



위성**DMB** 정책현안과 시장전망

2004. 5. 1

TU Media Corp.

목 차

I. 위성DMB 개요

II. 사업추진계획

III. 정책현안

IV. 시장전망

목 차

위성**DMB** 개요

- 1. 서비스 개념**
 - 2. Network 구성**
 - 3. 제공서비스**
 - 4. 수익모델**
-

위성 **DMB** : 신개념의 이동멀티미디어 방송 서비스 (*Satellite Digital Multimedia Broadcasting*)



Mobility

- 기존 방송의 공간적 한계 극복(150Km/h 이상)



Personal

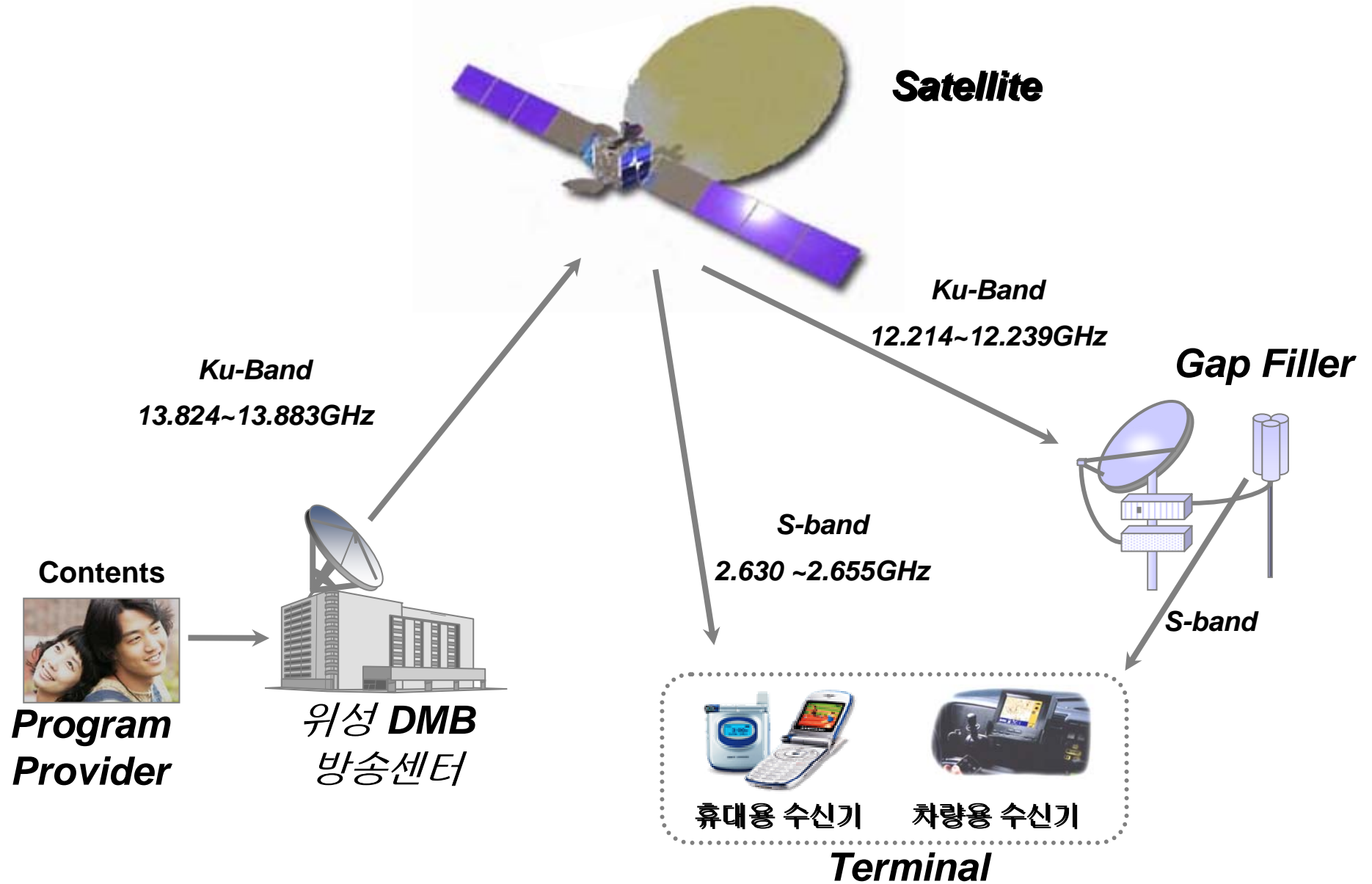
- 개인형 매체 : 내 손안의 TV, 나만의 방송
- **Device Convergence** : 방송과 통신 동시 사용



New Media

- 영상, 음성, 데이터 등 다양한 콘텐츠
- 차별화된 시장 환경 확보

2. Network 구성



3. 제공 서비스

Video
(11~12개)

Audio
(25~28개)

Data
(1~3개)

편성방향

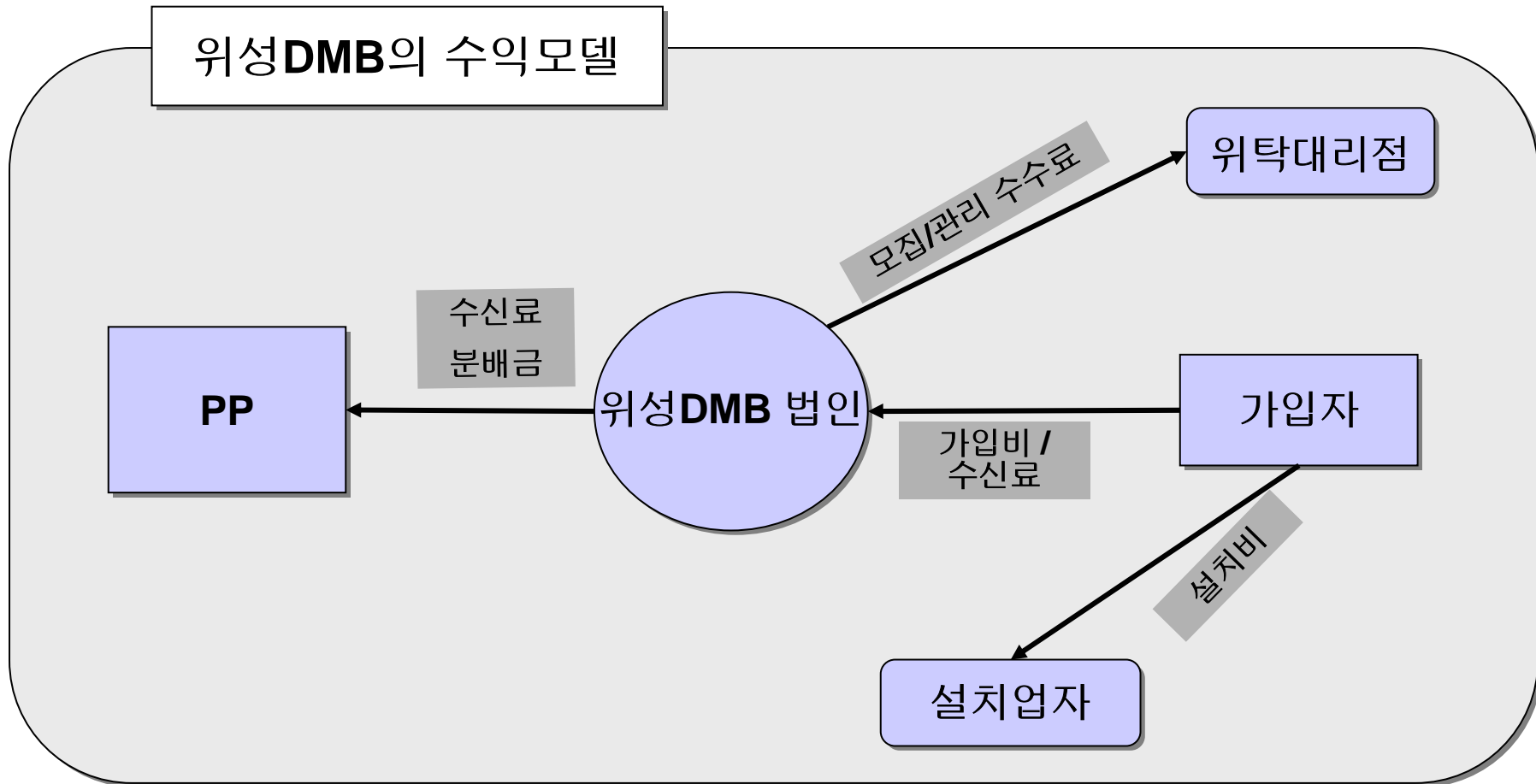
- 이동환경 및 소형화면에 맞는 콘텐츠를 개발, 편성함으로써
국내영상산업 발전 및 활성화 기여
 - 아마추어 영화인 등이 제작한 단편영화 적극 발굴 및 편성
 - 애니메이션 제작 지원 및 적극 편성
 - 독립제작사, 제작 능력 갖춘 중소 PP 등에게 모바일 콘텐츠 제작 기회 부여
 - 이동환경에 맞는 드라마 등 오락물 제작 기회 제공

- 자체채널 프로그램 전량 외주 제작 : 프로그램 제작업계 활성화에 기여

- 모바일 및 퍼스널 매체 특성을 활용한 방송의 공익성 제고
 - 수해 등 재난 발생 시 긴급재해 방송 우선적 편성
 - 미야 찾기 등 공익 기능 강화 서비스 실시

- 다양한 고객 니즈를 충족하는 채널 및 장르 제공
 - 정보, 교양, 오락 채널을 균형 있게 편성
 - 고객의 생활 패턴(시간, 장소, 상황)을 고려한 채널 및 장르 구성
 - 외국어방송(오디오 채널) 등과 같은 교육 채널 편성
 - 시청자 수요 충족을 위한 지상파 채널 편성

4. 수익모델



※ 가입비 : 가입시 1회 정액(20,000원)

수신료 : 월정액 요금(12,000~15,000원)

목 차

사업추진계획

- 1. 사업진행경과**
 - 2. 사업추진구도**
 - 3. 컨소시엄 구성 현황**
 - 4. 투자계획**
 - 5. 인프라 구축 계획**
 - 6. 단말기 개발 계획**
-

1. 사업진행경과

2001년	9월	ITU에 위성궤도 등록 신청
	12월	분당 실험국 개설
2002년	10월	일본 MBCO사와 Basic Agreement 체결
2003년	2월	위성DMB정책방안 의결 (방송위원회)
	4월	- 정통부의 위성DMB 기술표준확정(System-E)
		- 삼성전자와 단말기의 포괄적 개발 협정 계약
		- 기상청과 재해방송 협정서 체결
9월	- 일본과 주파수 조정 합의	
	- MBCO사와 위성 공동소유 계약 체결	
12월	- 정통부 위성DMB 기술기준 고시	
	- 위성DMB 컨소시엄 구성 및 법인 설립	
2004년	3월	- 방송법 개정안 국회 통과
		- DMB용 전용 위성 '한별' 발사 및 궤도 안착

※ 현재 3본부 1실 체제 80여명 규모로 위성DMB사업 추진 중

2. 사업추진구도

지상파, PP, CP

- 프로그램 공급
- 새로운 플랫폼의 탄생으로 사업기회 확대
⇒ **Window** 효과 극대화

장비제조 업체

- 단말기 제작, 공급
- **G/F** 등 장비 공급
⇒ 생산시장 및 경제 활성화

위성DMB 법인

- 플랫폼 운영
 - 방송센터, **G/F** 등 제반 설비 설치, 운영
 - 마케팅 수행
 - 연계 사업 추진
- 새로운 콘텐츠 유통 창구
 - 시청자 접근성 확대

SK 텔레콤

- 전송 네트워크 제공
 - 위성체 운영
- **DMB**사업 위한 관련 인프라 협력
 - 유통망, 기지국 등 공동 사용
 - 관련 기술 제공

일본 MBCO (도시바)

- 위성 공동 구매
- 상호 교차 투자
- 지적재산권 (**IPR**) 사용

3. 컨소시엄 구성 현황

- '03.12월 법인설립 이후 두 차례의 유상증자를 통해 성공적으로 컨소시엄 구성 완료
- Value Chain 상 다양한 핵심역량 보유업체를 중심으로 주주 구성
 - 단말기업체, 지상파, PP, 중계기업체, 대리점 등 150개 업체 참여

설립 경과	발기설립('03.12) (325억원)		1차 증자('03.12) (누적 : 846.3억원)	2차 증자('04.2) (누적 : 1,217억원)
구분	주요 참여업체		참여업체 수	지분비율
대주주	SK텔레콤		1	30%
해외협력사	MBCO		1	10%
제조업체/ 유통업체	단말기 제조사	삼성전자, LG전자 팬택&큐리텔	137	31%
	중계기 업체, 통신기기, 대리점 등			
지상파/PP /언론사	SBS		6	7.8%
	CJ미디어			
	YTN, 한경와우, MBN 등 PP			
금융/투자 /기타	하나은행, 우리사주 등		5	21.2%

4. 투자 계획

SK Telecom
1,668억원

- 위성 투자 : **1,008**억원
- 지분 투자 : **660**억원
 - 일본MBCO : **270**억원
 - 위성DMB법인 : **390**억원

※2003년 투자집행 완료

위성DMB
법인
3,160억원

- 방송센터 : **570**억원 (투자집행 중)
- Gap Filler : **2,330**억원
- 경상투자 : **260**억원 (일부 집행)

5. 인프라 구축 계획

위성



- 설계 및 제작회사 : Space Systems/Loral
- 위치 : 동경 144 도
- 중계기 수량 : Ku-Band 4개, S-Band 36개 (한국 Ku-Band 2개, S-Band 12개)
- 수명 : 12년
- 용도 : 위성DMB 전용

방송센터 구축

• 방송센터 구축 기본 설계	'02.12.
• 방송센터 구축 SI 및 CAS 업체 선정	'03. 3.
• 방송센터 상세설계 완료	'03. 5.
• 영업정보시스템 ISP(정보전략계획) 수립	'03. 6.
• 부대시설 공사 진행	'03.7~



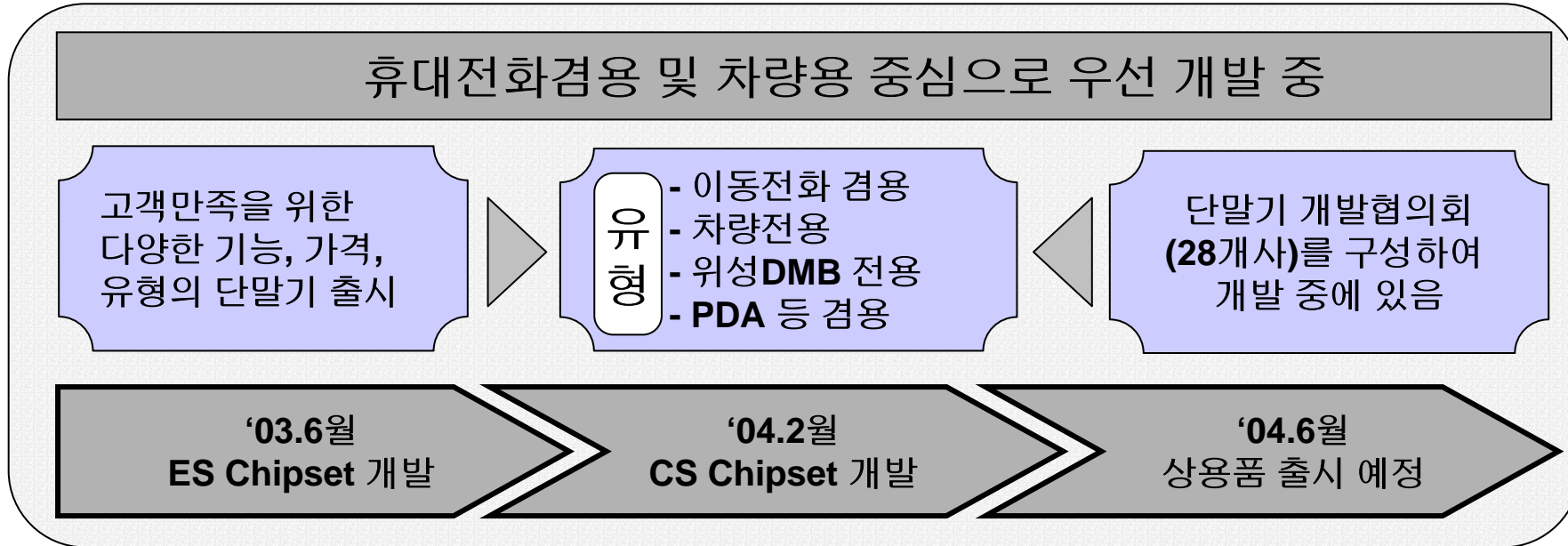
• 방송센터 구축 완료	'04. 4.
• 방송센터 종합연동 시험	'04. 5.
• 실험 방송	'04.5.~

G/F 개발 및 망 구축

G/F 개발 현황	
<input type="checkbox"/> 지상형 G/F	-현황 : '03.10 상용품 개발 완료 현재 상용시험진행 중
<input type="checkbox"/> 지하철용 G/F	-현황 : 상세설계 진행 중 -개발시기 : '04. 4

G/F망 구축현황	
<input type="checkbox"/> 서울지역 40개 국소 시험망 구축 운용 중	- 기간 : 2003년 10월 ~ - Field Test 및 음영지역 분석 - Engineering 기준 수립 및 장비성능 개선
<input type="checkbox"/> GF 시설공사 개시('04. 3월)	
<input type="checkbox"/> GF구축 및 최적화 완료 (~ '04. 6월)	
<input type="checkbox"/> 상용서비스 가능 ('04. 7월~)	

6. 단말기 개발 계획



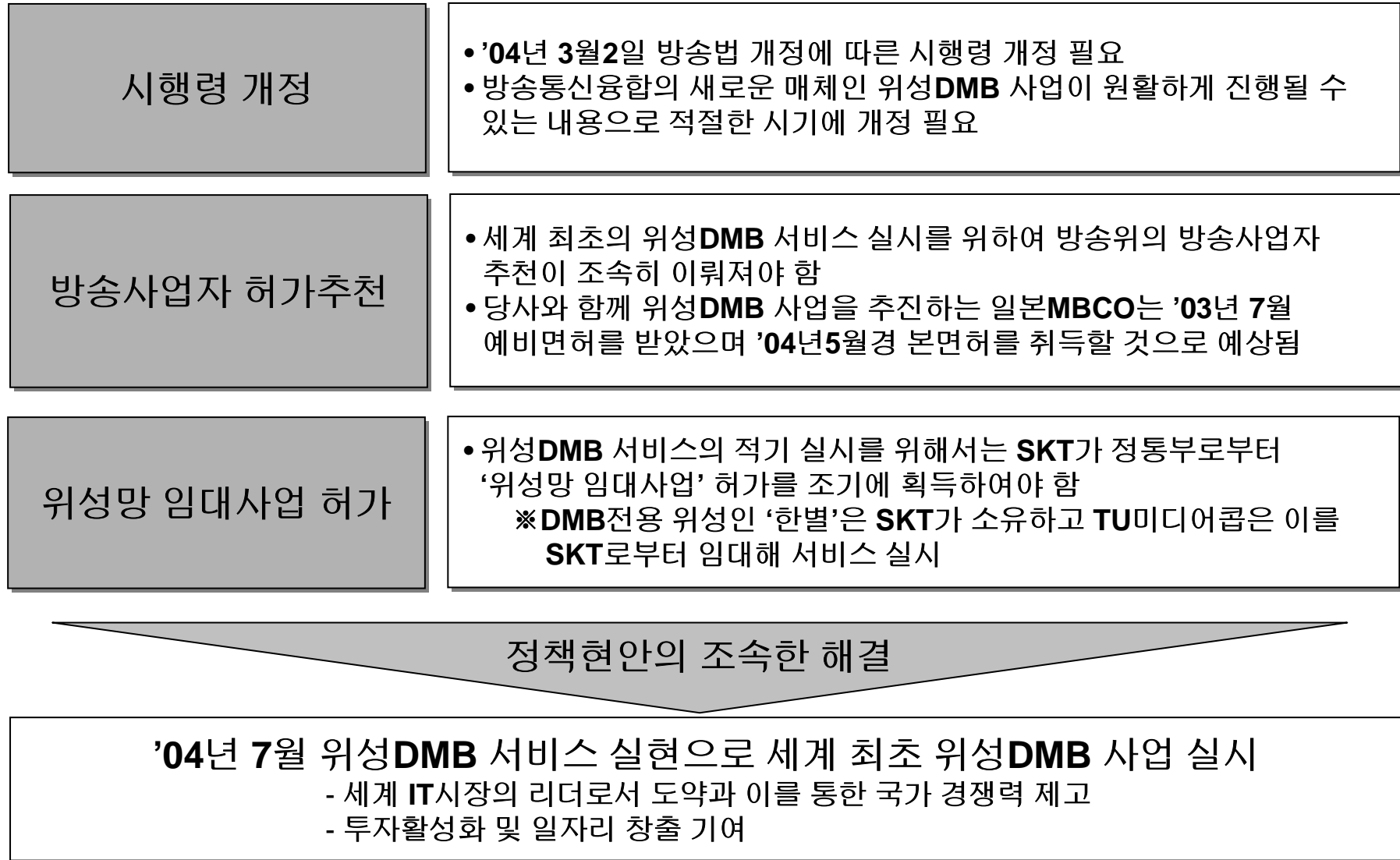
구분		휴대 전화 겸용	차량 전용
개발 방향	Target	20~30대 직장인/학생	30~40대 차량 운전자
	화면크기	2~3 인치	5~7 인치
	개발방향	시청 중 통화, 다운로드 서비스	차량 오디오와 연결
예상 소비자 가격		기존 단말기 가격 + 15만원 수준	50 ~ 60 만원 수준

목 차

정책현안

- 1. 법령개정 및 사업허가 관련**
 - 2. 사업운영시 규제**
-

1. 법령개정 및 사업허가 관련



※ 일본은 '04년 7월 상용서비스를 실시할 예정임

2. 사업운영시 규제

지상파 재송신

- 방송법상 방송위원회 승인사항
 - 방송매체간의 균형 발전
 - 시청자의 권익보장
 - 지역적, 사회적, 문화적 필요성/타당성
 - 승인여부 결정시 이해관계자의 의견청취
- **Skylife**의 지상파 재송신 **Issue**
 - **CATV**와 전국방송간 경쟁
 - 지역민방과 서울지역방송간 종속 관계
 - 지역민방과 **CATV**간 관계
- 위성**DMB**의 지상파 재송신
 - 기존 고정방송의 보완적 매체

단말기 호환성 확보

- 기술표준 상이
 - 위성**DMB** : **System E**
 - 지상파**DMB** : **System A**
- 기술적으로 결합단말기 생산 가능
- 비용전가 이슈

※ **Cellular + PCS** 겸용 단말기 실패 사례
→ 시장의 선택

2. 사업운영시 규제(계속)

이동통신시장의 공정경쟁 Issue

- 모든 이동통신 가입자의 위성**DMB** 서비스 가입이 가능하도록 이동통신 **3사**와 동등한 조건의 포괄적 사업협력계약 체결 예정
 - 현재 사안별 실무협의 중

유통망 공유

- 판매위탁계약
- 판촉물 및 **SI**지원

단말기 개발

- 단말기 규격 제공
- 단말기 개발을 위한 협의

전산

- **Web**기반 영업전산 시스템 구축 및 제공

기타 협력방안

- 가입자에 대한 각사별 통합 요금청구
- 고객편의를 고려 고객정보 공유범위 협의

목 차

시장 전망

1. 시장조사 개요
 2. 시장조사 결과 요약
 3. 기존 방송과의 관계
 4. 지상파**DMB**와의 관계
 5. 기타 매체와의 관계
 6. 시장 전망
 7. **Tipping or Chasm**
-

1. 시장조사 개요

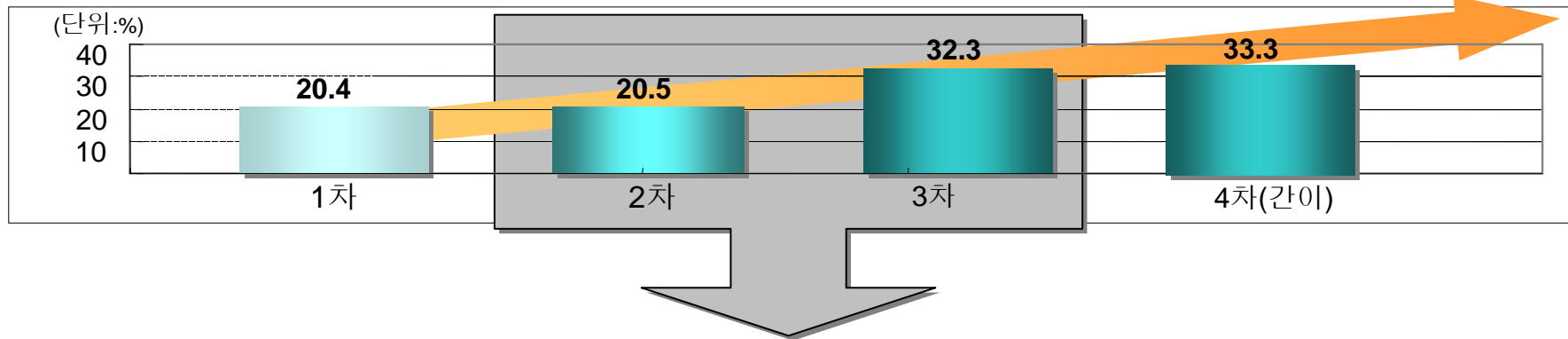
□ 지난 3년간 총 4회 시장 조사 실시

구분	1 차	2 차	3 차	4 차
조사일시	'01.8~9	'02.2~3	'02.10~12	'03.7 (Quick Survey)
조사기관	한국갤럽	한국갤럽	동서리서치	동서리서치
조사목적	사업성 분석	수요예측	STP전략	June 가입자 대상 선호도 비교
조사대상 (단위 : 명)	1,200	1,000	2,000	300
조사방법	정량/정성	정량/정성	정량/정성	정량

2004년 상용화 시점에 적합한 최적의 위성DMB 서비스 안을 마련하기 위해 지속적으로 주요 시기별 위성DMB의 경제적 타당성 및 시장/소비자 요구 정밀 분석

2. 시장조사 결과 요약

■ 가입의향률 및 소비자 니즈의 지속적 증가



■ 위성DMB 가입이유

출퇴근시 이용	32.4%
이동 중 스포츠경기 시청	19.8%
여행/외출시 이용	13.0%
야외 활동시 여유시간 활용	10.1%
기분전환/휴식용	6.3%
다양한 채널 이용	10.1%
기타	8.3%

■ 고객 선호도

Contents

- 지상파 선호도가 높음
 - 지상파TV>케이블PP>전용채널
- 장르별 선호콘텐츠
 - 뉴스 >인포테인먼트>드라마>스포츠 등

선호단말기

- 선호단말기 (단위 : %)
 - 차량탑재형(30.2) > 휴대폰 겸용(23.9) > MP3겸용(18.3) > PDA겸용(15.4) > 휴대폰 전용(12.2)

요금수준

- Full Package 기준 최대 지불가격
 - 가입의향자의 83.5%가 12천원 ~15천원 제시

Coverage

- 지하철 등 공공장소에서의 수신은 필수적
 - 가입의향자 90%이상이 가능시까지 가입 유보

3. 기존방송과의 관계

	Content	Platform	
		고정형	이동형/개인형
TV 방송	지상파 TV	지상파 TV	지상파 DMB (TV)
	PP	종합유선 (SO)	Skylife IMAP
		중계유선 (RO)	
		Skylife	
	초고속인터넷		
Radio 방송		지상파 라디오	지상파 DMB (라디오)
	PP	Skylife, 음악유선방송	
		인터넷 음악방송	



기존 방송
- 지상파 TV, 케이블TV, 위성 등 고정형 중심

이동형 / 개인형 방송에 대한 Needs 증가 (June 등 유사서비스의 가입자 증가)

위성DMB는 이동·개인형 서비스로 기존 고정형 방송의 보완재 역할 수행은 물론, 차별화된 신규 시장을 창출할 것으로 예상

4. 지상파DMB와의 관계

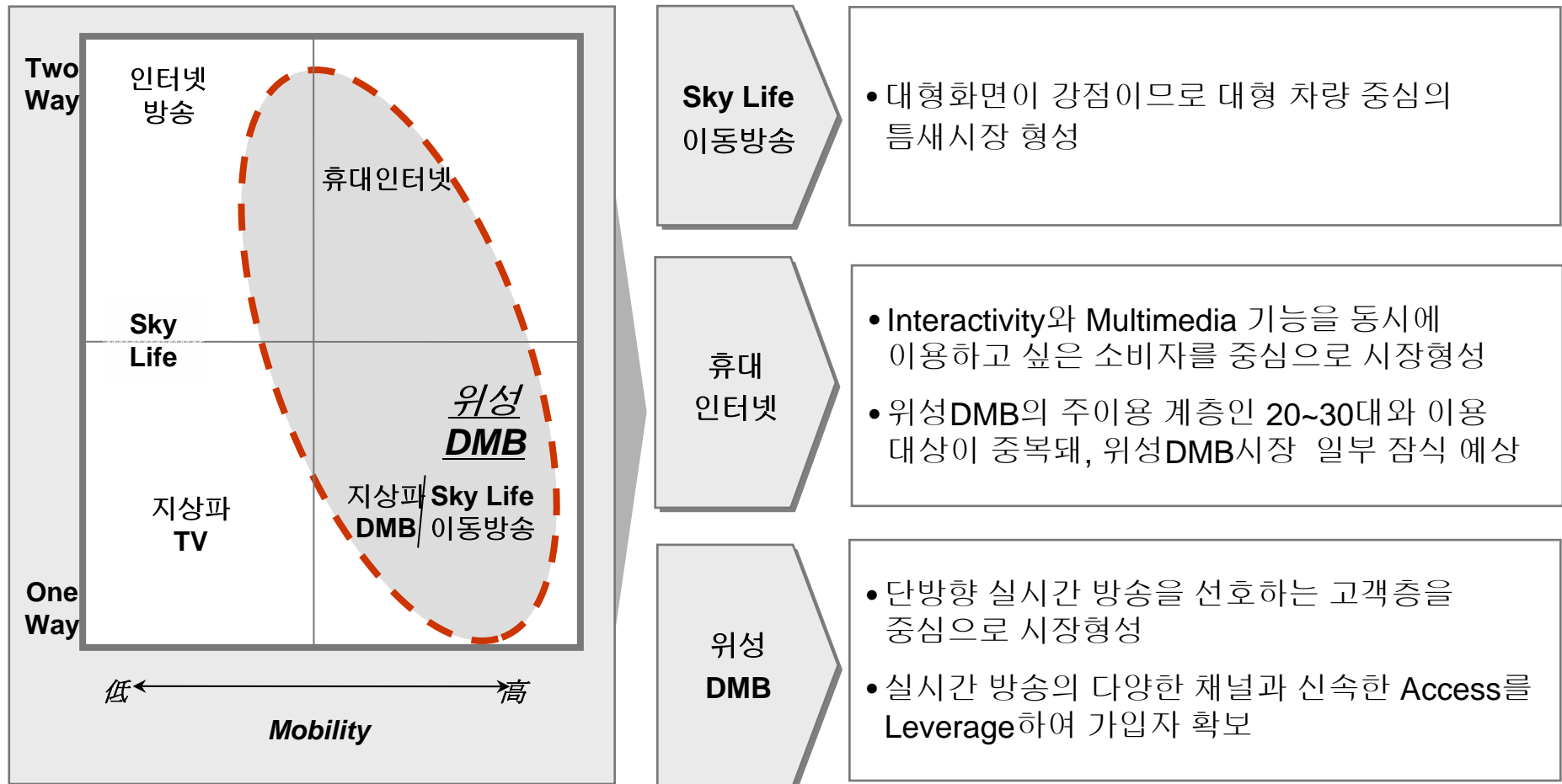
구분	지상파DMB	위성DMB	지상파DMB 대비 위성DMB 경쟁력
도입시기	• '04 ~ '05	• '04	• 대등(다소 우위)
주파수/전송용량	• 대역폭 :12Mhz - CH12: 204~210Mhz - CH 8 : 180~186Mhz	• 대역폭 : 25Mhz -2630~2655Mhz	• 경쟁열위
	• 전송용량 : 6.912Mbps - 1Mpx 당 1.152Mbps	• 전송용량 : 7.68Mbps	• 대등
커버리지	• 수도권 • 지역 확대	• 전국	• 경쟁우위
단말기	• 차량용(BM 장착 정책지원) • 휴대전용	• 차량용 • 휴대전용 • 휴대폰 겸용	• 차량용시장 경쟁열위 • 휴대폰겸용 경쟁우위
제공채널	• 1 Mpx당(총 6개 Mpx) - Video 1~3개(2x6=12) - Audio 1~6개(3x6=18) - Data 1개 (1x6=6)	• Video : 최대 12개 • Audio : 25~28개 • Data : 1~3개	• 대등(다소 우위)
지상파재송신	• 가능성 높음	• 가능성 낮음	• 경쟁열위
요금	• 무료(광고)	• 유료	• 경쟁열위

□위성DMB가 기술적 요소에서 다소 우위에 있으나 상품의 경쟁력 측면(콘텐츠, 요금)에서 절대적 열위에 있음

- 위성DMB 요금비교 열위를 극복할 수 있는 차별적 마케팅전략 및 콘텐츠 개발이 중요

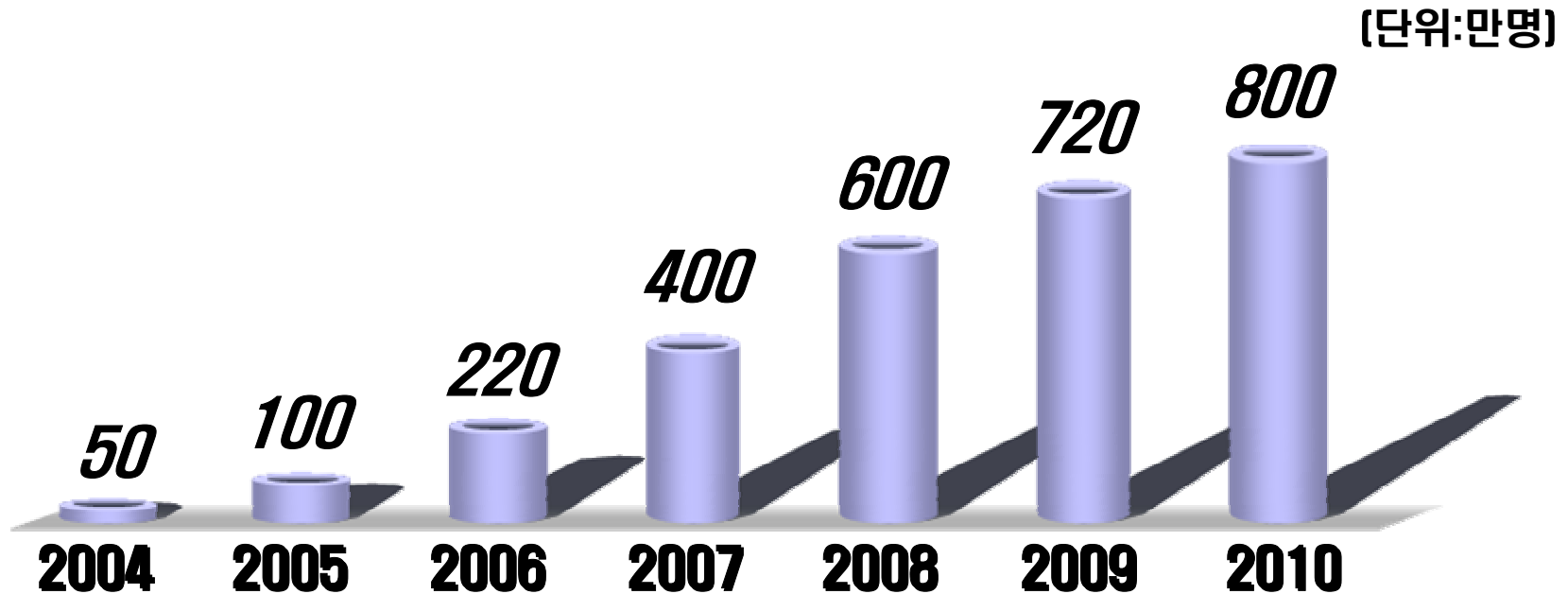
5. 기타 매체와의 관계

□ 각 서비스별 경쟁우위를 바탕으로 틈새시장을 형성하여 존속 / 발전



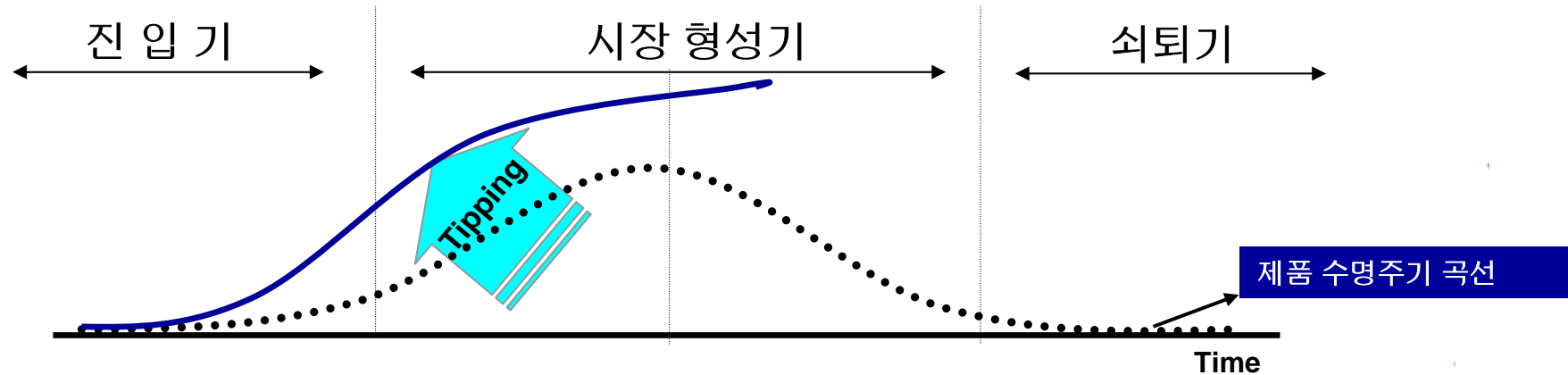
6. 시장 전망

수요 예측



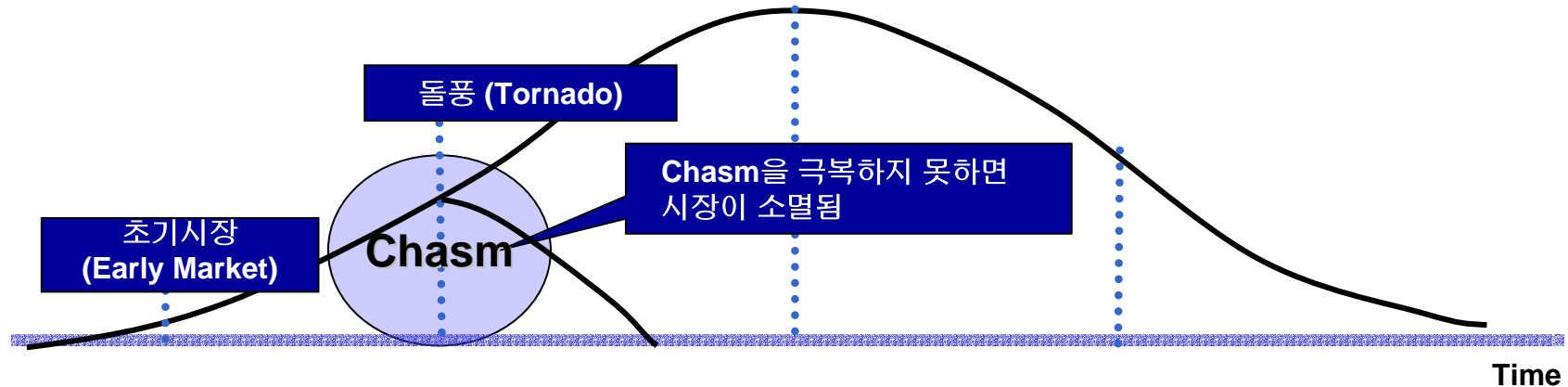
- ▶ 무선인터넷 실시간 방송 및 **Skylife IMAP** 등으로 이동방송의 인지도 향상
- ▶ 여가시간 활용 및 새로운 정보의 실시간 습득 위한 매체로 성장 예상

7. Tipping or Chasm



- 각종 단말기 및 자동차에 위성**DMB** 기능 **Default** 장착
- 젊은 세대(**Digital Nomad**)의 새로운 **trends**로 자리잡을 경우
- 레저수요의 증가
- 국가적인 이벤트

7. Tipping or Chasm



- **DMB**서비스 자체의 혁신성 미확보(기존 **TV**의 보완재 국한 자리매김)
- 강력한 경쟁서비스의 조기 등장
- 정책환경의 안정성 문제
- 이동 중 빈번한 끊김
- 단말기 가격 / 배터리 사용시간 등의 문제
- 안전문제 등

감사합니다!!