

삼성, AM-OLED 해외시장 “고전”

해외시장 <삼성제트> 휴대폰 부진 ... 국내시장은 햅틱 아몰레드 호조

삼성전자가 WVGA급 AM-OLED(유기발광다이오드)를 탑재하면서 보는 휴대폰 시대를 선언했으나 국내시장과 해외시장의 반응이 엇갈리고 있다.

국내에서는 <햅틱 아몰레드>가 휴대폰 시장에서 돌풍을 일으키고 있지만 글로벌시장에서는 <삼성제트>가 고전을 면치 못하고 있다.

삼성전자에 따르면, 햅틱 아몰레드는 7월 출시한 이후 2개월 만에 총 공급량이 30만대를 돌파하면서 국내 프리미엄 휴대폰 시장을 주도하고 있다.

이에 삼성전자는 8월 국내시장에서 110만대의 휴대폰을 판매해 2009년 들어 가장 높은 55%의 시장점유율을 기록했다.

반면, 해외시장에서는 AM-OLED 휴대폰에 대한 반응이 싸늘한 것으로 나타났다.

시장조사기관 GfK에 따르면, 8월 넷째 주 삼성전자의 AM-OLED 휴대폰 삼성제트 판매실적은 영국에서만 14위를 차지했을 뿐 나머지 주요 국가에서는 전혀 힘을 쓰지 못하고 있다.

삼성전자가 시장점유율 1위를 차지하고 있는 프랑스에서도 삼성제트는 46위에 그쳤고, 독일 39위(8월 3주차), 러시아 90위, 스페인 109위, 이탈리아 112위 등을 기록해 삼성전자 전략폰으로서의 체면을 구기고 있다.

유럽이 세계 최대의 프리미엄 휴대폰 시장이라는 점을 감안하면 삼성제트의 해외 시장 공략이 어려움을 겪고 있는 것으로 판단되고 있다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2009/09/07>