

해외미디어 동향

송진 한국콘텐츠진흥원 책임연구원



Netflix의 해외 시장 확대 가속화

Netflix의 해외 시장 확대 움직임이 최근 더욱 가속화되고 있다. 12월 12일 처음 공개되는 오리지널 시리즈 <Marco Polo>는 Netflix가 해외 판권을 직접 소유함으로써 해외 시장 공략 의지를 적극적으로 반영하고 있는 작품이다. Netflix는 기존의 자체 제작 시리즈 <House of Cards>, <Orange is the New Black> 등이 인기를 끌었으나, 이들의 해외 판권은 소유하지 못했었다.

공격적인 해외 시장 진출 전략을 추진 중인 Netflix는 2010년 캐나다, 2011년 남미 진출을 시작으로, 2014년까지 영국, 노르웨이, 스웨덴, 프랑스 등 유럽 시장 진출을 본격화했다. 2015년은 호주 등 또 한 번의 대규모 해외 시장 진입이 예상되고 있다.

이와 같은 Netflix의 해외 시장 진출은 포화 상태에 접어들고 있는 미국 온라인 동영상 서비스 시장의 테두리를 벗어나 새로운 수익원을 모색하기 위한 것으로 풀이된다. Netflix는 2014년 2분기 실적 발표를 통해 미국 시장에서 3,509만 명, 해외 시장에서 1,291만 명의 유료 가입자를 확보했다고 밝혀, 진출한 해외 지역에서 상당한 성과를 얻고 있는 것으로 나타나고 있다.

Nielsen, 가입형 온라인 동영상 서비스 시청률 집계 시작

시청률 조사업체 Nielsen은 2014년 12월부터 Netflix, Amazon Prime Instant Video 등 가입형 온라인 동영상 서비스에 대한 시청률 집계를 개시할 방침이라고 밝혔다. 가입형 온라인 동영상 서비스 시청률은 재생되는 콘텐츠의 오디오 분석으로 시청률을 집계하는 것으로, 해당 서비스 사업자의 동의가 없어도 가능한 방식이다. 모바일 단말은 일단 제외된다.

현재 Nielsen은 가입형 온라인 동영상 서비스 이용 가구 특성, 서비스별 이용 가구 특성 비교, 온라인 동영상 서비스 이용 특성 비교 등을 제공하고 있다. 이번 시청률 집계 확대를 통해 프로그램 및 에피소드별 이용 정도, 동일한 프로그램을 온라인 동영상 서비스와 TV 및 셋탑박스 VOD에서 어떻게 시청하는지에 대한 정보를 파악할 수 있을 것으로 보인다. 또한 Nielsen은 TV 시청



[그림 1] Marco Polo 포스터

과 SVOD 이용 행태 비교, 시간에 따른 SVOD 이용 추적 정보, 기기별 이용 정보 등을 추가적으로 제공할 준비를 하고 있는 것으로 알려졌다.

이들 가입형 온라인 동영상 서비스의 정확한 시청률 데이터가 드러날 경우 CP(Content Provider) 진영과의 저작권료 계약, 오리지널 콘텐츠 제작에 영향을 미칠 것으로 전망된다. Nielsen의 신규 시청률 데이터는 가입형 온라인 동영상 서비스에서의 CP 진영 콘텐츠 시청률과 TV 시청률 및 광고 수익 간의 상관관계를 밝혀내는 기초 자료가 될 수 있기 때문이다. 현재 가입형 온라인 동영상 서비스 사업자들은 전체 콘텐츠의 이용 데이터를 기준으로 하여 CP와의 저작권료 계약을 하고 있다. 방송 콘텐츠를 OTT에 공급해왔던 콘텐츠 사업자들은 장기적으로 OTT 서비스가 TV 시청률을 저하시켜 주 수익원인 TV 광고에 부정적인 영향을 미칠 것을 우려해왔다는 점에서, Nielsen의 새로운 시청률 집계 데이터가 온라인 동영상 서비스와 CP 진영 간의 계약 체결에 상당한 변수가 될 것으로 보인다. 또한, 온라인 동영상 서비스들의 오리지널 콘텐츠의 실제 시청률에 따라, 추후 오리지널 콘텐츠 제작에도 영향을 미칠 전망이다.

중국 IT 기업의 엔터테인먼트 콘텐츠 확보 경쟁

중국 IT 기업들이 엔터테인먼트 콘텐츠 확보에 열을 올리면서 중국 온라인 동영상 시장이 급격히 확대될 움직임을 보이고 있다.

가장 대표적인 곳은 Tencent로, 2014년 11월 미국의 대표 유료 TV 채널인 HBO의 콘텐츠에 대한 중국 내 독점 공급권을 확보했다. 'Game of Thrones', 'Rome', 'Band of Brothers', 'The Newsroom', 'Boardwalk Empire' 등 수백 편에 이르는 HBO의 인기 콘텐츠를 중국 시장에서 합법적으로 보기 위해서는 Tencent의 플랫폼을 이용해야 한다. Tencent는 HBO가 속한 Time Warner 계열의 Warner Music 과도 중국 독점 계약을 맺은 바 있다.

한편 Alibaba 역시 Liongated와 손을 잡고 본격적인 미국 헐리우드 영화 및 TV 시리즈 콘텐츠 수급 의사를 밝혔다. Alibaba의 Jack Ma 회장이 직접 미국 주요 콘텐츠 기업 오너들과 미팅을 통해 적극적인 콘텐츠 사업 의지를 표명하여, 엔터테인먼트 및 영화가 Alibaba 성장의 핵심 요소로서 작용할 것이라는 판단을 하고 있음을 보여준다.

이처럼 대표 IT 기업들이 기하급수적으로 성장하고 있는 중국 온라인 동영상 시장으로 자사의 사업영역을 확장하려는 의도를 보여주는 것은 중국 온라인 동영상 시장이 급속하게 성장하면서 경쟁이 강화되고 있음을 나타낸다.

한편, 불법 동영상 다운로드가 만연한 중국에서 주요 플랫폼 사업자들의 미국 콘텐츠 독점 계약을 통해 합법적인 온라인 동영상 시장이 활성화될 수 있을 것인가에 대해서도 관심이 모아지고 있다. 중국 내에서 불법 유통되는 콘텐츠의 상당수가 미국 드라마·영화라는 점을 감안하면, 중국 정부가 불법 콘텐츠 다운로드 사이트에 대해 철저한 단속을 시행할 경우 정상적인 유통경로를 통한 온라인 동영상 서비스가 활성화될 가능성이 있다.

하지만 외국 콘텐츠에 대해 강력한 규제를 가하고 있는 중국 정부 방침상, HBO의 콘텐츠가 제대로 공급될 수 있을지에 대해서 회의적인 시각도 존재한다. 중국 정부는 자국 엔터테인먼트 콘텐츠의 보호라는 명목하에 외국 콘텐츠 점유율 등을 지속적으로 모니터링 하고 있다. 특히 지난 2014년 9월부터 중국 정부는 모든 외국 영상물에 대해 방영 전에 사전 검사를 받아야 한다고 발표하고, 자극적이거나 선정적인 내용이 담긴 영상물에 대해서는 즉각 방영을 차단하는 조치를 취하기도 한다. 실제로 올해 초 정식으로 중국에 방영된 HBO의 'Game of Thrones'는 자극적인 요소들이 대거 편집되어 이용자들이 불만을 제기한 바 있다. 이와 같은 정부의 강력한 규제가 중국에서 불법다운로드를 통한 콘텐츠 이용이 더욱 확대되고 있는 요인이 되기도 하는 것으로 알려지고 있다.

미국 주요 방송 콘텐츠 사업자들의 자체 온라인 동영상 서비스 강화 움직임

미국의 주요 방송 콘텐츠 사업자들이 유료방송 서비스에 가입하지 않아도 온라인을 통해 자사 콘텐츠를 이용할 수 있도록 하는 자체 유료 온라인 동영상 서비스를 잇달아 출시하고 있다.

미국의 메이저 지상파방송 중 하나인 CBS는 최근 온라인 채널로의 행보를 강화하고 있다. CBS는 미국 방송사 중 최초로 지역 CBS 방송을 유료TV 가입 없이 실시간 온라인을 통해 시청할 수 있는 유료 온라인 서비스 "CBS All Access(CBSAA)"를 출시했다. 현재 월 5.99달러의 요금을 부과하며, 실시간 CBS 방송과 6,500개 이상의 CBS TV 프로그램 VOD를 제공 중이다. 단, 핵심 킬러 콘텐츠라 할 수 있는 NFL

개선하는 것"이다. BBC는 2007/2008년 이후 연평균 15억 파운드 이상의 수신료 절감 계획을 실행해왔다. 2014년 11월 발행된 BBC 효율성에 관한 보고서에 따르면, BBC는 2014년 현재 연평균 약 11억 파운드의 예산 절감을 달성했으며, 2016/2017년 회기까지 나머지 4억 파운드를 절감할 것이라고 밝혔다. 주요 예산 집행은 프로그램과 서비스 부문에 집중되고 있는 것으로 나타났다. 이 보고서는 또한 2011/2012년 회기부터 절감 계획된 8억 파운드의 약 30%가 콘텐츠 부문에서 절감되었다고 제시하고 있다.

2010년 영국 정부는 연간 145.5 파운드인 수신료를 6년 동안 동결하고, 이전까지 영국 외무부가 자금을 지원해왔던 BBC World Service와 S4C의 운영을 BBC가 직접 총당하도록 하였다. BBC 수신료 절감 계획에서 가장 중요한 비중을 차지하는 것은 지상파방송 채널인 BBC3를 중단하고 iPlayer에서만 시청 가능한 온라인 채널로 제공하는 것을 골자로 한다. BBC3는 16~34세 젊은 시청자를 주요 타겟으로 2003년 출범한 BBC 최초의 디지털방송 채널 중 하나로, 'Little Britain', 'Torchwood', 'Being Human' 'Gavin and Stacey' 등 연예 오락 부문에서 영국 젊은 시청자들의 인기를 끌어왔다. BBC 측은 고품질 드라마 및 예술 콘텐츠 제작에 집중하고 iPlayer의 개선에 투입될 비용을 마련을 위해 BBC3의 온라인 채널화가 불가피한 선택이라고 밝히고 있다.

일각에서는 BBC3의 온라인 채널 전환은 젊은 이용자들의 이용 패턴을 반영한 매체 정책으로 평가하기도 한다. 지상파 이용률이 감소하고 온라인 기반 매체 이용이 급증하고 있는 상황에서 BBC3의 주요 시청층과 iPlayer의 주 이용자층이 겹친다는 점을 감안하면 합리적인 선택일 수 있다는 것이다. 



[그림 3] BBC3 홈페이지의 온라인 채널 전환에 대한 이미지
출처 : <http://savebbc3.com/imagery/family-guy-on-bbc3>

참고자료

- STRABASE(2014. 11. 25) Netflix, 2015년 대규모 해외 진출 예고...가장 유력한 후보지는 "호주"
- STRABASE(2014. 11. 27) Nielsen, Netflix 등 가입형 온라인 동영상 서비스 시청률 집계 선언...저작권료 계약오리지널 콘텐츠 전략 위축되나
- SNL Kagan(2014. 11. 27) Nielsen takes on Netflix: Measuring and reporting SVOD viewership.
- STRABASE(2014.11.28.) 中 Tencent, HBO 콘텐츠에 대한 독점 공급권 확보 성공...온라인 동영상 시장까지 장악하나.
- Bloomberg(2014.10.24.) Alibaba's Ma Said to Step Up Hollywood Content Push.
- STRABASE(2014.11.13.) 美 지상파 방송 CBS, "CBS All Access"에 이어 "CBSN"도 출시...온라인 채널로의 변신 가속화
- SNL Kagan(2014.11.5.) CBS All Access: Lessons learned from Aereo.
- BBC 홈페이지(2014. 11. 27). BBC delivering yearly savings of £1.1 billion.