

SOOP, IP 전략으로 반전 노린다... 플랫폼 생존 모델 될까

〈숲〉

토종 스트리밍, 차별화 전략 필수
SOOP, '보이는 라디오'로 차별화
IP 콘텐츠 강화, 글로벌 확장 노림수
네이버·카카오처럼 IP 수익 필수

스트리밍 플랫폼업계가 변화의 기로에 섰다. 기업들이 각자도생으로 생존을 위한 선택과 집중 전략을 펼치고 있는 것.

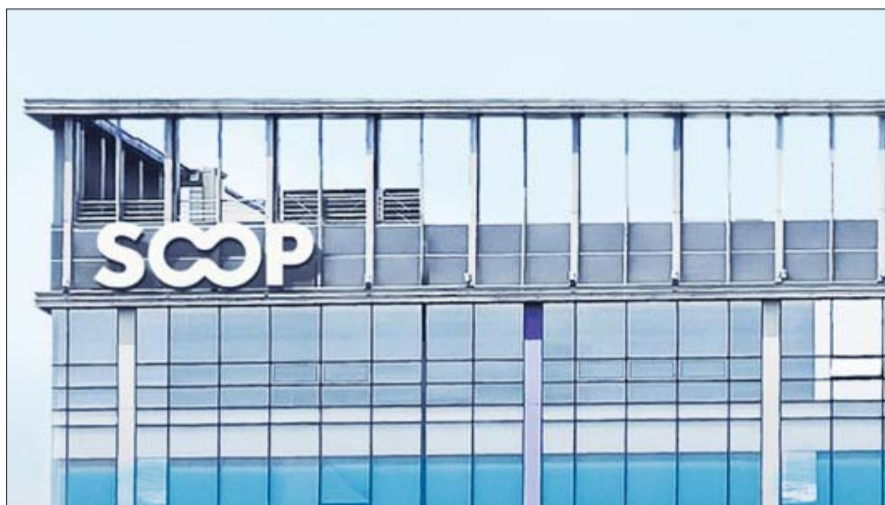
유튜브, 트위치 등 글로벌 플랫폼은 크리에이터 중심의 생태계를 강화하며 시장 지배력을 확대하고 있는 반면, 국내 플랫폼들은 라이브커머스 등 새로운 수익 모델을 모색하는 전략을 택하고 있다.

이러한 흐름 속에서 숲(SOOP, 옛 아프리카TV)의 선택과 집중 전략이 주목받고 있다.

6일 (메트로경제신문) 취재를 종합해보면, 숲의 주가는 장 초반 11% 넘게 급등하며 12만7700원에 거래를 마감했다. 이는 숲의 글로벌 시장 확대 전략에 대한 기대감이 반영된 결과로 해석된다.

◆숲, '보이는 라디오'로 전환...플랫폼 경쟁력 강화

숲은 1인 방송 플랫폼 'SOOP' 커뮤



숲(SOOP, 옛 아프리카TV)의 사옥 전경.

/SOOP

니티를 기반으로 성장했지만, 최근 사업 구조를 대폭 재편하며 효율성을 강화하는 방향으로 움직이고 있다. 최근 숲은 뉴미디어 콘텐츠 전문기업 프리콩과 오픈스튜디오 베트남 법인을 연이어 청산하며 효율성을 강화해 왔다.

프리콩은 2018년 숲이 인수한 콘텐츠 제작사로, 웹 예능·애니메이션·라이브 커머스용 콘텐츠 제작에 나섰다. ▲충성도 높은 고객층 부족 ▲콘텐츠와 커머스의 자연스러운 결합 실패 ▲차별화된 수익 모델 부재 등의 한계로 인해 결국 사업을 철수하게 됐다.

숲은 프리콩을 활용해 IP 기반 라이

브커머스 시장에 도전했지만, 기대만큼의 성과를 내지 못한 점도 사업 철수의 배경으로 꼽힌다.

전문가들은 숲의 초기 전략이 시장 내 포지셔닝에서 약점을 드러냈으며, 콘텐츠 경쟁력과 차별화된 수익 모델 확보에 실패한 점 등을 주요 원인으로 지목했다.

그러나 SOOP의 최근 전략 변화는 시장에서 긍정적인 평가를 받고 있다. 기존에는 e스포츠 및 게임 콘텐츠를 중심으로 트래픽을 확보하고, 가상(버추얼) 스트리머를 활용해 시장을 확장하는 전략을 펼쳤으나, 최근

에는 '보이는 라디오' 중심의 콘텐츠 다변화에 집중하며 차별화를 꾀하고 있다.

하나증권 이준호 연구원은 "SOOP의 글로벌 전략 변화로 인해 실적 훼손 우려가 해소되었으며, 글로벌 성과가 국내 플랫폼 시장에서의 경쟁력 강화로 이어질 가능성이 크다"고 분석했다. 이어 "SOOP이 향후 스트리머 확보에서 강점을 가질 수 있다"며 긍정적인 전망을 내놓았다.

◆토종 스트리밍 플랫폼, 생존 위한 실험 지속

글로벌 시장에서 유튜브·트위치와 경쟁해야 하는 국내 플랫폼들은 차별화된 수익 모델을 만들지 못하면 생존이 어렵다. 이에 따라 국내 스트리밍 플랫폼들이 생존을 위해 지속적으로 새로운 시도를 하는 가운데, 성공 사례와 실패 사례가 엇갈리고 있다.

유튜브와 트위치는 크리에이터 중심의 슈퍼챗·유료 멤버십·광고 수익 모델을 통해 안정적인 생태계를 구축하고 있으며, 틱톡은 숏폼 콘텐츠와 라이브 커머스를 결합해 수익성을 극대화하고 있다.

반면 국내 플랫폼들은 차별화된 수익 모델을 찾지 못하면 글로벌 플랫폼과의

경쟁에서 살아남기 어렵다.

네이버웹툰과 카카오킨터엔은 강력한 IP를 기반으로 드라마·영화·게임 등 다양한 영역으로 확장하며 글로벌 시장에서 성과를 내고 있다. CJ ENM 역시 방송·영화·애니메이션을 결합한 종합 콘텐츠 전략을 통해 IP 비즈니스 모델을 강화하고 있다.

이들 기업의 공통점은 ▲강력한 IP 보유 ▲글로벌 확장성 ▲안정적인 수익 모델이다. 반면, 프리콩과 같은 소규모 콘텐츠 제작사는 유통 채널과 IP 경쟁력이 부족하면 지속적인 수익 창출이 어렵다는 한계를 보였다.

숲의 사례는 단순한 구조조정을 넘어 국내 스트리밍 플랫폼이 직면한 현실을 보여준다. 콘텐츠 제작과 라이브 커머스만으로는 차별화가 어렵고, 강력한 플랫폼 생태계를 구축하지 못하면 지속적인 성장도 기대하기 힘들다는 것이다.

전문가들은 숲의 사례를 단순히 따르는 것은 위험할 수 있다고 지적하면서, 콘텐츠 IP 사업과 라이브커머스 모델이 성공하려면 명확한 차별화 전략과 안정적인 수익 모델이 필수적이라고 조언했다.

/이혜민 기자 hyem@metroseoul.co.kr

SKT, 온디바이스 AI로 스마트폰 통신 개선

AI 기반 다중 안테나 기술 개발
스마트폰 안테나 최대 8개 확대

SK텔레콤은 포스텍 전자전기공학과 홍원빈 교수팀과 공동으로 스마트폰에 내장된 안테나 개수를 늘려 통신 성능을 높이는 기술을 개발, 실증에 성공했다고 6일 밝혔다.

이번에 개발한 기술은 온디바이스 인공지능(AI)을 활용해 주파수 환경과 스마트폰 크기를 기존과 동일하게 유지하면서도 스마트폰에 통상적으로 탑재되는 4개의 안테나를 최대 8개까지 늘려 데이터 전송 품질을 향상시킬 가능성을 입증했다.

특히 이번 기술은 인공지능을 활용해 100만 가지 이상의 스마트폰 사용 환경에서 다양한 변수에 안정적으로 대응 가능하다. 이용자들의 자세와 환경 변화에 따라 달라지는 안테나 성능 문제에 대해 해결의 실마리를 마련해 활용 가능성이 높을 것으로 기대된다. 기존 다중 안테나 확장 시도는 하드웨어 중심으로 이뤄졌으나 이번 연구는 AI



SK텔레콤 연구원과 홍원빈 교수팀이 포스텍 연구실에서 해당 기술을 시험하는 모습.

/SKT

를 활용해 새로운 가능성을 열었다.

SKT는 실증 단계에서 AI를 활용해 모바일 기기에 탑재되는 안테나 수가 많아질수록 상호 간섭이 증가하는 문제를 해결했다. 온디바이스 AI가 학습한 정보를 바탕으로 상호 간섭을 최소화해, 안테나 성능을 실시간으로 최적화할 수 있도록 했다.

SKT는 실험실 환경에서 진행된 이번 실증에서 글로벌 통신 계층 장비 회

사인 안리쓰의 측정 장비를 활용해 기존 스마트폰과 동일한 조건에서 데이터 전송 속도가 유의미하게 향상되는 것을 확인했다.

SKT는 이번 기술을 고도화해 이동통신 표준화 기술협력 기구인 3GPP 표준화를 추진하는 한편 나아가 칩셋, 부품사, 스마트폰 제조사와의 협력을 통해 상용화를 위한 로드맵을 구체화할 계획이다.

/구남영 기자 koongja.tea@

CJ ONE 적립하면 NOL 포인트 '덤'

CJ올리브네트웍스, 양사 혜택 강화

CJ올리브네트웍스가 야놀자 플랫폼을 운영하는 놀유니버스와 함께 양사 회원의 혜택 강화를 위한 멤버십 제휴 서비스를 선보인다고 6일 밝혔다.

CJ ONE을 운영하는 CJ올리브네트웍스는 지난해 12월 야놀자 플랫폼과 서비스 제휴 추진을 위한 전략적 업무 협약을 체결한 바 있다.

6일부터 CJ ONE 회원은 CJ브랜드 오프라인 매장에서 CJ ONE 포인트를 적립하면 NOL 포인트가 추가로 적립

된다. 1회 최대 추가 적립 포인트는 1000 포인트로, 추가 적립된 NOL 포인트는 CJ ONE 앱에서 포인트 전환 신청 후 야놀자 플랫폼에서 사용할 수 있다.

또한 CJ ONE 포인트로 야놀자 플랫폼에서 호텔, 게스트하우스 등 국내 숙소 및 해외 호텔은 물론 레저, 기차, 고속버스 예매 등에 사용 가능하다.

/김서현 기자 seoh@

네이버웹툰, '여신강림' 애니 시즌2 방영

전 세계 200여개국 서비스 제공

네이버웹툰의 영상 자회사 스튜디오 N이 북미 애니메이션 플랫폼 '크런치롤'에서 '여신강림' 애니메이션 시즌2를 방영한다고 6일 밝혔다.

크런치롤은 1억2000만명의 가입자를 보유한 최대 애니메이션 플랫폼으로 전 세계 200여개국에 서비스를 제공하고 있다.

원작 웹툰 '여신강림'은 평범한 여고생 임주경이 메이크업을 통해 자신감을 얻고 성장하는 이야기로, 2018년부터 2023년까지 네이버웹툰에서 연재되며

큰 인기를 끌었다. 영어와 일본어를 비롯한 여러 언어로 서비스되며 글로벌 누적 조회수 64억 회를 기록했다.

이를 원작으로 한 애니메이션 시즌1은 지난해 크런치롤을 통해 북미, 중남미, 유럽, 인도, 아프리카, 오세아니아, 중동 등 여러 지역에서 방영됐으며 드라마 장르 5위, 전체 시청 순위 20위권에 오르는 등 긍정적인 반응을 얻었다. 일본에서도 '유·넥스트' 등 10여 개 온라인 동영상 서비스(OTT) 플랫폼에서 지난해 10월 첫 방송돼 좋은 평가를 받았다.

/이혜민 기자 hyem@

LG CNS, SAP 아·태 지역 전략 파트너 합류

클라우드 ERP 사업 확대 본격화

LG CNS가 국내 기업 최초로 SAP의 아시아태평양지역 전략 서비스 파트너(RSSP) 이니셔티브에 합류했다고 6일 밝혔다. RSSP는 SAP가 아태지역에서 최고 수준의 기업자원관리(ERP) 역량을 갖춘 기업들에 부여하는 전략적 협력 프로그램이다. SAP 솔루션을 맞춤형으로 제공할 수 있는 기술력과 사업 역량을 고려한다. LG CNS는 일본의 후지쯔, 에이비 컨설팅, 베트남 FPT 소프트웨어에 이어 아시아태평양지역의 네번째 SAP 핵심 파트너가 됐다.

이번 RSSP 이니셔티브 협약을 계기로 LG CNS는 국내를 넘어 아태지역으로 클라우드 ERP 사업을 본격적으로 확대할 계획이다. LG CNS는 2023년



SAP 크리스찬 클라인 CEO(왼쪽)와 LG CNS 현신균 대표가 전략적 파트너십 양해각서 체결 후 기념촬영하는 모습.

/LG CNS

독일 발도르프 소재 SAP 본사에서 전략적 파트너십을 체결한 이후, 클라우드 ERP 서비스 혁신을 위한 협력을 지속적으로 강화해왔다.

/김서현 기자