

휴대폰 한 대 200만원... 폰플레이션에 소비도 '꽝꽝'

삼성·애플 신제품 가격 상승세... 교체 부담 가중 신규 모델 대신 중고폰 등 찾는 소비자도 늘어나

광주·전남지역에서 휴대전화 교체를 미루거나 중고 스마트폰을 찾는 소비자가 빠르게 늘고 있다.

고물가와 경기 둔화가 장기화되는 가운데 인공지능(AI) 기능 탑재 경쟁과 반도체 등 핵심 부품 가격 상승으로 스마트폰 가격이 가파르게 오르는 등 생활필수품으로 자리 잡은 스마트폰의 '교체 비용'이 가계의 새로운 부담으로 떠오르고 있기 때문이다.

1일 업계에 따르면 스마트폰 제조사들은 AI 기능을 강화한 신제품을 잇따라 출

시하면서 출고가를 올리는 추세다.

고성능 반도체와 메모리 탑재가 확대되고 원자재 가격과 부품비가 상승하면서 프리미엄 스마트폰 가격은 200만원 안팎까지 높아졌다.

삼성전자가 올해 출시한 갤럭시 S26 시리즈는 전작보다 모델별로 약 10만원 기량 가격이 인상됐다.

갤럭시 S26 울트라 512GB 모델은 200만원을 넘어섰으며, 최상위 모델은 250만 원을 웃도는 가격에 출시됐다.

애플 역시 올 하반기 공개가 예상되는

차세대 아이폰 시리즈의 가격 인상 가능성이 제기되고 있다.

전작보다 30만원 안팎 인상될 것이라는 전망도 제기되면서 230만원을 웃도는 역대급 가격이 예상된다.

이 같은 스마트폰의 가격 인상은 AI 기능 확대에 따른 메모리 반도체 가격 상승과 생산 비용 증가가 주요 배경으로 꼽힌다.

일명 '폰플레이션'(Phone+Inflation) 현상은 광주·전남 소비자들에게 더욱 큰 부담으로 다가오고 있다.

지역은 제조업과 자영업 비중이 높고 경기 회복 속도가 더딘 상황이 이어지면서 고가 소비를 줄이려는 분위기가 확산되고 있기 때문이다.

특히 프리미엄 스마트폰 한 대 가격이 사실상 중형 가전제품 수준에 이르

면서 경기침체가 장기화된 광주·전남에서는 교체 주기를 늘리거나 중고폰과 자급제 단말기를 선택하는 소비자가 증가하고 있다.

실제 중고거래 사이트에서는 중고폰을 구입한다는 다수의 글이 게시돼 있다.

대부분 신제품보다는 앞서 출시된 제품들로 일부 게시글에는 "너무 높은 가격에 새로운 제품을 구입하기 부담스럽다"는 내용이 포함돼 있었다.

직장인 김모씨(35)는 "예전에는 2~3년마다 스마트폰을 바꿨는데 지금은 가격이 너무 올라 배터리만 교체해 사용하고 있다"며 "최신 아이폰이나 갤럭시는 성능은 좋지만 200만원 가까운 가격을 보면 선택 구매하기 어렵다"고 말했다.

이어 "경기가 좋지 않은 상황에서 스마

트폰 한 대 가격이 냉장고나 TV와 비슷한 수준까지 올라 부담이 크다"며 "요즘은 신제품보다 중고폰이나 자급제 모델을 먼저 알아보게 된다"고 덧붙였다.

지역 이동통신 유통업체도 소비 변화가 뚜렷하다고 입을 모은다.

과거에는 신제품 출시 직후 교체 수요가 집중됐지만 최근에는 중저가 모델이나 자급제 단말기, 중고폰을 찾는 소비자가 크게 늘었다는 것이다.

남구에서 스마트폰 판매점을 운영하는 한 업체 관계자는 "예전에는 약정기간이 끝나는 2~3년마다 스마트폰을 바꾸는 고객이 많았지만 최근에는 4~5년 이상 사용하는 경우가 흔하다"며 "최신 아이폰이나 갤럭시를 문의하는 고객은 많지만 실제 구매까지 이어지는 비율은 눈에 띄게 줄었

다"고 전했다.

전문가들은 스마트폰 가격 상승이 단순한 IT 업계의 문제가 아니라 지역 소비시장에도 영향을 미칠 수 있다고 분석한다.

스마트폰은 이제 생활필수품인 만큼 단말기 구입에 200만원 이상을 지출하면 외식이나 문화생활, 의료 소비 등 다른 소비를 줄일 가능성이 크다는 것이다.

지역 경제 전문가는 "AI 기술 발전으로 스마트폰 성능은 크게 향상됐지만 가격 상승 속도가 가계 소득 증가를 앞지르고 있다"며 "광주·전남처럼 소비심리 회복이 더딘 지역에서는 스마트폰 가격 인상이 내수 위축을 심화시키는 또 다른 요인이 될 수 있다"고 밝혔다.

윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

박셀바이오, 생성형 AI 기반 항암치료제 개발 속도

IT기업 아이티아이즈와 협약... 후보물질 발굴·임상 등 협력

항암면역치료제 개발 전문기업 박셀바이오는 1일 IT 솔루션 전문기업 아이티아이즈와 생성형 AI 기반 솔루션을 활용한 차세대 세포·유전자치료제(CGT) 및 항암면역치료제 개발 업무협약을 체결했다.

이번 협약은 박셀바이오가 보유한 세포·유전자치료제 및 항암면역치료제 개발 역량에 아이티아이즈의 생성형 AI 기반 의료 플랫폼 기술을 접목, 신약개발 전주기 효율성과 정밀도를 높이기 위해 마련됐다.

양사는 협약에 따라 AI 기반 후보물질 발굴, 유전자 전달체 최적화, 제조공정 효율화, 환자 맞춤형 치료 설계, AI 기반 임상시험 설계, 환자군 예측 모델 개발 등 신약개발 전 과정에서 협력하기로 했다.

또 박셀바이오가 추진하는 신규 바이오

사업에도 AI 기술을 접목해 새로운 사업 모델 발굴에도 나설 계획이다.

최근 AI 기술은 신약개발 전 과정에 빠르게 적용되며 연구개발 기간 단축과 비용 절감, 성공 가능성 향상을 이끄는 핵심 기술로 주목받고 있다.

특히 생성형 AI를 활용한 후보물질 탐색과 임상시험 설계, 환자군 분석 등은 차세대 바이오산업 경쟁력을 좌우하는 핵심 요소로 평가된다.

박셀바이오는 이를 계기로 세포·유전자 치료제 개발 과정 전반에 AI 활용을 확대하고 연구개발 효율성과 임상개발 경쟁력을 강화해 나갈 방침이다. 환자 맞춤형 치료 전략 수립 등 정밀의료 분야에서도 기술 활용 폭을 넓힐 계획이다.

아이티아이즈는 최근 생성형 AI 기반

의료 플랫폼 'GENAI ME'를 공개하고 의료 AI 사업을 본격화하고 있다.

GENAI ME는 전자무기표(EMR), 임상데이터웨어하우스(CDW), DNA·RNA·차세대염기서열분석(NGS), 의료영상 등 다양한 의료 데이터를 통합·분석하고 비정형 의료데이터를 AI 기반으로 구조화하는 플랫폼이다. 이를 통해 환자 맞춤형 치료 전략 수립과 임상 의사결정 지원, 실제 임상 근거(RWE) 생성까지 지원할 수 있다.

이제중 박셀바이오 대표이사는 "AI 기술은 신약개발의 속도와 성공 가능성을 높이는 핵심 기술로 자리매김하고 있다"며 "이번 협력을 통해 AI 기반 정밀의료와 차세대 세포·유전자치료제 개발 역량을 한층 강화하고 글로벌 경쟁력을 갖춘 혁신 신약개발 플랫폼을 구축해 나가겠다"고 말했다.

송대웅 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr



박셀바이오는 1일 아이티아이즈와 생성형 인공지능 기반 AI 솔루션을 활용한 차세대 세포·유전자치료제(CGT) 및 항암면역치료제 개발을 위한 업무협약을 체결했다.

노란우산 부금 월 150만원까지 가능

증기증양회, 공제금 지급이율 최대 3.7% 인상

소기업·소상공인의 대표 사회안전망인 노란우산이 부금 납입한도를 확대하고 공제금 지급이율을 인상하는 등 제도 개선에 나선다.

중소기업증양회는 1일부터 노란우산 부금 납입체계를 개편하고 공제금 지급 시 적용이율을 상향한다고 밝혔다.

이번 개편은 조세특례제한법 시행령 개정에 따른 것으로, 월 최대 납입한도가 기존 100만원(분기 300만원)에서 150만원(연 1800만원)으로 확대된다.

이에 따라 소기업·소상공인은 연간

한도 내에서 경영 상황에 맞춰 자유롭게 추가 납입할 수 있게 돼 목돈 마련과 소득공제 활용이 한층 유연해질 전망이다.

특히 연말인 12월에 신규 가입하더라도 가입 당월 최대 1800만원까지 납입할 수 있어 해당 연도 소득공제 혜택을 모두 받을 수 있다. 또 연초에 1년치 부금을 일괄 납입한 뒤에도 연간 한도에 미달하면 남은 한도 내에서 추가 납입이 가능하다.

가입자 혜택도 확대된다. 증기증양회

는 올해 3분기부터 노령 등의 사유로 공제금을 지급받는 가입자에게 적용하는 이율을 기존 3.2%에서 3.4%로 0.2%p 인상한다. 폐업이나 사망으로 공제금을 지급받는 경우에는 노령 공제금보다 0.3%p 높은 3.7%의 이율을 적용해 소상공인의 생활 안정과 자산 형성을 지원할 계획이다.

증기증양회는 제도 개편을 기념해 이달 '노란우산 온라인 가입 프로모션'도 진행한다. 오는 30일까지 노란우산 홈페이지 또는 모바일을 통해 신규 가입한 소기업·소상공인에게는 5만원 상당의 모바일 쿠폰을 지급하며, 네이버페이와 카카오페이 가운데 원하는 방식으로 선택해 사용할 수 있다.

송대웅 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

월드컵 특수 끝... 여름 소비 잠기 총력전

유통업계, 휴가철 겨냥 마케팅

2026 북중미 월드컵에서 한국 축구대표팀의 조기 탈락으로 거리 응원과 경기 관람 수요가 예상보다 빠르게 식으면서 치킨과 맥주 등 응원 먹거리 소비도 기대에 미치지 못한 가운데 유통업계는 곧바로 여름 휴가철과 폭염 특수를 겨냥한 계절 마케팅으로 무게중심을 옮기고 있다.

1일 롯데마트에 따르면 오는 5일까지 치킨은 날가와 여름 더위를 겨냥한 '통큰데이' 행사를 진행한다.

본격적인 무더위와 고물가가 맞물리는 시기에 맞춰 각종 '휴보양' 식품부터 집밥 필수 식재료, 여름 시즌 상품까지 일상 수요가 높은 품목 전반에 걸쳐 할인 혜택을

마련했다.

여름철 기력 보충을 위한 대표 보양 먹거리를 파격가에 선보인다.

'손질 민물장어 자포니카'는 상반기 최저 가격을 재현하며 '완도 전복 왕특대'는 행사 카드로 구매 시 50% 할인된 가격에 만나볼 수 있다.

홈플러스도 오는 8일까지 'AI 물가안정 프로젝트'를 열고 다양한 인기 상품을 부담 없는 가격에 내놓는다.

여름철 필수 아이템을 중심으로 실속 있는 혜택을 확대한다. 행사 대상에는 엑스 트라버진 올리브유와 스페인산 아보카도로 만든 아보카도 오일, 칠레산 냉동 블루베리 등이 포함됐다. 또 심플리스 냉동 피자, 숯불닭꼬치를 비롯해 치즈 크래커와 초코칩 쿠키 등 간식류도 행사 대상에 포함



돼 가정 간편식과 간식 수요를 겨냥했다.

홈플러스 베이커리 브랜드 '몽 블랑'도 인기 제품 할인 행사를 함께 진행한다.

홈플러스는 무더운 여름을 보다 시원하고 쾌적하게 보낼 수 있도록 다양한 계절 상품 할인 행사도 함께 마련했다.

행사 기간 동안 물놀이용품 700여종은 마이홈플러스 멤버십 회원에 대상으로 일정 금액 이상 구매 시 즉시 할인 혜택을 제공한다.

윤용성 기자 yo1404@

CUSTOMER SATISFACTION

고객 만족 실현을 최우선으로
고객과 함께 성장하는 DH Group

DH 글로벌

www.global-dh.com