

## (7) 방송

6.  
태국

대만은 유료방송 가입률이 매우 높은 국가로 케이블사업자가 주도하고 있다. 유료방송은 지속적으로 성장하고 있지만 가격경쟁으로 말미암아 수익은 감소할 것으로 보인다.

7.  
베트남

2013년 대만 방송시장은 전년대비 약 0.5% 감소한 27억 8,100만 달러로 집계되었다. 향후 방송시장은 연평균 0.4% 성장세를 보이며 2018년 28억 3,400만 달러로 다소 정체 상태에 머물 것으로 전망된다.

8.  
인도네시아

[그림 6-34] 대만 방송시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 6-13] 대만 방송시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2013	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
TV 수신료	1,572	1,627	1,680	1,705	1,682	1,620	1,556	1,514	1,501	1,503	△2.2
공영방송	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
유료방송	1,572	1,627	1,680	1,705	1,682	1,620	1,556	1,514	1,501	1,503	△2.2
TV 광고	622	788	1,051	990	997	1,042	1,079	1,135	1,182	1,245	4.5
다중 채널	381	484	647	609	614	639	658	687	712	744	3.9
지상파	237	300	399	373	373	388	400	418	433	452	3.9
온라인	3	4	5	7	10	14	21	29	38	49	38.4
라디오	101	121	111	99	102	99	95	92	89	86	△3.4
광고	101	121	111	99	102	99	95	92	89	86	△3.3
공영 라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
위성 라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	2,295	2,536	2,842	2,794	2,781	2,761	2,730	2,741	2,772	2,834	0.4

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

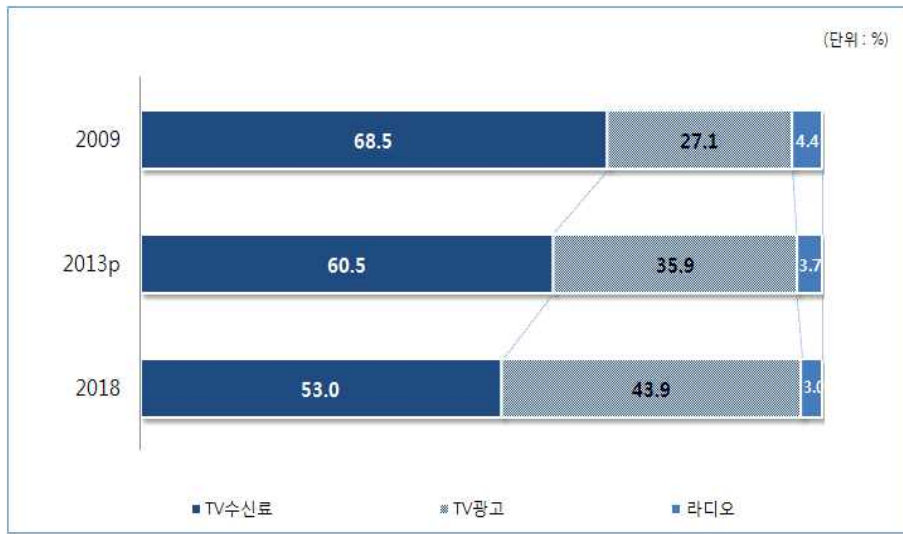
6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

TV 수신료시장의 비중은 2013년 60.5%에서 2018년 53%로 하락이 예측된다. TV 광고시장은 2013년 35.9%에서 2018년 43.9%로 확대될 전망이다. 라디오는 3.7%에서 3%로 축소될 것으로 보인다.

[그림 6-35] 대만 방송시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

### 가. TV 수신료

대만 유료TV의 가입률은 2013년 92.7%에서 2018년 95.7%로 증가하였고 같은 기간 가입가구는 760만에서 830만으로 연평균 1.7% 성장하였다. 그렇지만 가격 경쟁으로 2013년 TV 수신료시장은 전년대비 약 1.3% 감소한 16억 8,200만 달러로 집계되었다.

이후 TV 수신료시장은 꾸준한 감소세를 이어 2018년까지 평균 2.2%의 하락률을 보이며 15억 300만 달러에 이를 것으로 전망된다.

대만 유료방송에서는 케이블 부문이 지배적인 사업자로 남아 있다. 그렇지만 포화된 시장과 합병 등으로 케이블 부문은 2013년 73.4%에서 2018년 69%로 비중이 줄어들 것으로 예측되고 있다.

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 6-36] 대만 TV 수신료시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

## 나. TV 광고

지속적인 성장기간 이후 대만 TV 광고시장은 2011년의 10억 5,100만 달러에서 2013년 9억 9,000만 달러로 5.8% 감소했다. 2013년 대만의 TV 광고시장은 전년대비 0.7% 증가하여 9억 9,700만 달러로 측정되었다. 이후도 성장세를 보일 것으로 예측되지만 2015년까지는 2011년 수준에 이르지 못할 것으로 보인다.

2009년 강력한 경제위기에도 불구하고 대만 광고시장은 건재한 모습을 보여주면서 TV 광고시장 매출의 성장을 가져왔다. 2011년과 2013년에는 경제가 성장을 지속하기에 어려움을 겪어 광고시장에 압박을 주기도 했지만 이 기조가 지속될 것으로 보이지는 않는다. TV 광고시장은 2018년까지 연평균 4.5% 성장하여 12억 4,500만 달러에 이를 것으로 전망된다.

### 제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 6-37] 대만 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

다. 라디오

대만의 라디오시장은 세계적으로 볼 때 작은 시장에 속한다. 2013년에는 전년대비 3.0% 증가한 1억 200만 달러 규모로 측정되었다. 이후 라디오시장은 2018년까지 연평균 3.4% 감소율을 보이며 8,600만 달러까지 축소될 것으로 전망된다. 라디오시장은 라디오 광고수익이 전부이며 이는 대만 라디오시장이 세계에서 가장 저성장을 보이는 라디오시장 중 하나임을 보여준다. 대만은 거의 170개의 라디오 방송국을 가지고 있으며 600만 명의 청취자가 존재한다.

[그림 6-38] 대만 라디오시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아