

‘하늘 아래 같은 화면은 없다’ 나만의 맞춤 TV로 취향저격

SK브로드밴드 ‘Btv’ 간담회
시청이력·연령별 흥화면 추천
광고없이 즐겨찾는 화면 시청
키즈·‘옥수수’의 스포츠 강화

SK브로드밴드가 빅데이터 분석을 통해 흥 화면을 개인 취향에 맞도록 개편하는 한편, 키즈 콘텐츠 ‘살아있는 동화’를 출시한다. 이를 통해 미디어 시장에 본격적으로 뛰어 들어 넷플릭스, 유튜브 등 거대 미디어 공룡에 대응하겠다는 전략이다.

7일 SK브로드밴드는 서울 중구 SKT 타워 수펙스홀에서 기자 간담회를 열고 미디어 사업 전략 방향을 밝혔다.

윤석암 SK브로드밴드 미디어부문장은 “유료방송 서비스도 전통적인 가족 단위 셋톱박스 기반의 똑같은 요금제, 서비스, 콘텐츠에서 벗어나야 한다” “데이터 웨어하우스(Data Warehouse)를 바탕으로 고객의 라이프스타일에 맞는 데이터

기반 미디어 서비스와 콘텐츠를 선보이겠다”고 말했다.

우선 ‘Btv’의 흥 화면은 B tv 홈, 실시간 TV, 키즈 채널 등 3가지 첫 화면 중 선호하는 시청 스타일에 맞게 선택할 수 있게 돼 개인 별 취향에 맞춰 고르면 된다. 고객의 가입, 이용 행태를 반영해 시청이력을 데이터로 분석한 결과에 따른 것이다.

예를 들어, 실시간 야구를 좋아하는 고객은 다른 메뉴 화면을 거치지 않고 TV를 켜면 첫 화면부터 바로 야구 중계를 볼 수 있다. 최신 영화나 인기 드라마를 즐기면 TV 첫 화면에서 바로 원하는 콘텐츠를 시청할 수 있는 식이다.

키즈 콘텐츠도 강화된다. 최근 SK브로드밴드뿐 아니라 LG유플러스와 KT도 자사 인터넷TV(IPTV)를 통해 키즈 콘텐츠를 강화하고 있다. LG유플러스는 지난 달 증강현실(AR)을 키즈 콘텐츠에 접목한 ‘U+tv 아이들나라 2.0’을 선보인 바 있다. 아이들나라 서비스는 출시 1년 만에 이용자 100만명, 연간 시청 7억건을 기록하고 있다.

KT도 ‘소리동화’, ‘동화 오디오북’ 등 인공지능(AI)에 특화된 키즈 콘텐츠 서비스를 통해 키즈 시장을 공략하고 있다.

SK브로드밴드 역시 증강·가상현실(AR·VR) 기술인 ‘T리얼’ 등을 ‘살아있는 동화’ 서비스에 구현했다. 살아있는 동화는 3D 안면인식 기술, 실시간 표정 자동 생성 기술 등을 적용해 TV 속 캐릭터의 얼굴 위치에 아이의 얼굴을 덧씌울 수 있다. 웃고, 화내는 등 20가지 이상의 표정도 구현할 수 있어 동화 속 상황에 따라 실시간으로 바뀐다.

SK브로드밴드 관계자는 “SK브로드밴드는 2002년부터 ‘뽀로로’에 투자를 단행하는 등 지금까지 400억원을 애니메이션에 투자하고 있다”며 “키즈계의 ‘빅 브라더’가 되기 위해 앞으로도 지속적으로 투자할 것”이라고 말했다.

키즈뿐 아니라 부모님 세대를 위한 시니어 메뉴도 오픈해 건강, 취미 등 전용 콘텐츠 추천을 제공한다. 1020세대를 위



모델이 SK브로드밴드의 ‘살아있는 동화’ 출시 소식을 알리고 있다. /SK브로드밴드

해서는 SM엔터테인먼트 그룹과 손잡고 노래방 서비스 ‘에브리싱TV’도 선보였다. 에브리싱TV는 SM의 노래방 애플리케이션(앱) ‘에브리싱’을 IPTV로 확장해 매일 업데이트되는 SM의 신곡을 TV에서 즐길 수 있다.

모바일 동영상 서비스 ‘옥수수’의 스포츠 기능도 강화했다. 회사는 중계방송 지연현상을 최소화하는 기술을 SK텔레콤 미디어기술원과 함께 개발해 중계방송 지연 없는 ‘가장 빠른 프로야구 중계’를 8일부터 제공한다.

이날 SK브로드밴드는 미디어 공룡 넷플릭스와 제휴에 대한 고민도 밝혔다. 유튜브와 넷플릭스가 주도하고 있는 미디어 시장에서 ‘적과의 동침’이나, 독자

생존이나를 고민해야 하는 셈이다.

윤석암 미디어부문장은 “넷플릭스는 콘텐츠 대가에 대해 국내 CP들과 다르게 글로벌 스탠더드 기준인 9대 1을 요구하고 있다”며 “미국에서 오는 망의 대가에 대한 국내 사업자와의 역차별 문제도 고민해야 한다”고 말했다.

해의 업체와의 제휴 가능성은 열고 있지만 국내 콘텐츠 생태계에 미치는 영향 등을 종합적으로 고려해야 하기 때문에 당분간은 독자 생존에 집중하겠다는 의미로 풀이된다. 이런 배경에서 SK브로드밴드는 ‘옥수수’를 통해 국내 OTT 시장의 영향력을 확대하고, 올해 100억원 규모의 오리지널 콘텐츠 투자를 이어갈 방침이다. /김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

1500만원 ‘LG 올레드 TV’, 209만원에 판매

(2013년)

(55인치)

LG전자 대중화 박차

LG전자는 이달말까지 올레드 TV 할인 행사를 진행한다고 7일 밝혔다. 55인치 제품을 기존보다 30만원 낮춰 209만원에 판매한다. 200만원 문턱까지 가격을 내려 올레드 TV를 확산시킨다는 계획이다.

낮아진 가격으로 인해 가격 경쟁력이 프리미엄급 LCD TV와 견줄 수 있는 수준이 됐다. 55인치 올레드 TV 가격은 LG 전자가 양산을 시작한 2013년에 1500만원이었다. 5년만에 86% 낮아진 가격이다.

대형 올레드 TV도 과격 할인을 진행한다. 77인치 LG 시그니처 올레드 TV W를 기존보다 600만원 낮춘 1700만원에 판매한다. 구매 고객에게는 홈뷰티 기기 LG 프라임 플세트를 사은품으로 제공한다. 1700만원에 판매하던 77인치 올레드 TV는 200



LG전자 모델들이 서울시 영등포구에 위치한 LG 베스트샵 서울양평점에서 LG 올레드 TV를 소개하고 있다. /LG전자

만원 낮춘 1500만원에 구매할 수 있다.

올레드 TV 세계 시장 규모는 가격 경쟁력이 높아질수록 크게 상승하고 있다. 올해 약 250만대를 넘어설 전망이다. LG

전자가 처음으로 올레드 TV를 양산하기 시작한 2013년에는 30만대 수준이었다. 5년만에 8배로 늘었으며 2022년에는 935만대에 달할 전망이다. /안병도 기자 catchrod@

LGU+ 해외 로밍하면 면세점 혜택 쏙다

20% 할인·경품 등 증정

LG유플러스는 여름 휴가철 성수기를 맞아 면세점과 제휴를 통해 등급 업데이트를 제공하고 경품을 증정한다고 7일 밝혔다.

LG유플러스 고객은 신라아이파크 인터넷면세점 LG유플러스 전용 이벤트 페이지에서 로그인 후 ‘혜택 받기’를 클릭하면 브랜드 별 최대 20% 즉시 할인이 가능한 ‘I매니아’로 등급 업그레이드를 받을 수 있다. I매니아 등급은 면세점 회원등급 중 두 번째로 높은 등급으로 매일 쇼핑 지원 적립금과 16% 추가 할인 쿠폰이 제공된다.

오는 31일까지 U+해외로밍 요금제를 이용한 고객은 신라아이파크 인터넷면세점 LG유플러스 전용 이벤트 페이지에서 추첨을 통해 아이스 아메리카도 교환권(500명)을 증정한다.



모델이 LG유플러스의 면세점 혜택 제공 소식을 알리고 있다. /LG유플러스

아울러 SM온라인면세점내 LG유플러스 전용 이벤트 페이지에서 ‘적립금 혜택 받기’를 누르면 특별 적립금 20만원을 증정한다. 적립금은 온라인 주문 시 최종 결제 금액의 30%까지 사용할 수 있다.

SM면세점 특별 적립금 및 컵라면 증정 행사는 내달 30일까지 진행된다.

/김나인 기자

LG이노텍

어린이 교통안전 앞장 ‘옐로카펫’ 지원 눈길

LG이노텍이 충청북도 청주시에 위치한 셋별초등학교 인근 횡단보도에 어린이들의 교통사고 예방을 위한 ‘옐로카펫’을 설치했다고 7일 밝혔다.

이번 ‘옐로카펫’은 LG이노텍 청주사업장 직원 20여명이 참여해 직접 설치한 것으로, 지난해 청주시 봉정초등학교 앞 설치에 이어 두 번째다.

옐로카펫 상단에는 태양광 램프를 달았다. 이 램프에는 센서가 부착되어 있어 움직임이 감지되면 자동으로 켜진다. 야간에 옐로카펫 구역을 밝게 비추어 어린이들을 보호하겠다는 취지다.

행정안전부 자료에 따르면 옐로카펫 설치 후 횡단보도 대기 공간의 시인성이 40~50% 좋아지고 차량 속도도 5~12% 감소하는 것으로 나타났다.

/구서윤 기자 yuni2514@

“CU에서 CJ헬로 알뜰폰 유심 구매하세요”

‘CU 유심 10GB 100분·300분’

CJ헬로 헬로모바일은 CU편의점을 운영하고 있는 BGF리테일과 업무협약을 맺고, 유심요금제를 전국CU매장에서 판매한다고 7일 밝혔다. 출시되는 요금제는 CU전용 상품으로 ‘CU 유심(USIM) 10GB 100분’과 ‘CU USIM 10GB 300분’ 두 종류다.

데이터 10GB에 음성 100분, 문자 100건이 지급되는 CU USIM 10GB 100분은 월 2만900원, 데이터 10GB에 음성 300분, 문자 300건이 지급되는 CU USIM 10GB 300분은 월 2만9700에 이용할 수 있다.

소비자는 가까운 매장에서 간편하게 USIM을 구매한 후 온라인 페이지나 개통센터에서 가입해 사용하면 된다. 쓰던 단말과 번호는 그대로 유지하면서 유심만 교체하면 돼 요금제를 이용하는 방식에 큰 변화를 가져올 것으로 기대된다고 회사 측은 설명했다.

CJ헬로는 새 요금제 출시를 통해 전국 CU편의점 매장을 유통채널로 확대할



모델이 헬로모바일의 요금제를 소개하고 있다. /CJ헬로

수 있게 됐다.

헬로모바일은 CU전용요금제 론칭에 맞춰 특정 순서(1·10·100·111·200·300·333·500·700·1000번제)에 가입한 고객 10명에게 10개월동안 기본료를 무료로 제공한다. 또 선착순으로 가입자 2000명에게 CU모바일상품권을 지급한다.

헬로모바일의 USIM은 수요가 높은 900여 개 점포에서 우선적으로 판매한 후 전국 약 1만3000개 매장으로 확대해나갈 방침이다. /김나인 기자

제55차 초보자를 위한 부동산 경매교육

~~400,000원~~ →
60,000원 (85% 할인)

- (평일반) 2018년 8월 22일~9월 13일
매주 수, 목요일 오후 7시30분~9시30분 / 총8강
- (주말반) 2018년 8월 25일~9월 15일
매주 토요일 오전 10시30분~오후 4시30분 / 총8강
- 현장교육 (별도옵션) : 300,000 → 130,000원
9월 2일(일), 9월 9일(일), 9월 11일(화)

김대영

※ 사전 수강 신청 필수 - 홈페이지 참조
www.leadersauction.com

교육문의 02) 521-9111 (강남역 5번출구)