

세계 스마트폰 시장 경쟁국면 전환에 따른 국내업계 전략방향

〈목 차〉

- I. 세계 스마트폰 시장의 경쟁국면 전환
- II. 현 경쟁국면의 핵심 성공요소
- III. 해외업계 전략방향
- IV. 국내업계 현황 및 대응전략

I 세계 스마트폰 시장의 경쟁국면 전환

▶ 세계 스마트폰 시장의 다양한 경쟁국면 전환동인 대두

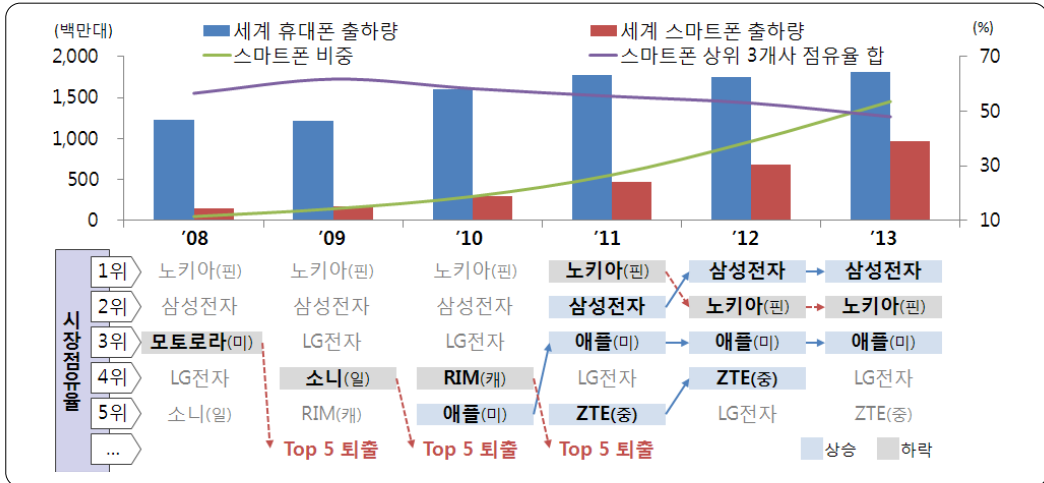
- (수요) 세계 휴대폰 시장 내 스마트폰의 주류 등극 및 성장세 둔화
 - 세계 휴대폰보급률 '14년 100% 초과 예상¹⁾, 신규수요의 정체 의미
 - '13년 스마트폰의 세계 휴대폰시장 비중 50% 초과 후 성장세 둔화 예상
 - 성장 중심축의 선진국(보급률 한계도달) → 중국(성장둔화) → 타 신흥국 이동
 - 인도가 '13년부터 중국·미국과 함께 세계 3대 스마트폰 시장으로 부상
- (경쟁구도) 다자간 경쟁구도 돌입 및 경쟁강도 심화
 - 신규 진입, 업체간 차별성 축소 등으로 상위 3개사 점유율 하락세
 - 반면 중국업계 점유율(출하량 기준) '11년 7%에서 '13년 28%로 급증
 - 각국 정부의 자국산업 육성, 구글의 신규업체 시장진입 유도 등에 기인
 - 구글의 개방형 운영체제 및 서비스 활용으로 신규 시장진입 용이

* 본고는 산업분석3팀 조윤정 선임연구원이 집필하였으며, 본고의 내용은 집필자의 견해로 당행의 공식입장이 아님

1) 세계이동통신사업자협회('14.2), "The Mobile Economy 2014", 인구 대비 가입회선 수 비율 기준

세계 스마트폰 시장 경쟁국면 전환에 따른 국내업계 전략방향

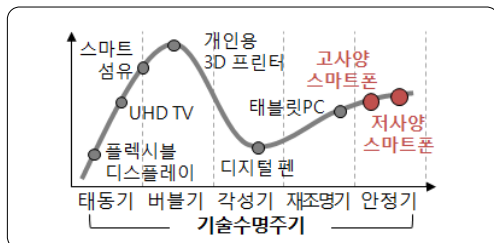
세계 휴대폰 시장규모 및 상위 5개사 변화 추이



주 : 시장점유율은 출하량 기준
 자료 : Gartner('08~'12) 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성

- (기술) 스마트폰 기술혁신 둔화 및 업체간 기술적 차별화 요인 희석
 - 스마트폰은 전자기기 기술수명주기(하이프사이클²)상 안정기 既진입
 - 업체간 하드웨어 사양 평준화, 소프트웨어 기술 격차 과거대비 축소
 - 국가별 휴대폰 하드웨어 기술력 편차 축소, 주요 업체간 유사 하드웨어 사양의 스마트폰 출시
 - 업체간 소프트웨어 격차(운영체제 업그레이드 속도 등)도 과거대비 축소

주요 전자기기 기술의 수명주기 단계



자료 : Gartner Hype Cycle('13.6)

주요국의 휴대폰 관련 기술력 비교

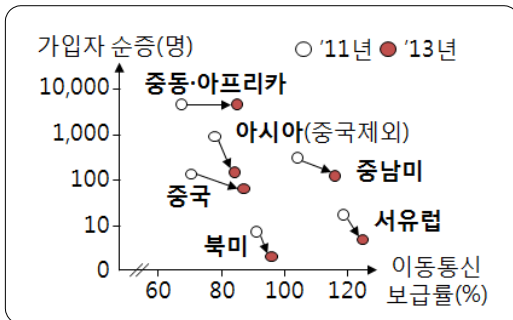
기술분야	국가				
	USA	KOR	JPN	CHN	TAI
하드웨어	100	100	98	90	95
소프트웨어	100	85	90	75	80
이동통신	100	93	95	85	88

자료 : 산업연구원('14.5)

2) 하이프사이클(Hypecycle) : 미국 조사기관 가트너의 기술 수명주기 모델. 정보통신기술을 성숙도에 따라 5단계로 구분

- (통신사 전략) 세계적 보조금 축소 움직임에 따른 고가폰 판매타격 예상
 - 이동통신 가입자 포화로 보조금 통한 신규가입자 유치효과 축소
 - 보조금이 이동통신 가입자 순증에 미치는 영향이 과거대비 크게 둔화
 - 특히 유럽 등 이동통신 보급률 높은 지역일수록 보조금 효과 약화
 - 세계적 보조금 축소 추세로 고가폰 중심 제조사의 매출타격 가능성

보조금의 이동통신 가입자 유치효과



주 : 가입자 1만달러당 가입자 순증 기준
 자료 : ITU, UN, SA, LG경제연구원('14.10) 재인용

주요국의 휴대폰 보조금 축소 정책

국가	내용
	■ 텔레포니카(西) 등 30여개 통신사 보조금 완전·일부 폐지 발표
	■ 직접보조금 축소 및 간접보조금 (할부구매, 요금할인 등) 확대
	■ 정부의 통신사 대상 세율 인상 및 마케팅비용 20% 축소 지시
	■ 단통법 ³⁾ 시행('14.10) 후 보조금 제약

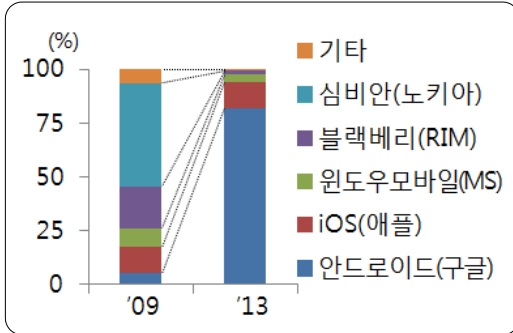
자료 : Informa('13.5), 정보통신산업진흥원('14.9) 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성

- (가치사슬) 제조사의 구글 의존 심화 및 ICT 산업 내 서비스 중요성 확대
 - 구글의 스마트폰 운영체제인 안드로이드의 시장 과점('13년 세계시장 점유율 80% 돌파)으로 제조사의 구글 생태계 의존도 심화
 - iOS(애플) 10% 대 점유율 유지, 윈도우모바일(MS) 위상 축소
 - 기타 타이젠 등 반안드로이드 시도 있으나 성과 미미
 - 세계 모바일산업의 분야별 매출구조에서 단말기 성장세 둔화 및 소프트웨어 성장세 뚜렷
 - 시장지위 유지 위한 단말기 제조사의 서비스사업 진출 필요성 시사
 - 사물인터넷⁴⁾ 부상, 산업융합 확대로 모바일결제 등 신규서비스 기획의 점진적 확대

3) 단말기 유통구조 개선법 : 보조금 규제를 위한 법안으로 고가요금제와 연계한 보조금 차등지급 금지 등을 포함

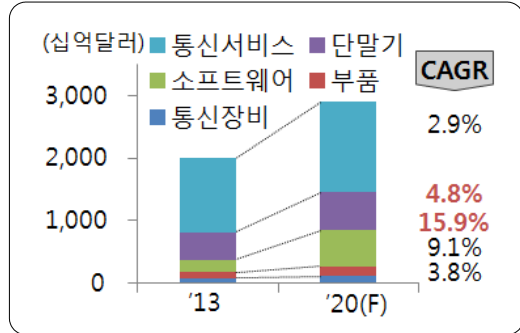
4) 사물인터넷(IoT, Internet of Things) : 가전·자동차·집 등 사물을 통신망으로 연결해 정보를 공유하는 기술 및 환경

세계 스마트폰 운영체제 점유율 추이



자료 : Gartner('14.5)

세계 모바일산업 분야별 매출 추이



자료 : 세계이동통신사업자협회('14.2)

▶ 경쟁국면 전환에 따른 국내업계의 전략방향 재수립 필요성 제기

- '10년 초 개화된 세계 스마트폰 시장은 최근 수요, 경쟁구도, 기술, 통신사전략, 가치사슬 등 다양한 동인으로 새로운 경쟁국면에 진입
 - 업계의 전략폰 출시가 집중된 '14년 4분기를 기점으로 격전 예상
- 제조사들의 기존 전략은 새로운 경쟁국면에서 유효성이 감소할 것이므로, 시장 지위 유지를 위한 국내업계의 전략방향 재수립 필요

II 현 경쟁국면의 핵심 성공요소

▶ (과거사례) 세계 휴대폰 시장 경쟁국면 전환에 따라 업체순위 재편

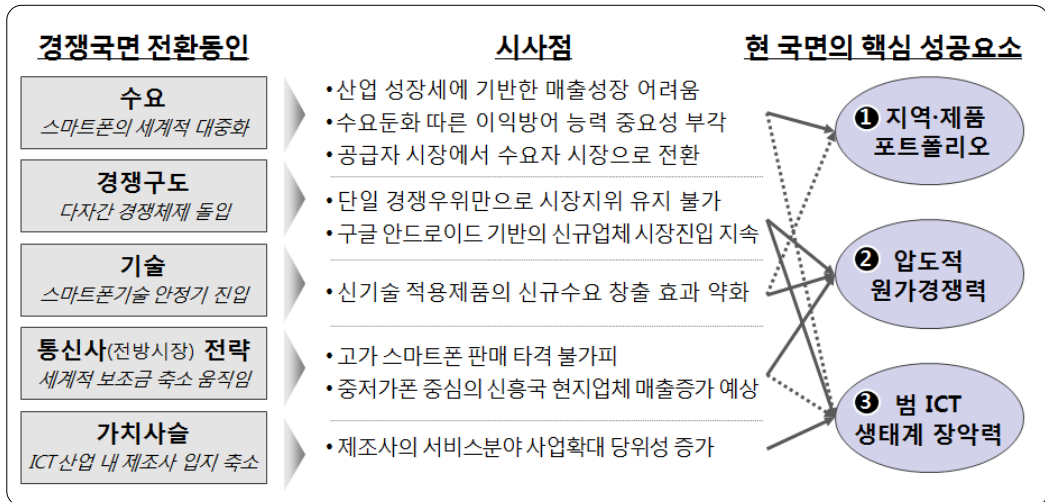
- '80년대 이후 세계 휴대폰 산업의 경쟁국면 전환 사례 다수 존재
 - 경쟁국면 전환에 따라 경쟁우위 확보 위한 핵심 성공요소도 변화
 - 경쟁국면 주기의 단축은 기업의 민첩한 환경변화 대응 필요성 시사
- 과거 모토로라·소니·노키아 등의 세계 휴대폰 시장 내 위상 하락은 경쟁국면 변화에 따른 핵심 성공요소 대응에 미흡했던 결과

- (모토로라) 아날로그(1G)에서 디지털(2G)로 기술변화 시 대응 부족
 - 시장점유율·영업이익 하락 지속하다, '14년 레노보(중)에 피인수
- (소니) 휴대폰 대중화 시기 고가전략 고수로 세계시장 점유율 확대 미흡
- (노키아) 자체 운영체제·서비스 집중으로 시장표준화·생태계 구축 부진
 - 장기간 유지해온 세계 1위 지위 상실 후 '14년 MS(미)에 피인수

▶ (전망) 포트폴리오·원가경쟁력·생태계장악력이 핵심 성공요소로 부상

- 최근 환경변화 감안 시 지역·제품 포트폴리오, 압도적 원가경쟁력, 범 ICT 생태계 장악력 등이 현 경쟁국면의 핵심 성공요소로 지목

현 스마트폰 시장 경쟁국면의 핵심 성공요소 도출



자료 : 산업은행 조사분석부

- 국내업체의 시장지위 유지 위해, 과거 휴대폰 산업 경쟁국면 전환사례에 주목하고 현 경쟁국면의 핵심 성공요소 확보에 역량 집중할 필요
 - '80년 세계 휴대폰 산업 태동 이후 수 차례의 경쟁국면 전환을 거치면서, 핵심 성공요소는 제품 혁신 → 제조기술력의 순환을 반복

세계 스마트폰 시장 경쟁국면 전환에 따른 국내업계 전략방향

- 현 경쟁국면의 핵심 성공요소는 '00년대 중후반 피쳐폰 성숙기와 유사한 양상
- 경쟁국면 전환 시마다 각 국면의 핵심 성공요소 확보 여부에 따라 성공·퇴보 기업이 뚜렷
- 국내업계는 시장지위 유지를 위해 해외 경쟁업계의 전략방향 및 자체역량을 통해 현 경쟁국면의 핵심 성공요소에 대한 구체적 확보방안 수립 필요

세계 휴대폰 산업의 핵심 성공요소 및 성공·퇴보기업 변화



자료 : 산업은행 조사분석부

III 해외업계 전략방향


▶ 애플은 제품 혁신보다 범 ICT 생태계 패권 확보로 전략방향 변경

- 단일모델 전략에서 선진국·신흥국 동시공략 위해 포트폴리오 다변화
 - 대화면 등 하드웨어 메가트렌드 수용으로 타사와 제품 차별성 희석
- 모바일결제(애플페이), 헬스케어 정보관리(헬스킷) 등 신규 서비스 출시로 모바일 생태계 영향력을 범 ICT 분야로 확장 시도
 - 애플페이는 신용카드사·서비스업체 제휴 등 장기간의 서비스 기반 구축 후 출시되어, 단기간 내 서비스 확산 도모












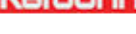
▶ 중위권업계의 재기 노력, 중국업계의 공격적 사업확대 부각

- (중위권) 2강(삼성·애플)과 전면전 회피, 특정 지역·제품 중심 사업추진
 - 특히 재기의 발판으로 단일 거대시장인 인도에 주목해 역량 집중
- (중국업계) 저가폰 축소 및 해외진출 박차, 자체 생태계 구축 시도
 - 특히 샤오미의 공격적 사업 추진 및 세계시장 점유율 확대 부각

해외 스마트폰 업계의 최근 주요 전략방향

업체	내용
 (미)	① (포트폴리오) 단일 플래그십모델 전략의 전환 및 신흥국 공략 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 하드웨어 메가트렌드의 수용, 파생모델 및 스마트워치 출시 <ul style="list-style-type: none"> • '14년 9월 출시한 아이폰6에 대화면(4.7인치) 및 NFC⁵⁾ 적용 • 아이폰6의 파생모델인 아이폰6플러스(5.5인치) 동시출시 • '15년 초 동사 최초의 웨어러블기기인 '애플워치' 출시 예정 - 단종한 구형 스마트폰의 가격을 인하해 신흥국 재출시 ② (원가) 생산 전면 외주화, 핵심부품의 대량발주로 단가인하 ③ (생태계) ICT 융합서비스 허브 역할 자청 및 수익사업화 <ul style="list-style-type: none"> - 신용카드사 등 제휴기반 모바일결제 서비스 '애플페이' 출시 <ul style="list-style-type: none"> • 비자·마스터·아멕스 등 카드사와 우버 등 서비스업체 제휴 • 애플은 카드사로부터 결제액의 0.15%를 수수료로 수취 - 스마트기기간 통합 헬스케어 정보 관리서비스 '헬스킷' 출시

세계 스마트폰 시장 경쟁국면 전환에 따른 국내업체 전략방향

		<ul style="list-style-type: none"> • 타 사의 스마트폰 및 웨어러블기기와의 연동되는 점이 특징 • 동사는 그동안 자사 스마트기기 중심 폐쇄적 생태계를 고수해왔으나, 향후 특정분야에 대한 생태계 전략 변화 가능성 시사 - 자동차용 운영체제인 '카플레이' 공개 및 '14년 말 상용화 예정 <ul style="list-style-type: none"> • 모바일생태계 장악력을 범 ICT 분야로 확장하려는 의도로 해석 - 태블릿PC에 통신사 수시변경 가능한 '애플심(Sim)' 적용('14.10) <ul style="list-style-type: none"> • 통신서비스 분야에 대한 단말기 제조사의 영향력 확대 시사
중요권 업체	 (핀)	<ul style="list-style-type: none"> - 초저가 스마트폰 'X' 출시('14.2)로 脫구글화 및 자사 생태계 강화 <ul style="list-style-type: none"> • 구글 운영체제와 자사의 서비스(앱장터 등) 동시탑재로 구글 의존 축소
	 (캐)	<ul style="list-style-type: none"> - 저가형 스마트폰 '블랙베리 Z3'의 동남아 국가 출시('14.5) - 신흥국에서 자사의 핵심서비스(메세징 앱 등) 마케팅 강화
	 (일)	<ul style="list-style-type: none"> - 고사양 스마트폰 '엑스페리아 Z3' 출시('14.9) 및 자사 게임기기인 '플레이스테이션'과 연동기능 추가로 틈새시장 공략
	 (일)  (미)	<ul style="list-style-type: none"> - 과거 휴대폰 사업 旣철수했으나, 신흥국의 성장성에 주목해 '14년 인도에서 저가 스마트폰 출시를 시작으로 시장 재진입
중요권 업체	   	<ol style="list-style-type: none"> ① (포트폴리오) 프리미엄 스마트폰 확대 계획 및 해외진출 박차 <ul style="list-style-type: none"> - (샤오미) 고사양 중저가 제품 확대, 인도·동남아 진출 확대 <ul style="list-style-type: none"> • 자국 시장용 4G 스마트폰 출시 본격화로 교체수요 환기 시도 - (화웨이, ZTE) 저가폰 생산 대폭 축소 및 브랜드이미지 강화 추진 ② (원가) 규모의 경제와 유통사 제휴로 제조·마케팅 비용 절감 <ul style="list-style-type: none"> - (화웨이, 레노보) 주요부품 자국조달 및 내재화로 제조원가 축소 - (샤오미) 해외진출 시 현지 유통사 제휴로 마케팅·재고비용 절감 ③ (생태계) 통신사 의존도 축소 및 운영체제·앱장터 독립성 강화 <ul style="list-style-type: none"> - (샤오미) 안드로이드를 변형한 자체 운영체제 및 앱장터 운영 - (ZTE) 통신사 주문형 스마트폰 생산 축소 및 직접유통 확대 - (정부) PC·모바일용 자국 운영체제 개발 및 3~5년내 출시 방침
	  	<ul style="list-style-type: none"> - 3사 모두 구글의 신흥국向 100달러대 저가 스마트폰 개발 플랫폼인 '안드로이드원' 제조사로 선정 - 고용량 배터리 등 기본기능의 완성도 상향, 듀얼심 등 자국 현지 특색을 반영한 제품 출시 - 방글라데시·스리랑카·네팔 등 인근 신흥시장 진출

자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성

5) NFC(Near Field Communication) : 단거리에서 단말기 간 데이터 전송기술로 결제·출입통제 등 분야에 활용. 삼성 등 타 스마트폰 제조사는 NFC 기능을 이전부터 탑재해왔으나, 애플은 아이폰6에 최초 탑재

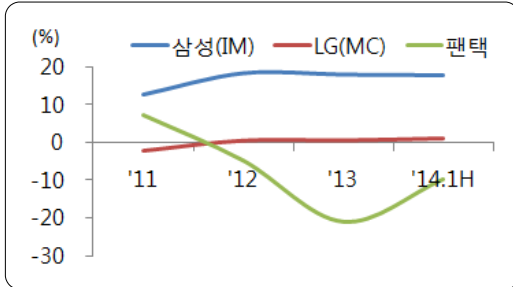
IV 국내업계 현황 및 대응전략

1. (현황) 수익 저하 및 점유율 하락 우려 속 구글 생태계 의존 심화

- '00년대 '빠른 추격자(Fast Follower)'로써 세계 휴대폰 시장 내 세력 확장
 - '00년대 중반 피쳐폰 디자인·기능 강화로 모토로라 추월, '10년대 초 스마트폰 개화 시 안드로이드 진영에서 HTC 추월 후 대표주자 부상
 - 구글과 협력에 기반해 운영체제 개발 및 생태계 구축시간을 최소화한 점도 급성장 요인으로 작용
- 최근 국내 스마트폰 산업지표 부진으로 향후 실적에 대한 우려 증폭
 - 매출액·출하량 하락세 따른 점유율 감소, 과거 대비 수익성 둔화
 - 업체별로는 LG전자·팬택 부진 속, 삼성전자의 넷크래커 위기 우려
 - (삼성) 독보적 점유율(40%)⁶⁾ 유지 중인 대화면 제품군에서 애플과 경쟁, 저가 제품군에서 중국업체와 경쟁으로 점유율 하락 우려
 - (LG) 스마트폰 대응 미흡 따른 시장지위 약화 후 점유율 회복 지연
 - (팬택) 법정관리 신청 후 회생 가능성 불투명, 해외매각 가능성 제기
- 삼성 주도의 독립 운영체제(타이젠) 개발 지연 속 구글 생태계 의존 심화
 - 최근 해외 휴대폰 제조사와 통신사업자의 타이젠 도입검토 중단
 - 전용 모바일앱 및 개발자 협력 부족 따른 생태계 구축 미흡에 기인

6) Counterpoint('14.7), "Monthly Market Pulse"

국내 휴대폰 업계 영업이익률 추이



자료 : 각 사 사업보고서

삼성의 독립 운영체제(타이젠) 추진경과

- 삼성전자**
 - 타이젠 탑재 스마트폰 '삼성Z'의 러시아 최초출시 계획 취소('14.9)
- 타 단말기 제조사**
 - 화웨이(중)의 타이젠 도입검토 중단('14.8)
- 통신 사업자**
 - NTT도코모(일), 유럽 통신사 등도 타이젠폰 출시 무기한 연기

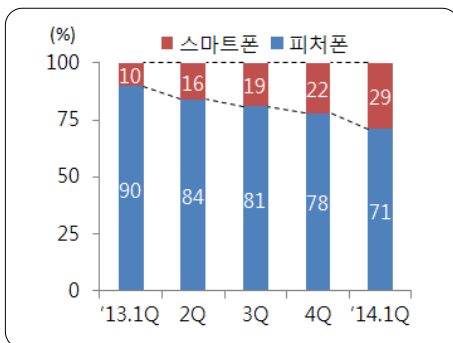
자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 작성

2. (대응전략) 포트폴리오·원가·생태계 측면의 전방위적 대응

▶ (포트폴리오) 지역특색 반영한 파생모델 확대 및 개발속도 경쟁 추구

- (지역) 신흥국向 제품 확대 및 단기적으로 인도시장에 역량 집중
 - 통신사 견제 회피 위해 지역별·채널별 고른 포트폴리오 분포 유리하며, 선진국 점유율 추가상승 여력 부족에 따른 신흥국 공략 필요
 - 특히 대규모 신규수요 기반 보유한 인도에 단기적 역량 집중
 - 인도 스마트폰 침투율 : ('13.1Q) 10% → ('14.1Q) 30%, 1년새 3배 증가

인도 시장의 스마트폰 침투율 추이



자료 : IDC India('14.6)

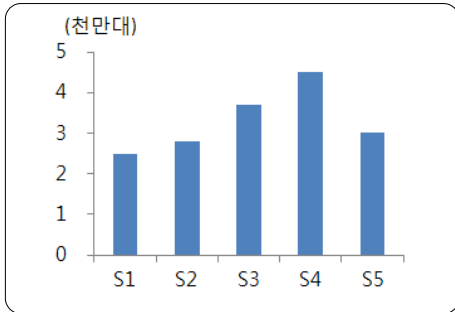
해외업계의 인도 시장 특화제품 사례

업체	내용
Panasonic (일)	2개의 유심 탑재한 듀얼심폰 출시 (데이터·음성 분리로 통신비 경감)
Google (미)	100달러대 초저가폰 출시 (생산은 현지업체에 위탁)
NOKIA (핀)	스마트폰 기능을 추가한 피쳐폰 출시 현지 젊은층 선호도 높은 애플리케이션(라인 등) 선택재

자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 작성

- (제품) 단일 전략모델 중심 포트폴리오 탈피 및 파생모델 다양화
 - 최근 단일 전략모델의 압도적 시장 성공사례 점진적 감소
 - 전략모델에서 부가기능 축소 후 지역특색 반영한 파생모델 다변화
 - 최근 해외업체는 목표고객군을 극도로 미세화한 ‘마이크로세그멘테이션’ 방식 도입 및 특화제품 출시

삼성전자 갤럭시시리즈 판매 추이



주 : 출시 당해년도 판매량 기준
 자료 : 삼성전자

해외업체의 마이크로세그멘테이션 사례

업체	내용
MOTOROLA (미)	▪ 전략폰 '모토X'에 디자인·사양 맞춤형(500여 옵션) 서비스 제공
Xiaomi (중)	▪ 자국 18~34세 젊은 소비자 대상 온라인 마케팅·판매·서비스 초점
SONY (일)	▪ 오디오·게임 특화 스마트폰 출시
geekspHone (西)	▪ 기업용 보안 강화 스마트폰 출시

자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 작성






- (개발속도) 경쟁사 대비 제품 개발기간 단축으로 시장 적시대응
 - 국내업체는 제품개발 속도경쟁 측면에서 애플 대비 상대적으로 유리하나, 중국·인도 등 현지업체 대비 경쟁우위 부족
 - 애플은 단말기·운영체제·서비스 통합체제로 제품개발 속도 저하
 - 지역 특화제품 개발속도 향상 위해 ODM⁷⁾·EMS⁸⁾ 도입·확대 검토

7) ODM(Original Development Manufacturing) : 위탁업체가 제품 개발·생산 후 주문업체에게 납품해 판매하는 방식

8) EMS(Electronics Manufacturing Service) : 위탁업체가 제품 생산 후 주문업체에게 납품해 판매하는 방식

세계 스마트폰 시장 경쟁국면 전환에 따른 국내업체 전략방향

해외업체의 스마트폰 외주 설계·생산 활용 사례

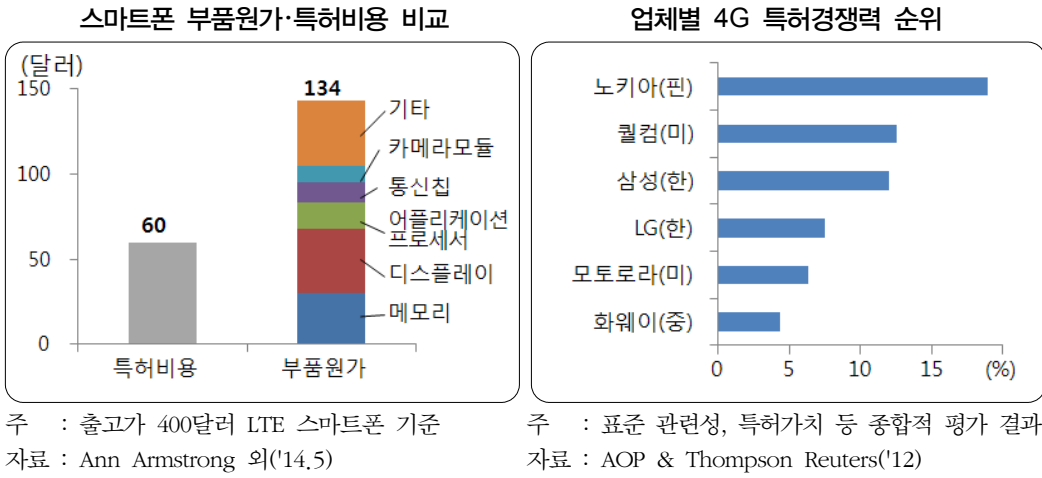
구분	업체	내용
스마트폰 제조사	 (미)	▪ 생산 전면외주화 정책 유지 및 위탁업체의 점진적 다원화
	 (일)	▪ 인도 스마트폰 시장 진출 위해 EMS 업체에 전면 위탁생산 후 동사는 마케팅·판매만 담당
	 (캐)	▪ '13년 말 폭스콘(대)과 전략적 제휴 체결 후 신흥국向 저가형 스마트폰 상품기획, 생산 및 재고관리 위탁
비제조사	 (일)	▪ 총 출하량의 40%(저가모델 중심)를 다수 EMS 업체에 위탁
	 (미)	▪ 폭스콘(대)과 스마트폰 공동개발 및 위탁생산 협력

자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성

▶ (원가경쟁력) 기술자립성 개선 시급, 제조원가의 지속적 절감

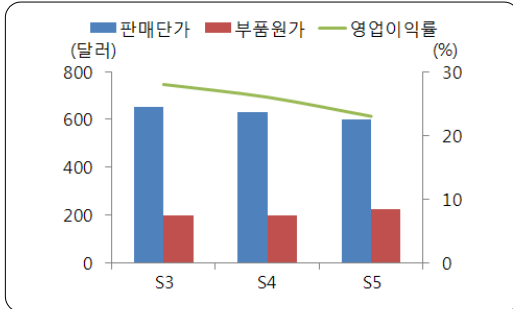
- (기술자립성 강화) 미래 신기술 선도로 특허비용 점진적 축소
 - 현재 스마트폰 평균 특허비용은 출고가의 30%로 부품원가 절반 수준
 - 국내업체의 특허비용은 과거대비 완화 추세이나, 5G 등 신기술 분야 특허 선도를 통해 향후 특허비용의 점진적 축소 가능
 - 또한 최근 중국업체의 특허경쟁력 확대 추세 견제 필요
 - ZTE, 화웨이는 각각 '13년 세계 국제특허 출원 2, 3위에 위치⁹⁾

9) 세계지식재산기구(WIPO, '14.3), "PCT Filing in 2013"



- (제조원가 절감) 설계·생산·재고관리 등 전 공급망 차원의 원가절감
 - 세계적 판가 하락세 속 하드웨어 고사양화에 따른 부품원가의 일정수준 유지로 업계의 영업이익률 감소 불가피한 실정
 - 중국업계의 공급망관리 역량 향상은 국내업계에 위협요인으로 작용
 - '00년 초부터 위탁생산, 자국내 부품조달로 꾸준한 제조역량 축적
 - 제조원가의 지속 절감 위해 전 공급망 차원의 원가절감 추진
 - (설계) 부품공용화로 규모의 경제 극대화, 구글의 초저가 스마트폰 설계 플랫폼 ‘안드로이드원(’14.9 발표)’ 채택도 대안으로 고려 가능
 - (생산) 해외 위탁생산 확대(전성기 노키아는 20%까지 위탁생산)
 - (재고관리) 제품 포트폴리오 확대 따른 시장재고 모니터링·관리

삼성 갤럭시시리즈 판가·원가 추이



자료 : 업계 인터뷰 결과('14.4)

중국업체의 공급망관리 역량비교

업체	수준	업체	수준
레노보	●	ZTE	◐
화웨이	●	위룽	◐
샤오미	◐	오포	◐
TCL	◐	지오니	◐

주 : ●강 ◐약

자료 : Gartner('14.2)

▶ (생태계 장악력) AOSP¹⁰⁾ 도입 검토 및 융합서비스 시장 선점

- (AOSP) 제조사·통신사·소프트웨어 업계간 협력에 기반한 AOSP 도입
 - 최근 구글 생태계 의존 축소 위해 자체 생태계 조성 역량을 보유한 샤오미 등 일부 스마트폰 제조사의 AOSP 도입 성과 가시화

해외 스마트폰 제조사의 AOSP 도입 사례

업체	내용
(중)	■ 안드로이드 기반 독자 운영체제 'MIUI', 자체 앱장터 '미핀' 개발
(핀)	■ '13년 MS 피인수 이후 안드로이드 운영체제에 자체 앱장터와 지도서비스, MS의 웹서비스 등을 탑재한 '노키아X' 출시
(미)	■ 자사 스마트폰과 태블릿PC에 자체 앱장터와 웹브라우저 탑재






자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성

- AOSP 도입은 국내업체의 구글 의존 축소와 동시 소프트웨어 분야 활성화 기반이 될 수 있으며, 최근 동향 감안 시 성공 가능성 존재

10) AOSP(Android Open Source Project) : 구글의 개방형 운영체제인 순수 안드로이드를 의미. 그동안 스마트폰 제조사의 안드로이드 탑재 시 구글 앱장터 등을 패키지로 동시탑재하는 것이 일반적이었기 때문에 이와 대비해 지칭

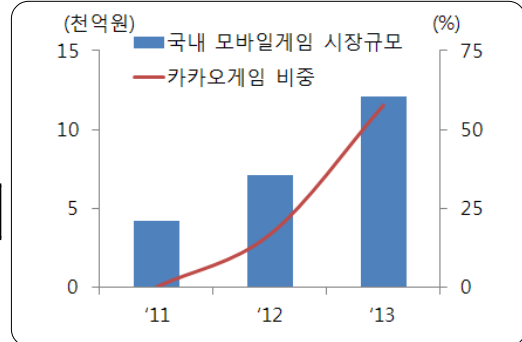
- ‘카카오게임하기¹¹⁾’ 등의 성공사례는 국내에서 구글 애플터틀 통하지 않고도 자생적인 서비스 확산이 가능함을 시사

국가별 앱장터 시장규모 순위

순위 (매출기준)	국가	증가율 (전년대비)
1		81%
2		245%
3		759%
4		64%
5		280%

주 : '13년 1~11월 기준
자료 : Distimo('13.12)

카카오의 모바일게임 시장 비중 추이

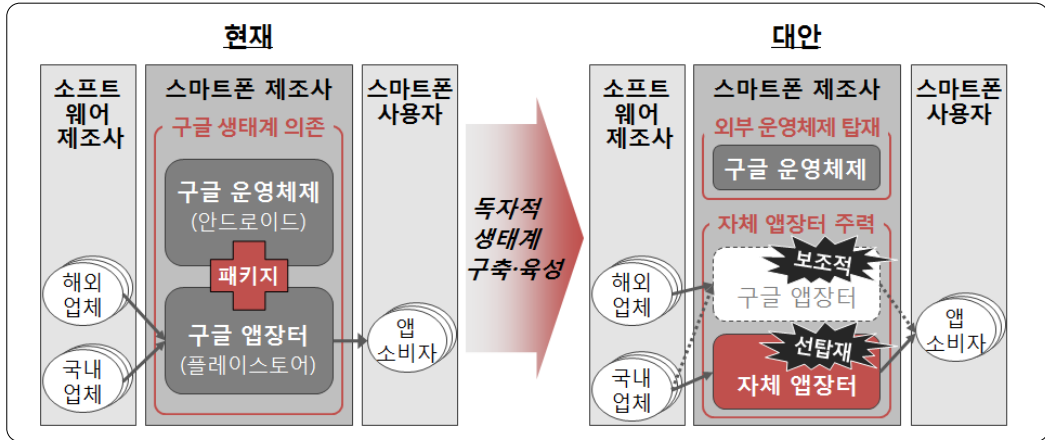


자료 : 한국콘텐츠진흥원('13.10),
카카오 IR 자료('13.12)

- AOSP 도입을 위해 제조사·통신사·소프트웨어 업계간 협력을 통한 선순환적 생태계 육성 필요
 - 제조사는 소프트웨어 역량 제고를 통해 AOSP 생태계 구축 주도
 - 통신사는 신규서비스 시범배포 등에 AOSP 업체 활용 가능
 - 구글(30%) 대비 저수수료 책정으로 소프트웨어업체 참여 확대 도모

11) 카카오게임하기 : 국내 최대 모바일메신저인 카카오톡의 서비스 중 하나로, 소프트웨어 업체들이 개발한 게임을 카카오톡에 등록하면 사용자가 다운로드하는 방식. 카카오톡은 게임 개발사로부터 약 20%의 수수료 수취

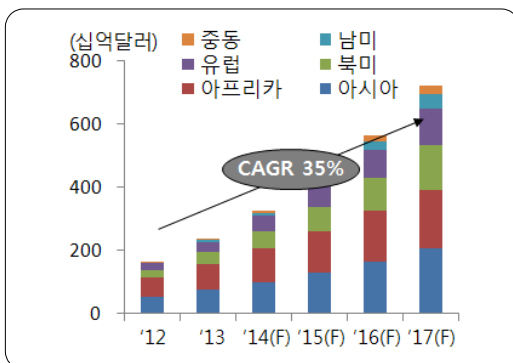
국내 스마트폰 업계의 AOSP 도입 방안



자료 : 산업은행 조사분석부

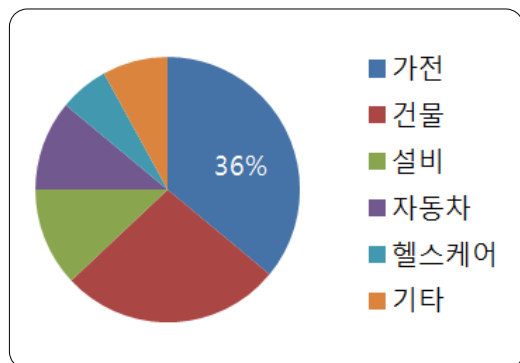
- (융합서비스) 급성장 중인 모바일결제 및 사물인터넷 시장 선점
 - 정보통신기술을 기반으로 산업융합이 활발한 가운데, 모바일결제 및 사물인터넷 시장의 급성장세에 주목할 필요
 - 세계 모바일결제 시장은 신흥국 성장세에 힘입어 35%씩 성장 예상
 - 사물인터넷 분야에서 가전기기가 전체 인터넷 연결 단말기의 36%를 점유해 최대 수요처로 부상할 전망

세계 모바일결제 시장규모 전망



자료 : Gartner('13.5)

세계 인터넷 연결 단말기 비중 전망



주 : '20년 전망 기준

자료 : 세계이동통신사업자협회('12)

- (모바일결제) 주요 금융기관 제휴 확대 및 신흥국 시장 선점
 - 최근 동 분야에서 공격적 사업추진 중인 애플의 결제 위해, 안드로이드 기반 제조사 중 선제적 대응으로 시장 주도 필요
 - 주요국의 신용카드사 등 금융기관 제휴 확대, 시장 성장세 높고 금융 인프라 취약한 신흥국 시장 선점에 역량 집중

애플의 '애플페이' 서비스 흐름도






자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성

- (사물인터넷) 가전분야 경쟁력 기반으로 기술 선도 및 시장 선점
 - 국내업계는 애플 등 경쟁업체가 미보유한 가전분야 경쟁력을 기반으로 사물인터넷 기술 주도 및 신규수요 견인 가능
 - * 해외 주요 기관들도 사물인터넷 핵심기술 중 하나로 하드웨어를 지목하고 삼성전자 등을 사물인터넷 유망기업으로 선정¹²⁾
 - 현재 애플·구글 등 해외 경쟁업체들은 공격적 M&A 등을 통해 사물인터넷 사업역량 확보에 총력
 - 국내업계의 경쟁우위 유지 및 시장선점 위해 세계 사물인터넷 기술표준 주도 및 고급 소프트웨어 개발역량 제고 필요

12) Goldman Sachs('14.6), "The Internet of Things: Making sense of the next mega-trend"

세계 스마트폰 시장 경쟁국면 전환에 따른 국내업계 전략방향

주요 스마트폰 업체의 사물인터넷 사업추진 역량 비교

	해외 주요 경쟁업체		국내 업계
			
현재 역량	↔ 中 ↔	↔ 中 ↔	↑ 高
강점	<ul style="list-style-type: none"> • 하드웨어·소프트웨어 역량 • 단일모델로 세계 최대 판매 스마트폰모델 보유 (스마트홈 시스템 구축 용이) 	<ul style="list-style-type: none"> • 소프트웨어 역량 우수 • ICT 업계 내 자사 운영체제 (안드로이드)의 압도적 영향력 	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 가전시장 선도 (자사 제품만으로도 일정규모 이상의 시장선점 가능) • 타사제휴 필요성 적음
약점	<ul style="list-style-type: none"> • 가전 제조경험 미보유 • 가전제조사 등 타 업체들과 제휴 및 공동개발 부담 	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업 경험·이해도 취약 (모토로라 인수 후 시너지 창출 미흡으로 레노보에 재매각) 	<ul style="list-style-type: none"> • 고급 소프트웨어(인공지능 등) 역량 상대적 취약 • 운영체제 파편화로 개발 효율 저하 우려
최근 사물인터넷 관련 행보	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트홈 플랫폼 '홈킷' 공개 및 외부 소프트웨어 개발 생태계 기반 마련 • 필립스(네)·하이얼(중)·오스람(독) 등과 제휴 	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트홈 관련 하드웨어 업체들의 공격적 M&A • 스마트카, 웨어러블기기 전용 운영체제 출시 	<ul style="list-style-type: none"> • (삼성) 관련 기술업체 인수, 세계 양대 기술표준 참여 • (LG) 그룹차원 역량 집중, 주요 기술표준 참여 • (팬택) 관련기기 수출확대

자료 : 해당기업 보도자료 등을 토대로 산업은행 조사분석부 작성