



# 내년 세계휴대폰시장 하향 전망

IT분야의 마지막 보루로 여겨졌던 휴대폰 시장이 결국 경제 위기의 파고에 휩쓸릴 것이라는 우려가 제기됐다. 월가의 애널리스트들이 세계적인 경제 공황으로 인해 소비자들이 신형 휴대폰 구매를 보류하면서 내년 시장 성장률을 잇따라 하향 조정하고 있다. 그동안 휴대폰 업계 전문가들은 소비가 위축되더라도 휴대폰만은 건재할 것이라는 장밋빛 전망을 내놨었다.

한 애널리스트는 2009년 세계 휴대폰 시장 성장률 예측치를 6%에서 3%로 절반이나 낮췄다. 실질 국내총생산(GDP)과 휴대폰 매출 성장은 정비례한다. 특히 유럽과 북미 지역의 약세가 예상된다. 휴대폰 시장의 침체를 반영해 내년 전세계 GDP 성장률이 당초 예상했던 2.8%에 못 미치는 2.2%에 머물 것이라고 예상치가 수정되었다.

JP모건 애널리스트는 성장세가 가장 가파른 중국 시장도 보다 완만한 성장세로 돌아설 것이라고 예상했다. 유럽 지역에서는 신형 휴대폰으로 업그레이드하는 소비자가 뚜렷이 줄어들 것으로 전망했다. 장 성장률도 당초 제시했던 8.1%보다 낮은 6.1%로 조정했다. 휴대폰 제조업체들도 이 같은 우울한 전망을 뒷받침했다.

세계 휴대폰 1위 업체인 노키아는 지난달 소비 침체로 인해 전세계 각국에서 휴대폰 판매가 정체기에 들어섰으며 노키아 역시 3분기에 전분기보다 휴대폰 판매량이 줄었다고 발표했다. 4분기로 접어들면서 노키아 외에 다수 휴대폰 제조업체들이 이와 유사한 어려움을 겪을 것으로 보인다. 노키아를 추격하는 삼성전자·모토로라 등이 3분기에

판매량이 늘었지만 4분기에는 평균 판매 가격과 이익이 낮아지면서 실속을 챙기기 어려울 것이라고 지적했다.

소비자용 전자제품들이 더 작아지고, 스타일이 더해지고 보다 강력해지고 있다. MP3 플레이어에서부터 PDA, 초소형 노트북, 휴대폰, 게임기에 이르기까지, 오늘날 점점 더 많은 소비자들이 사용하는 휴대용 전자단말기 종류로 자신들을 표현하고 있는 추세다. 전자단말기 제조업체들은 계속해서 크기, 비용 그리고 전력소비를 줄이는 방법을 찾고 있으며, 소비자의 관심을 끄는 보다 넓은 화면과 추가적인 특징들을 가미하고 있다. 전기회로판의 센서에서 소비되는 전력과 공간이 매우 중요하다.

향후 세계 통신기기 시장은 스마트폰 수요가 본격화되는 변곡점이 될 것으로 예상된다. 리서치기관인 코웬 앤드 컴퍼니의 보고서에 따르면 2009년 세계 휴대폰 판매대수는 14억대로 8% 증가하고, 매출은 1841억달러로 7% 증가할 전망이다. 휴대폰 판매대수의 성장률은 한 자릿수로 감소하지만, 하이엔드 제품군이 고성장하며 세계 휴대폰 시장의 중심이 스마트폰으로 전환하기 시작할 것이다. 내년 전 세계 스마트폰 판매는 64% 성장해 세계 휴대폰 판매대수의 약 20%, 매출의 약 40%를 점유할 것으로 예상되는 반면에 음성 중심의 일반 휴대폰은 단가하락 가속화로 시장매출이 감소할 것으로 예상된다.

스마트폰 시장이 확대되면서 우수한 제품기능은 물론이고 차별화된 SW 및 애플리케이션 확보가 점유율 확대를 위한 핵심경쟁요소로 부상할 전망이다. 애플, 노키아,

RIM 등 스마트폰 부문의 선도기업들은 모바일미, 오비, 푸시 이메일 등과 같이 혁신적인 애플리케이션 서비스를 통해 차별화를 이루어내고 있다.

2009년 한국의 정보통신 산업은 수출시장은 청신호, 내수시장은 경쟁심화로 적신호가 예상된다. 통신기기는 2008년 환율효과와 원가절감, 경쟁사의 어려움 등을 활용해 수출이 30% 내외의 고성장을 달성할 것으로 추정되는데 2009년에는 세계시장 둔화 등으로 성장률이 소폭 둔화되지만 20% 가까운 성장을 이루어낼 수 있을 것으로 예상된다. 정보기기 부문은 2008년 프린터를 제외한 대부분 품목이 수출 감소를 경험한 것으로 추정되며 2009년에도 생산 및 수출이 마이너스 성장을 지속할 전망이다. 2008년 삼성전자가 세계 10위의 PC기업으로 부상하기는 했으나 주로 해외에서 생산이 이루어졌다.

통신기기 내수시장은 3세대 휴대폰으로의 교체수요가 2008년 상반기까지 고성장을 견인했으나, 2008년 하반기부터 이동통신사의 보조금이 축소되며 성장이 둔화할 것으로 예상되며 통신서비스업계의 적극적인 해외제품 도입으로 과거 미미했던 휴대폰 수입이 2008년 50% 이상 성장하기 시작해 2009년에는 더욱 확대될 전망이다. 정보기기 내수시장에서도 저가의 대만제품 수입이 증가할 전망이다.

전 세계 유수의 전자업체가 저마다 정보가전의 미래를 그리고 있다. 기술과 소비 측면에서 다양한 형태의 미래가전이 연구되고 있다. 하지만 현실적으로 따져보면 이론이나 기술을 어떻게 실행하는지가 관건이다. 국내 디지털 가전의 대표주자인 삼성전자와 LG전자에는 더욱 대중적인 제품이 필요하며 이런 대중적인 제품을 기반으로 프리미엄 제품이 조화되는 전략이 요구된다. 업계에서는 향후 가전산업을 이끌고 나갈 산업은 IT에 BT와 NT가 융합된 디지털융합 가전이라고 내다보고 있다. 이동성을 기반으로 대화형, 지능형, 맞춤형 기능 제품이 주류가 될 것으로 전망하고 있다. 향후 모든 디지털 가전제품은 무선 네트워크로 연결되며 각 기기에 IP가 부여돼, 언제 어디서든 접속이 가능한 유비쿼터스 환경과 조화를 이룬 가전제품이 등장할 것으로 예고되기 때문이다.

평판 디지털TV는 2010년께에는 공급자와 소비자 간의

양방향 HDTV로, 2015년에는 실감형 입체 디지털TV로 바뀐다. 또 휴대폰, PMP, PC 등 정보단말기 분야에서는 지능화와 다기능, 다매체로 통합된 멀티미디어 네트워크 기술이 도입된다. 스마트케어 가전분야에서도 현재의 가사 보조로봇과 원격진료 서비스가 나노, 바이오 기술과의 융합을 통해 사용자 편의기능, 건강관리 기능 등이 합쳐져 생체 친화형 웰빙가전이 등장할 것으로 예상된다.

실감형 입체 디지털TV가 각 가정에 보급되면 시청자들은 안방에 앉아서 오감을 체험할 수 있다. 숲속의 앵무새가 등장하는 장면이 나오면 실감형 TV에서는 앵무새가 화면에서 튀어나오는 듯한 3D 영상을 보여준다. 또 영화의 한 장면이 어두운 동굴이라면 주위 조명이 어두워지고 에어컨이 작동돼 실내 온도를 낮춰 실제 동굴에 와 있는 듯한 오감을 구현해 준다. 들꽃이 만발한 언덕에 주인공이 서 있는 장면에서는 실링팬이 돌아가고 발향기에서는 꽃향기가 풍겨 나온다.

우리나라가 디지털융합가전 강국을 실현하기 위해서는 차세대 원천기술개발이 절실하다. 세계 가전시장 선점 가능한 톱5 제품 개발과 함께 R&D 프로젝트를 대형화함으로써 대기업과 벤처기업이 공동기술개발을 통해 신제품을 적기에 출시할 수 있는 시스템을 갖춰야 한다. 또 세계 최고 수준의 디지털 기술과 우리나라가 확고한 IT 테스트 베드 시장으로 인식될 수 있도록 고급인력 양성, 인프라 확충이 필요한 시점이다. 디지털 기술의 표준 선점을 위해 영상·음향 기술, 실감 기술 등을 중점 표준화 대상 기술로 선정, 국제활동을 강화해야 한다.

삼성전자와 LG전자는 세계 가전 패러다임 변화의 큰 축인 '감성' '친환경' '에너지 효율'의 세 가지 기술 축을 앞세워 소비자 생활공간을 혁신적으로 재창조하기 위해 큰 걸음을 내디디고 있다.

삼성전자는 소비자 눈높이를 맞추면서 높은 이윤을 확보할 수 있는 고부가 프리미엄 시장에 집중할 계획이다. 특히 에너지 문제에 대응한 친환경, 절전제품을 잇따라 선보일 예정이다. 세계적으로 에너지 규제가 강화되는 추세에 맞춰 친환경 고효율 제품 비중을 확대하고 시스템 에어컨을 비롯한 종합공조 솔루션, 빌트인 주방 솔루션 등 B2B사업을 집중 육성할 방침이다.