

선택과 집중 통했다… 통신3사, AIDC 매출 2조 눈앞

〈인공지능 데이터센터〉

새 수익 모델 삼고 작년 4조 투입
SKT, 2030년 매출 1조시대 목표
KT, 센터 용량 500MW 이상 확대
LGU+, 초거대 AIDC 구축 나서

국내 이동통신 3사가 본업인 통신 시장의 정세 속에서도 인공지능 데이터센터(AIDC)를 필두로 한 신사업에서 괄목할 성과를 거두는 데 성공했다. 통신업체들의 2025년 연간 실적 분석 결과, SK텔레콤과 KT LG유플러스가 AI 및 데이터센터 사업을 통해 벌어들인 매출 합계가 약 1조9000억 원에 달하는 것으로 집계됐다.

12일 〈메트로경제 신문〉 취재를 종합해보면, 지난해 통신 3사의 AIDC 연간 합산 매출은 1조9394억원이다. 이는 전년(1조5250억원) 대비 27.2% 증가한 규모다. 유무선 통신 본업이 3%대 성장률을 기록한 것과 매우 대조적이다.

AIDC는 일반 데이터센터와 달리 생성형 AI의 방대한 데이터 학습과 추론을 위해 고성능 그래픽처리장치(GPU) 중심의 연산 자원을 제공하는 특수 인



통신 3사가 2025년 AIDC(AI Data Center) 사업을 통해 1.9조 원을 벌어들였다.
/ChatGPT로 생성한 이미지

프라다. 통신업계는 AIDC 사업을 차세대 미래 성장 동력으로 두고 큰 규모의 투자를 단행하고 있다.

각 사별 실적을 살펴보면 SK텔레콤은 AIDC 매출 5199억 원을 기록하며 전년 대비 34.9%라는 높은 성장률을 보였다. 가산과 양주 데이터센터의 가동률 상승과 판교 데이터센터 인수 효과가 실적을 견인했다. LG유플러스 역시 설계·구축·운영(DBO) 사업 진출과 코

로케이션 서비스 확대를 통해 4220억 원의 매출을 올리며 18.4% 성장했다. 공식 수치를 분리 공개하지 않은 KT의 경우, 자회사 KT클라우드가 전년 대비 27.4% 성장한 9975억 원의 매출을 기록한 점을 고려하면 AIDC 부문에서만 약 8500억~9000억 원 수준의 매출을 거둔 것으로 업계는 추산하고 있다.

이러한 성과는 통신업체들이 단순한 네트워크 기업에서 AI 인프라 사업자

로 거듭나기 위해 단행한 과감한 투자 덕분이다. 통신 3사는 지난해 총 6조 4000억 원의 설비투자 중 약 60%에 달하는 4조 원을 AIDC에 집중 투입했다. 기지국 등 통신망 투자가 유지보수 성격의 비용 지출에 가까웠다면 AIDC는 구축 후 1~2년 내에 투자액의 25~30%를 매출로 회수하는 강력한 현금 창출 능력을 증명했다. 서버 랙 임대료 외에도 GPU 연산 자원 제공 전력 및 냉각 솔루션 등 부가 서비스가 새로운 수익 모델로 안착했다는 평가다.

향후 투자 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다. SK텔레콤은 향후 5년간 AIDC에만 3조4000억 원을 투자해 2030년 매출 1조 원 시대를 열겠다는 포부다. LG유플러스는 과주에 단일 센터 기준 수조 원 규모의 투자가 예상되는 초거대 AIDC 구축을 공식화했으며 KT는 마이크로소프트(MS)와의 협력을 바탕으로 2030년까지 데이터센터 용량을 500MW 이상으로 확대할 계획이다.

업계 관계자들은 생성형 AI 확산에 따른 컴퓨팅 수요 폭증이 통신사의 데이터 주권 확보 및 인프라 가치를 높였

다고 입을 모은다.

다만 고성능 GPU 확보 경쟁과 막대한 전력 공급 문제는 여전한 숙제다. 통신 3사가 확보한 인프라가 단순 설비 임대를 넘어 실제 기업 고객들의 AI 전환(AI) 수요를 얼마나 빠르고 안정적으로 흡수하느냐가 향후 ‘AI 대전’의 승패를 가를 핵심 지표가 될 전망이다.

통신업계의 한 관계자는 “기존 데이터센터가 단순한 부동산 임대업에 가까웠다면, AIDC는 GPU 자원과 고효율 냉각 기술이 결합된 고부가가치 솔루션 사업”이라며 “통신 시장의 성장 정체를 돌파하기 위해 인프라 사업자로서의 정체성을 강화하는 흐름은 더욱 가속화될 것”이라고 말했다.

한편, 전세계 AIDC 시장은 2025년 2364억4000만 달러에서 20230년 9337억6000만 달러에 이르며 연평균(CAGR) 31.6% 성장할 전망이다. AI 워크로드 수요 증가와 하이퍼스케일 투자 확대, 클라우드 컴퓨팅의 빠른 도입, 에너지 효율적인 고성능 인프라에 대한 필요성이 강력한 성장 견인 역할을 할 예정이다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

‘국가대표 AI’, 마지막 주인공 뽑는다

선정되면 엔비디아 B200 768장 지원
평가위 기준 과반 미달시 선발 안할 듯

대기업이 비운 ‘국가대표 AI’의 마지막 한 자리를 두고, 스타트업들이 막판 승부에 나섰다.

12일 오후 4시 과기정통부가 추진하는 ‘독자 AI 파운데이션 모델(독파모)’ 프로젝트의 마지막 한 자리를 채우기 위한 추가 공모가 마감됐다. 이번 공모는 지난 1차 평가에서 LG AI연구원, SK텔레콤, 업스테이지 등 3개 팀만이 선발되며 발생한 공석을 메우기 위한 조치다.

현재까지 공식적으로 참여의사를 밝힌 곳은 모티프테크놀로지스와 트릴리온랩스 두 곳으로, 모두 AI 스타트업들

이다. AI 인프라 솔루션 기업 모레의 자회사인 모티프테크놀로지스는 독자적인 ‘그룹별 차등 어텐션(GDA)’ 기술과 LLM·LMM 개발 경험을 강점으로 내세우고 있다.

트릴리온랩스는 설립 1년 만에 700억 개 파라미터 규모의 모델을 자체 기술로 개발해 오픈소스로 공개한 이력을 앞세워 기존 선발 기업에 뒤처지지 않는 기술력을 자신하고 있다.

정부의 선정 기준은 1차 때보다 한층 엄격해졌다. 이미 선발된 3개 팀과 유의미한 경쟁이 가능해야 하며, 글로벌 벤치마크 성과와 사전학습 과정 등 실질적인 개발 역량을 입증해야 한다.

전문가 평가위원 과반의 인정을 받지 못할 경우 아예 추가 선발을 하지 않을

가능성도 열려 있다. 선정 시 엔비디아의 최신 GPU인 B200 768장을 지원받게 되는데, 이는 1차 선발팀이 초기에 지원받았던 규모보다 크다.

과기정통부는 추가선발팀이 기존 팀들과 공정한 조건에서 경쟁할 수 있도록 개발 기간을 별도로 보장할 계획이다. 기존 팀들이 6월까지 모델 개발을 마친다면, 추가 팀은 7월까지 시간을 갖게 된다. 이후 8월에 합동 2차 단계 평가를 통해 최종 승자를 가린다.

류제명과학기술정보통신부제2차관은 “독자 파운데이션 모델 프로젝트는 최종 승자를 가리는 자리가 아니라 경쟁 과정에서 작·간접적인 정부 지원을 통해 기술력을 글로벌 수준으로 끌어올리는 ‘과정’”이라고 밝혔다. /김서현 기자

구글, 카카오와 안드로이드 XR 생태계 확대

전략적 협력… 모바일 경험 고도화

구글이 차세대 인공지능(AI) 기술을 앞세워 안드로이드 생태계 사용자 경험 혁신에 나선다. 이를 위해 카카오와 전략적 협력 관계를 공식화했다.

12일 IT업계에 따르면 양사는 이번 파트너십을 통해 ▲안드로이드 XR(확장현실) 기반의 AI 글래스 ▲최신 AI 기술이 접목된 안드로이드 모바일 경험 고도화에 협력하기로 합의했다. 특히 차세대 폼팩터에 최적화된 인터페이스 설계와 온디바이스 AI 최적화가 핵심 축이다.

카카오는 안드로이드 XR 기반 AI 글래스에 맞춘 사용자 인터페이스 구축에 집중한다. 메시징·통화 등 실생활 밀착형 시나리오에서 자연어 기반 상호작용과 핸드프리 방식을 구현해 직관적인 사용 경험을 제공할 계획이다.

이는 스마트폰 중심 사용 패턴을 넘어, 웨어러블·글래스 환경에서도 자연스럽게 AI와 소통하는 구조를 만드는

데 방점이 찍힌다.

모바일 영역에서는 온디바이스 AI 서비스 최적화 작업이 진행된다. 그 시작점이 ‘카나나 인(in) 카카오톡’이다.

이 서비스는 카카오가 자체 개발한 경량 AI 모델을 기반으로 한다. 디바이스 내부에서 대화 맥락을 이해해 일정 브리핑, 정보 안내, 장소·상품 추천 등을 제안한다. 사용자가 요청하기 전, 도움이 필요한 순간을 포착해 먼저 말을 거는 것이 특징이다.

해당 서비스는 지난해 10월부터 베타 테스트를 진행 중이며, 올해 1분기 중 안드로이드 버전을 포함해 정식 출시할 예정이다.

캐런 티오 구글 아시아태평양 플랫폼·디바이스 파트너십 부사장은 “이번 협력은 구글의 최신 AI 기술과 한국 소비자에 대한 카카오의 혁신 역량을 결합하는 계기”라며 “모든 한국 사용자에게 실질적으로 유용한 AI 기술을 제공하는 것이 목표”라고 밝혔다.

/최빛나 기자 vitna@

SKT “출국 전 폰 보안점검 받으세요”

‘디지털 안심 캠페인’ 운영
타 통신사 고객 이용 가능

SK텔레콤은 설 연휴를 맞아 해외여행을 떠나는 고객을 대상으로 12일부터 3일간 인천국제공항에서 ‘디지털 안심 캠페인’을 진행한다고 밝혔다.

이번 캠페인은 인천국제공항 제1·2터미널 내 로밍센터에서 12일부터 14일까지 출국을 앞두고 로밍 서비스를 신청하는 고객을 대상으로 운영된다. SK텔레콤은 이 기간 동안 ‘스마트폰 건강검진’을 제공해 스마트폰 보안 상태 점검을 지원할 예정이다.

보안 점검을 희망하는 고객에게는 스팸 번호 차단 방법, 미검증 앱 확인 및 관리 방법 등을 안내한다. 해당 상담은



SK텔레콤 고객뿐 아니라 타 통신사 이용자도 받을 수 있다.

이번 캠페인은 스마트폰 사용이 상대적으로 익숙하지 않은 고령층 고객의 보안을 중점적으로 고려해 기획됐다. 고객이 인지하기 어려운 스마트폰 보안 설정이나 앱 관리 방법을 설명하고, 동의할 경우 직접 설정을 돕는다. /김서현 기자

컴투스 ‘도원암귀’ TF 가동

컴투스가 조직 운영 방식을 프로젝트 중심으로 바꾸며 차기작 성과에 승부를 건다. 12일 컴투스는 ‘도원암귀’ 프로젝트 추진을 위해 전사 TF를 가동하고, 개발과 사업, 마케팅 간 벽을 낮춘 ‘원팀’ 체계를 구성했다.

TF는 사업 총괄을 맡는 김종창 컴투스 전무가 이끈다. 김 전무는 게임 업계 주요 회사에서 개발과 사업 경험을 쌓았고 2023년 12월 컴투스에 합류한 것으로 전해졌다.

이번 TF 체계는 신작 추진 과정에서 부서별 의사결정 지연을 줄이고, 출시 준비와 글로벌 사업 전략을 동시에 끌고 가기 위한 목적이 크다.

/최빛나 기자

LGU+, 보이스피싱 대응 특별 대책 가동

악성 앱 설치되면 카톡 알림톡 발송

LG유플러스가 설 명절을 앞두고 보이스피싱과 스미싱 시도가 늘어나는 것에 대비해 ‘고객 보호 특별 대책’을 마련하고 긴급 대응 체계에 돌입했다고 12일 밝혔다.

경찰청 자료에 따르면 최근 설·추석 등 명절 연휴가 포함된 달에는 보이스피싱 범죄가 크게 증가하는 것으로 나타났다. 지난해 전체 보이스피싱 범죄 건수는 전년 대비 12.1% 증가했으나,

같은 기간 명절이 포함된 달의 범죄 건수는 32.5% 늘었다.

연휴 기간에도 자체 분석을 통해 악성 앱 설치가 확인되면 카카오톡 알림톡을 발송해 고객에게 위험 상황을 안내한다. 고객은 인근 경찰서나 LG유플러스 매장을 방문해 필요한 조치를 받을 수 있다. 이와 함께 명절에 빈번히 발생하는 스팸 문자 유형을 AI에 학습시켜 차단을 강화하고, 고객은 ‘U+스팸 차단’ 앱을 통해 스팸 의심 문자를 자동으로 차단할 수 있다. /김서현 기자