

제조·금융 뚫은 독파모… 범용 AI·유료화 없인 ‘반쪽 주권’

〈독자 AI 파운데이션 모델〉

SKT, ‘에이닷엑스 K2’ 등 공개
LG AI연구원, ‘K-엑사원 2.0’ 발표
현재 독파모 사업화, 현장실증 한계
유료화 전환은 아직… 차별화 부족

정부가 추진하는 독자 AI 파운데이션 모델(독파모) 프로젝트 참여 기업들이 거대언어모델(LLM)을 잇달아 공개하며 기술 경쟁에 나섰다. SK텔레콤과 LG AI연구원 등은 최근 이들 모델이 중국을 대표하는 딥시크, 문샷AI, 즈푸 등 최신 AI모델과 비교해도 손색이 없는 벤치마크 결과를 제시했다.

다만 국산 AI 모델의 활용처가 제조·금융 등 산업에 집중돼있어 향후 챗GPT·제미니와 같은 대중들이 사용하는 생성형 AI로 까지 발전시킬 수 있을지는 미지수다. 독파모가 AI 주권을 표방하지만 정작 소비자 시장에서 경쟁력을 입증할 사업 모델로는 계획이 불투명하다는 지적이 나온다.

◆ 독파모 모델 경쟁 치열…범용 AI 계획은 아직

11일 정보통신기술(ICT) 업계에 따르면 SK텔레콤은 지난달 ‘에이닷엑스 K2’와 경량 모델 3종을 오픈소스 커뮤니티 허



K-AI.

/과학기술정보통신부

강폐이스에 공개했다. LG AI연구원은도 전용 체험 사이트와 함께 ‘K-엑사원 2.0’을 발표했다. 업스테이지와 모티프테크놀로지스 역시 각각 ‘솔라 오픈 2’, ‘모티프’를 내놓으며 독파모 경쟁에 합류했다.

SK텔레콤의 에이닷엑스K2는 전체 매개변수 6880억개, 활성 매개변수 330억개 규모다. LG AI연구원의 K-엑사원 2.0은 전체 매개변수 7500억개, 활성 매개변수 370억개로 구성됐다. 두 모델 모두 전체 매개변수를 모두 가동하지 않고 과제별로 필요한 일부만 활성화하는 혼합전문가(MoE) 구조를 채택했다. 전체 매개변수의 약 5%만 활용해 추론 비용과 서버 운영 부담을 낮추는 방식이다.

이는 모델 규모 경쟁보다 실제 서비스 운영비와 수익성을 고려한 전략으로 해석된다. AI 서비스가 대중 시장에 안착해 유료 구독 모델을 구축하면 사용자 데이터와 피드백을 축적하고, 이를 다시 성능 개선과 맞춤형 서비스 개발로 연결할 수 있다. 범용 AI 서비스가 국산 AI 생태계 확장의 최종 단계로 꼽히는 이유다.

하지만 현재 독파모의 사업화는 산업 현장 실증에 머물러 있다. SK텔레콤은 에이닷엑스 K2를 SK바이오팜, KG스틸, 코넥 등 제조 분야에 적용하는 실증을 진행 중이다. LG AI연구원은 LG전자·LG에너지솔루션 등 계열사와 런던증권거래소 등 금융권을 중심으로 K-엑사원 2.0

공급을 추진하고 있다.

독파모가 산업별 생산성 향상에는 활용될 수 있어도, 글로벌 생성형 AI와 직접 맞붙는 범용 서비스로 성장할 수 있을지는 별개 문제라는 평가다.

◆ 유료화 못 넘은 에이닷·익시오…AI 주권은 제한적

국내 통신사들이 이미 보유한 소비자 대상 AI 서비스에서도 이 같은 한계는 나타난다. SK텔레콤의 ‘에이닷’과 LG유플러스의 ‘익시오’가 대표적이다.

양사는 지난해 3월 AI 서비스 유료화 방침을 밝혔지만, 올해까지 무료 서비스 체제를 유지하고 있다. 품질 경쟁력과 보안 이슈, 이용자 수용성 등을 종합적으로 고려한 결과다.

업계에서는 글로벌 빅테크 서비스와 비교할 때 이용자가 별도 비용을 내고 구독할 만큼 차별화된 가치가 충분히 입증되지 않았다는 평가가 나온다.

정석근 SK텔레콤 최고기술책임자(CTO)는 올해 3월 스페인에서 열린 ‘모바일 월드콩그레스(MWC) 2026’에서 에이닷 유료화와 관련해 “현재 가진 기술로 잘 풀아낼 수 있는지, 유료와 성능 레벨까지 될 수 있는지를 고민하고 있다”고 밝힌 바 있다. 유료화 전환의 전제인 서비스 품질과

경쟁력 확보가 아직 과제로 남아 있다는 의미다.

국내 모델과 글로벌 선도 기업 간 체급 차이도 부담이다. 구글, 오픈AI, 앤스로픽 등은 최신 모델의 정확한 매개변수 규모를 공개하지 않고 있지만, 시장에서는 3조 단위에 이를 것으로 추정한다. 중국 문샷AI가 최근 내놓은 ‘키미 K3’ 역시 매개변수 규모가 2조8000억개 수준으로 알려졌다.

이에 따라 통신사들은 국산 모델만으로 서비스를 구성하지 못하고 외산 모델을 병행하고 있다. SK텔레콤 에이닷은 자체 경량화 LLM인 ‘에이닷엑스 4.0’과 함께 챗GPT-5, 클로드 등을 활용한다. LG유플러스 익시오도 LG AI연구원이 개발한 경량 모델 ‘익시젠’에 제미니를 결합하는 방식이다.

국산 AI 모델을 개발·보유하는 것과 기업이 독자 AI 생태계를 구축하는 것은 다른 문제라는 분석이 나오는 배경이다. 기업이 특화 모델뿐만 아니라 범용 AI 서비스와 유료 사업 모델로 연결하지 못하면 국내 기업의 AI 주권 확보 역시 제한적일 수밖에 없다.

/조민선 기자

msjo@metroseoul.co.kr



metro

AI 앞세운 구글, 국내서 네이버 첫 추월

구글, 국내 MAU 4702만명 ‘1위’
네이버, 4685만명… 검색시장 변화
오픈AI 챗GPT도 가파른 성장세 보여

구글이 인공지능(AI)을 앞세워 국내 모바일 시장에서 네이버의 아성을 처음으로 넘어섰다. 구글 앱 월간 활성 이용자 수(MAU)가 관련 통계 집계 이후 처음으로 네이버를 추월한 것. 챗GPT 역시 다음의 두 배를 훌쩍 넘는 이용자를 확보하면서 생성형 AI 확산이 국내 검색·포털 시장의 이용자 지형까지 흔들기 시작했다는 분석이 나온다.

11일 AI 테크 기업 아이지이에이웍스의 모바일인덱스에 따르면 지난 7월 구글 앱 MAU는 4702만2854명으로 생산성 앱 전체 분류에서 1위를 기록했다. 네이버 앱은 4684만5017명으로 2위에 자리했다. 구글이 네이버를 MAU 기준으로 앞선 것은

모바일인덱스 관련 통계 집계가 시작된 2021년 3월 이후 처음이다.

오픈AI의 챗GPT 성장세도 가파르다. 지난달 챗GPT MAU는 1645만6151명으로 생산성 앱 가운데 7위를 기록했다. 같은 기간 다음 앱 이용자 수는 630만7395명으로 집계됐다. 챗GPT 이용자가 다음의 약 2.6배에 달하는 셈이다.

특히 챗GPT와 같은 대화형 AI가 기존 검색의 일부 역할을 대체하기 시작했다는 점이 주목된다. 이용자가 검색창에 키워드를 입력하고 여러 웹페이지를 이동하는 방식에서 벗어나 AI에 질문하고 답변을 바로 얻는 이용 방식이 확산되고 있기 때문이다.

업계에서는 이 같은 변화의 배경 중 하나로 AI를 지목한다. 구글이 자체 생성형 AI 모델 ‘제미니’를 검색과 기존 서비스 전반에 빠르게 결합하면서 이용자 접

점을 확대하고 있기 때문이다. AI를 별도 서비스로 제공하는 데 그치지 않고 기존 검색 경험 자체를 AI 중심으로 바꾸는 전략이 이용자 증가에 영향을 미쳤을 가능성이 있다는 분석이다.

구글과 챗GPT의 동반 성장은 국내 모바일 플랫폼 경쟁의 중심축이 기존 검색·포털에서 AI로 이동하고 있다는 신호로도 읽힌다.

구글이 4년여 만에 처음 네이버의 모바일 이용자 수를 넘어선 가운데 챗GPT까지 빠르게 몸집을 키우면서 국내 플랫폼 업계의 AI 경쟁은 한층 치열해질 전망이다. 검색을 위해 포털을 찾던 이용자들이 AI와 직접 대화하는 방식에 익숙해질수록 네이버와 구글, 오픈AI를 둘러싼 국내 모바일 이용자 확보 경쟁도 새로운 국면에 접어들 것으로 보인다.

/최빛나 기자 vitna@

KT, 구글 AI 서비스 결합 요금제 선택

초이스 요금제 4종

KT가 최근 선보인 초이스 요금제에 구글 인공지능(AI) 서비스를 결합한 상품을 추가 출시했다. KT는 구글의 생성형 AI 서비스와 결합한 초이스 요금제 4종을 선보인다고 11일 밝혔다.

신규 요금제 4종은 ▲초이스90 구글 AI 플러스 ▲초이스110 구글 AI 플러스 ▲초이스130 구글 AI 플러스 ▲초이스더블 유튜브 프리미엄+ 구글 AI 플러스 등이다.

이번 요금제 특징은 데이터 무제한 제공과 함께 400GB 용량의 구글 AI 플러스를 사용할 수 있고, 최대 100GB까지 공유 데이터를 제공한다는 점이다. 스마트폰과 태블릿, 스마트 워치 등 다양한 기기에서 편리하게 이용할 수 있는 게 특징이다. 특히 생성형 AI 제미니이로 문서 작성, 정보 검색, 번역 등이 가능하다.

또 기존 구글 AI 플러스(400GB)에 월



KT 모델들이 신규 초이스 라인업을 소개하고 있다.

/KT

4400원을 추가하면 용량을 2TB까지 확대할 수 있다. 고객이 AI 활용도가 높아질수록 넉넉한 저장공간과 고도화된 AI 기능을 제공하는 상위 상품을 선택할 수 있도록 선택권을 넓혔다.

최상위 요금제인 초이스 더블 유튜브 프리미엄+ 구글 AI 플러스의 경우 데이터 완전 무제한과 공유데이터 90GB, 유튜브 프리미엄 라이트, 구글 AI 플러스(400GB)를 동시에 활용할 수 있다. 금액은 월 12만원이다.

/조민선 기자

LG U+, 기업용 통합 보안 포트폴리오 공개

‘국제 시큐리티 콘퍼런스’ 참가

LG유플러스는 11~12일 서울 강남구 코엑스에서 개최되는 ‘국제 시큐리티 콘퍼런스(ISEC) 2026’에 참가해 기업용 통합 보안 포트폴리오를 공개한다고 11일 밝혔다.

이번 전시에서 기업 고객이 단일 사업자를 통해 주요 보안 서비스를 통합적으로 제공받을 수 있는 환경과 운영 역량을 소개하는 데 초점을 맞췄다. 키노트를 통해 데이터센터와 통신망, 클라우드, 보안 서비스 역량을 결합한 ‘통신사 네이티브 보안’ 전략도 소개했다.

LG유플러스는 계정 및 인증, 네트워크

보안, 클라우드 보안 영역을 아우르는 통합 보안 포트폴리오를 구축하고 있다. 이를 통해 서비스 기획과 기술 로드맵 수립, 구축·운영까지 아우르는 통합 사업 모델을 기반으로 기업 고객에게 차별화된 보안 서비스를 제공하는 방향성을 공유할 계획이다.

구체적으로 ▲통합 계정관리 서비스(I DaaS) 알파키 ▲클라우드 기반 네트워크·보안 통합 플랫폼 유플러스SASE ▲중소·중견기업 대상 클라우드보안팩 등을 선보인다.

알파키는 LG유플러스가 2025년 선보인 클라우드 기반 통합 계정관리 서비스다. 임직원이 하나의 계정으로 여러 업무



ISEC 2026 행사장 내 LG유플러스 전시 부스 전경.

/LG유플러스

시스템과 클라우드 서비스에 접속하도록 지원하며, 단일 로그인(SSO)과 다중인증(MFA), 동행암호 기술을 적용했다. LG유플러스는 국내 서비스형 아이덴티티 관리(IDaaS) 서비스 가운데 처음으로 클라우드서비스보안인증(CSAP)을 획득해 공공 시장 진출이 가능해졌다.

/조민선 기자

삼성SDS, 국내기관에 AI 연구용 GPU 공급

내년 3월까지 B300·H100 등 공급
세계 최고수준 연구 환경 기반 마련

삼성SDS는 2027년 3월까지 국내 대학 및 연구기관에 AI 연구용 GPU 자원을 공급한다고 11일 밝혔다.

이는 과학기술정보통신부와 정보통신기획사업평가원(IITP)이 지원하는 ‘2026년 AI 연구용 컴퓨팅 지원 프로젝트’ 사업의 일환이다. 삼성SDS는 해당 사업의 GPU 자원 공급 입찰에서 1순위 사업자로 선정됐다.

공급 선정 입찰의 심사 항목은 ▲GPU 공급 계획 및 보유 자원 규모 ▲연구 환경 수준 ▲운영 지원 체계 등이다. 복수 지원

자 중 삼성SDS가 1순위로 선정돼 지난 7월 20일부터 공급을 시작했다.

공급 품목은 엔비디아 최신 모델 블랙웰 울트라(B300) GPU 클래스터와 H100(호퍼) 등이다. B300의 경우 제안요청서(RFP) 상에 기재된 호퍼급 이상의 요구사항을 상회하는 최신 아키텍처 기반 모델로, 대규모 파라미터 모델 학습 및 추론 영역에서 전 세대 대비 향상된 성능이 특징이다.

그 동안 국내 연구 현장은 GPU 자원과 글로벌 인프라 규모 간 격차 해소가 과제로 꼽혔다. 이번 공급을 통해 국내 연구자가 세계 최고 수준의 컴퓨팅 환경에서 연구를 수행할 수 있는 기반을 마련했다는 게 회사 측의 설명이다.

/조민선 기자