

“무료로 홍보와 네트워크 두 마리 토끼를 한번에” 디지털콘텐츠 기업들의 사이버 전시장 ‘온엑스포’

디지털콘텐츠 '사이버 박람회'라는 모토로 한국데이터베이스진흥센터에서 운영하는 온엑스포(www.onexpo.or.kr).

데이터베이스, 소프트웨어, 전자책, 게임, 무선인터넷 콘텐츠 등으로 디지털 콘텐츠를 분류해 인터넷상에 상설전시 함으로써 시공(時空)의 제한없이 제품전시 및 해외 마케팅 창구 역할을 하고 있다. 월간 <디지털콘텐츠>는 온엑스포 입점업체를 소개해 우수 개발업체를 발굴하고, 기업 간의 네트워크를 활성화하고자 한다.

「편집자주」



이피닉스 네트워크

마시마로, 뿌까 등 캐릭터 해외 서비스 “우리가 책임진다”



마시마로, 뿌까, 아기공룡 둘리, 블루베어, 방귀대장 뽕뽕이, 훌맨, 졸라맨, 부비, 게으른 고양이 덩가, 파자마 시스터즈 등 위 이름을 듣고 떠오르는 것이 있는가? 바로 2002년 대한민국 캐릭터 대상 수상작들이다. 맥주병을 머리로 깨고 곱을 어르는 토끼, 찐빵머리에 중국옷을 입고 젓가락 무술을 선보이는 소녀, 무거운 철모를 쓰고 전투하는 돼지.

우리는 인터넷에서 살아 움직이는 개성적인 인물들을 캐릭터라고 부른다. 마시마로, 부즈와 뿌까, 훌맨, 덩가에 이어 독수리 5형제, 이상한 나라의 폴, 개구리 왕눈이 등 쟁쟁한 캐릭터 콘텐츠의 온라인/모바일 전문 에이전시 사업을 하고 있는 이피닉스 네트워크(www.ePhoenix.co.kr)를 만나보았다.

오숙현 온엑스포(onexpo.or.kr) 마케터

2001년 9월에 설립된 이피닉스 네트워크는 대중문화의 디지털 엔터테인먼트 분야에 대한 연구를 통해 이를 IT 핵심기술과 접목시켜 새로운 콘텐츠로 변화시키는 일을 하고 있는 기업이다. 온라인/모바일 전문 에이전시로서 원소스 멀티유즈(One-Source Multi-Use)의 전략 하에 캐릭터, 만화, 애니메이션, 플래시 등의 엔터테인먼트 자산들을 디지털 콘텐츠로 사업화하는 교량 역할을 하고 있다. 현재 마시마로와 허영만 화백의 작품을 필두로 국내의 대표적인 인기 캐릭터 다수와 다양한 콘텐츠들을 디지털 아이টে으로 사업화하고 있다.



콘텐츠 지적 재산권 보호중시

이피닉스 네트워크는 콘텐츠 소싱, 제작, 개발, 제공에 이르는 치밀하고 적합한 파트너십을 기반으로 친근하고 이용하기 편리한 고객 친화적인 디지털 콘텐츠를 제공한다.

온라인/모바일 에이전시 업무를 위해 이피닉스가 가장 중시하는 것은 지적 재산권의 보호이다. 이를 위해 지적 재산권 관련 전문 인력과 지식의 습득은 물론 라이선싱 콘텐츠가 원래 이미지를 훼손시키지 않도록 자산 관리 및 검수에도 엄격한 원칙을 고수해 저작권자의 이익과 창작물이 완벽히 보호되도록 노력하고 있다. 중국을 포함한 동남아 대부분의 국가에서 국산 캐릭터를 기반으로 한 불법 콘텐츠들이 범람하고 있는 현실을 감안한다면 이피닉스의 콘텐츠 지적 재산권 보호는 당연하지만 가치있는 일로 평가된다.

이피닉스는 노키아의 엔터테인먼트 콘텐츠 서비스 포털인 '클럽 노키아'에 한국의 대표 캐릭터인 마시마로, 뿌까 외 여러 캐릭터의 소싱 파트너로서 활동하고 있다. 이처럼 온라인/모바일 라이선싱의 성공을 통해 구축한 해외 콘텐츠 서비스 채널을 통해 전 세계에 한국의 우수한 콘텐츠를 제공하고 있다.

캐릭터뿐만이 아니라 비트, 아스팔트 사나이, 미스터Q 등으로 유명한 허영만 화백의 전체 사업대행 업체로서 허영만 화백의 작품의 저작권 관리와 원천소스로 한 다양한 사업들을 진행하고 있다. 허영만 화백의 작품성이 충분히 반영되고 새로운 문화 아이টে으로 개발될 수만 있다면 만화, 출판, 영화, 애니메이션 등의 기존 대중 매체는 물론 온라인, 모바일 등의 새로운

매체에 이르기까지 사업을 진행할 계획이라고 밝혔다. 현재 휴대폰 캐릭터 다운로드, 게임사이트의 아바타 사업, 모바일 게임, 온라인 게임으로 개발/서비스중이다.

허영만 화백 작품 디지털콘텐츠로 개발 중

인터넷 혁명과 IT 응용 기술의 발전은 전통적 엔터테인먼트 매체인 만화, 영화, 애니메이션 등의 새로

운 콘텐츠를 온라인과 모바일 환경에서 구현하는데 성공했다. 그리고 사업화에 대한 새로운 실험과 시도가 진행되고 있다.

이피닉스는 기존 엔터테인먼트 콘텐츠를 기반으로 새로운 디지털 엔터테인먼트 아이টে을 기획, 개발, 마케팅하는 새로운 사업모형을 만들어내고 있다. 문화와 기술력이 녹아있는 콘텐츠를 세계의 많은 사람들이 함께 이용하고 즐기는 보편성과 다양성을 동시에 지닌 콘텐츠로 변화시키는데 주력하고 있다.

성공한 캐릭터는 커다란 경제적, 문화적 부가가치를 생산한다. 현재 문화관광부는 한국문화콘텐츠진흥원 주관으로 '캐릭터 베스트 10'을 선정했으며, 각 대기업들도 캐릭터 개발에 전력을 기울이고 있다. 캐릭터의 중요성이 부각되면서 캐릭터 디자인과 관련된 직업도 급부상하고 있으며 각 대학마다 관련학과가 생겨 학생들이 몰리고 있다. 이와 같은 사례들을 종합해보면 우리나라 캐릭터 산업의 가능성을 다시 한번 확인해 볼 수 있을 것이다.

이피닉스 네트워크 임태훈 사장은 "국내 캐릭터 역사가 짧지만 점차 우수 인력들이 늘어나고 있고, 캐릭터에 대한 의식도 많이 달라져 생활의 한 부분이 되었다"면서 "머지 않은 미래에 더 이상 하청이 아닌 국산 캐릭터로서 한국이 세계에 알려질 것이며, 점차 그 영역을 넓혀 세계 시장 진출과 더불어 국내에서의 국산 캐릭터들이 점유율 또한 높아지리라 생각한다"고 말했다.

남보다 먼저 일상생활에서 즐길 수 있는 엔터테인먼트 문화의 흐름을 읽으면서 어떻게 하면 IT기술과 융합된 새로운 디지털 아이টে을 만들어 낼 수 있을지 고민하고 있는 이피닉스의 앞으로의 행보가 주목된다.