

P2P 기반 유럽판 아이튠스

- ❖ 1천만 음원을 확보한 유럽 최대 음악 스트리밍 서비스로 4월부터 미국으로 사업 확장
- ❖ 페이스북 등 소셜서비스를 이용한 음악 공유와 협업 기능으로 서비스 차별화
- ❖ 유·무료 통합모델 접목으로 수익 창출과 이용자 기반 확충에 성공

→ 디지털음원 시장 제패



평가표(5점 만점)	
수익성	3
차별성	3
충성도	4
진입장벽	3
리스크	2

- ### 서비스 특징
- **클라우드형** : 웹기반 스트리밍 음악 서비스로 서버기반 스트리밍과 이용자간 P2P 기술을 조합해 네트워크에 관계없이 선명한 음악을 청취할 수 있도록 함
 ⇒ 거대음반사와 제휴를 맺고 1천만 음원 제공. 플랫폼은 맥, 윈도, 아이폰, 안드로이드, 심비안 지원
 - **소셜화** : 페이스북, 트위터 등과 연결해 다른 이용자와 음원을 공유할 수 있고, 재생목록을 협업으로 구성할 수 있음. 스포티파이는 Last.fm, Shazam 등과도 제휴
 ⇒ 이용자는 음원을 스트리밍, 다운로드, 오프라인 모드로 감상할 수 있음

- ### 시장 상황
- 클라우드 서비스와 스마트폰 앱 열풍을 타고 디지털 음원산업이 다시금 주목을 받고 있는 추세. 판도라와 스포티파이 등 유명업체와 벤처기업들도 잇따라 투자 유치에 성공
 ⇒ 알디오, 사운드클라우드, 루트뮤직, 슬랙커 등
 - 디지털음원산업은 박한 마진과 저작권 갈등, 비싼 로열티 등 때문에 침체했으나 기술발전과 음악 소비형태의 변화로 실적 개선 가능성이 높게 제기됨
 - 스포티파이는 미국으로 본사를 이전하면서 사업 확장



- ### 주요 경쟁사
- 판도라, 사운드클라우드, 알디오, 슬랙커, 유튜브 등
-

- ### 경쟁 포인트
- **콘텐츠** : 음반사와 계약을 맺고 1천만개의 음원 공급
 - **파급성** : 소셜기반 기능을 추가해 1천만명 가입자 기반 확보. 75만명은 월 15달러 유료 회원

- ### 시사점
- 클라우드와 스마트폰 대중화 이후 디지털음원산업에 대한 관심을 고조시키는 계기 마련
 - 유럽시장에서 벗어나 이용자 기반과 자본시장이 풍부한 미국 시장으로 직접 진출 선언
 - 유무료 요금제를 결합시킨 프리미엄(freemium) 전략으로 성공적인 수익모델 제시