

단순히 덩치 큰 기업들만의 일이 아니다

19

90년대의 하반기 동안 잘 알려진 몇몇의 데이터 공급업체들의 인수 합병을 목격했다. Reed Elsevier社는 LEXIS-NEXIS社를 인수했고, M.A.I.D.社는 Dialog社를 인수했으며, Thomson社는 Information Access Company를 인수했는데, 이 기업은 그에 이어 Gale Research and Primary Media社에 합병되어 Gale 그룹이 형성되었다.

데이터 공급업체들 사이의 이러한 거래는 한동안 그랬던 것처럼 덩치가 큰 기업들에 국한되지 않는다. 지난 10월 뉴욕시에서 있었던 인터넷 세계 회의에 참석한 사람들을 대상으로 조사를 했을 때, 규모가 작고 상대적으로 역사가 짧은 데이터 공급업체들 간에도 합병이 이루어지고 동반자 관계가 형성되고 있다는 것을 알게 되었다.

필자가 알고자 했던 것은 이러한 소규모 기업들간의 인수가 어떤 새로운 기업 정보 소스를 창출할 것인가 하는 것이었다. 인터넷 세계 회의는 주로 인터넷의 기술적인 면과 전자 상거래 측면에 초점이 맞추어 졌다. 수백 명의 출품자들 중에서 콘텐츠 지향성의 제품과 서비스를 제공한 사람들은 극히 일부에 지나지 않았다.

필자는 Market Guide社, Multex社, Big Charts社, CBS Marketwatch社, Miller FReeman社, CMP社의 대표자들과 얘기를 나누었고, 각 기업들이 최근에 합병이나 인수에 열을 올리고 있음을 알게 되었다. 이들 기업들은 다양한 매체를 통해서 그들의 데이터를 팔고 있기는 하지만, 인터넷 세계에서 그들의 마케팅 노력은 정보를 배포하고 판매하는 수단으로서 인터넷을 사용하는데 집중되어 있다.

다른 기업을 인수하는 이유는 여러 가지가 있는데, 속도 빠른 인터넷 환경에서 이러한 전략적 거래는 시장을 확대하기 위한 노력의 일환인 경우가 종종 있다. 인터넷 시장은 치열한 경쟁의 장이고, 기술의 변화와 새로운 제품의 빈번한 출시, 업계 표준의 발전에 의해 휘둘린다.

“제 일착 주자의 이점”이 극히 중요한데, 그것은 인터넷 구매에서는 시장 점유의 주도권을 포착하는 리드시간이 짧기 때문이다. 인터넷에서는 어떤 상품이나 아이디어를 최초로 자본화하는 기업이 되는 것이 중요하다는 것은 이미 입증된 사실이다.

기업을 인수하고 그 결과 그 콘텐츠를 인수함으로써, 기업을 인수한 회사는 전에 미칠 수 없었던 시장에 도달할 수 있게 되고, 그 기업의 시장에서의 영향력을 확대할 수 있게 된다. 다른 한편으로 데이터 공급업체가 또 하나의 기업을 인수하여 그 콘텐츠에 힘을 실을 수 있고, 그 기업이 기존의 고객들에게 이미 제공하던 서비스를 확대할 수 있다.

CBS.MARKETWATCH.COM과 BIGCHARTS

Yahoo!와 AOL은 인기있는 일반 포털 사이트들이지만, 전문(專門) 포털에 대한 요구가 생겨나고 있다. 합병과 인수로 인해 형성된 새로운 동맹 관계로 인해 몇 개의 금융 포털들이 금융 데이터를 얻을 수 있는 “원스탑 쇼핑” 사이트가 되었다.

이들 사이트는 자체에서 만들어낸 정보와 제3자 벤더들로부터 라이선스를 얻은 정보를 공급하고 정리한다. Forbes Interactive Money Guide紙(“Forbes Interactive Money’s Guide’s Best of the Web”, 매튜 슈프린저, 1999년 가을, 32페이지)에 따르면,



▲ CBS 마켓워치 사이트 화면

성공한 금융 포털들은 이제 월스트리트가 사용하는 값비싼 시스템에 견줄 있는 자원을 제공한다.

CBS.MarketWatch.com 사이트(<http://www.cbs.marketwatch.com>)는 훌륭한 금융 포털의 전형으로, 우수한 비즈니스 데이터를 제공한다. 이 사이트의 콘텐츠에는 실시간 비즈니스 뉴스, 금융 프로그래밍, 분석 도구들이 포함된다. 이 사이트는 금융 시장에 관한 교육적 정보를 제공함으로써 독자적으로 투자하는 독자들이 훌륭한 투자 계획을 세울 수 있도록 고안되었다.

이 기업은 1999년 1월에 주식을 공개했는데, 그 주주들에게 보낸 편지에서 다른 데이터 공급업체들과의 제휴의 중요성을 피력했다. 이 기업은 "Multex, Investools, Hoover's를 포함한 기업들의 상품과 서비스의 판매에 참여함으로써 수익을 창출한다."

Corporate Communications의 이사, 팀 메런에 따르면, 이 사이트의 목표는 인터넷상에서 제일의 금융 정보 제공업체가 되는 것이다. 메런씨는 그 기업이 다른 금융 포털과 다르다고 생각하는데, 그 이유는 그곳에서는 독창적인 사실 콘텐츠를 제공하기 때문이다.

50명 가량의 언론인으로 구성된 경험 많은 스태프가 아주 참신한 비즈니스와 금융에 대한 그날 하루의 설명과 분석을 쓰고 있다. CBS.MarketWatch.com 사이트는 매일 40만까지도 뉴스가 업데이트되고 있는데, 그에 의해 어떤 다른 곳에서도 이용할 수 없는 데이터를 이용할 수 있는 새로운 매체를 창출해가고 있다. 매튜 쉬프린은 Forbes Interactive Money Guide紙에 쓴 같은 기사에서 CBS.MarketWatch.com 사이트를 "조사자들의 회망"이라고 했다.

1999년 4월 MarketWatch.com社가 BigCharts社를 인수했는데, 이곳은 현재의 주식 시세와 과거의 주식 시세를 알아볼 수 있는 필자가 가장 좋아하는 인터넷 소스였다. 이 거래에 대해 기술한 1999년 4월 29일자 MarketWatch.com 출판 간행물에 의하면, 기업인수로 인해 "선도적인 인터넷 사이트로서의 Marketwatch.com社의 지위가 강화되었다..."

BigCharts(<http://www.bigcharts.com>)는 무료이고 대화식이자 주문 가능한 주식표와 정보로 유명한 사이트로서, Charles Schwab나 E-Trade와 같은 몇몇의 금융 사이트에 그 콘텐츠의 사용을 허가하고 있다. BigCharts를 인수함으로써 BigCharts의 데이터가 MarketWatch 사이트로 통합될 뿐만 아니라, CBS MarketWatch의 뉴스와 사실이 BigCharts의 데이터로 통합될 것이다.

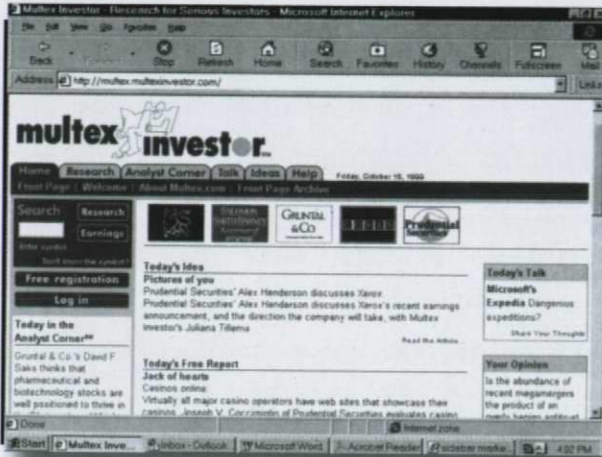
필자가 의문을 가졌던 것은 그러한 인수합병이 BigCharts社가 그 사이트에 추가 데이터를 추가하는 동기가 될 것인가 하는 것이었다. 그래서 필자는 앞으로 있을 BigCharts 콘텐츠의 변화에 대해 최고 경영자인 래리 크레이머씨와 얘기를 나눴다. 현재 BigCharts에서는 조사자들이 한번에 하루의 과거 주가 자료, 한번에 하나의 증권시세 표시기만을 얻을 수 있도록 하고 있다.

BigCharts에서 일정 범위의 날짜 분에 대해 과거 시세를 제공하는 유일한 포맷은 차트이다. 필자에게는 과거의 주식 시세 정보가 한꺼번에 며칠 또는 몇 달씩, 그리고 여러 기업의 주식 시세 정보가 필요한 경우가 빈번하다. 그런데 그것은 차트나 스프레드시트로 다운로드 할 수 있는 것이다.

필자가 크레이머씨에게 BigCharts에서 이런 유형의 리포트를 얻을 수 있는 가능성이 있는지 질문하자, 그는 데이터 제공업체와의 라이선스 계약에 따라 그렇게 하는 것이 금지되어 있다고 대답했다. 게다가 그런 유형의 정보를 판매하는데 관심이 없다는 것이었다. 그 기업에서는 정보를 그래프 형태로 제공하는데 초점을 맞추고 있다.

MULTEX와 MARKETGUIDE

Multex社 역시 조사자들에게 인터넷상에서 원스탑 쇼핑을 제공하기 위해 만들어진 금융 포털이다. 그 회사의 주주들에게 보내는 그 기업의 메시지(http://www.multex.com/investor/ceo_msg.asp)에서 최고 경영자인 아이작 머레브는 Multex社의 소임을 "금융 서비스의 소비자와 공급자를 연결하는 세계적 수준의



▲ 멀텍스 인베스터 홈 페이지

금융 정보 쇼핑몰이 되는 것"이라고 기술하고 있다.

Multex社は 주문식 리서치(Research-on Demand) 서비스로 몇 년 전 등장했다. Investext社, First Call社와의 경쟁에서 이 서비스는 투자 은행과 중개 기업 리포트에 대한 대안 소스를 제공했다. (주문식 리서치 서비스에 대해 보다 상세한 분석을 원한다면, 엘리스 클링어너의 ("Multex社가 Investext社에 도전하다", 데이터베이스紙, 1999년 2/3월, 65-68페이지.)를 참고하기 바란다.)

Multex社は 그 이후로 대화식 금융 공동체인 Multex Investor Network를 만들었다. 개인 투자자들을 대상으로 하고 있는 이 네트워크에서는 여러 분석가들이 쓴 기업과 주식에 관한 투자 연구서를 제공하고 있다. 또한 여기서는 조사자들이 차트와 그래프, 온라인 세미나에 액세스하여, 적극적으로 토론에 참가하여 활발하게 대화가 이루어지도록 하고 있으며, 고급 검색과 필터링 기술을 이용하도록 하고 있다.

Multex社は 계속해서 데이터베이스를 확장하고 있는데, 현재까지 1백 5십 만개 이상의 연구 보고서를 보유하고 있다. 이것은 550개 이상의 투자 은행과 주식 거래소, 그리고 은행, 법률회사, 자문회사들과 같은 제 3자 조사 공급업체들로부터 가져온 것들이다.

실제로 일부 은행과 주식 거래소들은 Multex社를 새로운 고객들에게 다가가는 수단이자 그 연구조사 이상의 것을 판매하는 수단으로 여길 수도 있다. Merrill Lynch社, Salomon Smith Barney社, Gruntal & Co., Prudential Securities社は Multex Investor Network의 "플래티넘 스폰서들"이다.

Multex Investor Network 회원은 무료이고, 사용자들은 원하는 정보에 대해서만 요금을 지불하면 된다. 필자는 정기 가입자이기 때문에, 회원으로서 일간 회보를 받는데, 거기서는 개별 주식

과 기업에 대한 최근 리포트의 간략한 개요를 제공하고 있다.

리포트의 가격은 무료에서부터 150달러까지 다양하다. 가끔 필자가 관심을 가지고 있는 것들을 다루고 있는 무료 리포트를 이용하기도 하지만, 고객을 위한 리포트 검색 사이트로 곧바로 가기도 한다.

필자는 특히 무료 Multex Stock Snapshots 사이트를 좋아하는데, 그 이유는 거기서 "분석가 하이라이트"를 제공하기 때문이다. "분석가 하이라이트"에는 금융 하이라이트, 주식 통계, 연간 수입 견적 여론조사, 동등한 기업군의 목록이 있는 아주 짧은 업계 개관이 들어 있다. 유감스럽게도 현재의 투자 결정을 하려는 조사자들에게 도움을 주고자 고안된 대부분의 금융 포털들과 마찬가지로 여기에도 이전의 주식 스냅샷은 이용할 수 없다.

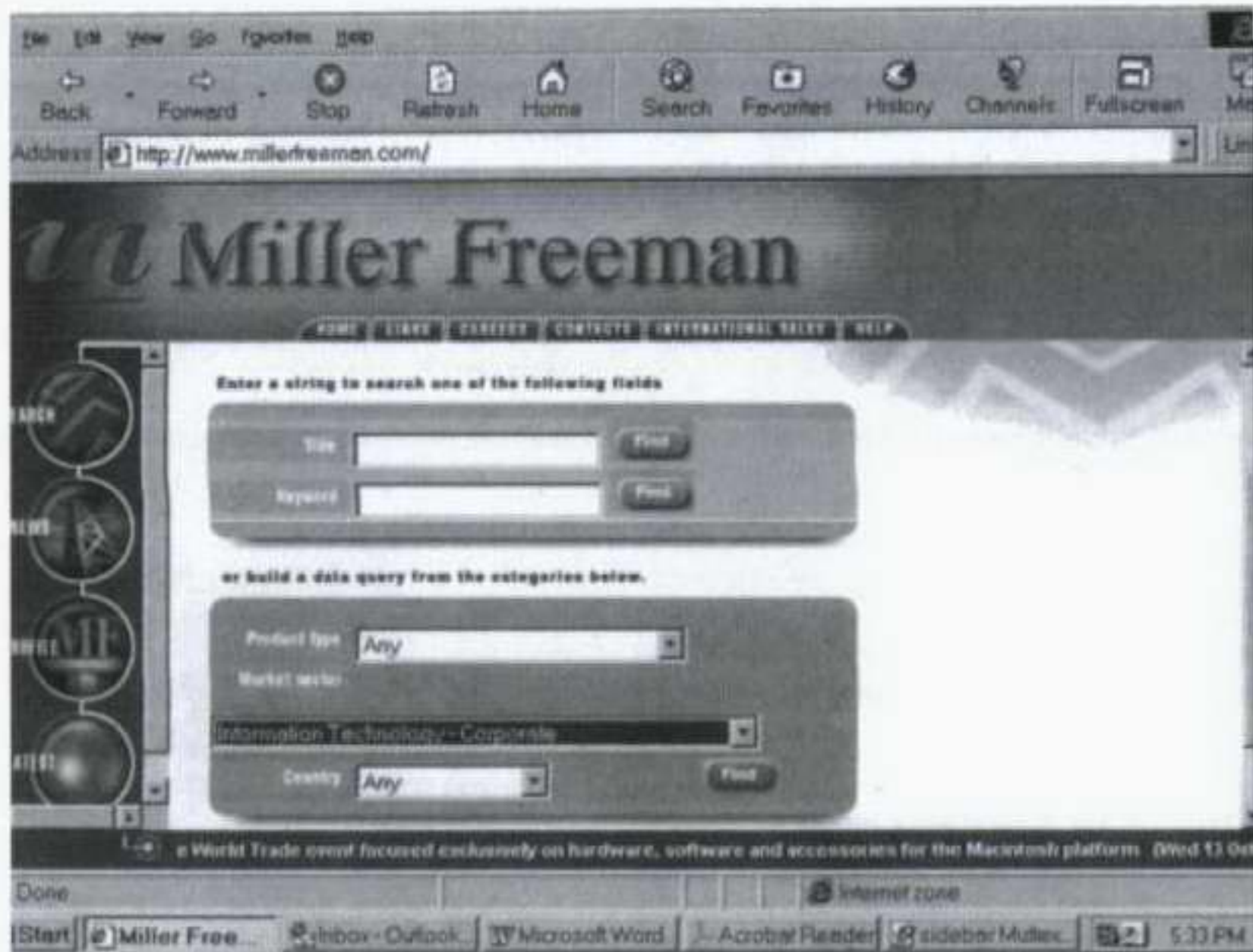
1999년 9월 23일, Multex.com社は Market Guide社를 인수했다. Business Wire紙에 실린 기사에서 Multex.com社 측은 이렇게 말했다. "이번 인수합병으로 인터넷의 선도적 투자 연구 네트워크가 탄생하게 될 것입니다..." Market Guide社は 인터넷상에서 주식 공개가 이루어진 기업들에 관한 상세한 금융 정보를 제공한 최초의 기업들 중 하나였다. Market Guide 데이터베이스는 금융기술정보를 보유하고 있다. 이 금융 정보에는 1만 2천개 이상의 미국과 국제 공기업들에 관한 미리 산출된 비율과 통계가 들어 있다.

각각의 무료 기업 스냅샷은 짧은 기업 설명, 주가표, 하이라이트, 수입 견적서, 선택된 과거 금융 자료를 제공한다. Market Guide와 Multex Investor Network 인터넷 사이트는 같은 포맷으로 고안되어, 사용자가 주식시세 표시기 마크나 기업이름을 이용해 신속하게 들어갈 수 있다.

각 페이지 상단의 메뉴 바는 조사자들이 다른 사이트 기능들보다 갈 수 있도록 하고 있는데, 적격 심사 도구, "What's Hot" 페이지, 시장 정보와 같은 것들이 그것이다. "What's Hot/What's Not" 페이지에서는 최고의 주식과 최악의 주식들 뿐만 아니라, 가장 인기있는 섹터들과 산업들의 매일 순위를 제공하고 있다. Market Guide 리포트에서 제공하는 정보는 기업들과 시장에서 제공한 금융 데이터에 기초를 두고 있다. 여기서는 금융상의 견해나 조언은 제공하지 않는다.

MILLER FREEMAN과 CMP MEDIA

Miller Freeman社(<http://www.millerfreeman.com>)는 United News and Media plc社가 소유하고 있는 데이터베이스로, 무역 박람회를 개최하는 것으로 잘 알려져 있으며, 비즈니스



▲ 밀러 프리먼 홈 페이지

출판물로도 유명하다. 이 기업에서는 시장 조사와 자문 서비스를 제공하고 있다.

Miller Freeman社의 출판물 대부분은 의학, 컴퓨터, 전자공학의 기술적인 면을 전문적으로 다루고 있다. CMP Media社는 많은 중요한 컴퓨터와 전자공학 잡지들을 소유하고 있다. 1999년 4월 29일에 United News and Media社는 CMP Media社 (<http://www.cmpnet.com>)를 매입했다.

CMP Media社는 여러 가지 중요한 컴퓨터와 전자공학 잡지들을 소유하고 있는데, Computer Reseller News와 Electronic Engineering Times가 그것이다. 한 기업 출판 간행지 (<http://www.millerfreeman.com/news/articles/19990429.html>)에 따르면, CMPNet의 인수합병으로 “기업간 첨단 기술 분야에 서비스를 제공하는 온라인 전문(專門) 공동체의 선도적 운영자가 탄생하게 될 것이다.” 또한 이 인수합병으로 Miller Freeman社는 그 고객들에게 광범위 정보 서비스를 제공할 수 있게 될 것이다.

필자는 콘텐츠가 많은 그 기업의 인터넷 사이트들에 링크하기 위해서 CMP Media의 CMPnet(<http://www.cmpnet.com>)을 자주 참고한다. CMP Media의 인터넷 사이트 각각은 전문(專門) 주제 포털로서 고안되었고, 그곳을 통해 그것의 많은 간행물들에서 전문(全文) 기사들을 이용할 수 있다.

Tech Web(<http://www.techWeb.com>)은 “IT 전문가들을 위한 네트워크”이고 Channel Web(<http://www.channelWeb.com>)은 “재판매자, 소매상, VARs(부가가치 재판매업자)”를 대상으로 하고 있다. 그리고 EDTN Network(<http://www.edtn.com>)은 “전자공학 디자인”에 관련된 사람들을 대상으로 삼고 있다.

이들 사이트 각자에는 일간 뉴스, 주간 뉴스, 인기있는 소프트웨어 다운로드, 수십개의 관련 링크가 포함되어 있다. 이 사이트의 “고급 검색” 기능은 조사자들이 CMP 간행물들 전체를 개별적으로든지 아니면 그룹으로 검색할 수 있도록 하고 있다. 이들 전문(專門) 포털 사이트들 각자는 곧 금광이다.


Miller Freeman社의 마케팅 이사인 개버 지커만에 의하면, CMP의 인수합병은 상호 보완적 전문기술과 두 회사의 시장 지위를 결합하는 것이다. United News and Media社는 무역 박람회와 특정 분야 출판에서 발군의 수완을 보임으로써 CMP의 유명한 첨단 기술 출판물 브랜드를 일구었고, 모기업 위한 기회를 많이 만들어 냈다.

조사자들은 이제 Miller Freeman의 인터넷 사이트를 주제별로 검색할 수 있고, 양 기업에서 제공한 정보를 검색할 수 있다. 예를 들어, “전기 통신” 검색은 이 기업의 박람회, 회의, 세미나, 인터넷 사이트, 회보, 디렉토리, 잡지들로의 링크들을 검색한다. 인터넷 사이트 콘텐츠의 합병은 연구자들이 합병 전에는 찾지 못했을 수도 있는 정보로의 액세스를 제공한다.

중요한 건 생존이다.

이들 인수합병의 결과로서 새로운 비즈니스 콘텐츠를 많이 보지 못할 수도 있다. 그러나 대신에 보다 크고 강력한 인터넷 사이트들을 만나게 될 것이다. 이들 기업 대부분은 다른 인터넷 사이트들과의 광고, 배포 계약과 그들의 기업간 관계에서 빚어진 라이선스 계약을 통해 수익을 얻는다.

필자가 이 기사에서 언급한 기업들과 같이 성공한 기업들은 계속해서 기업을 인수 합병할 가능성이 많은 것 같다. 그렇게 함으로써 그 기업들은 부가 콘텐츠를 얻거나, 새로운 배포 채널들을 통해 기존의 콘텐츠에 힘을 실어줄 수 있게 될 것이다.

필자가 Market Guide사의 Multex사 매입과 업계의 인수합병 건수의 증가에 대해 Market Guide사의 판매 부장 다니엘 바셀리와 얘기를 나눴을 때, 그녀는 “기회의 창은 빨리 닫힌다.”고 대답했다. 고도로 경쟁적인 인터넷 영역에서, 합병, 인수, 동업, 제휴를 함으로써 기업들은 공동체를 형성할 수 있고, 이들 공동체들은 통행을 유인할 것이다. 그리고 기업들은 인수합병을 통해 공동 브랜드를 형성하여 새로운 고객들에게 영향력을 행사하게 되고, 가장 중요한 것은 살아남게 될 것이란 것이다. 

■ **잔 데이비스 튜더**의 전자 우편 주소는 jt@jtresearch.com 이다.