

통신서비스

비중확대 (유지)

김 장 원

02 6915 5661

jwkim@ibks.com

LTE-A에서 광대역LTE로 전선(戰線) 확대

- SK텔레콤과 KT는 광대역LTE 서비스 기반 확보. LGU+는 낮은 가격에 광대역 주파수 확보
- KT가 9월부터 광대역LTE를 서비스하고 SK텔레콤도 준비함으로써 광대역LTE가 주력서비스로 부상
- LTE-A와 광대역LTE를 모두 진행함으로써 망 활용의 극대화 및 고도화로 경쟁력 향상
- 광대역LTE의 경쟁력을 부각시키는 홍보 마케팅 집중. 보조금 중심의 마케팅은 안정세 유지될 전망

주파수 경매 결과

KT는 1.8GHz대역에서 인접대역(D2)을 확보하고, SK텔레콤도 1.8GHz대역에서 35MHz대역(C2)폭을 확보하였다. LGU+는 2.6GHz대역에서 40MHz대역폭(B2)을 확보했다. 이로써 KT는 광대역LTE를 하게 되었고, SK텔레콤도 1.8GHz대역에서 광대역주파수를 확보함으로써 광대역LTE를 할 수 있는 기반을 갖게 되었다. 반면 LGU+는 광대역주파수를 낮은 가격에 낙찰받았다는 점에 의미를 가질 수 있다.

주파수 할당에는 몇 가지 조건이 있다

현재 LTE 서비스는 통신서비스 사업자마다 주파수가 약간씩 다르다. SK텔레콤은 800MHz대역을 주력으로 1.8GHz를 보조망으로 활용하고 있으며, KT는 1.8GHz를 주력으로 900MHz를 보조망으로 활용할 예정이다. LGU+는 800MHz대역을 주력으로 2.1GHz를 보조망으로 활용하고 있다.

이번 주파수 할당에서 몇 개의 조건이 있는데, 그중 1.8GHz대역에서 LTE를 서비스하고 있을 경우 몇 가지 조건이 있다. 첫째, 1.8GHz대역에서 LTE를 서비스하는 사업자가 1.8GHz의 광대역주파수를 낙찰받는 경우 기존 1.8GHz대역의 주파수를 할당받은 날로부터 6개월 이내에 반납해야 한다. 둘째, 1.8GHz대역에서 LTE를 서비스중인 사업자가 1.8GHz대역에서 광대역을 확보할 경우 수도권은 할당 직후부터, 광역시는 2014년 6월부터, 전국서비스는 2014년 12월부터 가능하다. 셋째, 이는 KT에 해당하는 조건으로서 1.8GHz대역 D2블록을 확보한 사업자가 인접대역에서 LTE를 서비스중인 경우 수도권은 할당직후부터, 광역시는 2014년 3월부터, 전국서비스는 7월부터 가능하다는 조건을 부여했다.

광대역 LTE가 주력 서비스로 부상

KT는 숙원사업이었던 광대역LTE를 할 수 있는 토대를 마련함으로써 조만간 광대역LTE를 서비스할 예정이다. 서비스 지역과 일정은 상기 조건에 맞춰 진행할 예정이다. 이미 1.8GHz대역을 LTE 주력 주파수 대역으로 사용하고 있어 차질없이 진행하게 될 전망이다.

광대역이 가능한 주파수를 확보한 SK텔레콤도 광대역LTE 서비스 계획을 구체화했다. 보조망이긴 하지만, 전국 84개 도시를 커버하고 있어 큰 투자 없이 광대역LTE를 서비스할 예정으로 상기 조건대로 지역과 서비스 시기를 맞춰갈 계획이다.

www.ibks.com

본 조사분석자료는 당사 리서치센터에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

이동통신서비스는 LTE-A & 광대역LTE

지금까지 두 서비스는 경쟁이자 대체관계로 봤으나, 결국에는 융합된 서비스로 발전할 가능성이 커졌다. 이미 LTE-A를 상용화한 SK텔레콤도 광대역LTE와 LTE-A의 병행을 언급했고, KT도 광대역LTE뿐만 아니라 LTE-A도 서비스를 계획하고 있다. LGU+도 광대역서비스를 위한 기반을 갖췄기 때문에 통신시장의 마케팅 변화에 따라 개연성이 충분하다. 이로써 통신서비스 3사는 넓은 주파수 대역과 망 활용 기술력을 바탕으로 네트워크의 활용성을 크게 높일 수 있게 되었다.

다양한 상품과 서비스 제공

통신사업자는 고도화된 네트워크를 활용하기 위해 다양한 상품과 서비스를 제공할 것이다. 그렇다고 기본 요금제를 변경할 가능성은 커 보이지 않는다. 그 보다는 다양한 콘텐츠와 요금을 융합한 특화 상품을 제시하여 추가 ARPU를 유도할 것으로 전망한다. SK텔레콤의 경우 스포츠 콘텐츠와 Btv 모바일을 시청할 수 있는 상품을 출시할 계획인데, 스마트폰의 사용 패턴에서 스포츠가 많은 비중을 차지한다는 통계가 있는 점(실제 개인적으로도 그렇다)을 감안할 때 하나의 상품으로서 잘 안착할 수 있을 전망이다. 다만, 기존 포털에서도 프로 야구 등 주요 경기를 보여주는 점을 감안할 때 콘텐츠의 차별화와 부각을 시키는 차별화된 마케팅 포인트가 중요할 것으로 판단된다.

주파수 경매후 변화가 많지만, 마케팅은 안정세 유지 예상

주파수 경매 결과 통신서비스 3사는 모두 실리를 챙겼고, 경쟁력 측면에서도 큰 차이가 없는 것으로 생각한다. 즉 주파수 경매후 소강상태를 보였던 마케팅이 강화될 수도 있지만, 이는 광대역LTE의 홍보를 위한 광고에 집중될 것이고, 우려가 되는 보조금 위주의 마케팅은 큰 변화가 없을 것으로 본다. 각사가 망을 통한 경쟁력에서 큰 차이가 없다고 판단하기에 굳이 가입자 확보를 위한 보조금 중심의 마케팅을 강하게 진행할 필요성을 크게 못 느끼기 때문이다. 더구나 정부가 9월이후 보조금 변화에 주시하는 상황에서 과열을 주도한 사업자로 낙인 찍힐 위험을 감수할 만큼 보조금 효과가 크지 않을 것으로 보기 때문이다.