산업경쟁력
시리즈 ②

e-KIET 산업경제정보

제 611 호
(2015-08)
2015.4.30

휴대폰산업의 글로벌 경쟁여건 변화와 대응 과제

요 약

우리나라 휴대폰산업은 제품 고급화 전략과 이동통신, 반도체 등 세계적 수준의 IT기반을 바탕으로 급성장하여 2011년 세계 휴대폰 판매 1위로 도약

그러나 미국과의 혁신경쟁 심화와 중국, 인도 등 후발업체들의 추격으로 작년 2분기 이후 국내 휴대폰의 세계시장 점유율이 하락 추세

● 스마트폰 업황은 1강(한) → 2강(한, 미)구도로 다시 변화되고, 중국은 거대 내수시장과 저가격–고기능 전략으로 점유율 1위로 도약

국내 휴대폰산업은 SW에 약점분야가 있지만, 제품·기술 혁신 역량이 높고 연관 IT산업 기반도 갖추고 있어 성장잠재력이 높은 것으로 평가

● 최근 실적하락의 원인은 기술범용화, 저가폰 수요확대 등 시장여건 변화에의 대응과 핵심플랫폼 부재 속 가격·제품 차별화가 다소 미흡했기 때문으로 판단

국내 휴대폰산업은 '주력분야의 역량 확충'과 '유망 신분야로의 진출 확대' 관점에서 미래 지향적 구조개선 노력을 적극 추진할 필요

● 주력분야 역량 확충과 관련해서, '프리미엄 전략' 및 '핵심부품 역량' 강화로 제품의 고부가가치화, 중저가분야의 차별적 선택과 집중이 필요

● 산업의 지속 성장과 고부가가치화를 위해 지능형 융합단말 및 플랫폼, 웨어러블기기, 사물인터넷 등 미래 핵심기술개발 및 상용화를 위한 투자 확대와 성장기반을 강화

KIET 산업연구원
Korea Institute for Industrial Economics & Trade

중국 추격과 성과 부진으로 비상등이 켜진 휴대폰산업

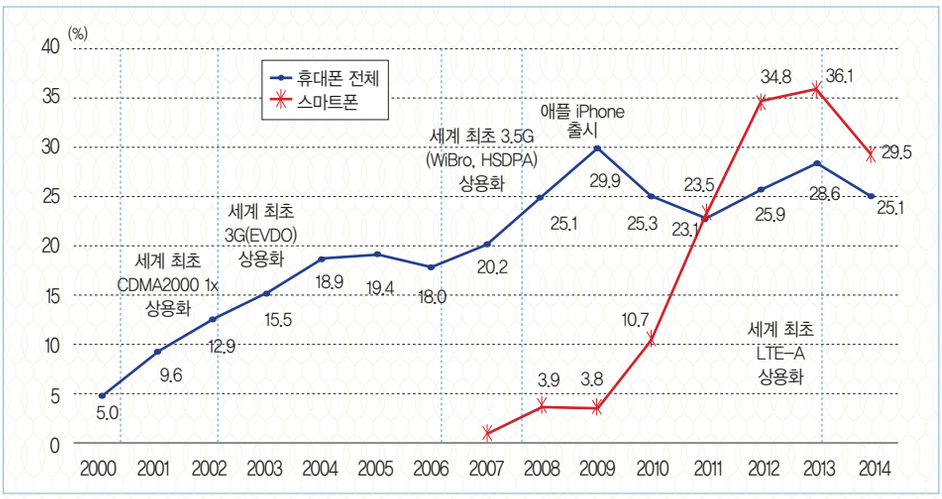
국내 휴대폰산업은 2008년 세계 금융위기와 스마트폰 격변기를 빠르게 극복하며 2011년 전체 휴대폰과 스마트폰시장에서 1위로 도약

● 1996년 세계 최초 CDMA 상용화 등 이동통신부문에 대한 적극적인 투자와 프리미엄 제품 전략이 주효하며 빠르게 발전

＊글로벌 금융위기 시기에 구조조정(생산·인력 축소 등)을 추진했던 선진업체들과 달리, 국내업체들의 투자 확대는 현재의 성장 밑거름으로 작용한 것으로 평가

● 스마트폰 시장 확대 초기에 국내업체들은 모바일 SW 역량 부족으로 부진했지만, 최근 글로벌 수준의 하드웨어 역량, LTE 이동통신기술을 기반으로 급성장

그림 1 | **한국 휴대폰의 세계시장 점유율 변화 추이**



자료 : 가트너 통계를 참고하여 산업연구원 작성.
주 : 판매량 기준이며, 삼성전자, LG전자, 팬택(2008년부터 합산) 합계 기준.

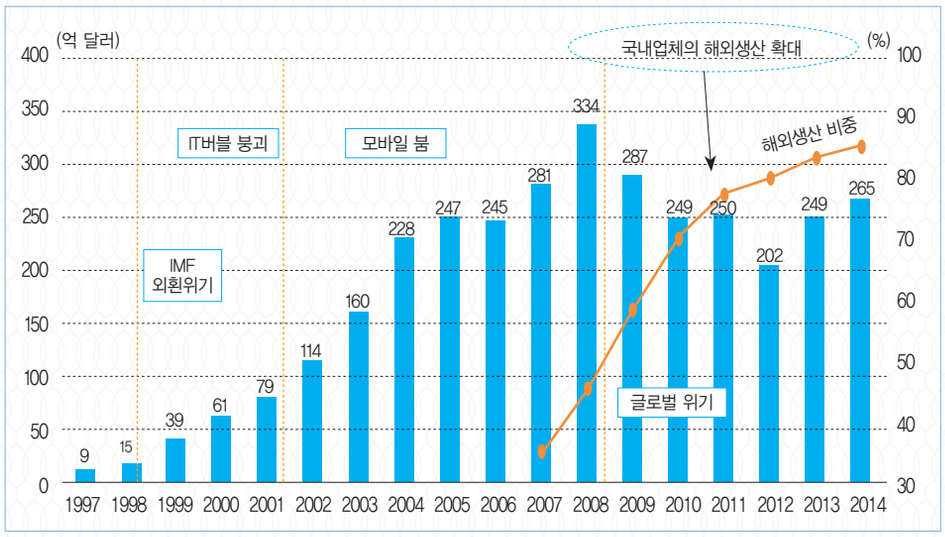
휴대폰산업의 수출도 글로벌 경쟁력 확보에 힘입어 1990년대 후반 이후 크게 확대되어 2014년 현재 265억 달러를 기록

● 다만 국내 휴대폰 수출은 2008년 정점을 기록한 이후 대체로 부진한 상황이며, 2014년 2분기 이후 수출증가율이 둔화 추세

＊휴대폰(부품 포함) 수출증가율(%) : 26.2(2014년 1분기)→1.5(2014년 2분기)→7.4(2014년 3분기)→−4.6(2014년 4분기)→−7.9(2015년 1분기)

2008년 이후 휴대폰 수출의 부진은 급격한 산업경쟁력 약화보다는 세계경기 침체와 특히 국내 휴대폰업체들의 해외생산 확대에 기인

그림 2 | **국내 휴대폰산업의 수출 및 해외생산 비중 추이**



자료 : ITSTAT 무역통계를 참고하여 산업연구원 작성.

● 국내업체들이 가격경쟁력 및 규모의 경제 확보, 세계수요에의 신속 대응 등을 위해 해외생산을 크게 확대하면서 국내 휴대폰생산 및 수출규모가 상대적으로 감소

● 휴대폰의 해외생산 비중은 2007년 35%에서 2013년 83%로 높아졌고, 스마트폰은 2010년 16%에서 80%를 상회한 것으로 파악되며 지속 확대될 전망[1)]

* 삼성은 베트남(옌빈)에 2014년 휴대폰 2공장과 휴대폰부품 공장 가동에 이어 2020년까지 신규 휴대폰 및 관련 디스플레이 생산공장 투자가 예정

* 또한 삼성은 금년 초부터 인도네시아에서 현지 내수용 휴대폰 생산을 시작했고, LG전자도 베트남에서 휴대폰 생산을 계획 중

그러나 신흥시장에서 가시화된 중국의 추격과 미국(애플)과 혁신경쟁이 심화되는 샌드위치 국면에 최근 휴대폰산업의 실적부진이 지속되면서 이에 대한 우려가 확산

● 중국과 인도 업체들이 거대 자국시장에서 저가폰을 중심으로 급성장하면서 2014년 들어 국내업체들의 현지 및 세계시장 점유율이 하락

● 2014년 4분기 대화면 스마트폰(iPhone6 시리즈)을 최초로 출시한 애플이 선진 및 중국 스마트폰 시장에서 입지를 다시 강화

1) 삼성전자, LG전자 등 국내 업체들의 스마트폰 생산 공장은 중국, 베트남, 인도, 브라질 등에 위치.

경쟁구도 변화 : 1강 → 2강 체제, 중국은 점유율 1위 도약

2010년대 들어 스마트폰이 주류가 된 세계 휴대폰 시장은 한국과 미국에 의해 주도되고 있는 가운데, 최근 중국이 약진하며 급부상

● 점유율만 고려해보면 세계 스마트폰 시장에서 2010년 이전까지 핀란드(노키아)가 1위였으나 이후 미국 → 한국 → 중국으로 변화 추세

세계 스마트폰 시장은 2012년 이후 삼성의 독주체제였으나, 작년 4분기 애플의 점유율(19.6%)이 급상승하면서 양강 경쟁구도로 재전환

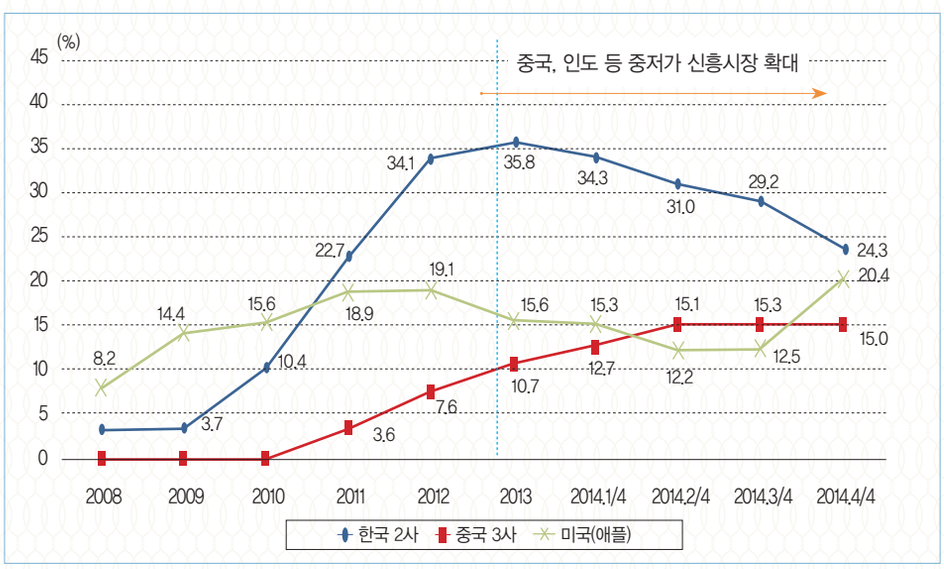
● 혁신속도가 느려지면서 성장세 둔화를 보이던 애플이 국내업체들의 강점분야인 대화면 패블릿(5~7인치)시장에 진출하면서 국내업체들과 경쟁이 심화

국내업체들은 고가 선진시장에서 높은 경쟁력을 발휘하고 있는 것으로 평가되나, 2014년에 들어 중국, 인도 등 신흥국 스마트폰 시장에서 점유율이 하락

● 중국 스마트폰 시장에서 1위를 지속하던 삼성전자는 2014년 4분기 9.8%의 점유율을 기록하며 샤오미와 애플에 이어 3위로 하락

● 세계 3대 스마트폰 시장으로 부상할 전망인 인도시장에서도 삼성의 점유율이 최근 2위로 하락한 반면, 인도 로컬 제품 비중은 급상승세

그림 3 | **한·중·미 주요 기업의 세계 스마트폰 시장점유율 추이**



자료 : 가트너 참조.
주 : 판매량 기준. 한국은 삼성과 LG전자, 중국은 화웨이, 레노보, 샤오미 기준.

표 1 | 중국 스마트폰 시장에서 업체별 점유율 추이

단위 : %

		2011	2012	2013	2014				
					전체	1분기	2분기	3분기	4분기
1	샤오미*	0.5	3.3	5.9	13.6	11.3	14.2	16.2	12.8
2	애플	12.3	11.0	6.3	7.3	8.3	4.9	4.7	10.9
3	삼성전자	12.4	17.7	19.7	13.8	19.0	14.3	13.3	9.8
4	화웨이*	8.3	9.9	10.6	9.7	8.5	11.6	9.1	9.7
5	레노보*	4.0	13.2	13.3	10.6	11.0	11.9	11.0	9.1
6	비보(Vivo)*	–	–	3.8	5.7	3.8	3.6	6.7	8.0
7	오포(Oppo)*	–	–	2.8	5.3	2.9	3.1	6.5	7.8
8	쿨패드*	5.8	9.7	10.6	9.3	11.0	12.5	7.3	6.9
9	ZTE*	8.1	8.4	7.1	4.8	5.1	5.5	5.0	3.9
10	지오니*	–	–	1.7	2.1	1.8	1.9	2.4	2.1
중국업체 합계		26.7	44.5	55.8	61.1	55.4	64.3	64.2	60.3

자료 : S.A 자료를 연합뉴스(2015.2.2)에서 재인용, 참조.
주 : 판매량 기준이며, *는 중국 로컬업체.

표 2 | 인도 스마트폰 시장에서 업체별 점유율 추이

단위 : %

		2011	2012	2013	2014				
					전체	1분기	2분기	3분기	4분기
1	Micromax*	0.5	3.8	17.4	18.3	16.5	16.6	21.1	18.3
2	삼성전자	25.1	50.9	38.9	24.4	35.6	28.1	21.9	17.5
3	Karbonn*	0.0	2.4	8.9	11.6	10.3	11.1	11.4	12.7
4	모토로라	0.4	0.4	0.0	5.0	0.1	4.1	6.4	7.3
5	Lava*	–	0.5	3.1	5.4	3.6	5.3	5.1	6.7
6	Spice*	0.6	1.5	2.0	3.5	3.0	3.5	3.7	3.6
7	Microsoft	–	–	–	1.2	–	–	–	3.5
8	Intex Tec.*	0.1		1.3	2.9	1.7	3.1	3.2	3.2
9	샤오미	–	–	–	1.3	–	–	0.8	3.2
10	소니	3.2	3.3	4.1	2.6	3.2	3.1	2.3	2.1
인도업체 합계		1.2	8.2	32.7	41.7	35.1	39.7	44.5	44.6

자료 : 가트너 참조.
주 : 판매량 기준이며, *는 인도 로컬업체.

중국은 내수중심의 성장이지만 저가격-고기능 전략으로 세계 스마트폰 시장에서 2014년 약 32%(2011년 7%)의 비중을 차지하며 판매 점유율 1위(국가 기준)[2] 도약 추정

● 한국은 세계 스마트폰 시장점유율이 2014년 기준 29.5%로 1년 만에 10% 정도 감소하며 국가 기준 점유율 2위국으로 하락

● 업체별로 보면 2014년 4분기 세계 스마트폰 시장에서 중국의 대표 스마트폰업체인 레노보, 화웨이, 샤오미가 상위 5위 업체에 포함

* 세계 스마트폰 시장 점유율(2014년 4분기, %) : 삼성전자 19.6, 애플 19.6, 레노보 6.5, 화웨이 5.7, 샤오미 5.0, LG전자 4.2

중국은 신흥시장 확대와 가격·제조 경쟁력을 바탕으로 급성장

최근 주요국의 시장점유율 변화는 저가 신흥시장 성장, 기술범용화, 융합기술 발전 등 세계 휴대폰시장의 여건 및 경쟁요인 변화에도 기인

● 우리의 주력시장인 선진시장(고가폰 중심)은 저성장 국면인 반면, 중국, 인도, 동남아 등 신흥국 시장(저가폰 중심)이 확대되면서 중국 등 후발국의 성장 여건이 마련

* 신흥국 스마트폰 시장은 2012~2014년 연평균 50%씩 성장한 반면, 선진시장은 동 기간 매년 약 9% 성장하고 2015년은 3% 내외 성장 전망

* 신흥국 스마트폰시장 판매 비중(%) : 67.6(2013) → 70(2014) → 80(2015)

* 이러한 휴대폰 시장의 여건 변화는 프리미엄 제품분야에 집중도가 높은 국내업체들의 판매량

표 3 | **세계 휴대폰 산업의 환경 변화**

패러다임 변화		주요 내용
시장 측면	공급 중심 → 수요 중심	· 대량 생산 → 맞춤형 생산
	선진시장 성숙기 진입	· 프리미엄 시장 성장세 둔화
	신흥시장 급성장	· 중저가 제품 수요 확대
	글로벌 가치사슬 확산	· 산업의 고부가가치화 중요성 확대
	초연결시대 도래	· 사물인터넷 및 웨어러블기기 수요 확대
기술 측면	스마트 및 네트워크 혁명	· HW 중심 → SW, 플랫폼 중심 · 개별 기업 간 경쟁 → 생태계 간 경쟁
	ICT기술발전, 모듈화·융합화	· 업체 간 기술 상향평준화 · 후발주자 시장 진입 용이
	기술·제품 혁신 경쟁 심화	· M&A, 전략적 제휴 및 협력 확대
	5G 이동통신	· 2020년경 5G 서비스 상용화 전망

자료 : 산업연구원 정리.

2) 가트너 통계(잠정) 기준이며, 중국은 400여 개의 휴대폰업체가 있는 것으로 추정되며, 화웨이, 레노보, 쿨패드, ZTE 등 메이저 업체와 샤오미, Vivo, Oppo, 지오니 등 경쟁력 있는 중소업체들이 다수 포진.

및 수익성 제고에 부정적 영향으로 작용

● 또한 주요 업체 간 기술범용화 등으로 후발주자들의 스마트기기 시장 진입이 용이해지면서 기업 간 경쟁은 더욱 심화

* ICT 및 융합기술 발전, 모듈화 등으로 기술이 상향평준화되고 스마트폰 시장 내 경쟁이 더욱 확대되면서 기업들의 기술혁신 압력이 크게 증대

중국 휴대폰산업은 높은 가격 및 제조 경쟁력, 중국 정부의 과감한 육성정책 등에 힘입어 자국시장을 기반으로 급성장 중이며 글로벌 진출도 점차 확대

● 또한 중국은 최대 휴대폰 생산지로서 비교적 안정된 부품조달체계가 확립되어 있고, 독자기술인 TD-LTE 개발 등을 계기로 급성장

● 업체별로 샤오미는 높은 수준의 SW기술력과 독자 운영체제(MiUI), 호기심을 유발하는 차별적인 마케팅으로 세계 스마트폰 업체 중 가장 빠른 속도로 성장 중[3)]

● 그러나 중국업체들은 선진업체 대비 낮은 혁신역량과 브랜드 이미지, 미흡한 지재권과 글로벌 유통망 등이 세계시장에서 성장의 한계요인이 될 것으로 평가

● 반면 화웨이와 레노보는 세계 통신장비, PC 시장에서 축적한 제조역량, 유통망, 브랜드력 등이 스마트폰 시장에서도 시너지를 내며 성장할 것으로 평가

한편, 일본은 높은 기술력에도 불구하고 내수 중심의 성장으로 글로벌 스마트폰 시장에서의 경쟁 입지는 낮은 수준

● 일본 스마트폰 시장에서 삼성전자는 2014년 점유율이 전년 대비 하락한 한편, 애플은 소니와 격차를 더욱 벌이며 1위를 기록

* 2014년 일본 스마트폰시장 점유율(%, 가트너) : 애플 48.4, 소니 12.2, 샤프 11.4, 후지쓰 9.5, 삼성전자, 4.9, 파나소닉 4.5

● 피처폰에서 스마트폰으로의 전환기에 제때 대응하지 못한 노키아, 모토로라, 블랙베리, HTC 등 기존 강자들은 인수합병되거나 부진세가 지속

한국은 높은 수준의 프리미엄폰 제조역량과 연관산업 기반 보유

국내 휴대폰산업은 최근 부진을 보이고 있지만, 산업기반과 경쟁력 수준 등을 감안할 때 여전히 성장잠재력이 높은 것으로 평가

● 전반적으로 높은 수준의 IT기술, 프리미엄 단말 제조 역량 및 브랜드 이미지를 확보하고 있는 것으로 평가

3) 포브스(2014년 12월)는 중국의 8대 혁신산업에 저가 스마트폰을 포함하고, 샤오미를 대표적으로 예시.

표 4 | 한국의 주요 IT분야별 기술수준 비교 평가

단위 : %

		한국	미국	일본	유럽	중국
이동통신	전체	90.4	100.0	89.7	92.4	78.5
	융복합단말	97.5	100.0	90.7	90.3	80.0
반도체	전체	84.8	100.0	97.1	89.8	71.7
	메모리소자	100.0	91.7	91.5	80.0	71.7
	시스템반도체	77.3	100.0	89.4	91.0	68.2
디스플레이		90.7	91.9	100.0	85.2	71.3
소프트웨어		75.2	100.0	81.6	84.9	65.8

자료 : KEIT, 2013년도 산업기술수준조사 보고서, 2014.

● 또한 모바일용 메모리반도체(D램, 낸드플래시), 디스플레이, 카메라 모듈, 안테나 등 휴대폰 핵심부품에서 높은 수준의 경쟁력을 보유

스마트폰의 두뇌 역할을 하는 모바일 AP의 경우, 한국은 세계시장 점유율(매출 기준)이 미국과 대만에 비해 낮지만 글로벌 수준의 프로세스 설계기술과 파운드리 역량을 확보한 것으로 평가

더욱이 휴대폰의 성장과 밀접한 관계가 있는 LTE 등 이동통신분야에서도 세계적 수준의 경쟁력을 확보한 것으로 판단

● 한국은 2006년 세계 최초 WiBro 및 2013년 LTE-A 상용화에 이어 2014년 세계 최초 광대역 LTE-A 상용화 등 이동통신분야에서 높은 경쟁력을 보유

선진국과 중국 등 후발주자와의 경쟁에서 이러한 높은 수준의 하드웨어 및 이동통신 기술력, 핵심특허 및 브랜드 인지도 등은 강점으로 작용할 전망

기술범용화, 낮은 플랫폼 역량 및 가격경쟁력은 제품 차별성을 제약

반면에 국내 휴대폰산업은 모바일 SW 경쟁력이 미흡하고, 특히 스마트폰 시장 주도의 핵심요소인 플랫폼(OS 등) 역량이 낮은 수준

● 산업생태계 및 글로벌 가치사슬 주도의 핵심인 OS플랫폼 등 SW 역량이 높은 미국이 매출과 부가가치 면에서 세계 스마트폰 시장을 주도하고 있는 것으로 평가

중저가 스마트폰 수요가 높은 신흥시장이 빠르게 성장하고 기업 간 기술이 평준화되면

표 5 | 한·중·미 스마트폰산업의 강점과 약점

	강점	약점
미국	· 세계 최고 수준의 ICT 원천기술 · 높은 플랫폼(OS) 및 SW 경쟁력 · 우수한 제품력과 브랜드 인지도 · 세계 최고 ICT기업(애플, 구글, MS, 퀄컴, 인텔 등) 다수 보유	· 단조로운 제품 라인업 · iOS의 폐쇄성 · 낮은 수준의 자체 하드웨어 제조(세트, 부품) 역량
한국	· 세계 최고의 이동통신·네트워크 환경 · 최고의 하드웨어 혁신 역량 · 반도체, 디스플레이 등 연관산업 발달과 · 핵심부품의 높은 내제화율 · 높은 브랜드 이미지와 글로벌 유통망	· 플랫폼(OS) 역량 미흡 · 낮은 모바일 소프트웨어 경쟁력 · 중국 대비 낮은 원가경쟁력 · 대기업 중심의 산업구조
중국	· 매우 높은 원가경쟁력 · 세계 최대의 내수 시장 · 높은 수준의 하드웨어 제조 역량 · 중저가폰용 부품의 높은 내제화율 · 두터운 중소업체군	· 낮은 플랫폼(OS) 및 핵심기술 경쟁력·샤오미는 자체 OS(MiUI) 기반 · 낮은 브랜드 인지도 및 특허 역량 · 중저가 제품 중심의 산업구조 · 미흡한 글로벌 공급 및 유통망

자료 : 산업연구원 정리.

서 국내 스마트폰산업의 강점이 이전에 비해 축소

● 특히 중국 스마트폰 시장(세계 35% 비중)에서 가격우위의 중국 브랜드 비중 확대는 고급형 제품에 강점을 가진 국내업체들의 성장세에 부정적 요인으로 작용

미래 신기술 대응 및 시장 선점을 위한 구조개선(고도화) 필요

한국은 휴대폰 '주력분야의 역량 확충'과 '유망 신분야로의 진출 확대' 등 투트랙(Two-track) 관점에서 미래지향적 구조개선 또는 구조조정[4] 노력이 요구

● 주력분야(예시) : 프리미엄 스마트폰, 핵심부품(모바일용 반도체·디스플레이 등)

● 유망 신분야(예시) : 차세대 통신 및 사물인터넷 등 실감지원 융합단말 및 플랫폼, 웨어러블기기, 지능형 부품(AP, 융합센서, 차세대 전지 등)

또한 미래 신분야를 주도적으로 개척하는 중소·중견기업을 꾸준히 육성하고 실패부담이 없는 창업·투자 환경조성으로 미래 성장잠재력을 확충

● 대기업 의존형 IT산업 구조에서 중소·벤처기업들이 산업의 튼튼한 허리 역할을 하고 미래 블루오션 분야를 개척하는 성장구조로 전환 필요

4) 산업 또는 기업의 구조조정은 '해당 산업 또는 세부 업종에 속한 기업의 사업 축소·폐기, 확충·고도화, 신분야 진출을 통해 이루어지는 것'으로서 산업(또는 기업) 발전과정과 동의어(Liberman, 1990을 장석인, 2015에서 재인용).

(트랙 1 : 주력분야 역량 확충) 프리미엄전략 강화로 제품의 고부가가치화, 중저가분야의 차별적 선택과 집중 필요

강점분야인 프리미엄 스마트폰 영역에서 고부가가치화와 경쟁우위 유지를 위해 '선도적 혁신'을 통한 '제품차별화 전략' 강화가 긴요

● 혁신 주도경쟁 심화와 중국, 인도 등 후발주자들의 약진에 대응하기 위해, 'HW-SW-서비스' 부문의 핵심역량을 균형 있게 확충

● 고부가가치 창출과 시장 주도의 핵심요소인 소프트웨어와 서비스분야 경쟁력 확보로 하드웨어 중심 성장구조에서 벗어날 필요

* 제품 제조에 강점을 가진 중국의 부상으로 인해, 향후 세계 스마트폰 시장점유율(국가기준) 1위 지속은 녹록지 않은 것으로 전망

신흥국 스마트폰 시장 성장세에 대응하여 시장수요 맞춤형의 차별적 역량을 강화하되, 경쟁력 유지 가능성을 고려한 '선택과 집중' 전략 필요

● 최근 국내 스마트폰의 실적부진은 저가폰 수요가 높은 신흥시장 성장 등 세계시장 여건 변화에 제대로 대응하지 못한 점에도 기인

● 중저가 제품 영역에서도 후발업체들과 간격을 벌릴 수 있도록 선택과 집중 전략하에 전략스마트폰 모델 강화 및 기능·서비스 차별화가 요구

우리나라가 글로벌 경쟁력을 확보하고 있는 휴대폰용 핵심부품의 부단한 기술역량 강화를 통해 경쟁우위를 유지해 나갈 필요

● 핵심부품은 단말 완제품의 기술력과 품질을 좌우하고 글로벌 가치사슬상에서 HW플랫폼 역할을 하며 고부가가치 창출을 위한 중요 분야

국내 휴대폰산업은 해외생산 확대로 수출품목 구조가 완제품 → 부품 중심으로 변화됨에 따라, 고부가가치 부품의 수출확대 전략을 모색할 필요

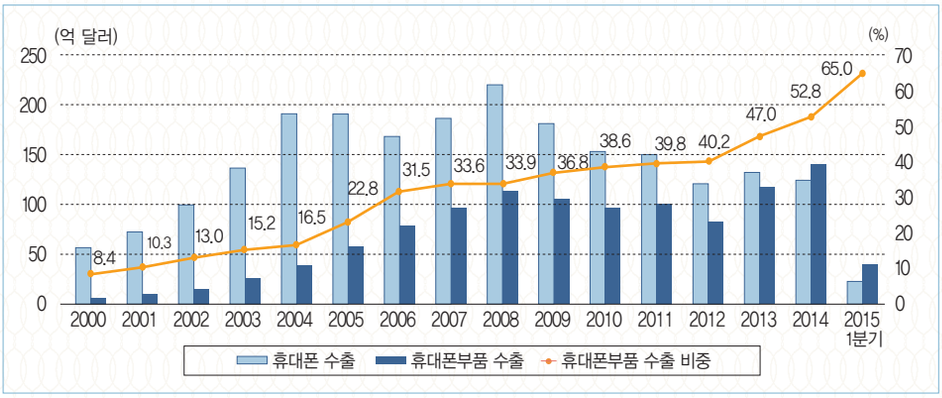
● 2000년대 중반 휴대폰 총수출 대비 휴대폰부품 비중이 30%대 수준이었으나, 이후 해외생산이 확대되면서 2015년 1분기 65%로 크게 증가

* 2014년 1분기 휴대폰부품 수출액이 휴대폰 완제품 수출액을 넘어섰으며 휴대폰부품의 수출 비중은 지속적으로 확대 추세

* 이는 현지 부품조달 비율도 점차 높아지는 것으로 파악되나, 국내업체들의 해외생산 거점에서 휴대폰용 부품 수요가 늘어난 데 기인

● 최근 중국, 인도 등 신흥국 스마트폰산업의 성장을 기회로 국내 스마트폰 핵심부품의 수출확대 전략(기술개발, 판로개척 등 지원)을 강화

그림 4 | 국내 휴대폰부품의 수출 비중 변화 추이



자료 : KITA 무역통계DB를 참고하여 산업연구원 작성.

한편, 수백 개로 추정되는 중국 휴대폰업체들의 구조조정 가능성과 글로벌 진출 확대 움직임 등에 대한 면밀한 모니터링 및 대응이 요구

● 중국 로컬업체들 간의 경쟁확대에 따른 퇴출, 합병·제휴, 글로벌전략 변화는 국내 휴대폰 및 부품업체들에 기회와 위협으로 작용할 가능성도 상존

(트랙 2 : 유망 신분야 진출 확대) 포스트 스마트폰, 미래 신융합 및 차세대 분야 선도를 위한 전략적 투자를 강화

휴대폰산업의 지속 성장과 고부가가치화를 위해 미래 지능형 융합 단말, 웨어러블기기 분야 등의 핵심기술을 선점하고 조기 상용화를 이루는 등 시장주도 전략[5]을 강화

스마트 단말과 함께 5G 이동통신, SW, 사물인터넷 등 신분야의 핵심·원천기술 R&D와 인재양성, 규제 및 법·제도 정비 등 성장기반을 강화

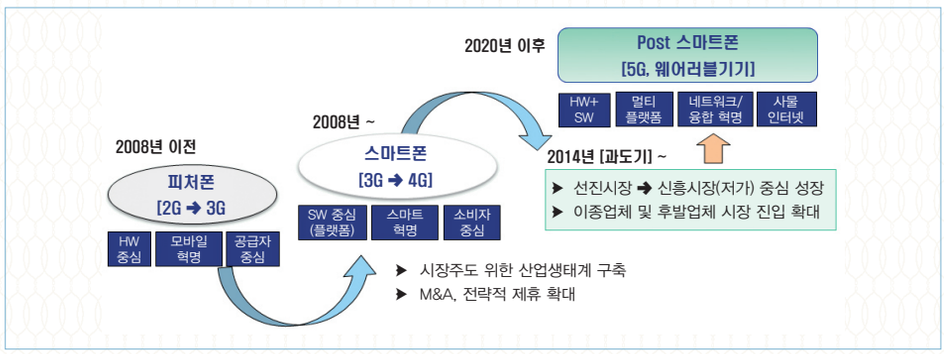
차세대 이동통신, 사물인터넷 시장 선도를 위한 핵심 솔루션 및 플랫폼 등의 핵심기술, 디자인, 국제표준 주도 노력도 중요

● 독자 OS플랫폼과 핵심솔루션 부재로 인한 스마트폰 생태계 주도 및 고부가가치 창출 제약 여건에서 벗어난 성장전략도 필요

● 글로벌 업체들은 초연결 환경에 대응하여 스마트폰뿐 아니라 웨어러블기기, 자동차 등 타 산업과 연결되는 멀티플랫폼 및 통합솔루션 주도를 위한 투자를 강화

5) 이제는 가장 잘 만드는 전략을 뛰어넘어, 경쟁주자들이 못 만드는 기술과 제품을 선도하는 퍼스트 무버(first mover), 시장의 룰 메이커(rule maker) 전략이 필요.

그림 5 | 세계 휴대폰 산업의 구조 재편 및 전망



자료 : 산업연구원.

* 구글(안드로이드 웨어, 구글 핏 등), 애플(홈킷, 워치킷 등), 삼성(타이젠), 샤오미(미홈) 등

● 스마트 기기 시장이 빠르게 성장하면서 중국, 인도 등 후발주자들도 HW 혁신 외에 SW와 서비스에 대한 경쟁력 확보 투자에 적극적

* 주요 업체들은 차세대 네트워크, 클라우드, 모바일결제 서비스, 보안 솔루션 등에 대한 투자 확대와 M&A 및 전략적 제휴도 활발

신산업 분야의 생태계 주도 및 표준 협력 등을 위해서 주요 분야별로 중·일 또는 미국 등 주요국과 전략적 협력 확대도 모색[6)]

● 유망 신분야의 핵심 역량 확보를 위해서 세계 주요 업체와의 전략적 제휴 및 M&A도 적극적으로 고려해 나갈 필요

김 종 기
(연구위원·주력산업연구실)
jkkim@kiet.re.kr
044-287-3106

6) 차세대 이동통신, 사물인터넷, 웨어러블기기 분야에서 한·중 양국 간 상호 보완, 시너지 창출, 핵심기술 및 국제표준 주도, 생태계 조성 등의 미래경쟁력 확보를 위한 전략적 협력 확대도 고려 필요.

본 자료는 산업연구원 홈페이지 www.kiet.re.kr을 통하여 항상 보실 수 있습니다.
이미 발간된 산업경제정보 및 더욱 상세한 관련 보고서도 보실 수 있습니다.

KIET 산업연구원 Korea Institute for Industrial Economics & Trade
발행인 김도훈 / **편집인** 최윤기 / **편집** · **교정** 조계환
339-007 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지 경제정책동
Tel : 044-287-3114 Fax : 044-287-3333 www.kiet.re.kr