



# 유럽 모바일 시장 한눈에 볼 수 있는 최대 전시회

## 세계 51개국 66개 모바일 기업 참가 ... 모바일 사업자간 중요한 거래기회 제공

글 / 박재현 한국데이터베이스진흥센터 온라인사업팀장



영국 런던 비즈니스 센터에서 지난 6월 2일부터 3일까지 이틀간 '제4회 모바일 엔터테인먼트 마켓 2004(MEM04)' 전시회 및 컨퍼런스가 열렸다.

우리나라의 엠큐브웍스, 넥스트리밍, 한국문화콘텐츠진흥원을 비롯해 세계 51개국 66개 모바일 전문 기업들이 참가해 새로운 제품이나 기술들을 선보였는데, 필자는 설레는 가슴을 안고 유럽의 모바일 서비스는 무엇이 다를까 그리고 얼마나 발전됐을까를 상상하면서 전시장을 찾았다.

먼저 입구에 들어서니 아그파 모노타입(Agfa Monotype)의 부스를 만날 수 있었다. 무선 장치를 위한 폰트 기술의 리더격을 자처하는 아그파는 폰트의 가독성을 최적화할 수 있는 방안이나 서로 다른 언어를 제공해야 하는 글로벌 제품에서 문자를 제공하는 방법, 올바른 폰트 사용 등에 대해서 무료 컨설팅을 실시하고 있었다. 바로 옆에 위치한 큐패스(Qpass)는 기존의 백엔드 시스템으로도 쉽고 빠르게 통합할 수 있는 Prosperity 시리즈 소프트웨어 솔루션을 선보여 AT&T 등 모바일 사업자들이 게임, 통화연결음에서부터 e메일, 메시지 서비스에 이르기까지 프리미엄 서비스를 가능할 수 있게 지원하고 있다고 한다.

### 세계 51개국 66개 기업 참가 '성황'

그리고 이들 기업들은 차세대 무선 애플리케이션과 서비스를 선보인 켈컴과 모바일 인프라스트럭처와 애플리케이션을 선보인 지멘스 모바일, 세계 16개국에 게임이나 통화연결음, 이미지 등을 서비스하고 있다는 보다폰 라이브, 모바일 비디오 애플리케이션을 선보인 알카텔(Alcatel), DRM 기술을 들고 나온 코어미디어(CoreMedia) 등과 함께 이번 행사에 협찬사로 참여하면서 보다 강력한 마케팅 효과를 올리기 위해 상당히 적극적인 모습을 보여줬다. 그리고 벨소리, 통화연결음, 그래픽, 게임을 모바일로 서비스하고 있는 웨스(WES) 부스에 들러 그들의 서비스를 체험했으나, 우리 서비스와 큰 차이를 발견하지 못했다. 오히려 우리처럼 다양한 종류의 통화연결음이나 벨소리, 그림친구 등이 없는 것 같아 우리나라 모바일 관련 기업이 유럽 시장에서도 성공할 수 있으리라는 확신을 갖게 됐다.

바로 옆에 위치한 유럽에서 모바일 음악 서비스의 최강자로 자처하는 뮤지웨이브(Musiwave)는 보다폰, 오렌지, 노키아 등 17개국 30여 고객사를 대상으로 팜송, 클래식 등 음악 엔터테인먼트 서비스를 제공하고 있는데, 주요 메이저 음반사 등과 라이선스 계약을 체결해 저작권 문제를 해결하고 있다고 한다.





넬리모저(Nellymoser)도 JAVA나 Symbian 플랫폼을 통해 음악을 다운로드할 수 있는 쌍방향 애플리케이션을 전시해 참가자들의 시선을 집중시켰으며, Music2You를 제공하는 지멘스&디지털월드 서비스(Siemens&Digital World Services)나 케이오티컴(Chaoticom)도 대용량의 원음 파일을 압축해 모바일로 제공하는 등 모바일 음악을 소개하고 있었다.

모바일게임 개발업체인 펀모바일(Funmobile), 카엘코모빌레(Gaelco Moviles), 카오링크(Kaolink), 쿠주 엔터테인먼트(Kuju Entertainment), 미스터 굿리빙(Mr Goodliving), 수메아(SUMEA), Wim(WIM) 등도 자체 개발한 게임의 특성과 장점을 소개하면서 홍보에 적극적인 모습을 보여주었다. 특히 터키 게임업체인 펀팩(Funpac), 덴마크 최대 게임업체인 아이티이(ITE), 네덜란드 게임업체인 칼마 스튜디오(Karma Studio) 등도 전시에 참여해 자국 브랜드의 수출 활로를 모색하고 있었는데, 액션 및 스포츠 게임들이 많이 출품돼 관심을 끌었다.

캐쉬 유 모바일 테크놀로지(Cash-U Mobile Technologies)는 자체 개발한 Pecan 엔터테인먼트 플랫폼이라는 서비스 전송에 따른 강력한 과금 솔루션을 선보였고, 캐스카타(Cascata)는 브랜드를 런칭한 스크린세이버를 소개하고 있었다. 빙 사이언스(Beep Science), 디엠디 시큐어(DMDsecure)는 DRM을 소개하면서 모바일 엔터테인먼트 서비스 이용에 따른 저작권 관리 문제를 강조하고 있었다.

### 온엑스포에서 동영상 볼 수 있어

인터넷 SMS, MMS, WAP, LBS, 웹 그리고 음성 솔루션 및 서비스를 활용해 기업과 직원 또는 고객간의 커뮤니케이션을 지원하는 투에르고(2ergo)와 모바일 블로그를 소개하고 있는 뉴베

이 소프트웨어(NewBay Software), 모바일 기기에서 오디오 처리 기술의 선두적인 디지플러그(Digiplug), 모바일 통화 및 빌링, 미디어 서비스를 제공하는 오페라 텔레콤(opera telecom)도 자사 제품의 장점 홍보를 통해 성공적인 B2B 마케팅을 위해 노력하고 있었다. 넥스트리밍(Nextreaming)도 차세대 모바일 서비스의 핵심 솔루션인 MPEG4 인코더, 휴대폰용 임베디드 솔루션 및 압축기술인 H.264 제품을 시연해 좋은 반응을 얻었다.

또한 에이비전(AVision)은 다양한 플랫폼에 런칭할 수 있는 모바일콘텐츠 관리 솔루션을 전시했고, 엠블록스(mBlox)는 모바일 메시지 프리미어 서비스를, 모비조이(Mobyjoe)는 SMS-TV 솔루션을 선보였다.

캐릭터 부문에서는 마시마로 등 우리나라 캐릭터를 소개하고 있는 한국문화콘텐츠진흥원과 캐릭터 애니메이션 기술 개발기업인 DA그룹이 눈에 띄었다.

특히 성인용 모바일 엔터테인먼트 서비스를 하는 폰박스(PhoneBox) 엔터테인먼트도 전시에 참여해 성인 정보 서비스에 대한 성공 가능성을 모색하고 있었다.

H.264와 AAC+의 세계 최초 상용화로 알려진 바 있는 국내 모바일 솔루션 전문기업, 엠큐브웍스는 이번 MEM04 전시회를 통해 유럽 시장 진출의 발판을 구축했다. 모바일 업계간 기술을 보고 배우며 파트너십을 구축하는 자리로 마련된 이번 MEM04 전시회에서 엠큐브웍스는 H.264와 MPEG4의 화질 비교, AAC+와 AAC의 음질 비교, SDMB 단말 솔루션 시연, Authoring Tool 시연 등의 기술력을 직접 선보여 많은 관심을 끌었다. 유럽 현지의 유명 언론사들의 즉석 인터뷰도 진행되는 등 유럽의 관심은 상당했다고 한다. 특히 뚜렷한 지배적 업체나 기술표준 없이 다수의 업체가 경쟁하고 있는 비디오 서비스 시장








구조에서 H.264 비디오 서비스에 대한 많은 관심이 표명됐다.

엠큐브웍스의 윤진구 사업기획팀장은 “이번 전시회를 통해 유럽 시장의 모바일 동향을 파악하고 그들의 니즈(needs)를 알 수 있었다”며 “이번 전시를 유럽 시장 진출을 위한 마케팅 전략의 출발점으로 삼아 유럽 현지 업체들과 제휴를 통해 진출 방안을 적극 수립해 나갈 것”이라고 말했다.

특히 이번 전시에는 유럽을 비롯한 세계 각국의 모바일 엔터테인먼트 기업에서 이사급들을 중심으로 약 750여명이 참여해 다양한 모바일콘텐츠나 솔루션 등을 체험할 수 있는 좋은 기회가 됐다. 아울러 4년이라는 짧은 기간동안 유럽을 대표하는 모바일 콘텐츠 및 서비스 행사로 성장·발전한 MEM04 전시회가 미국 중심의 전시 문화를 탈피해 유럽이라는 시장에서도 비즈니스 가능성을 보여주었다는 점에서 큰 의의를 찾을 수 있을 것이다.

그래서 이 행사를 주관하고 있는 인포마텔레콤그룹(Informa Telecoms Group)의 Ian Hemming 관리이사는 “MEM은 모바일 엔터테인먼트 관련 사업자나 바이어들에게 매우 중요한 거래 기회를 제공했고, 전문가들의 다양한 경험에서 우리나라 교육적인 포럼을 통해 우리에게 기대 이상의 만족감을 주었다”고 소감을 피력했다.

이 행사는 매년 개최되고 있어 우리 기업들도 내년 전시에서는 우수한 콘텐츠나 솔루션들을 유럽 시장에 보여줌으로써, 경기 침체에 놓여 있는 내수 시장을 벗어나 무한한 가능성을 열어놓고 있는 유럽 시장에서의 교두보를 확보할 필요가 있을 것이다. 그리고 이번 전시회 동영상은 국내에서 제작·유통되는 디지털콘텐츠 제품 및 기업정보를 온라인으로 상설 전시하고 있는 온엑스포 사이트([www.onexpo.or.kr](http://www.onexpo.or.kr))에서 볼 수 있다. 

## 글로벌 시장 진출 위한 노력 강화해야

글 / 권상운 SK텔레콤 기술전략실 과장

‘MEM(Mobile Entertainment Market) 2004’는 51개국에서 750여명의 인원이 참여하는 등 해가 갈수록 그 규모가 커지고 있는 성공적이라고 감히 말할 수 있는 행사이다. 세계 각지에서 참가한 모바일 업계 종사자들이 또 다른 성장 모멘텀을 찾기 위해 눈과 귀를 열고 열심히 경청하고 있는 모습이 인상적이었다. MEM04 London의 경우 우리나라에서도 큰 인기를 누리고 있는 모바일 엔터테인먼트의 한 축을 맡고 있는 모바일 음악을 비롯해 총 6개 주제별 트랙과 40여개 업체가 참여한 전시회로 구성돼 있다.

이번 행사에서는 각 트랙별 주제에 대해서 패널토의가 진행됐는데, 참여한 사람들의 태도는 사뭇 진지하다 못해 어떤 때에는 긴장감마저 감돌 정도로 적극적인 관심을 표명했다.

주요 트랙별 토의 내용을 간략히 살펴보면, 트랙 1 : 모바일뮤직의 경우 대표적인 모바일 뮤직 사업의 하나인 링톤(Rington) 서비스가 2003년 말 기준 전세계 시장에서 30억달러의 시장이 형성됐으며, 2008년까지 47억달러 이상의 시장이 형성될 것이라고 긍정적으로 전망했다. 트랙 3 : 모바일미디어 콘텐츠 딜리버리 Inter-operability, Platforms, Devices & UI에서는 OMA(Open Mobile Alliance) DRM이 결국 모바일 미디어 비즈니스 성공의 핵심요소임을 강조하고 있었다. 트랙 4 : 모바일게임은 켈컴의 경우 BREW를 기반으로 GSM World로 진출하려고 노력하고 있는 점이 인상적이었다. MEM04를 참여한 느낌은 다음과 같이 정리될 수 있다.

모바일 비즈니스의 새로운 수익원으로서 게임, 음악이 주류를 이루며, 모바일 엔터테인먼트 시장을 지극히 긍정적으로 전망하고 있다는 점이다. 비록 국내 업체들이 모바일 비즈니스에서 경험과 노하우가 풍부하다고는 하지만 국내의 좁은 시장에서 제살 깎아먹기 식의 경쟁이 아니라 보다 넓은 곳, 즉 글로벌 마켓으로의 진출을 모색할 필요가 있다. 정부는 이를 위해서 적극적인 노력을 기울여야 하지 않겠는가? 예를 들어 GSM World에 진출하기 위해서는 유럽의 문화를 잘 이해하고 있는 CP와 비즈니스 모델을 공동으로 구상할 필요가 있다.

국내 통신사업자 및 CP들은 국내시장에만 연연하지 말고 그동안의 운용 경험과 개발 경험을 바탕으로 모바일 멀티미디어 시장이 활성화되는 시점에 있는 유럽 시장에 적극적으로 진출해 향후 글로벌 마켓의 유리한 고지를 선점해야 할 것이다.