

# 중국경제 현안 브리핑

05-15호 / 12월 1일

## 중국 TV산업 현황 및 전망

### I. 중국 미디어 산업 발전상황

- 개혁개방 이후 중국의 고속 경제발전은 미디어 산업 발전에 양호한 기회를 제공함.
- 미디어에 대한 산업적 인식과 함께, 당 16차 전국대표대회(16大) 및 4중전회(中全會)에서 문화체제를 개혁·해방하고 문화생산력을 발전시켜, 라디오/영화/TV산업의 이론적 기초를 확립해야 한다고 주장
- 중국에서 미디어 산업은 문화산업, 정보산업의 주요 부분으로 위상을 높여가고 있으며 주목받는 신흥산업으로 되고 있음. 광고업 등 관련 산업도 빠른 발전추세를 보이고 있음.
- 매체 중 가장 많은 수용인구를 보유하고 있는 TV산업은 개혁개방이래 인구 커버율이 급속히 늘어나며 막대한 영향력을 가지게 됨.

### II. 중국 미디어 산업의 규모 및 현황

- 빠른 경제성장을 기반으로 중국은 미디어 대국으로 부상 중

<표 1> 중국의 미디어별 산업규모

미디어별 분류	규 모
신문	1천922종, 이중 일간지 499종으로 26% 점유

잡지	2004년 말 기준 공식 출판 간행물 9천490종, 1회 발행량 1백만권 이상은 24종임. (상업적으로 발간되는 간행물은 2,000종 정도로 4분의 1미만이며, 나머지는 비상업적, 교육, 학술도서 유형)
서적	출판사수 573사, 2004년 출판도서 20만8천294종, 1인당 1년 평균 서적 보유량은 4.93권
인터넷	사이트 약 65만개, 뉴스사이트 150개, 네티즌 1억명 이상
TV	중국내 방송사 2천280개사, (이중 TV 방송국 309개사, 라디오TV 방송국 1천919개사) 위성 전송채널 60개, 전국 TV 보유량 3억7천만대, TV방송 인구커버율 95.3%
라디오	현재 중국내 라디오방송국 총 282사, 라디오방송 인구커버율 93.6%

□ 중국의 미디어 이용자 현황

<표 2> 1일 평균 이용자 규모

미디어별 분류	수용자수	인구대비 비율
신문	3억2천만명	26.64%
잡지	2억3천만명	19.25%
TV	9억4천만명	78.17%
라디오	1억6천만명	13.43%
인터넷	3천5백만명	2.88%

<표 3> 미디어별 이용 비율 및 빈도

	0회 혹은 매우 적음	매우 적음 (매월 1일 이상)	가끔 (매주 1일 이상)	자주 (매주 3일 이상)	거의 매일	평균 매일 수용 비중(%)
신문	36.73	18.85	16.12	12.42	15.85	26.64
잡지	40.64	19.27	21.3	14.74	3.93	19.25
TV	0.31	0.7	3.18	17.09	78.69	78.17
라디오	61.48	15.35	9.92	6.1	7.01	13.43
인터넷	91.23	2.89	2.77	1.91	0.92	2.88

출처: 《중국TV시청자 현황보고》, 중국 广播电视출판사, 2003 12월 제1판

<표 4> 미디어별 1일평균 수용시간 (단위:분)

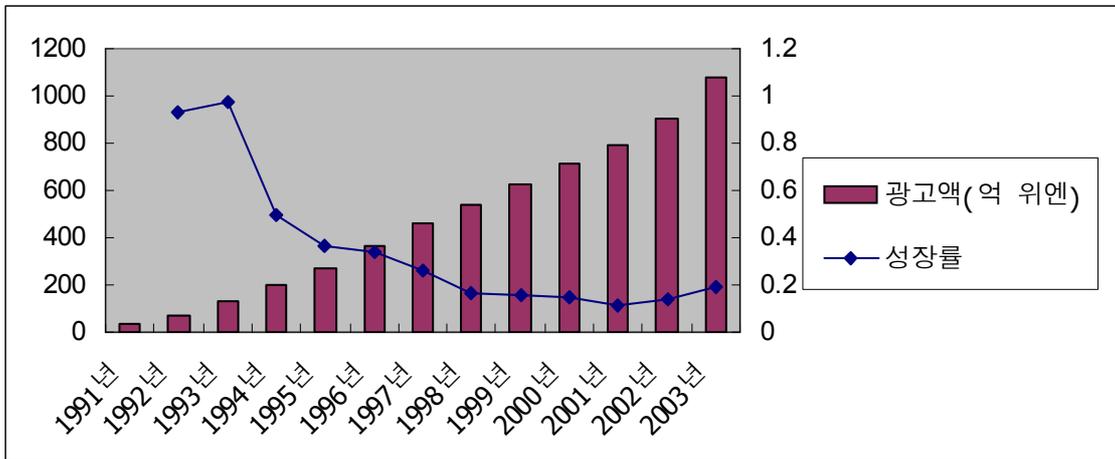
	신문	라디오	TV	잡지	서적	인터넷
1인당 평균 이용시간	60.2	34.6	134.7	26.1	36.7	25.6
미디어별 평균 이용시간	62.5	59.3	137.2	46	66.8	90.1

출처: 중국인민대학 여론연구소 2003 상하이시 이용자 설문조사

□ 중국 미디어 산업의 광고경영 현황

- 중국내 광고액은 1981년 1억1천8백만 위엔에서 매년 33.7%의 증가율을 기록하며 2004년까지 24년간 규모가 1천50배 증가
- 2003년 광고액 1천억 위엔 돌파 이후 2004년 총 1천240억 위엔 기록.

<그림 1> 1991년부터 2003년간 중국 광고액 규모 및 성장률



<표 5> 중국 미디어별 2004년 광고액 및 성장률 (단위: 억위엔)

	2004년	2003년	성장률
신문	230.72	243.01	-5.06%
잡지	20.37	24.38	-16.45%
TV	291.54	255.04	14.31%

라디오	32.93	25.57	28.78%
합계	575.56	548	5%

- 중국에서 광고액은 2001년을 기준으로 2010년에는 3배 증가해 2천400억~2천600억 위엔의 수준에 달할 것으로 예상됨.
- 2005년 상반기, 미디어에 투자된 광고비용은 1천29억 위엔으로, 이중 TV 광고비용은 전년동기 35% 증가한 789억 위엔으로 집계됨.<sup>1)</sup>

### Ⅲ. 중국 TV산업 개혁 및 현황

□ 중국 TV산업 개혁은 1983년부터 1992년과 2002년을 기점으로 3단계로 진행되어 왔음.

#### ① 중국 TV산업 개혁 1단계 (1983년 - 1988년)

- 공산당과 정부가 "4급 TV 운영방침" 제출, 전국적으로 4급 관리체제<sup>2)</sup> 국면 형성
  - TV사업 규모가 전례 없는 확대
    - TV 방송, 송출 및 중계방송국 4배 이상 증가
    - 프로그램 수, 방송 및 제작시간 수 배 증가
    - TV 인구 커버율 제고(60%에서 75%로)

#### ② 중국 TV산업 개혁 2단계 (1992년 - 1995년)

- 시장경제 메커니즘을 확립하며, 경제 발전으로 사회적 수요 창출됨
  - TV산업에 대한 인식 제고

1) 《2004 我国广播电影电视年度发展报告》，2005 中国文化产业年度发展报告：社会科学文献出版社 - 孙向辉，黄炜，胡正荣

2) 중앙과 지방간의 전국 방송사업 관리체제. 국영(国营), 성영(省营), 시영(市营), 현영(县营) 의 각 방송네트워크를 관리하기 위해 각 성과 자치구, 직할시, 성급 이하 행정단위별로 广播电视局(광파전시국)이나 广播电视厅(광파전시청)이 설립되어 있음.

- TV 인구 커버율이 90%에 도달
- 케이블 TV 입지 확보
- 내부개혁 및 산업경영을 모색

③ 중국 TV산업 개혁 3단계 (2002년~)

- 경제 및 문화의 세계화 도전에 직면한 가운데, 공산당과 정부가 문화산업을 대대적으로 발전시킬 것을 제안
  - 관련 부문들이 미디어 산업 발전을 위한 정책 제시
    - 디지털화, 네트워크화로 새로운 송신시스템 추진
    - 경쟁에 대비한 산업역량 강화 박차
    - 산업체제 개편을 통해 TV산업의 새로운 시스템 구축

□ TV산업에 대한 인식과 정책의 변화

- TV산업의 속성 및 기능에 대한 인식이 변화됨
  - 1994년과 2002년을 기준으로 약 3단계에 걸쳐 변화됨.

1994년 이전	정치적 속성만 인정
1994년-2002년	경제적 속성 승인, 산업경영 모색 가능
2002년 이후	산업속성을 승인하고, 산업발전 제창

- 인식변화와 발맞추어 유관 정책을 발표, 실질적으로 독점을 타파하고 업종을 개방함.
- 중국 최고 방송 규제기관인 광과전영전시총국(广播电影电视总局, 이하 광전총국)은 2004년을 미디어산업 발전의 해, 디지털의 해로 정하고, 관련 정책을 지속적으로 내놓음<sup>3)</sup>

3) <영화산업 발전 가속화를 위한 견해(关于加快电影产业发展的若干意见)> (2004년1월8일), <중국 영화 TV 동영상 산업 발전을 위한 견해(关于发展我国影视动画产业的若干意见)> (2004년5월14일), <라디오 TV 케이블 디지털 유료채널 운영산업화 추진을 위한 견해(关于推进广播电视有线数字付费频道运营产业化的意见)> (2004년6월7일), <전국적 라디오 TV 케이블 디지털 유료채널 집성 운영기관 설립신청 관련 통지(关于申办全国性广播电视有线数字付费频道集成运营机构的通知)> (2004년6월10일) 등이 있음.

- 광전총국: 《라디오/영화/TV 산업발전 추진에 관한 의견(关于促进广播影视产业发展的意见)》(2003년 12월30일) 발표
  - TV산업을 근간으로 하는 우위산업을 발전시켜 TV 산업 경영을 변화시키고, 유료 TV를 발전시키며, TV 프로그램 경영과 자원 개발을 확대함.
  - 경영성 자산, 자원 및 업무를 점차 라디오 TV사업 체제에서 분리시켜, 시장에 진입해 기업개편과 구조조정을 실시함.
  - 라디오/영화/TV의 투자와 증자채널 및 시장 진입도 점차 확대, 완화됨.
  - 자원 통합 및 구조조정을 통해 실력 있고 주요 업무가 분명하며, 핵심경쟁력을 보유한 대형 산업그룹을 설립하고, 산업 근간으로서 전체 라디오 영화, TV 산업의 발전을 견인함.
- 국무원 (국발 [2005] 10호 문건): 《민간자본의 문화산업 진입 관련 결정(关于非公有资本进入文化产业的若干决定)》 발표
  - 민간자본이 문화 오락, 만화, 인터넷 게임, 광고, 영화 드라마 제작발행, 라디오 영화 TV 기술 개발 운영에 진입하는 것을 지지함.
  - 민간자본이 아래 방면의 국유기업에 주식참여 할 수 있음.(지분제한 49%): 신문출판사의 광고, 발행. 라디오 및 TV방송사의 음악, 과학기술, 체육, 엔터테인먼트 관련 프로그램 제작, 영화제작/발행/방영
  - 민간자본이 케이블 TV 접속 네트워크의 설립과 경영, 케이블 TV 수신 단말기의 디지털화 개조에 참여 가능함. 케이블 TV 접속 네트워크의 커뮤니티 업무에 종사하는 기업의 지배지분을 보유할 수 있음.

#### IV. 중국 TV 발전 방향

- TV방송 디지털화 점차적으로 실현

- 2008년 디지털 TV 프로그램 정식출범, 2015년 아날로그 방송에서 디지털 방송으로의 전환 마무리 계획
- 현재 디지털 전용기로 가는 과도기임
  - o 프로그램 제작과 방송, 전송 등 분야의 디지털 기술 응용 확대
  - o 디지털화 전송의 유료 TV 채널을 설립

□ TV방송 6대 체계를 구축

- 케이블 네트워크를 중심으로 전국 네트워크로 연결하여 무선 네트워크로 보완
- 생방송 위성으로 신규 서비스 플랫폼 구축, 현재 "촌촌통(村村通)"<sup>4)</sup>공정4)에서 시범실시 중
- 모바일 TV / 핸드폰 TV / 인터넷 TV 등도 긍정적 전망

□ 콘텐츠 산업 발전에 중점

- 현재 프로그램 생산량 부족이 TV 산업발전의 저해요인이 되고 있음.
  - o 연간 방송시간이 1천여만 시간인데 비해 자체 제작프로그램 시간 수 2백여만시간에 불과함.
  - o 제작과 전송을 분리하는 개혁을 통해 프로그램 생산능력을 제고하고, 시장기능을 통해 프로그램 공급을 원활히 하며, 시장진입 기준 완화 필요

## V. 시사점

- 경제 발전의 성과를 바탕으로 중국 미디어는 이데올로기 전달 수단에서 점차 산업으로서 자리매김하고 있음.

4) 전국 모든 마을에서 라디오·TV수신을 가능하게 한다는 캠페인

- 중국정부는 문화산업의 중요성을 인식, 정책적으로 미디어 산업 관련 대외 개방의 폭을 넓히고 있음.
- 중국 미디어 산업의 효율적 발전을 위해서는 산업구조 합리화, 수익모델 정립, 기술 향상 및 자본의 원활한 조달 등의 과제가 해결돼야 함.
- 중국의 TV산업은 디지털 전용시기를 앞두고 기술적인 면에서 콘텐츠에 이르기까지 산업 전반에 걸친 재편이 있을 전망. 향후 변화 주시 필요 (完)

#### 주요 참고문헌

- 喻國明, 《机遇与挑战并存中的中国电视(기회와 도전 중의 중국TV)》, 중국 인민대학 신문학원, 2005.
- 孙向辉, 黄炜, 胡正荣, 《2004 我国广播电影电视年度发展报告(2004년 중국 라디오 영화 텔레비전 연도 발전보고서)》, 2005 中国文化产业发  
展报告: 社会科学文献出版社. 2005.