

# '98 COMDEX FALL을 다녀와서

(한국 공동관 운영결과 및 정보통신제품 기술동향)



김성복 과장  
본회 정보산업과

## 1. '98 COMDEX FALL 현황

- '98 표어 : "더 가볍고 더 작게 더 선명하게"
- 전시면적 : 150만 ft<sup>2</sup>
- 참가국가 : 미국 등 70여개국
- 참가업체 : 마이크로소프트 등 2,400개사
- 전시품목 : 정보통신기기 H/W, S/W 등 12,000여점

## 2. 한국공동관 운영 성과

### 가. 개요

본회는 '97년부터 중소 벤처 정보통신 업체의 수출산업화를

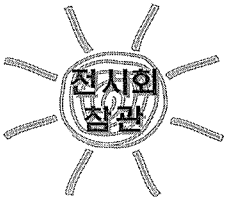
촉진한다는 목적아래, 세계 최대 정보통신기기 전시회인 COMDEX FALL에 올해로 2번째 한국공동관을 구성하여 참가하였다. 동기회를 통해 우리 중소기업은 기업간 상호 협조와 보완을 통해 상품의 홍보 및 이미지 제고를 극대화시켜 왔고, 공동사업 등을 통하여 최소의 비용으로 최대의 효과를 거둘 수 있도록 하였다.

정부에서도 해외시장개척 사업에 많은 관심을 가지면서 산업자원부 중소기업청, 정보통신부 등 정부기관의 후원아래 KOTRA, 무역협회와 공동주관하는 등 관련기관의 협력, 지원도 적극적이었다.

한국공동관 운영은 전체 57개사, 74개 부스 중 하드웨어 업체가 35개사 52부스, 소프트웨어

업체가 22개사 22부스를 운영하였다.

동 규모는 우리나라에서 참가한 전문 전시회 사상 최대규모로서, 이처럼 국내 현실이 어려운 가운데서도 확대 운영하게 된 것은 첫째 국내 시장만을 의존해왔던 중소 벤처 정보통신업체가 적극적 수출만이 IMF를 벗어날 수 있다는 인식이 확산된 것이고 둘째로는 원화 평가절하로 인하여 국산제품의 가격 및 품질면에서 경쟁국 제품에 비해 충분한 경쟁력을 가지고 있다는 자신감을 갖고 수출 드라이브 전략을 추구한 것이며, 셋째로는 중소 벤처 정보통신기업에 대한 정부의 배려도 기업을 수출의욕을 불러 일으킨 것이다.



(단위: 개사/부스)

구 분	97년		98년	
	참가업체	전시부스	참가업체	전시부스
총 계	26	38	57	74
H/W	16	6	35	54
S/W	10	12	22	22

마지막으로 KOTRA, 무역협회 등 정부 관련 기관과의 동사업업을 주관하는 진흥회의 활발한 유기적 관계가 동전시회 확대 운영을 가능케한 요인이었다.

### 나. 한국공동관 출품동향

한국공동관에 출품했던 제품은 전체적으로 225종이 전시되었고 이중 H/W가 173종, S/W가 52종이 선을 보였다. 이를 크게 분류해보면 기술 혁신을 통한 첨단기술 제품, 정보화 사회를 조기실현키 위한 Network 제품, 멀티미디어 환경기반 구축을 위한 S/W제품, 그리고 세계적 가격경쟁력을 갖춘 PC관련 제품 등으로 분류할 수 있으며 주요 출품제품은 아래와 같다.

#### \*기술혁신을 통한첨단기술제품

- 디지털 영상카메라 (Still, USB 멀티미디어 PC, 비디오 텔레폰)
- 지문인식 모듈 (키보드, Door ILock, 외장형PC보안용)
- 디지털마우스, 디지털 빔성형기
- PC보안시스템, LCD모니터

(15", 17")

#### \*정보화 사회를 조기실현키는 Network 제품

- 원거리 접속서버(SOHO-Head Office 전화선 및 전용선 이용)
- PCMCIA 56Kbps Modem
- 랜 마스터(DSU, 라우터, Hub의 기능을 갖춘 장비)
- Voice Keeper(인터넷 전용선을 이용한 국내의 전화 무료사용)
- 인터넷 Package 전송장비 (10Mbps-100Mbps급)

#### \*멀티미디어 환경기반 구축을 위한 S/W 제품

- 화상인식 S/W
- 정보센터 구축시스템 등 보안 S/W
- 전자상거래 등 초고속 멀티미디어 서비스시스템 S/W(무인 발급 시스템 등)
- 멀티미디어 보안시스템 등 보안 S/W
- MOD(Multimedia On Demand : 인터넷 콘텐츠, 원격교육, VOD, 인터넷 발송지원 등)
- 3D GIS 솔루션(지형공간 분석, Formats 등)

- 인터넷 전자상거래 S/W
- 각종 S/W 제작 도구(CD, 인터넷)
- 기타 성형외과 가상시술 시뮬레이션 등

#### \*세계적 가격 경쟁력을 갖춘 PC 관련 제품

- PC용 케이스 SMPS
- 노트북PC용 가방
- 멀티미디어 스피커
- 전자파 방지용 관련 제품 (마우스 덮개, 휴대폰 이어패드, 의류 등)

## 3. 운영결과

### 가. 상담실적

11월16일 이후 5일간에 걸쳐 상담된 금액은 185백만\$이며, 이중 현지에서 계약된 금액은 22백만\$의 실적을 거두었고, 전시가 완료된 12월중 제품들이 꾸준히 계약을 맺고 있는 것으로 나타나고 있어, 참가했던 중소기업들에게 힘을 더해주고 있는 것이다.

동 전시회의 수출상담은 3일째, 4일째가 가장 높은 것으로 나타나고 있는데 이는 대부분의 바이어들이 신개발품 발표 중심으로 전시된 라스베가스 컨벤션센터와 라스베가스 Hilton 등에 먼저 관람한후 이틀간에 걸쳐 본격적 상담을 위해 국가관 등



<상담실적>

(단위:천불)

구 분	1일째	2일째	3일째	4일째	5일째	누 계
상담실적	35,756	34,800	47,200	41,200	25,965	184,798
계약실적	907	2,627	6,413	7,710	4,484	22,141

(단위:천불)

국 가 명	상담액	계약액	국 가 명	상담액	계약액
미 국	89,567	12,087	스 위 스	825	750
일 본	12,932	1,677	말레이시아	670	70
캐 나 다	10,995	1,035	페 루	470	100
프 랑 스	6,311	1,353	인 도	150	60
영 국	6,235	620	남 아 공	815	-
독 일	5,667	740	노르웨이	440	-
멕 시 코	5,507	1,141	덴 마 크	1,530	-
중 국	3,234	300	벨 기 에	2,563	-
싱 가 폴	2,618	43	아랍에미리트	160	-
이 태 리	2,193	96	아르헨티나	1,684	-
이스라엘	2,089	274	아일랜드	320	-
사 우 디	1,796	47	오스트리아	1,451	-
스 페 인	1,740	400	칠 레	200	-
이 집 트	1,660	44	콜롬비아	448	-
스 웨 덴	1,567	120	폴 란 드	916	-
터 키	1,436	100	호 주	2,572	-
대 만	1,428	80	홍 콩	800	-
네덜란드	1,344	349	기 타	10,465	655
			합 계	184,798	22,141

으로 구성되어 있는 Sands Expo 전시장으로 몰려오기 때문이다.

국가별로 살펴보면 전체적으로 미국 등 40여개국과 상담을 벌였는데 그중 미국이 상담 90백만\$, 계약 12백만불로 가장 많은 비중을 차지하였고, 그 다음으로는 일본, 프랑스를 중심으로 한 유럽, 캐나다, 멕시코 등 미주 지역과의 상담이 활발히 추

진되었으나 콜롬비아, 칠레 등 중남미 국가의 계약 실적이 없는 등 경제불안 여파로 인한 구매약화 현상을 보였다.

가장 인기가 높았던 품목은 PC 케이스로 디자인면에서 대만 보다 월등히 앞선데다가, IMF이후 원화상승 등으로 가격면에서도 경쟁할 수 있는 환경이 조성되었기 때문이며 화상 TV, IC 단말기, LCD용 모니터의 경우

도 상품화 경쟁에서 대만보다 앞서 주목을 끌었고 기술의 우수성으로 관심을 받은 품목은 PC보안시스템 및 S/W, Web 운영제작 S/W, PC 인쇄용 S/W, 전자상거래 쇼핑몰 구축 및 관리 S/W 등으로 많은 바이어로 부터의 기술협력 요청이 줄을 이었으며, 미국의 NASA, 공군, 육군, 보잉사 등으로 부터도 적극적인 구매 상담이 이루어졌다.

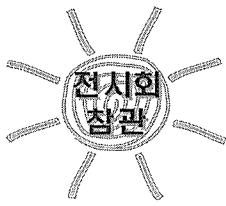
나. 운영상 문제점 및 대책

본회에서는 좀더 효율적인 전시운영을 위하여 현지에서 설문 조사를 통하여 운영상의 문제점을 발췌해 보았다.

동 설문응답에 참여한 업체는 43개사로서 참가업체의 75%가 되는 것으로 차기 전시운영에 참고가 될 것으로 판단된다.

따라서 동 조사에서 나타난 문제점을 그대로 나열해 보고 본회, 정부 등의 각 기관의 역할에 기대해 본다.

- 문제점(1) 참가비용이 매우 비싸다는 것이다. 동 전시회는 세계에서 제일 비싼 전시로 사실상 중소기업이 부담이 되는 금액이다.(1부스 참가시 비용 : 1,300만원(부스임대료, 장치공사비 등))
- 문제점(2) 부스 장비공사가 폐쇄적이며 획일적으로 되어 있어 상담의 효율은 꺾이지 못했다.



<주요 품목별 상담/ 계약실적>

(단위 : US천\$)

	상담액	비중(%)	계약액	비중(%)
합 계	184,798	100.0	22,141	100
컴퓨터케이스	43,992	23.8	7,036	31.8
디지털 마우스	771	0.4	210	0.9
스 피 커	4,137	2.2	752	3.4
언어학습기	4,894	2.6	1,560	7.0
지문인식모듈	1,926	1.0	550	2.5
화상전화 등	2,660	1.4	300	1.4
LCD 모니터	31,148	16.9	5,250	23.7
웹 제작도구S/W	16,750	9.1	1,000	4.5
디지털 카메라	650	0.4	315	1.4
모뎀관련제품	8,224	4.5	1,019	4.6
기 타	69,646	37.7	4,149	18.7

벤트 행사 등을 펼침으로써 관람객들을 많이 모으게 하는 것이었다. 그러나 본 한국관은 Information Desk 정도 운영으로 만족할 수밖에 없었다.

마지막으로 업계의 사전 전시 내부의 숙지미흡 등으로 전시 개막일까지 우왕좌왕 했던 모습도 우리에게 있었다. 상기와 같은 5가지로 문제점을 살펴 보았다. 이 중에는 본회 자체적으로만은 역부족인 것도 있지만, 할 수 있는 것은 차기 전시참가시 적극적으로 개선 해 보고자 한다.

#### 4. 98COMDEX FALL의 정보통신 기술동향

지난 11월 16일부터 21일까지

다는 점이다. 사실상 본회 입장에서 경비의 절감차원에서 추진했지만, 결과적으로 경쟁국인 대만, 싱가포르 등에 비해 구조물의 형태가 뒤떨어진다는 지적을 받았다.

- **문제점(3)** 동 전시회 참가업체의 전시물과 전시기간 동안에 한국관에 대한 홍보가 제대로 되지 않았다는 점이다. 본회 사무국은 참가전부터 홍보는 별도의 기관, 컴덱스 한국지사인 IPR에게 역할을 담당케 했지만, 동업무 수행의 역부족이었던 것 같았다. 이는 국내 언론기관의 무관심도 한몫을 했는데 중앙일보 등 몇몇 언론기관을 제외하고 대부분 컴덱스 파견기자들의 방문도 거의 없었다.

- **문제점(4)** 바이어에 대한 유치

활동이 부족한 것으로 나타났다. 경쟁국 대만의 경우에는 자국의 고유놀이 등을 통해 이

구 분	문제점	발전대책
참가비용	-중소기업의 형편으로는 참가비용이 과다 (부스임차료, 장치비 등을 포함. 부스당 1,300만 소요)	-정부 및 관계기관의 지원 확대 필요
부스장치공사	-획일적 칸막이식 부스로 상담의 효율화를 꾀하지 못함. -경쟁국인 대만, 싱가포르에 비해 구조물 형태가 뒤떨어짐 · 한국은 비용절감 차원에서 공사	-부스의 개방형화로 상담 극대화 -주최측에서 사전에 개방형 부스 구조로 참가업체 모집 · 품목별 공동전시 · 상담 추진
기 타	-언론기관의 홍보 취약 -바이어 적극 유치 활동부족 -업계의 사전전시 내용 숙지 미흡	-정부차원에서 언론 · 홍보 대책마련 -사물놀이 등 이벤트 행사 기획 -하드웨어, 소프트웨어 업체간 추진 및 운영 완전독립



미국 라스베이거스에서 열린 98 추계컴덱스는 '더 가볍고 작게, 더 선명하게'라는 주제로 이목을 집중시킬 제품이 많이 선보였다.

금번 전시회는 전시(Exhibits), 콘퍼런스(Conference), 기조연설(Keynotes) 등 크게 세 부문으로 나누어져 치러졌으며 전시 부문에는 전세계에서 2천여개 기업이 참가해서 LVCC(라스베가스 컨벤션 센터), Sands Expo CC 그리고 Las Vegas Hilton의 세 곳에서 전시회를 가졌다.

LVCC(라스베가스 컨벤션 센터)에서는 주로 대기업 및 Computer산업을 이끌어 가는 업체들이 상주하여 전시하였고, Sands Expo CC에서는 주로 국가별로 부스가 마련되었으며 중소기업들이 전시장을 구성하고 있었다.

각 전시관에는 98추계 컴덱스의 주최측이 주요 출품 주제로 정한 데로 분산 데스크톱(Distributed Desktop), 인트라넷(Intranets), 전자상거래(e-Commerce), 멀티미디어(Multimedia), 디지털 테크놀로지(Digital Technology) 등의 분야들이 출품되었다.

주최측이 금번 전시에 간판으로 내세운 분산데스크톱은 windows98/CE/NT 기반의 서버, 데스크톱, 노트북, 핸드PC

등 윈도 계열과 유닉스/자바 계열 서버, 워크스테이션 등에 대한 새로운 개념의 솔루션이 출품될 예정이었으나 금번 전시회에 유닉스와 자바 계열을 이끌고 있는 Sun Micro사와 IBM 등이 불참함으로써 간판의 역할은 하지 못하였다.

그러나 예년보다 보다 성능이 향상된 서버들이 선을 보였으며 특히 노트북, 핸드PC가 강세를 나타내었다.

노트북PC는 기존의 것보다 더욱 경량화된 노트북PC가 돋보였으며 지난 96년 처음 소개된 이래 지난해부터 보급이 조금씩 늘어난 핸드PC가 울들어 완전히 정착했음을 보여주었다.

노트북PC는 일본 및 대만, 한국을 중심으로 한 업체들이 출시하였다.

그중 소니에서 출시한 슈퍼슬립 노트북PC VAVI 505FX는 무게가 3lbs미만이며 두께가 1" 미만인 제품으로서 다음 노트북 컴퓨터 시장을 선도해나갈 예감을 주었다.

삼성전자가 선보인 '이고노트(eGO-Note)'라는 미니 노트북PC는 무게 990g에 크기도 수첩만한(227\*197\*28mm)크기여서 관람객들의 눈길을 사로잡으면서 초미니 노트북PC시대를 예고하고 있었다.

또한 카시오, 샤프, HP, LG전자, 필립스, NEC 등 마이크로소프트(MS)의 윈도 운영체제를 채택한 핸드PC 제조 업체들은 대

부분 윈도CE 2.0 버전을 채택했고, 크기 또한 바지주머니에 넣을 수 있을 정도로 작아 휴대가 간편해졌다.

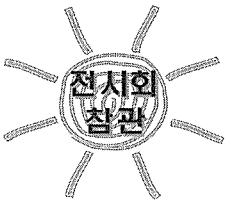
특히 기존의 윈도를 운영체제로 사용하는 노트북PC나 데스크톱PC와 데이터 호환이 가능해 사용이 편리해졌고 인터넷 접속이 쉬워졌다는 특징을 지녔다. LG 전자의 컬러 핸드PC인 '페념 익스프레스'도 돋보이는 제품이었다.

또 다른 재미있는 컴퓨터 제품은 입는 컴퓨터이다. 미국의 FLEXiPC사가 VIA라는 입는 PC를 개발하였다.

이 컴퓨터는 배터리와 연결된 PC를 거리에 차고 다니면서 활용하는 방식으로 모니터를 떼어서 가지고 다닐 수도 있고 음성 인식에 의해서도 명령어를 입력할 수 있는 제품이다.

이 제품은 크기가 가로 9.75인치, 세로 3인치 그리고 두께가 1.25인치 크기에 무게가 624g이고 한번 충전에 3.5-6시간을 사용할 수 있어 움직임이 많은 수리공이나 전쟁터의 군인들에게 적합한 아이디어 제품이다.

금번 전시회에서도 역시 멀티미디어 분야는 보다 발전성을 가미한 성숙도를 보여 주고 있다. 멀티미디어 시장을 선도해 나가고 있는 크리에이티브랩스는 DVD와 3D사운드를 중심으로한 다형의 전시회를 마련하였고 파나소닉, 샤프, 소니, 도시바 등 일본 업체들은 DVD, 디지털비



디오재생기 및 편집기를 비롯해 고속 그래픽 가속기, 웹기반의 멀티미디어 출판 솔루션 등을 출품하였다.

특히 소형방송국이나 인터넷 방송국에서 사용할 수 있는 비디오 편집기가 여러 업체에서 출품된 것이 특이할만한 것이다. PLAY사의 Trinity는 하드웨어와 소프트웨어에 의해 Live Production Switcher와 3D디지털 비디오 효과를 줄 수 있으면서 4대의 비디오를 동시에 제어할 수 있는 기능을 포함하면서도 \$5,000미만으로 제품을 소개하고 있다.

인터넷과 인트라넷 분야에서는 고객 헬프데스크, 재고정리 등 전문 응용부문들이 선보이고 있으며 정보제공자(IP) 편의 위주로 설계된 각종 애플리케이션도 다수 출품되고 있었다.

또한 인터넷 방송과 LAN통신 분야에 이용되는 음성인식장치, 음성대응장치등도 매우 흥미있는 제품들이었다.

특히 음성으로 명령에 의해 인터넷에 접속하는 첨단 소프트웨어는 키보드나 마우스가 아닌 음성으로 인터넷을 탐험할 수 있는 가능성을 확인한 제품으로 이는 콘버사(Conversa)사가 마우스 클릭 대신 음성으로 브라우저 작동을 시켜 인터넷 웹사이트에 접속하는 프로그램을 개발하였기 때문이다.

이 프로그램은 '세이 콘(saycon)'이라는 획기적인 프로

그램으로 음성으로 '홈페이지로', '뒷페이지로 이동' '이 페이지를 인쇄할 것' 등을 명령하면 바로 실행된다. 이 프로그램은 이 회사의 홈페이지(<http://www.conversa.com>)에서 다운로드를 통해 소프트웨어(29.95달러)를 구입할 수 있다.

전자상거래 분야에서는 실질적으로 금전이 오고가는 인터넷 상거래를 구현시켜 주는 미래형 기술과 신제품이 많이 출시되었으며 새로운 푸시(Push)기술과 보안, 암호화제품 및 개발도구의 출품이 눈에 띄는 것 같다.

특히 음성인식이나 지문인식 그리고 눈의 홍채인식까지 인체의 특성을 이용한 보안관련 장치가 많이 보였다.

이와 같은 장치들은 그 특징의 파라미터 값이 크고 에러에 대한 우려 그리고 제품의 가격으로 인해 연구실에서만 존재하던 것이 실용화를 위해 본격적으로 출시되고 있었다.

그중 지문인식장치는 각 국에서 많이 출시되었는데 U.are.U사는 다양한 솔루션의 지문인식 장치를 선보였으며 대만 등도 많은 관심을 나타내고 있었다.

한국은 제일데이터시스템에서 FP1000이라는 지문인식장치를 선보였으며 spec상 타국 제품보다 우수성을 나타내면서도 홍보면에서 뒤져 참관인들의 관심을 끌지는 못하였다.

전자상거래(Electronic Commerce)관련 제품이 늘어난 것 또

한 금번 전시회의 큰 특징들 중의 하나인데 마이크로소프트는 인터넷 전자상거래 기능을 강화한 데이터베이스 프로그램(SQL 7.0)과 새로운 서버 운영체제 '윈도 2000'의 베타버전을 내놓았다.

또한 넷기어사는 가정내에서 전자상거래를 할 수 있는 관련 소프트웨어인 'SB104'를 150-200달러에 내놓아 가정내에서도 쉽게 창업을 할 수 있는 단계에 접어들었음을 실감케 했다.

가전과 인터넷의 통합에 목표를 둔 디지털테크놀로지 분야에서는 디지털TV, 디지털카메라, 디지털캠코더를 비롯해 개인용 디지털기들이 새로 선을 보인다.

이 분야에서는 특히 캐논, 카시오, 파나소닉, 샤프, 소니 등 일본계 기업들이 많은 신제품을 내세워 강세를 보이고 있다.

소니의 디지털 비디오카세트(DCR-TRV9)와 디지털 오디오 카세트(ICD-70)등은 컴퓨터와 바로 연결하여 비디오를 편집하거나 보이스 등을 e-mail로 바로 전송할 수 있도록 솔루션을 제공하고 있다. 또한 디지털 TV는 미국과 영국에서 디지털 TV 방송을 시작하면서 새로운 시장을 겨냥한 업체들의 각축전도 치열한 것 같다.

선두주자는 일본의 소니, 샤프 등과 네덜란드 필립스, 한국의 삼성전자, LG전자 등도 이에 가세하고 있으며 소니와 샤프는 50인치 이상의 대형 제품을 선



보였고 필립스도 유럽시장을 겨냥한 대형화면의 디지털TV를 출품했다.

삼성전자는 55인치급 후면투사 방식의 디지털TV를 공개했고, 미국 자회사인 제니스와 공동으로 사업을 벌이고 있는 LG전자는 64인치 대형 디지털TV를 출시하여 홈 시어터에 초점을 맞추었다. 또한 일본의 파나소닉은 컴팩사와 공동으로 PC에서도 디지털TV 신호를 받아 볼 수 있는 '튜너 - 디코더' 카세트를 개발했다.

그외에 Y2k에 관련된 솔루션들과 대용량의 보조메모리 솔루션들도 다수 소개되고 있었다. Maxwell의 SuperDisk라고 불리는 디스크는 1.44MB의 일반디스크도 사용하는 드라이브에서 사용할 수 있으면서도 120MB의 용량을 저장할 수 있고 2GB이상의 용량을 저장할 수 있는 보조기억장치도 다수 출품되고 있었다.

고속의 전송속도로 데이터 전

송이 가능한 무선LAN2 등 실내외에서 응용이 가능한 무선관련제품의 실화도 눈에 띄는 제품들이었다.

특히 대만에서 출시한 GN411 2.4GHz ISM VIDEO 센서라는 제품은 약 100m의 거리에서 2.4GHz의 주파수로 카메라에서 잡은 비디오 신호를 전송할 수 있는 제품으로 cordeless office 환경을 만들기 위한 적절한 제품들이었다.

또한 적외선인터페이스기관(IrDAP)에서 마련한 별도의 전시장에서도 프린터, 카메라 등 IrDAP를 이용한 다양한 무선 인터페이스 솔루션들을 마련하고 있었다.

금번 '98 추계 컴텍스 쇼는 신문과 방송에서 나온 기사와 같이 컴퓨터 시장의 운영체제의 힘의 균형에서 windows 98과 NT를 주축으로한 MS사의 독주에 반발하여 UNIX와 JAVA을 주축으로한 IBM 및 SUN Micro

사가 불참함으로써 경쟁에 의한 새로운 제품의 소개가 활발하지 못하여 아쉬운 것 같았다.

또한 계속 일터되는 멀티미디어 및 인터넷을 중심으로한 응용 제품들이 주류를 이루고 있어 국내의 전시회와 규모만 차이가 있을 뿐 첨단의 세계적인 전시회라는 감은 많이 들지 않았다.

다만 멀티미디어 부분에서 우리가 좀더 개발에 신경을 써야 하는 부분은 액티브하고 인터랙티브한 멀티미디어 부분이라는 것이다.

방송 제작 및 방송 관련 소프트웨어 및 하드웨어가 눈에 띄게 보이는 부분들이 우리가 나아가야 할 멀티미디어 부분의 방향임을 말해주는 듯 했다.

또한 동양권에서 일본과 대만 한국의 삼파전에서 한국의 위상이 결코 안전하지만은 않다는 것을 느꼈으며 전시회의 규모나 짜임새는 싱가포르나 대만에도 비교가 되는 듯 했다.

