

차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011

우리 콘텐츠 플랫폼의 글로벌 서비스 가능성
- 한국의 유튜브나 페이스북은 가능한가?

2011. 6. 3 Fri. 13:00 - 18:10

COEX Conference Room 402

발표
자료집



차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011

우리 콘텐츠 플랫폼의 글로벌 서비스 가능성
- 한국의 유튜브나 페이스북은 가능한가?

전세계 콘텐츠 산업은 디지털 플랫폼을 기반으로 한 글로벌 비즈니스 환경으로
재편 중입니다. 플랫폼을 친 기업만이 살아남는 시장 환경 속에서 이제 걸음마를 내딛는
한국의 글로벌 서비스 플랫폼. 차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011은 우리 콘텐츠 플랫폼의
글로벌 서비스 현황과 전망을 살펴보고자 하는 자리입니다.

주최 :  문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

주관 : 한국콘텐츠진흥원  KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

후원 :  K-Internet
사) 한국인터넷기업협회

협찬 :  SK communications



Program

| 시간 | 내용 | 연사 |
|---------------|---|---|
| 13:00 ~ 13:30 | 등록 | |
| 13:30 ~ 14:50 | 글로벌 시장현황과 우리 콘텐츠 플랫폼의 필요성 • 기조강연: 새로운 시대, 우리 플랫폼이 나아갈 방향 • 플랫폼의 진화: 해외 플랫폼 동향과 전망 | 정지훈(관동의대 명지병원 IT융합연구소장) 송민정(KT경제경영연구소 수석연구원) |
| 14:50 ~ 15:00 | Break | |
| 15:00 ~ 16:10 | 우리 콘텐츠 플랫폼의 가능성 - 글로벌에서 통하는 우리 콘텐츠 • 한류 보급에 결정적 역할을 하는 온라인 플랫폼 • 슌피3.0 - 디지털 콘텐츠 플랫폼의 미래와 한류 | 호창성, 문지원(VIKI 공동설립자) 이준표((주)엔씨즈 이사) |
| 16:10 ~ 16:30 | Coffee Break | |
| 16:30 ~ 18:10 | 우리 콘텐츠 + 플랫폼 = 새로운 도전 • ‘글로벌 사이월드’ 전략 • 판도라TV의 글로벌 진출현황과 방향 | 윤준선(SK커뮤니케이션즈 본부장) 최형우(판도라TV 대표이사) |

차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011

Contents & Speaker

Session 1 글로벌 시장현황과 우리 콘텐츠 플랫폼의 필요성

- 기조강연: 새로운 시대, 우리 플랫폼이 나아갈 방향 01

정지훈 관동의대 명지병원 / 교수, 연구소장

| | |
|----|---|
| 주제 | 우리 콘텐츠 플랫폼의 글로벌 서비스 가능성 - 한국의 유튜브나 페이스북은 가능한가? |
| 내용 | 한류를 바탕으로 우리의 콘텐츠의 가능성은 늘어만 가고 있고, IT인프라와 휴대폰 등 IT강국으로서의 입지도 있지만, 글로벌 서비스를 위한 콘텐츠 플랫폼으로서의 위상은 아직 세계적인 수준에서 많이 떨어져 있는 우리의 현재 상황을 되돌아보고, 앞으로 다가온 콘텐츠-서비스 융합을 중심으로 하는 새로운 환경에 대처하는 방안에 대해 생각해 보도록 한다. |

- 플랫폼의 진화: 해외 플랫폼 동향과 전망 20

송민정 KT경제경영연구소 / 수석연구원

| | |
|----|---|
| 주제 | 해외 미디어플랫폼 동향과 향후 전망 |
| 내용 | <p>웹의 모바일, TV로의 이동을 통해 멀티 플랫폼, 멀티 디바이스 환경이 도래하였다.</p> <p>이에 서비스 간 융합 현상이 두드러져 하나의 사업자가 미디어와 정보, 통신 등 트라이버전스 서비스를 제공할 수 있는 시대가 되었다.</p> <p>TV 영역에서 보면, 기존의 TV사업자는 서비스 접점이 폐쇄형 STB 단인데 비해, 새롭게 등장한 스마트TV 사업자들의 서비스 접점은 개방형 내지 관리된 개방형의 OS와 더 나아가 HTML5, 퍼블릭 클라우드 환경의 도래로 웹 자체가 서비스 접점이 되는 시대로 변화하고 있다.</p> <p>이에 플랫폼의 진화라는 관점에서 해외 미디어플랫폼 경쟁구도에 대해 발표하고 다양한 사업자들의 N스크린 구현 시 향후 전망에 대해 살펴보고자 한다.</p> |

Contents & Speaker

Session 2 우리 콘텐츠 플랫폼의 가능성 - 글로벌에서 통하는 우리 콘텐츠

• 한류 보급에 결정적 역할을 하는 온라인 플랫폼 32

호창성 VIKI, INC. / Co-founder and CTO 문지원 VIKI, INC. / Co-founder and Chief Product Officer

| | |
|----|---|
| 주제 | 한류 보급에 결정적 역할을 하는 온라인 플랫폼 |
| 내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 인터넷/온라인 플랫폼들은 한류의 보급에 있어서 결정적 역할을 하고 있다 • 한류 콘텐츠는 매스마케팅이 아닌 소셜 마케팅이 더 효율적 (VIKi의 사례를 공유) • 한류 콘텐츠는 전통적 마케팅이 아닌 온라인 마케팅이 더 효율적 (VIKi의 사례를 공유) • 한류 콘텐츠의 성공을 위해서는 팬들과의 쌍방향 소통이 중요 • 한류 콘텐츠에 열광하는 해외 팬들의 사례/프로필/통계 • 모바일/스마트TV 등의 컨버전스로 인하여 온라인의 역할이 더욱 증대 • 다양한 플랫폼을 동시에 활용 |

• 숨피3.0 - 디지털 콘텐츠 플랫폼의 미래와 한류 39

이준표 (주)엔써즈 / 이사

| | |
|----|---|
| 주제 | Soompi 3.0 – Future of Digital Content Platform and Korean Wave |
| 내용 | 1998년 개인 홈페이지로 시작해 13년이 지난 현재 세계 최대 규모의 영문 한류 커뮤니티가 된 숨피의 역사와 한류의 변천사, 그리고 2011년 한국의 IT벤처 엔써즈에 인수된 이후 혁신적 미디어 기술과 접목한 뉴미디어이자 디지털 콘텐츠 플랫폼으로의 미래를 그려가는 숨피의 미래에 대해 이야기 한다. |

차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011

Session 3 *우리 콘텐츠 + 플랫폼 = 새로운 도전*

- '글로벌 사이월드'전략 57

윤준선 SK 커뮤니케이션즈 / 부장

| | |
|----|---|
| 주제 | 사이월드 글로벌 진출에 관련된 제약 사항 |
| 내용 | 사이월드 글로벌 진출은 국외 법인 설립이 아닌 국내에서 One standard Platform과 다국어 지원 F/W을 통해서 진출, 이와 관련 되어 관련된 법적 이슈 및 글로벌 사업 진행을 위한 콘텐츠 산업과의 협업 현황 |

- 판도라TV의 글로벌 진출현황과 방향 65

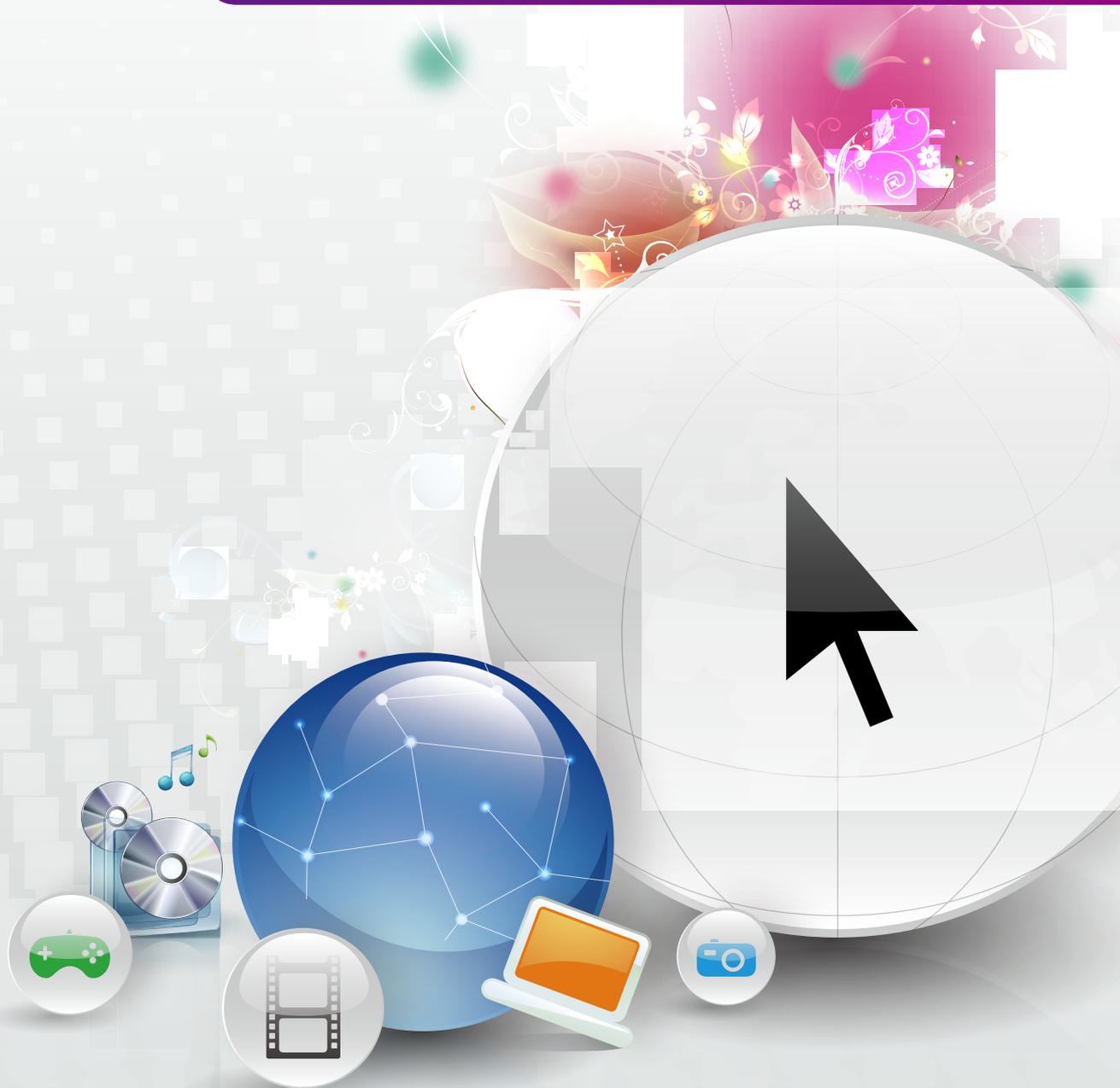
최형우 판도라TV / 대표이사

| | |
|----|--|
| 주제 | 판도라TV의 글로벌 진출현황과 방향 |
| 내용 | 글로벌 시장에서 유튜브와 어깨를 나란히 하는 동영상 서비스 포털로 성장하고자 하는 판도라TV. 국내 최대 동영상 서비스 플랫폼인 판도라TV의 글로벌 진출 현황과 전망, 향후 가능성을 조망하는 시간을 가져보고자 한다. |

Session 1

글로벌 시장현황과 우리 콘텐츠 플랫폼의 필요성

- 기조강연 : 새로운 시대, 우리 플랫폼이 나아갈 방향 1
정지훈(관동의대 명지병원 / IT융합연구소장)
- 플랫폼의 진화 : 해외 플랫폼 동향과 전망 20
송민정(KT경제경영연구소 / 수석연구원)



글로벌 콘텐츠 플랫폼을 향해

- 한국의 유튜브/페이스북은 가능한가? -

관동의대 명지병원 IT융합 연구소

정지훈

N 스크린 시대의 개막

N Screen 전략

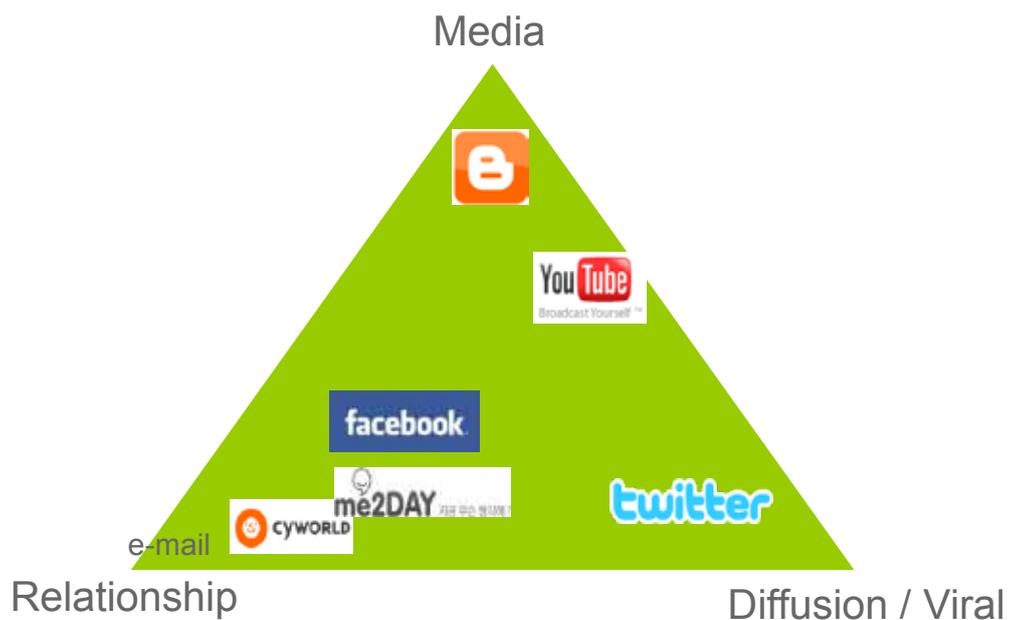
- TV 스크린: 가족 스크린 (Family Screen)
 - 가족들이 모여서 커다란 스크린을 함께 공유하면서 공동의 경험을 공유
 - 휴대폰 스크린과의 연계성이 중요할 것이며, 휴대폰 스크린이 가족 구성원들의 상호작용을 받아들이고 반응하는 개인 컨트롤러의 역할을
 - 공동의 경험을 극대화할 수 있는 다양한 서비스 디자인 및 하드웨어, 기술 등이 많이 채용
 - 공동게임, 소셜 웹과의 상호작용 등이 중요시
- PC 스크린: 가정용 서버 (Family Server)
 - 가정용 서버이자 전체적인 조율을 하게 되는 컨트롤 타워의 역할
 - 서로 다른 플랫폼들을 가진 스크린들이라도 표준화된 네트워크 기술과 로컬 스토리지 용량 및 컴퓨팅 파워를 바탕으로 서로 인터페이스
- 휴대폰 스크린: 개인용 커뮤니케이터 (Personal Communicator)
 - 언제나 개인의 생활에 붙어다니면서 통신을 하거나, 네트워크에 접속을 해서 다양한 소셜 활동을 하는 기본단위
 - 어떤 스크린보다 개인화의 정도가 크며, 4번째 스크린인 태블릿 스크린과의 연계 및 TV 스크린의 컨트롤러로서 동작

태블릿 스크린:

- 개인용 저작도구 및 멀티미디어 소비 스크린 (Personal Authoring Tool and Multimedia Consuming Screen)
- 다양한 문서 뿐만 아니라 멀티터치를 포함한 뛰어난 UI를 바탕으로 쉽게 멀티미디어 콘텐츠를 저작할 수 있고, 기존의 웹에 발행된 콘텐츠도 쉽게 저작하고 매쉬업 콘텐츠를 만들어낼 수 있게 될 것이며, 이를 쉽게 기존의 휴대폰 스크린과 연계를 통해 주고받을 수 있게 될 것
- 특히 기존의 종이로 가지고 다니던 다이어리나 노트의 역할을 대신하게 되며, 필요시 자신이 원하는 콘텐츠를 제작하고 보고할 수 있게 될 것이며, 피로하지 않으면서도 마음껏 자신이 보고싶은 영상을 보고 (가족들과 같이 볼 필요가 없는 영상 등), 경우에 따라서는 즉석에 소규모 그룹의 협업 또는 게임이 가능할 것

소셜 웹 서비스와 N 스크린

Social Web Service Spectrum



소셜 웹 방송

The screenshot shows the twitonair website interface. At the top, there are navigation links for '방송하기' (Broadcast), '생방송' (Live), '녹화방송' (Recorded Broadcast), and '아이폰앱' (iPhone App). The main content is divided into two sections: '민기 방송 채널 TOP3' (Min-gi Broadcast Channel TOP3) and '민기 녹화 영상 TOP3' (Min-gi Recorded Video TOP3). Each section contains three thumbnails with titles, dates, and viewer counts. A smartphone on the right displays the twitonair app interface with a 'FREE App' banner.

민기 방송 채널 TOP3

- 10/07/14 15:17pm: 오픈마이크(10.7.14.) (Host: @trequest, 222 viewers)
- 10/06/14 14:50pm: 허경영님과 함께하는 (Host: @yahoo_show, 524 viewers)
- 10/05/06 14:01pm: 원도심 우선공약 적... (Host: @dnews24, 991 viewers)

민기 녹화 영상 TOP3

- 10/06/21 20:01pm: Acoustic Coffee LIVE (Host: @acoustic_coffee, 382 viewers)
- 10/05/19 20:17pm: SNS 와 스마트폰이 주는 (Host: @hongse, 1,891 viewers)
- 10/05/01 11:52pm: 박경철 공개방송 (Host: @TalkinPark, 4,441 viewers)

[가상] 100분 토론 + Twitter 실시간 의견

The screenshot shows a virtual talk show set with three hosts sitting at a table. The background features a cityscape and the MBC logo. Two Twitter comments are overlaid on the bottom of the screen:

- 저 아저씨들 마음에 안들어! @zerofe
- 이게 지금 토론이냐! @abcmart

Water-Cooling Effect



http://www.nytimes.com/2010/02/24/business/media/24cooler.html?_r=1&ref=technology

YouTube의 변신

YouTube

검색 | 찾아보기 | 유티비

DrHiConcept | 로그인

게시판 | 게시 | 설정 | 테마 및 색상 | 모듈 | 동영상 및 채널 목록

DrHiConcept님의 채널 | 구독하기 | 인기 | 올린 동영상 | 즐겨찾기

2 Which of the following creatures is in the same family as a spider?

A B C D

0:00 / 2:42

300p

정보 | 즐겨찾기 | 공유 | 채널 목록 | 신고

올린 동영상 (22)

- Brain Pop iPad app review by Andy (조회수: 120 - 1주 전)
- 아이폰 앱 리뷰 - 푸딩 카메라 (Pudding Camera, 조회수: 108 - 1주 전)
- Tap Tap Radiation - iPad app review by Andy (조회수: 114 - 1주 전)

정보 보기 | 댓글

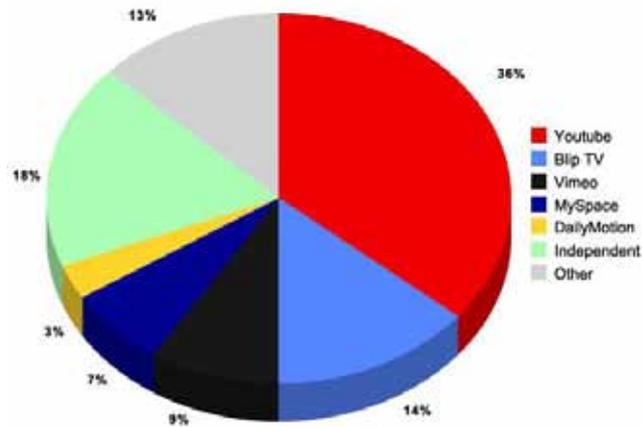
즐거찾기 (1)

- 거위의 꿈 (Twitter Singing Project Ver.1) (조회수: 7,129)

정보 보기 | 댓글

Video Blog 의 폭발적인 증가

- 2007 – 20,000+ → 2010 – 110,000+



Social TV의 예

340 Starz

twitter

← Back to Widget Bazaar

Trending Topics

Tweets on Current Show

Send Tweet

Search Tweets

Help

Social Recommendation and Ad가 키포인트!

Bolt

3:00 pm 4:30 pm

© Disney Enterprises, Inc. All Rights Reserved.
Starz and related channels and marks are property of Starz Entertainment, LLC. Visit starz.com for airdates/times.

Contents - Service System

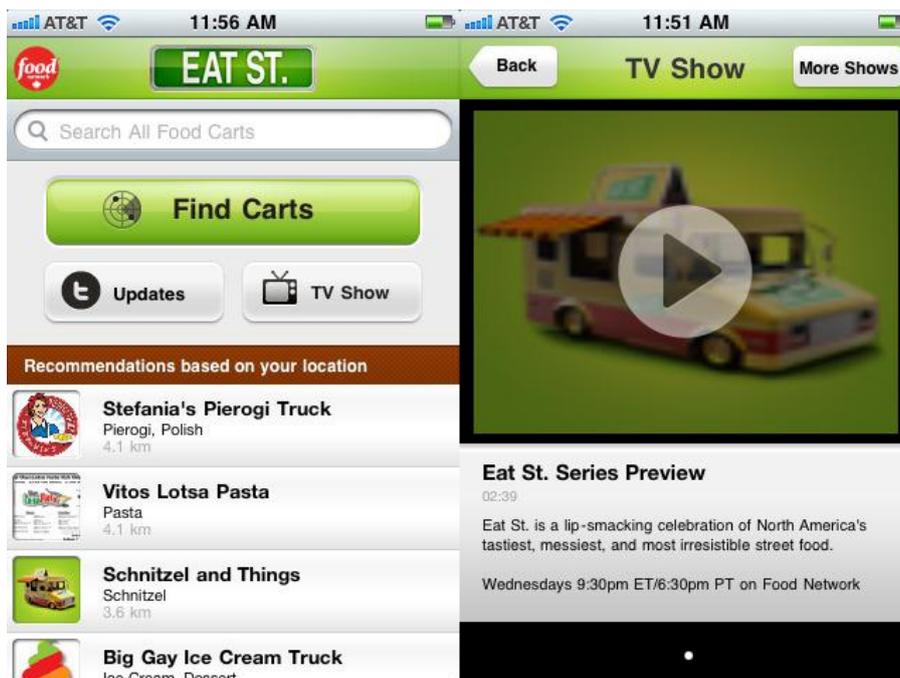
Contents vs. Service

- Director (PD)
- Broadcast / Uni-Directional
- Pay per View
- Story and Theme
- Emotion / Fun / Happiness / Satisfaction
- Service Provider
- Interaction / Bi-Directional
- Pay per Visit / Transaction
- Workflow / Efficiency
- Emotion / Happiness / Satisfaction

가장 주목해야할 변화: 콘텐츠 매쉬업

- Paid Contents 시대가 열린다 (with iPad and Tablet PC)
- 전통적인 콘텐츠와 서비스의 경계가 무너진다.
- 미디어의 유통부분이 소셜 웹 서비스로 이관되고, 콘텐츠-서비스 매쉬업과 관련한 다양한 플랫폼이 나올 가능성
- 현재 LBS, AR, Social 의 세가지 킬러 서비스 플랫폼을 중심으로 다양한 매쉬업이 나올 가능성이 높음
 - Facebook 의 웹 OS 화
 - Twitter 의 실시간 프레임워크화
 - AR / LBS 관련 서비스의 각축

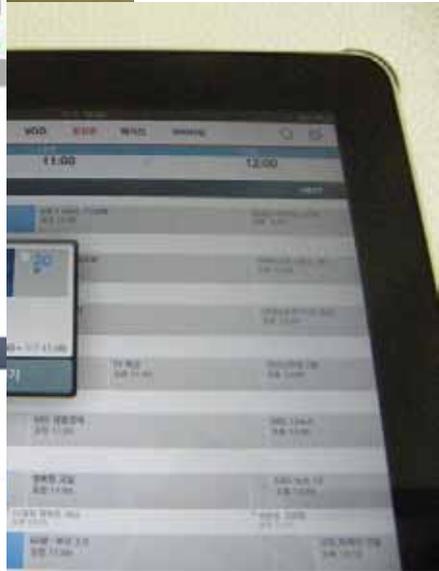
Eat St. Case Study



Case Study: TVing & Enswers

The screenshot shows the TVing website interface. At the top, there is a navigation bar with the TVing logo and menu items: 실시간TV, VOD, 편성표, 티빙라이프, 마이티빙. A search bar and a '간편시청' button are also present. Below the navigation bar, the current time is 08:02. The main content area features a large banner for '오페라스타 2011' (Opera Star 2011) on tvN, with a rating of 0.8%. The banner includes a description of the show and a photo of a performer. Below the banner, there are several promotional banners for services like 'CJ ONE' and 'tvN Plus'. The '실시간TV BEST' section displays a table of top-rated channels and programs. The '무료채널' section lists various free channels available on the platform.

| 순위 | 채널명 | 프로그램명 | 시청률 |
|----|---------|-------------|-------|
| 1위 | KBS2 | 사랑을 믿어요 26화 | 56.8% |
| 2위 | SBS | SBS 8 뉴스 | 15.6% |
| 3위 | KBS1 | KBS 스페셜 | 5.2% |
| 4위 | EBS | 세계 테라 기행 | 4.1% |
| 5위 | KBS Joy | 뮤직뱅크 596화 | 1.6% |



<http://mushman.co.kr/2691635>

영상 콘텐츠 유통 플랫폼

- 플랫폼 전략
 - 자체 브랜드가 강화된다면? 국경을 간단히 넘을 수 있음
 - 기존 TV 프리미엄 콘텐츠 이외에 다양한 콘텐츠가 진입하고 이들의 랭킹 서비스 등 히트 콘텐츠가 나올 수 있는 플랫폼이 되어야 함
 - 지나친 텅테일보다, 프로추어들의 등용문이 될 수 있는 여러가지 장치 및 음악/예능/연예소식 등의 짧지만 파괴력 있고, 기존 TV에서 볼 수 없는 차별화된 콘텐츠들이 많이 등장하도록 유도
 - 영상 콘텐츠 유통 플랫폼을 지향

- 어떻게 비용을 줄이면서, 오랫동안 지속적 투자와 발전을 할 수 있는가?

DBG의 Control TV

- 미국에서 10위 권에 들어가는 비디오 광고 네트워크
 - 웹 TV 쇼들을 광고주들을 위해 전문적으로 제작
 - Built Green: 집을 그린에 맞게 개조 (Kohler 스폰서)
 - Family Versus Chef
- Control TV
 - Seth Green 감독, 20대 배우가 웹의 시청자들이 하루 18시간 조종하는 데로 움직임
 - 스프린트와 포드의 스폰서
 - 포드의 피에스타를 몰고 다니며, 스프린트의 HTC EVO 스마트폰 사용



YouTube, Promoted Video

- 2010년 11월 5억 뷰 돌파
- 2008년에 시작된 광고주가 직접 제작을 해서 올리는 비디오
 - 노골적인 광고라기 보다는 회사에 대해서도 알리면서 내용도 충실한 새로운 포맷을 가진 비디오
 - 광고주들은 이 비디오를 유튜브에 올리기 위해서 구글에 광고비를 지불
 - 검색결과에도 나오고, 유튜브의 홈페이지에도 걸리기 때문에 일정한 수의 뷰를 확보
 - 비디오의 반응이 좋아서 사용자들이 많이 퍼뜨리는 행운을 얻게 되면 커다란 파급력까지 덩으로 얻을 수 있음
- Promoted Video API / AdWords 연계작업을 진행
 - 현재 베타 단계로 광고 에이전시 등에서 여러 클라이언트들의 캠페인들을 보다 쉽게 Promoted Videos 를 활용하고 관리할 수 있도록 도와주는데 초점

The Enswers Ecosystem

Search



Enswer.me video search utilizes advanced fingerprinting and clustering technology to discover videos on over 120 sites globally.

Stream



AdView is an online video filtering, advertising, and analytics platform implemented by major portals and video sites in Korea.



Social



Soompi.com is the largest Asian entertainment portal and community in English.

Download



Platform-V is integrated to **over 100 service providers** and partnerships with all the major terrestrial broadcasting stations.



새로운 비즈니스 모델의 등장

- Mike Masnik의 새로운 비즈니스 모델 공식

팬과의 커넥션 정도(Connect with Fans, CwF)
+ 사야 할 이유 (Reason to Buy, RtB)
= 비즈니스 모델 (The Business Model)

새로운 비즈니스 모델의 등장

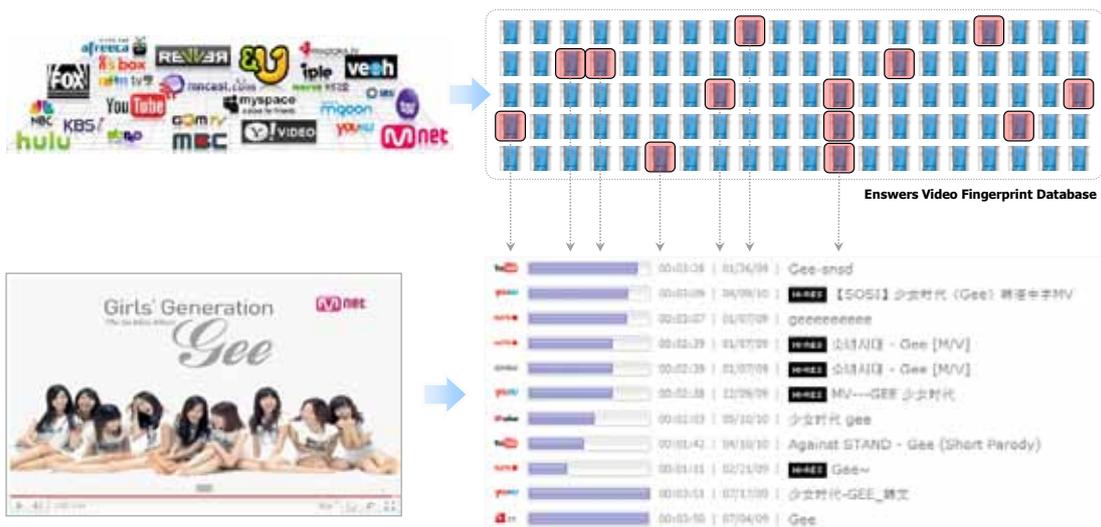


Bestselling Albums of 2008

1. **Ghosts I-IV** by Nine Inch Nails
2. **Viva La Vida** by Coldplay
3. **Narrow Stairs** by Death Cab For Cutie
4. **Juno - Music From The...** by Various Artists
5. **3 Doors Down** by 3 Doors Down
6. **Vampire Weekend** by Vampire Weekend
7. **Sleep Through The Static** by Jack Johnson
8. **A Hundred Million Suns** by Snow Patrol
9. **Modern Guilt** by Beck
10. **Perfect Symmetry** by Keane
11. **In Rainbows** by Radiohead
12. **Consolers Of The Lonely** by The Raconteurs
13. **Death Magnetic** by Metallica
14. **Mamma Mia! The Movie ...** by Cast Of Mamma Mia The...
15. **Doll Domination** by The Pussycat Dolls
16. **Weezer (Red Album Del...** by Weezer
17. **The Odd Couple** by Gnarls Barkley
18. **We Sing. We Dance. We...** by Jason Mraz
19. **Big Dog Daddy** by Toby Keith
20. **Accelerate (Bonus Tra...** by R.E.M.
21. **Indestructible (Bonus...** by Disturbed

What is Clustering?

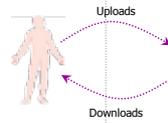
Index over 250 million videos from more than 120 video sites globally.



Cluster and identify the same videos by **comparing fingerprints**.

Platform-V: Content Distribution Platform

- 1 Filter**
every upload
every download



Enswers Platform-V is integrated into over 95 webhard services.



- 2 Fingerprint**
- Patented **VideoFuse** technology
 - >98% accurate **fingerprinting**
 - Scalable, high-speed **clustering**

- 3 Identify**
copyrighted content including movies, television, animation, etc



30 million queries per day
(25 million downloads, 5 million uploads)

X

25,000 copyrighted videos
(original video fingerprints provided by content owners)

=

750 billion comparisons daily

- 4 Monetize**
- Set pricing and policy in Platform-V
 - Apply licenses by content providers
 - Track revenue across all service providers

imBC **KBSi** **SBSi**
content distribution partners



ADView: Online Video Analytics + Advertisement Platform



Extensive Coverage

250 million videos indexed on over 120 sites and portals globally

Advanced Analytics

Real-time data on online video views, comments, and social sharing

Discover

Search and track any video on the web using our advanced tools

Trends

Receive custom reports to gain insight into the most popular videos in your geographical region and category of content

Viral Campaign Tracking

Custom features for online video marketers including video placements to juice your campaign, analytics to track viral growth, and data collection of key video sources

Image2Play

Billions of images uploaded on the web generating no revenue.

Portals



Social Networks



Image Sites



Blogs



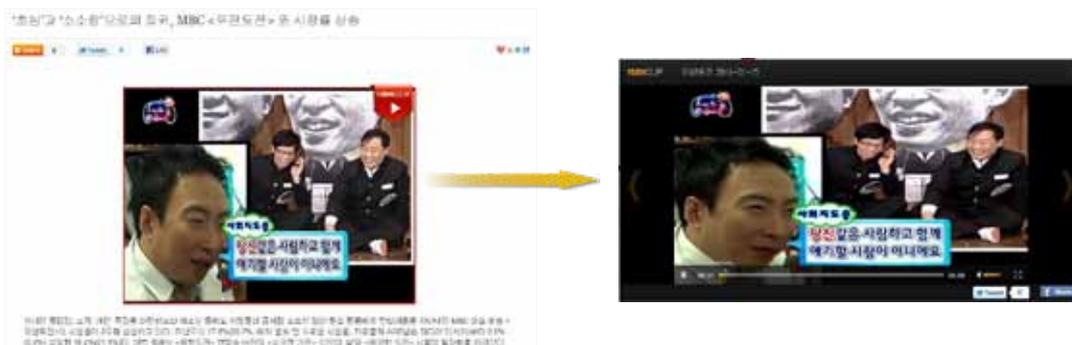
News



Image2Play

Instantly click to “play” an image.

Image2Play technology finds the exact location within a video matching an image.



Click to see [demo above](#), example on [Soompi.com](#), or at [image2play.com](#)

Service Model – Traffic from Images

1 Affiliate Network

Enable Image2Play on **portals, social networks, news sites, blogs, image hosts – everywhere.**
(one-step integration: single line of code)



3 Drive Traffic to Video Service

- Images across the affiliate network deliver **billions of targeted views and traffic** to video service.
- **Improves user experience** on Video Products.
 - Enable to seamless premium video service
- **Monetize** with the consumption of full premium video and revenue share model between Video Service and Content Providers.

Affiliated Video Service



Full Premium Video Service

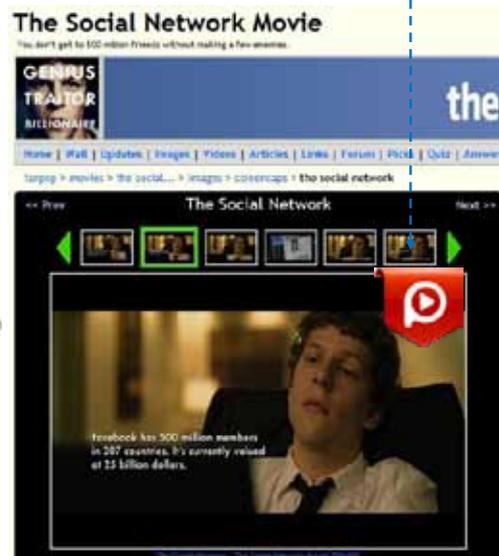
2 Image2Play

Our image search technology matches images to videos.
Play 1minute video starting from the exact position

Server Side: One-line Script Code

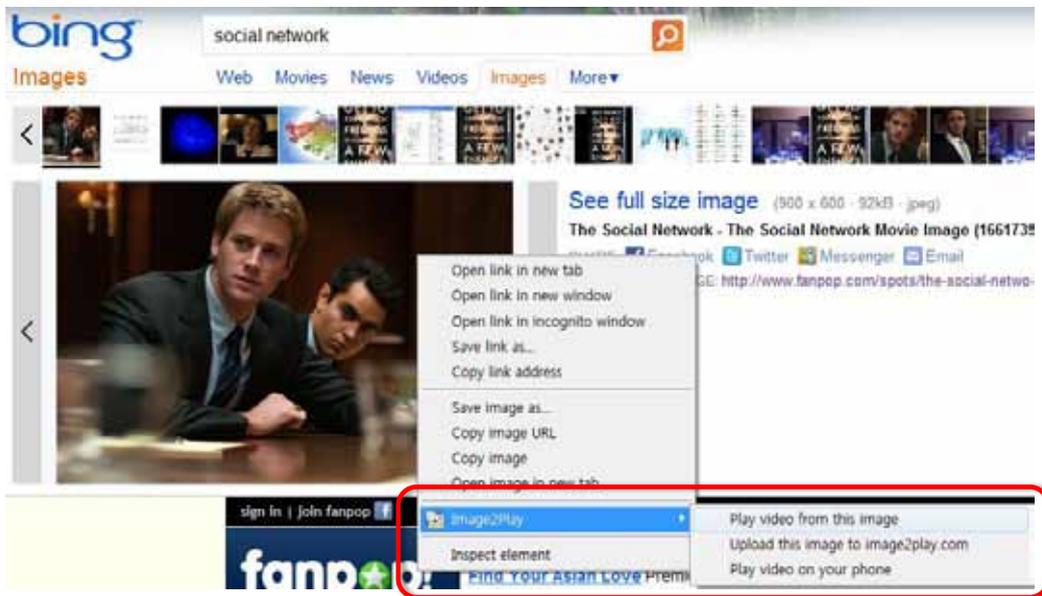
Add play button over image instantly

```
<script type="text/javascript" src="http://image2play.com/a.js">
```



Client Side: Browser Plugin

Play video / Share video / Play video from Images on the fly!



1 min. Video Player as Popup

eat Yonghwa's wrap and she tried to get out of the situation by saying "I'm full already." Yonghwa started his wrap by putting breaking a pepper in half [>_<] and he put in a lot of onions and garlic. The large wrap also fit inside Seohyun's mouth (All the emcees were surprised)



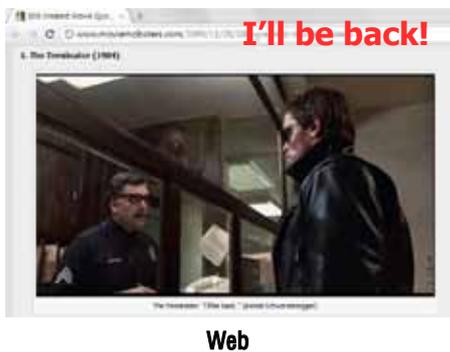
Revenue from each click

- 5 sec pre-roll (buffering)
- Sponsored player skin
- Purchase button

\$ 11.99 Buy

Source & Destination: Web / SmartTV/ Tablet/ Phone

Share between devices using images. Click images to play video anywhere.



Phone



Tablet



Smart TV

Social Network for Videos through Images

How can you save and share your touching moment?

- 1) Just pause and send image
- 2) image2play™ finds the matching video

- Video editing not required
- No more tiresome video uploading



Conclusion

한국에서 출발한 글로벌 콘텐츠 플랫폼은 가능할까?

YES! If

- 처음부터 글로벌 플랫폼을 목표로 할 것
- 콘텐츠 사업자와 기술력을 가진 플랫폼 사업자, 그리고 제조사의 협업
- 전통적인 비즈니스 모델을 극복할 수 있는 새로운 파트너십을 찾는다면!

Follow @hiconcep
<http://health20.kr>

플랫폼의 진화 – 해외 플랫폼 동향과 전망

2011. 6. 3.

송민정(mzsong1@paran.com)
Kt경제경영연구소(www.digieco.co.kr)

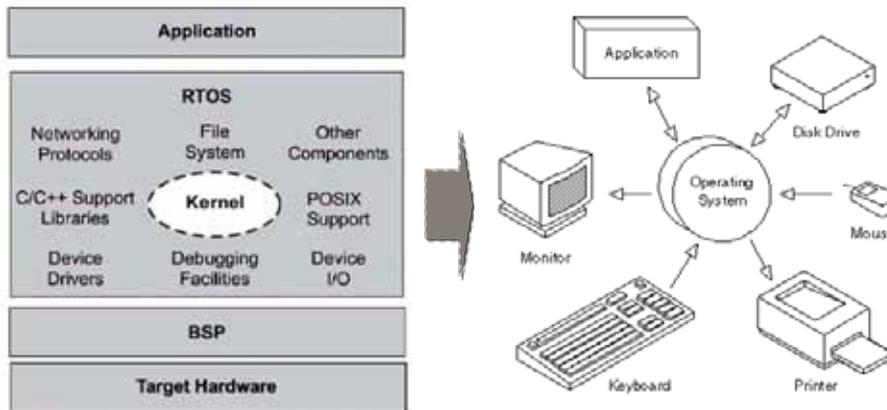
목차

- I. 플랫폼의 진화와 플랫폼 서비스 접점
- II. 해외 플랫폼의 동향
- III. 해외 플랫폼의 향후 전략 전망

플랫폼이란 무엇인가?

- 플랫폼이란 광의적 의미로 '서비스의 핵심 기반'이라는 관점에서 다양한 의미로 사용되고 있음.
 - 응용서비스 구동 위한 H/W나 OS, M/W 등을 지칭, 1개 OS나 컴퓨터 아키텍처, 또는 두 가지를 통칭
- 핵심자산을 외부에 개방하기 시작하면서 플랫폼이 하드웨어에서 서비스 영역을 지칭하는 의미로 전이됨
 - 이는 개방화 추세로 하드웨어적 플랫폼 구축과 활용이 그만큼 용이해졌기 때문임

[실시간운영시스템(RTOS) 중심 플랫폼의 범용운영시스템(GPOS) 중심 플랫폼으로의 진화 모습]



RTOS (Real Time Operating System; 이벤트 발생과 처리가 실시간 이루어지는 OS) → GPOS (General Purpose Operating System; 범용 OS)

-2-

플랫폼의 개념과 접점이 진화 중이다

하드웨어의 범용화가 급진전되면서 플랫폼은 OS로 이동하였으며, 이후 App/서비스 레이어로 확장 중

[플랫폼 유형 및 진화모습]

| 종류 | 제품 플랫폼 | 고객 플랫폼 | 거래 플랫폼 |
|-------|--|--|--|
| 정의 | 다양한 최종 제품을 생산하는 데 활용하는 공통 부분 | 기업이 목표로 하는 핵심 고객 집단 | 외부 공급자와 거래 관계를 맺는 인프라 |
| 활용 목적 | 비용 절감 (추가적인 모델 개발 및 생산 비용의 하락) | 수익 증대 (판매 품목 다양화로 매출 증대) | 산업 주도 (고객 고착화, 협력관계를 통한 세력 확장) |
| 범위 | 기업 내부 | | 기업 외부 |
| 잠재력 | | | |
| 사례 | 노키아 (시리즈 C, E, N, X 등 10개 내외의 플랫폼 사용, 2009년 80여 종의 모델, 4억 3,000만 대의 휴대폰 생산) | 웅진코웨이 (1998년 정수기 렌탈서비스를 도입하며 방문서비스 네트워크 구축, 이후 공기청정기, 비데 등으로 품목 확대) | 애플 (아이폰스 스토어를 활용하여 외부의 콘텐츠 업체로부터 음악 1,400만 곡, 앱 30만 개 확보) |

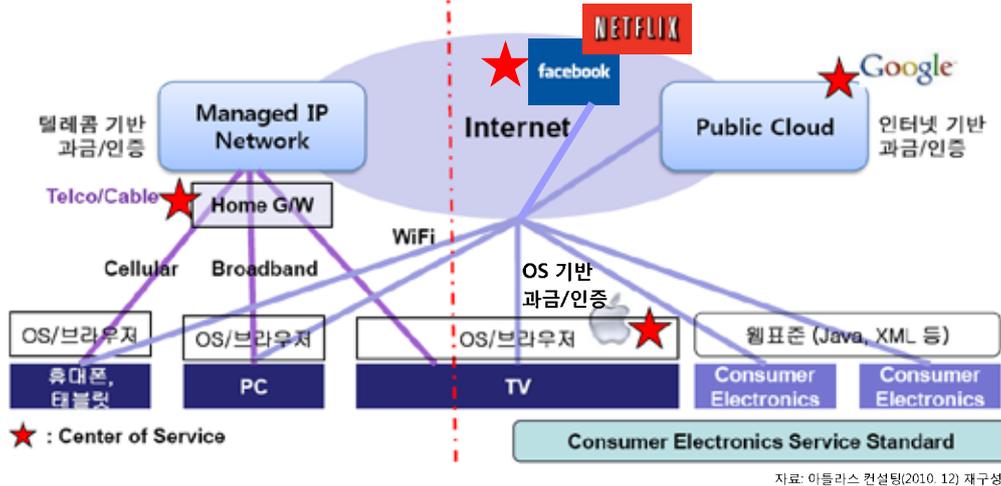
출처: SERI (2010), "성장의 화두, 플랫폼"

-3-

플랫폼의 서비스 접점이 동시다발적으로 진행

- 플랫폼이 진화하면서 플랫폼 서비스 접점도 사업주체 별로 차이를 보이나, 결국은 서비스플랫폼화
 - Managed IP망을 기반하는 통신사업자들의 일차적 서비스 접점은 홈게이트웨이/커넥티드 STB
 - Device, 클라우드, 앱스토어, 아이튠스와의 수직적 생태계를 구축한 애플이 일차적 접점은 OS
 - 크롬OS로 클라우드 강화에 초점 둔 구글의 일차적 서비스접점은 크롬OS/크롬브라우저
 - 웹을 플랫폼으로 활용 중인 SNS, OTT 등의 서비스 플랫폼 접점은 웹 상의 홈페이지/앱

[플레이어별로 차별화된 플랫폼 서비스 접점]

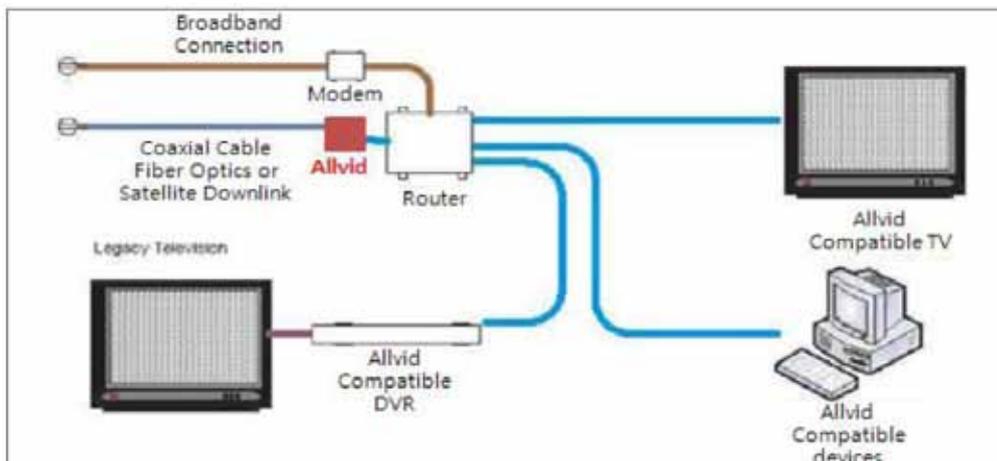


-4-

미국 FCC가 Open STB 표준화 정책 'Allvid'를 제시, 플랫폼 진화의 새로운 변수로 부상

- 미국 FCC의 STB 개방정책 'AllVid' 법안 발의 1년여 만에 OTT 주도의 IT업체들이 채택 위한 연합체 결성
 - 그 동안 폐쇄형으로 발전해온 사업자군별 STB가 하나의 사용자 인터페이스로 표준화됨을 의미함
 - FCC는 AllVid 통해 그간의 CableCARD(TV수상기에 케이블방송 튜너 내장) 정책 실패를 만회하기 위함
 - 구글TV 등 OTT가 적극적인 이유는 기존 스마트TV전략 한계에 따른 New 멀티스크린 전략의 대안

[FCC의 개방형STB 표준 'Allvid(All Video)'의 개념적 구조도]



자료: The Information Technology & Innovation Foundation (ITIF)

-5-

- I. 플랫폼의 진화와 플랫폼 서비스 접점
- II. 해외 플랫폼의 동향
- III. 해외 플랫폼의 향후 전략 전망

가구→개인단위 고객 기반+콘텐츠제작 투자 통해 콘텐츠허브화를 모색하는 넷플릭스

- 넷플릭스는 이미 자체 개발한 CRM 기반 추천 시스템 Cinematch 통해 고객의 선택 폭 넓히는데 성공
 - 2010년 설문조사 결과, 가입자의 60%가 추천 영화를 이용한 적 있으며, 90%가 만족
 - 평점/추천 시스템 통해 영화에 집중된 DVD 수요를 롱테일로 확대, CP들에게 추가 수입 제공/우호 관계
- 넷플릭스는 콘텐츠 투자(2011. 3.17) 및 개인계정화 위해 콘텐츠 멀티스트리밍 서비스 발표(2011. 4. 19)
 - 영국 정치드라마 'House of Cards' 리메이크 버전 제작(1억 달러 계약)에 투자 및 첫 방영권 독점 확보
 - 멀티스트리밍은 1~4개 DVD 동시지원 요금제 가입자에게 각각 1~4개 동영상 동시 스트리밍 제공 의미

[넷플릭스의 추천 시스템 "Movies You'll Love"] [넷플릭스의 House of Cards 투자와 첫 방영권 확보]



자료: KT경제경영연구소 2010



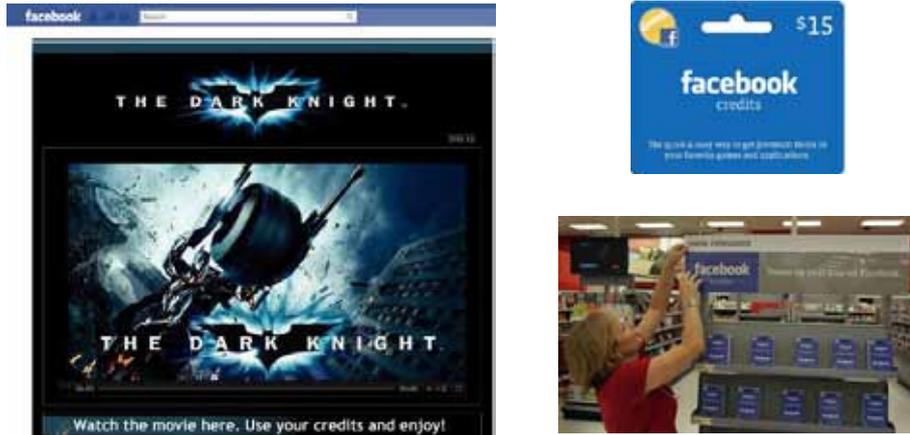
주연에 Kevin Spacey



웹 기반 SNS에서 영상콘텐츠 유통 플랫폼으로의 진화를 모색하는 페이스북

- 페이스북은 자사의 동영상 시청 급상승을 경험한 후, 프리미엄 영화 유통 플랫폼화를 시도 중
 - 페이스북 업로드 된 비디오동영상 수는 월 2천만 건, 매일 총 20억 건 시청(Royal Pingdom, '11.1)
 - 워너브라더스가 페이스북에서 미국내에서 '다크나이트' 영화를 실험적으로 대여하기로 함 (2011. 3.7)
 - 결제는 신용카드/페이스북 가상화폐(2010년부터 월마트, 타깃, 베스트바이에서 선불카드 판매)
 - . 30 '페이스북 크레딧'(매출의 30% 수익) 또는 신용카드로 3달러를 결제하면 48시간 영화 시청 가능

[프리미엄 영화의 넷플릭스 플랫폼 입성]



-8-

크롬OS/브라우저 기반+유튜브의 변신으로 웹기반 멀티스크린전략을 완성하려는 구글

- 구글은 유튜브, 검색, Gmail, earth 등 자사서비스를 크롬OS 기반 멀티플랫폼전략/BM 확장 추진
 - 2010.7월, 유튜브는 유튜브XL 출시로 HD 기능 및 자동 번역 기능 등 추가, Leanback 베타버전 공개, 해상도 4K까지 지원 및 콘텐츠 500만 달러 투자 계획 발표
 - 클라우드(PaaS)기반 IDC를 적극 구축 및 가상 스토리지와 동기화, 인증/과금/결제(구글책아웃) 담당
 - 2011.4월, 제휴 CP에 실시간 스트리밍 콘텐츠를 업로드할 수 있게 허용→프리미엄콘텐츠 강화의 일환

[구글의 모바일 플랫폼전략/BM의 타 단말로의 확장 구도]



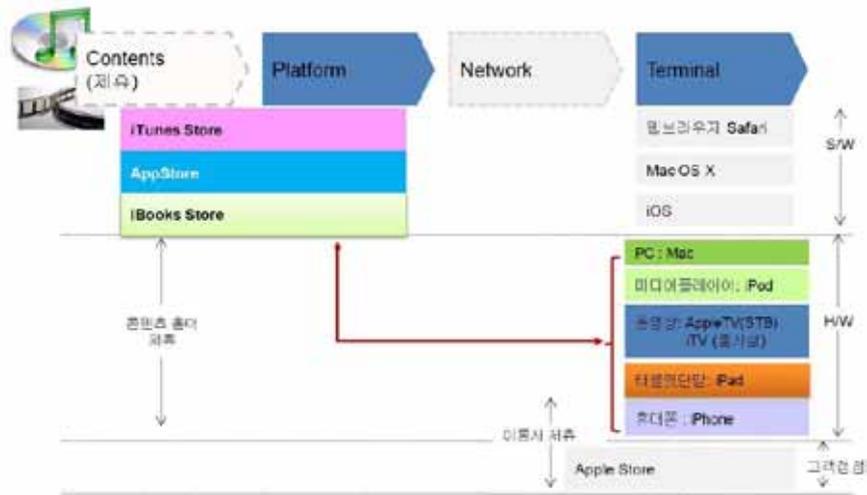
아틀라스 DB(2010. 8) 재구성

-9-

iOS/퍼스널 클라우드 기반에서 아이패드2를 문화소비 플랫폼화하는 애플

- 뉴애플TV 출시 후, 클라우드/NFC 기반 N스크린 환경 구축으로 자사단말 간 연계 구조를 더욱 강화
 - iTV(가칭) 통해 방대한 애플리케이션(25만 여개) 및 제휴로 확보한 프리미엄영상콘텐츠 활용 가능
 - . 2009년 디즈니, CBS 등과 제휴 시작, 2011년 수상기 출시 설(HonHai가 Sony의 멕시코 LCD 생산라인 인수)
 - 2010, 11월 NFC(Near Field Communication)를 활용, 아이폰과 맥 간 data sync 실험(탑재 미정)
- 애플은 콘텐츠 생태계를 자사의 단말 및 플랫폼과 수직적으로 통합하여 멀티스크린 서비스를 구현 중

[타 사업자들이 모방하기 어려운 단말-콘텐츠스토어 간 수직적 레버리지를 추구하는 애플]



-10-

아들라스 DB, 2011.4.27

CP가 스마트한 멀티스크린 접근을 할 수 있게 하는 크로스플랫폼생태계를 조성하려는 AT&T

- AT&T는 멀티스크린 환경 위해 2011.1월, TV와 스마트폰을 연계하는 “크로스플랫폼 개발 프로그램” 발표
 - 이를 위해 2009년 9월 크로스플랫폼 앱 솔루션 업체인 플러스모Plusmo를 인수함.
 - ☞ 플러스모는 다양한 OS/단말에 적용 가능한 웹 개발 표준을 통해 개발자들의 앱 개발을 용이하게 하고 시간/비용 줄여줌
- AT&T U-verse는 폭스TV 'Glee' 실시간 방송 동안 아이패드에서 해당 프로그램 정보(배우 신상 등) 제공
 - 정보 제공 외에, 바로 아마존 사이트에서 Glee OST를 구매하며, '글리'라는 노래방 앱도 즐길 수 있음
 - TV에서 방송되는 실시간 프로그램 관련 정보, 위젯, 링크를 표시하는 아이패드용 앱들이 지속 등장 예상



-11-

- I. 플랫폼의 진화와 플랫폼 서비스 접점
- II. 해외 플랫폼의 동향
- III. 해외 플랫폼의 향후 전략 전망

플랫폼의 멀티스크린 전략 추진과 연계된 두 가지 콘텐츠 이슈

- 콘텐츠의 웹 유통 가시화로 콘텐츠 불법유통과 유료TV플랫폼의 실시간방송 코드커팅 이슈가 대두됨
 - 콘텐츠 불법유통 문제는 PC 유통에서도 해결점을 찾지 못하고 있으며, 스마트폰 앱스토어로 확산 중
 - 유료TV 플랫폼은 웹콘텐츠의 스트리밍 유통이 결국 실시간방송을 Cord-cutting 할 것에 우려를 표명

[두 가지 주요 콘텐츠 이슈로 포착된 Legacy 콘텐츠 및 플랫폼의 향후 전략]

콘텐츠
불법
유통
이슈

- 웹 유통 관련 기술적 보호조치/저작권 관리체계 미흡
- 이미 DRM-free 음악업계 인식 변화가 시장 주도 중
- 멀티스크린 환경에서는 웹 불법 유통 우려 더욱 고조



스트리밍
동영상의
Live
방송
코드커팅
이슈

- 유료방송 실시간은 허가제, 웹 스트리밍은 자유시장
- 유료방송은 진입 규제 외에 콘텐츠 공급, 가입자 정보, 채널/프로그램 편성, 광고, T커머스 등 규제 적용 받음
- 선정성 및 폭력성 등 유해성 규제 적용도 비대칭적



콘텐츠 불법 유통은 우리나라가 가장 심각하지 않을까?

- SBS 경우, 판도라TV, 프리챌 등의 웹 포털, 곰TV, Tving 등의 실시간 방송, 79개 합법 웹하드, 아이튠즈 이동통신 3사를 통한 모바일플랫폼, IPTV/디지털케이블 등 유료TV에 콘텐츠를 제공하고 있으나, 사실상 UCC/웹하드 불법유통, 스마트폰/앱 저작권 침해, 유사 유료방송 등장에 따른 저작권 침해 경험 중
 - PC온라인 경우, 방송사 내(內) 저작권위원회 특징점 서버 설치 통해 필터링기술업체 활용으로 필터링
 - 모바일 경우, 아이시네마, 아이시리오, 아이비디오, 아이튠즈 팟캐스트 등 불법 스트리밍/AOD 적발 삭제

[인터넷 및 PC 환경에서의 방송 저작물 불법 복제 및 전송 흐름도(SBS 경우)]



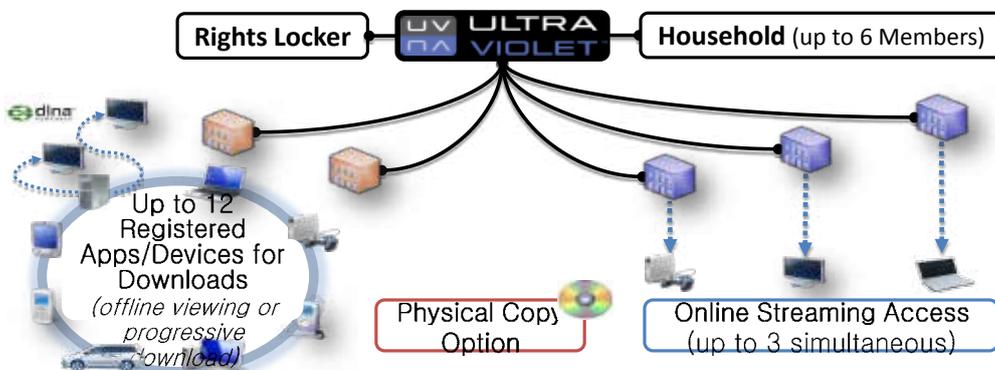
-14-

자료: SBS의 저작권위원회 발표문, 2010. 11

클라우드 기반 DRM 플랫폼인 Ultra Violet으로 불법유통에 대응하려는 DECE 컨소시엄

- 2010년 전세계 70여 개 업체가 구성한 DECE (Digital Entertainment Content Ecosystem) 컨소시엄 중심으로 클라우드 기반의 DRM 플랫폼이 조성되어 동영상 콘텐츠 배급을 담당할 전망(2011년 출시)
 - 2008년 소니 주도로 설립된 DECE에 삼성, LG등 단말업체와 넷플릭스 등 OTT, BT 등 통신기업 합류
 - 콘텐츠 기업으로는 디즈니가 불참하여 헐리우드 연합 전선에 오점이 됨
 - 이전의 DRM이 실패한 데 비해, 이는 인터넷접속을 전제로 콘텐츠에 부가콘텐츠(오디오, 정보 등) 연계가 용이하고, 광고 및 타 서비스와의 매쉬업이 용이하다는 장점을 가짐. 특히 HD, 3D 콘텐츠 유통에 안정적

[콘텐츠 이용권리에 대한 인증, 과금, 결제 등을 담당할 울트라바이올렛]



-15-

자료: Telco2.0, 2011. 5, kt경제경영연구소 재구성

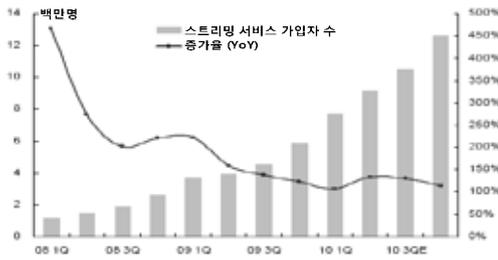
OTT간 치열한 실시간 스트리밍 동영상 전쟁은 시작되었다

- 넷플릭스는 2010. 9. 무제한 스트리밍 시작(월 \$7.99, 스트리밍 (+DVD는 \$9.99)→최근 개인계정 발표
- 아마존은 2011.2. 프라임 회원 대상 무제한 스트리밍 연 79달러 제공, 넷플릭스보다 가격 경쟁력 있음

[넷플릭스의 스트리밍 전용 동영상]

윈도우 확대를 통해 DVD 유통 외 온라인 유통을 장악
 - 개방과 협력을 통해 TV, PC, 게임 콘솔 등으로
 고객 접점 윈도우를 무한 확대, Hybrid형 제고
 - 2012년 정점으로 감소할 것으로 보이는 DVD 대비

[스트리밍 가입자 수 및 증가율 추이]



[넷플릭스 월 정액 고객의 Watch instantly 서비스 이용 비율]

| 구분 | '08.4Q | '09.1Q | '09.3Q | '09.4Q | '10.1Q |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 스트리밍 이용 비율 | 28% | 36% | 41% | 48% | 55% |

KT경제경영연구소 2010. 11. KISA(2010) 재인용 -16-

[넷플릭스에 대항하는 아마존 스트리밍 동영상]

- 아마존닷컴이 2011.2. 회원제 영화 스트리밍 시작을 밝혀 넷플릭스 주가가 급락(5.9% 하락)
- 프라임 회원 대상 영화 및 TV 동영상 제공 방침
 - 프라임 회원은 연 79달러에 무제한 VOD 가능+
 - 아마존에서 구입한 제품들의 배송료 무료
 - 프라임 회원 가격은 넷플릭스보다 16달러 저렴, but 콘텐츠 경쟁력은 넷플릭스가 아마존의 4배
 - 영화 스트리밍 평균 2.99달러 수익모델+회원제 제공모델 병행(9만여편 중 5천편만 스트리밍 가능)
 - 프라임 회원들은 '소셜 네트워크' 3.99달러 지불 등
 - 1월, '유럽판 넷플릭스' 러브필름 인터내셔널 인수



유료방송사들도 OTT의 스트리밍 서비스에 맞불 대응하기 시작, PC에서 시작

- 1차 대응으로 美 유료방송사들은 '실시간+VOD'를 PC 온라인 시청 가능한 "TV Everywhere" 시작
- OTT의 인터넷 동영상 서비스와 유사하지만, 서비스 대상은 자사 가입자에 한정하는 추세
- 컴캐스트는 2009. 12월, 자사 가입자 대상, 자사 웹사이트 통해 'Fancast Xfinity TV'를 제공 중
- 버라이즌은 2010. 11월부터 자사가입자 대상 무료 제공 중이며, 스마트폰과 아이패드에서도 제공

[미국 유료방송사업자의 'TV Everywhere' 추진 현황]

| 구분 | 사업자 명 | 서비스 명 | 출시일 | 비즈니스 모델 | 콘텐츠 |
|--------|--------------|--------------------|----------------|-----------|------------|
| 케이블 TV | Comcast | Fancast Xfinity TV | '09. 12 | 자사 가입자 무료 | 15만 편의 동영상 |
| | Time Warner | TV Everywhere | 테스트 중 | 자사 가입자 무료 | n/a |
| | Cablevision | Optimum Link | 테스트 중 ('10. 6) | 4.95달러/월 | n/a |
| | Charter | n/a | 테스트 중 ('10. 8) | n/a | n/a |
| | Cox | n/a | 테스트 중 ('10.12) | 자사 가입자 무료 | n/a |
| IPTV | Verizon | Flex View | '10. 11 | 자사 가입자 무료 | 1,400편의 영화 |
| | AT&T | U-verse Online | '10. 5 | 자사 가입자 무료 | 2만 편의 동영상 |
| 위성TV | Dish Network | DishOnline.com | '10. 8 | 자사 가입자 무료 | 15만 편의 동영상 |
| | DirecTV | n/a | '11년 중 | n/a | n/a |

자료: SNL Kagan(2010b) 정보통신정책연구원(2011.1) 재인용

OTT의 스트리밍 서비스 대응과 함께 멀티스크린 시도, 우선은 아이패드에서 테스트

▪ 美 유료방송사들은 iPad를 멀티태스킹 툴(리모콘)로 활용하거나 패드에 직접 콘텐츠를 제공할 계획임

[미국 유료방송사업자의 태블릿PC 활용 현황]

| 구분 | 사업자 명 | 대상 태블릿 | 주요 내용 |
|--------|-------------------|-----------------------|--|
| 케이블 TV | Comcast | iPad | - '10년 5월 iPad용 리모콘 애플리케이션 'Xfinity Remote' 공개. 'Xfinity Remote'는 Wi-Fi를 통해 셋톱박스에 접속하여 iPad를 TV 리모콘 대용으로 사용할 수 있도록 한 애플리케이션으로 채널 및 VOD의 검색 및 선택 가능 - iPad 및 안드로이드 기반의 태블릿PC를 보유한 자사 케이블TV 가입자들을 대상으로 3,000시간 분량의 VOD 콘텐츠를 '11년에 제공할 예정 |
| | Time Warner Cable | iPad | - iPad를 기반으로 한 리모콘 애플리케이션 개발 중 |
| | Cablevision | iPad | - 자사 케이블TV 가입자에게 집 안에서 iPad를 활용하여 기존 TV에서 제공받은 서비스를 모두 지원하는 애플리케이션을 개발 중 |
| IPTV | Verizon | iPad, Motorola 신규 태블릿 | - iPad에서 실시간 TV 및 VOD 영화를 시청할 수 있는 애플리케이션 'What's Hot' 개발 - Motorola의 Android 기반 태블릿에서 자사의 IPTV인 FiOS TV 서비스를 제공하기 위해 Motorola와 개발 중 - 자사 가입자들을 대상으로 태블릿PC를 통해 Flex View 서비스 이용 가능 |
| 위성 TV | Dish Network | iPad, Android 단말 | - DVR용 iPad 리모콘 애플리케이션인 'Remote Access for the iPad'를 제공하고 채널 검색, 전환, 재생 및 녹화 기능 제공 - 9월부터 자사 가입자들에게 iPad, iPhone, Blackberry폰, Android 단말 등에서 Wi-Fi를 통해 TV를 시청할 수 있도록 지원 |

자료: 스트라베이스(2010) 및 각사 발표 종합

정보통신정책연구원(2011.1) 재인용

-18-

최근, 선도적 유료방송사들은 좀더 진보적인 플랫폼 계획들을 속속 발표

- 美 유료방송사들은 오픈 API 제공과 자사 OTT 앱 출시 계획발표를 통해 스트리밍 서비스에 뛰어듬
- 2011.4월, 컴캐스트는 클라우드 기반 동영상-앱 멀티스크린 유통 전략 추진 계획을 발표
- 2011.4월, 디렉TV는 넷플릭스 같은 동영상 스트리밍 (**Netflix-like streaming**) 서비스 출시 계획을 발표
 - 디렉TV가 최근 가장 경계하는 사업자는 넷플릭스(디렉TV 설문지 주요 내용이 넷플릭스 시청 상황 등)
 - ☛ 미국 내 지난 3월 NPD 조사: 1~2월 스트리밍/다운받은 영화콘텐츠의 61%가 넷플릭스 통한 유통
- 2011.4월, 디쉬네트워크는 HBO와 Cinemax를 자사의 온라인 스트리밍서비스로 제공할 계획을 발표
 - 디쉬네트워크는 이미 'Dish Online' 온라인 스트리밍 사이트를 보유 중이며 블랙버스터를 인수 완료

[미국 'Cable Next-Gen Video Strategies' 컨퍼런스(2011.4.29)에서 발표된 CodeBig 내용]



컴캐스트는 자사의 네트워크 가치 증대 위해 3rd 파티의 앱, 소프트웨어 개발을 촉진하는 전략을 발표함

- 이는 커넥티드단말에 자사의 콘텐츠가 이용되도록 하는 멀티스크린 전략의 일환임
- 'CodeBig'이니셔티브의 기본 로직은 구글, 야후처럼 개방형 API 시스템을 컴캐스트 버전으로 구축하는 것
- 이는 소비자들을 STB 의존에서 해방시키겠다는 의미
- 이는 클라우드 기반에서 인증 등을 제공하려는 기존 통신기업의 서비스 개념과도 유사함
- 컴캐스트는 자사의 백오피스 기능(콘텐츠 포맷 변환, 인증, 결제 등)을 클라우드 기반으로 집중화할 것임

-19-

Q & A

모바일 Mobile Convergence 컨버전스는 어떻게 세상을 바꾸는가

미래 비즈니스의 황금열쇠 모바일컨버전스의 모든 것
• 8월 14일 7시 30분 •

미래경제연구소

{ 애플과 구글이 선도하는 거대한 융합과 창조 세상!
2011년은 모바일컨버전스 박행의 해
모바일컨버전스의 미래를 모르고서는 결코 기업의 생존을 논할 수 없다 }

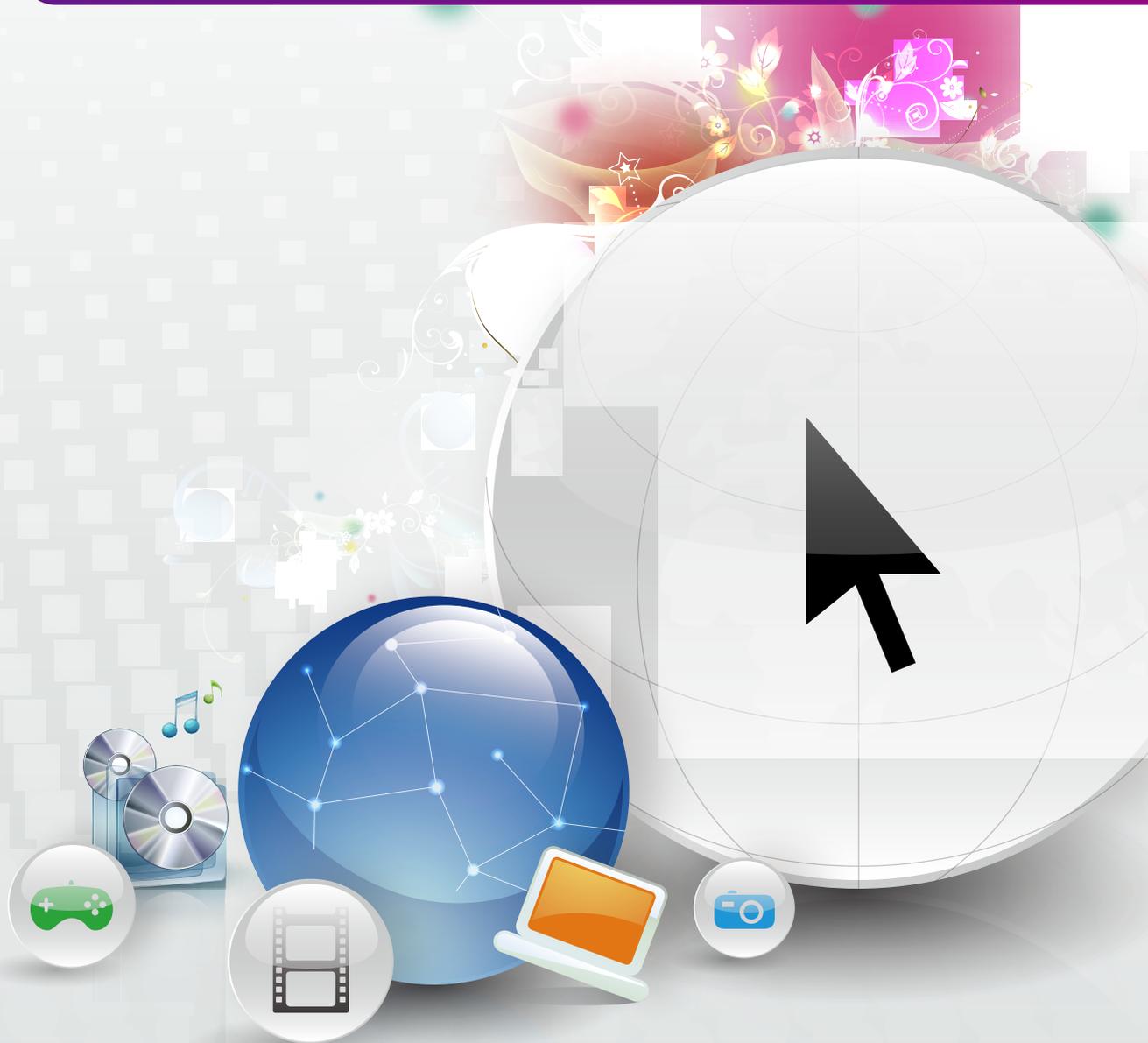


한인미디어

Session 2

우리 콘텐츠 플랫폼의 가능성 - 글로벌에서 통하는 우리 콘텐츠

- 한류 보급에 결정적 역할을 하는 온라인 플랫폼 32
호창성 (VIKI, INC. / Co-founder and CTO)
문지원 (VIKI, INC. / Co-founder and Chief Product Officer)
- 숨피3.0 - 디지털 콘텐츠 플랫폼의 미래와 한류 39
이준표 ((주)엔써즈 / 이사)



ViKi.com

<http://www.viki.com>

2011년 3월 기준

월 평균 방문자 수 4백만,
 월 평균 페이지 뷰는 1억,
 누적 비디오 뷰 10억,
 누적 번역 단어 수 1억
 에 이르고 있습니다.



User

ViKi 유저들은
 다양한 국적과 민족으로 구성되어 있습니다.

각 지역 내 주요 국가

아시아

태국 > 싱가포르 > 필리핀 > 말레이시아 > 인도네시아...

유럽

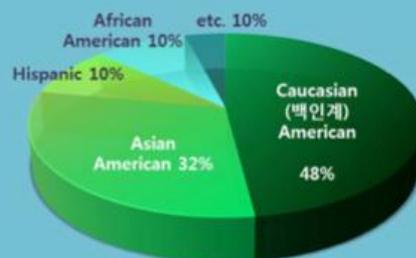
프랑스 > 영국 > 독일

미국 지역 내 유저 중
 비 아시아계 68%, 아시아계 32%,
 그 중 한국계는 3% 미만

■ 지역별 유저 구성



■ 미국 지역 유저 인구 구성



한류 콘텐츠 마케팅 플랫폼으로서의 ViKi 사례

ViKi는 유저들에게 채널과 번역 자막을 만들 수 있는 플랫폼 제공과 콘텐츠 스트리밍의 합법화 절차만 대신하며, **번역, 자막 입력, 입소문 등의 모든 역할을 전세계 유저들이 동시에 공동작업 합니다.**



한류 콘텐츠 마케팅 플랫폼으로서의 ViKi 사례

ViKi 유저들이 자발적으로 만들고 운영하는 콘텐츠 채널과 번역 자막은 한류 콘텐츠를 누구나 즐길 수 있도록 세계 각국에 입소문을 내는 핵심 역할을 합니다.



VIKI Concept

ViKi

=

VIDEO

+

WIKI

전세계 VOD 스트리밍 사이트
(드라마, 영화, 뮤비, 애니메이션...)

유저들이 직접 번역하고
자막을 삽입, 수정하는 **번역 공동체**



Advertisement vs. Social Marketing / Search Engine Marketing - 1

- 1) ViKi 한류 콘텐츠 홍보를 위한 Google / Facebook 광고 및 기타 Paid Search 광고 사례 versus (비교)
- 2) ViKi 한류 콘텐츠 홍보를 위한 Search Engine Marketing 및 Social Marketing 사례

ViKi 채널 內
Buzz 생성

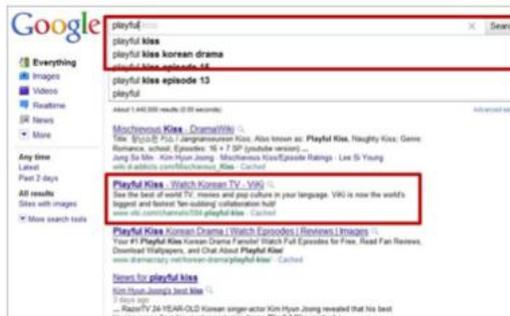
드라마 제작과 동시에 생성된
ViKi 채널 및 유저들들 동안
Pre-Buzz 발생

구글 검색
최상단에
ViKi 채널 노출

인기 콘텐츠일수록 많은 Buzz 발생,
드라마 채널에 트래픽 유입
☞ 구글 검색 상단 노출
☞ 트래픽 및 Buzz 증가의 선순환

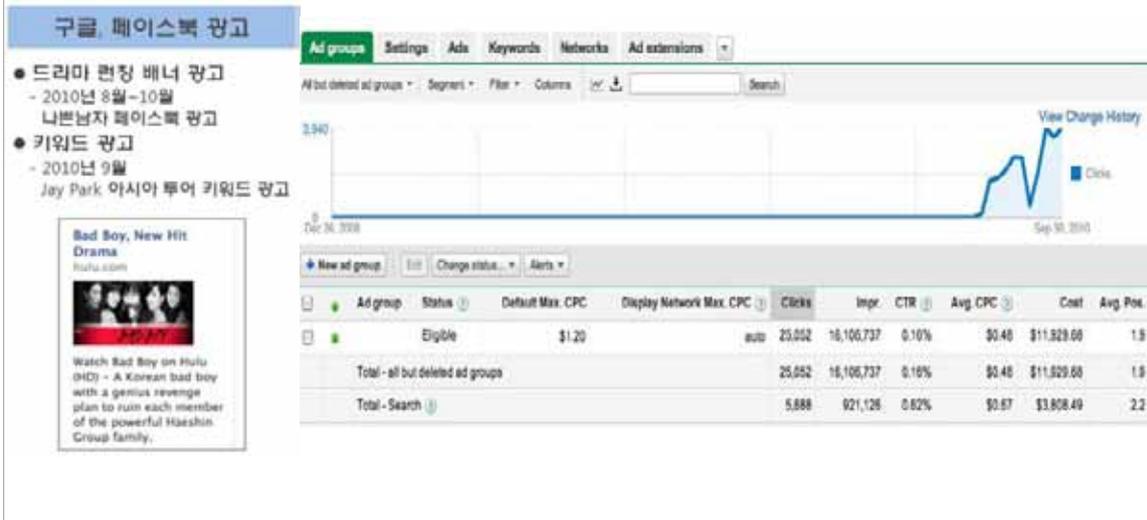
SEO(Search Engine Optimization)이란?

로봇이 검색결과를 뽑아내는 구글 검색 엔진에 최적화된 시스템을 의미. 한국을 제외한 전세계에서 구글이 독보적인 검색사이트로 자리잡고 있으므로, 구글 검색 최상단에 한번 노출이 된 페이지는 관련 검색 및 타 사이트에서도 지속적으로 최상단에 참조 노출을 받. 세계 시장에서 웹 마케팅의 필수조건.



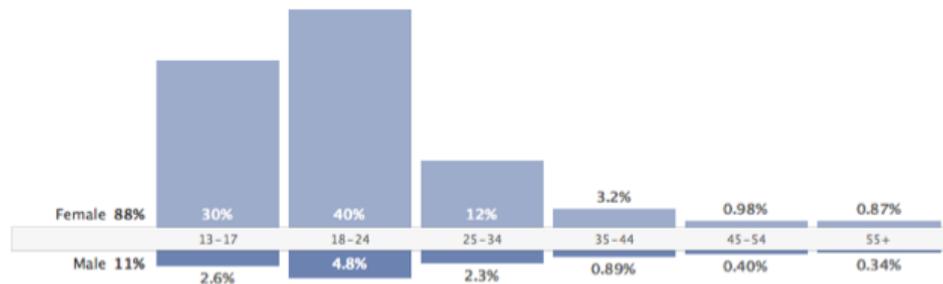
Advertisement vs. Social Marketing / Search Engine Marketing - 2

- 1) ViKi 한류 콘텐츠 홍보를 위한 Google / Facebook 광고 및 기타 Paid Search 광고 사례
versus (비교)
- 2) ViKi 한류 콘텐츠 홍보를 위한 Search Engine Marketing 및 Social Marketing 사례



Facebook Social Promotion Result: Chinese Drama A 사례

Gender and Age?



Countries?

| | |
|-------|---------------|
| 5,553 | Philippines |
| 5,234 | United States |
| 3,401 | Malaysia |
| 2,877 | Thailand |
| 2,382 | Indonesia |
| 1,511 | Singapore |
| 1,255 | France |
| 1,227 | Mexico |
| 1,026 | Peru |
| 846 | Canada |

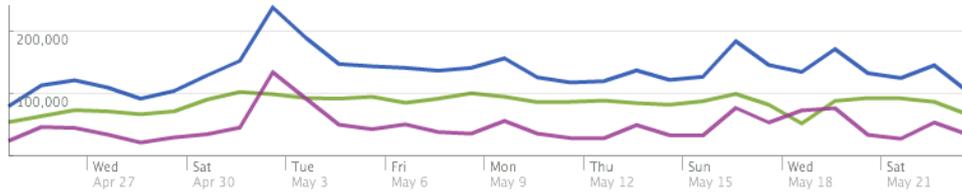
Language?

| |
|-----------------|
| English (US) |
| Spanish |
| English (UK) |
| French (France) |
| Thai |
| Indonesian |
| Arabic |
| More |

Facebook Social Promotion Result: Korean Drama B 사례

Distribution on Facebook

Total Impressions Like Story Impressions Share Story Impressions



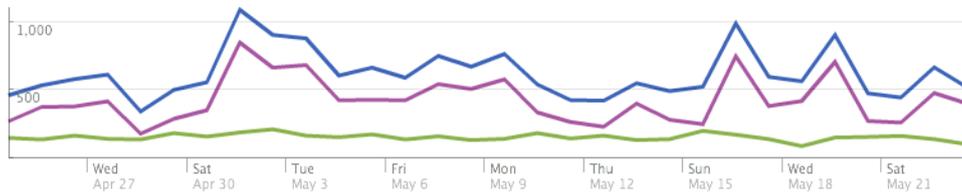
4,044,102 Total Impressions?

2,482,558 Like Story Impressions?

1,380,030 Share Story Impressions?

Referral Traffic to Site

Total Clicks Like Story Clicks Share Story Clicks



18,412 Total Clicks?

4,416 Like Story Clicks?

12,591 Share Story Clicks?

Case 1: Korean Drama Promotion on Hulu

hulu TV Movies Hulu Plus™ Log In | Forget Password? | Sign Up

Browse TV | Most Popular | Recently Added | Coming Soon

COUPLE FANTASY
A feisty heiress finds herself in deep water in this Korean drama based on the Kurt Russell-Goldie Hawn flick, "Overboard." With subtitles. [watch now ▶](#)

huluPLUS More TV. On more devices. Try it FREE for 1 week. [Learn More ▶](#)

Recent Episodes | **Popular Clips** | **Featured Content** | **My Videos**

America's Greatest Otaku + Saturday Night Live: SNL + The Colbert Report

Gaddafi-Sheen News Cycle Race
Stephen Colbert lampoons CBS News for being "so last news cycle" for its focus on Muammar Al Gaddafi - but then again, maybe they got more than they expected.

Case 2: Korean Drama Promotion on Hulu (community-powered)

The screenshot shows the Hulu website interface. At the top, there are navigation tabs for 'TV' and 'Movies'. A search bar is visible on the right. The main banner features a promotional image for the TV show 'Burn Notice' with the text 'Entry Point: Michael and Fiona pose as security consultants to stop an antiques thief.' Below the banner, there are sections for 'Featured Content' and 'My Videos'. A bar chart is overlaid on the left side of the page, showing a significant increase in content volume starting around 2010, with a red circle highlighting the peak. Below the chart, there are several content recommendations, including 'Soundrels: Yes Sir, Yes Sir, Three Bags ...', 'Pretty Little Liars: Cutting Back Sneak Peek', and 'Boys Before Flowers'. The 'Boys Before Flowers' recommendation is highlighted with a red box and includes the text: 'Addictive Drama from Korea. When a teenage girl saves the life of a boy, she wins a scholarship to one of South Korea's most prestigious schools. With subtitles.'

Appendix

ViKI Global Investors / Partnership Network

| | | |
|--|--|---|
| Investors 세계 엔터테인먼트 업계를 이끄는 회사 및 리더들 | Kadokawa-san 일본 Kadokawa 스튜디오 회장, 일본 애니메이션 업계의 대표적 인물 | Greylock Partners 대표 Social Network Site 인 Facebook에 투자한 미국 실리콘밸리 간판 벤처 캐피탈 |
| | Alex Zubillaga 전. 워너뮤직 본사의 Executive Vice President, 베네수엘라 최대 케이블 방송국 창업자 | Andreessen Horowitz Web의 아버지, Netscape의 창업자인 Marc Andreessen의 벤처 캐피탈 |
| | Reliance Big Entertainment 가장 많은 영상 콘텐츠를 보유한 인도 회사 | Omidyar Network 미국 최대 온라인 쇼핑몰 eBay 창업자인 Pierre Omidyar가 만든 펀드 |
| | Joi Ito Mediawiki 이사회 멤버 Wikipedia계의 오픈이언 리더 | Rick Thompson 페이스북, 마이스페이스 내 소셜 게임 회사 Playdom 회장(chairman) |
| | Raine Capital 미국 최고 talent agency인 William Morris가 최대 주주로 있는 펀드 | Chamath Palihapitiya 전. Win-amp 및 AOL 경영진 |



Future of Digital Content Platform and Korean wave

2011. 6. 3

Soompi History

1998 - 2011

Bringing K-Pop to the Masses!



1998. 03.

Soompi 1.0 Established!

H.O.T Fan Blog of Susan Kang

1998

2011



2000. 05.

Covered Dream Concert 2000 in Korea



2002. 05.

Soompi K-Pop Top 10

10,000+





2003. 02.

숨피 포럼 회원제 시작

20,000+



1998

2003

2011



2004. 04.

Soompi Radio Launching

40,000+



1998

2004

2011

SUPPORT SOOMPI!

Submitted by soomp on Wed, 10/12/2005 - 12:33pm.
soomp.com is financially supported by my checkbook, and by generous members.
there are several ways to support SOOMPI ---
1. donations
2. buy soomp merch
3. buy stuff through my associate links
read on for more info!!
= read more

no way!! soomp.com

Submitted by soomp on Tue, 10/11/2005 - 12:06pm.
check this out --ahaha
<http://soomp.com/P>
= soomp's blog

almost a week

Submitted by soomp on Mon, 10/10/2005 - 5:40pm.
promote it, watch it grow! soomp.com - 1/1/05

Places to go

- [soomp forums](#)
- [old site](#)
- [support soomp!](#)

Recent blog posts

- [no way!! soomp.com](#)
- [almost a week](#)
- [soomp's blog](#)
- [soomp.com](#)

Latest image



2005. 10. 04.

Got Hacked!

80,000+ → 0



1998 2005 2011

soomp.com
Support for the Professionals

Kpopop.com - Stream CD-quality music!

Submitted by soomp on Wed, 11/16/2005 - 2:30pm.



SOOMPI has partnered with [Kpopop.com](#) to bring you the First CD Quality, 5.1Ch, No Buffering Sound in the World. Now you can listen to all the latest K-pop albums in their entirety, or any of your old favorites, for less than the price of one CD a month!

This service is ideal for anyone who's always on the computer, like myself. I've been working on the top 100 songs all day -- it's a great way to catch up on all the new stuff, or listen to those old gems.

= read more | 566 reads

2005. 11.

Soompi 2.0 Start!

0+



1998 2005 2011



2007. 11.

Soompi Media LLC

200,000+



1998

2007

2011



2009. 10.

2nd Korean Wave

800,000+



1998

2009

2011



2011. 02. ~ 2011. 05.

Acquired by Enswers / Soompi 2.5

1,300,000+ Registered Users
 38,000,000+ PV/month
 6,000,000+ Visits/month
 350,000+ Facebook Fan



Korean Wave and Soompier



February 2011



Joompi
Uzzang Contest 2010

stars shine because of

C.A.S.T.

Cast inq



matondah



1.lee



YeeLing



ShelarEbert



umochi



n7 n2

October 2010

1,200 Contestants

(1,000 girls, 200 boys)



carlostipark



jeelincute18



TaeHeeung



Enrique

March 2011

1,000+ contestants from 30 different countries - Video



Enswers

ENSWERS HQ

April 2007 **Seoul, Korea**

ENSWERS JAPAN

December 2010 **Tokyo, Japan**

SOOMPI MEDIA

February 2011 **San Francisco, CA, USA**

Your ENTertainment ANSWERS

혁신적인 미디어 기술을 바탕으로 미래 디지털 콘텐츠 플랫폼 구축

Text Search (2004)



Audio Detection (2006)

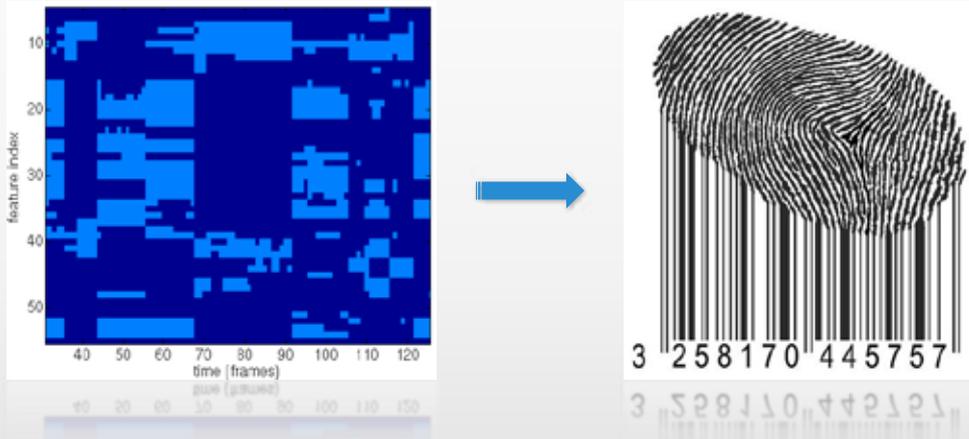


Object Recognition (2009)



What's Next?

Audiovisual fingerprints analyze images, audio, and video to create unique signatures to identify media



Patents: **13 total** (6 issued, 7 pending) PCT: **3 total** including EU, Japan, China, USA

Patent coverage includes:

- Audio and video fingerprinting
- Clustering (comparison of fingerprints)
- Search (based on fingerprints and clusters)
- Image fingerprinting and correlation to video
- Service/Process: advertisement data, metadata, content distribution

Search



Answer.me video search utilizes advanced fingerprinting and clustering technology to discover videos on over 120 sites globally.

Stream



AdView is an online video filtering, advertising, and analytics platform implemented by major portals and video sites in Korea.



Social



Soompi.com is the largest Asian entertainment portal and community in English.

Download



Platform-V is integrated to **over 100 service providers** and partnerships with all the major terrestrial broadcasting stations.



Image2Play

Instantly click to "play" an image.

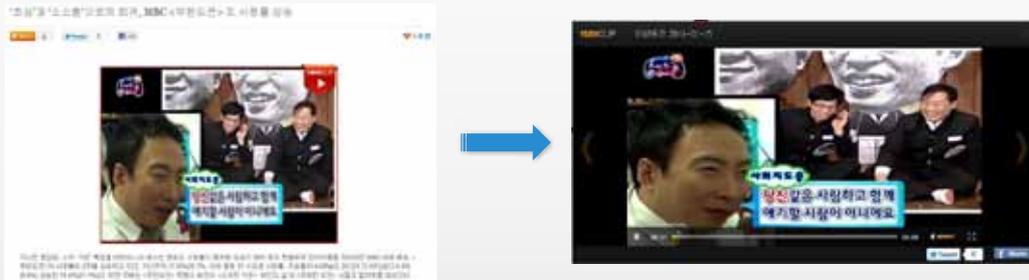


Image2Play technology finds the exact location within a video matching an image.

Soompi 3.0

디지털 콘텐츠 플랫폼의 미래
한류를 넘어 아시아, 글로벌로

AdView

for On-line Video

필터링, 트렌드 분석, 타겟 광고

| Search | Info | Video | Views | Views | Views | Views | | |
|--|-------------------------------|--------------|---------------|-------------------|----------------|----------------|--------|--------|
| Music Videos - June 2011 | | | | | | | | |
| | | | 47,140 | 29,127,657 | 473,968 | 134,521 | | |
| Programs | Title | Date Created | Length | Programs | Views | Views | Views | |
| <ul style="list-style-type: none"> Search Programs Categories Genre Country Language Rating Copyright Owner Recently Added Originals Music Videos - June 2011 Music Videos My Song - 35 | Lonely - 2M2 | 2011-05-20 | 02:29 | 11 | 1,242 | 8,273,946 | 14,334 | 10,127 |
| | Heart To Heart - 4Minute | 2011-05-20 | 03:26 | 28 | 1,025 | 4,136,137 | 10,211 | 8,879 |
| | Hee-Bye - Sistar 19 | 2011-05-20 | 03:27 | 24 | 1,262 | 1,968,128 | 7,618 | 5,889 |
| | Abandoned - My Park | 2011-05-20 | 04:24 | 22 | 1,025 | 1,488,751 | 26,848 | 17,465 |
| | 0333 - U-Kiss | 2011-05-20 | 03:53 | 18 | 867 | 1,303,686 | 11,318 | 12,329 |
| | Twinkle Twinkle - Girls Day | 2011-05-20 | 04:38 | 41 | 1,025 | 1,761,701 | 14,014 | 1,263 |
| | Jumpin' After School | 2011-05-20 | 03:58 | 24 | 1,628 | 1,623,819 | 11,281 | 5,826 |
| | Bangkok City - Orange Caramel | 2011-05-20 | 03:06 | 10 | 1,326 | 1,403,689 | 6,347 | 1,202 |
| | Do You Know - Brave Girls | 2011-05-20 | 04:02 | 19 | 704 | 1,302,611 | 15,641 | 1,331 |
| | FreeStyle (Dance) - f(x) | 2011-05-20 | 03:53 | 28 | 1,056 | 1,238,178 | 20,719 | 2,263 |
| | Express Freedom - UV | 2011-05-21 | 04:27 | 34 | 1,015 | 1,130,686 | 8,790 | 1,308 |
| | Don't Know - A Pink | 2011-05-20 | 03:52 | 28 | 1,226 | 1,029,129 | 6,181 | 1,791 |



Extensive Coverage

250 million videos indexed on over 120 sites and portals globally

Advanced Analytics

Real-time data on online video views, comments, and social sharing

Discover

Search and track any video on the web using our advanced tools

Trends

Receive custom reports to gain insight into the most popular videos in your geographical region and category of content

Viral Campaign Tracking

Custom features for online video marketers including video placements to juice your campaign, analytics to track viral growth, and data collection of key video sources

Unique Technology

Advanced audiovisual fingerprinting and clustering technology identifies and analyzes similar videos across the web

Image2Play

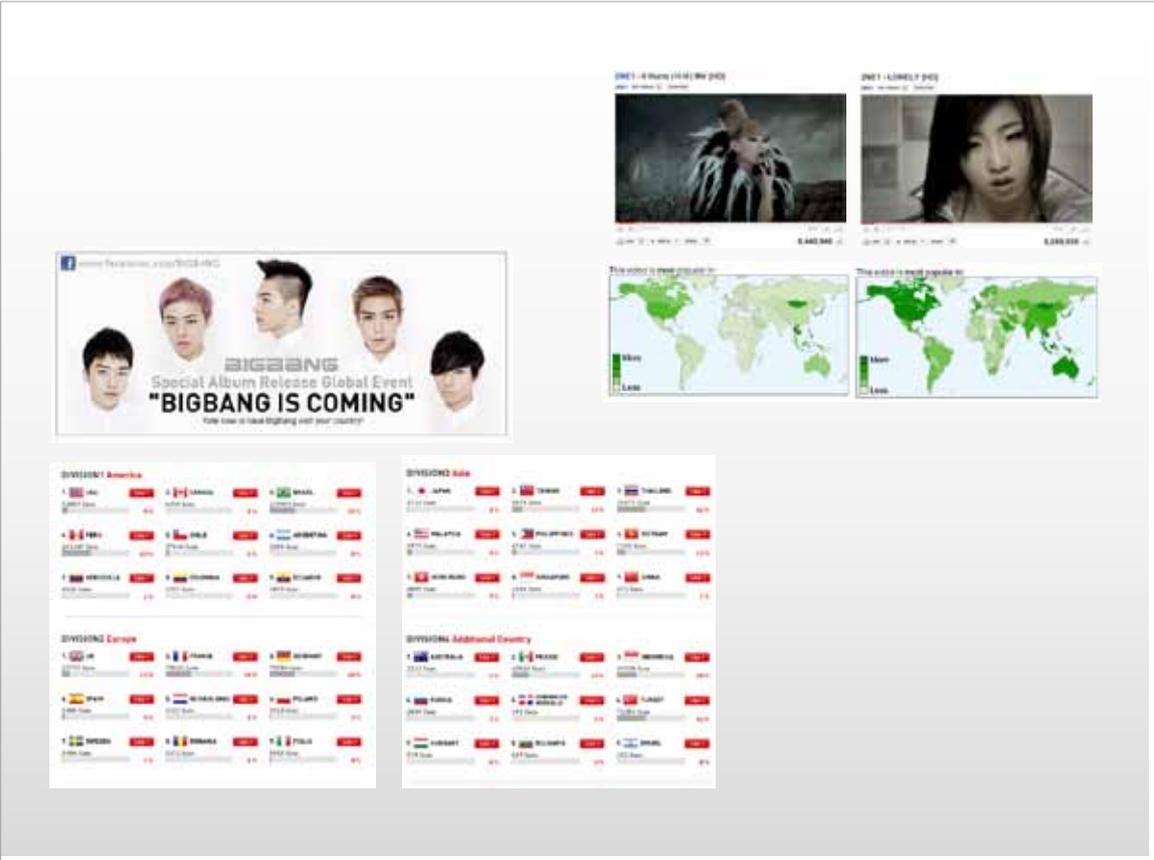
on soompi.com

콘텐츠를 즐기는 새로운 경험

Demo

Global Expansion

지역, 언어의 한계 극복, 다국어 서비스



1998
English

2011
Korean
Japanese
French

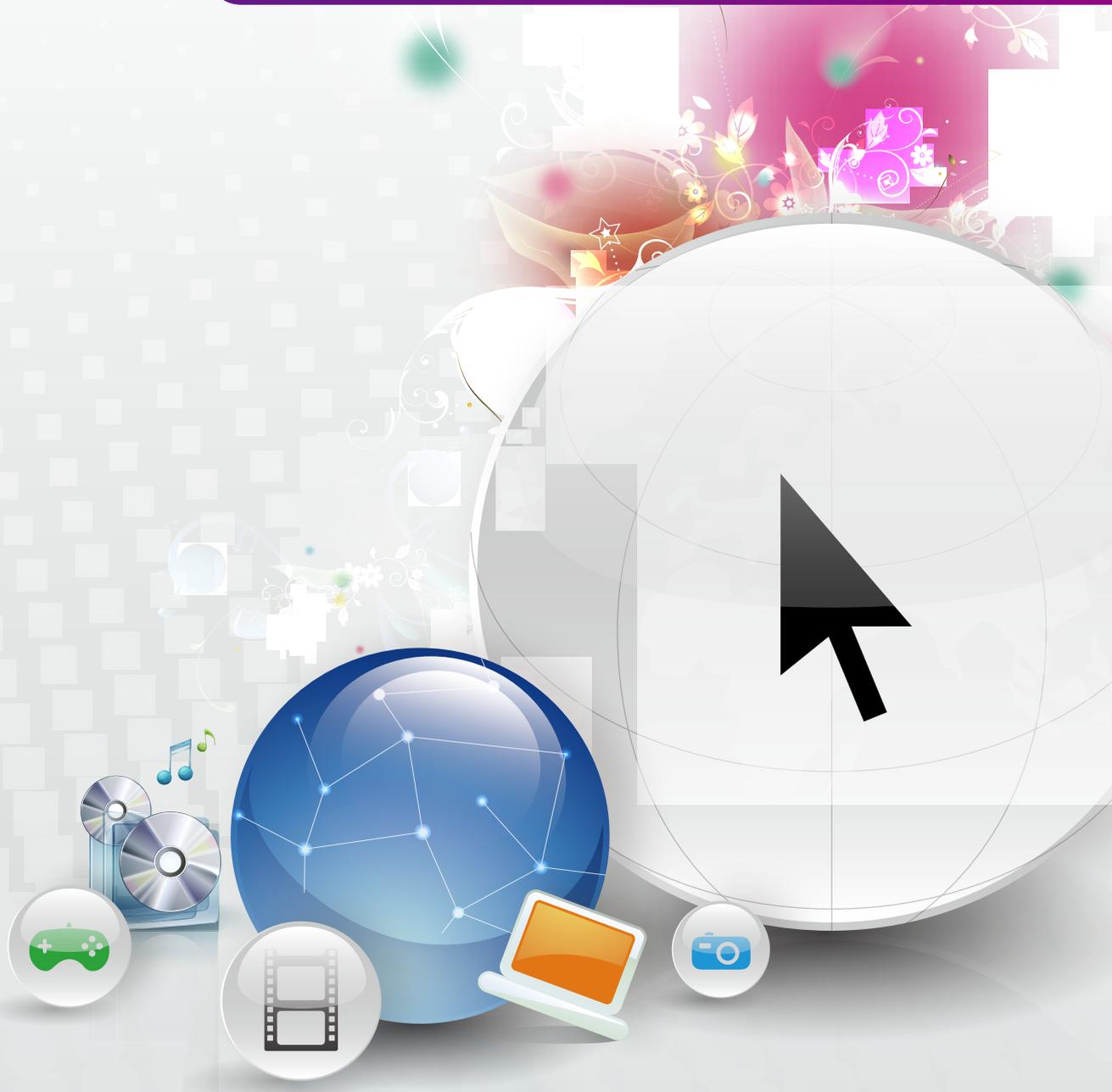
2012
Chinese
Spanish
Arabic

soompi★

Session 3

우리 콘텐츠 + 플랫폼 = 새로운 도전

- '글로벌 사이월드'전략 57
윤준선 (SK 커뮤니케이션즈 / 부장)
- 판도라TV의 글로벌 진출현황과 방향 65
최형우 (판도라TV / 대표이사)



글로벌 싸이월드



목차

해외사업 싸이월드 개요



사업 개요

자사의 SNS 구축 역량 기반으로 **글로벌 사업 진출 효율성 확보**
One Standard Platform 구축을 통한 한국 Cyworld와의 직접적 인맥 연계 및 콘텐츠 유통

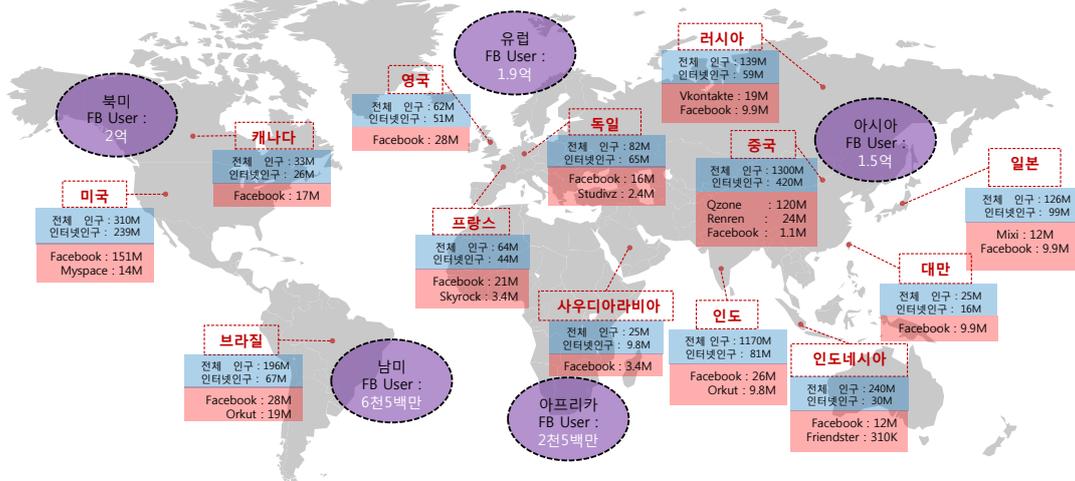
➔ **CYWORLD**의 Global Top Player의 **"기반 확보"**

| | 2011 1단계 - 오픈 | 2012 2단계 - Boom up | 3단계 - 확장 |
|----------|---|---------------------------------|------------------------------|
| 목표 | 서비스 오픈 | 싸이월드의 성장 기반시장 확보 | 북미/서유럽을 포함한 전 세계적으로 서비스 확장 |
| SVC기획/개발 | <ul style="list-style-type: none"> • CY SVC 특장점 소구 가능한 15-25세 여성 타겟 • SN기본가치+싸이월드 특장점 중심 • 경쟁력 강화를 위한 UX 개선 (단, SVC identity 및 사용자 가치 훼손 최소화) • 유/무선 동시진출 | 타겟 사용자 층의 싸이월드 문화 확산 | 모든 계층 사용자의 콘텐츠 유통 플랫폼으로 포지셔닝 |
| 사업제휴/전략 | 거점 지역 중심의 서비스 확산 마케팅 진행 | 지역별 협력을 통하여 주요 지역에서 서비스 boom up | 글로벌 BP들이 적극적으로 참여하는 비즈니스 플랫폼 |



사업 계획 - SNS 시장 현황 분석

SNS시장은 급속히 성장 중이며 Facebook이 급속히 성장하면서 북미를 넘어 각국의 SNS시장을 잠식하고 있음
 Facebook 사용자는 6억을 넘었으며 계속 증가 중이며, 중국, 베트남이나 중동지역과 같이 글로벌 SNS서비스를 차단하는 국가가 존재함



※ 데이터 기준 : 월간 Unique Visitors



서비스 오픈 초기에 사용자를 확보하고 서비스 확산의 근간이 될 수 있는 역점 시장을 공략 장기적으로 북미/서유럽 시장에서 성공을 거두어 Global Top Player로 성장 함

역점 시장

성장 시장

기회 시장

동남아시아 - 서비스 확산의 핵심 지역

- 지리적/문화적 접근성이 용이하며, 초기 글로벌 시장 대응 여건이 좋은 지역
- 활약을 활용한 마케팅 및 한국산 문화콘텐츠 대한 긍정적인 이미지 활용
- Turner Asia Pacific의 채널 배급 및 Cartoon Network가 인기 높은 지역
- 동남 아시아 국가 중 서비스/협력 여건이 좋고, 동남아시아 부의 핵심 계층인 화교를 통한 파급이 가능지역 → **대만**

• 대만 (Taiwan) / 인구: 2,500만명

- 1,600만 인터넷 사용자(FB 990만명)
- 동일시차권(-1시간) 및 근거리 지역
- 많은 온라인 산업 종사자 및 엔지니어
- 온라인 콘텐츠 구매 및 한국형 온라인 서비스에 익숙하여 현지화가 용이함
- 동남아시아 권역 및 북미지역의 화교 네트워크를 통한 서비스 파급 중심역할

북미/서유럽 - Long Term 전략의 확장

- 싸이월드만의 특화된 서비스로 고객만족도를 높이고, 자사의 Micro-Payment시스템의 운영 방식 안착
- 서양 유저에게도 친화적인 서비스 접근
- 성장시장 기반으로 러시아 및 남미 진출
- ARPU(Average Revenue per User)가 높은 시장으로서, 글로벌 싸이월드 서비스가 지속 성장이 가능한 지역 → **미국**

• 미국 (U.S.A) / 인구: 약 3억1천만명

- 북미 및 남미 지역의 거점국가 역할
- 영미문화권 사업 운영의 현지화
- 종합 미디어 콘텐츠 회사인 Turner社와 제휴하여 Speed한 시장진입 채널 구축
- Facebook과 차별화 된 서비스를 제공하여, 유저에게 2가지 이상의 SNS를 사용할 수 있는 방법으로 고객 유지

MENA (Middle East and North Africa)

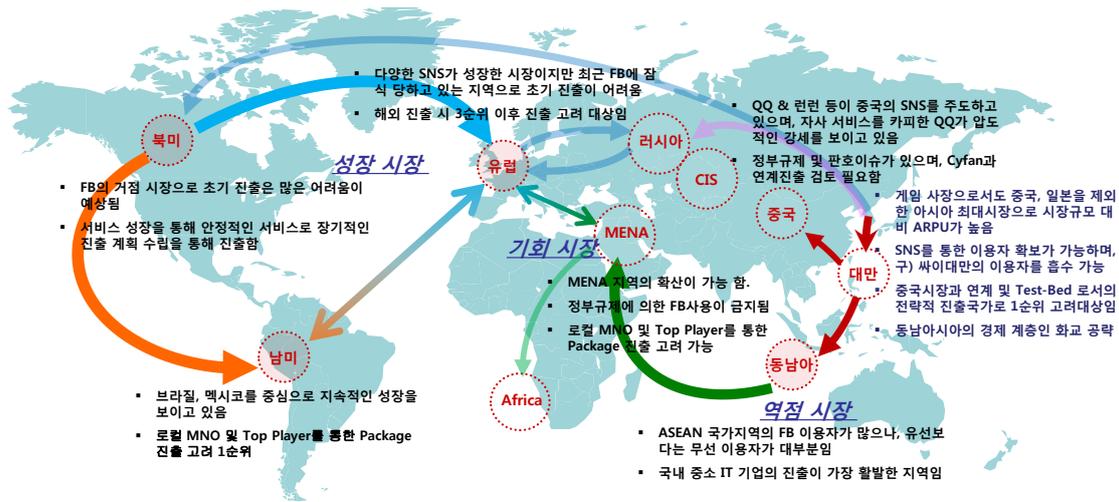
- 중동지역의 민주화 운동은 인터넷에 영향을 받은 젊은이들이 혁명을 주도하고 있으며, 정치사회 안정을 되찾으면 해당 국가의 경제계로 편입 가능성이 높음
- Facebook 및 Twitter의 미국 서비스를 넘어서는 새로운 SNS에 대한 수요 증가
- 이슬람의 관계중심 문화를 바탕으로 성장 가능한 시장이며, 지역 특화된 SNS 없음

• MENA / 인구: 3억6천만명

- 19개 국가로 경제/자원/군사 협력체 (중동13개국, 북아프리카6개국 / 이스라엘 및 팔레스타인 제외)
- 3차 중동전 이후 미국에 대항하기 위해 결성 하였으나, 89년 미국의 리비아 봉쇄작전 후 지리멸렬 함
- OPEC 12개국 중 8개국이 MENA지역으로 전세계 매장량의 60%를 보유함
- 구매력지수 2조5천억 달러이상으로 최근 고유가로 인하여 오일머니가 많음



서비스 오픈시 대만을 발판으로 하여 북미/MENA 지역에서 Global Top Player 포지션 확보



한국법인 / 한국 IDC 를 기반으로 효율적인 글로벌 SVC 진출
법적 논란이 가능한 부분은 극복할 수 있도록 대응함

| | 국내 법인 | 해외 법인 |
|----|---|---|
| 장점 | <ul style="list-style-type: none"> 최소 비용으로 서비스 진출 안정적인 서비스 운영관리 | <ul style="list-style-type: none"> 정통법 등의 서비스 제한 없음 글로벌 시장 환경에 유연한 사업 진행 |
| 단점 | <ul style="list-style-type: none"> 결제 및 SNS feature에 대하여 법적인 논란의 여지가 있음 | <ul style="list-style-type: none"> 초기 투자의 부담 안정적 서비스 지원 및 유사시 대응 위한 운영 리소스 부담 |

법무 이슈

- 결제**
 - 미성년자(만20세)의 법정 대리인의 동의절차 필요
 - 글로벌 회원은 연령확인이 불가능 함
 - 국내 서비스는 거래기록 보안을 위한 주민등록번호를 수집함
→ 수집 가능한 글로벌 사용자 정보로 대응함
- 클럽**
 - 클럽은 방통위의 본인확인 대상 서비스가 아님
 - 현재 국내 서비스는 클럽에 본인확인을 적용함
→ 문제 없음
- 게임**
 - 게임물 등급에 따라 사용연령이 제한됨
→ 전체 사용자 게임으로 대응
 - 글로벌 게임사의 게임 심의 이슈 발생
→ 자체 심의 정책으로 게임심의를 대행하고 있으며 게임법에 따라 오픈마켓 게임을 사업자가 자체적으로 심의 가능 (2011년 개정)

IDC

- 국내 법인으로 서비스 오픈시 비용 효과



국내/외 법규 및 한국싸이월드 서비스 구성상 글로벌 시장 진입시 이슈가 되는 사항이 존재 함
국내 법인으로는 글로벌 서비스가 불가능 함

국내법에 의한 제약

- 국내법을 기준으로 글로벌 서비스 제공시 제약 발생
 - 본인 또는 연령 확인 필요 (게시판, 결제, 게임 실행)
 - 해외 거주 외국인은 실질적으로 본인 확인이 불가능
- 해외 IDC에서 서비스를 제공하더라도 국내법 적용

아동 보호법 이슈

- 국내 서비스는 실명 기반이기 때문에 미성년자의 회원 가입시 부모 동의 절차가 명확함
- 미국법인 COPPA에서 제안하는 법규는 일반기업에서 수용하기에는 범위가 너무 넓어서, 대다수의 기업에서는 웹 페이지에 14세 미만의 사용자 수용하지 않음

극복 방안

- 결제는 글로벌 사용자에 대한 정보수집을 최소화 할 수 있는 방안 수립
- 클럽은 명시적으로 제한적본인확인 대상이 아니기 때문에 현재 국내 서비스 수준의 본인확인 절차를 생략 가능 함

아동 보호법 준수

- 14세 미만 가입자는 부모의 동의로 가입 승인을 진행
- 부모 동의 프로세스 편의를 위해서 신용카드 등록 승인 으로 처리함

- 글로벌 인터넷 서비스로서 성장 할 수 있도록, 규제에 대해서도 글로벌화
 - 규제의 영향도를 국내외 시장 기준으로 분석, 평가와 Feedback이 이루어 질 수 있는 환경을 조성하고, 지속적으로 시행 할 수 있는 체계.
 - 국내 서비스 법은 국내 환경에 Focus 되어 있음. 글로벌화에 따른 신규 법 제정이 필요함.



사업 추진 Infra 구축 - 빌링 정책

도토리와 동일한 digital payment를 사용함
글로벌 결제 수단을 제공하며 상품의 가격은 전세계에서 동일하게 유지함

Requirement

- 글로벌 사용자들이 결제를 원활히 할 수 있도록 결제 수단 제공
- 환율에 대한 digital payment의 교환비용 정책
- 콘텐츠 가격결정 정책
- 해외법인의 정산 정책

의사 결정

의사 결정 사항

- 국내와 동일한 digital payment를 사용한 콘텐츠 사용 및 digital item 구매 정책 유지
- 도토리 1개당 가치를 국내와 동일하게 하여 콘텐츠의 가격을 국내 상품과 동일하게 책정
- 원화 기준으로 국가별 환율에 따라 교환 비율 결정

결제 수단

- 신용카드, Paypal등의 PG사를 이용한 충전

추가 작업 필요한 사항

- 도토리에 해당하는 글로벌 서비스에 적용 가능한 명칭필요 (예시 : Cy-Dollar)
- 환불 및 정산 정책
- 환율 결정 정책



사업 추진 Infra 구축 - 선물가게 & 음원 License

국내 선물가게 아이템의 글로벌 라이선스를 우선 확보
글로벌 콘텐츠 업체의 라이선스를 확보
서비스 오픈시 BGM서비스 제공을 위해 전세계 라이선스로 확보 가능한 음원을 우선 확보함
지역 라이선스만 확보 한 경우는 해당 지역에서만 구매 가능하도록 함

선물가게 Item License

- 국내 업체의 콘텐츠는 글로벌 라이선스 계약을 추진함
- 글로벌 콘텐츠 확보를 지속적으로 추진 함

음원 License

- 전 세계적으로 음원 라이선스를 확보하는 것이 매우 어렵고 스트리밍 서비스를 하는데 많은 비용이 소요
- 판권확보와 스트리밍 서비스를 해줄 수 있는 파트너사를 확보 하는 것을 기본 전략으로 함
- 서비스 초기에 모든 사용자가 BGM을 사용할 수 있도록 글로벌 라이선스를 일부 확보함

- 국내 업체의 글로벌 라이선스 확보 추진 예정
- Turner AP와 MOU 체결 (4월)
- Turner의 글로벌 라이선스 확보 추진 할 계획임
- 추가적인 글로벌 콘텐츠는 서비스 오픈 후 성공사례를 바탕으로 라이선스 확보 예정



사업 추진 Infra 구축 - 웹표준 UI 개발

빠른 속도, 적은 대역폭 사용, 다양한 환경 지원
 다국어를 지원하는 표준 UI를 적용하고 장기적으로 한국 서비스에의 UI로 글로벌화 함

현황

- 다국어 지원이 불가능한 환경
- 다양한 환경(브라우저 및 OS)에 대한 낮은 호환성

글로벌 서비스

- CSS 자체 분기처리로 유연하게 다국어 대응
- SK컴즈 Javascript Framework(FSZ) 사용
- 코드 압축 사용
- 장애인을 위한 보조기기 접근성 확보

목표

- 코드의 경량화
 - ✓ 사용자의 서비스 체감 속도 향상
 - ✓ bandwidth(대역폭) 감소. 회선 사용비용 절감
- 웹 접근성 향상
 - ✓ 여러 가지 환경(다양한 브라우저, OS, 장치)에 코드수정 없이 또는 최소한의 수정으로 대응 가능
 - ✓ 각 국가별 장애인 차별 금지법 대응 가능
- 유지보수 쉬움
 - ✓ 국내 서비스와의 merge 및 새로운 기능 추가할 때 보다 쉽게 적용 가능
 - ✓ 언어 확장 시 유연하게 적용 가능



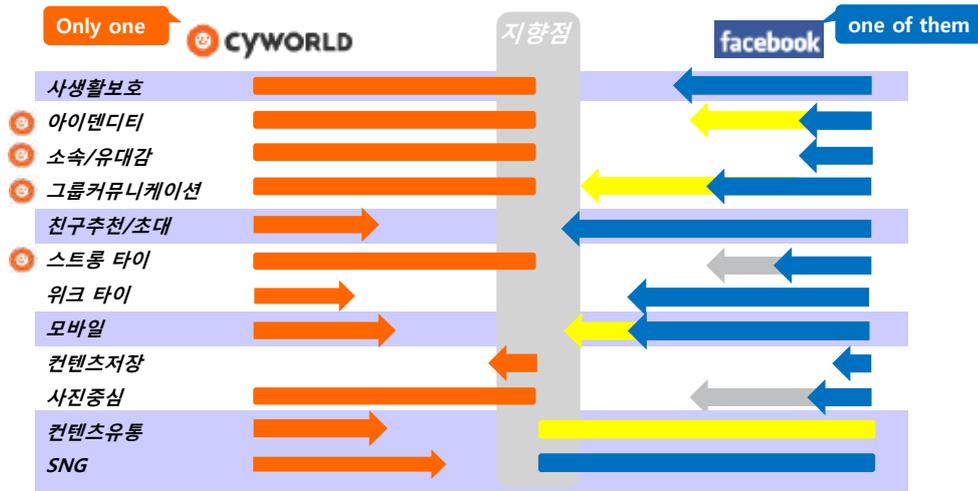
글로벌 싸이월드의 핵심과제 & 키워드

SNS 공통 트렌드 글로벌 기본요소

사생활 보호, 모바일, 유통, SNG, 소셜그래프 활용한 친구추천, 초대

싸이월드 강점

사진+프로필 에디팅을 통한 아이덴티티 발현
 유대감 기반의 소그룹 커뮤니케이션

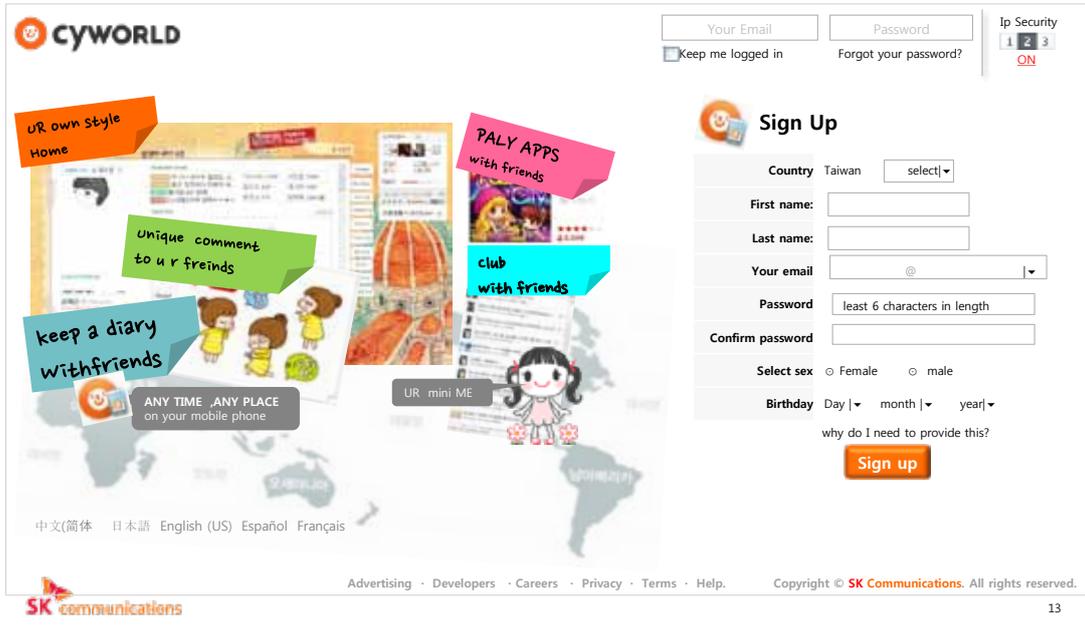


싸이월드, 페이스북의 서비스는 키펙터를 중심으로 반대방향으로 진행 되어져 음(콘텐츠저장제외)



1. Cyworld 특징을 강조한 핵심 서비스 노출”

2. 쉽고 간단한 가입”



Appendix 목표타겟 특징 & 페이스북 비교

I. 목표타겟 특징

1. 사생활 정보에 민감 SNS 탈퇴사유가 대부분 사생활노출
2. SNS를 통한 아이덴티티 부각 니즈
3. SNS 이용목적은 자신의 인맥을 늘리고 사진을 올려 공유
4. 가족, 연애사 등에 대해 많이 이야기 한다
5. 서로 좀 더 긍정적이고 감싸주는 반응을 보인다
6. 자신의 프로필(전화번호 제외)을 드러내고, 더 많은 사진첨과 사진, 프로필 사진, 그리고 학교에 관련된 활동을 즐기는 경향

핵심 키워드 & 과업

사생활보호
 강한 유대감(소속감)
 아이덴티티 부각
 사진서비스부각
 감성적커뮤니케이션
 세밀한인맥관리
 *편리한 컨텐츠 생성프로세스

II. 글로벌 SNS vs 싸이월드

페이스북

글로벌향
 강한 모바일
 사생활보호취약
 워크타이
 스트롱타이 혼재
 아이덴티티 결여
 약한 소속감
 약한 그룹 커뮤니케이션
 사진
 앱스특화
 개방된 컨텐츠 유통
 평범한인맥관리
 스마트한 친구추천
 단순한 커뮤니케이션
 편리한 업로드

싸이월드

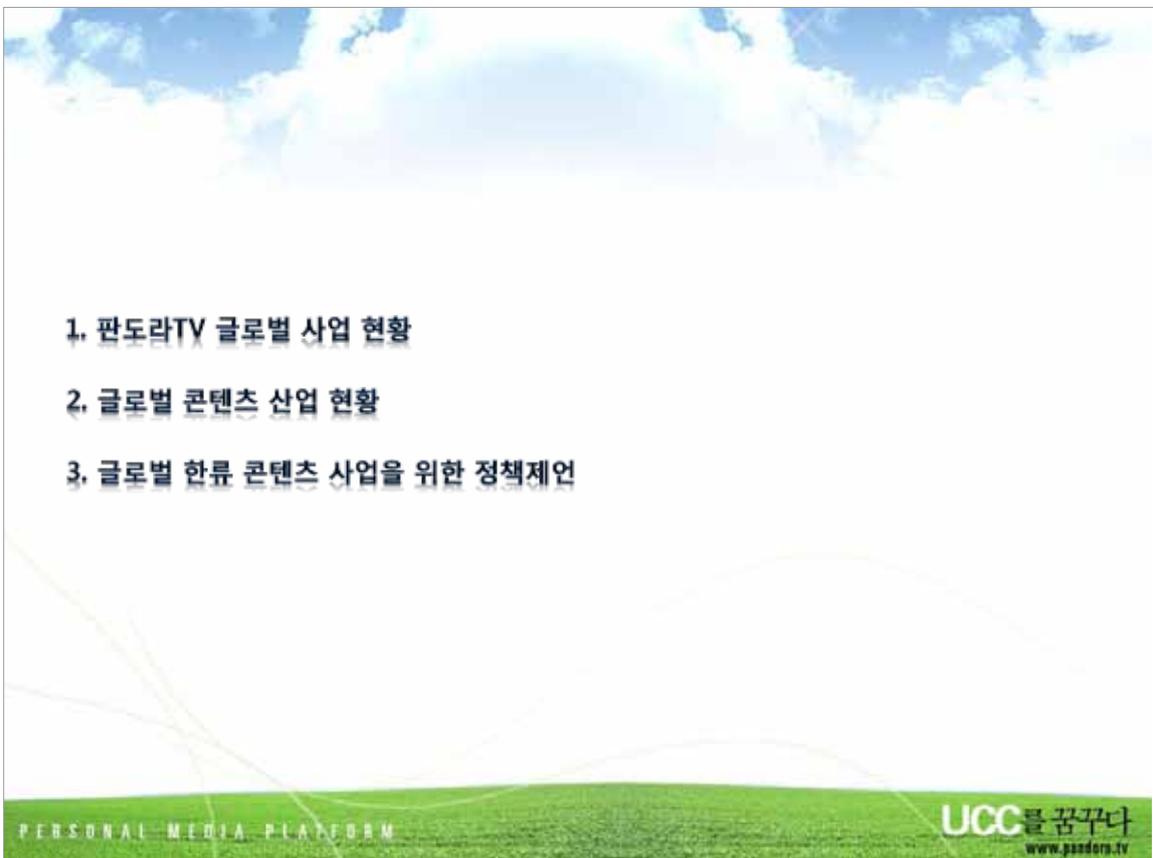
글로벌부재
 모바일 제공
 강한사생활보호
 약간 워크타이
 강한 스트롱타이
 강한 아이덴티티
 강한 소속감
 강한 그룹 커뮤니케이션
 사진특화
 앱스
 폐쇄적 컨텐츠유통
 세밀한 인맥관리
 약한친구추천
 감성커뮤니케이션
 복잡한 업로드

VS

추가요소

*개방된 컨텐츠 유통
 *스마트한 친구 추천

Q & A



1. 판도라TV 글로벌 사업 현황

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 글로벌 사업 연혁



2004. PandoraTV Open

- 동영상 UCC 서비스 업체
- 채널 기반의 무제한 영상 서비스 플랫폼 제공

2007. KMPlayer

- 글로벌 멀티미디어 플레이어 KMPlayer 인수



2008. Global Service Open

- 4개 언어(한,영,일,중) 기반의 로컬라이징 서비스

2009. Global POP 구축, 국내 망 분산

2010. N-screen Service

- iOS 기반 app → 일본 Entertainment 1위 기록
- Android, SMART TV, IPTV

2011. N-screen 확장, 콘텐츠 확보 및 글로벌 POP 증설

- SMART TV app 개발 및 IP기반 동영상 플랫폼 개발
- B2B Live, Fancast 등을 통한 콘텐츠 확보
- 글로벌 대역폭 증설 및 동남아시아 POP 추가 확보



2012. 글로벌 서비스 네트워크 완성

- 미국 동부/유럽 POP 구축
- 글로벌 콘텐츠 유통 플랫폼 구축

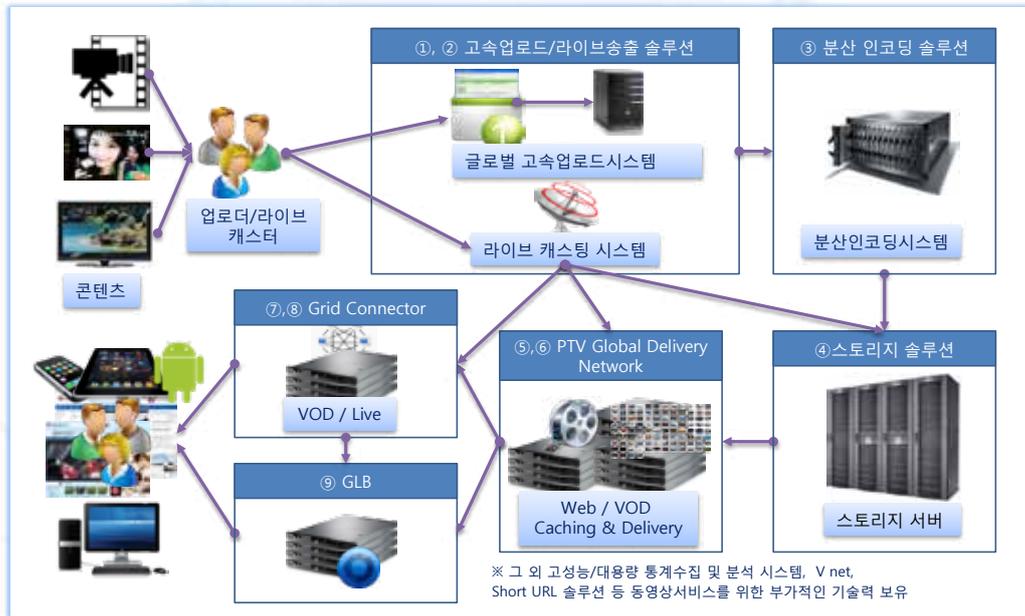
2007년 이래, 멀티미디어 글로벌 서비스 솔루션 및 플랫폼 구축에 막대한 R&D 투자 및 역량을 집중.

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 글로벌 멀티미디어 서비스 플랫폼

세계 최고의 성능 및 비용 경쟁력을 가진 글로벌 서비스 기반의 판도라TV 기술력 및 솔루션들 (①~⑨)

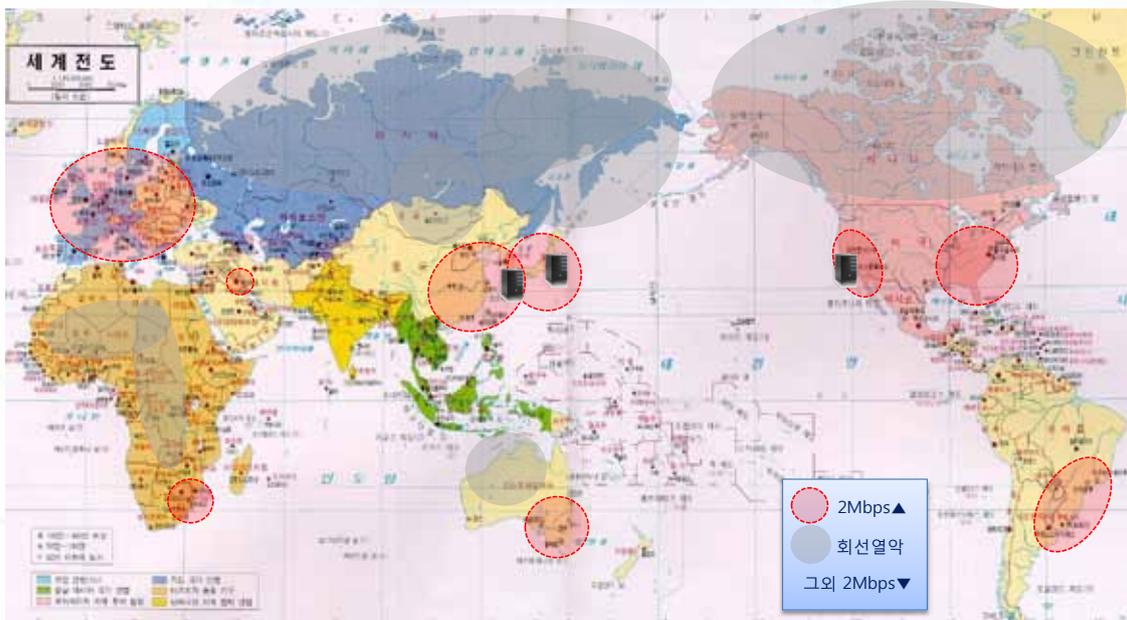


PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 글로벌 서비스 커버리지

현재 한국, 일본, 미국서부 지역의 POP을 중심으로 글로벌 동영상 서비스 네트워크를 구축하였으며, 장기적으로 동남아, 유럽, 미국동부를 커버하는 2Mbps급 HD 글로벌 동영상 네트워크 구축을 목표로 함.



PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 글로벌 사업 현황

한, 일, 중, 영 4개 국어 서비스 적용 (2008.04)



Japan 트래픽 상위권 랭크, iPhone, iPad App출시 후 일본 내 Entertainment 부문 1위 랭크

| Pandora.tv's Regional Traffic Ranks | |
|-------------------------------------|------|
| Country | Rank |
| JK South Korea | 125 |
| JP Japan | 543 |

출처: Alexa.com



일본 내 전체 웹 트래픽 순위: 143위 (2011년 5월)

Pandora iPhone App 1위 (2010년 11월 21일)

Pandora iPad App 1위 (2011년 3월 10일)

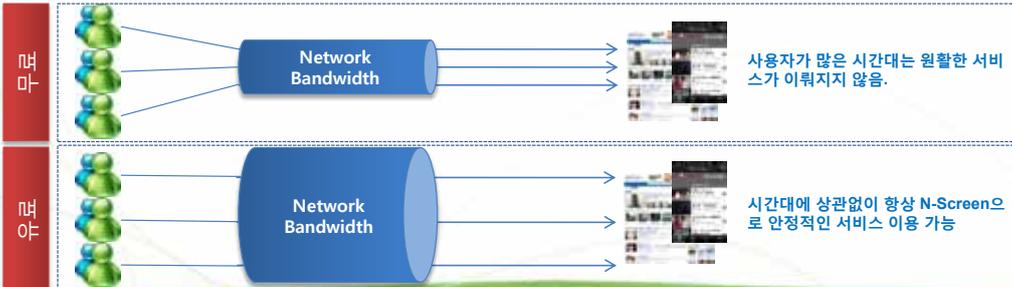
1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 일본 서비스

글로벌 인프라를 통해 실제로 N-screen 환경의 글로벌 동영상 서비스 구현에 앞장서고 있음.

N-Screen (PC, iOS, Android OS) 등을 지원하는 무료 동영상 스트리밍 서비스 구현 → 광고 수익 모델



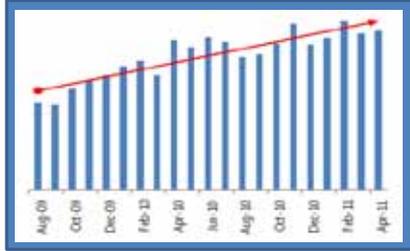
유료 서비스 모델 (원활한 동영상 서비스 네트워크 품질 보증 형태의 유료 과금) → B2C QoS 보장형 유료 수익 모델



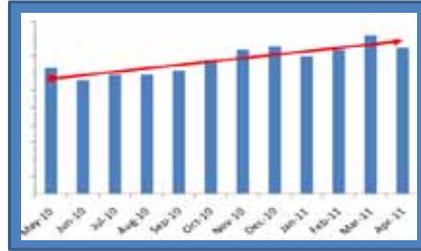
1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 일본 사업 현황 - 주요 실적흐름

서비스 트래픽, B2B광고 매출, B2C유료결제서비스 매출 등 다양한 비즈니스 기회를 창출, 고도화 중.

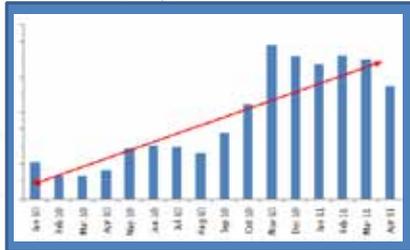
UV 변화율 (2009.08~2011.04)



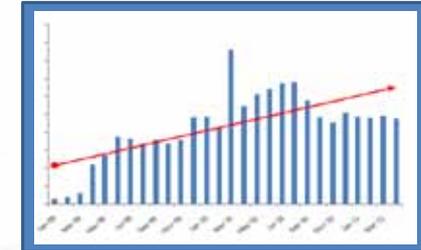
Streaming 변화율(2010.05~2011.04)



광고매출변화율 (2010.01~2011.04)



유료결제자수변화율 (2009.01~2011.04)



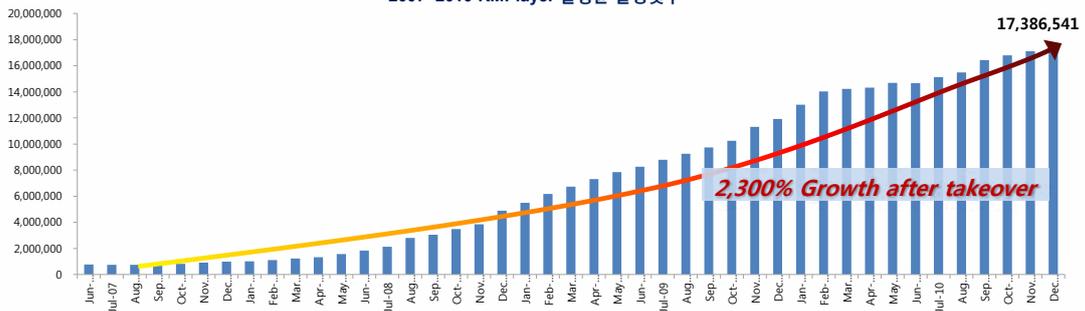
PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

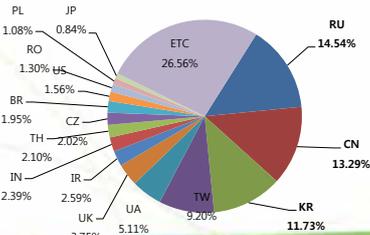
1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - KMPLAYER

월 2천 만의 글로벌 이용자, 하루 1700만의 글로벌 실행횟수를 자랑하는 대한민국 대표 미디어플레이어

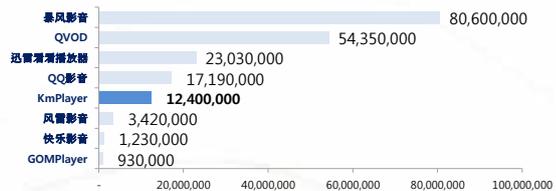
2007~2010 KMPlayer 일평균 실행횟수



KMPlayer 국가별 이용자 분포



KMPlayer 중국 미디어 플레이어 순위



PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 글로벌 사업의 장벽들

기술적인 인프라 구축에서 시작하여 서비스, 비즈니스 가치 창출 모든 과정에 걸쳐 수많은 어려움이 산재함.

고 비용, 저 품질의 네트워크 인프라 환경

- 한국은 로컬망 / 글로벌 망에 대한 구분 존재, 일반적으로 국내 계약한 대역폭의 2%만 사용 가능.
- 글로벌 CDN 서비스 이용 시 국내 CDN의 약 2.5배
- 국내 글로벌 망: 고가 임에도 불구하고, QoS 보장되지 않음.
- 국내 ORG 네트워크 비용 + 글로벌 연동망 + 해당 국가 네트워크 비용 발생의 3중 비용 부담.
- 글로벌 기지 구축 필요.



로컬라이징 및 운영관리의 부담 과중

- 업로드 솔루션, 인코딩 솔루션, 라이브 솔루션, 스토리지, 캐싱 솔루션, GSLB 솔루션, 각종 네트워크 장비 및 서버 등의 글로벌 배치 및 운영관리에 상당한 부담 발생.
- 국가별 문화 및 사용자 니즈의 차이에 따른 서비스 로컬라이징 문제.
- 국내수준을 뛰어넘는 동영상 서비스 운영관리 비용 추가 발생.

글로벌 사업역량 확보의 어려움

- 지역별, 디바이스 별 천차만별인 사업라이선스 확보의 어려움
- 글로벌 시장환경 차이에서 발생하는 사업모델최적화 및 비즈니스 가치 배분의 어려움
- B2C서비스 결제솔루션 확보 필요
- 광고주 및 광고대행사 영업역량 확보 필요

1. 판도라TV 글로벌 사업 현황 - 판도라 글로벌 환경의 극복 과 한계

고 비용, 저 품질의 네트워크 인프라 환경 → 자체 PDN(Pandora Content Delivery Network)구축

- 글로벌 CDN을 대체할 수 있는 판도라 자체 PDN을 구축.
- 글로벌 CDN 이용시의 네트워크 비용 대비 **40% 수준**으로 절감

글로벌 운영관리 부담 → GSLB(Global Service Load Balancing)솔루션 구축

- 글로벌 동영상 스토리지, 딜리버리, 재생 등의 모든 운영관리적 리소스투입을 최적화하는 솔루션 구축
- 무인운영체제 구축에 따른 비용 절감
- 시스템 리소스 최적화에 따른 비용 절감
- 기술적 장애 발생시에도 서비스 지속적 운영 및 관리 가능

글로벌 사업역량확보의 어려움 → 사업역량 확보 및 고도화 중.

- 글로벌 저작권, 결제, 광고 관련, 다양한 제휴 파트너십을 추진하며 사업별 비즈니스 가치 고도화 매진 중.
- 2009년 대비 **2010년도** 글로벌 매출, **323%** 달성.
- **2011년도**에는 2010년도 대비 **200%** 달성 예상

한계점 및 풀어나갈 과제

- 아시아, 미국서부에 제한된 글로벌 네트워크 인프라, 여전히 중소기업에게는 높은 고비용 환경.
- 국가, 플랫폼 별로 제한된 복잡한 사업 라이선스의 확보
- 한류 콘텐츠 글로벌 사업을 위한 합리적이고 공정한 사업 모델의 구축
- 한류 콘텐츠 글로벌화를 둘러싼 산업계의 협력적 기반

2. 글로벌 콘텐츠 산업 현황

PERSONAL MEDIA PLATFORM

13

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

Media Change in Global Market

2. 글로벌 콘텐츠 산업 현황 - 글로벌 미디어 시장의 변화

Media war

- 미국의 동영상 프리미엄 콘텐츠 시장은 훌루와 넷플릭스의 축으로 움직이고 있음.
- 종이 매체는 머독이 이끄는 미디어 그룹이 최근 '더 데일리'를 유료로 런칭하였으나 미디어 업계의 중심은 동영상 시장임.
- 애플TV와 구글TV 역시 새로운 플랫폼 경쟁자로 시장 진입 중.
- 과거 주목 받던 Sling box와 tivo는 스마트tv 시대에 뒤쳐지는 서비스로 전략할 가능성 커짐.

시사점

- 과거 Content-Platform-Network-Terminal(Device)로 이어지던 벨류체인은 완전히 무력화 되고, 네트워크 사업자가 형성한 월가든 역시 완전 붕괴되었음.
- 현재는 콘텐츠 사업자 중심의 훌루와 유통 중심의 넷플릭스가 선전하고 있으며, 플랫폼 사업자인 구글과 애플tv가 경쟁 우위를 보이고 있음.
- 삼성, LG, 소니 등 단말기 회사들의 스마트tv 역시 강력한 플랫폼이 될 가능성이 있음
- 하지만 훌루와 넷플릭스가 유료로 시장에서 가장 강력한 모델로 급 부상하고 있다고 평가할 수 있음.

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.psdora.tv

2. 글로벌 콘텐츠 산업 현황 - 글로벌 미디어 시장의 변화

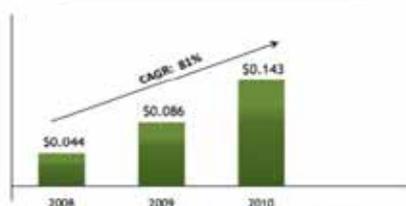
hulu.com

비디오 동영상 시장의 급성장

- 비디오 광고의 효율성이 TV시장을 따라 잡을 것으로 예상.
- 머독을 포함한 5개의 메이저 스튜디오가 주주로 참여, 콘텐츠 수급의 용이.
- TV show 콘텐츠 중심, 광고모델을 내세워, 영화 콘텐츠 중심, 유료 시청 기반의 넷플릭스와 차별화된 포지셔닝 구축

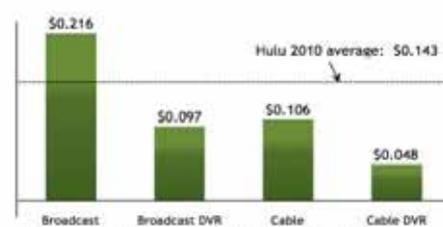


HULU AD REVENUE PER HALF HOUR EPISODE



Note: Hulu monetization continued to increase in Q4 2010 with \$0.185 per half hour episode

BROADCAST & CABLE AD REVENUE PER HALF HOUR PRIME TIME EPISODE



Source: Calculations based on 2009-2010 data from Media Dynamics and Nielsen

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.psdora.tv

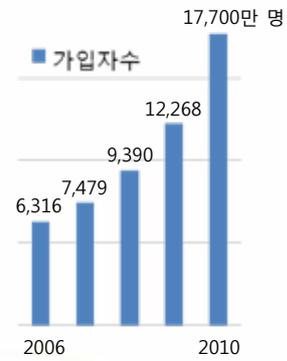
2. 글로벌 콘텐츠 산업 현황 - 글로벌 미디어 시장의 변화

Netflix

소비패턴의 “혁신”을 선도

- 과거 넷플릭스는 전통적 비디오 렌탈사업자였음.
- 1차 혁신: 주문을 간편하게 + 연체시 패널티 대신, 빠른 반납시 인센티브 제공
- 2차 혁신: 주문은 온라인으로 반품 없이 영구 소장 가능
- 3차 혁신: DVD 매체에서 Online 매체로 유저migration 주도

가입자 1800만 명
 년 매출 \$ 1.67 B (약2조 원)
 년 순이익 \$ 1.15 억 (1500억 원)
 ARPU \$13.30



PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
 www.pandora.tv

2. 글로벌 콘텐츠 산업 현황 - 글로벌 미디어 시장의 변화

Youku

- ✓ Great
 - 년 매출 500억 수준, 2010 1월~9월 매출 \$35MM
 - 동 기간 \$25MM 적자
 - 현재 중국 제 1의 동영상 사이트 월 1.5억명 방문
 - 최근 상장 후 @ 33불, 시가총액 \$3.4 B
 - 상장으로 2억 불의 cash 확보 완료
- ✓ They need Alpha
 - 현재 1,500여 개 사와 콘텐츠 파트너십 체결
 - 경쟁사인 tudou.com 2011 나스닥 상장 예정, 2009년 1~9월 \$15MM 적자 기록
 - KU6.COM 매출 \$4MM, \$12MM 적자 기록
- ✓ Premium 콘텐츠 시장의 확대
 - 전 세계 동영상 시장이 User Generation Contents와 Premium 콘텐츠 시장으로 양대 축을 형성 중
 - 트래픽은 UCC로부터 매출은 Premium에서 달성!



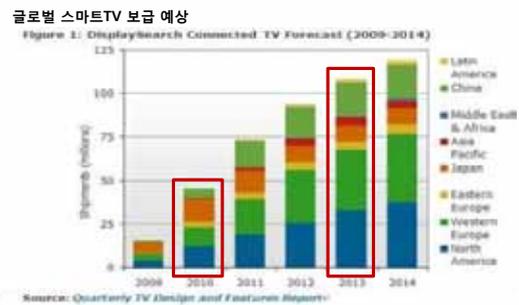
PERSONAL MEDIA PLATFORM

www.pandora.tv

2. 글로벌 콘텐츠 산업 현황 - 글로벌 미디어 시장의 변화

SmartTV

1. 국내 TV제조업체 및 정부의 활성화 정책으로 시장 초기 빠른 보급이 예상 됨.
2. 단말시장에서 OS 및 앱 스토어 플랫폼 기반으로 확산된 스마트 폰 사업모델이 TV시장에 전이효과를 보이고 있음.
3. 이미 상당수의 티비 이용자들은 기존의 OTT, STB, 게임콘솔, 초기 커넥티드 티비, IPTV, D-CATV등 다양한 티비를 통해 전통적 TV시청 행태에서 새로운 TV의 시청행태에 학습되어 있음.
4. 북미의 경우, 2010년 초 미국 내 20%에 그치던 커넥티드TV구입자중의 스마트TV 기능이용 사용자가 2010년 말에는 50%에 달하고 있으며, 상당수의 소비자들은 이미 유료케이블방송해지를 하는 **Cord Cutting** 현상이 서서히 진행되고 있음.



PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 제언

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 제언

Global 산업 경쟁력

자본 & Brand & Tech

- 1) Youtube.com의 독자 콘텐츠 강화 : Global Usage
- 2) Hulu & Netflix의 일본 시장 진출설 : 한국은?
- 3) Contents의 세계화 : 한류 vs. 미드, 중드, 일드 ..
- 4) Global N screen 지원 & Cloud 서비스



“더 이상 안방은 없다”

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 제언

주도 사업자의 Role Change

생산 Oriented ▶ 유통 Oriented

- 1) End user 접촉 Point 다변화 : 공중파 → 케이블 → 온라인 → 모바일
- 2) NBC & 뉴스콕 Hulu 설립(2007) → 공중파 채널 대다수 합류
- 3) CJ Tving.com : CJ 계열 PP사 + 일반 PP사 온라인 콘텐츠 유통
- 4) Tech & 마케팅 통합을 통한 Smart Usage Pattern 확산



“Who? vs. Where?”

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 제언

산업 기반 BM의 변화

광고 & License

- 1) 공중파 단독 시청률의 지속적 하락 → 광고 단가 인하 압박 우려
- 2) 영향력 있는 다채널 다매체 : 광고 시장의 분산
- 3) 과학적 광고 효과 측정 : 단순 노출 → Interactive/Click/Log 기반
- 4) 롱 디스크/ 키워 디스크 : 불법 다운로드 시장의 확장
(*KBS America : 2008년 이후 적자 확대)



“온실 속 화초 vs. 잡초”

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 제언

What can we do?

- 1) 뭉쳐야 산다 : 우물 안 경쟁 → 공동의 적 (표준화/불법 대응..)
- 2) 콘텐츠 유통 혁신 : 전향적 라이선스 정책/ 유통 친화력
- 3) 민/ 관의 공동 노력 : 한류 세계화, Global 유통 인프라..



“Confidence / Challenge / Co-operation”

PERSONAL MEDIA PLATFORM

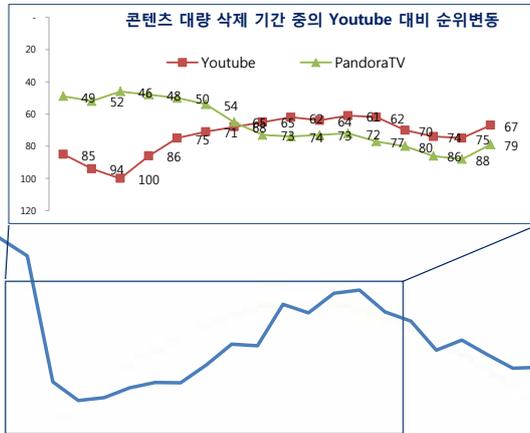
UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 정책제언

1. 글로벌 표준 지향, 형평성을 고려한 정책입안이 필요

- 과거 저작권법 강화에 따른 법령 준수를 인해 판도라TV는 큰 노력과 희생을 감수하였으나, 당국의 시각지대에서 해외업체들은 오히려 특수효과를 누림 → 한국 표준으로 글로벌 표준에 대응할 수 있는 환경이 필요.

판도라 티비 월별 재생수 총합



저작권법 준수를 위한 대량 콘텐츠 삭제 (2009.02~08)

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 정책제언

2. 글로벌 콘텐츠 사업전개의 악순환의 고리를 끊을 정부의 적극적 개입이 필요

- 과거의 경험 : 인터넷 사업자의 인터넷 사업의 적극적 참여가 국내 CDN 구축 비용을 하락시킴.
- 합리적 시장모델 형성을 실현하기 위한 재정적 지원 또는 사업부양정책 시행 등의 적극적인 움직임이 필요함.

높은 글로벌 CDN 구축비
용 및 불공정 거래조건

글로벌 한류 콘텐츠
사업의 높은 진입장벽

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 정책제언

3. 합리적 가치분배에 대한 정부의 앞장선 고민과 개입이 필요.

- 기형적으로 성장한 국내의 불법 콘텐츠 시장은 해외 콘텐츠 시장형성에 있어서도 장애물로 등장하고 있음.
- 미주 웹하드의 경우, 국내법망의 사각지대에서 한국 콘텐츠를 가지고 막대한 이익을 취하고 있음.
- Funshion 등 수많은 중국서비스가 이미 한국 콘텐츠를 광고모델기반으로 서비스하고 있음.
- 글로벌 콘텐츠 사업을 바라보는 사업자간의 첨예한 이익갈등은 해결될 기미를 보이지 않음.
- 콘텐츠 공급자, 유통자, 서비스업자 간의 합리적이고 공정한 가치 분배에 대한 정부의 적극적 개입이 필요함.



PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 정책제언

글로벌 경쟁력을 갖춘 많은 콘텐츠들이 KOCCA 지원사업과 여러 제작자들을 통해 생산되고 있으나, 환경적 제약으로 인해 글로벌 시장의 진출은 요원하기만 한 상황임.



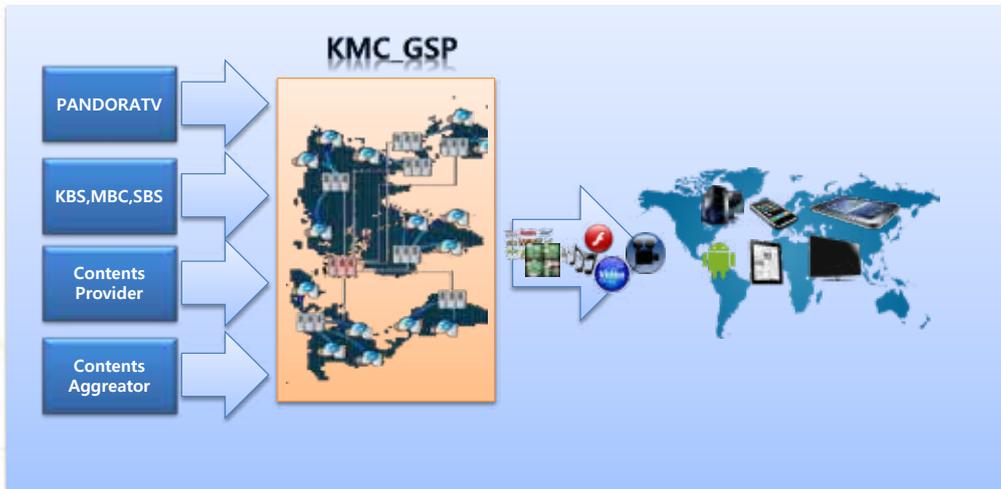
PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

3. 글로벌 한류 콘텐츠 산업을 위한 정책제언

KMC-GSP (Korean Multimedia Contents Global Service Platform)

글로벌 경쟁력 있는 콘텐츠를 보유하고 있는 기업 및 개인, 학교, 관공서 등에 국내 서비스 비용으로 자신의 콘텐츠로 글로벌 서비스를 할 수 있는 멀티미디어 글로벌 서비스 플랫폼 구축 및 서비스



PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

감사합니다.

PERSONAL MEDIA PLATFORM

UCC를 꿈꾸다
www.pandora.tv

차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011