

# 이통사, 적과의 동침... 독 든 사과 vs 신성장 동력

(넷플릭스)

LGU+ 넷플릭스 전용 요금제 출시  
VOD 확산·가입자 유치 효과 기대  
망 사용료 변수·안방 잠식 우려도

넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 콘텐츠 회사들이 자체 제작한 오리지널 콘텐츠로 국내 사업자와 제휴를 통해 국내 시장의 영향력을 넓혀가고 있다. 특히 유튜브는 SK브로드밴드, LG유플러스 등 사업자와 제휴해 인터넷TV(IPTV)에서도 편리하게 볼 수 있다.

글로벌 콘텐츠 회사들은 자사 콘텐츠 배포장구를 넓히고, 통신사업자는 가입자 유치 효과를 볼 수 있다는 장점이 있다. 다만, 일각에서는 자칫하다 넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 콘텐츠 사업자에게 국내 동영상 시장을 내주는 게 아니냐는 우려도 제기하고 있다.

14일 이동통신 업계에 따르면 SK브로드밴드, LG유플러스는 유튜브의 키즈 콘텐츠를 자사 IPTV에 제공하고 있다.

SK브로드밴드는 지난달 자사 IPTV에서 유튜브 인기 영유아 콘텐츠를 무료로 볼 수 있는 '영어썩썩 튜브' 서비스를 제공했다.

가장 공격적으로 나서는 사업자는 LG유플러스다. LG유플러스는 지난해 9월 구글과 손잡고 'U+tv' 어린이 전용



모델들이 스마트폰, 태블릿PC 등 다양한 기기에서 넷플릭스 서비스를 이용하고 있다. /LG유플러스

메뉴인 '아이들나라'에 '유튜브 키즈'를 탑재한 바 있다.

유튜브 키즈는 구글이 다양한 콘텐츠들을 어린이들의 관심사에 맞춰 프로그램, 음악, 학습, 탐색 등 네 가지 카테고리로 구분해 서비스하는 글로벌 어린이 애플리케이션이다. LG유플러스의 아이들나라를 통해 이용하는 다운로드 받거나 검색할 필요 없이 이용할 수 있다.

이와 함께 LG유플러스는 두 달 동안 한시적으로 자사 데이터 요금제 새로 가입하는 고객들을 대상으로 넷플릭스 3개월 이용권을 제공하는 프로모션도 열었다. LG유플러스는 최근 속도·용량 걱정없는 데이터 요금제를 출시해 가입자를 끌어 모으는데 집중하고 있다.

넷플릭스는 전 세계 190여개국, 1억 2500만명 이상이 이용하는 거대한 동영상 스트리밍 서비스다. LG유플러스는 이번 프로모션을 통해 자사 요금제 혜택을 충분히 누릴 수 있는 넷플릭스의 콘텐츠가 매력적인 요인으로 작용해 가입자 유치 효과를 볼 수 있다.

일각에서는 이번 프로모션으로 넷플릭스가 LG유플러스를 통해 IPTV 서비스 진출을 하는 것이 아니냐고 우려하고 있다.

이에 대해 LG유플러스는 "모바일에 한정된 한시적인 프로모션이며, 아직까지 장기적인 IPTV 제휴에 대해서는 전혀 정해진 것이 없다"며 선을 긋고 있다.

이동통신사 및 유료방송 사업자들이 이 같은 글로벌 콘텐츠 사업자와의 제

휴를 고민하는 이유는 독과실이 동시에 공존하기 때문이다.

아직까지 IPTV에는 넷플릭스가 진출하지 않은 만큼 가장 먼저 손을 잡는 사업자는 선제적인 위치를 선점할 수 있는 가능성이 커진다. 지상파 콘텐츠의 위력이 약화되는 시점에서 넷플릭스가 VOD 시장 확산의 촉매제가 될 수도 있기 때문이다.

그러나 이에 수반되는 그림자도 크다. 넷플릭스의 경우 글로벌 정책으로 수익배분을 '9대 1'의 수익배분을 제시한 것으로 알려졌다. 이 조건을 받아들일 경우 지나치게 불리한 협상으로 '기울어진 시소'에 타는 셈이다. 수익성 면에서 상대적으로 불리할 수밖에 없는 것.

넷플릭스가 IPTV에 콘텐츠를 제공하는 온라인 콘텐츠업체(CP)가 될 경우 국내 유료 동영상 서비스 시장을 잠식할 수 있다는 우려도 있다. 넷플릭스와 손을 잡을 경우 자사 VOD 시장이 확산될지, 경쟁자가 돼 자체 OTT 시장을 잠식할지 모호한 셈이다.

망 사용료도 변수다. 망 사용료란 CP가 통신망을 사용한 대가로 통신사 등 인터넷서비스제공자(ISP)에 지불하는 비용이다. 유튜브의 모회사인 구글과 페이스북의 경우 수년 전 할값으로 SK브로드밴드, KT, LG유플러스 등과 계약해 망 사용료 비용 부담이 낮다. 당시 구

글, 유튜브가 킬러 콘텐츠로 떠올라 통신사들이 별도의 비용 협상 없이 경쟁적으로 캐시서버를 구축했기 때문이다. 지난해 페이스북의 경우 국내 접속경로 임의 변경 사태가 일어나 해외 사업자들의 망 사용료 특혜 논란이 수면 위로 떠오른 바 있다.

이러한 요인들이 작용해 유튜브는 불과 2년 만에 3배 이상 성장을 기록했다. 앱 분석 업체 와이즈앱의 분석 보고서에 따르면 2016년 3월에는 월 총 사용시간이 79억분에 불과했지만 지난 2월 기준 257억분으로 급증했다.

SK텔레콤도 넷플릭스와의 제휴 가능성은 열어뒀지만, 망 사용료 등을 신중론을 보였다.

유영상 SK텔레콤 코퍼레이트센터장은 지난 4일 진행된 올해 1분기 실적 컨퍼런스를 통해 "넷플릭스와의 제휴 추진도 고객에게 새로운 서비스를 제공해 줄 수 있다는 점에서 고려할 수 있지만 망 사용료 및 이익 공유, 국내 콘텐츠 사업에 미치는 영향력 등을 면밀히 검토해야 한다"고 조심스러운 입장을 밝힌 바 있다.

통신 업계 관계자는 "넷플릭스가 망 사용료와 관련해 '제2의 폐북' 사태가 일어나지 않을 것이라는 보장이 없다"며 "넷플릭스가 매력적이긴 하지만 협상 시 부정적인 영향도 있어 우려의 시각이 많다"고 말했다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

## 10배 빠른 5G급 차세대 패킷 교환기 개발

SK텔레콤 올해 하반기 내 상용화  
트래픽 특성구분 인터넷망으로 연결

SK텔레콤은 삼성전자와 차세대 패킷 교환기 개발을 완료했다고 14일 밝혔다. SK텔레콤은 5세대(5G) 이동통신 상용화에 앞서 올해 하반기 중 차세대 패킷 교환기를 상용화할 계획이다.

패킷 교환기는 스마트폰 등 모바일 기기에서 발생하는 모든 음성과 데이터 트래픽이 인터넷 망으로 접속하기 위해 필수적으로 거쳐야 하는 관문이다. 고속도로에 진입하기 위한 톨게이트에 비유할 수 있다.

SK텔레콤은 지난해 11월 기준 대비 10배 이상 빠른 테라비트(Tb)급 패킷 처리가

속 기술을 개발했고, 이 기술을 활용해 차세대 패킷 교환기 상용 장비를 개발했다.

차세대 패킷 교환기는 빠른 처리 속도 외에도 자동으로 서비스 별 트래픽 특성을 구분하고 인터넷 망으로 연결하는 특징이 있다. 이용자가 스마트폰에서 여러 서비스를 동시에 이용(멀티태스킹)해도 각 서비스 트래픽을 개별적으로 처리한다. 복수의 서비스에서 동시에 트래픽이 들어올 때 발생하는 병목 현상을 최소화한다. 톨게이트 입구를 승용차·화물·버스 전용으로 구분해 전반적인 통행 속도를 높이는 원리다.

SK텔레콤 측은 "5G가 상용화되면 가상현실·증강현실은 물론 홀로그램과 같은 멀티미디어 콘텐츠가 활성화되고, 자

율주행차 등 기존 오프라인 서비스를 무선으로 연결하는 서비스가 등장한다"며 "차세대 패킷 교환기가 서비스 별 트래픽을 나뉘어 5G의 초고속·초저지연 특성을 최대 효율로 끌어낼 수 있다"고 설명했다.

SK텔레콤은 5G 상용화에 앞서 올해 하반기 중 롱텀에볼루션(LTE)망에 차세대 패킷 교환기를 상용화할 계획이다. 이를 위한 현장 적용 시험(필드테스트)도 추진하고 있다.

SK텔레콤은 차세대 패킷 교환기 개발에 활용한 '5G 패킷 처리 가속 기술' 관련 백서를 온라인에 공개하기도 했다. 관심 있는 통신장비 업체들은 백서를 자유롭게 열람하고, 응용 장비 개발에 활용할 수 있다. /김나인 기자



르노 소형 해치백 클리오.

## 르노삼성, 소형 해치백 '클리오' 공식 출시

가격 1990만원~2340만원  
프랑스보다 1000만원 저렴

프랑스 르노가 만든 소형 해치백 '클리오(Clio)'가 국내시장에 공식 출시됐다. 르노삼성자동차는 14일부터 전국 지점과 르노 마이크로 사이트를 통해 클리오 계약을 받는다고 밝혔다. 클리오 국내 출시 가격은 1990만~2320만원으로 프랑스 현지 판매 가격보다 1000만원 가량 저렴하게 책정됐다.

클리오는 세계에서 1400만대 이상 판매된 베스트셀링카다. 클리오는 수입차이지만 국산차 서비스를 받을 수 있다. 클리오의 판매와 정비는 르노삼성의 전국 230여개 판매 전시장과 470여개 서비스 네트워크를 편리하게 이용할 수 있다.

국내 출시 모델은 르노삼성 엠블럼 대신 르노의 다이아몬드 모양의 로장쥬(Losange) 엠블럼을 달고 출시된다. 국내 최초로 로장쥬 엠블럼을 공식 채택한 모델이다.

젠(ZEN)과 인텐스(INTENS) 2가지 트림으로 가격은 각각 1990만원과 2320

만원이다. 인텐스의 경우 프랑스 현지에서 판매되는 동일 모델 및 사양과 비교할 때 1000만원 가량 저렴하다.

르노삼성은 국내 고객들에게 최고의 가격 대비 만족도를 제공하기 위해 소형차에서는 찾아볼 수 없는 인기 사양들도 대거 적용했다.

넓은 7인치 터치스크린을 적용한 내비게이션과 LED 퓨어비전 헤드램프, 3D 타입 LED 리어 콰이퍼 LED 램프, 보스(Bose) 프리미엄 사운드 시스템, 스마트 커넥트 II(T맵, 이지파킹, 스마트폰 풀미러링), 후방카메라, 전방 경보장치 같은 편의 사양을 인텐스 트림에 기본으로 장착했다. 여기에 '온카(oncar)' 스마트폰 풀미러링 시스템을 사용하면 차량의 7인치 화면 안에서 스마트폰의 모든 앱을 구동할 수 있다.

르노가 F1(포뮬러원) 기술을 통해 개발한 1.5L 디젤엔진과 독일 게트라 6단 DC T를 적용했다. 연비는 17.7km/L에 달한다. 1.5 dCi 엔진은 르노는 물론 닛산, 메르세데스-벤츠 등이 판매하는 모델에도 채택됐다. /양성문 기자 ysw@

## 미아찾기도 척척... '비전 AI' 베타서비스

SK㈜ C&C 얼굴·객체 안벽 인식

SK㈜ C&C는 사람의 눈으로 보듯 얼굴과 객체를 완벽히 인식하는 '비전 AI'의 베타 서비스를 실시한다고 14일 밝혔다.

비전 AI는 인공지능 애플리케이션을 개발할 산업별·업종별 고객 누구나 쉽게 사이트에 접속해 이용 가능한 프로그램 집합인 애플리케이션 개발도구(API) 서비스로, 얼굴 인식 API와 객체 인식 API로 구성됐다.

얼굴 인식 API는 딥러닝과 대용량 데이터 검색을 지원해 얼굴 인식 수에 제한이 없다.

얼굴 인식 API를 사용하면 백화점이나 마트에서 아이를 잃어버렸을 경우, 아

이 사진 하나만으로도 CCTV 화면을 통해 아이의 현재 위치를 바로 찾아내고 이동 동선까지 확인할 수 있는 프로그램을 만들 수 있다.

사진 속 얼굴을 3D모델로 변환해 다양한 각도의 얼굴을 가상으로 생성해 아이가 얼굴을 숙이거나 옆으로 보는 등 얼굴 정면을 볼 수 없는 환경에서도 얼굴을 정확히 인식한다.

얼굴 인식 API는 기업 보안이나 마케팅, 금융 서비스 측면에서도 활용도가 높다.

기업이나 주요 보안 시설물에서 사용 가능한 '얼굴 인식 출입 관리'는 물론 건물 내·외의 CCTV 영상을 실시간 분석해 '침입자 감지 및 추적 체제'도 구현할 수 있다.



SK㈜ C&C 구성원들이 '에이브릴 카탈로그'를 소개하고 있다. /SK㈜ C&C

매장 관리 및 마케팅 측면에서도 얼굴 인식을 기반으로 ▲매장 방문 고객 맞춤형 이벤트·프로모션 ▲고객 선호 메뉴 추천·주문·결제 ▲얼굴 인증을 통한 ATM(현금자동입출금기) 서비스 등이 가능해진다.

비전 AI 베타서비스는 7월8일까지 에이브릴 포털 내 서비스 메뉴에서 무료로 이용 가능하다. /구서윤 기자 yuni2514@