

SKT ‘T우주’, 출시 일주일 만에 가입자15만

구독시장 새 바람 일으켜

**- 전 연령대 고른 가입률, 비대면 채널 가입 비중이 약 70% 차지**

**- 타 통신사 가입자도 약 30%…전 국민의 구독 라이프 필수템으로 안착 중**

**- 제휴사들에 새 성장 모멘텀으로 작용…제휴 스타트업 지원 측면 ESG 효과**

**- 한 달 내 배스킨라빈스, 보틀웍스, 사운드짐 등 제휴 혜택 다양화**

|  |
| --- |
| **※ 엠바고 : 배포 즉시 활용 가능합니다.** |

**[2021. 9. 8.]**

SKT 구독상품 ‘T우주’가 구독시장에 새로운 바람을 일으키고 있다.

SK텔레콤(대표이사 박정호, www.sktelecom.com)은 지난 8월 31일 신규 론칭한 구독 서비스 ‘모두의 구독 유니버스, T우주’가 론칭 일주일 만에 가입자 15만을 돌파하며 순항 중이라고 밝혔다.

출시일부터 꾸준한 인기를 얻으며 T월드, 11번가와 같은 셀프 가입 채널과 SKT 대리점 유통망 등 다양한 가입처에서 전 연령대에 걸쳐 고른 가입률을 보이고 있다고 분석했다.

**■ 전 연령대 고른 가입률, MZ 세대 가입 늘고 타 통신사 가입자도 30%로 전국민 서비스 안착**

출시 후 일주일 경과 기준, ‘T우주’의 구독 패키지 상품인 ‘우주패스’와 단품 구독상품들의 총 가입자 수는 15만명을 넘어섰다.

가입 채널별로는 SKT 고객센터, Tworld, 11번가 등 비대면 채널을 통한 가입이 70%, 오프라인 채널을 통한 가입은 30% 수준이다. 연령 분포는 20대가 약 19%, 30대가 33%, 40대가 29%, 50대 이상이 19%로 전 연령대 고른 분포를 보이고 있는 가운데 온라인 소비 주력세대인 20~40대가 80% 이상을 차지해 눈길을 끌었다.

특히, 11번가와 T월드처럼 웹/앱을 통한 셀프 가입 채널의 경우 20~30대 비중이 60%를 상회, 바이럴 기반의 비대면을 통한 MZ세대의 가입이 늘고 있어 고무적이라는 SKT의 분석이다.

또한 론칭 때 전 국민을 대상으로 한 서비스라고 목표를 밝혔듯 타 통신사 가입자의 비중도 현재 30% 수준이며 지속 증가하고 있어, 전 국민의 구독 라이프를 위한 필수 아이템으로 자리를 잡아가는 추세이다.

**■ ‘우주패스 all’ 상품을 통해, 제휴사들도 고객 기반 확대**

18개 제휴처의 구독 상품들을 선택형으로 제공하는 ‘우주패스 all’ 상품을 살펴보면 판데믹 상황에서의 생활상을 반영하듯, ‘배달의 민족’, ‘파리바게뜨’, ‘스타벅스’, ‘이마트’ 등 먹거리와 쇼핑 서비스가 많은 고객들의 관심을 받았다. 이외에도 ‘wavve’, ‘FLO’ 등 콘텐츠형 구독 상품 가입도 꾸준히 이어지고 있다.

한편으로 ‘우주패스’ 구독 패키지 상품을 통해 스타트업 제휴사들도 많은 혜택을 보고 있다. 예를 들어 친환경 화장품 회사인 ‘톤28’의 경우 이번 제휴를 통해 홍보 채널 및 가입자 증대 측면에서 성장 모멘텀이 되었다는 평가이다. 특히 영업력이나 자본력은 충분하지 않으나 능력 있는 스타트업의 성장 기회로 작용할 수 있다는 부분에서 ‘T우주’의 ESG 측면에서의 역할도 기대된다.

**■ 11번가 해외직구 규모 3.5배 이상 증가, Amazon 글로벌스토어 라방 70만 시청**

‘우주패스’ 상품의 기본 혜택으로 제공되고 있는 11번가와 Amazon의 경우, 이미 가시적인 성과가 나타나고 있다.

11번가의 해외직구 카테고리 거래액은 Amazon 글로벌스토어의 혜택이 제공되는 ‘우주패스’의 인기에 힘입어 론칭 후 일주일(8/31~9/6) 간 전월 동기간 대비(7/31~8/6) 3.5배 이상 커졌다. 이는 Amazon에서도 잘 팔리는 수천만개 상품을, 경쟁력 있는 가격으로 입점시켰기에 가능했던 성과다.

또한 Amazon 글로벌스토어 구매고객의 상품 탐색 빈도(페이지뷰)는 기존 11번가 구매고객 대비 약 4배 높다. 이는 고객들이 구매할 상품을 미리 정해 놓고 결제하는 ‘목적성 소비’ 뿐 아니라, 인기 있고 잘 팔리는 상품을 탐색하는 과정에서 이른바 ‘쇼핑의 즐거움’을 얻고 있다는 것으로 해석된다. 이러한 상품 탐색 빈도 증가는 곧장 거래 금액 증가로 연결되고 있다.

가장 인기 있는 상품은 주방용품, 식품/건강, 스포츠/아웃도어 용품으로 자체 거래액 목표 대비 실제 거래액이 최대 5배를 초과하는 등 고객들로부터 큰 호응을 얻고 있다.

또 11번가는 지난 6일 오전 11시부터 ‘Amazon 글로벌스토어 론칭 기념’ 특집 라이브방송을 진행해 1시간 동안 누적 시청자 수 70만 명을 기록했다. 이는 11번가 라이브방송 시청자 수 역대 2위에 해당하는 기록으로 방송 시작 20분만에 50만명을 돌파할 만큼 Amazon 글로벌스토어에 대한 고객들의 뜨거운 관심과 기대를 확인할 수 있었다.

특집 라이브방송은 Amazon 글로벌스토어의 소개와 함께 다양한 시청 참여 이벤트와 경품 추첨이 진행됐고, Amazon 글로벌스토어의 인기 상품 6종의 판매가 동시에 진행됐다.

이런 긍정적인 효과와 시장의 기대에 힘입어 구독 제휴를 원하는 신규 제휴사들의 러브콜이 쇄도하고 있다.

특히 한 달 내에 배스킨라빈스, 보틀웍스와 사운드짐 등 새로운 제휴사도 여러 곳합류할 예정이어서 디저트류와 운동을 좋아하는 많은 고객들의 유입을 기대하고 있다. 더불어 100여 개 제휴사와 추가 협의 중인 상황으로, 고객들의 선택권은 더 확장될 것으로 보인다.

또한 11월 30일까지 진행되는 가입 첫 달 100원/1,000원 프로모션의 인기도 상당해 새로운 가입자 유입은 지속될 것으로 기대된다.

SKT 윤재웅 구독마케팅담당은 “이번에 론칭한 ‘모두의 구독 유니버스, T우주’에 대한 고객분들의 관심과 사랑에 감사드린다” 며 “더욱 더 다양하고 인기있는 제휴사들을 영입하여 풍성한 혜택을 제공하겠다”고 의지를 밝혔다.

|  |
| --- |
| **※ 사진설명**SK텔레콤은 지난 8월 31일 신규 론칭한 구독 서비스 ‘모두의 구독 유니버스, T우주’가 론칭 일주일만에 가입자 15만을 돌파하며 순항 중이라고 밝혔다.사진은 현재 방영중인 ‘모두의 구독 유니버스, T우주’ TV 광고 중 한 장면. |

**▶ 관련문의 : SKT PR실 기업PR팀 김재익 매니저(02-6100-6714)**

**<끝>**