

러시아에 부는 국산 휴대폰 열풍

올 들어 삼성전자 2위업체로 부상 ...

국내업체 50% 이상 점유 목표 세워

중국, 브라질, 인도 등과 함께 대표적인 신흥 시장으로 급부상하고 있는 러시아를 겨냥한 한국 휴대폰 업체들의 공세가 거세다. 삼성전자, LG전자, 팬택계열 등 한국의 휴대폰 빅3 업체들과 텔슨전자, 벨웨이브, 맥스텔레콤, 기가텔레콤 등 중견 중소기업 등은 러시아 시장을 선점해온 독일의 지멘스나 핀란드 노키아, 일본의 소니 등을 압도하는 다양한 첨단제품을 대거 선보이면서 코리아 열풍을 만들어내고 있다.

글 / 백용대 디지털타임스 기자

한국 휴대폰업체들의 러시아 시장 공략 목표를 감안하면 올 연말경이면 신흥시장으로 각광받고 있는 러시아의 전체 이동전화 가입자 2명 가운데 1명은 한국산 휴대폰을 보유할 것으로 전망된다.

러시아 휴대폰 시장은 지난 2002년 700만대에서 2003년 1,700만대로 늘어난 데 이어 올해는 2,000만대 규모의 시장을 형성할 것으로 예상되고 있는데 한국 휴대폰업체들의 러시아 시장 점

유율 목표는 삼성전자가 25%, LG전자가 20%, 팬택계열이 4% 등을 목표로 설정하고 있기 때문이다.

삼성전자는 러시아에서 1분기에 시장점유율 22%를 달성한데 이어 올 연말까지



25% 달성을 위해 하반기 러시아 통신사 업자를 대상으로 컬러링 서비스 도입을 위한 접촉을 시작한데 이어 중저가 시장용 모델 1종을 출시할 예정이다. 삼성전자는 이를 통해 러시아법인의 전체 매출 가운데 33%를 휴대폰에서 올리는 등 올해 총 3조원의 매출액 달성을 목표로 하고 있다.

LG전자도 1분기 9%의 시장 점유율을 기록한데 이어 연말까지 20%(최대 400만대)를 달성, 휴대폰 부문에서 4억달러의 매출을 기록해 전체 22억달러의 매출을 계획하고 있다. 이를 위해 LG전자는 하반기부터 프리미엄급인 메가픽셀 카메라폰과 여성전용폰을 출시, 브랜드를 고급화하기로 했다.

올해부터 러시아 시장 개척에 나선 팬택계열은 4월 현재 4만대를 판매한데 이어 연말까지 80만대 판매(4~5%)를 목표로 설정하고 올해 600만달러를 러시아 시장 마케팅비용으로 집행하기로 했다. 이와 함께 이미 출시한 4개 모델 외에 추가 모델 등을 러시아 시장에 추가 공급키로 했다. 팬택계열은 특히 러시아내 CDMA 사업자인 스카이링크에 CDMA폰을 오는 10월경 공급하는 계약을 추진중이다.

이성규 팬택 사장은 “러시아 시장은 신흥시장으로 국내 휴대폰 업체들이 모두 참여하고 있어 국내 업체들의 시장진출이 시장을 키우는 역할을 하는 등 긍정적인 역할을 하고 있다”며 “러시아 시장은 향후 시장 성장성이 풍부한 곳”이라고 말했다.

떠오르는 황금어장 ... 올 2,000만대 규모 전망

지난 98년 경제위기 이후 고유가 기조에 따른 소비 촉진을 발판으로 99년부터 매년 가입자가 100% 이상 늘어날 정도로 급격한 성장세를 보이고 있다. 올해 러시아 휴대폰 시장규모는 2,000만대를 넘고

신규 가입자는 1,300만명에 이를 것으로 예상된다.

주요 이동통신사인 MTS, 빔펠콤, 메가폰 등이 현재 2.5G(세대) 서비스를 제공하고 있으며, 유럽형이동전화(GSM) 시장이 80% 이상, TDMA가 18%를 점유하고 있다. 시장 경제시스템 도입으로 빈부격차와 물가상승률이 확대되면서 중산층 중심으로 구매력이 증가하는 추세라는 게 현지 진출 한국기업들의 분석이다.

지역별 구매력 차이가 커 모스크바와 상트페테르부르크 등 대도시 중심으로 시장이 급팽창하고 있으며 대도시의 경우, 교체수요를 통한 고가 시장이 강세를 보이고 있는 반면, 지방은 신규가입을 통한 중저가 시장을 중심으로 성장하고 있다. 한마디로 러시아는 유럽지역내 최대 이머징 마켓이며 경제상환 호전 등으로 휴대폰 욕구 구매가 커지면서 향후 2~3년간 러시아 휴대폰 시장은 급성장할 것으로 예상된다.

러시아 휴대폰 시장은 전통적으로 노키아, 지멘스 등 유럽 업체들이 강세를 보이는 지역이다. 2003년 기준으로 독일 지멘스가 31%의 점유율로 1위를 달리고 있으며, 핀란드 노키아가 21%로 2위, 소니에릭슨과 모토로라가 각각 16%와 10%를 차지했다. 그러나 올 들어 시장점유율 판도가 급변, 모토로라가 점유율 25%로 1위를 차지했으며, 삼성전자(22%), 노키아(19%)가 각각 2, 3위에 올랐다. 지멘스는 14%를 기록하는데 그쳤으며, LG전자(6%)가 5위에 올랐다.

러시아의 휴대폰 시장조사기관인 모바일리서치그룹(MRG)은 1분기 러시아 휴대폰 시장에서 삼성전자가 1억6,700만유로의 매출을 올려 2위 노키아(1억1800만유로)의 1.4배를 기록했다고 발표한 바 있다. 조사 결과, 삼성전자 휴대폰의 평균 판매가격은 148유로로, 노키아(123유로)

보다 20%, 모토로라(88유로)보다 70% 높은 것으로 나타났다. 삼성전자는 수량 기준으로는 113만대(점유율 22.2%)를 공급해 모토로라의 130만대(점유율 25.53%)에 이어 2위를 차지했으며, 노키아가 96만대(18.84%)로 뒤를 따랐다.

MRG는 “경쟁사들이 판매부진으로 가격인하를 단행했지만, 삼성전자의 차별화된 고급기능 휴대폰은 판매가 잘돼 더욱 주목을 끌고 있다”며 “삼성전자 휴대폰의 뛰어난 디자인, 카메라, 64화음 등의 기능이 소비자의 구매력을 자극했다”고 설명했다.

이렇게 한국기업 가운데 러시아 시장에 가장 많은 공을 들이고 있는 업체는 삼성전자다. 1분기 매출 기준 1위를 차지한 삼성전자는 하반기에 중저가 모델을 출시해 판매량에서도 1위를 차지한다는 복안이다. 특히 GSM과 CDMA 방식을 모두 지원하는 ‘월드폰’을 선보이고, 3세대(UMTS) 휴대폰과 GSM 방식 메가픽셀 카메라폰을 비롯해 최근 러시아에 출시한 슬라이드업 카메라폰, 200만 화소 카메라폰, 여성전용폰 등 고급 멀티미디어 휴대폰을 선보여 러시아 시장에서 최고급 휴대폰 브랜드로 입지를 굳힐 계획이다. 또 문화행사 후원, 각종 광고 등 마케팅을 강화하고 이통사와의 파트너십 강화에도 초점을 맞출 계획이다.

가전분야의 선전을 기반으로 탄탄한 브랜드 인지도를 갖추고 있는 LG전자도 박 문화 사장이 러시아 시장을 직접 챙기는 등 열의를 보이고 있다. 지난해 스위블 카메라폰 등 중고가 제품의 지속적인 판매 확대에 힘입어 140만대 가량의 휴대폰을 공급한데 이어 올해 점유율을 대폭 높일 계획이다. LG전자는 GSM·GPRS·WCDMA 겸용 듀얼밴드 카메라폰을 비롯해 2.5세대 유럽형이동통신(GPRS) 방식의 200만 화소 카메라폰, 270도 액정회전

형 카메라폰, MP3폰, PDA폰 등 다양한 고급 제품을 선보인다.

팬택계열은 올해 러시아 시장에 휴대폰 100만대 판매를 목표로 하고 있다. 팬택 계열은 지문인식폰, 200만 화소 카메라 폰, 4시간50분 동영상 촬영 130만 화소 캠코더폰, 블루투스폰, 무선가입자망(WLL) 단말기 등 첨단 멀티미디어 휴대폰 25종을 연내에 선보일 예정이다. 팬택은 디자인을 더욱 고급화하는 전략으로 승부수를 던지겠다는 복안이다.

텔스전자도 러시아의 정보통신 기기 유통업체인 모빌렌과 2,800만달러 규모의 GSM 슬라이드폰 공급 계약을 체결한 바 있다. 텔스전자는 이달 모빌렌을 통해 러시아 및 독립국가연합(CIS) 전역에 공급을 시작할 예정이다. 텔스전자가 공급하는 제품은 세계 시장을 겨냥한 초소형(74×39×20.9mm) 컬러 슬라이드폰으로 코드분할다중접속(CDMA)과 GSM 방식으로 개발돼 지난 2월 대만에 공급계약을 맺은 이후 중남미, 러시아 등으로 공급 계약이 확대되고 있다. 이 회사 관계자는 “초소형

슬라이드폰과 같은 보급형 휴대폰을 비롯해 워치폰, 스마트폰 등 고기능 특화 단말기도 지속적으로 선보여 수출을 확대할 것”이라고 전했다.

GSM 방식 전문기업인 맥스텔레콤은 러시아 메리디안텔레콤과 전략적 제휴를 체결하고 GSM 카메라폰, 슬라이드 카메라폰, 여성전용폰 등 최신형 15종을 전시하고 맥스 브랜드 마케팅 전략을 펼칠 예정이다. 맥스텔레콤은 지난 5월 메리디안텔레콤과 950만달러 규모의 GSM 휴대폰을 공급키로 계약을 체결한 바 있다. 맥스텔레콤이 공급하는 제품은 최근 개발한 슬라이드 카메라폰인 ‘MX-C90’와 카메라폰인 ‘MX-A30’이다.

회사 관계자는 “지난해부터 러시아 GSM 휴대폰 시장 진출을 위해 현지 광고 회사를 통해 적극적인 브랜드 광고 판촉을 한 이후 맥스 브랜드에 대한 인지도가 높아졌다”며 “장기적으로 러시아 시장에 대한 진출의 초석을 마련하고 카메라폰과 같은 고가폰 공략을 추진하고 있다”고 말했다.

이밖에 기가텔레콤도 러시아의 통신사업자인 미츠(MTS)에 GSM 휴대폰 수출계약을 맺고 본격적인 시장 공략에 나서고 있으며 벨웨이브도 최근 러시아 현지 유통업체와 총 11개 모델의 GSM 및 GPRS 휴대폰 공급계약을 체결해 올해 러시아에서 약 1,000억원의 매출을 기대하고 있다.

수성이나, 탈환이나 ... 국내·해외 업체간 경쟁치열

한국 휴대폰 업체들이 러시아 시장에서 해외의 쟁쟁한 기업들을 제치고 시장 선두 기업으로 부상한데는 불모지나 다름없는 러시아 시장에 엄청난 공을 들였기 때문이다. 품질을 기반으로 한 다양한 제품 출시와 아울러 차별화를 요구하는 소비자의 요구를 읽은 고급화 전략, 그리고 철저한 현지화 전략이 주효했기 때문이다. 특히 한국 휴대폰 업체들이 현지화하기 위한 토착화 전략으로 추진한 문화마케팅이 특특히 역할을 해내면서 빠른 시간내에 자리잡게 된 것으로 보인다.

LG전자는 지난 97년부터 러시아의 28개 주요거점 도시를 순회하면서 ‘어린이 LG 사생대회’, ‘미스LG 선발 대회’, ‘LG 가라오케 경연대회’ 등의 프로그램으로 구성된 ‘LG 페스티벌’을 개최해 오고 있는데, 해를 거듭할수록 현지인들의 호응도가 높아 ‘문화 마케팅’ 성공 사례로 꼽히고 있다.

삼성전자도 지난 2002년 러시아 주요 6개도시에서 개최한 뮤직콘서트에 30만명이 참여하는 등 성황을 이뤘으며 모스크바 전역에 600여개 이상의 옥외광고와 러시아 젊은 층 대상으로 러시아 전역에서 신제품 로드쇼를 개최하기도 했다. 또한 삼성전자는 지난해에 러시아 모스크바에 삼성 휴대폰 전용 브랜드숍을 오픈한데 이어 ‘갤러리 삼성’을 오픈해 러시아 소비자들에게 삼성 휴대폰을 접할 기회



▲ 지난 5월 러시아 모스크바에서 개최된 러시아 최대 정보통신 전시회에서 삼성전자 부스를 방문한 관람객들이 슬라이드업 카메라폰(가운데)과 폴더형 카메라폰을 시연하고 있다.



을 마련하고 있다. 특히 삼성전자는 러시아 국민과 하나가 되는 마케팅전략의 일환으로 예술·스포츠(세계최고의 볼쇼이 극장, 에르미따주박물관, 리올림픽위원회, 러닝페스티벌, 디나모 아이스하키팀, 테니스대회 등) 부문에 대한 많은 스폰서 활동을 통해 러시아 국민과 함께 호흡하는 기업의 이미지를 심고 있다.

이러한 한국업체들의 공세에 맞서 1분기 점유율 1위를 차지한 모토로라는 디자인과 마케팅에 초점을 맞춰 점유율을 유지할 계획이다. 1분기 판매단가가 89유로에 머물렀던 모토로라는 특히 중고가 위주의 제품 출시에 초점을 맞출 방침이다. 모토로라는 저가정책의 노키아와 지멘스와는 달리 150유로대의 중고가형 신제품을 내놓고 있다. 저가형 제품을 잇따라 출시해 러시아 시장에 휴대폰을 가장 많이 팔고 있지만 수익성이 떨어진다고 판단했기 때문이다. 물론 제품군도 고급제품에서 저가제품까지 다양하게 구색을 갖춰 고부가와 시장점유율 두 마리 토끼를 다 잡는다는 계산이다.

브릭스(BRICs) 시장에 큰 기대를 걸고 있는 노키아는 최근 러시아에서 신제품 출시를 가장 먼저 하는 등 많은 공을 들이고 있다. 특히 저가 전략을 기조로 컬러 단말기와 카메라폰 교체수요에 주목하고 있다. 노키아는 지난 5월부터 전격적으로 휴대폰 제품 가격을 25% 인하했다. 노키아는 올마 오릴라 회장이 직접 챙길 정도로 러시아 시장에 강한 애착을 보이고 있는데 1분기 세계 시장 점유율이 30% 밑으로 떨어진 노키아는 러시아를 저가형 제품의 테스트 시장으로 활용한다는 계획을 세워놓을 정도로 애착을 보이고 있다. 노키아는 올해 40개 신제품을 출시하는 등 제품군을 다양화해 하반기부터는 삼성전자에 빼앗긴 시장의 상당부분을 되찾아올 수 있을 것으로 내다보고 있다.



▲ 삼성전자 도우미들이 카메라폰을 시연해 보이고 있다. 그 뒷편으로 삼성전자가 러시아 시장에서 처음으로 선보인 WCDMA 장비가 서있다.

한때 러시아 시장 1위를 기록했던 지멘스는 1분기 점유율이 14%에 그치면서 시장 점유율 4위로 밀리는 등 고전하자 러시아 법인장을 교체하는 등 실지 회복에 절치부심하고 있다. 88유로로 주요 휴대폰 업체 중 판매단가가 가장 낮은 지멘스는

올해도 다양한 저가제품을 승부수로 삼을 방침이다. 즉, 지멘스는 노키아와 같이 100유로 미만 20개 이상의 저가형 신제품을 러시아 시장에 내놓는 등 물량공세로 삼성전자의 기를 꺾는다는 계획을 세워놓고 있다. 🇧🇷



▲ 러시아 현지인들이 LG전자 부스에서 매가픽셀 카메라폰으로 사진을 촬영하고 있다.