(9) 캐릭터·라이선스

2013년 대만 캐릭터·라이선스시장은 전년대비 2.0% 성장한 5억 600만 달러로 집계되었다.

오랜 시간동안 대만을 대표하는 캐릭터는 거의 없는 편이었는데 유일하게 2005년에 체인 상점 마트코트로 제작된 오픈첸(Open-Chen)이 대만을 대표하는 유일한 캐릭터로 분류되어 현재 의류, 액세서리 등으로 생산되고 있다. 지금도 많은 브랜드 제품을 수입에 의존하는 대만 라이선스시장은 2018년까지 연평균 8.4%의 성장률을 보이며 7억 5,900만 달러에 이를 것으로 전망된다.

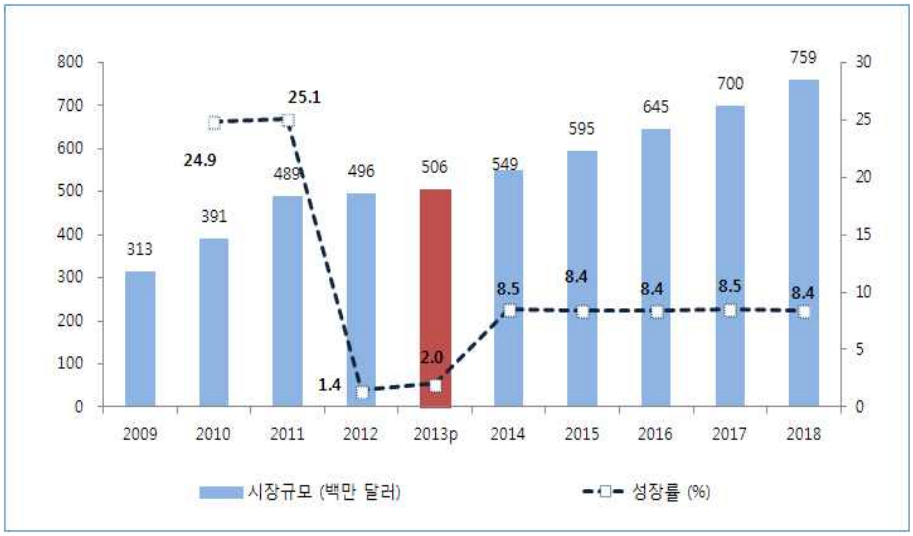
[표 6-16] 대만 캐릭터·라이선스시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2013	2013p	2014	2015	2016	2018	2018	2013-18 CAGR
캐릭터·라이선스	313	391	489	496	506	549	595	645	700	759	8.4

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

[그림 6-45] 대만 캐릭터·라이선스시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

2013년 가장 높은 시장점유율을 보인 캐릭터·라이선스 부문은 엔터테인먼트·캐릭터로 37.0%의 시장점유율을 보였다. 패션과 기업브랜드·상표는 그 뒤를 이어 각각 30.6%와 11,9%의 비중을 보여주었다.

[표 6-17] 대만 캐릭터·라이선스 분야별 시장 규모, 2009-2013

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009		2011			2013		
	시장 규모	비중	시장 규모	비중	증감률	시장 규모	비중	증감률
엔터테인먼트/캐릭터	123	37.0	181	37.0	47.6	187	37.0	3.5
스포츠	25	8.2	40	8.1	56.1	41	8.2	4.5
패션	83	30.6	147	30.0	77.1	155	30.6	5.5

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009		2011			2013		
	시장 규모	비중	시장 규모	비중	증감률	시장 규모	비중	증감률
기업브랜드/상표	31	11.9	56	11.4	78.4	60	11.9	7.6
예술	15	3.4	17	3.5	12.4	17	3.4	0
기타	36	8.9	49	9.9	-	45	8.9	△7.3
합계	313	100	489	100.0	56.2	506	100	3.4

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

2013년 대만 캐릭터·라이선스시장을 상품별로 구분하면 의류·신발·잡화는 54.6%의 시장 비중을 보이면서 대만의 캐릭터·라이선스시장을 견인한 것으로 나타났다. 게임·완구, 출판은 다음으로 높은 시장점유율을 보여주었는데 서로 14%대의 비중을 보였다. 모든 항목의 캐릭터·라이선스가 2011년과 비교하여 성장세를 고르게 보여주었다. 그럼에도 대만의 캐릭터·라이선스시장은 중국과 가까운 지리적 특성 때문에 다수의 글로벌 기업들이 대만보다 중국 본토 내에 공장과 사무실을 짓기 원해 앞으로의 대만 캐릭터·라이선스시장은 정체 또는 낮은 성장률을 보일 것으로 전망된다.

[표 6-18] 대만 제품별 캐릭터·라이선스시장 비중, 2009 vs. 2011 vs. 2013

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2011			2013		
	시장 규모	비중	증감률	시장 규모	비중	증감률
의류·신발·잡화	190	43.6	-	237	54.6	25.2
게임·완구	57	13.1	-	61	14.1	8.2
출판	59	13.6	-	63	14.5	6.1
가정용품·가구·침구	12	2.8	-	13	3.1	12.0
문구·제지	22	5.2	-	23	5.4	4.6
선물	18	4.2	-	19	4.4	3.9
식음료	14	3.1	-	16	3.6	15.3
건강·미용	12	2.8	-	14	3.1	14.0
기타	50	11.6	-	61	14.1	21.9
합계	434	100	-	508	100	17.0

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)