

(7) 방송

2013년 중동·아프리카의 방송시장은 전년대비 7.1% 성장한 45억 9,300만 달러로 집계되었다. 남아프리카 공화국은 비교적 양호한 경제 환경과 아프리카 최대의 유료방송시장으로서 각 분야가 비교적 골고루 성장하였고 아랍에미리트는 풍부한 자금력으로 고성장을 이루어내 전반적으로 성장세를 보이고 있다. 이집트는 정치적 혼란으로 인하여 방송시장이 적지 않은 타격을 받았지만 중동·아프리카지역은 전반적으로 고른 성장세를 보여주고 있다. 중동·아프리카의 방송시장은 향후 5년간 연평균 7%의 성장세를 보이며 2018년에는 64억 5,400만 달러의 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

제1절

[표 10-13] 중동·아프리카지역 방송시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
1. 영국											
2. 프랑스											
3. 독일											
4. 스페인											
5. 러시아											
6. 이탈리아											
7. 스웨덴											
8. 터키											
9. 중동·아프리카											
TV 수신료	1,975	2,079	2,190	2,323	2,495	2,650	2,827	3,023	3,214	3,429	6.6
공영방송	92	92	92	95	99	105	105	108	111	113	2.7
유료방송	1,883	1,987	2,098	2,229	2,396	2,545	2,722	2,915	3,103	3,315	6.7
TV 광고	949	1,218	1,268	1,411	1,495	1,629	1,724	1,849	1,957	2,102	7.1
다중 채널	50	73	92	116	140	175	213	253	294	343	19.6
지상파	900	1,146	1,176	1,295	1,355	1,452	1,508	1,593	1,661	1,754	5.3
온라인	-	-	-	-	-	1	1	2	4	5	49.5
라디오	373	422	471	553	603	664	724	788	853	923	8.9
광고	373	422	471	553	603	664	724	788	853	923	8.9
공영 라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
위성 라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	3,297	3,719	3,929	4,287	4,593	4,943	5,275	5,660	6,024	6,454	7.0

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

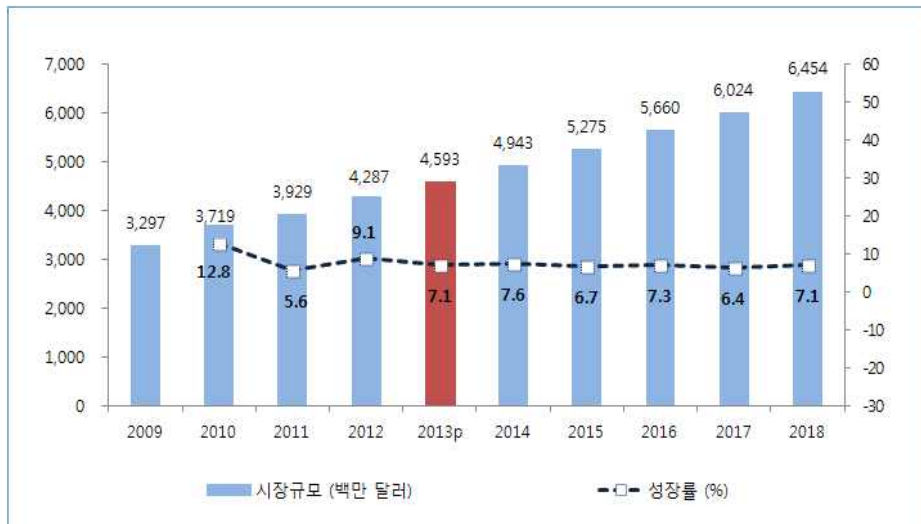
6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

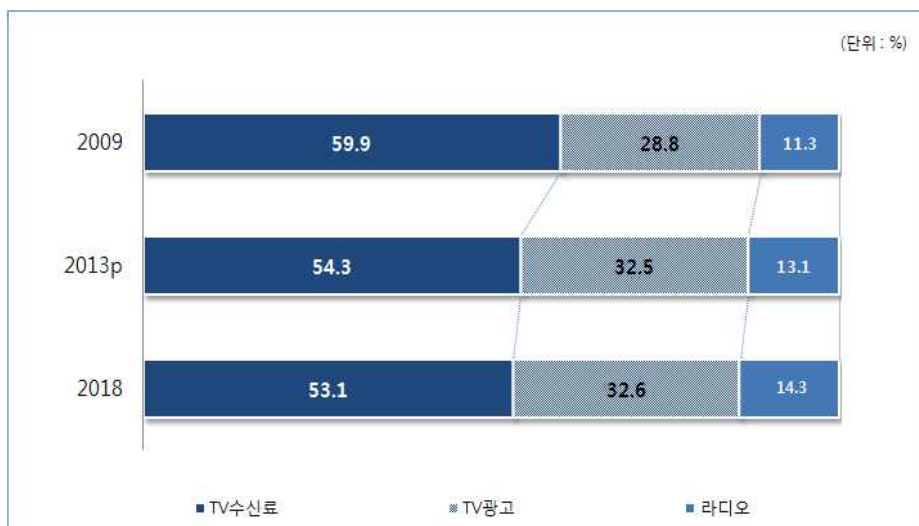
[그림 10-35] 중동·아프리카지역 방송시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

중동·아프리카지역 방송시장에서 가장 큰 비중을 차지한 것은 TV 수신료시장으로 2009년에는 59.9%의 높은 시장점유율을 보였다. 그러나 TV 광고시장과 라디오시장의 성장으로 2013년에는 54.3%로 비중이 감소하였다.

[그림 10-36] 중동·아프리카지역 방송시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



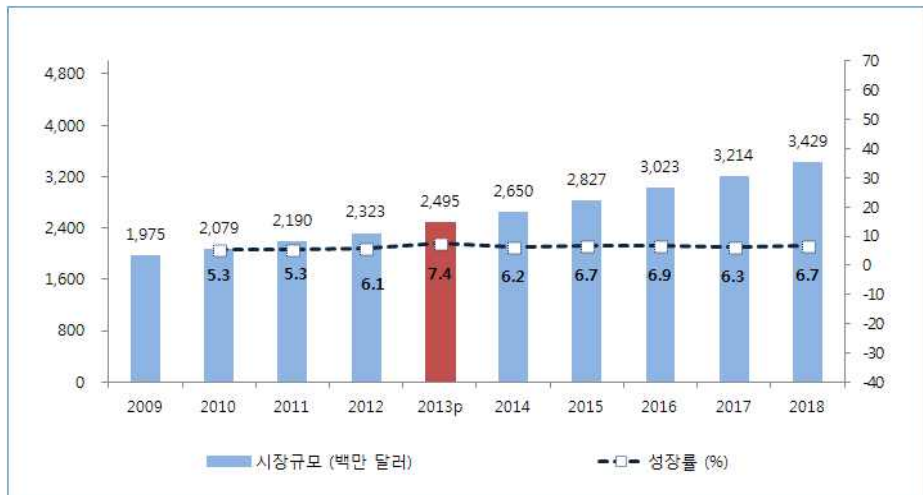
출처 : PwC(2014)

이러한 추세는 계속되어 2018년에는 53.1%로 비중이 줄어들 것으로 전망된다. 반면 TV 광고 시장은 2009년 28.8%였던 비중이 증가하여 2018년에는 32.6%의 점유율을 보일 것으로 전망된다. 라디오시장 역시 2009년 11.3%의 점유율에서 2018년 14.3%로 비중이 증가할 전망이다.

가. TV 수신료

2013년 중동·아프리카의 TV 수신료시장은 전년대비 7.4% 성장한 24억 9,500만 달러로 집계되었다. 남아공은 아프리카 최대의 유료방송시장을 가지고 있는데 지역사업자 ‘Multicochoice’가 가장 높은 시장점유율을 보이고 있다. 아랍에미리트는 유료TV 가입가구 비율이 2013년 말 전체 TV 시청가구 중 65%를 차지할 정도로 높은 비율을 차지하고 있다. 이처럼 중동·아프리카지역의 주요 국가들이 높은 비율의 TV 수신료시장을 형성하고 있어 2018년까지 6.6%의 성장세를 보이며 34억 2,900만 달러로 TV 수신료시장의 규모는 커질 전망이다.

[그림 10-37] 중동·아프리카지역 TV 수신료시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

나. TV 광고

2013년 TV 광고시장 규모는 전년대비 6% 성장한 14억 9,500만 달러로 집계되었다. 중동·아프리카지역 광고주들은 지역 TV 방송국에 많은 관심을 보이고 있고 투자를 단행하고 있어서 전반적으로 TV 광고시장 규모는 성장할 것으로 예상되고 있다. 중동·아프리카 TV 광고시장은 2018년까지 7.1%의 성장률을 보이며 21억 200만 달러로 규모가 커질 전망이다.

제1절

1. 영국
2. 프랑스
3. 독일
4. 스페인
5. 러시아
6. 이탈리아
7. 스웨덴
8. 터키
9. 중동·아프리카

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

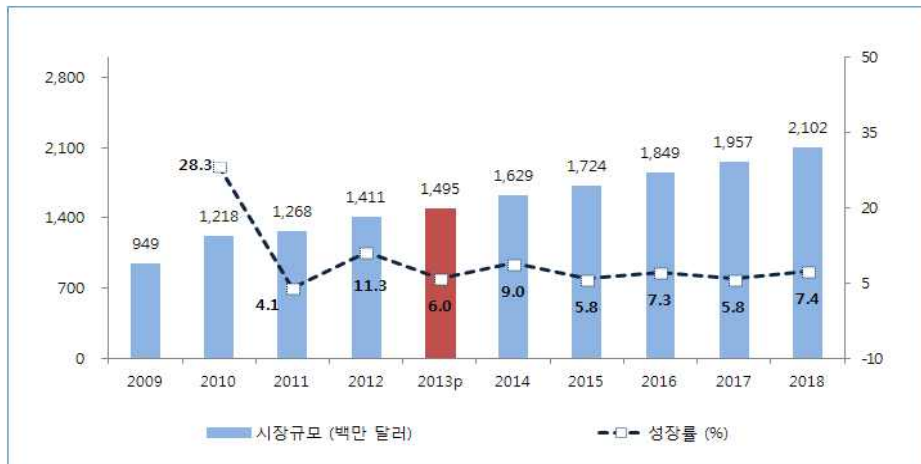
6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

[그림 10-38] 중동·아프리카지역 TV 광고시장(방송) 규모 및 성장률, 2009 - 2018

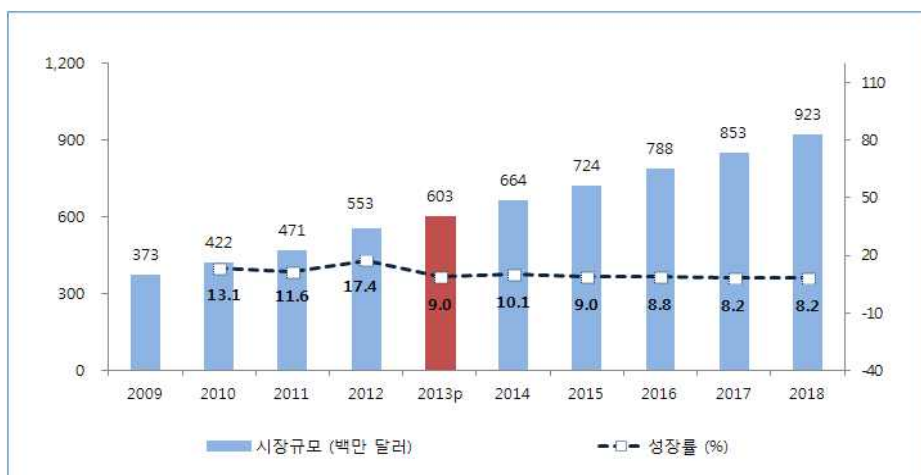


출처 : PwC(2014)

다. 라디오

2013년 중동·아프리카의 라디오시장은 전년대비 9.0% 성장한 6억 300만 달러로 집계되었다. 전통적인 정보 전달 매체로서 가치가 높은 라디오는 클래식 광고 투자자들로부터 여전히 많은 관심을 받고 있고 특히 패션과 미용에 관심이 많은 여성들에게 저자극성 광고 매체로서의 역할을 톡톡히 하고 있다.

[그림 10-39] 중동·아프리카지역 라디오시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

중동·아프리카 라디오시장은 2018년까지 연평균 8.9%의 성장률로 9억 2,300만 달러의 시장을 형성할 것으로 전망된다.