

문화로 생동하는 대한민국

2009년 6월 첫째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 6월 첫째주]

6월 첫째주 음악산업 동향

- 인디밴드, '우리 이야기를 들어주세요'
 - 다큐멘터리 영화를 통해 대중과 새로운 소통을 시도하다
- 아이팟터치를 겨냥한 MS의 차세대 멀티미디어 플레이어 Zune HD 출시
- 美 언론이 얘기하는 아시아 가수의 미국 진출 성공 가능성
 - 언어문제와 프로모션이 성공의 열쇠

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

- 1-1. 2009년 5월 3주차 음원 판매 현황
- 1-2. 논란이 될수록 홍보가 된다 : 노이즈마케팅의 효과

2. 산업 동향

- 2-1. 다양한 형태의 음반, 정규음반 못지않은 성과 발휘
- 2-2. 美 언론, 아시아 가수의 미국 진출 성공 가능성 평가
- 2-3. 美 Wal-Mart, 펑크밴드 그린 데이의 새 앨범 판매 불허
- 2-4. 새로운 형태의 온라인 연계 락페스티벌, '아이튠즈 페스티벌' 개최
- 2-5. 인디 밴드, 영화를 통해 소통을 시도하다
- 2-6. 인디음반제작워크숍 개최

3. 기술 동향

- 3-1. 야후 뮤직 서비스 이용자 증가
- 3-2. 마이크로소프트, 아이팟터치를 겨냥한 Zune HD 출시 공식발표
- 3-3. 훌루(Hulu), 콘서트 라이브 실시간 중계 실시 예정
- 3-4. 구글코리아, 블로그 음원 업로드 금지 조치

4. 정책 동향

- 4-1. 기획재정부, 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 저작권 보호 강화
- 4-2. 문화부 정책 블로그 '도란도란 문화놀이터' 개설

5. 해외 동향

- 5-1. 6월, 아시아-태평양 음악 포럼 홍콩에서 개최
- 5-2. 유럽 연합 내 국가에서는 어디서든 동일 가격 음원 구매 가능
- 5-3. 美의회, 국제 표절감시국 5개국 지정

※ 관련 기사 및 자료 목록

1

소비자 동향

1-1. 2009년 5월 3주차 음원 판매 현황

구분 순위	멜론(05.17~23)		도시락(05.18~24)		벅스(05.14~20)		엠넷(05.18~24)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑1	Fire - 2NE1	-	Fire - 2NE1	↑1	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	-	Fire - 2NE1
2	↓1	Again & Again - 2PM	↑2	너라고 - 슈퍼주니어	↓1	Fire - 2NE1	↑2	너라고 - 슈퍼주니어
3	↑5	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↓1	여성시대 - 씨야,다비치,티아라	↑20	너라고-슈퍼주니어	↓1	여성시대 - 씨야,다비치,티아라
4	-	My Man - 다비치	↓1	Again & Again - 2PM	-	Again & Again - 2PM	↓1	Again & Again - 2PM
5	↓2	Lollipop - 빅뱅&2NE1	진입	줄리엣 - 샤이니	진입	좋아해 - 요조,김진표	진입	줄리엣 - 샤이니
6	↓1	눈물이 뚝뚝 - 케이윌	↓1	My Man - 다비치	↓3	흔들려 - 채연	↓1	My Man - 다비치
7	↓1	소리,소리 - 슈퍼주니어	-	사랑해 - SG Wannabe	↑80	I Miss You - 테이	↓1	소리,소리 - 슈퍼주니어
8	↑1	Diva - 애프터스쿨	↑3	흔들려 - 채연	↑4	영원한 사랑 - 씨야,다비치,티아라	↓1	사랑해 - SG Wannabe
9	↓2	토요일밤에 - 손담비	↓3	Lollipop - 빅뱅&2NE1	↓1	사랑해 - SG Wannabe	-	Diva - 애프터스쿨
10	↑9	너라고 - 슈퍼주니어	↓1	Diva - 애프터스쿨	↓5	손톱이 빠져서 - 이승철	-	눈물이 뚝뚝 - 케이윌
11	↓1	심장이 없어 - 에이트	↓3	소리,소리 - 슈퍼주니어	↑37	미행 - 나윤권	↓3	Lollipop - 빅뱅&2NE1
12	↓1	사랑해 - SG Wannabe	↓2	눈물이 뚝뚝 - 케이윌	↓6	My Man - 다비치	↓1	내사랑 울보 - SG Wannabe
13	↓1	사고쳤어요 - 다비치	진입	기억과 추억 - 김태우	↓4	토요일밤에 - 손담비	↑1	흔들려 - 채연
14	↓1	8282 - 다비치	↓1	영원한 사랑 - 씨야,다비치,티아라	↓7	너만을 느끼며 - 더블루	진입	기억과 추억 - 김태우
15	↓1	터질 것 같아 - 지아	↓3	토요일밤에 - 손담비	↑1	Diva - 애프터스쿨	↓3	토요일밤에 - 손담비
16	↓1	친구의 고백 - 2AM	↓1	Boo - 아이유	↑41	내 심장이 뛰어요 - PK해만	↑5	Boo - 아이유
17	↑1	Boo - 아이유	↓3	SimpleLove - MC몽	↓2	소리,소리 - 슈퍼주니어	↓2	심장이 없어 - 에이트
18	↓2	SimpleLove - MC몽	↓2	심장이 없어 - 에이트	↑26	나 왜 헤어져 - 혜령	↓5	손톱이 빠져서 - 이승철
19	↑2	마음이 다쳐서 - 나비	진입	잊은 만큼 후회해 - 김범수	↓6	사랑밖에 난 몰라 - 나몰라 패밀리	-	너만을 느끼며 - 더블루
20	↑7	내사랑 울보 - SG Wannabe	↓2	나 왜 헤어져 - 혜령	↓6	Lollipop - 빅뱅&2NE1	↓3	터질 것 같아 - 지아

(멜론, 도시락, 벅스, 엠넷의 '09.5월 3주차 스트리밍 기준)

- 19일 온라인으로 선공개된 아이돌 그룹 샤이니의 신곡 '줄리엣'이 도시락과 엠넷 차트 5위로 첫 진입 (오프라인 앨범은 25일 발매)
 - 10위권 내에서는 순위 상승중인 슈퍼주니어의 3집 후속곡 '너라고'와 1위를 수성하고 있는 2NE1(투애니원)의 'Fire'를 제외하고 대부분 순위 하락 추세
 - 차주 차트에서는 샤이니와 2NE1, 슈퍼주니어의 1위 쟁탈전이 예상
- 김태우가 5/19일 발매한 디지털 싱글 '기억과 추억'에 지오디 전 멤버가 피처링으로 참여하여 화제, 발매 첫 주에 13, 14위로 진입
 - 지오디 및 김태우의 기존 팬이 집결한 것 뿐 아니라 지오디 멤버가 피처링으로 참여하며 대중에게도 곡에 대한 기대감이 높아진 때문으로 보임
 - 공개된 뮤직비디오 및 작업 뒷 이야기로 인해 군 공백 후 긍정적인 이미지로 활동 재개 가능
- 씨야, 다비치, 티아라의 프로젝트 그룹인 '여성시대'가 카라, 소녀시대 등 대표적인 걸그룹의 활동 공백기에 차트 점령
 - 현재 순위를 다투고 있는 2NE1과는 다른 이미지와 전략을 구사함으로써, 전 차트에서 3위권 내 곡을 진입시키는 성과
- 벅스뮤직은 다른 음원제공사이트에 비해 발라드 곡이 급상승하여 상위권에 랭크되는 경우가 많음 - 테이의 'I Miss You'(81위 상승), 나윤권의 '미행'(37위 상승), PK 헤만의 '내 심장이 뛰어요' (41위 상승)
 - 벅스뮤직에서 앨범 발매시 실시하는 이벤트가 영향을 준 것으로 판단
 - PK헤만의 경우 음원 무료 다운로드 이벤트를 실시
 - 그러나 이런 이벤트를 반드시 벅스뮤직에서만 실시하는 것이 아니므로, 특히 벅스 뮤직 이용자들이 이벤트 등에 민감하고, 특정 아티스트에 대한 충성도가 비교적 높지 않다고 판단됨

1-2. 논란이 될수록 홍보가 된다 : 노이즈마케팅의 효과

- 헤령의 '나 왜 헤어져', 채연의 '흔들려'는 뮤직비디오 심의 반려로 홍보 효과를 거둠
 - 헤령의 경우 2년간의 공백과 약한 인지도에도 불구하고 지상파3사에서 방송불가 판정을 받으면서 주목
 - 뮤직비디오 풀버전 공개 전 스틸컷 사진을 온라인에 공개, 이슈화함
 - 별다른 방송활동 없이도 음원 순위 유지
 - 채연의 5집 타이틀곡 '흔들려'는 방송 3사에서 모두 심의 반려되며 이슈화
 - 이런 뮤직비디오 심의 반려 조치가 있더라도 공중파를 제외한 매체에서는 방송이 가능하므로 가수에게 미치는 악영향보다 심의 반려 보도를 통한 홍보효과가 상대적으로 큼
- 앨범 발매 직전 '음원 유출'사고 또한 노이즈 마케팅으로 논란
 - 최근 이정현의 미니앨범 전곡 음원 유출 사건(5/19일)이 있었던 것 외에도 에픽하이 (08.4월, 5집 앨범 전곡), 윤하 (09.4월, 앨범 타이틀 1,2,3), 채연 (09.5월, 5집 전곡)

- 등이 음원 유출 소동을 겪으며 발매일을 조정하거나 활동 일정을 변경
- 해외의 경우 지난 '08.9월 브리트니 스피어스의 싱글앨범 '우머나이저'가 불법 음원 유출 되었으나 유출된 음원이 단 40초로 짧아 홍보효과를 노린 노이즈마케팅으로 판단
 - 국내의 경우 아직까지 노이즈 마케팅으로 판명된 사례는 없었으며, 음원 유출 시 아티스트가 매우 애석해하는 경우가 대부분.
 - 그러나 음원 유출로 인한 보도 및 홍보 효과와 음원 유출로 인해 발생하는 경제적 손실 간 손익 비교는 필요할 것으로 보임

2 산업 동향

2-1. 다양한 형태의 음반, 정규음반 못지않은 성과 발휘

- 최근 정규 형태가 아닌 다양한 앨범이 출시되어 판매 성과를 거둠
 - 차별화된 콘텐츠 : 리패키지 앨범, 라이브 앨범, 재발매 음반 등
 - 곡수, 발매 형태의 차별화 : 미니앨범, 디지털 싱글
- 리패키지 앨범은 주로 아이돌 그룹 활동 시 많이 등장, 추가 구매 유도
 - 앨범 후속곡 활동 시 신곡을 추가하거나 앨범 패키지를 다시 디자인하여 내놓은 앨범
 - 슈퍼주니어의 3집 앨범은 후속곡인 '너라고'를 비롯한 신곡 4곡을 포함한 리패키지 앨범을 발매하여 총 3가지 버전으로 제공
- 라이브 앨범은 최근 가수들의 공연이 활발해지면서 함께 인기를 얻고 있음
 - 2008.5월 발매된 김동률의 라이브 앨범 "모놀로그"는 음반 판매 실시간 차트 1위를 달성한 것으로 기록
- 또한 서태지와 아이들 데뷔 15주년을 기념한 재발매 음반은 모두 발매 직후 음반 판매 상위에 달성
- 이러한 차별화된 콘텐츠의 제공은 팬의 '소장' 욕구를 자극 → 판매로 쉽게 연결
- 이외, 정규 앨범에 비해 수록곡수가 적은 비정규 미니 앨범(4~6곡)이나 1~2곡을 디지털 음원 형태로 공개하는 디지털 싱글은 상대적으로 저렴한 제작비로 인해 선호
 - 음악 시장의 소비주기가 빨라짐에 따라 소규모 앨범이 인기
 - 디지털 싱글 방식은 이미 수년 전부터 유행하였으나 정규 음반 집계에는 포함되지 않고, 각 방송사 가요차트 순위에서 음반 차트 순위 점수가 반영되지 않는 등 불이익 존재
 - 이에 따라 최근에는 실물 앨범이면서 제작비가 저렴한 미니 앨범이 대안으로 선호됨 : 빅뱅, 카라, 2AM, 2PM 등 아이돌 그룹은 이미 정규 앨범 대신 미니 앨범으로만 활동을 이어가고 있음

2-2. 美 언론, 아시아 가수의 미국 진출 성공 가능성 평가

- 아시아 가수의 미국 진출에 대해 뉴스채널 'NY1'과 힙합잡지 '랩업(Rap-up)' 등 기사 게재
 - 美 뉴스채널 NY1, '미국에 아시아 스타 가수 레이스'란 제목으로 아시아 가수들의 미국 진출 현황 보도 (5/21일)
 - : 세븐과 비, 원더걸스의 미국 진출 과정과 이수만, 양현석, 박진영 세 명의 음반제작자를 소개하고 원더걸스 및 원더걸스의 프로듀서인 박진영과의 인터뷰를 영상 기사로 보도
 - 지난 4월 미국 힙합잡지 랩업(Rap-up)은 '세븐에 대한 일곱가지 질문'이란 제목으로 세븐과의 인터뷰를 게재
- 언어 문제가 해결된다면 미국 시장에서도 성공 가능성이 있다는 평가
 - 미국시장에서 아시아가수가 성공한 사례가 아직 없음
 - 세븐은 랩업(Rap-up)과의 인터뷰에서 언어와 프로모션 문제에 대한 어려움을 토로
 - 가장 큰 문제는 언어와 아시아 가수를 받아들일 준비가 되지 않은 시장에 있음
 - 최근 보아가 미국 대형 텔런트 에이전시와의 계약 체결 후 빌보드 '핫 댄스 클럽 플레이 차트'에서 29위 기록한 것과 같은 상승세를 나타낸 것처럼 진출에 있어 적절한 파트너를 만나는 것이 매우 중요
 - 강력한 후원자 (에이전시)와 언어 문제가 해결된다면 아시아 가수의 미국 시장 성공 가능성은 그 잠재력만으로는 높다고 평가

2-3. 美 Wal-Mart, 핑크밴드 그린 데이의 새 앨범 판매 불허

- 5년 만에 발매된 그린 데이의 새 앨범 '21세기의 몰락' (21st Century Breakdown)은 발매와 동시에 빌보드 차트 1위 차지
 - 지난 5월 15일 전세계 동시 발매 이후 일주일 만에 21만 5000장 이상 판매하여 이번 주 앨범 차트 1위 차지, 영국 발매 이틀 만에 8만장의 판매하며 UK차트 1위
- 월마트는 그린데이의 새 앨범 '21세기 멸망(21st Century Breakdown)'의 가사와 내용을 문제삼아 판매를 불허
 - 월마트는 좀 더 순화된 버전을 요구하며 그린데이의 새 앨범 진열을 거절
 - 월마트는 상품에 대해 보수적인 기준을 적용하여 '부모의 조언 필요(parental advisory)' 등급의 음반은 진열하지 않고, 청소년들에게 부적절한 가사가 포함된 CD일 경우 그대로 판매하지 않고 내용을 순화시킨 '클린' 버전을 판매해옴
 - 2002년 에미넴의 '디 에미넴 쇼' 앨범을 욕설이 들어있다는 이유로 월마트 매장에서 철수한 바 있으며 에미넴의 최근 앨범 '리랩스(Relapse)' 등도 순화된 버전으로 판매 중
- 그린데이는 월마트가 자신들의 노래를 검열하려고 해서 수정 요구를 거절했다며 자신들의 노래에 문제가 될 만한 가사는 없다고 주장

- 거대 유통의 판매 정책이 창작의 자유를 검열하는 기준으로 사용될 수 있는 경우로, 앞으로 유통업체의 파워가 강화될수록 이런 사례가 빈번히 발생할 것으로 예상

2-4. 새로운 형태의 온라인 연계 락 페스티벌, '아이튠즈 페스티벌' 개최 (2009.7월)

- UK 아이튠즈 페스티벌, 런던 캠든 라운드 하우스에서 개최 예정
 - 총 7월 한달간 31일동안 동일한 장소에서 매일 밤 개최됨
 - 공연 예정 아티스트 : 프란즈 퍼디난드, 오아시스, 플로 리다, 스노우 패트롤, 카사비안 등의 62명의 아티스트 출연
 - 모든 공연의 비디오 실황 콘텐츠와 EP앨범을 아이튠즈를 통해 다운로드 가능
 - 매일 제공되는 뉴스, 비디오 하이라이트, 실시간 오디오 중계 등의 서비스는 페이스북의 iTunes 계정사이트에서 이용
 - 티켓은 구매가 아닌 응모방식으로 무료로 제공됨 (공연당 150set, 1인당 표 2장 제공)
 - 영국 방송사 및 신문사 (itv1, itv2, XFM, 95.8 capital FM, London Evening Standard) 후원
- '08.11.23일 열린 '유튜브 라이브'의 경우 온라인 실황 중계 서비스를 동시 제공

	아이튠즈 페스티벌	유튜브 라이브
주최	온라인 음악 판매 아이튠즈 주최	동영상 공유 사이트 유튜브 주최
역사	3년 ('09.07.1일 시작 예정)	1년 ('08.11.23일 첫 공연)
개최 장소	영국 런던 라운드 하우스 (동일 장소)	샌프란시스코 포트 메인 센터 도쿄 신키바 스튜디오 코스트 (미국-일본 이원화)
주요 아티스트	프란즈 퍼디난드, 오아시스, 스노우 패트롤, 카사비안 등	조 새트리아니, 윌 아이엠, 케이티 페리, 에스메이 덴터스 및 아마추어 블로거 포함
특징	- 페이스북 웹 사이트를 통한 무료 티켓 배부 - 공연 실황 중계는 하지 않으며 다운로드 서비스 제공	- 유명 스타나 일반인 구별 없는 무대 - 지정된 시간에 유튜브 사이트를 통한 세계 최대 규모의 온라인 실황 중계 - 미국에 이어 일본 공연 릴레이 중계

[표] 아이튠즈 페스티벌 vs. 유튜브 라이브 비교

- 듣고 보는 온라인 음악소비를 느끼고 경험하는 오프라인 음악 체험으로 확대
 - 온라인과 오프라인의 접점을 높이고 온라인에서의 한계를 극복하는 차원에서 시도됨
 - 온라인 사이트 주최의 라이브 콘서트나 페스티벌을 통해 다른 곳에서는 볼 수 없는 차별화된 라이브 콘텐츠를 확보하게 됨
 - 온라인 사용자와 뮤지션들간의 직접적인 교류를 도모하고 응집하는 효과를 거두며 공연을 통한 음악 체험으로 온라인 사용자의 충성도를 높이는데 기여

2-5. 인디 밴드, 영화를 통해 소통을 시도하다

- 장편 로큰롤 다큐영화 <반드시 크게 들을 것>, 13회 부천판타스틱국제영화제에 공식 초청 (7/16~23, 부천시)
 - 인디레이블 루비살롱 소속 밴드 '갤럭시 익스프레스'와 '타바코쥬스'의 앨범 준비 과정, 공연, 성장기 등 루비살롱과 소속 밴드의 이야기를 담은 영화
 - 인디밴드 '타바코쥬스'의 드러머 백승화 감독이 각본, 촬영, 연출, 편집을 맡았음
 - 3월 공연시 편집본 공개 된 이후 인터넷, 방송에서 패러디 되며 인기를 끌었음
 - <반드시 크게 들을 것>은 루비살롱의 밴드 파블로프의 동명 EP 앨범으로도 발매되었음
- 인디 밴드의 영화 제작 사례
 - 인디밴드 '소규모아카시아밴드'를 담은 다큐멘터리 '소규모아카시아밴드 이야기'는 2009 전주국제영화제 한국장편부문에 초청되어 'JJ-Star-특별언급상'을 수상
 - 이에 앞서 인디밴드 '슈퍼키드'는 지난해 메가티비에서 제작한 IPTV영화 '저스트 키딩'에 자신들 역으로 출연한바 있음
 - 2002년 크라잉넛 주연 '이소령을 찾아랏' 도 부천국제판타스틱영화제, 도쿄 필름엑스 영화제에 초청된 바 있음
- 기존의 인디 음악과 영화와의 관계는 영화 삽입곡으로 참여하거나 실제 아티스트로 출연하는 등 소극적인 영역에 머물렀음
- 대중음악그룹에 비해 매스미디어 등의 창구가 부족한 반면 블로그나 UCC 등의 인터넷 미디어를 활용하여 대중과의 소통을 시도했던 인디밴드들이 다큐멘터리 제작으로 자신의 음악과 이야기를 하는 새로운 창구를 마련하게 됨

2-6. 인디음반제작워크숍 개최 (6/23~8/27, 홍대)

- 주최/주관 : 인디레이블 카바레 사운드, 후원 : 한국문화예술위원회, 문지문화원 사이
- 4개 분야에 대해 각각 주 1회, 4번의 강의 실시
 - : 홈레코딩 (6/23일, 문지문화원 사이), 홈메이드 뮤직비디오 제작 (6/25일 추계예술대학), 앨범 디자인 (8/4일, 문지문화원 사이), Promotion : 직접 유통 및 홍보 (8/6일, 문지문화원 사이)
- 상세 정보 www.cavarewithlocal.net 참조

3 기술 동향

3-1. 야후, 뮤직 서비스 이용자 증가

- 야후 뮤직 서비스 페이지로 검색엔진을 통해 유입되는 일일 방문자 수가 108%, 각 이용

자당 페이지 뷰 40% 증가

- 2004.4월 온라인 주크박스 전문업체인 뮤직매치사를 1억 6000만 달러에 인수하여 온라인 음악 서비스 제공업체와 경쟁하였으나 사업 철수한 바 있음
 - 음악 서비스 '야후 뮤직 언리미티드'를 2005년 애플의 아이튠즈에 대항해 런칭하였으나 아이팟과 호환이 되지 않는 한계에 부딪혀 2년 만에 서비스 철수
 - '야후 뮤직 언리미티드'를 접고 기존 가입자를 경쟁업체인 리얼네트웍스의 랩소디에 모두 넘기기로 결정, 대신 뮤직비디오와 인터넷 라디오 등은 유지
- 2009년 음악과 뮤직비디오 서비스 및 아티스트 관련 정보 제공 등을 종합적으로 제공하는 음악 전문 사이트 '아티스트 페이지스'를 런칭 (4/7일, 미국)
 - 개인과 그룹을 포함한 50만팀 이상의 아티스트 정보를 제공
 - 애플, 아마존닷컴, 유튜브 등과 제휴해 사용자가 좋아하는 서비스를 선택해 사용 가능
 - 폭 넓은 세대를 확보할 수 있는 음악 관련 서비스를 통해 사이트 이용자 확대 목적
 - 즉, 야후 음악 서비스는 편리하고 풍부한 콘텐츠 제공으로 성공
- 이후 성공의 열쇠는 영상 콘텐츠를 얼마나 확보하느냐에 달려 있음
 - '09.3월 훌루(Hulu)에서 재생된 동영상의 재생 건수가 3억 8000만건이 야후 동영상 서비스의 3억 3500만건을 10%이상 앞질러 3위에 오름 (4/29일, 컴스코어 발표)
 - 훌루는 유튜브, 야후와 다르게 UCC 대신 방송사와 전문 업체가 만든 TV프로그램과 영화만 제공하며, 현재 월트디즈니가 소유한 방송사 ABC의 TV 프로그램 및 4대 음반업체의 뮤직 비디오 콘텐츠를 서비스하기 위해 협상 중
 - 유튜브 역시 ABC와 ESPN의 TV 프로그램과 소니의 영화 콘텐츠를 추가하는 등 전문가가 만든 양질의 콘텐츠에 눈길
 - 따라서 야후도 지속적인 음악 및 영상 서비스의 성장을 위해서는 양질의 콘텐츠를 확보할 필요가 있음

3-2. 마이크로소프트, 아이팟터치를 겨냥한 Zune HD 출시 공식발표



[그림] ZUNE HD (출처 : Microsoft)

○ MS의 차세대 멀티미디어 플레이어인 Zune의 차기버전 Zune HD 가을 출시발표

구분	탑재기능	효과
스크린	<ul style="list-style-type: none"> ● 16:9와이드스크린(480x272해상도) ● OLED(유기발광 다이오드) 디스플레이 터치스크린 	<ul style="list-style-type: none"> ● OLED 디스플레이는 기존 LCD 비해 소비전력이 낮아 배터리 수명 개선 ● 멀티터치로 인터페이스 이용 용이
동영상	<ul style="list-style-type: none"> ● HD급 동영상 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ● HDMI 도킹 스테이션(별매)연결해 Zune HD안에 있는 HD 영상을 HDTV에서 720p 화질로 시청 가능
라디오	<ul style="list-style-type: none"> ● HD 라디오 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ● 무료 전파 디지털 라디오 기술인 HD 라디오는 기존 라디오 보다 고음질로 제공됨
인터넷	<ul style="list-style-type: none"> ● WiFi 지원 , 풀스크린 웹브라우저 인터넷 익스플로어(IE) 탑재 	<ul style="list-style-type: none"> ● 500만 여곡 저장된 Zune 뮤직스토어 접속하여 스트리밍 가능

[표] Zune HD 새로운 기능

- 주요기능은 HD 라디오와 HD 비디오 출력 기능과 함께 유기 EL 터치 스크린, Wi-Fi, 인터넷 브라우저 탐색 기능 탑재
- 세부정보는 6월 2일 LA에서 열리는 E3(Electronic Entertainment Expo) 2009 공개예정
- Zune HD로 Xbox Live 비디오 마켓 플레이스 접속가능
- Zune 비디오 서비스는 북미과 여러 유럽 시장에서 서비스할 예정
- ‘최초의 휴대용 HD 라디오 청취기’임을 강조하며 HD라디오 지원을 특색으로 내세움
- 하드웨어 성능뿐 만이 아니라 콘텐츠 마켓플레이스와의 연계, Xbox Live와의 연동 등이 향후 성공의 관건이 될 수 있음
- 정확한 가격과 용량 등은 공개되지 않았으며 국내 출시 미정

3-3. 훌루(Hulu), 콘서트 라이브 실시간 중계 실시 예정

- 6월 1일 열리는 데이브 매츄스 밴드(Dave Matthews Band, 이하 DMB)의 공연 실시간 라이브 스트리밍 방식으로 제공
 - 비디오 웹사이트에서 처음으로 전체 라이브를 생중계하는 엔터테인먼트 콘텐츠가 됨
 - Hulu는 2008년 대통령 취임식, 기자 회견 등을 라이브 스트리밍으로 제공한 바 있음
 - 공연후 VOD(Video on Demand) 버전 제공할 예정
 - 미국 얼터너티브 밴드인 데이브 매튜스 밴드는 라이브 공연으로도 미국내에서 인기가 높으며 본 공연은 뉴욕 주 Beacon Theatre에서 2시간 반 동안 열리며, 7집 새 앨범 ‘Big Whiskey and the GrooGrux King’에 수록된 노래도 포함될 예정
 - DMB 공연은 케이블 음악 채널 Fuse TV로도 방송되며 Fuse TV과 이번 공연의 기획사인 MSG Entertainment은 Cablevision Systems Corp.의 자회사임

- 라이브 콘서트 스트리밍에도 광고기반 수익모델 적용
 - 공연 라이브 중계시 '동영상 재생 전 광고(Pre-Roll AD)'와 '플레이어 내 브랜드 광고'를 실시할 예정
 - 대통령 선거 관련 스트리밍은 일종의 공공서비스로써 광고 없이 제공했음
 - YouTube에서도 2008년 11월 버락 오바마 대통령 연설 방송을 라이브 스트리밍 하면서 일부 콘서트와 다양한 쇼를 포함해 2시간 동안 생중계한 바 있음

※ 훌루(Hulu)

- Hulu는 광고기반 무료동영상 사이트로 News Corp와 NBC Universal의 합작 벤처로 영화·TV방송·스포츠 등의 양질의 콘텐츠를 무료로 볼 수 있음
- 짧은 UCC 위주의 YouTube와 달리 합법적인 동영상 콘텐츠를 제공하여 높은 화질의 콘텐츠 제공
- 폭스, 소니픽처스, MGM 등 50여개 미디어 기업이 콘텐츠를 제공하고 있음
- SNS, 블로그 등에 자유롭게 콘텐츠를 퍼가는 공유 기능 제공
- 2007년 서비스 시작이후 YouTube, MySpace에 이어 2009년 3월 현재 시장점유율 3위까지 가파른 상승세를 보임
(디지털 전문 조사기관 콤스코어(ComScore Networks)발표자료 참조)

3-4. 구글코리아, 블로그 음원 업로드 금지 조치

- 5월 21일, 블로그 서비스의 음악 파일 업로드 차단 공지
 - 음원 저작물 저작권 보호를 위해 MP3, WMA, WAV 등 음원 파일 업로드 제한
 - 구글이 지난해 인수한 블로그 서비스인 텍스트큐브 공식블로그에 "음원 저작권 보호와 회원 피해 방지를 위해 음원파일의 블로그 업로드를 제한하기로 했다" 고 공지
 - 기존 음원 파일 첨부 기능은 소리바다와 협력하여 판매정보가 담긴 음악 정보 삽입 기능으로 변경됨
 - 기존에 업로드 한 음악은 자신의 블로그에서 로그인 한 경우만 허용
 - 저작권 관련 없는 음원까지 원칙적으로 업로드를 차단하는 등 기존 이용자의 반발을 삼

4 정책 동향

4-1. 기획재정부, 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 저작권 보호 강화

- 신성장동력 고부가 서비스산업 5개 부문(글로벌 헬스케어, 글로벌 교육서비스, 녹색금융, 콘텐츠SW, MICE관광) 중 콘텐츠 및 S/W 부문의 15개 과제 발표
- 콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력 기반을 확충하여 2013년까지 세계 5대 콘텐츠 강국 도약
- 특히, 콘텐츠 산업의 지속적인 성장을 위해 저작권 보호 강화 추진

- 불법저작물 유통 근절을 통한 저작권 거래질서 확립 및 창작인의 창작의지 고취
- 불법저작물추적 시스템 개발 등 저작권 보호체계 강화
- 저작권 관련기관(저작권위원회, 컴퓨터프로그램보호위원회) 통합(09.3분기), 저작권 사회협약체 구성(09.2분기), 저작권관리업법 제정('11년) 등 법제도 정비
- 통합적 온라인 저작권 관리시스템인 '디지털저작권거래소' 활성화

4-2. 문화부 정책 블로그 '도란도란 문화놀이터' 개설 (5/21 공식 운영 개시)

- 문화체육관광부의 정책 및 추진 사업 정보를 소개하고, 문화 관련 정보를 웹툰 등 콘텐츠를 통해 쉽게 접근하고 이용하도록 함
- 상세정보 culture.ori.tistory.com 참조

5 해외 동향

5-1. 6월, 아시아-태평양 음악 포럼* 홍콩에서 개최 (6/2~4일, 홍콩 하얏트 호텔)

- 뮤직 매터스(Music Matters) 주최로 아시아를 비롯한 전 세계 음악 산업의 주요 종사자들이 참석하여 아시아의 음악 산업 관련 정보를 공유
- 기조 연설자로 폴 맥귀네스(U2 매니저), 에드가 브론프만 주니어(워너 뮤직 그룹 회장), 에디슨 첸(아티스트), 샘 듀언(락 레코드 사장), 테리 맥브라이드(네트워크 뮤직 그룹의 CEO겸 에이브릴 라빈 매니저), IFPI 회장 존 케네디, 하지 타니구치(Avex Group Holdings) 등 아시아 및 국제 음악 산업계 리더들이 참석 예정
- 포럼 관계자는 새로운 기술이 음악의 접근을 더욱 쉽게 만들고 소비자 간의 소통과 아티스트의 영향력에도 영향을 미치고 있으나, 무엇보다도 중요한 것은 음악산업의 출발인 훌륭한 아티스트와 콘텐츠라고 피력
- 영국의 유명 재즈 아티스트인 제이미 칼럼(Jamie Cullum)*은 아태 음악 포럼을 통해 새 앨범을 발표 및 공연을 계획
 - 제이미 칼럼은 포럼의 마지막 행사로 피아노에 대한 그의 인생과 열정이 담긴 인터뷰 및 질의응답을 할 예정

※ 아시아 태평양 뮤직 포럼(Asia Pacific Music Forum)이란?

- 아시아 음악 산업을 위해 만들어진 포럼으로 혁신적이고 성공한 음악 산업 관련 기업 및 개인 몇 명이 패널로 참여하여 토론하거나 프리젠테이션을 하는 프로그램 진행
- 대형 레코드 회사, 독립 레코드 회사, 프로모터, 법조인, 금융인, 모바일 및 미디어 소유주들로부터 투자 조달

※ 제이미 칼럼 : 영국의 재즈 아티스트로 400만장의 앨범 판매와 그래미, 브릿 어워드에 그의 이름을 올리기도 하였으며 싱가포르, 홍콩, 일본 등 아시아 투어 계획

5-2. 유럽 연합 내 국가에서는 어디서든 동일 가격으로 음원 구매 가능

- 프랑스 저작권 단체 SACEM과 EMI, 모든 저작권 소유 음원에 대한 관리를 유럽위원회(EC)에 위임 예정 (5/26일 발표)
- 기존 유럽 연합내 각 국가의 저작권 정책이 모두 달라 음원 판매업체는 국가별로 다른 조건을 적용하였음 : 애플의 iTunes는 일부 국가에서만 서비스 제공
- 향후, EU 소비자는 체류장소나 국적에 상관없이 동일 가격/동일 정책으로 음원 다운로드 가능
- 다른 저작권 관계자 또한 배타적인 운영형태를 바꾸지 않을 경우 유럽 위원회 차원의 벌금 부과 예정 (닐리 크뤼스, EC 공정경쟁위원장)

5-3. 美의회, 국제 표절감시국 5개국 지정 - 러시아, 중국, 캐나다, 멕시코, 스페인

- 美 의회표절단속위원회는 러시아, 중국, 캐나다, 멕시코, 스페인 등 5개국을 2009 국제 표절 감시국으로 지정
 - 표절 문제에 효율적으로 대처하려는 정치적 의지가 부족한 국가 대상
 - 특히 중국의 최대 인터넷 검색엔진 '바이두'는 불법 음악 다운로드의 온상으로 지적
- 감시국 선정국가는 자국이 표절 혹은 불법복제로 피해를 입어도 해당국가에 단속요청이 제재되는 등 불이익
- 지적소유권 관련법을 재정비하고 정부차원의 조치가 따르지 않는 한 단속과 교육을 지속하고 이에 따른 제재를 강화 예정

별첨 관련 기사 및 자료**1-1. 2009년 5월 3주차 음원 판매 현황**

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

1-2. 논란이 될수록 홍보가 된다 : 노이즈마케팅의 효과

아시아 경제, 09/5/23, 가요계 '온라인 이슈를 만들어라'

아츠뉴스, 09/5/24, 불법 음악파일 유포 '2NE1(투애니원)' 1위

매일경제, 09/5/21, '야한가사'이어 계속되는 '야한뮤비' 논란, 누구 잘못?

마이데일리, 09/5/21, 가요계 음원유출-심의반려 마케팅, 실제 있다? 없다!

2-1. 다양한 형태의 음반, 정규음반 못지않은 성과 발휘

헤럴드경제, 09/5/20, 불황기 음반도 쪼개야 산다 4~6곡 담은 미니앨범 대세

마이데일리, 09/5/25, 리패키지·콘서트·재발매...스페셜 앨범, 음반계 새 강자 도약

아시아경제신문, 09/5/21, 김동률, 슈퍼주니어 누르고 앨범 판매량 1위

2-2. 美 언론, 아시아 가수의 미국 진출 성공 가능성 평가

뉴스엔/ 09/5/22 / "미국 차세대스타는 아시아가수" 美 언론, 비 세븐 원더걸스 긍정 평가

스타뉴스/ 09/5/21 美언론 "비·세븐..차세대 스타는 아시아에서"

2-3. 美 Wal-Mart, 핑크밴드 그린 데이의 새 앨범 판매 불허

헤럴드경제, 09/5/21, 그린데이 신보, 발매 나흘만에 '골드앨범'

연합뉴스, 09/5/25, 월마트, 그린데이 CD 판매불허

매일경제, 09/5/19, 그린데이 새앨범 4일 골드앨범 `최단기록`

서울신문, 09/5/22, 그린데이-월마트 누가 이기나 보자

2-4. 새로운 형태의 온라인 연계 락 페스티벌, "아이튠즈 페스티벌" 개최

아이튠즈 페스티벌, www.ituneslive.co.uk

2-5. 인디 밴드, 영화를 통해 소통을 시도하다

연합뉴스, 09/5/27, 영화 속으로 들어간 인디밴드

뉴시스, 08/11/09, 슈퍼키드, 리얼 연기...TV영화 '저스트 키딩'

문화일보, 08/10/22, 가요, 영화와 사랑에 빠지다

2-6. 인디음반제작워크숍 개최

www.cavarewithlocal.net

3-1. 야후 뮤직 서비스 이용자 증가

베타뉴스, 09/4/9, 구글 야후, 음악서비스 놓고 맞붙는다

AVING Korea, 09/4/9, 야후, 음악 전문 사이트 신설

전자신문, 09/4/30, 홀루에 무릎 꿇은 야후, 3위도 못 지켜

08/3/6, 야후, 애플에 밀려 음악 서비스 접을 듯.. 주피터리서치

3-2. 마이크로소프트, 아이팟터치를 겨냥한 Zune HD 출시 공식발표

CNET NEWS, 09/05/26, Microsoft confirms Zune HD coming this fall

베타뉴스, 09/05/28, MS, 차세대 멀티미디어 플레이어 '준HD' 올 가을 출시

파이낸셜 뉴스, 09/05/28, 준HD, 아이팟터치 '킬러' 가능할까

MS ZUNE, www.zune.net

3-3. 홀루(Hulu), 콘서트 라이브 실시간 중계 실시 예정

AFP, 09/05/21, Hulu to live-stream Dave Matthews concert

CNET NEWS, 09/05/21, Hulu's first live-stream concert: Dave Matthews Band

3-4. 구글코리아, 블로그 음원 업로드 금지 조치

09/05/25, 한국경제, 구글, 블로그에 음원 업로드 전면 금지

4-1. 기획재정부, 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 저작권 보호 강화

기획재정부 www.mosf.go.kr

4-2. 문화부 정책 블로그 '도란도란 문화놀이터' 개설

문화체육관광부 www.mct.go.kr

도란도란문화놀이터 culturenori.tistory.com

5-1. 6월, 아시아-태평양 음악 포럼 홍콩에서 개최

www.musicmattersasia.com

5-2. 유럽 연합 내 국가에서는 어디서든 동일 가격 음원 구매 가능

전자신문, 09//5/26, EU “범유럽 음악저작권이 뜬다”

5-3. 美의회, 국제 표절감시국 5개국 지정

매일경제, 09/05/21, 美의회, 中·러 등 5국 표절감시국으로 지정

본 자료는 한국콘텐츠진흥원 홈페이지에서 보실 수 있습니다.

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

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