

“인터넷기업 연매출 1조원 향해 달려라”

국 내에 벤처붐이 일기 전인 지난 96년 스크린 세이버 제작업체 시작시스템즈로 출발한 레떼컴의 김경익 사장. 인터넷 초창기인 99년 9월 인터넷카드 사이트 ‘레떼’를 오픈하며 국내에 e카드 시대를 연 주역이다. 김 사장은 상위권 인터넷기업들이 속속 연매출 1,000억원 대열에 합류하고 있는 이즈음이 연매출 1조원대를 지향하는 성장모델을 찾아야 할 때라고 강조했다. 닷컴거품론이 한창일 때만 하더라도 인터넷기업에 있어 연매출 1,000억원이 멀게만 느껴졌던 것처럼 지금 1조원 매출이 꿈같은 이야기겠지만 충분히 가능하다는 게 김 사장의 생각이다.

“전에 비해 사업기반이 확연히 달라졌습니다. 인터넷 이용의 보편화는 물론이거니와 요금지불에도 익숙해졌죠. 이용자들이 충분히 훈련된 만큼 인터넷기업들도 이제는 다음 세상을 바라봐야 합니다.”

현재 김 사장은 개인미디어 시장을 주목하고 있다. 다음커뮤니케이션, 프리챌 등 초창기 이메일 및 커뮤니티 사이트, 그리고 아이러브스쿨 등 특정 테마 사이트가 각광을 받은 데 이어 개인미디어 시장이 뜨고 있다는 것이다.

하지만 김 사장은 싸이월드 등 현재의 개인미디어 콘텐츠로선 인터넷기업 1조원 시대를 열기에는 2% 부족하다고 진단했다. 연매출 1조원대에 진입하기 위해서는 글로벌화가 필연적인데, 현재의 개인미디어 사이트로서는 이가 쉽지 않다는 설명이다.

이러한 판단 아래 김 사장은 인터넷과 방송을 연계한 포털사이트를 준비하고 있다. 이미 지난해 10월 차세대 동영상 압축 표준인 ‘H.264’ 코덱을 기반으로 한 동영상 포털사이트 ‘판도라 TV(www.pandora.tv)’를 선보인 바 있다.

판도라TV는 동영상 라이브 방송, 동영상 촬영 및 편집, 동영상 무제한 업로드, TV 시청, 고화질 VOD 감상 등 ‘인터넷에서 동영상을 통해 이뤄지는 모든 것이 가능’한 2세대 포털 서비스. 물론 나만의 TV방송국을 개국할 수 있는 개인미디어 서비스를 지향한다.

기존 싸이월드가 이미지를 업로드했다면 판도라TV는 동영상을 업로드하는 방식. 다만 기존 싸이월드가 점대점(point-to-point) 방식이었다면 판도라TV는 일부 인기 채널이 두각을 나타내는 점대다점(point-to-multipoint) 구도가 될 전망이다.

김 사장은 “올해에는 ‘누구나 방송주체가 될 수 있구나’ 하는 인식을 확산하는 데 주력할 예정”이라면서 “우선 스타채널 구성을 위한 한류스타 중심으로 섭외를 진행하고 있다. 차질 없이 진행된다면 깜짝 놀랄 결과가 나올 것 같다”고 귀띔했다. ☎

글_신승철 기자 · 사진_이혜성 기자



“세빛 아시아, 단순 추상적 ‘쇼’ 아니다”

5월 11일부터 중국 상하이에서 열리는 ‘세빛 아시아 2005’를 홍보하기 위해 마이클 호페 독일 하노버 박람회 아시아 지역 총책임자가 한국을 잠시 방문했다. 이에 올해 ‘세빛 아시아 2005’에 대한 계획과 준비사항을 들어봤다.

마이클 호페 총책임자는 “‘세빛 아시아’는 짧은 역사에도 불구하고 중국 시장의 급성장에 힘입어 아시아 최대 정보통신기술(ICT) 전시회 중 하나로 자리잡았다”며 “중국 상하이 신 국제 엑스포 센터에서 오는 5월 11일부터 14일까지 개최되는 이번 세빛 아시아도 아시아 시장성장을 반영하며 ICT 분야를 선두하는 최대 박람회가 될 것”이라고 자신했다.

이번 대회 주요 전시분야는 크게 세가지로 구분된다. 마이클 호페 총책임자는 “독일하노버박람회 주최사의 목표는 공급자들과 수요자들이 서로가 쉽고 빠르게 비즈니스를 할 수 있는 간편하고 현대화된 전시시스템을 구축하는 것”이라며 “단순 추상적인 ‘쇼’라는 분위기보다 전문 토픽을 제시해 전문업체들이 각자 분야에서 차별화된 마케팅을 마음껏 펼치고 뽐낼 수 있는 전시를 만들 계획”이라고 말했다.

이에 이번 전시는 ‘디지털 워크’, ‘홈씨어터와 같은 최신 응용기술 및 제품들이 선보이는 ‘디지털 리빙’, 전세계적인 바이어들과의 실질적인 비즈니스를 위한 품목들을 선보이는 ‘소싱’ 등 전세계적인 바이어들과의 실질적인 비즈니스를 위한 품목들로 세분화시켜 선보일 계획이다.

이번 ‘세빛 아시아 2005’는 약 500개 출품업체들이 상하이 신국제 엑스포전시장 중 총 3개홀을 사용하는 대규모 행사로 ‘세빛 아시아’의 한층 강화된 입지를 증명하는 계기가 될 것으로 보인다.

마이클 호페 총책임자는 “‘세빛 아시아’는 중국무역투자진흥센터와의 협력을 바탕으로 중국의 여러 경제 및 언론 기관과 파트너 관계를 맺고 있다”며 “특히 올해 상반기 독일 하노버 박람회는 ‘세빛 아시아’의 통신분야를 강화하기 위해 차이나텔레콤 엑스포의 주최사인 중국전자진흥회와 ‘세빛 아시아’, ‘차이나텔레콤엑스포’ 개최를 위한 협력관계도 맺기로 했다”고 전했다.

마이클 호페 총책임자는 “엄청난 잠재적 수요를 가지고 있는 중국에서 펼쳐지는 ‘세빛 아시아’의 지난해 참관인 통계를 보면 참관인 5만명 중 70% 이상이 계약 결정권자로 이들의 주요 관심사는 IT솔루션, 디지털장치, 사무자동화, 디지털엔터테인먼트, 통신 및 네트워크 등이었다”며 “이번 ‘세빛 아시아 2005’도 한국대표부에서 단독으로 한국관을 구성해 나갈 예정이므로 많은 한국업체들이 참가해 좋은 성과가 있길 기대한다”고 소회를 밝혔다. ☺

글_권경희 기자



한국 패키지 게임 시장 미래 “여전히 밝다”

지난해 11월 국내 패키지 게임 퍼블리셔들은 의미있는 단체를 결성했다. 국내 PC 및 콘솔 게임시장의 활성화를 위해 패키지게임 배급 및 출시 업체들을 대표하는 'G11'을 결성한 것. 그간 사무용 소프트웨어나 온라인게임 산업을 보호하기 위한 협회는 있었지만 패키지 게임 업체를 대표할 수 있는 단체는 없었다는 것이 G11의 결성 이유다. 협회의 설립부터 각종 사업을 주도하고 있는 아타리코리아의 스카트밀러드 지사장을 만나 2005년의 사업계획을 들어봤다.

우선 스카트밀러드 아타리코리아 지사장은 국내 게임 시장이 온라인게임을 중심으로 발전하면서 패키지 게임사들이 상대적인 어려움을 겪고 있다고 토로했다.

특히 이미 게임시장이 연간수조 원에 이르는 규모로 성장했음에도 불구하고 공신력 있는 게임판매 순위조차 나오지 못하는 것은 게임사들이 영업전략을 구사하는데 어려움을 주고 있다고 설명했다. 때문에 G11은 올해 중점 사업 가운데 하나를 공신력 있는 판매순위 서비스 제공으로 잡았다.

이를 위해 G11은 이미 각 퍼블리셔들과 판매처들에 협조를 약속 받은 상태다. 밀러드 지사장은 “앞으로 차세대 게임기들이 출시되고 한국의 게임 개발사들이 이에 맞는 새로운 게임들을 개발했을 때, 공신력 있는 판매순위가 있으면 이를 외국으로 수출하는 데도 큰 도움을 받을 수 있다”고 말했다.

G11의 올해 또 하나의 중점 사업은 불법복제 줄이기다. 밀러드 지사장은 “용산에서는 X박스 게임은 복제되지 않은 것이 없다고 들었다”며 “모든 퍼블리셔들이 불법복제에 대해서는 강력한 대응이 필요하다고 동의하고 있다”고 말했다. 그는 “한국 정부가 올해부터 본격적으로 불법복제에 대한 제재를 가한다고 밝히고 있지만, 정부가 해야 할 일과 업체들이 해야 할 일은 차이가 있다”며 “올해부터 불법복제를 막기 위해 보다 강력한 수단을 동원할 계획”이라고 말했다.

G11이 불법복제를 막기 위해 동원한 수단은 제3의 회사를 이용한 직접적인 단속이다. 이를 위해 G11은 불법복제 단속 경험이 있는 SPA라는 지적재산권보호 전문회사와 업무위임계약을 체결했다. 하지만 그는 이러한 단속을 통한 불법복제 줄이기보다는 교육에 의한 인식변화가 가장 효과적인 방법이라는 것을 잘 알고 있다. 때문에 그는 정부의 노력에도 많은 기대를 걸고 있다. 밀러드 지사장은 “홍콩의 경우 정부가 지재권 교육을 위해 홍콩달러 700만달러를 투자하기로 했다. 이는 홍콩인구가 350만이라는 점을 감안할 때 매우 높은 투자비용”이라며 “그에 비할 수는 없겠지만 지금은 한국 정부의 노력이 꼭 필요한 시점”이라고 말했다. ●

글_신종훈 기자 · 사진_이혜성 기자

