

CES 2022

[기업 전략 관점에 집중한, ONLINE으로 참석한 CES 2022]

신동형

RSUPPORT

Version 1 [2022.01.11]

“편안하게 활용하시고 많이 공유해 주세요. 단, 인용시 반드시 출처를 밝혀 주십시오”

신동형(申东亨)



- 시스템릭 혁신 관점([책LINK](#))에서 5G([보고서LINK](#))와 6G([보고서LINK](#))의 전문성을 바탕으로 XR([자료LINK](#)), IoT, AI 그리고 메타버스가 가져올 새로운 세상 변화([책LINK](#))에 대해 관심을 갖고 연구, 소통, 사업화 관심
- (現) 알서포트 전략기획팀장
- (前) 게임 소셜 미디어 게임덕 대표이사
- (前) LG 경제연구원 산업부문 책임연구원
- (前) 서울대학교 경영대학 석사
- (前) 삼성전자 무선 사업부
- CONTACT
 - Facebook([Link](#)), LinkedIn([Link](#)), Instagram([Link](#))
 - NAVER Blog([Link](#)), Brunch([Link](#)), 강연이력([Link](#))
 - donghyung.shin@gmail.com, 010-2202-8761

해당 자료는 <변화 너머> 책을 정리한 내용으로, ‘스마트폰 너머’, ‘메타버스 너머’ 변화의 핵심이 될 XIA가 2040년까지 사람들, 그리고 사회·경제를 포함한 세상 변화에 대한 내용을 담았음.

책



소개 영상



구매 사이트

- 교보문고 인터넷 ([LINK](#))
- YES24 ([LINK](#))
- 알라딘 ([LINK](#))
- 인터파크 도서 ([LINK](#))
- 영풍 문고 ([LINK](#))
- 커넥츠 북 ([LINK](#))
- 도서 11번가 ([LINK](#))

| INDEX

- I. CES 2022 전반적 개요
- II. CTA의 CES 2022 예측
- III. CES 2022 KEYNOTES
- IV. 주목할만한 PRESS CONFERENCE
- V. 주목할만한 DISCUSSION SESSION
- VI. 기타

| I. CES 2022 전반적 개요

- CES 2022 현황
- DH's Picks, C.E.S. in CES 2022

CES 2022는 「위드 코로나」 시대 진입에 걸맞게 하이브리드 형태로 진행했음. 4만명의 참가자와 2천3백여개 전시업체가 오프라인에 모였으며, 총 참여인원은 18만명임.

HYBRID 형태로 진행



CES 2022 오프라인 행사장



참여 현황

	CES 2022 (After COVID)	CES 2019 (Before COVID)
전시장 참가자	40K	180K
전시 업체	2.3K	4.5K
총 참여자	180K	N/A

※ Source : CES 2022 closes its hybrid show, touting 40,000 attendees despite many going digital(CNET, 2022)([LINK](#)), CES 2022 tech show goes hybrid with new gadgets featured at in-person and virtual events(USA TODAY, 2022)([LINK](#))

2. DH's Picks, C.E.S. in CES 2022

① 개요

「위드 코로나」라는 새로운 사업 환경 속에서 기업들은 어떻게 대응할 것인지? 「혼돈」의 상황에 빠질 수 밖에 없음. 이에 「친환경」, 「공간의 재정의」를 통해서 사업 확장의 기회를 모색할 수 있음.

CES 2022 전반에 대한 키워드와 내용

시사점

C	Chaos	<i>위드 코로나 시대 사업환경 복잡성 증대</i>	<ul style="list-style-type: none">• ALL DIGITAL, 단절과 격리 시대였던 코로나 시대를 넘어 「위드 코로나」 시대 기업·사업 환경의 혼돈·복잡성 증대를 여실히 보여줬음.	<ul style="list-style-type: none">• 「위드 코로나」 시대 기업들의 대응 전략의 혼란한 상황 미리 예상 가능 예) 기업 환경 복잡성 증대로 전략 및 영민한 대응이 중요
E	Environment	<i>친환경에 대한 기업의 또는 사회적 고민</i>	<ul style="list-style-type: none">• ESG, 미래 사업 방향성과 환경 대응 관점에서 친환경은 떨레야 떨 수 없는 화두임.	<ul style="list-style-type: none">• 기업들은 ESG, 전기화의 확장 및 에너지라는 관점에서 친환경을 사업·제품 전략에 포함시킬 뿐만 아니라, 새로운 시장 기회 찾아야
S	Space	<i>공간의 확장 및 한계·제약 제거</i>	<ul style="list-style-type: none">• 제공하는 상품 가치의 공간을 재정의 하거나 또는 사용자의 공간적 제약을 제거하는 관점에서 사업 확장 꾀함.	<ul style="list-style-type: none">• 상품 가치의 공간, 사용자의 공간을 재정의함으로써 새로운 사업 기회를 도출할 수 있음.

「위드 코로나 시대」에 CES 2022라는 똑같은 행사에 대해서 기업들이 저마다 각기 다르게 대응하는 모습을 보임. 이는 「위드 코로나 시대」를 직면한 기업들이 혼돈의 상황에 있다는 것을 볼 수 있음. 이에 전략에 대한 고민과 환경에 맞는 영민한 대응이 필요할 것임.

KEYWORD

C

Chaos
(혼돈·혼란)

Complication
(복잡성)

Complexity
(복잡해서 어려움)

현상

삼성

오프라인 행사,
전통적인 방식으로



- 원래 방식대로 키노트 스피치는 언론 등이 모인 실제 공간에서 소개

GM

오프라인 행사,
키노트 온라인으로



- 핵심 키노트 스피치 임에도 불구하고 오프라인 행사장에서 진행하지 않음.

LG

오프라인 행사 오더라도
온라인으로 체험을



- 실제 제품·조형물이 없어 모바일로 접속하여 가상으로 체험

친환경에 대한 관심은 다양한 관점에서 확산되고 있음. 전자 업계는 ESG 관점에서, 자동차 업계는 친환경 전기화라는 미래 방향성 관점에서, 그리고 사회적 관점에서는 전기 에너지 소비 확대에 따른 준비·대응 관점 등 다양한 관점에서 친환경화가 확산되고 있음.

KEYWORD

E — Environment
(친환경)

현상

삼성

ESG 관점에서 접근



- 탄소 배출 감소, 제품 생애주기 전단계에 걸친 친환경화, 미세 플라스틱 배출 저감, 대기전력 제로화

GM

더 안전한 세상 지향



- 더 깨끗하고 안전한 세상을 위해서 교통사고 제로, 탄소 배출 제로, 교통체증 제로 등 트리플 제로를 선언함.

스마트 홈·시티

전기화 확대에 따른 대응



- 스마트홈의 핵심 테마는 에너지 소비·절약·관리임.
- 스마트홈의 확대에 따라 에너지 관리 대상이 개별 가구에서 MDU 등으로 확대

향후 더 많은 전자기기 및 배터리 활용이 예상되는 가운데, 전력 생산·저장·전송·활용 전반에 걸친 시스템 점검이 필요함. 원자재 등의 글로벌 공급망 이슈가 있는 상황에서 전기화라는 시장 변화가 멈출 수도 있기 때문임.

KEYWORD

E — Electricity
(전기화)

현상

전자기기의 전력 소모에 관심

- 삼성전자는 2025년까지 TV 등 디스플레이 제품과 스마트폰 충전기의 대기전력을 제로에 가까운 수준으로 만들겠다는 목표를 공개함.
- 하이센스는 지속적으로 에너지 효율성이 높은 제품을 개발·제조 하겠다는 목표를 갖고 있으며, 이번에 발표한 **Laser TV**가 해당함.

배터리를 통해 전기화 확장 중인 자동차

- GM은 얼티움 전기차 플랫폼을 기반으로 전기차 시장 공략 확대
- 주행거리를 크게 늘려서 전기차의 보편화가 더욱 확대 예상
 - 벤츠는 한번 충전으로 1,000km 달리는 콘셉트카 EQXX 공개
 - GM은 한번 충전으로 644km 달리는 실버라도 EV를 공개

- 전기차 확대에 차량 산업에서 발생한 반도체 품귀 및 한국에서 발생한 요소수 부족 현상 등 관련 원자재 및 인프라의 문제 발생이 가능한 상황임. 예를 들어 ①배터리 관련 원자재, ②전력원 및 송전 인프라가 예가 될 수 있으며, 이를 선제적으로 점검하고 방안을 수립 및 대응이 필요함.

기업들이 자사가 제공하고 있는 상품 가치의 공간을 재정의 또는 사용자의 공간적 제약을 제거하는 관점에서 사업 확장을 꾀하고 있음.

KEYWORD

S — Space(공간)

현상

현대 자동차

메타 모빌리티



- 사용자의 경험이 가상·로봇을 통해서 확장되는 등 로봇이 경험의 새로운 공간적 확장을 도래할 예정

LG

가정 속 경험→모빌리티



- 집이라는 공간이 제공하는 안정감·편안함을 차량, 오피스로 확대
 - 이동수단이 집이 될 수 있음.

SONY

표현·경험의 공간제약 제거



- Virtual Production 등 크리에이터가 가상 공간을 통해 창조에 있어 공간적 제약을 제거, Vision-S를 통해 엔터테인먼트 경험을 모빌리티로 확대

일반적으로 CES 등과 같은 전시회는 ①전시 등 마케팅, ②최종 대면 계약, ③당해 트렌드 분석 등 3가지 목적이 큼. CES 2022는 전시장 참가자 수가 감소했음에도 불구하고, 한국 기업의 전시장 참가는 역대 최고였었음.

전시회 현황

현상

S — South Korea

	CES 2022 (After COVID)	CES 2019 (Before COVID)
<u>전시장 참가자</u>	40K	180K
<u>전시 업체</u>	2.3K	4.5K
<u>(한국)</u>	(0.5K)	(0.4K)
<u>총 참여자</u>	180K	N/A

- 코로나19 바이러스도 멈추지 못하는 한국인의 목숨 걸고 일하는 그 기상을 잘 보여줬음.

- 신종 오미크론 변이 확산으로 미국 기업인 아마존, 구글, 메타(구 페이스북), 티모바일 등이 기조연설, 전시와 시연 포기
- 미국 기업인 GM도 대면 행사 중단

- 전시장 참가자가 전체 참가자의 22% 수준 임에도 불구하고 한국 전시업체는 증가한 상황임. 향후 CES 지원에 대한 유동적 대응과 효율성 향상에 대한 고려가 필요

| II. CTA의 CES 2022 예측

- 테크 제품 현황
- CES 2022 4대 키워드

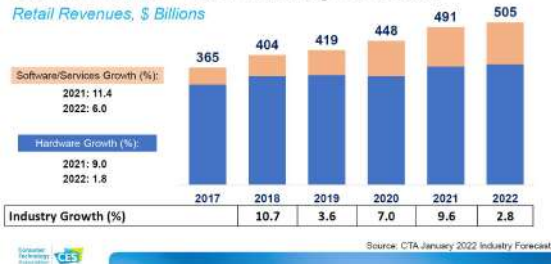
코로나19 시대에도 소비자용 테크 제품의 성장세는 지속되고 있으며, 프리미엄에 대한 선호가 증가하고 있음.

코로나19 시대에도 소비자 기술 영역은 성장

Technology Demand Remains Strong



U.S. Consumer Tech Industry Forecast



프리미엄에 대한 선호 증가

Consumers Level-Up Their Tech



Global Spending Growth of Premium Brands

Global, YTD Sept 2021 / Key Technical Consumer Goods product groups



※ Source : CES 2022 Trends to Watch(CTA, 2022)(LINK)

CTA가 예측한 CES 2022의 핵심 4대 트렌드는 ①운송, ②우주 테크, ③지속가능지원 기술, ④디지털 헬스 등임. 이 중 키노트 스피치에서는 전기차, 스마트홈, 디지털 헬스부분이 선보임.

CTA가 예상하는 4대 핵심 트렌드



Transportation

- 전기차
- 소형 이동수단
- 자율주행차



Space Tech

- 상업용
- 커뮤니케이션
- 관광?



Sustainable Technology

- 대체 에너지
- 푸드 테크
- 스마트 시티
- 스마트 홈



Digital Health




















- 웨어러블
- 정신건강
- 치료법
- 디지털 솔루션

| III. CES 2022 KEYNOTES

- 발표 현황
- 삼성전자
- GM
- Abbott

CES 2022 KEYNOTE는 전년과 다르게 온라인과 오프라인을 함께 하는 하이브리드 방식이었으며, 총 참가자는 18명으로 같으나, 여성 참여자는 1명이 감소한 8명임.

KEYNOTES SPEAKER & PANELS

전자 SAMSUNG 	 		운송·자동차  	헬스케어  	유통·상거래 				
									

※ Source : CES 2022 KEYNOTES([LINK](#))

삼성전자는 친환경, 새로운 세대, 그리고 연결 환경 등을 강조하며, 제품 자체보다는 ①기업의 사회적 가치, ②세대와 연결성 등 미래 중심적 메시지를 전달함.

ENVIRONMENT



- 탄소 배출 감소
 - 카본 트러스트 등 탄소 저감 인증
 - 재활용 소재 활용
- 전 단계에 걸친 친환경화
 - 포장, 폐기 단계까지 친환경화
- 미세 플라스틱 배출 저감
 - 파타고니아와 기술 개발 협력

NEXT GENERATION



- Future Generation Lab 직원이 진행
 - 다양성을 가진 20대 직원이 주축
- 고도화된 연결 사회를 주도하고 있는 MZ세대 시각에서 제품 개발·마케팅
 - 더 프리스타일(프로젝터), 게이밍 허브와 오디세이 아크(게임), 비스포크화(#YouMake 프로젝트)

CONNECTIVITY

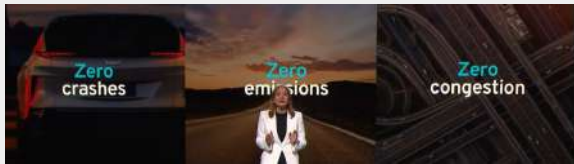


- 스마트싱스 허브 소프트웨어
 - 2022년 출시 예정인 TV, 모니터, 냉장고 등에 적용돼 별도 IoT 허브 없이 스마트 홈 환경 구현
- HCA(Home Connectivity Alliance) 발족
 - 가전 기업들이 모여 IoT 표준 정립

※ Source : “미래를 위한 동행”, 기술 혁신을 통한 공존(삼성, 2022)([LINK](#))

GM은 차체 및 산업 혁신을 이끌어 모든 이들의 일상을 혁신할 플랫폼 혁신기업으로 전환을 천명함.

플랫폼 혁신 주도



- 트리플 제로를 통한 깨끗하고 안전한 모빌리티 환경을 주도
- 플랫폼 혁신가로 거듭날 것을 선포함.
 - H/W와 S/W 플랫폼을 통해 모든 이들의 일상을 혁신하고 완전히 전동화 된 미래를 이끔

차체 플랫폼화



- H/W와 S/W의 플랫폼화
 - 얼티엄(전기차 전용 H/W 플랫폼), 얼티파이(클라우드 기반 S/W 플랫폼)
- 플랫폼의 확산
 - 독자 플랫폼 개발이 어려운 제조사에게 공급하여 새로운 수익원화
 - 혼다에서 활용 예정임.

산업 혁신



- GM은 특히 전기차의 주요 성장 영역으로 상용차 시장을 주목
 - 전기차를 활용해 물류를 더욱 효율적으로 배송
- GM의 물류 시장 확대 가속화
 - 월마트에 오는 2040년까지 브라이트드롭의 EV600 및 소형 EV410 전기 배송 밴 5000대를 제공 예정
 - 페덱스에는 2021년 500대 계약에 이어 전기화물차 2000대를 추가 제공 예정

얼티엄(Ultium)

- 대형 파우치 형태의 셀을 배터리 팩 내부에 가로 혹은 세로로 배치할 수 있는 차별화된 구조로 설계
 - 세단, 스포츠유틸리티차 (SUV), 상용차 등 다양한 형태의 차량에 유연하게 대응 가능
- 특히 배터리 셀의 제조가 수직적으로 통합돼 타 제조사에도 라이선스 기술을 제공할 수 있어 새로운 수익원으로 가능

얼티파이(Ultifi)

- 사용자가 스마트폰 애플리케이션 연동을 통해 무선으로 차량 소프트웨어에 접근할 수 있도록 개발됨.
 - 안면인식으로 시동을 걸 수 있고, 클라우드 연결을 통해 도로 인프라와 실시간으로 연결 예정

헬스케어 기업으로 CES에서 키노트 발표를 한 최초 기업인 Abbott는 의료의 미래가 병원을 넘어 개인으로 가고 있다고 강조하고 그에 대한 자사의 제품을 소개함.

Abbott CEO, Robert B. Ford



기술의 의료 기여

- 기술은 의료를 디지털화, 평등화, 민주화하고 개인의 건강을 스스로 지킬 수 있는 힘을 제공함. 그리고 개인화 및 정확성을 더 높이는 기술이 현재 진행 중임.
 - 적시에 적절한 테스트를 실시할 수 있도록 해서 스스로 건강을 지킬 수 있어야 함. 그 예로 의료의 불확실성을 줄이는 방법이 테스트인데, 의학적 결정의 **70%**는 진단 결과이기도 함. 신속한 테스트를 통해 마음의 평화와 실행 계획 수립이 가능함.
 - 미래에는 간단한 테스트를 가정에서 스스로 진행할 수 있도록 진단키트가 널리 보급될 것이며, 그 결과를 바탕으로 의사와 상담이 진행될 것임.
- 데이터 수집을 통해서 실시간 건강 파악하고 관리하여 스스로 건강을 더 잘 지킬 수 있는 기반이 마련되고 있음.

| IV. 주목할만한 PRESS CONFERENCE

- 현대 자동차
- LG
- SONY
- QUALCOMM
- INTEL
- AMD

현대 자동차는 자동차를 넘어 로봇틱스 관점에서 이동, 이동체, 로봇을 접근했음. ① 사람이 가상 속에 있더라도 로봇을 통해 현실에서 이동 가능하고, ② 사물에 이동성을 부여하여 이동체화하고, ③ 지능형 로봇이 함께 공존 및 활동을 대신하는 관점에서 접근함을 표방함.

CES 2022의 메시지



- 이동 경험의 확장
 - 로봇틱스 관점에서 이동·차량·로봇 접근
 - 로봇틱스를 인간의 한계를 극복하는 차원을 넘어 모든 사물에 이동성을 부여하고, 더 나아가 가상과 현실의 경계를 허무는 매개체이나 신개념 모빌리티로 정의

이동 경험 확장을 위한 3가지 AGENDA

메타 모빌리티

사용자의 경험이 가상·로봇을 통해 확장

- 가상 공간에서 가능했던 상상적 경험이 자동차, UAM(도심 항공 모빌리티) 등과 같은 모빌리티가 현실과 가상을 연결하는 접점이 되고, 로봇틱스가 그 매개체가 될 것임.

MoT

사물에 이동성을 부여하는(Mobility fo Things)



Plug&Drive Module
(모든 사물에 이동성 부여)



Drive&Lift Module
(로봇을 통해 이동영역확대)

지능형 로봇

외부 환경 변화에 사람처럼 지능적으로 상호작용하는 로봇

- 인간과 가장 유사한 형태의 움직임이 가능한 아틀라스, 신속한 물류 처리를 위한 스트레치, 각종 센서와 카메라 등을 탑재한 스팟 등이 인간의 업무를 대신할 수 있을 것임.

※ Source : 현대자동차, CES 2022에서 로봇틱스 비전 발표(HMG JOURNAL, 2022)([LINK](#))

LG는 기존의 가전 영역에서는 개인화와 편의성을 중심으로, 그리고 그 경험을 모빌리티 속으로 가져가겠다는 포부를 선언함.

LG의 방향성



- 가정에서 모빌리티로 확장해 공간의 한계를 없애고, 일상의 불편함을 없애는 혁신을 지향

가정(개인화&편의성)



- LG씽큐를 통해 편의성 증진
 - 공기청정기, 냉장고, 오븐 등 가전을 연결성을 기반으로 사용 편의성 극대화
- 개인 취향에 맞는 제품
 - LG 티운(식물생활가전), 스탠바이미(이동형 무선 스크린)

모빌리티



- 가정이 가져다 주는 안정감·편안함을 차량, 오피스로 확대하려는 전략
 - LG 옴니팟이라는 미래 자율주행차의 콘셉트 모델을 통해서 자동차가 이동 수단에서 집으로 진화할 수 있음을 보여줌.

※ Source : [CES 2022] LG전자가 말하는 모두가 누릴 수 있는 더 나은 일상(LG, 2022)([LINK](#))

SONY는 엔터테인먼트의 공간적 제약을 없애고 확장할 것임. 크리에이터가 공간적 제약을 받지 않도록 하고, 또 엔터테인먼트의 공간이 모빌리티 공간으로 확대를 꾀하고 있음.

SONY의 CES 2022 메시지



- 엔터테인먼트의 미래를 함께 창조
 - 엔터테인먼트 강점을 기반으로
 - ①영화와 게임을 연계,
 - ②크리에이터와 팬을 통한 엔터테인먼트 영역 확대,
 - ③모빌리티도 엔터테인먼트 공간으로 확대

내용

크리에이터를
날아오르게

- Virtual Production(가상을 통한 공간 제약 제거)
 - Crystal LED(스크린), VENICE2(카메라)
- Airpeak(드론 카메라; 공중의 표현 제약 제거)
- 소니 엑스페리아

팬 커뮤니티를
더 크게

- PS VR2 출시(소니 제품 중 팬덤을 기반한 제품)
 - 4K HDR, 110도 시야각 기기 및 새로운 컨트롤러 등
- 가상 공간에서 팬 커뮤니티 구현
 - 비전 기술 기반의 호크아이를 기반으로 맨체스터와 PoC

지구를
더 나은 곳으로

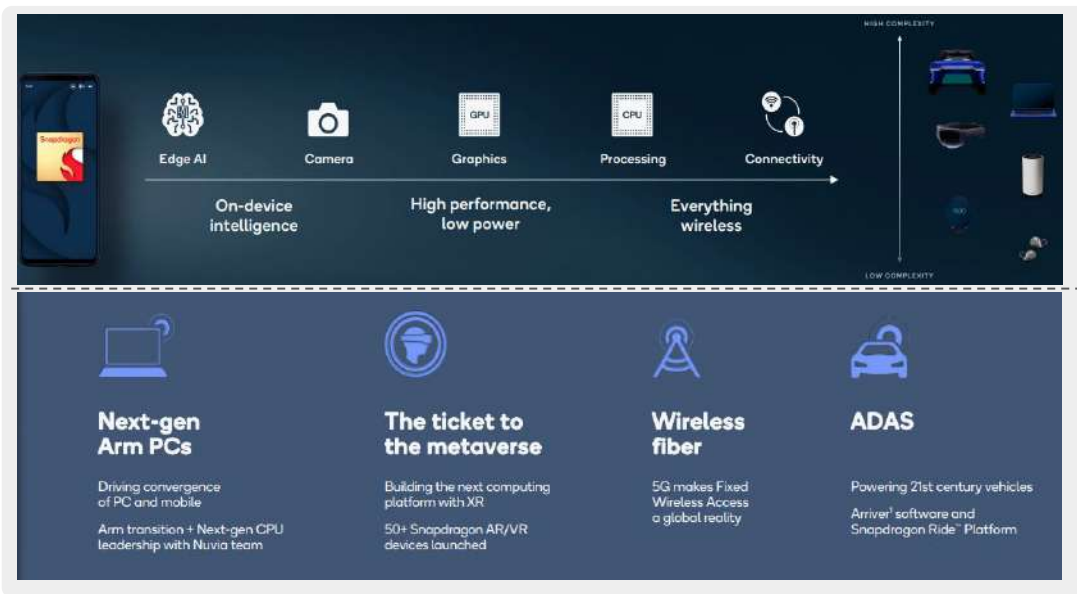
- 세상을 더 활기찬 곳으로 만들기 위한 전기차 사업
 - 이동 공간을 모빌리티의 공간으로 전환하기 위해서 AI와 로봇을 활용
 - SONY MOBILITY 설립

※ Source : SONY SQUAR(SONY, 2022)([LINK](#))

QUALCOMM은 PC, XR기기 및 5G와 자동차 시장으로의 확대를 공고히 할 것을 표명했음.

QUALCOMM의 CES 2022 PRESS CONFERENCE 자료

시사점



- QUALCOMM은 3가지 성장 기술 동인을 바탕으로의 엣지 AI, 카메라, 그래픽, 프로세싱, 연결성 확대
 - 기기 내 인공지능 (On-device Intelligence)
 - 고성능저에너지 (High-Performance, low Power)
 - 연결성 강화 (Everything wireless)
- 4가지 핵심 시장 영역으로 집중
 - PC 시장 전환 (CISC → RISC 방식) 및 확대
 - XR을 통해 METAVERSE 시장 관문 잡기
 - 5G 확대
 - ADAS를 통해 (자율 주행) 자동차 시장 확대

※ Source : CES 2022 Press Conference(Qualcomm, 2022)([LINK](#))

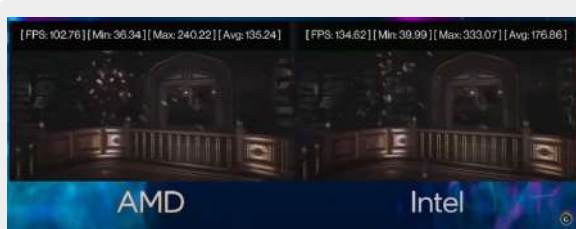
INTEL은 CES 2021 CEO 교체 이후 CES 2022에서 CPU 시장에서 AMD와 경쟁 본격화와 GPU 및 자율 주행시장으로 확대를 강조했다.

INTEL의 CES 2022 메시지



- INTEL은 CPU 영역에서 AMD를 앞서고
 - CES 2021의 AMD로 부터 받은 수모에 대한 반격
- CPU 이외 영역인 GPU 및 자율 주행차용 SoC 시장 진입을 본격화

CPU



- 12세대 인텔 코어 프로세서 제품군 선보임.
 - 성능 코어와 효율 코어로 구분된 아키텍처로 설계되어 고성능과 저전력을 동시에 만족

GPU + 자율주행용 SoC



AMD는 고성능 컴퓨팅 시장에서의 우위를 바탕으로 GPU 시장 및 다양한 산업영역으로 확장해 나가고 있음.

AMD의 CES 2022의 PRODUCT PREMIERE 행사 메시지

HIGH PERFORMANCE COMPUTING LEADERSHIP



- PC 시장의 고성능 컴퓨팅 시장을 기반
 - 노트북(모바일), GPU, 데스크탑



- 고성능 컴퓨팅이 필요한 다양한 영역으로 확대
 - 클라우드, 기업용, PC, 게임, 모빌리티, 모바일 등

| V. 주목할만한 DISCUSSION SESSION

- NFT
- 5G와 공공
- SMART CITIES
- SMART HOME
- FITNESS

NFT가 작품(ART)를 작품(ART) 시장 생태계에 획기적인 변화를 가져옴. ①작품(ART)의 일반 투자 대상화, ②작가(ARTIST/CREATOR)의 거래 프로세스 참가 가능, ③기존 작품 거래 가치사슬 붕괴 등이 그 예시가 될 것임.

THEME

How Technology Finally Disrupted the Art Market



Roxy Fata
• COO at Infinite Objects



Jeanne Anderson
• CEO at Danvas



Lesley Silverman
• Head at United Talent Agency



Ryan Wilson
• Artist at ThankYouX



Vladislav Ginzburg
• CEO at Blockparty

내용

NFT는 작품을 일반 투자대상화

- 과거 작품은 환금성 및 기준 가격 부재 문제로 일반적 투자 대상으로는 제외되었음.
- 이제 마켓플레이스 및 NFT로 인해 환금성·기준가격 가시화
 - 과거 옥션에서 거래되는 1/3만 가시화 → 100% 가시화

NFT는 작가의 작품 거래 프로세스 참여 가능화

- 과거 작가는 첫 판매에서만 수익을 얻을 수 있었음.
- 이제 첫 판매뿐만 아니라 그 다음 판매마다 수익화 가능
 - 매 판매時 추가 로열티 확보 가능
- 직접 고객을 만나, 커뮤니케이션, 거래 및 커뮤니티 생성가능

기존 작품 거래 가치사슬의 붕괴

- 기존 (예술) 작품 판매 생태계를 파괴
 - High Elite 중심의 작가와 큐레이터가 아닌 모두가 참여 가능
- 갤러리 생태계 붕괴
 - 갤러리가 중계하고 50% 마진을 받은 거래행태가 아닌 직접

※ Source : How Technology Finally Disrupted the Art Market([LINK](#))

IoT와 자동화가 중심이 되는 5G 환경에서는 위급·응급 상황 대응은 최초 상황인지, 최초 상황 대응 시나리오가 바뀌어 대응 프로세스(WORKFLOW) 재설계가 필요하며, 동시에 프로세스에 영향을 미칠 수 있는 돌발 상황도 바뀌어 새로운 PLAN B도 필요할 것임.

THEME

5G to the Rescue



Travis Russel
● Head of Cybersecurity office at Oracle



Cory Davis
● Director of Verizon



Julian Mitchell
● Founder at IQ Labs



Chrissie Coon
● CCEO at Mutuallink

내용

4G 환경에서 위급 상황 대응

사람과 스마트폰 중심

- 사람 중심의 Workflow
 - 최초 상황 인지도 사람이 인지한 후 진행 가능
 - 최초 상황 대응도 담당자 중심

- 문제가 생기더라도 사람들이 보완

5G 환경에서의 위급 상황 대응

IoT와 자동화 중심

- IoT가 추가되는 Workflow 재정립 필요
 - 최초 상황 인지 시나리오에 사람 뿐만 아니라 IoT 센서가 추가
 - 최초 상황 대응도 사람 뿐만 아니라 드론 대응 시나리오 추가
 - Workflow 복잡도 증가 및 재정립 **필**
- 전기화·자동화되기 때문에 플랜B 필요
 - 전자기기를 무력화시키는 EMP 상황
 - 지진·홍수 등 통신 기지국이 무력화되는 상황 등

스마트홈 보편화 등으로 현재의 개별 가구와 유틸리티 제공기관의 직접적인 연결에서 향후 타운·MDU 관점의 엣지단에서 한번 걸러서 처리하는 유틸리티 접근이 필요할 수 있음.

THEME

Smart Cities Prepare for Climate Change



Lisa Ann Pinkerton
• CEO at Technica Communications.



Fernando Ramirez
• MD at Hydraloop Systems



Alex Bazhinov
• CEO at Lumin

내용

AS-IS

- 개별 가구 중심으로 에너지 절약·관리
 - 가구별 독립적으로 구축 되는 스마트홈과 태양광 등
- 코로나19 이후 안전 및 안정성 확보를 위해 구축되는 인프라
 - 물·전력 유틸리티 재화 등

TO-BE

- EDGE HUB적인 접근이 필요함.
 - 태양광 등 전력 생성도 개별 가구보다는 타운/MDU* 단위의 접근이 필요함.
 - 전력의 경우 쓰지 않으면 사라지기 때문에 Local에서 소모되는 것이 중요
- 신규 건축과 재생 측면을 나눠서 접근
 - 신축은 처음부터 통합적 유틸리티 자원 활용 관점에서 설계
 - 업그레이드하는 관점에서는 기능 또는 지역별로 통합적 업그레이드 접근 要

※ Source : Smart Cities Prepare for Climate Change([LINK](#))

*MDU : Multi Dwelling Units.

코로나19 이후 가장 각광을 받은 스마트홈은 ①스마트홈 제품군 확대, ②스마트홈 솔루션의 호텔영역으로 확대, ③1가구 관점에서 다가구 관점으로 확대 등 3가지 측면에서 확대되고 있음.

THEME

State of the Smart Home



Samantha Fein Osborne
• VP at Samsung Electronics



Scott Harkins
• VP at Resideo



Blaker Miller
• CEO at Homebase



Dr. Ann Marie Olivo
• Director at Tuya Global



Chris White
• Analyst at Parks Associates

※ Source : State of the Smart Home([LINK](#))

내용

핵심 트렌드

- 에너지 소비·절약·관리
 - 삼성전자가 스마트홈에서 가장 중요하게 생각하는 요소 중 하나
 - 시장 관점에서 에너지 부분이 유럽 스마트홈 개화의 열쇠 가능
- 연결성
 - 연결 상호 호환성이 중요함. 애플, 구글, 아마존 주도의 matter 및 가전 업체 주도의 HCA도 등장함.
 - 연결 사용성 관점에서 APP의 편의성도 연결성의 관점에서 접근

스마트홈의 확장

- 스마트홈 제품군 확대
 - 벽난로, 펫 테크 등 기존 존재하지 않던 제품들 등장 등 제품군 확대
- 홈 → 호텔 영역으로 확대
 - 스마트홈의 제품과 서비스는 호텔 등 숙박 시설로 확대 가능
- 1가구 → 다가구·아파트로 확대
 - 에너지, Wi-Fi, 보안 등은 다가구로 확대할 때 통합 관리를 통한 새로운 가치 발굴 가능
 - 예) 1가구만 온도를 높이는 것보다 건물 전체가 온도 높이는 것이 효율적

FITNESS 시장 확대의 주요 대상인 운동을 하려면 도움이 필요한 사람들을 위해서는 ①접근성 향상, ②운동 자극 확대, ③개인화된 운동 이라는 접근이 필요함.

THEME

Survival of the Fittest(적자생존)



Bruce Smith
• CEO at Hydrow



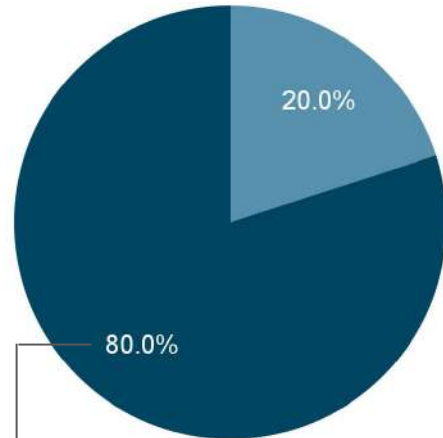
Julie Sylvester
• Producer at Virtual Event Group



Jeff Morin
• CEO at Liteboxer

내용

운동하는 사람들의 타입



운동을 하려면 도움이 필요한 사람들

운동에 도움이 필요한 사람들을 위한 FITNESS 사업 접근

- 접근성 향상
 - 가정 내 FITNESS 기기 도입 확산
 - XR 등 손쉬운 접근 기기 확산
 - ※ 코로나19 시기에 주 1~2회 운동하는 사람들의 평균 운동량이 88% 증가
- 운동 자극 확대
 - 함께 운동(Group Exercise)
 - 게임스럽게 운동
- 개인화된 운동
 - 데이터를 통해 개인화된 프로그램 제공으로 지속적 운동이 가능하게

※ Source : Survival of the Fittest([LINK](#))

| VI. 기타

- CANNON

XR 촬영의 후처리 및 편집 소요 시간을 줄여 일반 개인용 XR 촬영기기 확산의 시발점이 될 수 있음.

VR용 어안렌즈와 S/W



내용

렌즈

RF5.2mm F2.8 듀얼 피시아이

- 풀프레임 미러리스 카메라용 어안렌즈
 - VR 촬영용으로 캐논 풀프레임 미러리스 카메라 EOS R5와 호환되며 EOS R5에 입체 3D VR 캡처를 제공
 - 초점거리 5.2mm로 180도 시야각 확보 가능
 - 센서 하나로 180도 영상 촬영이 가능해 후처리와 편집 소요 시간을 대폭 줄일 수 있음.

S/W

KOKOMO

- 상대방이 촬영한 영상을 XR 헤드셋을 활용해 눈 앞에 있는 것처럼 통화 가능
 - 직접 찍은 XR 콘텐츠 경험 확대

※ Source : [CES 2022]캐논, VR 촬영용 듀얼 어안 렌즈·SW 'AMLOS' 공개(전자신문, 2022)([LINK](#))

감사합니다.

- 해당 자료는 지속 업데이트하고 공개할 예정입니다.
- 사례로 넣고 싶으신 기업 또는 협업하고픈 기업·기관 환영합니다.
- 보고서 또는 책 출간 및 강연 관련 문의는 언제든지 연락 주세요.

신동형

010-2202-8761

donghyung.shin@gmail.com

“편안하게 활용하시고 많이 공유해 주세요. 단, 인용시 반드시 출처를 밝혀 주십시오”