

# 글로벌 오디오 플랫폼의 차별화 전략

- ▶ 오디오 콘텐츠 산업이 FM 라디오, MP3, 스트리밍을 거치며 혁신을 거듭하는 과정에서 플랫폼 사업자들의 역할과 영향력에 대한 주목도가 높아지는 상황
- ▶ 음악 스트리밍 서비스와 팟캐스트 중심으로 형성되어 온 오디오 플랫폼 시장이 광고와 구독료 등으로 수익성을 강화하는 가운데, 주요 플랫폼들은 각자의 특성과 전략 방향에 따른 성장과 수익 창출 방안을 추진
- ▶ 정통 방송사의 풍부한 콘텐츠 제작 역량을 기반으로 디지털화에 성공한 BBC 사운즈(BBC Sounds), 글로벌 음악 스트리밍 서비스 시장의 개척자 스포티파이(Spotify), 기존 전자상거래 및 스마트스피커 사용자와의 연계를 발판으로 수익성을 확보한 아마존뮤직(Amazon Music)이 대표적인 사례



**BBC Sounds**

- ▶ BBC의 모든 라디오, 음악, 팟캐스트 콘텐츠를 한 곳에 모아 앱, 웹사이트, 스마트스피커 등 음성 인식 장치를 통해 약 8만 시간 분량 오디오 제공
- 디지털 청취로의 전환 시기에 다양한 청취자들에게 서비스를 제공할 수 있도록 “라디오의 디지털화”를 통해 접근성을 강화

**주요 동향 및 성과**

코로나19 팬데믹 기간 중  
코로나바이러스 뉴스캐스트 등 팟캐스트를 통한  
정보 제공, 교육콘텐츠, 엔터테인먼트 프로그램을  
제공하는 전방위적 서비스로 호평



**Spotify**

- ▶ 세계 180여 개국에 진출해 음악부터 오디오북, 팟캐스트 서비스를 제공하는 글로벌 1위 오디오 콘텐츠 플랫폼
- 오디오 광고 플랫폼으로서 차별화된 광고 서비스를 제공하고 굿즈 판매 기능 강화 등 수익성 제고 추진

**주요 동향 및 성과**

△사용자의 청취 행태를 기반으로 광고 메시지를 전달할 수 있는 Spotify Audience Network(SPAN) 구축  
△온라인 쇼핑 플랫폼 Shopify와 파트너십 체결로 굿즈 판매 기능 강화



**Amazon Music**

- ▶ 스마트스피커 Echo 등 다양한 단말 환경에서 사용할 수 있는 Amazon의 음악 스트리밍 플랫폼 겸 온라인 뮤직 스토어
- △Amazon Prime 멤버십과 연계하여 유·무료 음악 스트리밍 서비스를 제공, Amazon 이용자의 기호와 구매 이력 등 빅데이터 기반 △오디오 타겟 광고를 활성화하여 수익 기반 확충

**주요 동향 및 성과**

2022년 5월부터 Prime 멤버십 및 Echo와 Fire TV 이용자에게 적용되는  
요금 인상 결정