



# 언택트 신사업·5G 양날개로 '깜짝 실적' LGU+ LGU+

SKT, 영업이익 19.7% 증가  
티브로드 합병 시너지도 주효  
LGU+, 영업이익 2521억원  
모바일 순증 가입자 분기 최대

SK텔레콤과 LG유플러스가 올 3·4분기 언택트(비대면) 기반의 신사업과 5세대(5G) 이동통신 가입자 증가에 힘입어 시장 전망을 뛰어넘는 호실적을 기록했다. 신종 코로나바이러스감염증(코로나19)로 인한 비대면 서비스 확대가 호재로 작용하며, 실적에 기여한 것으로 해석된다.

## ◆SKT, 신사업 성장세…미디어·보안·커머스 영업이익 1000억원 넘어

5일 SK텔레콤과 LG유플러스는 올 3·4분기 실적을 공시했다. SK텔레콤은 연결 기준, 올 3·4분기 매출 4조7308억 원, 영업이익 3615억원을 기록했다. 매출과 영업이익은 전년 동기 대비 각각 3.7%, 19.7% 증가했다.

특히 기존 무선 사업뿐 아니라 신사업이 가파른 성장세를 보인 것이 주목된다. 구체적으로 미디어, 보안, 커머스는 모두 전년 동기 대비 매출 두 자릿수



서울 용산구의 한 전자제품 매장. /뉴스스

성장을 이뤄내며 18.9% 증가한 1조5267억원을 기록했다. 영업이익은 전년 동기 대비 40.3% 상승해 역대 최초로 1000억원을 넘어서는 성과를 달성했다.

특히 미디어 사업의 경우 티브로드 합병 효과 등이 반영돼 전년 대비 20.3% 증가한 9668억원의 매출을 기록했다. SK브로드밴드는 IPTV 가입자가 전분기 대비 12만9000명 증가해 9월 말 기준 유료방송 가입자 850만명을 기록했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

◆LGU+, 영업의 전년比 60.6% 증가  
…IPTV 누적 수익 1조원 넘어설 전망

같은 날 실적을 발표한 LG유플러스는 연결 기준, 올 3·4분기 매출 3조3410억원, 영업이익 2521억원을 기록했다. 매출은 전년 동기 대비 5.9% 늘었고, 영업이익은 같은 기간 60.6%나 증가하며 두 자릿수 성장을 달성했다.

특히 모바일 순증 가입자는 분기 최대 실적인 40만6000명을 달성해 모바일 누적가입자는 전년 동기 대비 8.7% 성장한 1626만5000명을 기록했다. 알뜰폰(MVNO)은 셀프개통 증가 등으로 전년 동기 대비 가입자가 41.6% 증가하면서 직전분기 대비 11.8% 성장한 146만9000명을 기록하며 모바일 수익 성장을 견인했다. 아울러 IPTV 수익은 누적 8542억원을 기록하며 지난해에 이어 올해에도 1조원을 넘어설 전망이다.

한편, 양사 모두 5G 인프라와 핵심 서비스를 강화한다는 방침이다. 현재 SK텔레콤은 9월 말 기준, 426만명의 5G 가입자를 확보했고, LG유플러스는 전체 가입자의 19.2%인 217만3000명을 기록했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

## 'U+와 시너지' LG헬로비전, 영업익 ↑

영업의 92억, 129.4% 증가  
ARPU 반등 가능성도 확인

나타내며 가입자 세대 전환에 박차를 가했다.

케이블TV ARPU는 7139원으로 전 분기 대비 25원 감소했지만, 디지털 케이블TV ARPU는 9460원으로 12원 증가했다. MVNO의 ARPU는 2만1599원으로 소폭 감소했다. 인터넷 ARPU는 1만1663원으로 2016년 1·4분기 이후 가장 높은 수치를 보였다. LG유플러스와의 협업으로 기가인터넷 커버리지를 전국적으로 확대하면 서상품 구색 측면의 열위를 극복해온 결과가 반영됐다는 설명이다.

케이블TV 가입자는 전 분기 대비 소폭 감소한 415만2000명을 기록했다. 유료방송 경쟁 심화와 코로나19의 장기 확산 상황에서도 가입자를 수성했다는 평이다. 알뜰폰(MVNO) 가입자는 61만2000명으로 전 분기 대비 1만8000명 감소했지만 롱텀 애볼루션(LTE) 가입률이 77.3%를

LG헬로비전 안재용 상무(CFO)는 "LG유플러스와의 시너지가 점진적으로 발생하는 한편, 훼손됐던 영업력도 복원되고 있다"며 "작용기간을 끝마친 이후 안정적인 실적 기반에 신사업을 통한 성장 모멘텀도 확보할 것"이라고 말했다. /김나인 기자

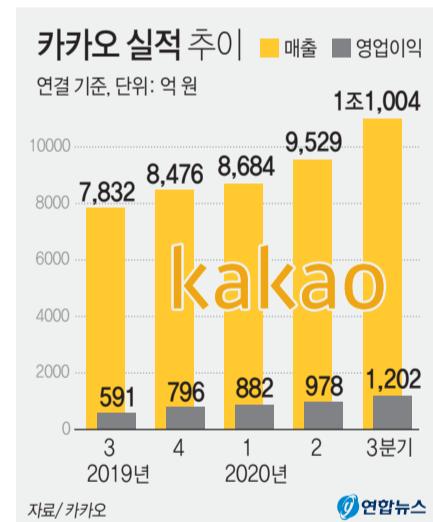
## 카카오, 분기 매출 '1조 시대'… 역대 최고

매출 1.1조, 전년 대비 41% 증가  
영업이익은 103% 늘어 1202억  
커머스, 콘텐츠사업 등 실적 견인

카카오가 사상 최초로 분기 매출 1조원, 영업이익 1000억원을 넘어서며 역대 최고 실적을 달성했다.

카카오는 K-IFRS(한국국제회계기준) 기준 2020년 3분기 매출이 전분기 대비 15%, 전년 동기 대비 41% 늘어난 1조1004억원을 기록했다고 5일 밝혔다. 영업이익은 전분기 대비 23%, 전년 동기 대비 103% 증가한 1202억원으로, 영업이익률은 10.9%다. 카카오톡을 기반으로 한 광고, 커머스 사업 및 글로벌 유료 콘텐츠 사업의 높은 성장세와 카카오 모빌리티, 카카오페이 등이 포함된 신사업 부문의 실적 개선이 사상 최대 실적을 이끌었다.

카카오의 3분기 플랫폼 부문 매출은 전분기 대비 13% 증가, 전년 동기 대비 58% 증가한 5544억원으로 집계됐다. 특비즈 매출은 전분기 대비 14%, 전년 동기 대비 75% 증가한 2844억원이다.



포털비즈 매출은 전분기 대비 3% 증가, 전년 동기 대비 4% 감소한 1212억 원을 기록했다.

신사업 부문 매출은 카카오모빌리티 택시 플랫폼 사업의 매출 확대 및 카카오페이의 결제 거래액과 금융 서비스 확대로 전분기 대비 17%, 전년 동기 대비 139% 증가한 1488억 원이다.

콘텐츠 부문 매출은 전분기 대비 19% 증가, 전년 동기 대비 26% 증가한

5460억원을 기록했다. 유료 콘텐츠 매출은 일본을 중심으로 글로벌 거래액 성장이 가속화되면서 전분기 대비 25%, 전년 동기 대비 61% 성장한 1484억원을 기록했다. 카카오재팬의 픽코마는 월간 활성 이용자 수와 일 거래액이 연일 최고치를 경신하며 7월부터 월간 기준 일본 만화앱 매출 1위를 기록 중이다. 게임 콘텐츠 매출은 신규 모바일 게임 '가디언 테일즈'의 흥행에 힘입어 전분기 대비 40%, 전년 동기 대비 52% 성장한 1504억원을 달성했다. 뮤직 콘텐츠 매출은 전분기 대비 3%, 전년 동기 대비 3% 증가한 1557억원을 기록했다.

IP 비즈니스 기타 매출은 전분기 대비 11%, 전년 동기 대비 2% 증가한 915억 원이다.

3분기 영업 비용은 전분기 대비 15%, 전년 동기 대비 35% 늘어난 9802억원으로, 연결 종속회사 편입과 신규 채용으로 인한 인건비 증가, 활발한 유료 콘텐츠 사업 전개와 신규 게임 흥보 활동으로 인한 마케팅 비용 증가 등이 영향을 미쳤다. /구서윤 기자 yuni2514@

## LG 디오스 인덕션, 백종원과 요리 소개

'초고화력 푸드트립' 광고 공개

LG디오스 인덕션이 방송인 백종원과 전세계 음식 요리법을 소개한다.

LG전자는 최근 온라인 광고 'LG 디오스 인덕션 X 백종원 초고화력 푸드트립'을 공개했다고 5일 밝혔다. 태국과 중국, 미국과 베트남 4편으로 나눴다.

LG전자는 단일 화구 기준 3300W

고화력에 초점을 맞췄다. 국내에서 최대 수준, 고화력을 필요로 하는 음식을 선별해 레시피를 소개하고 초고화력 필요성을 설명하는 방식으로 제작됐다.

백종원은 LG 디오스 인덕션 전기레인지의 다양한 장점도 보여준다. 가스 냄새 없이 화력이 강력하고, 스마트폰으로 어디서든 안전하게 전원을 끄는



초고화력 푸드트립 영상 장면. /LG전자  
기능과 17가지 안전장치시스템 등이다. /김재웅 기자

## LG전자, 美 5G 공략 박차… 실속형폰 출시

첫 K시리즈 'K92'…출고가 400달러

LG전자가 실속형 5G 폰으로 북미 시장 공략을 강화한다.

LG전자는 6일(현지시간) LG K92 5G(사진)를 북미 지역에 출시한다고 5일 밝혔다. K 시리즈 첫 5G 스마트폰이다.

K92는 실속형 출고가에 프리미엄급 성능을 갖춘 제품이다. 출고가 400달러 이하인데도 6GB 램에 트리플카메라 등을 장착했다. LG 크리에이터스 킷을 통해 멀티미디어 촬영에도 특화했다. 특히 미국 군사 표준 규격 밀리터리 스펙을 통과해 높은 내구성을 자랑한다.

LG전자는 K92 5G를 통해 현지 고객에게 더 많이 5G 서비스를 체험해볼 수 있도록 한다는 방침이다. 아울러 V60 씽큐와 벨벳, 원에 이어 북미 시장 공략에도 힘을 쏟는다. /김재웅 기자 juk@



## 엔씨소프트, 'K팝 앱'으로 엔터 본격 진출

팬덤 플랫폼 '유니버스' 내년 출시

에게 새로운 경험과 즐거움을 제공할 계획"이라고 설명했다.

엔씨소프트는 김택진 대표의 동생인 김택현 엔씨 수석부사장을 대표로 지난 7월 설립한 자회사 '클랩(KLAP)'을 통해 유니버스에서 선보일 다양한 오리지널 엔터테인먼트 콘텐츠를 제작한다.

이를 통해 네이버, 카카오 등 플랫폼 기업과도 오리지널 콘텐츠 대결 구도를 펼칠 것으로 전망된다. 특히 카카오TV가 최근 오리지널 콘텐츠 제작을 선언하며 국내 온라인 동영상 서비스(OTT) 시장 경쟁에 승부수를 띠운 가운데, 엔씨소프트의 유니버스가 이에 맞서는 콘텐츠 강자가 될지 관심이 집중된다.

실제 최근 엔씨소프트를 포함한 주요 게임사들은 본업인 게임뿐 아니라 영화, 드라마, 예능 등을 다루는 엔터테인먼트 사업에 밤을 들이고 있다. /김나인 기자