



[집중취재]

## 인터넷 시대 최고의 엔터테인먼트기를 위해

최근들어 오디오선판기 시장이 뜨겁게 가열되고 있다. 제품에 대한 본격적인 소비자 인기는 아직 기대하기 힘든 시점이지만 이 시장의 선점을 노리는 업체들이 각자만의 노하우를 가진 제품들을 속속 출시하고 있기 때문. 이런 가운데 CIA코리아에서는 본연의 오디오 기능 외에도 동영상 비디오 CD까지 제작 가능한 '락뱅' 오디오선박스를 선보이고 신천점, 연신내점 등지에 샵을 오픈하며 제품에 대한 빠른 소비자 인기확산을 시도해 가고 있다. 금호 집중취재에서는 인터넷 시대 최고의 엔터테인먼트기로 락뱅을 띄우기 위해 야심찬 도전을 펼쳐 가고 있는 CIM코리아의 사업현황을 살펴본다.

락뱅은 아케이드와 개인스튜디오, 그리고 인터넷의 만남을 주 제품 컨셉으로 한 제품이다. 락뱅 오디오선박스를 통해 신나게 노래부르고 춤추는 것은 물론 오디오션을 볼 수 있고, 나만의 동영상비디오를 CD롬에 담아 낼 수가 있다.

락뱅에서 제작된 오디오선과일은 가수, 연기자, 모델, 댄서 등의 분야로 나뉘어져 [www.na1020.com](http://www.na1020.com)과 SIDUS社로 보내 스타 오디오션을 받을 수 있다. SIDUS는 스타메니지먼트는 물론 영상, 음반, 스포츠 산업을 이끌어 가는 국내 굴지 엔터테인먼트 회사이다.

오디오션을 통해 발탁된 지원자들의 영상물은 그대로 방송 프로그램으로 제작되어 연예계 진출의 기회가 제공이 된다.

이 제품이 기획되게 된 때는 영화, 드라마 등의 제작편수가 크게 증가하는 현실에서 조연, 단역 등의 캐스팅이 힘들다는 데 기인했다고 한다. 캐스팅 비용은 일정한데 비해 우수 인재를 구하기 힘든 현실에서 숨은 진주를 발

견하는데는 온라인을 연결한 캐스팅이 적격이라고 판단하여 제품 개발에 박차를 가하게 된 것.

락뱅 오디오선박스는 이러한 과정을 거쳐 지난 6월에 처음 출시가 이루어 졌는데 주로 샵에 제품이 공급되어 서울 신천점 3대, 연신내점 2대가 설치되었다.

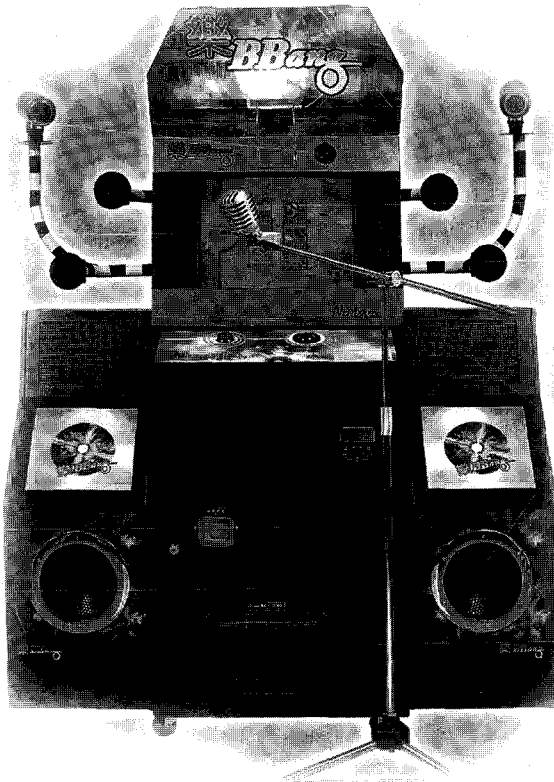
소비자들에게 제품 컨셉이 인식이 안된 상황이라 본격적인 인기가 확산되려면 시간이 좀 걸리겠지만 그래도 1달여 동안 800건의 적지 않은 이용률을 기록했다고 한다. 이 제품의 사용자들의 공통적인 반응은 새로운 엔터테인먼트 기기에 무척 신기해한다는 점. 특히 자신의 끼를 발휘해 이를 평가받을 수 있다는 점에서 좋은 반응을 나타냈다고 한다. 사용자들은 한번 이용하고도 반복 사용을 하는 경우가 많았고, 동영상 CD를 가져 갈 수 있다는 점에서 큰 메리트를 느꼈다고 했다.

1곡당 이용료는 CD구입비 700원, 웹서버 이용료 300원을 포함 5000원에 셋팅을 했다. 이용자는 크로마키 배경처리가 된 기계 안에서 장기를 펼쳐 보이게 되는데 거

의 그 수준이 준방송이라 할 만하다. 또 카메라는 줌인 줌아웃이 반복되어 상반신과 전신이 반복 촬영되게 되어 있어 역동적이다.

www.nal020사이트에는 네티즌들이 올라온 개별 동영상 파일을 인기투표 할 수 있도록 시스템이 갖추어져 있는데 벌써 스타 가능성을 보이는 후보들이 몇몇 보인다. 자신의 끼를 나타내는 데 주저함이 없고 인터넷에 거부감이 없는 신세대들은 금방 이 제품에 익숙해 질 수 있다는 점에서 빠른 확산력이 기대 된다.

빅뱅의 기계가는 1,600만원(부가세 별도)로 여기에는 장비, 마이크, 크로마키 보드의 가격이 포함된다. 기계특성을 세부적으로 살펴보면 우선 락뱅 운영용 컴퓨터는 실제 프로그램 운영 및 네트워크 연결용 최첨단 컴퓨터로 별도의 기계구매 없이 인터넷상으로 지속적인 프로그램 업데이트가 가능하다.



카메라는 색상과 간섭보정이 가능한 슈퍼 VHS카메라 2대가 전신, 상반신 촬영은 물론 크로즈업 기능을 수행해 다이나믹한 모습을 촬영한다. 음원은 노래방음이 아닌 전문 스튜디오에서 사용하는 오리지날 사운드를 사용하고, 마이크는 다이나믹 마이크를 채택하여 잡음을 제거했다.

또한 4개의 DDR게임용 센서를 채택하여 CD레코딩 시간 동안 손을 이용한 게임이 가능하다. CD레코더는 녹음과 촬영후 1분 30초안에 빠르게 CD를 레코딩하며 CD 복사기능을 완비하고 있고, 300W이상의 하단 우퍼 스피커 2개와 상단 스피커 2개를 장착하여 생동감 있는 사운드를 실현한다.

CIM코리아는 이같은 제품특성을 가진 빅뱅의 홍보기간을 최대 5~6개월을 잡고 있다. '구슬이 서말이어도 꿰어야 보배'라는 말처럼 소비자들에게 널리 이 제품이 홍보가 되어야 큰 시장확대가 가능하다는 시각이다.

적어도 50~100대 정도의 필드 세팅이 끝난 시점에는 재미있는 동영상을 선정해 방송프로그램화 하는 방안도 적극 추진해 나갈 계획이다. 이 계획이 가시화 되면 전국민의 연예인화도 가능하지 않을까.

현재 락뱅에 대한 기계판매는 HJK엔터테인먼트에서 진행하고 있다. 제품 특성상 삼인 삼 위주의 전개에 주력해 나갈 예정으로 전문샵이외에도 PC방에 대한 수요를 크게 보고 있다.

인터넷 시대가 만들어 놓은 새로운 엔터테인먼트 자판기가 시장의 어떤 반향을 가져올지 예의 주시해 볼일이다. 