

포털업계 대형 M&A 신호탄 터졌다

각종 M&A설로 전운 ... 통신계열 포털 '도전' 에 토종 포털 '맞붙'
PC 틀서 벗어난 차세대 포털사업 주목... 기업간 합종연횡 줄이올 듯

글 / 조장은 전자신문 기자

인터넷 포털 시장에 전운이 감돌고 있다.

올 초 대기업들의 잇따른 진출로 예고됐던 포털 시장의 자리 싸움이 현실화되고 있는 것. 대기업 계열 포털들이 엄청난 자금과 모기업이라는 든든한 뒷배경을 바탕으로 공격적인 M&A 계획을 밝히자 기존 포털업체들이 맞붙 공세로 나올 조짐을 보이고 있다.

현재 극명하게 대립각을 형성하고 있는 곳은 SK커뮤니케이션즈, KTH 등 통신계열 포털과 다음커뮤니케이션, NHN 등 인터넷 태동 당시 벤처로 출발한 토종 포털들이다.

통신계열 포털 vs. 토종 포털 '힘겨루기'

통신계열 포털들은 시장진입 후발주자인 만큼 국내시장 선두 자리에 올라서는 데 총력을 기울이고 있다. SK커뮤니케이션즈는 이미 회원수 900만명이 넘는 싸이월드로 야후코리아를 제치고,

인터넷 포털 3위권 안에 진입한 상태. KTH는 포털사이트 파란을 정식 오픈하고, 올해 안에 적어도 5위권안에 들겠다는 각오를 밝혔다.

이들의 1차적인 목표는 자사 포털사이트가 국내 선두 포털이 되는 것이지만, 내면에는 월대한 야망을 가지고 있다. 통신사업자를 모회사를 두고 있는 양사는 모두 KT와 SK텔레콤의 차세대 수익 원으로 주력 사업 반열에 오르겠다는 각오를 다지고 있다. 이는 유현오(SK커뮤니케이션즈) 사장과 송영한(KTH) 사장이 모두 모회사의 사장 물망에 올라 있다는 배경에서도 기인한다.

이처럼 대기업 계열 포털들이 통신시장 전반을 놓고 수익 모델을 찾고 있는 사이 다음, NHN 등 토종 포털들은 경쟁력 있는 사업 부문에 집중적으로 투자해 선두 자리를 빼앗기지 않겠다는 의지를 불태우고 있다. 아울러 해외시장 선점을 통해 보다 먼저 글

로벌기업으로 커나가겠다는 야심을 드러내고 있다.

NHN은 지난 6월 중국 최대의 온라인게임 포털인 아워게임을 운영중인 해홍사와 제휴를 통해 아워게임 공동 경영권을 확보, 한·중·일을 아울러 100만명의 동시접속자 기반 플랫폼을 확보했다. 김범수 NHN 사장은 “한·중·일 3국을 아우르는 동아시아 최대 포털을 만드는 것이 목표”라고 말했다.

이처럼 업체들이 1위를 차지하기 위해 가장 먼저 내놓은 카드는 바로 M&A.

다음은 지난달 일본 최대 커뮤니티 사이트 ‘카페스타’를 인수한데 이어, 이달 초 미국 테라라이코스를 인수하며, 동아시아뿐만 아니라 미국까지 뻗어나갔다는 의지를 피력했다. 이재웅 다음 사장은 “현재 국내시장 경쟁이 치열해 지고 있는 상황이어서 글로벌 기업으로의 도약이 무엇보다 시급하다”며 “라이코스의 경쟁력을 확보하는데 사업 역량을 집중할 것”이라고 말했다.

다음뿐만 아니라 대부분의 선두 포털들은 국내에서 새로운 서비스를 시작하거나, 해외 진출시 모두 M&A 기법을 동원하고 있다.

이는 사실 SK커뮤니케이션즈의 싸이월드의 성공이 도화선이 됐다. SK커뮤니케이션즈는 그동안 인터넷 사업 성공을 위해 라이코스코리아 등을 인수했으나, 결국은 실패한 것으로 평가받고 있다. 하지만 싸이월드의 성공으로 단기간에 다음과 네이버의 아성에 도전할 만한 인터넷기업으로 성장했다.

이에 따라 국내에서는 ‘제2의 싸이월드 찾기’가 한창이다. 한때 벅스뮤직 등이 싸이월드의 뒤를 이을 서비스로 부각되기도 했지만, 저작권 문제 등으로 조금씩 관심권 밖으로 밀려나고 있다. 이처럼 물망에 오르는 대상 업체들이 시원치 않자 인터넷 포털의 개별 서비스를 성공시키기 위한 M&A는 소규모로 이뤄지고 있다. 그나마 인터넷게임 정도가 비싼 값에 팔릴 수 있는 물건으로 평가되고 있는 정도다.

엮히고 설킨 포털 M&A “경쟁력 위해서라면”

국내 인터넷 포털간 M&A는 이제 지식발전소의 ‘엮파스’의 항배에 관심이 쏠리고 있다. 사실 엮파스도 그동안 검색 기술을 인정받아 왔지만, 특별한 강점이 없다는 점에서 그 매력도가 떨어지고 있다는 분석이 우세하다. 하지만 트래픽을 어느 정도 높일 수 있는 대형 인터넷 사이트가 엮파스 외에는 거의 없다는 점에서 여전히 선두 포털들의 M&A 사정권 안에 들어와 있는 실정이다.

모 인터넷 포털업체 사장은 “엮파스는 인수하기에는 가격이 부담스럽고, 그대로 나누기에는 다른 포털들이 군침을 흘리고 있어

불안한 상황”이라며 “다른 포털들의 행보를 지켜본 후 가격 조건 등이 적당하다는 판단이 서면 엮파스에 인수 의사를 타진해 볼 계획”이라고 말했다.

국내 선두 인터넷 포털인 다음, NHN, SK커뮤니케이션즈, KTH 등이 국내 중소기업들의 M&A를 추진하고 있는 사이 외국계 기업들은 오히려 이들을 호시탐탐 노리고 있다.

구글은 지난 6월 NHN에 투자제의를 시도했지만 실패했다. 구글은 현재 구글코리아를 한국에 정착시키기 위해 사장 선임 작업을 진행하고 있는 상황으로 여전히 NHN에 대한 미련을 버리지 못한 것으로 알려졌다.

김범수 NHN 사장은 “현재 미국에서 야후 등 인터넷 기업들의 가치 평가에 비해 아직 한국 기업들은 굉장히 저평가돼 있는 상태”라며 “아직까지는 성장 가능성이 높은 한국 인터넷 기업을 넘기는 시기로는 적당하지 않다고 본다”며 합병 의사가 없음을 밝혔다.

이에 야후 또한 야후코리아를 통해 NHN에 인수 의사를 타진한 것으로 알려지고 있다. 야후 본사에서는 수시로 M&A팀이 한국으로 들어와 M&A 물건에 대한 조사를 벌이고 있다.

외국계 기업과 국내기업의 서로 물고, 물리기식 M&A 작업은 국내에만 한정되지 않고 해외시장에서도 벌어지고 있다. NHN과 다음이 일본·중국 시장에서 이미 현지 업체를 인수해 진출했거나 인수 시도를 펼치고 있는 상황이다.

특히 다음의 미국 테라라이코스 인수는 인터넷 본고장인 미국 본토 점령에 대한 야심까지 드러낸 것이어서 국내 인터넷 기업들이 야후, MS, 구글 등 세계적 인터넷 기업과 대적할 날이 멀지 않은 것으로 보인다.

이렇게 복잡하게만 얽혀가는 인터넷 업계의 M&A 방향을 길목에서 지켜볼 수 있는 방법은 무엇일까. M&A의 목적은 주력 사업의 시너지 효과를 위한 경우가 대부분이다. 기존 사업, 신규 사업 가릴 것 없이 사업추진의 가속도를 내기 위해서 가장 빠른 방법이 M&A이기 때문이다.

결국 해당 기업이 어떤 사업을 주력으로 하고 있느냐, 혹은 어떤 사업에 눈독을 들이고 있느냐를 파악하면 M&A 대상 리스트를 작성할 수 있다.

최근 M&A에 가장 열을 올리고 있는 인터넷 포털업체는 KTH와 다음커뮤니케이션이다. KTH는 블로그, 지역정보, 뉴스를, 다음은 쇼핑과 검색을 주력사업으로 가지고 갈 계획임을 밝혔다. KTH는 지역정보와 뉴스 영역에 주력할 방침이다. 이에 따라

인수업체	피인수업체	인수날짜	비고
다음	라이코스	2004. 8. 2	완료
	카페스타(일본)	2004. 7	완료
구글	NHN		인수설
CJ	플레너스	2004. 4. 8	완료
	벅스뮤직		인수설
정소프트	엠게임		인수설
KTH	엠마스		인수설

▲ 2004년 포털업계의 주요 M&A 일지

KTH는 이미 뉴스 부문에서 국내 우수 스포츠지와 독점 계약을 맺은 바 있다. 여기에 KTH는 다른 콘텐츠 업체와의 독점 계약도 추진 중인 것으로 알려졌다. 지역정보 사이트와도 접촉을 진행하고 있다.

다음은 검색 영역에서는 이미 미국 테라라이코스라는 세계적인 인터넷 검색 업체를 인수했다. 이제 쇼핑 부문만 남아있는데, 이 또한 국내에서만 한정되지 않고 해외업체까지 인수 대상으로 지목해 놓은 상태다.

인터넷 포털 선두업체 중 NHN은 검색과 게임, SK커뮤니케이션즈는 팡퐁(게임), 네이트온(메신저), 싸이월드(커뮤니티), 네이트닷컴(검색)을 주력사업으로 하고 있어 이 중 경쟁력이 떨어지거나 사업 규모를 키울 필요가 있는 부문에서 M&A가 이뤄질 가능성이 높다.

포털, PC 틀서 벗어난다 ... 시장선점에 '올인'

이처럼 인터넷 산업을 하찮게 여기던 대기업들의 잇따른 시장 진입과 무리해 보이기까지 한 업계의 M&A를 통한 몸집 불리기는 과연 향후 어떤 비전을 그리며 시도되는 것일까.

인터넷 붐이 일던 90년대 말, 인터넷은 '세상과 개인을 이어주는 가장 유용한 커뮤니케이션 도구'로 각광 받았다. 하지만 PC라는 한정된 틀에 갇혀 더이상 성장 가능성이 없는 산업으로 치부, 거품 논쟁에 휘말리며 사람들의 관심 밖으로 떨어져 갔다.

하지만 최근들어 인터넷은 PC의 틀에서 벗어나며, 또 한번의 도약을 꿈꾸고 있다.

가장 현실성 있게 다가오는 것이 무선인터넷이다. SK텔레콤, KT 등 통신사들이 가장 공격적으로 인터넷 시장에 진입하는 이유도 바로 이 무선인터넷의 성장 가능성 때문이다.

지난해 무선인터넷 망 개방으로 인터넷 포털들이 본격적으로

사업에 뛰어들기 시작한 무선인터넷 사업은 인터넷의 새로운 수익 모델로 떠오르고 있다. 현재 벨소리 다운로드, 통화연결음, 게임, 캐릭터 등 단순한 사업 모델이 주종을 이루고 있음에도 불구하고, 무선인터넷의 수익을 거의 독점하고 있는 이동사의 수입은 어마어마하다.

하지만 무선인터넷 수익 모델은 단순히 휴대폰에만 그치지 않는다. 다음커뮤니케이션은 차세대 성장 동력 중 하나인 텔레매틱스 사업에도 지대한 관심을 보이고 있다. 다음은 SK텔레콤 컨소시엄에 참여하는 방법으로 정보통신부와 제주도가 공동으로 추진하는 '제주도 텔레매틱스 시범도시 구축사업'에 뛰어 들었다.

이처럼 최근까지 무선인터넷 시장이 인터넷 포털의 대안으로 부각됐지만, 이게 끝이 아니라는 것이 최근 가전업계의 홈네트워킹 사업에서 드러났다.

이미 인터넷은 냉장고 등 가전 제품에 부착돼 출시되고 있는 상황이다. 그 중에서도 가장 파급력이 높을 것으로 전망되는 곳은 TV에 포털이 들어가는 'TV포털' 시장이다. 가전업체들이 방송 시청은 물론 인터넷, t커머스 등 포털서비스 기능까지 갖춘 디지털 TV를 내놓을 예정으로 있는 데다 홈네트워크 및 인터넷 서비스업체들이 TV포털 사업을 벌이기 위해 제휴선 확보에 적극적으로 나서고 있기 때문이다.

본격적인 디지털TV 시대가 열리면서 현재 삼성전자, LG전자 등 대형 가전업체들은 올 하반기 내지 내년 상반기에 TV포털을 출시한다는 계획이다. 주요 인터넷 포털업체들은 각각 통신사업자들과 손잡고, 이 시장에 진출하기 위해 열을 올리고 있는 상황이다.

마이크로소프트의 스티븐 발머 사장은 한국의 홈네트워크 시장을 둘러보기 위한 목적으로 최근 한국을 방문했던 것으로 업계는 분석하고 있다.

인터넷 포털업체 한 관계자는 "외국 IT기업들은 대체로 한국을 테스트베드로 보고 있다"며 "특히 떠오르는 새로운 시장인 홈네트워크 사업에 외국 기업들도 지대한 관심을 가지고 있다"고 전했다.

이제 인터넷 포털은 PC라는 틀에서 벗어나는 '탈피'의 과정을 겪고 있다. 이를 위해 신규 포털, 기존 포털 할 것 없이 막대한 자금을 인터넷 산업에 쏟아 부으며 시장을 선점하기 위해 노력하고 있다. 과연 새로운 도전에 성공할 기업은 대기업인지, 외국계 기업인지, 토종 포털인지는 이제 이들의 예리한 시장 분석과 적절한 투자 포트폴리오에 달려 있다. 