



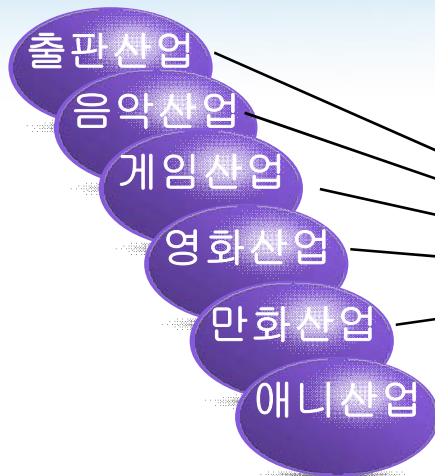
콘텐츠 산업의 주요 동향

- 당신이 하는 일이나 종사하는 사업이 IT 기술의 영향을 받는다면 반드시 미래의 변화를 준비하라.-

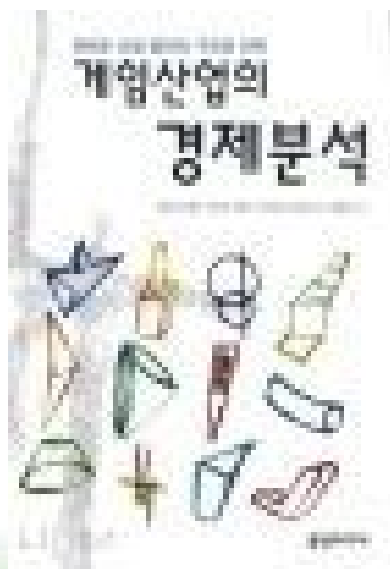
2009

권택민

I. 콘텐츠 산업의 등장



“**콘텐츠 산업**이라는 용어가 등장하게 된 배경은 **정보기술의 진보**로 인해 여러 종류의 콘텐츠가 **디지털화**되어 각종 **정보기기나 네트워크**를 통해 **자유롭게 이동**할 수 있게 되었기 때문”



출처 : 게임산업의 경제분석, 산타쿠 준지로, 다나카 다쓰오, 야나가와 노리유키 편, 위정현 역저

II. DC 산업의 변화

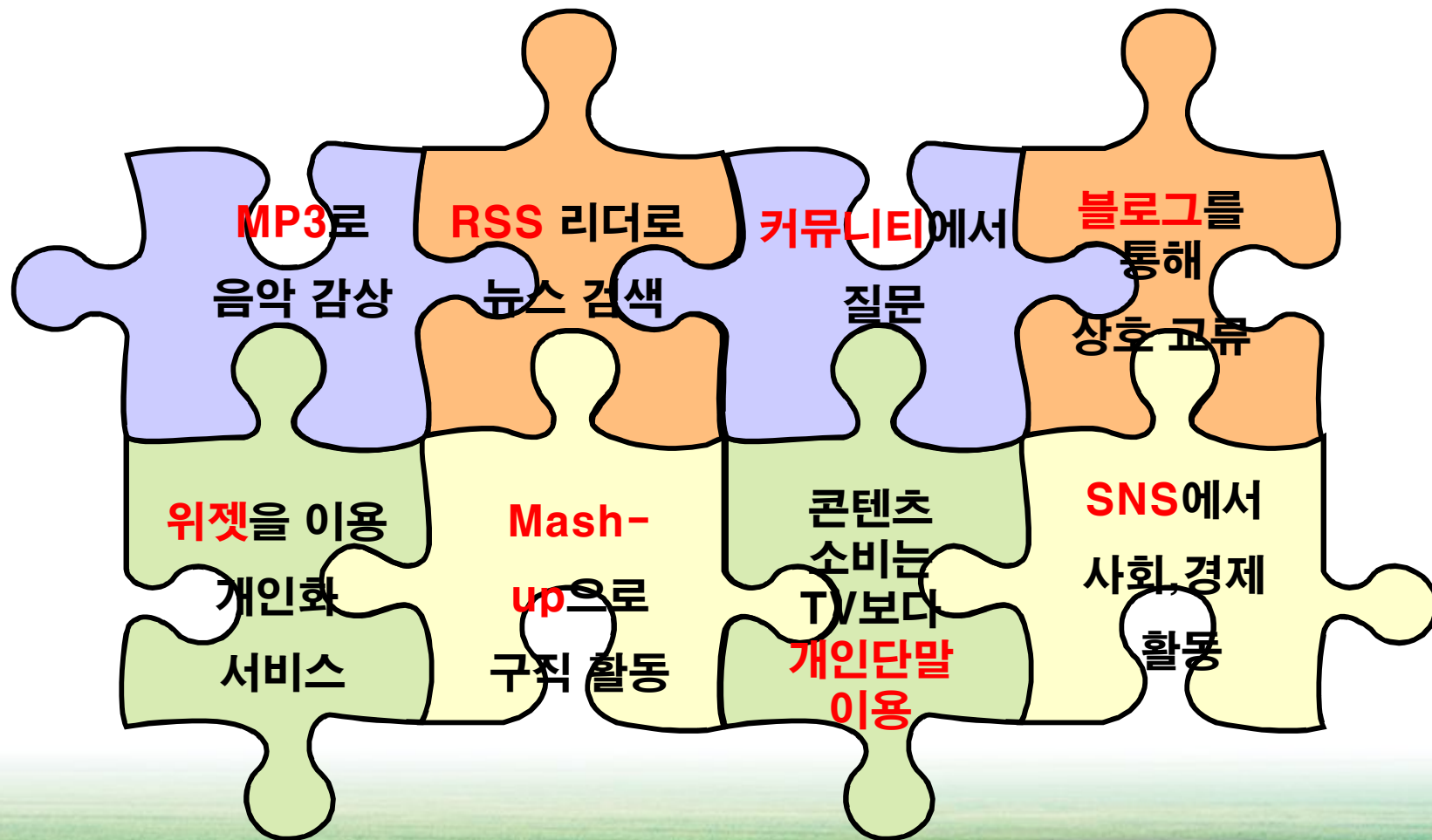
1. 소비자의 변화 : 디지털 시대의 소비자 특성 <Ref. 이시훈 등, 2008>

- 정보에 대한 접근성 증대 : 똑똑한 소비자, 기업보다 많은 정보 보유
→ 집단지성의 활용 필요성, 정보생산에 참여
- 정보통신과 디지털 혁명으로 인한 일상 생활의 변화
 - 시간, 공간의 제약이 없어짐 → Longtail Biz
 - 선택성 증가로 다양한 욕구 충족
- 인간 교류에 대한 가치관이 높은 평가
 - 집단적 소비
 - 커뮤니티, SNS 등을 통한 사회 교류 활동 활발
- Multi-Tasker, Early-adapter 증가

II. DC 산업의 변화



1. 소비자의 변화 : 미디어 이용 행태의 변화



II. DC 산업의 변화



주요 매체 접촉 및 이용시간의 변화

매체별	2000년	2008년	특 징
지상파 TV	99.7%	96.5%	각 연령별 95%내외의 접촉을 꾸준히 유지
케이블TV	16.2%	88.4%	중계유선과의 통합으로 비약적 성장
인 터 넷	40.8%	72.7%	10대/20대(접촉율 97%내외)의 주된 정보 채널
라 디 오	48.2%	35.4%	지속적 감소 추세
신 문	76.9%	49.3%	급격한 감소
잡 지	43.3%	7.4%	급격한 감소

매체별 접촉률, 한국방송광고공사, 소비자 행태조사(Media&Consumer Research(MCR))

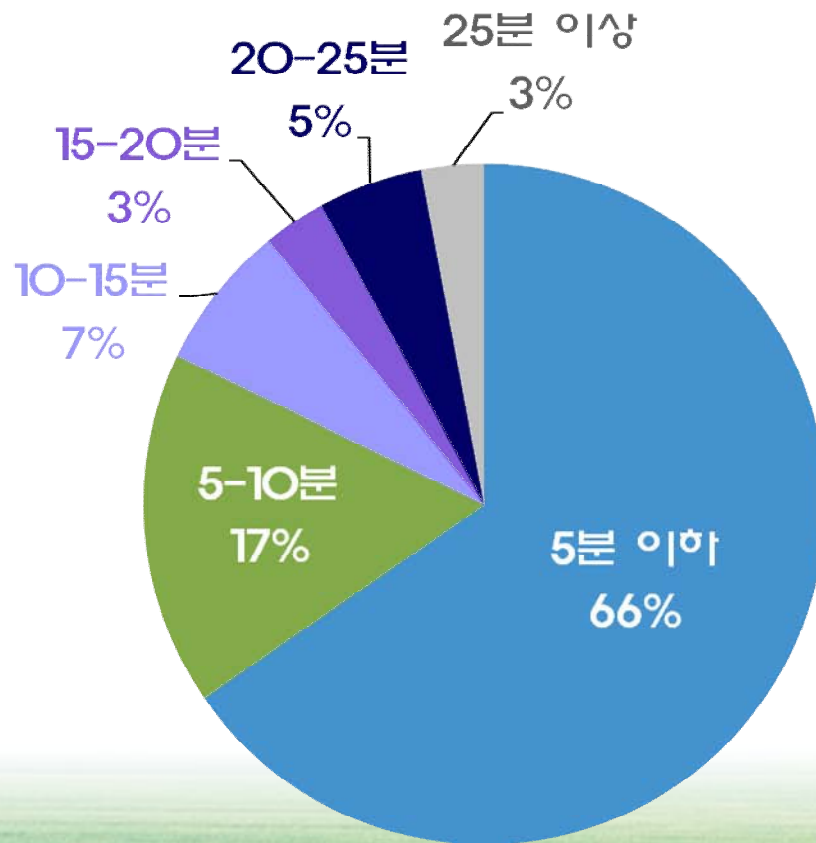
- 인터넷과 케이블 **TV** 등 신규 매체들의 성장에 따라 일간지 등의 인쇄매체에 심각한 영향
- 이용시간의 경우 지상파TV, 라디오, 신문 등 기존 매체의 이용시간이 감소.
- 10대~30대 : 인터넷, 40대~60대는 지상파TV로 연령별로 확연한 차별성 지속

II. DC 산업의 변화



1. 소비자의 변화 : 즉시성 - 5분 이하의 Micro-Chunk를 선호

[DailyMotion TOP 200 콘텐츠의 재생시간(2006)]



II. DC 산업의 변화



1. 소비자의 변화 - 디지털 컨버전스형 신 인류의 탄생

Nomad 족

- 휴대폰과 노트북, 디지털카메라 등과 같은 첨단 디지털 장비를 갖추고 장소에 구애 받지 않은 채 일하는 사람

Prosumer, Proteur

- 문화, 정보, 예술, 오락 등 인간이 향유하는 모든 것에 있어 생산자가 곧 소비자이며 생산자로서 전문가적 콘텐츠 생산

Cocoon 族
가상현실 등 자신만의
세계에서 안락함 추구

- Ubiquitous는 정보화가 현실공간과 결합하는 새로운 패러다임으로 유비쿼터스 환경에 적용된 신인류의 등장

Utizen

- 디지털화가 촉발한 컨버전스 트렌드가 서로 다른 분야들 속에서 융합 교차 할 수 있는 공통점을 찾아내고 있음

Fusion 혹은 Crossover 족

출처 : 미디어, 소비자, 광고의 변화, 이시훈 등 공저, 2008

II. DC 산업의 변화



1. 소비자의 변화 - 글로벌 D세대(Global Youth)의 등장

대표 아이콘추종

반항심 표출

4대 소비 트렌드

패션 노마드 지향

사이버네트워킹을
통한 관계 형성

소비 트렌드	대표적 히트상품의 예
대표아이콘 추종	➢ 대표아이콘 상품의 유무에 따라 자신의 지위나 위상 결정한다고 인식, 예) 휴대용기기 : iPod(애플), 워크맨 폰(소니), 게임기 : Wii(닌텐도)
패션 노마드 지향	➢ 실중을 잘 내고 끊임없이 새로운 유행을 추구
반항심 표출	➢ 사회풍자, 일탈 등 반항적 코드가 담긴 콘텐츠에 열광 예) 심슨 : 평범한 가족 모습을 코믹하게 보여주면서 사회적 모순을 풍자
사이버네트워킹을 통한 관계형성	➢ SNS,블로그 등을 통해 관계를 형성, 직접적인 만남에 서툴고, 외모, 연령, 학교, 성적 등에 따라 관계가 형성되는 것에 거부감 예) 페이스북, 마이스페이스, Hi5, Wow, YouTube, hulu.com

II. DC 산업의 변화



1. 소비자의 변화 - 소결

기기중심의 Early-adopter

- 장르추종적- 미디어보다 콘텐츠 선호에 따른 이용 미디어 변화
- 신규 플랫폼을 통한 콘텐츠 소비
- 디지털 노마드

참여

- 개성 표출을 위한 콘텐츠 제작과 공유
- 보다 많은 베타 테스트 참여
- 생산자로서 전문가적 콘텐츠 생산

- 시간에 굶주린 세대,
콘텐츠 활용을 통한 멀티태스킹
- 관련 없거나 지루한 콘텐츠에 대한
필터링과 접근경로 변경(re-routing)

즉시성

- 전세계 동료들과의 지식, 경험, 정보 공유
- 동료 추천의 탐구 및 신뢰

공동체

II. DC 산업의 변화



2. 미디어의 변화 - 다양한 미디어 플랫폼의 등장

◆ Service Available in 1970

● Service Available in 2007

플랫폼 형태	지상파 TV	IPTV CATV	이동 전화	유무선 인터넷	인터넷 방송	비디오 게임기	유선 전화	라디오	극장	DMB
음성			●	●			◆			
문자		●	●	●	●	●	●			
드라마	◆	●	●	●	●	●		◆		●
게임	●	●	●	●		◆				
웹 서비스	●	●	●	●	●	●				
음악	●	●	●	●	●	●		◆		●
뉴스/정보	◆	●	●	●	●	●		◆	◆	●
영화	◆	●	●	●	●	●			◆	●

☞ 특정 소수가 다수를 대신해 사회현상을 알려주고 해석해 주는 매스미디어의 시대로부터
개인화된 콘텐츠의 제작 및 유통을 통한 개인 미디어의 파급 효과가 점차 증대되어 감

II. DC 산업의 변화



3. 가치사슬 구조의 변화 - 디지털에코시스템

전통적 관점 : 산업별 통합 구조

정보형태 \ 가치사슬	제작	편성	유통	배급	소비
문 자			출판		출판 산업
음 성			전화		통신 산업
데이터			데이터 통신		통신 산업
오디오,			지상파 방송		방송 산업
비디오			케이블 TV		방송 산업
			위성 방송		방송 산업
			영화		영화 산업

1. 콘텐츠 멀티미디어화
2. 콘텐츠와 전송망의 분리
3. 산업 및 장르의 경계 불분명

새로운 관점 : 벨류 체인별 통합 구조

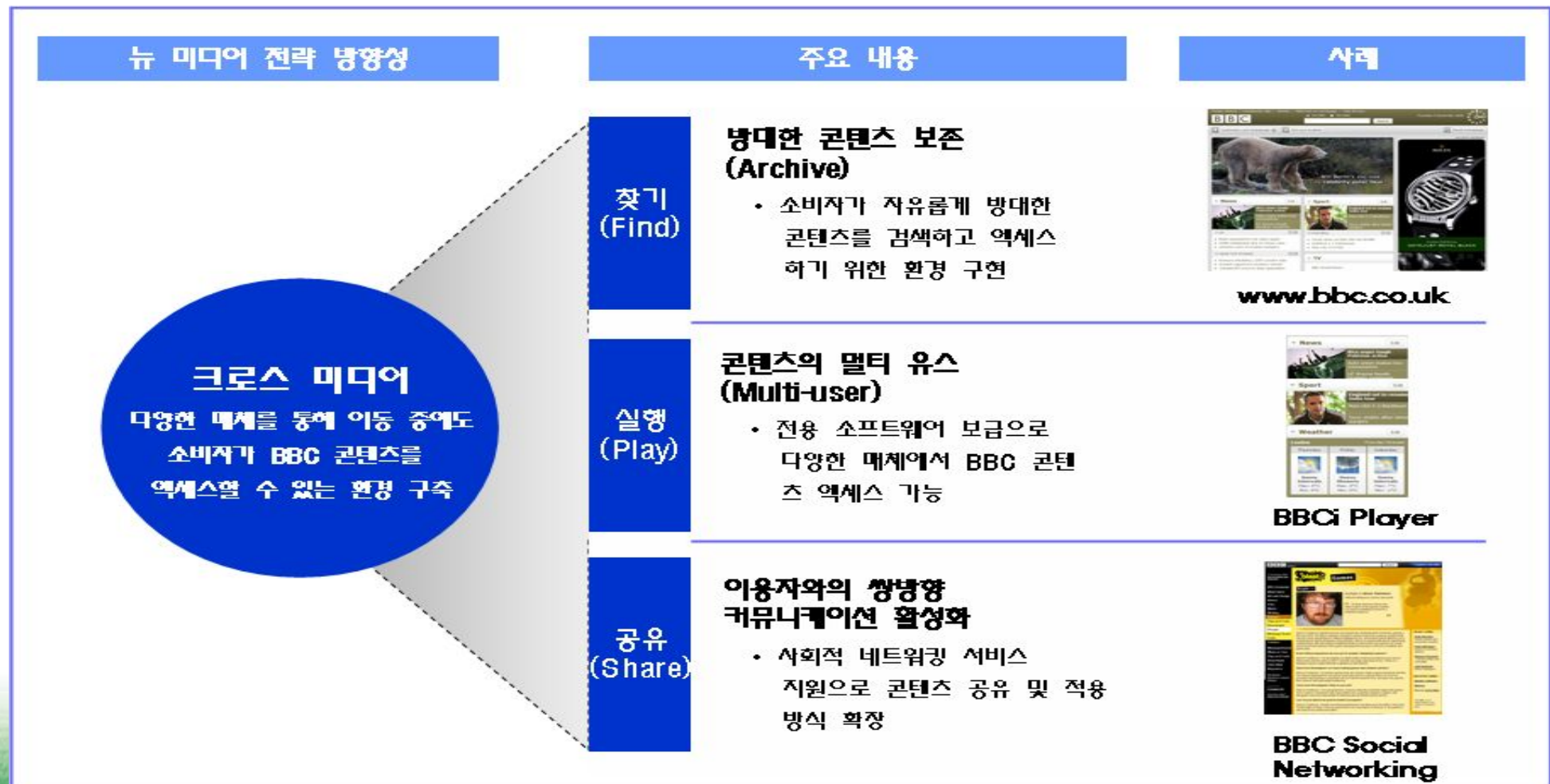
정보형태 \ 가치사슬	제작	편성	유통	배급	소비
문 자	콘텐츠 제공		서비스 제공	망 구축, 운영	정보기기 제공
음 성					
데이터					
오디오					
비디오					
	정보 제공 산업		정보 서비스 산업	정보 망 산업	정보기기 산업

출처 : 1인 미디어의 힘, 2008, 정완진 외,

II. DC 산업의 변화



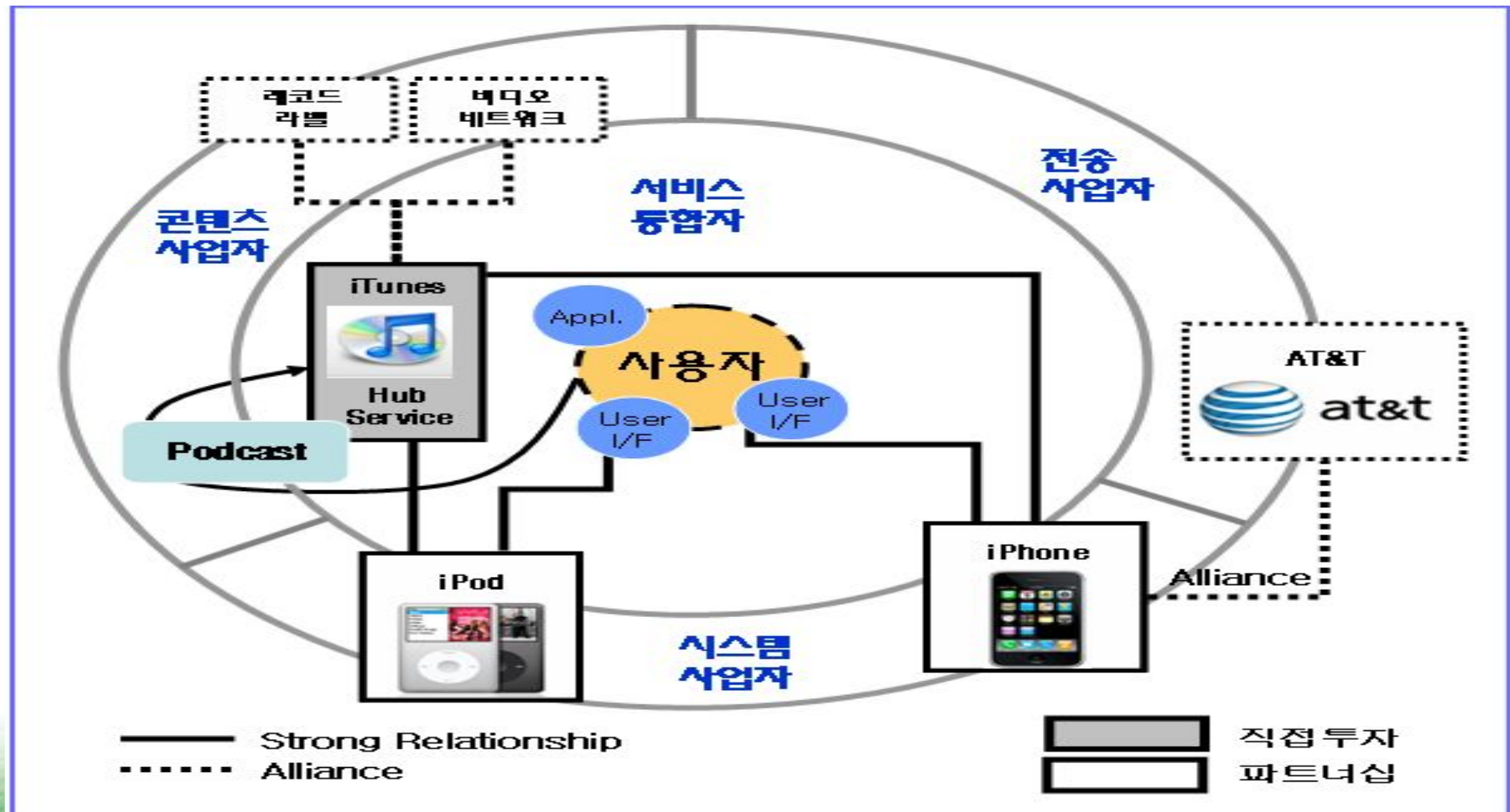
디지털에코시스템 – BBC의 사례(Beyond Broadcasting)



II. DC 산업의 변화



디지털에코시스템 - 애플의 사례



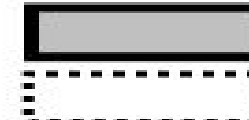
출처 : 1인 미디어의 힘, 2008, 정완진 외,

II. DC 산업의 변화



가치사슬 구조의 변화 - 구글의 사례

사업 포트폴리오 : 미디어 에코시스템 모델



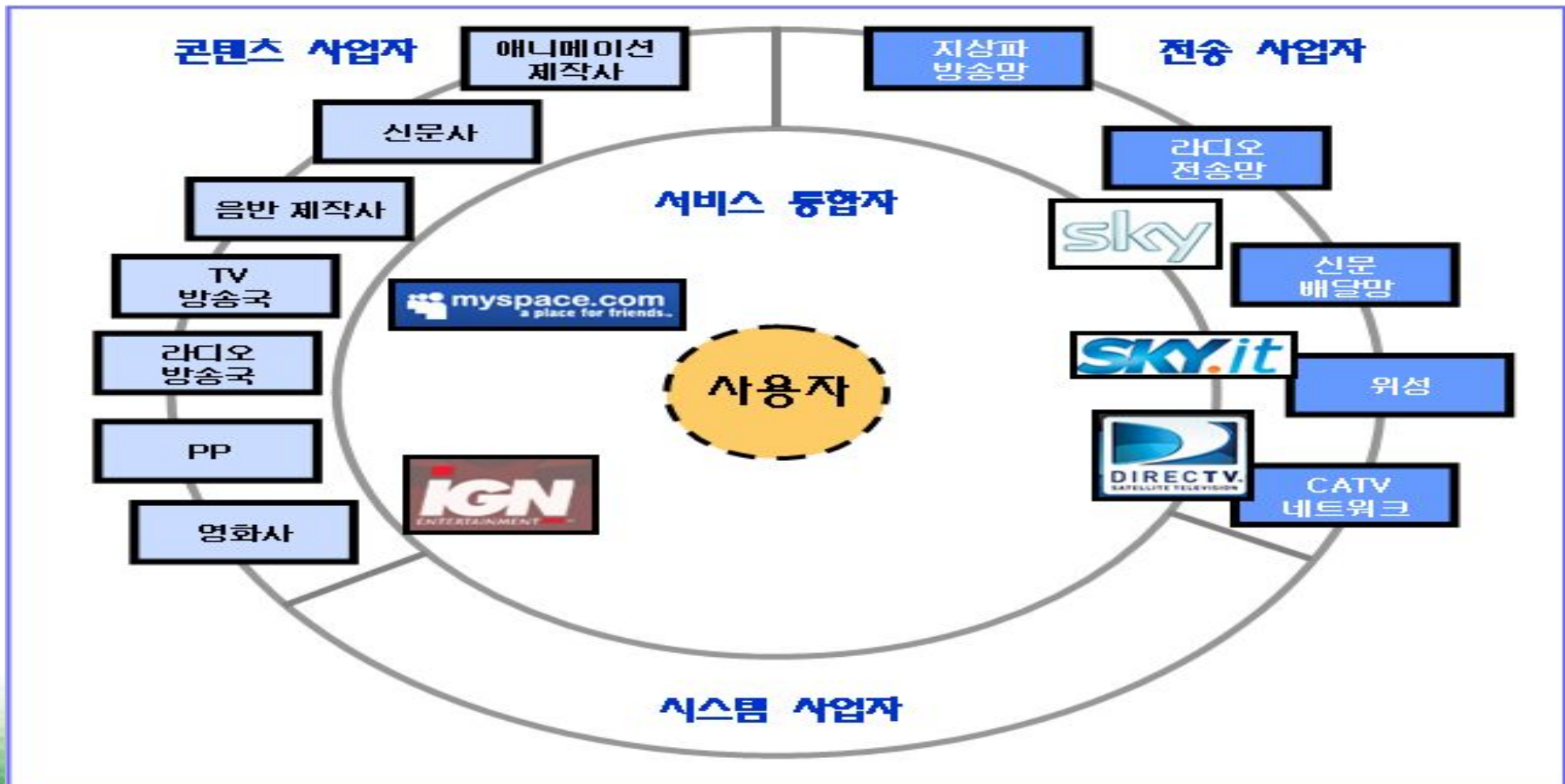
자체 추진
제휴 추진

출처 : 1인 미디어의 힘, 2008, 정완진 외,

II. DC 산업의 변화



가치사슬 구조의 변화 – News Copr. 사의 사례



II. DC 산업의 변화



4. Cloud Sourcing 중요성 증대와 개방화 진행

‘집단 지성’

- 프랜시스 골턴(1822-1911)이 정립
 - 황소의 몸무게를 알아 맞추기 대회에서 참가한 사람들이 적어낸 몸무게의 평균값이 황소의 몸무게와 근사하다는 사실 발견

‘Crowd Sourcing’

- 제프 호위가 ‘와이어드’ 매거진에서 최초 언급('O6.6)
 - 외부 인력이 아닌 일반 대중이 기업 내부 인력을 대체하는 현상
 - 생산과 서비스 과정에 대중을 참여시켜 원가 낮추고, 발생 수익의 일부를 대중에게 보상

II. DC 산업의 변화

개방형 **API**를 통한 **Cloud Sourcing**으로 전략적 서비스 개발



사용자 수	More than 80 million active users
이용 행태	More than 65 billion page views per month 45 percent of users return to the site each day People spend an average of 25 minutes on the site daily (comScore)
F8 플랫폼 성장 현황	Over 19,000 applications have been built 140 new applications added per day More than 95% of Facebook members have used at least one application built on Facebook Platform F8 플랫폼을 통해 SW개발업체가 facebook용 응용 프로그램을 개발하여 수익을 올릴 수 있는 구조 개발

- 구글의 **Open Social** : 오픈소셜 **API**를 통해 만든 **App**.은 구글외 다른 **SNS**서비스에 등록할 수 있어 보다 개방된 웹 구현이 가능 –**SNS**의 천하통일을 꿈꾼다.
- **Alexa.com Top 10** 사이트 대부분이 롱테일 광고결합검색, 참여형 콘텐츠, 개인화 서비스, **SNS** 등 신규 서비스 업체가 차지

Mobile에서의 Cloud Sourcing을 통한 새로운 Biz 모델

App Store (Apple)



- 애플 OS 'X' 기반으로 SDK를 통해 third Party 개발을 유도
- 개발자 70%, 애플 30%로 Revenue Share
- 다운로드 횟수가 3일만에 1,000회 상회
- 800종의 app. 제공, 4,000여 app 개발 중
- 200종 무료, 90%이상은 10불 이하 판매
- 주요 Applications
 - Cow Music : 아이폰으로 연주(건반,드럼, 베이스 등), 녹음도 가능
 - Urban Spoon : 사용자 위치에 따라 레스토랑 정보제공(위치,요리타입,가격, 리뷰 등)

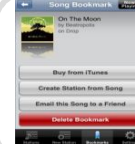
App Store (사례)

- App Store 출시 이후 가장 많이 다운로드된 10대 애플리케이션을 유형별로 살펴보면,
- 유료 · 무료 애플리케이션 부문 공히 모바일 게임이 수위를 차지하고 있고, 음악, SNS 관련 Application도 상위권에 진입



Koi Pond(\$0.99)

- Category: Entertainment
- 제작사: The Blimp Pilot
- 물고기가 살고 있는 연못을 iPhone에 구현함 Touch를 통한 인터랙션이 가능한 특징이 있음



Pandora Radio

- Category: Music
- 제작사: Pandora Media
- 언제 어디서나 원하는 가수과 장르의 음악을 스트리밍을 통해 들을 수 있음



Texas Hold'em(\$4.99)

- Category: Games
- 제작사: Apple
- iPhone에 구현한 카드 게임으로 WiFi 네트워크를 이용해 최대 9인 대전까지 가능함



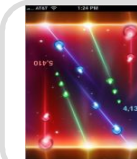
Facebook

- Category: Social Networking
- 제작사: Facebook
- Facebook을 이용하는 친구들의 근황 확인 등 온라인의 Facebook 서비스들을 이용할 수 있음



Moto Chaser(\$0.99)

- Category: Games
- 제작사: Freeverse
- 3D로 구현된 오토바이 경주게임 Accelerometer 기능을 이용해 실제 운전하는 느낌을 살리고 있음



Tap Tap Revenge

- Category: Games
- 제작사: Tapulous
- iPhone의 터치 기능을 이용한 리듬액션게임 무선네트워크를 이용해 친구나 주변 사람과 함께 게임을 즐길 수 있음



Crash Bandicoot Nitro Kart 3D(\$5.99)

- Category: Games
- 제작사: Vivendi Games Europe
- Accelerometer 기능을 이용한 3D Kart 경주 게임



Shazam

- Category: Music
- 제작사: Shazam Entertainment
- 현재 듣고 있는 노래의 제목과 가수, Youtube 동영상 등 노래와 관련된 다양한 정보를 찾아주는 독특한 Application



Super Monkey Ball(\$7.99)

- Category: Games
- 제작사: Sega
- Accelerometer 기능을 이용한 3D 아케이드 게임으로 출시 초기 큰 인기를 끌



Labyrinth Lite Edition

- Category: Games
- 제작사: Codify AB
- iPhone의 기울임 인식 기능을 활용해 식구술을 목적지까지 이동시키는 게임 웹에서 사용자가 직접 게임Map을 만들 수 있음



Cloud Sourcing을 통한 새로운 Biz 모델

current™

- 2005. 8월 엘고어와 법률가 조엘하야트가 설립한 케이블/위성 네트워크
- 보수성향의 Fox News에 대항하여 진보성향의 TV 채널 창설
- 아마추어 프로듀서에게 사회적 참여기회 제공

‘시민 저널리즘’ 을 모토

- 쌍방향 소통과 짧은 집중력을 가진 1834 인터넷 세대를 위한 TV

Youth



- 대화 불균형 시정을 위해 전체 프로그램 1/3은 일반 사용자 제공 동영상 제공

VC2
&
VCAM

Viewer Created Content

- 작품채택료 : 2편 \$500
- 추가 1편 : \$750
- 추가 1편 : \$1,000

바보 김정일 →



Viewer Created Ad Message

- 15~60초 제작
- 1편 : \$1,000

V-CAM Guide →



- 3~10분 분량의 다양한 다큐멘터리 프로그램으로 짧고 속도감 있게 편성

Short
&
Speed



출처 : 미디어, 소비자, 광고의 변화, 이시훈 등 공저, 2008

II. DC 산업의 변화



Cloud Sourcing의 다양한 분야 사례

A Swarm of Angels

- 영국에서 독립 영화 프로젝트(제작비 마련, 제작, 배급까지 대중의 참여로 만들어 짐)

Crowd Spirit

- 최고의 투자 고수들을 수집해 리스크는 적고 수익율이 높은 뮤추얼 펀드 상품화

News-press.com

- 독자들을 뉴스 편집국으로 불러들임

Cafe press.com

- 회원들의 아이디어를 직접 상품으로 만들어 회원간 제품을 사고파는 사이트
- 80만 쇼핑몰 입점, 3,600만개 상품 보유

My football club

- 영국 축구저널리스트인 '윌 브룩스' 팬들이 축구클럽을 실제로 소유 경영할 수 있는 방법 개발
- 팬 1인당 35파운드 → 총 140만 파운드(36억)로 인수 대상 물색

5. 종합화된 서비스 (Mash-up)

Goole Map + Wikipedia + 사진 DB + 공공정보(교통량 DB 등)

The screenshot displays the Google Maps web interface. At the top, the Google Maps logo is on the left, followed by a search bar containing 'Boston' and a 'Search Maps' button. Below the search bar are links for 'Search the map', 'Find businesses', and 'Get directions'. To the right of the search bar is a link for 'Show search options'. Below the search bar, there are tabs for 'Search Results' and 'My Maps'. On the right side of the map, there are links for 'Print', 'Send', and 'Link to this page'. The map itself shows a street view of '96 Broadway' in Boston. A Street View pegman is visible on the map. The street view image shows a night scene of a city street with buildings and cars. The map interface includes navigation controls on the left and top, and a bottom bar with buttons for 'Basic Map', '+ Satellite', '+ Picture', '+ Wikipedia', '+ Traffic', and '+ Street view'.

Google Maps e.g., "10 market st, san francisco" or "hotels near lax"

Boston Search Maps Show search options

Search the map Find businesses Get directions

Search Results My Maps

Print Send Link to this page

Street View Traffic More... Map Satellite Terrain

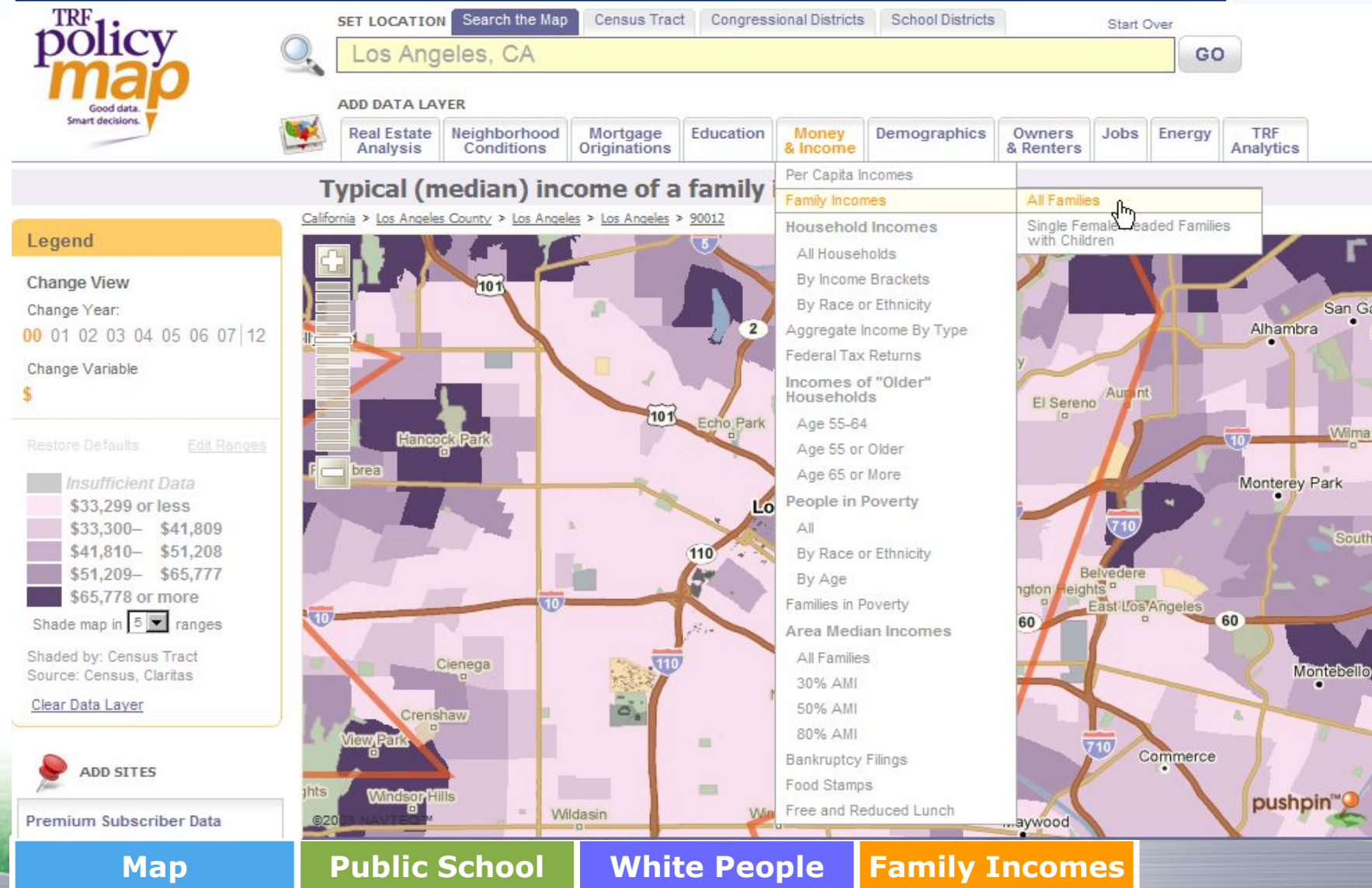
96 Broadway Address is approximate Street View Help Full-screen

Basic Map + Satellite + Picture + Wikipedia + Traffic + Street view

Mashup (PolicyMap)



Pushpin Location DB + 공공 통계 DB



Mashup (Text Grinder)



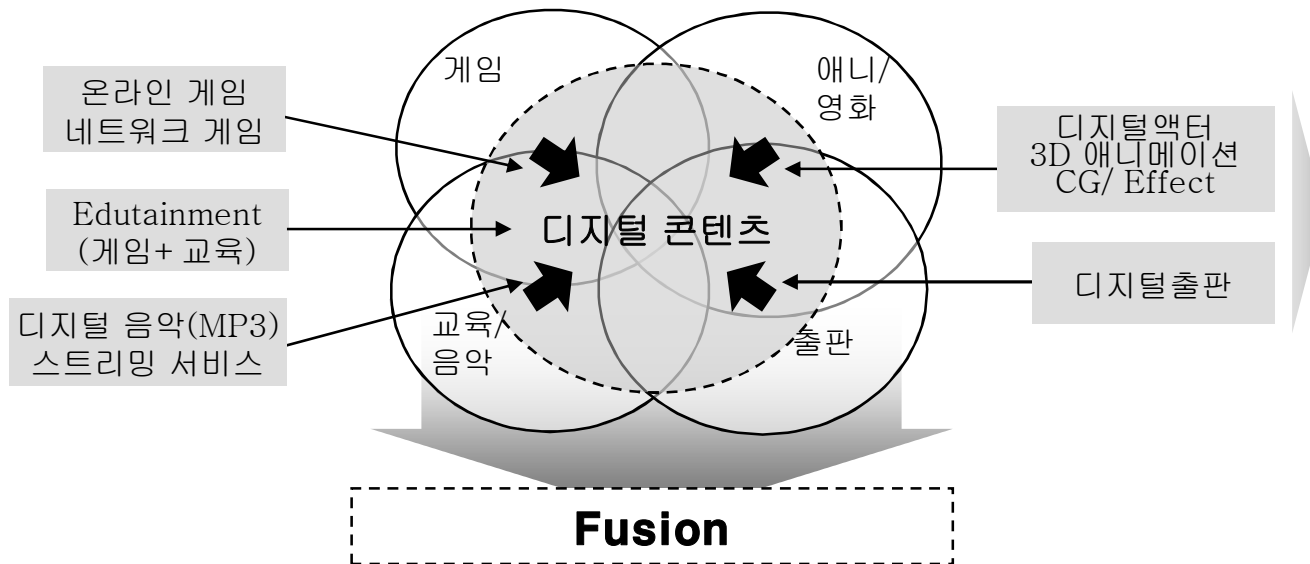
Amazon + eBay + Google Search + Naver + DAUM ...



II. DC 산업의 변화



6. 산업의 변화 - Fusion 화



- 포트리스 사례
- 온라인 게임을 활용한 복합 콘텐츠
 - 온라인 게임(CCR) / 출판(대원) / 캐릭터사업(SBS 프로덕션) / 완구 (반디아/영실업/지나월드) 연계 프로젝트

➤ 형식 차원 : Freestyle[자유형]+Feedback[상호작용]+Fresh[신선함]

예) e-스포츠(게임+스포츠), 무비라마(영화+드라마), 머시니마(영화+게임),
뮤비라마(뮤직드라마+드라마), 모비소드(모바일+에피소드) 등

➤ 내용 차원 : Fun[재미]+Function[기능]+Feel[감동]

- 능동적 참여 통해 재미와 감동 선사 **[체험지향 콘텐츠]**

➤ 산업적 차원 : 재미(Fun) + 복합화(Fusion) + 빠른 속도(Fast)

II. DC 산업의 변화

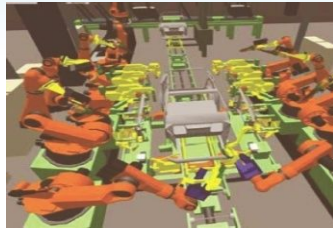


콘텐츠 산업에서의 융합화를 통한 사업 확대

- **콘텐츠 + 콘텐츠**
 - 가상현실 + 문화 : 가상 박물관
 - 게임 + 의료 : 기능성 게임
- **콘텐츠 + 플랫폼**
 - 디즈니 & AOL : 영화 콘텐츠의 배타적 공급
 - Facebook & Hollywood : Prom Queen 드라마의 제공
- **콘텐츠 + 네트워크**
 - 폭스 & Vodafone : 폭스의 인기 드라마를 휴대전화용으로 패키징 제공
- **콘텐츠 + 디바이스**
 - 디즈니 & iPod : 디즈니 영화와 ABC 드라마를 '비디오 아이팟' 서비스

콘텐츠 산업에서의 융합화 사례

생산/제조



제품 조립 및 작업공정 배치



생산훈련 시뮬레이터

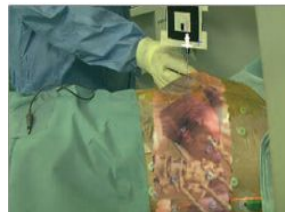


제품 디자인 품평



제품 사용성 평가

의료



가상 의료시뮬레이션

교육



오디션 잉글리시



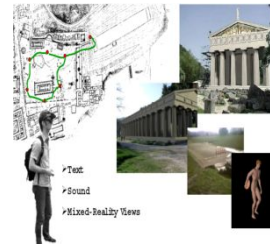
푸트포스 (Uincer)

기능성 게임

관광/전시



황룡사 9층목탑 : 신라 삼보(三寶)의 하나로, 선덕여왕 15년 (646년)에 완공.



문화재 복원/탐방



박물관 및 전시관 체험

게임



혼합현실 기반 게임시스템

가치사슬사업자 간 협력



‘07 삼성전자 ('07)



LGCNS u-Learning ('07)



포스브로 Wibro 게임('07)



북토피아 u-Book ('07)



쌍용 IP-TV 콘텐츠('08)



삼성전자 u-Health('08)



프리챌 파일공유('08)



엠피오 3D PMP용 게임('08)

II. DC 산업의 변화



SONY의 오류 모델

OSMU의 오류

● 콘텐츠와 미디어의 Decoupling 현상은 OSMU의 기회

- “좋은 콘텐츠가 생산되면 어느 미디어나 상품으로도 활용될 수 있다” 는 오해
- 소비자의 소비경로 지향성 고려 필요 (캐릭터는 예외: 스토리의 한 부분만을 이용)
→ 예 : PS2에서 성공한 게임은 PSP에서도 성공할 수 있다. CATV vs. IPTV 문제
- **생활방식의 변화를 유도하라 !**

Pipeline의 오류

● 다양한 플랫폼을 만들면 콘텐츠 서비스를 할 수 있다는 사고

- “미디어만 만들면 어떤 콘텐츠라도 이용자는 사용할 것이다” 는 오해
- 이용자의 이용특성이나 미디어의 특성을 고려하지 않은 문제
→ 예: 모바일 성인 시장이 커진다고 성인 방송을 아침 출근 시간에 제공
- **특화된 콘텐츠가 필요하다 !**

II. DC 산업의 변화

7. 모바일 화(유비쿼트스 콘텐츠 서비스)는 선택이 아닌 필수!

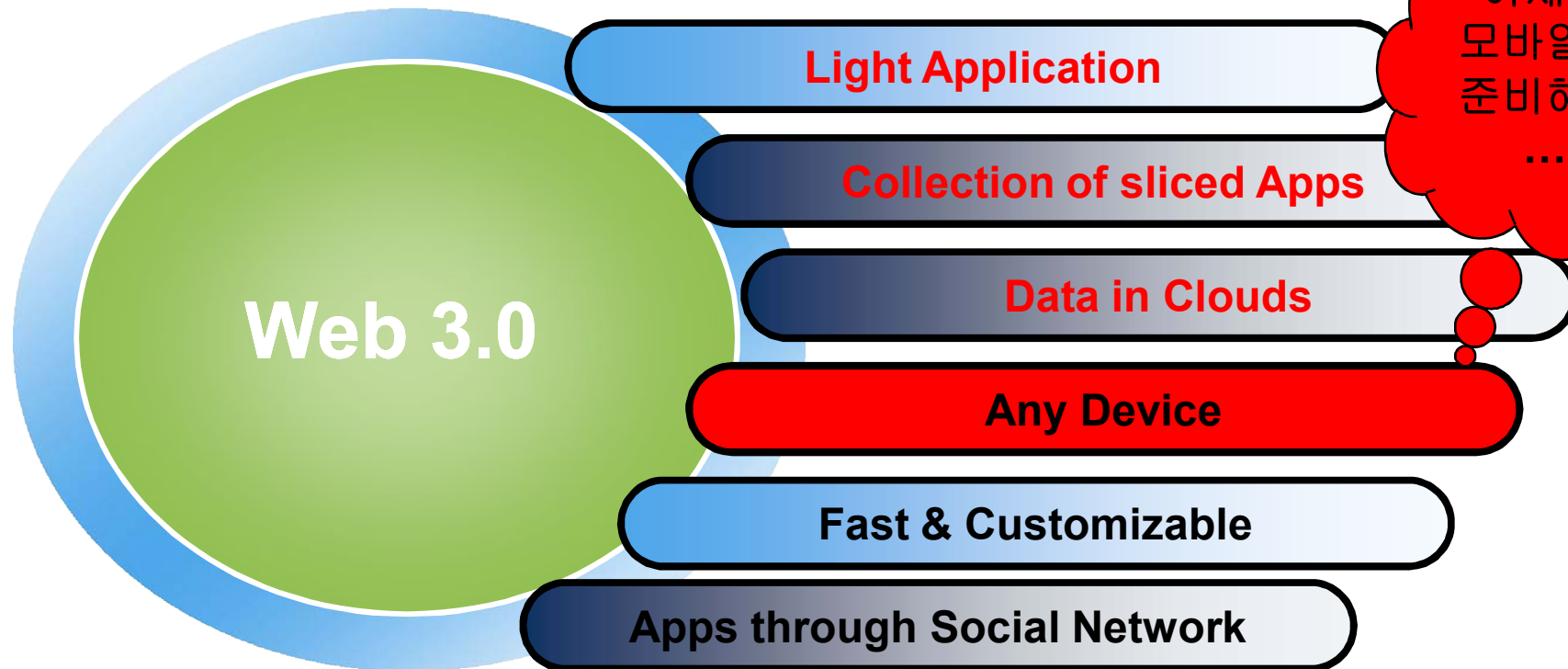


II. DC 산업의 변화



구글 CEO 에릭 슈미츠가 바라보는 웹 3.0

“ 어플리케이션이 바뀝니다.”



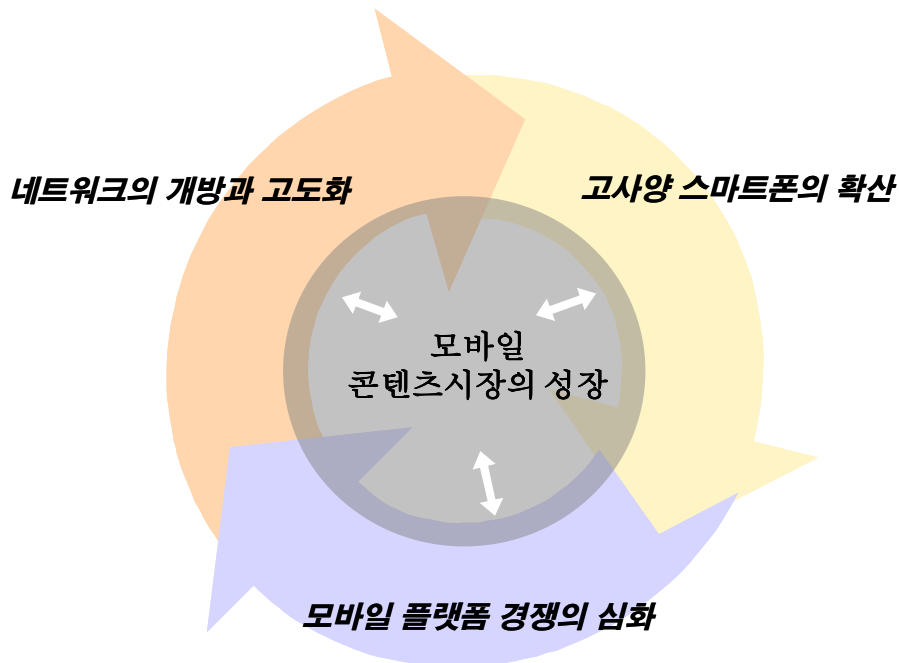
<http://youtube.com/watch?v=T0QJmmdw3b0>

모바일 콘텐츠 산업 주요 동향('08)

Mega Trend

- 모바일 콘텐츠의 기반이 되는 네트워크, Device, 플랫폼 등 제반 기술 환경이 급격한 발전을 거듭하면서 모바일콘텐츠 시장의 성장을 촉진하고 있음

모바일콘텐츠 기술 환경의 변화



1 Network : 망 개방과 고도화

- Open Access 논쟁의 확산
 - 美FCC의 700MHz 주파수 경매를 계기로 전세계로 확산
 - 단말벤더와 인터넷 사업자 진영의 입지 강화 추세
- 네트워크 진화 방향성을 둘러싼 논쟁 대두
 - LTE VS. 모바일WiMAX

2 Device : 고사양 스마트폰의 확산

- 2008년 전세계 스마트폰 출하량 전년 대비 31.6% 증가
 - iPhone 출시 이후 스마트폰에 대한 니즈가 늘면서 일반 휴대전화 단말을 빠르게 대체 (2008년 13.1%→2013년 20.4%로 비중 증가)
 - 스마트폰의 ARPU가 일반 단말에 비해 월등히 높아, 이동사들은 보조금을 스마트폰에 집중시키는 추세임

3 Platform : 오픈소스화/표준화

- 서비스 제공의 기반인 모바일플랫폼 경쟁 심화
 - Linux와 Symbian의 오픈 진영과, Window Mobile과 Apple의 폐쇄형 플랫폼 진영간의 시장 선점 경쟁 본격화
- 모바일인터넷 플랫폼의 표준화
 - 이동사 주도의 Open Mobile Terminal Platform Group (OMTP)가 주축이 된 BOND 중심의 표준화 논의 활발

모바일 콘텐츠 산업 주요 동향('08)

Mega Trend

- 시장 전체의 개방화 추세에 힘입어 이통사 중심의 **Walled Garden**형 구조 와해 조짐
- 모바일 마켓플레이스의 확산으로 인터넷사업자 및 단말벤더가 시장 주류 세력으로 발돋움
- 모바일 광고 공략을 위한 **모바일SNS, 모바일 검색, 모바일 위젯**에 대한 관심 고조

모바일콘텐츠 시장 환경의 변화

1

이통사 중심의 수직적 통합 구조의 해체

단말벤더가 주도하는 Mobile 에코시스템의 확산

- iPhone 출시 이후, 이통사 중심의 네트워크-서비스-단말의 폐쇄적 통합구조가 단말 벤더 주도형 개방형 수직적 통합구조로 변화하고 있음

모바일웹브라우저의 확산 및 Off-deck의 浮上

- 모바일 웹브라우저가 PC용 브라우저의 기능과 UI에 가까워짐
- 이통사와 독립적인 Off-portal의 시장내 비중 확대

이통사의 대응책 :개방형 對 폐쇄형 전략

- 콘텐츠 강화 등으로 자사 On-portal에 대한 충성도를 높이는 폐쇄형 전략(Vodafone)
- 단말 및 off-portal 등에 대한 개방형 전략으로 트래픽을 높이는데 주력(T-Mobile)

2

모바일 애플리케이션 마켓의 확산

개방형 모바일 애플리케이션 마켓플레이스의 경쟁적 론칭과 개발진영의 확보를 둘러싼 경쟁 치열



- Apple의 App store성공이 Nokia의 MOSH 강화, Google의 Android Market 출시로 이어짐
 - 2008년 7월 출시 이후 12월 현재, 등록 애플리케이션 건수 10,000건, 다운로드 건수 3억건 돌파
- 개발자 확보경쟁이 치열해지면서 수익분배시스템의 개선, 각종 지원 정책 등의 성과
- 다양한 모바일OS가 존재하는 상황에서 각 진영별로 device-OS-application store의 비즈모델이 고착될 경우 전체 모바일생태계 구축 면에서는 마이너스

3

모바일광고 시장의 성장

모바일광고시장 활성화를 위한 전략적 루트: 모바일SNS/모바일위젯/모바일검색

- 모바일콘텐츠 시장의 수익기반으로 거론되는 모바일광고 시장 공략을 위해 고객 집객이 수월한 모바일SNS, 개인화 서비스의 대명사 모바일 위젯, 온라인광고 시장의 기폭제였던 모바일검색의 도입이 확산



- 모바일SNS는 최근 단말을 거치지 않고 직접 탑재하는 방법으로 시장 확대를 시도
- 온라인상의 위젯경쟁이 모바일시장으로 이전 중. 그러나 확실한 수익모델이 부재
- Google, Yahoo 등 인터넷검색업체, 이통사, 단말벤더 등이 모바일 검색시장 선점을 위해 합종연횡 중

II. DC 산업의 변화



8. 무엇이 어떻게 변하고 있는가?

다양한 서비스 플랫폼의 등장 & Crowd Sourcing

- 플랫폼과 콘텐츠의 Co-Evolution, 플랫폼과 콘텐츠의 분리(Decoupling)
 - OSMP, 콘텐츠 동등접근 문제
- 기관에 속하지 않은 전문/비전문인의 지식 공유로 시스템 효율성 제고
 - 관례적 계약 관계하에 수행되는 아웃 소싱은 시스템자체의 비효율성을 높임

미디어 통합 : Convergence 보다 Fusion화 - 신규 융합 서비스 지속적 등장

롱테일(Long Tail)법칙 & 매쉬업(Mash-up), Snow-Ball Effect

Macro Media 시대 (Mass Customization → Media Everyone)

사용자의 변화를 읽어라. - 항상 시간에 목말라하고 있다 !

유아독존으로는 생존하기 힘들다 - Biz 모델 & 사업자 간의 합종연횡
- 고객은 중합화된 서비스를 원한다

II. DC 산업의 변화



8. 무엇이 어떻게 변하고 있는가?

기업 핵심 역량의 변화

- 사용자 자발적 참여 → 개성있는 기여 → 새로운 가치 발견
→ 그 가치가 사용자 견인 → 거대한 참여의 장 형성
- 사용자에게 의한 부가가치 창조, 네트워크 효과, 일부 권리만 보유,
통제가 아닌 협조를 통해 모인 콘텐츠가 미래의 핵심역량이며,
콘텐츠의 독점으로 연계되어 서비스의 가치가 폭등되는 사업구조

사업 패러다임 변화 : Pareto 법칙의 붕괴, 시공을 초월한 사업

상품 본질의 변화 : 고객요구에 맞추어 지속적 변화가 필요한 영원한 미완성

모바일 화 : 유비쿼터스 콘텐츠 서비스, 'Connected World'의 핵심 서비스

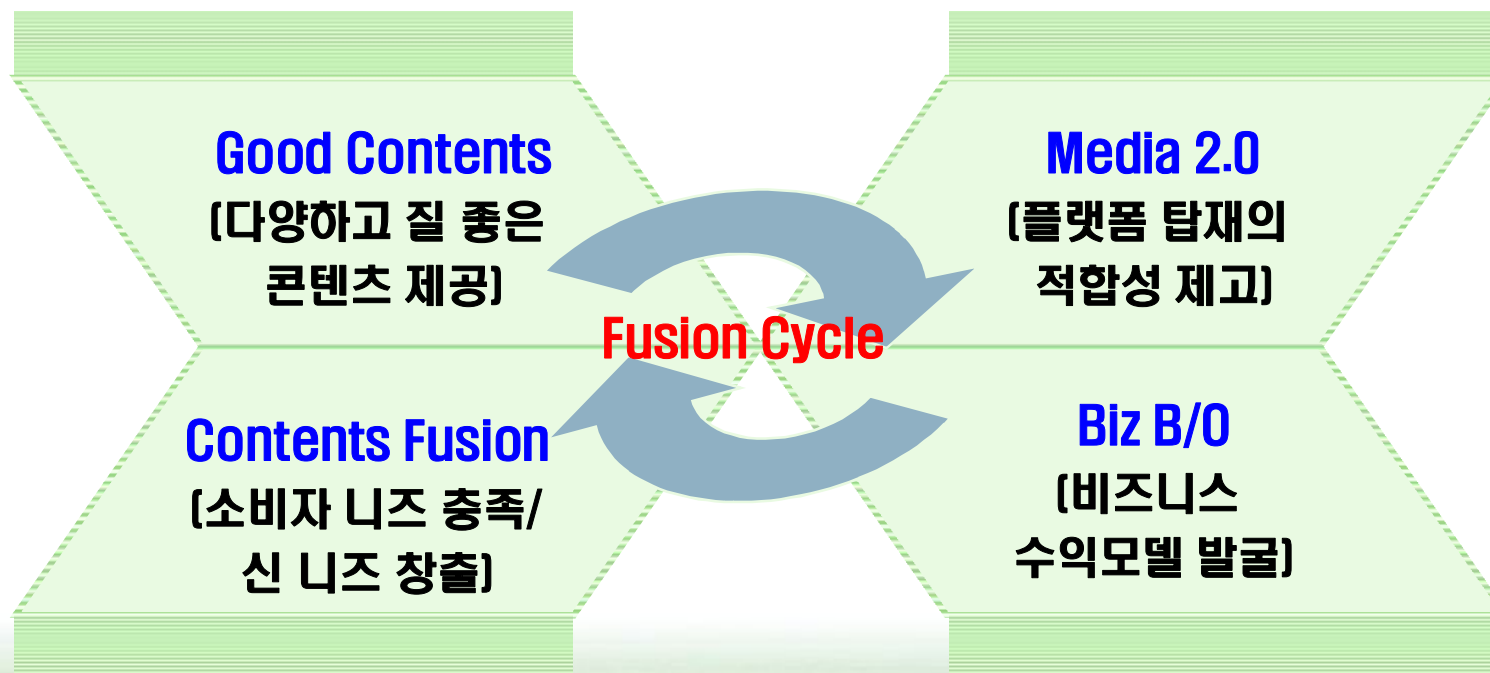
III. 어떻게 할 것인가?



1. 차별적 콘텐츠 산업의 발굴이 관건

- 좋은 콘텐츠가 소비자 수요를 창출하고 접근을 유인함으로써 비즈니스 촉진
- “미디어를 소비하는 것이 아니라 미디어를 통해 전달되는 콘텐츠를 소비”

- Summer Redstone, Viacom 회장, 서울디지털포럼 2008 -



III. 어떻게 할 것인가?



2. 다양한 플랫폼에 특화된 콘텐츠 개발



- 웹 전용 콘텐츠 제작 확산

'07년 11월 Myspace에서 제공된 Quartelife는 유명 TV감독 제작 및 누구나 복제 활용가능



- Vuguru의 Prom Queen

편당 길이 1분 30초, 80회, 1개월 동안 520만명 시청
MySpace 트래픽의 70% 차지(방영기간 중)



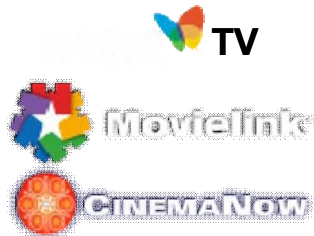
- Warner Bros.는 멀티 플랫폼 콘텐츠 제작
여러 장르의 영상 24편을 미니영화, 게임, 짧은 에피소드 등 다양한 포맷으로 제작할 계획
- 자체 site 뿐만 아니라 Joost, Real Networks 통해 제공,
T-Works 사이트등 다양한 미디어를 통해 전용 콘텐츠 서비스

III. 어떻게 할 것인가?



3. 기술 표준화 선점이 중요

← 현재의 디지털콘텐츠 유통 시장 →



Content Service

MSN

Microsoft TV IPTV

WMV HD

Service Platform

Win XP Media Center

Win Media Connect

Windows Mobile

Xbox

Media Technology

Codec

Format

Windows Media DRM

Windows Media Player

Operating System

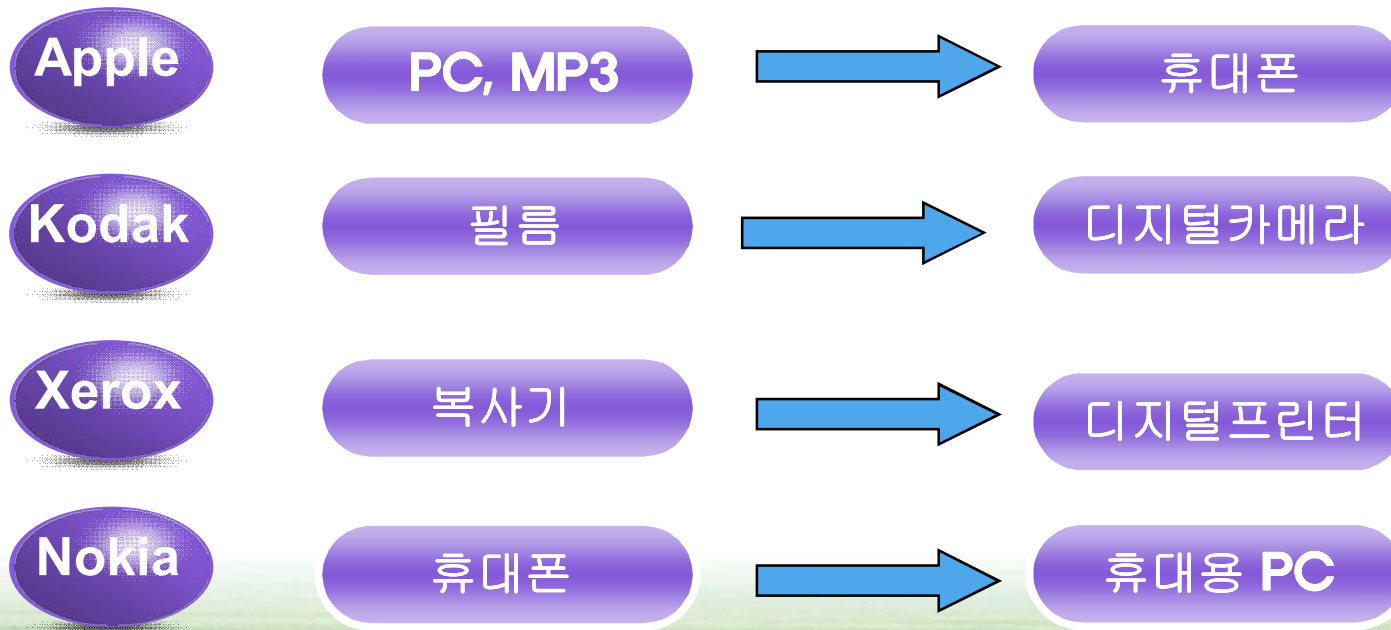
Windows 98/NT/2000/2003/CE/XP/Vista

III. 어떻게 할 것인가?



4. Copycat 전략 고려 필요

- 경쟁사 사업을 모방하여 재창조 : 시장에서 기 검증된 제품을 신규로 디자인하거나 자사의 강점을 추가하여 제품을 출시
- 제품 트렌드를 읽어내는 능력, 고객의 변화를 감지하는 시스템, 최단 시간 내에 그 변화를 서비스에 반영할 수 있는 개발 방법론 등이 중요



III. 어떻게 할 것인가?

5. Walled Garden - 이제는 그만!

폐쇄 DRM을 통해 디지털 음악 시장을 장악한 Apple도 nonDRM 음악 판매



무선망 개방 : NTT-Docomo, i-Mode 트래픽 70%는 외부 사이트에서 발생

Facebook의 F8, T-Mobile의 Web n Walk(풀브라우징) 등을 통한 확대

- 노키아,모토로라,소니에릭슨 등 단말업체와 구글,야후 등 콘텐츠 서비스 업체와의 제휴로 Web n Walk 활성화
- Bud.tv는 폐쇄적인 콘텐츠 유통 전략으로 기업 실패

III. 어떻게 할 것인가?



6. Attention Economy

– 내가 할 수 있는 것이 아니라, 소비자가 원하는 것을 제공하라



“정보는 점점 흔해지고, 관심은 점점 귀해진다”

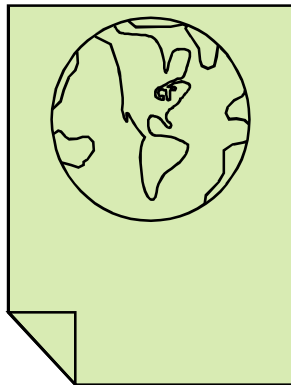
– Herbert Simon(1997)

- “정보사회가 발전할 수록 **고객의 관심이** 정보, 자본, 기술, 노동력보다 더 희소한 자원이 된다.’

– 이인화(2008)

- 정보의 과잉생산 → 희소자원의 역전 → 권력 이동
- 경제 권력 : 정보제공자 → 관심제공자

경제의 핵심 : 정보매매 → Attention Getting의
경험 매매



III. 어떻게 할 것인가?



7. Virtual World - 또 다른 세상, 또 다른 기회 !

“ 관심 경제의 **Biz Key = 集客力?** ”

- 플랫폼 사업자가 사람을 모으면 **Biz Model**은 자연스럽게 발생
- 모인 사람들의 관심이 **CP**를 부르고, **CP**가 **Biz Model**을 창출함
- 집객 요소로서 “몰입 경험”(Flow Experience)은 중요한 자원

“ 가상세계 = 集客力이 검증된 플랫폼 매체 ”

- 가상세계는 강한 몰입 경험을 제공하는 매체
- 가상 세계는 단순한 콘텐츠 서비스가 아니라 게임, **SNS, Community, e-Commerce** 등 기존 사업 영역을 통합하는 **3D** 웹의 플랫폼
- **80%** 이상의 사용자와 포춘 **500**대 기업이 **2011**년까지 **3D VW**에 참여
- Gartner Inc.-

이인화, Forecasting of WWS, 2008.7

III. 어떻게 할 것인가?

8. 종합화된 One Stop Service형 콘텐츠 서비스가 성배(聖盃)

“ 누가 이용자의 시간을 더 많이 차지하는가?”

- 산업 장벽 No! 장르 구분 No! 기술 구분 No!
- 고객은 소비 장벽을 원치 않는다.
- 이용자의 권리, 요구를 먼저 생각하는 서비스
- My Space + Skype + YouTube + Maple Story + Habbo Hotel
= Holy Grail (Heydon, Avista Partners, Gamasutra)



III. 어떻게 할 것인가?



9. 참여자 간의 실질적 협력 시스템 구축



1 혼합화를 통한 신규 시장 창출

2 지속적 신규 서비스 발굴/제공

3 경쟁 < 협력, 규제 < 조정/합의

4 정부는 역할 조율하는 조정자

콘텐츠 산업의 성공 조건

1. 규모의 경쟁력
2. 차별화된 콘텐츠와 기술 역량
3. 비즈니스 모델의 발굴 역량
4. 디지털 생산, 유통시스템 전환,
외부 파트너십 활용

(삼성경제연구소. 2008.10)

Thank You !