

중국 China Unicom의 통합 모바일 플랫폼 전략

■ 신 호 철*

1. 개요

China Unicom의 WO+ 플랫폼은 개발자를 지원하고 스마트폰 이용자의 이용경험(user experience)을 향상시키기 위한 통합 플랫폼이다. WO+ 플랫폼은 개발자에게 이용자 정보(지출, 관심사 등)를 제공함으로써 이용자가 원하는 애플리케이션을 개발하는데 유용하며 이용자에게는 SNS 접속, 콘텐츠 공유, 애플리케이션 검색 등을 용이하게 함으로써 편의성을 증진시키고 있다. 본고에서는 Informa Telecoms & Media에서 분석한 China Unicom의 통합 플랫폼 전략을 소개함으로써 이동통신 사업자의 새로운 비즈니스 모델을 탐색하는 계기를 마련하고자 한다.

2. WO+ 플랫폼 전략

중국의 앱스토어 시장은 지역 사업자와 인터넷 사업자 그리고 모바일 사업자가 앞다투어 자체 앱스토어를 구축하여 다분화되어 있고 경쟁이 치열하다. China Mobile,

* 정보통신정책연구원 미래융합연구실 전문연구원, (02)570-4054, animeshin@kisdi.re.kr

China Unicom, China Telecom 등은 2009년 8월부터 자체 모바일 앱스토어를 구축하였으나 어느 사업자도 주목할만한 가입자 성장을 나타내지 못하였다. 반면 Apple의 앱스토어와 안드로이드 마켓은 iOS, 안드로이드 OS의 인지도와 영향력으로 괄목할만한 성장을 이루었다.

이러한 가운데 China Unicom은 WO+ 플랫폼을 선보임으로써 개발자와 이용자에게 보다 나은 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다. 개발자에게는 자사의 유용한 정보를 제공하고 이용자에게는 모바일 인터넷 애플리케이션에 쉽게 접속할 수 있도록 하며 자사의 온라인/오프라인 애플리케이션 마케팅 채널을 구축하였다.¹⁾

WO+ 플랫폼은 WO TV, WO Reading, WO Friend 등과 같은 핵심 서비스를 통합하고 원클릭 다운로드와 애플리케이션 기반 결제 등을 통해 이용경험을 단순화시켰다. China Unicom은 WO+ 플랫폼을 오픈 플랫폼으로 구축하고 Baidu, Sina, Alibaba Group, Huawei, Telefonica 등 다양한 지역 및 글로벌 사업자들과 모바일 인터넷 협력관계를 맺고 있다.²⁾

[그림 1] WO+ 플랫폼



자료: Informa Telecoms & Media(2012)

1) Satellite spotlight(2011. 12. 21)

2) thenextweb(2011. 12. 9)

(1) 스마트 파이프(smart pipe)

China Unicom은 스마트 주파수 관리체계를 도입하고 유연한 빌링(billing) 시스템을 구축하였으며 이용자 분석과 인증체계를 확립하였다. 특히 이용자 분석은 이용자의 행태에 대한 정확한 분석을 통해 이용자 공유체계를 강화하고 판매와 마케팅에 중요한 도구로 이용되고 있다.

(2) 이용자 공유체계 강화

WO+ 플랫폼은 개발자에게 유용한 이용자 정보를 제공함으로써 WO+ 플랫폼을 이용하는 고객들의 요구에 맞는 서비스와 콘텐츠를 개발하고 있다. 이용자는 하나의 ID (이동전화번호, 이용자 이름, 이메일 주소)를 통해 Sina Weibo, QQ, Renren, LeTV 등 다양한 SNS에 접속할 수 있다. 또한 다양한 애플리케이션에 접속하여 콘텐츠를 공유할 수 있다.

[그림 2] WO+ 플랫폼 공유체계



자료: Informa Telecoms & Media(2012)

(3) 앱스토어 통합

China Unicom은 자체 앱스토어인 WO store와 Taiwan Mobile의 MoFun, Huawei의 Hispace를 WO+ 플랫폼에 통합하였다. 이에 따라 이용자들은 보다 빠른 검색과 다운로드를 통해 애플리케이션을 이용할 수 있게 되었다.

[그림 3] WO+ 플랫폼의 앱스토어 통합



자료: Informa Telecoms & Media(2012)

(4) 스마트 판매와 마케팅

China Unicom은 오프라인을 통해서도 애플리케이션을 판매하고 있는데 “3G gas station”이란 서비스를 통해 판매점 직원이 신규 이용자에게 다운로드하는 법과 유용한 애플리케이션을 이용하는 법을 교육하고 있다. 이용자가 무료로 이용할 수 있는 애플리케이션 수는 10만개 이상으로 이러한 오프라인 채널은 애플리케이션 이용과 판매에 중요한 기폭제가 되고 있다.

3. WO+ 플랫폼의 포지셔닝과 SWOT 분석

WO+ 플랫폼이 구축되기 전만 하더라도 중국에서는 China Mobile이 앱스토어를 구축하고 있었고 China Unicom의 WO store는 후발사업자로서 주목을 받지 못했다. 그러나 WO+ 플랫폼은 새로운 통합 플랫폼으로서 중국 시장 전반에 진출하려고 노력하고 있으며 비용지출 측면에서 중간 또는 하위계층을 주요 목표 대상으로 삼고 있다. China Unicom이 오프라인 채널을 통해 기술이해도가 적은 이용자를 대상으로 다양한 정보 캠페인이나 스텝 교육을 추진하고 있는 것도 이러한 목표와 일맥상통한다고 할 수 있다. 이밖에도 고비용을 지출하고 있는 자사 가입자들이 스마트폰 업그레이드와 다량의 데이터 사용을 선호하고 있어 이러한 경향을 반영하여 스마트폰과 애플리케이션 시장에서도 경쟁우위를 갖기 위해 노력하고 있다.

WO+ 플랫폼은 새롭고 유연한 시도로 China Unicom의 제휴 역량을 한층 높이는 계기가 되었으나 소수의 OTT 사업자와 협력하고 있고 WO store를 이용하는 이용자 수가 적다는 점이 약점으로 나타나고 있다. 그러나 HSPA+, WiFi 등 모바일 네트워크의 확대로 모바일 이용자가 증가하면서 이러한 약점은 점차 완화될 수 있을 것으로 보인다.

〈표 1〉 WO+ 플랫폼의 SWOT 분석

구분	주요 내용
강점 (strength)	<ul style="list-style-type: none"> • 통합서비스를 제공함으로써 이용경험을 향상시킬 수 있는 새로운 특징의 오픈 플랫폼 • 지불시스템의 유연성과 개발자에게 유용한 방대한 이용자 정보의 통합 • 다양한 온라인/오프라인 마케팅을 통해 광범위한 이용자에게 접근할 수 있는 잠재적 시장력
약점 (weakness)	<ul style="list-style-type: none"> • 소수의 OTT 사업자와 제휴 • 소규모의 WO store 이용자 수 • 이용자들이 China Mobile 등 경쟁사업자의 앱스토어를 여전히 이용하고 있음
기회 (opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> • 모바일 브로드밴드 가입자 기반의 성장으로 애플리케이션 이용 증가 • HSPA+, WiFi 등 모바일 네트워크 확대에 따른 스마트폰 보급 및 애플리케이션 이용 확산 • 다양한 기기 보급을 통한 스마트폰 이용 증가
위협(threat)	<ul style="list-style-type: none"> • China Mobile, China Telecom의 오픈 플랫폼 구축 계획 선언

자료: Informa Telecoms & Media(2012)

4. 결 어

향후 China Unicom은 현재 50개에 이르는 제휴사를 더욱 확대할 필요가 있으며 특히 다양한 콘텐츠 확보를 위해 Qiyi, Youku 같은 대중적인 OTT 사업자와 협력관계를 구축해야 할 것이다. 또한 현재 운영하고 있는 오프라인 판매점인 “3G gas station”도 SMS나 이용자 서비스콜(customer-service calls) 등을 활용해서 채널을 확대함으로써 저소득층이나 신규 이용자에게 소구할 필요가 있다. 이외에도 개발자들을 WO+ 플랫폼으로 유도할 필요가 있다. WO+ 플랫폼 가입자 기반을 확대하기 위해서는 역량있는 개발자들이 WO+ 플랫폼에 자신이 개발한 애플리케이션을 업로드할 수 있어야 하며 이를 위해서는 다양한 보상체계를 수립해야 할 것이다.³⁾

China Unicom의 WO+ 플랫폼은 중국의 모바일 시장에서 새로운 도전이라고 볼 수 있다. 기존의 다분화된 앱스토어 시장을 통합하고 다양한 사업자들과 긴밀한 협력관계를 형성하면서 이용자에게는 서비스와 콘텐츠를 하나의 플랫폼으로 제공하는 계기가 되었기 때문이다. 또한 이를 통해 개발자에게도 유용한 이용자 정보를 제공하여 이용자의 요구에 맞는 서비스와 콘텐츠를 개발하는데 용이하게 되었다는 점도 중요한 특징이라고 할 것이다. 하지만 China Unicom이 모바일 통합 플랫폼을 구축했다는 것만으로는 시장에서 경쟁우위를 점하기 어려운 상황이다. 다른 경쟁사업자들도 앞다투어 통합 플랫폼을 구축한다는 계획을 밝히고 있어 WO+ 플랫폼만의 차별화된 경쟁력을 갖춰야 할 것으로 보인다.

참고문헌

Informa Telecoms & Media(2012). “Case Study: China Unicom’s WO+ strategy”,
Global Mobile, 2012. 9. 4.

3) Informa Telecoms & Media(2012)

《Satellite spotlight》(2011. 12. 21). “China Unicom to open platform resources to developers”.

《thenextweb》(2011. 12. 9). “China Unicom unveils new focus on mobile web, apps and content”.