

“더 저렴하게”… 챗GPT vs 구글, 가격 낮춰 사용자 잡는다

구글, 저가형 AI 구독 요금제 선포
먼저 출시된 오픈AI 보다 더 저렴
수익 보다 시장 점유율 확대 노력

저가 요금제로 시작된 생성형 AI 경쟁이 글로벌 생태계 선점 싸움으로 변지고 있다.

2일 IT업계에 따르면 구글은 저가형 인공지능 AI 구독 요금제를 전 세계로 확대하며 본격적인 시장 공략에 나서고 있다. 오픈AI를 중심으로 신흥국에서 시작된 생성형 AI 가격 경쟁이 글로벌 전선으로 확산하는 양상이다.

구글은 지난 달 28일 한국을 포함한 35개국에서 ‘AI 플러스’ 요금제를 출시한다고 밝혔다. 기존 AI 요금제가 제공되는 모든 지역에서 이용할 수 있도록 했다. 회사 측은 “합리적인 가격으로 최신 AI 기능을 활용할 수 있도록 접근성을 높였다”고 설명했다.

AI 플러스 요금제는 제미니AI 3프로를 비롯해 영상 생성 도구와 리서치·글쓰기 지원 기능 등을 포함한다. 구글 클



챗GPT와 구글 제미니AI 앱 화면. 생성형 AI 시장을 둘러싼 빅테크 간 경쟁이 저가 구독 요금제를 앞세워 신흥국을 넘어 전 세계로 확대되고 있다. /챗GPT

라우드 200GB 저장공간도 기본 제공되며, 최대 5명까지 가족 공유가 가능하다. 국내 기준 요금은 첫 2개월간 월 5500원, 이후 월 1만1000원이다.

이는 저가형 챗GPT 구독 상품인 ‘챗GPT 고’의 월 8달러(약 1만1000원)와 비교해 초기 이용 비용을 절반 수준으로 낮춘 것이다. 가격 경쟁력을 앞세워 단기 사용자 확보에 나서겠다는 전략으로 풀이된다.

저가형 AI 경쟁의 출발점은 오픈AI였다. 오픈AI는 지난해 8월 인도에서 월 399루피(약 6200원)에 챗GPT 고를 출시했다. 월 20달러 플러스와 월 200달러 프로 중심이던 기존 요금 체계에서 벗어나, 소득 수준이 낮은 신흥 시장을 겨냥한 첫 보급형 상품이었다.

챗GPT 고는 무료 버전 대비 메시지와 이미지 생성, 파일 업로드 한도를 크게 늘렸고 최신 언어모델 GPT-5.2 인

스턴트를 기반으로 설계됐다. 오픈AI는 이를 통해 신흥국에서 유료 사용자 저변을 넓히는 데 성공했다. 실제 인도 등 일부 국가에서는 저가 요금제 출시 이후 유료 가입자가 두 배 이상 증가한 것으로 전해진다.

구글도 곧바로 대응에 나섰다. 지난해 9월 인도네시아에서 AI 플러스를 먼저 선보이며 보급형 요금제 경쟁에 뛰어들었다. 이후 인도와 멕시코, 베트남, 이집트 등으로 서비스 지역을 빠르게 확대했다. 출시 한 달 만에 70여개국에서 저가형 AI 요금제를 제공했다.

양사의 저가 전략은 신흥 시장에서 효과를 입증했다. 오픈AI는 챗GPT 고를 아시아 16개국으로 확장했고, 구글은 동남아와 중남미를 중심으로 서비스 지역을 늘렸다. 일부 국가는 현지 통화 결제를 지원하며 접근성을 높였다.

이 같은 경쟁은 글로벌 시장으로 확대됐다. 오픈AI가 이달 챗GPT 고의 전 세계 출시를 발표하자, 구글 역시 AI 플러스 제공 국가를 전 세계로 확대하며

맞불을 댔다.

업계에서는 가격 경쟁의 본질이 단순 요금 인하가 아니라 생태계 선점 차원이라고 분석한다. 이용자를 빠르게 확보해 자사 AI를 일상 서비스에 고착시키고, 향후 고급 요금제와 연계 수익을 창출하려는 전략이라는 해석이다.

실제 사용자 지표 경쟁도 치열하다. 오픈AI는 챗GPT 주간활성사용자 수가 8억명을 돌파했다고 밝혔다. 반면 구글은 제미니AI를 앞세워 앱 설치 수에서 우위를 점하고 있다. 시밀러웹 집계 따르면 지난해 4분기 제미니AI 앱 신규 설치 건수는 챗GPT의 약 두 배 수준으로 나타났다.

AI 시장이 성장 국면에 접어든 가운데, 빅테크들은 수익성 부담을 감수하면서도 공격적인 행보를 이어가고 있다. 업계 한 관계자는 “지금은 비용보다 시장 점유율을 먼저 확보해야 하는 시기”라며 “AI 경쟁은 결국 누가 더 많은 사용자를 자사 생태계에 묶어두느냐의 싸움이 될 것”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

정재현 “고객 신뢰 회복에 현장 역할 중요”

(SKT CEO)

광주·대전 등 4개 지역본부 방문
현장 의견 듣고 애로사항 살피

SK텔레콤은 지난 1월 29일부터 30일까지 지역본부를 대상으로 현장경영(MBWA)을 진행했다고 2일 밝혔다.

이번 현장경영에서 정재현 CEO는 광주, 대전, 대구, 부산 등 4개 지역본부를 방문해 임원·팀장 미팅과 구성원 간담회를 진행하고, 안전·환경 점검을 병행했다. 현장의 의견을 직접 듣고, 각 지역본부 구성원들의 업무 여건과 애로사항을 살피는 데 초점을 맞췄다.

정재현 CEO는 현장 방문을 통해 품질과 보안, 안전 등 기본과 원칙의 중요성을 강조하며, 고객 신뢰 회복을 위해 현장의 역할이 중요하다는 메시지를 전달했다. 또한 최전선에서 근무하는 구성원들의 노력이 회사 경쟁력의 기반이 된다고 언급했다.



정재현 SK텔레콤 CEO(가운데)가 대전 둔산사옥 구성원들과 인사하고 있다. /SKT

대전 지역 방문 일정 중에는 유동망인 PS&M 둔산본점을 찾아 대리점 직원들과 인사를 나누고, 실제 고객 응대현장을 둘러봤다. 이 자리에서는 고객과 회사를 연결하는 현장의 역할과 책임에 대해 의견을 나눴다.

각 지역본부에서는 CEO와 구성원이 자유롭게 현안과 개선 과제에 대해 대화

하는 시간도 마련됐다. 통신 설비와 데이터센터, 전송장비실 등 주요 시설에 대한 안전·환경 점검도 함께 이뤄졌다.

정 CEO는 작업 과정에서 발생할 수 있는 위험 요소를 줄이고, 기본적인 운영 원칙을 지키는 것이 장기적으로 고객 신뢰를 높이는 출발점이라고 강조했다.

/김서현 기자 seoh@

네이버, 카페 수익화 지원… 커뮤니티 강화

활동지표 기반 보상체계 단계적 적용

네이버가 카페 창작자와 운영자를 위한 수익과 지원을 확대하며 커뮤니티 중심 플랫폼 전략에 속도를 낸다. 검색과 쇼핑에 집중됐던 기존 성장 구조에서 벗어나 이용자 체류 시간을 늘릴 수 있는 커뮤니티 경쟁력을 강화하겠다는 전략이다.

2일 네이버는 최근 카페 운영자가 콘텐츠와 멤버십을 기반으로 수익을 창출할 수 있도록 지원 범위를 넓혔다. 유료 멤버십과 후원 기능을 비롯해 카페 내 활동 지표를 기반으로 한 보상 체계가 단계적으로 적용된다. 단순 정보 공유

공간을 넘어 창작과 소비가 이뤄지는 커뮤니티로 전환하겠다는 구상이다.

특히 네이버는 카페를 단순 게시판이 아닌 창작자와 팬이 장기적으로 관계를 형성하는 공간으로 정의하고 있다. 이를 위해 검색 노출 강화와 추천 알고리즘 고도화, 모바일 환경 최적화 등 트랙픽 유입 구조도 함께 손보고 있다.

업계에서는 네이버의 이번 행보가 크리에이터 경제 확장과 맞물려 있다는 분석이 나온다. 블로그와 포스트, 숏폼에 이어 카페까지 수익화 영역에 포함시키며 창작자 생태계를 플랫폼 내부로 끌어들이려는 시도라는 평가다.

/최빛나 기자

AI로 송금·택시 호출 ‘카카오 톨즈’ 고도화

카카오가 카카오톡 안에서 ‘챗GPT’를 활용해 송금과 택시 호출까지 가능한 통합형 도구를 선보이며 ‘카카오 톨즈’ 전략을 고도화하고 있다. 대화형 인터페이스를 중심으로 생활 전반을 아우르는 슈퍼앱 전략을 강화하는 행보다.

카카오는 2일 카카오톡 내 챗GPT 연동 기능을 통해 이용자가 별도의 앱 전환 없이 송금이나 모빌리티 호출 등 주요 기능을 실행할 수 있도록 구조를 확장했다. 자연어 입력만으로 서비스 실행이 가능해지면서 사용 편의성이 크게 높아졌다는 평가다.

/최빛나 기자

KT SAT, 美 아르테미스 연계 사업 참여

우주 데이터 확보 예정

KT SAT(셋)이 미국 항공우주국(NASA)의 유인 달 탐사 프로젝트인 ‘아르테미스 2호’에 함께 실려 발사되는 ‘K-(라드큐브)RadCube’ 사업에 참여한다고 2일 밝혔다.

아르테미스 2호는 4명의 우주비행사가 탑승한 오리온 우주선이 달 주변을 비행한 뒤 지구로 귀환하는 임무다. 한국은 국제 파트너 국가로 참여해 큐브 위성 ‘K-(라드큐브)’을 탑재 및 발사하여, 고지구궤도 환경에서 우주 데이터를 수집하는 과학 임무를 수행한다.

K-(라드큐브)는 국내 개발 위성 가운데 최초로 밴앨런대를 통과해 방사선을 직접 측정하고, 방사선이 우주인과 우주용 반도체 소자·부품에 미치는 영향을 분석하기 위한 기초 데이터를 확보

할 예정이다. 수집 데이터는 우주 방사선 환경 예측과 우주용 부품 설계 신뢰성 평가에 활용될 전망이다.

KT SAT은 위성 관제와 지상국 운영을 아우르는 통합 관제 및 운영을 맡는다. 텔레메트리 송수신, 위성 상태 모니터링, 자체 개발 소프트웨어 기반 과학 데이터 수집 등 운용 전 과정에 참여해 우주 데이터를 안정적으로 확보하는 역할이다.

K-(라드큐브) 사업은 대한민국이 우주탐사 분야의 원천 기술력을 확보하기 위한 도전적인 프로젝트로 발사 조건과 위성 상태, 우주 환경 등 다양한 요인에 따라 성패가 좌우될 만큼 난이도가 높은 미션이다. 이에 KT SAT은 우주환경에서 발생할 수 있는 불확실성을 최소화하고 미션의 성공률을 높이기 위해 엔드-투-엔드 통합 운용 체계를 구축했다.

/김보민 기자 kbm@

AI 풀스택, 민관 손잡고 사우디 진출

과기부-인공지능·SW산업협회

과학기술정보통신부와 한국인공지능·소프트웨어산업협회는 이달 1일 사우디아라비아 담맘에 위치한 아람코 디지털 본사에서 국내 인공지능(AI) 기업 7개사와 아람코 디지털 간 ‘AI 풀스택 협력 양해각서(MOU)’를 체결했다고 2일 밝혔다.

아람코 디지털은 사우디 아람코의 산업 인프라와 공급망에 디지털 기술을 접목하는 전담 법인으로, 에너지와 제조 등 산업 전반의 디지털 전환을 추진하고 있다. 이번 협약을 통해 사우디 현지 산업 현장에서의 AI 도입·활용 과정에 참여할 수 있는 협력 기반이 마련됐다.

이번 MOU에는 AI 반도체, 산업 특



1일(현지시간) 사우디 아람코 디지털 본사에서 열린 ‘AI 풀스택 협력’ MOU 체결식. 류제명 과학기술정보통신부 제2차관(뒷줄 왼쪽), 조준희 한국인공지능소프트웨어산업협회장(앞줄 왼쪽), 모하메드 마크툼 디지털 서비스부문 사장. /과기정통부

화 인공지능 모델, 대규모언어모델(LLM) 운영 및 서비스 관리, 클라우드·AI 인프라 구축 등 분야의 국내 기업들이 참여했다.

/김서현 기자