



# 세계 최대의 전자제품 박람회 CES를 가다!

## ‘디지털컨버전스’ 뉴트렌드로 자리매김 ... PDP·LCD 등 한국이 세계시장 주도

지난 1월 8일부터 11일까지 미국 라스베가스 컨벤션센터에서 열린 세계 최대의 소비자 전자제품 박람회는 2,491여개의 전시업체, 12만9,328명의 참가인원, 세계 110개국 18만50명의 해외 참관인수, 12만8,000평의 전시 순면적 등 그 규모와 참가 인원면에서 가히 세계 최대의 전시행사라 하기에 부족함이 없었다. 행사를 주관한 미국내 600여 소비자 전자산업 종사업체들의 모임인 CEA(Consumer Electronics Association) CEO인 게리 샤피로(Gary Shapiro)가 말한 것처럼 CES는 혁신적이고 경이적인 제품들, 기술의 융합, 그리고 행사장내의 분위기는 전례가 없을 정도라는 평을 받았다.

글 / 김득중 한국소프트웨어진흥원 책임



▲ MS의 디지털 Home 컨버전스 제품 및 서비스



### ◆뜨거운 열기로 가득찬 전시장

개최일 당일 아침 행사장 입구는 CES(Consumer Electronics Show)가 빨리 개관되기를 바라는 사람들로 가득했으며, 그 붐비는 행렬 속에 서있는 필자의 마음 역시 설레임으로 가득했다.

기대와 어긋나지 않게 전시관을 메운 세계적 기업들의 화려하고 현란한 부스는 인상적이었다. CES가 열린 라스베가스 컨벤션 센터는 세계 각국에서 참여한 기업들의 전시관에서의 활발한 홍보와 기술 학술을 위한 다양한 Knowledge Track이 어우러져 행사장 열기를 뜨겁게 달궜다. 마이크로소프트, 인텔, HP, 노키아, 모토로라, 파나소닉, 필립스, 샤프, 후지쯔, 소니, 델컴퓨터 등과 우리나라의 삼성전자, LG전자, 대우일렉트로닉스 등의 기

업들이 자사의 신제품을 홍보하기 위해 열띤 경쟁을 했다.

새로운 제품을 대하면서 세계 각국에서 온 관람객과 비즈니스맨들은 들뜨고 상기된 표정으로 전시장을 둘러봤다.

이번 CES 전시관에서 눈에 띈 것 중의 하나는 세계 일류 기업들과 당당하게 어깨를 겨루고 있는 국내 기업들의 제품들이었다.

특히 PDP(Plasma Display Panel)와 LCD 제품은 우리나라 제품이 세계를 선도하고 있음을 실감할 수 있었다.

전시장 관람을 통해 느낄 수 있었던 전자 가전 제품의 주요 트렌드를 요약해 보면 다음과 같다.

### ◆ 디지털 컨버전스(Digital Convergence)

소비자들은 제품뿐만 아니라 정보의 컨버전스(convergence)



1. 실감형 Driving 게임 2. Xavix의 야구게임 3. Xavix의 테니스 게임

를 원할 것이며, 이러한 컨버전스를 통해 보다 편리한 삶을 누리 고자 하는 경향이 뚜렷해 질 것이라는 것이다.

이러한 트렌드는 디지털 컨버전스와 관련된 다양한 제품이 전 시된 것으로 알 수 있는데, MS사는 TV와 PC 기능을 결합한 윈 도우 미디어 센터(Windows Media Center), MS 소프트웨어를 이용한 가전용 OS 개발, 휴대폰 등을 이용해 가전제품의 원격제 어를 할 수 있는 OS를 선보였고, 삼성전자의 경우 홈시어터, 셋 톱박스, DVD 플레이어 등 홈시어터를 구성하는 모든 제품을 조 절할 수 있는 신제품 '애니넷(Anynet)'을 전시하는 등 여러 회사 의 다양한 제품이 선을 보였다.

#### ◆ 디스플레이의 고화질 대형화

한편 전시 참가업체의 대부분이 대형 TV를 이용해 제품을 디 스플레이(Display)하고 있어 향후 디스플레이의 대형화가 가전 시장의 주요 트렌드가 될 것임을 예측할 수 있었다.

대형 디스플레이 제품은 국내의 삼성전자와 LG전자가 세계 시장을 선도하고 있으며, 파라소닉, 샤프, 필립스 등의 대형 디 스플레이 제품에 비해 비교 우위를 지키고 있음을 느낄 수 있었 다. 주요 제품으로는 삼성전자의 세계 최대 80인치 PDP 및 57 인치 LCD, LG전자의 76인치 PDP 및 57인치 LCD 등이었다.

이러한 디스플레이의 고화질 대형화를 통해 디지털콘텐츠 제품에 대한 수요가 진작될 수 있을 것이라는 전망을 가질 수 있었다.

#### ◆ 자동차의 오디오, 비디오 기능 강화

전시회에서는 가전제품뿐만 아니라 오디오와 비디오 기능이 강화된 자동차 전시를 위한 공간이 마련됐는데 선보인 거의 모든 차량의 경우, 고급 성능의 오디오와 위성방송 등을 수신할 수 있는 디스플레이 기능을 탑재하고 있었다.

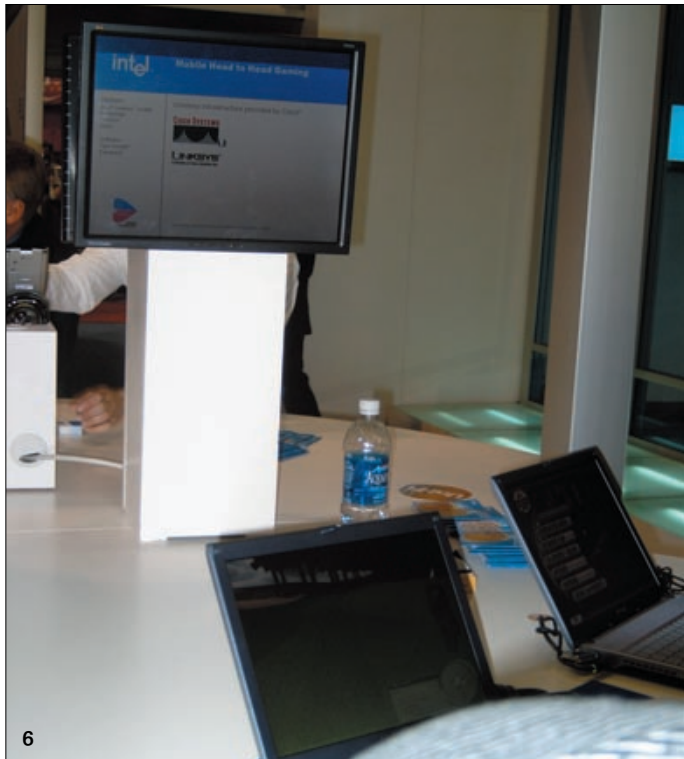
특히 차량의 앞좌석 및 뒷좌석 등 좌석 별로 별도의 디스플레



4



5



6

4. avix의 볼링게임 5. 인텔의 Multi-user & 실감형 Driving Contest 게임  
6. 인텔의 휴대폰 접속을 Head-to-Head 골프게임

이 제품을 탑재한 것을 볼 수 있어, 앞으로는 이동 중인 차량내부에서도 다양한 멀티미디어 및 정보통신 서비스를 이용할 수 있을 것으로 전망됐다.

### ◆ 새로운 유형의 게임

CES에서 관람객의 재미와 흥미를 일으킨 것 중의 하나는 다양한 새로운 개념의 엔터테인먼트용 게임이었다. MS는 사이클링 운동용 기구와 게임을 결합한 제품을 선보였으며, 타사에서도 온라인상에서 사이클 경기를 할 수 있는 운동기구 제품을 선보였다. 이밖에도 Xavix사에서는 유저 인터페이스(User Interface) 기능을 실제 운동경기(테니스, 볼링, 야구)와 유사하게 만든 게임을 선보여 호기심을 불러 일으켰으며, 인텔에서는 여러 명의 게임 참가자가 서로 자동차 경주를 즐길 수 있는 아케이드 타입의 드라이빙 콘테스트(Driving Contest) 게임을 전시해 관람객의 인기를 끌었다.

게임적 측면에서 CES에 전시된 게임들의 특성은 기존의 콘솔 게임 이외에 아케이드 방식을 온라인에 결합시키거나 운동기구와 결합된 게임 제품을 선보였다는 것이다. 이로 인해 앞으로는 게임의 유형 및 방식에 있어서 실생활과 결합된 보다 다양한 제

품이 나올 것이라는 전망을 할 수 있었다.

이에 PC기반의 MMORPG 방식의 게임 제품에 중점 편중돼 생산하고 있는 우리나라 게임업체들 역시 이러한 신규시장의 성장 가능성과 시장규모에 대한 보다 심도 깊은 분석과 더불어 제품 개발전략을 수립할 필요성이 있다고 보여졌다.

2004년 CES에서는 이외에도 여러 가지 이슈가 있어 참가자들의 이목을 집중받았는데, MS사의 Xbox에 대한 전략도 그중 하나였다. MS사는 Xbox를 디지털홈(Digital Home)을 연결하는 주요 핵심을 기기화한다는 전략을 발표했으며, 현재의 게임 유저들을 유지하는 가운데 새로운 소비자들을 대상으로 Xbox를 확대 보급할 것과 디지털홈에서 Xbox의 역할을 'seamlessly connected' 돼 정보와 엔터테인먼트를 다양한 다른 형태로 소비자에게 전달하는 도구로 삼겠다는 의지를 밝혔다. 상기한 바와 같이 2004 International CES는 정보와 가전제품이 결합된 컨버전스 제품을 비롯한 새로운 제품의 트렌드를 읽을 수 있는 기회였으며, 국내의 디지털콘텐츠 관련 업계 역시 이러한 새로운 트렌드의 분석을 통해 제품에 대한 아이디어를 발굴하고 세계적으로 통할 수 있는 글로벌 제품을 개발할 수 있을 것으로 기대해 본다. 