



## 머 리 말

최근 몇 년 간 중국, 일본을 포함한 동남아를 중심으로 불었던 한류열풍이 주춤하며 2006년 이후 우리 문화콘텐츠의 수출은 위축된 모습을 보이고 있습니다. 기존 한류 국가의 자국 문화산업 보호 조치로 인한 실질적인 무역장벽 강화, 그리고 현지의 반(反)한류 정서는 우리 문화콘텐츠 수출기업의 어려움을 한층 가중시키고 있습니다.

그러나 장기적 시각에서 보면, 기존 한류 시장에서의 이러한 위기가, 한류의 재도약을 위한 또 다른 기회일 수 있습니다. ‘한류 열풍’을 등에 업고 국내 콘텐츠의 마케팅에만 안주하던 것에서 벗어나, 콘텐츠 자체의 내실화에 힘쓰는 계기가 될 수 있습니다. 또한, 과거 시장이 중국, 일본 등 아시아 일부 지역에 편중되었던 한계를 극복하고 중남미, 중동, 동유럽 등 ‘신흥시장’에 진출함으로써 시장 편중 위험을 분산시키는 동시에 한류 성장의 저변을 넓히는 좋은 기회가 될 수도 있습니다.

실제로도, 지난해 방송분야 수출에서 일본이 차지하는 비중은 과거 60%에서 44%로 감소한 대신, 수출 지역이 싱가포르·말레이시아·태국 등 아시아 타 지역이나 멕시코·브라질 등 남미, 터키·요르단·이란 등 중동으로 확산되는 모습에서 한류의 재도약 가능성을 확인할 수 있습니다.

우리 KOTRA는 2006년 8월 한국 문화콘텐츠 기업의 해외시장 진출을 체계적으로 지원하기 위해 문화서비스산업팀을 신설하여 세계 주요 게임, 방송, 영화 등 관련 전시회 참가를 지원하고, 수출상담회 및 로드쇼를 개최함으로써 문화콘텐츠 수출지원에 힘써 왔습니다.

뿐만 아니라, 2006년 동남아 지역 10개국에서 운영되었던 서비스수출 거점무역관을 5개 대륙 9개국으로 분산, 운영함으로써, 한류 시장의 다변화 트렌드에도 적극적으로 부응하여 왔다고 자부합니다.

본 자료는 2007년 10개의 서비스수출 거점무역관에서 현지의 문화콘텐츠 시장 현황을 조사한 것으로, <캐릭터편>, <모바일게임편>, <방송콘텐츠편>, <공연편> 총 4가지 주제로 발간하게 되었습니다. 이번 자료가 한국 문화콘텐츠 기업의 해외 진출에 유용한 정보를 제공할 수 있기를 바랍니다.

앞으로도 우리 KOTRA 문화서비스산업팀은 한류의 새로운 도약을 위하여 국내 문화콘텐츠기업에 유용한 다양한 정보를 생산, 제공하기 위해 노력하겠습니다.

끝으로, 자료발간을 위해 조사에 힘써주신 10개 서비스수출 거점무역관과 문화서비스산업팀 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

2008년 1월  
KOTRA 전략마케팅본부장 황민하

# Contents

---

■ 머리말 .....	2
■ 대만편_타이베이 무역관 .....	7
■ 말레이시아편_콰라룸푸르 무역관 .....	55
■ 미국편_샌프란시스코, 로스앤젤레스 무역관 .....	89
■ 멕시코편_멕시코시티 무역관 .....	137

---

■ 인도네시아편_자카르타 무역관 .....	169
■ 일본편_도쿄 무역관 .....	197
■ 중국편_상하이 무역관 .....	233
■ 태국편_방콕 무역관 .....	269

---

# 대만 방송콘텐츠시장 현지동향 및 진출전략

- 타이베이 무역관 -

## 가. 대만 방송콘텐츠 시장 동향

### □ 시장 규모 및 일반 현황

- 대만 방송통신위원회 자료에 따르면, 대만인의 일상 정보획득을 겸한 오락 활동(TV 시청, 모바일, 영화관람, 독서, 신문 및 잡지, 인터넷, VCD or DVD 시청 등) 중에서 “텔레비전 시청”을 통해 주요한 정보 입수 및 오락 활동을 꼽은 사람들이 응답자의 25.5%로 1위를 차지함.
- 이는 대만인들의 일상생활에 있어서 “텔레비전 시청”이 불가결한 정보 획득 및 오락의 매개체임을 반증함.
  - \* 2위 : 모바일(16.5%), 3위 : 인터넷(13.8%)
- 대만은 케이블방송의 빠른 발전 및 보급으로 인하여 방송콘텐츠 역시 극히 다양하고 국제화 되어 있음.  
(대만 정부가 케이블방송 사업 및 방송콘텐츠를 개방한 이후, 해외 방송콘텐츠들의 시장 진입 및 외국 업체와의 합작 제작이 활발히 이루어 지고 있음)
- 대만의 방송콘텐츠는 크게 뉴스(정치, 경제, 기상, 평론 포함), 드라마(단막극 및 영화 포함), 연예(토크쇼 및 각종 오락프로그램 포함), 아동만화영화(각종 어린이 관련 프로그램 포함), 스포츠, 영화, 재정경제, 종교 및 기타 등 총 9개로 분류하고 있으며, 그 중 뉴스, 드라마, 연예, 아동만화 및 영화 프로그램이 전체 시청률의 80% 이상을 차지하고 있음.
- 대만 TV 정보공개 사이트의 통계에 따르면, 02’ 기준 대만 내에서 방영 된 방송 프로그램은 총 4,290,734개임, 그중 대만 로컬 방송 프로그램은 총 2,743,251개로 전체 63.93%를 차지하고 있으며, 해외 프로그램은 1,547,483개로 36.07% 점유함.

- 방송콘텐츠 중 최다 제작 방영 프로그램은 뉴스(정치, 경제, 기상, 평론 포함) 관련 프로그램으로 2002년 기준 총 980,432개임. 그 중 대만 프로그램은 총 958,712로 전체 97.78% 점유
- 대만에 방영되고 있는 해외 콘텐츠 중 드라마는 전체 43.17%를 차지하면서, 해외 콘텐츠 중 가장 높은 점유율을 보임
- 대만 유선방송협회 관계자에 의하면, 대만 유무선 방송 서비스 채널의 지속적인 증가로 총 방송 채널은 170여개에 달함
- 케이블방송 보급률 역시 06' 기준 65.1%를 기록하고 있어, 유/무선방송 사업의 발전은 대만 방송콘텐츠 분야에 지속적으로 영향을 미칠 것으로 전망.

〈 국내 및 해외 프로그램 방영 내역 〉

년도	국내 프로그램 수	방영시간	해외 프로그램 수	방영시간	수량 TOTAL	방영시간 TOTAL
1995	129,966	6,564,786	76,477	3,980,810	206,443	10,545,596
1996	249,464	13,082,196	142,741	8,116,111	392,205	21,198,307
1997	288,430	14,811,051	183,628	9,802,261	472,058	24,613,312
1998	422,645	20,139,696	234,698	11,782,390	657,343	31,922,086
1999	408,863	19,789,442	229,200	11,645,140	638,063	31,434,582
2000	411,895	19,977,490	246,118	12,411,593	658,013	32,389,083
2001	407,487	19,713,987	231,372	12,210,289	638,859	31,924,276
2002	424,501	18,519,611	203,249	9,916,328	627,750	28,435,939
TOTAL	2,743,251	132,598,259	1,547,483	79,864,922	4,290,734	212,463,181
점유율	63.93%	62.41%	36.07%	37.59%	100.00%	100.00%

\* 자료원 : 대만 TV 정보 공개 사이트 NCCU



〈 대만 연예프로그램 방영 내역 〉

년도	국내 프로그램 수	방영시간	해외 프로그램 수	방영시간	수량 TOTAL	방영시간 TOTAL
1995	31,608	1,631,900	11,814	466,370	43,422	2,098,270
1996	57,764	3,083,643	23,112	1,022,560	80,876	4,106,203
1997	65,102	2,774,564	31,562	1,395,069	96,664	4,169,633
1998	94,837	3,551,045	33,736	1,395,308	128,573	4,946,353
1999	82,265	3,465,642	46,456	2,252,975	128,721	5,718,617
2000	76,646	3,240,664	53,333	2,369,899	129,979	5,610,563
2001	86,607	3,572,354	37,146	1,785,708	123,753	5,358,062
2002	85,338	3,306,870	25,902	1,164,799	111,240	4,471,669
TOTAL	580,167	24,626,682	263,061	11,852,688	843,228	36,479,370
점유율	68.80%	67.51%	31.20%	32.49%	100.00%	100.00%

\* 자료원 : 대만 TV 정보 공개 사이트 NCCU

〈 대만 드라마(단막극 및 영화 포함) 방영 내역 〉

년도	국내 프로그램 수	방영시간	해외 프로그램 수	방영시간	수량 TOTAL	방영시간 TOTAL
1995	23,207	1,630,001	23,078	1,484,313	46,285	3,114,314
1996	46,171	3,419,737	54,337	3,951,304	100,508	7,371,041
1997	60,064	4,391,228	51,751	4,103,287	111,815	8,494,515
1998	72,170	5,482,319	59,086	4,481,016	131,256	9,963,335
1999	70,250	4,923,038	48,618	3,503,350	118,868	8,426,388
2000	74,367	5,192,205	52,089	3,935,452	126,456	9,127,657
2001	77,098	5,197,942	52,953	4,300,744	130,051	9,498,686
2002	86,098	5,113,572	45,123	3,327,557	131,221	8,441,129
TOTAL	509,425	35,350,042	387,035	29,087,023	896,460	64,437,065
점유율	56.83%	54.86%	43.17%	45.14%		100.00%

\* 자료원 : 대만 TV 정보 공개 사이트 NCCU

〈 대만 NEWS(정치, 경제, 기상, 평론 포함) 방영 내역 〉

년도	국내 프로그램 수	방영시간	해외 프로그램 수	방영시간	수량 TOTAL	방영시간 TOTAL
1995	42,066	1,649,630	2,979	138,064	45,045	1,787,694
1996	82,007	3,407,235	4,302	246,304	86,309	3,653,539
1997	93,845	4,179,276	3,581	107,199	97,426	4,286,475
1998	138,214	5,856,541	4,095	139,595	142,309	5,996,136
1999	139,765	5,813,374	2,399	113,226	142,164	5,926,600
2000	153,590	6,200,773	1,713	70,410	155,303	6,271,183
2001	157,967	7,045,683	1,762	77,514	159,729	7,123,197
2002	151,258	6,117,290	889	41,965	152,147	6,159,255
TOTAL	958,712	40,269,802	21,720	934,277	980,432	41,204,079
점유율	97.78%	97.73%	2.22%	2.27%	100.00%	100.00%

\* 자료원 : 대만 TV 정보 공개 사이트 NCCU

〈 대만 문화 프로그램(예술, 종교, 다큐멘터리 포함) 방영 내역 〉

년도	국내 프로그램 수	방영시간	해외 프로그램 수	방영시간	수량 TOTAL	방영시간 TOTAL
1995	1,313	63,831	317	11,365	1,630	75,196
1996	4,435	215,442	581	26,586	5,016	242,028
1997	8,790	410,888	977	50,635	9,767	461,523
1998	7,462	164,686	1,097	58,151	8,559	222,837
1999	8,276	315,197	141	6,991	8,417	322,188
2000	5,425	273,819	77	4,805	5,502	278,624
2001	5,468	251,043	416	25,110	5,884	276,153
2002	4,910	251,580	528	28,030	5,438	279,610
TOTAL	46,079	1,946,486	4,134	211,673	50,213	2,158,159
점유율	91.77%	90.19%	8.23%	421.55%	100.00%	100.00%

\* 자료원 : 대만 TV 정보 공개 사이트 NCCU

〈 대만 음악 프로그램(콘서트 포함) 방영 내역 〉

년도	국내 프로그램 방영 횟수	방영시간	해외 프로그램 방영 횟수	방영시간	수량 TOTAL	방영시간 TOTAL
1995	7,229	392,129	724	49,736	7,953	441,865
1996	12,862	658,615	1,674	108,724	14,536	767,339
1997	10,539	505,384	3,190	148,395	13,729	653,779
1998	19,112	612,142	6,596	251,365	25,708	863,507
1999	19,822	795,017	4,651	161,569	24,473	956,586
2000	18,569	977,127	4,920	131,274	23,489	1,108,401
2001	20,099	976,833	5,017	104,949	25,116	1,081,782
2002	34,529	1,052,917	6,266	125,703	40,795	1,178,620
TOTAL	142,761	5,970,164	33,038	1,081,715	175,799	7,051,879
점유율	81.21%	84.66%	18.79%	15.34%	100.00%	100.00%

\* 자료원 : 대만 TV 정보 공개 사이트 NCCU

□ 방송 사업자 현황

유형	사업자 수	비고
라디오	178개사	1. 방송사업 개방 이전에 설립된 방송국 29개사를 포함하여 현재 총 178개사가 서비스 중 2. 디지털 방송사업 개방 이후, 기존 라디오 방송국 중 2개사가 디지털 방송을 서비스하고 있고 있으며, 현재 추가로 6개사가 서비스를 준비 중임
공중파 방송	5개사	①台視 ②華視 ③中視 ④民視 ⑤公視
위성방송 사업자 (프로그램 공급업체)	164 채널	국내 사업자 62개사, 총 117개 채널 해외 사업자 17개사, 총 47개 채널
위성방송 사업자 (통신 서비스업체)	8개사	1. 국내 서비스 업체 총 5개사 : ①太空電視 ②星際傳播 ③弘開數位科技 ④國際先進音樂 ⑤侑瑋衛星通訊 ° 2. 해외 서비스 업체 총 3개사(대만 지사) : ①新加坡商全球廣播商業新聞電視台有限公司 ②美商特納傳播股份有限公司台灣分公司 ③英屬開曼群島商台灣音視股份有限公司
유선방송시스템	62개사	-
유선방송전송 시스템	4개사	-

\* 자료원 : 대만 통신방송 위원회 07' 5월

〈 공중파 방송(無線電視) 〉

	방송	채널	채널 Logo
1	台視	台視台灣台	
		台視家庭台	
		台視財經台	
2	中視	中視中綜合台	
		中視新聞台	
		中視綜藝台	
3	華視	華視	
		華視IQ教育文化頻道	
		華視EQ休閒頻道	
4	民視	民電無線台	
		台灣交通電視台	
		民電新聞台	
5	公視	公共電視	
		DIMO TV 行動電視	

\* 자료원 : 대만 無線電視 학회/  
케이블 TV 혹은 위성 TV(有線電視 or 衛星電視)

〈 대만 케이블 TV 사업자 현황 〉

연 번	서비스 지역	업체명	연 번	서비스 지역	업체명
1	基隆市區	吉隆有線電視	34	台中縣豐原區	豐盟有線電視
2		大世界有線電視	35	台中縣沙鹿區	海線有線電視
3	台北市北投區	陽明山有線電視	36		西海岸有線電視
4	台北市內湖區	新台北有線電視	37	台中縣大里區	大屯有線電視
5		麗冠有線電視	38		威達有線電視
6	台北市中山區	金頻道有線電視	39	彰化縣彰化區	新頻道有線電視
7		長德有線電視	40	彰化縣北斗區	三大有線電視
8	台北市萬華區	聯維有線電視	41	南投縣區	中投有線電視
9		寶福有線電視	42	雲林縣斗六區	佳聯有線電視
10	台北市大安區	萬象有線電視	43	雲林縣元長區	北港有線電視
11		大安文山電視	44	嘉義縣朴子區	大揚有線電視
12	台北縣板橋區	大豐有線電視	45	嘉義縣大林區	國聲有線電視
13		海山有線電視	46	嘉義市區	世新有線電視
14	台北縣新莊區	新和有線電視	47	台南市北區	雙子星有線電視
15		永佳樂有線電視	48	台南市南區	三冠王有線電視
16	台北縣中和區	興雙和有線電視	49	台南縣永康區	新永安有線電視
17		新視波有線電視	50	台南縣下營區	南天有線電視
18	台北縣三重區	全聯有線電視	51	高雄市北區	慶聯有線電視
19		天外天有線電視	52		大信有線電視
20	台北縣淡水區	紅樹林有線電視	53	高雄市南區	港都有線電視
21		北海岸有線電視	54		大高雄有線電視
22	台北縣新店區	大新店民主有線電視	55	高雄縣鳳山區	鳳信有線電視
23		新唐城有線電視	56	高雄縣岡山區	南國有線電視
24	台北縣瑞芳區	觀天下有線電視	57	屏東縣新埤區	屏南有線電視
25	台北縣樹林區	家和有線電視	58	屏東縣屏東區	觀昇有線電視
26	桃園縣北區	北健有線電視	59	宜蘭縣區	聯禾有線電視
27		北桃園有線電視	60	花蓮縣玉里區	東亞有線電視
28		南桃園有線電視	61	花蓮縣花蓮區	洄瀾有線電視
29	新竹市區	新竹振道有線電視	62	台東縣台東區	東台有線電視
30	新竹縣區	北視有線電視			
31	苗栗縣北區	信和有線電視	63	澎湖縣區	澎湖有線電視
32	苗栗縣南區	吉元有線電視	64	台北縣市	中華電信
33	台中市區	群健有線電視			

\* 자료원 : 대만 케이블산업협회 ; 타이베이무역관 정리 06' 1월 기준

〈 대만 케이블 TV 서비스 채널 현황 〉

1	公共電視		22	民視無線台	
2	華視		23	客家電視台	
3	TVBS		24	東森綜合台	
4	超級電視台		25	年代MUCH	
5	中天綜合台		26	中天娛樂台	
6	中天新聞台		27	年代新聞台	
7	CNN		28	非凡電視台	
8	JET TV		29	緯來日本台	
9	緯來電影台		30	東森電影台	
10	衛視西片台		31	東森洋片台	
11	AXN		32	緯來洋片台	
12	迪士尼頻道		33	Discovery	
13	Knowledge		34	緯來體育	
14	衛視音樂台		35	MTV	
15	人間衛視		36	新朝日摔角	
16	太陽衛視		37	NHK	
17	HALLMARK		38	華人戲劇台	
18	國會衛視		39	恆生財經台	
19	中華財經台		40	華人商業台	
20	財訊財經台		41	CASA財經	
21	慈悲電視台		42	生命頻道	

43	台視		63	中視	
44	八大電視台		64	三立電視台	
45	衛視中文台		65	緯來綜合台	
46	東風衛視		66	TVBS-G	
47	TVBS-N		67	東森新聞	
48	東森新聞S頻道		68	民視新聞台	
49	東森戲劇台		69	緯來戲劇台	
50	國興日本台		70	衛視電影台	
51	龍祥電影台		71	HBO	
52	CINEMAX		72	好萊塢電影台	
53	卡通頻道		73	東森幼幼台	
54	國家地理頻道		74	動物星球	
55	ESPN		75	衛視體育台	
56	慈濟大愛		76	好消息頻道	
57	Z頻道		77	霹靂	
58	台灣音樂台		78	台藝頻道	
59	歐棚電視台		79	蓬萊仙山	
60	華爾街財經		80	運通財經台	
61	衛普電視台		81	SBN財經台	
62	法界衛視		82	華藏衛星	



## □ 수입 관세 및 법규

### ○ 수입 관세 정보

Product	已錄製電影、錄影節目或廣播電視節目內容之唯讀光碟
CCC CODE	85243990221
Description	Recorded compact discs read only memory (CD-ROM) of movie, video program or broadcast television program
Special Provision	0
Unit	PCE
Duty Rate	0.00%
VAT Rate	5.00%

- 대만 정부는 CCC CODE 85243990221로 분류되는 품목에 대하여 무관세 적용

### ○ 방송콘텐츠 수입 및 유통 관련 법규

- 해외 방송콘텐츠 수입 시에는 대만 방송법 제23조에 의거 세관에 정식 수입통관 절차(대만은 수입 통관 절차에 따른 수입규제 항목은 없음)를 밟은 후, 방송국(유무선 방송)에 방영하기 전 프로그램 허가증을 신청하고 프로그램 허가증을 획득한 후부터 방영 가능함.
- 대만 방송심의위원회는 프로그램 심사 시, 대만 지역 내 방영에 있어 내용이 부적절하다고 판단했을 시에는 수입자에게 방송 부적격 통보를 한 후, 수입자는 통보를 받은 즉시, 해당 제품에 대하여 반송 절차를 실시.

〈 대만 방송법 실행 세칙 원문 발췌 〉

第二十三條 電臺申請進口國外廣播，電視節目之程序如左：

- 一，憑到關提單，填具申請書表，向新聞局申請核發提取證明；  
依該證明，向海關辦理進口手續。
- 二，進口之節目，應附播放權證明，經審查核可取得准播證明後，  
始得播放。其節目如係影片，錄影帶，並應繳納審查費。
- 三，經審查禁止播放者，應即退運出口。

\* 자료원 : 대만 행정부 신문국 (<http://www.inform.gov.tw>)

□ 현지 방송 시청자 취향

- AGB 닐슨(세계적 시청률 조사기관)의 통계에 따르면, 05' 상반기 기준 대만 최대 시청률을 확보한 방송국은 東森電視으로 14.77%의 점유율을 보이고 있음. 다음으로는 三立電視台(14.36%), 八大電視台(9.16%), 緯來電視台(7.46%), TVBS(7.36%)임.
- 최대 시청률을 확보하고 있는 방송국인 東森電視는 총 7개 유선채널을 운영하고 있으며, 신문, 영화, 연예 및 아동프로그램 등 광범위한 방송 콘텐츠를 서비스하고 있는 대만의 유일한 종합방송국임.
- 대만 방송 프로그램별 시청률을 살펴보면, 종합(연예프로그램, 토크쇼 등을 포함), 신문방송, 영화(외화), 전통사극, 만화, 드라마 등 총 6개의 방송콘텐츠가 전체 89%에 달하는 점유율을 보이고 있음.
- 05' 상반기 기준 종합(연예프로그램, 토크쇼 등을 포함)프로그램이 전체 시청률의 36%를 차지하면서 대만인들이 가장 선호하고 있는 방송콘텐츠로 자리 잡고 있으며, 다음으로는 신문방송(20%), 영화-외화(8%), 전통사극(7%), 만화-어린이프로그램(6%), 드라마-국내외드라마(5%)임.

- 대만의 시청률 집계 기관인 NIO-電視網의 자료에 따르면, 07' 년 5월 기준 中天綜合에서 방영되고 있는 연예프로그램 『康熙來了』가 대만 전체 방송프로그램 중 인기순위 1위를 차지하였으며, 다음으로 대만 본토 드라마인 『天下第一味』가 전체 2위를 차지하고 있음. 이후의 3.4.5 위 역시 연예오락프로그램이 차지하고 있어, 대만인들이 가장 선호하는 방송콘텐츠는 연예오락 장르임을 알 수 있음.
- 대만 방송 황금시간대인 오후 8시-10시에는 뉴스 및 드라마가 가장 높은 시청률을 보이고 있으며, 그 중 인기리에 방영되고 있는 한국 드라마 『朱蒙(주몽)』 및 『玫瑰人生(장미빛 인생)』이 각각 64위, 66위를 차지하고 있음.

〈 대만 인기 프로그램 순위 현황 (종합) 〉

순위	채널	프로그램	방영시간	프로그램성향
1	中天綜合	康熙來了	22:00~23:00	연예
2	三立台灣	天下第一味	20:00~21:30	드라마
3	衛視中文	麻辣天后宮	22:00~23:00	연예
4	Channel[V]	我愛黑澀會	22:00~23:00	연예
5	八大綜合	娛樂百分百	01:00~02:00	연예
6	八大綜合	蠟筆小新	09:00~10:00	만화영화(일본)
7	TVBS-G	女人我最大	22:00~23:00	연예
8	三立都會	國光幫幫忙	12:00~13:00	연예-토크쇼
9	中天娛樂	全民大悶鍋	22:00~23:00	오락
10	國興衛視	全能住宅改造王	21:00~22:00	예술문화(일본)

\* 자료원 : NIO-電視網(<http://www.niotv.com>) ; 2007년 5월

〈 황금시간 Pm 6:00 - Pm 10:00 시청률 현황(07' 5.21 기준) 〉

순위	방송국	프로그램 명칭	프로그램 성향	방송시간	시청률
1	三立台	天下第一味	드라마	20:00	1.98
2	中視	中全球新聞	신문	19:00	1.92
3	台視	台晚間新聞	신문	19:00	1.64
4	民視	愛	드라마	20:00	1.52
5	中視	中新聞氣象	기상	19:40	0.94
6	華視	華晚間新聞	신문	19:00	0.88
7	華視	哆啦A夢	만화영화	18:30	0.87
8	台視	神機妙算劉伯	드라마	20:00	0.85
9	中視	臥薪嚐膽之 英雄美人	드라마(역사극)	20:00	0.84
10	華視	太陽的女兒	드라마	20:00	0.81

\* 자료원 : <http://www.rainmaker.com.tw>

〈 황금시간 Pm 6:00 - Pm 10:00 〉

한국 프로그램 시청률 현황(07' 5.21 기준)

순위	방송국	프로그램 명칭	프로그램 성향	방송시간	시청률
64	GTV-D	朱蒙(주몽)	드라마	21:00	0.07
66	GTV-D	玫瑰人生 (장미빛 인생)	드라마	20:00	0.07
117	GTV-D	順風婦產科 (순풍산부인과)	드라마	19:00	0.05

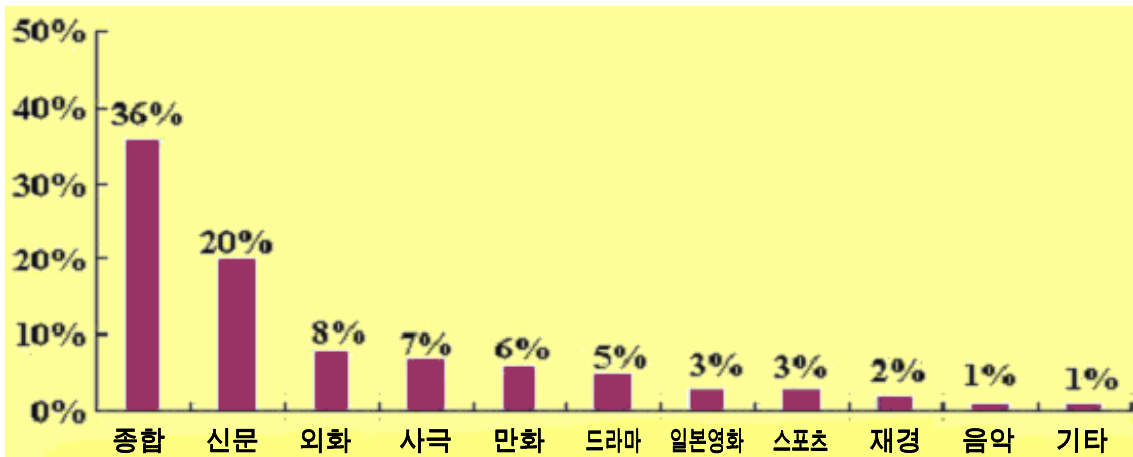
\* 자료원 : <http://www.rainmaker.com.tw>

〈 대만 주요 방송국 별 시청률 점유 현황 〉



\* 자료원 : AGB Nielsen (2005년 1-9월)

〈 대만 프로그램별 시청률 현황 〉



\* 자료원 : AGB Nielsen (2005년 2월)

□ 방송콘텐츠 관련 전시회 정보

타이베이국제 TV, 영화 및 디지털콘텐츠박람회			
개최국가/도시	대만/타이베이		
개최주기	매년	최초개최년도	2004년
개최기간	2007.11.22 ~ 2007.11.25	개최규모	12,750 m <sup>2</sup>
전시장	Taipei World Trade Center Exhibition Hall		
참가국수	11 개국	개최국 참가업체수	74 개업체
외국참가업체수	36 업체	개최국 참관객수	20,000 명
주요참가국	중국, 일본, 인도, 스페인, 한국, 미국, 홍콩, 태국, 말레이시아, 독일		
한국업체참가여부	YES	한국참가업체수	9 개사
전체참관객수	20,401 명	외국참관객수	401 명
전시분야	방송, 통신, 애니메이션, 캐릭터, 영화, 게임		
부스당 임차료 (m <sup>2</sup> 당)	133,000 원		
임차료수준	조립식 부스 ( US\$ 1,300 (VAT포함) )		
주최기관	Taipei TV & Film Festival Executive Committee		
주최기관 주소	5 Hsin-Yi Rd., Sec. 5, Taipei, 110, Taiwan, R.O.C.		
주최기관 TEL	(886-2) 2725-5200		
주최기관 팩스	(886-2) 2723-4374		
주최기관 URL	<a href="http://www.tfcom.com.tw">http://www.tfcom.com.tw</a>		
주최기관 이메일	mliu@taitra.org.tw		
전시품목	TV, 영화, 디지털콘텐츠 제작 및 발행판권, 출판품 및 관련 설비		

\* 자료원 : 대만 TAITRA(대만 대외무역협회)

## 나. 방송콘텐츠 수입 현황

### □ 해외 방송콘텐츠 수입 현황

- 1962년, 대만 공중과 방송국인 台視가 대만 내에서 최초로 미국 방송 콘텐츠를 방영하기 시작하면서, 대표적인 국영 방송국인 3사(台視, 中視, 華視)에서 모두 해외방송콘텐츠를 수입하여 서비스함.
- 당시, 대만 방송법은 해외 방송프로그램에 대하여 전체 방영 프로그램의 점유율을 20% 미만으로 제한하고 있었으며, 1987년 이후 동 규정을 해제함.
- 1990년대에 해외 방송콘텐츠는 대만 전체 방송콘텐츠의 19%를 차지하였으며, 그 중 미국 프로그램이 17%로 대다수를 차지하면서 대만 최대 해외 방송콘텐츠 국가로 자리매김함. 그 다음으로는 일본 방송콘텐츠가 2%를 차지함.
- 1990년대 후반에는 대만 유선방송의 발달로 일본방송 전문 채널의 개설 및 여타 유선방송국이 드라마, 연예, 여행 및 요리 등 다양한 방송 콘텐츠를 수입하면서 대만 내에 일본 방송 신드롬이 형성됨.
- 대만 지역 내 일본 프로그램을 시청하고 있는 대만인 중 15세-30세 사이의 젊은층이 전체 41.08%를 차지하면서 최대 시청자 층을 형성하고 있으며, 미국 프로그램의 경우, 30세-40세 사이의 중년층이 전체 34.6%로 최대 시청자 층을 이루고 있음.
- 2000년에 들어서는 대만 해외 방송콘텐츠의 최대 공급 국가인 미국 및 일본을 포함한, 중국, 싱가포르, 홍콩, 한국 등의 프로그램들이 대량으로 대만 방송콘텐츠 시장에 진입하게 되면서 2002년 기준 해외프로그램은 대만 전체 방송콘텐츠의 40% 이상을 차지함.

## □ 수입 방송콘텐츠 성공사례

- 超級變變變 (오락프로그램 부문)



- 일본 오락프로그램인 『超級變變變』은 연예인 및 일반 시민이 공동 참여하는 오락프로그램으로 여러 가지 도구를 가지고 지정된 사물 및 형태(동물 및 건축물 등)를 창조적인 아이디어로 모방하는 내용임.
- 1988년에 대만의 국영 방송국인 民視에서 「周星馳系列電影」란 이름으로 처음으로 방송이 되었으며, 이후 대만 일본방송 채널인 JET에서 『超級變變變』라는 명칭으로 현재까지 지속적으로 방송되고 있음.
- 『超級變變變』 프로그램의 인기로 인터넷에서는 동 프로그램을 소개하는 카페 및 블로그가 다수 생겨났으며, 매니아 층이 생기면서 심지어 일부 매니아들은 일본으로 건너가 직접 프로그램에 참여하기도 함.
- 대만에서는 동 프로그램을 모방한 각종 오락프로그램들이 제작되고 있으나, 프로그램에 참여하는 참가자들의 창조성 및 참여도 부족으로 대만 시청자들의 큰 관심은 끌지 못하고 있음.



- 대만 시청자들은 동 프로그램을 통하여 스트레스 해소 및 기발한 아이디어를 습득할 수 있는데, 동 프로그램이 인기 있는 가장 큰 이유는 시청자가 직접 참여할 수 있다는 점임.

〈『超級變變變』 방영시간 07' 6월 〉

06-10(日)	20:00~22:00
06-11(월) - 재방송	00:30~02:00
06-11(월) - 재방송	08:00~10:00
06-11(월) - 재방송	13:00~15:00
06-11(월) - 재방송	06:00~18:00

□ 한국 방송콘텐츠 진출 사례

○ 드라마 진출 현황

- 대만 文化建設委員會 에 의하면 2002년과 2004년 사이에 대만의 문화상품 무역수지 적자는 큰폭 증가세를 보였으며 그 가장 큰 원인으로 한국 드라마의 수입을 지목함.
- ‘2002’ ‘2003’ ‘2004’년도 무역수지 적자는 각각 ‘16.1억원(NT\$)’ ‘82억원(NT\$)’ ‘149.5억원(NT\$)’으로 2년간 8.3배의 증가세를 보임.
- 2005년 기준 대만 방송국은 한국 드라마 수입만으로 NT\$ 22억5천만 달러를 지불하고 있음.
- 2002년 이영애 주연의 드라마 ‘불꽃’이 한 회당 NT\$ 3만3천에 수입된 것에 비해 2006도 ‘비’의 신작 ‘이 죽일 놈의 사랑’의 수입단가는 한 회당 NT\$ 99만 달러로 5년간 30배 이상 상승함.

- 2005년 1월 13일부터 방영한 ‘파리의 연인’의 첫 방영 시청률은 1.43%에 달하여, 기존에 방영된 ‘겨울연가’의 1.13%, 천국의 계단 1.06%, 대장금 0.83%의 시청률을 깨며 한국 드라마 최고 시청률 기록을 갱신
- ‘파리의 연인’의 시청률은 대만 유선방송의 전체 시청률 제 15위 이내로 기록되면서 이후, 대만 정부의 의해서 한국 드라마가 대만 자체 제작 방송시청률 저하의 주범으로 지목되기도 함.
- 2006년 들어 최대 시청률 기록은 다시 최고 3.38%를 기록한 ‘군세 어라 금순아’에 의해서 갱신됨.

〈 방송국별 한국드라마 수입 편수 〉

(단위 / 편)

방송국	총 편 수
八大(G-TV)	54
霹靂衛星電視台	12
緯來	43
衛視中文台	9
華視	5
東森	4
太陽衛視	1
中天娛樂台	13
三立都會台	4
台視	6
東風電視台	3
慈濟大愛頻道	1
鳳凰衛視	2

\* 자료원 : 성우 더빙 자료실 /타이페이 무역관 정리 06' 상반기 기준

〈 07' 5월중에 방영중인 한국드라마 〉

방송 채널	방영 시간	드라마
八大戲劇	16:00~17:00	패션 70
民視無線	17:00~17:57	성녀와 마녀
八大戲劇	17:00~18:00	주몽
八大娛樂K	17:00~18:00	쾌걸 춘향
國興衛視	17:00~18:00	그녀가 돌아왔다
緯來戲劇	18:00~19:00	남의 속도 모르고
東森戲劇	18:00~19:00	달려라 올엄마
緯來戲劇	19:00~20:00	있을 때 잘해
東森戲劇	19:00~20:00	원더풀라이프
八大娛樂K	19:00~20:00	노란 손수건
八大戲劇	20:00~21:00	장밋빛 인생
緯來戲劇	20:00~21:00	돌아와요 순애씨
八大第一	20:00~21:30	여왕의 조건
東森戲劇	22:00~23:00	가을 소나기
中視	23:00~00:00	굳세어라 금순아
緯來戲劇	23:00~00:00	오! 필승 봉순영

\* 자료원 : <http://www.niotv.com/>

〈 방영 예고 프로그램 〉

	드라마	방송 채널	방영 시기
	환상의 커플	緯來戲劇	5월 28일
	누나	東森戲劇	5월 29일
	왕꽃선녀님	八大第一	5월 31일

\* 자료원 : <http://www.niotv.com/>

○ 연예 프로그램 진출 현황

- 대만 대표적인 한국 드라마 방영 업체인 八大電視(G-TV)는 06' 12월 4일 대만 최초로 한국 방송 프로그램 위주의 방송 채널인 CH 84와 CH 86을 개설함.
- CH 84와 CH 86은 최초로 대만방송국과 한국방송국간의 합작으로 개설된 채널이며, 기존의 드라마 위주였던 한국 방송콘텐츠 이외에도 한국 연예프로그램 및 음식소개 프로그램이 처음으로 대만에 방영되었다는 점에서 큰 의의가 있음.
- 현재 八大電視은 한국 SBS의 일부 프로그램과 八大電視에서 자체 제작한 드라마를 교환 방영하는 방식으로 운영되고 있으며, 향후 MBC 및 KBS의 프로그램도 방영할 계획을 가지고 있음.
- 동 채널에서는 『신동엽 김원희의 헤이헤이헤이』 프로그램을 성공리에 방영하였으며, 현재 SBS 『실제상황 토요일(리얼 로망스 연애편지)』 및 한국 음식 프로그램 『결정! 맛대맛』 프로그램 등을 방영하고 있음.
- 드라마를 제외한 연예프로그램은 모두 더빙이 아닌 원음(한국어)으로 방영이 되고 있으며, 한국 및 한국어에 관심이 있는 대만인들에게 많은 사랑을 받고 있으나 일부 내용들은 한국문화 및 유행어에 대한 적절한 번역이 되지 못하고 있어, 일부 시청자들은 프로그램 내용을 잘 이해 못하는 경우도 발생하고 있음.

〈 G-TV 娛樂 K Channel 시간표 〉

평일		주말	
시간	프로그램	시간	프로그램
8:00	축구형제(만화)	8:00	축구형제(만화)
8:30	축구형제(만화)	8:30	축구형제(만화)
9:00	쾌걸춘향	9:00	천생연분
10:00	노란손수건	11:00	결정! 맛대맛
11:00	실제상황토요일	12:00	결정! 맛대맛
12:00	쾌걸춘향	13:00	순풍산부인과
13:00	축구형제(만화)	15:00	순풍산부인과
13:30	축구형제(만화)	17:00	순풍산부인과
14:00	노란손수건	19:00	축구형제(만화)
15:00	쾌걸춘향	19:30	축구형제(만화)
16:00	실제상황토요일	20:00	천생연분
17:00	쾌걸춘향	22:00	결정! 맛대맛
18:00	축구형제(만화)	23:00	결정! 맛대맛
18:30	축구형제(만화)	24:00	실제상황토요일
19:00	노란손수건	02:00	순풍산부인과
20:00	台灣樂起來(대만)		
21:00	실제상황토요일		
22:00	가을동화		
23:00	노란손수건		
24:00	실제상황토요일		
01:00	가을동화		
02:00	노란손수건		

\* 자료원 : G-TV(八大電視台)

\* 台灣樂起來 프로그램 이외 모든 프로그램은 한국 프로그램

## 다. 방송콘텐츠 현지 수출전략

### □ 방송콘텐츠 수출계약 절차

- 해외 방송콘텐츠의 수입은 계약금 및 이윤분배 방식이 아닌 직접 구매 방식으로 이루어지고 있으며, 구매 단가는 프로그램 회당 단가에 의거하여 책정됨.
- 수입업체에서 수입할 방송콘텐츠를 선정하면, 수출업체에서 계약서(프로그램 단가 및 지불 방식 항목 위주)를 작성하고, 수입업체는 계약서 내용을 검토한 후, 계약을 체결함.
- 한국 드라마 수입의 경우, 현재 회당 USD 12,000-20,000 사이에서 계약이 이루어지고 있으며, 대만의 최대 방송콘텐츠 공급국인 일본 및 미국 드라마도 비슷한 가격대에서 거래되고 있음.
- 수입업체는 방송콘텐츠 수입 이후, 방송심의 위원회에 수입한 방송콘텐츠에 대한 프로그램 증명서를 신청하여야 하며, 프로그램 증명서 획득 후부터 방영을 시작할 수 있음.

### □ 유망한 타겟 장르 및 고객층

- 종합프로그램(연예, 미용, 오락)
  - 대만의 방송콘텐츠 중 시청률이 가장 높은 프로그램 유형은 연예, 미용 및 오락프로그램으로 최근 대만 여성들의 미용에 대한 관심이 고조되면서 ‘미용’을 주제로 한 『女人我最大』 프로그램이 높은 시청률을 보이고 있음, 연예 토크쇼인 『康熙來了』는 인기 프로그램 순위 1위를 차지하고 있음.
  - 시청자는 여성이 대부분이며, 전 연령대의 고객층을 확보하고 있음.

## ○ 스포츠 프로그램

- 최근 미국에서 활동 중인 대만 야구선수 왕찌엔밍(王建明)의 인기로 인하여, 스포츠 관련 프로그램의 시청률이 점점 높아지고 있음.
- 대만 공중파 방송 “民視”에서는 미국 프로야구를 중계하는 프로그램을 개설하면서, 스포츠 프로그램 중 최고의 시청률을 보임.
- 스포츠 프로그램의 주요 시청자는 남성이나, 기본적으로 남녀노소 모두에게 사랑을 받고 있음.

## ○ 여행 및 음식 관련 프로그램

- 해외여행의 빈도가 높은 대만인들의 특성상 여행지 및 외국음식 소개 프로그램이 성행하고 있음. 대만 자체 제작된 프로그램 이외에도 외국계 방송 디스커버리채널은 세계 여행지 및 음식 소개 프로그램인 “Travel & Living”을 방영중임.
- “Travel & Living”은 여행지 및 이국음식 소개 프로그램 가운데 가장 높은 시청률을 보이고 있으며, 이밖에 일본 및 중국 여행지 및 음식을 전문적으로 소개하는 프로그램의 제작이 늘고 있음.
- 동 프로그램은 20세 이상의 젊은층에서부터 60세 이상의 노년층까지 폭넓은 시청자 층을 확보하고 있음.

## 라. 대만 방송콘텐츠 바이어 정보

三商多媒體股份有限公司 MERCURIES GENERAL MEDIA, INC.		설립연도	1992년	
		홈페이지	http://nhk.mercuries.com.tw/	
업종분류	방송콘텐츠 수입사	직원 수	20	
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 46,000,000	
전 화	02-25031111	팩 스	02-25096209	
Contact Person	직 위	副理 (節目行銷與授權)	이 름	Mr. 黃玉宇
	이메일	uu@mercuries.com.tw		
	전 화	02-25031111 #8302		
주요품목	일본 NHK 프로그램			
사업현황	일본 NHK에서 방영되고 있는 프로그램을 수입하고 있으며, 대만 방송 업체와 협력 이후, 직접 일본 NHK 채널을 수신 방송하고 있음			
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' USD 50,000 이하 05' USD 50,000 이하 06' USD 50,000 이하 - 한국 방송콘텐츠 수입 경험 없음			



台灣華特迪士尼股份有限公司 THE WALT DISNEY COMPANY (TAIWAN) LTD.		설립연도	1995年
		홈페이지	http://www.disney.com.tw
업종분류	방송콘텐츠 수입사	직 원 수	14 명
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 26,630,020
전 화	02-23836361	팩 스	02-23825521
Contact Person	직 위	프로그램 관리팀 / 사원	이 름 Ms. 邱 (Sue)
	이메일	sue.chiou@disney.com	
	전 화	02-23836361	
주요품목	만화영화, 동화, 드라마, 시트콤		
사업현황	- 각종 어린이 관련 프로그램 등을 수입하여 대만 케이블 TV를 통하여 방영하고 있음. 최근 유럽업체를 통하여 한국 캐릭터 애니메이션 PUCCA를 방영한 이후 많은 인기를 얻고 있음		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' USD 50,000 - 100,000 05' USD 50,000 - 100,000 06' USD 50,000 이하 - 한국 방송콘텐츠 수입 경험 없음		

因思銳企業股份有限公司 <b>INSTANT REACTION ENTERPRISE                  CO., LTD.</b>		설립연도	1985년	
		홈페이지	http://www.insrea.com.tw /company/company_info.htm	
업종분류	방송콘텐츠 대리상		직원 수	7 명
06' 매출액	N/A		자 본 금	NT\$ 5,000,000
전 화	02-89132568		팩 스	02-89132566
Contact Person	직 위	프로그램 관리부 / 사원	이 름	Mr.李志廷 (Louis Lee)
	이메일	p022louis@insrea.com.tw		
	전 화	02-89132568 #166		
주요품목	한국 드라마, 시트콤, 영화			
사업현황	- 한국 드라마 및 영화를 전문적으로 수입하고 있으며, 주로 한국 KBS 1 및 KBS 2 의 프로그램을 대리 판매하고 있음  - 한국 방송콘텐츠뿐 아니라, 일본 및 미국 만화영화 등을 수입하여 대만 유선 방송국에 제공하고 있음			
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적  04' USD 50,000 - 100,000 05' USD 50,000 이하 06' USD 50,000 이하  - 對 한국 방송콘텐츠 수입 실적은 대외 공개 안함			

緯來電視網股份有限公司 VIDEOLAND INC.		설립연도	1982년
		홈페이지	http://www.videoland.com.tw/default_htm.htm
업종분류	방송콘텐츠 제작 및 수입	직 원 수	N/A
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 916,119,160
전 화	02-87972879	팩 스	02-87514590
Contact Person	직 위	한국프로그램관리부 / 사원	이 름 Ms. 鍾惠貞
	이메일	cathyc@mail.vl.com.tw	
	전 화	02-87972879 ext. 3409	
주요품목	드라마 및 영화		
사업현황	- 총 7개의 채널을 운영하고 있는 방송업체로, 한국, 일본, 미국 및 유럽등지의 영화, 드라마, 시트콤 등의 방송콘텐츠를 수입 방영하고 있음 - VIDEOLAND는 한국 방송콘텐츠를 수입하는 업체 중 8대 방송국 다음으로 큰 업체임		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' USD 1,000,000-1,500,000 05' USD 2,500,000-5,000,000 06' USD 800,000-1,000,000 - 對 한국 방송콘텐츠 수입 실적은 정확한 통계수치가 없으나, 관계자에 따르면, 한국 드라마는 회당 USD 15,000-23,000 사이에서 거래되고 있음		

八大電視股份有限公司 GALA TV CORP.		설립연도	1997年
		홈페이지	http://www.gtv.com.tw/
업종분류	방송콘텐츠 수입상 및 제작상	직원 수	450 명
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 1,500,000,000
전 화	02-2650 6666	팩 스	02-2650 6000
Contact Person	직 위	한국드라마 관리부 / 사원	이 름 Ms. 王琳
	이메일	cindy@gtv.com.tw	
	전 화	2650-6882	
주요품목	드라마, 시트콤, 오락프로그램		
사업현황	- 대만 최고의 한국 방송콘텐츠 수입상으로 06'년 한국 방송 전문 채널(CH 84)을 개설하여 서비스 중임 - 주로 한국 인기 드라마를 수입하고 있으며, 대만 최초 한국 오락 프로그램(맛대맛, X맨, 헤이헤이헤이)을 수입함		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' USD 600,000-800,000 05' USD 1,000,000-1,500,000 06' USD 10,000,000-50,000,000 - 對 한국 방송콘텐츠 수입 실적은 대외 공개를 하지 않음 - 한국 방송 전문 채널인 CH84는 한국 SBS와 합작방식으로 운영되어 방송콘텐츠 거래가 매매가 아닌, 양사의 프로그램 교환으로 이루어지고 있으며, 이윤은 50:50으로 배분함		

好萊塢影視股份有限公司 HOLLYWOOD FILMS & VIDEO CO. LTD.		설립연도	1997년
		홈페이지	http://www.hollywood.com.tw/
업종분류	방송콘텐츠 수입상	직원 수	N/A
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 100,000,000
전 화	(02)27562156	팩 스	02-27668926
Contact Person	직 위	프로그램 관리부 / 사원	이 름 Ms 朱維琄
	이메일	welyc@hollywood.com.tw	
	전 화	(02)27562156 ext. 501	
주요품목	미국 Hollywood 영화 및 드라마		
사업현황	- 주로 미국 할리우드 영화 및 드라마를 수입하고 있으며, 매년 총 200여 편의 영화를 방영하고 있음 - 미국업체를 통하여 한국 영화인 '집으로' 를 수입한 적이 있음		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' 수출실적 없음 05' 수출실적 없음 06' 수출실적 없음 (대만 무역국의 통계자료에 의하면, 수입액이 "0"로 되어 있으나, 동사의 내부 관계자는 매년 100만 USD의 수입 실적을 보이고 있다고 밝힘) - 對 한국 방송콘텐츠 수입 : <집으로> 수입 경력이 있음		

衛星娛樂傳播股份有限公司 SATELLITE ENTERTAINMENT COMMUNICATIONS CO. LTD.		설립연도	1996年
		홈페이지	http://www.jettv.com.tw/
업종분류	방송콘텐츠 수입	직 원 수	40
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 100,000,000
전 화	02-8751-9888	팩 스	02-8751-2778
Contact Person	직 위	프로그램 관리부/ 사원	이 름 Ms. 羅歆芯
	이메일	stella@jettv.com.tw	
	전 화	02-8751-9888 ext. 7302	
주요품목	일본드라마, 시트콤		
사업현황	- 전문적으로 일본 드라마 및 시트콤을 포함한 다양한 방송콘텐츠를 수입하고 있으며 일본 전문 채널인 JET TV 채널을 운영하고 있음		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' USD 50,000 이하 05' 수출실적 없음 06' USD 50,000 이하 - 對 한국 방송콘텐츠 수입 無		

香港商亞太星空傳媒有限公司台灣分公司 <b>SATELLITE TELEVISION ASIAN                  REGION LIMITED,                  TAIWAN BRANCH (H.K.)</b>		설립연도	1994年
		홈페이지	<a href="http://www.startv.com.tw/mainpage/">http://www.startv.com.tw/mainpage/</a>
업종분류	방송콘텐츠 수입상	직 원 수	150
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 20,000,000
전 화	02-27418668	팩 스	02-27343000
Contact Person	직 위	프로그램관리부	이 름 Ms王素娟
	이메일	rebeccawang@tw.startv.com	
	전 화	02-27418668 #3048	
주요품목	홍콩, 미국, 영국 영화 및 동화		
사업현황	- 총 8개 채널을(衛視中文台, 衛視電影台, Star Movies, Channel [V], 衛視體育台, ESPN, 國家地理頻道, Star World) 운영하고 있으며, 주로 드라마, 영화, 음악, 스포츠, 다큐멘터리 등의 다양한 프로그램을 수입하여 방영하고 있음		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적: 대외 비공개 - 對 한국 방송콘텐츠 수입 無		

米迦勒傳播事業股份有限公司 <b>GOOD TV BROADCASTING CORP</b>		설립연도	1998年
		홈페이지	http://www.goodtv.com.tw/
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	80 명
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 100,000,000
전 화	02-26310101	팩 스	02-26310405
Contact Person	직 위	프로그램관리부	이 름 Ms. 蘇千祝
	이메일	sophias@goodtv.tv	
	전 화	02-26310101#159	
주요품목	드라마, 기독교 프로그램, 뉴스		
사업현황	- 기독교 채널 3개를 운영하고 있으며, 전반적으로 드라마, 기독교 관련 프로그램 및 뉴스 프로그램을 제작하고 있음 - 해외 프로그램을 수입하여 방영하기도 함		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 해외 방송콘텐츠 수입실적 04' USD 50,000 이하 05' USD 50,000 이하 06' USD 50,000 이하 - 對 한국 방송콘텐츠 수입 無		



新加坡商全球紀實有限公司台灣分公司 <b>DISCOVERY ADVERTISING                  SALES P/L TAIWAN BRANCH                  (SINGAPORE)</b>		설립연도	2001年
		홈페이지	http://discoverychannel.com.tw/_home/
업종분류	방송콘텐츠 수입	직 원 수	N/A
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$ 20,000,000
전 화	02-6639 9399	팩 스	02-2377 1111
Contact Person	직 위	마케팅부 / 사원	이 름 Ms 劉瑋慈(Jessica)
	이메일	tw_fanclub@discovery.com	
	전 화	02-6639 9399	
주요품목	여행프로그램 및 다큐멘터리		
사업현황	- 세계적 다큐멘터리 채널인 '디스커버리 채널'의 대만지사로, Animal Planet 및 Travel & Living 관련 프로그램을 디스커버리 채널에 방영 서비스하고 있음		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 디스커버리 채널 프로그램 수입액 04' USD 50,000 이하 05' USD 50,000 이하 06' USD 50,000 이하 - 對 한국 방송콘텐츠 수입 無		

中天電視股份有限公司 CTI INCORPORATION		설립연도	1997년	
		홈페이지	http://www.ctitv.com.tw	
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 프로그램 제작	직원 수	700	
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$1,398,000,000	
전 화	02-66007766	팩 스	02-66008260	
Contact Person	직 위	관리부(판권)	이 름	Mr. 張志祥
	이메일	jackie@ctitv.com.tw		
	전 화	02-66007766 EXT : 2213		
제작 분야	오락프로그램, 드라마, 신문			
사업현황	- 각종 오락프로그램을 제작하여 대만 내 방영하고 하고 있으며, 해외 프로그램은 주로 중국에서 오락 프로그램을 수입하고 있음			
해외공동제작 프로젝트실적	- 중국과 공동으로 드라마를 제작을 하였으나, 중국에서만 방영 (정확한 실적 내역은 대외 공개 안함)			

映達傳播股份有限公司 INDA ARTS PRODUCTION CO. LTD		설립연도	1996년	
		홈페이지	http://www.id-live.com.tw	
업종분류	방송콘텐츠 제작		직 원 수	35
06' 매출액	N/A		자 본 금	NT\$5,000,000
전 화	02-2378-2712		팩 스	02-2732-7147
Contact Person	직 위	프로그램 제작팀	이 름	Mr.錢彥廷
	이메일	cash@id-live.com.tw		
	전 화	02-2378-2712		
제작 분야	광고, 동화(프로그램 편집 업무 포함)			
사업 현황	- 전반적으로 음식프로그램 및 쇼핑채널 광고를 제작하고 있음			
해외공동제작 프로젝트실적	- 영화방영 채널인 HBO와 공동으로 편집업무를 하고 있으며, Discovery채널과 동물 다큐멘터리를 공동 제작한 적이 있음 (정확한 실적 내역은 대외 공개 안함)			

立勝多媒體傳播有限公司 LISTENMEDIA CO. LTD.		설립연도	2005년	
		홈페이지	http://www.listenmedia.com.tw/	
업종분류	방송콘텐츠 제작		직 원 수	50
06' 매출액	N/A		자 본 금	NT\$5,000,000
전 화	(02) 2517-7859		팩 스	(02) 2517-7580
Contact Person	직 위	관리팀(판권관리)	이 름	Mr. 江泓熹
	이메일	chain@listenmedia.com.tw		
	전 화	(02) 2517-7859		
제작 분야	광고, 드라마, 여행 프로그램 등			
사업 현황	- 광고(공익광고), 드라마 및 여행프로그램을 제작하여 대만 내 유선 방송 위주로 서비스하고 있음			
해외공동제작 프로젝트실적	- 중국, 싱가포르, 미국 및 일본 기업의 의뢰로 광고 제작 (정확한 실적 내역은 대외 공개 안함)			

多曼尼製作有限公司 DOMANI FAMILY CO. LTD		설립연도	2001년	
		홈페이지	http://www.domani.com.tw/	
업종분류	방송콘텐츠 제작		직 원 수	N/A
06' 매출액	N/A		자 본 금	NT\$3,000,000
전 화	02-2721-1551		팩 스	02-2773-5749
Contact Person	직 위	제작팀원	이 름	Ms. 蔡旻伶
	이메일	linna0711@yahoo.com.tw		
	전 화	02-2721-1551		
제작 분야	드라마			
사업 현황	- 청소년 드라마를 제작하고 있으며, 대만 지역을 포함한 중국, 일본, 홍콩, 싱가포르, 말레이시아 지역에 방영 중임			
해외공동제작 프로젝트실적	- 해외공동제작 프로그램은 없으나, 홍콩 및 중국 지역 배우들과 협력한 적이 있음			

映畫傳播事業有限公司 TRANS-WORLD TELEVISION PRODUCTION CO.		설립연도	1986년	
		홈페이지	http://www.tvking.com.tw/	
업종분류	드라마 제작	직원 수	N/A	
06' 매출액	N/A	자 본 금	NT\$20,000,000	
전 화	(02) 2634-9292	팩 스	(02) 2634-9393	
Contact Person	직 위	드라마제작팀	이 름	Ms. 楊啟仙
	이메일	drama@tvking.com.tw		
	전 화	(02) 2634-9292		
제작 분야	드라마, 오락프로그램			
사업 현황	- 드라마 및 오락 관련 프로그램을 제작하여 대만 지역을 포함한 중국 및 동남아 지역에 방송			
해외공동제작 프로젝트실적	- 중국 및 싱가포르 방송콘텐츠 제작업체와 드라마 공동제작 - 한국 방송콘텐츠 제작업체와 여행프로그램 공동 제작 (정확한 실적 내역은 대외 공개 안함)			

## [참고] 대만 위성방송국 방송콘텐츠 공급업체 리스트

업체명	공급 채널	주소	연락처
國興傳播 股份有限公司	國興衛視	台北市內湖區瑞光街 39號8樓	(02) 55599933
衛星娛樂傳播 股份有限公司	JAPAN ENTERTAINMEN T TELEVISION ( JET TV )	台北市松山區敦化南路1段 1號8樓	(02) 25786566
飛凡傳播 股份有限公司	非凡商業台	台北市光復北路11巷 35號5樓	(02) 27662888
	非凡新聞台		
星穎國際傳播 股份有限公司	HOT頻道	台北市大安區信義路4段 61號5樓	(02) 27098077
	玩家頻道		
華人傳播事業 股份有限公司	華人戲劇台	台北市中山區八德路2段 232號10樓	(02) 27728988
東森電視事業 股份有限公司	東森新聞台	台北市中正區忠孝西路 1段4號12樓	(02) 29995879
	東森綜合台		(02) 27728168
	東森戲劇台		
	東森電影台		
	東森幼幼台		
	東森洋片台		
	東森亞洲衛視台		
	原民台		
	客家電視台		
	東森新聞S頻道		
飛碟廣播 股份有限公司	飛碟電台	台北市羅斯福路2段 102號25樓	(02) 23636600

八大電視 股份有限公司	八大第1台	台北市內湖區瑞光路455號 1樓至10樓、457號	(02) 26506666
	八大綜合台		
	八大戲劇台		
超級傳播 股份有限公司	超視	台北市中正區忠孝西路 1段4號12樓 路1段6號11樓	(02) 27475500
年代網際事業 股份有限公司	MUCH TV	台北市內湖區瑞湖街 39號2樓	(02) 23971122
	era news年代新聞		
緯來電視網 股份有限公司	緯來體育台	台北市松山區敦化北路 122號12樓	(02) 87683088
	緯來電影台	台北市內湖區瑞光路 480號3樓	
	緯來綜合台		
	緯來日本台		
	緯來戲劇台		
	緯來兒童台		
	緯來育樂台		
中華福報財經網 股份有限公司	中華財經台	台北市大安區光復南路 420巷2號	(02) 27090088
長城網路資訊 股份有限公司	華人商業台 (ETCNBC)	台北市中山區八德路2段 232號10樓	(02) 27618889
	亞洲旅遊台		
鼎豐傳播事業 股份有限公司	恆生財經台	台北市朱崙街31號7樓	(02) 55586999
環視多媒體 股份有限公司	環球新聞財經台	台北市中正區北平東路 16號5樓之3	(02) 27572813 (02) 23959888
中天電視 股份有限公司	中天娛樂台	台北市大理街132號7樓	(02) 66007766
	中天新聞台	台北市內湖區民權東路 6段25號	
	中天綜合台		



全日通娛樂傳播股份有限公司	Z頻道	台北市八德路4段123號 5樓之2	(02) 27625732
民間全民電視股份有限公司	民視新聞台	高雄市博愛一路366號 24樓	(02) 25702570
佛衛電視台股份有限公司	佛衛電視慈悲台 □	高雄市苓雅區中山二路 412號8樓	(07) 5356096
霹靂國際多媒體股份有限公司	霹靂台灣台	台北縣汐止市新台五路 1段108號8樓	(02) 66157888
米迦勒傳播事業股份有限公司	好消息衛星電視台	台北市內湖區康寧路3段 75巷50號6樓	(02) 26310101
	好消息二台 (GOOD TV2)		
法界傳播股份有限公司	法界弘法衛星電視台	高雄市苓雅區四維2路 203號	(07) 2225612
朝禾事業股份有限公司	LOOK TV	台北縣板橋市文化路1段 266號22樓之2	(02) 22565000
	新穎頻道		
	彩虹E台		
	彩虹Movie台		
好萊塢影視股份有限公司	好萊塢電影台	台北市松山區光復北路 11巷35號14樓	(02) 27562156
台灣藝術電視台股份有限公司	台灣藝術台	台北市內湖區堤頂大道 2段407巷22號1樓	(02) 26272966
聯意製作股份有限公司	TVBS	台北市八德路1段23號 10樓	(02) 23579988
	TVBS-G		
	TVBS-N		
三立電視股份有限公司	三立新聞台	台北市內湖區舊宗路1段 159號1樓	(02) 87928888
國衛傳播事業股份有限公司	國衛頻道	台北市大同區承德路2段 81號8樓之2	(02) 25586622

太陽衛星電視股份有限公司	太陽衛視	台北市內湖區瑞光路34號7樓	(02) 26506680
兒童百科股份有限公司	客家電視	台北市重慶南路1段139號1樓	(02) 32341337
人間電視股份有限公司	人間衛視	台北市松隆路327號9樓之1	(02) 87872311
太空衛星國際傳播事業股份有限公司	MEGA電影台	台北市南港路3段52號10樓	(02) 27891818
	SAVOIR知識頻道		
	情人頻道		
大愛衛星電視股份有限公司	大愛	台北市北投區立德路2號	(02) 28989999
財團法人慈濟傳播文化志業基金會	大愛二台		
運豐國際多媒體股份有限公司	運通財經台	台北市朱崙街31號4樓	(02) 55899966
衛台傳播事業股份有限公司	台灣衛星電視台	高雄市左營區保靖街11號3樓之4	(07) 5575565
九太科技股份有限公司	九太有線音樂頻道	台北縣中和市連城路268號3樓之3	(02) 82280678
豐禎電視事業股份有限公司	HAPPY頻道	台北市大安區信義路4段61號5樓	(02) 27098077
圓林超媒體股份有限公司	圓林教育電視台	台北市大安區信義路4段71號4樓	(02) 26628668
阿里山衛星電視國際股份有限公司	阿里山台灣音樂台	嘉義縣中埔鄉中山路5段505號	(05) 2394604
台灣寰球多媒體股份有限公司	環球綜合台	台北市忠孝東路2段123號21樓	(02) 23959888

華藏世界傳播股份有限公司	華藏衛星電視台	台北市松山區南京東路3段269巷6號5樓之2	(02) 66008968
國際先進音樂股份有限公司	先進音樂	台北市中山區中山北路2段33號7樓	(02) 25315021
財訊國際傳播股份有限公司	財訊財經台	台北市萬華區長沙街2段159號1樓	(02) 22783696
台視文化事業股份有限公司	哈客電視	台北市八德路3段2號11樓	(02) 25785078
生命電視股份有限公司	生命電視台	高雄市新興區中山路472號7樓之1至7樓之5	(07) 2212323
嘉協股份有限公司	嘉廷電視台	台北市松山區南京東路4段118之1號2樓	(02) 27228388
東森大禾多媒體股份有限公司	東森娛樂台	台北市忠孝東路1段4號19樓	(02) 55584564
財經網股份有限公司	全球財經網	台北縣三重市重新路5段609巷10號8樓	(02) 29992939
高點傳播股份有限公司	高點電視台	台北市仁愛路3段17號	(02) 29580053
	高點育樂台		(02) 29509683
龍祥育樂多媒體股份有限公司	龍祥電影台	台北市萬華區漢口街2段113號3樓之1	(02) 23111729
	LS TIME電影台		
松視事業股份有限公司	慾望電視台	台北市中山區建國北路2段20號	(02) 27495448
優視傳播股份有限公司	優視親子台 ( MOMO兒同台 )	台北市大安區基隆路2段172之1號9樓之1	(02) 27347924
靖洋傳媒科技股份有限公司	靖天戲劇台	台北市南京東路5段16號9樓之4	(02) 66009669

\* 자료원 : 대만 행정국 (06' 7월 자료)

# 말레이시아 방송콘텐츠 산업 현지동향 및 진출전략

- 칼라룸푸르 무역관 -

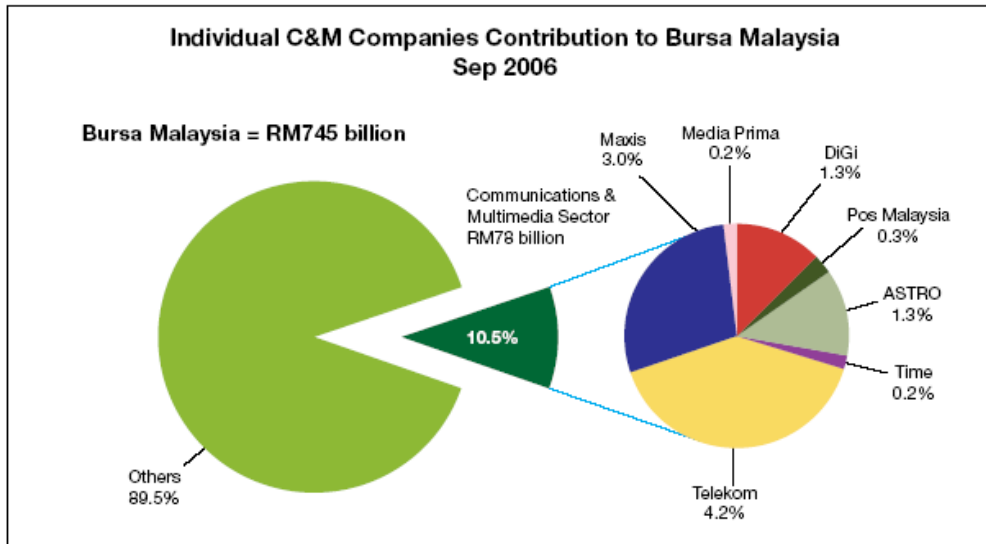
## 가. 방송 산업 현지 동향

### □ 현지 방송 산업 개황

- 말레이시아 방송 시장은 공중파 방송(Free to air TV)의 활발한 성장과 더불어 Astro나 MiTV 등의 유료 방송의 치열한 경쟁으로 시청자의 입장에서는 더욱 다양한 양질의 방송을 즐길 수 있게 되었고 방송가들 역시 시청자의 욕구를 충족시키기 위해 수입방송의 신중한 선택뿐만 아니라 자체 방송 프로그램의 개발에 눈을 돌리고 있음.
- 1963년 말레이시아 국영 방송인 RTM이 방송 개시를 시작한 이래 지금 말레이시아에서 시청이 가능한 Free to Air TV만 RTM1, RTM2, TV3, NTV7, 8TV, TV9등 6개의 채널이 시청 가능하며 각 방송사는 다 문화 국가의 특징에 맞게 중국어권/인디아권/말레이권 그리고 영어권 등의 각 층을 만족시키는 균형 있는 방송 편성을 해옴.
- 참고로 현지 유료 방송(주요 아스트로)의 보급률은 2006년 3/4분기 100가구당 33.9 가구의 보급률을 보이며 3.0%의 성장률 기록.  
(출처: MCMC - Selected Facts and figures)
- 커뮤니케이션 및 멀티미디어 부분의 2006년도 3/4분기까지의 Bursa Malaysia 차지 비율은 전체 수익 RM(말레이시아 링깃) 7.450억 중 10.5%에 해당하는 RM 780억에 해당비율을 차지하였으며 이는 전체 시장에서 주요 상장 회사인 ‘미디어 프리마’나 ‘아스트로’ 등의 회사에 의해 1.2%의 총 시장 자본이 이루어짐.

Number of payTV subscriptions

Tahun	Suku	Bilangan langganan ('000)			Kadar pertumbuhan (%) per 100 isirumah	Kadar penembusan (%) per 100 isirumah
		Kediaman	Komersial	Jumlah		
2005		1,784	157	1,941	1.4	31.1
2006	1	1,825	161	1,988	2.4	31.7
	2	1,916	173	2,089	5.1	33.1
	3	1,972	179	2,151	3.0	33.9
Year	Qtr	Number of subscriptions ('000)			Growth rate (%)	Penetration rate per 100 household
		Residential	Commercial	Total		



Source: MCMC, Bloomberg

## □ 광고 시장 개황

- 말레이시아의 방송 시장의 주요 플랫폼은 신문, 텔레비전 그리고 라디오라고 해도 과언이 아닐 만큼 그 의존도가 높다. 또한 상대적으로 근거리 국가인 싱가포르와 비교해 보았을 때 최근 미디어 플랫폼으로 새롭게 각광받고 있는 옥외 광고(Outdoor Advertising)나 인터넷을 이용한 미디어 플랫폼과는 전체적으로 무관한 상태.

- 미디어 전문 조사 기관인 닐슨 미디어 리서치에 따르면 2006년의 말레이시아 총 광고비용 지출액은 기대치를 넘은 4%로, 미디어를 이용한 광고 시장은 2006년은 FIFA월드컵의 영향으로 RM 47 억으로 마감했다고 밝히며 2002년 월드컵 당시 비교하여 약 2배에 달하는 RM 4,400 만이 모바일 인터랙티브 서비스나 헤어 샴푸, 항공사, 부동산 등 각종 광고비로 지출되었다고 밝힘.
- 또한 같은 시기 텔레비전을 통한 광고는 전체 광고의 28%에 해당된 것으로 조사됨.
- FIFA월드컵의 기대치에 힘입어 2006년 전반기에는 전체적으로 상승세를 보였으며 하반기에는 모바일 네트워크 서비스 부분, 현지 정부 교육 기관 광고, 가구 판매업 부분, 신용카드 등의 금융업 부분이 신장세를 보임.
- 광고 매체별로는 일간지가 58% 지역 방송이 31% ,라디오 4%,잡지 3%, 옥외 광고 2%로 조사되었다. 이는 전년도 대비하여 무료 공중파 지역 방송과 라디오를 통한 광고가 13% 성장한 수치이며 특히 TV3와 TV9는 무료 공중파 방송 부분에서 최대 광고매체로 광고 수익에서 각각 RM 1억 600만 그리고 RM 6억9백만을 기록하였으며 라디오 부분의 성장세는 새로운 라디오 채널들의 등장도 기여를 했다고 볼 수 있음.
- 싱가포르와 말레이시아의 닐슨 미디어 리서치의 수석 디렉터인 레베카 탄씨는 북미와 유럽으로의 수출이 하향세인 점에도 불구하고 Visit Malaysia 2007과 같은 국가 차원의 이벤트로 인하여 2007년 말레이시아의 광고 시장은 그 탄력세를 유지할 것으로 예상함.

□ 2006년 말레이시아 광고 시장 세분 지표

Top Category in 2006				
Category	Rank	2005	2006	Growth vs. 2005 (%)
		(RM '000)	(RM '000)	
Classifieds	1	599,764	592,764	-1.2
Mobile Line Services	2	270,369	320,845	18.7
Government Institutions – Local	3	106,005	161,313	52.2
Mobile Interactive Services	4	201,663	158,608	-21.3
Face Care – Woman	5	124,220	122,502	-1.4
Hair Shampoo & Conditioner	6	120,840	109,653	-9.3
Residential Estate	7	102,677	95,538	-7.0
Credit Card	8	74,971	82,579	10.1
Furnishing – Furniture Retail	9	61,411	75,348	22.7
Cinema Advertising	10	68,718	71,023	3.4%

Source: Nielsen AIS

- 정부 교육 기관의 광고 증가는 교통부(Kementerian Pengangkutan)와 국방부(Kementerian Pertahanan) 그리고 병무청(National Service)에서 기인
- 헤어 샴푸 컨디셔너의 주요 광고주는 Sunsilk, Rejoice, Pantene, Palmolive, Head&Shoulder임

Top Growth Category in 2006				
Category	Rank	2005	2006	Increase vs. 2005
		(RM '000)	(RM '000)	(RM '000)
Government Institution -Local	1	106,005	161,313	55,308
Mobile Line Services	2	270,369	320,845	50,476
Cleaning Agent -Laundry	3	18,114	51,982	33,868
Bank/Finance-Corporate	4	25,395	43,005	17,610
Dairy -Kids Growing Up Milk	5	42,834	59,555	16,721
Coffee	6	27,771	42,342	14,571
Furnishings -Furniture Retail	7	61,411	75,348	13,937
Hypermarket	8	35,293	48,118	12,825
Vehicle-Range	9	21,423	33,656	12,233
Production House	10	19,008	30,796	11,788

Source: Nielsen AIS



- 세탁용 세제 광고는 Breeze, Daia, Downy4x와 Softlan의 텔레비전 광고
- 모바일 라인 서비스는 36933, Shabox, 323166, Klub Cat Mobile, Club Zed Tele-Services

Ad spending by Media*					
Media	2005		2006		Growth vs. 2005 (%)
	(RM '000)	Share (%)	(RM '000)	Share (%)	
Newspapers	2,777,770	60.9	2,746,118	57.7	-1.1
Television <sup>1</sup>	1,310,621	28.7	1,477,947	31.1	12.8
Radio <sup>2</sup>	179,701	3.9	203,729	4.3	13.4
Magazines	160,541	3.5	155,674	3.3	-3.0
Outdoor <sup>3</sup>	76,494	1.7	104,987	2.2	37.2
Point-of-sale	39,110	0.9	48,844	1.0	24.9
Cinema	17,849	0.4	19,540	0.4	9.5
<b>Total</b>	<b>4,562,086</b>	<b>100.0</b>	<b>4,756,840</b>	<b>100.0</b>	<b>4.3</b>

Source: Nielsen AIS

**Notes:**

\*Nielsen Media Research measures adspend based on published rate cards.

<sup>1</sup> Nielsen Media Research monitors adspend on terrestrial television only.

<sup>2</sup> Radio adspend in 2006 includes all RTM regional channels, Hot FM and Fly FM.

<sup>3</sup> Outdoor adspend in 2006 is based on actual spending by five media operators.

Top Brand in 2006				
Brand	Rank	2005	2006	Growth vs. 2005 (%)
		(RM '000)	(RM '000)	
Maxis	1	98,346	157,015	59.7
Celcom	2	123,371	107,204	-13.1
Digi	3	80,980	106,738	31.8
Petronas	4	35,839	38,029	6.1
TM	5	33,113	37,179	12.3
Toyota	6	14,503	32,843	126.5
KFC	7	28,337	30,800	8.7
Kementerian Pengangkutan	8	11,710	30,624	161.5
Courts Mammoth Superstore	9	17,875	29,732	66.3
Sunsilk	10	30,228	29,601	-2.1

Source: Nielsen AIS

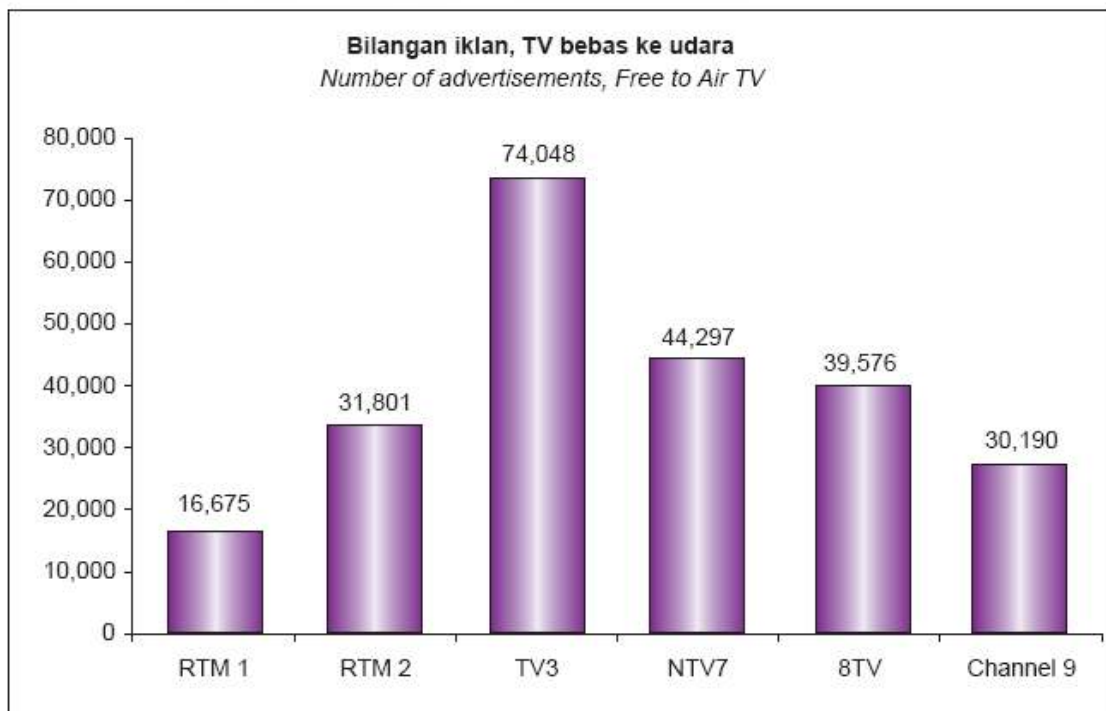
- 2006년 말레이시아 공중파 방송(Free to Air TV)과 관련된 광고 수치

**Number of advertisements, Free to Air TV**

Tahun	Suku	Stesen TV						Jumlah
		RTM 1	RTM 2	TV3	NTV7	8TV	Channel 9	
2005		62,411	116,903	241,247	164,846	136,648	...	728,093
2006	1	17,804	29,055	57,886	32,954	34,225	...	171,924
	2	15,785	30,987	67,708	40,796	37,287	...	192,563
	3	16,388	33,106	73,291	43,947	39,434	27,138	233,304
	4	16,675	31,801	74,048	44,297	39,576	30,190	236,587

Year	Qtr	TV station						Total
		RTM 1	RTM 2	TV3	NTV7	8TV	Channel 9	



**Punca:**  
**Source:**  
 A C Nielsen

- 무료 공중파 방송을 통한 2006년 총 광고 횟수는 2005년의 728,093에 비해 11% 이상 증가한 834,378이었고 최대 광고 플랫폼은 TV3로 전체의 9%정도를 차지함.

## □ 말레이시아 유력 방송사

- 아스트로 아시아 네트워크(Astro All Asia Networks plc.(ASTRO))
  - 말레이시아뿐만 아니라 브루나이와 인도네시아의 대표적인 위성 방송 서비스 업체로 동남아시아의 선두 크로스 미디어 업체이다. 대표적인 유료 방송 업체이며 초기 새로운 브로드 캐스팅, 멀티미디어, 인터넷 서비스를 론칭하고자 말레이시아와 인근 동남아 국가와의 합작회사 성격으로 시작하였고 말레이시아에서는 특히 상업 라디오 광고와 라이프 스타일 잡지, 그리고 TV 가이드의 대표 오퍼레이터이자 퍼블리셔임
  - 아스트로는 업계의 선두 소프트웨어 개발업체, 콘텐츠 개발 업체등과 전략적으로 사업 제휴를 실행하여 아시아 태평양 지역 방송의 위성 통신 관련 업체, 브로드 밴드, IP관련 멀티미디어와 인터랙티브 서비스에 다중 플랫폼을 제공하고자 기술과 새로운 콘텐츠 개발을 주요 사업으로 진행하고 있음.
  - 아스트로의 자회사인 메아샷 네트워크 시스템(MEASAT Broadcast Network Systems)은 말레이시아에서만 20개 이상의 DTH(Direct-to-Home) 위성 트랜스폰더의 고유 라이선스를 확보하고 있으며 이를 통해 현재 전체 방송 시청자의 35%를 차지하는 193만 이상의 이용 고객에게 56개의 채널을 제공하고 있음.
  - 또한 2008년 추가로 3번째의 MEASAT3의 위성 트랜스폰더를 이용함으로 아스트로는 말레이시아와 브루나이 등의 동남아시아 지역에 광범위한 서비스를 제공할 수 있는 여건을 조성하게 됨.
  - 현재 말레이시아 최고 인기 FM 라디오 방송국을 포함하며 말레이계, 중국계, 인도계 그리고 영어권의 개별적인 자체 방송 등 총 8개의 FM지상 라디오 방송국을 운영하고 있으며 이는 전체적으로 주간 라디오 청취자의 62%에 해당하는 10백만 이상의 청취자를 커버하는 서비스에 해당.

- 라디오 광고비 부분에서도 전체 무선 방송업계의 79%이상을 점유하고 있는 것으로 조사됨.
- DHT 플랫폼을 이용하여 6개 언어 17개의 음악 채널 패키지를 제공하는 것도 특이 사항이며 또한 인디아에서 2개의 무선 라디오 방송국 운영을 위해 스튜디오 인프라 구축, 에어 타임 세일즈와 프로그래밍 서비스를 제공하고 있음.
- 또한 정책적으로 콘텐츠 개발에 적극적으로 사업의 영역을 확장한 결과 2005년에만 말레이, 차이니스, 인디안, 영어 등의 다국적 언어를 이용한 1300 시간정도의 인하우스 콘텐츠를 개발 하였으며 자막 처리, 더빙 등 총 5천여 시간의 프로그램을 생산함.
- 인터랙티브 TV서비스와 아스트로 포털을 통해 브로드밴드 콘텐츠를 제공하고 있으며 3G스펙트럼과 3G서비스 사업자인 맥시스(Maxis Communications Berhad)와의 합작회사에 25%의 주식을 보유.
- 2003년 5월 Bursa Malaysia의 Main Board에 상장 되었으며 주요 주주는 Usaha Tegas Group(42.7%)과 Khazanah Nasional Berhad(21.6%) 그리고 말레이시아 정부.
- MSC 등록 회사이며 아스트로의 핵심 오퍼레이션을 담당하고 있는 아시아 브로드 캐스트 센터(Asia Broadcast Center, 이하 ABC)는 RM 8억 가치의 콤플렉스로 멀티미디어 슈퍼 코리더(Multimedia Super Corridor)인 콰라룸푸르의 테크놀로지 파크에 전략적으로 위치함.
- 명성에 걸 맞는 세계적인 디지털 브로드캐스트와 프로덕션 시설을 정비하고 있으며 특히 텔레비전 프로덕션 스튜디오, 포스트 프로덕션 스튜디오, 오디오 더빙시설(바하사 말레이시아, 중국어, 영어, 광둥어, 만다린, 타밀 가능)등의 첨단시설을 보유.

- 아스트로의 위성 방송 이용 고객들은 양질의 디지털 라디오 서비스와 멀티채널 TV서비스를 통해 드라마, 영화, 버라이어티 쇼, 글로벌 뉴스, 다큐멘터리, 교육 방송, 국제 인기 프로그램뿐만 아니라 아스트로가 자체적으로 제작하여 선보이는 Astro Ria, Astro Wah Lai Toi, Astro AEC, Astro Vaanavil, Astro Supersport, Astro Prima, TVIQ, Shuang Xing 등의 현지 다민족의 문화에 적합한 프로그램들을 즐길수 있다. 이들 자체 프로그램 등은 말레이시아어, 중국어, 인도 언어로 더빙되거나 자막 처리되어 선보임.
- 또한 시청자들은 Astro Stocklink를 통해 콰라룸푸르 주식시장(Kuala Lumpur Stock Exchange) 현황을 조회하거나 메일을 보내고 Astro 박스오피스 영화 프로그램을 신청할 수 있고 TV SMS의 송신도 가능하며 이런 인터랙티브 서비스의 이용 증가로 아스트로는 통신, 오락, 정보 등과 관련된 좀 더 편리한 서비스를 선보일 것이라고 밝혔다.
- 총 56개 이상의 TV 채널과 18개의 라디오 채널을 선보이고 있으며 아스트로만의 패키지 상품으로는 총 8개가 있다.
- 패키지 상품 내역 (가격은 옵션에 따라 월 RM50 ~ 150)

5 Mini Packages		
Learning Package	테크놀로지, 과학, 자연등과 관련된 베스트 다큐멘터리 모음 채널	50-Discovery Channel 51-Animal Planet 51-National Geographic Channel
Fun Package	모든 연령층을 만족시키는 만화시리즈, 가족 드라마, 게임 쇼 채널	60-Nickelodeon 61-Disney Channel 62-Cartoon Network 63-Playhouse Disney Channel 64-Astro Ceria
Variety Package	뮤직 비디오, 콘서트, 토크쇼, 할리우드 드라마 시리즈, 코미디 시리즈 채널	70-STAR World 71-MTV 72-Channel(V) 73-Animax 74-ZEE
Sports Package	세계최고의 라이브 스포츠 커버리지를 포함한 스포츠 전문 채널	80-Astro SuperSports 81-ESPN 82-STAR Sports



News Package	최신 비즈니스, 경제 그리고 월드 뉴스를 포함한 라이브 글로벌 커버리지 채널	90-CNN 91-CNBC Asia 92-Astro News 93-BBC World
<b>3 Super Packages</b>		
Dynasty Package	아시아 지역의 유명 다큐멘터리를 포함하여 중국계를 타겟으로 한 드라마 시리즈, 버라이어티 쇼, 뉴스 채널	30-Astro Wah Lai Toi 31-TVBS Asia 32-Phoenix 33-TVB8 34-Xing He 35-NHK World 36-CCTV9
Emperor Package	다양한 장르의 중국계 영화와 최신 드라마 채널	28-CCTV4 29-WaTV 32-Phoenix 36-CCTV9 38-Shuang Xing 39-Celestial Movies
Movies Package	블록버스터, 엔터테인먼트 뉴스, 스타들과의 인터뷰 등을 제공하는 채널	40-HBO 41-Cinemax 42-STAR Movies 43-Astro KIRANA
Family Package	자국어 드라마, 버라이어티 쇼, 월드 다큐멘터리와 16개의 말레이시아 인기 라디오 채널(*참조)	01-TV1 02-TV2 03-TV3 04-Astro Ria 05-Arab Radio&Television Variety Channel(ART) 06-Astro Vaanavil 07-NTV7 08-Astro Prima 09-Astro ARUNA 10-Hallmark Channel 11-Discovery Travel&Adventure Channel 12-Bloomberg Television 13-TV Pendidikan/Tech TV 14-TVIQ 15-@15(Chat Channel) 16-Hitz.TV 17-AXN 18-Astro AEC

## - 18개 라디오 채널 (Family Package에 포함)

ERA-Rentak Muzik Terkini	말레이어	4백만 이상의 고정 청취자를 확보한 바하사 말레이 전용 방송	Bahasa Melayu의 Adult Contemporary음악 방송, 볼리우드와 패션 등을 포함한 종합 예술 정보를 ERA웹사이트를 통하여 제공	
MY-Good Music, Great Company	중국어	18세에서 39세 사이의 도시 거주 층을 대상으로 하는 말레이시아 중국계를 위한 방송	80-90 년대의 만다린 그리고 광둥어 최신 음악 방송	
HITS.FM-Today's Hit Music	영어	12세에서 29세 사이의 젊은층을 주요 대상으로 하는 말레이시아 최고의 영어 음악 방송	Late Net Show와 EQuest 등의 인터랙티브 프로그램을 제공하는 웹사이트를 보유	
MIX-More Music, More Variety A Better Mix	영어	40세 전후의 청취자가 대상		
Light&Easy-Continuous Relaxing Favourites	영어	비즈니스와 스포츠 뉴스를 동시에 제공하는 이지 리스닝 전문 방송	기술, 경제, 여행 그리고 신간 정보를 웹사이트를 통해 소개	
SINAR-Chaya Hidup Anda	말레이어	말레이시아의 에버그린 음악인의 음악 소개		
XFRESH FM-Disini Bermula Musik Malaysia Terbaru	말레이어	12세-20세 가 주요 대상층		

THR FM-More Than Just Great Music	인도/타밀어	말레이시아 최고의 인디언 타밀 전문 음악 방송 채널	18세에서 39세가 주요 청취자층	
OPUS-Your Classical Choice	영어	고전 클래식 음악 전문 채널	고전음악 작곡가정보 등의 다양한 클래식음악 정보 제공	
CLASSIC ROCK-The Best Classic Rock and Today's Great New Rock	영어	광범위한 록뮤직 채널		
GOLDEN OLDIES-Solid Gold Favourites from The 50's, 60's and 70's	영어	엘비스 프레슬리 등의 50년대에서 70년대를 풍미했던 팝뮤직 전문 채널		
NOSTALGIA-Music of your Life	영어	40-50년대의 팝 뮤직 전문 채널		
INDIA BEAT-The Rhythm of India	힌디어, 타밀어	컨템퍼러리 동부 인디언 힌디 팝뮤직 전문 채널	힌디팝, 방그라 록, 편자비 그리고 벵갈리 음악	
JAZZ#-All the Jazz Greats	영어	재즈 전문 방송		
MELODY-Chinese Gold From the 60's and 70's	중국어	70-80년대의 중국어(북경어 및 광둥어)음악 방송		



OSAI	힌디어, 타밀어	24시간 서부 인디언 뮤직		
VARIA-Malaysia's Latest Music	말레이어	말레이시아 현대음악 채널	말레이시아-현지 음악인들의 다국어 음악 방송	-
MUSIQ'A-For Contemporary Arabic Music Whenever You Wish It	아랍어	최신 아랍 음악 채널		

#### - 아스트로의 시청자 관리 시스템

- 세계 수준의 가입자 관리 시스템인 Subscriber Management System (SMS)에 과감하게 투자하여 요금부과, 시청자 관리 시스템 등에 있어 원활한 관리가 가능함. 특히 아스트로에 맞춤 설계된 가입자 통합관리 시스템은 시청자가 직접 프로그램을 주문하고 결제를 하거나 요청 사항을 전달하는데 빠르고 간편한 처리를 보장함.
- 지정 업체를 통해 서비스에 가입할 수 있고 DTU(Direct-to-U) 시스템이 신청 장소에 설치되면 ABC(All Asia Broadcast Center)는 허가 받은 신청자의 스마트카드를 이용해 서비스를 개시하게 됨.

#### ○ MiTV

- 2005년에 공식적으로 론칭한 말레이시아 디지털 다채널 유료 방송 서비스로 DVB-T 기술과 MPEG-4/H.264 디지털 비디오 코덱 표준으로 운영됨.
- MiTV Corporation Sdn Bhd는 아스트로 다음으로 말레이시아에서 두 번째로 큰 유료 방송으로 IMT-2000 Spectrum을 이용하여 모바일 통신과 콘텐츠 서비스도 제공함.

- 또한 2004년 7월 인도네시아 베이스인 PT 오버시스의 한국 방송 공사(KBS - Korean Broadcasting System)의 콘텐츠에 대한 공급 체결식을 맺고 KBS 1TV, KBS 2TV, KBS Korea가 MiTV에 선보이는 계기를 제공, 뉴스뿐만 아니라 오락 및 교양 프로와 라이프스타일 콘텐츠가 제공될 것.
- MiTV는 1998년에 콘텐츠 어플리케이션 서비스사(CASP-Content Application Service Provider), 네트워크 설비 공급사(NFP-Network Facilities Provider), 네트워크 서비스 공급사(NSP-Network Services Provider)부분에 대한 방송 허가를 받았으며 2006년 12월 Comintel Corporation Berhad 소유인 Comintel Sdn Bhd의 3단계 지역 계획을 위한 115백만\$에 해당하는 계약 체결내역을 발표.
- 이 계약으로 디지털 비디오방송 -Terrestrial(DVB-T)로 잘 알려진 디지털 지역 방송에 기본을 둔 기술을 흡수하기로 결정하게 하였으며 MiTV 역시 현재 현존하는 비디오 코덱 표준에서 MPEG4/H.264의 진보된 디지털 비디오 코덱 표준으로 변경할 것이라 함.

○ 미디어 프리마(Media Prima Berhad)

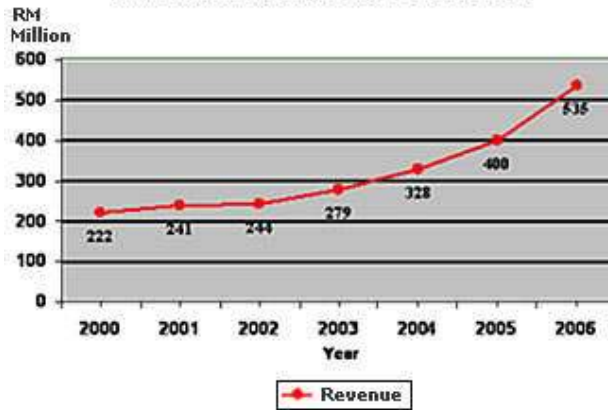
- 4개의 공중파 방송, 2개의 라디오 네트워크, 일간 신문지등을 보유한 말레이시아 최고의 통합 미디어 대기업으로 2003년 이후 주식 상장된 기업. 외부 광고업과 콘텐츠 개발업 뿐만 아니라 TV와 라디오 부분에 까지 그 기업세를 확장해옴.
- 2007년 4월말 현재 총 자산 규모는 RM 10억 7,750만 으로 향후 6년간의 연간 종합 성장률은 약 15.8%로 예상.
- 2006년 기업의 자산 규모는 총 RM 5억3,500만으로 2005년 RM 4억에 비해 34% 성장을 기록 하였으며 광고 사업으로 발생한 수익은 2006년 RM 5억 1,800만에서 2005년의 RM 3억8,600만에 비해 30%정도 성장한 수치임.

- 순이익은 RM 8,300만을 기록하였으며 2005년 RM 5,480만 대비 51%의 성장률을 기록. 이는 전반적으로도 기업의 자산 규모가 2002년의 RM 2억 4,400만의 2배 이상의 성장을 한 것으로 미디어 프리마에 따르면 TV3는 8TV의 보조에 힘입어 기업 이익의 대부분에 이바지하였으며 2개의 라디오 방송의 고정 청취자는 350만 그리고 텔레비전 시청자는 1,120만에 이른다고 밝혔으며 2006년 12월 22일부로 미디어 프리마가 콰라룸푸르 주가지수(KLCI)의 구성 주식으로 선정되었다고 밝힘.

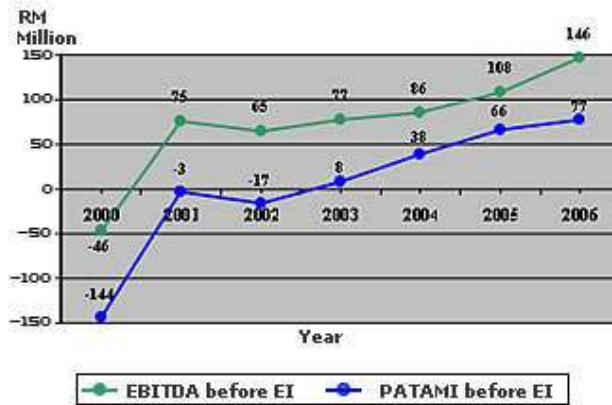
< 2006년 미디어 프리마 재무 정보 >

**STRONG GROWTH - REVENUE**

Strong revenue growth: 6-Year Compound Annual Growth Rate (CAGR) of about 15.8%



**STRONG GROWTH - EBITDA & PATAMI (before EI)**



**OUR TRACK RECORD**

Completion of de-merger

	2000*	2002*	2003*	2004	2005	2006
	(RMm)	(RMm)	(RMm)	(RMm)	(RMm)	(RMm)
Net revenue	221.57	244.36	279.26	328.41	389.69	534.69
EBITDA before EI	(45.91)	65.10	77.48	85.94	107.61	145.79
EI	0.00	0.00	162.71	0.00	(9.90)	2.88
EBITDA after EI	(45.91)	65.10	240.19	85.94	97.71	148.67
Associate	0.03	(0.03)	5.79	5.10	5.37	10.64
PBT	(130.04)	(7.16)	184.45	49.43	64.32	105.65
Net profit after MI	(144.04)	(16.80)	170.28	37.71	56.25	80.28
Weighted average number of shares (m)	170.31	170.31	170.31	540.66	680.77	709.26
EBITDA margin excl. EI (%)	(20.72)	26.64	27.74	26.17	26.92	27.27
EPS excluding EI (sen)	(84.59)	(9.92)	4.44	6.97	10.01	10.91

New management for the group from 2002 onwards

**IMPROVEMENT IN FINANCIAL PERFORMANCE**

- 1984년 말레이시아 3대 영자 일간지 뉴 스트레이트 타임즈(The New Straits Times Press)의 주주였던 당시 말레이시아 최초의 공중과 방송인 TV3를 론칭, 1988년에 첫 방송을 시작하며 Malaysian Resources Corporation Berhad에 두 회사가 병합 되었고 이후 2003년 9월 다시 단독 분리 회사인 MPB하에 미디어 관련 업종을 통합하여 운영을 시작. 2004년 8TV의 정식 방송이 추가되면서 MPB는 2005년 NTV7과 TV9를 합병하는 것을 계기로 말레이시아 내에서 공중과 4개의 채널을 보유한 최고 방송 기업으로 거듭나게 됨.
- 또한 MPB는 국외의 가나에도 그 영역을 확장하여 1997년 벤처 형식의 TV3 Ghana 설립 등의 전략적 기업 확장에 중점을 두고 있음. 공중과 방송뿐만 아니라 New Straights Times나 Berita Harian 그리고 Harian Metro등의 일간지를 보유하고 있는 말레이시아 대표 출판기업인 NSTP의 43%에 해당하는 이익을 보유하고 있음.
- 이외에 2개의 라디오 네트워크인 Fly FM과 Hot FM을 운영하고 있으며 Fly FM은 “It’s All about Music”이라는 슬로건 아래 15~30세 의 주요 청취자를 대상으로 하며 말레이시아 제 2의 영어 전문음악 채널임. Fly FM Troopers라는 On-Ground Daily Promotion을 진행하는 마케팅 팀을 운영하고 있으며 공중과 방송을 통해서 캠페인 전개.
- Hot FM은 급속도로 성장하고 있는 현지 말레이 라디오 방송사로 2006년 개국 당시 8주 만에 290만의 청취자를 기록한 방송이다. “Lebih Hangat Daripada Biasa(Hotter than Usual)”이라는 슬로건 아래 도시에 거주하는 젊은 말레이가 주요청취중이며 현재 말레이어 방송국 서열 2위로 역시 Hot FM Zoomerz라는 On-Ground Daily Promotion을 진행하는 마케팅 팀을 운영중임
- 전체적으로 MPB의 미디어 플랫폼을 이용하여 매일 2,200만의 시/청취자를 확보하고 있으며 이는 공중과 방송의 1,120만 시청자 그리고 일간지의 680만 구독자, 350만의 라디오청취자가 그 구성. 또한 아카데미 TV3 (Akademi TV3)라는 종합 TV 브로드캐스팅 교육기관을 운영.

- 2006년 싱가포르에서 열린 아시안 텔레비전 어워드(Asian Television Award)의 7개 부문 후보에 올랐으며 TV3는 최고의 뉴스스토리/ 보도 부분에서 2위, NTV7은 최고의 음악 프로그램에, 그리고 8TV의 Reel Review가 최고의 연출 프로그램 부분에 강력한 우승후보로 지명된바 있음. 2006년 말 TV3는 명실 공히 공중과 방송의 전체 시청자중 50%를 차지하는 말레이시아 최대 방송으로 기록.

\* 미디어 프리마 방송채널 요약

Station	Target Viewers	Positioning	Advertising Focus
	진보적인 말레이계 층이 시청 층	가족중심의 다문화 방송콘텐츠 제공	회전도가 빠른 소비자 상품, 통신 관련 제품, 서비스, 교통 관련 제품이 주요 광고주
	도시 거주외 중국계 25-45세 및 아동층의 주요 시청 층	“My Feel Good Channel”	도시 중상층 라이프스타일과 관련한 제품에 초점
	15-24세의 중국계가 주요 시청층	“We are different”	도시의 젊은 층을 타겟으로 한 스포츠, 음료, 패션, 건강 제품
	전통적 말레이 문화를 고수하는 말레이가 주요 시청 층	전통적 말레이 문화와 관련된 프로그램 제공	소비자 상품 및 정부 관련 상품
	18-25 세의 도시 거주층이 주요 청취자.	최신 음악 방송	젊은 층을 타겟으로 하는 스포츠등과 관련된 건강 제품과 라이프스타일 관련 제품
	젊은 말레이 계층이 주요 청취자	말레이 문화와 관련된 문화 콘텐츠 제공	회전도가 빠른 소비자 상품, 통신 관련 제품, 서비스, 교통 관련 제품이 주요 광고주

## 1) TV3(www.tv3.com.my)

- 말레이시아의 대표적인 공중파 방송(FTA, Free-to-air) 네트워크로 국내외 방송콘텐츠의 적절한 공급으로 성공을 거듭하였으며 광고업계에서의 강력한 지지와 시청자의 예외 없는 시청률을 확보해 옴. 1984년 6월1일 첫 공중파 방송을 시작한 이래 말레이시아의 가장 인기 있는 TV방송국으로 자리를 지켜왔으며 아스트로나 버자야 그룹의 MiTV 등의 Pay TV 출현 이후에도 1위를 달리고 있음. 2006년 공중파 방송과 유료 TV를 통틀어 전국 광고수입의 43%를, 시청률 부분에서는 전체의 48%를 기록.
- 특히 자체 제작 방송이외에도 국제적인 방송콘텐츠를 조화롭게 현지화하여 국민들에게 전폭적인 지지를 얻고 있다. 미디어 전문 조사 기관인 닐슨 리서치에 따르면 TV3는 매주 TOP10 방송을 제작 방영하고 있으며 이중 TOP 3의 방송은
  1. Bluetin Utama(저녁 뉴스 프로그램)
  2. Anugerah Juara Lagu ke-20(음악 어워드)
  3. Bawang Merah Bawang Putih(인도네시아 드라마 시리즈)이다.
- 특히 Anugerah Juara Lagu의 경우 닐슨 리서치에 따르면 단독 프로그램으로서는 FTA 와 유료 방송을 통틀어 476만의 시청자인 27.5의 가장 높은 시청률을 기록한 프로그램으로 조사됨. TV3는 Sistem Televisyen Malaysia Berhad에 의해 운영되고 있음.

## \* 2006년 TV3 Top 10프로그램

No	방송 타이틀	장르
1	ANUGERAH JUARA LAGU(LIVE)	음악
2	ANUGERAH BINTANG POPULAR	음악/오락
3	MENTOR AKHIR(LIVE)	리얼리티쇼
4	MENTOR LAWAN BINTANG CARI BINTANG	리얼리티쇼
5	MY TEAM VS MALAYSIA	스포츠
6	ANUGERAH SKRIN(LIVE)	음악/오락
7	SEMBILU KASIH	드라마
8	MAJLIS PERSANDINGAN SITI(LIVE)	음악/오락
9	MUZIK MUZIK SEMI FINALS(LIVE)	음악/오락
10	PUTERI	드라마

\* 출처: AGB 닐슨 미디어 리서치

2) 8TV(www.8tv.com.my)

- “We are different”라는 슬로건 아래 도시에 거주하는 젊은 중국계를 그 타겟으로 하고 있으며 특히 유명한 국제 방송의 집중 방송과 독특한 국내 콘텐츠의 방송으로 각광받고 있음.
- 2004년 1월 방송 개시 이래 8TV는 말레이시아에서 인기 급상승인 방송사로 자리매김하고 있으며 특히 2006년 북미 인기 방송과 중동의 인기 방송 등을 방송함으로써 시청자로부터 호응을 얻고 있음.
- 영어권이 타겟인 만큼 로스트, 프리즌브레이크, 알리아스, 길모어걸스, 배첼러, 위기의 주부들 등의 북미 드라마 시리즈뿐만 아니라 내 이름은 김삼순(My Lovely Samsoon으로 소개 됨), 궁, 풀 하우스, 천국의 계단 등의 한국 드라마 시리즈 등이 중국어로 더빙되어 중국어권을 타겟으로 절찬리에 방송되고 있음.
- 국외제작 프로그램뿐만 아니라 인 하우스 제작 프로그램인 Project Superstar, Malaysia’s Most Beautiful, I wanna be A model, Ho chak! 등도 인기를 끌었으며 역시 인 하우스 아침 중국어 토크쇼인 “Hey! Morning”은 아침 프라임 시간대인 8시에 만다린으로 진행되는 말레이시아 첫 중국어 토크쇼로 중국 커뮤니티에 큰 화제 거리가 된 바 있음.
- 2006년 프로맥스 아시아 어워드(Promax Asia Award)에서 ‘가장 유쾌한 장면’과 ‘최고의 공공서비스’ 부문에서 수상한 바 있으며 아시안 텔레비전 어워드에서 Reel Review, Vector Challenge and Spirit of KL로 노미네이트된 바 있음.
- 특히 주목할 점은 말레이시아인을 대상으로 한 One In A Million과 같은 리얼리티 쇼를 제작 하여 큰 반향을 일으켰다는 점임.
- 8TV는 메트로폴리탄 TV(Metropolitan TV Sdn Bhd)에 의해 운영됨



\* 2006년 8TV Top10프로그램

No	방송 타이틀	장르
1	ONE IN A MILLION GRAND FINAL	리얼리티쇼
2	PROJECT SUPERSTAR GRAND FINAL	리얼리티쇼
3	SUMMER LIVE CONCERT	음악/오락
4	8E-NEWS'07C.STREET PARTY	기타
5	BEST OF THE EAST	드라마
6	THE 6TH GLO.CHIN.MUSIC AWARDS	음악/오락
7	CHINESE MOVIE-MAGIC CRANE	영화
8	PER.PM SEMPENA HARI MERDEKA	기타
9	TVB HOUR	드라마
10	FULL HOUSE	드라마

\* 출처: AGB 닐슨 미디어 리서치

### 3) NTV7(www.ntv.com.my)

- 말레이시아의 3번째 공중파 방송으로 1998년에 방송을 개시하여 가족 중심의 다양한 콘텐츠를 소개하여옴. 3R 전략(Rationalize, Restructure, Rejuvenate)은 2006년 NTV7이 이익을 창출할 수 있는 기회를 제공 하였으며 “Your Feel Good Channel”이라는 슬로건에 맞게 도시에 거주하는 영어권을 타겟으로 한 여러 가지 다양한 방송을 소개하여옴.
- 2006년을 기점으로 영어권 중심 방송에서 중국어권의 수요가 늘어감에 따라 중국어권의 인기 방송을 집중적으로 선보이기 시작하였음. 특히 프 라임 타임에 유명 중국어권 드라마 방영이 인기를 입는데 힘입어 공중 파 방송과 유료 방송을 통틀어 중국어권 방송의 1위 방송국으로 자리 잡음.
- 2006년 아시안 텔레비전 어워드(Asian Television Award)에서 wakanabe 10편(최고의 엔터테인먼트 프로그램상), Lee Mao San for Shout Out!, It's Saturday night(최고의 엔터테인먼트 진행자상) 그리고 Fear Factor Malaysia episode7(최고 연출상)부분에서 노미네이트 됨.

- NTV7의 첫 자체 제작 중국어 드라마인 “The Beginning”의 방송으로 평균 시청률 9%에 해당하는 427,000여명의 시청자가 시청한 것으로 기록되었으며 이후 “Falling in Love”로 다시 15%의 시청률을 기록함으로써 영어 방송에서 중국어권 시청자를 끌어들이는데 성공하였다는 평.
- 2006년 FIFA 월드컵 기간 동안 41%의 FTA 광고비용을 기록하였으며 월드컵 공식 스폰서가 아닌 비공식 스폰서에게 월드컵 캠페인에 참여 기회를 제공하는 등의 활동을 해옴.
- 2007년 방송콘텐츠 제작에 RM 3천만의 투자 계획을 밝힌 바 있음.

\* 2006년 NTV7 Top 10프로그램

No	방송 타이틀	장르
1	AIM2006	음악/엔터테인먼트
2	DORAEMON	만화
3	DORAEMON:-NOBITA&ROBOT KINGDOM	영화
4	CRAYON SHIN CHAN	만화
5	AHMAD ALBAB	만화
6	HARI RAYA SPECIAL	만화
7	MALAY MOVIES	만화
8	HONG(SUN)-ACES GO PLACES IV	만화
9	HONG(TUE)-THE KUBGFU C.MASTER	만화
10	NUJUM PAK BELALANG	만화

\* 출처: AGB 닐슨 미디어 리서치

#### 4) TV9(www.tv9.com.my)

- “DEKAT DI HATI”(Close to Heart)이라는 슬로건을 내건 TV9은 전통 말레이 문화를 숭상하는 도시 중산층 말레이계를 주요 대상으로 한 방송으로 2006년 4월 22일 그 방송을 재개 하였으며 말레이시아 반도에만 7백만의 시청자 층을 확보하고 있음. 이는 2007년 2월 현재 전체 시장 점유율의 7.5%를 차지하는 것으로 조사됨.(AGB 닐슨 미디어리서치)

- Akademi Al-Quran 등의 플래그쉽 프로그램이나 Cari Menantu 같은 최근 프로그램 등은 말레이어 사용 층의 교육 프로그램 수요 증가에 맞춰 제공된 프로그램으로 TV9은 현대적인 방송콘텐츠와 함께 이슬람이라는 종교와 문화를 동시에 다루려는 목적을 가지고 있음.
- 또한 타 방송과의 차별 전략으로 매일 2시 30분에서 7시 사이에 스폰지 밥 등의 Nickelodeon 만화 등을 말레이어로 더빙 방송하여 말레이계 어린이들 사이에 큰 호응을 얻음.
- 또한 타 방송사와 마찬가지로 Berita TV9이라는 프라임 타임 뉴스 방송을 론칭하여 도시 외곽과 지방(동부 해안와 말레이시아 반도 중부지역)에 거주하는 시청자에게 자세한 지역 소식을 전하고 있음.
- TV9은 유료 방송인 아스트로 채널 22번으로도 방송되고 있으며 이로 인해 사바 사라왁 지역에서도 TV9을 시청할 수 있게 됨. TV9은 Ch-9 Media Sdn Bhd에 의해 운영되고 있음.

\* 2006년 TV9 Top 10 프로그램

No	방송 타이틀	장르
1	AKADEMI AL-QURAN AKHIR	리얼리티쇼
2	SEMBILU KASIH	드라마
3	MUTIARA HATI	드라마
4	KIAMAT SUDAH DEKAT	드라마
5	SINEMA HIDAYAH(Indonesia)	영화
6	SINEMA(Malays)	영화
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	만화
8	CARI MENANTU	리얼리티쇼
9	AKADEMI AL-QURAN	리얼리티쇼
10	CATDOG	만화

\* 출처: AGB Nielsen Media Research

5) TV3 Network Limited, Ghana

- TV3 Ghana(TV3 Network Ltd)는 미디어 프리마의 첫 번째 말레이시아가 아닌 국외에서의 외주 방송국으로 1997년에 개국.
- 첫 방송이래 11개월 만에 가나 공화국 전체 광고 시장의 10%를 점유하였으며 2006 가나 공화국 방송, 기자 협회로부터 <최고 뉴스보도국> 부분과 <최고 환경 보도국>부분에서 수상
- 말레이시아 제작 인기 리얼리티 쇼인 “TV3 Mentor I”을 방영하였으며 “Mentor II”를 다시 인기리에 방영하며 가나공화국의 애청 프로그램으로 사랑 받았음. 이후 가나에서 말레이시아 리얼리티 쇼인 “Mencari Cinta”를 현지화하여 제작한 “Looking For Love”로 다시 인기를 끌기도 함
- 2006년 그 커버리지가 케이프 해안에까지 달해 12월에는 중앙 지역에서만 전체 시청자의 65%를 달하는 점유율을 달성.
- Sunyani, Brong-Ahafo 지역, Volta지역 등으로의 확장을 계획하고 있으며 TV3 Ghana는 2008년 까지 90%의 점유율을 달성할 것으로 전망.

\* 2006년 TV3 가나 Top10 프로그램

No	방송 타이틀	장르
1	THE GARDENER'S DAUGHTER	드라마
2	TV3 MENTOR	리얼리티쇼
3	TIMELESS	드라마
4	AFRICAL THEATER	영화
5	EFIA WURA	드라마
6	LOOKING FOR LOVE	리얼리티쇼
7	ABRABOR MUM ASEM	토크쇼
8	TODAY'S WOMAN	토크쇼
9	NATIONAL INTEREST	정치 토크쇼
10	SPORTS STATION	토론

\* 출처: TV3 Network Limited In-House Information

## 6) Fly FM(www.flyfm.com.my)

- 말레이시아 공항에 세계 최초의 라디오 방송국을 통해 운영하고 있는 Max Airplay SDN Bhd(MAX)에 의 말레이시아 서열 3위의 영어 라디오 방송국. 2005년 10월 공항에 위치한 라디오 방송국답게 “It’ s all about music”이라는 슬로건 아래 434,000명의 고정 청취자와 2500만 명에 달하는 공항의 출·도착 승객을 타겟으로 하고 있음

## 7) Hot FM(www.hotfm.com.my)

- 2006년 론칭 당시 290만이라는 청취자를 기록한 급속도로 성장하고 있는 말레이 라디오 방송임
- “HANGAT DARIPADA BIASA-Hotter than Usual”를 슬로건으로 방송 개시 2달 만에 말레이시아 No.2 말레이어 전문 방송으로 자리 잡음
- 또한 2006년 10월 8TV와 함께 아침 8시에서 10시 사이의 라디오 방송국의 모습을 8TV의 브라운관을 통해 그대로 시청자들에게 생생히 전달함으로써 2개의 다른 방송 매체가 시너지를 향상시킨다는 전략으로 방송된 “The Hot FM AM Krew@8TV Show”는 매일 50만이 넘는 시청자가 시청하는 것으로 조사됨

## 8) RTM(Radio Television Malaysia)

- 1994년 정식으로 방송을 시작한 정부 국영 방송사 이며 총 2개의 채널 보유.(RTM 1, RTM 2)
- 말레이시아 정보통신부에서 라디오와 공중파 방송 모두 소관하고 있으며 말레이시아 국내의 주요 행사들의 독점 중계 방송사.
- 정부 관련 방송사인 관계로 이슬람 종교와 관련된 프로그램들과 교육, 문화와 관련된 전문 프로그램들을 집중적으로 방영함. 해외 수입 콘텐츠 보다는 말레이시아 자체 제작 프로그램 편성에 비중을 둠.

## □ 말레이시아 자체 제작 현황과 수입 구조 현황

### ○ 말레이시아 자체 제작 현황

- 방송 프로그램의 경우 자체 제작이 이루어지는 비율은 수입 대비 1 대 9정도로 추정되며 대부분 자체 개발 프로그램도 말레이 문화에 한정되는 경우가 대부분임. 중국어권과 인디아권, 영어권의 주요 방송 수입국은 미국, 영국, 홍콩, 싱가포르, 호주, 인도, 일본 등이며 최근 한류 열풍이후 한국의 드라마 시리즈가 중국계 젊은층의 인기에 힘입어 지속적으로 수입되고 있음.
- 그러나 이와 동시에 일부에서는 수입 프로그램의 과도한 증가가 말레이 고유의 문화와 도덕성 그리고 가치관이 변색될 부정적인 기회를 제공하고 있다는 비판이 제기됨에 따라 말레이시아 정부는 자국 프로그램 쿼터제를 시행하여 모든 지상파 채널은 반드시 60% 이상의 자체 말레이어 방송을 제작, 편성해야 하며 이에 말레이시아 통신 멀티미디어 위원회(MCMC: Malaysian Communications and Multimedia Commission)에서 해외 수입 프로그램의 방영은 최대 40%로 규제함. 단 MCMC는 방영 의무 시간에 대해서만 규제를 하고 있을 뿐 제작비에 대한 쿼터제는 시행하고 있지는 않음.

### ○ 수입 경로

- 방송사에 따라 수입 경로는 조금씩 차이가 있는 것으로 조사됨.
- 아스트로 등의 유료 방송과 미디어 프리마의 TV3, 8TV등은 직수입. 배급을 선호하는 추세이나 RTM과 같은 국영 방송은 현지 에이전트를 통하여 대부분 구입하고 있음.
- 국영 방송인 이유로 실질적 구매력에서는 유료 방송이나 다른 공중파 방송에 비해 떨어지는 경향이 있으나 국영방송의 영향력 때문에 현지 배급사들의 경쟁이 치열하며 동시에 배급사의 변동률이 많음.

## □ 정부 규제

- 지난 2005년 말레이시아 정부는 방송, 통신 분야에 대한 법적정비를 하여 정보 강국으로의 거듭남을 위해 “Vision 2020”의 정책을 수립 하였으며 이중에서도 1950년도에 시행된 통신법과 1988년에 시행된 방송법을 통합한 “1998년 통신 멀티미디어법-Communication Multi media Act 1998”을 제정하여 시행하고 있음.
- 또한 이에 관련된 문제를 해결, 조정하고 말레이시아의 통신 멀티미디어 법령을 집행하며 말레이시아 방송 행정 규제 주무부서의 역할을 위한 말레이시아 통신 멀티미디어 위원회(MCMC)를 설립 운영 중
- 현재 방송 규제에 직접적으로 관련하고 있는 부처는 에너지 통신 멀티미디어 부(Ministry of Energy, Communication and Multimedia), 내무부(Ministry of Home Affairs)이며 MCMC는 에너지 통신 멀티미디어부 내에 설치되어 있음
- 말레이시아 방송사들은 이슬람 문화에 적합한 방송프로그램의 편성을 하도록 권고를 받고 있음. 같은 맥락에서 공중파 방송을 통한 광고 역시 20%이내의 범위에서 해외 제작 광고가 허용되며 80%는 반드시 말레이시아 국내에서 제작하도록 권고받음
- 도박, 정치적 이슈(북한과의 외교 관계), 선정적인 콘텐츠, 과도한 폭력성 그리고 종교에 위배되는 방송은 강력한 규제를 받음.

## 나. 한국 방송 프로그램 진출 정보

### □ 한국 방송프로그램 진출현황

- 2002년 이후 말레이시아에 본격적으로 수입되어 방영된 이래 지속적인 인기를 끌고 있으며, 특히 프라임 타임에 해당하는 밤 8시-10시 사이의 유력 공중파 방송들이 경쟁적으로 한국의 인기 드라마 시리즈를 방영하며 그 인기를 지속하고 있음
- 대부분 한국에서 수입되고 있는 방송콘텐츠는 사랑을 주제로 하는 드라마가 많아 말레이시아 정서에 쉽게 받아들여지고 있으며 심의에 위반된 사례는 없다고 함.
- 대부분 중국어(북경어)로 더빙하고 말레이어로 자막을 첨부하는 것이 대부분이며 국영 RTM의 경우에는 중국어 더빙 없이 한국어로 방송되며 말레이어로 자막이 첨부됨.
- 한국뿐만 아니라 다른 국가의 수출업체들도 말레이시아의 불법복제 시장에 큰 우려를 표하고 있음. 지금까지 이미 대만, 홍콩 등에 한국 드라마가 배급되어 중국어로 마무리 더빙 방송되면 불법적으로 복제하여 말레이시아 시장으로 유입되는 경우가 많고 가격 면에서도 정가의 20% 선에서 거래되고 있어 합법적 배급사들이 어려움을 겪고 있음.
- RTM을 제외한 방송사들은 직거래를 희망하고 있으므로 직접 접촉하는 것도 무방하며 RTM과의 거래를 위해서는 거래 실적이 좋은 현지 배급사를 접촉하는 것이 바람직.
- 방송 장르는 드라마에 한정 되어있는데 이는 오락 프로그램 등 타 방송콘텐츠는 번역에 어려움이 있어 배급사들이 꺼리는 것으로 조사됨. 한국어의 특징상 중국어나 말레이어로 번역하게 될 경우 그 의도가 제대로 전달되지 않을 경우를 우려하기 때문이며 중국어로 더빙 되는 경우에도 남미, 필리핀, 일본의 드라마처럼 중국어 더빙 없는 자막 본이 선호되어지는 것으로 조사됨.



- 말레이시아 내의 한국 채널은 없으나 아스트로가 홈쇼핑 전문 채널인 “우리홈쇼핑”의 방송을 추진하고 있는 것으로 알려짐.

## □ 효과적인 말레이시아 시장 공략

- 말레이시아 현지 시장의 흐름이나 방송 동향, 편성의 흐름 그리고 배급과 관련한 여러 가지 살아있는 시장 정보들을 현지 배급선이나 비즈니스 파트너와 함께 밀착 공유함으로써 한국 프로그램의 말레이시아 유입 시 발생할 수 있는 가격 이슈를 미리 대비할 수 있음.
- 한류의 열풍에 힘입어 이미 말레이시아에 인기를 누리고 있는 한류 스타 프로모션이 필요함.
- 유료 방송권을 통해 안정적인 방송 공급을 꾀하는 것도 긍정적으로 검토할 필요 있음. 이는 전반적인 방송의 편성 및 유행의 기류가 현지 사정에 100% 의존함에 따라 한국 드라마의 수요가 떨어질 경우 말레이시아내에서의 판로를 잃고 공급에 지속성의 여부가 불분명해지는 것을 방지할 수 있음.
- 현지 방송사가 한국어 드라마 수입 시, 적절한 번역을 하는데 큰 애로사항이 있는바 이에 대한 적절한 지원과 가이드라인 제공이 필요함.

## 다. 말레이시아 방송콘텐츠 관련 기업 정보

회사명	전화번호	팩스번호	담당자	홈페이지	분야
Animasia Studio	0378770252	0378770262	Mr. Edmund Chan	www.asimasia-studio.com	Film Production, Digital Entertainment
EL Video graphics	0379846190	0379846097	Mr. KH Low	-	Film Production, Digital Entertainment
Elemental Ventures	0320925020	0320925022	Mr. Leon Tan	www.imagnexstudio.com	Film Production, Digital Entertainment
Evo Pictures	0362751632	0362751362	Ms. Winny Wong	www.evopictures.com	Film Production, Digital Entertainment
Filmpoint	0362777222	0362735733	Mr. Yoki Chin	www.pointnetwork-asia.com	Film Production, Digital Entertainment
Grand Brilliance	0377266333	0377263981	Mr. Francis Ng	www.gbsb.com.my	Film Production, Digital Entertainment
KRU Capital	0342528566	0342578566	Mr. Norman Abdul Halim	www.kru.com.my	Film Production, Digital Entertainment
Macera Technology	0389453888	0389450929	Mr. Ken Leong	www.macera.com.my	Film Production, Digital Entertainment
Makmur Megah	0392813995	0392813872	Mr. James Ooi	www.makmurmegah.com	Film/ Video Distribution
Media Space Distribution	0323004288	0323004388	Mr. Wai Koon Hang	www.mediaspace.com.my	Film/ Video Distribution
Metrowealth Movies Production	0380233299	0380240711	Mr. David Teo	www.mwig.com	Film/ Video Distribution

Multimedia Development Corporation	0383153000	0383188508	Mr. Kamil Othman	cmc.msc.com.my	Film/ Video Distribution/전반적인 멀티미디어 관련 사업 정부 기관
National Film Development Corporation Malaysia (FINAS)	0341085722	0341068509	Mr. Raja Mohammad	www.finas.gov.my	정부 기관
Netcarbon	0389253882	0387342741	Mr. Mohd Rashda	www.netcarboncorp.com	Film Production, Digital Entertainment
NGT Solution	0378063400	0378063411	Mr. Colin Isitor	www.ngts.com.my	Film Production, Digital Entertainment
Pelangi Multimedia Technologies	0389269553	0389269375	Mr. John Lim	-	Film Production, Digital Entertainment
Peppermint Asia	0376653133	0376653233	Mr. Oliver Roller	www.seeppeppermint.com	Film/ Video Distribution
Sheunik	0392813887	0392813887	Mr. Richard Ung	www.sheunik.com	Film Production, Digital Entertainment
Star Media Network	0389487577	0389482462	Mr. Chong Teng Khoo	-	Film/ Video Distribution
Tayangan Unggul	0395436688	0389457722	Mr. Tengku Dato'Anuar Mussaddad	-	Film/ Video Distribution
Teleview Asia	0362019708	0362019709	Mr. Shaun Lee	-	Film/ Video Distribution

## 참고자료

- 아스트로 (Astro All Asia Networks [www.astroplc.com](http://www.astroplc.com) [www.astro.com.my](http://www.astro.com.my)  
· Annual Report FY 2006
- 메아샷 네트워크 시스템(MEASATBroadcast Network System Sdn Bhd)  
All Asia Broadcast Center  
Technology Park Malaysia  
Lebuhraya Puching - Sg, Besi, Bukit Jalil,57000.KL
- 미디어 프리마 (Media Prima Berhad)  
Sri Pentas No.3 Persiaran Bandar Utama, Bandar Utama, 47800 Petaling  
[www.mediaprima.com.my](http://www.mediaprima.com.my)  
· Annual Report FY 2006
- Bursa Malaysia [www.bursamalaysia.com](http://www.bursamalaysia.com)
- Malaysia Communications and Multimedia Commission(MCMC)  
· Communications & Multimedia Selected Facts & Figures  
· Market and Financial Review 3Q 2006 ([www.mcmc.gov.my](http://www.mcmc.gov.my))
- Nielsen Media Research - [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)
- AdoiMagazine - Sledgehammer Communications(M)Sdn Bhd  
[www.adoimagazine.com](http://www.adoimagazine.com)
- RTM - [www.rtm.net.my](http://www.rtm.net.my)
- MiTV Corporation Sdn Bhd - [www.mitv.com.my](http://www.mitv.com.my)  
3rd Floor,KL Plaza 179 Jalan Bukit Bintang 55100 KL

# 미국 방송콘텐츠시장 현지동향 및 진출전략

- 로스앤젤레스, 샌프란시스코 무역관 -

## 가. 미국 방송콘텐츠 산업 현지 동향

### □ 미국 방송콘텐츠 시장 개요

- 미국의 방송콘텐츠 시장은 크게 라디오 방송, 지상파 텔레비전 방송, 유선방송, 위성방송, 프로그램제작업으로 구성되며, 이외에도 최근에는 인터넷 방송 등이 각광을 받고 있음.
- 미국의 방송시장은 라디오방송이 본격적으로 발전하기 시작한 1920년대를 기점으로 급격히 성장하였으며, 특히 텔레비전 방송이 본격화되기 전인 1930년부터 1948년까지가 전성기였음.

〈 라디오시장 성장지표 〉

년도	라디오 스테이션 수	라디오 보급율	종사자수
1930	618	46%	6,000
1950	2,867	95%	52,000
1970	6,889	99%	71,000
2005	13,599	99%+	130,000

\* 자료 : Broadcasting, Cable, the Internet, and Beyond, Joseph R. Dominick 외 공저

- 미국의 텔레비전 시장은 NBC사의 모회사인 RCA사가 1939년 개최된 뉴욕 세계박람회에서 최신기술인 텔레비전 방송 기술을 선보이며 등장하였으며, 이후 세계 2차 대전으로 그 상업적 발전이 잠시 주춤하였으나, 종전 이후 지속적으로 발전하여 1948년에는 라디오를 제치고 미국인들의 안방을 독차지하였음.
- 미국의 텔레비전 방송업은 1953년에서 62년 사이에 대부분의 발전을 이루었다 할 수 있으며, 특히 1950년 9%였던 텔레비전 보급률이 불과 20년 후에는 95%로 증가하였음.

〈 텔레비전 시장 성장지표 〉

년도	방송채널수	보급율	종사자수
1950	98	9%	9,000
1970	862	95%	58,400
2005	1,749	99%	180,000

\* 자료 : Broadcasting, Cable, the Internet, and Beyond, Joseph R. Dominick 외 공저

- 한동안 미국의 방송업은 지상파 텔레비전이 독차지하였으나, 1998년 지상파 방송의 대안으로 등장한 유선방송에게 안방을 내주었음.
- 미국에서 유선방송이 최초로 등장한 1950년대에는 유선방송의 역할이 텔레비전 신호가 약한 지역에 방송신호를 전달하는데 그쳤으나, 1975년 HBO의 설립을 기점으로 하여 지상파 방송업자와는 별개로 방송콘텐츠를 전송하는 유선방송이 급격히 발전하였음.
- 유선방송의 인기에도 불구하고 2000년을 기점으로 미국 가정 내 유선방송 보급률은 점차 감소하기 시작하였으며, 이러한 경향의 주된 원인은 1962년 최초 방송에 성공한 위성방송의 성장에서 찾을 수 있음.

〈 유선방송 시장 성장지표 〉

년도	유선방송업자수	시청자(백만명)	보급율
1960	640	0.7	1.4%
1970	2,490	4.5	7.6%
1980	4,048	15.5	20.5%
1990	10,200	54.0	58.0%
1995	13,000	60.0	63.0%
2000	9,947	73.1	70.0%
2005	7,926	73.4	66.0%

\* 자료 : Broadcasting, Cable, the Internet, and Beyond, Joseph R. Dominick 외 공저

- 하지만 위성방송 산업은 관련 장비의 높은 가격과 규정의 미비로 1980년대에 이르러서야 성장을 시작하였으며, 한번에 200개 채널을 송수신할 수 있는 Direct Broadcast Satellite(DBS)이 1990년대 중반에 등장함으로써 실질적인 경쟁력을 갖추게 되었음.

〈 위성방송 성장지표 〉

년도	시청자 수
1995	2,200,000
1998	8,700,000
2001	17,000,000
2004	20,000,000

\* 자료 : Broadcasting, Cable, the Internet, and Beyond, Joseph R. Dominick 외 공저

- 차후 미국의 방송콘텐츠 산업은 인터넷의 급격한 성장으로 인하여 일 반적인 예상을 뒤집고 블로그와 웹캐스팅으로 대변되는 UCC의 시대를 맞이하게 되었으며, 이는 향후 방송콘텐츠 시장의 지각변동을 예고하고 있음.
- 미국의 인터넷 방송에 대한 통계는 아직 모호한 실정이며, 대표적인 UCC인 블로그는 2006년에 약 1천만 개가 존재하는 것으로 추정되며, 웹캐스팅의 경우에는 약 1백만 웹캐스트가 존재하는 것으로 추정됨.

□ 방송 매체별 현황 및 주요 사업자

1) 라디오 방송업

- 미국의 라디오 산업은 사양산업이라는 인식과는 다르게, 새로운 방송매 체와의 경쟁을 통하여 더욱 내실 있는 산업으로 발전하였으며, 방송 규 제의 완화 덕분에 소수의 대형 라디오방송업자로 재편되어 제2의 전성 기를 누리고 있음.



- 특히, 2004년 매체별 광고액을 살펴보면, 라디오를 통한 광고가 전체의 7%를 차지하고 있어(195억불), 인터넷 또는 각종 간행물보다도 더 많은 것으로 나타났음.
- 한편, 2006년도 기준 미국 라디오 방송국 수는 약 13,700개였으며, 이중 35%가 AM이며, 45%가 상업 FM, 20%가 비상업FM 방송이었음.
- 라디오 방송 규제 완화와 더불어 사업자간 극적인 경쟁으로 인하여 2004년 매출액 기준 상위 10개 그룹의 매출액 합계가 전체의 46%를 차지하였으며, 전체 시장규모는 약 196억불이었음.
- '96년 법개정으로 인하여 소유 가능한 방송사 수의 제한이 철폐되었으며, 동일한 시장 내에서도 8개 방송사까지(44개 이상의 방송국을 보유한 도시 기준) 소유할 수 있음.

〈 매출액 기준 상위 5개 그룹 〉

순위	그룹명	매출액 (백만불)	비중(%)	스테이션수
1	Clear Channel Communications	3,570	18.2	1,150
2	Infinity Broadcasting (VIACOM)	2,223	11.4	179
3	Entercom Communications	487	2.4	106
4	Cox Radio	485	2.4	78
5	ABC Radio Networks (Disney)	454	2.3	73

\* 자료 : Center for Public Integrity

- 최근 미국 라디오 시장의 가장 큰 변화는 위성 라디오의 등장으로, 현재 XM Satellite Radio 및 Sirius Radio가 시장을 양분하고 있음.
- 위성 라디오의 가장 두드러진 특징은 매월 약 13 USD의 시청료만 지불하면 160개 이상의 다양한 채널을 통하여 고품질의 음악, 뉴스, 스포츠 등을 제공 받을 수 있다는 점임.

- 한편 '01년도부터 '06년까지 약 12백만 명의 미국인들이 위성방송을 시청하는 등 많은 발전이 있었지만, '06년 들어 성장세가 주춤하기 시작하여 향후 시장성에 대한 의구심이 대두되고 있음.

## 2) 텔레비전 방송업

- 미국 가정의 98%, 즉 약 1.1억 가구가 최소한 1대의 텔레비전을 보유하고 있으며, 약 3/4 이상이 두 대 이상을 보유하는 등, 텔레비전과 유선방송은 미국인들이 가장 선호하는 엔터테인먼트 매체임.
- 현재 미국에는 약 1,700개의 텔레비전 방송국이 운영중이며, 이중 78%가 상업적이고 나머지가 FCC의 규정에 따라 비상업적으로 운영되고 있음.
- 미국의 지상파 방송시장은 대다수의 콘텐츠를 제작하고 있는 ABC, CBS, NBC, FOX 등으로 대표되는 네트워크 사업자들과 방송콘텐츠 편성을 주 사업 영역으로 삼는 지역 방송국이 양분하고 있음.
- 전통적으로 ABC, CBS, NBC가 네트워크 사업자의 강자들이었으나, 80년대 들어 루퍼트 머독이 이끄는 FOX가 등장하여, 아메리칸 아이돌(American Idol), 24, 심슨 가족(The Simpsons) 등의 인기 프로그램을 통하여 네트워크 사업자 선두 그룹인 빅4 반열로 올라섰음.
- 이외에도 Viacom의 UPN과 워너 브라더스의 WB, 그리고 Pax TV등이 등장하여 각각 Star Trek: Voyager, Buffy the Vampire Slayer, Dr. Quinn 등의 인기 프로그램을 제작, 방영하였으나, 프라임 타임 시청률 5%를 넘기지 못하는 등 부진함을 면치 못한 결과 2006년에 UPN과 WB가 합병하여 CW로 재탄생하였음.
- 지상파 텔레비전의 주 수입원은 광고로, 2005년 메이저 7의 광고 매출액은 250억불이었으나, 최종 수익을 고려하면 시청률 1위인 FOX가 1.4억불 손실을 기록하고, CBS가 4억불 이익을 기록하는 등 전체적으로 침체된 분위기임.

- 한편 이들 메이저 네트워크를 제외한 1,300여개 지역방송국들이 전체 지상파 광고액의 나머지 절반을 차지하고 있으며, 이들은 다음과 같이 분류됨.
  - 메이저 소유방송국 :  
메이저 네트워크 소유 방송사로 4대 메이저 네트워크에서 직접 운영하며, 그 결과 인기 프로그램 수급이 원활하고 막강한 자본력으로 해당 지역에 영향력 있는 뉴스 서비스를 제공하고 있음. 또한 수익성이 가장 높아 평균 매출총이익율이 30%에 달하고 있어 많은 투자자금이 필요한 인기 프로그램 제작에 큰 도움을 주고 있음. 주요 방송사로는 NBC가 소유하고 있는 뉴욕의 WNBC, CBS가 소유하고 있는 로스앤젤레스의 KCBS, ABC 소유 뉴욕의 KABC, 그리고 이 분야에서 가장 활발한 움직임을 보이고 있는 FOX사의 WNYW(뉴욕), KCOP(LA) 등이 있음.
  - 4대 메이저 네트워크 가맹방송국 :  
소유권은 별개이지만 빅4로부터 프로그램을 받아 편성하는 방송사로 현재 약 200개사가 존재하고 있음. 이들 방송사는 위 직접소유 방송사와 마찬가지로 프로그램 수급이 원활하여 수익성이 높은 편임.
  - 기타메이저 가맹국 :  
위와 같이, 소유권은 별개이지만 4대 메이저 네트워크를 제외한 메이저사의 프로그램을 편성하고 있으며, 약 100개사가 존재하고 있음.
  - 독립방송국 :  
메이저 네트워크와 독립적으로 운영되는 방송국으로 '05년 기준 약 50개사가 존재하고 있으나, 점차 퇴출되고 있는 추세임. 이들 방송사는 메이저가 제공하는 인기 프로그램을 편성하지 못해 시청률이 낮은 반면, 지역사회에서의 오랜 활동을 통하여 얻은 신뢰도를 기반으로 영향력 있는 뉴스 프로그램을 운영한다는 특징이 있음.
  - LPTV :  
Low Power TV의 약자로 소수민족을 위해 FCC 규정에 따라 설립된 방송사로 약 2,000개사가 운영 중에 있음.

- 미국의 텔레비전 시장은 메이저 네트워크를 포함하여 기타 거대 엔터테인먼트 그룹의 소유 아래 있으며, '05년 기준으로 CBS가 총 35개 방송국을 소유하여 FCC 제한 시장점유율인 39%에 조금 못 미치는 38.9%를 기록하여(미국 텔레비전 보유 가구 중 해당 그룹사의 스테이션이 시청 가능한 가구 비율을 FCC 규정에 따라 할인하여 산정) 1위를 차지하였음.

〈 텔레비전 상위 10개 그룹 순위 〉

순위	그룹명	방송국수	시장점유율
1	CBS	35	38.90%
2	FOX	35	38.27%
3	NBC	30	33.99%
4	Paxson	52	31.59%
5	Tribune	26	30.24%
6	ABC	10	23.55%
7	Univision	37	22.88%
8	Gannett	20	17.89%
9	Trinity	23	17.10%
10	Hearst-Argle	27	16.35%

\* 주: 시장점유율은 FCC 규정에 따라 실제 점유율을 할인한 수치임

\* 자료 : Broadcasting and Cable, BIA Financial Network, Nielsen Media Research 2005

3) 유선방송

- 미국에서 유선방송사업은 전통 지상파 텔레비전 난시청 지역에 전파를 중계해 주는 역할을 맡았으나, 규제완화와 자체 콘텐츠 제작을 통하여 점차 증가하여 1980년 매출액 30억불(지상파 방송의 4분의 1 규모)에서 '06년에 지상파 텔레비전 매출액과 비등한 700억불을 기록하였음.

- '06년 기준 미국에는 전국에 방영하는 유선채널이 300개를 넘었으며, 지역채널은 80개가 운영 중에 있으며, 미 가구의 평균 시청 채널 수는 약 80개인 것으로 조사되었음.
- 미국의 유선방송 채널은 크게 3종류로 구분되며, 첫 번째로는 기존 지상파 방송을 재전송하는 기본 방송채널이 있음.
  - '85년까지 모든 미국 유선방송업자들은 지상파 방송을 의무적으로 재전송해야 했으나, '85년 규제 완화로 인하여 동 제도가 폐기된 후, 유선업자들은 '의무전송'과 '재전송 계약' 중 택일하여 운영하고 있음.
  - '의무전송'은 해당 지역 지상파 방송을 전부 의무적으로 재전송하는 대신 이에 따른 별도의 보상을 할 필요가 없는 반면, '재전송 계약'은 지상파 방송사와 유선방송사간의 합의를 통하여 금전적 또는 채널사용권을 통한 보상을 하는 방법임.
  - 새로운 규제 아래 대다수의 지상파 방송사들은 금전적인 보상보다는 유선채널 사용권을 확보하여, ESPN2, MSNBC 등의 채널을 운영 중에 있음.
- USA, TNT, TBS, ESPN, CNN, A&E, Cartoon Network 등 광고 수입을 통하여 운영되는 방송채널이 있음.
- 마지막으로 HBO, Cinemax, Showtime 등 기본 시청료에 추가 요금 지불을 통하여 시청할 수 있는 채널이 있음.
- 규제 면에서 유선방송과 지상파 방송의 가장 큰 차이점은 시장 점유율 제한에 있으며, 구체적으로 지상파 방송은 FCC 규제에 따라 점유율 39%를 넘길 수 없는 반면에 유선방송은 이로부터 자유로움(단, 반독점법은 똑같이 적용됨)
- 그 결과, 미국의 유선방송 시장은 다수의 유선방송사업을 소유하고 있는 MSO(multiple-system operators)들로 재편되었음. (이와 반대되는 개념으로 SSO-single system operator-가 있음)

- '06년 현재 가장 큰 유선방송사업자는 컴캐스트(Comcast)로 전국적으로 2100만 시청가구 수를 자랑하고 있으며, 2위인 Time Warner Cable이 1100만 시청가구를 확보하고 있어, 결과적으로 1, 2위 유선방송업자가 전체 시장의 약 절반인 45%를 독식하고 있음.

〈 '06년 시청가구 기준 상위 8개 유선/위성방송사 〉

순위	업체명	시청가구수(천 가구)
1	Comcast Cable Communication	21,448
2	Direct TV(위성)	14,670
3	EchoStar(위성)	11,455
4	Time Warner Cable	10,905
5	Cox Communications	6,283
6	Charter Communications	5,943
7	Adelphia Cable*	5,130
8	Cablevision Systems	3,005

\* 주 : 법정 파산절차 중이며, Comcast 및 TWC에 흡수 합병될 예정임

\* 자료 : Broadcasting and Cable Yearbook 2006

4) 위성방송

- 미국 내에서는 DBS(Direct Broadcast Satellites)로 알려진 위성방송 사업은 케이블 연결이 어려운 지역에 국한될 것이라는 예상을 뒤집고 '06년 기준 유선방송 시청가구수의 약 3분의 1인 26백만 가구에 공급되고 있음.
- 미국의 위성방송 시장은 루퍼트 머독 소유 FOX가 운영하는 DirectTV와 EchoStar Communications가 운영 중인 Dish Networks가 양분하고 있으며, 양사가 각각 1400만 시청가구와 1100만 시청가구를 확보하고 있음.
- 한동안 유선방송과 위성방송간 중요한 차이점이 지역방송의 공급 여부였으나, 규제완화와 더불어 기술적 진보로 위성방송 역시 지역 지상파 방송을 재전송할 수 있게 되어 경쟁력을 확보하였음.

- 하지만 방송콘텐츠와 더불어 인터넷 서비스와 VOIP서비스를 함께 제공하는 유선방송업자들과는 달리 위성방송사들은 이러한 패키지 서비스를 제공할 수 없어 여전히 불리한 환경에 직면하고 있으며, 그 결과 월 시청료가 유선방송에 비하여 다소 저렴한 편임.

### 5) 인터넷 방송

- 인터넷 방송은 타 방송업과는 다르게, 아직까지는 그 형태가 만들어지는 과정 속에 있으며, 현재는 일부 잠재력만 나타나고 있음.
- 구체적으로 인터넷 방송이라는 범주 안에 들어가는 사업형태 중에서 가장 빠르게 자리 잡은 것은 웹캐스팅으로 '06년 Arbitron/Edison Media의 설문조사 결과 12세 이상 인터넷 사용자의 21%가 웹캐스팅을 청취하고 있으며, 이들의 상당수가 근무 중에 청취하고 있는 것으로 나타났음.
- 청취 장르는 팝부터 클래식까지 그리고 뉴스부터 토크쇼까지 매우 다양한 것으로 파악되며, 주요 콘텐츠 제공자는 AOL Radio Network가 25분당 청취자수 7만9천명으로 1위를 차지하였음.

#### 〈 '04년 상위 5개 온라인 라디오 네트워크 〉

(단위: 25분당 청취자수)

순위	이름	청취자수
1	AOL Radio Network	79,000
2	Yahoo! Launchcast	73,000
3	Live 365	28,500
4	Musicmatch	22,000
5	Virgin Radio	5,000

\* 자료 : Arbitron Internet Broadcast Ratings

- 한편, 기존 방송콘텐츠 사업과는 확연한 차이를 보이는 인터넷 방송인 블로그는 UCC라는 새로운 형태의 방송을 탄생시켰으며, 비록 인터넷 초창기는 90년대부터 다양한 형태로 존재해 왔으나, 2000년대에 들어서 비로소 영향력을 발휘하기 시작하였음.

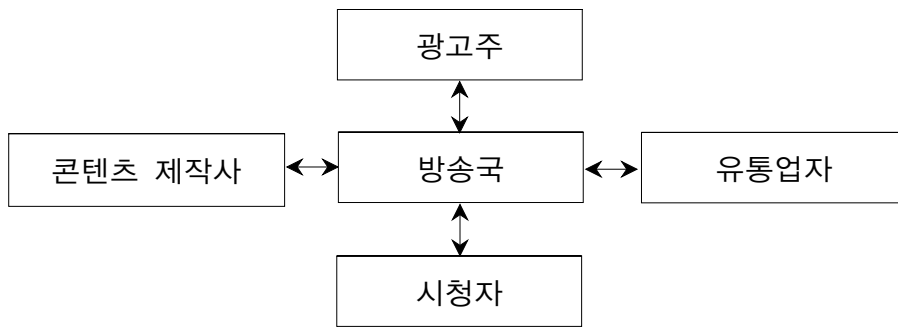
- 특히 '04년 미 대선시 새로운 정치문화를 창출하는데 많은 기여를 하였으며, 무엇보다도 유명 프로그램인 <60 minutes>에 소개되었던 당시 대선 후보 부시 대통령의 군 경력이 허위였음을 증명하는 등 기존 매체를 견제하는 새로운 세력으로 등장하였음.
- 이러한 발전과 더불어 무엇보다도 스트리밍(streaming) 서비스와 IPTV등이 미국의 향후 인터넷 방송 산업을 결정지을 것으로 보임.
- 이미 미국 내 주요 인터넷 제공자인 Verizon Wireless와 AT&T는 인터넷, 전화 서비스와 더불어 IPTV를 하나의 패키지로 제공할 계획을 발표한 바 있음.
- 이는 인터넷/전화와 함께 방송콘텐츠를 이미 제공하고 있는 유선방송업자들을 염두에 둔 조치로, 일부 기술적 제약만 해결된다면 방송 산업 전반에 걸쳐 일대 지각변동이 예상됨.



## 나. 미국 방송콘텐츠 유통 현황

### □ 미국 미디어 시장 현황

- 미국의 미디어시장은 크게 5개 주체가 상호작용하는 가운데 콘텐츠가 제작, 유통, 소비되고 있으며, 이들은 광고주, 방송국, 콘텐츠 공급자, 유통업자, 그리고 시청자임.



- 방송시장을 일반 재화의 제조과정에 비유한다면 방송국은 하나의 제조업체로 메이저 네트워크와 유통업자가 제공하는 콘텐츠를 자원으로 투입하여 광고 대상인 시청자를 생산하여 최종 소비자인 광고주에게 광고시간을 판매하는 구조로 이루어져 있음.
- 라디오나 위성방송에서도 이러한 생산구조의 큰 틀은 변화가 없으며, 다만 매체별로 일부 차이만 있음.
- 위 구조에서 특히 방송콘텐츠의 유통은 횡으로 이어지는 생산요소 시장의 유통과정으로 이해할 수 있으며, 크게는 방송국과 콘텐츠 공급자로 나눌 수 있으며, 콘텐츠 공급자는 실질적 제작자와 유통업자로 구분할 수 있음.
- 특히 미국의 경우에는 콘텐츠의 실질적인 제작은 네트워크사, 지역방송국, 메이저 스튜디오, 그리고 독립제작사가 담당하고 있음.

- 메이저 네트워크사는 4대 대기업인 CBS, NBC, ABC, FOX사와 기타 네트워크 사인 CW와 Pax TV가 있으며, 이들은 미국 내 방영되는 대부분의 콘텐츠를 직접 제작하거나 외주를 주어 조달하고 있음
- 지역방송국의 경우 일반적으로 뉴스 프로그램과 토크쇼를 자체 제작하고 있으나, 드라마 등 일반적인 엔터테인먼트 프로그램은 네트워크를 통해 공급 받거나 신디케이션을 통하여 조달하고 있음
- 일반적으로 각 네트워크사가 야심차게 추진하는 대부분의 TV 시리즈물은 일부 메이저 스튜디오가 독점적으로 제작하고 있으며, Sony Pictures, Twentieth Television, Warner Brothers, Paramount, NBC Universal, Disney 등이 이에 해당함
- 독립 제작사는 1995년 소위 ‘Fin-Syn’ 규제가 철폐된 이후 점차 그 수가 줄어 현재는 NYPD Blue를 제작한 Stephen Bochco, Dynasty와 Beverly Hills 90210를 제작한 Aaron Spelling, Band of Brothers를 제작한 드림웍스사 등 일부만이 일정 규모 이상을 유지하고 있으며, 나머지는 부진함
- 미국 내에서 콘텐츠 신규제작은 크게 두 가지 경로를 통하여 시작되기 마련이며, 첫째로 메이저 네트워크사에서 특정 컨셉을 가지고 제작을 의뢰하는 경우로 NBC의 Miami Vice가 이러한 예이며, 두 번째로는 프로듀서들이 메이저 네트워크를 대상으로 새로운 프로그램을 제안하는 방법임
- 어떠한 경우든, 그 다음에는 개발담당 이사가 변호사, 회계사, 에이전트들과 상의하여 향후 계획을 기획하고 각 단계별 행동지침을 세부적으로 열거한 단계별 계약(step deal)을 체결하게 됨.
- 제작비용은 일반적으로 메이저 네트워크들이 부담하는 대신에 미개발 프로젝트에 대한 우선거부권, 즉 해당 네트워크가 프로젝트의 개발을 거부하기 전까지는 타 네트워크와 협력하여 개발할 수 없는 권한을 부여 받음.

- 계약이 체결되고 스크립트가 완성되면, 네트워크는 30개에서 35개 사이의 파일럿 에피소드를 주문하게 되며, 이 경우 하나의 에피소드 당 개발비용은 약 75만 불에서 150만 불 사이에서 결정됨.
- 이렇게 개발된 시리즈물은 임원진과 테스트 시청자를 대상으로 최초 선보여지며, 반응이 좋으면 다음 시즌에 편성됨과 동시에 광고 스팟 선회 판매를 위하여 광고주에게 공개됨.
- 유선방송의 경우에는 기본 개념은 지상파 방송과 큰 차이가 없으며, 특히 최근에는 유선방송업자 역시 케이블 시리즈물을 성공적으로 제작하고 있음.
- 다만, 유선방송 사업의 전통적인 콘텐츠인 유료영화 서비스의 경우에는 해당 스튜디오와 직접 계약을 통하여 개봉 후 일정 기일(일반적으로 약 6개월)이 지난 이후에 제공하고 있음
- 한편, 미국의 공영 지상파 방송사인 PBS는 콘텐츠 유통방법에 있어 기타 네트워크와는 차별되며, 특히 가맹국(Affiliate Station)으로부터 수수료를 징구함과 동시에 공공기관인 Corporation for Public Broadcasting을 통하여 콘텐츠 라이선스 자금을 조달하고 있음
- PBS에게 콘텐츠를 제공하고 있는 제작사의 약 40% 이상은 자사를 독립제작사로 간주하고 있으며, 특히 약 7%가 해외제작사임을 주목할 필요가 있음
- 지상파방송, 유선방송, 공영방송 등의 주류 네트워크를 제외하고 콘텐츠 유통에 많은 영향력을 발휘하는 주체는 신디케이션으로 이들은 최초에는 재방송 시리즈와 영화를 재 배급하는 역할을 수행해 왔으나, 최근에는 토크쇼부터 뮤직비디오까지 그리고 더욱 중요하게 최초방송물을 취급하는 등 그 활동영역을 넓힘으로써 '06년 기준 90억불시장을 형성하였음
- 신디케이트 콘텐츠의 주 수요층은 지역방송국과 광고 수입으로 운영되는 유선채널(USA, TNT 등)이며, 2001년 최초 개막한 NATPE International (텔레비전 프로그램 전시회)를 통하여 많은 거래가 이루어지고 있음

- 신디케이트 시장에서 거래되는 콘텐츠 유형은 크게 세 가지로, 영화, 메이저 네트워크 제작 프로그램 그리고 First-Run으로 알려진 신디케이션 자체 제작 콘텐츠가 있음
- 영화는 일반적으로 유선방송사가 구매하고 있으며, 구체적으로는 라이선싱 계약을 통하여 여러 영화로 구성된 패키지의 재방영권을 확보하고 있으며, 계약 기간은 대략 3년에서 6년 사이임
- 계약 가격은 해당 영화의 박스 오피스 실적에 따라 결정되기 마련이며, 통상적인 영화의 평균가격은 편당 약 \$500,000불인 반면, 소위 말하는 B급 영화는 그 가격이 \$50불까지 내려가기도 함
- 네트워크 시리즈물의 재방영권은 영화와 마찬가지로 패키지로 판매되고 있으며, 다만 여러 작품이 하나의 패키지가 되는 영화와는 다르게, 하나 또는 그 이상의 시리즈물 중 일부 에피소드를 하나로 묶어 패키지를 구성하고 있음
- 또한, 시리즈물은 130개 에피소드를 하나의 패키지로 계약하는 것이 이상적이지만(주말을 제외하면 한해에 260일이 남으므로, 월요일부터 금요일까지 한 해에 두 번 방영 가능) 일반적으로는 100개 에피소드 이상이면 무관함
- 마지막으로 특별한 케이스로 First-Run 신디케이션 프로그램이 있으며, Jeopardy와 Wheel of Fortune 등 퀴즈 프로그램이 주를 이루고 있으나, 최근에는 CSI등 시리즈물의 제작 또한 성공적으로 이루어짐
- 한편, 지역방송국들이 신디케이션 시장에서 구매한 프로그램에 대한 대금을 체불하는 경우가 종종 발생하고 있어, 해당 프로그램을 광고(현물)와 묶어 판매하는 Barter Syndication 계약 또한 활발함
- 지역방송국 입장에서는 최소한의 자금으로 프로그램을 편성할 수 있는 장점이 있으며, 신디케이터 입장에서는 자금 회수에 대한 걱정을 줄일 수 있다는 장점이 있음

## □ 현지 방송 시청자 취향

- 주요 인기 장르 : 리얼리티쇼 및 마큐멘터리(mocumentary)
  - 미국에서 인기 있는 텔레비전 쇼의 형식은 리얼리티 쇼이며 리얼리티 쇼의 구성은 크게 두 가지가 있음. 등장인물을 제거해 나가며 승자를 가리는 방식과 등장인물이 살아가는 모습을 보여주는 방식
  - 이런 리얼리티 쇼의 대표적인 예로는 16시즌까지 계약된 서바이버(CBS, 2000)는 게임 형식, 그리고 재벌 딸과 유명 가수의 딸의 삶을 보여줌으로서 화제가 된 심플 라이프(FOX, 2003), 아직도 방영중인 리얼 월드(MTV, 1992)가 있음.
  - 이러한 리얼리티 쇼의 성공요인은 실제 상황이라는 믿음이 주는 긴장감이 제작 테크닉과 조화를 이루어 더욱 증가되며, 유명인의 일상 생활을 엿볼 수 있다는 점, 장소와 상황의 특이성에서 오는 참신함이나 화려함 등으로 분석됨.
  - 이같은 리얼리티쇼의 흥행 성공은 미국에서 드라마, 시트콤 그리고 영화까지도 장르를 불문하고 카메라의 움직임 등 리얼리티 쇼의 스타일을 접목시키기에 이르렀으며 이러한 새로운 형식은 가짜 다큐멘터리라는 뜻의 마큐멘터리(mockumentary Sitcom) 라고 불림.
  - 미국의 완전한 마큐멘터리 형식 시트콤의 예로는 2004년 에미상을 수상한 Arrested Development(FOX,2003)와, 2006년 에미상을 수상한 The Office (NBC,2005), 그리고 대본조차 없이 아웃라인(outline)만으로 촬영하는 Curb Your Enthusiasm (HBO,1999), The Naked Brothers Band (Nickelodeon, 2007)등이 대표적임.
- 기타 취향요인
  - 장르별 미국 방송콘텐츠의 경우 리얼리티 쇼와 시트콤 외에는 CSI, FBI, 검사, 경찰 등이 범인을, CTU가 테러리스트를 쫓는, CSI, 24,

Shark, Cold Case, Without a Trace, Law & Order, Boston Legal, Close to Home 등 셀 수 없이 많은 범죄 수사물 및 법정 드라마와 House, Grey's Anatomy, Scrub, Nip Tuck 등 메디컬 드라마가 시즌별로 방영중임.

- 미국의 지상파방송은 CSI, NCIS, 로스트 등 메이저 네트워크가 특별 편성하는 주요 시리즈물이 언제나 최상위권을 유지하는 경향이 있으며, 그 밖에도 아메리칸 아이돌, 어프렌티스 등과 같은 리얼리티 방송이 인기를 끌고 있음

〈 지상파방송 시청률 순위 07/5/21-27 〉

순위	프로그램명	네트워크	시청율
1	AMERICAN IDOL-WEDNESDAY	FOX	17.8
2	DANCING W/STARS RESULT-TU	ABC	15.0
3	AMERICAN IDOL-TUESDAY	FOX	14.9
4	DANCING W/THE STARS-MON	ABC	13.4
5	CSI	CBS	9.1
6	NCIS	CBS	9.0
7	BACHELOR:OFFICER&GENTLEMEN	ABC	8.6
8	CBS TUESDAY MOVIE SPECIAL(S)	CBS	8.3
8	TWO AND A HALF MEN 930PM(S)	CBS	8.3
10	HEROES	NBC	8.0
10	LOST	ABC	8.0

\* 자료 : Nielsen Media Research

- 한편, 이와는 다르게, 유선방송은 스포츠 중계가 많은 인기를 끌고 있으며, 특별한 스포츠 중계가 없는 경우에는 <섹스 앤 더 시티> 및 <밴드 오브 브라더스> 등 유선방송사 자체 제작 시리즈물이 많은 인기를 끌고 있음

〈 유선방송 시청률 순위 07/5/21-27 〉

순위	프로그램	방송사	시청율
1	WWE ENTERTAINMENT (WWE RAW)	USA	3.3
2	NBA PLAYOFFS (PISTONS/CAVALIERS)	TNT	2.9
2	NBA PLAYOFFS (CAVALIERS/PISTONS)	TNT	2.9
2	WWE ENTERTAINMENT (WWE RAW)	USA	2.9
5	SPONGEBOB	NICK	2.8
5	SPONGEBOB	NICK	2.8
7	NBA PLAYOFFS (CAVALIERS/PISTONS)	TNT	2.7
7	SPONGEBOB	NICK	2.7
9	NBAPLAYOFFS-CONFNL (JAZZ/SPURS)	ESPN	2.4
9	SPONGEBOB	NICK	2.4

\* 자료 : Nielsen Media Research

□ 방송콘텐츠 관련 전시회 등 현지 행사 정보

- NATPE 2007 Conference & Exhibition
  - 일시 : 2007.1.15-18
  - 장소 : Mandalay Bay Resort, Las Vegas
  - 전시/참가규모 : 70개국 8,000명 381개사
  - 주요참가자 : CBS, NBC, FOX, ABC등 지상파 방송사, 유선방송사, 위성방송사, 콘텐츠 제작사 등
  - 주요내용 : 방송콘텐츠물 매매 및 세미나/컨퍼런스 개최
  - 주최 : NATPE
  - 홈페이지 : [www.natpe.org](http://www.natpe.org)
  
- LA TV Festival
  - 일시 : 2007.7.25-27
  - 장소 : House of Blues 등 할리우드 인근
  - 전시/참가규모 : 미상

- 주요내용 : NATPE Producers' Boot Camp, NextGenTV Competition, 각종 쇼케이스, 스크리닝, 워크숍 등 다채로운 행사 개최
  - 주최 : NATPE 외
  - 홈페이지 : [www.latvfest.net](http://www.latvfest.net)
- The Cable Show '07
    - 일시 : 2007. 5. 7 - 9
    - 장소 : Mandalay Bay Resort, Las Vegas
    - 전시/참가규모 : 389개사
    - 주요참가자 : HBO, Showtime, Comcast 등 주요 유선방송사업자
    - 주요내용 : 방송콘텐츠 매매, 신기술 발표, 교육 세미나 개최
    - 주최 : National Cable & Telecommunications Association
    - 홈페이지 : [www.thecableshow.com](http://www.thecableshow.com)



## 다. 방송콘텐츠 수입 현황

### □ 주요 수입국 및 수입규모

- 미국의 콘텐츠는 전 세계시장에 활발히 수출되고 있지만 미국의 주요 채널에서 수입 방송콘텐츠는 거의 찾을 수 없음. 세계 방송 시장의 반을 차지하는 미국 내수 시장이 거의 미국 안에서 해결되고 있는 셈.
- 미국의 메이저 방송 기획, 제작, 배급 그리고 방송사 특히 공중파는 제작에 늘 주체가 되어 참여 하기 때문에 방송콘텐츠 완제품을 사오는 일이 드뭄.
- 아이디어를 구입해서 다시 만들거나, 처음부터 공동제작을 하거나, 외국 배우나 작가 등 개인을 고용하는 경우는 종종 있음. 이러한 소극적 방식을 통해서라도 현재 미국으로 수입되는 콘텐츠나 작가는 대부분 문화적 코드가 일치하는 영국산인 경우가 많음

### □ 수입 방송콘텐츠 성공사례

- 미국은 외국산 방송콘텐츠를 주로 영어권 국가로부터 수입하고 있으며, 이러한 거래는 특히 국제 신디케이션을 통하여 이루어지고 있음
- 구체적으로 미국 CBS를 통하여 98년부터 05년까지 일곱 시즌 동안 방영된바 있는 Nicholas Cambell 주연의 'Da Vinci' s Inquest'는 원작자가 캐나다의 CBC(Canadian Broadcasting Corporation)로 미국의 Sony Pictures Television이 배급하였음
- 동 프로그램은 지상파 방송 외에도 위성방송채널인 Superstation WGN을 통해서도 방영되었으며, 미국 외에도 호주, 영국 등에서도 방영되었음
- 한편, HBO는 영국의 채널4(Channel 4)와 공동으로 2부작 시리즈 <엘리자베스 여왕(Elizabeth I)>을 제작하여 영국에서는 2005년 9월, 그

리고 미국에서는 2006년 4월에 방영하였음

- 구체적으로 HBO는 제작비를 조달하는 역할을 하였으며, 영국의 채널 4는 스크립트의 완성과 제작을 담당하였음
- 그 결과 HBO는 저렴한 가격으로 우수한 콘텐츠를 확보할 수 있었으며, 영국의 채널 4는 제작비용을 안정적으로 확보했을 뿐만 아니라 미국시장까지 진출할 수 있는 기회를 얻을 수 있었음

## □ 한국 방송콘텐츠 진출 사례

- 미국 방송콘텐츠의 주요 소재는 폭력과 섹스이고 이를 통해 휴머니즘을 끌어내려함. 이에 반해, 주로 사랑과 우정, 혹은 가족이 늘 중심소재로, 비교적 덜 자극적인 내용의 한국의 방송콘텐츠는 문화적 차이까지 있어 미국 주요 채널에서 찾아보기 힘들
- 게다가 TV 방송은 영화와 달리 소비자 생활의 일부이기 때문에 한국 콘텐츠의 주류 시장 진출에는 언어와 인종의 장벽이 있음. 미국 소비자는 텔레비전에서 자막 읽기를 즐겨하지 않으며 동양인만 나오는 콘텐츠는 그들에게 생소함.
- 한국 콘텐츠와 비교할 때 미국 콘텐츠의 오디오 비주얼의 품질 차이 또한 제작 예산의 차이만큼이나 큼. 현재 미국에서는 텔레비전 콘텐츠 역시 영화 퀄리티를 추구하는 것이 추세이고 심지어는 30분짜리 시트콤조차도 필름으로 촬영함.
- 이런 이유들로 인해 이미 제작된 한국 콘텐츠가 현재 미국의 유력 채널에서 그대로 받아들일 가능성은 높지 않은 것으로 보임. 첫 단계로는 아이디어 수출을 우선적으로 진행하고 그 후엔 공동 제작 등의 방식으로 미주 진출을 점진적으로 진행하여 미래의 완제품 콘텐츠 수출로 이어 나가수 있도록 기반을 닦아 나가는 것이 중요함

## 라. 방송콘텐츠 현지 수출전략

### □ 미국 방송콘텐츠 수출계약

- 미국 방송콘텐츠 제작 및 프로그래밍에 관한 거의 모든 결정은 네트워크 혹은 케이블 채널 프로그램 담당 이사(programming executive)에 의해 이루어지며, 제작사의 국적을 막론하고 기본적으로 프로그램 담당 이사를 거치지 않고서는 배급하기 어려움
- 미국의 프로그램 이사는 제작사의 개발자와 프로듀서의 아이디어 피칭(Pitching)을 받는 것으로 시작함. 네트워크가 승인하면 콘텐츠 개발로 들어감. 콘텐츠 개발이 승인되면 아이디어만 네트워크가 사는 경우 제작권은 개발자와 프로듀서의 역량에 달려있음. 아이디어가 통과되면 파일럿 프로그램을 제작하고 방영.
- 이렇게 단계별 승인 과정과 미국 시장을 제 1순위 타겟으로 개발 및 제작 과정을 거쳐야 제대로 배급을 할 수 있다는 점 또한 현재까지는 미국 메이저 방송사에서 방송되는 콘텐츠에서는 수입 콘텐츠를 찾을 수가 없는 이유임
- 프로그램 이사와의 피칭은 현지의 경험과 네트워크를 보유하고 있는 사람 혹은 회사 (Agency)를 고용하는 것이 가장 가능성 있음.

COUNTRY	FEATURE FILMS (per title)	TV MOVIES (per title)	DRAMA SERIES (per hour)	SITCOMS (per half-hour)	KIDS (per half-hour)	DOCS (per hour)
<b>North America</b>						
<b>Canada (English)</b>	50,000-400,000	40,000-200,000	35,000-140,000	10,000-60,000	3,000-10,000	2,000-18,000
<b>Canada (French)</b>	10,000-100,000	15,000-40,000	10,000-30,000	5,000-30,000	2,500-7,500	2,000-10,000
<b>United States</b>	50,000-5,000,000	40,000-2,000,000	30,000-1,000,000	15,000-750,000	5,000-50,000	5,000-75,000
<b>Asia and Pacific Rim</b>						
<b>Australia</b>	15,000-750,000	15,000-60,000	15,000-50,000	10,000-40,000	1,500-7,500	3,000-12,000
<b>China</b>	2,000-40,000	2,000-30,000	1,000-20,000	1,000-3,500	500-1,000	1,000-1,500
<b>Japan</b>	15,000-2,000,000	30,000-100,000	20,000-60,000	3,000-25,000	2,000-15,000	2,000-25,000
<b>Philippines</b>	4,000-35,000	2,000-10,000	1,500-4,000	1,000-3,000	500-1,000	700-1,500
<b>Taiwan</b>	3,000-50,000	2,000-40,000	1,500-30,000	1,500-4,000	500-2,000	1,000-3,000
<b>Thailand</b>	3,000-40,000	2,000-30,000	1,500-20,000	1,000-3,000	500-1,000	500-1,500

- 위의 가격은 국가별 방송 프로그램이 세계 시장에서 거래될 시 타이틀과 콘텐츠의 길이를 중심으로 하여 장르별로 구성된 기본 가격표임. (Worldscreen 집계)

### □ 유망한 타겟 장르 및 고객층

- 미국 메이저 방송 시장에 들어서기 위해서는 위에 언급했듯이 인종과 언어의 벽을 넘어서야 하기 때문에 지금은 기존의 고객층을 위한 콘텐츠의 배급을 우선으로 해야 함.
- 뉴욕, 로스앤젤레스, 샌프란시스코 등의 도시에서는 한인이 많이 살기 때문에 교포들을 위한 채널이 있으며 이런 채널은 한국계가 아닌 소수 민족들과 공유하고 있는 경우도 있음.
- 유통시장을 좀 더 넓힐 수 있는 방법은 한류의 영향을 받는 미국 내 다른 아시아 사회를 위한 채널이나 케이블, 혹은 가능한 경우 미국의 공영 방송을 통해 한국 콘텐츠 수출의 기회를 마련해야 함.

- 이를 통해 미국 시청자들에게 한국과 한국 콘텐츠를 자주 접할 수 있는 기회를 만든다면 서서히 인지도를 확장할 수 있을 것임.
- 미국 방송 수익의 큰 부분을 차지하는 DVD 판매 역시 가능한 짧은 콘텐츠를 중심으로 직접 메이저 배급사와 부딪혀 전국 유통망을 뚫어보는 방법이 있음. 블록버스터와 같은 미국 내 전국 유통망을 보유하고 있기도 하기 때문에 특정 콘텐츠를 원하는 소비자 층에게 좀 더 넓게 다가갈 수 있다는 장점이 있음.

## □ 기타 현지화 전략

- 위에 언급했듯이 제작까지도 여러 단계를 거쳐 네트워크와의 협상과 승인이 필요하고 파일럿 제작까지 하고도 프로젝트가 취소되는 경우가 빈번함. 또한 파일럿 제작 이후 다른 에피소드를 제작해 정기적으로 방송을 시작했어도 시청률이 나오지 않으면 방송 중에 프로젝트를 취소하거나 무기한 중단시키는 일도 비일비재함.
- 프라임타임 방송의 경우 미국의 네트워크는 정부로부터 방송권을 구입하고, 프로그램 별로 광고를 배정받는 한국의 방송사의 광고 시스템과 달리, 스스로가 광고를 잡아오고 프로그램의 시청률로 광고 시간의 가격을 직접 올려 받아 방송권을 갖기 위해 지불한 금액을 마련하고 수익을 창출함.
- 광고는 보통 한 시간에 20개 정도가 방송되는데 위와 같은 이유로 광고의 값은 프로그램의 시청률에 따라 극심한 차이를 보임. 그러므로 언급한 바와 같이 프로그램 시즌이 끝나기도 전에 쇼가 취소 혹은 중단되는 일이 종종 벌어지고 있고 네트워크나 메이저 케이블사의 제작과정 개입 없이 이미 제작된 콘텐츠를 구입하는 일은 드뭄.
- 또한 방송은 생활의 일부이기 때문에 영화에 비해 문화적 다양성이 부족하며 다분히 미국적임. 그러므로 실질적으로 지금 한국인 개발자가 독자적으로 만든 한국의 방송콘텐츠를 미국의 메이저 업체로 수출하는 것은 현실적으로 어려워 보임.

- 당장 시도가 가능한 수출 대안으로는 판권 사업임. 한국 영화는 이미 ‘시월애’, ‘엽기적인 그녀’와 같은 영화의 판권을 팔아 할리우드에서 다시 만드는 일명 리메이크에 관한 판권 사업을 시작했다.
- 이는 영화보다 더 대대적인 현지화가 필요한 방송콘텐츠 미국 진출에 현재로서는 가장 실현 가능한 방법임과 동시에 미래의 콘텐츠 수출을 위한 기반이 될 것이라고 보여짐.

## □ 미국 방송콘텐츠 시장 진출 방향 제안

- 미국 시장에 최종 완성품을 수출하는 방법 중 하나로 미국 지상파 방송의 특징인 메이저 네트워크와 지역방송국간의 역할 구분을 활용하는 방법이 있음
- 구체적으로 지역방송국이 메이저 네트워크가 제공하는 프로그램을 편성하고 남은 시간대를 공략하여 한국 콘텐츠를 수출할 수 있음
- 이러한 방법은 미국 내 한인 밀집지역에서 이미 사용되고 있으며, 비 메이저 지역방송국의 일부 시간대를 확보하여 한국 뉴스와 드라마 등이 방영되고 있음
- 다만 한국 방송콘텐츠의 노출도를 높이기 위해서는 지역방송국 중에서도 영향력이 높은 메이저 지역방송국에 방영하는 것이 유리하지만, 현재로써는 한국 드라마의 인지도를 고려한다면 이는 어려울 것임
- 즉, 주요 시간대에 방영하기 위해서는 높은 광고비를 부담할 수 있는 광고주를 확보해야하는데, 시청률이 낮은 한국 콘텐츠로는 불가능함
- 한편, 유선방송의 경우에는 그 특성상 광고에 대한 부담이 적은 것이 사실이지만, 여전히 시청률은 중요한 문제이므로 한국 콘텐츠의 진출이 용이치 않은 실정임

- 결과적으로 낮은 노출도가 낮은 인지도(시청률)를 가져오고, 이것이 다시 낮은 노출도로 이어지는 악순환의 고리를 끊기 위한 시작점이 필요함
- 이러한 악순환을 끊을 수 있는 하나의 방편으로 영화의 경우 한국 영화만으로 패키지를 구성할 것이 아니라, 지역방송국이 관심을 가질만한 미국 영화와 함께 패키지를 구성하여 계약하는 방법을 생각할 수 있음
- 이 경우 프라임 타임은 아닐지라도 어느 정도의 시청자가 확보 되는 시간대에 한국영화라는 하나의 장르를 홍보할 수 있는 계기가 될 수 있을 것임
- 하지만 일반 시리즈물의 경우에는 100회를 기본으로 하는 미국 방송시장의 특성상 한국 드라마의 진출이 시작부터 핸디캡을 안고 시작할 가능성이 높음
- 그러므로 이 경우에도 지역방송국이 관심을 가질만한 짧은 미국 콘텐츠와 함께 하나의 패키지로 묶어 계약을 체결하는 방법 또한 고려해볼만함
- 그 밖에도 미 공영방송사인 PBS를 통한 전국 방송 또한 시도해 볼만한 가치가 있음
- PBS는 공영방송의 성격상 엔터테인먼트 외에도 영어라는 장애요소가 완화되는 다큐멘터리, 교육 프로그램 등이 상당수 편성되어 있으며, 특히 전체 편성 프로그램의 약 7%가 수입 작품으로 한국 콘텐츠 제작자에게 있어서는 좋은 기회가 될 수 있음
- 마지막으로, 자막 방송이라는 근본적인 핸디캡으로부터 벗어날 수 있는 공동제작을 통하여 미국을 진출하는 방안 또한 고려해 볼 수 있음
- 한국영화와 같은 경우에는, 이미 미국 내에서 스크립트를 완성하여 미국에서 미국 배우를 캐스팅하여 영화를 제작하고 있으며, 방송콘텐츠 또한 이러한 방법이 하나의 대안이 될 수 있을 것임

- 구체적으로 한국이 기본적인 아이디어와 자금 조달을 담당하고, 미국 파트너가 스크립트의 완성과 제작을 담당하는 형식으로 콘텐츠를 제작한 이후에 한국 및 미국에 동시 방영할 수 있을 것임
- 이 경우 철저한 현지화가 가장 큰 장점으로 작용하는 반면, 평균 시리즈물 제작비가 영화 한편을 능가하는 미국의 높은 제작비용을 감안한다면 위험 부담 또한 높다는 단점이 있음



## 마. 미국 방송콘텐츠 관련 기업 리스트

### □ 방송콘텐츠 수입사 정보

USA NETWORK		설립연도	1977년	
		홈페이지	www.usanetwork.com	
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직원 수	1,000명	
'05매출액	USD 1,089 Million	자본금	N/A	
전화	212-664-4444	팩스	212-664-6365	
Contact Person	직위	President	이름	Bonnie Hammer
	이메일	N/A		
	전화	N/A		
주요품목	영화, 스포츠, 드라마			
사업현황	<p>- 미국에서 9천만의 시청자를 보유하고 있는 인기 기본 케이블 채널 중 하나로 2004년도에 NBC Universal사로부터 인수되었음. 잘 알려진 오리지널 프로그램으로는 “The 4400,” “The Dead Zone,” 그리고 “Monk” 등이 있으며 그 외에 “Law &amp; Order”과 같은 신디케이트 프로그램과 각종 영화, 그리고 스포츠 등을 방영하고 있음.</p>			

<b>HBO, INC.</b>		설립연도	1972년
		홈페이지	www.hbo.com
업종분류	프리미엄 케이블 텔레비전 네트워크	직 원 수	2,000명
'05매출액	USD 2,930 백만	자 본 금	N/A
전화	212-512-1000	팩 스	212-512-1182
Contact Person	직 위	President, Media Venture	이 름 James Moloshok
	이메일	N/A	
	전 화	N/A	
주요품목	영화, 스포츠, 드라마, 쇼, 콘서트		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 대표적인 유료 케이블 네트워크로 1972년도에 스포츠 방송을 위주로 영업을 개시해 현재 가입자 수는 2천만을 초과함.</li> <li>- 주로 영화 프로그램과 스포츠, 그리고 “Entourage”나 “The Soprano”와 같은 HBO 오리지널 시리즈를 방송함.</li> <li>- HBO의 해외 진출은 1992년 HBO 헝가리를 시작으로 하여 라틴아메리카, 중앙 유럽, 동남아시아 지역 40개국에 진출한 상태임.</li> <li>- Time Warner사에 속해 있는 HBO사는 지난 2005년도에 A&amp;E 방송사에게 마피아 스토리를 소재로 한 “The Soprano”를 에피소드 당 250만 달러에 판매를 하며 방송 역사상 가장 높은 판매가격을 기록했음.</li> </ul>		

<b>TURNER BROADCASTING SYSTEM, INC.</b>		설립연도	1976년	
		홈페이지	www.tbs.com	
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직원 수	7,000명	
'05매출액	USD 9,611 Million	자 본 금	N/A	
전 화	404-827-1700	팩 스	404-827-2437	
Contact Person	직 위	President and Managing Director, TBS Asia-Pacific	이 름	Steve Marcopoto
	이메일	N/A		
	전 화	N/A		
주요품목	영화, 스포츠, 드라마, 만화			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 조지아 주 애틀랜타에 있는 극초단파(UHF) 텔레비전 방송국으로 미국의 대표적인 케이블 텔레비전 프로그램 공급회사임.</li> <li>- 1976년 12월 국내 통신 위성을 이용해서 자국의 프로그램을 미국 각지의 종합 유선 방송(CATV) 시스템에 배급하는 슈퍼스테이션 서비스를 개시하여 슈퍼스테이션 제1호가 되었음.</li> <li>- CNN을 비롯하여 THE(Turner Home Entertainment), TPS(Turner Program Service), TEC(Turner Entertainment) 등의 회사를 소유하고 있음.</li> </ul>			

<b>TURNER NETWORK TELEVISION</b>		설립연도	1988년
		홈페이지	www.tnt.tv
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직원 수	100명
'05매출액	USD 1,571 Million	자 본 금	N/A
전 화	404-827-1700	팩 스	404-827-2024
Contact Person	직 위	VP Sales and Marketing	이 름 Julie Dunn
	이메일	N/A	
	전 화	N/A	
주요품목	영화, 스포츠, 드라마, 만화		
사업 현황	<p>- Time Warner사의 텔레비전 자회사로 유명 프로그램들의 재방송과 방송사의 오리지널 드라마 프로그램, 그리고 인기 스포츠 중계 등으로 8천 8백만의 미국 가정에 방송을 보급하고 있음.</p>		

<b>A&amp;E TELEVISION NETWORKS</b>		설립연도	1983년
		홈페이지	www.aetn.com
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직원 수	500명
'05 매출액	USD 625 백만	자 본 금	N/A
전 화	212-210-1400	팩 스	212-850-9370
Contact Person	직 위	VP Programming & Production AETN International	이 름 Isabelle Hen-Wollmarker
	이메일	N/A	
	전 화	N/A	
주요품목	전기, 다큐멘터리, 드라마, 리얼리티 TV		
사업 현황	<p>- A&amp;E Television Networks사는 밑에 나와 있는 여러 텔레비전 네트워크 회사를 소유하고 있는 대형 미디어 회사로 교양프로그램 제공에 주력하고 있음.</p> <p>A&amp;E Network The History Channel The Biography Channel History International Military History Channel Crime &amp; Investigation Network</p> <p>- The Walt Disney Company와 Hearst Corporation이 회사의 37.5%의 지분을 각각 소유하고 있으며 NBC Universal이 나머지 25%를 소유하고 있음.</p>		

<b>SHOWTIME NETWORKS, INC</b>		설립연도	1976년	
		홈페이지	www.sho.com	
업종분류	프리미엄 케이블 텔레비전 네트워크	직 원 수	600명	
'05매출액	USD 906 Million	자 본 금	N/A	
전 화	212-708-1600	팩 스	212-708-1217	
Contact Person	직 위	VP Operations & Distribution	이 름	Tracey Wolfson
	이메일	N/A		
	전 화	N/A		
주요품목	영화, 드라마, 쇼 프로그램			
사업 현황	<p>- CBS Corporation의 자회사이며 주로 주류 영화와 회사에서 직접 제작한 드라마 시리즈 등을 주로 방영하고 있음. 라이브 복싱 매치나 이벤트 등을 위해 건당과금 형식의 요금제도 제공하며 현재 다음 8개의 채널을 운영하고 있음:</p> <p>Showtime                  Showtime Too                  Showtime Beyond                  Showtime Extreme                  Showtime Family Zone                  Showtime Next                  Showcase                  Showtime Women</p>			

<b>CBS CORPORATION</b>		설립연도	1939년
		홈페이지	www.cbscorporation.com
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직원 수	32,160명
'06 매출액	USD 14,320.2 백만	자 본 금	N/A
전 화	212-975-4321	팩 스	212-975-4516
Contact Person	직위	President and CEO, CBS Television Stations	이 름 Tom Kane
	이메일	N/A	
	전화	N/A	
주요품목	모든 방송		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 미국을 대표하는 방송회사로서 최고의 시청률과 수익을 자랑하고 있음. 1927년 각 방송국에 라디오 프로그램을 제공할 목적으로 출발했으며 1929년 필라델피아 방송국(WCAU)에서 네트워크 주식을 인수하면서 CBS(Columbia Broadcasting System)라는 이름으로 바뀌었음</li> <li>- 1931년 미국 최초의 텔레비전 정기방송을 시작으로 1951년 6월 세계 최초로 컬러 TV 상업방송을 시작하였음.</li> <li>- 회장과 방송·제작·출판·기술연구의 4분야에 각각의 사장이 있으며 회장은 CBS의 전 분야를 감독하고 있고 미국 내 40개에 달하는 TV 네트워크를 운영하고 있음.</li> </ul>		

<b>CARSEY-WERNER DISTRIBUTION</b>		설립연도	N/A	
		홈페이지	www.cwm.com	
업종분류	프로그램 유통	직원수	30명	
'06매출액	USD 3백만	자본금	N/A	
전화	818-655-5957	팩스	N/A	
Contact Person	직위	Co-President & Chief Operating Officer	이름	Bob W Dubelko
	이메일	N/A		
	전화	N/A		
주요품목	모든 방송			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carsey Warner는 175개국에 넘는 국가에 50개 이상의 프로그램을 배급하고 있음. 미국내 The Cosby Show 와 Roseanne 과 같은 고전을 포함하는 최대 희극 도서관을 관리하고 있다.</li> <li>- 미국 국내 및 전 세계를 대상으로 NBC의 드라마 시리즈 Profiler 를 포함하여 기타 오프-네트워크 프로그램의 배급을 담당하고 있기도 함. 최근 Carsey Warner는 배급망을 국내외로 확장하려 노력하는 중임.</li> </ul>			



<b>AMERICAN BROADCASTING COMPANY, INC.</b>		설립연도	1948년	
		홈페이지	http://abc.go.com	
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직원 수	22,175명	
'05매출액	USD 13,207 Million	자 본 금	N/A	
전 화	212-456-7777	팩 스	212-456-1424	
Contact Person	직 위	President, Sales & Marketing	이 름	Mike Shaw
	이메일	N/A		
	전 화	N/A		
주요품목	모든 방송			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 3대 네트워크 중 하나로 1958년부터는 오전방송을 시작하였고 1967년에는 뉴스앵커 Peter Jennings가 진행하는 ABC 저녁뉴스가 컬러화 되었는데, 이 프로는 최근까지 최고의 시청률을 기록하고 있음.</li> <li>- ABC-TV 네트워크 그룹은 뉴스제작본부, 스포츠본부, 오락물본부, 텔레비전네트워크본부, 커뮤니케이션본부로 나누며 특히, 뉴스제작본부 아래에는 11개 국내지국, 17개 해외지국이 있음.</li> <li>- ABC-TV 네트워크 그룹은 미국 전역에 8개 계열회사가 있으면서 텔레비전 방송국 10개와 라디오 방송국 21개가 있고, 유선 방송 스포츠 채널인 ESPN의 지분 80%를 보유하며, 신문 Kansas City Star와 잡지 Los Angeles Magazine을 발행했음. 1996년 1월 월트 디즈니가 190억 달러에 인수하여 월트디즈니-ABC로 합병하였음.</li> </ul>			

PUBLIC BROADCASTING SERVICE		설립연도	1969년
		홈페이지	www.pbs.org
업종분류	기본 케이블 텔레비전 네트워크	직 원 수	507명
'05 매출액	USD 531 백만	자 본 금	N/A
전 화	703-739-5000	팩 스	703-739-8495
Contact Person	직 위	President, CEO, & Director	이 름 Paula A. Kerger
	이메일	N/A	
	전 화	N/A	
주요품목	교육방송		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 공공방송 네트워크로 상업방송이 가지고 있는 결점을 보완해주고 방송의 다원화를 이루기 위해 세워졌으며 프로그램을 편성하고 방송만 할뿐 직접 제작하지는 않음.</li> <li>- 어린이 프로그램과 교육, 문화, 시사, 과학, 자연 프로그램 등을 위주로 하녀 성인교육 프로그램도 많이 방송되고 있음.</li> <li>- 미국 350여개의 방송국에서 운영되고 있음.</li> </ul>		

<b>COMCAST CORPORATION</b> <b>(AZN Television)</b>		설립연도	1969년
		홈페이지	www.comcast.com
업종분류	방송콘텐츠 유통 /수입사	직 원 수	80000명
'06 매출액	USD 24,966,000,000	CEO	Brian Roberts
전 화	215-665-1700	팩 스	215-981-7790
연 락 처	AZN Television Submission &Acquisitions 4100 E. Dry Creek Rd., Ste 900 Centennial, CO 80122		
주요품목	- 다큐멘터리, Magazine Show, 영화 등 - 방송국 운영과 케이블 서비스		
사업 현황	- 운영하는 방송국으로는 E! Entertainment Television, Style Network, The Golf Channel, VERSUS, G4, AZN Television, PBS KIDS Sprout, TV One and four regional Comcast SportsNets.가 있음.  - 이중 AZN Television은 현지의 아시아 시청자를 타겟으로 중국, 필리핀, 일본, 한국과 남아시아 국가들의 콘텐츠를 내보내고 때때로 이들 국가의 문화 현황에 관한 내용을 방송하기도 함.		

THE MINORITY TELEVISION PROJECT		설립연도	1958년
		홈페이지	http://www.kmtp.org
업종분류	방송콘텐츠 수입/유통	직 원 수	11명
'06 매출액	USD 700,000	CEO	Bonnie Asano
전 화	415 777 3232	팩 스	415 552 3209
연 락 처	1504 Bryant Street San Francisco CA 94103		
주요품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 드라마/뉴스 등의 프로그램.</li> <li>- 방송국 운영과 케이블 서비스.</li> </ul>		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1958년 채널 32로 시작해서 한때는 미국에서 가장 큰 공영 방송인 PBS의 소유인 적도 있었고 현재 Minority Television Project가 방송 라이선스를 보유하고 있음.</li> <li>- 샌프란시스코의 광고가 없는 공영 방송국이며 아시아 나라들의 언어나 독일어 등 영어가 아닌 언어로 된 방송콘텐츠를 방송함.</li> <li>- 주몽, 대장금, 하얀거탑 등 많은 한국 드라마를 방송함.</li> </ul>		

□ 방송콘텐츠 제작사 정보

PARAMOUNT PICTURES		설립연도	1912
		홈페이지	www.paramount.com
업종분류	영화/방송콘텐츠 제작사		직 원 수
'05 매출액	USD 2,898.7 백만		자 본 금
전 화	323-956-5000		팩 스 323-862-1204
Contact Person	직 위	SVP Domestic Television Distribution	이 름 Alex Fragen
	이메일	N/A	
	전 화	323-956-5000	
제작분야	영화 및 방송콘텐츠 제작		
사업 현황	<p>- VIACOM그룹 소속사로 Frasier와 Star Trek 시리즈를 제작하였으며, CBS방영을 위해 Survivor, CSI 그리고 PAX TV 상영을 위해 Diagnosis Murder 등 또한 제작한 회사임</p> <p>- 최근 2006년에는 경쟁사 DreamWorks를 인수한바 있음</p>		

<b>LIONS GATE TELEVISION CORP</b>		설립연도	2000	
		홈페이지	<a href="http://www.lionsgatefilms.com/tv/index.php">http://www.lionsgatefilms.com/tv/index.php</a>	
업종분류	방송콘텐츠 제작사	직 원 수	10명	
'05매출액	82.7백만 불	자 본 금	N/A	
전 화	310-449-9200	팩 스	310-255-3870	
Contact Person	직 위	President	이 름	Kevin Beggs
	이메일	N/A		
	전 화	310-449-9200		
제작분야	방송콘텐츠 제작			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동사는 주로 유선방송 시리즈물을 제작하고 있으며, 주요작품으로는 USA Networks에 방영된 The Deadzoner과 Showtime에 방영된 Weeds가 있음</li> <li>- 한편 동사는 리얼리티쇼 또한 제작하고 있는데 주요작으로는 CBS에 방영된 The Cut가 있음</li> </ul>			

<b>IMAGINE ENTERTAINMENT</b>		설립연도	1986
		홈페이지	<a href="http://www.imagine-entertainment.com">http://www.imagine-entertainment.com</a>
업종분류	방송콘텐츠 제작사	직원 수	40
'05 매출액	5.4백만 불	자 본 금	N/A
전 화	310-858-2000	팩 스	310-858-2020
Contact Person	직 위	Director Development	이 름 Sarah Bowen
	이메일	N/A	
	전 화	310-858-2000	
제작분야	영화 방송콘텐츠 제작		
사업 현황	<p>- Brian Grazer와 Ron Howard가 설립한 회사로 주요 영화로는 Apollo 13, A Beautiful Mind, The Da Vinci Code 등이 있으며, TV 시리즈물로는 24, Felicity 등이 있음</p>		

<b>WARNER BROTHERS TELEVISION PRODUCTIONS INC.</b>		<b>설립연도</b>	1993(소유권변경)	
		<b>홈페이지</b>	<a href="http://www2.warnerbros.com/web/television/index.jsp">http://www2.warnerbros.com/web/television/index.jsp</a>	
<b>업종분류</b>	방송콘텐츠 제작사	<b>직 원 수</b>	9000	
'05 매출액	773.8백만불	<b>자 본 금</b>	NA	
<b>전 화</b>	818-954-6000	<b>팩 스</b>	212-954-7447	
<b>Contact Person</b>	<b>직 위</b>	VP Business Affairs	<b>이 름</b>	Jay Gendron
	<b>이메일</b>	N/A		
	<b>전 화</b>	818-954-6000		
<b>제작분야</b>	영화 방송콘텐츠 제작			
<b>사업 현황</b>	- 동사는 네트워크 및 신디케이트 TV 프로그램의 선두주자로 인기 시리즈 ER, Smallville, Two and a Half Men등을 제작하였음 - 그 외에도 The Ellen DEGeneres Show, Judge Mathis등 다수의 리얼리티 쇼를 제작하기도 하였음			



## 참고자료

### － 서적

1. This Business of Television (2006, Howard & Blumenthal & Oliver Goodenough)
2. Entertainment Industry: The Business of Music, Books, Movies, TV Radio, Internet, Video Games, Theater, Fashion, Sports, Art, Merchandising, Copyright, Trademarks & Contracts (2005, Wadem Publishing)
3. Entertainment Industry Economics (2007, Harold L. Vogel)

### － 뉴스/조사기관

- [www.jou.ufl.edu/people/faculty/chanolmsted/TV%20Industry%20Report%202004.pdf](http://www.jou.ufl.edu/people/faculty/chanolmsted/TV%20Industry%20Report%202004.pdf) (5/7)
- [www.hoovers.com](http://www.hoovers.com) (5/1, 5/11-14, 5/21-29)
- [www.variety.com](http://www.variety.com) (5/1-7)
- [www.hollywoodreporter.com](http://www.hollywoodreporter.com) (5/2-4)
- [www.tv.com](http://www.tv.com) (5/10-11)
- [www.tvguide.com](http://www.tvguide.com)
- [www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org) (5/9-10, 5/17)
- [www.iptv-industry.com](http://www.iptv-industry.com) (5/2)
- [www.tvweek.com](http://www.tvweek.com) (5/14)
- [i.ncta.com/ncta\\_com/PDFs/NCTAAnnual%20Report4-06FINAL.pdf](http://i.ncta.com/ncta_com/PDFs/NCTAAnnual%20Report4-06FINAL.pdf) (5/8)
- [turnoffyourtv.com](http://turnoffyourtv.com) (5/3)
- [www.imdb.com](http://www.imdb.com) (5/17-25)
- [www.worldscreen.com](http://www.worldscreen.com) (5/18, 5/21)
- Media Post Publication (5/16)
- [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk) (5/23)

### － 업체

- [www.kmtp.org](http://www.kmtp.org) (5/14)
- [www.pbs.org](http://www.pbs.org) (5/14)

www.comcast.com (5/15)  
azntv.com/aboutus.aspx (5/15)  
abc.go.com (5/16)  
www.nbc.com (5/17)  
www.cbcorporation.com (5/17)  
www.fox.com (5/18)  
www.fremantlemedia.com (5/22)  
www.jbfilms.com (5/22)  
www.youstinka.com (5/22)

**멕시코 방송콘텐츠산업  
현지동향 및 진출전략**

- 멕시코시티 무역관 -

## 가. 방송콘텐츠 산업 현지 동향

### □ 방송콘텐츠 시장 규모

- 멕시코는 1억 이상의 인구를 보유한 대국으로서 인구수 면에서 브라질에 이어 중남미에서 두 번째로 큰 시장임. 멕시코는 심각한 빈부격차에 비해 96% 이상의 높은 TV 보급률(도시지역 99%)을 갖고 있는데 이는 삶을 즐기는 문화를 보유한 민족성에 기인한 것으로 보임. 케이블 TV 가입률은 약 22%, 위성방송 가입률은 약 6%로 추정됨.  
(출처 - IBOPE media services 2004 - 2006 / LAMAC)
- 유료 TV 시장(케이블 TV, 위성 TV, 무선케이블(MMDS TV 포함)의 총 가입자의 수는 약 620만 명으로 그 중 케이블 TV가 62%, 위성 TV가 25%, 무선케이블 TV가 13%를 차지하고 있음.  
(출처 - Prensario Internacional 2007년 4월호, p22.  
“Los número de Calbevisión de Ciudad de México”)
- 멕시코의 지상파 시장은 텔레비사(Televisa)와 TV 아즈테카(TV Azteca) 등 2개의 그룹이 지배하고 있으며, 프로그램 자체 제작을 원칙으로 하고 있기 때문에, 해외 방송사들의 진입에 개방적인 시장은 아님. 텔레비사는 멕시코 광고의 60%를, TV 아즈테카는 33%를 점유하고 있음.
- 멕시코는 중남미에서 대표적인 드라마 수출국으로 Televisa의 경우 전 세계 60여 개국에 자체제작 프로그램을 수출하고 있으며 2006년 21억 1090만 PESO(USD 195,715,290)의 수출액을 기록하였음, 제 2 방송사인 TV Azteca는 2006년 세계 32개국(주로 중남미 국가)에 약 32,000 시간 분량의 새로운 프로그램을 수출하여 방송하고 있음.  
(출처 - Televisa Annual Reports 2006, TV Azteca 관계자 인터뷰)
- 전국이 31개의 지방자치주로 이루어진 멕시코는 상업방송에서 부족할 수 있는 문화, 교육, 정보 관련 프로그램을 보완하기 위하여 1984년 100% 자치주 예산으로 운영되는 주 방송국을 설립하였음. 현재 31개 주 중 29주에 주립방송국이 있음.

- 주립방송국은 모두 광고를 하지 않는 공영 방송으로서 프로그램에 대한 기대수준은 높은 반면에, 주 예산의 부족으로 비싼 프로그램 구매에 는 어려움이 있는 상황임.

## 나. 방송콘텐츠 산업 인프라 현황

### □ 공중파 방송 사업자 현황

- 멕시코에는 2개의 민영방송국인 텔레비사, TV 아즈테카와 2개의 공영 방송국인 까날 온세(Canal Once), 까날 베인띠도스(Canal Veintidos)가 있음. 지상파 방송을 위한 별도의 시청료는 받지 않으며 미국처럼 상업방송 시스템으로 구성되어 있음.
- 멕시코 지상파 방송은 텔레비사와 TV 아즈테카 2개 그룹이 장악하고 있는 상황으로, 텔레비사가 4개 채널(2, 4, 5, 9), TV 아즈테카가 2개 채널(7, 13)을 보유, 운영하고 있으며 사실상 이 두 방송사가 공중파 방송을 장악하고 있음. 또한 두 방송사는 공중파뿐만 아니라 케이블 TV와 위성방송, 주요지방 방송국을 소유, 운영하고 있음. 2006년 9월 조사결과 TV 방영 프라임 타임인 21:00~23:00사이의 각 방송사별 평균 시청률을 살펴보면 텔레비사의 채널 2가 14.3%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음이 TV 아즈테카의 채널 13으로 8.5%, 채널 7이, 8% 순임.

#### 1) Televisa(텔레비사)



- Televisa는 스페인어권 및 중남미 최대의 복합 미디어 기업으로서, 지상파 네트워크 외에도 258개 지역방송사와 가맹관계를 맺고 이 중 224개 방송사 지분을 소유하고 있음. 또한 케이블 방송사 카블레비시온(Cablevision) 지분을 51% 소유, 위성방송사 스카이 멕시코(Sky Innova de México) 지분 58.7% 소유하고 있으며 미국 스페인계 방송사인 유니비시온(Univision)과 50대 50으로 합작투자를 하고 있는 등 케이블과 위성방송 모두에 지배적인 위치를 점하고 있음. (출처 - Televisa Annual Reports 2006)

- Televisa는 2006년 시청률 상위 25개의 프로그램 중 24개를, 상위 100개 중에서는 83개의 프로그램을 보유한 주요 방송사임. 주요 채널인 CANAL 2의 경우 거의 100%에 가까운 프로그램 자체 제작물을 기록함.(드라마, 뉴스, 게임 쇼, 버라이어티 쇼 등을 포함) 2006년 채널 2번의 프로그램들은 전체 시청률의 31.8%를 차지함. 동년 Televisa는 전체 공중파 시청률 중 약 71%를 기록함.

(출처 - Televisa Annual Reports 2006)

- Televisa의 유료 TV의 경우 14개의 브랜드 26개 채널을 46개의 국가에 방송, 전 세계에 1600만 가입자를 보유하고 있음. 미국시장에서는 5개의 유료채널을 TuTV(미국에서 방영하는 유료TV 방송사)를 통해서 공급하고 있는데, 미국 내 히스패닉 인구의 증가와 멕시코 및 중남미에서의 유료 TV 시장의 성장에 힘입어 현재 높은 성장세에 있음.

(출처 - Televisa Annual Reports 2006)

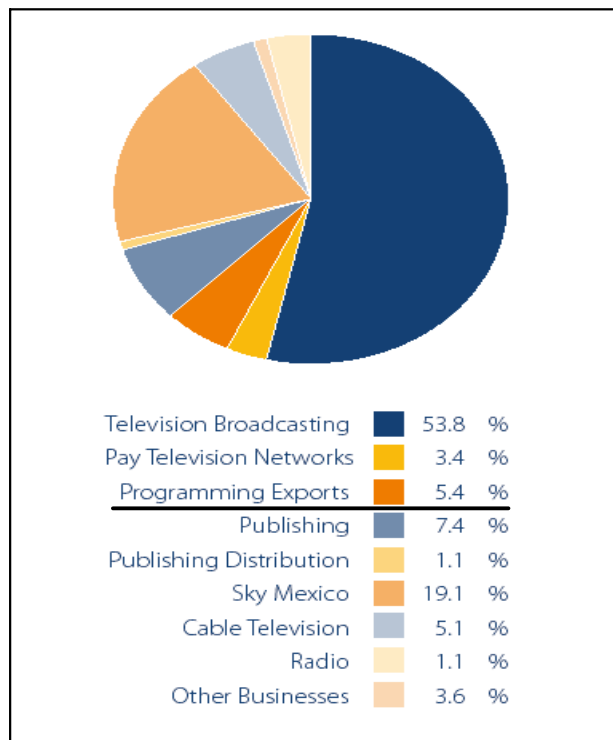


표1) Televisa 2006년 매출액 구성 (단위:%)

- 2006년 텔레비사의 총 매출액 구성(표 참고)과 같이 프로그램 수출 판매액이 21억 1090만 페소(USD 195,715,290)로 전체 총 판매액의 5.4%를 차지 할 정도로 60여 개국에 많은 프로그램을 수출하고 있음. 미국시장에는 Univision를 통해 수출하고 있으며, 재방송을 제외하고도 주요 방송시간을 포함, Univision 전체 방송시간대의 42%를 차지하고 있음. 프로그램뿐만 아니라 인기 프로그램의 포맷작품 또한 주요 수출 상품임. 일례로 ‘Bailando por un Sueño’라는 엔터테인먼트 쇼 프로그램의 포맷은 중남미 및 유럽 여러 국가로 판매되었는데 파나마에서 첫 방송 시 47%라는 경이적인 시청률을 기록함. (출처 - Televisa Annual Reports 2006)

## 2) TV Azteca (TV 아즈테카)



- 멕시코 제 2의 방송사업자 TV 아즈테카는 2개의 지상파 채널 외에 315개의 지역 방송사를 소유 또는 운영하고 있음. 또한 미국 소재 스페인어 채널인 아즈테카 아메리카 네트워크(Azteca America Network)를 운영하고 있으며 인터넷 포털 사이트인 또디또(Todito.com)의 지분 50%를 소유하고 있음.
- TV Azteca의 2개 채널은 모두 전국으로 방송되고 있으며 Canal 13는 드라마, 스포츠 등을 중심으로 종합편성 프로그램을 방송하며, Canal 7는 18세에서 34세의 젊은 시청자들을 메인 타겟으로 하는 프로그램을 방송함.
- TV Azteca 는 1993년 멕시코 정부가 국영방송 2개를 민영화 시킬 때 출범, 설립 후 2년 동안 미국 드라마 시리즈를 방영하는 등 다양한 해외프로그램 도입을 시도하였지만 시청률은 18%를 넘어서지 못하였음. 하지만 자체적으로 드라마 시리즈를 제작하면서 시청률이 급증하여, 1996년 한 해 동안 25%까지 올라감. TV Azteca는 자체 성장 분석을 통하여 프로그램 자체제작에 성장의 동력이 있다고 판단, 해외 프로그램보다 국내 프로그램을 선호하는 특징을 갖고 있음. (출처: <http://www.tvazteca.com>, TV 아즈테카 기업 인터뷰)



### 3) Canal Once(까날 온세)



- 까날 온세(Canal Once)는 교육청 산하의 교육, 문화 전문 방송으로 TV 광고가 없는 공영방송임. 이는 한국의 EBS와 성격이 유사함.
- 자체 제작 50%, 구매 50%의 비율로 운영되고 있으며, 드라마는 방영하지 않음. 제작비가 많이 드는 프로그램의 경우는 방송사가 기획을 공개하고 기업들로부터 후원을 받아 제작하며. 이러한 기업 후원 프로그램은 전체 자체제작의 50% 정도에 이르고 있음.
- 전국 방송이며 재방송을 포함하여 24시간 방송을 함. 어린이와 청소년, 성인을 대상으로 하는 교육 다큐멘터리, 뉴스와 토크쇼를 주로 제작함. 문화관련 뉴스를 중점적으로 보도하며 1회성 단막극이나 극영화, 예술영화 등을 방송함. 주요 시청자 층은 중산층 이상의 지식인들로, 이들의 기호를 직접 반영하여 해외 프로그램은 더빙하지 않고 자막으로 원어방송을 실시하고 있음.
- 최근 자체 제작 프로그램의 수출을 장려하고 있으며, 그 중 ‘프리다 칼로’는 2005년 말라가(Malaga) 페스티벌(스페인어권 국가들이 참여하는 영화, TV, 출판 페스티벌, 매년 스페인에서 개최)에서 호평을 받음.  
(출처 - [www.oncetv.ipn.mx](http://www.oncetv.ipn.mx) Canal Once 공식 홈페이지)

### 4) Canal Veintidos (까날 베인띠도스)



- 까날 베인띠도스(Canal Veintidos)는 멕시코의 문화와 예술을 진흥하기 위해 만들어진 공영방송으로 자체 제작비율은 49%이며 437개의 지역에 3천 6백만 명의 국민에게 방영 중임.  
(출처 - [www.canal22.org.mx](http://www.canal22.org.mx) Canal 22 공식 홈페이지)

## □ 케이블 TV 및 위성 TV

- 2006년 멕시코의 유료 TV 시장은 전년 성장세를 계속 이어가며 총 가입자 수 581만 명을 보유하게 됨. 2006년 케이블 TV 시장은 14.5% 성장률을 기록, 총 375만 7천 명의 가입자를 확보, 위성 TV 시장은 13% 성장률을 기록, 총 133만 5천 명의 가입자를 확보, 무선케이블(MMDS: 다채널 다지점 분배서비스) TV 시장(MVS Multivision 독점)은 17% 성장률을 기록, 총 71만 8천명을 확보하였음.  
(출처 - Prensario Internacional 2007년 4월호, p20. “La vision de Corfetel”)
- 멕시코 케이블 TV 가입자 수는 2009년에는 600만 명으로 증가할 것이고, 경제 활황과 사업자간의 치열한 경쟁으로 매년 28만 가입자가 증가될 것으로 전망됨. 가입자의 증가로 케이블 TV 수입은 2002년의 12억 달러에서 매년 4%씩 증가하여 2009년에는 16억 달러에 이를 것으로 예상함.  
(출처 - 피라미드 리서치 ‘멕시코 커뮤니케이션 시장 2004’)
- 1000개 이상의 사업권을 가진 기업들이 1800개에 도시와 지방에 전화, 인터넷, 케이블 TV 서비스 공급하고 있는 현 상황에서 2007년 말로 예정된 멕시코 전력청(CFE)의 전선망 민간 개방이 시작되면 각 통신사 및 케이블 업체 간 트리플 플레이 사업(인터넷, 전화, 케이블 TV) 쟁탈전이 치열해질 전망이다. 트리플 플레이 사업이 본격화 되면 소비자들에게는 20~30%의 가격절감 효과가 있어 케이블 TV 시장의 신규 가입자 수는 크게 증가할 것으로 예상됨.  
(출처 - ‘Canitec’ 담당자 인터뷰)
- 멕시코 케이블 TV 시장은 30만 이상의 가입자를 보유한 3개 업체로 나눌 수 있는데 그 중 Megacable(메가까블레)가 21%, Cablemás(까블레마스)가 19%, Cablevisión(까블레비시온)이 13%의 시장 점유율을 나타내며 성장하고 있으며, 나머지 업체들이 47%를 차지하고 있음. 이 중 멕시코시티 내에서는 Cablevisión이 51%의 시장 점유율을 차지하고 있음.  
(출처 - Prensario Internacional 2007년 4월호, p22.  
“Los número de Calbevisión de Ciudad de México”)

- Televisa가 51%의 지분을 소유하고 있는 케이블 TV Cablevision은 멕시코시티와 수도권 지역에서 방영하며, 2006년 전년대비 17.6%의 성장을 이루어 총 49만 6천명의 가입자를 보유하고 있음. 작년 12월부터는 프로그램을 아날로그 방식에서 디지털방식으로 전환하여 고화질 방송을 시작함. 또한 작년 3만 5천명의 멀티미디어 광대역 (통신, 방송, 인터넷이 결합) 가입자를 신규 유치하여 총 9만 6천명의 가입자를 확보하였음.

(출처 - Televisa Annual Reports 2006)

- 멕시코 유료 TV 가입률 29%(세계 34위)

<참고 - 대한민국 30%(세계 30위)>

### 라틴 아메리카 유료 TV 가입률 현황

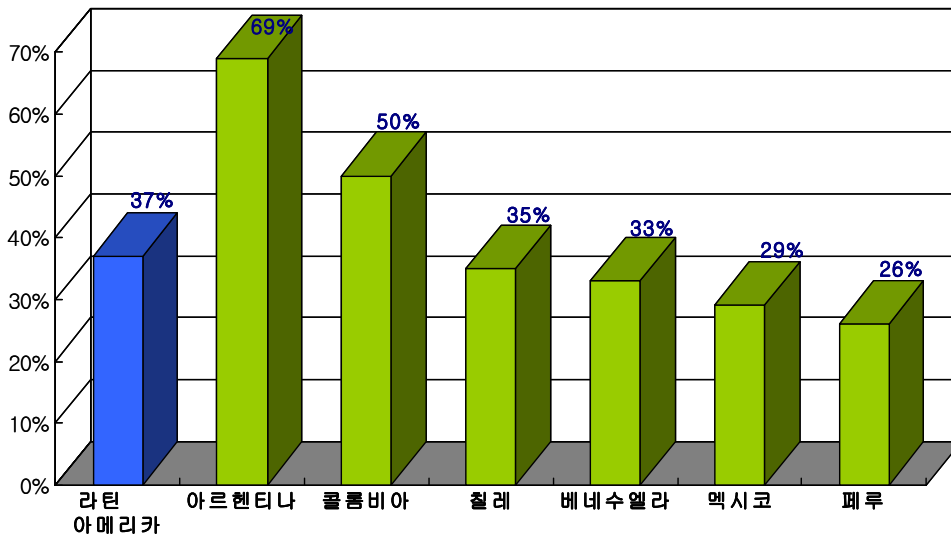


표2) 라틴 아메리카 유료 TV 가입률 현황 (단위:%)

(출처 - worldscreen.com / IBOPE media services / AGB nielson)

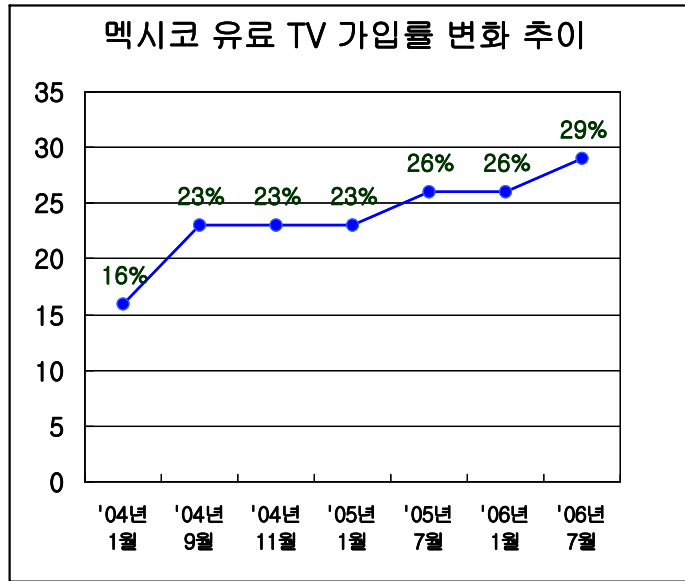


표3) 멕시코 유료 TV 가입률 변화 추이 (단위:%)  
 (출처 - IBOPE media services 2004 - 2006 / LAMAC)

- 케이블 TV 채널 시청률 랭킹 (05년 9월 ~ 06년 9월)

순위	채널	점유율(%)
1	Disney Channel	1.44
2	Cartoon Network	1.36
3	Jetix	0.73
4	Nickelodeon	0.69
5	TNT	0.68
6	Canal de las Estrellas	0.66
7	De Película	0.56
8	Golden 2	0.52
9	Discovery Kids	0.50
9	Unicable	0.50
11	Golden	0.49
11	Universal Channel	0.49
11	MTV	0.49
14	FOX	0.38
14	Discovery Channel	0.38

(출처 - IBOPE Mexico)

- Televisa가 58.7%의 지분을 소유하고 있는 Sky Innova de México는 220개의 채널을 방영하고 있는 가정 위성방송의 선도기업으로 2006년에 179,500 명의 신규 가입자를 확보하였음. 이는 전년 대비 14.4%가 증가한 수치로 2006년도 누계치로 총 140만 명 이상의 가입자를 보유하게 됨.

## □ IPTV

- 멕시코에선 아직 IT 인프라가 미약한 편으로 IPTV 시장은 보편화되지 않은 상황임. 방송 산업의 주요기업들은 시장 구축을 위한 기술 및 콘텐츠 개발 중에 있음.

## □ 방송콘텐츠 유통 현황

- 방송 프로그램 제작사는 유통사를 통하여, 또는 직접 방송사로 판매하며 주요 방송사를 제외한 대부분의 제작사는 기업의 후원 및 투자로 운영되고 있음.
- 지상파 방송사는 제작 및 구입(외주)한 프로그램을 지역방송사 및 케이블, 위성 방송으로 송출하거나 재판매를 하고 있으며 지역방송사 역시 프로그램을 케이블, 위성 방송에 재판매를 하는 형식으로 유통되고 있음.
- 멕시코 방송시장에서 해외(수입) 프로그램에 대한 별다른 기준이나 특별한 검열 또는 정부의 규제사항은 없음. 다만 폭력성과 선전성이 심하거나 멕시코 사회정서상 해를 끼칠 수 있는 프로그램들은 규제를 받게 되지만 원칙적으로 해외 프로그램도 국내 프로그램과 같은 기준으로 검열을 받고 있음. 방송 분량을 제한하는 쿼터제는 없음.

## □ 현지 방송 시청자 취향

- 관련 산업 주요기업 인터뷰에 따르면 방송시장에서 대중이 가장 많이 보는 프로그램은 드라마(telenovela)이고 뉴스 및 리얼리티 쇼 순으로 선호도가 높게 나타나는 반면에 TV를 통해 방송되는 영화의 선호도는

높지 않은 상황임. 그 이유로는 공중파 방송에서 방영하는 영화는 주로 10~15년 전 미국 영화나 멕시코 영화 등 저비용 영화 위주로 수차례 반복 방영을 하고 있기 때문인 것으로 파악됨.

- 멕시코 애니메이션 시장은 미국, 일본이 주도하고 있으며 국내제작은 미미한 수준임.
- 한편 2006년 3월 멕시코 할리스코 주민 895명을 대상으로 실시되었던 설문조사 결과에 따르면 멕시코 시청자들이 가장 많이 보는 프로그램은 뉴스와 드라마이며, 그 뒤로 영화, 스포츠 중계, 다큐멘터리 순임.

프로그램 종류	여자(%)	남자(%)	총(%)
뉴스	12.5	13.6	26.1
드라마(Telenovela)	21.5	4.6	26.1
영화	5.1	7.6	12.7
스포츠 중계	0.6	9.2	9.8
다큐멘터리	1.6	3.8	5.4

(출처 - Universidad de Guadalajara, División de Estudios de la Cultura, 2006)

- 드라마의 주 시청자는 여성이며, 스포츠 중계의 주 시청자는 남성인 것으로 나타남.

## □ 방송콘텐츠 관련 전시회 등 현지 행사 정보

- **Expo Cine Video Televisión**
  - 일시 : 6월 12일~15일(Mexico city), 2월(Monterrey)  
미정(Guadalajara)
  - 장소 : World Trade Center(Mexico city),  
Cintermex(Monterrey), Hotel Hilton(Guadalajara)
  - 홈페이지 : [www.canal100.com.mx](http://www.canal100.com.mx)

- 특징 : 동 전시회는 올해 14회를 맞이하며 약 63개의 유명 전시업체가 참여하는 대규모 전시회임. (Monterrey - 2,586m<sup>2</sup> 면적에 26개의 전시업체와 600명 관람객) 영화, 비디오, 텔레비전 프로그램의 제작업체, 유통업체, 관련 산업 기계 생산업체, 관련 산업 기계 대여업체 등이 한자리에서 모여, 최신 기술과 관련 산업정보를 접할 수 있는 전시회임.
- 전시회 주관사 정보
  - 회사명 : Revista Telemundo
  - 주소 : Luton Mazana e Lote 3 Col. Media Una  
Del. Coyoacán México D.F C.P 04757
  - 전화번호 : (52 55) 5528 6050/ 5528 3071  
Fax : (52 55) 5528 8631
  - 이메일 : ivonne@canal100.com.mx

○ **Expo Convención Canitec 2007**

- 일시 : 4월 18일~20일
- 장소 : Centro Banamex(Mexico city)
- 홈페이지 : [www.canitec.org](http://www.canitec.org)
- 특징 : Canitec(Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable)은 1975년 유선 TV와 인터넷 네트워크 사업권을 보유한 사업체들이 결성한 단체임. Canitec의 주관 하에 매년 개최되는 이 전시회는 국내외 주요 TV 프로그램 제작자, 관련 산업의 기술 및 장비 공급자, 솔루션 파트너 등 약 120개의 전시업체들과 투자자, 사업자, 경영자 등 5,000명 이상의 참가자들이 참여하는 큰 규모의 전시회임.
- 전시회 주관사 정보
  - 단체명 : Canitec
  - 주소 : Tehuatlan 48 Col. San Jeronimo luton aculco  
Del. Magdalena Contreras D.F México
  - 전화번호 : (52 55) 5481 8050
  - 이메일 : [convercion@canitec.org](mailto:convercion@canitec.org)

## 다. 방송콘텐츠 수출 정보

### □ 주요 수입국 및 수입규모

- 관련 기업 인터뷰에 따르면 멕시코 방송시장의 수입 콘텐츠 중 90~95%가 미국 프로그램이고, 나머지는 중남미 국가들과 유럽 국가들로부터 수입된 프로그램이 차지하고 있음. 반면에 아시아 국가의 방송콘텐츠에 대한 관심은 상대적으로 부족한 상황임.
- 멕시코 시장에서 해외 프로그램 수입 시, 수익성과 가격이 가장 중요시되고 있으며, 따라서 흥행실적에서 검증된 미국 프로그램들이 많이 유통되고 있음.
- 방송 대기업인 텔레비사, TV 아스테카는 주로 할리우드 영화나 멕시코 자국영화를 상영하고 있고, 아시아 영화는 거의 상영하지 않음. 텔레비사는 영화 1편당 4만5000달러 수준의 판권료를 지불하고 있으나, 사실상 비 할리우드 영화 배급업체에게는 공중과 TV 접근이 쉽지 않음.
- 비 할리우드 영화가 공중과 방송에 진입할 수 있는 방법은 채널 11이나 22, 또는 멕시코주 주영방송 34에 공급하는 것이 현실적이나, 문화교육방송인 Canal 11의 경우, 영화 판권료가 편당 2000달러 수준에 불과해 배급사에서 큰 관심을 두지 않고 있는 게 사실임.

### □ 수입 방송콘텐츠 성공사례

- 애니메이션 : Los Simpson(심슨)

TV Azteca가 방송하는 대표적인 애니메이션 프로그램으로, 매주 월요일부터 금요일까지 프라임 타임인 오후 8시 30분에 채널 7번에서 방송되고 있음. 동 프로그램은 20%의 높은 시청률을 기록하고 있는데, 인지도가 높은 미국 애니메이션이라는 점과 온 가족이 함께 볼 수 있는 애니메이션이라는 점이 성공요인으로 분석됨. TV Azteca는 높은



인기를 반영하여 홈페이지 내 심슨즈 관련 특별 코너를 마련하여 작가 (Matt Groening)에 대한 간략한 소개, 심슨즈 등장인물 소개, 시즌 및 회당 스토리 요약본, 캐릭터 코믹 캡처 사진, 배경화면 다운로드 및 홈페이지 내 게임, 캐릭터 메일 서비스 등을 제공하고 있음.

- 외화 드라마 시리즈 : Esposas Desesperadas(위기의 주부들)

TV Azteca에서 화요일 저녁 10시 30분에 Canal 7(채널 7번)에서 방영 중인 외화 드라마 시리즈임. 5명의 젊은 가정주부의 일상사를 주 내용으로 하는 연속극으로 미국 현대 가정의 전형적인 모습과 문화를 보여주는 점과 인지도 높은 배우의 출연 등이 성공요인으로 분석되며, 20%의 높은 시청률을 기록하고 있음. TV Azteca 홈페이지를 통해 줄거리 (Synopsis), 주요 캐릭터 소개, 시즌 및 회당 스토리 요약본, 배경화면 다운로드, 모바일 이미지 다운로드 서비스 등을 제공함.

(출처: <http://www.tvazteca.com/series/esposas/index.shtml>, TV 아즈테카 기업 인터뷰)

## □ 한국 방송콘텐츠 진출 사례

- 멕시코에서 방영된 한국 방송콘텐츠 목록

장르	제목	방영시기	방송국
드라마	별은 내 가슴에	2002년 2월 첫 방송 (3회 재방송)	멕히켄세
드라마	이브의 모든 것	2002년 10월 첫 방송(10회 재방송)	멕히켄세
다큐	멕시코 이민 100년 애니깽	2005년 1회 방송	CANAL ONCE
드라마	겨울연가	2005년 9월 첫 방송 (2회 재방송)	멕히켄세
드라마	나는 달린다	2006년 8월 첫 방송	멕히켄세
드라마	네자매 이야기	2006년 8월 첫 방송	멕히켄세

- 한국 방송프로그램은 현재까지는 멕시코 주요 방송사인 텔레비사와 TV 아즈테카에 소개되지 못하였으며, CANAL ONCE와 멕히켄세 (Mexquiense)에서 드라마와 다큐멘터리가 방영된 이력이 있음.

○ 메히켄세(Mexiquense)



- 주립 방송국 중에서 가장 큰 메히켄세는 멕시코주(한국의 경기도에 비교할 수 있음)의 주립 방송국으로 라디오와 TV를 함께 운영함. 멕시코 주(Estado de Mexico) 안에서는 지상파인 Canal 12로, 인접한 멕시코시티에서는 Canal 34로 방송하고 있으며 위성으로는 Canal 134로 그리고 케이블 TV를 통해 전국으로 방송됨. 그리고 위성인 SATMEX V 통해 미국 지역으로도 송출하고 있음. 2002년부터 한국 대사관에서 무상 제공한 여러 편의 한국 드라마를 방송하였음.
- 메히켄세의 프로그램 편성기준은 주정부에서 결정하지만 구체적인 편성은 방송국의 재량임. 프로그램 편성은 자체제작과 수입, 구매(외주) 프로그램으로 구성되며. 일주일 기준 문화 31%, 스포츠 2%, 경제 및 시사 4%, 기타 오락, 정보, 해외 프로그램으로 구성되어 있음.
- 전체 프로그램 중 약 50%는 자체 제작하고 있으며 수입 프로그램이 약 48%, 기타구매 프로그램이 2%를 차지함. 수입 프로그램 중 60% 정도는 대금을 지불하고 나머지 40%는 외국 대사관에서 제공하는 프로그램이나 위성에서 무료로 다운받아 방송함. 외국 프로그램에 대한 편성 쿼터는 없으며 주 예산에 맞게 외국 방송 프로그램을 구입함. 드라마와 다큐멘터리에 관심이 많으며 다큐멘터리는 자막 삽입을 선호하지만 드라마의 경우에는 자체적으로 더빙할 여력이 없기 때문에 더빙된 것을 원함.
- 메히켄세 관계자는 ‘별을 내 가슴에’나 ‘이브의 모든 것’, ‘겨울연가’ 등을 방송한 경험이 있기 때문에 한국 드라마에 대해 관심이 아주 높으며, 좋은 드라마는 가격만 맞는다면 언제라도 적극적으로 구매할 의사가 있다고 함.

(출처 - 메히켄세 기업 인터뷰)

- 케이블 TV의 경우, 작년 아리랑 국제방송이 텔레비사 그룹의 ‘카블레시온’과 송출계약을 성사시킴. 아리랑 국제방송은 Expo Convención Canitec 2007에 케이블 TV 채널 전시업체로 참가하여 다양한 프로그

램을 홍보하였음. 케이블 TV 채널 281번에서 24시간 방송하며(재방송 포함), 한국뉴스, 드라마, 음악 프로그램, 다큐멘터리, 등을 영어 및 스페인어로 방송하고 있지만 스페인어 더빙 및 자막 방송 프로그램의 편수가 한정되어 있어 대부분 영어 방송으로 구성되어 있음.

- 현지에서 한국 방송콘텐츠의 인지도
  - ▶ 멕시코에서 방영된 한국드라마를 계기로 총 9개의 한국 연예인 팬클럽을 탄생시켰으며, 10대에서 60대까지 다양한 연령층의 약 4,000명의 회원이 활동 중임.
- 주요 수출 작품 및 성공사례
  - ▶ 멕시코 방송에서 ‘이브의 모든 것’, ‘별은 내 가슴에’가 성황리에 방영되면서 한국 스타에 대한 팬클럽이 형성되었고, 현재 4개의 팬클럽이 활발히 활동하고 있음. 팬클럽들은 전체 회원들의 서명을 받아 방송국에 전달하면서 한국 드라마의 수차례 재방영을 이루어내기도 했음. 이런 일부 한국 드라마 선호층에 힘입어, 한국 드라마 수출이 증가세를 보이고 있으며 2005년 ‘겨울연가’ 이후에 두개의 프로그램도 재방영을 계획 중에 있다고 함.
- 성공요인 및 진출 애로사항
  - 자체 제작 및 미국 방송 선호 :
    - ▶ 멕시코 현지 대형 방송국의 경우, 자체 제작 방송 및 미국방송을 선호하는 데 비해 아시아 작품에 대한 관심도가 매우 낮은 상황임, 또한 멕시코는 드라마 수출국이라는 자부심이 강해 한국 드라마 수입보다는 자국의 드라마 수출에 더욱 관심이 큼. 멕시코 드라마는 주로 빈부격차가 심한 주인공간의 신데렐라적인 사랑을 그리거나 불륜을 소재로 한 작품이 많고 흐름이 느려 한국 정서에 맞지 않는 면이 있어 드라마 방송 교류는 쉽지 않은 상황임.
  - 공영방송의 낮은 프로그램 구입 가격 :
    - ▶ 교육방송인 Canal Once는 예산상의 문제로 후원 프로그램이 자체 제작의 50%에 달하며, 멕시코는 주 예산으로 운영되기 때문에 프

로그램 구입 가격이 매우 낮게 책정되어 있음. 따라서 한국 방송프로그램 수출 단가가 낮아질 수밖에 없으며 최신 프로그램 판매에 어려움으로 작용함.

- TV 아즈테카의 최근 시청률 성장의 동력이 드라마(telenovela)의 자체 제작에 있다고 진단, 해외 드라마 수입에 매우 폐쇄적인 편임.

## □ 현지 방송콘텐츠 수출계약 절차

- 각 방송사의 채널별 담당자는 각 채널의 성격에 맞는 해외 프로그램의 수입 정보를 찾고 있기 때문에 수출계약은 각 채널별 담당자와의 협상을 통하여 진행됨. 수출계약 시 프로그램 편당 가격을 정하게 되고, 방송시기와 방송가능 기한, 재방송여부 등을 협상함.

## □ 유망한 타겟 장르 및 고객층

- 주요기업 담당자 인터뷰에 따르면 멕시코 시청자의 대부분은 드라마의 수용집단이므로 때문에 드라마 시리즈물이 가장 유망하며, 실제로 드라마가 수입 프로그램의 대부분을 차지하고 있지만 주로 미국 프로그램임.
- 멕시코 드라마 (Telenovela)의 고객층은 10대에서 60대까지 다양한 연령층에 고루 분포되어 있으며 여성에게 집중되어 있음.

## □ 기타 현지화 전략

- 다양한 장르 프로그램 진출 추진
  - 멕시코는 전반적으로 자국 작품, 특히 자국 드라마에 대한 충성도가 높으므로, 드라마 외에 상대적으로 진입장벽이 낮은 장르인 다큐멘터리, 애니메이션 등 다른 방송 장르로 시장 공략을 추진하는 것도 한 방법임.
  - 기존에 진출해온 메히켄세 외에도 각종 지방 방송국, 케이블 TV 등 다양한 채널에 여러 장르의 작품 진출을 추진하는 것이 바람직함.
- 지역 방송국 및 케이블 TV 진출 추진
  - 그동안 메히켄세를 통해 한국 드라마 선호층이 형성되었으므로, 이를 바탕으로 다른 지역방송국 공략 추진 및 케이블 TV 시장 진출 등 새로운 시장개척 노력이 필요함.
- 한국 프로그램의 특색 있는 작품 수출
  - 한국 드라마의 경우, 빠른 전개, 신선한 테마 및 분위기 있는 사운드 트랙 등으로 일부 계층에서 인기를 끌고 있으므로, 멕시코 드라마와는 차별화된 특색 있는 작품 위주로 멕시코 시청자들에게 새로운 유형을 소개하는 것도 권장할 만 함.

## 라. 멕시코 방송콘텐츠 관련 기업 리스트

### □ 방송콘텐츠 수입사 정보

TELEVISA NETWORKS		설립연도	1995년	
		홈페이지	www.televianetworks.tv	
업종분류	유료 TV 방송사 및 방송콘텐츠 수입사	직 원 수	N/A	
'06 매출액	USD 103,430,117	자 본 금	N/A	
전 화	(52 55) 5261 3215	팩 스	(52 55) 5261 3204	
Contact Person	직 위	마케팅 담당자.	이 름	Mr.Santiago Kuribreño
	이메일	skuribrenaa@televisa.com.mx		
	전 화	(52 55) 5261 3215		
주요품목	영화, 드라마시리즈 등			
사업 현황	라틴 아메리카, 미국, 캐나다, 유럽, 아시아로 방송되는 유료 TV 방송사로서 23개의 채널로 다양한 프로그램을 송출하고 있음.			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영화, 드라마시리즈, 애니메이션, 엔터테인먼트쇼, 스포츠중계 등 다양한 해외 프로그램을 수입, 방송하고 있음</li> <li>- 해외 프로그램 중 90%가 미국 프로그램이며 10%는 유럽 프로그램임.</li> <li>- 한국 방송콘텐츠 수입실적 없음.</li> </ul>			

<b>AZTECA 13 INTERNACIONAL</b>		설립연도	2000년
		홈페이지	www.azteca13.com
업종분류	유료 TV 방송사 및 방송콘텐츠 수입사	직원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	(52 55) 5251 1410	팩 스	(52 55) 1720 1313
Contact Person	직 위	판매부 담당자	이 름 Mr. Willie Hernández
	이메일	whernandez@cmx.com.mx	
	전 화	(52 55) 5251 1410	
주요품목	가족적인 내용의 엔터테인먼트 프로그램		
사업 현황	라틴아메리카, 스페인, 이탈리아, 캐나다로 방송되는 유료 TV의 방송사로서 3백만 명 이상의 시청자를 확보하고 있음.		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가족 중심의 시청자를 겨냥한 해외 프로그램을 수입하고 있으나 현재까지 방송된 해외 프로그램은 모두 미국 프로그램임.</li> <li>- 한국 방송콘텐츠 수입실적 없음.</li> </ul>		

<b>MVS Televisión</b>		설립연도	1967년
		홈페이지	www.mvs.com.mx
업종분류	유료 TV 방송사 및 방송콘텐츠 수입사	직원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	(52 55) 5764 8186	팩 스	N/A
Contact Person	직 위	마케팅 담당자	이 름 Mr. Gerardo Garduño
	이메일	garduno@mvs.com	
	전 화	(52 55) 5764 8186	
주요품목	영화, 엔터테인먼트 프로그램, 특별 이벤트 등		
사업 현황	미국, 라틴 아메리카에서 유료 TV 방송을 실시하고 있는 대형 방송사임.		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 장르의 유선 방송 채널 중 대부분이 미국 프로그램을 전문적으로 방송하는 채널임.</li> <li>- 한국 방송콘텐츠 수입실적 없음.</li> </ul>		



<b>Cablevision Mexico</b>		설립연도	1966년
		홈페이지	www.cablevision.net.mx
업종분류	TV 방송사 및 방송콘텐츠 수입사	직 원 수	2000명
'06 매출액	USD 184,000,000	자 본 금	USD 197,000,000
전 화	(52 55) 9183 1800	팩 스	(52 55) 5761 2475
Contact Person	직 위	회계부 담당자	이 름 Ms. Winifred
	이메일	ignacio.garrardo@cablevision.net.mx	
	전 화	(52 55) 9183 1873	
주요품목	영화, 드라마 시리즈 등		
사업 현황	멕시코의 대표적인 케이블 TV 사업자로서 215 채널을 송출 중인 데 작년부터 100% 디지털 방송을 시작함.		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 215개의 전체 채널 중 20%가 멕시코 자국 방송이며, 80%가 해외 채널인데 이 중 90%가 미국 방송 채널이며 나머지 10%는 유럽과 아르헨티나를 포함한 라틴아메리카 국가의 채널로 이루어 짐. 1년 간 해외 채널에 대한 네트워크 비용을 포함한 로열티로 약 43백만 달러를 지불함.</li> <li>- 한국의 유선방송 채널인 Arirang TV(채널 281번)를 방영하고 있음.</li> </ul>		

<b>ROSE ENTERTAINMENT</b>		설립연도	1994년
		홈페이지	www.roseentertainment.com.mx
업종분류	방송, 비디오 콘텐츠 유통사	직 원 수	2 명(멕시코)
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	(52-415) 152 5326	팩 스	(52-415) 154 6843
Contact Person	직 위	멕시코지사 대표	이 름 Ms. Rosamaria González
	이메일	rosemexico@cybermaster.com.mx	
	전 화	(52-415) 152 5326	
주요품목	애니메이션, 드라마 시리즈, 영화, 다큐멘터리, 문화프로그램 등		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 스페인어권 국가에 방송 프로그램 방영권을 유통하고 있는 미국계 방송 프로그램 유통업체로, Australian Children's Television Foundation, Enoki Films USA, Inc., Euroarts International GMBH, Kiddinx Media AG, Tele Images International y, TV Asahi Corporation 등의 해외 배급사와 함께 하고 있으며, 온 가족이 볼 수 있는 프로그램들을 주로 유통함.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 100% 해외 프로그램만을 유통하고 있으며, 이 중 60%는 일본 애니메이션(도라에몽, 닌자 핫토리, Kitty's Paradise The Slayers 등)이, 40%는 프랑스, 독일의 다큐멘터리 및 문화 교양 프로그램이 차지하고 있음.</li> <li>- 한국 방송콘텐츠 수입실적 아직 없으나 한국영화 유통에 관심을 갖고 있으며 비디오 상품으로 연계할 수 있는 방송콘텐츠를 수입을 희망함.</li> </ul>		

<b>MW NETWORK</b>		설립연도	2005년
		홈페이지	www.nwnetwork.com.mx
업종분류	방송콘텐츠 수입 / 유료 TV 방송사	직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	(52-55) 5293 0550	팩 스	(52 55) 5293 0929
Contact Person	직 위	마케팅 담당자	이 름 Mr. Donald Muench
	이메일	dmuench@colorado.com.mx	
	전 화	(52-55) 5293 0550	
주요품목	영화, 드라마 시리즈		
사업 현황	- 라틴 아메리카에 유선 TV 채널 MW films를 송출하고 있는 방송사이자 방송콘텐츠 수입사임.		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 주로 예술 영화를 상영하는 MW films를 갖고 있는 MW Network는 세계 각국의 영화를 폭넓게 수입, 방영하고 있는데, 유럽 영화, 라틴 아메리카 영화, 미국 영화, 아시아 영화 순으로 많이 방영되고 있음.		

□ 방송콘텐츠 제작사 정보

TELEVISA		설립연도	1950년
		홈페이지	www.televisa.com
업종분류	복합미디어기업 / 방송콘텐츠 제작사		직 원 수 16,300명 (2006년 12월 기준)
'06 매출액	USD 3,545,031,869		자 본 금 USD 3,420,969,440
전 화	(52 55) 5621 2000		팩 스 (52 55) 5621 2494
Contact Person	직 위	Investor Relations	이 름 Mr. Alejandro Eguiluz
	이메일	ir@televisa.com.mx	
	전 화	(52 55) 5261 2445	
제작분야	- 모든 분야의 방송콘텐츠를 제작하며 제작사이며, 대표적인 분야는 드라마, 스포츠 프로그램, 엔터테인먼트 쇼임.		
사업 현황	- 중남미 최대의 복합 미디어 그룹인 Televisa는 뉴스, 드라마, 스포츠, 음악, 엔터테인먼트 쇼, 다큐멘터리 등 다양한 프로그램을 자체 제작, 세계 60여 개국에 수출하고 있음		
해외 공동제작 프로젝트 실적	- 칠레, 아르헨티나, 등 중남미 여러 국가에서 뉴스, 드라마, 다큐멘터리를 공동제작하고 있음.		

<b>TV AZTECA</b>		설립연도	1993년
		홈페이지	www.tvazteca.com
업종분류	방송사 및 방송콘텐츠 제작사	직 원 수	4,400명
'06 매출액	USD 797,570,093.00 (2005년도)	자 본 금	USD384,299,065.00
전 화	(52 55) 5251 1410	팩 스	(52 55) 1720 1435
Contact Person	직 위	해외판매부담당자	이 름 Mr. Marcel Vinay
	이메일	mvinay@tvazteca.com.mx	
	전 화	(52 55) 5251 1410	
제작분야	모든 분야의 방송콘텐츠를 제작하는 제작사이며, 대표적인 분야는 드라마, 다큐멘터리, 스포츠 프로그램임.		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 멕시코 제 2의 방송사인 TV Azteca는 드라마, 다큐멘터리, 스포츠 중개 프로그램, 음악 프로그램, 뉴스, 엔터테인먼트 쇼 등 모든 분야의 프로그램을 제작, 수출하고 있음.</li> </ul>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2005년부터 2007년까지 인도, 말레이시아, 포르투갈 및 미국과 TV 드라마 10편의 작품을 공동 제작함</li> </ul>		

<b>CANAL ONCE</b>		설립연도	1959년
		홈페이지	www.oncetv.ipn.mx
업종분류	방송사 및 방송콘텐츠 제작사	직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	(52 55) 5166 4000	팩 스	N/A
Contact Person	직 위	마케팅 담당자	이 름 Mr. Alejandro Perez
	이메일	info@mail.oncetv.ipn.mx	
	전 화	(52 55) 5166 4000	
제작분야	- 어린이와 청소년, 성인을 대상으로 하는 교육 다큐멘터리, 뉴스와 토크쇼를 주로 제작함.		
사업 현황	<p>- 멕시코 교육청 산하의 교육, 문화 방송사로서 문화, 교양 프로그램을 다수 제작하고 있음.</p> <p>- 하지만 상업광고를 하지 않는 공영방송으로서 예산상의 제약을 극복하기 위하여 기업의 후원을 받아서 주로 제작함.</p>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	<p>- 여러 해외 다큐멘터리 프로덕션과 공동제작 또는 제작지원을 실시함.</p> <p>- 2004년 한국의 MBC가 멕시코 이민 100주년 기념 다큐멘터리를 제작할 당시 필름 자료를 제공하는 등 협조하였음. 그리고 이 다큐멘터리는 2005년 5월, 두 차례에 걸쳐 전국 방송되었음.</p>		

<b>CANAL VEINTIDOS</b>		설립연도	1993년
		홈페이지	www.canal22.org.mx
업종분류	방송사 및 방송콘텐츠 제작사	직원 수	271 명
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	(52 55) 5689 2114	팩 스	(52 55) 5549 1647
Contact Person	직 위	정보부 담당자	이 름 Mr. Jose Luis
	이메일	ventasmx@22mexico.tv	
	전 화	(52 55) 5689 2114	
제작분야	문화, 예술 다큐멘터리, 교육 프로그램		
사업 현황	- 문화, 예술을 진흥하기 위해 만들어진 공영방송으로 전체 프로그램 중 49%가 자체 제작 프로그램으로 방영됨.		
해외 공동제작 프로젝트 실적	- 멕시코 문화 예술 다큐멘터리에 대하여 라틴 아메리카 및 유럽 국가의 프로덕션과 공동제작을 하였음.		

## 참고자료

- KOTRA 발간자료
  - 06 주요국 한류와 문화산업 시장동향 ‘한류 유행에서 산업으로’
- 텔레비사 공식 홈페이지 [www.televisa.com](http://www.televisa.com)  
 TV 아즈테카 공식 홈페이지 [www.tvazteca.com](http://www.tvazteca.com)  
 까날 온세 공식 홈페이지 [www.oncetv.ipn.mx](http://www.oncetv.ipn.mx)  
 메히켄세 홈페이지  
[www.edomexico.gob.mx/portalgem/tvmex/htm/tele/htm/tele.htm](http://www.edomexico.gob.mx/portalgem/tvmex/htm/tele/htm/tele.htm)  
 까날 베이띠도스 공식 홈페이지 [www.canal22.org.mx](http://www.canal22.org.mx)
- Televisa Anual Report 2006  
 Guia de Bolsillo 2007 'CANALES DE CABLE Y SATELITE'  
 Prensario 2007년 4월호  
 p20. 'La vision de Corfetel'  
 p22. 'Los número de Calbevisión de Ciudad de Méxicool"
- worldscreen.com / IBOPE media services / AGB nielson
- 멕시코 현지 기업 인터뷰
  - 메히켄세 (Mexiquense)
  - 텔레비사 (Televisa)
  - TV 아즈테카 (TV Azteca)
  - 까날 온세 (Canal Once)
  - 까블레 비시온 (Cable Visión)



# 인도네시아 방송콘텐츠시장 현지동향 및 진출전략

- 자카르타 무역관 -

## 가. 방송콘텐츠 산업 현지 동향

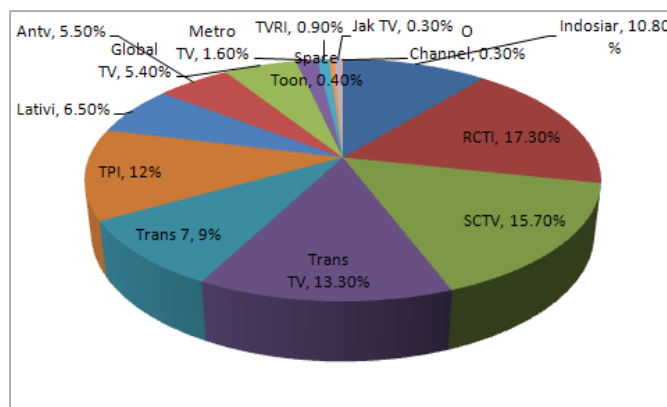
### □ 방송콘텐츠 시장 규모

- 인도네시아에는 11개 전국방송, 60개 지역방송, 3개 케이블 TV방송국이 활동을 하고 있어 TV 방송이 월등한 영향력을 가지고 있음.
- 2006는 방송사들의 총 광고수익규모는 20.6조 루피아라고 하는데, 이는 2005년 16.2조 루피아에서 27.1%나 증가한 수치로 빠른 성장세를 기록하고 있음.
- 방송광고시장은 전체 미디어광고 시장의 69.2%를 차지하고 있기도 함.
- 11개 전국방송사의 연간 방송시장 총계가 48,796시간인데, 그 중 30%의 시간대가 외국 방송프로그램에 할당이 되고 있다고 함.

장르	방송시간 (연간)	단가 (에피소드)	비고
애니메이션	10,048시간	1-2천불	보통 에피소드는 1시간 단위로 계산 가능.  게임이나 월드컵 등 은 별도 계산식에 따 름
TV 시리즈	1,148시간	1-5천불	
영화	768시간	10-25천불	
스포츠		4백만불 (월드컵 전체)	
		프리미어리그 등 (5천불/게임)	
리얼리티쇼 (버라이어티쇼)		1천5백불~2천불	
다큐멘터리/뉴스	160시간	2-3천불	

## □ 방송 사업자 현황

- 인도네시아 공중파 방송으로는 RCTI를 위시한 11개 전국 방송이 있으며, RCTI가 95년부터 2년 연속 시청자 점유율에서 1위를 고수하면서 최고의 방송사로 등극하였음.
- 11개 전국 방송사 : RCTI, SCTV, Trans TV, Trans 7, TPI, Lativi, Star ANtv, Global TV, Metro TV, TVRI, Indosiar



- Space Toon, Jak TV, O channel은 자카르타 수도권 지역 방송이나 시장점유율이 상대적으로 커서 병행 비교함
- 케이블 TV 혹은 위성 TV로는 KABEL VISION, INDOVISION, ASTRO TV 등 3개 채널이 있는데, 이중에서 KABEL VISION이 25만 명, INDOVISION이 23만명, ASTRO TV이 4만5천명의 유료시청자를 확보하고 있다고 함. (실제 소득수준 기준으로는 케이블 TV 가입 가능 인구가 5-6백만 명이 되는 것으로 분석되고 있으나 케이블 TV 침투율이 상대적으로 낮은 상황이라고 함)
- IPTV (인터넷 TV)는 RCTI와 Indosiar 그리고 SCTV에서만 2006년부터 뉴스 프로그램을 IPTV로 방영하고 있는 중이라고 함.

## □ 방송콘텐츠 유통 현황

### ○ 해외 방송콘텐츠 유통 체계

- 주로 해외 콘텐츠들은 미국, 유럽, 아시아 등 다양한 지역에서 제작된 콘텐츠들이 들어오는데, 이들 중 할리우드나 인디아에서 들어오는 콘텐츠들은 인도네시아에 자체 에이전트를 두고 콘텐츠를 바로 방송사에 납품하는 체제를 운영중이라고 함.
- 그러나 그 밖의 지역들로부터 오는 콘텐츠들은 주로 홍콩지역의 국제 에이전트 들을 통해서 공급을 받는다고 함.

#### 〈해외 방송콘텐츠 유통 체계〉

해외 방송콘텐츠 제작업체 → (국제 콘텐츠 에이전트)  
→ 국내 에이전트 → 국내 방송사

### ○ 국내 방송콘텐츠 유통 체계

- 통상적으로 국내 제작사는 이미 방송사들과 일을 하고 있기 때문에 방송사로 직접 납품이 가능하다고 하는데, 통상적으로 국내 프로그램에 대해서는 방송 후에 대금을 지불하는 것이 관행이라고 함.

#### 〈국내 방송콘텐츠 유통체계〉

국내 방송콘텐츠 제작업체 → 국내 방송사

## □ 방송콘텐츠 수입(혹은 유통) 관련 검열 등 정부 규제사항

- 수입방송의 방송편성비율은 30%를 넘지 못하도록 되어 있는데, 이미 이 비중을 모두 채우고 있는 상황이라서 외국 방송프로그램 간에 치열한 진입경쟁이 전개 중임.

- 모든 방송프로그램에는 인종차별, 종교문제, 선정적인 내용을 담지 못하도록 되어 있는데, 일반적으로 인도네시아 사람들 사이에서도 SARA(종족, 종교, 인종, 파벌) 라고 불리는 주제는 대화 주제로도 기피되고 있음.
- 방송콘텐츠 수입자는 ‘인도네시아 영화 검열위원회(Lembaga Sensor Film)’ 로부터 검열을 받아 합격을 받고 등급을 부여받아야 방영이 가능함 전반적으로 영화에 비해 방송 검열기준이 완화되어 있다고 함

## □ 현지 방송 시청자 취향

- 주요 인기 장르
  - 인도네시아에서는 드라마가 가장 인기를 끌고 있는데, 드라마 세부 장르로는 애정/멜로물이고, 전설을 배경으로 한 모험/애정물, 권선징악 드라마, 코미디라고 함.
  - ‘아메리칸 아이돌’과 비슷한 쇼인 ‘인도네시아 아이돌’ 혹은 KDI와 같은 인도네시아판 트로트가수 선발대회 등 리얼리티 쇼가 인기
  - 큰 상금이 걸린 퀴즈쇼가 인기가 있는데 우승 상금이 2억원짜리인 ‘Super deal 2 billion’이라는 프로그램이 큰 인기를 끌고 있음. 이는 코미디언이 사회를 보는 야간 토크쇼로 초청 손님과 웃음을 자아내는 내용이라고 함.

## ○ 현지 방송콘텐츠 시청률 인기순위 (2007. 5월 현재)

No	제목	장르	방영일	시간	방송사	등급	시청률 (%)
1	Intan	멜로드라마	토-일	6-7pm	RCTI	8.6	29.8
2	Olivia	성장드라마	금	7-8pm	RCTI	8.6	25.6
3	7 Anak Kembar dan 2 Raksasa	모험 (전설배경)	화	7-9pm	Trans TV	8.2	23.4
4	Pintu Hidayah Selingkuh dengan Kakak Ipar	권선징악 (종교)	일	7-9pm	RCTI	8.0	24.1
5	Raksasa Putih yang Baik Hati	모험 (전설배경)	금	7-9pm	Trans TV	7.9	22.9
6	Pintu Hidayah Majikan Kikir	권선징악 (종교)	일	7-9pm	RCTI	7.8	23.8
7	Legenda Danau Toba	멜로 (전설배경)	화	7-9pm	Trans TV	7.8	22.6
8	Pintu Hidayah Adikku Sayang Ibuku Kejam	권선징악 (종교)	일	7-9pm	RCTI	7.8	23.0
9	Ujang dan Pohon Buncis Ajaib	모험 (전설배경)	금	7-9pm	Trans TV	7.8	23.5
10	Bawang Merh Bawang Putih	멜로 (전설배경)	화	7-9pm	Trans TV	7.4	22.9

## 나. 방송콘텐츠 수입 현황

### □ 주요 수입국 및 수입규모

- 주요 수입국은 아직도 미국 콘텐츠가 압도적인데, 이는 이미 미국 콘텐츠에 익숙한 데다, 계속해서 새로운 미국 트렌드를 소개하기 때문에 순환구조가 형성되었음.
- 케이블 TV도 대부분 미국방송 관련된 프로그램들이 장악 하고 있는 상황임.
- 그 밖에도 영화나 드라마에서는 중국이, 애니메이션에서는 일본이 강세를 보이고 있는 중임.
- 30%로 외국방송이 제한되기 이전에는 인디아, 태국, 필리핀, 멕시코 등의 드라마들도 방영이 자주 되었으나 방송량이 제한되면서 대부분 쇠퇴하였고, 대만이나 한국 드라마가 부상했다고 함.

### □ 수입 방송콘텐츠 성공사례

- 세부분야별 주요 성공 작품
  - 드라마 : 유성화원(Meteor Garden)
  - 다큐멘터리 : 특별한 성공작이 없었음.
- 현지 시청자 반응
  - 유성화원의 경우, 시청률이 40%에 이르렀었는데, 이 수치는 아직까지도 어떤 국내외 드라마도 깨지 못한 기록이 되었다고 함.
  - 이 드라마가 유행할 당시에는 남자 주인공 사진이 모든 잡지를 도배할 수준이었다고 함.

- 인도네시아가 이 작품을 수입할 때는 편당 3천불 이었으나 Trans TV에 재판매 할 때는 편당 1만 불이었고, 비디오 판권을 팔 때는 10만 불까지 올랐다고 함.

- 성공요인 분석

- 일단 스토리 라인이 탄탄했고, 출연한 남자 배우가 현지에서 인기가 많아, 해당 배우의 두터운 팬 층을 바탕으로 호평이 입소문을 타고 퍼짐
- 잘생긴 남자배우, 평범한 외모의 여배우의 파격적인 캐스팅을 사용함으로써, 여중고생을 비롯한 여성 시청자들 사이에 공감대를 빠르게 형성함.

## □ 한국 방송콘텐츠 진출 사례

- 한국 방송콘텐츠는 2002년 ‘이브의 모든 것’이 인도네시아 방송에서 방영되면서 인도네시아 시장에 발을 들여 놓았음
- 한국 콘텐츠가 인기를 끌게 된 것은 가을동화(인도네시아), 겨울연가(SCTV)가 방영되면서 음악과 드라마가 모두 히트를 하면서 본격적인 한류드라마 시대로 진입하였음.
- 현재 인도네시아에서 한국 방송콘텐츠에 대해서는 20대 전후의 여성들을 중심으로 핵심 팬층이 형성되었고, 그들은 한국 드라마가 감동적인 종결로 기억에 많이 남는다고 평을 하고 있음.
- 주요 수출 작품 및 성공사례
  - ‘폴하우스’(39.5%)와 ‘대장금’(21.1%)이 한류 드라마 중에서는 가장 성공한 케이스로 인지되고 있음.
  - ‘폴하우스’는 종영 후에 팬클럽 미팅 등 다양한 기념행사가 열렸었고, 2년이 지난 금년에 재방영이 될 정도임.



- 대장금도 종영 후에 현지인들을 대상으로 팬클럽 미팅이 개최되었고, 드라마에 별 관심이 없던 남자 시청자들까지 끌어들이는 기현상을 불러 오기도 했음.

- 성공요인

- 배우의 인기가 높았고, 스토리가 참신하여 좋은 반응을 얻었다고 함.
- 아울러 다음 에피소드에 대한 궁금증을 유발하는 방식의 에피소드 컷팅이나 드라마의 주제나 소재가 독특했던 것도 좋은 효과를 발휘했다고 함.
- 대장금의 경우, 한국 전통음식에 대한 관심, 그리고 여자가 차별과 역경을 헤쳐 나가는 모습이 여성 시청자들의 감동을 불러왔다고 함.

## 다. 방송콘텐츠 현지 수출전략

### □ 현지 방송콘텐츠 수출계약 절차

- 현지 방송콘텐츠 수출계약은 주로 현지 에이전트를 통해 인도네시아 국내 유통업체 혹은 방송사와 계약을 할 수 있음. (콘텐츠 수입업체는 수입허가를 가지고 있는 업체여야 함)
- 현지에 에이전트가 없는 경우에는 홍콩에 주로 소재한 국제 에이전트를 이용해 계약을 하는 경우가 일반적 이었으나, 보다 직접적인 마케팅을 위해서는 인도네시아 방송사와 직접 접촉해 거래를 추진할 수도 있음.
- 수출계약의 내용에는 아래 내용이 포함되어야 함.
  - 방영 및 유통기간(최소 2년),
  - 사용권의 범위(방송만 혹은 비디오 판권 등 기타권리 포함여부 등)
  - 가격 및 결제방법(30%는 콘텐츠 인수시, 70%는 방영/유통 전에 지불)

### □ 유망한 타겟 장르 및 고객층

- 한국 드라마가 계속해서 유망한 장르이며, 애정/멜로물과 시트콤과 같은 일반적이고 가벼운 소재가 인기를 끌 것으로 전망됨.
- 또한 아동용 애니메이션에 대한 인지도도 올라가고 있고, 모험관련 내용도 인기를 끌 수 있다고 함.
- 타겟 고객은 한국 드라마에 대해 인지도가 높은 직장 여성, 가정주부, 학생 층 이라 할 수 있음.
  - 또한 애니메이션의 주된 시청자인 초등학생들도 일본 애니메이션 중독에서 벗어나게 한다면 좋은 고객층이라 할 수 있음.

○ 기타 현지화 전략

- 좀더 많은 한류 스타의 인도네시아 방문을 통한 팬 서비스 및 인지도 향상 노력
- 드라마 공동제작 등을 통한 현지화 전략 수행
- 한국 문화콘텐츠 업계의 보다 직접적이고 적극적인 인도네시아 마케팅 노력

## 라. 인도네시아 방송콘텐츠 관련 기업 리스트

PT. INDOSIAR VISUAL MANDIRI		설립연도	1995	
		홈페이지	www.indosiar.com	
업종분류	Terrestrial TV Broadcast Station	직 원 수	1,565	
'06 매출액	1.9 조 루피아	자 본 금	1 조 루피아	
전 화	(62 21) 567 222	팩 스	(62 21) 565 5756	
Contact Person	직 위	Programming Director	이 름	Mr. Triandy Suyatman
	이메일	program@indosiar.com		
	전 화	(62 21) 567 222		
주요품목	TV 프로그램 (음악, 드라마시리즈, 영화 등)			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도시아르(Indosiar)는 한류드라마에 가장 경험이 많은 인도네시아 전국 TV 방송국으로서 해마다 8편 내외의 한국드라마를 계속해서 방송하고 있음.</li> <li>- 한국 드라마 외에도 비의 태국공연과 같은 한국 관련 프로그램을 방영하고 있기도 함.</li> <li>- 또한 인도시아르는 자체제작 프로그램을 통해 인기를 창출하는 방송사이기도 한데, 2004년에 자체제작한 프로그램인 Akademi Fantasi Indonesiar (AFI) 덕에 그해 시청률 1위의 방송사가 되기도 하였음.</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도시아르 방송은 할리우드 작품은 물론 대만, 일본, 한국의 TV드라마 시리즈를 수입하고 있으며, 영화도 상기 국가들 외에 인도에서까지 수입을 해 오는 등 적극적인 콘텐츠 소싱을 하는 기업임.</li> <li>· 10 애니메이션 시리즈 (4.5백만불),</li> <li>· 1 이탈리아 축구 리그전 (15만불)</li> <li>· 8 한국드라마 (72만불)</li> <li>· 2 할리우드 드라마 (30만불)</li> </ul>			

PT. CAKRAWALA ANDALAS TELEVISI		설립연도	1993
		홈페이지	www.an.tv
업종분류	Terrestrial TV Broadcast Station	직 원 수	1,300
'06 매출액	1.5조 루피아	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 522 2086	팩 스	(62 21) 522 2087
Contact Person	직 위	Aquisition Head	이 름 Ms. Kiki
	이메일	kiki@an.tv	
	전 화	(62 21) 522 2086	
주요품목	TV 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2005년에 Antv는 루퍼트 머독의 Star TV와 합병하여, 콘텐츠 분야를 대폭 강화하였는데, 현재 가장 인기를 끌고 있는 프로그램이 'Super Deal 2 Milyar'라는 퀴즈 게임을 운영하고 있고, 중계소도 대대적으로 늘려서 현재 22개 중계소를 확보하고 있다고 함.</li> <li>- 최근에는 방송국내 자체제작을 강화하여 대부분의 프로그램을 자체제작 방송으로 소화해 내면서 연예오락분야의 강자로 부상하고 있는 중임.</li> <li>- 또한 인도네시아 최대 인기 뉴스프로그램이었던 SCTV의 'Liputan 6'의 편집국장이었던 Karni Ilyas를 영입해 뉴스분야에서도 역량을 키워가고 있는 중임.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국과 아시아권에서 방송 프로그램을 수입하는 중인데, 총 수입액 규모는 350만 불 내외가 된다고 함.</li> <li>· 2 인도 장편 드라마 시리즈 (30만 불)</li> <li>· 7 일본/미국/유럽 애니메이션시리즈 (250만 불)</li> </ul>		

<b>TRANS 7</b>		설립연도	2001	
		홈페이지	www.tv7.co.id	
업종분류	Terrestrial TV Broadcast Station	직 원 수	1125	
'06 매출액	1.9 조 루피아	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 570 9777	팩 스	(62 21) 570 8008	
Contact Person	직 위	Director	이 름	Mr.Wishnutama
	이메일	wishnutama@trans7.co.id		
	전 화	(62 21) 570 9777		
주요품목	TV 프로그램			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이 방송사는 2001년에서 2006년까지는 인도네시아 언론그룹인 Kompas Group에 속해 있었으나 2006년에 Para Group이 보유하고 있는 Trans TV에 인수되었으며 회사명도 이전의 TV 7에서 Trans-7로 변경되었음.</li> <li>- 동 합병 후에 Trans 7은 자체제작 프로그램을 많이 제작하였으나, 대부분의 콘텐츠들을 Trans TV에서 온 제작진이 만들다 보니 내용에 큰 차이가 없는 것으로 시청자들은 느끼고 있다고 함.</li> <li>- 합병 후에 Trans 7는 시청률 등의 부문에서 많은 개선을 이루어 냈으며, 자체제작 프로그램인 Empat Mata라는 프로그램은 최고시청률을 기록한 프로그램 중의 하나가 되었음.</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이 회사의 수입액은 연간 2백만 불 정도가 된다고 함.</li> <li>· 1 유럽 서커스 프로그램 (2만5천불) 등 다수</li> </ul>			

PT. GLOBAL INFORMASI BERMUTU		설립연도	1999
		홈페이지	www.globaltv.co.id
업종분류	Terrestrial broadcast station	직 원 수	978
'06 매출액	1.9 조 루피아	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 536 0601	팩 스	(62 21) 536 0602
Contact Person	직 위	Programming Director	이 름 Mr. Muntohar
	이메일	program@globaltv.co.id	
	전 화	(62 21) 536 0601	
주요품목	TV 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Global TV는 3개의 전국 방송인 RCTI, TPI, Global TV를 보유한 언론재벌인 MNC(Media Nusantara Citra) Group에 속해 있는 방송사로 젊은 직장인 층을 주 고객으로 설정하고 있다고 함.</li> <li>- 이 방송사는 경쟁력을 키우기 위해 미국의 유명 애니메이션으로 인도네시아에서 폭발적인 인기를 누렸던 'Dora the Explorer'와 'Spongebob Squarepants'를 초기 수입처였던 Lativi로부터 구매하기도 하였음.</li> <li>- 또한 젊은 층을 끌어들이기 위해 음악채널인 MTV와 협력하기도 하고 로맨틱 코미디 드라마도 적극적으로 수배하기도 하는 중이라고 함.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이 회사는 미국, 일본, 유럽, 대만 등에서 작품을 수입중인데, 250만 불의 미국 애니메이션과 150만 불의 할리우드 영화를 수입중이라고 함.</li> </ul>		

PT. LATIVI MEDIA KARYA		설립연도	2001	
		홈페이지	www.lativi.com	
업종분류	Terrestrial Broadcast Station	직 원 수	1050	
'06 매출액	1.6 조 루피아	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 461 3545	팩 스	(62 21) 461 6260	
Contact Person	직 위	Acquisition Manager	이 름	Mr. Antariksawan Yusuf
	이메일	a.yusuf@lativi.com		
	전 화	(62 21) 461 3545		
주요품목	TV 프로그램			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lativi는 인기 애니메이션이었던 'Dora the Explorer'를 2004년과 2005에 방송하면서 순식간에 인지도를 높인 방송사임.</li> <li>- 2005년과 2006년 시즌에 Lativi는 다른 방송사에서 유행한 '인도네시아 아이돌'이나 AFI 그리고 KDI와 같은 리얼리티 쇼 프로그램을 원용해 'Kontes Dangdut 1 Miliar'라는 쇼를 시작했으나 큰 성공을 거두지는 못했다고 함.</li> <li>- 그러나 최근에는 무슬림 기도자를 찾는 리얼리티 쇼인 Pildacil가 인기를 끌었고, 미국 프로레슬링 프로그램인 Smack Down, TNA Restling 등을 방영해 아이들이 모방사고가 발생하는 바람에 시중의 관심을 집중시키기도 했음.</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입액은 1백만 불 이하이며, Smack Down과 같은 미국 프로레슬링 프로그램을 주로 수입했으며, 저렴한 프로그램을 선호한다고 함.</li> </ul>			



PT. MEDIA TELEVISI INDONESIA (METRO TV)		설립연도	2000
		직 원 수	1500
업종분류	Terrestrial TV Broadcast Station	홈페이지	www.metrotvnews.com
'06 매출액	1,1조 루피아	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 583 00077	팩 스	(62 21) 583 02122
Contact Person	직 위	Programming Director	이 름 Ms. Zsa Zsa Yusharyahya
	이메일	zyusharyahya@metrotvnews.com	
	전 화	(62 21) 583 00077	
주요품목	TV 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metro TV는 뉴스 전문 TV 방송사로 자리매김하고 있으며, 평일 전체 프로그램의 60%가 뉴스이고 40%가 연예, 오락인데, 뉴스 방송은 인니 어, 영어, 중국어 3개국어로 진행이 됨.</li> <li>- 현재 국제 뉴스 네트워크를 형성하기 위해 대만의 4개 채널, 이탈리아 방송 등과 협력관계를 구축하고 있으며, 한국의 방송사와 뉴스와 다큐멘터리 부문의 협력을 모색하고 있는 중이라고 함.</li> <li>- 2007년 7월에는 'Dynamic Korea'라는 특별 월간행사를 추진하는데, 한국의 영화, 다큐멘터리 등의 프로그램, 스포츠 및 각종 방송프로그램을 방송할 예정이라고 함.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metro TV는 미국, 유럽, 일본, 싱가포르, 중국 등에서 주로 콘텐츠를 수입해 오고 있다고 함.</li> <li>· 독일 분데스리가 1시즌 (20만불)</li> <li>· 할리우드 영화 (50만불)</li> <li>· 오프라 윈프리 쇼 (30만불)</li> </ul>		

PT. RAJAWALI CITRA TELEVISI INDONESIA		설립연도	1989
		홈페이지	www.rcti.tv
업종분류	Terrestrial TV Broadcast Station	직 원 수	1700
'06 매출액	3.1 조 루피아	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 530 0088	팩 스	(62 21) 530 0088
Contact Person	직 위	Vice President Programming	이 름 Ms. Harsiwi Achmad
	이메일	harsiwi.achmad@rcti.tv	
	전 화	(62 21) 530 0088	
주요품목	TV 프로그램 전반		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RCTI는 광고수익과 시청률 면에서 최근 2년 연속 1위를 기록한 대표방송사로 '인도네시아 아이돌'이라는 신규 프로그램이 좋은 반응을 얻고 있어 2007년에도 수위를 기록할 것으로 자신하고 있다고 함.</li> <li>- 대부분의 시청률은 방송중인 국내 드라마가 인기를 모으는 데 기반을 두고 있는데, 많은 시리즈물이 Sinemart라는 업체에서 한국 판권을 사서 재제작한 작품들이라고 함.</li> <li>- 이 회사는 한국의 SBS와도 협력기반을 구축하고 있다고 하며, 현재 진행중인 중요한 프로젝트는 극비리에 준비 중이라고 함.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난 2년 동안 RCTI는 해외 신규 프로그램을 이전에 비해 상대적으로 별로 많이 취급하지 않고 있었다고 함.</li> <li>· 아메리칸 아이돌 시리즈 (50만불)</li> <li>· 할리우드 영화 (150만불)</li> <li>· 일본 애니메이션 (30만불)</li> </ul>		

PT. SURYA CITRA TELEVISI (SCTV)		설립연도	1993
		홈페이지	www.sctv.co.id
업종분류	Terrestrial Broadcast Station	직원 수	1250
'06 매출액	2.63 조 루피아	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 522 5555	팩 스	(62 21) 522 0281
Contact Person	직 위	Programming Director	이 름 Mr. Budi Sutjiawan
	이메일	program@sctv.co.id	
	전 화	(62 21) 522 5555	
주요품목	TV 프로그램 전반		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SCTV는 효과적인 방송전달을 위해 39개소의 중계소를 가지고 248개 도시를 커버하고 있음.</li> <li>- 2006년 월드컵 기간 중에는 독점 중계권을 확보해 한동안 가장 높은 시청률을 기록하기도 하였음.</li> <li>- 국내 드라마에 집중해 시청률을 제고하고 있으며 주로 사랑을 소재로 한 드라마를 많이 다루고 있음.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SCTV도 주로 미국, 유럽, 홍콩 등지에서 작품을 주로 수입해 오고 있다고 함.</li> <li>· 월드컵시리즈 (4백만불)</li> <li>· 할리우드 영화 및 홍콩영화 (120만불)</li> </ul>		

PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA (TRANS TV)		설립연도	2001
		홈페이지	www.transtv.co.id
업종분류	Terrestrial	직 원 수	1867
'06 매출액	2.62 조 루피아	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 791 77000	팩 스	(62 21) 791 84546
Contact Person	직 위	Production Director	이 름 Mr. Wishnutama
	이메일	programs@transtv.co.id	
	전 화	(62 21) 791 77000	
주요품목	TV 프로그램 전반		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2006년에 Trans TV는 순식간에 상위 3대 방송사에 들더니 TV 7까지 언론출판그룹인 Gramedia Group으로부터 인수하면서 주위를 놀라게 했고, 2007년에는 Indosiar와 SCTV까지 인수협상을 벌이면서 방송계의 핵으로 등장하고 있음.</li> <li>- Trans TV는 혁신적인 프로그램을 자체 제작 방송함으로써 차별화를 모색해 왔는데, 인기 Talk Show인 'Ceriwis'와 유명 버라이어티 쇼인 Extravaganza가 대표적인 예라 할 수 있음.</li> <li>- 또한 할리우드 블록버스터나 애니메이션을 매일 방영해 눈길을 끌고 있는데, 예전에는 한국의 애니메이션 '치치퐁 김치퐁'을 방영하기도 했음.</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trans TV는 미국과 유럽에서 주로 애니메이션을 수입하고, 할리우드 블록버스터급 영화도 수입해 방영하고 있음.</li> <li>· 할리우드 인기 영화 및 중국/홍콩 영화 (650만불)</li> </ul>		

PT. DANAPATI ABINAYA INVESTAMA		설립연도	2005	
		홈페이지	www.jak-tv.com	
업종분류	Local Jakarta TV Broadcast Station	직원 수	550	
'06 매출액	1.1조 루피아	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 515 5667	팩 스	(62 21) 515 2468	
Contact Person	직 위	Director	이 름	Mr. Ferry Wiraatmadja
	이메일	fery.wira@jak-tv.com		
	전 화	(62 21) 515 5667		
주요품목	TV 프로그램 전반			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jak TV는 자카르타 지역 대표 지역방송으로 전국방송에 맞먹는 시청자를 확보하고 있음.</li> <li>- Jak TV는 특히 한국 드라마를 많이 방영하는 지역방송사로 자체 홈페이지에 한류 커뮤니티를 만들어 운영할 정도로 한국 드라마 방송에 애착을 가지고 있음.</li> <li>- 이 방송사는 외국산 콘텐츠를 수입하기도 하면서 자체적으로 토크쇼나 버라이어티 쇼를 제작해 방영하기도 함.</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대부분의 Jak TV 콘텐츠는 미국, 일본, 한국, 대만 등지에서 수입한 작품들임</li> <li>· NBA게임 시리즈 (5만불)</li> <li>· 할리우드 영화, 중국 영화 (100만불)</li> <li>· 한국 등 아시아 드라마 (50만불)</li> </ul>			

<b>SINEMART</b>		설립연도	2003
		홈페이지	www.sinemart.com
업종분류	Production House	직 원 수	146
'06 매출액	5-7백만 US\$	자 본 금	N/A
전 화	(62 21) 530 4609	팩 스	(62 21) 530 4609
Contact Person	직 위	Director	이 름 Mr.Leo Sutant
	이메일	lili@sinemart.com (Mr. Leo's Secretary)	
	전 화	(62 21) 530 4609	
제작 분야	TV 드라마 및 드라마 대본		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinemart는 인도네시아의 선도 방송콘텐츠 제작업체로서 인도네시아 방송드라마의 흐름을 주도할 정도의 역량을 가진 기업이라고 함.</li> <li>- 이 회사는 2006년에 고품격 TV 드라마를 제작하고 있는데, 35mm 카메라를 가지고 최고의 배우들을 동원해 인도네시아에서 제작된 최고가 드라마인 Detik을 제작해 화제를 모으기도 하였음.</li> <li>- 2006년부터 대만 방송국과 협력해 대만드라마의 인도네시아 버전을 만들어 인기를 얻었으며, 이를 바탕으로 현재 한국 드라마 제작업체와 협력해 한국드라마 인도네시아 버전을 만들어 보려고 시도하는 중이라고 함.</li> </ul>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SBS 인도네시아 대표사무소와 협력해서 한국 드라마의 인도네시아 버전을 제작하는 시도를 하는 중이라고 함.</li> </ul>		

PT. KHARISMA STARVISION PLUS		설립연도	1990	
		홈페이지	www.starvisionplus.com	
업종분류	Production House	직 원 수	100-125	
'06 매출액	US\$ 6.5 백만	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 425 3390	팩 스	(62 21) 424 5477	
Contact Person	직 위	Director	이 름	Mr. Chand Parwez Servia
	이메일	starvisionplus@indo.net.id		
	전 화	(62 21) 425 3390		
제작분야	인니 국내 영화			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2000년 후반에 PT. Kharisma Starvision Plus TV드라마 수요가 한창 높을 때 Starvision과 Multivision사는 인도네시아 시청자의관심을 끌 드라마를 제작하기 위해 치열한 경합을 벌였다고 함.</li> <li>- 2004년에 PT. Kharisma Starvision Plus는 당시 논란을 불러일으킨 영화 Virgin을 제작했는데 제목 뿐 아니라 내용도 파격적이었다고 하며 논란 속에서도 1백만 관객을 불러 모았다고 함.</li> <li>- 그 영화의 성공 이후에는 TV드라마보다 영화제작에 집중을 하고 있고, 2005년에도 십대 영화인 Heart를 또 다시 히트시키며 영화뿐 아니라 배경음악까지 히트시켰다고 함.</li> <li>- 이 두 영화 히트 후에 장르를 좀 더 다양하게 구성해 공포나 십대 드라마를 모두 제작했는데 역시 십대 드라마가 인기를 끌자, 십대 영화에 재도전을 하고 있다고 함. 2007년에 개봉하는 영화 'Love is Cinta'라는 영화가 새로운 기록을 세울 것으로 기대하는 사람이 많음.</li> </ul>			
해외 공동제작 프로젝트	N/A			

PT. TRIPAR MULTIVISION PLUS		설립연도	1970	
		홈페이지	www.multivision.com	
업종분류	Production House	직원 수	300	
'06 매출액	US\$ 6 백만	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 633 5050	팩 스	(62 21) 632 4370	
Contact Person	직 위	Director	이 름	Mr. Ram Punjabi
	이메일	info@multivision.com		
	전 화	(62 21) 633 5050		
제작분야	인니 국내 영화			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1990년대에 PT. Tripar Multivision Plus는 유력한 인도네시아 국내 드라마 제작사였으며, 인도네시아 드라마의 새로운 지평을 열었던 업체임.</li> <li>- 최고의 시청등급과 시청률을 자랑했던 드라마를 10여 편이나 제작해 이 회사의 감독이었던 Mr. Ram Punjabi는 '인도네시아 TV드라마의 왕'으로까지 불리기도 했다고 함.</li> <li>- 2000년대에 들어서 Multivision Plus는 Ramadhan TV Drama 라는 새로운 장르를 개척했는데, 라마단을 전후해서 방송되어 좋은 반응을 얻었고, 시청자가 가장 기대하는 드라마 장르로 정착되고 있음.</li> <li>- 2006년에는 10년간 공백 기간 뒤에 'Soulmate' 영화를 다시 제작함으로써 예전의 전공으로 돌아가는 양상을 보여주었는데, 비록 영화가 인기를 끌지는 못했지만 Mr. Ram Punjabi는 계속해서 영화를 제작할 것이라고 하며, 현재에도 인도네시아 방송에서 주당 50시간의 드라마를 공급하고 있다고 함.</li> </ul>			
해외 공동제작 프로젝트	N/A			



PT. SORAYA INTERCINE FILMS		설립연도	1982	
		홈페이지	www.sorayaintercinefilms.com	
업종분류	Production House	직 원 수	150	
'06 매출액	US\$ 3,5 -5백만	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 3809126	팩 스	(62 21) 384 7538	
Contact Person	직 위	Director	이 름	Mr. Ram Soraya
	이메일	ram@sorayaintercinefilms.com		
	전 화	(62 21) 380 9126		
제작분야	인도 영화, 헐리웃 영화			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이 회사는 인도네시아 역사상 최대 관람객(3백만)을 모았던 영화 'Eiffel I'm In Love'(2003)를 제작한 업체로 제작비는 400억 루피아가 소요되었다고 함.</li> <li>- 이 회사는 작품의 일관성과 지속성으로 정평이 나 있는데, 한 작품이 끝나기 전에 다음 작품이 계속 이어져 스토리라인이 끊어짐이 없다는 평을 받는다고 함.</li> <li>- 연간 5-7편의 드라마를 제작하고 있는데, 대부분 시청자들로부터 좋은 반응을 얻고 있다고 함.</li> <li>- 이 회사의 대부분의 작품들은 인도시아르에서 방영이 되고 있는데, 다른 방송사들과도 유대관계가 좋다고 함.</li> <li>- TV드라마 제작 시에 내국인 감독을 주로 활용한다고 함.</li> </ul>			
해외 공동제작 프로젝트 실적	N/A			

<b>MD Entertainment</b>		설립연도	2003	
		홈페이지	www.mdentertainment.com	
업종분류	Production House	직원 수	180	
'06 매출액	US\$ 5-7 백만	자 본 금	N/A	
전 화	(62 21) 345 1777	팩 스	(62 21) 345 5777	
Contact Person	직 위	Director	이 름	Mr. Manoj Punjabi
	이메일	manoj@mdentertainment.com		
	전 화	(62 21) 345 1777		
제작분야	인도 영화, 헐리웃 영화			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MD Entertainment는 가장 드라마를 많이 생산하는 제작사 중의 하나로 감독인 Mr. Manoj Punjabi는 시청자들과 시장의 수요를 잘 맞춰가는 감독으로 알려져 있음.</li> <li>- 연간 10 -12편의 드라마를 제작하며 주로 SCTV와 Trans TV를 통해 방영하는 것으로 알려져 있음.</li> </ul>			
해외 공동제작 프로젝트 실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지금까지 MD Entertainment 인도영화 제작사와 TV Drama 제작을 협력해 왔다고 함.</li> </ul>			

# 일본 방송콘텐츠시장 현지동향 및 진출전략

- 도쿄 무역관 -

## 가. 방송콘텐츠 산업 현지 동향

### □ 일본 방송 산업 규모

- 2005년도 일본의 총 방송 시장규모(방송사업자별 매출합계기준)는 3조8,935억 엔으로 전년대비 1.0%의 증가를 보였음. 그 중에서도 가장 큰 비중을 차지하는 지상파 방송 시장은 2년 연속 3조 억 엔대의 규모를 유지하였으며 NHK 불신으로 시작된 방송 수신료 체납 문제 등으로 인해 2004년 대비 -1.5%의 하락을 보였으나 민영 방송국은 평년과 같은 수입을 유지했음. 케이블 방송은 다양한 콘텐츠 확보와 활발한 마케팅 활동으로 8.8%의 높은 증가를 보였음.
- 위성방송은 전년대비 2.3%의 순조로운 성장을 보였으며 ‘스카이 퍼펙트’ 등의 적극적인 마케팅에 힘입어 CS 디지털 방송은 가입자 1000만 세대(2006년 8월 1018만 세대)를 돌파하였고 BS 디지털 방송 가입자도 2006년 6월말 시점으로 1623만 세대의 가입자를 확보, 2005년 보다 200만세대의 증가를 보였음.
- 케이블 방송은 순조로운 성장을 계속하고 있는 가운데 업계 최대 케이블 운영 회사인 ‘쥬피터 텔레콤’에 의한 ‘마츠시타 전기’가 운영하는 업계 3위의 ‘케이블 웨스트’의 흡수 합병이 있는 등 방송 통신 융합에 대응한ダイ나믹한 업계 재편이 전개되고 있음.

#### 〈 일본 방송 시장 규모 〉

(단위 : 억 엔)

구분		2003년	2004년	2005년
지상파	NHK	6,802	6,854	6,749
	민영방송	22,746	23,657	23,673
	계	29,548	30,512	30,423
위성방송	BS디지털	1,993	2,211	2,102
	CS디지털	2,199	2,346	2,561
	계	4,192	4,557	4,663
케이블방송		3,330	3,533	3,849
합계		37,070	38,602	38,935

※자료원 : 일본 총무성

## □ 일본 방송사 사업자 현황

### ○ 지상파 방송

- 일본의 지상파 방송은 유일하게 전국 방송망을 가진 공공방송사인 NHK, 동경을 중심으로 한 5개의 키 방송국 및 그 네트워크 방송국 114국(지방 방송국) 그리고 독립 UHF 13국으로 구성되어 있음.
- 도쿄를 중심으로 한 5개의 키 방송국(니혼TV, TBS, 후지TV, TV아사히, TV도쿄)이 전체 지상파 방송사(NHK 제외) 수입의 50% 이상을 차지, 큰 비중을 나타내고 있으며 그 중에서도 매출 순위로는 후지 TV계열, TBS 계열 순으로 나타났음.
- 2011년 7월 기존의 아날로그 방식 방송이 종료되며, 모든 지상파 방송이 디지털로 변경될 계획으로 각사는 미디어의 다양한 변화에 대응하기 위해 설비투자를 늘리고, 위성방송과 인터넷 등 방송, 통신의 모든 분야에 참여하기 위해 분투하고 있음.

### 〈 일본 민영 지상파 방송국 네트워크 〉

네트워크	키 방송국	지역 가맹국
NNN	니혼TV	30
JNN	TBS	28
FNN	후지TV	28
ANN	TV아사히	26
TXN	TV도쿄	6

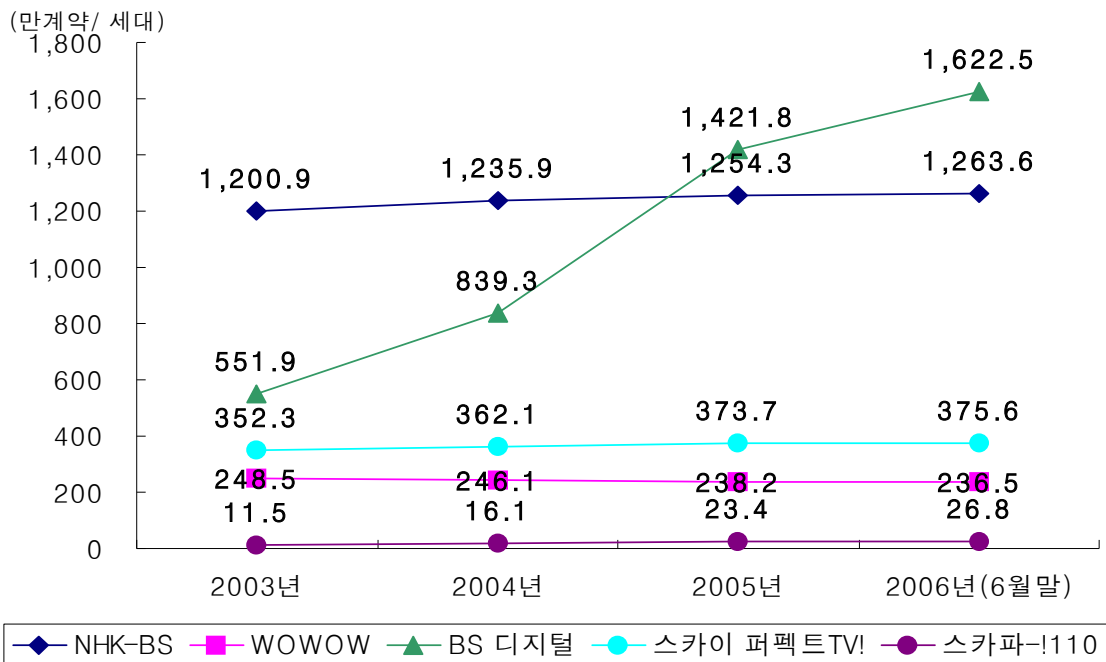
※자료원 : ‘2007년 정보 미디어 백서’ (2007 전통총연 편) 참조

○ 위성 방송

1) BS 방송

- BS 아날로그 방송은 NHK 3개 채널과 WOWOW 1개 채널로 방송이 되고 있으며, BS 디지털 방송은 NHK와 민간방송업체 7개사, 초단파 방송 3사, 데이터 방송업체 5사로 구성되어 있음.
- 일본의 BS 디지털방송 가입자 수는 총 1,600만 세대를 넘었으며 구체적으로는 NHK-BS 1,263.6만, WOWOW 236.5만(2006년 4월 기준) 등으로 지상파 방송에 이어서 2번째로 많이 보급된 준 기간방송의 지위에 올라섰음.
- BS 디지털 방송은 아날로그 방송에 비해 고화질, 고음질, 데이터방송, 쌍방향 통신기능 등의 특징이 있으나 민영방송사 5사, NHK 등 모두 적자운영 되고 있는 상황이며 2005년부터 ‘마쯔시타’와 ‘캐논’ 등이 광고주로 나서면서 조금씩 호조를 보이고 있음.

〈 일본 위성방송(BS, CS)의 가입자수 변화 〉



※자료원 : (사)위성방송협회, (주)스카이퍼펙트, NHK 공표자료 참고

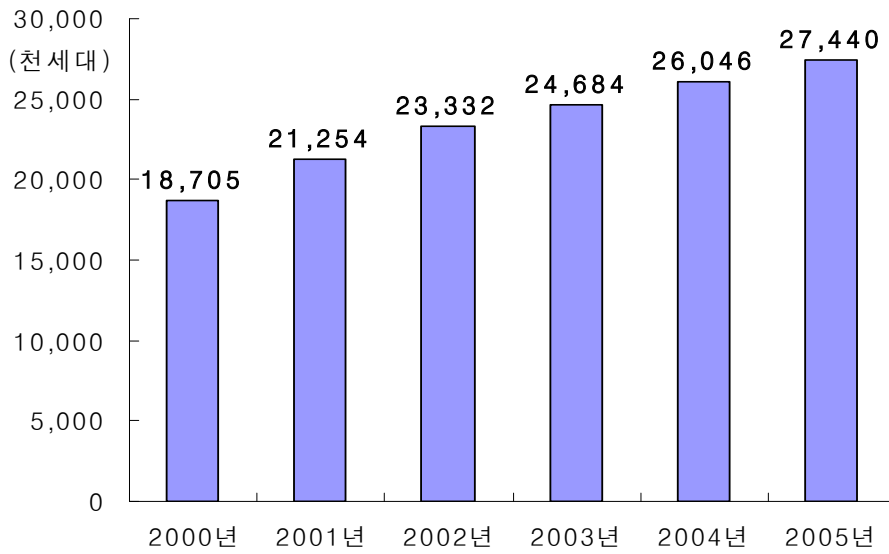
## 2) CS 방송

- ‘(주)스카이 퍼펙트 커뮤니케이션’의 서비스로 ‘스카이 퍼펙트TV’ (107사)와 ‘스카파-!100’(17사)가 운영되고 있음.
- 1996년부터 시작한 ‘스카이 퍼펙트TV’의 가입자 수는 375.6만 세대 (2006년), 2002년부터 시작한 ‘스카파-!100’ 서비스의 가입자 수는 26.8만 세대(2006년)로 증가함.
- ‘(주)스카이 퍼펙트 커뮤니케이션’이 운영하는 두 서비스의 2006년도 영업수입은 823억 엔을 기록하며 2005년 대비 10%의 증가를 보였음.
- 2006년 4월 기준으로 한국 드라마가 방송되고 있는 채널은 총 7개 채널이며 영화, 드라마, 종합 엔터테인먼트 등의 다양한 장르를 방영하고 있음.

### ○ 케이블 방송

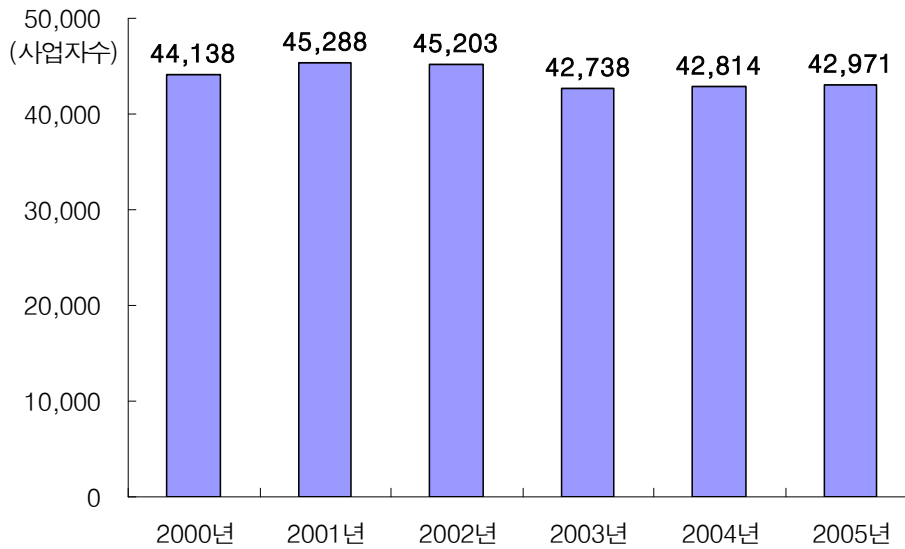
- 총무성의 발표에 의하면 2005년도 유선방송 사업자는 311개사, 총 영업 수익은 5811억6500만 엔으로 04년 대비 14.8%의 증가를 보였음.
- 유선방송 각사는 기존의 아날로그 방식 방송에서 디지털 방식의 방송으로 전환하고 있으며 거기에 따른 설비투자 및 각 방송사와의 경쟁으로 업계 재편이 이루어지고 있는 실정임.
- 업계 최대 기업인 ‘슈피터 텔레콤’의 중소 케이블 사업자 병합, ‘KDDI’와 ‘도쿄전력’의 ‘재팬 케이블넷’ 인수, ‘NTT’와 ‘스카이 퍼펙트 커뮤니케이션’이 제휴하여 케이블을 이용한 ‘스카이 퍼펙트’ 방송을 개시하는 등 업계 재편은 계속될 전망이다.

〈 일본 케이블 방송 가입자수 〉



※자료원 : 야노경제연구소

〈 일본 케이블 TV 사업자수 〉



※자료원 : 일본 총무성 자료



○ 인터넷 방송

- 고속인터넷의 보급으로 인터넷 동영상 스트리밍 서비스가 주목을 받고 있음. 'USEN' 등 기존 개척기업은 시행착오를 거듭하며 선행투자로 시장 확대를 기대하고 있음.
- 'USEN'의 'GyaO', on Demand TV, 엔터웨이브, 시네마플러스 등의 전문 VOD<sup>1)</sup> 스트리밍 서비스를 실시하고 있으며 민영 방송국 3사인 '니혼TV', 'TBS', '후지TV'도 2005년도 말부터 서비스를 시작했음. 특히 'USEN'의 무료 인터넷 방송인 'GyaO'와 'Yahoo! 동화'는 광고를 주 수입원으로 회원수를 늘려나가고 있으며 인지도도 가장 높은 편임.

〈 일본 인터넷 방송 현황 〉

P C 를 이 용 한 서 비 스	운영회사	서비스명	제공 서비스	방식
	USEN	GyaO	VOD	스트리밍
	TV 팩	Yahoo!동화	VOD	스트리밍
	쇼타임	ShowTime	VOD	스트리밍
	에이아이에이	ALL	VOD	스트리밍
	네오 인덱스	Nextensive for PC@SonyStyle	VOD	스트리밍
	CinemaNow Japan	시네마 나우	VOD	스트리밍
	USEN	헐리웃관GAGA@SonyStyle	VOD	스트리밍
	일본 TV 방송망	제2일본 TV	VOD	스트리밍
	오프티 케스트	스카파-!BB	VOD	스트리밍
	WOWOW	WOWOW NEXT ENTERTAINMENT GENETICS	VOD	스트리밍
YouTobe, Inc	YouTube	VOD	스트리밍	

1) VOD는 Video on demand의 약어로 인터넷을 통해 영상콘텐츠를 보고 싶을 때 바로 즐길 수 있는 서비스를 지칭함.

S T B 를 이 용 한 서 비 스	운영회사	서비스명	제공 서비스	방식
	프라라 네트워크	4th MEDIA	VOD	IP 방식 스트리밍
	온라인TV	4th MEDIA TV 서비스	다채널 방송	IP 방식 스트리밍
	On demand TV	On demand TV	다채널 방송/ VOD	IP 방식 스트리밍
	NTT 커뮤니케이션즈	OCN 시어터	VOD	IP 방식 스트리밍
	BB 케이블	BBTV	다채널 방송/ VOD	IP 방식 스트리밍
	네오 인텍스	Nextensive VOD	VOD	IP 방식 스트리밍
	KD DI	MOVIE SPLASH/ 히카리 ONE TV 서비스	다채널 방송/ VOD	IP 방식 스트리밍
	슈퍼터 VOD	J:COM On demand	VOD	스트리밍
	오프터 케이스트	스카파-!히카리	다채널 방송	스트리밍

※자료원 : 미디어 개발연구 총연

- ‘NTT’와 ‘미즈비시 종합 연구소’의 ‘브로드밴드 콘텐츠 이용 실태조사’에 따르면 초고속 인터넷 가입자는 02년부터 연간 500만 명씩 늘어나고 있으나 동영상 스트리밍 서비스에 대한 인식은 아직 부족하다는 지적임. 그러나 이용의향 조사에 의하면 조사대상의 87%가 이용하고 싶다는 의사가 있다고 답함.
- 또한, ‘야후 재팬’, ‘NTT’, ‘KDDI’ 등의 통신사업자는 IP-STB를 이용하여 TV로 각종 콘텐츠의 이용이 가능한 서비스를 시행하고 있음. ‘야후 재팬’은 일찍이 IP-STB를 이용한 VOD 유료 서비스를 실시하여 시장 선점을 주도하고 있으며, 각 통신사를 제외한 기타 지역방송국과 케이블 방송국의 시장진입이 잇따르고 있음. 그러나 무료 인터넷 동영상 스트리밍 서비스 이용자에 비해 IP-STB를 이용한 서비스 이용자는 1.4%로 이용률이 저조했음.

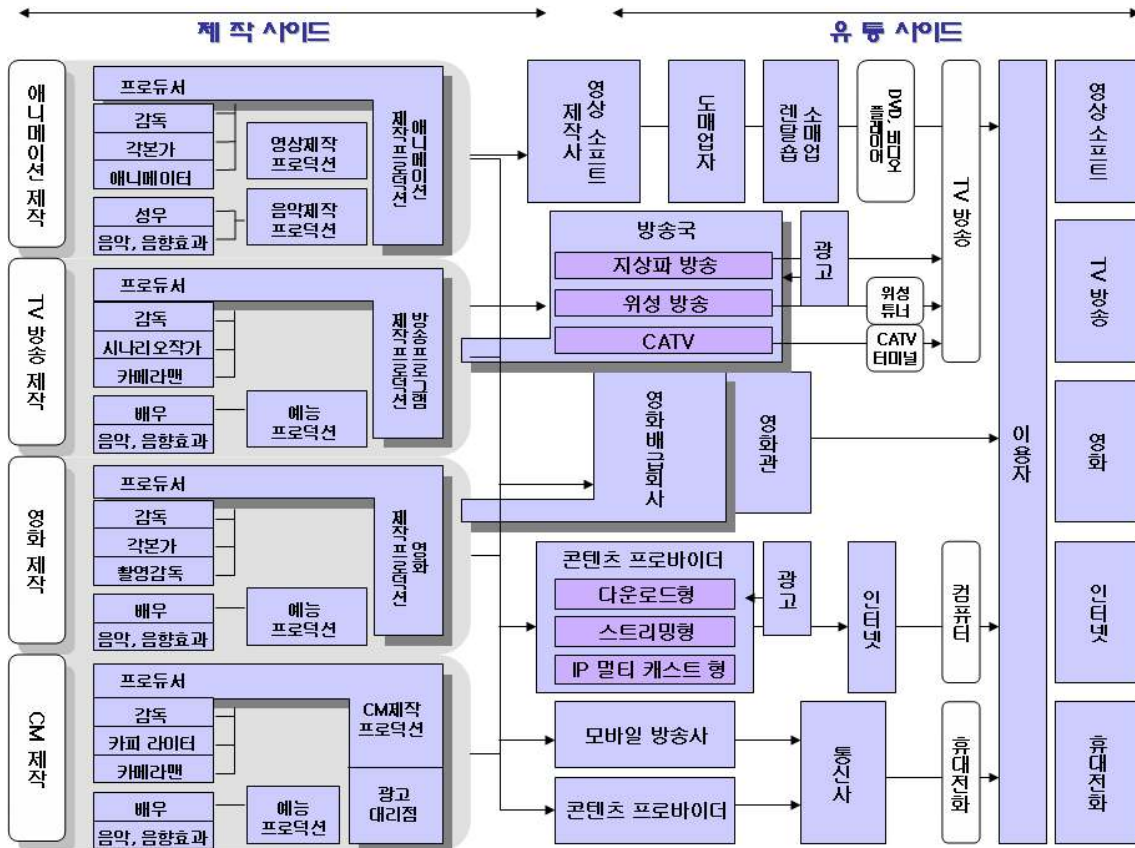
- 방송/통신융합이라는 대체를 두고 IT기업, 통신사, 방송국 등이 시장 선점을 위해 대거 참여하고 있는 일본의 동영상 스트리밍 업계는 초고속 인터넷 망의 확충과 가입자의 증가로 그 시장규모가 커질 전망이다. 한류의 견인차 역할을 하였다고 해도 과언인 아닌 일본의 동영상 스트리밍 사업의 경쟁은 앞으로 더욱더 복잡, 심화되어 갈 전망이다.

## □ 방송콘텐츠 유통 현황

### ○ 유통 체계

- 방송콘텐츠 등 영상콘텐츠의 유통은 1차이용과 2차이용으로 나누어짐. 특히 방송콘텐츠의 경우 1차이용으로 먼저 방송을 거친 후에 2차이용으로 DVD/비디오 판매, DVD/비디오 대여 등을 거침.
- TV를 통해 방영되는 방송콘텐츠는 방송사가 직접 제작하는 비율이 약 60%이상으로 높은 비율을 보이고 있으며 그 이외에는 방송제작 프로덕션에 의한 제작과 해외 방송의 방영 등을 들 수 있음.
- 방송심의위원회에 의한 기본적인 영상콘텐츠에 대한 규정이 존재하고 있으나 방송국 자체적으로 방송가능여부에 대한 검열을 하는 경우가 대부분이며, 지적재산권 보호구조가 다른 어느 나라 보다 철저함.

〈 일본의 영상 콘텐츠 제작 유통 구조 〉



※자료원 : 디지털콘텐츠 백서 2006

□ 일본 방송 시청자 경향

○ 일본 시청자의 방송시청 시간

- 2005년 일본의 일일 평균 TV 시청시간은 4시간 7분으로 가장 시청 시간이 긴 연령층은 50세 이상의 여성으로 5시간 55분, 가장 짧은 연령층은 20~34세 남성으로 2시간 12분으로 나타남. 전반적으로 여성의 TV 시청시간이 긴 편임.

- 1일 1세대 평균 TV 시청 시간은 주 평균 8시간 2분으로 나타났음.

○ 주요 인기 방송콘텐츠 장르

- 비디오 리서치(시청률 조사 기관)의 조사에 따르면 가장 즐겨보는 프로그램 순위 1위는 기상정보(52.5%), 그 뒤로 외국영화(52.1%), 자국드라마(48.3%), 다큐멘터리/르포(48.3%) 등으로 나타났음.
- 2006년 시청률 순위에서는 전 연령을 포괄하는 스포츠 프로그램의 시청률이 단연 높게 나타났으며, 연말(12월31일)에 가족이 함께 보는 NHK 버라이어티 프로그램 ‘홍백가합전’도 높은 시청률을 보였음.

〈 2006년 일본 방송 프로그램 시청률별 순위 〉

	방송프로그램	일자	방송국	방송 분수	평균 시청률
1	축구 2006FIFA월드컵 일본×크로아티아	2006年6月18日 (日)	TV 아사히	175	52.7
2	축구 2006FIFA월드컵 일본×호주	2006年6月12日 (月)	NHK종합	155	49
3	2006World Baseball Classic결승 일본×쿠바	2006年3月21日 (火)	니혼 TV	270	43.4
4	복싱WBA세계 라이트플라이급 타이틀 매치 카메다×판 란다에타	2006年8月2日 (水)	TBS	89	42.4
5	제57회NHK 홍백가합전	2006年12月31日(日)	NHK종합	135	39.8
6	축구 2006FIFA월드컵 일본×브라질	2006年6月23日 (金)	NHK종합	60	37.2
7	2006World Baseball Classic 일본×한국	2006年3月19日 (日)	TBS	244	36.2
8	복싱 카메다 형제 더블메인	2006年5月5日 (金)	TBS	59	33
9	계도 전기 공개기념! 금요특별 로드쇼 하울의 움직이는 성	2006年7月21日 (金)	니혼 TV	147	32.9
10	NHK뉴스 굿모닝 일본 토리노 올림픽	2006年2月24日 (金)	NHK종합	60	31.8

※자료원 : 비디오 리서치

## □ 방송콘텐츠 관련 전시회

- Tokyo Contents Market
  - 기간 : 매년 10월말 2일간
  - 장소 : 롯폰기 힐즈(아카데미 힐즈)
  - 주최 : 독립행정법인 중소기업기반정비기구 관동지부
  - URL : <http://tcm2006.smrj.go.jp>
  - 입장객 : 약 2000명 / 출전회사 80사
  - 특징 및 내용 : 다양한 콘텐츠 견본시로 우수작품의 선정과 함께 심포지엄 개최 등 콘텐츠 개발자와 구입자에게 유익한 전시회로 2006년에는 80개의 콘텐츠 제작사가 참여하였음.
  
- Tokyo 국제 영화제
  - 기간 : 매년 10월말 9일간
  - 장소 : 롯폰기 힐즈, 시부야
  - 주최 : 재단법인 일본영화국제진흥협회
  - URL : <http://www.tiff-jp.net/>
  - 출품작 : 약 500여편/ 출품국가 64개국
  - 특징 및 내용 : 2007년 20회를 맞이하는 도쿄국제영화제는 9일간 다양한 컨셉의 영화 상영, 우수작품의 선정과 함께 심포지엄 개최 등을 견비한 일본의 영화 관련 최대 이벤트임.
  
- TIFFCOM 2006
  - 기간 : 매년 10월말 도쿄국제영화제 개최 기간 중 3일간
  - 장소 : 롯폰기 힐즈(아카데미 힐즈)
  - 주최 : TIFFCOM사무국
  - URL : <http://www.tiffcom.jp/>
  - 입장객 : 약 15,000명/ 참가사 130 단체
  - 특징 및 내용 : 각 출전사의 아시아 태평양 엔터테인먼트 관련 다양한 콘텐츠를 전시하며 비즈니스데이에 바이어와의 상담을 주선하며 각국의 방송, 영화, 애니메이션 관련 바이어가 상담을 주선하고 응함.

- The Tokyo International Anime Fair
  - 기간 : 매년 3월중 4일간
  - 장소 : Tokyo Big Sight
  - 주최 : 도쿄 국제 애니메이션 페어 실행위원회
  - URL : [www.taf.metro.tokyo.jp](http://www.taf.metro.tokyo.jp)
  - 입장객 : 9만8천여명(2006년)/ 참가사 270 개(2006년)
  - 특징 및 내용 : 도쿄를 중심으로 업계 단체가 개최. 도쿄의 지역산업 육성 목적을 위한 애니메이션 견본시. B2B, B2C 행사를 같이 개최, 견본시 세미나, 이벤트 등으로 구성.

## 나. 방송콘텐츠 수입 현황

### □ 주요 수입국 및 수입규모

- 최근 일본 방송콘텐츠 관련 수출입 통계는 공표되어 있지 않으며, 과거 1980년, 1992년, 2001년에 ICFP(국제커뮤니케이션 플로 연구 프로젝트) 관련, NHK방송문화연구소의 협력에 의해서 3회 실시된 것이 전부임.
- 일본의 방송 프로그램에서 외국제작 프로그램은 연간 통산 3,120 편으로 시간으로는 3,036시간, 전체 방송시간의 4.5%로 나타났음. 최근 20년간 전체 방송시간에 대한 외국제작 프로그램의 비율은 약 5%전후임.

#### 〈 일본 수입 방송 프로그램 수 및 방송시간량, 전체 비율 〉

	1980년	1993년	2002년
분석일	1980년 10월~81년9월	1993년 7월~12월	2002년 3,4,7,8,10,11월
수입 프로그램수	2,631편	2,656편	3,120편
수입프로그램 총 시간	2,332시간	2,843시간	3,036시간
총 방송시간에 차지하는 수입프로그램비율	4.90%	5.20%	4.90%

※자료원 : NHK방송문화연구소

- 수입국별로 보면 미국제작 방송 프로그램이 압도적으로 많았으며 최근에 한국관련 방송프로그램의 수입 증가는 계상되지 않아 정확히는 알 수 없으나 전체 외국 방송 프로그램의 약 20% 이상으로 추정됨.



〈 일본의 수입 방송 프로그램의 국별 비율 〉

순위	국명	2002년		1993년	1980년
		시간량 비율	방송프로그램수 비율	방송프로그램수 비율	방송프로그램수 비율
1	미국	79.60%	82.60%	72.80%	74.90%
2	영국	6.30%	5.40%	9.30%	7.90%
3	이탈리아	2.80%	1.90%	2.40%	2.60%
4	대만	0.10%	1.40%	-	-
5	한국	2.00%	1.20%	-	-
6	프랑스	1.30%	1.10%	4.10%	2.00%
7	홍콩	1.20%	0.80%	1.10%	-
8	호주	0.70%	0.70%	1.50%	-
9	독일	0.70%	0.60%	1.10%	1.40%
10	스페인	0.40%	0.50%	-	-

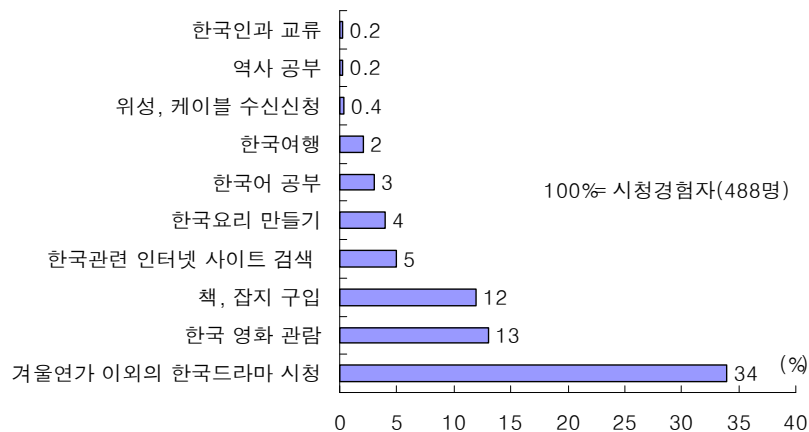
※자료원 : NHK방송문화연구소

□ 수입 방송콘텐츠 성공사례

- 수입 방송 프로그램을 종류별로 살펴보면 ‘영화’, ‘드라마’가 방송편수의 49.4%, 시간별로는 64.7%로 나타났음. 이는 위성방송의 영화, 드라마 채널의 증가로 인한 영향이 크다고 볼 수 있으며, 반대로 가장 선호하는 외국 방송프로그램이라고 할 수 있음. 해외에서 활동하는 일본 스포츠 선수의 방송 프로그램 수입도 늘고 있으며 방송편수비율로 애니메이션 18.8%, 다큐멘터리 11.8%, 음악 7.0% 순으로 나타남.
- 최근에 수입된 해외작품 중 가장 큰 성공을 거둔 사례는 한류 드라마이며 그 이외에 ‘24’ 등 미국 드라마를 들 수 있음.

- 2003년 4월 NHK 위성방송에서 처음 방송된 ‘겨울연가’는 드라마의 주 시청계층인 30~60대 여성층을 공략하여 공전의 히트를 기록하며 NHK에서 4번 방송되었고 그 뒤로 민영방송국, 지역방송국, 위성방송국, 케이블 방송국에서 수차례에 걸쳐 방송되었으며 지금도 많은 지역 방송국에서 재방영되고 있음.
- 일본 국민에 대한 ‘겨울연가’의 인지도는 90%를 넘으며, 50대 이하 여성에게는 96~98%의 인지도를 보이고 있음. ‘시청한 적이 있다’는 인구는 약 40%이며 여성인구의 50% 이상이 시청한 것으로 나타났음.
- ‘겨울연가’는 일본 드라마가 80~90년대 초반에 유행했던 소재를 무겁지만 아름답게 묘사한 것이 시청자들의 좋은 반응을 얻었으며 이 드라마를 계기로 일본인들의 한국영상물 및 문화에 대한 관심을 이끌어 냄.

〈 겨울연가를 통한 한국문화에의 접촉 〉



※자료원 : NHK방송문화연구소

- 위성방송국, 케이블 방송국 이외에도 지역방송국에서 한국 드라마의 방영수가 많아지고 있으며 최근 지역방송국에서 방영하는 한국드라마는 다음과 같음.

〈 일본 지역 방송국에서 한국 드라마 편성 현황 〉 2007.1

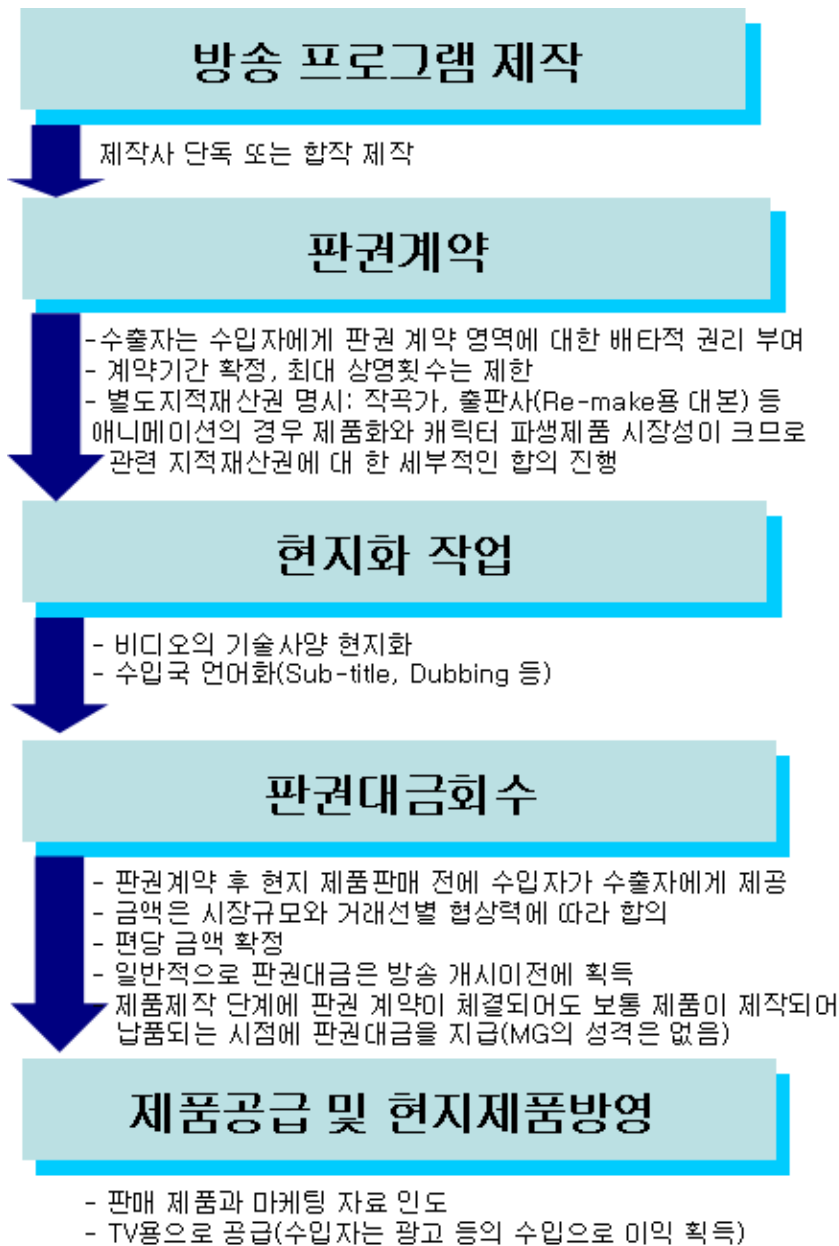
지역	방송국	드라마명	지역	방송국	드라마명
홋카이도	홋카이도 TV	연가	아이치	TV아이치 TVA	신화
	홋카이도 HBC	Loving You	시즈오카	시즈오카제일TV SDT	불새
		겨울연가			Loving You
	삿포르 TV STV	모래시계		시즈오카방송SB S	겨울연가
	TV홋카이도 TVh	천국의 계단	기후	기후TV GBS	굳세어라 금순아
홋카이도문화방송UHB	쾌걸춘향	미에	미에TV MTV	허준	
	행복은 우리 가슴에	오사카	ABC TV(아사히방송)	겨울연가	
아오모리	아오모리TV ATV	겨울연가	효고	선TV SUN-TV	로즈마리
이와테	TV 이와테 TVI	웨딩			레디고
	이와테 아시히TV	12월의 열대야		수호천사	
미야기	동북방송TBC	겨울연가	교토	KBS교토	눈사람
후쿠시마	후쿠시마츄오TV FCF	겨울연가			닥터즈
관동지방	니혼TV NTV	프라하의 연인	토쿠시마	시코쿠방송 JRT	웨딩
	TV도쿄 TX	궁~Love in Palace		ABC TV	겨울연가
	TBS TV TBS	겨울연가	에히메	난카이 방송	Loving You
도쿄	도쿄MX TV	부활	카나와	니시니혼방송	불새
카나가와	tvk (TV카나가와)	팝콘	히로시마	히로시마 TV	미안하다 사랑한다
		미안하다 사랑한다		TV 신히로시마	겨울연가
치바	치바TV CTC	1%의 기적	야마구치	TV 야마구치	겨울연가
사이타마	테레타마 (TV사이타마)	PaPa	후쿠오카	후쿠오카방송	굳세어라 금순아
군마	군마TV	가을동화			겨울연가
도치키	도치기TV	여름향기			천국의 계단
나가노	신에츠방송SBC	겨울연가		TVQ큐슈방송	미안하다 사랑한다
		미안하다 사랑한다			Loving You
니이가타	UX니이가타TV2 1 UX	겨울연가			모래시계
이시카와	TV카나자와 KTX	눈사람	카고시마	카고시마방송	Loving You
후쿠이	후쿠이TV FTB	Loving You	오키나와	류큐방송	웨딩
도야마	툼립TV TUT	Loving You		류큐아사히방송	겨울연가
아이치	중부일본방송	겨울연가			

※자료원 : 와우 코리아 홈페이지 참조

## 다. 방송콘텐츠 현지 수출전략

### □ 일본 방송콘텐츠 수출계약 절차

- 일반적인 방송콘텐츠 수출 절차



- 방송영상물, 방송용 애니메이션 등은 보통 수입자가 수출자로부터 제품을 확정금액으로 구매함. 수입자는 계약에 따라서 틀리지만 보통 TV를 통해 방송프로그램을 방영한 후에 광고수입, 수신료 등으로 수익을 획득함.
- 이미 제작이 완료된 프로그램의 수출은 간단한 현지화 작업 후에 대금 결제로 간단하게 수출절차가 완료되나 제작중이거나 제작을 준비중인 제품의 수출 또는 애니메이션과 같이 일정 분량의 내용을 판매한 후에 추가 제작하는 분량의 수출은 상기 과정에 선수금을 받거나 수입자를 투자조합에 포함시키는 과정이 추가되어 실질적으로 수입자가 제품 제작에 참여하게 되는 경우가 있음.
- 특히, 일본은 방송콘텐츠의 2차이용 시장이 크며 DVD/비디오 제작 판매 및 렌탈, 캐릭터 상품 제작, 빠친코 캐릭터 사용 등 히트 프로그램의 파생상품 부가가치는 엄청나게 큼.

## □ 일본 내 한국 방송콘텐츠의 문제점 및 대응 방향

- 한국 콘텐츠의 문제점
  - 스타 중심의 콘텐츠로 인한 고액출연료, 고액 제작비의 악순환
  - 지적재산권에 대한 인식 부족으로 인한 문제다발
  - 고정 팬 층의 협소함(30대 이상의 여성)
  - 콘텐츠 내용의 빈약함
- 일본에서 한국 방송콘텐츠의 전략 방향
  - 스타중심의 콘텐츠가 아닌 한국의 정서와 인간의 보편적인 정서가 잘 결합된 콘텐츠의 제작 및 보급이 필요함.
  - 상호 문화 교류의 확대(공동제작, 공동출연 등의 편수확대)
  - 한류는 중장년층을 주 타깃으로 하는 시장으로 큰 성장을 거두었음. 이는 아직 청소년 등 젊은 층이라는 거대한 미개척 시장이 존재하고 있으며 차세대 문화 동력이며 문화적 편견이 없는 이들 세대에 대한 공략이 필요한 시점임.

## 라. 일본 방송콘텐츠 관련 기업 리스트

NHK NIPPON HOSO KYOKAI		설립연도	1953년
		홈페이지	http://www.nhk.or.jp/
업종분류	방송콘텐츠수입 및 제작	직원 수	11,851명
'06 매출액	¥ 666.0 억	자 본 금	¥ 720.3 억
전 화	(81-3)5455-2114	팩 스	(81-3)3481-1090
Contact Person	직 위	overseas dpt.	이 름 Ms. Ito
	이메일	ito.y-ey@nhk.or.jp	
	전 화	N/A	
주요품목	각종 방송콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본방송협회(NHK)는 일본 유일의 공공방송국임</li> <li>- 해외 방송 프로그램의 소개에도 적극적이며 해외 다큐멘터리, 드라마 등 다양한 프로그램을 방영하고 있음</li> <li>- 겨울연가, 대장금, 다모, 봄의 왈츠 등의 한국 드라마의 방영도 NHK를 통해 소개되었음</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1년간 해외 39개국의 방송기관에 6000편 이상의 프로그램을 제공</li> <li>- 과거 25년간 해외 방송국 및 제작사와 약 600편이상의 프로그램을 공동 제작</li> </ul>		

FUJI TELEVISION NETWORK		설립연도	1959년
		홈페이지	<a href="http://www.fujitv.co.jp/en/">http://www.fujitv.co.jp/en/</a>
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직원 수	1,354명
'06 매출액	₩ 476.7 억	자 본 금	₩ 146.2 억
전 화	(81-3)5500-8888	팩 스	(81-3)5500-8027
Contact Person	직 위	Programming Manager	이 름 Ms. Taneda
	이메일	yoshihiko.taneda@fujitv.co.jp	
	전 화	N/A	
주요품목	각종 방송콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본 최대의 민영 방송국임</li> <li>- 민영 방송국으로서 인지도가 가장 높으며 다양한 드라마와 애니메이션, 프로그램 포맷으로 인기를 유지하고 있음</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 약 40년 가까이 방송 프로그램의 해외 판매 경험을 가지고 있으며 매년 50편의 드라마 판매와 프로그램 포맷을 아시아 및 유럽에 판매하고 있음</li> </ul>		

NIPPON TELEVISION NETWORK CORPORATION		설립연도	1952년
		홈페이지	http://www.ntv.co.jp/english/
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	1,123명
'06 매출액	¥ 346.6 억	자 본 금	¥ 18.5 억
전 화	(81-3)6215 2974	팩 스	(81-3)6215 2959
Contact Person	직 위	라이센싱/ 콘텐츠 사업부	이 름 N/A
	이메일	intlprog@ntv.co.jp	
	전 화	(81-3)6215 2974	
주요품목	각종 방송콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 긴 역사를 가진 일본 유수의 민영 방송국임</li> <li>- 다양한 우수한 프로그램의 제작과 공급, 판매에 주력하고 있으며 한국에서도 인기를 얻은 각종 드라마(Gokusen), 애니메이션(NANA), 영화(Death note) 등을 제작했음</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 방송 포맷과 드라마를 수출해 왔으며 특히 미국과 유럽의 방송 포맷을 이용한 버라이어티 프로그램을 방영해왔음</li> </ul>		



TOKYO BROADCASTING SYSTEM, INC.		설립연도	1951년	
		홈페이지	http://www.tbs.co.jp	
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	1,173명	
'06 매출액	¥ 265,695,000,000	자 본 금	¥ 54,713,030,000	
전 화	(81-3)3746-1111	팩 스	(81-3)3505-1584	
Contact Person	직 위	N/A	이 름	N/A
	이메일	prosales@tbs.co.jp		
	전 화	N/A		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	- (주)도쿄방송은 40년이 넘는 해외방송 프로그램 라이선스 경험을 가지고 있으며 모든 장르의 방송콘텐츠를 취급하고 있음			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	- 최근까지 약200편을 넘는 방송 포맷을 수출했으며 판매실적은 세계 약100개국을 넘음			

TV ASAHI		설립연도	1957년	
		홈페이지	http://www.tv-asahi.co.jp/	
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	1,285명	
'06 매출액	₩ 301,731 백만	자 본 금	₩ 36,642,800,000	
전 화	(81-3)6406-1952	팩 스	(81-3)3405-3830	
Contact Person	직 위	N/A.	이 름	N/A.
	이메일	ml-ips-asia@tv-asahi.co.jp		
	전 화	N/A.		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<p>- TV 아사히는 민영 키 방송국으로 전국에 23개의 계열 방송국을 가지고 있으며 해외에도 10개의 지국을 가지고 있음</p>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<p>- 다양한 방송 포맷, 드라마, 뉴스 등을 해외 80여 개국에 수출했으며 우수 해외 프로그램의 수입에도 적극적임</p>			

TV TOKYO CORPORATION		설립연도	1999년
		홈페이지	http://www.tv-tokyo.co.jp
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직원 수	1,363명
'06 매출액	¥ 108.3 억	자 본 금	¥ 8,910,957,000
전 화	(81-3)3432-1212	팩 스	(81-3)5473-6365
Contact Person	직 위	Content Business Department	이 름 N/A
	이메일	kokusai@medianet.co.jp	
	전 화	N/A	
주요품목	각종 방송콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TV 도쿄는 일본 애니메이션의 발신국으로써 큰 성공을 거둔 방송국임</li> <li>- 나루토(Naruto), 포켓몬스터(POKEMON), 유희왕(Yu-Gi-Oh), 등 인기 애니메이션의 해외 판매로 큰 실적을 올림</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 방송 포맷, 드라마, 뉴스 등을 해외에 수출했으며 우수 해외 프로그램의 수입에도 적극적임</li> </ul>		

YOMIURI TELECASTING CORPORATION		설립연도	1999년
		홈페이지	http://www.YTVjapan.com
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직원 수	1,363명
'06 매출액	¥ 106.7 억	자 본 금	¥ 8,910,957,000
전 화	(81-3)6253-7770	팩 스	(81-3)6253-7707
Contact Person	직 위	Content Business Department	이 름 N/A.
	이메일	licensing@YTVjapan.com	
	전 화	N/A.	
주요품목	각종 방송콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오사카를 거점으로 일본전국방송을 하고 있는 유일한 방송국으로 요미우리 자이언트 구단의 경기를 방영하는 것으로 유명함</li> <li>- 버라이어티 방송, 애니메이션, 드라마 등 다양한 방송을 제공하고 있음</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 방송 포맷, 드라마, 뉴스 등을 해외에 수출했으며 우수 해외 프로그램의 수입에도 적극적임</li> </ul>		

WOWOW INC.		설립연도	1984년	
		홈페이지	http://www.wowow.co.jp	
업종분류	방송콘텐츠 수입사	직원 수	291명	
'06 매출액	¥ 61,366 백만	자 본 금	¥ 5,000 백만	
전 화	(81-3)5414-8169	팩 스	(81-3)5414-8188	
Contact Person	직 위	Content Business Department	이 름	N/A.
	이메일	s.kimizuka@wowow.co.jp		
	전 화	N/A.		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 방송국으로 차세대 방송 분야에 주력하고 있으며 인터넷을 통한 콘텐츠 발신에도 주력하고 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>			

TOKYO METROPOLITAN TELEVISION BROADCASTING CORPORATION		설립연도	1993년
		홈페이지	http://www.mxtv.co.jp/
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	94명
'06 매출액	₩ 6.7 억	자 본 금	₩ 4.3 억
전 화	(81-3)5414-8169	팩 스	(81-3)5414-8188
Contact Person	직 위	Content Business Department	이 름 N/A.
	이메일	webmaster@mxtv.co.jp	
	전 화	N/A.	
주요품목	각종 방송콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도쿄 로컬 방송국으로 출발하여 뉴스, 정보, 드라마, 버라이어티 프로그램 등 다양한 콘텐츠를 제공하여 인기를 얻고 있음</li> <li>- 디지털 화에 따른 설비투자 부담 등이 과제임</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본 내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>		

<b>BB CABLE CORPORATION</b>		설립연도	2001년	
		홈페이지	http://www.bbtv.com/	
업종분류	방송콘텐츠 수입사	직 원 수	66명	
'06 매출액	₩ 1.2 억	자 본 금	₩ 100 백만	
전 화	(81-3)6889-1263	팩 스	(81-3)6215-5216	
Contact Person	직 위	N/A.	이 름	N/A.
	이메일	support@bbcable.info		
	전 화	N/A.		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IPTV 서비스를 Yahoo BB 인터넷 가입자를 대상으로 하고 있는 사업자로 BBTV라는 방송국을 운영하고 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>			

NEO INDEX CORPORATION		설립연도	2001년	
		홈페이지	http://www.neoinc.jp/	
업종분류	방송콘텐츠 수입사	직 원 수	126명	
'06 매출액	¥ 12.8 억	자 본 금	¥ 1.8 억	
전 화	(81-3)5282-2181	팩 스	(81-3)5282-3578	
Contact Person	직 위	N/A	이 름	N/A
	이메일	N/A		
	전 화	N/A		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IPTV 서비스의 개척자로 일본에서 최고의 회원을 확보하고 있는 'Nextensive'라는 VOD 서비스를 STB를 통해 하고 있음.</li> <li>- 일본 내 가장 많은 콘텐츠 홀더와 계약을 체결하고 질 높은 IPTV 서비스를 하기 위해 노력하고 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본 내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>			



<b>GAGA CROSS MEDIA MARKETING INC.</b>		설립연도	1997년	
		홈페이지	http://www.gaga-cross.co.jp	
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직원 수	44명	
'06 매출액	₩ 2.5 억	자 본 금	₩ 1.2 억	
전 화	(81-3)6439-6401	팩 스	(81-3)6439-6439	
Contact Person	직 위	N/A	이 름	N/A
	이메일	info@gaga-cross.co.jp		
	전 화	N/A		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TV방송 프로그램의 공급과 정보지 출간을 주업으로 위성방송 (CS방송)에서 24시간 영화 정보 채널도 운영하고 있음</li> <li>- 최대 주주인 USEN이 제공하는 인터넷 방송에도 참여하고 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>			

ON DEMAND TV, INC		설립연도	2002년	
		홈페이지	http://www.ondemandtv.co.jp	
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	17명	
'06 매출액	¥ 600 백만	자 본 금	¥ 1.2 억	
전 화	(81-3)6811-6182	팩 스	(81-3)6811-6170	
Contact Person	직 위	N/A	이 름	N/A
	이메일	info@ondemandtv.co.jp		
	전 화	N/A		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IPTV 서비스 채널 사업자로 인터넷을 이용한 다양한 분야의 콘텐츠 VOD서비스를 실시하고 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>			

<b>CINE QUA NON</b>		설립연도	1991년	
		홈페이지	<a href="http://www.cqn.co.jp/">http://www.cqn.co.jp/</a>	
업종분류	방송콘텐츠 수입사	직 원 수	40명	
'06 매출액	₩ 12.8 억	자 본 금	₩ 40 백만	
전 화	(81-3)5458-6571	팩 스	(81-3)5458-6572	
Contact Person	직 위	N/A.	이 름	N/A.
	이메일	info@cqn.co.jp		
	전 화	N/A		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영화제작, 해외방송 및 영화의 일본 내 배급에 힘쓰고 있으며, 특히 한국영화의 일본 보급에 선구자라고 할 수 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> <li>- 특히 한국의 서편제, 쉬리 등을 배급해서 성공하였음</li> </ul>			

<b>AMUSE SOFT ENTERTAINMENT</b>		설립연도	1994년	
		홈페이지	<a href="http://www.neoinc.jp/">http://www.neoinc.jp/</a>	
업종분류	방송콘텐츠 수입 및 제작	직 원 수	57명	
'06 매출액	₩ 450 백만	자 본 금	₩ 12.3 억	
전 화	(81-3)5457-3346	팩 스	(81-3)5457-3347	
Contact Person	직 위	N/A	이 름	N/A.
	이메일	N/A		
	전 화	N/A		
주요품목	각종 방송콘텐츠			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 종합 엔터테인먼트 회사인 (주) 어뮤즈 의 자회사</li> <li>- 각종 영상의 제작 및 해외 영상물에 대한 라이선스 사업 등을 전개하고 있음</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수출입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 극장용 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 해외 판매 및 일본내 방영을 위해서 해외 우수 콘텐츠 수입에도 적극적임</li> </ul>			

# 중국 방송콘텐츠시장 현지동향 및 진출전략

- 상하이 무역관 -

## 가. 방송콘텐츠 산업 중국 동향

### □ 방송콘텐츠 시장 규모

- 1958년은 중국 TV의 원년임. 1958년 5월 1일 19시, 중국 최초의 TV 방송국인 “북경 TV”가 탄생한 후 1978년에 “中央电视台(CCTV)”으로 변경되어 지금에 이르렀으며, 2004년 현재, 중국 내 TV 방송국은 363개, 채널은 2,262개, 영화·TV 콘텐츠 제작경영기관은 900여개임. 드라마 생산량은 489부/10,381회, 방송콘텐츠 전체 방송량은 10,009,792시간, 케이블 TV 고객수는 1.05억 명에 달하며 케이블, 공중파, 위성 등의 전체 TV 방송 시청자는 94.61%, TV는 3.7억 대임. 시청자는 11.54억 명으로 세계 시청자의 20%이상을 차지함.
- 프라임타임 시청자는 6억 9240만명 정도.
- TV 시청시간의 경우, 중국 여성은 하루평균 180분이며 남성은 177분임. 1998년은 TV 시청의 최고점으로 하루평균 187분에 이르렀으나, 1999년부터 하락세를 보이며, 2002년과 2003년은 179분 수준에 그침.
- 중국 화북 지방은 시청시간이 가장 많은 지역으로 일 평균 202분이며 화동은 가장 적은 지역으로 일 평균 166분임. 경제가 발전한 지역일수록 대체 문화생활이 발달, TV 시청 시간이 점점 적어지는 경향이 있음

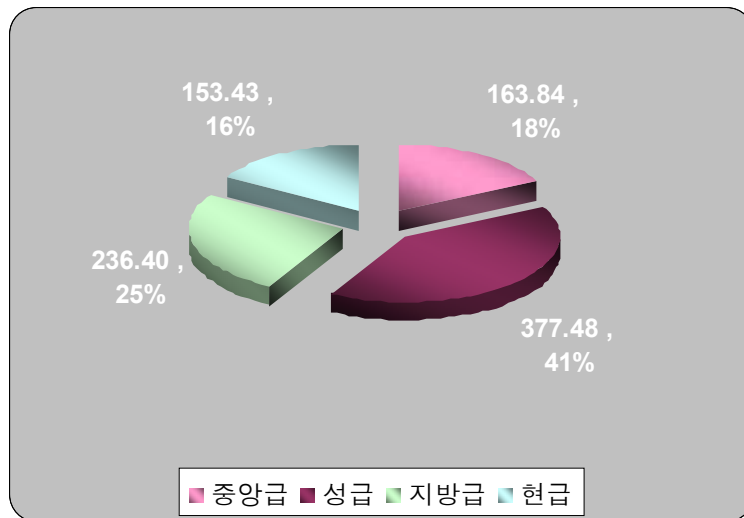
### □ 중국 방송콘텐츠 산업 개황

- 중국 TV 산업은 주로 방송운영, 콘텐츠 제공, 파생상품으로 구분됨. 직접적 관련 업무는 TV 방송사의 채널보수, 방송콘텐츠 제작, CF시간 프레임 운영인데 중국에서 다수가 국유 TV 방송사에서 독점하여 경영함.

- 2005년 중국 라디오·TV 총 수익은 931억 위안임. 이 중 중앙급 라디오·TV 수익은 164억 위안으로 전체의 17.60%를 차지하며 성급은 377억 위안으로 전체의 40.54%를 차지하며 지방급은 236억 위안으로 25.39%, 현금은 153억 위안으로 16.48%를 차지함.

〈 2005년 중국 라디오·TV 수익현황 〉

단위 : 억 위안



\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

- 중국 현지에서 제작한 방송콘텐츠는 전체 방송시간의 1/4 혹은 1/5에 그치며 다수의 채널에서 재방송 형태로 방송 시간을 채움.

〈 2005년 중국 라디오·TV 콘텐츠 제작현황 〉

구분	단위	라디오 콘텐츠	TV 콘텐츠
라디오·TV 콘텐츠 제작시간	시간	6,139,227	2,553,861
- 뉴스정보 프로그램 시간	시간	1,066,880	637,956
- 전문지식서비스 프로그램 시간	시간	1,822,621	525,528
- 오락 프로그램 시간	시간	1,937,290	382,350
- 라디오극, 드라마 시간	시간	75,456	193,771
- 광고 시간	시간	671,071	524,892
- 기타 시간	시간	565,909	289,364
전년 대비 증가율	%	17.00	21.00
뉴스정보 프로그램 비중	%	17.00	25.00
전문지식서비스 프로그램 비중	%	30.00	21.00
오락 프로그램 비중	%	32.00	15.00
라디오극, 드라마 비중	%	1.00	8.00
광고 비중	%	11.00	21.00
라디오극 수량	부/회	4,901/35,107	-
드라마 수량	부/회	-	945/20,075
- 합작하여 제작한 드라마 수량	부/회	-	527/9,517
애니메이션 수량	부/회	-	104/3,765
- 합작하여 제작한 애니메이션 수량	부/회	-	33/757
TV 영화 수량	부/회	-	706
드라마 제작비용 투자액	만 위안	-	307,217.42
- 중국정부 투자	만 위안	-	144,362.30
- 민영투자	만 위안	-	102,634.39
- 외국투자	만 위안	-	1,000.00

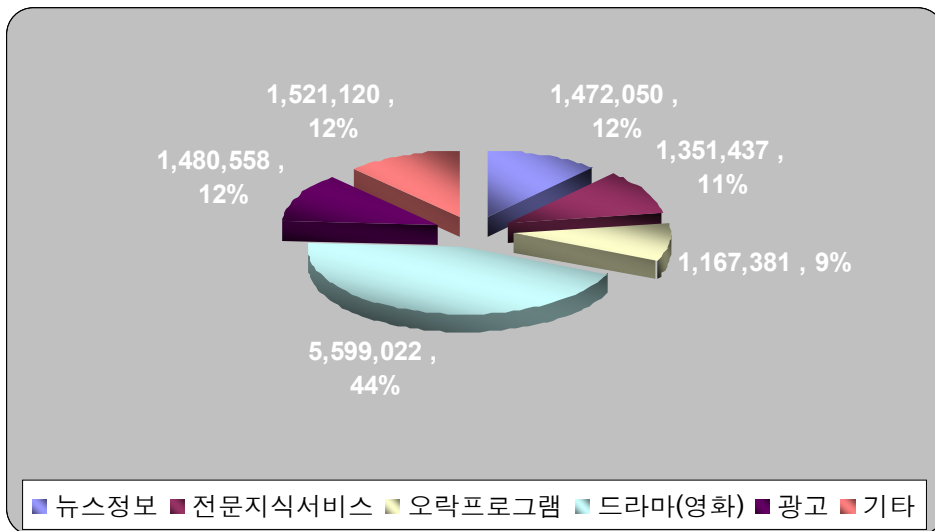
\* 자료원 : 国家广播电影电视总局



- 2005년 중국 TV 콘텐츠 방송시간은 총 12,591,569시간이었음. 이 중, 뉴스정보 방송시간은 1,472,050시간으로 전체의 11.69%를 차지하며 전문지식서비스 방송시간은 1,351,437시간으로 전체의 10.73%, 오락 프로그램 방송시간은 1,167,371시간(9.27%), 드라마(영화) 방송시간은 5,599,022시간(44.47%), 광고 방송시간은 1,480,558시간(11.76%), 기타 프로그램 방송시간은 1,521,120시간(12.08%)이었음.

〈 2005년 TV 콘텐츠 방송시간 〉

(단위 : 시간)



\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

〈 2005년 중국 라디오TV 콘텐츠 방송현황 〉

내용	단위	라디오 콘텐츠	TV 콘텐츠
공중파 라디오TV 콘텐츠 수량	건	2,306	2,899
유료 라디오TV 콘텐츠 수량	건	3	99
인터넷 중계방송콘텐츠 수량	건	242	103
위성전송 TV콘텐츠 수량	건	96	94
유료라디오TV 콘텐츠 방송시간	시간	3,418	682,929
공중파 라디오TV 콘텐츠 방송시간	시간	10,304,214	12,591,569
방송시간 전년대비 증가율	%	5.00	14.00
뉴스정보 콘텐츠 비중	%	20.37	11.69
전문지식서비스 콘텐츠 비중	%	23.61	10.73
오락 콘텐츠 비중	%	30.21	9.27
라디오극(영화, 드라마) 비중	%	4.00	44.47
광고 비중	%	9.00	11.76
제작프로그램 방송 비중	%	68.70	35.44
수입, 교환프로그램 방송비중	%	7.38	46.63
제작 프로그램 방송시간	시간	7,078,967	4,462,958
- 이중 첫 방송	시간	4,443,773	1,698,804
구입, 교환 프로그램 방소시간	시간	760,647	5,871,564
뉴스정보 콘텐츠 방송시간	시간	2,098,876	1,472,050
전문지식서비스콘텐츠 방송시간	시간	2,432,727	1,351,437
오락 콘텐츠 방송시간	시간	3,112,522	1,167,381
라디오극, 드라마 방송시간	시간	411,797	5,599,022
광고 방송시간	시간	927,086	1,480,558
기타 콘텐츠 방송시간	시간	1,321,203	1,521,120
드라마 방송수량	부/회		211,839/4,405,043
수입 드라마 방송수량	부/회		11,495/202,374
애니메이션 방송수량	부/회		17,436/394,359
수입 애니메이션 방송수량	부/회		2,364/65,454

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

〈 2005년 중국 TV 점유 현황 〉

내용	단위	수량
TV 시청인구	만명	122,617.66
TV 점유율	%	95.81
CCTV1 시청인구	만명	118,240.27
CCTV1 점유율	%	92.48
공중파 TV 시청인구	만명	113,980.92
공중파 TV 점유율	%	89.15
공중파 CCTV1 시청인구	만명	109,561.97
공중파 CCTV1 점유율	%	85.69

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

〈 2005년 유료 디지털 TV 수익 〉

순서	지역별	수익(만 위안)
	합계	32,707.50
	国家广播电影电视总局 직수익	3,098.65
1	광둥성	5,709.25
2	상해시	4,948.69
3	사천성	4,002.78
4	절강성	3,630.49
5	섬서성	1,482.00
6	호북성	1,348.02
7	강서성	1,160.87
8	중경시	1,118.71
9	요녕성	1,019.00
10	강소성	793.01
11	흑룡강성	778.95
12	하남성	667.72
13	내몽고자치구	481.62
14	신강자치구	462.30

15	안휘성	390.33
16	산둥성	320.55
17	호남성	317.34
18	하북성	310.70
19	녕하자치구	280.00
20	귀주성	167.00
21	산서성	126.43
22	복건성	44.54
23	청해성	30.00
24	길림성	18.55
25	운남성	-
26	티벳자치구	-
27	천진시	-
28	해남성	-
29	광서자치구	-
30	감숙성	-
31	북경시	-

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

## □ 방송 사업자 현황

- 중국에서 방송 사업자는 주로 공중파 방송, 케이블 TV, 위성 TV로 대분되며 IPTV는 아직 초기 단계로 2006년 하반기부터 상해에서 테스트 운영중임.
- 공중파 방송, 케이블 TV, 위성 TV를 불문하고 전체 TV 방송 산업은 국유 TV 방송국에서 절대적인 시장을 점유함. 민영 TV 방송국은 30분~1시간의 오락 프로그램, 생활 프로그램, 과학기술 프로그램, 드라마 방송과 광고로 이윤을 얻고 있는데 중국에서의 인지도가 높지 않아 수익이 극히 제한적임.

〈 2005년 중국 라디오·영화·드라마 발전 현황 〉

구분	단위	2005년	2004년	증가량	증가율(%)
<b>1. 라디오·영화·드라마 홍보</b>					
라디오방송국 수량	좌	273	282	-9	-3.19
공중파 TV 수량	좌	302	314	-12	3.82
라디오 TV 방송국	좌	1,932	1,913	19	0.99
공용 라디오 콘텐츠 방송 시간	만 시간	1,030.42	983.28	47.14	4.79
공용 TV 콘텐츠 방송시간	만 시간	1,259.16	1,103.52	155.64	14.10
영화	부	260	212	-	-
과학교육편	부	33	30	-	-
다큐멘터리	부	2	10	-	-
애니메이션	부	7	4	-	-
특종 영화	부	14	-	-	-
<b>2. 라디오 TV 수익</b>					
라디오 TV 총 수익	억 위안	931.15	824.72	106.43	12.90
라디오 TV 실제 수익	억 위안	818.54	685.19	133.35	19.46
<b>3. 영화수익</b>					
중국판매수익	억 위안	20.00	-	-	-
TV방영수익	억 위안	11.50	-	-	-
중국영화해외판매수익	억 위안	16.50	11.00	5.50	50.00
<b>4. 라디오 TV 시장점유율</b>					
라디오 시장점유율	%	94.48	94.05	0.43	-
TV 시장점유율	%	95.81	95.29	0.52	-
<b>5. 케이블 TV</b>					
케이블 TV 사용자	만 가구	12,842	11,605	1,237	10.66

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

〈 2005년 중국 각성(자치구, 직할시 포함) 케이블 TV 이용율 〉

번호	지역	케이블 TV 이용률	케이블 TV 가입자
		(%)	(가구)
1	상해시	88.70	4,351,252
2	북경시	64.12	2,820,000
3	천진시	61.47	1,940,500
4	강소성	58.97	8,900,614
5	광둥성	58.07	11,219,016
6	북건성	46.42	4,229,821
7	강소성	46.11	10,764,967
8	중경시	43.58	4,308,423
9	산서성	41.69	3,503,684
10	사천성	39.92	10,141,496
11	녕하자치구	38.77	399,991
12	요녕성	38.53	5,163,975
13	산둥성	36.42	10,078,279
14	신강자치구	35.73	1,403,397
15	광서자치구	35.04	4,500,335
16	길림성	30.96	2,551,019
17	운남성	30.01	3,201,236
18	내몽고자치구	29.85	2,131,088
19	해남성	29.37	580,548
20	섬서성	29.11	2,996,685
21	호북성	29.04	5,081,297
22	귀주성	28.99	2,803,333
23	강서성	26.87	3,288,797
24	흑룡강성	26.85	3,054,053
25	감숙성	26.54	1,727,797
26	칭해성	24.80	313,519
27	하북성	24.26	4,754,110
28	서장자치구	22.58	123,172
29	호남성	21.56	4,275,627
30	하남성	18.72	4,808,605
31	안휘성	16.74	3,003,922

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

〈 2005년 중국 디지털 TV 사용자 현황 〉

지역별	디지털 TV 사용자 수(가구)	유료 디지털 TV 사용자 수(가구)
합계	4,127,564	1,391,852
중앙직속	327,000	327,000
북경시	17,500	-
천진시	200	-
하북성	46,355	13,441
산서성	152,749	-
내몽고자치구	2,122	1,932
요녕성	219,782	5,705
길림성	5,305	305
흑룡강성	32,000	32,000
상해시	63,061	61,853
강소성	114,500	26,200
절강성	645,787	107,071
안휘성	8,968	5,482
복건성	80,273	3,327
강서성	48,321	28,814
산둥성	812,860	1,926
하남성	165,212	44,530
호북성	76,249	53,072
호남성	83,695	32,063
광둥성	754,372	401,872
광서자치구	85,000	-
해남성	-	-
중경시	52,067	7,829
사천성	222,212	184,000
귀주성	4,256	2,458
운남성	6,000	6,000
티벳	346	120
섬서성	25,342	25,342
감숙성	11,320	-
청해성	840	840
닝하자치구	45,000	-
신강자치구	18,870	18,670

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

- 2001년부터 중국정부는 해외 위성 TV 채널의 중국 TV 산업 진출을 것을 승인하였음. 2005년 현재, 중국 정부의 승인을 받은 해외 TV 채널은 31개임

## □ 방송콘텐츠 유통 현황

- TV 프로그램 수입 전, 중앙, 국가기관 소속 수입회사는 중국라디오영화 TV총국 사회관리사에서 《进口广播电视节目带(片)提取单》을 수령하며 지방 수입회사는 성급 라디오영화텔레비전 행정부문에서 《进口广播电视节目带(片)提取单》을 수령함.
- 《进口广播电视节目带(片)提取单》 취득에 필요한 자료
  - 신청보고
  - 수령상품 서류
  - 수입협약
  - 기타 관련 자료
- 수입한 방송콘텐츠가 배급용이며 수입회사는 수입지 세관에 수입관세와 증치세의 납부 수속을 밟아야 함.
- 2004년 10월 28일에 발표한 “中外合资, 合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定”은 중국과 해외 방송콘텐츠 제작사의 합자, 합작회사 설립을 허가함으로써 방송콘텐츠 산업의 대외개방을 제고하였음. 동 규정은 2004년 11월 28일부터 실시함.

## □ 중국 방송 시청자 취향

- 央视-索福瑞媒介研究公司(CSM)<sup>2)</sup>에서 중국 시청자의 취향에 대한 조사를 한 결과에 따르면 뉴스시사는 중국 시청자들이 TV 시청의 우선 요소임. 오락 프로그램은 가장 많은 시청자를 보유함.

2) 동 사는 중국 중앙TV 방송국인 CCTV의 마케팅연구유한회사(CTR)와 TNS에서 합작하여 설립한 업체로 TV 마케팅 연구 기관임



- 뉴스, 드라마 등 프로그램은 공급이 부족한 반면 외국어, 재정경제, 생활서비스 등 프로그램은 공급이 과도한 상황임.
- 시청률이 가장 높은 프로그램은 드라마 부분으로 36.6%를 차지하여 가장 많았으며 나머지는 각각 뉴스시사 15.5%, 전문지식 7.1%, 오락 프로그램 5.8%, 영화 5.3%, 스포츠 3.1%, 생활서비스 프로그램 2.6%, 어린이 프로그램 2.1%, 음악 1.6%, 경극 0.9%, 재정경제 0.7%, 과학 프로그램 0.1%, 외국어 프로그램 0.1%임.
- 뉴스 프로그램에서 중국 중앙TV 방송국인 CCTV(CCTV1, CCTV4, CCTV 뉴스채널)가 60.54%의 시장을 차지하며 성급 위성 TV 방송국은 15.30%, 성급 TV 방송국은 11.82%, 성시 TV 방송국은 9.49%, 해외 TV 방송국이 2.85%의 시장을 차지함.
- 채널별 뉴스프로그램시장에서 CCTV-1은 1위로 전체의 38%를 차지하며 산둥위성, 요녕위성, 호남위성이 각각 5%, 5%, 4%를 차지함.
- 스포츠 프로그램에서 CCTV-5(CCTV 스포츠채널)이 전체 스포츠 프로그램 시장의 72%를 차지 절대적인 점유율을 차지하였음. 성급 TV 스포츠프로그램채널은 19.98%, 성급 위성 TV 스포츠프로그램채널은 3.64%를 차지함. 성시 TV 스포츠프로그램 채널은 3.8%를 차지 중국 정부에서 인위적인 시장조절을 하지 않을 경우, 동 시장에서 성시 TV 스포츠프로그램 채널은 설 자리가 없게 될 것으로 보임.
- CCTV-5의 경우, 시청자의 남녀비율은 7:3이며 시간대별 주 시청자는, 저녁은 중·청년이 위주이며 낮에는 노년 시청자, 오후에는 청소년 시청자의 시청률이 높음.
- 가장 많이 시청하는 스포츠 프로그램은 축구(32%), 다음으로 농구·탁구·배구로 전체의 41%를 차지함. 해외 축구프로그램 시청시간은 162분, 중국 축구프로그램은 40분으로 조사되었음.

- 드라마 시장에서 성급 TV 방송국에서 39.28%의 시장을 차지하였으며 성급 위성 TV 방송국은 21.92%, CCTV는 18.91%, 성시 채널은 16.72%, 해외 채널은 3.03%임. 위성채널에서 안휘위성, 흑룡강위성의 드라마 방송량이 가장 많았으며 CCTV-8, CCTV-1 시청시간이 가장 많은 것으로 나타났음.
- 시청자는 여자가 많으며 초중문화정도의 시청자의 시청시간이 가장 많고 대학이상 문화정도의 시청자의 시청시간은 가장 적었음.
- 초중문화정도의 시청자 시청시간은 일인당 평균 57분이었으며 대학 이상 문화정도의 시청자는 41분이었음.
- 오락 프로그램 시장에서 CCTV는 44.22%, 성급 TV 방송국은 25.54%, 성급 위성채널은 18.61%, 성시 채널은 7.51%, 해외 채널은 4.13%를 차지함.
- 전문지식 프로그램시장에서 CCTV는 46.62%, 성급 TV 방송국은 25.29%, 성급 위성 채널은 14.76%, 성시 채널은 10.56%, 해외 채널은 2.52%를 차지함.
- 영화는 CCTV에서 63%, 성급 TV 방송국에서 19.47%, 성시 채널에서 10.31%, 성급 위성채널은 3.51%, 해외 채널은 3.71%를 차지함. CCTV는 절대적인 우세를 보여주었는데 CCTV의 영화채널인 CCTV-6에서 주로 전체 시장 63% 비중을 차지함.
- 생활서비스 프로그램에서 CCTV에서 39.51%, 성급 TV 방송국에서 23.04%, 성급 위성 채널은 19.04%, 성시 채널은 13.50%, 해외 채널은 4.86%임.

〈 2005년 TV 방송콘텐츠 시청률 TOP 10 〉

순번	방송콘텐츠 명	채널명	평균 시청률(%)	평균 점유율(%)
1	中央电视台 2005年春节联欢晚会	中央电视台 综合频道	34.8	69.3
2	一年又一年	中央电视台 综合频道	18.5	41.5
3	鸡年说鸡	中央电视台 综合频道	18.3	42.0
4	鸡灯猜谜闹元宵-中央电视台 2005年元宵晚会	中央电视台 综合频道	14.7	29.8
5	新闻联播	中央电视台 综合频道	11.5	29.9
6	天气预报	中央电视台 综合频道	11.5	27.6
7	外交部长李肇星答中外记者问	中央电视台 综合频道	10.4	22.5
8	第十届全国人民代表大会 第三次会议闭幕	中央电视台 综合频道	10.3	23.2
9	十届全国人大三次会议 特别报道	中央电视台 综合频道	9.8	21.7
10	团结谱华章-民主展新颜全国政 协第十届三次会议隆重召开	中央电视台 综合频道	9.6	21.8

\* 자료원 : 央视-索福瑞媒介研究有限公司

## □ 방송콘텐츠 관련 전시회 등 중국 행사 정보

### ○ 中國國際影視節目展(5회) China International Film&TV Programs Exhibition

- 일 시 : 2007년 8월 23일 ~ 25일(일년에 1회, 2003년 시작)
- 장 소 : 北京展覽館
- 전시규모 : 24,000m<sup>2</sup>(2006년)
- 참가규모 : 721개(참가 콘텐츠 2,236부, 거래액은 9.36억 위안)
- 특 징 : 중국에서 가장 큰 규모의 방송콘텐츠 전시회임
- 홈페이지 : [www.chnpec.com](http://www.chnpec.com)

### ○ 上海電視節(13회) Shanghai Television Festival

- 일 시 : 2007년 6월 11일~15일(일년에 1회)
- 장 소 : 上海新國際博覽中心
- 전시규모 : 11,500m<sup>2</sup>(2006년)
- 참가규모 : 40여개 국가의 205개 회사 참가(참가 콘텐츠는 365부)
- 특 징 : 중국에서 역사 가장 긴 방송콘텐츠 전시회임
- 홈페이지 : [www.stvf.com](http://www.stvf.com)

## 나. 방송콘텐츠 수입 현황

### □ 수입규모

〈 2005년 중국 TV 콘텐츠 수출입현황 〉

구분	TV 콘텐츠 수출입 총액	TV 콘텐츠		TV 콘텐츠 수출입 총량	TV 콘텐츠		수입 드라마		수입 애니메이션	
		수입액	수출액		수입량	수출량				
	만 위안	만 위안	만 위안	시간	시간	시간	부	회	부	회
총계	46,948.65	40,162.02	6,786.63	79,324	72,644	6,680	327	10,360	103	4,745
国家广电总局 (SARFT)	28,638.78	23,353.61	5,285.17	9,251	3,549	5,702	38	1,132	33	1,530
북경시	2,288.58	1,329.28	959.30	8692	8,313	379	3	156	-	-
하북성	11.60	11.60	-	58	58	-	-	-	-	-
요녕성	30.00	30.00	-	44	44	-	1	20	-	-
길림성	68.00	68.00	-	1,974	1,974	-	21	1,752	1	26
흑룡강성	19.00	19.00	-	98	98	-	5	130	5	154
상해시	990.83	890.83	100.00	1,544	1,344	200	3	74	1	52
강소성	26.00	21.00	5.00	106	85	21	3	60	2	80
절강성	158.00	158.00	-	3,037	2,692	345	72	1,737	20	710
안휘성	2,080.00	2,080.00	-	423	423	-	3	116	-	-
산둥성	147.20	147.20	-	341	341	-	-	-	6	200
호북성	5,725.00	5,725.00	-	1,597	1,597	-	1	20	-	-
호남성	1,100.00	1,100.00	-	875	875	-	1	70-	-	-
광둥성	4,252.20	3,818.20	434.00	5,440	5,410	30	132	3,755	25	1,554
광서자치구	640.00	640.00	-	45,124	45,124	-	31	993	10	439
하남성	160.00	160.00	-	478	478	-	2	40	-	-
사천성	543.46	540.30	3.16	232	229	3	11	305	-	-
섬서성	70.00	70.00	-	10	10	-	-	-	-	-
기타 도시 총계	866.20	482.20	384.00	380	368	12	2	50	6	200
청도시	147.20	147.20	-	341	341	-	-	-	6	200
심천시	719.00	335.00	384.00	39	27	12	2	50	-	-

\* 자료원 : 国家广播电影电视总局

## □ 한국 방송콘텐츠 진출 사례

- 중국에서 한국 방송콘텐츠의 인지도는 비교적 높음. 특히 한류 열풍을 이끌었던 드라마는 단순한 플롯과 극적 요소 부족으로 대표되는 중국 드라마에 비해 디테일한 구성과 미남미녀 스타들의 연기력을 바탕으로 엄청난 인기를 모으고 있음.
- CCTV-1에서 수입 방영한 “사랑의 뒤통스”는 초기 대표 한국 드라마로 동 드라마는 20세~60세의 다양한 연령대의 시청자들의 사랑을 받았다.
  - 동 드라마의 성공을 바탕으로 CCTV는 “목욕탕집 남자들”, “보고 또 보고”, “명성황후”, “인어아가씨” 등 대형드라마를 잇따라 수입 방영하였고 대부분 큰 성공을 거두었음.
  - 동 드라마들은 방송횟수가 많으면 많을수록 시청률이 증가하는 특징을 보였는데 이는 드라마의 극적인 전개와 구성이 시청자들의 몰입도를 크게 높인 결과로 분석됨. 일반 시청자들은 한국 드라마는 너무 길고 잘게 구성되어있다고 다소 불평을 하는 경우가 있지만 바로 이러한 적정한 회 구분이 점이 정작 높은 시청률을 유도하고 있는 것임. 참고로 170회 분량의 “보고 또 보고”의 경우, 1부의 평균 시청률은 0.44%, 2부의 평균 시청률은 0.86%이었음. 3부의 평균 시청률은 1.72%로 동 시간대 시청 순위 1위였음.
- 안재욱, 최진실, 차인표 주연의 드라마 “별은 내 가슴에”는 비록 CCTV가 아닌 지방 위성채널이나 케이블 TV를 통해 방영되었지만 참신한 시나리오, 감성적인 러브스토리, 주인공들의 완벽한 연기력 등으로 중국 시장에서 대박을 거둔 작품임. 안재욱은 동 드라마의 출연으로 단번에 한류 초특급 스타로 떠올랐으며 김희선과 함께 현재까지 한류 스타의 대표로 대우받고 있음.

- 한편, 중국과 한국에서 합작하여 제작한 “내 사랑 북경”은 한류 붐이 막 일기 시작할 즈음에 최초로 한중 합작 드라마로 처음부터 매체의 주목을 받았음. 그러나 한국드라마의 아름다운 러브스토리, 섬세한 표현력이 제대로 발휘되지 않았고 주인공(김재원, 한채영) 역시 한류스타로 분류되기 어려운 인물들을 채택하여 성공을 거두지 못하였음
  
- 젊은 층들에게 인기가 있는 가수, 텔런트, 배우, 개그맨들이 활약하는 오락 프로그램(예 : 연애편지, X맨 등) 또한 젊은층에서 인기를 모으고 있음. 동 프로그램은 스타들이 팀을 이뤄 진행하는 게임 형식으로 구성되어 양국간의 문화적 차이가 크게 작용하지 않아 한류스타를 좋아하는 젊은이들에게 쉽게 수용되는 특징이 있음
  
- 반면, 현재 한국에서 큰 인기를 받고 있는 무릎팍도사, 야심만만과 같은 문화색이 비교적 큰 토크위주의 프로그램은 정서적 공감대 형성이 힘들기에 성공을 거두기 어려울 것임.

- 연애편지, X맨 등은 불법 루트로 인터넷이나 불법 DVD로 유통됨.

## 다. 방송콘텐츠 중국 수출전략

- 중국 방송콘텐츠 산업에서 오락 프로그램과 드라마(영화) 등은 한국 제품이 절대적인 경쟁력을 가지고 있는 분야로 시장 수급현황 자체도 공급이 부족한데다 중국 현지 영향력이 있는 프로그램이 매우 적기 때문에 시장진출 여건이 양호한 상황임.
- 특히 真人秀 프로그램으로 불리는 “빅브라더(Big Brother)”, “아메리칸 아이돌(American Idol)”, “심플 라이프(Simple Life)”, “아내를 바꿔라(Wife Swap)” 등과 같은 소위 리얼리티 TV 프로그램은 상당한 인기를 모았음.



## 라. 중국 방송콘텐츠 관련 기업 리스트

### □ 방송콘텐츠 바이어 정보

中国电影集团公司-电影进出口分公司		설립연도	1999년	
		홈페이지	www.chinafilm.com	
업종분류	영화제작, 해외영화 수입, 배급		직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A		자 본 금	N/A
전 화	86-10-6223-6501		팩 스	86-10-6223-6501
Contact Person	직 위	N/A	이 름	缪风(Miao Feng)
	이메일	cfcg@chinafilm.com		
	전 화	86-10-6223-6501		
주요품목	영화제작, 해외영화 수입, 배급			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동사는 중국 정부에서 유일하게 해외 영화 수입·경영권을 부여한 기업임. 년마다 세계의 1,000여부의 영화를 접촉하여 이중, 가장 우수하고 중국 관중에게 적절한 영화를 선정하여 수입하여 배급함. 동시에 중국 영화를 해외로 수출하는 업무도 진행함</li> </ul>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 수입 영화 : Ghost Ride, Transformer, Pirates of the Caribea, TMNT, Spider-Man, Tristan and Isold, Click 등임</li> <li>- 한국영화 “클래식” 을 수입·배급함(2003년)</li> </ul>			

海润影视制作有限公司		설립연도	2003년
		홈페이지	www.hairunmedia.com
업종분류	드라마제작, 방송콘텐츠 수입		직 원 수 N/A
'06 매출액	N/A		자 본 금 N/A
전 화	86-10-6489-7799		팩 스 86-10-6493-5440
Contact Person	직 위	사장	이 름 刘燕铭
	이메일	N/A	
	전 화	86-10-6496-8874	
주요품목	드라마제작, 방송콘텐츠 수입		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동 사는 드라마 제작, 배급, 해외 방송콘텐츠 수입 등 업무를 진행하는 제작사임. 연간 드라마 제작량은 600여 회임. 성공을 거둔 드라마로는 “永不瞑目”, “玉观音”, “拿什么拯救你我的爱人” 등 주로 죄와 벌, 권선징악을 주제로 한 내용이었음.</li> <li>- Time Warner 산하의 华娱위성과 합작하여 동 위성의 프로그램 수입과 배급, 광고대리를 함</li> </ul>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Time Warner 산하의 华娱위성과 합작하여 동 위성의 프로그램 수입, 배급</li> </ul>		

湖南华夏影视传播有限公司		설립연도	1989년
		홈페이지	www.hunantv.com
업종분류	제작, 배급사	직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전화	86-731-4801-266	팩 스	86-731-4801-267
Contact Person	직 위	N/A	이 름 易先生
	이메일	huaxia@hunantv.com	
	전 화	86-731-4801-266	
주요품목	드라마 제작, 영화 배급		
사업 현황	- 동 사는 드라마 제작, 해외 영화 배급·유통회사임.		
해외 방송콘텐츠 수입실적	- 최초에 대만 여류작가 경요의 대표작을 드라마로 제작한 작품을 대만에서 수입하여 배급하였음. 2000년도부터 경요 소속 대만회사와 합작하여 “황제의 딸”을 제작하였음 - 해외 수입 영화 : “Cold Mountain”		

广州俏佳人文化传播有限公司		설립연도	1994년	
		홈페이지	www.gzbeauty.com	
업종분류	수입, 유통	직 원 수	N/A	
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A	
전 화	86-20-8725-0353	팩 스	86-20-8725-0304	
Contact Person	직 위	N/A	이 름	N/A
	이메일	info@gzbeauty.com		
	전 화	N/A		
주요품목	애니메이션, 비디오, 테이프			
사업 현황	<p>- 동 사는 비디오, 테이프, 애니메이션, 인터넷 매체, 해외 문화 교류 등을 진행하는 미디어 그룹임. 현재 중국 북경, 상해 등 지역에 10여개의 지사와 미국 로스앤젤레스, 프랑스 파리 등 국가의 주요 도시에 20여개의 지사를 운영하고 있음.</p>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<p>- 해외 애니메이션 수입 : 명탐정 코난, 슬램덩크</p>			

北京华奥七频文化发展有限公司		설립연도	1995년	
		홈페이지	www.i7tv.com.cn	
업종분류	방송콘텐츠 제작, 유통		직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A		자 본 금	N/A
전 화	86-10-6442-5787		팩 스	86-10-6442-3908
Contact Person	직 위	N/A	이 름	孙先生
	이메일	tsun@i7tv.com.cn		
	전 화	86-10-6442-5787		
주요품목	오락 콘텐츠			
사업 현황	<p>- 동사는 TV 콘텐츠 수입, 제작, 배급 등을 전문으로 하는 기업임. 현재 수입하는 방송콘텐츠는 드라마, 애니메이션, 과학기술 프로그램, 체육 프로그램, 아동 교육 프로그램, 가족 오락 프로그램임.</p>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<p>- 호주의 "Who Dares Win", 일본 애니메이션 "드래곤볼", "란자"</p>			

中国国际电视总公司		설립연도	1984년	
		홈페이지	www.citvc.com	
업종분류	수입, 배급		직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A		자 본 금	N/A
전 화	86-10-6395-0016		팩 스	86-10-6395-7106
Contact Person	직 위	부사장	이 름	张海潮
	이메일	office@ctpa.com.cn		
	전 화	86-10-6395-7153		
주요품목	CCTV 관련대리, 방송콘텐츠 수입, 배급, 유통			
사업 현황	<p>- 동 사는 CCTV에서 투자하여 설립한 대형 국유 독자기업임. 주로 CCTV 콘텐츠 관련 대리상이며 유일한 해외위성 TV 콘텐츠 대리상이며 TV 콘텐츠 수입권한이 있음.</p>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<p>- “사랑이 뭐길래”, “인어아가씨” 등 한국 드라마</p>			

广州肯特影视广告传播有限公司		설립연도	1995년	
		홈페이지	N/A	
업종분류	드라마 수입, 배급		직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A		자 본 금	N/A
전 화	86-20-3825-0388		팩 스	86-20-3825-0388
Contact Person	직 위	N/A	이 름	Ms. Cao
	이메일	chinagzkt@163.net		
	전 화	86-20-3825-0388		
주요품목	드라마, 오락프로그램 수입, 배급			
사업 현황	<p>- 동사는 방송콘텐츠 경영, 대형공연기획, 매체 대리 등 업무를 총괄하는 문화콘텐츠 기업임. 수입, 대리한 제품을 중국 600여 개의 케이블 TV, 공중파 TV에 제공함. 현재까지 배급한 드라마는 “大唐情史”, “凤在江湖”, “情债”, “人生百味” 등 30부, 오락프로그램 “开心恶作剧”, “中国原创音乐总评榜”, 과학교육프로그램 “成功的宝宝” 등이 있음.</p>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<p>- 오락 프로그램 “开心恶作剧”, “中国原创音乐总评榜”</p>			

广州东升影视文化传播有限公司		설립연도	2003년	
		홈페이지	www.cnave.com	
업종분류	수입, 유통		직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A		자 본 금	N/A
전 화	86-20-2627-1327		팩 스	86-20-2627-1827
Contact Person	직 위	N/A	이 름	钟小姐
	이메일	dsys@163.com		
	전 화	86-20-2627-1518		
주요품목	드라마, 영화, 애니메이션, 음악 수입, 유통			
사업 현황	<p>- 동 사는 수입, 투자제작계획, 배급 등을 일체로 한 종합 문화콘텐츠 회사임. 중국 비디오테이프산업협회, 중국애니메이션협회의 회원사이며 영화, 드라마, 애니메이션, 음악 등 제품을 주로 취급함.</p> <p>- 주요 협력사로는 东映动画有限公司, 国际影业有限公司, 香港中国星集团, 香港无线电视机构(TVB), 东亚娱乐, 中央电视台, 北京亚寰影音制作有限公司, 台湾三立电视台, 八大电视股份有限公司, 中天电视台 등이 있음.</p>			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<p>- 수입 작품으로는 애니메이션 “드래곤볼”, 대만 드라마 “미소 pasta”, 한국 드라마 “원더풀 라이프”, “그린로즈”, “봄날” 등</p> <p>- “2006년 월드컵”</p> <p>- 대만 오락 프로그램 “康熙来了”</p>			



北京环球经纬影视文化传播有限公司		설립연도	N/A
		홈페이지	www.hqjw.com
업종분류	제작, 수입	직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	86-10-8205-0841	팩 스	86-10-8205-7460
Contact Person	직 위	N/A	이 름 王爱萍(Wang Ai Ping)
	이메일	huanqiujingwei@hotmail.com	
	전 화	86-10-8205-0841 ext)18	
주요품목	수입, 배급, 제작		
사업 현황	<p>- 동사는 아시아 드라마를 전문 수입하여 중국 내 배급하는 회사임. 최근에는 주로 한국 드라마를 수입배급 하고 있음.</p>		
해외 방송콘텐츠 수입실적	<p>- 불새, 신입사원, 미안하다 사랑한다, 낭랑 18세, 황태자의 첫사랑</p> <p>- 싱가포르 “소오강호”, 대만 “사랑 받는 여인”, 홍콩 “남해십삼랑”</p>		

北京视博林影视文化传播有限公司		설립연도	2004년	
		홈페이지	N/A	
업종분류	영화 수입	직 원 수	N/A	
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A	
전 화	86-10-6470-2681	팩 스	86-10-6473-0352	
Contact Person	직 위	매니저	이 름	Li Ying Hua
	이메일	N/A		
	전 화	86-10-6470-2681		
주요품목	영화 수입, 유통			
사업 현황	- 해외 영화 전문 수입, 배급사임. 현재 주로 한국 영화를 수입함.			
해외 방송콘텐츠 수입실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주부퀴즈왕</li> <li>- Kiss or Kill</li> <li>- Dark Side of the Sun</li> </ul>			

□ 방송콘텐츠 제작사 정보

中国电视剧制作中心		설립연도	1983년
		홈페이지	www.cctv.com
업종분류	드라마 제작사		직 원 수 284명
'06 매출액	N/A		자 본 금 N/A
전 화	86-10-6345-1155		팩 스 N/A
Contact Person	직 위	주임	이 름 李培森
	이메일	syfzk@cctv.com	
	전 화	86-10-6345-1155	
제작분야	드라마		
사업 현황	<p>- 동 사는 CCTV 소속의 드라마 제작사임. 1983년 설립 이래, 400여부의 4,000회의 드라마를 제작하였음. 명작 개편 드라마, 고전 드라마, 사극, 아동드라마, 음악극 등 여러 장르의 드라마를 제작함</p>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	<p>- 한국과 합작 “내 사랑 북경”</p>		

北京东方欢腾文化艺术发展有限公司		설립연도	2000년
		홈페이지	www.chaojifangwen.com
업종분류	방송콘텐츠 제작사	직 원 수	N/A
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	86-10-6552-4486	팩 스	86-10-6552-4490
Contact Person	직 위	프로듀서	이 름 李静
	이메일	N/A	
	전 화	86-10-6552-4486	
제작분야	오락 프로그램		
사업 현황	<p>- 동사는 TV 방송콘텐츠 제작사임. 현재 방송콘텐츠의 기획, 제작, 배급, 광고운영, 오락행사, 스타 매니저 등 업무를 진행함. 200여 개의 TV 방송국과 해외 배급기관과 긴밀한 합작관계를 유지함.</p> <p>- 제작한 오락 프로그램으로는 当红不让, 小鸡捉老鹰, 今天大不同, 超级访问, 情感方程式, 娱乐麻辣烫, 美丽俏佳人, 爱生活 등이 있음.</p>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	없음		

中视传媒股份有限公司		설립연도	N/A
		홈페이지	www.ctv-media.com.cn
업종분류	방송콘텐츠 제작사	직 원 수	479명
'06 매출액	RMB 4.17억 위안	자 본 금	N/A
전 화	86-21-6276-5168	팩 스	86-21-6876-3868
Contact Person	직 위	사장	이 름 高小平
	이메일	ctvoffice@ctv-media.com.cn	
	전 화	86-21-6276-5168	
제작분야	영화, 드라마, 다큐멘터리, 방송콘텐츠		
사업 현황	<p>- 동 사는 중국 CCTV에서 투자하여 설립한 상장업체임. 현재 주로 드라마 제작, 방송콘텐츠 제작 및 판매, 촬영기지 개발 및 운영, 촬영설비 임대와 기술 서비스, 매체광고 대리 등 업무를 진행함.</p> <p>- 제작한 영화는 “生死劫”, “我们”, “银饰” 등이며, 드라마는 “大校的女儿”, “绝对隐私”, “国家使命”, “上书房”, 다큐멘터리는 “抗战”, “儿女英雄传” 등이며, 오락프로그램은 “欢乐中国行” 등이 있음</p>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	없음		

光线传媒有限公司		설립연도	1999년
		홈페이지	www.netandtv.com
업종분류	오락 프로그램 제작, 배급	직 원 수	400명
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	86-10-6451-6000	팩 스	86-10-8422-2188
Contact Person	직 위	사장	이 름 王长田
	이메일	zhaopin@ewang.com	
	전 화	86-10-6451-6000	
제작분야	오락 프로그램		
사업 현황	- 娱乐现场, 音乐风云榜, 电视剧风云榜, 时尚风云榜, 娱乐中心, 明星BIGSTAR, 超级现场 등		
해외 공동제작 프로젝트 실적	없음		

中国电视剧制作中心		설립연도	1983년
		홈페이지	www.cctv.com
업종분류	드라마 제작사	직 원 수	284명
'06 매출액	N/A	자 본 금	N/A
전 화	86-10-6345-1155	팩 스	N/A
Contact Person	직 위	주임	이 름 李培森
	이메일	syfzk@cctv.com	
	전 화	86-10-6345-1155	
제작분야	드라마		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동 사는 CCTV 소속의 드라마 제작사임. 1983년 설립 이래, 400여부의 4,000회의 드라마를 제작하였음.</li> <li>- 명작 개편 드라마, 고전 드라마, 사극, 아동드라마, 음악극 등 여러 장르의 드라마를 제작함</li> </ul>		
해외 공동제작 프로젝트 실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국과 합작 “내 사랑 북경”</li> </ul>		

# 태국 방송콘텐츠시장 현지동향 및 진출전략

- 방콕 무역관 -



## 가. 방송콘텐츠 산업 현지 동향

### □ 방송콘텐츠 시장 규모

- 태국에는 3, 5, 7, 9, 11, iTV 등 6개 공중파 채널이 운영 중이며, 채널별 연간 방영 프로그램 수는 150 - 190편 정도임.

- 태국 내 자체 제작 프로그램 비율은 90%를 상회

#### 〈 채널별 세부내역 〉

채널	연간 방영 프로그램수	태국 내 제작 (%)	수입 (%)	평균 시청률 (%)
3	na	94%	6%	32%
5	183	98%	2%	9%
7	159	94%	6%	41%
9	na	N/A.	N/A.	9%
11	na	N/A.	N/A.	2%
iTV	166	94%	6%	7%

\* 자료원 : AC Nielson research, 방송사 인터뷰 (Channel 3, 5, 7 and iTV)

\* 주 : '06년도 기준

- 6개 방송사 관계자 면담을 종합한 결과 전체 방영 프로그램 중 외국 프로그램의 비율은 10%선이고, 이중 한국 프로그램의 비중은 전체의 1% 미만인 것으로 추정됨.

## □ 방송 사업자 현황

### 1) 공중파 방송

- Channel 3
  - 운영 : BEC World Public Co., Ltd.
  - 특징 : 뉴스, 교육, 오락 연예물 등 방영
  
- Channel 7
  - 운영 : Bangkok Broadcasting & TV Co., Ltd.
  - 특징 : 뉴스, 드라마(해외 드라마), 스포츠, 오락 연예물 등 방영
  
- Channel 5
  - 운영 : Royal Thai Army
  - 특징 : 뉴스, 교육, 드라마(로컬 드라마) 등
  
- Channel 9
  - 운영 : Mass Communications Organization of Thailand(MCOT)  
(정부기관)
  - 특징 : 뉴스 중심 채널
  
- Channel 11
  - 운영 : National Broadcasting Services of Thailand (NBT)  
(Public Relations Department 산하)
  - 특징 : 교육, 국민계도, 대국민 홍보, 해외뉴스 등에 중점
  
- ITV
  - 운영 : Mass Communications Organization of Thailand(MCOT)  
(정부기관)
    - '06년도까지 전 태국수상 탁신 치나왓 소유의 민영 기업이었으나 '07년도 기업 부채 문제로 정부 소속 방송사로 변경
  - 특징 : 뉴스, 드라마(해외드라마), 스포츠, 오락 연예물 중심

## 2) 케이블TV / 위성TV

- 태국 내 약 10여개의 중소규모 케이블 TV 방송국이 있으나 현재 True UBC (구 UBC)가 케이블 TV 시장을 독점하는 양상임.

## 3) IPTV

- 아직까지 IPTV는 현지인들에게 인지도가 매우 낮은 편이며, 대형 인터넷 브로드밴드 기업체를 중심으로 시장 도입 단계임.
- www.ip-tv.tv
  - 태국 대규모 인터넷 기업체인 Shin Broadband internet (Thailand) Co., Ltd. 사에서 가장 먼저 관련 사업 전개한 바 있음. 관련 HD 방송의 새로운 파트너 모색 중
- www.truevisiontv.com
  - 케이블 채널 TrueUBC를 운영 중인 True Vision사의 홈페이지 상에서 'TV on Internet' 코너로 운영 중임.

## □ 방송콘텐츠 유통 현황

- 현지 공중파 방송국은 대부분의 프로그램을 독립 제작업체를 통해 공급받고 있음. 업무 협조 방식은 크게 두 가지 경우로 구분됨.

### 1) 프로그램 제작업체가 방송 시간대를 렌트할 경우

- 프로덕션이 방송사로부터 특정 시간의 방송권을 매입하여 총괄
- 매입된 방송시간에 대한 비용 및 이익은 프로덕션의 책임
- 유지비용 관리를 위해 프로그램의 질 향상에 한계가 있음.

### 2) 방송국이 프로덕션으로부터 프로그램만 소싱할 경우

- 방송국이 프로덕션으로부터 완성된 프로그램만 공급받음
- 방송시간에 대한 비용 및 이익은 방송사의 책임
- 보편적으로 활용되는 현지 유통 구조

- 일반적으로 방송사는 1개의 현지 드라마 시리즈를 약 50만달러('06년 기준)에 구입. 프로덕션의 입장에서는 프로그램 판매단가가 거의 고정되어 있어 대규모 투자가 어려운 구조임.
- o 태국 내 방송위원회(The National Broadcasting Commission)는 태국 국왕 및 왕실 관련 사항, 폭력물, 음란물, 음주 관련 방송을 불허하고 있으며, 외산 방송 프로그램 수입 및 방영 시에도 적용됨.
- o 한국에 비해 특이한 규제사항은 태국 국왕의 음주문화 지양 권고 방침에 따라 정부차원에서 주류나 음주장면을 방영을 불허하는 것임
- 외국 영화 방영 시 음주 장면이나 주류는 공중과 방영 불가로 모자이크 처리됨. 폭력 영상보다 더 철저하게 규제하고 있음.

## □ 현지 방송 시청자 취향

- o 태국 방송 시장 내 주요 인기 장르는 드라마(멜로물)이 독보적임.
- o 태국은 전반적으로 TV 시청률이 낮은 편임
  - 채널 7번 뉴스 : 평균 6 ~ 7%
  - 수입 외화 : 최대 5%
  - 태국 드라마 : 평균 7%, 최대 15 ~ 20% 수준
- o 한국 드라마는 전체적인 시청률 평균 1~5%대이며 인기 드라마 몇 편만이 10%대 내외를 기록한 바 있음.

### 〈 방영된 한국 드라마 최대 평균시청률 현황 〉

순위	드라마명	방영시기	채널	평균시청률
1	대장금	'05.10~'06.2	채널 3	14%
2	풀하우스	'05.6~7	채널 7	7%
3	파리의 연인	'05.12~'06.1	채널 7	6%

자료원 : 각 방송사 인터뷰

- '05년도 말부터 '06년도 초까지 채널 3번에서 방영된 '대장금'은 태국 방송사 드라마 시청률 가운데에서도 순위권에 드는 최고 기록임.

## □ 방송콘텐츠 관련 전시회 등 현지 행사 정보

- 현재 프로그램 수출보다 제작과 수입에 큰 비중을 두고 있는 태국 방송콘텐츠 시장은 한국의 BCWW, 광주 ACE(방송콘텐츠 전시회)와 같은 방송콘텐츠 전문 전시회가 부재

## 나. 방송콘텐츠 수입 현황

### □ 주요 수입국 및 수입규모

- 주요 수입국은 중국, 미국, 한국, 일본, 대만, 홍콩 등임.
- 중국계 태국인이 전체 인구의 약 15%를 차지하고 있는 만큼 중화권 프로그램의 수입 선호도가 높은 편임.
- 주말 영화의 경우 미국산이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 수입 드라마의 경우 한국, 중국, 일본 순으로 각기 1~2%의 비중 차지
- 전체 프로그램 수입 규모의 통계 수치 불가. 현지 공중파 방송사 담당자에 따르면 각 방송사당 수입 프로그램 비중은 약 7~10%로 추정됨.

### □ 수입 방송콘텐츠 성공 사례

- 미국산 드라마 ‘CSI’(추리, 수사 프로그램)의 사례
  - 공중파 방송에서 방영 중인 미국 드라마의 경우 큰 성공 사례는 아직까지 없음
  - ‘CSI’의 경우 평일 오후 시간대에 Ch7에서 방영 중이며, 미국산 드라마 가운데 가장 오랫동안 방영되며 인기 유지
  - 그러나 프라임 시간대가 아닌 점에서 한계가 있음
  - 공중파 외에 TrueUBC 등 케이블 채널에서도 방영 중이며, 관련 VCD/DVD가 함께 유통되고 있음.
- 미국산 서바이벌 프로그램 ‘Fear Factor’의 사례

- 외국산 프로그램을 가장 많이 수입해온 ITV에서 가장 오랜 기간동안 방영되며 인기를 얻음.
- 상금을 놓고 서바이벌 형식으로 각종 관문을 통과하는 프로그램으로 도전 과정에서 출연자들을 고통스럽게 하는 장면들이 계속 방영되나 이러한 파격적인 내용이 태국인들에게 더욱 인기를 얻게 된 요인임.

## □ 한국 방송콘텐츠 진출 사례

- 현지에서 가장 인지도가 높은 한국 방송콘텐츠는 드라마임. 그중 ‘대장금’은 태국인 남녀노소를 불문하고 모두 알고 있을 만큼 그 인기가 매우 높았음.
- 드라마 ‘대장금’ 성공사례
  - 방영 시기 : '05년 10월 ~ '06년 2월 (재방송 : '06년 4월 ~6월)
  - 방영 채널 : 태국 공중파 채널 3
  - 다양한 파급 효과로 한류 열풍의 큰 역할을 한 드라마임.
    - 대장금 방영 이후 관련 광고 급증
    - 드라마의 소재인 한국 요리 관심 집중 및 한국 음식점 매출 상승
  - 태국에서 방영된 한국 드라마 가운데 최고 시청률 15% 기록
    - 태국 인기 드라마의 경우 시청률이 대체로 한 자리수
- 성공요인
  - 인종 구성상 중국 내 인기 드라마가 태국에서도 인기가 높음.
  - 전체 국민 가운데 화교 14%, 태국인 85% 비율
  - 태국인 중 상당수가 중국인과의 혼혈로 중국문화의 저변이 넓음.

## 다. 방송콘텐츠 현지 수출 전략

### □ 현지 방송콘텐츠 수출계약 절차

- '05년도까지 시장 규모 협소로 직수출이 이루어지지 못하고 에이전트를 통해 수출 상담이 이루어졌음.
- '05년도 말 드라마 '대장금'의 성공 이후 한국산 드라마 수입이 2배로 증가하면서, 대작 드라마의 경우 방송사간 접촉을 통해 프로그램 직수입이 시작됨.
- 그러나 아직까지 단가 문제로 인근 아시아 국가(홍콩, 대만 등)의 에이전트를 통한 수입 사례가 빈번함

### □ 한국 프로그램 수입상의 문제점

- 한국의 일부 프로덕션의 경우 홍콩, 싱가포르 등의 에이전트에 태국지역을 포함하는 포괄적으로 배급권을 주는 사례가 있어 태국 수입 시 단가 상승의 원인이 되고 있음.
- 프로그램 수출로는 초기 단계이나, 향후 발전 가능성을 염두에 두고 시장공략을 할 필요가 있음.
- 한국 수출업체가 상담 참가시 성실성이 떨어지고, 의사결정에도 장시간이 소요되며, 합의사항에 대해 불분명하고 모호한 태도를 보이는 등의 문제가 태국 방송 수입업체가 호소하는 주된 애로 사항임



## □ 유망한 타겟 장르 및 고객층



- 현재 태국 방송 프로그램 수요는 드라마가 가장 크며, 한국 수출 프로그램 또한 드라마에 집중되어 있는 실정임.
- 약 2-3년 전까지 드라마 시장의 주요 고객층은 40대 이상 여성이 독보적이었으나, '05년도부터 한류 드라마의 본격적인 인기 상승으로 점차 연령대가 낮아지는 추세임.
  - 한류 스타의 인기 상승과 함께 드라마 내에서 한류 패션과 문화를 배우려는 청소년, 20-30대 층의 동시 공략이 필요
- 태국은 사랑 이야기를 소재로 한 장르의 드라마 인기가 독보적
  - 드라마 시청자의 70%가 여성 시청자인 사실과 밀접한 관련
  - 액션 장르의 드라마는 인기를 끌지 못해 제작을 피하는 추세
  - 출연 배우의 미모, 애정 갈등의 소재를 인기 필수 요소로 꼽음
- 그러나 매번 비슷한 스토리로 전개되는 한국산 드라마 멜로물이 식상하다는 현지인들의 지적이 일부에서 시작되고 있는 바, 현지 시장에 맞는 새로운 장르의 프로그램 수출을 고려해야 함.
- 대장금 방영 이후, 역사극 선호도 소폭 증가
  - 현지 선호도의 변화 추세를 반영, 채널3은 '허준', '서동요', '주몽' ('07년 5월 방영) 등 사극 수입 중



## □ 기타 현지화 전략 제언

- 현지 제작업체와의 공동 제작 사업 추진
  - 현재 태국 방송 프로그램은 한국에 비해 ‘간접광고’에 대한 규제가 거의 없는 편임. 공동제작을 통한 프로그램 내 한국산 제품 동시 마케팅 가능
- '06년도 최초로 한국 드라마 프로덕션과 태국 프로그램 프로덕션의 현지 공동제작 및 방영 사례가 있음.
  - 제작업체 간의 문제로 8회분 방영회수 가운데 6회분에서 중영.
- 관련 산업 담당자 인터뷰 결과, 중소규모 태국 케이블 TV 업체 또한 한국 프로그램 전문 채널을 신설하여 관련 한국산 프로그램을 수입하려는 사업을 구상 중에 있음.

## 라. 현지 관련 기업 리스트

### □ 방송콘텐츠 수입 바이어 정보

BANGKOK BROADCASTING & TELEVISION CO. LTD. (Channel 7)		설립연도	1967년
		홈페이지	www.ch7.com
업종분류	방송 프로그램 제작사	직 원 수	N/A
'06매출액	약 1억 5천만 달러	자 본 금	약 160만 달러
전 화	(66-2) 731-0630	팩 스	(66-2) 272-0201
Contact Person	직 위	Head of International Program Acquisition	이 름 Ms. Krissada
	이메일	marketing@ch7.com	
	전 화	(66-2) 731-0630	
주요품목	연예, 스포츠, 뉴스, 드라마 관련 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 주요 공중파 방송 3사 가운데 하나임</li> <li>- 주로 연예, 스포츠, 드라마 관련 프로그램 수입 중</li> <li>- 현재 한국 드라마를 가장 많이 수입하고 있음</li> <li>- 한국 드라마의 트렌드를 가장 빠르게 도입하고 있음</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p>주요 Ch7뉴스 사이트와 한국 드라마 '러브스토리 in 하버드'</p>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로운 형태의 한류 제작물 수입 검토 중</li> <li>- 드라마 제작 기술 제휴 희망</li> </ul>		

BANGKOK ENTERTAINMENT CO. LTD. (Channel 3)		설립연도	1967년
		홈페이지	www.thaitv3.com
업종분류	방송 프로그램 제작사	직 원 수	N/A
'06매출액	약 2억 달러	자 본 금	약 200만 달러
전 화	(66-2) 262-3251	팩 스	(66-2) 204-1384
Contact Person	직 위	Public Relation Manager	이 름 Mr. Borisuth
	이메일	info@thaitv3.com	
	전 화	(66-2) 262-3251	
주요품목	연예, 스포츠, 뉴스, 드라마, 다큐멘터리 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 주요 공중파 방송 3사 가운데 하나임</li> <li>- 드라마, 연예 관련 인지도가 가장 높은 방송사</li> <li>- '05년도 '대장금'의 큰 성공 이후 한국 관련 프로그램 수입 및 제작 증가 추세임</li> <li>- 현재 한국에서 촬영한 태국 드라마가 인기리에 방영 중</li> <li>- 사극 등 대작 위주로 수입 하려는 경향</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">채널3번 그룹 사이트와 한국 드라마 '허준'</p>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 드라마, 쇼 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 한국 인기 드라마를 수입 중이며 새로운 형태의 한류 프로그램 도입 희망</li> <li>- 한류 관련 다큐 프로그램 제작중</li> </ul> </li> <li>· 한국 내 태국 드라마 촬영 협조 및 기술 제휴</li> </ul>		

ITV PUBLIC CO. LTD.		설립연도	1995년
		홈페이지	www.itv.co.th
업종분류	방송 프로그램 제작사	직 원 수	약 1300명
'06매출액	약 7천만 달러	자 본 금	약 1억 달러
전 화	(66-2) 791-1000	팩 스	(66-2) 791-1316
Contact Person	직 위	Manager	이 름 Ms. Thattiya
	이메일	pantadp@itv.co.th	
	전 화	(66-2) 791-1000	
주요품목	연예, 스포츠, 뉴스, 드라마, 다큐멘터리 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 내 주요 방송 3사 가운데 유일한 민영 기업</li> <li>- 수입 비중이 가장 큰 방송사</li> <li>- 직접 수입도 가능하며 예능 프로그램 전문</li> <li>- 아시안 시리즈를 방영하고 있음</li> </ul>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 드라마, 쇼 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 10-20대를 겨냥한 하이틴 로맨스 드라마 수입 경향</li> <li>- 태국 한류 연예인이 출연하는 드라마 선</li> </ul> </li> <li>· 드라마 제작 기술 제휴</li> </ul>		

<b>JSL Co. Ltd.</b>		설립연도	1980년
		홈페이지	www.jsl.co.th
업종분류	방송 프로그램 제작사	직 원 수	약 380명
'06매출액	약 1500만 달러	자 본 금	약 150만 달러
전 화	(66-2) 731-0603	팩 스	(66-2) 731-3063
Contact Person	직 위	Senior Executive Vice President	이 름 Mr. Montira
	이메일	montira@ai.co.th	
	전 화	(66-2) 731-0603	
주요품목	예능, 스포츠 애니메이션 프로그램		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 내 대규모 방송 프로그램 제작사</li> <li>- 애니메이션 관련 수입 중</li> <li>- 각종 예능 프로그램 및 게임쇼 프로그램 제작 및 수입</li> </ul>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 게임, 애니메이션 방송 프로그램</li> <li>- 한국 관련 출장 및 접촉 경험 있음</li> </ul>		

<b>MEDIA OF MEDIAS</b>		설립연도	1985년	
		홈페이지	www.medias.co.th	
업종분류	방송 프로그램 제작사	직 원 수	약 100명	
'06매출액	약 1500만 달러	자 본 금	약 160만 달러	
전 화	(66-2) 376-0503	팩 스	(66-2) 370-1638	
Contact Person	직 위	Marketing Manager	이 름	Mr. Tirak
	이메일	tirak@medias.co.th		
	전 화	(66-2) 731-0603		
주요품목	주요 예능 프로그램 제작			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 공중파 채널 7번의 프로그램 제작사</li> <li>- 한국 프로그램 제작사의 프로그램 공동 제작 경험</li> <li>- 한국 관련 새로운 프로그램에 관심</li> </ul>			
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 프로그램 제작 제휴                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이미 제작 경험 있음</li> <li>- 프로그램 제공 중인 채널 7번의 한국 프로그램 선호 반영</li> </ul> </li> </ul>			

TAI TV BROADCASTING CO. LTD		설립연도	1996년
		홈페이지	www.ttv.co.th
업종분류	케이블TV 방송사	직 원 수	약 400명
'06매출액	N/A	자 본 금	약 80만 달러
전 화	(66-2) 723-4441~3 #7	팩 스	(66-2) 723-4441
Contact Person	직 위	Marketing Manager	이 름 Ms. Suparat
	이메일	program@ttv.co.th	
	전 화	(66-2) 723-4441~3 #7	
주요품목	TV 방송 사업, 프로그램 기술 제휴		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 주요 케이블 TV 방송사</li> <li>- 뉴스(The Nation), 스포츠, 영화, 예능 등 여러 개의 케이블 채널을 운영하고 있음</li> <li>- 한국 프로그램 신규 채널 검토 중에 있음</li> </ul>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 방송사 및 디지털 콘텐츠 업체와 제휴 희망</li> <li>- 한국 드라마 등 예능 전문 채널 신설 검토 중</li> </ul>		



Image Packer Co., Ltd.		설립연도	2000 년
		홈페이지	N/A
업종분류	방송 프로그램 바이어	직 원 수	약 15명
'06매출액	약 1300만 달러 (소유 기업 총 매출액)	자 본 금	약 30만 달러
전 화	(66-2) 994-8518	팩 스	(66-2) 994-8517
Contact Person	직 위	Director	이 름 Mr. Nuttaphol
	이메일	nuttaphol@access.inet.co.th	
	전 화	(66-2) 994-8518	
주요품목	방송 관련 디지털 콘텐츠		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 Naphakorn 이라는 무역 회사를 소유하고 있음</li> <li>- CEO가 정보 통신부 자문 위원임</li> <li>- 현재 한국 디지털 콘텐츠 전 종류에 관심</li> <li>- 태국 내 11개의 수입 배급사 역할을 하고 있음</li> </ul>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 디지털 콘텐츠 전 종류 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영화, 드라마, 음반 등.</li> <li>- 가장 유력한 바이어</li> <li>- 바이어 컨택 후 10월에 한국 방문 예정</li> </ul> </li> </ul>		

BROADCAST THAI TELEVISION CO. LTD.		설립연도	1990년
		홈페이지	www.broadcastthai.com
업종분류	방송 프로그램 바이어	직 원 수	약 200명
'06매출액	약 550만 달러	자 본 금	약 25만 달러
전 화	(66-2) 248-2000	팩 스	(66-2) 248-2024
Contact Person	직 위	Business Development Manager	이 름 Mr. Jaras
	이메일	jaras@broadcastthai.com	
	전 화	(66-2) 248-2000	
주요품목	TV 방송 사업		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TV프로그램, 드라마, 다큐멘터리, 프레젠테이션, 그래픽 디자인 프로덕션 등 다양한 장르의 프로그램을 제작</li> <li>- 엔터테인먼트와 애니메이션 프로그램 제작 사업 주력</li> <li>- 한국 애니메이션 방송에 관심</li> </ul>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 예능 프로그램, 애니메이션 방송</li> <li>- 신규 프로그램 수입 검토 중</li> </ul>		

VITHITA ANIMATION CO. LTD.		설립연도	2001년
		홈페이지	www.vihita.com
업종분류	방송 프로그램 바이어	직 원 수	약 60명
'06매출액	약 160만 달러	자 본 금	약 30만 달러
전 화	(66-2) 641-9400	팩 스	(66-2) 641-9951
Contact Person	직 위	Broadcaster	이 름 Mr. Arthit
	이메일	arthit@vihita.com	
	전 화	(66-2) 641-9400	
주요품목	애니메이션 (2D, 3D)		
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국 3번 채널에서 방영중인 만화 영화 Pangpond의 제작 회사</li> <li>- 태국 만화 캐릭터 라이선스를 5개 이상 가지고 있음</li> <li>- 2D, 3D 애니메이션을 취급, 디자인 개발 지원과 마케팅을 담당</li> <li>- 신규 캐릭터 개발과 수입 검토 중</li> </ul>		
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 방송용 신규 애니메이션</li> <li>- 3D 방송 애니메이션 기술 제휴</li> </ul>		

ANIMATION INTERNATIONAL (THAILAND) CO. LTD.		설립연도	1996년	
		홈페이지	www.jsl.co.th	
업종분류	방송 프로그램 바이어	직 원 수	약 30명	
'06매출액	약 100만 달러	자 본 금	약 26만 달러	
전 화	(66-2) 731-1890 #300	팩 스	(66-2) 731-3063	
Contact Person	직 위	Financial manager	이 름	Mr. Treepope
	이메일	treepope@aithailand.co.th		
	전 화	(66-2) 731-1890 #300		
주요품목	방송용 애니메이션			
사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국회사 JLS사와 홍콩 AI간의 합작법인</li> <li>- 제품 라이선싱, 캐릭터 이벤트, 출판 사업</li> <li>- 유명 일본 만화 캐릭터인 도라에몽, 닥터슬럼프, 세일러 문, 드래곤 볼, 슬램 덩크 등의 라이선싱 에이전트</li> <li>- 한국 애니메이션 영화 '장금이의 꿈' 수입 업체</li> </ul>			
수입 희망품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국 신규 애니메이션 영화</li> <li>- 방송용 애니메이션</li> </ul>			

## 참고자료

- 태국 각 공중파 방송사 담당자 인터뷰 및 홈페이지 (Ch7,3,5,11,9,ITV)
- 태국 TrueUBC 홈페이지 ([www.truevisiontv.com](http://www.truevisiontv.com))
- 한국 드라마 관련 홈페이지 ([www.jkdrama.com](http://www.jkdrama.com))
- Positioning 매거진 vol. 21
- 한국 드라마 관련 홈페이지 ([www.jkdrama.com](http://www.jkdrama.com))
- 태국 인터넷 뉴스 ([www.sanook.com](http://www.sanook.com))

**문화콘텐츠 수출가이드 2007** \_방송콘텐츠편

무공자료 : 07-084

발행인 | 홍 기 화

편집인 | 황 민 하

발행처 | KOTRA

발행일 | 2008년 1월

주 소 | 서울시 서초구 염곡동 300-9

대한무역투자진흥공사

전 화 | 02-3460-7114 (대표)

홈페이지 | [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)