



트렌드리포트 01

애플의 구독 서비스 결합 상품 ‘애플원’ 출시와 의미

1. 애플원이란?

2. 구독형 서비스 패키지의 전략적 필요성

2.1. 하드웨어 분야의 성장 한계 돌파

2.2. 콘텐츠 구독 서비스 분야의 성장 견인

3. 평가 및 전망

애플의 구독 서비스 결합 상품 ‘애플원’ 출시와 의미

요약문

애플(Apple)이 미국 캘리포니아 쿠퍼티노(Cupertino) 본사에서 온라인 신제품 발표 행사를 열고 통합형 구독 서비스 ‘애플원(Apple One)’을 공개했다. 애플원은 클라우드 저장 공간을 제공하는 ‘아이클라우드(iCloud)’, 음악 스트리밍 서비스인 ‘애플 뮤직(Apple Music)’, 영화·드라마 스트리밍 서비스인 애플TV 플러스(Apple TV+), 클라우드 게임 서비스 애플 아케이드(Apple Arcade), 뉴스·잡지 구독 서비스인 애플 뉴스플러스(Apple News+)와 2020년 말 출시될 온라인 피트니스 강좌 서비스 애플 피트니스 플러스(Apple Fitness+) 총 6개 서비스가 패키지로 제공된다. 그동안 하드웨어 경쟁력으로 주목받아온 애플이 서비스와 콘텐츠 쪽으로 무게 중심을 옮기는 또 하나의 이정표가 될 것으로 보인다. 애플원은 애플의 전략적 지향점이 “단말-서비스 통합을 통한 차별화된 사용 경험의 제공과 가격/요금 문턱을 낮춘 소비자 접근성 강화”에 있음을 확인 시켜 준 것으로 평가된다.

1. 애플원이란?

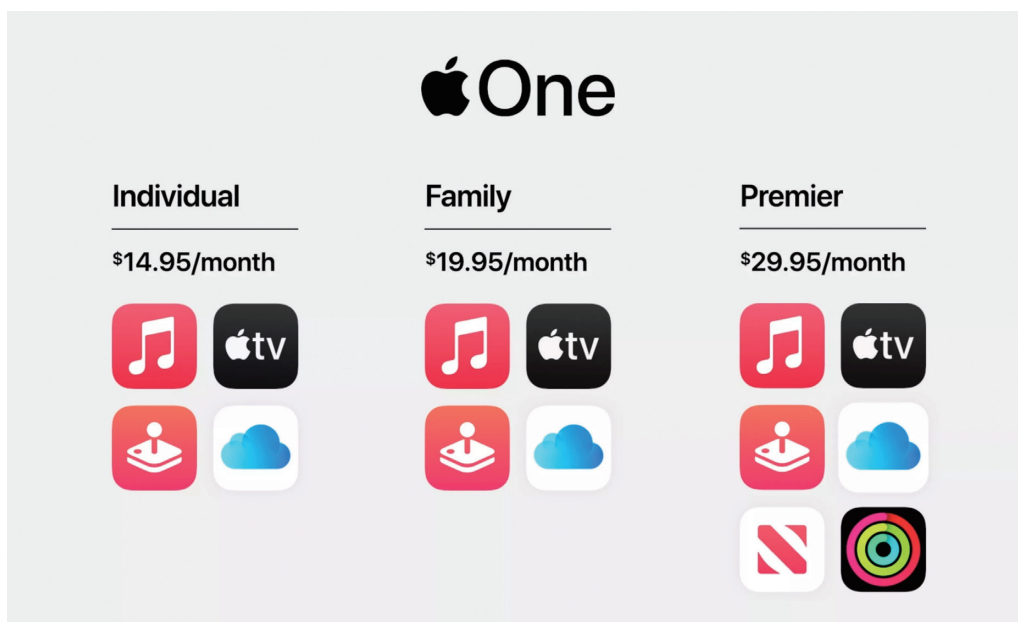
애플(Apple)이 새로운 구독 서비스 애플원(Apple One)을 출시했다. 애플원은 애플의 각종 구독 서비스를 패키지로 묶어 아이폰, 아이패드, 애플TV 플러스, 매킨토시 등 다양한 애플 기기에서 사용할 수 있도록 한 서비스이다. 음악, 영화, 게임, 뉴스 등의 각종 구독 서비스를 통합해, 개별 구독보다 저렴한 가격에 이용할 수 있으며 한 번의 구독으로 어떤 기기에서든 애플의 서비스를 두루 이용할 수 있다.



애플원은 2020년 9월 15일 미국 캘리포니아 쿠퍼티노(Cupertino)의 애플 본사에서 열린 온라인 신제품 발표 행사를 통해 첫 공개 되었다. 미국을 시작으로 2020년 4분기 중 일부 국가에서 서비스를 제공한다는 계획이다. 애플원에는 클라우드 저장 공간을 제공하는 ‘아이클라우드(iCloud)’, 음악 스트리밍 서비스인 ‘애플 뮤직(Apple Music)’, 영화 · 드라마 스트리밍 서비스인 ‘애플TV 플러스(Apple TV+)’, 클라우드 게임 서비스 ‘애플 아케이드(Apple Arcade)’, 뉴스 · 잡지 구독 서비스인 ‘애플 뉴스플러스(Apple News+)’와 2020년 말 출시될 온라인 피트니스 강좌 서비스 ‘애플 피트니스 플러스(Apple Fitness+)’ 총 6개 서비스가 포함된다.

미국 시장을 기준으로, 애플원의 요금제는 크게 개인요금제와 가족요금제로 나뉜다. 우선 개인 요금제(Individual plan)는 14.95달러에 애플 뮤직, 애플TV 플러스, 애플 아케이드, 아이클라우드 50GB를 이용할 수 있다. 가족 요금제(Family plan)는 19.95달러에 개인 요금제 서비스에 아이클라우드 200GB를 가족 6명이 이용할 수 있고, 29.95달러인 프리미어 요금제(premier plan)에 가입하면 이들 서비스에 더해 애플 뉴스 플러스, 애플 피트니스 플러스, 아이클라우드 2TB를 이용할 수 있다.

그림 1 애플원 3가지 요금제 구성



출처: Apple(2020)

로이터 통신은 애플은 애플원으로 높은 가격경쟁력을 얻었다고 평가했다. 월 약 20달러로 애플의 주요 미디어 서비스를 가족 모두가 이용할 수 있기 때문이다. 애플은 해당 서비스를 출시하기 위해 2년 이상 결합 콘텐츠 상품을 연구해온 것으로 알려졌다.

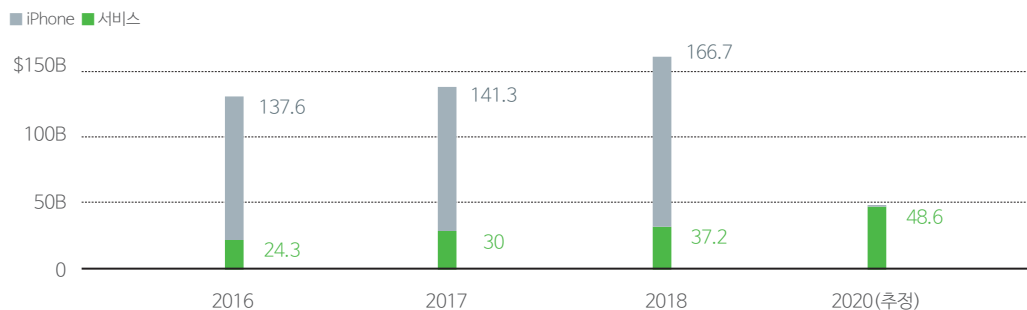
2. 구독형 서비스 패키지의 전략적 필요성

애플의 통합형 구독 서비스 애플원은 아이폰을 위시한 하드웨어에 대한 의존도를 낮추고 콘텐츠와 서비스 중심의 수익 포트폴리오 강화를 위한 애플의 의지가 반영된 행보로 해석된다. 애플의 스마트폰 · 스마트워치 · 태블릿PC 활용도를 높일 수 있는 월간·연간 멤버십 서비스를 출시해 애플 생태계를 공고히 하고 하드웨어 중심의 기업 정체성을 탈피한다는 것이다.

2.1. 하드웨어 분야의 성장 한계 돌파

실제로 애플은 그동안 강력한 하드웨어 경쟁력을 앞세워 성장을 이어왔다. 그러나 세계 스마트폰 시장이 포화 상태에 도달하며 아이폰 판매 증가세가 둔화하는 등 하드웨어 중심의 성장성이 한계를 드러내기 시작했다. 이에 애플은 2019년 3월, 애플TV 플러스, 애플뉴스, 애플 아케이드를 새로 선보이며, 구독 서비스를 새로운 성장 동력으로 삼겠다는 의지를 천명한 바 있다.

그림 2 애플의 아이폰 매출 및 서비스 매출 추이



출처: Hollywood Reporter (2019)



그동안 애플이 조성한 ‘콘텐츠 에코시스템’은 아이폰과 아이패드 등 하드웨어 제품의 판매 촉진과 하드웨어 단말기를 기반으로 사용자를 록인(Lock-in) 하는데 목적을 가졌다. 애플뮤직이나 애플 TV 플러스 등의 콘텐츠 서비스가 애플 기기 사용자의 충성도와 만족도를 높이며 하드웨어 성장을 위한 지렛대 역할이었다. 하지만 최근의 행보는 콘텐츠 서비스 그 자체의 이용자 향상에 방점이 찍혀있다는 분석이다.

실제로 가성비를 높인 보급형 단말기를 선보이고 여기에 월 구독 서비스를 추가해 단말기 활용도를 높이는 애플의 단말-서비스 통합 전략은 치열한 시장 경쟁 구조에서 차별화 포인트로 작용할 전망이다. 2020년 2분기 앱스토어(App Store)와 아이튠즈(iTunes), 애플TV 플러스, 애플뉴스 플러스, 애플뮤직, 애플페이(Apple Pay) 등을 포함한 서비스 사업의 매출이 애플 총매출의 22%를 차지할 만큼 성장한 점도 적극적인 통합 전략을 추진할 수 있는 배경이 되었다는 점에서 주목할 만한 부분이다.

2.2. 콘텐츠 구독 서비스 분야의 성장 견인

애플원의 이러한 패키지 전략은 애플이 새로 선보이는 콘텐츠 구독 서비스의 시장 진입에도 지렛대 역할을 할 것으로 보인다. 2020년 중 신규 출시될 구독형 온라인 피트니스 강좌 서비스 ‘애플 피트니스 플러스’는 코로나19 확산 이후 디지털 헬스케어와 구독형 피트니스가 주요 비즈니스로 자리 잡을 것이라는 기대감 속에서 펠로톤(Peloton)이나 토널(Tonal) 같은 일명 ‘커넥티드 피트니스(connected fitness)’ 스타트업에 이어 대형 기술업체 애플이 시장을 확대하는 계기가 될 것으로 보인다.

특히 애플 피트니스 플러스 아이폰이나 아이패드 같은 단말기에서 애플이 지원하는 요가나 코어 운동 동영상에 따라 하면서 애플워치로 심장 박동수와 열량 소모량 등을 실시간 측정하는 형태라는 점에서, 단말기 기반이 취약한 여타 사업자들보다 헬스케어와 연계한 더 다양한 서비스를 제공하여 경쟁력을 확보하고 있다.

그림 3 아이폰과 애플워치를 통해 즐길 수 있는 애플피트니스 서비스



출처: Apple(2020)

2019년 출범 이후 아직 이렇다 할 성과를 내지 못하고 있는 오리지널 콘텐츠 서비스 애플TV 플러스의 경우도 애플원 출범으로 수혜가 기대된다. 2019년 11월 1일 출시된 애플TV 플러스는 오리지널 콘텐츠로만 구성된 애플의 최초의 동영상 구독 서비스이다. 월 4.99달러라는 비교적 저렴한 요금과 영화 평점 사이트 ‘로튼 토마토(Rotten Tomatoes)’의 호평¹⁾으로 이목을 끌었다. 하지만 동영상 스트리밍 서비스에 대한 최근의 고객 만족 조사에서 애플TV 플러스는 불과 12위에 머무르는 등 디즈니 플러스(Disney+), 넷플릭스(Netflix), 훌루(Hulu), 아마존 프라임(Amazon Prime) 등 경쟁 서비스와 격차가 커지고 있다.

애플이 10억 달러를 투자해 오리지널 콘텐츠를 제작했으나 연간 60억 달러를 들여 경쟁력 있는 오리지널 콘텐츠를 쏟아내고 있는 넷플릭스에는 역부족이라는 평가다. 이미 막강한 콘텐츠 라이브러리를 갖추고 있는 디즈니 플러스에도 경쟁 우위를 가져갈 수 없다는 평가다.

1) 다큐멘터리 영화 <더 엘리펀트 퀸(The Elephant Queen)>과 블랙 코미디 시대극 시리즈인 <디킨슨(Dickinson)>, SF 시리즈 <포 올 맨킨드(For All Mankind)> 등이 호평을 얻었다.



그림 4 애플TV 플러스와 디즈니 플러스 비교

VS	
	
AppleTV+ 2019년 11월 1일	Disney+ 2019년 11월 12일
출시 일정	출시 일정
요금제	요금제
특전	특전
콘텐츠 전략	콘텐츠 전략
중간 실적	중간 실적
<ul style="list-style-type: none"> • 4.99달러/월 • 49.99달러/년 • Apple HW 신규 고객에게 12개월 동안 무료 서비스 이용 혜택 제공 • 8개의 오리지널 시리즈와 1편의 오리지널 영화로 개시 • 추후 오리지널 시리즈 및 오리지널 영화 콘텐츠를 지속적으로 추가해 나갈 예정 • 출시 첫 주에 평균 1시간 이상을 소비하는 수백만 명의 이용자 확보 • 4개의 핵심적인 오리지널 시리즈 중 1개의 에피소드를 시청한 시청자 중 대다수가 최소한 1개의 에피소드를 추가로 시청 	<ul style="list-style-type: none"> • 6.99달러/월 • 69.99달러/년 • Hulu, ESPN+와 결합 구독 시 12.99달러/월 • Verizon 4G LTE 및 5G 무제한 고객, FiOS 및 5G 가정용 인터넷 신규 고객에게 1년간 무료 제공 • 약 7,500개의 TV 에피소드와 500편의 영화 콘텐츠로 출범 • 출시 첫해에 오리지널 시리즈 및 오리지널 영화, 다큐멘터리 다수 제공 • 출시 첫날 구독자 수 1,000만 명 돌파 • 앱 분석 업체 Apptopia는 Disney+ 앱이 최근까지 1,550만 건의 다운로드, 총 500만 달러 이상의 앱 내 결제 금액을 기록한 것으로 집계

출처: STRBASE(2020)

특히 디즈니는 ESPN 플러스(ESPN+), 훌루(Hulu) 등을 하나의 패키지 상품으로 묶어 제공하며 소비자들에게 호평 받는 상황인 만큼, 잠재 구독자들에게 호소할 수 있는 새로운 콘텐츠가 상대적으로 적은 애플TV 플러스로서는 애플원과 같은 서비스가 더 절실했던 상황인 셈이다.

3. 평가 및 전망

애플원은 다양한 콘텐츠 자원을 묶은 ‘통합’ 서비스임과 동시에 ‘구독’ 서비스라는 점을 주목해야 한다. 통합형 구독 서비스인 애플원 번들은 고객들이 더 많은 애플 서비스를 구독하도록 장려하여 반복적으로 발생하는 구독료 수익을 더 많이 창출하도록 설계되었다. 번들형구독서비스는 소비자가 각 서비스를 개별적으로 구독하는 것보다 낮은 가격을 제시해, 더 많은 서비스에 지속해서 접근할 수 있는 기회를 준다.

이러한 번들형 구독 서비스는 아마존(Amazon)이 무료 배송과 비디오 스트리밍 등을 연 · 월간 요금으로 결합하는 프라임 구독제로 강력한 고객 충성도를 확보했던 것과 유사한 모델이다. 애플의 경우, 아마존과 같은 전자상거래 배송 · 물류 네트워크는 없지만, 충성도 높은 하드웨어 고객들을 기반으로 이미 디지털 서비스 구독 서비스를 일정부분 갖추고 있다는 점에서 유리한 기반을 갖춘 것으로 평가된다.

관련 전문가는 단말과 서비스에서 기존의 프리미엄 전략을 파기하고 파격적인 가격 정책을 구사하는 애플의 행보에 대해 생태계 확장을 위한 본격적인 전략 전환이라는 평가를 하고 있다. 또한, 애플의 구독 서비스 패키지 상품에 대해 충분한 테스트 기간과 강력한 전략이 뒷받침되면 애플의 서비스 사업을 한 단계 앞으로 나아갈 수 있도록 하는 촉매제가 될 것이라는 전망도 제기된다. 음악 스트리밍 업체 스포티파이(Spotify)가 애플원 출시를 비판하며 제기했던 바와 같이, 애플이 하드웨어와 서비스의 결합형 패키지를 통해 IT 시장에서의 독점적 위치를 이용해 콘텐츠 시장을 교란할 수 있다고 우려하지만, 기존의 하드웨어 기반 성장이 한계를 보이고 있는 시점에서 애플이 선택할 수 있는 제일 나은 선택 중 하나라는 점에서 애플원의 향후 성과에 관심이 쏠리고 있다.

REFERENCE

1. ‘Apple bundles free three-month Apple Arcade trial with new device purchases’, The Verge, 2020.10.14
2. ‘Apple confirms the ‘Apple One’ subscription bundle in its own Apple Music app’s code’, Tech Crunch, 2020.9.11
3. ‘Apple One Bundle Looks Boring, But Serves The Purpose For Apple’, Forbes, 2020.9.21.
4. ‘Apple Readies Subscription Bundles to Boost Digital Services’, Bloomberg, 2020.8.13
5. ‘Extension of Apple TV+ Free Year is All About The Apple One Bundle’, The Mac Observer, 2020.10.12
6. ‘Netflix and the Economics of Bundling’, Harvard Business Review, 2019.2.25.