

현장경영 통한 과감한 행보... 5G·유료방송 판 흔들다

하현희 LGU+ 부회장 취임 1주년

평균 3~4일에 한번꼴 현장방문
넷플릭스 제휴로 IPTV 가입 ↑

속도 1위 광고 등 공격 마케팅
5G 가입자 점유율 29% 넘겨
CJ헬로·화웨이 리스크는 숙제



하현희 LG유플러스 부회장. /LG유플러스

하현희 LG유플러스 부회장이 16일 취임 1주년을 맞는다. 업계에서는 강력한 실행력을 갖춘 '전략통'이라는 이미지가 담긴 과감한 결정으로 전투력이 올라갔다는 평이 나온다. 특히 5세대(5G) 이동통신 상용화를 기회로 3위 사업자의 이미지를 탈피하려고 힘을 기울이고 있다. 그러나 '화웨이 리스크'와 CJ헬로 인수 등 과제도 남아있다.

"5G 가입자 점유율을 30% 이상 확보하겠다".

지난 10일 하 부회장은 5G 상용화 100일을 맞아 이 같은 포부를 밝히기도 했다. 5G 상용화로 통신 패러다임이 바

뀌는 올해를 기점으로 유의미한 점유율을 확보하고 고착된 통신시장 점유율을 뒤집겠다는 선언이다.

LG유플러스는 5G 이동통신 상용화를 계기로 과감해지고 있다. CJ헬로 인수 추진과 함께 국내 이동통신사 중 처음으로 글로벌 동영상서비스(OTT) '넷플릭스'와의 제휴를 맺고 콘텐츠 공급

제공에 나선 것이 대표적이다.

당시 국내 시장 잠식에 나서는 글로벌 사업자에 대한 부정적인 분위기로, 넷플릭스와의 제휴에 쉽게 나설 수 없는 상황에서 이뤄진 결단이다. 결과적으로는 가입자 증대 등 시너지 효과를 냈다. 넷플릭스카드가 통해 올 1·4분기 LG유플러스 IPTV 'U+tv' 가입자는 13만명 증가했다. CJ헬로를 인수하, LG유플러스의 유료방송가입자는 781만명(24.43%)으로 KT 계열(30.86%)에 이어 단숨에 2위 사업자가 된다.

5G 상용화 이후 요금제 발표도 이동통신 3사 중 처음으로 공개하는 등 선제적인 움직임을 보였다. 이동통신 3사의 가상현실(VR) 서비스 비교 체험 행사를 열고, 5G 속도 자사 1위 광고 등으로 경쟁사를 당혹케 하는 공격적 마케팅도 이어갔다.

이로 인해 20년 이상 고착화 된 이동통신시장의 5:3:2 점유율 구도를 깨겠다는 전략이다. 실제 자체 집계 결과, 지난달 말 기준 LG유플러스의 5G 가입자 점유율은 29%를 넘긴 것으로 조사됐다. 5G 스마트폰 출시 이후 3개월 간

반호이동 시장 신규 가입자 점유율도 약 31%를 차지했다는 설명이다.

주요 경영지표들도 상승세를 이어가고 있다. 올 1·4분기 매출과 영업이익은 전년 대비 각각 1.4%, 3.7% 늘었다.

이 같은 선제적 결정은 하 부회장의 '현장 경영'에서 나왔다. '더 많이 움직여야 한다'가 하 부회장의 지론이다.

하 부회장은 취임 이후 "책상에서 벗어나 현장을 열심히 찾아 다니려 한다. 현장에서 생생하게 체험해 얻은 통찰과 경험을 바탕으로 경영구상을 마치는 대로 목표를 공유하는 자리를 마련하겠다"고 선언한 바 있다. 이후 취임 3주차인 지난해 8월부터 고객센터, 기지국, R&D센터까지 그간 약 43회의 출장 스케줄을 소화했다. 평균 3~4일에 한번 꼴로 현장을 방문한 셈이다.

앞으로의 과제도 산적하다. 우선 CJ헬로 인수를 무사히 마무리지어야 한다. 현재 공정거래위원회에서 LG유플러스의 CJ헬로 인수에 대한 심사가 진행 중인 가운데 알뜰폰이 인수 변수로 떠올랐다. 경쟁사인 SK텔레콤과 KT는

알뜰폰 생태계를 위해 CJ헬로의 '헬로 모바일' 알뜰폰 사업을 분리 매각해야 한다는 목소리가 나오고 있다.

'화웨이 리스크' 또한 장기적으로 걸림돌이 될 수 있다. 국내에서 유일하게 화웨이 5G 장비를 사용하는 LG유플러스 입장에서는 언제든 국제 정세에 흔들릴 위기가 올 수 있다.

하 부회장은 하반기에는 흔들림 없이 네트워크, 서비스, 마케팅 등 3대 핵심 가치로 5G 변화를 주도하겠다는 계획이다. 유동인구가 많은 지역 위주로 5G 인빌딩 구축을 하고 연내 8만개의 5G 기지국을 구축한다. 5G 서비스 분야에서는 구글, 엔비디아 등과 제휴해 클라우드 VR 게임과 같은 콘텐츠도 확보할 예정이다. 기업 간 거래(B2B) 또한 스마트 팩토리, 드론, 자율주행 사업을 지속 강화시켜 미래기술을 확보하고 가시적인 성과를 창출한다는 복안이다.

LG유플러스 관계자는 "지속적으로 판을 뒤흔들 수 있는 다양한 서비스와 상품을 선보여 업계의 '메기' 역할을 할 것"이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

건강식품 구매땀 통신비 최대 2만원 할인

SKT, 8개 건강 식품사와 제휴
혜택 강화 된 'T건강습관' 출시

걷기만 하면 통신비 혜택을 제공하던 SK텔레콤의 'T건강걷기'가 건강식품을 구매하면 통신비를 할인해 주는 혜택을 더했다.

SK텔레콤은 8개 건강 식품 제휴사와 손잡고 고객에게 1건당 2000원에서 2만원까지 월 통신비 할인 혜택을 제공하는 'T건강습관×AIA Vitality' (이하 'T건강습관')를 출시한다고 15일 밝혔다.

'T건강습관'에 참여하는 제휴사는 아이허브, 인테이크, 다노샵, 자연이랑, 스포맥스, 레이델, 콜린스그린, 오아시스마켓 등 8개 회사다. 비타민, 영양제, 간편건강식, 신선식품 등 식품 구매 시 통신비 할인 혜택을 받을 수 있다.

제휴사 별 조건에 맞는 금액의 상품을 구매하면 예상 통신비 할인 금액을 T건강습관 애플리케이션(앱) 내에서 확인할 수 있다. 통신비 혜택은 구매 후 두 달 뒤 적용된다. 기존 이용자들도 15일 이후 앱을 업데이트 하고, 제품을 구매하면 할인 혜택을 받을 수 있다. /김나인 기자



SK텔레콤 모델이 'T건강걷기' 제휴사 상품과 혜택을 알리고 있다. /SK텔레콤

수 있다. 통신비 혜택은 구매 후 두 달 뒤 적용된다. 기존 이용자들도 15일 이후 앱을 업데이트 하고, 제품을 구매하면 할인 혜택을 받을 수 있다. /김나인 기자

기아차 '2020 호주오픈' 볼키즈 모집

기아자동차가 내년 1월 호주 멜버른에서 열리는 '2020 기아자동차 호주오픈 테니스 대회(이하 2020 호주오픈)'에서 활약할 볼키즈를 모집한다.

'볼키즈'는 테니스 경기 중 경기장 내에 위치해 아웃된 볼의 처리, 볼의 수급 등 경기를 보조하는 유소년을 말한다. 단순한 경기 보조의 개념을 넘어 원활한 경기 운영을 위해 필수적인 역할을 수행하는 경기의 일원이다.

호주오픈 메인 스폰서인 기아차는 지난 2003년부터 매년 20명의 대한민국 대표 볼키즈를 선발해 호주오픈 참여와 현지문화 체험 등을 지원하고 있다. 대

상은 기아차를 보유한 고객의 자녀 및 손자녀로 해외여행에 결격 사유가 없는 대한민국 국적의 만 12~15세의 유소년이다. 지원기간은 7월 15일부터 8월 21일까지이다. 기아차는 지원자를 대상으로 1차 영어능력 평가, 2차 실전능력 평가를 실시해 최종 20명을 선발한다.

기아차 관계자는 "볼키즈는 세계 4대 테니스 대회 중 하나인 호주오픈의 일원으로서 경기에 직접 참가할 수 있을 뿐만 아니라 호주 현지 문화도 경험할 수 있는 유소년들을 위한 국내 최고의 프로그램 중 하나"라고 말했다.

/양성운 기자 ysw@

LG전자, AI로 에너지 효율 잡았다

휘센 AI 듀얼베인 시스템 에어컨
싱글타입 중 최초로 1등급 취득
냉방 20%, 난방효율 37% 높여

LG전자 에어컨이 에너지 소비효율 1등급 달성에 성공했다.

LG전자는 15일 '휘센 인공지능 듀얼베인 시스템 에어컨'을 출시했다고 밝혔다.

신제품 에어컨은 지난해 에너지 소비효율 등급 기준이 강화된 후 싱글타입 시스템 에어컨에서는 최초로 1등급을 취득한 제품이다. 냉방효율 20%, 난방효율 37%까지 높였다. 인버터제어와 R1압축기, 고집적 열교환기 등 최신 에너



LG전자는 에너지 소비효율 1등급을 달성한 휘센 인공지능 듀얼베인 시스템 에어컨을 출시했다. /LG전자

지 기술을 집약했다.

듀얼베인으로 6가지 공간맞춤기류도 제공한다. 실내기에 설치된 4개 베인과

별도로 제품 내부에도 4개 베인을 추가한 형태다. 한국산업기술진흥협회가 신기술에 부여하는 NET 인증도 받았다.

인공지능(AI) 기술도 탑재했다. 바닥과 실내기 온도로 공간 온도를 계산해 균일하게 난방을 해준다. 사람을 향해서는 직접 바람을 보내지 않고, 사람이 없으면 알아서 동작을 멈춘다. 스마트폰 원격 제어와 에너지사용량 확인도 가능하다.

공기청정 기능도 45.7평이나 된다. PM1.0센서로 극초미세먼지도 잡아낸다. 프리필터를 따로 청소할 수 있도록 해 관리 편의도 높였다.

/김재용 기자 juk@

LG U+ "폰 파손시 앱 통해 당일 보상 받으세요"

블록체인 접목 간편청구 앱 선택
KB손보와 보험절차 실시간 공유

LG유플러스는 오는 17일부터 '휴대폰 분실·파손 보험' 서비스에 블록체인 기술을 접목, 보험 관련 절차를 줄이고 편의를 개선한 휴대폰 보험금 간편 청구 애플리케이션(앱)을 선보인다고 15일 밝혔다.

휴대폰 보험금 간편 청구 앱을 이용하면 서류를 제출하지 않고도 사고 당일 보상을 받을 수 있다. 앱에서 보상받을 휴대폰을 선택해 사고 당일 휴대폰 수령도 가능하다.

과거에는 휴대폰 분실·파손 시 제조사 서비스 센터에서 수리 내역과 영수증 등 보상 서류를 준비해 보험사에 팩스로 보내거나 사진으로 찍은 후 앱이나 홈페이지에 첨부해야 하는 번거로움



모바일이 블록체인 기반 '휴대폰 분실·파손 보험' 간편 청구 앱 출시 소식을 알리고 있다. /LG유플러스

이 있었다.

LG유플러스는 업계 최초로 블록체인 분산원장 기술을 적용해 휴대폰 보험금을 지급받는 과정을 실시간으로 LG전자, KB손해보험과 공유하는 시스템을 마련했다. 이 기술은 상호간 데이터를 공유하고 동기화한다. LG CNS의

기업용 블록체인 플랫폼 '모나체인'을 기반으로 개발·구축됐다. 이 시스템을 통해 보험금 수령도 빨라진다. 보험 청구를 위한 수작업 단계와 서류 심사 기간이 줄기 때문이다. 영수증 조작 등 서류 위변조 행위도 원천 차단된다.

보상 접수는 과정을 단계별로 안내해 직관적이고 쉽게 이해할 수 있게 했다. 서술형으로 작성하던 13가지 사고 접수 문항은 선택형으로 8가지만 작성하면 된다. 접수 후 진행 상황은 실시간 확인할 수 있다.

또 LG유플러스에 등록된 카드번호나 은행계좌로 앱 로그인이 가능해 휴대폰을 분실한 상태에서도 다른 휴대폰을 통해 휴대폰 보험금 간편 청구를 할 수 있다. 통신료를 은행이체로 납부하는 고객은 등록된 은행계좌로 보험금이 자동 지급된다. /김나인 기자