

헤드라인
(요약과 압축)

中 라이브 스트리밍 시장 4년새 16배 ↑ ...코로나로 경쟁심화

기사링크

<https://www.mk.co.kr/news/it/view/2020/11/1132015/>

[지난해 18조원 규모로 성장...상위 0.7%가 전체 수익 60% 차지]

중국의 온라인 라이브스트리밍(실시간 동영상 중계) 시장이 4년새 폭발적으로 성장한 것으로 나타났다.

홍콩 사우스차이나모닝포스트(SCMP)는 4일 시장조사기관 프로스트앤드설리번을 인용, 2015년부터 2019년까지 4년간 중국 라이브스트리밍 시장 규모가 16배나 성장했으며 지난해 시장규모는 1천80억위안(약 18조원)에 달했다고 보도했다.

이용자수는 같은 기간 2배 늘어난 4억7천만명, 유료 회원은 9배 증가한 3천600만명인 것으로 조사됐다.

본문
(본문 내용 복사)

또한 2024년이면 시장 규모는 3천100억위안(약 52조 5천억원), 이용자수는 6억4천만명, 유료 회원은 6천만명에 달할 것으로 전망했다.

라이브스트리밍 시장 규모 평가에는 광고와 회원구독료 등은 포함되지 않아, 이를 포함하면 훨씬 더 커진다.

SCMP는 중국인 약 40%의 월 평균 임금이 1천위안(약 17만원)인 상황에서 인기 스트리머는 한달에 20만위안(3천392만원)도 거뜰히 버는 사례를 소개하면서 이러한 인기 스트리머를 꿈꾸며 스트리밍 시장에 진입하는 사람이 점점 더 늘고 있다고 전했다.

특히 올해는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)에 따른 섯다운으로 사람들의 온라인 이용 시간이 늘어나면서 라이브스트리밍 시장의 경쟁도 치열해졌다.

	<p>기존에는 일반인들이 부업으로 일상을 소개하거나 요리법을 가르치는 등 소규모의 소소한 스트리밍 채널이 많았지만, 올해는 활동에 제약이 생긴 영화배우 등 유명인들이 대거 스트리밍 시장으로 유입되면서 일반인들의 스트리밍 채널은 입지가 좁아졌다.</p> <p>중국 기업들이 코로나 시대에 온라인 라이브스트리밍을 주요 마케팅 수단으로 활용하면서 경쟁이 심화하고 유명 스트리머에 쏠림 현상이 벌어지고 있다.</p> <p>2015년만 해도 라이브스트리밍 서비스는 오락이나 게임이었지만 이제는 립스틱부터 향수, 수천만원짜리 명품까지 광범위한 상품이 라이브스트리밍을 통해 판매되고 있다.</p> <p>하지만 중국 7개 주요 오락 스트리밍 플랫폼이 당국에 제출한 자료에 따르면 2019년 상반기 현재 스트리머의 월평균 소득은 1천위안 이하로 집계됐다.</p> <p>반면 전체 스트리머의 0.7%에 해당하는 최상위 고소득 스트리머가 전체 스트리밍 수익의 60% 이상을 가져가는 것으로 나타났다.</p> <p>전문가들은 라이브스트리밍 시장의 진입장벽이 낮지만, 경쟁이 치열해지면서 갈수록 시장이 전문·기업화 할 것이라며 평범한 일반인들은 살아남기 힘들 것이라고 전망했다.</p>
본문의 근거 (객관적인 수치)	<ul style="list-style-type: none">- 2015년부터 2019년까지 4년간 중국 라이브스트리밍 시장 규모가 16배 성장 & 지난해 시장규모는 1천80억위안(약 18조원)에 달했다- 2024년이면 시장 규모 3천100억위안(약 52조 5천억원), 이용자수는 6억4천만명, 유료 회원은 6천만명에 달할 것으로 전망

✓ 라이브 커머스 현황



추가조사할

내용 또는결과

(기사의 근거를 통해
바뀐 수치는 무엇인가?)

[Naver 라이브 커머스 (쇼핑라이브)]

- 낮은 수수료 (매출의 3%)
- 판매자가 스스로 손쉽게 콘텐츠를 제작할 수 있게 IT 도구를 지원
- 현대백화점·롯데백화점, CJ오쇼핑 등 기존 홈쇼핑 사업자들이 '쇼핑라이브'에서 서비스

[카카오 라이브커머스]

- 판매자들에게 콘텐츠 기획부터 연출·판매까지 일괄 제공
- 카톡으로 라이브커머스 방송시간을 예고 & 방송 도중 실시간으로 카톡에서 소비자의 질문에 응대

[타오바오 라이브]

- 라이브 스트리밍 기반 e-커머스 플랫폼
- 실시간 제품 시연 및 양방향 소통 + 엔터테인먼트적 요소를 가미
- 중국 라이브 스트리밍 기반 e-커머스 시장은 타오바오 라이브가 79%를 차지

아마존 라이브(Amazon Live), 페이스북 라이브(Facebook Live),
인스타그램 라이브(Instagram Live)

적용할점 (현직자에게 할 질문)

- ✓ 라이브 커머스의 도전 과제 중 하나가 라이브 비디오의 보관 문제 혹은 실시간성이 사라져버린 콘텐츠의 유용성, 가치가 반감되는 점이라고 들었다. 현재는 라이브 비디오를 어떻게 보관하고 있는지 궁금하다

온택트 소비 시대의 대세 '라이브 커머스'

<https://woman.donga.com/BestClick/3/all/12/2173773/1>

연관기사 링크

라이브커머스만이 답...유통업계 살길 찾아 포털 손잡나

<https://www.sedaily.com/NewsView/1Z8ZLPSUQB>