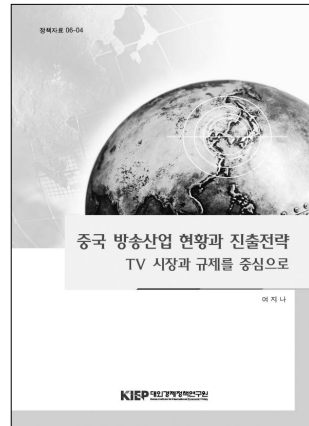


중국 방송산업 현황과 진출전략: TV 시장과 규제를 중심으로

저자 여지나 KIEP 세계지역연구센터 중국팀 연구원



최근 한류열풍 등으로 프로그램 수출을 포함한 TV 방송산업의 해외진출이 적극 모색되고 있으며, 국내 경제성장률이 저하되고 있는 현실에서 TV 방송산업이 또 하나의 새로운 성장동력이 될 수 있는 가능성을 보여주고 있다. 또한 DDA, FTA 서비스 협상에서 서비스시장 개방논의가 국내 서비스산업의 경쟁력 향상방안과 연계되어야 한다는 인식이 높아지고 있는 상황에서 TV 방송서비스의 교역을 통한 경쟁력 향상방안에 대한 관심이 증폭되고 있다. 따라서 본 연구는 활발한 경제·문화적 교류가 진행되고 있는 중국의 TV 방송시장을 대상으로 TV 방송제도와 규제 현황에 대한 자세한 현황 파악과 분석을 시도하여 국내 방송산업의 진출 전략을 제안하고 향후 한·중 FTA 등의 협상 준비자료로 활용하려는 목적으로 진행되었다.

중국은 2002년 12월 WTO 가입 당시의

양허안에 따라 영상산업을 점차 개방하였다. 가장 획기적인 조치는 개방과 관련하여 2003년 12월 광파전영진시총국(廣播電影電視總局)이 중외합자의 영화 제작 및 배급 회사의 설립을 허가한 것이다. 그 이후 2004년 10월 10일에 발표한 '방송프로그램제작 중외합자 및 합작회사 관리규정'(광전총국 44호령)에서 외자가 영화제작사업에 진입하는 것을 허용하고 외자 상한을 49%로 정하였다. TV 부문에서는 2004년 11월 28일부터 외국 미디어그룹이 중국내의 방송 TV 프로그램 제작 경영기업의 주식을 소유할 수 있게 되었다. 이로써 중국 TV 방송프로그램 시장에 대한 합법적 진출이 가능해지게 되었으나, 중국측의 지분보유율이 51%보다 적어서는 안 된다는 제한을 두었다. 따라서 향후 한·중 FTA나 다자협상 시, 프로그램 제작시장뿐만 아니라 채널 재송신, 프로그램 공급 및 배급까지 시장개방

의 폭을 확대하도록 요구할수 있을 것이다.

중국의 방송시장은 중앙정부에 의해 통제되는 전국 방송인 중국중앙텔레비전(CCTV)이 미디어체계의 핵심을 이루고 있다. 중국의 행정단위는 4급, 즉 중앙 행정, 성(省) 행정, 시(市) 행정, 현(縣) 행정으로 나뉘는데, 매스미디어의 체제도 행정조직에 상응하는 4급 미디어체제로 구분하여, 중앙 TV 방송국, 성급 위성 TV와 성급 비위성 TV 방송국, 각 성의 수도와 주요도시의 시급 TV 방송국 그리고 현급방송국으로 나뉜다. 이러한 중국 방송시장 진출전략 수립을 위해 본 보고서에서 강조하고 있는 것은 중

국 미디어체계의 핵심인 중앙의 CCTV뿐만 아니라, 현재 중국 방송시장에서 성급 위성 채널을 위주로 하여 일어나고 있는 지각변동을 예의 주시해야 한다는 것이다. 성급 위성채널들은 스스로의 브랜드화를 지향하며 전문화된 TV 방송국으로 각인되기를 원하고 있으며, 따라서 각 지역의 방송시장 특성과 상황 파악에 기초한 구체적 시장 진입전략의 수립이 요구된다. 본고에서 중국의 성급 위성채널과 시급 채널이 각 성내에서 중앙급 채널과 경쟁하면서 나름의 시장을 구축하고 있는 현황을 살펴본 것은 이러한 이유에서이다. 