

이통사, 20대부터 시니어 겨냥 ‘맞춤 요금제’ 늘려 선택권 강화

청년 요금제, 편리·혜택 ↑
시니어 용 등 64종→124종
추가 가입자 위해 라인업 갖춰

이동통신사들이 지난해 단일 요금제 중심에서 올해 사용자 맞춤형 요금제로 선화하면서, 20대에서 시니어 층까지 만족시킬 수 있는 요금제 60종을 대거 선보이고 있다. 특히 이통사들은 20대를 겨냥한 청년요금제를 조만간 신규로 내놓고, 미래의 주요 고객이 될 20대 청년층에 대거 혜택을 제공할 계획이다.

한 통신사 관계자는 “올해 이통사들은 3~4종의 5G 요금제를 출시하고, 시니어요금제는 물론 구직자, 아동·육아 가구 대상 혜택 등을 다양하게 선보였다. 이는 각 연령층을 겨냥해 이용자가 요금제를 선택하도록 한 맞춤형 요금제를 내놓겠다는 의지를 담고 있다. 특히 청년 요금제는 이통사에서 강한 니즈를 갖고 출시한 상품으로 큰 의미를 갖고 있다”고 설명했다.

◆ 청년 요금제 ‘너도나도’

SKT는 오는 6월 1일, 만 34세 이하의 5G 고객을 위한 ‘0 청년 요금제’ 7종을 내놓는다. 또 7월 1일에는 ‘0 청년 맞춤형 요금제’ 4종도 출시한다. 청년 고객이 데이터를 충분히 이용할 수 있도록 기본 데이터 제공량을 일반 요금제 대비 20~50% 확대 제공한다.

월 요금 수준에 관계없이 0 청년 요금제를 이용하는 모든 고객에게 커피, 영화, 로밍 요금 할인 등 혜택도 제공할 예정이다. 또 오는 6월 1일 ‘0 청년 요금제’ 공식 출시를 앞두고, 선착순 30

만명을 대상으로 ‘100% 당점 세계 화폐 랜덤 뽑기’ 이벤트도 진행한다.

KT는 데이터 이용량이 많고 콘텐츠 수요가 활발한 20대 고객의 특성에 맞춰 데이터 제공량은 2배로 늘리고, 티빙 구독료 50% 할인 등 혜택이 강화된 ‘Y덤’을 6월 2일 런칭한다.

‘Y덤’의 가장 큰 특징은 전용요금제 가입과 같은 번거로운 절차를 생략했다. 만 29세 이하 고객이 KT 5G요금제에 가입하기만 하면 ‘Y’덤이 자동 적용된다. 새로운 ‘Y덤’은 5G 요금제 15종을 새롭게 제공할 계획으로, 기존에 운영중인 요금제 5종을 포함해 20종의 요금을 선보인다.

LG유플러스는 데이터 사용량이 많은 29세 이하 고객들에게 혜택을 늘리기 위해 7월 중 ‘5G 청년 요금제’를 신설한다. 5G 청년요금제를 이용할 경우, 기존 요금제 대비 최대 60GB의 데이터를 추가로 이용할 수 있다. 또 7월 중 20대 고객에게 데이터를 추가로 제공하는 ‘5G 청년 다이렉트 요금제’를 선보인다.

◆ 요금제 124종으로 증가…2배 ‘경중’

이통사들이 5G 요금제와 청년요금제, 시니어요금제를 출시함으로써 요금제는 기존 64종에서 124종까지 약 2배 정도로 경중 증가했다.

SKT는 기존에 20종의 요금제를 보유하고 있었지만 이번에 45종으로 요금제가 늘었고, KT는 기존 22종에서 34종으로, LG유플러스는 22종에서 45종까지 늘어났다.

SKT는 기존 요금제인 데이터 24GB를 제공하는 5만 9000원의 요금제를 기본으로 데이터가 더 필요한 경우, 13

GB는 3000원, 30GB는 5000원, 50GB는 7000원, 75GB는 9000원 요금제 중 선택해서 사용할 수 있게 했다. 가량 5000원을 추가하면 기존 24GB에다 30GB를 더 해 54GB 데이터를 사용할 수 있게 된다.

SKT는 또 시니어 고객을 위한 신규 요금제 3종을 지난 3월 30일 선보였다.

김지형SK텔레콤통합마케팅전략담당은 “새로 출시된 5G 신규요금제 3종은 고객 선택권을 높이는 데 초점을 둔 것으로 5G 이용 만족도를 높이는 데 기여할 것”이라며 “임팩트는 중장기적으로 지켜봐야 할 것 같다. 5G 시장이 성숙기 진입한 상황에서 추가 가입자 유치를 위해 다양한 라인업을 갖춰 나가는 것은 자연스러운 전략”이라 말했다.

KT는 지난해 출시된 5G 중간요금제에 이어 오는 6월 2일부터 심플50GB, 심플70GB, 심플90GB 3종을 새롭게 선보인다. 또 지난 12일부터 시니어 고객 전용 요금제도 출시했는데, 연령 및 데이터 이용량에 따라 종류를 4종으로 세분화시켰다.

KT 관계자는 “모두를 위한 맞춤형 5G 요금제 출시로 고객이 선택할 수 있는 요금제를 크게 늘렸다”며 “OTT와 콘텐츠 할인 등 고객 맞춤 혜택을 통해 통신비 부담을 낮추고 있다”고 설명했다.

LG유플러스는 이번에 6~7만원 대 중간요금제 4종과 시니어 요금제 3종을 선보였다. 또 아동·육아 가구에 데이터 바우처를 최대 24개월 지원하며, 10개의 구직자의 취업 및 고용 사이트에 대해 요금을 부과하지 않는 ‘제로레이팅’도 운영한다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr



미국 애리조나주에 설치된 HD현대에너지솔루션의 고효율 태양광 모듈의 모습.

HD현대에너지솔루션, 아프리카서 첫 수주

포르투갈 건설사 MCA와 22MW 태양광 모듈 공급 체결
향후 300MW급 입찰 계획

HD현대의 태양광 부문 계열사인 HD현대에너지솔루션이 아프리카 시장에서 첫 수주를 이뤄냈다.

HD현대에너지솔루션은 최근 포르투갈 건설업체 MCA와 22메가와트(MW) 규모의 태양광 모듈 공급 계약을 체결했다고 22일 밝혔다.

이번 계약에 따라 HD현대에너지솔루션은 500와트(W)급 고효율 모듈 제품을 올해 8월까지 공급하고, MCA는 해당 제품을 앙골라 정부가 발주한 바이룬도 및 쿠티토 지역 발전소 건설 프로젝트에 사용할 예정이다. 22MW는 앙골라 지역 주민 14만명의 전력 수요를 충족시킬 수 있는 규모다.

특히 해당 모듈은 전면뿐만 아니라 후면까지도 태양광을 흡수할 수 있어 일반 모듈 대비 30% 이상 발전량을 높

였다. 또 한 장의 셀을 2개로 분할해서 연결하는 ‘하프컷’ 기술이 적용돼 전류 손실을 낮추고 발전 효율을 높였다는 설명이다.

HD현대에너지솔루션은 이번 프로젝트를 통해 아프리카에 처음으로 제품을 공급하게 됐다. 향후 HD현대에너지솔루션은 2024년 상반기부터 앙골라에서 진행될 300MW급 대규모 태양광 프로젝트의 입찰에도 참여할 계획이다.

국제에너지기구(IEA)에 따르면 아프리카 지역은 전세계 태양광 자원의 60%를 가지고 있지만 태양광 발전 용량은 전세계 1% 수준에 머물러 있다.

HD현대에너지솔루션 관계자는 “향후 아프리카의 공공뿐만 아니라 민간 태양광발전소에도 고효율, 고품질 제품을 공급해 시장 내 영향력을 넓혀갈 것”이라며 “기존 주력 시장인 미주, 유럽뿐만 아니라 앙골라, 우즈베키스탄과 같은 신흥시장 개척에도 적극 나설 것”이라고 밝혔다. /양성운 기자 ysw@

LG U+, ‘스포키’ 이용자 1500만명 돌파

스포츠 팬들 호응… 7개월 만의 성과

LG유플러스는 지난해 10월 선보인 통합 스포츠 커뮤니티 플랫폼 ‘스포키’가 스포츠 팬들의 높은 호응을 받으며 출시 7개월만에 누적 이용자 1500만명을 돌파했다고 22일 밝혔다.

스포키는 야구, 축구, 농구, 배구, 골프, 당구 등 스포츠 종목별 국내외 다양한 리그의 최신 뉴스, 인기 유튜브와 방송 영상을 제공하는 서비스다. 모든 콘텐츠에는 이용자간 댓글을 통해 소통할 수 있는 ‘스포키톡’ 기능도 지원된다. U+3.0 대표적인 놀이 플랫폼인 스포키는 스포츠 시즌과 비시즌 관계없



지난 10월 선보인 LG유플러스 통합 스포츠 커뮤니티 플랫폼 ‘스포키’가 출시 7개월만에 누적 이용자 1500만명을 돌파했다. /LG유플러스

이 고객에 1년 내내 즐길거리를 제공, 18일 기준 출시 7개월만에 누적 이용자 1572만명을 기록했다. 4월 월간 이용자수(MAU)는 415만명을 달성했으며, 4월 26일에는 일일 최고 방문고객 수 54만명을 기록했다. /채윤정 기자

친구와 2750원씩, 같이 넷플릭스 본다

광고형 멤버십, 요금은 그대로
풀HD·동시 접속 인원 2명 개편
4분 광고·일부 시청 불가 차이점

넷플릭스가 우리나라에도 광고형 멤버십 최대 화질을 풀HD(1080p)로 높이고 동시 접속 가능 인원을 2명으로 늘린 것으로 나타났다. 넷플릭스가 지난달 광고형 멤버십을 개편하겠다고 예고했는데, 약 한 달만에 우리나라에도 적용됐다. 월 요금 5500원인 넷플릭스 광고형 멤버십 계정을 친구 1명과 2750원씩 분담해 이용하는 것도 가능해졌다.

22일 업계에 따르면 넷플릭스는 최근 광고 요금제인 ‘광고형 베이식’을 ‘광고형 스탠다드’로 변경했다. 월 요금 5500원은 그대로지만 동시 접속 가능 인원을 1명에서 2명으로 늘리고 영상 화질도 720p에서 1080p로 올렸다. 기존 스탠다드 멤버십(월 1만3500원)보다 요금을 저렴하게 책정하되 시간당 약 4분의 광고를 시청해야 한다는 점, 라이선스 제한으로 일부 콘텐츠를 시청할 수 없다는 점만 차이를 뒀다.

〈넷플릭스 스트리밍 멤버십 변경〉

구분	내용	요금
광고형 스탠다드	풀 HD(1080p)로 매우 좋은 화질 제공. 스마트폰, 태블릿, 컴퓨터 또는 TV로 시청. 대부분의 시리즈와 영화를 이용할 수 있지만, 라이선스 제한으로 인해 시청할 수 없는 콘텐츠도 일부 있음. 저장 기능 불포함.	월 5500원
베이식	HD(720p)로 좋은 화질 제공. 스마트폰, 태블릿, 컴퓨터 또는 TV로 광고 없이 시청. 1개 디바이스에 저장 가능.	월 9500원
스탠다드	풀 HD(1080p)로 매우 좋은 화질 제공. 스마트폰, 태블릿, 컴퓨터 또는 TV로 광고 없이 시청. 2개 디바이스에 저장 가능.	월 13500원
프리미엄	UHD(4K) 및 HDR로 가장 좋은 화질 제공. 공간 음향 지원. 스마트폰, 태블릿, 컴퓨터 또는 TV로 광고 없이 시청. 6개 디바이스에 저장 가능.	월 17000원

넷플릭스는 지난달 18일(현지시간) 1분기 실적 발표 후 주주서한에서 “광고 요금제를 더욱 많은 소비자에게 매력적인 상품으로 보이게 할 것”이라며 광고형 멤버십 개편을 예고한 바 있다. 당시 넷플릭스는 ‘광고형 스탠다드’를 스페인과 캐나다에 우선 적용했었고, 한국, 미국, 호주 등 광고형 멤버십 시행 중인 나머지 10개국에는 순차적으로 적용할 계획이었다.

넷플릭스의 이번 멤버십 개편에 따라 공유 계정을 쓰던 국내 일부 이용자

는 기존보다 저렴한 요금으로 넷플릭스 콘텐츠를 이용할 수 있게 됐다. 기존에는 4명에서 월 4250원씩 부담하면 넷플릭스 프리미엄 멤버십(월 요금 1만 7000원) 계정을 이용할 수 있었다.

하지만 ‘광고형 스탠다드’로 개편되면서 2명에서 월 5500원에 넷플릭스 콘텐츠를 이용하는 게 가능해졌다. 이 경우 1인당 2750원씩 부담하면 된다. 하지만 광고를 시청해야 한다는 점과 영상 화질이 풀HD(1080p)라는 점 등 불편은 일부 감수해야 한다. /채윤정 기자

“내 사진, 네이버웹툰처럼 만들어요”

AI 기술·콘텐츠 결합한 ‘툰필터’
전체 이용자 중 해외 이용자 80%

네이버웹툰이 AI 기술과 콘텐츠를 결합해 선보인 ‘툰필터’가 이용자들 사이에서 인기를 끌고 있다.

툰필터는 원하는 사진을 좋아하는 웹툰 작품의 그림체로 변환시킬 수 있는 서비스다. 최근 화두가 되고 있는 AI에 네이버웹툰만의 재미 요소를 추가했다는 차별성이 있다.

네이버웹툰은 툰필터 베타 서비스가 출시 일주일 만에 2천만장 이상의 변환된 이미지를 생성했다고 22일 밝혔다. 툰필터는 좋아하는 웹툰 작가가 나

에게 직접 그림을 그려주는 것과 같은 경험을 제공하기 위해 기획했다. 12일 출시한 베타 서비스에는 기획 취지에 공감하고 그림체 제공에 동의한 창작자 10명의 작품 10편의 그림체를 시범 적용했다.

툰필터는 한국어로만 이용 가능하지만 소셜 미디어를 통해 해외 웹툰 팬들에게도 알려지며 한 때 모든 종류의 필터가 접속 대기 1만 명이 넘어갈 정도로 폭발적인 이용자 유입을 보였다. 현재까지 누적 전체 이용자 중 해외 이용자가 80% 이상이며 인도네시아, 대한민국 순으로 이용자 비중이 높다.

/최빛나 기자 vitna@