

2010. 07
방송통신 산업동향

The Monthly **FOCUS**

▶ Apple과 Google의 스마트폰 사업전략 분석과 시사점

- I. 스마트폰 시장 현황 및 전망
- II. 주요 Mobile OS 중심의 스마트폰 출시 현황
- III. Apple과 Google 스마트폰 사업전략 분석 및 비교
- IV. 우리나라 스마트폰 제조업의 경쟁력 강화를 위한 시사점

Apple과 Google의 스마트폰 사업전략 분석과 시사점*

<요 약>

□ 최근 스마트폰은 적용 및 탑재되는 Mobile OS에 따라 Apple(iPhone OS)와 Google(Android OS) 진영으로 재편

○ Apple과 Google의 스마트폰 주요 사업전략 비교

구분	Apple(iPhone OS)	Google(Android)	비 고
스마트폰 출시	자체 브랜드 보유	타 제조업체 브랜드를 통한 출시	Windows Mobile : 제한적 개방형 (라이선스형) · SDK를 통한 API 제공, Licence 제공
Mobile OS 공개수준	제한적 개방(폐쇄형) (SDK를 통한 API 제공, No Licence)	오픈소스 정책 (Free Licence, Customizing)	
Application 유통	폐쇄적 운영 (독자적인 운영)	개방적 운영 (다양한 이해관계자가 참여/운영)	
기 타	호환성, 통일성/보안 확보 중점	다양성 확보 중점	

○ 향후 Android를 선두로 한 오픈소스 Mobile OS 계열의 시장점유율 확대가 지속적으로 확대될 전망 ⇨ 스마트폰 제조업체마다 차별화 및 비용절감이 가능하기 때문에, 제조업체 입장에서 선호

○ 오픈소스 Mobile OS의 경우 스마트폰 제조업체마다 차별화가 과도해질 경우 소비자의 입장에서 불편함이 존재할 수 있음 ⇨ 궁극적으로는 오픈소스 OS 역시 어느 정도의 규격화가 불가피(일정수준의 안전성과 신뢰성 확보)

□ 단기적인 측면에서 현재 국내 휴대폰 제조업체들은 기존 Feature Phone에서의 핵심역량을 바탕으로, 고성능중인 스마트폰에 대해 차별적으로 대응하여 입지를 강화하고 있음

□ 중장기적으로는 스마트폰 시장에서 i) 다양한 가격대의 제품 포트폴리오, ii) 보다 개선되고 편리한 UI(User Interface), iii) 다양한 시장참여 자들과 제휴는 물론 모바일 융합을 위한 이종 산업과의 전략적 제휴 등이 요구

* 김민식, 미래융합전략연구실 책임연구원 (TEL) 02-570-4288 (e-mail) kimmin@kisdi.re.kr

I. 스마트폰 시장 현황과 전망

□ 휴대폰 시장에서 스마트폰의 비중이 지속적으로 증가 전망

- 기존 휴대폰에 OS라는 Software platform이 추가되는 아키텍처 혁신을 통하여, 전체적인 휴대폰의 결합구조와 원칙이 변화하는 스마트폰 등장
- 2009년에 휴대폰 시장(대수기준)에서 스마트폰 비중이 14%에서 2014년 40%로 증가할 전망(Garther 2010)

※ IDC에 따르면 2010년 세계 스마트폰 출하량은 2억 2,680만대까지 확대, 전체 휴대폰 시장에서 18%를 차지할 전망, 스마트폰 시장은 2014년까지 연간 4억 3,840만대 규모로 확대될 전망

※ Gartner에 따르면 스마트폰 시장 규모는 '10년 1Q 약 54,301천대로 전체 휴대폰 시장의 약 17%의 비중 차지, 전년 동기(약 36,507만대) 대비 약 49% 증가

- 시장조사업체 Gartner에 따르면 '10년 1Q 스마트폰 시장에서 노키아는 약 40%의 시장점유율로 여전히 스마트폰 1위 자리를 지키고 있으며, RIM이 19.4%, 애플은 15.4%를 차지하여 2위와 3위 차지

<표 I - 1> 스마트폰 제조업체 주요성과 현황과 변화('10 1Q & '09 1Q)

(단위: 백만대)

Vendor	2010 1Q		2009 1Q		'10 1Q/'09 1Q 변화
	출하량	점유율	출하량	점유율	점유율
Nokia	21,256	39.1%	14,991	41.1%	-2%p
RIM	10,552	19.4%	7,782	20.6%	-1.2%p
Apple	8,359	15.4%	3,848	10.5%	4.9%p
HTC	3,378	6.2%	1,957	5.4%	0.8%p
Samsung	2,620	4.8%	1,244	3.4%	1.4%p

자료: Gartner(2010. 5)

□ 스마트폰 시장에서 다양한 Mobile OS 기반의 스마트폰 증가 전망

○ 최근에는 iPhone OS 이외에 다양한 Mobile OS 기반의 스마트폰 보급이 확대되고 있음

– iPhone의 성공과 더불어 스마트폰 시장은 이통사 보조금의 영향으로 성장하고 있으며, 최근 Android OS기반 스마트폰 출시 경쟁이 가열되고 있음

※ 마케팅 정책의 일환으로 iPhone 단말기 판매가의 상당부분이 통신사의 보조금으로 충당되어 판매되고 있으며, iPhone 가입자 규모가 확대됨에 따라 중장기적으로 통신사의 데이터의 ARPU가 증가

<표 I -2> 스마트폰 Mobile OS 시장점유율 및 트래픽 비교(2009)

구분	OS 점유율	OS 트래픽 점유율
Simbian	48.1%	20.2%
iPhone OS	12.1%	51.0%
RIM	19.2%	5.0%
Window Mobile	8.9%	2.0%
Android	5.1%	19.0%
기타	6.6%	3.0%

자료: Gartner, AdMob, 대우증권(2010)

<표 I -3> 스마트폰 Mobile OS 시장점유율 현황과 비교('10 1Q & '09 1Q)

(단위: 천대)

Vendor	2010 1Q		2009 1Q		'10 1Q/'09 1Q 변화 점유율
	출하량	점유율	출하량	점유율	
Simbian	24,069	44.3%	20,880	51.0%	-6.7%p
iPhone OS	8,359	15.4%	5,325	13.0%	2.4%p
RIM	10,552	19.4%	7,533	20.6%	-1.2%p
Windows Mobile	3,706	6.8%	3,738	10.2%	-3.4%p
Android OS	5,214	9.6%	575	1.6%	8%p

자료: Gartner(2010)

II. 주요 Mobile OS 중심의 스마트폰 출시 현황

□ 최근 스마트폰은 적용 및 탑재되는 Mobile OS에 따라 Apple(iPhone OS)와 Google(Android OS) 진영으로 재편

- Apple의 iPhone 시리즈는 정전용량방식(인간의 정전기를 이용하는 것)의 터치 패널과 멀티 터치 적용으로 신규 수요를 촉발하였고, 앱스토어의 구축으로 음악, 동영상의 자유로운 거래가 이루어지는 동시에 스마트폰의 활용성을 높여주는 소프트웨어를 제공

<표 II-1> Apple의 iPhone 출시 현황

		
크기: 115.2 × 58.6 × 9.3mm 무게: 137g 디스플레이: 960 × 640 pixels(IPS-LCD touchscreen) 카메라: 5 MP. LED 플래시 OS: iOS 4.0 CPU: A4 1GHz Sensor: 가속, 위치, 자이로스코프	크기: 116 × 62 × 12mm 무게: 135g 디스플레이: 320 × 480 pixels(TFT touchscreen) 카메라: 3.15 MP OS: iOS 3.1 CPU: Qualcomm 600MHz Sensor: 가속, 위치	크기: 116 × 62 × 12mm 무게: 133g 디스플레이: 320 × 480 pixels(TFT touchscreen) 카메라: 2 MP OS: iOS 3.0 CPU: ARM 412MHz Sensor: 가속, 위치
iPhone 4	iPhone 3GS	iPhone 3G

- 2010년부터 iPhone의 주요한 경쟁단말기로 Android OS 탑재 스마트폰의 출시가 지속적으로 증가하고 있음
 - Google 중심의 Mobile OS인 Android를 탑재한 스마트폰을 중심으로 반 Apple 진영이 구축되어, 2010년 초기 부터 제품출시가 증가
 - 기존 휴대폰 시장의 주요 제조업체인 삼성전자와 LG전자는 기존의 Feature phone시장에서의 기술 경쟁력을 바탕으로 최근 안정성과 신뢰성이 개선되고 있는 Android OS를 적용한 스마트폰에 대한 제품 출시를 강화

※ 삼성전자는 AMOLED, 5M 이상의 카메라모듈, 동영상 플레이어 기능이 추가된 하드웨어의 우위를 바탕으로 자체 OS(바다)와 안드로이드 폰을 중심으로 시장 점유율 확대에 주력할 전망

※ LG전자는 자체 OS보다는 안드로이드 중심의 스마트폰 사업 진행과 피쳐폰 시장에서 점유율 확대에 수익성 강화에 주력할 것으로 전망

- 이외에도 OEM/ODM업체인 HTC(臺灣)의 약진이 지속되고 있으며, HTC는 Windows Mobile 기반의 ‘터치 다이아몬드’ 및 Android 기반의 ‘넥서스원’ 등을 개발한 스마트폰 전문제조업체로 UI 및 S/W부문에서 기술력을 확보

※ 2009년 스마트폰 시장의 HTC 점유율은 4.6%로 노키아, RIM, 애플에 이어 삼성보다도 높은 M/S를 보이고 있으며, 브랜드 인지도를 개선하며 공급 기반을 확대

<표 II-2> Android & RIM 스마트폰 출시 현황

삼성		팬택	HTC	LG전자	소니에릭슨	HTC	RIM
아처폰	갤럭시S	시리우스	디자인어	이클립스	엑스페리아 X10	HD2	블랙베리볼드 9700
							
2010. 4월말	6월	4월	5월	상반기	5월	5월	4월
3.7인치 AMOLED	4인치 슈퍼 AMOLED	3.7인치 AMOLED	3.7인치 AMOLED	3.5인치 AMOLED	4인치 TFT-LCD	4.3인치 TFT-LCD	2.4인치
800MHz	1GHz				1GHz 퀄컴	1GHz	
안드로이드 2.1					안드로이드 1.6	윈도모바일 6.5	블랙베리OS 4.0
정전식	정전식	감압식	정전식	쿼티, 슬라이드	정전식	정전식	쿼티자판
영상통화 가능 500M	소셜허브기능	500만화소	500만화소	500만화소	810만화소	500만화소	320만화소 E-mail 푸쉬

자료: 하나금융경영연구소(2010)

III. Apple과 Google 스마트폰 사업전략 분석 및 비교

가. Apple의 스마트폰 사업전략

□ iPhone 사업 전략

- 스마트폰 제품은 아이폰 4개 모델(2G, 3G, 3GS, 4)뿐이지만, 독자적인 에코 시스템(Ecosystem)을 확보하여 이를 기반으로 성장
- 사용자 중심의 편리하고 직관적인 UI(User Interface), Mobile OS 개발을 통하여 스마트폰 시장에서 게임의 규칙을 변화시킴
 - 기존 MAC OS를 바탕으로 iPhone OS, UI 등을 개발하여 재빠르게 스마트폰을 출시하고, 단말기 시장에서 경쟁의 규칙을 기존 HW중심에서 SW중심으로 변화
 - ※ 최초로 스마트 폰을 제공한 것은 Nokia이었지만, 이러한 시장에 핵심적인 능력을 발판으로 적절한 시점에 진입하여, 차별화된 역량으로 스마트 폰 시장에서 리더로 활동하는 기업은 대표적으로 Apple 임
- 다양하고 창의적인 어플리케이션이 제작되고 거래될 수 있는 생태계 구축하여 이동통신사업자 중심의 시장에서 소비자 중심의 시장 제시
 - Mobile OS & SDK(개발 편의성 제공) 및 Open Application Market(애플리케이션 유통시장) 기반으로 이통사 중심의 폐쇄형 애플리케이션 유통구조를 개방형 구조로 전환 ⇨ 다양한 Application 개발자 및 수요자를 확보
- 최초로 스마트폰을 개발한 것이 아니라 재빠른 2등 전략으로 추격하면서, 스마트폰의 판매 뿐 아니라 콘텐츠와 어플리케이션을 동시에 제공하는 PSS (Product-Service System: 제품서비스 통합 시스템)으로 차별화

□ iPhone OS 관련 세부전략

- iPhone OS는 스마트폰 제조업체에 판매(라이선스 허용)하지 않고 자체적으로만 사용되되, 애플리케이션 개발업체에게는 SDK(Service Development Kit)를 통한 API(Application programming interface) 제공
 - 애플리케이션 개발업체에게는 iPhone OS기반으로 한 다양한 애플리케이션을 개발 및 유통할 수 있도록 독자적인 기반환경을 제공
 - 하지만, 타 스마트폰 제조업체에게는 iPhone OS 판매를 허용하지 않으며, 이통사를 통한 애플리케이션 유통도 불가능 ◀ Mobile OS 유지/보수, 애플리케이션 통일성 유지, 보안문제 등에 강점을 보유

나. Google의 스마트폰 사업전략

□ Google Phone 사업 전략

- Google은 독자 브랜드를 확보로 스마트폰을 직접 출시하는 Apple과는 달리, 다양한 제조업체를 통한 스마트폰 출시와 이동통신사업자(제조업체)를 통한 애플리케이션 유통을 기반으로 성장
 - ※ iPhone 경우 Apple이 전적으로 단말기 브랜드 및 지원 서비스(애플리케이션 개발 및 유통)에 대한 결정권을 가지며, 이동통신사는 요금제만을 결정
 - 오픈소스 Mobile OS를 통해 다양한 휴대폰 제조업체에 Android OS가 적용된 스마트폰 출시 유도
 - 다양한 어플리케이션 유통경로로 이통사에게 수익배분 정책을 제시(수익의 30%가 이동통신사에게 분배되고 70%가 개발자에게 배당)
 - ※ Apple은 애플리케이션의 통제권을 보유하는 폐쇄적인 운영형태로, 판매를 위한 심사 주체로 Apple이 관여(수익의 30%가 Apple에 분배되고 70%가 개발자에게 배당)

- 기존 PC 시장에서의 강점인 웹 어플리케이션(Gmail, Google, Calendar 등)과의 강력한 호환성을 제공

□ Android OS 관련 세부전략

- Android OS는 스마트폰 제조업체에 오픈소스 형태로 제공되어, 무료 라이선스와 커스터마이징이 가능하므로, 많은 휴대폰 제조업체가 채택을 선호하고 빠르게 보급될 수 있다는 긍정적인 측면이 존재
 - 스마트폰에 탑재되는 Android OS는 오픈소스 플랫폼으로 어플리케이션 개발에서 하드웨어 개발에 이르기까지 개방성이 보장되는 동시에 라이선스 비용이 들지 않음
 - Google의 Android OS가 오픈소스이기 때문에 휴대폰 제조업체들은 휴대폰의 특성 혹은 필요에 따라 Android OS를 수정하여 자신들만의 특색 있는 서비스 제시가 가능
 - Google은 어플리케이션 개발자에게 Android OS를 제공할 뿐 검열 없이 개방된 형태의 다양한 어플리케이션 유통경로를 제공 ☞ 사용자의 평가에 기반을 두어 어플리케이션 유통
 - Mobile OS의 공개수준이 매우 높은 오픈소스 형태로 제공됨에 따라, Mobile OS의 유지/보수, 통일성 유지, 보안 등이 취약해질 가능성이 존재

다. Apple과 Google의 스마트폰 사업전략 비교 및 성과 전망

○ Apple과 Google의 스마트폰 주요 사업전략 비교

구분	Apple(iPhone OS)	Google(Android)	비 고
스마트폰 출시	자체 브랜드 보유	타 제조업체 브랜드를 통한 출시	Windows Mobile: 제한적 개방형 (라이선스형) · SDK를 통한 API 제공, Licence 제공
Mobile OS 공개수준	제한적 개방(폐쇄형) (SDK를 통한 API 제공, No Licence)	오픈소스 정책 (Free Licence, Customizing)	
Application 유통	폐쇄적 운영 (독자적인 운영)	개방적 운영 (다양한 이해관계자가 참여/운영)	
주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 호환성, 통일성/보안 확보 중점 • 선택적 개방정책으로 협력 체계 구축 - 타 제조업체에 대해서는 철저한 폐쇄정책, 그러나 개발자에게는 개방정책 추진 • 타 산업과의 전략적 제휴를 통한 플랫폼 지배력 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 다양성 확보 중점 • 개방 및 공유를 기본으로 하는 플랫폼 정책 • 인터넷을 중심으로 한 개방된 서비스 및 플랫폼을 제공하여 광고 이외에 다양한 수익모델을 구축에 노력 	

- 현 시점에서 스마트폰 시장경쟁에 대한 흐름을 분석해보면, 안드로이드를 선두로 한 오픈소스 Mobile OS 계열의 시장점유율 확대가 지속적으로 확대될 전망

※ 현재는 노키아, Apple, RIM 등 자체 Mobile OS(제한적 개방)를 보유한 스마트폰 제조업체들이 높은 시장점유율의 대부분을 차지

- 앞으로 오픈소스 Mobile OS들은 기존 스마트폰 제조업체가 부족했던 차별화 욕구를 보완 및 충족시킴으로써 제조업체들에게 빠르게 채택될 것으로 예상
- 이에 따라 기존 스마트폰 제조업체들이 보유한 제조 측면에서의 강점과 오픈소스 Mobile OS가 시너지 효과를 발휘하며 점유율을 확대할 전망

- 오픈소스 Mobile OS에는 Android, Symbian, Rinux, Palm web OS 등이 경쟁 중이며, 이 중 이동통신사업자에 호의적인 애플리케이션 유통 정책을 제시하고, 웹 어플리케이션 등 외부 인프라가 잘 구축되어있는 Google의 Android 점유율 확대가 전망
- 오픈소스 Mobile OS의 경우 스마트폰 제조업체마다 차별화가 가능하기 때문에 제조업체 입장에서 선호하겠지만, 차별화가 과도해질 경우 소비자의 입장에서 불편함이 존재할 수 있음 ⇨ 궁극적으로는 오픈소스 Mobile OS 역시 어느 정도의 규격화가 불가피함
- 같은 Android OS를 탑재하더라도, 차별화가 과도해지면 삼성전자의 안드로이드폰을 사용하다가 HTC의 안드로이드폰을 사용하는 것에 거부감이 존재
- 애플리케이션 개발자의 입장에서 일정수준 이상의 다양한 하드웨어 스펙의 안드로이드폰이 존재할 경우, 최적화된 어플리케이션을 개발하기가 어려워짐
- ※ MS는 Windows Phone 7을 탑재하는 스마트폰에 대해 하드웨어 규격을 매우 구체적으로 제한(CPU, 메모리, 디스플레이 해상도, 외부 버튼 수 등) 할 것으로 알려짐 ⇨ Windows Phone 7 탑재 스마트폰에 통일성을 부여하여 Device와 OS의 최적화가 용이하도록 하기 위함.

IV. 우리나라 스마트폰 제조업의 경쟁력 강화를 위한 시사점

□ 단기적인 측면에서 현재 국내 휴대폰 제조업체들도 고성능중인 스마트폰에 대한 차별적인 대응을 진행하고 있음

○ 현재 혁신제품으로서 스마트폰은 아직까지 제품혁신이 진행 중에 있으므로, 기존 High-end 단말기(Feature Phone)에서 쌓아온 핵심역량을 바탕으로 입지를 강화하고 있음

– 국내기업들은 자체적인 범용 OS 및 오픈소스 OS 기반의 스마트폰을 개발하거나, 주요 범용 OS들의 적절한 채택을 통해 스마트폰에 채택되는 OS 차별화 능력 보유에 주력

– 동시에 현실적으로 Display기술, 터치스크린, UI(User Interface) 등으로 스마트폰을 차별화함으로써 스마트폰에서의 경쟁력을 강화하고 있음

– 특히 생산되는 스마트 폰에서 이용되는 Application을 제공하는 Application Marketplace 운영에 노력

※ 스마트폰의 경쟁력은 어떤 OS를 채택하고 있는가 보다는 OS에 따른 이용 가능한 콘텐츠 및 애플리케이션의 규모와 더불어 Hardware(OLED, 터치스크린, 등) 및 UI의 차별화 능력에 좌우될 수 있음

□ 중기적으로는 스마트폰 시장에서 i) 다양한 가격대의 제품 포트폴리오, ii) 보다 개선되고 편리한 UI(User Interface), iii) 다양한 시장참여자와 제휴는 물론 모바일 융합을 위한 이종 산업과의 전략적 제휴 등이 요구

○ 국내 주요 단말기 제조업체들은 특히 저가에서 중가에 이르는 스마트폰 모델 라인업으로 다양한 가격대의 포트폴리오 구축이 요구

- Feature phone에서 소비자의 이용패턴 및 계층별 다양한 가격대의 제품 라인업을 갖추어 성공했던 것처럼, 스마트폰 시장이 빠른 속도로 성장하기 전에 이러한 역량을 갖추어 향후 확대된 스마트폰 시장에 대비
- 궁극적으로는 오픈소스 Mobile OS 역시 어느 정도의 규격화가 불가피함에 따라, 차별화에 따른 거부감을 줄이면서 편의성을 강조한 UI를 지속적으로 개발

부록 방송통신/경제 통계정보

1. 방송통신산업 동향

<방송통신 서비스업 활동지수>

(단위: 2005=100, 전년동기대비 %)

구분	'08년	'09년		'10년					
	연간	연간	4/4	1/4	1월	2월	3월	4월	5월
방송통신서비스업	3.3	0.02	0.9	△0.04%	△0.5%	0.1%	0.3%	△1.3%	2.1%
방송업	10.3	△0.5	5.7	10.6%	8.1%	14.5%	9.3%	7.2%	13.5%
지상파방송업	△4.5	△8.3	4.9	13.7%	9.5%	25.2%	7.5%	6.2%	22.9%
유선/위성 및 기타 방송업	19.8	3.4	6.0	9.3%	7.5%	10.5%	10.1%	7.6%	9.5%
통신업	2.5	0.1	0.3	△1.2%	△1.4%	△1.4%	△0.7%	△2.3%	0.8%
유선통신업	0.2	△3.5	△3.7	△5.6%	△8.0%	△4.3%	△4.7%	△6.0%	△0.6%
무선통신업	5.3	2.4	1.9	2.1%	3.0%	1.2%	2.0%	0.8%	0.9%
기타 통신업	△0.2	6.0	8.5	2.8%	6.2%	△0.7%	2.9%	△1.4%	6.8%

자료: 통계청

<방송통신산업 가입자 현황>

(천명, 전년동월대비 %, ()는 전월대비 순증가입자)

구분	'09. 5	'09. 6	'09. 7	'09.8	'09. 9	'09. 10	'09. 11	'09. 12	'10. 1	'10. 2	'10. 3	'10. 4	'10.5
▶ 시내전화서비스													
가입자	21,317	21,124	20,905	20,750	20,554	20,395	20,241	20,090	19,979	19,884	19,803	19,739	19,693
증가율	-7.5%	-8.2%	-9.0%	-9.6%	-10.2%	-10.8%	-11.1%	-9.2%	-9.2%	9.0%	-8.5%	-8.1%	-7.6%
▶ 초고속인터넷서비스													
가입자	15,877	15,939	16,010	16,041	16,127	16,213	16,316	16,349	16,403	16,473	16,613	16,671	16,718
증가율	5.5%	5.8%	6.1%	5.4%	5.6%	5.4%	5.6%	5.6%	5.7%	5.6%	5.8%	5.4%	5.3%
▶ 이동전화서비스													
가입자	46,836	47,071	47,340	47,528	47,660	47,750	47,846	47,944	48,220	48,577	48,978	49,207	49,465
증가율	4.7%	4.6%	5.2%	5.3%	5.3%	5.2%	5.2%	5.1%	5.3%	5.6%	5.9%	5.8%	5.7%
▶ 디지털 케이블TV방송서비스													
가입자	2,245 (73)	2,318 (73)	2,379 (60)	2,434 (55)	2,491 (58)	2,551 (60)	2,620 (69)	2,670 (50)	2,721 (51)	2,778 (57)	2,857 (79)	2,942 (85)	3,017 (75)
▶ IPTV서비스													
가입자	1,616 (29)	1,687 (71)	1,789 (102)	1,850 (61)	1,988 (138)	2,098 (110)	2,233 (135)	2,372 (139)	2,422 (49)	2,499 (77)	2,577 (78)	2,674 (98)	2,790 (116)

자료: 방송통신위원회, 한국케이블TV방송협회, 각사 IR자료

2. 경제 동향

<실물경제동향>

(단위: 전년동월대비, %)

		2008	2009			2010 ^p					
		연간	11월	12월	연간 ^p	1월	2월	3월	4월	5월 ^p	
GDP 성장률		2.3	6.0(0.2)			0.2	7.8(1.8)				-
산업 생산	광공업 ¹⁾ 생산지수	3.4	18.1	34.2	-0.8	37.0	18.9	22.5	19.9	21.5	
	서비스업 생산지수	3.6	4.2	7.2	2.0	4.4	7.3	5.5	3.7	3.8	
무역	수출(FOB, 억달러)	4,220	340	360	3,653	308	331	375	394	395	
	수입(CIF, 억달러)	4,353	295	329	3,231	315	311	356	354	351	
전망	경기선행지수	-	11.3	11.6	-	11.3	10.3	9.7	8.6	8.0	
소비	소비재판매	1.1	9.7	12.7	2.6	6.9	13.1	9.9	7.3	3.6	
	가계수입전망 ²⁾	-	103	103	-	103	102	101	104	107	
	소비지출전망 ²⁾	-	111	112	-	112	111	111	111	112	
고용	취업자수(만명)	2,358	2,381	2,323	2,351	2,287	2,287	2,338	2,392	2,431	
	전년동기대비(만명)	14.5	-1.0	-1.6	-7.2	0.5	12.5	26.7	40.1	58.6	
	실업률(계절조정전)	3.2	3.3	3.5	3.6	5.0	4.9	4.1	3.8	3.2	

주: 1) 광업, 제조업, 전기·가스업을 포함. p는 잠정치

2) 소비자동향조사는 6개월 앞 전망 임

자료: 한국은행(국민계정, 소비자동향조사), 통계청(산업활동동향, 소비자물가, 고용동향)

<금융동향>

구분	2009		2010					전월대비 증감률(%)
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
KOSPI	1682.77	1602.43	1594.58	1692.85	1741.56	1,641.25	1,698.29	3.5%
KOSDAQ	513.57	496.57	507.03	515.74	523.75	489.42	489.98	0.1%
KOSDAQ IT	852.69	822.82	840.08	851.72	879.68	828.95	826.22	-0.3%
다우	10428.05	10067.33	10325.26	10856.63	11008.61	10,136.63	9,774.02	-3.6%
나스닥	2269.15	2147.35	2238.26	2397.96	2461.19	2,257.04	2,109.24	-6.5%
원/달러 환율	1,166.45	1,138.82	1,157.08	1,137.64	1,117.11	1,163.11	1212.33	4.2%
원/엔 환율	1,300.81	1,248.26	1,281.72	1,255.84	1,195.31	1,265.23	1,333.59	5.4%
금리(국고채 3년)	4.24	4.29	4.19	3.94	3.77	3.70	3.75	0.05%p
유가(Dubai)	75.5	76.8	73.6	77.3	83.6	76.8	74.1	-3.5%

주: '주가지수'는 월말 종가, '환율', '금리', '유가'는 월별 평균임. 금리의 전월대비 증감률 단위는 %p임

자료: 한국거래소, 야후 금융서비스, 한국은행, 기획재정부