

### (3) 음악

대만 음악시장은 일본, 한국 음악의 인기가 많으며 특히 최근 5년간 가장 많은 1위를 기록하고 있는 음악은 한국음악이다. 대만의 5music.com.tw의 2013년 연간 차트에는 1위부터 20위까지 한국음악으로 도배되어 있고 2012년 기록에도 아무로 나미에가 10위에 오른 것을 제외하면 모두 한국 음악이 순위를 차지하였다. 이러한 호조에도 불구하고 대만의 음악시장은 불법 음원 유통이 높아 2013년 대만 음악시장 규모는 전년대비 5.8% 하락한 1억 1,400만 달러로 집계되었다.

[표 6-7] 대만 음악시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2013	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
음반	82	81	77	70	61	56	53	51	50	49	△4.3
오프라인 음반	59	59	49	40	29	21	15	11	8	6	△27.6
디지털 음원	23	22	27	30	32	35	37	40	42	44	6.1
공연 음악	47	47	50	51	52	54	57	62	69	80	9
합계	128	128	126	121	114	110	110	113	119	130	2.7

출처 : PwC(2014)

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

비록 오프라인 음반 판매율이 하락하고 있지만 디지털을 통한 음원 유통이 큰 폭으로 증가하고 있고 한류의 인기에 힘입어 K-POP 콘서트의 현지 개최 등으로 공연 음악시장 또한 성장세를 보이고 있다. 향후 대만의 음악시장 규모는 2018년까지 연평균 2.7%의 성장세를 보이며 1억 3,000만 달러에 달할 것으로 전망된다.

[그림 6-13] 대만 음악시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

2009년 가장 46.1%로 가장 높은 시장 비중을 보이던 오프라인 음반시장은 인터넷접근성 발달로 불법 유통되는 음원이 증가하면서 2013년 25.4%로 감소하였다. 게다가 스트리밍 서비스로 디지털 음원시장이 확대됨에 따라 2018년 오프라인 음반의 시장 점유율은 33.8%까지 축소될 것으로 전망된다. 반면 공연 음악시장 점유율은 상당히 커지고 있는데 한국의 K-POP 콘서트와 대만 현지의 그룹 믹서(Mixer), 연아룬 등의 인기가 대만 공연 음악시장의 활력을 불어 넣고 있다. 2018년 대만 공연 음악시장은 전체 시장의 61.5%의 점유율을 보이며 음악시장에서의 영향력이 더욱 커질 것으로 전망된다.

## 제1절

## 1. 일본

## 2. 중국

## 3. 인도

## 4. 호주

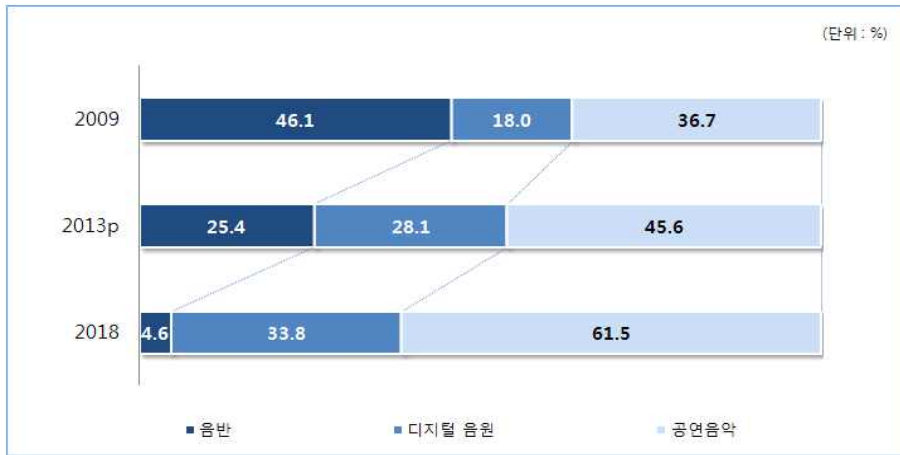
## 5. 대만

## 6. 태국

## 7. 베트남

## 8. 인도네시아

[그림 6-14] 대만 오프라인 음악시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018

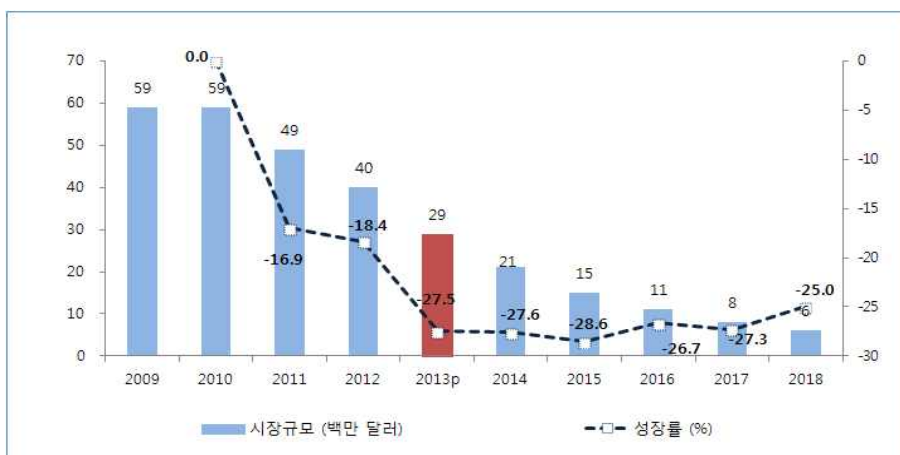


출처 : PwC(2014)

## 가. 오프라인 음반

대만 오프라인 음반시장은 불법복제율도 높은 편이지만 일단 팬층이 형성되면 무조건 매체를 구입하는 소비행태를 보여 일부 가수들의 경우는 한국보다 많은 CD 판매고를 올리기도 했다. 하지만 2013년 전반적인 대만 오프라인 음반시장은 전년대비 27.5% 하락한 2,900만 달러에 그쳤다. 디지털 스트리밍 음악과 모바일 음원 앱의 활성화로 2018년까지 대만 오프라인 음반시장은 연평균 27.6%의 하락세를 보이며 600만 달러까지 대폭 감소할 것으로 전망된다.

[그림 6-15] 대만 음반시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

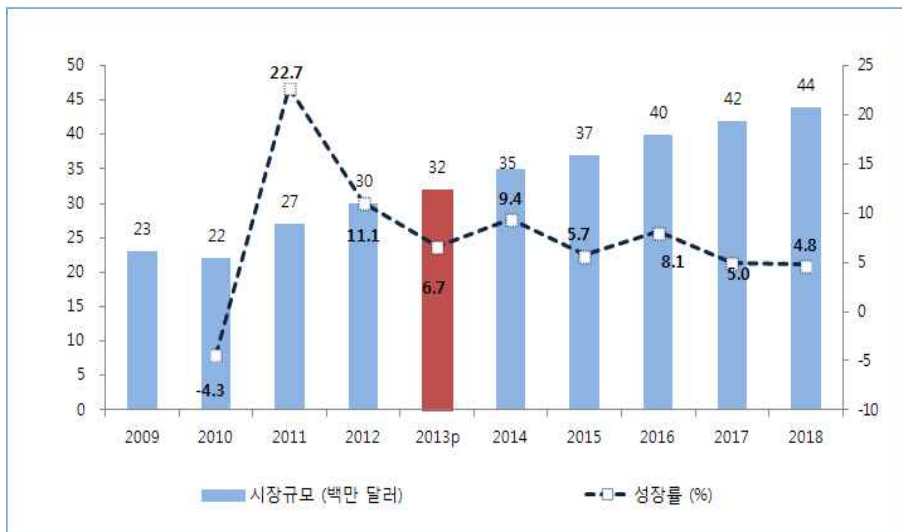
7. 베트남

8. 인도네시아

나. 디지털 음원

대만의 2013년 디지털 음원시장은 아마존, 아이튠즈 등 다양한 스트리밍 음원 앱이 대중화되면서 전년 대비 6.7% 성장한 3,200만 달러로 집계되었다. 대만을 대표하는 온라인 스트리밍 음원서비스 KKBOX는 스웨덴의 스포티파이, 프랑스의 디저 보다 먼저 스트리밍 음원시장에 진입해 대만과 아시아 국가를 대상으로 서비스 해왔다. 향후 5년간 대만 디지털 음원시장은 연평균 6.1%의 성장세를 보이며 2018년 4,400만 달러에 달할 것으로 전망된다.

[그림 6-16] 대만 디지털 음원시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 6-8] 대만 디지털 음원시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2013	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
다운로드	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4.1
스트리밍	9	11	16	18	21	24	26	28	30	32	8.9
모바일	13	10	10	10	10	10	10	10	10	10	△0.6
합계	23	22	27	30	32	35	37	40	42	44	6.1

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

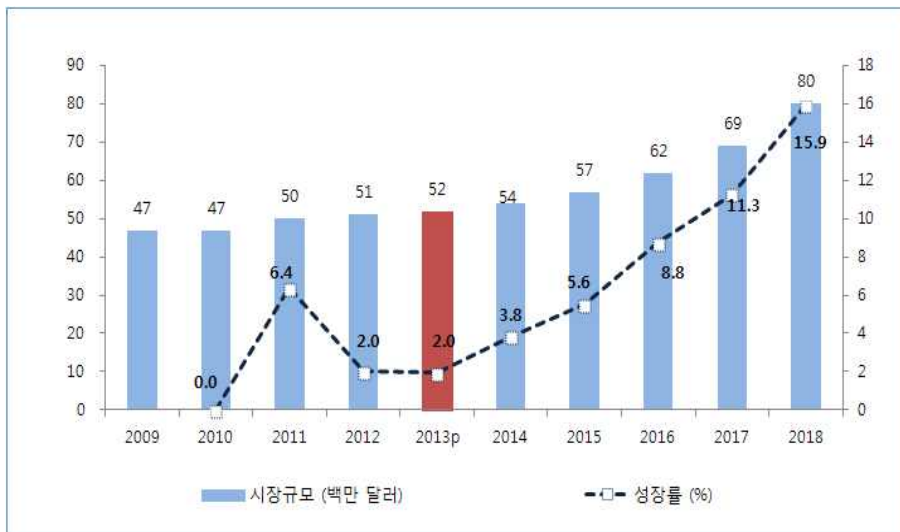
7. 베트남

8. 인도네시아

다. 공연 음악

2013년 공연시장은 자국의 유명 뮤지션뿐만 아니라 한류의 영향에 힘입은 K-POP 뮤직 콘서트의 흥행으로 전년대비 2.0% 성장한 5,200만 달러로 집계되었다. 대만 뮤직 차트 KKBOX에서 121주간 1위를 지켜온 슈퍼주니어의 인기는 대단히 높아서 타이페이 아레나 (Taipei Arena)에서 수차례 공연을 하였고 K-POP 뮤직 콘서트 역시 수차례 개최되었다. 대만 공연 음악시장은 2018년까지 연평균 9%의 성장률을 보이며 8,000만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 6-17] 대만 공연 음악시장 규모 및 성장률



출처 : PwC(2014)

[표 6-9] 대만 공연 음악시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2013	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
후원	11	12	12	12	12	12	13	13	13	14	2.6
티켓 판매	35	35	37	39	40	42	45	49	56	66	10.7
합계	47	47	50	51	52	54	57	62	69	80	9.0

출처 : PwC(2014)