

# 이통사 보조금경쟁 '격화'...불법 판처



LG전자 V50 씽큐의 출시로 이동통신 3사의 5G 스마트폰 보조금 경쟁이 또다시 격화되고 있다.

12일 이동통신 업계에 따르면 5G 서비스 가입자는 지난 11일 기준 40만명을 넘어선 것으로 전해졌다.

이통 3사는 지난 10일 전국 대리점과 온라인몰에서 LG V50 씽큐를 출시했다.

공시지원금은 SK텔레콤이 가장 많이 책정했다. KT에 밀렸던 5G 가입자 수 1위 자리를 탈환하겠다는 포석이 깔렸다.

삼성전자 '갤럭시 S10 5G' 출시

당시 KT는 파격적인 5G 요금제 등을 제시하며 지난달 30일 기준 가장 먼저 5G 가입자 10만명을 확보했다. 이에 SK텔레콤은 V50 출시에 맞춰 최대 77만3000원이란 공시지원금으로 맞불을 냈다.

SK텔레콤은 월 12만5000원의 플래티넘 요금제에 가입할 경우 77만3000원으로 가장 파격적인 공시지원금을 제시했다. KT는 월 13만원의 '슈퍼플랜 프리미엄' 요금제를 이용하면 60만원, LG유플러스는 9만5000원의 '프리미엄 요금제'를 선택하면 57만원을 제공한다.

### 지난 10일 'LG V50 씽큐' 출시...첫날부터 0원 SKT, 파격 공시지원금에 대량 불법보조금까지 KT·LG유플러스도 불법보조금으로 대응해

V50 가입자 확보전은 불법 보조금 경쟁으로 이어지고 있다. V50 출시 첫날부터 공짜 대란이 벌어졌다. 특히 SK텔레콤은 출고가 119만9000원의 V50을 자사 5G 기기변경 고객 및 타사에서 번호이동하는 고객에게 0원에 판매했다.

SK텔레콤은 지난 10일 오전부터 일선 유통망에 평균 80만원~90만원, 최대 100만원의 판매 리베이트를 지급했다. 유통점에서는 이 리베이트를 공시지원금 외 불법 보조금 수단으로 활용하며 V50을 첫날부터 사실상 공짜에 판매했다.

기분은 8만9000원 5GX프리미엄 요금제 기기변경 가입시 공시지원금 63만원 외에 56만9000원을 기기변경시 66만9000원의 불법보조금을 추가 지급했다.번호이동 고객의 경우 10만원(페이백)을 추가로 지급하는 기현상까지 벌어졌다.

이러한 대규모 리베이트 정책은

지역과 채널(온·오프라인, 도·소매)을 가리지 않고 광범위하게 실행됐다.

SK텔레콤은 지난달 갤럭시 S10 5G 출시 후 줄곧 KT에 가입자 1위 자리를 내주며 위기의식을 느껴왔다. 이에 두번째 5G폰인 V50 출시를 계기로 5G 1위를 탈환하기 위해 불법 보조금을 대량 실행하고 있는 것으로 보인다.

이에 업계 관계자는 "KT와 LG유플러스도 불법 보조금으로 대응하고 있지만, SK텔레콤의 보조금 규모나 범위는 따라갈 수 없는 수준"이라고 말했다.

이어 "과거 아이폰 대란 때와 같이 5G 스마트폰 출시 첫날부터 불법보조금이 살포돼 곳곳에서 공짜폰 줄서기가 일어나고 있다"며 "5G 세계최초 상용화 민낯이 여실히 드러났다"고 지적했다.

뉴시스



## 출시 30년 넘긴 장수 식음료 '재전성기'

출시 30년을 훌쩍 넘긴 일부 장수 식음료 제품들이 최근 소셜네트워크서비스(SNS)에서 인기 레시피 재료로 주목받으면서 재전성기를 누리고 있다.

시중에 나온 제품을 자신만의 방식으로 재창조하는 소비자들 뜻 하는 '모디슈머(Modify+Consumer)'가 하나의 트렌드로 자리 잡으면서 이들 제품을 활용한 새로운 조합의 레시피가 공유되는 데 따른 것이다.

이에 관련 업체에서도 소비자 레시피에 착안한 브랜드 확장 제품을 내놓거나 제품 후면에 레시피를 삽입하는 등 인기를 활용하는 모습이다.

하이트진로음료는 43년 된 각 테일 믹서 제품 '진로믹서 토너워터'의 확장 제품인 '토너워터 갈라민시', '토너워터 애플' 등 2종을 출시했다. 진로믹서로 널리 알려진 토너워터가 젊은 층 사이에서 소주에 타 마시는 용도로 활용되는 점에 주목해 소주와 최적의 궁합을 이루는 소주 각테일 전용 믹서 제품으로 선보인 것이다.

특히 '토너워터 갈라민시'는 소주와 섞어 마시면 새콤하면서도 톡 쏘는 맛이 '갈라민시주'를 즐길 수 있고 숙취 해소에 도움이 된다는 소문이 퍼지면서 인기를 얻고 있다.

아울러 하이트진로음료는 한국인이 즐겨 마시는 소주와 스스로 알코올 농도를 조절하며 다양한 기호를 충족할 수 있는 토너워터로 '쏘토니(소주+토너워터)' 문화를 전파하는 데에도 적극 나서고 있다. 최근 자신의 취향과 입맛에 따라 술을 제조해 마시는 소비자들이 늘면서 지난 1~3월 매출이 전년 동기 대비 88% 증가하는 등 성장세를 기록하고 있다는 설명이다.

롯데제과는 지난해 12월 양버터방, 누가크래커 등 인기 디저트 재료로 주목받고 있는 '빠다코코넛'과 '아체크래커'를 업그레이드해 출시했다.

빠다코코넛은 기존 일반 버터를 프랑수아 고급 천연무염 버터로 바꿔 풍미를 살리고 필리핀산 코코넛의 함량을 늘려 달콤한 맛을 더했다. 빠다코코넛은 최근 '앙빠(앙금+빠다코코넛)'란 이름의 DIY 디저트가 입소문을 타면서 지난해 매출이 전년 대비 6% 가장 증가하는 등 인기를 끌고 있다. 최근에는 '앙빠' 레시피를 제품 후면에 삽입하기도 했다.

아체크래커는 기존 8가지 아체 재료의 배합비를 조정하고 바비큐맛 페이스트를 추가했다. 말랑카우와 함께 활용하면 대만 누가크래커 맛을 낼 수 있는 것으로 알려지면서 카나페 등의 요리에 적용하는 식재료로도 활용되고 있다. 이에 롯데제과는 제품을 활용한 레시피를 패키지 뒷면에 삽입했다.

이색음식이나 아이디어가 실제 신제품 출시로 이어진 경우도 있다. 빙그레는 지난해 3월 '비비빅 더 프리미엄 인절미'를 출시해 소비자의 호응을 이끌어냈다. 팔방수나 팔죽을 간단히 만들 때 달콤한 맛과 톡톡 함량이 높은 비비빅을 활용하는 레시피가 온라인에서 회자되는 것을 참고한 것이다.

비비빅 더 프리미엄 인절미는 특별한 마케팅 활동이 없었음에도 불구하고 출시 1년간 250만개 이상 팔리며 비비빅 매출 증가에 일조했다. 최근 출시한 두 번째 시리즈 '비비빅 더 프리미엄 흑임자' 역시 팔과 인절미에 이어 한국인 입맛에 익숙한 재료인 흑임자 맛을 살렸다.

## 4월 수입차 1위 지킨 벤츠 "BMW 맹추격 따돌렸다"

지난 3월에 이어 지난달에도 메르세데스-벤츠가 수입 승용차 부문 판매 1위를 차지했다.

12일 국내 차량 데이터 조사기관 카이즈유 데이터연구소에 따르면 지난달 가장 많은 수입차 점유율을 차지한 브랜드는 벤츠였다. 지난달 수입 승용차 신차등록대수는 1만8415대로 지난 3월에 비해 0.3% 감소했으며, 지난해 같은 기간에 비해서는 29.6% 감소했다.

이 중 벤츠는 전체 6570대가 판매되며 35.7%의 높은 비율로 1위 자리를 지켜냈다. 뒤를 이어 BMW가 3223대(17.5%), 렉서스 1452대(7.9%), 볼보 916대(5%), 지프 915대(5%) 등을 기록하며 뒤를 이었다.

BMW는 아직까지는 차이가 크지만 신형 3시리즈를 앞세우며 그동안의 부진을 조금씩 회복해 나가고 있다.

볼보의 경우 지난 3월 출시된 'V60 크로스컨트리'의 판매량이 증가하며 4위에 이름을 올렸고, 지프는 최근 폴 라인업을 갖춘 신형 랭글러가 판매량을 견인하며 점유율 5위를 차지했다.

지난달 판매된 수입차 '톱 10'에 가장 많은 모델을 올린 브랜드 역시 벤츠였다. 벤츠의 플래그십 세단 'E클래스'는 3739대로 톱 10 중 1위에 이름을 올렸으며, C클래스는 761대로 3위, S클래스는 723대로 4위, GLC는 622대로 7위를 차지했다.

BMW 역시 자사 플래그십 세단 '5시리즈'를 1050대 판매하며 2위를 차지했고 624대 판매된 '3시리즈'를 6위에 이름을 올리며 수입차 판매 톱 10 중 브랜드 2위를 차지했다. 3시리즈는 6세대 구형이 459대, 7세대 신형이 165대가 판매됐다.

뉴시스

## 삼성전자, 한국형 식기세척기 신모델 출시 4인 이하 가구에 적합...세척부터 건조까지 자동으로

삼성전자는 13일 4인 이하의 소형 가구에 최적화된 용량과 슬림한 디자인의 식기세척기 신제품을 출시한다고 12일 밝혔다.

신제품은 기존 제품 대비 폭을 150mm 가량 대폭 줄여 450mm의 슬림한 디자인을 구현했다.

다양한 편의 기능도 탑재했다. '자동세척' 기능은 본 세척 전 물로만 애벌 세척을 하면서 물의 탁한 정도를 감지해 식기의 오염 정도를 파악하고 세척 시간과 물 온도를 설정해준다.

세척 완료 후 문을 자동으로 열고 내부 증기를 빠르게 배출시키는 '자동 열림 건조' 기능도 있다.

이 제품은 1회 사용할 경우 84원 정도의 전기 요금이 발생하는데 하루에 한 번씩 사용한다고 가정하면 월 2520원 정도밖에 들지 않는다고 회사 측은 설명했다.

또 손 설거지와 비교하면 물 사용량이 6분의 1 정도밖에 되지 않아 경제적이다.

이 밖에 ▲끓어넘은 밥풀이나 양



넘까지 세척할 수 있도록 돕는 '볼링' ▲누수 발생을 모니터링해 급수를 차단하는 '누수방지' ▲75도의 고온으로 기름까지 말끔하게 세척해 주는 '고온헹굼' ▲식사 시간 중 대화를 방해하지 않는 수준의 저소음 등의 기능도 장착했다

뉴시스

완도군 e-shop  
완도군 공식 농·수산물 쇼핑몰

# 완도군 특산품관

WANDO COUNTY

전국제일의 청정 바다에서 생산된  
전복, 김, 미역, 멸치, 다시마 등  
자연 그대로의 맛과 신선함!