

LG전자 - Google 제휴 모색하나

며칠 전 흘러나온 구글의 LG전자 지분 인수설이 LG전자측의 부인으로 일단락됐으나 국내 정보통신 기술(ICT) 업계 일각에서는 여전히 양사의 제휴 가능성에 관심을 집중하고 있다.

최근 업계에 따르면 LG전자가 구글이 자사의 지분 일부를 인수할 것이라는 내용을 담은 증권가 정보가 전해 사실이 아니라고 일축했음에도 불구하고 상당수 업계 관계자들은 LG전자와 구글 사이에 “여전히 뭔가 있다”는 시각을 거두지 않고 있는 것으로 전해졌다. 업계 일부에서는 LG전자의 과거 사례를 들여다보면 구글의 지분 인수설이 헛소문만은 아닐 것이라고 주장하고 있다.

이동통신 업계의 한 관계자는 “LG전자는 국제통화기금(IMF) 외환위기 직후인 1999년에 네덜란드 가전업체 필립스에 LCD 지분 50%를 매각해 16억 달러의 외자를 유치한 전례가 있다”며 “이번에도 구글과 비슷한 방식의 제휴를 검토하는 것이 아니냐는 게 ICT 업계의 예상”이라고 말했다.

필립스와의 합작을 주도했던 구본무 LG그룹 회장은 당시 “외자유치를 통해 단순한 재무구조를 개선하는데 그치지 않고, 세계 우수 기업들과의 전략적 제휴를 통해 세계적인 경쟁력을 확보하려는 것”이라고 밝힌 바 있다.

‘구글의 LG 지분 인수설’

LG전자 부인에도 관심

LG전자 사업부진 타개

“모바일·TV 협력 여지”

이 관계자는 “미래의 대표 먹거리로 떠오르고 있는 사물인터넷(IoT) 시장을 선점하려는 ICT 업계의 각축이 치열하게 전개되고 있는 가운데 구글과 LG전자가 모바일, TV 등에서 협력할 여지가 많다”며 “최근 주력 사업 부문의 부진에 빠진 LG전자로서도 돌파구가 필요해 이번 구글의 LG전자 인수설이 일회성(소문)으로 끝나지 않을 것 같다”고 내다봤다.

LG전자와 구글은 사실 지금도 긴밀한 협력 관계를 유지하고 있다. 두 회사는 지난해 11월에 기존 특허는 물론 2023년까지 향후 10년간 출원하는 특허에 대한 공유(크로스라이선스) 계약을 맺는 등 최근 부쩍 전략적 협력 관계를 강화해왔다.

이 계약에 따라 LG전자는 구글의 스마트폰 운영체제(OS)인 안드로이드 시스템부터 데이터 처리, 정보

보안 등에 대한 구글의 특허를 자사의 스마트폰, 태블릿PC, 웨어러블 스마트기기, IoT 등의 사업 분야에서 적극적으로 활용할 수 있다.

두 회사는 지난 6월에는 ‘올레드(OLED·유기발광다이오드) TV 디지털 마케팅 협력 선포식’을 열어 LG전자의 올레드 TV의 흥행을 위해 구글의 검색과 유튜브 등 다양한 디지털 마케팅 플랫폼을 활용하기로 합의하기도 했다.

업계의 또 다른 관계자는 “구글의 LG전자 인수설은 이처럼 두 회사의 협력 관계가 점점 깊어지는 상황에서 최근 LG전자의 사업 난조가 맞물리며 시장에 그럴 듯한 시나리오로 받아들여진 부분이 있다”며 “모바일, TV 등 홈엔터테인먼트 사업이 동반 부진을 겪고 있는 LG전자로서는 위기를 타개할 계기가 필요하고, 구글도 IoT 사업에서 초반부터 주도권을 잡으려면 기전회사와 손잡는 게 필요한 상황”이라고 지적했다.

그는 “ICT 업계는 워낙 빠르게 변화하는 곳이고, 최근 미래 먹거리를 선점하기 위한 업체들끼리의 합종연횡도 더 빈번해지고 있다”며 “두 회사를 둘러싼 소문이 향후 현실화될지 여부는 아무도 장담할 수 없을 것”이라고 덧붙였다.

/연합뉴스

국내 모바일게임 업체들 해외시장 공략만이 살길

국내시장 성장 한계 봉착

투자유치·외국업체와 협업

“해외 게임을 들여다보면 볼수록 한국 게임이 설 자리가 부족하겠다는 위기를 느낀다” (방준혁 넷마블게임즈 의장).

넷마블게임즈(넷마블) 창업주인 방 의장은 최근 입만 열면 ‘글로벌 위기론’을 강조했다. 부도 직전의 넷마블을 다시 맡아 국내 모바일 업계 1위로 올려놓기 무섭게 그의 눈은 해외로 향했다. 지난해 중국 게임업체 텐센트로부터 5300억원에 달하는 투자를 받은 데 이어 올해 초 엔씨소프트와 협업하기로 한 것도 본격적인 글로벌 진출을 위한 포석이었다.

전 세계 게임 시장의 흐름은 모바일로 넘어가고 있다. 모바일 게임시장 규모는 올해 263억 달러로 전체 게임시장의 30%, 2년 뒤에는 34%까지 성장할 것으로 전망된다. 국내 모바일 게임산업이 본격적인 성장세에 들어선 건 2년밖에 되지 않았다. 4세대(4G·LTE)까지 진화한 이동통신기술에 최첨단 사양의 스마트폰, 태블릿 등 모바일 기기가 박자를 맞추는 결과다. ‘무겁고 느린’ PC온라인 게임보다는 모바일 게임이 해외 진출에 더 용이한 점도 작용했다.

최근 한국콘텐츠진흥원에 따르면 2013년 국내 모바일게임 시장 매출 규모는 2조3000억원으로 전체 게임시장의 4분의 1 수준까지 치고 올라왔다. 전년보다 성장률은 무려

191%에 달했다. 그러나 폭발적인 성장세는 오래가지 못했다. 이듬해인 2014년 성장률은 4.2%로 고꾸라졌고 올해 성장률도 2%가 채 안 될 것으로 추정된다. 내년에는 아예 성장률이 마이너스로 돌아서면서 시장 규모는 다시 2조원 초반대가 될 것으로 전망된다. 시장이 꽃 피운 지 불과 3년 만에 성숙기에 돌입한 것이다.

스마트 기기의 보급률이 포화상태에 달하면서 모바일 게임의 확산 속도도 한계에 이르렀지만 여전히 ‘한방’을 노린 모바일 게임인들이 속속 생겨나면서 경쟁이 치열해진 탓이다. 이는 고스란히 마케팅 비용 증가로 이어져 제살을 깎아 먹는 역효과도 나타났다.

넷마블을 비롯해 컴투스, 게임빌 등 국내 대표 모바일 게임업체들이 일찌감치 해외시장 공략에 나선 것은 이 때문이다. 특히 정부 주도 하에 글로벌 모바일 게임사의 성공 사례와 노하우를 적극적으로 벤치마킹하고 나선 중국 게임업체들의 약진에 국내 업체들로서는 글로벌 진출 속도를 높일 수밖에 없었다.

디지털미디어·마케팅 솔루션 전문기업인 DMC미디어는 최근 펴낸 보고서 ‘모바일 게임시장의 현황과 전망’에서 “국내 게임시장의 규모가 최고점에 다다른 것으로 평가되는 만큼 지속적인 성장을 위해서는 글로벌화를 통한 해외 진출과 질적 성장이 불가피하다”면서 “성공적인 해외 시장 정착을 위해 철저한 현지 시장조사를 통한 로컬화가 선행돼야 한다”고 조언했다.

/연합뉴스

금주의 추천앱

새로운 촬영방법으로 각광받는 무인항공기 드론이 대중에게 널리 보급되고 있다. 하지만 세 부사항에 대해 잘 알려져 있지 않아 많은 이들이 궁금해 하는 것이 사실이다. 오늘은 앱을 통해 여러 종류의 드론을 살펴본다.



DJI Pilot 제작: DJI TECHNOLOGY CO., LTD. 사용기: 아이폰
최고의 가성비로 자랑하는 드론 ‘팬텀 3’를 스마트폰으로 조종하는 앱. ‘팬텀3’는 100만원대 가격으로 높은 비행안전성을 제공하며 TV방송급 영상 촬영이 가능. 고장수리시 장기간이 소요.



FreeFlight 3 제작: Parrot SA. 사용기: 아이폰, 안드로이드
‘비바드론’은 안정성을 고려한 디자인으로 인기이며, 애플리케이션에서 제공하는 독특한 인터페이스로 초보자도 쉽게 조종이 가능. 앱으로 조종 시 180도의 광시야각을 제공해서 촬영의 재미를 더한다.



Nine Eagles 제작: loulis. 사용기: 아이폰, 안드로이드
‘갤럭시비저터 6’는 퍼포먼스에 초점을 맞춘 드론과 애플리케이션을 제공한다. 와이파이가 카메라를 통해 앱에서 비행 영상을 실시간으로 확인할 수 있다는 점이 특징이고 가격도 비교적 저렴하다.

DESIGN **ZOOS** 제공: 디자인주소 (대표 정우주 tiger@designzoos.com)



삼성전자 200만원대 SUHD TV 삼성전자가 저렴한 가격대의 프리미엄 SUHD TV를 시장에 내놓자 주간 판매량이 1500대를 돌파했다. SHUD TV 가운데 주력 모델인 JS7200시리즈는 200만원대에 구입이 가능하다. <삼성전자 제공>

“어린이 고객 잡아라”

‘T키즈폰’ ‘올레 푹푹’ 등 이통3사, 전용 서비스 출시

어린이 전용 통신 서비스가 인기를 끌고 있다. 포화 된 국내 시장의 돌파구 중 하나로 이통통신사들이 ‘어린이 고객’을 공략하는 것이다.

최근 업계에 따르면 이통통신 3사는 경쟁적으로 어린이 전용 통신 서비스를 출시하고 있다. 웨어러블 기

기와 애플리케이션부터 어린이집 차량 추적 서비스까지 종류도 다양하다.

SK텔레콤의 ‘T키즈폰’은 대표적인 히트 상품이다. T키즈폰은 손목시계 모양의 웨어러블 기기다. 30명의 전화번호를 저장해 통화할 수 있다. 아직 한글을 읽지 못하는 어린이도 음성으로 녹음하거나 이모티콘을 사용해 메시지를 주고 받을 수 있다.

부모는 스마트폰 애플리케이션으로 T키즈폰을 착용한 자녀의 위치를 실시간 확인할 수 있다.

SK텔레콤은 T키즈폰을 한 차례 업그레이드해 출시했다. 누적 가입자가 20만명을 훌쩍 넘은 것

으로 전해졌다. 최근에는 아예 부모와 자녀 간의 사물인터넷 생태계 조성을 표방하고 나섰다.

경쟁사 KT도 T키즈폰에 맞선 스마트 워치 ‘올레 푹푹’을 내놨다. 올레 푹푹은 목걸이 형태로 착용할 수 있고 무선 충전이 되는 것이 장점이다. 음성 통화, 메시지 송·수신, 위치 확인 등 기본적인 기능은 다른 어린이 전용 제품과 비슷하다. LG유플러스는 어린이집 통학 중에 사고가 자주 발생하는 점에 착안해 ‘LTE 블랙박스 키즈 알리미’를 출시했다. 이 서비스를 사용하면 부모가 어린이집 차량의 이동 경로와 현재 위치를 앱으로 볼 수 있다.

/연합뉴스

대한민국 모두가 **몸신이 되는 그 날까지!**

나는 몸신이 **이다**

이홍식 엄영란
조인희 변우민

MC / 정은아

CHANNEL A

[광주] 남구 서구 광산구 동구 북구 (CMB) **18**

[광주] 동구 북구(광주방송) **20**

순천 여수 여천 광양 고흥 **14**

나주 화순 보성 담양 구례 곡성 **18**

목포 신안 무안 강진 완도 **16**

해남 영암 진도 장흥

스카이라이프 **13**

IPTV **18**

꿈을 담은 캔버스 **채널A**

www.ichannelA.com