

**2024
JULY**

**Wisdom Agora
7th Intern Contents Team**



KOREAN NETFLIX ORIGINAL SERIES

Netflix and other OTT services

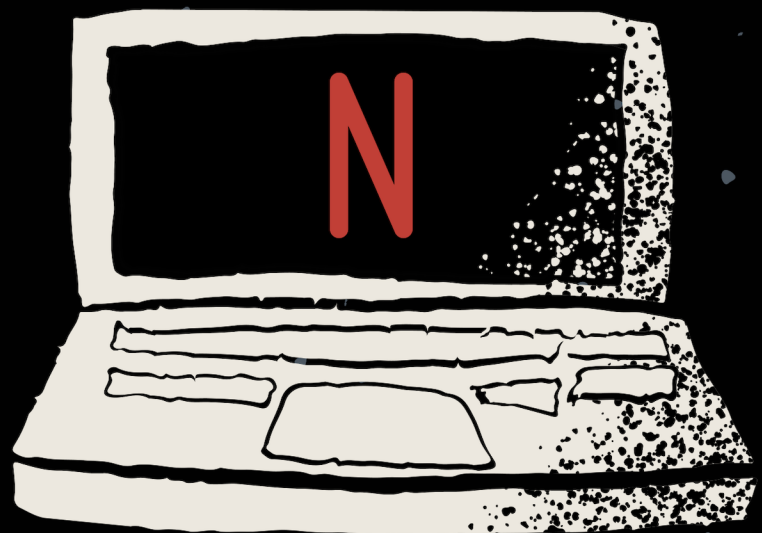


TABLE OF CONTENTS

About Netflix 넷플릭스 전반	2
Netflix's strategy 넷플릭스의 전략	6
Competitor of Netflix 넷플릭스의 경쟁사	9
Controversies over Netflix & Future Strategy Forecast 넷플릭스의 논란과 향후 전략 예측	12
Discussion	13
Relevant articles	14
Bibliographical entries	15

JUL 2024



NETFLIX

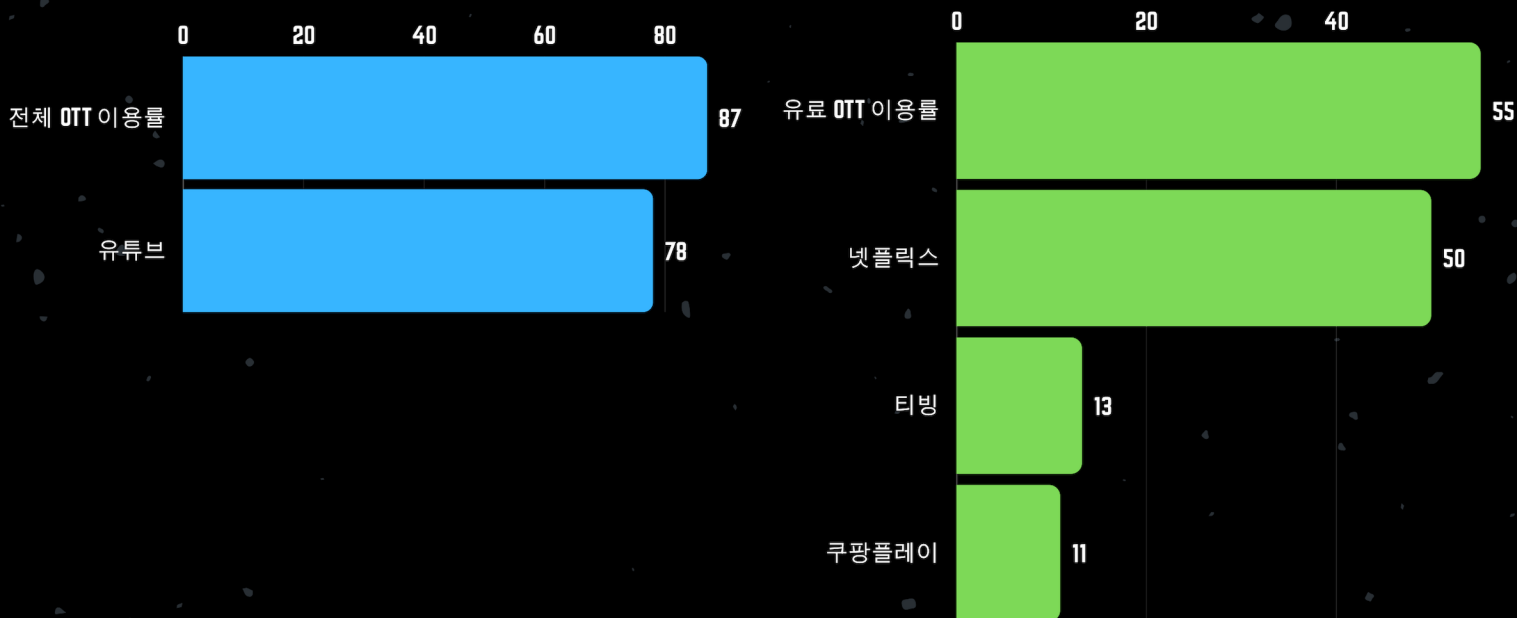
넷플릭스 전반

1) OTT와 넷플릭스

<출처: 경향신문>

넷플릭스는 현재 국내에서 가장 인기 있는 OTT (Over-The-Top) 서비스로 자리잡고 있다. OTT 서비스는 인터넷을 통해 제공되는 동영상 스트리밍 서비스로, 전통적인 방송이나 케이블 TV를 거치지 않고 사용자에게 직접 콘텐츠를 전달한다.

대표적인 유료 OTT 서비스로는 넷플릭스, 티빙, 쿠팡플레이, 디즈니+, 웨이브 등있으며, 무료 OTT로는 유튜브, 아프리카TV 등이 존재한다.



<출처: 한국콘텐츠진흥원>

한국콘텐츠진흥원의 2023년 OTT 이용행태 조사 보도자료에 따르면 **전체 OTT 이용률은 86.5%**, 유료 OTT 이용률은 55.2% (YouTube Premium 제외)에 육박한다.

유료 OTT 서비스의 이용자 중 50%는 넷플릭스가 차지하고 있으면 티빙이 13.2%, 쿠팡플레이가 10.9%를 차지하는 등 한국 기업의 OTT 플랫폼이 넷플릭스 다음으로 많은 이용자를 보유하고 있다.

무료 플랫폼인 **유튜브는 전체 OTT 이용률 중 77.8%의 비중을 차지하고 있는 만큼 가장 높은 이용자를 보유하고 있다.**

<출처:PIXABAY>

JUL 2024



NETFLIX



<출처:PIXABAY>

OTT 서비스의 인기는 콘텐츠의 **다양성과 접근성** 덕분이라고 평가된다. 사용자는 언제 어디서나 다양한 기기를 통해 원하는 콘텐츠를 온,오프라인으로 시청할 수 있으며, 특히 넷플릭스는 글로벌 플랫폼으로서 **다양한 언어와 문화적 배경을 반영한** 콘텐츠를 제공하고 있다.

이러한 점에서 넷플릭스는 **국제적인 성공을 거두고 있으며, 한국 시장에서도 독보적인 위치를 차지하고 있다.**



<출처: PINTEREST>

JUL 2024



NETFLIX

NETFLIX

<출처: LEADERSHIP NEWS>

2) 넷플릭스와 코로나19

2019년 코로나 바이러스가 전 세계로 퍼져나가면서 넷플릭스를 비롯한 많은 OTT 서비스 플랫폼은 흥행을 하기 시작했다. 코로나19 팬데믹은 넷플릭스의 성장에 큰 영향을 미친 것이다.

팬데믹 동안 외출을 자제하게 되면서 많은 사람들이 집에서 시간을 보내기 시작했고, 이에 따라 OTT 서비스의 이용률이 급증했다.

특히, 영화와 드라마는 극장이나 TV 방송이 아닌 넷플릭스를 통해 개봉되고 방영되는 사례가 증가했다. 넷플릭스는 이를 통해 많은 구독자를 확보하며 한국에서 유료 OTT 서비스 점유율 1위를 차지하게 되었다.

넷플릭스의 전략

1) 오리지널 콘텐츠

넷플릭스는 그들만의 **‘오리지널’ 콘텐츠**를 생산하며 입지를 단단히 굳혔다. 2023년, 넷플릭스의 콘텐츠 제작과 판권확보 투자금액은 약 22조원이다.

‘넷플릭스에서만 볼 수 있는’ 콘텐츠는 넷플릭스의 USP이자 하나의 소구 포인트가 된다.

넷플릭스 오리지널 콘텐츠의 기둥이 된 것은 바로 미국 정치 드라마 **<하우스 오브 카드>**이다. 2013년 넷플릭스에 독점 공개된 해당 콘텐츠는 웹드라마 사상 최초로 **에미상 9개 부문에 지명**되며 성공을 거두었다. 이것이 2021년 **<오징어게임>**의 발판이 된 것이다.



넷플릭스의 전략

2) 배리어프리(barrier-free) 콘텐츠

넷플릭스는 2022년 국회입법조사처가 발행한 ‘국정감사 이슈 보고서’에서 **배리어프리 콘텐츠에 가장 적극적인 곳**으로 소개될 만큼 관련 분야에 대한 투자를 아끼지 않는다.

그 예시가 **자막 및 음성해설**이다. 넷플릭스는 모든 오리지널 콘텐츠에 청각장애인용 자막과 시각장애인용 ‘화면 음성해설’을 제공한다. 자막은 최대 14개 언어, 화면 해설은 최대 17개 언어로 지원 중이다.

이러한 기능은 사용자 유치와 브랜드 이미지에 영향을 미친다. 이를 통해 장애인들의 유입을 노릴 수 있을 뿐 아니라, **‘장애친화적 OTT’**라는 이미지를 확보할 수 있다.



넷플릭스의 전략

3) 엔데믹 이후 전략

엔데믹 이후 OTT 시장은 하락세를 걷는 추세이다. 이에, 넷플릭스는 여러 전략을 발표하고 있다.

그 첫 번째가 바로 **광고형 무료 멤버십**이다. 기존까지는 구독료를 내야 넷플릭스를 이용할 수 있었다면 이제는 광고를 시청해야 한다. 일각에서는 이것이 **광고 수익을 위한 부득이한 전략**이었다고 평가한다.

다른 전략은 **통신사와의 파트너십**이다. 넷플릭스는 최근 SK텔레콤과 손을 잡고 '우주패스 넷플릭스' 서비스를 출시했다. 현재 통신사 구독과 OTT 구독을 별개로 하고 있는 경우가 많은데, 이를 하나로 합쳐 **사용자를 유치할 계획**이라고 분석된다.



넷플릭스의 경쟁사 ?

다양한 플랫폼이 등장하면서 사용자에게 더 많은 선택권과 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 있다.

특히, 고속 인터넷(5g)의 보급과 고성능의 스마트 기기의 확산으로 인해 OTT 서비스는 더욱 접근성이 높아지는 추세이다.

✓ 빠른 성장세?

왓챠(Watcha)

- 특징: 사용자 개인의 취향에 맞춘 영화 및 드라마 추천 서비스를 제공하는 것이 특징이다. 특히, 사용자의 리뷰와 평가를 바탕으로 콘텐츠를 추천하여 사용자 만족도를 높이고 있다.
- 콘텐츠: 한국 영화, 독립 영화, 아시아 영화 등 다양한 장르의 콘텐츠를 제공하고 있으며, 독립적인 영화 및 드라마 제작에도 힘쓰고 있음. 특히 아시아 콘텐츠에 주력을 다하는 ott서비스 중 하나이다.

티빙(TVING)

- 특징: CJ ENM이 주도하는 티빙은 다양한 예능 프로그램, 드라마, 영화 등 풍부한 콘텐츠를 제공한다. 실시간 방송과 다시보기 서비스를 통해 사용자에게 다양한 선택지를 제공한다.
- 콘텐츠: CJ ENM의 인기 예능, 드라마, 영화 뿐만 아니라 오리지널 콘텐츠도 제작하고 있다. 또한 최근에는 한국에서 인기가 많은 스포츠 중 하나인 국내 야구 KBO 중계 독점권을 가지고 있어서 매니아 층을 가져오고 있다.

넷플릭스의 경쟁사 ?

쿠팡플레이(Coupang Play)

- **특징:** 쿠팡의 구독 서비스와 연계하여 제공되는 쿠팡플레이는 간편한 접근성과 다양한 콘텐츠를 제공하는 것이 특징이다.
- **콘텐츠:** 영화, 드라마 등 다양한 콘텐츠를 제공하며, 특히 한국 드라마와 영화의 비중이 큰 편이다. 또한 최신 영화나 극장상영작 같은 경우에는 별도로 프리미엄 가격을 업로드 하면서 **트렌드에 신경쓰는 플랫폼 중 하나**이며, 전방위적인 스포츠 독점 중계권 또한 보유한 ott이다. (**라리가, k리그** 등)



웨이브(WAVVE)

- **특징:** **지상파 3사와 SK텔레콤이 합작하여 만든 플랫폼**으로, 실시간 방송과 다양한 VOD 콘텐츠를 제공한다.
- **콘텐츠:** 한국 지상파 방송의 인기 프로그램, 드라마, 예능 등을 실시간으로 시청할 수 있으며, 다양한 오리지널 콘텐츠도 제작하고 있다.



티빙(Tving) & 왓챠(Watcha)의 토종 OTT

티빙(TVING)의 전략

- **오리지널 콘텐츠 강화:** 티빙은 독창적이고 질 높은 오리지널 콘텐츠 제작에 집중하고 있다. 이를 통해 사용자들에게 차별화된 콘텐츠 경험을 제공하고 있다.
- **실시간 방송 강화:** 티빙은 실시간 방송 기능을 강화하여, 사용자가 언제 어디서나 실시간으로 방송을 시청할 수 있도록 한다. 이는 스포츠 이벤트, 뉴스 등의 실시간 콘텐츠에 강점을 가지고 있다.
- **글로벌 진출:** 티빙은 글로벌 시장을 타겟으로 한 콘텐츠 제작 및 배급 전략을 강화하고 있다. 이를 통해 해외 시장에서도 경쟁력을 높이고 있다.

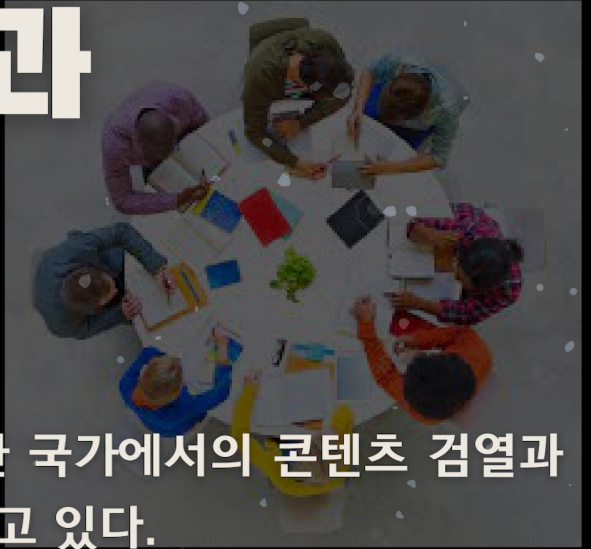


왓챠(Watcha)의 전략

- **개인화 추천 시스템:** 왓챠는 사용자 리뷰와 평가를 기반으로 한 맞춤형 추천 시스템을 강화하여, 사용자 경험을 최적화하고 있다. 이는 사용자 만족도를 높이는 데 큰 역할을 한다.
- **독립 영화 및 다양한 장르 확대:** 왓챠는 독립 영화, 아시아 영화 등 다양한 장르의 콘텐츠를 제공하여, 특정 장르를 선호하는 사용자들을 타겟팅하고 있다.
- **커뮤니티 구축:** 왓챠는 사용자들이 콘텐츠에 대해 토론하고 리뷰를 공유할 수 있는 커뮤니티 기능을 강화하여, 사용자들 간의 소통을 촉진하고 있다.



넷플릭스의 논란과 향후 전략 예측



넷플릭스의 논란

- **콘텐츠 검열 및 자유 표현 문제:** 다양한 국가에서의 콘텐츠 검열과 표현의 자유 문제가 지속적으로 제기되고 있다.
Ex) 일본해 표기 문제, 라바이차이 표기 문제
- **가격 인상:** 잦은 가격 인상으로 인해 사용자들의 불만이 증가하고 있다.

넷플릭스의 대응 전략

- **글로벌 콘텐츠 강화:** 넷플릭스는 다양한 국가의 콘텐츠를 강화하고, 로컬 크리에이터와의 협력을 통해 각국의 문화적 특성을 반영한 콘텐츠를 제작 및 피드백 받을 수 있게 할 것이다.
- **개인화된 콘텐츠 추천:** 인공지능과 머신러닝을 활용하여 사용자 맞춤형 콘텐츠 추천 시스템을 더욱 정교화하고, 사용자 만족도를 높일 것이다.
- **광고 기반 요금제 도입:** 넷플릭스는 저렴한 광고 기반 요금제를 도입하여, 가격 민감도가 높은 소비자층을 확보할 것이다.
- **기술 인프라 확충:** 5G 및 고화질 스트리밍 기술을 강화하여 사용자들에게 끊김 없는 시청 경험을 제공하고, 새로운 기술 트렌드에 발맞춰 나갈 것이다.

JUL 2024



NETFLIX

Discussion



OTT 서비스의 대중화는 TV와 같은 전통 미디어 산업에 어떠한 영향을 미치게 될까?

대다수의 사람들이 OTT 서비스를 이용한다면 TV는 언제까지 지속될 수 있을까?

넷플릭스를 비롯한 수 많은 OTT 플랫폼들이 성공을 이룬 시점에서 사람들은 시간 제약을 받지 않고 언제 어디서나 그들이 원하는 콘텐츠를 시청할 수 있게 되었다. 이러한 상황에서 전통 미디어 산업 중 하나인 TV는 시간과 장소의 제약을 받기 때문에 이용률의 감소는 필연적이다. 그렇다면이 시점에서 우리는 **OTT 서비스의 급성장이 전통 미디어 산업에 미치는 영향과 두 산업의 공존 가능성에 대해 생각해 봐야 할 때인 것 같다.**

Relevant articles



OTT 시대에 점점 자리를 잃어가는 영화관
 [특원 애디터 4기 / 함예은 기자] 이번 달, 정부가 극장에서 개봉한 한국 영화의 온라인동영상서비스(OTT) 공개를 통한 기간 유예하는 '홀드백(Hold Back)'

OTT 시대에 점점 자리를 잃어가는 영화관

6기 함예은 기자

OTT 서비스를 사용하는 사람은 점점 많아지고 있다. 글로벌 OTT 업계 1위 기업인 넷플릭스의 2019년 글로벌 가입자 수는 1억 6709만 명을 기록했다.



강력한 OTT 플랫폼의 탄생, 넷플릭스 넘어설까?
 [특원 애디터 4기 / 박혜진 기자] 국내 OTT 플랫폼이었던 '티빙'과 '웨이브'의 합병 징조가 보인다. 국내 OTT 플랫폼 시장은 넷플릭스의

강력한 OTT 플랫폼의 탄생, 넷플릭스 넘어설까?

6기 박혜진 기자

국내 OTT 플랫폼이었던 '티빙'과 '웨이브'의 합병 징조가 보인다. 국내 OTT 플랫폼 시장은 넷플릭스의 독식 체제였으나 합병이 이뤄진다면 엄청난 변화가 예상된다.



넷플릭스, 한국에서도 계정 공유 금지 추진
 [특원 애디터 4기 / 권서현 기자] 글로벌 온라인 동영상 서비스 기업(OTT) 넷플릭스가 본격적으로 공유 계정 차단에 나섰다. 한 장소에 같이

넷플릭스 한국에서도 계정 공유 금지 추진

4기 권서현 기자

글로벌 온라인 동영상 서비스 기업(OTT) 넷플릭스가 본격적으로 공유 계정 차단에 나섰다. 한 장소에 같이 거주하는 이용자들에게 한해서만 계정을 공유할 수 있도록 서비스를 변경하는 내용이다.



넷플릭스 광고 요금제 출시, 스트리밍 업계에 영향
 [특원 애디터 4기 / 고예준 기자] 최근 세계 최대 스트리밍 서비스 넷플릭스에서 다가오는 광고료 20-40% 인하된 가격으로 시청 가능할 것 [특원 애디터 4기 / 고예준 기자]

넷플릭스 광고 요금제 출시, 스트리밍 업계에 영향

4기 고예준 기자

최근 세계 최대 스트리밍 서비스 넷플릭스에서 광고가 추가된 요금제, '광고형 베이식' 플랜을 한국과 일본을 포함한 12개국을 대상으로 출시한다고 발표했다.

JUL 2024



NETFLIX

BIBLIOGRAPHICAL ENTIREES

이예솜, OTT 시장·콘텐츠, 넷플릭스의 독주 (2023.12.05)

<https://www.copyright.or.kr/information-materials/trend/the-copyright/view.do?brdctsn=52445>

금준경, 넷플릭스발 OTT 돌풍, 방송시장 뒤흔들다 (2024.03.14)

<https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=316624>

장진원, [2023 대한민국 OTT 대해부] (1) 넷플릭스 독주 속 토종 OTT '각축' (2023.08.23)

<https://jmagazine.joins.com/forbes/view/338319>

김윤지, 성숙기를 맞이한 OTT 시장의 한계와 가능성 (2024)

https://www.kca.kr/Media_Issue_Trend/vol61/KCA61_13_issue3.html

지인해, 국내OTT산업및기업의 주요 현황과 시사점 (2023)

https://www.kca.kr/Media_Issue_Trend/vol54/download/KCA_Media_Issue_Trend_vol54_Featured_Report_02.pdf

민단비, "넷플 웨이브 10% 저렴하게"...SKT, '우주패스 넷플릭스' 출시 (2024.06.27)

<https://www.dailian.co.kr/news/view/1376641/?sc=Naver>

한태봉, 넷플릭스④ 오리지널 콘텐츠에 돈 쏟아붓는 넷플릭스의 2024년 라인업은? (2024.02.16)

<https://www.newspim.com/news/view/20240216000860>

유은주, 넷플릭스, '2024 장애인미디어축제'서 배리어프리 콘텐츠 상영회 진행 (2024.06.14)

<https://www.ewstoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=2139721>

윤정민, 넷플릭스 공짜상품 나올까...광고형 무료 멤버십 '만지작' (2024.06.26)

https://www.newsis.com/view/NISX20240625_0002786165

Spyrosoft, VOD and OTT future: Top streaming trends for 2024 (2024.01.04)

<https://bsgroup.eu/blog/top-streaming-trends-for-2024/>

Adrian Pennington, The State of OTT 2023 (2023.04.12)

<https://www.streamingmedia.com/Articles/ReadArticle.aspx?ArticleID=158114>

Suksheetha Adulla, Streaming into the Future: Key OTT Trends to Watch in 2023 (2023)

<https://www.revidd.com/blogs/key-ott-trends-to-watch-in-2023>

박경훈, '김치'를 '리바이차이'로 표기한 넷플릭스...논란 커지자 "바로잡겠다" (2024.07.03)

<https://www.sedaily.com/NewsView/2DBLK2FN2S>

이진욱, '동해'를 '일본해'로...넷플릭스 자막 논란에 "수정 중" (2024.06.14)

[https://www.nocutnews.co.kr/news/6155640?](https://www.nocutnews.co.kr/news/6155640?utm_source=naver&utm_medium=navernewsstand&utm_campaign=20240604025338)

[utm_source=naver&utm_medium=navernewsstand&utm_campaign=20240604025338](https://www.nocutnews.co.kr/news/6155640?utm_source=naver&utm_medium=navernewsstand&utm_campaign=20240604025338)

이재철, 공정경쟁 비웃는 넷플릭스 (2023.06.05)

<https://www.mk.co.kr/news/journalist/10753083>

김성지, OTT 전성시대 ② OTT별 특징 파헤치기 (2023.10.23)

<https://www.dailycnc.com/news/articleView.html?idxno=223656>

**2024
JULY**



**Monthly
Magazine**

**VISIT US,
WISDOM AGORA**

WISDOMAGORA.COM

**MONTHLY
MAGAZINE**

**SUBSCRIBE
NEWSLETTER**

위즈덤 아고라 매거진이 보고 싶다면?

위즈덤 아고라 소식을 받고 싶다면?

CONTACT US

 wisdomagorauae@gmail.com

 [@wisdomagora](https://www.instagram.com/wisdomagora)

 www.youtube.com/@wisdomagora4941