

문화로 생동하는 대한민국

2009년 11월 넷째주

음악산업 주간동향 리포트



한국콘텐츠진흥원

What's Happening in Music Industry? [2009년 11월 넷째주]

11월 넷째주 음악산업 동향

- 펜타포트 페스티벌, 한국 대표로 '아시아 대중음악페스티벌 경험 교류 논단' 초청, 대만 음악 페스티벌과 인디뮤지션 연계 논의
- Youtube와 4대 메이저 음반회사가 협력한 온라인 음악 동영상 콘텐츠 사이트 'Vevo' 오픈 임박 (12/8일)
- 중국, 2010년부터 TV 및 라디오 방송의 음악 저작권료 지급 의무화 법안 발표

콘텐츠 목차

1. 소비자 동향

1-1. 2009년 11월 2주차 음원 판매 현황

2. 산업 동향

2-1. 韓 남성 아이돌 태국, 대만 음악 시장 강타

2-2. 뮤직비디오 채널, 케이블 TV가 1위

2-3. 음악사이트 소리바다, 게임산업 진출

2-4. 펜타포트, '아시아 대중음악페스티벌 경험 교류 논단' 참석

2-5. 한중 교류의 해 기념 한국 대중음악 쇼케이스 개최

3. 기술 동향

3-1. 소니, 2010년 콘텐츠 유통을 위한 새로운 온라인 서비스 런칭 예정

3-2. 온라인 동영상 서비스 사이트 VEVO 오픈

4. 정책 동향

4-1. '한태 저작권보호 협력포럼' (11/20, 태국 방콕)

5. 해외 동향

5-1. 중국, 2010년부터 TV, 라디오 음악방송의 저작권료 지급 의무화

5-2. 음악 사이트의 생존을 위한 확장 및 변화

5-3. 英, 불법유통 파일 강제 차단 법안 발표

※ 관련 기사 및 자료 목록

1 소비자 동향

1-1. 2009년 11월 2주차 음원 판매 현황

순위	멜론(11.8-11.14)		도시락(11.9-11.15)		엠넷(11.9-11.15)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	—	You and I - 박봄	—	You and I - 박봄	—	Love Like This - SS501
2	↑1	Sign - 브라운아이드걸스	—	Sign - 브라운아이드걸스	—	Ring Ding Dong - 샤이니
3	↓1	부른다 - 서인국	—	기다리다 지친다 - 2PM	—	You and I - 박봄
4	↑7	기다리다 지친다 - 2PM	↑8	Chu~♡ - f(x)	↑1	Sign - 브라운아이드걸스
5	↑41	그립고 그립고 그립다 - 케이윌	진입	Heartbeat - 2PM	↓1	기다리다 지친다 - 2PM
6	↑27	Chu~♡ - f(x)	↓1	잊지 말아요 - 백지영	진입	Heartbeat - 2PM
7	↓2	Ring Ding Dong - 샤이니	↑29	너에게 미쳤었다 - 2PM	↑21	너에게 미쳤었다 - 2PM
8	↑6	그놈 목소리 - 씨야	↓2	Ring Ding Dong - 샤이니	↑13	그립고 그립고 그립다 - 케이윌
9	↓5	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↓5	부른다 - 서인국	↓3	부른다 - 서인국
10	↓3	못된 여자 II - 원투	↑32	그립고 그립고 그립다 - 케이윌	↓3	잊지 말아요 - 백지영
11	진입	Heartbeat - 2PM	↑38	그놈 목소리 - 씨야	↓1	할렐루야 - 빅뱅
12	↓6	눈물아 안녕 - 아이비	↓5	못된 여자 II - 원투	↓3	그놈 목소리 - 씨야
13	↓1	Love Like This - SS501	↑5	할렐루야 - 빅뱅	↑2	Chu~♡ - f(x)
14	↑60	너에게 미쳤었다 - 2PM	↓1	Love Like This - SS501	↓6	못된 여자 II - 원투
15	↓6	Chocolate Love - 소녀시대	↓4	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	진입	꿈을 꾸다 - 김태우
16	↓6	Touch Me - 아이비	↓8	눈물아 안녕 - 아이비	↓5	Touch Me - 아이비
17	↓9	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미	↓7	Touch Me - 아이비	↑71	만만하니 - 유키스
18	↓5	TTL - 티아라, 초신성	↓9	편지 - 먼데이키즈, 일락	↑12	미안해, 사랑해서... - 이영현
19	↓4	사랑비 - 김태우	↓5	Chocolate Love - 소녀시대	↓5	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍
20	↓3	사랑한 후에 - 박효신	↑46	만만하니 - 유키스	↓8	눈물아 안녕 - 아이비

('09.11월 2주차 멜론, 도시락, 엠넷)

순위	벅스(11.5-11.11)		싸이월드(11.9-11.15)		소리바다(11.8-11.14)	
	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트	전주 비 변동	곡명 - 아티스트
1	↑23	기다리다 지친다 - 2PM	—	You and I - 박봄	—	You and I - 박봄
2	—	Sign - 브라운아이드걸스	—	잊지 말아요 - 백지영	↑10	기다리다 지친다 - 2PM
3	↓2	You and I - 박봄	진입	Heartbeat - 2PM	↓1	Sign - 브라운아이드걸스
4	진입	그립고 그립고 그립다 - 케이윌	↑3	Sign - 브라운아이드걸스	↑90	그립고 그립고 그립다 - 케이윌
5	↑68	Chu~♡ - f(x)	↓2	못된 여자 II - 원투	↑1	그놈 목소리 - 씨야
6	진입	너에게 미쳤었다 - 2PM	↓1	부른다 - 서인국	↑1	잊지 말아요 - 백지영
7	↑2	그놈 목소리 - 씨야	↑2	할렐루야 - 빅뱅	↑34	할렐루야 - 빅뱅
8	↓5	Touch Me - 아이비	↑5	그놈 목소리 - 씨야	—	Ring Ding Dong - 샤이니
9	↓5	부른다 - 서인국	↑7	그립고 그립고 그립다 - 케이윌	↓5	못된 여자 II - 원투
10	↓5	못된 여자 II - 원투	↓6	기다리다 지친다 - 2PM	↑113	너에게 미쳤었다 - 2PM
11	↓3	Love Like This - SS501	↑1	똑똑똑 - 4men	↓8	부른다 - 서인국
12	↓2	Ring Ding Dong - 샤이니	진입	만만하니 - 유키스	↑40	Chu~♡ - f(x)
13	진입	라떼처럼 - 윤건	진입	웨딩드레스 - 태양	↓3	Love Like This - SS501
14	↓8	이별은 사랑 뒤를 따라와 - 거미	진입	사랑 참... - 디셈버	↓9	Touch Me - 아이비
15	↓8	눈물아 안녕 - 아이비	진입	Chu~♡ - f(x)	↓6	눈물아 안녕 - 아이비
16	↑40	똑똑똑 - 4men	↓1	죽일 놈 - 다이아믹듀오	↓3	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍
17	↓4	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↓11	헤어지지 못하는 여자, 떠나가지 못하는 남자 - 리쌍	↑93	최면 - 케이윌
18	진입	미안해, 사랑해서... - 이영현	진입	꿈을 꾸다 - 김태우	↑109	라떼처럼 - 윤건
19	↓5	실화 - 린	↓8	말도 없이 - 박신혜	↓4	Chocolate Love - 소녀시대
20	↓9	잘지내 - 정엽	↓10	Ring Ding Dong - 샤이니	↓3	TTL - 티아라, 초신성

('09.11월 2주차 벅스, 싸이월드, 소리바다)

- 2NE1의 박봄 솔로 싱글 'You and I'가 여전히 강세인 가운데 2PM의 '기다리다 미친다'가 빠른 속도로 최상위권 진입
 - 2PM은 두 번째 미니 앨범으로 컴백한 후 '기다리다 지친다', 'Heartbeat' , '너에게 미쳤었다' 등을 동반 히트 시키며 순항 중
 - 선공개된 '기다리다 지친다'는 벅스 1위 (전주비 23위 상승), 멜론 4위(7위 상승), 도시락 3위, 엠넷 5위, 소리바다 2위, 싸이월드 10위 차지
 - 'Heartbeat'는 멜론 11위, 도시락 5위, 엠넷 6위, 싸이월드 3위 진입

- '너에게 미쳤었다' 또한 멜론 16위, 도시락/엠넷 7위, 벅스 6위, 소리바다 10위 진입
- 2009년 상반기 '눈물이 똑똑'으로 발라드 열풍을 일으키며 주목을 받았던 케이윌의 정규 2집 '그립고 그립고 그립다'는 발매 직후 상위권 진입
 - '그립고 그립고 그립다'는 멜론 5위(전주비 41위 상승), 도시락 10위(32위 상승), 엠넷 8위(13위 상승), 벅스 4위 진입, 싸이월드 9위(7위 상승), 소리바다 4위(90위 상승) 진입
 - '그립고 그립고 그립다' 외에도 래퍼 아웃사이더가 피처링한 '최면'도 소리바다에서 전주비 93위 상승한 17위를 차지하며 주목
 - 그 외에도 윤건의 '라떼처럼', f(x)의 Chu~♡, 김태우의 '꿈을 꾸다' 등이 순위 급상승하며 차트 상위권 진입

2 산업 동향

2-1. 韓 남성 아이돌 태국, 대만 음악 시장 강타

- 남성 아이돌 그룹 2PM, 2009 태국 최다 앨범 판매 해외 아티스트로 선정
 - 태국 IFPI(국제음반산업협회, International Federation of the Phonographic Industry)가 2009년 1월에서 9월까지 집계한 결과에 따르면, 2PM은 2009년도에 태국에서 앨범을 가장 많이 판매한 해외 아티스트로 선정
 - 2PM은 '09.6월 말 태국에서 첫 번째 싱글 'Hottest time of the day'와 두 번째 싱글 '2:00PM Time for Change'등 2CD와 함께 뮤직비디오를 담은 DVD가 보너스로 수록되는 '2PM Thailand Special Edition'을 발매
 - 당시 초도 수량만으로 플래티넘 앨범으로 선정되어 태국 소니 뮤직으로부터 플래티넘 앨범 상 수상
- 남성 아이돌 그룹 SS501의 미니앨범 '리버스(REBIRTH)', 대만 음악 차트 1위 차지
 - 10/30일 미니 앨범 '리버스(REBIRTH)' 대만 발매
 - 대만 등 중국어권 온라인 음반매장인 북스닷컴에서 4주간 1위 차지
 - 대만 음반 판매 집계차트인 'G-뮤직' 아시아 차트와 '파이브 뮤직' 아시아 차트에서 각각 2주 연속 1위
 - 대만 최대 온라인 스트리밍 사이트인 KKBOX의 '한일 단곡 톱100 주간차트' 1위
 - 대만 이동통신사 중화텔레콤 및 타이완모바일 통화연결음 차트에서 각각 2주 연속 1위

2-2. 뮤직비디오 채널, 케이블 TV가 1위

- 네티즌의 50.5%가 케이블 TV를 통해 뮤직비디오를 시청
 - 영화예매 사이트 맥스무비(www.maxmovie.com)가 11/4~9일까지 6일간 실명 네티즌 911명을 대상으로 '당신이 뮤직비디오를 가장 많이 보는 매체는?' 설문 조사

- 조사 결과 뮤직비디오를 가장 많이 보는 매체는 Mnet, tvN 등 케이블 채널인 것으로 나타남
 - 이 외에도 공중파 채널(SBS, MBC, KBS 등)이 35.1%(320명), 웹사이트 (9.5%, 87명), 기타 (2.9%, 26명), 모바일(2.0%, 18명) 등으로 응답
- 최근 선정성이나 폭력성 등을 이유로 지상파 방송 불가 판정을 받는 사례가 늘어남에 따라, 케이블 방송에 집중하는 뮤직비디오를 제작하는 것이 도움이 될 것
- '지상파 방송에서는 예능프로그램 이후에 나오는 뮤직비디오 외에는 볼 기회가 많지 않다', '아무래도 케이블 채널에서 뮤비를 볼 기회가 많다, '보고 싶은 뮤직비디오가 있을 땐 인터넷을 통해 찾아본다' 등의 의견

2-3. 음악사이트 소리바다, 게임산업 진출

- 소리바다, 게임업체인 스미스앤모바일의 게임 사업 투자 결정 (11/18일)
- 소리바다 미디어는 향후 스미스앤모바일과 공동투자 형식으로 국내 및 일본 내에서의 웹 게임 및 모바일 게임 사업을 본격적으로 진행할 예정
- 소리바다는 음악 외 게임 및 영상 사업에도 투자 계획
- 소리바다의 게임산업 진출은 현재 음악콘텐츠에 한정되어 있는 비즈니스 포트폴리오를 확장하여 안정적인 수익구조를 확보하기 위함
 - 이전까지 음악과 게임은 별개의 산업으로 간주되었으나 게임산업의 성장과 함께 게임음악 또한 독자적인 문화산업으로서의 가능성 주목
 - 최근에는 2002 부산아시아게임의 공식 음악을 작곡하기도 했던 재일 음악인 양방언, '해운대'와 '마더' 등 다양한 영화 음악을 선보인 기타리스트 이병우 등 유명음악인들 게임음악 진출
 - 또한 한국콘텐츠진흥원에 따르면 게임사 시가총액이 2008년 말에 비해 70% 이상 상승
 - 게임 산업의 상승세는 음악 산업에 대한 성장 전망을 높이는 요인으로 작용해 주가에 긍정적 영향을 줄 것으로 예상

※ 스미스앤모바일 : 국내 3개 이동통신사뿐 아니라 일본 현지 법인인 스미스앤모바일 재팬을 통해 2008년 10월부터 KT와 함께 NTT-도코모를 비롯해 KDDI, 소프트뱅크 등 일본대표 이동통신사에 모바일 게임 사업을 진행하고 있는 게임 업체

2-4. 펜타포트, '아시아 대중음악페스티벌 경험 교류 논단' 참석

- 인천 펜타포트 락 페스티벌, 아시아 최초 음악 교류 행사인 '아시아 대중음악페스티벌 경험교류 논단'에 한국 대표로 선정, 참석
- 11/14~15일, 대만 행정원 신문국 주최
 - 일본 '섬머소닉 페스티벌', 중국 '모던 스카이', 대만 '스프링 스크림 페스티벌', '점프 페

스티벌' 등 각국의 페스티벌 대표 참석

- 특별초빙 강연을 맡은 펜타포트 페스티벌의 주관사 윤창중 대표는 그동안 유럽의 뮤직 페스티벌들이 대형 아티스트 섭외부터 각국의 신인 뮤지션 교류 등 단단한 공조를 이루며 그 규모와 질을 확장한 것처럼 아시아에서도 이와 같이 뭉칠 것을 제안
 - 한국과 대만에서 자국의 인디 뮤지션들을 서로의 페스티벌에 초대하기로 합의
 - 대만은 록 음악시장이 큰 비중을 차지하고 있어 향후 록 페스티벌 개최에 따른 펜타포트 페스티벌과의 교류에 관심

2-5. 한중 교류의 해 기념 한국 대중음악 쇼케이스 개최

- 일시 및 장소 : 11/25일, 중국 상해
- 주최 : 문화체육관광부, 국제문화산업교류재단, 한국콘텐츠진흥원, 한국방문의해위원회
- 'Feel Korea, K-POP Night & K-Fashion Show'(11/24~25일)행사의 일환으로 대중음악 쇼케이스 'K-Pop Night' 외 패션쇼도 함께 열림
- 출연 가수 : 휘성, 포미닛, 2PM, 2AM, 에프엑스, 유키스 등
- 한중 교류의 해 기념, 양국의 상호 협력관계 증진 및 문화 공감대형성 목적
 - 한국 대표 음악, 패션, 문화 콘텐츠를 소개하고 공유하는 자리
 - 국제문화산업교류재단에서는, 대중문화 교류행사뿐만 아니라, 상해 국립 고아원 등 복지시설에 한국대표 출연진 f(x)와 함께 방문하는 '한류 연예인 봉사활동' 기획
 - 상해 대표방송그룹 SMG 등 중국 주요 매체에 보도될 예정이며, 한국에서는 SBS에서 특집방송으로 방영 예정

3 기술 동향

3-1. 소니, 2010년 콘텐츠 유통을 위한 새로운 온라인 서비스 런칭 예정

- 소니는 네트워크 기반의 엔터테인먼트 콘텐츠 유통 서비스 런칭 계획 발표(11/20)
 - 음악, 영화, 책을 비롯하여 네트워크 케이블 TV 및 블루레이 플레이어용 콘텐츠 외에도 전자책(e-book) 등을 유통할 예정
 - 소니는 기존에 플레이스테이션 네트워크를 통해 PS3 콘솔과 휴대가능한 미니플레이스테이션용 영화 및 비디오게임을 제공하고 있으나 아이튠스처럼 음악이나 응용프로그램 제공은 없었음
 - 소니의 히라이 가즈오 수석부사장은 비디오 게임기 '플레이스테이션 3'이 2009회계연도가 끝나는 2010년 3월까지 공식적인 목표인 1천3백만대 이상 판매될 것으로 예상한다고 밝힘
 - 새로운 온라인 서비스로 인해 2013년까지 300억엔 매출 창출을 기대하고 있다고 밝힘

- 하드웨어 판매에서 콘텐츠 유통판매 및 온라인서비스에 집중하는 소니의 전략
 - 소니의 토카이 도쿄 연구센터 소장 오사무 히로세씨는 ‘소니가 그간 너무 하드웨어에 집중했다’고 전하며 ‘소비자에게 디지털 엔터테인먼트를 유통하는 것과 네트워크 상품에 집중해야만 한다’고 전함
 - 콘텐츠 판매 외에도 소셜네트워킹 서비스를 제공하여 사진, 비디오 등을 올리고 교류할 수 있도록 지원할 예정

3-2. 온라인 동영상 서비스 사이트 VEVO 오픈 (12/8일 예정)

- 4대 메이저 음반사와 YouTube가 합작한 동영상 서비스 사이트 VEVO가 12/8일 뉴욕에서 론칭 이벤트를 열 계획
 - VEVO는 4대 메이저 음반사들이 그들의 온라인 동영상 콘텐츠를 과금서비스로 제공
 - 현재 유니버설뮤직그룹의 유튜브 채널은 35억회 이상 조회되어 트래픽 문제를 야기하기도 함
- 그러나 경쟁 사이트인 HULU 또한 EMI의 콘텐츠를 제공받을 예정으로 VEVO는 오픈 직후 경쟁에 휩싸일 것으로 예상
 - 워너뮤직그룹은 멀티 채널 전략을 사용하여 유튜브 뿐만 아니라 또 다른 파트너 업체인 FreeWheel과 과금 서비스 계약 체결

4 정책 동향

4-1. ‘한태 저작권보호 협력포럼’ (11/20, 태국 방콕)

- 일시 및 장소 : 11/20일, 태국 방콕 인터콘티넨탈 호텔
- 주최 : 한국저작권위원회, 해외문화홍보원
- 주제 : 양국간 저작권 보호 현안 및 저작권 교류 증진방안
- 참석자 : 이보경 한국저작권위원회 위원장과 정해문 주태국 대사, 아롱콘 폰라봇 태국 상무부 차관 등 양국 정부 관계자와 유관 단체, 학계 전문가 등 80여명 참석
- 향후 양국간 저작권 보호를 위한 정책 개발 및 상호 협력 체계 구축 예정

5 해외 동향

5-1. 중국, 2010년부터 TV, 라디오 음악방송의 저작권료 지급 의무화

- 중국 국무원, 2010년 1/1일부터 라디오와 TV 방송국에서 음악 방송 시 저작권자에게 일정 기준의 사용료를 지불토록 하는 '라디오 TV의 녹음 음악방송 사용료 지불 방법' 실시
 - 중국 라디오와 TV의 음악 사용료는 매년 100억위안(약 1조7000억원)에 이를 것으로 추산
- 라디오와 TV 방송국은 3가지의 음악사용료 지불방안 중 선택 가능
 - 1) 저작권자와 매년 연간 단위 사용료 협의/결정
 - 2) 방송국 광고수입 중 일정액 배분
 - 향후 5년간 전체 방송에서 음악방송이 차지하는 비중에 따라 사용료 산정
 - 음악방송 비중이 1% 이내면 광고수입의 0.01%를 저작권료로 지불,
 - 비중이 1~3%면 0.02% 등으로 방송비중에 따라 사용료 인상
 - 5년이 지난 시점에서는 사용료 인상 가능
 - 3) 음악방송 시간에 따른 요금 산정
 - 라디오 : 매분 0.3위안(약 50원)의 사용료 지불
 - TV : 매분 1.5위안(253원) 지불, 5년 후 매분 2위안으로 인상

5-2. 음악 사이트의 생존을 위한 확장과 변화

- 음악 SNS 사이트 마이스페이스가 무료 음악 스트리밍 사이트 아이밐(imeem) 인수
 - 마이스페이스는 뉴스코프(News Corp)에 인수된 이후 뮤직 SNS시장에 지대한 관심 갖기 시작
 - 마이스페이스는 최근 음악 추천 서비스 사이트인 아이라이크(iLike)를 2,000만 달러에 인수하면서 음악SNS시장 진입
 - 아이밐의 시장 가치는 적어도 2,500만 달러를 상회할 것으로 예측
 - 아이밐은 광고 기반의 무료 음악 비즈니스 회사로 2007년 문을 연 뒤, 450만 명의 가입자를 대상으로 사용자 프로필을 만들고 음악을 다른 사람들에게 추천할 수 있는 시스템을 보유
- 마이스페이스는 일련의 SNS 사이트 인수를 통해 수익모델 다각화 추진
 - 기존 마이스페이스는 자사가 보유하고 있는 콘텐츠를 이용자에게 판매하는 수익 모델
 - SNS 사이트 이용자들 간 음원 추천을 통한 음원 판매가 활성화됨에 따라 SNS 사이트가 음원 판매의 효과적인 마케팅 수단으로 떠오름
 - 이에 따라 마이스페이스 뿐만 아니라 페이스북 역시 SNS를 기반으로 한 음원 판매 및 스트리밍 서비스 계획 착수

- 2008년 이후 무료 음원 스트리밍 서비스들의 등장으로 수익모델 구조가 양분화되었으나 무료사이트의 수익 모델 실패로 인해 회의적인 시각이 점차 드러나고 있음
 - 유럽의 무료 음원 스트리밍 서비스 사이트인 Spotify는 최근 미국에서 신규 사업을 추진하기 위해 준비해왔으나 무기한 연기
 - 미국의 4대 메이저 음반사들은 무료 음원 스트리밍 서비스에 대한 반감을 드러내며 미국 내에서 서비스를 하기 위해서는 합당한 수익모델을 제시해야 한다고 주장
 - 마이스페이스 역시 초기에는 무료 음원 스트리밍 서비스로 이용자들에게 큰 호응을 얻는데 성공했으나 결국 뚜렷한 수익 모델을 제시하지 못하여 뉴스 코프에 인수
 - 스트리밍 서비스를 유료화 함에도 불구하고 매월 2,000만 달러 이상의 저작권료를 뮤지션에게 지불해야 하는 상황
 - 따라서 이용자 확보를 위한 제한적인 무료 스트리밍 서비스를 제공함과 동시에 프리미엄 유료 서비스를 제공
- 다른 무료 음원 스트리밍 서비스 사이트들 역시 유료 서비스로 전환 중
 - 유럽의 무료 음원 스트리밍 서비스 사이트인 Jamendo 설립자 Sylvain은 2009년 11월 13일 CCK(Creative Commons Korea) 세미나에서 참석하여 Jamendo 프리미엄 서비스를 오픈할 계획이라고 발표
 - Jamendo의 경우 월 매출 1억 7천만 원에서 5:5의 비율로 아티스트와 Jamendo가 수익을 분배
 - 이용자가 보컬 포함 여부, 가수 성별, 언어, 모드 등 원하는 요소들을 선택하면 그에 맞는 음악을 자동 선별해주고→음악 사용처, 필요한 라이선스 숫자, 가용 예산, 배포 방식 등을 이용자가 지정하면→자멘도 프로에서 자동으로 가격을 산정해 보여주고→이용자가 구매 여부를 결정하는 프리미엄 서비스를 도입, 무료 음원 스트리밍 서비스의 수익 한계를 벗어나기 위하여 노력 중

5-3. 英, 불법유통 파일 강제 차단 법안 발표

- 英 정부, 디지털 경제법(Digital Economy Bill) 최종안 발표 (11/18일)
 - 저작권을 침해하는 불법 복제 파일의 유통이나 공유는 정부가 강제로 차단 가능
 - 영국 방송/통신 규제 기관인 오프콤(Ofcom)이 2년마다 통신 인프라를 점검해 보고하도록 의무화
 - 2015년까지 라디오방송을 디지털로 전환하고 주파수 스펙트럼을 현대화해 무선 초고속 인터넷 투자 확대
 - 12세 이상의 연령을 대상으로 하는 비디오게임은 반드시 등급 표시
- 이번 정기 의회에 법안 상정, 통과를 기다리게 됨
 - 저작권 침해 파일의 차단은 인터넷 이용 권리를 저해한다는 의견이 있으며, 초고속인터넷 인프라 확산은 자금 확보에 의견이 많아 의회 통과에 진통 예상

별첨 관련 기사 및 자료

1-1. 2009년 11월 2주차 음원 판매 현황

엠넷 www.mnet.com

멜론 www.melon.com

도시락 www.dosrak.com

벅스 www.bugs.co.kr

싸이월드 www.cyworld.com

소리바다 www.soribada.com

2-1. 韓 남성 아이돌 태국, 대만 음악 시장 강타

매일경제, 09/11/20, 2PM, 泰 2009 해외가수 앨범 판매 '1위'

아시아경제, 09/11/20, 2PM, 태국 내 2009년 앨범판매 외국가수 부문 1위

스포츠조선, 09/11/19, SS501 대만 아시아차트 2주간 정상

2-2. 뮤직비디오 채널, 케이블 TV가 1위

파이미디어, 09/11/18, 네티즌 50.5%, 뮤직비디오 케이블 채널로 봐

미디어인뉴스, 09/11/17, 네티즌 50.5%, 뮤직비디오 케이블 채널에서 시청

2-3. 음악사이트 소리바다, 게임산업 진출

디지털 타임스, 09/11/18, 소리바다미디어, 게임 사업 진출

SBS뉴스, 09/11/16, '게임음악 듣는 시대' 오나? 진화하는 게임음악

2-4. 펜타포트, '아시아 대중음악페스티벌 경험 교류 논단' 초청

아시아경제, 09/11/20, 인천펜타포트, 韓대표로 아시아음악교류 좌담회 참석

2-5. 한중 교류의 해 기념 한국 대중음악 쇼케이스 개최

연합뉴스, 09/11/18, 2PM · 휘성 등 中서 'K-POP 나이트' 공연

베타뉴스, 09/11/19, 한중교류의해 기념, 한국 대중음악 쇼케이스 & 패션쇼 개최

헤럴드경제, 09/11/18, 2PM, 휘성, 에프엑스...한국 대중음악 쇼케이스 열린다

3-1. 소니, 2010년 콘텐츠 유통을 위한 새로운 온라인 서비스 런칭예정

Businessweek, 09/11/19, Sony Unveils Its Answer to Apple's iTunes

Billboard, 09/11/20, Sony To Launch New Online Service In 2010

Cnet, 09/11/20, Sony planning new online store

3-2. 온라인 동영상 서비스 사이트 VEVO 오픈

Hypebot, 09/11/18, VEVO To Launch December 8th

The Independent, 09/11/20, Vevo sets launch date for online music video portal

PC Mag, 09/11/18, YouTube's Vevo Music Service Going Live Dec. 8

4-1. '한태 저작권보호 협력포럼' (11/20, 태국 방콕)

연합뉴스, 09/11/20, 韓.泰 저작권보호 포럼 방콕서 개최

5-1. 중국, 2010년부터 TV, 라디오 음악방송의 저작권료 지급 의무화

YTN, 09/11/18, 중국 TV·라디오 음악 방송 유료화

이티뉴스, 09/11/19, 중국, TV·라디오 방송음악에 저작권료 지급의무화

5-2. 음악 사이트의 생존을 위한 확장과 변화

Billboard Biz, 09/11/18, MySpace Signs Agreement To Acquire Imeem

Wall Street Journal, 09/11/17, MySpace in Deal Talks With Imeem

Wired, 09/11/19, Ad-Supported Music Contracts Again, as MySpace Buys Imeem

Tech Crunch, 09/11/11, Free Streaming May Soon Be History: Spotify Delays U.S. Launch, ySpace May Move To Pay Model

Blorge, 09/11/19, Record labels delay U.S. launch of Spotify

Softpedia, 09/11/19, Music Labels Pressure Spotify into Dropping the Free Version in the US

Bloter, 09/11/13, “공짜로 음악 뿌리고, 땀땀이 수익도 나냈어요”

5-3. 英, 불법유통 파일 강제 차단 법안 발표

전자신문, 09/11/20, 英 정부, 저작권 침해 파일 유통 강제 차단

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

한국콘텐츠진흥원 대중문화팀

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