

그레텍의 성공적인 변신

곰 TV 를 통한 인터넷 VOD 시장 개척

이의재

황준석



서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정
TECHNOLOGY MANAGEMENT ECONOMICS AND POLICY PROGRAM

기술경영경제정책 사례

발행처:

서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정

편집위원장:

이정동 (서울대학교)

부편집장, 편집위원:

김영준 (서울대학교)

편집위원:

김연배 (서울대학교)

박하영 (서울대학교)

윤명환 (서울대학교)

이종수 (서울대학교)

허은녕 (서울대학교)

홍유석 (서울대학교)

황준석 (서울대학교)

기술경영경제정책 사례는 기술경영, 기술경제, 기술정책분야의 다양한 사례를 개발, 소개하는데 목적이 있습니다. 기술혁신관련 기업의 사례뿐만 아니라 정부정책 사례로 포괄합니다. 국내사례를 중심으로 개발하여, 우리 실정에 맞는 기술경영전략과 기술정책의 틀을 만드는데 기여하고자 합니다. 본 자료가 기술혁신에 관심을 가진 기업의 경영자, 정부의 정책결정자, 학계 연구자 및 학생들에게 널리 확산되어 기술경영, 기술경제, 기술정책 분야의 기초를 다지는데 기여할 수 있기를 기대합니다. 본 사례들은 지식경제부 기술경영인력양성 사업의 지원을 받아 서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정에서 만들어진 것입니다.

© 서울대학교 기술경영경제정책 대학원과정 (<http://temep.snu.ac.kr>)

서울특별시 관악구 관악로 1 우 151-742

이정동 (leejd@snu.ac.kr)

이 출판물의 내용은 저작권법에 따라 보호받고 있습니다.

그레텍의 성공적인 변신

- 곱 TV를 통한 인터넷 VOD시장 개척-

이 의 재*
황 준 석⁺

요 약

IT기술의 발전과 이에 기반한 미디어서비스의 발전으로 현대사회는 지식정보사회에서 스마트사회(Smart Society)로 변모하고 있다. 더욱이 아이폰으로 촉발된 스마트폰의 확산이 미디어 시장의 스마트화도 촉진시키고 있다. 일반 인터넷 사용자에게 곱플레이어로 익숙한 기업인 그레텍은 곱TV를 통해 디지털 영상 콘텐츠의 확산과 보급을 촉진하며 스마트 미디어 시대의 한 축을 담당하고 있다. 그레텍은 초기 사업을 웹스토리지 시장에서 시작하여 이 후 곱플레이어로 미디어 플레이어 시장에 진출 하였고 곱 TV를 통해 인터넷 미디어 시장을 개척하였다. 그레텍의 시장 개척 사례는 새로운 비즈니스 모델의 제시, 존재하지 않는 시장의 개척, 기술 차별화 등 여러 시사점을 제시한다.

❖ Keywords: 스마트미디어, 인터넷TV, 온라인 광고, 인터넷 방송

❖ MOT codes: MOT-K1

* 이의재 (lujae123@temep.snu.ac.kr)

⁺ 황준석 (junhwang@snu.ac.kr)

I. 배경

스마트 미디어 시대의 도래

IT기술의 발전과 이에 기반한 미디어서비스의 발전으로 현대사회는 지식정보사회에서 스마트사회(Smart Society)로 변모하고 있다. 스마트 사회의 핵심요소는 스마트IT이며, 스마트 IT기술을 바탕으로 사람들이 일하는 방식, 생활양식, 사회문화 전반이 이전과는 다른 양상을 보일 것으로 전망된다.¹

스마트 사회는 ‘지능형 사회’를 의미하며, 인간과 사물간의 의사소통에서 사물과 사물간의 의사소통까지 확장하고, IT의 융합에서 나가서 타 산업간의 융합을 촉진하는 특징을 지닌다. 스마트폰, 스마트TV, 스마트패드 등 지능형 기기를 활용하여 사람들의 삶의 방식을 새롭게 바꿈으로서 사회전반의 혁신을 야기하고, 이를 통해 새로운 가치를 창출하는 사회이다. 스마트 사회의 핵심가치는 이전 지식정보사회의 가치였던 지식, 공유, 개방의 차원에서 한 단계 더 나아가 유연성, 창의성, 인간중심이다. 스마트 사회는 이러한 가치구현을 통해 사람들의 노동방식을 ‘스마트 워크’로 변화시켜 효율성을 극대화 한다.²

스마트 미디어는 휴대전화의 스마트화에서 시작되었다. 휴대전화의 스마트화는 기존의 이동전화 기술이 바탕이 되었고, 이동전화 기술과 콘텐츠 확산 방식, 그리고 이용자의 요구라는 아이디어가 결합되면서 등장하였다. 이러한 스마트폰의 진화는 곧 스마트TV, 스마트패드, N스크린이라는 스마트 미디어로 확산되고 있다. 기기와 서비스, 콘텐츠의 본격적인 결합이라 할 수 있는 미디어의 스마트화는 기술적으로 무선인터넷의 확대, 클라우드 컴퓨팅의 발전이 기반이 되었다. 이를 통해 누구나 원하는 콘텐츠를 어디에서 이용할 수 있는 스마트 미디어 서비스가 활성화 되었다. 스마트폰, 스마트TV, 스마트PC 등 스마트 미디어는 유무선의 복합적인 망을 통해 자유롭게 서비스를 제공하는 형태로 진화하고 있다.

스마트 미디어의 개념을 간략하게 정리하면 다음과 같다. 스마트 미디어란 “소통의 도구로 사용자와 상호작용이 가능하며, 시간적 공간적 제약 없이 융복합 콘텐츠를 제공하는 똑똑한 매체”를 말한다.

¹ 한국방송학회, “스마트미디어 시대와 한국방송통신정책의 발전방향”, 2011.01.26

² 한국방송학회, “스마트미디어 시대와 한국방송통신정책의 발전방향”, 2011.01.26

[표1] 기존 미디어와 스마트 미디어의 비교³

구분		기존 미디어	스마트미디어
특징	전달 매체	지면, 고정형 디스플레이	스마트폰, 태블릿 등 스마트 기기
	전달 방향성	단방향, 일방성 (콘텐츠제공자→사용자)	양방향, 사용자 주무형 (콘텐츠제공자↔사용자)
	시간 의존성	시간제약적, 1회성	원하는 시간에 이용 가능
	공간 의존성	공간제약(집, 사무실 등)	모바일(사용자 위치기반)
	표현성	텍스트, 이미지 위주의 정보전달형 미디어	동영상, 상호작용 등이 강화된 멀티미디어
사례	TV	지상파TV, IPTV	스마트TV
	출판물	지면인쇄(종이책, 종이신문 등)	전자출판(e북, e신문 등)
	웹	텍스트, 이미지 등 단순 정보 표현 및 전달 중심의 웹	동영상, 3D, 상호작용, 소셜 등 멀티미디어 및 지능이 강화된 차세대 웹

자료: 지식경제부 보도자료 (2011)

스마트미디어 시대 미디어 산업 생태계의 특징⁴

1) 새로운 미디어 생태계의 구축

스마트미디어 시대의 미디어 산업의 새로운 협력관계의 모델을 보여주고 있다. 과거에는 미디어 산업이 한 분야에 독보적인 경쟁력을 바탕으로 성장을 이끌어왔다면 이제는 다양한 산업 간의 협력이 바탕이 되는 사업 영역이 확장되어가고 있다. 즉 각 분야의 플레이어들 간의 협력관계가 필수요인이 되어 가고 있다.

2) 콘텐츠 유통 플랫폼의 중요성 강화

스마트 미디어시대 경쟁력은 누가 콘텐츠 유통플랫폼을 장악하느냐에 따라 달라지기 때문에 관련사업자들의 경쟁이 치열해질 전망이다. 따라서 스마트 미디어 사업자들은 자사의 콘텐츠 유통플랫폼을 최대화하여 콘텐츠 시장의 경쟁력을 제고하는 전략을 추구하고 있다.

3) 서비스와 플랫폼 디바이스의 결합

스마트 미디어 시대의 전개로 미디어 서비스는 단순히 제품에 부가적으로 제공되는 차원을 넘어 다양한 형태의 연계와 결합을 통해 제공되는 형태로 변화하고 있다. 특히 디바이스

³ 지식경제부 보도자료, “스마트미디어 표준화 글로벌 협력 시동”, 2011.10.17

⁴ 한국방송학회, “스마트미디어 시대와 한국방송통신정책의 발전방향”, 2011.01.26

와 서비스를 연계한 형태가 증가하고 있다. 이러한 형태는 고객의 니즈를 반영하면서 끈끈한 유대관계를 형성한 모델로 제공되고 있다.

온라인 영상 콘텐츠 서비스의 유형

디지털화된 영상 콘텐츠의 인터넷 유통은 미래 방송영상프로그램의 새로운 유통창구로 각광받으며, 스마트 미디어 등장의 동인으로 평가되고 있다.⁵ 인터넷에서 서비스되는 비디오 콘텐츠의 유형은 생산의 주체와 서비스 유형에 따라서 다음 과 같이 구분된다. 그레텍의 주력 서비스인 곰 TV는 RMC를 기반으로 한 인터넷 TV 모델에 속한다고 할 수 있다.

[표2] 생산의 주체에 따른 온라인 영상 콘텐츠의 유형⁶

구분	내용
UCC (User Created Content)	사용자가 직접 촬영하고 편집하여 제작한 순수한 손수 제작물을 말한다. 저작권자는 사용자 자신이다. UCC 내에서도 전문가에 버금가는 제작 능력을 가진 사용자인 프로슈어(proteur)에 의해 제작된 콘텐츠를 PCC(Proteur Created Content)
RMC (Ready Made Content)	영화, 드라마, 애니메이션, 뮤직 비디오 등 오락성과 전문성을 모두 갖춘 콘텐츠를 말한다. 주문형 인터넷 TV 서비스(예. 주스트) 등에서 서비스하는 콘텐츠를 말하며 주로 상용프로그램 위주이다. 국내에도 RMC를 이용한 수익 모델 찾기가 주로 통신업계를 중심으로 활발하게 진행중이다. 하나로텔레콤의 하나 TV 혹은 KT의 메가TV는 이러한 RMC를 이용한 수익 모델의 구체적인 예이며 인터넷 업계에서의 RMC 모델은 곰TV가 대표적인 경우로 방송사업자들의 콘텐츠를 재배포하는 형식을 택한다.

자료: 방송기술연구 (2008)

[표3] 서비스 유형에 따른 온라인 영상 콘텐츠의 유형⁷

구분	내용
VOD 서비스	통신망으로 연결된 컴퓨터 혹은 TV를 통해 원하는 비디오를 언제나 받아볼 수 있는 서비스이다. 방송사의 다시보기 서비스가 대표적인 예이며, 제공하는

⁵ 정두남, 스마트 TV 등장에 따른 미디어산업 구조변화에 관한 연구, 한국방송광고공사, 2010

⁶ KBS기술연구소, 방송기술연구, 2008

⁷ 방송기술연구, 2008

	콘텐츠가 UCC, RMC 여부 혹은 고화질, 저화질에 상관없이 지칭할 수 있는 서비스 개념이다. 예. KBS, MBC, BBC의 다시보기 서비스 등
온라인 비디오 검색/공유 서비스	사용자가 손수 제작한 UCC를 등록시켜 다른 사용자와 공유 할 수 있게 해주는 동시에 사이트 내 혹은 인터넷 상의 모든 비디오 콘텐츠를 검색 할 수 있게 해주는 서비스이다. 예. 유튜브(YouTube), 야후 비디오
인터넷 TV	TV 프로그램 혹은 영화 같은 RMC 위주의 고급 콘텐츠를 인터넷을 통해 배포해주는 서비스이다. VOD형태의 서비스가 대부분이며 웹의 특성을 살리고 TV-like한 시청 경험을 주기위한 별도의 어플리케이션을 제공하기도 한다. 최근에는 생방송 서비스도 많이 활용 되기도 한다. 예. 주스트(Joost), 훌루(Hulu), 넷플릭스(NetFlix), 곰TV

자료: 방송기술연구 (2008)

II. 전개과정

새로운 인터넷 서비스의 시작 - 1999~2002

그레텍은 1999년 설립하여 2000년부터 팍데스크라는 웹폴더 서비스를 제공하였다. 웹폴더 서비스란 PC의 하드디스크나 CD 등에 자료를 저장하는 대신 서비스 제공업체가 제공하는 일정용량의 저장공간을 할당 받아 자료를 저장해 놓고 자신이 필요한 때에 인터넷에 접속, 필요한 자료를 입력하거나 꺼내 활용할 수 있게 해주는 것을 말한다.⁸ 그레텍은 개념이 생소한 시장에 진출하여 서비스 1년만에 24억원의 매출을 거두었고, 2002년에는 전년대비 440퍼센트 매출이 늘어나 134억의 실적을 달성하였다. 그레텍은 자사 서비스 외에도 프리챌, 하나로 드림, 드림위즈 등과도 잇달아 제휴 서비스를 제공하였다.⁹

팍데스크는 처음에는 20MB의 용량에서 1GB, 이후 100GB로 서비스용량을 늘리면서 이 용자들에게 많은 인기를 얻었다. 2002년 후발업체가 공격적인 영업활동을 펼치자 그레텍은 기존 무료 저장공간을 1기가에서 100기가로 늘리기로 했다. 폴더 용량 100기가는 당시 펜티엄 4급 PC의 평균 하드웨어 용량이 40~80기가인 점을 감안한다면 파격적인 용량이었다.¹⁰

⁸ 파이낸셜 뉴스, '장외 유망기업 지상 IR- 그레텍', 2003.04.03

⁹ 머니투데이, '그레텍, 팍데스크', 2003.08.19

¹⁰ 디지털타임스, '웹스토리지 서비스 경쟁 가열', 2002.11.01

또한 2000년도에 그레텍은 멀티 플랫폼형 온라인 게임 ‘깨미오’를 개발하였다. 이전까지의 기존 게임들은 유·무선 연동이 되지 않아 이동전화에서만 가능하거나 PC로만 즐길 수 있었지만 그레텍이 개발한 이 게임은 이동전화 단말기나 일반 PC는 물론 개인휴대정보 단말기(PDA) 인터넷TV 등 기기에 관계없이 인터넷과 연결만 되면 누구나 참여해 게임을 즐길 수 있었다.¹¹

국민 멀티플레이어 고프레이어 - 2003~2005

그레텍은 2003년 1월부터 무료 동영상플레이어인 고프레이어를 무료로 배포하였다. 고프레이어는 편리성과 기능성 두 마리 토끼를 다 잡은 것이 특징으로 동영상 플레이어에서 가장 중요하면서도 설치가 까다로운 코덱을 자체 내장해 별도 작업 없이 다양한 동영상 파일을 곧바로 재생할 수 있게 하였다. 이러한 편리성 때문에 2005년도에는 누적 다운로드수가 2000만 건을 돌파하였다.¹²

2004년에는 다양한 형태의 음악파일을 재생할 수 있는 고음질 음악 플레이어인 ‘곰오디오’를 제공하였다. 2004년에는 또한 기존 웹스토리지 서비스 ‘팝데스크’를 멀티미디어 엔터테인먼트 서비스 아이팝으로 새롭게 개편해 오픈했다. 새롭게 선보인 ‘아이팝’은 웹스토리지, 온라인 음악, 온라인 영화, 멀티미디어 게시판 등을 제공하여 네티즌 본인이 만든 콘텐츠를 함께 공유할 수 있도록 하였다.¹³

그레텍은 국내에서는 처음으로 웹스토리지 서비스로 일본에 진출하였다. 그레텍은 일본 현지 법인을 통해 은행 통장처럼 회원마다 인터넷에 저장 공간을 나눠주고 파일을 보관해주는 인터넷 저장(웹 스토리지) 서비스인 파일뱅크 서비스를 제공하였다. 2005년도에 일본 IT전문 출판사인 다카라지마 출판사는 내년에 주목할 만한 인터넷 아이템인 ‘인터넷을 즐길 수 있는 6대 키워드’ 가운데 하나로 파일뱅크를 선정했다. 함께 선정된 키워드는 ‘아이팟, 구글,블로그, 스카이프’의 인터넷전화, e머큐리의 커뮤니티 사이트 ‘믹시’였다.¹⁴

뉴미디어의 지평을 열다 고프 TV 2006~2008

그레텍은 2006년에 고프레이어에 TV기능을 탑재해 다양한 동영상을 TV처럼 골라서 볼

¹¹ 매일경제, ‘그레텍 멀티 플랫폼 게임 서비스’, 2000.04.23

¹² 지디넷코리아, ‘곰플레이어 누적 다운로드 2000만 건 돌파’, 2005.06.10

¹³ 아이뉴스, ‘팝데스크, 아이팝으로 새롭게 개편’, 2004.06.17

¹⁴ 한국일보, ‘파일뱅크, 내년 웹저장시장 평정할 것’, 2005.12.13

수 있는 곰플레이어 2.0'베타버전을 11일 선보였다. 곰TV'는 기본적인 멀티미디어 재생 기능에 방송과 동영상 스트리밍 서비스를 결합해 뉴스, 영화, 드라마, 스포츠 등 보고 싶은 영상을 TV처럼 바로 골라 감상할 수 있는 새로운 멀티미디어 서비스를 제공하였다.¹⁵

2006년 7월에는 곰플레이어의 순다운로드수가 마이크로소프트사의 WMP를 제치고 온라인 애플리케이션 부문 1위를 기록하였다. 세계적으로 특정 나라의 미디어 플레이어에 WMP를 누른 것은 한국의 곰플레이어가 처음이어서 이 사건은 더욱 의미가 큰 것으로 받아들여졌다. 특히 이 당시 곰플레이어의 누적 다운로드 수는 급증하여 2.0버전을 선보일 당시 3000만건이었던 누적 다운로드 수가 6개월 만에 두 배인 6000만 건으로 늘어났다.¹⁶

곰플레이어의 이러한 가파른 성장은 3월말 정식 서비스를 시작한 인터넷TV 서비스 ‘곰TV’에 힘입은 것으로 풀이되었다. 국내 동영상 미디어로는 유일하게 UCC가 아닌 RMC(Ready Made Contents) 기반의 안정적인 서비스를 지향했던 곰TV는 개국 당시 50여 개였던 콘텐츠 제휴사가 불과 몇 개월 만에 100여개사로 늘어났다.¹⁷

2006년 12월 그레텍은 10번째를 맞은 MBC게임 스타리그(이하 MSL)를 후원하게 된다. 곰TV는 MSL을 3회 연속 후원하며 1회 740만, 2회 1200만, 3회 2800만 명의 누적 관중을 달성했다.¹⁸

합법 콘텐츠 다운로드 시장의 개척 2009~2010

그레텍은 2009년 곰TV를 통해 영화, 드라마 콘텐츠 다운로드 서비스를 정식 오픈했다, 이 당시는 불법 복제물을 올린 개인의 인터넷 사용을 중지시킬 수 있는 저작권법 개정안이 국회에서 통과되면서 합법적인 영상 채널에 대한 사용자의 관심도 높아지는 상태였다. 곰TV와 같은 제휴 모델은 사용자 입장에서는 정당하고 떳떳하게 콘텐츠를 즐길 수 있도록 하고, 콘텐츠 제작업체에게는 침체된 부가판권 시장의 활로를 열어줄 수 있는 강화된 저작권 보호 환경에서 업계의 큰 관심사였다.¹⁹

그레텍은 지상파 방송 3사와도 전략적 제휴를 맺고 방송 주요 프로그램에 대한 본격적인 합법 다운로드 시장을 열었다. 곰TV의 지상파 3사 방송 직후 서비스는 온라인 합법 다운로

¹⁵ 디지털타임스, ‘곰플레이어가 TV 달았다’, 2006.01.12

¹⁶ 디지털데일리, ‘곰플레이어, 드디어 윈도우미디어플레이어 눌렀다’, 2006.07.26

¹⁷ 디지털데일리, ‘곰플레이어, 드디어 윈도우미디어플레이어 눌렀다’, 2006.07.26

¹⁸ 노컷뉴스, ‘E스포츠, 인터넷 시청 가파른 상승’, 2007.11.21

¹⁹ 그레텍 홈페이지 보도자료

드 서비스의 시장성과 이를 제공하는 온라인 플랫폼의 높아진 위상을 반영하는 것이었다.²⁰

III. 내용

그레텍의 판매 전략

그레텍은 온라인 미디어 플랫폼으로서, 서비스와 콘텐츠를 제공함으로써 많은 트래픽을 창출해 내는 것을 근본적인 판매 전략으로 하고 있다. 광고주 및 제휴업체의 만족도를 높이기 위해 새로운 광고 기법과 상품을 개발하고, 광고 효과를 높이기 위한 방법을 만들어나가고 있다. 유료 콘텐츠와 같은 거래 형 서비스 또한 서비스의 사용량과 비례하여 이루어지고 있다. 더불어 각종 마케팅 프로모션을 통해 사용자를 확대하고 판매를 촉진하는 전략도 병행하고 있다. 온라인 광고 영업의 경우, 사내 전문 영업 조직의 직접 영업과 광고대행사를 통한 간접 영업을 통하여 이루어지고 있다. 유료콘텐츠 판매의 경우 주로 온라인 상에서 홍보 및 판매가 이루어지거나 특정 업체와의 계약을 통해 진행되기도 한다.

21

새로운 비즈니스 모델의 제시

곰TV는 다른 웹TV와 달리 곰TV는 다른 웹TV와 달리 일반 사용자 중심의 UCC가 아니라 전문가 중심의 PCC를 지향한다. 굳이 구분하자면 유튜브가 아니라 주스트나 애플TV가 벤치마킹 대상이 된다. 일반 사용자들의 자발적인 참여에 의존하기보다는 TV 콘텐츠의 재전송이나 최신 영화와 전문가들의 고급 콘텐츠를 합법적으로 확보해 단순 광고 수익뿐만 아니라 콘텐츠 제작과 유통 판매를 수익 모델로 잡겠다는 전략을 가지고 있다.²²

곰TV의 콘텐츠 전략은 UCC를 기본적인 수익모델로 하는 동영상 전문 사이트인 판도라TV나 엠군과는 상당히 다르다. 곰TV는 기성 매체가 제작한 엔터테인먼트 동영상을 기본 콘텐츠로 하고 여기에 관련 정보를 덧붙여 부가가치를 창출하는 방식이다. 예컨대 영화 콘텐츠가 있다면 단순히 동영상만을 제공하는 것이 아니라 그 영화에 관련된 정보를 덧붙여

²⁰ 머니투데이, '곰TV 지상파 3사 방송 보세요', 2010.01.17

²¹ 그레텍 분기보고서 2011.09

²² 미디어오늘, '콘텐츠 가격 낮춰야 유료시장 활성화', 2008.05.02

제공한다는 것이다.²³

곰 TV의 수익 모델은 무료 멀티미디어 플랫폼과 무료 콘텐츠를 뿌리고, 저작권자와의 연계를 통해 광고 수익을 극대화하는 전략으로 요약할 수 있다. 곰 TV는 일반적으로 생각할 수 있는 ‘유료 콘텐츠’가 근본적인 수익 모델이 아니다. 다양한 콘텐츠를 사용자에게 무료로 제공하고 그를 통한 동영상 광고를 통해 수익을 내는 전략을 취하고 있다. 그레텍의 수익모델은 IPTV 등 유사 브로드캐스팅 서비스와 수익모델이 비슷하지만 합법적인 콘텐츠가 공개된 인터넷 망에 무료 SW 기반으로 동작한다는 점에서 주목할 만 하다.²⁴

유튜브 등의 서비스들이 저작권 침해 분쟁에 휩쓸려 있는 상황과는 대조적으로, 저작권이 해결된 고품질 콘텐츠를 제공함으로써 미디어 업체들의 전폭적인 지지를 등에 업고 있다.²⁵

존재하지 않는 시장의 창출

1) 웹스토리지 시장 개척 사례²⁶

그레텍의 성공 비결은 존재하지 않던 시장을 새로 만드는 방법으로 사업을 하기 때문이다. 시장을 만든 기업인만큼 선점효과로 해당 분야에서 당연히 1위 기업으로 서게 된다. 물론 앞장 서서 시장을 이끌다 보면 어려움도 따르게 된다. 그레텍이 심마니와 제휴해 선보인 팝데스크는 가입회원 1명에게 인터넷 저장공간 10GB를 제공하는 파격적인 서비스에도 불구하고 초창기 고전을 면치 못했다. 당시만해도 네티즌들은 대용량 인터넷 스토리지 서비스의 필요성을 공감하지 못했던 것이다.

그러나 이 후 인터넷 스토리지 서비스는 마이크로소프트사도 사업을 추진하는 등 인터넷 대중화 시대의 핵심 서비스로 떠올랐다. 그레텍이 창출한 한국의 웹하드 시장은 1999년부터 시작하여 2007년까지 4000억대의 시장으로 성장하였다.

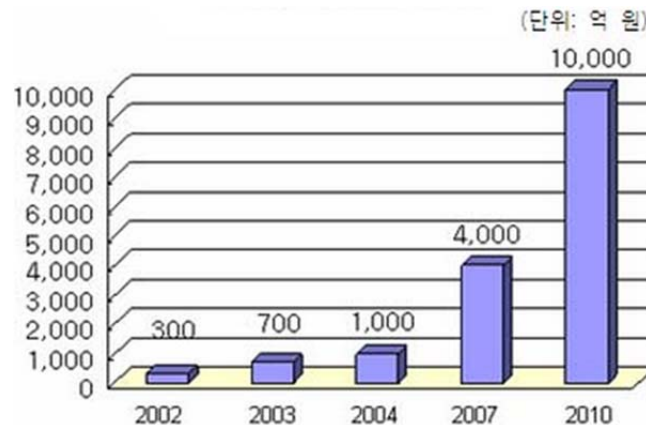
²³ 미디어오늘, ‘그레텍, 미디어사업 출항 3개월’, 2006.07.19

²⁴ 세계일보, ‘해설 곰TV 어떻게 돈버나’, 2006.03.29

²⁵ KBS기술연구소, 방송기술연구, 2008

²⁶ 동아일보, ‘존재 않던 시장 만드는게 성공 비결’, 2000.12.10

[표4] 웹하드 한국시장 규모 추정



자료: ZD Net Korea (2007)

2) 인터넷 tv 시장 개척 사례

그레텍이 인터넷 TV 시장에 뛰어든 무렵의 국내에서는 KT가 2005년 말 서비스를 선보일 예정이었으나 관련 제도가 정비되지 않아 실시간 TV 방송을 시작하지 못했다. 해외에서는 프랑스의 프리, 홍콩의 PCCW 등이 인터넷TV를 시작했으며 영국의 BT, 미국의 마이크로소프트(MS)와 시스코 등이 인터넷TV용 서비스 및 셋톱 박스를 개발하는 상황이었다. 이러한 상황에서 그레텍은 국내에서 처음으로 인터넷을 통해 실시간 TV 시청이 가능한 인터넷 TV 서비스를 선보였다.²⁷

그레텍은 고프레이어를 온라인 동영상 서비스를 염두에 두고 개발했으나 초기에는 콘텐츠가 디지털화되는 것에 대해 저작권자들의 반감이 컸기 때문에 셋톱박스 개념의 멀티미디어 재생기를 개발 보급하는 것에 우선 순위를 두었다. 동영상에 대한 인터넷 이용자의 니즈가 늘고 있지만 이를 위한 전용 플랫폼은 없었기 때문이다. 이 후 고프레이어가 기술력을 인정받아 국민 소프트웨어로 발전하였고 인터넷 콘텐츠에 대한 저작권자들의 인식도 크게 바뀌었다, 이렇게 새로운 멀티미디어 채널이 필요한 시점에 바로 고평TV가 나타난 것이다.²⁸

기술적인 차별화를 통한 시장 공략

고프레이어와 고평오디오의 성공 요인으로 국내 사용자 입맛에 맞는 다양한 부가 기능 제공

²⁷ 한국일보, '국내 첫 인터넷TV 보세요', 2006.01.17

²⁸ 이데일리, '고평TV 개국 1개월 인기몰이 계속될까', 2006.05.01

을 꼽을 수 있다. 곰플레이어는 출시 때부터 코덱 내장 등 당시로서는 획기적인 기능을 지원했으며 손상된 파일 재생, 구간 반복, 다양한 배속기능 등 한국인의 동영상 환경에 맞는 기능을 끊임 없이 추가시켜 나갔다. 곰오디오 또한 다양한 미디어 형식 지원, 이퀄라이저 지원, 스트리밍 방송 청취스킨 변경 등 기본적인 음악플레이어의 기능제공에 충실하면서도 반복 청취 등 어학 공부를 많이 하는 국내 사용자들의 습관에 맞는 편리한 기능을 중심으로 진화해왔다.²⁹

[표 5] 곰플레이어의 기술적 특징³⁰

곰플레이어의 기술적 특징
○ 플레이어는 자체 내장 코덱으로 시스템 리소스를 적게 차지하고 동영상 재생 품질이 뛰어남 ○ 추가 설치가 필요한 외부 코덱을 지원함 - 리얼네트워크사의 리얼플레이어(RealPlayer)의 .rm .ram 파일 지원 - 애플사의 퀵타임(QuickTime) 플레이어의 .mov 파일 지원 - DVD 파일(.IFO, VOB) 파일 지원 ○ 인터넷이 지원되지 않은 환경에서 통합 코덱을 제공함 ○ 온라인 상에서 전송중인 파일이나 전송이 완료되지 않고 중간에 끊어진 파일, 인덱스가 손상된 파일도 재생됨 ○ SMI, SUB, SRT, RT 등 다양한 국내외 자막을 지원함 ○ 곰 리모콘을 사용한 원격제어기능이 있음

자료: 방송기술연구 (2008)

E 스포츠를 통한 마케팅과 콘텐츠 제공

드라마가 지상파 방송사의 킬러 콘텐츠라면 곰TV에겐 게임이 바로 킬러 콘텐츠다. 그래서 그레텍은 스타크래프트 프로 리그를 포함한 게임 방송을 직접 만들겠다는 결정을 내렸다. 뉴미디어의 경우 인터넷을 기반으로 하고 있어 기존 TV와는 차별화 되는 여러 가지 장점이 있다. 예를 들어 곰TV에서 실시간 채팅 기능을 통해서 선수와 팬들이 대화를 나눌 수 도 있으며 선수 개인 화면만을 볼 수도 있다. 생방송이 끝난 다음 언제나 다시 보기 기능을 통해 경기를 선택 해 볼 수도 있다.

²⁹ 아이뉴스, '음악 플레이어도 국내 SW가 1위 곰오디오', 2007.08.17

³⁰ KBS기술연구소, 방송기술연구, 2008

전문가들은 결과가 중요한 다른 스포츠에 비해 경기 과정이 자체가 핵심적인 재미를 선사하는 e스포츠의 특성 때문에 곰TV와 같은 VOD에서 e스포츠가 인기가 높다고 설명한다. 특히 게임채널은 가족들 사이에서 시청순위가 밀릴 수 밖에 없는데 곰TV를 통해 실시간 중계가 가능해지면서 새로운 시청자를 발굴 할 수 있다는 장점이 있다. 31

기존사업과 신 사업과의 연계

그레텍의 신규 사업은 기존 사업과 연계가 되어 진행이 된다. 웹 스토리지 사업의 성공요인을 데이터의 교환과 공유에 대한 네티즌들의 요구에서 찾은 그레텍은 가장 많이 공유되는 데이터란 결국 동영상이라는 점에 착안해 미디어 플레이어 사업에 진출하게 된다. 그레텍이 2003년 출시한 국산 미디어 플레이어인 ‘곰 플레이어’는 2006년 1월에는 하루 평균 다운로드 300만 건, 누적 다운로드 3000만 건 돌파라는 기록적 성과를 거두게 된다. 이후 그레텍은 무료 미디어 플레이어인 곰플레이어에 부가서비스를 만들어 수익 방안을 모색했고, 그 결과 미디어 사업인 ‘곰TV’가 탄생하게 된다.³²

인터넷 산업 선점 효과

인터넷 산업은 설비투자나 서비스의 규모 및 구성에 있어 그 진입장벽이 높지 않음에도 불구하고 인지도면에서 사용자에게 얼마나 선점효과를 가지고 있는지에 따라 높은 진입장벽이 만들어지기도 한다. 이러한 이유로 대부분의 국내 인터넷 사업자들이 유사한 서비스를 보유하고 있음에도 불구하고 그레텍을 비롯한 몇 개의 사업자들이 인터넷 산업 각 부분에서 시장을 점유하고 있다.³³

기존의 타 기업 서비스와의 차이점

그레텍이 독자기술로 개발한 인터넷TV는 기존 서비스와는 차이가 있는 독특한 방식이다. 가장 큰 차이점은 셋톱 박스가 필요 없다는 점이다. 다른 인터넷TV는 셋톱 박스를 구입해야 볼 수 있지만 곰TV는 인터넷에 접속할 수만 있으면 곰플레이어2.0을 무료로 전송받아 바로

³¹ 한국아이닷컴, ‘곰TV 제 3 E스포츠 채널로’, 2007.12.12

³² 미디어오늘, ‘그레텍, 미디어사업 출항 3개월’, 2006.07.19

³³ 그레텍 분기보고서 2011.09

즐길 수 있다는 장점을 지니고 있다.³⁴

IPTV와 비교할 때 곰TV의 강점은 우선 2600만대에 이르는 PC가 이미 인터넷 회선에 접속돼 있다는 것이다. 대화면 LCD 모니터의 보급과 함께 TV와 PC의 경계가 무너지고 있는 것도 곰TV의 사업모델에 힘을 실어준다. 셋톱박스를 구입할 필요도 없고 별도의 가입비를 내지 않아도 주소만 입력하면 언제라도 동영상 서비스에 접속할 수 있다. 완벽한 양방향성에 익숙하고 충분히 검증된 지불 수단이 확보돼 있는 것도 IPTV와 차별화된 경쟁 포인트다.³⁵

IV. 성과

곰플레이어의 성공 및 시장점유율

곰플레이어는 국내 3100만개, 전 세계 총 1억개의 컴퓨터에 다운로드된 국내 대표 미디어 플레이어다. 공식적으로 지원되는 언어만 한국어, 영어, 중국어, 일본어, 러시아어 등 총 5개. 각국의 사용자들이 직접 만든 아랍어, 태국어판을 합치면 총 20개 언어의 곰플레이어가 있다.³⁶

일본어, 중국어, 영어, 러시아어 등을 공식적으로 지원하지만 기타 국가에서의 사용도 얹잡아 볼 수 없을 정도. 조지아(옛 그루지야) 같은 경우엔 콘텐츠 플레이어로서 점유율이 50%에 이른다.³⁷

곰플레이어는 국내 멀티미디어 플레이어 시장 점유율 1위를 기록하고 있으며, (곰플레이어 65%, 2010. 매트릭스 자료, 주요 플레이어 이용시간 점유율 기준)곰플레이어와 곰TV 서비스 사용 합계 사이트+어플리케이션 순위로 전체 인터넷 서비스 중 6위를 기록하고 있다. (2010. 코리안클릭 기준) 또한 해외에서도 미국 다운로드닷컴에서 로컬 미디어 플레이부문 다운로드 50주 연속 1위를 기록 하였다.³⁸

³⁴ 한국일보, ‘국내 첫 인터넷 TV 보세요’, 2006.01.17

³⁵ 미디어오늘, ‘콘텐츠 가격 낮춰야 유료시장 활성화’, 2008.05.02

³⁶ MK뉴스, ‘SW 개발자 4인의 성공 스토리’, 2011.11.11

³⁷ MK뉴스, ‘곰 TV 배인식 대표’, 2011.06.09

³⁸ 그레텍 분기보고서 2011.09

그레텍의 매출 현황

그레텍은 디스플레이(동영상 광고 등) 등과 제휴를 통한 응용광고 등의 온라인 광고 사업과 콘텐츠 제공업체들로부터 받은 콘텐츠와 자체 제작한 콘텐츠를 유통하거나 판매하는 형태의 유료 콘텐츠 사업, 그리고 소프트웨어 사업을 영위하고 있다.

3분기말 매출(2011 누적)은 194억으로, 온라인 광고 49%, 유료 콘텐츠 25%, 제작관련 15%, 소프트웨어 관련 7% 등으로 구성되어 있다.

2011년 3분기에는 온라인광고 관련 매출의 상승이 전체 매출 상승을 이끌었고, 유료 콘텐츠 관련 매출의 경우 지속적으로 상승추이를 이어가고 있다.³⁹

[표 6] 그레텍 매출 현황⁴⁰

항목	2011 년 3 분기(누적)		2010 년 연간	
	매출액	비중	매출액	비중
온라인광고관련	95.1	49%	109.2	49%
유료콘텐츠관련	48.5	25%	40.1	18%
제작관련	29.1	15%	37.9	17%
소프트웨어관련	13.6	7%	24.5	11%
기타	7.7	4%	12.3	5%

자료: 그레텍 분기보고서 (2011)

NEW 미디어 강자로서의 부상

그레텍은 초기부터 e스포츠가 네티즌들에게 인기가 높은 핵심 콘텐츠로 보고 e스포츠 중계를 강화해 왔다. 곰TV 서비스가 시작된 2006년 3월부터는 경기가 열린 후 1주일 후에 다시 보기 서비스를 실시했으며 MSL의 공식 스폰서로 지정된 지난 해 12월부터는 생중계 서비스까지 제공하면서 확실한 e스포츠 채널로 자리잡았다.⁴¹

2008년 2월 그레텍의 곰TV는 스타 인비테이셔널을 통해 대회 2주간 750만 클릭을 기록

³⁹ 그레텍 분기보고서 2011.09

⁴⁰ 그레텍 분기보고서 2011.09

⁴¹ 서울경제, '곰TV 제3 E스포츠 채널로', 2007.12.12

하였다. 이 때 곰TV E스포츠 중계 사상 최다클릭과 동시접속 2위 등을 달성하였으며 전세계 172개국에서 100만 명의 해외 네티즌들이 몰려 한국 e스포츠의 발전 가능성을 제시하였다. 그레텍은 2008년 4월에는 한국 e스포츠 사상 역대 최대 규모의 스타크래프트 개인리그 출범시키는 등 E 스포츠 관련 미디어의 강자로서 부상하였다. 최근에는 블리자드 엔터테인먼트와 3년간 독점 계약을 체결하여 글로벌 스타크래프트2 리그(GSL)를 개최하는 등의 성과를 보이고 있다.

그레텍은 곰TV와 곰플레이어 뿐만 아니라 모바일, CATV, GOMTV.net을 통하여 세계 200여 개국에 송출 가능한 글로벌 Multi-Platform 구축하였다. 또한 곰TV를 통한 신작 M/V 최초 공개 및 고화질 다운로드 서비스를 제공하는 등의 성과를 거두기도 하였다.⁴²

모바일 어플리케이션 시장에서의 성공

2010년 1월 아이폰 어플리케이션 출시 이틀 만에 앱스토어 Free Apps 1위 등극하였으며 서비스 출시 3일만에 10만건 이상의 다운로드 건수를 기록하였다. 현재는 85만 건 이상 다운로드가 누적된 상태이다. 2010년 5월에는 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 곰TV 홈페이지와 아이폰 App에 연동 시키면서 시청자들과의 소통 강화하였다.⁴³

V. 전망

그레텍의 향후 가능성

그레텍 곰 TV의 미래가 긍정적인 이유는 주 시청자로서 폭넓은 시청자를 보유하고 있다는 점이다. 곰TV의 주 시청자 층은 15~34세로 남성이 58%, 여성이 42% 구성하고 있으며 2030세대가 전체의 54%를 차지하고 있다. 곰 TV는 일반 케이블 대비 효율적인 광고 비용을 가지며 포털 동영상 배너 대비 높은 정보전달력을 지니는 등의 경쟁력을 가졌다.⁴⁴

그레텍은 PC 중심의 미디어 플랫폼에서 더 나아가 다양한 디바이스 환경에서 변화하는 고객의 요구에 발 빠르게 대처하고 있다. 모바일 플랫폼 대응을 위해 2010년 1월 모바일

⁴² (주)그레텍 광고사업실, 곰TV 홍보자료

⁴³ (주)그레텍 광고사업실, 곰TV 홍보자료

⁴⁴ (주)그레텍 광고사업실, 곰TV 홍보자료

GOM 애플리케이션을 출시하고, 영화, 게임, 연예오락 등 최신의 다양한 콘텐츠를 끊임 없는 동영상 서비스 기술로 사용자들의 큰 호응을 얻고 있다. 기능이 추가된 업데이트 버전을 선보이는 등 새로운 플랫폼에서 입지를 다져가고 있다.⁴⁵

세계각지에 고프레이어가 뿌려지면서 미디어에 대한 세계시장 공략이 가능해졌다. 해외 누적 다운로드 수가 1억건을 돌파하는 등 인프라가 깔리기 시작한 것이다. 2008년 2월에 그레텍은 시험 삼아 미국에 서버를 열어 고프TV가 주최한 스타크래프트 대회 영어 중계 서비스를 시작했다. 이 서비스는 아프가니스탄, 그린란드를 포함해 무려 170개 국가에서 접속하며 글로벌 참여형 미디어로서의 가능성을 보여주었다.⁴⁶

온라인 광고 시장의 성장

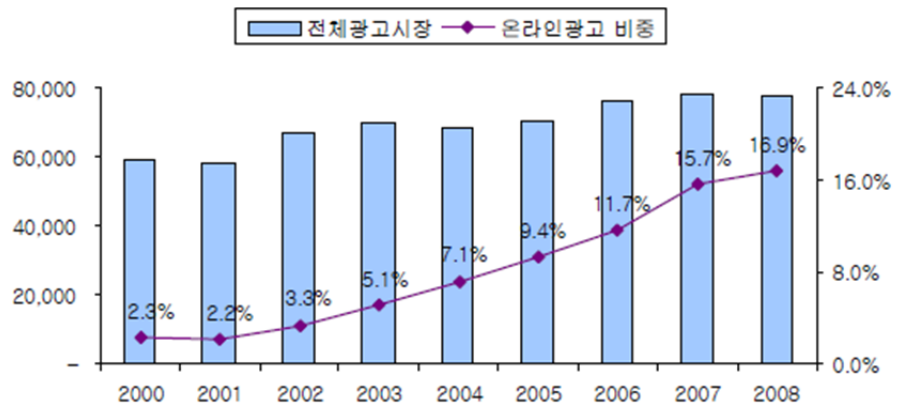
그레텍의 주력 매출 통로는 온라인 광고 시장이다. 온라인 광고 시장의 성장은 그레텍의 미래에 긍정적인 가능성을 열어 준다고 할 수 있다. 국내 온라인광고 시장은 1996년 전체광고시장에서 0.2%에 불과했지만 2008년에는 TV, 신문에 이어 3번째 매체로 부상하였다. 그리고 전체광고시장에서의 온라인 광고 시장 비중을 살펴보면, 2000년 2.3%에서 2003년 5.1%, 2006년 11.7%, 2008년 16.9%로 최근 몇 년 사이에 급속하게 늘고 있음을 알 수 있다

한국인터넷마케팅협회에 의하면 2008년 국내 온라인광고 시장 규모는 1조 3,225억 원으로 2007년 1조 2,068억 원 대비 9.6% 성장하였다.⁴⁷

⁴⁵ 그레텍 분기보고서 2011.09

⁴⁶ 파이낸셜뉴스, '배인식 고프레이어 사장 고프 인터넷 글로벌 미디어로', 2009.02.25

⁴⁷ 정보통신정책연구원, "주요국의 인터넷 광고시장 현황 분석", 2009

[표7] 한국 전체 광고시장 및 온라인 광고 시장 비중 추이⁴⁸

자료: 한국인터넷마케팅 협회 (2007)

세계적으로도 온라인과 모바일 방송 광고 시장은 성장세에 있다. 2010년 온라인 방송 광고의 경우 전년대비 17.6% 성장한 32억 3,200만 달러로 추산되며, 향후 2015년까지 연평균 18.1% 고성장하여 74억 800만 달러에 이를 것으로 전망된다.⁴⁹

[표8] 세계 플랫폼별 방송 광고시장 규모 및 성장률 추이⁵⁰

(단위: 백만 달러, %)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
지상파 TV	121,415	129,635	135,453	137,318	124,111	129,757	135,736	143,068	149,295	157,295	165,472	5.0
라디오	35,803	37,292	38,578	37,639	33,614	34,231	35,245	36,705	37,989	39,457	41,094	3.7
멀티채널 TV	37,893	40,582	44,974	48,410	47,435	51,519	56,458	61,103	66,966	71,933	77,722	8.6
온라인	538	1,063	1,696	2,464	2,746	3,230	3,455	4,581	5,506	6,654	7,408	18.1
모바일	568	847	962	1,378	1,590	1,846	2,158	2,592	3,128	3,745	4,124	17.4
전체	196,217	209,469	221,663	227,209	209,496	220,583	233,052	248,050	262,885	279,083	295,820	6.0
성장률		6.8%	5.8%	2.5%	-7.8%	5.3%	5.7%	6.4%	6.0%	6.2%	6.0%	

주: 지상파 방송은 TV방송과 라디오 방송 모두를 포함 멀티채널방송은 디지털지상파 방송 유선 방송 위성 방송 IPTV 포함.

자료원: PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

자료: 한국콘텐츠진흥원 (2011)

세계 인터넷 방송 시장 전망

그레텍의 주력산업인 인터넷 방송 부문도 세계적으로 지속적인 성장추세가 예상된다. 인터넷 방송의 경우 인터넷 방송 광고부분으로만 보았을 때, 2009년 27억 4,600만 달러에서

⁴⁸ 정보통신정책연구원, “주요국의 인터넷 광고시장 현황 분석”, 2009

⁴⁹ 한국콘텐츠진흥원, 세계방송시장 현황 및 전망, 2011

⁵⁰ 한국콘텐츠진흥원, 세계방송시장 현황 및 전망, 2011

2010년 32억 3,000만 달러로 2009년 대비 17.6% 성장 증가세를 보였다. 2010~2015년 까지 연평균 18.1% 성장한 74억 800만 달러에 달할 전망이다.⁵¹

[표9] 세계 플랫폼별 방송 시장 규모 및 성장률 추이⁵²

(단위: 백만 달러, %)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
지상파	196,271	207,435	216,035	217,888	202,081	217,817	227,864	239,384	251,983	266,816	285,101	5.5
유선	70,059	74,285	77,937	81,196	83,025	77,843	73,515	72,640	74,864	77,743	78,511	0.2
위성	40,006	45,154	51,000	56,552	60,724	59,772	58,860	60,103	63,537	68,008	70,948	3.5
IPTV	330	546	1,128	2,245	3,685	5,149	6,676	8,114	9,441	10,515	11,617	17.7
인터넷	538	1,063	1,696	2,464	2,746	3,230	3,455	4,581	5,506	6,654	7,408	18.1
모바일	-	-	763	1,419	2,296	3,212	4,107	5,165	6,729	7,965	9,289	23.7
전체	307,204	328,482	348,559	361,763	354,557	367,022	374,476	389,987	412,060	437,701	462,875	4.8
성장률		6.9%	6.1%	3.8%	-2.0%	3.5%	2.0%	4.1%	5.7%	6.2%	5.8%	

주: 인터넷 방송 시장규모의 경우 인터넷 방송 광고부분만 도출하여 반영함. 모바일 방송 시장의 경우 모바일 스트리밍 서비스와 모바일 브로드캐스팅 서비스 시장규모를 합산하여 산출함.

자료원: Informa Telecoms & Media(2010); PWC(2010); ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG 재구성

자료: 한국콘텐츠진흥원 (2011)

VI. Reference

- 한국방송학회, 스마트미디어시대와한국방송통신정책의발전방향, 2011.01.26
- 정두남, 스마트 TV 등장에 따른 미디어산업 구조변화에 관한 연구, 한국방송광고공사, 2010
- 방송기술연구, 2008
- 지식경제부 보도자료, “스마트미디어 표준화 글로벌 협력 시동”, 2011.10.17
- 정보통신정책연구원, “주요국의 인터넷 광고시장 현황 분석”, 2009
- 그레텍 분기보고서 2011.09
- 한국콘텐츠진흥원, 세계방송시장 현황 및 전망, 2011

⁵¹ 한국콘텐츠진흥원, 세계방송시장 현황 및 전망, 2011

⁵² 한국콘텐츠진흥원, 세계방송시장 현황 및 전망, 2011

- (주)그레텍 광고사업실, 곰TV 홍보자료
- 파이낸셜 뉴스, '장외 유망기업 지상 IR- 그레텍', 2003.04.03
- 머니투데이, '그레텍, 팝데스크', 2003.08.19
- 디지털타임스, '웹스토리지 서비스 경쟁 가열', 2002.11.01
- 매일경제, '그레텍 멀티 플랫폼 게임 서비스', 2000.04.23
- 지디넷코리아, '곰플레이어 누적 다운로드 2000만 건 돌파', 2005.06.10
- 디지털데일리, '곰플레이어, 드디어 윈도우미디어플레이어 눌렀다', 2006.07.26
- 디지털타임스, '곰플레이어가 TV 달았다', 2006.01.12
- 한국일보, '파일뱅크, 내년 웹저장시장 평정할 것', 2005.12.13
- 아이뉴스, '팝데스크, 아이팝으로 새롭게 개편', 2004.06.17
- 노컷뉴스, 'E스포츠, 인터넷 시청 가파른 상승', 2007.11.21
- 그레텍 홈페이지 보도자료
- 머니투데이, '곰TV 지상파 3사 방송 보세요', 2010.01.17
- 미디어오늘, '콘텐츠 가격 낮춰야 유료시장 활성화', 2008.05.02
- 세계일보, '해설 곰TV 어떻게 돈버나', 2006.03.29
- 미디어오늘, '그레텍, 미디어사업 출항 3개월', 2006.07.19
- 동아일보, '존재 않던 시장 만드는게 성공 비결', 2000.12.10
- 한국일보, '국내 첫 인터넷TV 보세요', 2006.01.17
- 이데일리, '곰TV 개국 1개월 인기몰이 계속될까', 2006.05.01
- 아이뉴스, '음악 플레이어도 국내 SW가 1위 곰오디오', 2007.08.17
- 한국아이닷컴, '곰TV 제 3 E스포츠 채널로', 2007.12.12

- MK뉴스, 'SW 개발자 4인의 성공 스토리', 2011.11.11
- MK뉴스, '곰 TV 배인식 대표', 2011.06.09
- 서울경제, '곰TV 제3 E스포츠 채널로', 2007.12.12
- 파이낸셜뉴스, '배인식곰플레이어사장곰인터넷 글로벌 미디어로', 2009.02.25

VII. 부록

그레텍 연혁

[표 10] 그레텍 연혁 1999~2002

연도	주요 사건
1999.02	그레텍 설립
2000.02	팝데스크 서비스 오픈
2000.05	개인용 웹스토리지 '팝폴더' 1G 서비스 오픈
2000.10	멀티플랫폼 네트워크 게임 '깨미오' 서비스 오픈
2001.04	팝데스크 Version 2.0 신규 버전 오픈 및 유료화 사업개시
2001.12	한국인터넷 기업협회 기술개발부문 공로대상 수상
2002.04	유무선 연동 모바일 게임 국내 최초 개발 출시
2002.10	팝폴더 100기가 서비스 오픈
2002.11	팝데스크 특허 등록

[표 11] 그레텍 연혁 2003~2005

연도	주요 사건
2003.01	곰플레이어 출시
2003.07	팝데스크 제5차 한국산업의 인터넷파워 (KWPI) 웹스토리지 1위
2003.10	벤처기업대상 '국무총리표창' 수상
2004.06	팝데스크, 엔터테인먼트 포털 사이트 '아이팝' 으로 개편
2004.07	모바일 '메이플스토리' 서비스
2004.09	곰오디오 출시

2004.10	Gretec Japan 설립
2005.01	곰플레이어, 특허청 100대 우수특허제품대상 우수상 수상
2005.06	곰플레이어 누적 다운로드 2,000만건 돌파
2005.11	그레텍 Japan 파일뱅크 “2006년 인터넷을 즐기는 일본 6대 키워드” 선정 곰플레이어 일본 최대 다운로드 사이트 벡터 다운로드 1위 온라인 대전액션게임 ‘젼파이터’ 클로즈 베타 서비스 실시

[표 12] 그레텍 연혁 2006~2008

연도	주요 사건
2006.01	곰플레이어 중국진출 곰플레이어 버전 2.0 베타버전 출시 및 누적 다운로드 3000만건 돌파
2006.03	인터넷 TV 서비스 ‘곰TV’ 오픈
2006.05	온라인 대전액션게임 ‘젼파이터’ 정식 서비스 실시
2006.07	곰플레이어, 국내 멀티미디어 주간 사용자 1위, 누적다운로드 6000만건 돌파
2006.12	곰 TV 교육채널 ‘곰스쿨’ 정식 서비스 오픈 곰 TV MSL 공식후원
2007.01	곰 TV MSL 후원 곰스쿨 어학당 오픈
2007.05	온라인 대전액션게임 젼파이터 북미 수출에 이어 중국진출
2007.08	곰오디오, 원앰프 제치고 음악 재생 플레이어 이용자 수 1위
2007.09	곰 TV MSL 3회 연속 후원
2008.04	TG삼보-인텔 클래식 2008 시즌 1 개최 K-SWSS 더 네임드: 월드 오브 워크래프트 개최
2008.06	온라인 최초 극장 종영 직후 VOD 서비스 실시
2008.07	마운틴듀 창천 리그 제작
2008.08	K-SWISS 카트 챔피언십 제작
2008.09	TG 삼보 인텔 클래식 2008 시즌 2 개최 마이크로 소프트 익스플로러 3.0 서든어택 곰 TV 리그 개최
2008.10	텔-인텔 더 네임드 시즌 1: 월드 오브 워크래프트 개최

[표 13] 그레텍 연혁 2009~2010

연도	주요 사건
2009.01	곰플레이어, 미국 유명 다운로드 사이트 <다운로드 닷컴> 소프트웨어 부문 1위
2009.03	TG 삼보 - 인텔 클래식 2009 시즌 3 개최
2009.04	온라인 최초 영화 합법 다운로드 서비스 실시
2009.06	곰TV 2009 아시아 드림 콘서트 중계 한국마이크로소프트 사이드와인더 배 더 네임드 시즌 2 개최 노턴 안티바이러스배 곰TV 월드 인비테이셔널 2009 개최
2009.08	곰TV, 나로호 발사 생중계
2009.10	KBS, MBC 방송직후 다운로드 및 다시보기 서비스 실시 HP 파빌리온 더 네임드 시즌 3 개최 미스터월드 코리아 본선 생중계
2010.01	SBS 추가로, 국내 최초 지상파 3사 방송직후 다운로드 및 다시보기 서비스 실시
2010.04	지상파 3사 서비스 화질 개선 및 다양한 포맷지원등 서비스 업그레이드
2010.05	블리자드 엔터테인먼트와 독점 E 스포츠 및 방송 파트너십 체결 곰 TV 닷컴과 모바일 GOM 애플리케이션 SNS 기능추가
2010.06	굿 다운로드 캠페인 후원
2010.09	TG삼보-인텔 스타크래프트 2 오픈 시즌 1 개최
2010.10	소니 에릭슨 스타크래프트 2 오픈 시즌 2 개최
2010.11	소니 에릭슨 스타크래프트 2 오픈 시즌 3 개최 2010 광저우 아시아 게임 곰 TV 생중계