

패블릿(Phablet) 단말 동향 및 파급효과

김 윤 화*

1. 개요

패블릿(Phablet)은 폰(Phone)과 태블릿(Tablet)의 합성어로 5인치 이상의 대형 스크린을 탑재하여 휴대폰의 기능 뿐만 아니라 태블릿PC의 장점까지 겸비한 스마트폰을 일컫는 신조어다. 따라서 패블릿은 곧 스마트폰의 대형화를 의미한다 할 수 있다. 2011년 삼성전자의 5인치, 5.1인치 갤럭시폰 시리즈를 시초로 하여 스마트폰 단말 시장에 패블릿 단말이 부상하고 있다. 2014년 9월, 소형 액정만을 고집하던 애플(Apple)도 전향적으로 4.7인치 아이폰 6와 5.5인치 아이폰 6+를 출시하며 패블릿 단말 트렌드에 가세했다.

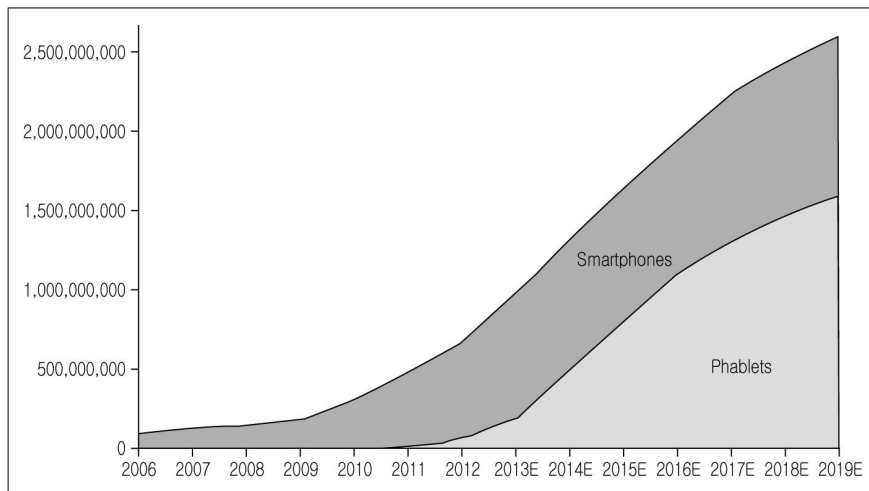
패블릿 단말 시장은 꾸준히 성장하여 2019년 전체 스마트폰의 과반수를 차지할 것이라는 전망까지 나오고 있다. 게다가 패블릿 단말 시장의 성장은 태블릿PC 시장을 잠식할 것으로 예상된다. 이에 본고에서는 패블릿 단말의 성장과 그에 따른 파급효과를 살펴보고, 전체 스마트폰 시장 구도에 어떠한 변화가 있을지 살펴보고자 한다.

* 정보통신정책연구원 정보사회분석실 부연구위원, (043)531-4077, yunabella@kisdi.re.kr

2. 패블릿 단말 시장 성장

BI Intelligence에 따르면, 패블릿 단말 출하량은 2014년 150% 성장하여 4억 6,000만대에 달할 것으로 전망되고, 2014년 이후 5년간 연평균 27% 성장하여 2019년 15억대의 출하가 예상된다. Strategy Analytics는 2015년 5인치대 패블릿 단말이 전체 휴대폰 시장의 4분의 1을 차지할 것으로 내다보고 있다.

[그림 1] 패블릿 단말 시장 성장 추이



주: BI Intelligence(2014. 6), Strabase(2014. 6)에서 재인용

특히 패블릿은 한국을 비롯한 아시아 시장에서 성장이 큰 것으로 조사되고 있다. 앞서 언급했듯이 패블릿 단말의 시초는 삼성전자가 기존의 4인치대 스마트폰에서 전격적으로 5인치대 갤럭시폰을 출시하면서 시장이 개화되었다고 할 수 있다. Flurry에 의하면, 2013년 한국 모바일 단말 10개 중 4개 이상(41%)이 5인치 이상 스크린을 탑재한 패블릿 단말일 정도로 한국에서의 패블릿 단말 시장 규모는 상당하다. 한국 뿐만 아니라 중국, 인도 등에서도 패블릿 단말 시장이 급성장하고 있는데, 이는 신생 토종 스마트폰 업체들이 중저가의 패블릿 단말을 필두로 시장내 진입을 꾀하고 있기 때문

인 것으로 보인다. 중국업체인 샤오미는 2015년 1월 5.7인치 Mi 노트를 260달러 (16기가 기준)에 출시하여 업계 관심을 고조시키고 있으며, 중국의 OnePlus는 설립 1년만에 5.5인치 패블릿 ‘One’으로 업체 인지도를 상승시킨 바 있다.

또한 최근 애플이 출시한 각각 4.7인치와 5.5인치인 아이폰 6 및 6+는 전세계 시장에서 크게 호응을 얻고 있다. 2014년 4분기 기준 전세계 스마트폰 출하량이 삼성전자와 동일한 7천 450만대를 기록하면서 애플은 3년만에 분기 대수 기준 최대 스마트폰 제조사로 등극했다. 시장점유율 역시 삼성전자는 전분기 대비 10%p 감소한 반면, 애플의 시장점유율은 전분기 대비 2%p 증가했다. 애플이 그간 4인치대 이상의 스마트폰을 휴대성이 떨어진다는 이유로 꺼려했던 입장을 전격적으로 바꾸어 패블릿 트렌드에 편승한 결과가 성공적인 것으로 분석된다.

〈표 1〉 업체별 스마트폰 판매량 추이

(단위: 백만대)

	2013년 4분기	2013년	2014년 4분기	2014년
삼성	86.0	319.8	74.5	317.2
애플	51.0	153.4	74.5	192.7
레노보-모토롤라	18.8	62.1	24.7	92.7
화웨이	16.6	50.4	24.1	74.1
기타	117.8	404.3	182.3	606.8
총계	290.2	990.0	380.1	1,283.5

주: Strategy Analytics(2015. 1), 지디넷코리아(2015. 1)에서 재인용

3. 패블릿 단말 성장의 파급효과

최근 태블릿PC 판매량은 감소하고 있는 것으로 나타났다. NPD DisplaySearch에 의하면, 2014년 1분기 태블릿PC 출하량은 전년 동기 대비 4.6% 감소한 5,627만대를 기록하였고, 2017년에는 태블릿PC 성장률이 한자릿수로 떨어지면서 정체기에 접어들 것으로 전망된다. 태블릿PC 성장 둔화는 제품 교체주기가 장기화되고, PC 시장이

회복세라는 요인도 작용했지만, 패블릿 단말 시장의 성장으로 태블릿PC, 특히 8인치 이하의 태블릿PC 시장이 잠식당하고 있다는 분석이 설득력이 있어 보인다.

소형 태블릿PC 제품 수요를 패블릿이 잠식하고 있는 만큼 태블릿PC는 10인치 이상의 대형 스크린을 탑재한 제품으로 차별화를 시도하고 있다. IHS는 2017년 5억대에 가까운 태블릿PC 출하량 중 대부분이 10인치 이상의 대형 제품군이 차지할 것으로 내다봤다. 2015년 상반기 삼성전자의 12인치 태블릿을 시작으로 애플과 소니, 레노버 등도 12인치대의 대형 태블릿 신제품 출시를 예고하고 있다. 업무용 및 교육용 중심의 수요 형성으로 대형화되고 있는 태블릿PC는 기능성과 휴대성 면에서 노트북의 콘텐츠와 생태계에 보다 적합할 수 있어 노트북 시장 대체가 가능할 것으로 짐작된다. 따라서 스마트폰의 대형화는 결국 태블릿PC의 대형화로 이어지고, 이는 다시 노트북 시장에 위협요인으로 작용할 것으로 추측할 수 있다.

4. 결 론

스마트폰의 대형화에는 소비자의 대용량 콘텐츠 이용 니즈가 크게 한 몫하고 있는 것으로 볼 수 있다. 패블릿은 기존 스마트폰의 기능에 큰 터치스크린의 장점을 결합했기 때문에 영화, 게임 등 엔터테인먼트 대용량 콘텐츠 향유에 용이하고, 이메일 작성, 사진편집 및 공유, 문서 작성 등 다양한 소비자 니즈에 적합한 것으로 보인다. 소비자의 니즈 뿐만 아니라 경제적인 면도 태블릿 시장 성장 요인으로 꼽힌다. 스마트폰과 태블릿PC 두 개의 기기를 모두 구입하는 것에는 부담을 느끼는 이용자에게 경제적인 측면에서 어필했다고 할 수 있다. 게다가 태블릿PC는 Wi-Fi용 단말로 활용하는 수요가 대부분이어서 통신사 단말기 보조금 혜택을 받지 못하는 반면, 패블릿은 단말기 보조금 혜택이 가능해 경제적 측면의 잇점이 크다.

살펴본 바와 같이, 스마트폰의 휴대성과 태블릿PC의 콘텐츠 이용 경험을 모두 충족시키는 패블릿 단말이 지속적으로 성장하게 되면, 5인치대 단말이 표준화된 스마트폰으로 시장이 재편될 수 있을 것으로 보인다. 스마트폰 시장의 정체 및 중국, 인도를

중심으로 가격경쟁이 치열해지는 시장환경에서 패블릿 단말 성장의 파급효과에 주목할 필요가 있어 보인다.

참고문헌

스트라베이스 (2014. 6. 26), “스마트폰 시장의 중심 축으로 부상한 패블릿.. 태블릿 PC 시장에 미치는 영향력은?”

_____ (2014. 12. 29), “2015년 스마트폰 업계 대전망... 가격 경쟁, 인도시장, 성능 혁신, 패블릿 등”

《전자신문》 (2015. 1. 23), “삼성 텃밭 값아 먹는 ‘애플’... 한국시장 점유율 30% 돌파”.

《헤럴드경제》 (2014. 12. 29), “패블릿에 밀린 태블릿, 대형화로 ‘홀로서기’”.

《ZDnet Korea》 (2015. 1. 29), “삼성, 4Q 스마트폰 판매량 애플에 따라잡혀”.