

넷플 대항, 거대 토종 OTT 나오나 자본력·콘텐츠 격차 여전히 ‘난관’

티빙-웨이브, 합병 초읽기

지상파 3사 합의… KT 동의 관련
양사 모두 적자, 현금규모 아쉬워

넷플릭스-네이버, 멤버십 혜택 확장
사용자층 확대 위한 협력 본격화

넷플릭스를 대항할 국내 거대 온라인 동영상 서비스(OTT)의 탄생이 임박했다. 티빙과 웨이브의 합병을 두고 웨이브의 주요 주주인 지상파 3사가 모두 합의한 것. 다만 양사의 합병이 성사된다해도 넷플릭스를 뛰어넘기란 역부족이라는 우려도 제기된다. 양사 모두 적자인 상황에서 합병을 하더라도 넷플릭스의 현금 규모를 넘어서지 못할 것이라는 분석에서다. 특히 티빙과 웨이브의 합병이 9개월 넘게 지체되는 사이 넷플릭스는 국내 거대 기업 네이버와 손잡고 몸집을 더욱 키우고 있다.

30일 관련 업계에 따르면 웨이브의 주요 주주인 지상파 3사 KBS·MBC·SBS가 최근 티빙과 합병에 대한 합의를 도출했다. 다만 티빙 측 주요 주주인 KT가 아직 합병안에 찬성 의사를 밝히지 않고 있다. 지난 2022년 티빙이 KT의 OTT서비스 시즌을 흡수 합병하면서 KT 자회사 스튜디오지니는 티빙 지분 13.5%를 갖고 있다.

일각에서는 KT가 합병에 찬성 입장을 내지 않고 있는 데는 자사 IPTV(인터넷TV) 사업이 받을 영향을 우려하는 것이 아니라는 분석도 제기되고 있다. 실제 KT의 올해 2·4분기 IPTV 가입자 수는 942만3000명으로 1년 전(947만명)보다 다소 감소했다.

KT가 합병안에 찬성할 경우 티빙과 웨이브는 곧바로 본계약을 체결하게 된다. 본 계약까지 마무리되면 넷플릭스를 대항할 국내 최대 OTT가 탄생하게



되는 셈. 이번 합병은 국내 OTT 시장이 포화상태에 이르자 양사는 돌파구를 마련하기 위해 합병안을 추진하는 것으로 풀이된다. 다만, 업계 일각에서는 합병만으로는 넷플릭스를 뛰어넘기에는 역부족이라는 우려도 나온다. 양사 모두 적자인 상태에서 합병을 하더라도 넷플릭스의 현금 규모를 넘어서지 못한다는 것.

모바일인덱스에 따르면 지난 9월 기준 티빙과 웨이브의 월간 활성 사용자 수(MAU)는 787만명, 427만명이다. 단순 합산으로 두 회사의 이용자 수를 합하면 1214만명으로 넷플릭스(1167만명)를 겨우 넘어서는 상황이다.

특히 티빙과 웨이브는 지난해 각각 1420억원, 791억원의 영업손실을 기록했다. 특히 웨이브는 주요 토종 OTT 가운데 유일하게 전년대비 이용자가 감소했다. 웨이브의 지난 달 이용자 수(MAU)는 432만명으로 역대 최저 수준까지 떨어졌다. 1년 전 500만명을 훌쩍 넘었지만 현재 이용자수는 100만명 가량 빠진 셈이다.

반면 넷플릭스는 양사의 협상이 지체되는 사이 막대한 자본을 기반으로 ‘1위 굳히기’에 돌입했다. 지난해 기준 넷플릭스가 보유한 현금은 9조8200억

원으로 알려졌다.

넷플릭스는 먼저 국내 최대 기업인 네이버와 손잡고 몸집을 확대하고 있다. 다음 달부터 ‘네이버플러스 멤버십’ 회원 대상으로 넷플릭스 이용권을 제공한다는 계획이다. 네이버가 국내 기업 멤버십에 이용권을 제공하는 것은 이번이 처음이다.

이 밖에도 넷플릭스는 국내 OTT 대비 70배 이상의 비용을 콘텐츠 제작에 투자하며 연일 흥행작을 배출하고 있다.

최근 흥행을 거둔 오리지널 예능 콘텐츠 ‘흑백오리사’는 공개되자마자 인기 순위 1위를 차지했으며 글로벌 TOP 10 TV(비영어) 부문에서 1위를 차지했다. 또한 지난 9월 16일부터 22일까지 무려 380만 시청수를 기록한 바 있다.

이에 당장 양사가 합병된다고 해도, 넷플릭스를 뛰어넘기란 쉽지 않을 것이라는 분석이다. 다만, 양사의 합병 시 넷플릭스의 이용자수를 턱밑까지 추격하게 된다는 점에서 규모의 경제를 달성할 수 있다는 시각도 있다.

한편, 티빙과 웨이브의 본 계약까지 마무리되면 합병 법인은 공정거래위원회 기입결합심사 절차를 거쳐 내년 상반기 내로 출범할 것으로 예상된다.

/구남영 기자 koogija_tea@metroseoul.co.kr

경북 문경에 ‘버추얼 스튜디오’ 짓는다

CJ올리브넷, 종합영상 제작단지 구축

CJ올리브네트웍스가 경상북도 문경시에 국내 최대 규모 공공 버추얼 프로덕션 스튜디오를 구축한다고 30일 밝혔다.

앞서 CJ올리브네트웍스는 경북문화재단 콘텐츠진흥원에서 발주한 120억 원 규모의 ‘메타버스 디지털 미디어 혁신허브 구축 사업’을 수주했다. 이에 CJ올리브네트웍스는 경상북도 문경시에 VP 스튜디오를 구축해 종합영상 제작 단지를 구현하기로 했다.

문경 VP 스튜디오는 유희부지인 (구)쌍용양회 문경공장 부지 내에 설립된 문경실내촬영 스튜디오 내에 구축된다. 실내 면적은 1662㎡이다.

CJ올리브네트웍스는 성공적인 VP 스튜디오 구축을 위해 약 5천만 LED 픽셀의 스튜디오 공간을 최적화할 수 있도록 시스템, 인프라를 배치한다. 또 최적의 촬영 환경을 제공하기 위해 LED 월(Wall), 리얼타임(Real time) 3D 엔진 뿐 아니라 제작 편의 시설과 보안 시스템 등 현장이 필요로 하는 사항들을 모두 포함한 토털 솔루션을 제공할 예정이다.

이주영 CJ올리브네트웍스 DX사업 2본부장은 “공공 최대 규모의 문경시 VP 스튜디오에는 다양한 기술들을 접목해 경북지역의 로케이션 촬영 환경 혁신은 물론 미디어 산업의 혁신을 이끌 거점이 될 것이다”라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@

클라우드·물류 사업 덕, 3분기 실적 회복세

삼성SDS, 매출 3.5조·영업익 2528억

삼성SDS가 30일 3분기 매출액 3조 5697억 원, 영업이익 2528억 원의 잠정 실적을 발표했다.

직전 분기 대비 매출은 6.0% 영업이익은 14.4% 증가했다. 지난해 같은 기간과 대비해서는 매출 11.3%, 영업이익 31.0% 증가했다.

이번 3분기는 클라우드 사업과 물류 사업 모두 견조한 성장세를 보이며 실적 개선이 나타났다.

IT서비스 부문 매출액은 지난해 같은 기간에 비해 8% 증가한 1조 6296억 원으로 집계됐다. 특히 클라우드 사업 매출은 지속적인 수요 증가로 전년 동기 대비 35.3% 증가한 6370억 원을 달성했다.

클라우드 사업 중 삼성 클라우드 플랫폼(SCP) 기반 CSP 사업은 고성능 컴퓨팅(HPC), 생성형 AI를 위한 구독형 GPU 서비스(GPUaaS) 확대에 꾸준히 매출이 증가하고 있다.

MSP사업은 기업 고객을 위한 생성형 AI 서비스 플랫폼 구축 사업을 수주하는 성과를 냈다.



삼성 SDS타워의 모습.

/삼성SDS

물류 사업 부문 매출액은 전년 동기 대비 14.2% 증가한 1조 9401억 원으로 집계됐다.

지능형 공급망 관리의 한 축으로 진화하고 있는 디지털 물류 플랫폼 셀로스퀘어(Cello Square)는 전년 동기 대비 112% 증가한 3203억 원의 매출을 기록했고, 가입 고객도 1만 7900개사를 돌파했다.

물류 사업은 해상, 항공, 육상 물류별 전략을 세분화하여 사업을 확대해 나갈 예정이다.

/김서현 기자

SK네트웍스, ‘선웨이’와 AI 중심 협력 강화

글로벌 AI 협력과 동반성장 추진
협업 통한 말레이·제3국 진출 검토

SK네트웍스가 말레이시아의 부동산·건설·의료·호텔 분야 유력 그룹인 선웨이(Sunway)와 손잡고 사업 전반적인 협력 강화에 나선다.

SK네트웍스는 말레이시아 선웨이 그룹과 양사 및 자회사의 AI를 비롯한 다양한 사업 분야에서 공고한 협력 관계 속에 동반성장을 추진키로 했다고 30일 밝혔다.

지난 1974년 설립된 선웨이 그룹은 말레이시아의 20대 그룹 중 하나로 전 세계 50개국에서 13개 부문의 사업을 전개하고 있으며, 시가총액은 10조원을 상회한다. 특히 건설과 부동산 부문의 사업 모델로 명성이 높다.

SK매직이 말레이시아 법인을 통해 현지 사업을 수행하며 선웨이 그룹과 연을 맺었으며, AI 등 관심 사업 및 향후 전략 측면에서 SK네트웍스와 시너지를



지난 22일 열린 업무협약 기념식에서 (왼쪽부터) 최성환 SK네트웍스 사업총괄 사장, 예반치아 선웨이 디지털·전략투자 CEO, 이호정 SK네트웍스 대표이사가 기념사진을 촬영하고 있다.

/SK네트웍스

창출할 수 있는 부분이 많다는 점에 착안해 이번 협력까지 이어지게 됐다.

양사는 한국과 말레이시아에서 AI 영역을 중심으로 협업을 진행하는 것은 물론, 제 3국에 함께 진출하는 방안을 검토할 계획이다. 이를 통해 SK매직이 개발 추진 중인 AI 혁신제품에 대

한 사업 협력이 이뤄지고, 미국 현지의 AI 전문 조직 퍼닉스랩의 기술을 활용해 선웨이 그룹 내 AI 시스템을 구축·개발하는 등 혁신적인 사업모델이 나올 것으로 기대된다.

아울러 말레이시아에 SK네트웍스의 자회사인 SK매직과 선웨이의 합작법인(Joint Venture)을 설립하고, SK네트웍스와 선웨이 간 지분 교환을 실시하는 등 다양한 협업 모델을 검토키로 했다.

SK네트웍스는 이번 양사 간 합의가 실제 성과로 이어지도록 향후 과정을 적극 지원해 보유 사업의 원활한 글로벌 확장 및 협력을 도모하는 동시에, AI 기반 사업 지주회사로서의 가치 향상 노력을 이어갈 계획이다.

SK네트웍스 관계자는 “AI 관련 분야를 핵심으로 선웨이와 구체적인 협업 방안을 도출할 수 있도록 워킹 그룹을 운영하고, 말레이시아 현지 사업 확장을 비롯한 가시적인 시너지를 창출할 것”이라고 말했다. /차현정 기자 hyeon@

한국타이어

고성능 전기 타바스칸
‘아이온 에보 SUV’ 공급

한국타이어앤테크놀로지(이하 한국타이어)가 고성능 전기차 타이어 기술력을 앞세워 폭스바겐그룹의 고성능 브랜드의 신차용 타이어를 공급한다. 한국타이어는 폭스바겐그룹 산하 고성능 차량 브랜드 ‘쿠프라’의 고성능 전기 SUV ‘타바스칸’에 전기차 전용 퍼포먼스 타이어 ‘아이온 에보 SUV(iON evo SUV)’를 신차용 타이어로 공급한다고 30일 밝혔다.

아이온 에보 SUV는 한국타이어와 쿠프라가 긴밀한 협력을 통해 고성능 전기 SUV의 역동적인 퍼포먼스에 최적화된 성능을 발휘하도록 개발됐다. 뛰어난 접지력과 핸들링, 제동력 등 다양한 요소들이 균형 잡힌 성능을 발휘하는 것이 특징이다. /양성운 기자 ysw@

LG전자

AI·HVAC 기술 결합
‘스마트코티지’ 출시

LG전자 인공지능(AI) 가전과 HVAC(냉난방공조) 기술을 집약한 ‘LG 스마트코티지’를 본격 출시했다.

LG전자는 30일 스마트코티지 공식 홈페이지를 오픈하고 도시 근교나 지방에 세컨드 하우스를 계획 중인 일반 고객(B2C)과 기업·단체고객(B2B)에게 본격 판매한다.

스마트코티지 내부에는 오브제컬렉션 위시타워 컴팩트, 식기세척기, 인덕션, 광파오븐, 정수기 등 LG전자의 공간 맞춤형 프리미엄 가전이 설치된다. 스마트 도어락, CCTV, 전동 블라인드 등 다양한 IoT 기기들도 설치돼 LG 씬큐 앱으로 가전 및 IoT 기기들을 통합 관리할 수 있다.

/구남영 기자