

OFC2003 전시회 참관기

오홍록 / 한국광산업진흥회 기획홍보팀

한국광산업의 발전과 관련업체의 육성·진흥을 위해 설립된 한국광산업진흥회에서는 국내광산업체의 해외경쟁력강화 및 마케팅지원을 위해 2003. 3. 25 ~ 3. 27까지 미국 조지아주 애틀란타에서 개최되는 OFC2003 전시회에 13개 업체 14개부스 규모로 한국관을 구성하여 참가하였다.

2000년 5월 한국광산업진흥회가 발족된 이후 우리진흥회에서는 국내에서 유일한 광산업분야 전문 전시회인 국제광산업전시회(Photonics Korea)와 한국광산업육성계획 및 클러스터를 홍보하기 위하여 매년 세계 각국에서 개최되고 있는 광산업관련 전문전시회인 Photonics West, FOE, OFC, CLEO, LASER, Optatec, Interopto, Opto Taiwan, ILOPE 등을 참가 및 참관하였다.

세계적으로 다수의 광산업관련 전문전시회가 개최되고 있으나 우리 국내 광산업관련 업체, 대학, 연구소 등에서 중사하고 있는 산, 학, 연 관계자들에게 있어서 OFC 전시회에 대한 의미는 남다른 것 같다.

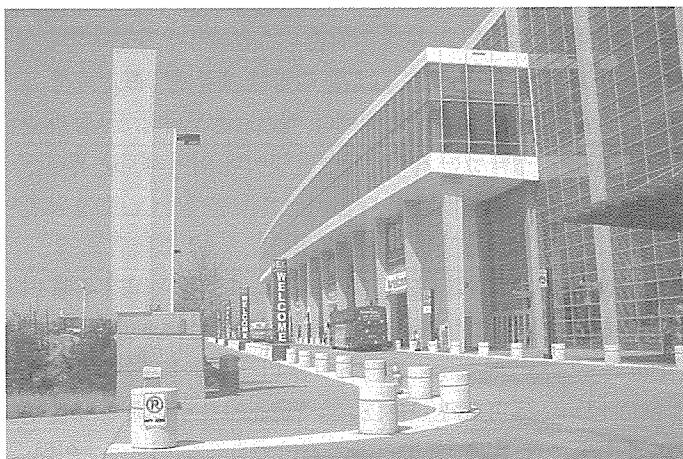
우리진흥회에서 금번 OFC 2003 전시회에 참가한 업체현황을 자체 분석한 결과 한국관을 포함하여 공식적으로 자사의 전시부스를 구성·참가한 53개업체 외에 공식참가업체와 공동으로 부스를 활용하고 제품을 전시한 업체가 일부 포함되어 있었으며 이들 업체까지 포함할 경우 약 60여 업체가 참가한 것으로 확인되었다. 작년 59개 업체와 비교할 때 비슷한 업체규모이지만 삼성전자 및 일부 업체의 불참으로 인해 동 전시회에 참가하는 한국업체 부스규모는 크게 축소되었다고 할 수 있다.

작년 애너하임에서 개최된 전시회에 비해 행사규모 및 참관객수가 크게 감소되었는데 이는 전세계적으로 침체되어 있는 광산업시장동향 뿐만 아니라 이라크전쟁 등 불가항력적인 요인이 반영된 결과라고 할 수 있다.

이번 전시회에 참가신청한 업체는 OFC공식홈페이지에서 950여개 업체로 집계되었지만 실제 출품업체는 900여개업체로서 작년 전시회에 비해 약 30%가 감소함에 따라 전시장내 빈공간을 다른 용도로 활용하려는 주최측의 노력을 볼 수 있었으나 썰렁한 전시장 분위기는 어쩔 수 없었다.

전시장에서 느낀 최근의 국제광산업동향

OFC를 주최하는 OSA에서는 OFC2003 전시회관련 통계발표를 하지 않고 있는 실정이다. 이는 아직도 회복되지 않고 있는 국제광통신 시장동향과 이라크전쟁으로 1975년 전시회 개최 이래 최악의 상황이 초래되었기 때문이라



생각되지만 현지에서 동 전시회 참가하면서 느낄 수 있었던 분위기는 참관객의 방문이 작년 수준의 30~40%정도로서 B홀에 위치한 참가업체는 거의 상담이 이루어지지 않는 상황이었다. 참고로 애틀란타 조지아국제회의센터에서 개최된 금번 행사장은 A,



B홀로 구성되어 있고 A홀 입구에 등록데스크가 운영되며 A홀을 통해 B홀로 이동할 수 있다.

OFC2001 전시회보다 작년 전시회 참가업체가 약 20%증가하였으나 참관객수는 현저히 감소하였음을 감안할 때 금년도 전시회의 참관객은 상당규모 축소된 것으로 생각된다.

동 전시회에 참가한 한국업체를 직접 방문하여 제품문의 및 바이어 방문성과를 조사한 결과 대부분의 업체에서 회의감을 나타내고 있었으나 일부업체는 사전 시장조사 및 바이어 접촉을 통하여 자사의 홍보부스방문을 유도하는 사전홍보활동 등 전시회 참가와 관련한 사전에 철저한 준비 및 자사의 홍보활동을 진행함으로써 비록 금번 OFC2003 전시회의 참관객 수는 줄었지만 내실있는 성과를 거두었다고 한다.

또한 동 전시회에 참가한 국내업체는 신기술, 신제품을 마케팅목표로 선택하기보다는 기존 제품을 활용한 저가전략 및 다양한 기술을 혼합하여 새로운

기능을 만드는 다기능 부품개발에 많은 노력을 기울인 듯 했다.

최근의 광산업분야 전반에 걸친 경기침체여과가 아직도 회복되지 않았다는 점과 향후 경기회복이 점차 미루어지고 있으며 광산업시장 전망이 불투명하다는 전망을 하고 있었다.

우리 진흥회에서는 이러한 시장여건 하에서 국내업체의 생존전략 및 해외 진출 마케팅전략수립에 있어 어떤 역할과 지원을 모색해야 할 것인지를 고민해야 하는 과제를 안게 되었다.

아울러 우리 국내 관련업계에서도 국제적인 시장 및 기술동향의 변화추이, 즉 기존 제조기술의 고도화된 정련, 확장은 물론 가격절감 등 원가절감과 집적화, 관련업계간의 공동기술개발, 부문별 협약, 대량 생산시스템의 도입, 품질의 균일화, 공동마케팅전략추진, 반도체 패

키징기술의 도입과 접목 등에 관심을 집중해 나가야 할 것으로 보인다.

미국현지에서의 세미나개최

우리 진흥회에서는 OFC전시회에 참가 또는 참관한 업체임직원을 대상으로 최근의 광산업시장동향과 해외시장진출마케팅전략을 재점검하는 기회를 갖고자 미국 현지 한국관 참가업체 숙소인 홀리데이인 캐피탈호텔에서 3월26일 만찬세미나를 개최하였다.

작년 애너하임에서 개최한 세미나에서도 예상보다 훨씬 증가한 인원이 참석함에 따라 당초 참석예정자를 약 100명 정도로 여유있게 준비를 하였으나 거의 130여명에 가까운 광산업관련업체임직원의 참석으로 세미나 행사장을 긴급히 확장하는 성황을 이루었다. 세미나는 광산업육성계획 및 광주광산업 클러스터를 소개하는 광주광역시 경제통상국장의 발표와 더불어 OFS 책임연구원 김진기박사와 미국 캘리포니아 산호세에서 광산업분야전

문기업인 NOVERA OPTICS를 경영하는 김병윤 박사를 초청연사로 하여 약 3시간에 걸쳐 만찬과 세미나, 토론을 하는 귀한 시간을 가졌다.

한국관, KAPID홍보관 구성 운영

우리 진흥회에서는 B홀내 6350 한국관부스 내에 우리 한국의 광산업육성 계획, 투자유치, 2003국제



광산업전시회 참가업체 유치 등을 홍보하는 홍보부스를 설치하고 한국관 참가업체를 위한 상담도우미를 상주시켜 지원활동을 전개하였고, OFC2003 참가업체부스를 직접 방문할 뿐만 아니라 진흥회 홍보부스를 내방한 약 1,300명의 국내외 광산업관계자들에게 우리 한국의 광산업육성정책, 인프라구축상황, 광관련기업의 투자유치, 광주광산업클러스터소개, 2003국제광산업전시회 개최준비 상황설명과 참가업체유치 활동 등을 전개하였다.

전시회는 다기능적인 성격을 가지고 있으며 마케팅활동을 위한 참가의 목적은 다음과 같이 나열할 수 있다. 시중에서 시판되고 있는 제품을 출품한 업체라 할지라도 전시회를 통해 홍보활동을 매우 효과적으로 벌일 수 있어 마케팅 목적들 중의 하나인 커뮤니케이션의 목적을 달성할 수 있다.

또한 전시회를 통해 어느 정도나 경쟁이 심한가를 파악할 수 있으며 이를 통해 정확한 시장조사를 행할 수 있다. 이밖에도 시장에서 처음으로 선보이는 제품을 출품하는 업체도 전시회를 통해 판촉활동과 제품선전활동을 벌일 수 있는 것이다. 이와 같은 전시회의 다기능성은 오직 전시회를 통해 달성할 수 있는 강점을 가지고 있기 때문에 그 업체가 속한 산업분야의 많은 이해관계자들과 실제 접촉할 수 있도록 제공된 마케팅 장은 전시회참가의 최대 강점이라 할 수 있다.

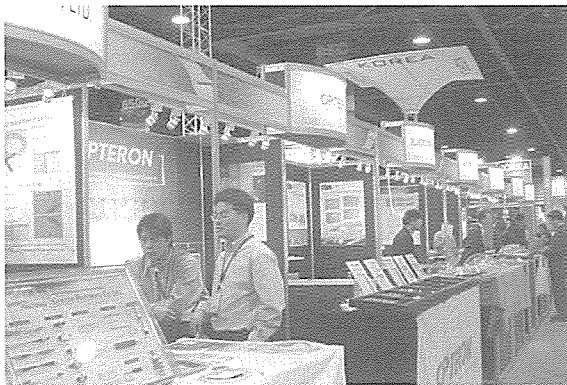
세계적인 유명전시회들은 조기에 참가신청이 이루어지며 전시회에 참가하기 위한 제반절차는 신청서작성, 디렉토리등록, 참가자출입증신청, 부스구성에 따른 가구 및 전기신청 등 주최측에서 제공한 일정에 따라 움직여야 한다.

국내 광관련 업체는 대기업이 일부를 차지하고 있으며 주로 중소·벤처기업 위주로 구성되어 있는바 이는 광관련제품의 라이프사이클이 짧기 때문에 급변하는 시장정세에 빠르게 적응하기 위한 적합한 시스템이라 생각된다. 대기업의 경우 해외전시회에 참가 등과 관련한 제품홍보를 전문



적으로 담당하는 부서가 있고 이와 관련한 자금을 배당하여 홍보활동 및 제품판매에 전략적인 총력을 기울이고 있지만 국내 광산업관련 대부분의 기업은 전시회 참가와 관련한 전문적인 경험이 부족한 상황이다. 특히 OFC전시회의 경우 다른 전시회와 달리 참가에 따른 각종 신청 및 절차가 복잡하여 동 전시회에 참가한 경험이 없는 업체에서는 많은 어려움을 겪을 것으로 예상된다.

이와 같은 국내광산업체의 해외전시회 참가를 통한 경쟁력강화 및 마케팅활동을 지원하고자 우리진흥회에서는 한국관을 구성하였으며 참가업체에서 준비하여야 하는 전시회 참가절차 및 제반준비사항



을 간소화함으로써 업체홍보에 총력을 기울일 수 있는 환경을 조성하고자 금년 OFC2003전시회 한국관을 2002년 3월부터 기획하여 13개업체 14개 부스규모로 참가하였다.

OFC2003 한국관 뿐만아니라 IOIT, InterOpto 한국관을 준비중에 있으며 본 한국관의 참여효과는 국내 업체를 한곳에 집적화 시킴으로서 방문바이어의 증가, 단체 시설 설치로 인한 비용의 절감, 본 진흥회 차원의 각종 업무지원 장비설치 및 참가지원, 수준 높은 부스 인테리어, 국가관 참여에 따른 기업 신뢰성 증가 등 시너지 효과를 거둘 수 있다.

성공적인 전시회 참가성과를 거두기 위해서는 해당업체가 처한 상황에 대한 분석과 그 업체에 적합한 마케팅 수단에 대한 객관적인 개념정리가 선행되어야 한다. 또한 전시회 참가에 앞서 현지고객들에 대한 사전연락, 가격과 판매조건의 확정, 유통망 구축 혹은 개선을 위한 계획, 전시회에 출품하는 제품에 대한 명확한 목표설정의 중요성을 거듭 강조하고자 한다.

□ 2003 하반기 해외 광관련 전시회 안내

해외 광관련 전시회			전시회 개요		
전시회 명칭	개최기간	개최장소	주 관	참가예상업체수	전시회특징
IOIT	11. 3 ~ 11. 6	중국 무한	Optics Valley of China Wuhan	200	광관련전분야
Laser	6. 23 ~ 6. 26	독일 뮌헨	뮌헨메세	-	레이저
Fiber Comm	6. 23 ~ 6. 26	독일 뮌헨	뮌헨메세	-	광통신
InterOpto	7. 15 ~ 7. 18	일본 치바	OITDA	350	광관련전분야
Opto Taiwan	7. 23 ~ 7. 26	대만 타이베이	PIDA	320	광관련전분야
Photonics Korea	9. 2 ~ 9. 5	한국 서울	KAPID	250	광관련전분야
ECOC	9. 22 ~ 9. 24	이탈리아	COBRA-TU Eindhoven	300	광통신
Photonics World	10. 29 ~ 10. 31	싱가포르	PAX	제2회	광관련전분야
ILOPE	10. 17 ~ 10. 20	중국 북경	COEMA	150	광관련전분야