

# LTE요금제 63%가 6만원대 '高價' 가계 통신비 거품 아직도 안빠졌다

‘단통법’ 시행 3개월째...효과 있나

이통사 요금·서비스 개선 경쟁 속 “더 지켜보자” 의견도

불법 보조금 살포와 비싼 가계통신비로 상징되는 혼란스런 이동통신 시장의 모습은 올해도 계속됐고, 결국 정부는 이를 바로 잡기 위한 제도 개선책으로 단말기유통구조개선법(단통법)을 제정해 시행했다.

10월1일부터 시행에 들어간 단통법은 단말기 보조금에 상한선을 씌우고 이를 투명하게 공개해 가입유형·지역, 나이 등에 따른 보조금 차이를 해소하는 것은 물론 궁극적으로 거품이 낀 단말기 출고가를 끌어내리자는 취지가 담겼다. 시행 초기 이통서비스 가입자 수가 급감하는 등 일부 혼란이 있었지만 시간이 갈수록 시장의 회복 속도가 빨라지며 법이 안착해가는 모습이다.

하지만 소비자들은 여전히 통신비 부담이 크다고 하소연하고 일선 유통점들은 손님이 줄어 영업을 접어야 할 판이라며 폐지를 요구하고 있어 논쟁의 불씨는 쉽게 꺼지지 않을 것으로 보인다.

◇휴대전화 시장 회복...요금제 선택 합리적으로 변화=미래부에 따르면 단통법 시행 두 달 째인 지난달 하루 평균 이통서비스 가입자 규모는 5만4957명. 법 시행 전인 1~9월 일평균 가입자 수(5만8363명) 대비 94.2%까지 올라왔다. 시행 첫 달인 10월 3만6935명(63.3%)으로 시장이 거의 반 토막 난 것과 비교하면 빠른 회복세다.

가입유형별로는 11월 하루 평균 신규 가입자 수가 1만6539명으로 1~9월 대비 81.3%. 번호이동은 1만5184명으로 66.8% 수준이다. 10월에는 각각 67.0%, 41.1%에 불과했다. 기기변경의 경우 2

만3234명으로 오히려 1~9월(1만5309명) 대비 51.7% 증가했다. 단통법 시행으로 과거 보조금 혜택이 거의 없다가 되었던 기기변경 가입자에게도 차별 없이 보조금이 제공됐기 때문으로 분석된다.

◇이통사, 요금·서비스 경쟁 본격화=불법 보조금 살포로 시장 질서를 어지럽힌다는 원성을 산 이통 3사는 단통법 시행 이후 요금·서비스 경쟁에 몰두하는 분위기다. SK텔레콤과 KT는 피쳐 폰 데이터요율을 0.5KB당 1.5원에서 0.25원으로 인하했고 SK텔레콤은 이에 더해 내년에 폐지할 예정이던 1만1880

원의 가입비를 앞당겨 없었다. KT가 소비자 부담 경감 차원에서 요금약정할인 반환금(위약금)을 물리지 않는 순액요금제를 출시한 데 이어 SK텔레콤·LG 유플러스 등도 나란히 해당 제도를 폐지했다.

◇실질 가계통신비 경감? =일각에서는 단통법이 시장질서를 바로잡는 데 어느 정도 성과를 냈지만 가계통신비를 내리기에는 역부족이라는 주장도 나온다. 휴대전화 단말기가 법 시행 이전에 비해 여전히 비싸다는 소비자 인식도 바뀌지 않고 있다. 우선 중저가 요금제 가입자 수가 늘었다고 하지만 고가 요금제 위주의 상품 구성은 여전히. 이통 3사의 LTE 요금제별 구성을 보면 6만원대 이상 고가 요금제가 30%로 전체 62.5%를 차지하고 4~5만원대와 3만원대

이하의 각각 10%, 8%에 불과하다. 중저가 요금제의 선택 범위가 그만큼 협소하다는 뜻이다.

◇단통법 대안 찾는 움직임 활발... “더 지켜보자” 의견도=단통법 효과에 대한 공방이 이어지는 가운데 정치권을 중심으로 대안을 찾는 움직임도 가시화하고 있다. 보조금 상한선 폐지와 분리공시제(보조금을 구성하는 이통사 지원금과 제조사 장려금을 따로따로 공시하는 것) 도입을 명시한 단통법 개정안이 의원입법으로 발의됐고, 한동안 잠잠하던 단말기 완전자급제 도입 논의도 다시 가열되는 분위기다.

일각에서는 단통법 시행 6개월을 맞는 내년 상반기에 법의 효과를 둘러싼 논쟁이 재점화할 수 있다는 전망도 나온다. /연합뉴스



지난 1일 국회 의원회관에서 열린 새정치민주연합 이상호 의원실과 참여연대 주관 ‘단통법 시행 60일 평가 통신비 인하 해법 찾기’ 토론회에서 참석자들이 토론을 벌이고 있다.

## 올해 스마트폰 시장 ‘샤오미 돌풍’

화웨이·레노버 중저가폰 ‘3인방’ 판매량 세계 1위 삼성 턱밑 추격

올해 세계 스마트폰 시장의 주인공은 삼성전자가 애플도 아니었다. 샤오미(小米), 화웨이, 레노버 등 중국 제조업체가 돌풍을 일으키며 삼성과 애플이 양분하던 글로벌 스마트폰 시장의 판도에 균열을 내기 시작했다. 중저가폰으로 무장한 이들 3인방은 올 한해 무서운 속도로 성장하며 난공불락으로 여겨지던 삼성의 스마트폰 판매량 1위 자리를 턱밑까지 추격했다.

◇샤오미 돌풍, 중국 넘어 세계로=단숨에 세계 3위 ‘우뚝’=“종합 제조업체가 스타 선수(star performer)로 거듭났다”. 미국의 시장조사업체 스트래티지애널리틱스(SA)는 중국 스마트폰 제조회사 샤오미를 이렇게 표현했다. 샤오미는 1~2년 전만 해도 무명 업체였다. ‘중국의 애플’이라는 별명이 있기는 했지만 아이폰의 디자인을 베낀 듯한 제품이 잇달아 내놓자 경쟁업체들이 조롱조

로 불린 말에 불과했다. 그러던 샤오미가 중국 스마트폰 시장을 야금야금 공략하더니 결국 자국 경쟁업체인 레노버, ZTE, 클래드에 이어 올 2분기에는 삼성전자마저 돌리세웠다. 샤오미의 돌풍은 그것으로 멈추지 않았다. 올 3분기에는 세계 스마트폰 시장에서 당당히 판매량 3위로 뛰어오르며 삼성과 애플을 바짝 긴장시켰다. 샤오미가 이 기간에 판매한 스마트폰은 총 1800

만대. 시장 점유율 5.6%로 LG전자(5.2%)와 화웨이(5.1%)를 한꺼번에 따돌렸다.

◇삼성, 중국 3인방-애플 양면공세에 실적 악화=삼성전자는 올 3분기 세계 스마트폰 판매량이 약 8000만대로 여전히 1위를 유지했지만 시장점유율은 35%에서 24.7%로 하락했다. 점유율이 25% 밑으로 떨어진 건 2011년 이후 처음이었다. 업계에서는 삼성이 중저가폰 시장에서는 중국 업체의 도전에, 프리미엄 폰 시장에서는 애플의 반격 사이에 갇힌 사면초가 상황에 놓인 것으로 진단한다. /연합뉴스



## 이통사, 새해 키워드는 ‘미래 먹거리 창출’

스마트폰 시장 포화...연말 인사통해 방향 제시

이동통신 3사가 나란히 연말 인사를 마무리하고 내년도 사업을 위한 전열을 재정비했다.

올해 이통 3사 인사의 특징은 ‘새로운 성장동력 찾기’에 맞춰졌다는 분석이다. 포화상태에 이른 유·무선 통신시장이 ‘레드오션’으로 굳어짐에 따라 미래 생존을 담보하려면 새로운 돌파구가 필요하다는 위기의식이 인사로 표출됐다는 것이다.

이는 SK텔레콤 인사에서 가장 명확하게 드러난다. SK텔레콤은 최고경영자(CEO)를 전격 교체하는 등 이통 3사 가운데 가장 큰 폭의 인사를 단행하며 대대적인 변화를 예고했다. 특히 불확실한 시장 환경 속에 실적 면에서 비교적 선방했다는 평가를 받는 하성민 사장을 51세의 장동현 SK플래닛 최고운영책임자(COO)로 바꾼 것은 혁신의 신호탄으로 읽힌다. 장 신임 CEO는 SK플래닛에서 온라인·모바일 쇼핑몰인 11번가의 글로벌 진출, 통합 커머스 플랫폼 ‘시립’ 등을 출시했고 SK텔레콤에서는 데이터무제한 요금제를 도입, 이통시장을 데이터 중심으로 바꾸는 등 혁신을 이끌었다는 평이다.

KT는 인사나 조직 변화의 폭이 SK텔

레콤만큼 크지는 않았지만 기존 사업을 기반으로 새로운 비즈니스를 찾아보겠다는 의지를 분명히 했다는 평이다. 그룹의 싱크탱크 역할을 하는 미래융합전략실을 미래융합사업추진실로 확대 개편한 게 대표적이다. 미래융합사업추진실은 KT가 차세대 먹거리로 꼽는 ▲스마트에너지 ▲통합보안 ▲차세대 미디어 ▲헬스케어 ▲지능형 교통관제 등 5대 융합사업의 실행을 진두지휘하게 된다. 글로벌사업본부도 글로벌사업추진실로 확대하면서 황창규 회장 직속으로 독립시켜 황 회장이 그동안 지속적으로 추진해온 해외시장 진출 작업에 탄력이 붙을 것으로 예상된다.

지난달 28일 일찌감치 임원인사를 단행한 LG유플러스의 경우 안정 속의 성과 창출 기초 아래 조직개편 없이 최소한의 변화를 했지만 플랫폼·하드웨어 등 미래 먹거리 발굴 작업은 지속한다는 방침이다.

업계 관계자는 “이번 인사를 통해 각사가 신규사업 발굴·추진에 역점을 두겠다는 의지를 분명히 드러낸 만큼 내년에는 새로운 시장 선점을 위한 이통 3사의 물밑 경쟁이 더욱 치열해질 것”이라고 내다봤다. /연합뉴스

## 내년 ‘패블릿’ 전성시대 오나

〈휴대전화와 태블릿 합성어〉

스마트폰 화면 대형화 트렌드...애플, 아이폰6·아이폰6+ 출시

스마트폰 화면의 대형화 트렌드가 계속 이어져 내년 글로벌 스마트폰 시장은 패블릿(휴대전화와 태블릿의 합성어)의 전성시대가 될 것이라는 전망이 나왔다.

정보기술(IT) 시장조사업체 스트라베이스는 최근 ‘2014년 시장결산 및 2015년 전망-스마트폰’ 스냅샷 보고서에서 “애플이 대화면을 탑재한 아이폰6과 아이폰6+를 출시하면서 스마트폰 디스플레이의 대형화 트렌드가 정점에 이르렀다”면서 “향후 패블릿이 소화면 스마트폰과 태블릿PC 시장마저 잠식할 것”이라고 전망했다.

보고서는 스마트폰 소비자들의 콘텐츠 이용량이 계속 증가함에 따라 프리미엄 스마트폰 수요도 대화면을 자랑하는 패블릿으로 쏠릴 것이라고 내다봤다. 대신 기존 소화면 스마트폰은 중저가 시장을 형성

할 것이라고 관측했다. 보고서는 이어 독일 리서치업체 스태티스타의 자료를 인용, 글로벌 스마트폰 출하량이 내년엔 사상 처음으로 마이너스 성장을 기록할 것으로 전망했다. 이 자료에 따르면 2015년 스마트폰 출하량은 12억8400만대로 올해(12억8800만대)보다 400만대나 줄어든 것으로 추산된다. 스마트폰이 세상에 나온 2009년 이후 연 단위로 전 세계 출하량이 감소한 적은 없었다.

보고서는 “현재 생존 위협을 받는 단말 제조사들이 시장에서 대거 이탈하면서 내년엔 저음으로 글로벌 출하량이 줄 것으로 보인다”면서 “(샤오미나 화웨이 같은) 중국발 로컬 제조사의 해외 진출 본격화가 시장에 새로운 활력소가 될지 이목이 쏠린다”고 설명했다. /연합뉴스

# "경매"

## 서둘지 마라! 좋은물건은 쏘아진다!

### 특수경매만이 부자되는 지름길이다!

### 탐정처럼 분석하고 목사처럼 협상하고 검사처럼 다뤄라!!



#### 경매투자

- ▶ 특수 비법 배우실 분!
- ▶ 임장/교육비 등 1200만원 NPL과 특수물건만 취급 단,상담후 본사 결정
- ▶ 단독, 공동투자 하실 분
- ▶ 낙찰물건에 투자 하실 분
- ▶ 사무실 같이 쓰실 분

(주)오천경매  
H.P 010-3605-5000