

이동통신사 뜨는 연예인 러브콜 경쟁

KT, 브랜드 광고에 참신하고 긍정적 모습 송중기 발탁 SK텔레콤, 설현을 '루나' 모델로 기용 효과 특출 LG유플러스, LTE 비디오 포털 메인 모델로 '쯔위' 여성 연예인 성적 이미지로 포장·값비싼 모델로 도마위

송중기, 설현, 유아인, 트와이스, 조진웅, 김고은... 방송 프로그램이 아닌 이동통신사 광고에 출연하고 있는 배우·가수들이 다. 속칭 요즘 뜨는 연예인을 향한 이동통신사의 러브콜이 뜨겁다.

9일 이동통신업계에 따르면 KT는 배우 송중기가 나오는 브랜드 광고를 지난 4일부터 지상파에 내보내고 있다.

KT는 그동안 개그맨, 중견배우 등 친숙한 이미지의 연예인을 광고 모델로 기용해왔다. 이 때문에 KT의 송중기 모델 발탁이 의외란 평이 많다.

KT 관계자는 "송중기의 참신하고 긍정적인 모습이 KT의 이미지 변신과 어울린다"고 설명했다.

SK텔레콤과 LG유플러스는 오래전부터 유명 연예인을 모델로 기용해왔다.

지난해 9월 SK텔레콤은 아이돌그룹 AOA의 멤버 설현을 보급형 스마트폰 '루나' 모델로 기용해 특출한 효과를 누렸다. 루나가 가격 대비 성능이 뛰어난 제품으로 좋은 반응을 얻으면서 설현의 인기도 함께 올라갔다.

대중에게 크게 알려지지 않은 루나와 설현이 시너지 효과를 누린 것이다. 설현이 몸에 꼭 끼는 청바지를 입고 춤을 추는 광고도 큰 화제를 모았다. 일부 극성 팬들은 대리점에 붙은 설현의 전신사진 포스터를 몰래 뜯어갈 정도였다.

설현 마케팅은 LG유플러스에 영향을 끼쳤다. LG유플러스는 LTE 비디오 포털 모델로 아이돌그룹 트와이스를 기용해 인기 멤버 '쯔위'를 메인 모델로 밀었다.

이밖에 LG유플러스는 영화 '베테랑'과 '사도'로 스타덤에 오른 배우 유아인, SK텔레콤은 드라마 '시그널'로 유명세를 탄 배우 조진웅 등을 브랜드 광고 모델로 발탁했다.

한편 이동통신사 광고에 대해 엇갈린 반응도 나온다. 전국민을 고객으로 둔 통신 기업으로서 일부 부적절한 모습이 나타난다는 것이다.

SK텔레콤 설현과 LG유플러스 쯔위 마케팅은 인기를 얻는데 성공했지만 어린 여성 연예인을 성적 이미지로 포장했다는 비난도 동시에 받았다. 설현은 루나 광고



지난해 9월 SK텔레콤은 아이돌그룹 AOA의 멤버 설현을 보급형 스마트폰 '루나' 모델로 기용해 특출한 효과를 누렸다. 루나가 가격 대비 성능이 뛰어난 제품으로 좋은 반응을 얻으면서 설현의 인기도 함께 올라갔다.

이후 SK텔레콤의 전화앱 'T전화'에도 출연했는데 광고 카피 'T전화 일주일만 만져봐!'는 선정성 논란에 휩싸였다. 설현과 쯔위 포스터는 노출이 심해 미성년자들이 접하기 부적절했다는 평이 나왔다.

이동통신사가 단통법으로 줄인 마케팅비를 유명 연예인 광고에 쓴다는 골지 않은 시선도 있다. KT 브랜드 모델인 송중기는 드라마 '태양의 후예' 성공 이후 몸값이 기존보다 배 이상 뛰었다. /안진수 기자

IBM 인공지능 '왓슨' 내년 한국어 서비스

IBM 인공지능(AI) 플랫폼 '왓슨(Watson)'이 내년 초 한국어 서비스를 시작한다. IBM은 SK(주)C&C와 손잡고 왓슨의 한국어 학습에 돌입했다.

SK(주)C&C와 한국IBM은 지난 4일(현지시간) 미국 뉴욕 IBM 왓슨 본사에서 '왓슨 기반 AI 사업 협력 계약'을 체결했다고 9일 밝혔다.

2017년 초면 모바일과 웹, 로봇 등 다양한 매체를 이용해 한글로 왓슨과 소통할 수 있게 된다. IBM은 2017년 초 서비스 시작을 위해 SK(주)C&C와 ▲자연어 의미 분석 ▲머신러닝 기반의 데이터 검색 ▲대화 ▲문서 전환 등 한국어 버전 API를 연내 개발할 계획이다.

이번 계약은 왓슨 플랫폼과 산업별 IT서비스·빅데이터 기술을 결합해 AI 산업 생태계를 조성하려는 양사 이해관계가 맞아 이뤄졌다.

SK(주)C&C는 이번 계약으로 한국 내 왓슨 사업권을 확보했다. 왓슨 한국어 서비스를 통해 기업이 고객 경험을 최적화하고 상품과 서비스를 개선함과 동시에 더 나은 사업 결정을 내릴 수 있도록 지원한다는 방침이다. IBM과 왓슨 마케팅·시스템 구축(SI) 등 사업을 공동 전개하게 된다.

SK(주)C&C는 한국 AI산업의 발전을 위해 장기적 계획을 갖고 산학 연계를 통한 AI 핵심 인재 육성에 적극 투자할 예정이다. 양사는 한국 인공지능 산업 부흥을 위해 수십억원 규모 AI 서비스 개발 벤처창업 생태계 활성화 펀드를 공동 조성하기로 했다.

아울러 양사는 스타트업 기업과 IT개발자 누구나 왓슨 API를 활용해 각종 앱을 개발할 수 있도록 '왓슨 클라우드 플랫폼'을 판교 클라우드 센터에 구축할 예정이다. /안진수 기자

수리비 비싼 아이폰 보험료 50% ↑

이르면 하반기부터 휴대폰 보험료가 보상 정책과 수리비용에 따라 산출되는 체계로 바뀐다.

이에 따라 다른 휴대폰보다 수리·교체 비용이 비싼 아이폰은 보험료가 오르고 갤럭시와 저가 휴대폰 등은 보험료가 소폭 내려갈 것으로 전망된다.

금융감독원은 A/S정책별로 보험료를 차등화하는 내용을 골자로 하는 휴대폰 보험료 개선 방안을 9일 발표했다.

휴대폰 보험은 보상 정책별로 상이한 수리·보상비용이 발생하지만 보험료는 동일해 불합리하다는 지적이 제기됐다.

가령 애플 아이폰의 경우, 파손 시 교체·수리 대신 리퍼폰(재생폰)을 제공해 타사 제품에 비해 수리비가 2~3배 높는데도 보험료는 똑같이 적용해 불만이 높았다.

이번 개선안에 따라 아이폰 사용자의 보험료는 지금보다 오를 것으로 보인다. 금감원은 50% 정도 인상될 것으로 추산했다. 현재 전위험 보장형의 경우 보험료는 통상 월 5000원 안팎이다.

반면 수리비용이 싼 삼성 갤럭시 등 국산폰 이용자는 보험료가 10~20% 인하될 것으로 기대된다. /안진수 기자

통신사 과장광고 '무제한' 문구 사라진다

공정위, 3개사 최종 처분안 조만간 발표... 1개월 이내에 시정방안 실천해야

'월 2만9900원에 무한 음성통화', 'LTE 데이터 무제한', '해의 데이터 로밍 하루1만원에 무제한'...

앞으로 이동통신사가 요금제에 데이터·음성·문자 한도나 제한을 두고 있는 경우 '무제한' 같은 표현을 광고에 함부로 쓸 수 없게 된다. 요금제 설명은 부가가치세 10%를 포함한 실제 가격으로 알리는 등 상세히 밝혀야 한다.

9일 통신업계에 따르면 공정거래위원회는 SK텔레콤·KT·LG유플러스 등 이통3사의 허위·과장 광고에 대한 최종 처분안을 이달 상정해 마무리할 예정이다.

공정위 발표를 앞두고 LG유플러스는 지난 2일부터 요금제 명칭과 설명에서 '무제한'과 '무한'이란 문구를 뺐다. LTE 데이터 무한자우는 'LTE 데이터'로, '유무선 무제한'은 '유무선 기본제공'으로 표현을 바꿨다.

SK텔레콤은 'T캐리·전국민 무한 요금제'의 명칭 변경을 검토하고 있다. 이 요금제는 무선전화는 음성이 무제한이지만

집전화와 데이터는 이용 제한이 있다. KT는 '순 광대역 안심무한 요금제'와 '순 완전무한(LTE) 요금제' 등을 운영하고 있다. KT 관계자는 "요금제 명칭 변경은 고객 혼선을 최소화하는 방향으로 검토하고 있다"고 밝혔다.

앞서 지난해 10월 이통3사는 자사 무제한 요금제 광고에 허위·과장 광고 문구가 들어간 것을 인정하는 동의의결 신청서를 공정위에 접수했다. 공정위가 이통사의 과장 광고 조사에 들어가자 자발적으로 시인한 것이다.

동의의결이란 과징금 부과 등의 처벌이 내려지기 전에, 사업자가 피해구제를 비롯한 시정 방안을 밝히면 공정위가 타당성 검토를 거쳐 위법 여부를 가리지 않고 사건을 신속하게 마무리짓는 제도다.

공정위 조사 결과에 따르면 '음성통화 무제한 요금제'의 경우 집 전화나 국제 전화는 해당하지 않는 요금제였으며, 데이터 무제한 요금제는 기존 사용치 이상을 쓰면 데이터 속도가 급격히 떨어지는 맹

점이 있었다. 하지만 이통3사는 요금제 조건을 제대로 설명하지 않거나 광고에 눈에 띄지 않는 작은 글씨로 표시해 소비자 혼란을 부추겼다.

조사 끝에 공정위는 지난 3월 ▲LTE 데이터 쿠폰 제공 ▲음성·문자 사용량도 초과로 인한 과금액 환불 ▲부가·영상 통화시간 추가 제공 등의 소비자 피해구제안을 담은 잠정 동의의결안을 발표했다.

잠정 동의의결안이 이통3사의 허위 과장 광고에 책임을 묻는 의미는 있지만 실효성이 없는 솜방망이 처벌이란 비판 여론도 들끓었다.

공정위는 추가 행정처분 등을 담은 최종 동의의결안을 조만간 발표할 예정이다. 공정위는 지난해 26일 이통3사 동의의결 관련 이해관계자 의견 수렴을 마쳤다. 공정위는 10일까지 최종동의 의결안을 상정해 이르면 이달 중으로 절차를 마무리 짓는다.

최종안이 확정되면 이통3사는 공정위 동의의결서 정본을 받은 뒤 1개월 이내에 시정방안을 실천해야 한다. /안진수 기자

수입차 4월 판매량 전년 동월 대비 2.0% 감소

수입자동차 판매 감소세가 이어지고 있다. 공급불량 부족 등으로 인한 등록 대수 감소에 따른 것이라는 업계의 분석이다.

한국수입자동차협회(KAIDA)는 9일 지난달 수입차 신규등록대수가 1만7845대로 집계돼 전년 동월(1만8202대)보다 2.0% 감소했다고 밝혔다. 전월에 비해서는 25.9% 줄어든 실적이다.

올해 들어 1~4월 누적 등록대수는 7만3844대로 지난해 같은 기간 누적 7만7171대보다 4.3% 감소했다.

지난 한달간 기준 브랜드별로는 BMW가 4040대로 올 들어 3개월 연속 1위를 지켜온 메르세데스-벤츠를 앞질렀다. 이어 ▲벤츠 3558대 ▲아우디 2474대 ▲포드 979대 ▲토요타 977대 ▲폭스바겐 784대 ▲렉서스 745대 ▲랜드로버 697대 등이었다.

배기량별로는 ▲2000cc 미만 9558대(53.6%) ▲2000cc~3000cc 미만 6845대(38.4%) ▲3000cc~4000cc 미만 841대(4.7%) ▲4000cc 이상 581대(3.3%) 등이었다.

국가별로는 유럽차가 1만3586대(76.1%)로 여전히 가장 많은 가운데 일본차가 2717대(15.2%), 미국차가 1542대(8.6%) 등의 순이었다. 연료별로는 디젤이 1만1338대(63.5%), 가솔린이 5099대(28.5%)였으며 하이브리드는 1394대(7.8%), 전기차는 20대(0.1%) 등이었다.

지난달 가장 많이 팔린 모델은 BMW 520d(742대), 아우디 A6 35 TDI(492대), 포드 Explorer 2.3(422대) 등의 순이었다.

지난해 20만대를 넘어선 수입차 판매는 올해 들어 다소 들쭉날쭉한 모습을 보이고 있다.

올해 1월 구매자가 급감한 뒤 개소세 인화가 연장된 2월에도 감소세를 보였다. 이어 3월에는 전년 동월 대비 8.1% 증가한 이후 지난달 다시 감소한 모습이다. /안진수 기자

**본인이 똥똥 하다고 생각하시면
몇 kg 정도 를 빼고 싶으세요?**

뱃살, 내장지방, 체지방을 요요현상 없이
귀하가 원하는 만큼 쏙 빼수 있습니다

상담전화: 010-3655-9009
블로그: <http://kangsb1959.blog.me>
메일: ndtherapy119@gmail.com

효소다이어트, 해독 프로그램 전문