



해외 IPTV 사업자 동향

유재흥* 최준근**

2008년이 국내 IPTV 사업의 성장 원년이 되리라는 전망이 높다. 이미 IPTV 사업을 시작한 유럽에서는 가입자가 꾸준히 증가하고 있으며 제공된 부가 서비스들의 회비도 드러나고 있는 실정이다. 국내 역시 KT, 하나로텔레콤, LG 등 가입자를 중심으로 본격적인 IPTV 전쟁에 돌입할 것으로 예상되는 가운데 콘텐츠의 확보, 양질의 양방향 데이터 서비스 개발, 유연한 EPG 개발 등에 고심하고 있는 상황이다. 이러한 시점에서 수년간의 시행착오의 경험이 있는 해외 사업자들의 사례는 새로운 전략 개발에 시사점을 제공할 것으로 기대된다. 본 고에서는 통신 산업 관련 유명 온라인 매거진인 Ligthreading.com이 2008년 초 보고한 IPTV Top 10 사업자에 대한 기사를 중심으로 해외 선두 사업자들의 IPTV 사업 동향을 살펴보고 국내 IPTV 사업에 시사하는 바를 논의하고자 한다. ☐

목	차
---	---

- I. 서론
- II. 유럽 사업자 동향
- III. 아시아 사업자 동향
- IV. 결론

I. 서론

1. 해외 IPTV 시장 동향

IPTV는 DSL 가입자의 꾸준한 증가, HDTV 가격 인하와 보급 확대, 그리고 Telco, Cable 등의 IPTV 시장 진출 등에 힘입어 세계적으로 꾸준한 성장세에 있는 것으로 관측되고 있다. 특히 유럽의 경우 상대적으로 DSL의 보급이 낮은 대신 디지털 방송 분야가 앞서 있어 디지털 TV 인프라가 잘 보급되어 있다는 장점이 있고, 아태지역의 경우 중국, 인도의 경제 성장에 힘입어 초고속 인터넷 및 디지털 방송에 대한 수요가 양적으로 꾸준히 증가하고 있는 추세이다. 전통적으로 케이블이 강한 미국에서도 케이블 가입자와 AT&T, Verizon 등 전통적인 통신사업체들의 서비스 개시와 함께 가입자가 증가하고 있

* 한국정보통신대학교 경영학부/박사과정
** 한국정보통신대학교 공학부/교수

는 추세이다. 유럽에서는 Iliad 와 FT 중심의 프랑스가 높은 가입자를 확보하고 있으며 아시아 지역에서는 홍콩의 PCCW 와 대만의 청화텔레콤이 IPTV 서비스에 상대적으로 높은 가입자를 확보하고 있는 것으로 나타났다. 본 고에서는 여타 시장 전망 보고서 등에서 다루고 있는 IPTV 해외 시장 및 가입자 성장에 대한 정량적인 예측보다, 실제 IPTV 사업자의 가입자 확보 현황과 사업 동태를 수집 파악하고 있는 통신 산업 전문 매거진의 최신 기사들을 참조하여 현 시점에 있어 해외 IPTV 사업자들의 사업 현황을 분석하였다. 취합된 자료들 중 2008 년 초 유럽과 아시아에서 활동하고 있는 IPTV 사업자들의 공개 자료 분석, 사업 관계자와의 개별 연락을 통해 자료를 수집하여 보고서를 작성한 Lightreading.com 의 ‘Top Ten: IPTV Carriers’ 자료를 중심으로 살펴보았다[1].

2. 해외 Top 10 IPTV 서비스 사업자

<표 1>은 Lightreading.com 에서 선정한 해외 Top 10 IPTV 사업자의 가입자 확보 현황을 나타낸 것이다. 조사결과에 따르면 프랑스의 Iliad 가 가입자 217 만 명을 확보하여 1 위에 랭크되었고 뒤를 이어 프랑스 기업인 FT 가 2 위를, 또 다른 프랑스 기업인 Neuf 가 60 만 가입자로 4 위에 랭크되어 있다. 아시아 국가 중에서는 홍콩의 PCCW 가 3 위에 랭크되었고 대만과 중국 기업이 각각 6, 7 위로 순위권에 포함되어 있다. 축구콘텐츠를 통해 가입자를 확보하는 전략으로

<표 1> Top 10 IPTV 사업자 가입자 현황

No.	사업자	국가	IPTV 가입자 수*	브로드밴드 가입자**	포화율 %	IPTV 미들웨어 플랫폼
1	Iliad(Free)	France	2,170,000	2.77	78.4	Homegrown
2	France Telecom	France	975,000	6.9	14.1	Thomson SmartVision
3	PCCW	Hong Kong	818,000	1.18	69.3	Homegrown(Cascade, owned by PCCW)
4	Neuf Cegetel	France	600,000	3.12	19.2	Homegrown
5	Telefonica	Spain	469,067	4.34	10.8	Homegrown(Imagenio, now managed by Alcatel-Lucent)
6	Chunghwa Telecom	Taiwan	358,000	4.07	8.8	Orca, Alcatel-Lucent
7	China Telecom	China	310,000	35.1	0.9	UTStarcom
8	Belgacom	Belgium	249,434	1.20	20.8	Nokia Siemens(Myrio)
9	TeliaSonera	Sweden	216,000	1.03	21.5	Homegrown
10	Fastweb	Italy	170,000	1.25	13.6	Homegrown

* 사업자로부터 수집한 최신 데이터 반영. ** 백만 명
<자료>: Lightreading, 2008. 1. 14

주목을 받았던 이탈리아의 FastWeb 서비스는 가입자 17 만 명으로 10 위에 랭크되었다.

참고로, <표 1>에서 IPTV 사업자라 함은 DSL 이나 광네트워크 위에서 인터넷 프로토콜(IP) 를 이용해 TV 방송 스트리밍 서비스를 제공하는 사업자를 일컫는다. 따라서 인터넷 포털과 같은 IPTV 서비스 사업자는 조사에서 제외되었다. 또, 오버레이 네트워크를 이용하는 Verizon 의 FiOS 와 같은 서비스나 실시간 TV 방송을 제공하고 있지 않고 있던 BT 의 Vision, 국내의 하나 TV 같은 IPTV 서비스는 분석 대상에 포함되어 있지 않다. China Netcom 이나 일본의 Softbank BB 의 IPTV 서비스 역시 세계 10 대 회사에 드는 규모이나 가입자 규모를 공개하고 있지 않아 분석에서 제외되었다. 다음 장에서는 각 사업자별 IPTV 서비스 제공 현황에 대해 보다 구체적으로 살펴보겠다.

II. 유럽의 사업자 동향

1. Iliad(프랑스)

2007 년 말 기준으로 276 만 명의 브로드밴드 가입자를 확보한 프랑스 기업 Iliad 는 브로드밴드 가입자에 약 78.4%에 해당하는 217 만 IPTV 서비스 가입자로 IPTV 사업 선두에 올랐다. 월정액 29.99 유로를 지급하면 Freebox 라는 홈페이지트웨이 장비를 통해 인터넷에 접속할 수 있고, 프랑스 국내외 및 해외 70 여 개국을 커버하는 VoIP 서비스, 그리고 TV 방송 서비스를 제공 받는다. 시청자는 프리미엄 콘텐츠나 VoD 를 이용할 경우 추가적인 비용을 지불한다. Free TV 는 200 개가 넘는 채널을 제공하고 있으며 2007 년 6 월에는 Canal+ 와 콘텐츠를 계약을 통해 CanalPlay 라는 서비스로 2,500 여 개의 비디오(이중 1,500 개는 영화) 영상을 확보하여 콘텐츠 규모를 증가시켜 가고 있다[2].

Iliad 는 자체 개발한 미들웨어와 DSL 장비를 사용하고 있어 관련 비용을 최소화 하고 있다는 것이 특징이다. 또한, HDTV 같은 신규 서비스도 경쟁사에 비해 한 걸음 먼저 제공하고 있으며 사용자가 스스로의 채널을 만들 수 있는 기능이 있는 TV Perso 서비스 제공하면서 서비스의 차별화를 꾀하는 데 어느 정도 성공했다는 평가를 받고 있다. Freebox HD 장비를 통해 가입자들은 Free 가입자들에게 Live 방송을 시청하게 할 수 있다. TV Perso 서비스는 Freebox 패키지 에 포함되는 것으로 별도의 비용이 들지 않는다. 또한 개인화 서비스로서 자신만의 비디오 Playlist 를 만들 수 있는 기능도 제공하고 있다. 사용자 제작 비디오 방송인 Perso 는 현재 매일 90 만 개의 비디오가 방영되고 있고 2007 년 6 월 말까지 1 억 개 이상의 비디오가 방영되었다.

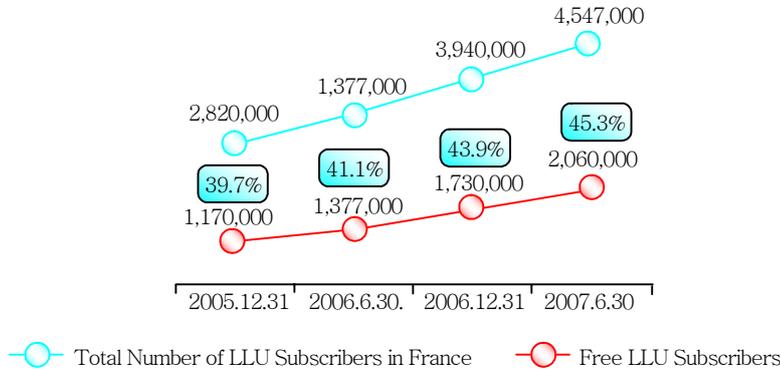


(그림 1) Iliad의 TV Perso 및 홈비디오 EPG

프리미엄 서비스인 Free Home Video 서비스는 월 9.99 유로에 만화를 포함하여 무제한으로 각종 장르의 S-VoD(subscription VoD) 콘텐츠를 이용할 수 있도록 하고 있다. 콘텐츠는 매주 업데이트된다[2].

프랑스 브로드밴드 시장에서 Iliad는 Free라는 상품으로 가입자 기준 19.8%의 시장 점유율을 차지하고 있다(참고로 프랑스 브로드밴드 가입자는 약 1,390만 명)¹⁾. 이는 France Telecom의 Orange(49.5%) 그리고 Neuf Cegetel의 브로드밴드 서비스(22.4%)에 이어 3위를 기록하는 것이다. 상대적으로 약한 브로드밴드 가입자 기반에도 불구하고 1위 사업자인 FT를 제치고 IPTV 사업에서 선두를 차지할 수 있었던 이유는 2003년부터 시작된 가입자망 공동 활용 정책(Local Loop Unbundling: LLU)이다[3]. 2003년 이후로 Iliad는 꾸준한 시장 점유율 성장을 보이고 있다. 2007년 6월 말까지 현재 프랑스에서는 모든 브로드밴드 가입자 회선의 17%가 공동 활용되었고 2006년에만 약 160여 개의 CO가 공동 활용으로 풀렸다. 이러한 가입자망 공동 활용 정책이 시행된 이후로 Iliad의 IPTV 가입자 수는 5배 이상으로 성장하였다. 2003년 초기 시행된 이 정책의 효과로 약 450만의 고객들이 타사의 망을 통해 브로드밴드 서비스를 받고 있고, Iliad는 이 고객의 45.3%를 자사의 IPTV 사업자로 유치하는 데 성공한 것이다. 2007년 9월 현재 1,300개의 CO가 공동 활용으로 풀렸고 2008년 말에는 2,200여 개의 CO LLU를 지원할 것으로 전망되어 향후 Iliad의 지속적인 성장을 예상하게 한다. (그림 2)는 가입자망 공동 활용 정책 이후의 Iliad의 IPTV 서비스 성장률을 보인 것이다[3].

1) Iliad의 초고속 인터넷 가입자의 약 95%가 ADSL2+ 망을 이용하고 있다.



(그림 2) 가입자망 공동 활용 정책 이후의 Iliad의 IPTV 가입자 증가 정도(단위: 명)

Iliad는 시장 선두의 위치에도 불구하고 10억 유로 규모의 광네트워크 투자를 계획 중이다. 이 투자로 2012년까지 400만 프랑스 가구에 IPTV 서비스 공급한다는 전략이다. 가격은 기존의 DSL 가격 수준과 동일하게 책정하였다. Iliad 그룹은 향후 전략적인 기술 요소로 WEB2.0, IPTV, HDTV를 선택하고 있다. 시장 확장은 일단 파리에서의 서비스에 집중하고 타 지역에는 턴키 방식으로 솔루션을 이전할 계획에 있다.

2. France Telecom(프랑스)

France Telecom은 2003년 12월 프랑스 리옹에서 MaLigneTV라는 브랜드로 IPTV 서비스를 시작하였다. VoD와 TV 시청 모두 가능한 서비스였기에 빠른 시간 내에 가입자를 흡수하였다. 2007년 말 현재 97.5만 명의 가입자를 확보하고 있다. NeufTV나 Iliad와의 치열한 경쟁 속에서도 650만이 넘는 브로드밴드 가입자 덕택에 아직 성장 가능성이 많이 남아 있다. 현재 자사 브로드밴드 가입자의 14% 정도만이 IPTV 서비스를 사용하고 있는 상태이기 때문이다[4].

FT는 프랑스회사인 Thomson의 SmartVision을 미들웨어로 사용하고 있으며 DSLAM 장비는 Alcatel과 ECI Telecom과 협력하고 있고 STB는 Thomson과 Sagem의 장비를 이용하고 있다. 디지털라이선스 관리로 자회사인 Viaccess 솔루션을 사용하고 있다. FT는 더 많은 캐리어 사업자들이 IPTV 사업을 함으로써 미들웨어 플랫폼 및 장비 제공업자들이 소수의 대형 고객에만 의존하는 현재의 비즈니스 구조를 타파할 필요가 있음을 역설하기도 하였다. 더 많은 캐리어 사업자들이 참여함으로써 장비나 플랫폼에 있어 규모의 경제가 실현되면 관련 부분의 비용이 큰 폭으로 낮아질 뿐만 아니라 소비자에게 돌아가 서비스 수준도 큰 폭으로 향상되라는 기대

이다. FT는 지금까지 다섯 번에 걸쳐 IPTV 서비스의 변화를 겪어 왔다. 수 차례의 시행 착오를 통해 장애 없이 원만하게 서비스를 제공하는 것이 FT와 같은 전통적인 캐리어 사업자에 커다란 도전이 되고 있음을 단적으로 보여 주고 있는 것이다.

3. Neuf Cegetel(프랑스)

2004년 NeufTV라는 이름으로 IPTV 사업을 개시하기 시작하여 4M 이상의 DSL 망을 통해서 공급 가능한 비디오 품질을 제공하였다. NeufTV는 Neuf Cegetel의 20M ADSL2+ 서비스를 통해 공급되었다. 현재는 채널당 3.5M를 차지하는 MPEG2 스트리밍 서비스를 제공할 만큼 충분한 대역폭 환경이 조성되었다. 초기 TPS 번들 서비스는 8M의 인터넷 접속 서비스가 약 19.55달러, 정액제의 VoIP 서비스가 11.73달러, Neuf TV 서비스가 7.82달러로 책정되었다. 2006년 6월 말 기준으로 60만 IPTV 가입자와 312만 명의 브로드밴드 가입자를 확보하고 있다.

NeufTV 콘텐츠는 기본적으로 스포츠, 정보, 음악, 유아교육, 국제 뉴스 등으로 다양하고 프리미엄 콘텐츠로 월 2~11유로를 추가로 내면 MTV 프리미엄, AB Thematiques, AB 시네마 등을 제공하였다. 그 밖에 EPG를 비롯하여 채널리스트, 시청제한, 부가정보, 다국어지원, 비디오 오프런싱, 음성메시지, 홈 멀티미디어 플레이어 기능을 제공하였다. NeufTV STB는 디지털 지상파 튜너 기능이 있어 실시간 지상파 방송 시청을 가능하게 하였다. 이 지상파 시청 기능이 다른 Pay TV 서비스와의 확실한 차별요소가 되어 경쟁력을 강화시킬 수 있었다[5].

Neuf Cegetel은 현재 이통회사인 SFR(Vodafone 그룹이 44%의 지분을 가지고 있음)과 64억 달러 규모의 매각협상을 진행 중에 있다. 이러한 매각협상의 배경에는 프랑스의 브로드밴드 시장이 커지고 있는 것과 함께 FT와의 QPS 경쟁 체제를 갖추기 위한 SFR의 전략이 있다. FT는 현재 2,300만 명의 이동통신 가입자와 600만 명의 브로드밴드 가입자, 100만 명의 IPTV 가입자를 확보하고 있다. 이번 매각협상이 성공리에 완료되면 SFR은 1,800만의 가입자와 350만 명의 브로드밴드 가입자, 그리고 약 60만 명의 IPTV 가입자를 확보하는 기업으로 Neuf 비즈니스를 이어갈 것이다[6].

<표 2> France Telecom 과 Neuf Cegetel 비교(2007년 9월 말 기준)

구분	2007 Q3			이동통신 가입자 (백만 명)	브로드밴드 가입자 (백만 명)	IPTV 가입자 (명)
	총수익 in France	이동통신 수익	유선부문 수익			
France Telecom	€7.06 B	€2.56 B	€4.5 B	23.5	6.5	975,000
SFR & Neuf Cegetel	€3.16 B	€2.3 B	€859 M	18.1	3.5	600,000+

4. Telefonica(스페인)

텔레포니카는 세계적으로 2억 1,800만 명이라는 고객을 가진 거대 통신 기업이다. 이중 이동통신 고객이 약 1억 6,000만 명, 브로드밴드 가입자가 960만 명이다. 브로드밴드 가입자 중 430만 명은 스페인 고객이며 나머지 470만 명은 라틴아메리카 고객이다. 그 외 57만 명 정도의 브로드밴드 가입자가 유럽 국가에 퍼져 있다. 텔레포니카는 스페인 브로드밴드 시장의 약 57%를 차지하고 있다.

텔레포니카는 Imagenio 라는 브랜드로 2004년 IPTV 사업을 시작하였다. 자사가 자체 개발한 미들웨어 플랫폼 역시 Imagenio 라는 이름을 붙이고 서비스에 사용하고 있다. 2006년 4월 텔레포니카는 자사의 Imagenio 미들웨어 플랫폼을 Lucent 에 넘김으로써 AlcaLu 의 미들웨어 기술의 지원을 받게 되었다.

텔레포니카의 IPTV 서비스는 초기 느린 성장을 보였지만, 2005년 말 적극적인 마케팅 공세로 2006년 초반 20만 명의 가입자를 확보하는데 성공하였다. 2007년 현재 약 46만 9,000명의 가입자를 확보하고 있다. 텔레포니카는 스페인 내에 434만 명에 달하는 브로드밴드 가입자를 보유하고 있어 현재까지 약 11%의 IPTV 가입자를 유치하는 데 성공한 셈이다. 이외에 체크에 약 6만 명의 IPTV 가입자를 가지고 있다. 2007년 2분기에 3만 2,000명의 신규 고객과 3분기에 1만 8,000명의 신규 가입자를 확보하였다[7].

5. Belgacom(벨기에)

벨기에의 대표적 통신 기업인 벨가콤은 2005년 6월부터 IPTV 사업을 시작하여 2007년 말 현재 25만 명의 가입자를 확보하고 있다. 2007년 3분기에만 5만 8,000여명이 신규로 가입하였다. IPTV 사업과 관련해서 2007년 9개월 동안 4,200만 달러의 수익을 기록하고 있는 반면 지출은 9,300만 달러에 달하고 있다. 지출 중 22%는 유선 부문에 대한 투자이다. 이러한 투자에 힘입어 벨기에 전체 가구의 80%에 ADSL2+ 과 VDSL 망을 보급하는데 성공하였다[8].

벨가콤은 Myrio 라는 노키아-지멘스가 만든 미들웨어를 통해 PVR 과 인터랙티브 서비스 제공하고 있으며 콘텐츠 측면에서는 역시 축구 경기를 주요 콘텐츠로 삼고 있다. BelgacomTV 의 프리미엄 서비스인 All football 서비스는 매주 금요일에서 일요일 저녁까지 방송되고 벨기에 축구 리그인 'Jupiter League' 경기가 중계방송 된다. 동 서비스 가입자는 이탈리아 1부 리그의 Top match 3개를 시청할 수 있으며 'My Club Away'를 월 7.95 유로에 구매하면 자신이 좋아하는 클럽의 원정 경기를 집에서 관람할 수 있게 된다. 이 밖에 부가 데이터 서비스로 전자 투표

및 상거래가 가능하고 날씨정보, 복권 결과 보기, 업종별/개인별 전화번호부 검색, 이메일 송수신, TV 채팅 등의 서비스를 제공하고 있다. 현재, 벨가콤의 당면과제는 인구 1,000 만이라는 자국의 시장 규모를 극복하고 어떻게 서비스를 글로벌화 하느냐는 것이다[18].

6. TeliaSonera(스웨덴)

스웨덴 통신 기업인 TeliaSonera 는 2006 년부터 스웨덴과 핀란드에서 IPTV 사업을 시작하였다. 현재까지 스웨덴에서 자사의 광대역 가입자의 약 22%인 21.6 만 명을 IPTV 가입자로 확보하고 있다.

TeliaSonera 는 2007 년 말 브로드밴드 상에서 HDTV 를 제공하기 위한 시험을 진행하였고 HDTV 제공을 통해 서비스 경쟁력을 강화하려 하고 있다[9].

해외 지역에서도 사업을 추진하여 현재까지 에스토니아와 리투아니아에서 약 5 만 명의 가입자를 확보하고 있다. 핀란드에서는 17 만 명의 케이블 TV 가입자를 확보하고 있다. Telia Sonera 는 향후 10 대 기업에서 제외될 것으로 예상되는데 그 이유는 벨기에와 마찬가지로 스웨덴의 시장이 전체 인구 900 만으로 매우 제한적이기 때문이다. 향후 인도와 한국 시장에서 10 대 기업들이 등장할 것으로 예상된다.

7. Fastweb(이탈리아)

이탈리아의 FastWeb 은 IPTV 서비스의 선구자적 회사로 평가되고 있다. 광네트워크를 통해 음성, 데이터, 그리고 방송의 TPS 서비스를 2001 년부터 제공하기 시작하였다. 2002 년에 TV 방송을 제공하였고 2003 년에는 실시간 축구 경기를 콘텐츠 라인에 포함시킴으로써 큰 성장을 보기 시작하였다.

FastWeb 은 지난 2007 년 3 월 48 억 달러에 Swisscom 에 매각되었는데 당시 125 만 명의 광대역 가입자에서 고작 17 만 명의 IPTV 가입자를 확보한 기업에 이렇게 막대한 투자를 감행된 사실이 관심을 끌게 하였다. Swisscom 은 이탈리아 IPTV 시장의 높은 잠재성과 스위스에서 IPTV 서비스 경쟁력을 확보한다는 명분으로 Fastweb 의 IPTV 사업경험을 흡수하고자 하였다. Swisscom 은 2006 년 11 월부터 Bluewin TV 라는 IPTV 서비스를 Microsoft 의 미들웨어를 기반으로 스위스에서 제공하고 있다[10].

한편, 최근까지 FastWeb IPTV 서비스를 이용하고 싶은 고객은 VoIP, 인터넷 접속 서비스까지 하나로 묶여진 번들을 통해서만 구매가 가능하였다. 하지만 Telecom Italia(Alice Home TV)와 위성사업자인 Sky, 라이벌 기업인 Wind 와의 경쟁 체제에서 IPTV 독립적으로 서비스

가입을 받기 시작하였다. 그리고 그 서비스를 IPTV2.0이라 명명하였다. 향후 FastWeb은 지속적으로 FTTH 망을 확장해 나감으로 TV 시청이 가능한 초고속 인터넷 가입자 인구를 확대해 나가고자 한다. Fastweb의 125만 명의 브로드밴드 가입자 중 약 47.7만 명이 TV 시청이 가능하지 못한 DSL 망을 이용하고 있다.

III. 아시아의 사업자 동향

1. PCCW(홍콩)

홍콩의 PCCW는 2004년 말 약 41만 6,000명의 가입자를 확보함으로써 가입자 규모로 세계 1위의 IPTV 사업자로 급부상하였다. 2007년 말까지 81만 8,000명의 가입자를 확보한 지금은 프랑스 기업들의 선전에 밀리고 있는 추세이다. 이미 자사의 브로드밴드 가입자의 69.3%가 IPTV 서비스에 가입한 상태라 성장세는 점차 둔화되리라는 예상된다.

PCCW의 급속한 성장에는 중국과는 다르게 자유로운 콘텐츠 계약 환경이 보장되었기 때문이라는 분석이 있다. HBO와 ESPN 같은 프리미엄 콘텐츠를 서비스 라인업에 포함시킬 수 있었던 것이 주요하였다. 2006년 PCCW는 홍콩 내에서 07/08 시즌부터 3년간 영국 EPL 축구 중계 독점권을 따냄으로써 콘텐츠 차별화에 집중하는 모습을 보이기도 하였다. 게다가 Eurosport, Eurosport News와 자체 제작한 Now Sports 등의 스포츠 채널을 강화하였다. 또 하나의 성공 모델은 'a la carte' 비즈니스 모델이다[18]. 패키지 단위로 채널들을 구매하는 것이 아닌 보고 싶은 채널만 구매함으로써 소비자는 효익과 비용절감을 달성할 수 있었다. 사업자 입장에서는 수익성이 다소 떨어지는 위험성이 있긴 하지만 ARPU는 오히려 오른 것으로 나타났다[11].

PCCW는 향후 홍콩외 지역에서 IPTV 사업을 확장해 갈 계획이다. 자체 개발한 미들웨어 플랫폼을 가지고 Cascade라는 IPTV 미들웨어 플랫폼 전문 독립회사를 창립하여 미들웨어 시장에도 뛰어들 전망이다. 동남아 지역을 중심으로 진출이 예상되고 있다.

2. Chunghwa Telecom(대만)

청화텔레콤은 대만 최대 통신회사로서 95%의 국가 네트워크를 커버하고 있으며 400만 명의 브로드밴드 가입자를 보유하고 있다. 2003년 4월 IPTV 서비스를 개시하여 2007년 9월까지 약 35만 8,000명의 고객을 확보하는데 성공하였다[12].

2003년 최초의 서비스 미들웨어로서 ORCA Interactive사의 미들웨어 플랫폼을 채택하였

으나 2004 년 AlcaLu 의 Open Middleware Platform 을 추가하기 시작하였다.

청화텔레콤은 중국에 비해 콘텐츠 이용에 있어 규제를 덜 받는 편이고, 부가 서비스로서 온 디맨드 노래방 서비스(Karaoke on Demand)가 인기를 얻고 있는 것으로 나타났다. 유료 서비스 인 KoD 서비스는 출시 후 한 달만에 30 만 건이 넘는 이용 횟수를 보였고 Pay-TV 서비스의 주 수익으로 떠오르기 시작하였다. 청화텔레콤은 Streaming21 이라는 솔루션을 이용해 이 서비스를 하고 있다. 청화텔레콤은 KoD 를 킬러 서비스로 간주하고 마케팅에도 많은 투자를 지원하고 있다. 8,000 여 곡의 노래 반주가 담겨 있으며 두 가지 형태로 상품을 제공하고 있다. 하나는 곡당 NT(New Taiwan)\$5 다른 하나는 무제한에 NT\$100 이다. 이러한 성공에는 Streaming21 의 EPG 인터페이스와 My Jukebox 같은 개인화 서비스에 요소가 기여한 것으로 분석된다. 현재 세 번째 서비스 전송 플랫폼으로 Microsoft 사의 Mediaroom 을 제공할 계획이며 시험을 마친 상태이다. 올해는 HDTV 전송을 계획 중에 있으며 서비스 제공에 성공할 경우 HDTV 를 제공하지 못하는 케이블 업체보다 상대적인 우위를 점할 것으로 예측된다.

참고로, Streaming21 의 STB Media Player 의 주요 기능(Streaming21.com)은 다음과 같다 [12].

- 고급 클라이언트 재생 기능, 플로 제어 및 동적 failover 기능
- 브로드밴드와 인터넷 스트리밍 콘텐츠 동시 접속 가능한 독립형 통합 애플리케이션
- 로컬 미디어 및 인터넷 미디어 파일을 브라우징 하거나 재생할 수 있는 미디어 매니저
- 풍부한 광고 저장 공간
- Big5 와 한국어, 일본어를 포함한 다국어 팝업 메뉴 지원 기능
- 시청하는 윈도를 다양한 사이즈로 조절할 수 기능
- 디코더 속성 제어 화면
- 영상 제목, 저작자, 저작권에 대해 보여줄 수 있는 디스플레이 공간
- PC, STB, 무선 휴대선 장치로부터 시청할 수 있는 기능 등

3. China Telecom(중국)

차이나 텔레콤은 2006 년 9 월 상용 IPTV 서비스를 상하이에서 시작하였다. 2007 년 6 월까지 약 31 만 명의 가입자를 확보하고 있는 상태이다. 차이나 텔레콤은 3,500 만 명 이상이 초고속 가입자를 가지고 있어 앞으로의 성장 가능성이 더욱 기대되고 있다.

미들웨어 플랫폼으로 UTStarcom 의 RollingStream 을 사용하고 있다. 콘텐츠는 SMG 와의

제휴를 통해 SMG의 콘텐츠를 차이나텔레콤 망을 통해 전송하고 있다. 이는 중국의 IPTV 시장에서는 콘텐츠를 소유하거나 전송하는 것에 대한 규제에서 비롯되는 것으로 풀이된다[13]. 유럽이나 북미시장에 비해 국가의 통제가 매우 엄격하여 이용 가능한 콘텐츠가 제한적이라는 것이 시장의 특성이고 IPTV 성장에 제약요소가 되고 있다.

IV. 결 론

지금까지 살펴본 해외 IPTV 사업자 현황을 통해 세 가지 측면에서 시사점을 살펴볼 수 있을 것이다.

첫째, 마케팅 전략 측면이다. 먼저, IPTV 서비스 제공시 이탈리아의 경우처럼, 경쟁자가 없는 초기 시장에는 결합 서비스를 제공함으로써 소비자의 전환 비용을 높일 수 있다. 하지만, 경쟁 체제에 들어가게 되면 비유연적인 번들링 상품 제공을 유지할 수 없고, 따라서 개별 제품당 원가 경쟁에 들어갈 수 밖에 없는 상황에 처해지게 된다. VoIP, 인터넷 접속 서비스, IPTV 서비스가 각각 원가 경쟁에 돌입한다고 할 때 망 이용 대가를 지불하지 않는 망 사업자가 사업적으로 유리한 측면이 있으나 IPTV 측면에서는 사업자에 관계 없이 콘텐츠 이용 대가 비용 부담이 커져 전반적인 ARPU 상승이라는 애초의 기대를 달성하기 힘들지도 모른다. 아직까지 IPTV 사업이 세계적으로 초기 진행중인 상황이라 사업 성패를 판단하기에는 이른 감이 없지 않지만, 성숙시장으로 갈수록 가격 전쟁 양상을 보이기 때문에 사업자 종속적인 네트워크 효과가 검증되지 않은 IPTV 사업의 경우 수익성 보장이 어려워 보이는 것이 사실이다. 콘텐츠 측면에서는 온디맨드 노래방 서비스가 인기를 모으고 있고, 축구 경기 같은 실시간 스포츠 콘텐츠가 가입자 확보에 중요한 역할을 하고 있다는 점을 참고할 필요가 있다.

둘째, 기술적 측면이다. 특히 IPTV 미들웨어에서 AlcaLu와 제휴하고 있는 Microsoft의 Mediaroom 기술이 주목을 받고 있음을 볼 수 있다. Lucent를 합병한 Alcatel과 Microsoft는 2005년 2월 공식 제휴를 체결하였다. 이전까지는 양사는 IPTV 미들웨어 플랫폼의 경쟁사였다. AlcaLu는 Open Media Suite라는 솔루션을, MS는 IPTV Edition을 각각 보유하고 있었다. 하지만, AlcaLu는 하드웨어에 MS는 소프트웨어에 집중하면서 시너지를 발휘한다면 STB 비용 감소를 달성하여 더 큰 시장을 함께 창출하는 윈윈효과를 기대할 수 있다는 데 제휴의 배경이 있는 것으로 분석된다. MS의 IPTV 사업은 향후 웹기반의 IPTV 환경으로 발전되었을 때 더욱 확대될 전망이다. MS는 이미 IPTV 미들웨어 플랫폼인 Mediaroom, 콘텐츠 관리 솔루션인 IMM(Interactive Media Manager)를 발표하였고, Cross-browser RIA(Rich Internet Application)

플랫폼인 Sliverlight 라인업을 구비함으로써 IPTV 사업의 주도권을 확보하려는 큰 그림을 그리고 있다[15]. 이에 따라 Firefox 와 같은 오픈 소스 기반의 브라우저 진영, Adobe 를 중심으로 한 RIA 진영 등에서 MS 에 대응하기 위한 움직임을 보일 것으로 예상된다. UTStarcom 같은 미들웨어 부분의 경쟁사도 MS 의 솔루션이 Large-Scale 의 실시간 라이브 TV 서비스를 제공하는 데 적합할지 의문을 제기하면서 새로운 기술 경쟁 구도를 시사하고 있다. 전세계적으로 MS 가 IPTV 운영체제와 미들웨어를 선점하기 위해 속도를 내고 있는 가운데 국내 IPTV 가 상용화에 성공한다면 MS 의 대안으로 각광받을 것이란 전망도 나오고 있다. MS 가 제안하는 IPTV 는 지상파 방송은 위성이나 안테나를 이용하고, VoD 나 양방향 서비스만 IP 를 이용하는 하이브리드 방식이어서 한국의 순수 IPTV 와는 구별된다는 점 때문이다. 또한 미국의 AT&T 를 포함한 유럽의 IPTV 사업자들과 에릭슨, 노키아-지멘스, 삼성전자 등 STB 벤더들을 중심으로 Open IPTV Forum 이 구성되어 통신사의 Walled Garden 전략의 이점을 최대화하려는 가운데 MS 와 같은 특정 벤더들의 의존성을 피하기 위한 방안들이 논의되고 있다[16],[17].

마지막으로, 제도 및 규제 측면이다. 프랑스 Iliad 의 성공사례에서 보듯 LLU(가입자망 공동 활용)이 사업자 경쟁을 통한 서비스 혁신을 유도하여 사업 구조에 영향을 줬음을 알 수 있다. 우리나라에서는 시내전화의 경우 LLU 제도가 진행되고 있으나 IPTV 사업에 있어서는 사실상 LLU 가 적용되지 않고 있다. 이에 SKT '365°C' 그리고 '하나 TV over 파워콤'의 예에서도 나타났듯이 사업자들간의 갈등으로 그대로 표출되고 있다. 이 문제는 망 중립성 논쟁을 불러 일으키고 있으며 CPs 의 IPTV 사업 진출에 진입 장벽이 되고 있을 뿐만 아니라 다양한 IPTV 비즈니스 모델의 출현에 걸림돌이 되고 있는 것이 사실이다[19]. IPTV 사업자간의 LLU 문제와 망 중립성 논쟁을 마무리하는 함에 있어 다양한 사업자와 서비스가 출현할 수 있는 환경과 이를 통한 소비자의 효용 증대가 고려되어 적절한 해결 방안이 조속히 수립된다면 IPTV 서비스의 성장 이 한 층 탄력을 받을 것으로 전망된다.

<참 고 문 헌>

- [1] Lightreading.com, "Top Ten: IPTV Carriers," 2008. 1. 14, <http://www.lightreading.com/>
- [2] Iliad, <http://www.iliad.fr/>
- [3] Iliad, "Barcelona-TMT Conference Results and Strategy Presentation," 2007. 11.
- [4] France Telecom, <http://www.orange.fr/>
- [5] Neuf Cegetel, <http://www.neufcegetel.fr/>
- [6] Lightreading, "SFR to Swallow Neuf in 6.4B Deal," 2007. 11. 20.

-
- [7] Telefonica, <http://www.telefonica.com/>
 - [8] Belgacom, <http://www.belgacom.be/>
 - [9] TeliaSonera, <http://www.teliasonera.com/>
 - [10] FastWeb, <http://www.fastweb.it/>
 - [11] PCCW, <http://www.pccw.com/eng/>
 - [12] Chunghwa Telecom, <http://www.cht.com.tw/CHTFinalE/Web/>
 - [13] China Telecom, <http://en.chinatelecom.com.cn/>
 - [14] FastWeb, <http://www.fastweb.it/>
 - [15] BetaNews, “Microsoft’s Mediaroom Tests the Grounds Beyond IPTV’s ‘Walled Garden,’” 2007. 6. 18, <http://www.betanews.com/>
 - [16] MobileTechNews, “Open IPTV Forum Consortium Announced,” 2007. 3. 19.
 - [17] Open IPTV Forum, <http://www.openiptvforum.org/>
 - [18] 김유석, “해외 IPTV 제공 사업자의 서비스 개요”, 정보통신정책 19 권 4 호, 2007. 3. 2.
 - [19] ZDNET Korea, “IPTV 망중립성 이슈 해결 시급”, 2008. 2. 27.
<http://www.zdnet.co.kr/news/network/broadcast/0,39031043,39166306,00.htm>

* 본 내용은 필자의 주관적인 의견이며 IITA 의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.