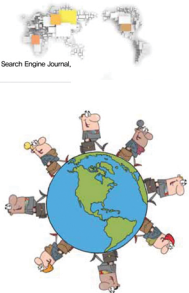


## World News

이 글은 2012년 8월 30일부터 9월 19일까지 Forbes, HeraldOnline, Search Engine Journal, Adage, CNN 등에 보도된 기사를 바탕으로 번역, 정리한 것이다.



## 글로벌 기업들 새로운 행보에 주목

글로벌 기업들이 급변하는 미디어 환경에 맞춰 새로운 분야로 나아가 경쟁을 펼치려 하고 있다. IT기업의 선두 주자가 할 수 있는 구글과 아마존도 예외는 아니다. 기존에 확고히 자리 잡고 있던 자신들의 영역을 넘어 새로운 분야에 도전하는 글로벌 기업들의 새로운 행보를 살펴보자.

### 구글의 새로운 행보, Google Fiber

최근 구글은 이용자들의 미디어 이용행태의 변화에 이유로 들며 지난 2007년부터 아이온 TV광고사업을 철수하겠다고 밝혔다.

구글의 베프트라 부사장은 "비디오는 급속도로 디지털화 되어가고 있으며 이용자들은 TV가 아닌 다양한 기기를 통해 미디어를 접하고 있다. 이에 TV광고사업 철수라는 어려운 결정을 했다"며 "대신 YouTube와 같은 비디오 솔루션과 구글TV를 통한 웹컨텐츠 제공을 강화할 계획"이라고 전했다.

한편 구글은 최근 선보인 구글 파이브(Google Fiber)를 통한 네트워크 사업 쪽에 큰 야망을 보이고 있다.

구글은 인터넷 서비스와 유료 TV 프로그램 서비스를 제공하는 구글 파이브는 1GB의 인터넷 속도를 자랑하고 있다. 이는 현재 미국의 기존 인터넷 속도보다 100배 빠른 인터넷 속도인 것으로 알려져 있다.

한편 구글 파이브는 캘리포니아에서 시범 서비스를 운영하고



있으며, 캘리포니아 지역 약 80%의 가구가 구글 파이브 서비스를 이용하기에 적합한 상태라고 전했다.

또한 구글 파이브의 TV서비스를 위해 최근 디즈니 채널, Time Warner의 Turner 채널 등과 TV서비스 계약을 체결하여 영역을 지속적으로 확장, 약점으로 지적되었던 TV라 인입을 크게 강화하였다.

구글 파이브는 이번 계약을 통해 ABC Family, Disney 채널, Nickelodeon, Cartoon Network, CNN, TBS, TNT 등 총 200여 개의 채널들을 서비스할 수 있게 되었다. 이처럼 구글 파이브의 공격적인 움직임은 기존에 자리 잡고 있던 타임워너 케이블(Timer Warner Cable), 컴캐스트(Comcast), 버라이즌(Verizon)과 같은 케이블, 통신업체들에게 큰 위협이 될 것이라는 의견들의 전망이 끊임없이 나오고 있어 귀추가 주목된다.



〈구글 파이브의 TV박스〉

### 넷플릭스에 도전장을 내민 아마존, 비디오 스트리밍 사업 강화

아마존닷컴(Amazon.com)이 대규모 고액 기반 확보를 통해 비디오 스트리밍 사업을 크게 강화하는 움직임을 보이고 있다.

아마존(Amazon)은 최근 비디오 스트리밍 업체인 에픽스(EPIX)와 장기 콘텐츠 계약을 맺고 비디오 스트리밍 부문을 강화하였다. 이를 통해 아마존은 미국에서 큰 인기를 끌었던 'The Hunger Games'와 같은 최신 영화를 이용자들에게 제공함으로써 대표권 미국의 온라인 비디오 렌탈업체인 넷플릭스(Netflix)와 경쟁구도를 가질 수 있게 되었다.

아마존의 관계자는 킨드 파이어(Kindle Fire) 미디어 태블릿을 출시한 후 프리미엄 결제 이용률이 두 배 이상 증가한 반면 최근 6주 사이에 넷플릭스의 시장 점유율이 하락세를 보이고 있다고 말했으며, 주요 의견들도 이번 아마존과 에픽스의 계약은 에픽스와 넷플릭스의 영화 스트리밍 독점 계약이 끝난 후 이뤄진 것이므로 이로 인해 넷플릭스의 주가는 지속적으로 하락세를 보이고



있다고 전했다.

아마존은 온라인 영화 시장의 넷플릭스, 애플의 아이제프와의 경쟁을 위해 지속적으로 프리미엄 비디오 스트리밍 서비스를 확장해 오고 있다.

아마존은 이번 주 내로 킨드 파이어의 업데이트 버전은 공개할 예정이며 킨드 파이어 판매와 함께 무료 프리미엄 서비스 이용권 등 소비자들에게 다양한 서비스 제공을 통해 크로스오버를 할 계획이라고 한다.

뉴욕의 EMO 제퍼탈 마켓 애널리스트인 Edward Williams는 "아마존 태블릿 사업의 목표는 이용자들을 그들의 생애 전체에 유지하고자 함에 있으며 이를 위해 다양한 콘텐츠를 강화하고 있다"고 분석했다. 또한 "이것이 넷플릭스만이 가지고 있던 콘텐츠의 장점을 약화시키고 아마존의 경쟁력을 강화시키고 있다"고 전했다. **333**

유재형 joop1999@kooor.kr