

From Domestic Telco To the World Leader

SK텔레콤의 성장전략

2007. 3.





Table of Contents

I . IT 산업의 현황

II . Global Business 추진 배경

III . SK텔레콤의 Global Business 추진 현황

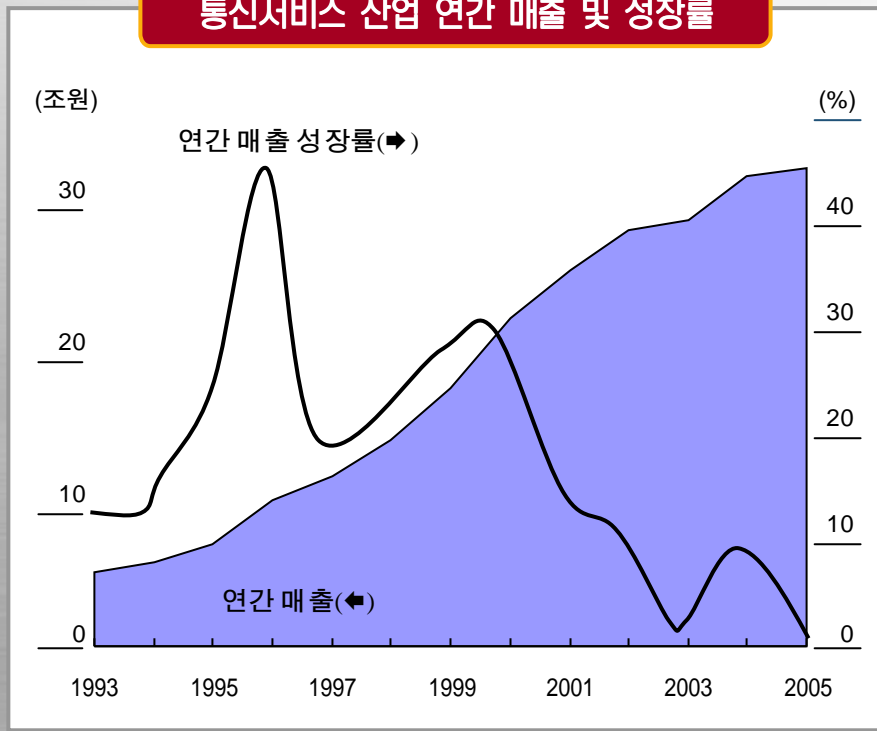
I. IT산업의 현황



I. IT산업의 현황

- + 최근 통신서비스산업은 2003년 이후 성장률이 5% 미만으로 감소, 총 매출 38조원대의 답보 상태
 - IT산업 가치사슬 내의 핵심 산업인 통신서비스산업의 성장 정체로 가치 사슬 붕괴 우려
- + 통신서비스산업의 성장 정체 상황을 극복하기 위해 WCDMA 등 신규서비스에 대한 활성화 노력 지속

통신서비스 산업 연간 매출 및 성장률



* 자료 : 정보통신산업협회, 전망은 LG경제연구원

신규 서비스 활성화 노력

• WCDMA의 경우, 兆 단위의 투자를 통해 활성화 본격 추진

구분		2003년	2004년	2005년	2006년	누계
SKT	지역	서울	서울	23개시	84개시	84개시
	투자비	2,500	2,697	5,987	5,702	16,886
KTF	지역	서울 등 9개시	서울 등 9개시	17개시	45개시	45개시
	투자비	2,640	2,196	3,000	3,500	11,336

* SKT WCDMA 가입자수('07.1월말 기준) : 약 16만여명

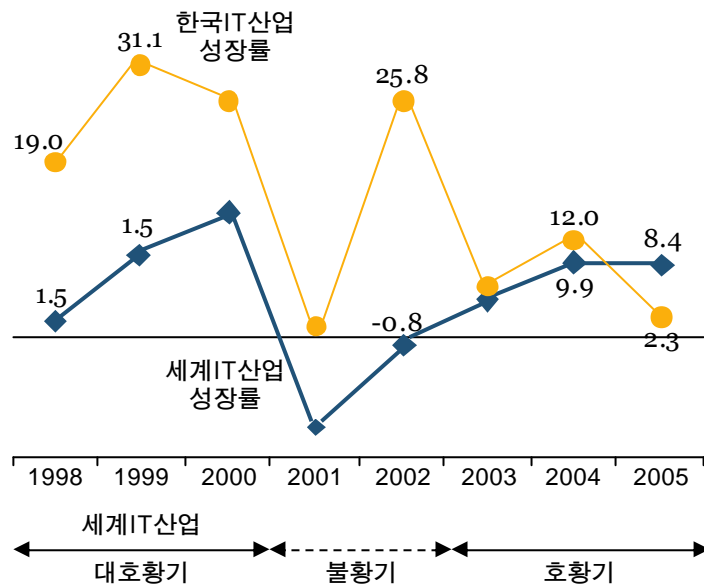
* KTF WCDMA 가입자수('07.1월말 기준) : 약 4만여명

• 나아가 SKT, KTF 양사는 '07년 3월부터 WCDMA 전국망 서비스를 실시할 예정

I. IT산업의 현황

- ✚ ‘IT 버블’ 붕괴 이후, 세계 IT산업은 다시 성장 기조를 이어가고 있는 반면, 한국 IT산업은 통신서비스산업의 성장 정체와 IT제조업의 경쟁심화로 지속적인 하락세
- ✚ 또한, IT제조/非제조 분야가 고르게 발달한 미국 등 선진국과 달리, 한국은 IT제조 분야의 의존도가 높은 상황으로 이러한 IT 산업구조는 ‘순환적 IT 가치사슬 창출’을 위해 극복되어야 할 과제임

한국 및 세계 IT산업 성장률(%)



* 자료 : 정보통신산업연합회, Gartner, LG경제연구원


한국과 미국의 IT산업구조 비교

구분	부가가치 비중		
	IT기기	IT서비스	기타(S/W등)
미국	28.4%	32.7%	38.9%
한국	67.3%	25.5%	7.2%

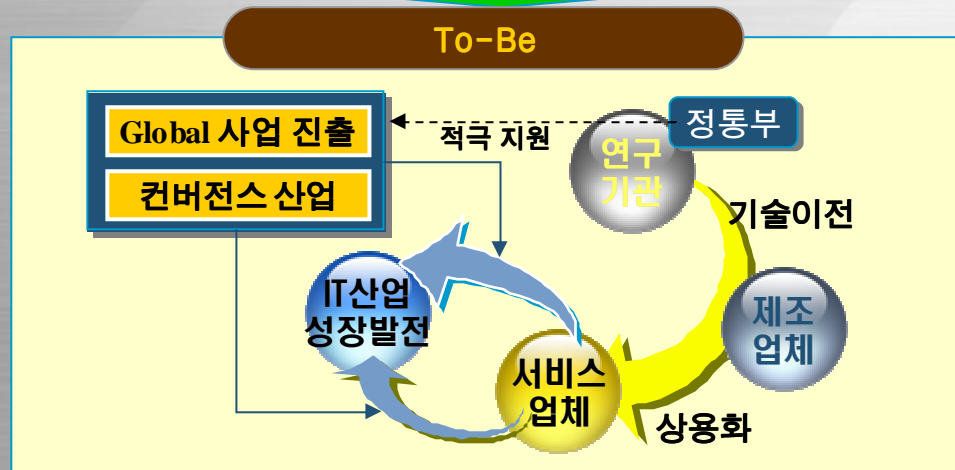
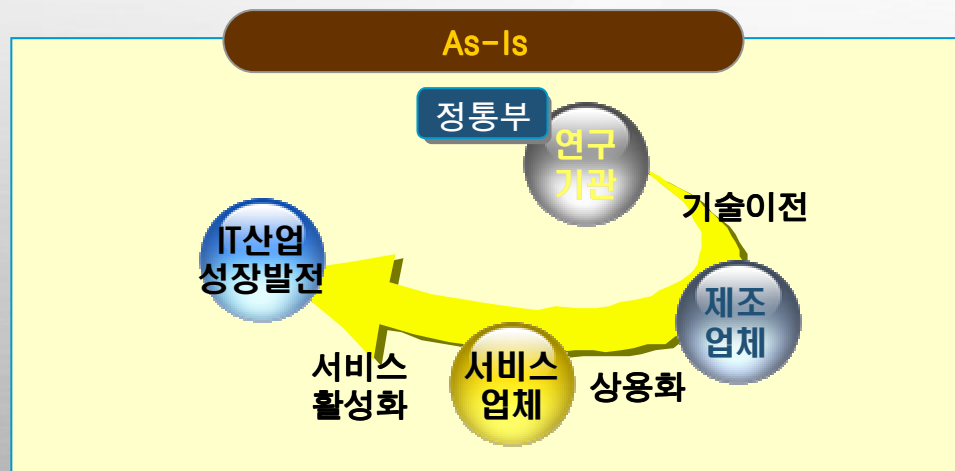
구분	고용 비중		
	IT기기	IT서비스	기타(S/W등)
미국	34.0%	25.0%	41.0%
한국	64.2%	18.7%	17.1%

* 자료 : 정보통신산업협회(정보통신산업연보, 2004)

Ⅱ. Global Business 추진 배경

1. 패러다임의 전환
 2. 국가별/사업자별 규모
 3. 해외 사업자들과의 비교
 4. 해외 사업자들의 Global Biz. 현황
- 

- ✦ ‘서비스-연구기관-제조업체’로 이어지던 선순환 구조를 한층 발전시켜 ‘Global 사업’과 ‘Convergence 산업’에서의 새로운 활로 모색 필요
- ✦ 선진국 도약을 위한 국가경쟁력 제고, IT산업 동반 성장을 위해 통신서비스 산업의 World Leader 육성 필요



IT 서비스 분야의 World Leader 육성 필요

- 통신서비스 산업의 World Leader 육성은 국내 IT산업 구조의 불균형을 개선하고, 경제발전과 국가경쟁력 제고에 기여할 수 있는 代案
- 통신서비스산업의 해외 진출은 네트워크/장비 산업 등 연관산업 동반진출로 통신산업의 Global화 선도 및 국부 창출
- 특히, 과거 제조업 중심의 가치 사슬에서 벗어나 IT 서비스 중심의 새로운 가치 사슬을 형성함으로써 부가가치 향상 및 Blue Ocean 창출
- MIC의 신규 통방서비스 활성화 및 해외진출전략 (u-IT839)의 핵심 역할 가능

✚ 우리나라의 이동전화 서비스 가입자수는 전세계 15위 수준, 국내 1위 사업자인 SK텔레콤의 매출 규모는 전세계 14위 수준으로 해외 진출 역량을 충분히 보유

주요국의 이동전화 가입자수 비교

(단위 : 백만명, %)

순위	국가명	가입자수	보급률
1	중국	393.4	30.1
2	미국	201.7	68.2
3	러시아	120.0	83.7
4	일본	94.7	74.3
5	브라질	86.2	46.3
6	독일	79.2	96.1
7	인도	76.0	7.0
8	이탈리아	71.5	123.1
9	영국	61.0	101.0
10	프랑스	48.1	79.2
11	멕시코	47.5	44.7
12	인도네시아	46.9	19.4
13	스페인	44.3	109.9
14	터키	43.6	62.6
15	대한민국	38.3	78.8

* Source : ITU Strategy and Policy Unit (2005년말 기준)

매출 기준 Global Top 15 이동통신사업자

(단위 : 억달러)

순위	사업자명	매출	EBITDA
1	Vodafone(영국)	554.1	222.1
2	NTT DoCoMo(일본)	412.1	139.0
3	T-Mobile(독일)	380.2	126.3
4	Cingular Wireless(미국)	344.3	84.0
5	Verizon Wireless(미국)	321.5	115.4
6	China Mobile(중국)	305.1	167.3
7	Orange(프랑스)	303.3	-
8	Sprint PCS(미국)	242.4	75.4
9	Telefonica(스페인)	212.9	75.0
10	KDDI(일본)	201.9	56.6
11	America Movil(멕시코)	170.6	51.3
12	TIM(이탈리아)	167.1	71.4
13	China Unicom(중국)	109.3	35.7
14	SK Telecom	106.2	44.8
15	Portugal Telecom(포르투갈)	82.3	32.2

* Source : Asia Pacific Mobile, 각 사 홈페이지 등 (2005년말 기준)

- ✚ 해외 통신사업자들은 자국 시장의 성장 한계를 극복하고, 지속적인 성장 발판 마련을 위해 지분투자/제휴 등 다양한 형태로 해외진출을 추진

주요 해외 사업자의 Global Biz. 현황 비교

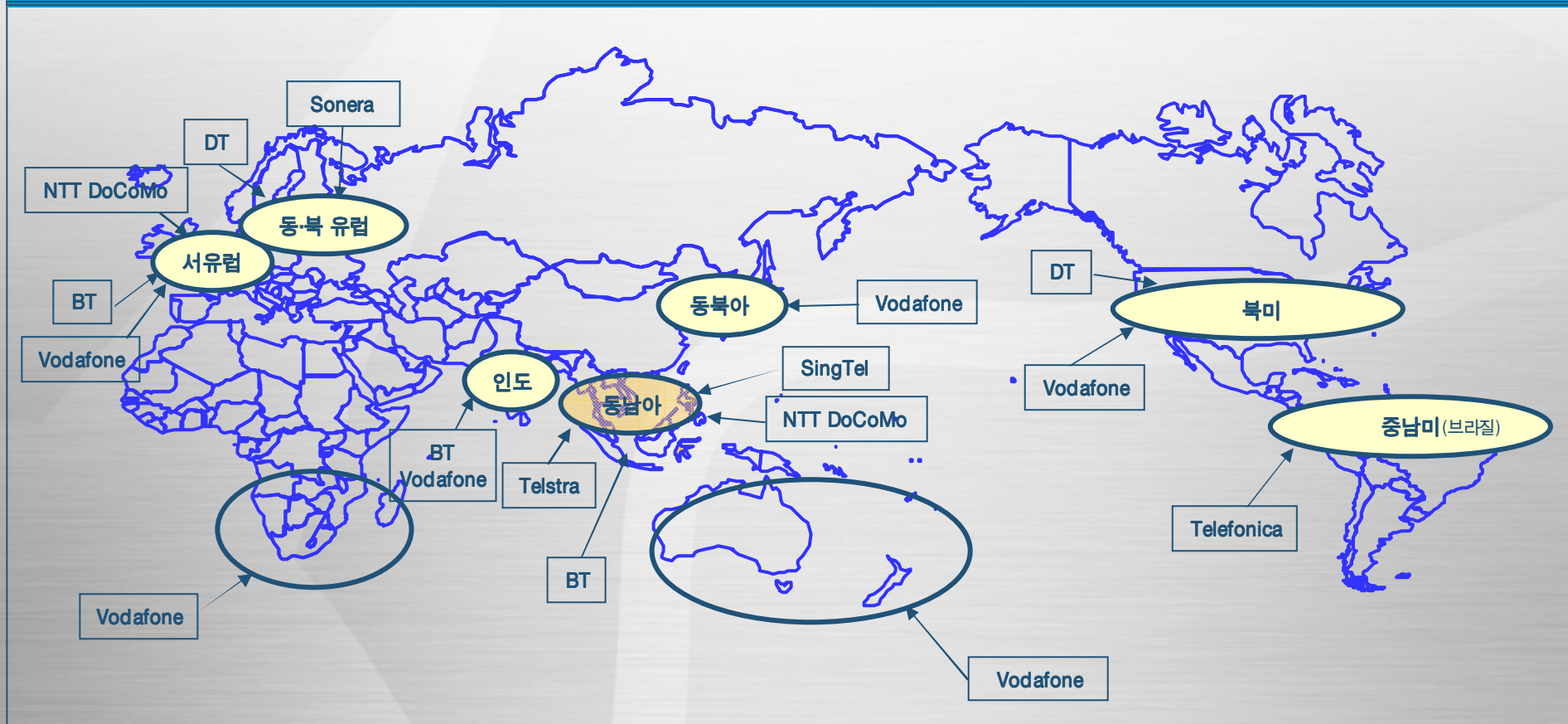
사업자	해외진출국가	전체 매출(\$)	전체 가입자수	해외 매출비중	해외 가입자 비중
Vodafone(영국)	27개국	554.1억	1억8천만	82.8%	90.9%
Tele2(스웨덴)	24개국	20.5억	1천1백만	53.8%	69.2%
Orange(프랑스)	17개국	303.3억	8천7백만	58.5%	74.2%
Hutchison(홍콩)	17개국	31.1억	2천7백만	80.0%	92.9%
Millicom(룩셈부르크)	16개국	12.6억	8백9십만	100%	100%
Telefonica(스페인)	15개국	212.9억	9천4백만	46.5%	78.9%
TeliaSonera(스웨덴)	14개국	61.9억	6천9백만	72.6%	93.7%
Telenor(노르웨이)	12개국	59.2억	8천2백만	66.9%	96.7%
SingTel(싱가폴)	9개국	41.2억	8천5백만	86.8%	98.0%
TIM(이탈리아)	3개국	167.1억	4천8백만	22.3%	41.4%
SK텔레콤	4개국	106.2억	2천1백만	1% 미만	4.8%

※ 각 사 홈페이지 및 연차보고서(2005년말 기준)

II . Global Business 추진 배경 4. 해외 사업자들의 Global Biz. 동향

- + 주요 사업자들은 해외 진출시 주로 지리적 또는 문화적 배경을 가지고 해외진출 전략을 전개
 - Vodafone(인접 유럽, 과거 식민지), Telefonica(남미, 과거 식민지, 동일언어), SingTel(지리적 근접지, 화교문화)
- + 향후 급성장이 예상되는 동남아 시장의 경우 가장 치열한 주도권 쟁탈 지역으로 부상

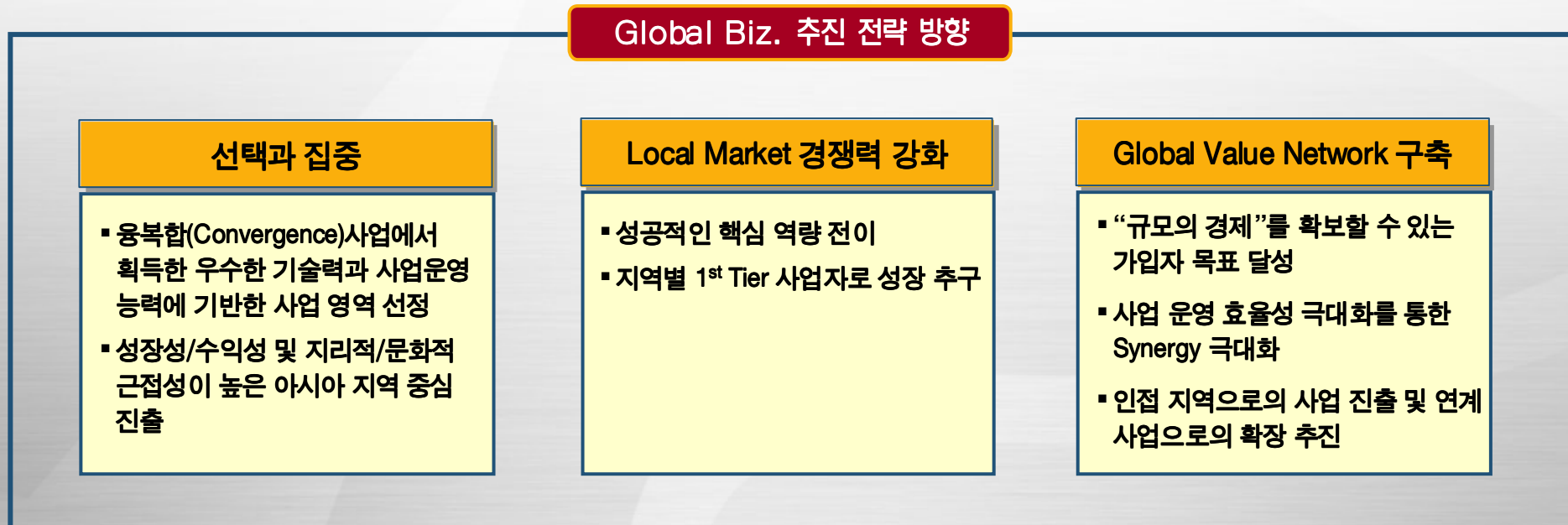
주요 통신사업자의 집중 공략 지역



Ⅲ. SK텔레콤의 Global Biz. 추진 현황

1. 기본 전략 방향
2. On-going Business
3. 베트남 사업: S-Fone
4. 미국 MVNO 사업: HELIO
5. 중국 China Unicom과의 제휴
6. 해외 진출의 기대 효과

✚ SK텔레콤의 Network, 무선인터넷, 마케팅 분야에서의 선도적인 핵심 역량과 Convergence Leadership을 성장시장에 성공적으로 전이시키는 것을 전략 방향으로 설정



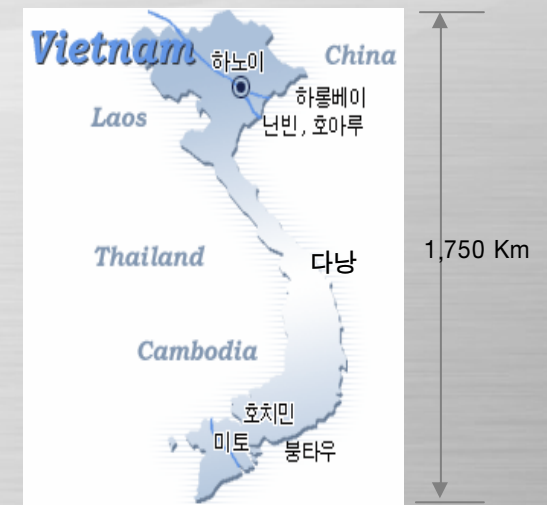
Global 이동통신과 Convergence 분야의 성공적인 Global Player

국가	진출 시기	분야	진출 현황	가입자
몽고	99.3	Skytel 이동통신 운영사업	<ul style="list-style-type: none"> - Skytel 합작법인 설립, 사업권 획득 - AMPS 유휴장비 현물투자 및 엔지니어링 컨설팅 제공 - 99.7 AMPS 서비스 개시 및 01.2 CDMA 서비스 전환 	가입자 11만명 (’06년 5월말 기준)
베트남	00.4	S-Telecom 이동통신 운영사업	<ul style="list-style-type: none"> - SK텔레콤, LG전자, 동아일레콤 SLD 합작법인 설립(00.4) - 사업승인(01.9) - 03.7 서비스 개시 - CDMA Market 확대 및 동남아지역 진입거점 확보 	가입자 150만명 (’06년 말 기준)
중국	00.12	ViaTech 유선포털 운영사업	<ul style="list-style-type: none"> - SK텔레콤이 중국내 100% 투자한 유선포털 운영 자회사(ViaTech) - 00.12 법인 설립 - 04.1Q 인수 	Cyworld가입자 350만명 (’06년 말 기준)
	03.3	UNISK 무선 인터넷 합작사 설립	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 China Unicom과 무선인터넷 합작기업 설립 계약 체결(03.3) - 03.12 법인 설립 - 04.2 UNISK 통해 무선인터넷 서비스 개시 	-
	06.06	China Unicom CB Deal	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Billion USD 규모의 CU CB 인수 - 6개 분야에 걸친 전략적 제휴 합의 	-
미국	06.5	SK-Earthlink MVNO 사업	<ul style="list-style-type: none"> - 05.1Q JV(SK-Earthlink) 계약 및 설립 완료 - 06.5 Commercial Launch 	Helio 가입자 7만명 (’06년 말 기준)

- ✚ 2000년 SK텔레콤이 주도하고 LG전자, 동아일렉콤이 합작하여 SLD텔레콤 설립
- ✚ 2001. 9. SPT와의 BCC(Business Cooperation Contract) 투자 승인 획득
- ✚ 2003. 7. 서비스 런칭 ('06년말 가입자 150만 돌파)

Milestone

- 1997. 8 ○ SPT와 이동전화 사업 MOU 체결
- 2000. 4 ○ SLD텔레콤 설립 (SKT 53.8%, LG전자 44%, 동아일렉콤 2.2% 합작)
- 2000.10 ○ SLD와 SPT 경영협력계약 (BCC: Business Cooperation Contract) 체결
- 2001. 9 ○ 베트남 투자계획부(MPI) 사업허가서(Investment License) 발급
- 2003. 7 ○ CDMA 이동전화 서비스 'S-Fone' 상용화 개시
- 2004. 9 ○ 10만 가입자 돌파
- 2004.10 ○ 한/베 정상회담 베트남 정부 JV 전환 약속
- 2005.11 ○ 30만 가입자 돌파, SKT 2.8억달러 추가 증자의사결정
- 2006.01 ○ SKT 1억달러 추가 증자 납입 (SKT 73.3%, LG전자 25.4%, 동아일렉콤 1.3%)
- 2007.1 ○ 베트남 세계무역기구(WTO) 가입



- ▶ 베트남 CDMA 사업은 한국의 정보통신 업체들이 합작해, 한국의 선진 기술로 베트남의 이동통신 네트워크를 직접 구축하여 운영하고 있는 사업으로 그 의의가 매우 큼
- ▶ 그러나 공공재적 성격이 강한 산업 특성상, 베트남 정부 및 기존 선발 국영기업의 견제가 심한 편이며 현재까지 유일한 외국계 합작사업으로 쉽지 않은 사업환경에 처해 있음

베트남 이동통신 경쟁구도

(기준: '06년 말)

구분	GSM사업자			CDMA사업자		
	VinaPhone	MobiFone	Viettel	S-Fone	Hanoi Telecom	VP Telecom
경영구도	VNPT(베트남의 KT)의 100% 자회사	Comvik(스웨덴)과 VNPT BCC	베트남 군부	SKT와 SPT BCC	허치슨(홍콩)과 하노이 인민위원회 BCC	EVN (전력공사)
진입시기	'96. 7월	'93. 8월	'04. 8월	'03. 7월	'06. 9월 (E)	'06.5월
가입자 수	640만	639만	560만	150만	-	2만
M/S	36.9%	34.1%	23.7%	4.3%	-	0.1%

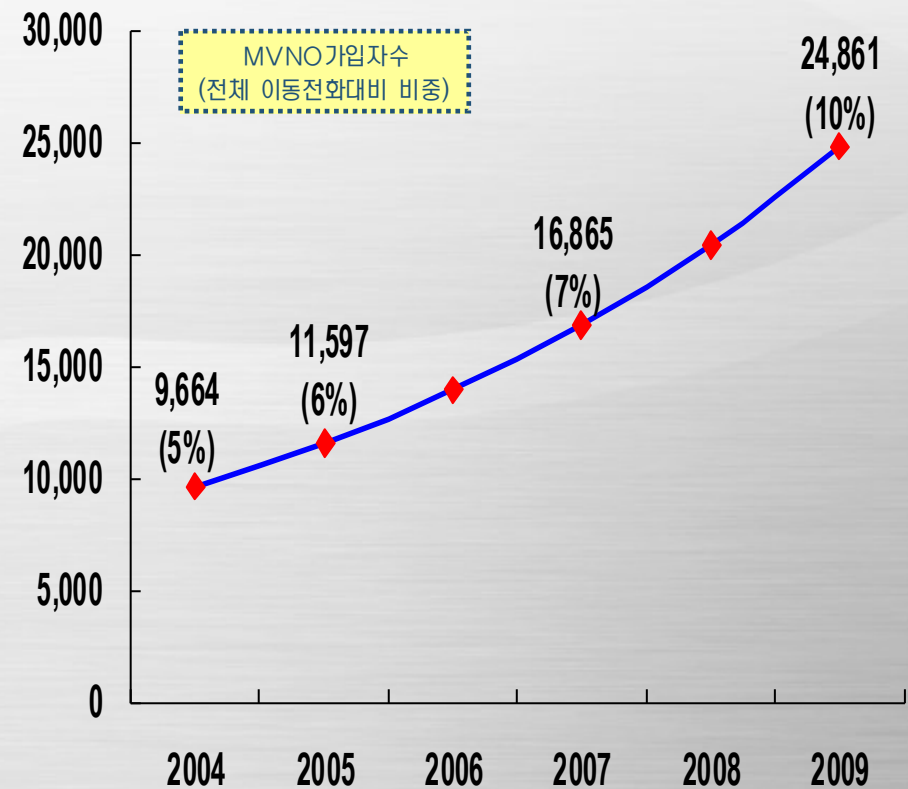
※ 이외에도 Hanoi/Hochiminh P&T에서 CityPhone 서비스를 제공 : 가입자 17만, M/S 0.9%

미국 MVNO시장은 성장기회가 많은 시장으로, MVNO 사업자들은 주로 선불요금제와 다양한 부가서비스를 활용하여 젊은 고객층 및 교포시장(Ethnic Market)을 주로 공략하는 틈새시장 전략을 펼치고 있음

미국 MVNO 시장의 특징

- 미국 이동통신 시장은 '05년 기준 68%(E)의 보급률을 보이거나 향후('09년) 예상 보급률 77%와 Churn (2%/월, 연간 약 25%) 고려시 **지속적 성장 기회가 있음**
- '05년 1.95억 가입자 → '09년 2.50억 가입자 (Source: Yankee)
- MVNO 진입증가로 '09년까지 가입자 2,500만명 및 연간매출 83억달러 수준까지 성장 예상 (이동통신 가입자의 10% 예상)
- MNO의 MVNO에 대한 우호적인 정책 및 용이한 진입환경으로 MVNO 경쟁 심화 예상
- 대부분의 MVNO는 선불요금제를 활용하여, 다양한 부가서비스를 통한 틈새시장 전략을 내세움
- Amp'd, Disney 등 최근 진출했거나 신규 진출예정인 MVNO사는 **멀티미디어 콘텐츠 위주의 서비스 제공을 통한 차별화 전략을 추진**

미국 MVNO 시장 성장전망



※ Source: Ovum, A.T. Kearney analysis

HELIO 서비스 Launch : 2006년 5월 2일 Official Launch

- 서비스 개시 8개월만인 '06년 말 기준으로 가입자 7만명, 월평균매출액(ARPU) 약 100달러 기록

<p>서비스</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>모바일 블로그</u> <ul style="list-style-type: none"> • 한국에서 성공한 '모바일 싸이월드'의 경험과 기술을 미국 현지 시장에 맞춘 미국 최초의 '모바일 블로그' 서비스 • MySpace와 독점 파트너십은 Helio에 차별적 경쟁력과 가입자 확보에 기여할 전망 • <u>한글 SMS</u> <ul style="list-style-type: none"> • 미국 최초로 도입되는 2개 국어 단말기 통해 한글 SMS 서비스 제공 • 교포 시장에 킬러 애플리케이션으로 작용할 것으로 기대 • <u>Yahoo와 포괄적 제휴</u> <ul style="list-style-type: none"> • Helio의 무선 인터넷을 통해 Yahoo의 검색, 뉴스, 스포츠, 금융 등 제공 • Yahoo와의 파트너십을 통해 양질의 콘텐츠 및 마케팅 경쟁력 확보
<p>단말기</p>	<ul style="list-style-type: none"> • '프리미엄 브랜드'로의 포지셔닝을 위해 한국 시장에서 검증된 고기능 단말기 2종 출시 • '06년 11월 삼성 드리프트폰 출시 등 단말기 라인업 강화
<p>유통</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 전통적인 소매점 채널 뿐만 아니라 젊은 층에 어필할 수 있는 온라인 마케팅에 집중 • Helio 자체 웹사이트 뿐만 아니라 Yahoo, MySpace와의 온라인 공동 마케팅 추진



- ✦ 중국은 현재 세계 최대의 이동통신 가입자와 세계 2위 수준의 인터넷 사용자 보유 및 그 성장세를 지속하고 있는 매력적인 시장이며, 지리적/문화적으로도 근접성이 높은 시장
- ✦ 향후에도 중국통신시장은 안정적인 성장을 지속적으로 시현할 것으로 예상
 - 과거에 비해 성장률은 둔화될 수 있으나, 여전히 **높은 성장 잠재력 보유**(’05~’09년 가입자 연평균 성장률은 약 12%로 추정)
 - 중국 이동통신가입자 : ’05년 말 약 3억9,300 만명(보급률 약 30%) → ’09년말 약 6억명 (보급률 45% 전망)
 - ARPU의 경우 과거대비 하락추세를 보이고 있으나, **평균 60RMB(약 \$8)수준에서 안정화** 될 것으로 예상
 - 단말기의 기능이 향상되고 사업자들의 마케팅이 강화되면서, MMS와 컬러링 등 SMS 이외 **부가서비스의 성장세**가 나타나고 있음

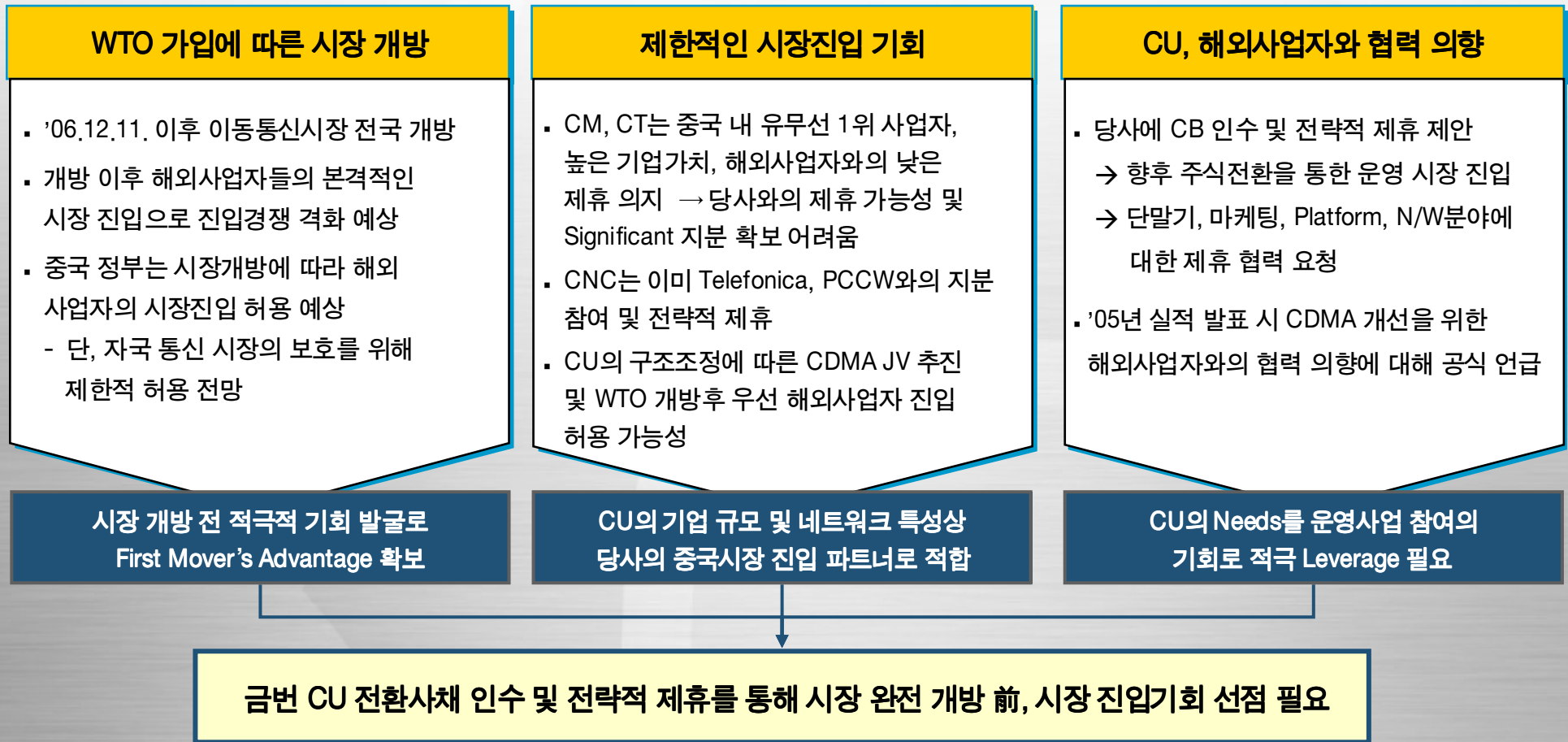
중국 이동통신 시장 현황

'06.4Q 현재	Mobile				PHS *			
	Total	China Unicom			China Mobile	Total	China Telecom	China Netcom
		CDMA	GSM	소계				
가입자 (천명)	443,598	36,493	105,873	142,366	301,232	87,630	58,860	28,770
M/S (%)	100.0	8.2	23.9	32.1	67.9	100.0	67.2	32.8

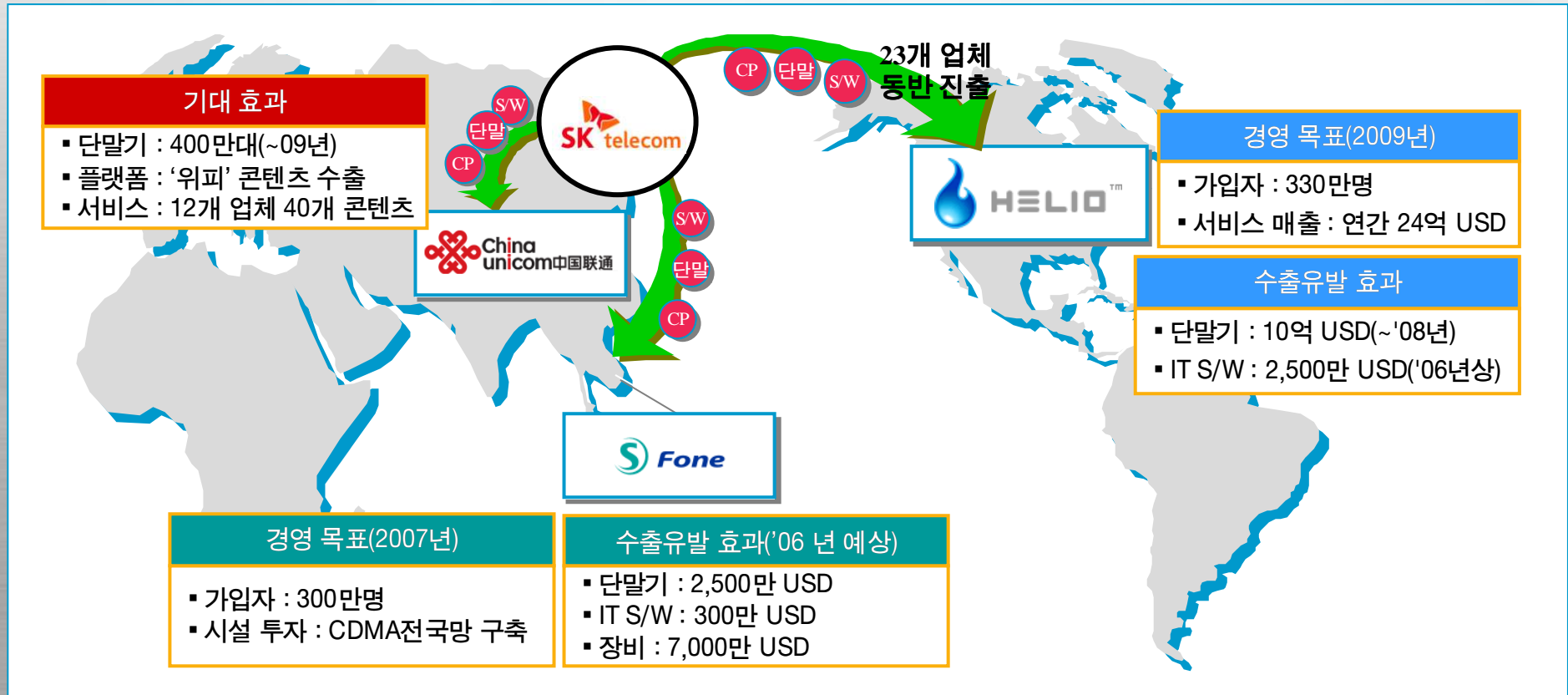
* PHS(간이형 휴대전화시스템, Personal Handyphone System)폰

* PHS 통계 - 2006.6월말 기준

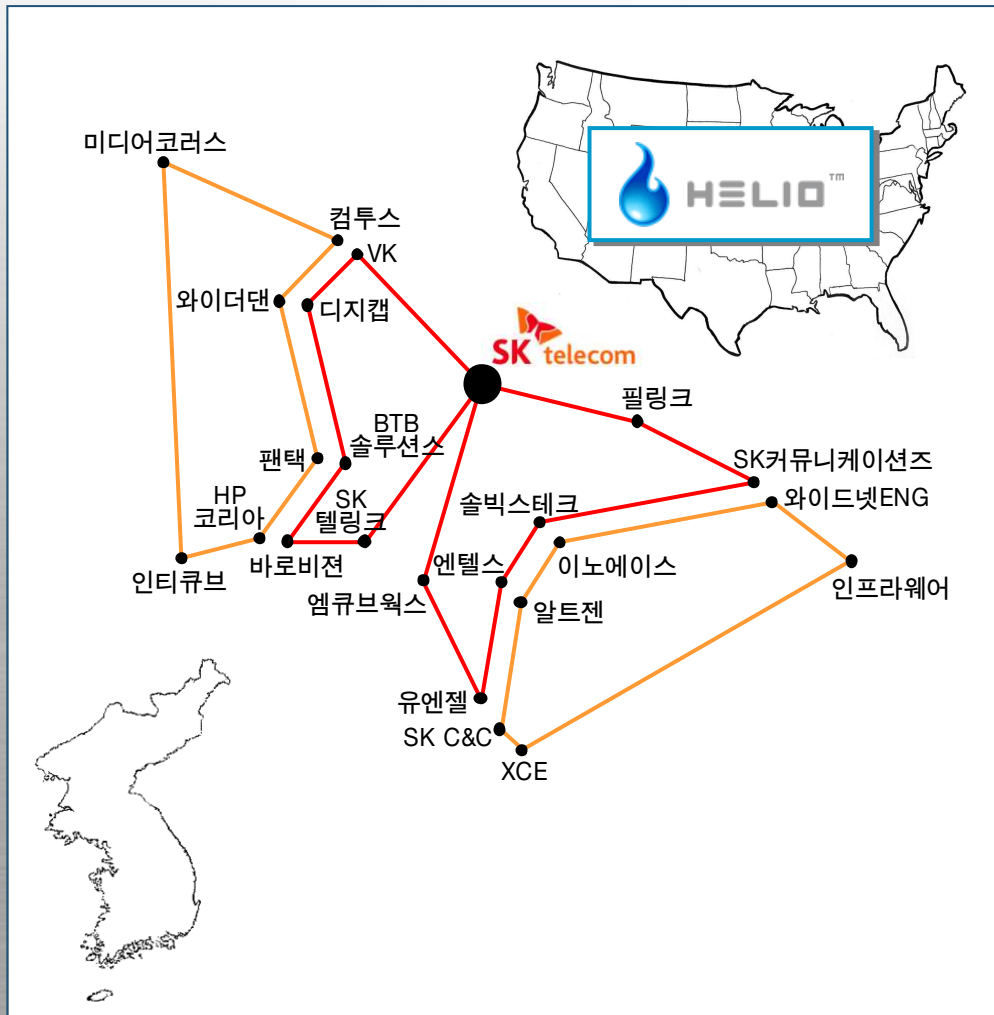
중국 통신시장 개방, 정부 및 사업자 의향 등을 바탕으로 중국 MNO 사업의 진입을 고려해 볼 때, CU와의 사업협력 Window가 열려있는 현 시점을 적극 활용하여 시장 진입 기반을 조성하고자 함



- 통신서비스 사업자의 해외시장 개척으로 IT산업 선순환(Value Chain) 글로벌 확산을 통한 국부 창출**
 - 통신서비스 사업자의 해외진출 → 제조업체 + 콘텐츠·S/W업체 Package 동반 진출로 이어지는 선순환의 글로벌화 및 수출 증대 효과
- 국내 통신산업의 새로운 성장 모멘텀**
 - ‘새롭고 장기적인 수익원 확보 및 재투자’의 선순환 구조 확보로 통신시장 성장 정체 타개



단말기, 플랫폼, 솔루션, S/W 업체 등 국내 23개 중소 IT벤처 기업들과의 미국 시장 동반 진출로 상생협력을 통한 대·중소기업 균형발전 모델을 제시



구분	업체명	사업 내역	
단말기	팬택	HERO 공급	
	VK	Kickflip 공급	
솔루션(서버)	필링크	다운로드 서버 공급	
	엔텔스	과금장치 공급	
	인티큐브	Wap 게이트웨이	
	BTB 솔루션스	MMS	
	바로비전	멀티미디어 제작 Tool	
	솔빅스테크	PIMS 공급	
	엠큐브웍스	VOD 공급	
	HP 코리아	Portal 플랫폼 공급	
	솔루션(단말기)	미디어코러스	MMS mobile client 제공
		디지털캡	DRM 솔루션 제공
XCE		WIPI - JAVA 공급	
인프라웨어		브라우저 공급	
알트젠		HOT 공급	
영어서비스	와이드넷ENG	단말기 IOT 공급	
운영지원	유엔젤	콘텐츠 운영	
관계사	SK C&C	영업 Infra 공급	
	SK Comms	콘텐츠 운영	
	SK 텔링크	국제전화	
	이노에이스	WIPI	
	와이더댄	MOD 운영	
콘텐츠	컴투스	콘텐츠 운영	
계		23개	

From Domestic Telco To the World Leader

Thank You!

www.sktelecom.com