

(7) 방송

중국은 엄청난 시장 규모와 IPTV 등의 빠른 성장으로 방송시장 전분야가 커다란 성장세를 보이고 있다. 특히 TV 수신료시장은 전년대비 20% 이상 성장했으며 향후 5년간 10% 이상의 평균성장률을 보일 것으로 전망되고 있다. 2013년 중국 방송시장은 전년대비 약 14.1% 성장한 197억 2,100만 달러로 집계되었다. 향후 방송시장은 연평균 9.7% 증가추세를 보이며 2018년 313억 6,600만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[표 3-11] 중국 방송시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
TV 수신료	6,103	7,014	8,196	9,601	11,536	13,733	16,078	17,251	18,471	19,666	11.3
공영방송	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
유료방송	6,103	7,014	8,196	9,601	11,536	13,733	16,078	17,251	18,471	19,666	11.3
TV 광고	4,296	4,886	5,522	5,875	6,228	6,695	7,096	7,664	8,124	8,733	7.0
다중 채널	139	169	199	225	252	286	319	362	402	452	12.4
지상파	4,157	4,718	5,323	5,650	5,975	6,408	6,777	7,302	7,722	8,281	6.7
온라인	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
라디오	1,268	1,477	1,658	1,802	1,957	2,125	2,308	2,507	2,727	2,967	8.7
라디오 광고	1,268	1,477	1,658	1,802	1,957	2,125	2,308	2,507	2,727	2,967	8.7
공영 라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
위성 라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	11,667	13,378	15,376	17,278	19,721	22,552	25,482	27,422	29,322	31,366	9.7

출처 : PwC(2014)

TV 수신료시장의 비중은 2013년 58.5%에서 2018년 62.7%로 증가가 예측된다. TV 광고시장은 2013년 31.6%에서 2018년 27.8%로 축소될 전망이다. 라디오는 9.9%에서 9.5%로 변화될 것으로 보인다.

[그림 3-33] 중국 방송시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

가. TV 수신료

중국 2013년 TV 수신료시장은 전년대비 무려 20.2% 성장한 115억 3,600만 달러로 나타났다. 이후 TV 수신료시장은 꾸준한 성장세를 이어 2018년까지 평균 11.3%의 성장률을 보이며 196억 6,600만 달러에 이를 것으로 전망된다.

가입자 규모 측면에서 중국은 세계에서 가장 큰 유료TV 시장이다. 중국의 유료TV 가입가구는

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

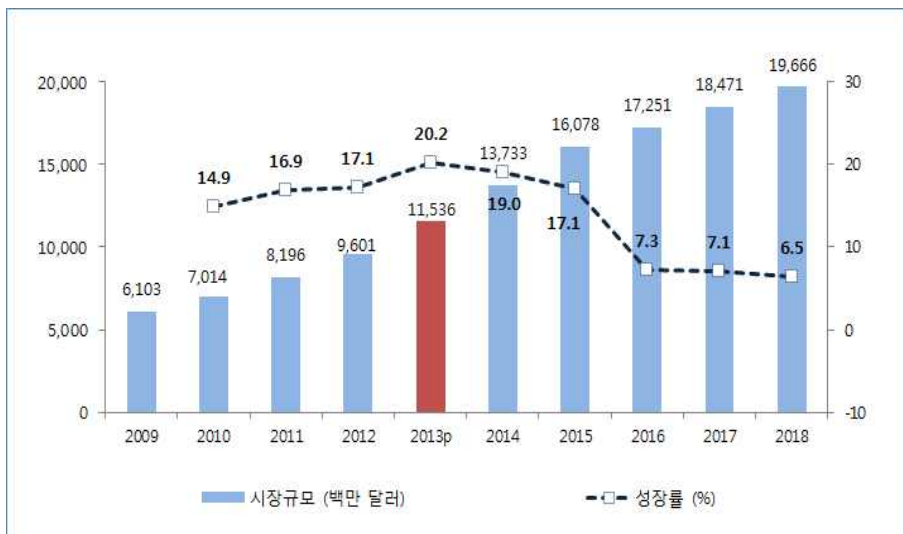
8. 인도네시아

2013년 2억 3,760만에 달한다. 2013년 이 가입가구 중 90% 이상이 케이블에서 IPTV 로 이동했다.

ARPU(가입자당 평균수익)는 2013년 4.14 달러에서 2018년 5.79달러로 성장이 기대되지만 다른 시장에 비해 이렇게 낮은 ARPU는 이 분야의 전체 가치를 저해할 것으로 보인다.

2013년 중국의 모든 TV 시청가구의 57.5%가 유료TV 서비스에 가입했고 2018년에는 62.1%로 성장할 것으로 예측된다. IPTV는 중국에서 매우 빠르게 성장하고 있으며 2013년부터 2018년까지 연평균 15.7%의 성장이 전망되는데 이렇게 될 경우 2018년 중국의 IPTV 시장은 세계 최고의 시장이 될 것이다.

[그림 3-34] 중국 TV 수신료시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

나. TV 광고

중국 경제의 성과에 따라 2013년에는 TV 광고시장의 성장속도가 주춤하여 전년대비 6% 증가하여 62억 2,800만 달러로 추정되었다. 지상파 수익의 연간성장률은 2012년 전년대비 6.1%에서 2013년 5.8%로 떨어졌다. 그렇지만 여전히 TV 광고 부문의 성장이 기대되는데, TV 광고시장은 2018년까지 연평균 7% 성장하여 87억 3,300만 달러에 이를 것으로 전망된다.

중국 중앙 텔레비전(CCTV)은 TV 광고시장에서 여전히 넘버 원 플레이어로 남아있지만 지방의 위성방송사업자, 특히 허난TV (Hunan TV), 장수TV (Jiangsu TV), 저장TV (Zhejiang TV), 그리고 상하이TV (Dragon TV : Shanghai)가 점점 경쟁력을 높이고 있다.

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

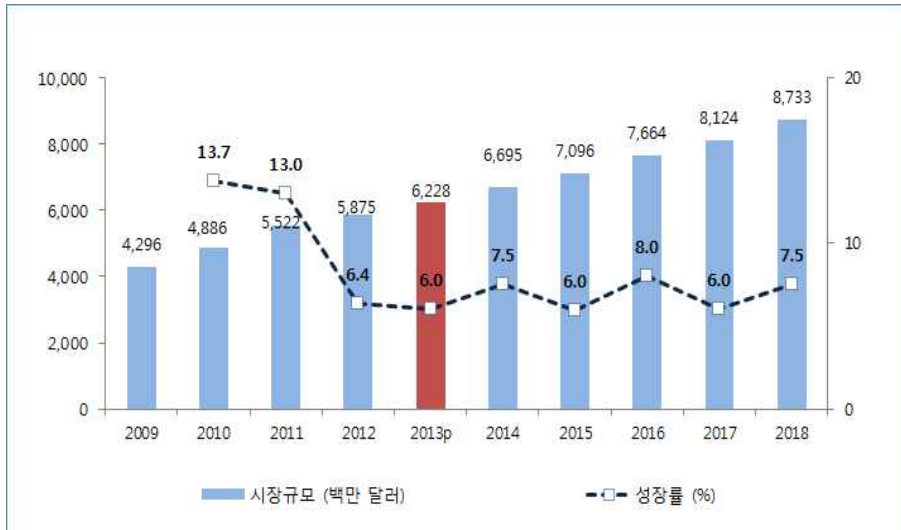
5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[그림 3-35] 중국 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

다. 라디오

중국은 미국 다음으로 세계에서 두 번째로 큰 라디오시장으로, 라디오 수익은 모두 라디오 광고 수입으로 이루어져 있다. 중국은 공공라디오 라이선스 비용이 없기 때문이다.

2013년에는 전년대비 8.6% 증가한 19억 5,700만 달러 규모로 측정되었다. 2010년과 2011년에 비해 낮은 성장률이지만, 중국 라디오시장의 꾸준한 성장이 예상되며 이후 라디오시장은 2018년까지 연평균 8.7% 성장률을 보이며 29억 6,700만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 3-36] 중국 라디오시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)