

# 이통3사, '갤S20' 일제 개통... 내달 3일까지 예판 연장

사전에 예약 1주일로 협정 맺었지만 소비심리 위축, 제조사 우려 등에 1주일 더 연장해 총 기간 2주일

오프라인 대신 온라인 강화 유튜브·컬러마케팅 등 중점

‘코로나19’ 사태로 인해 혼선이 빚어졌음에도 이동통신사는 삼성전자 플래그십 단말 ‘갤럭시20’ 시리즈 개통을 시작했다.

이동통신사는 애초 ‘신사협정’ 차원에서 사전예약 기간을 일주일로 줄이기로 했지만, 코로나19 여파로 인한 제조사의 우려에 사전예약 기간을 결국 2주일로 연장했다.

27일 이동통신 업계에 따르면, SK텔레콤·KT·LG유플러스 등 이동통신 3사는 이날부터 갤럭시S20 개통을 시작한다고 밝혔다. 사전예약 기간은 애초 26일에서 내달 3일까지 연장됐고, 사전개통 기간은 3월 5일까지다.

사전 예약이 시작된 지난 20일부터 엿새간 갤럭시S20 시리즈의 예약물량



KT 갤럭시 S20 론칭행사의 진행을 맡은 BJ 엔조이커플이 갤럭시 S20을 소개하고 있다. /KT

은 36만대 수준으로 집계됐다. 각 이동통신사가 집계한 사전예약 접수 현황을 보면, 갤럭시S20 모델 별 예약 비중은 ‘갤럭시S20 울트라’ 비중이 높았고, 뒤를 이어 갤럭시S20 플러스, 갤럭시S20 순이었다.

특히, 이동통신사의 전용폰 색상에 따라 선호하는 고객층이 달라진 것으로 나타났다. KT의 경우, 갤럭시S20 플러스 모델 예약 가입자의 절반은 여성 고객으로 집계된 반면, SK텔레콤 사전예

약 가입자는 30~40대 남성 고객 비중은 40%에 달했다.

KT의 갤럭시S20플러스는 전용 색상인 ‘아우라레드’를 선택한 가입자가 전체의 35%를 차지했다. 개성을 중시하는 20~30 고객의 비중이 60%를 넘어섰다. SK텔레콤도 전용 색상인 ‘아우라블루’ 예약 비중이 약 40%로 1위를 차지했다. KT의 아우라레드는 여성, SK텔레콤의 아우라블루가 남성을 주로 겨냥한 것으로, 각 색상에 대한 니즈에 선

호 고객층이 달라진 셈이다.

이번 갤럭시S20 시리즈 출시를 코로나19 사태로 인해 기존 오프라인 개통 행사가 사라진 대신 유튜브 등 소셜 미디어를 활용한 행사가 눈에 띄었다.

KT는 갤럭시S20 시리즈 출시를 기념해 26일 저녁 서울 광화문 KT스퀘어에서 유튜브 생중계를 통해 론칭 행사를 열었다. 코로나19 확산 방지에 따른 조치로, 전통적인 초청 행사 대신 비대면으로 행사를 진행한 것. 유튜브 론칭 행사에서는 4000명의 시청자가 동시 접속했다.

KT는 전용컬러 아우라 레드 출시를 기념해 TV 광고 속 ‘제니 레드 따라하기’ SNS 프로모션도 연다. 인스타그램에 인증샷을 업로드하면, 추첨을 통해 갤럭시S20플러스 레드와 갤럭시 버즈플러스 레드 등을 경품으로 제공하며, 가장 잘 따라한 고객에게는 TV 광고 속 제니의 의상을 제공한다. 반면, SK텔레콤과 LG유플러스는 별도 행사를 열지 않았다.

온라인 구매를 하는 이용자도 늘었다. 실제 SK텔레콤의 T월드 다이렉트 ‘오늘도착’ 서비스를 선택한 비중은

30%에 달해 전작보다 1.5배 늘었다. ‘오늘도착’은 고객이 T월드다이렉트에서 예약 가입을 완료하고 원하는 시간과 장소를 신청하면 전문 상담사가 찾아와 갤럭시S20을 개통해주는 서비스다.

LG유플러스도 코로나19 확산으로 어려움을 겪고 있는 대구광역시와 경상북도 지역에 대해 ‘온라인 개통 택배 배송 서비스’를 한시적으로 시행한다.

한편, 갤럭시S20 시리즈는 당초 26일 사전예약을 마감하고 27일부터 사전예약분에 한해서만 개통을 진행할 예정이었지만, 삼성전자의 요청으로 사전예약 일정은 내달 3일까지 일주일 연장됐다. 다만, 갤럭시S20 시리즈에 책정한 공시지원금은 올리지 않고, 예정대로 진행하기로 했다. 통신 3사가 갤럭시S20 시리즈에 책정한 공시지원금은 최대 24만 3000원으로, 전작의 반절에 불과하다.

한 업계 관계자는 “사전예약 기간이 연장되긴 했지만 공시지원금 경쟁도 사라지고 코로나19로 인해 소비심리도 위축돼 당분간 온라인 채널 마케팅에 집중할 것”이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

## 유럽 건물서 SKT ‘5G 인빌딩 기술’ 쓴다

SKT-도이치텔레콤 기술협력 맞춘 독일 도시에 ‘5G RF 중계기’ 구축

SK텔레콤 5세대(5G) 이동통신 기술이 유럽에 보급된다.

SK텔레콤과 유럽 통신사 도이치텔레콤은 한국 기술을 기반으로 개발한 ‘5G RF(Radio Frequency) 중계기’를 올해 2~4분기 중 독일 주요 도시에 구축하고, 고객 체험 서비스를 개시한다고 27일 밝혔다.

‘5G RF중계기’는 실외 기지국의 5G 전파를 받아 빌딩, 터널, 지하공간 등 전파가 닿기 어려운 실내로 증폭·확산하며, 5G 커버리지를 넓히는 핵심 장비다.

SK텔레콤 5G RF 중계기는 우선 네트

워크 연결 없이 신호를 중계한다. 5G RF 중계기는 지난해부터 한국 내 주요 건물에 설치되고 있다. SK텔레콤과 도이치텔레콤은 올해 1월 이 중계기를 독일·유럽 5G 환경에 맞게 업그레이드했다.

양사는 이달부터 중계기 현장 테스트를 진행하고, 올해 2~4분기부터는 독일 내 고객 200명을 대상으로 고객 체험 서비스에 나선다. 이를 위해 도이치텔레콤은 지난달 27일부터 개인·기업 고객을 대상으로 참여자 모집을 시작했다.

향후 양사는 고객 체험 서비스에서 얻은 고객 피드백과 데이터를 분석해 독일 5G네트워크에 중계기를 최적화한 후 독일에서 상용화할 예정이다.

/김나인 기자

## 삼성전자 ‘갤 워치 액티브2’ 2종 출시

삼성전자가 스마트워치 2종인 ‘갤럭시 워치 액티브2 골프 에디션(사진)’과 ‘갤럭시 워치 액티브2 LTE’ 알루미늄 모델을 28일 국내에 출시한다.

갤럭시 워치 액티브2 골프 에디션은 업그레이드된 거리 측정 기능 지원 등을 통해 골프를 더욱 스마트하게 즐길 수 있도록 해준다. 기본 탑재된 ‘스마트캐디’ 애플리케이션을 무료로 사용 가능하며, 골프 라운드 시 필요한 거리 측정 기능은 물론 전 세계 4만여 개 골프장 코스 정보와 그린의 높낮이 정보를 제공한다.

갤럭시 워치 액티브2 골프 에디션은 불소고무 재질의 가벼운 착용감을 갖춘 골프 스트랩을 기본으로 제공해, 뛰어난 통기성은 물론 땀과 비에도 걱정 없는 강력한 방수 기능을 탑재해 스포티한 디



자인을 완성했다. 갤럭시 워치 액티브2 골프 에디션은 아쿠아 블랙의 44mm 모델과 핑크 골드 40mm 모델 2가지로 출시되며, 각각 39만 9300원, 35만 9700원이다. 삼성전자 홈페이지, 삼성 디지털 프라자, 전국 골프존 마켓, 온라인 골프 쇼핑 사이트 등에서 구입 가능하다.

갤럭시 워치 액티브2 LTE 알루미늄 모델은 44mm와 40mm의 2가지 사이즈, 아쿠아 블랙, 클라우드 실버, 핑크 골드 등 세 가지 색상으로 선보이며, 각각 39만 9300원, 35만 9700원이다. 제품은 전국 이동통신 매장에서 구매할 수 있다.

/구서윤 기자 yuni2514@

## 비방 수위 높이는 ‘땅콩 연합’ 조원태 중심 단단해지는 한진

KCGI “실패한 경영” 비판에도 조원태 주주 친화정책 속도 높여 임직원 동요 않고 주식사기 운동

한진칼 경영권 분쟁을 벌이고 있는 조원태 전 대한항공 부사장과 KCGI, 반도건설이 조원태 한진그룹 회장에 대한 압박 수위를 높이고 있다. 하지만 조 회장을 중심으로 한진그룹 임직원은 크게 동요하지 않고 차분하게 주주총회를 준비하는 모습이다. 오히려 조 회장은 주주 친화 정책과 함께 재무구조 개선에 속도를 높이고 있다.

한진그룹은 최근 유휴 자산 매각 주권사 선정을 위해 투자은행 등 관련사에 매각 자문 제안 요청서(RFP)를 발송했다고 27일 밝혔다. 매각 대상 유휴자산은 ▲대한항공 소유 서울 종로구 송현동 토지(3만6642㎡)와 건물(605㎡) ▲대한항공이 100% 보유한 해양레저시설 ‘왕산마리나’의 운영사인 ㈜왕산레저개발 지분 ▲갈호텔네트워크 소유 제주 서귀포시 토평동 파라다이스 호텔 토지(5만3670㎡)와 건물(1만2246㎡)이다. 제안 요청서는 부동산 컨설팅사, 회계법인, 증권사, 자산운용사, 중개법인 등 각 업계를 대표하는 12개사에 발송됐다.

한진그룹은 다음달 24일까지 이들 기업으로부터 제안서를 받아 심사를 통해 매각 주관 후보사를 선정하고 제안 내용에 대한 프레젠테이션 등을 진행해 최종 주권사를 선정한다는 계획이다. 주권사는 시장분석 및 매수 의향자 조사, 자산 가치 평가, 우선협



서울 중구 한진그룹 본사의 모습.

/연합뉴스

상자 선정, 입찰 매각 관련 제반 사항 지원과 같은 업무를 수행한다. 입찰사는 매각 건별로 제안하거나 컨소시엄을 구성한 제안도 가능하다.

앞서 대한항공과 한진그룹 지주사인 한진칼은 지난 6일과 7일 각각 이사회를 열고 비수익 유휴 자산 매각을 결정했다. 한진그룹은 당시 재무구조 개선과 핵심 사업 경쟁력 강화를 위해 그룹 내 호텔·레저 사업 전면 구조 개편에 돌입하기로 결정했다. 비수익 유휴 자산 매각 작업의 본격 시작에 대해 한진그룹은 “재무구조를 개선하겠다는 의지를 표명한 것에 대한 실천의 일환”이라고 설명했다.

이는 최근 반 조원태 연합군인 KCGI가 “조원태 한진그룹 회장 등 총수 일가의 경영 성과가 실패 수준”이라며 “실패한 경영자”라며 날선 비판을 제기하자 이에 대한 자신의 의지를 내비친 것으로 보인다. 여기에 반 조원태 연합군의 또 다른 한 축인 반도건설이 한진칼 추가지분을 취득하는 등 정기주주총회 이후 임시 주총을

통해 경영권 분쟁이 이어질 수 있다는 계산에 따라 소액주주의 표심을 얻기 위한 것으로 보인다.

그러나 반 조원태 연합군이 비판의 수위를 높일 수록 한진그룹 내 임직원들의 반감도 증가하는 분위기다. 대한항공 사내 익명게시판에 ‘한진칼 주식 10주 사기 운동 제안합니다’라는 제목의 글이 게재됐다. 작성자는 주주연합을 회사를 병들게 하는 ‘코로나 같은 세력’이라고 주장하며 ‘한진칼 주식 단 10주씩이라도 사서 보탬이 되자’고 제안하기도 했다.

또한 한진그룹 내 대한항공, 한진, 한국공항 노동조합 등은 물론, 전직 임원회들도 조 회장을 지지하겠다는 입장을 내놓고 있다. KCGI측이 조 회장에 대한 비판을 키워갈 수록 오히려 한진그룹 내부에서는 견고하게 집결되는 모습을 확인할 수 있다.

한편 조원태 회장과 반 조원태 연합군의 치열한 공방은 다음달 25일 열린 한진칼 주주총회까지 지속될 것으로 전망된다.

/양성운 기자 ysw@