

‘착한 이통’ MVNO 스타트!

<이동통신 재판매>

통신료 인하의 해법으로 주목을 받고 있는 이동통신재판매(MVNO) 서비스가 본격적으로 모습을 드러내기 시작했다.

MVNO 사업자들은 통신망이 없는 대신 SK텔레콤, KT, LG유플러스 등 기존 이동통신업체의 통신망을 빌려 서비스를 제공한다.

정부는 이동통신 시장 후발 주자인 MVNO 사업자들이 살아남기 위해 낮은 가격과 특화 서비스를 갖춰 포화상태인 이동통신시장에 활력을 불어 넣을 것으로 기대하고 있다.

○선불형 MVNO 등장=“휴대전화 1만 원만 충전해 주십시오.” 선불형 MVNO 서비스는 버스카드처럼 미리 일정금액을 충전한 뒤 그 금액만큼 통화를 하는 방식이다.

선불형 MVNO 서비스는 지난해 8월 프리텔레콤과 에버그린모바일이 KT망을 빌려 최초 서비스를 시작했다. 이후 방송통신위원회의 통신료 인하 정책에 발맞춰 새로운 사업자들이 속속 등장하고 있다.

지난 19일 아이즈비전은 SK텔레콤과 음성 MVNO 서비스 도매제공 협정을 체결하고 오는 7월 1일부터 서비스를 시작한다고 밝혔다. 브랜드명은 ‘아이즈’(eyes)로 정했다.

아이즈비전은 국제전화 선불카드 시장에서 점유율 40%를 확보하며 축적한 노하우를 활용해 선불 MVNO 서비스 시장에서 차별화된 마케팅을 선보일 계획이다.

모바일 솔루션 업체인 인스프리트도 KT와 MVNO 사업자 협약을 맺고 와이브로 4G 데이터 기반 MVNO 서비스를 28일부터 시작했다. KT의 와이브로 망을 활용해 음성·문자·데이터 서비스 제공하는 최초의 MVNO 사업자다.

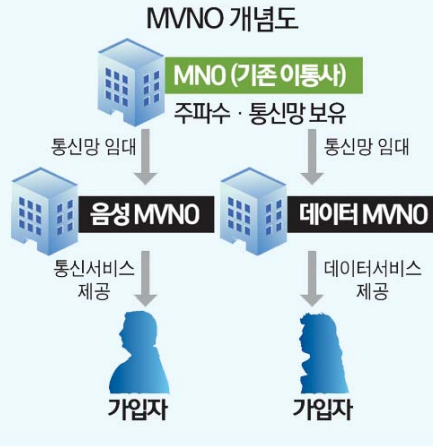
인스프리트는 유통업체와 교육업체 등 기업을 대상으로 사업 성격에 맞는 특화된 이동통신 서비스를 제공할 계획이다. 또한 자회사인 엔스퍼트가 제조한 태블릿PC, 대기업의 스마트폰 등 단말기를 자체적으로 공급해 무선 인터넷을 활용한 종합 모바일 솔루션 서비스를 선보인다.

로밍·렌탈 사업자인 에스로밍도 KT망을 빌려 30일부터 외국인인을 대상으로 한 선불 이동통신 서비스를 제공하는 등 KT망을 통한 선불 이동통신 서비스를 제공하는 MVNO 업체는 모두 8개 업체에 이르고 있다.

◇MVNO의 경쟁력=MVNO의 최대 장점은

MNO(이동통신사) 대비 약 15~35% 가량 요금이 저렴하다는 점이다.

SK텔레콤의 망을 빌려 서비스를 시작하는 아이즈비전의 경우 최대 38%까지 저렴하다. 월 기본료 5000~9000원, 1초당 음성통화료 2~3.8원, 단문메시지(SMS) 건당 22원, 초당 영상통화료 5.5원 등의 내용을 기본으로 모두 4종류의 요금제를 선보인다. 초당 3.8원인 아이즈비전의 PPS 일반요금제는 초당 4.8원인 SK텔레콤의 PPS 일반요금제보다 21% 저렴하고, 하루 기본료 166원에 초당 2.4원인 아이즈비전의 PPS 50 요금제는 하루 기본료 166원에 초당 3.9원인



통신망 빌려 저가로 승부...최대 38% 저렴

노인·신불자 등 소액 이용자 요금 절감효과

자생 위해 자체설비·서비스 차별화는 숙제

SK텔레콤의 PPS 라이트보다 무려 38% 가량 저렴하다.

KT MVNO 업체들도 기존망 대비 약 15~30% 저렴한 요금제를 제공한다.

물론 이동통신 3사의 후불제 요금보다는 싸다. 월 1만2000원 가량의 기본료가 없기 때문이다. 그러나 월 통화량이 많지 않은 노인이나 저소득층, 외국인 등 휴대전화 이용이 적은 사람들에게는 경쟁력이 있다. 또한 중고 휴대전화를 이용할 수 있다는 장점도 있다.

◇성공 요건=해외에서는 이미 MVNO가 새로운 서비스 산업으로 자리 잡은지 오래다. 해외 MVNO는 정부의 적극적인 정책 추진에 차별화된 전략으로 이동통신 시장에 진입해 성장해 왔다. 특히 유럽과 북미는 음성, 일본은 데이터 중심 구도의 MVNO 시장이 형성됐다.

가장 대표적인 성공사례로 꼽히는 영국 버진모바일은 MNO보다 최대 45% 저렴한 요금제를 앞세워 12년 만에 자국 내에서 8%에 이르는 시장 점유율로 있다. 미국의 트렉폰아이어리스는 특정 인종과 요금 민감층을 위한 상품으로 6%

시장을 점유하고 있고, 일본의 일본통신도 맞춤형 법인 데이터서비스와 중소기업 대상 선불제 서비스로 시장을 키워가고 있다.

해외의 MVNO는 저마다 철저하게 세분화된 전략을 통해 독자적인 시장을 구축했다. 이미 시장을 점유하고 있는 MNO와 직접적인 경쟁을 통해서는 살아남기 힘들다는 판단때문이다.

그러나 국내 MVNO 사업자들은 정부의 규제에 의지한 저렴한 요금정책에만 집중하고 있다. 때문에 해외의 성공 사례와 같이 차별적 서비스를 위한 자체 설비 구축 등은 찾아보기 힘들다. 정부가 MVNO 시장 문턱을 낮추면서 너무 많은 MVNO가 시장 진입을 목표로 하고 있다는 걱정도 일각에서는 제기되고 있다. 장기적으로 MVNO들이 대거 시장에 진입한 뒤 사업을 폐지할 경우 소비자들이 피해를 볼 수 있는 상황도 발생할 수 있기 때문이다.

결국 MVNO가 소비자들에게 신뢰를 얻어 시장에서 살아남기 위해서는 정부 의존도를 낮추고 자생할 수 있는 투자와 준비를 서둘러야 한다는 지적이다. /김경민기자 kki@kwangju.co.kr

“美 애틀란티스호 발사 백만명 몰릴듯”

7월 8일 마지막 비행...속박시설 예약 끝

오는 7월 초 마지막 비행에 나서는 미국 우주왕복선 애틀란티스호 발사를 보기위해 100만명 이상의 관광객들이 몰릴 것으로 보인다.

미 항공우주국(NASA)은 지난 4월 디스커버리호, 5월 엔데버호에 이어 오는 7월8일 플로리다주 케네디 우주센터에서 우주왕복선 애틀란티스호를 발사해 마지막 비행에 나서도록 한 뒤 올해내에 모두 퇴역시킬 방침이다. 이에 따라 우주왕복선의 마지막 비행이 될 애틀란티스호 발사장면을 보기위해 미 전역에서 100만명 이상의 관광객들이 몰릴 것으로 보이며, 케네디 우주센터 인근 지역의 호텔들은 이미 예약이 모두 끝난 상태라고 ‘유에스에이(USA) 투데이’가 27일 전했다.

케네디 우주센터가 있는 브리바드 카운티의 ‘우주해안 관광진흥국’의 카운터 로버트 발레이 국장은 “우주왕복선 발

사를 볼 수 있는 카운티내 모든 호텔과 콘도가 이미 예약이 끝났으며, 35마일 떨어진 올랜드 지역도 예약이 폭주하고 있다”며 “우주왕복선 발사를 구경하기 위해 100만명 이상의 관광객들이 몰릴 전망”이라고 말했다.

케네디 우주센터 방문객 단지와 NASA로 향하는 진입로 등 우주왕복선 발사를 가까이에서 볼 수 있는 지점들의 경우 복권판매 식으로 20~65달러에 배정되고 있다. 하지만 수요가 넘쳐 이베이 등에서는 최대 5000달러에 판매되고 있는 실정이라고 지방신문 ‘플로리다 투데이’는 전했다.

여기에 우주센터 앞 인디언 강 반대쪽인 타이타스빌 주변과 유람선 정박항인 캐내버럴항 주변도 발사장면에는 많은 관광객들이 몰릴 것으로 전망되고 있다.

NASA 사진사인 벤 쿠퍼는 “왕복선 발사대가 보이지 않는 지역이라



하더라도 해안에서 발사해 우주 상공으로 비상하는 모습을 볼 수 있는 곳은 모두 관광객들이 몰릴 것”이라고 말했다. 7월 마지막 비행에 나서는 애틀란티스호는 지구로 귀환한 후 우주왕복선의 발사지인 플로리다주(州) 케네디우주센터에서 영구전시된다. /연합뉴스



LG, 4G LTE 모뎀 내달 출시

LG전자는 기존 3세대(3G)에 비해 5배 이상 빠른 4G LTE(롱텀에볼루션) 모뎀을 SK텔레콤과 LG유플러스를 통해 다음달 1일 출시한다고 28일 밝혔다.

이번 제품은 USB 형태의 모뎀으로 다운로드 최대 100Mbps(Mega bit per second), 업로드 최대 50Mbps의 속도를 구현한다. 이는 700메가바

이트(MB) 용량의 영화 1편을 1분 안에 내려받을 수 있는 속도다. 또 멀티모드를 탑재해 4G 네트워크뿐만 아니라 기존의 3G 네트워크도 자동으로 인식하며 40g의 초경량, 초슬림 디자인으로 휴대성을 강화했다.

LG는 LTE 통신 모뎀 및 스마트폰 공급을 확대하며 4G 시장에서 유리한 고지를 선점한다는 계획이다. /연합뉴스

LG는 올해 1월 일본 최대 이동통신사업자인 도코모에 LTE 데이터 카드를 공급했고 지난 5월 미국에서는 자체 개발 LTE 모뎀칩을 탑재한 스마트폰 ‘레블루션’을 출시한 바 있다.

나영배 MC사업본부 전무는 “LG 전자는 이미 북미를 비롯한 글로벌 시장에서 앞선 기술력으로 LTE 리더십을 확보하고 있다”라며 “올해 국내 4G 본격 상용화에 발맞춰 LTE모뎀을 시작으로 시장을 선도하겠다”라고 말했다. /연합뉴스

소행성, 지구 아슬아슬 비껴갔다

대형 버스 크기의 소행성이 28일 새벽 2시(한국시각)께 지구를 1만 2000km 거리에서 아슬아슬하게 지나갔다고 스페이스닷컴이 보도했다.

‘소행성 2011 MD’로 불리는 이 우주 암석은 지구에 가장 근접했을 때 남극대륙 부근의 남대서양 상공을 지나갔다. 지난 22일야아 발견된 이 소

행성은 일부 인공위성보다도 가까운 거리까지 접근했지만 지구에 추락할 가능성은 처음부터 없었고 최근 관측된 크기가 5~20m에 불과해 지구 대기권을 통과하더라도 불에 타 없어졌을 것으로 보인다.

미항공우주국(NASA) 과학자들은 이 정도 크기의 소행성이 지구를 스

쳐 지나가는 일은 6년에 한 번꼴이라고 밝혔다.

소행성 2011 MD는 올해 들어 지구에 초근접한 두 번째 천체이다. 지난 2월4일에 지구를 스쳐 간 소행성 2011 CQ1와 지구의 최단거리는 약 5500km로 관측사상 가장 가까운 소행성으로 기록됐다. /연합뉴스



깨끗하고 건강한 캐나다 청정자연에서 탄생한 - Natural Factors(내추럴팩터스) 드디어 한국에서도 공식 판매 합니다!

청정자연 캐나다에서 태어난 50년 역사 건강기능식품 브랜드

50여 개국으로 수출하여 글로벌 시장에도 우수한 품질확신!

2010년 12월 내추럴팩터스를 국제약품이 공식 판매 합니다!



청정자연에서 건강을 찾아 연구하는 캐나다 건강기능식품 전문기업-내추럴 팩터스

50년 내추럴팩터스 역사를 담았습니다!



캐나다 대표 브랜드 내추럴팩터스는 수십만 평의 자체 허브농장에서 재배한 자연원료를 최첨단 자체연구소에서 우수한 연구기술진이 탄생시킨 고품질 명품 건강기능식품으로 원료에서부터 완제품까지 철저한 품질관리 시스템은 50여년 동안 명성을 이어오고 있습니다. 사랑하는 가족의 건강을 위해 철저하고 꼼꼼한 선택!-내추럴팩터스입니다!

Natural Factors 한국총판 가장 좋은 약으로 사랑받습니다. **국제약품공업주식회사** 경기도 안산시 단원구 초지동 648번지 http://www.kukjepharm.co.kr

제품문의 : (031) 781.9081(고객지원팀)

