



시티폰사업 마케팅 방향과 기술현황

신 학 규
한국통신 무선사업부
마케팅지원부장

① 시티폰 사업추진 실적 및 시장변화

지난 97. 3. 20일 서울지역부터 시티폰(CT-2)서비스를 시작하여 '97. 7. 16일 현재 전국 가입자수가 35만(KT 18만)에 이르는 가입자를 확보하였다. 이는 단기간에 이룩한 실적으로 볼 때 시티폰 초기 시장활성화에 성공했다 하겠다.

그러나, 셀룰러 이동전화의 가격인하 추진, 8월이후 PCS서비스 조기 상용화 등 이동무선전화 시장의 급변으로 시티폰사업 활로 개척을 위하여 마케팅을 다양화해야 할 필요성이 대두되고 있는 실정이다.

② 시티폰 고유시장 확보

주력

물론, 타 이동 무선전화 등장 및 시장공략은 시티폰 시장구축에 다소의 영향을 미칠 것이 예상되지만, 시티폰은 발신전용의 휴대전화로 서비스 특성상 일반 유선 고정전화의 불편함을 기지국 전과 범위내에서 이동중 통화할 수 있도록 개선 한, 누구든지 저렴한 비용으로 간편하게 쓸 수 있는 서비스를 제공하기 위함으로, 휴대폰 및 PCS를 이용하는 계층과 구별되는 시티폰 특유의 장점을 최대한 살려 시장을 공략할 것이다.

첫째로 단말기 가격 및 통화요금이 타이동전화보다 훨씬 싸며, 「단말기가격 : 셀룰러 휴대폰의 3분의 1 시내요금(8월/10초), 시외요금(14원/10초)」

둘째로 단말기가 초소형으로 간편하다. 주머니속의 패션단말기로 8월중 선보일 예정이다.

셋째로 고품질에 서비스가 다양하다. 사용할수록 편리하다.

디지털방식으로 혼선이나 잡음이 없으며, 시티폰 플러스를 이용하면 걸고 받는 휴대전화로 쓸 수 있으며, 충전용 배터리는 물론 간편하게 일반전지으로도 사용이 가능하다.

또한 가정용 기지국을 구입하면 가정에서는 무선전화기로, 밖에서는 휴대전화로 사용할 수 있다.

③ 마케팅 다양화

○ 지역별 위탁대리점 지속 확대

마케팅 전진화 및 이용자 편의를 위해 시티폰취급점을 다양한 유통망으로 이용하고 취약한 영업기반을 조기 보강하고자 대량 선정하여 경쟁지향적 운영 및 지원체제를 확립하고자 현재('97. 7. 18) 전국 176개를 운영하고 있으며, 8월 37개, 9월 13개를 추가 확대하여 9월까지 226개를 개설할 예정이다.

○ 저가 단말기 공급

시티폰은 가정용 무선전화(CT-1)에서 진보된 이동형 무선전화(CT-2)로서 일반전화(유선)의 한계극복 및 효용성을 증대한 서비스로 가입비용, 단말기 가격 및 통화요금에 저렴한 점을 가장 큰 장점이라 하겠다.

그러나 초기에 공급된 단말기는 개발 비용 등이 포함됨에 따라 다소 높은 가격으로 공급되었으나 7월부터 보급될 2차 단말기는 10만원 미만에 판매될 보급형도 있고 초소형 모델의 다양한 디자인과 색상이 있어 고객의 취향에 따라 선택 할 수 있게 된다.

특히 한국통신은 9월이전 제조업체와 제휴를 통한 고품질·초소형·저가의 전략 단말기를 보급하여 가입비용 최소화에 주력할 계획이다.

○ 가정용기지국 보급 확대

HBS(Home - Base - Station)

는 가정에서 사용하고 있는 900MHz 아나로그 무선전화기에서 발전한 동일 주파수대의 디지털 무선전화기로 가정에서는 현재의 무선전화기 기능과 똑같이 이용하고, 추가로 밖에서는 시티폰으로 이용할 수 있는 새로운 무선전화라 하겠다.

따라서, 한국통신은 가정용기지국(HBS)의 판매촉진을 위하여 제조업체와 공조체제를 구축하여, '97년도 하반기 시티폰 사업 전략인 "소규모 사무실이나 가정에서는 디지털 무선전화기로, 밖에서는 시티폰"을 실현하기 위하여, 「홈 시티폰」으로 중소기업과 주부계층을 집중 공략할 계획이다.

아울러 대기업이나 건물내에서는 기존 구내교환기(PABX)에 무선기능을 부가하여 개발된 WPABX(무선구내교환기)를 공급업체와 협력하여 보급함으로써 기업내 이동용 단말기를 시티폰으로 활용토록하여 이용편의를 제공하는 등, 시티폰 사업활성화를 위한 마케팅을 다양화하고 있다.

④ 다양하고 저렴한 이용요금 제도 운영

한국통신이 7월 1일부터 시행하는 「콜 보너스」제도는 이용고객에 대한 보답으로 국내통화요금 100원마다 1점씩 누적 계산하여 금년 11월 고객에게 사은품을 증정할 것이다.

이에 따라 시티폰 이용자도 콜 보너스의 혜택을 받게 된다.

시티폰 국내통화시 표준요금외에 유리한 요금을 이용자가 필요시 선택토록 하는 「선택요금제」 3종류(선택 A, B, C형)를 운영하고 있으며, 선택 A형은 경제적인 요금제도로 시내통화를 월 240분간 무료로 할 수 있어 시내통화가 많은 영업사원이 이용할 때 유용하며, 선택 B형은 시외통화가 많은 기업에서 이용할 때, 통화요금을 대폭 절감할 수 있는 요금형이며, 선택 C형은 기본료가 A, B형보다 저렴하고, 할인시간대 요

(요금단위 : 원)

| 구분 | 평상시 | 할인시 | 심야할인시 | 비고 |
|-------|---------------|-----------|-----------|-------|
| 표준요금 | 1대역 10초마다 8 | 14초마다 8 | 14초마다 8 | 기타 할인 |
| 선택 A형 | 2대역 10초마다 14 | 14초마다 14 | 20초마다 14 | 요금약관 |
| 선택 B형 | 1대역 180초마다 50 | 252초마다 50 | 252초마다 50 | 명시 |
| 선택 C형 | 2대역 40초마다 50 | 56초마다 50 | 80초마다 50 | |

- 할인시 : 평일(21:00~익일 08:00), 공휴일(24시간, 00:00~24:00)

- 심야할인시 : 매일(00:00~06:00), 할인시와 이중적용 아니함

[한국통신 수요 예측]

(인원단위 : 천명)

| 연도별 | '97 | '98 | '99 | 2000 | 2001 |
|-----|-----|-----|-------|-------|-------|
| 수요 | 595 | 978 | 1,339 | 1,723 | 2,079 |

금이 적용되고 3분당 50원으로 주부계층에 유리한 요금형이다.

또한, 장애인(등록된 자)에게는 가입비 전액 감면, 5대이상 가입 단체나 법인 가입비 50% 감면해주고 있으며, 국내통화료를 장애인 및 독립유공자 유족에게 50%를 할인혜택 부여 등 다양한 요금제도를 운영하고 있으며 통화요금 할인도 실시하고 있다.

시티폰 사업 활성화 및 경쟁대응이 필요한 경우 요금의 대폭인하도 고려하고 있다.

5] 시장규모

- 1,300만 무선호출 가입자를 목표로한 잠재고객
- 통화료가 저렴한 이동전화를 원하는 학생 및 주부
- 경쟁력 강화를 추구하는 기업
- 일반 중산층과 저소득층

6] 시장전망

전문 연구기관의 조사결과 무선호출가입자의 56% 이상이 CT-2가입을 희망한 것으로 조사되었으며, 현재 우리나라는 무선호출가입자가 1천3백만명으로 특수한 시장이라 하겠다.

수신전용인 무선호출을 이용하는 층은 학생, 젊은 회사원, 영업사원으로, 이는 발신전용의 시티폰 표적고객으로 볼 수 있다.

2001년까지 총 무선호출가입자

의 20% 만 시티폰 가입자로 확보해도 사업성이 있다고 봐, 시티폰 시장의 잠재력이 충분할 것으로 판단된다.

또한, 동 연구기관의 시장조사 결과 시티폰 가입자가 PCS로 전의 할 의향율은 행동계수를 감안할 때 대략 20% 내외라고 분석되었으나, 현재 시장에서 PCS 서비스 가입의향을 밝히고, 시티폰 가입을 보류하는자가 많이 있음은, 양 서비스 개시일 차이가 짧기 때문으로 파악된다.

따라서 기 시티폰에 가입한 자가 PCS로 전의할 의향율은 위 조사내용보다 줄어들 수 있으며, 반대로 PCS에 가입하더라도 단기 간내에 통화요금 부담을 느끼는 소비자는 역전이 가능성도 있을 것으로 전망된다.

7] 기술현황

현재 제한된 시티폰의 기지국간 통화연결이 가능하게 해주는 핸드오브기능, 소출력(10mW)의 좁은 통화커버리지 상향을 위한 기술개발을 연구수행중에 있으며, 우선적으로 전국적인 서비스를 위해 보다 많은 기지국을 확대하고 시스템을 안정화하는데 주력을 다하고 있다.

○ 기지국 설치 확대

고객 이용편의 제공을 위하여 서울을 비롯한 전국 29개 대도시

지역에 시티폰 서비스를 확대 제공하고, 도청소재지 등 5개시 7.15일 개통

기 서비스 제공지역도 전파음영지를 최소화하도록 기지국 추가설치 및 재배치코저하며 통화량에 따른 부족 채널(회선) 증설 조치할 계획임(서울의 경우:1만6천개(6월말)+추가 4천개-2만개(8월말))

또한 비경제적인 지역에는 분산안테나 설치와 기지국 안테나 출력(GAIN) 사항 조정 추진할 계획이다.

○ 지역사업자에게 전국 로밍 허용

한국통신이 시티폰 전국 사업자의 최대 강점인 전국 로밍의 독점적, 지속적 시행을 포기하고 '97.7.15일부터 지역사업자에게도 지역간 로밍을 허용한 것은 시티폰 활성화를 위한 획기적인 조치라 할 것이다.

이는 초기 경쟁사업자간 기지국 공동이용과 공동광고로 중복투자를 배제하고 비용 절감에 기여한 바 클 뿐만 아니라, 또 하나의 큰 획으로 길이 남을 일이라 하겠다.

○ 기지국 지급제 시행 등

음성사서함(VMS) 이용 등 부가서비스 제공, 기지국관련 수수료 감면과 전파사용료 폐지 추진으로 원가 절감, 저렴한 기지국 지급제 시행으로 다수 민간인 사

업참여 및 통화가능지역 확대, 통화 완료율 향상 등 중기적인 기술 향상 추진

8] 향후 전망

○ 시티폰사업은 유선서비스의 한계 극복 및 효율성을 증대할 때 사용계층의 확대 예상
- 가정용 기지국(HBS) 보급전략과 무선구내교환기(WPABX)확산을 위한 제조업체와 공동 노력으로 이용고객 편의 제공

○ 통화완료율 향상, 안정적 품질 확보 및 부가서비스 개발 및 실용화로 시티폰 이용고객 유지 가능
- 서비스 지역내 음영구역 최소화화를 위한 기지국 추가, 분산안테나 설치, 기지국 재배치를 경쟁사와 공동 추진

○ 단말기 제조업체의 새로운 모델 개발로 초기 제품보다 가격은 인하되고 성능은 좋은 제품이 출시되어 이용고객 불편해소 및 저

가단말기(10만원미만)의 뉴모델에 대한 신규 가입 유발

○ 서비스 가능 지역의 단계적 확대 및 전국 로밍서비스 제공으로 지역 가입자 확보

○ PCS 서비스가 제공될 때 시장 확대의 어려움은 예상되나 시티폰만의 고유한 특성을 잘 살릴 때 이용계층의 차별화로 시티폰 활성화는 충분히 가능하다고 전망된다.

차세대 정보가전 개발

차세대 정보가전 제품에 대한 산·학·연 공동개발이 활발하게 추진되고 있다.

관련기관 및 업계에 따르면 고선명(HD)TV, 녹화 가능한 디지털 다기능 디스크(DVDR), PCTV 등 21세기 세계 가전시장의 주력제품으로 자리잡을 정보가전제품의 국산화 개발이 전자업계 단독으로는 물론 산·학·연 협력을 통해 추진되고 있다.

HDTV의 경우 국책연구기관 주관으로 삼성전자·LG전자·대우전자·현

대전자 등 전자4사와 학계 공동으로 지난 94년에 수상기를 국산화한 데 이어 이듬해 말부터는 HDTV용 ASIC 국산화를 정부의 공업기반기술 개발사업 가운데 G7과제로 선정해 공동개발에 착수, 올해 4월 프로토타입의 ASIC을 개발하고 최근에는 미국 워싱턴의 방송국(모델 스테이션)에서 실시한 성능시험을 통과했다. 전자부품종합기술연구소를 총괄 관리기관으로 전자4사가 참여, 오는 2000년 7월까지 4년8개월간 진행되

는 이 HDTV용 ASIC 공동개발 계획을 통해 상용화가 가능한 기술기반 확보는 물론 2차 칩 제작과 이를 활용한 시스템 제작 등 후속 개발도 원활하게 이루어질 전망이다.

DVDR는 영상기기연구조합을 총괄기관으로 하고 삼성전자·LG전자·대우전자 등 전자3사를 비롯해 새한미디어·삼성전기 등 5개 전자업체와 7개 대학 및 연구기관이 참여해 지난해 11월부터 정부의 중기거점개발 사업으로 공동개발에 들어갔다.