

TTL 있는 10·20 저격 브랜드 나온다... SKT '0' 론칭

(영)

컬처브랜드로 미래세대 본격 공략
숫자 '0'·젊음의 'Young' 뜻 담아
월 3만원대 '0플랜' 데이터요금제



SK텔레콤 '0'브랜드 TV광고 모델 한성민 씨가 브랜드를 소개하고 있다. /SK텔레콤

SK텔레콤이 10대를 겨냥한 요금제와 컬처 브랜드로 미래 세대 공략에 본격적으로 나선다. SK텔레콤은 1999년 신세대를 위한 이동전화 브랜드 TTL을 선보인 바 있다. 약 20년 만에 TTL에 뒤이어 1020세대를 겨냥한 신규 브랜드를 내놓은 셈이다. 이를 위해 데이터 중심 요금제뿐 아니라 엔터테인먼트와 손잡고 음원을 비롯해 디자인 상품, 여행 지원 프로그램을 마련했다.

8일 SK텔레콤은 서울 강남구 SJ콘서트홀에서 열린 1020 컬처브랜드 '0(Young)'을 론칭했다. 0은 숫자가 시작되는 '0'과 '젊음'을 뜻하는 'Young'의 의미를 담았다.

브랜드 론칭과 함께 출시한 데이터 요금제인 '0플랜'은 '스몰·미디엄·라지'로 구성돼 있고, 만 24세 이하 고객이라면 누구나 가입할 수 있다. 가격은 월 3만원대에서 6만원대까지다.

스몰은 월 3만3000원의 요금제에 데이

터 2GB를 제공한다. 데이터 소진 이후에도 최대 400Kbps 속도로 이용할 수 있다. 미디엄 가입자는 월 5만원에 데이터 6GB가 제공된다. 라지는 월 6만9000원에 데이터 100GB를 제공한다.

특히 라지 요금제의 경우 기본 데이터 제공량에서 가족에게 매일 20GB를 공유할 수 있다. 기존 T플랜은 월 7만9000원 '패밀리' 이상에 가입하면 데이터 공유가 가능했다.

SK텔레콤 관계자는 "부모 세대의 경우 스몰 요금제, 자녀는 라지 요금제에 가입



8일 오후 서울 강남구 SJ 콘서트홀에서 열린 SK텔레콤 1020 컬처브랜드 '영(O·Young)' 출시 미디어 행사에서 이미지 티에프리더가 프레젠테이션을 하고 있다. /손진영기자 son@

해 데이터 공유를 하면 전체 가계통신비를 절감시킬 수 있다"고 말했다.

이번 요금제의 특징은 원하는 시간대에 데이터를 무제한으로 사용할 수 있다는 점이다. 데이터 무제한 시간대는 총 세 구간으로 나뉘었다. 우선 토·일요일 주말에는 2GB 데이터 제공에 3Mbps 속도로 데이터를 무제한 이용할 수 있다. 매일 0~7시까지 데이터를 무료로 이용 가능한 혜택과 매일 지정된 3시간 동안 2GB 데이

터 제공에 3Mbps 속도제어를 할 수 있는 혜택은 올 4분기 내 추가할 예정이다.

요금제 혜택뿐 아니라 1020세대 문화에 스며들기 위한 문화 혜택도 제공한다. SK텔레콤은 SM엔터테인먼트와 손잡고 컬래버레이션 음원인 'SMSTATION X 0'을 공개했다. 오는 10일 태연×멜로망스 음원 공개를 시작으로 ▲엑소 백현×로꼬 ▲팬시차일드 ▲레드벨벳 슬기×여자친구 신비×청하×(여자)아이들 소연

등 컬래버 음원들이 차례로 공개된다.

유명 아티스트인 '노보'씨가 디자인한 티셔츠와 맥주, 가방 등 디자인 상품을 선보인다. 또 별도의 모바일 웹페이지를 오픈해 1020 고객을 겨냥한 축제도 연다.

내달부터는 산학협력 대학생, 근무 체험형 인턴 등과 개발한 라이프 프로그램도 선보인다. 9월부터는 20대 대학생 100여명을 대상으로 자유여행과 코칭여행 신청을 받아 '0순위 여행'을 정기적으로 지원한다.

캠퍼스 생활 지원을 위해서는 캠퍼스 공간 안에서만 사용할 수 있는 별도 전용 데이터와 클라우드 저장 공간을 지원한다. 이를 이용하는 재학생 비중이 높아질수록 데이터 제공량을 확대할 계획이다.

아울러 대학생뿐 아니라 1318 중고생 고객은 넷마블, 네오위즈, 헝그리앱 등 10여개 게임, 커뮤니티, 포토 애플리케이션(앱)을 데이터 차감 없이 이용할 수 있다. 또 자주 이용하는 편의점, 영화관 등에 설치된 키오스크 '데이터 스테이션'에서 데이터를 충전하고 제휴 쿠폰을 받을 수 있다.

서성원 SK텔레콤 MNO사업부장(사장)은 "0은 기존 통신 서비스의 틀을 벗어나 1020 세대 문화와 소통하고 이들의 미래를 응원할 것"이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

'흥행 신작'에 엇갈린 명암... 넷마블 '주춤', 위메이드·컴투스 '부활'

게임사 2분기 실적

넷마블, 영업이익 전년비 40% 줄어
중견·중소, IP게임 효자노릇 '톡톡'
위메이드 흑자전환·컴투스 매출 ↑



실적 시즌에 돌입한 게임사들이 엇갈린 성적표를 받아들었다. 국내 대표 게임사인 넥슨·넷마블·엔씨소프트(3N)의 경우 신규 게임의 부진으로 올해 2분기 다소 주춤한 성적을 거둘 것으로 전망된다. 중견·중소 게임사의 경우 지식재산권(IP)을 앞세운 게임의 흥행에 따라 희비가 갈릴 것으로 예상된다.

8일 실적 시즌 포문을 연 넷마블은 지난해에 이어 올해 상반기 매출 1조원을 달성했지만, 영업이익이 전년 대비 40% 가량 하락하며 시장 기대치를 밑도는 성

적을 기록했다.

이날 넷마블은 지난 2분기 연결기준으로 매출 5008억원, 영업이익 622억원, 당기순이익 663억원을 기록했다고 밝혔다.

매출은 전년 같은 기간보다 7.3%, 직전 분기보다 1.3% 줄었고, 영업이익은 전년 동기 대비 40.8%, 전 분기 대비 16.2% 감소했다. 당기순이익은 전년 같은 기간보다 15.1%, 전 분기보다 16.0% 줄었다.

이는 주력 게임인 '리니지2: 레볼루션' 등의 성장이 주춤하고, 흥행을 거둔 신작이 부재하기 때문인 것으로 풀이된다.

다만, 지난 4월 말 북미, 유럽에 출시한 '해리포터: 호그와트 미스터리'가 다수 국가에서 매출 최상위권을 차지한 것을 비롯해 '마블 콘테스트 오브 챔피언스', '쿠기잼', '리니지2 레볼루션', '마블 퓨처파이트' 등 기존작들도 미국, 일본 등 빅마켓에서 꾸준히 성과를 거두며 해외 매출은 늘어난 것으로 나타났다. 실제 넷마블의 2분기 해외매출은 3532억원을 기록하며, 전년 동기 대비 26.5% 늘었다.

회사 측은 하반기 공격적으로 신작 출시를 이어가겠다는 방침이다.

권영식 넷마블 대표는 "넷마블은 현재 글로벌 빅마켓 공략을 위해 역량을 집중하고 있으며 '세븐나이츠', '리니지2 레볼루션'에 이어 최근 '해리포터', '더 킹 오브 파이터즈 올스타' 등 새로운 글로벌 흥행작도 지속적으로 배출하고 있다"며 "향후에도 단기적 성과보다는 미래전략의 일환으로 글로벌 경쟁력 강화에 더욱 역량을 집중해 글로벌 메이저로 발돋움해

나갈 것"이라고 말했다.

넷마블뿐 아니라 조만간 실적 발표를 앞둔 넥슨과 엔씨소프트 또한 눈에 띄는 신작 부재로 매출이 소폭 성장에 그칠 것으로 전망된다.

반면, 지식재산권(IP)을 앞세운 중소기업은 조금씩 성장세를 보이고 있다. 모바일 게임 기업 컴투스는 올 2분기 매출 1241억원, 영업이익 364억원, 당기순이익 352억원을 각각 기록했다. 이는 전년 동기 대비 매출액은 4.1%, 영업이익은 25.6% 줄어든 수치다. 그러나 '서머너즈 워', 'KBO 및 MLB 야구게임' 등 자사 IP를 앞세운 게임의 지속적인 성과를 바탕으로 국내외 해외 매출이 상승해 전분기 대비로는 약 9% 매출 성장을 이뤘다.

위메이드엔터테인먼트도 신작 모바일 게임의 흥행으로 흑자전환에 성공했다. 이날 위메이드는 2분기 연결 기준 매출액 280억원, 영업이익 8300만원, 당기순이익 15억원을 각각 기록했다고 밝혔다. 전년

동기 대비 매출액은 25% 증가하고, 영업이익과 당기순이익은 흑자전환했다.

위메이드의 실적 개선은 2분기 중 자회사 위메이드플러스가 개발한 '피싱 스트라이크'와 조이맥스의 '윈드러너' 등 신작 모바일 게임 출시가 견인했다. 회사 측은 하반기에도 자사 IP인 '미르의 전설2' 사업을 지속적으로 강화하며 성장세를 이어갈 방침이다. 이를 위해 중국 업체 5곳과 미르의 전설2 라이선스 계약을 체결했고, 중국 문화부에서 IP의 보호 및 관리, 감독을 목적으로 설립된 새로운 등록 시스템 'IPC(Intellectual Property Copyright Identifier) 플랫폼에 참여하기로 했다.

위메이드 측은 "중국의 다양한 파트너사들과 조인트벤처(JV) 설립에 대해 지속적으로 논의 중"이라며 "중국 지방정부와 협력을 통해 IP 사업은 물론, 저작권 침해 게임들에 대한 단속과 제재 등을 다각도로 펼치고 있다"고 말했다. /김나인 기자

웅진렌탈, 공기정화 면적 넓은 '공기청정기 365'

웅진렌탈은 더욱 넓어진 공기정화 면적으로 집안 곳곳 어디서든 사용할 수 있는 '웅진 공기청정기 365'를 출시했다고 8일 밝혔다.

이 제품은 에너지관리공단에서 인증하는 소비효율등급 기준 67.9㎡(약 20.5평)의 공기정화 면적 능력을 갖췄다. 기존 10평형 제품과 비교해 공기를 뿜어내는 출력을 2배 가량 늘리면서 소음은 최소화한 것이 특징이다. 크고 작은 방을 비롯해 거실, 주방뿐 아니라 원룸형 오피스텔, 어린 이집 등에서도 충분히 사용 가능하다.

이용자의 라이프스타일에 따라 365일 손쉽게 사용할 수 있는 4가지 '원터치 모드'도 눈길을 끈다. ▲먼지센서와 가스센서로 최적화된 풍량을 제공하는 자동모드 ▲깨끗한 공기를 3방향으로 토출해 더욱 빠르게 실내 공기를 정화해주는 터보모드 ▲소음을 20dB 이하로 최소화해 맑은 공기와 더불어 편안한 숙면을 제공하는 취침모드 ▲2시간마다 30분씩 실내 공기를 자동으로 정화해주는 외출모드로 구성됐다.

또 극세사망 프리필터-맞춤형필터-탈



직 핸들과 바퀴도 적용했다. 월 렌탈료는 3만4900원이다. /김승호 기자

취필터-헤파필터 등 총 4단계 공기청정 필터를 적용했다. 이외에도 미세먼지는 물론 냄새까지 감지해 4단계 색상으로 오염도를 표현하는 조명 기능과 이동 편의성을 고려한 매직 핸들과 바퀴도 적용했다. 월 렌탈료는 3만4900원이다. /김승호 기자

벤처協-SK엔서비스 벤처 복지·역량강화 '맞손'

벤처기업협회는 SK엔서비스와 '벤처기업 복지·역량 강화 및 효과적 기업지원을 위한 업무협약'을 체결했다고 8일 밝혔다.

두 기관은 협약을 통해 근로자 복지에 취약한 중소기업의 복지혜택을 증진시키고, 대기업과 벤처기업의 상생 협력을 통한 경영활동 지원, 국내외 비즈니스 협력기회 제공 등을 통해 벤처기업들의 지속성과 일자리창출을 지원해나가기로 했다.

특히 양측은 공동으로 협력교류회 실시, 상시 협력파트너 발굴, B2B 글로벌 거래 플



(왼쪽부터) SK엔서비스장만영 상생협력그룹장, 벤처협회 김명수 전무가 기념촬영을 하고 있다. /벤처기업협회

랫폼 입점 등을 지원해 국내 벤처기업들의 해외진출을 돕기로 했다. /김승호 기자 bada@