

Streaming Devices: the new Set Top Boxes

Apple TV

2010년 9월, 애플은 2세대 Apple TV를 발표.

- iTunes의 콘텐츠를 그대로 티비에 스트리밍 가능하게 만들
- * 이 제품이 소개되기 전까지는 티비 세트에 비디오를 스트리밍 하는 유일한 방법은 노트북에 동글을 꽂아서 사용하기
- 이전 버전인 Apple TV는 다운로드 기반. 스트리밍 영상으로 눈에 띄게 발전
- 하지만 오로지 Apple에서 지원하는 어플만 적용이 가능했고, iTunes와 Netflix 이외에 가능한 다른 어플은 많지 않은 등 Apple은 여전히 **폐쇄적인 환경 시스템**을 고수
- 이러한 이유 때문에 기존에 2008년에 Netflix 스트리밍 기기로 인지되었던 Roku box가 더 많은 주목을 받기 시작



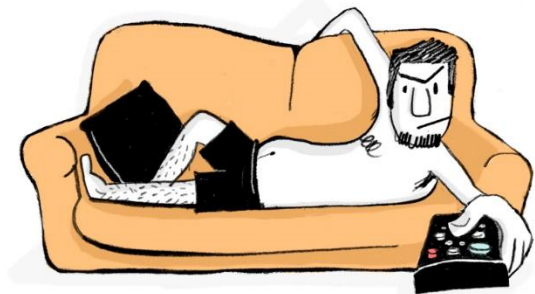
Roku box

- 아이스하키 펍 크기의 네모난 박스 형태. Apple TV와 흡사
- Roku는 Apple TV를 다시 선보였던 시기와 비슷한 시기에 와이파이가 가능한 기기를 추가하고 HD급의 스트리밍이 가능하도록 개조
- Roku는 장기적으로 현명했다고 판단할 수 있는 두 가지의 결정을 내림
 - *첫 번째, 세 가지의 모델을 출시했다는 것인데, 가장 저렴한 모델은 Apple TV의 반값에 달하는 \$50의 가격에 판매
 - *두 번째, 그들은 Netflix, Hulu, 또는 Amazon과 같이 규모가 있는 채널부터 틈새 고객들을 노리는 작은 채널까지 다양하게 모두 제공.
- 이런 틈새 채널들 중 Roku의 채널 스토어에서 접근할 수 있는 채널들도 있고 다른 채널들은 오로지 "전용 채널"로써 비밀 경로로만 들어갈 수 있도록 되어있음.
- 2010년에서 2011년 사이에는 Vudu, Crackle, Epix, HBO Go와 같은 크고 다양한 채널로의 접근성이 무명의 Roku를 더욱 널리 알리는 계기가 됨



Streaming Services 의 발전

- 스트리밍 시장에서는 빠르게 Roku와 Apple TV 두 가지 주요 선택지로 나뉨
- 두 기기는 스트리밍 영상의 발전, 인지도 향상에 큰 도움이 되었고, HD 비디오를 집에서 쉽게 볼 수 있게 함 *화질은 TV공급자에게 돈을 주고 받을 수 있는 서비스 중 가장 중요한 요소.
- 쉽게 검색할 수 있도록 구성한 메뉴는 기존에 MVPD가 제공했던 미로같이 복잡한 VOD와 대조
- 또한 개당 최소 \$50 에서 \$99의 가격으로 인해 집집마다 하나씩 기기를 사게 됨
- 사용자 수는 거의 Netflix의 가입자 수와 평행하게 증가- 이러한 증가는 Netflix가 무거운 영화 콘텐츠에서 무거운 TV 콘텐츠 중심으로 바뀌는 것과 동시에 일어남
- 변화를 통해 스트리밍 기기는 일시적이고 단편적인 기기가 아니라 매일 사용할 수 있는 일상의 기기로, 집에서 TV를 볼 때에 반드시 필요한 장치로 인식
- 스트리밍은 작은 틈새시장으로 시작했고, 영화 위주 였으나 TV콘텐츠의 증가로 스트리밍 기기는 셋업박스의 대안으로 쓰이게 됨



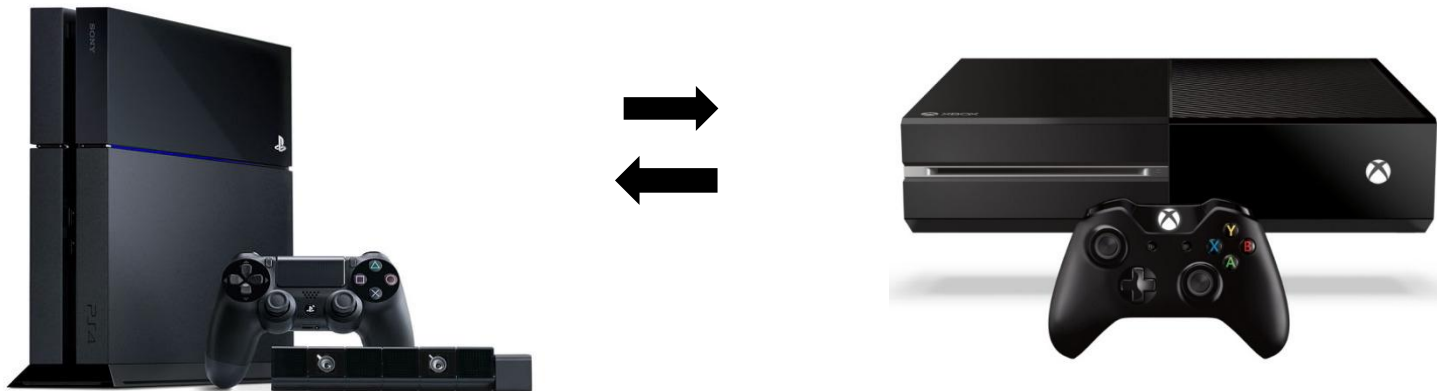
Changes in Streaming services

- 2014년 4월은 Amazon은 자체적으로 Fire 스트리밍 기기를 선보임
- \$99의 가격으로 출시, Roku나 Apple TV와 비슷한 아이스박스과 리모콘 구성
- 주요한 차별점은 음성 명령 시스템을 이용
 - * 이는 2014년 10월 크롬캐스트를 따라잡기 위해 출시된 \$39짜리 Fire Stick에도 잘 반영
- 제품들에 대한 평가는 엇갈림
 - * 더 큰 Fire box는 특히나 UX(사용자 경험)나 콘텐츠의 양적인 측면에서 Roku보다는 뒤떨어져 있다고 생각
 - * 아마존의 가전코너에서 가장 잘 팔리는 인기상품 Fire Stick은 (주로 리모컨이 포함되어 있다는 점에서) 훨씬 우수하다는 평가를 받음



Game consoles in Streaming

- Xbox는 새로운 Xbox에 비디오 앱을 적용시키면서 게임에 있어서는 처음으로 스트리밍에 뛰어듦
- 플레이스테이션, Nintendo' s Wii 는 기술적으로 굉장히 훌륭한 위치에 위치해 있고 MVPDs를 겨냥해 스트리밍 마켓을 잡기 위해 그들은 인터넷에 연결된 거대 서비스를 제공하고자 함
- 게임기가 완전한 엔터테인먼트 집합소가 될 것이라는 예상과 함께 스포트라이트를 받고 있음
- 마이크로 소프트는 Xbox에 Smart glass 등으로 엄청난 투자를 함.
* 2011년 버전의 앱을 통해 그들의 비디오를 음성인식으로 컨트롤 할 수 있다는 것을 설명. Smart glass에서는 세컨드 스크린이 영화와 동시 제공. X box에서 그것을 보여주기도 하고 음성 인식 가능.
- 콘솔게임기들은 기존의 셋탑박스에겐 큰 위협으로 남아있고 근 미래에 대부분의 집들에서 주요 엔터테인먼트들의 허브가 충분히 될 수 있음



Smart TV

- HDTV의 대량 채택은 티비 제조업체들에게 축복이자 저주

- *유리한 점은 그들이 가정들에 더 많은 텔레비전 세트를 새로운 기술로 옮겨감에 따라 팔 수 있었음
- *단점은 제품의 품질이 같아질 정도의 위치에 닿았고, 차이점을 만들기 위해 주요 TV OEM들은 스마트TV라 불리우는 것의 개발을 시작

- 스마트 티비는 미리 탑재된 앱들이 존재 - 가장 인기 있는 앱은 클릭 한번으로 시청자가 Netflix, Hulu 또는 Amazon과 같은 OTT 서비스에 직접 연결할 수 있는 앱

- Smart tv의 판매는 2013년과 14년에 특히나 높았으나 이러한 수치는 bestbuy(미국 최대 전자제품 소매 판매회사)에서 팔린 것 때문

- 2013년 5월, 오직 스마트TV소유자 중 65%가 인터넷 연결에 어려움을 겪음. 또한 한 번 연결해도 그것이 인터넷 사용까지 보장하지 않음.

*스마트 TV의 까다로운 인터페이스 - 많은 스마트TV사용자가 Roku와 apple TV로 이동



Smart TV의 문제1

- 표준 인터페이스도 동의하지 않은 사람들이 있어 삼성은 스마트 티비를 LG와 완전히 다른 시스템으로 운영
 - * 이것은 미국에서 평균 TV 3개를 소유하고, 7년 주기로 바꾸는 점에서 문제. 따라서 같은 제조업체의 비슷한 수명의 TV세트들은 매우 희박하게 됨
- 기술은 7년의 수명 주기로 이용하는 소비자들이 기대하는 것보다 훨씬 매우 빠르게 구식이 됨
- 많은 부분이 업그레이드를 통해 개선 가능하지만, 그것 역시 한계가 존재
 - * 업그레이드 가능한 장치도 3~4년 뒤에는 구식이 됨

기능을 사용하지 않는다면 그런 플랫폼은 오래가지 못하기 때문이다. 최근 설문 조사에 따르면 현재까지 판매된 스마트TV의 50% 이상이 인터넷에 한번도 연결된 적이 없다고 추정된다. 아직까지

스마트TV서 한 발 빠른 구글, 애플

시장 혁신에 실패한 '스마트TV'

실제로 정보통신정책연구원(KISDI)가 발간한 '[스마트 기기별 콘텐츠 이용패턴 비교와 그 시사점](#)'에 대한 [보도](#)에 따르면 스마트TV 이용시간의 99.6%가 앱을 다운로드하거나 스마트TV의 기능을 이용한 것이 아니라 TV나 라디오 방송프로그램을 보는데 집중하는 것으로 나타났다.

Smart TV의 문제2

- 곧 구식이 될 스마트 TV에 시간과 노력을 투자하는 것보다 몇 년에 한 번씩 교체 할 수있는 50 달러짜리 Roku 장치를 구입하는 것이 훨씬 쉬움
- 제조업체 안의 모델들 사이에서 상호 운영성 문제 역시 존재
 - *제조품은 수천만 가정에 존재할 수 있지만, 실제로는 단지 수십만 명의 사용자 만이 새로운 응용프로그램을 사용 가능 - Roku, 크롬캐스트, apple tv는 2천만의 가정에서 즉시 사용 가능



About Tivo

- Tivo는 약 15년전 친화적 인터페이스를 시도
 - * 평균적인 셋톱박스보다 뛰어난 인터페이스 그리고 다른 혁신인 DVR이 존재
 - 얼마 지나지 않아 MVPD들은 DVR에 내장된 셋톱 박스들을 내보내기 시작
 - * 한 달에 몇 달러를 빌려 대여
 - * 인터페이스는 Tivo보다 뒤떨어 졌지만 임대료는 훨씬 적었음
 - * 고장나면 MVPD는 새것을 보내줌 - Tivo는 고장나면, 직접 가서 고치거나 교체해야함
- > 소비자들은 인터페이스가 좋아도 압도적으로 가격과 편리함을 택함
- OTT 전쟁에서 누가 결국 승리할까에 대해 생각할 때 또하나의 가능성은 바로 MVPD의 셋톱박스



The Set top Boxes

- HBO는 MVPD들을 벗어나기란 무척 어렵기 때문에 MVPD번들이라는 상태로부터 벗어나는 것은 무척 어려움
- *가장 빠른 인터넷 스피드와 프리미엄 케이블 스테이션이 번들로 함께하는 티타늄 번들을 이용해서 상당한 비용을 절약 가능
- *시스템 전체 구조를 무너뜨리거나, 월간 비용이 올라가지 않고서는 HBO 조각만을 꺼낼 수 없는 상태

- HBO의 콘텐츠 제공이 1년 구독을 정당화 하기에 충분하지 않은 형태
- Binge-viewing 덕분에 사용자는 왕좌의 게임을 3~4주일 이내로 섭렵할 수 있다. 또한 HBO의 영화는 매우 훌륭하지만, 그들이 아마존, 아이튠스, vudu처럼 최초 상영을 하는 것은 아님
- 과거에, 많은 사람들이 Sopranos 시즌이 시작될 때 구독하고 끝날 때 구독을 취소 - 6 개월 또는 7 개월 유지
- binge-viewing은 1달 정도, 1년에 2~3번 가입하는 시청자를 쉽게 볼수 있으며 가장 최근 시리즈를 시청하고 나면 구독을 취소 가능

- 이것은 HBO가 왜 혼자 가려는 노력하는지 분명하지 않다. 또한 왜 넷플릭스(이전 시즌 네트워크 TV시리즈의 다양한 선택이 문제를 덜 만드는 것)가 찾으려 하지 않고, 또한 MVPD 라인업에서 또다른 프리미엄 채널이 되기 위해 노력하지 않는 것도 분명하지 않다. 넷플릭스를 끊기 위한 주요한 것은 시청자를 MVPD의 EPG에서 인터페이스로 유도하는 방법을 찾아내는 것이지만, 그것은 쉽게 해결할 수 있고 결과는 유저 친숙하기도 함

- 라이브 TV에서 OTT서비스로 전환 할 때마다 입력을 지속적으로 전환해야하는 것은 소비자들의 가장 큰 불만
- 셋톱박스과 게이밍 디바이스가 수집하는 정보는 이러한 문제의 해결 가능성 있음

Summary

시청자가 스트리밍(또는 OTT) 동영상을 쉽게 볼수 있도록 다양한 옵션이 만들어 졌다. 휴대전화와 태블릿이 개인적인 시청장치로 최적화 되었지만, 50인치 이상의 HDTV에서 진정한 마술이 일어난다.

Roku, Chromecast, Apple TV 그리고 새로운 Amazon Fire TV와 같은 스트리밍 장치가 스마트TV를 넘어 승리할 준비가 되어 보이지만, 클라우드 기반의 셋톱 박스나 태블릿 기반의 앱으로 부터의 MVPD들도 최종승자가 될 수 있을 것.