



## 스마트 TV 개발 현황

### □ 들어가기

- 지난 5월 20일 미국 샌프란시스코에서 구글은 인터넷 콘텐츠 및 디지털 방송 모두를 하나의 TV안에서 즐길 수 있는 인터넷 TV인 구글 TV를 정식 발표
- 애플은 1세대 애플 TV의 실패 이후, 스트리밍 서비스에 초점을 맞추며 기능을 간소화한 2세대 애플 TV 예판 시작
- HD TV의 최대 업체인 삼성전자 역시 2010년 1월 라스베이거스 CES에서 TV Apps 전용 마켓을 세계 최초로 공개하면서 스마트 TV 경쟁에 합류
- 이 글을 통하여 스마트 TV 시장의 핵심사인 구글, 애플 그리고 삼성의 장단점 및 대응 전략을 고찰

### □ 스마트 TV의 최강자 구글- TV meets Web, Web meets TV



#### ☞ 전략

- 구글은 소프트웨어에 집중한 전략을 세웠지만 하드웨어에도 많은 노력을 투자

- 구글은 최고의 하드웨어를 구현하기 위하여 소니, 인텔, 로지텍 등 각 분야의 최고 파트너들과 함께 함
- 소니는 구글 TV를 활용한 ‘소니인터넷 TV’ 를 출시 할 것이며 인텔은 구글 TV의 아톰프로세서 CE4100을 제공, 컴퓨터 키보드와 마우스로 유명한 로지텍은 구글 TV에 사용될 리모컨을 출시 할 예정
- 하지만 역시 구글은 구글 TV를 통해 제공하는 것은 운영체제와 서비스이며 구글이 원하는 것은 구글 TV를 통해 더 많은 사람들이 구글을 검색하며 더 넓게 사용 하는 것

#### ☞ 장점

- 구글 TV는 구글의 운영체제인 ‘안드로이드 OS’ 를 탑재하여 수백 개의 유료 케이블 및 위성 방송이 시청이 가능
- 인터넷을 통한 포털사이트 검색, 유튜브와 같은 동영상 및 다양한 콘텐츠를 TV로 이용할 수 있는 특징을 내세우고 있음
- 또한, 방송 시청 중 실시간 정보 검색이 가능하게 되고, 물품 구매 등 쌍방향 서비스가 가능하도록 하여 스마트폰과 함께 구글을 통하여 전 세계를 하나로 묶는 또 하나의 매체로써 활약
- 구글 TV로 인해 TV에서 온라인 게임이 가능해질 것이며 채팅 및 커뮤니케이션 문화가 더욱 활발해질 것

#### ☞ 단점

- 구글 TV가 성공하기 위해서는 영상 콘텐츠를 제공하는 방송사의 협조가 필요하지만 방송사들은 몇몇 기능을 제외한다면 굳이 구글이 아니더라도 영상 콘텐츠를 판매하는데 아쉬움이 없음
- 스마트 TV 시대에도 TV의 주 기능은 영상 시청일 것이기에 유료 방송 미디어를 통해 수익을 창출하는 방송사들은 이미 스스로 콘텐츠 유통 채널을 만들어 수익 창출을 직접 할 것임
- 아이튠즈, 넷플릭스, 아마존과 등과 같은 영상 판매가 가능한 기존의

유통 서비스에 콘텐츠를 판매하여 수익을 올리고 있지만 구글은 경험이 부족 함

- 월스트리트 저널 (08/18/10) 에 따르면 “Google TV is a Tough Sell Among Would-Be Partners“ 라는 기사를 통하여 구글이 구글 TV를 통하여 700억 달러의 미국 TV 광고 시장을 겨냥할 것이라 보도
- 이로 인해 구글 TV는 ABC, CBS, Fox 등 미국의 핵심 지상파나 케이블 방송들에게 긍정적인 제휴 관계를 이끌어내기 힘들 것이라 예상

## □ **스마트한 애플의 조용한 반격- one more hobby**



### ☞ 전략

- 애플은 현재 스트리밍 서비스 기능에 포커스를 맞춰 기능을 간소화한 2세대 애플 TV의 예판을 시작
- 잡스는 “TV는 즐거움을 주기 위해 존재할 뿐 컴퓨터가 아니다” 라고 언급하면서 구글이 제시하는 똑똑한 스마트 TV와 상반된 의견 제시
- 스티브 잡스는 1세대 애플 TV의 실패 이유에 비싼 가격과, 복잡한 사용법을 꼽아 2세대에는 셋톱박스 부피를 크게 줄이면서 스트리밍 서비스만 지원 슈퍼컴퓨터를 달고 나올듯한 구글과 전혀 다른 전략
- 잡스는 소비자들은 TV가 컴퓨터처럼 복잡해지는 것을 원하지 않는다 하여 보다 뛰어난 스마트 TV를 경험하기 위해서는 TV를 계속 바꾸지는 않을 것이라 판단

### ☞ 장점

- iTunes는 이미 HD급 영상 콘텐츠 시장에서 확고한 위치를 누리고 있는 만큼 경쟁자들 보다 앞서고 있음
- 애플은 영상과 음악 산업에서 저작권 문제를 해결해온 경험이 축적되어 있고 콘텐츠 제공사들에게 만족 할 수 있는 수익 모델은 성공적으로 제시한 바 있음
- 스트리밍 방식의 영상 콘텐츠는 즐길에 있어 모자람이 없고 작고 저렴한 2세대 애플 TV는 더 많은 소비자들에게 부담 없이 다가갈 수 있음
- 선 하나와 TV만 연결한 상태에서 원하는 콘텐츠를 쉽게 재생할 수 있는 사용 편의성을 키움
- 애플 TV는 게임분야에서도 역시 영향력을 보일 것이라 예상되면서 이는 iPhone과 iPod와 같이 애플 TV를 성공으로 이끄는 중요한 요소로 보임

#### ☞ 단점

- 소비자들은 항상 혁신을 몰고 다녔던 애플의 다른 제품처럼 멋진 완성형 올인원 TV를 원하였지만 이번 애플 TV는
- 최근 NBC 유니버설이 애플 TV를 통해 자사의 프로그램을 제공할 경우 ‘콘텐츠의 가치가 떨어질 것’ 을 우려, 콘텐츠를 제공하지 않겠다고 밝힘
- 이로 인해 애플이 iTunes에 의존하는 폐쇄적 전략을 갖고 있다는 것은 애플 TV 성장의 발목을 잡을 수도 있음

## □ 하드웨어의 강자 삼성의 선제 공격- free the TV Challenge



## ☞ 전략

- 세계 최초의 TV Apps 전용 마켓을 선보이면서 스마트 TV 시대의 패권을 놓고 의미 있는 선제공격 시작
- 콘텐츠 개발자들에게 참여의 기회를 확대하기 위해 “Free the TV Challenge” 콘테스트를 마련하여 삼성의 스마트 TV 중요성 인식을 표현 함

## ☞ 장점

- 삼성은 최고의 하드웨어 기술을 갖추고 있음
- 삼성의 스마트 TV는 기존의 단순히 인터넷을 연결한다는 개념의 Web TV와는 달리 Blockbuster, 넷플릭스, 판도라, Hulu, 그리고 영국의 Lovefilm 등과의 제휴를 통해 시청자들에게 더 많은 영상 콘텐츠 제공
- 삼성은 스마트 TV 시대에 독자적 플랫폼으로 살아남기 위하여 많은 스마트 TV 전용 App 을 준비
- 삼성은 경쟁사들에 비해 보다 발 빠르게 움직이면서 스마트 TV가 제시하는 모든 것을 다 갖추고 시도하고 있음

Categories	US (82)	KR (74)	콘텐츠	회사명
Video	7	8	웹 동영상 스트	Blockbuster, Vudu, CinemaNow, Netflix, Dailymotion, Youtube,

			리밍 (UCC, RMC)	Hulu Plus, KTH, EBS, SBS, KBS
Game	31	25	대부분 국내 중소 제작사 공급 캐주얼 게임 위주	Innodis, Accedo Broadband, Borazone, IPM Studio, CAPCOM, Playjam, COM2US, FunnySoft, Miziing
Sports	2	1	스포츠 정보, 트레이닝 관리	ESPN, Handstudio
Lifestyle	17	17	소셜 서비스, 음악, 사진	Twitter, Facebook, Napster, Pandora, Picasa, Mulibits
Information	7	9	뉴스, 날씨, 지도	AccuWeather, AP, Google (Maps), USA Today, Yahoo, SPS TV, Rovi, 연합뉴스
Others	18	16	인터넷 전화, 아동용 콘텐츠	Skype, OCON, HansolDK

(Hulu Plus와 ESPN Next Level은 현재 삼성 TV 독점공급, 자료: Samsung Apps)

## ☞ 단점

- iPhone은 물론 안드로이드의 애플리케이션이 10만개에 육박하는 이 시점에서 삼성이 구글이나 애플 수준의 방대한 애플리케이션을 제공한다는 것은 불가능 함
- 삼성은 구글 보다도 영상 콘텐츠 유통 능력이 부족 함
- 현재 삼성 Apps은 삼성이 직접 마켓을 만들어 제공하는 것이 아니라 콘텐츠 제공자들이 App의 형식을 통하여 제공
- 이 때문에 어떤 특정 방송사의 콘텐츠를 보고자 한다면 해당 방송사의 웹사이트에 접속하여 별도의 결제 과정을 통해야함
- 삼성의 스마트 TV가 성공하기 위해서는 보다 많은 양질의 애플리케이션을 확보해야 하고 보다 시청자들의 편의에 맞는 영상 콘텐츠 제공 필요

## □ 시사점

- 구글 TV의 등장과 함께 TV 업계가 요동칠 것이라 예측하는 것은 성급한 면이 있음
- 스마트 TV는 애플리케이션과 영상 콘텐츠 등 외부 자원들과 협업 생태계를 만들어 함께 자라는 미래형 서비스임을 고려할 때 구글 TV의 등장과 함께 TV 산업이 요동칠 것이라는 전망은 조금 성급
- 스마트 TV 시장에서의 성공을 위해서는 가족과 함께하는 애플리케이션 확보 필요
- 또한, 영상 콘텐츠를 제공하는 방송사와의 상생을 기반으로 한 콘텐츠 유통망의 확보라는 측면에서 아직은 보다 많은 고민이 필요

이 보고서를 작성한 Sang Wook Lim은 현재 UCLA Anderson에서 MBA 전공, Samsung Electronics 근무 경험을 보유하고 있음