

‘2조 규모’ 국가 GPU 사업… ‘네이버 vs KT’ 인프라 경쟁 압축

5곳 참가… 실제 경쟁은 ‘2과전’
네이버클라우드, 안정적 운영 역량
KT클라우드, 인프라·역량 결합 강점
엔비디아 GPU 확보 일정·비용 ‘변수’

2조원 규모의 국가 GPU 사업이 네이버와 KT 중심 구도로 압축되며 인프라 경쟁이 본격 전개되고 있다.

14일 과학기술정보통신부와 IT업계에 따르면 지난 13일 마감된 GPU 확보·구축·운영지원 사업 공모에 네이버클라우드와 KT클라우드, 삼성SDS, 쿠팡, 엘리스그룹 등 5개 사업자가 참여했다.

이번 사업은 총 2조800억원 규모로 최신 GPU를 대규모로 확보해 데이터센터에 구축하고 산학연에 공급하는 국가 AI 인프라 프로젝트다. 정부는 지난해 1조4000억원 규모 1차 사업에 이어 추가 투자를 통해 ‘AI 고속도로’ 구축에 속도를 내고 있다.

◆ ‘네이버 vs KT’ 중심 구도…실질 경쟁 압축

이번 공모는 겉으로는 5과전이지만



과학기술정보통신부 전경. /과기부

실제 경쟁 구도는 네이버클라우드와 KT클라우드 중심으로 압축됐다는 평가가 나온다.

네이버클라우드의 지난해 사업 수행 경험과 GPU 클러스터 운영 역량을 확보한 상태다. 데이터센터 확장과 복수 거점 전략을 기반으로 안정적인 운영 역량을 갖췄다는 평가다.

KT클라우드의 최근 조직 개편 이후

공공·AI 인프라 사업 확대에 속도를 내며 이번 사업을 반전 계기로 삼고 있다. 통신 기반 인프라와 데이터센터 운영 역량을 결합한 구조를 강점으로 내세운다.

업계에서는 대규모 GPU 운영 경험과 데이터센터 확장 속도를 동시에 갖춘 사업자가 제한적이라는 점에서 경쟁 구도가 자연스럽게 압축됐다는 분석이 나온다.

한 IT 업계 관계자는 “GPU를 확보하

는 것보다 이를 안정적으로 운영할 수 있는 데이터센터 역량이 핵심”이라며 “결국 네이버와 KT처럼 이미 대규모 인프라를 갖춘 사업자 중심으로 경쟁이 좁혀질 수밖에 없다”고 말했다.

◆ 승부는 ‘데이터센터’…GPU보다 인프라

이번 사업은 단순 GPU 확보 경쟁이 아니라 데이터센터 인프라 경쟁으로 성격이 바뀌었다.

정부는 GPU 조달 능력뿐 아니라 ▲상면 확보 ▲전력 ▲냉각 ▲네트워크 ▲클러스터링 기술까지 동시에 요구하고 있다.

특히 최신 GPU는 수냉 기반 설비와 고하중 구조를 요구하고 있어 기존 IDC로는 대응이 어렵다. 이에 따라 이미 인프라를 확보한 사업자에 유리한 구조가 형성됐다. 사실상 데이터센터를 확보한 기업만 참여할 수 있는 사업 구조라는 평가도 나온다.

이번 공모에서는 메가존클라우드와 베스핀글로벌 등 MSP가 참여하지 않았다. GPU 자산을 직접 보유하지 않는 구

조에서는 수익성이 제한적이기 때문이다. 이에 따라 사업은 네이버와 KT 등 CSP 중심 구조로 재편되는 흐름을 보이고 있다.

◆ 변수는 ‘GPU 수급’…환율·공급망 리스크

업계에서는 엔비디아 GPU 확보 일정과 비용을 핵심 변수로 보고 있다.

글로벌 공급망 불안과 환율 상승 영향으로 확보 물량이 줄어들 가능성도 제기된다. GPU 확보 경쟁이 곧 사업 성패로 이어질 수 있다는 분석이다.

과기정통부는 서류 검토와 발표 평가, 데이터센터 현장 실사를 거쳐 5월 중 최종 사업자를 선정할 계획이다. 선정 이후 연내 구축과 서비스 개시를 목표로 한다.

업계 관계자는 “이번 사업은 장비 확보보다 데이터센터 인프라와 운영 역량이 핵심”이라며 “결국 네이버와 KT 중심 경쟁 구도로 재편될 가능성이 크다”고 말했다.

/최빛나 기자

vitna@metroseoul.co.kr



metro

네카오, 광고 비수기에도 ‘최대 실적’ 전망

네이버, 1분기 매출 3.1조 예상
핵심 ‘커머스’… 반사수혜 등 영향도

카카오, 매출 2조·영업익 1753억
온디바이스 AI ‘카나나’ 전략 주목

네이버와 카카오가 광고 비수기인 1분기에도 나란히 최대 실적을 기록할 것으로 전망된다. 커머스와 인공지능(AI) 전략이 본격적으로 실적에 반영되는 흐름이다.

14일 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 네이버의 올해 1분기 매출은 3조1510억원, 영업이익은 5647억원으로 예상된다. 전년 대비 각각 약 13%, 12% 증가한 수치로, 1분기 기준 최대 실적이다.

직전 분기와 비교하면 매출은 비슷한

수준이지만 영업이익은 약 7% 감소할 것으로 보인다. 이는 인프라 투자 확대 영향으로 풀이된다.

증권가는 네이버 실적의 핵심으로 커머스를 꼽는다.

SK증권의 남효지 연구원은 “지난해 말부터 경쟁사 고객 이탈에 따른 반사수혜로 멤버십 이용자와 쇼핑 거래액이 확대되고 있다”고 분석했다.

네이버는 N배송 커버리지 확대와 무료배송·반품 등 이용자 혜택 강화를 추진하고 있다. 지난 3월 도입한 쇼핑 AI 에이전트도 상품 추천과 구매 전환율 개선에 기여할 것으로 기대된다.

카카오도 1분기 매출 2조91억원, 영업이익 1753억원으로 역대 최대 실적에 예상된다. 매출은 전년 대비 8%, 영업이익

은 66% 증가한 수치다. 그간 추진해 온 선택과 집중 전략에 따른 비용 효율화가 실적 개선으로 이어졌다는 평가다.

업계는 카카오의 AI 전략에도 주목하고 있다. 한국투자증권 정호윤 연구원은 “온디바이스 AI 모델인 카나나에 외부 서비스를 연동해 거래를 유도하는 것이 핵심 전략”이라며 “활용성이 높아질 경우 수익화로 이어질 가능성이 있다”고 분석했다.

네이버와 카카오 모두 AI 서비스를 확대하며 플랫폼 경쟁력을 강화하고 있지만 실제 수익화 속도는 향후 실적의 핵심 변수로 작용할 것이라는 평가도 나온다.

한편 네이버는 오는 30일, 카카오는 내달 7일 1분기 실적을 발표할 예정이다. /최빛나 기자

KT, ‘유튜브 프리미엄 라이트’ 요금제 선포

월 5만원 대에 데이터 무제한까지

KT는 14일부터 ‘유튜브 프리미엄 라이트’를 포함한 요금제 번들 상품을 출시한다고 밝혔다.

이번 상품은 기존 ‘유튜브 프리미엄 초이스’ 요금제의 혜택을 ‘유튜브 프리미엄’에서 ‘유튜브 프리미엄 라이트’로 개편한 것으로, 추가 요금 부담 없이 광고 없는 영상 시청에 초점을 맞춘 구성이 특징이다.

‘유튜브 프리미엄 라이트’는 월 8500원에 주요 동영상 광고 없이 시청할 수 있는 서비스로, 오프라인 저장과 백그라운드 재생 기능을 제공한다. 다만 유튜브 뮤직은 포함되지 않으며, 음악 콘텐츠나 쇼츠 이용 시 일부 기능 제한과 광고가 발생할 수 있다. 유튜브 뮤직 이용을 원



KT가 국내 최초로 유튜브 프리미엄 라이트 제품 출시를 소개하고 있다. /KT

하는 경우 추가 비용을 통해 ‘유튜브 프리미엄’으로 업그레이드할 수 있다.

특정 요금제에 선택요금 및 결합 할인을 적용하면 데이터 무제한과 함께 해당 서비스, 멤버십, 스마트기기 회선, 데이터세어링, 단말보험 할인 등의 혜택을 포함한 구성을 월 5만원대 수준에서 이용할 수 있다. /김서현 기자 seoh@

LGU+ 유심 업데이트·교체 첫날 18.1만건 처리

LG유플러스는 13일 시작한 유심(USIM) 업데이트 및 무료 교체 첫날 처리 건수가 총 18만1009건으로 집계됐다고 14일 밝혔다. 유심 업데이트는 9만5986건, 유심 교체는 8만5023건이다.

이번 조치는 전 고객을 대상으로 순차적으로 진행되고 있다. 유심 업데이트 대상자는 ‘유플러스 원(U+one)’ 앱과 홈페이지를 통해 직접 조치할 수 있으며, 매장에서 업데이트 또는 교체를 원하는 경우 사전 예약 후 방문해 서비스를 받을 수 있다.

현장 지원도 병행하고 있다. 전국에서 고령층과 군장병 등 방문이 어려운 이용자들이 원활하게 서비스를 받을 수 있도록 지원 체계를 운영 중이다. /김서현 기자

그라비티 ‘라그나로크’로 동남아 시장 공략

태국·필리핀 등 사전예약 동시 진행

그라비티의 홍콩 지사인 그라비티게임비전(GGV)이 오픈월드 MMORPG ‘라그나로크: 더 뉴 월드’ (사진)의 동남아시아 지역 사전예약을 시작하며 시장 공략에 나섰다.

14일 업계에 따르면 이번 사전예약은 태국·필리핀·싱가포르·인도네시아 등 동남아 주요 국가에서 동시에 진행된다. 이용자는 공식 페이지와 구글플레이 애플 앱스토어를 통해 참여할 수 있다.

라그나로크: 더 뉴 월드의 라그나로크 IP 기반 첫 오픈월드 MMORPG로, 광활한 필드와 자유도 높은 플레이를 강점으로 내세운다. 비행 탈것 시스템을 도입해 미드가드 대륙을 공중 이동할 수 있으며, 제한 없는 전직과 자유로운



스킬 조합으로 이용자 맞춤형 플레이를 지원한다. 오프라인 자동 사냥 기능과 커플 시스템 실시간 노점상 캐릭터 커스터마이징 등 생활형 콘텐츠도 대폭 강화했다.

앞서 해당 게임은 지난 1월 대만·홍콩·마카오 지역에 먼저 출시해 성과를 입증했다. 사전 다운로드 단계에서 애플 앱스토어 무료 인기 1위를 기록했으며, 출시 직후 최고 매출 1위를 달성하며 흥행에 성공했다. /최빛나 기자

웹젠, 인디게임 퍼블리싱 라인업 확대

‘메모리스: 포세이큰 바이 라이트’
턴제 전략 RPG, 오는 28일 출시

웹젠이 인디게임 퍼블리싱 라인업을 확대하며 신작 출시를 통해 글로벌 시장 공략에 나선다.

14일 웹젠은 턴(turn)제 전략 RPG ‘메모리스: 포세이큰 바이 라이트’를 오는 28일 정식 출시한다고 밝혔다. 해당 게임은 국내 개발사 블랙앵커가 개발하고 웹젠이 퍼블리싱을 맡았다.

메모리스는 2023년 ‘르도어’라는 이름으로 스팀과 에픽게임즈 스토어에서 얼리 액세스로 공개된 이후 약 2년간 게임성 개선 작업을 거쳤다. 이용자 피드백을 반영해 세계관과 전투 시스템, 육성 구조 등 전반적인 완성도를 끌어올렸으며 올해 2월 현재의 게임명으로 변경하

고 정식 출시를 준비했다.

게임은 픽셀 그래픽 기반의 중세 판타지 세계관을 배경으로 한다. 이용자는 ‘메모리스’를 복원하기 위한 원정에 나서며 제한된 규칙 속에서 전략적 선택을 통해 생존과 탐험을 이어간다. 다양한 스킬과 무기 조합을 활용해 원정대를 육성하고 80여 개 지역을 탐색하는 구조다.

정식 출시 버전에서는 메인 퀘스트 분량을 대폭 확대하고 전술적 특성을 지닌 신규 캐릭터 4종을 추가한다. 글로벌 이용자를 겨냥해 영어·중국어·프랑스어 등 총 8개 언어도 지원한다.

업계에서는 웹젠이 기존 온라인 게임 중심 포트폴리오에서 벗어나 인디게임 퍼블리싱으로 장르 확장을 시도하는 행보로 보고 있다.

/최빛나 기자