



트위터 위치에는
다폴리토 방식을
적용하여 가상으로
동축과 비슷한 효과를
만들어낸다.

앰피온 프로페셔널 모니터는 앰프가 필요하므로 프로오디오 시장에서 고가, 고급 제품으로 평가받는다.

한국에서는 늘 이국적인 곳으로 느껴지는 노르딕 영역의 스피커를 리뷰하게 되었다. 이국적이라곤 하지만 스칸디나비아 쪽에는 유명한 오디오 메이커들이 많다. 대중적으로 B&O가 있고 뛰어난 유닛 메이커인 스캔스픽이나 비파부터 그리폰, 오디오벡터 또는 달리 같은 완성품 오디오 메이커 등 오디오에 관심이 조금 있다면 다 알 법한 유명세를 누리고 있다. 물론 이 브랜드들은 모두 오디오 강국이라 할 수 있는 덴마크의 회사들이지만 핀란드도 그에 못지않는 고급 오디오 메이커는 존재한다. 일전에 리뷰했고 개인적으로 매우 선호하는 프로페셔널 모니터 스피커 브랜드 제넬렉이 핀란드에 적을 두고 있고 오늘 리뷰하는 앰피온 역시 국적은 핀란드다. 제넬렉의 경우 결과물이 감상에 손색이 없지만 본령은 어디까지나 프로페셔널 모니터 스피커로 해당 제품만을 만드는 아이덴티티를 구축하고 있다면 앰피온의 경우는 좀 달라서 아예 홈 오디오 라인을 별도로 갖출 만큼 홈 오디오 시장에도 관심을 보이고 있다는 점에서 약간의 차이가 있다. 또한 일반적으로 프로페셔널 모니터는 액티브 형식을 주로 생산하는데 앰피온의 경우는 별도의 앰프를 추가하는 형식으로 만들어진다는 것 또한 특이하다. 내장앰프가 추가되어 있지 않으므로 최종 구성 비용이 꽤 높은 편이라 프로오디오 시장에서 앰피온은 고가, 고급의 제품으로 인식되고 있다.

진짜 홈 오디오로 녹아들 수 있는 홈 스피커의 방향성을 제시하다

Text by _ ED

Photo by _ 이선우 기자

이러다 보니 앰피온의 프로 오디오와 홈 오디오의
구분이 모호할 법도 하지만 어쨌든 앰피온은
enjoy(홈 오디오) create(프로 오디오)로 명확하게
제품구분을 하고 있는데, 가장 흡사하다고
여겨지는 프로쪽의 One18과 홈 오디오 쪽의
Argon 3S의 구성을 보아도 약간의 차이는
존재한다. 일단 프로 쪽 제품의 감도가 2dB
낮다고 공흔에 명시되어 있는데, 음량을 소폭
희생하면서 프로 쪽 오디오인 만큼 보다 정확도를
얻으려는 설계상의 차이로 짐작된다.
그리고 모든 프로 오디오 제품은 우퍼의 그릴이
없는 반면 홈 오디오 제품은 그릴이 있는 것으로
파악된다. 추가적으로 그릴의 색을 바꿀 수도
있고 캐비닛의 마감 역시 프로 쪽 제품은 블랙
마감만 제공하고 있는 반면 홈 오디오 쪽은 몇
가지의 마감 선택이 가능하다. 모든 유닛에 메탈
그릴을 적용했다는 것은 아이들이 집에 있으면
유닛이 온전하게 유지함이 상당한 도전일때가
있는 만큼 지나치게 어깨에 힘을 주지 않으면서
오디오 외적인 요소까지 잘 고려했다고 평가할
수 있다.

Amphion Helium520

플로어스탠딩 라우드스피커
₩ 3,700,000(1조)

SPECIFICATIONS

● Operating principle Two-way, vented ● Drivers 1" titanium tweeter 2
5 1/4" paper woofer ● Crossover point 1600 Hz ● Impedance 4 Ω ●
Sensitivity 90 dB ● Frequency response 40 - 25,000 Hz -6dB ● Power
recommendation 10 - 150 W ● Measurements 1072 x 218 x 270 mm ●
Weight 17 kg (38 lbs) ● 수입원 기어라운지





앰피온의 홈 오디오 라인업

홈 오디오 라인업에는 프로오디오와 구성이 비슷한 Argon(아르곤) 시리즈와 그보다 약간 가격대가 낮은 Helium(헬륨) 시리즈 그리고 플래그쉽인 Krypton(크립톤)3이 있는데 이번에 시청한 제품은 헬륨 시리즈의 톨보이인 헬륨 520이다. 헬륨 시리즈는 특유의 깔끔함과 컬러 그릴 덕에 시각적으로 쉬이 잊히지 않는 외형을 갖고 있고 일반적으로 국내 시장에서 앰피온하면 떠올리는 시그니처 이미지를 구축한 편이다. 우연인지는 몰라도 옆나라 덴마크의 탄젠트라는 브랜드의 스피커도 헬륨과 매우 흡사한 인상의 외형을 갖고 있는데 실제로 사진을 비교해보면 꽤 차이가 있다.

모든 헬륨 아니 앰피온의 스피커를 보면 일반적으로 생각할 수 있는 노르딕의 기운이 총만하다. 북유럽 쪽의 스피커가 많지만 사실 대부분 다른 나라의 스피커와 크게 다르지 않은 모습인데 앰피온 만큼은 정말 스칸디나비아의 물건 같다. 3D 프로그램의 도안처럼 칼로 자른 듯 모서리가 살아있고 동일한 지름의 원이 스피커 베플의 너비와 거의 차이 나지 않게 위치하고 있는데 그 모습이 매우 간결하고 정밀하다는 인상을 받는다. 절제된 모습을 갖고 있으나 기능미를 추구하는 노르웨이(핀란드는 아니지만)의 바리에르에서 만든 기능성 의자와도 같은, 인더스트리얼 디자인을 헬륨 520에서 느낄 수 있다.



D'Appolito 형식의 드라이버 구조

헬륨 520의 유닛은 1인치 티타늄 트위터와 2x5¼인치 우퍼를 사용했는데 우퍼의 재질은 그릴 덕에 확인할 수 없으나, 공중에 얻은 정보로는 페이퍼 재질이라고 한다. 트윈 우퍼를 채택하여 꽤 스피커가 클 것 같지만 우퍼의 구경이 그리 크지 않아서 실제로는 매우 슬림한 형태를 갖고 있으며 슬림한 덕에 안정성을 위해 별도의 보다 넓은 패널이 추가되었다. 심미안적으로는 그 부분이 아쉽다고 생각할 경우도 있겠으나 스피커 아랫면의 너비가 그리 크지 않아서 안정성면에서는 분명한 플러스고 실제로 차지하는 면적도 그리 크지 않다.

헬륨 520의 특징 중 하나는 동일한 우퍼가 위 아래에 위치하고 그 사이에 트위터가 들어가는 다폴리토(D'Appolito, 천연하면 MTM, Mid woofer - tweeter - mid woofer이라고도 불리는 이 방식은 가상으로 동축과 비슷한 효과를 만들어낸다고 해서 가상동축형이라고도 부른다) 형식을 취했고 발생주파수의 속도가 다른 유닛 간의 도달 시간차를 극복하기 위해 트위터를 약간 뒤쪽에 마운트하고 직진성을 확보하기 위해서인지 원형 형태의 혼 효과를 주는 수고를 더했다.

헬륨 520의 후면은 제네릭은 아닌 것으로 보이는 바인딩 포스트가 싱글로 제공되고 특이하게도 포트가 3개나 있다. 또한 구성품에는 스폰지 재질의 포트 마개 역시 채널 당 3개씩 총 6개가 제공된다. 상급기인(그리고 프로모니터와 흡사한) 아르곤 시리즈는 포트 대신 패시브 레디에이터가 장착되는데 아마도 이런 부분에서 차등을 둔 것 같다. 포트의 구멍을 여러 조합으로 막아보았으나 현재 듣는 환경에서는 포트를 막지 않는 것이 가장 자연스러운 재생이라고 판단하여 굳이 포트는 막지 않고 청음하는 것으로 결론 내리고 시청하기로 했다.

또한 헬륨 520은 톨보이인 만큼 별도의 스파이크와 소구경의 슈를 기본으로 제공하고 있는데 제공하는 스파이크는 지면과 닿는 스피커의 하단에서 장착하는 구조를 취하고

있어 이 세상의 모든 바닥이 수평이 맞지 않는 관계로(오디오를 하다 보면 금방 깨닫게 되는 부분이다) 수평조절까지 고려해야 하는 것을 감안하면 사용이 쉽지는 않은 편이고 개선이 있었으면 좋겠다는 부분이다. 그래서 시청 시, 별도의 댐퍼를 수평 맞추기에서 보다 자유로운 3점 지지로 적용하기로 했다.

예지를 잘 갈아서 부드럽게 세공한 사운드

헬륨 520의 소리는 채도를 약간 줄이고 절제에 신경 썼으며 날카로운 예지를 잘 갈아서 부드럽게 만든 소리에 가깝다. 얼마전에 아마하의 스튜디오 모니터 가까운 제품을 들어서인지 일반적인 스튜디오 모니터의 소리와는 분명 거리가 느껴지고 따라서 상급기인(그리고 프로페셔널 모니터와 보다 흡사할 것으로 보이는) 아르곤의 소리와의 매우 다를 것으로 짐작된다. 물론 그럼에도 불구하고 모니터 스피커를 만드는 메이커의 제품인만큼 뉴트럴리티는 높은 편이다. 헬륨 520은 극한의 매니아함을 추구하거나 첨예한 소리를 들려주는 스피커는 아니다. 물론 그런 소리가 유니버설하게 선호되는 소리도 아니고 보다 낮은 가격대의 스피커에서 보이는

정도 이상의 소리를 들려주고 개중에서도 보기 드문 깔끔함이 있는 것 또한 사실이다.

추가적으로 특기할 점은 동 가격대 톨보이와 비교할 경우에도 분명히 제법 고급의 기운을 잘 살렸다는 것이고 충분히 음악적으로 설득력이 있는 튜닝을 했다는 것이다. 이런 튜닝의 장점은 특별히 까탈스럽거나 장르를 타지도 않고 장시간 청음에도 피로를 느끼지 않고 늘 생활속에서 음악감상을 하기에 매우 용이하다는 것이다. 약간은 데면데면할 수 있지만 이런 모습이 정갈하고 말쑥한 외양과 더불어 진짜 홈 오디오로 녹아들 수 있는 홈 스피커의 하나의 방향이 아닌가도 생각하게 된다. 또한 그런 성격을 가져서 인지 가상동축형의 단점으로 지적되는 좁은 스위트 스팟도 그렇게 치명적이지 않아서 위치에 따른 소리의 열화가 크게 느껴지지 않는 것 역시 장점으로 볼 수 있다.

마치며

개인적으로는 톨보이 형태의 스피커를 그리 좋아하지는 않는다. 저가형은 복셀프보다 소리잡기가 어렵고 타협이 폭이 넓으며 고가형으로 가면 너무 고가가 되고 무거워지기 때문이다. 하지만 이런 개인적인 선호와는 반대로 톨보이에 대한 선호도 여전히 많다, 별도의 스탠드가 불필요하여 추가비용이 들어가지 않고 같은 가격에서 음량을 더 확보할 가능성이 높기 때문일 것이다. 게다가 저가형보다는 높은 가격대의 좋은 톨보이들이 늘고 있는 듯하고 헬륨 520 역시 그 흐름에 벗어나지 않아서 이 정도라면 큰 타협없이 즐길 수 있는 톨보이라는 생각이 든다.

절제가 돋보이는 세련된 외양과 적절하게 품위를 갖춘 음질에 가격까지 너무 비싸지 않아서 아주 저가형에서는 탈피하고 싶지만 큰 부담없이 거실에 둘 가정용으로 사용할 그런 스피커를 찾는다면 암피온 헬륨 520은 매우 합리적인 선택지가 될 수 있다. A.



삶의 행복도를 높이는 스피커
Amphion의 설립자
안시 히보넨
_ Anssi Hyvönen

암피온은 북유럽 스칸디나비아 반도 동쪽의 핀란드에 거점을 두고 있는 스피커 전업 제조사다. 1998년에 설립되어 처음에는 컨슈머 제품을 주력으로 생산했지만, 2010년대에 들어서면서 프로용 제품 생산을 시작하며 최근에는 세계 각국의 유명 스튜디오에 도입될 정도로 주목을 받고 있다. 국내에는 기어라운지를 통해 소개되고 있는데, 이번에 오디오 액세서리가 암피온의 대표인 안시 히보넨 씨와 인터뷰를 진행하게 됐다. 브랜드의 설립 배경부터 성장 과정, 암피온만이 가진 독특한 음향 철학 등에 대해 자세히 들을 수 있었다.

Text by _ 송찬용 기자

사진 제공 _ 기어라운드, 암피온



리라를 연주하는 암피온(샤를 라메르, 출처 : 프랑스국립박물관연합(RMN))

암피온(Amphion)은 그리스 로마 신화에서 니오베의 남편이자 리라의 명수로 등장한다. 특별히 브랜드 이름을 암피온으로 정한 이유가 있는가?

히비넨 저는 세 가지 목표를 갖고 브랜드 이름을 정했습니다. 첫째, 어디서나 쉽게 발음할 수 있어야 하고 세련된 느낌이 들어야 할 것. 둘째, 음악에 관련되어야 하고 건설적인 느낌이 있을 것. 그리고 마지막으로 알파벳 A로 시작할 것. 왜냐하면 사람들 대부분은 쇼의 카탈로그나 링크 목록에서 알파벳 C가 넘어가면 귀찮아서 읽지 않으니까요(웃음). ‘Amphion’이라는 단어를 찾았을 때 단어의 소리와 느낌이 좋았습니다. 암피온은 그리스 신화에 등장하는 위대한 음악가이며, 그가 황금 리라(하프와 비슷한 고대 그리스의 작은 현악기)를 연주하지만 하연 그 음률에 돌들이 저절로 움직여 테베스 시의 성벽을 쌓았다는 걸 알았습니다.

알타비스타(註 : 구글이 존재하기 전에 있었던 1세대 검색 엔진 중 하나)를 통해 검색해보고 나서 우리 브랜드의 이름과 잘 어울리겠다는 생각에 암피온으로 정했습니다.

핀란드는 국토가 넓지만, 인구는 550만 명(2020년 기준)이 조금 넘는 정도로 내수 시장이 넓은 편이 아니다. 내수 시장 판매만으로는 브랜드의 유지가 쉽지 않았을 것 같은데, 내수 시장과 수출 시장의 초기 전략을 어떻게 세웠는가?

히비넨 확실히 미국이나 영국에서 시작하게 되면 더 쉬운 길을 걸을 수 있을 겁니다. 하지만 저희는 내수 시장을 넓히는 것도 중요하지만, 어디에 있더라도 브랜드를 손끝에서 세계적으로 알릴 수 있는 언론이 무엇보다 중요하다고 생각했습니다. 우리는 처음부터 국내 시장만으로는 유지하기 힘들다는 것을 알고 있었고, 핀란드어를 잘 모르는 사람이 많은 게 현실이지만 우리의 생각과 목표는 항상 글로벌을 향해 있었습니다. 어쨌든 당연히 어딘가에서 시작해야 했고, 운 좋게도 회사에 핀란드 현지 하이파이 딜러와 가깝게 지내는 직원이 있어서 시작하는 데 도움이 되었습니다.

하이파이 제품의 광고, 마케팅 방법으로 암피온은 최근 주류로 꼽히고 있는 유튜브나 유명 블로거의 리뷰, 소감보다는 사용자의 귀를 믿어야 한다고 설명하고 있다. 이를 위해서는 오프라인 현장에서 소리를 들을 기회가 많아져야 하는데, 현재처럼 감염병의 위험이 가시지 않은 상황에서 암피온과 한국 수입원인 기어라운지는 어떤 방침을 세워놓고 있는가?

히비넨 이 부분은 깊게 생각해볼 필요가 있는 문제입니다. 어쿠스틱 환경은 어떤 스피커든 어떻게 소리를 내는지가 중요하네, 딜러의 청음실은 일반적인 가정환경과 음향적으로 매우 다릅니다. 그러므로 자신이 스피커를 사용할 환경에서 스피커를 평가해보는 것이 권해드립니다. 집안에 단단한 표면이 많은 아시아에서 특히 더 그런데, 단단한 면이 많다는 것은 부드러운 면보다 반사량이 더 높다는 걸 의미합니다. 물론, 자신의 집에서 스피커를 테스트하는 일이 쉽지는 않습니다. 하지만 저는 프로 사운드 엔지니어가 늘 자신의 방에서 스피커를 테스트한다는 사실이 프로 커뮤니티에서 암피온의 성능을 널리 알리는 데 큰 도움이 되었다고 믿고 있습니다. 암피온은 이처럼 실제 환경에서 최고의 성능을 발휘하도록 설계되었습니다.



암피온 제품은 핀란드에서 직접 만들어진다.



공장에서 패시브 라디에이터를 장착하는 모습.



독자적인 웨이브가이드도 숙련된 기술자에 의해 장착된다.

2007년은 앰피온에 있어 중요한 1년이었을 듯하다. 설립자 3명이 각자의 길을 걷게 되면서 안씨 히비넨 씨가 브랜드를 혼자 운영하게 됐기 때문이다. 이 시기에 개발 방향성이나 철학 등과 관련해 달라진 점이 있는가?

히비넨 모든 회사는 성장통을 겪습니다만, 앰피온은 1998년 설립 이래 제가 100% 소유권을 가지고 있습니다. 저는 처음부터 제품 개발과 최종 보이싱에 참여해왔는데, 변화가 있었다 하더라도 너무나 점진적이어서 눈치를 못 챌 정도라고 하겠습니다. 저는 앰피온을 시작했던 때와 같은 음향적 가치를 믿고 있고, 그 핵심 가치는 지금도 달라지지 않았습니니다. 저는 앰피온이 프로의 세계에 도전한 2012년이 더욱 중요한 한 해 아닐까 생각합니다. 그 도전을 통해 앰피온은 소리에 대해 더 깊이 이해할 수 있게 되었으니까요.

앰피온은 최근 10년 동안 우수한 프로용 모니터와 앰프 제품을 선보이며 브랜드 인지도를 높여가고 있다. 프로용 제품에서 앰피온이 중요하다 여기는 부분은 무엇인가?

히비넨 최근에는 많은 뮤지션이 전문 스튜디오가 아닌 곳에서 음악을 제작하는 상황이 늘어남에 따라 음악이 만들어지는 환경과 음악을 듣는 환경이 점점 비슷해지고 있으므로, 프로 뮤지션이나 음악 애호가를 위한 스피커를 만들 때 중요시할 부분에는 큰 차이가 없다고 생각합니다. 스피커가 음악의 감정을 생성하거나 포착하는 데 사용될 때와 음악을 즐기 위해 사용할 때를 구분 지을 필요가 없다는 말이죠. 저희는 앰피온이 자랑하는 높은 해상도와 완벽한 드라이버 통합을 통해 컨슈머용, 프로용 구분 없이 스피커가 모든 음향 환경에서 잘 작동하는지 항상 확인하고 있습니다.

앰피온의 프로 모니터 제품은 다른 홈 스피커 제품들보다 상대적으로 늦게 출시되었다. 프로 오디오용 제품의 성공이 홈 오디오 스피커 라인에는 어떤 영향을 주었는가?

히비넨 크게 두 가지 요소로 나눌 수 있습니다. 첫 번째는 새롭게 개발되고 도입되는 기술입니다. 패시브 라디에이터 로딩은 10년이 지난 지금, 다른 제조사들로부터 놀라울 정도로 인기를 얻었는데, 스튜디오 세계에서 홈 오디오 쪽으로 가져온 개선행 중 하나였습니다. 두 번째는 프로 오디오 시장에서의 신뢰성을 통해 앰피온 하이파이 라인업에 대한 관심이 높아진 점입니다. 많은 회사가 스튜디오 이미지(일부는 사실이고 일부는 비용을 들여서 만든 마케팅 요소입니다)를 이용해 제품을 판매하고 있으니 새롭다고 할 것은 아니지만요.

앰피온의 라우드 스피커는 「Argon」, 「Helium」, 「Krypton」 등 원소 기호의 이름을 따서 명명하고 있다. 각 라인업은 어떤 기준으로 나뉘는가?

히비넨 우리에게 순수함과 자연스러움은 매우 중요합니다. 이름을 선택하는 것도 그 일부이고요. 자동차로 비유하자면, 「Helium」(헬륨)은 '가족용 자동차'라고 할 수 있습니다. 모든 형태의 도로에서 매일 즐기기에 훌륭하고 실용적이죠. 「Argon」(아르곤)은 '스포츠카'라고 하겠습니다. 타이어나 신호 체인 등 전체 시스템에서 더 많은 것을 요구하지만, 모든 부품이 맞아떨어져 작동한다면 기억에 남는 드라이빙(리스팅) 경험을 제공합니다. 「Krypton」(크립톤)은 앰피온의 '포물러' 혹은 '렐리 카'입니다. 모두를 위한 것은 아니지만, 맞는 사람에게는 손에 땀을 쥐게 할 정도로 짜릿한 경험을 선사합니다.





앰피온의 스피커는 크로스오버 주파수를 1.6kHz로 일정하게 조정하는 것으로 알고 있다. 이유는 무엇인가?

히비넨 좋은 스피커를 만들기 위한 가장 큰 과제 중 하나는 ‘드라이버 통합’입니다. 어떻게 하면 이동 질량, 크기와 시간 분산이 서로 다른 드라이버를 결합하여 응집력이 높은 유닛을 만들 수 있을지가 관건이죠. 앰피온은 웨이브가이드와 낮은 크로스오버의 도움으로 위상/시간이 정확하고, 넓은 주파수 대역에 걸쳐 균일한 성능과 분산 능력을 지닌 드라이버 조합을 만들어 냅니다.

복셀프 타입인 「Argon 3S」와 플로어 스탠딩 타입인 「Argon 3LS」를 들어본 적이 있다. 같은 드라이버를 사용했고 같은 2way 타입 제품인데, 소리가 상당히 달랐다. 3S가 개방적이고 다양한 음악과 잘 어울리는 스피커라는 생각이 들었던 반면, 3LS는 저음 양이 많고 소리가 개성적이라서 재즈나 클래식에 잘 어울리겠다는 생각이 들었다. 이 두 제품에서 앰피온이 추구한 바는 무엇인가?

히비넨 스피커 대부분은 전기적으로나 음향적으로 매우 비슷합니다. 하지만 스피커를 설계하는데 가장 흥미로운 점은 상대적으로 작은 기술적 변화가 소리를 들을 때는 큰 변화로 이어질 수 있다는 것입니다. 두 스피커의 차이를 느끼셨다면 그런 이유일 것입니다. 그리고, 그것이 바로 저희가 스피커 이용자는 자신의 귀를 믿어야 한다고 굳게 믿는 이유 중 하나입니다.

한국의 오디오 팬들은 「Argon 1」, 「Argon 0」, 「One 15」 등 앰피온의 니어필드용 제품을 특히 높이 평가하고 있다. 니어필드용 제품에서 특히 중요하게 여기는 점은 무엇인가?

히비넨 포인트-소스 유형의 재생과 드라이버 통합이 (니어필드에서도) 핵심 요소입니다. 낮은 크로스오버와 드라이버의 물리적 정렬 덕분에 앰피온의 모든 제품은 가까운 거리에서 들을 때 스피커의 이미지가 올바르게 표시되고 드라이버가 단일 장치로 작동합니다.

히비넨 씨는 해외 미디어와의 인터뷰에서 “Amphion은 남자들의 장난감을 만드는 것이 아니라 가족 전원이 음악을 즐길 수 있는 스피커를 만들고 있다”라고 말한 적이 있다. 조금 더 자세하게 설명을 부탁드립니다.

히비넨 이 가격대의 스피커는 일반적으로 거실에 놓입니다. 좋아하는 노래를 들을 때뿐만 아니라 TV 시청, 영화 감상 등 모든 종류의 미디어를 즐길 수 있어야 하죠. 이를 달성하려면 스피커가 스피커의 뒤/옆/바닥/천장 등 모든 반사면까지의 수직 거리에서도 잘 작동할 수 있어야 하는데 (남성이 주를 이루는) 오디오 애호가들의 세계에서 통용되는, 일반적으로 플로어 중간에 스피커를 배치하는 형태는 오디오 애호가를 만족시킬 수는 있어도 온 가족을 만족시킬 수는 없습니다. 저희는 스피커는 어떤 공간에서도 최고의 성능을 발휘해야 한다고 생각합니다.



2way 북셀프 타입의 「Argon 3S」



니어필드용 스피커로 높은 평가를 받고 있는 「Argon 1」



여담이지만, 필자는 곧 이사를 앞두고 있다. 거실을 이렇게 꾸미고 싶은 마음이 간절하다...

대부분의 스튜디오 모니터 스피커나 심지어 최근엔 홈 오디오까지 액티브 스피커가 등장하고 있다. 앰피온은 스튜디오 모니터를 포함한 모든 스피커가 패시브 타입을 고수하고 있는데, 특별한 이유가 있는가?

히비넨 앞서 언급한 것처럼, 가장 전통적인 스피커 제조 방법이 가장 현대적일 수 있습니다. 저희는 이것이 제품의 미래를 대비하는 가장 올바른 자세임을 굳게 믿고 있습니다.

현대식 스피커를 이야기하자면 DSP를 빼놓을 수 없다. DSP는 사운드 밸런스나 위상을 쉽게 컨트롤할 수 있어 매우 매력적인 기능처럼 보이지만, 사운드를 왜곡하여 본질을 잃게 만든다는 의견도 많다. DSP 기술에 대해서는 어떻게 생각하는가? 그리고 앰피온은 DSP가 제공하는 기능을 어떤 방식으로 대체하는가?

히비넨 DSP 칩의 가격이 하락하고 OEM 제조업체가 몇 가지 플랫폼에 맞춰 DSP를 제공함에 따라 DSP 내장 스피커를 디자인하는 게 비교적 간단해졌습니다. 심지어는 DSP를 내장해도 기존 방법으로 스피커를 만드는 것보다 제작비가 더 적게 들 수도 있습니다. 마케팅 관점에서도 흥미로울 수 있는데, 저희는 DSP가 내장된 스피커를 개발하는 것보다 최고의 DSP를 개발하는 회사의 제품과 우리 앰피온 제품을 함께 사용할 때 더 나은 결과를 얻을 수 있다고 생각합니다. 여기서 명심해야 할 것이 몇 가지 있습니다. 규모가 큰 스피커 회사의 DSP 시스템이라도 DSP만 개발하는 회사의 시스템과는 비교할 수 없으며, DSP 내장 스피커의 DSP 엔지니어링은 스피커 개발에 들어가는 총비용에서 차지하는 비중이 극히 작습니다. 저는 아직 마음에 드는 DSP 내장 스피커를 들어본 적이 없지만, 현대적 기술이 응축된 DSP 시스템과 정확한 사운드를 들려주는 패시브 스피커를 함께 사용함으로써 얻는 결과에 주목하고 있습니다.

네트워크 오디오와 스트리밍 서비스가 대중화되면서 니어필드 스피커에도 블루투스 기능이 탑재되길 바라는 사람들이 많아지고 있다. 앰피온 스피커에 블루투스 기능과 같은 편의 기능을 탑재할 아이디어가 있는가?

히비넨 지금처럼 빠르게 바뀌는 세계 시장 속에서 몇 년 안에 어떤 일이 일어날지 확인할 수는 없지만, 가능성이 전혀 없지는 않다고 할 수 있겠습니다. 앰피온은 아직 시도하지 않은 여러 시장에서 많은 잠재력을 가지고 있습니다. 그러나 대중이 스피커에 사용하는 일반적인 예산 범위 내에서 한계를 뛰어넘으려면 더 우선해서 할 일이 많습니다.



앰피온의 「Krypton 3」가 현장에 막 도착했다.

‘스피커는
어떤 공간에서도
최고의 성능을 발휘해야
한다’
앰피온이 가족 전원이
음악을 즐길 수 있는
스피커를 만드는 이유다

3D 오디오 기술이 발전하며 이머시브 오디오에 대한 수요도 함께 높아지고 있다.
변화하는 시장에 대해 앰피온의 계획은 어떻게 되는가?

히비넨 우리 시대에 흥미로운 점은 상황이 정말 빨리 변한다는 것입니다. 최신 기술은 하루아침에 가치를 잃어버릴 수도, 완전히 쓸모없는 것이 될 수도 있습니다. 지난 1년 동안 여러 브랜드가 DSP를 적극적으로 홍보하는 상황에서 누가 앰피온이 고품질 애트모스 시스템을 선도하는 브랜드 중 하나가 될 거라고 생각이나 했을까요? 이렇게 될 수 있었던 중요한 요소 중 하나는 일관성과 투명성입니다. 저희는 앰피온이 DSP를 사용했다면 이와 같은 결과를 얻을 수 없었을 것이라고 믿고 있습니다. 스피커의 수명을 보장하기 위해 DSP는 모니터 컨트롤러나 프리앰프에 통합되어야 한다고 생각합니다. 돌비 애트모스는 2채널 가정용 하이파이 시장이 발전할 것이라고 굳게 믿는 좋은 지표입니다.

마지막으로 한국의 오디오 팬에게 하고 싶은 말이 있다면?

히비넨 저희와 처음 계약한 유통업체 중 하나가 서울에 기반을 둔 회사였고, 앰피온이 한국에 처음 소개된 지도 벌써 20년이 되었습니다. 기어라운지는 사운드에 대한 깊은 이해, 인상적인 마케팅 스킬, 그리고 전 세계 최고의 음악 장비 브랜드와 훌륭한 관계를 유지해온 기업입니다. 저는 한국 시장이 매우 경쟁적이라는 것을 알고 있지만, 기어라운지와 같이 일할 수 있다는 것에 감사하고 앰피온이 기어라운지와 함께 성취할 수 있는 것에 대해 기대하고 있습니다. 여러분도 관심 있게 지켜봐 주셨으면 합니다. **A.**

기어라운지 GLAB 스튜디오의 A룸(La Grand Chambre)은 앰피온 스피커로 애트모스 시스템을 구축했다.

