

# CES2009의 새로운 가전제품군



2009년 1월 8일부터 11일까지 미국 라스베이거스에서 열린 세계 최대 가전전시회 'CES(Consumer Electronics Show) 2009'에서 전세계 가전과 전자업체가 참여하는 만큼 갖가지 제품이 쏟아져 나온다.

마이크로소프트(MS) 최고경영자(CEO) 스티브 발머가 올해 첨단 정보기술(IT) 경기가 글로벌 침체 속에서도 성장세를 구가할 것이란 낙관론을 제기, 업계의 주목을 받고 있다. 스티브 발머는 세계가전박람회(CES) 기조 연설자로 처음 참가, "경제가 아무리 어려워도 첨단 기술에 대한 여망은 더욱 커질 것으로 나는 믿고 있다"고 말했다. CES 기조 연설은 MS의 창업자 빌 게이츠가 그간 12번에 걸쳐 도맡아 왔고 IT 시장의 향배를 제시하는 역할을 해 와 전문가와 언론의 집중적인 관심 대상이었다. 발머는 올해 기조 연설을 통해 첨단 기술업체들에게 지속적인 혁신을 주문했고 TV와 PC, 휴대폰 등의 통합 시대를 맞고 있기 때문에 IT가 가전 시장에서 기회를 포착할 수 있다고 단언했다.

## 국내 양대 전자메이커 부스 대성황

CES 2009에서 삼성·LG전자 부스는 방문객으로 연일 대성황을 이뤄 눈길을 끌었다. 삼성과 LG전자가 그만큼 글로벌 브랜드로 성장했음을 보여줘 행사



관계자들을 뿌듯하게 했다는데 여기에는 전시장의 메인 무대인 라스베이거스 컨벤션 센터에 '등지'를 튼 것도 크게 기여했다. 전시장을 찾은 국내 주요 CEO들이 경기 불황이 오히려 호재라는 강한 믿음을 전파했는데, 그 배경에는 일본 업체가 상대적으로 더 힘들 것이라는 분석이 깔려 있다. 산업 구조가 비슷한 일본은 국내 기업의 최대 라이벌로 글로벌 시장에

서 치열한 주도권 다툼을 벌여 왔음은 익히 알려진 사실이나, 최근 엔화가 급등하면서 해외 시장에서 일본 제품이 고전하며 국내 업체의 반사 이익이 예상되는 상황이다. 국내 업체는 시장점유율을 높이기 위해 둘도 없는 기회로 판단해 공격 마케팅으로 선회했다.

삼성전자부회장 앞으로 위기속에서 낙관 전망



삼성전자 부스를 방문한 이윤우 부회장은 “앞으로 좋은 일만 남았다” 며 “단지 속도의 문제”라고 경기 상황과 관련해 낙관적인 견해를 밝혔다. 그는 “삼성전자는 크게 반도체, 디스플레이(LCD), 디지털미디어(DM), 통신 4가지 기동으로 이뤄져 있다. 반도체와 디스플레이는 바닥에 근접해 있다. 앞으로 나갈 일만 남았다. 휴대폰은 아직도 성장할 여지가 많다. 가전·TV 등 디지털 미디어는 동종 업계 평균보다 훨씬 성장 폭이 크다. 단지 시장 상황에 따라 언제, 어느 속도로 좋아질 지에 달려 있다”고 말했다. 이 부회장은 또 지금이 위기지만 역시 기회는 있다며 시장 호재로 ‘엔고’를 꼽았다. “일본 업체는 엔고로 어려움을 겪고 있다. 위기를 기회라고 하는 배경의 하나가 바로 엔고다. 이를 적절히 활용해야 한다.” 전시 제품과 관련해서는 ‘전자액자’를 사례로 들며 단순 액자 기능보다는 멀티 기능을 지원해야 한다고 꼬집었다.

LG전자사장 경기 쇼크 후 서서히 회복되고 있어

LG전자 부스를 찾은 권영수 LG 디스플레이 사장은 “LCD TV 가격이 많이 떨어져 반등의 여지가 커진 상황”이라고 말했다. “32인치 제품이 399달러까지 내려 갔다. 나이키 운동화 가격 수준이다. 덕분에 32인치 제품 수요가 늘고 있다.” 권 사장은 또 “경기가 나빠지면서 기업·소비자 모두 쇼크(충격)를 받았지만 서서히 회복하는 느낌”이라며 “일부 업체는 TV 쪽에서 ‘공급 부족(쇼티지)’ 현상이 조금씩 나오고 있다”고 덧붙였다. 그는 “LCD 가격이 너무 많이 떨어지면서 일부 대만업체는 생존에 몰리고 있다. 가격 하락은 거의 바닥 상태다. 올 1분기에는 균형을 잡을 것이다. 올해 투자 규모와 8세대 가동 등은 예정대로 진행한다. 가동률도 지난 4분기 평균 80%였는데 1분기에는 TV를 중심으로 좀 높아지고 있다”고 최근 시장 상황을 설명했다. 권 사장은 “일본 업체가 엔고 영향을 많이 받고 있어 올해 좀 어려울 듯 하다”고 분석했다.

제리양 야후 창업주 CES LG전자 부스 방문



제리 양 야후 창업주가 삼성과 LG전자 부스에 방문했다. 삼성전자 부스에서 만난 제리 양은 “TV를 통해 제공하는 ‘야후 위젯’ 서비스를 알리기 위해 부스를 찾았다”며 “삼성전자처럼 글로벌 브랜드를 파트너로 뒀 기쁘다”고 말했다. 위젯은 필요한 기능만

바탕 화면에 아이콘을 만들어 각종 온라인 콘텐츠를 TV로 즐길 수 있는 서비스이다. 제리 양은 “위젯 서비스를 상상할 때마다 흥분한다”며 “위젯은 지금까지 TV 고객이 느껴보지 못한 새로운 경험을 제공할 수 있을 것”이라고 힘줘 말했다. 그는 “삼성 LED·LCD TV는 메모리와 속도 면에서 위젯 서비스를 제공하기에 충분하며 단지 시장의 문제”라고 설명했다. 또 “삼성이 올해 260만대 가량 인터넷TV를 판매할 예정인 것으로 알고 있다”며 이는 기대이상이라고 덧붙였다. 제리 양은 이어 “앞으로 야후는 ‘와이파이’ 기술을 탑재한 제품 등 보다 혁신적인 기술과 관련해 삼성과 파트너십을 강화해 나가겠다”고 말했다. 제리 양은 이날 삼성뿐 아니라 LG전자도 방문했다.

미국가전협회(CEA)와 미국산업디자인학회(IDSA)가 수여하는 최고혁신상(Best of Innovations)은 수많은 경쟁을 뚫고 선정된 만큼 한 해동안 IT 업계를 이끌 트렌드를 미리 살펴볼 수 있다는 점이다. CES 2009 최고혁신상을 수상한 제품을 들여다보면 크게 네 가지 트렌드가 엿보인다. 첫 번째는 친환경, 두 번째는 미니슬림화, 세 번째는 컨버전스, 그리고 마지막 네 번째는 무선이다. 그동안 제기돼온 친환경 이슈가 더 이상 미룰 수 없는 과제로 떠올랐다. 대부분의 글로벌 업체는 친환경 소재를 사용한 제품 라인업을 강화하겠다는 방침을 분명히 했다.

#### 친환경 제품을 각론 차원에서 실천

친환경 제품을 비즈니스 관점에서 바라보기 시작한 것이다. LG전자는 2020년까지 생산·제품 등 모든 프로세서에서 온실가스를 연간 3000만톤까지 감축하겠다는 계획을 발표했다. 삼성은 올해 부스 내에 ‘에코’ 코너를 새로 신설하고 친환경 디자인상을 수

상한 LED TV·세탁기, 옥수수 전분으로 만든 휴대폰 등을 전시했다. LED TV는 시장성뿐만 아니라 친환경 측면에서도 새로운 수요를 만들어 낼 것이다. 친환경 제품중에서 눈길을 끌만한 것은 포홈(4HOME)이 선보인 EM-3200이다. 이 제품은 가정에서 사용하는 전력량을 한눈에 살펴볼 수 있도록 한 것이 특징이며 원격으로 조작이 가능하니 사용자 편의성도 제법 높다.

#### 친환경, 미니화, 컨버전스, 무선화가 주요 포인트

슬림과 미니화도 빠질 수 없는 트렌드다. 이미 LED 백라이트 유닛을 이용한 LCD TV는 기본이고 최고혁신상을 수상한 소니 사이버샷 T700도 1,000만 화소 CCD에 4GB 내장 메모리, 얼굴인식, 8.8cm LCD, 광학 4배줌 렌즈, 동영상 슬라이드 쇼 기능을 제공하면서 두께는 16mm에 무게는 135g에 불과하다. 삼성전자 LTI460AA04의 경우 116cm 디스플레이 주변의 배젤을 없애 여러 개를 붙여 연결해도 화면이 자연스럽게 표현되도록 했다. 마음만 먹는다면 9개를 연결해 467cm 대형 디스플레이를 만들 수도 있다. 이 역시 슬림화 기술이 있었기에 가능한 제품이다.

제로클라이언트컴퓨터가 출품한 파노는 손바닥 위에 올려놓을 수 있을 정도로 크기가 작은 미니PC로 따로 운영체제를 설치할 필요 없이 중앙 서버에 접속해 사용한다. 꼭 필요한 주변기기만 연결하므로 전력소비량도 5와트에 불과하며 바이러스에 감염되거나 다운될 염려도 없다. 제조사측에 따르면 데스크톱 PC에 비해 3년 동안 70% 정도의 TCO(총소유비용) 감소 효과가 있다. 컨버전스 제품도 눈길을 끈다. 이미 시장에 다양한 컨버전스 제품이 선보인 상태지만 최고혁신상을 수상한 제품은 한 단계 더 진화한 형태를 띤다. HP 터치스마트 IQ506은 55cm

LCD 모니터가 본체와 합쳐진 올인원 PC로 HDTV 튜너가 내장되어 있으며 멀티터치 방식이라 따로 키보드나 마우스가 없어도 조작이 원활하게 이뤄진다. 터치스크린 반응속도나 사용자 인터페이스가 특히 우수했다.

디스플레이는 ‘풀 HD급’로 빠르게 넘어가지만 홈시어터·캠코더·디지털 카메라 등을 연결하는 인터페이스가 이를 뒷받침하지 못하면 개살구에 그칠 수밖에 없다. 이번 CES에서는 TV와 주변장비의 인터페이스 속도를 개선할 수 있는 기술이 대거 선보였다. 초당 데이터 전송률이 480Mbps에 그친 USB2.0을 넘어서는 ‘USB3.0’ 제품이 쏟아졌다. 3.0버전은 5Gbps로 10배 이상 빨라졌다. USB2.0으로 15분 정도 걸리는 27Gb HD 동영상도 1분 10초 만에 전송할 수 있게 된 것이다. 특히 디자인과 속도 두 마리 토끼를 잡을 수 있는 무선 인터페이스 기술이 관람객을 사로잡았다. LG전자는 풀 HD 영상을 압축하지 않고 무선으로 직접 전송해 실감나는 화면을 즐길 수 있는 디무선 HDMI 기술을 공개했다. 디스플레이의 화질과 선명도 경쟁 못지않게 인터페이스 분야의 속도 경쟁이 치열해질 전망이다.

**아이팟 연결해 어디서나 동영상 감상 가능**

제이원 i1166은 22cm LCD를 내장한 휴대용 멀티미디어 플레이어로 DVD 타이틀은 물론 아이팟을 연결해 언제 어디서나 영화, 음악 등을 감상할 수 있도록 한 것이 눈에 띈다. 샌드로그룹 코드 팩토리 모바일 지오의 경우 윈도 모바일에서 작동하는 스마트폰이나 PDA에서 사용할 수 있는 개인용 GPS 솔루션으로 전세계 어디서나 자신의 위치를 간편하게 파악할 수 있고 원하는 목적지까지의 거리를 손쉽게 살펴볼 수 있다. 무선 기술의 쓰임새가 늘어난 것도

주목할만하다. 애버미디어 EB1704HB WiFi-4 CMOS는 최대 4개의 카메라를 연결할 수 있는 감시용 DVR 솔루션으로 각 카메라가 모두 무선 방식이라 설치에 제약이 덜하다는 점이 특징이다. MPEG-4 포맷에 지원하는 최대 녹화 해상도는 720×480이다.

벨킨 플라이와이어 AV69003은 풀HD 영상을 무선으로 TV로 전송해주며 최신 트렌드에 발맞춰 1080p 해상도는 물론 120Hz까지 지원된다. 또한 블루레이 플레이어는 물론 플레이스테이션3, 엑스박스 360 등도 연결할 수 있다. 웰빙 바람을 디지털에 접목한 핏비트 트래커는 운동량에 따른 칼로리 소모량은 기본이고 걸음걸이나 숙면 정도를 PC를 통해 간편하게 살펴볼 수 있다. 물론 따로 들고 다니는 장비는 최대 7~14미터 범위에서 데이터를 무선으로 주고받을 수 있도록 설계됐다.

블루레이 시장에도 청신호가 켜졌다. 지난해 표준 경쟁에서 승리한 데 이어 제품이 다양해지고 가격이 크게 떨어지면서 올해 사실상 블루레이 원년을 선언할 것으로 보인다. 삼성과 LG전자를 포함해 소니·파나소닉·도시바 등 대부분의 TV업체가 일체형 혹은 단독형 블루레이 플레이어를 앞다퉈 내놨다. 홈시어터 등 AV 쪽에서도 블루레이를 지원하는 제품이 대거 쏟아졌다. 일부에서는 지난해 299달러까지 떨어진 데 이어 올해 100달러대 제품이 나올 것으로 예상했다. 블루레이 시장 규모는 지난해 450만대 정도였다. 올해 두 배 이상 성장할 것이다. 삼성은 블루레이 시장에서 소니와 함께 과점체제를 유지해 나간다는 전략이다.

**슬림TV 경쟁에 접어들어**

풀HD와 Hz로 대표되던 디지털 TV가 이번에는 두

계 전쟁에 접어들었다. 삼성전자가 작년 8월 독일 베를린에서 열린 IFA 2008과 10월 한국전자전에서 두께가 9mm에 불과한 OLED TV를 선보인데 이어 소니도 지난달에 9.9mm LCD TV 브라비아 ZX1을 출시했다. 이에 뒤질세라 LG전자는 CES 2009에서 24.8mm LCD TV를 선보인다. 특히 CES2009에 LG전자가 선보일 초슬림 LCD TV는 다른 회사가 '에지' 방식을 사용한 것에 반해 LED 광원을 LCD 바로 뒷면에 부착한 '직하' 방식이라 빛의 밝기와 색상을 마음대로 조절할 수 있는 것이 특징이다. 이번에 선보인 제품은 직하 방식을 사용한 LCD TV 가운데 가장 두께가 얇다. 이처럼 TV가 두께를 줄일 수 있었던 원동력은 기존 광원으로 널리 사용되던 CCFL(냉음극 형광램프) 대신 LED(발광다이오드)나 OLED(유기발광다이오드)를 사용했기 때문이다. 다만 아직까지 이들 부품의 가격이 비싸 대중화를 이루기까지는 조금 더 시간이 필요할 것으로 보인다.

세계 주요 가전업체들이 선보인 TV는 말상대이자, 집 안팎을 살피주는 든든한 가이드이면서 바깥세상과 나를 연결해주는 새로운 통로 역할을 맡는 것이다. TV가 라이프 스타일을 지배하는 시대가 왔다. 집 밖을 나서지 않아도 현실가상공간에서 펼쳐지는 모든 즐거움을 느낄 수 있는 것이다.

#### 새로 출시된 TV는 인터넷을 활용해 쌍방향 매개

새로운 TV는 라이프 스타일로 정의된다. TV는 앞으로 방송국에서 일방적으로 보내주는 TV 프로그램만 틀어주는 일차원적인 TV가 더 이상 아니다. 음악과 사진을 내려받고 인터넷을 이용해 쌍방향으로 움직이는 새로운 삶의 매개체가 될 것이다. TV는 우리 삶에 더욱 깊숙이 관여해 우리의 일상을 완전히 바꿔주는 새로운 기기로 변신할 것이라며 새로운 TV 시대를 예고했다.

진화한 TV를 간단히 설명할 수 있는 단어가 바로 인터넷이다. 이번 전시회에서 TV업체들이 선보인 제품들은 하나같이 인터넷 연결이 가능하도록 디자인돼 있었다. 업체마다 부르는 TV 이름과 명칭이 다를 뿐 하나같이 야후가 제공하는 날씨와 뉴스, 증권 정보를 이용할 수 있는 프로그램을 내장했다. PC는 혼자 이용하지만 TV는 다르다. 가족들이 공유하는 기기다. TV를 통해 온라인상에 존재하는 정보를 어린 아이 구분없이 리모컨 조작으로 쉽고 간편하게 이용하도록 하고 싶었다. PC에서 인터넷을 사용하는 것보다 훨씬 간편해졌다는 것이다. 원하는 정보를 찾기 위해 마우스를 여러 번 클릭해야 하는 수고를 덜어 뉴스와 증권 영화를 내려받아 보기까지 리모컨 버튼 하나면 되도록 했다. 켜져 있는 시간을 늘리는 방향으로 TV 사업을 가져가기 위해서는 방송국이 일방적으로 제공하는 프로그램만으로는 한계가 있다. 화상 통화 등 다양한 커뮤니케이션이 가능한 TV를 만들어 낼 것이다.

모바일 분야의 마지막 승부처라는 '스마트폰'이 부상하면서 화면과 인터페이스 경쟁이 한층 치열해질 것으로 보인다. 모토로라·노키아 등은 올해 CES에서 UI와 화면에 역점을 둔 신제품을 내놓았다. LG전자도 3세대 터치폰인 와치폰을 내놓고 주도권 경쟁에 포문을 열었다. 먼저 화면 크기 면에서는 2.5인치로 시작해 3.2인치까지 나온 상황이다. 해상도에서도 240×320에 이어 320×480, 최근에는 480×640 모델까지 선보였다. 멀티미디어 기능이 확대되면서 소리까지 '돌비 사운드'를 지원할 정도로 고성능 휴대폰이 명함을 내밀었다. 휴대폰으로 이동하면서 TV까지 볼 수 있는 '모바일TV' 관련 제품도 주목을 받아 휴대폰 시장도 점차 기능 위주의 제품이 두각을 보일 전망이다.