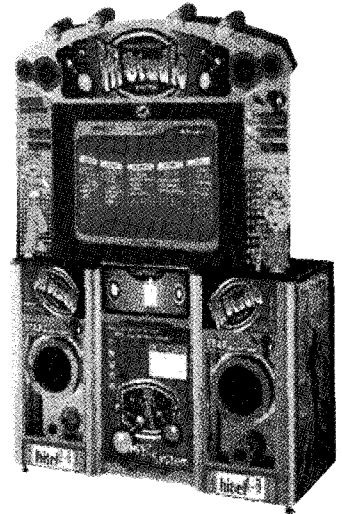


하이 스튜디오를 통해 본 오디션 동영상 자판기의 현실과 미래



대중문화의 꽃 '스타 되기'를 향한 청소년들의 꿈을 타깃 마케팅 포인트로 삼아 의욕적으로 진행했던 오디션 동영상 자판기 사업이 의욕만큼 시장이 따라주지 못하고 있다. 한때 유행시장으로 많은 업체들의 시장가세를 불러 일으켰으나 현재로서는 3~4개 업체 만이 현재보다는 내일의 가능성을 보고 소신 있는 시장 개척을 진행하고 있을 뿐이다.

이중 '하이 스튜디오' 오디션 동영상 자판기를 전개하는 SM게임은 제품 차별화 및 지속적인 부가성능 보완작업을 통해 이 시장의 새로운 앞날을 제시하고 있다. SM게임의 최근 사업행보를 통해 오디션 동영상 자판기 시장의 현실과 미래를 살펴봤다

'하이 스튜디오' 소비자 흥미를 유발시키는 방향으로 부가 성능 강화

'하이 스튜디오' 오디션 동영상 자판기는 동영상을 촬영한 오디션, 즉 일정한 자리에 설치되어진 BOX 안에서 가수, 연기, 댄스, 모델, 이력서 등 자신의 모습을 촬영하여 초고속 인터넷으로 자동 전송하는 온·오프라인을 활용한 시스템을 갖추고 있다. 자신의 모습을 모니터를 통해 볼 수 있으며 특히 가수, 탤런트 등 연예인이 되고자 하는 사람과 우수인인을 선발하고자 하는 기획사 및 엔터테인먼트사와 연결하여 오디션을 볼 수 있게 한 제품이다. 1차 오디션을 현장이 아닌 인터



넷상으로 확인 할 수 있고, 짧은 시간에 많은 인원 확보가능하다는 점이 제품의 장점이다. 기존 캡코더를 이용한 번거로운 오디션이 아닌 오디션 동영상 자판기가 있는 곳이라면 언제, 어디서든지 www.histudio.net 에 접속 오디션 현장을 확인할 수 있게 했다.

이외 가능한 온·오프라인 서비스는 뮤직/사진 앨범제작, 동영상 웹메일, 영상이력서, 아바타, 러브미팅, 쇼핑 등 다양하고 유익한 콘텐츠가 제공이 된다. 오디션 기능을 주로 하되 그외 흥미를 유발할 수 있는 다양한 부가기능을 추가한 점이 돋보인다.

이같은 뛰어난 제품 성능을 가진 '하이 스튜디오' 오디션 동영상 자판기는 한때 40대까지 제품 전개가 이루어 졌으나 현재로서는 경쟁력 있는 로케이션 위주로 15대 정도가 운영이 되고 있다.

기대만큼의 제품 전개는 아니지만 오락실, 극장, 쇼핑몰 등의 젊은 층이 많이 몰리는 로케이션에 주로 제품이 설치되어 있다. 한대가 설치되어 있는 로케이션보다는 여러 대가 설치되어 있는 로케이션이 평균 이용률이 훨씬 높은 결과를 나타내고 있어 매장사업화 강화 필요성을 높게 하고 있다.

시장상황이 기대보다 부진한 원인은 제품에 대한 소비자 인식이 아직 미흡한 점, 오디션이라는 핵심 기능이 아직은 붐을 이루지 못하는 점을 들 수 있다. 또한 시장인기를 위해서는 일정 시간이 필요로 하는 가능성의 시장이 너무 많은 업체들의 난립으로 과열된 점도 문제로 작용 했다. 특히 잠깐 생겼다 없어지는 업체들이 많다보니 시장의 물만 흐리며 전체 시장의 불신을 초래하는 경우도 많았다. 종합해 볼 때 오디션 동영상자판기 시장은 아직은 기대만큼 시장이 따라주지 않고 있는 상황이다. 이는 품질과 성능의 문제라기보다는 소비자의 트렌드가 아직은 이 제품 쪽으로 몰리지 않기 때문이다.

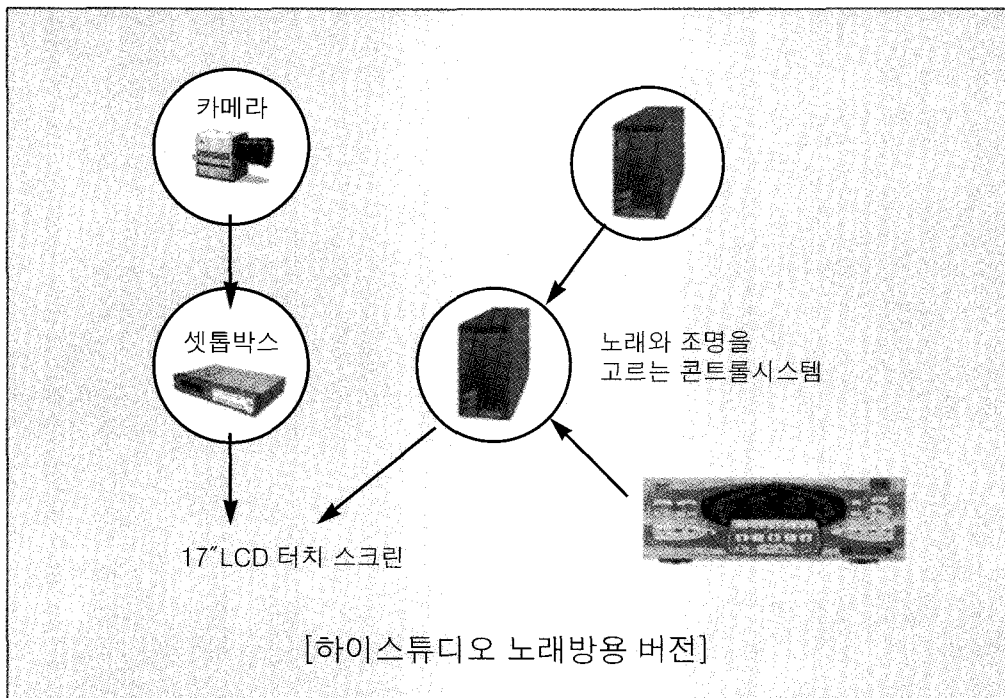
인터넷과 각종 모바일 서비스, 게임에 익숙한 신세대들은 기대만큼 오디션 동영상 자판기를 획기적인 제품으로 받아들이지는 않는 듯하다. 메인기능인 온라인 오디션에 대한 반응도 아직은 시큰둥 한 편이고, 또 아직 온라인 오디션을 통해 소위 뜬 스타가 없는 상황에서 폭발적인 하나의 트렌드 조성을 기대하는 것은 무리인 상황 인 것.

이러한 현실에서 오디션 동영상자판기 시장이 오디션 하나만으로 인기를 끌기까지는 일정 시간이 필요로 할 것으로 보여 진다. 그래서 너무 오디션 기능에 집중되어있는 제품 마케팅 포인트를 다른 흥미를 부여할 수 있는 부가성능의 강화에 집중해야 할 필요성이 높다.

'하이 스튜디오'도 이러한 방향으로서 제품 보완을 진행하고 있다. 스티커 사진 출력기능 보강과 더불어 모바일 동영상 전송서비스, 모바일 동영상 미팅 서비스, 자기노래 벨소리, 3D 아바타 메시징시스템, 뮤직비디오 기능까지 보완을 진행하고 있다. 이 기능들이 보완이 된다면 동영상 자판기로서는 최고의 기능을 구축하게 되어 소비자들의 관심과 흥미를 더욱 촉발 시킬 수 있을 것으로 기대가 된다. 비단 오디션 기능이 아니더라도 다른 목적을 가지고 동영상자판기를 이용할 수 있는 여지가 그만큼 많아 질 수가 있게 되는 것이다.

노래방용 버전 제품으로도 시장 차별화

또한 SM게임은 '하이 스튜디오' 오디션 동영상 자판기가 노래방에서의 활용가치가 높아져 감에 따라 기존 노래방과 인터넷을 결합한 복합 제품인 노래방용 버전 제품의 상품화도 진행하고 있다. 기존 제품은 특히 부피가 커 설치장소에 있어 많은 제약을 받아 온 바, 공간활용의 극대화를 통해 노래방에 접목할 수 있는 제품을 별도 개발하기에 이른 것.



노래방용 버전 제품은 점차적으로 사양 사업화 되어 가는 노래방을 새로운 개념의 놀이 공간으로 바꿀 수 있는 혁신적 제품으로 하이 스튜디오 시스템 기능과 노래연습장(가라오케)의 기능을 효율적으로 결합하여 시너지 효과를 얻을 수 있게 했다.

이 시스템을 구성하는 SET TOP BOX(구현장비)는 기존 노래방기에 CCD카메라를 이용해 동영상 및 정면사진등을 캡처하며, 터치스크린을 이용해 개인정보 획득과 아바타 생성기능 등을 조정하는 콘트롤러이다. 또 획득되어진 모든 데이터를 웹/mobile로 전송시키는 기능도 가지고 있다.

웹사이트를 통해서 SET TOP BOX에서 전송되어진 각종 데이터(동영상)를 실시간으로 사용자에게 전송할 수 있으며 이 데이터를 통해 3D아바타 및 사용자의 포토자랑 등 여러 가지 콘텐츠를 통해 새로운 커뮤니티를 형성한다. 또한 모든 데이터는

메일이나 모바일 전송이 가능하다. 이와 같이 동영상 전송기기로부터 얻어진 모든 데이터는 웹 콘텐츠를 제공하고 이는 유료화를 통해 궁극적인 수익 모델이 된다.

한마디로 이 제품은 오디션을 위한 동영상 제작과 자신만의 뮤직 비디오 제작, 동영상 핸드폰 전송 등 첨단 멀티미디어 기술을 적용한 신개념 노래 연습장 시스템이다. 기존 노래방시설에 이 하이 스튜디오 시스템설치가 얼마든지 가능하기 때문에 새로운 활로를 모색하는 노래방 니즈와 적절히 부합할 것으로 기대된다.

한편 이 제품은 일본시장으로의 수출시장 개척도 목표로 하고 있다.

스타와 한편의 드라마 CD를 찍을 수 있는 애니스타도 기대 제품

또 하나의 야심에 찬 기대 제품은 애니스타 키오스크 드라마 에디터이다. 이 제품은 스타와 내가 만들어 가는 한편의 드라마 플래시 애니메이션으로 제작된 샘플 중에서 내가 원하는 시나리오를 선택한 후, 그 스토리에 맞춰 사진촬영을 하고 스타를 선택하면 한편의 드라마가 CD로 제작되어 histudio.net으로 전송이 되는 기기이다.



애니스타 키오스크 드라마

스타의 샘플이미지는 다양한 각도의 얼굴모양과 표정을 상황에 맞게 자신의 사진과 합성할 수 있게 했는데 현재 핑클, 안재욱, 베이비복스 등 여러 인기연예인의 판권을 가지고 있다.

퓨전성능 강화, 가격인하를 통한 시장돌파구 모색

이와 같이 SM게임의 전략은 퓨전성능화의 강화를 집중 타깃으로 하고 있다. 다양한 추가기능의 강화 없이는 동영상자판기 시장의 활로도 한계가 있다는 판단 하에, web과 모바일 상에서 구현할 수 있는 각종 기능 개발에 주안점을 두고 있는 것이다.

단순히 1회사용하고 끝나는 게 아니라 web과 모바일 상에서 지속적으로 활용할 수 있는 기술들을 버전업시키는 게 지속적으로 추진할 품질보완의 방향이다.

이같은 기능강화와 모델다양화를 통해서라면 동영상자판기 시장 경쟁력은 한껏 고취될 수 있을 것으로 기대가 된다. 아이러니 하지만 오디션기능의 비중을 약화시키면 시킬수록 전체 동영상 자판기 경쟁력은 증진될 가능성이 높다.

한마디로 다다익선으로서 동영상 퓨전자판기가 SM

게임이 가져가는 시장 돌파구이다. 이는 메인기능 하나에 의존하는 게 아니라 서브적인 기능이 적절히 뒷받침 해주는 제품성격을 지향한다.

또한 SM게임은 '하이 스튜디오' 오디션 동영상자판기의 판매가격대를 전년보다 인하한 가격정책을 구사하고 있다. 전년도 구형제품의 판매가격이 1500만원이었음에 비해 올해부터는 기능이 오히려 버전업된 신제품을 1100만원에 판매하고 있다. 중간 유통단계를 없애고 직접 유통을 하기 때문에 이러한 원가절감이 가능하기는 하지만, 무엇보다 오락기, 엔터테인먼트 시장이 불황을 겪는 현실이 가격 절감에 있어 주요인으로 작용했다. 최대한 가격은 낮추고 부가서비스는 강화해 운영자의 수익성을 강화할 수 있게 함으로서 불황 시장을 돌파해 나가겠다는 전략이다.

아울러 연예기획사와 보다 밀접한 연계체계를 구축하여 온라인·오프라인 오디션이 보다 효과 있게 진행될 수 있도록 할 예정이며, 올해 내에 오프라인 가요제를 별도 개최해 신인을 선발할 계획도 가지고 있다.

SM게임은 이같은 전략은 내일의 동영상 자판기 시장에 대한 확신을 근거로 하고 있다. 저절로 만들어 가는 시장이 아니라 철저히 만들어 갈 수 밖에 없는 트렌드 위주의 시장특성상 기술개발 투자와 노력없이 쉽게 시장이 열리지 않는다는 사실을 누구보다 잘 알고 있다.

그래서 신모델의 개발상품화를 완료, 3가지 형태의 제품을 가지고 차별화된 시장을 공략해 가는 그때를 고진감래의 자세로 기다리고 있는 것이다.

