

인도 스마트폰 시장 및 업체 현황

오정숙*

1. 서론

중국을 포함한 글로벌 스마트폰 시장이 성숙기 진입으로 성장 둔화가 본격화 되고 있는 가운데 인도는 두자리수 성장률을 기록하고 있어 전세계 스마트폰시장을 이끌어 갈 유일한 시장으로 주목받고 있다. 특히, 그 동안 폭발적인 성장으로 최대 스마트폰 시장으로 부상한 중국이 시장 포화로 2015년을 기점으로 저성장이 지속됨에 따라 글로벌 스마트폰시장에서 인도의 중요성은 더욱 커지고 있다.

이에 따라 삼성전자와 LG전자, 인도 현지 업체, 중국 업체는 물론 고사양의 스마트폰에 집중해온 애플까지 인도에 진출해 각축을 벌이고 있다. 본 고에서는 인도 스마트폰시장의 중요성을 규모와 성장성 측면에서 살펴보는 한편, 스마트폰업체의 시장성과와 전략을 분석해 인도 스마트폰시장에 대한 이해를 제고하고자 한다.

2. 인도 시장 규모 및 업체 현황

(1) 인도 스마트폰 시장 성장 추이 및 전망

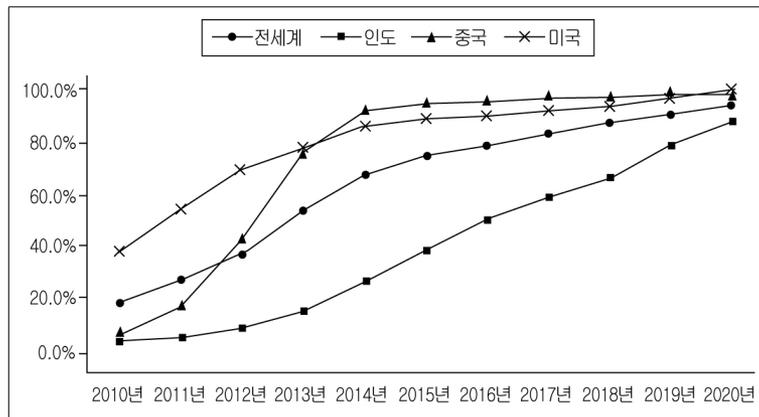
Gartner(2016. 6)에 따르면, 2015년 인도는 출하대수 기준 중국, 미국에 이어 세

* 정보통신정책연구원 ICT전략연구실 부연구위원, (043)531-4264, redrock5@kisdi.re.kr

번째로 큰 스마트폰 시장 규모를 형성하고 있다. 글로벌 시장에서 차지하는 국가별 비중은 중국이 29.2%, 미국이 12.2%, 인도가 7.5%로 인도 스마트폰시장은 중국의 약 1/4수준이다. 성장률은 2015년 전년 대비 중국이 1.9%로 2014년 23.4%에서 한자리수대로 급락하였고 미국도 전년 두자리수 성장에서 2015년 8.3%로 성장률이 둔화된 반면, 인도는 2015년에도 성장률 42.8%로 고성장을 이어갔다.

향후에도 인도 스마트폰 시장은 중국과 미국과 달리 보급률이 높지 않아 두자리수대의 성장을 지속할 것으로 전망된다. 2015년 출하된 전체 휴대폰에서 스마트폰이 차지하는 비중의 경우, 중국은 94.2%, 미국은 88.8%인 반면 인도는 39.1%에 불과하다. 인도의 스마트폰 시장은 성장추세가 이어져 2020년 대수 기준으로 중국 다음으로 큰 시장으로 성장하여 글로벌 스마트폰 시장의 13.7%, 중국의 약 66.2%의 비중을 차지할 것으로 전망된다(Gartner, 2016. 6).

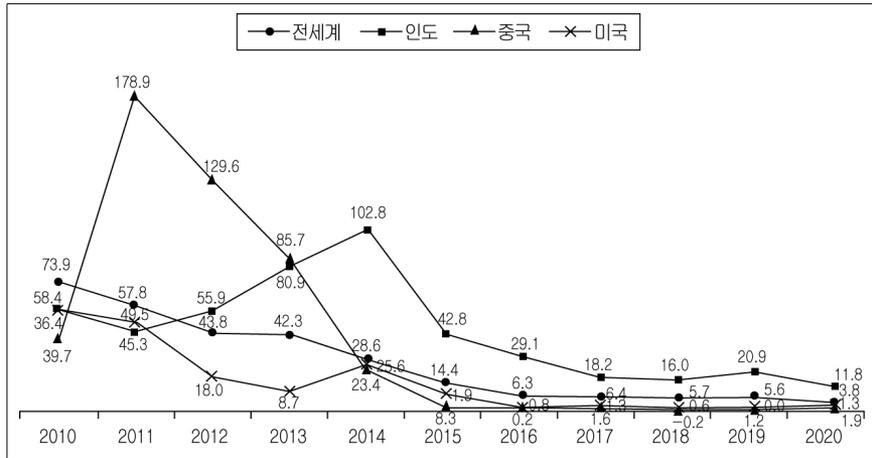
[그림 1] 인도, 중국, 미국의 전체 휴대폰에서 스마트폰 비중



주: 출하대수 기준임

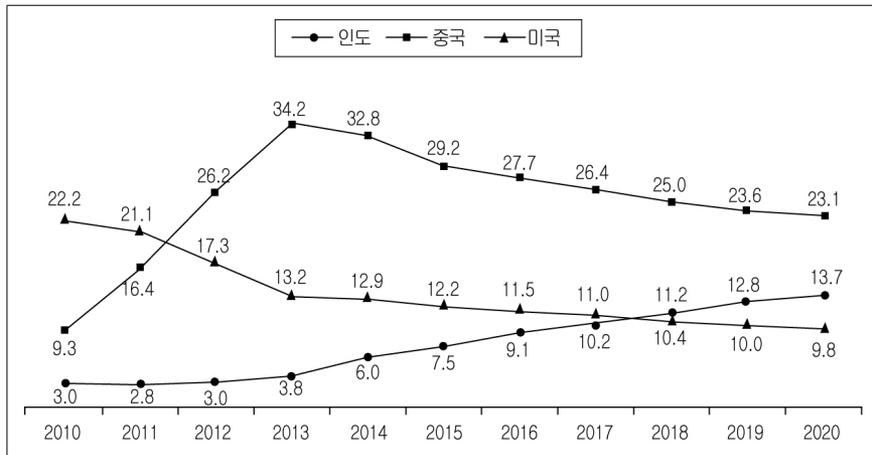
자료: Gartner(2016. 6) 재구성

[그림 2] 인도, 중국, 미국의 스마트폰시장 성장률 추이 및 전망
(단위: %)



주: 출하대수 기준임
자료: Gartner(2016. 6) 재구성

[그림 3] 인도, 중국, 미국의 전세계 스마트폰 점유율 추이 및 전망
(단위: %)



주: 출하대수 기준임
자료: Gartner(2016. 6) 재구성

(2) 인도 스마트폰 시장 업체별 시장성과

Gartner(2016. 8)에 따르면, 2016년 상반기 기준 인도 스마트폰 시장은 삼성전자와 인도 현지업체가 양분하고 있는 가운데 중국업체가 약진하는 양상이다. 상위 5개업체 중 삼성전자와 인도업체인 Micromax가 각각 19.0%, 14.9%의 두자리수 점유율로 1위, 2위를 차지했으며, 인도업체인 Intex와 Lava가 각각 3위, 5위 중국업체인 Lenovo가 4위를 기록한 것으로 나타났다.

한편, 점유율 변화를 살펴보면 상위 5위업체 중 Lenovo만 점유율이 증가하였고, 삼성전자, Micromax, Intex, Lava 포함 4개업체 모두 점유율이 하락하였다. 또한, 중국의 시장 둔화가 본격화된 2015년부터 활발히 인도에 진출한 중국업체 중 Xiaomi를 제외한 대다수의 업체가 점유율이 증가한 것으로 나타났다.

〈표 1〉 인도 스마트폰시장 주요 업체 점유율 추이(2015~2016)

순위	업체명	2015년				2016년		증감율		
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	2015 상반기	2016 상반기	증감율
1	삼성전자	26.7%	19.6%	20.6%	19.0%	19.4%	18.6%	22.8%	19.0%	△3.8%
2	Micromax*	16.5%	18.5%	18.3%	13.5%	14.9%	14.9%	17.6%	14.9%	△2.7%
3	Intex*	7.2%	11.4%	10.6%	10.7%	9.8%	8.1%	9.5%	8.9%	△0.6%
4	Lenovo**	4.4%	5.7%	7.8%	10.3%	8.2%	7.8%	5.1%	8.0%	2.8%
5	Lava*	6.3%	6.5%	7.2%	7.0%	7.3%	4.3%	6.4%	5.8%	△0.6%
기타	Karbons*	4.0%	5.0%	3.4%	1.4%	4.2%	6.7%	4.5%	5.4%	0.9%
	Gionee**	1.6%	1.6%	1.6%	2.4%	3.5%	3.2%	1.6%	3.4%	1.7%
	Xiaomi**	4.8%	4.0%	3.9%	4.3%	3.1%	2.8%	4.3%	2.9%	△1.4%
	BBK(Vivo)**	0.1%	0.6%	0.9%	2.0%	2.6%	2.8%	0.4%	2.7%	2.3%
	OPPO**	0.5%	0.8%	1.0%	1.4%	2.4%	2.5%	0.7%	2.5%	1.8%
	Apple	1.7%	1.8%	1.0%	2.6%	2.2%	2.3%	1.8%	2.2%	0.4%

순위	업체명	2015년				2016년		증감율		
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	2015 상반기	2016 상반기	증감율
기타	Huawei**	0.7%	1.6%	1.2%	1.4%	1.1%	1.4%	1.2%	1.3%	0.1%
	ZTE**	0.3%	0.7%	1.0%	0.9%	0.8%	1.3%	0.5%	1.1%	0.6%
	LG전자	0.8%	0.5%	0.3%	0.4%	0.2%	0.3%	0.6%	0.3%	△0.4%

주: 1) *는 인도업체, **는 중국업체

2) 출하대수 기준임

자료: Gartner(2016. 8) 재구성

중국업체의 약진은 출하대수를 살펴보면 보다 명확해 진다. 2016년 상반기 기준 상위 5개업체 중 삼성전자와 Micromax는 전년 동기 대비 마이너스 성장하고 Intex와 Lava는 한자리수 증가율을 기록한 반면, Lenovo는 80% 증가율을 기록하였다. Lenovo 뿐만 아니라 Xiaomi를 제외한 Gionee, Vivo, OPPO 등 중국업체 대부분의 출하대수가 두자리수대에서 세자리수대까지 대폭 증가하였다.

<표 2> 인도 스마트폰시장 주요 업체 출하대수 추이(2015~2016)

(단위: 천대)

순위	업체명	2015년				2016년		증감율
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	2016 상반기
1	삼성전자	5,803 (16.7%)	5,291 (12.7%)	6,060 (38.4%)	5,544 (29.5%)	5,473 (-5.7%)	5,297 (0.1%)	△2.9%
2	Micromax*	3,587 (55.4%)	4,987 (79.6%)	5,364 (27.5%)	3,932 (△12.2%)	4,203 (17.2%)	4,220 (△15.4%)	△1.8%
3	Intex*	1,563 (575.8%)	3,066 (483.5%)	3,111 (383.3%)	3,126 (294.5%)	2,754 (76.2%)	2,306 (△24.8%)	9.3%
4	Lenovo**	965 (601.5%)	1,543 (558.7%)	2,290 (472.1%)	3,015 (574.0%)	2,302 (138.7%)	2,210 (43.3%)	80.0%
5	Lava*	1,365 (171.9%)	1,742 (97.4%)	2,103 (106.0%)	2,032 (23.5%)	2,072 (51.8%)	1,220 (△29.9%)	6.0%

순위	업체명	2015년				2016년		증감율 2016 상반기
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	
기타	Karbons*	866 (△40.1%)	1,345 (△27.7%)	990 (△56.4%)	415 (△86.6%)	1,186 (37.0%)	1,894 (40.8%)	39.3%
	Gionee**	354 (81.4%)	442 (343.4%)	477 (296.9%)	691 (288.4%)	993 (180.4%)	912 (106.3%)	139.3%
	Xiaomi**	1,042	1,074	1,135 (590.5%)	1,249 (60.3%)	878 (△15.7%)	783 (△27.1%)	△21.5%
	BBK(Vivo)**	17	167	254	573	745 (4385.5%)	799 (377.5%)	739.3%
	OPPO**	114	224 (419.2%)	294 (365.7%)	415 (1114.3%)	683 (499.8%)	721 (221.5%)	315.2%
	Apple	376 (27.5%)	488 (69.4%)	293 (23.4%)	770 (68.0%)	616 (63.8%)	642 (31.5%)	45.5%
	Huawei**	143 (△32.5%)	441 (91.7%)	358 (101.0%)	417 (21.6%)	321 (124.0%)	410 (△7.0%)	25.1%
	ZTE**	63 (△72.9%)	175 (60.2%)	295 (191.8%)	264 (217.3%)	224 (254.6%)	383 (118.6%)	154.6%
	LG전자	175 (31.7%)	137 (△5.6%)	73 (△60.7%)	127 (△15.9%)	64 (△63.4%)	86 (△37.1%)	△51.9%

주: 1) ()는 전년 동기 대비 증감율

2) *는 인도업체, **는 중국업체

자료: Gartner(2016. 8) 재구성

3. 결론 및 시사점

인도는 시장규모와 성장성측면에서 중국에 이어 글로벌 스마트폰 시장을 이끌어갈 유일한 시장으로 현지업체와 글로벌 업체들의 경쟁은 더욱 치열하게 전개될 것이다. 이미 인도 스마트폰 시장 주도권 확보를 위해 업체들은 인도 시장에 대한 이해를 바탕으로 시장 수요에 민첩하게 대응하고 있다.

인도의 스마트폰시장의 특징은 전체 스마트폰 시장의 75%가 1만루피, 약 150달러 이하일 정도로 저가 위주로 구성되어 있다는 점이다(eMarketer, 2016. 6. 20). 그러나 저가라도 기술력을 갖춘 다양한 글로벌 스마트폰업체가 진출해있어 품질에 대한 시장의 기대가 높은 편이다. 또 다른 특징으로 유통의 경우, 2015년 4분기 온라인채널의 비중이 37.3%로 온라인 채널이 중요하나(CXOtoday, 2016. 2. 16), 지방의 경우 오프라인 채널에 대한 의존도가 높아 온·오프라인 유통채널 모두 장악하고 있어야 한다. 이에 따라 인도에 진출한 스마트폰업체는 가격경쟁력과 유통채널 확보에 초점을 두고 있다. 이를 위해 가격경쟁력을 갖춘 스마트폰을 제공 차원에서 인도 현지 생산을 강화하고 있으며, 온라인 유통을 이끄는 업체와 협력을 강화하는 한편 오프라인 유통에 대한 투자를 늘리고 있다.

한편, 인도에서 삼성전자는 중저가 보급형 스마트폰인 J-series를 비롯하여 다양한 가격대의 제품을 갖추고 기존의 강력한 오프라인채널은 물론 소비자의 구매 변화에 맞춰 최대 온라인 전자상거래업체인 Flipkart와 협력을 통해 온라인에서도 판매를 촉진하는 등 제품 포트폴리오와 유통에서 높은 경쟁력으로 시장점유율 1위자리를 유지하고 있다. 향후에도 삼성전자가 중국 업체에게 주도권을 넘겨준 중국 스마트폰시장 상황을 인도에서는 반복하지 않고 선도 지위를 유지하기 위해서 기존 제품 및 가격경쟁력과 유통채널에서의 우위를 유지하는 한편 후발업체와 차별화를 통한 격차 확대에 역량을 집중해야 할 것으로 보인다.

참고문헌

- CXOtoday (2016. 2. 16). "Online Retailers Driving Smartphone Sales In India."
 eMarketer (2016. 6. 20). "Will Chinese Manufacturers Gain Ground in India's High-End Smartphone Market?."
 Gartner (2016. 6). "Forecast: PCs, Ultramobiles and Mobile Phones, Worldwide, 2013~2020, 2Q16 Update."

Gartner (2016. 8). “Market Share: PCs, Ultramobiles and Mobile Phones, All Countries, 2Q16 Update.”

IDC (2016. 5. 17) “Indian Smartphone Shipments Declined for the Second Consecutive Quarter In Q1 2016, While Posting a 5 Percent Year On Year Growth: IDC.”

《ZDnet Korea》(2016. 4. 18), ““기회의 땅 인도 잡자” 삼성·LG·애플 격돌 초저가폰·현지생산·렌탈폰 3色 시장 공략”.