말레이시아
콘텐츠 특화보고서

2023년 3호

(2023년 말레이시아 콘텐츠산업 분석보고서)

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

말레이시아 콘텐츠 특화보고서

CONTENT INDUSTRY TREND OF MALAYSIA

2023년 3호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	말레이시아 콘텐츠산업 현황 1. 말레이시아 콘텐츠산업 개요 2. 말레이시아 영상산업(영화, TV, OTT) 현황	디지털 말레이시아, 정부 보조금, 영화, TV, OTT
말레이시아 주요 콘텐츠산업 현황	1. 게임시장 현황 2. 음악 및 라디오시장 현황 3. 도서, 잡지 및 신문시장 현황	모바일 게임, 콘솔 게임, PC 게임, 라이브공연, 라디오, 스트리밍, 도서, 잡지, 신문

작성 | 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

배포 | 2023.11.30.

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

심층이슈

I. 말레이시아 콘텐츠산업 현황

작성 순서

1. 말레이시아 콘텐츠산업 개요
2. 말레이시아 영상산업(영화, TV, OTT) 현황

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 말레이시아 콘텐츠산업 개요

1. 배경

- 말레이시아는 사업적으로 유리한 지리적 위치, 풍부한 천연자원, 숙련된 인력 등으로 경제 성장을 이어왔으며, 빠르게 발전하는 디지털 환경에서 기회를 포용하려는 의지와 정부의 대대적인 지원이 결합해 동남아시아 지역 강국으로 자리 잡음
- 2021 년 말레이시아 정보통신기술(ICT) 부문은 국가 국내총생산(GDP)에 23.2%(약 RM2,171 억)를 차지했으며, 이는 ICT 하위 부문(ICT 제조, ICT 무역/서비스, 콘텐츠/미디어)에서 14%, 기타 전자상거래에서 9.2%를 차지함. 말레이시아 ICT 부문은 국가 GDP 에 세 번째로 큰 기여를 하고 있으며, 이는 농업과 건설 부문을 합친 것보다 더 큼
- 디지털 경제는 말레이시아에서 가장 빠르게 성장하는 분야 중 하나이며, 2022 년 3 분기에만 157 억 달러 규모의 투자를 유치하며 세간의 주목을 받음. 이러한 성장의 토대는 2021 년 발표된 말레이시아 디지털 경제 청사진(Digital Economy Blueprint)과 말레이시아 디지털 경제에 대한 해외 투자 유치를 위한 디지털 투자 사무소의 설립으로 마련됨. 말레이시아 정부는 2025 년까지 디지털 투자에 161 억 달러를 유치하고, 디지털 경제 부문이 국내총생산(GDP)의 25.5% 이상을 차지하는 것을 목표로 함
- 2023 년 상반기에 말레이시아의 디지털 경제 투자는 60 억 달러를 기록해 전년 동기간 대비 279%라는 괄목 성장을 보임. 또한, 2023 년 8 월 말레이시아 정부는 중국으로부터 6 억 4,000 만 달러, 싱가포르로부터 4 억 7,000 만 달러 등 말레이시아 디지털 경제 부문에 대한 투자 약정으로 11 억 달러 이상을 확보했다고 발표함
- 말레이시아 디지털경제공사(MDEC, Malaysia Digital Economy Corporation)는 국가 전략 이니셔티브인 'Malaysia Digital'을 통해 10 개 기술 지원 요소를 바탕으로 9 개 추진 부문 내에서 말레이시아 디지털 생태계의 성장을 가속할 계획임. 9 개 추진 부문은 ① 디지털 농업, ② 디지털 서비스, ③ 디지털 도시, ④ 디지털 건강, ⑤ 디지털 금융, ⑥ 디지털 무역, ⑦ 디지털 콘텐츠, ⑧

디지털 관광, ⑨ 이슬람 디지털 경제 등이며, 10 개의 기술 지원 요소는 ① 인공 지능(AI), ② 빅데이터 분석, ③ 블록체인, ④ 클라우드, ⑤ 데이터 센터, ⑥ 사이버 보안, ⑦ 드론 기술, ⑧ 사물인터넷(IoT), ⑨ 로봇 공학, ⑩ 자동화 시스템 등으로 구성됨

- 말레이시아 디지털경제공사는 10 개 부문 중에서 인공 지능, 블록체인, Web3, 5G 네트워크 및 사이버 보안에 중점을 두기로 함. 일례로 디지털경제공사는 Web3 에서 메타버스 영역의 디지털 콘텐츠 생태계 개발에 착수함

2. 말레이시아 콘텐츠산업 지원 프로그램

- 말레이시아 디지털경제공사는 2016 년부터 애니메이션, 디지털 게임, 디지털 만화 및 창의적 기술 콘텐츠 분야의 디지털 콘텐츠를 개발, 제작 및 마케팅하는 지역 창작 콘텐츠 회사를 지원하기 위한 정부 이니셔티브인 'Digital Content Grant(DCG)'를 운영하고 있음
- 디지털 콘텐츠 보조금 지원 프로그램인 Digital Content Grant 의 목적은 다음과 같음
  - 일자리 창출, 시장 확장을 위한 지속 가능한 생태계 개발
  - 해외 파트너를 활용하여 말레이시아의 창의적인 기술 및 인적 자원 역량 강화
  - 말레이시아의 지적 재산 생성
  - 고품질 IP 개발에서 상용화까지의 능력 확보 및 수익화
- Digital Content Grant 의 종류는 ① 미니 프로젝트 보조금(Mini Project Grant), ② 개발 보조금(Development Grant), ③ 제작 보조금(Production Grant), ④ 마케팅 및 상용화 보조금(Marketing and Commercialization Grant), ⑤ 디지털 수출 보조금(MDXG, Malaysia Digital X-port Grant), ⑥ 디지털 촉매 보조금(MDCG, Malaysia Digital Catalyst Grant), ⑦ 디지털 가속화 보조금(Malaysia Digital Acceleration Grant) 등 7 개의 프로그램으로 구성됨
  - 미니 프로젝트 보조금(Mini Project Grant)
    - 미니 프로젝트 보조금은 프로젝트의 개발 계획 단계, 즉 아이디어 생성, 생산 디자인, 시장 조사 및 마케팅 분석 등의 단계에 중점을 둠. 예를 들어 아이디어를 스크립트로 개발하는 것, 개념에 관한 연구·개발(R&D), 사업 계획, 투자자를 위한 문서 준비 등임
    - 프로젝트 기간은 최대 6 개월이며, 보조금 상한액은 150,000 링깃임(보조금 지원 사업비의 100% 또는 한도액 중 낮은 금액)
    - 자격 기준은 제출일로부터 5 년 이내에 말레이시아에 법인이 설립된 기업
  - 개발 보조금(Development Grant)
    - 개발 보조금의 지원 가능 업무 범위는 미니 프로젝트 보조금과 동일함
    - 프로젝트 기간은 최대 9 개월이며, 보조금 상한액은 500,000 링깃임(보조금 지원 사업비의 100% 또는 한도액 중 낮은 금액)
    - 자격 기준은 제출일 기준으로 최소 1 년 동안 운영 중인 기업이며, 말레이시아인이 최소 51%의 지분을 보유해야 하며, 최소 자본금은 20,000 링깃, 매출은 5,000,000 링깃 이하

적격 프로젝트 카테고리		프로젝트 산출물
애니메이션	· 애니메이션 시리즈 · 장편 영화 · 단편 영화	(1) 스크립트 (2) 캐릭터 및 환경 디자인 (3) 애니메이션 테스트 또는 시각적 테스트 클립 (4) 제작 발표 자료
디지털 게임		(1) 게임 컨셉 디자인 (2) 게임 프로토타입 테스트 (3) 제작 발표 자료
창조기술	· 메타버스 · 가상/증강/혼합현실	(1) 프로토타입 디자인 (2) 프로토타입 테스트 (3) 제작 발표 자료
디지털 만화	· 장편 만화 · 만화 선집	(1) 스크립트 (2) 캐릭터 및 환경 디자인 (3) 디지털 만화 샘플 (4) 제작 발표 자료

| 표 1 | 개발 보조금 지원 프로젝트 카테고리와 산출물 (출처: 말레이시아 디지털경제공사)

- 제작 보조금(Production Grant)
  - 제작 보조금은 콘텐츠 생성, 집계 및 일반적으로 제작 또는 제작 활동을 포함하는 프로젝트의 제작 단계에 중점을 둠
  - 프로젝트 기간은 최대 18 개월이며, 보조금 상한액은 2,000,000 링깃(보조금 지원 사업비의 60% 또는 한도액 중 낮은 금액)
  - 자격 기준은 제출일 기준으로 최소 1 년 동안 운영 중인 기업이며, 말레이시아인이 최소 51%의 지분을 보유해야 하며, 최소 자본금은 50,000 링깃

적격 프로젝트 카테고리		프로젝트 결과물
애니메이션	· 애니메이션 시리즈 · 장편 영화 · 단편 영화	전체 애니메이션 시리즈, 애니메이션 장편 영화 또는 단편 애니메이션 영화 [최종 산출물의 예] · 애니메이션 시리즈: 11 분 x26 화 또는 21 분 x13 화 또는 7 분 x39 화 · 애니메이션 장편 영화 90 분 · 단편 애니메이션 영화 15~25 분
디지털 게임		완전하고 플레이 가능한 게임 [최종 산출물의 예] · 다양한 레벨로 구성된 최소 1 시간 게임 플레이
창조기술	· 메타버스 · 가상/증강/혼합현실	완성된 실행 가능한 메타버스 또는 확장 현실 콘텐츠
디지털 만화	· 장편 만화 · 만화 선집	완성된 만화 [최종 산출물의 예] · 권당 최소 96 페이지의 12 권 또는 · 챕터 당 60 개의 스트립으로 구성된 10 개의 챕터

| 표 2 | 제작 보조금 지원 프로젝트 카테고리와 산출물 (출처: 말레이시아 디지털경제공사)

- 마케팅 및 상용화 보조금(Marketing and commercialization Grant)
  - 마케팅 및 상업화 보조금은 회사가 제품이나 서비스의 구매 또는 판매를 촉진하거나 지적 재산(IP)을 시장에 출시하는 과정을 촉진하기 위해 수행하는 활동에 중점을 두며, 소비자나 기타 기업에 대한 광고, 제품 판매 및 배송이 포함됨
  - 프로젝트 기간은 최대 9 개월이며, 보조금 상한액은 300,000 링깃(보조금 지원 사업비의 100% 또는 한도액 중 낮은 금액)
  - 자격 기준은 제출일 기준으로 최소 1 년 동안 운영 중인 기업이며, 말레이시아인이 최소 51%의 지분을 보유해야 하며, 최소 자본금은 20,000 링깃
  - 필수 산출물은 ① 마케팅 및 판촉 활동 실행, ② 의향서/방송사 거래/배급사 거래/투자자 거래/출판사 거래, ③ 구매자/투자자를 대상으로 한 최소 2 회의 발표, ④ 언론 보도 등임
- 디지털 수출 보조금(Malaysia Digital X-port Grant)
  - 디지털 수출 보조금은 말레이시아 기술 기업의 글로벌시장확장을 지원하는 데 중점을 둠
  - 이 보조금은 글로벌시장을 위한 파괴적이며 혁신적이고 지속 가능한 제품이나 서비스의 개발 및 상업화로 이어지는 고부가가치 디지털 수출을 촉진하는 것을 목표로 함
  - 현지 기업: 총 프로젝트 비용의 최대 50% 또는 최대 1,000,000 링깃 중 낮은 금액을 지원함. 최소 1 년 이상 운영 중이며 최소 자본금은 50,000 링깃 이상인 기업
  - 외국인 기업: 총 프로젝트 비용의 최대 30% 또는 최대 1,000,000 링깃 중 낮은 금액을 지원함. 본사는 최소 1 년 이상 말레이시아에서 운영 중이어야 하며 최소 자본금은 500,000 링깃
- 말레이시아 디지털 촉매 보조금(MDCG, Malaysia Digital Catalyst Grant)
  - 말레이시아 디지털 촉매 보조금은 최종 이용자 파트너와의 공동 창작, 문제 해결, 개발 및 혁신적인 솔루션 상용화 목적으로만 이용됨
  - 이 보조금의 지원 범위는 국가 전략 이니셔티브인 'Malaysia Digital'를 위한 9 개 추진 부문인 ① 디지털 농업, ② 디지털 서비스, ③ 디지털 도시, ④ 디지털 건강, ⑤ 디지털 금융, ⑥ 디지털 무역, ⑦ 디지털 콘텐츠, ⑧ 디지털 관광, ⑨ 이슬람 디지털 경제 등임
  - 현지 기업: 총 프로젝트 비용의 최대 50% 또는 최대 1,000,000 링깃 중 낮은 금액
  - 외국인 기업: 총 프로젝트 비용의 최대 30% 또는 최대 1,000,000 링깃 중 낮은 금액
  - 프로젝트 기간은 최대 1 년
- 말레이시아 디지털 가속화 보조금(Malaysia Digital Acceleration Grant)
  - 말레이시아 디지털 가속화 보조금의 목적은 상용화 및 확장 단계에 있는 말레이시아 디지털 관련 기업의 성장을 가속하여 지역 챔피언 기업을 육성하기 위한 것임
  - 현지 기업: 총비용의 최대 70% 또는 최대 5,000,000 링깃 중 낮은 금액
  - 외국인 기업: 총비용의 최대 70% 또는 최대 5,000,000 링깃 중 낮은 금액
  - 프로젝트 기간은 최대 3 년

2 말레이시아 영상산업 개요

1. 배경

- 말레이시아 정부는 2024년 예산에서 '지역 예술 작업(Local artistic works)' 부문을 위한 자금 지원 예산으로 1억 6,000만 링깃(약 3,440만 달러, 2023년 11월 환율 적용)을 배정했으며 세부 예산 편성은 아래와 같음
  - 말레이시아 현지 콘텐츠 개발 지원을 위한 디지털 콘텐츠 기금 6천만 링깃
  - 해외 영화 제작 장려치를 위한 FIMI(Film in Malaysia Incentive) 9천만 링깃
  - 예술가의 창의적 프로젝트 제작 지원을 위한 MyCreative Matching Grant 1,000만 링깃
- 말레이시아 국립영화개발공사(National Film Development Corporation Malaysia, FINAS로 지칭됨)는 영화, TV 및 기타 스크린 제작을 위한 콘텐츠 개발을 위한 인센티브 제도인 'FIMI(Film in Malaysia Incentive)'를 도입해 국내 창작 콘텐츠 제작 장려뿐만 아니라 해외 제작사의 말레이시아 내 콘텐츠 제작을 통한 일자리 창출 및 국내 관련 산업의 동반 성장을 도모함
- 2023년 4월 9일부터 개정된 FIMI는 '말레이시아 적격 제작 비용(QMPE[1])'에 대해 30%의 현금 리베이트를 제공하며, 또한 문화 테스트(Cultural Test)를 통과한 작품에 대해 추가로 5%의 리베이트를 제공함. 이전에는 QMPE 100만 링깃(약 215,000달러) ~ 500만 링깃(약 1,080,000달러) 이상에 대해 30%의 리베이트가 적용됐지만, 개정된 FIMI는 최소 QMPE 금액에 상관없이 모든 QMPE 금액에 대해 30%의 리베이트를 제공함
  - '문화 테스트(Cultural Test)'는 FIMI를 신청하는 작품을 통해 말레이시아 문화유산을 홍보하기 위해 고안된 제도이며, 문화 테스트를 통과하려면 50점 만점에 최소 30점을 취득해야 함. 점수에는 말레이시아 내 촬영, 말레이시아 출연진과 제작진 활용, 말레이시아 문화유산 묘사 등과 같은 요소로 구성되어 있음
- 말레이시아 국립영화개발공사에 따르면, 2023년 FIMI를 통해 5,000만 링깃(1,075만 달러) 규모의 외국인 투자 유치를 목표로 함. 또한, FIMI 프로그램을 통해 현재까지 해외 프로젝트 54개와 현지 프로젝트 36개 등 총 90개의 프로젝트를 진행했으며, 약 10,000개 이상의 일자리를 창출함
- 또한, 2022년에는 말레이시아 디지털 콘텐츠 지원금(Digital Content Grant)을 통해 제작된 장편 영화, 다큐멘터리 영화 등으로 인해 3,175개의 일자리를 창출함
- 2023년 말레이시아의 FIMI 프로그램으로 제작된 주요 현지 작품으로는 Astro Show가 제작한 영화 〈Bintang Bersama Bintang〉, KRU Studios가 제작한 영화 〈J Revolusi〉, Grand Btrilliance가 제작한 영화 〈Pulang〉, Skop Productions의 영화 〈Munafik 2〉, Red Communications가 제작한 Netflix 시리즈물인 〈The Ghost Bride〉 등 여러 작품이 있음
- 말레이시아의 FIMI 프로그램을 통해 말레이시아에서 제작(부분 제작)된 한국 작품으로는 '스위트홈 1(2020년)', '더 킹: 영원한 군주(2020년)', '국제수사(2020년)' 등 여러 작품이 있음

1) QMPE: Qualifying Malaysian Production Expenditure

| 그림 1 | 말레이시아 FIMI 프로그램을 통해 부분 제작된 주요 한국 작품 (출처: 각 작품 웹사이트)

- 말레이시아의 대표적인 영화, TV 등 스크린 타이틀 제작 지원 장소인 Iskandar Malaysia Studios(IMS)는 20 헥타르에 이르는 거대한 규모의 단지로 5 개 사운드 스테이지(약 2,810 평), HD 지원 TV 스튜디오(약 675 평), 작업장 및 지원시설(약 1,040 평)을 비롯해 실내외 물탱크 3 개, 시대별 세트와 건물 22 개(7,345 평) 등으로 구성되어 있음

| 그림 2 | Iskandar Malaysia Studios 전경 (출처: IMS 웹사이트)

2. 영화 시장 현황

- PwC 보고서에 따르면, 말레이시아 영화 시장 규모는 2022 년 1 억 1,500 만 달러를 기록하며 서서히 회복하기 시작해 2023 년에는 팬데믹 이전 수준에 근접한 2 억 200 만 달로 규모로 증가할 것으로 전망됨. 이후 연평균성장률 21.2%의 빠른 속도로 성장해 2027 년에는 3 억 100 만 달러에 이를 것으로 전망됨

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
박스오피스	211	243	53	17	115	202	240	268	288	301
영화 광고	30	33	8	12	25	31	36	39	41	42
합계	241	276	61	29	140	233	276	307	329	343

| 표 3 | 말레이시아 영화 시장 규모 및 전망 2018~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)
출처: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2018~2027

- 말레이시아 국립영화개발공사에 따르면, 2022 년 말레이시아 국내 영화의 박스오피스는 1 억 8,770,000 링깃(약 2,530 만 달러)에 달했으며 이는 팬데믹으로 인해 극심한 불황을 겪은 2020 년(24 만 링깃)~2021 년(1,163 만 링깃)과는 상당히 대비되는 결과를 도출함
- 2020~2021 년 말레이시아 영화 시장은 팬데믹으로 인해 영화관 폐쇄가 장기화하면서 급격하게 위축되었으나, 2022 년 말레이시아, 싱가포르, 브루나이에서 총 2,100 만 달러 규모의 매출을 달성한 현지 역사 서사 액션 영화인 〈Mat Kilau: Kebangkitan Pahlawan〉의 엄청난 성공은

말레이시아 영화 시장이 빠르게 반등하는 데 큰 기여를 함. 〈Mat Kilau: Kebangkitan Pahlawan〉은 말레이시아 역대 최고 매출을 올린 로컬 영화임

| 그림 3 | 2022~2023년 말레이시아 현지 주요 영화 포스트 (출처: 각 작품 웹사이트)

- 말레이시아 영화 시장은 전통적으로 할리우드 블록버스터 장르가 많은 인기를 얻고 있지만, 최근 말레이시아 현지 영화의 약진이 돋보이고 있음. 〈Mat Kilau〉뿐만 아니라 2023 년 5 월 24 일 개봉한 말레이시아 경찰 액션 영화인 〈Polis Evo 3〉은 말레이시아, 싱가포르, 브루나이 등에서 상영 첫날 박스오피스 약 73 만 달러를 달성해 2023 년 박스오피스 1 위인 〈Fast X〉를 제치고 1 위에 오르는 등 2023 년 8 월 말 기준 11,550,000 달러를 기록 중임
- 2022 년 9 월 개봉된 액션 코미디 영화인 〈Abang Long Fadil 3〉은 개봉 첫날 약 65 만 달러를 기록했으며, 개봉 5 일 만에 1,000 만 링깃(약 215 만 달러)을 넘어서며 총 매출 2,500 만 링깃(약 540 만 달러)을 기록함. 또한, 2022 년 8 월 개봉한 군사 액션 영화인 〈Air Force The Movie: Selagi Bernyawa〉는 개봉 3~4 일 만에 600~900 만 링깃(약 130 만~193 만 달러)을 기록하며 말레이시아 현지 영화 성장을 주도하는 데 힘을 보탬

순위	제목	장르	개봉연도	박스오피스(US$)
1	Mat Kilau: Kebangkitan Pahlawan	역사 액션	2022	19,103,000 (글로벌 총매출: 21,000,000)
2	Polis EVO 3	경찰 액션	2023	10,670,000 (글로벌 총매출: 11,550,000)
3	Munafik 2	공포	2018	8,063,000 (글로벌 총매출: 10,255,000)
4	Hantu Kak Limah	공포	2018	7,776,000
5	Mechamato Movie	애니메이션	2022	7,665,000
6	MALBATT: Misi Bakara	전쟁 액션	2023	6,943,000
7	Ejen Ali: The Movie	애니메이션	2019	6,420,000 (글로벌 총매출: 6,943,000)
8	Air Force The Movie: Selagi Bernyawa	군사 액션	2022	6,277,000 (글로벌 총매출: 6,537,000)
9	PASKAL	군사 액션	2018	5,600,000 (글로벌 총매출: 6,426,000)
10	BoBoiBoy Movie 2	애니메이션	2019	6,324,000 (글로벌 총매출: 6,409,000)

| 표 4 | 역대 말레이시아 현지 영화 박스오피스 Top 10 (2023년 7월 기준, 출처: Bojo, Wikipedia 등)

- 말레이시아 현지 영화 중 역대 가장 많은 매출을 올린 영화는 2022년 개봉한 〈Mat Kilau: Kebangkitan Pahlawan〉으로 국내 매출 19,103,000달러를 포함해 총 21,000,000달러를 기록했으며, 이어 2023년 개봉작 〈Polis EVO 3〉이 11,550,000달러(국내 10,670,000달러)로 2위, 2018년 개봉작 〈Munafik 2〉가 10,255,000달러(국내 8,063,000달러)로 3위, 〈Hantu Kak Limah〉가 7,776,000달러로 4위 등으로 나타남
- 해외 영화 중 2023년 한 해 동안 가장 많은 매출을 올린 영화는 Universal의 〈Fast X〉로 7,856,440달러로 1위를 차지했으며, 이어 〈Transformers: Rise of the Beasts(7,592,410달러)〉, 〈Ant-Man and the Wasp: Quantumania(4,799,940달러)〉, 〈Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One(4,729,712달러)〉 등임. 한편 누적 매출 기준 박스오피스 1위는 〈Avatar: The Way of Water〉가 12,283,975달러로 부동의 1위를 차지하고 있음

순위	제목	배급사	개봉일	박스오피스($)
1	Fast X	Universal	5월 18일	7,856,440
2	Transformers: Rise of the Beasts	Paramount	6월 8일	7,592,410
3	Ant-Man and the Wasp: Quantumania	Walt Disney	2월 16일	4,799,940
4	Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One	Paramount	7월 13일	4,729,712
5	Meg 2: The Trench	Warner Bros	8월 3일	4,705,291
6	Guardians of the Galaxy Vol. 3	Walt Disney	5월 5일	4,224,285
7	The Super Mario Bros. Movie	Universal	4월 20일	3,888,709
8	Barbie	Warner Bros	7월 20일	3,613,987
9	John Wick: Chapter 4	Lionsgate	3월 23일	3,466,852
10	Evil Dead Rise	Warner Bros	4월 20일	3,329,008

| 표 5 | 말레이시아 박스오피스 Top 10 (2023년 8월 기준, 출처: Box Office Mojo)

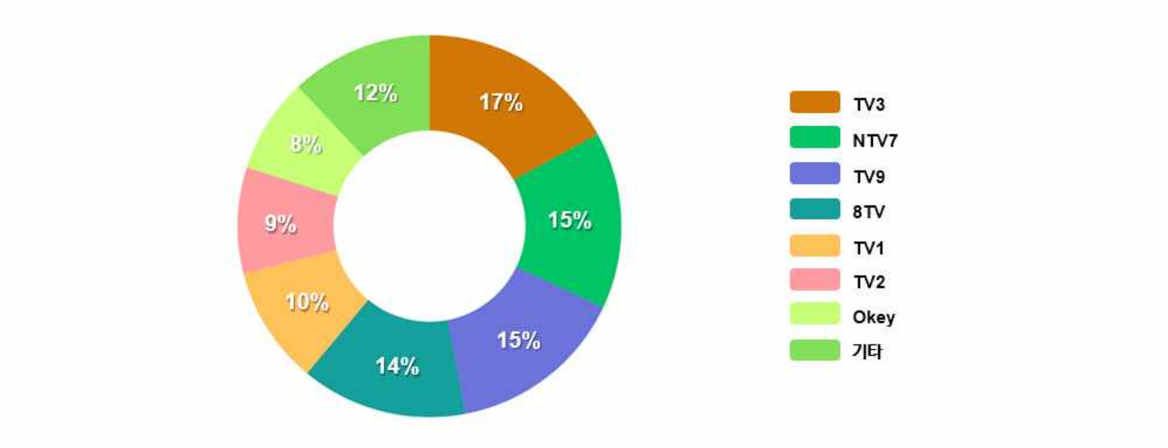
3. TV시장 현황

- PwC에 따르면, 2022년 말레이시아 전체 TV(온라인 TV 포함) 광고 시장 규모는 전년 대비 소폭 성장한 2억 2,400만 달러이며, 2023년에는 기존 TV 광고 시장의 감소를 온라인 TV 광고가 보완하며 2억 1,800만 달러를 기록해 전년 대비 2.5% 감소할 것으로 전망됨
- 말레이시아 구독 TV 시장은 소비자의 시청 습관의 변화와 OTT의 증가로 인해 큰 타격을 입음. 2022년 시장 규모는 전년 대비 1.9% 감소한 8억 3,700만 달러이며, 2023년에도 감소 추세가 이어져 전년 대비 약 1.8% 감소한 8억 2,100만 달러에 이를 것으로 전망됨. 구독 TV 시장은 향후 연평균성장률 -1.9%로 마이너스 성장을 기록하며 2027년에는 7억 6,000만 달러로 축소될 것으로 예상함

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
TV 방송 광고	189	179	168	203	207	198	204	201	199	196
온라인 TV 광고	5	7	10	13	16	20	23	25	27	27
구독 TV	926	867	847	853	837	821	807	791	775	760
합계	1,120	1,053	1,025	1,069	1,060	1,039	1,034	1,017	1,001	983

| 표 6 | 말레이시아 TV시장 규모 및 전망 2018~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

- 말레이시아 TV 방송사는 국영 무료 방송사인 RTM(Radio Televisyen Malaysia)가 TV1, TV2, Okey, Sukan RTM, Berita RTM, TV6 등 6 채널을 서비스하고 있으며, 민영 무료 방송사인 Media Prima(TV3, NTV7, 8TV, TV9), Awesome Media Network(Awesome TV), DNF Group(SUKE TV) 등이 있음. 또한, 준정부 무료 방송사인 AlHijrah Media Corporation(TV AlHijrah), Malaysia News National Agency(Bernama TV), Sarawak Media Group(TVS) 등으로 구성되어 있음
- 말레이시아 TV 방송사의 시청률은 2021 년 10 월 기준 Media Prima 의 TV3 17%, NTV7 15%, TV9 15%, 8TV 14% 등으로 Media Prima 의 4 개 채널이 총 61%를 점유하고 있음. 뒤를 이어 국영방송사 RTM 의 TV1 이 10%, TV2 9%, Okey 8% 등이며, 기타 12%는 Astro 채널 3 개가 점유하고 있음



| 그림 4 | 말레이시아 무료 TV 시청률 (2021년 10월 기준)

- 구독 기반 플랫폼은 위성 TV 부문에서 Astro Malaysia Holdings 가 Astro, NJOI, Sirius TV 등 3 개 채널을 운영하고 있으며, 디지털 지상파 TV 부문에서는 MYTV Broadcasting 의 myFreeway, Astro Malaysia Holdings 의 NJOI 등 2 개 채널이 있음. 또한, IPTV 부문은 Telkom Malaysia 의 Unifi TV 가 있음
- 말레이시아 유료 TV 시장의 선도 업체인 Astro 는 보도 자료를 통해 2022 년 시청률 72%를 차지했다고 발표했으며, 2022 년 말 기준 위성 서비스 가입자는 560 만 명으로 전년 동기의 570 만 명보다 감소함. 그러나 Astro 의 VOD 서비스는 2022 년 기준 5 억 3,000 만 스트리밍을 기록하며

전년 대비 139% 증가함

- Astro 의 주요 경쟁자인 Telkom Malaysia 의 Unifi TV 의 가입자 수는 약 150 만 명으로 추정되며, Telkom Malaysia 의 광대역 가입자 300 만 명 돌파를 기념하기 위해 2022 년 Unifi TV 채널 72 개를 모두 광대역 고객에게 무료로 제공함
- 말레이시아의 TV 광고 시장은 기존 TV 방송에서 주문형 콘텐츠 및 OTT 부문으로의 인해 성장에 어려움을 겪었으며, 팬데믹으로 타격을 입었지만 2021 년과 2022 년 TV 광고비는 다시 성장세를 보이며 팬데믹 이전 수준을 넘어섬

4. OTT 시장 현황

- 말레이시아 OTT 시장은 팬데믹을 기점으로 많은 소비자가 집에서 즐길 수 있는 엔터테인먼트를 찾기 위해 스트리밍 서비스로 눈을 돌리며 폭발적으로 증가하고 있음. PwC 보고서에 따르면, 2022 년은 전년 대비 48% 성장한 3 억 3,600 만 달러를 기록했으며, 2023 년에는 전년 대비 18% 성장한 3 억 9,600 만 달러를 기록할 것으로 전망됨. 향후 연평균성장률 13.5%로 2027 년에는 6 억 3,200 만 달러에 이를 것으로 예상함

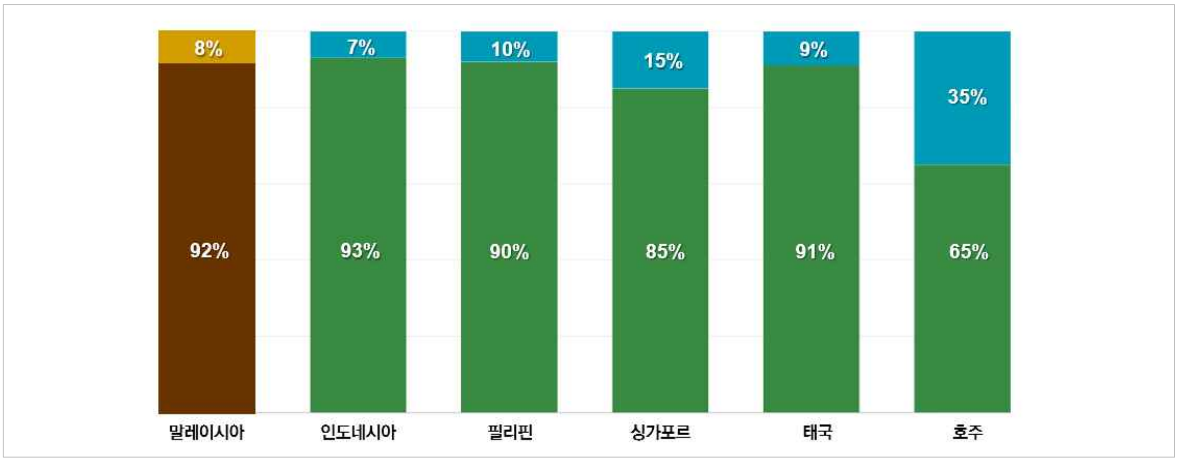
구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
구독 VOD	57	73	110	204	314	374	444	516	568	609
결제 VOD	17	18	20	23	22	22	23	23	23	23
합계	74	91	130	227	336	396	467	539	591	632

I 표 7 I 말레이시아 OTT 시장 규모 및 전망 2018~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

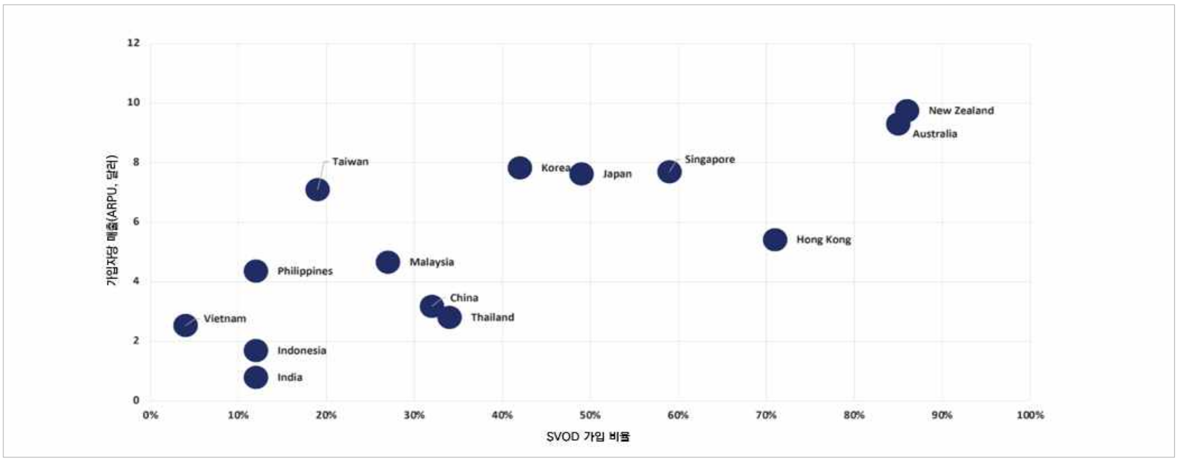
- 말레이시아 OTT 시장의 성장은 해외 및 현지 플랫폼들을 이용하는 소비자들이 OTT 를 쓰면서 기존 TV 로 보던 케이블, 위성 TV, IPTV 등 유료 방송 서비스를 해지하는 '코드커팅'보다 두 서비스를 같이 쓰는 '코드스태킹' 현상이 커진 것에 기인함. Statista 에 따르면, 2027 년 말레이시아 OTT 이용자 수는 전체 인구의 약 75%인 2,520 만 명에 이를 것으로 예상함
- 말레이시아 유료 TV 선두업체인 Astro 는 Astro Go 를 통해 OTT 서비스를 제공하는 동시에 TV 및 광대역 패키지와 함께 beIN Sports, HBO Go, Disney+Hotstar 및 Netflix 등에 대한 포괄적 서비스를 제공하며 주요 스트리밍 앱의 통합회사로 성장하는 것을 목표로 함. 또한, Astro 는 TVBAnywhere+ 및 iQiyi 와도 파트너십을 맺고 있음
- Astro 는 2022 년에 100 만 명 이상의 유료 TV 고객이 Astro Go 를 이용하여 주간 평균 시청 시간이 27% 증가했다고 발표함. Astro 는 2021 년 6 월에 현지 콘텐츠와 스포츠에 초점을 맞춘 독립형 OTT 플랫폼인 Sooka 를 출시함
- 말레이시아의 주요 OTT 플랫폼으로는 Netflix, Disney+, HBO Go, iQIYI, Viu, Astro Go 및 WeTV4 등이 있음. Statista 에 따르면, Netflix 는 2020 년 말레이시아에서 6,360 만 달러(추정)의 매출과 190 만 명의 가입자를 확보하며 말레이시아 OTT 시장에서 선두를 유지하고 있음. 뒤를 이어 Astro Malaysia Holdings 의 Astro Go 는 2021 년 6 월 현재 120 만 명의

가입자를 보유하며 현지 OTT 플랫폼을 선도하고 있음

- Disney+는 2021년 6월에 출시됐으며 Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic 등의 콘텐츠뿐만 아니라 현지 콘텐츠도 제공함. Disney+는 2021년 9월 기준 말레이시아에서 약 50만 명의 가입자를 보유하고 있음. 또한, HBO Go는 2020년 12월 기준 약 30만 명의 가입자를 보유하고 있음
- 이외에 중국 OTT 플랫폼인 iQIYI는 약 20만 명(2020년 12월 기준), 홍콩 기반 OTT 플랫폼인 Viu는 2020년 12월 기준 20만 명, 중국 기반의 WeTV는 2020년 12월 기준 약 10만 명의 가입자를 보유하고 있음
- 온라인 시청률 조사기관인 AMPD에 따르면, 2022년 1~9월 중 말레이시아의 프리미엄 비디오(SVOD, 프리미엄 AVOD 등) 시청률은 전체 온라인 비디오(UGC[2]), 소셜미디어, 쇼츠 동영상 등 포함) 시청률의 8%에 불과한 것으로 나타남. 이는 말레이시아의 경제 수준을 고려할 때 주변국인 필리핀(10%), 태국(9%), 싱가포르(15%)보다 상당히 낮은 것임



ㅣ그림 5ㅣ 온라인 비디오 시청률 비교 (2022년 1~9월 기준, 출처: AMPD)



ㅣ그림 6ㅣ SVOD 가입 비율 및 가입자당 매출 비교 (2022년 1~9월 기준, 출처: AMPD)

2) UGC: User Created Contents

5. 스크린 시장 주요 이슈

- **불법 복제 전문기업이 White Bullet의 2022년 자료에 따르면, 동남아시아 전역에서 불법적으로 저작권 보호 콘텐츠를 제공하는 불법 복제 웹사이트의 광고 단위당 평균 예상 광고 수익은 2022년 상반기에 20% 증가한 것으로 나타남. 동남아시아 국가 중 싱가포르가 47%로 가장 높은 증가율을 기록했으며 이어 말레이시아가 18%로 뒤를 이음. 이는 불법 복제자들의 웹사이트에 끌어들이는 각 광고를 통해 매달 더 많은 돈을 벌고 있음을 의미함. 이와 대조적으로 말레이시아 주변국인 인도네시아와 태국은 각각 3%, 6% 감소함. 동남아시아의 불법 복제 웹사이트에 대한 광고 단위당 평균 예상 광고 수익은 20% 증가했지만, 유럽은 4% 감소함**

국가/지역	평균 eCPM[3] 증가율	국가/지역	평균 eCPM 증가율
싱가포르	47%	인도네시아	-3%
말레이시아	**18%**	태국	-6%
필리핀	3%	동남아시아 평균	20%
베트남	2%	유럽	-4%

| 표 8 | 2022년 상반기 동남아시아 불법 복제 웹사이트 평균 광고 수익 증감률 (출처: White Bullet)

- **말레이시아 정부는 저작권에 대한 불법 복제 방지를 위해 '말레이시아 저작권법'에 다음과 같은 내용을 추가해 개정함. 이 개정 법안은 2022년 3월 18일부터 시행됨**
  - 저작권 침해를 저지르거나 촉진하는 행위:
    - ‥ 제조, 수입, 판매, 고용, 배포 및/또는 모든 스트리밍 기술 제공
    - ‥ 스트리밍 기술의 모든 서비스를 제공
  - 고의로 범죄의 실행과 관련된 증거를 사라지게 하거나 고의로 허위의 정보를 제공하는 행위
  - 모든 저작물 또는 저작물 사본의 온라인 위치에 대한 접근을 공유하는 것
- **신규 개정 법안은 저작권 관련 범죄에 대한 집행 권한을 강화하여, 저작권 소유자의 신청이 없이도 보조 통제자(Assistant Controller)나 경찰의 침해된 사본에 대한 검색 및 압수를 허용함. 또한, 보조 통제자는 저작권 소유자(또는 권한을 가진 사람)에게 새로운 법이 준수되었는지를 확인하기 위해 제품을 시험 구매하도록 지시하고 법에 따라 조사하는 과정에서 정보나 문서를 제공하도록 지시할 수 있음**

3) eCPM: 1,000회 광고 노출 당 게시자가 얻는 수익의 추정치임. eCPM = (총 수익/노출 수) x 1,000

말레이시아 주요 콘텐츠산업 현황

작성 순서

1. 게임시장 현황
2. 음악 및 라디오시장 현황
3. 도서, 잡지 및 신문시장 현황

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1. 게임시장 현황

- PwC 보고서에 따르면, 말레이시아 게임시장은 2021 년에 전년 대비 약 23% 급증하며 8 억 3,100 만 달러에 달했으나, 2022 년에는 소폭 감소한 8 억 2,800 만 달러를 기록함. 2023 년에는 전년 대비 약 2.2% 증가한 8 억 4,600 만 달러에 이를 것으로 전망되며, 향후 연평균성장률 약 4%로 2027 년 10 억 달러를 넘어설 것으로 예상함
- 소셜/캐주얼 게임은 말레이시아 게임시장에서 가장 크고 가장 빠르게 성장하는 분야임. 2022 년 시장 규모는 6 억 3,200 만 달러에 달했으며 2023 년에는 전년 대비 약 3.7% 증가한 6 억 5,500 만 달러에 이를 것으로 전망됨. 소셜/캐주얼 게임은 향후 연평균성장률 5.7%를 기록하며 2027 년에는 8 억 3,400 만 달러를 넘어설 것으로 예상함. 한편 소셜/캐주얼 게임은 앱 기반 게임 부문이 2023 년 3 억 8,500 만 달러로 전체 소셜/캐주얼 게임시장의 약 59%를 차지하고 있으며, 인앱 게임 광고 부문은 2 억 4,000 만 달러로 약 37%를 차지하고 있음. 인앱 게임 광고 부문은 향후 연평균성장률 8.2%를 기록하며 2027 년에는 3 억 4,800 만 달러로 전체 소셜/캐주얼 게임시장의 약 42%에 이를 것으로 전망됨

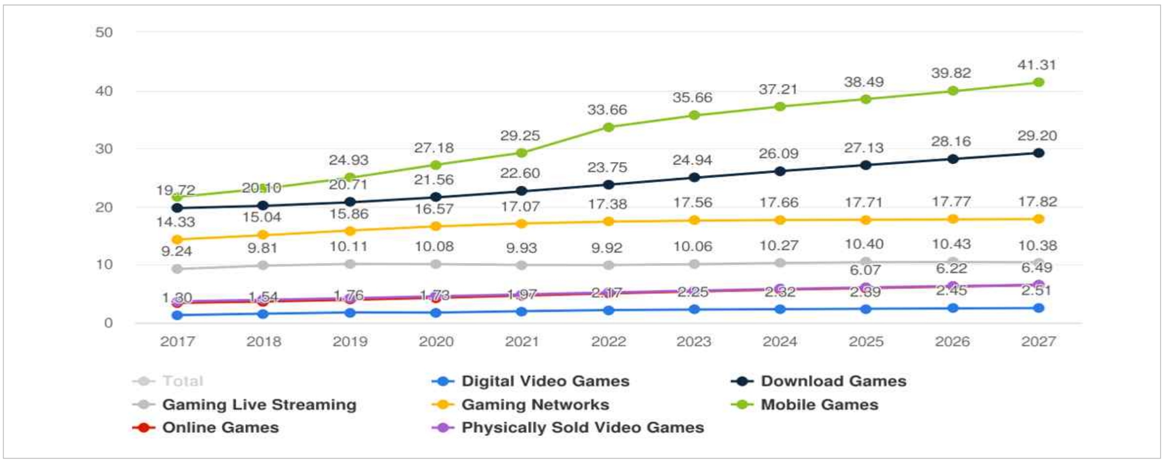
구분		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
비디오 게임	소셜/캐주얼	315	390	479	631	632	655	705	755	798	834
	콘솔	118	118	124	124	117	109	100	92	85	79
	PC	63	65	71	72	75	78	81	82	83	84
	통합 광고	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
합계		500	577	678	831	828	846	891	934	971	1,002

| 표 9 | 말레이시아 게임시장 규모 및 전망 2023~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

- 한편 말레이시아의 전통 게임(PC 및 콘솔) 시장은 연평균성장률 -3.4%로 세계 어느 곳보다 빠른 속도로 줄어들고 있음. 콘솔 게임 부문은 팬데믹 이후 2 년간 소폭 상승세를 보이며 1 억 2,400 만 달러에 이르렀으나, 2022 년에는 전년 대비 약 5.5% 마이너스 성장으로 1 억 1,700 만 달러로

감소했으며, 2023 년에는 전년 대비 약 7% 감소한 1 억 900 만 달러로 감소할 것으로 전망됨. 이에 콘솔 게임 부문은 연평균성장률 -7.6%로 2027 년에는 7,900 만 달러로 축소될 것으로 예상함

- PC 게임 부문 소폭으로 꾸준한 증가세를 보이고 있음. 2023 년 PC 게임 부문은 전년 대비 약 5% 증가한 7,800 만 달러를 기록할 것으로 전망되며, 향후 연평균성장률 1.4%를 기록하며 2027 년에는 8,400 만 달러를 넘어서며 콘솔 게임 부문을 넘어설 것으로 예상함
- Statista 자료에 따르면, 말레이시아 모바일 게임의 가입자당 매출(ARPU)는 2022 년 33.66 달러에서 2023 년에는 약 6% 증가한 35.66 달러로 예상되며, 2027 년에는 41.31 달러에 이를 것으로 전망됨. 모바일 게임에 이어 다운로드 게임 부문의 가입자당 매출은 2022 년 23.75 달러에서 2023 년에는 약 5% 증가한 24.94 달러로 예상되며, 2027 년에는 29.20 달러에 이를 것으로 전망됨

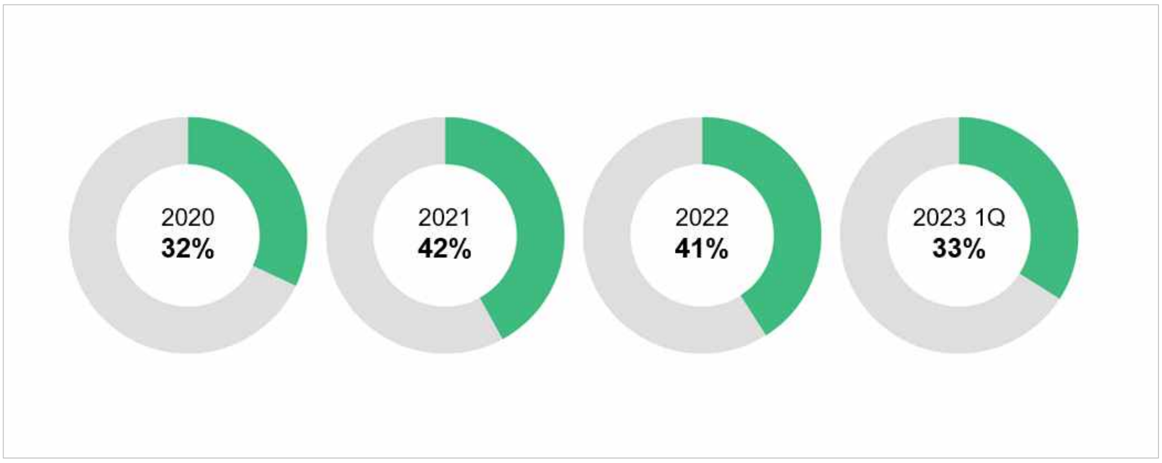


| 그림 7 | e스포츠 시청 및 플레이 타이틀 Top 10 (2023년 1분기 기준, 출처: OPPOTUS)

- 2023 년 말레이시아의 e 스포츠 부문은 청소년체육부가 학교에 e 스포츠 커리큘럼을 도입하겠다는 계획을 발표함으로써 해당 부문의 육성에 대한 정부의 의지를 드러냄. 말레이시아 e 스포츠는 SEA 게임에서 총 4 개의 메달을 획득하며 인상적인 성과를 거두며 게이머 지망생, 업계 및 정부 관계 기관 등의 관심을 끎
- 말레이시아 정부는 2023 년 e 스포츠 산업 발전을 위한 자금으로 1,300 만 링깃을 배정해 지역 e 스포츠 허브로 자리매김한다는 목표를 세움. 이는 2020 년 12 월 말레이시아 회사인 Esports Business Network(EBN)가 동남아시아 최대 규모로 알려진 풀 서비스 e 스포츠 시설인 Esports City 를 개장한 것과 맥을 같이 함. 쿠알라룸푸르의 Quill City Mall 에 위치한 Esports City 는 65,000 평방피트 규모로 국내외 e 스포츠 행사를 위한 장소가 되는 것을 목표로 함

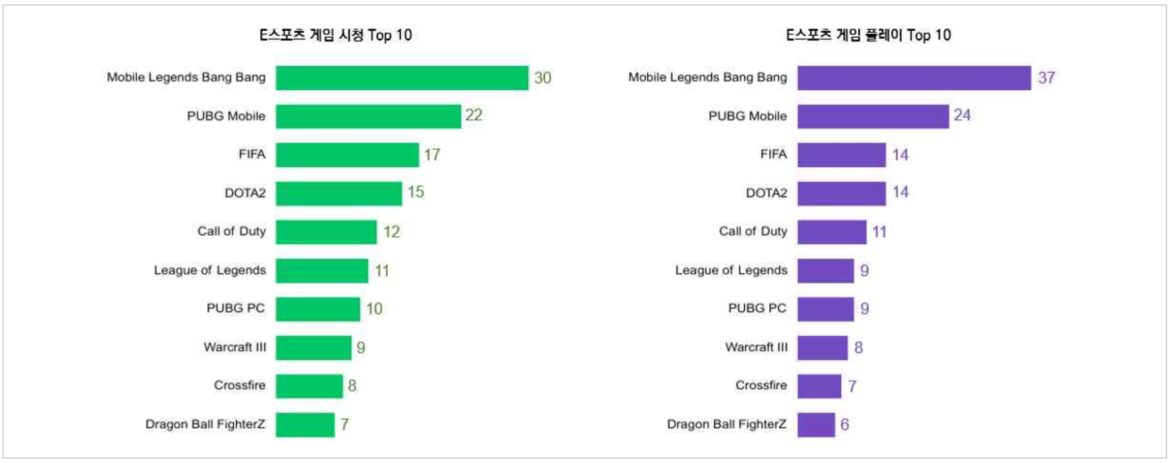
| 그림 8 | ESports City 전경 (출처: 해당 웹사이트)

- 말레이시아인 등의 e 스포츠에 대한 인식도 조사에 따르며, 2020 년부터 e 스포츠에 대한 인식이 꾸준히 증가하여 2021 년 4 분기에 98%라는 인상적인 수치를 기록함. 2023 년 1 분기에 실시된 최근 설문조사에서 인지도 수준은 75%로 2022 년 전체 평균 e 스포츠 인지도 약 80%와 거의 유사한 수치를 보이며 말레이시아인의 일상에 광범위하게 영향을 끼치고 있는 것을 알 수 있음
- 또한, 말레이시아인의 e 스포츠 활동 참여 수준은 해마다 증가하고 있음. 응답자 중 약 40%는 어떤 형태로든 매년 e 스포츠 관련 활동에 참여하고 있다고 답했으며, 응답자 중 약 20%는 매년 e 스포츠 대회에 참가한다고 답함



| 그림 9 | 말레이시아인의 e스포츠 참여도 추세 (출처: OPPOTUS)

- 말레이시아 주요 도시에서 개최되는 게임 관련 이벤트가 지속적으로 증가하고 있어 그 비율이 더욱 높아질 전망임. 새로운 게임 타이틀이 출시되고 기회가 확대됨에 따라 개인들은 e 스포츠 토너먼트에 적극적으로 참여할 수 있는 기회를 많이 가지게 되며, 이러한 추세는 브랜드가 타겟 마케팅 이니셔티브 및 파트너십을 통해 소비자와 전략적으로 소통할 수 있는 기회를 제공함
- 2023 년 말레이시아 시장 조사회사인 Oppotus 가 2023 년 1 분기에 실시한 설문조사에 따르면, 말레이시아에서 가장 인기 있는 e 스포츠 플레이 타이틀로는 〈Mobile Legends Bang Bang〉, 〈PUBG Mobile〉 등이 선두 주자로 자리매김하고 있으며, 이들 타이틀 모두 모바일 게임이라는 점에서 콘솔이나 PC 게임보다는 모바일 게임에 대한 e 스포츠 소비자들의 선호도를 알 수 있음



| 그림 10 | e스포츠 시청 및 플레이 타이틀 Top 10 (2023년 1분기 기준, 출처: OPPOTUS)

2. 음악 및 라디오시장 현황

- 말레이시아 음악 시장은 팬데믹 이후 2020 년 한 해 동안 약 30% 감소했으나 2021 년부터 스트리밍 부문이 전년 대비 약 30% 증가하며 팬데믹 이전 수준인 5,000 만 달러를 기록함. 2022 년에는 스트리밍의 성장세가 이어짐과 동시에 라이브공연 시장이 재개되며 전년 대비 42% 성장한 7,100 만 달러를 기록함. 2023 년에도 스트리밍 부문과 라이브공연 부문의 안정적 성장을 통해 전년 대비 11.5% 성장한 7,900 만 달러에 이를 것으로 전망됨
- 라이브공연 부문은 향후 연평균성장률 2.7%를 기록하며 2027 년에는 6,200 만 달러 규모로 성장할 것으로 예상하며, 음반 시장의 약 77%를 차지하고 있는 스트리밍 부문은 향후 연평균성장률 6.1%로 2027 년에는 5,000 만 달러를 넘어설 것으로 전망됨
- Statista 에 따르면, 말레이시아 음악 스트리밍 부문의 이용자 수는 2027 년까지 400 만 명에 이를 것으로 예상되며, 이용자 침투율은 2023 년 9.8%, 2027 년 11.4%로 예상되며, 말레이시아 현지 음악 스트리밍 플랫폼은 전통 음악과 현지 음악 컬렉션으로 인해 인기를 얻음

구분		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
공연	후원·광고	6	6	2	3	7	7	8	8	8	8
	티켓 판매	18	19	5	11	21	24	25	26	27	27
음반	다운로드	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0
	스트리밍	13	18	21	27	32	37	42	46	48	50
	저작권료	8	6	8	8	10	10	11	11	11	12
	게임·광고 등 저작료	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	음반 판매	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
합계		48	52	37	50	71	79	87	92	95	97

ㅣ표 10ㅣ말레이시아 음악시장 규모 및 전망 2018~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

- 2022 년 8~10 월 시장조사 전문기업인 Gfk 의 '라디오 시청자 데이터(Radio Auditor Data)' 조사 결과에 따르면, 라디오는 말레이시아에서 여전히 인기 있는 미디어로 남아 있으며 주간 청취자 수는 2,160 만 명(도달률 96%)으로, 이는 2022 년 3 월 말 진행된 설문 조사 결과보다 300,000 명이 증가한 수치임
- 그러나 라디오 청취자 증가와는 다르게 지난 몇 년간 광고주들은 라디오 광고에 투자를 줄이고 있는 불균형이 발생하고 있음. 말레이시아 라디오 광고 시장은 2019 년 9,500 만 달러 규모였으나, 팬데믹이 시작된 2020 년에 전년의 약 74% 수준인 7,000 만 달러에 그쳤으며, 이후 매년 소폭 증가세를 보이며 2022 년에는 7,600 만 달러를 기록함. 2023 년에는 전년과 비슷한 수준인 7,700 만 달러에 그칠 것으로 전망되며, 이후 대비 연평균성장률 0.7%로 2027 년에는 8,000 만 달러로 예상되지만, 이는 10 년 전 시장 규모보다 훨씬 낮음

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
라디오 광고	96	95	70	73	76	77	78	79	79	80

| 표 11 | 말레이시아 라디오시장 규모 및 전망 2018~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

- 말레이시아의 라디오 방송은 Astro Radio Network 의 라디오 브랜드들에 의해 주도됨. Astro 의 브랜드 중 ERA 방송국은 주간 청취자 5,300,000 명, 영어 방송인 HITZ 는 주간 청취자 2,400,000 명, 중국어 방송인 MY 의 주간 청취자는 2,700,000 명, 그리고 RAGA 의 주간 청취자는 1,600,000 명임. Astro Radio Network 은 11 개 라디오 브랜드에서 주간 청취자 16,100,000 명으로 말레이시아 라디오 청취자의 74.6%에 이름. 다른 주요 민간 라디오 방송사로는 오랫동안 방송되고 있는 Hot FM 및 Fly FM 방송국을 운영하는 Media Prime Audio 가 있음
- 말레이시아의 국영 방송사은 Radio Televisyen Malaysia(RTM)으로, 27 개의 지역 채널과 함께 6 개의 국영 방송국(Klassik, Nasional, TRAXX, Minnal, Ai, ASYIK)을 운영하고 있음. 또한, 이슬람 라디오 방송국인 Ikim FM 을 소유하고 있으며, 이 방송국은 유일하게 지속적으로 상위 10 위 안에 드는 방송국임

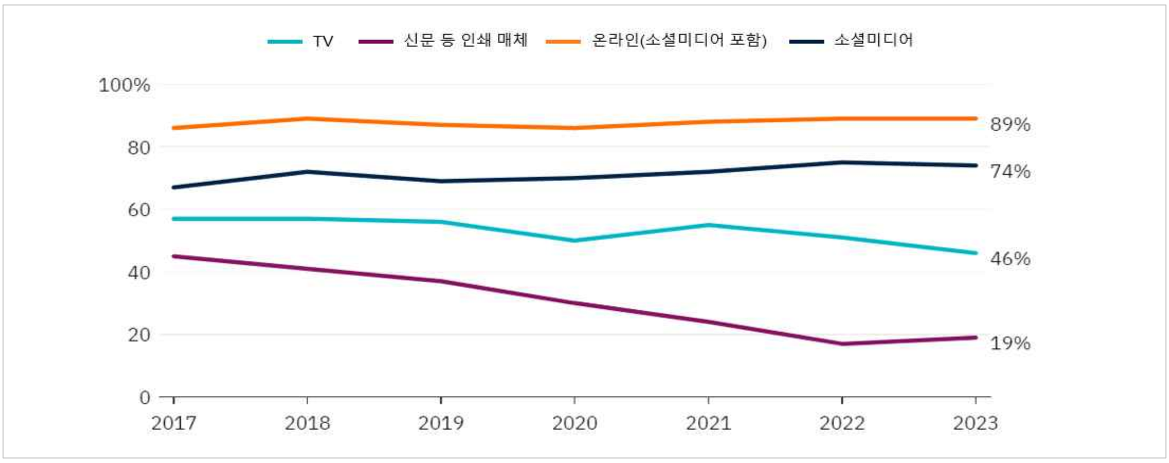
3. 도서, 잡지 및 신문시장 현황

- PwC 보고서에 따르면, 말레이시아 도서 시장은 2022 년부터 2027 년까지 연평균성장률 1.5%로 성장해 총 시장 규모는 4,700 만 달러에서 5,100 만 달러로 증가할 것으로 전망됨. 특히 전자책 부문은 연평균성장률 8.5%로 성장하여 일반 도서(인쇄) 부문의 연평균성장률 -1.2%의 마이너스 성장을 상쇄할 것으로 예상함

구분		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
도서	전자책	6	7	8	10	11	12	14	15	16	17
	일반 도서	38	38	37	36	36	36	35	35	35	34
	소계	**44**	**45**	**45**	**46**	**47**	**48**	**49**	**50**	**51**	**51**
잡지	광고	16	14	12	10	9	9	9	9	9	9
	판매	64	63	56	60	60	60	60	60	60	60
	소계	**80**	**77**	**68**	**70**	**69**	**69**	**69**	**69**	**69**	**69**
신문	광고	705	583	439	354	327	304	286	269	253	238
	판매	448	442	407	417	400	388	377	367	358	351
	소계	**1,153**	**1,025**	**846**	**771**	**727**	**692**	**663**	**636**	**611**	**589**

| 표 12 | 말레이시아 도서, 잡지 및 신문시장 규모 및 전망 2018~2027 (단위: 백만 달러, 출처: PwC)

- 말레이시아의 서점 수는 최근 몇 년간 감소했으며, 많은 서점은 쇼핑객의 관심을 끌기 위해 카페, 아트 갤러리와 같은 라이프스타일 상품을 추가하는 등 생존을 위한 변화 전략을 추구하고 있음
- 말레이시아 도서출판협회의 자료에 따르면, 말레이시아 서점은 2020 년에 32 개 매장을 포함해 2018 년부터 총 95 개가 문을 닫았으며, 2022 년 5 월에는 싱가포르 서점 체인인 Times Bookstores 가 말레이시아의 마지막 남은 매장을 폐쇄함. 2020 년 말 현재 말레이시아에는 약 2,000 여개의 서점이 있음
- 2022 년 말레이시아 잡지 시장 규모는 전년 대비 소폭 감소한 6,900 만 달러였으며, 2023 년에도 전년과 같은 규모가 유지될 것으로 전망됨. 잡지 또한 도서 시장과 동일하게 인쇄 부문은 감소하는 반면 디지털 부문은 성장할 것임. 말레이시아에서는 패션과 라이프스타일 잡지의 인기가 높음
- 말레이시아의 신문시장은 팬데믹을 기점으로 급격하게 감소함. 2020 년 말레이시아 신문시장은 전년 대비 17.5% 감소한 8 억 4,600 만 달러를 기록했으며, 이후 연평균성장률 −5.2%로 마이너스 성장을 하며 2023 년에는 6 억 9,200 만 달러로 예상함. 또한, 향후 연평균성장률 −4.1%로 2027 년에는 5 억 8,900 만 달러로 축소될 것으로 전망됨
- 말레이시아의 전통적인 신문의 인쇄수익은 몇 년 동안 감소하고 있으며 Google 및 Meta 와 같은 거대 기술 기업이 디지털 광고 수익을 차지함. 전통적인 신문들은 디지털 전용 뉴스 제공업체인 Malaysiakini 와 같은 온라인 매체들과도 경쟁하고 있음. 말레이시아의 가장 큰 신문은 영어 일간지 The Star 와 말레이어 신문인 Harian Metro, Berita Harian, Sinar Harian 이 있으며 모두 New Straits Times 그룹이 소유함
- Reuters Institute 의 조사에 따르면, 2023 년 말레이시아인들이 뉴스를 접하는 매체로는 온라인이 89%로 가장 높았으며, 신문의 경우는 2017 년 45%에서 지속해서 감소해 2022 년에는 17%로 사상 최저 비율을 보였으며 2023 년에는 소폭 증가했지만 19%에 불과함



| 그림 11 | 말레이시아인의 미디어별 정보 출처 추이 (출처: Reuters Institute)

인도네시아비즈니스센터 담당자 연락처		
김영수 센터장	+62-21-252-3151	yskim@kocca.kr
김은지 주임	+62-21-252-3151	milykim@kocca.kr

말레이시아 콘텐츠 특화보고서

2023년

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	김영수 (인도네시아비즈니스센터장) 김은지 (인도네시아비즈니스센터 주임)
집필자	이현석 (PT Daehong Communications Indonesia 팀장) 이철웅 (PT Daehong Communications Indonesia 법인장) 이화진 (PT Daehong Communications Indonesia 팀장)
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2023년 11월 30일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락