



트레이드 렌즈

TRADE LENS

투자에 초점을 맞추다.

LENS INSIGHT / No.07

위성·지상망·고객 접점의 경제성을 읽는 리서치

스타링크 모바일의 이동통신시장 진입 주파수 전략과 통신 인프라의 경쟁구조

위성의 도달 범위에서 가입자의 지불 의사까지,
하이브리드 통신망의 수익과 자본비용을 분석한다.

진입의 기반

주파수 권리 · 위성 · 지상망 · 고객 유통

검증할 성과

실내·혼잡 품질 · 유료 이용 · 자본 회수

커버리지는 출발점이다.
경쟁력은 품질과 가입자 경제성에서 결정된다.

계약·허가·회사 목표와 실제 서비스를 구분하고, 가치사슬별 이익의 귀속을 분석한다.



01 / RESEARCH VIEW

위성의 진입보다 중요한 것은 고객 접점의 이동이다

TradeLens 판단 | 저대역 주파수는 전국망의 완성이 아니라, 직접 경쟁을 선택할 수 있는 기반이다.

핵심 결론

스타링크 모바일은 통신 음영지역을 보완하는 공급자에서 직접 가입자 시장을 겨냥하는 사업자로 확장하려 한다. 단기적으로는 기존 통신사와의 제휴·결합상품이 이어지는 가운데 협상력이 재조정될 가능성이 높다. 대중적인 주회선 대체는 실내 품질·혼잡시간 용량·가입자당 수익성의 검증이 필요하다. [1] [2]

01

무슨 변화인가

위성 연결에 미국 저대역 주파수와 지상망 구축 전략을 결합해 독립적인 시장 진입의 선택지를 넓힌다.

02

왜 중요한가

통신사의 고객 유지 수단이던 위성 연결이, 장기적으로는 고객 접점을 경쟁하는 자산이 될 수 있다.

03

누구에게 효과가 생기나

통신사는 소매가격·갭신 경쟁에, 인프라 공급자는 추가 구축과 투자 회수에 각각 노출된다.

04

무엇으로 판단하나

계약 종결, 실제 개통 지역, 실내·혼잡시간 품질, 유료 이용과 자본비용 차감 후 수익을 본다.

한 가지 경쟁 구도로 모든 국가를 설명하지 않는다

미국의 직접 진입 전략과 해외 통신사를 통한 유통은 양립할 수 있다. 이번 보고서는 기술의 도달 범위와 고객의 지불 의사, 이를 공급하는 데 드는 비용을 분리한다. 위성이 늘어난다는 사실만으로 통신사의 기존 매출이 같은 비율로 사라지는 것은 아니다.

독자에게 남길 기준

커버리지는 연결의 가능성이다. 경쟁력은 고객이 계속 쓰는 품질과, 그 대가를 받고 남기는 수익에서 확인한다.



02 / EVENT & EXECUTION

계약·허가·상용화는 서로 다른 이정표다

2026년 10월 10일 기준 | 발표일과 실제 거래·서비스 상태를 분리한다.

발표 시점	확인된 변화	경제적 의미와 남은 단계
10월 1일	미국 3개 통신사 위성통신 합작계약 [6]	공동 대응 기반. 기존 위성 제휴는 지속되며 통합 서비스 완성을 뜻하지 않는다.
10월 6일	FCC의 SpaceX NGSO MSS 허가 공지 [3]	위성 시스템 운용의 제도적 진전. 허가와 실제 발사·배치·개통은 다르다.
10월 8일	Grain 800MHz 포트폴리오 매각 계약 [1]	전국 라이선스의 인수 계약. FCC 승인과 통상적 종결 조건이 남아 있다.
10월 8일	SpaceX의 위성·지상 하이브리드 전략 [2]	독립 이동통신 진입이라는 회사 방향. 구축 범위·실제 요금·수익은 별도다.
10월 9일	Banglalink의 위성-휴대전화 서비스 출시 발표 [8]	현지 통신사 유통 방식이 이어지는 사례. 미국의 직접 진입과 구분한다.



실행 단계의 구분 · 계약 발표만으로 오른쪽 단계의 성과가 확정되지는 않는다.

규제 진전이 제거하는 위험과 남겨 두는 위험

허가는 실행 가능한 사업 범위를 넓히지만, 단말 인증·설비 조달·망 통합·고객지원 비용을 없애지 않는다. 사업 분석에서는 발표된 권리, 구축된 자산, 고객이 실제로 이용하는 서비스를 각각 구분해야 한다.

다음 정책 관찰점

10월 29일 FCC의 D2D 관련 주파수·규정 검토가 예정돼 있다는 보도가 있다. 검토 일정은 채택 결과도, 특정 사업자에게 확정된 할당도 아니다. [9]

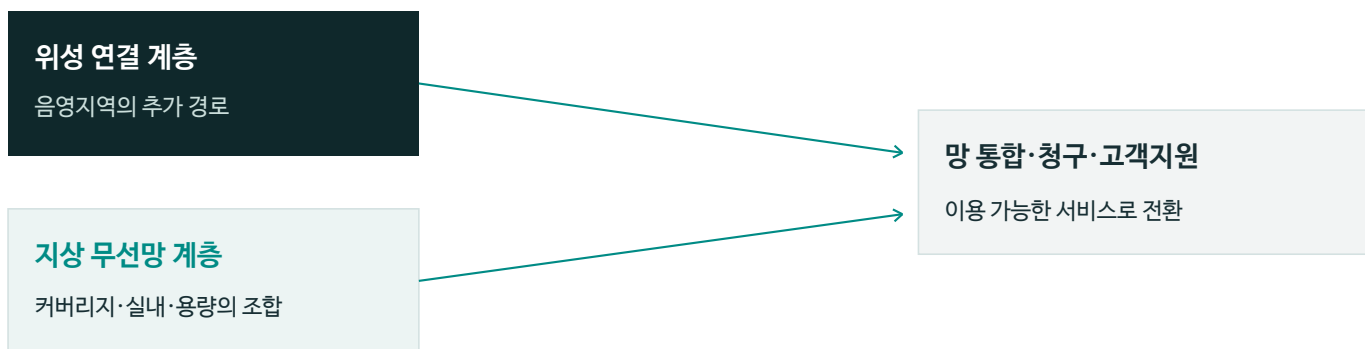


03 / SPECTRUM & ARCHITECTURE

800MHz는 커버리지 계층이지, 무제한 용량이 아니다

주파수의 위치, 대역폭, 이용자 처리속도를 같은 숫자로 읽지 않는다.

SpaceX는 800MHz 대역에서 최대 14MHz의 쌍대역 주파수를 확보하는 계약과, 2GHz 중대역을 활용하는 위성·지상망 구상을 발표했다. 저대역은 커버리지, 중대역은 용량을 담당한다는 회사 설명이다. 이는 구축 목표이며 현재 실내 성능의 측정치가 아니다. [1] [2]



위성 전용 경로가 아니라 지상망과 결합하는 개념적 사업 구조

구분	무엇을 뜻하나	무엇을 뜻하지 않나
800MHz·2GHz	전파가 사용하는 주파수 대역	이용자별 800Mbps·2Gbps 속도
최대 14MHz 쌍대역	계약 대상 스펙트럼의 폭에 관한 설명	한 방향에 14MHz 전부가 배정된다는 뜻
위성·지상 결합	경로를 결합하는 회사의 망 설계 방향	미국 전역 실내·도심 서비스의 완성

도식은 회사 발표와 통신 원리를 토대로 재구성한 개념도다. 실제 주파수 배치·무선장비 구성·망 연결 계약을 추정하지 않는다. [2] [5]

분석적 의미

저대역 확보는 지상 인프라를 불필요하게 만드는 뉴스가 아니다. 커버리지·용량·실내 품질을 조합하기 위해 지상 계층의 경제성이 더 중요해질 수 있다.



04 / SERVICE BOUNDARIES

현재 상품과 차세대 목표를 분리해야 시장이 보인다

위성-휴대전화 직접 연결, 안테나형 인터넷, 기지국 백홀은 같은 서비스가 아니다.

분석 단위	현재 확인할 수 있는 범위	해석의 경계
T-Satellite 소매 상품	월 10달러/회선의 한시 요금 또는 적격 요금제 포함. 지원 앱·문자, 호환 단말 조건이 있다. [4]	소매가격은 SpaceX의 도매 단가가 아니다. 모든 앱·모든 단말·항상 이용 가능을 뜻하지 않는다.
KDDI 차세대 계약	2026년 8월 계약, 9월 발표. V2의 음영지역 고속 데이터·기본 음성은 2027년 말 제공 목표다. [7]	미래 목표를 현재 속도·범위로 표현하지 않는다. 일본 일정은 미국 전체 출시 일정이 아니다.
SpaceX 미국 전략	자체 주파수와 위성·지상망을 조합한 주요 이동 통신사 진입 방향. [2]	국가별 상용 요금·망 품질·고객 획득 실적과는 다른 단계다.

휴대전화 직접 연결

전화기가 위성과 통신

안테나형 광대역

별도 단말을 통한 인터넷

기지국 백홀

기지국의 상위망 연결

서비스 단위의 구분·속도·가입자·매출의 분모를 서로 바꾸지 않는다. [5]

음영지역에서 유용한 상품과 주회선 대체 상품은 다르다

현재 T-Mobile 안내에는 하늘이 보이는 실외 환경, 속도·용량 제약, 지연과 서비스 공백 가능성이 포함돼 있다. [4] 소비자는 드문 비상 연결에 대해서도 비용을 지불할 수 있다. 그러나 매일 쓰는 주회선을 바꾸게 하려면 더 넓은 사용 조건에서 품질과 편의가 유지돼야 한다.

비교 기준

안테나형 광대역의 속도를 휴대전화 직접 연결에 적용하거나, 통신사 백홀 계약을 휴대전화 가입자 매출로 바꾸어 읽지 않는다.



05 / CAPACITY ECONOMICS

연결 가능한 면적과 동시에 쓸 수 있는 용량은 다르다

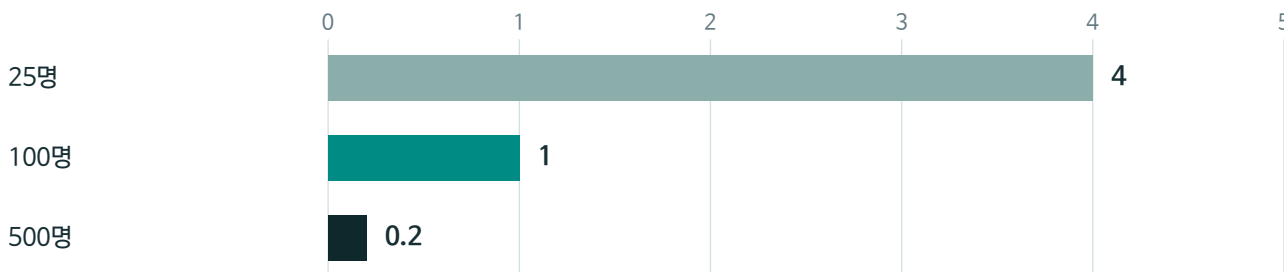
설명용 가정 | 같은 총용량에서도 혼잡시간 이용자 수가 체감 품질을 바꾼다.

모형 A | 유효 용량을 똑같이 나누는 단순 예시

한 빔의 이용자 데이터용 유효 총용량을 100Mbps로 가정한다. 동시 활성 이용자가 같은 양을 요구하고 용량을 균등 배분받는다면 이용자당 속도는 $100 \div \text{동시 이용자 수}$. 실제 Starlink 용량·속도·가입자 전망이 아니다.

동시 이용자 증가에 따른 배분 용량

Mbps/활성 이용자 · 설명용 가정



동시 활성화 이용자	유효 총용량	균등 배분 시 속도
25명	100Mbps	4.0Mbps
100명	100Mbps	1.0Mbps
500명	100Mbps	0.2Mbps

100Mbps는 전송 오버헤드 이후의 임의 유효용량이다. 실제 스케줄링·우선순위·빔 재사용·이동·트래픽 차이는 미반영이다. 평균 등록 가입자 수와 동시 활성 이용자는 다르다.

실제 위성 링크는 안테나·고도·사용자와 위성의 각도 등에도 영향을 받는다. [5] 이 예시의 목적은 특정 속도를 예측하는 것이 아니라, 넓은 커버리지 지도가 혼잡시간 품질을 보증하지 않는다는 점을 보여주는 것이다.

이 계산이 바꾸는 질문

“얼마나 넓게 연결되는가” 다음에는 “수요가 몰리는 장소와 시간에도, 고객이 돈을 낼 만큼 쓸 수 있는가”를 물어야 한다.



06 / BUSINESS MODEL

도매·결합상품·독립 소매는 다른 사업이다

같은 위성 연결도 누가 요금을 청구하고 고객을 관리하느냐에 따라 이익의 구조가 달라진다.

구조	고객 접점·수익	주요 비용·위험
통신사 도매 공급	통신사가 고객·요금을 관리하고 위성 사업자에게 계약대가 지급	낮은 고객 획득 부담과 거래처 집중·도매가격 협상력의 교환
선택형 부가상품	필요한 이용자만 추가 요금을 지불; 이중 회선·별도 연결도 가능	가입률·사용량·지원비·상품 간 중복 가치
기존 요금제에 결합	연결 기능을 포함해 해지 방어·상위 요금제 전환을 추구	별도 과금 없이 공급비가 늘면 이익이 감소할 수 있음
독립적인 주회선 소매	가입자 요금과 장기 고객관계를 직접 확보	마케팅·청구·고객지원·망 구축·품질 책임 확대

TradeLens의 사업모델 분류다. 표의 계약대가·비용 배분은 개별 기업의 비공개 계약을 추정한 것이 아니다.

독립 진입의 선택지는 실제 가입자 이동 전에도 의미가 있다

공급자가 직접 고객을 확보할 수 있는 대안을 갖게 되면 도매 협상의 조건은 달라질 수 있다. 반대로 직접 소매 진입은 고객지원과 망 품질 책임까지 가져오는 선택이다. 도매 매출보다 소매 매출이 크다는 이유만으로 후자의 투자수익률이 높다고 볼 수는 없다.

무료 포함의 경제성은 가격표 밖에서 확인한다

소매가격이 0인 기능도 해지를 줄이거나 상위 요금제 선택을 늘리면 가치가 있다. 다만 신규 가입자 증가, 기존 고객의 요금제 이동, 단순 무료 이용을 나눠야 한다. 전체 가입자 수만으로 위성 기능의 효과를 추정하면 기존 브랜드·가격·다른 혜택의 영향을 함께 세계 된다.

사업성의 기준

고객 접점을 직접 갖는 전략과 파트너에게 맡기는 전략은 승패의 이분법이 아니다. 국가별 규제·유통비·망 비용에 따라 함께 운영할 수 있는 선택지다.



07 / INCUMBENT RESPONSE

기존 통신사의 대응도 개별 제휴에서 공동 체계로 움직인다

위성 공급자의 독립 진입 가능성과 통신사의 공동 대응을 함께 봐야 한다.

AT&T·T-Mobile·Verizon은 10월 1일 위성통신 합작계약을 발표했다. 주파수 자원과 공통 인터페이스·규격을 결합하는 방향이며, 기존 위성 사업자와의 계약과 독립적인 활동은 계속된다고 명시했다. [6]

주파수·표준

공동 대응 기반

다중 공급자

연결 선택지

기존 가입자

유통·청구 접점

분석용 역할 구분 · 실제 서비스 통합 완료를 뜻하지 않음

경쟁 변수	통신사에 유리한 조건	위성 사업자에 유리한 조건
고객 관계	기존 요금제·청구·판매망 유지	독립적인 유료 가입자 확보
공급자 선택	대체 위성 연결의 실용화	차별적인 품질·용량의 지속
주파수·망	공통 규격과 기존 지상망 활용	자체 권리와 통합망 구축 능력
수익 배분	결합상품의 해지 방어 효과	도매가격 또는 소매 기여이익 확보

공동 대응은 경쟁의 소멸을 뜻하지 않는다. 계약 범위·독점성·공급자 전환 비용이 달라지면 같은 기술 성능에서도 수익 배분이 달라진다. 기존 계약이 유지된다는 사실은 당장의 공급 중단이나 계약 파기를 전제로 분석해서는 안 된다는 뜻이다.

TradeLens 판단

독립 진입 전략은 공급자의 협상력을 높일 수 있지만, 수요자의 공동 구매·규격화는 반대 방향으로 작용할 수 있다. 기술 우위와 계약상 가격결정력은 별도로 검증한다.



08 / SUBSCRIBER ECONOMICS

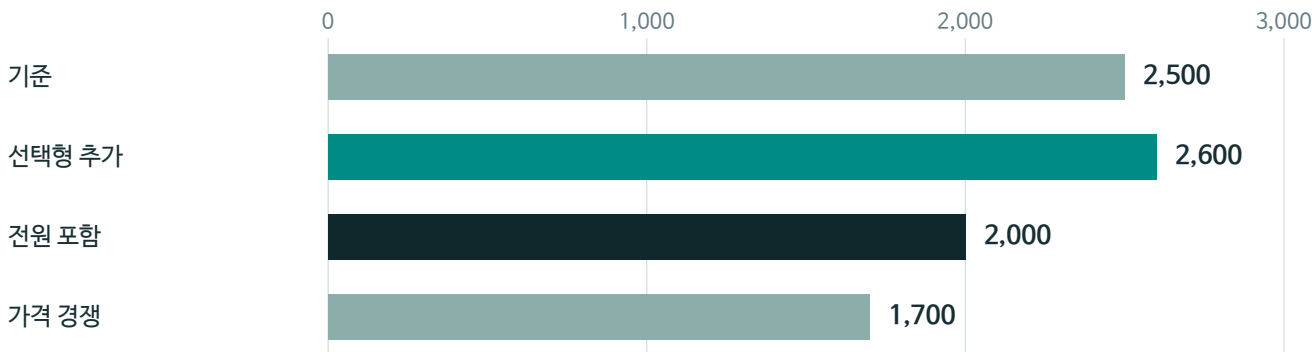
연결 기능이 늘어도 가입자당 이익은 줄어든 수 있다

모형 B · 설명용 가정 | 같은 100개 회선에서 추가 과금·결합 비용·가격 경쟁을 비교한다.

월간 가정 · USD	기준	선택형 추가	전원 포함	가격 경쟁
기본 요금/회선	40	40	40	37
기본 변동비/회선	15	15	15	15
추가 요금/사용 회선	—	10	0	0
추가 제공비/사용 회선	—	5	5	5
위성 기능 포함 회선	0	20	100	100
고객군 기여이익	2,500	2,600	2,000	1,700

동일 고객군의 월 기여이익

USD/월 · 설명용 가정



기여이익 = $100 \times (\text{기본 요금} - \text{기본 변동비}) + \text{포함 회선 수} \times (\text{추가 요금} - \text{추가 제공비})$. 모든 입력은 가정이다. 실제 요금·도매 단가·트래픽·해지율 추정이 아니다. 마케팅·고정비·설비투자·세금은 제외한다.

이익을 지키려면 다른 편익이 필요하다

기본 요금은 그대로인데 전 회선의 제공비가 늘면 기여이익은 줄어든다. 이를 상쇄하려면 추가 과금, 낮은 해지, 더 적은 고객 획득비 또는 다른 원가 절감이 실제로 나타나야 한다.



09 / CAPITAL & SCALE

가입자 규모보다 중요한 것은 자본비용을 감당하는 순기여다

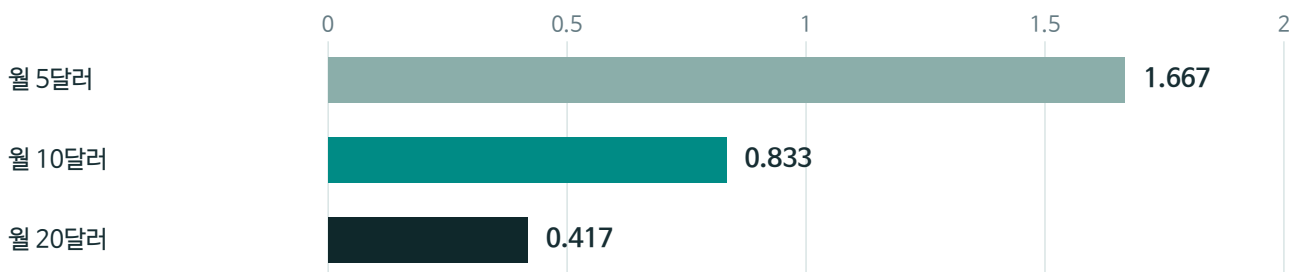
설명용 가정 | 같은 고정 부담에서도 회선당 순기여에 따라 필요한 규모가 달라진다.

모형 C | 연간 고정·자본 부담 1억달러

연간 고정 운영비와 연환산 자본 사용비용의 합계 F를 1억달러로 가정한다. 회선당 월 순기여 m은 변동 제공비·고객지원·유지비용을 차감한 값이다. 필요한 연평균 유료 회선 수 $N = F \div (12 \times m)$.

회선당 순기여에 따른 필요 유료 회선

백만 회선 · 설명용 가정



월 순기여 m	필요 연평균 유료 회선	해석
5달러	약 166.7만	낮은 단위 수익을 큰 규모로 보완
10달러	약 83.3만	단위 수익 두 배면 필요한 규모는 절반
20달러	약 41.7만	높은 수익 유지에 필요한 품질·비용 확인

SpaceX의 비용·손익분기점 추정이 아니다. 연환산 자본비용에는 자산 교체와 요구수익률의 효과를 포함한다고 가정하며, 감가상각·투자 원금 전액을 다시 차감하지 않는다. 초기 투자 회수기간·세금·차입 만기는 별도다.

확장 판단

광고된 커버리지 인구나 무료 이용 가능자는 유료 회선이 아니다. 증설 전에 추가 고객의 수입이 추가 용량·지원·자본 부담을 감당하는지 검증해야 한다.



10 / VALUE CHAIN

소매 경쟁 심화와 인프라 수요 증가는 함께 나타날 수 있다

위성통신의 확대를 모든 통신기업에 같은 호재 또는 악재로 적용하지 않는다.

가치사슬	기회가 생기는 조건	동시에 부담하는 비용·위험
위성·발사·망 운영	사용 가능한 용량을 제때 구축하고 유료 계약으로 판매	위성 교체·발사·지상국·자본 조달의 반복 부담
소매 이동통신	음영지역 보완의 대가를 과금하거나 고객 유지로 회수	위성 원가 추가, 가격 인하, 지원 업무 증가
타워·지상 무선망	하이브리드 구축이 실제 부지·장비 임대와 연결	증설 협상, 가동 지연, 계약 갱신·입지 위험
백홀·코어·연결 인프라	추가 트래픽과 통합을 계약 범위로 확보	연동·보안·장애 대응·용량 투자 비용
단말·무선부품	지원 대역과 기능이 단말 채택·교체로 연결	인증·전력·열·원가·고객 집중 위험

공개 전략을 바탕으로 한 TradeLens 분석이다. 특정 상장사의 납품·수주·고객 관계를 전제하지 않는다.

계약이 자본비용의 부담자를 결정한다

인프라 수요가 늘어도 장기 저가 계약이나 최소 사용량 없는 계약이면 공급자가 증설 위험을 떠안을 수 있다. 반대로 확정 임대·용량 약정은 가시성을 높이지만, 상대방 신용과 자산의 잔존가치는 남는다. 장비 수나 기지국 수보다 계약기간·최소 지급·원가 전가를 봐야 한다.

백로그보다 청구와 회수 조건을 본다

공급 계약이 있어도 개통·검수 이후 청구라면 현금은 먼저 나갈 수 있다. 선금금, 최소 사용료, 구축 지연 시 책임과 계약 종료 후 자산의 재사용 가능성을 함께 봐야 한다. 이 기준은 신규 위성 사업자와 지상 인프라 공급자 양쪽에 적용된다.

가치귀속의 기준

새 연결을 만드는 주체, 고객에게 청구하는 주체, 교체·운영비를 부담하는 주체를 나눠 본다. 이 세 역할이 일치하지 않을 때 매출 확대와 현금 창출의 차이가 커진다.

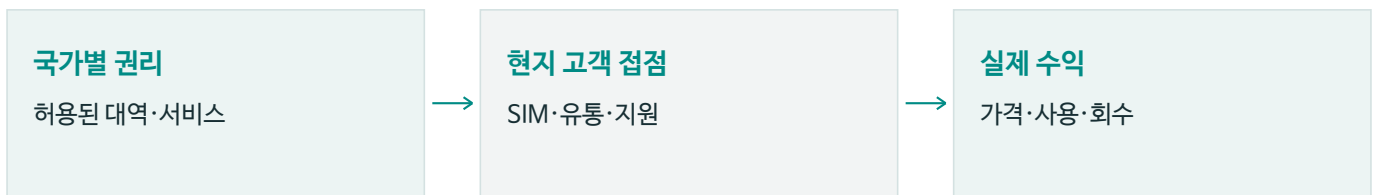


11 / GEOGRAPHIC STRATEGY

미국의 직접 진입과 해외 제휴는 양립한다

국가별 주파수 권리와 고객 유통망이 같은 기술의 사업모델을 다르게 만든다.

시장·사례	자료가 보여주는 전략	구분할 점
미국 / Grain·SpaceX	전국 저대역 인수 계약과 위성·지상 통합 방향. [1] [2]	라이선스의 지리적 범위는 실제 개통 범위가 아니다.
일본 / KDDI	현지 통신사가 서비스 접점을 유지하며 V2 확대 계약. [7]	차세대 기능은 2027년 말 목표이며 현재 제공 수준과 다르다.
방글라데시 / Banglalink	현지 SIM과 통신사를 통한 위성 연결 출시. [8]	해당 시장의 출시가 다른 국가의 승인·서비스를 의미하지 않는다.



해외 확장의 분석 단위는 위성 커버리지 하나가 아니라 국가별 사업조건이다.

글로벌 확산을 하나의 미국 요금제로 환산하지 않는다

기술을 여러 나라에서 활용할 수 있어도 판매·허가·번호·긴급통신·데이터 처리와 고객지원은 현지 조건을 따른다. 직접 판매의 이익이 커 보이더라도 현지 통신사의 유통과 운영을 이용하는 편이 자본효율적일 수 있다. 미국 사업의 성공 여부만으로 모든 해외 통신사의 손익을 같은 방향으로 판단하지 않는다.

현지 사업자는 고객획득비를 낮추는 대신 매출을 공유한다. 직접 진입은 그 몫을 가져오는 대신 현지 조직과 책임을 새로 부담한다. 그러므로 같은 이용자가격이라도 국가별 순기여와 필요한 자본은 달라질 수 있다.

한국 시장에 적용할 분석 순서

위성 인터넷 재판매와 휴대전화 직접 연결을 먼저 구분한다. 그다음 국내에서 허용된 서비스 범위, 주파수·단말 조건, 실제 파트너 계약과 과금 구조를 확인한다. 이 보고서는 국내 D2D 승인 또는 특정 기업의 참여를 단정하지 않는다.



12 / SCENARIO MATRIX

기본 경로는 제휴의 지속과 소매 경쟁의 점진적 확대다

아래 경로는 TradeLens의 조건부 분석이며 확률·가입자·기업 실적 전망치가 아니다.

시나리오	함께 나타나야 할 조건	경제적 결과
A. 보완·결합의 확대 기본 판단	현재 서비스의 유용성이 지속되고 파트너 유통이 비용효율적	통신사의 고객 유지·부가상품 경쟁; 위성 사업자는 도매 계약 축적
B. 독립 소매 경쟁의 가속	인수 종결·지상 구축·실내/혼잡 품질·고객 획득 이 함께 진전	주회선 요금과 고객 점점 경쟁; 신규 설비투 자와 지원 부담도 확대
C. 구축 지연·비용 압력	규제·단말·설비 병목 또는 낮은 유료 전환이 지 속	제한된 서비스에 집중; 투입 자본 회수와 조 달 조건이 중요
D. 다중 위성 공급의 확산	호환성과 대체 공급자가 유효한 품질을 제공	통신사 협상력 강화 가능; 위성 공급가격· 차별화 수익 압박

기본 판단을 바꾸는 증거

독립 소매상품이 주요 일상 환경에서 품질을 유지하고, 프로모션 이후에도 유료 가입과 재이용이 늘며, 고객당 순기여가 투자 부담을 감당한다면 직접 경쟁에 더 높은 비중을 두어야 한다. 반대로 서비스 범위가 넓어져도 유료 전환과 수익성이 약하다면 커버리지 확대만으로 사업 성과를 판단하지 않는다.

경쟁 강도와 시장 확장은 같은 방향이 아닐 수 있다

공급자가 늘면 가격 하락으로 사용이 확대될 수 있지만, 같은 매출을 얻기 위해 더 많은 이용과 용량이 필요해질 수도 있다. 반대로 가격이 높아도 음영지역의 작은 고객군만 이용한다면 규모 확대에는 한계가 있다. 시나리오는 가격·활용도·원가를 함께 바꾸어 읽어야 한다.

추정하지 않는 것

모든 통신사의 가입자가 같은 비율로 이탈하거나, 타워 수요가 일괄 증가·감소한다는 가정을 두지 않는다. 결과는 시장별 상품·계약·구축 방식에 달려 있다.



13 / OUTLOOK & MONITORING

진입의 신뢰성은 높아졌다. 수익성은 실행으로 확인한다

기술 진전, 고객 이동과 자본 회수를 서로 다른 지표로 추적한다.

다음 확인 항목	판단을 강화하는 증거	판단을 약화시키는 증거
권리·규제	인수 종결과 명확한 운용 조건	거래·허가 지연 또는 조건 강화
실제 서비스	개통 지역·단말 지원·실내와 이동 중 품질의 확대	넓은 광고 범위와 제한된 이용 경험의 차이
혼잡시간 품질	동시 수요 증가에도 유지되는 유효 처리량	혼잡과 재접속·지연으로 낮아지는 활용도
유료 고객	프로모션 이후 갱신·지불 의사와 재이용	무료·일회성 이용에 그치는 도달 범위
수익·자본	추가 제공비·고객 획득비 차감 후 회수 여력	증설·교체·지원비 증가가 순기여를 상쇄

01

무슨 변화인가

위성 공급자가 자체 주파수·지상 계층을 통해 고객 점점에 접근한다.

02

왜 중요한가

보완재 공급과 소매 경쟁의 경계가 바뀌며 협상력이 이동할 수 있다.

03

누가 경제적 가치를 얻나

고객 관계·유효 용량·필요 인프라를 유료 계약으로 연결하는 주체다.

04

무엇을 확인하나

커버리지 지도보다 실제 품질·갱신·순기여·자본 회수를 본다.

최종 판단

스타링크 모바일은 기존 통신사를 단번에 대체하는 단일 기술이라기보다, 위성·지상망·고객 유통의 조합을 다시 설계하는 경쟁자다. 가까운 경제적 변화는 제휴 조건과 결합상품에서 나타나고, 더 큰 소매 변화는 실행과 자본효율이 증명할 것이다.



14 / SOURCE REGISTER

주요 판단의 근거를 원문으로 연결한다

청록색 출처번호, 자료명 또는 오른쪽 '원문 열기'를 누르면 해당 원문으로 이동한다.

01. Grain Management | Nationwide 800 MHz Spectrum Portfolio Sale to SpaceX

원문 열기

2026.10.08 · 공식 계약 발표 · 매각 범위·FCC 승인·종결 조건

02. SpaceX | Building the World's Most Advanced Mobile Network

원문 열기

2026.10.08 · 공식 Updates의 10월 8일 발표 · 주파수·위성/지상망 전략·회사 목표

03. FCC | SpaceX Approved for NGSO MSS System for Direct-to-Device Services

원문 열기

2026.10.06 · 공식 결정 공지 · DA-26-1078 · NGSO MSS 시스템 허가

04. T-Mobile | T-Satellite: Satellite Phone Service

원문 열기

2026.10.10 · 기준일 상품 안내 · 소매 요금·지원 앱·단말·이용 제약

05. Ericsson Technology Review | Using 3GPP Technology for Satellite Communication

원문 열기

2023.06.01 · 기술 원문 · 링크 예산·빔·지상/위성망 원리; 현재 성능 수치로 사용하지 않음

06. AT&T · T-Mobile · Verizon | Joint Venture to Help End Dead Zones

원문 열기

2026.10.01 · 공식 공동 발표 · 주파수·인터페이스 협력, 기존 제휴의 지속

07. KDDI | KDDI Signs Asia's First Starlink Mobile V2 Agreement

원문 열기

2026.09.15 · 공식 발표 · 8월 10일 계약, 2027년 말 서비스 목표와 현재 서비스 구분

08. VEON | Starlink Satellite-to-Mobile Service: Banglalink Launch

원문 열기

2026.10.09 · 공식 출시 발표 · 방글라데시의 현지 통신사 연계 서비스

09. Reuters | US FCC to Vote on Spectrum Auction and Direct-to-Device Services

원문 열기

2026.10.07 · 언론 보도 · 10월 29일 검토 예정; 채택·개별 사업자 허가 구분

자료 적용: 거래 발표는 종결과 구분하고, 회사의 기술·서비스 목표는 측정 실적과 구분했다. 2023년 기술 자료는 원리 설명에만 사용했다. 설명용 모형은 실제 기업의 비용·가입자·속도 전망이 아니다.



15 / METHODOLOGY & USE

작성 기준·면책고지·보고서 이용 안내

확인된 사실, 회사 계획, TradeLens의 분석과 설명용 계산을 분리한다.

항목	적용 기준
시점·범위	2026년 10월 10일. 미국의 주파수 인수·시장 진입 전략과 일본·방글라데시의 제휴 사례.
자료의 성격	계약·허가 공지는 각 공개 범위에 한정한다. 회사의 미래 서비스·품질 목표를 현재 성능으로 사용하지 않는다.
모형 A · 6쪽	100Mbps 유효용량을 균등 배분. 빔 용량·활성 이용자 수는 모두 설명용 가정이다.
모형 B · 9쪽	100개 회선의 월 기여이익. 동일 고객군·기본 변동비를 고정하고 기능 제공 방식만 비교한다.
모형 C · 10쪽	연간 고정·연환산 자본 부담 1억달러를 월 순기여로 나눈다. 회사의 실제 손익분기점이 아니다.
제공 범위	산업구조·사업모델·수익성·자본배분. 매매 의견·시점·적정주가·목표주가·개인별 투자자문은 제외한다.

면책고지

본 보고서는 기술·산업 및 기업의 사업구조·성장성·수익성에 관한 일반적인 정보 제공을 목적으로 합니다. 매수·매도 의견·시점, 적정주가·목표주가 및 이용자별 투자자문은 제공하지 않습니다. 수록 정보와 분석은 작성일 기준이며 정확성·완전성·최신성을 보장하지 않습니다. 전망·추정 및 예시 계산에는 불확실성이 있으며, 원금이나 투자수익을 보장하지 않습니다.

투자판단은 이용자의 책임으로 이루어져야 합니다. 관계 법령상 책임이 인정되는 경우를 제외하고, 트레이드렌즈는 본 보고서 이용에 따른 투자손실에 책임을 지지 않습니다.

저작권 및 이용 제한

본 보고서의 서술·도표·디자인·편집 및 구성 중 트레이드렌즈가 권리를 보유한 부분은 관계 법령에 따라 보호됩니다. 개인 열람·보관 외에 사전 서면 동의 없이 전부 또는 일부를 수정·편집·번역·재가공하거나 복제·전송·재게시·재배포·판매할 수 없습니다. 유료·무료 제공 및 파일·화면 캡처 등 형태를 불문하며, 로고·출처·권리표시를 제거하거나 제3자 명의로 배포하는 행위도 금지합니다.

다만 관계 법령상 허용되는 이용과 제3자 자료의 개별 이용허락조건은 그에 따릅니다. 공유는 트레이드렌즈 공식 게시페이지의 원문 링크를 이용해 주시기 바랍니다.