

국내외 스마트폰 시장 분석과 전망

Mar. 25, 2010



Copyright © 2010 by INFIDES Co., Ltd.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means — electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise — without the permission of INFIDES.

I. 국내외 스마트폰 현황 분석과 전망

II. 이동통신 에코시스템 이슈와 전망

I. 국내외 스마트폰 현황 분석과 전망

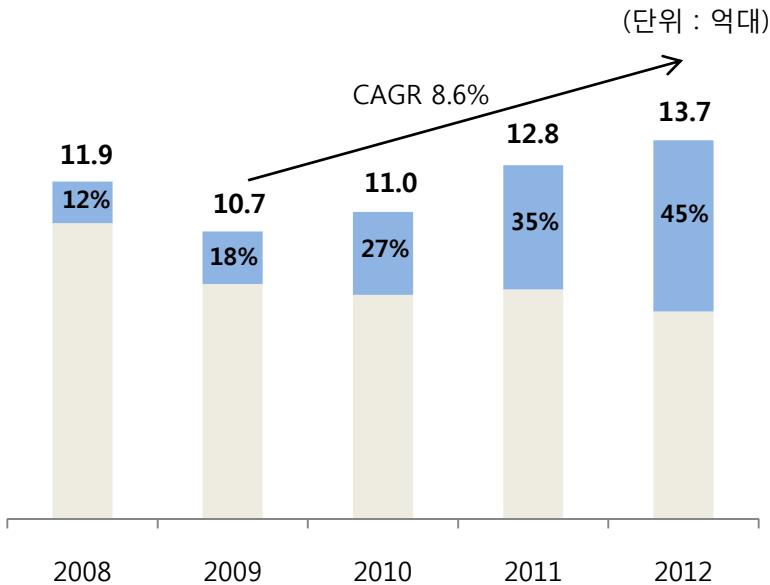
II. 이동통신 에코시스템 이슈와 전망

1. Global Market

1-1. Global Handset & Smartphone Market

2012년을 전후로 전세계 스마트폰은 휴대폰 출하량의 45%를 차지하며, Symbian과 2위 그룹 간의 Gap이 줄어드는 동시에 2위 그룹 내 경쟁 구도에 변화가 발생할 것으로 전망

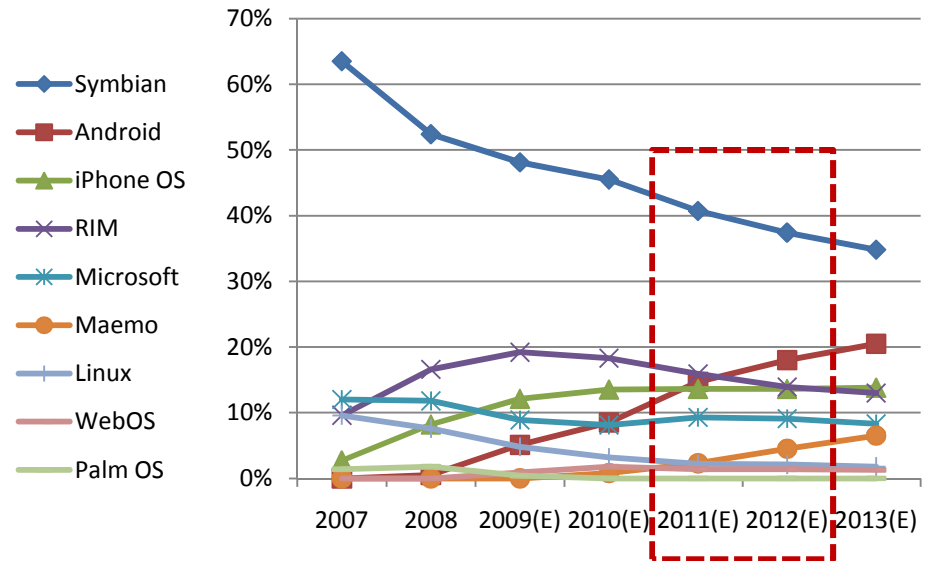
[Global Handset Market Forecast]



SOURCE: Gartner, RJ&A, 인피데스 편집, 2009

▪ iPhone로부터 촉발된 스마트폰의 수요가 핸드셋 시장의 견인차 역할을 할 것이며, 이에 따른 IT 업계 전반에 걸친 투자와 소비가 원활히 수행되는 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망됨

[Global Smartphone Market Forecast]



SOURCE: Gartner, KTB투자증권, 인피데스 편집, 2010

▪ 주요 조사기관들의 발표자료에 따르면, 2011년~2012년경 현재의 Symbian > RIM > iPhone 구도는 Symbian > Android > iPhone으로의 변화, 2위 그룹 OS 플랫폼 간의 구도 균열이 발생하는 동시에 Symbian과의 격차도 줄어들 것으로 전망됨

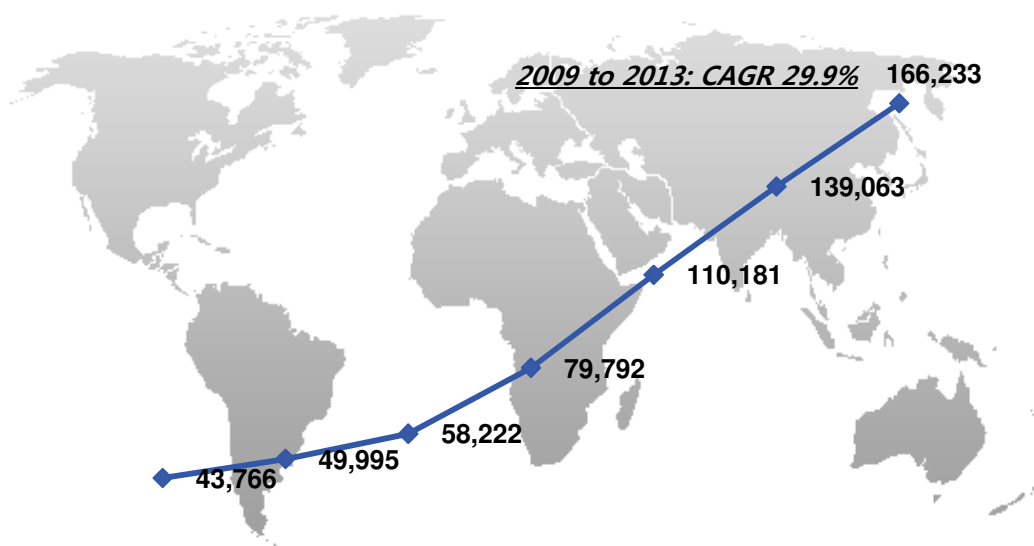
1. Global Market

1-2. Global Smartphone Revenue

2009년~2013년까지 글로벌 스마트폰 시장은 29.9%의 CAGR로 성장할 것이며, 특히 서유럽이 글로벌 시장 매출의 주요 축을 형성해 갈 전망

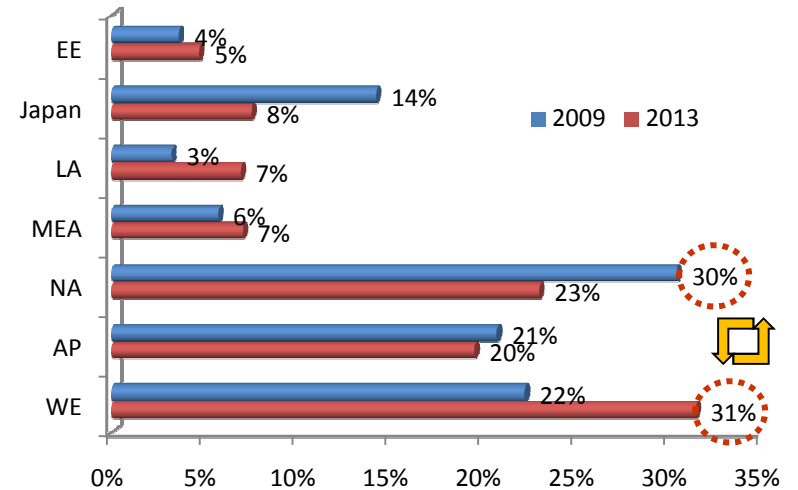
[Global Smartphone Revenue]

단위 : mil USD



2007 2008 2009(E) 2010(E) 2011(E) 2012(E) 2013(E)

SOURCE: Gartner, KTB투자증권, 인피데스 편집, 2010



- 서유럽의 글로벌 스마트폰 비중은 지금보다 높아지며(9% ↑), 현재의 미국 시장 비중을 대체할 전망이다
- 일본은 스마트폰 보급과 동시에 고사양 Feature 폰에 대한 꾸준한 수요로 인해 Revenue 측면에서 상대적인 비중은 줄어들 전망이다

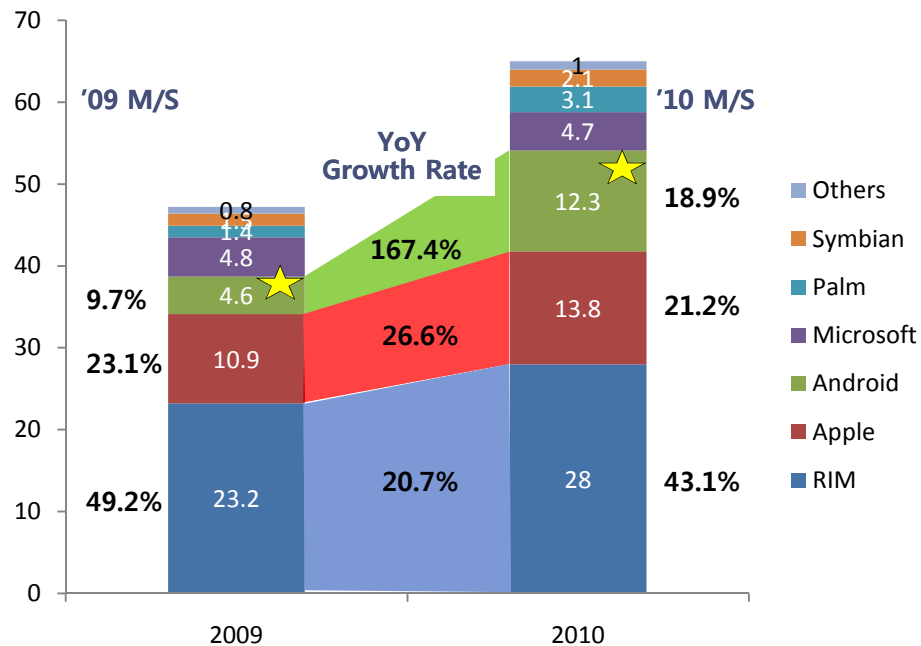
2. 미국

2-1. Smartphone OS/벤더

2010년 미국(북미) 시장은 RIM, Apple, Android가 90%의 M/S를 차지할 것이며, Android 단말을 제외한 대부분 OS 단말 비중은 줄어들 것으로 예상

[북미/미국 Smartphone OS 전망]

단위 : 백만대



SOURCE: Canals, 2010. 2, 인피데스 편집

- Canals에 따르면, 북미 스마트폰 시장은 2010년 전년대비 38% 성장한 6500만대 규모 성장 예상
 - 안드로이드 단말은 2010년 1230만대로 급속한 성장세
 - BlackBerry, iPhone, Android가 전체 스마트폰 시장의 80%
 - 2009년 4720만대(2008년 대비 27% 성장)
- Pyramid Research에 따르면, 스마트폰은 2009년 미국 내 신규 출시 단말의 31%(2008년 15%), 2014년 60%에 이를 전망
 - BB 단말은 2009년 미국 스마트폰 시장의 50%에 가까운 것으로 추산
 - 그러나, 후발 벤더들의 스마트폰 M/S는 지속적으로 확대됨에 따라 37%까지 감소, 2014년에는 22%까지 줄어들 전망

2. 미국

2-2. 이동통신사업자

AT&T에 스마트폰 주도권을 내 준 1위 이동사 Verizon은 우수한 3G 네트워크 커버리지, LTE의 조기 상용화 및 적극적 Android 단말 프로모션을 통해 iPhone 역공을 노리고 있음

Device

Network



- **Android, Palm 등 스마트폰 포트폴리오 확대:** 2010년 상반기부터 델의 첫 스마트폰을 포함, 안드로이드 기반 스마트폰 5종과 팜 스마트폰 2종 출시 계획
→ 2010년 중반 iPhone 독점 계약 만료에 대비, Apple 편향 의존도 최소화
- **메시징 기능을 강조한 Feature폰의 다수 출시:** 2010년 현재 전체 후불제 가입자중 30%가 킷메시징폰 이용
→ 일반 이용자를 대상으로 스마트폰 활용 저변 강화

- iPhone 도입 이후 데이터 트래픽이 2006년 2분기 대비 3년 만에 50배나 급증, 이로 인한 빈번한 Network Failure 발생
- **2010년 LTE Trial, 2011년 상용화:** 2009년 6대 주요 도시의 3G 무선접속속도를 2배 수준으로 향상 및 2010년까지 25개 대도시 지역, 2011년까지 90%에 달하는 3G 서비스 지역으로 확대 계획
- **Wi-Fi 투자 강화:** Apple iPad 등의 출시에 대응해 Wi-Fi 이용을 적극 장려하는 한편 Wi-Fi에 대한 추가 투자 계획



- **안드로이드(Droid)의 스마트폰 전략 단말화:** 2010년 상반기 도입 예정인 AT&T에 앞서 HTC, Motorola 등 Android 단말 출시를 통해 iPhone 역공
- '10년 3월 현재 약 20종의 스마트폰 단말을 제공 중: Palm Pre, 삼성 옴니아 2, HTC Droid, 모토로라 Droid, Blackberry Storm, HTC Imagio 등

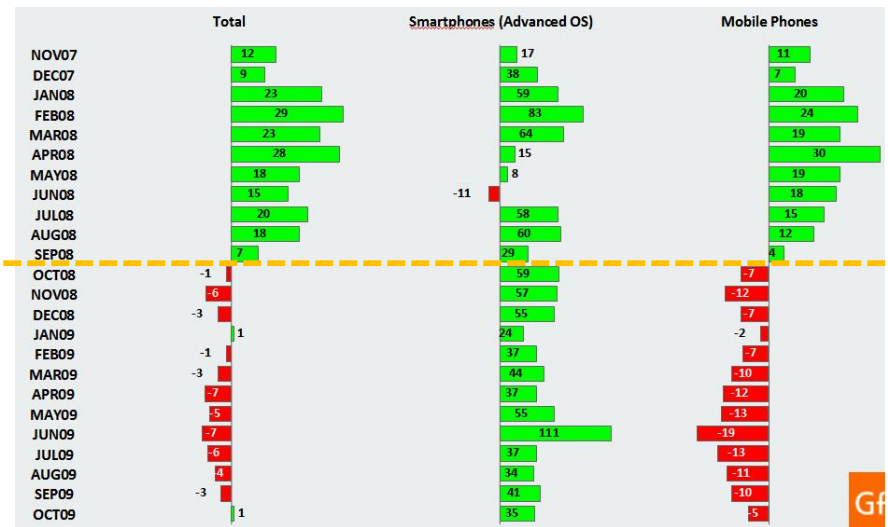
- **2010 2H LTE 상용화:** 2010년 9월 25~30개 도시에서 4G LTE 네트워크를 상용화로 신규 데이터 트래픽에 대응 계획. LTE 상용화 시 종량제 기반의 데이터 요금제 도입 가능성 높음
- **대체망은 소극적 대응:** 자사 스마트폰에서는 Wi-Fi 기능을 제외하는 등 Wi-Fi에는 소극적인 입장. 데이터 트래픽 분산보다는 인터넷 가입자에 대한 부가가치 제공의 관점에서 Wi-Fi 서비스를 도입

3. 영국

3-1. Smartphone OS/벤더

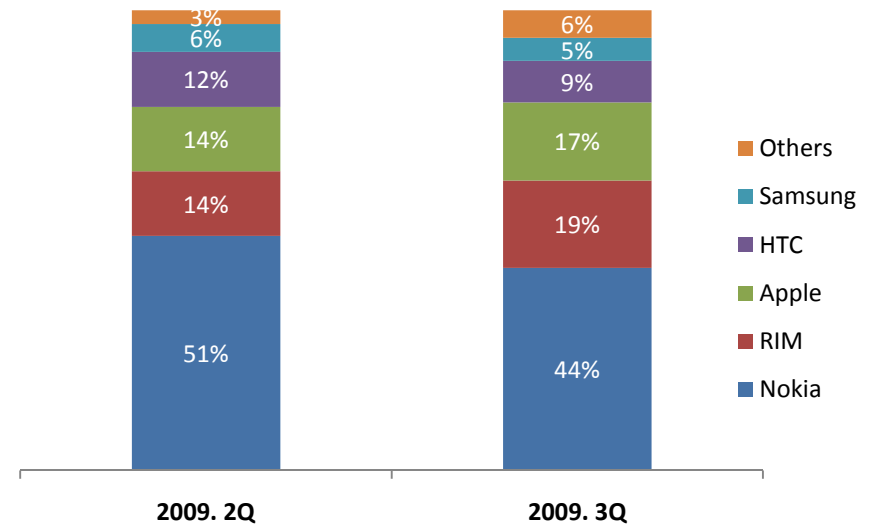
스마트폰은 2008년 10월 이후 감소 국면을 맞고 있는 전체 휴대폰 시장의 완충 역할을 하고 있으며, 2009년 3Q말 시점 Nokia의 위축세 가운데 RIM이 Apple의 점유율을 넘어선 상황임

[영국 휴대폰 시장 성장률 추이 변화]



SOURCE: GfK, UK, 2009. 11, 인피데스 편집

[영국 스마트폰 시장 현황: 벤더 점유율 변화]



SOURCE: Nielsen, 2009. 11, 인피데스 편집

- 2008년 4Q 이후 영국 시장의 휴대폰 출시는 마이너스 성장 중
- 이 시기 이후, Feature Phone의 성장률 하락세를 거듭하고 있으나 스마트폰이 지속적인 성장을 보이며, 전체 단말 시장 성장을 위한 버팀목 역할을 하고 있음
 - 2009년 10월 시점, 스마트폰은 판매량 기준으로 전년 동월 대비 35% 성장(전체 휴대폰은 0.9% 성장)

- 2009년 3Q, Blackberry가 iPhone을 제치고 스마트폰 2위 차지
- RIM, Apple 양사의 스마트폰 시장 점유율 확대에 따라 영국 내 1위 스마트폰 OS 벤더인 Nokia의 입지는 위축세를 보이고 있음

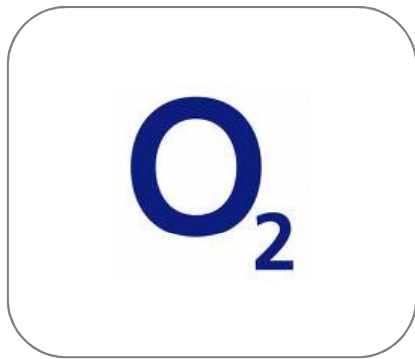
3. 영국

3-2. 이동통신사업자

역내 ARPU나 Data 매출 면에서 상당한 격차로 앞선 O2는 iPhone 성공 이후 스마트폰의 Mass 시장 확대 전략 실행 단계에 접어들었으며, Litmus를 통한 개방적 에코시스템 지원에 적극 대응 중

Device

App Store



- **스마트폰 Mass 확대 전략:** HTC와의 스마트폰 독점 계약을 통해 이통사 이미지 보존 측면 보다는 스마트폰 Mass 확대라는 실리 추구 전략 채택
- 신규 라인업 상에서 스마트폰에 대한 집중도를 강화와 동시에 디자인(>기능성), 환경 등의 니즈 고려, 피쳐폰 라인업에서 신규 모델 발굴 유지

Litmus

- Windows Mobile, 심비안, Java ME, Flash Mobile, Blackberry, WebOS 등 총 6개의 플랫폼 지원
- 2010년 초 시점, 유료 어플리케이션 458개, 무료 65개, 커뮤니티 테스트용 어플이 22개
- 네트워크 API 접속, 기술지원, 호스팅 스폰서, 포럼, 유저 커뮤니티 등에 대한 지원



- **iPhone 단말 수용에 대해 소극적 입장,** 도입한 지역이라도 비독점 계약 형태를 취하고 있음
- **벤더 협력을 통한 공동 단말 개발:** 거대 이통사로서 상대적으로 높은 벤더 협상력에 기반, 사업자 고유의 요구 사항을 적극적으로 반영하기 위해 공동 개발을 통한 단말 출시 빈번(BlackBerry Storm, HTC Magic)

Vodafone 360

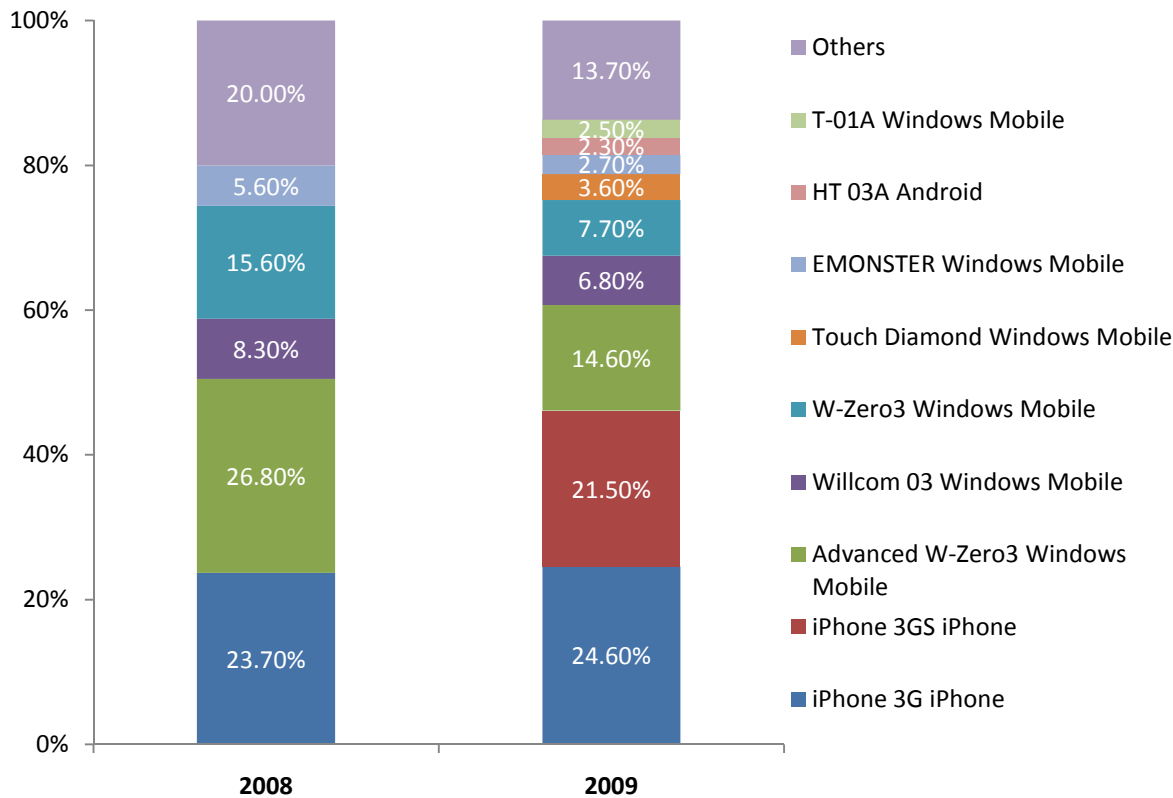
- 앱스토어를 포함해 통합주소록, 지도, 사진, SNS 등 다양한 기능을 결합한 무선 포털
- 협력 이통사들과의 공동 개발연합체(JIL)을 통해 광범위한 개발자 에코시스템과 가입자 기반을 확보하는 한편, 특정 단말이나 통신사에 종속되지 않고 다양한 단말을 이용하는 타사 가입자에까지 서비스 범위 확대

4. 일본

4-1. Smartphone OS/벤더

Windows Mobile의 일본 스마트폰 독주는 2009년 iPhone 3GS 이후 종지부를 찍었으며, 2010년은 Android가 새로운 시장 구도 형성 요인으로 등장

[일본 스마트폰 시장 동향: OS/단말別]



▪ Windows Mobile vs iPhone OS의 양강 구도 단기 유지

- 일본 스마트폰 시장의 전통적 강자였던 Willcom은 Windows Mobile을 주력 OS로 출시해 왔으나, 2007년 Softbank iPhone 출시를 기점으로 OS 시장 구도에 균열 진전 중
- 2009년 말 시점, iPhone은 전체 일본 스마트폰 시장의 46.1%를 차지, 일본 내 점유율 1위



▪ 2009년 HTC의 Android 단말(HT 03A/NTT DoCoMo) 출시를 기점으로 급속한 시장 점유율 확대 예상

SOURCE: impress 2010, 인피데스 편집

4. 일본

4-2. 이동통신사업자

iPhone으로 스마트폰 승기를 잡은 Softbank는 Feature Phone의 Wi-Fi 지원, Android 라인업 확대 및 요금제 경쟁력 확보 등 공격적 전략을 통해 데이터 이용 관련 고객 Loyalty 극대화 추구

	Device	Price Plan
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 초기 시장 주도권 공고화: 아이폰으로 일본 스마트폰 시장 주도권을 확보. → HTC, Toshiba, Samsung 등 다양한 제조사로부터의 단말 공급선 확장 계획 ▪ 단중기 이슈로는 Wi-Fi, Android: 기능면에서는 Wi-Fi 지원 단말 확대 (Feature폰 5종, 스마트폰 2종), OS면에서는 2010년 봄을 기점으로 안드로이드 도입 본격화 예상 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 데이터 정액제의 경우 사용패킷량(12,250~71,250패킷)에 따라 요금 차등부과하고 있음 ▪ 스마트폰 데이터 사용량 증가에 따른 트래픽 안전 조치 차원에서, 2009년 12월, 무제한 정액제(5985엔/월)는 1.28GB를 이용 상한선으로 제한 ▪ Wi-Fi 전용 요금제 지원
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 단말 라인업 재편성: 기존의 가격 중심의 단말 분류를 폐기, Life Style (Style/Prime/Smart/Pro) 단말 라인업 재구성 ▪ OS 다원화 전략: iPhone 도입 실패 후, Windows Mobile(삼성전자), Android(HTC/Sony Ericsson), Blackberry 등 다양한 OS 단말 대응 • '10년 4월 Sony Ericsson의 Xperia 도입을 통해 Android 라인업 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 경쟁사 Follower 전략: 2008년 7월 구간별 데이터 요금제 적용, 2009년 데이터 정액요금제 인하 등은 각각 SoftBank, KDDI의 선제적 요금 조치에 추동된 조치 → 기본적으로 DoCoMo의 요금제는 후발 사업자들의 요금 전략에 반응하는 수동적 전략 추구

5. 국내

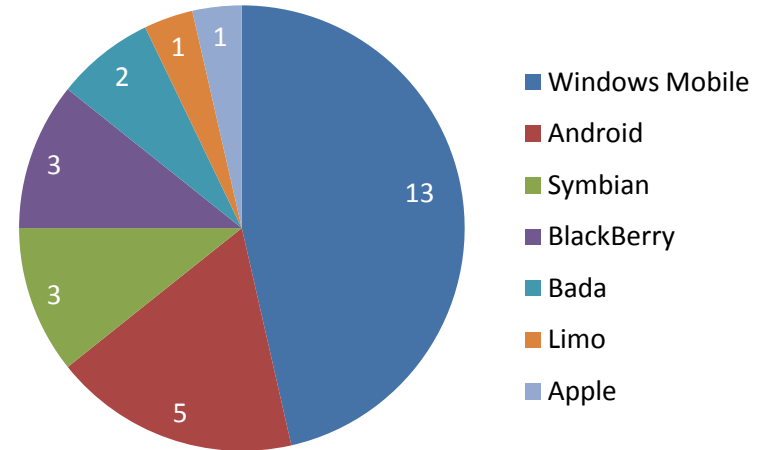
5-1. Smartphone OS/벤더

2009년 iPhone과 Windows Mobile(옵니아) 간의 2강 경쟁 구도로 막을 내렸으며, 2010년은 Android, iPhone, WM-BB의 1강 1중 2약화됨에 따라 스마트폰의 새로운 경쟁 질서 발생

[국내 스마트폰 OS 플랫폼 출시 현황과 전망]

스마트폰 OS/플랫폼	벤더	모델명	출시시점
Windows Mobile	HTC	HD2	2010. 1H
	LG전자	210 시리즈(3종)	2010. 1
	삼성전자	옵니아 패밀리(5종)	2009. 10
	LG전자	인사이트(2종)	2009. 2
	HTC	터치다이아몬드	2009. 3
	HTC	터치듀얼	2008. 7
	Sony Ericsson	Xperia X1	2009. 3
Symbian	Nokia	6210S	2009. 4
	Nokia	5800 Express Music	2009. 11
	Nokia	N87(X10)	2010. 4Q
Android	Motorola	모토로이	2010. 2
	LG전자	안드로-1	2009. 3
	삼성전자	미정	2010. 4
	Motorola	Quench	2010. 1H
	Sony Ericsson	Xperia X10	2010. 5
BlackBerry	RIM	BB 9700	2010. 1H
	RIM	BB Storm 2	2010. 1H
	RIM	BB Bold	2008. 12
Apple	iPhone	3GS	2009. 11
Bada	삼성전자	Wave	2010. 5
	삼성전자	S8500	2010. 5

2009-2010 국내 스마트폰 OS/플랫폼별 출시 기종



SOURCE: 2010년 3월 시점 미디어 자료 취합 기준, 인피데스 정리

- 국내 시장은 전통적으로 Windows Mobile이 강세를 이뤘으나, 2010년은 HTC, LG전자의 1종씩을 제외하고는 아직 출시 발표된 바 없음
- iPhone 차기작 출시 전까지는 Android가 국내 스마트폰 성장의 중추적 역할을 할 것으로 예상

SOURCE: 미디어 종합, 인피데스 정리, 2010

5. 국내

5-2. 이동통신사업자

2010년은 국내 이통 3사 공히 Android 단말에 대한 라인업 비중을 스마트폰의 50% 이상 가져갈 것이며, 300만대 이상의 스마트폰 출시 예상

[2010년 국내 이통사 스마트폰 OS 플랫폼 출시 일정 및 전략]



출시/보급 목표	SKT	KT	LG U+
출시/보급 목표	<ul style="list-style-type: none"> - 전체 라인업 50~55종 중 약 15종(27~30%)을 스마트폰으로 구성 - 200만대 보급 목표 	<ul style="list-style-type: none"> - 전체 라인업 30~40종 중 스마트폰 10종과 15종의 WiFi 지원 피쳐폰 출시 - 180만대 보급 목표 	<ul style="list-style-type: none"> - 7~8개 출시 예정이며, 3G(WCDMA) 서비스 부재로 외산폰보다는 국산폰 위주의 라인업 계획
전략 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 안드로이드 비중 80% 이상(13종). 스마트폰 포트폴리오는 향후 환경에 따라 변화될 것이며, 삼성 바다 OS나 노키아 심비안OS도 도입 고려대상 - 인당 평균 4만원의 높은 보조금 지급 예정. 안드로이드 단말 중심의 공격적 마케팅 예상 	<ul style="list-style-type: none"> - 안드로이드 비중 50% 이상(7~8종). WiFi 존 추가 증설(1.3만개에서 2.7만개로) - 보조금 정책 유지/강화 예상: 현재 동사 스마트폰 가입자의 월평균 요금은 5만원 이상으로 기존 피쳐폰의 ARPU대비 40% 이상 높음 	<ul style="list-style-type: none"> - 당분간 스마트폰에도 위피 탑재, 일반폰 이용자에 익숙한 콘텐츠 활용 - 안드로이드폰 라인업은 3~4종
2010 1H 주요 단말 출시 일정	<ul style="list-style-type: none"> - 상반기 중 5~6종 출시 예정: 삼성전자 첫 안드로이드폰(SHW-M1000S), 바다폰 WAVE, 소니에릭슨 엑스페리아 X10, 모토로라 Quench, HTC HD2, 블랙베리 등 	<ul style="list-style-type: none"> - LG전자 210 시리즈(KU2100) 1월, 3월 LG-KH5200 3월 각각 출시 - 상반기 중 삼성전자의 안드로이드폰 바다폰과 외산폰 1개 모델 출시 계획 	<ul style="list-style-type: none"> - 상반기 중 LG전자 제품(WM, WIPI 탑재), 삼성전자 안드로이드폰 출시 예정

SOURCE: 미디어 종합, 인피데스 정리, 2010

목 차

I. 국내외 스마트폰 현황 분석과 전망

II. 이동통신 에코시스템 이슈와 전망

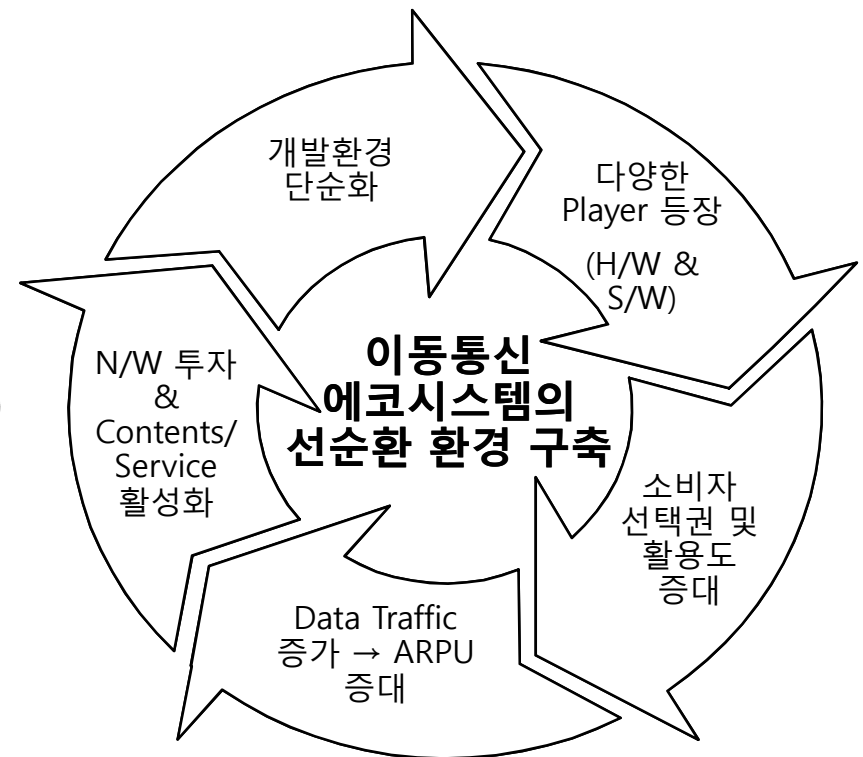
1. 스마트폰, 선순환 이동통신 에코시스템 구축

기술, 플레이어, 시장 및 소비자 등 산업 전 영역에 걸친 환경 변화는 스마트폰의 활성화를 기점으로 이동통신 생태계(Ecosystem)의 선순환 고리 형성 중

[스마트폰 출시 전후의 이동통신 환경 변화]

Technology	<ul style="list-style-type: none"> - Open OS - Chipset 성능 고도화 - 네트워크의 보편 재화화
Player	<ul style="list-style-type: none"> - Content: 아이폰의 콘텐츠-유통플랫폼-디바이스 최적 결합을 통한 새로운 이용자 경험 제공 - Developer: 오픈 마켓 중심의 개발자 파워 응집 - MNO: 데이터 정액제 도입, Walled Garden 완화/해체
Market	<ul style="list-style-type: none"> - Application Market 활성화를 통한 모바일 앱/서비스 유통 방식의 변화
Consumer	<ul style="list-style-type: none"> - 스마트폰을 통한 이용자 모바일 데이터 활용 패턴 변화 - 서비스/콘텐츠에 대한 피드백 및 사용자 간 의견 공유 활성화

[선순환 Eco system 구축]



2. 스마트폰 확산에 따른 이동통신 에코시스템

앱스토어 국내 규제

- 방통위 및 게임진흥법과 Apple, Google의 콘텐츠 유통 Policy의 상충
 - 現 방통위, 유튜브 아이폰 동영상 업로드 규제(인터넷 본인 확인제 위반) 검토 중

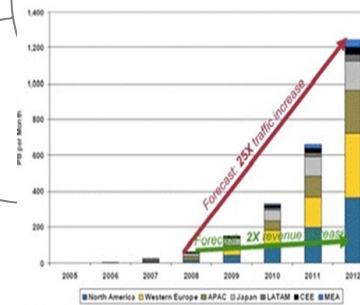
SNS의 열린 가능성

- SNS는 실시간성, 개인성, 메시징(정보와 뜻의 전달)을 서비스 구성을 위한 핵심요인이라는 점에서, 데이터 정액제에 기반한 스마트폰에서 최적 구현이 가능 서비스
- 위치정보, 주소록 등과 연계한 새로운 형태의 Rich 커뮤니케이션(Messaging 2.0) 및 다양한 New BM 형성 가능성 존재

Anroid, Next iPhone?

- 글로벌리, 이통사들의 전폭적 지원을 입으며 다양한 라인업 출시를 기약했다는 점에서 스마트폰 OS 시장의 경쟁 구도 변화를 초래할 전망
- 다만, 벤더별, 이통사별 다른 제원으로 제작되어야 하므로, 시장 초기 시점, 아이폰 대비 개발 집중도 면에서 상대적으로 낮은 단말 완성도로 인한 烏合之卒의 모습 극복 관건

MNO Blues



- 이통사 Cannibal 이슈: SNS, VoIP, Off-deck Applications/Contents
- 이통사 BM 변화: Dummy Pipe화
- 네트워크 트래픽: 대체망, 차세대망 투자, 데이터 사용/요금제 제한

3. 통신 Paradigm Shift 전망

스마트폰으로 촉발된 이동통신 산업의 패러다임의 변화는, 향후 NO → 서비스 구현 역량을 확보한 Platform Enabler → Device Vendor로 산업 Hegemony와 가치 전이가 이뤄질 전망

	Phase I Network	Phase II Platform(OS/SVC)	Phase III Device
Hegemony	Network Operators	SVC/Platform Enablers	Device Vendors
특징	<ul style="list-style-type: none"> - NO를 정점으로 한 수직적 폐쇄적 통신 에코시스템 - NO가 Value Chain 컨트롤 타워 역할 	<ul style="list-style-type: none"> - 네트워크, 포털, 플랫폼, 단말, 콘텐츠 등 다양한 영역의 Big Player들이 단말/서비스 Platform 영역으로 진입 - 산업 내, 산업 간 전방위적 경쟁 격화 	<ul style="list-style-type: none"> - 생활 전반에 걸친 통합적 서비스 가치 지향 - Multi Screen(4+)에서의 동일한 고객 서비스 경험 제공
SVC Space	- Nomadic	- 직장-Nomadic-가정 각 공간에서의 부분적 통합 SVC 지원	- 직장-Nomadic-가정 전반에 걸친 통합적 SVC 제공
Key Players	- BT, FT, Vodafone, Orange, NTT DoCoMo, SKT, KT...	- Google, Apple, RIM, Cisco, Amazon	- SEC, LGE, Sony, Dell, GE...
KSF	<ul style="list-style-type: none"> - Network 자원의 상대적 효용성(주파수 대역) - 양질의 콘텐츠 Pool - 하드웨어(단말) 경쟁력 	<ul style="list-style-type: none"> - 양질의 개방형 콘텐츠 Pool - SVC, Device 간 유기적 결합 역량: 개인정보 기반 LBS, SNS, 멀티미디어 등 Mashup SVC Platform + 3 Screen - 에코시스템 통합 확장 역량 	<ul style="list-style-type: none"> - 통합 솔루션 구축 역량: Network-Cognitive Radio-Platform-Digital Device) - Total Life Brand 역량

Paradigm 변화 동인

- 1
- Network의 범용재화(=dummy)화
 - 스마트폰, 앱스토어 등을 통한 플랫폼, 디바이스의 개방화
 - SoC 고도화

- 2
- OS 및 서비스 플랫폼의 범용재화화
 - Device의 Smart화
 - 서비스의 멀티디바이스 이용 니즈 강화(Beyond 3/4 Screen)

감사합니다.

조현도 수석연구원

sonyun@infides.co.kr

02-556-2280

<http://www.infides.co.kr>

<http://infides.tistory.com>

iNFIDES
Research & Consulting