방식의 OLED는 특히 고해상도로 갈수록 양산이 힘들어지는 측면을 가지고 있다. 따라서 고해상도 달성, 극도의 슬림화 경쟁, 원가 경쟁력을 확보하기 위한 치열한 경쟁구도가 예상된다.

〈그림11〉 LG전자의 초슬림 55" WOLED TV (IFA 2012)



자료 : LG전자, HMC투자증권

〈그림12〉 LG전자의 84" UD 3D TV (IFA 2012)



자료 : LG전자, HMC투자증권

〈그림13〉 삼성전자의 55" OLED TV (IFA 2012)



자료 : 삼성전자, HMC투자증권

〈그림14〉 삼성전자의 75" LED Smart TV (IFA 2012)



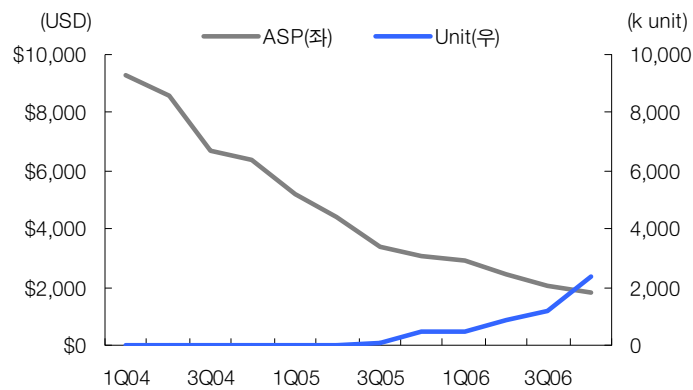
자료 : 삼성전자, HMC투자증권

2.2 TV는 소비자가전(CE)이다.

TV는 소비자가전
가격이 가장 중요

OLED와 UD급 TV의 경쟁에서 승자는 누가 될 것인가? 그 해답은 TV를 구매해 줄 소비자에게 있다. 통신사와 H/W업체들이 적극적으로 보조금을 지급하는 스마트폰과 TV는 다르다. TV는 중국이 과거에 실시했던 가전하향처럼 특정한 조건 하에서 보조금을 받지 않는 한, 소비자가 개인적인 비용을 지출해서 살 수 밖에 없는 제품이며 내구연한도 7~10년으로 매우 길다. 여기서 가장 중요한 것은 결국 가격이 되는 것이다. UD급 TV가 시장에 당분간 나오지 않는다면 OLED TV는 Premium TV로써의 기대감을 한 몸에 받으며 시장의 성숙을 기다릴 수 있을 것이다. 그러나 OLED에 비해서 전혀 상품성이 뒤처지지 않는 UD급 TV가 더 저렴한 가격으로 나오게 된다면 소비자들은 해상도가 떨어지는 OLED TV를 더 이상 Premium TV로 보지 않는 최악의 상황이 올 수도 있는 것이다.

〈그림15〉 보급 초기의 LCD TV 가격 및 판매의 상관 관계



자료 : DisplaySearch, HMC투자증권

〈표2〉 OLED와 UD TV가 동시에 성장하기는 어려우며, TV가격을 \$3,000대로 먼저 낮추는 제품이 승리할 전망

LCD TV ASP (USD)	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04	1Q05	2Q05	3Q05	4Q05	1Q06	2Q06	3Q06	4Q06
40"-44"	9,322	8,605	6,666	6,412	5,171	4,387	3,383	3,092	2,890	2,477	2,072	1,844
45"-49"	0	9,067	7,305	6,990	6,791	6,070	4,875	4,896	4,979	3,630	3,087	2,744
50"-54"	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4,707	4,129
55"-59"	0	0	0	0	0	0	0	9,161	13,039	11,188	9,367	8,047
60"+	0	0	0	0	0	0	19,900	18,127	17,956	18,894	14,286	10,019
Total	\$9,322	8,658	6,904	6,748	5,889	5,132	3,850	3,327	3,220	2,714	2,283	2,038

LCD TV Unit (천대)	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04	1Q05	2Q05	3Q05	4Q05	1Q06	2Q06	3Q06	4Q06
40"-44"	2.8	5.4	6.3	9.9	16.1	29.0	103.8	442.5	453.9	874.5	1,205.5	2,351.1
45"-49"		0.7	3.7	13.7	12.8	23.1	31.6	55.6	58.4	166.0	264.4	608.9
50"-54"											8.5	79.3
55"-59"								0.6	1.8	2.5	1.2	2.0
60"+							1.0	0.9	2.0	2.1	1.0	3.6
Total	2.8	6.1	10.0	23.6	29.0	52.1	136.4	499.6	516.1	1,045.2	1,480.6	3,044.8

40"-44"	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04	1Q05	2Q05	3Q05	4Q05	1Q06	2Q06	3Q06	4Q06
ASP (USD)	\$9,322	8,605	6,666	6,412	5,171	4,387	3,383	3,092	2,890	2,477	2,072	1,844
Unit (천대)	2.8	5.4	6.3	9.9	16.1	29.0	103.8	442.5	453.9	874.5	1,205.5	2,351.1

자료 : DisplaySearch, HMC투자증권

2.3 당신이라면 어떤 TV를 사겠는가?

200명 대상으로
소비자 선호도 조사

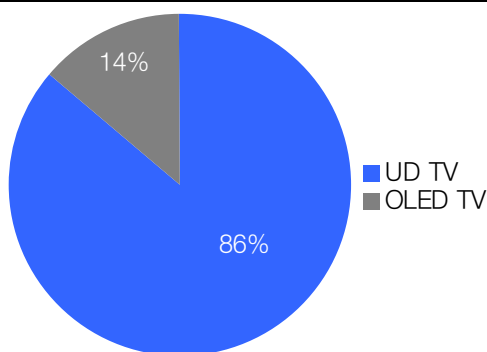
사실 OLED TV는 삼성전자가 창출해 가는 독점적인 시장이었고, 이후 LG디스플레이가 White OLED를 도입하면서 보급형 OLED TV시장을 먼저 열기 위한 움직임을 보여주었다. 그동안 OLED TV에서는 삼성전자의 진정한 RGB 방식의 OLED TV와 LG의 원가절감형 White OLED가 양분하였다는 뜻이다. 그러나 이러한 움직임들은 지금까지 소비자들의 의지와는 상반없이 Premium TV시장을 창출하기 위한 Set업체들의 전략이었다. 따라서 UD급 TV와 OLED TV, 2가지 중 하나를 선택해야 한다면 당신은 어떤 TV를 사겠는가? 라는 질문은 반드시 짚고 넘어가야 할 문제인 것이다.

제품선호도 측면에서
UD가 OLED 압도
초고해상도에 대한
기대감 높은 편

지난 2주간(2012.08.28~2012.09.10) 200명의 금융계 종사자들을 대상으로 8백만 화소의 UD(4K2K) TV와 2백만화소의 FHD OLED TV에 대한 아주 간단한 선호도 조사를 실시하였다. 물론 표본수가 200명에 불과하며, 90%가 남자인 한국의 금융계 종사자들이 글로벌 소비자를 대표하는 모집단의 표본 집단이 될 수는 절대로 없다. 따라서 높은 표본오차로 인해 제대로 된 통계적 유의성이 있다고도 볼 수 없다. 그러나 그 결과는 시사하는 바가 크다. 기술에 대한 이해도 및 소득수준이 비교적 높은 계층임에도 불구하고, 200명의 응답자중 28명(14%)만이 2백만 화소의 OLED TV를 선호한다고 응답하였던 것이다. 나머지 172명(86%)은 UD급 TV를 선호하였다. 현재 판매 가능한 AUO의 55인치 a-Si 4K2K(UD) LCM의 가격은 \$900선으로 알려져 있다. 물론 성능적인 측면이나 양산 측면에서 문제가 있지만, 이론적으로 이 모듈을 장착한다면 3D UD LED TV의 가격은 \$3,000선으로 내려올 수 있는 것이다. 그래서 다시 동일한 응답자를 대상으로 예상되는 TV의 가격대와 함께 구매 의사를 다시 질의하였다. 그랬더니 2백만화소인 FHD OLED TV를 구매하겠다고 응답한 비율은 0%였다. 즉, 한명도 구매하지 않겠다는 것이다.

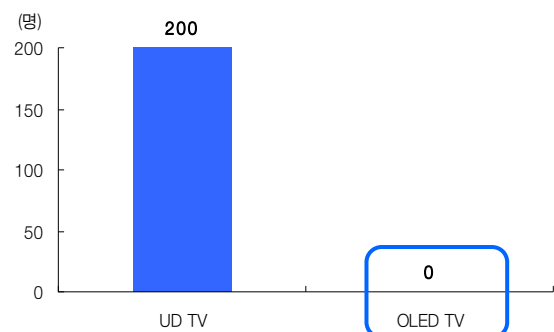
이제 답은 명확해졌다. OLED TV가 성공하기 위해서는 1) 초고해상도 (UD급) 대형 패널 개발, 2) 생산 프로세서의 안정화, 3) UD LED TV(직하방식)와 최소 동등 수준 이상의 원가경쟁력 확보, 4) TV용 패널에서도 Flexible OLED 구현을 통한 초슬림화 및 경량화 달성 등이 반드시 필요할 것이다.

〈그림16〉 응답자의 86%가 UD급 TV를 선호



자료 HMC투자증권

〈그림17〉 \$8000 OLED TV 구매의사는 200명 중 0명



자료 HMC투자증권

2.4 향후 TV 시장의 방향성

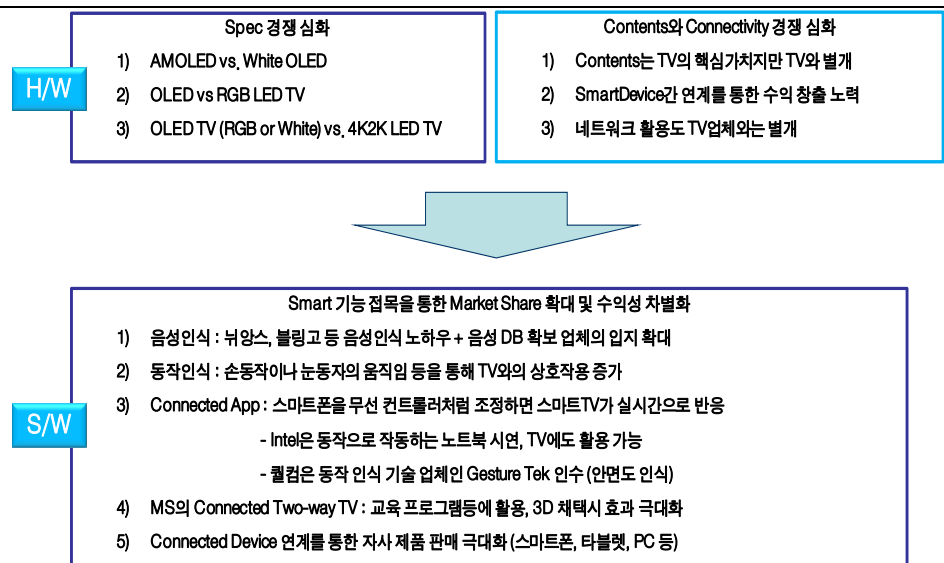
삼성 Smart TV
LG는 W-OLED TV
시장 선점에 중점

TV는 디스플레이가 가장 중요하기 때문에 AMOLED vs. W-OLED vs. RGB LED vs. 4K2K TV 등의 Spec 경쟁은 심화될 것이다. 현재 가장 기대되는 것은 Oxide TFT를 적용한 LG전자의 3D FPR-4K2K(UD) TV와 3D FPR-White OLED TV이다. 그러나 삼성은 Smart Device간의 연결고리를 중시하는 Macro Approach를 그룹의 전략으로 두고 있다. 삼성은 AMOLED, W-OLED, 4K2K(UD)의 생산은 물론, 경쟁사와 전혀 다른 수준의 Smart TV를 생산하는데 중점을 둘 것으로 전망된다. 삼성이 Smart TV에 집중한다고 해서 OLED TV전략을 소홀히 하는 것이 아니라, 경쟁사 대비 우려되는 디스플레이 패널의 경쟁력을 극복하고 더 나은 TV를 준비하겠다는 의지로 판단된다. 스마트TV도 잘 팔리려면 고해상도 이슈에서 경쟁사에 비해 뒤쳐져서는 안 될 것이다.

High-end TV시장에서
삼성전자와 LG전자의
강력한 입지 구축

OLED TV와 Smart TV 시장이 열리게 되면 대만 및 중국의 업체들은 한국 기업들과의 기술 격차를 느끼게 될 것이다. 일본도 Smart TV 기능에서 Sony의 선전이 예상되지만, 환율에 대한 획기적인 개선이 없을 경우 원가경쟁력 및 제품경쟁력의 개선은 지연될 수 있다. H/W와 S/W를 모두 만족시키는 TV의 출현이라는 방향으로 인하여, 한국 업체들이 이러한 변화의 선두에 설 수 밖에 없는 우호적인 환경이 제공되고 있는 것이다. Apple, Microsoft, Google은 모두 TV를 출시할 것이다. 그러나 그들은 모두 자체적으로 TV를 제조한 경험이 없다는 핸디캡을 안고 삼성 전자, LG전자, SONY, Sharp 등의 기존 업체를 방문하게 될 것이다. Microsoft와 Google은 H/W를 직접 제조하지 않기 때문에 Apple과 맞서는 Flagship model이 필요하다. Non-Apple 진영에서 삼성전자의 SmartPhone이 최고의 Flagship model이 되었듯이, Smart TV 시장에서도 삼성전자의 TV는 시장을 선도하게 될 것이다. 그러나 4K2K TV위주의 시장이 형성된다면, 3D FPR을 기반으로 한 LG전자와 LG디스플레이의 TV시장에서의 가치는 더욱 부각될 것이다.

〈그림18〉 H/W와 S/W를 모두 만족시키는 TV의 출현

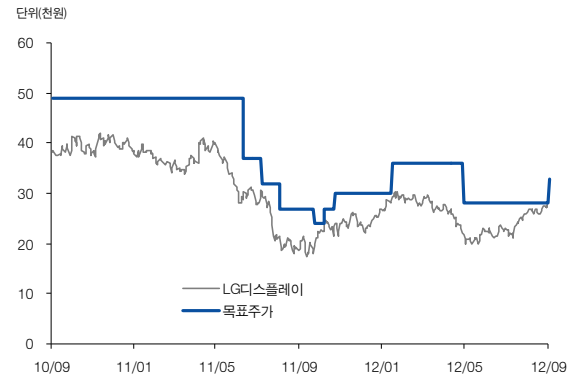


자료 : HMC투자증권

▶ 투자 의견 및 목표주가 추이

일자	투자 의견	목표주가	일자	투자 의견	목표주가
10/10/05	BUY	49,000	12/02/27	BUY	36,000
10/10/21	BUY	49,000	12/03/13	BUY	36,000
10/11/22	BUY	49,000	12/05/14	BUY	28,000
11/03/23	BUY	49,000	12/06/18	BUY	28,000
11/05/31	BUY	49,000	12/07/27	BUY	28,000
11/06/24	BUY	37,000	12/09/17	BUY	33,000
11/07/21	HOLD	32,000			
11/08/17	HOLD	27,000			
11/10/06	BUY	24,000			
11/10/21	BUY	27,000			
11/11/07	BUY	30,000			
12/01/30	BUY	36,000			

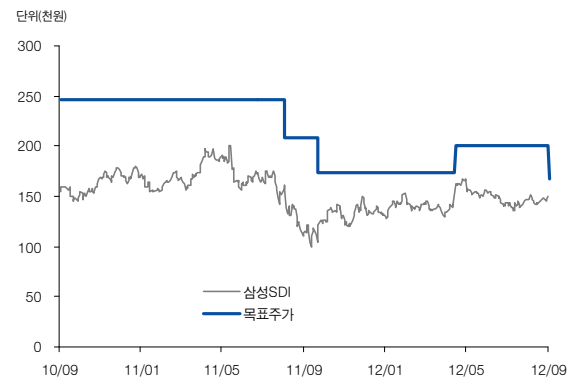
▶ 최근 2년간 LG디스플레이 주가 및 목표주가



▶ 투자 의견 및 목표주가 추이

일자	투자 의견	목표주가	일자	투자 의견	목표주가
10/10/06	BUY	246,000	12/07/30	BUY	200,000
10/11/22	BUY	246,000	12/09/17	BUY	182,000
11/06/24	BUY	246,000			
11/07/29	BUY	246,000			
11/08/17	BUY	208,000			
11/10/06	BUY	173,000			
11/10/28	BUY	173,000			
11/11/07	BUY	173,000			
12/03/13	BUY	173,000			
12/04/30	BUY	200,000			
12/05/14	BUY	200,000			
12/06/17	BUY	200,000			

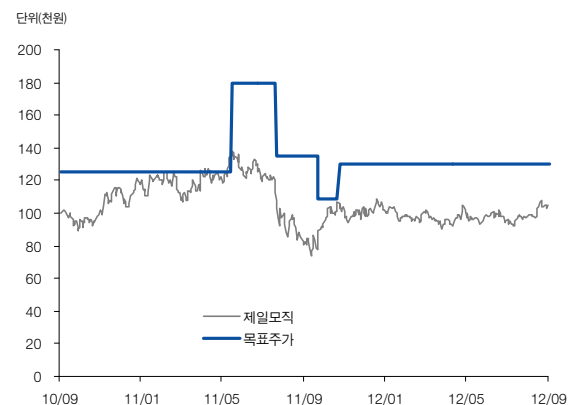
▶ 최근 2년간 삼성SDI 주가 및 목표주가



▶ 투자 의견 및 목표주가 추이

일자	투자 의견	목표주가	일자	투자 의견	목표주가
10/10/10	BUY	125,000	12/06/18	BUY	130,000
10/11/22	BUY	125,000	12/08/01	BUY	130,000
11/03/23	BUY	125,000	12/09/17	BUY	130,000
11/05/31	BUY	180,000			
11/06/24	BUY	180,000			
11/08/04	BUY	135,000			
11/08/17	BUY	135,000			
11/10/06	BUY	109,000			
11/11/07	BUY	130,000			
12/02/02	BUY	130,000			
12/03/13	BUY	130,000			
12/05/14	BUY	130,000			

▶ 최근 2년간 제일모직 주가 및 목표주가



▶ Compliance Note

- 본 자료를 작성한 애널리스트는 해당 회사의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 기관투자자 또는 제3자에게 제공된 사실이 없습니다.
- 당사는 추천일 현재 해당회사와 관련하여 특별한 이해관계가 없습니다.
- 이 자료에 게재된 내용들은 자료작성자 김영우의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.

▶ 투자 의견 분류

- ▶ 업종 투자 의견 분류 HMC투자증권의 업종투자 의견은 3등급으로 구분되며 향후 6개월간 업종 펀더멘털과 업종주가의 전망을 의미함.

- OVERWEIGHT : 업종 펀더멘털의 개선과 함께 업종주가의 상승 기대
- NEUTRAL : 업종 펀더멘털상의 유의미한 변화가 예상되지 않음
- UNDERWEIGHT : 업종 펀더멘털의 악화와 함께 업종주가의 하락 기대

- ▶ HMC투자증권의 종목투자 의견은 3등급으로 구분되며 향후 6개월간 추천기준일 종가대비 추천종목의 예상 상대수익률을 의미함.

- BUY : 추천일 종가대비 초과수익률 +15%P 이상
- HOLD : 추천일 종가대비 초과수익률 -15%~+15%P 이내
- SELL : 추천일 종가대비 초과수익률 -15%P 이하

- 본 조사항목은 투자자들에게 도움이 될 만한 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 당사의 사전 동의 없이 무단복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료에 수록된 내용은 당사가 신뢰할 만한 자료 및 정보로 얻어진 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다.
- 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.