

#메타버스 #애플 비전 프로 #MR 기기

침체기에 빠진 메타버스, '애플 비전 프로(Apple Vision Pro)'가 시장의 새로운 게임 체인저 될까

메타버스 열풍이 점차 식어감에 따라, 산업 전반에서는 관련 사업 규모를 축소하고 있음. 그러나 최근 애플은 MR 디바이스인 '애플 비전 프로' 출시 계획을 공개해 화제를 모음

애플 비전 프로는 세계 최초로 도입한 공간 운영체제 visionOS를 기반으로 디지털 콘텐츠와 실제 세계를 연결해주는 혁신적인 공간 컴퓨터임

* M2칩
: 맥북, 아이패드에서 주로 사용되는 고성능 CPU로, 기존 컴퓨팅과 달리 발열을 제어하고 쾌적한 온도를 유지할 수 있도록 함

* R1칩
: 12개의 카메라, 5개의 센서, 6개의 마이크가 입력한 정보를 처리해 콘텐츠가 사용자의 눈 앞에서 실시간으로 보일 수 있도록 함

지난 몇 년 간 메타버스(Metaverse)는 전 세계를 강타하며 이른바 '메타버스 열풍'을 일으켰다. 이는 코로나 19를 겪는 동안 메타버스가 오프라인 경험을 대체할 대안으로 급부상했기 때문이다. 하지만 엔데믹을 기점으로 상황이 급변했다. 현재 메타버스는 소셜라이징, 혹은 일회성 프로모션 위주로만 활용되며 그 인기가 한 풀 꺾인 모양새다. 이에 국내외 빅테크 산업 전반에서는 메타버스 사업 규모를 축소하는 분위기가 형성됐다. 먼저 메타(Meta)는 메타버스 서비스 연구조직인 '리얼리티랩스팀'이 2023년 1분기에 39억 9천만 달러(약 5조 1,590억 원)의 영업손실을 기록한 이후, 관련 연구개발 예산을 축소하겠다고 밝혔다. 마이크로소프트(Microsoft) 또한 올해 3월, 2017년에 인수했던 소셜 가상현실 플랫폼 '알트스페이스VR'의 서비스를 종료했다.

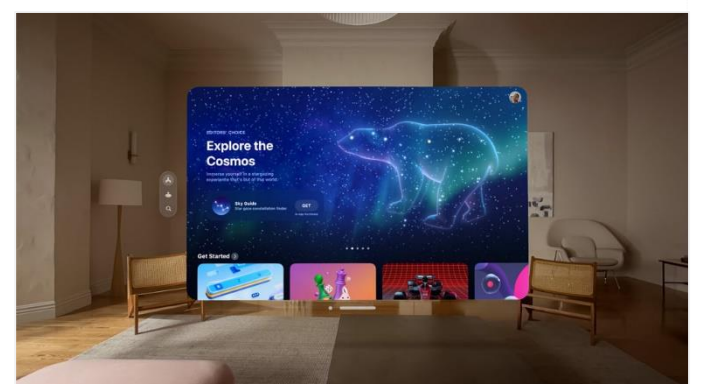
이처럼 메타버스 산업이 침체기에 접어들었다는 다수의 시각에도 불구하고, 지난 6월 5일 애플(Apple)은 WWDC(Worldwide Developers Conference) 2023에서 MR(혼합현실) 디바이스인 '애플 비전 프로(Apple Vision Pro)' 출시 계획을 공개해 화제를 모았다. 애플의 도전이 주춤했던 메타버스 시장에 다시금 활기를 불어 일으킬 수 있을지 업계의 이목이 쏠리고 있다.

■ 애플 비전 프로, 애플의 하드웨어 기술력과 디즈니의 콘텐츠 경쟁력 결합해

애플 비전 프로는 애플이 애플워치 이후 9년 만에 선보이는 신제품으로, 디지털 콘텐츠와 물리적인 실제 세계를 연결해주는 혁신적인 공간 컴퓨터이다. 별도의 컨트롤러 없이 음성, 손가락 제스처, 눈동자 움직임을 기반으로 기기를 제어하도록 설계됐으며, 특히 세계 최초로 도입한 공간 운영체제 'visionOS'를 통해 사용자에게 더욱 실감나는 몰입감을 제공한다. 또한, 강력한 성능에 힘을 실기 위해 비전 프로에 고유의 듀얼칩* 디자인 Apple Silicon을 탑재했다. 즉, 현재 VR 디바이스 시장을 선도하고 있는 메타의 퀘스트가 기기의 '보편화'에 초점을 두었다면, 애플은 차세대 공간 컴퓨팅 디바이스로의 '차별화'를 꾀하고 있는 것으로 보인다.

한편, 애플은 하드웨어적 완성도 뿐만 아니라 소프트웨어 측면에서의 콘텐츠 확장에도 주력하고 있다. 지금껏 VR 기기에서 즐길 수 있는 주요 콘텐츠가 게임에 국한되어 있다는 점은 메타버스 성장의 주요 제약 요소 중 하나로 거론되었다. 이 부분에 착안한 애플은 디즈니(Disney)와의 협업을 발표하고 콘텐츠

Source : 애플(Apple)



▲ 애플 비전 프로(Apple Vision Pro)

애플은 비전 프로의 소프트웨어 콘텐츠 확장을 위해 디즈니와의 협업을 발표함. 관련해 애플의 디즈니 인수설도 지속 제기되고 있음

삼성전자는 비전 프로 공개 이후 초기의 XR 기기 개발 목표를 상향 조정함. 또한, 해당 기기가 삼성전자의 스마트링과 연동된다면 가상 공간에서 헬스케어 서비스까지 가능해질 전망이다

콘텐츠의 다양성 부족, 불편한 착용감, 인지부조화, 고가의 가격 등이 애플 비전 프로의 한계로 지적되고 있음

이러한 한계에도 불구하고, 애플 비전 프로가 새로운 수익 모델로 자리잡아 메타버스 시장의 흐름을 반전시킬 수 있을지 그 변화에 대해 관심이 모아짐

츠 외연 확장에 나섰다. 이에 비전 프로 출시 첫날부터 마블 시리즈, 스타워즈 등 디즈니 플러스(Disney+)의 콘텐츠를 시청할 수 있게 됐다. 여기에 애플의 OTT 서비스 ‘Apple TV+’가 미국 메이저리그사커(MLS) 독점 중계권을 보유하고 있어, 비전 프로를 통해 몰입감 높은 스포츠 경기를 즐길 시기 또한 머지 않았다. 관련하여 애플의 디즈니 인수설도 업계 내에서 지속적으로 제기되고 있는 상황이다. 다수의 지식재산(IP) 및 콘텐츠를 확보하는 것이 애플 비전 프로의 콘텐츠 확장 측면에 있어 도움이 되는 만큼 인수 여부에 더욱 관심이 높아지고 있다.

■ 애플 비전 프로 출시에 대한 업계의 반응은

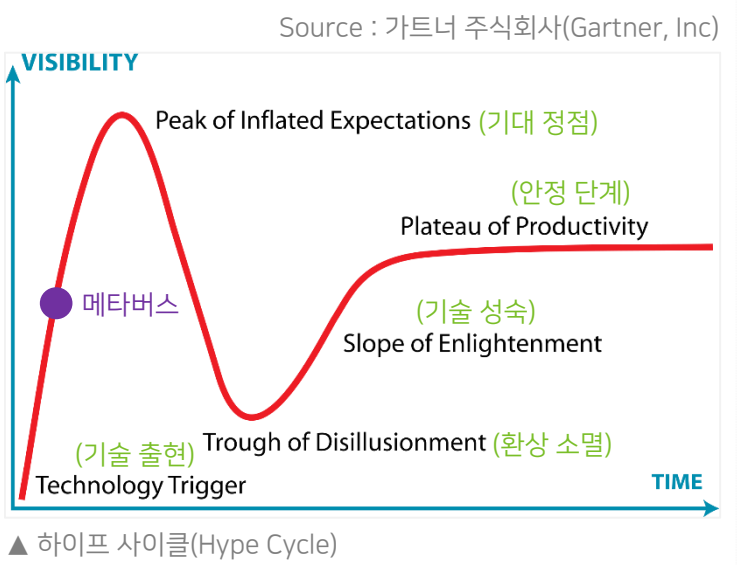
한편, 지난 2월 삼성전자 역시 구글(Google), 퀄컴(Qualcomm)과 협력해 XR 생태계를 확장하겠다고 나섰으나, 내년 초로 예상했던 XR 기기의 출시를 약 6개월 가량 연기했다. 출시일을 늦춘 배경으로는 애플이 고도화된 기술력을 보유한 비전 프로를 공개하자 대중화·보급화라는 초기 개발 목표를 상향 조정한 것이라 보여진다. 즉, 기존에 삼성이 출시했던 ‘기어VR’과 ‘오디세이 플러스’에서 겪었던 2번의 실패를 경험 삼아 차별적인 기술력과 기능을 탑재해 완성도를 더욱 높이하고자 한 것이다. 더불어 삼성전자는 ‘스마트링’ 특허를 출원해 다양한 헬스케어 정보를 실시간으로 측정하는 반지 형태의 웨어러블 제품을 개발 중인데, 향후 출시될 XR 디바이스와 스마트링이 연동되면 가상 환경에서 의료 서비스를 받는 등 헬스케어 서비스 영역까지 폭넓게 이용 가능해질 전망이다.

하지만 시장분석기관 CSS 인사이트는 2022년 헤드셋을 포함한 전 세계 VR 기기 판매량이 960만 대에 그쳤다고 밝히, 아직까지 메타버스를 구현하는 전용 디바이스는 상업화에 어려움을 겪고 있다. 이는 VR 콘텐츠의 다양성 부족, 불편한 착용감, 현실과 가상현실의 인지부조화에 따른 멀미와 어지럼증 등과 더불어 고가의 가격을 부담할 만큼 소비자에게 필수 IT 제품으로 인식되고 있지 않다는 점에 기인한다. 따라서, 애플 비전 프로는 출시 초기 가격이 약 3,500달러(455만원)에 달하는 만큼 많은 장애 요소의 해결 없이는 사용자에게 대중적으로 다가갈 수 없을 것이라는 지적이다.

■ 시사점

반면, 낙관적 전망도 있다. 최근 ChatGPT 기술을 적용한 마이크로소프트의 Bing(Bing)은 “미래에는 메타버스가 더욱 발전해 현실 세계와 융합되며 새로운 산업이 탄생할 것”이라고 낙관한 바 있다. 또한, 지난해 8월 미국의 정보 기술 연구 및 자문 회사인 ‘가트너(Gartner)’는 신기술의 성장 주기를 ‘하이프 사이클(기술 출현 → 기대 정점 → 환상 소멸 → 기술 성숙 → 안정 단계)’로 표현했다. 메타버스 관련 시장은 아직까지 명확한 수익 모델을 찾지 못해 1단계인 기술 출현의 중반기에 머무른 상태이며, 비전 프로는 지속적인 투자와 기술의 향상을 통해 첫 대중화에 도전하고 있다. 2024년 경 출시 예정인 애플 비전 프로가 하나의 먹거리로써 메타버스 시장의 흐름을 반전시킬 수 있을지, 혹은 현재의 침체기가 여전히 지속될지 그 변화의 양상에 많은 관심이 모아지고 있다.

비전 프로 공식 출시까지 수 개월 간의 시간이 남았다. 다시 말해 비전 프로가 구현하는 가상의 환경에 기존의 브랜드 경험을 적용할 방법을 고안해 낼 준비 시간이 얼마 남지 않았다는 의미이기도 하다.



DMC미디어 마켓인사이트팀 박유빈 연구원