

통신3사, 멤버십·요금제 혜택 확대 고물가 시대 고객 체감 할인을 ‘쑥’

KT, 이달 ‘케이티 멤버십 페스타’
요금 요금제 가입 시 한달 비용 환급
SKT ‘글로벌여행 바캉스 프로모션’
포인트 활용해 요금 납부 할인도
에어 요금제, 월정액 70%까지 확대
LG U+ ‘유플투빨’, 총 52종 할인

이동통신 3사가 여름 휴가철을 맞아 8월 한 달간 고객 혜택을 대폭 확대한다. 가계 통신비 부담을 완화하기 위한 요금제 신규 가입 프로모션도 실시한다.

2일 통신업계에 따르면, KT·SK텔레콤·LG유플러스가 8월부터 멤버십·요금제·로밍 등 주요 서비스에 대한 고객 혜택을 일제히 확대한다.

이는 지난 23일 배경훈 과학기술정보통신부 장관과 통신 3사 최고경영자(CEO)가 간담회에서 마련한 민생 안정 지원방안의 후속 조치다. 당시 통신 3사는 정부의 정책 지원을 발판 삼아 인공지능(AI) 네트워크와 인프라에 지속 투자하는 한편 고물가에 따른 고객 체감 혜택을 확대하는데 합의했다.

통신 3사는 여름 휴가철을 맞아 기존 멤버십 혜택을 여행·레저 중심으로 재구성했다.

KT는 8월 3일부터 31일까지 ‘케이티 멤버십 페스타’를 열고 공항 라운지 이용 할인과 함께 놀이공원, 렌터카 등을 최대 60%까지 할인한다.

SK텔레콤은 이달 방콕, 나트랑, 괌 등 여행지에서 교통·관광시설 등 13종 혜택



이동통신 3사가 여름 휴가철을 맞아 8월 한 달간 고객 혜택을 대폭 확대한다.

/썬GPT로 생성한 이미지

을 이용할 수 있는 ‘글로벌여행 바캉스 프로모션’을 연다.

LG유플러스는 공식 멤버십 할인 프로모션 ‘유플투빨’을 통해 외식, 식음료부터 문화, 레저까지 총 52종 할인 혜택을 선보인다. 특히 AI 통화 비서 ‘익시오’를 활용해 로밍 요금제에 가입하지 않아도 와이파이 환경에서 연결 가능한 무료 로밍 서비스를 제공한다.

아울러, KT와 SK텔레콤은 통신비 비용 절감을 위한 요금제 신규 가입 프로모션을 실시한다. KT는 ‘요금 요금제 61·69’에 신규 가입하는 고객을 대상으로 한 달 치 비용을 전액 환급한다. 요금 요금제는 5G를 초저가에 이용할 수 있는 온라인몰 전용 요금제다. 또한 만 34세 이하 고객은 기본 제공 데이터를 2배 확대한다. 65세 이상 고령층 고객은 실시간 위치 확인이 가능한 안심 박스가 무료다. 군인 전용 요금 할인도 있다.

SK텔레콤은 요금 납부에 포인트를 활용하는 방식으로 할인 혜택을 구성했다. 자급제 고객 전용 ‘에어 요금제’에 신규 가입하면 제공하는 포인트 사용 혜택을 최대 12개월 간 월정액의 70%까지 확대한다. 데이터 무제한인 ‘에어 X’ 요금제의 경우 올해 말까지 포인트 전부를 사용해 통신요금 납부가 가능해진다.

향후 통신업계의 마케팅 경쟁은 정부의 가계 통신비 부담 완화 기조에 따라 요금 고객 체감 할인을 높이는 방향으로 전개될 전망이다. 정부는 3사와 5G·LTE 망 구분을 없애고 전국민 데이터 안심요금(QoS)을 전 요금제에 적용한 통합요금제를 최근 실시했다. 오는 10월에는 고객의 이용 패턴을 분석해 기존보다 저렴한 요금제를 안내하는 최적 요금제 고지 제도가 시행될 예정이다.

/조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



metro

엔씨, ‘아이온2’ 앞세워 中 시장 출사표

‘차이나조이2026’서 현지 첫 공개
시연·영상공개 등 中 겨냥 마케팅
리니지 의존 낮추고 성장장축 확보

엔씨가 차세대 다중접속역할수행게임(MMORPG) ‘아이온2’를 앞세워 세계 최대 게임 시장에서 중국 공략에 본격 나섰다.

리니지 중심의 매출 구조를 넘어 새로운 성장축을 확보해야 하는 상황에서 중국 시장 성패가 향후 글로벌 사업 확대의 분수령이 될 것이라는 분석이다.

2일 게임업계에 따르면 엔씨는 최근 중국 상하이에서 열린 아시아 최대 게임 전시회 ‘차이나조이2026’에서 ‘아이온2’를 현지 이용자들에게 처음 공개했다.

행사 기간 시연과 영상 공개, 개발진 소개 등을 통해 중국 시장을 겨냥한 마케팅에 나서며 정식 서비스 기대감을 끌어올렸다.

특히 김택진 엔씨 대표도 직접 메시지를 전하며 글로벌 시장 공략 의지를 드러냈다. 김 대표는 “오래 기억될 게임을 만들겠다는 마음으로 개발해왔다”며 “아이온2가 오랫동안 사랑받는 MMORPG가 되기를 기대한다”고 밝혔다.

아이온2는 2008년 출시돼 국내외에서 큰 인기를 얻었던 ‘아이온’의 정식 후속작이다. 천족과 마족의 대립이라는 원작



김택진 엔씨 대표가 지난 7월 30일 중국 상하이에서 열린 성취게임즈와의 퍼블리싱 협력 체결식에 참석했다.

/엔씨

세계관을 계승하면서도 언리얼 엔진5 기반의 그래픽과 심리스 오픈월드, 자유 비행 시스템, 논타깃 전투 등을 적용해 완성도를 높였다. 과금 중심의 성장 구조보다 플레이 경험 자체를 강화하는 방향으로 설계한 점도 특징이다.

업계에서는 이번 중국 공개를 단순한 신작 홍보 이상의 의미로 보고 있다. 중국은 세계 최대 게임 시장이지만 관호 규제와 현지 기업들의 경쟁이 치열한 시장이다. 반면 MMORPG 장르에 대한 이용자층도 두터워 흥행에 성공할 경우 실적

기여도가 매우 큰 지역으로 꼽힌다.

엔씨 역시 최근 리니지 시리즈 의존도를 낮추고 신규 IP와 글로벌 시장 확대를 핵심 전략으로 내세우고 있다. 아이온2를 비롯해 신디시티, 브레이커스 등 신작 라인업을 순차적으로 선보이며 포트폴리오 다변화를 추진하고 있다. 업계에서는 아이온2가 엔씨의 체질 개선을 상징하는 핵심 타이틀이 될 것으로 보고 있다.

시장에서는 국내 출시 이후 이용자 반응뿐 아니라 중국 서비스 일정과 현지 흥행 여부에도 주목하고 있다. 중국 시장에서 의미 있는 성과를 거둘 경우 엔씨의 글로벌 매출 비중 확대는 물론 기업가치 회복에도 긍정적인 영향을 줄 수 있기 때문이다.

게임업계 관계자는 “아이온은 중국에서도 인지도가 높은 IP인 만큼 후속작에 대한 관심도 적지 않다”며 “결국 원작의 감성을 얼마나 현대적인 게임성과 결합해 현지 이용자들에게 전달하느냐가 흥행의 핵심 변수가 될 것”이라고 말했다.

엔씨는 향후 이용자 피드백을 반영해 콘텐츠 완성도를 지속적으로 높이는 한편, 아이온2를 글로벌 대표 MMORPG로 육성한다는 계획이다. 특히 AI 기반 게임 개발 기술과 라이브 서비스 운영 역량을 접목해 장기 흥행 기반을 마련한다는 전략이다.

/최빛나 기자 vitna@

스튜디오N, 청룡시리즈어워즈 4관왕

취사병 전설이 되다, 유미의 세포들 등
웹툰·웹소설 IP 콘텐츠 경쟁력 입증

네이버웹툰의 영상제작 자회사 스튜디오N이 제5회 청룡시리즈어워즈에서 4관왕을 차지하며 웹툰·웹소설 지식재산권(IP) 기반 콘텐츠 제작 경쟁력을 입증했다.

2일 네이버웹툰에 따르면 스튜디오N이 제작한 ‘취사병 전설이 되다’는 지난달 31일 열린 제5회 청룡시리즈어워즈에서 드라마 부문 최우수작품상을 수상했다. 작품은 ‘유미의 세포들 시즌3’와 함께 최우수작품상 후보에 올라 최종 수상의 영예를 안았다.

스튜디오N은 지난해 ‘중증외상센터’로 제4회 청룡시리즈어워즈 최우수작품상을 받은 데 이어 2년 연속 제작 작품이 최고상을 수상하는 성과를 거뒀다.

배우들의 수상도 이어졌다. ‘취사병 전설이 되다’에 출연한 윤경호는 남우조연상을, ‘유미의 세포들 시즌3’의 김재원은 신인남우상을 받았다. 그룹 아이브의 안유진은 ‘취사병 전설이 되다’의 OST ‘슬픈 짝꿍’으로 OST 인기상을 수상했다. ‘은종과 상연’, ‘유미의 세포들 시즌3’ 등에 출연한 김고은은 대상의 영예를 안았다.

이번 수상은 스튜디오N이 올해 선보

인 작품들이 흥행성과 작품성을 모두 인정받았다는 점에서 의미가 있다. ‘취사병 전설이 되다’는 군대를 소재로 한 드라마를 캐릭터 중심의 이야기로 풀어내며 시청자들의 호응을 얻었고, 방송과 OTT에서의 흥행에 이어 시상식에서도 주요 부문을 석권했다.

‘유미의 세포들 시즌3’는 인기 웹툰을 원작으로 한 시즌제 콘텐츠의 성공 사례로 평가받는다. 원작 팬덤과 드라마 시청층을 연결하며 안정적인 흥행을 이어갔으며, 최근에는 뮤지컬 ‘유미의 세포들’까지 흥행하면서 웹툰 IP의 확장 가능성을 보여주고 있다.

2018년 네이버웹툰이 설립한 스튜디오N은 웹툰과 영상 콘텐츠를 연결하는 IP 브릿지 역할을 맡고 있다. ‘스위트홈’, ‘사냥개들’, ‘중증외상센터’, ‘비질란테’, ‘재혼 황후’, ‘여신강림’, ‘정년’, 영화 ‘썸비탈’ 등 다양한 작품을 제작하며 웹툰·웹소설 IP의 영상화를 이끌어왔다.

최근에는 애니메이션 분야에서도 성과를 내고 있다. 애니메이션 ‘연의 편지’는 올해 미국 하비상(The Harvey Awards) 최고 각색 부문 후보에 올랐으며, 오는 9월 일본 개봉을 앞두고 있다.

/최빛나 기자

SKT, ‘가민·샤츠’ 제휴로 러너 고객 공략

GPS 스마트워치 포러너 2종 선보

SK텔레콤이 러너 고객 공략에 나서기 위해 글로벌 GPS 스마트기기 브랜드 가민과 오픈형 이어폰 브랜드 샤츠 등 스마트기기 신규 제휴 상품을 선보인다고 2일 밝혔다.

이번 제휴를 통해 가민은 러닝 GPS 스마트워치 포러너 70·265 등 2종을 선보인다. 특히 포러너 70 제품은 러닝을 처음 시작하거나 일상적인 운동 기록을 원하는 고객에게 적합하다는 게 회사 측 설명이다. SK텔레콤이 가민과 독점 제휴해 이동 통신사 중 유일하게 선보이는 제품이다. 포러너 265는 전문적인 러닝 데이터와 훈련 기능을 활용하기 좋다.

샤츠에서는 골전도 이어폰 ‘오픈런 프로2’를 출시한다. 이 제품은 이용자들 사이에서 일반 이어폰에 비해 저음 표현력이 아쉬운 점을 보완한 제품이라는 평가를 받는다.

스마트 기기 할부금 할인은 베스트 맥스·프로·109, 다이렉트5G 76 요금제를 사



SK텔레콤 모델들이 신규 제휴 스마트기기 상품 가민·샤츠 제품들을 착용하고 있다.

/SK텔레콤

용하는 고객 대상이다. 스마트기기 할부금 할인 제도를 활용하면 대상 요금제 유지 시 매달 지출되는 기기값을 최대 2만 4000원까지 할인 받을 수 있다.

한편, 러닝 대회 참여 기회를 제공하는 이벤트도 연다. SK텔레콤은 내달 19일 경주에서 열리는 ‘2026 무한도전 런 인 경주’ 메인 스폰서로 참여한다.

최근 삼성전자가 출시한 갤럭시 Z 시리즈를 구매한 고객은 대회 참가권을 응모할 수 있다. 스마트기기를 구입해 할부금 할인을 활용하는 고객에는 추가 응모 기회를 제공한다.

/조민선 기자

KT, 공식 온라인몰 ‘KT다이렉트샵’ 새단장

기존 ‘KT샵’서 명칭 변경

KT는 공식 온라인몰 ‘KT샵’ 명칭을 ‘KT다이렉트샵’으로 변경했다고 2일 밝혔다.

KT다이렉트샵은 KT 본사가 직접 운영하는 온라인 매장이다. 휴대폰과 인터넷, TV 등 통신 상품을 온라인과 모바일에서 비교하고 가입할 수 있다.

이번 개편은 KT가 직접 운영하는 공식 직영 온라인몰이라는 정체성을 명확히 전달하는 데 초점을 맞췄다. 온라인 전용 혜택을 한눈에 확인할 수 있도록 사용자경험(UX)도 개선했다.

이에 따라 고객은 7% 다이렉트 요금 할인과 인터넷·TV 동시 가입 혜택, 결제 및 중고폰 보상 프로그램 등을 보다 직관적으로 경험할 수 있다.

이번 개편을 기념해 갤럭시 Z 시리즈 사전예약 고객을 위한 전용 프로모션도 마련했다.

KT다이렉트샵에서 갤럭시 Z 폴드8 울트라, 갤럭시 Z 폴드8, 갤럭시 Z 플립8을 번호이동으로 사전예약하고 개통한 고객 중 선착순 1000명에게 무선 충전기를 증정한다. 추첨을 통해 8명에게는 순금 코인도 제공한다. 사전예약은 3일까지 진행되며 사전 개통은 4일부터다. /조민선 기자