

AWS re:Invent 2022 참석 후기

5가지 주요 내용과 5가지 느낀 점

e 5k race

ertification

Bad

AWS
re:Invent

Badge Pickup

mobizen

11월 28일 ~ 12월 2일까지 Las Vegas에서 진행된
AWS re:Invent에 참석하고 돌아왔습니다.

저는 11월 30일까지만 Las Vegas에 머물렀는데요.
짧은 시간 동안 느꼈던 점을 공유하고자 합니다.

전세계에서 많은 분들이 달려왔습니다.

전체 : 5만명(오프라인), 30만명(온라인)
한국 : 1700여명
KB : 80여명



Today's Leadership Sessions
 VENETIAN | LEVEL 5 | VENETIAN BALLROOM B
 11:30 AM - 12:30 PM

Networking & Content Delivery

David Brown
 Vice President, Amazon EC2


1:00 PM - 2:00 PM

AI/ML

Bratin Saha
 Vice President, Machine Learning
 and AI Services

AWS re:Invent

총 2750개의 행사가
6곳의 장소,
17개의 종류,
39개의 주제
로 진행되었습니다.



re:Invent
 Scan your re:Invent water bottle or the QR code below each time you refill to give back.

Every time you reuse, you are supporting charity: water to build four piped system tap stands providing clean water to 2,300 people in Kenya.

Download the Fill It Forward app to track your impact.

In collaboration with charity: water

Fill It Forward

Sponsored by LambdaDuty

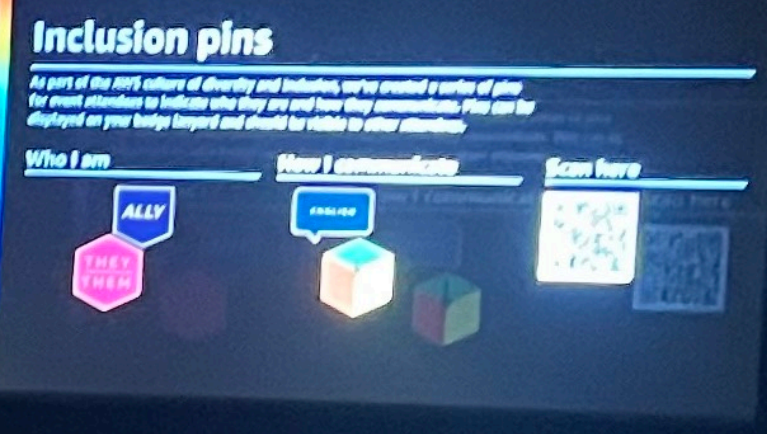
Keynote

ns
e: Invent

미래를 이야기하고



Session



현재를 이야기하고



Expo

미래와 현재를 연결하는



먼저, 제가 뽑은 5가지 주요 내용을 소개해보겠습니다.

#1. 가장 많이 논의되었던 주제는 Data였습니다.

NEW

Amazon Aurora zero-ETL integration with Amazon Redshift

AVAILABLE IN PREVIEW TODAY



총 12개의 데이터 서비스를 새롭게 발표를 했습니다.

Data 관련한 주요 제품은 아래와 같습니다.

[1] 아마존 레드시프트와 아마존 오로라 제로-ETL 통합

[2] 아파치 스파크용 아마존 레드시프트 통합

[3] AWS, 온프레미스, 서드파티 소스에 저장된 데이터를 카탈로그화, 검색, 공유, 관리할 수 있도록 하는 새 데이터 관리 서비스 'AWS 데이터존(AWS DataZone)

[4] 파트너와의 데이터 협업을 지원하는 'AWS 클린 룸(AWS Clean Rooms)'

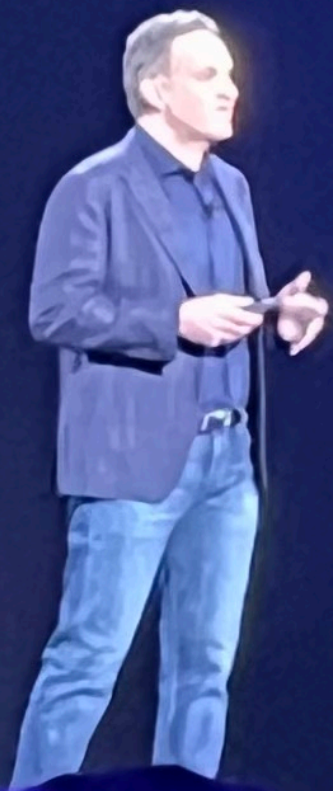
[5] 서버리스 데이터 통합 서비스 'AWS 글루(AWS Glue)' 를 업데이트

[6] 테이블을 분석하고 일련의 품질 규칙을 자동 추천하는 'AWS 글루 데이터 퀄리티(AWS Glue Data Quality)'

[7] 통합 비즈니스 인텔리전스 서비스 아마존 퀵사이트(Amazon QuickSight)에 퀵사이트 Q(QuickSight Q)을 추가하여 자연어 쿼리를 요청

완전히 새롭고 혁신적인 것보다는
더 편하고, 빠르게 만든 제품이라는 특징이 있네요

Innovate faster



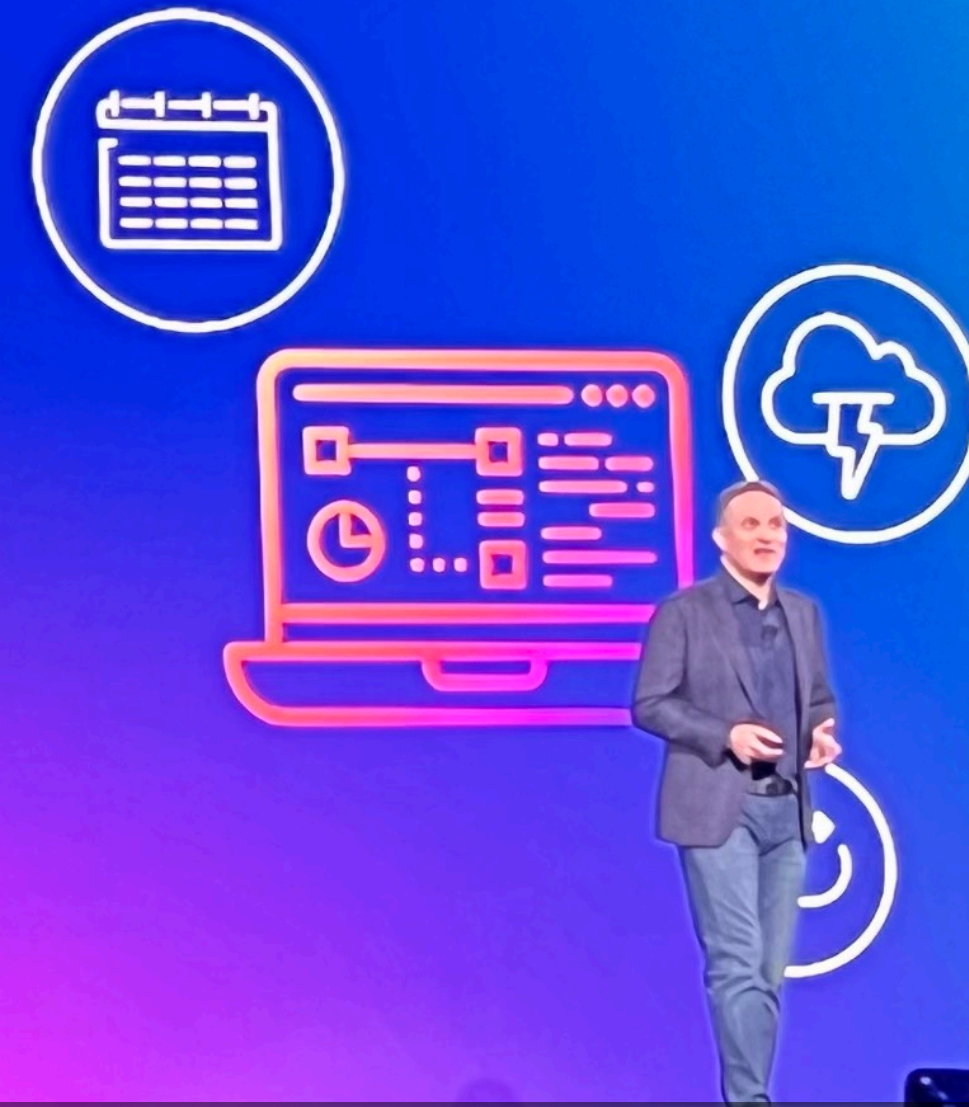
#2. 기업형 SaaS 시장 진출을 강화하는 모습이 뚜렷했습니다

NEW

AWS Supply Chain

Cloud application that improves supply chain visibility and provides actionable insights

AVAILABLE IN PREVIEW TODAY



‘AWS 서플라이체인’이 대표적이었습니다. 기업은 공급망 운영상태를 실시간으로 관찰하고, 흐름을 더 빠르게 파악할 수 있으며, AI로 추천되는 수요 예측과 행동 제안 등으로 통해 적절한 재고를 확보할 수 있게 됩니다.

AWS의 기업형 SaaS 제품은 연속성을 가지고 있습니다.

NEW

Amazon Connect

Agent workspace with
guided step-by-step actions



컨택센터의 9%를 점유하고 있는 '아마존 커넥트'와
전용 5G 자체 네트워크를 구축할 수 있는 'AWS 프라이빗 5G'가 이미 있지요.

올해 2월, 국내에 SaaS 센터를 만들 정도로 공격적인 투자를 하고 있습니다.

지금까지 절대강자가 없는 기업형 SaaS 시장을 공략했다면...

이번에는 SAP, IBM과 같은 거물들이 버티고 있는 SCM 시장을 도전했다는 측면에서 경쟁을 피하지 않고 메인스트림을 차지하겠다는 의지가 보입니다.



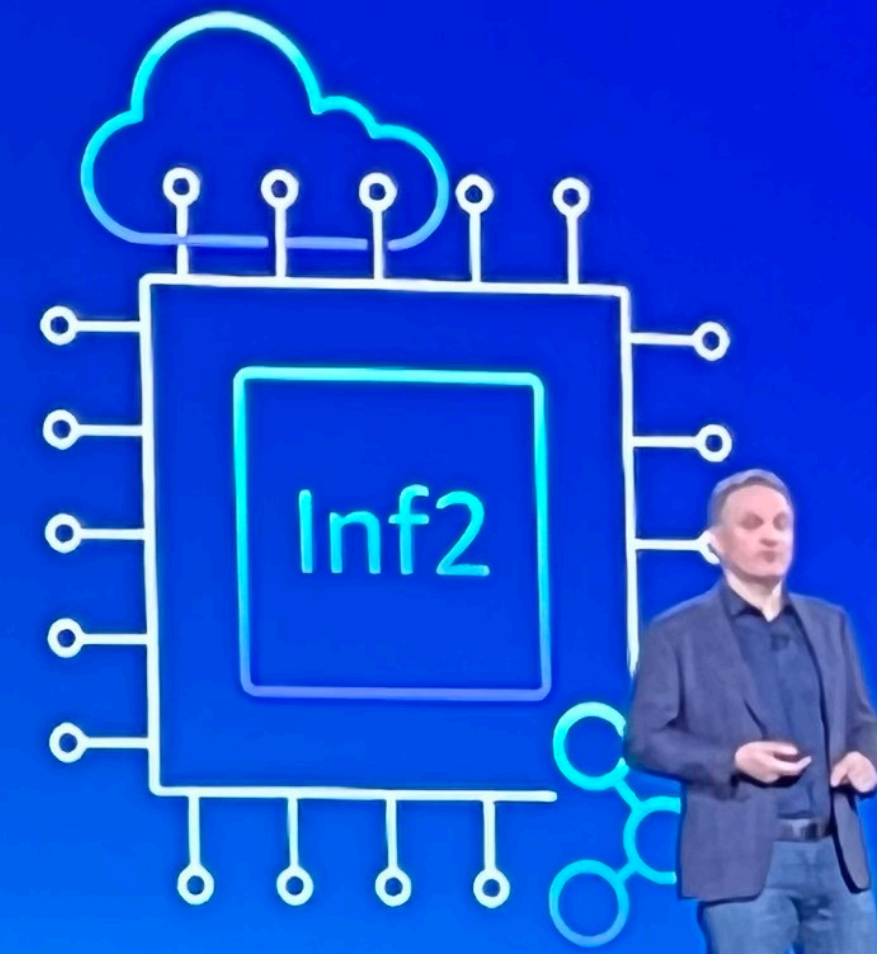
#3. CSP의 영역이 컴퓨팅까지 확대되고 있습니다.

NEW

Inf2 Instances for EC2

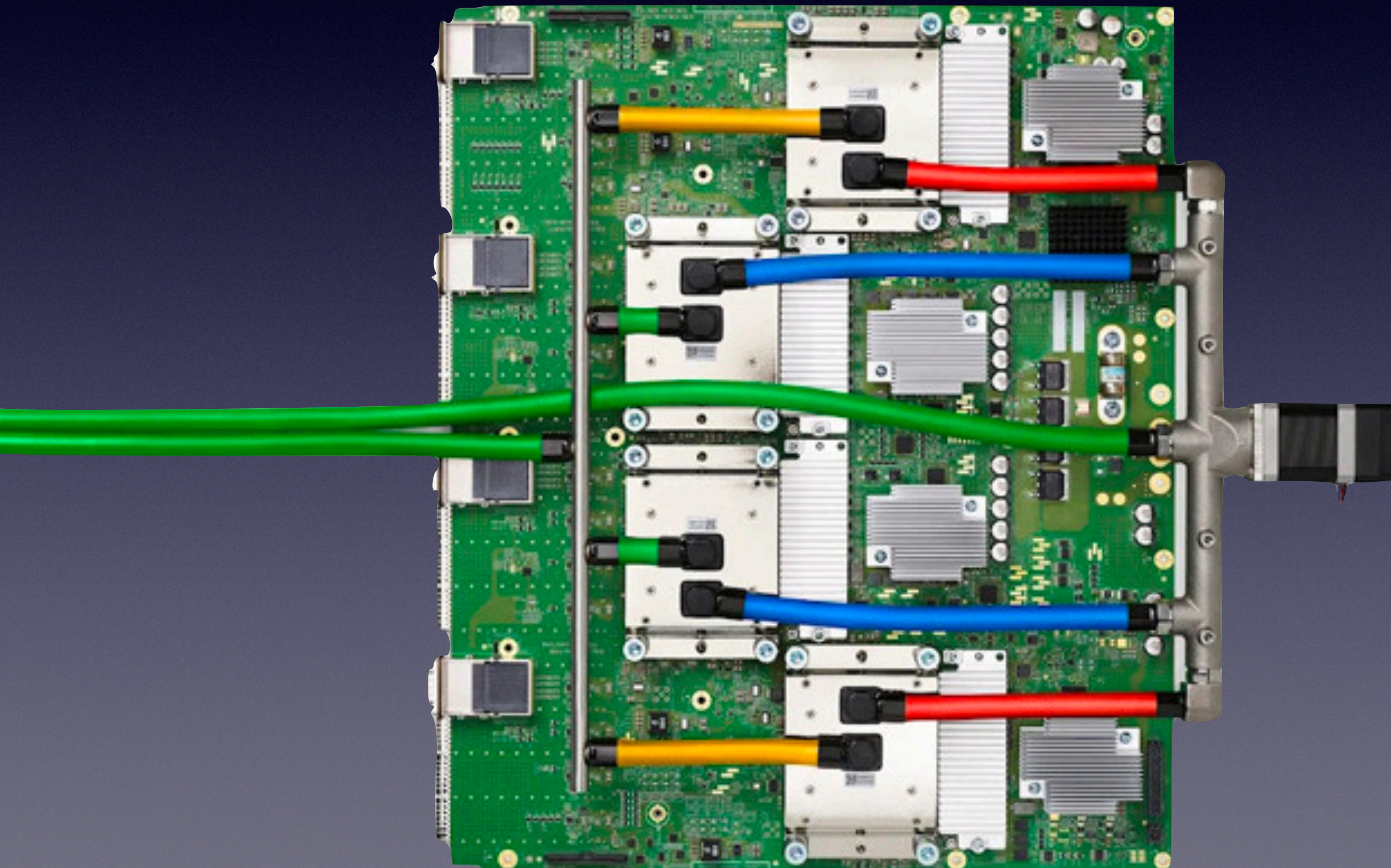
4x higher throughput, 1/10 the latency

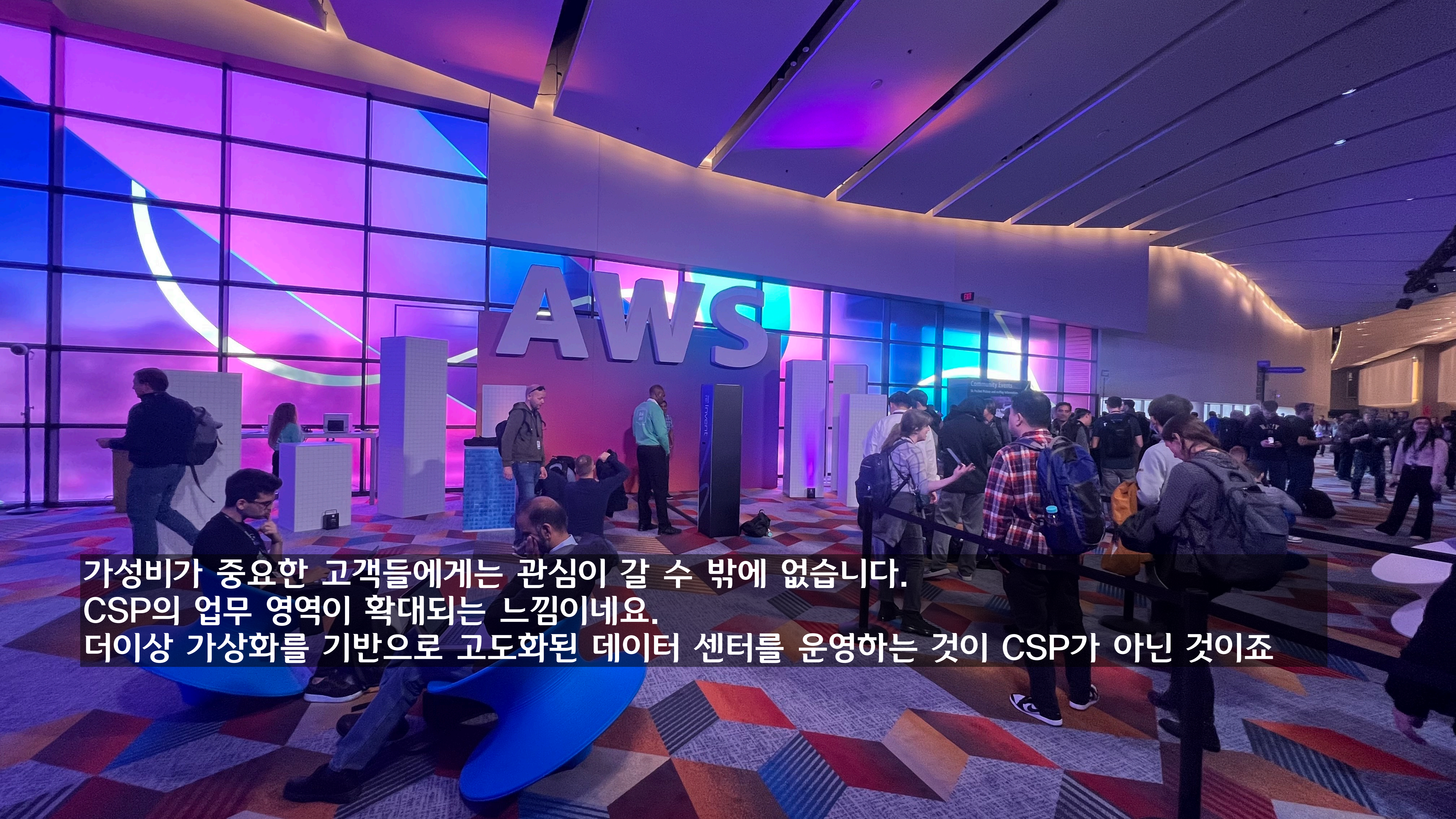
AVAILABLE IN PREVIEW TODAY



고성능 컴퓨팅 서비스를 강화하는 EC2 Hpc6id 인스턴스가 공개되었습니다.
새로운 칩(Graviton3E)과 차세대 니트로(Nitro) 스마트 네트워킹 칩 등도 발표되었구요.

구글이 '클라우드 넥스트 2022(Cloud Next 2022)' 행사에서 TPU의 4세대 버전 TPU v4 기반 머신러닝(ML) 클러스터를 GCP로 제공한다고 발표한 것과 묘한 대비를 이루네요.





가성비가 중요한 고객들에게는 관심이 갈 수 밖에 없습니다.
CSP의 업무 영역이 확대되는 느낌이네요.
더이상 가상화를 기반으로 고도화된 데이터 센터를 운영하는 것이 CSP가 아닌 것이죠

#4. 세이지메이커는 ML 플랫폼으로 진화를 완성했더군요



A presentation slide for Amazon SageMaker. At the top, there is a logo of a brain with circuitry and the text "FEATURE UPDATE". Below this, the main title reads "Amazon SageMaker now supports Geospatial ML". Underneath the title, a subtitle says "Making it easier to build, train and deploy machine learning models using geospatial data". At the bottom of the slide, it states "AVAILABLE IN PREVIEW TODAY". A speaker in a suit is visible on the right side of the stage, and a large audience is seen in the foreground.

FEATURE UPDATE

Amazon SageMaker now supports Geospatial ML

Making it easier to build, train and deploy
machine learning models using geospatial data

AVAILABLE IN PREVIEW TODAY

단순한 Managed Service라고 부르기에는 너무 거대해진 느낌입니다.

세이지메이커 관련한 주요 발표내용은 아래와 같습니다.

[1] 머신러닝 거버넌스

- 아마존 세이지메이커 롤 매니저(Role Manager)는 접근과 권한을 쉽게 제어할 수 있음
- 아마존 세이지메이커 모델 카드(Model Cards)는 모델 정보 수집을 단순화하는 기능
- 아마존 세이지메이커 모델 대시보드(Model Dashboard)는 머신러닝 모델을 추적

[2] 머신러닝 협업 개발과 데이터 준비를 간소화 해주는 '세이지메이커 노트북'

[3] 쉬워진 신규 ML 모델 테스트인 '세이지메이커 인퍼런스'

[4] 지리공간 데이터 지원 강화

#5. 클라우드의 본질은 역시 개발 환경이죠



NEW

Amazon CodeCatalyst

A unified software development service that
makes it faster to build and deliver on AWS

AVAILABLE IN PREVIEW TODAY

자체 CI/CD 서비스인 Code Catalyst를 발표했습니다.

CodeCatalyst의 주요 기능은 아래와 같습니다.

- [1] 프로젝트 리소스를 설정하는 블루프린트 기능: 새로운 프로젝트 기반뿐만 아니라 기능의 자동 배포 및 릴리스에 필요한 리소스도 포함됩니다.
- [2] 온디맨드 클라우드 기반 개발 환경: 개인 및 팀을 위한 일관된 개발 환경을 손쉽게 복제할 수 있습니다.
- [3] 과제 관리: 커밋, 끌어오기 요청, 배포에 걸친 변경 사항을 추적할 수 있습니다.
- [4] 대시보드: 커밋, 끌어오기 요청, 테스트 보고서 등 프로젝트 활동의 피드를 표시합니다.
- [5] 유연하고 관리되는 빌드 인프라를 사용하여 자동 빌드 및 릴리스(CI/CD) 파이프라인을 손쉽게 구성
- [6] 이메일로 프로젝트에 참여하도록 다른 사용자를 초대할 수 있습니다.
- [7] 통합된 검색 기능을 통해 사용자, 과제, 코드 및 기타 프로젝트 리소스에서 원하는 것을 쉽게 찾을 수 있습니다.

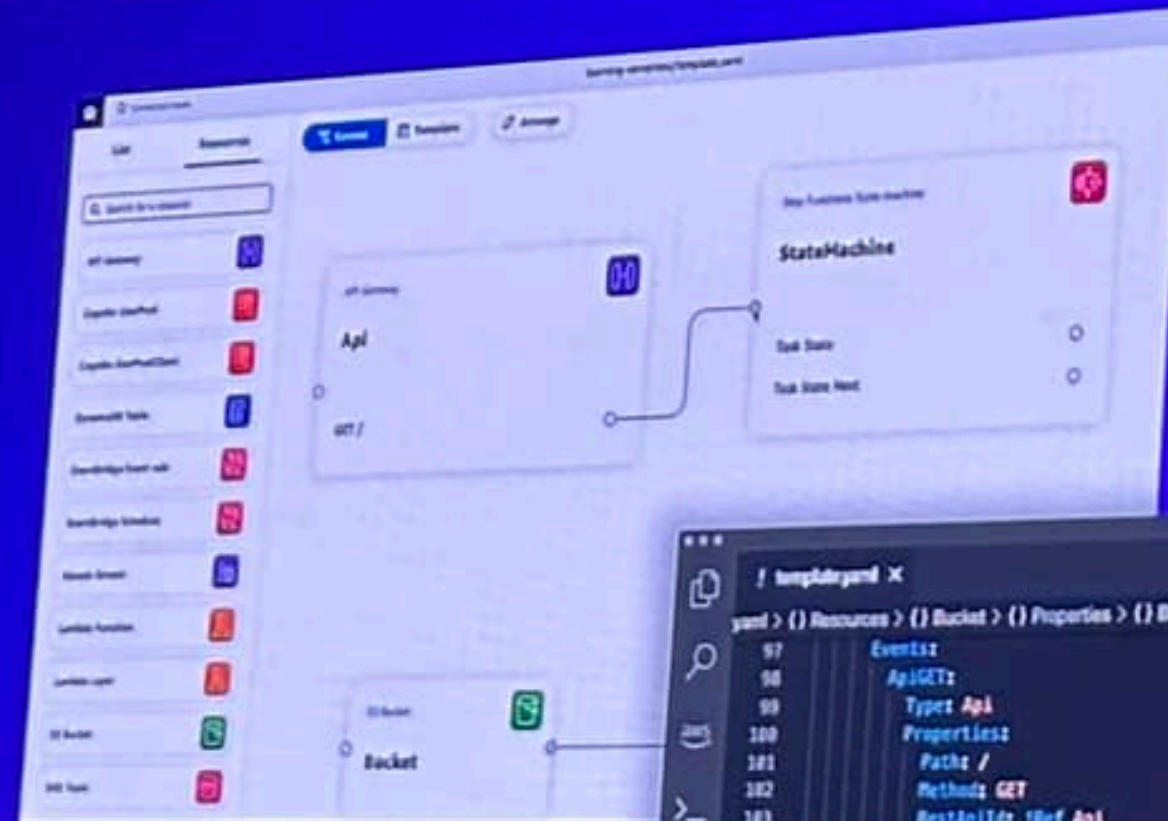
Code Catalyst가 궁금한데, 한국 리전에서는 아직 사용이 불가능하네요.

NEW

NEW

AWS Application Composer

Simplify common tasks,
such as generating
deployment-ready configuration



```
template:
  Resources:
    Bucket:
      Type: AWS::S3::Bucket
      Properties:
        BucketEncryption:
          ServerSideEncryptionConfiguration:
            - ServerSideEncryptionByDefault:
                SSEAlgorithm: AES256
    StateMachineLogGroup:
      Type: AWS::Logs::LogGroup
      Properties:
        LogGroupName: !Sub
          - /aws/vendedlogs/states/${AWS::StackName}-${ResourceID}-logs
          - ResourceID: StateMachine
    Api:
      Type: AWS::Serverless::Api
      Properties:
        Name: !Sub
          - ${ResourceName} From Stack ${AWS::StackName}
        StageNames: Prod
        DefinitionBody:
          openapi: '3.0'
          info: {}
```

CI/CD는 아니지만 Application Composer도 살펴볼 만 합니다.
개발자에게 서버리스 앱의 설계 및 구성, 구축을 통합시키는 걸 도와주는 도구입니다.

지금까지 사실(Fact)을 전달해 드렸다면
이제부터는 제가 느꼈던 것(Feeling)을 정리해보겠습니다.

저는 '업의 본질' 이나 '기업의 identity' 에 대한 이야기를 하는걸 무척 좋아합니다.





아마존은 분명히 유통 기업이구요
그런데, 이번 행사에서 '유통 기업'이라는 느낌이 전혀 안 들더군요

물론, 아마존과 AWS가 법인이 다르긴 합니다만...
그렇다고 해서 기업의 본질이 사라지긴 힘듭니다.



#1. 그런데, AWS는 철저히 IT 기술 기업으로 Identity가 바뀌어 있었습니다.

Keynote와 모든 Session에서 유통의 느낌이 전혀 나지 않았습니다.

BWP301

How Buy with Prime built a resilient multi-tenant SaaS architecture

제가 들었던 세션 중에
'How Buy with Prime built a resilient multi-tenant SaaS architecture'가 유일하게 amazon.com 이야기를 했는데요.

Jiwon Yeom (she/her)
Solutions Architect, Buy with Prime
Amazon

Joseph Decena (he/him)
Solutions Architect, Buy with Prime
Amazon

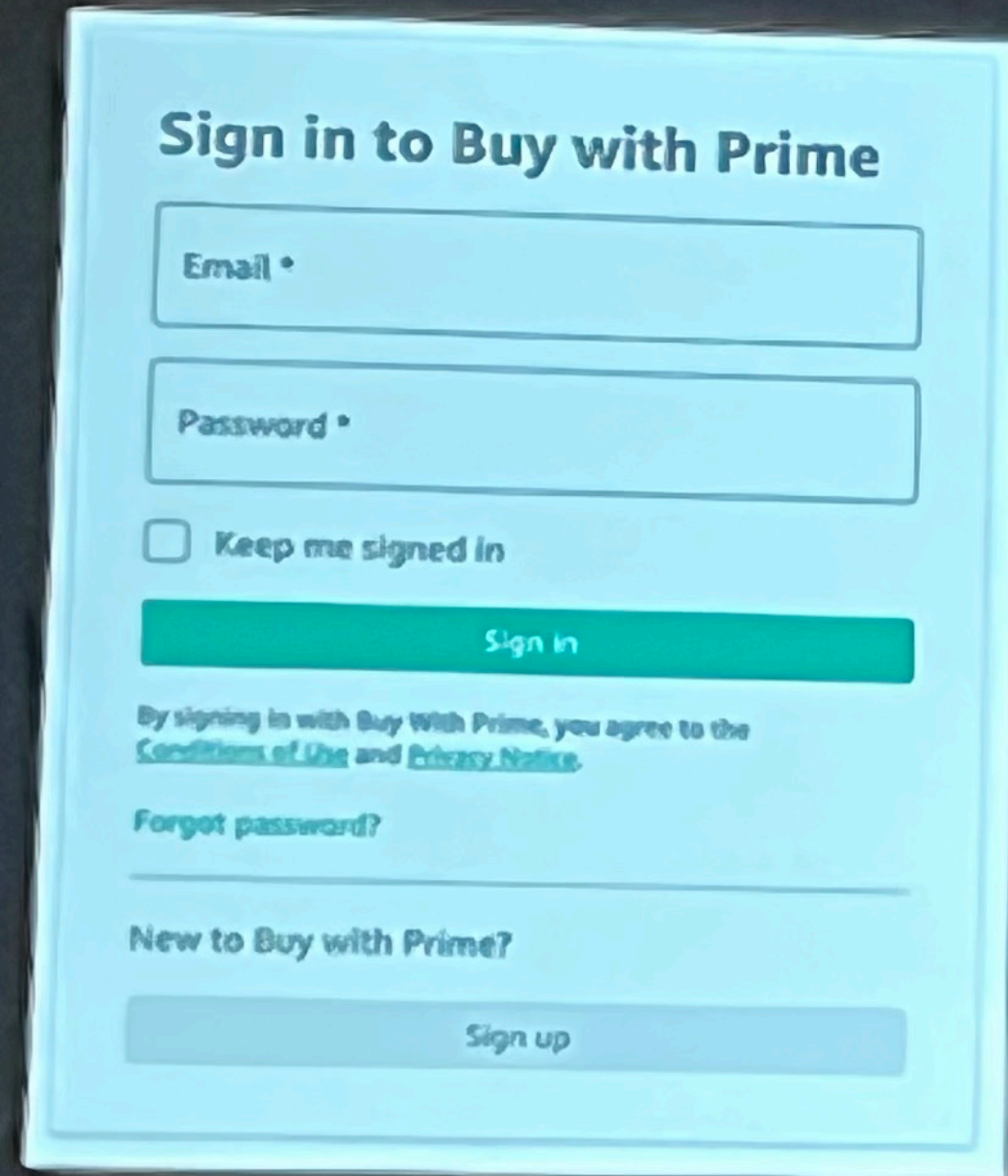
Ryan Loh (he/him)
Principal Engineer, Buy with Prime
Amazon



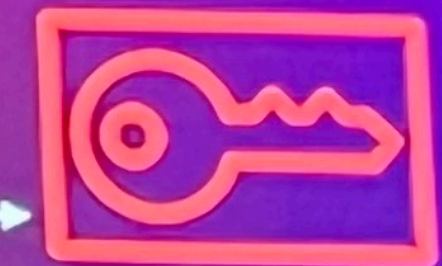
© 2022, Amazon Web Services, Inc. or its affiliates. All rights reserved.

Vending identities for tenants

그것도 amazon.com 의 한 팀에 AWS를 통해 개발하는 과정을 소개하는게 전부였습니다. 유통 이야기는 전혀 없었구요.



Buy with Prime Identity service



IAM
STS

```
GetCredential
(ResourceContext =
{ "aws:bwp:owner":
  "userID" } )
```

```
AssumeRole
(policy=A-Business-Role-Policy,
Tags={tenantId: userID})
```

```
{
  "StringEqualsIfExists": {
    "aws:bwp:owner":
    ${aws:PrincipalTag/tenantId}
  }
}
```

별거 아니라고요?
저는 그렇게 생각하지 않습니다. 엄청 대단한 변화라고 보였어요.

#2. 키노트는 혁신(revolution)보다는 진화(evolution)를 이야기 했습니다.

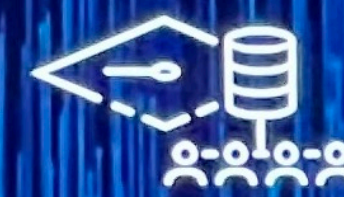
Core elements of a data strategy



Build future-proof foundations
supported by core data services



Weave connective tissue
across your organization



Democratize data
with tools and education



네. 제가 Keynote에 너무 많은 기대를 했었나 봅니다.

Jobs처럼 엄청난 카리스마로 대중을 압도하기에는
Adam Selipsky(CEO), Swami Sivasubramanian(VP)의 성격이
너무 부드러운 편이긴 했어요.

물론, 그걸 떠나서 스토리 라인과 주제, 그리고 비전의 크기가 아쉬웠죠.

더구나 CEO와 VP가 모두 Data 이야기만 하니 겹치는 느낌이었어요.

그만큼 IT업계의 테마가 부족한게 아니냐 싶기도 했습니다.
얼마전의 블록체인이나 메타버스와 같은 강력한 Buzzword가 없기도 하니깐 말이죠

NEW

Amazon DataZone

A data management service to catalog,
discover, share, and govern data

COMING SOON



이걸 저만 느낀것 같지는 않습니다.
검색을 해보니 이코노믹 리뷰에 'AWS 전략, 큰 그림이 없다?' 라는 기사가 있더군요.
느끼는 지점은 저와 유사했지만, 해석은 좀 달랐습니다.

“AWS는 클라우드 기반 전략을 추진하며 오로지 파트너들의
반응에 따른 피드백을 해결하는 것이 최우선이다.
그런 이유로 장기적 플랜 아래 클라우드 시스템을 키우는 것이
아니라 파트너들의 고충해결에 집중한다.
기술 업데이트의 연속성이 없고 종류 자체가
파편화되는 이유다.”

그 기사의 해석을 저는 100% 받아드리지는 않습니다.

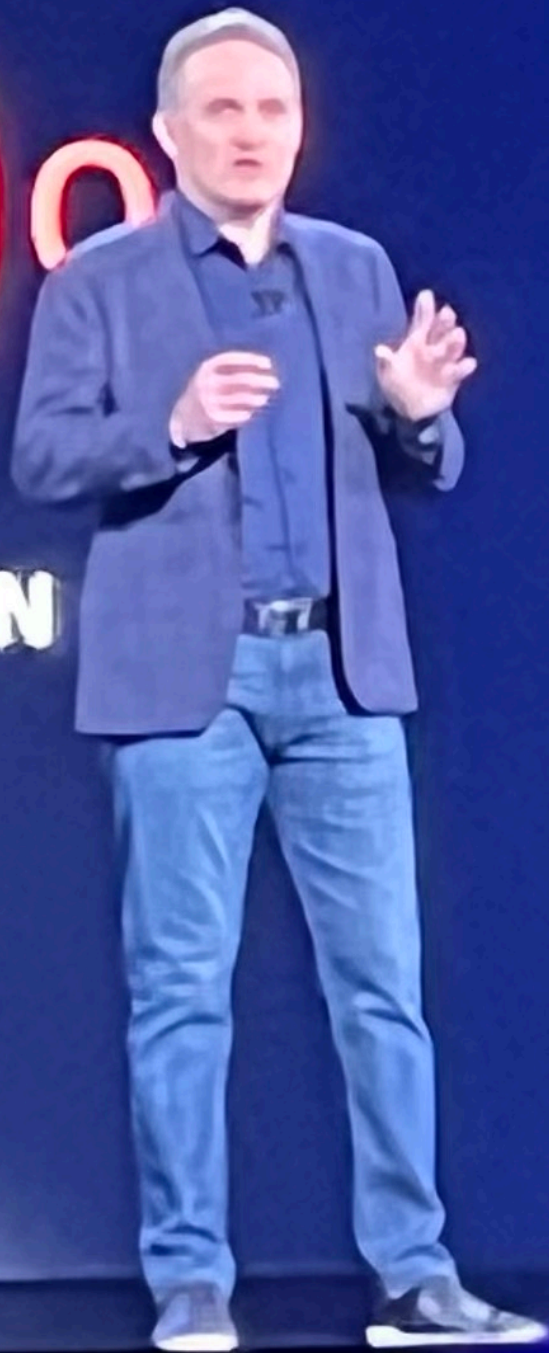
Carrier

GILEAD

AGCO

40%

REDUCTION IN



> \$60M

SAVINGS

78%

REDUCTION IN COSTS

#3. 다만, 철저히 고객 중심의 사고라는 점은 인정할 수 밖에 없더군요.

어떤 Session을 들어가도 고객과 파트너사의 이야기가 빠지지 않습니다.

파트너가 AWS의 어떤 기능을 써서, 어떤 서비스를 성공시켰으며,
이는 결국 고객에게 어떤 의미를 주는지에 대한 이야기입니다.

아마존과 AWS의 기업 identity는 다르지만,
'고객 중심의 사고'라는 문화의 DNA가 같은 것 같습니다.

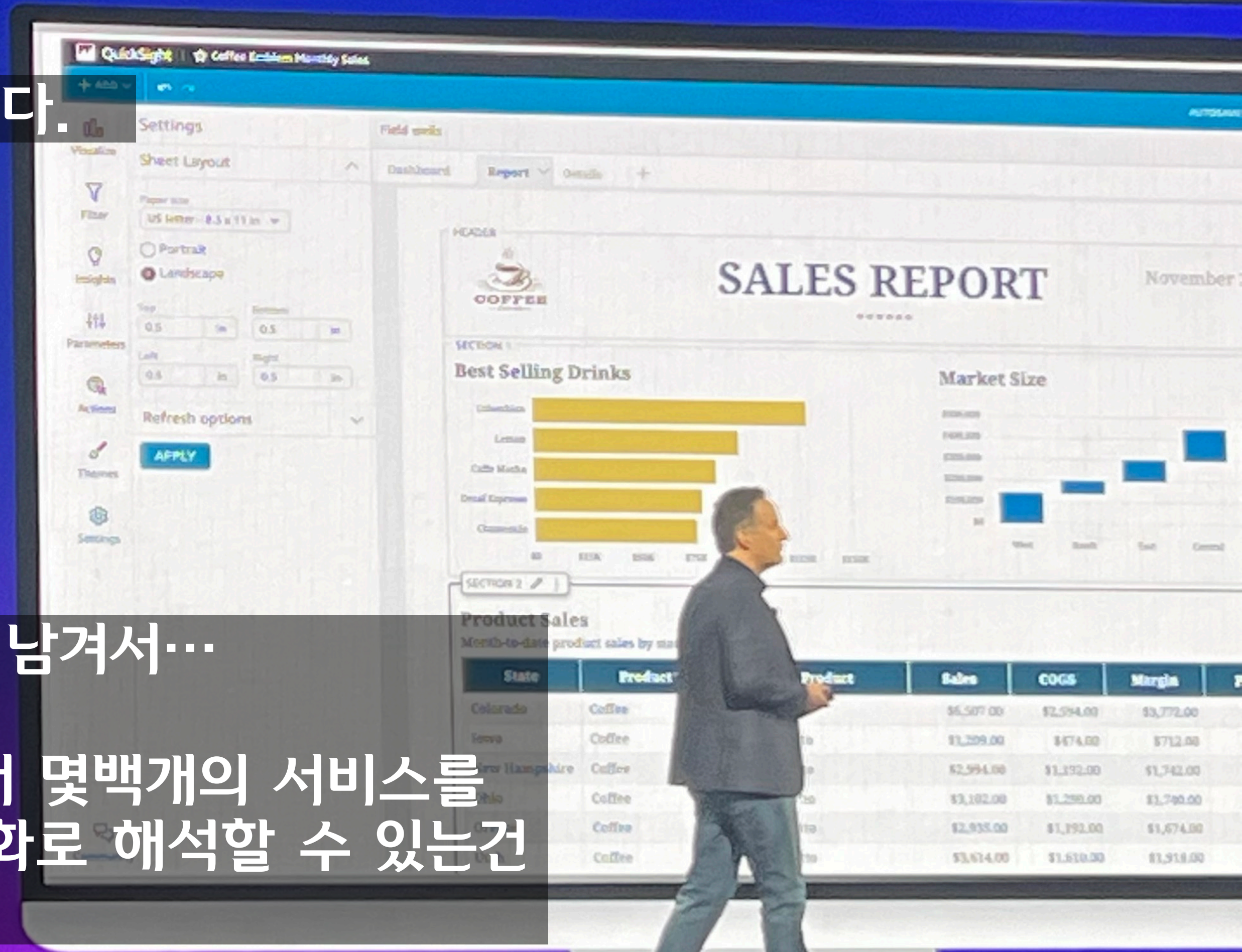
#4. 부러우면서도 무서운 것은 그들의 실력입니다.

NEW

Operational paginated reports

고객의 소리를 듣고 백로그로 남겨서...

1년에 한번 열리는 re:Invent에 맞추어서 몇백개의 서비스를 한꺼번에 오픈한다는 것이 단순한 기업 문화로 해석할 수 있는건 아니더군요.



그만큼 각각의 서비스가 독립적인 인스턴스와 아키텍처로 구성이 되어 있으며,
서로간의 연동은 철저하게 권한 관리를 통한 API로 되어 있을 겁니다.

무서운 회사죠.....

AWS 만큼이나 이번에 눈에 들어오는 기업들이 있었습니다.

메가존, 베스핀, LG CNS 등입니다.
바로 MSP 사업자들이죠.



re:Invent 2022 with MEGAZONECLOUD

MEGA NIGHT in LAS VEGAS

일 시 2022.11.30(Wed) 18:00 - 22:00 PM

장 소 8oz Korean Steak House

#5. MSP는 플랫폼 사업자가 맞더군요

AWS를 찾아오는 한국 기업 고객들은 대부분 MSP 사업자를 통해서 행사에 참석을 하더군요.
그리고, 베스핀데이, 메가나이트 등과 같은 별도의 파티를 개최합니다.

각 MSP 사업자들은 이를 통해 비즈니스를 연결하고,
새로운 기회를 만드는 모습이었습니다.

단순하게 저녁 식사 자리를 통한 '영업'을 넘어서는 모습을 보였습니다.

저 개인적으로는
시차적응에 실패하고, 예상보다 많은 일정과 익숙하지 못한 행사 포맷 때문에
육체적으로 고생을 좀 했습니다만...

짧은 시간 동안 최대한 많은 것을 볼려고 노력했습니다.
덕분에 가까운 편의점 한번 갈 시간도 없었던 바듯한 시간이었네요.

시간적인 여유가 되면 좀 제대로 정리를 해보고 싶긴 한데요.
회사 업무가 요즘 너무 바빠서 이 정리로 마무리 해야 할 것 같습니다.

내년에도 가고 싶은데, 가능할지 모르겠네요. ^^