



예측 트렌드 Trend Forecasting

스팟 리포타주 : **Mobile open market** 제3편

글: 이성재

자료 : SKT, KT

Mobile Open Market



— 제3편 —

SKT(SK Telecom), KT

Mobile Open Market

(모바일 오픈 마켓)





< SKT모바일 오픈 마켓 >

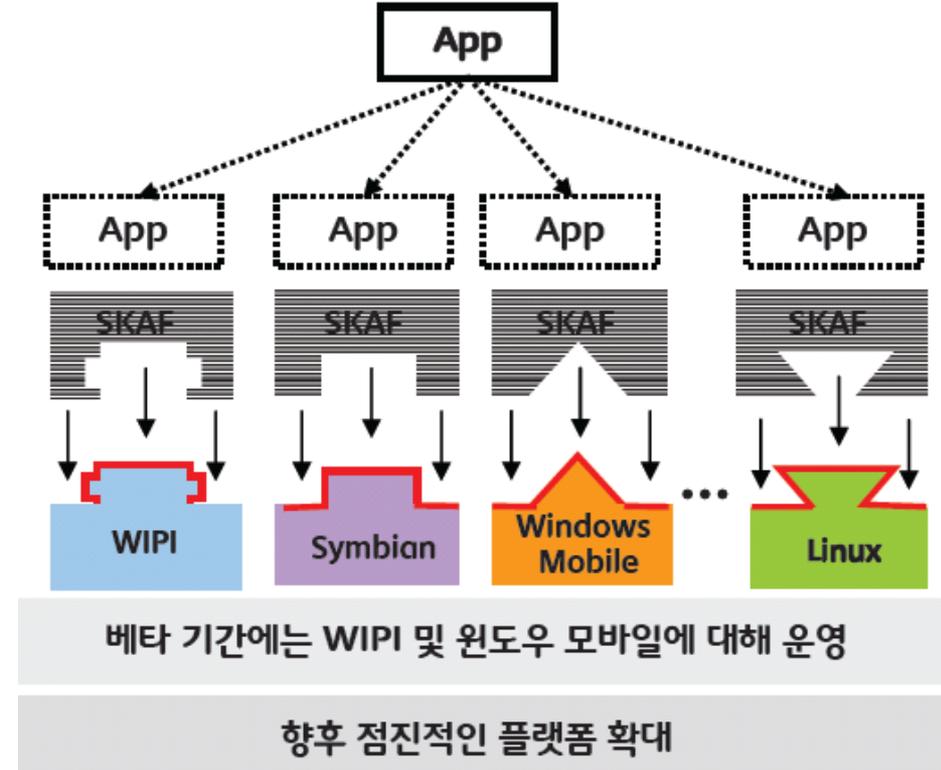


SKT 모바일 오픈 마켓

많은 경쟁업체에서 줄줄이 오픈 마켓 플랫폼을 선보이는 시장 상황에서 SKT도 그 대열에 합류한다. 올해 9월에 서비스를 목표로 추진 중에 있으며, 계약적인 방향을 발표하였다. SKT의 경우는 단일 단말기 제공 업체가 아닌 통신제공업체에 속하기 때문에 제공 하는 모든 단말기에 대하여 호환성을 고려한 오픈 마켓 구축에 중점을 둔다.

SKT의 오픈 마켓 플랫폼 SKAF

SKT에서 개발 중에 있는 SKAF라는 플랫폼은 어떠한 운영 체제에서도 콘텐츠를 구현하는데 들어가는 이중, 삼중의 노력을 절감 시켜주겠다는 취지가 있다. 물론 다른 시각으로 보면 WIPI의 사용의무화 법규가 철폐되면서 자유로운 모바일 운영체제 선택권을 박탈하는 제2의 WIPI가 되지 않을까 하는 우려도 있지만, SKT에서는 SKAF를 선택하는 것은 개발자의 완전 자유이다. 각기 다른 운영체제와, 다양한 모바일에 서비스를 제공 해야 하는 입장인 SKT에서의 SKAF와 같은 운영 체제의 개발은 필수적으로 보이며, 개발자들의 부담을 많이 덜어줄 수 있을 것으로 기대된다.



*설명

WIPI : 국내에서 개발한 모바일OS

Symbian(심비안) : 노키아의 모바일에 탑재 되는 모바일OS

Windows Mobile : MS(마이크로소프트)에서 개발한 모바일 OS

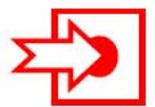
콘텐츠의 다운로드 방법의 다양화

아직까지는 모바일 콘텐츠를 다운로드 받기 위해서는 모바일을 통하여 무선 데이터망에 접속하여야만 한다. 하지만 이번에 개발중인 오픈 마켓에서는 USB연결을 통하여 인터넷에 접속이 되어있는 컴퓨터를 사용하여 콘텐츠를 다운로드 받을 수 있게 함으로써 데이터 접속 요금에 부담을 줄여준다는 것이 SKT의 설명이다.

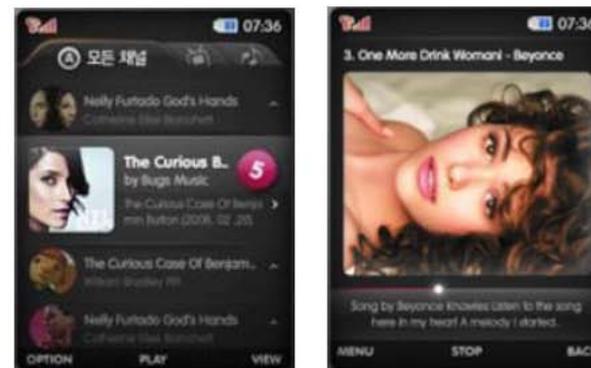
PC Client



- PC Client를 통해 Contents 다운로드 후 쉽고 편리한 PC Sync UI를 통해 단말로 전송하여 이용 (유무선 Seamless 소비)



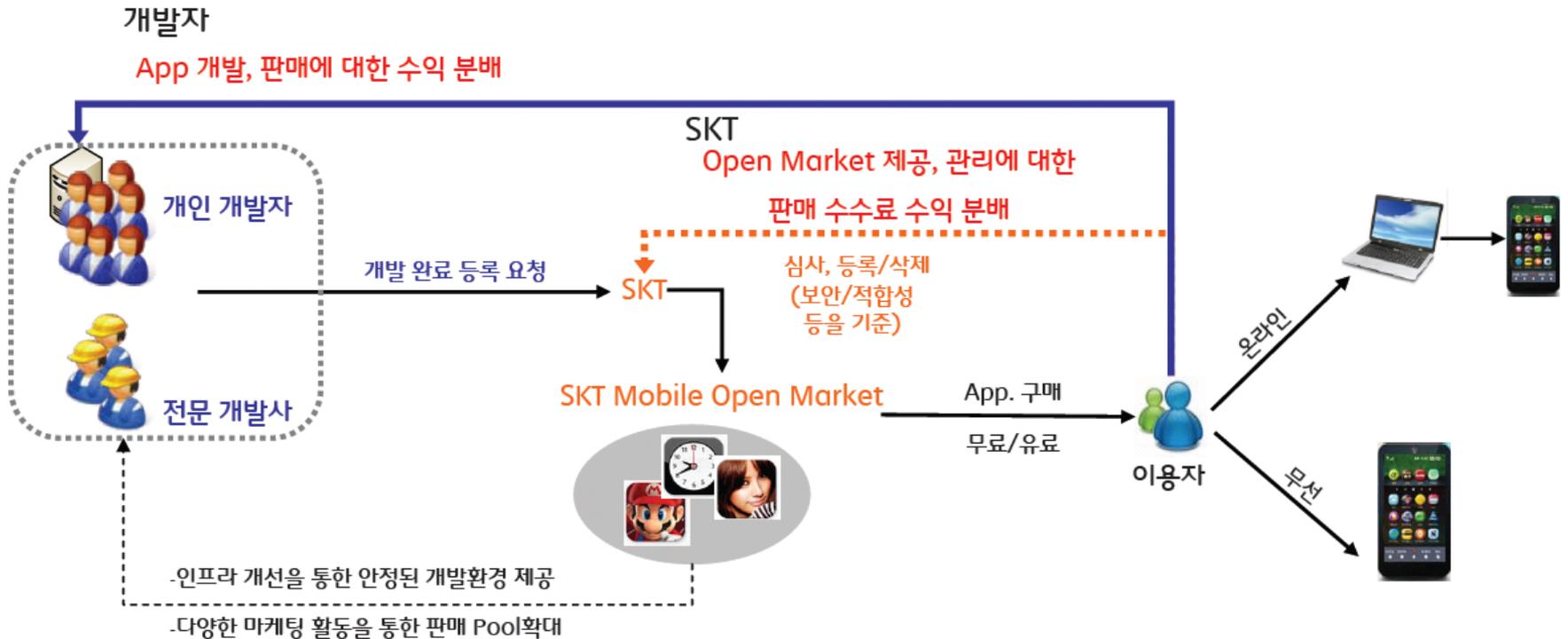
단말 Player



- Take-out & Play (Time-shifting 소비)
- Trendy한 Rich UX 제공으로 콘텐츠 이용의 감성적 Value 제고

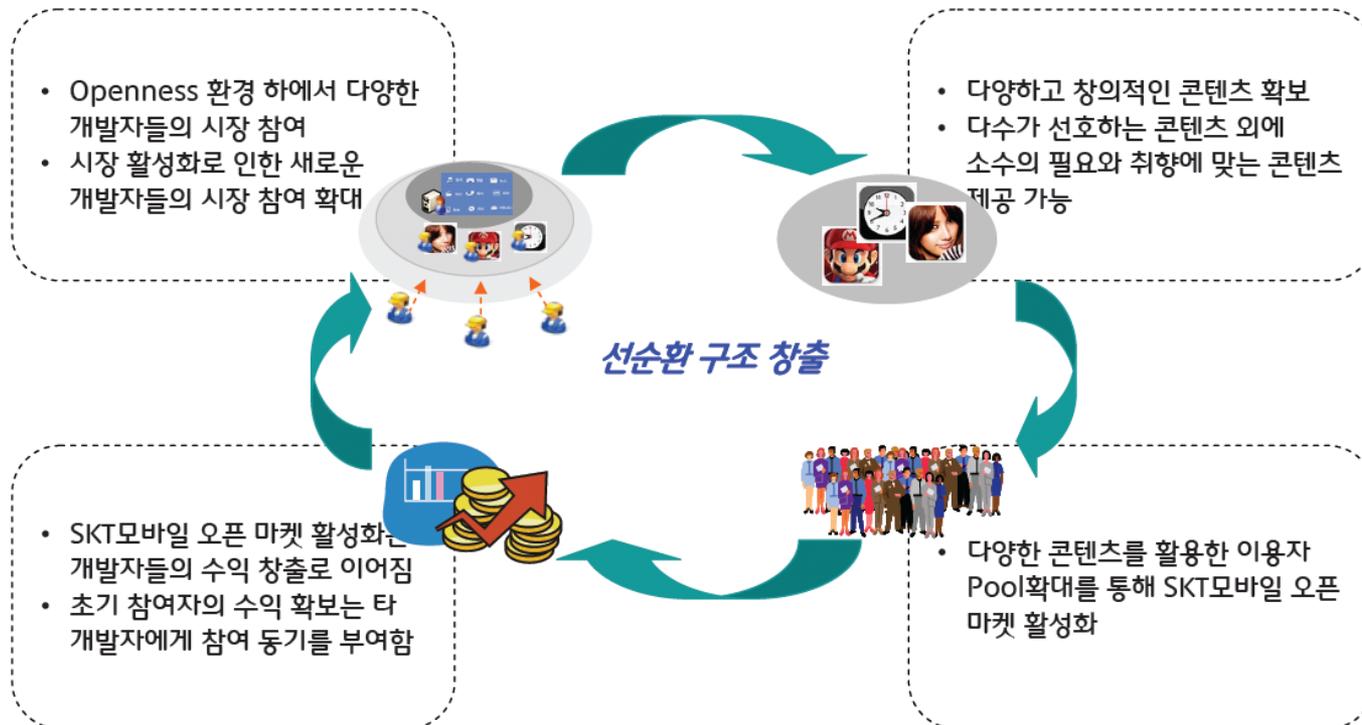
수익분배

여타 오픈 마켓과 마찬가지로 수익 분배율을 개발자의 몫이 크다. 70%의 수익이 개발자에게 돌아간다는 원칙이 암암리에 국제적인 표준 지표로 통하고 있다는 것이 업계의 동향이다. 아직까지는 정확하게 수익금의 30%는 어떻게 분배가 되는지, 사용되는지에 대하여 정책이 결정되지 않았다고 한다. 올해 9월에 베타 서비스를 시작할 시기가 되면 체계가 정해질 것으로 전망된다.



선순환의 에코 시스템

SKT의 오픈 마켓 또한 에코 시스템을 지향한다. 개발자와 소비자, 그리고 플랫폼 제공자간의 선순환 구조를 취함으로써 다양한 콘텐츠를 확보하여 제공한다는 취지이다. 지금까지 상당히 폐쇄적이었던 국내 이동통신 시장에 개방화를 꾀하는 시도는 상당히 긍정적으로 보이고 있으며, 소비자 또한 큰 관심을 보인다. 하지만 상당히 높은 이용료를 갖고 있는 국내 이동통신사의 데이터 요금제가 해결 되지 않는다면 이 모든 노력은 물거품으로 돌아갈 수 있는 잠재적인 위험요소를 지닌다.



Mobile Open Market

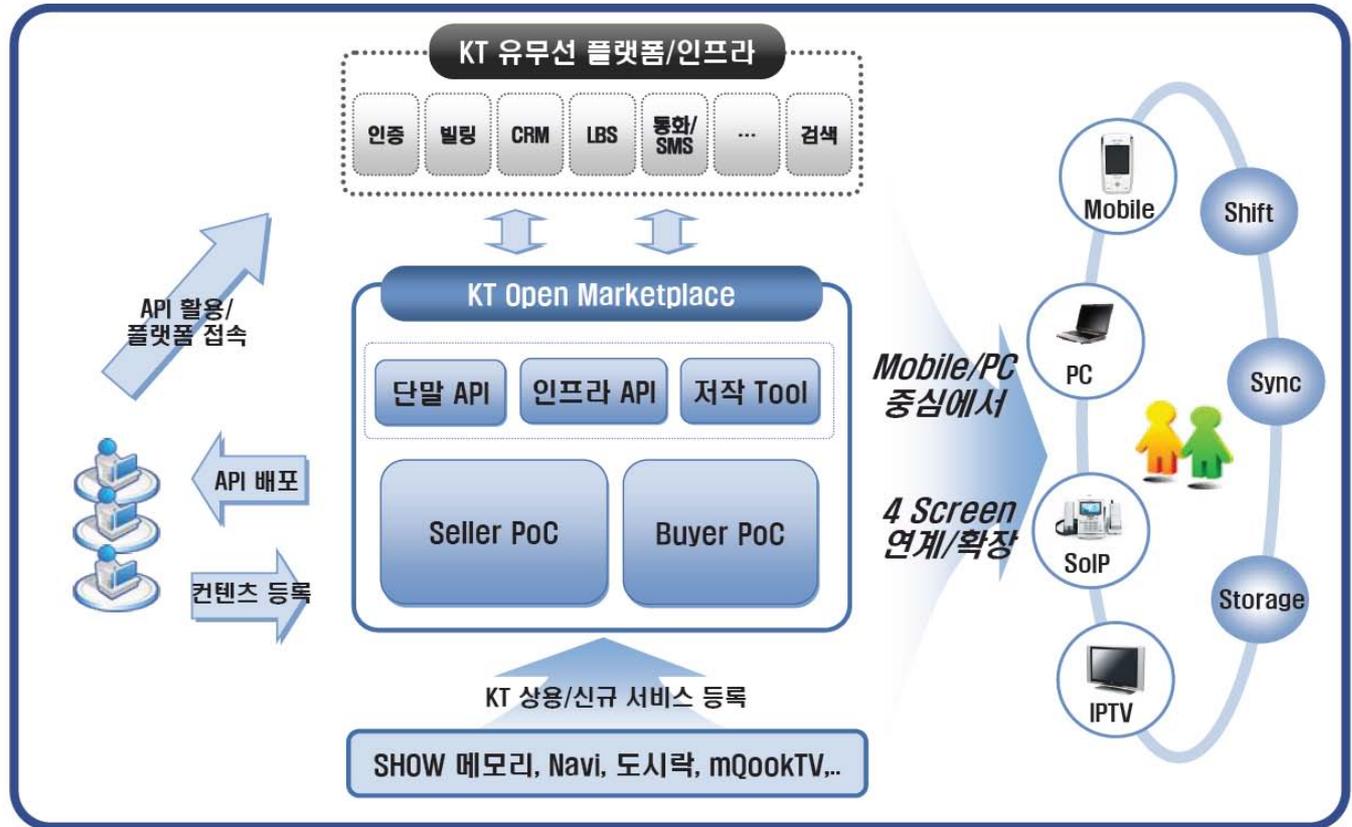
(모바일 오픈 마켓)



KT 오픈마켓 인프라

KT와 KFT가 합병함으로써 유무선 통신시장을 통합하여 점유율을 따지면 KT가 국내 1위의 통신시장 인프라를 구축하고 있다. 더 이상 모바일이 이동통신 시장 내에서만 사용되는 기기가 아니며, 그 영역이 점점 확장되고 있는 추세는 KT에서 힘을 실어줄 수 있는 요소이다. 이미 보유하고 있는 기반을 충실하게 이용하려고 하는 KT의 오픈 마켓 정책이 보이고 있으며, 소비자에게 좀 더 편리하고 나은 서비스를 제공 하겠다는 입장을 밝힌다.

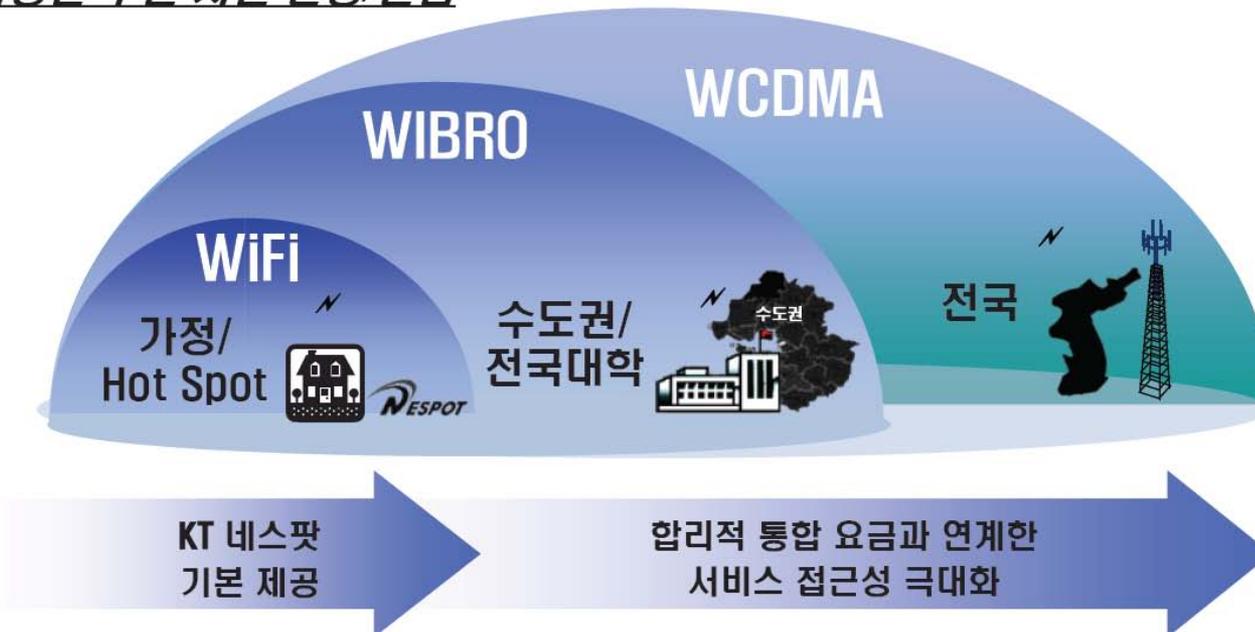
Show, 도시락, Qook 등과 같은 다양한 서비스를 KT에서 보유하고 있으며 여러가지로 나뉘어져 있는 시장을 통합하여 서비스 하려는 플랫폼을 구축한다. 아직까지는 어떠한 서비스를 통하여 소비자에게 어필할 것인지 구체적인 방향이 정해지지 않았지만, 계약적인 청사진은 공개되었다.



KT의 무선 데이터망 인프라

KT는 넷스팟, 와이브로, WCDMA를 보유하고 있음으로 인하여 무선 인터넷 제공 인프라의 구축도가 매우 높다. 모바일이 넷스팟과 같은 AP의 연결을 통한 인터넷 접속이 가능해지면 서비스하기에 가장 유리한 입장을 갖는다. 보유하고 있는 서비스를 이용하게 되면 소비자의 만족도 또한 극대화 시킬 수 있는 장점이 있다. 하지만 고액의 데이터 통신 요금으로 큰 수익을 올리고 있는 이동통신사가 어느 정도까지 개방을 할 지에는 아직까지 구체적인 정책이 확립되지 않았기 때문에 성급하게 결론을 내릴 수 있는 단계는 아니다.

다양한 무선 자원 활용/결합



오픈마켓 활성화 정책

KT 또한 자사의 오픈 마켓을 활성화 시키기 위하여 많은 노력을 기울인다. 정책 설명회, 공모전, 교육 등을 통하여 맞춤형 콘텐츠 개발에 편의성을 꾀하려는 전략이다. **SKT**에 비하여 구축도 및 정책적인 부분이 정해진 부분이 적다. 하지만 오픈 마켓의 성장에 대하여 확신하고 있으며, **KT**만의 플랫폼을 개발중에 있다. 올 9월에 경쟁사에서 서비스를 제공하기 시작하기 때문에 **KT** 또한 늦지 않은 시기에 서비스를 시작할 것으로 예상된다.

