

이동전화 단말기 수요 ① 내수

올 휴대폰 내수 1600만대 기대

최소 1500만대 '낙관' · 보조금 영향

메이저 업체 영향력 갈수록 증가

올해 내수 휴대폰 시장은 최대 1600만대를 기대할 수 있을 것 같다. 휴대폰 제조업체 마케팅 담당 관계자들은 한결같이 “단말기 보조금의 영향으로 1600만대를 내심 바라고 있다”고 말했다. 물론 기대치가 한껏 물어있는 전망이지만, 기대가 어긋나더라도 최소 1500만대는 낙관할 수 있는 분위기이다. 이는 2005년 시장보다 무려 100~200만대나 향상된 실적이다. 글 | 김종율 기자(모바일타임스)



2005년 결산

올해 휴대폰 시장을 전망하기에 앞서 우선 작년 시장을 결산해보자.

작년 내수 휴대폰 시장은 1400만대 규모였던 것으로 잠정 집계됐다. 업체마다 약간의 차이는 있지만 최소 1400만대 최대 1430만대로 예상하는 게 대세였다. 이 약간의 간극이 존재하는 것은 삼성전자 및 LG전자 등 일부 업체들이 자사 유통망을 통해 단말기를 공급하기 때문이다. 이 경우 정확한 집계에 어려움을 주고 있어, 일정정도 편차가 존재할 수밖에 없다.

간극을 감안하더라도 1400만대 수량에서 크게 벗어나지 않는 게 대세이며, 이 수량은 2004년 번호이동 제도 효과를 톡톡히 보며 1600만대 수요를 일구었던 것에 비하면 200만

대나 감소한 것이다.

물론 SK텔레콤까지 가세한 번호이동 제도가 연초에 없었던 것은 아니었지만 그리 폭발적인 영향력을 발휘하지 못했다. 2004년도 번호이동 제도를 이용한 사람이 300만명이었던 것에 반해 지난해 이용자는 250만명 정도에 그쳤다.

또한 기대를 모았던 위성DMB폰 판매마저 부진을 면치 못했다. 당초 업체들은 위성DMB폰 판매가 연간 150만대 정도에 달할 것으로 예측했으나 결과는 40만대 수준에 머물고 말았다.

여기에 더해 2004년의 경우 음악 플레이어 지원 휴대폰이 인기를 누리며 교체수요를 유발시킬 수 있는 충분조건을 제공했지만, 작년의 경우 이 열풍도 한풀 꺾여 시장을 장악하지 못한 것으로 평가됐다.

이에 따라 2004년에 비해 무려 200만대나 감소한 1400만대 시장에 머물고 말았다.

업체별로는 삼성전자가 700만대의 휴대폰을 공급해 점유율 50%를 달성했다. 이 회사가 연간 출시한 모델은 53종이다. 내수 시장 규모가 미국 중국 일본 등에 비해 적어 700만대 수량은 삼성전자의 수출을 포함한 총 공급량 1억대에 비하면 10%에도 미치지 못하지만 한 업체가 내수 시장에서 점유율 50%를 달성한 것은 경이적인 일로 분석된다.

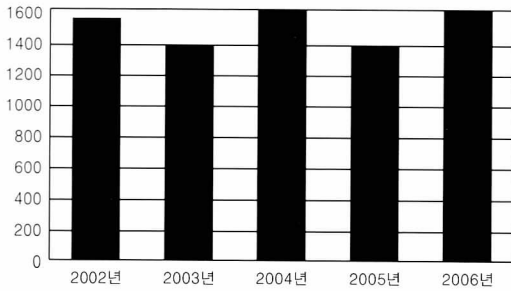
삼성전자의 점유율 50% 달성은 세계적인 경쟁업체 노키아

휴대폰 내수 시장 동향

(단위 : 만대)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년(예상)
삼성전자	870	738	730	700	-
LG전자	360	309	390	281	-
기타	350	353	340	419	-
합계	1580	1400	1600	1400	1600

(단위: 만대)



및 모토로라가 국내에 진출하지 않았거나 진출했다하더라도 해외 시장에 비해 국내 시장에서 폭발적인 위력을 발휘하지 못했기 때문이다.

LG전자는 연간 281만대의 휴대폰을 공급해 점유율 20% 정도에 머물렀다. 역대 평균 점유율 22~22%를 기록했던 것에 비하면 다소 부진한 실적이다. 이는 스카이텔레텍 및 모토로라가 LG전자의 시장을 잠식했기 때문인 것으로 예측된다. 이 두 회사는 올해 100만대 이상의 실적을 기록한 것으로 잠정 집계됐다. LG전자가 내수 시장에 출시한 모델은 35종이다.

팬택계열은 316만대 공급으로 점유율 22%를 달성했다. 큐리텔과 스카이 물량을 합한 것으로 LG전자를 제치고 완전한 2위에 등극했다고 주장하는 것에는 여전히 논란의 여지를 남기고 있는 셈. 팬택계열이 내수 시장에 출시한 휴대폰 모델은 총 31종이다.

2006년 전망

올해 내수 휴대폰 시장은 최대 1600만대에 이를 것으로 예측되고 있다.

휴대폰 제조업체들의 영업 및 마케팅 담당자를 통해 조사한 결과, 시장은 3월 도입예정인 단말기 보조금 등의 영향으로 인해 올해보다 200만대 정도 증가한 최대 1600만대 수준이 될 것으로 예상된다. 1600만대 내수 휴대폰 시장은 번호이동 제도가 도입된 2004년 연간 물량과 비슷하다.

1600만대 수준을 기대하면서도 업체들은 내수규모가 1500만대에 불과할 것으로 전망기도 했다. 보조금의 제한허용의 여파가 가히 폭발적이지 않으면 1600만대에 달하는 것은 다소 무리가 따른다는 계산에서 나온 조심스런 관측으로 보여진다.

이와 관련, 업계 한 관계자는 “번호이동 같은 시장경인요소가 확실할 때 1500만대 이상의 연간 시장을 기대할 수 있지만 국내 이동전화 가입자 규모를 감안하고 24개월 정도인 단말기 교체주기를 감안한다면 연간 1400만~1450만대 수준이 적절할 것”이라고 평가했다.

이 수준을 넘어선 연간 휴대폰 물량이 형성된다면 공급과잉이거나 사용할 수 있는 휴대폰이 버려지는 경우가 많다는 설명이다.

특히 이 관계자는 “내수용 휴대폰의 내구성이 뛰어나 구입한지 2년이 지나도 전혀 사용에 문제가 없는 것으로 안다”고 전제한 뒤 “연간 1450만대 이상의 휴대폰 시장 형성은 휴대폰 제조업체들의 과열 마케팅 결과”라고 꼬집었다.

일부 과열 마케팅이란 비판이 제기되기도 하지만 ‘가입 보조금’이란 특수 시장 상황이 조성된 만큼 업체들은 이 기회를 시장활성화의 발판으로 삼겠다는 뜻을 숨기지 않고 있다. 다양한 단말기를 내수 시장에 출시해 확실히 검증받은 다음, 이를 토대로 수출로 연결시키겠다는 게 휴대폰 제조업체들의 공통적인 전략이다.

시장 규모가 커짐에 따라 업체들의 각종 기록 달성도 흥미를 자아내고 있다. 삼성전자의 경우 점유율 50%를 유지하며 오랜만에 내수 시장에서 공급 800만대에 도전하고 있으며, LG전자의 경우 작년의 부진을 벗고 그동안 평균적으로 달성했던 내수 점유율 23% 이상을 기록할 수 있을지의 여부에 귀추가 모아지고 있다.

팬택계열의 경우 스카이 텔레텍 인수 시너지 효과를 등에 업고 내수 점유율 25% 기록에 도전을 해보직한 상황이다. 더불어 브이케이의 경우, 바형 휴대폰으로 세계 최박형을 자랑하는 8.8mm 휴대폰을 내수 시장에서 얼마나 팔 수 있을지 그 가능성을 검증받게 된다. 바형은 90년대 후반 플립형에 밀리면서 국내 시장에서 거의 등장하지 않았던 제품이지만, 브이케이가 워낙 야심을 갖고 출시를 했기 때문에 판매량에 이목이 집중되는 것이다.☐