“日 규제, 최대 8개월까진 버텨… 국산화엔 3~4년 필요”

韓日 경제전쟁 전면전

벤처기업協, 日 수출규제 설문조사

규제 관련기업 86% ‘부정적 영향’
‘다소긍정적’ 응답기업 14% 불과

일본의 수출규제가 대다수의 벤처기업에 부정적인 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 하지만 벤처기업들의 약 80%가 3~4년 안에 소재 국산화를 할 수 있으며 스스로 기술 우수성과 가능성을 긍정적으로 평가했다. 벤처기업들은 정부가 일본 수출규제에 대응하고 소재 국산화를 위해 제조 분야 기술벤처를 육성을 지원해야 한다고 주장했다.

벤처기업협회는 벤처기업을 대상으로 일본의 수출규제로 인한 현장 체감도 설문조사 결과를 5일 발표했다. 설문은 총 355개 벤처기업을 수출규제 3개 품목 관련 기업 14개사, 화이트리스트 제외 추가 규제 관련 기업 48개사, 향후 무역 규제 관련 기업 243개사로 나눠 3개 분야로 진행했다.

5일 오후 경기도 수원시 권선구 수원벤처밸리 내 수원시 기업지원과 산업단지지원팀에 설치된 일본의 화이트 리스트(백색국가) 한국 배제 조치에 따른 수원시 피해기업 접수 센터에서 직원들이 회의를 하고 있다. /연합뉴스

응답 기업의 80% 이상이 일본의 수출규제가 부정적 영향을 미친다고 답했다. 특히 일본 수출규제 3개 품목 관련 기업의 85.7%가 이번 규제로 인한 영향을 ‘부정적’이라고 답했다. ‘다소 긍정적’이라는 응답은 14.3%에 그쳤다.

규제가 지속될 경우 감내 가능한 최대 기간은 평균 6~8개월이었다. 특히 일본 수출규제 3개 품목 관련 기업은 규제가 이어질 경우 감내가 가능한 최대 기간을 ‘6개월’이라고 답한 기업이 전체의 38.5%로 가장 많았다. 수출규제가 지속될 경우 스스로 감내 가능한지에 대해서도 ‘정부의 도움이 있어야 가능하다’고 대답한 기업이 71.4%에 달했다. ‘스스로 가능하다’고 답한 기업은 21.4%, ‘정부의 도움이 있어도 불가능하다’고 답한 기업은 7.1%였다.

벤처기업의 약 80%는 소재 분야 국산화가 향후 3~4년 내로 가능하다고 생각했다. 일본의 수출규제 대상이 된 3개 품목을 포함하여 향후 추가적인 규제 확대가 예상되는 소재 분야의 국산화 가능 여부에 대해 ‘1~2년 내 국산화가 가능하다’고 응답한 기업이 35.7%, ‘3~4년내 국산화가 가능하다’고 응답한 기업이 42.9%로 78.6%의 기업이 앞으로 4년 내로 소고재 국산화할 수 있다고 답했다. 이는 벤처기업이 스스로 기술의 우수성과 가능성을 긍정적으로 평가함을 뜻한다.

벤처기업들은 정부가 제조 및 기술벤처 육성을 위한 지원을 하면 시간이 걸리더라도 소재 국산화가 가능하다 주장했다. 벤처기업이 정부에 요청한 대응책으로는 ‘제조 및 기술벤처 육성을 위한 투자·자금지원 및 R&D 지원’(70~75%)을 가장 많이 꼽았다. ‘경영안정자금 및 세제징수 유예 등 지원’(16%), ‘수출입 제품 및 기술 인증 관련 규제 개선’(4~13%)이 뒤이었다.

또한, 벤처기업들은 국산화에 성공하더라도 국내 수요처가 필요하다고 답했다. 설문기업을 대상으로 한 심층 인터뷰에서 한 벤처기업은 “중소벤처기업이 기술력이 있어도 품질관리와 양산 시스템의 문제를 빌미로 납품 불가 통보를 받은 적 있다”며 국산화를 해도 납품할 곳이 없는 것이 가장 큰 문제“라고 답했다. 이 기업 관계자는 ”세제 혜택도 필요하지만 최우선으로는 국내 기술과 제품에 대한 인식 전환과 우수성에 대한 브랜딩 전략이 필요하다“고 덧붙였다.

안건준 벤처기업협회장은 “협회는 수년간 제조 분야 기술벤처의 육성과 관심을 촉구하며 벤처기업과 대기업이 동등하게 협력하여 벤처기업이 장기간 연구·개발을 통해 개발한 제품으로 대기업의 기술수준을 배가시키는 ‘Team Korea’ 전략을 지속적으로 호소해 왔다”며 “이번 수출규제가 단기적으로 관련 기업에 위기임이 분명하나, 장기적이고 전략적인 접근을 통해 기술력 및 혁신역량을 보유한 벤처기업을 육성하여 핵심소재 국산화를 이뤄내고 4차 산업혁명을 선도하는 ‘전화위복’의 기회로 삼아야 한다”고 덧붙였다.

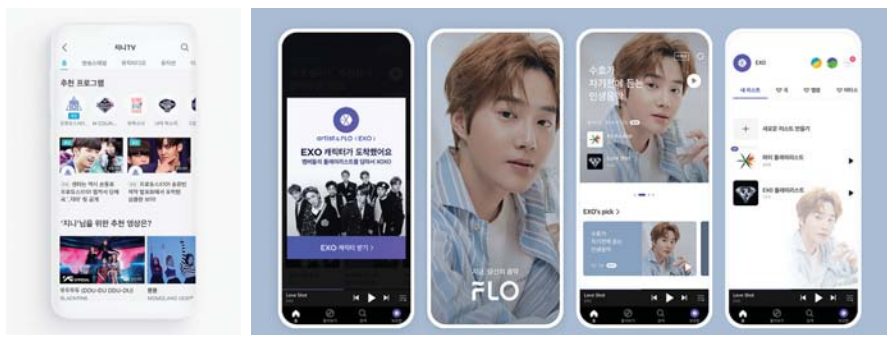
/배한님 기자 ericabae1683@metroseoul.co.kr

멜론, 1위 수성… 지니뮤직·플로 추격전

음원플랫폼 ‘춘추전국’

지니뮤직 프리미엄 FLAC 음원
MP3보다 4배 정교… 용량 29배

SKT 신규 음악플랫폼 ‘플로’
경쟁 앱서 2만2500명 유입 추정



지니TV 메인화면(왼쪽)과 ‘아티스트앤플로’ 서비스 화면. / 지니뮤직, 플로

음원 서비스 경쟁이 기술과 결합해 치열해지고 있다. 음원 플랫폼 ‘멜론’이 1위를 수성하고 있지만 KT의 ‘지니뮤직’과 SK텔레콤의 ‘플로’ 등이 추격전을 벌이는 모양새다.

5일 관련 업계에 따르면 지니뮤직은 지난달 CJ ENM과 제휴해 영상 콘텐츠를 강화하고 초고음질 서비스를 적용한 앱 업데이트를 통해 이용자 확보에 나섰다. 기존 음악 스트리밍 서비스에서 동영상 콘텐츠를 강화한 온라인동영상서비스(OTT) 플랫폼으로 도약하려는 방침이다.

이동통신 변화에 따라 모바일 스트리밍 음악 소비가 대중화 되면서 지난해 말 기준 10명 중 9명이 스트리밍으로 음악을 듣고 있는 것으로 나타났다. 특히 5세대(5G) 이동통신의 상용화로 초고화질 음원도 순식간에 다운로드 받을 수 있는 환경을 갖췄다.

지니뮤직이 제공하는 프리미엄 음원 FLAC(Free Lossless Audio Codec)는 파일을 압축해 스튜디오 원음에 가까운 음질을 제공한다. 일반적으로 유통되고 있는 디지털 음원은 MP3다. MP3는 파일 용량을 줄이기 위해 사람이 듣지 못하는 비가청주파수 영역을 삭제하는 방식으로 제작된다. 이 과정에서 원본 오디오 대비 90% 가량 용량이 줄어들게 되지만 파일 내의 데이터가 손실돼 음질도 떨어진다.

지니뮤직에서 론칭한 FLAC 24비트 음원 서비스는 샘플링 주파수가 MP3 파일에 비해 4배 이상 정교하고 파일 용량은 28.8배 크다.

지니뮤직은 CJ ENM과 K-POP 초고음질 24비트 FLAC 음원의 수급 확대도 추진한다. 또 해외 직배사 3사와 계약 체결을 완료해 연내 24만곡을 추가 수급할 계획이다.

SK텔레콤의 신규 음악 앱 ‘플로’도 추격세가 가파르다. 아이지에이웍스에 따르면 SK텔레콤의 신규 애플리케이션(앱) 플로에서 지난 3월 한달 간 멜론 가입자 약 1만3000여명이 유입된 것으로 나타났다. 총 경쟁 앱에서의 이용자 유입 현황은 2만2500여명으로 추정된다.

SK텔레콤은 지난해 12월 신규 음악 플랫폼 플로를 출시했다. 기존 인기차트 줄 세우기에서 벗어나 인공지능(AI) 서비스를 특징으로 내세웠다. 개인의 취향을 AI로 분석해 최적의 음악을 추천한다.

플로는 지난달 음악플랫폼과 아티스트의 지식재산권을 접목해 좋아하는 뮤지션의 음악을 집중적으로 즐길 수 있는 음악 콘텐츠 멤버십 서비스 ‘아티스트앤플로’를 출시하기도 했다.

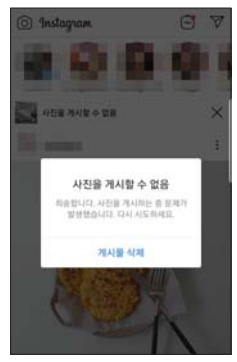
/김나인 기자 silkni@

먹통 인스타그램에 이용자들 ‘답답’

美·유럽·亞 등서 올 6번째 오류

글로벌 소셜미디어(SNS) ‘인스타그램’의 원인을 알 수 없는 잦은 오류로 이용자들이 불편을 겪고 있다. 반복되는 먹통 현상으로 비즈니스 플랫폼으로서의 가치 하락과 SNS로서의 본질 훼손까지 우려되는 상황이다.

5일 인터넷 업계에 따르면 지난 4일 오후 11시쯤부터 인스타그램 오류가 발생했다. 올해 들어 6번째 오류다. 외신에 따르면 미국, 유럽, 남미 및 아시아 지역 등 세계 일부 지역에서도 같은 문제가 발생했다. 실제로 오후 10시 50분부터 자정 넘어서까지 사진을 올리려고 시도한 결과 6차례 모두 업로드되지 않았다. 평소에는 게시를 원하는 사진을 선택하고 ‘공유’ 버튼을 누르면 업로드돼 모든 이용자가 볼 수 있는 방식이다.



지난 4일 인스타그램 오류가 발생한 모습. /구서윤 기자

이날은 사진의 업로드가 진행 중인 상황을 보여주다가 ‘사진을 게시할 수 없음’이라는 문구가 나타났다. 뒤이어 ‘죄송합니다. 사진을 게시하는 중 문제가 발생했습니다. 다시 시도하세요.’라는 문장이 보였다. 이후 자정 무렵까지 5번 더 시도해봤으나 모두 실패했다.

/구서윤 기자 yuni2514@

지난 4일 전라남도 영암군 코리아인터내셔널서킷(KIC)에서 ‘아시아 모터스포츠 카니발’로 치러진 ‘2019 CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십’ 5라운드에 호남지역 CJ대한통운 소속 택배기사와 가족 70여명이 기념촬영을 하고 있다. /CJ대한통운

아시아나항공, 현대렌탈케어와 맞손

렌탈 구매고객 최대 1만5천 마일리지

아시아나항공이 현대렌탈케어와 손잡고, 양사 이용고객에게 새로운 혜택을 제공한다.

아시아나항공은 홈페이지의 ‘마일리지 적립몰’ 또는 현대렌탈케어 홈페이지의 ‘이벤트 페이지’를 통해 현대렌탈케어의 렌탈 상품을 구매한 고객에게 구매한 상품당 아시아나클럽 5000마일 적립 혜택을 제공한다고 5일 밝혔다. 최대 3개 상품 구매시까지 혜택을 제공하며, 총 1만5000마일까지 적립 가능하다.

현대렌탈케어의 렌탈 상품은 정수기, 공기청정기, 비데, 매트리스 등 실생활에 유용한 제품들로 구성되어 있으며, 상품 가입시 개별 책정된 월 정액만 지불하면 제품 렌탈을 비롯해 케어서비스까지 함께 제공한다.

아시아나항공은 양사 제휴를 기념해 10월 31일까지 3개월간 이벤트를 진행한다. 이벤트 기간 내 렌탈 상품을 구매한 고객에게는 추가 1500마일 적립 혜택을 제공한다.

/정연우 기자 ywj964@

CJ대한통운 영암 KIC서 ‘택배기사 패밀리데이’

CJ대한통운이 ‘패밀리데이’ 행사를 통해 택배기사들에게 가족과 함께하는 즐겁고 행복한 시간을 선물했다.

CJ대한통운은 지난 4일 전남 영암군의 코리아인터내셔널서킷(KIC)에서 ‘아시아 모터스포츠 카니발’로 치러지는 ‘2019 CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십’ 5라운드에 호남지역 CJ대한통운 소속 택배기사와 가족 70여명을 초청해 ‘CJ대한통운 택배기사들과 함께하는 패밀리데이’ 행사를 가졌다고 5일 밝혔다.

‘CJ대한통운 택배기사들과 함께하는 패밀리데이’ 행사는 호남지역의 우수 택배기사와 가족을 슈퍼레이스 경기에 초청해 감사의 마음을 전하고, 상생협력 및 동반성장을 위해 기획됐다.

/김승호 기자 bada@