

# 모바일 SW 시장, '안드로이드 마켓'

- ❖ 안드로이드 기반 모바일 SW를 검색, 구매, 다운로드할 수 있는 온라인 마켓플레이스
- ❖ 개발자는 등록, 업로드, 설명 입력 등 3단계 과정을 거치면 자유롭게 SW 판매 가능
- ❖ 구글은 모바일 SW 시장으로 유저의 편의성을 높이고 모바일 검색 활성화를 꾀하려 함

모바일 광고  
모델 구축



평가표(5점 만점)	
수익성	2
차별성	3
충성도	4
진입장벽	3
리스크	2

### 서비스 특징

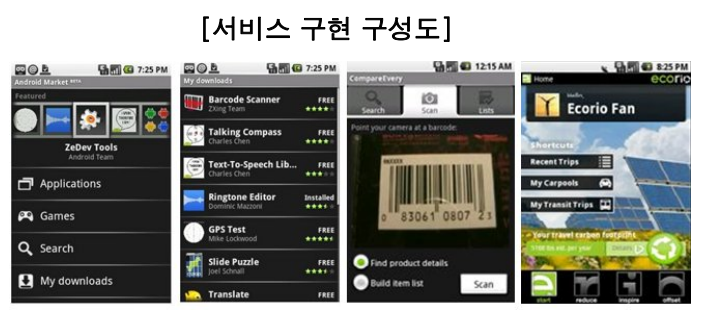
- **온라인 마켓플레이스** : 안드로이드폰용 SW를 휴대폰으로 직접 다운로드받을 수 있으며, 해당 SW에 대한 코멘트를 추가할 수 있음. 추천 SW 순위나 인기 순위가 사용자들의 조회수나 다운로드 횟수로 결정됨  
⇒ 개발자는 판매자 등록, 업로드, 콘텐츠 설명 입력 등 3단계 과정만 거치면 승인과정없이 판매 가능
- **개발자와 수익 배분** : 안드로이드 마켓 판매 수익 중 70%를 개발자에게 지급함. 30%는 이동사와 지불업계에 수수료로 배분함. 판매자는 25달러의 등록비만 지불하면 추가 비용없이 판매를 할 수 있음  
⇒ 현재 구글폰 T-모바일 G1용 SW를 무료로 제공하고 있으나 2009년 1분기부터 유료 SW 판매가 시작됨.

### 시장 상황

- 모바일 웹 애플리케이션 스토어 3파전 예상
- 애플의 앱스토어와 구글의 안드로이드 마켓, RIM의 블랙베리 앱 센터 등이 2009년 본격적으로 경합을 벌일 것으로 예상됨  
⇒ 수익과 SW업로드수, 개발자수에서 애플이 절대 우위 유지, 그 뒤를 구글이 맹추격 중. RIM, 팜, 노키아, MS 등도 유사 서비스를 준비하고 있음
- 우호 개발자 진영 확보와 서비스 업계로의 번신을 목적으로 온라인 SW 상점 서비스에 나서고 있음

### 주요 파트너사

- **파트너** : HTC(G1), 삼성전자, LG전자, 모토로라, 노키아, 소니에릭슨, 가민 등

### 경쟁 포인트

- **개방성** : 판매자 등록 외 별도 승인과정 없이
- **개발자 우선 정책** : 판매수익의 70%를 개발자에게 제공하고 30%는 이동사, 지불솔루션 업계에 할당

### 시사점

- 구글폰용 SW 개발 활성화로 구글폰 저변을 확대하고 모바일 검색 광고 기반을 구축하는 효과를 낼 수 있음
- 모바일 SW 시장의 본격화로 SW 개발업계의 수익 기반이 조성될 수 있는 계기를 마련함
- 휴대폰 단말 업계의 온라인 SW 서비스 시장 경쟁이 본격화 될 것으로 예상됨