

SKT, AIDC 고객사 한계·전력 부담 '에이닷' 유료화로 수익 안정 고심

올해 1분기 AIDC 매출 89% 급증
안정적 수익 확보 필요성 제기
AI 기술력 유료화 수준 도달 고민

SK텔레콤이 미래 먹거리로 육성 중인 인공지능 데이터센터(AIDC) 사업이 빠르게 성장하는 가운데, 중장기 경쟁력 확보를 위해서는 AI 개인비서 서비스 '에이닷' 유료화가 이뤄져야 한다는 분석이 나온다.

19일 업계에 따르면 SK텔레콤의 올해 1분기 AIDC 사업 분야 매출은 1314억원으로 전년 동기 대비 89.3% 급증했다. 2024년 말 처음으로 가산에 AIDC를 열고 시범 운영에 돌입한지 약 1년 3개월 만의 성과다.

SK텔레콤의 AIDC 수익 모델은 기업 고객에 판매하는 GPU 클라우드 서비스(GPUaaS)다. 방대한 데이터 연산에 필요한 GPU 칩을 보유한 클라우드 임대 수익이 매출로 연결된다. 회사는 사업 규모를 키우기 위해 지난해 가산 AIDC에 엔비디아 차세대 GPU B200 칩을 탑재한 대규모 클러스터 '해인'을 구축했다.

2027년 1단계 가동을 앞둔 울산 AIDC는 아마존웹서비스(AWS)와 협력해 2029년 완전 가동된다. 울산 센터에 글로벌 고객사를 유치하기 위해 최종 900MW 규모 전력 용량을 목표로 15조원 가량을 추가 투자한다.



SK브로드밴드 가산 AI DC에 구축된 B200 클러스터 '해인'의 내부 모습. SK텔레콤은 가산 AI DC에 H100에 이은 최신 B200 GPU 클러스터를 조성했다. /SKT

다만 현재까지는 고객사 포트폴리오가 국내 공공·금융 시장에 집중되었던 점은 한계다. AIDC 사업은 막대한 초기 투자와 전력 비용 등 지출이 크기 때문에 장기 계약, 대규모 공급이 유리하다. IT 시장 분석·컨설팅 기관 한국IDC에 따르면 국내 AI 데이터센터 전력 수요는 2028년까지 연평균 11% 가량 상승할 것이라고 내다봤다. 전력 비용 부담도 덩달아 커진다는 의미다.

안정적인 수익 확보를 위해서는 B2C AI 서비스 에이닷을 유료화해 알짜 사업으로 만드는게 관건이다. 구독형 서비스는 가입자 체류시간과 통신 서비스 충성도를 높일 수 있다. SK텔레콤이 보유한 국내 가입자 수는 2000만 명, 통신 시장 점유율은 39%로 통신사 중 가장 비중이 크다.

에이닷 유료화 계획은 2024년부터 번

번히 밀려 올해도 연기된 상태다. 선부른 과급이 이용자 이탈을 부추길 수 있다는 우려가 배경이 됐다. 정석근 SKT CTO는 최근 인터뷰를 통해 "현재 AI 기술력이 유료화 레벨 성능에 도달했는지 깊이 고민하고 있다"고 했다.

에이닷이 유료 구독 모델로 전환할 경우 자체 인프라를 통한 비용 절감이 기대된다. SK텔레콤은 AI 서비스에 필요한 데이터센터와 대형언어모델(LLM) 에이닷 엑스를 모두 갖추고 있다. AI 인프라와 모델, 서비스를 직접 구축하는 '풀스택 AI' 전략에 무게를 두는 모습이다. 최근에는 외국산 GPU 의존도를 낮추기 위해 국내 기업 리베리의 최신 제품 리벨 100을 AIDC에 추가 도입하는 방안을 검토 중이다.

/조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



metro

KT, 국방 시스템에 양자내성암호 적용

육군정보통신학교에 PQC 공급
대영에스텍·이에스이와 컨소시엄

KT가 양자 보안 사업 포트폴리오 강화에 나선다.

KT는 국방 주요 시스템에 양자내성암호(PQC)를 적용한다고 19일 밝혔다.

양자내성암호(PQC)란 양자 컴퓨터로도 해결하기 어려운 수학적 난제에 기반해 설계한 차세대 암호 기술이다. 양자컴퓨터가 기존 공개키 암호 체계를 해독할 위험성이 제기되면서 전 세계 국방 분야에서 보안 강화를 위해 빠르게 PQC 전환에 나서고 있다.

이번 공급은 과학기술정보통신부와 한국인터넷진흥원(KISA)이 주관하는 양자내성암호 시범전환 지원사업을 통해 이뤄졌다. 사업 목표는 기존 공개키 암호 체계의 구조적 한계를 보완하고 국가 핵심 인프라에 안전한 암호화 기술을 적용하는 것이다.

KT는 육군정보통신학교에 PQC를 공급하기 위해 국방부와 실증 프로젝트를

수행하고, 대영에스텍·이에스이와 컨소시엄을 구성했다. 이번 사업에서 ▲스마트부대 플랫폼(edge)-사용자PC▲CCTV-영상저장시스템(NVR) ▲드론-지상관제시스템(GCS)▲5G라우터-코어네트워크 등 주요 인프라 구간에 PQC 모듈을 적용한다.

특히 스마트부대 플랫폼은 제조사가 다른 장비와 다계층 네트워크가 결합한 구조로 PQC 전환이 필수적인 영역이다. 실제 전장 환경 속에서 성능과 적용성 검증이 거쳐 통합 시스템을 구현할 계획이다.

향후 글로벌 보안 기준에 부합하는 차세대 보안 서비스 모델 개발과 함께 이번 사업을 통해 축적한 검증 결과와 운영 경험을 기반으로 공공-민간 영역에 PQC 적용을 확대할 방침이다.

KT는 공공·금융·국방 등 다양한 분야에 양자 보안 기술을 공급해왔다. 서울-부산 이기종 양자암호통신 연동 실증, 신한은행 하이브리드 양자 보안망 공급, 국립암센터 AI 의료데이터 양자암호화 사업 등이다.

/조민선 기자

SKT, 'T 장기고객 숲캉스 데이' 성료

응모 경쟁률 863:1 '역대 최대'

SK텔레콤은 'T 장기고객 숲캉스 데이'를 성료했다고 19일 밝혔다.

이번 행사는 지난 3일부터 18일까지 6회에 걸쳐 진행됐다. 1800여명의 장기고객들이 모여 가족, 지인과 함께 휴식을 즐기며 추억을 쌓는 시간을 가졌다. 행사 장소로 선정한 에버랜드 내 포레스트 캠프는 국내 최대 규모의 은행 군락지로 알려졌다.

고객들의 호응도 뜨거웠다. 응모 경쟁률은 863:1을 기록해 역대 초청 이벤트 중 가장 높은 관심을 받았다.

특히 ▲액정 필름 교체와 휴대폰 클렌징 서비스를 제공하는 찾아가는 서비스 ▲ SKT 및 통신 서비스에 대한 추억을 나누는 T.M.I(T-Memory-I) 등이 높은 호응을 받았다.

행사에 참가한 한 고객은 T.M.I 사연을



정재현 SKT CEO(가운데)가 SKT와 40년 이상 함께한 김홍재님(왼쪽)과 고지홍님에게 직접 준비한 선물세트를 전달했다. /SK텔레콤

통해 "고등학교 때까지 '빠빠'만 쓰다가 대학 입학 후 처음 샀던 벽돌폰이 생각난다"며 "엄마가 된 지금까지 24년 넘게 온 가족이 SKT와 함께하고 있다"고 전했다.

SK텔레콤은 장기 고객 혜택을 확대한다. 올해 하반기 중 미식 경험과 놀이공원 심야 초청, 인기 뮤지컬 공연 대란 등 프로그램을 진행한다.

/조민선 기자

카카오 노사, 오는 27일로 조정기일 연장

카카오 본사, 추가 협상시간 확보
일부 계열사는 조정 중지 결정

카카오 노사가 조정 기일을 연장하며 본사 첫 파업 위기를 일단 넘겼다. 다만 계열사 조정 결렬이 이어지며 그룹 전반의 노사 갈등 긴장감은 계속되는 분위기다.

19일 업계에 따르면 카카오 노사는 전날 경기지방노동위원회 중재 아래 조정 절차를 진행한 뒤 상호 합의를 통해 조정 기일을 연장했다. 2차 조정 기일은 오는

27일이다.

카카오 노조는 성과급 지급 기준과 임금 인상률 등을 두고 사측과 협상을 이어왔지만 입장 차이를 좁히지 못하며 교섭 결렬을 선언한 바 있다.

카카오 본사는 추가 협상 시간을 확보하며 일단 파업 위기를 피했지만, 계열사 상황은 다르다. 카카오엔터프라이즈와 카카오페이 등 일부 계열사는 앞선 조정 과정에서 중지 결정이 내려졌고, 디케이테크인과 엑스엘게임즈 역시 조정이 결

렬됐다.

조정 중지가 결정되면 노조는 합법적으로 파업과 태업 등 쟁의행위에 나설 수 있다. 업계에서는 계열사를 중심으로 연쇄 파업 가능성도 제기한다. 다만 현재까지 카카오 본사 차원의 실제 파업 여부는 결정되지 않은 상태다.

카카오 노조는 20일 경기 성남시 판교역 광장에서 결의대회를 열고 사측 압박 수위를 높일 예정이다.

/최빛나 기자 vitna@

네이버 D2SF, AI 스타트업 클론랩스 투자

AI 에이전트 관리피로 감소 기술 주목
사용자 패턴 학습 '유저 모델' 개발

네이버 D2SF가 사용자의 의사결정과 컴퓨터 사용 패턴을 학습하는 AI 스타트업 클론랩스에 신규 투자했다. AI 에이전트 확산 과정에서 발생하는 '에이전트 관리 피로'를 줄이기 위한 차세대 인터랙션 기술에 주목한 투자다.

19일 업계에 따르면 클론랩스는 사용자의 컴퓨터 사용 패턴과 업무 흐름을 학습해 다음 행동을 예측·대행하는 '유저 모델(User Model)' 기술을 개발 중이다. 사람이 직접 AI 에이전트에 반복적으로 명령을 내리는 기존 방식에서 벗어나, AI가 사용자의 의도와 맥락을 이해해 스스로

판단하는 구조를 구현하는 것이 목표다. 최근 AI 에이전트 활용이 빠르게 늘어나면서 사용자가 결과를 검토하고 추가 명령을 입력하는 과정 자체가 새로운 병목으로 떠오른다. 클론랩스는 이러한 문제를 해결하기 위해 사용자의 행동과 선호를 학습한 AI가 직접 에이전트들과 소통하는 형태의 인터랙션 구조를 개발하고 있다.

기술 구조는 ▲컴퓨터 사용 패턴을 기록하는 '레코딩' ▲사용자 선호와 맥락을 축적하는 '메모리' ▲이를 기반으로 다음 행동을 예측·수행하는 '프리딕션' 등 3단계 레이어로 구성했다. 예측 신뢰도가 높은 작업은 자동 수행하고, 낮은 작업은 사용자 확인을 거치는 방식으로 안정성도

강화했다.

클론랩스는 AI 에이전트를 적극 활용하는 'AI 빌더'를 첫 타기 이용자로 설정하고 '클론 데스크톱(Clone Desktop)'과 '클론 플러그인(Clone Plugin)'을 출시했다.

클론랩스는 서울대학교 학부생 출신 중심으로 구성된 스타트업이다. 스탠퍼드대학교와 카네기멜런대학교 등과 협업체 AI 에이전트 관련 논문 7편을 발표했으며, 컴퓨터를 사람처럼 조작하는 CUA와 장기 메모리, 프라이버시 보존 메모리 아키텍처 등을 연구해왔다.

이번 투자는 네이버 D2SF 캠퍼스 기술창업 공모전을 통해 인연이 이어졌다. 클론랩스는 지난해 하반기 공모전을 통해 발굴됐으며, 올해 1월 인큐베이팅 시작 이후 약 3개월 만에 투자로 연결됐다.

/최빛나 기자

LG U+, '보이넥스트도어' 앰배서더 발탁

온·오프라인 연계 팬덤 참여형 마케팅

LG유플러스는 보이그룹 보이넥스트도어를 브랜드 앰배서더로 발탁한다고 19일 밝혔다.

일상 속에서 LG유플러스 서비스를 경험하고 소통하기 위해 보이넥스트도어를 공식 모델로 발탁하고 새로운 캠페인을 진행한다. 팬덤 접속력과 참여 문화를 기반으로 브랜드 경험을 확대할 방침이다.

먼저 보이넥스트도어의 정규 1집 메인곡 '뚝뚝뚝'을 먼저 공개하는 컴백 시점에 맞춰 광고 콘텐츠를 선보인다. 유플러스 공식 앱 내 보이넥스트도어 앨범 소개를 제공한다. 동시에 전국 매장에서 캠페인 크리에이티브를 활용한 홍보를 운영하고 매장 내 뮤직비디오를 송출해 고객 체험 요소를 확대한다.

특히 온·오프라인을 연계한 팬덤 참여형 마케팅이 주목된다. 뮤직비디오를 활용한 광고 콘텐츠 등을 통해 모든 관심이



보이넥스트도어 새 캠페인 광고 이미지.

/LG유플러스

실제 매장 방문으로 이어져 디지털부터 오프라인까지 고객 경험을 자연스럽게 연결했다.

김다림 LG유플러스 마케팅 커뮤니케이션 담당은 "소비자의 참여와 확산이 자연스럽게 이어질 수 있도록 디지털·오프라인·매장·자사 플랫폼을 유기적으로 연결했다"며 "고객의 관심부터 구매까지 이어지는 여정 전반에서 차별화된 접점을 마련해 시장 차별화에 기여하겠다"고 말했다.

/조민선 기자