

지금은 OTT 전성시대

OTT는 휴대폰이나 PC, 태블릿 등 각종 기기에서 원하는 프로그램을 볼 수 있는 '온라인 동영상 스트리밍' 서비스다. 언제 어디서든 내가 보고 싶은 콘텐츠를 볼 수 있다는 장점 덕분에 TV를 위협할 정도로 성장했다. OTT 서비스의 가장 큰 매력은 바로 '오리지널 콘텐츠'. 일례로 지난해 9월 공개된 후 지금까지 회자될 정도로 큰 화제를 모은 <오징어 게임>을 들 수 있다. 우리나라 콘텐츠의 우수성을 알리면서 오리지널 콘텐츠의 저력을 실감하는 계기가 된 것. 여기서 특정 플랫폼에서만 볼 수 있는 오리지널 콘텐츠의 희소성이 갖는 가치는 OTT 가입자 수와 직결될 수밖에 없다. 이에 넷플릭스와 디즈니플러스는 물론이고 왓차, 웨이브, 티빙, 쿠팡플레이 등 국내 OTT 서비스까지 가세해 콘텐츠 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 야식은 끊어도 OTT는 절대 못 끊는다는 말이 유행할 정도로 전 세계인을 매료시킨 OTT 열풍을 알아본다.

글 편집실



국내 주요 OTT 이용자 수

넷플릭스 1,117만 명
웨이브 423만 명
티빙 401만 명
쿠팡플레이 373만 명
디즈니플러스 168만 명

(2022년 6월 활성 이용자 기준)

OTT 시청 경험

국민 3명 중 1명,
OTT
유료 서비스 이용

(2021년, 방송통신위원회)

OTT란?

'Over The Top'의 약자로 개방된 인터넷을 통해 방송 프로그램이나 영화 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스를 뜻한다.

OTT 인기 비결

오리지널 콘텐츠
해당 OTT 플랫폼에서만 볼 수 있는 콘텐츠

<p>콘텐츠의 다양성</p> <p>영화, 드라마, 예능, 다큐멘터리 등 선택의 폭이 넓은 콘텐츠의 수</p>	<p>이용 편의성</p> <p>언제, 어디서나 원하는 콘텐츠를 자유롭게 이용</p>
--	--

국내 OTT 시장 규모

2020년 7,801억 원으로
2012년 이후 연평균
28% 성장

2022년 시장 규모
1조 원 이상으로 추정

(한국수출입은행 자료)

OTT 성장이 가져온 변화

제26회 <부천국제판타스틱영화제>에서 세계 최초로
'시리즈 영화상' 탄생

OTT 시리즈를 대상으로 한
<청룡시리즈어워즈> 개최

영화제의 높은 벽을 뛰어넘은 드라마
<오징어 게임>