

스마트워치 · 태블릿 판매량 '뚝뚝'

스마트워치
전년동기 대비 51.6% 급감
태블릿 8분기 연속 하락세
고객니즈 못맞추고
과당경쟁 탓

스마트폰에 이어 전 세계적으로 붐을 일으켰던 스마트워치와 태블릿PC 등의 판매량이 뒷걸음치고 있어 IT업계의 고민이 깊어지고 있다.

3일 시장조사기관인 스트라티지 애널리틱스(SA)와 IDC, 독일계 통계 포털 스탯리스타(Statista) 등에 따르면 올 3분기 글로벌 시장에서 스마트워치 판매량은 전년 동기 대비 51.6% 급감한 270만대를 기록했다.

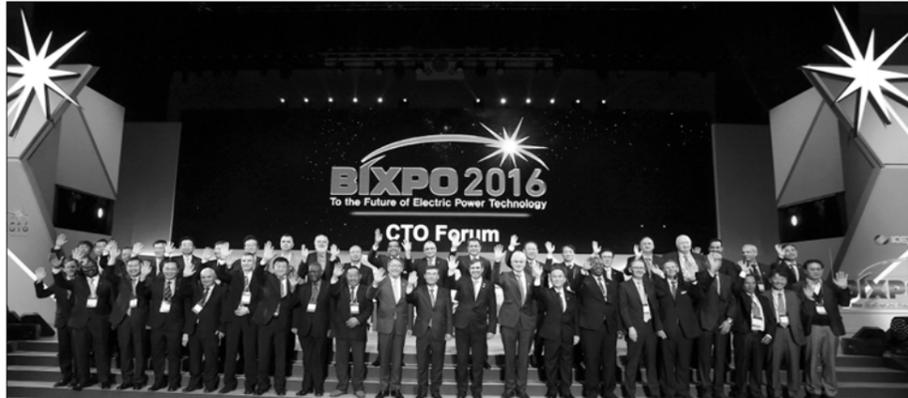
1년 전까지만 해도 라이프스타일을 바꿀 수 있는 혁신적인 제품이라는 스포트라이트를 받으며 붐을 일으킨 스마트워치는 2015년에는 2130만대에 달하는 판매고를 올리기도 했다.

하지만 지난해 4분기 900만대였던 수치는 올해 1분기에 320만대로 떨어졌고, 2분기에는 350만대, 3분기에는 270만대로 미끄러졌다.

애플은 3분기에 110만대로 시장점유율 1위(41.3%) 자리를 지켰으나 판매량은 전년 같은 기간에 비해 71.6% 줄어들었다.

삼성전자는 40만대로 작년 같은 기간에 비해 판매량이 늘었지만 성장세는 9%에 불과했다. 중국의 레노버와 페블은 73.3%, 54.1% 감소한 각각 10만대로 집계됐다.

상황이 이렇다보니 일각에서는 스마트워치가 배터리 용량, 호환성, 다기능성 측면에서 소비자들이 원하는 니즈를 맞추지 못하면서 대중화에 실패



전세계 전력리더들 한자리에 세계 최초의 전력분야 엑스포인 '빅스포(BIXPO)2016' 개막 이틀째인 3일 글로벌 전력리더들이 미래 에너지 비전 제시 등을 위해 한 자리에 모였다. 한국전력 주최로 광주 김대중컨벤션센터에서 개최 중인 이날 빅스포 행사에선 글로벌 전력 유틸리티 회사와 전력분야 기업 CTO(최고 기술책임자)들을 초청한 'CTO 포럼'이 열렸다.

한 것이 아니냐는 지적이 나오고 있다.

일부 기능이 편리하기는 해도 한정돼 있는데다가 스마트폰과 따로 떼어놓고 생각할 수 없는 값비싼 보조 디바이스에 그치고 있다는 것이다.

성장세가 꺾인 것은 비단 스마트워치만의 문제가 아니다.

태블릿 역시 전 세계 시장에서 8분기 연속 하락세를 거듭했다. 올해 3분기 글로벌 시장에서의 태블릿 판매량은 전년 동기 대비 14.7% 감소한 4300만대였다.

태블릿은 2014년 4분기에 글로벌 시장에서 7640만대로 정점을 찍은 뒤 내리막길을 걷고 있다.

올 3분기에 애플은 21.5%(930만대)에 달하는 시장점유율을 차지하며 1위 자리를 이어갔지만 지난해 같은 기간에 비해 판매량이 6.2% 감소했다.

질적인 요소에도 영향을 있었다. 전

체 판매량 중 프리미엄 라인인 아이패드 프로의 비중이 미미했던 반면 상대적으로 저렴한 모델인 아이패드 미니와 에어 등이 전체 판매의 3분의 2를 차지한 것.

삼성전자는 전년 동기 대비 19.3% 줄어든 650만대를 출하했고, 아마존은 310만대, 레노버는 270만대, 화웨이 이는 240만대로 뒤를 이었다.

상위 5개 기업 중 성장세를 보인 곳은 아마존과 화웨이 뿐이었다. 아마존은 태블릿 할인과 보상판매에, 화웨이는 자국 시장의 성장세와 상대적으로 저렴한 가격의 보급형 제품을 내놓은 덕을 본 것으로 분석되고 있다.

최근 노트북에 터치스크린과 엠생태계가 도입되면서 다른 제품군과 태블릿과의 차별성이 모호해지고 있고, 저가 투입된 노트북이 대량으로 출시된 상황 등이 태블릿 판매 감소의 주요 요인으로 작용한 것으로 분석되고 있다.

있다.

아울러 태블릿 시장은 전체 파이가 계속해서 작아지고 있는 가운데 시장을 차지하기 위한 싸움이 한창이다.

애플과 삼성전자 등 선두 그룹은 높은 성능 및 고가 전략을 유지하고 있다. 반면 화웨이 등 후발주자들은 중저가 가격의 태블릿을 앞세워 시장점유율을 끌어올리고 있다.

안드로이드와 윈도우도 허비가 엇갈렸다. 3분기 안드로이드 태블릿 판매량은 3010만대로 전년에 비해 17% 감소했지만 윈도우 태블릿은 25% 증가한 730만대를 기록했다.

IT업계 관계자는 "애플이나 삼성전자가 다른 업체들에 비해 우위에 있는 것은 확실하지만 선발주자와 후발주자와의 이미지 격차가 점점 줄어들고 있다"며 "후발주자들의 기술력 향상과 저렴한 가격 등이 브랜드 이미지라는 벽을 넘어서고 있다"고 말했다. /뉴시스



'미리 만나는 쉐보레 크리스마스'

이달에 올해 최대 구입혜택 제공... 최대 460만원 할인 등

쉐보레(Chevrolet)가 12월 중 마련되는 한 해 최고 구입 조건을 한 달 앞서 제공하기로 하고, 이달에 올해 최대 구입혜택을 제공한다.

쉐보레는 11월 '미리 만나는 쉐보레 크리스마스'를 시행, 최대 460만원의 현금할인 및 6개 차종 무이자 할부 프로그램 등 파격적인 할인혜택을 제공한다.

특히 스파크 구입 시 올해 경차 판매 1위 기념 20만원을 추가로 할인해주며, 이는 11월에 한해 시행되는 혜택이다.

더불어 이달부터 연말까지 '쉐보레 페스타'를 시행, 코리아 세일 페스타의 일환으로 제공했던 할인혜택을 확대했다.

2016년형 아베오, 크루즈, 올란도, 트랙스 등 4개 차종을 구입하는 고객에게 취득세 7%와 자동차세 1년치를 할인해 주며, 이 조건을 활용해 올란도 구입 시 최대

257만원, 크루즈 디젤 최대 215만원, 트랙스 최대 206만원 등 큰 폭의 할인을 받을 수 있다.

'쉐보레 폼보 할부' 혜택도 지속된다.

이는 큰 폭의 현금할인과 최대 60개월 할부를 동시에 적용 받을 수 있는 프로그램으로, 11월 스파크 구입 시 최대 120만원의 현금할인과 최대 4.9% 60개월 할부혜택을 받을 수 있다.

현금할인을 선택하지 않는다면 최신형 탑재 감치냉장고와 동일한 할부 프로그램을 동시에 제공받을 수 있다.

쉐보레가 마련한 혜택을 잘 활용하면, 올란도 디젤의 경우 최대 367만원, 크루즈 최대 325만원, 트랙스(2016년형) 최대 316만원, 아베오(2016년형) 최대 249만원까지 할인이 가능하다.

/군산=문정곤 기자

ECO융합섬유연구원 · 신케미코리아

친환경 광발열 섬유 가공제 · 공정 개발

햇빛에서 5°C 이상 상승 · 20회 세탁 후도 성능 유지

ECO융합섬유연구원(원장 백철규)은 기능성 가공제 전문 생산 업체인 신케미코리아(주)(대표 김세운)와 1년여 동안 중기청 산연전용 기술개발 사업을 통해 태양광 노출 시 원단이 발열하는 기능성을 갖는 광발열 섬유 가공제 및 면, 나일론, 폴리에스터 등 다양한 원단에 대한 최적 가공 공정 기술을 개발했다고 밝혔다.

최근 국내외에서도 다양한 발열섬유를 이용한 제품들이 출시되고 있었지만 이번에 개발된 섬유가공제는 기존 발열 가공제에 사용하던 흑연(graphite), CNT(Carbon Nano Tube) 등의 물질이 아닌 친환경 유·무기 나노화합물을 개발하여 적용함으로써 소비자들이 제품 착용 후 태양광 노

출 시 최소 5°C 이상의 온도 상승을 체감할 수 있고, 최대 20회 세탁 후에도 성능이 유지된다.

또한 기존 발열 가공제들이 원료 성분의 고유특성 때문에 대부분 블랙, 회색 등의 어두운 원단에만 적용 가능했으나 개발된 가공제는 다양한 색상의 원단에 적용가능 한 것이 큰 장점이다.

ECO융합섬유연구원 류중재 팀장은 "이번 기술개발을 통해 국내의 기능성 섬유 시장에서 소비자 요구에 부응하는 차별화된 광발열 섬유 가공제를 개발함으로써 기능성 이너웨어 및 아웃도어 의류 제품 시장에서의 제품 경쟁력이 한층 강화될 것으로 기대된다"고 밝혔다. /익산=장양원 기자

KT · LG유플러스, 사물인터넷 전용망 맞손

내년 1분기 상용화 · 내년 안에 전국망 구축 완료 계획... SKT 로라망 대항

KT와 LG유플러스가 SK텔레콤의 사물인터넷 전용망 '로라(LoRa)'에 대항해 손을 잡았다.

KT와 LG유플러스는 3일 오전 KT 광화문 사옥에서 공동 기자간담회를 열고 협대역 사물인터넷(NB-IoT) 전용 네트워크 상용화를 함께 추진한다고 밝혔다.

NB-IoT란 기존 이동통신 방식보다 좁은 200KHz의 대역폭을 이용, 먼거리

에 있으면서 전력 소비가 낮은 사물간의 소량 데이터 통신에 특화된 기술이다. 이 때문에 NB-IoT는 '소물(小物)인터넷'으로도 불린다.

NB-IoT는 모듈과 통신비도 기존보다 저렴해 IoT 대중화에 유리하다. 이미 SK텔레콤은 지난 6월 말 NB-IoT에 특화된 로라망 네트워크를 전국에 상용화했다. KT와 LG유플러스는 이번

협력으로 SK텔레콤을 바짝 추격

하게 됐다는 입장이다.

두 회사의 협력은 ▲ NB-IoT 네트워크 조기 상용화 공동 추진 ▲ IoT 핵심 제품의 공동 수급 ▲ 국내 주요 단체와 글로벌 기구 활동 공동 대응 등 크게 세 축으로 진행된다.

먼저 두 회사는 2017년 1분기 NB-IoT 네트워크를 상용화하며 내년 안에 전국망을 완료할 계획이다.

또한 국내외 주요 IoT 제조사들과

협력을 확대해 칩셋, 모듈, 단말 등 IoT 핵심부품을 공동수급한다.

양사는 공동 사업뿐 아니라 정부의 IoT 정책에 공동 대응하고, 사물인터넷 협회 등 국내 단체와 연계해 사업 활성화 환경을 조성한다는 방침이다.

해외시장 선점을 위해서는 우리나라 중심의 글로벌 표준화, 기술 선도를 위한 협력을 진행한다. 글로벌 협력기구들이 NB-IoT를 기술표준으로 채택하고, 이를 각국 IoT산업에 표준으로 적용시키도록 공동 대응한다.

두 회사는 "NB-IoT 네트워크 구축이 경쟁사보다 늦었지만 커버리지(서비스 범위)가 높아 활용성은 더 높을 것"이라고 기대했다. /뉴시스



전주매일의 창간 8주년을
진심으로 축하드립니다.

양지대둔산식도