



“손안의 TV” 시대가 열렸다-DMB

'손안의 TV', 이동 휴대방송 시대가 본격적으로 열린다. 위성 이동멀티미디어방송(DMB: Digital Multimedia Broadcasting) 사업자인 TU미디어(대표 서영길, www.tu4u.com)는 1월 10일부터 이동휴대방송 서비스인 위성DMB 시험방송서비스를 시작했다.

위성DMB 서비스는 일본에 이어 세계 두번째로 시작하는 것이지만 휴대폰을 이용한 이동방송서비스는 세계 최초라는 점에서 이번 시험방송의 의미는 매우 크다.

차량용·휴대단말기용·이동통신 결합형 등 여러 단말 형태로 보급될 DMB는 새로운 가입자 유치를 통한 서비스 시장, 단말기, 관련 방송장비, 프로그램 및 부가서비스의 콘텐츠 시장 등 생산유발 효과가 큰 방송·통신 융합산업으로 평가받는다.

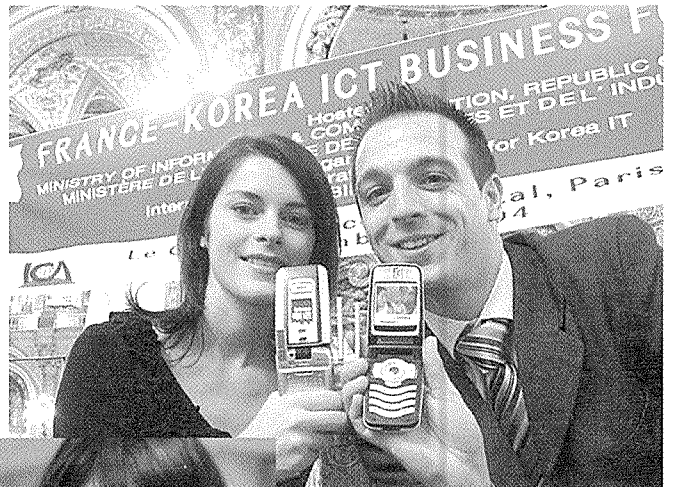
DMB는 방송송출 형태에 따라 위성으로 송출하는 위성DMB, 기존 지상파방송과 마찬가지로 지상파 중계기를 통해 송출하는 지상파DMB로 나뉜다.

추후 방송위원회가 재검토하기로 한 지상파TV 재송신 허용 여부가 아직 걸림돌로 남아 있지만 우선 비디오 채널 14개, 오디오 채널 24개를 서비스할 예정이다. TU미디어는 서비스 개시 5년째인 2009년까지 500만 가입자를 목표로 방송시장뿐 아니라 통신시장에까지 적지 않은 영향을 미칠 것으로 전망했다. TU미디어는 또한 5년간 약 7,052억원을 콘텐츠 산업 육성에 투자할 계획이다.

1월 중 사업자 신청공고가 날 예정인 지상파DMB는 2~3월 안에 6개 사업자 선정을 마치고 상반기 중 서울·수도권을 시작으로 서비스될 예정이다.

무료로 서비스되는 지상파DMB는 무엇보다 기존 차량용 라디오 시장을 점령할 것으로 예상된다. 차량용 단말기 시장 수요가 크게 증가할 것으로 보이고 휴대폰 결합형 단말기가 개발되면 위성DMB와의 한판 승부도 전망된다. 또한 지상파 DMB는 사실상 유럽 표준으로 채택돼 국내 단말기·장비 업체들의 마케팅 노력 여하에 따라 세계 시장 진출도 크게 기대되는 산업이다.

위성DMB를 볼 수 있는 단말기는 삼성전자에서 출시한 휴대폰 겸용 단말기(SCH-B100)가 우선 출시되며, 1월 중순에는 이노에이스에서 차량용 단말기도 출시될 예정이다.

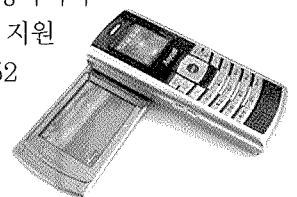


삼성전자는 우선 이달중 1만 대 정도를 공급하고 향후 공급량을 늘려 간다는 계획이다. 이번에 출시된 'SCH-B100'은 방송 시청에 적합하도록 화면을 가로로 회전시킬 수 있으며 가로 보기에 가장 적합한 사용자환경

을 채택했다고 강조했다. 이와 함께 방송 시청 중 전화 및 문자송수신 등도 가능하다고 덧붙였다.

또 본방송 전까지는 삼성전자, LG전자, SK텔레텍 등에서 PCS용을 포함한 이동전화겸용 단말기를, 기륭전자, 현대디지탈테크 등에서 차량용 단말기를, 엑세스텔레콤, 디지털프렌즈 등에서 전용단말기도 출시할 계획이다. 단말기 구매를 원하는 고객은 이동전화 겸용의 경우 이동전화 대리점에서 구입할 수 있으며, 차량용은 별도의 설치가 필요하기 때문에 모토모, 미디어라이프, 아우토스트라세 등 10여개 차량용 대리점에서 구입할 수 있다.

이번에 시험방송을 시작하는 TU미디어는 방송 영상산업 육성에도 적극 나서 위성DMB 특성에 맞는 신규 콘텐츠 개발에 약 2,562억원, PP의 원건, 프로그램제작 및 조달을 위한 수신료 분배금으로 4,420억원, 시청자미디어센터 설립지원 등 방송영상산업 지원에 70억원 등 향후 5년간 총 7,052억원을 투자할 계획이다.



2007년까지 2가구 중 1가구 디지털TV 보유



2007년까지 2가구 중 1가구가 디지털TV를 보유하는등 향후 2~3년간 아날로그TV에서 디지털TV로의 전환이 빠르게 진행될 것이라는 전망이 나왔다.

이같은 결과는 한국전자산업진흥회가 최근 실시한 "디지털TV 수요조사"에서 디지털방송 시청이 가능한 서울 및 수도권, 광역시의 20~40세 가구주와 배우자 718명을 대상으로 실시한 설문조사(오차범위±3.66%)에서 나타났다.

조사대상 지역의 디지털TV 보급률이 15.0%로 나타난 가운데 디지털TV 미보유가구의 절반 이상인 57.5%가 디지털TV에 대한 구입의사를 가지고 있었으며 이중 71.2%는 2007년 이내에 디지털 TV를 구매하겠다는 의사를 보여 2007년까지 전체가구의 48.9%가 디지털TV를 보유하게 될 것으로 예상된다.

디지털TV 구입의사를 가지고 있는 국민들은 디스플레이 유형에 따라 프로젝션TV(34.3%)와 LCD-TV(28.2%)에 높은 관심을 보였으며 화면크기의 경우 프로젝션TV와 LCD-TV는 40인치대를 가장 선호했다. 한편, 가격이 상대적으로 저렴한 브라운관 디지털TV는 30인치대가 가장 많은 비중을 차지했다.

또한 국민들이 디지털TV를 구입할 때 화질(41.6%)을 가격(23.8%)보다 중시하는 것으로 조사됐으며, 디지털TV용 콘텐츠로 영상 및 음향적 요소가 강한 장르인 드라마, 영화, 스포츠중계를 선호하는 것으로 조사됐다.

반면 디지털TV 구입의사가 없는 가구의 경우 "현재 사용 중인 아날로그 TV로 충분해서"(55.6%)와 "디지털TV가 너무 비싸서"(34.1%)라고 응답, 디지털TV로 전환하기 위해서는 무엇보다 디지털방송 및 디지털TV의 필요성에 대한 국민의 이해를 높이고 중산층 및 소외계층에게도 디지털TV를 보급,

확대하기 위한 정부와 기업의 공동노력이 필요한 것으로 나타났다.

디지털TV를 보급하려는 정부 노력의 일환인 "국민형 디지털TV"에 대해서는 63.4%가 "필요하다"고 응답해 정부와 업계가 추진중인 국민형 디지털TV의 보급에 긍정적인 반응을 보였고, 국민들은 관련정책 수행시 "시청자의 편의"가 가장 우선돼야 한다고 생각하고 있으며, 디지털방송을 즐기기 위해 가장 먼저 개선돼야 할 사항으로 "디지털TV 제품의 가격 인하"를 통한 디지털TV의 보급 확대를 꼽았다.

"아날로그방송 종료시기 확정이 디지털TV 구입시기를 앞당기느냐"라는 질문에는 67.5%가 빨라질 것이라고 응답해 향후 지속적인 국민 의견수렴을 통해 적당한 아날로그 방송 종료시기를 발표하는 것이 필요한 것으로 나타났고, 적절한 아날로그방송 종료시기는 디지털TV 보급률이 75%가 된 시점이며 구체적으로 2010년이 적합하다는 의견이 가장 많았다.

또한 국민들은 셋톱박스 내장 의무화 시기를 전체방송에서 디지털방송이 차지하는 비율이 약 65% 되는 시점이 적당하다고 생각하고 있었으며 연도별로는 역시 2010년을 가장 선호하는 것으로 나타났다. [출처: 산업자원부]

