Digital & IT 개인용 웹하드 시대

동영상·게임 콘텐츠 무료 저장

스마트폰·넷북 등 모바일 기기 저장공간 보완

네이버 이어 KT도 '유클라우드 서비스' 개시

스마트폰이나 넷북 등 저장공간이 적은 모바일 기기들의 단점을 보완해주는 인터넷상의 저장공간 '웹하드'(webhard) 서비스가 인기를 끌고 있다.

포털사이트 네이버(www.naver.com)에 이어 KT도 개인용 웹하드 시장에 뛰어들면서 소비자들의 선택폭이 넓어지고 있는 것이다.

KT는 지난달 28일부터 아이폰 이용자와 초고속인터넷인 쿡인터넷 가입자, 무선데이터정액요금제 가입자를 위해 무료로 제공되는 20GB의 개인용 웹하드 '유클라우드'(www.ucloud.com) 서비스를 개시했다.

유클라우드는 아이폰이나 노트북 등과 연동되는 동기화 및 저장 서비스로, 인터넷 서버에 사용자의 사진·동영상·문서 등 콘텐츠를 저장할 수 있다.

데이터는 자동으로 동기화되고 대용량 파일도 URL 링크로 간편하게 전달할 수 있다. 백업된 파일 중 사진만 별도로 감상할 수 있고, 해상도 조절 및 메일 전송도 가능하다.

가격은 KT 고객의 경우 20GB는 무료로 사용할 수 있지만 100GB는 월 5000원, 300GB는 월 1만5000원이다. KT 고객이 아닐 경우 상품마다 5000원씩 더 내야 한다.

이에 앞서 네이버의 N드라이브는 지난해 7월 출시돼 고객들에게 5GB를 제공했다. 최근엔 스마트폰에서 사용할 수 있는 모바일 버전 '모바일 N드라이브'를 내놔 인기를 끌고 있다.

N드라이브는 웹버전과 모바일 버전으로 파일공유에만 초점을 둔 타 웹하드 서비스와 달리 모든 파일을 보관하는 기능과 메일, 블로그, 미투데이와의 연계를 강화, '개인화 웹' 서비스에 중점을 뒀다.

이밖에 이용자 편의성 강화를 위해 PPT·워드·HWP 등 다양한 형태의 문서를 모바일 환경에서 열람 가능하도록 했으며 자주 보는 문서는 '문서보관함'에 저장, 언제든지 확인할 수 있다. '모바일 N드라이브' 사용자들끼리 블루투스를 활용, 아이폰이나 아이팟터치 상의 이미지와 N드라이브에 저장된 파일들을 공유할 수도 있다.

나우콤도 지난 3월부터 개인 웹 저장공간 서비스 '세컨드라이브'를 제공하고 있다.

'세컨드라이브'는 KT와 네이버에 비해 월등히 많은 저장공간(1TB)에 문서, 사진·동영상 등 각종 파일을 저장해 두고 집, 회사, PC방 어디서나 파일에 접근할 수 있는 서비스다. PC·넷북·스마트폰 등 인터넷에 연결된 어떤 기기로도 접근할 수 있고, 윈도 탐색기 형태로 사용 가능하다.

KT 관계자는 "이용자들의 다양한 요구사항을 수렴해 모바일에 적합한 서비스를 제공, 이용자의 정보 유용성과 편의성을 극대화해 나갈 계획이다"고 말했다.

/강필상기자 kps@kwangju.co.kr

'접이형' 넷북 벤처기업 (주)dnb의 김용준 대표가 지난달 30일 세계 최초로 TFT-LCD를 활용해 개발한 '듀얼넷북(Dual Net book)'을 선보이고 있다. 이 넷북은 두 개의 화면을 동시에 띄워 작업할 수 있다. /연합뉴스

■주요은행 예금·대출금리 (단위:연 %)

		국민은행	신한은행	우리은행	하나은행
코픽스	신규	3.64~5.04	4.19~4.89	3.49~4.91	3.90~5.40
	잔액	4.10~5.50	4.35~5.55	3.45~5.77	4.10~5.60
변동금리		4.21~5.51	4.46~5.46	3.86~5.18	4.56~6.06
은행채연동		4.67~5.97	4.87~5.67	-	3.90~5.40
고정금리		5.77~7.07	5.74~6.34	6.02~7.04	6.62~8.12
정기예금		3.80	3.83	3.50	3.50

금융권 대출금리 일제히 인상

서민들 이자 부담 가중

은행권 변동금리형 주택담보대출의 금리가 연초 이후 반년만에 상승세로 돌아섰고 은행채 연동 주택대출과 고정금리형 주택대출도 일제히 올랐다.

한국은행 금융통화위원회가 조만간 기준금리를 인상하면 제2금융권의 대출금리 상승세도 강화될 것으로 전망되고 있어 서민들의 이자 부담이 가중될 것으로 우려되고 있다.

지난달 30일 금융업계에 따르면 이번 주 국민은행은 3개월 변동금리형 주택담보대출 금리를 연 4.21~5.51%로 지난주보다 0.01%포인트 올렸으며 신한, 우리은행 등도 0.01%포인트 인상했다.

변동금리형 주택대출 금리가 상승한 것은 연초에 작년 말보다 0.02%포인트 오른 이후 반년 만에 처음이다.

지난 2월 출시돼 수요가 급증한 코픽스 연동 주택대출의 금리는 이미 이달 중순에 오름세로 돌아섰다. 국민·신한·하나은행 들은 신규취급액 대출금리를 인상했다. /연합뉴스

라면·과자·아이스크림·의류 등

'권장 소비자가격' 삭제

오늘부터 표시 금지

1일부터 라면·과자·아이스크림·의류 등에 관례적으로 표시된 '권장 소비자가격'이 사라진다.

지난해 7월 지식경제부가 권장 소비자가격 표시금지 품목으로 의류 243개 품목과 가공식품 4개 품목을 추가로 지정하고 1년간의 준비기간을 거쳐 이달부터 시행하는 데 따른 것이다.

소비자에게 판매하는 가격을 유통업체가 결정하는 이른바 '오픈 프라이스' 제도가 본격화되는 것이다.

권장 소비자가격은 제조사가 유통업체에 납품하기 전에 미리 상품 포장에 인쇄해 놓은 것이다. 희망 소매가격, 표준소매가격 등 다양하게 표시되는 이 가격들은 애초에 터무니없이 높게 책정됐다가 실제로는 최종 소비자들에게는 선심쓰듯 40~70%의 할인 가격으로 탈바꿈하기도 한다. '반값 아이스 크림'이 대표적이다.

이런 문제점을 해소하기 위해 도입된 오픈 프라이스 제도가 본격화됨에 따라 최종 소비자 가격 결정권은 유통사의 손으로 넘어오게 됐다. 이론적으로 소비자들은 유통사들의 가격 경쟁으로 싼 값에 제품을 구입할 수 있는 상황이 된다.

이번 오프프라이스제 도입으로 오픈프라이스제 시행으로 의류와 가공식품 등 247개 품목이 추가돼 모두 279종으로 확대된다.

의류로는 기존의 신사·숙녀 정장 등 이외에도 스웨터·셔츠, 유아복, 모자, 양말 등 247종 모든 품목에 권장 소비자 가격표시가 금지된다.

가공식품으로는 라면과 과자, 빙과류, 아이스크림류 등 4개 품목에 권장 소비자가격 표시가 금지된다. 정부는 제조사가 권장 소비자가격 금지 규정을 위반할 경우 최대 1000만원의 과태료를 부과한다. /연합뉴스

'소맥 폭탄주' 황금비율은?

3대7 섞어야 제 맛

소주와 맥주를 섞는 '폭탄주'의 황금비율은 '30대70'이라는 조사 결과가 나왔다.

이는 보해양조(대표이사 임건우)가 지난 16일부터 25일까지 10일 동안 네티즌 1860명을 대상으로 '소맥(소주+맥주) 폭탄주의 황금비율'에 대한 설문 결과다.

소맥 폭탄주의 황금비율을 '30대70'이라고 답한 응답자가 69.1%(1285명)로 가장 많았으며, 20대 80'이 24.3%(451명)로 두 번째를 차지했다.

'독한 폭탄'으로 알려진 '40대60' '50대50'의 비율을 선호한 네티즌도 각각 2%(51명), 1.4%(26명)로 나타났다.

황금비율로 '30대70'을 꼽은 이유로는 '목넘김과 맛이 가장 부드러우면서도 적당히 취한다'는 의견이 주류를 이뤘다. '소주의 알싸함과 맥주의 청량감을 가장 잘 살려준다', '소주량이 많으면 금방 취하고, 맥주량이 많으면 밋밋한 감이 있어 '30대70' 비율이 가장 이상적'이라고 답한 응답자도 많았다.

보해 관계자는 "국민주로 자리잡은 폭탄주의 황금비율을 묻는 질문을 많이 받는다"며 "실제 폭탄주를 즐겨마시는 소비자들의 선호도를 알아보기 위해 조사를 실시했다"고 말했다.

/윤영기기자 penfoot@

스마트저축은행 새 행장에 정기승씨

창업상호저축은행은 지난달 30일 임시주주총회를 열고 신임 행장에 금융감독원 은행감독국장을 지낸 정기승(56·사진)씨를 선임했다. 사명도 1일부터 '스마트저축은행'으로 변경키로 했다.

정 행장은 "저축은행의 경영성패가 달린 리스크 관리에 총력을 쏟겠다"며 "부동산 프로젝트파이낸싱(PF)을 위주로 경영하는 타 저축은행과 달리 소비자금융·투자금융업을 주축으로 한 새로운 경영모델을 구축하겠다"고 선임 소감을 밝혔다.

서울대 법학과를 졸업한 뒤 금융감독원 증권감독국장, 은행감독국장을 거쳐 신한금융투자 상근감사위원을 지냈다.

한편, 광주 지역 기업인 대유에이텍과 대유신소재는 유상증자를 통해 창업상호저축은행의 경영권을 인수한 뒤 사명을 변경했다.

/윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr