

휴대폰산업 전망



휴대폰산업은 시장의 규모 측면에서 글로벌 단말기 수요 규모는 '08년의 경우 전년 대비 8% 성장한 12억11백만 대가 될 것으로 예상되어지고 있으며, '09년에는 12억76백만대로 올해 대비 5% 수준의 성장을 예상하고 있으나 최근의 Global 금융 상황을 고려 시 추가적인 감소 가능성을 예측 할 수 있는 상황이다. 지난 2007년까지 지속되어온 두 자리 수 성장세는 올해를 기점으로 한자리 숫자로 감소하여 2010년부터는 2% 대로의 성장률로 감소 할 것으로 까지 예측하고 있다.

이러한 성장률의 급격한 감소는 세계 경제의 성장세, 단말기의 보급 수준, 지역별 경제력 등의 경제학적인 요인과 새로운 가치에 의한 새로운 수요 창출의 가능성에 대한 회의적인 분석을 근거로 하고 있다고 보여 진다.

'08년 이미 75% 이상을 차지하는 대체 수요가 전체 수요를 견인하는 동력이며, 올해 5% 미만의 성장률이 예상되는 미주 및 서구 등 선진국을 대신하여 10~18%대의 성장세를 보이고 있는 동남아, 동구, 중동 및 아프리카 지역의 신규 수요가 전체 수요 증대의 버팀목이 될 것으로 보인다.

일반적으로 대체수요를 주도하고 있는 동력을 WCDMA, HSD(U)PA, EVDO, LTE 등의 기술발전 에 따른 신규서비스 및 단말기가 향후 성장을 주도 할 것으로 예측하고 있으나, 기술진화의 가치와 소비자 가치와의 갭이 존재하는 현실적 이슈를 단말기 자체의 디자인, 마케팅 접근방법 등으로 언제까지 끌고 갈수 있을 지는 좀 더 두고 보아야 할 듯하다. 특히 '09년은 지난 수년간 기술의 표준화, 상용화를 추진해오고 있는 4G 서비스의 기술적 완성도 및 서비스의 소비자 가치 등을 짐작 할 수 있는 시기가 될 것으로 예상되는 바, 조금 이르는 하지만, 향후 5년 나아가 향후 10년의 이동통신 산업의 그림을 예상 해 볼 수 있는 중요한 시기가 될 가능성이 매우 높다고 보여 진다.

신규수요는 세계수요의 약 40% 이상을 차지하고 있는 중국을 포함한 동남아시아, 12%대의 중남미지역과 지속적으로 10%대의 성장률을 보이고 있는 중동아프리카지역이 주도할 것으로 예상되고 있다. 따라서 09년에도 대체 수요 중심의 중고가 중심의 수요와 저가 중심의 신규수요가 이원화되는 단말기 수요 구조의 양극화가 지속 및 가속화 될 것으로 보이며, 단말기 업체 입장에서 보면, 마케트 앤 라인업

포트폴리오 전략에 대한 새로운 접근이 필요할 것이다.

내년 수요를 견인하게 될 것으로 예상되는 애플리케이션은 모바일TV, 뮤직, 인스턴트메시징 등이고 새로운 아젠더로 프리미엄, 오픈OS, 터치스크린, 울트라로코스트 등을 들 수 있다.

산업의 아젠더에서 사업구조적 측면의 아젠더는 지속적인 투자와 실수요 구조가 어떻게 변할 것인가, 투자자원의 한계, 차별화와 구매동기 부여의 한계, 독자적 경쟁력 요소 확보의 한계 등을 들 수 있다. 애플리케이션기술 측면의 아젠더는 기능적 접근대 감성적 접근, 코스트상승과 소비자 가치, 기술적 한계 극복의 과제 등이고, 사업 전략 측면의 아젠더로는 마케팅전략과 전방위대 선택적 집중을 들 수 있다.

글로벌 아젠더로 글로벌 단말기 메이커의 구조조정 가능성이 있다. 이동통신 사업자들의 수익성이 악화를 지속할 것이고 게임의 룰이 변화할 것이다. 모바일 인터넷이 활성화될 것이고 단말기 수요의 양극화가 진전될 것이다. 스마트폰의 약진이 기대된다.

자료에 의하면, 2007년 4분기에 노키아가 40.6%, 삼성이 14.1%, 모토로라가 12.4%의 순위를 가졌고, 2008년 1분기에 노키아가 40.9%, 삼성이 16.4%, 모토로라가 9.7%이며, 2008년 2분기에 노키아가 41%, 삼성이 16.4%, LG가 9.7%를 기록했다. 이것이 2009년도에는 변할 것이다.

게임룰의 변화에서, 애플리케이션과 콘텐츠 게임

의 경우 구글이 안드로이드 개발자대회에 일천만불의 상금을 걸고 1700여개의 출품작이 쇄도했다. 애플은 아이폰으로 1억불 조성했고, 아이폰 및 아이팟터치의 애플리케이션을 개발할 수 있도록 소프트웨어개발키트를 개방했다. 2400여개의 자금 지원을 접수했다. 린은 블랙베리파트너펀드 1억5천만불을 걸고 모든 애플리케이션 개발자에게 공개했다.

UI 및 인터넷플랫폼 게임에서 노키아는 우리의 UI는 PC에서의 마이크로소프트의 윈도우와 같은 가치를 가지고 있다. 우리의 인터넷 서비스 플랫폼 오비는 미래 성장 엔진이라고 발표했다. 구글은 지금까지의 인터넷 역량을 기반으로 강력한 모바일 플랫폼을 만들어 휴대폰에서 새로운 판을 짜겠다고 주장했다. 이러한 배경에는 산업배리어의 붕괴를 들 수 있다. 전통적인 단말기 업체의 붕괴 및 구조 조정이 시작되었다. 산업간 배리어의 붕괴가 진행 중이다. 산업의 융합이 이루어지고 있다. 산업의 성장한계도 들 수 있다. 2007년 하반기 이후 수요증가세가 빠르게 하락하고 있다. 새로운 성장 동력 확보가 절실하다. 하드웨어 게임의 한계를 들 수 있다. 하드웨어 플랫폼 경쟁의 콘텐츠 측면에서의 한계와 하드웨어 플랫폼 경쟁의 경제성 측면에서의 한계를 들 수 있다. 그리고 스마트폰의 약진이다. 세계 스마트폰시장은 2011년에 30%를 넘는 비중을 달할 것으로 보인다. 다양한 애플리케이션, 사용 편의성 등이 플러스요인이나 요금제, 가격, 제한적인 지원 등은 마이너스요인이다.

한국시장의 아젠더는 수요가 포화되고 구매동기부여 수단의 한계를 지적할 수 있다. 가치체인 각 개체의 지속적인 수익성이 감소된다.

위피의 향방이 어떻게 될 것인가, 와이브로 이동통신, 단말기 업체의 테마게임과 마케팅, 한국 단말기 업체의 글로벌 시장에서의 위상과 포지션, 단말기 업체의 사업구조 조정에 대한 고민 등을 들 수 있다.

가치체인에서 캐리어들은 수요가 포화되어 성장이 둔화되고, 킬러애플리케이션이 부족하다. 마케팅 투자가 증가하고 인프라 추가 투자가 요구된다. 콘텐츠 프로바이더는 백프로 캐리어의존성이고, 킬러애플리케이션의 한계, 수익성의 구조 열악, 오픈 소스 추세에 따른 생존을 위한 사업 전략을 강구해야 한다. 폰메이커들은 지속적인 하드웨어 게임을 위한 지속적인 신규 개발 투자가 필요하고, 마케팅 투자의 집중과 증가, 소비자요구와 사업자 요구 대응을 위한 투자 및 자원 대응, 선행 기술 투자가 필요하다. 부품메이커들은 지속적인 신규 개발 투자, 지속적인 코스트 프레스, 생존을 위한 선행 기술 개발 및 투자가 요구된다.

이동통신사의 마케팅비용을 보면, SKT가 2007년 2분기 7천억원에서 2008년 2분기 8천7백억원으로 증가했고, KTF가 4천1백억원에서 6천1백억원을 증가했다. 금년 시설투자 규모는 SKT가 계획 1조7천억원에서 1조9천억원으로 예상되고 있다. KT는 2조6천억원 등이다.

터치폰의 구매시 소비자들의 고려사항은 고화소 카메라가 19.8%, MP3가 17.4%, 내부메모리 용량이 11.7%, DMB가 11.2%, 멀티타스킹이 9.25, 영상통화가 7.7% 등이다.

단말기 업체의 사업구조에서, 글로벌 트렌드는 제

품기획에서 자체와 외부, 디자인과 개발은 자체와 외부, 구매와 생산은 외부, 판매와 마케팅은 자체이다. 한국업체들의 고민은 사회 전반적인 기대, 정서적 책임감, 노조문제, 자사 관련 협력업체, 불신감, 리스크대응체제 부족 등이다. 포지셔닝 및 미래가치에서 노키아, 애플, 구글, 림 등 글로벌 트렌드는 소프트웨어 플랫폼, OS, 애플리케이션, 콘텐츠, 디자인, UI 등이다. 한국업체들은 디자인, 재료, 하드웨어 플랫폼, 코스트 등이다.

이통사의 미래 전략은 해외사업 확대나 해외 사업자 인수나 지분 투자, 인터넷콘텐츠 관련업체 인수 등 몇 가지가 가능성이 있다. 핸드폰 메이커들의 미래 전략은 태양관 배터리, 구부러지거나 접을 수 있는 탄력소재, 투명한 본체, 나노기술 기반의 플렉서블 트랜지스터, 오픈 OS 등 여러 전략이 제안되고 있는 중이다.

