

2009년 휴대폰 산업 전환에 주목하라

2009년 휴대폰 산업은 10% 미만의 저성장세로 돌입할 것으로 보인다. 이러한 산업 환경 전환 속에서 선도업체인 노키아와 관련 산업의 기업들은 새로운 성장 동력인 스마트폰과 서비스 플랫폼을 활성화 시키는 모습을 보이고 있다. 이에 대한 국내 휴대폰 업체들의 전략적 대응이 필요한 시점이다.

신동형 선임연구원 sdh0604@lgeri.com

휴대폰 산업은 지난 10년간 대수 기준으로 연평균 성장률 26.3%를 기록하는 등 고성장세를 구가해 왔다. 물론 2001년, 2002년에 각각 -5%, 9% 성장률을 기록한 적도 있었지만, 이는 IT 버블 붕괴에 따른 일시적인 현상이었다. 하지만 2009년부터 휴대폰 산업은 성장률 10% 미만의 저성장세가 지속될 것으로 전망된다. 2008년 초 시장전문 조사기관인 스트레티지 애널리틱스(Strategy Analytics)사는 2009년 휴대폰 산업 성장률을 6.5%로 전망했으며 이후 성장률은 더욱 감소할 것으로 예상했다. 최근에는 경기 침체의 깊이에 따라 성장률은 보다 더 감소할 수 있다는 의견도 나오고 있다.

이처럼 휴대폰 산업은 지금까지의 고성장 산업이라는 인식에서 벗어나 새로운 시각을 필요로 한다. 이미 휴대폰 산업 내부에서는 새로운 성장 동력을 발굴하여 또 다른 도약을 준비하는 모습이 나타나고 있다. 일례로 보다 발전된 컴퓨팅 및 이동 통신 기술을 기반으로 새로운 성장동력인 스마트폰과 서비스 플랫폼 사업 확대를 위한 노력이 진행 중이다. 특히 성장세가 꺾이는 2009년은 이러한 노력들이 수면 위로 떠오르게 됨으로써 휴대폰 산업 전환의 분수령이 될 것으로 보인다. 비록 새로운 성장동력이 2009년 한해 동안 휴대폰 산업을

완전히 전환시키지는 않겠지만, 성장 둔화기가 도래하면서 이들 영역의 활성화를 위한 움직임이 빠르게 나타날 것으로 보인다.

본 보고서는 2009년 휴대폰 산업의 변화 모습을 전망한 뒤, 국내 휴대폰 기업들의 대응 방안에 대해서 살펴보고자 한다.

산업 전환기의 휴대폰 산업 전망

2009년 변화를 주도할 핵심적인 키워드는 '스마트폰과 애플리케이션이 유통되는 서비스 플랫폼'이다. 스마트폰이나 서비스 플랫폼 사업은 최근 갑자기 등장한 것이 아니라 과거부터 시도되어 왔던 사업이다. 그럼에도 불구하고 새삼 2009년에 이 사업들이 주목받고 있는 이유는 관련 인프라가 구축되었기 때문이다. 관련 핵심 인프라는 하드웨어와 통신 기술 등 기술적인 인프라 구축뿐만 아니라 일반 소비자들이 스마트폰을 거부감 없이 사용할 수 있게 된 인식의 변화까지도 포함한다. 구체적으로 살펴보면 첫째 컴퓨팅 성능 관점에서 볼 때, 최근 ARM사가 Cortex 버전을 출시하여 휴대폰 CPU의 처리 속도는 일반 PC 사양 수준인 1GHz까지 발전하게 되었다. 둘째 통신 인프라 측면에서도 HSDPA 기술이 적용되어 최대 14.4Mbps 속도로 데이터를 다운로드 받을 수

노키아는 이미 구축된 스마트폰 역량을 바탕으로 서비스 플랫폼 시장 기회를 활성화 시키는 전략을 본격적으로 펼칠 예정이다.

있는 환경이 조성되었다. 마지막으로 소비자들은 이미 1996년부터 Palm PDA를 알아왔고, 최근 들어 기업 고객용으로 RIM사의 블랙베리, 일반 소비자용으로 애플의 아이폰을 경험하면서 스마트폰에 대한 소비자들의 경험이 이미 축적된 상태이다.

이러한 환경 변화 속에서 우선 주목해 봐야 할 대목이 휴대폰 산업 선도업체인 노키아가 2009년 스마트폰과 서비스 플랫폼을 활성화시키는 구체적인 움직임을 보일 것이라는 점이다. 다음으로는 휴대폰 산업의 성장동력 영역에 진입하려는 他 산업 플레이어들의 움직임에 주목해야 한다. 스마트폰 시장에 대한 PC 제조사와 스마트폰 전문 제조사의 진출이 그 대표적인 예라고 하겠다. 끝으로 서비스 플랫폼 시장에서 본격적인 진입이 예상되는 OS 개발사와 기존 사업자인 이동통신 사업자간의 경쟁 심화 역시 2009년에 우리가 눈여겨 봐야 할 주요 포인트라고 하겠다.

한 발 앞선 노키아의 전환기 대응

2009년 휴대폰 산업 선도기업인 노키아는 이미 구축된 스마트폰 역량을 바탕으로 서비스 플랫폼의 시장 기회를 활성화시키는 전략을 본격적으로 펼칠 예정이다. 하지만 시장점유율 2위 ~ 5위 기업들은 사업 영역확대보다는 기존 사업 영역 내에서 사업기반 강화에 집중할 것으로 예상된다.

● 서비스 업체로 거듭나는 노키아

선두기업인 노키아가 지금까지 준비해 온 차별적인 역량은 휴대폰 산업의 전환기에 그 진가를 제대로 발휘할 것으로 보인다. 시장 점유율 약 40%의 안정된 사업기반을 갖춘 노키아는 스마트폰과 서비스 플랫폼 등 신성장 동력을 미리부터 준비해왔다. 그 결과 노키아는 '07년 스마트폰 시장에서 점유율을 50% 이상 확보하였으며, OVI(브랜드 명칭; 핀란드어로 관문이라는 의미)라는 인터넷 서비스 플랫폼을 출시했다. 노키아는 OVI를 통해 지도, 음악, 게임 콘텐츠 및 애플리케이션을 제공하며, 콘텐츠의 공유와 연동을 지원하고 있다.

2009년 노키아는 구체적인 OVI 활성화를 통해 서비스 업체로 거듭날 전망이다. OVI 활성화 움직임을 살펴보면, 첫째 노키아는 2009년 소프트웨어 플랫폼을 개발하기 위해 심비안 재단을 설립할 것이다. 심비안 OS와 미들웨어인 S60은 OVI 서비스를 스마트폰에서 구현시키는 소프트웨어 플랫폼으로 심비안



노키아 OVI 서비스

하지만 2위 ~ 5위 기업들은 사업 영역확대보다는 기존 사업 영역 내에서 사업기반 강화에 집중할 것으로 예상된다.

재단 설립과 함께 재단 소유가 될 것이다. 이에 재단 회원사는 누구나 로열티 없이 소프트웨어 라이선스를 사용할 수 있게 되어, 로열티 부담으로 생산이 어려웠던 심비안 OS 탑재 스마트폰이 과거보다 더 많이 만들어질 것으로 예상된다. 심비안 OS를 적용한 휴대폰이 시장에 널리 확산될수록 노키아는 OVI 사용기반이 더 확대되는 효과를 얻을 수 있게 된다.

둘째 노키아는 2009년 OVI와 연계된 휴대폰 출시를 확대할 것으로 보인다. 2008년 4분기에 노키아는 컴즈 위드 뮤직(Comes with Music) 라인업으로 '노키아 5800 Xpress Music' 폰을 출시할 것이라고 발표했다. 컴즈 위드 뮤직은 해당 휴대폰 구매 시 1년간 음악을 무제한으로 사용할 수 있게 해 주는 서비스이다. 이는 등록된 휴대폰이나 PC로 음악을 다운받거나 들을 수 있게 함으로써 OVI의 음악서비스와 휴대폰 구매를 결합한 것이다.

컴즈 위드 뮤직을 출발점으로 노키아는 OVI 서비스가 인터넷 서비스의 플랫폼으로 자리잡게 하는 노력을 지속할 것이다. 노키아는 향후 음악뿐만 아니라 지도, 게임 등 다양한 OVI 서비스를 결합한 휴대폰 출시를 확대할 것으로 기대된다.

● 2위~5위 기업은 여전히 볼륨 경쟁에 집중

선두기업인 노키아와는 달리 2위 ~ 5위 제조사들은 시시각각 변하는 기존 휴대폰 산업 환경 속에서 사업영역을 확대할 만한 여력이 없다. 실제로 2위 업체인 삼성전자는 숲 제품지

역에 걸쳐 노키아와 피 말리는 싸움을 하고 있고, 3위 ~ 5위 제조사들은 경쟁사간의 격차가 좁아 작은 환경 변화에도 순위가 바뀌는 등 경쟁환경 변화에 취약한 상황이다. 이와 같은 환경에서 2위 ~ 5위 기업들은 성장동력으로 인식되는 스마트폰 영역 확대보다 볼륨 경쟁에 우선순위를 둘 수 밖에 없다.

선두기업인 노키아가 가진 4억대 정도의 제조역량은 저가에서 중고가까지를 포함한 제품라인업, 다양한 지역을 포괄하는 지역 포트폴리오까지 감당할 수 있는 규모이다. 이에 반해 2009년 2위 ~ 5위 제조사들은 년 1억 ~ 2억 5천만대 정도의 제조 역량을 확보할 것으로 보인다. 그 중 2위인 삼성전자가 가질 2억 5천만대 이하의 규모는 노키아처럼 넓은 제품 지역 포트폴리오를 감당할 수 있지만, 여전히 경쟁력 비교에서는 규모의 경제 등의 요인으로 열위에 있을 가능성이 높다. 뿐만 아니라 3위 ~ 5위 제조사들의 1억 ~ 2억대 규모는 특정 제품 라인업 또는 특정 지역에 대한 의존성이 높을 수 밖에 없어 제품 및 지역환경 변화에 취약할 가능성이 높다.

따라서 2위 ~ 5위 기업들은 휴대폰 산업이 전환기에 진입했음에도 불구하고 기존 시장에서 안정된 사업기반 확보를 위해 볼륨 경쟁에 집중할 수 밖에 없을 것이다.

틈새 공략자들의 스마트폰 진입

앞서 살펴본 휴대폰 산업의 지배적 플레이어들

휴대폰 산업의 틈새 공략자들은 새로운 성장 영역인 스마트폰 시장에서 사업 기회를 확보하기 위해 노력 중이다.

의 움직임과는 달리 틈새 공략자들은 새로운 성장 영역인 스마트폰 시장에서 사업 기회를 확보하기 위해 노력 중이다. 일례로 애플은 아이폰 출시로 2008년까지 스마트폰에 대한 인식을 확대시켰고 시장성도 검증했다. 게다가 2009년에 심비안 OS와 S60 개방, 새로운 아이폰, 다양한 구글폰 출시 등 스마트폰의 공급을 확대시키는 요인들이 더 많아 수요를 더욱 진작시킬 것으로 예상된다. 시장전문 조사기관인 가트너(Gartner)는 2009년 스마트폰 시장은 '08년 대비 20% 이상 성장하여 약 3억대의 시장에 다다를 것으로 예상했다. 하지만 노키아를 제외한 2위 ~ 5위 제조사들은 스마트폰 개발제조 역량이 아직 부족하기 때문에, 이 틈을 타서 스마트폰 전문 브랜드와 PC 제조사들이 틈새시장을 공략할 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 향후 이들 틈새 공략자들은 스마트폰 시장 확대를 기반으로 차츰 주류 플레이어로 거듭나고자 노력할 것으로 보인다.

● 스마트폰 전문 플레이어의 부상

스마트폰 시장 확대와 함께 스마트폰 전문 제조사가 관심을 받고 있다. 대표적인 기업인 대만의 HTC(High Tech Computer)는 최근 구글의 안드로이드(Android) 프로젝트에 의해 탄생한 첫 스마트폰인 G1의 출시와 함께 세계적으로 알려지게 되었다. HTC는 2007년 기준으로 990만대의 스마트폰을 판매해, 매출 36억 달러, 영업이익률 26.5%를 달성하였을 뿐만 아니라 2008년 1분기 글로벌 스마트폰 시장에서 4위를 차지하는 성장을 했다.

이러한 HTC의 성공은 사업초기부터 마이크로소프트(MS)사와의 긴밀한 협력관계를 바탕으로 스마트폰 기술에서 특히 중요한 소프트웨어 역량을 강화해 왔기 때문이다. HTC는 MS와의 긴밀한 협력관계 덕분에 사업 초기에 ODM(제조사 디자인 생산)을 통해 컴팩의 iPAQ을 생산했고 지금까지도 MS의 모바일 OS를 적용한 스마트폰을 중심으로 다양한 제품을 개발, 제조해 왔다.

최근 HTC는 소프트웨어 역량을 바탕으로 소니에릭슨의 야심작인 Xperia X1와 Palm의 Palm Treo Pro를 디자인 생산하는 등 MS OS기반 스마트폰 역량이 부족한 업체들에게 스마트폰을 제공하고 있다.

중장기적으로 HTC는 자체 브랜드를 강화하면서 스마트폰 시장 확대 속에서 영향력을 강화해 주류 플레이어로 거듭나고자 노력할 것이다. 자체 브랜드력에 걸맞는 제품력 확보를 위해 현재 HTC는 전체 종업원(7,500여 명)의 1/4인



소니에릭슨 Xperia X1(좌), Palm Treo Pro(우)

틈새공략자인 스마트폰 전문 제조사와 PC 제조사들은 향후 스마트폰 시장 확대를 기반으로 차츰 주류 플레이어로 거듭나고자 노력할 것으로 보인다.

1,800여 명의 소프트웨어 인력을 보유하고 있다.

● PC 제조사의 스마트폰 시장 진입

컴퓨팅 성능이 중요한 스마트폰의 시장 확대는 기술적으로 유사한 PC 제조사에게 새로운 사업 기회를 제공한다. 이미 스마트폰 시장에 MS사가 모바일 OS를 제공하고 있기 때문에 Intel이 휴대폰용 CPU를 출시하느냐 여부가 PC 제조사들이 시장 진입을 결정하는 가장 중요한 잣대가 될 것이다. 하지만 빠르면 2009년에 인텔이 첫번째 휴대폰용 CPU인 '머어스타운(Moorestown)'을 출시할 것이기 때문에 2009년은 PC 제조사들에게 스마트폰 시장 진입의 원년이 될 것으로 보인다.

그 이유를 살펴보면 인텔은 PC 산업에서 CPU 로드맵을 제안하고, 산업 내 관련 업체들과의 협업을 통해서 새 CPU를 적용한 PC 제품이 바로 출시되도록 하는 리더십을 발휘해 왔다. 이러한 인텔의 PC 산업 내 영향력을 감안할 때, 인텔이 휴대폰용 CPU 사업에 진입하면 곧바로 PC 제조사들이 인텔을 따라 휴대폰 제조사업에 들어가게 될 것이다. 비록 HP, 에이스(Acer), 아서스(Asus)가 이미 스마트폰 시장에 진입했지만, 인텔의 휴대폰용 CPU 출시로 더 많은 PC 제조사들이 스마트폰 제조시장에 참여할 것으로 예상된다.



이동통신사업자와 OS 개발사 중심의 서비스 플랫폼 경쟁

이번에는 서비스 플랫폼 분야를 살펴보자. 새

로운 성장영역인 서비스 플랫폼 사업에서도 주도권 확보를 위한 경쟁이 나타나고 있다. 보다폰, 오렌지 등 이동통신 사업자들은 이동통신망을 통해 이미 애플리케이션을 유통시키는 서비스 플랫폼 사업을 해오고 있다.

하지만 2008년 애플의 App Store 성공은 이동통신 사업자 이외의 휴대폰 업체도 애플리케이션 유통사업에 진입하고 성공할 수 있음을 보여주었다. 이러한 성공으로 휴대폰 제조사들도 서비스 플랫폼을 통해 새로운 수익을 확보할 수 있다고 생각할 수 있다. 하지만 애플이 이동통신 사업자의 기존 사업영역이었던 서비스 플랫폼 사업에 진입한 것은 제조 역량보다는 OS 역량을 바탕으로 한 사업확장으로 이해해야 한다.

서비스 플랫폼 사업이 제조 역량 중심인 제조사 사업영역이라기 보다 OS 역량이 바탕이 되는 OS 개발사에게 더 적합한 사업영역인 이유는 다음과 같다. 첫째, 구조상 애플리케이션은 OS를 포함한 소프트웨어 플랫폼과 직접 데이터를 주고 받으며, 하드웨어와는 소프트웨어 플랫폼을 통해 간접적으로 데이터를 주고 받기 때문이다. 둘째, 특정 제조사 중심의 콘텐츠와 애플리케이션이 OS 기반의 소프트웨어보다 더 높은 품질과 다양성을 갖기는 힘들다. 그 예로 PC 산업에서 1위 기업인 HP용 소프트웨어보다 MS OS 기반의 소프트웨어가 더 다양하고 높은 품질을 갖는다. 애플리케이션 유통을 위해 준비중인 안드로이드 마켓, 스카이 마켓도 모바일 OS 개발사인 구글과 MS

향후 애플리케이션 유통은 이동통신 사업자와 OS 개발사 중심으로 치열한 주도권 확보 경쟁이 진행될 것으로 예상된다.

주도로 추진되고 있다는 것을 생각하면 애플리케이션 유통은 OS 개발사 중심의 사업이라는 점에 대해 쉽게 이해할 수 있다.

따라서 향후 애플리케이션 유통은 이동통신 사업자와 OS 개발사 중심으로 치열한 주도권 확보 경쟁이 진행될 것으로 예상된다.

국내 기업들의 대응 전략

저 성장세로 전환된 산업 환경에서 국내 휴대폰 제조사들이 더욱 성장하기 위해서는 휴대폰 산업 패러다임 전환을 잘 인식해야 한다. 이제는 과거 하드웨어 중심의 성능 차별화에 집중했던 모습에서 벗어나 새로운 성장동력인

스마트폰 시장 확대 및 차별화 방안에 더욱 관심을 기울여야 한다. 그 방안은 구체적으로 애플리케이션 기능 구현 강화와 관련 기술에 대한 배타적 권리 확보가 될 수 있을 것이다. 하지만 이러한 패러다임 전환 속에서도 소비자 니즈 발굴, 정확한 시장 수요 예측 및 대응 등 안정된 사업기반 확보는 기업이 갖춰야 하는 기본 체질이 되어야 한다.

◆ 휴대폰 산업 패러다임 전환을 인식

저 성장세 전환은 휴대폰 산업의 패러다임을 '볼륨 성장' 중심에서 '새로운 성장 동력 확보' 중심으로 전환시킨다. 예를 들어 성장 동력으

	<p>CompareEverywhere</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이동환경에서 제품의 가격을 비교 검색할 수 있는 애플리케이션 - 내장 카메라로 제품의 바코드를 인식하면, GPS와 Google Maps로 사용자 위치 및 주변 소매 유통점을 확인한 뒤, 웹 검색을 통해 점포별 제품 가격을 비교 검색할 수 있음. 		<p>LifeAware</p> <ul style="list-style-type: none"> - 자신의 휴대폰 화면에 등록된 가족 또는 친구의 위치를 표시하는 애플리케이션 - GPS와 Google Maps를 통하여 사용자들의 위치를 인식
	<p>Locale</p> <ul style="list-style-type: none"> - 휴대폰 사용자의 위치에 따라 설정 정보를 관리할 수 있는 애플리케이션. - 사무실이 있는 지역을 '진동모드'로 설정한다면 굳이 회의에 들어갈 때 진동모드로 전환할 필요가 없게 된다. 		<p>Life360</p> <ul style="list-style-type: none"> - 항상 사용자의 가족들과 연락이 닿을 수 있게 가족의 위치를 지도상에서 추적하거나 안전 상태를 알 수 있게 해 주는 애플리케이션 - 만약 자동차 추돌 사고를 발생했다면 휴대폰 가속센서가 이를 인식하여 자동으로 가족에게 사고 정보와 GPS를 통해 인식한 위치 정보를 통보
	<p>Teradesk e-storage</p> <ul style="list-style-type: none"> - 가상 파일 저장소 및 원거리 파일 접속 애플리케이션 - 휴대폰으로 Teradesk 서버에 파일을 암호화하여 저장 또는 불러들일 수 있음. 		<p>BreadCrumbz</p> <ul style="list-style-type: none"> - 자기만의 길 찾기 생성 애플리케이션(특히 지도 경로가 잘 나타나지 않는 Indoor에 유리) - 이동 경로를 내장 카메라로 찍으면 GPS가 자동으로 경로 정보를 저장하여, 추후 다시 길찾기를 재생하거나 친구들과 공유할 수 있음

애플리케이션 예시(구글 개발사 대회 입상작)

산업 환경 전환 속에서 국내 휴대폰 기업들은 휴대폰 산업의 패러다임 전환을 인식하고 애플리케이션 구현 기능 차별화 및 사업 기반 안정화를 위한 체질 강화 노력을 기울여야 한다.

로 인식되는 스마트폰은 기존에는 볼륨을 성장시키는 하나의 제품 라인업 측면에서 바라보았다. 하지만 새로운 패러다임 속에서 스마트폰은 산업 주도권을 잡기 위해 반드시 확보해야 하는 새로운 성장 역량으로 접근해야 한다. 이를 위해 경쟁사 보다 빠르게 역량을 확보하는 방안으로 스마트폰 전문 업체에 대한 M&A 등도 고려할 수 있다. 스마트폰 시장은 2012년 휴대폰 전체 시장에서 40%이상 차지할 것으로 예상되는 만큼, 향후 휴대폰 산업의 생존을 결정짓는 중요한 요소가 될 것으로 예상된다. 국내 제조사들이 내부 역량을 축적할 여력이 없다면 외부의 힘을 빌려서라도 미래를 준비해야 할 것이다.

◆ 애플리케이션 구현 기능 차별화에 집중

국내 휴대폰 제조사는 OS 역량이 미미하기 때문에 새로운 성장 동력 중 서비스 플랫폼보다 스마트폰 제조에 더 힘을 쏟을 필요가 있다. 그러므로 국내 기업들은 시장에서 스마트폰에 가장 적합한 OS를 선택하여, 스마트폰 차별화에 집중해야 한다. 우선 스마트폰이 갖는 특징을 살펴보면, 하드웨어 경쟁이 중심이었던 기존의 일반 휴대폰에 비해 애플리케이션에 대한 의존성이 높다. 애플리케이션은 휴대폰 제조사의 영역이라기보다 소프트웨어 개발사의 영역이므로 휴대폰 제조사 측면에서는 통제성이 떨어져 차별화 요소가 줄어드는 위험이 있다. 그래서 스마트폰 제조사는 애플리케이션을 더 잘 구현할 수 있도록 기능을 차별화할 수

있는 기회를 확보해야 한다.

스마트폰 기능을 차별화하는 방안으로 휴대폰 제조사는 위치, 얼굴, 음성 등 '인식' 기능 등 차별화 요소를 만들고 경쟁사가 쉽게 복제하지 못하도록 해야 한다. 인식 기능과 관련해서는 애플 및 구글의 스마트폰이 초보적인 단계로 출시되었으며, 기능 차별화를 유지하는 방안으로 애플의 특허 전략이 좋은 벤치마킹 대상이 될 수 있다(〈박스 기사〉 참조).

◆ 사업 기반 안정화를 위한 체질강화는 지속

패러다임 전환으로 인한 제품의 변화 속에서도 휴대폰 제조사에게 본질적인 제조 역량은 오히려 강화되어야 할 것이다.

아직 국내 휴대폰 제조사들은 안정적 사업 기반 구축을 위해 제품라인업 증대, SCM(공급망관리)과 지역별 유통망을 견고히 하는 등의 노력을 기울이고 있다. 이러한 노력은 저성장세가 되는 산업 전환기에서도 제조업의 본질적 활동으로 변함이 없는 것이다. 왜냐하면 패러다임이 '볼륨 확대'에서 '신성장 동력 확대'로 포커스가 바뀌는 것이지 제품 라인업 확대와 공급망관리 역량은 스마트폰 제조에서도 필요한 역량이기 때문이다. 이에 국내 휴대폰 기업들은 제품 라인업 확대를 위해서 소비자 니즈 발굴 역량을 높여 단순한 제품군 확대가 아닌 소비자 니즈를 반영한 제품을 중심으로 확대시켜 가야 할 것이다. 뿐만 아니라 국내 제조사들은 공급망관리를 위해서 수요 예측에서 제품 전달까지 정확하고 효율적인 공정관

2009년 휴대폰 기업들은 경쟁사들이 머뭇거릴 수 있는 지금이
미래 휴대폰 주도권을 확보하기 위한 좋은 기회임을 인식해야 한다.

‘인식폰’에 대한 관심이 확대되는 2009년

휴대폰 제조사는 다양한 인식기능을 스마트폰에 탑재하여 애플리케이션 활성화에 동참할 것으로 예상된다. 이미 휴대폰 산업은 키패드 중심이었던 휴대폰의 입력기능이 QWERTY 키보드, 터치스크린으로 다양화되면서 더 많은 애플리케이션 구현이 가능해짐을 경험했다. 이에 새롭게 주목 받는 위치, 얼굴, 음성, 동작, 온도, 압력 등 다양한 인식(Recognition) 기능은 기존에 없던 새로운 애플리케이션 구현을 가능하게 할 것이다.

실제로 인식기능의 발전은 아직 초보적인 상태로, 위치나 동작인식 정도의 기능이 현실화 되었을 뿐이다. 구글과 애플이 인식 기능의 제품 적용에 앞서가고 있는 정도이다.

구글 안드로이드 개발자 대회(Android Developer Challenge)에서 입상한 LifeAware, Compare-Everywhere, Life360 등 애플리케이션들은 GPS를 통해 인식된 사용자의 위치를 중요한 정보로 활용하여 다

양한 애플리케이션을 접목시켰다. 2009년 출시될 구글폰은 입상작들을 잘 구현하기 위해 위치·움직임 등 인식 기능을 더욱 더 강화할 것으로 예상된다.

한편 2009년 애플은 인식 기능을 한 단계 높일 것으로 기대된다. 애플은 제품 적용 전에 새로운 주요기능에 대해 특허 출원을 선행하는데, 최근 애플은 얼굴 인식과 음성 인식을 스마트폰에 추가하는 특허를 출원한 것으로 알려졌다. 이미 아이폰 3G에 움직임 센서와 위치인식 센서(GPS)를 적용하여 인식기능의 가능성을 확인한 애플은 새로운 인식 기능을 2009년 아이폰에 탑재하여 인식폰 확산에 기여할 것으로 보인다.

이와 같은 추세는 지속되어 향후 인식 기능을 탑재한 스마트폰 출시가 더욱 증가될 것이며, 인식을 통해 입력된 정보를 처리하는 프로세싱 성능의 향상도 기대된다. 그리고 처리된 정보를 공유하기 위해 데이터 송·수신을 위한 네트워크 진화, 웹 등의 관련 서비스도 활성화될 것으로 예상된다.

리 능력을 배양하여 원가 경쟁력을 더욱 높여 나가야 할 것이다.

맺음말

불황에 대한 우려가 커지고 있는 가운데 2009년 휴대폰 기업들이 새로운 성장동력을 활성화시키기 위한 노력을 경주해야 할지에 대해 의구심을 가질 수 있다. 앞서 밝힌 대로 2009년은 신 성장동력이 휴대폰 산업을 급격하게 변화시키기 보다는 수면 위로 떠오르는

시기이다. 하지만 향후 스마트폰과 같은 성장동력은 휴대폰 산업의 주도권을 확보하기 위해서 반드시 점령해야 할 영역임은 분명하다. 그러므로 신 성장동력으로서의 중요성은 휴대폰 기업들이 모두 인식하고 있어 비록 정도의 차이는 있겠지만 활성화의 노력은 분명 있을 것으로 보인다. 오히려 휴대폰 기업들은 경쟁사들이 머뭇거릴 수 있는 지금이 미래 휴대폰 주도권을 확보하기 위해 도전해야 할 시기임을 인식해야 한다. www.lgeni.com