

입맛대로 고른다 ... 이색 모바일 서비스 ‘속속’

하반기 기능 · 볼거리 다양한 휴대폰 100종 이상 출시



개성이 강한 젊은층들의 욕구가 점점 다양해지면서 올해 말까지 휴대폰 내수 시장에 신제품만 100종 이상 쏟아지는 등 업체들간 경쟁이 치열할 것으로 예상된다. 업계에 따르면 삼성전자와 LG전자 팬택&큐리텔 등 휴대폰 업체들은 올해 말까지 3차원 입체영상 휴대폰, 캠코더폰, 스마트폰, 1백만 화소 카메라폰 등 신제품을 대거 출시할 계획이다. 이에 따라 새로운 기능을 제공하는 단말기들에 맞는 이색 모바일 서비스들도 ‘속속’ 등장하고 있다. 국내 휴대

폰 시장의 동향과 새롭게 등장한 무선인터넷 서비스들을 살펴봤다.

취재 | 권경희 기자

하반기 휴대폰 내수시장에 신제품만 100종 이상이 쏟아지는 가 하면 휴대폰을 활용한 이색 무선인터넷 서비스도 속속 등장해 신규 가입자들의 마음을 설레게 하고 있다.

이에 따라 휴대폰을 활용한 이색 무선인터넷 서비스도 속속 등장해 눈길을 끌고 있다. 멀티미디어 메일 서비스가 강화되는 것은 물론, 항공사 마일리지카드 대체, 114 안내에 경호보조기능까지 콘텐츠 범위가 넓어지고 있다.

SK텔레콤 · KTF · LG텔레콤 등 이동전화 업체들은 궁극적으로 현재 PC와 유선인터넷으로 이용하고 있는 각종 서비스를 휴대폰 하나로 모두 해결하게 한다는 목표다. SK텔레콤은 최근 대한항공과 제휴, 휴대폰을 대한항공 회원 마일리지카드로도 쓸 수 있는 ‘모네타 에펠’ 서비스를 시작했다.

휴대폰 안에 장착된 IC칩(스마트칩)으로 대한항공 회원 자격을 다운로드하면, 기존에 지갑에 넣어 다니던 마일리지카드도 필요 없어진다. 비행기 티켓 창구에서 표 값을 낼 때 휴대폰을

함께 보여주기만 하면 된다. 계산대에 설치된 전용 수신 단말기에 휴대폰을 갖다 대면 마일리지카가 쌓인다.

LG텔레콤은 지난 4월부터 LG백화점 상품권과 도서상품권 등을 무선 인터넷을 통해 구입할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 무선인터넷에 접속해 신용카드 번호를 입력하고 상품권을 구입하면, 휴대폰 액정화면에 해당 상품권 바코드가 뜬다.

LG텔레콤 엠커머스사업팀 엄기명 과장은 “자신이 필요로 하는 상품권 구입은 물론, 다운받은 상품권을 다른 사람 휴대폰으로 보내 선물하는 것도 가능하다”고 말했다.

문자 메시지는 기존 단순 정보 전달에서 요즘 고급 디자인과 멀티미디어 기능의 서비스로 완전히 바뀌었다.

KTF는 최근 메시지 배경화면을 종이 편지지처럼 다채롭게 꾸밀 수 있는 ‘천자편지’ 서비스를 시작했다.

문자 메시지를 단조로운 화면 대신 다양한 컬러와 디자인의 배경화면에 실어 보낼 수 있도록 한 것. 메시지를 읽는 사람이

마치 예전의 종이 편지를 받아보는 것 같은 느낌을 준다는 게 KTF측의 설명이다. 반면 LG텔레콤의 '샷 메일' 서비스를 이용하면 사진이나 애니메이션·음악·동영상 등 멀티미디어 파일을 동시에 주고받을 수 있다.

특히 카메라폰을 활용할 경우 자신이 찍은 사진을 상대방에게 곧장 보내는 것이 가능하다. 이 밖에 SK텔레콤은 매주 요일에 따라 휴대폰 배경화면이 자동으로 바뀌는 '체인징 캔버스'를 최근 시작했다. SK텔레콤 이성호 콘텐츠팀장은 "한번 다운로드하면 요일과 시간대에 따라 자동으로 휴대폰의 배경화면과 벨 소리가 바뀌는 '지능형 콘텐츠'"라고 말했다.

실용성을 높인 콘텐츠도 속속 등장하고 있다. KTF는 자신의 위치를 문자메시지를 통해 지정된 사람에게 주기적으로 알려주는 '휴대폰 경호원' 메뉴를 최근 시작했다.

무선 인터넷인 '매직엔'에 접속해 상대방 전화번호, 알림 주기 등을 입력하면 이동하고 있는 동안 휴대폰이 상대방에게 계속해서 자신의 위치를 자동으로 알려줘, '휴대폰 경호원' 역할을 해준다. 이 회사는 또 지난달부터 무선인터넷을 통해 전국의 전화번호를 안내하는 '멀티팩 한미르 서치팩'도 서비스하고 있다.

이통사 콘텐츠 확보 위해 '분투'

이와 함께 하반기 휴대폰이 100종 이상 쏟아질 계획에 따라 각 이동통신사들은 시장 선점을 위한 콘텐츠 확보에 분주하다. 특히 최근 무선인터넷망 개방에 따른 무선인터넷 시장이 무한 경쟁 체제로 개편될 것으로 예상돼 이통사들은 다양한 콘텐츠 확보에 나섰다.

현재 제공하고 있는 서비스만으로는 만족할 수 없다는 것.

관련업계에 따르면 정보통신부의 무선망 개방조치로 이 달부터 무선인터넷 콘텐츠를 제공하려는 업체들은 누구라도 이동통신사의 망을 빌려 사업할 수 있게 됐다. 이에 따라 이통사들은 독점적으로 운영해왔던 무선인터넷 시장에 새로운 경쟁자가 진입할 것에 대비, 각 회사의 여건에 따라 '3사(社)3색(色)'의 대응전략을 수립하고 있다.

SK텔레콤은 자체 무선포털인 '네이트'를 집중 육성한다는 계획이다. 반면 KTF는 자사의 무선포털인 '매직엔'과 독립포



털 업체간 경쟁 및 협력을 동시에 추진하는 이른바 '코피티션' 전략을 수립했다.

LG텔레콤은 독립포털과 경쟁을 벌이는 대신 이들을 최대한 지원해 다양한 콘텐츠를 제공할 계획이다.

SK텔레콤은 무선망 개방에도 불구하고 네이트를 중심으로 무선인터넷 시장에서 확고한 위치를 차지한다는 전략이다.

우량 콘텐츠제공업체(CP)를 네이트의 우산 아래 넣어 독립포털을 견제키로 했다. 이에 후발 주자인 KTF와 LG텔레콤은 선발업체 SK텔레콤의 독주에 맞서 공조체제 구축으로 활로를 모색하기로 했다.

양사는 지난해 4월부터 기지국을 공동 활용함으로써 협력관계를 구축한데 이어 최근 모바일 지불결제 사업과 무선인터넷 플랫폼 표준 공동활용 등에 대한 제휴 협정을 잇따라 체결했다. 지난달 16일 업계에 따르면 LG텔레콤과 KTF는 무선인터넷 단말 표준 플랫폼 '위피(WIFI)'와 무선인터넷 브라우저 공동 활용에 대한 전략적 제휴를 체결했다.

제휴협정 안에 따르면 양사는 KTF가 개발한 '위피 1.1' 플랫폼을 공동 활용하고 향후 플랫폼 규격제정과 인증을 위한 대외 활동에서도 공조하게 된다. 양사는 또 차세대 무선인터넷 브라우저 개발을 위해 포괄적인 기술협력에 나서는 동시에 향후 무선인터넷 사업전반에 걸쳐서도 협력관계를 구축해 SK텔레콤의 독주에 제동을 건다는 방침이다.

휴대폰 영토 확장 전쟁

이통사들이 다양한 서비스를 제공하기 위해 고군분투하면서 영토 확장 싸움도 본격화하고 있다. 특히 이통사들은 올해 모

바일 금융 서비스에 전력투구하고 있다.

신용정보를 내장한 칩을 부착해 휴대폰을 신용카드처럼 사용하는 모바일 지급·결제서비스를 위해 SK텔레콤은 올해 500억원을 투자, 휴대폰 전용 카드리더기 44만대를 보급키로 했다. KTF와 LG텔레콤도 200억원 이상을 들여 리더기 38만대를 뿌릴 예정이다.

이와 함께 각 이동사들은 휴대폰을 이용한 모바일 결제 및 बैं킹사업의 확대를 위해 금융권과의 제휴를 확대하고 있다.

지난달 5일 KTF, LG텔레콤과 휴대폰 결제기술 업체인 하렉스인포텍은 삼성동 그랜드 인터콘티넨털 호텔에서 모바일 지불결제 사업에 대한 전략적 제휴를 맺었다.

이번 제휴로 KTF와 LG텔레콤은 적외선 결제시장의 활성화를 위해 정보통신부가 추진해 온 국제표준 규격인 IrFM(금융결제용 적외선 통신규격) 버전 1.0'을 세계 최초로 공동 채택하고, 하렉스인포텍이 개발한 적외선결제 기술을 독점적으로 적용할 계획이다.

LG텔레콤은 이에 앞서 국민은행과 제휴, 지난달 1일부터 금융전용칩이 내장돼 휴대폰으로 국민은행의 계좌조회·이체·출금·교통카드 기능이 가능한 '뱅크온' 서비스에 착수했다.

LG텔레콤과 국민은행은 '뱅크온' 서비스 확산을 위해 거리 홍보전까지 펼쳐 9월 한달 동안 7만~8만 명의 신규가입자를 확보한 것으로 알려졌다.

SK텔레콤은 삼성·LG·하나·한미·우리 등 주요 카드사와 협력, 휴대폰 내장형 칩카드 서비스인 '모네타'의 대중화에 적극 나서고 있다.

SK텔레콤은 현재 '모네타' 카드 결제 인프라인 '동글'을 현재 29만대에서 연말까지 44만대로 확대할 예정이며 최근에는 신한카드와 제휴해, 지난달 말부터 '모네타신한카드' 발급신청을 받고 있다.

SK텔레콤은 또 모바일 금융거래서비스인 '네모'의 사업확대를 위해 현재 무료인 모바일 금융거래 수수료를 제휴 은행이 유료화할 수 있도록 전환기로 하는 등 은행권과의 '윈윈' 사업 모델 개발에 착수했다.

KTF 역시 모바일 금융서비스 '케이머스'의 사업확대에 적극 나서는 등 이동통신사와 금융권과의 적극적인 제휴로 모바일 금융의 대중화가 급물살을 탈 전망이다. 방송과 통신의 융합도 현실이 됐다.

우리나라에서 휴대폰을 이용해 각종 방송 서비스를 이용하는 사람이 200만명을 넘어섰고 연말에는 500만명으로 늘어날 전망이다. 내년에 SK텔레콤이 위성 디지털멀티미디어방송

(DMB)을 시작하면 방송산업 전반에 지각변동을 일으킬 것으로 보인다.

이동사들은 휴대폰으로 물건을 구매하는 쇼핑서비스에서 출발해 신문이나 잡지에 실린 특수 바코드를 카메라폰으로 읽어 들여 쇼핑할 수 있는 유통채널도 키우고 있다.

이렇게 이동사들이 영토확장을 꾀하면서 당장 결제시장에서 금융회사와 이동사가 살아 싸움에 들어갔다.

은행들은 휴대폰으로 자금이체 등 모바일 결제 서비스를 이용하는 고객이 늘어나면 고객과의 접점을 상실할 수 있어 긴장하고 있다.

금융회사들은 언젠가 이동사와 제휴를 맺을 수밖에 없다는 점을 인식하는 한편, 주도권을 뺏기지 않기 위해 수수료·고객 정보 관리권한, 기술표준 문제를 놓고 힘 겨루기를 벌이고 있다. 통신회사와 방송사간 신경전도 치열하다.

위성DMB 기술표준 문제로 갈등이 표면화된 것은 오래다. 이제는 방송사들이 통신사의 방송 진출은 콘텐츠 제작이란 방송의 고유 영역을 침범하고 있다며 규제를 요구하기에 이르렀다. 음반 업체들도 온라인이나 모바일 음악 서비스 업체와 대립하면서 저작권료를 둘러싼 소송을 벌이며 피를 말리는 생존 경쟁을 벌이고 있다.

휴대폰 속 다양한 콘텐츠 '풍성'

다양한 휴대폰 출시 및 이동사 간의 영토 확장으로 휴대폰을 통한 각종 서비스가 봇물을 이루고 있다.

최근에는 휴대폰을 통한 웹블로그, 디지털TV시청, 게임콘솔 등으로 활용하는 단말기가 등장하는가 하면 휴대폰 영상도 3D



KTF와 LG텔레콤은 선발업체 SK텔레콤의 독주에 맞서 공조체제 구축으로 활로를 모색하기로 했다.



시대가 열리는 등 고객들의 눈요기를 풍성하게 만들고 있다.

특히 디지털TV 휴대폰 단말기 제조업체들간 경쟁이 치열한 가운데 최근 일본 NEC전자가 연속 1시간동안 TV 시청이 가능한 신형 디지털TV 휴대폰을 개발해 이목을 모으고 있다.

오는 2011년까지 기존 공중파방송을 중단하고 디지털방송으로 전환을 추진하는데 발맞춰 NEC가 디지털방송 수신용 휴대폰을 개발한 것. NEC는 이번에 선보인 디지털TV 휴대폰을 오는 2005년쯤 상품화할 계획이다.

일본 전자업체 자체 조사결과 일본인들의 휴대폰 단말기를 통한 TV 시청 의향도는 86.6%, 방송과 연계한 양방향 서비스 이용 의향도는 81.7% 등으로 매우 높게 나타났다.

삼성전자도 지난 6월 일명 TV폰이라 불리는 'SCH-X820'을 출시했다.

이 제품은 TV 수신장치를 내장해 일반 TV처럼 공중파방송을 실시간으로 시청하고 기존 무선인터넷 TV서비스와 달리 통신료를 낼 필요가 없다는 게 장점. 삼성전자는 이 제품으로 위성 멀티미디어방송 서비스를 앞두고 디지털TV 휴대폰 시장진입을 위한 출시표를 던진 것으로 업계는 보고 있다.

삼성전자는 2004년에 또 다른 디지털TV 휴대폰을 출시할 계획이다. 한편, LG전자도 2004년 시작될 국내 위성 DMB 서비스 일정에 맞춰 디지털TV 휴대폰을 출시할 계획으로 알려졌다. 이동 중 휴대폰으로 블로그가 가능한 모바일 블로그 일명 '모블로그' 시대도 열렸다.

관련업계에 따르면 인티즌, 블로그앤닷컴, 에이블클릭, 레떼 등 블로그 서비스 업체들이 잇따라 모블로그 서비스를 시작했거나 10월 서비스를 목표로 준비작업에 박차를 가하고 있다.

업계 관계자는 "모블로그는 블로그의 영역 제한을 없앤다는

점에서 새로운 문화를 만들고 있다"며 "특히 올해 말까지 카메라폰 누적공급대수가 600만~700만대에 달할 것으로 예상돼 다양한 모블로그 서비스가 쏟아질 것"이라고 전망했다.

인티즌은 휴대폰 카메라를 메일에 전송해두면 자동으로 자신의 유선 블로그에 사진과 메시지가 올라가는 모블로그 서비스를 실시, 인기를 얻고 있다.

7월 180건에 그친 모블로그 콘텐츠가 8월에는 총 450건으로 늘어났으며 연말까지는 수천 건에 이를 것으로 기대하고 있다.

이더베이도 10월중 동영상 블로그까지 가능한 블로그앤닷컴 모블로그 서비스를 시작한다. 이 서비스는 동영상까지 휴대폰으로 블로그가 가능하며 콜백URL로 블로그링크도 모바일에서 가능하도록 하는 등 돋보이는 기능으로 차별화를 꾀할 방침이다.

이 회사는 현재 블로그앤닷컴 회원 13만명 가운데 10% 가량을 연말까지 모블로그 사용자로 끌어들이는 전략을 추진하고 있다. 레떼 역시 9월중 모블로그가 지원되는 유무선 통합 블로그 서비스를 오픈할 계획이다.

레떼의 통블로그(가칭)는 폰카메라를 이용한 블로그 서비스에 보다 초점을 맞추고 있으며 기술보다는 새로운 라이프스타일에 역점을 두고 카메라폰족을 대상으로 마케팅을 펼칠 방침이다. 에이블클릭은 블로그에서 폰메일 서비스를 통해 모블로그 서비스를 진행하고 있으며, 현재 새로운 서비스를 위해 이통사와 접촉하고 있다.

휴대폰을 통한 게임시장 경쟁도 치열하다. 이 가운데 세계 최고 휴대폰 단말기 업체인 핀란드 노키아가 최근 'N게이지'로 게임시장에 출시표를 던졌다.

노키아는 기존 통화기능에 게임기, MP3플레이어, FM라디오 등을 결합한 N게이지로 게임콘솔 틈새시장을 노리고 있다. 이 회사는 올해 크리스마스를 필두로 전 세계에 시판할 예정이다. 예상가격은 300달러(약 36만원)선.

휴대폰 영상도 3D시대 개막

휴대폰에도 3차원(3D) 입체영상 시대가 열린다. 관련업계에 따르면 SK텔레콤과 KTF는 각각 9월말과 10월에 3D전용 휴대폰을 공급받아 본격적으로 3차원 입체영상 게임 및 캐릭터 서비스에 들어간다. 3차원 입체영상은 2차원 영상에 비해 훨씬 사실적인 움직임을 보여줄 수 있기 때문에 아바타를 춤추게 하거나 실감나는 게임을 즐길 수 있다. 이전까지는 휴대폰 중앙처리장치(CPU) 용량의 한계로 3D영상을 즐기는 데 한계가 있었으나 이를 극복할 수 있는 솔루션이 잇따라 나오면서 서비스



가 곧 본격화되는 것이다.

SK텔레콤은 9월말 삼성전자로부터 기가(GIGA)단말기를 납품 받아 서비스를 시작했다. GIGA(그래픽 지시, 그래픽 가속) 단말기는 그래픽의 속도를 매우 빠르게 해주는 저가형 칩을 별도로 장착하고 운영체제(OS) 성격의 소프트웨어를 설치, 고화질 그래픽을 빠른 속도로 나타낼 수 있도록 했다. 모바일 솔루션 업체인 리코시스의 3D엔진을 장착했다.

KTF는 고미드란 회사의 3D 솔루션을 채택한 LG전자의 단말기를 납품받아 다음달 서비스를 시작한다.

고미드가 개발한 솔루션은 모바일 환경에 적합하게 캐리커의 크기를 줄였으면서도 초당 20~24프레임의 고화질 그래픽을 처리할 수 있다. SK텔레콤은 고미드의 솔루션을 개인휴대 단말기(PDA)용 3D엔진 표준으로 채택했기 때문에 연말께 PDA를 이용한 서비스도 시작한다.

이와 함께 휴대폰과 초고속인터넷의 영상전화를 연계한 유·무선 연동 영상전화 시대도 열렸다. 그동안 유선대 유선, 무선대 무선 영상전화는 있었으나 유무선을 연동해 영상전화를 주고받는 것은 이번이 처음이다.

이는 KTF가 2GHz 대역 WCDMA를 위해 개발한 것으로 시범서비스 기간 중 제공할 예정이다. 영상전화는 3세대 통신 킬러 콘텐츠로 예상되고 있어 이 서비스의 성공 여부에 업계의 관심이 쏠릴 것으로 보인다.

KTF는 10월 30일까지 두 달간 서울, 과천, 안양, 군포, 의왕, 성남, 수지, 광명, 부천 등 수도권 8개 도시에서 자사직원 690명을 대상으로 WCDMA 방식 시범 서비스에 들어갔다.

KTF 관계자는 “시범서비스는 주주, 정부 등과 했던 약속을 이행하고 최적의 상용서비스를 위해 실시되는 것으로 이 기간 중 영상전화 서비스 이용 행태, 지불가능 요금, 듀얼밴드듀얼모드(DBDM) 단말기 선호도 등을 분석해 상용화에 반영하게 될 것”이라고 말했다.

시범서비스는 DBDM방식의 가입자정보(USIM) 카드가 내장된 30만화소 단말기가 사용되며 고객번호는 '010' 번이 사용될 계획이다. KTF측은 시범서비스가 끝나면 오는 11월부터 상용 서비스에 들어갈 방침이다. 2GHz 대역 WC-DMA 서비스를 준비중인 SK텔레콤도 11월 서울 송파구 등 강남지역 3개 구에서 시범서비스에 들어가고 12월에 상용화할 방침이다.

영상전화는 3G 서비스의 성공 가능성을 점칠 수 있다는 점에서 KTF의 유무선연동 영상전화의 시장에서 어떤 평가를 받을지가 관심사가 될 전망이다. KTF 관계자는 “이 서비스는 3G 회의론이 계속되는 가운데 나온 것이라 성공여부에 주목을 받고 있다. 아마도 '가격' 과 '콘텐츠' 에 성공 여부가 달려 있을 것으로 보인다”고 설명했다. 