

# '아이팟' 대응 국내 MP3P업체 전략

글 | 임일근 기자(아이타타임스)

지난 9월, 애플컴퓨터는 세계 음악 플레이어 시장을 뒤흔든 신제품을 선보였다. 바로 동급 제품보다 30% 저렴한 가격과 연필 두께보다 얇은 초박형 디자인의 MP3 플레이어 '아이팟나노'가 그 '물건'이다.

국내에서 MP3P를 잘 모르는 사람도 '아이팟나노'라는 이름은 한번쯤 들어볼 정도로 이 제품은 각종 매스컴을 타면서 모습을 드러냈다. 이 제품은 별다른 매체 홍보 없이도, 매스컴의 대대적인 보도 덕을 보고 있다.

애플은 MP3P 하나만 들고 나온 것이 아니었다. 애플컴퓨터의 막강한 온라인 뮤직 스토어 '아이튠즈 5'와 프라다 구찌 루이비통 등 명품 제품사를 포함 1000여종의 액세서리까지 돌풍에 가세했다.

이러한 '아이팟나노' 인기에 힘입어 애플 컴퓨터의 매출은 급성장하게 됐다. 애플컴퓨터가 발표한 3분기(7~9월) 결산에 따르면, 매출액은 전년동기 대비 57% 증가한 36억 7800만 달러(약 4조 3000억원), 순이익은 4.1배 늘어난 4억 3000만 달러에 달했다. 애플의 이러한 매출 성장은 '아이팟'의 판매 호조라는 분석.

아이팟과 '아이튠'을 포함, 음악 사업 전체 매출액은 14억 7700만 달러로 전년 같은 기간에 비해 2.3배 증가했다. 이처럼 음악 사업은 전체 매출 중 40%를 넘어서면서 컴퓨터를 대신해 애플의 신성장 동력이 됐다.

레인콤, 코원, 현원 등 세계적 MP3P 명가의 본토인 국내에서도 '아이팟나노'의 상륙으로 전운이 감돌았다. 대부분 중소기업체로 이뤄진 토종 제조사들이 애플과 같은 대기업들의 저가 공세에 난감해하면서도 뾰족한 대응책을 찾기 힘들어했다. 관련 업체들의 뛰어난 성능과 다양한 기능도 '아이팟 나노'의 초저가에는 무력해졌다. 토종 업체들에게 승부수는 없는가.

## 가격보다 성능으로 대응

애플의 초저가 공세에 대응하기 위해 레인콤과 코원시스템이 내놓은 카드는 품질 차별화 전략이다. 벤처의 기술력으로 어렵게 쌓아올린 명가의 자존심을 구태여 가격 하락으로 대응할 필요가 없다는 것.

이들 업체는 MP3P에서 동영상과 게임 등이 가능한 PMP급 제품을 선보이면서 성능으로 맞선다는 전략이다. 이미 PMP도 선보이면서 좋은 반응을 얻어온 이들 업체는 가격 대응은 없다고 못박았다.

레인콤의 경우 야심작인 'U10'의 성능으로 '아이팟 나노'를 제치겠다는 전략이다. 특히 레인콤은 미래전략연구소를 꾸려 차세대 기기를 구상 중이다. 레인콤이 신사업



애플 뉴아이팟



코원 AUDIO U3

으로 추진하고 있는 모델 중에는 DMB 단말기를 비롯해 PS2를 능가할 정도의 휴대용 게임기도 들어있다.

현재 이들 DMB 단말기와 휴대용 게임기는 개발이 완료된 상태이다. 레인콤은 MP3P가 엔터테인먼트 기기라는 관점에서 '아이팟나노'와 승부한다는 전략이다.

코원시스템도 마찬가지이다. 코원의 경우 음향기기 제품의 근본적인 노하우를 갖고 있어 음질에서 '아이팟나노'와 차별화를 이루고 있다. 특히 '거원제트오디오'로 유명한 코원은 자사 제품에 '제트이펙트'를 탑재, 압축으로 인해 손실된 부분을 복원해 완벽한 사운드 효과를 낸다.

최근 발표된 신제품 'U'의 경우 이어폰 한쪽당 30와트가 출력돼 총 60와트의 웅장한 사운드를 즐길 수 있다. 코원측은 "기술적으로 높은 수준에 오른 국내 MP3P 소비자들이 저가제품이라고 쉽게 구입하지 않을 것"이라고 전했다.

### 제조원가 줄여 가격 맞대응

아이팟나노의 초저가에 맞불을 놓은 업체들도 있다. 엠피오와 아이옵스는 제조원가를 획기적으로 줄인 제품으로 '가격' 전쟁에 나섰다.

특히 엠피오는 애플의 제품 생산원가를 줄이는 방법을 그대로 채택하고 있다. 애플의 아이팟 나노는 MLC(Multi Level Cell: 셀하나에 데이터가 두개 이상 저장되는 것) 낸드 플래시메모리(이하 MLC)를 최초로 적용해 제품 제조원가를 줄인 방법을 사용했다. 따라서 이 방법을 그대로 따르는 것이 가격 경쟁력을 확보하는 근본적인 대응 전략이라는 것.

엠피오 관계자는 "아이팟 나노에 대응하기 위해서는 마진축소를 통한 제살 깎아먹기 식의 가격 인하보다는, MLC를 적용해 제품 생산원가를 줄여 가격 경쟁력을 확보하는 것만이 가장 근본적인 대응"이라고 설명했다.

현재 국내업체들은 MLC를 적용한 제품을 채 준비하지 못하고 있다. 반면, 엠피오는 아이팟 나노 출시 이전인 지난 4월부터 MLC 탑재 제품 개발에 돌입, 현재 제품 개발을 완료하고 국내업체로는 최초로 11월 말 출시를 앞두고 있다.

엠피오가 밝힌 이 제품(FY700)은 다양한 부가 기능보다는 가격 경쟁력과 더불어 패션 아이템으로 적용할 수 있도록 획기적인 디자인을 적용했것이 특징. 엠피오측은 이외에도 12월 PMP 기능의 8GB MP3P인 'HD400'과 11월말 초소형 목걸이 MP3P인 'FL400'을 출시하는 등 제품군을 대폭 보강해 시장 장악력을 가속화할 방침이다.

아이옵스도 아이팟나노보다 저렴한 제품을 출시할 계획이다. 아이옵스는 곧 동영상 기능이 가능한 2GB 용량의 플래시메모리 타입 MP3P 아이옵스 '격(格)'을 19만8000원에 출시하면서 본격적인 가격 승부를 벌인다는 전략이다.

최근 애플은 MP3P를 내놓은 지 얼마되지도 않아 동영상 기능이 추가된 PMP급 MP3P '뉴아이팟'을 내놓았다. 이 제품은 2.5인치 고해상도 컬러 스크린으로 음악, 사진 외 비디오 팟캐스트, 홈무비 등의 동영상까지 재생할 수 있다. '뉴아이팟'은 기존 아이팟에 비해 30% 얇아지고 용량은 50% 늘어났지만 가격은 30기가 35만원, 60기가 47만원으로 종전과 같다. 애플이 발빠르게 휴대용 멀티미디어기기 시장을 잠식하고 있는 상황에서 국내 시장 판도가 뒤바뀌지 않을지 관련 업체들의 관심이 모아지고 있다. **K**

