

옴디아: 무선이어폰 시장 '가치 창출'로 재편... OWS 1000 만 대 돌파

런던--(BUSINESS WIRE)-- 옴디아(Omdia)의 최신 연구에 따르면, 2025년 3분기 글로벌 '무선 이어폰(True Wireless Stereo, TWS)' 출하량은 9260만대로 전년 동기 대비 0.33% 증가에 그쳤다. 전체 성장세는 완만했지만, 비인이어(non-in-ear) 방식의 TWS 기기인 '오픈 와이어리스 스테레오(OWS, Open Wireless Stereo)' 출하량은 1000만대를 넘어 전년 동기 대비 69% 증가했다. 이러한 성장세는 4% 감소해 8200만대에 그친 기존 TWS 출하량의 감소분을 상쇄했다.

잭 리덤(Jack Leathem) 옴디아 애널리스트는 “25달러 미만 가격대에서 액티브 노이즈 캔슬링(ANC) 기술의 대중화가 이루어지고 있으며, 프리미엄 브랜드들은 물량 경쟁에서 가치 창출로 방향을 전환하고 있다”며 “공급업체들은 단순한 점유율 확대보다는 충성도를 높이는 경험에 집중하고 있다. 시장은 이제 두 가지 뚜렷한 경로로 분화되고 있다. 하나는 AI와 건강 기능 통합이 뒷받침하는 최고 수준의 ANC 및 음질을 갖춘 프리미엄 차별화이고, 다른 하나는 신흥 시장에서의 접근성 높은 혁신 기능”이라고 설명했다.

애플은 출하량이 4% 감소했음에도 생태계 강점과 프리미엄 포지셔닝을 통해 전체 TWS 시장 가치의 약 절반을 차지하며 글로벌 매출 1위를 유지했다. 최신 에어팟 프로 3(AirPods Pro 3)는 통합 심박수 감지를 통해 건강 추적 기능을 강화했는데, 이는 프리미엄 계층에서 생태계 결속력(stickiness)이 판매량보다 더 중요하다는 것을 보여준다. 한편 샤오미는 50달러 미만 세그먼트에서 기능 출시를 가속화해 라틴아메리카 및 기타 신흥 시장에서 세 자릿수 성장을 달성하며 2위를 유지했다.

신시아 첸(Cynthia Chen) 옴디아 리서치 매니저는 “OWS 가 분기 출하량 1000만 대 기준점을 넘어선 것은 단순한 이정표 이상의 의미가 있다”며 “이는 OWS 가 하나의 정식 카테고리로서 소비자가 히어러블(hearable) 기기를 생각하는 방식을 새롭게 형성하고 있음을 입증한다”고 말했다. 첸 리서치 매니저는 이어 “그러나 내재적인 음질 한계로 인해 대부분의 OWS 제품은 50~150달러의 중간 가격대에 집중되어 있어, 하이엔드 인이어 모델과 직접 경쟁하기 어렵다”고 지적했다.

주요 공급업체들은 가격 경쟁을 피하기 위해 평균판매단가(ASP)를 100달러 이상으로 적극적으로 끌어올리고 있으며, 그 결과 2025년 3분기에 100달러 미만 OWS 보다 더 빠른 성장을 기록했다. 화웨이(Huawei)와 샥즈(Shokz)는 대조적인 전략으로 고급 OWS 부문을

주도하고 있다. 샥즈는 스포츠와 안전한 청취에 중점을 두는 반면, 화웨이는 프리미엄 하드웨어 통합을 통해 AI 기반의 지능형 경험 분야를 이끌고 있다.

챈 리서치 매니저는 “귀에 들어가지 않는 오픈 폼팩터 디자인은 기존 TWS에 비해 음질 한계에 부딪히기 때문에 장기적 사용자를 유지하려면 초기 사용을 넘어 지속적인 기능적 이점을 제공해야 한다”고 설명했다. 첼 리서치 매니저는 이어 “역동적인 카테고리인 OWS는 특히 업계가 운동 중이나 사무실 환경 등 핵심 사용자 시나리오와의 강력한 통합을 통해 향상된 기능을 위한 새로운 방안을 모색함에 따라 빠른 성장이 예상된다”며 “장기적인 편안함과 혁신적인 AI 기반 기능을 강조하는 것이 성장 동력을 유지하고 진화하는 소비자 요구를 충족하는 데 필수적일 것”이라고 전망했다.

시장의 구조적 변화는 폼팩터를 넘어 지역적 역학 관계와 기술적 역량까지 포괄한다. 신흥 시장은 공격적인 가격 책정과 기능 대중화를 통해 계속해서 물량 성장을 주도하는 반면, 선진 시장은 프리미엄 경험과 생태계 통합을 점점 더 우선시하고 있다. 이러한 분화는 업체들이 다양한 지역 세그먼트와 가격대에서 병행 전략을 추구할 기회를 창출한다.

옴디아는 OWS 출하량이 2026년에 4000만 대에 달해 전체 TWS 시장의 10%를 차지할 것으로 전망한다. 이 예측은 업체들이 전통적인 성능 지표와 새롭게 부상하는 사용자 경험 우선순위 간의 균형을 맞추는 가운데, 더 넓은 웨어러블 오디오 환경을 재편하는 데 있어 오픈이어 오디오의 전략적 중요성을 시사한다. 시장 차별화의 다음 단계는 AI 기반 개인화, 기기의 원활한 생태계 통합, 점점 더 정교해지는 소비자층의 진화하는 요구를 해결하는 지속적인 편안함 중심의 디자인 혁신에 초점을 맞출 것이다.

글로벌 TWS 출하량 및 연간 성장률

옴디아 웨어러블 시장 보고서: 2025년 3분기

공급업체	25년 3분기 출하량 (100만)	25년 3분기 시장 점유율	24년 3분기 출하량 (100만)	24년 3분기 시장 점유율	연간 성장률
샤오미	120	35%	100	30%	15%

애플	18.9	20%	19.8	21%	-4%
샤오미	8.6	9%	6.9	7%	+24%
삼성	7.0	8%	8.3	9%	-16%
보트(boat)	6.7	7%	7.6	8%	-11%
화웨이(Huawei)	5.0	5%	3.7	4%	+35%
기타	46.4	50%	46.0	50%	+1%
합계	92.6	100%	92.3	100%	+0.3%
주: 화웨이는 2021년 1분기부터 아너(HONOR)를 제외함. 오포(OPPO)는 원플러스(OnePlus)를 포함. 비보(vivo)는 아이쿠(iQOO)를 포함. 반올림으로 인해 백분율 합계가 100%가 되지 않을 수 있음.					
출처: 옴디아 스마트 퍼스널 오디오 서비스(셀인 출하량), 2025년 10월					
글로벌 OWS 출하량 및 연간 성장률 옴디아 웨어러블 시장 보고서: 2025년 3분기					

공급업체	25년 3분기 출하량 (100만)	25년 3분기 시장 점유율	24년 3분기 출하량 (100만)	24년 3분기 시장 점유율	연간 성장률
화웨이(Huawei)	0.9	8%	0.4	7%	+118%
에디파이어(Edifier)	0.8	7%	0.2	3%	+338%
사나그(Sanag)	0.7	7%	0.6	9%	+31%
베이스어스(Baseus)	0.7	7%	0.1	2%	+560%
앤파(Anker)	0.7	7%	0.4	6%	+95%
기타	6.5	63%	4.5	74%	+44%
Total	10.3	100%	6.1	100%	+69%
주: 화웨이는 2021년 1분기부터 아너(HONOR)를 제외함. 오포(OPPO)는 원플러스(OnePlus)를 포함. 비보(vivo)는 아이큐(iQOO)를 포함. 반올림으로 인해 백분율 합계가 100%가 되지 않을 수 있음.					
출처: 옴디아 스마트 퍼스널 오디오 서비스(셀인 출하량), 2025년					

10 월

옴디아 소개

Omdia 는 나스닥 상장사인 Informa TechTarget, Inc.(TTGT)의 일원으로, 선도적인 기술 리서치 및 컨설팅 제공 기관이다. Omdia 는 업계 리더들과의 심도 깊은 대화를 바탕으로, 수십만 개의 데이터 포인트에 기반한 기술 시장 전문성을 보유하고 있으며 이러한 전략적 시장 인텔리전스는 고객이 경쟁 우위를 확보할 수 있도록 한다. R&D 부터 ROI 까지 Omdia 는 산업을 선도할 수 있는 가장 유망한 기회를 발굴하고 있다.

사진/멀티미디어 자료: <https://www.businesswire.com/news/home/20251209628026/en>

이 보도자료는 해당 기업에서 원하는 언어로 작성한 원문을 한국어로 번역한 것이다. 그러므로 번역문의 정확한 사실 확인을 위해서는 원문 대조 절차를 거쳐야 한다. 처음 작성된 원문만이 공식적인 효력을 갖는 발표로 인정되며 모든 법적 책임은 원문에 한해 유효하다.

Contacts

파시하 칸(Fasiha Khan) – fasiha.khan@omdia.com

뉴스 제공: Omdia