

# 로밍 요금·예약 결제 할인 받고 해외여행 가세요

### SKT '은 가족 요금'·KT '5500원 할인권'·LG유플러스 '안심 로밍' 나라별 명소 탐색·ATM 출금 할인 등 플랫폼들도 잇단 서비스 출시

본격적인 휴가철이 시작됐다. 특히 올해는 코로나로 막혔던 해외여행의 물꼬가 트이면서 해외로 휴가를 떠나는 이들이 폭발적으로 늘었다.

인천국제공항공사도 올해 여름철 성수기 3주간(7월25일~8월15일) 인천공항 이용객이 391만 8855명, 하루 평균 17만8130명으로 전망했다.

해외여행객이 증가하면서 통신 업체와 플랫폼들이 관련 프로모션과 서비스를 출시하고 있다.

이동 통신 3사는 로밍 서비스 이용 고객을 대상으로 한 이벤트를 마련했다.

SK텔레콤은 12월 28일까지 가족이 함께 여행을 갈 경우 은 가족이 혜택을 보는 '가족 로밍 가족 모션'을 진행한다. '바로 요금제'에 가입한 가족 대표 한 명이 3000원만 추가하면 모든 가족(최대 5명)이 로밍 데이터를 함께 사용할 수 있다. 이 서비스는 출시 한달만에 3만 가구, 7만명을 넘었고, 해외 로밍 이용 가구 중 약 70%가 활용했다.

SK텔레콤이 지난 달 초 출시한 'T멤버십 글로벌 여행 서비스'도 호응을 얻고 있다. 최대 50% 할인 등 T멤버십 혜택을 제공하는 해외 제휴처는 베트남(다낭·호이안), 필리핀(세부·보라카이), 태국(방콕), 싱가포르, 일본(도쿄·구슈·오사카·오키나와), 팜, 사이판, 하와이, 유럽연합(EU) 등 2만

8000여곳이다. 베트남 콩카페에서 T멤버십을 제시하고 코코넛 스무디 커피 무료 혜택을 이용하고 고객이 1만 200명을 넘었다.

KT는 매장을 방문하는 모바일 고객을 대상으로 31일까지 사용할 수 있는 음성 로밍 5500원 할인권을 제공한다. 미국 영국 프랑스 등 45개국에서 5500원에 약 46분 동안 통화를 제공한다.

또 공식 홈페이지에서는 '함께 ON 공유하면 100% 당첨!' 이벤트를 진행하고 로밍 3300원 할인 쿠폰 등을 증정한다.

KT가 운영하는 로밍 요금제 '데이터 함께 온(ON)'은 가입자 한 명이 요금을 부담하면 본인인을 포함해 최대 3명까지 데이터를 나눠 쓸 수 있다. 가족 뿐 아니라 KT에 가입한 지인이란 똑같은 혜택을 누릴 수 있다. 118개국에서 15~30일간 데이터 2~6GB를 3만3000~6만6000원에 이용 가능하다.

LG유플러스는 8월 말까지 1994~2004년생인 U+모바일 LTE 및 5G 이용자를 대상으로 'U+ 안심 로밍 제로 프리미엄 50% 할인' 행사를 진행한다. '우쓰' 홈페이지에서 해당 할인을 신청하면 다음 달 청구서에서 50% 할인이 자동으로 적용된다. 플랫폼들의 서비스도 눈에 띈다.



여름 휴가철을 맞은 지난달 27일 인천국제공항 제1여객터미널 출국장 이용객이 이용객으로 붐비고 있다. /연합뉴스

네이버는 해외여행 계획을 세울 때 여러 관광지를 손쉽게 검색할 수 있는 '해외 지역 명소 스마트 블록' 서비스를 제공한다. 나라별, 국가별로 꼬리 에 꼬리를 물고 명소를 탐색할 수 있다.

카카오페이는 '해외여행 올-패스' 프로모션을 진행 중이다. 다음 달 31일까지 항공과 숙박 등 온라인 예약 결제나 해외 ATM 출금 서비스 이용 시

결제 할인 혜택을 제공하고, 이 서비스 사용자 가운데 추첨을 통해 최대 300만원 상당의 경품을 제공한다.

카카오페이손해보험은 최근 해외여행 보험 상품을 출시하고 카카오페이로 결제 시 10% 할인하는 프로모션을 진행하고 있다.

/이유빈 기자 lyb54@kwangju.co.kr

## 쏟아 IT 정보

### 카톡 상품권 쇼핑 포인트 환불

오는 9월부터 유효기간 1년이 지난 카카오톡(카톡) 미사용 교환권(상품권)을 전액 쇼핑 포인트로 환불받을 수 있는 옵션이 제공된다.

카카오는 최근 이런 내용의 이용 약관 변경 사항을 공지했다.

개정 약관에 따르면 모바일 교환권의 수신자가 유효기간 1년이 지난 미사용 교환권에 대해 쇼핑 포인트로 환불을 요청하는 경우 회사는 구매 금액의 100%를 무상 쇼핑 포인트로 적립한다는 내용이 추가됐다.

개정 약관은 오는 9월 1일부터 발급되는 모바일 교환권에 적용된다. 다만 유효기간 연장이 애초부터 불가한 상품은 적용 대상에서 제외된다.

기존에는 미사용 모바일 교환권을 환불하면 금액의 90%를 현금으로 받았다.

/연합뉴스

### LG유플러스 쿠팡 콘텐츠 제공

LG유플러스는 IPTV로는 처음으로 U+tv에서 쿠팡플레이 콘텐츠를 선보이는 제휴를 맺었다고 30일 밝혔다.

쿠팡플레이는 쿠팡 와우 멤버십 가입자에게 제공되는 온라인 동영상 서비스(OTT)로 자체 제작 콘텐츠와 국내외 TV 시리즈, 영화, 스포츠 중계, 어린이·교육 콘텐츠 등을 제공한다.

쿠팡 와우 멤버십을 가진 U+tv 이용자는 가입 요금제 종류와 관계없이 IPTV를 통해 쿠팡플레이 콘텐츠를 시청할 수 있다. 특히 3일 열리는 파리 생제르맹 FC 대 전북현대포터스 FC 경기가 관심을 끌 것으로 LG유플러스는 예상했다.

U+tv를 'OTT TV'로 개편한 LG유플러스는 2018년 넷플릭스를 IPTV에서 제공한 데 이어 디즈니+, 티빙 등 OTT 사업자와 제휴를 늘려가고 있다.

/연합뉴스

### 광주과학관 융합탐구 발표회

국립광주과학관 관람객 대상 '전남대학교 과학영재교육원 융합자율탐구 발표회'가 열린다.

전남대학교 과학영재교육원 융합자율탐구는 3~4명의 학생들이 한 팀이 돼 평소 애용해온 주제나 깊이 탐구하고 싶은 주제를 정해 계획을 세우고, 탐구(실험)를 진행하는 활동이다.

초등심화반(초등 6학년)은 4일, 중등심화반(중학교 1학년)은 11일 각각 오후 1시부터 4시까지 국립광주과학관 2층 상설전시관에서 발표회를 갖는다.

일반 참여자들은 전시장 곳곳에 배치된 탐구 활동 포스터와 부스를 관람한 뒤 탐구한 주제와 내용을 잘 살피고 질문에 참여하면 기념품을 받을 수 있다.

/이유빈 기자 lyb54@kwangju.co.kr

## 지난 10년 국내 연구자 가장 주목한 연구는 인공지능과 기후변화

지난 10년간 국내 연구자들은 인공지능(AI)과 기후변화에 가장 큰 관심을 보인 것으로 나타났다.

29일 한국연구재단이 펴낸 '기초연구 사업 지원과제 연구주제어 분석을 통해 나타난 연구 트렌드' 보고서에 따르면 여러 학문 분야에서 AI를 주제로 삼은 연구가 급격하게 늘어난 것으로 분석됐다.

보고서는 2014년부터 2022년까지 기초연구과제 16만4377건의 과제계획서상 국문 연구주제어에서 가장 빈번하게 나타난 단어를 파악해 연구자들의 연구 경향을 분석했다.

분석에 따르면 AI는 학문 분야를 가리지 않고 연구주제어에 등장하는 빈도가 늘어나고 있으나 생명과학분야와 기초의학 분야는 상대적으로 더딘 것으로 나타났다.

'기후 온난화'를 해결하기 위한 연구들도 늘어나는 추세를 보였다. 화학분야는 이차전지, 태양전지 등 대체 에너지 개발, 에너지 분야는 촉매를 활용한 바이오 에너지 연구가 확대됐다.

/연합뉴스

## 삼성, 갤럭시Z플립·폴드5 앞세워 MZ세대 공략 나섰다

### 아이폰과 가을전쟁 불 지피 젊은층에 먹히는 '한방' 될지 주목

삼성이 갤럭시Z플립·폴드5를 앞세워 MZ세대(1980~2000년대 초반 출생) 공략에 나섰다. 삼성전자는 지난달 26일 서울 강남구 코엑스(COEX)에서 신제품 공개행사 '갤럭시 언팩 2023: Join the flip side' (이하 언팩)을 열고 폴더블 스마트폰 갤럭시Z플립5·폴드5 등을 출시했다.

삼성전자가 국내에서 언팩을 연 것은 이번이 처음이며 개최 시기도 8월에서 7월로 앞당겼다. 이번 언팩이 삼성에게 특히 중요한 것은 국내 갤럭시와 아이폰 점유율 움직임이 심상치 않기 때문이다.

최근 한국갤럽이 발표한 '2012~2023 스마트폰 사용자 & 브랜드' 조사에 따르면, 국내 스마트폰 이용자 가운데 만18~29세 연령대의 절반 이상(65%)이 아이폰을 사용 중이다. 갤럭시 사용자는 지난해에 비해 올해(44%→32%) 12%p 급락했다. "학생들 사이에서는 아이폰을 안 쓰면 왕따 당한다"는 말이 실제 수치상으로도 드러난 것이다.

작년까지만 해도 만18~29세 여성을 제외한 모든 연령대에서 갤럭시 스마트폰 사용자들이 아이폰 사용자보다 많았는데 올해부터 상황이 바뀌었다. 만18~29세 남자 스마트폰 브랜드 비율에서



27일 서울 서초구 삼성 강남을 찾은 시민들이 갤럭시Z플립5와 Z폴드5 등을 살피고 있다. /연합뉴스

도 작년에 비해 올해 아이폰(43%→60%)이 삼성(51%→36%)을 누르고 1위를 차지한 것이다. 만 18~29세 여성은 원래 아이폰 사용자의 비율이 높았는데 올해 아이폰(71%)과 갤럭시(27%)의 비율이 2.6배까지 벌어졌다.

그럼에도 불구하고 삼성이 69%가 넘는 시장 점유율을 유지할 수 있는 이유는 갤럭시 특유의 기술력과 폴더블폰에 있다. 갤럭시 사용자들 사이에서는 삼성페이와 통화녹음 기능이 좋아서 갤럭시폰을 놓을 수 없다는 반응이 나온다.

자영업자 정승연(55)씨는 "지난해 z폴드를 구매했는데 삼성페이로 결제하거나 업무중 통화 녹음할 수 있다는 점이 특히 편리하다"며 "이번에 나온 플립의 디자인과 기능이 마음에 들어서 플립 5로 바꿀 예정"이라고 전했다.

락인효과(Lock-in, 소비자들이 특정 제품에 묶이는 현상)라는 말이 있다. 소비자들은 한번 충성 고객이 되면 다른 서비스나 플랫폼으로 이동하지 않으려는 경향을 보인다. 앞으로 소비의 주축이 될 1020 세대가 첫 스마트폰을 아이폰으로 시작하는만큼 갤럭시의 향후 시장 점유율 유지는 쉽지 않을 것으로 보인다. 과연 갤럭시Z플립·폴드가 젊은 층에게 먹히는 '한방'이 될지 업계가 주목하고 있다.

/이유빈 기자 lyb54@kwangju.co.kr

음을 할 수 있다는 점이 특히 편리하다"며 "이번에 나온 플립의 디자인과 기능이 마음에 들어서 플립 5로 바꿀 예정"이라고 전했다.

락인효과(Lock-in, 소비자들이 특정 제품에 묶이는 현상)라는 말이 있다. 소비자들은 한번 충성 고객이 되면 다른 서비스나 플랫폼으로 이동하지 않으려는 경향을 보인다. 앞으로 소비의 주축이 될 1020 세대가 첫 스마트폰을 아이폰으로 시작하는만큼 갤럭시의 향후 시장 점유율 유지는 쉽지 않을 것으로 보인다. 과연 갤럭시Z플립·폴드가 젊은 층에게 먹히는 '한방'이 될지 업계가 주목하고 있다.

/이유빈 기자 lyb54@kwangju.co.kr

## "데크의 세대교체!"

# 불에 타지 않고 물에 썩지 않는 논슬립 디자인데크

