



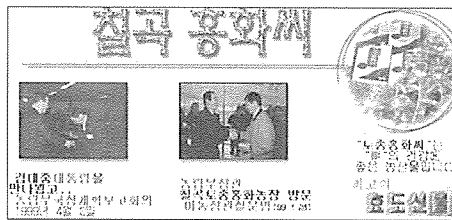
‘사이버범죄 특별법’ 만든다

정보통신부는 PC와 인터넷 이용이 급속도로 확산되면서 사이버범죄가 기승을 부리고 있다고 판단, ‘사이버범죄 특별법’을 마련하여 내년 1월부터 시행에 들어갈 계획이다. 정통부는 우선 온라인을 통해 성희롱을 하거나 끝없이 따라다니며 괴롭히는 스토킹 등 사이버 성폭력이나 사생활을 침해하는 몰래카메라 비디오테이프 유포시 2년 이하의 징역이나 3천만원 이하의 벌금을 부과하기로 했다. 현행 전기통신사업법에는 온라인망을 통해 음란물을 유포할 경우 1년 이하의 징역이나 1천만원 이하의 벌금을 부과할 수 있도록 돼있다. 정통부는 또 외국 누드모델을 합성해 인터넷에 유포시키는 음란물 유포행위도 가중처벌하는 방안을 추진하기로 했다. 정통부는 특히 PC통신망을 이용한 매매춘 알선 및 마약·총기거래, 인터넷도박, 사기 등의 행위에 대해서는 가중처벌하는 한편 이런 사이트를 제공한 인터넷서비스 제공업체에도 서비스 중지 등의 강력한 처벌 기준을 마련하기로 했다.

이밖에 정부기관이나 기업의 전산망에 침입, 해킹이나 치명적 바이러스를 유포하는 행위나 암호를 도용하여 개인정보를 유출시키는 사이버 테러행위에 대해서도 처벌 범위를 마련, 강력 제재할 방침이다. 정통부는 공청회 개

최 및 법무부 등 관계부처 협의를 통해 사이버범죄 유형별 처벌범위를 최종 확정할 계획이다.

사이버영농사이트 잇단 등장



▲ 경북 철곡 배문열씨가 직접 재배해 판매하는 홍화씨 사이트.

농민들이 직접 만든 인터넷 홈페이지가 유통마진 없이 싼 값에 농산물을 판매하고 있어 네티즌들에게 인기를 끌며 새로운 사이버농산물시장으로 자리잡고 있다.

가장 대표적인 곳은 배문열씨의 철곡도종홍화농장 홈페이지(www.honghwa.co.kr). 2년 전 농민 가운데 최초로 홈페이지를 만든 배씨는 이곳에서 특용작물인 홍화씨를 팔고 있다. 홍화씨가 빼에 좋다고 소문이 나면서 이곳을 찾는 네티즌들이 12만명을 넘어서며 지난해 인터넷으로만 1억 3천만원을 벌었다. 올해 수익은 4억원을 예상하고 있으며 수출을 위해 홈페이지를 영어, 중국어, 일본어 등 4개국어로 만들었다.

암에 효력이 있다고 알려진 상황버섯을 키우는 경북 안동의 류충현씨도

버섯농장 홈페이지(www.mushroom.co.kr)를 만들었다. 3년의 각고 끝에 상황버섯 인공재배에 성공한 류씨는 3억원의 매출 가운데 20% 이상을 전자상거래로 올렸다. 농산물홈페이지는 대부분 한국농림수산정보센터(www.affis.co.kr)의 지원을 받아 설치된 곳으로 현재 70여개에 이르고 있다.

쌀의 경우 충남 천안의 헤드림쌀(www.ssal.co.kr), 양구오대미와 철원오대미, 청정일품미를 판매하는 삼일곡산(www.samill.com), 크린마트(cleanmart.bz.co.kr) 등이 있다. 이곳에서는 시중보다 10~20% 정도 싼 값에 판매하고 있으며 상표를 도입해 고객들에게 품질에 대한 신뢰를 심어주고 있다.

과일로는 충북 진천의 덕산농원(www.affis.or.kr/~kyh3)이 인터넷에서 포도를 직접 판매하고 있으며 과일바구니(www.tofarm.com)는 여러 가지 과일들을 함께 취급하고 있다.

시중에서 구하기 힘든 특산물을 파는 곳도 있다. 설용인씨가 운영하는 한국타조연구소 홈페이지(www.kor-ostrich.co.kr)는 타조고기를 판매한다. 타조고기는 국내에 먹는 사람이 별로 없지만 외국에서는 칠면조고기보다 고급으로 친다. 이곳에서는 냉동포장된 타조고기 뿐만 아니라 알도 판매하고 있으며 타조사육을 위한 각종 정

보제공 및 분양상담까지 하고 있다.

칠곡토종홍화농장을 운영하는 배씨는 “인터넷에서는 중간상인의 가격농간이 아예 차단되므로 농민은 제값을 받을 수 있고, 소비자는 저렴한 가격에 농산물을 구할 수 있어 누이 좋고 매부 좋은 셈”이라며 “앞으로 정부에서도 농민들의 사이버 직거래를 적극 지원해주었으면 좋겠다”고 밝혔다.

디지털TV방송, 2001년 조기 실시



▲ 디지털TV회사의 발표회 장면

정부는 아날로그 TV보다 화질이 3~4배 선명하고 음질도 콤팩트 디스크(CD)수준에 이를 만큼 뚜렷한 디지털TV 지상파 방송을 2001년부터 조기 실시키로 했다. 정부계획안에 따르면 2000년 시험 서비스방송에 이어 2001년에 디지털TV 본방송을 수도권에서 부분적으로 실시하고 2002년까지 수도권 전지역에서 디지털 방송 시청이 가능하도록 할 예정이다. 이어 광역시는 2003년, 도청소재지는 2004년, 시·군·구는 2005년까지 각각 디지털로의 전환을 완료하되 2002년 하반기에 수도권 방송의 실시효과에 따라 조기에 확대하는 방안도 검토키로 했다. 또 정부는 소비자 보호를 위해 본 방송 실시 후 최소 5년간은 기존의 아날로그와 디지털 방송을 병행하고 아

날로그 방송의 전면 금지시기는 디지털방송의 보급상황을 종합적으로 고려해 결정키로 했다. 디지털TV 방송을 실시하는데 들어가는 투자비용은 올해부터 2005년까지 송·중계시설 및 연주 시설(스튜디오 내부 시설 및 장비) 등에 1조5천8백85억원, 난시청 지역까지 방송망을 갖추는 2010년까지 모두 2조6백34억원이 소요되는 것으로 계산됐다. 채널은 기존 지상파 방송사업자에게 우선 배분하고 HDTV(고선명) 또는 SDTV(표준방식)는 방송사 자율로 선택하되 방송시간중 일정비율을 HDTV 방송에 할애토록 할 방침이다.

인터넷경매사이트 인기 상한가



▲ 네티즌 사이에 인기가 급증하는 경매 사이트

인터넷경매 사이트(www.auction.co.kr)가 네티즌들 사이에 높은 인기를 누리고 있다. 컴퓨터방을 타고 인터넷경매장에 들어오는 손님은 매일 수천명. 회원이 벌써 25만명을 넘어섰다. 올 상반기 매출이 벌써 42억원. 이 회사는 ‘이런 추세라면 올해 70억원의 매출은 무난할 것’이라고 예상했다. 인터넷경매는 지난해 사업을 시작할 때만해도 ‘시기상조’라는 평가가 주류를 이뤘다. 하지만 인터넷을 통한 경매 특유의 장점들이 알려지면서 새로운 인터넷상

거래 수단으로 떠오르고 있다. 인터넷경매(㉮)를 통해 거래되는 제품은 PC, 가전제품, 도서, 음반에서 부동산, 애완동물, 성인용 제품에 이르기까지 1백58개 분야, 2만여가지. 1천만원을 넘는 자동차가 경매를 통해 사고 팔리는가 하면 아파트 등 부동산 거래도 심심찮게 이뤄진다. 도메인네임, 홈페이지 등 이색물건도 거래된다. 다양한 경매상품을 제공하는 것도 인터넷경매가 뜨는 이유. 대표적인 행운경매는 ‘10원 경매’. 인기상품을 매우 저렴한 가격에 제공한다. 에어컨이 8백60원에 낙찰되기도 했다. 매일 2천여건에 이르는 새로운 상품이 등록되는 점도 고객을 끄는 요인. 이 회사는 “고객들이 직접 참여해 저렴한 가격에 물건을 사고 팔 수 있다는 점이 크게 어필하는 것 같다”면서 “더욱 다양한 형태의 경매상품을 개발할 계획”이라고 밝혔다.

인터넷 벤처기업 ‘돈방석’

인터넷사업을 펼치는 벤처기업들이 돈방석에 올라서고 있다. 기술은 있으나 자금은 없었던 벤처기업들이 장외주식시장인 코스닥에서 ‘투자유망주’



▲ 골드뱅크는 광고를 보면 돈을 준다는 아이디어로 돈방석에 앉았다.

로 각광을 받으면서 몰려드는 자금으로 즐거운 비명을 지르고 있다. 코스닥에 상장된 인터넷 기업들은 주가가 천정부지로 치솟으며 돈방석 위에 올라앉았고 이에 힘입어 상장 가능성이 있는 벤처기업들에도 개인이나 기관투자자들의 자발적인 투자가 쇄도하고 있다. 대표적인 기업이 골드뱅크. 광고를 보면 돈을 주는 이색사업으로 성공한 이 업체는 지난해 매출액이 12억 원에 불과한데도 불구하고 코스닥시장에서 연일 상한가를 기록, 지난 10월 공개 이후 주가가 30배 이상이 뛰기도 했었다. 인터넷서비스업체로 전환을 선언한 한국디지털라인, 한글과컴퓨터, 씨앤아이, 인성정보 등도 코스닥에서 수백억원대의 자금을 조달한 대표적인 케이스. 인터넷벤처기업들이 올 상반기에 코스닥에서 조달한 자금은 총 2조6천억원 규모에 달한다.

최근에는 인터넷에서 직접 투자자를 공모하는 업체들도 늘고 있다. 이같은 방법으로 골드뱅크가 9억9천만원, 회사설립한지 10개월 밖에 안된 인터넷 뉴스서비스업체인 패션코리아는 한달 만에 16억원을 모았고 인터넷폰서비스업체인 넥셀텔레콤은 9억원, '인터넷 보물찾기' 홈페이지를 만든 제이앤제 이미지어도 약 10억원을 확보했다. 아직 코스닥에 등록하지 않은 인터넷벤처기업들까지 투자자들의 유혹을 받고 있다. 삼성SDS에서 사내 벤처형태로 운영하다가 지난달 독립한 인터넷검색서비스업체인 네이버는 한달 사이에 20여개가 넘는 대형 투자기관의 투자 전문가들이 다녀갔다. 올 가을 코스닥 등록을 목표로 한 전자상거래업체인 코스메틱랜드와 무료 E메일 서비스업

체인 다음커뮤니케이션즈도 각각 28억원과 60억원의 투자를 받았다. 다음커뮤니케이션즈의 경우 쟁쟁한 대기업을 제치고 독일의 다국적기업 베텔스만으로부터 최근 5백만달러를 유치하기도 했다.

아마존 인터넷 백화점 변신



▲ 아마존이 취급품목을 확대하고 있다.

‘서점에서 이제 백화점으로’ 인터넷 서점의 효시인 아마존.com이 취급품목 확장을 시도함으로써 인터넷 백화점으로 빠르게 변모하고 있다. 아마존은 지난해 6월부터 시작된 기업인수와 투자, 제휴 등을 통해 음반, 비디오에서부터 약국, 애완동물 상품점, 잡화 등으로 매장을 넓혀왔다. 최근에도 장난감과 전자제품을 추가했다. 올 들어서만도 한달에 1건꼴로 사업을 확장중인 아마존은 각 분야당 수천가지의 제품 목록을 소개할 계획이다. 그러나 현재까지 아마존의 확장영역이 고객들에게는 그리 큰 매력을 끌고 있지는 못한 상태다. 온라인 상품 거래 품목중 장난감과 가전제품의 올해 총 매출액은 각각 5천2백만달러와 7천8백만달러에 그칠 것으로 추정돼 11억달러에 달하는 서적판매량과는 비교가 되지 않는다.

때문에 일각에서는 아마존의 인터넷 백화점 구축 시도에 대해 회의적인 시각도 없지 않다. 아마존이 부피가 비

교적 큰 장난감이나 전자제품의 배달·보관 등에서 심각한 문제에 부닥칠 수 있고, 기존 업체들과 출혈 경쟁을 벌일 경우 심각한 적자를 볼 수도 있다는 설명이다. 이런 우려에도 불구하고 아마존은 경쟁업체를 제치고 선두로 부상할 수 있다는 자신감을 보이고 있다. 제프리 베이조스 아마존 회장은 “등록고객만 1천만명에 달하는 만큼 제조업체의 상품들을 충분히 판매할 수 있다”고 말했다.

천리안 정액형 1만원으로 인하

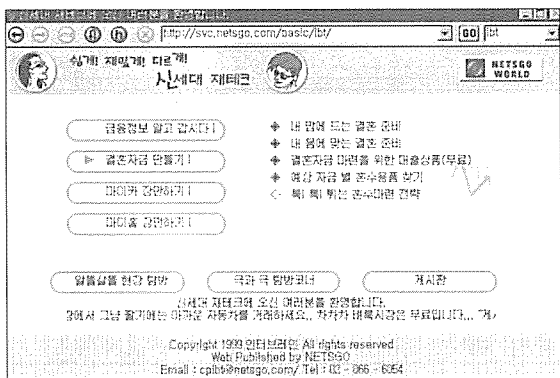


▲ 천리안이 정액형 서비스 요금을 1만원으로 인하였다.

PC통신 천리안의 정액형 서비스 요금이 8월부터 기존 1만3천원에서 1만원으로 23% 인하됐다. 이로써 4대 PC통신사의 가입비와 정액형 요금은 모두 1만원으로 단일화됐으며 앞으로 요금이란 서비스 품질로서 더욱 치열한 경쟁을 벌일 전망이다. 이에 따라 천리안의 이용요금 체계는 기존 정액형과 30시간 기본형(월 1만원), 10시간 기본형(월 6천원) 등 3가지 형태에서 정액제와 종량제(10시간 기본형) 두가지로 축소되게 됐다. 천리안은 그러나 월정액 6천원인 어린이 천리안과 월정액 1만5천원인 인터넷 정액형은 그대로 유지하기로 했다.

한편 천리안의 이같은 조치는 최근 한국계인 손정의(孫正義) 일본 소프트뱅크회장이 (주)나우콤을 인수해 국내시장에 진출하기로 하는 등 통신서비스의 경쟁이 더욱 심화되는데 따른 것으로 풀이됐다. 천리안은 그동안 요금이 비싸다는 가입자들의 불만에 불구하고 다른 업체보다 양질의 서비스를 제공한다는 명분으로 요금인하 시기를 계속 미뤄왔었다.

넷츠고 '신세대 재테크' 개설



▲ 넷츠고 '신세대 재테크'의 홈페이지

SK텔레콤의 인터넷PC통신 넷츠고가 젊은 신세대층을 위한 재테크 정보인 '신세대 재테크' (go ibt·사진)를 개설했다. 사회 초년생과 결혼을 앞둔 신세대층을 대상으로 서비스되는 '신세대 재테크' 서비스는 금융상품, 결혼, 내집장만 등 각 테마별로 시나리오 전개 방식과 시물레이션 기법을 사용하여 나만의 재테크전략을 세울 수 있도록 구성하였으며, 필요한 핵심정보만 골라서 도표화, 그래프화, 시각화하여 제공한다. 테마별 시물레이션 선택시, 현재 자신의 재무상황과 선택한 조건에 따른 미래가치를 계산하여, 현재가로 환산시 실제 이익발생 여부

와 위험 요소들을 체크한 후 투자결정을 판단할 수 있는 장점이 있다. 재테크에 익숙하지 않은 신세대들에게 생소한 경제용어를 쉽게 설명해주는 경제용어 검색 서비스는 무료로 제공된다. 또한 소주제별로 현장 탐방을 통해 심층 분석하여, 실제로 이익을 낼 수 있는지를 알려준다. 이 서비스 게시물 조회 또는 시물레이션 건당 50원~150원의 이용료가 부과된다.

여성전문사이트 개설 붐

올들어 여성 인터넷 인구가 급증하면서 여성전문사이트가 속속 개설되고 있다. 최근 인터넷에서 문을 연 여성웹진 '롤루'와 '이매진', 여성관련 종합정보 '우먼플러스', 여성문화전문 '아이지아' 등은 여성들을 대상으로 한 전문사

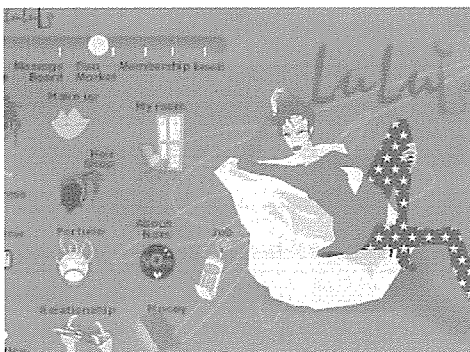
이트를 표방하며 서비스를 시작했다.

국내 최초의 여성 웹진으로 지난 5월말 개설된 '롤루' (www.lulu.co.kr)는 여성들이 원하고 여성들에게 필요한 정보를 제공한다는 목표 아래 패

션, 문화, 건강 등 여성에게 특화된 메뉴들을 만들었다. 패션디자이너, 교수, 소설가 등 40여명의 전문가로 구성된 외부 필진을 확보하고 있다. 이들이 겨냥하는 대상은 20대 젊은 여성층. 가장 소비문화가 심하고 패션을 주도하는 세대이다. 사이버쇼핑몰을 개설해 20대 여성들에게 '롤루'라는 자체상품으로 화장품, 의류, 장신구 등을 판매할 계획이다.

주부대상의 웹진인 '이매진' (www.win21.or.kr)은 가사, 재테크, 인테리어 등 실생활에 필요한 정보 위주로 구성돼 있으며 여성들에게 무료 이메일을 보급하는 사이버여성운동을 펼치고 있다. '우먼플러스' (www.womenplus.com)는 여성에게 필요한 다양한 정보를 제공하는 종합정보사이트. 특히 법률, 패션, 성, 육아, 미용, 재테크 등 12개 분야에 걸쳐 전문가들이 온라인으로 무료상담을 해주는 상담코너가 인기를 끌면서 최근 1만7천명의 회원을 확보했다.

이밖에 여행 및 취업정보를 제공하는 '아이지아' (www.izia.com), 각계의 여성관련 소식을 전하는 '여성신문' (www.womennews.co.kr), 직장 여성을 겨냥한 '여성사이버비즈니스클럽' (www.sabiz.co.kr) 등이 있다. 정보통신부에 따르면 현재 인터넷인구 4백20만명 가운데 여성네티즌은 약 15%에 이르는 50만명이다. 남성에 비해 숫자는 적지만 인터넷쇼핑몰 등 전자상거래에서 이뤄지는 소비행태는 남성들을 앞질러 인터넷 비즈니스의 주대상으로 떠오르고 있다. ④7



▲ 여성 웹진 '롤루'의 홈페이지