

LOG INTO REALITY

2013 증강현실 산업전
Augmented Reality Industry Show

Log into Reality
김수지.이설인.정혜지

Contents ←

I Concept

1. 증강현실이란?
2. 증강현실의 미래
3. 적용산업

II Trend

1. 산업동향
2. S.W.O.T 분석
3. 개최배경 및 목적
4. 유사전시회 비교 및 차별성
5. 참가 필요성
6. 기대효과

III Summary

1. 전시회 개요
2. 전시장소
3. 전시 품목 및 전시관 구성
4. 예상참가업체
5. 부대행사
6. 추진일정

V Objective

1. 유치전략 및 목표
2. 홍보전략
3. 중장기 사업계획

VI Budget

1. 예산계획

증강현실의 미래



“ **Augmented reality** is going to be the **next “big thing”** in the coming years.”

- **Bill Gates's Keynote** in CES2008-

빌 게이츠가 세계 최대규모의 박람회에서 미래선도기술로 언급

증강현실이란?



실제 환경
(Real Environment)



증강현실
(Augmented Reality)



가상현실
(Virtual Environment)

현실세계에 가상의 물체나 정보를 겹쳐서 보여주는 기술

증강현실 적용산업

01 모바일, 게임

1



▲ SK Telecom

2



▲ BMW

3



▲ Qualcomm

증강현실 적용산업

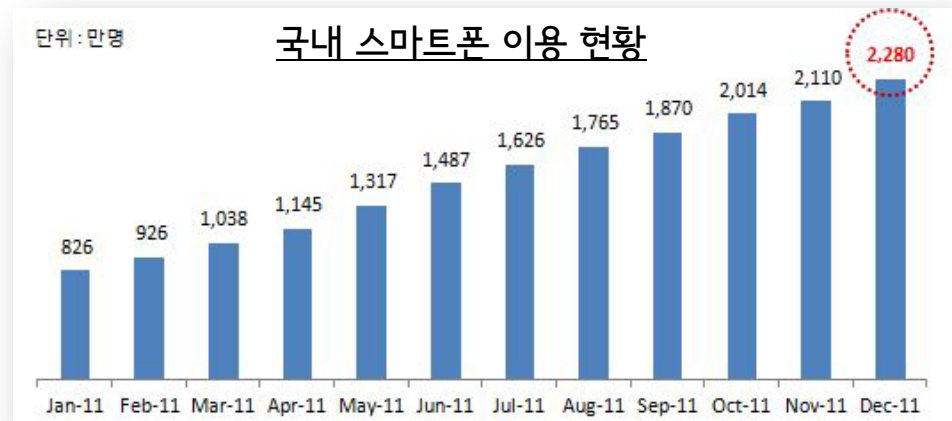


GPS, 카메라, 디스플레이가 장착된 스마트폰은 증강현실을 구현할 수 있는 최적의 조건

모바일 증강현실(AR) 애플리케이션, 2017년까지 매년 250억 개 이상 다운로드 전망

쥬글로벌인포메이션은 Juniper Research가 최근 "모바일 증강현실(AR) : 엔터테인먼트, LBS, 소매 전략(Mobile Augmented Reality: Entertainment, LBS & Retail Strategies 2012-2017)" 보고서를 발행했다고 밝혔다.

이 보고서에 따르면 2017년까지 **매년 250억 개 이상의 모바일 증강현실(AR) 애플리케이션이** 스마트폰과 태블릿으로 다운로드 될 전망이다. 이것은 2011년에 Angry Birds가 달성한 다운로드 건수의 3.5배에 해당한다.



자료: 방송통신위원회 및 KT경제경영연구소(2011)

**국내 스마트폰 확산과 더불어
산업발전의 시너지 효과가 기대되는 증강현실**

증강현실 적용산업

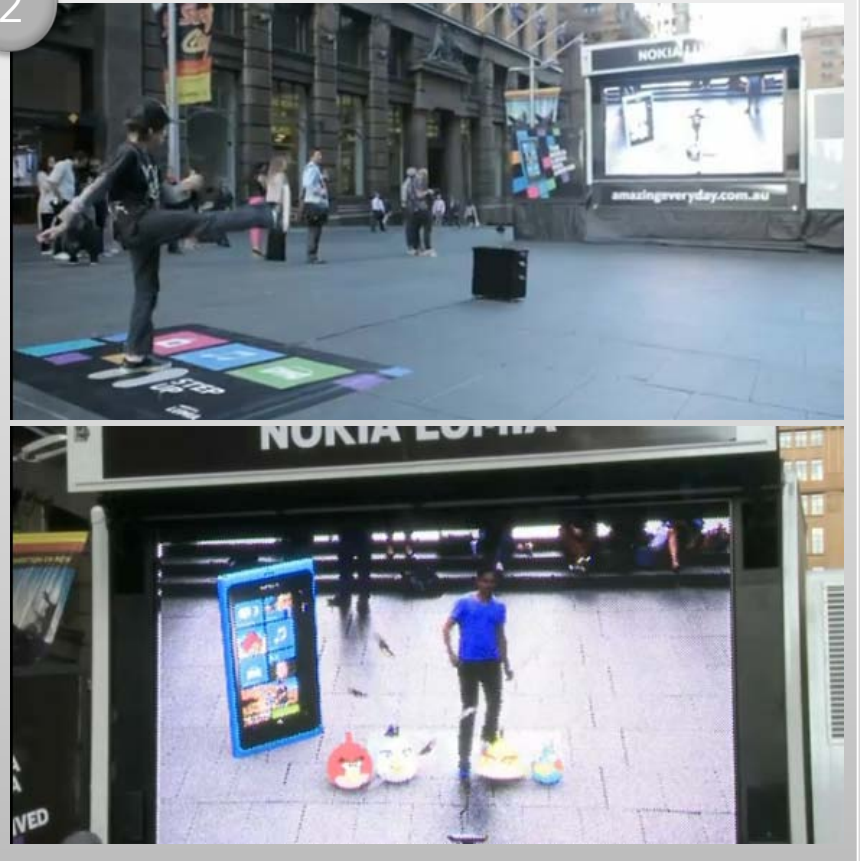
02 미디어.광고

1



▲ 광동제약

2



▲ Nokia

증강현실 적용산업

03 교육

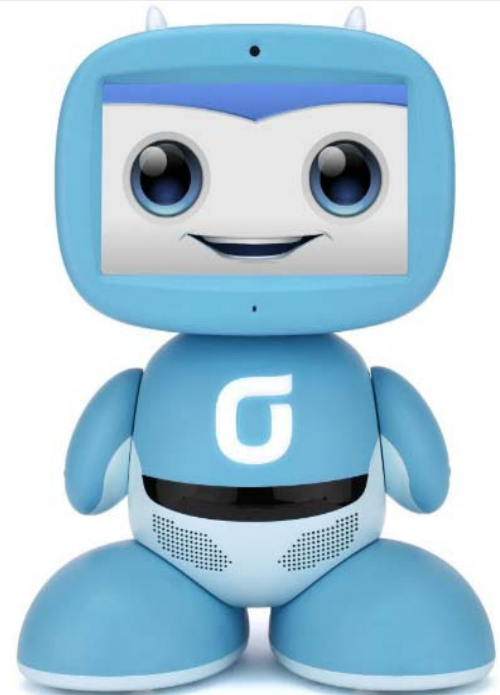
1



삼성 AR BOOK

▲ 삼성

2



▲ KT

증강현실 적용산업

04 군사, 의료

1



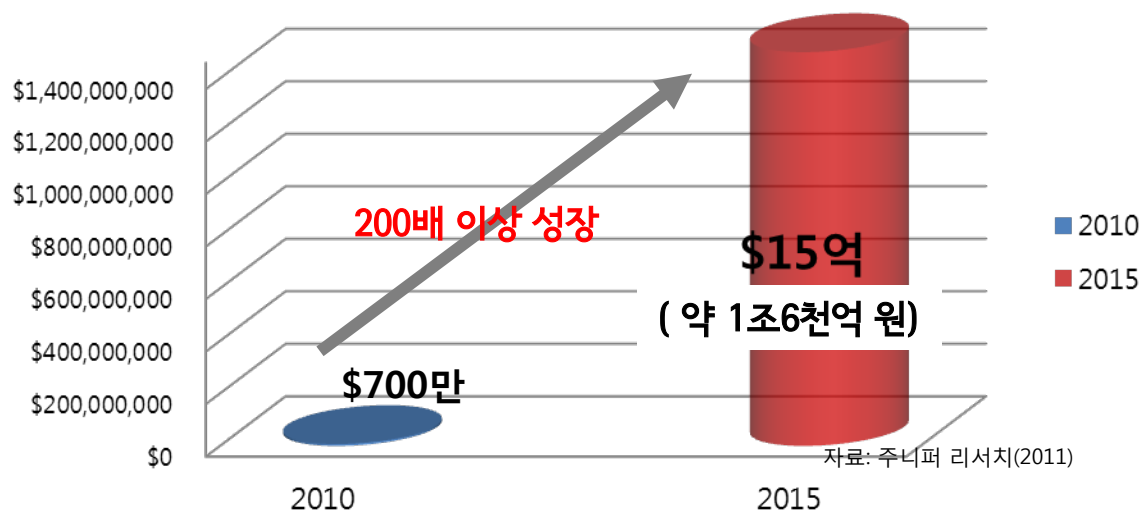
2



▲ University of Arizona

산업동향

증강현실 산업 시장규모



영국의 시장조사기관 '주니어리서치'
2015년까지 증강현실 시장 15억 달러 규모로 성장예측

산업동향

'증강현실' 관련 특허 출원 급증

기사입력 [2011-10-20 09:52] , 기사수정 [2011-10-20 09:33]

인쇄하기 | ㉡ 가 ㉢ 가

 Tweet 0

 페이스북

[아시아투데이=이상선 기자] 스마트폰에서 카메라를 통해 실제로 보이는 영상 위에 보이는 건물의 이름이나 가까운 커피숍의 방향과 거리를 겹쳐서 보여주는 '증강현실(AR:Augmented Reality)' 관련 특허가 급증세를 보이고 있다.

특허청(청장 이수원)은 증강현실 관련 국내 특허 출원은 최근 5년간 꾸준히 증가하고 있다고 20일 밝혔다.

특히 2010년에는 318건이 출원돼 전년 대비 5배 이상의 급격한 증가세를 보였으며 올해 상반기에도 이미 100여건의 출원이 이어지고 있다.

증강현실 관련 국내 특허 출원 연간 지속적으로 증가

S.W.O.T. 분석

- 위치정보를 기반으로 실생활에 적용되는 실용기술
- 마케팅에서 군사까지 여러 분야에 적용

- 기술이해에 대한 어려움
- 위치기반 정보로 인한 개인 보안 문제

Strategy

▶ 다양한 분야에서의 연구, 개발을 통해 기술 활성화 및 시장 규모 확대 전략

- 스마트폰 보급, 확산으로 기술 접근성 증가
- 정부의 기술관련 콘텐츠 개발 지원
- 세계 IT 기업들의 기술개발 증가

- IT SHOW 의 일부부분으로 전시됨
- 세계 수준에 비해 국내 증강현실 관련 산업의 미 활성화

개최 배경

내수시장 비 활성화

미국,유럽,일본에 비해
증강현실 관련 산업간
협력관계 미약

정보교류를 위한
산업 컨퍼런스 필요

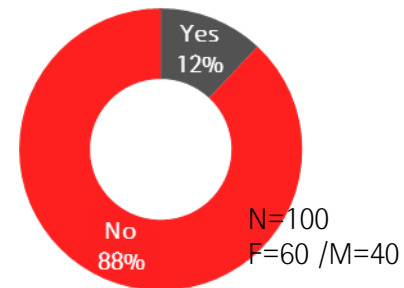
제품 및 기술 거래 증가

다른 산업과 융합하여
발전할 수 있는 가능성

여러 분야 산업 간
거래의 장 필요

낮은 인지도

증강현실 기술 인지도 조사
“증강현실이 어떤 기술인지 아시나요?”



소비자 인식 제고를
통한 잠재 고객 확보

개최 목적

01

컨퍼런스와 결합 된 전시를 통해 증강현실 관련 내수시장 활성화

02

다양한 산업 분야와 융합 고도화 를 추진

03

증강현실에 대한 소비자의 인식 제고 및 홍보

▶ 거래활성화. 산업규모 확대

유사전시회 비교

	국내	국외	
행사명	 <p>WORLD IT SHOW</p>	 <p>ARE Augmented Reality Event</p>	 <p>ISMAR International Symposium on Mixed and Augmented Reality</p>
주최	지식경제부, 방송통신위원회, 문화관광부	ARE (Augmented Reality Event)	IEEE Computer Society
내용 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> IT 관련 기술과 제품들을 한 자리에 전시 이벤트, 워크숍, 세미나 등 다양한 부대행사 기획 학술관련 행사를 통한 정보 교류 촉진 IT 산업의 일부로서 증강현실 기술 전시 	<ul style="list-style-type: none"> 독립적인 하나의 산업기술로서 증강현실 기술 전시 주로 관련 기업간의 정보 교류, 수출의 장을 위한 전시 컨퍼런스가 특화된 B2B 전시 2012년 열린 행사에서 100명의 연사와 약 170여 개 기업 참여 	<ul style="list-style-type: none"> 국제 증강현실 분야 학회에서 진행되는 심포지움 주로 학계 논문 발표로 구성 다양한 국가의 증강현실 관련 연구진들의 교류의 장 ISMAR2010 코엑스에서 성공적인 개최(약 30여개국 참여)

'Log into Reality'의 차별성과 특징

차별성

- 독자적 산업영역으로서의 국내 최초 증강현실 전시
- 새롭고 혁신적인 기술에 대한 니즈 충족

2012, 월드컵쇼 개막...볼거리 없는 행사

최종수정 2012.05.16 17:59:31 기사입력 2012.05.16 17:59:31

경제
경제종합

월드컵쇼, "소문난 잔치에 먹을 것 없다"...신제품 빈 자리 커

김종원 기자 | toddie@yaseoul.co.kr

거세게 불고 있는 스마트폰 열풍을 반영하듯 스마트폰과 관련된 초소형 스피커, 각종 보호장치 등 다양한 제품과 애플리케이션을 선보였으며 특히 증강현실을 이용한 가상체험시스템이 등장해 관람객의 관심을 받았다.

특징

- 컨퍼런스 및 세미나 행사를 통해 산업간의 화합의 장 마련
- 전시품목의 다양화 및 규모 확대를 통해 전시 콘텐츠의 강화
- 일반 관람객들도 참여할 수 있는 체험형 전시를 통해 B2C 까지 포함할 수 있는 Mixed Show

2013 증강현실 산업전

참가 필요성

Exhibitor

- 국내외 기업 간 기술 및 제품의 공유
- 기술 및 제품 홍보와 수출 증대의 장
- 해당 기술 투자 유치의 기회
- 소비자 인지도 제고, 잠재수요 확보

Buyer

- 신기술 발표회 등 다양한 세미나를 통한 산업 동향 파악
- 수익성 있는 사업발견, 투자기회

Visitor

- 새로운 IT기술을 직접 체험하고 구매하고자 하는 욕구 충족
 - 증강현실 관련 벤처창업을 위한 창업설명회
-

기대효과

제니텀, 모바일 증강현실 솔루션 올해 500만 달러 수출

글쓴이 권영관 작성글 보기 | 2011-04-11

2011년 4월 11일, 제니텀(대표 김희관, www.zenitum.com)은 자사의 '비전 기반의 모바일 증강현실 솔루션'의 해외 수출이 전개된다고 밝혔다.



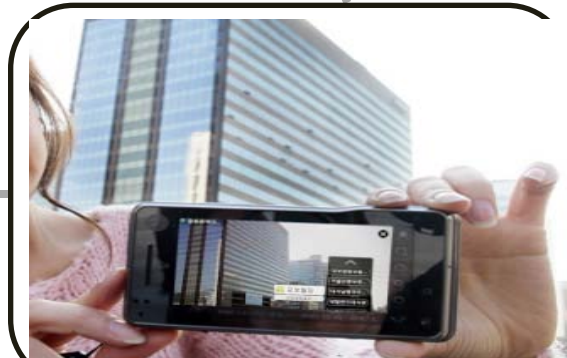
수출 거래를 통한
기업 경쟁력 및 수익성 확보

경제적 효과



국가.지역적 효과

IT강국으로서 한국의 위상을 높임 /
성장기술산업의 선도 도시 '창원' 이미지 제고



사회적 효과

개인 맞춤형 정보활용/편의성 증대

전시회 개요

01. 전시회 명

- 국문명: 2013 증강현실 산업전
- 영문명: Augmented Reality Industry Show 2013
- 약칭: ARIS2013
- 부재: Log Into Reality - 가상에서 현실로의 접속

02. 전시기간

- 준비기간 : 2013.07.15~2013.07.17 <3일간>
- 전시기간 : 2013. 07.18~2013.07.21 <4일간>
- 철거기간 : 2013.07.22<1일간>

03. 전시품목 및 규모

- 전시품목 : 증강현실을 기반으로 한 기술(Technology) 및 증강현실 기술을 응용·접목한 제품(Products)
- 전시부스 : 국내 60사 / 해외 40사 총 250부스
- 전시장소 : CECO 3층 Exhibition 1
- 총 전시면적 : 3,913㎡ / 순 전시면적: 2,250㎡

04. 주최. 주관. 후원

- 주최 : 지식경제부, 과학기술부, 한국콘텐츠진흥회
- 주관 : ARIS사무국, 한국콘텐츠진흥회
- 후원 : 창원시, 정보통신연구진흥원, 방송통신위원회, 한국광고업협회, Google, 삼성전자, SK, KT

전시장소

Asia's Industry & Environment BT MICE Hub
CECO the Green Factory



아시아 산업 특화 허브
지식기반 첨단산업의
대규모 산업인프라를 갖춘 **창원,**

바로 'CECO' 는 새로이 IT산업을 이끌어갈
증강현실기술을 국내 처음으로 전시하고
그 기반을 구축하는데 최적의 장소

전시품목 및 전시관 구성



- 모바일관** Applications, 위치기반 SNS
- 게임관** PC게임, 아케이드 게임, Kiask
- 미디어관** 마케팅, 광고, 방송
- 교육관** E-Learning, Pop-up book
- 의료관** 가상해부학실습, 모의수술,
- 군사관** 항공, 항해 시뮬레이션



창원 CECO - Exhibition Hall I
면적: 3913.6m²

해당 산업 관련 업체 현황

모바일	게임관	미디어	교육	의료	군사.항공
-제니텀 -GM -Qualcomm -삼성 -올라웍스 -AR비전 -옴트론텍	-Gunman -아이펫 -이삭엔터테인먼트 트 -반디앱 -(주)티그램 -Maxst	-유먼더스 -Anyframe -다림비전 -SK M&C -아이아트커뮤니케이션즈 -애니프레임	-삼성 -ARBook -한울네오텍 -이지북 -디지로그 -시지웨이브 -민즈토리	-AR 비전	-SK텔레콤
-Geo Vector -Mobilizy -Layar -BMW -Marxent	-Metaio -Optinvent --SCM(소니컴퓨터엔터테인먼트) -KOIKE	-zugara -Ad-Dispatch -Balance Studios Inc	-Total Emmersion -Donchidot	--Tedesys	-이노베가 -제너럴다이내믹스

외 총 120여개 업체

부대행사

▪ 개막식

-일시: 2013년 7월 19일 (금)

-장소: CECO 3층 Exhibition1

▪ 세미나 및 행사

》행사	》대상	》장소	》내용
세미나	기업. 일반참관객	회의장 301	▫분과별 세미나 진행 -해당기술보유기업 사례 ▫창업 설명회
기술 이전 상담회	지식 경제부 주최 기업	회의장 301	▫우수기술보유연구원, 기관, 대학 등에 보유기술 발표 ▫상담을 통한 사업화 기회마련
신제품, 기술 발표회	참가업체 바이어	회의장 301+302	▫혁신 제품 및 기술을 현장에서 바이어 및 참가자에게 발표-거래기회 마련
해외바이어 초청 수출 상담회	기업 바이어	Exhibition1	▫해외바이어 참여 1:1 비즈니스 상담제공
이벤트	일반참관객	Exhibition1	▫증강현실 콘텐츠 아이디어 공모전 시상식 ▫게임 및 기술 체험관 (헤어·스타일 체인지, 혼합현실게임, E-Learning, Photo Zone)

유치전략 및 목표

01 KEY Exhibitor 유치 전략

1. 전시 임대료 할인 혜택 (약 25% 할인)
2. 교통, 숙박 일부 지원
3. 신제품 홍보, 거래 공간 마련

02 유치 목표

구 분		국 내	해 외	계
참가업체 규모	업체 수	60	40	100
	부스 수	250		250
참관객	바이어	2,200	800	3000
	일 반			12,000
	소 계			15,000

홍보전략

1 미디어 매체별



- 주최·주관·후원 업체들의 인지도를 활용한 간접홍보
- 전문 잡지, 신문을 통한 기업대상 홍보 및 TV, 라디오, 인터넷을 통한 참관객 대상 홍보

2 인쇄물

- 브로셔, 홍보 포스터 제작 및 배포
- 관련 업체에 초청장 및 DM 발송

3 옥외광고

- 유동인구가 많은 지역의 대형 전광판 활용
- 대중교통 내·외부 활용

4 전시홍보

- 국내외 관련 IT 전시회와 연계 홍보

5 기관 홍보

- 정부 및 관련학과가 개설된 대학교, 대학원 홍보

6 홈페이지

- www.aris2013.com 전시 홈페이지 개설
- 홈페이지 내 증강현실 간접체험 제공



대상별

1 참가업체

- 업계 선두주자: 기술 및 지식 공유를 할 수 있는 컨퍼런스 일정 구성
- 중소기업: 해외 기술 수출의 발판 마련 및 기술 투자자 유치

2 바이어

- 최대 규모의 증강현실 전문 전시임을 강조.
- 일부 전시장을 기술 거래의 장으로 활용하여 거래의 활성화 도모

3 일반참관객

- 체험형 전시를 통해 새로운 IT 기술을 접할 수 있는 기회의 장
- 증강현실 기술을 한 자리에서 접하고 성장 가능성을 알 수 있는 기회

지역별



1 국내

- IT Show 등 관련 유사 전시회의 데이터베이스를 활용하여 세분화를 통한 타겟별 및 바이어 별 홍보 전략 구축
- 지식경제부 및 증강현실 산업 관련 정부기관의 공문을 통해 정책적으로 중소기업 및 벤처기업의 참여 유도
- 증강현실 관련 국내 연구소 및 대학, 대학원을 대상으로 하는 대내적 홍보 체계 구축

2 국외

- KOTRA, 한국관광공사 등 국가 차원에서 IT 강국 한국의 이미지 특히 최근 증강현실 관련 국내 이슈들을 홍보 및 마케팅
- 해외 과학 및 IT 관련 전시회 혹은 증강현실 관련 사이트와 IRIS 2013의 웹사이트를 연계 하여 상호 홍보 및 마케팅

증강기 사업계획

2013 증강현실 산업전

증강현실을 알리고 산업
간 거래를 유도하는 국내
최대의 산업 전시회 개최

2018 국제 증강현실 산업전

증강현실 산업의 품목 및
참가 기업이 확대된 전시
회 개최

2023 국제 증강현실 산업전

연관 분야의 산업전시까지
함께 할 수 있는 국내외
대규모 전시회

점차 범위와 규모를 넓혀 세계적으로 성장! 

예산계획

수입	629,890,000	지출	467,279,944
수익		₩	162,610,056

수 입		지 출	
항 목	금 액	항 목	금 액
가.참가비	509,390,000	가.전시장사용료	39,263,944
나.입장료	15,000,000	나.전시장치비	74,920,000
다.부대행사참가비	8,000,000	다.광고선전비	46,000,000
라.협찬금	30,000,000	라.도서인쇄비	26,900,000
마.지원금	60,000,000	마.여비교통비	10,000,000
바.광고수입	7,500,000	바.지급수수료	196,596,000
		사.해외바이어초청비	30,000,000
		아.회의비	15,000,000
		자.잡비	28,600,000
소 계	62,989,0000	소 계	467,279,944

Q&A

Thank you