

# 휴대폰 신형시장 개척 '프리미엄급' 타당?

정통부 '신형 이동전화 단말 시장 성장잠재력 분석' 보고서

휴대폰 신형시장 개척 시 초저가폰 보다는 프리미엄 전략이 보다 우세하다는 보고서가 나와 눈길을 끌고 있다. 정보통신부와 정보통신연구진흥원이 지난 달 11일 발표한 '신형 이동전화단말 시장 성장잠재력 분석' 보고서에 따르면, 향후 신형시장에서 초저가 단말기가 차지하는 비중은 급격히 줄어들 것으로 전망돼, 좀더 고급화된 제품을 통해 공략할 필요가 있는 것으로 나타났다. 보고서 주요 내용을 정리해 보았다.

글 | 심우성 기자(wsung@itn.co.kr)



보고서에 따르면, 시장에 공급되는 저가(low-end) 단말의 평균판매단가(ASP) 추이를 보면, 2009년에는 30달러 정도로 수렴될 것으로 예상되며, 저가 시장이 전체 단말 시장에서 차지하는 비중이 2009년에는 대수 기준 12.6%, 금액 기준 2.4%에 불과할 전망이다.

보고서는 따라서, 앞으로의 신형시장 공략은 뒤늦게 저가 단말 시장에 진출하기 보다는 새로운 가격대의 시장 공략에 초점을 맞출 필요가 있다고 지적했다.

예를 들면, 국내 업체가 강점을 가진 프리미엄 전략을 기반으로 중저가(low 또는 mid-end)군의 프리미엄 단말 등 동일 제품군(segment)에서 좀더 고급화된 제품임을 강조하는 차별화된 니치마켓(niche market) 발굴 및 공략이 저가 단말과의 경쟁을 피하고 수익성을 확보할 수 있는 새로운 방법이 될 수 있음을 제시하고 있다.

보고서에서는 대표적인 신형시장인 BRICs(브라질 · 러시아 · 인

## 선진/신형시장의 이동전화 가입자 현황 ('06년 1분기)

구분	가입자 수(백만 명)	가입자 증가율(Y/Y,%)		보급률(%)
		2006.1Q.	2005.4Q.	
신형시장	1,296	38.2	38.8	31.3
아시아/태평양	732	33.2	29.3	24.1
동유럽/중동/아프리카	346	47.3	57.2	54.3
중남미	218	40.5	41.4	48.7
선진시장	774	10.3	10.4	87.7
아시아/태평양	132	6.5	6	80.7
서유럽	410	9.8	9.7	105.3
북미	231	13.4	14	70
합 계	2,070	27.8	27.9	41.4

※주 : 신형시장 아/태(중국, 인도, 인도네시아, 한국, 말레이시아, 파키스탄, 필리핀, 대만, 태국)  
선진시장 아/태(호주, 홍콩, 일본, 뉴질랜드, 싱가포르)

※출처 : Merrill Lynch, 2006. 6

도·중국)를 비롯해 최근 급속한 경제 성장을 이루고 있는 ASEAN-4(인도네시아·말레이시아·필리핀·태국), 고유가 환경 속에서 많은 오일 머니가 유입되고 있는 OPEC-5(알제리·나이지리아·이란·사우디아라비아·베네수엘라), EU 가입으로 경제가 활성화되고 있는 동유럽-5(체코·헝가리·폴란드·루마니아·우크라이나)를 주목해야 할 주요 신흥시장 군으로 보고 성장 잠재력을 비교 분석했다.

가입자 회선규모와 회선 성장률을 고려한 시장 매력도 측면에서는 BRICs와 ASEAN-4가 강점을 보이고 있는 것으로 나타났다.

이동전화보급 성장률 측면에서는 OPEC-5가 2010년까지 가장 높은 성장을 보일 전망이다. 반면, 동유럽-5국가들은 높은 이동전화 보급률과 낮은 시장 매력도로 타 신흥시장에 비해 성장잠재력이 가장 낮게 나타났다.

보고서에서는 신흥시장 진출과 투자는 집중적인 공략이 필요한 시장의 우선 순위 설정이 중요한데, BRICs와 중국, 인도에 대한 시장 공략을 강화하고 단기적으로 ASEAN-4, 중장기적으로는 OPEC-5를 주목할 필요가 있다고 제시했다.

한편, 세계 이동통신 가입자 중 신흥시장이 차지하는 비중은 2004년 이미 50%를 넘어섰으며 2007년에는 약 62%에 이를 것으로 조사됐다.

이동전화단말 시장 역시 신흥시장의 비중이 증가하고 있으며 전체 단말시장에서 신흥시장의 비중은 2006년 57%에서 2009년에는 62%까지 증가할 전망이다.

### 세계 휴대폰 시장내 신흥시장 위상

2006년 1분기 현재 세계 신흥시장 및 선진시장의 이동전화 가입자 수는 약 20억7000만 명으로, 그 중 신흥시장 가입자 수가 약 13억 명으로 전체 가입자 수의 63%를 차지, 성장세를 주도하고 있

다. 신흥시장은 신규수요 시장에서 뿐만 아니라, 고가단말 위주의 교체수요 시장에서도 점차 비중이 증가하고 있다.

### 신흥시장의 대표주자 BRICs(Brazil·Russia·India·China)

BRICs는 2005년 기준 세계 순증 가입자의 37.4%를 차지하며 가입자 수 증가를 견인하고 이미 신흥시장을 대표하고 있다. 단말시장 역시 빠른 성장세를 이어가고 있으며, 2009년에는 세계 이동전화단말 시장의 약 30% 이상을 점유할 것으로 전망된다.

### 높은 시장매력도의 ASEAN-4(Indonesia·Philippines·Malaysia·Thailand)

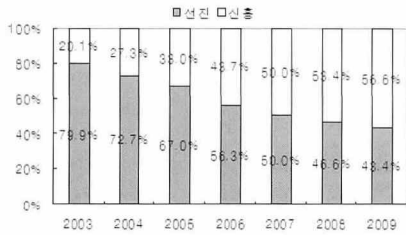
ASEAN-4는 최근 급속한 경제 성장을 이루고 있어 주목해야할 이동전화단말 시장으로 부상하고 있다. 순증 가입자 수 측면에서 2007년부터 BRICs의 브라질과 러시아를 합한 규모를 넘어설 것으로 예상된다. 단말 시장은 2001년 1500만대에도 미치지 못했으나 2005년까지 연평균 22%의 가파른 성장세를 보이며 성장하고 있다.

### 오일 머니 유입이 급격히 증가하고 있는 OPEC-5(Algeria·Nigeria·Iran·Saudi Arabia·Venezuela)

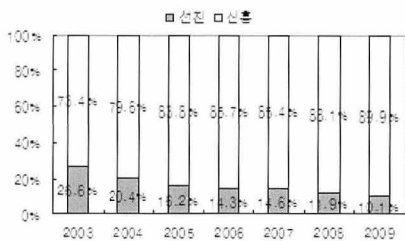
최근 OPEC-5는 원유가 급등으로 오일 머니 유입이 증가하면서 경기 호황을 누리고 있고 통신인프라 확대에 따른 단말시장 성장 기대감이 매우 높은 시장이다. 최근 이동전화 가입자 증가율이 56%(01~05)로 신흥시장 중 가장 높고, 향후에도 2009년까지 연평균 20.6% 성장이 예상된다.

### 유럽진출의 교두보, 동유럽-5(Czech Republic·Hungary·Poland·Romania·Ukraine)

### 선진시장 Vs 신흥시장



(가) 교체 수요 시장



(나) 신규 수요 시장

※출처 : Gartner 자료 재구성

동유럽은 최근 주요국이 EU에 가입하면서 IT 부문에 대한 투자와 지출이 증가하는 등 경제가 활성화되고 있는 지역이다. 서유럽과 지리적인 인접·EU내 무관세 수출, 저렴한 인건비 등의 이점으로 유럽수출 전략기지로써의 가치가 높은 시장으로 분석된다. 동유럽-5에 대한 국내 이동전화단말 수출은 1998~2005년까지 연평균 약 106%의 초고속 성장세를 보이고 있다.

### 신흥시장의 성장잠재력 비교

신흥시장 중 가입자 회선규모와 성장률을 고려한 시장 매력도 분석에서 BRICs와 ASEAN-4가 강점을 보이고 있으며, 이동전화보급 성장률 측면에서는 OPEC-5가 2010년까지 가장 높은 성장을 보일 전망이다. 동유럽-5 국가들은 높은 이동전화 보급률과 낮은 시장매력도로 타 신흥시장에 비해 성장잠재력이 가장 낮게 나타났다.

### 신흥국가별 성장잠재력 비교

인도·인도네시아·이란은 이동전화보급 성장률과 시장매력도 변화율에서 모두 매력적인 시장인 것으로 나타나 상대적인 성장 잠재력이 가장 높은 국가로 분류됐다. 인도는 가입자 회선규모 성장률 전망(CAGR, 2005~2010)이 37.6%로 중국(11.7%)보다 높은 것으로 나타나고 있는 매우 매력적인 시장이고, 인도네시아 역시 2010년까지 가입자 회선 규모 성장률이 18.4%로 높은 성장세를 유지할 것으로 예상된다. 중국의 경우, 최근 5년간 폭발적 성장으로 인해 인도 등에 비해 상대적으로 낮게 나왔을 뿐, 성장잠재력이 축소되고 있음을 뜻하진 않는다.

높은 이동전화보급률로 인해 점차 신흥시장 특성에서 벗어나 교체시장 특성을 나타내고 있다.

### 수출변화 추이 분석

국내 이동전화단말 수출은 북미와 서유럽 중심에서 2001년 이후 중국·인도·브라질을 중심으로 수출량이 크게 증가할 것으로 예상된다.

반면, OPEC-5, ASEAN-4, 동유럽-5 국가들에 대한 수출 비중은 각각 2005년 기준, 0.4%, 3.3%, 2.5%에 불과한 것으로 나타나 BRICs를 제외한 신흥시장 공략에 다소 소극적이었던 것으로 나타났다. 2001년 이후 신흥국가들 중 중국과 인도가 국내 이동전화단말 수출의 주력 시장 역할을 수행했던 것으로 밝혀졌다.

### 이동전화단말 ASP 하락을 주도하는 저가폰

세계 이동전화단말의 ASP(평균판매가격 : Average Selling Price) 하락은 low-end 단말(2005~2009 CAGR: -13.3%)이 주도했다. 신흥시장의 이동전화단말 ASP 역시 low-end 단말의 하락 속도는 mid/high-end 단말보다 빠를 것으로 예상되며 시장별로 약 2~15배의 차이가 발생할 것으로 예상된다. [K]