



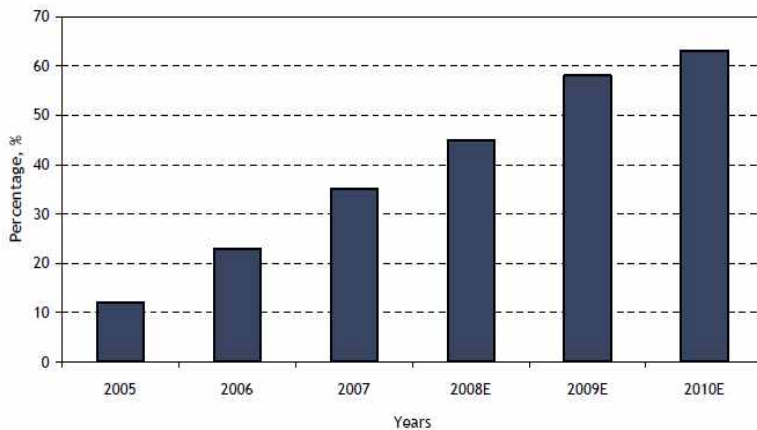
III. 금주의 핫 이슈



IPTV시장 확대로 본격적인 'Video 2.0' 시대 전개

- HDTV 보급 확산, 초고속 네트워크 업그레이드, 온라인 콘텐츠 증대 등이 'Video 2.0' 시대의 전개를 촉진
 - 오늘날 고화질 디스플레이 기술의 진전과 더불어 초고속 네트워크의 확산을 바탕으로 지구상에서 생성되는 수많은 동영상 콘텐츠들이 시공간적으로나 세대, 성별을 구분하지 않고 다양한 정보기기를 통해 누구나 이용할 수 있는 이른바 'Video 2.0' 시대에 들어섬
 - 아직까지는 Video 2.0을 뒷받침할 만한 초고속 네트워크 구축이 초기단계에 있지만, 앞으로 차세대 HD급 동화상 콘텐츠들이 다중 캐리어 네트워크에 의해 널리 보급될 전망
 - 향후 수 년 간에 걸쳐 세계 동영상 시장에서 주요 통신사업자들의 치열한 경쟁이 예상되며, 수백 개의 HD 채널과 수천 개의 VOD 타이틀의 확산은 압축 및 전송기술의 진전과 통신 인프라 투자를 더욱 가속화시킬 전망
 - 2012년까지 1억 3백만 미국 가정이 HDTV 세트를 보유하고, 1대 이상 보유 가구 비율도 현재 25%에서 40% 이상으로 늘어날 것으로 보이며, DVD 시청시간의 증가와 함께 전 세계 평균 비디오 시청시간은 주당 23시간을 넘어설 전망

그림 III-1 HDTV 시장 보급률(2005~2010E)과 온라인 동영상 시청 동향



* 세대/성별에 따른 온라인 동영상 시청 및 다운로드 사용자 비율

구분	비율
남성	70%
여성	60%
18~29세	80%
30~49세	59%
50~64세	50%
평균	57%

<자료>: RBC Capital Markets research, 2008. 9.

- 다양한 동영상 콘텐츠의 개발에 따른 유료 콘텐츠의 증가와 시청 패턴의 변화로 서비스 제공 업체들은 고객을 유지하기 위해 새로운 기술 솔루션의 적용과 미디어 서비스 간 파트너십을 확대
 - CBS, Viacom, Fox, NBC, AOL 등의 미국의 메이저급 방송/영화사들이 크로스 플랫폼을 특징으로 하는 Video 2.0의 특성을 활용하여 Web상의 파트너십 확대와 함께 자신들의 콘텐츠를 앞세워 온라인 동영상 서비스 시장에 진출



- 금년 초 대형방송사인 NBC와 영화사 Fox가 합작투자자로 Hulu.com을 설립하고 50여 개의 미디어사/영화사 TV 프로그램/영화를 광고와 함께 무료로 인터넷에서 제공

- 차세대 케이블 표준인 DOCSIS 3.0의 뚜렷한 성능 향상으로 통신 인프라의 업그레이드가 확산됨으로써 케이블모뎀이나 셋톱박스 제조업체에 호기로 작용

- 케이블 사업자들은 가입자 수 하락을 막기 위해 통신 사업자나 위성 사업자들에 앞서 DOCSIS 3.3을 채용하여 자체 네트워크를 업그레이드하는 한편, HD 채널의 추가, 다량의 콘텐츠 확보, 확장된 VOD 라이브러리 구축과 다양한 서비스를 번들로 제공

- 이 같은 추세에 따라 네트워크 업그레이드를 비롯하여 홈패스1) 설치의 증설, 스위치 및 라우터 업그레이드, 인코딩 기술 개발 등에 120억~150억 달러 규모의 투자가 이루어질 것으로 예상됨

□ 글로벌 인터넷 서비스 업체들의 본격적인 유료 TV시장 진출

- iTunes을 통한 Apple의 동영상 다운로드 서비스 확산, Google Video의 출시, YouTube 등이 디지털 TV 시장의 양상을 급격히 변모시킴

- 이들 글로벌 인터넷 서비스 업체들은 통신사업자들과 달리 TV 서비스를 위한 인프라 투자가 필요 없고, IP 네트워크 접속자의 프로파일 수용능력과 강력한 양방향성을 바탕으로 CDN(content delivery networks), IP 트랜짓, P2P 등 다양한 콘텐츠 전달수단을 통해 UGC(User Generated Content) 동영상 공유 사이트를 비롯하여 VOD 숏과 전문 퍼블리셔를 보유

- AOL, Google, Yahoo 등은 유료 TV 시장 진출을 발표하였고, 특히 Google은 Google Video 스토어의 출시와 함께 올해 초 유료 TV 사업에 진출. 이 같은 온라인 스토어들은 프라임 타임의 히트 프로그램, 클래식 TV 쇼, NBA 게임, 독립영화필름, 카툰, 교육 프로그램 등 다양한 동영상 콘텐츠를 0.99~3.95 달러의 요금으로 다운로드가 가능

- 초고속 광대역 속도증가 추세로 딜레마에 빠진 통신사업자와 케이블 사업자들

- 광대역 통신망의 전송속도 증가추세는 글로벌 인터넷 서비스 업체들이 전문 방송 표준TV 송출에 필요한 QoS를 더욱 용이하게 함으로써 유료TV 시장에 적극적으로 진출하는 계기로 작용

- 인터넷 동영상 콘텐츠의 증가는 기존 유료 TV시장에서 케이블 및 위성 운영자들의 수익을 감소시키는 한편, 웹을 통한 TV 프로그램의 과잉 서비스는 유선방송사업자(MSO: multipel system operator)들이 준비하고 있는 VOD 서비스를 잠식시킬 가능성이 높음

□ Video 2.0 시대를 여는 IPTV 시장은 초기 단계

- RBC Capital Markets 조사에 따르면 2012년 세계 케이블 및 위성 TV 가입자 수는 대략 5억 명 정도이고, IPTV 가입자 수는 5,700만 명에 이를 것으로 전망

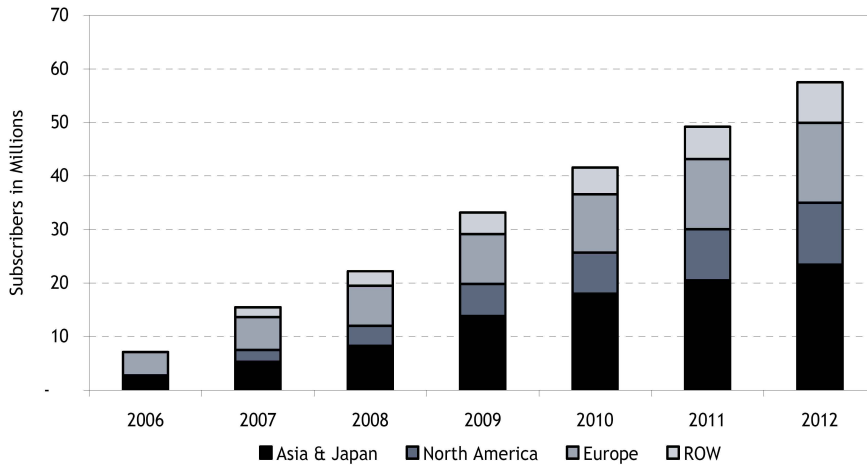
- 2012년까지 전 세계 케이블 및 위성 TV 가입자는 약 5억 명, 통신사업자 IPTV 가입자는 5,700만 명에 이를 전망이며, 최근 1 달 동안 인터넷 사용자들의 온라인 동영상 시청 수는 120억 개 이상에 달하여 대역폭 확대 요구는 더욱 거세질 전망

- 통신사업자 측면에서는 브로드밴드 보급률이 높고, 케이블 사업자와의 경쟁이 낮으며, 유료 콘텐츠 서비스를 원하는 소비자들이 있는 지역에서 동영상 서비스가 최적의 선택

1) 케이블 방송 수신을 위해 바로 인입선을 설치할 수 있는 세대(수신 가능 세대)를 말하며 케이블TV 방송국의 규모를 나타냄.



그림 III-2 IPTV 가입자 수 전망



<자료>: RBC Capital Markets, 2008.9.

- 유럽은 IPTV시장에서 앞서 나간 것으로 보이나 사업자들의 성공률은 특정 국가에서만 나타남: 프랑스, 이탈리아에서는 가입자 수가 큰 폭으로 증가할 전망이지만, 영국과 독일의 경우 단기적으로 대형 프로젝트들에서 해결해야 할 문제들이 남아있음
- 아시아에서의 성장 모멘텀은 중국으로 2008년 중반부터 671개의 IPTV 서비스를 제공하고 있는데, 그 중 약 100개가 신규 서비스이고, 현재 60개 이상의 대형 서비스 제공업자들이 IPTV 서비스 마케팅을 적극적으로 전개
- 미디어 회사들과 메이저 방송사들은 또 다른 수익원으로서 통신 사업자를 주목하고 있지만, 당분간은 시청자 수요 경험이 풍부한 케이블 사업자가 시장을 주도할 것으로 판단
 - 수많은 회사들이 기존 네트워크보다는 웹으로 향하고 있는 추세로서 TV가 아직까지는 동영상 시청에 뛰어난 채널로 자리 잡고 있지만, PC가 온라인으로 동영상을 다운로드하거나 스트림하면서 동시에 스크린타임을 캡처하는 등 TV 영역을 서서히 잠식
 - 몇몇 벤더들과 사업자에 따르면 일부 IPTV 네트워크에서는 최신 인코딩 기술을 적용, MPEG-4와 HD스트림을 함께 약 9Mbps까지 압축할 수 있음. 더 나은 압축률이 HD 하향 채널에서 적어도 6Mbps, 심지어 3Mbps까지 가능하지만 신호품질은 저하되기 시작함.
- 케이블 TV시장에 비해 가입자 측면에서 아직은 초기 단계의 IPTV 시장이지만 장차 통신 산업 환경에 커다란 변화가 예상됨
 - 오늘날 세계 유료 TV 가입자 수는 7억 명 이상으로서 미국의 경우 케이블 가입자 수는 7,500만~7,700만 명에 달함. 케이블 TV에 비해 아직은 IPTV 가입자가 적지만 2008년 말까지 북미지역의 IPTV 홈패스 규모는 약 2,000만, IPTV 가입자 수는 3,800만에 이를 전망
 - 인프라 구축, 실험, 서비스 개시 등 통신사업자들의 초기 투자비용이 높은 것은 사실이나, 점차 가입자 수 증대에 따라 운영비용의 하락과 함께 수익증대가 가시화될 것으로 전망되며, AT&T와 Verizon은 IPTV 관련 전략을 강력히 추진하여 2009년부터는 본격적인 사업 전개가 예상됨



- 통신사업자들이 동영상 서비스 가입자 증가로 음성 서비스 가입자 손실을 상쇄시키고 있으나, 미국의 케이블 사업자들은 1,550만 이상의 전화 가입자를 확보하고 있으며, 매 분기 수십만 명이 추가되는 실정
 - 메이저 케이블 사업자인 Comcast는 550만 전화 가입자를 확보하고 있으며, Time Warner 등 대형 케이블 회사들은 IP를 통해 자신들의 서비스에 새로운 특성과 콘텐츠를 추가할 예정
 - In-Stat과 Siemens의 설문조사에 따르면 케이블이나 위성 TV 얼리어답터(early-adopter) 시청자들의 18%가 IPTV로의 전환을 고려하고 있으며, 34%는 10%의 서비스 요금 할인 시 IPTV로 전환할 것으로 나타나면서 북미지역의 IPTV에 대한 소비자들의 인식이 향상되는 추세

□ 광고수입과 가입자 요금이 IPTV의 주요 수익원

- 보급 초기 단계의 IPTV 시장은 주요 수익원과 사업모델도 진화 과정 중
 - 콘텐츠 제공업자들은 IPTV의 핵심 수익원을 표적광고(targeted advertising)에서 찾는 반면, 네트워크 사업자들은 콘텐츠에 대한 가입자 요금이 수익을 주도할 것이라고 예상
 - 전반적으로 IPTV 시장 사업자들은 새로운 서비스의 창출과 더불어 수익 극대화에 부심하고 있으며, 단기간의 시장 성장 요인으로는 가입자의 로열티 향상과 이탈을 줄이는데 초점을 맞춤

표 III-1 IPTV 수익원 분석

수익원	주요 내용
표적광고	<ul style="list-style-type: none"> ▶ IPTV는 매우 개인화된 광고 채널로 표적공략(targeting)이 용이하면서도 전통적인 TV의 친근한 유저인터페이스를 그대로 구현할 수 있다는 점에서 주목받고 있음 ▶ 대규모 고객에 대한 정보와 콘텐츠 이용 정보, 단말기 정보 등을 갖고 있고, 이미 구축된 사용자 인증과 과금 시스템 등을 통해 최적화된 맞춤형서비스가 가능하며, 고객 위치 정보를 갖고 있어 지역에 기반한 표적광고가 가능 ▶ 광고주들의 새로운 기회는 가입자들이 PC를 통해 비디오 콘텐츠를 얼마나 공유하는가에 좌우됨 ▶ 표적광고 시장을 주도하고 있는 프랑스의 IPTV 시장을 주목해 볼 만한데, 최근 Packet Vision과 TANDBERG TV가 Advanced 표적광고 솔루션 제공을 위해 제휴
가입 요금	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 프리미엄 및 기본 콘텐츠에 대한 가입 요금 부과는 수익 창출의 가장 강력한 요인 ▶ 무료 콘텐츠 이용 가입자들에게 유료 TV 프로그램으로의 전환을 요구해야하는 문제점이 있음
기타	<ul style="list-style-type: none"> ▶ pay-per-view TV 생방송, 영화 음악 등에 대한 content on demand 배포 요금, third-party 프리미엄 TV 서비스의 전달, 온라인 쇼핑

<자료>: RBC Capital Markets, 2008.9.

□ IPTV 시장 확대를 주도하는 AT&T, Verizon 등 미국의 통신사업자들

- AT&T는 2004년 6월 Project Lightspeed를 발표하면서 FTTN 네트워크 구축을 시작으로 2007년 5월 초, U-verse에 대한 설비투자를 65억 달러까지 확대하였으며, 2008년 말 가입자 규모는 1,800만 가구를 넘어설 것으로 예측
- Verizon은 미국의 절반이 넘는 28개 주에서 FTTH 네트워크 구축을 위해 230억 달러를 투자하였고, 연간 300만에 달하는 홈패스 증가율로 2010년 말까지 1,800만 가구에서 자사의 서비스를 이용하도록 할 계획



표 III-2 AT&T와 Verizon의 IPTV 서비스

구분	AT&T	Verizon
IPTV 서비스	U-Verse	FiOS
개시일	2006. 6.	2005.11.
요금 체계	패키지 가격: 월 69~139 달러 Triple-play패키지: 월 99.98 달러	패키지 가격: 월 42.99~139.95 달러 Triple-play패키지: 월 99.99 달러
가입자 수	2008년 말 100만 가입자 목표 2010년 3,000만 가구 목표	2008. 6월 현재 190만 명, 보급률 23.5%(Texas 35%), 2010년 1,800 만 명 목표
네트워크	FTTN	FTTH
서비스 지역	산안토니오를 시작으로 휴스턴 등으로 확대. 최근 'U-verse OnTheGo' 를 통해 광대역 인터넷 접속 환경에서 U-verse 프로그램을 PC로 시청	Texas일부 지역에서 처음 시작, Florida, Virginia, California, Maryland 와 Long Island 대부분 지역. 현재 16개 주에서 FiOS TV 시청 가능
제공 채널 수	HD 채널 26개를 포함해 300 채널 이상 2009년 100개 추가 예정	HD 28 채널, 동영상 및 음악 200 채널, VoD 2,000 채널
서비스 특징	MobiTV와 제휴, 'U-verse OnTheGo' 로 TV 프로그램을 가입자 PC로 직접 제공	FiOS TV 가입자에게 3개의 패키지 제공

<자료>: RBC Capital Markets, 2008. 9.

□ 시사점

- 고속화된 IT 인프라의 환경의 진전과 더불어 다양한 미디어 기기의 활용을 바탕으로 방대한 양의 동영상 콘텐츠 시장의 급속한 확대는 사회, 경제적으로 'Video 2.0' 시대의 전개를 예고
- 특히 전 세계적으로 앞 다투어 전개되고 있는 IPTV 시장은 메이저급 방송사, 영화사, 통신사업자, 케이블 사업자 등이 상호 이해관계가 얽히면서 다양한 형태로의 서비스 창출이 기대되는 분야로 부각됨
- 기술적으로 세계적 수준에 도달한 국내 IPTV 사업 환경에 비추어 유럽 등에 비해 늦게 출발한 우리나라의 경우, 선도국들의 IPTV 서비스 전개 동향을 면밀히 파악하고 새로운 기술의 적용과 비즈니스 모델을 예의 주시할 필요가 있음
- 또한 하드웨어 기기와 네트워크를 비롯한 콘텐츠의 지배력에 큰 영향을 받을 것으로 보이는 'Video 2.0' 시대에 동영상 콘텐츠에 대한 지속적인 투자와 개발이 무엇보다 중요한 시점으로 대두됨

“Weekly IT BRIEF”는 정보통신연구진흥원 정보서비스단에서 수행하는 ”IT통계조사 및 동향분석지원“ 사업 결과의 일부로 산출된 것입니다.

- 사업 책임자 : 이효은
- 과제 책임자 : 김정환, 강희일
- 참여 연구원 : 이윤철, 이장우, 조성선, 문형돈, 김용균, 이성휘
홍승표, 정지범, 정해식, 김진희, 이승민, 김현중

본 자료의 내용을 전제할 수 없으며, 인용할 경우 그 출처를 반드시 명시하여 주시기 바랍니다.



3015-348

정보서비스단
정보조사분석팀/통계분석팀

대전광역시 유성구 화암동 58-4번지
전화 : (042) 710-1370/1390, 팩스 : (042) 710-1379