데이터 요금 더 싸게… 통신공룡 수싸움 치열

SKT 61요금제 1100원 낮추자
LGU+ 도 1000원 인하해 맞불
새 요금제 약점 보완 고객 쟁탈전

이동통신 3사 간 요금 경쟁이 갈수록 치열해지고 있다.

SK텔레콤은 지난달 20일 첫선을 보인 '밴드 데이터 요금제'의 61요금제(부가세 빼고 월 6만1000원)를 59요금제로 하향 조정한다고 최근 밝혔다.

통신 3사가 지난달 잇따라 출시한 '데이터 중심 요금제'를 앞세워 반격에 재반격을 거듭하며 뜨거운 고객 쟁탈전을 벌이고 있는 가운데 SK텔레콤이 특정 요금제의 요금을 소폭 내리며 요금 경쟁의 주도권 강화에 나선 것이다.

SK텔레콤은 "월 6만1000원을 과금하는 61요금제를 동일한 조건으로 월 5만9900원의 59요금제로 변경한다"며 "고객 부담을 조금이라도 줄이기 위해 월 요금을 1100원 내렸다"고 설명했다.

SK텔레콤은 "기존 '밴드 데이터 요금제'의 61요금제 가입자는 별도의 신청이 없어도 자동으로 59요금제로 조정된다"고 덧붙였다.

SK텔레콤의 조치가 나온 직후 LG유플러스도 60.9요금제(월 요금 6만900원)를 5만9900원으로 1000원 인하해 맞불을 놨다.

이에 따라 이 구간대 요금제의 요금은 통신 3사 모두 5만9900원으로 똑같아졌다.

SK텔레콤과 LG유플러스의 조치는 소비자들에게 인기가 많아 가장 치열한 가입자 경쟁이 벌어지고 있는 해당 요금제를 경쟁사인 KT와 동일하게 맞추기 위한 결정으로 풀이된다.

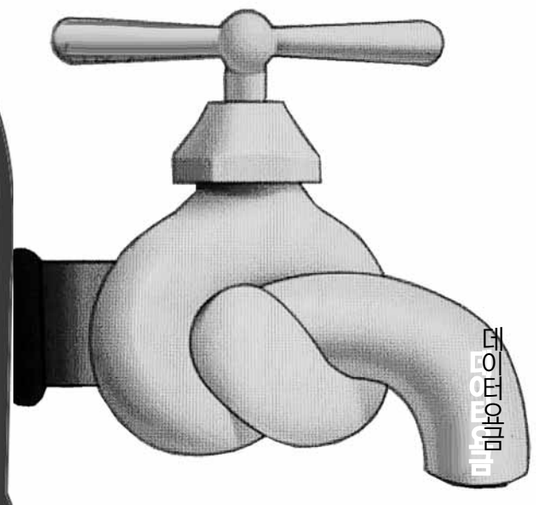
SK텔레콤은 데이터 중심 요금제 도입 이후 현재까지 100만명이 넘는 가입자를 모아 통신 3사 중 가장 좋은 성적을 보이고 있으나 요금 경쟁에서 긴장의 끈을 놓지 않고 주도권을 계속 이어가겠다는 의지를 표명한 것으로 업계는 보고 있다.

유무선 통화와 문자 무제한에 데이터 11GB를 기본으로 제공하는 59요금제는 기본 데이터 소진 시 하루 2GB의 데이터가 추가로 주어지며, 이마저 다 쓴 후에는 3Mbps의 속도로 데이터를 무제한 이용할 수 있는 사실상 '데이터 무제한 요금제'라 소비자의 호응이 높다. 후발주자인 LG유플러스의 경우에는 이동통신 시장의 경쟁 구도가 데이터 중심 요금제 위주로 재편된 뒤 경쟁사의 공격적인 고객 유인 전략으로 자사로의 번호 이동이 급감하자 요금 인하에 동참한 것으로 분석된다.

지난달 8일 KT를 필두로 데이터 중심 요금제를 차례로 선보인 이동통신 3사는 경쟁사의 요금이 나오는 족족 즉각 자사의 약점을 메우는 보완책을 내놓으며 치열한 수싸움을 벌이고 있다.

데이터 중심 요금제가 미래형 요금제로 각광받으며 출시 1개월도 채 지나지 않은 현재까지 이통통신 3사를 통틀어 가입자가 200만명을 돌파하는 등 반응이 뜨겁자 3사 모두 경쟁에서 초반 주도권을 빼앗기지 않기 위해 사력을 다하고 있는 것으로 분석된다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr



금주의 추천앱

애플이 지난 8일(현지시각) 미국 샌프란시스코에서 열린 연례 개발자 컨퍼런스(WWDC)에서 아이폰과 아이패드 등 모바일 기기에 반영될 새로운 iOS 9을 공개했다. 금주는 iOS 9에서 새롭게 달라질 애플리케이션을 소개한다.

앱:Siri

iOS용 음성 인식 앱인 '시리'가 더욱 똑똑해진다. 단순히 검색결과를 보여주는 대신 적절한 영상까지 찾아서 서비스한다. 또한 사용자의 사용 패턴을 분석해 필요한 기능을 능동적으로 제공하는 '프로액티브' 기능도 도입됐다.

앱:지도&애플페이

새로워진 지도에는 대중 교통 경로를 안내하는 기능이 포함된다. 지도상에서 정류장을 선택하면 노선을 파악할 수 있다. 또한 애플페이와도 연동되어 지도상에서 물건을 미리 결제하고 찾아가는 서비스도 가능하다.

앱:뉴스 앱

뉴스를 골라 추천해주는 애플리케이션도 추가된다. 관심 있는 분야를 미리 설정해놓으면 한 곳에 모아 잡지처럼 제공해주는 기능이다. 뉴욕타임즈, 포브스, CNN등 유력매체와 제휴를 맺은 애플은 미국과 영국, 호주에 서비스를 우선 제공할 예정이다.

DESIGN ZOOS 제공:디자인주스 (대표 정우주 tiger@designzoos.com)

제4이통사 출범 비관론 솔솔~

국내 시장 포화상태…수익 담보 못해 대기업 무관심

정부가 지난달 말 이동통신 3사가 장악한 국내 이동통신 시장에 새로운 경쟁을 불어넣기 위해 제4이동통신사의 시장 진입 장벽을 대폭 낮추기로 함에 따라 번번이 무산돼온 제4이동통신사가 이번에는 출범할 수 있는 것이 아니냐는 기대감이 어느 때보다 높다.

하지만 아직 유력한 참여 후보가 수면 위로 떠오르지 않은 채 군소업체들만 잇따라 출사표를 던져 이번에도 '찻잔 속의 태풍'으로 그치는 것이 아니냐는 우려가 제기되고 있다.

8일 이동통신 업계에 따르면 현재까지 제4이동통신 참여를 준비 중인 업체는 2010~2014년 6차례 제4이동통신 사업자 신청서를 냈다가 고배를 마신 KMI(한국모바일인터넷), 2차례 신청했다 탈락한 IST(인터넷스페이스타임), 전국 소상공인이 주축이 돼 최근 결성한 우리텔레콤, 박성도 전 현대모비스 부사장이 이끄는 퀀텀모바일 등 4~5개 업체로 추산된다.

우리텔레콤이 지난 1일 사업설명회를 열어 초기 자본금 최대 1조2000억원에 2만원대의 음성, 문자, 데이터 무제한 요금제를 내놓겠다고 사업 구상을 발표한 것을 비롯, 제4이통 참여를 추진하는 업체들은 초기 자본금을 대략 1조원 안팎으로 잡고 있는 것으로 전해졌다.

발 빠르게 움직이고 있는 군소업체와는 달리 정부가 내심 이동통신 시장의 새로운 플레이어로 참여해주길 바라고 있는 유력 대기업들은 미동도 하지 않고 있어 대조를 이룬다.

업계에서는 케이블TV나 통신 사업체를 계열사로 거느리고 있는 CJ, 태광그룹, 현대백화점, 통신을 활용한 '커넥티드 카' 등 미래형 서비스에 관심이 큰 현대차그룹 등이 제4이동통신에 참여할 가능성이 있다는 소문이 돌고 있다.

그러나 정작 거론된 기업 대부분은 통신시장의 새로운 참여자로 나서는 것에 대해 부정적인 기류를 보이고 있다.

국내 이동통신 시장이 이미 포화상태에 이른데다 망 구축 등에 조 단위의 막대한 초기 투자비가 들기 때문에 정부가 아무리 진입 장벽을 낮춰준다고 해도 수익성을 담보할 수 없다는 이유에서다. /연합뉴스

SKT '스마트 에너지 관리서비스' 하반기 선봬

매장 온도·습도 빅데이터로 관리 에너지 최적화

치킨집을 운영하는 김 모씨는 여름이면 에어컨을 24시간 돌려야 해 전기 요금이 만만치 않아 걱정이다. 손님이 언제 들어올지 몰라 연일 냉방기를 켜 놓아야 하기 때문이다. 하지만 빅데이터 분석에 기반을 둔 방문고객 예측으로 에너지 제어기기가 스스로 매장의 온도와 습도를 최적화하는 '스마트 에너지 관리 서비스'가 도입되면 요금 걱정을 크게 덜 수 있을 것으로 보인다.

SK텔레콤이 중소형 매장 에너지관리 시스템인 '스마트 에너지관리 서비스(WEMS)'가 미래창조과학부와 한국정보화진흥원이 공모한 빅데이터 스마트서비스 시범사업에 선정돼 올해 하반기 첫선을 보일 예정이다.

이 사업은 SK텔레콤이 상권분석시스템인 알고리즘을 개발하고, SGA가 사업 주관을, 중소 전문기업 엔코디가 소프트웨어 장비와 알고리즘 개발을 맡는 컨소시엄 방식으로 진행된다. 매장 주변의 유동·상주·거주 인구는 물론 영업장의 매출과 내방객, 에너지 사용 추이 등 내부 데이터와 온도와 습도, 날씨 등 공공 데이터를 접목시켜 매장 내방객을 예측하고, 냉난방 에너지를 최적화할 수 있어 기존의 냉난방 관리보다 에너지 효율을 높일 수 있을 전망이다. /연합뉴스