

(5) 영화

2013년 대만 영화시장은 1986년 폐지한 영화수입쿼터제도로 인하여 수익성이 지속 악화되고 있는 가운데 전년대비 0.8% 하락한 12억 8,300만 달러로 집계되었다. 홈비디오 디지털 OTT 서비스는 아직 도입단계로 시장비중이 매우 낮고 홈비디오 대여 판매 시장 또한 유료TV 서비스 확대 보급으로 동반 하락세를 보이고 있다. 향후 대만의 전체 영화시장 규모는 연평균 0.8%의 하락세를 보이며 2018년 12억 3,400만 달러까지 축소될 것으로 전망된다.

[그림 6-24] 대만 영화시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 6-11] 대만 영화시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2013	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
극장	171	202	269	254	264	272	280	288	297	303	2.8
박스오피스	171	202	269	254	264	272	280	288	297	303	2.8
극장광고	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
홈비디오	1,090	1,072	1,042	1,013	984	956	928	900	873	847	△2.9
대여	253	230	226	222	218	214	210	206	202	199	△1.9
판매	837	842	816	791	766	742	718	694	671	649	△3.3
디지털배급	7	11	17	26	35	45	54	64	73	84	19
OTT/ 스트리밍	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TV 구독	7	11	17	26	35	45	54	64	73	84	19
합계	1,268	1,285	1,328	1,293	1,283	1,272	1,262	1,253	1,243	1,234	△0.8

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

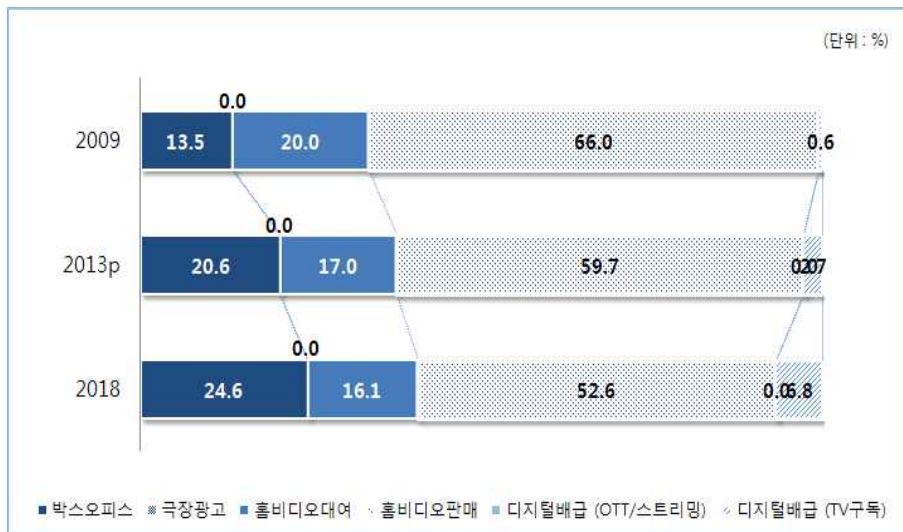
6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

2009년 대만 박스오피스는 13.5%의 시장 비중을 보였는데 2011년 자국 영화 ‘하이자오7번지’, ‘워리어스 레인보우1,2’의 흥행과 ‘어벤저스’, ‘트랜스포머 3’, 자국 영화 ‘대미로안’이 연속으로 흥행에 성공하면서 2013년 20.6%의 시장점유율을 보이며 확대되었다. 2013년 59.7%의 시장점유율을 보이던 홈비디오 판매 시장은 유료TV 보급 증가로 2018년 52.6%까지 축소될 것으로 전망된다.

[그림 6-25] 대만 영화시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

가. 박스오피스

2013년 대만 박스오피스시장은 중국과 대만의 경제협력 기본협정을 통해 대만 영화가 자유롭게 중국에 진출하게 되면서 전반적인 박스오피스 영화 수익이 증가해 전년대비 3.9% 증가한 2억 6,400만 달러로 기록되었다.

하지만 영화배급사가 증가한 만큼 극장 스크린은 증가하지 않아 큰 폭의 성장으로 이어지지는 않았다. 그럼에도 대만에서 생산되고 유통되는 영화 물량이 전반적으로 증가할 것으로 전망되고 대만 정부가 자국 영화산업 부흥을 위해 2014년 12월까지 64억 4,000만 달러 예산을 배정해 적극 지원을 하고 있어 대만 박스오피스시장 규모는 2018년까지 연평균 2.8%의 성장률을 보이며 3억 300만 달러에 이를 것으로 전망된다.

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

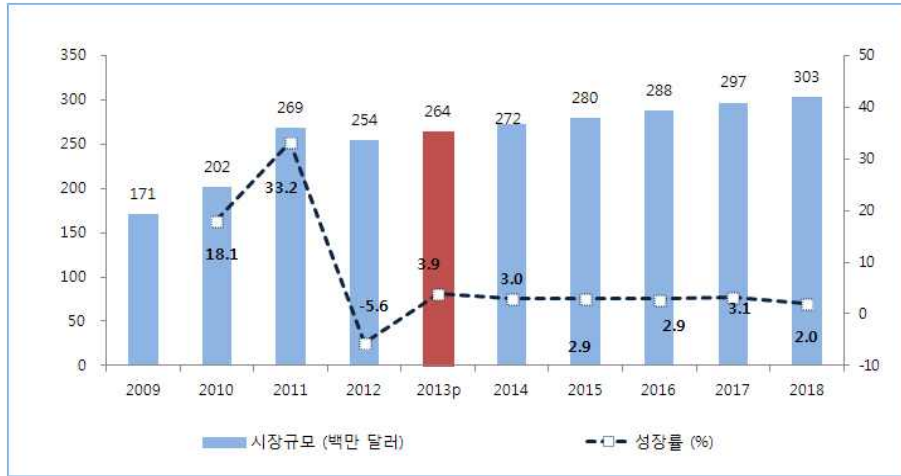
5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 6-26] 대만 박스오피스시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018

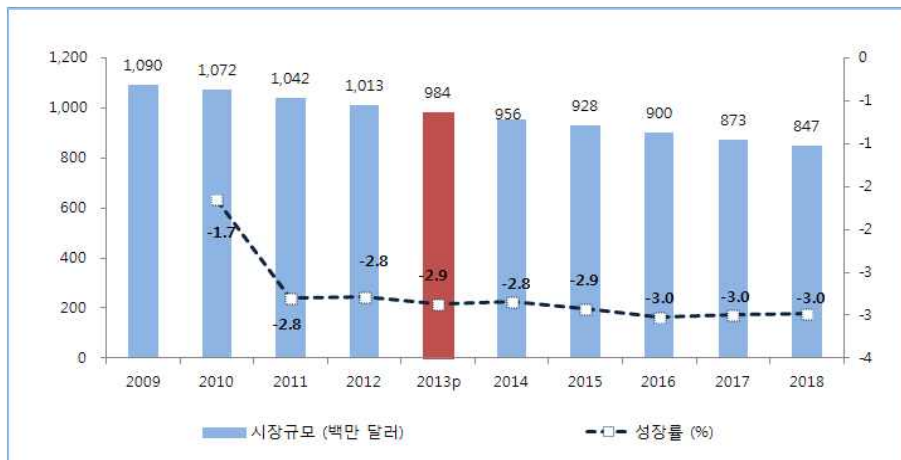


출처 : PwC(2014)

나. 홈비디오

2013년 대만 홈비디오시장은 유료TV 시청자의 증가와 토렌트를 이용한 불법복제가 증가하면서 전년대비 2.9% 하락한 9억 8,400만 달러로 집계되었다. 향후 홈비디오시장은 2018년까지 연평균 2.9%의 하락세를 보이며 8억 4,700만 달러에 머물 것으로 전망된다.

[그림 6-27] 대만 홈비디오시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제 1 절

1. 일본

2. 중국

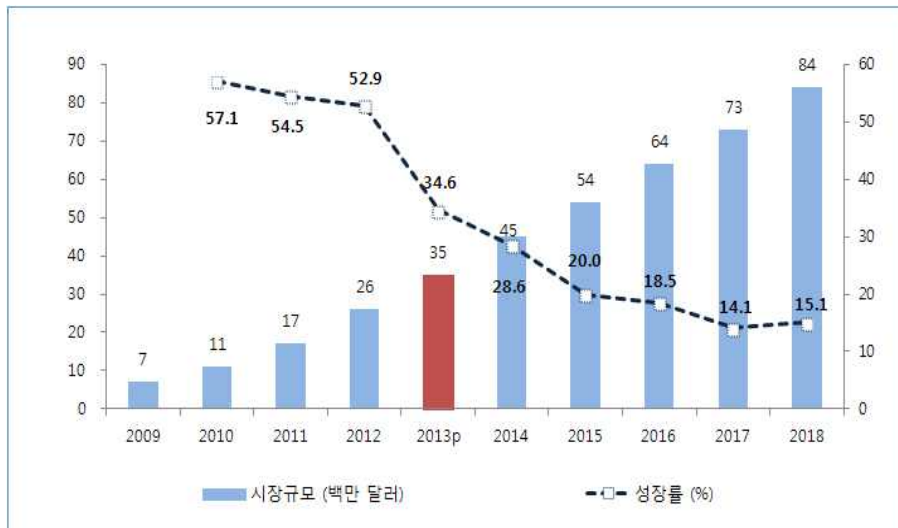
3. 인도

4. 호주

다. 디지털배급

2013년 대만 디지털배급시장은 유료TV의 활성화로 전년대비 34.6%성장한 3,500만 달러를 기록하였다. OTT/스트리밍을 이용하는 소비자의 수는 추정할 수 없으나 정부정책이나 통신사업자간 경쟁이 이루어지는 시점부터 대만의 OTT/스트리밍시장은 유료TV처럼 폭발적인 성장세를 기록할 것으로 보인다. 향후 5년간 대만의 디지털배급시장은 2018년까지 연평균 19%의 성장률을 보이며 8,400만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 6-28] 대만 디지털배급시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)