



미국 방송과 뉴미디어 동향

□ 전반 방송 및 뉴미디어 현황

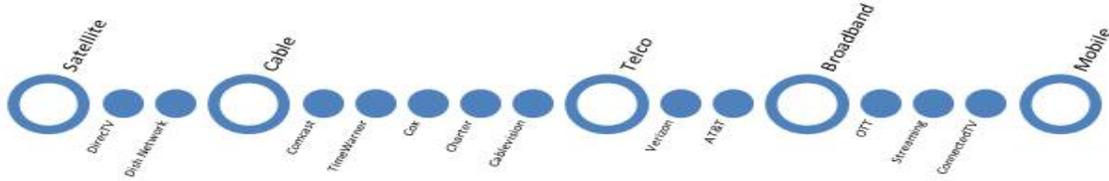
☞ 온라인

- 미국 시청가구 50% 이상이 HDTV 소유하고 있으며 이는 2008년도 1분기에서 189% 상승
- 90% 이상의 미국 방송 프로그램이 온라인으로 서비스되고 있으며 이중 50%이상이 방송된 후 24시간 이내에 해당 방송사의 온라인 서비스 사이트에 업로드 되고 있음
- 2010년도 6월자 조사에 의하면 17,700만명 이상의 인터넷 사용자들이 온라인으로 영상물을 시청하고 있으며 미국 최대 온라인 VOD (Video On Demand) 사이트 Hulu는 14,450만 시청자(unique viewers)가 방문
- 지난 1년간 온라인 뉴스 비디오 시청이 2배 이상 증가하여 34.2%의 인터넷 사용자가 온라인으로 뉴스를 시청
- 2009년도에는 Youtube 등의 짧은 영상보다 long-form (장시간 상영되는 드라마, 영화 등)의 영상물 시청자가 2배 이상 증가하였으며 이는 넷플릭스, 훌루 등 인터넷 동영상 서비스의 성공 및 인터넷 TV 이용률이 증가하였기 때문임

☞ 방송

- 위성/케이블사들은 이제 OTT (over the top: 인터넷을 통해 웹사이트에 접속하여 비디오 콘텐츠를 다운로드 하거나 스트리밍 하는것), 온라인 스트리밍, 스마트 TV 그리고 Telco(통신회사)와 경쟁하고 있음
- 실제, 뉴욕과 LA 대도시에서 그들의 케이블망을 가지고 있는 Time Warner케이블 SO는 현재 가장 위협적인 경쟁사를 위성 방송인 디렉TV와 Telco(통신사)인 Verizon으로 여기고 있음
- 이들은 뉴욕시장에서 Verizon이 새롭게 선보이고 있는 인터넷, 디지털 TV, 전화 패키지 서비스인 Verizon FiOS 때문에 케이블 가입자 유치에 큰 타격을 입고 있음
- Verizon FiOS는 IPTV 서비스는 아니나, 점점 IP를 이용한 쌍방향 기능을 확장하고 있음
- AT & T U-verse (Verizon과 마찬가지로 인터넷, TV, 전화를 패키지로 제공하는 서비스)는 IPTV로서 Verizon보다 늦게 TV 사업을 시작하여 가입자가 200만명을 넘어서고 있으며, 적극적인 IPTV 기능 강화로 Verizon과 적극 경쟁하고 있음
- 2010년도 9월에는 미국 역사상 처음으로 유료 TV 가입이 216,000명이나 하락했는데, 이중 케이블 유료 TV 서비스가 가장 큰 타격을 입었음
- 전통적인 채널 배급망인 위성과 케이블은 기존 주파수의 제한문제가 있는 것에 더해 SD 채널에 비해 2배 이상의 주파수를 차지하는 HD 채널수의 증가로 채널확장에 더 어려움을 겪고 있음
- 전통 플랫폼 사업자들은 2011/2012년도까지 이러한 주파수 한계의 문제를 극복하기 위해 Cable Digital Switched Video와 Docsys3.0를 사용해 채널 주파수를 늘리려는 목표를 가지고 있음
- 위성/케이블/Telco/Broadband/Mobile 사업자 중 주파수나 용량이 문제가 아니며, IP기능이 있고, 멀티케스트 및 타깃 광고를 할 수 있는 다중통신망(broadband) 방송이 가장 성장률이 높을 것이라고 예측하

고 있음

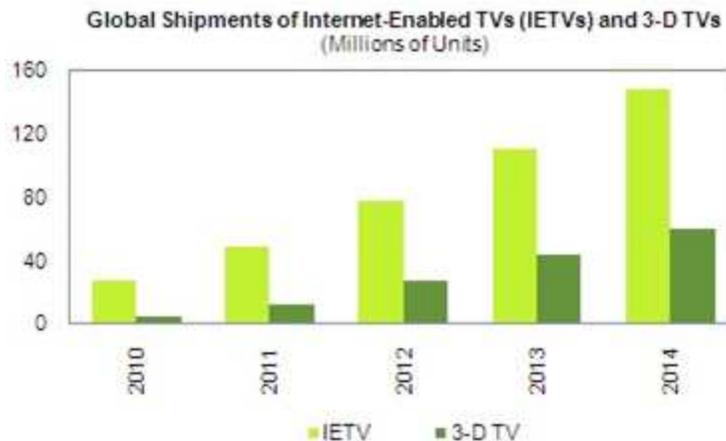


□ Connected TV

※ Connected TV는 인터넷 기능이 있는 TV 세트로서 사용자가 인터넷을 통해서 다양한 콘텐츠 공급자가 제공하는 24시간 TV 채널, VOD, social networking 등을 즐길수 있음

☞ 현황

- 2010년도에 판매된 TV 세트의 21%가 인터넷이 가능한 Connected TV 세트이며 다음 2년간 Connected TV 세트수는 50% 이상이 증가할 것으로 예측하고 있음
- 2014년도까지 전세계 Connected TV 보급수는 14,830만 세트, 즉 전체 flat panel TV시장에서 54%이상을 차지할 것으로 내다보고 있음



☞ Connected TV 사용자 경험 (NPD 조사 결과)

- 인터넷 TV 소유자의 50% 이상이 인터넷 TV를 통해서 인터넷을 사용하고 있으며 57% 이상이 사용 경험 후 만족을 표시
- 인터넷 TV 소유자의 50% 이상이 Netflix 사용하고 있으며, 47%가 YouTube를 사용, 50% 이상이 비디오, 음악, 사진 등을 인터넷을 통해서 사용하고 있음

☞ 주요 Connected TV 서비스 업체 비교



- Google TV는 TV를 사용한 조사기능을 강화해서 광고수익을 극대화하고자 함
- Apple TV는 Apple Store를 시청자가 집에서 편리하게 사용하게 하여 수익을 극대화 하고자 함
- Roku는 최초로 셋톱박스에 embedded application을 넣어서 Netflix를 스트리밍 함
- Boxee는 현재 무료 온라인 비디오를 TV에 전송하는 선두 업체임

☞ Connected TV 사업자 비교 도표

Product	Price & availability	Required hardware	Content offered	Full internet?
 Apple TV	\$99 for hardware (available now)	Small set-top box	Selected internet content; Netflix, YouTube, podcasts, internet radio. Rent movies/TV, stream music and photos from iTunes	No
 Boxee Box	\$199 box (from Amazon) not yet available). Original service free	None for original Boxee. Now a set-top box	It began as software to stream internet content to TV, also any media files on your computer. Movies, TV, video content from internet, premium services, "apps." Social features include integration with Twitter, Facebook	Almost, no browser.
 Google TV	Service is free but requires hardware (range: \$299 - \$1400) Available now.	Sony TV, Blu-ray player, Logitech box.	Brings internet and TV together, also Android apps through a searchable interface. Offers TV, internet, apps. TV content varies depending on user subscriptions	Yes
 Roku	\$59 - \$99 (for the box; some apps require subscriptions). Available now.	Set-top box	Makes selected internet content, movies and TV available. Apps offered from a range of partners, including Netflix and Hulu, Pandora	No

Xbox Live (Microsoft) 	Must buy console (\$200 - \$400). Available now.	Xbox console	A gaming system that now includes a range of features and capabilities. Enables real-time interaction with other Xbox owners. Offers games, movies and TV (rent or buy).	No. Some sites available via widgets (e.g., Facebook, Twitter)
Yahoo Connected TV 	No cost for the service but you need a compatible TV (hundreds to more than \$1,000 depending on the TV)	Compatible TVs available from Samsung, Sony, Vizio, LG, Toshiba	Provides access to library of widgets/apps from numerous partners: Showtime, CBS, USA Today, YouTube, Facebook, Amazon, others	No. Growing library of internet content available through apps

□ 결론 및 시사점

- 위성이나 케이블과 같은 전통 플랫폼 사업자들은 여러 매체 경쟁으로 인하여 이전에 등한시 하던 다민족 시장을 겨냥한 채널 확보에 적극적으로 나서고 있음
- Direct TV와 경쟁하는 Time Warner는 Direct TV와 마찬가지로 다민족 채널확장에 나서고 있고, 최고 케이블기업인 Comcast 역시 digital switched video 기술로 인한 주파수 확장 가능성에 힘입어 다수 HD채널들과 다민족 채널들을 확보하고 있음
- 이러한 전통 플랫폼 사업자들과 경쟁하고 시장을 점점 점유하기 위해서, 위와 같은 Connected TV 사업자들 역시 적극적으로 콘텐츠 확보에 나서기 시작함
- Connected TV 사업자들은 주류 시장을 타깃으로 한 콘텐츠뿐만 아니라, 히스패닉과 같은 다민족 시장을 타깃으로 한 콘텐츠 확보에 힘쓰고 있음
- 아시안 영화 및 드라마, 그리고 다민족 24시간 채널 확보에 나서기 시작한 전통 플랫폼 사업자들이나 Connected TV 사업자들의 추세에 발맞추어, 미국 내에서 한국 콘텐츠를 점점 적극적으로 알리도록 이 기회를 최대한 활용해야 함
- 이러한 다민족 채널에 한국 영화나 드라마를 직접 피칭하여 미국 내에서 한국 콘텐츠 수요를 높이고 더 많은 시청자를 확보하는 것이 필요함
- 또한 M.net은 미국의 케이블 채널인 imagiasia를 인수하여 컴캐스트

와 타임워너와 같은 케이블 회사를 통해서 미국 주요 도시에 방영되고 있으며 향후 한국 음악뿐만 아니라 영화, 드라마, TV 쇼들을 알릴 수 있는 좋은 계기가 될 것으로 보임

보고서 작성: MBC 아메리카 김나희 팀장