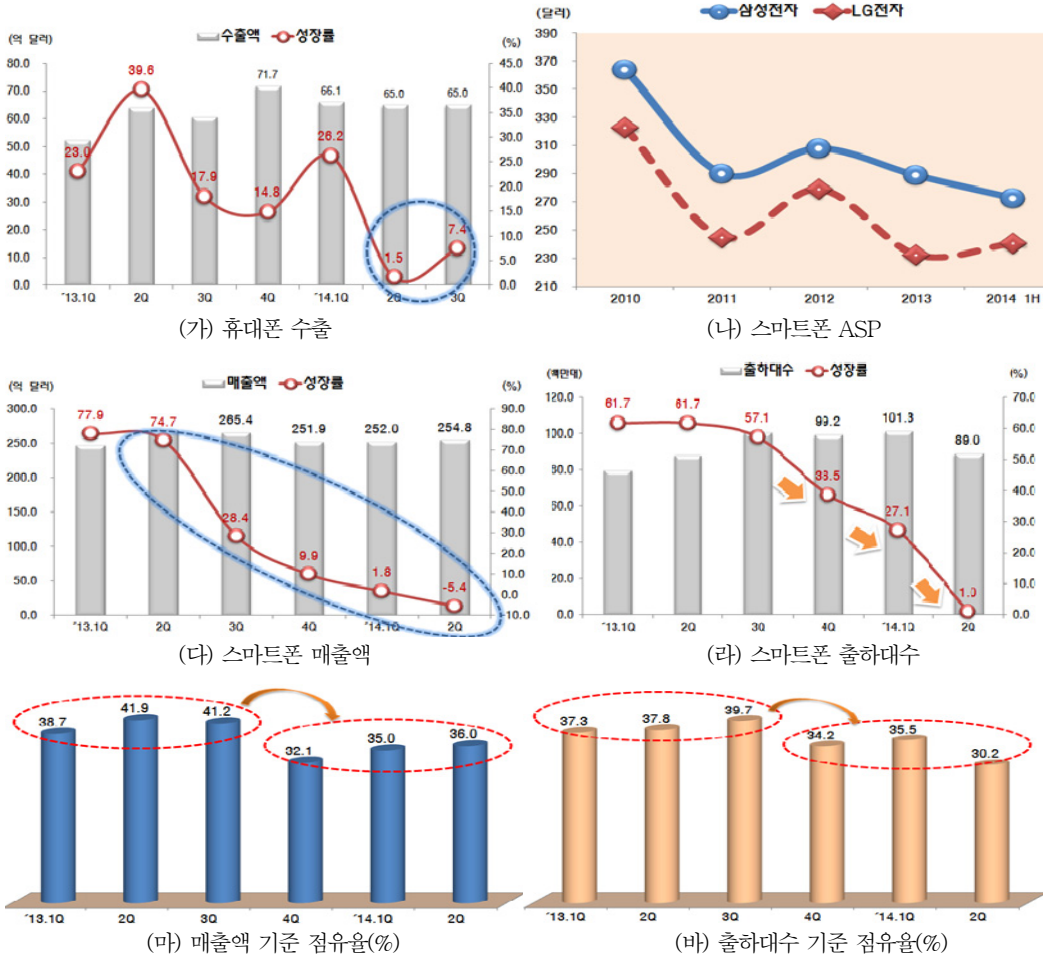


## 스마트폰 시장 환경 3대 쟁점

### 1. 위기감이 엄습하고 있는 스마트폰 산업

◆ 국내 스마트폰 산업 지표가 부진을 보이며 향후 실적에 대한 우려가 증폭

○ 휴대폰 수출이 2014년 1분기 26.2%에서 2분기 1.5%, 3분기 7.4%로 둔화되었으며



<자료>: IITP, SA

(그림 1) 국내 스마트폰 산업 주요 지표

\* 본 내용과 관련된 사항은 산업분석팀(☎ 042-612-3143, junghs@iitp.kr)으로 문의하시기 바랍니다.  
 \*\* 본 내용은 필자의 주관적인 의견이며 IITP의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.

단가 하락(갤럭시노트 4 출고가 인하) 등을 고려할 때 4 분기 수출 전망도 불투명

- 스마트폰 매출액과 출하대수 성장률은 지난 1 년간 가파른 하락세를 나타냈으며 이에 따라 2014 년 4 분기 이후 시장점유율도 하락

## 2. (#1) 위협의 진앙지로 부상한 중국

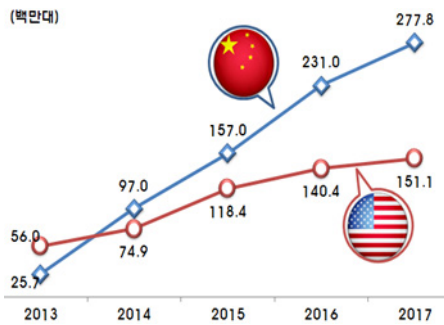
### ◆ 중국 로컬업체, 가격을 무기로 자국에서 빠르게 스마트폰 시장을 장악

- 중국의 2014 년 2 분기 스마트폰 출하는 1 억 200 만 대(29.4%↑)를 기록, 분기별 기준으로 사상 처음 1 억 대를 돌파
  - 스마트폰의 빠른 보급과 맞물려 중국 스마트폰 시장이 전 세계에서 차지하는 비중은 2011 년 17.7%→2013 년 32.4%→2014 년 2 분기 34.6%로 상승
- 전 세계 스마트폰 시장의 약 1/3 을 차지하는 거대한 내수시장을 등에 업고 중국 스마트폰 기업들이 빠르게 성장하면서 자국에서 점유율 1 위인 삼성전자를 위협
  - 2014 년 2 분기 삼성전자(1,460 만 대, 4.6%↓)는 로컬 업체의 중저가 제품 공세로 부진한 실적을 기록하였고, 시장점유율도 14.3%를 기록, 전 분기 대비 무려 4.7%p 하락
  - 한편 로컬업체인 샤오미(1,450 만 대, 253.7%↑)가 점유율 14.2%로 2 위를 차지한 가운데 쿠팰패드(1270 만 대, 30.9%↑).레노버(1,210 만 대, 13.1%↑).화웨이(1,190 만 대, 57.0%↑) 등 ZTE(560 만 대, 26.9%↓)를 제외한 대부분의 업체가 성장세 구가
    - ※ 중국 제조사들은 대만 Mediatek 의 LTE 칩 솔루션을 공급받아 500 위안 이하의 저가 스마트폰을 출시할 계획으로 있어 현지 업체의 출하대수 기준 성장세는 지속될 것으로 관측

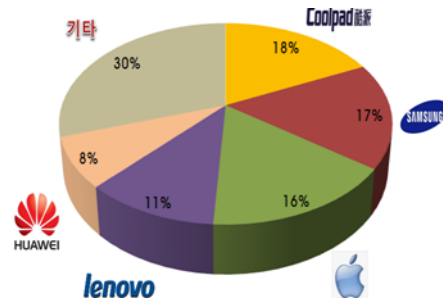
### ◆ LTE 스마트폰 판매량 미국 추월 임박, 그러나 현지 주도권은 로컬업체에게

- Gartner 는 중국의 LTE 스마트폰 시장이 전년대비 277% 성장한 9,700 만 대를 기록, 미국(7,490 만 대, 33.7%↑)을 제치고 세계 최대 시장에 등극할 것으로 전망
  - 중국은 2013 년 말 TD-LTE 상용서비스를 시작으로 2014 년 4G 시장이 본격 성장하면서 주문자상표부착생산(OEM) 제품을 중심으로 LTE 스마트폰 수요가 빠르게 확대
    - ※ 현재 중국 시장에는 250 종이 넘는 LTE 스마트폰이 판매되고 있으며 이들 제품의 평균 판매가격(ASP)은 1,000 위안(약 16 만 6,000 원) 가량으로 저렴

- 중국은 선진국보다 늦었지만, TD-LTE 표준을 획득하고 최대의 내수를 기반으로 기술과 시장주도를 위한 투자를 강화
  - 2013~2015 년 중국 3 대 이동사는 약 140 만 개의 4G 기지국(LTE-FDD 포함)을 구축하고, TD-LTE 네트워크에 3,644 억 위안을 투자
  - 현재 차이나모바일은 시분할방식인 TD-LTE 를, 차이나텔레콤과 차이나유니콤은 3G 와 연속성이 뛰어난 주파수 분할방식인 LTE FDD 를 중심으로 TD-LTE 도 병행
- 2014 년 2 분기 LTE 세계시장은 삼성전자(32.2%), 애플(31.9%)의 양강구도이나 중국 시장은 쿠파드(18%, 1 위), 레노버(11%, 4 위), 화웨이(8%, 5 위) 등 로컬업체가 상위권에 랭크
  - 세계 LTE 스마트폰 시장에서 두각을 나타내는 삼성전자(17%)와 애플(16%)도 중국에서는 합계 점유율이 약 33%에 불과



(가) LTE 스마트폰 출하 전망



(나) 중국 LTE 스마트폰 점유율

<자료>: Gartner, 카운터포인트리서치

(그림 2) LTE 스마트폰 출하 전망 및 2014 년 2 분기 중국 LTE 스마트폰 업체별 점유율

◆ 중국 이동사 스마트폰 보조금 20% 축소...국내업체의 고가폰 판매 적신호

- 중국 정부가 이동사에 3 년 이내 보조금 등 마케팅 비용 20% 감축을 전격 지시한 가운데 이는 후발 주자인 자국 업체를 간접 지원하기 위한 포석으로 풀이
  - ※ 중국 국무원 산하 국유자산감독관리위원회가 중국 3 대 이동사에 향후 3 년 내에 보조금과 제품 광고지원비를 포함한 마케팅 비용 20%(400 억 위안, 약 6 조 6,700 억 원) 감축 지시
- 2014 년 보조금 축소(약 39 억 달러)로 삼성전자·애플의 영향력 약화가 우려되는 반면 샤오미·레노버 등 중·저가폰을 제조하는 로컬업체는 반사 이익이 기대

- 중국 3대 통신사들은 매년 200억 위안(약 3조 5,000억 원)의 보조금을 삼성과 애플에 지급해 왔으나 최근의 보조금 삭감정책으로 갤럭시노트 4와 아이폰 6 등의 중국 내 판매가 영향을 받을 전망이다
- 중국 최대 이동사인 차이나모바일은 2014년 LTE 보조금 예산을 약 40% 가량 축소하였고, 연말까지 전체 LTE 폰 중 70%를 1,000위안(약 17만 원) 미만 제품으로 구성할 방침
- 포화상태에 이른 고가폰 시장, 보조금 삭감 정책 등 중국 업체에 우호적인 판매환경이 조성되면서 로컬업체들은 저가폰 공세를 본격화

### 3. (#2) 추격하는 샤오미 달아나는 애플

#### ◆ 샤오미, 스마트폰 시장에서 글로벌 5위를 기록하며 Dark horse 로 부상

- 샤오미가 자국 스마트폰 시장에서 돌풍을 일으키며 스마트폰 강자로 급부상
  - 2014년 2분기 샤오미는 전년대비 268% 증가한 1,510만 대의 스마트폰을 출하하여 점유율 5.1%를 기록, 4.9%의 LG 전자를 제치고 스마트폰 판매 상위 Top5에 진입
  - 2012년 570만 대였던 판매량이 2013년 1,870만 대, 2014년 상반기엔 2,610만 대로 크게 증가, 글로벌 순위도 2013년 1분기 13위에서 2014년 2분기 5위로 급등
- 사업 초창기 샤오미는 짝퉁 애플이란 이미지가 강했으나 세련된 디자인과 저렴한 가격을 무기로 특정 소비자군을 겨냥한 판매 전략을 구사하며 빠르게 성장
  - 샤오미는 바이럴(입소문) 마케팅을 극대화한 온라인 판매에 집중하고, 아이폰의 이미지와 삼성전자 플래그십 수준의 단말기를 싸게 공급하면서 소비 심리를 자극
  - 비용을 획기적으로 줄인 유통구조와 아웃소싱 형태의 제조방식, 강력한 물류시스템 등도 가격경쟁력 제고에 기여
  - 또한 홍콩·대만·싱가포르·인도·말레이시아에서 제품판매를 시작했으며, 필리핀·인도네시아·베트남·태국·터키·러시아·브라질·멕시코 등에도 진출을 계획

#### ◆ 애플, 고가의 제품을 안정적으로 판매하며 국내 업체와 차별화된 행보

- 애플은 최근 중국 업체의 부상, 선진시장의 교체수요 부진에도 불구하고 높은 수준의 가격을 유지하면서 국내 업체의 부진과 대조되는 실적을 기록

- 국내 업체의 출하대수 기준 성장률은 2013년 2분기 이후가 빠르게 하락하면서 2014년 2분기에 감소세이나 애플은 신제품 출시 없이도 1분기 13.1%, 2분기 8.8% 성장
  - ※ 애플은 600달러 이상의 제품비중이 66%를 차지, 국내 업체 19.1%에 비해 수익창출 구조가 월등히 유리(2014년 2분기, SA)

◆ 애플의 대화면 ‘아이폰 6+’...국내업체의 패블릿(5인치 이상) 시장 잠식 우려

- 애플은 9월 9일 ‘아이폰 6(4.7인치)’와 ‘아이폰 6+(5.5인치)’를 공개하고 19일 판매를 시작한 결과, 첫 주말 판매량이 세계적으로 1,000만 대를 돌파
  - 9월 19일 10개국에 이어 26일 22개국으로 출시국을 추가했으며 2014년 말까지 115개국으로 판매를 순차적으로 확대할 예정
  - 아이폰 6 16GB는 2년 약정에 199달러, 64GB는 299달러, 128GB는 399달러, 아이폰 6+는 16GB 299달러, 64GB는 399달러, 128GB는 499달러 등으로 가격을 책정

<표 1> 애플의 아이폰 6와 갤럭시노트 4

구분			
제품명	아이폰 6	아이폰 6+	갤럭시노트 4
제조사	애플	애플	삼성전자
화면크기	4.7인치	5.5인치	5.7인치
카메라	후면 800만 화소 전면 120만 화소	후면 800만 화소 전면 120만 화소	후면 1,600만 화소 전면 370만 화소
AP	A8	A8	2.7GHz 쿼드코어 또는 옥타코어 (1.9GHz 쿼드코어+ 1.3GHz 쿼드코어)
OS	iOS8	iOS8	안드로이드 4.4 킷캣
배터리	1800mAh	2915mAh	3,220mAh
판매시기	9월 19일	9월 19일	9월 26일
	아이폰 6	아이폰 6+	갤럭시노트 4

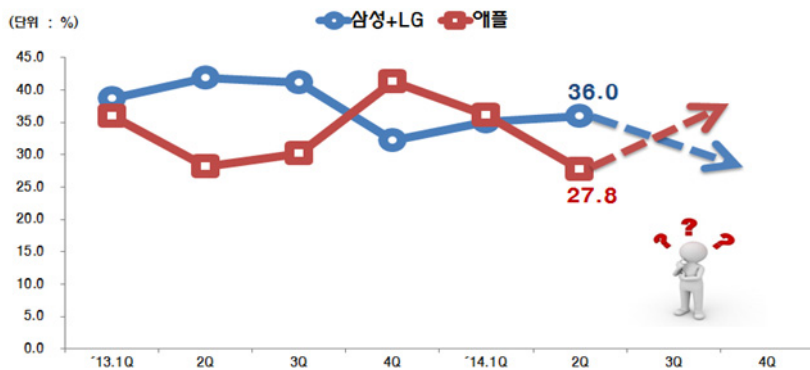
<자료>: 각사

- 애플은 4인치 대화면을 유지해왔으나 삼성전자의 노트시리즈를 비롯한 주요 제조사들의 대화면 제품들이 인기를 끌자 실용주의 전략으로 선회

※ 5 인치 대 스마트폰은 2012~2013 출하량 기준 증가폭 475.8%(2,520 만 대→1 억 4,510 만 대)로 가장 큰 성장을 하고 있으며 2020 년까지 시장점유율 31.8%로 커질 것으로 예상 (SA)

- 미국과 중국에서 애플의 아이폰 6+ 가 대화면 시장(기존의 갤럭시노트 시리즈가 주도)을 예상보다 크게 잠식할 경우, 국내업체 매출액은 애플에 다시 추월당할 것으로 예상

※ 2014 년 지역별 패블릿 시장 비중(SA): 북미 14.6%, 서유럽 13.9%, 아시아/태평양 64.0%



<자료>: SA

(그림 3) 국내 업체와 애플의 스마트폰 매출액 점유율 추이

#### 4. (#3) 부상한 신흥시장 약화된 존재감

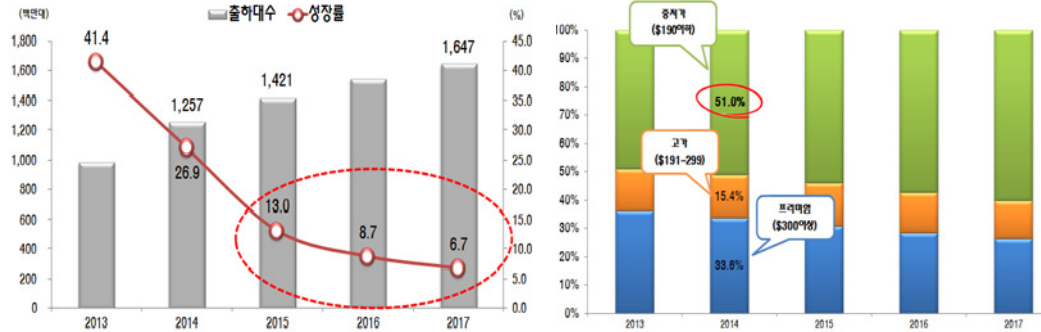
◆ 글로벌 스마트폰 성장세...신흥시장의 중저가폰이 좌우하는 시대로 진입

- 스마트폰 시장은 ① 프리미엄급 수요 정체, ② H/W 와 S/W 에서의 차별화 희석, ③ 범용화 진행 등으로 제조업체 간 가격, 마케팅비용지출 등에서 경쟁이 심화

- 선진국 스마트폰 성장률이 크게 둔화되고 신흥국중심으로 시장이 빠르게 재편되면서 중저가(190 달러 이하) 제품 비중이 올해 사상 처음 50%를 돌파할 전망

※ 2014 년 스마트폰 성장률(SA): 북미(9.7%), 서유럽(9.5%), 아시아/태평양(26.5%), 아프리카/중동(34.2%)

- 향후 선진시장은 2~3%대로 사실상 정체 상태에 진입할 것으로 전망되나 신흥시장은 2015 년 10 억 대를 돌파하며 세계 시장을 견인할 것으로 기대
- 스마트폰 수요증가에 힘입어 신흥시장 비중은 2013 년 67.6%에서 2014 년 70%를 돌파하고 2018 년에는 80%에 육박할 전망



<자료>: SA

(그림 3) 국내 업체와 애플의 스마트폰 매출액 점유율 추이

- 스마트폰 무게 중심이 최고급 시장에서 보급형 시장으로 넘어 가고 있는 만큼 갈수록 저가제품의 중요성이 부각

◆ 국내 업체는 선진시장뿐만 아니라 성장세를 보이고 있는 신흥시장에서도 정체

- 둔화추세를 보이고 있는 선진시장과 달리 신흥시장은 중저가 제품을 중심으로 두 자릿수의 성장세를 유지하며 글로벌 시장을 견인
  - 선진시장은 교체 수요 부진, 보조금축소 등으로 2013년 4분기 이후 정체 상태이나 신흥시장은 2014년 1분기 출하가 2억대를 돌파하며 호조
- 2014년 2분기 국내 업체의 선진시장 스마트폰 출하는 전년대비 7.3% 감소하였으며, 신흥시장에서 마저 2013년 3분기를 기점으로 출하대수가 가파르게 하락
  - 중국(샤오미, 레노버)·인도(마이크로맥스) 등 신흥시장에서 현지 로컬업체가 가격을 무기로 빠르게 외연을 확장하고 있는 반면 고가마케팅, 혁신의 부재 등으로 국내 업체는 경쟁우위를 상실하고 있는 것으로 판단

5. 맺음말

◆ 국내 스마트폰 산업, 고가 마케팅과 혁신의 부재 등으로 경쟁우위가 약화

- 신흥시장, 저가폰 등으로 글로벌 스마트폰 시장이 격변하고 있으나 국내 업체는 기존의 성공방정식에서 새로운 환경에 적응하지 못하고 방황하는 양상
  - 중저가 스마트폰 시장에서 중국 업체의 돌풍과 프리미엄폰 경쟁자인 애플의 대화면 아이폰6 출시를 계기로 국내 업체의 향후 실적 전망에 대한 위기감이 증폭

- 특히, 세계 스마트폰 시장이 중저가 위주로 급속히 재편되는 가운데 국내 업체의 고가 제품 차별화 포인트가 미미해 지면서 스마트폰 시장에서 경쟁우위가 빠르게 소실
  - ※ 삼성전자는 10월 7일 잠정실적 공시를 통해 3분기 매출 47조 원, 영업이익 4조 1,000억 원을 기록했다고 발표(매출은 전년 동기대비 20% 감소했고 영업이익은 59% 급감)
- 한편, 선진국뿐만 아니라 세계 최대 스마트폰 시장인 중국 이동사들의 보조금 축소는 향후 국내 업체의 프리미엄 스마트폰 실적 부진에 대한 우려를 증폭
  - ※ 선진시장을 중심으로 이동통신보급률이 100%를 넘어서면서 보조금 투입을 통한 가입자 유치보다 기존 가입자를 놓치지 않기 위해 요금과 서비스 중심의 경쟁에 집중

◆ 프리미엄을 위한 제품혁신(product innovation)과 비용을 낮춰주는 공정혁신(process innovation)을 통해 현재의 넷크래커 위기를 극복해야

- (선진시장) 메탈 소재, 플렉시블 디스플레이 등 새로운 소재와 부품의 채용확대와 더불어 헬스케어, 홈네트워킹 등 응용 서비스 탑재를 확대함으로써 제품 차별화를 도모
- (신흥시장) 원가경쟁력 제고, 보급형 스마트폰 출시 주기 단축 등을 통해 시장 점유율 회복을 추진
  - 동남아시아, 인도, 아프리카 등 신흥시장에 대한 중국 스마트폰 업체 움직임을 신속하게 파악하고 이들 지역을 겨냥한 스마트폰 대응을 강화
- 정부는 5G 이동통신 등 차세대 원천기술 개발에 대한 R&D 투자 확대를 통해 차세대 스마트폰 경쟁에서 우위를 확보할 수 기반을 조기에 마련
  - 더불어 스마트폰 성능 개선을 위한 시스템반도체(팹리스 등) 산업과 디자인 차별화에 필요한 핵심소재 산업 육성도 병행 추진