

〈主 題〉

CT2 사업동향과 과제

김 종 길

(나래이동통신 사장)

□ 차 례 □

- | | |
|----------------------|----------------------|
| I. 서 론 | IV. 한국의 시티폰과 일본의 PHS |
| II. 시티폰 서비스 준비와 상용화 | V. 향후 시티폰의 전망 |
| III. 서비스 제공 2개월과 그 후 | VI. 결 론 |

I. 서 론

도시형 발신휴대전화라고 일컫는 시티폰은 안방의 무선전화기(CT-0:40MHz대역의 무선전화, CT-1:900MHz대역의 무선전화)를 진화시켜 거리에서도 사용할 수 있도록 만든 한차원 발전된 휴대전화서비스이다.

이미 프랑스, 네덜란드, 스페인, 대만, 호주, 말레이시아, 콜롬비아, 브라질 등지에서는 널리 보급되고 있는 서민을 위한 보편적 국민서비스로 알려져 있다.

집에서는 일반 무선전화기로, 거리에서는 휴대전화기로 사용할 수 있는 시티폰은 통화요금이 시내전화 10초당 8원, 시외전화 10초당 14원으로 저렴하며, 140g밖에 안되는 손바닥 크기의 작은 단말기로 휴대성을 높인 것이 장점이다.

이러한 장점으로 인해 지난 3월 20일 시티폰 서비스가 개시된 이래로 두 달째인 5월 19일 현재 국내의 시티폰 가입자는 16만명에 육박하고 있다.

이 시티폰 보급결과에 대해 일부에서는 '가능성을 보인다' 또는 '두고 봐야 한다' 등 엇갈린 표현을 하고 있다. 이는 시티폰 서비스가 단점이 많은 서비스인데도 불구하고 가입자가 꾸준히 늘어나기 때문이기도 하다.

시티폰 서비스는 발신전용이라는 한계와 핸드오버가 되지 않아 이동반경이 좁다는 단점을 지니고 있다. 때문에 일정기간이 경과하면 사장될 과도기적 서

비스라는 견해가 많다. 하지만 휴대전화의 보급형 서비스로 저변화를 목표로 하고 있는 시티폰 서비스는 가격과 디자인 면에서 타 휴대전화 서비스에 비해 월등히 저렴하고 세련되어 기대이상의 경쟁력을 갖추어 가고 있다.

이러한 이유로 인해 소비자로부터의 인기와 가입율은 상승곡선을 긋고 있으며, 성공적인 시장진입이 점쳐지고 있다.

서비스 개시 2개월 동안 시티폰 사업자들은 나름대로 서비스의 활성화를 위해 통화지역확대 및 전국서비스를 위한 인천, 대구, 부산 등 지방도시 개통으로 차근차근 서비스 영역을 넓혀 나가고 있다.

특히, 시티폰 사업자들은 '시티폰'이라는 공동의 서비스 이름을 채택함으로써 인지도를 배가시켰으며, 공동 치국을 통한 빠른 기지국 설치를 도모하여 시티폰 보급에 박차를 가하고 있다. 사업자간의 공동노력으로 인한 시티폰 서비스의 성공은 '98년 통신시장 개방에 앞서 국가통신산업을 발전시키는데 좋은 선례를 남기는 한편, 사업자간의 시너지 효과를 얻을 수 있다는 점에서 각계의 국민적 서비스의 육성을 위한 지속적인 지원과 관심이 필요하다.

II. 시티폰 서비스 준비와 상용화

1996년 6월 10일 정부는 시티폰 서비스에 대해 전

국사업자 1社, 지역사업자 10社를 선정하였다.

시티폰 서비스가 국내 처음 소개된 것은 1989년 영국에서 세계 처음 시티폰 서비스 시작된 후 1년이 지난, 지금으로부터 7년전인 1990년 10월 31일 한국통신이 20명을 대상으로 한 시험운용을 하면서이다. 이후 시티폰 서비스는 95년 3월 여의도 시험서비스 및 96년 3월 한국무선통신연구조합(015공동연구소)의 시험서비스가 실시되면서 언론을 통해 구체적으로 알려지기 시작했다.

이렇게 긴 역사를 갖고 있음에도 불구하고 국내의 시티폰 서비스는 어렵게 97년 3월 상용서비스가 이루어졌다.

시티폰 서비스 사업자로 선정된 11개 회사는 '96년 11월 29일 사업자간의 기지국 공동 설치 및 공동망 이용 협정과 서비스명 공동이용에 대한 사항을 체결하게 된다. 이는 협조를 통한 기지국 치국의 빠른 확대와 시설낭비 방지의 의미로 경쟁업체간의 시설 공동사용이라는 또 하나의 의의를 갖는다.

왜냐하면 외국의 경우 시티폰은 1992년 유럽표준(I-ETSI300-131)으로 채택된 후 유럽각국과 홍콩, 싱가포르 등지에서 보급되었으나, 처음 시도한 영국은 발신만 가능한 서비스의 한계를 극복하지 못했으며, 또한 과도한 서비스 경쟁으로 인한 시설투자의 증복, 고가격 정책 등으로 인해 저렴한 이동전화망에 스스로 자멸했다.

또한 홍콩이나 싱가포르 역시 과도한 서비스 경쟁으로 인해 시설투자의 증복, 근접된 타 사업자의 기지국간 전파간섭 등 통화 품질에 문제점을 안았으며, 하나의 사업자가 시티폰과 셀룰러폰 서비스를 모두 하는 바람에 요금이 비싼 셀룰러쪽 영업을 강화, 결국은 저가의 GSM단말기의 출현으로 시티폰 사업을 포기했다.

그러나 국내에서는 이러한 전철을 되밟지 않으면서 상호협력으로 인한 시너지 효과의 배가 및 빠른 상용화로 인한 시장선점 등의 유리한 고지를 점령하기 위한 이해관계가 사업자간에 맞아 떨어져 협조체계가 이루어지게 되었다.

시티폰 사업자들은 장비선정에 있어서도 국내산인 삼성전자의 제품을 주 기종으로 선정하여 치국하므로써 망연동의 효율을 높이고, 국내 시티폰 설비산업에 활력을 주는 동시에 시티폰 국내 표준안을 작성하여 시티폰 단말기의 개발에 힘을 실었다.

특히 시티폰 단말기는 일부 대기업에게 치중되어 있는 휴대전화시장을 중소기업체가 뛰어 들 수 있는

바탕을 마련한 점은 중소기업 활성화 정책에 부합되는 또 하나의 의의이다.

이런 배경하에 출발한 시티폰 서비스는 10초당 시내 8원, 시외 14원이라는 저렴한 요금체계와 시내위주 통화 또는 시외위주 통화에 따라 저렴한 요금체계를 선택하도록 선택형 요금체계 구비, 심야할인 등 다양한 요금체제를 만들어 고객의 요구를 충족하게끔 했다.

Ⅲ. 서비스 제공 2개월과 그 후

1. 시티폰 기지국 치국 현황

시티폰은 아직까지는 여러 단점을 내재하고 있는 서비스이다. 통화지역이 제한되어 있다던가, 이동성이 크게 보장되지 않는다는 점, 수신이 되지 않는 점 등이다.

통화지역의 제한문제는 현재 각 사업자가 합심하여 기지국 설치확대를 하고 있기 때문에 올해 말경이면 수도권지역에 약 3만개의 기지국이 설치될 예정이라 현재보다는 통화가능지역이 월등히 확장될 것으로 보인다.

이동성의 문제는 속도상의 문제와 기지국간의 통화를 넘겨주는 핸드오버 기능을 의미하는데, 속도상의 문제 즉 시속 20-30Km이내의 사용은 보행자 전용으로 만들어진 시티폰의 국제규격인 출력 10mW이내 규정으로 인해 나타나는 현상이다. 따라서 이를 해결하기 위해서는 정부의 지원아래 출력을 향상시키는 것이 필요가 있다. 그 예로, 일본의 PHS경우 이러한 단점을 해결하기 위해 20mW출력에 머물렀던 기지국을 도심에서는 200mW, 외곽지에서는 500mW형 기지국으로 개선시켜 사용하고 있다.

기지국 전환기능인 핸드오버 문제는 시티폰의 수신 문제와 함께 시티폰 사업자가 앞으로 풀어나가야 할 숙제이기도 하다. 현재 각 사업자는 99년내에 이들 문제를 해결한다는 방침아래 관련 연구를 꾸준히 하고 있어 조망간 그 결실을 볼 수 있을 것이다.

시티폰의 성공관건은 아무래도 통화가능지역의 확대에 있다. 도시형 휴대전화로 인구밀집지역 서비스에 적합한 시티폰이기는 하나 전국적인 서비스를 위해 보다 많은 기지국 건설이 필요하고, 행동반경이 넓은 우리나라민들에게 만족할 만한 서비스를 제공하려면 막대한 시설 투자가 필요하다.

그러나 무작정 많이 치국하는 것은 비효율적이다.

따라서 사업자들은 전략적으로 유동인구가 많은 곳이나 전화의 효용성이 높은 지역에 집중적으로 운영지역을 해소시키는 방향으로 치국해 나가고 있다.

〈표1 시티폰 기지국 설치 목표 및 현황〉

구분		기지국	
		목 표	설 치
수도권	한국통신	15,400	11,113
	나래이동통신	7,700	4,985
	서울이동통신	7,700	4,975
	소계	30,800	21,073
경남	한국통신	2,100	2,050
	부일이동통신	1,680	1,491
	소계	3,780	3,541
경북	한국통신	1,650	1,400
	세림이동통신	558	558
	소계	2,208	1,958
합계		36,788	26,572
한국통신		19,150	14,613
지역사업자		17,638	11,959

2. 시티폰 보급현황 및 서비스 확대계획

시티폰의 망은 서울지역과 광역시의 先서비스 실시를 기반으로 유동인구가 많은 지역으로 확대, 구축되어 가고 있다.

3월 20일 서울, 과천, 광명지역의 서비스 개시를 필두로 5월 1일 인천, 수원, 성남, 의정부, 부천, 시흥, 안산, 6월 1일 안양, 군포, 의왕, 7월 1일 구리, 고양, 남양주, 하남 등이 개통된다.

지방은 5월 1일 부산(양산포함), 대구(경산포함)광역시의 서비스 개시를 기점으로 6월 1일 대전, 광주광역시, 7월 1일 울산광역시와 춘천, 원주, 청주, 전주, 창원, 마산, 제주 등 도청소재지급 도시들이 서비

스 개통을 기다리고 있다.

기타지역은 인구 10만명 이상의 도시급에서는 올해 말경에 시티폰 서비스가 제공될 예정으로 되어 있다.

시티폰의 지방시대 개막은 시티폰의 서비스를 전국으로 확대하느라 새로운 수요창출의 돌파구가 되고 있다.

시티폰은 상용서비스 개시 25일만에 고객유치 10만명이라는 기록은 전국서비스의 확대에 의해 꾸준히 증가할 것이다. 이는 사업자 공동의 인지도 확대를 위한 홍보와 광고뿐만 아니라 유치경쟁의 마케팅효과가 가세하고 있기 때문이기도 하다.

〈표2 시티폰 사업자별 가입자 유치현황〉

구 분	3월말 가입자 수	4월말 가입자 수	5월 19일 가입자 수
한국통신(수도권)	48,500	57,886	72,950
나래이동통신	22,568	37,272	49,796
서울이동통신	6,450	18,724	34,130
부일이동통신	-	-	1,444
세림이동통신	-	-	1,535
합 계	77,518	113,882	159,855

특히, 지난 3월 6일 나래이동통신의 첫 시티폰 가두 시연회를 출발로 한국통신, 서울이동통신 등의 가두 홍보를 통해 많은 인지도 향상을 이루었으며, 이로 인해 가입자 유치에 놀라운 성과를 얻을 수 있었다.

시티폰의 첫 홍보는 장점보다는 단점을 고객에게 먼저 알리는 방향으로 진행되었다. 시티폰의 통화수준을 일반이동전화 수준으로 인지할 경우 많은 불만을 가질 소지가 다분했기 때문이다.

이에 따라 사업자들은 '발신만 가능하다', '통화반경은 기지국내 200M', '기지국 치국 미흡으로 대로변 통화만이 우선 가능하다', '기지국 전환기능이 없으므로 서서 통화하라' 등의 주문을 고객들에게 알렸다.

시티폰 서비스에 대한 고객의 기대치가 너무 높을 경우, 앞서 말한 바와 같이 출력10mW 라는 제품상의 특성으로 인해 이를 충분히 만족시킬 수 없기 때문이다. 그럼에도 불구하고 일부에서는 시티폰에 대한 기대가 커, 아직 미흡한 서비스라는 지적이 많다.

Ⅳ. 한국의 시티폰과 일본의 PHS

1. 일본 PHS 보급과정

한국의 시티폰 서비스는 일본의 PHS와는 유사한 점이 상당수 존재한다. 물론 일본의 그것이 기술적으로도 앞선 서비스이며, 900MHz대역의 주파수를 사용하는 시티폰과 달리 기가대역의 주파수를 사용하고 있어 그 발전가능성도 높다고 본다.

그러나 두 서비스 모두 휴대전화의 보편적 보급을 위한 서민적 서비스라는 점에서 일맥상통한다 할 것이다. 또, 시티폰 역시 보편적 이동전화로서 발신은 물론 데이터전송과 화상전송이 가능한 서비스로 진화함을 발전목표로 하고 있어 궁극적으로는 미래의 개인 휴대통신인 FPLMTS(미래공중중용상이동통신 서비스)로 그 방향을 잡고 있다.

일본의 PHS서비스는 우리의 시티폰보다 2년정도 앞선 1995년 7월 1일 첫 상용서비스에 들어갔다. 서비스를 제공하는 회사는 NTT중앙퍼스널, DDI동경 포켓폰, 아스텔 동경 등 3사.

이들 3사의 치열한 경쟁으로 현재 일본의 PHS가입자는 5백만명에 육박하고 있다. 일본의 PHS가 이처럼 짧은 기간에 많은 가입유치를 할 수 있었던 배경은 96년 2월 단말기 가격파괴에서 출발한다.

일본 DDI포켓폰그룹은 서비스 초기부터 다른 사업자가 사용하고 있는 20mW출력의 기지국보다 5배나 넓은 커버리지를 갖는 500mW형 기지국을 독자 개발하여 설비투자에 나섰다. 그러나 예상외로 가입자는 타사의 1/3수준에 미치게 되었고, 이에 대리점의 판매수수료 타사보다 3배이상 증액하여 이를 단말기 가격에서 빼주는 정책을 96년 2월부터 실시하게 된 것이다.

하루아침에 3-4만엔대의 PHS단말기가 1-2만엔대 수준으로 낮아지게 되었고, 신상품이 아닌 재고품의 경우에는 10엔이라는 파격적인 가격으로 판매되는 등 고교생까지 보급되기에 이르렀다.

그러나 DDI는 이러한 가입자들의 해지 속출, 다른 사업자들의 기지국 확대설치로 인한 통화지역확대, 디자인과 가격면에서 우수한 단말기 개발 및 직영판매와 점두판매 강화등으로 6개월만에 사업자간의 격차는 줄어들었다.

현재 일본 PHS의 가격인하 경쟁은 진정국면에 들어섰다. 이제 PHS의 승부수는 고속데이터 통신, DDI 포켓폰 그룹은 96년 12월부터 PHS를 통한 무선데이터 통신 서비스를 본격적으로 시작하여 PHS서비스에 새로운 바람 일으키고 있다. 최고 14.4kbps전송속도. 이른바 'α-DATA' 라는 어댑터를 통해 노트북 PC와 PHS를 연결하여 무선데이터 통신을 할 수 있도록 PHS의 쓰임새를 높이고 있다.

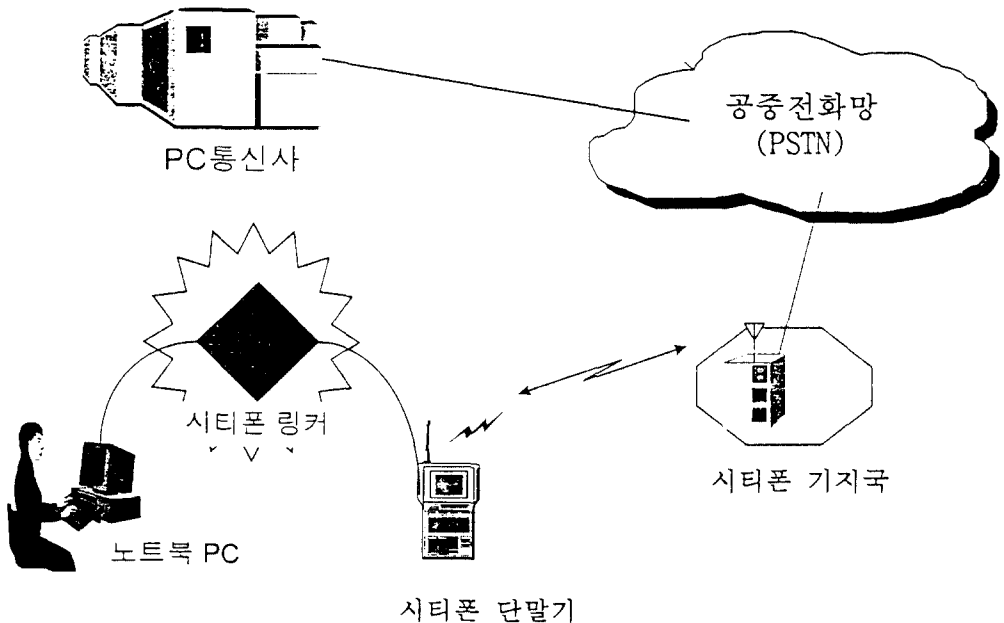
우리나라의 시티폰 역시 최근 무선데이터 통신이 가능하도록 나래이동통신에서 '시티폰 링커' 라는 무선통신접속용 어댑터가 개발한 바 있다.

2. 휴대통신을 통한 데이터 서비스

NTT는 PHS를 통한 데이터통신 서비스에 주력하고 있다. 현재 세계적으로 유행하고 있는 PC통신과 인터넷 등을 서비스 보급의 기폭제로 삼아, 데이터 통신을 통한 보급 활성화를 유도하겠다는 계산이다.

PHS를 통한 통신속도도 96년 상반기만해도 9천 600bps급. 그러나 금년들어 NTT중앙퍼스널사는 14.4Kbps급 이상의 통신속도를 보낼 수 있는 중간 연결장치를 개발해 보급하고 있으며, 32kbps급도 개발 중에 있다.

국내의 시티폰 역시 무선데이터 통신이 가능하도록 관련 기술이 개발되었다. 지난 5월 나래이동통신은 일반 PSTN모뎀과 시티폰을 연결하여 데이터 통신이 가능하도록 「시티폰용 데이터 링커」를 개발하여 양산 체제에 들어갔다. 이 링커는 일본 PHS의 초기에 사용되었던 'α-DATA'와 마찬가지로 현재는 9천600bps속도의 데이터 전송이 가능하다. 이를 바탕으로 향후 고속데이터 통신이 가능한 기술까지 발전시킬 계획이다.



<그림1 나래이동통신의 「시티폰 링커」 데이터전송 서비스 계통도>

V. 향후 시티폰의 전망

시티폰은 초고속 정보통신망으로의 발전방향에 따라 변형이 가능하도록 시스템을 개선해 나가며, 음성 및 비음성 복합서비스가 가능한 고속의 데이터 통신망으로 발전시킬 것이다.

시티폰의 발전을 위해서는 먼저 선행되어야 할 것이 있다. 높은 통화품질확보와 저렴한 가격의 빠른 보급이다. 시티폰의 단말기 가격은 현재 15만원 수준. 이는 이동전화나 머지않아 상용화가 예상되는 PCS등에게 시장을 빼앗길 소지가 있다는 점에서 문제점으로 지적되고 있다.

얼마전 정부에서 발표한 요금자율화정책으로 인해 사업자간 요금차별화 전략뿐만 아니라 서비스간의 요금차별화에도 흠집이 생길 수 있어, 각 서비스를 시작한 사업자들에게는 크나큰 고충이다.

시티폰이 살아남을 수 있는 방법은 세가지로 축약될 수 있다.

그 첫째는 저렴한 가격정책. 앞서 살펴본 바와 같이 일본 PHS의 보급을 폭증은 거저주다 싶히 했던 10엔대에 단말기 가격에 있다. 그러나 이는 장기적 측면에서는 바람직하지 않다. 불량가입자를 양산하기 때문에 오히려 나중에는 마이너스 성장을 할 위험이 도사리고 있기 때문이다.

현재 시티폰 사업자들은 초기의 가입장벽을 줄여주기 위해 할부금융이나 신용카드 무이자 할부판매 등의 거래를 하고 있다. 이러한 방법은 장기적인 고객확보라는 측면과 부담없는 구매라는 사업자와 소비자 양

측을 만족시켜주는 좋은 방법이다.

둘째는 서비스 단점극복을 위한 기술의 확보. 지금의 시티폰은 만족할 만한 서비스를 고객에게 제공하는데는 한계가 있다. 따라서 사업자뿐만 아니라 정부 및 관련된 각계의 지원과 성원이 함께 뭉쳐 국내 시티폰 기술을 발전시켜야 한다.

기술발전을 통한 원가절감요인 발생, 통화품질 향상 및 다양한 부가서비스 개발로 고객이 만족할 만한 서비스로 진화시켜야만 무수한 통신서비스 가운데에서 살아남을 수 있다.

세째는 통화가능지역의 확대. 통화커버리지의 대폭적인 강화를 통해 음영지역을 최소화하는 것이 필요하다. 일본의 PHS가 서비스 초기 가입자 증가가 주춤했던 결정적인 이유도 3-4천개의 기지국만으로 그 넓은 동경에서 서비스를 제공했기 때문이다. 지금은 각 사업자가 1천억엔에 가까운 투자로 기지국확대를 하여 통화품질향상을 꾀하고 있다.

시티폰의 진화는 타 통신망과 상호접속이 가능한 기술을 개발, 위성망과 연계된 사업으로 종합정보통신서비스 제공을 계획하고 있다.

지금의 시티폰은 CT-2(발신전용 휴대전화)이지만, 착발신 및 핸드오버가 가능한 보편적 이동전화로의 진화가 목표이며, 98년 통신시장개방시 일본의 PHS 도입을 적극적으로 방어하기 위해서도 진화는 필수적이다.

이를 위해 나래이동통신은 자동착신, 핸드오프, 로밍 등의 기술을 순차적으로 적용하여 이루어 갈 계획이다.

<표4 나래이동통신의 시티폰 서비스 발전계획>

구분	1단계 (1997~1998)	2단계 (1999~2000)	3단계 (2001~)
망 구조	-공중전화망 이용 -무선호출망 및 타지역 사업자 연동	-공중전화 및 종합정보통신망 혼용	-종합정보통신망 및 무선망 이용(일부 독자망 구성)
기본기능	- 발신 기능 -발신지역 로밍기능(전국, 지역)		
부가기능	- 호출자 접속기능(Meet-Me) - 무선호출 연계기능 - 발신 모뎀을 이용한 중저속 데이터통신	- 착신기능 - 자동 위치 추적 기능	- 고속 데이터통신 기능

97년 시티폰의 수요전망은 비관론적 입장에서는 60만명정도, 그러나 현재의 성과를 각 사업자들이 유지한다면 올해안에 시티폰 고객으로 100만명까지 만들 수 있을 것으로 보인다. 그러나 PCS, TRS등 경쟁서비스의 출현이 목전에 있기에 중장기적으로 시티폰의 전체시장규모는 2000년경 약 2백만명으로 보고 있다.

이러한 성장 역시 시티폰의 진화를 전제로 하고 있다는 점에서 시장개척은 손쉬운 것이 결코 아니다.

Ⅵ. 결 론

시티폰 서비스는 성공의 기로에 서 있다. 시티폰이 성공하기 위해서는 앞서 제시한 세가지 조건이 충족되어야 한다. 저렴한 가격, 한계극복의 기술, 통화지역 확대.

시티폰 서비스는 사업자 상호간에 기지국공유, 기술교류 등으로 기본적인 서비스 질적인면에서는 크게 차이가 없다.

따라서 서비스의 차별화는 친절로 대별되는 고객 만족서비스와 철저한 A/S를 통해 시티폰 서비스를 뿌리내리도록 해야 한다.

시티폰의 앞날은 3가지 갈림길에 놓여 있다. 영국으로 갈 것인가, 홍콩으로 갈 것인가, 일본으로 갈 것인가...

우리는 외국의 보급형 휴대전화 서비스의 사례를 되짚어 볼 필요가 있다.

영국은 시티폰의 첫 보급국가임에도 불구하고 실패했다. 88년 4개 사업자가 인가를 받았으나 협소한 서비스 영역, 타 이동통신에 비해 비싼 요금, 높은 단말기 가격으로 실패를 보았다.

홍콩은 시티폰과 이동전화 모두를 동일 사업자가 사업권을 갖고 있다는 점에서 실패를 한 경우이다. 과감한 투자를 통해 통화지역을 확대하므로써 인기를 모았으나 이동전화요금의 하락과 저렴한 GSM단말기 출현 등으로 하락세를 면치못하다가 급기야 사업권을 반납하고 이동전화분야만 주력하였다.

일본의 PHS는 가장 좋은 모델로 보여진다. 통화요금, 단말기 가격, 단말기 디자인 등에서 소비자를 유인할 만한 여건을 형성했으며, 통화지역 역시 막대한 비용을 투자하여 기지국을 설치했다. 또한 부가서비스로 고속데이터 통신이 가능한 기술개발로 또 다른 수요를 창출하고 있다.

우리의 시티폰이 성공하기 위해서는 일본 PHS의

과정을 우리 것으로 만들어야 한다.

시티폰 각 사업자는 틈새시장을 조기에 확보하는 것이 시급하다. PCS나 TRS 등 타 경쟁통신서비스에 비해 한발 앞선 MAN TO MAN식 영업을 통해 고객에게 꼭 필요한 서비스로 다가갈 수 있어야 한다.

차량에는 대형차, 중형차, 소형차, 고급차, 국민차 등 다양한 자동차가 있듯이 통신서비스에서도 고급형인 이동전화와 보급형인 시티폰은 공존할 수 밖에 없으며, 그 시장 또한 개척하기 나름이다.

적극적 요금전략 및 통화지역 확대도 동반되어야 한다. 이동전화의 통화요금 및 단말기 가격하락은 시티폰 저변화에 치명적이다. 따라서 시티폰 요금과 단말기 가격은 그 원가구조를 최대한 경제적인 수준으로 개선하여 이동전화와 차별화할 수 있는 방안이 강구되어야 한다.

또한 정부의 정책적 뒷받침도 필요하다. 홍콩의 경우처럼 정부에서 손을 놓아버린다면 우리의 시티폰은 '98년 통신시장이 개방되면서 일본의 PHS나 저가의 GSM단말기에 의해 무너질 것이 명약관화하다.

국민적 서비스를 지향하고 있는 시티폰 서비스는 국내 통신산업의 자생력확보와 휴대전화 서비스 저변화라는 통신복지를 위해서라도 성공적인 시장진입과 성장을 이루어야 하며, 사업자뿐만 아니라 각계의 협조와 노력, 관심이 절실하게 필요하다.

김 종 길

- 1941년 7월 1일생
- 1959년 2월 : 안동사범학교 졸업
- 1963년 2월 : 고려대학교 상과대학 경영학과 졸업
ROTC 1기
- 1982년~93년 2월 : (주)삼보컴퓨터 대표이사 역임
- 1993년 3월~95년 3월 : 한국무선호출협의회 초대,
2대 회장 역임
- 1992년 10월~현재 : 나래이동통신 사장
삼보컴퓨터 부회장
- 1996년 12월~현재 : 한국무선호출협의회 5대 회장