

접는 폰 대중화... 집에서 피부관리... 걸으며 건강체크

주목받는 IT기기를

‘갤럭시 폴드’ 1차 예약 판매서 완판
폴더블폰, 올해 320만대 출하 예상

스마트워치, 비교적 저렴한 가격대
점유율 1위 애플, 2위 삼성전자 順

2016년 첫 출시한 에어팟 인기 여전
무선이어폰, 프리미엄 기능 더해질 듯

홈뷰 인기로 LED마스크 등 출시
전자 업체 뿐 아니라 화장품 업체도



갤럭시 폴드

/삼성전자



LG 프라임 모델 이나영이 ‘LG 프라임 플러스’ 신제품 4종과 초음파 클렌저 등을 소개하고 있다.

/LG전자



갤럭시 버즈 3종

/삼성전자



미밴드4

/샤오미

시대가 흐르며 수많은 IT 기기가 등장하고 사라진다. 과거 유행했던 CD 플레이어, MP3 플레이어, 전자사전, PMP 등이 이제는 스마트폰 하나로 다 가능해진 것을 생각하면 쉽다.

이제는 평평한 스마트폰 디자인을 넘어 화면을 접었다 펼 수 있는 폴더블 폰이 등장했고, 이어폰을 사용할 때마다 영킨 선을 풀던 유선 이어폰 사용자들은 무선이어폰으로 전환하는 추세다.

또한 아날로그 시계 대신 스마트폰 기능을 탑재한 스마트워치 시장이 성장하고 있고, 집에서 뷰티 기기를 통해 피부관리를 받는 사람들도 늘고 있다. 2020년 주목받을 IT 기기를 선정해봤다.

◆화면 접는 시대, ‘폴더블 폰’

2019년 삼성전자의 첫 폴더블(접을 수 있는) 스마트폰 ‘갤럭시 폴드’가 등장했다. 239만8000원이라는 가격과 초기 제품이라는 부담감에도 갤럭시 폴드는 국내에서 진행된 1차 예약 판매에서 10여 분 만에 모두 판매됐다.

이후 3차례의 예약판매까지 모두 완판을 기록했다. 획일적인 바(bar) 형태의 스마트폰에 갈등을 느낀 소비자가 화면을 접는다는 새로운 폼팩터에 매력을 느낀 것으로 풀이된다. 삼성전자는 올해 2월 더욱 저렴한 폴더블 폰을 선보일 예정이다.

작년에는 갤럭시 폴드와 화웨이의 ‘메이트 X’가 전부였지만 올해에는 다

른 업체들의 폴더블 폰 출시도 기대해볼 만하다. 당장 모토로라가 미국에서 100만원대의 폴더블 폰 출시를 앞두고 있다.

이외에도 중국의 TCL, 샤오미, 오포, 비보 등 업체가 올해 폴더블 폰을 선보인다.

폴더블 폰 시장의 성장도 기대된다. 시장조사업체 카운터포인트리서치에 따르면 지난해 폴더블 폰의 출하량은 40만대 수준이지만 올해에는 이보다 8배나 커진 320만대, 2021년에는 1080만대, 2022년에는 2740만대, 2023년에는 3680만대 규모로 성장할 것으로 예측된다.

◆손목 위 주치의, ‘스마트워치’

“오늘 목표를 달성하려면 600 걸음만 더 걸으시면 됩니다.” “잠시 일을 멈추고 심호흡하세요.”

요즘 나오는 스마트워치는 건강관리에 초점을 둔 제품이 많다. 팔목에 착용

하는 탓에 수시로 걸음수와 심박수 등을 확인할 수 있어서다.

스마트폰을 들지 않고서도 메시지와 전화 등을 확인할 수 있고 건강에도 신경 쓸 수 있어 스마트워치를 찾는 사람도 많아지고 있다.

특히 저렴한 가격대의 스마트워치가 많아 제품에 대한 진입장벽이 낮은 편이다.

대표적으로 샤오미가 국내 시장에 출시한 ‘미밴드4’는 3만1900원의 가격에 메시지, 전화 확인은 물론 심박수 측정과 수면 관리까지 가능해 1차 예약판매에서 4시간 만에 초도물량 1만대가 완판되기도 했다.

스마트워치 시장의 절대강자는 애플이다. 시장조사업체 스트래티지 애널리틱스(SA)에 따르면 올해 3·4분기 전 세계 스마트워치 점유율 1위는 애플로 47.9%를 차지했고, 삼성전자가 13.4%로 뒤를 따랐다. 3위는 11.3%를 차지한

핏빗이다.

국내 업체 중에선 삼성전자와 LG전자가 꾸준히 스마트워치 신제품을 출시하고 있고, 구글이 스마트워치 업체 핏빗을 인수하며 스마트워치 사업을 강화하기로 한 만큼 올해에는 애플과의 격차를 줄일 수 있을지 기대해본다.

◆무선이어폰이 대세

이제는 무선이어폰이 일상화됐다고 해도 과언이 아니다. 주위를 살펴보면 선이 없는 무선 이어폰을 낀 사람들이 쉽게 눈에 띈다. 그중 2016년 처음 출시된 애플의 에어팟은 여전히 인기다.

애플 스마트폰을 사용하지 않는 사람조차 에어팟을 찾기도 한다. 애플은 지난해 2세대 제품을 출시했다. 30만원대의 가격에도 찾는 사람이 많다.

삼성전자는 ‘갤럭시 버즈’를 통해 시장을 늘려가고 있다. 갤럭시 버즈 출시 가격은 15만9500원이다.

저렴한 가격의 제품도 많아지고 있다. 스카이가 작년 1월 출시한 3만원대의 ‘스카이 핏 프로’도 누적판매량 10만대를 돌파한 이후 최근 신제품 ‘스카이 핏 엑스’를 새롭게 선보였다. 샤오미와 QCY 제품에 대한 수요도 많다.

향후에는 주변 소음을 없애주는 ‘노이즈 캔슬링’ 등 프리미엄 기능들이 무선이어폰에 적용될 것으로 보인다.

◆집에서 피부관리하는 시대, 피부 미용 기기

집에서 전문 의료기기 못지않은 기기로 피부를 관리할 수 있는 홈뷰티 시대가 되면서 여러 업체들이 LED 마스크를 비롯한 각종 뷰티 기기를 출시하고 있다. 클렌징부터 LED를 통한 피부관리까지 가능한 게 특징이다. LG전자의 프라임을 비롯해 셀리탄, 보미라이 등이 LED 마스크를 선보였다.

LG전자가 지난해 7월 출시한 프라임 플러스의 경우 ▲더마 LED 마스크 119만9000원 ▲토탈 리프트업 케어 59만9000원 ▲갈바닉 이온 부스터 44만9000원 ▲듀얼 브러시 클렌저 34만9000원 등으로 4종을 모두 사면 259만6000원이다.

뷰티기기 시장이 성장하면서 전자업체뿐 아니라 화장품 업체도 관련 제품을 내놓는 등 향후 다양한 뷰티 기기가 등장할 예정이다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

