

대박휴대폰 '모여라'

대형 히트모델 휴대폰이 세인의 이목을 집중시키고 있다. 최근 들어 그 어느 때보다 대형 히트모델이 많이 등장하고도 있다. 그만큼 휴대폰 업체들이 야심적으로 출시하는 제품이 성공을 거두고 있다는 방증이기도 하다. 그렇다면 어느 정도 팔려야 대형히트모델 대열에 합류할 수 있을까? 그건 상황에 따라 다르다.

글 | 김중을 기자(모바일타임)

대형 히트 모델은 휴대폰 업체들에게 중요하다. 한 개의 히트 모델로 브랜드 인지도를 향상시킬 수 있으며, 만만치 않은 수익도 창출할 수 있다.

한 개 모델이 잘 팔릴 경우, 부품의 플랫폼화를 실현시킬 수 있어 공급가격이 하락해도 큰 영향을 받지 않을 수 있다. 부품의 플랫폼화로 인해 휴대폰 생산비용을 10달러 이상 하락시킬 수 있는 것이다.

삼성전자 '울트라에디션'

대형히트모델을 논하는 데서 삼성전자의 블루블랙폰을 제외시킬 수 없다. 삼성전자의 블루블랙폰이 세계적으로 1000만대 이상 팔린 것은 잘 알려진 사실이다. 삼성전자의 1000만대 이상 판매된 휴대폰은 이견희폰과 벤츠폰이 있다.



블루블랙폰은 세련된 디자인과 유럽에서 드문 슬라이드 업 방식은 물론 130만 화소 카메라에 블루투스(Bluetooth), MP3, 동영상 음악 등 92MB 고용량 내장메모리까지 지원하고 있어 유럽 멀티미디어폰 시장을 견인한 것으로 평가받고 있다.

블루블랙폰에 이은 삼성전자의 또 다른 야심작은 '울트라에디션'이다. 지난 6월 일반에 처음 공개된 '울트라에디션'의 최초 라인업 제품들은 지난달 초 3종 모델이 시장에 모두 출시된 후 출시 첫 달에 100만대 이상의 판매를 기록하며 전세계 휴대폰 시장의 차세대 히트 모델로

“

울트라 에디션 외 삼성전자의 선전은 내수에서도 눈부시다. 상반기 국내 휴대폰 시장에서 가장 많이 팔린 휴대폰은 지난 해 말 출시된 초슬림 슬라이드폰(SCH-V840/SPH-V8400/SPH-V8450)으로, 올해만 약 50만대 이상의 판매를 기록하고 있다.

”



떠오르고 있다.

삼성전자는 초기 3개 모델에 이어 지난달 ‘울트라 에디션(Ultra Edition)’의 라인업을 대폭 강화했다. 프랑스 파리에서 유럽 현지 거래선과 언론사 관계자들을 초청한 가운데 ‘울트라 에디션 유럽 런칭’ 행사를 갖고 ‘울트라 에디션 3G 모델을 선보인 것.

루브르박물관 피라미드와 전시장 내에서 마련된 이날 행사에서 선보인 울트라 3G 모델은 슬라이드 타입의 ‘울트라 에디션 13.8(Z720)’, 폴더 타입의 ‘울트라 에디션 11.8(Z620)’, 바 타입의 ‘울트라 에디션 8.4(Z370)’ 등 3개 모델이다.

삼성전자 이기태 사장은 “울트라 에디션은 삼성전자의 첨단 기술력과 디자인 역량이 집결된 새로운 개념의 휴대폰”이라며, “소비자들이 다양한 선택을 할 수 있는 라인업을 갖춰 세계 시장을 공략할 것”이라고 말했다.

울트라 에디션 외 삼성전자의 선전은 내수에서도 눈부시다. 상반기 국내 휴대폰 시장에서 가장 많이 팔린 휴대폰은 지난 해 말 출시된 초슬림 슬라이드폰(SCH-V840/SPH-V8400/SPH-V8450)으로, 올해만 약 50만대 이상의 판매를 기록하고 있다.

전 세계에서 인기를 얻고 있는 슬림 슬라이드 디자인 열풍의 효시라고 할 수 있는 이 제품은 깔끔한 슬림 디자인과 첨단 기능이 조화를 이루어 낸 것이 인기비결로 분석됐다. 이 제품은 ‘애니 스타일’ 광고에서 이효리가 들고 나와 ‘효리 슬라이드’라는 애칭을 얻기도 했다.

상반기 최단기간 최다판매의 진기록은 지난 5월 출시 후 한 달 반 만에 16만대 판매를 기록한 ‘스킨’이 차지했다.

슬림폰 뿐만 아니라 DMB폰 시장에서도 삼성전자는 상반기 시장 점유율 73%를 차지한 것으로 자체 집계했다. 스윙 지상파 DMB폰(SPH-2300/SPH-B2350)은 올 상반기에만 23만대 판매량을 기록하며 최다 판매 DMB폰 자리를 차지했으며, 5월에 출시한 ‘가로본능 지상파 DMB폰(SCH-B410/CPH-B4100/SPH-B4150)’ 또한 출시 한 달 만에 판매량 5만대를 돌파하며 인기를 모았다.

LG전자 ‘초콜릿폰’

LG전자의 초콜릿폰은 현재 300만대 판매를 기록하고 있다.

국내서도 대박모델 있다

세계적으로 수 천만대의 휴대폰을 판매하고 있다는 소식을 접하면서 국내 시장에서 팔리는 대박 모델은 어떤 게 있을까? 당연히 궁금해진다.

SK텔레콤이 집계한 상반기 국내 히트 모델은 모토로라의 레이저였다. 이 제품은 상반기에만 38만대를 판매했다. 삼성전자의 SCH-E470도 37만대나 판매돼 히트모델 대열을 벗어나지 않았다.

SK텔레콤을 포함해 KTF 등으로 범위를 넓히면 히트모델은 달라진다. 삼성전자는 상반기 국내 휴대폰 시장에서 가장 많이 팔린 휴대폰으로 초슬림 슬라이드폰(SCH-V840/SPH-V8400/SPH-V8450)을 꼽았다. 올해만 약 50만대 정도 판매했다.

LG전자의 상반기는 초콜릿폰으로 시작해 초콜릿폰으로 마무리됐다. 이 제품은 작년 11월 출시돼 6월 말 현재 내수 시장에서 50만대 가량 판매했다.

SK텔레콤 상반기 히트모델

제조업체	모델명	판매대수
모토로라	MS 500	38만대
삼성전자	SCH-E470	37만대
삼성전자	SCH-V840	31만대
삼성전자	SCH-S390	30만대
삼성전자	SCH-V740	23만대

300만대가 판매되는 과정보다 좋다. 지난 5월 말 자료에 따르면, 수출 개시 4주만에 55만대가 판매됐다. 수출 시작 1달 동안 50만대 공급이란 초강세는 그 이후에도 이어져 6월 및 7월에도 각각 50~60만대 정도의 수출이 진행된 것으로 집계됐다.

시장 규모를 무시할 수 없지만 국내에서 출시 6개월 동안 50만대를 판매했던 것에 비한다면 LG 전자로선 수출로 톡톡히 재미를 본 셈이다.

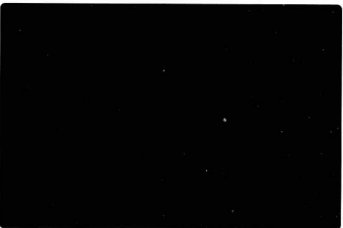
초콜릿폰의 수출시장 공략은 지금도 멈추지 않고 있다. LG전자는 지난 5월 멕시코에 출시한 초콜릿폰이 일일 판매량 사상 최대인 5500대를 최근 돌파하는 등 출시 2개월 만에 누적 판매량 15만대를 기록했다고 밝혔다.

유럽 시장 진출에 이어 초콜릿폰은 꿈의 무대로 불리는 북미 시장에도 최근 진출했다. 북미 최대 CDMA사업자인



버라이즌 와이어리스(Verizon Wireless)를 통해 뮤직기능을 대폭 강화한 초콜릿폰(모델명:LG-VX8500)을 출시한 것.

지난 8월초 미국 최대 CDMA사업자인 버라이즌 와이어리스를 통해 출시되자마자 4주 만에 55만대가 판매됐으며, 이에 힘입어 해외판매 4개월만에 누적판매 300만



한국 IT의 중심

K A I T 를 들 여 다 보 니 ...

협
회
소
개



1987년 설립돼 20년의 역사를 자랑하는 한국정보통신산업협회(KAIT)는 국내를 대표하는 IT협회로 확실히 자리매김하고 있다. 80년대 TDX전전자교환기 개발, 90년대 CDMA 세계 최초 상용화, 2000년대 초고속 인터넷 보급 등 세계에서 국내 IT 위상을 드높일 때마다 KAIT는 그 중심에 서 있었다.

현 11대 이기태 회장(삼성전자)을 비롯해 5대와 8~10대 회장을 역임했던 정장호 회장, 6~7대 회장이었던 남궁석 회장, 그리고 4대 정용문 회장, 3대 한태희 회장, 2대 김지수 회장, 초대 구자두 회장 등 KAIT를 이끌어온 수장 역시 당대 국내 IT분야를 대표한 사람들이었다.