

문화로 생동하는 대한민국

2009년 8월 셋째주

## 음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

## What's Happening in Music Industry? [2009년 8월 셋째주]

## 8월 셋째주 음악산업 동향

- 웹 2.0 시대 가수와 팬간의 직접 소통의 증가에 따른 새로운 아티스트의 출연
- 대형 포털 네이버, 저작권 분쟁 해결 후 음악다운로드 서비스 런칭
- 한국의 인디록밴드, 아시아판 아메리칸 아이돌 '수타시(SUTASI)'우승

### 콘텐츠 목차

#### 1. 소비자 동향

1-1. 2009년 8월 1주차 음원 판매 현황

#### 2. 산업 동향

2-1. Web 2.0 시대, 가수 - 팬 간 직접 소통 활발

- Web 2.0의 수혜자, '풍운아, 장기하'

2-2. NHN, 저작권 분쟁 해결하고 엠넷과 음악 다운로드 서비스 런칭

2-3. 한국 작사/작곡가, 일본 노래연습장 체인 상대 3억엔 손해배상 소송

2-4. 새로운 시장에서의 한국 음악 선전

2-5. 한국 저작권 산업 GDP 비중 3.14%

2-6. 록밴드 '뷰렛', 아시아판 아메리칸 아이돌 '수타시(SUTASI)' 우승

#### 3. 기술 동향

3-1. 워너뮤직, 시스코의 소셜 엔터테인먼트 플랫폼 시스템 계약

3-2. 마이크로소프트의 Zune HD, 아이팟 터치보다 저렴하게 판매시작

3-3. 영국로얄오페라하우스, 트위터로 세계 최초의 온라인 오페라 시도

#### 4. 정책 동향

4-1. 클린사이트 지정 OSP에게 다운로드 요금 50% 환급

4-2. 10대 청소년에 대한 저작권 교육 강화 시급

#### 5. 해외 동향

5-1. 워너 뮤직, 손실 3,700만달러의 저조한 3/4분기 실적 발표

5-2. 2008년, 미국 내 휴대폰 통화 연결음 판매 24% 감소

5-3. CD의 종말과 뮤직 애플리케이션의 미래

※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 8월 1주차 음원 판매 현황

순위	멜론(8.2-8.8)		도시락(8.3-8.9)		엠넷(8.3-8.9)		벅스(7.30-8.5)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트						
1	↑2	Abacadabra - 브라운아이드걸스	—	Abacadabra - 브라운아이드걸스	—	Abacadabra - 브라운아이드걸스	↑24	Wanna - 카라
2	↓1	I Don't Care - 2NE1	↑11	Wanna - 카라	↑4	Wanna - 카라	↓1	Indian Boy - MC몽
3	↑2	Indian Boy - MC몽	↓1	Indian Boy - MC몽	↑1	바래 - FT 아일랜드	↑17	거짓말 - 티아라
4	↓2	냉면 - 명카드라이브	↓1	I Don't Care - 2NE1	↓2	Indian Boy - MC몽	↓2	I Don't Care - 2NE1
5	↑43	Wanna - 카라	—	바래 - FT 아일랜드	↑3	거짓말 - 티아라	↓2	바래 - FT 아일랜드
6	↑5	바래 - FT 아일랜드	↑29	거짓말 - 티아라	↓3	I Don't Care - 2NE1	↓2	아몰레드 - 손담비
7	↓3	Let's Dance - 퓨처라이거	↓1	Candy Man - 브라운아이드걸스	↑81	미스터 - 카라	↓2	죽도록 사랑해 2 - MC몽
8	↓2	소원을 말해봐 - 소녀시대	↓4	냉면 - 명카드라이브	↓3	냉면 - 명카드라이브	↓1	Candy Man - 브라운아이드걸스
9	↓2	Hot Issue - 4minute	↓1	Pretty Boy - 2NE1	↑3	아몰레드 - 손담비	↓1	소원을 말해봐 - 소녀시대
10	↓2	결혼해 줘 - 이승기	↓1	소원을 말해봐 - 소녀시대	↓1	Candy Man - 브라운아이드걸스	↑1	고잉고잉 - 롤라
11	↓2	외톨이 - 아웃사이더	—	아몰레드 - 손담비	↓4	Let's Dance - 퓨처라이거	↓2	결혼해 줘 - 이승기
12	↓2	Candy Man - 브라운아이드걸스	↓5	Let's Dance - 퓨처라이거	↓2	소원을 말해봐 - 소녀시대	↓6	보고보고 - 쿨
13	↑1	아몰레드 - 손담비	↑84	미스터 - 카라	↑2	Hot Issue - 4minute	진입	1004 (너는 내운명 2) - 엠투엠
14	↓2	니가 밍다 - 2PM	↓4	Hot Issue - 4minute	—	Pretty Boy - 2NE1	↓2	Hot Issue - 4minute
15	↑3	Pretty Boy - 2NE1	↓3	결혼해 줘 - 이승기	↓2	결혼해 줘 - 이승기	진입	눈물이 나서 - 예인
16	↑38	거짓말 - 티아라	—	In The Club - 2NE1	↓5	죽도록 사랑해 2 - MC몽	↓6	나비효과 - MC몽
17	↓4	잘가요 내사랑 - 에이트	↓3	외톨이 - 아웃사이더	—	In The Club - 2NE1	↑18	천생연분 - Brand New
18	↓3	Fire - 2NE1	↓3	죽도록 사랑해 2 - MC몽	↓2	외톨이 - 아웃사이더	↓1	별이 빛나는 밤에 - 원투
19	↑1	True Romance - 드림큰타이거	↑17	천생연분 - Brand New	↑11	있잖아 - IU	↑14	있잖아 - IU
20	↑2	별이 빛나는 밤에 - 원투	↓3	니가 밍다 - 2PM	↑3	별이 빛나는 밤에 - 원투	↓6	결국 너야 - 왁스

(멜론, 도시락, 벅스, 엠넷의 '09.8월 1주차 스트리밍 기준)

- 브라운아이드걸스의 'Abracadabra', 카라의 'Wanna', 2NE1의 'I don't care'가 앞다투어 차트 최상위권 점령
  - 브라운아이드걸스의 'Abracadabra', 멜론, 도시락, 엠넷 1위
  - 카라의 'Wanna', 벅스 1위, 도시락 2위(전주비 11위 상승), 엠넷 2위(4위 상승), 멜론 5위(43위 상승)
  - 2NE1의 'I don't care', 멜론 2위, 도시락 3위, 엠넷 6위, 벅스 4위
  - 카라는 컴백무대에서 함께 선보인 '미스터'도 함께 인기 (엠넷 전주비 81위 상승하며 7위, 도시락 84위 상승 13위)
  
- 음악 시장이 음원 중심으로 재편됨에 따라 음원 차트의 걸그룹 강세에도 불구하고 음반 판매는 저조
  - 올 초 정규 3집 음반을 발표한 슈퍼주니어와 올해 두 장의 미니 앨범으로 활발한 활동을 벌인 소녀시대만이 10만장 이상의 판매량을 보임
  - 현재 음원차트 정상을 달리는 2NE1의 데뷔 미니앨범 1집은 한터차트 집계 4만6000장의 판매량을 기록, 온라인에서의 폭발적 인기를 고려하면 판매 저조
  - 소장가치가 높지 않고 대부분 싱글 음반 형태이거나 유행에 민감한 일회성 '소비용 음악'이 대부분이므로 온라인 음원시장이 걸 그룹 중심으로 인기임에도 음반판매로는 이어지지 않음

순위	전주비변동	곡명 - 아티스트
1	—	Abracadabra - 브라운아이드걸스
2	↑3	Indian Boy - MC몽
3	↓1	I Don't Care - 2NE1
4	—	바래 - FT 아일랜드
5	↑12	거짓말 - 티아라
6	↑6	Wanna - 카라
7	진입	제목없음 - 이름없는얼굴
8	↓5	사랑보다 아름다운 말 - MC몽
9	↓3	결혼해 줄래 - 이승기
10	진입	미스터 - 카라
11	↓3	In The Club - 2NE1
12	진입	1년 後 - 소녀시대
13	↓2	Let's Go Party - 2NE1
14	↓7	냉면 - 명카드라이브
15	↓1	Say You Love Me - MYMP
16	↑3	나만 모르게 - Supreme Team
17	진입	연애특강 - 마이티마우스
18	진입	True Romance - 드렁큰타이거
19	진입	Butterfly - 러브홀릭스
20	↓10	Candy Man - 브라운아이드걸스

(8/3~8/9일, 싸이월드 BGM 판매순위차트 기준)

- 싸이월드 BGM차트는 스트리밍과 달리 BGM 재구매가 일어나지 않으므로 스트리밍 차트에 비해 빠른 트렌드 반영
  - 20위 중 6곡이 신규 진입 (이름없는얼굴의 '제목없음', 카라의 '미스터', 소녀시대의 '1년後', 마이티마우스의 '연애특강', 드렁큰타이거의 'True Romance', 러브홀릭스의 'Butterfly')
- 최신인기곡 외에 BGM 이용자의 감정을 대변하는 가사/멜로디의 곡(예>소녀시대의 '1년後', 러브홀릭스의 'Butterfly')이 인기
  - 이름없는 얼굴의 '제목없음'은 싸이월드 차트에서만 보이는 곡으로 BGM사이트의 자체 이벤트(홍보)의 결과
- 최근 싸이월드는 BGM 누적판매량 4억 곡 돌파 (8/10일)
  - '02.7월 유료 서비스를 시작한 싸이월드 BGM(미니홈피 배경음악)은 '07.5월 누적 판매량 2억곡 초과 후 매년 1억 곡 이상 판매
  - 싸이월드 BGM은 음원 구입, 사용의 과정이 타 음악사이트보다 편리하고(사이버머니 '도토리' 사용, 도토리는 모기업인 SKT의 통신망 등을 이용 소액결제 모델을 일찍 도입) 지인들과 음악을 공유할 수 있는 소셜 네트워크가 형성되어 지속 성장
  - 향후 다운로드 서비스와 모바일 스트리밍 서비스 제공 예정
  - 싸이월드는 사실상 불법음원 다운로드로부터 격리되어 있으며 최근 음악사이트에서 논쟁이 되고 있는 '일정액제' 대신 '곡당 개별 요금'로 안정적인 수익모델

## 2 산업 동향

### 2-1. Web 2.0 시대, 가수 - 팬 간 직접 소통 활발

- 최근 트위터 등 단문 블로그를 통한 가수의 직접 소통 증가
  - 미국 진출한 원더걸스와 보아는 트위터를 통해 활동 현황과 일상 등을 공유하여 팬들의 호응을 이끌어내고 있음
  - 에픽하이는 미투데이를 통해 팬들과 일상 및 음악활동을 공유하고 있으며, 지난 7월 iTunes 전자음악차트 앨범 순위 7위 획득은 이런 직접 소통의 영향도 큰 것으로 분석
  - 단문 블로그(트위터나, 미투데이), 해외 블로그 서비스 마이스페이스, UFO타운(스타들이 팬과 직접 문자 메시지를 교환하는 서비스) 등 팬과 직접 소통하는 서비스 증가
  - 블로그 등 활용에 가수들이 더 적극적인 이유는 가수의 경우 배우 등 다른 연예인군에 비해 활동을 하는 동안의 스케줄과 일상, 활동 휴지기의 음반 준비 현황 등 팬과 의사소통을 나눌 수 있는 콘텐츠를 확보하고 있기 때문
  - 또한 음반 작업 과정을 공개하여 팬들에게 피드백을 얻는 의사소통 수단으로 활용

- 한국형 트위터, 미투데이(me2DAY)의 경우 유명인의 이용을 홍보하여 단시간에 주목
  - 인기그룹 빅뱅의 멤버 지드래곤은 8/5일부터 미투데이를 통해 각종 일상을 전해왔으며 최근 8/18일 발매되는 솔로 데뷔음반의 수록곡 '소년이여', 'Heartbreaker' 등의 음원을 미투데이를 통해 일부 공개하여 화제
  - 여자 빅뱅으로 화제를 모았던 2NE1도 6/29일부터 미투데이를 통해 대대적 홍보 실시
  - 미투데이 가입자는 2NE1이 활동한 7월 한 달 간 3만명이 증가하여 8/4일 가입자 9만 2천명을 기록했고 지드래곤이 활동한 8/5일부터는 더욱 빠른 속도로 증가하여 8/12일 총 가입자 수 30여만명에 이름
- 블로그, 단문 블로그, UCC 등 팬과의 직접 소통을 통한 확산을 위해서는 지속적인 양질의 콘텐츠 공급과 이슈의 확대 재생산이 중요

※ 트위터([www.twitter.com](http://www.twitter.com))

- '06년 미국 샌프란시스코의 한 벤처업체에서 시작된 최대 140자(한글 약 70자)의 짧은 메시지를 올릴 수 있는 마이크로 블로그
- 글을 올리면 그의 글을 받아보는 '팔로워(follower)'들에게 전송되고 바로 댓글을 달 수 있는 등 실시간 소통이 가능
- 특히 휴대전화의 문자메세지(SMS)와 비슷한 길이로 제한되어 휴대전화에서 이용이 용이
- 유명인과의 직접 소통 가능, 가수 브리트니 스피어스의 팔로워는 260만 명에 달하는 것으로 알려졌으며 최근에는 유명인의 트위터를 통해 근황이 알려지기도 함

### Web 2.0의 수혜자, '풍운아, 장기하'

- 8/3일 발간된 '계간 비평'에서 김병오 전주대 공연엔터테인먼트학과 교수는 2008년 데뷔한 인디밴드 '장기하와 얼굴들'을 웹 2.0시대가 부상시킨 스타로 해석
- 장기하가 스타덤에 오른 것은 '인터넷'과 'UCC' 라는 기술적, 문화적 변화 때문
  - P2P 온라인 유통에 따라 소비자는 단순히 소비자가 아니라 음악을 2차적으로 유통시키는 주체로 확장, 소비는 곧 유통의 주체
  - UCC는 생산, 유통, 소비, 홍보가 하나의 매개체를 통해 나타나는 새로운 문화향유 방식으로 콘텐츠가 기하급수적으로 배포되고 패러디에 의해 재생산된다는 특징을 가짐
- 장기하의 인기가 대중적으로 본격화된 것은 한국콘텐츠진흥원의 '우수 인디뮤지션 선발 사업'에서 선정된 후 EBS의 라이브 음악 프로그램 '스페이스공감'에 출연하면서부터임
  - 프로그램 중 '달이 차오른다, 가자'의 공연 영상이 네티즌의 주목을 끌면서 각종 패러디와 UCC의 대상이 되었으며 무차별적 확산
  - 이런 UCC의 확산에 따라 장기하의 '음악'도 함께 전달되면서 대대적인 홍보

- 무엇보다 장기하의 음악이 ‘소통’을 중시하는 웹 2.0 문화와 적절히 맞아 떨어짐
  - 장기하 음악은 솔직한 진솔의 가사, 복고적인 선율, 미니멀한 연주와 음악적 구성, 대화와 같은 가창 등으로 일련의 감성과 현실이 ‘공유’되고 있음
  - 특히 장기하의 음악에는 퍼포먼스가 매우 중요하여 별도의 안무연습을 할 정도
  - 음악 뿐 아니라 장기하의 일관된 무덤덤한 태도 또한 음악과 호응하여 ‘장기하 음악’의 이미지를 형성하고 있음
- 따라서, UCC 뿐 아니라 단문 블로그, SNS 서비스 등 새로운 도구가 등장한 웹 2.0 시대에 대중과의 소통을 위해서는 ‘시대의 감성에 맞는 음악 콘텐츠’를 제시하고 확대/재생산이 가능한 콘텐츠 꺼리를 제공하는 것이 필요

## 2-2. NHN, 저작권 분쟁 해결하고 엠넷과 본격적인 음악 다운로드 서비스 런칭

- NHN, 한국음악저작권협회 및 한국음악실연자연합회와 저작권 분쟁 종료
  - ‘08.7월 한국음악저작권협회 및 한국음악실연자연합회 등 음원저작권단체가 포털사이트 네이버(NHN운영)를 상대로 형사 소송을 제기한 지 약 1년만의 분쟁 해결
  - 이에 따라 한국음악저작권협회 및 한국음악실연자연합회는 그동안 NHN을 상대로 한 모든 민·형사상 소송 취하
- NHN과 한국음악저작권협회 및 한국음악실연자연합회는 음악 콘텐츠 산업의 발전 및 저작권 보호, 이용자들의 공정한 저작물 이용 보장을 위해 상호 협력하기 위한 협약체결 (8/12일)
  - 향후 30일 이내에 1) 이용자의 공정이용 보호, 2) 불법 음악 유통 방지를 위한 필터링 강화, 3) 온라인에서의 합법적 음악 구매 상품 개발을 위한 협의체 구성
  - NHN은 필터링 등 저작권 보호를 위한 기술적 조치의 강화를 통해 불법적인 저작물 사용 방지를 위해 노력
  - 또한 이용자들이 음원을 무료 사용할 수 있는 경우에 대한 ‘공정이용 가이드라인’을 별도의 부속 합의서 형태로 만들어 NHN이 운영하는 모든 인터넷 사이트에 적용
  - 저작권단체는 온라인서비스와 각종 상품개발 등에 보유음원을 추가로 공급해 네이버에서 현재 제공하고 있는 음악서비스 뮤레카의 음원 필터링 데이터베이스를 강화
  - NHN은 저작권단체의 추가 음원 공급에 대해 별도의 미니멈 개런티 형식으로 저작권단체에 금액을 지불하고 곧 시작하는 자체 음원 다운로드 서비스의 음원저작권단체 수익 비율 일정부분 상향 조정
- 네이버 이외의 다른 포털은 여전히 음원단체와 소송을 진행 중으로 이번 NHN-음원저작권단체 간 협약이 향후 저작권 분쟁에 해결점을 제시해 줄 수 있을 것으로 기대

- 한편 네이버는 엠넷미디어와 제휴하여 음원 다운로드 서비스 개시
  - 네이버는 지금까지 엠넷미디어로부터 국내외 음원 DB 130만곡을 제공받아 스트리밍 및 BGM(배경음악)방식으로만 서비스해왔음
  - 이번 제휴로 MP3 파일 다운로드 서비스를 추가 실시 (DRM free 파일 위주)
  - 엠넷(www.mnet.com)의 음악 다운로드 프로그램 '퀵매니저 2.0'을 활용한 음악 다운로드 프로그램 '네이버 뮤직 퀵매니저'를 통해 MP3파일 다운로드 가능
  - 이용자는 네이버 뮤직서비스 내에서 뿐 아니라 네이버 통합검색으로 바로 원하는 곡을 검색, 감상, 다운로드 가능
  - 네이버 뮤직 서비스 상품 종류 : 월 40곡 다운로드(5,500원), 월 150곡 다운로드(9,900원), 스트리밍 방식으로 음악 감상만 이용하는 상품(3,000원)
  - '09년말까지 진행되는 네이버 메일 마일리지 프로모션을 통해 모든 상품을 1천원에서 3천원까지 추가 할인된 금액에 이용 가능
  
- 이번 제휴는 음악콘텐츠를 강화하려는 네이버와 이종분야와의 제휴를 통해 시장지배력을 강화하려는 엠넷미디어의 이해가 만난 결과
  - 네이버는 '08년 콘텐츠 사업 분야를 강화하기 위해 네이버 뮤직 서비스를 런칭
  - 엠넷미디어는 LG텔레콤의 뮤직사이트 뮤직온과 통합하는 등 이종 사업간 제휴/협력에 주력하고 있음
  
- ※ 퀵매니저 2.0 : 엠넷미디어에서 제공하는 음악다운로드 프로그램으로 프로그램 설치와 동시에 웹에서 바로 MP3 디바이스로 연결, 원하는 음악파일을 1~2단계만으로 다운로드가 가능하며 별도 사이트 접속 없이 퀵매니저에서 바로 곡당 구매 가능, 또한 디바이스를 PC에 연결하면 퀵매니저 프로그램이 자동인식하여 디바이스 종류별로 별도 프로그램이 필요 없이 마우스 드래그 앤 드롭(Drag & Drop) 기능 등을 통해 유저가 음원을 쉽게 이동 본 프로그램 제공 후 엠넷닷컴의 다운로드 이용률이 30% 이상 증가한바 있음

### 2-3. 한국 작사/작곡가, 일본 노래연습장 체인 상대 3억엔 손해배상 청구소송

- 한국의 작곡가와 작사가 9명은 본인들의 곡을 무단 사용, 저작권 침해한 것으로 일본 대형 가라오케 체인 2개에 대해 총 3억엔의 손해배상 청구 소송을 도쿄지방법판소에 제기
  - 다이이치코쇼(DAM)와 엑싱(JOYSOUND) 등 2개사, 원고들이 작사, 작곡한 60여곡을 자사 노래연습기기에 무단 탑재 사용
  - 일본음악저작권협회와 한국 저작권관리단체가 저작권 관리를 시작한 한일 간 저작물 상호관리계약이 발효되기 전('08.1월) 사용에 대해 악곡 이용료를 배상 청구
  - 곡당 작사 및 작곡료 각 5.5엔 × 무단으로 사용한 곡 수 × 일본 국내에 설치한 문제의 노래연습기기 대수

- 이번 소송은 日아시아저작권협회(2001년 출범)를 통한 고소로 한국음악저작권협회와 일본 음악저작권협회 간의 분쟁은 아님
  - 현재 한국과 일본의 저작물은 '08.1월 체결된 저작권 상호관리계약에 의해 보호
  - 한국에 수입된 일본 저작물은 한국저작권협회가, 일본에 수출한 한국 저작물은 일본저작권협회가 라이선스 발행을 대행하며 연간 4회에 걸쳐 사용료 지급

#### 2-4. 새로운 시장에서의 한국 음악 선전

- 황보 디지털 싱글앨범 '아리송', 유럽 싱글 차트 1위
  - 8/2일 영국에서 발매된 황보의 디지털싱글 '아리송'은 8/7일 오전, 英음악사이트 'Juno download'\*에서 싱글 차트 1위를 기록한 후 지속적으로 상위권 차지
  - 영국에서 발매된 '아리송'은 영국에서 활약 중인 일렉트로니카 뮤지션 'POSTINO'에 의해 리믹스된 버전
  - 한국에서는 8/18일 오리지널 버전 배포
- 에픽하이의 일렉트로닉 리믹스 앨범 '리믹싱 더 휴먼 소울'(Remixing the Human Soul)도 美 아이튠즈 앨범차트 전자음악 부문 7위 기록한 바 있음 (7/22일 발매)
- 별도의 현지 홍보 없이 이룬 성과로 특히 비트와 멜로디가 중요한 일렉트로닉 장르의 경우 국적에 상관없이 음악만 좋다면 충분히 진출 가능성을 보여준 사례
- 소녀시대와 2NE1은 필리핀 음악전문사이트 차트 센트럴(Chart Central) 1,2위 차지
  - 8/9~15일 '트렌드세터'\*(Trendsetters) 부문에서 소녀시대의 'Gee'가 TI 0.92로 1위, 2NE1의 '아이 돈 케어'는 TI 0.68로 2위 기록
  - 특히 소녀시대 'Gee'는 전주 4위에서 1위로 상승

※ 주노다운로드(Juno download) : 세계 최대의 인터넷 댄스뮤직 스토어로 가장 많은 댄스뮤직 음원을 보유한 영국 음악 사이트, 클럽 디제이들이 클럽에서 플레이할 소스 음악을 검색, 구입하는 3대 사이트 (Beatport, Djdownload, Junodownload)중 하나

※ '트렌드세터'의 선정방식은 총량 집계방식인 기존 네티즌 인기투표와 달리 한 주간 네티즌들의 투표를 통해 한 주간 늘어난 득표수를 중심으로 기존 주간에 득표가 늘면 포인트(TI)를 얻지만 줄면 포인트를 잃는 방식차트 집계

#### 2-5. 한국 저작권 산업 GDP 비중 3.14%

- 한국저작권산업 전체 규모는 30조원으로 GDP 비중 3.14% (2007년 기준)
  - 한국 저작권산업의 부가가치 전체 규모는 80조2230억원(2007년 기준)로 8.21%

- 그중 핵심저작권산업(핵심저작권산업이란 작품 및 기타 보호대상물의 창작·생산·제조·공연·방송통신·전시·유통·판매에 전적으로 종사하는 산업)의 GDP 비중은 3.14%
- 2005년 저작권 산업 GDP 비중은 3.17%로 미국 6.56%의 절반 수준
  - 국내 핵심 저작권 산업의 경제 기여도는 3.17%로 미국의 6.56%의 절반수준 기록 (미국 전체 저작권산업의 경제 기여도 11.12%, 2005년 기준)
  - 국내 핵심 저작권 산업의 성장률은 2006년 8.2%에서 2007년 3.27%로 급감
- 음악산업은 2007년 시장규모 1조 8,618억원으로 GDP 비중 0.2%
  - 온라인 저작권 침해에 쉽게 노출되어 GDP 비중이 상대적으로 취약
  - 저작권 산업의 선진국화를 위해서 전략적 접근이 시급

## 2-6. 록밴드 '뷰렛', 아시아판 아메리칸 아이돌 '수타시(SUTASI)' 최종 우승

- 혼성 록밴드 뷰렛, 스타 오디션 리얼리티 프로그램인 '수타시'(SUTASI)에서 최종 우승, 거금 70만달러(약 8억6000여만원) 및 향후 미국 음반시장 진출권 수상
  - '원 무브먼트 포 뮤직 페스티벌(One Movement for Music Festival)' 참가(10/16~18일, 호주 퍼스)
  - '수타시'의 기획사인 아시아 사운즈(Asia Sounds)社の 대규모 쇼케이스 참가
  - 향후 미국의 유명한 작곡가와 작업, 글로벌 음반계약, 글로벌 마케팅과 PR 기회 획득
- 2009 수타시에는 한국의 뷰렛, IS, 피제이&레드록 3팀을 비롯 중국 일본 인도 싱가포르 홍콩 대만 등 아시아 14개국에서 37개팀 참가
  - 뷰렛은 '09.3월 예선을 통과해 10팀에게 주어지는 본선진출권을 획득
  - 최근 열린 최종 심사에서 최우수 팀으로 선정
  - 최우수팀은 심사위원 (그래미상의 임원이자 유명 프로듀서인 레이쉴, 그리고 블랙아이드 피스의 애플, 유명 싱어송라이터의 제프코언, 웹의 매니저인 사이먼 네피어 벨) 평가로 이루어졌으며 전세계에서 참여한 인터넷 투표에서도 최고 득표
- ※ 수타시(SUTASI) : 아시아의 유능한 아티스트들을 발굴해 세계 시장에서 인지도를 얻고, 더 큰 시장에 진출할 수 있는 교두보 역할을 하기 위해 호주의 아시아 사운즈사가 기획한 프로그램으로 세계적으로 인기를 끈 리얼리티 신인발굴 프로그램 '아메리칸 아이돌'의 아시아 판으로 불리기도 함. '09년 8/1일부터 국내 케이블 채널 온스타일에서 방영 시작
- ※ 뷰렛 : '07년 정규앨범 '뷰티풀 바이올렛'으로 데뷔한 인디밴드로 보컬 문혜원, 기타 이교원, 베이스 안재현으로 구성. '09.3월 정규 2집을 발매했으며 팀의 리더인 문혜원은 뮤지컬 '노트르담 드 파리'에서 에스메랄다 역을 열연하였고 기타리스트 이교원은 최근 허경영 민주공화당 총재와 함께 디지털 싱글 '콜미' 작업

### 3 기술 동향

#### 3-1. 워너뮤직, 시스코의 소셜 엔터테인먼트 플랫폼 시스템 계약

- 워너뮤직, 시스코의 소셜 엔터테인먼트 플랫폼인 EOS시스템 통해 온라인 사업확장
  - 올 1월에 있었던 CES※ 에서 시스코는 웹개발 플랫폼인 EOS를 공표한바 있음
  - EOS 시스템은 일반 웹사이트에 SNS 요소를 추가할 수 있도록 지원하는 온라인 플랫폼으로 이용자 프로필, UCC, 이용자간 인터랙션 같은 소셜 네트워킹 특징에 포커싱을 맞추어 웹사이트를 만들고 관리, 발전시킬 수 있도록 지원하는 소프트웨어 플랫폼
  - 데이터 분석, 콘텐츠 매니지먼트시스템, 웹사이트 관리 기능 등을 갖추고 있음.
  - 워너뮤직그룹은 처음으로 EOS 플랫폼의 클라이언트로 발표되었으며 최종 상품화되기까지 많은 영향을 줌.
- 시스코의 EOS 플랫폼으로 SNS 요소를 확충해 자사가 보유한 음악가들의 웹사이트를 실질적인 매출채널로 전환한다는 계획
  - “SNS의 폭발적인 성장세는 음악 업계에도 막대한 기회로 작용할 수 있는 만큼, 기존 SNS 사업자들과의 제휴는 물론이고 자체적인 소셜미디어화에도 주력할 것”이라고 WMG의 Michael Nash 부사장은 전언
  - SNS 요소가 미약한 기존 웹사이트 대다수가 단순 홍보 기능에 그치고 있으며, MySpace 나 Facebook에서 아무리 음악 콘텐츠가 호응을 얻어도 해당 뮤지션이나 음반사에 실질적인 이익은 거의 없는 실정이라고 시스코 측은 진단

※ Consumer Electronics Show(CES) : 국제 전자제품박람회. 미국 가전제품 제조업자협회가 주관하는 세계 최대의 전자제품 전시회로 1967년부터 열렸으며 매년 1월 라스베가스에서 개최

#### 3-2. 마이크로소프트의 Zune HD, 아이팟 터치보다 저렴하게 판매시작

- 아이팟 터치 대항마로 내놓은 Zune HD 미국 현지시간으로 8/20일경부터 예약 판매
  - 아이팟 터치와의 경쟁을 위해 16GB 제품과 32GB 제품을 출시하며 같은 용량의 아이팟 터치보다 각각 80 달러와 110 달러 싼 가격에 출시 예정으로 가격경쟁력 강화
  - 아이팟 터치보다 가볍고, 얇으며, 3.3 인치 16:9 비율의 480x272 OLED※ 디스플레이 채용과 라디오 튜너, HD급 영상 출력, 신형 저전력 프로세서(Tegra)※탑재 등으로 하드웨어 스펙도 아이팟 터치 최신형보다 좋음
  - 하지만 아이팟 터치가 사용자 경험을 좌우할 수 있는 소프트웨어와 UI, 그리고 온라인 애플리케이션 마켓(APP Store) 등에서는 Zune HD를 앞서고 있는 상태
  - 애플 역시 신형 제품을 발표할 예정으로 연말 시즌을 겨냥한 두 회사간 판매전경쟁이 본격화 될 예정

- ※ OLED(organic light-emitting diode) : 유기발광다이오드로 빛을 내는 층이 유기 화합물로 되어 있는 박막 발광 다이오드로서 LCD를 대체할 '꿈의 디스플레이'라고 각광을 받으며 개발되었음.
- ※ Tegra : 엔비디아 회사가 개발한 것으로 PC에서나 가능하던 고성능 HD 재생 기능 및 그래픽 프로세싱 능력을 갖춘 세계 최초의 싱글칩 컴퓨터 프로세서

### 3-3. 영국로얄오페라하우스, 트위터로 세계 최초의 온라인 오페라 시도

- 로얄오페라하우스가 주최하는 9월 딜로이트 페스티벌에서 미니오페라 형태로 선보일 예정
  - 세계적으로 유명한 로얄오페라하우스가 더 많은 사람들이 오페라에 관심을 기울이도록 하기 위하여 일시적으로 베르디, 푸치니와 같은 고전적인 작품을 하지 않고 대중과 함께 만드는 작품을 시도함
  - 작품은 감독 및 두 명의 작곡가 Helen Porter와 Mark Teipler를 포함한 전문가들에 의해 만들어질 예정이며 오페라의 줄거리를 팬들의 참여로 만들어갈 예정
  - 로얄오페라하우스의 현대프로그램인 ROH2의 연출가 Alison Duthie는 트위터의 사용이 대중들에게 예술에 대한 관심을 넓힐 수 있는 노력이 될 수 있다고 말함
  - 소셜네트워킹을 활용해 관객의 참여의지를 활용하고자 한 시도로서 젊은 관객층을 흡수하는 사례가 될 수 있음
- 마이크로 블로깅 사이트인 트위터로 대중과 공동으로 하는 오페라 작품창작
  - 참여를 원하는 일반인 누구나 트위터([www.twitter.com/youropera](http://www.twitter.com/youropera))를 통해서 오페라 줄거리 작업에 참여할 수 있음
  - 현재까지 350명 정도가 참여했으며 지속적으로 참여 확대 될 예정
  - 트위터의 특성상 한 번에 최대 140개의 문자로 적게 되어 있어 표현에 제한이 있다는 단점도 있으나 대중과의 접점을 마련한 기회가 됨.
  - 실시간으로 공동작업에 관한 모든 것이 공개되면서 관객과 만든 최초의 온라인 오페라로 볼 수도 있음.
  - 엘리트주의나 고가의 비용 때문에 대중으로부터 외면을 받기도 한 오페라 장르를 쉽게 이해할 수 있는 기회가 되고 대중이 친숙한 인터넷을 활용하여 관심도를 높이는 기회가 됨

## 4 정책 동향

### 4-1. 클린사이트 지정 OSP에게 다운로드 요금 50% 환급

- 한국저작권단체연합회의 저작권보호센터, 클린사이트로 지정한 OSP에 대한 직접 자금 지원 계획 발표
  - OSP가 투자해야 할 고객 지원 비용을 저작권보호센터가 부담하여 해당 OSP를 이용하는

- 누리꾼들에게 다운로드 요금 50%를 환급
- 저작권보호센터는 클린사이트를 '09년말까지 10개로 확대, 다운로드 지원금 분배 계획 (8월 현재 클린사이트 지정 OSP는 소리바다 1개)
- 클린사이트 지정을 원하는 OSP는 매달 1일부터 15일까지 저작권보호센터에 신청 : 무료신청, 침해대응과 기술적 수준 등을 평가하여 선정, 6개월 주기로 재평가
- 문화체육관광부로부터 수령한 지원금을 클린사이트의 다운로드 지원금과 클린사이트 연구 및 홍보에 사용
  - 클린사이트 지정 수준에 미달한 OSP들에게 '불법저작물추적시스템(ICOP)' 등 기술 지원
  - 클린사이트 제도 활성화를 위해 지원금을 계속 늘려가며, 과태료 감면 등의 혜택 제공
- ※ 저작권보호센터는 문화체육관광부에서 불법 저작물 모니터링 업무를 위임받은 민간단체

#### 4-2. 10대 청소년에 대한 저작권 교육 강화 시급

- KT경제경영연구소, 'SW 및 콘텐츠 불법복제 방지 해외 정책 사례' 보고서를 통해 불법복제에 대한 우리 국민들의 의식수준 조사 발표
  - 콘텐츠 다운로드의 불법인지 여부를 묻는 질문에 응답자의 54.9%만이 그렇다고 대답
  - 특히 30대에서는 60.2%가 불법 여부를 알고 있지만 10대 청소년은 그 비율이 50.6%에 불과하여 청소년들의 불법 인지비율이 타 연령대에 비해 매우 낮음
- 저작권에 대한 인식 개선을 위해서는 법/제도의 강화 뿐 아니라 저작권 교육 강화 및 불법 저작물의 양성화를 위한 비즈니스 모델 도입 필요
  - 특히 10대 청소년은 향후 저작권 인식을 대변하므로 학교에서 저작권 교육 강화가 시급
  - 앱스토어 등의 비즈니스 모델을 이용해 불법거래 시장을 합법적 공간으로 양성화
  - 특히 현재 해외에서 유통되는 한류 콘텐츠의 80%가 불법 저작물로 정부차원에서 해외에서의 저작물 권리 보호에 힘쓸 필요가 있음

## 5 해외 동향

### 5-1. 워너 뮤직, 손실 3,700만달러의 저조한 3/4분기 실적 발표

- 세계 3대 음반사 중 하나인 워너 뮤직, 2009년 8월 6일 3/4분기 실적 발표
  - 워너 뮤직이 발표한 3/4분기 실적에 따르면 손실이 3,700만 달러, 주당 25센트를 기록, 로이터가 전망한 주당 16센트 손실을 하회
  - 매출은 9.3% 하락한 7억 6,900만 달러를 기록, 실적 발표 후 워너 뮤직의 주가는 6% 하락한 5.30 달러에 거래

- 워너 뮤직의 CD 판매는 지난 3달간 급격히 하락하였으나 디지털 음원 판매는 오히려 5.4% 증가
  - 디지털 음원 판매가 증가 하는 것은 모든 음반사들에게 공통적으로 나타나고 있는 특징으로 2007~08년 에는 전 세계적으로 CD 판매가 15.4% 하락하였으나 디지털 음원 판매는 24.1% 증가
  - 워너 뮤직은 Green Day, Michael Buble 그리고 Paulo Nutini 등의 아티스트를 보유하고 있으며 가장 많은 판매고를 올리고 있음

Recorded Music Sales 2007-08, percentage change

	Physical	Digital	Performance rights	Total
USA	-31.2%	+16.5%	+133.3%	-18.6%
Europe	-11.3%	+36.1%	+11.3%	-6.3%
Asia	-4.9%	+26.1%	+14.6%	+1.0%
Latin America	-10.3%	+46.6%	+16.7%	-4.7%
Global	-15.4%	+24.1%	+16.2%	-8.3%

Recorded Music Sales 2007-08, percentage change(출처 : IFPI)

- '09년초, 워너 뮤직 - EMI 간 합병설이 있었으나 루머로 밝혀짐
  - 2위와 3위를 다투고 있는 EMI와 워너 뮤직은 합병이 이루어져도 1위 음반사인 유니버설 뮤직보다 작을 것으로 평가
  - 2008년 IFPI의 자료에 의하면, 전 세계 음반 판매 순위 20위 권 중, 워너 뮤직의 경우 유니버설 뮤직과 함께 한 메탈리카와 마돈나 뿐임
  - 워너 뮤직의 경우, 손실이 비단 CD 판매에 치중을 하고 있는 것 때문이 아니라 탑 아티스트들의 부재에서 비롯된 것으로 보여짐

	Artist	Title	Company
1	Coldplay	Viva La Vida Or Death And All His Friends	EMI Music
2	AC/DC	Black Ice	Sony Music
3	Various Artists	Mamma Mia! The Movie Soundtrack	Universal Music
4	Duffy	Rockferry	Universal Music
5	Metallica	Death Magnetic	Universal Music/Warner Music
6	Leona Lewis	Spirit	Sony Music
7	Amy Winehouse	Back To Black	Universal Music
8	Various Artists	High School Musical 3: Senior Year	Walt Disney Records/Universal/EMI
9	Lil Wayne	Tha Carter III	Universal Music
10	Rihanna	Good Girl Gone Bad	Universal Music
11	Madonna	Hard Candy	Warner Music
12	Beyonce	I Am... Sasha Fierce	Sony Music
13	P!nk	Funhouse	Sony Music
14	Guns N' Roses	Chinese Democracy	Universal Music
15	Britney Spears	Circus	Sony Music
16	Jack Johnson	Sleep Through The Static	Universal Music
17	Il Divo	The Promise	Sony Music
18	Taylor Swift	Fearless	Big Machine/Universal Music
19	Jonas Brothers	A Little Bit Longer	Hollywood Records/Universal Music
20	Various Artists	Camp Rock OST	Walt Disney Records/Universal/EMI

Top 50 Global Best Selling Albums for 2008(출처 : IFPI)

## 5-2. 2008년, 미국 내 휴대폰 통화 연결음 판매 24% 감소

- 2008년 미국 내 휴대폰 통화 연결음 판매가 2005년에 비해 24% 가량 감소
  - SNL Kagan 리포트에 의하면 미국 내 휴대폰 통화 연결음 시장이 2007년에 비해 24% 가량 감소하였으며, 총 수익은 7억1,400만 달러에서 5억4,100만 달러로 감소
  - 2005년 미국 모바일 음악시장의 80%를 점유하던 통화 연결음 시장은 2008년 63%로 감소
- 통화 연결음 서비스를 소비자들이 직접 만들 수 있는 프로그램 등장이 판매 감소 원인
  - 최근 아마존에서 MP3를 구입하여 자신의 통화 연결음을 직접 제작할 수 있는 프로그램이 등장하여 소비자들이 굳이 음원을 구입하지 않아도 됨
  - 이에 따라 통화 연결음 판매 업체들은 기존의 가격인 89센트보다 더 낮은 가격으로 통화 연결음 서비스를 판매할 것이라고 함
- 워너 뮤직 음반회사는 통화 연결음 서비스가 감소하여 손해를 봄
  - 워너 뮤직은 미국 내에서 통화 연결음 판매가 7% 하락, Nokia의 Comes with Music 및 Vodafone 스페인의 새로운 모바일 액세스 계획 중 하나인 Transcript를 적극 활용할 것이라고 발표
  - 하지만 소비자들이 직접 통화 연결음을 제작할 수 있게 됨에 따라 판매 감소는 지속될 것으로 예상

## 5-3. CD의 종말과 뮤직 애플리케이션의 미래

- 1999년 냅스터의 등장 이후 CD판매는 감소하고 디지털 음원 판매는 꾸준히 증가 추세
  - 2008년 11월 25일에는 애틀랜틱 레코드사의 디지털 음원 판매 수입이 CD 판매 수입을 앞서, 미국 회계연도 기준 4분기 회사 수입 중 51%를 디지털 음원이 차지
  - 시장 조사기관 포레스트 리서치 또한 2011년쯤 디지털 음원과 CD 판매량이 5대 5로 같아질 것으로 전망
- IFPI의 '2008년 전세계 음반 판매 통계자료'에 의하면 음악 산업 자체가 8.3% 하락
  - CD판매가 15.4% 하락하고 디지털 음악 판매가 24.1%나 성장했음에도 불구하고 8.3% 하락함에 따라 디지털 음악만으로는 음악 산업 회복에 어려울 것으로 보임
  - CD판매가 음반 매출의 2/3을 차지하던 대형 음반사들은 이에 따라 디지털 음원 판매 및 뮤직 애플리케이션에도 관심 갖기 시작
- 2007년 6월 아이폰의 발매 이후 새로운 형태의 모바일 뮤직 애플리케이션이 하나 둘씩 등장
  - 단순한 음악 다운로드 형식에서 벗어나 '디지털 음반' 및 아티스트가 직접 음원을 제작 및 업로드 하는 등 다양한 애플리케이션 개발
  - 2009년 7월, 음악 스트리밍 업체인 스포티파이의 경우 아이폰 애플리케이션 개발을 마치고

## 고 출시를 기다리는 중

- 애플리케이션 제작 업체인 iLike는 Local Concerts 애플리케이션으로 새 비즈니스 모델 제시
  - 아티스트는 직접 자신들의 음악을 제작하여 업로드 하고 소비자는 애플리케이션을 통해 구매
  - 지역에서 열리는 공연에 관한 정보를 실시간으로 제공할 뿐만 아니라 공연 영상을 제공하여 디지털 음원 뿐만이 아닌 공연 산업으로의 ‘디지털화’ 확장
- 디지털 음원 다운로드는 이미 수많은 P2P 프로그램에 의하여 시행되고 있어 수익 증가 기대 어려움
  - 애플과 대형 음반회사가 프로젝트를 진행 중인 디지털 음반 ‘각테일’프로젝트 역시 단순한 다운로드 제공이 아닌 새로운 형태의 음원 판매 제시
  - 모바일 애플리케이션을 통해 수익을 얻는 게 가능해짐에 따라 앞으로 한정된 형태의 음원 판매 시장에 다양한 루트를 확보할 수 있을 것으로 기대



iLike의 Local Concerts App(출처 : Digital Beat)

## 별첨 관련 기사 및 자료

### 1-1. 2009년 8월 1주차 음원 판매 현황

엠넷 [www.mnet.com](http://www.mnet.com)

멜론 [www.melon.com](http://www.melon.com)

도시락 [www.dosrak.com](http://www.dosrak.com)

벅스 [www.bugs.co.kr](http://www.bugs.co.kr)

싸이월드 [www.cyworld.com](http://www.cyworld.com)

헤럴드경제, 09/08/10, 걸그룹은 넘쳐나는데 '대박음반'은 없네

서울경제, 09/08/10, 싸이월드 홈페이지 배경음악 판매 4억곡 돌파

### 2-1. Web 2.0 시대, 가수 - 팬 간 직접 소통 활발

머니투데이, 09/08/13, 트위터·미투데이..이제는 가수들 '셀프 홍보시대'

텐아시아, 09/08/13, 원더걸스 미국 진출 대 분석 | 트위터에서 허그까지, 미션 임파서블5

오센, 09/08/13, 스타들, 트위터 재미에 '풍덩'

연합뉴스, 09/08/12, YG, '뉴미디어와 짝짓기' 홍보 눈길

한국경제, 09/08/11, G드래곤, 미투데이로 신곡 발표?

#### - Web 2.0의 수혜자, '풍운아, 장기하'

김병오, '풍운아, 장기하', 계간 비평 2009 여름호 (pp.291~306)

### 2-2. NHN, 저작권 분쟁 해결하고 엠넷과 본격적인 음악 다운로드 서비스 런칭

디지털타임스, 09/08/13, NHN, 음악 저작권분쟁 종지부

파이낸셜뉴스, 09/08/13, NHN - 음원 저작권단체 '분쟁 합의'

보안뉴스, 09/08/12, 음저협-음실련-NHN, 저작권 보호 공동협약 체결

전자신문, 09/08/12, NHN·음악저작권단체, 저작권 분쟁 '종지부'

연합뉴스, 09/08/13, 네이버 초간편 뮤직 MP3 다운로드 서비스 오픈

베타뉴스, 09/08/13, 네이버 초간편 뮤직 MP3 다운로드 서비스 오픈

프라임경제, 09/08/13, 엠넷닷컴, 네이버에 뮤직 다운로드 서비스

머니투데이, 09/08/13, 엠넷미디어,네이버에 뮤직 다운로드 서비스

뉴스엔, 09/08/09, LG뮤직온-CJ엠넷닷컴 통합 음악포털 연내 오픈

### 2-3. 한국 작사/작곡가, 일본 노래연습장 체인 상대 3억엔 손해배상 청구소송

연합뉴스, 09/08/13, 韓작곡.작사가, 日노래방에 3억엔대 소송

머니투데이, 09/08/13, 韓, 日가라오케업체 저작권침해 38억 손배소

전자신문, 07/12/11, 한·일간 음악저작권 관리 가능

**2-4. 새로운 시장에서의 한국 음악 선전**

OSEN, 09/08/09, 황보, 영국 음악 사이트 상위권 유지  
 스타뉴스, 09/08/07, '유럽진출' 황보, 英음악차트 1위 '등극'  
 마이데일리, 09/07/24, 에픽하이 리믹스 앨범, 미국 아이튠즈 차트 톱 10진입 쾌거  
 머니투데이, 09/08/09, 소녀시대-2NE1, 필리핀 '가장 뜨는 음악' 1·2

**2-5. 한국 저작권 산업 GDP 비중 3.14%**

내일신문, 09/08/04, 저작권산업 부가가치 'GDP 8.2%'

**2-6. 록밴드 '뷰렛', 아시아판 아메리칸 아이돌 '수타시(SUTASI)' 최종 우승**

마이데일리, 09/08/06, 한국 밴드 뷰렛, 아시아판 '아메리칸 아이돌'서 우승  
 강원신문, 09/08/14, 허경영 '콜미' 작곡 뷰렛, '亞아메리칸 아이돌' 우승  
 스포츠칸, 09/08/13, 혼성록밴드 뷰렛 '수타시'서 우승, 상금 8억6000만원 획득

**3-1. 워너뮤직, 시스코의 소셜 엔터테인먼트 플랫폼 시스템 활용 계약**

Billboard, 09/08/12, WMG Expands Use Of Cisco's Eos  
 Digipendent, 09/08/13, Warner Music Group Expands Platform Deal With Cisco

**3-2. 마이크로소프트의 Zune HD, 아이팟 터치보다 저렴하게 판매시작**

Billboard, 09/08/14, Microsoft Prices Zune HD Below iPod

**3-3. 영국로얄오페라하우스, 트위터로 세계 최초의 온라인 오페라 시도**

Billboard, 09/08/12, Britain's Royal Opera Wants You To Make Tweet Music  
 AP, 09/08/11, UK's Royal Opera House to perform 'Twitter' opera  
 LA times, 09/08/11, The first -- and maybe last -- Twitter Opera

**4-1. 클린사이트 지정 OSP에게 다운로드 요금 50% 환급**

지디넷코리아, 09/08/11, "저작권 보호하면 돈 준다"

**4-2. 10대 청소년에 대한 저작권 교육 강화 시급**

헤럴드경제, 09/08/13, 10대 청소년 절반 "불법복제 다운로드가 범죄인가요?"

**5-1. 워너 뮤직, 손실 3,700만달러의 저조한 3/4분기 실적 발표**

뉴스핌, 09/08/07, 워너뮤직, 예상보다 저조한 실적 ... 주가 6% 급락  
 SKY NEWS, 09/08/06, Warner Rocks To ?22m Loss As CDs Crash  
 IFPI, Recorded Music Sales 2007-08, percentage change  
 IFPI, Top 50 Global Best Selling Albums for 2008

**5-2. 2008년, 미국 내 휴대폰 통화 연결음 판매 24% 감소**

CDfreaks, 09/08/09, Ringtone sales dropped in 2008

Prefix, 09/08/07, Ringtone sales sink but ringtones remain popular

Fierce Mobile Content, 09/08/05, Ringtone sales fall 24 percent in 2008

TMCnet, 09/08/06, iPhone -Report: US Mobile Music Revenues Hit by Reduced Ringtone Sales

The Washington Post, 09/08/06, WMG Faces The Music On Falling Ringtone Sales,

**5-3. CD의 종말과 뮤직 애플리케이션의 미래**

Digital Beat, 09/08/04, With iPhone app upgrade, iLike moves towards front of live music business

CNET NEWS, 09/08/04, iLike revamps iPhone Concert app, launches artist app program

Sound ctrl, 09/08/04, The Album is dead, long live the App

Recorded Music Sales 2007-08, percentage change

IDG, 09/07/28, 아이폰용 음악 스트리밍 애플리케이션 나온다

본 자료는 한국콘텐츠진흥원 위콘(www.wecon.kr) 홈페이지에서 보실 수 있습니다.

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

과장 김도윤(TEL 02-3153-1286 , doyun.kim@kocca.kr)