



## 온라인 동영상 사업자, 파트너십 확대로 거실 엔터테인먼트의 주인공으로 나서다

STRABASE 2008.8.7

### News

PC로 즐기던 온라인 동영상을 거실에서 TV로 즐길 수 있도록 한 서비스가 붐몰을 이루고 있다. '거실 엔터테인먼트' 시장의 패권을 다투는 Microsoft와 Sony를 위시해서 케이블사업자와 통신사업자들까지 이 영역에서 치열한 각축을 벌이고 있는 가운데, 풍부한 자금과 안정된 인프라, 콘텐츠 확보 능력을 갖춘 Amazon, Netflix, Apple 등이 선두권을 형성하고 있다.

### News Plus

이미 쟁쟁한 업체들의 각축장이 된 온라인 영상 시장의 경쟁 강도가 나날이 높아지고 있다. MS는 Xbox 360 게임기를 통해 영화와 TV 프로그램을 이용할 수 있는 Xbox Live 서비스를 제공하고 있고, Apple은 iTunes와 연계한 Apple TV를 내놓았다. Amazon의 온라인 영화 다운로드 서비스인 Unbox도 TiVo의 셋탑박스를 통해 영화와 TV 프로그램을 이용할 수 있도록 지원한다.

이런 가운데 새롭게 시장에 뛰어드는 업체들도 늘고 있다. 온라인 DVD 대여업체인 Netflix는 스트리밍 서비스 등 온라인 부문을 강화하기 위해 셋탑박스 벤더들과 활발한 제휴를 맺고, 올 여름 TV 셋탑박스에서 바로 DVD를 대여해 볼 수 있는 서비스를 준비 중이다. 인터넷의 등장으로 가장 큰 타격을 입었던 대형 홈 비디오 대여 업체인 Blockbuster 역시 지난 5월 디지털 다운로드 시장에 가세할 계획을 발표한 바 있어 향후 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다.

### 온라인 동영상 서비스 시장을 주도하는 3社の 최근 현황과 과제

주요 동영상 서비스 사업자들이 풍부한 자금, 안정된 인프라, 홈 비디오 영역에서의 확고한 지위를 갖추고서도 아직까지 확고한 경쟁우위를 점하지 못하는 이유들은 다음과 같다.

#### Amazon

Amazon은 새로운 동영상 서비스인 'Amazon Video on Demand' 서비스를 올해 여름부터 시작할 것이라고 7월 17일 발표했다. Amazon은 4만 편에 달하는 영화와 TV 프로그램을 스트리밍으로 제공하는 이 서비스가 자사의

기존 Unbox 서비스는 물론이고 Apple의 iTunes 같은 경쟁 서비스와도 근본적으로 다른 성격임을 강조하고 있다.

Amazon이 새로 선보인 VOD 서비스는 온라인 스트리밍으로 제공되는 영화와 TV 프로그램을 Sony의 Bravia TV<sup>1</sup>를 통해 볼 수 있도록 하고 있다. 이 방식은 영상 콘텐츠를 구매해 아마존의 서버에 저장하는 방식으로, 불법 다운로드에 민감한 제작사들에게 상당한 호응을 얻을 수 있다.

이 서비스는 원하는 콘텐츠를 버튼 하나만으로 간편하게 즐길 수 있도록 지원하며, Amazon은 향후 Bravia TV 외에도 다른 TV 업체들과 협력을 강화해 거실에서 온라인 동영상을 즐기는 시대를 앞당길 것으로 보인다. 특히 이 서비스에는 Amazon과 제휴 관계인 미국의 메이저 영화사들과 방송사들이 대거 참여할 것으로 보여 기대를 모으고 있다.

'Amazon Video on Demand'는 사용자별로 '개인 동영상 라이브러리'를 구축해 일단 구매한 콘텐츠는 어디서든 다시 감상할 수 있도록 함으로써 사용자 편의성을 높이고, 다운로드 자체를 허용하지 않음으로써 미디어 업체들의 저작권 우려를 해소시키는 등 기존 서비스들이 갖던 약점을 상당 부분 해소하고 있다.

하지만 'Amazon Video on Demand'가 이 시장에서 Amazon의 경쟁우위를 굳혀줄 것인지는 아직 불분명하다. 이 서비스가 시장에서 호응을 얻는다고 해도 콘텐츠 관련 로열티 비용과 시스템 구축 비용을 감안하면 수익성이 떨어질 수 밖에 없기 때문이다.

또한 사용자 입장에서 이 서비스의 가장 큰 문제점으로 꼽히는 것은 HD포맷을 지원하지 않는다는 것이다. Amazon은 PC와 TiVo를 통해서만 영상을 제공해 바람몰이에 실패한 Unbox의 경험을 반면교사로 삼을 필요가 있다.

### Netflix

온라인 DVD 대여 서비스 업체인 Netflix는 Microsoft와의 제휴를 통해 Xbox360을 통한 온라인 동영상 스트리밍 서비스를 시작한다고 7월 14일 발표했다. DVD 대여 시장이 침체에 빠진 사이 게임기 사용자들을 공략해 새로운 시장을 개척하겠다는 의도로 분석된다.

Netflix는 지난 5월 디지털 미디어 장비업체인 Roku의 셋탑박스를 통해 스트리밍 동영상을 제공한다고 발표한 데 이어 이번에 게임기까지 플랫폼으로 확보하게 되었다. Roku의 셋탑박스는 별도로 구매해야 하지만, Xbox360은

<sup>1</sup> 현재는 300달러에 달하는 Sony Bravia Internet Video link 라는 타워형 기기를 통해 Bravia TV와 연결되는 구조를 취하고 있으나 향후에는 Bravia TV 자체에 이 기능을 내부화할 계획이다.

이미 가정에 보급된 기기들을 활용할 수 있다는 점에서 더 효율적이라는 의견도 있다.

사실 Netflix는 2007년 시작한 PC 기반의 동영상 스트리밍 서비스에서 기대만큼의 성과를 올리지 못했기 때문에 이번 제휴의 성패가 매우 중요하다. 특히 Apple TV 등 TV 셋탑박스 기반의 온라인 영화 서비스들과 대결을 벌일 수 있게 되었다는 점에서 주목할 만하다.

하지만 Roku와 Xbox360을 통해 1만 여 건의 영상 콘텐츠를 스트리밍으로 제공하는 Netflix가 시장에서 경쟁 우위를 확보하기 위해서는 기존의 라이브러리를 활용해 더 많은 영상 콘텐츠를 제공할 필요가 있다. DVD 대여 시장에서 축적한 콘텐츠와 관련 노하우야말로 다른 업체들과 차별화 될 수 있는 경쟁 포인트이기 때문이다.

콘텐츠의 품질 측면에서는 HD 화질을 지원해야 한다. 현재 Roku와 Xbox360은 HD구현 기능을 갖추고 있는 반면, 실제로 HD 영상 타이틀이 언제부터 제공될 것인지는 아직 결정되지 않고 있기 때문이다.

### Apple

Apple iTunes의 영화 콘텐츠 판매 및 대여량이 상반기 기준으로 하루 평균 5만 건을 상회하면서, Apple이 온라인 동영상 업계 1위를 주장할 수도 있는 수준이 되었다. 이런 추세대로라면, 연간 1,825만 건 정도의 동영상 콘텐츠가 팔려 나가고 1억 1,000만 달러 상당의 매출이 발생할 것으로 예측되고 있다. 음악 콘텐츠로 출발한 iTunes가 영상 부문에서도 이처럼 선전하는 것은 온라인 동영상 시장 공략을 위한 비즈니스 모델 개발에 고심해 온 Apple로서는 매우 고무적인 일이다.

하지만 Apple이 거실 엔터테인먼트 시장을 겨냥해 출시했다고 선전한 Apple TV는 그 동안 열악한 화질과 다른 동영상 서비스들과의 호환성 미비 문제로 큰 호응을 얻지 못했다. iTunes만을 바라보고 별도의 셋탑박스를 구입하려는 고객을 찾기는 쉽지 않기 때문이다.

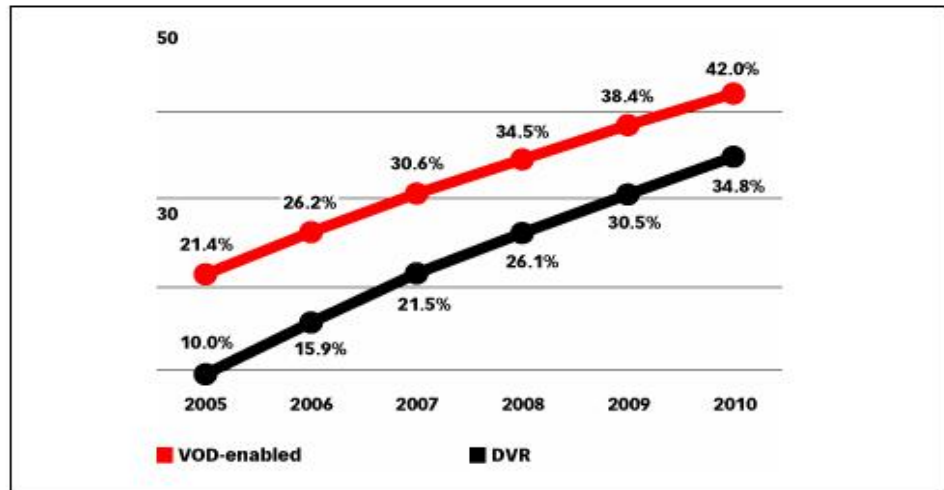
Apple은 동영상 시장에 대한 기대를 반영해 그 동안 Apple TV에 가해진 시장의 비판을 상당부분 수용해왔다. 다운로드 받은 영상을 일반 TV에서 보여줄 수 있도록 한 단순한 초기 기능에서 벗어나 일반 TV를 통해서도 iTunes store를 둘러보며 원하는 영상 콘텐츠를 고를 수 있도록 한다거나, 영화 콘텐츠를 굳이 구매하지 않고 빌려볼 수 있도록 하는 등 사용자 편의를 고려한 여러 가지 개선이 이루어졌다.

그럼에도 불구하고 Apple에게는 무료 혹은 저가형 인터넷 동영상 서비스에 대한 대책은 마련되어 있지 않다. 2007년만해도 인기 TV 프로그램을 2.99달러에 판매하는 iTunes의 유료 비즈니스 모델이 나름대로 인기를 얻을

수 있었지만, 지금은 대부분의 TV 프로그램들이 지상파 방송 직후 거의 무료로 제공되는 상황이어서 유료 모델이 설 자리가 좁아졌다.

때문에, Apple이 다른 업체들과 달리 제휴에 적극적으로 나서지 않을 경우 시장에서 경쟁력을 확보하기는 어려울 것이라는 분석도 나오고 있다.

Figure 1. 미국 가정의 VOD 및 DVR 보급률 추이 및 전망



자료: eMarketer, 2007

온라인 동영상 서비스를 둘러싼 또 다른 트렌드

디지털 동영상 다운로드 시장의 확장이라는 측면에서는 Apple, Amazon, Netflix가 최적의 업체로 꼽히지만 최근에는 다양한 분야의 업체들이 활발한 제휴를 맺으면서 그 영역구분도 희미해져 가고 있다.

예컨대 Netflix가 MS가 손잡고 선보인 Xbox Live Marketplace는 다운로드가 가능한 영화와 TV 프로그램을 유료 구매할 수 있도록 한 서비스이다. 이에 따라 Xbox Live 서비스는 그 동안 약점으로 지적되어 오던 콘텐츠 부문의 역량을 크게 강화할 수 있게 되었다<sup>2</sup>

Netflix 입장에서는 PC 기반 스트리밍 서비스의 한계를 극복하기 위해 최근 Roku나 LG전자 같은 셋탑박스 업체들과 제휴를 맺은 것과 마찬가지로 MS와의 제휴를 통해 시장확대 기회를 얻게 되었다.<sup>3</sup>

Amazon과 TiVo는 영상 서비스의 영역을 넘어 TV 프로그램이나 광고 속의 각종 상품을 간단한 리모콘 조작만으로 구매할 수 있는 서비스로까지

<sup>2</sup> Netflix는 2007년 초부터 18개월간 약 1만 여 편의 영화와 TV 프로그램을 제공하고 있으며, 보유 중인 영화 콘텐츠는 10만 여 편에 달한다.

<sup>3</sup> MS의 경쟁업체인 Sony의 경우 자사가 보유한 Play Station3로 제공하는 비디오 서비스를 시작했지만 아직까지는 게임기 사용자들에게만 한정되어 있다.

확대하고 있다.

지난 7월 16에는 Sony Computer Entertainment America(SCEA)가 비디오 게임기 PlayStation 3(PS3)와 휴대용 게임기 PSP를 통해 영화와 TV 프로그램을 제공하는 서비스 제공을 발표하고 나섰다. 300여편의 영화와 1,200여편의 TV프로그램이 표준 화질(Standard Definition: SD)과 고화질(High Definition: HD) 포맷으로 제공될 계획이다.<sup>4</sup>

한편, 네트워크 기능이 장착된 TV 수상기가 선보이면서 셋탑박스를 거치지 않고 바로 온라인 동영상 콘텐츠에 접속할 수 있는 길도 넓어지고 있다.<sup>5</sup> 셋탑박스를 거치지 않고 TV를 이용하게 될 경우 이득을 보는 업체는 Amazon과 Netflix이며, Apple의 경우 불리해질 것으로 보인다.

케이블과 통신 사업자들이 이 시장의 ‘와일드 카드’로 부상하는 것도 주목할 필요가 있다. 케이블 사업자들은 시장에 이미 엄청난 셋탑박스를 뿌려놓고 있으며<sup>6</sup> 케이블 업체들은 종량제 기반의 과금 정책을 선보이는 등 시장에 새로운 바람을 불러일으키기 위해 애쓰고 있다.

이밖에 HP MediaSmart Connect를 앞세운 Hewlett-Packard나 TiVo를 비롯해 신생업체인 Vudu, Zv, Verismo, Sezmi 등은 셋탑박스를 기반으로 이 시장 진출을 노리는 대표적인 업체들이다.

## View Point

‘거실 엔터테인먼트 시장’을 장악하기 위한 시도는 이미 많은 사업자들의 도전이 진행되고 있는 분야다. 오랜 기간 TV 독점 체제로 이루어져 온 거실 엔터테인먼트 체제가 브로드밴드 인터넷과의 연계를 통해 새로운 지각변동을 예견하고 있고, 이에 새로운 수익창출 기반의 기회를 노리는 개별 진영들의 시장 선점을 위한 신경전이 치열하게 전개되고 있는 것이다.

최근 나타나고 있는 ‘거실 엔터테인먼트 시장’ 주도권 확보 경쟁은 PC, 셋탑박스, TV, 비디오 게임 콘솔 등 하드웨어 중심으로 진행되어 오던 기존 경쟁 구도와는 달리, ‘온라인 비디오’라는 가장 보편적이고 대중적인 Killer App.의 제공을 중심으로 전개되고 있다. 때문에, 소비자와의 접점도 가장 친근하고 이용이 편리한 TV가 서비스 제공의 중심으로 자리잡고 있으며 비용에 대한 부담없이 원하는 영화와 TV 프로그램을 시간과 공간상의 제약 없이 손쉽게 이용할 수 있도록 하는 ‘서비스 컨셉’이 일반화되어 가고 있다.

기존의 폐쇄적이고 독자적인 사업 수행 모델이 관련 업체와의 제휴를 통한

<sup>4</sup> 이번 신규 서비스에 콘텐츠를 제공하는 스튜디오로는 ‘20th Century Fox’, ‘Lionsgate Entertainment’, ‘MGM Studios’, ‘Paramount Pictures’, ‘Sony Pictures Entertainment’, ‘Warner Bros’, ‘The Walt Disney’ 등이 참여할 예정이다.

<sup>5</sup> 새로운 Tru2way technology를 이용해 양방향TV 기능을 구현할 수도 있다.

공생 모델로 바뀌고 있음도 새로운 트렌드다. Netflix가 MS의 Xbox 360 게임기나 Roku, LG전자의 셋탑박스를 통해 소비자와의 점점 확대를 추진하고 있고, Amazon 역시 소비자와의 점점 확대를 위해 Sony의 Bravia TV를 선택한 것 등이 바로 대표적인 예이다.

시장의 지대한 관심 속에도 불구하고 아직까지 뚜렷한 성과를 이루어내지 못한 ‘거실 엔터테인먼트 시장’이 사업자간 ‘협력과 공생’을 통해 비로소 가시적인 성과를 이루어내길 기대해 본다.

## Reference

1. ‘Amazon Video on Demand Launches Today’, Mashable, 2008.7.17
2. ‘Amazon opens video on demand shop’, The Resister, 2008.7.17
3. ‘Amazon plans an online store for movies and TV shows’, the International Herald Tribune 2008, 7.17
4. ‘Apple TV or XBox: Which Is the Living Room Winner?’, Seeking Alpha, 2008.7.15
5. ‘Battle over Your TV’, BusinessWeek, 2008.7.22
6. ‘Look out, Apple TV: The \$100 Netflix Player has arrived’, CNet, 2008.5.19
7. ‘Netflix Brings On-Demand Video to the Xbox: Another PC to TV Bridge’, Seeking Alpha, 2008.7.15
8. ‘Netflix Puts LG Blu-ray Player Online’, Contentinople, 2008.8.1
9. ‘The Netflix Player is a great start, but where's my Hulu Box?’, CNet, 2008.5.29
10. ‘Sony Offers Movie, TV Downloads for PS3 and PSP Consoles’, PC World, 2008.7.16
11. ‘TiVo Enables On-Screen Product Purchases via Amazon.com’, Digital Media Wire, 2007.7.22
12. ‘Vudu drops price to fend off resurgent Apple TV’, CNet, 2008.1.23