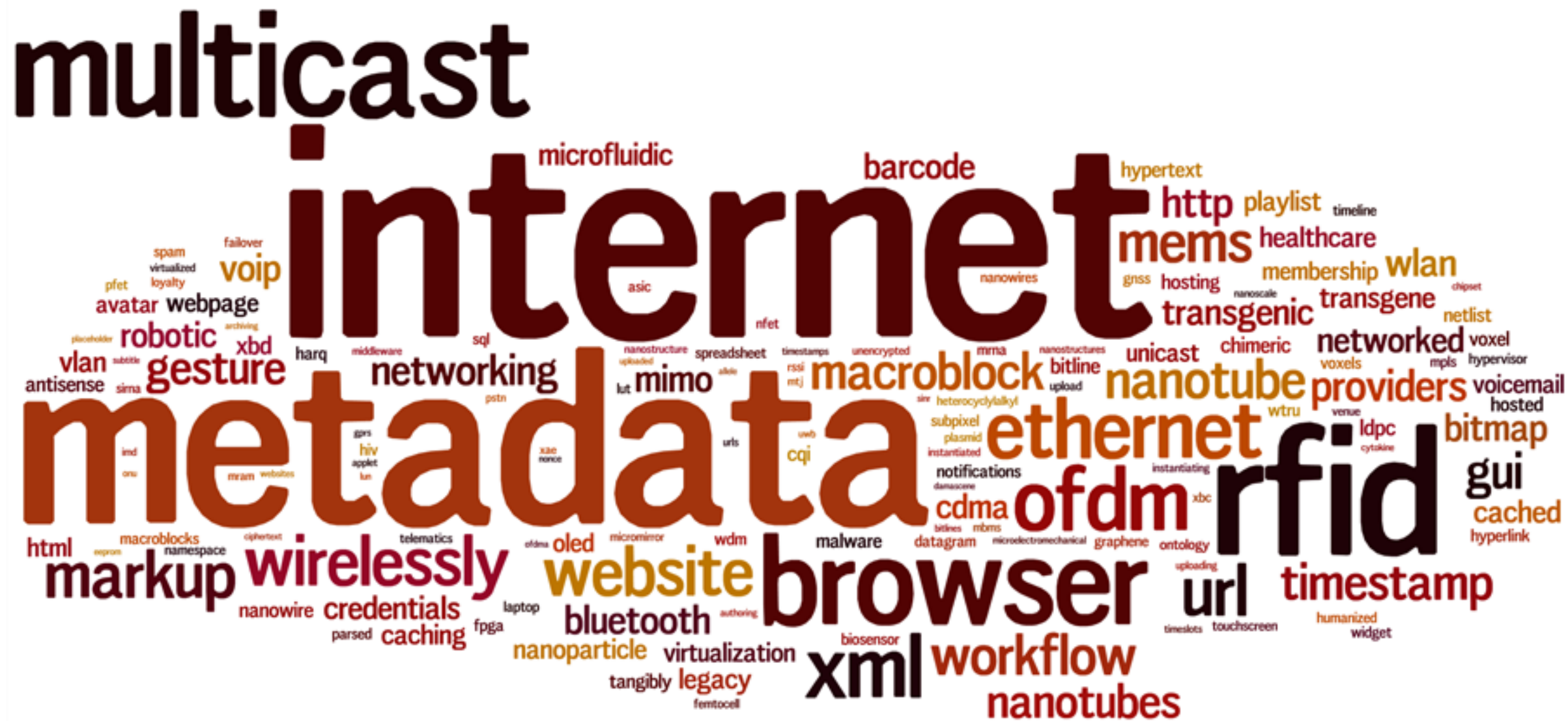




12 인터넷 서비스 산업

12 Internet Service Industry

차례

12.1 인터넷 산업의 소개

- 12.1.1 인터넷 산업의 정의
- 12.1.2 IT 벤처 산업의 소개
- 12.1.3 인터넷 산업의 발전

12.2 인터넷 산업의 특성

- 12.2.1 인터넷 산업과 ‘규모의 경제’ 개념
- 12.2.2 인터넷 기업의 인수, 합병

12.3 인터넷 서비스 시장

- 12.3.1 인터넷 서비스 산업의 유형
- 12.3.2 포털 및 정보검색
- 12.3.3 e-비즈니스
- 12.3.4 미디어 및 디지털 콘텐츠
- 12.3.5 모바일 인터넷

12.4 인터넷 광고

- 12.4.1 인터넷 기업의 비즈니스 모델
- 12.4.2 검색광고 모델

인터넷 산업의 정의 ①

■ 인터넷 산업

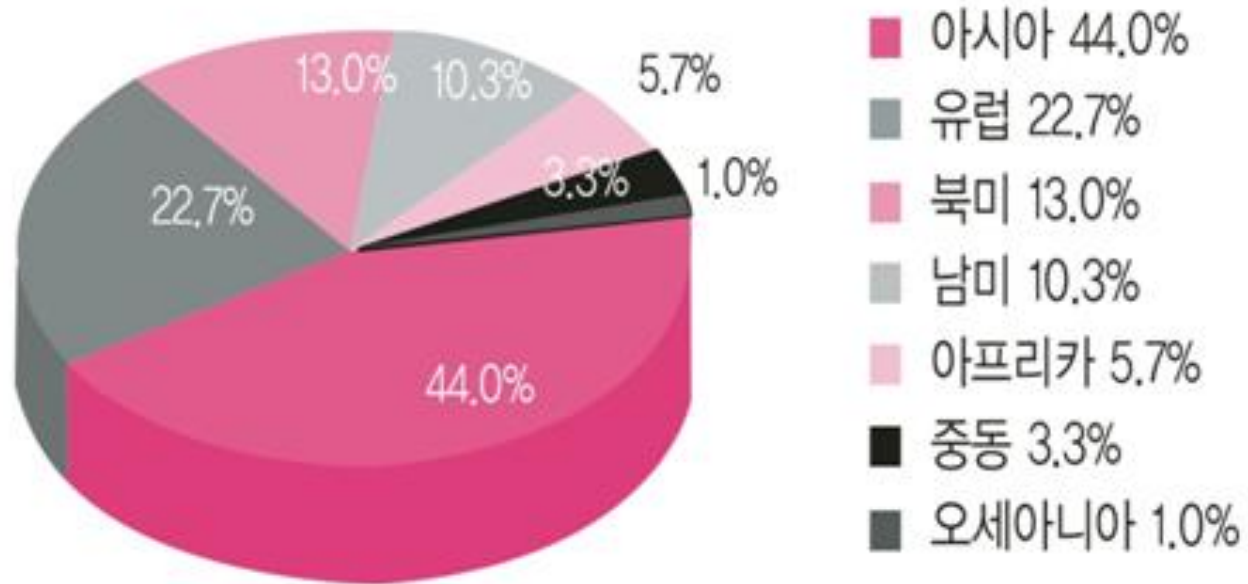
- 인터넷을 이용하여 부가가치 창출
- 인터넷 서비스를 지원하기 위한 하드웨어 및 소프트웨어 개발
 - 포털 및 검색사이트, 전자상거래 사이트, 인터넷 전화/화상 사이트, 음악 및 비디오와 같은 콘텐츠 서비스, 인터넷 게임, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 및 소셜 미디어, 모바일 기기와 콘텐츠 및 애플리케이션을 결합한 형태

■ 인터넷 산업의 특성

- 기업의 독점력이 매우 강함
 - Google(인터넷 검색시장 65.5% 점유. 2011년 5월 기준)
 - Apple iTunes(인터넷 음악시장 69.9% 점유. 2010년 1분기 기준)
 - 모바일 플랫폼 영역은 Apple사의 iOS와 Google사의 오픈 플랫폼인 Android가 시장을 양분

인터넷 산업의 정의 ②

- 인터넷 산업이 GDP에서 차지하는 비율
 - 전 세계적으로 3.2%를 차지
 - 스웨덴은 GDP의 6.3%, 영국 5.4%. 한국 4.6%, 일본 4.0%, 미국 3.8%, 독일 3.2%, 중국 2.6%



세계 인터넷 사용자 분포

IT 벤처 산업의 소개 ①

- IT 벤처 기업 성공 과정
 - 기업 설립 단계: 기업의 비전, 비즈니스 모델, 전략 등 제시
 - 초기 투자 단계: 제한된 액수의 초기투자
 - 성장 단계: 벤처기업이 성장함에 따라 더 많은 투자자금 요구
 - Microsoft, Qualcomm, Google, Yahoo, Adobe Systems, Facebook, Groupon, LinkedIn 등 이 세계적으로 성공
 - 국내에는 NHN, 다음, NC소프트, 넥슨 등이 성공
- 벤처 캐피털
 - 벤처 기업이 초기에 사업을 성공적으로 시작하기 위해 외부로부터 투자 받는 사업자금
 - 미국, 이스라엘, 인도 등 국가에는 벤처 캐피털과 벤처 인력이 잘 갖추어져 있음. 한국은 벤처기업 환경이 열악

IT 벤처 산업의 소개 ②

- IT 벤처 기업 성장 과정
 - 2000년 까지 급격한 성장을 이루었다가 2001년 dot.com 버블 붕괴 후 상당히 고전
 - 2001~2002년 경 피크치에 비해 1/3수준으로 떨어졌다가 2005년 경부터 상황이 호전
 - 현재는 '포스트 닷컴 붐' 시대
 - IT분야의 콘텐츠 개발, IPTV, 클라우드 컴퓨팅, 스마트폰 각종 애플리케이션, 오디오 검색기술, 정교한 컴퓨터 주변장치, 인터넷 환경에서 위치기반 서비스 및 광고지원 서비스 등 웹2.0 산업의 발전



미국 나스닥 시장의 주가 변동추이(출처: Bloomberg)

인터넷 산업의 발전 ①

■ 1세대 인터넷 기업

- Yahoo, Amazon, eBay
- eBay: 세계 최대의 온라인 경매 사이트
- 국내의 경우 NHN(네이버), 다음, 라이코스, 네티앙

■ 2세대 인터넷 기업

- Google, Wikipedia, YouTube
- Google사가 인터넷 검색시장의 82%를 점유
- 국내의 경우 NHN(네이버) 77%, 다음 14%, 엠파스6%

■ 소셜미디어 기업

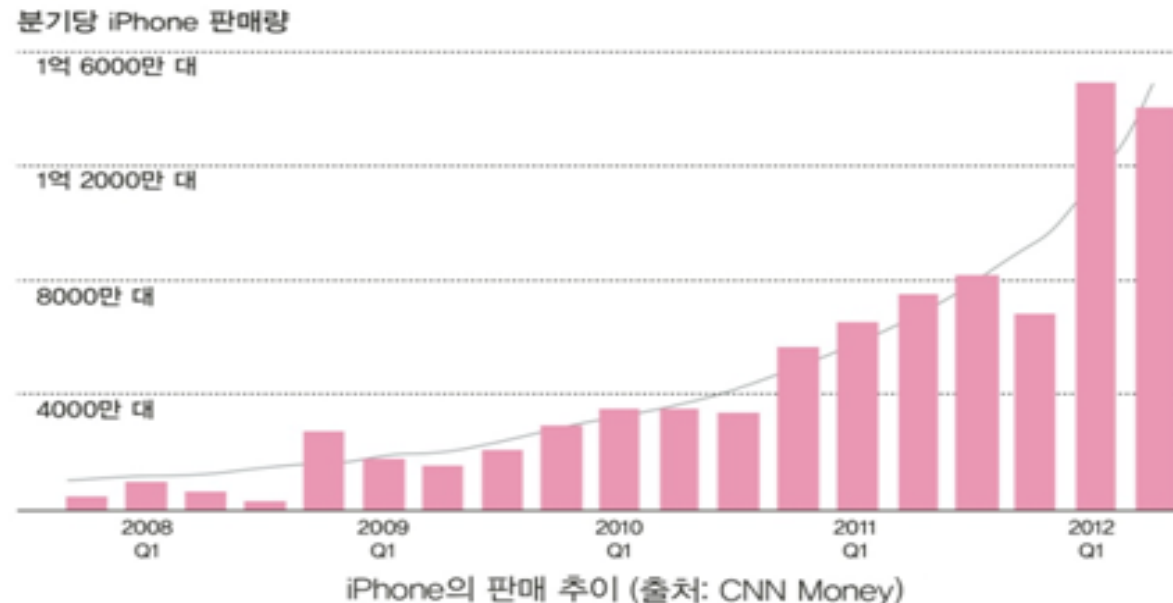
- Facebook, Twitter, LinkedIn, Groupon



인터넷 산업의 발전 ②

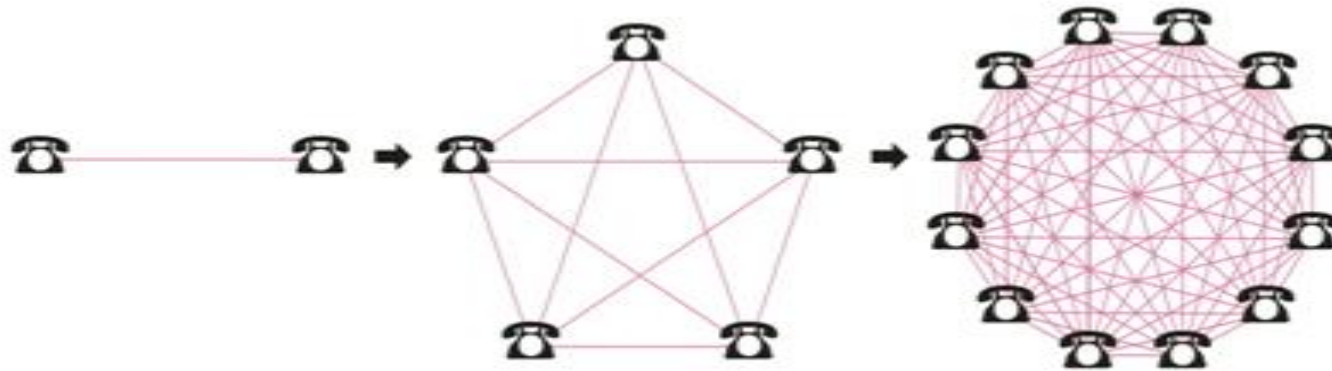
■ 스마트폰 시장 확산

- Apple사 iPhone: 2007년 6월 처음 출시 후 3년 9개월 만인 2011년 3월경 1억대 판매 초과
- 하드웨어 중심 산업에서 소프트웨어로 변화한 뒤 최근에는 콘텐츠와 모바일 애플리케이션으로 빠르게 발전
- Apple의 시가총액은 5000억 달러 초과하여 전세계 모든 기업 중 시가총액 1위 기록(2012년 3월 기준)



인터넷 산업과 '규모의 경제' 개념 ①

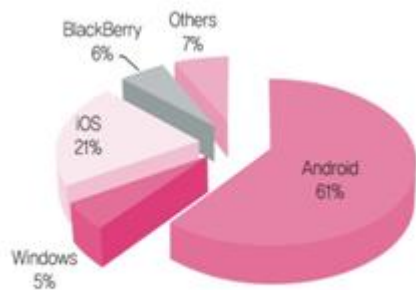
- 길더(Gilder)의 법칙
 - 인터넷 데이터 전송속도가 매년 3배씩 증가
- 메칼프(Metcalfe)의 법칙
 - 인터넷 네트워크의 가치는 사용자 수 제곱에 비례
- 규모의 경제(Economy of Scale) 법칙
 - 인터넷 서비스를 이용하는 가입자 수가 인터넷 기업의 가치를 결정



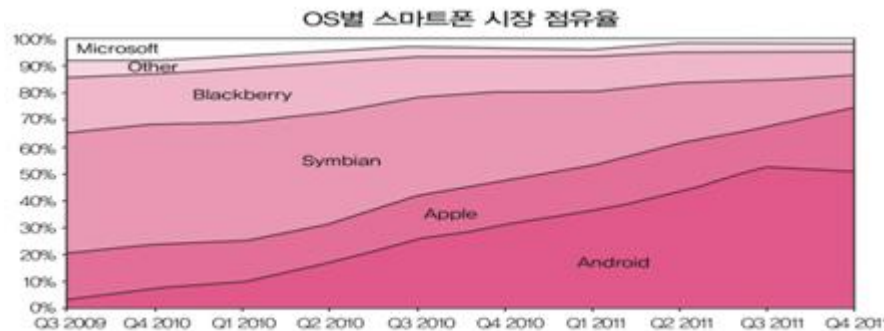
인터넷 기업의 가치를 설명하는 Metcalfe의 법칙

인터넷 산업과 '규모의 경제' 개념 ②

- Apple의 생태계 구축 전략
 - 개방형 소프트웨어 플랫폼 전략
 - 개발할 수 있는 기술을 외부에 공개
 - 응용 소프트웨어를 개발업체와 수익의 30%를 수수료로 받고 70%는 제공하여 수평적 관계 유지
 - 제품간 동일한 운영체제 사용 전략
- Google의 생태계 구축 전략
 - 타 인터넷 기업에 안드로이드 모바일 OS 제공
 - 외부 모든 업체에 소프트웨어 플랫폼개방



모바일 OS 시장 점유율(2012년)



세계 스마트폰 OS 시장의 변화

인터넷 기업의 인수, 합병

■ 승자 독식의 원리

- 인터넷 서비스 산업에서 1위를 차지하여 경쟁 기업의 인수를 통해 더 많은 이용자를 확보하고 시장에서 절대적 우위 차지
- 인수, 합병의 최대 강점은 인수, 합병을 통한 관련 특허의 소유가 가능한 점
 - Google사는 2001년부터 인수, 합병을 시작하여 2004년 6개, 2005년 10개, 2006년 9개, 2007년 10월 17개 기업을 인수



인터넷 서비스 산업의 유형 ①

- 인터넷 수익 창출 방법의 종류
 - 광고료 모델, 수수료 모델, 이용료 모델, 유료 아이템, 기기-콘텐츠 결합형 등
- 광고료 모델 기반 인터넷 기업
 - 인터넷 서비스를 무료로 제공하나 광고를 통해 수익을 창출하는 기업
 - Google, Yahoo, Facebook, NHN, 다음 등
- 수수료 모델 기반 인터넷 기업
 - ‘오픈마켓’의 장터 제공.
 - 참여 기업과 개인에게 수수료를 통한 수익 창출
 - Amazon, eBay, 옥션, Yes24 등

인터넷 서비스 산업의 유형 ②

- 이요금 모델 기반 인터넷 기업
 - 인터넷 서비스의 사용에 대한 요금 부과
 - 온라인 게임 및 온라인 음악 관련기업
 - KT, SKT, LG U+ 등 초고속 인터넷 서비스 기업
 - 엔씨소프트(NCSoft), 넥슨(Nexon) 등 게임업체 기업
- 기기-콘텐츠 결합형 기반 인터넷 기업
 - 모바일 기기 판매와 콘텐츠를 결합하는 방식
 - Apple의 경우 iPhone 및 iPad를 통한 기기 판매 외에 App Store를 통한 디지털 콘텐츠 및 응용 소프트웨어 수익 창출
- 유료 아이템 기반 인터넷 기업
 - 기본 서비스 자체는 무료 제공
 - 유료 아이템 판매를 통한 수익 창출
 - 싸이월드 등



빠르게 변화하고 있는 모바일 영역의 인터넷 기업들

포털 및 정보검색

■ Google

- 웹 사이트의 검색 이외에도 이미지 검색, 사운드 검색, 동영상 검색 등의 멀티미디어 정보 검색과 지도 및 지리 정보의 제공을 통해 수많은 이용자들 확보

■ Microsoft

- Bing 검색엔진을 통한 인터넷 검색 시장의 경쟁자로 등장
- 컨텍스트-인식(Context-Awareness)에 기반한 정보 검색
- 위치기반(LBS: Location Based Service)으로 발전
- 추후 사용자가 원하는 검색 의도를 정확히 이해하여 정보를 찾아오는 시맨틱 검색으로 발전 기대



대표적인 정보검색 사이트 Google, Yahoo와 Bing

e-비즈니스

■ e-비즈니스의 장점

- 구매 편의성(24시간, 7일 구매), 선택의 다양성, 낮은 가격

■ Amazon

- 세계 최대의 온라인 쇼핑 기업
- 아마존 마켓플레이스(Amazon Marketplace)를 통해 일반 이용자들 누구나 Amazon을 통해 인터넷 쇼핑물일 차릴수 있도록 허용
- 전세계 90만개의 아마존 어소시에이트(Amazon Associates)를 보유



■ eBay

- 세계 최대의 온라인 옥션 방식의 비즈니스 모델
- 고객(판매자)과 고객(구매자)을 연결시켜 주는 방식으로 모든 거래에 대해 수수료를 발생시킴으로써 수익 창출



미디어 및 디지털 콘텐츠 ①

■ 주요 글로벌 산업 시장

- TV(3490억 달러), 인터넷(2400억 달러), 신문(1949억 달러), 도서출판(1265억 달러), 잡지(1110억 달러), 영화(980억 달러) 순
- 최근 인터넷 미디어 산업이 급성장 하면서 TV산업과 신문 산업이 매우 정체되어 가고 있는 추세

■ 온라인 동영상 사이트

- 초고속 인터넷망 확산을 통한 동영상의 실시간 스트리밍 서비스 제공.
- YouTube, Netflix, Hulu, Time Warner, Comcast 등
 - Netflix와 Hulu plus는 기존의 케이블 TV 이용자가 인터넷 기반 스트리밍 서비스로 이동하도록 서비스 제공



미디어 및 디지털 콘텐츠 ②

■ 디지털 컨버전스

- 음악, 영상 콘텐츠, 서적, 컴퓨터, 가전, 소프트웨어 등 산업의 경계가 무너지고 인터넷 환경에서 새로운 산업으로 '수렴(convergence)' 하는 것을 의미



디지털 컨버전스의 개념

모바일 인터넷 ①

■ 모바일 사회

- 과거 PC중심의 사회에서는 PC의 고성능화가 주요한 요소였으나, 현재는 모바일 기기를 이용하여 시간적으로 더 빨리, 보다 편리하게 정보를 획득하고 전달하는 것이 주요한 요소
- 스마트폰을 통해 모바일 시장이 급 성장

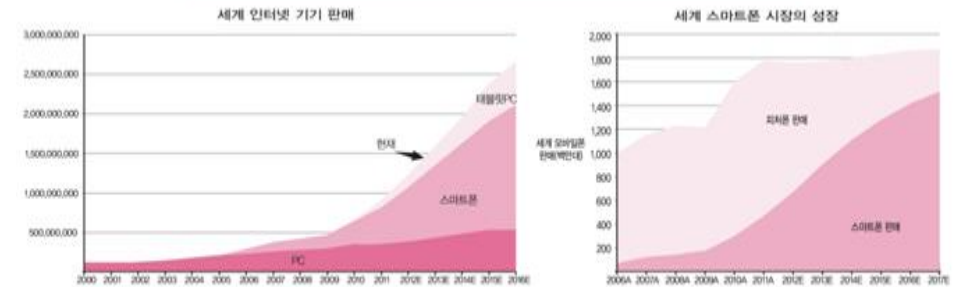
■ 스마트폰의 진화

- 2004년 RIM사가 출시한 'Blackberry'의 보급
- 2008년 Apple사가 비즈니스 영역을 PC에서 모바일기기 및 서비스로 전환. iPhone을 시작으로 급격히 발전
- 이동통신 인프라가 3세대에서 최근 LTE와 같은 4세대 모바일 환경으로 발전하면서 멀티미디어 서비스의 속도 매우 향상



모바일 인터넷 ②

- 모바일 기기의 성공조건
 - 단말기, OS, 서비스(콘텐츠)를 결합한 종합경쟁력의 확보
- 스마트폰 운영체제 점유율
 - 2010년 심비안(Nokia) 36%, 안드로이드 25%, iOS(Apple) 17%에서 2012년에는 안드로이드가 56%, iOS가 23%로 변화.

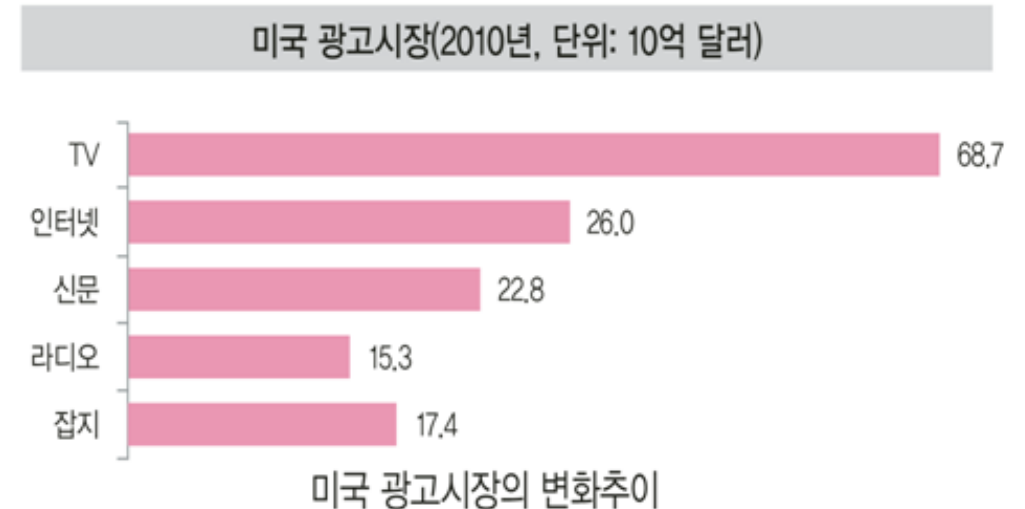


모바일 기기를 이용한 인터넷 접속의 증가추이 (2010년 Morgan Stanley)

인터넷 기업의 비즈니스 모델 ①

■ 광고 시장

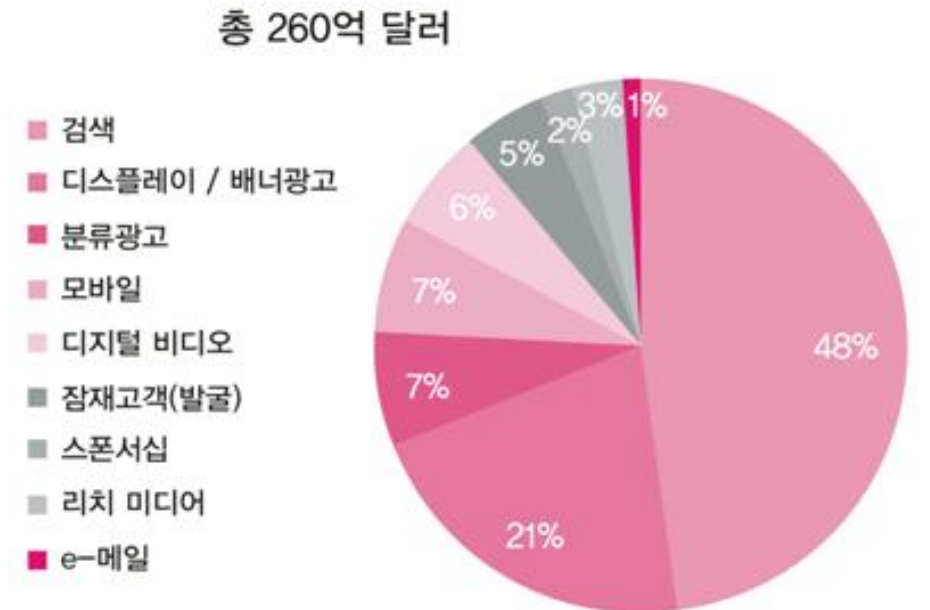
- 온라인 광고시장은 2006년~2010년 사이 연평균 20%씩 성장
- 미국의 2010년 온라인 광고시장은 260억 달러로 전체광고 시장의 15%에 달하고 있으며 이 중 검색광고가 48%를 차지
- 우리나라 경우 TV 광고시장이 연평균 1.4% 증가임에 반해
온라인 광고시장은 연평균 143.6%씩 성장.
현재 온라인 광고시장은 TV광고에 이어 2위를 점유하나 조만간 TV광고시장을 능가할 것으로 예측



인터넷 기업의 비즈니스 모델 ②

■ 검색 광고

- 미국의 경우 온라인 광고시장에서 검색광고가 차지하는 비율은 약 50%
- 인터넷 사이트 내 검색연동형 광고를 제공함으로써 발전
 - Google의 경우 Adwords 및 AdSense와 같은 검색형 연동광고 모델로 성공



미국 온라인 광고시장의 구성과 검색광고(2010년)

검색광고 모델 ①

■ 배너 광고

- 초기 광고 방식으로 웹페이지 내 배너를 추가하여 광고하는 방식
- 실제 광고효과 예측이 어려움

■ CPC(Cost Per Click)

- 클릭보장형 광고로 인터넷 사이트 방문자가 실제 광고를 클릭할 때만 일정한 비용을 지불하는 방식
- Amazon 어소시에이츠(associates.amazon.com)에서 처음 적용
- 실제 클릭할 확률이 0.1~0.2%로 저조



검색광고 모델 ②

■ 검색 연동형 광고

- 이용자가 검색엔진을 통해 정보를 검색하면 검색결과와 관련 있을 만한 웹사이트나 광고가 게시 되는 방식
- Google의 Adwords가 대표적이며, Pay-Per-Click(PPC)의 방식으로 수익 창출

■ 콘텐츠 매치 광고

- Google의 AdSense가 대표적으로 제휴광고 방식
- 해당 웹사이트를 철저히 분석 후 가장 관련성이 높은 사이트들을 “Ads by Goooooogle”란에 순서 대로 게시
- AdSense가 찾아준 제휴광고를 클릭하는 경우 AdSense에 등록한 웹사이트가 자동적으로 일정액의 수수료를 받아 수익 창출



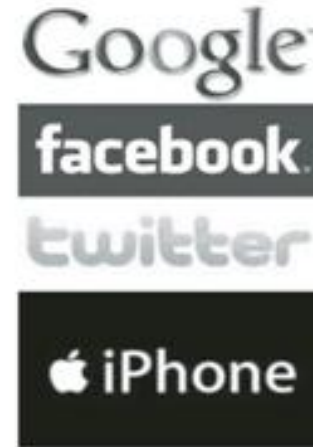
웹 2.0 서비스 기업 ①

■ TGIF

- Twitter, Google, iPhone, Facebook의 앞글자로 구성된 단어
- 전 세계의 IT 및 인터넷의 흐름을 주도하고 있는 기업들의 현상

■ 웹 2.0

- 웹 1.0의 진화 모델로 일방적으로 정보를 전달하는 것이 아니라 인터넷상에서 양방향으로 정보를 주고받고 공유하며 참여하는 새로운 패러다임



인터넷 트렌드를 의미하는 'TGIF'



대표적인 웹 2.0 기업

웹 2.0 서비스 기업 ②

- 소셜 네트워크 서비스(SNS)

- ‘제2의 인터넷 닷컴 열풍’

- Facebook, Twitter, LinkedIn 등 대표적

- Facebook: 인터넷을 이용하여 다른 네티즌과 인맥을 맺고 글, 사진, 영상을 올려 공유할 수 있는 서비스

- Twitter: 사용자가 자신의 의견이나 생각을 공유하고 소통하는 사이트

- LinkedIn: 사용자가 자신의 신상과 직업을 인터넷 상에 올리고 다른 직장인등과 인맥을 쌓고 정보를 공유하는 서비스

SNS 기업			제조 기업		
	기업가치	매출		기업가치	매출
LinkedIn	89억	2억4300만	할리데이비슨	88억	49억
Facebook	750억	39억	혼다	678억	1090억
Twitter	100억	4500만	현대제철	103억	94억

SNS 기업과 전통적 제조 기업의 비교(자료: 블룸버그, 단위: 달러)