

# 왜 아이폰과 아이패드에 열광하는가?

Why iphone, ipad !



글 | 류현정  
(Ryu, Hyun Jung)

조선경제 연결지성센터 기자

E-mail : dreamshot007@gmail.com

What was the reason why Apple, a mere "rookie", got ahead of all the veterans before it? What influence will the newly released Ipad have?

This writing will cover why people are clamoring over iPhones and Ipads. In addition, it will also discuss if Apple will be able to challenge Google's dominance on the web world using Ipods, iPhones, Ipads as weapons.

애플의 태블릿PC '아이패드'는 2.5초당 1대꼴로 팔린다. 미국 언론들은 '핫 케익'처럼 팔린다고 평했다. 출시 80일만에 300만대 판매고를 올렸다. 애플의 새 스마트폰 '아이폰4'은 사전 예약 첫날인 지난 6월 15일 예약 시스템이 다운됐다. 하루 60만대에 달하는 주문이 몰린 것이다. 이같은 추세라면 아이패드는 연말까지 1000만대, 4G 아이폰은 분기마다 1000만대 판매가 가능하다는 게 외신의 분석이다.

우리나라에서 아이폰 인기는 새삼 거론할 필요도 없다. 뒤늦게 출시된 아이폰이 한국 사회에 던진 충격은 엄청났다. 출시 5개월 만에 70만대가 팔려나갔고 아이폰을 출시한 KT와 이를 불편하게 여긴 삼성전자 사이의 신경전이 벌어졌다.

'한국은 모바일 후진국'이라는 부끄러운 자화상을 그리는 언론보도가 잇따랐다. 김형오 국회

의장이 나서서 정보통신부와 같은 정보통신(IT) 총괄 부서를 부활시켜야한다고 주장했다. 한국 사회는 애플과 아이폰이 가져온 충격을 '아이폰 쇼크' '애플 쇼크'라고 불렀다.

휴대폰 시장에서 '신출내기'에 불과한 애플이 선발주자들을 따돌리며 인기몰이에 성공할 수 있었던 이유는 무엇일까. 올 초 출시한 아이패드는 어떤 영향을 가져올 것인가.

## ■ 하드웨어와 소프트웨어의 완벽한 조합

아이폰과 아이패드 등 이른바 애플 i시리즈의 강점은 제품의 완성도이다. 애플 특유의 유려한 디자인, 감각적인 터치, 화려한 동영상, 책장과 화면을 넘길 때의 부드러움 등은 타의 추종을 불허한다. 사용자가 직접 느끼는 경험의 총합이 경

쟁사에 비해 월등히 우월하다.

애플 제품의 완성도는 하드웨어와 소프트웨어의 완벽한 조합에서 나온다. 휴대폰 두뇌인 중앙처리장치(CPU)부터 운영체제, 웹브라우저, 사무용 프로그램 등에 이르기까지 하드웨어와 소프트웨어를 조화롭게 설계 능력은 애플이 세계 최고 수준이다. 애플은 반도체 칩을 디자인하는 P.A 세미라는 회사까지 인수하며 제품 완성도에 심혈을 기울였다.

지난해 삼성전자는 ‘옵니아2’를 내놓고 애플의 ‘아이폰’보다 더 빠른 CPU를 썼다며 더 좋은 제품이라고 주장했다. 옵니아에는 클럭 속도가 800MHz인 ARM11 계열의 CPU가 들어간 반면, 아이폰에는 600MHz인 ARM코어텍스 A8 계열 CPU이 채택됐다는 것이다. 삼성전자는 클럭 속도가 높으면 반응 속도가 더 빠르다는 설명까지 덧붙였고 많은 언론들이 삼성전자의 주장을 그대로 지면에 실었다.

그러나, 실제 사용자가 느끼는 체감 속도는 아이폰이 옵니아2보다 훨씬 빠르다. 기기 반응 속도는 CPU 클럭 속도만으로 비교 불가능하다는 것이 전문가들의 설명이다. 데이터 이동 경로인 내부 버스(bus)와 캐시(cash) 용량, 운영체제(OS) 및 소프트웨어와의 궁합의 결과가 바로 반응속도라는 것이다. 클럭 속도만 지나치게 높으면 오히려 전력 소모량이 많아져 배터리가 빨리 소모된다. 스마트폰과 같은 휴대용 기기는 배터리가 빨리 닳으면 효용성이 낮아진다.

운영체제(OS) 자체도 다르다. 아이폰에 탑재된 OS는 맥PC에서 사용되는 OS를 경량화한 것이다. 속도도 빠르고 하드웨어에 무리를 주지 않는다. 옵니아2의 경우 무거운 OS로 알려져 있는

‘윈도 모바일 6.1’에 옵니아 자체 사용자인터페이스(UI)인 터치위즈까지 올렸다. 무거운 소프트웨어를 돌리면 반응 속도가 느려지게 마련이다.

무엇보다 중요한 것은 아이폰에 탑재된 OS는 애플 스스로 만든 OS이라는 점이다. 자체 OS에 대한 이해도가 높기 때문에 이에 최적화한 하드웨어 단말기를 만들 수 있다. 이는 소프트웨어와 하드웨어의 궁합으로 이어져 제품의 완성도를 높이는 데 결정적인 역할을 한다.

아이폰이 버그가 적고 안정적인 데에는 애플의 ‘폐쇄적인’ 정책도 한 몫한다. 애플은 아이폰의 OS나 하드웨어 사양을 공개하지도 않는다. 아이폰 위에 올라가는 애플리케이션(앱)도 누구나 만들 수 있지만 애플의 철저한 검증 절차를 받아야 한다.

## ■ 절제의 미학

아이폰, 아이패드 등 애플 i시리즈의 군더더기가 없는 디자인은 더 설명할 필요도 없다. 손안의 PC라고 불리는 아이폰에 버튼이 단 하나다. 컴퓨터를 작동시키는 데 어떻게 버튼 하나만 만들 생각을 했을까. ‘적을 수록 더 좋은 것(less is more)’이라는 디자인 철학을 완성하기 위해 애플이 생각하는 것은 터치이다.

터치 스크린에 각종 아이콘을 누르면 원하는 기능이 작동된다. 손가락에 흐르는 미세한 전류를 활용한 정전식 터치 방식을 채용했기 때문에 스타일러스펜과 같은 부가적인 물품이 필요없다. 손가락 2개로 화면을 키우거나 줄이는 멀티터치 기능도 정전식만의 강점이다. 애플은 아이폰을 출시하기 이전, 터치 기술과 관련한 특허를 무더기로 등록해 놓은 것으로 알려져 있다.

아이폰의 단점으로 꼽히는 것 중 하나가 배터리를 탈부착할 수 없다는 점이다. 보조 배터리를 갈아끼울 수 없기 때문에 통화량이 많은 사람들은 조그만한 충전기 짝을 들고 다닌다.

이 역시 애플은 심플한 디자인을 위한 것이었다고 설명한다. 제품 자체의 완성도를 넘어서 심미적 완성도까지 높이려는 것이 애플이다. 높은 하이힐을 신은 20대 여성이 아이폰을 앞다퉀 구매하는데는 아이폰이 IT기기가 아니라 패션 아이템의 반열에 올랐음을 잘 보여준다. 애플 제품에 대료되는 것은 화려함이 아니라 한치의 허술함도 허용하지 않는 숨막히는 절제미에 있다.

이러한 애플의 능력은 하루아침에 형성된 것은 아니다. 오랜 역사, 특히 실패의 역사가 만들어낸 산물이다. 애플은 1975년 세계 최초 PC를 개발했다. 오늘날 각종 디자인과 아이콘의 모태된 그래픽유저인터페이스(GUI)라는 개념을 처음 도입한 것도 애플이다. 이후 애플 PC는 마이크로프트의 윈도에 밀려 점유율이 급락했다. 스티브 잡스 당시 CEO는 창업자였지만 매출 하락에 대한 책임을 물어 회사에서 쫓겨났다. 1993년에는 애플은 세계 최초 PDA 뉴턴(정식 명칭은 메시지패드)도 개발한다. 오늘날 아이폰의 모태가 된 제품이지만, 당시 뉴턴은 재고 위에 먼지가 가득 쌓일 정도로 참담한 실패를 맞보았다.

## ■ 생태계 조성의 힘

아이폰, 아이패드의 힘은 콘텐츠가 풍부하다는 점에 있다. 소비자들은 애플의 온라인 장터 '앱스토어(App Store)'에서 공급되는 수많은 콘텐츠에 열광했다. 실시간 버스 운행 정보를 알려주는

앱, 세계적인 명화를 쉽게 감상할 수 있도록 해주는 루브르 박물관 앱부터 이번 월드컵에서 화제가 된 부부젤라 소리를 내주는 앱처럼 기상천외한 것도 많다. 앱스토어에서 공급되는 애플리케이션(Application, 응용프로그램, 앱) 수는 22만 개에 달한다. 애플은 어떻게 수많은 콘텐츠를 확보할 수 있었을까. 비밀은 수많은 개발자들을 애플의 편으로 끌어드는데 성공했기 때문이다.

그동안 개발자들은 통신사를 통하지 않고 자신이 개발한 앱을 팔 수 있는 길이 없었다. 통신사들은 개발사 위에 제왕으로 군림했다. 이 룰(rule)을 깬 것이 바로 애플이다.

애플은 앱스토어라는 온라인 장터를 만들어 누구든지 앱을 올릴 수 있도록 했다. 개발자들은 통신사의 허락 없이도 소비자에게 제품을 팔 수 있는 길을 확보하게 된 것이다. 개발자와 애플의 수익 배분은 70대 30이다. 통신사와 거래한 것보다 유리한 조건이다. 개발자들은 일제히 아이폰 앱을 개발하는 데 작업의 무게중심을 이동했다. 인도와 같은 저소득 개발국가에서 개발한 앱이 대박을 터뜨리면서 그 지역에서 부자가 되는 경우도 있다.

개발자와 사용자가 어울려 확장 중인 앱스토어는 누구 1명이 독식하는 구조가 아닌 일종의 생태계다. 생태계의 힘은 크다. 애플 혼자만의 힘으로 굴러가는 것이 아니라 수백만 사용자와 개발자의 힘으로 알아서 굴러가기 때문이다.

애플은 아이폰 앱스토어에서 보여줬던 강력한 생태계 전략을 아이패드에서도 그대로 재현할 태세이다. 아이패드에서도 아이폰 앱이 대부분 된다. 아이패드가 출시되자마자 아이패드 전용 앱도 3000개 올라왔다. 애플은 아이북스(ibooks)

라는 전자책 서점도 내놓았다. 가상의 그래픽 서가에 보유중인 전자책 콘텐츠를 종이책처럼 책장을 넘기는 방식으로 읽을 수 있다.

MP3플레이어인 아이팟을 포함해 아이폰, 아이패드에도 장착되는 각종 액세서리 시장도 엄청나다. 보호필름, 커버, 스피커, 가방 제조사로 구성된 이 외곽 생태계 시장 규모도 수조원에 달한다. 핵심 액세서리는 애플이 자체 판매하고 나머지 응용품들은 라이선스료를 받아 외부 제조사들이 만든다. 애플 생태계에 참여자들은 애플의 우호군이 될 수 밖에 없다. 애플이 잘 되어야 자신들의 수익도 높아지기 때문이다.

### ■ 잡스 쇼크

전 세계가 아이폰과 아이패드에 열광하다보니 그리스도 탄생 이전과 이전을 B.C와 A.D로 나누는 것처럼 스티브 잡스 이전과 이후로 시대를 구분해야 한다는 말도 나온다. 실제로 영국의 시사 주간지 이코노미스트가 아이패드를 손에 든 잡스의 모습을 애플의 힘은 스티브 잡스라는 인물에서 나온다고 해도 과언이 아니다. 그래서 아이폰 쇼크 혹은 애플 쇼크는 곧 잡스 쇼크이다.

잡스의 건강 여부는 애플 주가에 결정적으로 영향을 미친다. 잡스가 호르몬 치료로 휴식을 취한다는 소식이 알려지면서 주가가 큰 폭으로 떨어지기도 했다.

잡스의 정신이 애플 제품에 고스란히 녹아 있다. 대형 콘퍼런스에서 주요한 발표를 하기 위해 등장한 잡스의 옷차림은 티셔츠와 청바지이다. 아이폰의 '간결미' 역시 애플의 스타일과 무관하지 않다. 아무리 기계치라도 애플 아이폰을 만져보고

는 쉽다고 하며 아이폰은 기계가 아니라고 한다. 기계를 넘어서는 그 무엇이 애플의 제품에 있다. 그게 무엇인지 잡스는 다음과 같이 설명한다.

“애플은 인문학과 기술이 만나는 곳에 있다.”

2005년 스탠퍼드 대학 졸업식에서 잡스가 한 유명한 연설도 애플의 제품 철학을 이해하는 데 큰 도움이 된다. 잡스는 당시 연설에서 미혼모의 아들로 태어나 대학을 자퇴하기까지의 성장사, 자신이 설립한 회사(애플)에서 해고당한 일, 취직 암에 걸려 시한부 판정을 받은 일 등, 인생의 3가지 이야기를 담담하게 털어놓았다. 실패 혹은 좌절로 치부할 수 있는 이 일들이 그에게 ‘터닝 포인트’가 되었다고 한다. 자퇴를 했기에 자신이 진정으로 하고 싶은 일이 무엇인지 알 수 있었고, 회사에서 쫓겨났기에 초심으로 돌아가 창의력과 실력을 쌓을 수 있었다는 것이다. 그는 사회 진출을 앞둔 졸업생들에게 이렇게 말한다. “배고픔과 함께, 어리석음과 함께(Stay Hungry, Stay Foolish).” 항상 무엇인가를 갈망하며 우직하게 목표를 향해 나가라는 뜻이다.

### ■ 킬러가 된 아이폰, 아이패드

아이폰 성공의 비결이 제품의 완성도와 제품에 활기를 넣어주는 거대한 생태계 구성에 있다는 점을 간파한 삼성전자도 발등의 불이 떨어졌다. 차세대 스마트폰 ‘갤럭시S’와 태블릿PC인 ‘갤럭시 탭’을 준비 중인 삼성전자는 소프트웨어 개발자들을 적극 끌어들이기 시작했다. 애플이 개발자들의 자발적인 참여로 생태계 구성에 성공했다면, 삼성전자는 기업과 개인 개발자에게 특정 애플리케이션 개발을 의뢰, 현금을 지원하는 형태로 ‘삼

성앱스' 라는 생태계를 조성하고 있다. 삼성전자가 특정 개발사에 제공한 비용은 1500만~3000만원. 삼성전자는 삼성앱스 장터에 해당 앱을 6개월~1년 독점적으로 제공해야 한다는 조건을 내세웠다. 이 때문에 인공 생태계를 만드는 것 아니냐는 비판도 있다. 애플의 생태계가 더 커지기 전에 서둘러 대책을 마련해야 한다는 삼성전자의 절박함이 읽힌다. 실제로 '핀란드의 자존심' 노키아가 아이폰 열풍의 희생양이 됐다. 전세계 휴대폰 시장을 호령하며 부동의 1위를 지켰던 노키아는 2분기 연속 매출과 이익 전망치를 낮췄다. 시가총액도 애플의 8분의 1 수준으로 고꾸라져 더이상 기술 대장주로 불러주지 않는다. PC와 휴대폰을 결합한 스마트폰을 제대로 내놓지 못했기 때문이다. 아이폰만 '킬러'가 아니다. 아이패드도 곧 '킬러' 본능을 드러낼 것으로 보인다. 아이패드는 동영상, 게임, 이메일, 인터넷 검색, 전자책, 문서 작성 등 기존 디지털기들이 선보인 핵심 기능들을 두루 갖추고 있다. 아이패드가 인기를 끈다면 넷북, 전자책, 게임기, PMP, MID(Mobile Internet Device)에 직격탄이 될 수 있다. 가정용 게임기 시장을 분할, 점유하고 있는 소니, 마이크로소프트, 닌텐도의 경우 가볍게 즐길 수 있는 캐주얼 게임 일부를 아이패드에 내줘야 한다. 넷북, PMP, MID, 전자책 역시 아이패드와 제품 특징이 겹치므로 입지를 위협받을 수 있다.

### ■ 애플 쇼크 - 산업 패러다임의 전환

그동안 애플이 출시한 제품들은 단순히 신제품이라고만 표현하기에는 부족하다. 애플은 '신제품'을 출시하는 것이 아니라 '새로운 산업의 패

러다임'을 출시해왔다고 해도 과언이 아니다. 2000년 초 MP3플레이어 아이팟 iPod의 출현은 음악산업의 판도 변화를 의미했다. 아이팟과 아이튠즈(iTunes, 애플의 온라인 음악 판매사이트) 덕분에 무법천지의 음원시장은 애플 중심의 유료 음원시장으로 바뀌었다. 또한 아이폰은 통신산업의 구조와 역학관계를 바꿨다. 모바일 개발자들이 앱스토어를 통해 소비자에게 직접 애플리케이션을 팔면서 통신사와의 연속관계가 속속 정리됐다. 그리고 아이패드는 신문, 책, 동영상 등 각종 콘텐츠산업의 권력구도를 바꿀 것으로 보인다. 애플은 곧 아이TViTV를 출시, 안방시장 공략에도 나설 전망이다.

'창조적 파괴' '파괴적 혁신' 등 오늘날 경영학의 표본을 보여준 스티브 잡스 애플 CEO에 대해 뉴스위크 대니얼 라이언스 수석 에디터는 말한다. "그는 우리가 필요하다고 생각조차 하지 않았지만, 갑자기 그것 없이는 살 수 없는 기기를 지어내는 비상한 능력을 지녔다"고 말이다.

### ■ 향후 관전 포인트

한 가지 더 눈여겨 볼 것은 전세계 IT 산업을 이끌고 있는 애플과 구글의 대결이다. 한때 구글의 에릭 슈미트 CEO가 애플 이사회에 참여했을 정도로 사이가 좋았던 두 회사. 이제 모바일 광고와 검색 시장을 두고 한치 앞의 양보도 할 수 없는 세기의 결투를 벌이고 있다. 애플이 아이팟, 아이폰, 아이패드 등을 무기로 구글이 지배해왔던 웹 세계의 패권을 가져오게 될 것인지 애플을 바라보는 또다른 관전 포인트가 될 것이다.

(원고접수일 2010년 6월 23일)