

단말 업체들의 월드컵 마케팅은 대기업과 벤처로 나뉘어져 진행되고 있다. 대기업이 거대 자본을 바탕으로 공격적인 물량 공세를 편다면, 벤처들은 메이저 기업만큼 마케팅 비용을 투자할 수 없어 다소 소극적인 자세로 일관할 수밖에 없지만 그래도 분위기는 탈 수 있어 비책을 준비하고 있다.

**휴대폰 부문**

단말 분야에서 월드컵 마케팅의 '꽃'은 역시 휴대폰이다. 삼성전자 및 LG전자 같은 메이저 기업이 포진돼 있어 그 어떤 분야보다 대대적인 마케팅을 진행할 수 있기 때문이다. 또한 유럽의 모바일TV가 시작되는 시점과 월드컵이 맞물려 있어 그 수출 호재가 겹쳐 있던 이유도 있다.

휴대폰 업체들은 일단 기능으로 승부수를 던졌다. 휴대폰의 기본기능으로 '모바일TV'를 꼽으며 '휴대폰+DMB' 복합 제품 출시에 부쩍 열을 올리고 있다. 특히

복합 제품 디자인은 '투박하다'는 고정 관념을 깨고자 휴대폰 업체들은 DMB폰의 슬림화를 추구하고 있다.

삼성전자는 두께 17.3mm, 무게 115g의 '슬림 위성 DMB폰(SCH-B340)'을 출시하는 것으로 슬림폰에 시동을 걸었다. 이에 뒤질세라 LG전자 역시 두께 19.6mm, 무게 120g의 '슬림 지상파DMB폰(LG-KB1500, LG-LB1500)'을 선보인 상태.

지상파 및 위성DMB폰용 칩셋들이 통합화되고 있어 기존에 비해 슬림한 휴대폰을 제작할 수 있게 된 것으로 분석된다.

기능 뿐 아니라 가격 인하도 월드컵 특수를 맞아 휴대폰 업체들이 내건 전략 중 하나이다. 큐리텔은 기존 70만~80만원대였던 DMB폰 가격을 50만원대까지 내렸다.

월드컵 마케팅은 월드컵이 열리는 유럽 시장에서도 진행되고 있다. 삼성전자와 LG전자는 나란히 유럽 방식의 모바일TV폰을 출시하는 것으로 월드컵을 맞이하고 있다.

# 단말 가격인하가 월드컵 마케팅

## 휴대폰 · PMP업체 줄줄이 가격 인하 ... DMB기능은 기본

월드컵 특수는 모든 마케팅 담당자들이 바라는 바이지만, 단말 업체들에게는 그야말로 4년 마다 돌아오는 특수 중의 특수이다. 혹자는 올림픽에 비해 몇 배의 효과를 누릴 수 있을 것으로 주장하기도 한다. 바쁜 일상 속에서도 월드컵 경기에 대한 상념을 지울 수 없는 바, 그 상념을 해소시키려면 경기를 봐야 하고, 경기를 보기 위해서는 이동 중에 시청 가능한 단말기가 있어야 하므로 단말기 판매 수요가 급증할 것으로 예상되기 때문이다.

글 | 김종율 기자(아이티타임스)



삼성전자는 5월 중 텔레콤 이탈리아(TI)와 허치슨 이탈리아(H3G) 양사에 각각 3G WCDMA 방식 DVB-H 폰 SGH-P920과 SGH-P910을 공급기로 했다. LG전자 역시 이탈리아 허치슨사를 통해 DVB-H폰 'LG-U900'을 출시한다.

허치슨은 국제축구연맹(FIFA)으로부터 6월 개최되는 월드컵 64게임 전 경기의 DVB-H 방송권을 구매, 월드컵 전경기를 DVB-H폰으로 제공할 계획이어서 삼성전자와 LG전자의 이번 단말 공급은 인지도 확산에 좋은 기회이다.



회사는 슬림슬라이드폰 '빅토리폰' VK700C의 출시에 맞춰 빅토리 코리아를 컨셉으로 한 온라인 마케팅 행사를 진행하고 있다.

'빅토리 코리아'는 한국 축구 대표팀의 선전을 기원하고 한반도를 연상시키는 곡선 디자인에서 착안된 VK700C의 애칭 '빅토리폰'을 소비자들에게 적극적으로 알리기 위해 마련된 이벤트 컨셉이다.

이미 버스 및 지하철 등에서 무가지 광고를 진행하고 있는 VK는 '토고가 꼬리를 내렸다', '스위스가 겁먹었다', '프랑스가 기죽었다' 등의 기발한 광고를 하고 있다. 브이케이에는 또한 'VK존(<http://vkzone.vkmobile.com>)'이란 별도 사이트를 열어 경복궁 타령을 젊은이들의 취향에 맞춰 개사한 빅토리 송까지 선보였다.

### DMB·PMP·내비 부문

휴대폰 업체들에 비해 활발한 월드컵 마케팅을 진행하진 못하지만 중소 단말 업체들도 가격 인하 등을 통해 월드컵 특수를 유도하고 있다. 또한 내비 및 PMP업체들은 월드컵 시즌을 대비해 DMB 기능 겸용 제품을 내놓는 전략도 펴고 있다.

내비게이션 시장의 경우, 올 초 현대오토넷과 파인디

지털이 각각 60만원대의 지상파DMB 겸용 내비게이션 제품을 출시했지만 높은 가격으로 시장 진입에 실패한 바 있다. 이를 의식해 링크웨어와 카포인트는 가격대를 40만~50만원대로 책정해 구매를 유도하고 있다.



링크웨어는 50만원 후반대 가격의 4인치 지상파DMB 일체형 내비게이션 제품을 출시했으며, 카포인트는 40만원 후반대의 7인치 제품(Z3000)을 조만간 출시할 예정이다.

가격 인하 정보도 있다. PMP업체 에스캠은 최근 지상파DMB와 내비게이션 겸용 PMP 제품(DN10)을 39만9000원이라는 파격적인 가격에 출시했다.

파인웍스도 내비게이터 '파인-M700D'를 10만원 인하해 54만9000원에 판매한다. 이 제품은 지상파DMB를 시청할 수 있는 내비게이터로 7인치 LCD를 장착했으며 디빅스 플레이어 등 외부 기기도 연결해 다양한 멀티미디어 재생이 가능하다.

파인웍스 측은 "내비게이터 수요 증가와 월드컵을 앞둔 DMB 내비게이터 가격을 인하했다"고 설명했다.

한편, 대만 PQI 한국 공식에이전트인 다오코리아는 월드컵을 겨냥해 카드형 이동식 저장장치인 'PQI U510'을 출시했다. 기존의 USB메모리는 보통 스틱형으로 목에 걸거나 휴대폰에 연결해서 가지고 다녔으나 이번 PQI U510의 경우 명함사이즈 만한 카드형태로 만들어진 것이 특징이다. 회사 측은 월드컵 기간에 맞춰 카드 표면에 각종 월드컵관련 이미지를 새길 계획이라고 설명했다. [K]

