

# KOCCA

# Issue Paper

2010년 3월 2주

구분(장르)	제목	분야
심층보고	『Music Genome Project, Pandora 현황』	인터넷
단신기사	▶ “AT&T, 3G 무선통신망 주요도시조사에서 가장 뛰어나”	인터넷
	▶ “한국 캐릭터 뿌까(PUCCA), L.A. 상륙”	라이선싱
	▶ “미디어 황제 머독, 중동시장 진출”	산업전반
	▶ “미 NBC, 동계 올림픽 트위터 중계 눈길”	방송/인터넷
	▶ “케이블비전, TV로 웹 콘텐츠”	방송
Marketing Report	『Mobile Industry Operating Systems』	모바일

## 한국콘텐츠진흥원

수출지원팀 미국사무소

# Music Genome Project, Pandora의 현황

## □ 라디오 방송을 대체하는 유비쿼터스 개인 라디오


최근 흑자전환과 꾸준한 서비스 규모 성장으로 주목받는 Pandora의  
창업자 Tim Westergren의 UCLA Anderson School of Management:  
Entrepreneurs-Week 키노트 스피치의 리뷰

- 이미 미국 대학 내 도서관의 모든 학생이 Pandora를 듣고 있는 것이 보일 만큼, Pandora는 음악 스트리밍 서비스의 주류이나 사실 아직 벤처라 불리는 Pandora는 이미 10년을 맞이하는 늦깎이 성공 사례
- 현 Pandora 버전의 서비스까지는 수차례 탈바꿈이 있었음. 초창기에는 심지어 2.5년동안 티핑 포인트에 이르지 못해 50명의 전 직원 월급 연기(salary deferral)를 했었음 (미국에서 무급으로 이처럼 오래 일하기 위해서는 개개인의 비전과 상당한 희생을 요했을 것임)
- Pandora는 사업 자본 확보를 위한 로드쇼 피치(엔젤 투자가나 벤처캐피탈을 찾아다니며 펀드 레이징 프레젠테이션을 하는 것)를 350차례 이상 거듭한 결과, 3차 펀딩 성공으로 그간의 누적 급여를 모두 해결했다는 일화
- Pandora는 이제 5천만 회원이 넘고, 매출은 5천만불 (600억원) 수준이며 더욱이 작년 iPhone을 통해 급부상하게 되어 Pandora는 통상 두번째로 많이 다운받는 App이 되었으며, 트래픽 트렌드 또한 크게 달라졌음 (WiFi를 통한 접속 50%)
- 즉, PC로만 서비스할 경우, 주로 낮시간 이용이 대부분이었으나, 이젠 평일 밤, 주말 할 것 없이 WiFi, 3G Network 환경 어디서든 Pandora가 적극 사용되고 있음

- 이는 최근 당사가 커넥티드 디바이스에 더욱 집중하는 계기가 되어, 현재 Pandora는 위젯 형태로 100가지 디바이스에 내장되어 있음 (HP의 디지털 액자, 삼성의 LCD TV나 Ford 자동차 등에 제휴를 통한 기본 설치)

## Pandora in devices

- The Pandora Service is a universal account on CE devices, mobile phones, and the computer – your stations travel with you seamlessly from one interface to the next
- Pandora has launched in the following devices
  - Samsung Blu Ray Disc Player
  - Logitech Boombox, Squeezebox and Transporter
  - Sonos Digital Music System
  - Chumby
  - Grace Digital Tabletop Radio
  - Over 40 mobile phone models

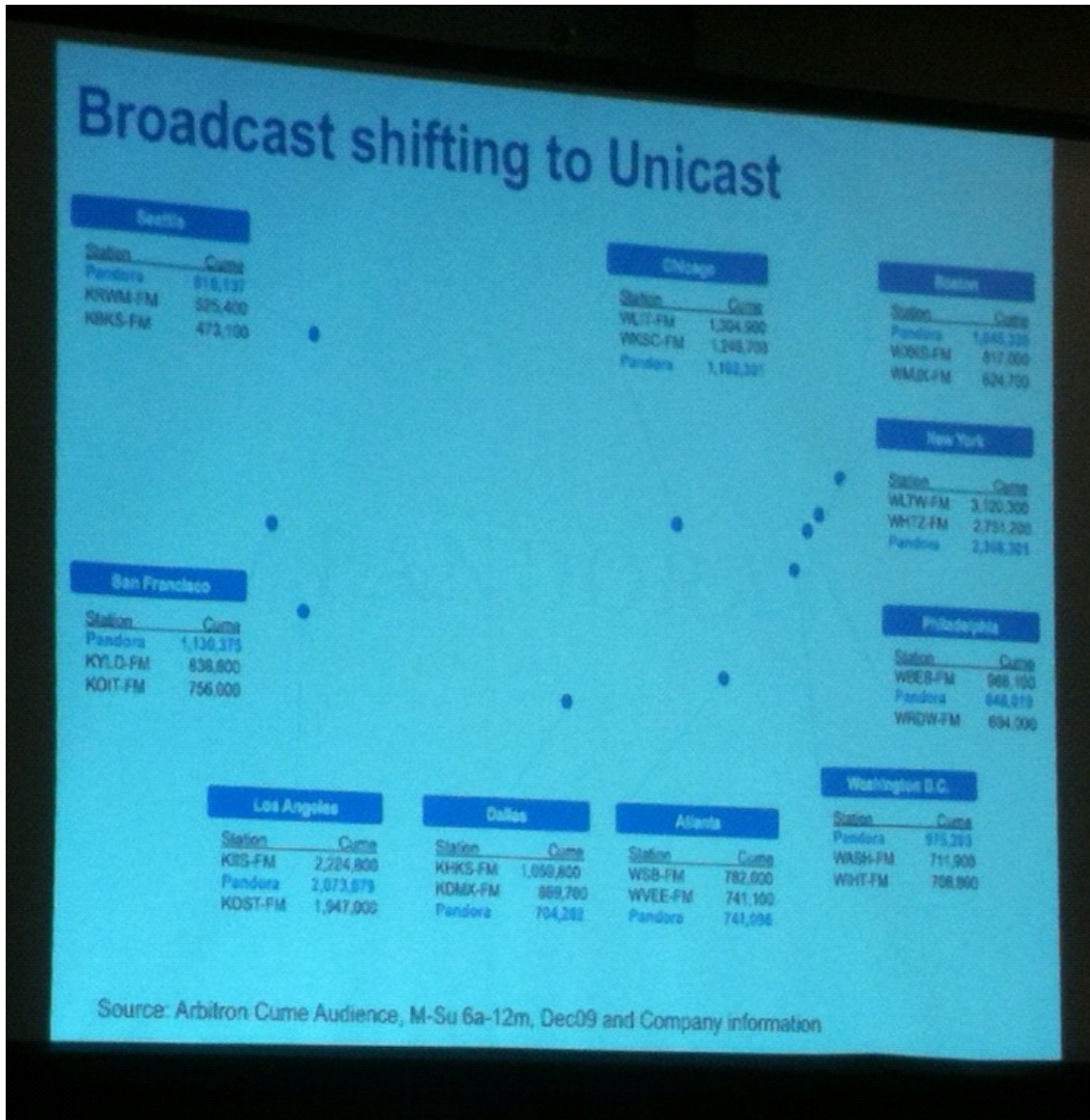


PANDORA  
created by the Music Genome Project

PANDORA PROPRIETARY AND CONFIDENTIAL

- 현재 Pandora의 비전은 "TAKE OVER RADIO." 현 라디오 방송의 개념을 대체해버린다는 목표이며, 단일 선곡 리스트를 모든 청취자가 듣는 것에 대비해, 모든 청취자가 나만의 선곡 리스트를 언제 어디서든 듣는 것
- 오랫동안 거론되어 온 "개인화된 미디어"의 완벽한 사례이며, 이는 이미 실적에 반영되어, 아래 이미지에서 보듯 이미 Pandora는 청취 볼

를 기준 미국 주요 도시에서 상위 3위 라디오 방송국에 들어감 (파란 글씨)



- 한국 사정과의 차이점을 들면, 한국 라디오는 사연, 토크 중심이라 나만의 리스트를 청취하겠단 니즈가 약할 수 있으나, 기본적으로 각 방송국 별로 라이선싱한 음악만 나오는 미국 라디오를 듣다 보면, 개개인이 내 취향의 음악을 듣고 싶은 욕구가 꽤 있음을 알 수 있음

- 물론, 아직 라이선스 비용 부담 등 도전 과제가 남은 Pandora지만 작년 4분기 최초 흑자 전환을 계기로, 각종 디바이스를 통한 니즈 창출로 앞으로 사업 기회가 풍부할 것으로 전망
- 특히 10년간 기술 축적의 결과로 music recommendation engine이란 측면에서는 상당한 경쟁 우위에 있음 (수십 명의 전문 뮤지션이 40~50가지 평가 항목을 바탕으로 곡당 4분에서 2시간을 소요해 수십~수백만 곡 DB화)
- 이는, Amazon이나 iTunes와 같이 구매 내역만 바탕으로 하는 추천과는 차원이 다름
- Pandora는 사업모델도 월정액과 광고를 적절히 조합하여 매출 성장을 보이고 있으며, Pandora의 audio ad은 무료 청취 유저 입장에서도 큰 거부감 없이 받아들임
- 현재 라이선싱 이슈로 해외에서의 접속은 차단되어 있으나, 향후 세계화 전략도 주목됨