



IFA 2022 Trend Review

2022. 9.

I. IFA 2022 핵심 트렌드

Internationale Funkausstellung Berlin 2022

- (개최장소) 독일 베를린 (Messe Berlin)
- (개최일정) '22. 9. 2. (금) ~ 9. 6. (화)
- (참가기업) 약 1,100여 개사
- (관람객수) 약 16만 명
- * (국내기업) 약 160여 개사 (('17) 39개 → ('18) 59개 → ('19년) 91개사 참가)

KETI 선정 핵심 트렌드

- ① 영상가전, 프레임 탈피
(More Realistic in Unframed Perspective)
- ② 생활가전, 일상의 재발견
(New Lifestyle Creates New Appliances)
- ③ 홈IoT, 연결과 단절 사이
(HCA, What's the MATTER?)
- ④ 로봇, 공장에서 집으로
(Robot, from Factory to Home)
- ⑤ 그린가전, 넷제로의 시작
(Net-Zero Starts at Home)



1 영상가전, 프레임 탈피 (More Realistic in Unframed Perspective)

□ (틀의 전환) 영상가전은 패널 경쟁이 가속화 중이며, 폼팩터 변형 및 혁신을 통해 약 100년* 간 고정되었던 틀(Frame)에서 탈피

* 최초의 브라운관 TV는 1927년 필로 판스워스(美)에 의해 발명

○ (패널 경쟁) 초고화질 8K(해상도 7680×4320) 송출을 위한 OLED*(LG 전자)와 QLED**(삼성전자) 경쟁 격화, 삼성의 OLED 출품도 주목

* 자체발광소자 적용(백라이트 無) ** LED패널에 양자점 기술 적용(백라이트 要)

- 프리미엄 TV에 QLED 패널을 채택해온 삼성이 QD OLED* 패널 수율 개선**에 따라 새로운 QD OLED 모델 첫 공개

* QD OLED는 청색 OLED를 발광원으로 사용 (LG OLED는 백색 OLED가 발광원)

** 삼성디스플레이는 최근 50% 이하였던 QD OLED 패널 수율을 85%까지 개선

- 향후 패널 경쟁 구도는 결국 OLED 중심으로 전개될 전망

* 삼성은 그간 OLED TV 사업 진출을 부정했으나 올해 4월 QD OLED 최초 출시

〈 국내기업의 대표 출품 TV 〉

삼성전자 (Neo QLED, 8K 85인치)	LG전자 (OLED evo, 4K 97인치)
	

- 후발 기업들이 프리미엄 TV 경쟁에 합류 중이나 베젤, 두께 등 하드웨어 완성도 측면에서 격차 확인

* (예) 도시바(日): 8K OLED TV 컨셉 디자인을 출품, 삼성·LG에 비해 두꺼운 베젤
 메츠(獨, 스카이워스(中)에 인수): 8K OLED, QLED 등 출품했으나 슬림화 한계

〈 해외기업의 출품 TV 〉

도시바 (8K OLED)	메츠 (QLED+)	TCL (Mini LED)
		

- (폼팩터 변형) 그간 TV 기술의 핵심경쟁력이었던 대형화 전략이 한계에 봉착*, 폼팩터 변형을 통한 사용성 확대 등 전략 다변화

* LG는 IFA에서 향후 100인치 이상의 가정용 OLED TV를 출시하지 않겠다고 브리핑 (100인치 TV는 사다리차, 엘리베이터 등을 활용한 운송이 어려워 가정용에 제약)

- 금년도 전시회에서는 유연한 형태의 폼팩터를 갖춘 게이밍 TV 경쟁이 두드러져 새로운 돌파구로 주목
- 삼성은 1000R 곡률*의 게이밍 TV(오디세이 아크), LG는 800R 곡률 게이밍 TV(울트라 기어)와 벤더블 게이밍 TV(플렉스) 공개

* 곡률은 곡선을 이루는 원의 반지름 길이로 곡률이 작을수록 더 많이 휘는 디자인

주요 출품 게이밍 TV 비교

- 삼성 오디세이 아크: 55인치, 쿼텀 미니 LED, 콕핏 모드(화면을 가로에서 세로로 전환) 및 멀티뷰 기능(스크린을 3~4개 화면으로 분할) 지원
- LG 울트라 기어: 45인치, OLED, 800R 곡률로 유연성 극대화
LG 플렉스: 42인치, OLED, 900R까지 5%씩 20단계 조정 가능한 벤더블(Bendable) 방식
- TCL 이스포츠 디스플레이: 34인치, 미니 LED, 1500R 곡률

삼성전자 (오디세이 아크)	LG전자 (울트라 기어)	TCL (이스포츠 디스플레이)
		

○ (폼팩터 혁신) 장기적으로는 물리적 한계 극복, 몰입감·실재감 등 개선을 위해 TV→모바일→VR/AR→홀로그램으로 진화 전망

* 현재 일상 필수매체로 인식하는 비율은 스마트폰 70.3% > TV 27.1% (방통위, '22)

- 상용화 제품을 전시하는 IFA 특성상 CES 대비 VR/AR의 출품이 많지는 않았으나 지속적인 상용화 추세 확인

- 특히 TCL은 마이크로 OLED를 적용해 4m 거리의 140인치 TV 시청과 동일한 효과를 주는 AR 글래스(NXTWEAR S)로 큰 이목

< 주요 VR/AR 전시 제품 >

TCL (NXTWEAR S)	Dayholi (VR Dome)	Rokid (Rokid Air)
		
마이크로 OLED FHD로 선명한 영상을 제공하는 AR 글래스	바람, 냄새 등 물리적 자극을 제공하는 VR 체험 돔	목소리, 제스처 등으로 제어 가능한 AR 글래스

② 생활가전, 일상의 재발견 (New Lifestyle Creates New Appliances)

□ (혁신가전 확산) 대형가전 중심의 비교적 보수적이었던 생활가전 시장은 새로운 라이프스타일 확산에 따라 혁신시장으로 변모

○ (유럽 내 국산 확산) 유럽은 프리미엄 가전을 앞세운 현지 전통 기업이 강세*인 시장이나, 최근 국내기업의 혁신 전략이 주효**

* 밀레, 보쉬, 지멘스(이상 獨), 일렉트로룩스(스웨덴) 등 현지 가전기업들이 빌트인+프리미엄 브랜드 전략으로 시장 우위

** 삼성전자는 '22년 1분기 유럽 지역 매출이 7.3조 원으로 전년동기비 14.36% 증가, LG 전자는 '21년 유럽 지역 매출이 12조 원으로 전년비 30.8% 증가

- 금번 전시회에서도 유럽기업들은 전통가전* 위주로 출품하였으며 색상도 무채색 위주로 배치, 다양한 색상의 국산 제품과 대조

* 주방가전(냉장고, 전기오븐 등), 공조가전(에어컨, 온풍기 등), 청소기, 세탁기 등

〈 유럽기업이 출품한 생활가전 〉

밀레 식기세척기	보쉬 냉장고	지멘스 세탁기
		

○ (혁신가전) 소비자의 새로운 욕구, 라이프스타일의 변화* 등을 기반으로 제품혁신(Product Innovation) 및 혁신제품(Innovative Product)** 확산

* (예) 집에서 다양한 경제활동(여가·소비)을 해결하는 홈코노미(Home+Economy) 확산

** (제품혁신) 기존 가전의 기능·디자인 혁신, (혁신제품) 종래 없던 새로운 기능의 가전

- 특히 LG는 세분화된 소비자 니즈를 적극 발굴해 새로운 시장을 개척, IFA 2022에서도 다양한 혁신가전 공개로 인기

* LG전자는 프리미엄 및 혁신가전으로 '21년 글로벌 생활가전 시장점유율 1위 차지

〈 LG가 출품한 생활가전 (제품혁신(上)/혁신제품(下)) 〉

<p>무드업 냉장고(★)</p>	<p>아트컬 갤러리 에어컨</p>	<p>퓨리케어 에어로퍼니처(★)</p>
		
<p>문 표면에 LED 도광판을 적용, 언제든 원하는 색으로 전환</p>	<p>전면부에 사진·그림을 넣어 액자처럼 벽에 걸어 사용</p>	<p>테이블과 공기청정기를 결합, 어플로 색상·밝기 조절 가능</p>
<p>스타일러 슈케이스(★)</p>	<p>티운</p>	<p>홈브루</p>
		
<p>스팀 기술로 신발 유해물질, 약취 제거 및 최적 온습도 보관</p>	<p>빛·온도·바람 조절, 순환식 물 공급 등으로 식물 관리</p>	<p>발효-숙성-보관을 자동화해 캡슐형 수제맥주 제조</p>

* (★): IFA 2022 최초 공개 제품

- 위니아가 KETI와 함께 1인 가구용 IoT 김치냉장고(담채 뿌띠)를 출품하는 등 국내 중소·중견기업도 새로운 니즈에 적극 대응
- 파나소닉은 퍼스널 케어 및 뷰티 가전을 전시, 시장환경 변화(여성 경제력 향상, 그루밍족* 등장, 인구고령화 등)에 따른 잠재 가능성 확인

* 외모를 중시해 미용, 패션 등에 적극 투자하는 남성을 일컫는 신조어

〈 파나소닉이 출품·시연한 퍼스널 케어 및 뷰티 가전 〉

<p>퍼스널 케어 가전</p>	<p>퍼스널 케어 가전 시연</p>	<p>뷰티 가전</p>
		

③ 홈IoT, 연결과 단절 사이 (HCA, What's the MATTER?)

□ (연결성 강화) 홈IoT는 제품·서비스별 상이한 기술 규격으로 인해 제약이 많았으나, Matter에 이은 HCA*의 등장으로 상호호환성 확대

* Home Connectivity Alliance

- (개별 플랫폼) 글로벌 가전사들은 자체 홈IoT 플랫폼을 통해 자사 가전제품을 연동·제어, 금번 전시회에서도 중점 경쟁력으로 홍보
 - 삼성의 스마트싱스(SmartThings), LG의 씽큐(ThinQ), 보쉬·지멘스의 홈커넥트(Home Connect) 등 주목

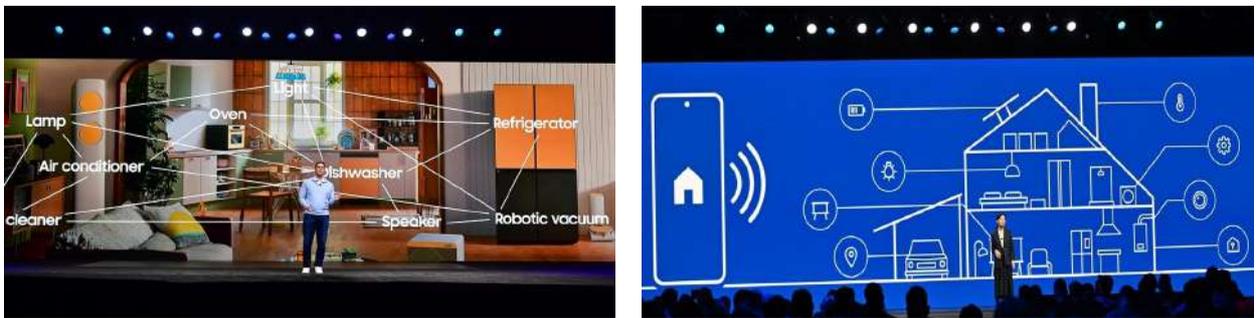
〈 기업별 홈IoT 플랫폼 홍보·시연 〉

삼성 스마트싱스	LG 씽큐 (무드업 색상 제어)	보쉬·지멘스 홈커넥트
		

- 그러나 통신규격이 상이한 제조사별 홈IoT 플랫폼으로는 대내 다양한 가전 및 전자기기 간 상호연동에 제약
- 이에 개방형 통신 프로토콜 규격 개발 및 표준화 필요성 대두
 - * OCF(Open Connectivity Foundation) 등 유사한 시도가 있었으나 기대 이하 성과
- (Matter) 애플, 아마존, 구글 등 테크기업 중심으로 구성된 협의체 CSA*가 개발 중인 IoT 표준으로 9월 말 매터 1.0 발표 예정
 - * Connectivity Standards Alliance (舊 Project Connected Home over IP)
 - 그간 국내기업들의 참여는 다소 저조하였으나, 최근 LG가 CSA 의장사로 선정되는 등 참여 확대 추세(LG, 삼성, KT, LG U+ 참여)

- (HCA) 연초 삼성, GE, 하이얼, 일렉트로룩스 등 가전기업 중심으로 발족한 협의체로 IFA 2022에서 IoT 가전 연동 시연
 - 삼성은 Matter보다 HCA에 집중, 의장사로서 주도적 역할*을 하고 있으며 LG 역시 8월 말 공동 의장사로 신규 참여
 - * 삼성전자 DX부문 IoT 사업기획팀장이 HCA 초대의장 겸 대표이사 역임 중
 - 금번 전시회에서는 삼성의 스마트홈 플랫폼 스마트싱스로 他社 (GE, 그룬디히, 아르첼릭 등) 가전제품 원격 제어 시연
 - 13개 회원사 15개 제품군의 40개 이상 기능을 각사 어플리케이션으로 제어 가능하며, 삼성은 내년 상반기 HCA 표준 적용 계획

〈 삼성이 발표한 HCA 개념도 〉



* 출처: 삼성전자 뉴스룸 (CES 2022 발표 장면 갈무리)

- (Matter vs. HCA) Matter는 260여 개 글로벌 기업(IT, 통신, 반도체, 가전 등)이 참여, 13개 가전기업이 참여하는 HCA 대비 확장성 우위*
 - * '23년 Matter를 적용한 전세계 IoT 기기 출하량은 최대 4억 2,400만 개로 예측, 전체 IoT 기기 출하량의 44% 차지 전망(Omdia)
 - 소형 IoT 기기 연동 중심인 Matter보다 대형가전 및 플랫폼 단위 연동 중심인 HCA가 사용 편의성은 더 높을 것*으로 예상
 - * 삼성 스마트싱스는 전세계 2억 명 이상이 사용 중, 연동 기기는 3,000개에 육박 → HCA 참여 가전社 제품·플랫폼 상호연동 시 높은 효과
- (플랫폼 간 단절) Matter와 HCA의 등장으로 대내 단말 간 연동은 확대될 것으로 기대되나, 두 플랫폼 간 단절은 심화될 우려

4] 로봇, 공장에서 집으로 (Robot, from Factory to Home)

- (홈서비스 로봇 확산) COVID-19로 인한 비대면 수요 증가에 따라 서비스 로봇 확산, IFA에서도 홈서비스 로봇 출품 주목
 - (시장 확대) 서비스 로봇의 시장 규모는 산업용 로봇 시장 대비 다소 작으나*, 높은 성장률**로 로봇 시장 전반의 성장 견인
 - * 전세계 매출액('20): 산업용 로봇 13,169백만, 서비스 로봇 11,089백만 달러 (IFR, '21)
 - ** CAGR('14~'20): 전체 12.5%, 산업용 로봇 5.3%, 서비스 로봇 21.0% (IFR, '21)
 - 특히 홈서비스 로봇은 전체 서비스 로봇 중 가장 큰 시장 형성
 - * 서비스 로봇 시장규모: 가정용 43억 - 의료용 36억 - 물류 10억 달러 順 (IFR, '21)
 - (기능 확대) 가사 보조 로봇(청소, 요리 등) 위주에서 근력 증강을 돕는 웨어러블 로봇, 사람을 케어하는 반려 로봇 등으로 다변화
 - 상용화 제품을 전시하는 IFA 특성상 CES 대비 로봇 전시규모가 크지는 않았으나* 다수의 반려 로봇이 출품되어 눈길
 - * 주요 가전으로 자리 잡은 청소 로봇은 삼성, LG를 비롯한 다수 가전사에서 전시
 - 다만 아직 제품 완성도가 높지 않아 시장 확산을 위해서는 보다 정교한 기술·디자인·서비스가 뒷받침될 필요

〈 홈서비스 로봇 전시 제품 〉

Enabot (EBO Air)	Elephant Robotics (MarsCat)	마크로액트 (마이캣)
		
<p>사람, 반려견·묘 등 얼굴 인식, 원격으로도 상호작용 가능</p>	<p>사람과 자율적으로 상호소통, 오픈소스로 어플 개발 가능</p>	<p>AI 기반의 적응형 반려 로봇, 얼굴·음성·감정 인식</p>

5] 그린가전, 넷제로의 시작 (Net-Zero Starts at Home)

□ (친환경 가속화) EU는 그린딜(European Green Deal)*을 발표('19.12.)하고 택소노미(Taxonomy)** 법안을 가결('22.7.)하는 등 친환경 정책 강화

* 2050년 탄소중립 목표 달성을 위한 정책 패키지로 1조 유로 이상 지원 추진

** 탄소중립에 따른 친환경 산업 분류 체계로 친환경 여부를 판별하는 지침 제공

○ (그린가전) IFA 2022에서도 친환경 및 지속가능성이 핵심 아젠다로 부상, 유럽의 에너지 위기까지 겹쳐 관련 제품·서비스가 더욱 주목

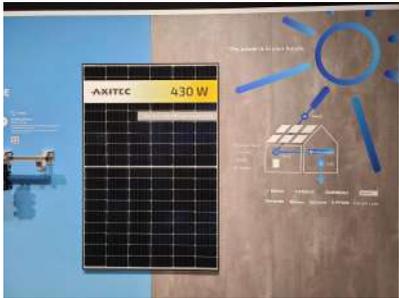
- 재생소재를 사용한 고효율 가전제품, 에너지 소비를 저감하는 AI 기술, 신재생에너지 연계 홈에너지관리시스템(HEMS) 등 다수 전시

- 친환경·지속가능성 가치를 중시하는 유럽 가전사는 탄소 저감 및 에너지 효율 향상 제품을 전면 배치

- 특히 지속가능성을 주제로 전시관을 구성*한 밀레는 고효율 가전과 함께 자사 앱(Miele@Home)의 소비량 대시보드 기능을 공개해 눈길

* 지속가능성 골목(Sustainability Alley) 설치, 식물 배치, 재사용 가능 용품 사용 등

< 유럽 가전사의 친환경 기술 홍보 >

밀레	보쉬·지멘스	보쉬
 <p>자동 세제 투입 시스템을 통해 연간 30%의 세제를 절감</p>	 <p>홈 커넥트 플랫폼으로 태양광 패널의 전력 생산·사용 관리</p>	 <p>CO₂ 배출량을 33% 저감하는 친환경 소재 냉장고</p>

- 아르첼릭* CEO와 슈나이더 일렉트릭** CSO는 기조연설을 통해 지속가능 가전·스마트홈의 중요성 강조

* 터키 가전기업(자국 시장점유율 50%) ** 프랑스 에너지관리·자동화 솔루션 기업

○ (넷제로홈) 삼성*은 스마트싱스로 태양광 패널-가전-조명 등을 연결, 에너지 사용을 효율화**하는 넷제로홈(Net Zero Home) 컨셉 소개

* 전시 주제를 “Everyday Sustainability”, “Do the SmartThings” 2개로 선정, 친환경·지속가능성에 대한 강력한 의지 및 비전 표명

** 태양광 패널로 에너지를 생산하고 가정용 배터리로 저장, 밤에는 AI 절약 모드로 가전기기 에너지 사용 절감 → 궁극적으로 전기세를 제로(0)로 감축

- 제품 생애 주기(제조-유통-사용-폐기)에 걸친 친환경 정책* 소개

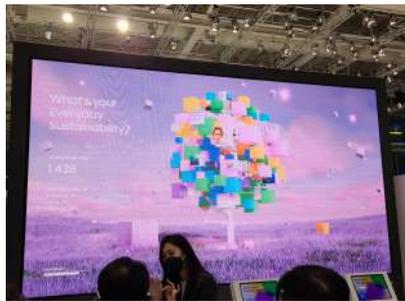
* 갤럭시 업사이클링, 친환경 패키지, 솔라셀 리모컨 등

- 또한 친환경 아웃도어 브랜드 파타고니아와 협력해 개발한 미세 플라스틱 배출 저감 세탁기*를 공개해 주목

* 해양 미세 플라스틱 35%가 세탁 시 합성섬유에서 배출 → 파타고니아와 협업을 통해 미세 플라스틱 발생량을 최대 54% 저감하는 비스포크 AI 세탁기 개발

- 이밖에 친환경 소재를 활용한 액세서리 컬렉션(에코 프렌즈) 공개, 지속가능 동참 캠페인 진행 등 친환경·지속가능성 가치 부각

〈 삼성의 넷제로홈 전시 〉

AI 에너지 모드	미세 플라스틱 저감 세탁기	지속가능 동참 캠페인
		

II. 시사점

- (초격차 기술 확보) 현재는 가전산업 전반적으로 국내 기술이 우위, 미래 경쟁력 선점을 위한 초격차 기술 확보가 중요
 - IFA 2022에서는 국내 양대 가전사가 단연 주목, 일본기업의 쇠락 및 중국기업의 기술적 한계를 체감
 - * 유럽기업은 가전의 IT(IoT, AI 등) 적용 트렌드 이후 기술적 위기에 직면했으나, 금번 전시회에서는 친환경·지속가능성이 화두로 떠오르며 가치 전달 호평
 - 특히 영상가전은 첨단 상용화 기술(8K OLED·QLED, 마이크로 LED 등) 중심으로 현격한 기술 격차 확인
 - 그러나 영상가전은 물리적 한계*로 단기간 內 경쟁력 수렴 우려
 - * 가정용 TV는 운송 및 거주공간 크기 제약 등 이유로 70~80인치로 수렴 전망
 - 따라서, 차세대 디스플레이·폼팩터 기술 및 이와 연계한 콘텐츠·UI 기술 선점을 위한 선행 R&D 지원으로 미래경쟁력 확보 필요
 - * 디스플레이·폼팩터: 마이크로 LED, 홀로그래픽 디스플레이, 광센서 등
 - UI: NUI(Natural User Interface), BCI(Brain-Computer Interface) 등

〈 영상가전의 진화 〉



- (홈IoT 주도권 확보) 호환성 높은 스마트홈 구현을 위한 플랫폼의 플랫폼(Platform of Platforms) 개발, 중소·중견기업 지원 강화 등 필요
 - 홈IoT 시대가 본격 도래하면서 모든 가전에 통신모듈 탑재 전망, 특히 Matter, HCA가 제품 간 상호호환성을 높일 것으로 기대
 - 그러나 Matter와 HCA 간 호환성 단절에 대한 우려도 제기
 - 아울러 중소·중견기업은 자사 제품과 관련된 핵심기술 역량 外 IT 역량은 미흡하여 IoT 적용에 애로
 - oneM2M* 표준 기반으로 개발된 IoT 플랫폼 모비우스(Mobius)를 Matter-HCA 간 연동 플랫폼으로 개발·활용 검토 필요
 - * IoT 표준화를 위해 글로벌 표준화 기구 중심으로 운영 중인 비영리 협의체
 - 또한 모비우스 등을 활용한 중소·중견기업의 IoT 적용 및 서비스 개발, 데이터 생성·관리·활용*, 보안 강화 등 기술지원 강화 필요
 - * 자사 제품으로부터 발생하는 데이터의 대형 플랫폼 종속을 방지
- (미래 먹거리 발굴) 홈서비스 로봇, 뷰티가전 등 새로운 스마트홈·가전 산업 육성을 통해 미래 먹거리 발굴 필요(에어가전 사례 참고)
 - 현재는 산업용 로봇은 물론 서비스 로봇 역시 대부분 B2B 시장, B2C인 홈서비스 로봇 산업 육성으로 시장 확대 필요*
 - * 윤석열정부는 국정과제로 로봇 세계 3대 강국 도약 추진 (국정과제 24)
 - 홈서비스 로봇 기술은 개인특성, 거주환경* 등을 인지·예측하는 AI 접목이 중요, 홈IoT-로봇-AI** 연계 개발 및 실증 필요
 - * (개인특성) 취향, 생체정보, 생활패턴 등, (거주환경) 온습도, 미세먼지, 조도 등
 - ** 홈IoT 단말 센서로 수집된 데이터를 기반으로 가정용 AI 로봇 서비스 개발
 - 최근 국내외 뷰티가전 시장이 빠르게 성장, 시장잠재력이 높아 대표 수출 품목으로 육성 필요
 - 우리는 기술경쟁력(가전·IT·제조), 의료기반(피부·성형외과), 브랜드 파워(K뷰티), 내수시장 등 유리한 여건, 지원 시 시너지 효과 기대
 - * 정부는 화장품, 의료기기, 가전 등 유관산업을 지원 중이나 뷰티가전은 미포함

신성장 가전 발굴·육성 사례

○ 산업부는 에어가전을 유망 가전분야로 낙점, 적극 육성 추진('19년~)

- 에어가전을 **新수출동력**으로 육성하기 위해 **맞춤형 지원** 실시 (△중소기업 공동 수출 브랜드 구축, △현지 유통·물류, △국내외 인증, △해외 마케팅 지원)
- 삼성전자, 위니아 등 약 100여 개 에어가전 관련 기업이 입주해있던 광주광역시에 **에어가전혁신지원센터(KETI內)**를 구축하고 공동 R&D, 시제품 제작 등 밀착 지원
 - * (성과) 신제품 503건에 대한 인증서 발행, 센터 내 타 지역기업 등 12개社 유치, 신제품 14종 발굴·출시, 약 2,600억 원 매출효과 및 161명 고용창출 효과
- 그 결과 중소 에어가전 기업 사상 첫 공동 해외 진출 등 단기간 내 가시적 성과를 창출하였으며, 장기적으로 **지역의 새로운 성장동력**으로 발돋움
- IFA 2022에도 KETI가 국내기업들과 에어가전 공동 출품 (P.16 붙임2 참고)

〈 IFA 2022 KETI-기업 공동 전시 에어가전 〉

위니아 (IoT공기청정기)	다음 (공기청정 살균기)	벤틱프린티어 (바이러스 공기살균 정화기)
		

□ (탄소중립 대응) 가전 및 스마트홈 산업에도 친환경·지속가능성의 중요성이 확대, 국내 중소·중견기업의 탄소중립 대응책 마련 필요

○ 국내 가전 대기업은 RE100* 가입 추진, 공정·제품의 친환경 전환 등 탄소중립 기조에 적극 대응

* 2050년까지 사용 전력의 100%를 재생 에너지로 대체하기 위한 글로벌 캠페인

- IFA 2022에서도 국내 대기업의 탄소중립 적극 대응 기조 확인

○ 탄소중립 대응은 선택이 아닌 생존전략, 그러나 국내 중소·중견기업은 대응 여력이 부족해 정부 지원 절실

- R&D(고효율 가전 개발, 재활용 소재 적용), **공정**(친환경 공정 도입), **금융**(친환경 설비 금융 지원), **제도**(자원 선순환 체계 마련) **전반 지원 필요**

◆ IFA(베를린 가전 박람회, Interationale Funkaustellung)는 CES(1월/미국 라스베가스), MWC(2월/스페인 바르셀로나)와 함께 글로벌 3대 IT 박람회

- CES는 전자·IT·가전 산업의 미래 혁신 방향을 제시하는 데 초점, IFA는 전자·IT·가전 관련 상용화 제품 및 서비스 공개에 초점

* MWC는 CES, IFA와 달리 가전보다는 주로 통신·모바일에 초점

□ IFA 2022 개요

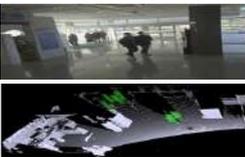
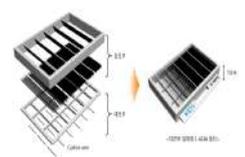
- COVID-19로 인해 3년 만에 정상 개최('20년 축소, '21년 온라인 개최)
- 163,900m² 규모, 50개국 약 1,100개社 참가, 약 16만 명 관람
 - 삼성전자, LG전자, LG디스플레이, 코웨이, 쿠쿠, 위닉스, 인바디 등 국내기업 약 160개社 참가
- * (IFA NEXT관) 국내기업 57개社(31.3%)로 최다 참여 (獨 38개, 佛 32개, 伊 15개社)

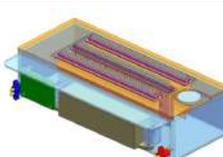
※ (참고) 최근 전시 트렌드

2018	2019	2020
<p>1. TV의 진화와 한계 * 크기 확대에서 초고화질 8k, 작품화 등으로 진화</p> <p>2. 모바일 디스플레이 획일화 * OLED 스마트폰 채택 확산, 노치 디자인 축소 등</p> <p>3. 음성인식 스마트화 * 음성인식을 통한 가전제품의 스마트화 진행 중</p> <p>4. 로봇의 현실화 * 전시 로봇 확대</p> <p>5. AR, VR, MR * 가상현실 통한 소비자 경험 증대</p>	<p>1. 보호무역주의 부각 * 일본, 한국, 대만 등 국가관 최초 등장, 민족주의 및 보호무역주의 반영</p> <p>2. 폴더블 스마트폰 시장 개화 * 갤럭시 폴드에 관심 집중, 화웨이, 모토로라 등도 추후 공개 예정</p> <p>3. 8K TV 시장 부각 * 삼성의 8K QLED TV 기술 완성도 제고</p>	<p>1. COVID-19로 인한 Untact * 사상 최초 온·오프라인 병행 * (삼성·LG) 가상 온라인 행사 (현대차) 온라인 현대테크 데이</p> <p>2. 집·연결·일상 * 코로나 시대 '집콕' 공략 경쟁 * (LG) 홈IoT 적용 프리미엄 가전, (삼성) 홈시네마 프로젝터 출시</p> <p>3. 중국의 적극적 참여 * 온라인 참가 업체 1,400개 중 90% 이상이 중국기업 * 화웨이, TCL, 아너 등 오프라인 개최 강행 (미국 제재에도 AI, 스마트 홈 기술 등 맹추격 중)</p>

* '18년 메리츠증권증권, '19년 NH투자증권, '20년 유진투자증권·연합뉴스 리포트 및 기사 발췌

□ 총 18종 기술·제품 (협력기업 11개사와 공동 제품)

No	기술명	공동 제품기업	전시품
1	AI 엣지운용을 위한 AI 마이크로 서비스 구성 기술	(주)나래트랜드	
2	파편적 시계열 데이터 처리 기술	달리웍스(주)	
3	정밀농업을 위한 AI 및 영상분석 기반 작물 특성 조사·진단 기술	(주)에코사이언씨	
4	스캐닝 라이다 및 엣지컴퓨팅 기반 인공지능 라이다 인지 기술	(주)에스오에스랩	
5	오존프리 전기 집진모듈	-	
6	바이러스 공기살균 정화 기술 (KOKKOS)	(주)벤틱프린티어	
7-1	나노정전 분무를 이용한 공기청정 살균기 I	(주)다음	
7-2	나노정전 분무를 이용한 공기청정 살균기 II	(주)다음	
8	노면청소기 (Road Sweeper)	(주)드림씨앤지	

No	기술명	공동 출품기업	전시품
9-1	IoT 김치냉장고 썬띠	(주)위니아	
9-2	IoT 공기청정기	(주)위니아	
9-3	스마트TV	(주)위니아	
9-4	가습공기 살균기	(주)위니아	
10	AI 기반 미세조류 활용 실외 공기정화 시스템	(주)조인트리 (주)에스아이솔루션	
11-1	워셔블 헤파필터	(주)한새	
11-2	자동차 필터	(주)한새	
11-3	탈취필터	(주)한새	
11-4	살균 모듈	(주)한새	

한국전자기술연구원(KETI) 소개

- 한국전자기술연구원은 전자 및 관련부품 산업의 기술혁신에 필요한 연구개발 수행과 중소기업의 첨단 전자기술 개발을 지원함으로써 전자산업의 국제경쟁력 제고에 기여하기 위한 목적으로 1991년 8월 설립된 전문생산기술연구소입니다.
- 한국전자기술연구원은 ‘Unframed Perspective’라는 비전 하에 디지털 전환, 공급망 변화, 탄소중립 등에 대응한 핵심기술 개발과 애로기술 지원 등 우리나라 전자·IT 산업경쟁력 강화 및 기업지원에 앞장서고 있습니다.
- 자세한 정보는 공식 홈페이지(www.keti.re.kr)에서 확인 가능합니다.

본 문서는 한국전자기술연구원의 공식 입장이 아님을 밝힙니다.

KETI TREND REPORT

IFA 2022 Trend Review

발행인 || 신희동 KETI 원장

발행처 || 한국전자기술연구원(KETI)

발행일 || 2022. 9. 15.

작 성 || 이규복 KETI 선임연구본부장

이영진 KETI 기술정책실장

황인성 KETI 기술정책실 선임연구원

황현경 KETI 기술정책실 연구원

문의처 || 한국전자기술연구원 기술정책실

(031-789-7122, 7124)