정보 TIP

짝퉁 신고하면 '110% 보상'

인터넷 쇼핑몰 11번가(www.11st.co.kr)는 판매한 상품이 위조품일 경우 판매금의 110%(전액환불+포인트 10% 적립)를 보상해주는 '위조품 110% 보상제'를 업계 최초로 실시한다.

위조품 확인이 가능한 브랜드는 ㈜두산의 랄프 로렌 폴로, 제일모직의 빈폴·후부(FUBU)·구호, ㈜골드윈코리아의 노스페이스 등 의류 브랜드와 브라이틀링, 불가리, 까르띠에, 샤넬, 피아제, 파텍필립, 바셰론 콘스탄틴, 프랭크뮬러 등 명품 시계 브랜드를 포함한 총 34개 국내외 브랜드다.

블로그 콘텐츠 제작비 지원

한국블로그산업협회는 오는 19일까지 '블로그 지원 사업-블로거, 네 꿈을 펼쳐라!' 이벤트를 진행한다.

신청 자격은 6개월 이상 자신의 블로그를 운영한 사람이며, 협회 홈페이지(http://bbakorea.org)에서 신청서를 내려받아 이메일(kbba@bbakorea.org)로 접수하면 된다. 기획서 분량과 소재에는 제한이 없지만, 타인의 명예를 훼손하거나 음란 폭력, 불법 정보 유포의 소지가 있는 경우 심사에서 제외된다.

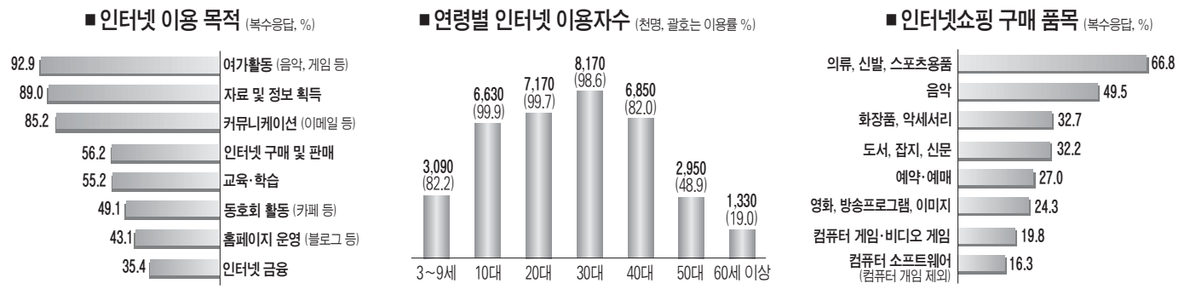
협회는 총 12개 팀을 지원할 예정이며 선정된 블로거는 취재, 연구, 조사 등 콘텐츠 제작 비용으로 최소 50만원에서 최대 200만원까지 지원을 받게 된다.

SKT '티맵 골프' 서비스 출시

SK텔레콤은 위치기반 기술을 이용해 골프장의 그린·장애물 정보, 홀 공략법, 샷 비거리 등을 제공하는 '티 맵(T Map) 골프' 서비스를 출시했다.

티 맵 골프는 국내 모든 골프장의 그린·장애물 정보를 그래픽으로 제공한다. 프로골퍼의 홀 공략법이 내장돼 있어, 별도의 캐디 없이도 코스를 이해하는 데 도움을 준다. 또 자신의 위치에서 그린까지의 거리·샷 비거리를 3m내외 오차로 알려주며, 별도의 조작 없이도 현재 경기하고 있는 홀을 자동으로 인식해 정보를 제공한다.

티 맵 골프는 휴대전화를 열고 2369 + Nate버튼으로 무선인터넷에 접속해 프로그램을 다운로드 받아 이용할 수 있으며, (www.tmap.co.kr/golf)에서 자세한 정보를 확인할 수 있다. 티 맵 골프를 이용하기 위한 정보이용료는 월 5천원이다.



국민 3,536만명 인터넷 쓴다

〈전체 인구의 77%〉

■인터넷진흥원, 2008 인터넷 이용 실태 조사

우리나라 인터넷 인구는 3천536만명으로 전체 인구의 77.1% 달하는 것으로 조사됐다. 하지만 이용자의 학력 수준에 따라 정보격차가 극심한 것으로 나타났다. 대졸 이상 학력자는 거의 모두(97.1%) 인터넷을 이용하고 있는 반면 초졸 학력자는 10명 중 3명(28.4%)도 되지 않았다.

방송통신위원회와 한국인터넷진흥원은 최근 이러한 내용을 담은 '2008년 인터넷 이용 실태 조사' 결과를 발표했다. 이 조사는 지난 6~7월 두 달간 전국 1만7천가구, 만 3세 이상 가구원 4만1천466명을 대상으로 실시한 것이다. 표본오차 ±0.47%p, 신뢰수준 95%이다.

◇인터넷 이용 현황=올해 만6세 이상 인터넷 이용자는 3천536만명(77.1%)으로 지난해보다 54만명(0.8%p) 증가했다.

이 가운데 30대가 817만명(98.6%)로 가장 많았으며 20대 717만명(99.7%), 40대 685만명(82.0%) 순이었다. 50대(295만명·48.9%) 장년층보다도 3~9세 어린이(309만명·82.2%)가 인터넷을 많이 이용하고 있다. 성별로는 남성 81.6%(1천935만명), 여성 71.5%(1천684만명)로 나타났다.

학력·직업별 격차 심각…대학생 100% 이용
2명중 1명 블로그 운영…61%는 인터넷쇼핑
온라인 미디어 중 '신문(60%)' 가장 많이 봐

학력별로는 대졸이상 97.1%, 고졸이상 78.2%, 중졸이상 34%, 초졸이하 28.4%로 격차가 심했다. 직업에 따른 차이도 적지 않았다. 학생(초등 99.8%, 중·고 99.9%, 대학생 100%)과 사무직(99.6%), 전문·관리직(98.7%)은 거의 모두 인터넷을 이용하지만 서비스·판매직은 75.6%, 주부 63.4%, 생산 관련직은 52.3%에 불과했다.

이들은 대부분(99.4%) 주 1회 이상, 1주일 평균 13.7시간 인터넷을 이용하고 있으며 회사(39.4%)보다 가정(98%)에서 이용했다.

인터넷 이용 목적으로는 여가활동(92.9%), 자료 및 정보 획득(89%), 커뮤니케이션(85.2%), 인터넷 구매 및 판매(56.2%), 교육·학습(56.2%) 등을 꼽았다.

또 커뮤니케이션 수단으로는 이메일(82.5%)이 가장 보편적으로 사용되고 있었다. 만6세 이상 인터넷 이용자 2명 중 1명은 카페·클럽(50.2%)이나 블로그·미니홈피(58.1%)를 이용했으며 최근 1년이내 블로그를 운영한 경험자도 43.1%나 됐다. 특히 20대의 경우 74.4%나 블로그를 운영한 경험을 가지고 있었다.

◇인터넷과 경제활동=인터넷 이용자 10명 중 6명이 인터넷쇼핑을 통해 상품이나 유료서비스를 구매하는 것으로 나타났다.

이번 조사에 따르면 전체 인터넷 이용자의 인터넷쇼핑몰 이용률은 60.6%며 연령별로 20대(87.3%)와 30대(72.4%)의 이용률이 상대적으로 높았다. 또 여성(68.2%)이 남성(54.1%)보다 인터넷쇼핑을 통한 경제활동이 활발했다.

인터넷쇼핑을 통해 구매한 물품은 의류, 신발, 스포츠용품이 66.8%로 가장 많았다. 인터넷쇼핑 이용자의 50%가량이 가격비교 사이트에서 가격을 비교한 후 구매(47.3%)하거나 오프라인 매장에서 제품을 확인한 후 가격이 저렴한 인터넷쇼핑몰에서 구매(46.8%)하는 등 알뜰구매 행태를 보이는 것으로 나타났다.

또 10명 중 4명(40.0%)은 인터넷뱅킹을 이용하고 있으며 인터넷 주식거래는 6.%로 아직 활성화되지 않은 것으로 조사됐다.

◇인터넷 미디어 이용=만6세 이상 국민의 대부분(99.9%)이 온라인 또는 오프라인으로 신문, TV, 라디오, 영화, 서적·잡지 등 '5대 미디어' 중 하나 이상을 이용했다. 인터넷으로 미디어를 접하는 국민은 63.4%였다. 63.3%는 온라인과 오프라인을 함께 이용했고, 온라인만 이용하는 사람은 0.1%에 불과했다.

이들은 온라인 미디어 가운데 신문(59.7%)을 가장 많이 봤고, 이어 영화(33.2%), 서적·잡지(30.6%) TV(25.7%), 라디오(21.8%) 순으로 이용했다.

국민 10명 중 7명 이상(72.8%)은 오프라인 또는 온라인을 통해 신문을 읽는 것으로 조사됐다. 이 중 38.4%는 온·오프라인에서 함께 신문을 봤고, 21.3%는 온라인만으로, 13.1%는 오프라인으로만 신문을 보는 것으로 나타났다.

특히 젊은층 상당수(19세이하 32.5%, 20대 34.5%, 30대 24.7%)가 온라인 신문만을 읽고 있는 것으로 조사돼 앞으로 온라인 신문의 구독 비중이 더욱 커질 것으로 보인다.

/박정욱기자 jwpark@kwangju.co.kr

광주 모바일 게임업체 '인터세이브'

애플 '아이폰'에 게임 공급

콘텐츠 개발·공급 계약

광주지역 모바일게임업체 인터세이브(대표 이갑형)가 세계적으로 선풍을 일으키고 있는 애플사의 휴대전화 '아이폰'에 모바일게임 콘텐츠를 공급한다.

5일 인터세이브에 따르면 최근 광주시 서구 양동 본사에서 미국 애플사 관계자와 아이폰 및 아이팟 터치(MP3플레이어) 등에 모바일게임 콘텐츠를 개발·공급키로 계약을 체결했다.

이에 따라 인터세이브는 모바일게임 '뽀샤뽀샤'와 '원버튼 용용이', '스도쿠'〈사진〉 등을 내년초 공급할 예정이며, 현재 애플 플랫폼에서 구동이 가능하도록 변환 작업을 하고 있다.

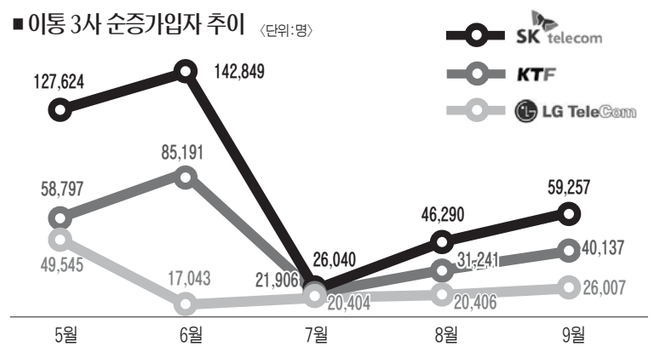
이번 계약은 예전과 달리 특정 시장만을 목표로 서비스하는 것이 아니라 세계 어디서나 휴대전화 '아이폰' 사용자면 '애플 스토어'에서 이들 게임을 내려받아 즐길 수 있다. 이 게임들은 영어를 기본으로 제공하며 한국어, 일본어, 중국어 등 서비스를 추가로 진행할 예정이다.

한편 인터세이브는 그동안 SKT에만 제공했던 모바일 게임 '랫소의 골프'를 LGT에도 서비스한다.

랫소의 골프는 필드에서 진행되는 골프게임과 달리 랫소가 살고 있는 헛간의 지형과 곳곳에 배치된 닭·파이프·선풍기 등 다양한 아이템들이 복잡하게 구성된 맵에서 미로를 풀어가는 듯한 신선한 재미를 느낄 수 있다.

자세한 내용은 http://ratso.mobilegames.kr 참조.

/박정욱기자 jwpark@kwangju.co.kr



이통시장 안정세

9월 순증 가입자 증가 KTF 8월보다 30%↑

SK텔레콤·KTF·LG텔레콤 등 이동통신 3사가 지난달 마케팅 경쟁을 자제하면서 안정된 시장 분위기를 이어갔다. 특히 KTF는 조영주 전 사장의 구속에도 불구하고 견조한 실적을 보인 것으로 나타났다.

5일 관련업계에 따르면 9월중 이통 3사의 전체 순증가입자 규모는 12만4천401명으로 전월 9만7천937명에 비해 증가했다.

회사별 순증 가입자는 SK텔레콤 5만9천257명, KTF 4만137명, LG텔레콤 2만6천7명을 기록했다. 특히 KTF는 전월 3만1천241명 대비 약 30% 증가하면서 조영주 전 사장의 구속사태에도 불구하고 선전했다.

가입자 빼앗기 정도를 반영한 번호이동 가입자는 3사 합쳐 총 45만343명으로 5월과 6월 각각 100만명이 넘었던 수준에서 절반이하로 줄었다.

이에 따라 9월말 현재 총가입자는 SK텔레콤 2천287만5천785명(시장점유율 50.5%), KTF 1천425만8천546명(31.5%), LG텔레콤 814만180명(18.0%) 등 총 4천527만4천511명을 기록했다.

한편 KTF와 SK텔레콤간 3세대(WCDMA) 가입자 격차는 점차 좁혀지고 있는 것으로 나타났다. SK텔레콤은 9월중 34만4천440명이 늘어 727만4천637명, KTF는 31만3천305명이 늘어 740만7천823명을 기록해 양사간 가입자 격차가 13만3천186명으로 줄었다.

/박정욱기자 jwpark@