

개발사 대상 개발 참여 제안서 공모 대상 리스트

번호	제안 서비스명
1	두뇌개발 프로젝트, 가족과 함께 정을 나눠요 캠페인
2	90% 시청자가 제정한 "셀프 웨딩TV 서비스
3	액션슬러거(프로야구 중계 시청자 참여 프로그램)
4	TV 소머즈
5	책갈피요정 또보 시즌 2
6	길따라 이야기 따라/6mm우리가 간다
7	양방향 뉴스 동영상 서비스
8	재미와 교육을 결합한 에듀테인먼트 TV양방향 서비스 어린이들의 즐거운 놀이터 투니랜드
9	창업솔루션시너지
10	생생한 주식토크 '생톡'
11	실시간 TV-스마트폰 연동형 커뮤니케이션 정보제공 앱
12	시청자 선택 극대화를 위한 자막 변경 및 정보 제공형 양방향 방송 프로그램 개발
13	찾아라 팔도맛지도 - 외국인 요리자랑
14	울트라뮤직
15	라이브 바이어티 에듀쇼 영어를 부탁해
16	동영상기반개인화 홈트레이닝서비스
17	드라마세트장을 활용한 양방향 홈쇼핑
18	양방향 스타트업 슈퍼매치 The One
19	다음TV 양방향 교육서비스
20	전통음식 기행 신토불이
21	웹드라마러티 미스터췌
22	신규 콘텐츠 기획 <100 퍼니스트> <더 지니어스> <SNL코리아>
23	아름다운공유 경제 파트너
24	Skylife Petshop 서비스
25	3Screen 동영상 여행 플랫폼(App) 개발
26	양방향 인디뮤지션 쇼케이스 프로그램 '인디뮤지션 리그'
27	육아상담
28	KBS 6시내고향 '내고향 통신원'
29	<Free For You! 공짜로 드립니다> (7계) (양방향 스포츠 토크쇼 프로그램)
30	60초 모바일 뉴스

1	서비스명(장르)	“두뇌개발 프로젝트, 가족과 함께 정을 나뉘요” 캠페인 (교양오락/ 전연령층)
----------	-----------------	--

I. 제안 의도

- 어려운 경제사정, 가족의 파편화 등 불안정한 사회상황에서 최후의 보루인 가족의 정을 나눌 수 있는 캠페인 시행으로 시청자에게 따뜻한 가치 전달
- 남녀노소 모두 참여 가능한 두뇌개발형 게임 진행으로 재미와 유익함을 제공
- IPTV, 디지털케이블 대비 부족한 양방향성을 스마트폰 연동 서비스로 개발하여 위성방송 데이터 서비스 활성화를 위한 새로운 성공 모델 창출

II. 서비스 개요 및 구성

- 서비스 개요

- 1) 두뇌개발 퀴즈게임 형태의 시청자 참여형 양방향 콘텐츠를 개발하고, 위성방송의 부족한 양방향성은 스마트폰앱을 통한 참여로 보완한다.
- 2) 캠페인은 2015년 연말까지 약 5회에 걸쳐 진행하며 매회차 캠페인은 “손자손녀 방송국 견학보내주기”, “부모님 효도 온천여행 보내드리기” 등 가족간 정을 나누는 부상품과 함께 다양한 캠페인을 지속적으로 전개한다
- 3) 시청자는 참여경과를 스마트폰앱으로 수시 확인 가능하며, 스카이가이드 채널에 주기적으로 편성되는 영상물을 통해 캠페인진행경과를 전달 받는다

- 서비스 구성

- 1) 두뇌개발 퀴즈게임 형태의 채널 연동형 양방향 데이터 서비스
- 2) 시청자 참여 및 참여자 실적 확인을 위한 스마트폰 어플리케이션
- 3) 캠페인 진행내용을 소개하고 프로그램을 홍보하기 위한 영상 제작물
(프로그램 기획 내용에 따라 스카이가이드 채널에 매주 또는 매월 편성)
- 4) (매회) 지속적인 참여를 유도하기 위한 연속성 요소 필요

III. 개발사 대상 양방향 서비스 구현을 위해 필요한 사항

- 기술 사항

- 1) TV형 양방향 어플리케이션은 MHP 방식과 kt 웹미들웨어 방식의 2종으로 개발 필요 (스카이라이프 위성전용상품 및 kt OTS에 편성)
- 2) TV 어플리케이션은 진입시 다운로드 되는 언바운드 방식으로 개발, 매회차 캠페인별로 디자인을 갱신하고 두뇌개발 게임 콘텐츠는 매일 갱신 필요
- 3) 시청자 참여를 위한 스마트폰 앱은 안드로이드 스마트폰 어플로 개발
- 4) 상기 서비스를 제공하기 위한 연동 서버 개발 및 정답 및 참여 이력을 제공할 수 있는 메뉴 제공 필요
- 5) 다음과 같은 메뉴 제공
 - 퀴즈 참여를 위한 모바일 메뉴
 - 퀴즈 참여 결과 및 자신의 상태를 확인 할 수 있는 메뉴
 - 가족과 함께 정을 나뉘요 캠페인 참여자 게시판
 - 공지사항 제공 등

- 콘텐츠 제작

- 1) 두뇌개발 게임은 직접개발하거나 저작권을 확보, 방송사 저작권면책 필요
- 2) 홍보 영상물은 개발사가 직접 제작하거나 제작사를 선정하여 제작 가능

2	서비스명(장르)	90% 시청자가 제작한 “셀프 웨딩TV 서비스”(정보제공/싱글남녀)
---	----------	---------------------------------------

I. 제안 의도

1. 사회적 환경

- 결혼을 늦게 하는 풍조가 저출산의 근본적인 원인이다.
산업화로 인해 가족 공동체 붕괴와 핵가족화가 가속화되면서 분가가 일반화되고 결혼해서 살 집을 마련하느라 결혼비용은 급상승했다. 여기에 경제불황이 장기화되면서 결혼연령은 점점 늦어지고 있다. 지난 1월, 정부는 만혼을 저출산의 근본 요인으로 인식하고 이에 대한 정책을 수립하기로 결정했다. 하지만 정책 수립과 시행이 결실을 맺기까지는 다소 시간이 걸리고, 민간 차원에서 접근성과 효율성을 갖춘 제도적인 시도가 필요한 시점이다.
- 만남의 기회를 많이 가질 수 있는 ‘쉬운 만남’의 통로가 필요하다.
웨딩TV는 스마트폰과 TV라는 접근하기 쉬운 매체를 활용해서 싱글남녀들이 자연스럽게 쉽게, 그리고 비용 부담 없이 만남의 기회를 가질 수 있는 ‘쉬운 만남’을 통해 만혼 풍조 해결에 조금이나마 기여하고자 한다.

2. IT 환경

- 스마트폰 대중화와 IT기술의 발달로 고화질 동영상의 제작과 온라인상의 전달이 용의
2014년 9월을 기점으로 한국의 스마트폰 가입자는 4천만명을 돌파했다. 이런 스마트폰 대중화 추세와 함께 국내 인터넷 속도는 기가바이트를 넘어 테라바이트에 다다르면서 대용량 정보가 온라인 상에서 손쉽게 전달되어 짐으로써 고화질의 동영상의 제작 및 서비스가 수월해졌다.
- 스마트폰만 있으면 전국민 누구나 PD가 되고, 작가가 된다.
이런 IT 인프라와 선우의 네트워크 시스템을 바탕으로 웨딩TV는 싱글남녀, 혹은 그들의 가족, 친구나 지인이 스마트폰으로 제작한 공개 프러포즈 영상이나 소개영상을 방송하는 공개 구혼 프로그램을 편성함으로써 스마트폰만 있으면 누구나 참여가 가능한 양방향 콘텐츠의 새로운 모델을 실현하고자 한다.

II. 서비스 개요 및 구성

1. 서비스 개요

웨딩TV의 특화 콘텐츠인 남녀의 만남, 연애, 결혼을 중심으로 한 다양한 주제로 시청자가 스마트폰으로 제작한 영상을 전송받아 TV로 방송하고, 시청자는 이에 대한 참여, 모니터링 등의 피드백을 하는 과정이 진행된다. TV는 스마트폰 영상을 방송하고, 시청자가 다양한 방식으로 참여하는 게이트 역할을 한다.

2. 서비스의 구성

- **만남** : 이성과의 만남이 필요한 싱글 남녀가 직접 스마트폰으로 촬영·제작한 동영상, 혹은 만남을 원하는 싱글남녀의 가족이나 지인이 당사자를 추천하는 영상을 전송받아 송출하고, 이를 보고 만남을 원하거나 자세한 정보를 알고자 하는 시청자들의 신청이 있는 경우, 양쪽을 연결해주는 실시간 공개 구혼 프로그램 진행
- **연애** : 공개구혼을 통해 맺어진 커플이나 일반 시청자들이 자신의 연애담을 스마트폰으로 촬영한 영상을 전송받아 방송한다. 또한 추천 데이트 코스, 연애상담, 기타 커플에게 유용한 알짜 정보를 스마트폰 영상으로 전송받아 방송한다.
- **웨딩** : 웨딩 준비에 필요한 정보, 예를 들어 예식장, 웨딩드레스, 혼수용품, 한복, 청첩장, 메이컵 등에 대해 시청자들이 스마트폰으로 영상을 제작해서 보내면 TV용으로 가공해서 방송한다.
- **허니문** : 시청자들이 추천하는 허니문 코스, 현지 쇼핑정보, 재미있는 에피소드 등 허니문에 관련된 다양한 경험과 정보를 직접 스마트폰으로 촬영해서 보내면 컨셉에 맞게 가공해서 방송한다.



3. 서비스의 프로세스

- 스마트폰, 앱, 웹사이트, 모바일, 케이블 방송을 네트워크로 연결
- 참여자가 만남, 연애, 웨딩 등에 대한 영상을 스마트폰으로 제작해서 앱, 모바일, 웹사이트 상의 게이트로 전송
- 방송사가 방송 적합성을 판단해서 접수/수정 후 접수/반려로 선별한 후 방송용으로 가공해서 방송
- 방송을 본 시청자의 피드백

(공개구혼의 예)

만남 당사자가 직접 스마트폰으로 제작한 소개 영상을 신청 ⇨ 방송사가 영상 내용 확인 및 방송 적합성 판단 ⇨ 방송 ⇨ 만남 희망자 신청 ⇨ 방송사가 본인 확인 및 영상 제공자의 의사 확인 ⇨ 양쪽을 연결 ⇨ 만남

Ⅲ. 개발사 대상 양방향 서비스 구현을 위해 필요한 사항

- UCA (Ubiquitous Content Access)
- SVC (Scalable Video Coding)
- 통합 인증 시스템 (Web / Mobile)
- 실시간 대용량 데이터 처리 플랫폼 구축

3	서비스명(장르)	액션 슬러거 (프로야구 중계 시청자 참여 프로그램)
---	----------	------------------------------

I. 제안 의도

프로야구는 국내 최고의 인기 스포츠로써 경기당 방송시간이 3시간이 넘고 1년에 팀당 144경기가 생중계된다. 방송사는 중계방송을 통해 시청자에게 피칭캠, S-Zone 등 각종 분석 툴을 이용해 선수의 통계 데이터 뿐 아니라 실시간 투구 속도, 궤적, 타자의 스윙 리플레이까지 제공하고 있지만, 시청자가 방송을 시청하며 경기에 참여 할 수 있는 서비스는 따로 존재하지 않았다.

제안사는 다양한 야구 경기 데이터를 활용하여 문자응원 참여 밖에 없었던 기존 중계방송에 시청자가 경기에 참여하는 양방향 서비스로 새로운 경험을 제공하고자 한다.

본 프로야구 생중계 시청자 참여 서비스는 시청자가 가상의 선수(타자)가 되어 TV 속의 투수와 겨루는 양방향 서비스로 기존 단순한 중계방송 시청에서 벗어나 시청자가 참여하고 체험하는 방송을 만들고자 한다. 또한 참여자 가운데 안타, 홈런왕을 선정하여 새로운 팬덤 리그를 만들고 교감하는 서비스를 구현하고자 한다.

프로야구 중계에 최초로 시도되는 양방향 체감형 서비스를 통해 프로야구 시청자의 만족도와 흥미 증대, 각 팀의 팬덤 요소를 강화 할 수 있는 구성을 제공하고 방송사의 수익모델 강화와 연계 웨어러블 단말의 판매 및 양방향 솔루션의 해외 수출 사례를 만들고자 한다.

II. 서비스 개요 및 구성

본 서비스는 프로야구 중계방송을 시청하면서 모바일 앱을 통해 자신이 원하는 프로야구 팀에 팀원으로 경기에 참여할 수 있다.

생동감 있는 양방향성 구현을 위해 모바일 앱은 현장에서 송출되는 실제 시점과 시청자의 맥내 TV가 수신하는 시점의 지연시간 시차를 계산하여 시간 동기화를 이룬다.

또한, 중계 현장에서 수집된 실제 투수의 구질, 구속 데이터를 시청자의 모바일 앱으로 실시간으로 전송하고, 시청자 스마트폰의 자이로 센서와 가속도 센서를 활용하여 참여하는 시청자의 타격 모션을 분석, 매칭하여 결과를 알려준다.



시청자의 참여과정은 다음과 같다.

- ① 시청자가 모바일 앱을 통해 팀 또는 타자를 선택하고 참여한다.
- ② 자신의 스마트폰을 손에 쥐고, TV 방송화면에서 투수의 투구가 홈플레이트를 지나는 시점에 맞춰 배트 (스마트폰)를 휘두른다.
- ③ 모바일 앱은 실제 투수의 데이터를 토대로 볼과 스트라이크를 판단하고 추가로 스윙 타이밍을 판단하여 결과값(볼/스트라이크, 헛스윙, 안타, 홈런)을 제시한다.

본 서비스는 시청자가 모바일앱 유료결제를 통해 포인트를 구입하고 참여한 타석마다 포인트가 차감되는 방식으로 운영되며, 참여자에게는 순위에 따라 싸인볼 등의 경품을 제공한다.

참여결과는 다른 참여자와 실시간 비교할 수 있고 자신의 성적을 SNS를 통해 공유할 수 있으며, 또한 의견 및 댓글을 통해 다양한 의견을 나눌 수 있도록 한다.

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

본 서비스를 구현하기 위해 앱 개발사는 다음 기능을 개발해야 한다.

- ① 모바일 앱은 안드로이드 버전으로 개발하고 웨어러블 단말이 모바일 앱과 연계될 수 있도록 한다.
- ② 현장과 시청자 개인별 태내 TV영상의 송출시차를 계산하여 시차에 맞게 데이터를 모바일 앱으로 실시간 제공한다.
- ③ 스마트폰의 자이로 센서와 가속도 센서를 이용하여 참여자의 동작을 측정하고 방송사의 S-Zone 데이터와 실시간으로 비교 분석하여 결과값을 제공한다.
- ④ 참여자의 실시간 순위 비교, 참여결과 공유가 가능하도록 한다.
- ⑤ 시청자 수를 감안하여 다수의 참여자가 동시에 서비스에 참여할 수 있도록 시스템을 설계한다.

I. 제안 의도

1. 서비스 제안 배경

사물 인터넷 시장 성장 !

최근 전 세계 기업들이 앞 다투어 사물인터넷(IoT, Internet of Things) 플랫폼 구축 경쟁에 뛰어들고 있다. 전자 태그와 센서를 활용했던 기존 생산/제조 설비뿐 아니라 소비자와 직접 대면하는 오프라인 매장 등 다양한 분야에서 IoT 경쟁은 치열하다. 사용자의 일거수일투족을 트래킹하여 '맞춤형 마케팅'을 할 수 있는 IoT 시장은 향후 가장 'Hot한 먹거리'이기 때문이다.

새로운 TV시청 방식 !

2012년 미국 TV Guide의 설문조사에 따르면 소셜 미디어를 통해 친구와 경험을 공유하며 TV 프로그램을 시청한 경우가 혼자 시청한 경우보다 시청 몰입도가 1.3배 높다는 결과가 도출되었다. 소셜 미디어가 TV(first screen) 시청을 방해하는 것이 아니라 오히려 흥미를 유발하고, 시청을 지속시키는 데 일조하고 있다. 우리는 수동적으로 TV를 시청하던 기존의 방식을 넘어서 관련 정보를 검색하고 기사를 읽는 등의 '행동', 그리고 이러한 정보 및 자신의 의견을 다양한 소셜 네트워크 서비스를 통해 '공유'하는 적극적인 시청 방식이 너무나 자연스러운 시대를 살아가고 있다. 이런 '소셜TV'는 오늘날 TV 시청 방식의 뉴 노멀(New Normal)로 자리 잡으며 다양한 방식으로 마케팅에 활용되거나 시청률을 보완하고 있으며, 새로운 비즈니스 모델 창출의 기회로서 그 가치를 더해가고 있다.

2. 서비스 소개

사물인터넷 기술 중 사람이 들을 수 없는 비가청 오디오 신호를 이용한 스마트 디바이스(폰, 태블릿) Second Screen App(App 명 : '소머즈')을 통해 방송을 시청중인 사람이 간편하게 방송에 참여하고, 부가정보/서비스를 이용하며, 나아가 시청자의 다양한 Needs 충족 및 관련 부가 산업을 활성화 시킨다.

- 시청자가 손쉽게 누리는 PP의 다양한 부가서비스
- 다양한 방송 정보 제공 (시놉시스, 출연진, 기타정보 등)
- 쉬운 방송참여 - 게시판, SNS 등 간편 접속(간편한 service check-in)
- 방송 노출 제품의 간편한 검색, 쇼핑
- 무궁무진한 VOD - PP의 VOD를 TV로 직접 시청(플랫폼 의존 無)
- 광고, 프로모션의 기능 확장(Augmented Commercial)



3. 파급 효과

본 서비스는 PP가 플랫폼에 의존 않고 직접 시청자에게 부가 서비스, 정보 제공할 수 있는 독립 솔루션이므로, 플랫폼과 기기마다 시간/인원/비용을 들여 솔루션/인프라를 개발/관리를 할 필요가 없는 획기적 방식이다.

1) 간편한 TV 쇼핑

- T커머스의 장벽(시청자 접근성, 기술 등) 극복한 간편한 TV 쇼핑 구현
- 스마트 폰에서 자동으로 결제까지 구현하므로 T-커머스의 어려운 접근성과 규제에서 벗어난 다양한 BM 개발 가능

2) 광고의 기능 확대, 신규 광고시장 개척

- 특정 방송 시청자 대상 이벤트, 프로모션, 타겟광고 가능
- 유료 MO 서비스 대체, push message 및 간편한 check-in 역할을 함으로써 시청자 편익 도모(실시간 여론조사, 인기투표 등)

3) 진화된 VOD 서비스

- PP가 외부 Streaming Server를 통해 직접 VOD 서비스 운영 (Smart STB)
- 스마트폰으로 VOD 검색, 시청 기능 제공으로 기존 TV 리모콘 방식의 복잡한 Navigation 필요 없음
- 플랫폼에 의존 않는 VOD 서비스 가능하므로 PP의 새로운 수익모델 창출

4. 특징

- 방송에 즉각 반응(수초 이내)
- 소프트웨어 방식(고가의 별도 하드웨어 필요 없음)
- 독립적 app 기반 솔루션이므로 모든 PP가 즉시 상용화 가능
- 녹화 & 생방송 관계없이 모두 적용 가능
- 삽입된 워터마크는 추후 프로그램 판매, VOD 등에도 지속 적용 가능
- 광고 방송에도 적용 가능
- PP는 꼭 필요한 방송(시간대)에만 정보를 입력하면 되므로 효율적

» 기존 기술과의 차별점

구 분	기존방식	소머즈
원천기술	미보유	보유(해외 라이선스 매절방식 취득)
디바이스	Android Only (iOS X)	iOS & Android
반응 시간	10분에 1번꼴 반응	상시 반응
방송 표준	국내 방송 전송 방식 부합여부 불투명 (지상파에서만 테스트)	- 국내 방송 기술 표준 충족(AC3, 5.1ch) - 전 플랫폼 필드 테스트 완료(케이블 /IPTV/ 위성/지상파)
비즈니스 모델	- B2B - 방송사에 SDK만 판매 - 방송사마다 app을 별도로 개발하여야 함	- B2C / B2B - 타 방송사에도 무료 배급 - 상품판매 & VOD 수익 웨어 - 프로모션, 광고 수익
운영방식	- 정해진 운영 방식 없음 (완제품 운영이 아님)	- app 무료 배포 - 무료 워터마크 생성으로 모든 PP사가 쉽게 운영 가능 - 자체 구축 쇼핑몰 입점 방식

5. 비즈니스 모델

구분	수익 모델
Program Provider	<ul style="list-style-type: none"> 상품 판매 수수료 획득 광고 노출을 통한 신규 광고 수익 발생 설문, 투표, 이벤트, 프로모션 등 다양한 수익 모델 창출
운영사업자 (Arte)	<ul style="list-style-type: none"> 수익채어(쇼핑몰, VOD) 광고주 유치
Seller	<ul style="list-style-type: none"> 홈쇼핑의 높은 판매 수수료를 절감할 대체 판로로 이윤 증가 상품과 특화된 프로그램(예, 낚시TV에서 낚시용품 판매 등)에 상품을 노출함으로써 매출 향상 적은 비용으로 PPL을 증가하는 광고 및 판매 가능

II. 서비스 개요 및 구성

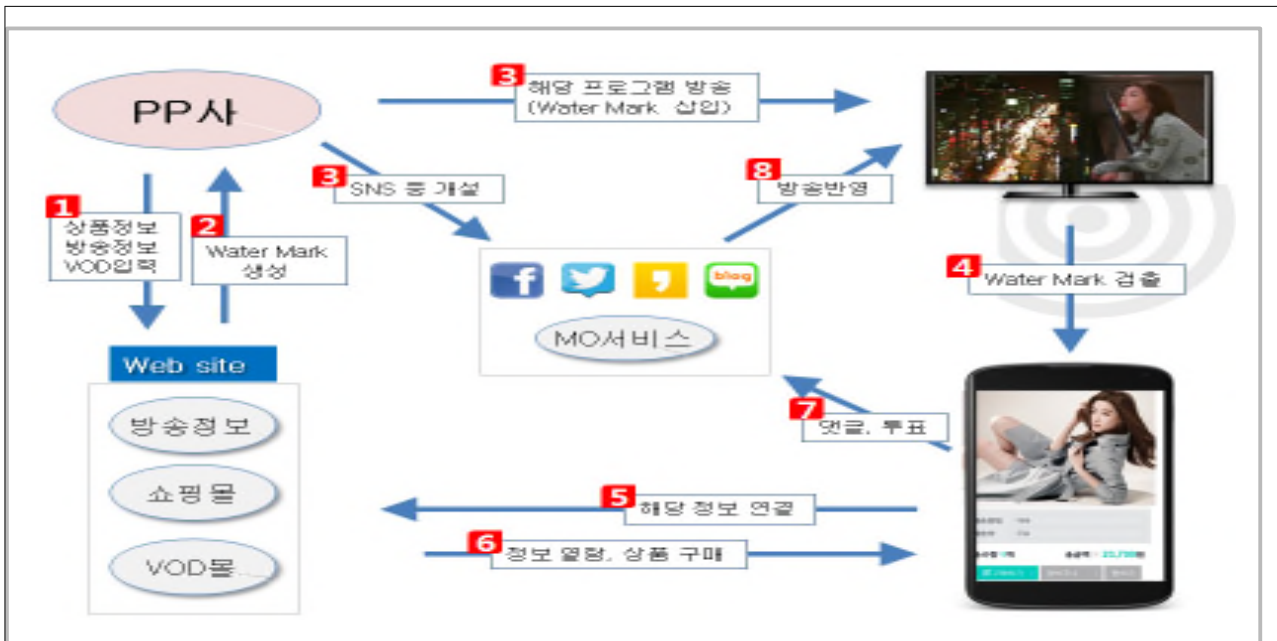
1. 서비스 개요

스마트폰 app에서 방송 프로그램 오디오 워터마크를 검출한 후, 이를 연동된 site(URL)로 forwarding하여 방송정보, 방송참여, 쇼핑, 메시지, VOD 서비스를 제공한다.



2. 서비스 프로세스

- 특정 방송용 오디오 워터마크 생성, 해당 Web URL 등록
- 해당 URL에 부가 서비스 콘텐츠 (방송정보, 상품정보, VOD 등) 입력
- 방송물 제작 단계(또는 생방송)에서 워터마크 삽입
- 시청자는 소머즈 app을 통해 간편하게 프로그램과 연관된 정보를 획득
- 방송 참여, 상품 쇼핑, 프로그램 연관 VOD 시청 등의 확장 서비스를 이용



3. 방송 프로그램 구성

대중적 인지도 높은 유명인이 출연하는 음악 프로그램을 제작하여 본 서비스의 인지도 제고와 효율적인 앱(App) 배포, 다양한 부가 서비스 제공을 목표로 한다.

- 프로그램명 : 이적의 프리퀀시
- 장르 : 음악 (토크&음악)
- 편수 : 10편 (주 1편)
- R/T : 60분/편
- 예상 출연진 :
 - 클래식 아티스트, 대중음악 아티스트, 뮤지컬 아티스트 외 다수
- 내용 :

공개홀에서 방청객을 대상으로 가수 이적이 진행하는 음악쇼로 20대 이상 성인 대상이며, '유희열의 스케치북'을 표방, 문화예술전문 채널인 당사 컨셉에 부합하도록 출연진간의 콜라보레이션과 다양하고 진지한 공연으로 새로운 음악 세계를 제공한다.
- 양방향 서비스 구성

시청자는 스마트폰에 설치된 소머즈 App을 이용하여

- 방송참여 : 곡의 연령대별 호감도 조사, 인기 투표
- 방송정보취득 : 출연자, 곡 상세 정보, 연관 정보(출연자 발표 곡, 공연, 음반 정보)
- 쇼핑 : 출연자 음원/음반, 공연 티켓 정보 제공, 쇼핑물로 구매 유도
- 프로모션 : 방송 프로그램을 10분씩 나누어 각각 다른 쿠폰을 제공(URL 생성)하고, 이를 모두 접속하여 취득한 시청자에게 출연자의 공연 티켓(또는 CD)을 제공, 참여율을 높임
- VOD 서비스 : 전편 또는 후편의 VOD, 출연자의 다른 프로그램 또는 Music Video VOD 서비스 제공

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. app (smart phone)

구분	내용	비고
개발	- iOS / android 용 app 개발 (위젯 포함) - Hybrid app 방식	음파인식 SDK는 주관사 제공
	- Listen 기능 (MIC on) 포함	
	- 환경 설정(parameter 값 preset)	모바일 제조사/기종 별
	- 검출된 Binary 값을 URL과 매핑	
	- 매핑된 URL 페이지 구동 (Web Browsing 기능 탑재)	URL 중복 구동방지
	- 메뉴 구성 및 네비게이션 구현	방송정보, 쇼핑물, VOD
	- 해당 방송 프로그램 SNS 접속 기능	- Facebook, 블로그, Kakao Story, 기타 - 관련 글 보기, 글쓰기
	- 로그인 기능 (전화번호 인증)	- 관심프로그램 등록 등
원천기술	원천 기술 및 관련 솔루션 주관사 제공	
주안점	- 간편 작동 구현 (앱 기능 On, MIC on, Background 작동 설정 등)	- 사용자 편의 극대화 - 배터리 소모 최적화

2. web

구분	내용	비고
개발	사이트 구축 (www.sommers.tv)	- 모바일웹/ 웹 개발
	유저 로그인	- 회원가입 인증 (전화번호)
	SNS 연동 기능	- API 토큰 (인증Key 값)
	방송정보	- 해당 프로그램 (또는 Segment)의 대표 URL 기능
	쇼핑물	- 오픈소스 (or 워드프레스) - 결제시스템 연동 - 대표 URL 연동 서버 URL
	VOD물	- Player 정합 (MP4) - 과금 시스템 - 대표 URL 연동 서버 URL
	관리자 페이지	
	회원사 로그인	- 회원(PP, 광고주) 등록

	오디오 워터마크 생성 툴 (신청 - ID부여 - URL 매핑)	- Wav 결과물 (5분, Stereo) - 생성 자동화 (Batch)
	FTP 기능	- 워터마크 업/다운로드 (업로딩: 아르떼, 다운로드: 회원사)
	방송정보 입력 필드	- 프로그래밍, 회차, 출연진, 대표이 미지, 시놉시스 등등
	쇼핑몰 입력 (이미지, 제품명, 가격 등 정보)	- URL 생성 후 PopUp 페이지에 버 튼 생성
	VOD 물 입력	- URL 생성 후 PopUp 페이지에 버 튼 생성
H/W	서버, 회선 등 인프라 주관사 제공	- 웹서버 : Linux OS, Apache - DBMS : MySql
원천기술	오디오 워터마크 생성 원천 기술 및 관련 솔루션 주관사 제공	
주안점	Second Screen 의 기능에 충실	모바일 환경에 최적화

3. app (TV)

TV에서 플랫폼 사업자와 관계없이 일반 PP의 개별 VOD를 시청할 수 있도록 지원

구분	내용	비고
개발	스마트 STB용 솔루션 개발 - 해당 플랫폼/STB용 개발 - 스마트 디바이스 & STB 간 연동기능 (인증 등) - 웹기반 플레이어를 화면에 구현하는 기능 (HTML5)	- 스마트 디바이스에서 VOD 검색 가능 구현 - Player 개발
	스마트TV용 솔루션 개발 - app 개발	
H/W	- 시스템, 회선은 주관사 제공	
원천기술		
주안점	모바일 디바이스에서 과도한 트래픽이 발생하 지 않도록 함.	배터리 소모, 데이터 사용료 감안

I. 제안 의도

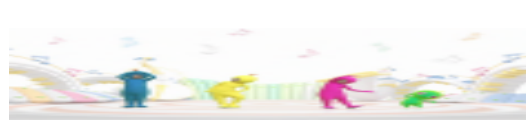
- “책갈피요정 또보”는 EBS와 MBC에 방영된 애니메이션으로, 칼테콧, 뉴베리상을 수상한 세계적인 동화작가들의 동화책을 세계 최초로 애니메이션화한 것으로 유명하며, 여기에 소개된 책들은 이미 국내에서 1300만부 이상 판매된 영어동화시리즈 “노부영(노래 부르는 영어 동화)”으로 영어동화책 부문에서 10년 동안 부동의 1위를 지키고 있다. 시즌1에 이어 시즌2에서는 더 다양한 캐릭터들이 등장해, 스토리를 더욱 재미있게 업그레이드 시켰다. “책갈피요정 또보 시즌2”는 영어로 제작된 애니메이션에 양방향 기술들을 접목시켜, 영어교육의 패러다임을 바꾸고자 한다. 아이들이 재미있는 영어스토리를 보고, 듣고, 읽고, 말하고, 노래하는 과정들을 통해, 영어교육의 4가지 영역(reading, speaking, listening, writing)을 능동적으로 학습할 수 있는 이상적인 기회를 제공한다.
- 다양해진 단말기 및 부대 장치를 활용한 신개념 양방향 서비스를 개발·접목하여 자기 주도형 학습이 가능하게 하고, 부모가 참여할 수 있는 기능을 통해서 엄마표 영어교육도 가능케 한다.

II. 서비스 개요 및 구성

- ‘책갈피요정 또보 시즌1’은 현재 EBS와 KT olleh tv ch.736(양방향 서비스)을 통해 서비스되고 있으며, 콘텐츠 확대에 대한 요구가 많아 시즌2를 제작하고자 한다.
- 서비스 구성(안)
 - 오프닝 : 동화책 소개를 위한 에피소드 전개 (3D 애니메이션)
 - 2D 애니메이션 동화 : 동화책 애니메이션 (2D 애니메이션)
 - 에필로그 : 퀴즈를 통해 동화에 대한 이해도 증진 (3D 애니메이션)
 - Song & Dance : - 동화책 내용을 노래로 불러보는 뮤직비디오
- 또보와 또보 키즈들이 함께하는 신나는 노래와 율동시간(실사+3D 애니메이션)
 - 양방향 놀이 학습형 서비스 : 자기 주도적 학습이 가능한 흥미로운 양방향 서비스 탑재

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 시청 전 양방향 기능 : TV독립형 Library(메뉴)를 통한 동화책 선택 및 서비스 Guide / 이벤트&공지 기능, 유료월정액 결제 기능
- 시청 중 양방향 기능 : 애니메이션 보기 모드 / 주요 단어 찾기와 제공
(영상과 연계하여) / 애니메이션 반복 재생(회차, 전체)
- 시청 후 양방향 기능 : 양방향 학습 퀴즈 모드(ex. 파닉스 교정, 단어 맞추기, 문장구성 등) / 우리말 해석 혼자서 책 읽기 모드 / 원어 문장 듣고 따라 읽기 모드 / Song&Dance (MR or AR 선택) 모드
- 스마트폰 앱(안드로이드, IOS) : TV 앱과 연동되는 아이디어 기능 필요
(앱으로 노부영 콘텐츠 제공은 불가)
- 런칭하고자 하는 플랫폼 : KT IPTV, KT 웹셋톱박스



6 서비스명(장르) 길따라 이야기따라(교양)/ 6mm 우리가 간다(오락)

I. 제안 의도

- 1)서경방송에서 제작 및 제공하고 있는 서부경남 지역의 역사와 문화, 맛집 소개 프로그램을 앱을 통해 모바일 기기에서 위치기반으로 제공하여, 보다 쉽고 편하게 정보를 활용할 수 있도록 하고자함.
- 2)지역민과 여행객들에게 유익한 정보를 제공할 수 있는 앱으로서의 역할을 함.
- 3)오디오형식의 미디어에서 양방향 미디어로 대체
- 4)지역의 문화와 역사에 대한 교육자료 매체로서 활용



II. 서비스 개요 및 구성



1)서비스대상 방송 콘텐츠

프로그램명	길따라 이야기따라		
장르	교양		
시청연령	전체시청		
제작	매주제작(현재 52편 제작)		
소개	빼어난 경치와 품질 좋은 특산물, 문화재 등이 가득한 서부경남을 기존의 정형화된 틀에서 벗어나 가장 자연스럽고 편안한 콘셉트로 새롭게 조명해보는 여행		
서비스개요	서경방송 지역채널 프로그램 '길따라 이야기따라'의 방송콘텐츠를 위치기반과 연계하여 역사적 유래와 이야기를 스마트폰앱을 통하여 위치별영상을 보여줌		
홈페이지	서경방송 : www.iscs.co.kr 방송 : ch8.iscs.co.kr → 방영프로그램 → 길따라 이야기따라		
전체영상 URL	http://ch8.iscs.co.kr/common/VODPlayer/vod.asp?skin=pro_64&vod_idx=10971&gubun=full		
위치별영상 URL (클릭시 동영상 실행)	 http://service.iscs.co.kr/Kplayer.asp?filename=SANCHUNG-A.mp4	 http://service.iscs.co.kr/Kplayer.asp?filename=SANCHUNG-B.mp4	 http://service.iscs.co.kr/Kplayer.asp?filename=SANCHUNG-C.mp4

2) 해당 콘텐츠의 위치 주변의 맛집, 숙박, 관광지정보를 제공함

프로그램명	6mm 우리가 간다		
장르	오락		
시청연령	전체시청		
제작	매주제작(현재 456편 제작)		
소개	지역의 축제 및 먹거리 볼거리와 우리 주위의 별나고 특별한 사람들을 통해 지역의 맛과 멋, 그들의 생활 모습을 2명의 PD가 6mm소형 카메라로 가까이 다가가 진솔한 생활상을 엿본다.		
서비스개요	서경방송 지역채널 프로그램 '6mm 우리가 간다'의 방송콘텐츠를 위치기반과 연계하여 맛집과 체험장에 대한 소개를 스마트폰앱을 통하여 위치별영상을 보여줌		
홈페이지	서경방송 : www.iscs.co.kr 방송 : ch8.iscs.co.kr → 방영프로그램 → 6mm 우리가 간다		
전체영상 URL	http://ch8.iscs.co.kr/common/VODPlayer/vod.asp?skin=pro_08&vod_idx=11224&gubun=full		
위치별영상 URL (클릭시 동영상 실행)	 http://service.iscs.co.kr/Kplayer.asp?filename=6mm_A.mp4	 http://service.iscs.co.kr/Kplayer.asp?filename=6mm_B.mp4	

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 1) 위치기반 콘텐츠(동영상, 사진, 텍스트) 등록 및 조회 가능
- 2) 위치기반 외 방법(검색 등)으로 콘텐츠 조회 가능
- 3) 사용자의 이동경로 설정에 따른 이동경로저장 및 콘텐츠 리스트업
- 4) 지역단위 조회시 지도위 콘텐츠 표시 및 선택시 해당 콘텐츠로 이동
- 5) 스마트폰에서 동영상 재생 잘되어야함
- 6) 안드로이드폰(패드) 및 아이폰(패드) 등 기기에서 잘 실행
- 7) 해당 콘텐츠 위치시 푸시 메시지 전송
- 8) 방문지설정 및 조회정보를 앱내부 데이터로 저장하여 사용자가 이후 확인가능
- 9) 리뷰 및 별점(추천)기능
- 10) 주변정보검색 기능(맛집, 숙박, 관광지 등)

7 서비스명(장르) 양방향 동영상 뉴스 퀴즈 서비스(보도)

I. 제안 의도

- 법률이나 안전 등과 관련된 방송사 동영상 뉴스는 실생활에 매우 유용한 정보를 담고 있지만, 동영상 뉴스 특성상 충분한 설명이 어려운 경우가 많음.
이 때문에 수용자들이 TV 뉴스를 시청하고도 정확한 정보를 얻지 못하는 경우가 종종 발생.
- 동영상 양방향 퀴즈 서비스는 다소 복잡하거나 전문적이지만, 수용자에게 도움이 되는 TV 뉴스 콘텐츠를 양방향 동영상 뉴스 퀴즈라는 방식을 통해 보다 효과적이고 유익하게 전달해주고자 함.
- 방송사가 제작한 정보성 동영상 뉴스를 PC나 모바일로 다시 볼 때 수용자가 직접 퀴즈를 풀 수 있는 인터랙티브 서비스를 동시에 제공함으로써 동영상 뉴스의 활용도를 높이고, 수용자들의 정보 취득 편의성도 높이하고자 함.

II. 서비스 개요 및 구성

1. 서비스 개요

- TV로 방송된 동영상 뉴스 콘텐츠를 온라인 버전으로 전환한 후, 동영상 뉴스에 양방향 퀴즈 서비스를 추가로 탑재
- PC나 모바일로 동영상 뉴스가 재생되는 과정에서 이용자가 풀어볼 수 있는 퀴즈를 같은 동영상 플레이어에 노출시킴
- 이용자가 선택한 답이 정답이나 오답이냐에 따라 연관된 설명 영상이 자동으로 재생된 후 동영상 뉴스가 계속 재생됨
- 개별 양방향 동영상 뉴스 퀴즈 콘텐츠마다 복수의 퀴즈를 삽입하여 이용자의 흥미 유도
- SBS 뉴스 홈페이지뿐만 아니라 포털과 주요 SNS 계정도 양방향 뉴스 퀴즈 콘텐츠를 전송해 이용자 수용 경로 극대화

2. 서비스 구성

1) 온라인 동영상 뉴스

- SBS 보도국이 제작한 방송용 동영상 뉴스를 온라인용 콘텐츠로 전환
- 법률 상식, 생활 안전, 위기 대응 등 일상생활에 유익한 정보성 뉴스를 선택해 양방향 동영상 퀴즈 서비스 콘텐츠로 적용



(SBS 뉴스 2014년 연중 캠페인 ‘안전이 미래입니다’ 시리즈 중)

- 뉴스뿐만 아니라 각종 SBS 교양프로그램에서 방송한 생활 정보성

동영상 콘텐츠도 양방향 퀴즈 소스로 적극 활용

ex) 모닝와이드, 생방송투데이, 우리 아이가 달라졌어요,

세상에 이런 일이, 동물농장, 궁금한 이야기 Y 등 모든 교양 프로



(SBS 교양, 블랙박스로 본 세상 中)

*교통사고 대응 정보



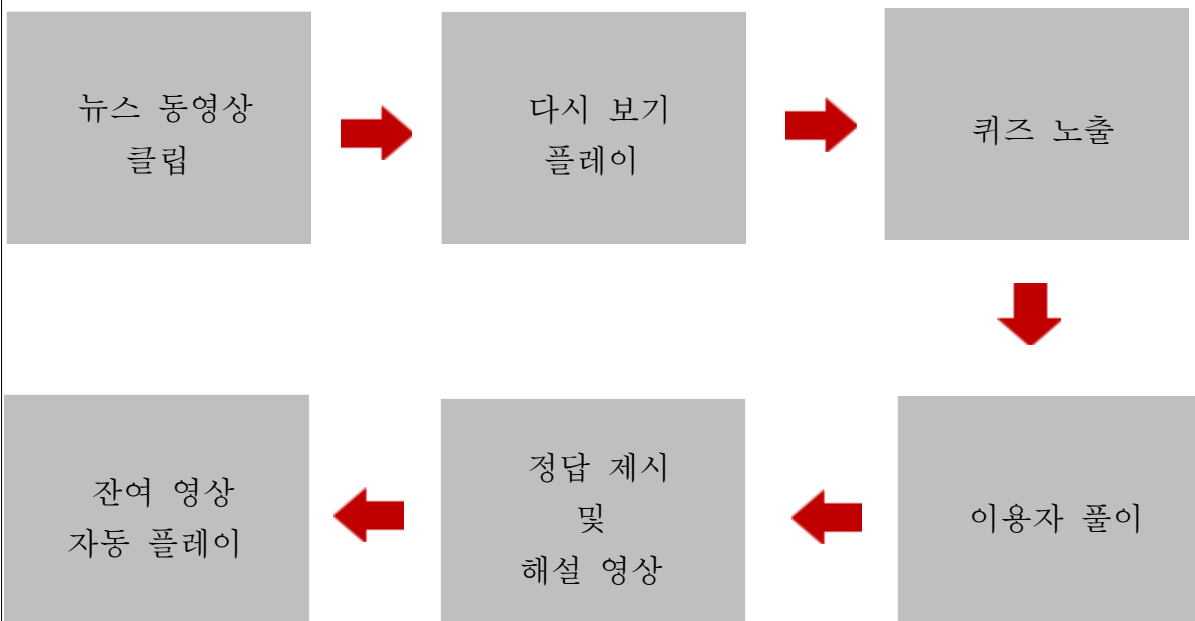
(SBS 교양, 우리 아이가 달라졌어요 中)

*육아 및 교육 정보

2) 양방향 뉴스 퀴즈 서비스

- 모바일 앱과 웹, 그리고 PC 환경에서 뉴스 동영상 플레이어에 양방향 뉴스 퀴즈를 제시
- 동영상 뉴스 이용자들이 플레이어에서 제기된 퀴즈를 풀이
- 이용자가 선택한 답안의 정답 여부에 따라 관련 해설 영상 제공
- 해설 영상이 끝난 후 잔여 동영상 뉴스가 자동 재생
- 완성된 양방향 뉴스 퀴즈 서비스는 SBS PC 홈페이지와 모바일 웹, 앱을 비롯해 SBS SNS 계정, 그리고 포털 사이트에도 전송
- 양방향 뉴스 퀴즈 서비스는 템플릿화하여 지속적이고 효율적으로 다양하게 활용 가능하도록 제작

<양방향 동영상 뉴스 퀴즈 개념도>

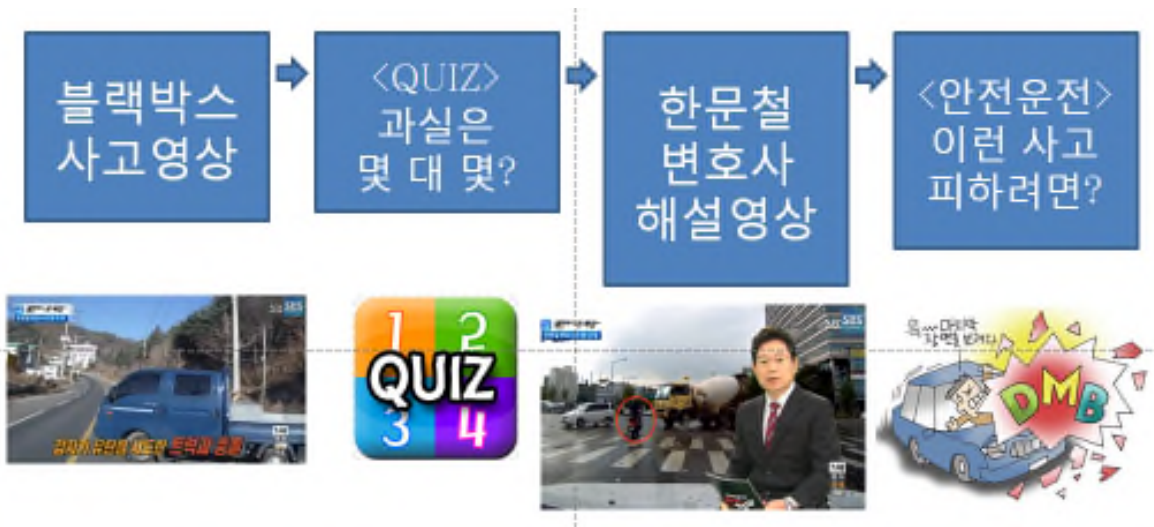


3) 양방향 동영상 뉴스 퀴즈 서비스 모델

SBS 모닝와이드 ‘한문철의 몇 대 몇’

- 교통사고 시 블랙박스 영상을 토대로 사고 책임 여부 및 책임 정도를 살펴보는 정보성 프로그램
- 온라인 동영상 서비스에 양방향 뉴스 퀴즈 서비스를 탑재해 사고 발생 순간 해당 사고의 책임자와 책임 정도를 묻는 퀴즈를 냄
- 수용자는 동영상을 보는 과정에서 제기된 퀴즈를 풀어보면서 동영상 몰입도와 흥미를 높임
- 수용자가 선택한 결과에 따라 변호사의 해설 영상이 제시됨
- 생활 속에서 빈번하게 발생하지만 대처하기 어려운 교통사고 관련 정보를 효과적으로 취득하게 제공함

<양방향 동영상 뉴스 퀴즈 활용 모델>



III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. 모바일 앱이 아닌 웹 환경에서 양방향 뉴스 퀴즈 서비스 구현
2. 소셜 로그인 체제 기반으로 한 개인별 뉴스 퀴즈 서비스 이용 정보 제공
3. 양방향 뉴스 퀴즈 서비스를 효과적 재생산 가능토록 템플릿화

8	서비스명(장르)	재미와 교육을 결합한 프리미엄 에듀테인먼트 TV양방향서비스 어린이들의 즐거운 놀이터, 투니랜드(교육 놀이, 어린이)
---	----------	---

I. 제안 의도

- TV채널 투니버스와 온라인 투니랜드의 브랜드를 결합, **재미와 교육을 합친 프리미엄 에듀테인먼트 서비스 제안**
- No. 1 어린이채널 투니버스 타겟 시청자들에게 투니버스의 다양한 카테고리별 콘텐츠와 연계된 **테마, 단계별 맞춤형 교육 놀이 콘텐츠와 서비스 제공**
- 특정 프로그램에 제한된 양방향 기능의 앱 보다는, 투니버스 채널의 다양한 프로그램에 언제든지 쓸 수 있는 **범용 어플리케이션으로 상시 스케줄링 예정 즉, 채널과 연동한 에듀테인먼트 TV양방향서비스를 통해 다양한 콘텐츠 편성 목적**

II. 서비스 개요 및 주요 기능 구성

“즐겁게 놀고, 제대로 배우는 어린이들을 위한 TV양방향서비스, 투니랜드”

- 1) NO. 1 어린이 채널 투니버스의 **프리미엄 콘텐츠(VOD) 선별 제공**
- 2) 영유아부터 초등교육, 영어교육 서비스 기업들과의 사업 제휴를 통한 **테마, 단계별 커리큘럼으로 구성된 맞춤형 교육 콘텐츠를 놀이형태로 제공**

사회/생활, 음악/미술, 영어 등 테마별 커리큘럼 구성, 준비기, 입문기, 기초기, 친숙기, 향상기 등 단계별 커리큘럼 구성

첫 미션 성공 시, 다음 단계로 넘어가는 학습놀이 열쇠를 제공하는 등의 교육 콘텐츠를 게임과 같은 놀이형태로 운영함으로써 단계별 체계적인 학습효과 기대

- 3) 투니버스 자체 방영 프로그램 콘텐츠와 연계된 **유/무료 교육 콘텐츠 제공**

예시) 토마스와 친구들 : 극장판과 영어원서 연계, 영어로 함께하는 토마스!

명탐정 코난 : VOD와 추리/탐정소설 연계, 영어로 즐기는 추리스토리!

- 4) 리모컨 **사방향키를 활용한 양방향 게임**으로 시청자에게 투니랜드 콘텐츠를 이용할 수 있는 리워드를 제공함으로써 VOD 및 교육 콘텐츠 구매 및 이용유도

예시) 투니버스 방영 프로그램 캐릭터를 활용한 양방향 게임으로 이벤트 프로모션 참여 -> TV포인트 형태의 리워드 제공 -> 리워드로 VOD 및 교육 유료상품 구매 및 콘텐츠 이용 -> 콘텐츠 소비 활성화, TV교육놀이 콘텐츠에 대한 접근성 및 학습효과 증대

- 5) 투니버스 채널 방영 프로그램 관련 상품 노출 등의 **양방향 광고 집행**

투니버스 캐릭터 상품, 완구 및 교구 등의 학습 또는 놀이 카테고리 상품으로 양방향광고 집행 또는 해당 상품의 구매가능한 경로(모바일 앱 링크 또는 URL)를 전송함으로써 애드커머스 연계
예시) 프로그램 ‘티타늄 닌자고’ : 상품 ‘레고 닌자고’ 노출하고, 이벤트 프로모션 참여 시 구매 가능한 경로를 모바일로 전송하는 형태의 애드커머스 연계

- 6) 오프라인 어린이 체험관을 통한 **성우체험 신청 및 나만의 투니버스 애니메이션 콘텐츠제공**

어린이체험관 또는 테마파크와 연계하여, 오프라인에서는 일일 투니버스 애니메이션 캐릭터 성우 체험을 제공하고, TV에서는 이를 시청하고 소장하게 하여 온오프라인 연계를 통한 콘텐츠 소비 극대화 기대

예시) TV양방향서비스를 통해 투니버스 애니메이션 캐릭터 성우체험 신청 -> TV양방향서비스 통한 당첨자 발표 -> 오프라인 어린이 체험관에서 성우 녹음 및 시청 후 업로드 -> TV양방향서비스에서 업로드 파일 시청 후 나만의 투니버스 애니메이션 소장가능

I. 제안 의도 : 기획의도

1. 창조경제의 성공 모델 우리가 만든다!

서로 다른 둘의 융합에 따른 시너지 극대화~ 그리고 나눔의 선순환을 통한 건강한 창업 생태계 만들기 프로젝트가 시작된다.

창업후 존폐의 기로에선 대한민국 모든 창업자들에게 최고의 솔루션을 제공함으로써 대한민국 창업의 가야할 길을 제시하고 창업을 간접 경험하는 시뮬레이터의 역할을 제공함은 물론 청년 창업의 활성화에 기여한다.

2. 경제침체와 심각한 취업난 그리고 고용불안의 위기 속에 뜨거운 창업열기

그러나, 창업을 한 이후 5년 이상 살아남을 확률은 단 30%!

창업솔루션 시너지는 바로, 이렇게 위기에 처한 나홀로 창업자들이 나아가야할 길을 제시하고자 한다.

3. 성공하고자 한다면, 비비고 섞고 나누어라?

창업 솔루션, 시너지는 극과 극의 서로 다른 두 창업자를 주인공으로 선정,

각 분야 전문인 멘토단의 컨설팅을 제공함과 동시에 서로의 융합을 통한 재창조의 시너지를 구현한다.

또, 이 과정에서 시청자 참여 소셜 펀딩 방식을 접목해 시청자 참여와 나눔 문화를 확산하고 선순환의 경제 모델을 제시하는 국내 최초 쌍방향 창업 솔루션 프로그램이 될 것이다.

II. 서비스 개요 및 구성

1. 프로그램 개요

창업 후 어려움을 겪는 사업가들을 서로 연결하여 최고의 시너지를 내게 하는 창업 솔루션 프로그램
국내 최고의 창업 전문가 집단이 브랜드 네이밍부터 마케팅에 이르는 최고의 솔루션 제공

10주간 지속되는 두런두런(Do learn, Do run) 프로젝트는 실시간 참여 펀딩을 진행함으로써 시청자들이 직접 소셜 투자에 참여하는 쌍방향 방송 추구

2. 프로그램 소개

(1) 타이틀 의미 : **창업솔루션 시너지**

시작하는 너를 지지해

※ synergy란

1. 분산 상태에 있는 집단이나 개인이 서로 적응하여 통합되어 가는 과정
2. 한 집단이 목표를 달성하기 위하여 소모하는 에너지의 총체

(2) 형식

- All ENG
- 10분 X 10화 / 총 제작 분량 100 분
- (★ 10 주에 걸친 방송으로 보다 효과적인 이슈메이킹 가능)
- TV 방송과 동시에 인터넷과 모바일 등 다양한 플랫폼에 무료배포
- (★ 대형 이슈화 통한 관심 유발과 시청층 확대 효과)
- 매회 새로운 방송외에 지난방송 2track으로 재방 동시 진행

■ Track1 :

- TV 방송= 매주 10분 X 10부작
- 모바일과 인터넷

■ Track2 :

- 매주 10분 방송에 앞서, 지난주 방송분을 연속 추가 재방송 편성

3. 프로그램 구성



track 1 : 10 분물 (TV + 모바일 + 웹)

(1) 1부 : **프롤로그**

- 창업솔루션 시너지의 컨셉 설명, 예고성 하이라이트 편집
- 시너지 합창단 소개
- 출연자 선정 과정 소개, 창업자 A 사연 소개
- 시청자 참여 시너지 편딩 소개와 모집 + 창업자 B 선정 예고

(2) 2부 : **두근 두근 만남**

- 1부 리뷰
- 창업자 A + B 의 어색한 만남
- 과제제시 : 실패 원인 분석
- 시청자 참여 시너지 편딩 소개와 모집 + 3부 예고

(3) 3부 : **티격태격**

- 1~2부 리뷰
- A, B의 갈등과 대립
- 과제제시 : 재창업 아이템 선정
- 융합을 통한 재창조의 고통, 위기감 고조
- 시청자 참여 시너지 편딩 소개와 모집 + 4부 예고

(4) 4부 : **두런두런(Do learn Do run) 프로젝트 1**

- 1~3부 리뷰
- 창업자 A,B 의 갈등 해소
- 시너지 합창단과의 만남 + 본격 컨설팅 START
- 시청자 참여 시너지 편딩 소개와 모집 + 5부 예고

(5) 5부 : 두런두런(Do learn Do run) 프로젝트 2

- 1~4부 (사전제작분) 방송 시간 동안 모여진 **시너지 펀드 대 공개**
- 펀드 모집 결과에 따라, 계획 재정비
- 창업 기본부터 lesson + 브레인 빅뱅 (창업아이템 확정/ 네이밍 결정등)

(6) 6부 : 두런두런(Do learn Do run) 프로젝트 3

- 데모 Day : 시청자 상대 시식회 /투자설명회 통해 결과물 공개 & 투자 유도
- 창업자 A, B가 간절히 원했던 멘토와의 만남 주선
- 7부 예고

(7) 7부 : 두런두런(Do learn Do run) 프로젝트4

- 1~6부 리뷰 및 펀드 모집 현황 공개
- 맨투맨 교육 집중
- 중간 점검 & 창업 시뮬레이션 가동 & 재창업 준비 박차
- 8부 예고

(8) 8부 : JUMP UP 1. 시너지 DAY

- A+B 의 융합으로 탄생한 가게 본격 OPEN
- 시너지 DAY 고객 반응과 평가
- 시너지 DAY 하루 수익 점검 마무리 + 9부 예고

(9) 9부 : JUMP UP 2. 시너지 성공

- 개업 첫날 성공적인 마무리
- 매출액의 5% 시너지 펀드 적립 계약
- 성공레시피 / 성공포인트 정리

(10) 10부 : GO! 시너지

- 1~9 회 리뷰
- 성공한 A, B가 시너지 합창단에 합류
- 다음 출연자 선정에 심사위원단으로 참여해 나눔과 선순환 구조 마련

track 2 : 재방송 추가 편성

- 기 방송분을 한회씩 방송하는 기존 재방방식이 아닌 본방 전에 기 방송분을 연달아 계속 재방송 하는 새로운 편성방법
- 회차가 거듭 될수록 늘어나는 재방편성 방법
- 획기적 편성방법 만으로도 화제를 만들어내고 10주간 방송을 통해 충분한 마케팅으로 시청자에게 방송 인지효과 극대화

(1) 1 주차 : 1화 (10분)

(2) 2 주차 : 1화 + 2화 (20분)

(3) 3 주차 : 1화 + 2화+ 3화 (30분)

(4) 4 주차 : 1화 + 2화+ 3화+4화 (40분)

(5) 5 주차 : 1화 + 2화+ 3화+4화+ 5화 (50분)

(6) 6 주차 : 1화 + 2화+ 3화+4화+ 5화+6화 (60분)

(7) 7 주차 : 1화 + 2화+ 3화+4화+ 5화+6화+7화 (70분)

(8) 8 주차 : 1화 + 2화+ 3화+4화+ 5화+6화+7화+8화 (80분)

(9) 9 주차 : 1화 + 2화+ 3화+4화+ 5화+6화+7화+8화+9화 (90분)

(10) 10 주차: 1화 + 2화+ 3화+4화+ 5화+6화+7화+8화+9화+10화 (100분)

I. 제안 의도

양방향서비스가 앞으로 업계 경쟁의 핵심이지만, 막상 양방향서비스에 적극적으로 나서기엔 현실이 녹록지 않다. 왜냐하면, 현재 무늬만 양방향인 IPTV는 실시간방송보다 주문형비디오서비스(VOD) 서비스만을 돋보이게 하고 있다. 그런데 진정한 의미에서 양방향서비스란 **방송 콘텐츠와 시청자 간의 실시간 의견을 반영할 수 있어야** 한다. 이에 대해 최근에는 스마트 폰과 연계한 많은 앱이 출시되었고, 많은 곳에서 활용되고 있다. 하지만 시청자가 원하는 정보 서비스를 공유하기에는 한계가 있었다.

매일경제TV 앰머니는 증권·경제 전문 채널로 시청자가 진정 원하는 것이 무엇인지 방송과 앱을 통해 서비스를 제공하고 있다. 일반적인 주식 앱들은 정보를 제공하고 계정 관리를 해 주는 것이 중심을 이루지만 **매일경제TV가 개발한 생생한 주식토크 “생톡”은 주식 전문가와 실시간 상담을 통해 방향을 잡아주는 데 초점을 맞춘 앱**이라 하겠다.

이번 제안에서는 기존의 실시간 토크 앱과 더불어 양방향인 가능한 모바일TV, 즉 “생톡”을 제안해본다. 언제 어디서나 접속 가능한 생톡은 실시간 방송은 물론 시청자가 스마트폰으로 영상을 전송해 전문가와 함께 소통할 수 있는 양방향 채널을 의미한다. 종목 상담부터 관련 뉴스까지 제공하는 생톡은 미래형 독립채널이 가능한 서비스이다.

현재 생생한 주식토크 “생톡”은 일반 투자자들 간 토론의 장으로 종목 추천이나 진단을 해주거나 자유롭게 투자 정보를 주고받을 수 있다. 대화방은 누구라도 개설할 수 있으며, 검색어 설정을 통해 같은 관심사를 가진 투자자들을 자동으로 연결해주는 서비스이다. 이와 더불어 지난해 11월 17일 중국 상하이 증시와 홍콩 증시의 교차거래를 허용하는 제도인 ‘후강통’이 시작, 일반투자자의 참여가 가능해지면서 중국증시에 관심은 높아졌다. 이에 매일경제TV 앰머니의 “생톡”은 **전문가들과 함께 중국 주식의 흐름을 먼저 파악하고, 투자 시 문제점을 피해갈 수 있는 정보를 제공하여 중국시장의 흐름과 종목을 선별할 수 있는 좋은 콘텐츠를 제공할** 것이다. 단순한 시세중심 서비스가 아닌 신속하고 깊이 있는 투자정보를 통해 올바른 후강통 투자 방향을 제시해 나갈 것이다.

또한, 생톡은 모바일TV의 미래를 볼 수 있는 부동산 매물 증강현실도 실현하고자 한다. 스마트폰의 보편화, 모바일 통신기술의 발전, 모바일 소셜네트워크의 대중화로 ‘모바일 증강현실’이 우리의 일상생활에 파고들고 있다. 현실 세계의 정보를 바탕으로 컴퓨터로 처리된 가상의 정보를 실시간으로 생톡과 결합해시청자들에게 부동산 매물에 대한 정보를 보여주는 기술이다.

생톡의 성장 잠재성을 고려할 때 미래의 모습을 정확히 그려내기엔 아직 이르다. 하지만 그럼에도 생톡의 새로운 플랫폼과 하드웨어의 개발이 접목되어 우리 생활을 보다 편리하게 해줄 것은 분명해 보인다. 이제 우리는 하나의 모바일TV가 보여줄 미래의 가치를 꿈꾸며 활용할 준비를 하고 있다.

II. 서비스 개요 및 구성

1. 서비스 개요

- ◎ 방송과 스마트폰의 실시간 상담 앱 “생톡” (실시간 방송 참여)
TV - 스마트폰 연동형 서비스



(실시간 상담 앱“생톡”)

1) 실시간 종목 상담부터 투자 흐름까지 전문가와 상담을 통해 방향 제시

- 실시간 투자자들 간의 정보 교환 한마당
- 실시간 증권 전문가 종목 상담
- 뉴스, 종목, 콘텐츠 등 다양한 활용

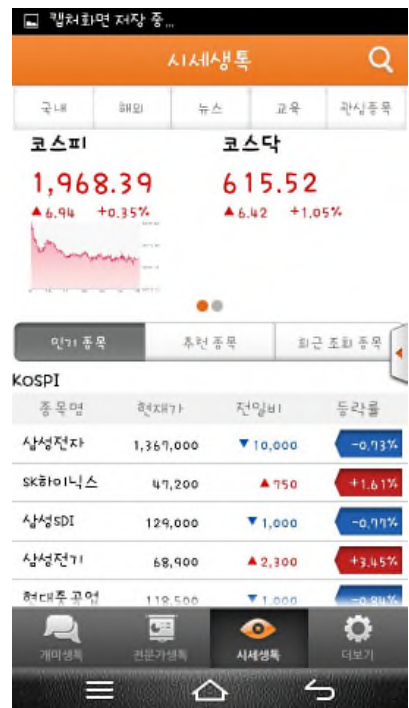




가미생톡



전문가생톡



시세생톡

- LIVE 방송 서비스
- Smart device 및 인터넷을 활용.
- 전문 증권 상담사와 실시간 주식 종목 상담 가능.
- MIO(Multi in out) 서비스 제공

◎ 생톡 + 후강통 전문 상담



1) 단순한 후강통의 시세 중심 서비스가 아닌 신속하고 깊이 있는 투자정보 제공

- 후강통 전문가와 시청자가의 양방향 영상 그룹 소통
- 중국시장의 흐름과 종목을 선별할 수 있는 콘텐츠를 제공
- 거래신청 및 환전, 중국 지수를 비롯해 업종 및 개별종목 시세 정보 조회
- 후강통 거래에 필요한 주요 기능을 모바일 상에서 원스톱으로 처리

◎ TV ↔ “생톡” 화면 인식 서비스 (app다운 & 각종 정보)



QR코드 및 자동 화면인식 기능

1) 화면 인식을 이용한 부가 정보 제공

- TV화면의 QR코드 인식하여 생톡 다운로드 기능 실행
- TV 시청 중 스마트 디바이스 앱을 사용하여 화면 인식 기능.
- 인식한 관련 화면(증시 및 부동산) 생톡을 통해 실시간 정보 제공

◎ 방송과 연계한 부동산 매물 증강현실 서비스
(Augmented Reality, AR)



부동산 매물 정보 증강현실(AR) 실현

자신에게 적합한 매물 중 직접 찾아 갈 필요가 없고, 관련 정보의 확인이 가능한 서비스다. 이는 사용자가 방송 중 매물에 대해 스마트폰에 탑재된 카메라로 촬영하면 건물이나 주택의 단지 정보 및 주변에 있는 매물 정보까지도 빠르고 정확히 찾을 수 있는 서비스를 말한다.

- 방송 중 TV화면을 찍으면 매물 관련 정보 제공
- 매물 정보 외 주변정보까지 검색 가능
- 내 위치를 중심으로 반경을 설정해 주변의 부동산 현황을 파악
- 지도 서비스와 연계한 부동산 개발정보를 추가 제공
- 한 번의 검색을 통해 동일 매물에 대한 비교 정보 제공

2. 서비스 구성

◎ 생방송 구성 방식 예시

국내 증시와 후강통 증시, 증강현실을 이용한 부동산 매물 정보등
시청자 참여 방송



	항목	내용	비고
1	Title	프로그램 전 타이틀 <생톡>	10초
2	오프닝	- 오프닝 (오늘의 장 흐름) - 생톡 어플 설치법 (TV화면의 QR코드)	2분
3	생톡 상담	- 시청자 상담 코너 (개미생톡 Q/A) - 전문가 토론	10분
4	종목 토론	- 출연 전문가 종목 흐름분석 / 매수가 / 손절가 / 목표가 제시	10분
5	종목 영상 연결	- 출연 전문가와 멀티 시청자 영상 연결 (국내 국외 증시 상황)	5분
6	중국 뉴스 후강통 상담	- 후강통 소식 전달 (중국 증시) - 생톡 후강통 상담 / 연결	10분
7	TV중개소	- TV 중개소 (생톡)	15분
8	부동산 (현장탐사)	- 이원 생중계 (현장 매물 증강현실 서비스로 전송) - 매물 전문가 분석	5분
9	클로징	- 마무리 토크	2분
10	Title	- 프로그램 후 타이틀 <생톡>	10초

RT 57'20"

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

◎ TV(일반PP)와 스마트폰 화면 인식 및 연동 서비스



스마트기기는 이동 중 활용이 많을 것이라는 통념과는 달리 많은 사용자는 스마트폰을 주로 집에서 사용한다. 다양한 영상콘텐츠 제공에 필요한 TV와 스마트폰의 연동서비스는 그 활용 가치만큼 사용의 폭이 넓어질 것이다.

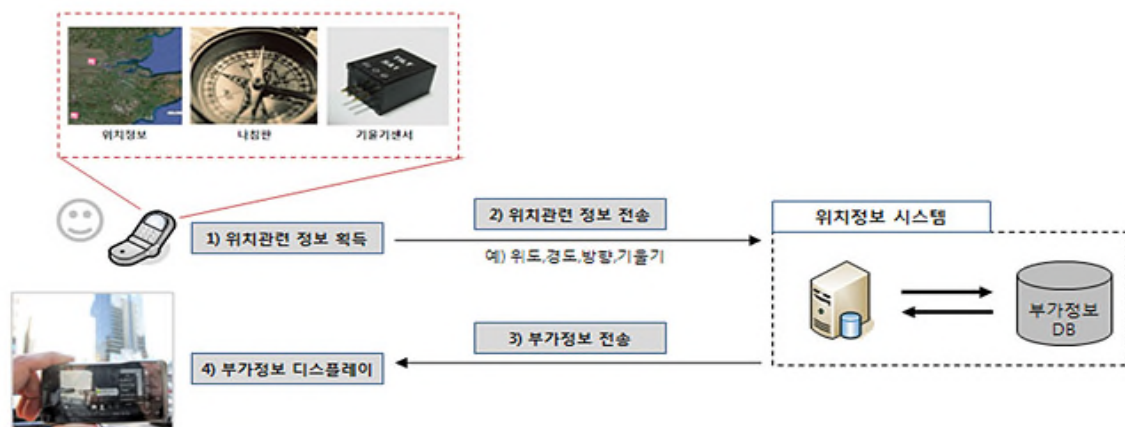
- 1) TV화면의 정보 ⇒ 스마트폰 선택적 인식 (TV화면 중 비밀 코드 송출)
- 2) 방송 일차적 중계 서비스 ⇒ 스마트폰 중계 서비스를 통해 이차적 연결
- 3) 증시/주식/매물/중간광고 ⇒ 화면 인식을 통해 해당 서비스 직접 연결

◎ 스마트폰 카메라와의 실시간 연동 (스마트폰 동영상 생중계)



- 1) 스마트폰 영상 - 방송 영상 송출 시스템 구축 (LTE 급)
- 2) 영상정보 실시간 전송 (중계식)
- 3) 주 서버 - 5:1 / 5:2 시스템 화면 송출
- 4) 모바일 스위치를 통해 다원화 중계 가능 (메인 모바일)
- 5) 방송과 모바일 이원 생중계 (전문가 그룹 + MC)

◎ 모바일 부동산 매물 증강 현실



- 1) 위치 관련 정보 획득
- 2) 위치 관련 정보 서버로 전송 - 위도, 경도, 방향 등
- 3) 위치정보 시스템 서버 - 휴대폰으로부터 받은 정보 휴대폰의 증강 현실 전송
- 4) 부가정보 디스플레이 - 전송받은 매물정보와 카메라 정보 겹쳐서 보여줌

4. 양방향서비스의 구성

- (1) 시너지합창단 사전모집투표 : 실질적인 컨설팅을 제공할 시너지 합창단을 예고편 및 모바일, 웹 서비스에서 사전투표
- (2) 펀드 모금을 위한 펀딩기능 : 시너지펀드는 물질적인 기금뿐 아니라, 재능기부 형태로도 가능하도록 해, 시청자들의 다양한 참여를 유도
- (3) 방송참여 신청 및 투표 : 시너지 펀드 참가자중 일정 금액 이상을 기부한 사업가 CEO 등은 시너지합창단으로 위촉해 방송 참여 기회를 제공
- (4) 시너지창업 후보자 투표 : 방송진행 중 투표기능을 활용하여, 시너지합창단의 컨설팅 및 자금지원, 기부에 대한 투표 기능 제공
- (5) 시청자의견 교환 및 소셜댓글 : 기금 참여이외에도 다양한 아이디어와 노동력, 재능을 기부할 수 있도록 범위를 열어두어, 별난 아이디어나 재미있는 기부를 한 시청자의 경우, 사연과 방송 내용에 반영해 출연 기회를 제공
- (6) 공모 및 이벤트/프로모션 뷰어 및 투표 : 가게 이름 공모, 해결책 제안, 메뉴와 아이템 아이디어 등 시청자 공모를 바로 바로 반영하여 다양한 시청자 참여를 유도하는 진정한 인터랙티브 방송 진행
- (7) 연관 방송 및 창업정보보기(큐레이션보기) : 창업자 A,B가 좌충우돌하거나 어려움에 직면할 경우, 비슷한 과정을 겪은뒤 융합에 성공한 모델들을 만나는 과정을 연관보기로 제공

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. 프로그램 및 서비스 구성에 맞추어 TV플랫폼 및 스마트미디어 연동 양방향서비스 개발
2. 양방향서비스와 연계할 수 있는 별도 서비스 형태의 반응형 웹 및 앱 개발
3. 스마트미디어 연계 양방향서비스 추가 제안

11 서비스명(장르) 실시간 TV-스마트폰 연동형 커뮤니케이션 정보제공 앱(증권경제)

I. 제안 의도

복잡한 리모콘 사용이 어려웠던 중장년층 시청자들도 쉽게 스마트폰 앱 실행 후 간단한 음성 입력으로 양방향 방송 콘텐츠(증권시세, 뉴스, VOD, 날씨정보등) 서비스를 이용할 수 있는 시청자 참여 기반의 신규 양방향 융합 서비스

II. 서비스 개요 및 구성

1. 서비스 개요

수많은 방송 콘텐츠 중에 시청자가 사전에 등록한 관심 콘텐츠가 방송되는 시점에 TV, 스마트폰을 통하여 시청자에게 알림 공지하고 시청자는 해당 방송 콘텐츠(채널)에 접속하여 콘텐츠를 소비하며 시청자 본인의 의견을 스마트폰 앱을 통하여 음성으로 등록하면 방송 TV앱 공간에 노출되어 방송에 참여할 수 있고 방송 진행자는 시청자들의 의견을 참고하여 방송을 진행 할 수 있으며 증권경제정보, 교육, 퀴즈, 설문조사 등 다양한 방송진행에 활용 할 수 있다.



[서비스 구성]

2. 서비스 구성

- 1) 사용자 인증: 최초 1회 개인인증 과정을 거쳐 사용자 등록을 한다. 이후 사용자 TV와 스마트폰 앱 매핑은 1회성 인증코드 등록으로 사용자 인증을 한다.
- 2) 사용자 관심 콘텐츠 등록: 스마트폰 음성기능을 사용하여 사용자는 관심 콘텐츠를 등록 한다.
- 3) 사용자 관심 콘텐츠 제공: 사용자가 등록 한 증권 관심종목 시세, 뉴스, VOD 영상 콘텐츠 제공 콘텐츠 범위는 확장 제공 가능(날씨, 맛집 등)
- 4) 콘텐츠 검색: 방송 콘텐츠 메타 데이터 기반의 콘텐츠 검색
- 5) 관심 채널, 카테고리 등록: 사용자 관심 방송 콘텐츠 분야, 채널 등록
- 6) 사용자 맞춤형 콘텐츠 알림 서비스: 실시간알림, 1일 N회 등
- 7) TV위젯(캐릭터): OSD방식으로 TV화면의 적절한 위치에 노출 되며 실행은 사용자가 스마트폰 앱에서 TV앱 실행(ON/OFF)결정 방식과 TV, 스마트폰 앱 실행 시 자동으로 관심 콘텐츠 정보를 받는 방식 중 선택
- 8) 다채널 서비스: 본 앱 서비스는 복수의 채널, VOD 콘텐츠에서 사용가능
- 9) TV채널과 스마트폰 앱 연동: 사용자 인증을 완료한 사용자는 앱 실행 후TV시청채널 정보를 스마트폰 앱에 전달하여 다수의 사용자가 다수의 채널에서 위젯 형태로 본 서비스를 이용할 수 있다.

3. 사용자 서비스 이용 가상 시나리오

기상과 동시에 TV를 키면 TV앱이 TV화면에 자연스럽게 노출되며 사용자 관심 콘텐츠 정보를 제공하고 사용자는 간단한 조작으로 콘텐츠를 선택 소비 한다. 외부에서 관심 콘텐츠 방송 프로그램이 진행되면 스마트폰 앱으로 방송채널을 시청하며 필요 시 방송에 참여한다.

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. TV(스마트 셋탑) 위젯 앱, 스마트폰 앱 개발
2. 개인 맞춤형 정보 제공을 위한 방송 메타정보와 사용자 등록 콘텐츠 검색 및 DB연동
3. 사용자 본인 인증 기능(N스크린 연동) 구현
4. 증권 시세, 뉴스, VOD 콘텐츠 실시간 시세 처리 및 관심종목 관리 기능
5. 스마트폰 음성정보를 텍스트 정보로 변환 후 DB저장 기능
6. 방송 프로그램 사용 음성채팅 화면
7. 시청자 참여 음성채팅 시청 단말 관리 기능(TV, 스마트폰, TV+스마트폰)
8. 특정단어 차단 기능(자동 필터링)

12	서비스명(장르)	시청자 선택 극대화를 위한 자막 변경 및 정보 제공형 양방향 방송 프로그램 개발(경제 및 의료)
----	----------	---

I. 제안 의도

□ 양방향 방송프로그램제작을 통한 프리미엄 경제 채널 홍보

- 앱 개발사

□ 지속가능한 서비스의 확장

- 경제 채널은 경제 지표 및 Information + graphic을 다수 포함하므로 고화질 및 양질의 정보 제공이 중요한 채널임
- 이에 서울경제TV는 현재 고화질 서비스를 통해 양질의 경제 프로그램을 확대 생산하고 있음
- 고화질 서비스에 그치지 않고 디지털방송의 핵심인 양방향 서비스를 구현하고자 함. 이를 통해 양방향 경제 채널 서비스 제공을 목표로 함
- HD 방송 → 양방향(연동형) 방송 → 양방향(독립형) 방송으로 확장

□ 양방향 방송프로그램 서비스의 고도화(高度化)

- 최초 양방향 서비스는 단순 지식 정보 형태로 Start up 예정임
- 향후 시청자들의 의견을 반영하여 서비스 방향 설정
 - * 1차 정보 제공(출연진의 학력 및 약력, 경력)
 - * 2차 정보 제공(방송 중인 내용 관련 정보 제공)
 - * 3차 서비스 확대(빅데이터를 활용한 시청자의 관심 프로그램 제시)
 - * 4차 서비스 통합(음성 인식을 활용한 자동 검색, 부가 서비스 제시)



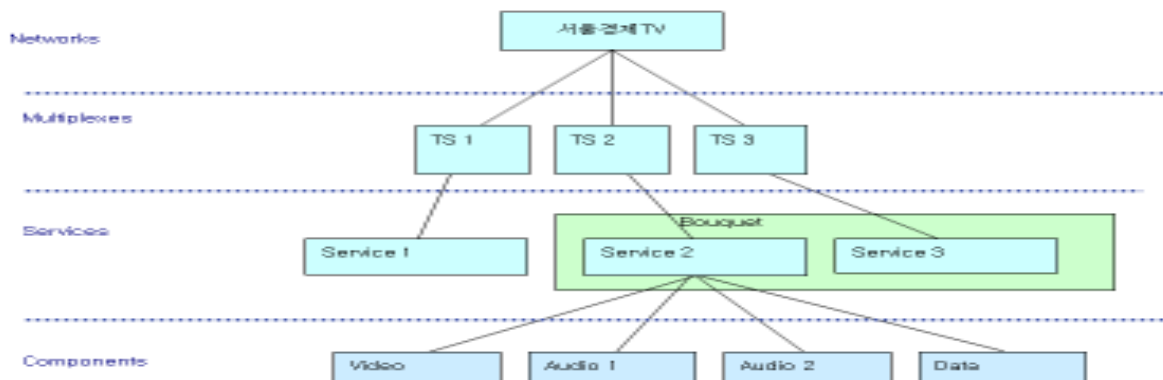
II. 서비스 개요 및 구성

□ 현대인들의 가장 관심 있는 내용의 전면 배치 및 서비스 보강

- 기존 경제 프로그램 내용을 중심으로 정보 제공 서비스 확대
- 기존 경제프로그램 이외에도 신규 방송 프로그램을 제작하여 양방향 프로그램으로 제작하고자 함.
 - * 기존 경제 프로그램 + 신규 제작 프로그램 → 양방향 프로그램으로 제작

□ 올해는 초기 서비스로 양방향 자막 변경 서비스 도입

- 여러 방송 프로그램 송출 중 특정 프로그램은 방송 프로그램의 내용을 다양하게 보여 줄 수 있는 정보 제공 예정
 - 1) 방송 프로그램 직접 연관: 네임 슈퍼, 말 자막
 - 2) 방송 프로그램 간접 연관: 관련 정보



II. 서비스 개요 및 구성

- 초기 서비스는 자막 변경 및 기타 정보 제공형으로 서비스 하고자 함.

1) 자막 변경(자막 유(有), 무(無))



2) 정보 제공



III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- **Real Streaming** 방식을 적용함.
- 앱을 통해 시청자들이 직접 개인 의견을 작성 가능해야 하며, 작성된 의견은 서울경제TV 홈페이지와 실시간 연동이 되어야 함.
- 서비스 확장이 용이한 방식(OPEN SOURCE 위주)으로 개발해야 함.
- 양방향 기능은 3초 이내 적용되어야 함.
- 데이터 및 정보는 방송사가 제공하고 개발사는 DB 구축 및 서비스 개발 업무 수행해야 함
- 실시간 내용 변경이 가능하도록 관리자 모드 제공
- 모든 방송물에 대한 보안서약서 제출

I. 제안 의도

대한민국 팔도의 식재료로 외국인들이 한바탕 요리경연을 펼친다!

본 채널의 <찾아라 팔도맛지도>는 전국 각 지역의 특산물과 이와 관련한 먹거리를 소개하는 프로그램으로 현재까지 60편이 제작된 시청자의 호응이 높은 프로그램이다. 이 프로그램의 특별편으로 <외국인 팔도 요리자랑>(가제)을 기획하여 양방향성을 탑재한 서비스를 시청자들에게 제공하고자 한다. 국내 먹거리에 관심이 많은 외국인들이 지역특산물을 시식하는 컨셉은 많이 있었으나 거주 지역의 특산물을 가지고 각자 직접 요리를 해보고 대결을 펼치는 기획은 거의 없었다. 방송이 진행되는 동안 시청자들은 수동적인 시청만 하는 것이 아니라 양방향성을 이용해 지역/특산물 정보, 요리 레시피 정보, 요리 경연의 뒷이야기 등을 확인할 수 있다. 또한 더 나아가 방송과 연계된 특산물을 시청자가 직접 구매도 할 수 있도록 편의를 제공하고자 한다.

II. 서비스 개요 및 구성

개요 : 프로그램과 연동하는 시청자 참여 서비스로써, 외국인 출연자가 어설프지만 경쟁구도에서 좌충우돌 열심히 한식을 만든다는 방송 자체의 재미와 함께 시청자들 또한 방송 전반에 걸쳐 능동적으로 참여할 수 있는 내용 및 기능으로 구성

1) 프로그램 구성

- 참가자 입장 : 각 지역(경기, 강원, 경상, 전라, 충청, 제주)에서 올라온 지역 대표 외국인이 각자 지역의 명예를 걸고 힘차게 등장 (각 지역 사투리로 자신을 소개하는 등 지역에 대한 향토애를 부각)
- 참가자 장기 자랑 : 본 경연에 앞서 몸풀기 코너로써, 각자의 장기 (국악, 힙합, 성대모사 등)를 선보이며, 본 프로그램이 딱딱한 경연이 아닌 즐겁고 유쾌한 요리 자랑임을 표현
- 심사위원단 소개 : 한식 전문가들과 연예인으로 구성된 심사위원단 소개, 장기 자랑에 대한 심사평 (장기 자랑 포인트 부여)
- 식재료 소개 : 각자 경연에서 사용할 식재료 및 지역 영상
- 경연 진행 : 정해진 시간 안에 지역의 토종 음식 또는 특산물을 활용한 퓨전 음식 등 자신만의 요리 실력 발휘 (경연 진행 중 심사 위원들이 돌아다니며 참가자들에게 질문 및 중간 시식하며 포인트 부여)
- 최종 평가 : 심사위원의 냉정하지만 재치있는 평가와 함께 각종 포인트를 합산하여 시상 (노력상, 아이디어상, 아이맛없어상 등 코믹하면서도 다양한 시상 내역으로 구성)

2) 양방향 서비스 내용

- 참가자 및 심사위원 정보 : 인물 추가 정보 (인터뷰) 및 거주 지역 응원 영상 (참가자가 국내에서 살아가는 일상 모습과 주변 이웃들의 재미있는 응원 등) 확인 가능
- 식재료 소개 : 지역 특산물 효능(스마트 동의보감), 산지 작업 영상, 관련 요리 확인 가능
- 시청자 투표 : 시청자들은 본방송과는 별도의 개별 영상 및 레시피를 확인하여 투표를 진행, 방송 종료 후 각 분야별 최종 투표 결과 확인하여 최저 투표를 받은 참가자는 벌칙 수행 미션 영상으로 시청자와 양방향 방송 구현 (선 촬영된 영상을 통해 벌칙 장면 확인 가능 (외국인들이 먹기 힘든 까나리, 홍어회 등을 먹는 영상))
- 이벤트 참가 : 방송 중간중간 나오는 특산물 관련 퀴즈 참여 (우수자에게 지역특산품이나 식재료 당첨 지급)- 메이킹 영상 확인 : 프로그램의 제작 과정 및 뒷이야기 확인
- 상품 정보 및 구매 : 경연에 활용되는 각종 식재료에 대한 정보 제공 및 쇼핑몰로 연결되어 구매 (식재료/특산품 전문 T-Commerce) 까지 가능

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 상기 양방향 서비스 내용 TV플랫폼(KT기준)과 모바일 앱(구글, 애플)에서 동일하게 구현
- 최적화된 앱을 통해 네티니어 방송제공 (방송과 다른 별도의 영상)
- 기 구축되어 있는 팔도장터 PC-commerce + M-commerce + T-commerce 3스크린 커머스 연계 개발
- 방송구성 내용외 보다 재미있는 양방향성 제시 요망 (양방향성에 따라 방송구성 내용 일부 변경가능)

14 서비스명(장르) **울트라뮤직(고품질 오디오 제공 어플리케이션)**

I. 제안 의도

- 현재 디지털방송사들의 오디오 서비스에서 화면에 제공되는 정보는, 기본 곡정보 등의 텍스트와 내장된 단순한 이미지를 보여주는 형태로 매우 단조로우며 시청자의 관심을 유도할 메리트가 없음.
- TV의 영상규격이 HD를 넘어 UHD로 진화하고 있는 상황에서 오디오채널도 그에 부응하여, 기존 오디오방송의 화면정보와는 차별되는 UHD셋톱박스과 UHD규격의 고품질의 화면정보서비스를 제공해야 할 필요성 대두
- 오디오방송의 해비유저일수록 음악장르별로 니즈가 세분화되며, 비용(예컨대 고가의 오디오장비)을 들여서라도 고품질 서비스를 추구하고 있지만, 오디오방송은 채널과 전파라는 한정된 자원 안에 다양한 니즈를 혼합해서 방송을 공급해야하므로, 수요자의 니즈와 공급자의 생산물이 일치되지 않는 현상이 상존하고 있음. 이에 따라 수요자의 세분화된 니즈와 고품질 서비스에 대한 욕구를 충족시켜, 시청자의 만족을 제고할 필요성 있음

II. 서비스 개요 및 구성

- 기본적인 곡정보(곡명, 가수명)를 제공하면서 UHD(HD포함)규격에 부합되는 앨범이미지 제공
- 앨범이미지는 여러 개를 제공함으로써 최소한 슬라이드쇼 수준의 화면 움직임을 제공 (시청자의 주의를 집중시켜 오디오채널에 대한 만족도 제고)
- 듣는 오디오에서 듣고 보는 오디오 채널 구축하여 화보타입의 앨범 이미지로 디스플레이 효과 제공
- 가사, 가수정보는 시청자의 의사에 따라 별도의 창에서 곡에 맞춰 제공
- 기본적으로 제공되는 실시간 오디오채널 외에 보다 세부적인 장르 및 스트리밍으로 제공되지 않는 장르의 음악 등을 원하는 시청자별로 고품질음원(192KBPS 이상) 개별 플레이(기존 디지털TV 오디오 채널서비스와 달리 개인화 TV오디오 온디맨드 제공)
- 음악 관련 상품(예컨대, 헤드폰 등 현물) 구매 서비스(T-Commerce). (서비스의 지속적인 유지를 위한 수익모델)

참고그림1) 기본적인 서비스 제공 화면 예시



참고그림2) 광고 배너 실행 예시



III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- UHD셋톱박스 기반 규격의 앨범 이미지를 스트리밍 오디오에 맞춰 정확히 제공하고 추가 이미지가 정해진 간격으로 디스플레이
- 셋톱박스 개별 앨범 이미지를 별도로 업로드와 지정할 수 있도록하여 시청자들이 올린 이미지를 서비스 배경화면으로 표시 가능하도록(시청자에게는 나만의 채널개념으로 상호작용성 부여)
- 곡 중간 또는 음악 교체시 광고 편성/노출 및 통계 기능
(전국 뿐 아니라 시/군/구 지역 및 SOHO 단위의 광고 제공)
- 셋톱박스에서 192kbps 이상 개별 MP3 오디오 플레이
- 실연자정보(가사, 가수정보, 악단, 연주자 등) 시청자의 의사에 따라 별도의 창에서 곡에 맞춰 제공
- SkyLife(일차적인 서비스 적용 플랫폼)의 UHD 셋톱박스에서의 기술적 적용에 대한 방법 및 가이드라인 대응 방안
- T-Commerce 이외 추가적인 수익 모델의 발굴 및 적용방안 제시 요망

I. 제안 의도



1) 기획의도-1

“ 스마트미디어를 활용한 양방향참여와 엔터테인먼트적 스토리로 자연스러운 영어습득이 가능한 라이브 버라이어티 에듀쇼 ”

- 현재 일반적 영어교육프로그램은 지극히 학습적 요소에 집중한 나머지, 학습자의 흥미유발을 할 수 있는 오락적 요소 및 시청자참여 요소를 배제하고, 학습대상을 중.고등학생으로 시청자 대상의 폭을 좁히고, 단방향적 교육방송이 주를 이루고 있다.
- 이에 재능 잉글리쉬TV에서는 영어를 습득하고자하는 성인남녀. 연령을 불문하고, IPTV, 온라인web, 스마트폰APP으로 양방향으로 즐기며, 재미있게 습득 할 수 있는 <라이브 버라이어티 에듀쇼>를 제작하고자 한다.

“ 가족이 함께 영어를 배우고 즐길 수 있는 양방향 패밀리 에듀쇼 ”

“요즘 저는 영어공부를 해요, 오빠도 영어공부를 하구요,
직장에 다니는 아빠도, 엄마도 영어공부를 하시구요.
경로당 다니는 할머니도 영어공부를 하세요.” 대한민국 국민의 영원한 숙제 영어!
온가족이 함께, IPTV와 스마트미디어로 즐기면서, 손자가 할머니에게, 엄마가 아들에게 영어를 가르쳐 줄 수 있는 훈훈한 시간을 만들어 보자.
가족이 함께 웃고, 즐기며 퀴즈도 맞추고, 발음도 교정 받을 수 있는 실시간 참여해 볼 수 있는 패밀리 에듀쇼

1) 기획의도-2



“재미있어도, 교육은 교육이다”

- JEI EnglishTV에서는 2015년 상반기 ARS문자 서비스를 기반으로 시청자들과 함께 할 수 있는, 양 방향을 지향한 생방송 에듀쇼를 방영예정이며, 이러한 프로그램 후속작으로 IPTV, Web, 스마트폰 등 스마트미디어를 연동-활용하여 시청자들의 몰입감과 학습적요소를 한층 높이고, 시청자들과 함께 즐길 수 있는 양방향적 소통부분을 강화. 보완해 제작하고자 한다.
- 양방향 스마트미디어를 통해 실시간 생방송으로 진행되어, 시청자들은 출연MC, 게스트들과 함께 영어교육TV프로그램의 생산자이자 소비자가 될 수 있으며, 영어발음-교정 등을 통한 생방송 스튜디오와 시청자간 Communication, Quiz, Polling, Battle 등을 통해 시청자의 의견이 즉각적으로 프로그램에 반영되는 <Interactive English Education Live Show> 제작을 통해 <재미적요소>, <교육적요소>, <시청자참여>가 상호 시너지를 낼 예정이다

1) 기획의도-3

연예인이 아닌 일반인 BJ스타의 IPTV출연!
인터넷을 넘어 온가족이 함께 즐길 수 있는 IPTV영어학습!

- 최근 Youtube, 아프리카TV 등에서 BJ등 1인창작자 스타들이 대거 등장하고 있다.
- 인터넷 1인 창작자들은 음식, 게임, 악기연주, 댄스 등 각자의 각종 재능을 통해 네티즌들에게 즐거움을 안겨주고, 광고 등 관련 수익도 창출하는 UCC 스타들이 잇따르고 있다.
- 이제, 1인 미디어인 인터넷에 더해 IPTV, 모바일에서도 스타 1인창작자들을 온가족이 함께 만나고 쌍방향 커뮤니케이션 할 수 있는 플랫폼이 필요하다. 또한 IPTV를 시청하는 당신도 IPTV 스타가 될 수 있다!
- 일반인 BJ스타와 함께! 생방송으로! 온가족이! 쌍방향IPTV-모바일로 영어공부를 해보자!



양방향ICT기술과 한류콘텐츠의 글로벌포맷 수출화

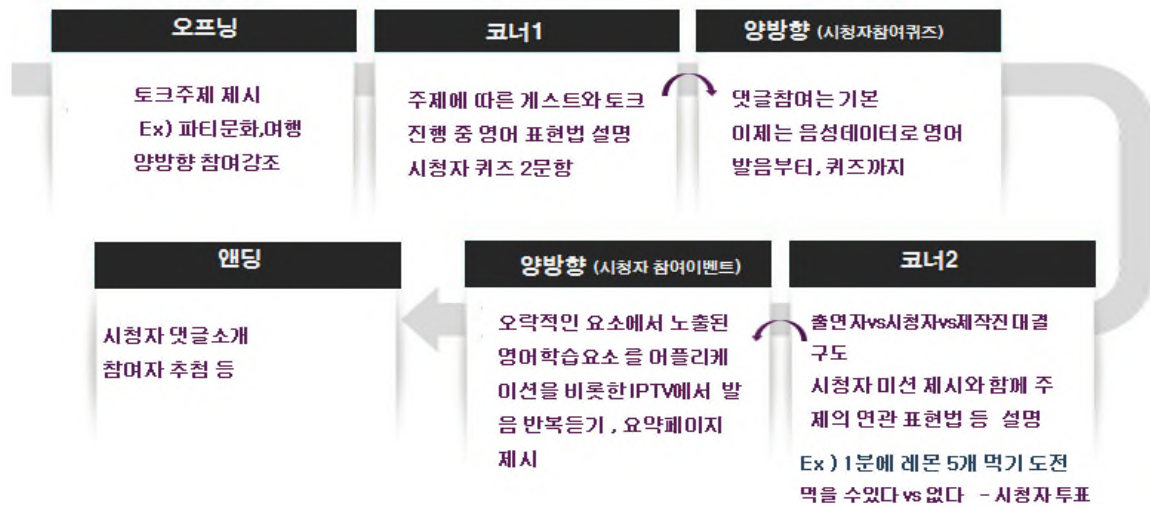
- 세계 제1위의 ICT강국인 한국의 스마트미디어기술과 한류콘텐츠를 활용하여 국내 뿐 아니라 중국 등 전 세계에 트랜스포맷수출인 가능한 글로벌 크로스미디어 콘텐츠 기획 및 제작

2) 프로그램 개요

“학습이 아닌, 습득이 되는 라이브 버라이어티 에듀쇼”

1. 프로그램 명 : 생방송 버라이어티 에듀쇼! 영어를 부탁해
2. 제작 형식 : 생방송 종합구성 (ST + ENG)
3. 제작 시간 : 45분 X 10회
4. 예상 편성 시간 : 금요일 오후 9시 (미정)
5. Target : 전 연령층
6. 시청자참여 : IPTV APP, 스마트폰 어플리케이션 등

3) 프로그램 구성



4) 출연자(안)



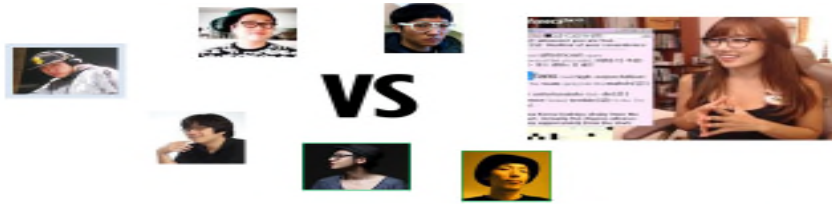
II. 서비스 개요 및 구성

1) 양방향 서비스 개요

- IPTV와 스마트폰 등 스마트미디어를 통해 BJ 등 생방송 출연진과 시청자간 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하고, 이를 통한 재미, 시청몰입감과 영어교육 본질의 목표가 달성이 가능한 양방향 프로그램 제작
- 아프리카TV등 온라인UCC매체(채팅, 별풍선, 뱃글 등)와 IPTV, 스마트폰APP이 연동되는 서비스
- IPTV/스마트폰APP으로 프로그램정보제공, 영어따라하기 및 반복학습(MP3, VOD 등), 시청자영어문장녹음 및 이를 생방송 중 BJ가 적절히 교정-설명하고, 즉각 피드백을 줄 수 있는 양방향서비스
- 생방송 중 <양방향퀴즈> <양방향투표> <양방향배틀> 등을 통해 시청자들에게 재미를 주는 동시에, 참여를 유도하고(시청자 Reward 등), 이를 통해 자연스럽게 재미있게 영어학습이 이루어질 수 있는 스마트서비스



III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항



IPTV & SmartMedia Enhanced Information
Interactive Polling & Quiz
Interactive English Voice Coaching
IPTV English Battle with BJ

1) 기능(기술)적 요구사항

- 프로그램 내용을 참고로 아프리카TV 등 Web, IPTV연동형APP, 스마트폰APP간 연동기능을 제시해야 한다.
- 프로그램 내용을 참고로 방송프로그램 정보노출을 포함, Interactive Quiz, Polling, Battle 등에 관한 양방향서비스기획안을 제시해야 한다.
- 시청자가 영어교육에 몰입하고 참여할 수 있도록, IPTV/ 스마트폰 등 스마트매체를 연동하여 참여하고 활용할 수 있는 방안(영어교육VOD반복재생, 시청자 영어Mp3녹음 및 BJ Feedback & Coaching , BJ의 영어학습콘텐츠의 IPTV/스마트폰APP재생을 통한 반복영어학습, 시청자와의 쌍방향커뮤니케이션 등)에 대해 제시해야 한다.
- 복잡한 다기능 보다는 TV시청자 입장을 고려하여 쉽고, 핵심적인 기능, UI/UX위주로, 프로그램의 참여도를 높이는 방향으로 서비스를 기획, 구현해야 한다.

2) 경험 및 네트워크, 모델링에 대한 요구사항

- Web, 스마트폰 APP, IPTV APP 간 연동서비스 개발 및 정합에 대한 경험(레퍼런스)과 광고 등을 활용한 수익모델 등을 제시해야 한다.
- 향후, IPTV커머스 등 BM확장을 위해 E-커머스, T-커머스, TV홈쇼핑 유통 등에 관한 이해와 경험이 있어야 한다.
- 본 양방향 프로그램은 1회성에 그치지 않고, JEI EnglishTV 외 JEI 어린이채널인 재능TV에 본 결과물을 활용할 수 있으므로, 스마트미디어를 활용한 양방향 어린이프로그램(교육, 게임 등) 제작/제휴 경험을 제시하여야 한다.
- 본 프로그램의 국내 방영 이후, 중국 등 해외에 트랜스포맷을 판매가 가능하도록, 중국 등 해외 IPTV APP시장, SNS채널에 대한 경험, 이해를 포함 양방향포맷 프로그램에 대한 이해와 경험을 제시하여야 한다.

I. 제안 의도

1. 현황 및 문제점

1) 배경

- 국내 피트니스 시장 수요는 점차 증가하고 있으나 많은 여성들이 시간의 부족함 때문에 피트니스 센터를 방문하지 못하고 있으며, 그렇다 하더라도 대부분의 여성들이 효과적인 운동법을 잘 알지 못해 체계적인 운동을 하는데 많은 어려움을 겪고 있다.

2) 기존 대안의 문제점

- 피트니스 방송 프로그램의 문제점: 기존의 피트니스 방송 프로그램들은 시청자에 대한 분석 없이 획일적인 운동방법만을 가르쳐주고 있으며, 또한 해당 운동을 지속할 수 있도록 관리해줄 방법이 없다. 이는 온라인 VOD에서도 마찬가지로 대부분의 동영상이 소비 콘텐츠 형태로만 제공되어 단순 동영상만으로는 시청자들이 지속적으로 운동 프로그램을 따라 하기가 쉽지 않다.
- 오프라인 피트니스 트레이닝 서비스의 문제점: 퍼스널 트레이닝을 활용해 체계적인 운동 및 관리가 가능하나 높은 가격과 자유롭지 못한 스케줄로 인해 대중으로 확산되지 못하고 있다.

2. 제안 목표

- 피트니스 방송 프로그램을 스마트 미디어와 접목시켜, TV를 단순 시청으로 끝내는 것이 아니라 실제 개개인에 맞는 효과적인 운동 프로그램을 전문가의 컨설팅 없이도 저렴하게 제공받을 수 있으며 손쉽게 자신의 운동 프로그램을 관리할 수 있도록 하는 양방향 프로그램 및 서비스 개발을 하고자 한다.

(스마트 미디어를 통해 자신이 설정한 목표에 따른 맞춤형 운동 프로그램과 이를 관리 할 수 있게 도와주는 '알람 및 스케줄 관리기능' 등을 제공)

3. 기대효과

1) 시청자들의 참여가 가능한 양방향 피트니스 방송 프로그램 제공

- 시청자들이 직접 능동적으로 활용이 가능한 피트니스 방송 프로그램을 만들어내 시청자는 고가의 퍼스널 트레이닝 서비스(약 원80만원)에 근접한 서비스를 무료 또는 약 1/100~200 수준의 금액으로 이용할 수 있다.

2) 양방향 방송 프로그램을 활용한 매출 증대

- Freemium 정책을 통해 일부 서비스를 유료로 제공해 추가적인 서비스 매출의 확보가 가능하다.

3) 서비스의 기대효과 결론



II. 서비스 개요 및 구성

1. 서비스 개요

- 개인의 신체특성, 운동목표, 스케줄 등의 정보를 조합해 개인별 최적화된 '맞춤형 운동 스케줄'을 동영상 콘텐츠로 스마트 미디어를 통해 제공하며 사용자가 운동 프로그램을 잘 수행하도록 관리기능을 동시에 제공하는 스마트 미디어 App.

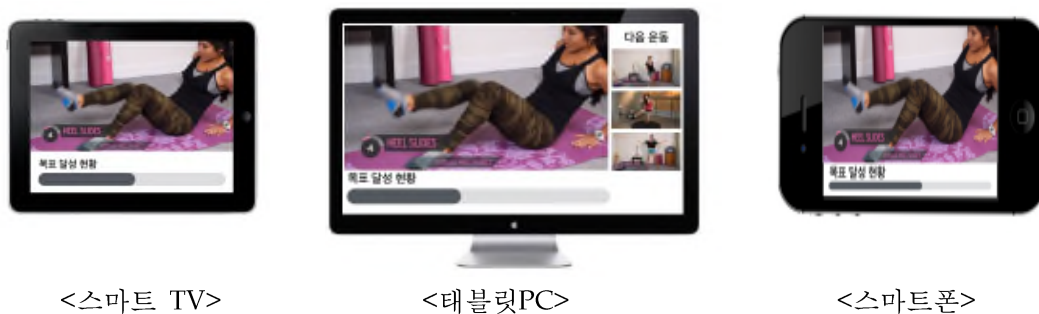
2. 상세 기능

1) 퍼스널 트레이닝 기능

- 스마트 App에서 개인의 신체특성 및 목표수준 등을 분석해 방송용으로 제작된 피트니스 동영상상을 조합해 개인화된 운동 스케줄을 제공.



- 2) N스크린 제공: 제작된 피트니스 방송 프로그램을 활용하여 개인화된 맞춤 동영상을 스마트폰 App., 스마트TV 및 태블릿PC 등을 통해 제공.



- 3) 트레이닝 관리: 정해진 스케줄에 맞춰 운동 알람을 제공하며 운동결과 및 목표 달성률 등을 관리할 수 있는 기능을 제공



4) 개인화 기능: 사용자의 운동 프로그램 활용도, 만족도, 강도 등을 활용해 실시간으로 새로운 운동 프로그램 스케줄을 업데이트해 제공.

3. 서비스 운영 계획

1) 과금 형태: Freemium 모델로 in-app-purchase 형태로 과금.

2) 과금 정책

- 피트니스 노하우 등 일부기능은 무료로 제공하며 맞춤형 운동 프로그램 및 관리 기능 등은 유료로 제공
- 유료서비스의 경우 개인화 맞춤형 동영상 프로그램 2주일 무료 제공
- 무료 체험 이후 유료로 전환(월 정액 약 5,000원)
- 장기 이용권 할인 판매 제공(3개월 5%할인, 6개월 이상 10%할인 등)

3) 타겟 시청자(고객)

- 직접 자신의 운동을 스케줄링하고 관리해볼 수 있는 역량이 부족한 여성 및 비만인을 타겟으로 한다.



III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. 3 Screen 지원

- 1) 스마트 TV, 스마트폰/태블릿PC, 웹을 모두 지원해야 함.
- 2) 스마트폰 App.으로 스마트 TV와 웹을 제어할 수 있어야 함.

2. 알고리즘 기능

- 1) 개인이 초기에 입력한 값들을 활용해 최적화된 운동 프로그램 스케줄링을 제공할 수 있어야 함.
- 2) 사용자의 App. 활용 기록(운동완료 여부, 만족도, 부상 기록 등)에 따라 운동 프로그램을 조절해 실시간으로 업데이트 된 스케줄을 제공해야함.

3. 관리기능

- 1) 미리 설정한 운동 시간에 따라 푸쉬알람을 제공해야 함.
- 2) 사용자에게 현재 운동진행 상황을 수시로 알려주어 운동을 지속할 수 있도록 독려함.

4. 기타 기능

- 1) 안정된 서버: 끊임없이 원활하게 동영상이 제공되어야 함.
- 2) App. 결제(in-app-purchase) 및 웹 결제(PG 서비스) 가 모두 가능해야 함.
- 3) SNS 연동기능이 제공되어야함.
- 4) 자신의 Before/After 사진을 공유할 수 있어야함.

17	서비스명(장르)	드라마세트장을 활용한 양방향 홈쇼핑(쇼핑)
<p>I. 제안 의도</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2014년 10월, 중국홈쇼핑 “해피고”를 통해 ‘별그대’특별기획전이 중국 전역에 방송되어 매진됨 ○ CJ 등 대기업을 홈쇼핑을 통해, 자사 제품을 중국 시장에 진출하고자, KPOP과 연계한 뷰피/패션 서비스를 스마트미디어를 기반을 진행 중에 있음 ○ 국내의 드라마/예능 제작사와 연예인 기획사들은 자사의 드라마 및 소속 연예인을 기반으로 한 부가사업에 대한 관심이 높고 관련 사업을 활발히 추진 중에 있음 ○ 그러나, 현재 중국 및 동남아 진출은 소수의 대기업과 대형 기획사에 편중되어 있어, 많은 제작사와 기획사에게 열린 기회가 필요함 ○ 또한 TV 프로그램 내 다양한 PPL을 진행한 국내 중견/중소 기업을 위한 저렴한 비용의 홈쇼핑서비스가 필요함 ○ 이를 위해, 스마트미디어 기반 홈쇼핑을 중심으로, 국내 / 중국 / 동남아 시장을 아우를 수 있는 드라마/예능 세트장을 중심으로 국내의 중견/중소 기업의 우수 상품을 홈쇼핑을 형태로 판매 진행 필요 <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <p><input type="checkbox"/> 서비스 개요</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서비스명 : 드라마세트장을 활용한 양방향홈쇼핑 ○ 서비스매체 : 네이버라인, youku(중국유튜브), 유튜브 ○ 방송시간 : 60분물 * 2회 ○ 서비스형태 <ul style="list-style-type: none"> - 네이버라인의 스타캐스트 형태의 홈쇼핑 서비스 제공 - 중국유튜브 및 유튜브를 통해 스마트홈쇼핑 생중계를 진행 - 안정적 홈쇼핑을 위해, 스마트미디어 기반 홈쇼핑을 별도 개발 - 홈쇼핑 서비스 내 오픈된 라이브서비스(예:유스트림 등) 플레이어를 - 홈쇼핑과 연계하여 모바일/웹 커머스 결제 진행 <p><input type="checkbox"/> 서비스 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 드라마/예능 세트장을 활용한 홈쇼핑 방송 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 인기 드라마 및 예능 세트장을 섭외하여, 해당 드라마 및 예능에 PPL한 상품을 중심으로 홈쇼핑 방송 진행 - 쇼호스트와 해당 방송 출연진 또는 관계자 등이 함께 참가하여, 방송진행 ○ 홈쇼핑 연계 라이브 송출 <ul style="list-style-type: none"> - 네이버라인 및 유튜브, 중국유튜브를 활용한 라이브 송출 - 라이브 송출 시 송출 서버 또는 스마트미디어 서비스 내 양방향으로 다국어 자막 서비스 제공(1차서비스 : 국내 / 중국, 2차서비스 : 동남아 확대) ○ 홈쇼핑 시 양방향 기능 활용 <ul style="list-style-type: none"> - 홈쇼핑 형태로 방송프로그램을 제작하지만, 결제 기능은 쇼핑몰 형태로 방송과 연계하여 양방향으로 해당 상품 결제 진행 - 양방향으로 관련 상품 정보를 자세히 볼 수 있으며, 상품평 및 후기 등을 입력할 수 있고, 상품평가 투표를 진행할 수 있음 - 방송은 한국어 또는 중국어로 진행하며, 사용자 선택에 따라 한국어 자막 및 중국어 자막을 이용할 수 있음 - 결제서비스는 한국어 및 중국어 서비스로 개발 진행 <p>III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 네이버라인 및 중국유튜브를 활용한 양방향서비스 개발 ○ 라이브서비스 탑재한 스마트미디어 기반 홈쇼핑 서비스 개발 ○ 주요 양방향 기능 : 다국어 자막(한국어, 중국어), 상품소개, 상품결제, 채팅 		

18	서비스명(장르)	양방향 스타트업 슈퍼매치 The One (교양, 예능)
		<p>I. 제안 의도</p> <p>○ 지겨운 이야기! 아프니까 청춘이다 위로에 급급했던 지난 시절. “나도 그래~”만 연발하며 수년을 보냈습니다. TV만 틀면 나오는 뉘두리와 위로... 이를 힐링이라고 말하는 풍조! 그 시간 속에서 청년 실업률은 낮아지지 않았고, 무기력은 계속 됩니다. 그들에게는 성공한 사람의 훈계나 무책임한 조언이 아닌 내가 성공할 수 있는 방법이 필요합니다.</p> <p>○ 나의 성공 실현 K-POP Star의 논리로 풀다 대한민국 청소년들에게 연예인 고시 열풍을 일으키고 있는 K-POP Star의 매력은 상금·상품이 아닌 Big 3 엔터테인먼트에게 매니지먼트를 받는다는 것. 즉, 나를 성공시켜준다는 믿음이다.</p> <p>○ 3No-3Go 전략 No 힐링 ! (막연한 사탕발림식 조언 배제) No 학예회 !! (방송을 위한 예선과 준비 철저) No 무책임 !!! (After가 더 중요) Go 진짜 세상! (성공을 위한 현실 알려주기) Go 프로 !! (성공을 위한 오리엔테이션) Go 성공 !!! (성공을 함께하는 파트너)</p> <p>○ 스마트미디어 세상, O2O 기반 스마트미디어 투자 슈퍼매치 양방향서비스를 기반으로 한 투자 슈퍼매치 스마트미디어 기반으로, 성공한 기업인 100명의 One Point 레슨 오프라인 전시회를 연계한 O2O 양방향 전시 및 커머스 현장에서 투자자가 심사하며, 신청자가 스마트미디어로 양방향으로 투자 조언을 한다.</p> <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <p>○ 서비스 개요</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 프로그램명 : 스타트업 슈퍼매치 “THE ONE” 2) 형식 : 스튜디오 + ENG 3) 분량 : 100분물 * 1편 4) 방송편성 : 연합뉴스TV(제휴채널) + 모바일/웹 서비스 5) 기타사항 : 본 프로그램은 연합뉴스TV 2015경제포럼과 연계하여 진행예정

○ 서비스 구성

0) 스타트업 슈퍼매치 개요

- 스마트미디어 기반 슈퍼매치와 현장참여 슈퍼매치로 참가 신청 진행
- 스마트미디어 기반 슈퍼매치의 경우, 1)과 2)의 프로세스로 예선전 및 코칭 진행
- 현장참여 슈퍼매치의 경우, 3)과 4)의 프로세스로 진행
- 최종 결선 참가자가 트랙을 달리하여, 투자 결선 진행하여 최종 우승자 "The One" 선발

1) 스타트업 슈퍼매치 예선전

- 모바일 및 웹 서비스를 통해 참가스타트업 모집
- 모집 대상별 300초 피칭 영상 업로드 후, 시청자 + 투자자 심사
- 모바일 및 웹 서비스를 통해, 사전 투표 및 심사를 진행

2) 스타트업 슈퍼매치 One Point 레슨

- 예선전을 통과한 스타트업을 대상으로 100명의 성공한 기업인이 One Point 레슨
- One Point 레슨을 위해, 스마트미디어 기반으로 전용 코칭 공간을 만들어 양방향 레슨 진행

3) 스타트업 슈퍼매치 현장 참가자 모집 및 진행

- 모바일 및 웹 서비스를 통해, 현장 참가자 모집
- 현장 참가자에게는 부스(유료)를 제공하여, 스타트업의 제품 및 서비스를 전시

4) 스타트업 슈퍼매치 현장 참가자 예선전

- 스타트업 부스와 비콘 기술은 연계한 회사 소개, 상품/서비스 소개 페이지, 상품결제 페이지 위치기반 양방향 연동
- 이벤트를 통하여, 위치기반 서비스 참가 또는 상품 결제를 통해 예선전 진행
- 플러스 알파 기회를 주기 위해, 오픈스튜디오 형식의 현장참가기업의 상품/서비스 피칭 라이브 서비스
- 이때 시청자 및 현장 참가자가 양방향서비스를 통해, 공유 / 평가 / 결제 등을 진행하여, 최종 점수가 높은 팀이 결선 진출

5) 스타트업 슈퍼매치 결선

- 결선 기업을 20개 기업을 선발하여, 현장 및 모바일 / 웹 기반 라이브 서비스를 진행
- 시청자와 청중은 모바일 및 웹서비스를 통해, 참가 기업에 대한 평가와 선호도를 양방향서비스로 선택
- 투자자들은 최종 투자 금액과 우승자를 양방향서비스를 통해 선택

○ 기대효과

- 일반적인 창업경진대회 형식이 아닌 스마트미디어 연계한 새로운 양방향 창업오디션 서비스 제공
- 사전투표 + 스마트코칭 + 위치기반 서비스 + 라이브평가 + 양방향투자 등 다양한 양방향 서비스 제공
- 참가하고 떨어지는 창업경진대회가 아닌, 코칭 받고 우수 서비스를 전시하고, 투자 받는 실제적인 양방향 창업오디션 프로그램

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 주요 기능 : 회사/제품/서비스소개, 사전투표, 코칭(멘토링), 현장투표, 위치기반 연동, 모바일/웹 라이브 연동, 연동을 위한 자체서비스 웹/앱
- 서비스 구성 요소에 따른 매체별 양방향서비스 제안 요청
- 모바일/웹 라이브서비스 연동형 양방향서비스 필요
- 전시회(박람회) 연계를 위한 위치기반(비콘) 연계 양방향서비스 필요
- TV플랫폼과 연계할 수 있는 서비스 방안 요청

19 서비스명(장르) 다음TV 양방향 교육서비스(교육)

1. 제안 의도

- 국내 유아, 초/중/고등 교육환경의 급속한 변화에 따른 미래지향적 스마트 러닝 서비스 체계 기반을 통한 향상된 양방향 교육서비스 제공으로 교수자와 학습자에게 보다 유연하고 능동적은 교육환경 제공.
- 다양한 스마트 기기(TV, 스마트폰, 태블릿)에서 교육 콘텐츠 및 학습자료를 공유 및 체계화할 수 있는 스마트 러닝 시스템 구축함으로 교육경쟁력 강화 및 학생의 학습력 향상도모.

2. 서비스 개요 및 구성

○ 교육 스마트 러닝 서비스 개요

- 교과 전문 및 어학, 자격증 교육 콘텐츠를 최적의 환경으로 목적에 맞는 서비스 제공
- 교육기관(학교, 유치원)의 교수자의 교육 콘텐츠 영상 수업 활용 및 학습자의 수업 복습 연계 서비스(모바일, 태블릿, TV) 제공.
- 교육시설(독서실, 학원등) 학습이 요구되는 사용자들의 맞춤형 교육 서비스 제공
- 개인 공간(가정) 교육 콘텐츠 학습 및 학습 관리 서비스 제공.

(교육 스마트 러닝 교육 환경별 서비스 목적)

Target Market			
	교육기관	교육시설	일반(B2C)
Target	·유치원, 초,중,고 학교 ·학생, 교사 ·수업용, 학습용	·독서실, 도서관 시청각실 ·학원 시청각실	·일반 가정 공부방 ·교과학습 학생, 성인(어학,자격) ·유아/미취학
특징	기관별 수요층이 명확함 학생 학습용, 선생님 수업용	시설 별 이용고객이 불 특정함 초,중,고,성인으로 특정할 수 없음	교과학습 학생 ; 학습 집중 유아/미취학 : KIDS향
교육 환경 별 차별적 맞춤형 서비스 제공 교수자 및 학습자간의 양방향 교육 커뮤니티 구성 (학습 질의 응답, 교수자 수업자료 공유 등)			

○ 교육 서비스 콘텐츠

- EBS 교육 라이브 방송, 교육 VOD 콘텐츠로 영상 콘텐츠 이외의 콘텐츠 관련 텍스트 이미지 등을 포함함.
- 교수자용 수업 콘텐츠는 교수법에 최적화 된 교육보조재 구현 및 교과 과정 연동 및 수업 활용 교육 콘텐츠(클립영상)제공
- 학습자용 교육 콘텐츠는 교과 과목 영상 콘텐츠로 학년, 과목, 과정에맞는 교육 영상콘텐츠를 제공함.

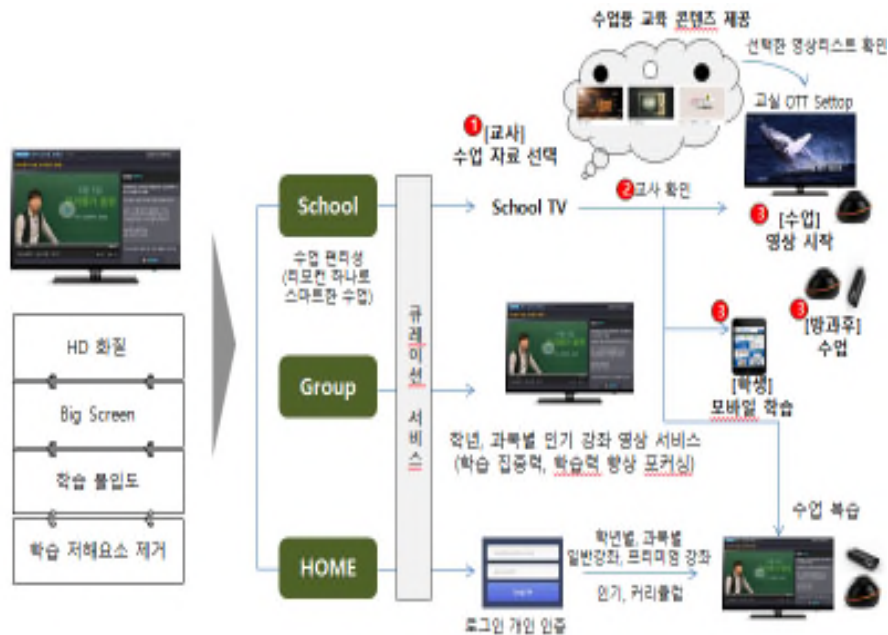
○ 교육 스마트 러닝 양방향 서비스

- 학교 현장 : 교과 과정 연동 교육 콘텐츠 라이브러리 선별, 검색 지원, 클립영상 제공으로 교실 현장에서 즉각적인 활용 방법 구현.
- 커뮤니티를 통한 교수자 수업 자료 공유(교수자<->교수자: 수업 자료 공유, 교수자<->학습자: 수업 내용 공유 및 수업 질의 응답)
- 개인 공간 : 맞춤형 학습 공간 구현, 교사 및 학생 추천 콘텐츠 등 데이터 분석을 통한 지능형 큐레이션.학습교재 활용 극대(개념, 문항, 해설 등 연동)

- 교육 스마트 러닝 서비스 제공 방법
 - TV형 OTT 안드로이드 셋탑박스 기반의 서비스 제공.
 - 스마트폰, 태블릿 어플리케이션 기반의 서비스 제공.
- 교육 스마트 러닝 서비스 구성
 - OTT 셋탑 박스, 스마트폰, 태블릿을 통한 교육 서비스 제공



- 교육 환경별 서비스 제공 및 상호 작용



- 교육 스마트 러닝 양방향 서비스
 - 교수자 서비스 : 학교 수업 자료기반의 교수자 공유 및 학습자 공유.
 - 교수자 공유 : 수업 자료 활용 공유.
 - 학습자 공유 : 수업 자료 복습 및 Q&A등으로 양방향 소통
 - 학습자 서비스 : 개념, 문항, 해설 등 연동 맞춤형 교육 서비스 학습 공유 및 Q&A로 양방향 소통
 - 학습자 공유 : 학생 학습 추천 등 데이터 분석을 통한 공유.(개념, 문항, 해설 등 교재 활용 학습 공유)

3. 양방향 요소 기능에 대한 요구 사항

○ 학습관리(LMS) 시스템

- 개방, 참여, 공유 및 개인화 트렌드를 반영해야 하며, 사용자 맞춤형, 개인화 마이페이가 가능하도록 구현되어야 함.
- 다양한 교육서비스 환경에서 사용이 가능해야 함.
WEB:인터넷익스플로러, 파이어폭스, 크롬, 사파리, 기타 모바일기기용 웹브라우저
APP:OTT 안드로이드 셋탑, 스마트폰(iOS,Android), 태블릿(iOS,Android)
- WEB을 통한 교수자 교육 서비스 기능을 포함 한 LMS와 스마트기기(OTT 셋탑, 스마트폰, 태블릿)간에 상호 쌍방향 통신을 구현하는 기능이 구성해야 함.
- 학습관리시스템은 다음TV가 제공하는 콘텐츠 표준을 적용하여 개발 되어져야 함.
- 각 기능은 모듈로 구성되며, 각 모듈별로 관리자 권한 부여가 가능하도록 구성하며, 시스템은 통합관리 운영되어야 함.
- 시스템 관리 권한은 각각 역할별로 권한을 나눌 수 있도록 계층적으로 구성되어야 하며, 각 시스템 모듈별에 대한 권한 설정 기능을 지정 할 수 있어야 함. (예 : 총괄 관리자, 콘텐츠 관리자, 교수자, 학습자 등)

○ 학습자 기능

- 개인화 맞춤형 정보 제공 (메뉴구성, 콘텐츠 구성 등의 변경도 가능)
- 강좌수강, 수업자료, 공지사항, 게시판, Q&A에 참여가 가능해야 함.
- 학습자는 자신의 학습시간 및 진도율 등 학습 히스토리(학습이력) 조회 가능해야 함.
- 학습자는 각종 참여현황 자료(게시판, Q&A 등에)대한 조회가 가능해야 함.

○ 교수자 기능

- 교수자를 위한 WEB 서비스 사이트가 구축 되어야 함.
- 교수자는 WEB서비스 사이트에서 인증을 통하여 서비스를 이용 할 수 있음.
- 교수자 관심(과목, 주제)에 맞도록 큐레이션된 콘텐츠 정보를 제공
- 교수자는 콘텐츠를 선택하여 개인 콘텐츠 관심 리스트 저장 할 수 있는 기능이 가능해야 함.
- 교수자가 선택한 콘텐츠는 교실수업용, 학습자 복습용(OTT 셋탑, 스마트폰, 태블릿)을 선택 하여 공유 할 수 있는 기능이 가능해야 함.
- 교수자가 교실 OTT셋탑을 통하여 Quick 인증(휴대폰 번호등)시, 자신의 수업 콘텐츠 리스트를 확인 할 수 있어야 함.
- 교수자는 학습자의 Q&A 조회 및 응답 기능이 가능해야 함.
- 교수자는 교수자 권한으로 인증시 교수자 전용 게시판 게시물 등록/수정/삭제 기능이 가능해야 함.

○ 관리자 기능

- 교육기관, 교육시설, 개인 별 그룹 관리(서비스 등록, 승인, 해지등)
- WEB 서비스, LMS 시스템, 스마트 디바이스 서비스 운영 관리
- 통계관리, 커뮤니티 관리, 게시판 관리
- 기초정보관리, 시스템관리, 사용자 관리
- 강좌 관리 (강좌 분류, 강좌 등록/해지)

20	서비스명(장르)	전통음식 기행 신토불이(미니다큐)
<p>I. 제안 의도</p> <p>중소 농민을 위한 유기농산물 직거래 쇼핑몰 [모바일장터 '신토불이'] 판매수익금 중 30%는 농어촌지역 취약계층 다문화가정 후원으로 기부</p> <p>1) 소비자 관점</p> <p>최근 건강과 유기농산물에 대한 관심이 집중하면서 믿고 먹을 수 있는 먹거리에 대한 수요와 관심이 점차 증가하고 있다. 또 이에 따라 각종 유기농 매장이 증가하고 있으며 대기업계열 식품 브랜드, 백화점, 마트 등 대규모 기업중심의 브랜드에서 생산과 유통을 점차 강화하고 있는 상황이다. 하지만 소비자의 만족도 측면에서는 아직도 부족함이 많다. <u>시골에 계신 부모님이 딸과 정성으로 생산하신 농산물을 직접 받아먹는 것과 같은 따뜻한 믿음과 스토리를 느끼기에는 아쉬움이 남기 때문이다.</u></p> <p>2) 생산자 관점</p> <p>소비자의 건강과 유기농산물에 대한 수요와 관심을 비즈니스와 연계해 발 빠르게 대응하는 건 대기업계열의 식품회사, 쇼핑몰, 백화점, 대형할인점 들이다. 그러다 보니 규모를 갖춘 기업형 생산자 입장에서 판로확보가 용이하지만, <u>품질은 좋아도 생산규모가 적은 중소 규모의 생산자들은 판로개척에 어려움을 겪고 있다.</u> 특히 최근 반퇴시대를 맞아 은퇴 후 도시에서 농촌으로 귀농하는 젊은 농부들이 증가하고 있으며 농어촌체험마을 등 체험형 관광산업활성화를 위한 노력이 증가하고는 있으나 이러한 열정과 노력에도 불구하고 <u>생산 활동이 증대되어 소비를 확대하는데는 자본력 부족과 홍보, 유통 등 체계적인 판로개척의 어려움으로 많은 제약을 받고 있는 상태다.</u></p> <p>3) 티브로드의 관점</p> <p>티브로드는 서울, 경기, 인천, 충남, 전북, 부산, 대구 등 도시와 농어촌을 아우르는 방송권역에 23개 방송사 약 330만의 방송가입자를 확보하고 있는 MSO이다. 또한 자체운영채널인 지역채널을 기반으로 지역의 다양한 뉴스와 생활정보를 제공하는 방송채널을 운영하고 있다.</p> <p>이에 자체 취재역량과 지역사회 네트워크를 활용하여 <u>농어촌지역의 품질 좋고 경쟁력 있는 고추장, 된장, 건강즙, 전통차, 전통주, 농촌체험마을 등을 현지 농민이 직접 방송 프로그램을 통해 소개하고, 국내 3700만 명 이상이 가입한 카카오톡 계정과 연동된 모바일 쇼핑몰을 개발하여 직거래 가격으로 판매하여 소비자에게는 스토리가 있는 믿고 먹을수 있는 먹거리를 제공하고, 생산자에게는 판로개척을 통한 소득증대에 기여하고 티브로드는 지역방송사로서 지역 시청자의 생활 경제 만족도를 증진시키는 방송의 공익적 역할을 담당하고자 한다.</u></p> <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <p>방송프로그램 제작 송출 + 모바일쇼핑몰 애플리케이션 개발운영</p> <p>1) 방송프로그램 제작 송출</p> <p>① 프로그램 명 : 전통음식기행 '신토불이'</p> <p>② 형 식 : 미니 다큐멘터리(편당 10분 내외)</p> <p>③ 내 용 : 방송사가 선정한 체험 단이 여행을 다니면서 전통식품을 직접 생산한 농산품을 맛보고 체험해 보는 컨셉의 프로그램</p> <p><u>(인위적인 설명보다는 생산자들이 직접 소개하고 체험시켜 주는 내용에 중점을 둠)</u></p>		

2) 모바일쇼핑몰 개발 운영

① Mall in Mall 방식의 모바일 쇼핑몰 개발 :

티브로드는 쇼핑몰 Platform과 동영상 콘텐츠를 제작
티브로드가 엄선한 생산자가 직접 상품을 등록하고 판매하는 방식

② 등록업체 및 상품

- 등록업체 :

- * MD의 직접 방문을 통한 제품 검증 및 객관적 기준의 품질보증이 가능한 업체
- * 연매출 5억 원 미만의 중소 생산자 단체 및 개인

- 등록 상품

- * 제품의 표준화 및 부패위험이 낮은 품목 (ex. 고추장, 된장, 전통차, 전통주, 유기농 건강즙, 농어촌체험관광 티켓 등)

③ 수익금 운용방안

- 판매자에게 20% 이상 판매수익 보장
- 순수익금의 30% : 농어촌지역 취약계층 다문화가정 후원(대한적십자사 희망풍차 SR 모금사업 참여)

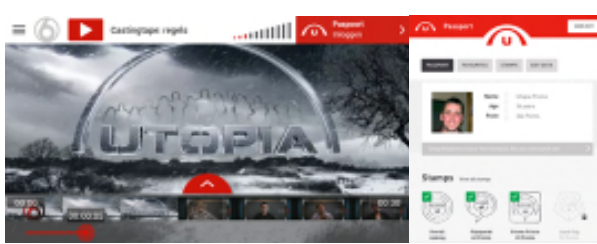
III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 1) 모바일쇼핑몰 개발 및 운영 경험이 있는 개발사(디자인, UI개발, 관리자메뉴 개발 운영 등)
- 2) 카카오톡 가입자와 고객DB연동 가능할 것
- 3) 모바일 결제 시스템 개발 및 운영 가능한 개발사
 - 계좌이체
 - 카드결제
 - 모바일 결제 솔루션 활용가능(KaKao Pay 등)
- 4) 모바일앱 프로모션운영이 가능한 개발사
 - 고객대상 프로모션
 - SNS 운영
 - 쿠폰 마일리지 제휴 운영 등

21 서비스명(장르) 웹드라마러티 미스터츄(웹드라마러티)

I. 제안 의도

- 전 세계 방송 시장에서 크로스미디어 포맷 콘텐츠가 주류 산업으로 부상
- 2014 MIPDIGITAL에서 세컨드 스크린과 소셜 네트워크, 빅데이터 등 기술을 접목하여 소셜 경험을 강화하는 포맷이 성장할 것으로 예상
- 단순 기능적인 양방향 콘텐츠보다 콘텐츠를 패키지 상품화할 수 있는 포맷 개발이 중요
- 비디오커머스와 같이 영상콘텐츠와 커머스가 연계된 서비스 필요
- 최신 크로스미디어 포맷 성공 예시 (2014년)



크로스미디어 포맷 <Utopia>

- 네덜란드, Talpa Medial 제작
- TV와 온라인을 연결하는 크로스미디어 플랫폼을 활용하여 유토피아 커뮤니티 구성
- 15명의 출연자가 각자의 유토피아를 구현하기 위하여 한 장소에 모여 생활하는 리얼리티 형식
- 출연자들이 만든 제품을 사이트에서 직접 판매
- ※ 120만 시청자(TV), 130만 온라인 참여

드라마러티 <Made in Chelsea>

- 영국, Channel4 방영
- 영국 웨스트 런던지역에 사는 실제 젊은 남녀의 삶을 리얼리티 드라마 형태로 구성
- 실제 출연자의 소셜 네트워크, 블로그를 활용하여 소셜 경험 강화
- ※ 시즌 8 방영중, Channel4 시청률1위
- ※ 드라마러티 장르 : 리얼리티+드라마

소셜 경험을 강화할 수 있는 리얼리티 형식의 크로스미디어 콘텐츠와 커머스를 연계할 수 있는 양방향 서비스 상품화가 중요!

II. 서비스 개요 및 구성

1) 프로그램 개요

o 제작방향

- ① 웹드라마러티 콘텐츠와 연동하여 상품정보를 실시간으로 제공
 - 웹드라마러티 콘텐츠를 시청하면서 유저들이 스마트 디바이스용 어플리케이션에서 실시간으로 상품을 구매할 수 있도록 콘텐츠 구성

- ② 시청자의 참여요소를 직접적으로 반영하는 참여형 콘텐츠

- 웹드라마러티 콘텐츠를 시청하면서 시청자의 참여요소를 반영할 수 있는 인터랙티브 어플리케이션을 구성하고 소셜 경험을 강화할 수 있도록 소셜 네트워크와 연계

※ 드라마러티 : 드라마와 리얼리티의 합성어로, 리얼리티한 상황(예능)을 드라마 형식으로 촬영하는 TV쇼 장르 (ex. MBC 우리결혼했어요, tvN 청담동111 등...)

o 제작개요

- 프로그램 명 : 미스터췌 (가제)
- 장르 / 타킷 : 웹드라마러티 / 20~30대 여성
- 편성채널 : 웹/모바일 플랫폼 (전용 또는 네이버, 유튜브)
 - * JTBC 디지털기획팀, SK플래닛 등과 편성 협의중
- 제작컨셉 : 가상의 회사 [췌 코스메틱]을 중심으로 여자 화장품을 파는 남자들의 스토리를 리얼리티(예능)+드라마 형태로 구성

2) 서비스 개요



① 크로스미디어 콘텐츠를 통해 소셜 경험 제공

- 여러 개의 플랫폼(유튜브, SNS, 웹드라마러티)에 걸쳐 하나의 스토리를 연결하여 시청자에게 다양한 콘텐츠 경험을 제공, 콘텐츠를 공유하도록 설계
- 온라인과 TV를 연결하는 크로스미디어 플랫폼을 구성하여 시청자를 위한 커뮤니티 구성

② 양방향 서비스에 알맞게 웹드라마러티 장르 도입

- 시청자의 참여가 콘텐츠에 직접적인 영향을 미칠 수 있도록 리얼리티와 드라마를 결합한 웹드라마러티 장르를 통해 시청자의 참여가 용이하도록 설계
- 실제 제품에 대한 정보를 웹드라마러티 콘텐츠에 적극적으로 활용하여 콘텐츠와 커머스의 연계를 강화

③ 크로스미디어 콘텐츠를 연결하는 양방향 어플리케이션 개발

- 웹드라마러티 콘텐츠를 실시간으로 시청하면서 제품을 구매할 수 있도록 시스템 개발
- 양방향 어플리케이션을 통해 시청자가 실제 콘텐츠 속 회사의 서포터즈로 활동할 수 있도록 서비스 개발 (셀프비디오, 의견, 투표 등...)

o 서비스 구성도



[서비스 구성도]

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

o 양방향 기능 요구사항

- ① 미스터츄 콘텐츠를 모바일을 통해 실시간으로 시청하면서 영상 속 제품을 구매할 수 있는 시스템 구축
 - 미스터츄 속 상품 정보를 메타 데이터화하여 데이터베이스를 구축
 - 모바일을 통해 영상을 시청하면서 워터마크 방식을 통해 영상 속 정보를 매칭하여 스마트폰에 알림이 가고 바로 제품 구매 가능하도록 어플리케이션 설계
 - 시청자가 미스터츄 관련 상품 정보를 관리할 수 있도록 페이지 구성
- ② 미스터츄의 시청자 참여요소를 반영할 수 있는 시스템 구축
 - [츄 코스메틱] 회사의 서포터즈로서 활동할 수 있는 회원제 시스템 구축
 - 어플리케이션을 통해 셀프비디오 업로드, 투표와 같은 시청자 참여 기능 설계
 - 모바일을 통해 영상을 시청하면서 의견을 남길 수 있는 기능 설계
- ③ 소셜 네트워크 서비스와 연동할 수 있는 시스템 구축
 - 페이스북, 인스타그램 등 소셜 네트워크 서비스와 연동
 - 미스터츄 영상 콘텐츠를 다른 플랫폼에 공유할 수 있도록 기능 설계

22	서비스명(장르)	신규 콘텐츠 기획 <100 퍼니스트>(시청자콘텐츠서바이벌), <더 지니어스>(게임 리얼리티), <SNL코리아>(라이브쇼)
		<p style="text-align: center;">- 신규 콘텐츠 기획 <100퍼니스트>-</p> <p>I. 제안 의도</p> <p>스마트폰 보급으로 전국민 1인 콘텐츠 제작자의 시대!!!</p> <p>이제는 수동적으로 방송 프로그램을 시청하는 형태에서 벗어나 직접 만드는 방송 콘셉트로 시청자가 직접 재미있는 영상을 100초에 담아낸다. 프로그램 전용 어플리케이션으로 편집, 방송하고 타 유저들의 추천 기능과 게시판 등을 통한 커뮤니티 구축, 소통하는 양방향성 버라이어티</p> <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 시청자가 직접 주제 제한 없는 콘텐츠를 제작하여(뉴스, 재미있는 영상, 새롭거나 신기한 공간, 사물, 사람 등) 순위를 겨루는 영상 서바이벌 프로그램 2) 스마트폰을 통한 동영상 촬영을 간단한 직관적인 편집툴(ex_아이무비)을 통해 편집/업로드하면, 프로그램 시청자 및 어플리케이션 유저 등의 추천 및 커뮤니티 공간에서의 평가를 통해 베스트10 랭킹을 겨루는 콘텐츠 서바이벌 (금주 베스트 10영상 선발, 소정의 상금 및 동영상 제작비 지급) <p>III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 누구나 조작하여 간단히 동영상을 편집하는 기능(직관적 기능, 레이아웃 요구, 아이무비/로드무비 참조) 2) 100초 영상을 완료 후 프로그램 서버로 업로드 기능 3) 업로드 동영상 게시판 기능을 통한 댓글 및 추천 등의 커뮤니티 기능 4) 추천 기능의 카운팅, 서베이 기능 5) 현재 랭킹 동영상 정렬 기능 6) 모바일 최적화된 UI/UX <p style="text-align: center;">- 신규 콘텐츠 기획 <더 지니어스>-</p> <p>I. 제안 의도</p> <p>검색어 1위, 온라인 버즈 1위! 2030세대가 열광하는 반전의 리얼리티 프로그램 <더 지니어스> 단순히 시청하는 것을 넘어, 게임과 출연진을 분석하고 이후를 예측하면서 이야기하는 이제껏 없던 콘텐츠! 게임을 하고, 시청자 간 소통하면서 영상까지 즐길 수 있는 “디지털 허브”를 구축, 콘텐츠를 단순히 즐기는 방식을 넘어 일상에서도 함께 할 수 있는 양방향 플랫폼을 제공한다.</p> <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <p>방송 보면서 함께 참여하고, 상시 콘텐츠로 놀 수 있는 TV↔모바일 인터랙티브 앱</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) on-air interactive <p>실시간 투표를 통해 우승자/탈락자를 맞추고, 가상의 머니 ‘가넷’ 베팅 형태로 1회성이 아닌 매 회차 참여를 이어갈 수 있는 방식을 제공. 또한 실시간 게시판을 구축하여 기존 각종 온라인 커뮤니티로 혼재된 시청자들을 공식 커뮤니티로 통합, 방송을 본 후에도 게임에 대한 이야기가 계속 이어짐.</p>

2) extra interactive

기존 5~20만 조회수를 기록하던 지니어스 비하인드 영상을 최초 공개하고, 지니어스 게임에 기반한 모바일 미니 게임을 제공하여 '가넷' 획득을 가능하도록함. (결합, 일본장기 등) 더 지니어스 상품 패키지 할인판매도 제공 (보드게임,가넷, 지니어스북 등 PKG 상품)

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 1) 가상 머니 베팅 시스템
- 2) 게시판/대화방 등 커뮤니티 기능
- 3) 동영상 링크/시청 가능한 영역
- 4) 미니게임 개발 or 개발된 게임 IN-APP 가능
- 5) 상품 구매/결제 가능화
- 6) 모바일 최적화된 UI/UX

- 신규 서비스 기획 <SNL코리아>-

I. 제안 의도

사회 풍자부터 패러디까지! <GTA>, <극한직업> 등 연이은 화제의 코너!SNL코리아 생방송 촬영 현장을 어디서든 훑쳐볼 수 있다면?! 방송 중 내 손안의 모바일로 대기실부터 세트장 구석구석까지 원하는 곳 어디든 볼 수 있는 인터랙티브 서비스를 제공한다. 방송 최초 실시간 대국민 현장 공개!

II. 서비스 개요 및 구성

1) SNL Live Inside

대기실부터 분장실, 세트장까지 생방송 중 곳곳에 설치된 현장 카메라를 모바일앱에서 원하는 대로 골라서 볼 수 있는 리얼타임 왓칭 서비스. 크루부터 호스트까지 자신이 좋아하는 인물 위주로 즐길 수 있고, 방송에서 볼 수 없는 모습까지 생생하게 즐길 수 있는 서비스 제공

2) SNL interactive

방청신청도 모바일에서 간편하게 신청 가능하고, 매 회차별 클립부터 방송에서 볼 수 없었던 미공개 영상까지 즐길 수 있는 SNL관을 제공. 그 외 SNL 관련 MD 상품을 구매할 수 있고, 촬영장 현장포토까지 볼 수 있는 SNL만의 저장소

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 1) CCTV 실시간 연동 및 간편한 구현화
- 2) 이미지 게시판
- 3) 동영상 링크/시청 가능한 영역
- 4) 상품 구매/결제 가능화
- 5) 모바일 최적화된 UI/UX

23	서비스명(장르)	아름다운공유 경제 파트너(ST+ENG)
<p>I. 제안 의도</p> <p>“창조경제, 어디까지 왔나”</p> <ul style="list-style-type: none"> - 정부가 창조경제 활성화를 위해 앞장서온 지난 2년, 창조경제의 실체와 실효성에 대해 많은 논란이 있기도 했지만 분명한 것은 더 이상 ‘창조’, ‘융합’, ‘상생’이란 단어들이 멀고 낯설지 않으며, 기존 사고방식의 틀을 벗어나고자 하는 노력이 산업 전반에서, 그리고 바로 내 주변에서 일어나고 있다는 사실이다. - 지난 한 해가 창조경제를 이해하고, 그 필요성을 피부로 느끼며, 실천방안을 모색해보는 단계였다면, 올해는 결실을 맺기 위한 구체적인 실천플랜이 세워질 때이다. <p>“공유를 바탕으로 한 창조경제 생태계 구축”</p> <ul style="list-style-type: none"> - ‘개방’, ‘공유’, ‘참여’의 가치가 부각되는 web2.0의 시대. 이제 지구촌은 정보를 공유하는 시대를 지나, 오프라인의 삶을 더욱 풍성하게 만들어 줄 수 있도록 경제를 공유하고 신뢰를 공유하는 시대를 맞고 있다. 따라서 우리는 무엇을 어떻게 공유하여 새로운 가치를 창출할 것인가에 대한 해답을 제시해줌으로써 대량생산과 대량소비라는 현대 자본주의 사회가 낳은 낭비, 환경오염 등의 한계를 극복할 수 있는 ‘착한’경제로서 창조경제의 가능성을 확인하고, 이러한 ‘창조경제의 생태계’를 구축하고자 한다. <p>“창조경제 1세대 전격 해부, 실천 가이드”</p> <ul style="list-style-type: none"> - 본 양방향 방송 콘텐츠는 우리 모두의 역량이 모아지는 ‘집단지성’과 ‘공유’라는 거스를 수 없는 시대의 흐름 속에서 생겨난 다양한 공유기업, 협동조합, 창작자, 1인 기업 등 창조경제 1세대로서 그들이 겪은 시행착오, 경험, 노하우 등의 결실을 시청자로 하여금 알기 쉽게 정리해주고, 관련정보에 접근하기 용이한 플랫폼을 제공함으로써 창조경제 활성화를 위한 실천 가이드가 된다. <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <p>1. 서비스 개요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 창조경제의 기초 아래 대두되고 있는 공유경제, 협동조합, 1인 창작자, 1인 기업 등 ‘공유’라는 거대한 흐름 속의 새로운 경제 모델을 소개하고, 시청자로 하여금 관련정보에 접근 용이한 플랫폼을 제공함으로써 창조경제 실현을 위한 실천 방법을 제시, 창조경제 생태계를 구축한다. <p>2. 시청 및 서비스 대상</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세계적인 기업가정신 진흥기관인 GEM의 연구에 의하면 일반적으로 1인당 GDP가 2만 불을 넘어선 이후에는 국가경제의 발전을 대기업의 경제활동에만 기대하는 것에는 한계가 있는 것으로 밝혀졌다. 또 GDP 3만 불 이상의 국가의 경우 개별적인 주체들의 창업활동이 활발하게 진행되는 것으로 조사됐다. 이처럼 국가의 경제발전을 위해서는 개별적인 창업활동이 뒷받침 돼야한다. <p>이에 다양한 아이디어를 보유한 사람들의 창업 및 경제활동을 활성화하기 위해 본 양방향 방송 콘텐츠는 다차원적 소구 대상을 목표로 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 창업자 : 기업정보 및 창업 History 제공, 창업 가이드라인 제시 2) 구직자 : 취업 정보 제공, 1:1 멘토링 서비스 3) 일반시민(소비자 및 공급자) 간 연결 : 공유 서비스 이용 방법 안내 및 서비스 공급자와 소비자 간 연결, 동호회/커뮤니티 형성 <p>3. 포맷 : 스튜디오 + ENG</p>		

4. 서비스 특징 및 기대효과

- 요즘, 어려운 취업난 속 '열정pay'가 논란이 되고 있다. '돈보다 열정이 중요한 것 아니냐'며 무보수 또는 최저임금에 노동을 강요하는 경영자를 비꼬는 말이다. 한편으론 부당한 대우를 감수하고서라도 높은 취업문턱을 넘으려는 2030 청년들의 어려움을 잘 보여준다.
- 본 양방향 방송 콘텐츠는 '시도'보다는 '순응'에 길들여진 요즘의 청년들에게 새로운 시대의 새로운 가능성을 경험하게 함으로써 도전의식을 불태울 열정과 노하우를 심어주고자 한다.

1) "뭘부터 시작해야 하지?"

-> 사회 변화를 이해하고 '창조적 마인드'를 심어주기 위한 트렌드 교육 및 컨설팅

2) "나도 할 수 있을까?"

-> 단순한 구인구직 정보를 넘어 창조경제 1세대의 스타트업 노하우를 배울 수 있는 소통의 장 마련

3) "혼자서도 가능할까?"

-> 소개된 서비스 혹은 관련 분야에 관심 있는 사람들 간의 커뮤니티 형성 플랫폼

4) "일단 한 번 부딪혀 보자!"

-> 서비스를 직간접적으로 체험해 볼 수 있는 행사 및 참여정보 안내

5. 구성예시

◆ 공유로 바꾸는 세상, 공유 플래닛 <1부>

《My Sharing Partner》

트렌드의 변화

- SNS와 정치, 집단지성, 공유경제

너와 내가 아닌,
우리의 선한 의지로 만들어가는 세상이 있습니다.
나눌 수 있어 행복하고,
버리지 않아 넉넉한 소비의 새로운 패러다임.
소유하지 않아도 행복한 삶.
착한 자본주의의 실현,
자원을 넘어 지식을 공유하는
공유의 유쾌한 반란이 시작되었습니다.

스튜디오(MC)

"나눔이 대세라는 요즘. 조금은 특별한 나눔이 벌어졌습니다.

나에게는 더 이상 쓸모가 없지만 누군가에게는 여전히 쓸모가 있을 수 있도록, 제자리를 찾아주고 다시금 가치를 가질 수 있게 해주는 것. 혹은 내가 필요한 것을 더 경제적이고 더 효율적으로 사용할 수 있게 되는 것.

당신은 '공유'에 대해 아십니까?"

BODY 1 : 공유의 현장

- 아이 옷 공유 행사 : 키플
- 밥 같이 먹기 : 소셜 다이닝 '집밥'
- 카 셰어링 행사 : 나눔카

*** Point》 다양한 공유정보(행사) 제공, 문의와 답변, 공유를 원하는 이들에 대한 정보제공 및 연결의 장 마련**

패널 소개, 전문가 인터뷰

패널> 서울시 공유경제 촉진위원회 위원 장영화 변호사

Q. 공유경제기업과 기존 기업과의 차이점은?

“공유경제 기업들의 특징은 기존의 기업들, 우리가 생각하는 큰 제조업과는 규모나 특성이 다른 것 같아요. 예를 들어서 공유경제 시장 자체가 기업으로써 할 수 있는 수요가 크지 않습니다. 크지 않지만 필요해요.

대부분의 기업들이 개인을 소비자로서만 전락시키잖아요. 그런데 공유경제는 기업이 시장을 잘 형성하면 거기에 참여하는 소비자들이 오히려 돈을 버는 구조가 되어 있어서 똑똑한 현명한 소비를 할 수 있도록 한다는 특징이 있죠.”

BODY 2 : 국내외 공유기업/서비스

- 개인 간 물건공유: 빌리지, 키플, 열린 옷장,
- 카: 그린카, 쏘카, 한국카셰어링, 티클,
- 주거/시설: 우주, 아이들랏, 스페이스 노아, 처치플러스,
- 주차장: 모두의 주차장
- 도시 민박: 코자자, 한국라보, 비엔비히어로,
- 경험/지혜: 위즈덤, 집밥,
- 저작권: 크리에이티브 커먼즈 코리아(cckorea.org)

*** Point》 공유서비스 소개 및 기업정보, 구인구직정보 제공**

BODY 3 : 교육, 마을에 부는 공유의 바람

- 지식 공유 방식의 변화 : 청심국제고등학교 '오픈놀리지', 부산대학교 '빅북', 지식동영상 플랫폼 '에어클래스'
- 협동조합 : 화양동 에코프렌들리 축제, 느티마을 협동조합, 대동 협동조합

*** Point》 제조업 생산의 효율성, 지식의 변화 속도, 교과서의 성격 변화, 지식의 무한확산, 사회적 경제의 새로운 방식 소개**

스튜디오+MC

MC)

소유했지만 더 걸쭉해지는 삶 대신,
공유하면서 더 풍요로워지는 것을 선택한 사람들.
여러분은 지금 무엇을 공유하고 있나요?

◆ 공유로 바꾸는 세상, 공유 플레닛 <2부>

《My Creative Partner》

공유와 협력의 시대 :

NA)

갑자기 벌어진 일도, 뜬금없는 이야기도,
나와 상관없는 세상도 아닙니다.
시대의 흐름이 말해주는 공유와 협력의 경제.
어떻게 가능해진 걸까요?
공유가 만드는 세상.
함께하기에 더욱 행복한 변화가 시작됩니다.

스튜디오+MC

MC)

“지금 우리는 정말, 상상력과 창조력이 돈이 될 수 있는 시대에 와 있을까요?”

지금껏 살아남는 법이라 배워왔던 경쟁의 기술 대신, 공유와 소통의 기술을 택한 사람들. 거대한 자본과 권력 대신, 대중의 공감과 지지로 강해지는 이들. 과연, 이들은 우리의 미래가 될 수 있을까요?”

BODY 1 : 공유하는 개인의 발견

- BJ전성시대 : 대도서관/크리에이터그룹
- 가치에 투자하는 사람들 : 클라우드 펀딩 플랫폼 ‘와디즈’
- 창업/창작자 지원 : 1인 창업 비즈니스 센터/콘텐츠코리아랩

* Point》 참여정보 및 지원센터안내

BODY 2 : 취향이 경쟁력이다

- 물 건너온 메이커운동 : 1인 창작자들의 축제 ‘메이커페어’
- 취향이 능력이 되는 세상 : 지식동영상 공유 플랫폼 ‘에어클래스’

* Point》 참여정보 안내, 스타트업노하우 제공, 관련 커뮤니티 형성

BODY 3 : 제조업 혁명

- 3D프린팅 : 개인맞춤형의료기구, 개인용품제작
- 제조업/생산의 효율성 : 로컬모터스, 메이크코리아

* Point》 제작업체 및 제작방식 소개, 3D프린팅 체험 정보 안내

스튜디오 - 3D프린팅 시연

스튜디오+MC

MC)

“우리는 지금 자본도, 공장도 없이 아이디어 하나만으로 상품을 만드는 시대에 살고 있습니다. 연결은 기회를 낳았고, 나의 지식을 더 많은 이들과 나눌 수 있는 또 다른 기회를 낳았죠. 혁신은 지금 ‘나’로부터 시작되고 있습니다.”

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항



1. 공유 플랫폼 구축

- 양방향 방송 콘텐츠와 연동된 모바일 앱을 통해 관련 분야의 창업자, 구직자, 혹은 소개된 서비스를 이용하고자 하는 모든 시청자에게 기업정보 및 구직정보, 서비스 이용안내 등 다양한 서비스를 제공한다.

2. QR코드

- 방송 중 화면 하단에 QR코드가 존재. QR코드를 통해 모바일 앱과 연동되며 실시간 댓글, 시청자 퀴즈, 방송 다시보기 등 다양한 서비스를 제공한다.

3. 실시간 댓글

- 콘텐츠 별 시청자가 참여할 수 있는 정보공유의 장을 마련한다. 시청자는 모바일 앱을 통해 실시간으로 문의하거나 의견을 제시할 수 있다.

4. SNS연동

- 앱은 나의 SNS 계정과 연동되어, 프로그램을 보는 도중, 언제든지 친구추천을 통해 콘텐츠를 공유할 수 있다.

5. VOD 서비스

- 놓친 방송 다시보기

6. PUSH 서비스

- 새로운 콘텐츠가 업데이트 됐을 경우, 앱을 통한 PUSH 알람 서비스를 통해 방송 시간은 물론, 프로그램 정보, 기업정보 등 유용한 콘텐츠를 빠짐없이 챙겨볼 수 있도록 한다.

7. 강의 서비스

- 창업, 아이디어, 지식 콘텐츠에 관심이 있는 사람을 대상으로 관련 전문가 혹은 개인의 참여를 통해 강의 동영상 서비스를 제공한다.

I. 제안 의도

- 현재 스카이라이프에서 제공 중인 sky Petpark 채널은 반려동물 전문 채널로 2014년 10월에 개국하여, 반려동물 관찰 리얼리티 '오마이 펫', 펫 전문 토크쇼 '펫 닥터스', 아이와 애견의 감성 리얼리티 '뽕큐 베이비 독' 등 수준 높은 자체 제작 프로그램과 개과천선, 초능력 애니멀 등 해외 인기 프로그램을 24시간 방송하고 있다. 또 낮시간 집에 혼자 남은 반려동물을 위한 프로그램 '멍멍 투게더'를 편성하고, 자체 제작 프로그램을 늘려가고 있다.
- sky Petpark 채널은 스카이라이프 전체 채널 163개 중 30위권에 해당하는 시청률을 보이고 있다. 이러한 시청률은 국민소득증가, 고령화, 저출산, 1인가족 증가로 인해 국내 애견 사육가구가 약 1000만명에 이르고 있기 때문으로 풀이된다.
- 사회 구조의 변화로 애완동물을 선호하는 인구가 증가하고 있지만, 실질적으로 애완견을 반려견으로 키우는데 있어서는 필요한 상식과 정보는 부족한 점이 현실이다.



- 이에 스카이라이프에서는 채널 연동형 양방향 방송 콘텐츠를 통해 애견인을 위한 양질의 정보를 제공하고자 하며, 방송의 특징을 최대한 활용하여 잃어버린 애완견을 찾을 수 있는 서비스를 제공하고자 한다.
- 또한 본 서비스에서는 수익창출의 일환으로 애견관련 업체의 광고 제공, 애견용품의 ARS 판매를 제공할 예정이며, 이로 인해 본 프로젝트에 참여한 업체들의 수익으로까지 연결되어 서비스가 장기적으로 운영 및 관리될 수 있도록 하고자 한다.

II. 서비스 개요 및 구성

- 애완견을 키우는데 있어서 필요한 의료 상식과 사회성 교육, 에티켓 교육 방법 등을 제공하고자 하며, 잃어버린 애완견 찾기 서비스를 별도로 제공하여 공익성에 이바지하고자 한다.
또한, 애견관련 업체의 광고, 애견용품 ARS 판매로 부가수익을 창출하고자 한다.
- 서비스 구성(안)
 1. 애완견 관련 특화 콘텐츠 제공(일단위, 주단위로 새로운 정보 제공)
 - 강아지 건강에 대한 정보
 - 강아지 사회성 및 에티켓 정보
 - 강아지를 위한 음원 제공
 2. 공익성 메뉴 제공
 - 방송을 통해 잃어버린 강아지 찾기 진행
 3. 광고 노출
 - 애완용품 업체, 판매 사이트 광고 노출

4. 애완용품 ARS 주문

- 애완용품 주문을 위한 애완용품 업체 및 ARS 번호 노출

5. 이벤트 & 공지 메뉴 제공

- 이벤트와 공지사항에 대한 안내

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 애완견 관련 양질의 콘텐츠 제공이 가능한 메뉴 및 효율적인 콘텐츠 구성 및 제공안
- 분실한 애완견을 찾을 수 있도록, 시청자가 보내준 애완견의 사진과 특징 설명 등을 노출할 수 있는 메뉴 및 효율적인 방식 제안
- 사용자의 편의를 고려한 UI/UX 개발
- 애견관련 업체의 광고, 애견용품 ARS 판매가 활발히 일어날 수 있도록 사용자의 주목을 끄는 GUI 개발
- 서비스 제공을 위한 서버단 개발 및 연동 개발

25	서비스명(장르)	3Screen 동영상 여행 플랫폼(App) 개발(여행)
<p>I. 제안 의도</p> <p>1. 제안자: 스카이트래블 (1900만 가구에 송출되고 있는 No.1 여행 채널)</p> <p>2. 서비스 컨셉:</p> <p>1) 본 채널이 자체 제작하여 보유하고 있는 200여 시간의 여행 동영상을 클립과 아티클(텍스트) 형태로 재가공하여 TV App과 Mobile App으로 서비스함.</p> <p>2) 스카이트래블 Mobile App을 이용, 이용자들이 직접 여행지에서 촬영한 이미지와 동영상을 업로드하여 공유하게 하고, UCC 형태의 여행 콘텐츠를 스카이트래블 실시간 채널에 별도 가 공 (편집)하여 방영함.</p> <p>3. 제안 목적:</p> <p>• 여행 문화의 트렌드를 선도하고 여행의 격(Class)을 높이는 유용한 동영상 여행 정보 서비스 제공</p> <p>1) 실시간 채널(방송 프로그램 포함)과 IT 기술의 융합을 통한 이용자의 신규서비스 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> - 여행 프로그램 시청 중 관련 부가 텍스트 정보 및 이미지(동영상) 제공 - 본방송 프로그램 시간 외 광고 및 운행 시간 포함 24시간 여행 정보를 제공하는 TV 여행 포털 서비스 - TV App과 연동 된 Mobile App을 개발하여 모바일 여행 플랫폼 구축 - Mobile 이용자(시청자)의 여행 UCC 콘텐츠가 TV 화면(App)에 노출 <p>2) 본 신규 양방향 융합 서비스 모델을 통한 사업 모델 발굴 및 시장 창출</p> <ul style="list-style-type: none"> - 여행 관련 중소기업 상품 정보 제공 및 광고 매칭을 통한 BM 창출 - 국내 여행 활성화 및 여행 산업 육성에 기여 <p>4. 콘텐츠 카테고리 소개</p> <p>• 총 200여 시간, 1000여 개의 동영상 클립, 2000여 개의 아티클(기사 정보) 제공</p> <p>1) 지역으로 구분: 국내(60시간)/해외(140시간)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 국내는 단위 지역으로 세분화, 해외는 대륙별/나라별로 세분화 가능 <p>2) 테마로 구분: 세계의 길 시리즈/도시 여행 시리즈/힐링 여행 시리즈/Vehicle 시리즈 등</p> <p>3) UCC 이미지 & 동영상 공유: 이용자들이 직접 업로드한 이미지 및 동영상 제공 ▶ 필터링한 이미지와 동영상을 방송 콘텐츠로 제작, 방영함.</p> <p>II. 서비스 개요 및 구성</p> <p>1. TV & Mobile App 메뉴 기본 구성도(예시)</p> <p>1) 세계 테마 여행</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 컬러 오브 시티(30분, 12편) ② 디자인 앤 더 시티(30분, 10편) ③ 세계의 축제(60분, 12편) ④ 손미나의 여행의 기술(60분, 13편) ⑤ 어찌다 마주친 여행(60분, 10편) ⑥ 아주 특별한 허니문(30분, 3편) ⑦ 올댓 크루즈(30분, 4편) ⑧ 문명기행(60분, 8편) <p>2) 해외 여행</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 아시아: 윤하, 일본을 담다(60분, 6편) 애니트립 인 재팬 외(60분, 6편) 현대건축기행(60분, 4편) 힐링로드 규슈 올레(30분, 5편) 중국도시기행 차이나하오(30분, 6편) 중국문명기행(60분, 4편) 한중일 차 삼국지 & 아시아 테마파크 외 (60분, 10편) 미로-The Rice Road(30분, 8편) 세계의 지방 동티벳(60분, 4편) 리얼 트래블, 여행을 말하다(30분, 12편) ② 유럽: 김훈의 자전거 유럽을 달리다(30분, 10편) 알로 프랑스(60분, 4편) 안정환의 사커 앤 더 시티(60분, 4편) 지중해의 보석 터키(30분, 8편) ③ 북아메리카: 이상훈의 MLB 더 시티(60분, 4편) 재즈 앤 더 시티(60분, 4편) 		

- ④ 남아메리카: 박세준의 오프로드 라틴 아메리카(30분, 5편)
- ⑤ 오세아니아: 박세준의 로드다큐 호주 아웃백을 가다(60분, 4편)
- ⑥ 아프리카: 김종만의 아프리카 기행(60분, 2부작)

3) 국내 여행

- ① 힐링 여행: 한국의 종가(30분, 4편) 한식기행 중부의 손맛(60분, 8편)
마음으로 섬을 품다(30분, 6편) 로드세프 인 슬로시티(60분, 2편)
- ② 지역 여행: 서울 오브 서울(30분, 5편) 서울 600년 디자인 역사(60분, 1편)
렛츠 트래블 포항&제주 외(30분, 9편)
블라인드 데이트 제주(60분, 6편)
- ③ 전국 일주: 지오투어 한반도(60분, 5편) 파노라마 코리아(30분, 13편)
러브인 코리아 러브인 트레인(60분, 8편) 암자(30분, 12편)
김홍희의 모터사이클 다이어리(30분, 10편)

4) UCC Zone(게시판-댓글 및 좋아요 기능 포함)

- ① 이미지 보기
- ② 동영상 보기

2. Mobile App 전용 메뉴 구성: 이미지&동영상 올리기 및 검색 기능 추가

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. TV App과 Mobile App을 연동한 서비스 구현

- 1) 4~5분 내외의 1,000여 개의 동영상 클립 및 그와 관련된 아티클(텍스트) 정보를 저장하는 데이터 서버 구축 *향후 확장성을 고려한 개발 설계
- 2) Mobile App을 활용하여 전송된 UCC 콘텐츠 저장 공간(서버) 개발
- 3) 동영상 및 데이터 이용, 사용자 인터렉션(댓글 및 좋아요 기능)을 위한 리턴 서버 개발
- 4) 데이터 업데이트 및 필터링을 위한 관리자 툴 개발 및 Admin 서버 구축
- 5) TV App(트리거 기능 포함)과 Mobile App의 데이터의 연동 기능 개발
- 6) 이용자 정보 보호 및 저장 데이터 보호를 위한 방화벽 설치

2. 각 Screen에 최적화한 UI 및 GUI 개발

- 1) TV 및 Mobile 등 매체에 적합한 UI 및 GUI 구성
 - ① 카테고리별 동영상 클립 및 아티클(기사 및 텍스트) 보기 기능
- '아티클'은 방송 프로그램에 소개 된 해당 동영상 클립의 여행지 정보
 - ② UCC (이미지 및 동영상) 보기 및 올리기 기능(*Only Mobile)
 - ③ UCC 콘텐츠에 댓글 및 좋아요 누르기 등 실시간 참여 기능 개발
- 2) 서비스되는 스크린 사이즈를 고려한 GUI 및 동영상 리사이징 기능
 - ① 기본 메뉴 구성이 각 스크린에 최적화 된 GUI 개발
 - ② 제공되는 정보(텍스트) 및 동영상 클립이 각 스크린에 적합한 사이즈로 노출
- 3) Mobile App의 '이미지 및 동영상 올리기' 기능의 경우 자체 사이즈 설정
<예> 1280*720, 800*480, 480*320 등 선택 기능
- 4) Mobile App을 이용한 데이터(이미지 및 동영상) 전송 시, 데이터 이용량 안내 고지

3. 배너 및 광고 매칭 기능

- App 활성화 시, 여행 관련 상품 이미지 또는 배너 광고 노출 기능 및 설정 관리 툴 개발

4. 서비스 플랫폼

- 1) TV: 올레tv
- 2) Mobile: iOS 및 안드로이드

※ 개발비 절감을 위해 올레tv의 경우 매쉬업 서비스(HTML) 방식과 결합한 개발 및 웹(홈페이지) 방식의 연동 설계

26	서비스명(장르)	양방향 인디뮤지션 쇼케이스 프로그램 ‘인디뮤지션 리그’(음악)
<p>I. 제안 의도</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 양방향성을 접목한 인디음악 전문 프로그램의 필요성 <p>Radio KISS ‘인디뮤지션 리그(가제)’는 아이돌 음악 이상으로 다양성과 세계적인 파급력을 지니고 있는 국내 인디음악을 대중들의 직접적인 참여를 통해 발굴하고 육성하기 위한 프로그램이다.</p> <p>한국콘텐츠진흥원이 2012년부터 진행해온 ‘뮤콘(MU:CON)서울’은 국내 인디음악을 전 세계에 알리는 글로벌 비즈니스 뮤직마켓의 역할을 톡톡히 해오고 있다. 특히 ‘뮤콘’을 통해 세계적인 음반 프로듀서와 레이블들이 국내 인디음악이 글로벌 뮤직마켓에서 충분한 가능성이 있다고 평가하는 부분은 매우 고무적이다.</p> <p>하지만 정작 국내 지상파 매체를 통한 인디음악의 방송 노출은 극히 제한적이다. 최근 몇 년 동안 우후죽순으로 생겨난 오디션 프로그램들의 대부분은 스타성을 통한 아이돌 성향의 뮤지션들의 등용문 역할을 해오고 있을 뿐이다. 다양한 장르 음악을 창작, 발표하고 있는 인디 음악인들에 대한 전문적인 평가와 함께 대중들의 안목을 높이는 전문 음악 프로그램은 전무하다고 볼 수 있다.</p> <p>올해로 대한민국의 인디음악 역사는 20년을 맞이했다. 1995년 홍대 인근의 클럽과 공연장을 중심으로 활동했던 인디 1세대들인 밴드 허클베리핀, 노브레인과 크라잉넛은 아직도 ‘홍대 앞’이라는 시·공간을 공유하고 있다. 이들이 활동했던 지난 20여 년 동안 인디음반의 발매량은 100배 가까이 늘었다. 한해 2500장(싱글, EP, FL) 가량의 인디레이블 음반이 쏟아져 나온다. 양이 곧 질을 보증하는 것은 아니지만 그만큼 다양해졌다는 지표로 읽힌다.</p> <p>하지만 예나 지금이나 인디의 숙제는 홍보와 유통이다. 수년 씩 땀을 흘려 음반을 내놓아도 사람들은 잘 모른다. 음반업계가 공통으로 겪고 있는 문제와는 전혀 다른 차원의 ‘생계’ 문제가 인디에서는 발생한다. 무슨 뽕족한 수가 따로 있겠는가? 미디어의 공정한 관심과 귀가 밝은 청중을 기다릴 수밖에 없다.</p> <p>Radio KISS는 2002년 3월 Sky-Life를 통해 국내 최초로 30개 채널의 디지털 오디오 방송을 개시했다. 2013년 3월부터 국내 인디음악 전문 채널인 ‘인디뮤지크스페셜’을 제작, 방송하고 있다. 인디뮤지크 전문 레이블, 유통사, 음악웹진, 대중음악 평론가, 한국대중음악상 선정위원들이 직접 프로그램을 진행하는 이 채널은 지난 2년 동안 한국 대중음악 전반을 아우르는 채널로 음악 마니아들의 사랑을 받아왔다. 특히 1만여 곡의 인디음악과 100여 팀 이상의 솔로 인디뮤지션과 그룹이 프로그램에 참여해 자신들의 음악을 소개하였다. 하지만 인디음악을 널리 알리는 전문채널로서의 역량을 확보하기 위해서는 보다 적극적인 청취자들의 참여와 관심이 절실히 필요한 상황이다. 고정형 플랫폼에서 방송되고 있는 라디오 방송은 다양한 관련 정보와 고음질의 음악 서비스에서는 이점이 있다. 하지만 즉각적이고 개인 밀착형이라는 라디오 매체의 장점을 제대로 발휘할 수 없는 한계성도 동시에 지니고 있는 것이다.</p> <p>이에 ‘인디뮤지션 리그(가제)’는 인디 뮤지션과 청취자, 제작자, 유통사, 전문 평가단이 함께 만들어가는 인디뮤지션들의 진정한 등용문이 될 수 있는 참여형 양방향 프로그램의 절실한 요구에서 출발하였다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 양방향성 앱을 통한 인디뮤지션 쇼케이스 프로그램 <p>국내 스마트폰 보급률이 인구대비 80%(2014년 말 기준)를 넘기면서 PC 보급률을 앞지르게 되었다. 이</p>		

에 따라 콘텐츠의 소비 행태는 고정형에서 모바일 환경으로 급속히 옮겨가고 있는 현실이다. 또한 단순히 듣고 보는 수동적인 소비형태를 벗어나 직접 참여하고 자신을 드러내는 ‘사회관계망서비스(SNS)’ 중심의 콘텐츠 소비와 공유가 자연스럽게 여겨지고 있다.

이미 TV프로그램에서는 스마트폰의 기능을 이용한 다양한 프로그램이 제작되고 있으며 새로운 기능이 추가될 때마다 신규 프로그램 포맷과 아이템의 등장이라는 선순환이 이뤄지고 있다. 하지만 라디오 매체에서의 도입은 다분히 제한적이다. 지상파 채널(FM)이 스트리밍 중심의 앱을 운영하고는 있지만 적극적인 양방향성 참여 프로그램은 찾아보기 힘들고, 단순한 게시판 기능과 선곡표 노출 등과 같은 PC 환경에서의 과거 서비스를 그대로 옮겨 놓은 것이 대부분이다.

그렇다면 음악성과 대중성을 확보한 인디뮤지션들에게 자신의 음악을 들려줄 문턱이 낮은 창구와 음악 애호가들이 충분히 감상하고 평가할 수 있는 열려진 공간의 필요성은 충분히 설득력이 있다. 아울러 인디뮤지션들에게는 높기만 한 음반, 음원 제작의 기회를, 제작사와 유통사는 보다 대중적인 뮤지션들을 공개적으로 검증할 수 있는 접점을 만들어 보면 어떨까?

본 프로그램은 스마트 폰의 양방향성 기능을 적극적으로 활용한 인디뮤지션 쇼케이스 라디오 프로그램이다.

II. 서비스 개요 및 구성

1. 기성의 인디뮤지션 또는 신진 음악인들에게 스마트폰에서 구현된 앱을 통해 자신의 음악(데모)을 직접 업로딩할 수 있는 공간을 제공. 청취자들과 전문가 그룹들이 평가하고 제작과 유통에 참여하는 쇼케이스 기능을 중심에 둔 프로그램.
2. 오디오 프로그램과 양방향 서비스를 결합하여 청취자가 방송 청취 중 스마트 기기를 이용하여 텍스트, 이미지, 영상 등의 형태로 제공되는 양방향 정보를 자유로이 선택 이용하여 프로그램의 내용을 보다 깊이 있게 이해할 수 있도록 하는 양방향 서비스 적용
 - 1) 텍스트 및 이미지
뮤지션 관련 기본 정보(프로필, 연주 악기, 활동 시작 연도, 이력 등)
 - 2) 영상 : 프로그램에 소개된 데모 녹음, 공연, 연습 현장 등의 관련 영상, 청취자 응원 동영상 메시지.
3. 소개되는 인디 음악 뮤지션에 대한 청취자들의 선호 평가를 수집
 - 1) 평가 기준 : 뮤지션의 음악적 매력, 음반 구매 희망지수 등
 - 2) 청취자별 뮤지션 선호도와 전문가 그룹의 평가 점수 통계 자료 공개
4. 동반 스마트 기기를 활용한 청취자들의 방송 참여 및 홍보 기능
 - 1) 청취자가 스마트 기기를 통해 자신의 의견을 적을 수 있는 게시판 운영
 - 2) 페이스북 등의 SNS와 연동하여 청취자가 프로그램을 다른 지인에게 추천 할 수 있는 홍보 기능 마련
5. 프로그램의 질적 평가를 위한 청취자의 프로그램 도달률을 측정할 수 있는 통계 기능 삽입
6. 프로그램에 소개된 뮤지션의 데모 음원과 기 방송 프로그램의 다시듣기 기능 적용
7. 전문가 그룹으로 참여하게 되는 제작사, 유통사 소개 및 링크
8. ‘인디뮤직스페셜’ 채널 실시간 스트리밍 기능

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. 인디 뮤지션 소개 기능

- 1) TV와 스마트폰을 통해 인디 뮤지션의 프로필과 이력 등을 소개하고 직접 촬영하여 제작한 VOD 영상을 제공
- 2) 스카이라이프 MHP 기반의 Thin VOD 기능 구현

2. 인디 뮤지션 음악 듣기

- 1) 인디 뮤지션의 음악을 선택하여 듣고, 애청곡을 관리할 수 있는 메뉴 제공
- 2) 스카이라이프 MHP 기반의 방송 다시듣기 AOD기능 구현

3. 스마트폰을 통해 데모 음원 업로딩

- 1) 인디 뮤지션이나 추천인이 스마트폰으로 데모 음원 업로드할 수 있는 기능 제공(등록, 수정, 들어보기)
- 2) 업로드된 곡은 TV와 스마트폰에서 들을 수 있도록 개발

4. TV용 / Mobile용 뮤직 플레이어 제공

별도의 화면에서 '나만의 플레이리스트'를 들을 수 있는 뮤직플레이어 제공

5. 알림 기능

- 1) '인디뮤직스페셜'에 편성된 프로그램 중에 청취자가 선택한 프로그램의 방송시간을 알려주는 기능(스마트폰 앱)
- 2) 자신이 선택한 인디뮤지션에 관련한 정보(좋아요, 신규 음원, 댓글 등)가 업로드 됐을 때 알림 기능

6. SNS 기능

- 1) 청취자의 음원 선호도, 응원 메시지, 리뷰, 관련 정보 게시 및 공유 기능
- 2) 참여하게 되는 전문가 그룹(제작사, 유통사, 전문 평가단)의 게시판

7. 자동 인기도 통계 기능

시청취자가 마이 뮤직으로 선택하고 재생한 음악은 자동 통계되어 인기도에 반영, 게시 기능

* 예시 화면

[채널 선택 초기 화면]



[데모 음원 리스트 화면]

인디뮤지션 리그

2013.02.27 08:45

빈지노(Beenzino)
24:26

조대훈
삼천리에서 100리

Found Tracks Vol.34
봉숙이

에피톤 프로젝트
45년

10cm
Nothing Without You

인디음악 인기 차트

인디음악 인기 차트	스마트폰 녹음곡 인기 차트
1 끝에는 끝없이 너와 나 요조	1 지구가 태양을 내면 bjuice
2 줄아보여 (feat. 검정치마) 비발진도	2 Come Back Home canocgi
3 Found Tracks Vol.34 - 봉숙이 장미여관	3 이제 그만 sweet711
4 고백 스탠딩 에그	4 사랑노래 같은 이별노래 letme
5 비오는 날엔 소심한 오빠들	5 그대와 나, 실례임 impact

● 공연소식 2014년 장미여관 애플 콘서트, 11월, 12월 서울 단독 콘서트와 전국 투어 콘서트에서 미처 다 보아... ● 나의 인디뮤직 리스트 ● 나가기

[참가 뮤지션 세부 정보]

인디뮤지션 정보

24:26
빈지노(Beenzino)

발정
★★★★★
EP
장르
힙/힙합/인디
발매일
2012.07.03
유통사
제뉴인뮤직

모두가 기다려온 Beenzino의 첫 솔로 앨범 [24 : 26]
2009년 혜성처럼 나타나 실력을 인정 받으며 단숨에 최고의 MC 대열에 선 Beenzino.
프로젝트 팀 Jazzyfact와 Hot Clip으로 꾸준히 좋은 음악을 선보여 온 그의 솔로 앨범은 그동안 힙합 팬들 모두가 기다려온 앨범이라고 해도 과언이 아닐 것이다.
이제 마침내 그의 솔로 EP 앨범 [24 : 26]가 발매된다.

대표곡 보기 앨범 주문 안내 공연 입장권 신청

● 공연소식 2014년 장미여관 애플 콘서트, 11월, 12월 서울 단독 콘서트와 전국 투어 콘서트에서 미처 다 보아... ● 나의 인디뮤직 리스트 ● 나가기

[참가 뮤지션 음원 인기차트(스마트폰)]

인디뮤직 스페셜

인디 뮤지션 차트

1. 끝에는 끝없이 너와 나 요조	▶
2. 줄아보여 (feat. 검정치마) 비발진도	▶
3. 봉숙이 장미여관	▶
4. 고백 스탠딩 에그	▶
5. 비오는 날엔 letme	▶
6. 그렇게 그런 사이 장미여관 & 정글들	▶
7. 제이연에스 제이연에스	▶
8. 가억의 거리 지아레브	▶

● 공연소식 2014년 장미여관 애플 콘서트, 11월, 12월 서울 단독 콘서트와 전국 투어 콘서트에서 미처 다 보아... ● 나의 인디뮤직 리스트 ● 나가기

I. 제안 의도

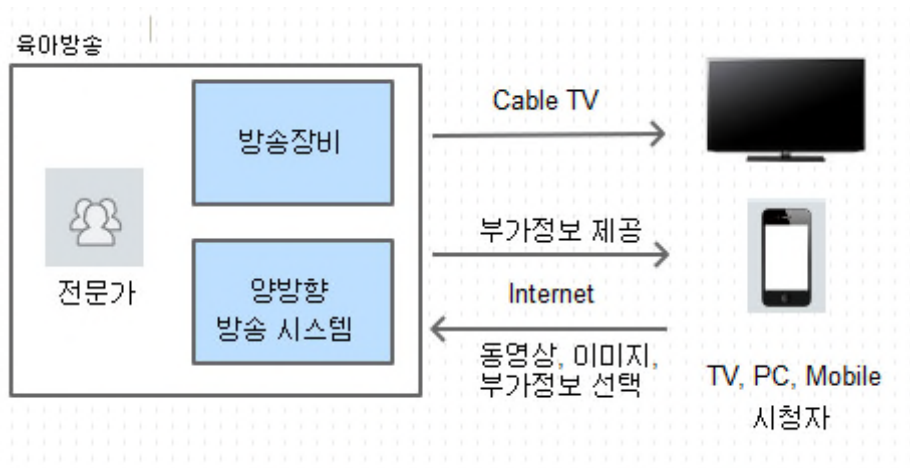
육아방송은 국내 유일 육아전문 방송국으로서 육아전문가와 시청자들 간의 소통을 위하여 상담 서비스를 실시하고자 합니다. 방송국은 상담을 위하여 다양한 정보를 제공하고자 하나, 1개의 채널이라는 방송의 특성상 제공하는 정보의 한계가 있습니다.

이를 해결하고자, 인터넷과 앱을 이용하여 방송 중 다양한 부가정보를 제공하고, 시청자가 부가정보를 선택하게 하여, 선택된 정보를 이용하여 상담 및 방송에 활용하고자 합니다.

이는 양방향 방송 프로그램의 제작과 목적에 부합하는 것으로 판단됩니다.

II. 서비스 개요 및 구성

- 서비스: 육아전문가 상담 서비스
- 육아전문가: 소아과 의사, 산부인과 의사, 보육전문가, 요가강사, etc



- 기존 방송은 Cable TV로 방송 송출
- 방송국에서는 상담에 필요한 방송부가정보(동영상, 이미지, 텍스트)를 인터넷(웹)으로 제공
- 시청자는 앱을 통하여 상담에 필요한 동영상, 이미지를 업로드 하고, 제공되는 방송부가정보를 선택
- 전문가 및 방송국은 업로드된 동영상, 이미지와 선택된 방송부가정보를 상담 및 방송에 활용

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

양방향 방송 시스템

- 인터넷 실시간 방송 송출
 - * 미디어 스위칭 기능
- 부가정보(동영상, 이미지, 텍스트) Upload 기능
- 시청자 앱 연동

시청자 앱

- 부가정보 Display 및 선택
 - 동영상, 이미지, 텍스트 etc
- 동영상, 이미지, 텍스트 등 Upload
- 기타 UI
 - 투표, 시청자 퀴즈, etc

I. 제안 의도

※ 스마트폰은 이제 1인 방송이 가능한 기기로 진화했다. 스마트폰은 지금 방송사의 중계차와 카메라 역할까지 대체 할 수 있을 정도가 되었다. 스마트폰을 갖고 있는 시청자라면 누구나 pd, 기자, 리포터가 될 수 있는 시대다.

KBS '6시 내고향'은 이장, 부녀회장, 선장 산림 감시원등 다양한 고향 지킴이가 영상통화로 방송에 참여해 내 고향 소식을 전해주는 '내고향 통신원' 코너를 개발해 전 국민 스마트 네트워크 시대를 앞당기고자 한다.

II. 서비스 개요 및 구성

※ KBS '6시 내고향'은 프로그램 코너 중 하나를 '내 고향 통신원'으로 개발해 시청자가 직접 방송에 참여하는 양방향 방송의 과정을 통해 방송을 전 국민과 함께 제작할 수 있도록 한다. 본 코너는 동시에 4명 이상의 내고향 통신원이 접속하여 다양한 사진 동영상 등을 보여주며 고향소식을 전해 주게 된다. 평소에는 고향소식을 전해주고 재난 재해 발생 시 신속하게 현장의 목소리를 전하는 기능도 하게 되는 전 국민 네트워크 방송이다.

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

- 스마트 폰 운영체제 (IOS, 안드로이드)에 상관없이 영상 통화 기능 연결
- 방송에 활용될 수 있는 수준의 영상 품질
- 지역 네트워크의 장점을 부각할 수 있도록 다자간의 동시 접속 지원
- 셀카 모드에서 후방카메라 모드로 변경 시 화면 끊김 협상 없을 것
- 중장년층까지 쉽게 이용할 수 있는 사용자 친화적 UI

* 6시 내고향은 2/17(화) '설 특집 고향가는 길' 방송을 통해 '내고향 통신원' 시험방송을 마쳤으며 향후 정규 코너로 개발 가능성을 테스트하고 있음.

* 양방향 프로그램 제작지원 사업에 선정 되면 시험방송을 통해 구축된 경험으로 국내 방송환경에 최적화 된 앱 개발을 함께 할 수 있다고 판단함.

* 제작되는 애플리케이션은 KBS의 방송프로그램에 직접사용되므로 애플리케이션과 제작사의 신뢰도를 높이고 대외적인 홍보효과를 높일 수 있다

* 스마트폰 생방송은 뉴스 등의 프로그램 등 접목될 수 있는 분야가 많고, 통신 기술의 발달에 따라 급성장이 확산 예상되는 새로운 방송 모델로 예상된다.



그림 1 시험방송장면



그림 2 시험방송(녹화)



그림 3 시험방송(생방송)

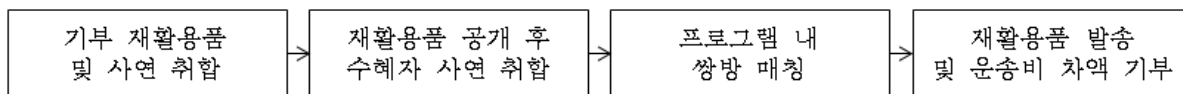
2015.2.17.(화) 스마트폰 영상통화로 시험 방송한 KBS '내고향 통신원'

I. 제안 의도

TV 쇼 프로그램과 Smart Device 기반 양방향 어플리케이션의 결합을 통해 프로그램의 진행에 시청자가 직접 참여할 수 있도록 하는 양방향성을 구현하고 기부자가 제공하는 용품이 가장 필요한 곳에 적절하게 재활용되도록 무상 제공될 수 있게 하는 프로그램 개발

II. 서비스 개요 및 구성

1. 서비스 개요



2. 프로그램 구성

- 쇼 프로그램 형태로 기본 구성
- 사전에 기부자 및 재활용품에 대한 사연 취합 및 촬영
- 수혜자 사연 취합, 공개 후 시청자가 적절한 당첨자에 투표함
- 수혜자에게서 운송비 수령 후 실비와의 차액을 기부하는 방식

III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

1. 어플리케이션 필수 구현 기능

1) 회차별 게시판 기능 (사용자 게시글 업로드 및 피드백 기능)

- App. 사용자가 직접 자신이 용품이 필요한 사연을 게시판에 업로드 하고 다른 사용자들이 해당 게시물에 피드백하는 기능 제공

2) 회차별 스포츠 용품 소개 페이지 기능

- 사용자가 세부 정보를 얻을 수 있도록 하는 용품 소개 페이지 제공

3) 회차별 당첨자 선정 투표 기능

- 해당 회차의 당첨자를 다른 시청자 및 사용자가 직접 투표할 수 있도록 하고 실시간 데이터를 취합해 결과를 노출하는 기능 제공

2. 추가 구현 요구 기능

1) 개인 정보 취합 및 관리

- 용품의 정확한 배송을 위해 App. 내에서 회원 가입 시 사용자들의 주소 및 연락처 취합이 필요하므로 해당 개인 정보에 대한 취합과 관리에 필요한 기능 개발 필요

2) 데이터 서버 유지 및 보수 관리

- App. 및 서비스 유지에 필요한 데이터 전용 서버 구축, 유지, 관리기능 제공 요청

30	서비스명(장르)	60초 모바일 뉴스(뉴스)
		<p>I. 제안 의도</p> <p>○ 본격적인 모바일 시청 환경 도래</p> <p>대한민국 스마트폰 보급률은 84.1% (2014년 12월 미래창조과학부 발표)</p> <p>미디어 이용 현황은 이동형 인터넷(스마트폰, DMB 등) 이용률의 급상승세 속에 30대의 경우 이동형 인터넷 이용률이 95.8%로 텔레비전(92.8%)을 앞질렀으며, 2013년 대비 2014년 뉴스 이용률은 모바일(55.3%→59.6%), 소셜미디어(19.9%→20.7%), 모바일앱(10.4%→12.5%)에선 증가한 반면, 텔레비전 뉴스(93.8%→87.1%), 종이신문(33.8%→30.7%) 등 전통 매체의 이용은 하락 (2015년 1월 한국언론진흥재단 발표)</p> <p>바야흐로 스마트폰 대중화에 따른 본격적인 ‘모바일 시청시대’ 도래</p> <p>이제 모바일 시청자 증대에 따른 스마트 시청 환경의 최적화를 위한 방송 콘텐츠의 형식적, 내용적 변화는 선택이 아닌 필수를 맞은 상황.</p> <p>○ 최적의 모바일 시청을 위한 미디어 속성은?</p> <p>모바일의 미디어 속성은 초미니 콘텐츠, 소셜·공유, 큐레이션 등이 키워드.</p> <p>TV 앞에서 편성 시간을 기다리던 TV 세대는 줄어들고, Zero TV 가구가 증가하며, 스마트 기기를 통해 시청자들이 보기 편하게 채널 단위→프로그램 단위→클립 단위로 조개서 보기가 일반화 됨.</p> <p>이로 인해 기존 콘텐츠의 재가공 또는 재구성(큐레이션)을 통한 모바일의 초미니 콘텐츠 포맷이 하나의 경향으로 등장함.</p> <p>이 과정에서 기존 제작자(방송사, 프로덕션 등)이 아님에도 불구하고 인기 있는 1인 창작자(1인 제작 • 1인 방송)들을 발굴하고 양성, 지원해서 이들을 다양한 스마트 기기 기반의 다수 멀티미디어 방송 채널에 노출, 수익을 함께하는 MCN(Multi Channel Network)도 국내외적으로 활성화 중. 또한 동영상 콘텐츠들의 주요 노출 통로(채널)로 VOD 중심의 유튜브 및 커뮤니티 기반의 페이스북 등 SNS를 통한 공유가 모바일 콘텐츠 소비를 주도.</p> <p>○ 모바일 최적화 콘텐츠 관련 국내외 동향</p> <p>이미 이 같은 추세는 전 세계적인 경향으로</p> <p>‘서카(Circa)’와 ‘나우디스뉴스(Nowthisnews)’, ‘업워드(Upworthy)’, ‘버즈피드(Buzzfeed)’등 모바일 최적화를 표명한 뉴스 기반 콘텐츠 서비스가 선풍적인 인기를 얻고 있고 미국의 경우 ABC와 같은 오랜 전통의 지상파도 작년 말 모바일의 페이스북 이용자들을 위한 전용 영상 뉴스인 일명 Face Cast를 선보이는 등 콘텐츠 부문의 변화가 가속 중.</p> <p>국내에서도 전문 채널(PP) 등을 중심으로 예능 등 일부 장르에서 이 같은 시도가 이루어지고 있으나, 지상파의 경우 특히 뉴스·교양 등 기존 장르에서는 아직 변화 기류가 적음.</p> <p>이에 지상파방송사로 보도, 교양, 오락 전 분야 종합편성을 실시하고 있으며 한편, 지난 10년간 모바일 환경의 이동 시청자를 위한 전용 방송 경력과 스마트폰 기반의 양방향 방송 참여 시스템(스마트 DMB)을 구사해 서비스 중인 지상파DMB는 기존 지상파방송 뉴스의 모바일 특화 및 변화 시도를 위한 최적의 매체.</p>

○ 모바일시대를 맞아 지상파 최초로 시도하는 양방향 뉴스 MCN 방송

지상파DMB QBS의 '60초 모바일 뉴스'

모바일 전용 매체인 지상파DMB의 강점을 최대한 발휘하여 모바일 퍼스트를 기치로 모든 아이템의 '60초 다이제스트 뉴스'를 기본 포맷으로 하며 DMB를 통한 방송 외에도 인터넷 언론, SNS, 포털 TV캐스트 등에 동시 서비스 예정.

이 과정에서 방송사가 직접 양산하는 자체 뉴스 콘텐츠 외에 블로거, 시민기자, 예비언론인(학생) 등 각 분야의 전문 지식 및 능력을 갖춘 재능 있는 일반 시청자도 뉴스 창작자로서 참여할 수 있도록 방송사의 스튜디오 등 제작 인프라와 뉴스 영상, 전문 프로듀서 및 전·현직 언론종사자의 방송 교육을 포함한 제작·지원과 함께 심사를 통해 실제 방송·편성 기회를 제공하는 MCN 시스템을 도입해 시청자가 직접 뉴스에 참여하는 궁극의 양방향 방송뉴스를 지상파 최초로 시도하고자 함.

현재 언론·방송 관련 대학 및 아나운서 아카데미 등 유관 기관들과 산학협력 형태의 참여 논의를 진행 중이며, 시청자의 뉴스 직접 참여로 방송의 공공성 확보라는 의의와 함께 특히 예비 언론인인 학생들의 경우 사회 진출 전 관련 경력의 양산이라는 이점에 대해 긍정적 반응을 보이고 있어 궁극적으로 일자리 창출과 연계된 역할도 기대되며, 대학 및 아카데미 등은 이 같은 MCN 과정을 포함한 교육 커리큘럼으로 연계하는 것도 고려 중으로 산학협력 및 실무 교육 효과 외에 신규 방송 산업 모델로 확대 역할도 기대.

II. 서비스 개요 및 구성

○ 모든 뉴스 아이템은 60초 (모바일) 포맷에 승부한다!



< QBS 60s Mobile News . com >

- ▶ Today 60s (오늘의 주요 뉴스 브리핑)
- ▶ Best MCN 60s (MCN 인기 뉴스)
- ▶ Safe 60s (60초 재난·안전 상식)
- ▶ 60s VS 60s (60초 찬반 토론)
- ▶ 60s Interview (60초 인터뷰)
- ▶ 60s TV (60초 방송 소개)
- ▶ 60s Music (60초 음원 소개)
- ▶ 60s Movie (60초 영화 소개)
- ▶ 60s 칼럼 (60초 분량의 글 소개)

·
·
·

- ▶ 60w Comment (60자 댓글)

→ 시청자 댓글 60자내 제한

○ DMB 양방향 미들웨어 '스마트DMB' App 기반의 모바일 양방향 뉴스 UI 구현

ex) 상단 DMB 방송(뉴스) + 하단 연동형 정보(멀티미디어) 양방향 뉴스 참여 User Interface



○ 방송·언론·소셜·포털을 아우르는 모바일 맞춤형 종합 뉴스

본 뉴스 서비스는 DMB 주시청시간대인 주중 출·퇴근 시간대(오전 7~9시, 오후 6~9시) 총 5시간의 방송 Time-Break 시간대인 매시간 57분대에 60초씩 1일 5회 편성할 계획.

단, 제작된 뉴스는 지상파 전파를 통한 1회 방송의 형태가 아닌 방송 뉴스 편성과 동시에 해당 영상(VOD)+ 기사(Text) 포맷의 인터넷(모바일) 멀티미디어형 뉴스로 재구성해 60초 모바일 뉴스(www.Mobile-60sNews.com) App(or Web)으로 1차 노출하고 페이스북, 트위터, 유튜브, 네이버TV 캐스트 등에 일시에 게재하여 지상파 방송 + 인터넷언론(모바일) + SNS + 포털 TV캐스트의 동시 서비스를 구현

모바일 미디어의 장점인 참여·공유의 특성을 반영한 맞춤형 종합 뉴스 시스템으로 뉴스 콘텐츠의 실질적인 파급 효과를 제고할 예정임.

○ 뉴스 MCN을 위한 방송 및 제작/교육 인프라 지원

2012년 이래 3년 연속 방송통신위원회의 방송평가 DMB 전국 순위 1위,

2013년 KISA, 2014년 KCA 양방향 방송제작지원 부문 '우수' 평가의 지상파방송사인 QBS의 전문 프로듀서 및 현·전직 언론종사자의 뉴스 기획·제작 교육, 스튜디오·카메라·편집기 등 제작 설비, 연합뉴스의 뉴스영상 및 기사자료 사용권 등

제반 여건은 물론 지상파 종합편성 채널 자격에 의한 보도(종합뉴스) 편성권까지~ 재능 있는 일반 뉴스 창작자들에게 실제 전반적인 뉴스 제작·편성의 기회를 제공하는 열린 뉴스 MCN(Multi Channel Network) 시스템을 도입해 전격 지원할 예정임.

단, 실제 뉴스의 최종 방송 편성의 경우

일반 뉴스 창작자들의 제작 콘텐츠에 대해 ①내부 전문가의 데스크(심사)과 함께 ②모바일 뉴스 앱(웹)상에 사전 공개를 통한 시청자 의견(심사)가 동시에 반영되어 방송(뉴스)의 On Air 여부가 최종 결정되는 양방향 시청자 뉴스 평가 시스템 도입 예정

※ 기타 세부 콘텐츠 개요는 보안상 설명을 생략함.



III. 앱 개발사 대상 양방향 기능에 대한 요구 사항

○ 모바일 퍼스트 양방향 뉴스 구현을 위한 CMS 앱 구축의 필요

뉴스 편성권, 전문 인력, 스튜디오·카메라 등 제작설비, 연합뉴스 보도영상 사용권 등 뉴스 제작 및 MCN 참여를 위한 기본 인프라는 플랫폼사가 기 구축 및 보유중임.

단, 서비스 개요에서 소개한 바와 같이

본 뉴스 서비스는 방송 뉴스 편성과 동시에 뉴스 영상(VOD)+ 기사(Text) 포맷의 인터넷(모바일) 멀티미디어형 뉴스로 재구성되어 Mobile-60sNews.com에 게재하는 형태로 인터넷(모바일) 언론사로서의 CMS(contents management system) 기능과 함께 유튜브, 네이버TV캐스트, 페이스북, 트위터 등에 동시 편성 및 서비스가 가능하도록 일원화되고 효율적인 최적화 CMS 구현이 포함된 모바일 어플리케이션의 개발이 요구됨.

이러한 구현의 기반은 스마트기기 전용 DMB 어플리케이션이자 양방향 방송 미들웨어로 현재 약 900만 다운로드의 대중화된 방송 전용 App인 '스마트DMB'에서 이루어지며, 본 스마트DMB를 통해 스마트폰의 상단은 방송 뉴스, 하단은 해당 방송 내용과 실시간으로 연동되는 멀티미디어 뉴스 정보가 매칭 되도록 1차적 양방향 UI를 구현하고, 2차적으로는 특히 일반인 개인 뉴스 창작자들의 MCN 뉴스의 최종 방송 여부 심사에 모바일 뉴스 앱(웹)상에 사전 공개를 통한 시청자 의견(심사)가 동시에 반영되어 실제 방송(뉴스)의 On Air 여부를 시청자가 함께 결정할 수 있는 시청자 뉴스 평가 시스템을 구현하는 양방향 기능이 역시 중요한 개발 요건임.

이 같은 모바일 퍼스트 양방향 뉴스 서비스 구현을 위한 특화 CMS App을 스마트DMB 어플리케이션(DMB 미들웨어)내에 최적 구축할 전문 앱 개발사 필요하며 본 KCA의 지원을 통해 앱 개발사와의 공동 협력을 기대함.