

사이언으로 피쳐폰 이끌고, 프라다폰 등 새길... 마지막 불꽃 '윙'까지

# 26년 역사 마침표... '3700개 특허' 기반 도전은 계속된다

LG 휴대폰이 역사속으로 사라진다. 사업을 시작한지 26년. 한 때 혁신을 주도하기도 했지만, '골든 타임'을 놓치면서 결국 실패를 만회하지 못했다.

단, LG전자가 휴대폰에 쏟은 열정과 혁신 DNA는 미래 사업에 그대로 이식될 전망이다. 구광모 대표의 '선택과 집중' 전략도 본격화될 것으로 기대된다.

## ◆피쳐폰 시장을 이끌다

LG전자 휴대폰 사업은 시작부터 혁신적인 시도로 주목을 받았다. LG정보통신은 1995년 세계 최초 CDMA 휴대폰인 화통에 이어, 1996년 국내 최초 플립형 휴대폰 프리웨이를 출시하며 국내 휴대폰 시장을 열어젖혔다. 1998년에는 브랜드를 '사이언'으로 변경했고, 2000년에는 LG전자와 합병하며 '피쳐폰' 시대에 본격적인 준비를 마쳤다.

## 초콜릿폰·롤리팝 등 선풍적 인기 'G 시리즈'로 스마트폰 시장 도전

사이언은 2010년까지 이어진 LG전자 대표 휴대폰 브랜드다. 경쟁 모델 대비 유려한 디자인과 높은 성능, 독특한 시도로 마니아층들에 큰 인기를 끌었다.

그 중에서도 2005년 출시된 '초콜릿' 폰은 LG전자 휴대폰의 전성기를 가져다준 모델이다. 개발 단계에서부터 디자인을 앞세워 심플하고 얇은 디자인을 갖췄으며, 터치센스와 같은 기능을 도입해 새로운 경험도 선사했다. 이에 따라 국내뿐 아니라 해외에도 출시해 1년여만에 1000만대를 판매하는 기염을 토했다.

이후에도 LG전자는 사인폰과 롤리팝 등 감각적인 디자인을 앞세운 모델을 잇따라 내놓으며 국내뿐 아니라 해외 소비자들까지 열광하게 했다. 당시 인기 아이돌을 기용한 광고와 음악까지 화제를 모으기도 했다.



▲ LG 벨벳

2007년 출시된 프라다폰은 혁신을 주도하기도 했다. 프라다와 협업을 통해 만든 고급스러운 디자인에 더해, 경쟁사에 앞서 풀터치스크린을 채용하면서 새로운 시장을 개척한 것. LG전자 MC사업본부의 2008년 영업이익은 1조 424억원에 달했다.

스마트폰 시대에도 크게 늦지는 않았다. 2009년 윈도우모바일을 OS로 채택한 '아레나폰'으로 애플 아이폰에 도전을 시작했다. 자체 개발한 UI를 적용해 고객의 이질감을 해소하려 했다. 2010년에는 '안드로-1'이라는 첫 안드로이드 스마트폰과 옵티머스를 출시하며 시장에 대응했다.

## ◆빛바랜 혁신

그러나 소비자들의 마음을 잡는데는 실패했다. 경쟁 모델과 비교해 불안정한 성능과 애매한 디자인 등이 지적을 받았다. 휴대폰 시장 점유율 3위를 유지하긴 했지만, 2010년 2분기 영업적자를 기록하며 내리막길을 시작했다.

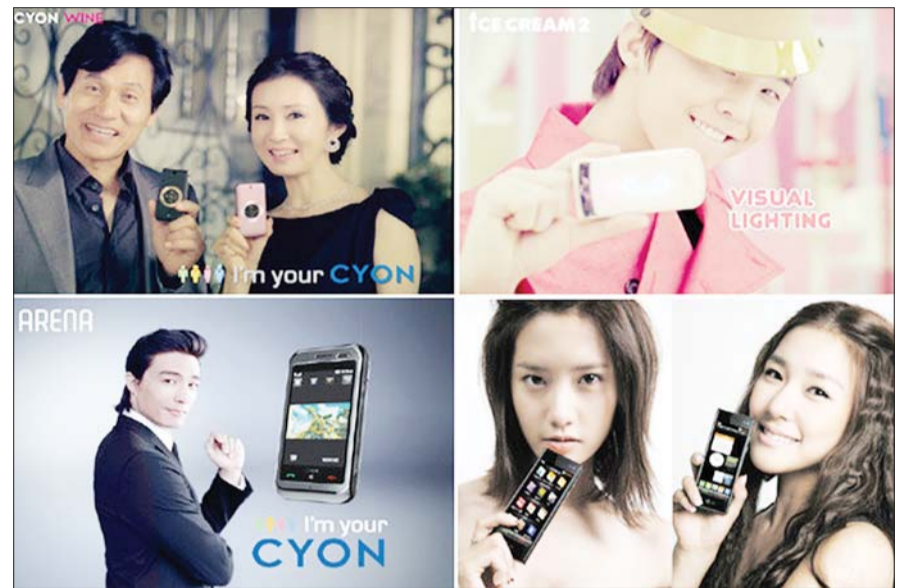
2012년 옵티머스-G를 출시하며 뒤늦게나마 스마트폰 사업을 본격화했다. 브랜드 네임을 'G' 시리즈로 정하고 2014년에는 G3를 1000만대 이상 판매하면서 부활 가능성도 엿봤다.

혁신도 꾸준히 지속했다. 2012년과 2013년 각각 구글 레퍼런스폰인 넥서스 4와 넥서스 5를 만들면서 기술력을 검증 받았다. 화면 비율을 4:3으로 만든 옵티머스뷰3세대까지 출시할만큼 인기를 끌었고, 모듈형 스마트폰인 G5도 출시 이전부터 소비자들에 큰 관심을 끌었다.

그럼에도 시장 분위기를 반전시키는 여부쪽이었다. LG 스마트폰은 저가형이라는 이미지를 좀처럼 떨쳐내지 못했고, 품질 논란까지 불거지면서 적자 행진도 가속화했다.

## 애매한 디자인, 불안정 성능에 소비자 외면... 중국산도 한 몫

중국 스마트폰도 LG전자를 경쟁에서 밀어낸 장본인이다. LG전자는 당시 중저가폰 시장에서 명맥을 유지하고 있었지만, 2010년대 중반부터 화웨이와 샤오미 등 브랜드가 빠르게 성장하기 시작했다. 2015년 글로벌에 5960만대를 판매하며 역대 최대 성적을 냈지만, 이듬해부터 화웨이에 3위 자리를 내준 뒤 빠르게 하향 곡선을 그렸다.



사이언은 감각적인 디자인과 공격적인 마케팅으로 많은 사랑을 받았다.

/LG전자 뉴스룸

LG전자는 마지막까지도 혁신의 열정을 쏟아부었다. 세계 최초 듀얼 스크린 폰인 V50에 이어 스위블폰 윙을 출시하며 시장에 센세이션을 불러일으켰다.

안타깝게도 이미 폴더블 스마트폰이 보급되던 상황에서 소비자들의 마음을 돌리지는 못했다. 디자인을 극대화한 LG 벨벳을 일부 성공시키긴 했지만, 적자를 해소하기에는 역부족이었다.

결국 MC사업본부는 5조원에 달하는 누적 적자를 남기고 26년 역사를 마무리하게 됐다.

## ◆혁신은 죽지 않는다

LG전자가 휴대폰 사업을 접긴 하지만, 그동안 쏟아부은 혁신 DNA는 기술과 특허 등 지식재산권에 남아있다. LG전자가 사업을 매각하는데 실패한 이유도 특허와 인력을 지키기 위해서였다고 알려져있다.

LG전자가 보유한 특허는 통신과 기기 등 다양한 분야에 분포한다. 특히 5G 분야에서 보유한 표준 특허가 전세계 3위인 3700여건 수준으로, LTE와 5G 통신 부문에 강하다는 평가다. 최근 중국 TCL과 특허 소송에서 이기기도 했다.

앞으로도 LG전자는 6G 이동통신 기술 개발을 지속하며 원천기술을 확보하

겠다는 입장이다. 차세대 TV와 가전, 전장부품 등 주요 사업에서 필요한 역량이기 때문이다. 그 밖에 카메라와 소프트웨어 등 핵심 모바일 기술도 유지할 방침이다.

## 5G 관련특허만 3700여개 달해 자율주행·AIoE 등에 역량 집중 MC사업 임직원 고용유지 약속

LG전자 IoT 역량도 지켜낼 수 있을 전망이다. 앞서 MC사업본부가 철수하면 썬규오픈과 웹OS 등 차세대 플랫폼 경쟁력을 잃을 수 있다는 우려가 지속됐던 상황, LG전자는 핵심 기술 연구를 통해 자율주행과 만물지능인터넷(AIoE) 시대를 대비하기로 했다.

임직원 고용 유지도 약속했다. 역량을 고려해 타 사업부나 계열사에 재배치할 예정. LG전자 가전 사업이나 LG에너지솔루션 등으로 이동이 유력하게 점쳐진다. 신사업도 준비 중이다. 사내벤처와 사내회사 등 혁신적인 프로세스를 도입하고, 인수합병(M&A)과 전략적 협력 등도 검토 중이다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

# LG 빈자리, 삼성 독주체제로?... "단말가격 상승 우려"

## 국내 제조사 삼성전자만 남아 소비자 선택폭 줄고 경쟁 제한 제조사 독과점 등 부정적 시각

LG전자가 휴대폰 사업을 26년 만에 종료하면서 통신 시장에도 판도 변화가 일어날 것으로 전망된다. 특히 국내 유일한 스마트폰 제조사로 남은 삼성전자의 독주가 심화될 것으로 보인다. 이로 인해 향후 휴대폰 가격인상이나 서비스-제품 경쟁 제한 등으로 이어지는 것이 아니냐는 우려도 이어지고 있다.

5일 LG전자는 핵심 사업에 집중하기 위해 '애물단지'였던 휴대폰 사업을 오는 7월 31일 종료한다고 밝혔다. LG전자는 최근 프리미엄 휴대폰 시장에서 삼성과 애플의 양강체제가 굳어지고, 중국 제조사 등 경쟁사들이 보급형 휴대폰 시장을 공략하는 과정에서 효과적으로 대응하지 못했다.

이에 따라 이동통신 업계에서는 LG전자 철수로 소비자 선택권과 단말 가격 상승이 우려된다는 목소리가 나오고 있다.

시장조사업체 카운터포인트리서치에 따르면, 지난해 국내 스마트폰 시장 점유율은 삼성전자가 65%, 애플 20%, LG전자가 13%다.

업계에서는 LG스마트폰 이용자들이 애플보다는 국내 제조사인 삼성전자로 이동할 것으로 보고 있다. LG스마트폰은 삼성전자와 같은 구글의 운영체제(OS)인 안드로이드인데, 애플 스마트폰의 경우 자체 OS인 iOS를 적용하고 있기 때문이다. 결국 같은 OS를 쓰는 제조사로 기존 LG전자 스마트폰 이용자들이 이동할 가능성이 높을 것으로 전망된다.

'샤오미'와 같은 중국산 스마트폰의 경우 국내 소비자의 불신이 커 경쟁력

을 갖추기 어려운 상황이다.

삼성전자는 최근 '갤럭시S21' 시리즈와 폴더블 스마트폰 구입 시 중고폰 추가 보상 판매 기종에 'LG V50 씽큐'를 추가하기도 했다. 이는 LG전자 스마트폰 이용자를 흡수하기 위한 전략의 일환인 것으로 풀이된다.

일각에서는 삼성전자가 LG전자 스마트폰 이용자를 흡수해 점유율이 70%를 넘으면 독과점 폐해가 일어날 수 있다는 우려의 목소리가 나온다. 소비자 입장에서 선택의 폭이 줄어들고, 결국 가격이나 프로모션 측면에서 영향이 있을 수도 있다는 것이 업계의 시각이다.

이동통신 업계 관계자는 "LG전자 철수로 국내 제조사가 삼성만 남은 상황"이라며 "소비자 선택권과 단말 가격 상승이 우려되는 것은 사실"이라고 말했다.

또 다른 업계 관계자는 "어떤 시장이든 다양한 사업자가 있어야 경쟁이 활성화되고 소비자 후생이 증진되는 방향으로 개선되는 것이 일반적이라 그런 측면에서는 아쉬움이 있다"며 "소비자 입장에서 선택의 폭이 줄어들어 긍정적인 상황이라고 보기는 어렵다"고 말했다.

이와 함께 향후 독과점이 가속화되면, 제조사의 입김이 더욱 세질 것이라는 전망도 나온다. 단말기 가격이 인상되거나 프로모션 등이 줄어들어 결국 소비자에게 불리할 것이라는 지적이다.

업계 관계자는 "제조사 독과점으로 인해 단말기 가격이 높아질 가능성도 있고 프로모션도 보다 제조사에 유리한 측면으로 발생할 가능성도 있을 것으로 보인다"며 "결국 제조사의 입김이 더 강해지는 결과로 이어질 수 있다"고 말했다.

/김나인 기자 silkni@

>> 1면 '구광모습 LG'서 계속

## 사내벤처·인수합병 등 신사업으로 역량 확보

LG전자는 휴대폰 사업을 종료하더라도 미래준비를 위한 핵심 모바일 기술의 연구개발은 지속한다.

6G(6세대) 이동통신, 카메라, 소프트웨어 등 핵심 모바일 기술은 차세대 TV, 가전, 전장부품, 로봇 등에 필요한 역량이기 때문에 CTO부문 중심으로 연구개발을 지속한다.

LG전자는 질적 성장에 기반한 사업 다각화와 신사업의 빠른 확대를 사업의 기본 체질도 개선한다. 특히 다가오는 전기차, 자율주행차 시대를 맞아 자동차 부품 관련 사업 강화에 속도를 내고 있다.

신사업의 경우 사내벤처, CIC(Company in Company: 사내회사) 등 혁신적인 프로세스를 도입하고, 역량 확보를 위한 인수합병(M&A), 전략적 협력 등도 적극 검토해 나갈 계획이다.

/김재용 기자