

글로벌 스마트폰 시장 및 업체 현황

오정숙*

I. 서론

최근 몇 년간 글로벌 스마트폰 시장 성장 둔화가 가속되고 있다. 최대 스마트폰 시장인 중국은 역성장하고 있으며, 중국에 이어 글로벌 스마트폰 시장 성장을 이끄는 인도는 두자리수 성장률을 기록하고 있으나 성장폭은 약화되고 있다.

저성장 시기에 중국업체의 공격적인 글로벌 진출로 경쟁이 격화되고 있는 가운데 국내업체의 경쟁력 약화 요인이 발생하여 향후 국내 스마트폰산업의 성장에 대한 우려가 점증하고 있다. 2016년 하반기 삼성전자는 전략폰인 갤럭시노트7를 배터리 문제로 시장에서 철수하고, LG전자는 프리미엄 스마트폰 중심의 미국에서는 약 20%이상의 점유율을 기록하나 신흥지역의 중저가 스마트폰분야에서는 경쟁열위 상태이다.

이에 따라 본 고에서는 글로벌 스마트폰 시장의 성장성과 국내업체의 경쟁력을 점검하는 한편, 성장 제고를 위한 글로벌 선도 스마트폰업체의 전략을 분석해 시사점을 얻고자 한다.

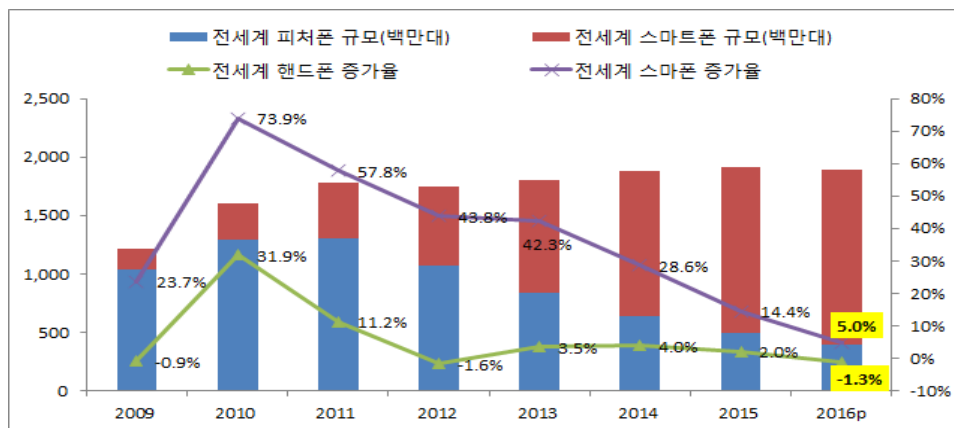
* 정보통신정책연구원 ICT전략연구실 부연구위원, (043)531-4264, redrock5@kisdi.re.kr

Ⅱ. 글로벌 스마트폰 시장 및 업체 현황

가. 글로벌 스마트폰 시장 현황

2016년 글로벌 휴대폰시장의 79.0%에 달하는 스마트폰분야의 성장률은 그 간 두 자리수대 성장을 마감하고 5.0%의 한자리수대로 하락하였다(Gartner, 2017.6). 휴대폰 시장 부진은 휴대폰 시장을 주도하는 스마트폰 시장의 본격적인 성숙기 진입에 따른 성장 둔화에 기인한다.

[그림 1] 2009~2016년 글로벌 전세계 휴대폰·스마트폰 시장 규모 및 성장 추이



주: 판매대수 기준임

자료: Gartner(2017.6) 재구성

2017년 글로벌 스마트폰 시장은 성장률이 향상하였으나, 여전히 한자리수 성장이 이어지고 있는 것으로 나타났다. 2017년 상반기 글로벌 스마트폰 시장은 인도가 포함된 신흥 아시아·태평양지역의 4G 보급 확대에 따른 스마트폰 수요 확대에 따른 전년 동기 성장률 보다 3.9%p 증가한 7.6%의 성장률을 기록한 것으로 추정된다(Gartner, 2017.8). 신흥 아시아·태평양지역은 글로벌 스마트폰 시장의 약 1/3을 차지하는 중국이 속한 중화권 다음으로 큰 규모로 판매규모가 전년 동기 대비 29.2% 증가한 반면,

중화권은 5.4% 감소한 것으로 나타났다.(Gartner, 2017.8).

<표 1> 2017년 상반기 글로벌 전세계 스마트폰 시장 지역별 성장률

| | 성장률 | | | 점유율 | | |
|------------|--------------|--------------|--------|--------------|--------------|--------|
| | 2016년 상반기 | 2017년 상반기 | 증감률 | 2016년 상반기 | 2017년 상반기 | 증감률 |
| 전체 스마트폰 | 3.7% | 7.6% | 3.9%p | - | - | - |
| 선진시장 | 1.3% | △0.1% | △1.4%p | 58.4% | 54.2% | △4.2%p |
| 신흥시장 | 7.3% | 18.4% | 11.0%p | 41.6% | 45.8% | 4.2%p |
| 신흥 아시아-태평양 | 16.1% | 29.2% | 13.1%p | 16.8% | 20.1% | 3.4%p |

주: 선진시장은 서유럽, 미국, 성숙 아시아태평, 중화권을 포함하고 신흥시장은 신흥 아시아태평양, 동유럽, 유라시아, 중남미, 중동-북아프리카, 남아프리카를 포함함

자료: Gartner(2017.8) 재구성

향후 글로벌 스마트폰 시장은 신흥지역까지 스마트폰 보급 포화에 근접함에 따라 저성장세가 지속될 것으로 전망된다. 글로벌 판매 휴대폰 중 스마트폰 비중은 2017년 82.6%에서 2021년 93.0%로 신규 수요 기반이 축소되어 스마트폰 산업 성장에 한계로 작용하고 있다. 지역별로는 선진시장의 경우, 비중이 2016년에 이미 94.4%에 달하며, 신흥시장 또한 2015년 58.1%에서 2021년 88.7%로 빠른 속도로 확대되고 있다¹⁾.

<표 2> 글로벌 휴대폰 판매에서 스마트폰 판매 비중 추이

| | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2021년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전세계 | 74.3% | 79.0% | 82.6% | 85.6% | 88.6% | 91.1% | 93.0% |
| 선진시장 | 92.2% | 94.4% | 96.1% | 96.9% | 97.5% | 98.1% | 98.4% |
| 신흥시장 | 58.1% | 64.8% | 70.4% | 75.7% | 81.1% | 85.4% | 88.7% |

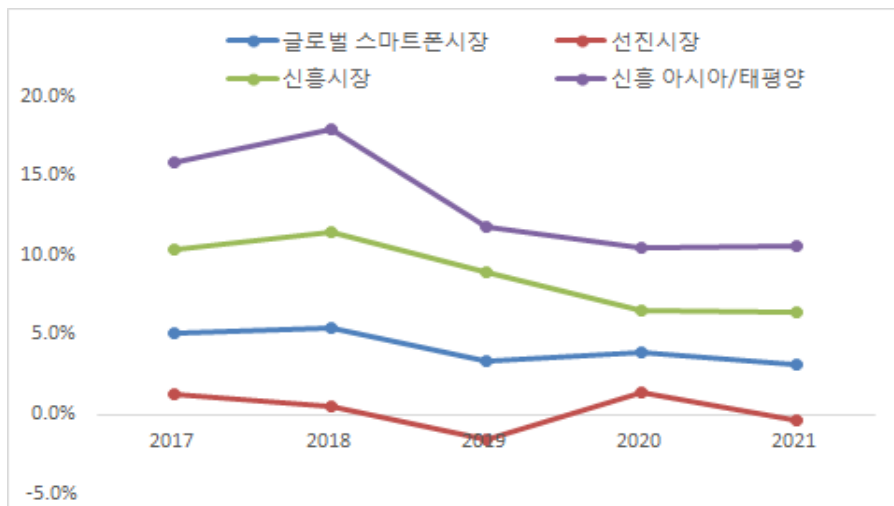
주: 선진시장은 서유럽, 미국, 성숙 아시아태평, 중화권을 포함하고 신흥시장은 신흥 아시아태평양, 동유럽, 유라시아, 중남미, 중동-북아프리카, 남아프리카를 포함함

자료: Gartner(2017.6) 재구성

1) Gartner(2017. 6) 재구성

이에 따라 2017년부터 2021년까지 글로벌 스마트폰 시장의 연평균 성장률은 3.9%의 한자리수 초반대로 낮아질 전망이다(Gartner, 2017. 6). 다만, 신흥 아시아·태평양 지역이 유일하게 12.6%의 두자리수 성장률로 글로벌 스마트폰 시장을 주도할 것으로 기대된다.

[그림 2] 2017~2021 글로벌 지역별 스마트폰 성장 전망



자료: Gartner(2017.6) 재구성

나. 글로벌 스마트폰업체 경쟁구도 및 실적

글로벌 스마트폰 시장은 성숙단계로 업체간 경쟁구조는 고착화되고 있다. 중국계 후발업체의 약진으로 삼성전자와 Apple의 점유율은 하락하고 있으나, 삼성전자와 Apple 중심의 양강 구도에 중국 후발업체가 순위를 바꿔가며 추격하는 구도가 유지되고 있다.

2017년 상반기 기준, 삼성전자와 Apple의 판매 증가율은 글로벌 상위 7개 스마트폰업체 중 가장 낮은 수준으로 점유율은 각각 1.2%p, 0.9%p 하락하였으나 순위는 1위,

2위를 지속한 것으로 나타났다(Gartner, 2017.8). 특히, 삼성전자는 갤럭시노트7의 부진을 딛고 프리미엄 스마트폰에서 점유율을 회복하고 중저가 스마트폰에서 1위를 기록하며 2위 Apple과의 10%p 가까운 격차를 유지하고 있다. 반면, Apple은 삼성전자와 함께 프리미엄스마트폰 시장의 약 2/3의 비중을 차지하고 있으나, 신흥지역의 중저가 스마트폰 제품군을 갖추지 못해 중저가 스마트폰은 물론 프리미엄 스마트폰 시장까지 공략하는 Huawei와의 격차가 축소되고 있다. 한편, 중국업체 중 OPPO와 VIVO는 중국과 인도에서 선전하며 Xiaomi와 Lenovo를 밀어내고 3위 Huawei에 이어 글로벌 상위 5위권에 진입해있다.

〈표 3〉 2017년 상반기 스마트폰사업자 판매규모 및 점유율

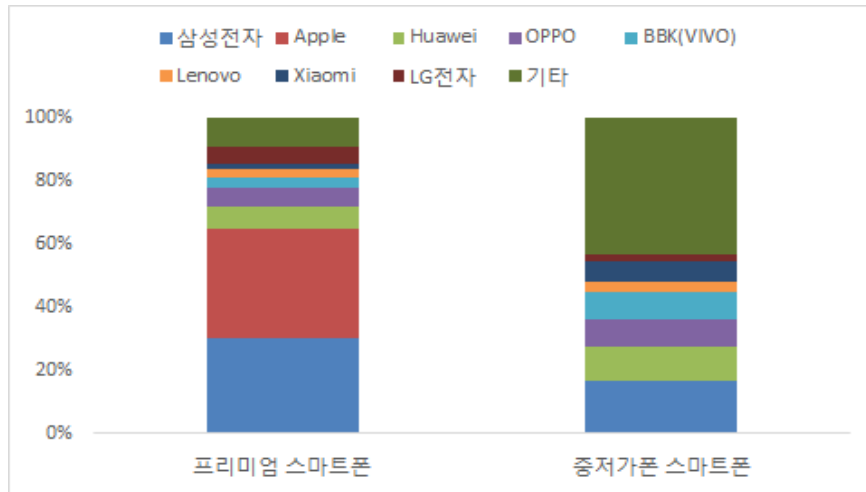
(단위: 만대)

| 순위 | 업체명 | 판매 규모 | | | 점유율 | | |
|----|------------|--------------|--------------|-------|--------------|--------------|--------|
| | | 2016년 상반기 | 2017년 상반기 | 증감율 | 2016년 상반기 | 2017년 상반기 | 증감율 |
| 1 | 삼성전자 | 15,793 | 16,106 | 2.0% | 22.8% | 21.6% | △1.2%p |
| 2 | Apple | 9,602 | 9,631 | 0.3% | 13.9% | 12.9% | △0.9%p |
| 3 | Huawei* | 5,953 | 7,015 | 17.8% | 8.6% | 9.4% | 0.8%p |
| 4 | OPPO* | 3,400 | 5,701 | 67.7% | 4.9% | 7.7% | 2.7%p |
| 5 | BBK(VIVO)* | 2,824 | 5,017 | 77.6% | 4.1% | 6.7% | 2.7%p |
| 6 | Xiaomi* | 3,058 | 3,389 | 10.8% | 4.4% | 4.6% | 0.1% |
| 7 | LG전자 | 2,491 | 2,707 | 8.6% | 3.6% | 3.6% | 0.0%p |

주: 1) 2017년 상반기 판매 규모기준 순위임 2) *중국업체임

자료: Gartner(2017.8) 재구성

[그림 3] 2017년 상반기 글로벌 프리미엄 스마트폰과 중저가 스마트폰 시장 주요업체 점유율



자료: Gartner(2017.8) 재구성

Ⅲ. 결론 및 시사점

글로벌 스마트폰 시장은 포화로 신규 수요 보다는 교체 수요가 시장 성장을 이끌어 가는 성장 정체를 보이고 있다. 이에 따라, 교체 수요를 촉진하여 성장을 제고하기 위한 제품 혁신이 선도업체를 중심으로 HW는 폼팩터, SW는 UI/UX 측면에서 추진되고 있다.

HW는 스마트폰 범용화로 차별화에 한계가 있어 삼성전자와 Apple은 폼팩터를 혁신한 접을 수 있는 차세대 스마트폰인 폴더블 스마트폰 개발에 관심을 두고 있다. UI/UX 혁신은 인공지능 기반으로 추진되고 있으며, 음성 가상 개인서비스가 우선적으로 도입되고 있다. 가상 개인서비스는 2019년까지 스마트폰간 인터랙션의 20%를 차지할 정도로 활성화 될 것으로 전망된다(Gartner, 2017.2). 삼성전자는 스마트폰 최초로 이미 지난 3월 갤럭시S8에 AI 음성 비서 빅스비를 탑재했으며, LG전자는 지난

8월에 V30에 구글 AI 음성비서 구글 어시스턴트를 도입했다. Apple은 지난 9월 발표한 아이폰X와 아이폰8에 자체 개발한 AI 지원 모바일프로세서 A11 바이오닉을 탑재했고, Huawei도 10월 출시할 스마트폰 메이트10에 자체 개발한 AI 프로세서가 내장된 칩셋을 설치할 예정이다.

향후에도 선도업체를 중심으로 정체된 스마트폰 시장을 재도약하고 업체간 기술격차 축소로 인한 글로벌 경쟁심화를 돌파하기 위한 혁신은 지속될 것으로 보인다. 특히, 스마트폰 교체 주기 축소를 위해 기존과 차별화된 가치를 제공하면서 시장의 수용성을 높이는 혁신에 역량을 모을 것으로 보인다.

참고문헌

Gartner(2017.2). “Smartphone Vendors Look to AI to Differentiate Their Offerings.”

_____ (2017. 6). “Forecast: PCs, Ultramobiles and Mobile Phones, Worldwide, 2014–2021, 2Q16 Update.”

_____ (2017.8). “Market Share: PCs, Ultramobiles and Mobile Phones, All Countries, 2Q17 Update.”