



2012. 9. 19.

2011년 방송콘텐츠 수출입 현황 및 시사점

- I. 조사방법
- II. 전체 수출입 현황
- III. 장르별 현황
- IV. 국가별 현황
- V. 시사점

KOCCA
FOCUS

작성 : 윤재식 / 미래전략팀 수석연구원, jasika@kocca.kr



요약

- 2011년도 한국 방송콘텐츠 수출입 현황을 집계한 결과 수출은 총 4만 2,250편, 2억 2,789만 1천 달러로 집계되었고, 수입의 경우 1만 6,220편, 1억 966만 2천 달러로 집계되었음
- 주요 지상파 사업자(지역 민영방송 제외)와 케이블 독립제작사의 2011년도 수출입 데이터를 분석한 결과, 수출은 2억 2,789만 1천 달러, 수입은 1억 966만 2천 달러로 조사됨
 - 지난해와의 비교를 위해 <방송산업실태조사>의 자료와 비교해 본 결과, 수출은 6.0%, 수입은 6.2% 가량 증가했고, 케이블 및 독립제작사의 수출 금액이 급증한 것을 확인할 수 있음
 - 이는 지난 2~3년 동안 프로그램의 자체제작을 통해 퀄리티를 높였던 케이블 채널들이 기존 지상파 프로그램에서 볼 수 없었던 새로운 장르의 드라마와 예능 및 음악 프로그램의 제작에 힘을 쏟은 결과라 하겠음. 특히 K-Pop의 열풍과 함께 아이돌이 중심이 되는 케이블의 예능 및 음악 프로그램에 대한 선호도가 높아지고 있음
 - 또한 수입에 있어서도 지상파 방송사의 프로그램 수입이 줄어든 반면, 케이블의 프로그램 수입은 8.2% 정도 늘어난 것으로 집계됨
- 방송 프로그램과 일부 DVD, 비디오 판매분 및 포맷 판매를 제외한 장르별 프로그램의 수출 현황을 살펴 보면, 전체 2억 373만 3천 달러로 집계되었으며, 이 중에서 드라마가 전체의 81.9%를 차지한 1억 6,694만 8천 달러, 그 뒤를 다큐멘터리 프로그램이 2,349만 8천 달러(11.5%), 오락 프로그램이 1,046만 5천 달러로 5.1%를 차지
- 2011년도 방송콘텐츠의 장르별 수입 현황을 살펴보면, 전체 수입액 1억 379만 달러 중 영화가 5,751만 8천 달러(55.4%)를 차지하여 가장 높은 비중을 나타냈으며, 그 뒤를 드라마가 3,959만 5천 달러(38.1%), 다큐멘터리가 372만 9천 달러(3.6%)를 기록
- 국가별 수출 현황을 살펴보면, 여전히 일본과 대만, 중국의 순서로 높은 비중을 차지. 전체 방송콘텐츠 수출 중 64.3%를 일본에, 10.9%를 대만에, 10.5%를 중국에 수출하였고, 그 뒤를 이어 싱가포르와 홍콩이 각각 2.5%와 1.9%의 비중을 기록
 - 아시아를 제외하고는 미국과 유럽, 중동, 중남미 지역 등으로 국내 콘텐츠의 진출이 이루어지고 있어 조금씩 지역적 한계를 벗어나려는 노력을 하고 있다고 판단됨
- 국가별 수입 비중은 미국을 포함한 북미 지역이 94.4%로 압도적인 우위를 보였으며, 그 뒤를 영국이 1.7%, 일본과 유럽이 각각 1.2%로 나타났음
 - 방송콘텐츠의 수출이 일본을 비롯하여 대만과 중국에 이르기까지 아시아 3국에 대한 집중 현상이 높았다면, 방송콘텐츠의 수입은 여전히 미국을 중심으로 한 북미 지역에 집중되어 있음을 확인



I. 조사방법

- 2011년도 방송콘텐츠 수출입 현황을 조사하기 위해 지상파 방송사와 케이블, 위성, 독립제작사 및 배급사를 대상으로 수출입 실적에 대한 서베이를 실시
 - 케이블, 위성 및 독립제작사의 경우 독립제작사 실태조사 자료 및 케이블방송협회 자료의 도움을 얻어 제작사 리스트를 수렴하여 총 113개사를 대상으로 이메일 설문조사 실시
 - 그러나 이 중 사업자의 폐업 및 연락처 변경, 업종 변경 등의 이유로 실제 유효한 데이터를 얻을 수 있는 대상 사업자 수는 리스트에 비해 현격히 감소
 - 설문조사 기간은 2012년 8월 20일부터 8월 31일까지 2주 동안이었으며, 응답률을 높이기 위해 이메일 조사와 병행하여 전화 조사를 실시
 - 실제 응답을 한 사업자 수는 총 42개사로, 응답률은 37.2%로 낮은 편이었으며, 여기에는 실적 없음으로 회신해 온 경우도 포함되어 있음
 - 초기 분석 대상자는 모집단 전체였으나, 낮은 응답률로 인해 분석 대상자의 수가 전체 모집단을 반영한 것은 아니지만, 기존의 조사 결과에 비추어 보았을 때, 수출입의 주요 비중을 담당하는 지상파 방송사와 주요 케이블 방송 사업자 및 독립제작사의 응답이 포함되어 있어 이를 토대로 분석하였음
 - 따라서 의무적으로 회신을 하게 되어 있는 <방송산업 실태조사>의 데이터와는 약간의 차이가 발생할 수 있으며, <방송산업 실태조사>가 포함하지 못하는 독립제작사 및 배급사 부분에 대한 조사가 실시되었으므로, 오히려 차별적인 가치를 지니고 있다고 봄



II. 전체 수출입 현황

- 2011년도 한국 방송콘텐츠 수출입 현황을 집계한 결과 수출은 총 4만 2,250편, 2억 2,789만 1천 달러로 집계되었고, 수입의 경우 1만 6,220편, 1억 966만 2천 달러로 집계되었음

표 1 | 2011년 방송콘텐츠 수출입 현황

(단위: 천 달러)

구분	수출		수입	
	편수	금액	편수	금액
총계	42,250	227,891	16,220	109,662
지상파방송사	38,266	213,750	1,651	3,709
해외교포지원	259	2,003	-	-
비디오, DVD판매	95	10,998	-	-
방송 프로그램	37,331	181,958	1,651	3,709
타임블록 판매	136	17,712	-	-
포맷 판매	445	1,079	-	-
케이블 채널사업자	3,556	13,567	14,239	105,299
해외교포지원	-	-	-	-
비디오, DVD판매	-	-	-	-
방송 프로그램	3,556	13,567	12,519	102,383
타임블록 판매	-	-	-	-
포맷 판매	-	-	1,720	2,916
배급사 및 독립제작사	428	574	330	654
해외교포지원	100	10	-	-
비디오, DVD판매	-	42	-	-
방송 프로그램	328	522	330	654
타임블록 판매	-	-	-	-
포맷 판매	-	-	-	-



표 2 | 2011년 방송콘텐츠 수출입 현황(2010년도 비교)

(단위: 천 달러)

구분	수출			수입		
	2011년	2010년	증감	2011년	2010년	증감
총계	227,891	214,942	6.0%	109,662	103,302	6.2%
지상파방송사	213,750	208,899	2.3%	3,709	4,359	△14.9%
케이블/독립제작사	14,141	6,043	134.0%	105,953	97,943	8.2%

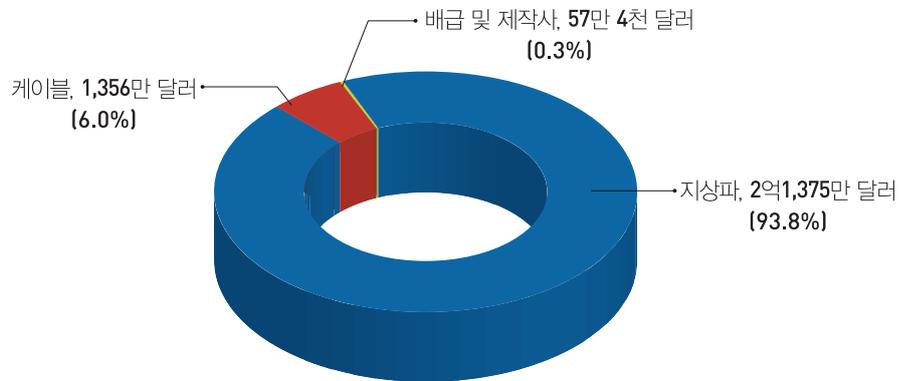
- 지난해와의 비교를 위해 <방송산업 실태조사>의 자료와 비교해 본 결과, 수출은 6.0%, 수입은 6.2% 가량 증가한 것을 알 수 있음
 - 하지만 이 경우 <방송산업 실태조사>의 분석대상과 이번 조사의 분석대상이 일치하지 않기 때문에 이 수치만 가지고 절대적인 비교를 하기에는 무리가 있음
 - 그럼에도 불구하고, 방송 프로그램의 수출입에 있어 절대적 영향력을 차지하고 있는 주요 지상파 방송사와 케이블 방송사들이 포함되어 있음을 고려했을 때, 전년도에 비해 케이블 및 독립제작사의 수출 금액이 급증한 것을 확인
 - 이는 지난 2~3년 동안 프로그램의 자체 제작을 통해 퀄리티를 높였던 케이블 채널들이 기존 지상파 프로그램에서 볼 수 없었던 새로운 장르의 드라마 제작과 예능 및 음악 프로그램의 제작에 힘을 쏟은 결과라 하겠음. 특히 K-Pop의 열풍과 함께 아이돌이 중심이 되는 케이블의 예능 및 음악 프로그램에 대한 선호도가 높아지고 있음
 - 또한 수입에 있어서도 지상파 방송사의 프로그램 수입이 줄어든 반면, 케이블의 프로그램 수입은 8.2% 정도 늘어난 것으로 집계되었음
- 1998년 이후 방송콘텐츠 수출입 현황을 살펴보면, 2002년부터 2008년까지 방송콘텐츠의 수출은 급속한 성장을 거듭하였음. 해당 기간 동안의 성장률은 525.31%를 기록하여 연간 평균 87.6% 성장한 것으로 나타났음
- 2008년 이후부터는 약간 둔화된 성장세를 보이다가, 지난 해 다시 수출이 증가세를 보이고 있음. 반면 수입의 경우는 국내외 경제상황 여건과 새로운 플랫폼의 출현 등의 환경 변화에 따라 증가와 감소가 반복적으로 나타나고 있음
 - 한국 방송콘텐츠 해외 수출의 지속적인 증가와 더불어 한국 방송콘텐츠의 해외 수출 권역도 중동 및 아랍권, 중남미권, 동유럽권 등으로 지속적으로 확대되고 있는 것으로 조사됨



□ 수출

- 지상파 방송사의 경우, 전체 수출의 93.8%인 2억 1,375만 달러를 기록하였으며, 케이블 채널이 1,356만 7천 달러(6.0%), 배급사 및 독립제작사가 57만 4천 달러(0.3%)를 기록하였음.
- 구체적으로 지상파 방송사는 방송 프로그램 수출이 1억 8,195만 8천 달러로 전체 수출 규모의 79.8%를 차지. 지상파의 타임 블록 판매는 1,771만 2천 달러로 전체의 7.8%를 차지한 것으로 나타났으며, 그 뒤를 비디오 및 DVD 판매가 1,099만 8천 달러(4.8%), 해외 교포 지원이 200만 3천 달러(0.9%), 포맷 판매가 107만 9천 달러(0.5%)로 집계되었음.
- 포맷 판매는 지난해보다 감소한 444편 107만 9천 달러(전체 대비 0.5%)를 기록한 반면, 현지 채널에 대한 보다 직접적인 진출 전략인 타임블럭 판매에 대한 시도가 꾸준히 이뤄지고 있음을 확인

그림 1 | 2011년 방송콘텐츠 매체별 수출 비중



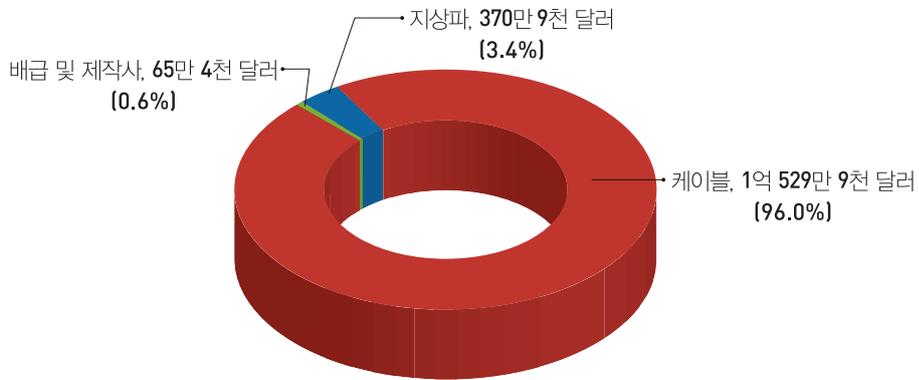
- 케이블은 전체 수출의 6.0%인 1,356만 7천 달러를 차지하고 있으며, 이는 모두 방송 프로그램의 수출로 집계되었음
- 배급사 및 독립제작사의 수출 총액은 57만 4천 달러(0.3%)인데, 이 중에서 방송 프로그램의 수출이 52만 2천 달러(90.9%)로 확인됨



□ 수입

- 지상파 방송사의 경우, 전체 수입의 3.4%인 370만 9천 달러를 기록하였으며, 케이블이 1억 529만 9천 달러 (96.0%), 배급사 및 독립제작사가 65만 4천 달러(0.6%)를 기록

그림 2 | 2011년 방송콘텐츠 매체별 수입 현황



- 2011년 방송콘텐츠의 수입에서 나타난 특징은 지상파 채널의 프로그램 수입은 줄어든 반면, 케이블 및 제작사의 수입이 증가한 것으로 집계되었다는 것임
 - 이는 지난 해 새로 출범한 종합편성 채널들이 출범 초기 자체 프로그램 제작의 어려움으로 해외 프로그램의 수입에 의존했다는 점과 케이블 채널이 자체 제작 외에도 다양한 프로그램 수입을 통해 경쟁력을 강화하고 있다는 점에서 원인을 찾을 수 있음
 - ※ 프로그램의 수입 데이터의 경우, 전체 사업자의 데이터가 모두 수집된 것은 아니고, 사업자들의 응답 역시 수출 데이터에 비해 수입 데이터의 경우 응답률이 낮은 관계로 전적으로 이 데이터만 가지고 설명하기에는 어려운 부분이 있음

□ 매체별 수출입 점유율

- 수출 ⇒ 지상파방송 : 케이블/독립제작사 = 93.8% : 6.2%로, 2010년의 지상파방송 : 케이블/독립제작사 = 97.2% : 2.8%에 비해 다소 지상파 의존도가 낮아진 것을 확인할 수 있음
 - 참고로, 2009년 83% : 17% / 2008년 85% : 15% / 2007년 77% : 23% / 2006년 89% : 11% / 2005년 92% : 8%
- 수입 ⇒ 지상파방송 : 케이블/독립제작사 = 3.4% : 96.6%로 2010년 지상파방송 : 케이블/독립제작사 = 4.2% : 94.8%에 비해 케이블 및 독립제작사의 비중이 다소 증가한 것으로 나타났음
 - 참고로, 2009년 46% : 54% / 2008년 22% : 78% / 2007년 19% : 81% / 2006년 33% : 67% / 2005년 34% : 66%



III. 장르별 현황¹⁾

□ 장르별 수출 현황

- 방송 프로그램과 일부 DVD, 비디오 판매분 및 포맷 판매를 제외한 장르별 프로그램의 수출 현황을 살펴 보면, 전체 2억 373만 3천 달러로 집계되었으며, 이 중 드라마가 전체의 81.9%를 차지한 1억 6,694만 8천 달러, 그 뒤를 다큐멘터리 프로그램이 2,349만 8천 달러로 11.5%, 오락 프로그램이 1,046만 5천 달러로 5.1%를 차지

표 3 | 2011년 방송콘텐츠 장르별 수출 현황

(단위 : 천 달러)

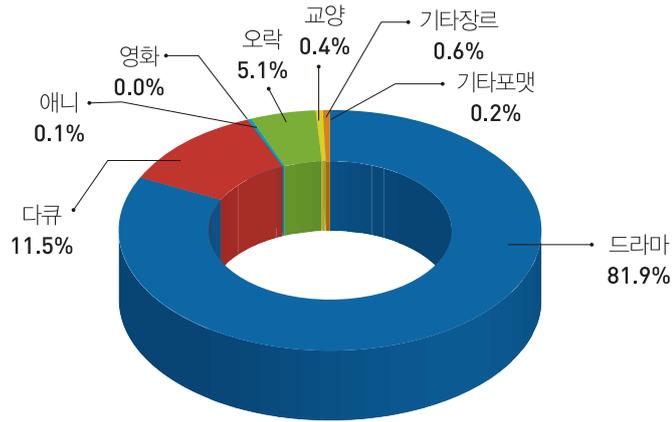
장르별	총계		지상파방송사		케이블 등	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
총계	203,732.7	100.0%	189,478.6	100.0%	14,254.1	100.0%
드라마	166,948.5	81.9%	158,487.6	83.6%	8,460.9	59.4%
다큐	23,498.9	11.5%	23,382.9	12.3%	116.0	0.8%
애니	209.6	0.1%	117.4	0.1%	92.2	0.6%
영화	45.0	0.0%	0.0	0.0%	45.0	0.3%
오락	10,465.5	5.1%	6,253.0	3.3%	4,212.5	29.6%
교양	912.0	0.4%	226.0	0.1%	686.0	4.8%
기타장르	1,221.2	0.6%	579.7	0.3%	641.5	4.5%
기타포맷	432.0	0.2%	432.0	0.2%	0.0	0.0%

- 2011년도 방송영상콘텐츠의 장르별 수출현황을 살펴보면, 드라마가 여전히 절대 우위를 차지했으며, 이는 지상파 방송사와 케이블 및 독립제작사에서 모두 동일하게 나타남
 - 지상파의 경우, 드라마에 이어 다큐멘터리가 전체 비중의 12.3%를 차지할 정도로 높게 나타났다면, 케이블 및 독립제작사의 경우에는 오락 프로그램의 수출이 전체 수출액의 29.6%에 달할 정도로 높게 조사됨

1) 장르별 수출입 금액은 포맷 판매 금액 중 일부와 DVD 및 비디오 판매, 타임 블록 판매 금액이 빠지게 되고, 방송 프로그램 판매 금액 중에서도 각 방송사별로 구체적인 장르 및 수출입 국가 데이터 집계 과정에서 장르 및 국가별 구분 없이 패키지로 묶어서 수출입한 경우의 데이터가 빠지게 되어 총 수출입 금액과의 차이가 발생하였음



그림 3 | 2011년 방송콘텐츠 장르별 수출 비중



- 지상파 방송사의 경우 전체 프로그램 수출액 중 드라마 장르가 차지하는 비중이 83.6%나 될 정도로 드라마가 절대적인 우위를 점하고 있음
- 케이블 및 독립제작사의 경우에는 전체 프로그램 수출액 중 드라마가 59.4%, 오락 프로그램이 29.6%를 차지

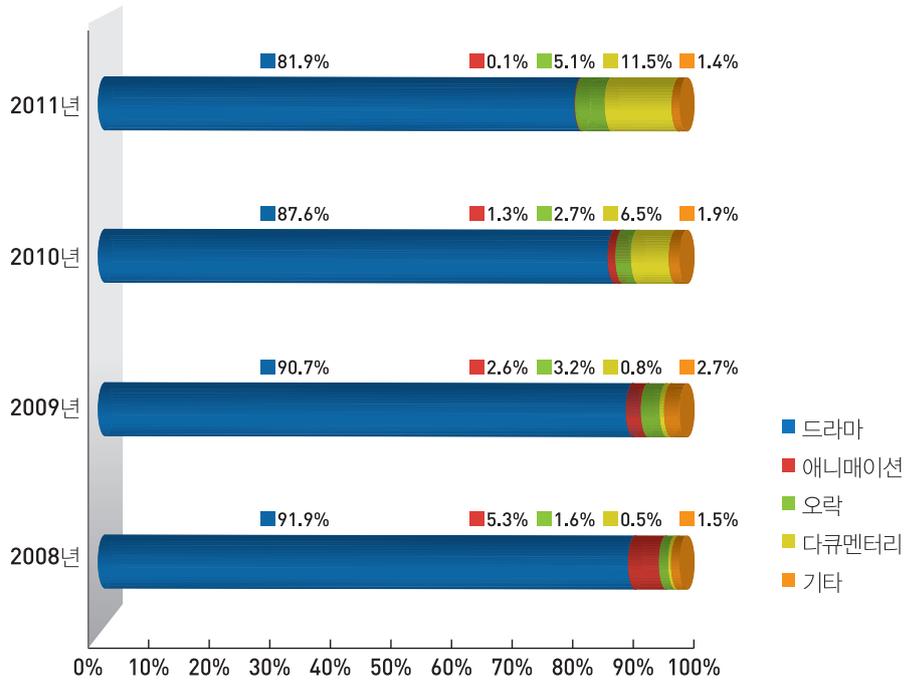
표 4 | 방송콘텐츠 장르별 수출 추이(2007~2011)

(단위: 천 달러)

구분	드라마	다큐	애니	영화	오락	보도/음악	교양	기타
2007년	96,391	1,645	2,436	-	3,640	-	1,323	2,026
2008년	105,369	627	6,111	-	1,864	26	963	834
2009년	107,489	949	3,074	-	5,128	514	724	612
2010년	132,677	9,786	1,979	-	4,043	11	232	2,670
2011년	166,948	23,499	210	45	9,669	1,472	236	1,653



그림 4 | 방송콘텐츠 장르별 수출 비중(2008~2011)



- 드라마의 경우, 수출 금액이 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있으며, 2011년에는 다큐멘터리의 수출이 지난해에 이어 급속도로 증가하는 현상이 나타나고 있음
- 애니메이션의 경우, 신규 프로그램 제작 미비 등으로 인해 수출 규모가 급격히 감소하였고, 오락 프로그램은 지난해에 비해 두 배 이상 증가하는 등 호조세를 보임. 또한 K-Pop 열풍으로 인하여 음악 프로그램의 수출이 증가

□ 장르별 수입 현황

- 2011년도 방송콘텐츠의 장르별 수입 현황을 살펴보면, 전체 수입액 1억 379만 달러 중 영화가 5,751만 8천 달러(55.4%)를 차지하여 가장 높은 비중을 나타냈으며, 그 뒤를 드라마가 3,959만 5천 달러(38.1%), 다큐멘터리가 372만 9천 달러(3.6%)를 기록

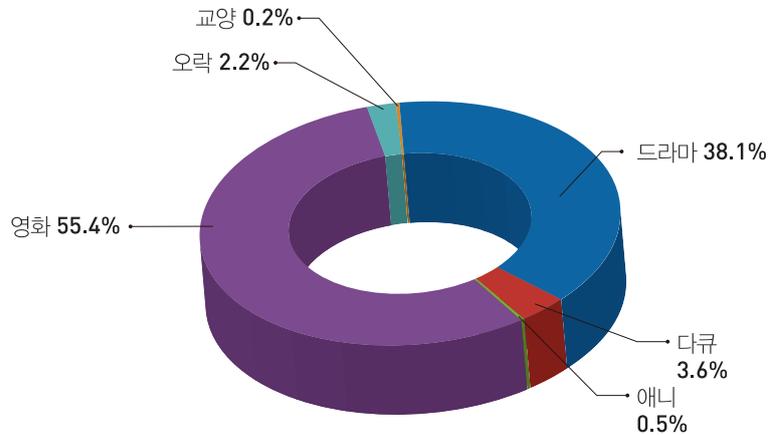


표 5 | 방송콘텐츠 장르별 수입 현황(단위 : 천 달러)

장르별	총계		지상파방송사		케이블/독립제작사 등	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
총계	103,790.0	100.0%	3,390.9	100.0%	100,399.1	100.0%
드라마	39,595.3	38.1%	292.2	8.6%	39,303.1	39.1%
다큐	3,729.5	3.6%	2,160.1	63.7%	1,569.4	1.6%
애니	494.2	0.5%	388.2	11.4%	106.0	0.1%
영화	57,518.3	55.4%	547.4	16.1%	56,970.9	56.7%
오락	2,279.9	2.2%	3.0	0.1%	2,187.9	2.2%
교양	169.0	0.2%		0.0%	169.0	0.2%
기타장르	3.8	0.0%		0.0%	3.8	0.0%
기타포맷		0.0%		0.0%		0.0%

- 지상파 방송사의 경우, 전체 프로그램 수입액 중에는 다큐멘터리가 63.7%로 가장 높은 점유율을 보이고 있으며, 뒤를 이어 영화 16.1%, 애니메이션 11.4%, 드라마 8.6% 순
- 케이블 및 독립제작사의 경우, 전체 장르 중 영화의 수입 비중이 56.7%로 가장 높고, 그 뒤를 드라마 39.1%, 오락 프로그램 2.2%, 다큐멘터리 1.6% 순으로 따르고 있음

그림 5 | 2011년 장르별 수입 추이



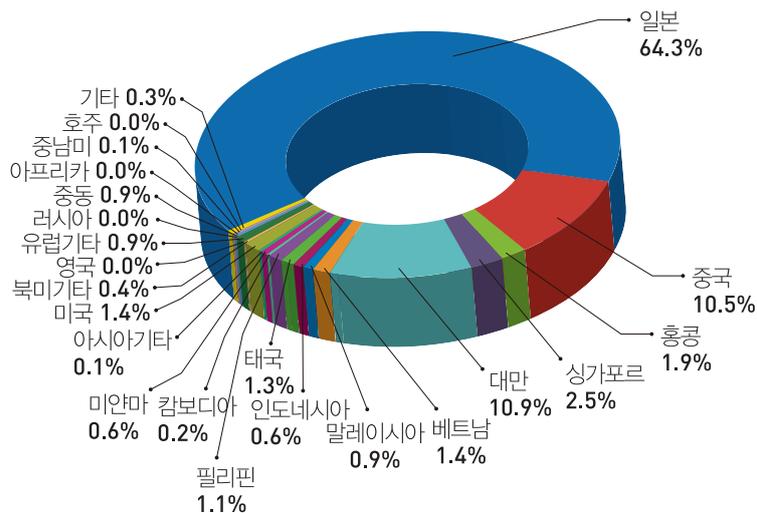


IV. 국가별 현황

□ 국가별 수출 현황

- 국가별 수출 현황을 살펴보면, 여전히 일본과 대만, 중국의 순서로 높은 비중을 차지하고 있음. 전체 방송 콘텐츠 수출 중 64.3%를 일본에, 10.9%를 대만에, 10.5%를 중국에 수출하였고, 그 뒤를 이어 싱가포르와 홍콩이 각각 2.5%와 1.9%의 비중을 기록
- 아시아를 제외하고는 미국과 유럽, 중동, 중남미 지역 등으로 국내 콘텐츠의 진출이 이루어지고 있어 조금씩 지역적 한계를 벗어나려는 노력을 하고 있다고 판단됨

그림 6 | 2011년 국가별 수출 비중



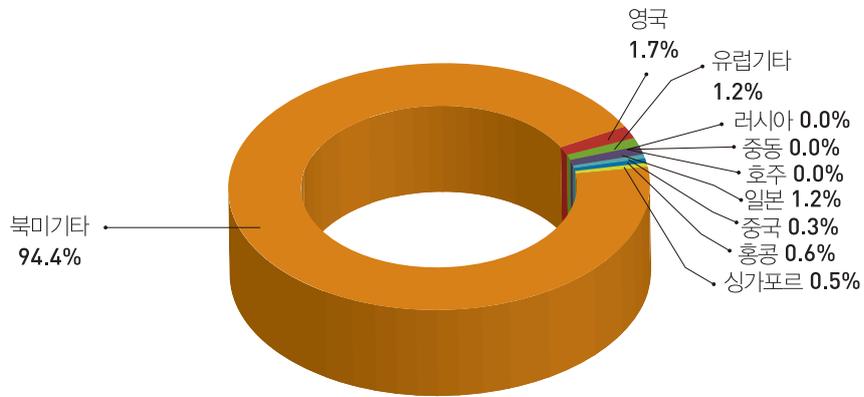
- 아시아 지역의 경우 일본과 중국, 대만을 빼고 나면 홍콩과 싱가포르, 베트남, 태국, 필리핀 등지에서 고른 분포를 보이고 있음
- 또한 미국을 포함한 북미 지역의 경우 전체 수출액 중 1.8%, 유럽 지역이 0.9%, 중동 지역이 0.3%인 것으로 나타났음. 이는 신규 시장의 확보 측면에서 매우 고무적인 현상
- 일본 및 중국, 대만 등 국내 방송콘텐츠를 수입하는 주요 수입국의 경우, 드라마에 대한 선호가 가장 높았으나, 예능 프로그램에 대한 수요도 차츰 강해지고 있는 것으로 나타남
 - 또한 K-Pop의 열풍에 힘입어 음악 프로그램에 대한 충성스러운 해외 시청자들이 생겨나고 있음. 이들은 단지 수입된 방송 프로그램을 시청한다기보다 유튜브 등을 통한 다양한 경로로 국내 콘텐츠에 대해 적극적인 소비를 하고 있음



□ 국가별 수입 현황

- 국가별 수입 비중은 미국을 포함한 북미 지역이 94.4%로 압도적인 우위를 보였으며, 그 뒤를 영국이 1.7%, 일본과 유럽이 각각 1.2%로 나타났음
 - 방송콘텐츠의 수출이 일본을 비롯하여 대만과 중국에 이르기까지 아시아 3국에 대한 집중 현상이 높았다면, 수입은 여전히 미국을 중심으로 한 북미 지역에 집중되어 있음을 확인
 - 지상파 방송사의 경우, 미국을 포함한 북미 지역으로부터의 수입이 38.6%, 영국이 29.5%, 유럽이 22.9%로 미국과 영국, 유럽에서 고른 수입을 하고 있다면, 케이블 및 독립제작사의 경우는 미국으로부터의 수입이 96.3%로 절대적인 영향을 보이고 있음
- ※ 각 업체에 따라 미국과 북미 지역을 나누기도 하고, 북미 지역으로 통합하여 집계하기도 하여 미국과 북미를 합쳐서 인식하는 것이 필요

그림 7 | 2011년도 국가별 수입 비중





V. 2011년도 방송콘텐츠 수출입 현황 조사에 따른 시사점

□ 방송 '한류'는 이제 한계점에 이르렀는가?

- 세계 금융위기 이후 한국 방송콘텐츠의 해외 수출의 증가세가 급격하게 감소하고 있는 것으로 나타나고 있음
 - 2008년부터 시작된 미국발 금융위기가 전 세계를 강타하면서 세계 여러 나라에서 방송콘텐츠의 거래가 급격히 감소했으며, 이는 한국 방송콘텐츠의 해외 판매에 직접적인 영향을 미쳐왔음
- 이와 더불어 2010년에 시작된 유럽발 금융위기는 2011년에 접어들어 EU 전체로 확산되면서 전 세계 방송 콘텐츠 거래가 더욱 감소하는 상황이 발생
- 이와 같은 세계 금융위기로 인한 세계 방송콘텐츠 유통 시장의 위축과 더불어, 아시아 각국의 자국 방송콘텐츠 생산에 대한 국가적 지원 확대와 인프라 구축으로 인해 자국 드라마 제작이 증가
 - 또한 해외시장에서의 한국 방송콘텐츠 판매 가격 상승이 최고점을 기록한 이후 더 이상 상승하고 있지 않고 있다는 점도 작용
 - 물론, 본 조사에서의 한계점으로 지적될 수 있는 부분은 독립제작사들이 자체적인 저작권을 보유하고서 해외 판매가 이루어진 부분에 대한 세부적 내용을 담지 못하였다는 것임. 최근 독립제작사들이 방송사에 방영권만을 판매하고 저작권은 독립제작사가 소유함으로써 해외판매와 유통망 확대에 많은 노력을 기울이고 있음
- 지역적으로도 중동/아랍지역, 중남미 지역, CIS 지역 등 신시장 개척을 위해 많은 노력을 기울여 오면서, 이제 한국 방송콘텐츠에 대한 주요 수요지역인 아시아 시장에서의 지리적 확대는 일정정도 한계점에 이르렀다고 할 수 있음
- 이와 같은 한국 방송콘텐츠의 해외시장 확대 저해요인들은 2012년도에도 크게 달라지지 않을 것으로 판단되고 있음. 연쇄반응을 일으키고 있는 세계 금융위기의 여파로 인해 주요 방송콘텐츠 마켓에의 참가국 및 참가사들이 감소추세를 보임

□ 방송 '한류' 확대를 위해서는 어떻게 해야 하는가?

- 방송 '한류'의 확대를 위해 지속적으로 강조되었던 부분은 좋은 방송 콘텐츠를 기획, 제작하는 것임. 좋은 콘텐츠는 아무리 어려운 경제상황에서도 세계 시장을 뚫는 킬러 콘텐츠로서의 기능을 수행할 수 있음
- '한류' 확산의 관건은 프로그램의 경쟁력이라는 것은 재삼 강조해도 지나침이 없음. 2011년도 방송콘텐츠 수출의 성과가 미비했던 부분은 <겨울연가>, <대장금>, <꽃보다 남자> 등과 같은 대작이 없었기 때문으로 판단되며, 따라서 양질의 프로그램을 확보하는 것이 중요하다고 할 수 있음.



- 이와 더불어 대외적으로 방송콘텐츠 수입 규제 강화 및 자국 방송콘텐츠 제작이 이루어지고 있는 국가와 지속적인 공동제작 방안을 모색하는 것도 필요
- 그리고 현재는 큰 수익을 담보하지는 않지만, 뉴미디어(온라인) 사업으로의 확장을 통해서 장기적인 이익을 창출할 수 있는 방안을 모색해 볼 수 있음
- 한국 방송콘텐츠의 킬러 장르인 '드라마' 제작의 활성화와 해외시장 확대를 위해서는 우선적으로 할리우드 제작시스템과 같이 체계적으로 시리즈물을 시즌제로 안정적으로 공급할 수 있는 방안이 모색되어야 할 것임
- 결국 좋은 스토리의 개발과 제작시스템의 선진화가 우선적으로 담보된 이후, 기존 시장에 대한 한국 방송콘텐츠의 수출 확대와, 신규시장에 대한 개척이 안정적으로 이루어질 수 있는 가능성이 높다고 할 수 있음



〈부록〉

2011년도 방송콘텐츠 수출입 통계

□ 2011년 수출입 총괄 (단위: 천 달러)

구분	수출		수입	
	편수	금액	편수	금액
총계(①+②+③+④+⑤)	42,250	227,891	16,220	109,662
① 해외교포방송지원	359	2,013	-	-
② 비디오, DVD판매	95	11,040	-	-
③ 방송 프로그램	41,215	196,047	14,500	106,746
④ 타임블록 판매	136	17,712	-	-
⑤ 포맷 판매	445	1,079	1,720	2,916
지상파전체	38,266	213,750	1,651	3,709
케이블, 배급사, 독립제작사	3,984	14,141	14,569	105,953

□ 2011년 매체별 총괄(단위: 천 달러)

구분	수출		수입	
	편수	금액	편수	금액
총계(①+②+③)	42,250	227,891	16,220	109,662
1 지상파방송사	38,266	213,750	1,651	3,709
해외교포지원	259	2,003	-	-
비디오, DVD판매	95	10,998	-	-
방송 프로그램	37,331	181,958	1,651	3,709
타임블록 판매	136	17,712	-	-
포맷 판매	445	1,079	-	-
2 케이블 및 지역민방	3,556	13,567	14,239	105,299
해외교포지원	-	-	-	-
비디오, DVD판매	-	-	-	-
방송 프로그램	3,556	13,567	12,519	102,383
타임블록 판매	-	-	-	-
포맷 판매	-	-	1,720	2,916
3 배급사 및 독립제작사	428	574	330	654
해외교포지원	100	10	-	-
비디오, DVD판매	-	42	-	-
방송 프로그램	328	522	330	654
타임블록 판매	-	-	-	-
포맷 판매	-	-	-	-



□ 2011년 국가별 수출 총괄(단위: 천 달러)

국가별	총계		지상파방송사		케이블/독립제작사 등	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
총계	203,732.7	100.0%	189,478.6	100.0%	14,254.1	100.0%
일본	130,971.8	64.3%	120,554.2	63.6%	10,417.6	73.1%
중국	21,387.3	10.5%	21,069.0	11.1%	318.3	2.2%
홍콩	3,893.1	1.9%	3,785.7	2.0%	107.4	0.8%
싱가포르	5,012.2	2.5%	4,724.3	2.5%	287.9	2.0%
대만	22,115.2	10.9%	21,712.5	11.5%	402.7	2.8%
베트남	2,833.0	1.4%	2,783.3	1.5%	49.7	0.3%
말레이시아	1,805.7	0.9%	1,691.7	0.9%	114.0	0.8%
인도네시아	1,245.5	0.6%	1,231.6	0.6%	13.9	0.1%
태국	2,699.6	1.3%	2,582.6	1.4%	117.0	0.8%
필리핀	2,219.7	1.1%	2,219.7	1.2%		0.0%
캄보디아	504.9	0.2%	466.8	0.2%	38.1	0.3%
미얀마	1,320.0	0.6%	1,264.5	0.7%	55.5	0.4%
아시아기타	241.6	0.1%	241.6	0.1%		0.0%
미국	2,806.2	1.4%	2,130.2	1.1%	676.0	4.7%
북미기타	792.8	0.4%	390.0	0.2%	402.8	2.8%
영국		0.0%		0.0%		0.0%
유럽기타	1,905.5	0.9%	1,395.8	0.7%	509.7	3.6%
CIS	480.9	0.2%	450.9	0.2%	30.0	0.2%
러시아	12.8	0.0%	6.4	0.0%	6.4	0.0%
중동	624.8	0.3%	601.9	0.3%	22.9	0.2%
아프리카	43.4	0.0%	43.4	0.0%		0.0%
중남미	126.5	0.1%	126.5	0.1%		0.0%
호주	20.0	0.0%		0.0%	20.0	0.1%
기타	670.2	0.3%	6.0	0.0%	664.2	4.7%



□ 2011년 국가별 수입 총괄(단위: 천 달러)

국가별	총계		지상파방송사		케이블/독립제작사 등	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
총계	103,790.0	100.0%	3,390.9	100.0%	100,399.1	100.0%
일본	1,264.4	1.2%	230.4	6.8%	1,034.0	1.0%
중국	352.2	0.3%	3.2	0.1%	349.0	0.3%
홍콩	598.9	0.6%	6.9	0.2%	592.0	0.6%
싱가포르	549.0	0.5%	49.0	1.4%	500.0	0.5%
북미기타	98,032.5	94.5%	1,310.4	38.6%	96,722.1	96.3%
영국	1,751.6	1.7%	1,003.6	29.5%	748.0	0.7%
유럽기타	1,214.5	1.2%	777.5	22.9%	437.0	0.4%
중동	17.0	0.0%		0.2%	17.0	0.0%
호주	10	0.0%	10.0	0.0%		0.0%

※ 수출입 데이터 모두 해외교포방송 및 타임블럭, 일부 DVD/비디오 판매 등은 제외
 ※ 소수점에서 반올림해 계산하므로 한자리 수의 오차는 있을 수 있음