

일본기업의 저가 스마트폰 개발동향

- 중국기업들이 저가의 스마트폰을 출시하면서 판매량이 증가하고 있어 향후 스마트폰의 가격 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 전망
- 일본에서도 저가 스마트폰을 개발하는 벤처기업들이 등장하여 스마트폰 초급사용자나 법인 등 특정 수요를 흡수하면서 성장하고 있음

□ 인하되는 스마트폰 가격

- '14년 스마트폰 세계평균 판매가격은 300달러를 하회할 전망, 특히 아시아·태평양 지역은 250달러, 중국시장에서는 205달러까지 하락할 것으로 예상
 - 200달러 미만의 저가 스마트폰의 '14년 출하대수는 전년대비 42% 증가한 4.3억 대로 스마트폰 연간 총출하대수의 약 40%를 차지
 - 아이폰이나 갤럭시 시리즈와 같은 400달러 이상의 고급 제품은 전년대비 -6% 감소 추세로 전환
 - 신흥국을 중심으로 저가 스마트폰이 대두, 성능 향상으로 인한 제품 간의 차이가 축소되고 있으며 가격 부담이 적은 제품을 선택하려는 소비자 증가
 - * 1인당 GDP가 10,000달러 이하의 중·저소득국가에서 저가 스마트폰의 수요가 급증
- 거의 대부분의 스마트폰에 사용되는 구글의 OS·안드로이드는 무료로 제공되기 때문에 신규 기업의 진입 장벽이 낮음
 - CPU도 미국의 퀄컴이 독점하여 특허사용료를 지불해야 했지만, 지금은 대만의 미디어텍이 진입하여 값싼 CPU를 공급하고 있음

□ 중국과 인도의 저가 스마트폰 시장 동향

- 중국에서 저가 스마트폰 시장을 주도하는 기업은 샤오미(小米; Xiaomi), 쿠파이(酷派; Coolpad), ZTE(中興通訊) 등임

- 샤오미는 1999위안(약 325달러)의 M 시리즈가 주요 제품이었지만, '13년 여름에 판매된 799위안(약 130달러)의 초저가 스마트폰 홍미(紅米)가 히트, 가격대비 성능이 좋아 젊은층 소비자들이 선호
- 현재 중국에서 샤오미 제품은 수량한정 예약 판매만 하고 있으나, 예약이 시작되면 만나질 만에 500만대가 팔릴 만큼 인기가 높음
- 중국에서 스마트폰을 개발하는 기업이 400여개나 되기 때문에 저가 제품 간에서도 경쟁이 격화되어 특색이 있는 스마트폰이 잇달아 출시
- 1000위안(약 160달러) 이하 저가 스마트폰을 주력으로 하는 ZOPO(深圳卓普通訊設備)는 동영상이나 카메라 성능 향상을 추구, 3D 동영상도 볼 수 있는 스마트폰을 개발
- Doov(深圳市朵唯志遠科技)는 다양한 색상, 셀카 카메라 기능 등을 강화하여 여성을 타겟으로 한 저가 스마트폰을 전개
- 스마트폰 시장이 급속히 성장하고 있는 인도에서도 현지 브랜드의 저가형 스마트폰이 시장을 장악

< 브랜드별 스마트폰 출하대수 세어(2014.4~6월, %) >

| | 세계 (3억 134만대) | 미국 (3,578만대) | 일본 (492만대) | 중국 (1억 441만대) | 아·태 지역 (일본 제외) (1억 5,547만대) | 인도 (1,842만대) |
|--------|------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------------------------|-----------------|
| 1 | 삼성전자 24.9% | 삼성전자 33.8 | 애플 43.6 | 레노버 12.5 | 삼성전자 16.0 | 삼성전자 28.8 |
| 2 | 애플 11.7% | 애플 31.8 | 소니 18.3 | 샤오미 12.4 | 레노버 9.4 | 마이크로맥스 17.8 |
| 3 | 화웨이 6.7% | LG 10.8 | 샤프 14.3 | 쿠팡이 11.5 | 샤오미 8.9 | 카본 7.8 |
| 4 | 로노버 5.2% | ZTE 7.6 | 삼성전자 10.2 | 화웨이 11.4 | 화웨이 8.5 | 라바 6.3 |
| 5 | LG 4.8% | 모토로라 5.8 | 코세라 6.1 | 삼성전자 9.8 | 쿠팡이 7.7 | 모토로라 5.3 |
| 기 타 | 46.7% | 10.2 | 7.5 | 42.4 | 49.5 | 34.0 |

- 마이크로맥스의 저가 스마트폰 Bolt A62는 필요한 기능만 한정하고, 2년 전에 나온 부품을 사용하는 등 철저히 비용 삭감을 추구

- CPU가 열에 약하고 디스플레이 해상도가 떨어지긴 해도 70달러라는 판매가격이 매력적임

- 마이크로맥스는 '14년에 러시아로 진출하였고, 지금은 일본진출도 검토하고 있어 최초로 글로벌 스마트폰 브랜드화를 추진

- '13년 인도에서 인기가 많았던 소니(Xperia 시리즈)도 카본, 라바 등도 저가 스마트폰 기업에 밀려 점유율이 하락

□ 저가 스마트폰에 사용되는 일본 부품

- 샤오미의 저가 스마트폰 「홍미」에는 일본산 부품이 많이 사용되고 있음

- 액정 디스플레이는 고급사양인 샤프제품을 사용, 터치패널이나 제어 반도체 등 디스플레이 주변 모듈 부품의 원가는 약 30달러

- CPU 등 칩 세트는 대만의 미디어텍 제품으로 통일, 원가는 약 15달러

- DRAM과 플래시메모리는 도시바의 멀티칩패키지 (MCP), DRAM의 용량은 1G로 원가는 8달러

- 아이폰의 플래시메모리가 16~64G인 것에 비해 홍미는 4G에 불과하여 원가는 1달러 이하, 본체 데이터 저장에 거의 불가능함으로 별도의 SD카드가 필요

- SAW필터는 세계 세어 40% 이상을 차지하는 무라타제작소의 필터, 히로세전기의 커넥터 등을 사용

- 부품 원가율이 판매가격(130달러)의 60%(80달러)이며 박리다매(薄利多賣)전략으로 소비자들의 인기를 얻고 있음

- 애플에 크게 의존하고 있는 일본의 부품기업들에게 샤오미는 중요한 공급처가 될 것으로 보임



□ 일본의 저가 스마트폰 개발동향

- 일본에서도 '13년 말부터 10,000~20,000엔 대의 저가 스마트폰이 출시, 이동통신 망사업자에게 임차하여 자사 브랜드로 통신서비스를 제공하는 가상이동통신망사업자(MVNO; Mobile Virtual Network Operator)도 급증하여 저가 스마트폰과 세트 판매를 시작

- 예를 들면 전자제품 판매점인 요도바시카메라는 Plus One Marketing의 저가 스마트폰 freetel priori(10,584엔)를 월 979엔(2년 약정, 데이터통신량 무제한)으로 판매

- Plus One Marketing은 고장이 잘 나지 않는 일본 제품의 품질을 강조하면서 아프리카 등 새로운 스마트폰 시장에 진출을 계획 중

- Freebit는 단말기 PandA의 개발 외에도 MVNO로서 통신서비스, 매장 운영, 고객 지원까지 일괄 관리

* PandA는 2년 약정, 데이터 무제한으로 월 2,160엔

- 스마트폰 종류는 PandA만 있으나, 다양한 소프트웨어 업데이트 시스템을 구축하여 소비자 요구에 대응

- Covia는 후쿠이대학 의학부속병원의 간호사 호출기와 연동시킨 스마트폰 단말을 채용, 또 식당전용 단말기 개발 등 법인 수요 흡수 전략을 추진

- JENESIS HD는 대만의 EMS전문기업인 폭스콘과 협력하여 중국에 모바일전용 생산공장을 확보, 고령자들이 많이 이용하는 이온 쇼핑몰에서 초급자가 사용하기 쉬운 저가 스마트폰 판매에 성공

- 저가 스마트폰시장에 진입하는 기업이 증가하면서 가격 경쟁이 격화, 초기에 진입한 벤처기업들도 이제는 부가가치 제공에 주력하기 시작

< 일본의 저가격 스마트폰 벤처기업 >

| | |
|--|---|
|  <p> 【기업명】 Freebit 【종업원】 608명 【대표 스마트폰】 PandA 【OS】 Android 4.2.2 【가격】 25,920엔 【화면 크기】 5.5인치 【무게】 189g 【카메라】 뒷면 800만, 앞면 200만 화소 【배터리】 2500mAh 【CPU】 쿼드코어 1.3GHz </p> |  <p> 【기업명】 Covia 【종업원】 60명 【대표 스마트폰】 FLEAZ F5 【가격】 20,304엔 【OS】 Android 4.4 【화면 크기】 5인치 【무게】 145g 【카메라】 뒷면 500만, 앞면 30만 화소 【배터리】 2000mAh 【CPU】 쿼드코어 1.2GHz </p> |
|  <p> 【기업명】 Plus One marketing 【종업원】 4명 【대표 스마트폰】 freetel priori 【가격】 10,584엔 【OS】 Android 4.1.2 【화면 크기】 3.5인치 【무게】 113g 【카메라】 뒷면 200만, 앞면 30만 화소 【배터리】 1500mAh 【CPU】 싱글코어 1GHz </p> |  <p> 【기업명】 JENESIS HD 【종업원】 74명 【대표 스마트폰】 geanee 【가격】 16,329엔 【OS】 Android 4.4 【화면 크기】 5인치 【무게】 133g 【카메라】 뒷면 500만, 앞면 200만 화소 【배터리】 2000mAh 【CPU】 쿼드코어 1.3GHz </p> |

□ 시사점

- 차기 포스트 중국으로 간주되는 새로운 스마트폰 시장인 인도, 아프리카 등에서한 저가 스마트폰 기업들의 진출이 격화될 것으로 예상
- 일본 스마트폰시장에서 철수한 파나소닉은 인도 현지기업과 제휴하여 인도시장에 진출, '14.9월 저가 스마트폰인 T11(약 162달러), T21(약 227달러), P11(약 274달러) 등의 판매를 시작했다고 발표
- 생산 공장으로서의 중국은 수요 증가가 예상되고 있으며, 특히 광동성은 저가 스마트폰 기업들의 공장이 집중되어 투자가 늘어날 것으로 예상됨
- 저가 스마트폰을 개발하고 있는 벤처기업들은 설계, 판매, AS만 담당하고 생산은 중국의 OEM 기업을 활용
- MVNO사업자는 NTT도코모가 가장 크지만 수익창출은 네트워크 접속요금뿐이기 때문에 고객 확보 경쟁이 치열해질 가능성이 있음
- 도코모, au, 소프트뱅크 등 휴대폰 통신기업과 저가 스마트폰 기업이 공존할 수 있는지 여부에 주목할 필요가 있음

- 우리나라 스마트폰 시장은 삼성, LG, 팬택의 점유율이 90% 이상 차지하고 있기 때문에 다른 브랜드의 진입은 쉽지 않은 것으로 예상
- 세계3위인 중국의 통신업체 화웨이가 한국 시장에 진출, 스마트폰 X3를 40만원대라는 매력적인 가격으로 판매하고 있어 우리 시장에서도 경쟁이 본격화될 것으로 전망
- 선진국 스마트폰 시장은 포화 상태에 있기 때문에 시장 점유율을 늘리기 위해서는 가격 인하는 피할 수 없는 대세

<참고자료>

주간 동양경제(2014.9.20), 닛케이신문(2014.2.11/12)