

‘강 건너 빅뱅’에 속타는 KT... “새 OTT로 돌파구 마련”

(SKB-티브로드·LGU+·CJ헬로)

〈시리얼〉

방송·통신 시각변동

〈중〉 유료방송 ‘삼국지’

M&A 최종 승인시 시장 재편 불 보듯 콘텐츠 차별화 차기경쟁 핵심으로 합산규제 논의는 잠정 중단상태

올해 유료방송 시장은 ‘격동의 해’로 기록될 전망이다. 공정거래위원회의 SK브로드밴드-티브로드 합병, LG유플러스의 CJ헬로 지분 인수 조건부 승인으로 유료방송 시장이 통신 3사 위주로 재편돼 ‘통신 삼국지’ 시대가 열린다. 이런 가운데 KT는 턱말까지 쫓아오는 경쟁사들의 습격에 좌불안석이다. 유료방송시장 점유율을 33.3%로 묶어 놓은 ‘합산규제’에 발목이 잡혔기 때문이다. 이번 M&A 이후 경쟁사들이 추가적인 매물을 검토하면, 유료방송 점유율 1위를 내줄 수도 있다. 당장 M&A를 결정하게 어려운 KT는 인터넷TV(IPTV) 서비스 강화와 신규 온라인동영상서비

구분	사업자	시장점유율
SO	CJ헬로	12.61%
	티브로드	9.60%
	딜라이브	6.29%
	CMB	4.81%
	현대HCN	4.12%
IPTV	KT	21.12%
	SK브로드밴드	14.32%
	LG유플러스	11.93%
위성방송	KT스카이라이프	9.95%

유료방송 합병 이후 점유율 변화 예상치



스(OTT)를 통해 격변하는 유료방송 시장에 대응하겠다는 전략이다.

◆유료방송 ‘빅3’ 코앞...결합상품 활발해질까

11일 이동통신업계에 따르면 공정위의 조건부 승인으로 SK브로드밴드-티브로드, LG유플러스-CJ헬로와 KT 계열로 유료방송 ‘빅3’ 체제에 한발 더 다가갈 전망이다.

공정위는 그동안 논쟁이 됐던 ‘교차판매’ 조건을 빼며 업계에서 전향적인 결정을 내렸다는 평을 받았다. 교차판매가

실시되면 이동통신사의 강점인 결합상품 출시로 이어질 수 있어 향후 소비자의 선택권이 더 넓어질 수 있다. 통신사의 최대 강점은 결합상품이다. 유·무선, TV, 인터넷 등 네 가지 상품 묶음으로 결합을 통한 할인으로 고객 유치를 한다. SK텔레콤, LG유플러스 M&A 이후 결합상품 판매에 나설 경우 늘어난 가입자를 대상으로 다양한 상품을 판매해 ‘락인(Lock-in)효과’를 노릴 수 있다.

콘텐츠 투자 또한 가속화 될 것으로 보인다. 인수합병이 이뤄지면 가입자

집이 불어 이를 기반으로 독자 콘텐츠 개발, 제휴 등이 활발해질 가능성이 높다.

업계 관계자는 “유료방송 가입자의 성장 정체 극복을 위해 자본력을 가진 대형 사업자 위주 M&A를 토해 케이블 TV 또한 출구 전략에 나서고 있다”며 “향후에는 콘텐츠 차별화가 경쟁의 핵심으로 떠올라 콘텐츠 제작 부문에 대한 투자가 확대될 것으로 전망된다”고 말했다.

◆합산규제 묵인 KT, IPTV 혁신 이어 새 OTT로 승부

합산규제에 묶여 지켜보고만 있는 KT 입장에서 ‘좌불안석’일 수밖에 없다. 유료방송 합산규제는 케이블TV, 인터넷TV(IPTV), 위성방송 등 유료방송 사업자의 특수 관계사를 포함한 특정사업자의 가입자 합산이 전체 유료방송 시장의 3분의 1, 즉 시장점유율 33.3%를 넘지 못하도록 규제하는 제도다. KT는 케이블TV 업체 딜라이브 인수를 추진했지만, 합산규제 논의가 장기간 되면서 잠정 중단했다.

이번 M&A가 최종 승인되면 LG유

플러스와 CJ헬로 점유율은 24.54%, 티브로드를 합병한 SK브로드밴드의 점유율은 23.92%로 올라가게 된다. 향후 SK텔레콤, LG유플러스가 추가 M&A를 실시하면 점유율 31.07%를 차지하고 있는 KT의 1위 자리가 위협받을 수 있다. 현재 차기 대표 선임 절차로 인해 합산규제 논의가 당장 해소된다고 해도 M&A 결정을 내리기는 어려운 상황이다. KT 관계자는 “대내외적인 상황 때문에 규제가 완화된다고 해서 당장 인수에 나서기는 어렵다”며 “신규 OTT 서비스 ‘시리얼’ 등의 출범을 준비하고 있다”고 말했다.

KT는 최근 간담회를 열고 IPTV 서비스 혁신 전략을 발표하기도 했다. KT는 인공지능(AI) 큐레이션 강화, 자체 제작 콘텐츠 등을 통해 개인화 된 흥미 디어를 강화하겠다고 강조했다. 연내 출범 예정인 OTT 서비스 시리얼을 통해 향후 SK텔레콤과 지상파3사의 OTT ‘웨이브’의 대항마로 키우겠다는 전략이다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr



서근배 한전 해외사업개발처장(가운데)이 조셉 두에나스 광 전력수자원규제위원회 의장(왼쪽), 존 베나벤테 광 전력청장(오른쪽)과 함께 미국 광 전력청과의 현지 우쿠두 가스복합발전 프로젝트에 따른 장기 전력 판매 계약을 체결하고 있다. /한국전력공사

한전, 광에 2.3조 규모 전력판매 계약

매출과 별도 6286억 경제유발 효과

한국전력이 25년의 장기 전력 판매 계약을 체결했다.

한전은미국 광 전력청(GPA)과 현지 우쿠두 가스복합발전(200MW급) 프로젝트에 따른 장기 전력 판매 계약을 체결했다고 11일 밝혔다. 이번 계약에 따라 한전은 우쿠두 발전소에서 생산된 전력을 25년간 광 전력청에 전량 판매하게 됐다.

특히 해당 계약은 발전소 건설과 운영·양도를 모두 포함하는 BOT(Build Operate Transfer) 방식으로 사업 기간에만 총 2조3000억원의 매출을 안

정적으로 확보하게 됐다.

우쿠두 발전소는 내년 8월에 공사를 시작해 2022년 10월부터 상업 운전을 시작할 계획이다. 국내 설계·조달·시공(EPC) 건설사와 중소기업들이 발전소 건설 및 관련 보조기기 공급 등을 맡게 돼 전력판매를 통한 매출과 별도로 약 6286억원 규모의 경제유발 효과가 있을 것으로 추산됐다.

앞서 한전은 지난 6월 이번 계약과 관련한 수주 경쟁에서 우선협상대상자로 선정된 후, 광 전력청과 협상을 진행했고 지난달 21일 광 공공요금규제위원회의 최종 승인을 받았다.

/김수지 기자 sjkim2935@

“AI, 인간 존엄성 보호... 차별요소 최소화”

정부 첫 AI윤리 원칙 발표

사람 중심으로 자유·권리 보장 자율적인 대비체계 수립·운영

정부 차원에서 마련한 최초의 ‘인공지능(AI) 윤리’ 원칙이 나왔다.

방송통신위원회와 정보통신정책연구원은 11일 AI 시대의 이용자의 권리와 이익이 보호될 수 있도록 정부·기업·이용자 등 구성원들이 지켜가야 할 기본적인 원칙을 담은 ‘이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙’을 발표했다.

이 원칙 마련을 위해 삼성전자, SK텔레콤, KT, LG유플러스, 카카오, 구글코리아, 페이스북코리아, 한국마이크로소프트, 한국IBM 등 주요 기업과 전문가들이 자문에 참여했다. 이는 지난해 ‘지능정보화 이용자 포럼’을 통해 기초 연구가 이뤄졌으며, 지난 10월까지 원칙의 주요 내용에 대한 관련 기업과 전문가 의견수렴 과정을 거쳤다.

지능정보서비스의 기본 원칙은 총 7개로 구성된다. 우선 지능정보서비스의

제공과 이용은 사람을 중심으로 기본적인 자유와 권리를 보장하고 인간의 존엄성을 보호하는 방향으로 이뤄져야 한다는 내용을 담았다.

또 지능정보서비스가 이용자에게 중대한 영향을 끼칠 경우 기업의 정당한 이익을 침해하지 않는 범위에서 이용자가 이해할 수 있도록 정보를 작성해야 하며, 이용자 기본권에 피해를 유발했을 때 주요 요인을 설명할 수 있어야 한다.

구성원들은 지능정보서비스의 올바른 기능의 사람 중심 가치를 보장하기 위해 공동 책임을 인식하고 관련 법령과 계약을 준수해야 한다. 또 안전하고 신뢰 가능한 지능정보서비스 개발과 이용을 위해 모두가 노력하고, 서비스 제공자와 이용자가 지능정보서비스가 초래할 수 있는 피해에 대한 자율적인 대비체계를 수립·운영하도록 했다.

아울러 지능정보서비스가 사회적·경제적 불공평이나 격차를 초래할 수 있다는 점을 인식하고, 알고리즘 개발·사용의 모든 단계에서 차별적 요소를 최소화할 수 있도록 노력해야 한다. 또한

구성원들은 공적인 이용자 정책 과정에 차별 없이 참여할 수 있으며, 공적 주체는 제공자와 이용자가 실질적으로 의견을 제시할 수 있는 정기적인 통로를 마련해야 한다.

지능정보서비스의 개발·공급·이용 전 과정에서 개인정보 및 프라이버시를 보호해야 하며, 구성원들이 기술적 이익의 향유와 프라이버시 보호 사이의 균형을 위해 지속적인 의견 교환에 참여하도록 했다.

최근 맞춤형 뉴스·콘텐츠 추천시스템, AI 스피커, 인공지능 면접 등 인간의 의사결정을 보조하거나 대체하는 서비스가 확산되면서 공정하고 책임 있는 AI 알고리즘의 중요성이 더욱 커져가고 있다. 이에 따라 유럽연합(EU), 경제협력개발기구(OECD) 등 국제사회에서는 신뢰 가능한 AI를 위한 가이드라인·권고안 등을 잇달아 발표하는 추세다. 구글, 카카오, MS, IBM 등 주요 기업에서도 자체 인공지능 윤리 원칙을 마련하는 등 자발적인 노력을 병행하고 있다. /채윤정 기자 echo@

‘월 건보료 최고액’ 내는 직장인 2823명

대부분 기업 소유주·임원·전문경영인

월급에 매기는 최고액의 건강보험료를 내는 고소득 직장인이 2800명이 넘는 것으로 나타났다. 대부분 수십억원 이상의 고액 연봉을 받는 대기업과 중소기업의 소유주와 임원이거나 전문경영인(CEO), 재벌총수들이다.

11일 국민건강보험공단에 따르면

‘보수월액 보험료’로 올해 9월 현재 최고액인 월 318만원2760원(본인부담금)을 부담하는 건강보험 직장 가입자는 2823명으로 집계됐다. 올해 8월 말 기준 건보료를 내는 전체 직장 가입자 1799만명의 0.015%이다. 보수월액 보험료는 직장인이 근로의 대가로 받는 보수에 물리는 건보료를 말한다.

/이세경 기자 seilee@

사드 배치 3년... 中무역 흑자 36% ↓

한중 경제관계변화 보고서

중내 생산·투자 하락에 수요 둔화

대중 무역 흑자규모가 2016년 고고도미사일방어체계(THAAD·사드) 배치 결정 이후 3년 만에 36%가량 감소한 것으로 조사됐다.

전국경제인연합회는 ‘사드사태 이후 3년, 한중 경제관계 변화’ 보고서에서 2016년 7월 국방부의 사드배치 결정 후

3년간의 무역·투자·관광 등 한중 경제관계 변화 동향을 분석해 11일 이같이 발표했다.

전경련에 따르면 대중국 무역 흑자규모는 2016년 375억 달러(약 43조 원)에서 올해 추정치 239억 달러로 135억 달러가량 줄었다. 36.1% 감소한 셈이다. 올해 들어 반도체 단가급락에 따른 반도체 수출 감소, 중국 기업의 액정패널 생산량 급증에 따른 공급과잉, 석유제품 수출단가 하락 및 중국 내 제조업 분

야 생산·투자가 하락에 따른 수요 둔화 등에 따른 것이라고 풀이했다.

유커(중국인 관광객)의 한국 방문은 중국문화관광부가 2016년 8월 이후 단행한 한국 포상관광 제한, 저가 단체관광 제한조치로 2016년 807만 명에서 2018년 479만 명으로 40.6% 급감했다. 같은 기간 중국인의 일본방문은 2016년 637만 명에서 2018년 838만 명으로 약 200만 명이 늘었다.

다만, 올해 들어 중국정부의 한국관광 제한조치가 다소 풀리면서 9월까지 방한 중국인은 전년 동기보다 27.1% 늘었다. /정연우 기자 yw964@