

# 와이브로 · IPTV, DC업계 양 날개 될까?

지난해 12월 위성DMB에 이어 지상파DMB서비스가 첫 전파를 타면서 차세대 서비스의 화려한 막이 올랐다. 올해는 그 2탄으로 휴대인터넷서비스인 와이브로와 IPTV가 속속 무대에 등장할 것으로 보여 사용자들은 미래형 서비스를 만끽할 수 있는 한해가 될 전망이다. 특히 이들 신규 서비스는 킬리 콘텐츠 발굴에 성공 여부가 달려 있어 서비스 사업자들의 콘텐츠 확보전도 치열할 전망이다. 이에 따라 국내 DC 업체들에게도 새로운 도약의 기회가 주어질 것으로 업계는 내다보고 있다. 모아이스크림 광고의 문구처럼 '골라먹는 재미가 있는' 신규 서비스가 바로 우리 눈앞에 펼쳐지고 있다. 올해 서비스 예정인 와이브로와 IPTV의 세상 속으로 빠져보자.

<편집자 주>



와이브로

# DC산업 블루오션으로 우뚝

와이브로(WiBro: Wireless Broadband)의 상용화가 임박함에 따라 관련 업계의 움직임도 부신해지고 있다. 특히, 그동안 이동전화 사업자의 폐쇄적인 무선 인터넷 망운용으로 그다지 '재미'를 보지 못했던 콘텐츠 업계는 새로운 무선 서비스의 상용화로 신규 수익 창출원으로서의 가능성을 찾고 있다. 와이브로 기술 및 시장 현황을 살펴봤다.

글 **한인규** 한국DC 선임연구원

**와**이브로는 기존 무선 가입자망(Wireless Local Loop: WLL)에 할당되었던 2.3GHz 주파수 대역을 활용해 이동 중에도 노트북PC · PDA · 스마트폰 및 전용 단말기를 사용해 고속인터넷 접속이 가능한 휴대용 인터넷 서비스다. 이 서비스는 2002년부터 개발되어 현재 사업자 선정 및 표준화 제정을 마무리한 상태이며, 관련 장비 및 부품 개발도 활발하게 이뤄지고 있다.

와이브로는 그간 정식 명칭을 얻기 전인 2003년부터 국내 통신 사업자와 벤더들을 중심으로 차세대 성장 동력으로 인식돼 기술과 시장 주도권을 잡기 위한 노력들이 이어져 왔다. 또한 일부 사업자들은 사업권 수주를 위해 서비스 시연에 나서면서 비교 우위를 점하기 위한 시도도 잇달았다.

삼성전자는 2005년 4월에 행한 시연에서 자

체 개발한 와이브로 시스템과 단말기로 4Mbps의 속도로 데이터를 송·수신하는데 성공했다. 이어 2005년 8월 제주에서 열린 '삼성 4G 포럼 2005'에서는 시속 80km로 이동하면서 시스템 20Mbps, 단말기 2Mbps 속도로 끊김 없이 데이터를 송·수신하는 서비스 시연이 이뤄졌다. 당시 시연에서는 상용화의 핵심 과제 가운데 하나로 꼽히는 기지국간 끊김 없는 서비스 제공을 위한 핸드 오버(hand over)기술을 세계 최초로 구현한 바 있다.

이후 삼성전자는 KT와 함께 2005년 11월 부산에서 개최된 APEC장소인 벅스코를 중심으로 반경 4km 거리에 기지국과 중계기를 설치, 와이브로 서비스를 성공적으로 시험 운용한 바 있다.

### 와이브로 장비 속속 선행

와이브로는 IT839 정책에 반영, 8대 신규

서비스로 선정되면서 정부의 주요 육성 전략에 포함됐다. 이러한 정부 정책에 힘입어 와이브로에 대한 전망을 높여 평가한 사업자와 관련 장비 업체들은 상호 협력과 연계 방안을 마련해 장비 개발에 적극적으로 나서고 있는 상황이다. 와이브로 사업자로 결정된 KT는 2005년과 2006년에 걸쳐 모두 3,500억원을, SK텔레콤은 향후 4년 간 총 8,000억원을 투자할 계획이며, 기산텔레콤 · 영우통신 등 국내 중계기 업체들은 서비스 사업자의 기술 요구 사항에 부합되는 중계기를 개발해오고 있다. 또한 시스코와 알카텔, 노텔 등은 코어망에 대한 장비 공급권을 수주하기 위한 영업력 강화에 나서고 있으며, 삼성전자와 LG전자 등은 관련 단말기 출시시기를 조율하면서 시장 상황을 주시하고 있다.

한편 DC업체들의 경우, 와이브로에 대한 별도의 플랫폼 존재 여부를 살펴보면 콘텐

츠 특화 전략을 수립하고 있으며 사업자와의 과금 방법, 그 형태 등에 대한 논의를 진행하고 있는 상황이다.

### 와이브로용 단말기

와이브로 기능이 구현된 단말기는 삼성전자가 세계 최초로 개발, 시범 테스트에 나서고 있다. 삼성전자는 2005년 11월 15일부터 21일까지 부산에서 개최된 APEC 정상회의 IT전시회에서 일반 휴대전화 형태, PDA형태의 전용폰 2종 및 노트북과 태플릿PC에 장착하는 PCMCIA 카드 등 다양한 단말기를 선보였다.

PDA형태의 단말기인 <M8000>은 2005년 10월의 KT 와이브로 시연에서 사용된 적이 있으며, 휴대전화형 단말기인 <H1000>은 APEC에서 처음 발표됐다. 일반 휴대전화 형태의 H1000은 가로, 세로 두 가지 방식으로 폴더를 열고 닫을 수 있는 디자인에 컴퓨터 키보드와 같은 QWERTY 키보드를 채택했다. 이 휴대전화는 가로로 들고 열면 노트북 컴퓨터를 축소된 모양으로 변한다. 또한 2.2인치 LCD 화면을 채용해 메일 확인 등 인터넷을 편리하게 사용할 수 있으며 듀얼 카메라(200만, 30만 화소), TV OUT 등의 기능을 지원한다. PDA 형태의 단말기인 M8000도 QWERTY 키보드를 채택해 문자메시지나 메일 보내기 등을 편리하게 이용할 수 있다.

와이브로용 단말기는 PDA나 휴대전화 형태의 전용 단말기와 노트북에 삽입되는 PCMCIA 또는 USB 형태로 나타나게 될 것으로 예상된다. 또한 단말기는 음성과 데이터에 국한되지 않고 스마트카드처럼 다양한 용도로 사용될 수 있을 것이다. KT의 경우 2005년 10월 프랑스의 스마트카드 개발 업체인 Axalto와 와이브로용 스마트카드 공동 개발을 위한 협약을 체결, 기존 초고속 인터넷의 접속 방식인 아이디·패스워드 입력 방식이 아닌 스마트카드 칩을 통한 가입자 인증을 구현할 방침이다.

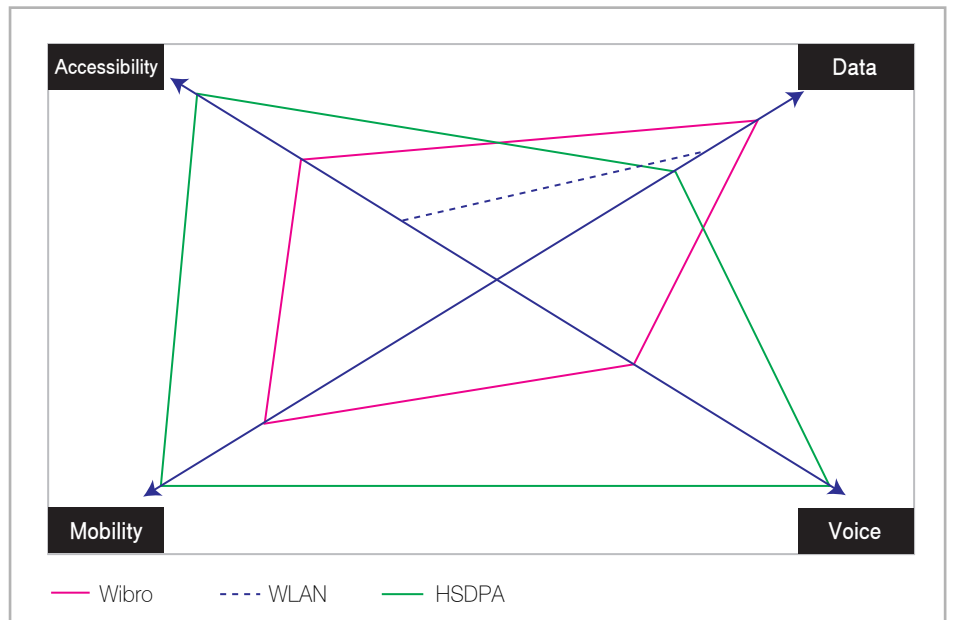
### 차세대 기술로서의 와이브로 입지

<그림 2>는 와이브로의 Leadership Grid를 표현한 것으로, 화살표 방향으로 갈수록 해당

<그림 1> 와이브로 기능이 구현된 삼성전자의 단말기



<그림 2> 경쟁 기술에 대한 와이브로의 비교



자료: IDC, 2006

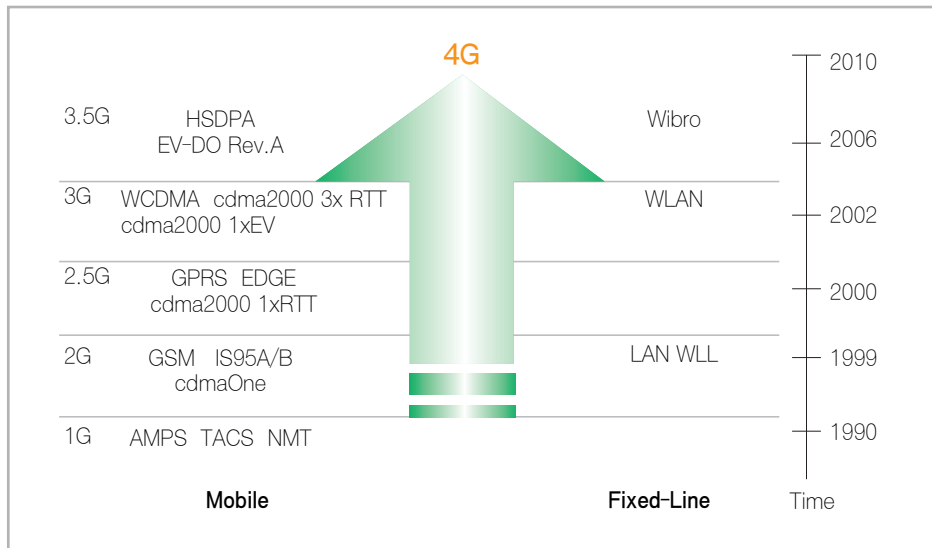
기능이 강한 것을 의미한다. 무선랜의 경우, 데이터 전송 속도는 높지만 접근성(accessibility)이 약하며, 음성 기능과 이동성이 없다. 반면 와이브로는 음성은 VoIP 형태로 구현될 것으로 예상되며 이동성과 접근성 면에서 향상될 것으로 보인다. 특히, 전송 속도면에서 기능 향상이 두드러질 전망이다. 한편 HSDPA의 경우, 이동성과 접근성, 음성, 데이터 측면에서 골고루 향상될 것으로 보이지만 데이터 전송 속도 면에서는 무선랜과 와이브로에 뒤질 것으로 예상된다.

### 4G로의 진화

ITU는 4세대(4G) 이동통신 서비스에 대해 주파수 효율을 최대한 활용해 이동 중 100Mbps, 정지 중 1Gbps에 이르는 초고속 전송속도를 제공하며, 여러 광대역 무선 네트워크 및 분산 유선 네트워크에 접속해 유선과 무선, 방송과 통신을 모두 아우르는 세계를 구현, 끊김 없는 고속 멀티미디어 서비스를 저렴하게 제공하는 서비스로 정의하고 있다.

이를 위한 기반 기술도 가시화되고 있다. 3GPP는 2005년 6월 WCDMA Release의 표준화 작업을 마무리했으며, 이를 통해

〈그림 3〉 세대별 통신 네트워크의 진화 과정



자료: IDC, 2006

WCDMA 네트워크에서 방송 서비스를 지원하는 기술인 MBMS(Multimedia Broadcast & Multicast Service), 역방향 데이터 전송의 성능과 커버리지를 개선하는 HSUPA(High-Speed Uplink Packet Access), 셀룰러를 이용한 PTT(Push to Talk) 기술에 대한 표준을 정립했다. 이는 3.5G의 성장을 가속화해 줄 기반 기술로 평가된다. 또한 3GPP는 Release7의 표준화 작업 시기에 대해 2006년 3월에 시작해 2007년 6월 마무리한다는 계획을 발표했다.

이러한 일련의 과정을 거쳐 4G로의 진입이 예견된다. 4G 관련 기술은 크게 주파수(Radio), 액세스 네트워크, 코어 네트워크, 애플리케이션 등 네 개의 구성 요소로 이뤄지는데 핵심 기술로는 MIMO와 USB(Ultra Wide Band) · SDR(Software Defined Radio) · OFDM · Smart Antenna 기술이 포함된다.

MIMO 기술은 이동통신 환경에서 여러 개의 안테나를 사용해 데이터를 송수신하는 다중 입출력 장치를 가진 안테나 기술이다. 여러 개의 안테나를 사용해 동일한 무선 채널에서 두 개 이상의 데이터 신호를 전송함으로써 무선통신의 범위를 넓히고, 속도도 크게 향상시키게 되며, 기존 WLAN 제품과도 완벽하게 호환된다.

초광대역 통신 시스템인 UWB는 디지털

부호 정보를 nano-second 이하의 매우 짧은 폭을 가지는 임펄스 신호로 바꿔 무선으로 전송하는 기술로, 특정 주파수 대역을 사용하던 기존 무선 기술과 달리 base band에서부터 수 GHz에 이르는 넓은 주파수 대역을 사용할 수 있어 주파수 부족 문제가 해결될 수 있다. 또 데이터 전송 속도가 대폭 향상되어 광통신과 같은 수백Mbps급 초고속 통신을 할 수 있는데다, 커버리지가 1km 이상이며 송신을 위한 전력소비가 극히 적어 기존 무선 통신방식에 비해 배터리 사용시간을 획기적으로 개선할 수 있다. 또한 송수신 장치의 크기도 크게 줄일 수 있어 기존 무선통신의 여러 한계를 극복할 대안으로 기대를 모으고 있다.

소프트웨어 기반 이동통신 기술인 SDR은 통신시스템을 구성하는 기지국과 단말기에서 하드웨어를 통해 RF를 지원한 것과 달리, 이를 소프트웨어 형태로 바꿔주는 기술로, 유선과 무선 등 모든 통신 수단을 하나의 단말기에서 구현할 수 있도록 해준다. 국가마다 다른 주파수 대역, 동기와 비동기로 구분된 3G망 사이의 호환, 2G와 3G망 사이의 호환성을 보장해주며, 블루투스 · 무선랜 · 셀룰러 · 위성 통신 등 다양한 무선 네트워크와 무선 네트워크 안에서의 다양한 통신방식(CDMA, GSM 등) 간에도 호환성을 보장해 주기 때문에 4G의 핵심기술 중 하나로 꼽힌다. 이용하고자 하는 서비스에 따라 시스템을 유동적으로 전환

할 수 있는 SDR 기술의 장점을 기지국에 적용하면 기술이 발전할 때마다 기지국 하드웨어를 교체하던 불편함이 사라지고, 새로운 프로토콜에 필요한 모듈을 소프트웨어 다운로드를 통해 업데이트만 하면 되기 때문에 시간과 비용이 크게 절감된다.

OFDM은 주파수와 시간을 나눠 할당하는 방식으로 광대역 전송 시스템에 유리한 기술로서, 사용자 요구에 맞춰 주파수와 시간을 제공할 수 있기 때문에 이미 유럽의 디지털오디오방송(DAB), 디지털TV방송(DVB)에 채택되었을 뿐만 아니라, 5GHz 무선랜 대역에서도 정식 규격으로 채택됐다. 현재 개발된 대부분의 디지털 라디오 방송 기술이 OFDM을 기반으로 하고 있다.

스마트 안테나(Smart Antenna)는 안테나 빔 형성 기술을 이용해 특정 사용자의 신호를 선택적으로 송수신하고, 간섭 신호의 영향은 최소화함으로써 서비스 데이터 전송 용량과 품질을 크게 높여주는 기술이다. 간섭 신호 제거를 통해 용량을 높이고 다중경로 반사파(fading)의 영향을 적게 받기 때문에 우수한 품질을 유지할 수 있는 반면, 하드웨어의 복잡도가 증가하고 비용이 높아진다는 것이 단점으로 지적된다.

와이브로는 데이터 전송 속도를 크게 높이고 다양한 컨버전스 서비스를 시도할 수 있어 4G의 이전 단계로서 pre-4G로 볼 수 있으며, 4G로 진화하는 중요 경로라고 할 수 있다. 또한 전송 기술 측면에 있어서 4G의 핵심 요소 기술 중의 하나인 OFDM과 스마트 안테나 기술을 적용하고 있으며 상용화 후 수년 이내에 최대 100Mbps까지 전송속도를 향상시키기 위한 전송 속도의 고도화 연구가 진행되고 있어 4G에서의 주도권을 잡는데 있어 매우 중요한 역할을 담당할 것으로 기대된다.

### 콘텐츠업체들에 '우호적' 인 와이브로

콘텐츠업체들에게 배타적이고 폐쇄적, 독점적이었던 이동전화 네트워크와는 달리 와이브로는 IP를 기반으로 공개적이며 우호적인 유선 네트워크를 그대로 채용하기 때문에 다양한 형태의 컨버전스 서비스를 구현하기

에 적합한 기술이라 할 수 있다. 와이브로 자체가 유럽의 이동방송 규격이면서 IP 멀티캐스팅 기술인 OFDM을 따르고 있어 사업자들이 음성과 비디오, 데이터 등 TPS를 제공하기에 알맞은 환경을 제공한다. 따라서 DMB와 비교해도 충분한 경쟁력을 확보할 수 있을 전망이다.

또한 와이브로는 단말기업체들의 시장 활성화에도 기여할 것으로 예상된다. 기존 단말기 제조업체들의 경우, 이동통신 사업자의 단말기 스펙 요구 사항에 따라 제품을 공급해왔지만 와이브로의 경우 사업자 독립적인 형태의 단말기 개발이 가능해 신생 업체들의 시장 진입도 가능해질 수 있다.

아울러 국내 자체 기술을 토대로 한 와이브로는 신속한 서비스 도입과 장비 개발로 해외 진출이 활발하게 전개되고 있다. 삼성전자의 경우, 지난 2005년 9월에 미국의 통신사업자인 sprint Nextel과 계약을 맺고 와이브로 시험용 시스템인 기지국과 제어국, 단말기 등을 공급기로 했으며, 양사 연구소에서 와이브로 시스템 및 단말기를 테스트하고 시범서비스를 공동 추진하고 있다. 또한 와이브로의 국제 표준화 확립 등에서도 서로 긴밀히 협력키로 했다. Sprint Nextel은 이를 통해 이르면 2007년부터 한국에 이어 본격적인 상용 서비스를 시작할 것으로 예상된다. 삼성전자는 영국 BT 및 일본 KDDI 등과도 장비 공급을 추진하고 있고, 삼성전자는 2005년 11월에는 텔레콤이탈리아(TI)와도 장비를 공급기로 하는 등 점차 그 영향력을 확대해가고 있는 추세이다.

### 시장 촉진 요인과 저해 요인

이처럼 와이브로의 시장 가능성은 매우 높은 것이 사실이지만 여러 가지 다양한 변수들에 의해 확대되거나 축소될 수 있다. 이 중에서 와이브로 활성화에 기여하는 요인은 다음과 같다.

**▲VoIP 도입에 따른 음성 번들 제공:** DBDM(Dual-band Dual-mode)의 단말기로는 시장성이 낮지만 IP를 토대로 하고 있는 와이브로의 기술 특성상 VoIP를 제공하기에

용이하다. VoIP를 번들로 제공할 경우, HSDPA와 충분히 경쟁할 수 있는 여건이 마련될 것이다.

**▲다양한 결합 서비스 가능:** IP기술을 토대로 하고 있는 와이브로는 VoIP·DMB·포털 서비스를 비롯한 다양한 애플리케이션과 손쉽게 융합될 수 있기 때문에 유무선 통합뿐만 아니라 방송과 통신의 통합도 용이하게 구현할 수 있어 기존 및 향후 방송 매체와의 경쟁도 가능해진다.

일례로 KT는 기존의 결합 서비스인 네스팹 스윙에서 기대에 미치지 못했던 실적을 와이브로를 통해 충분히 만회할 수 있을 것으로 예상하고 있다. 결합 서비스에 대한 정부의 규제도 상당 부분 완화될 것으로 보이기 때문에 다양한 결합 서비스를 통한 시장 확대 효과도 기대할 수 있다. 또한 기존의 유선 인터넷 콘텐츠를 와이브로에 동일하게 적용할 수 있기 때문에 다양한 부가 서비스를 결합시키면서 시장 확대에 주력할 수 있다.

**▲정부의 적극적인 육성 의지:** 정부는 와이브로를 IT839 정책에 포함시키는 한편, 정통부 장관을 위원장으로 한 와이브로 사업추진 협의회를 출범시키는 등 다양한 지원책을 제공하면서 차세대 육성 사업으로 적극 추진하고 있다.

**▲단말기 보조금 제도:** 신규 통신서비스에 제공되는 40%의 단말기 보조금 제도 시행에 따라 단말기 구매와 관련된 비용이 크게 줄어들어 가입자 확보가 유리해질 수 있다.

**▲정액 요금제와 변액 요금제의 도입:** 정부는 와이브로 도입 당시 정액제를 통해 가입자를 확대해나갈 것으로 방침을 정한 바 있다. 하지만 최근 사업자들은 기본요금을 1만 5,000원에서 2만원 수준으로 책정하고 요금 수준에 따라 기본 데이터 사용량이 정해지는 변액 요금제를 도입할 것으로 예상된다. 기본 데이터를 초과하면 사용량에 따라 추가 요금을 부과한다. 완전한 정액제가 아닌 부분 정액제를 채택하고 있지만 종량제를 도입한 이동통신의 무선 인터넷보다 저렴하다.

하지만 정액제 및 변액 요금제는 실제 소비자에게 큰 매력을 제공하지 못할 수도 있다.

유선으로 제공되는 초고속 인터넷의 경우 완전 정액제가 시장 활성화에 기여한 것처럼 와이브로 역시 완전 정액제를 도입해 가입자 기반을 확대해나갈 수 있다.

한편, 와이브로의 활성화를 저해하는 요인은 다음과 같다.

**▲HSDPA나 DMB 등 차세대 무선 기술과의 경쟁:** SK텔레콤의 경우 와이브로보다는 HSDPA에 주력할 방침이며, DMB 서비스 역시 상용화에 돌입하면서 가입자 기반을 확대하고 있다. 이러한 차세대 무선 기술들은 각각의 장점을 통해 와이브로와의 경쟁 체제를 구축해나갈 것으로 전망된다.

**▲상대적으로 약한 커버리지:** 와이브로는 커버리지 면에서 HSDPA에 뒤진다. 와이브로가 대도시 지역을 중심으로 초고속 인터넷의 무선 확대, 음성 번들 제공을 통한 가입자 확보를 목표로 하고 있다는 점을 감안하더라도 HSDPA와의 경쟁에서 성공하기 위해서는 커버리지 확대와 접근성을 높이는 시도가 필요하다.

**▲콘텐츠업체의 비즈니스 모델 정립 미비:** 이동통신사업자의 무선 인터넷의 경우, 콘텐츠 이용 요금과 접속 요금이 유료로 제공돼 콘텐츠 업체들의 수익이 일정 부분 보장되었지만 개방적이고 경쟁이 더욱 치열해질 와이브로의 콘텐츠의 경우, 소비자의 저항 심리를 최소화하면서 다운로드에 대한 과금이나 유료화 문제에 대처해나갈 수 있다.

**▲SK텔레콤의 소극적인 참여 자세:** SK텔레콤은 정통부가 월정액을 추진하고 있는 와이브로와 달리, 다양한 요금제를 선택할 수 있는 HSDPA에 대한 투자를 강화하고 있다. SK텔레콤은 과거에도 무선 인터넷을 무제한 허용하게 한 스마트폰의 무선랜 접속을 허용하지 않은 바 있으며, ARPU를 높이기 위해 HSDPA에 대해 적극적인 투자를 단행하고 있다.

**▲보안 문제:** 무선 네트워크가 가진 근본적인 취약점이라 할 수 있는 보안 문제의 경우, 와이브로 역시 기존의 무선랜 등과 유사한 문제에 노출될 가능성이 높다. ●

# 2

## IPTV

# 컨버전스, 콘텐츠 시장의 기회

웹에서 즐기는 모든 콘텐츠를 이제는 TV를 통해 즐길 수 있는 날이 다가왔다. 이를 가능케하는 것은 바로 IPTV로 IPTV는 IP 네트워크를 타고 온 콘텐츠를 TV라는 매개체로 이용할 수 있는 서비스다. KT는 이미 지난해 말 IPTV 시연을 마치고 상용화에 박차를 가하고 있으며 하나로텔레콤, 파워콤 등도 관련 서비스를 준비하고있다.

글 김태진 디지털데일리 기자

**올** 해는 통신과 방송의 융합, 유·무선 통합서비스 등 본격적인 컨버전스 서비스가 출현하는 원년이 될 것이다. 이에 따라 각 유·무선 통신 플랫폼에서 제공될 콘텐츠의 수요도 폭발적 증가세를 나타낼 것으로 전망된다.

가장 대표적인 서비스로 KT가 준비 중인 'IPTV'와 휴대인터넷 'Wibro(와이브로)'를 꼽을 수 있다. 이 두 서비스의 핵심 키워드 역시 통신·방송 융합과 유·무선 컨버전스다.

이들 서비스는 그 동안 유선·무선 시장을 막론하고 각 통신사업자들의 캐시카우였던 음성서비스 매출이 해마다 감소세를 나타내면서 통신사업자들이 내놓은 대안이다.

최근 한국정보통신정책연구원(KISDI)이 조사한 자료에 따르면, 2004년 6조5,000억 원에 이르는 유선시장 매출 규모가 2008년에는 5조원에 그치고, 무선시장도 2004년 13조

1,000억 원에서 2008년 11조6,000억 원으로 낮아질 것으로 전망됐다. 반면, 2004년과 2008년의 데이터시장 규모는 유선시장이 6조7,000억 원에서 8조5,000억 원, 무선시장이 3조800억 원에서 6조 4,300억 원으로 증가할 것으로 예측됐다.

이 같은 시장조사 결과에서도 알 수 있듯이 향후 통신사업자는 기존 음성서비스보다 데이터 서비스에 치중할 것으로 예상된다. 그리고 데이터 서비스의 리소스인 콘텐츠가 향후 통신사업자의 주된 캐시카우 역할을 할 것임은 분명한 일이다.

### 콘텐츠 블랙홀 통신·방송 융합서비스

통신사업자들은 종합유선방송사업자(SO)들이 최근 3년간 초고속인터넷 시장에서 164%의 성장을 이뤄내 시장점유율이 10%를 초과했다며, 이는 SO가 방송과 초고속인

터넷을 결합판매 할 수 있었던 것이 주된 이유라고 분석하고 있다.

통신사업자들은 이를 이유로 방송과의 융합 서비스를 허용해 달라며 목소리를 높이고 있다. 그리고 그 쟁점의 중심에 IPTV가 위치하고 있다(여기서는 일단 통신·방송 융합서비스를 두고 각기 다른 주장을 펼치고 있는 통신·방송 업계의 이해관계 얘기는 일단 접어두자).

IPTV는 통신사업자들의 네트워크가 광대역통신망(BcN)으로 업그레이드됨에 따라 가능해진 QoS 기반 통신·방송 융합서비스로, 명칭 그대로 IP 네트워크를 타고 온 콘텐츠를 TV라는 매개체를 통해 제공하는 서비스다.

지난달 27일 KT가 시연을 펼친 IPTV 서비스는 행사에 참석한 이들을 깜짝 놀라게 했다. 양방향서비스와 영상서비스로 구분된 IPTV는 기존 TV에서 제공되는 콘텐츠는 물론, 웹에서 즐기던 모든 콘텐츠를 리모콘 하나로

작동이 가능했기 때문이다.

사후규제로 IPTV를 조기 정착시키는데 우호적인 정보통신부 관계자조차 “SO들이 왜 극구 IPTV 서비스 상용화를 막으려는지 이해가 간다”고 감탄했을 정도다. 또, IP 네트워크의 특성을 활용해 양방향 서비스가 가능해지면서 그 동안 기술적인 어려움 때문에 구현하기 어려웠던 다양한 콘텐츠 서비스도 선보일 수 있게 됐다. 일례로, TV를 보면서 피자를 주문·결제하고, 메일 체크, 단문자서비스(SMS) 전송, 금융 및 주식거래, 메신저 등 컴퓨터를 통해서만 가능했던 모든 서비스를 TV 내에서 가능케 만든 것이다.

KT는 향후 IPTV를 통해 ▲뉴스·날씨 등 정보를 제공하는 T인포메이션 ▲게임·노래방·T모바일 등 오락을 제공하는 T엔터테인먼트 ▲뱅킹·주식거래·주문배달 등을 제공하는 T커머스 ▲SMS·메신저·메일 등 통신서비스인 T커뮤니케이션 ▲VOD 중심의 교육서비스인 T러닝 서비스 등을 제공한다는 방침이며, 이를 리모콘으로 쉽게 이용할 수 있도록 전자프로그램 가이드(EPG, Electronic Program Guide)도 개발했다.

이에 따라, IPTV로 인한 콘텐츠 시장 수요도 급팽창 될 것으로 예상된다. 통신사업자가 콘텐츠에 강점을 지닌 방송사업자와의 경쟁에서 살아남으려면 보다 많은 양질의 콘텐츠를 마련하고 제공해야 하기 때문이다. 또, 앞서 KT가 공개한 것처럼 IPTV 서비스가 제공되기 위해서는 뉴스·게임·VOD·교육·노래방 등 다양한 콘텐츠가 뒤따라야 할 것임은 자명하다.

IPTV가 사실상 채널 제한수가 없다는 점도 콘텐츠 수요 확산에 한 몫하고 있다. 일반적으로 SO들이 한 개의 케이블TV 라인 당 적게는 40개에서 많게는 200개의 채널을 운용해야 한다는 한계를 지닌 반면에 IPTV는 무한대의 채널 운영이 가능하다.

KT 관계자는 “IPTV에서 구성할 수 있는 채널은 이론적으로 무한대”라며 “일단 현재로서는 콘텐츠 수급 측면을 감안해 1,000개 미만으로 예상하고 있다”고 설명했다. 이 관계자는 이어 “IPTV를 통해 TV를 중심으로 각

종 커뮤니티 및 개인관리 서비스와 TV를 보면서 채팅을 나누는 등 새로운 생활패턴이 등장할 것”이라며 “수동적 시청에만 머물렀던 소비자들이 콘텐츠를 요구하고 창조하는 생산자가 되는 시대가 올 것”으로 전망했다.

올해 KT는 IPTV를 위해 FTTH 망 투자 및 디지털콘텐츠 확보에 3,000억원을 투자한다는 계획이다.

KT 관계자는 “IPTV에 소요되는 디지털콘텐츠 확보와 이를 위한 새로운 PP·CP 발굴에 적극 나설 계획”이라며 “이를 통해 2012년에는 생산유발효과 13조원, 고용창출효과는 7만명에 이를 것”으로 전망했다.

현재 KT는 지난 12월부터 서울 강남·신촌·목동·경기 분당에 거주하는 임직원 30명의 가정을 대상으로 BcN 시범서비스 일환으로 IPTV 서비스를 제공하고 있다.

물론, 아직 IPTV가 통신·방송 융합제도 미비라는 장벽에 걸려 본격적인 상용화 시점은 장담할 수 없지만, KT를 필두로 하나로텔레콤, 파워콤 등 경쟁사업자들이 TV포털 등을 통해 이 시장에 곧 뛰어들 상황을 감안하면 콘텐츠 수요는 크게 증가할 것으로 업계서는 판단하고 있다.

이와 관련, 이상훈 KT 부사장은 “법적 환경 조성이 선행돼야 결정될 수 있으나, 최근 국회 및 규제기관의 동향을 살펴 볼 때 올해 상반기 내에 규제이슈가 해결되고 늦어도 하반기 내에는 본격적인 서비스 제공이 가능할 것”으로 예상했다.

### 통신사업자 콘텐츠 확보에 사활

이렇듯 통신사업자들이 콘텐츠를 기반으로 한 컨버전스 사업에 역량을 집중할 뜻을 내비치면서 콘텐츠 전략도 함께 변화하고 있다. 이미 제작된 콘텐츠를 유통시키는 기존 전략에서 벗어나 콘텐츠를 직접 제작·생산하는데까지 영향력을 확대하고 나선 것이다.

이는 통신사업자들이 콘텐츠에 구매 받지 않고 가입자들의 입맛에 맞는 콘텐츠를 직접 제공, 소비자들을 끌어들이기 위한 전략으로 풀이된다. 가장 대표적인 사례가 MP3 서비스를 위한 통신사업자들의 음원 확보 경쟁이다.

현재 SK텔레콤은 자회사인 TU미디어가 위성DMB 서비스를 상용화를 함에 따라 IHQ, YBM서울음반 등을 인수하는 등 통신사업자 중 콘텐츠 확보전에서 한 발 앞서 있는 상태다.

유선통신사업자의 만형인 KT도 이에 뒤질 세라 지난해부터 본격적인 콘텐츠 확보에 나서고 있다. 이미 지난해 9월 영화제작업체인 싸이더스FNH를 280억원에 인수한 데 이어 올해 콘텐츠 제작업체 지분 확보에만 순수하게 770억원을 쏟아 붓겠다고 공언하고 있다.

이치형 KT 콘텐츠사업담당 상무는 “확보된 770억원의 예산은 지난해 51%의 지분 출자를 한 싸이더스FNH 규모의 업체를 3곳 정도 인수할 수 있는 금액”이라며 “최근 통신사업자들이 IHQ·YBM서울음반·싸이더스FNH 등의 지분을 인수하면서 게임·음원·영화제작업체 등의 가치가 크게 올라 신중히 검토 중”이라고 밝혔다.

현재 KT는 2~3년 전부터 TF팀을 구성, 콘텐츠 확보를 위해 꾸준히 투자해온 SK텔레콤에 비해 준비기간은 짧지만, 와이브로·IPTV·메가패스에 이르기까지 소비자가 주로 이용하는 모든 디바이스와 유·무선 게이트웨이를 보유한 강점을 지니고 있는 만큼 향후 콘텐츠 시장에서의 우위를 확보할 수 있을 것으로 내다보고 있다.

이밖에도 KT는 최근 한샘학원, 고려학원을 운영 중인 고려E&C, 유아 및 초·중·고 등 교육 관련 콘텐츠를 보유한 EBS와도 MOU를 맺는 등 콘텐츠 확보에 적극적인 모습을 보이고 있다. 이 상무는 또, “KT의 콘텐츠 서비스 전략은 하나의 디바이스 경험을 다양한 다른 플랫폼에서도 쉽게 활용할 수 있도록 하는 것”이라며 “소비자들이 최적화된 콘텐츠를 선별·이용할 수 있도록 콘텐츠 생산에 주력할 계획”이라고 밝혔다.

결국 통신사업자들이 올해를 기점으로 IPTV와 와이브로 등과 같은 통신과 방송, 유선과 무선이 결합된 다양한 서비스들이 본격 출시할 것으로 전망됨에 따라, 여기에 필요한 각종 콘텐츠들의 수요도 기하급수적으로 늘어날 전망이다. ●