

동남아 3개국 방송프로그램 시장현황 및 진출방안

2005. 7

kotra

IT문화수출센터

[모바일 콘텐츠 동남아 3개국 : 제목 차례]

<태국>

I. 태국 모바일 콘텐츠 산업 및 시장 현황	2
1. 모바일 콘텐츠 산업 개요	2
가) 전체 시장 규모 및 성장 전망	2
나) 제품군별 시장규모 및 특성	5
2. 모바일 콘텐츠 산업 구조	8
가) 산업 및 유통 구조	8
3. 모바일 콘텐츠 산업 동향 및 전망	10
가) 주요 산업동향	10
나) 산업 전망	11
4. 한국과 협력제휴 유망기업	13
가) Advanced Info Service Plc. (AIS)	13
나) Total Access Communication Plc. (Dtac)	14
다) Hutchison CAT Wireless Multimedia Limited	15
라) Samart Info Media Co., Ltd.	16
마) Maxite Network Co., Ltd.	17
바) Shineedotcom Company Limited	18
사) GMM Digital Domain Co., Ltd.	19
아) Bangkok Online Co., Ltd.	20
자) Game Square Interactive Co., Ltd. (GSI)	21
차) Infomedia Communication (Thailand) Co., Ltd.	22
II. 국내 업체 진출현황 및 방안	23
1. 국내 기업 진출현황	23
2. 효과적인 현지 진출 방안	25
3. 활용 가능한 현지 유망 행사	27
4. 현지 마케팅 사례 연구	28
가) 성공사례 : Shineedotcom	28

<베트남>

I. 베트남 모바일 콘텐츠 산업 시장 현황	32
1. 일반 정보	32
가) 베트남 모바일 콘텐츠시장 개관	32
나) 시장 규모	34
다) 시장 특성	36
II. 베트남 모바일 콘텐츠 산업 구조	38
1. 베트남의 통신산업	38
2. 휴대폰 시장	40
III. 베트남 모바일 콘텐츠 시장 구조	43
1. 통신 기술	43
2. 휴대폰 사용 기반	44
3. 모바일 콘텐츠 유통망	46
4. 스위치 보드에 따른 VASC사의 서비스	47
IV. 베트남 모바일 콘텐츠 시장전망 및 시장접근 전략	49
1. 유망 기업	50
2. 한국 기업 진출 현황	54
가) 효과적인 시장진출 전략	54
나) 활용 가능한 마케팅 수단	55
다) 마케팅 성공 사례	55

<말레이시아>

I. 말레이시아 모바일 콘텐츠 산업 및 시장 현황	58
1. 모바일 콘텐츠 산업 개요	58
가) 전체시장 규모 및 성장 전망	58
나) 제품군별 시장규모 및 특성	65
2. 모바일 콘텐츠 산업 구조	75
가) 산업 구조	75
나) 제품 유통구조	75

3. 모바일 콘텐츠 산업 동향 및 전망	76
가) 주요 산업 동향	76
나) 산업 전망	78
4. 한국과 협력제휴 유망기업	82
가) 기업개요	82
나) 담당자	82
II. 국내업체 진출현황 및 방안	85
1. 국내기업 진출현황	85
2. 효과적인 현지 진출 방안	85
3. 활용 가능한 현지 유망 행사	85
4. 현지 마케팅 사례 연구	85

[모바일 콘텐츠 동남아 3개국 : 표 차례]

<태국>

<표 1> '05년 상반기 태국 이동통신 시장점유율	4
<표 2> '05년 상반기 휴대폰 형태별 시장점유율	4
<표 3> 태국내 주요 Digital Contents 분류	8
<표 4> Hutchison사의 mobile contents 판매수익 분배 구조	26

<베트남>

<표 5> 베트남 휴대폰 사용인구	33
<표 6> 베트남 국제통신 기반시설	33
<표 7> 사업군별 가입자수(2000년-2004년)	33
<표 8> 베트남 인기 모바일 콘텐츠	36
<표 9> VNPT의 매출액 및 가입자 수	38
<표 10> 2005년 8월 인터넷 현황	39
<표 11> 베트남 정보통신시장	40
<표 12> 통신회사별 기반기술	42

<표 13> 휴대폰 가격수준별 총 판매대수 비율	44
<표 14> 휴대폰기능별 전체 판매대수 비중	45
<표 15> 10대 인기 휴대폰(2005년 9월)	45
<표 16> 2004년도 Vinaphone 문자서비스 매출액	48
<표 17> 2006년 모바일 콘텐츠 시장 전망	49
<표 18> 휴대폰 판매대수	49
<표 19> 휴대폰 가입자 수	50

<말레이시아>

<표 20> RBT산업구조	72
----------------	----

[모바일 콘텐츠 동남아 3개국 : 그림 차례]

<태국>

<그림 1> 태국 Mobile Contents 시장규모	3
<그림 2> Mobile Contents 종류별 시장점유율	7
<그림 3> AIS's Products and Services	13
<그림 4> Dtac's Products	14
<그림 5> Hutchchison's Products	15
<그림 6> BUG2Mobile	16
<그림 7> Maxite Network's Products	17
<그림 8> Shinee's Products	18
<그림 9> GMM Digital Domain's Products	19
<그림 10> Bangkok Online's Products	20
<그림 11> GSI's Products (Java Game)	21
<그림 12> Infomedia Communication's Products	22

<베트남>

<그림 13>	베트남 휴대폰 시장의 매출구조	34
<그림 14>	휴대폰 가입자(7백7십만)의 구조	35
<그림 15>	전화가입자수 변화추이(2000년-2005년)	39
<그림 16>	휴대폰 사업자의 시장점유율(2005년 9월 기준)	41
<그림 17>	휴대폰 사업자별 가입자수(2005년 9월 기준)	41
<그림 18>	휴대폰 브랜드별 시장 점유율(2004년)	42
<그림 19>	모바일 콘텐츠 시장 점유율	46
<그림 20>	10대 인기 바탕화면(VASC사 기준)	48

<말레이시아>

<그림 21>	Malaysian mobile content market in 2003	64
<그림 22>	Cellular Phone Market Share 2004	64
<그림 23>	Role of operators vs. content application developpe (by Maxis)	75

태국



방콕 무역관

I. 태국의 한류 현황

1. 한류의 일반적 현황

□ 태국의 한류, TV드라마를 중심으로 형성 단계

- 태국의 한류는 TV 드라마를 중심으로 형성되고 있는 단계임
- 2000년에 '이브의 모든 것'이 최초로 공중파에 방송됐고, 2001년 가을동화 (영어명 Autumn in My Heart) 가 큰 인기를 끌면서 태국에서도 한류가 형성되기 시작한 것으로 분석됨
- 그러나, 태국에서의 한국 드라마의 인기는 외국 드라마 중 상대적으로 우위에 있는 수준이며, 전체 방송 프로그램 중에서 두각을 나타내는 수준은 아님. 태국 내 한국 드라마의 인기를 중국, 베트남 등에서 발견되는 '한류'로 칭하기에는 무리가 있음
- 2000년 이후 약 30여 편의 한국드라마가 태국에서 방영됐고 이 중 겨울연가(영어명 Winter Love Song)는 두 차례 이상 재방영되었음.
- 태국의 한류를 상업적인 측면에서 접근하는 것은 아직 시기상조임. 태국의 한류 수준은 드라마의 인기를 통해 한국문화 및 상품에 대한 태국인의 인지도 및 선호도가 높아지고 있는 단계로 보는 것이 적절할 것으로 판단됨

□ '가을동화', '겨울연가' 가장 큰 인기

- 태국에서 가장 인기가 높은 한국 배우는 가을동화, 겨울연가의

주인공인 원빈, 송혜교, 배용준 등임. 배우별로 팬클럽이 결성되어 있으며 온라인에서도 www.jkdramas.com, www.jkmartcnx.com, www.cjkzone.com 등의 한국 드라마 관련 홈페이지가 팬들에 의해 운영되고 있음

- 태국에서 한국 드라마가 인기를 얻을 수 있었던 원인으로는 완성도 있는 시나리오, 수려하고 이국적인 화면, 사운드 트랙 등이 꼽힘. 특히 겨울연가의 경우 겨울을 경험하지 못한 태국인들에게 깊은 인상을 남긴 것으로 보임
- 최근 불새의 여주인공 역을 맡았던 배우의 자살 소식이 전해지자 태국어 신문 및 연예 주간지에서 수차례 큰 비중으로 관련 소식을 다룬 바 있음. 태국에서는 불새가 방영되는 시점에 이 사건이 발생해 더 큰 비중으로 다루어졌던 것으로 보임. 일반적으로 한국 관련 기사가 다뤄지는 비중을 감안하면 문화상품의 전파력이 확인된 계기였던 것으로 분석됨

□ 3개 공중파 채널서 황금시간대 지속 방영 중

- 태국의 공중파 채널은 총 6개로 이중 채널 5, 채널 7, ITV 등 세 개의 채널이 한국 드라마를 주로 방영하고 있음
- 한국 드라마가 인기를 끌면서 방송시간대가 저녁 뉴스 직후인 8시경에 배정됨에 따라 보다 대중적인 관심을 받을 수 있었던 것으로 분석됨
- ITV 관계자는 작년 3월 이후 한국 드라마가 편성에서 제외되자 시청자의 항의가 빗발쳐 이후 한국 드라마를 지속적으로 방송 프로그램에 포함하고 있는 실정이라고 밝혔음
- 공중파 채널 외에 케이블TV에서는 한국영화 및 쇼프로그램을

일부 방영하고 있으나, 태국 일반대중의 케이블TV 시청 비율이 높지 않아 한류 현상과 결부시켜 이해하기에는 무리가 있음

□ 2005년 5월 현재 상영 중인 한국 드라마

- 2005년 5월 현재 공중파에서 상영 중인 한국드라마는 '보디가드' 1편임
- '불새'는 ITV에서 토, 일요일, 17:30 - 18:00 시간대에 방영되다 5월초 종영됨

<표 1> 태국에서 방영된 한국드라마

Age of Innocence	Lady of Dignity	Romance
All About Eve	Law Firm	Something About 1%
All In	Life is Beautiful	Summer Scent
Autumn in My Heart	Love as Fireworks	Sunshine Hunting
Bodyguard	Love Letter	Sunshine of Love
Cat on the Roof	Loving You	Sweet Propose
Dating Now	Miss Mermaid I	The Twin
Friends	Miss Mermaid II	Tomato
Goodbye My Love	My Fair Lady	Tough Guy's Love
Great Ambition [The]	My Love Patzzi	Truth
Happy Together	Phoenix	Winter Love Song
Hotelier	Punch	Wish Upon a Star
Into the Sunlight	Pure Love/ Pure Heart	Wish upon a Star II

2. 한류의 문화·경제적 효과

가) 문화·사회적 효과

한국 드라마, 한국 문화에 대한 인지도 확산 계기

- 한국 드라마가 소개됨에 따라 한국 문화에 대한 전반적인 인지도 및 선호도가 향상되고 있음

- 드라마를 통해 한국 음식 (김치, 김 등)에 대한 인식도 확산 추세

- 최근 호텔 내에 한국식당이 최초로 개장

- 식당명 : Kongju restaurant
- 호텔명 : Patumwan Princess Hotel
- 고객분포 : 태국인 80%, 외국인 20%
- 특기사항 : 한국 드라마 팬클럽의 모임장소로 주로 활용

- 태국 내 한국식당은 한인상가, 수쿰빗로드 등지에 집중 분포되어 있으며 태국 내 한국인 및 일본인이 주 고객층임

가시적인 문화적, 사회적 효과는 크지 않음

- 한국 드라마에 대한 인기가 아직까지는 일부 계층에 국한되어 있어 한류의 가시적인 문화적, 사회적 효과는 논하기는 시기상조임

나) 경제적 효과

한류의 상업적인 활용 정도는 미약

- 한국 드라마 및 콘텐츠 일부 유통

- 배우의 사진이 모바일 콘텐츠로 유통 (휴대폰 wallpaper등)
- 태국 인터넷 사이트중 popcornfor2.com 이라는 사이트는 한국 드라마 관련 예고편, 본 방송 VOD 를 제공하고 있음(작은 화면의 teaser 수준)
- 상업화는 시기상조
 - 한류의 효과가 국지적인 상황으로, 한류의 상업적 이용은 시기상조로 판단됨
 - 홍콩에서 폭발적인 인기를 얻은 '대장금'이 태국에서 수입된 상태임
 - 태국의 국민구성을 감안할 경우 (중국계 약 14%, 태국계85%. 태국계의 상당수가 중국계와 혼혈로 중국문화의 영향이 지배적) 태국에서 '대장금'이 홍콩에서와 같은 폭발적 반응을 얻을 수도 있을 것으로 전망됨
 - 태국에서 가장 좋은 반응을 얻었던 '불새, '겨울연가'의 시청률이 3%대 이었음. 시청률 두 자리대 이상의 성공작이 나올 경우 드라마 수출이 본격화되고 관련 산업에 직접적인 경제적 영향을 미칠 수 있을 것으로 전망

□ 한류의 경제적 효과 (사례 분석)

- 드라마 다시보기 VOD 서비스
 - 태국 웹사이트 'www.popcornfor2.com'에서 한국 드라마 VOD 서비스 실시중

- 동 웹사이트는 'the most insightful and straightforward Asian film new' 라는 자체 모토 하에 영화, DVD타이틀, 한국을 포함한 아시아 각국의 드라마 관련 소식, 예고편, 본 방송 VOD, 관련 OST, 뮤직비디오를 제공하고 있음
- 메인 메뉴중 'Asian Series'에서는 한국(K-Drama), 일본(J-Drama), 중국(C-Drama), 홍콩, 대만의 드라마 관련 정보를 제공하고 있음. 이중 한국 드라마의 비중이 압도적임
- 2005년 5월 현재 한국의 신작드라마 소식 (Fashion 70's, 제 5공화국 등), 약 10여 편의 드라마 다시보기 서비스 (미사, 해신, 러브홀릭, 풀하우스), 태국 내 방영계획 (풀하우스, 6월부터 태국 공중파에서 방영) 등을 제공하고 있음
- 일부 마니아 계층이 동 콘텐츠를 접하고 있고 (태국어 자막 없음), 회원이 드라마 관련 링크를 소개하는 등 와레즈 사이트의 형태로 운영되고 있음
- popcornfor2.com 사이트는 불법적인 경로로 본 방송 VOD를 제공하고 있는 것으로 추정되나 한국 드라마 관련 정보 제공의 순기능이 큰 것으로 판단됨
- 동 사이트 한국 드라마 관련 주요 메뉴는 다음과 같음



<그림 1-1> 드라마 다시보기 VOD 서비스



<그림 1-2> 드라마 다시보기 VOD 서비스



<그림 1-3> 드라마 다시보기 VOD 서비스

○ 소설 (하이틴 로맨스류)

- 드라마의 인기에 편승, 한국의 하이틴 로맨스류 소설이 번역되어 태국에 소개되고 있음
- 태국 출판사 명 : Jamsai Company Limited (www.jamsai.com)
 - 태국에 번역, 소개된 소설 : I am all of him 2, My Love Cheeky Boy 1-3, Hearth Breaker, Temptation of a Wolf 1 등
 - 주 타깃 대상은 12 - 25세의 여성이며, 시장규모는 약 2백만 규모로 추산됨

□ 대기업의 선전, 한류 복합작용 : Korea Premium 기대

- 한류가 확산됨에 따라 한국의 긍정적인 이미지가 제품 판매에 영향을 주는 Korea Premium 현상도 일부 포착
- 약 10년 전 태국에서 한국 상품에 대한 주된 이미지는 복제품, 낮은 품질 및 디자인 등 부정적인 측면이 강했으며 주된 상품은 electrical appliance, tv, washing machine, refrigerator 등이었음. 최근 삼성의 브랜드 이미지 제고를 위한 공격적인 마케팅으로 태국 소비자의 한국 상품 및 한국에 대한 이미지가 급상승
- 삼성, LG의 전자제품을 통해 구축된 한국 상품에 대한 긍정적인 이미지로 여타 제품(fashion brand, cosmetic 등)의 태국시장 진출도 용이할 것으로 전망되며, 과거 "Made in Japan"이 "made in U.S.A"에 대한 태국 소비자의 인식을 변화시키고 수입 시장을 대체했던 역할을 "Made in Korea"가 재연할 수 있을 것이라는 분석도 나오고 있음
- 문구류 등 일부제품, 한국에 대한 긍정적 이미지가 마케팅에 도움
 - 유통업체 면담결과 특히 문구류에서는 한국의 이미지가 마케팅에 도움을 주는 Korea Premium 현상이 나타나고 있는 것으로 보임
 - 한국산 문구류를 수입하는 한 유통업체에 따르면 수입 및 유통 결정전 한국산 문구류에 대한 이미지조사를 실시한 결과 미국, 일본산 제품대비 선호도가 있는 것으로 판단, 수입을 시작하게 되었다고 함
 - 태국 소비자들에게 한국산 문구류는 품질 및 디자인이 좋은 것으로 인식되어 있어 고가의 가격책정이 가능

II. 태국의 방송프로그램 시장 현황

1. 태국의 방송프로그램 시장규모

가) 전체 시장규모

□ 태국 내 6개 공중파 방송중, 채널별 연간 프로그램수 200개 수준

- 3, 5, 7, 9, 11, ITV 등 6개 공중파 채널이 운영 중이며, 채널별 연간 방영 프로그램 수는 150 - 190편 정도임 (금액별 통계 입수 불가)
- 태국 내 자체 제작 프로그램의 비율이 90%를 상회함
프로그램 주 수입국은 중국, 일본, 한국, 홍콩, 대만, 미국 등임
- 5, 7, ITV 등 3개 채널에서 주로 한국 드라마를 방영하고 있음
- 채널별 세부내역

<표 2> 채널별 세부내역

채널	연간 방영 프로그램수	태국내 제작 (%)	수입 (%)	평균 시청률 (%)
3	na	94%	6%	32%
5	183	98%	2%	9%
7	159	94%	6%	41%
9	na	n.a.	n.a.	9%
11	na	n.a.	n.a.	2%
ITV	166	94%	6%	7%

자료원 : AC Nielson research, 방송사 인터뷰 (Channel 3, 5, 7 and ITV)

□ 태국 공중파 방송사 현황

○ Channel 3

- 운영 : Mass Communications Organization of Thailand (MCOT) (정부기관)
- 특징 : 뉴스, 교육, 오락물 등 방영

○ Channel 5

- 운영 : Royal Thai Army
- 특징 : 교육에 중점

○ Channel 7

- 운영 : Royal Thai Army
- 특징 : 뉴스, 드라마, 스포츠에 중점

○ Channel 9

- 운영 : Mass Communications Organization of Thailand (MCOT) (정부기관)
- 특징 : 뉴스 중심 채널

○ Channel 11

- 운영 : National Broadcasting Services of Thailand (NBT) (Public Relations Department 산하)
- 특징 : 교육, 국민계도, 대국민 홍보 등에 중점

○ ITV

- 운영 : 민영방송, 현 태국 탁신수상 지분 소유
- 특징 : 뉴스, 교육, 드라마, 스포츠 등에 중점

나) 방송사별 자체제작 현황 및 수입 규모 (한국프로그램 방영 채널)

□ ITV

- 작년 기준 연간 방송편수 166편중 태국 내 자체생산이 156편, 수입이 10편이었음. 전체 방송 프로그램 중 수입의 비중은 6%내외
- 드라마의 수입비중이 33%로 태국 방송사중 가장 높음

<표 3> ITV

프로그램 종류	연간 방송편수	비율(%)	태국내 생산	수입	수입비중(%)
Drama	15	9.0	10	5	33
News	14	8.4	14	0	-
Documentary	8	4.8	8	0	-
Entertainment	65	38.9	60	5	8
Sport	5	3.0	5	0	-
Other	59	35.3	59	0	-
합계	166	100	156	10	6

자료원 : ITV 관계자 면담 (2004년 기준)

주 : other 항목에 태국정부 홍보방송, 종교, 농업, 교육 프로그램 등 포함

<표 4> Channel 7

프로그램 종류	연간 방송편수	비율(%)	태국내 생산	수입	수입비중(%)
Drama	42	26.4	33	9	21
News	9	5.7	9	0	-
Documentary	0	0.0	0	0	-
Entertainment	57	35.8	51	6	11
Sport	9	5.7	9	0	-
Other	42	26.4	40	2	5
합계	159	100.0	142	17	11

자료원 : Channel 7 관계자 면담 (2004년 기준)

주 : other 항목에 태국정부 홍보방송, 종교, 농업, 교육 프로그램 등 포함

- 작년 기준 연간 방송편수 159편중 태국내 자체생산이 142편, 수입이 17편이었음. 전체 방송 프로그램 중 수입의 비중은 11%내외
- 수입의 비중이 11%로 태국 방송사중 가장 높음

<표 5> Channel 5

프로그램 종류	연간 방송편수	비율(%)	태국내 생산	수입	수입비중(%)
Drama	12	6.6	10	2	17
News	13	7.1	13	0	-
Documentary	3	1.6	2	1	33
Entertainment	78	42.1	78	0	-
Sport	3	1.6	3	0	-
Other	74	40.4	74	0	-
합계	183	100.0	180	3	2

자료원 : Channel 5 관계자 면담 (2004년 기준)

주 : other 항목에 태국정부 홍보방송, 종교, 농업, 교육 프로그램 등 포함

- 작년 기준 연간 방송편수 183편중 태국내 자체생산이 180편으로 자체생산의 비중이 압도적. 수입은 3편에 불과

2. 방송프로그램 수입 및 유통구조

가) 수입/배급 경로

□ 방송프로그램 수입/배급 경로

- 공중파 방송국은 대부분의 프로그램을 독립 제작업체를 통해 공급받고 있음. 방송국, 독립 프로덕션의 업무 협조 방식은 크게 두 가지로 구분
 - 프로덕션이 방송시간대를 렌트
 - 프로덕션이 방송사로부터 특정 시간의 방송권을 매입하여 총괄적으로 관리함
 - 매입된 방송시간에 대한 비용 및 이익은 프로덕션 책임
 - 비용관리를 위해 프로그램의 질의 향상에는 한계가 있음
 - 방송국이 프로덕션으로부터 프로그램만 소싱
 - 방송국이 프로덕션으로부터 완성된 프로그램만 공급받음
 - 방송시간에 대한 비용 및 이익은 방송사 책임
 - 보편적으로 활용되는 유통구조임
 - 일반적으로 방송사는 1개의 드라마 시리즈 약 20백만바트 (약 50만달러) 에 구입. 프로덕션에 입장에서는 프로그램 판매단가가 거의 고정되어 있어 대규모 투자가 어려운 구조임
 - 수입의 경우, 방송사가 직수입하거나 수입업자(ex:ceneman co. ltd)통해 수입이 가능한 단순 구조로, 유통 구조상의 큰 문제는 없음

□ 한국 프로그램 수입상의 문제점

- 유통구조는 비교적 단순하나 (방송사 직수입 또는 1단계의 수입

업체를 거쳐 방송사에 공급), 한국 프로그램을 수입한 태국 수입 업체는 다음과 같은 어려움을 호소

- 한국 드라마를 주로 방송하는 채널 7의 경우 한국의 유통업체를 통해 드라마를 수입해왔으나 한국 수출업체가 상담시 성실성이 떨어지고, 의사결정에도 장시간이 소요되며, 합의사항에 대해 불분명한 태도를 보이는 등의 문제가 있다고 지적
- 한국의 일부 프로덕션의 경우 홍콩, 싱가포르 등의 에이전트에 태국지역을 포함하는 포괄적으로 배급권을 주는 사례가 있어 태국 수입시 단가 상승의 원인이 되고 있음
- 또, 가격 책정시 태국의 상황을 고려하지 않고 對일본 수출가격을 고수하는 등 지역에 따른 탄력적 대응도 부족하다고 지적됨

나) 수입제한 등 규제내용

□ 태국의 The National Broadcasting Commission은 하기 내역의 방송을 불허하고 있음

- 태국 국왕 및 왕실관련 사항, 폭력물, 음란물

□ 태국 왕실 관련 방송금지 사례

- 1999년, 영화 "Anna and the King" 의 수입이 불허됨. VCD, DVD 복사본이 유통되자 태국 정부는 동 영화 복사본을 판매상 뿐만 아니라 가정에 복사본을 소유한 경우도 처벌하겠다고 공표한 바 있음
- 복사본 뿐만 아니라 동 영화 관련 예고편을 소개한 웹사이트도 태국정부의 제재를 받음. 태국왕의 춤추는 장면, 외국인과의 로맨스 등이 불경한 장면으로 지적

3. 현지 주요 방송국

가) 공중파 TV방송

1	ITV Public Company Limited
주소	1010, Shinawatra Tower, Vibhavadi Rangsit Rd.
전화	(66-2) 791-1000
팩스	(66-2) 791-1010
담당자	Ms. Tatiya
홈페이지	www.itv.co.th
설립년도	1995년

2	Bangkok Entertainment Co., Ltd. (Channel 3)
주소	3199 Maleenont Tower Building Rama4 Rd. Khlong Tan, Khlong Toei, Bangkok 10110
전화	(66-2) 262-3250
팩스	(66-2) 204-1384
담당자	Ms. Vimonwan
홈페이지	www.thaitv3.com
설립년도	1967년

3	Bangkok Broadcasting and Television Company Limited (Channel 7)
주소	998/1 Soi Ruam Sirimitr Phahon Yothin Rd. Lat Yao, Chatuchak, Bangkok 10900
전화	(66-2) 272-0201-10
담당자	Mr. Krisda
홈페이지	www.ch7.com
설립년도	1967년

4	MCOT Public Company Limited (Modern Nine TV)
주소	63/1, Rama IX Rd. Huai Khwang, Huai Khwang Bangkok 10310
전화	(66-2) 201-6329
팩스	(66-2) 245-7090
홈페이지	http://modernine.mcot.net
설립년도	2004년

5	Royal Thai Army Radio and Television (Channel 5)
주소	210 Phaholyotin Rd. Sanampol, Phayatai , Bangkok 10400
전화	(66-2) 271-0060-9
홈페이지	www.tv5.co.th
설립년도	1957년

나) 케이블 TV방송

6개 공중파 방송국외에 약 10개의 케이블 TV 방송국이 있음.
가장 규모가 큰 2개의 방송사는 UBC와 Thai Sky 임

- UBC : United Broadcasting Corp
- Thai Sky : ITV에서 운영

1	United Broadcasting Corporation (UBC); Cable TV
주소	118/1 Tipco Sam Sen Nai, Phaya Thai Bangkok 10400
전화	(66-2) 271-7171
팩스	(66-2) 271-7500
홈페이지	www.ubctv.com
설립년도	1998

4. 방송프로그램 현지 제작사 및 수입배급사

가) 현지 제작사

태국내 제작사는 약 50개사로 추산되나, 상당수는 경영난으로
영업을 중단한 상태

□ 주요 제작사 현황

1	Kantana Group Public Company Limited
주소	333/3, 19 Pracha Uthit Rd. Sam Sen Nok, Huai Khwang Bangkok 10310
전화	(66-2) 275-0046
팩스	(66-2) 275-4530
홈페이지	www.kantana.com
설립년도	1994년

2	Poly Plus Entertainment Co., Ltd.
주소	99/99 Rungrot Bidg. Soi Yasooob 2 Vibhavadi Rangsit Rd. Lat Yao, Chatuchak Bangkok 10900
전화	(66-2) 691-4850-6
팩스	(66-2) 690-0047
홈페이지	www.polyplustv.com
설립년도	1994년

3	Media of Medias Public Company Limited
주소	2991/29-30 Soi Lat Phrao 101/3 Lat phrao Rd. Klong Chan, Bang Kapi, Bangkok 10240
전화	(66-2) 376-0503-10
팩스	(66-2) 370-1638
홈페이지	www.medias.co.th
설립년도	1995년

4	Pau Jin Jong Co., Ltd.
주소	3/186 M 1 Chaeng Watthana Rd. Thung Song Hong, Lak Si Bangkok 10210
전화	(66-2) 984-3186
홈페이지	www.paujinjong.com
설립년도	1998년

5	Broadcasting Thai Television Co., Ltd.
주소	55 Delta House Bldg. 1 Fl. Huai Khwang, Huai Khwang, Bangkok 10310
전화	(66-2) 248-2000
팩스	(66-2) 248-2024
홈페이지	www.broadcastthai.com
설립년도	1989년

6	Uma 99 Co., Ltd.
주소	96/1 the Saban Nimit Nua Rd. Lat Yao, Chatuchak, Bangkok, 10900
전화	(66-2) 954-4976
홈페이지	www.thaitv3.com/uma/frameset.htm
설립년도	1990년

나) 수입배급사

1	Cineman Co., Ltd.
주소	60/5 Tonson phloenchit Rd. Lumpini Pathumwan Bangkok 10330
전화	(66-2) 253-1773
팩스	(66-2) 652-0947
담당자	Ms. Punnapa Raksawong
설립년도	2003년

III. 한국 방송프로그램 현지 진출 현황 및 방안

1. 한국 방송프로그램 진출 현황

가) 한국 방송프로그램 시장점유율

□ 한국 방송프로그램 시장점유율 1% 미만

- 6개 방송사 관계자 면담을 종합한 결과 전체 방영 프로그램중 외국 프로그램의 비율은 10%선이고, 이중 한국 프로그램의 비중은 전체의 1% 미만인 것으로 추정됨
- 2005년 5월 현재 2개의 한국 드라마가 방영중임
 - 불새 : 채널 5
 - 보디가드 : ITV

□ ITV 'Asian Series' 사례 분석

- ITV에서는 한국, 일본 드라마를 'Asian Series' 라는 기획 프로그램을 편성, 연중 방영중임
- 2003년 'Asian Series' 의 방송을 시작했고, 2004년 프로그램을 폐지했다가 한국 드라마를 방영하라는 시청자의 항의가 빗발쳐 올해 동 기획을 부활시킨바 있음
- 올해 'Asian Series'의 월간 광고매출 규모는 2003년 대비 300% 이상 증가
 - 2003년 월 평균 광고매출액 : 1.4 백만바트 (약 3만달러)
 - 2005년 월 평균 광고매출액 : 6.3 백만바트 (약 16만달러)

- 시청자 분석결과 전체 시장자중 여성의 비율이 70%를 차지
- 'Asian Series' 시청자의 연령대별 분포는 다음과 같음
 - 15 - 18세 : 25%
 - 19 - 22세 : 25%
 - 23 - 30세 : 32%
 - 31 - 35세 : 19%

□ 채널별 수입 방송프로그램 비율 (2005. 5 - 2006. 4 1년간 편성 계획 기준)

- 채널 7

<표 6> 방송프로그램 비율

구 분		프로그램수	합계	비율(%)
서양	드라마	8	18	56
	다큐멘터리	0		
	엔터테인먼트	9		
	기타	1		
일본	드라마	1	4	13
	엔터테인먼트	2		
	기타	1		
한국	드라마	1	2	6
	엔터테인먼트	1		
	기타	0		
중국, 홍콩, 대만	드라마	2	8	25
	엔터테인먼트	6		
	기타	0		
합계			32	100

자료원 : 방송사 관계자 면담, TV program schedule

- 미국 등 서구 국가로부터의 수입비중이 압도적 (외국 프로그램중 56%)

- 일본의 경우 애니메이션의 방송편수가 많고, 한국 프로그램의 상영비중은 전체 외국 프로그램중 6% 수준임
- 오는 6월부터 매주 토, 일요일 저녁 9시부터 두 시간동안 '풀하우스' 방영예정

○ ITV

<표 7> ITV 프로그램별 비율

구분		프로그램수	합계	비율(%)
서양	드라마	0	1	10
	다큐멘터리	0		
	엔터테인먼트	1		
	기타	0		
일본	드라마	2	3	30
	엔터테인먼트	1		
	기타	0		
한국	드라마	3	5	50
	엔터테인먼트	2		
	기타	0		
중국, 홍콩, 대만	드라마	0	1	10
	엔터테인먼트	1		
	기타	0		
합계			10	100

- ITV의 경우 한국 프로그램의 상영비중이 전체 외국 프로그램의 50% 수준
- 한국드라마 '보디가드' 상영중

<표 8> 채널 5 프로그램 비율

구분		프로그램수	합계	비율(%)
서양	드라마	1	11	57
	다큐멘터리	3		
	엔터테인먼트	3		
	기타	4		
일본	드라마	2	2	11
	엔터테인먼트	0		
	기타	0		
한국	드라마	2	2	11
	엔터테인먼트	0		
	기타	0		
중국, 홍콩, 대만	드라마	1	4	21
	엔터테인먼트	2		
	기타	1		
합계			19	100

- 미국 등지에서 수입된 다큐멘터리물의 방영비중이 높음
- 한국드라마 '불새', 올해 5월초 상영 종료
- 한국드라마 차기 상영작은 미정

나) 현지진출 주요 방송프로그램

- 태국에서 가장 인기가 높았던 한국 드라마는 '가을동화', '겨울연가', '불새' 등 3편임
 - '가을동화'의 평균 시청률이 역대 한국 드라마중 가장 높았고 (4%선), '불새'는 여주인공의 자살소식으로 관심이 배가된 경우임
 - '가을동화' 와 '겨울연가'는 재방영될 예정임
 - www.jkdramas.com, www.jkmartcnx.com, www.cjkzone.com, popcornfor2.com 등 한국 드라마 관련 사이트를 통해 한국 드라마의 소식이 전파되고 있음

<표 9> 태국에 소개된 한국 프로그램의 세부내역

제목	채널	상영요일	시간대	상영기간	시청률 (추정치)
Age of Innocence	ITV	Th, F, Sat	21:30-22:30	3 Apr-24 May 03	<2%
All About Eve	ITV	Sat, Sun	13:00 -14:00	15 Jun-30 Aug 03	<2%
Autumn in My Heart	ITV	Sat, Sun	13:00-14:00	12 Apr-8 Jun 03	<4%
Bodyguard	ITV	Sat, Sun	17:30-18:00	1 Jan 05-Present	<2%
Cat on the Roof	ITV	F, Sat, Sun	21:30-22:30	6 Feb-28 Mar 04	<2%
Friends	Ch. 7	Sat	9:30-11:30	15-22 Jun 02	<2%
Goodbye My Love	Ch. 5	Mon,Tue	20:15-21:29	2000	<2%
Great Ambition [The]	Ch. 7	Mon-Fri	15:15 n.a.	16 Dec 03 -n.a.	<2%
Happy Together	UBC(24)	Mon-Wed	19:00-n.a.	Apr 03 -n.a.	<1%
Hotelier	ITV	Mon-Fri	17:10-18:00	2 Jun-18 Jul 03	<2%
Into the Sunlight	UBC(24)	Sat	18:00-n.a.	8 Mar 03-n.a.	<1%
Lady of Dignity	ITV	F, Sat, Sun	21:30-22:30	12 Dec 03-31 Jan 04	<2%
Life is Beautiful	Ch. 5	Mon-Fri	14:55-n.a.	1 Oct-22 May 02	<2%
Love as Fireworks	Ch. 7	Mon-Fri	15:15-.n.a.	1 Mar 04-n.a.	<2%
Love Letter	ITV	F, Sat, Sun	21:30-22:30	18 Jul-30 Aug 03	<2%
Loving You	ITV	F, Sat, Sun	21:30-22:30	31 Oct-7 Dec 03	<2%
Miss Mermaid I	ITV	Sat, Sun	13:00-14:00	31 Aug-15 Nov 03	<2%
Miss Mermaid II	ITV	Sat, Sun	13:00-14:00	24 Jan 04-n.a.	<2%
My Fair Lady	ITV	Mon-Fri	17:10-18:00	28 Aug 03-n.a.	<2%
Phoenix	Ch. 5	Sat, Sun	20:15-n.a.	15 Jan 05-Present	<3%
Punch	Ch. 7	Sat, Sun	9:15-n.a.	21 Aug-25 Sept 04	<2%
Pure Love/ Pure Heart	Ch. 5	Thr-Fri	15:00-n.a.	3 Mar 03-n.a.	<2%

제목	채널	상영요일	시간대	상영기간	시청률 (추정치)
Romance	ITV	F, Sat, Sun	21:30-22:30	31 Aug-26 Oct 03	<2%
Something About 1%	UBC(11)	Mon, Tue	18:00-n.a	15 Mar 05 n.a.	<2%
Sunshine Hunting	Ch. 5	Mon-Fri	14:55-n.a.	25 Nov 02-n.a.	<2%
Sweet Propose	ITV	Mon-Fri	17:10-18:00	6 Aug -27 Aug 03	<2%
The Twin	UBC(24)	n.a.	n.a.	n.a.	<1%
Tomato	UBC(24)	n.a.	n.a.	na	<1%
Tough Guy's Love	Ch. 7	Mon-Fri	15:10-n.a.	27 Aug 03-n.a.	<2%
Truth	ITV	Sat, Sun	13:00-14:00	16 Nov 03-18 Jan 04	<2%
Winter Love Song	ITV	Mon-Fri	13:00-14:00	4 Jan -6 Apr 03	<3%
Wish Upon a Star	Ch. 5	Mon-Tue	20:15-21.29	2543	<2%

자료원 : 채널 5, 7, ITV 방송사 관계자 면담

주 : 시청률은 방송관계자 추정치 (인터뷰)

2. 방송프로그램을 활용한 현지 마케팅 사례

□ 불새 (Phoenix)

- 수입업체 : Cineman Co., Ltd.
- 시청률 : 약 3%
- 채널 및 방송시간대 : 토, 일요일 오후 20:15 (Channel 5)
- 마케팅 사례
 - 드라마의 인기로 OST 및 각종 디지털 콘텐츠가 공급되고 있음 (Wallpaper, Win amp Skin, Phoenix Game , Ring tone, etc.)
 - 본격적인 상업화 단계는 아님
 - 절대 수요층의 규모가 한계가 있어 모바일 콘텐츠의 경우 저작권 협의 없이 임의로 도용되고 있는 상황

○ 예 1 : Phoenix OST



<그림2> Phoenix
OST

01 Prologue 'Firebird'02. Fate - Lee Seung Chul03. Love For You - Shin Jae Hong04. After That Day - Namoo05. Love Theme I06. Parting - Lee Suh Jin07. Mal De Siecle08. In My Tears - Cho Eun09. To Your Side - Blue10. Parting (Instrumental)11. Love For You (Instrumental)12. Acoustic Guitar With Namoo13. To Your Side (Instrumental)14. Love Theme II15. Fate (Instrumental)16. Epilogue '10 Years After'

○ 예 2 : Wallpaper Winamp Skin



1

<그림 3> Wallpaper Winamp Skin

□ 겨울연가 (Winter Love Song)

- 수입업체 : ITV Co., Ltd.
- 시청률 : 약 4%
- 채널 및 방송시간대 : 토, 일요일 오후 1시, 2시 (ITV)
- 마케팅 사례

- 촬영지 투어 프로그램, 태국에서도 인기

- ‘Winter Love Song Trip’을 판매하는 주요 여행사
 - Tarent International Co., Ltd. (전화 : 66-2-675-5118/9)
 - Nitespot Holidays Co., Ltd. (전화 : 66-2-618-2814)
 - Vacation Zone Co., Ltd. (전화 : 66-2-675-6993/4)
- 4박 5일 관광코스 약 28,900 바트
- 여행사별로 평균 매주 1회 정도 투어그룹을 구성 (약 20 - 25명)

3. 현지 진출 방안

가) 한국 방송프로그램 현지 진출시 문제점 및 애로사항

특별한 진입 장벽은 없음. 한국 드라마를 비롯한 외국 방송프로그램 시장은 ITV의 ‘Asian Series’ 기획에서 볼 수 있듯이 Niche Market의 수준이기 때문에 본격적인 프로그램의 수입이 이루어 지지 못하고 있는 실정임

한국 프로그램 수입상의 문제점

- 한국의 일부 프로덕션의 경우 홍콩, 싱가포르 등의 에이전트에 태국지역을 포함하는 포괄적으로 배급권을 주는 사례가 있어 태국 수입시 단가 상승의 원인이 되고 있음
- 프로그램 수출 초기 단계이나 향후 발전 가능성을 염두에 두고 시장공략을 할 필요가 있음

- 한국 수출업체가 상담시 성실성이 떨어지고, 의사결정에도 장시간이 소요되며, 합의사항에 대해 불분명한 태도를 보이는 등의 문제가 있다는 것이 태국 방송 수입업체의 한결같은 지적임

- 현지 진출 초기 단계임을 감안 탄력적인 가격책정이 필요

나) 효과적인 한국 방송프로그램 현지 진출 방안

□ 방송프로그램 제작 프로덕션의 직수출 바람직

- 시장 규모 협소로 직수출이 이루어지지 못하고 에이전트를 통해 수출 상담이 이루어 짐
- 태국은 인종구성상 (화교 14%, 태국인 85%. 태국인중 상당수가 중국인과의 혼혈로 중국문화의 저변이 넓음) 중국인과 사고방식이 유사하여 최근 홍콩에서 대장금이 거둔 성공이 재연될 개연성이 높음
- 또, 자체 프로그램 제작 구조가 고품질의 프로그램이 생산되기 어려운 구조로 해외 프로그램 수입시장 규모의 성장 가능성도 매우 높음
- 향후 성장가능성을 염두에 두고 시장 접근 필요

□ 한국 프로그램 인지도 확산에 주력

- 드라마를 위주로 약 30여 편의 방송 프로그램이 태국에 소개되었으나 대표적인 히트작이 없음
- 저가로 방송 프로그램을 공급하여 시장 진입 초기 인지도 확산에 주력하는 것이 바람직

다) 활용 가능한 현지 유망 행사 및 사업

□ TV Korea Showcase 2005

- 태국, 인도네시아, 인도 등 3개국 대상, 방송 프로그램 로드쇼

- 태국 행사 개요
 - 일 시 : 2005. 5. 30
 - 장 소 : JW Marriot, Bangkok
 - 주요 행사 내용 : Presentation of Korean TV program, Meeting with Korean Broadcasters and Distributors

- 한국측 참가업체
 - Terrestrial Networks : KBS, KBS Media, MBC, MBC Production, SBS, SBS Productions, EBS
 - Program Providers : Arirang TV, CJ Media, JEITV, YTN, Dongah TV, JoongAng Broadcasting Corporation
 - Production and Distributors : AK Entertainment, Eight Peaks, Samhwa Production
 - Animation : Character Plan, Digital Emation, Iconix

□ Bangkok International Film Festival

- 주관 : Tourism Authority of Thailand

- 개요 : 1998이래 매년 개최. 동남아시아 주요 필름 페스티벌로 자리매김. 매년 1월경 개최

- 올해 행사시 ‘한국 필름 주간’ 개최
 - 한국 출품작 : ‘I want to invite you’ (애니메이션), ‘Taxi driver’, ‘On the day’ (다큐멘터리)

Reference

방송국 담당자 인터뷰 (Channel 7, Channel 5, Channel 3 and ITV)

수입업체 인터뷰 (Cineman Co., Ltd., ITV)

현지언론 종합 (Bangkok Post, The Nations, Business Day)

한국 드라마 관련 주요 현지 홈페이지

-www.JKdramas.com

-www.ubctv.com

-www.kantana.com

-www.polyplustv.com

-www.medias.co.th

-www.exact.co.th

-www.broadcastthai

-www.paujinjong.com

-www.daravdo.com

-www.jkmartcnx.com

-www.cjkzone.com

문의처

방콕무역관 유병우 과장(66-2-233-1322, gamjung@kotra.or.kr)

베트남



하노이무역관

I. 동남아 3개국의 한류현황

1. 한류의 일반적 현황

- 한국과 베트남은 1992. 12월에 정식으로 국교 수립하였으나 베트남과의 경제교류가 시작된 것은 이보다 훨씬 이전인 1980년대 초반으로 주로 삼성, 현대, LG와 같은 대기업을 중심으로 경제교류가 시작됨.
- 우리기업 제품의 대베트남 진출이 확대되면서 특히 LG의 드봉화장품, LG 냉장고, 에어컨 등 가전제품, 삼성 휴대폰, 컴퓨터 모니터, 대우자동차 등을 중심으로 "한국"과 제품브랜드 이미지가 연계되어 베트남 소비자에게 인식되기 시작함.
- 한국산 제품이 베트남시장에 성공적으로 진출한 것은 한류문화의 보급에 따른 것으로 한류문화 파급의 수훈감은 1990년대 초반부터 방영되기 시작한 한국 드라마에 힘입은 바 큼.
- 베트남에서 최초로 방영된 드라마는 MBC 드라마인 "느낌"으로 젊은세대 특히 여성층을 중심으로 많은 인기를 끌었으며 이후 "내사랑 유미", "첫사랑", "유리구두" 등 신세대 취향의 드라마 방영이 계속되면서 한류열풍을 이어감.
- 1990년 후반 베트남에서 특히 인기를 많이 끈 드라마로는 장동건이 주연한 "의가형제"를 들 수 있는데 이후 장동건은 한류스타의 대명사로 베트남에서 폭발적인 인기를 구가함. TV 드라마 '모델'의 김남주는 김남주식 화장법, 패션 등을 유행시키며 '김남주 신드롬'을 낳기도 함.

- 이처럼 베트남에서 한국드라마가 인기몰이를 한 것은 베트남 시청자들이 한국드라마에서 가족간의 사랑, 충성심, 낭만적 사랑, 윗사람에 대한 공경 등 양국간 문화의 유사성에 기인한 측면이 많으며 한국 탤런트, 영화배우의 현대적 의상, 세련된 외모가 이들의 한국열풍을 촉발시킨 원인으로 꼽히고 있음.
- 한국 드라마가 소개되기 시작하면서 LG, 미원, 대우 등 베트남 내 수시장을 공략하는 한국기업 들은 TV 드라마를 통해 자사제품의 홍보를 통해 마케팅을 강화하는 전략을 구사하기 시작하였는데 전자제품, 화장품 등 소비재를 중심으로 이런 경향이 커졌음.
- 한국기업 들은 이런 한류효과를 극대화하기 위해 한류스타 마케팅을 본격적으로 구사하기 시작했는데 장동건, 김남주, 안재욱, 베이비복스와 같은 한류스타를 초청하여 팬사인회와 같은 이벤트 행사를 개최함으로써 시장확대를 본격화함. 또한 LG, 삼성 같은 대기업은 스포츠 행사(축구, 태권도 등) 스폰서, 각종 전시회 개최 등을 통해 자사제품의 홍보를 확대하고 있음.
- 2004년의 경우 한국드라마가 전국적으로 26개가 방영된 것으로 파악되고 있는데 국영 중앙방송국인 VTV 뿐 아니라 지방방송국 (하노이-하노이TV, 하띠이-HTV, 호치민-HTV9)에서도 각각 한국 드라마를 수입하여 방송함. 베트남 영화도 기존에 미국영화 수입 일변도에서 2000년대 초반부터 한국영화를 수입하기 시작했는데 베트남 최대 영화수입배급사인 FaFilm에서 이루지고 있으며 2002년부터 한국투자기업인 "좋은친구들"이 영화배급을 시작하였음. "좋은 친구들"은 2002년 호치민시에 복합상영극장인 "다이아몬드 시네마"를 오픈하였으며 2003년에는 다낭시에 극장을 오픈하여 시장을 확대하고 있음.

2. 한류의 문화·경제적 효과

가) 문화·사회적 효과

□ 한국에 대한 국가이미지 제고효과

- 한류현상은 한국상품의 판매라고 하는 미시적 효과 뿐 아니라 거시적으로 한국에 대한 국가이미지를 높이는 긍정적인 효과를 가져온 것으로 평가되고 있음.
- 무역관에서 매년 실시하고 있는 국가이미지 조사에서 한국은 미국, 일본, EU 국가와 거의 대등한 수준의 점수를 보임으로써 소위 말하는 KOREA 디스카운트는 한국에 적용되지 않고 있음을 알 수 있음. 다만 일부제품군에서 한국제품=저가품이라는 인식이 남아 있으나 한류효과에 따라 점차 이런 인식이 사라지고 있는 단계임.

나) 경제적 효과

□ 한국상품의 시장점유율 확대

- 한류문화의 가장 직접적인 효과는 베트남 시장에서의 한국상품의 보급이 광범위하게 확대된 것을 들 수 있음. 베트남에서 한국제품은 고급제품으로 인식되어 판매되고 있는데 한국제품의 품질은 아직 독일, 프랑스 등 유럽국가, 일본, 미국 등에 비해 다소 떨어지지만 거의 대등한 수준으로 평가되고 있으며 중국, 대만 등에 비해서는 확실히 우수한 품질을 보유한 것으로 평가되고 있음.
- 한국제품의 판매량은 꾸준히 증가해 1997년 15억불에 불과했던 대 베트남 수출이 2004년에는 30억불을 돌파함으로써 두 배 이상 수출이 증가하였음.

- 한국 패션제품 수입상인 Sunny Bloomy Co.사와의 인터뷰에 따르면 동사는 한류열풍이 일어나고 있는데 착안해 1998년 후반부터 악세서리, 의류 등 한국산 패션제품 수입을 시작했는데 비즈니스를 시작한지 불과 4-5년만에 수입규모가 10배 이상으로 확대되어 하노이에서만 2개의 샵을 운영하고 있음.
- 국내 관련 제조업 및 문화컨텐츠 산업의 동반성장 유도효과
 - 한류로 인해 국내 제조업 중 의류, 화장품, 가전제품, 휴대폰 등 소비재를 중심으로 성장에 긍정적인 영향을 준 것으로 나타남.
 - 또한 문화컨텐츠 상품의 대베트남 수출이 확대되고 있는 것으로 파악되고 있는데 구체적 통계는 없지만 베트남의 드라마수입업체에 따르면 수입단가가 이전에 비해 2-10배 이상 높아질 정도로 한국드라마에 대한 인기가 높아짐.

II. 동남아 3개국의 방송프로그램 시장현황

1. 베트남의 방송프로그램 시장규모

가) 전체시장규모

- 베트남에서 전국을 대상으로 방송하는 방송국은 국영 방송국인 VTV(Vietnam TV)가 유일하며 공식적인 방송프로그램 수입은 VTV를 통해 이루어지고 있음.
- 베트남 방송시장의 특징은 VTV 외에 64개 각 시성별로 독자적인 지역방송국을 보유하고 있다는 것임. VTV의 경우 VTV1, VTV2, VTV3 등 3개의 채널을 보유하고 있으나 지방방송국의 경우 대부분 1개 채널로 방송서비스를 제공하고 있음. 지방방송국의 방송기반은 상당히 취약한 것으로 나타나고 있어 자체 프로그램 제작보다는 주로 외부에서 방송프로그램을 저가에 구매해서 방영하는 형태로 이루어지고 있음.

나) 자체 제작현황 및 수입규모

- 현재 베트남에서 방영되고 있는 영화, 드라마의 경우 정확한 통계는 없지만 월 2천여편 이상이 방영되고 있는 것으로 추산되고 있는데 이중 75% 이상이 외국 영화, 드라마를 수입방영하고 있는 것으로 추정하고 있음.
- 구체적 통계부재로 인해 국영 VTV의 방영건수를 기준으로 베트남 방송프로그램 시장규모와 자체 제작 및 수입규모를 추정할 수 있을 뿐인데 2004년 현재 VTV에 방영된 프로그램이 총 1,993편으로 이중 수입프로그램이 1,789편, 자체제작이 204편인 것으로 조사됨.

<표 9> 2004년 VTV 방영프로그램의 수입국가별 방영현황

구분	수입국가	방영편수	점유율
수입프로그램	중국	584	33%
	한국	227	13%
	미주	382	21%
	러시아	185	10%
	유럽	261	15%
	기타	150	8%
	총계	1,789	100%

<표 10> 2004년 VTV 자체제작 프로그램 방영현황

구분	프로그램명	방영편수
자체제작 프로그램	Sunday Show	52
	Saturday Afternoon Movie	52
	Newly and re-broadcast	100
	총계	204

- 2004년 VTV의 수입프로그램 현황을 살펴보면 한국영화 및 드라마의 수입비중은 13%로 중국, 미주, 유럽에 이어 4번째이나 지역 방송국에서 방영되고 있는 것을 감안하면 중국에 이어 2번째일 것으로 추정되고 있음.
- 현재 베트남 방송프로그램의 가장 큰 문제점은 예산부족으로 인해 자체제작 프로그램의 비중이 낮을 뿐 아니라 프로그램의 품질도 낮아 방영시간도 프라임시간대를 확보하지 못하고 있다는 것임. (정보원: www.24h.com.vn)

2. 방송프로그램 수입 및 유통구조

가) 수입/배급 경로

□ 베트남의 방송프로그램 수입은 VTV에 의한 직접수입과 상업 광고회사에 의한 간접수입으로 구분되고 있음. 간접수입은 광고회사가 공식수입권을 보유하고 있는 VTV를 통해 수입하는 것임.

□ VTV에 의한 직접 수입

○ 베트남은 관련 법규에 의해 국영 VTV 만이 외국 방송프로그램을 수입할 수 있었음. 그러나 2005년 4월부터 지역방송국도 외국 방송프로그램 수입이 허용되게 됨에 따라 HTV(Hanoi TV), HTV(Hochiminh TV), Movie Bureau(문화정보부산하) 등에 수입이 허용되게 되었지만 사기업에게는 아직까지 TV프로그램 수입권이 부여되지는 않았음.

○ 상업광고회사에 의한 간접수입

- 상업광고회사에서 수입하는 루트인데 이는 공식 수입권한은 없지만 일반 광고회사가 VTV를 통해 수입하는 것으로, 광고사는 수입프로그램과 자사가 수입한 회사의 광고를 위해 VTV 광고시간대를 교환하는 방식으로 VTV에 프로그램을 방영함.

- 수입절차는 외국방송프로그램 선택→Copyright 구입→VTV를 통한 수입→프로그램 심사 및 검열→(VTV로부터 광고시간대 및 시간할당→다른 광고사에 광고시간 판매)→방송 의 순으로 이루어짐.

- 이에 따라 방송국은 수입프로그램을 보유하는 대신 광고시간을 광고회사에 할당해주는 방식으로 프로그램 소유권을 가지게 되

는 것이며 광고회사는 보다 좋은 시간대에 더 많은 광고시간을 확보하기 위해 인기높은 양질의 프로그램 수입에 노력하고 있음.

나) 수입제한 등 규제내용

- 베트남은 방송프로그램 수입권을 VTV 및 지역방송국에만 허용함으로써 절차적인 제한을 두고 있을 뿐 아니라 실제적으로도 음란물, 폭력물 및 미풍양속을 해하는 내용의 방송프로그램에 대한 내용에 대한 수입검열을 엄격히 하고 있음.

- 이에 따라 우리 방송프로그램 수출시 내용검사에서 사전검열을 통과하지 못하면 수입자체가 불허되므로 이를 유의할 필요가 있음. 실례로 2년전 한국의 한 영화수입배급사가 한국에서 빅히트를 쳤던 영화 “친구”를 베트남에 수입하려 하였으나 내용이 너무 폭력적이라는 이유로 수입허가를 받지 못하였음.

3. 현지 주요 방송국

가) 공중파 TV 방송

- 베트남에는 공중파 TV방송국으로 전국을 대상으로 방송을 하는 국영 VTV 외에 Hanoi TV, Hochiminh TV 등 64개 각 시성 별로 지역방송국을 운영하고 있음.

나) 케이블 TV 방송

- 베트남에는 케이블 TV방송이 크게 2종류로 구분되는데+MMDS (Multipoint Microwave Distribution System) + CATV (Cable TV) 등이며 케이블 TV는 공중파 방송이 잘 잡히지 않는 지역에서 보조적으로 케이블 TV를 연결해서 시청하는 것이 일반적임.

다) 기타

Digital Terrestrial Broadcasting

- 이 방식은 전국에서 16개 채널까지 연결이 가능한데 설치시 한번 요금이 부과되기 때문에 케이블 TV 연결이 어려운 곳에서 선호되고 있음.

위성TV(Satellite Broadcasting)

- 주로 불법적으로 이용되고 있는데 도시지역을 중심으로 위성 수신장치를 장착해서 위성TV를 시청하는 것임.
- 아직 이용자수는 극소수에 불과하지만 주로 중국, 홍콩, 태국 등의 방송을 수신하고 있음.

4. 방송프로그램 현지 제작사 및 수입배급사

가) 현지 제작사

베트남의 방송프로그램 제작사는 대부분 국영 TV방송국의 제작사이며 VTV, HTV(Hochiminh TV)의 제작사가 있음.

- VTV, HTV 산하 제작사가 전체 프로그램 제작의 66%를 차지하고 있고 나머지는 민간 제작사에서 제작공급하고 있음.

<표 11> 베트남의 자체 프로그램 제작현황

제작사	연간 제작편수
VTV Film Center(VFC)	200
HCMC TV Film Studio(TFS)	65
기타	135
총계	400

○ 현지제작사 현황

① VietNam Television Film Centre (VFC)

- Add: 906 De La Thanh Street, Dong Da District, Ha Noi City
- Director: Mr. Nguyen Khai Hung
- Tel: (+84 - 4) 8316937
- Fax: (+84 - 4) 7717727
- Website: <http://vtv.vn>

② Ho Chi Minh City Television Film Studio (TFS)

- Add: 9 Nguyen Thi Minh Khai, District 1, Ho Chi Minh City
- Director: Mr. Nguyen Viet Hung
- Tel: (+84-8) 9102022/9102437
- Fax: (+84-8) 8292738
- Website: <http://www.tfs.com.vn>

나) 수입배급사

- 현재 기준으로 베트남에는 국영방송국인 VTV사가 공식적인 수입배급권을 가지고 있으며, 2005. 4월부터 다른 방송국도 수입배급이 가능하게 되었으나 아직 수입배급을 하고 있는 방송국은 없는 것으로 파악됨.

수입배급사 현황

① VietNam Television (VTV)

- Add:
- General Director: Vu Van Hien
- Tel:(+84 -4) 831 8123, (+84- 4) 835 5931
- Fax:(+84- 4) 831 8124
- Website: <http://www.vtv.org.vn/>
- Email: thvn@vtv.org.vn

III. 한국 프로그램 현지 진출현황 및 방안

1. 한국 방송프로그램 진출현황

가) 한국 방송프로그램 시장점유율

□ 2004년 현재 VTV에 방영된 총 1,993편으로 이중 수입 프로그램이 1,789편, 자체제작이 204편인것으로 파악됨. 이를 기준으로 한국 방송프로그램(227편)의 시장점유율을 추산해보면 전체 프로그램중에서 11.4%, 수입프로그램에서 12.7%를 차지하고 있음.

□ 그러나 이는 2004년 VTV의 수입프로그램 현황을 살펴본 것으로 한국영화 및 드라마의 수입비중은 13%로 중국, 미주, 유럽에 이어 4번째이나 지역방송국에서 방영되고 있는 것을 감안하면 한국 방송프로그램의 시장점유율은 중국에 이어 2번째일 것으로 추정되고 있음.

나) 현지진출 주요 방송프로그램(아래 표 참조)

<표 12> 2002-2004 상반기 대베트남 TV 드라마 수출현황

연도	KBS(시간 X 편수)	MBC(시간 X 편수)	SBS(시간 X 편수)	비고
2003 년도	거침없는 사랑 (60분X19)	삼총사 (50분X20)	여자만세 (60분X16)	
	러빙유 (60분X16)	러브레터 (50분X20)	태양속으로 (60분 X20)	
	아버지처럼 살기 싫었어 (60분X16)	선희진희 (50분X16)	팝콘 (60분X16)	
	여름향기	남자의 향기	선녀와 사기꾼	

연도	KBS(시간 X 편수)	MBC(시간 X 편수)	SBS(시간 X 편수)	비고
	(70분X20)	(50분X18)	(60분X20)	
	저 푸른 초원 위에 (60분X52)	눈사람 (50분X20)	천년지애 (60분X20)	
	노란 손수건 (30분X170)	옥탑방 고양이 (50분X20)	요조숙녀 (60분X16)	
		위풍당당 그녀 (50분X20)	별을 쏘다 (60분X16)	
		위기의 남자 (50분X20)	올인 (60분X24)	
		네멋대로 해라 (50분X20)	완전한 사랑 (60분X24)	
			라이벌 (60분X20)	
2004 년도	로즈마리 (70분X18)	1%의 어떤 것 (50분X26)	때려 (60분X16)	
	백설공주 (60분X16)	다모 (60분X14)	천국의 계단 (70분X20)	
	낭랑18세 (60분X16)	현정아, 사랑해 (60분X20)	첫사랑 (60분X16)	
	애정의 조건 (60분X60)	좋은 사람 (60분X16)	스크린 (60분X18)	
	풀하우스 (60분X16)	대장금 (50분X54)	2004 인간시장 (60분X20)	
	상두야, 학교가자 (60분X16)	장미의 전쟁 (60분X23)	폭풍속으로 (60분X24)	
		결혼하고 싶은 여자 (60분X18)	햇빛 쏟아지다 (60분X16)	
		귀여운 여인 (30분X70)	파란만장 미스김 10 억 만들기(60분X16)	

연도	KBS(시간 X 편수)	MBC(시간 X 편수)	SBS(시간 X 편수)	비고
		불새 (60분X26)	흐르는 강물처럼 (60분X50)	
		황태자의 첫사랑 (60분X18)	파리의 연인 (70분X20)	
			발리에서 생긴 일 (70분X20)	
			섬마을 선생님 (60분X16)	
			작은 아씨들 (60분X57)	

<표 13> 2001-2003 동안 가장 많이 언급된 한국 드라마 종합순위

제목	현지언론 기사수
가을동화	18
겨울연가	16
별은 내 가슴에	14
호텔리어	14
엄마야 누나야	12
유리구두	12
의가형제	12
첫사랑	11
네자매 이야기	10
느낌	10
불꽃	10
신귀공자	10
아름다운 날들	10
올인	10

제목	현지언론 기사수
모델	9
안녕 내사랑	9
프렌즈	9
해피투게더	8
나쁜 친구들	8
이브의 모든 것	8
장미와 콩나물	8
황금시대	8

2. 방송프로그램을 활용한 현지 마케팅사례

□ 남양분유 TV 광고

- 베트남에서 고급 분유로 판매되고 있는 남양분유의 경우 베트남에서 최고의 인기에 방영된 한국드라마 “파리의 연인” 전후시간대에 프리미엄 분유(NamYang XO milk) 광고를 실시하여 한류 열풍을 통해 광고인지도를 높이는데 성공했다는 평가를 받고 있음.
- 또한 드라마에 나오는 “GD motors”의 경우 베트남 투자진출사인 GM Daewoo의 이미지를 자연스럽게 보여줘 광고효과를 톡톡히 거둔 것으로 평가되고 있음. 현재 GM Daewoo의 경우베트남에서 승용차부품에서 제2위 시장점유율을 보이고 있음.

□ LG건설 자이아파트 TV 광고

- 최근 베트남에서 아파트 붐이 일어남에 따라 한국 건설업체의 베트남 건설시장 진출이 러시를 이루고 있는 가운데, LG건설은 자사의 고급아파트 브랜드인 자이 아파트를 최근 인기리에 방영된

드라마 “대장금” 시간대에 편성하여 막대한 광고효과를 거둠. 이는 대장금에 출연한 이영애, 지진희 등이 구 한류 스타를 제치고 새로운 한류스타로 등장하였을 뿐 아니라 기존스토리라인과 다른 색다른 소재, 베트남에서도 관심있는 전통문화 및 선악구조의 선명한 대비 등으로 높은 시청율을 기록한데 따른 것임.

- VTV의 자체분석에 따르면 드라마 대장금의 시청율이 30%를 넘어설 정도의 빅히트를 쳐 금액으로 환산하더라도 약 50만불 이상의 광고효과를 거둔 것으로 평가됨. 이는 베트남의 한국드라마 수입 단가가 몇천불에 불과한 것을 감안하면 비용대비 효과가 아주 컸음을 보여주는 사례임. 현재 LG건설의 아파트 프로젝트는 호치민시에 투자허가를 신청한 단계로 허가를 받는데 긍정적으로 작용할 전망이다.

3. 현지진출방안

가) 한국 방송프로그램 현지진출시 문제점 및 애로사항

천편일률적인 단조로운 내용

- 최근 너무 많은 한국드라마, 영화가 보급되어 방영되면서 부작용이 나타나고 있는데 베트남 시청자들이 천편일률적인 단조로운 스토리의 한국드라마에 식상하기 시작함.
- 이는 베트남 방송국의 예산부족으로 외국영화 수입예산이 충분치 못해 자사제품의 홍보를 목적으로 하는 한국 대기업에 의해 무료로 드라마가 대량 공급됨으로써 엄선된 내용의 드라마 보다는 삼각관계, 연인의 암으로 인한 사망, 불륜관계 등 유사한 스토리의 드라마가 반복 상영된 것이 한국 드라마에 대한 나쁜 이미지를 가져온 결과를 초래함.
- 지나친 상업주의에 따른 부작용

- 과도한 상업주의로 단기적인 이익에 급급해 근시안적인 시장접근 방식의 부작용 우려
- VTV 방송프로그램 수입담당자와의 인터뷰에 따르면 몇 년전까지만 해도 500-1,000불 정도 수준에 한국드라마, 영화수입이 가능했는데 “대장금”과 같은 인기드라마 수입가의 경우 몇천불로 10배 이상 값이 올라 수입이 쉽지 않음을 토로
- 소수의 한류스타에 의존하는 스타마케팅의 한계
 - 한류 1세대 스타인 장동건, 안재욱, 김남주에서 시작하여 2세대인 이병헌, 송혜교, 소지섭, 김현주, 3세대인 이영애 등 일부 스타의 스타성에만 의존한 드라마, 영화수입에 급급
 - 이 경우 무성의한 방문, 준비가 부족한 공연개최 등으로 한류스타의 이미지에 따라 전체 한류분위기가 반전되기도 하는 부작용 표출
- 시장규모의 협소
 - 베트남 방송프로그램 시장의 경우 국영방송국의 예산부족으로 인해 수입프로그램 단가가 수백-수천불에 불과해 아직까지 아국 프로그램 공급업체의 관심시장이 아님.
 - 기존의 한국 드라마 수입도 일부 기업이 구매해서 자사 제품의 광고효과를 위해 기증하는 형태, 광고회사가 저렴하게 수입해서 광고시간대와 교환하는 형태로 이루어져 프로그램 시장으로 성장하기에는 시간이 필요한 지역임.

나) 효과적인 한국 방송프로그램 현지진출방안

- TV 드라마에 편중된 프로그램 구조를 다양화
 - 현재 TV 드라마, 영화 등에 편중되어 있는 프로그램 구조를 대증가요, 다큐멘터리, 애니메이션, 오락프로그램 등으로 다양화할 필요가 있음. 또한 기존 드라마 외에도 베트남인들의 정서에 어필할 수 있는 드라마 발굴 및 수출 필요
 - 특히 한국의 전통문화를 소개하는 교양 프로그램의 보급을 확대하여 베트남에서 한류문화의 저변확대를 지원하는 노력 필요
- 정부차원의 지원 강화
 - 한국 문화전반에 대한 이해 및 관심을 제고시킬 수 있는 정부 차원의 지원이 필요함. 예를 들어 한국문화홍보원 설립, 한국어 교육지원 등 한국의 문화를 알리는 정부차원의 노력 필요
 - 또한 문화상품의 수출시장 개척이라는 상업적 관심을 넘어서서 한-베 양국간 문화협력을 활성화시키고 일방적 수출이 아닌 베트남 문화에 대한 이해를 높이고 한국으로의 수입품목을 발굴하려는 노력을 통한 쌍방향적 문화교류 추진 필요
- 장기적 시장접근 노력(한류현상의 문화상품화 노력)
 - 베트남의 경우 연간 우리나라의 무역흑자가 26억불에 이르는 등 수출시장으로서의 잠재력이 큼을 감안하여 방송프로그램의 수출은 당장의 단기적인 이익추구의 대상으로 볼 것이 아니라, 장기적인 시장접근이 필요함.
 - 이에 따라 단기적으로 수출단가를 올리는 것보다 중장기적으로

저렴하지만 베트남 정서에 맞고 한류문화 확산에 도움이 되는 방송프로그램을 발굴하여 공급하려는 노력이 필요함.

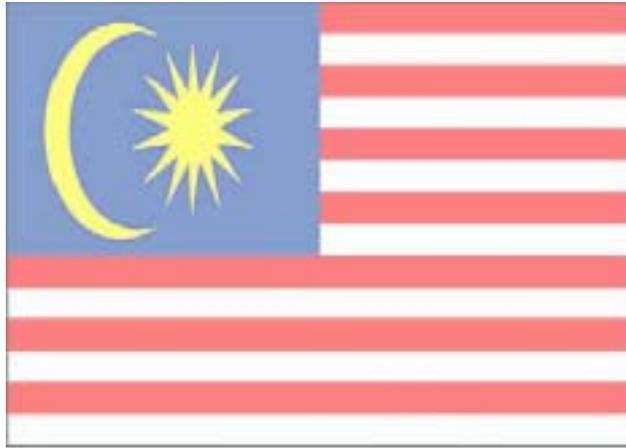
다) 활용 가능한 현지 유망행사 및 사업

- 제2회 Korean Products made in Vietnam Show (부제 : Proud Vietnam, Friendly Korea)
 - 하노이무역관에서는 2004년 12월 우리기업의 투자진출이 활발하고 韓流문화의 원조국이라는 시장특성에 맞는 현지특화 프로젝트로 베트남인의 자긍심을 높이고 한국브랜드 이미지를 높일 수 있는 감성마케팅의 일환으로 “베트남 한국상품전” 개최하였음.
 - 한베수교 12주년 중심사업으로 개최하였는데 산자부 예산지원을 받아 현지 진출기업을 주요 대상으로 개최함으로써 한류문화 확산에 크게 기여한 것으로 평가
 - 2005년도에도 산자부 예산확보하여 사업의 연례화 추진이 가능하게 되었음.

<제1회 Korean Products made in Vietnam Show 개요>

구 분	내 용
개최배경 및 목적	<ul style="list-style-type: none"> · AFTA 확산 대비 우리진출기업의 베트남 내수 시장 진출지원 · 한류 분위기 지속을 위한 우호적인 교역분위기 조성(부제 : Proud Vietnam, Friendly Korea)
개최방법	<ul style="list-style-type: none"> · 지역본부 특별프로젝트 사업 (주 베트남 한국대사관과 협력)
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> · 명칭 : Korean Products made in Vietnam Show · 기간 : 2004. 12. 10-14(5일간) · 장소 : Giang Vo 전시장(1,000 S/M) · 참가기업 : LG전자 등 베트남진출기업 14개사 · 특기사항 : 오페라 황진이, 악가무공연, 한류스타 (장나라) 초청팬사인회, 베트남인 한국노래자랑 등 다양한 부대행사 개최
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> · 베트남인들에게 한국산 브랜드 이미지제고 · 한류 분위기를 지속시킬 수 있는 감성마케팅으로우리기업의 내수기반 진출확대 지원 · 현지실정에 맞는 독자적 프로젝트 개발

말레이시아



칼라룸푸르 무역관

I. 말레이시아의 한류 현황

1. 말레이시아 현황

가) 일반현황

- 국토면적 : 329,758km (한반도의 1.5배)
- 인구: 25.86백만명
- 민족(인종) 구성 : 말레이계 (61.4%), 중국계 (23.7%), 인도계 (7.0%), 기타 (1.2%), 외국인 (6.7%)
- 언어는 말레이어 (Bahasa Malay, 상용어는 영어)
- 민족 : 말레이계 (57.8%), 중국계 (25.1%), 인도 (7.1%), 기타 (1%)
- 언어 : 말레이어 (공용어), 영어 (상용어)
- 종교 : 말레이계 99%가 이슬람, 중국계 56%가 불교, 인도계는 힌두교
- 국가적 목표 : 다민족, 다종교의 조화

<표 14> 연령별 인구 분포

0~14 세	25%
15~19세	23%
20~29세	16%
30~39세	14%
40~49세	10%
50세 이상	12%

- 말레이시아 인구 2500만명 중 48%가 19세 이하이며 15~19세 분포가 전체 인구의 23%를 차지함.
- 향후 4~5년 사이에 23% 취업하여, 젊은 인구 구조로 인하여 멀티미디어/통신 분야에 잠재력이 있게 될 것임.

나) 정보통신 관련

- TV 방송규격 : PAL system (보급대수 470만대)
- Mobile : GSM 방식 (가입자 1445만명)
- Cable 방송 : 없음
- 위성방송 : Astro가 2005년 4월까지 100% 장악 (2004년말 가입자 수 150만) 하다 제2의 사업자 MiTV 등장. 한국의 아리랑 방송과 24시간 방송 계약 체결.
- Mobile 사업자 : 3개 사업자 (Maxis, Celcom, Digi)
- 유선망 사업자 : 3개 사업자 (Telekom Malaysia, Maxis, Time)
- ISP 사업자 : 7개 (TMnet이 시장 점유율 85%)
- 유선 전화 보급 : 457만대
- ADSL 가입자 : 252,500명 (2004년말)
- 인당 GNP : USD 4,078 (2004년말)

다) 방송사업

- 2004년 전년 대비 2.9% 성장함
- 2004년 중 2 개의 방송국이 신규로 참여하였음
- 위성방송인 Astro 가 성공적인 주식 상장을 통하여 자금동원에 성공하였음
- 2005 년부터는 인터넷을 겸비한 새로운 pay TV 형태의 MITV가 방영할 예정이며 2005 년도 100,000명의 가입자를 목표로 하고 있음
- DTTB (Digital Terrestrial Television Broadcasting)가 pilot project를 Telekom Malaysia에서 시작하여 2020 년까지 Digital TV화를 목표로 하고 있음

라) Multimedia

- 멀티미디어 개발공사(Multimedia Development Corporation)

(MDC)) 를 중심으로 한 Multimedia Super Corridor (MSC)) 사업은 지속적으로 추진되고 있으며 2020년 동남아시아의 HUB 역할을 위한 인프라 구축을 하고 7대 숙원 사업을 지속하고 있음

- 2004년 1000여개의 기업이 MSC 자격을 구비하였으나 2005년 2월 15일 현재 1183개 기업이 MSC status 자격을 획득하였으며, 말레이시아 소유 기업이 839개, 외국계 소유기업(지분 51%이상)이 311개, 합작기업이 33개로 이루어졌으며 인텔, 노키아, 알카텔, 지멘스 등 global 기업이 66여개 보유

<표 15> 말레이시아에 투자된 MSC status 회사

	Malaysia 소유기업	외국기업	합작기업	계
2003	543	248	21	812
2004	697	287	27	1,011
2005	839	311	33	1,183

자료원: MDC

2. 한류의 일반적 현황

□ 한류의 기원

- 한류란 중국과 동남아시아 화교권에서 일고 있는 한국 대중 문화 열기를 말한다. 1996년 드라마를 시작으로 중국에 수출되기 시작한 한국 대중문화가 98년부터 가요 쪽으로 확대되면서 중국 언론이 2004년 2월 H.O.T.의 베이징 공연을 계기로 이 말을 처음 쓴 것으로 전해진다.
- 1997년 중국에서 TV 드라마 “사랑이 뭐길래”가 높은 시청율을 기록하면서 한류가 형성되기 시작, 이후 드라마 “별은 내 가슴에”, “토마토” 등이 중국, 베트남 등에 수출되어 주인공들이 최고 스타로 부상했다. (SERI, 2004년 히트 상품)
- 최근 3~4년 사이 대만, 홍콩, 중국, 베트남, 태국, 필리핀, 인도네시아 등에서 형성되던 한류 열풍이 “겨울연가”의 일본 수출과 합

게 ‘욘사마’의 열광적인 팬들이 늘어나면서 일본까지 확대되었다. 니혼게이자이 신문은 2004년 히트 상품 공동 1위로 ‘한류’를 선정하기도 하였다. 일본의 한국 관광객도 드라마 방영 이후 급증했다. (국내 항공업계 여객 운송 수입이 2004년 3/4분기에 전년 대비 26.4% 증가).

□ 한류 열풍의 배경

- 한류 열풍이 일게 된 원인에는 동아시아 지역의 문화적 정체성의 혼돈상태에서 기인했다고 보는 견해가 있다. 80년 일어났던 동아시아 가치 논쟁이, 잇따른 아시아 지역의 외환 위기로 인해 크게 흔들리기 시작한 것이다. 특히 중국은 유교 문화의 종주국이지만 근래 사회주의의 경험으로 유교문화가 중추 역할을 하지 못하고 있고, 사회주의 이데올로기는 중국 인민들의 문화적 요구를 충족시키지 못하고 있는 것으로 원인 분석되고 있다.
- 직접적인 서구 문화의 수용은 아직까지 중국에서는 정서적으로 받아들여지기 힘든 현실이다. 서구 문화가 먼저 수용된 일본의 문화를 따르는 것은 일본과의 과거사 문제 등 정치적인 현안이 정서적인 면과 연계되어 중국 국민들에게 거부감을 주고 있으며, 그동안 문화적 기지 역할을 해오던 홍콩은 본토 편입 후 그 기능을 상실하게 되었다. 이는 결국 중국의 젊은 세대들이 그들의 문화 정체성을 한국에서 찾게 되는 원인이 되었다고 볼 수 있다.
- 결론적으로 한류는 자본주의 문화가 확산되고 있는 동아시아 지역에 일본과 홍콩이 기피되고 빠져버린 공백이라는 일종의 틈새에서의 문화적 현상이라고 할 있다.
- 이렇게 동아시아 (중국, 대만, 일본)등에서 시작한 한류는 최근 들어 동남아시아에도 영향을 미치며, 아시아에서 중동, 서부아시아, 이집트에 이르는 회교권으로의 교두보 역할을 하는 말레이시

아에서도 상승 기류를 타고 있는 추세이다. 중동, 서부아시아, 이집트 등지에서 한류는 아직 미미한 수준이나 말레이시아 시장에서 검증된 한국 콘텐츠들은 이들 국가에서도 무리 없이 수용되리라는 견해가 지배적이다.

□ 말레이시아내의 한류

- 말레이시아에서는 그동안 주로 대만을 통해 한국 드라마 등을 수입해 뒤늦게 방영하여 온 것이 사실이나, 다른 한류 열풍 국가들과 마찬가지로 이곳 말레이시아 시장 (말레이권 및 화교권 포함)에서 “겨울연가”의 스타 배용준은 한국 문화의 아이콘으로 자리잡았고, 한국의 방송 3사 프로그램들이 꾸준히 유입되어 저변을 확대해가고 있는 추세이다.
- 또한 말레이시아는 아시아에서 중동, 서부아시아, 이집트에 이르는 회교권으로의 교두보 역할을 하는 국가로 이곳에서의 한류는 상승 기류를 타고 있는 추세이다. 중동, 서부아시아, 이집트 등지에서 한류는 아직 미미한 수준이나 말레이시아 시장에서 검증된 한국 콘텐츠들은 이들 국가에서도 무리 없이 수용되리라는 견해가 지배적이다. (예. “가을동화” 말레이시아 시장 검증 후 이집트 국영 방송 채널을 통해 방영)
- 그동안 말레이시아 공중파 및 유료 위성 채널들을 통해 방영된 한국 프로그램들에는 “겨울연가”, “가을동화”, “여름향기”, “천국의 계단”, “이브의 모든 것”, “수호천사”, “별을 쏘다”, “말리에서 생긴 일”, “대장금” 등 그 외에도 여러 편이 있으며, 극장가를 통해 소개된 한국 영화에는 “엽기적인 그녀”, “태극기 휘날리며”, “내 여자 친구를 소개합니다” 등 다수가 있다. (III. 1. 나. 현지 진출 주요 방송 프로그램 참조)
- 현재 공중파 방송사 (RTM, TV3/8TV, NTV7) 및 유료 위성 방송 (Astro, MiTV) 등은 지속적으로 한국 프로그램 수입을 희망하고 있으며 Astro의 경우는 한국 방송 프로그램 방영 비율을 다른 국가 프로그램 대비 25%까지 끌어올릴 계획이라고 한다.

3. 한류의 문화, 경제적 효과

□ 한류의 경제적 효과

- 한국무역협회 무역연구소에 따르면 한류의 경제적 효과는 지난해 1조 4천 339억원에 달했다고 한다. 이는 상품, 관광, 영화/방송 프로그램등 3개 부문에서 벌어들인 외화는 18억 7천만 달러로 이중 국내에서 발생한 부가가치액은 1조4천 339억원으로 지난해 국내총생산 (GDP)을 0.18% 상승시킨 효과가 있다. 이번 조사 결과는 중국, 일본, 홍콩, 대만, 태국 등 한류 현상이 뚜렷했던 5개국에 대한 수출을 분석한 결과로 한국 상품의 현지 시장 점유율 증대분, 관광객 증가규모, 영화방송프로그램 수출 금액을 한류 효과로 계산한 것이다.
- 부문별로는 한류로 인한 상품 수출이 9억 1천 800만 달러, 관광객 유치가 8억 2천 500만 달러, 영화/방송프로그램 수출이 1억 3천만 달러인 것으로 나타나 한류의 상품 수출 확대 효과가 관광객 유치 효과에 비해 상대적으로 낮아 한류와 상품 수출 연계가 필요한 것으로 분석됐다.
- 상품 부문에서는 한류로 인한 수출 증대분이 5개국에 대한 전체 소비재 수출액 127억 5천 200만 달러의 7.2%에 달했으며, 품목별로는 전기, 전자, 기계 제품의 한류 효과가 4억 9천 900만 달러로 가장 컸다.

식음료, 플라스틱, 고무, 가죽 제품의 한류 효과도 1억 달러에 달함. 개별 품목별로는 인삼, 담배, 소주 등 식음료와 화장품, 핸드백, 액세서리, 승용차, 에어컨, 컬러TV 등이 한류 영향을 받은 것으로 분석된다.
- 영화 수출은 지난해 5천 830만 달러로 전년 대비 88.1% 증가했

으며 방송 프로그램 수출은 7천 150만 달러로 전년 대비 69.9% 증가. 영화/방송 프로그램의 국내 부가가치 유발액은 1천 335억원으로 GDP를 0.02% 상승시켰다.

- 한류 열풍으로 드라마, 가요 등 한국 문화의 일본 수출이 지속적으로 증가하여 큰 폭의 성장을 기록
 - 2004년 국내 지상파 방송사 등의 방송 프로그램 수출액이 7164만 1000달러(716억원)로 2003년에 비해 69.6% 증가
 - 예당(049000)엔터테인먼트는 일본의 한류 열풍에 힘입어 지난해 반기(7월~12월) 매출액이 245억원을 기록 했다고 발표 (이는 이전 회계년도 1년간 전체매출인 250억원과 맞먹는 수준임)

- 촬영지 방문 및 관광 상품 판매 등으로 부가가치가 창출
 - '겨울연가'의 남이섬은 일본인 관광객 최고의 관광지로 자리 잡음

- 또한 한국에 대한 이미지 및 호감도도 높아지고 짐에 따라 한국 상품에 대한 이미지도 크게 향상
 - 중국 시장에서의 한국 휴대폰의 인기가 급상승하여 지난 2000년 7위와 14위에 그쳤던 삼성과 LG가 불과 1년 후인 2001년 3위와 6위로 급상승. (정보원: 한국전산원)
 - 관광 분야는 지난해 증가한 관광객 수 96만 8천명 중 한류로 인해 증가한 관광객은 64만 7천명으로 66.9%를 차지. 한류로 인해 증가한 관광객들이 한국에서 지출한 금액은 9천 449억원으로 국내 순 부가가치 유발액은 7천 277억원에 달해 GDP를 0.09% 끌어올렸다.

<표 16> 말레이시아 한국 관광객 현황

년도	관광객수	성장률 (%)	비중 (%)
2001	55,848	-6.8	1.1
2002	82,720	48.1	1.5
2003	90,623	9.6	1.9
2004	93,985	3.7	1.6

(자료원: 한국관광공사)

- 실제로 한국을 방문하는 말레이시아 관광객들은 “겨울연가”가 TV로 방영되던 2002년에 82,720명으로 집계돼 55,848명이었던 2001년에 비해 무려 48.1%나 증가했다. 2003년에도 “겨울연가”의 재방영 효과로 총 90,623명이 한국을 다녀갔다.
- 한국과 말레이시아 관계는 말레이시아 정부가 1980년대부터 Look East Policy 정책(한국과 일본을 배우자는 정책)을 국가 정책으로 추진하면서 무역과 투자가 활성화되었다. 2004년 말레이시아는 44.8억불 수출로 우리나라의 수출 시장 9위, 56.7억 수입으로 수입 시장 10위의 위치를 기록하고 있으며, 총교역량 US\$101.6억으로 25.3% 전년 대비 증가하였다.
- 삼성전자와 LG전자는 판매부분을 현지 법인으로 전환하여 삼성은 2004년 기준 총매출 US\$3억불, LG는 총매출 US\$1.5억불을 각각 기록하고 있다. 삼성과 LG는 현지에서 특히 가전 및 휴대폰 분야에서 지속적으로 매출이 향상되고 더불어 한국 경제 및 기업의 아이콘 역할을 수행하고 있다. 삼성 휴대폰은 가장 가격이 비싸고 인기있는 제품으로 알려져 있으며, 시장점유율 30%로 2위를 차지하고 있다.
- 현대 및 기아자동차 역시 현지 진출에 성공하여 2004년 55,237대를 판매하여 시장점유율 8.8%를 차지하여 현지 국산차 다음으로 많은 판매를 기록하였다. 특히, 뛰어난 품질과 디자인을 갖추고도 가격경쟁력이 높아 매년 배 이상의 성장세를 기록하고 있다.
- 말레이시아의 한류는 한국 영화, 드라마의 인기와 더불어 일상생활에서 접하는 자동차, 휴대폰, 가전 제품의 선전으로 더 크게 효과가 증대되고 있다.

□ 한류의 사회적 효과

다른 아시아의 국가에서와 마찬가지로 말레이시아에서도 한류 열풍은 단순히 드라마 및 스타 수출이라는 측면을 넘어서 다양한 산업은 물론 국가 인지도 및 이미지에까지 영향력을 미치고 있다. 이는 더 나아가서 브랜드 확대의 효과도 기대할 수 있다.

드라마를 통해 창출된 감동은 한국의 스타들에 대한 관심 뿐만 아니라 한국의 문화, 패션, 언어, 심지어는 음식에 이르기까지 그 파급 효과가 크다.

말레이시아는 지난 20여년 동안 한국의 경제 및 무역 교역국으로서 한국 및 한국 기업에 대한 말레이시아 내의 반응은 상당히 우호적인 편이다. 이러한 배경은 한류 열풍의 말레이시아 본격 상륙에 큰 도움이 될 것이다.

II. 말레이시아의 방송프로그램 시장 현황

1. 방송프로그램 시장 규모

가) 전체 시장 규모

말레이시아의 방송 광고 시장 규모는 2002년 기준 약 2,800억원 정도이며, TV 수신기는 2003년 현재 말레이시아 총 가구의 96%에 보급되어 있고, 유료 방송 시장은 위성 방송 가입자가 2004년 현재 약 150만명이다.

말레이시아 방송은 지상파 방송 중심의 시장 구조를 보이고 있으며, 말레이시아 지상파 방송 가운데 가장 커다란 영향력을 행사하고 있는 채널은 국영 방송인 RTM이다. 2002년도 전반기 채널 시청률을 살펴보면, RTM은 TV1,2를 합쳐 38%의 채널 시청률을 기록하고 있으며, 이어 TV3이 34%, NTV7이 15%를 차지하고 있다. 나머지 채널 시청률은 군소 지상파 방송국인 TV8이 차지하고 있다.

<표 17> 말레이시아 방송사별 시장 점유율

방송사	채널	소유	시장점유율
RTM	RTM1, RTM2	국영	44%
System Television Malaysia	TV3	민영	29%
NatSeven TV	TV7	민영	21%
Metrovision	TV8	민영	6%

자료원 : 인도네시아, 말레이시아 방송 시장 연구 (김영덕)

(총 방송시간 단위: 1,000분)

<표 18> 공중파 방송 시간

	RTM 1	RTM 2	TV 3	NTV 7	8TV	계
2002	431	352	428	393	-	1,605
2003	458	357	436	363	-	1,615
2004	461	355	454	363	351	2,334

자료원: 말레이시아 IT 산업 현황과 진출 대책/전자부품연구원

<표 19> 주요 방송국 분석 및 시청자 특성

채널	사용 언어	방송 지역	1일 평균 방송 시간	주요 수입원	주요 시청자 특성	비고
TV1	말레이어, 영어	전국	19.03시간	수신료, 광고	시골거주자 보수적 성향	말레이어로 방영
TV2	말레이어, 영어	전국	15.43시간	수신료, 광고	도시 지향적	평소의 70%가 드라마, 영화, 시트콤, 아름다운 날들 (SBS) 방영
TV3	말레이어, 영어	전국	24시간	광고	젊은층	지상파 방송중 시청률 1위, 겨울연가 황금시간대 (오후 7~8시) 방영. 중국, 일본 드라마 다수 방영
NTV 7	말레이어, 영어	전국	9.57시간	광고	전문직, 지식인층	
Astro 위성 방송	말레이어, 영어	전국 / 국제	24시간	가입비, 유료채널광고		아시아 각국 오락물 방송

자료원: 인도네시아, 말레이시아 방송 시장 연구 (김영덕) - 출처: Television in Contemporary Asia (2000), 168쪽 재인용

<표 20> TV 광고수

	RTM 1	RTM 2	TV 3	NTV 7	8TV	계
2002	49,534	67,195	192,559	227,062	-	536,050
2003	48,209	96,525	208,354	152,473	-	505,379
2004	46,639	99,933	224,087	182,728	112,880	665,267

자료원: 말레이시아 IT 산업 현황과 진출 대책/전자부품연구원

<표 21> 말레이시아 지상파 TV 시청자 연령별 분석

시청자 연령	시청 시간 (방송 언어별)			시간 총계 (분)
	말레이어	영어	중국어	
6+	60.2	19.6	20.2	2,679
6~14	61.3	21.2	17.5	2,707
15~19	57.7	21.0	21.3	2,587
20~29	60.0	18.6	21.4	2,378
30~39	58.8	21.3	19.9	2,758
40+	61.5	17.2	21.3	2,817

자료원: The Star

(단위: 가입자수)

<표 22> 위성방송 가입자

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
가정	271,845	518,312	748,406	945,463	1,252,305	1,419,200
영업용	2,236	43,038	51,182	55,935	60,819	67,417
계	274,081	561,350	799,588	1,001,398	1,313,124	1,486,617

자료원: 말레이시아 IT 산업 현황과 진출 대책/전자부품연구원

유료 위성 방송의 제외하고 일반 공중파 방송은 시청료 무료이다. 따라서 공중파 방송의 대부분의 수익원은 광고 수입이며, 전체 미디어에서 TV 광고 지출은 26~27% (대부분은 신문, 잡지, 옥외광고 등)를 차지한다. 한국의 삼성전자와 LG 전자도 주요 광고주 중 하나이다.

(단위: 백만 링깃)

<표 23> 말레이시아의 각 매체별 광고수익

매체	2003	2004	증감 (%)
신문	2,366.8	2,674.4	13.0
TV	999.2	1,300.7	30.2
라디오	152.5	168.8	10.7
잡지	159.0	165.4	4.0
옥외광고	61.8	69.0	11.5
우편물 광고	33.7	32.8	-2.5
영화	12.6	14.0	11.4
총계	3,785.7	4,425.1	16.9

자료원: 닐슨 미디어 리서치

표에서 볼 수 있듯이 말레이시아 광고 시장 특징 중의 하나는 인쇄매체의 광고 시장 규모가 2배 이상 TV 시장을 능가하고 있다는 점이다. 인쇄 매체는 인종별, 언어별로 발행되고 있어 광고 매체가 다양한 반면, 방송 매체는 주파수 사정 등 방송국 수에 한계가 있어 이에 따른 격차로 보여진다.

나) 자체 제작 현황 및 수입 규모

말레이시아에서 자체 제작한 영화는 드물다. 주로 인기 있는 영화들은 수입 영화이며, 1995년 말레이시아에서 자체 제작된 15편의 영화 중에 4분의 1만 흥행에 성공하였다.

방송 프로그램의 경우, 자체 제작 대비 수입 규모는 대략 10%:90% 정도이고, 로컬 제작사의 규모는 아주 미미한 수준이며 대부분 말레이 방송 제작에 국한되어 있다. 비말레이 프로그램은 대부분 수입에 의존하고 있다. 그러나 텔레비전 수입 프로그램의 비율은 지속적으로 증가세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 이는 1992년 당시 전체 방송 시간 월 509에 해당하던 수입 프로그램이 1997년에 월 1만 5818시간으로, 또 1999년에는 월 5만 3289 시간으로 증가한 것을 보면 알 수 있다. 주요 프로그램 수입 국가는 미국, 영국, 홍콩, 호주, 인도, 일본 등이다. 특히 애니메이션의 경우는 절대 물량이 일본으로부터 수입되고 있다.

로컬 제작 중국 방송의 경우는 주로 계절적 특수성을 지닌 프로그램 (예: 설날 프로그램) 위주로 제작하고 있다. TV3의 경우 자체 제작 프로그램으로 "Eve's Diary" (talk show), "8 corners" (magazine show), "entertainment news" (매일 2분씩 방영) 등이 있다. NTV7은 전국민, 전연령층을 타겟으로 한 "Who will win"이란 시리즈를 자체 제작, 방영하고 있는데, 이 시리즈는 노래자랑, 슈퍼모델 콘테스트, 아역스타 선정 등과 같은 프로그램들로 구성된다. 이외에도 "Who wants to be a millionaire", "Chair"와 같은 퀴즈 프로그램 및 "Spanajaya"라는 로컬 시트콤이 자체 제작물 중 인기 있는 프로그램들이다.

<표 24> 말레이시아 국가별 수입 프로그램 비율

수입국/연도	1997	1999
미국	75.1%	58.6%
영국	6.4%	7.8%
호주 & 캐나다	3.2%	4.9%
홍콩	8.9%	22.5%
인도	5.1%	4.7%
중동	1.3%	1.5%
합계	100%	100%

출처: Asia Communication Handbook 1998, 2001 종합

수입 프로그램의 유입으로 말레이시아의 전통적인 가치관이나 이슬람 문화가 타격을 입는다는 비판이 제기되자 말레이시아 정부는 자국 프로그램 쿼터제를 도입하여 모든 지상파 채널에 60%의 국내 제작 편성이 의무화되었으며 주시청 시간대인 저녁 8시 30분부터 9시 30분까지는 외국 프로그램을 방영하지 못하게 하였다. 멀티미디어통신위원회(MCMC)에서 규제하는 해외 수입 프로그램 지상파 채널 방영 비율은 최고 40%이다. 모든 지상파 채널에서 해외 프로그램을 40% 가득 채워 방영하고 있고, 실제로 비교적 높은 시청률이 나오고 있다.

<표 25> 채널별 수입 프로그램 편성 비율

채널명	자국 프로그램 편성 비율	수입 프로그램 편성 비율
RTM 1	60%	40%
RTM 2	40%	60%
TV3	60%	40%
NTV7	60%	40%

*Astro는 자국 프로그램 방영 비율에 대한 규제로부터 자유로움
 실제로 말레이시아는 기본적으로 외국으로부터 수입한 프로그램의 편성 비율이 상당히 높은 국가 중의 하나이다. 지상파 TV의 수입 프로그램 편성 비율을 40% 정도까지 허용하고 있으며 Astro는 총 93개 채널 가운데 24개의 채널을 해외에서 도입하여 제한 없이 방영하고 있다.

말레이시아 방송규제기관(MCMC)은 자국 프로그램의 방영 의무 시간에 대해서만 규제를 하고 있을 뿐 제작비 쿼터제처럼 방송사 수익에 대해 강제적인 제작비 투자 규정은 없다.

말레이시아 방송사들의 자국 프로그램 재투자 비율은 지상파와 위성을 합친 총 수익 16억 3000만 링깃에서 제작비에 투입되는 금액은 4억 3000만 링깃(26%)에 불과하다. 전체적으로 보면, TV 부문 총수익의 약 4분의 1만을 제작비로 재투자하는 구조이므로 해외 프로그램 의존도가 상당히 높은 국가이다. 지상파 채널의 총수익은 RM6억6,300만 링깃인데 이중 제작비로 재투자하는 금액은 RM3억5,000만 링깃이다.

2. 방송프로그램 수입 및 유통구조

가) 수입/배급 경로

Astro나 TV3/8TV등은 직수입, 배급하기도 하나 RTM의 경우는 거의 로컬 에이전트를 통하기를 요구한다. 가장 큰 구매력을 가지고 있는 RTM이 직접 구매를 하지 않기 때문에 배급사 경쟁이 치열하며, 고정

적인 배급사들이 많지 않다. Astro나 RTM을 제외한 다른 공중파 방송사들은 직수입을 더 선호한다.

나) 수입제한 등 규제 내용

최근의 말레이시아 방송 제도 동향으로 주목되는 것은 방송, 통신 융합 시대를 대비한 법제 정비를 들 수 있다. 말레이시아는 현재 공업 입국에서 정보 입국으로의 전환을 위해 ‘비전 2020’이라는 정책 대강을 수립하고 2020년까지 선진국 진입을 국가 목표로 삼고 있다.

이러한 국가 목표를 실현하기 위한 핵심적인 법률의 하나로 종전의 1950년 통신법과 1988년 방송법을 통합한 ‘1998년 통신멀티미디어법 (Communication Multimedia Act 1998)’을 제정하여 이듬해 4월부터 시행해 오고 있다.

또한 이 법에 의한 말레이시아 내의 통신과 멀티미디어 활동에 대한 감독 규제 권한을 가지는 통신 멀티미디어 위원회 (Malaysian Communication and Multi-media Commission, MCMC)를 설립, 말레이시아의 통신멀티미디어 법령을 집행하고 기타 관련 문제를 처리하기 위한 별도의 법률로서 통신 멀티미디어 위원회법 (Malaysian Communication and Multimedia Commission Act 1998)을 제정하였다.

말레이시아 정부에서 현재 방송 행정 및 규제 업무에 관여하고 있는 부처는 에너지통신멀티미디어부(Ministry of Energy, Communication and Multimedia), 정보부(Ministry of Information), 내무부(Ministry of Home Affairs)이다. 에너지통신멀티미디어부 내에는 방송규제감독 기관인 통신멀티미디어 위원회(MCMC)가 설치되어 있다. MCMC는 말레이시아 방송행정 규제 주무부서이다.

2002년 영화검열법령 그리고 텔레비전 및 라디오 광고 등의 도덕성

ASTRO 방송을 포함한 말레이시아 방송사들의 프로그램은 2002년 영화검열법령 그리고 텔레비전 및 라디오 광고 등의 도덕성 아래 규정되어 있다.

2002년 영화검열법령으로 인해서 2002년부터는 말레이시아 대중에게 전달되는 모든 프로그램은 방영되기 전에 영화심사위에서 심사를 받은 뒤에 승인이 나면 방영이 가능하다. 그러나 ASTRO는 1997년 5월 14일에 위원회로부터 방영되기 전에 영화심사위에서 심사를 받아야 하는 수고를 면제하게 되었다. 내무부 장관의 가이드를 받으며 ASTRO의 방송들은 자체 검열을 하고 있다.

텔레비전 및 라디오 광고 등의 도덕성에 대한 논란이 커지면서 에너지멀티미디어통신부가 관여하게 되었다.

말레이시아의 방송국 (텔레비전 및 라디오) 들은 방송의 도덕성을 먼저 생각해야 하며, 그리고 방송을 통한 광고는 말레이시아에서 제작되어야 하는 규칙을 지켜야 한다. 모든 텔레비전 및 라디오 광고는 말레이시아에서 제작되거나 촬영 되어야 하는 것이다. 그러나 에너지멀티미디어통신부 장관은 광고의 20%까지는 해외에서 제작되거나 촬영되어도 가능하다고 밝혔다.

말레이시아는 모든 출판 간행물 및 멀티미디어 자료와 관련하여 도박, 포르노, 폭력 그리고 종교의 중립성에 위배되는 내용에 대해서는 강력한 통제 및 규제를 하고 있다. 그러나 현재까지 수입, 배급된 한국 방송 프로그램이나 영화 등은 대부분 별 무리 없이 수용된 것으로 알려져 있다.

다) 기타 특이사항

정치적 이슈를 담은 내용의 프로그램 방영에 제약이 있을 수 있다. (예. TV3가 2년 전 “쉬리” 방영 당시 북한 측 인사가 직접 TV3 담당자 방문 방영 철회 요구)

그 외에 종교적인 이유로 콘텐츠 내용에 제약이 있을 수 있다. (예. 월트 디즈니의 “Winnie the Pooh”에 돼지가 등장하여 방영 불가. 돼지는 회교에서는 금기시 하는 동물)

3. 현지 주요 방송국

가) 공중파 TV 방송

<표 26> 공중파 TV 방송

채널	회사명	형태	설립	특이사항
TV1	RTM (Radio Television Malaysia)	국영		향후 전체 혹은 부분적으로 민영화 계획
TV2				
TV3	STM (System Televisyen Malaysia Berhad)	민영	1984.6	가장 유명하며 인기 높음. 현지 프로그래밍과 좋은 콘텐츠
NTV 7	Natseven TV Sdn Bhd	민영	1998	차세대 시청자들을 타겟. 현지+수입 프로그램 도입으로 급성장
8TV	Metrovision Sdn Bhd	민영		1999년 방송 중지했다 2004년 다시 개시. 해외 수입 프로그램 위주.

* TV3와 8TV는 실제 소유주가 같음.

나) 케이블 TV 방송

말레이시아에는 현재 케이블 방송은 존재하지 않고 유료 방송은 위성 방송을 이용하고 있다.

<표 27> 케이블 TV 방송

채널	회사명	형태	설립	특이사항
Astro	Measat Broadcast Networks System Sdn Bhd (MBNS)	민영	1996	디지털 유료 위성 방송국. 다중 채널 서비스 공급. 1996년 9월에 DTH Satellite 서비스 운영 시작. 25년간 방송 허가증을 따내었고, 2017년까지는 독점적으로 DTH Satellite 기술을 이용할 것이며 2022년까지는 비독점적으로 DTH Satellite 기술을 이용. 현재 Maxis Broadband Sdn Bhd는 가입자들을 ASTRO사로 보내주고 있음.
MiTV	MiTV Corporation Sdn Bhd	민영	2004	Internet Protocol Television (IPTV) technology platform 사용. 2005년 2/4분기부터 방송 시작 예정. IP를 활용한 전송기술로 이메일, SMS 등 양방향 방송 서비스 제공. 한국 아리랑 TV와 24시간 방송 계약 체결 (2005.4.11.) 한국방송 3개 채널, 중국방송 3개 채널, MGM 채널, 싱가포르 채널 뉴스 아시아등 현재 VOD와 인터랙티브 플랫폼을 포함하여 50여 채널 확보, 향후 채널 수 증가할 예정.

Astro는 2003년 10월 상장을 통하여 시가 총액 19억 링깃을 달성하여 확고한 재무 구조를 갖게 되었으며, 2003년 3/4분기에 첫 흑자를 실현하였다.

(단위: 백만링깃 (US\$1=RM3.8))

<표 28> Astro 년도 별 매출액

	2000	2001	2002	2003
매출액	609	855	1,229	1023
이익	-422	-125	-114	94.3

자료원: 말레이시아 IT 산업 현황과 진출 대책/전자부품연구원

<표 29> Astro 부문별 매출

위성 TV	90%
Radio	7%
Celestial (chinese)	2%
기타	1%

자료원: 말레이시아 IT 산업 현황과 진출 대책/전자부품연구원

다) 기타

기타 방송사에는 MEASAT Radio와 Maestra Broadcast가 있다. MAESAT Radio 는 라디오의 콘텐츠를 2 개의 영어 채널과 1개의 중국어 채널로 제공하고 있다. Maestra Broadcast는 말레이어 콘텐츠를 포함한 1 개의 채널과 나머지 영어로 된 채널 1 개를 공급하고 있다. MAESAT Radio와 Maestra Broadcast는 방송할 때 각 채널마다 한시간 방송 평균 10 분씩을 광고나 선전에 활용 할 수 있다.

허가증의 유효기한은 2010 년 6 월 30 일까지 10 년간 유효하며 허가세는 매년 전년 총수익의 0.5%나 RM 50,000이다. 만약에 허가증의 조건을 지키지못했거나 소송 등이 걸렸을 경우 또는 부채 등으로 인해 허가증 사용료를 지불하지 못하였을 경우에는 먼저 정부 측이 통보한 후에 허가증을 철회 할 수 있는 권한이 있다.

□ 디지털 TV

- 말레이시아 통신멀티미디어위원회 (MCMC)는 2003 년 4 월 28 에 지상파 디지털 TV (DTT) 방송에 관한 검토문을 발행하였다. 현재 말레이시아에서 방영되고 있는 방송은 아날로그 방식으로 전송되고 있다.

- 앞으로 현행 서비스와 충돌을 최소화 하고 시청자들이 현재 사용되고 있는 아날로그 형식으로부터 디지털 방송으로 적응할 수 있도록 방송사들은 두 가지 형식의 방송을 겹쳐서 내보낼 계획이며 천천히 아날로그 방송을 줄여 나아갈 것이다.
- 위원회는 디지털 방송이 공개되고 5년 후인 2009년부터는 방송에 있어 아날로그 형식을 완전히 철수 시킬 수 있을 것으로 기대하고 있다. DTT 방송을 위해서는 아무런 허가증이 발급되지 않는다. 즉 허가증이 필요 없다는 말이다.
- 이러한 DTT 서비스를 공급할 수 있는 권한은, 말레이시아에 현존하는 다중 송신이 가능한 네트워크 시설을 공급하거나 다중 송신의 네트워크 서비스를 공급할 수 있는 허가증을 소유하고 있는 단체 또는 개인에게 주어질 수 있다. 또는 CASP 허가증을 소유하고 있는 단체 또는 개인에게 주어질 수도 있다. 위원회는 DTT 서비스 방송이 유료화 되어야 하는지를 고려중이다.

4. 방송프로그램 현지 제작사 및 수입 배급사

가) 현지 제작사

현지 제작사는 거의 없다고 볼 수 있으며, 아주 소수의 업체들이 있으나 전부 말레이 방송만 제작하는 실정이며, 그 외 비말레이 방송들은 전부 수입에 의존하고 있다.

□ 참조)

- 본 보고서 “II.1.나. 자체 제작 현황 및 수입 규모”
- 별첨: “말레이시아 MSC (Multimedia Super Corridor) 등록 업체 리스트”

나) 수입 배급사

- Hwa Yea Multimedia
- Kids Universe
- Dense Faith
- Multimedia Entertainment
- Innoform Media
- My Way Film
- 8TV
- Astro
- Audio One Entertainment (AOE)
- R&D Communication Sdn Bhd
- Systemvation
- Grand Brilliance
- PNP Entertainment 등

참조

- 별첨: "말레이시아 MSC (Multimedia Super Corridor) 등록 업체 리스트"

III. 한국 방송프로그램 현지 진출 현황 및 방안

1. 한국 방송프로그램 진출 현황

한국 프로그램이 본격적으로 말레이시아로 수출된 시점은 2002년부터이다. 이미 대만, 홍콩, 베트남 등지에서 한국 드라마의 인기가 절정에 달한 상태였고, 싱가포르와 인도네시아에서도 한류 붐이 일기 시작하고 있던 무렵이다. 말레이시아는 동남아시아 중에서도 필리핀을 제외하면 가장 뒤늦게 한류 열풍이 미친 지역이었으며, 그 열풍의 강도 역시 대만과 베트남 등 열풍의 중심지에 비해 그다지 거세진 못한 지역이기도 하다.

한국 드라마는 2001년부터 유입되기 시작하여 2002년 한때 조그만 한국 드라마 붐이 일면서 그 이후 프로그램 유통량은 증가하는 추세이다. 따라서 프로그램 수출액 총계가 2002년 이후로 계속 증가하고 있는 추세인데, 대 말레이시아 수출은 2002년 약 40만 달러에서 2003년에는 2배가 넘는 85만 달러를 기록하고 2004년에는 약 113만 달러에 달했다.

말레이시아에서는 지상파 방송사가 말레이시아 수출 시장을 주도하고 있다. 2003년의 수출 금액을 비교해 보면, 지상파 방송사가 71만 달러인데 비해 독립 제작사 등의 수출 금액은 14만 달러로 지상파 방송사가 근 5.2배 이상 많다. 특히 지상파 TV는 전년 대비 2.7배의 증가율을 보이며 2003년도 수출 증가를 견인하고 있다. 반면 방송 채널 사용사업자 및 독립제작사 등의 수출은 2002년과 비교해 거의 변함이 없는 수준이다. 또한 2002년에 편당 평균 1,257달러였던 프로그램 단가도 2003년에는 1,361 달러로 약 100달러 정도가 상승해 프로그램 수출 수익률이 보다 양호해지고 있음을 알 수 있다.

말레이시아는 사전 심의 제도를 가지고 있으나, 한국 프로그램은 전반적으로 말레이시아 시청자들이 수용하기에 부담이 없어 한국 프로그램이 심의규정에 위반되어 방송이 중단된 적은 아직까지 없다.

(단위 : 천\$)

<표 30> 2003/2004년도 말레이시아 방송프로그램 수출입 통계

년 도	구분	총계				지상파 방송사				위성 TV등			
		수출		수입		수출		수입		수출		수입	
2003	총계	33,076 (16,880)	100%	28,062 (5,442)	100%	27,830 (14,174)	100%	18,344 (2,031)	100%	5,246 (2,706)	100%	9,718 (3,411)	100%
	말레이시아	848 (623)	2.6%	14 (16)	-	711 (505)	2.6%			137 (118)	2.6%	14 (16)	
2004	총계	62,867 (18,194)	100%	31,096 (7,490)	100%	55,154 (15,284)	100%	14,298 (1,508)	100%	7,713 (2,910)	100%	16,798 (5,982)	
	말레이시아	1,126 (556)	1.8%			782 (368)	1.4%			344 (188)	4.5%		

※ 수출분은 해외교포방송 및 비디오 판매분(8,594천\$ 제외)/()은 편수임.

<표 31> 채널별 한국 드라마 방송 현황

채널	시청자 특색	주요 한국 드라마 방영작
RTM (ch.1)	보수적, 전국인 대상	
RTM (ch.2)	도시 거주자 대상	(MBC)진실, 눈물이 보일까봐 (SBS)아름다운 날들, 불꽃, 사랑을 예약하세요
TV3	젊은층 대상	(MBC)이브의 모든 것, 호텔리어, 러브레터 (KBS)겨울연가, 가을동화 (SBS)천국의 계단
NTV7	고소득, 전문직 대상	(SBS)팝콘, 해피투게더 (KBS)첫사랑
Astro	pay 채널, 가입자 대상	Phoenix TV (MBC)상도, 세상 끝까지, 별은 내 가슴에, 사랑 등 TVBS (SBS)피아노 등 TVB8 (KBS)메리의 집등 Shuang Xing (SBS)올인 (MBC)내 인생의 콩깍지 등

(자료원: 인도네시아, 말레이시아 방송 시장 연구 (김영덕))

가) 한국 방송프로그램 시장점유율

현재 말레이시아 공중파 및 위성 방송 프로그램 편성에 있어서 한국 방송 프로그램의 비율은 홍콩이나 대만 프로그램에 비해 현저히 낮은 수준이나 2001년부터 최초로 수입되어 방영되어 온 프로그램들이 그동안 시청자 저변 확대 및 지속적인 시청율 증가를 보이고 있어 대부분의 방송사들은 한국 프로그램 수입 및 편성 비율을 확대할 계획이다.

말레이시아에 수입된 역대 한국 프로그램 가운데 가장 높은 시청율을 기록한 프로그램은 2002년 10월에 TV3에서 방송되어 9.8%를 기록한 “가을동화”로 추정된다. “가을동화”는 인도네시아에서도 한국 드라마 가운데 가장 높은 시청률을 기록한 바 있어 가을 동화적인 정서가 말레이시아와 인도네시아에서 공통적으로 관통하고 있음을 알 수 있다. 그밖에 “겨울연가”가 6%, “순수”가 5.5%를 기록했다.

□ “겨울연가”에 대한 반응

- 겨울연가는 2002년 8월부터 9월까지 말레이시아 TV3에서 젊은 층을 중심으로 인기리에 방송되었으며 평균 시청률은 6%를 기록했다. 특히 말레이어의 자막을 삽입한 것도 “겨울연가”의 시청 확대에 일익을 담당했는데, 처음에 “겨울연가”의 경우 중국계를 대상으로 하려고 중국어 더빙 방송을 했으나, 말레이계도 무척 많이 시청하였다. 말레이계는 중국어는 못 알아듣지만, 말레이어 자막이 있었기 때문에, 나중에는 중국계보다 말레이계인들이 더 많이 시청하였다고 한다.

나) 현지 진출 주요 방송프로그램

한국 드라마는 지상파에서는 RTM2와 TV3/8TV 각 채널에 1시간씩 편성되어 있는 인도네시아, 태국과 한국 드라마 시간대에 편성되고 있고, Astro 채널에서는 중국어권 채널에 함께 편성되는 것이 일반적이다.

□ 대 말레이시아 프로그램 수출 현황

- KBS의 자회사인 KBS 미디어는 2001년 이후 2004년 상반기까지 말레이시아에 총 16편의 프로그램을 판매했으며 드라마 12편, 다큐멘터리, 만화영화가 각각 두 편을 차지하고 있다. 가장 많이 수출된 시기는 2002년으로 총 8편이고 그 다음이 2003년 6편이다. 계약 내용은 초창기에는 All rights로 판매되었지만, 2003년

을 전후로 지상파 또는 비디오, All rights 등으로 계약 형태가 다양해지고 있다.

- SBS의 해외 프로그램 수출 전담 자회사인 SBS 프로덕션은 2002년부터 말레이시아에 프로그램 수출을 본격화하고 있다. 2002년부터 2004년 상반기까지 총 23편을 판매했으며 모두 60분물의 미니시리즈 드라마다. 2003년이 가장 많은 13편을 차지하고 있으며 2002년은 7편이다. 2002년은 주로 비디오권을 중심으로 판매되었으며 2002년 이후부터는 지상파, 케이블, 위성, 비디오 등 방송 매체별로 계약 형태를 달리 하고 있다.

<표 32> KBS 미디어의 대 말레이시아 프로그램 수출 현황

프로그램 명	편수	장르	판권	비고
저 푸른 초원 위에	52	드라마	Free TV	2004년
검정고무신	13	만화영화	Free TV	2003년
여름향기	20	드라마	TV	2003년
여름향기	20	드라마	Video	2003년
유정	56	드라마	TV, Video	2003년
종이학	54	드라마	TV, Video	2003년
태권왕 강태풍	26	만화영화	Free TV	2003년
몽골리안 루트	8	다큐멘터리	Free TV	2002년
겨울연가	20	드라마	TV, Video	2002년
광끼	36	드라마	TV, Video	2002년
러빙유	16	드라마	TV, Video	2002년
순수	16	드라마	TV, Video	2002년
음식다큐	5	다큐멘터리	TV, Video	2002년
초대	18	드라마	TV, Video	2002년
프로포즈	14	드라마	TV, Video	2002년
가을동화	18	드라마	TV, Video	2001년

(자료원: KBS 미디어)

<표 33> SBS 프로덕션 대 말레이시아 프로그램 수출 현황

프로그램명	편수	장르	판권	년도
수호천사	16	드라마	비디오	2002
여자만세	16	드라마	비디오	2002
팝콘	16	드라마	비디오	2002
지금은 연애중	16	드라마	비디오	2002
재즈	16	드라마	비디오	2002
내마음을 뺏어봐	16	드라마	비디오	2002
명랑소녀성공기	16	드라마	공중파,케이블,비디오	2002
순수의 시대	16	드라마	위성,케이블,비디오	2003
별을 쏘다	16	드라마	비디오	2003
태양속으로	20	드라마	비디오	2003
술의 나라	16	드라마	공중파,케이블,비디오	2003
선녀와 사기꾼	20	드라마	공중파,케이블,비디오	2003
수호천사	16	드라마	지상파	2003
여자만세	16	드라마	지상파	2003
팝콘	16	드라마	지상파	2003
해피투게더	16	드라마	지상파	2003
요조숙녀	16	드라마	지상파,케이블, 위성비디오	2003
지금은 연애중	16	드라마	위성	2003
별을 쏘다	16	드라마	위성	2003
태양속으로	20	드라마	위성	2003
천국의 계단	20	드라마	지상파,케이블,비디오	2004
태양속으로	20	드라마	지상파	2004
발리에서 생긴 일	20	드라마	위성,케이블	2004
파란만장미스김 10억만들기	16	드라마	위성,케이블	2004
완전한 사랑	24	드라마	지상파,비디오	2004
파리의 연인	20	드라마	지상파,케이블,비디오	2004
햇빛 쏟아지다	16	드라마	위성	2004
파란만장미스김 10억만들기	16	드라마	지상파	2005
유리화	20	드라마	지상파,위성,비디오	2005

(자료원: SBS 프로덕션)

<표 34> MBC 프로덕션 대 말레이시아 수출 현황

프로그램	방송사 (매체)	방영기간	방송시간
대장금 (60'x54)	8TV (TV)	'04.11.18~'05. 2.28	월-금(20:30~21:30)
로망스 (50'x20)	RTM (TV)	'04.11.25~'04.12.24	월-금(11:00~11:30)
천생연분 (50'x20)	RTM (TV)	'05. 2. 2~'05. 3. 1	월-금(11:00~12:00)
위풍당당 그녀 (50'x20)	RTM (TV)	'05. 4. 6~'05. 5. 3	월-금(15:30~16:30)
1%의 어떤 것 (50'x26)	RTM (TV)	'05. 5 예정	미정

(자료원: MBC 프로덕션)

2. 방송 프로그램을 활용한 현지 마케팅 사례 (2건 이상)

아직 방송프로그램을 활용한 마케팅 사례는 없다. “대장금” 방영 당시 한복 차림의 현지 이벤트 요원들이 쿠알라룸푸르 시내의 중심지인 부킷 빈탄에서 길거리 홍보 행사를 벌인 적은 있다.

3. 현지 진출 방안

가) 한국 방송프로그램 현지 진출 (추진)시 문제점 및 애로 사항

공중파 방송들 중에 가장 구매력이 큰 RTM의 경우, 직접 구매를 하지 않기 때문에 배급사들의 경쟁이 치열하다. 문제는 고정적인 배급사들이 상대적으로 적고, RTM의 말 한마디에 배급사들이 뒤죽박죽 움직인다는 점이다. 지상파와의 직거래도 상대적으로 힘든 상황이다.

또 다른 문제점은 말레이시아의 멀티미디어 관련 제품들의 불법 유통이 상당히 심각한 수준이라는 점이다.

□ 말레이시아 복제 배포권 시장

- All rights권에 속해 있는 복제 배포권 (Videogram Right)은 방송권이 아니고, 콘텐츠를 VHS, VCD, DVD 테이프 또는 디스크에 복제하여 유통할 수 있는 권리를 말한다. 말레이시아의 복제 배포권 시장은 중국을 포함한 대부분의 동남아 시장이 그렇듯, VHS 시장은 거의 소멸하다시피 하였고 90% 이상이 VCD, DVD 시장이다.
- 주로 한국 프로그램의 첫 수출지는 대만인데, 대만에서 중국어로 더빙되어 방송되면 곧바로 복제 배포물이 동남아시아 전역의 연결 고리 유통망을 통해 불법적으로 말레이시아로도 곧바로 배포된다. 이렇게 불법 유통된 불법 VCD, DVD의 가격은 법적으로 판권을 구매하여 출시된 정판의 가격보다 약 1/5에서 많게는 1/10 가격으로 길거리, 뒷골목, 심지어는 레코드 가게 한 귀퉁이에서도 버젓이 판매되고 있다.
- 그리고 사실상 정판을 출시하는 업체들 역시 불법 유통에 가담하는 경우가 다반사이므로 통제할 수 있는 방법을 찾기가 상당히 어렵다.
- 불법 유통을 막기 위해서 가장 주의해야 할 점은 대만의 중국어 더빙본이 못 새어 나가도록 관리하는 것이다. 그러나 현재의 시스템처럼 대만업체 (방송사라 하더라도)에 이를 위임해서는 통제가 불가능하다. 더빙되는 과정에서부터 더빙본 테이프가 빠져나가 고화질로 불법 VCD, DVD가 제작되기 때문이다. 따라서 직접 더빙 업체와 계약하여 불법 유통본 발견시의 패널티 또는 손해배상 조항을 강화하는 계약서를 그 업체와 체결하고 현지 관리 업체를 선임하여 철저히 관리한다면 대만에서 방송되기 이전 시점에 있어서는 어느 정도 관리가 되지 않을까 생각된다.

- 타이틀에 따라 대만과의 계약시 아시아 전역권을 함께 계약하는 것도 하나의 방법일 것이다. 그렇다면 전 아시아권을 구매한 업체에서 그들의 이익을 침해하는 불법출시업체에 대한 감시 체제를 강화할 것으로 기대되기 때문이다. 그러나 이 경우도 구매업체가 불법출시업체와 결탁하거나 스스로 불법 유통 시장에 뛰어들었다면 해적판을 원천 봉쇄하기는 어렵다.

나) 효과적인 한국 방송프로그램 현지 진출 방안

Astro, MiTV, TV3, 8TV는 한국의 방송사나 제작사들과의 직거래를 희망하고 있어 직접적인 접촉이 바람직하나, RTM의 경우는 100% 배급사를 통하기를 요구한다. 그러므로 RTM과 가장 거래 실적이 높은 배급사들을 우선적으로 선별하여 접촉하는 것이 좋다.

한국 프로그램의 경우 가장 선호하는 장르는 드라마로 나타나고 있으며, 수입 프로그램의 언어 수용 유형에 관해서는 지상파 TV의 경우 자막 형태가 가장 선호도가 높은 것으로 나타난다. 그러므로 한국 드라마 시청을 확대하기 위해서는 자막 삽입이 유효하다. 실제로 한국 드라마 마니아들은 더빙 본에 대해서 불만을 가지고 있는 경우가 많아, 일본 드라마들처럼 직접 한국 배우의 목소리를 듣기를 원하고 있다.

광고효과 - 겨울연가의 경우 많은 사람들이 드라마가 방영되기 전, TV나 라디오의 광고를 통해 “겨울연가”를 알게 되었다고 한다. 그러한 광고가 말레이시아 사람들의 호기심을 유발시켜 드라마 시청을 유도한 것이다.

한국 드라마는 아시아 국가 가운데 대만에서 가장 대중화된 것으로 알려져 있다. 대만과 말레이시아로의 수출 추이의 차이점은 일차적으로 물량과 가격이다. 대만에는 2003년과 2004년 상반기에 총 공급된 한국 프로그램 시간이 총 1,258시간이었으며, 약 1/4 정도의 물량인 총

341.56시간만이 말레이시아로 공급되었다.

말레이시아는 아직 미니시리즈 중에서도 최고의 한류 스타가 출연하는 프로그램만을 선택 구매하고 있는 극히 신중한 구매 패턴을 보이고 있다.

드라마 “대장금”의 경우, 대만의 GTV 같은 경우, 사극이라는 핸디캡에도 불구하고 쉽게 구매 결정을 내렸으나, 말레이시아의 경우 미니시리즈가 아닌 50여편이 넘는 Costume Drama (사극을 지칭)를 구입하는 데 있어 많이 망서렸었다. 그러던중 대만에서 더빙 작업을 완료하고 2004년 5월 18일부터 방영을 시작하였는데 시청율이 지속적으로 오르는 양상을 보이더니 6월경부터 시청률이 3%대에 진입하였다. 대만에는 케이블 채널이 100여개가 있으므로 3% 시청율은 10위권 내 진입을 의미할 정도로 상당히 높은 시청률이다. 그러자 관심을 보이지 않던 말레이시아도 구매에 나서고 결국 8TV에서 2004년 말과 2005년 초에 걸쳐 방영하였다.

이렇듯 대만에서의 한국 드라마의 인지도가 동남아시아 전역에 직접적인 영향을 미친다. 뿐만아니라 대만에서의 중국어 더빙본을 동남아시아 국가들이 구매하여 사용하기 때문에 대만에서 지속적으로 한국 드라마의 인기를 유지해 주는 것이 동남아시아 전체로의 판매망을 유지하는 길이다.

□ 말레이시아에서의 한국 채널 현황

- 현재까지 말레이시아 방송 시장에 진출해 있는 한국 채널은 전무한 상태였으나, 2005년 중반부터 제2의 위성 방송 사업자인 MiTV (Multimedia Interactive Television)를 통해 한국의 아리랑 TV가 말레이시아 전역에서 24시간 방송을 시작할 계획이고, 홈쇼핑 채널인 “우리홈쇼핑”이 현재 TV3등 현지 방송사 등과 시장 진출 계획에 대한 접촉을 하고 있는 것으로 알려져 있다.

□ 효과적인 말레이시아 시장 진출 방안

- 말레이시아는 아시아의 대표적인 다인종, 다언어, 다종교 국가이다. 인종적인 면에서는 말레이, 중국인, 기타 인디언 및 인도네시아인 등이며, 인종 분포에서도 알 수 있듯이 대표적인 종교는 크게 회교, 불교, 힌두교를 들 수 있다. 언어 역시 말레이, 중국어(만다린, 켄토니즈, 호키엔), 타밀어(인도 남부 언어) 등이 대표적인 언어들이다. 이렇듯 다양성이란 단어는 말레이시아라는 나라의 특성을 대표하는데, 우리의 시장 전략 역시 지역적인 특성뿐만 아니라 이러한 특성들에 철저히 일관하여 세분화된 시장 전략을 세울 필요가 있다.
- 수출 담당자간의 유기적인 협조 체제 구축 : 시세 흐름에 관한 정보나 현지 방송 시장 동향이나 편성 흐름, 배급에 관한 정보등을 서로 공유한다거나 프로그램 최고 가격선의 조정과 같은 협조 체제 강화
- 스타 프로모션의 제도적 유도 : 연예인 프로모션에 우선순위를 두는 활성화 대책 시급. 시장 개척을 위해서는 특히 한류 취약 지역에 대한 한류 스타 프로모션이 필수.
- 현지 밀착형 마케팅 강화 : 프랑스나 미국 등 문화선진국들처럼 콘텐츠 세일 보다 공격적으로 할 필요 있음. 현지 직접 방문 세일즈의 효과는 현지 배급사 및 방송사와의 인적 커넥션을 훨씬 공고히 해줌.
- 한국어 채널의 설립 : 방송 프로그램 위주의 수출은 불투명한 방송 콘텐츠의 수요를 감안하면 붐이 끝나거나 시들해질 경우 프로그램 수출이 중단되거나 급격하게 떨어질 위험 요소 내재. 공급자 입장에서 상대국의 유통 주체나 수요 시장에 전권이 맡겨져 있는 불안정한 구조 속에서는 안정적인 프로그램 수출은 불가능.

즉, 현지에 고정적인 유통망을 확보해 놓고 안정적으로 프로그램 수급을 하는 것이 지속적인 수요 창출에 도움이 됨.

- 기업체 연계 마케팅 강화 : 한국의 기업이나 다국적 기업과 연계 마케팅 방안을 적극적으로 구축. 말레이시아 지상파 TV는 수신료가 무료이므로 대부분 광고 수익으로 유지되고 있음.
- 국산 애니메이션 수출 강화 : 현재 말레이시아에서 일본 애니메이션은 장편 위주로 시장 침투하고 있음. 이에 비해 한국은 수도 적고 편수도 짧아 경쟁력이 상당히 취약한 편임. 특히 애니메이션은 방송권 수익보다는 관련 캐릭터 상품 판매 등으로 더 많은 수익을 창출하는 구조이고 한국은 애니메이션 강국의 입지를 차지하고 있으므로 이 분야에서의 보다 새롭고 적극적인 시장 개척이 요구됨.
- 현지 R&D 강화 및 자막 제작 지원 강화 : 동남아시아를 대상으로 한 한류 문화 상품의 수출은 주로 중국계를 대상으로 해왔으나, “겨울연가”의 경우 후에 말레이계에서 더 높은 시청율 (재방영까지 포함)을 보였음. 말레이시아에서 소개되는 일본 프로그램들은 대부분은 자국어 방송에 중국어, 말레이어 자막 처리로 방송되고 있어 청취자들로부터 더 호응을 받고 있는 실정이나, 한국 프로그램들은 주로 대만을 통해 수입되는 유통 구조로 인해 주로 중국어 더빙에 말레이어 자막 처리가 대부분이었음. 이는 프로그램의 청취자 친밀도 형성에 저해되는 요인. 또한 한국어-> 중국어->말레이어로 번역될 경우 오역의 가능성이 훨씬 높아짐. 그러므로 자막 오역에 대한 감시나 지원 체제 구축 필요

□ 효과적인 말레이시아 시장 진출 방안 - 아시아 중심 국가로 활용

- 아세안 10 개국 태국 싱가포르 인도네시아 말레이시아 브르나이 필리핀, 캄보디아, 미얀마, 베트남)은 2007 년부터 역내 FTA (자유무역화기로)합의함

- 말레이시아는 아세안의 중심 국가이며 말레이시아를 통한 아세안 진출의 교두보로 활용하여야 함
- 말레이시아 인구는 2500 만이나 아세안 시장은 인구 6 억의 거대한 잠재 시장이며
- 말레이시아 기업은 아세안 국가와 상호 직접적인 네트워크가 되어 있거나 지사가 있어 말레이시아 진출은 곧 아세안 진출의 효과를 볼 수 있음

□ 이슬람 국가 / 제 3세계의 관문

- 말레이시아는 이슬람 국가 54 개국이 참여하는 OIC (Organization of Islamic Conference)의 의장국이며 제3 세계 연맹체인 NAM (NonAliment movement) 의 주도국임
- 종교적으로 밀접한 형제우의를 다지는 이슬람 국가간의 교역은 말레이시아를 중심으로 전개할 수 있음
- 말레이시아는 건설 무역 금융 외교 부문에서 이슬람 국가/ 제 3 세계와 교류가 긴밀하므로 말레이시아를 통하여 이들 지역에 진출하는 관문으로 이용 가능함
- 아랍권의 Oil money 가 말레이시아로 투자되기도 하며
- 말레이시아 기업은 중동 등 아프리카 지역에 다양한 형태의 비즈니스 연결을 함 (예 : Telekom는 Malaysia south Africa, 가나 , 예멘 , Malawi에 투자하고 있음)
- 말레이시아의 회교도들에게 어필한 드라마나 노래는 중동 국가들에서도 부담없이 받아들일 수 있다. 대표적인 예로서 말레이시아에서 인기가 높았던 “가을동화”는 작년 8월 이집트 국영 TV에서 방영되기도 했다. (주 이집트 한국 대사관은 드라마와 관련하여 수백통의 문의 전화를 받았다고 함). 또한 이집트는 중동과 아프리카를 잇는 문화적 접점이기도 함. 다시 말해 말레이시아를 통한 이슬람 문화권으로의 한류 확산은 더 크게는 아프리카나 같은 회교 국가인 중앙 아시아의 우즈베키스탄, 카자흐스탄으로까지 이어져 이집트-중동-중앙아시아에 이르는 한류 벨트를 형성할 가능성이 있는 것임.

□ 현지 파트너와의 제휴

- 해외 사업의 성패는 현지 파트너 선정에 좌우된다고 해도 과언이 아님
- 장기적으로 같이 할 수 있는 파트너를 모색하기 위하여 시간과 경비를 투자해야 함 (파트너 선정을 위한 자문, 컨설팅을 받을 필요 있음)
- 감각적 판단이나 감정에 따라 선정되는 경우 실패 확률이 높음
- 동종 업종 유통업에 종사하거나 경험 있는 파트너 선정이 필수
- 말레이시아인 경우 대정부 관납을 제외하고는 중국계를 파트너로 선정함이 유리함 (말레이계는 경험이 없는 경우가 많고, 지나치게 인맥과 정치적인 면을 강조함)
- 상호 win-win 하는 호혜정신으로 장기적 안목에서 출발하도록 함

□ 철저한 시장조사를 통한 진출

- 말레이시아 방송 규정 파악 및 현지 소비자 취향에 맞게 제품 구성을 조정하는 현지화 전략 필요
- 말레이시아는 회교국이므로 종교와 관련된 특이 사항들 사전 검토 필요.

□ 장기적인 경쟁력 체제 구축

- 말레이시아는 가격에 민감한 시장이며 제품 선택에 있어 중국이나 대만 등 다른 중화권에 비해 신중한 편.

□ 기본에 충실하는 진출 전략

- 철저한 시장조사
- 장기적인 생존전략

- 현지에 맞는 상품개발
- 파트너와 win-win 하는 호혜정신
- 좋은 파트너 선정
- 경쟁력 있는 상품 기획

□ 기타 고려사항

- 판매는 현지의 유통망을 갖고 있는 상인과 제휴함이 유리하고, 소비자 제품은 광고 판촉비 등을 장기적으로 투자해야 함
- 부품은 기존의 대기업에 납품 실적이 있는 업체와 제휴를 하는 방법이 바람직
- 외상거래는 위험하므로 반드시 신용장 거래를 함
- 중국 대만등의 저가품이 유입될 가능성이 있으므로, 기술력이 있거나, 상품력이 앞서야 시장에서 확고한 지위 확보 가능
- 유통단계를 일원화하고 거래 질서를 확실히 함
- 상품 차별화를 통하여 제값 받는 전략이 좋음
- 소량 주문의 단계를 거쳐 대량 주문이 성사되므로 적은 거래부터 최선을 다하는 자세가 필요

다) 활용 가능한 현지 유망 행사 및 사업: 전시회 및 로드쇼 등

□ 스타 마케팅

- 각종 소비재 제품의 인지도 제고를 위해 인기가 높은 한류 연예인과 결합하여 마케팅에 활용
- 화장품 에뛰드의 경우 송혜교를 모델로 내세워 단번에 인지도를 높인 케이스로 백화점에 진출한 우리나라 첫 화장품

□ 한국문화상품전

- 스타 사인회, 스타 다투은꼴 찾기, 스타 흉내내기, 첫사랑에 가장 어울리는 연예인 등 다양한 마케팅 행사를 추진
- 한국의 관광명소 소개 및 여행 패키지 상품 판매
- 영화상영, DVD 및 CD 판매, 의류 등 문화상품 수출상담

□ Brand Extension

- TV3의 경우 2~3년 전 레슬링을 소재로 한 태국 방송 시리즈 방영 중 당시 프로그램 주인공들과 현지 말레이시아의 레슬러들을 같이 초빙하여 기자 회견을 가지면서 프로그램을 홍보한 바 있음
- 현재 TV 3는 3년 전부터 매년 9월 이후에 다음해 방영 예정 프로그램에 대한 프로모션 행사를 벌이고 있음. 이러한 마케팅 활동은 디스트리뷰터를 통한 경우는 거의 불가능하나 현지 방송사와 직거래할 경우에는 가능성 높아짐

(별첨) 말레이시아 MSC (Multimedia Super Corridor)등록 업체 리스트

Production/Post Production/Animation

1	Optidigit Sdn Bhd (France/Switzerland)
	<p>Brief Activity Post-production house Year of approval: 1997 Contact Information: Mr. Alain Rene Zaugg (Managing Director) Optidigit Sdn Bhd8, 2nd Floor, Jalan Sri Hartamas 8/70A Taman Sri Hartamas 50480 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-6203 1190 Fax : +603-6203 1160 URL : www.optidigit.com</p>
2	MEASAT Broadcast Network System Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Brief Activity Digital content and distribution via Direct-To-User network (DTU). Year of approval: 1997 Contact Information: Ms Melissa Chong (Senior Tax Manager) All Asia Broadcast Center Technology Park Malaysia Lebuhraya Puchong, Sungai Besi Bukit Jalil 57000 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 9543 6688 Fax : +603 9543 6868 URL : www.astro.com.my</p>
3	Astro Productions Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Brief Activity Digitally produced dramas, tele-features and computer animations Year of approval: 1997 Contact Information: Melissa Chong (Senior Tax Manager) All Asia Broadcast Center Technology Park Malaysia Lebuhraya Puchong, Sungei Besi Bukit Jalil 57000 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-9543 6688 Fax : +603-9543 6877 URL : www.astro.com.my</p>
4	Antah-UTV Multimedia & Communications Sdn Bhd (Malaysia/British Virgin Islands)

	<p>Brief Activity Content creation for television, on-line and CD-ROM formats.</p> <p>Year of approval: 1997</p> <p>Contact Information: Mr. J S Foo (Chief Executive Officer) Antah-UTV Multimedia & Communications Sdn Bhd Lot 50, Kompleks Selayang Batu 8 ½, Jalan Ipoh 68100 Batu Caves Selangor Malaysia Tel : +603-6137 0098 Fax : +603-6137 8910/+603 6137 0096 Ms Chua Hui Cheng (Finance Manager)Tel : +603-6137 0085</p>
5	<p>Finito Teknologi Sdn Bhd (Malaysia/Thailand)</p> <p>Brief Activity A wholly-owned subsidiary of Finito Holding Pte Ltd incorporated in British Virgin Islands Post-production house.</p> <p>Year of approval: 1997</p> <p>Contact Information: Mr Elvio D' Angelo (General Manager) Finito Teknologi Sdn Bhd No 1 Damansara Plaza Medan Setia 1 Bukit Damansara 50490 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 2096 1510 Fax : +603 2093 1309 URL : www.finitofilms.com Mr Michael Conkey (Managing Director)</p>
6	<p>Decimal Point Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Brief Activity Post production house.</p> <p>Year of approval: 1997</p> <p>Contact Information: Mr Mohd Shahrain Jamaluddin (Managing Director) Decimal Point Sdn Bhd IOT tg 11-1 UPM-MTDC Technology Incubation Centre One 43400 Serdang Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-8942 4415 Fax : +603-8942 4417 URL : www.decimalpoint.com.my</p>
7	<p>Astro Shaw Sdn Bhd (Malaysia/Hong Kong)</p> <p>Brief Activity Production of 35mm motion pictures and content creation.</p> <p>Year of approval: 1998</p>

	<p>Contact Information: Ms Melissa Chong (Senior Tax Manager) All Asia Broadcast Center Technology Park Malaysia Lebuhraya Puchong Sungei Besi, Bukit Jalil 57000 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-9543 6688 Fax : +603-9543 6877 URL : www.astro.com.my</p>
8	<p>ImageFX Ninety Nine (M) Sdn Bhd (Malaysia)</p>
	<p>Brief Activity Provider of digital visual effects, virtual reality games and computer graphics animation Year of approval: 1998 Contact Information: Mdm Norzaini M Zain (Managing Director) 49-02, USJ 10/1G Taipan Crest, UEP 47620 Subang Jaya Selangor Malaysia Tel : +603-7727 3933 Fax : +603-7727 3933</p>
9	<p>Asia-Pacific Videolab Sdn bhd (Malaysia)</p>
	<p>Brief Activity Post-production services Year of approval: 1998 Contact Information: Ms Lily Yeo (General Manager) 6, Jalan 13/6 46200 Petaling Jaya Selangor Malaysia Tel : +603-7954 8108 Fax : +603-7954 8100 URL : www.apv.com.my Mr Geoff</p>
10	<p>VHQ Post (M) Sdn Bhd (Malaysia)</p>
	<p>Brief Activity Post-production house. Year of approval: 1998 Contact Information: Mr Low Kok Wah (Managing Director) VHQ Post (M) Sdn Bhd 47 Medan Setia 1 Plaza Damansara Bukit Damansara 50490 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-2094 7011 Fax : +603-2094 6151</p>

	<p>URL : www.vhq.com.my Mr Derek Kuan (Group Finance Director)</p>
11	<p>Home Video Television Workshop Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Brief Activity Pre-production and production house for teledrama and telemovies Year of approval: 1998 Contact Information: Joey Ban (Manager Corporate Finance) Home Video Television Workshop Sdn Bhd No. 19 Jalan Emas Dua Taman Emas 9th Mile Jalan Cheras 43200 Cheras Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603 9075 8388 ext 670 Fax : +603 9075 8288 URL : www.hvd.com</p>
12	<p>Best Pictures Sdn Bhd (formerly HVD Multimedia Sdn. Bhd.) (Malaysia)</p> <p>Brief Activity Pre-production and production of movies Year of approval: 1998 Contact Information: Ms Joey Ban (Manager Corporate Finance) Best Pictures Sdn Bhd (formerly HVD Multimedia Sdn. Bhd.) No. 19 Jalan Emas Dua Taman Emas 9th Mile Jalan Cheras 43200 Cheras Selangor Malaysia Tel : +603 9075 8388 ext: 670 Fax : +603 9075 8288 URL : www.hvd.com</p>
13	<p>HVD Music Industry Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Brief Activity Post production services for audio Year of approval: 1998 Contact Information: Joey Ban (Manager Corporate Finance) HVD Music Industry Sdn Bhd No. 19 Jalan Emas Dua Taman Emas 9th Mile Jalan Cheras 43200 Cheras Selangor Malaysia Tel : +603 9075 8388 ext: 670 Fax : +603 9075 8288</p>

	URL : www.hvd.com
14	Frames Production Sdn Bhd (Malaysia/Switzerland)
	<p>Brief Activity Computer animation production Year of approval: 1999 Contact Information: Mr. Kaswira Ahmad (General Manager) Frames Production Sdn Bhd 1-2 2nd Floor Prisma Ville Business Centre Jalan 26A/70A Desa Sri Hartamas 50480 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 62035682 Fax : +603 62034493 URL : www.frames.com.my Mr. Mohan Pierre Nayagam (Managing Director)</p>
15	Fat Lizard Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Brief Activity Short form 3D animation production, post production, visual effects, broadcast graphics and training Year of approval: 1999 Contact Information: Mr. Steve Bristow (Managing Director) Fat Lizard Sdn Bhd No 7, Jalan Semangat 46200 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-7957 2932 Fax : +603-7957 2740 URL : www.fatlizard.com Handphone : +603 983 6994</p>
16	Synchrosound Studio Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Brief Activity Development of multimedia content via an internationally-recognised music recording and post-production facility Year of approval: 2000 Contact Information: YB Datin Farida Essendi (Chairman) Synchrosound Studio Sdn Bhd Tingkat 5 Kompleks Kemajuan 2 Jln 19/1B 46300 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-7955 7777 URL : www.synchrosound.com</p>
17	Astrio Sdn Bhd (Malaysia)

	<p>Brief Activity R&D in animation technology, animation film services and animated feature film</p> <p>Year of approval: 2000</p> <p>Contact Information: Mr. Pathmanathan Muniandy (Managing Director) Astrio Sdn Bhd E-Village Studio, Precinct 557 Batu 2, Jalan Air Hitam 43800 Dengkil Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-8313 8911 Fax : +603-8313 8914</p>
18	<p>Peninsula Digital Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Brief Activity Establish a fully digital production facility, primarily for animation works, with networked digital repository for warehousing and repurposing exercise with internet linked distribution and exploitation capabilities</p> <p>Year of approval: 2001</p> <p>Contact Information: Mr Hashim Kamil Harun Hashim (Chief Executive Officer) Peninsula Digital Sdn Bhd Tingkat 3, Wisma RKT No.2, Jalan Raja Abdullah 50300 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-2694 0899 Fax : +603-2693 4899</p>
19	<p>Persistence of Vision Sdn Bhd (Malaysia/Australia)</p> <p>Brief Activity Research and development in the area of motion capture system as well as 3D animation and visual effects</p> <p>Year of approval: 2001</p> <p>Contact Information: Mr. Stephen Bristow (Managing Director) Multimedia University LG Floor Faculty of Creative Multimedia Jalan Multimedia 63100 Cyberjaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-8318 1788 Fax : +603-8318 1889 URL : www.povfx.com</p>
20	<p>Noodle Box Productions Sdn Bhd (United States)</p> <p>Brief Activity Production of the Noodle Box television documentary series and production of supplementary film</p>

	<p>and multimedia content Year of approval: 2002 Contact Information: Mr Greg Morgan (Director) Noodle Box Productions Sdn Bhd Unit C3-4 Sri Bukit Tunku Condominium Lorong Tun Ismail 50480 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-430 1678 URL : www.thenoodlebox.com</p>
21	<p>Silicon Graphics Sdn Bhd (USA) Brief Activity High level proposal for th Design, Supply, Implementation and commissioning of the Multimedia Entertainment & Visual Networking Infrastructure Year of approval: 2003 Contact Information: Dr. Michael Newberry (Director) Silicon Graphics Sdn Bhd Suite C101, 1st Floor Enterprise One 63000 Cyberjaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : 603 ☐ 8318 7718 Fax : 603 ☐ 8318 7729 URL : www.sgi.com</p>
22	<p>VisualXtreme Sdn Bhd (Malaysia) Brief Activity Development of virtual Reality content, Simulation Applications, 3D animation & post production for film & television, and research & development of augmented reality applications Year of approval: 2003 Contact Information: En. Nik Marzuki Nik Muhamad (Managing Director) VisualXtreme Sdn Bhd Data Center 2, Off Lebu Silikon UPM-MTDC Server Farm Complex UPM 43400 Serdang Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : 603 - 2164 8155 Fax : 603 - 2164 8281 URL : www.visualxtreme.com.my</p>
23	<p>VR3D Technology Sdn Bhd (Malaysia) Brief Activity Development and provision of VR-solutions to create interactive and navigational photo realistic VR and 3D</p>

	<p>contents, particularly for use over the Internet Year of approval: 2003 Contact Information: Gary Chin Su Kit VR3D Technology Sdn Bhd Unit 19, Level 5 Block D2, Dataran Prima Jalan PJU 39/1 47301 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : 603-7880 6659 Fax : 603-7880 6159 URL : www.vr3dtech.com Aliyah Baharudin VR3D Technology Sdn Bhd Lot 1-8 & 1-9 Innovation House Technology Park Malaysia</p>
24	<p>Be Digital Sdn Bhd (Malaysian/Yemenese) Brief Activity Development of digital contents, production of CD-ROM series of DVEs, creation of training programs, content and tutorials on CD-ROM as well as provision of technical consultancy in the fields of 3D Animation, non linear video editing and broadcast multime Year of approval: 2003 Contact Information: Mr Ahmed O Balfaqih (Managing Director) Be Digital Sdn Bhd 123 & 123B Jalan Aminuddin Baki, Tmn Tun Dr Ismail 60000 Kuala Lumpur Malaysia. Tel : +603-7727 8967 Fax : +603-7727 1962 URL : www.clickgrafix.com</p>
25	<p>Elemental Ventures Sdn Bhd Brief Activity Research and development of communications and creative collaboration software namely Vista as well as provision of digital sound composition, design and recording services. Year of approval: 2004 Contact Information: Mr. Leon Tan Bok Gee (CEO) Elemental Ventures Sdn Bhd 584 Jalan 17/17 46400 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603 7956 7753 Fax : +603 7958 5493 Mr. Mike Bloemendal (Sound Director)</p>

	<p>IB 19 , Incubator Block MSC Central Incubator 63000 Cyberjaya Selangor Malaysia</p>
26	<p>Inspidea Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Brief Activity Development and provision of content animation production as well as provision of animation production services</p> <p>Year of approval: 2004</p> <p>Contact Information: Mr CJ See (Marketing Director) Inspidea Sdn Bhd Unit A707 Level 7 Block A Kelana Square Kelana Jaya 47301 Petaling Jaya Selangor Malaysia Tel : 03-78809934 Fax : 03-78809932 URL : www.inspidea.com</p>

Production/Content Development

1	Optidigit Sdn Bhd (France/Switzerland)
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Post-production house. Year of approval: 1997 Contact Information: Mr. Alain Rene Zaugg (Managing Director) Optidigit Sdn Bhd 8, 2nd Floor, Jalan Sri Hartamas 8/70A Taman Sri Hartamas 50480 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-6203 1190 Fax : +603-6203 1160 URL : www.optidigit.com</p>
2	Worldview Multimedia Education Sdn Bhd (formerly World View Media Sdn Bhd) (Malaysia/Sri Lanka)
	<p>Sector - Content Development Brief Activity Content production, distribution and licensing for YA*TV. Year of approval: 1997 Contact Information: Dr Lin Mui Kiang (Contact Person) Worldview Multimedia Education Sdn Bhd Cyberstation 7, Putra Infoport, University Research Park P.O. Box 235, Universiti Putra Malaysia 43400 Serdang Selangor Malaysia Tel : +603-8656 1996 Fax : +603-8656 1997 URL : www.lanka.net/yatv</p>
3	Decimal Point Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Post production house. Year of approval: 1997 Contact Information: Mr Mohd Shahrain Jamaluddin (Managing Director) Decimal Point Sdn Bhd IOT tg 11-1UPM-MTDC Technology Incubation Centre One 43400 Serdang Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-8942 4415 Fax : +603-8942 4417 URL : www.decimalpoint.com.my</p>
4	Astro Shaw Sdn Bhd (Malaysia/Hong Kong)
	Sector - Production/Postproduction/Animation

	<p>Brief Activity Production of 35mm motion pictures and content creation.</p> <p>Year of approval: 1998</p> <p>Contact Information: Ms Melissa Chong (Senior Tax Manager) All Asia Broadcast Center Technology Park Malaysia Lebuhraya Puchong Sungei Besi, Bukit Jalil 57000 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-9543 6688 Fax : +603-9543 6877 URL : www.astro.com.my</p>
5	<p>asiaEP.com Sdn Bhd (formerly Asia Electronic Publication Sdn Bhd) (Malaysia)</p>
	<p>Sector - Content Development</p> <p>Brief Activity Create web sites, electronic directory, multimedia production, customised CD-ROM, E-Commerce, internet and intranet implementation.</p> <p>Year of approval: 1998</p> <p>Contact Information:Mr. Bernard Tan (Managing Director) asiaEP.com Sdn Bhd Shoplot, Cyberview Lodge Ground Floor 63000 Cyberjaya Selangor Malaysia Tel : +603-8075 4707 Fax : +603-8070 5668 URL : www.asiaep.com</p>
6	<p>Asia-Pacific Videolab Sdn bhd (Malaysia)</p>
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation</p> <p>Brief Activity Post-production services</p> <p>Year of approval: 1998</p> <p>Contact Information: Ms Lily Yeo (General Manager) 6, Jalan 13/646200 Petaling Jaya Selangor Malaysia Tel : +603-7954 8108 Fax : +603-7954 8100 URL : www.apv.com.my Mr Geoff</p>
7	<p>VHQ Post (M) Sdn Bhd (Malaysia)</p>
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation</p> <p>Brief Activity Post-production house.</p> <p>Year of approval: 1998</p> <p>Contact Information: Mr Low Kok Wah (Managing Director) VHQ Post (M) Sdn Bhd 47 Medan Setia 1 Plaza Damansara Bukit Damansara</p>

	<p>50490 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-2094 7011 Fax : +603-2094 6151 URL : www.vhq.com.my Mr Derek Kuan (Group Finance Director)</p>
8	<p>Home Video Television Workshop Sdn Bhd (Malaysia)</p>
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Pre-production and production house for teledrama and telemovies. Year of approval: 1998 Contact Information: Joey Ban (Manager Corporate Finance) Home Video Television Workshop Sdn Bhd No. 19 Jalan Emas Dua Taman Emas 9th Mile Jalan Cheras 43200 Cheras Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603 9075 8388 ext 670 Fax : +603 9075 8288 URL : www.hvd.com</p>
9	<p>Best Pictures Sdn Bhd (formerly HVD Multimedia Sdn. Bhd.) (Malaysia)</p>
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Pre-production and production of movies Year of approval: 1998 Contact Information: Ms Joey Ban (Manager Corporate Finance) Best Pictures Sdn Bhd (formerly HVD Multimedia Sdn. Bhd.) No. 19 Jalan Emas Dua Taman Emas 9th Mile Jalan Cheras 43200 Cheras Selangor Malaysia Tel : +603 9075 8388 ext: 670 Fax : +603 9075 8288 URL : www.hvd.com</p>
10	<p>HVD Music Industry Sdn Bhd (Malaysia)</p>
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Post production services for audio Year of approval: 1998 Contact Information: Joey Ban (Manager Corporate Finance) HVD Music Industry Sdn Bhd No. 19 Jalan Emas Dua Taman Emas 9th Mile Jalan Cheras 43200 Cheras Selangor Malaysia Tel : +603 9075 8388 ext: 670 Fax : +603 9075 8288 URL : www.hvd.com</p>
11	<p>Frames Production Sdn Bhd (Malaysia/Switzerland)</p>
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation</p>

	<p>Brief Activity Computer animation production Year of approval: 1999 Contact Information: Mr. Kaswira Ahmad (General Manager) Frames Production Sdn Bhd 1-2 2nd Floor Prisma Ville Business Centre Jalan 26A/70A Desa Sri Hartamas 50480 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 62035682 Fax : +603 62034493 URL : www.frames.com.my Mr. Mohan Pierre Nayagam (Managing Director)</p>
12	<p>Fat Lizard Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Short form 3D animation production, post production, visual effects, broadcast graphics and training Year of approval: 1999 Contact Information: Mr. Steve Bristow (Managing Director) Fat Lizard Sdn Bhd No 7, Jalan Semangat 46200 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-7957 2932 Fax : +603-7957 2740 URL : www.fatlizard.com Handphone : +603 983 6994</p>
13	<p>Flare Studios Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Sector - Content Development Brief Activity One Stop Digital Studio, a studio that combines and blends 3D animation, multimedia programming, audio and video production and post-production based on a digital platform Year of approval: 2000 Contact Information: Miza Mohamad (Chief Executive Officer) Flare Studios Sdn Bhd Suite 3.0 3rd Floor South Block, The M Walk 218 Jalan Ampang, 50450 Kuala Lumpur, Malaysia Tel : +603- 2775 5733 Fax : +603- 2775 5735 URL : www.flarestudios.com</p>
14	<p>Planet Films Sdn Bhd (Singapore/Malaysia)</p> <p>Sector - Content Development Brief Activity Development of full range of audio and video production including web development, animation, editing and</p>

	<p>post production Year of approval: 2000 Contact Information: Jaime Teoh (Director) No.3, Jalan Timur Petaling Jaya Selangor Malaysia Tel : +603-7955 3499 Fax : +603-7955 6063 URL : www.planetfilms.com Farouk Aljoffery</p>
15	<p>Synchrosound Studio Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Development of multimedia content via an internationally-recognised music recording and post-production facility Year of approval: 2000 Contact Information: YB Datin Farida Essendi (Chairman) Synchrosound Studio Sdn Bhd Tingkat 5 Kompleks Kemajuan 2 Jln 19/1B 46300 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-7955 7777 URL : www.synchrosound.com</p>
16	<p>Carrot Films Sdn Bhd (Malaysia/Australia)</p> <p>Sector - Content Development Brief Activity Providing full range of professional services required for the production of any visual broadcast Year of approval: 2000 Contact Information: Mr Steven Ng Kim Yong (Managing Director) 46, Jalan SS 20/10 Damansara Kim 47000 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-77102663 Fax : +603-77107663 URL : www.carrotfilms.com.my Ms. Sabrina Soong (Contact Person)</p>
17	<p>IHS R&D Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Sector - Software Development - Engineering/Specialised Applications Brief Activity Research and develop various software solutions to</p>

	<p>facilitate various production processes in the manufacturing industry</p> <p>Year of approval: 2001</p> <p>Contact Information: Benjamin Lee (R&D Manager) IHS R&D Sdn Bhd Suite G02Block 2320, Century SquareJalan Usahawan 63000 Cyberjaya Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-8318 3833 Fax : +603-8318 4833 URL : www.ihs.com.my Henry Tan (Business Manager)</p>
18	Peninsula Digital Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation</p> <p>Brief Activity Establish a fully digital production facility, primarily for animation works, with networked digital repository for warehousing and repurposing exercise with internet linked distribution and exploitation capabilities</p> <p>Year of approval: 2001</p> <p>Contact Information: Mr Hashim Kamil Harun Hashim (Chief Executive Officer) Peninsula Digital Sdn Bhd Tingkat 3, Wisma RKT No.2, Jalan Raja Abdullah 50300 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-2694 0899 Fax : +603-2693 4899</p>
19	MGMM Sdn Bhd (United Kingdom/Malaysia)
	<p>Sector - Internet based Business - Web-hosting,web/online publishing</p> <p>Brief Activity Focusing on operation of an online music website and also embark on television series and feature films production</p> <p>Year of approval: 2001</p> <p>Contact Information: Mr Scott Millaney (Chairman) MGMM Sdn Bhd c/o Pinewood Studios Iver Heath, Bcks SLO ONH England Tel : +44 1753657012 Fax : +44 1753 656090</p>
20	Asia News Broadcasting Sdn Bhd (Malaysia)

	<p>Sector - Content Development Brief Activity Production of creative and interactive content for the media industry Year of approval: 2001 Contact Information: Dr Shafiq Sit Abdullah (Chairman) Asia News Broadcasting Sdn Bhd L3-1-5, Level 3, Enterprise 4, Technology Park Malaysia, Lebuhraya Puchong-Sg.Besi, 57000 Bukit Jalil, Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 8996 6708 Fax : +603 8996 8340 URL : www.anb.com.my</p>
21	<p>Saeilo MSC Sdn Bhd (Japan)</p> <p>Sector - Software Development - Engineering/Specialised Applications Brief Activity Development of application software to drive high speed processing machines,analyse mold designs, and manage production documents for total manufacturing solutions Year of approval: 2001 Contact Information: Mr Masayori Takehana (Managing Director) Saeilo MSC Sdn Bhd No. 19, Jalan Rajawali 2 Puchong Jaya 47100 Puchong Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-8075 3357 Fax : +603-8075 3771 URL : www.saeilo.com.my</p>
22	<p>Noodle Box Productions Sdn Bhd (United States)</p> <p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Production of the Noodle Box television documentary series and production of supplementary film and multimedia content Year of approval: 2002 Contact Information: Mr Greg Morgan (Director) Noodle Box Productions Sdn Bhd Unit C3-4 Sri Bukit Tunku Condominium Lorong Tun Ismail 50480 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-430 1678 URL : www.thenoodlebox.com</p>

23	Enpost Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Sector - Content Development Brief Activity Provide a full content development service for both NTV7 and other clients by consolidating the post production, creative services and interactive multimedia. Year of approval: 2002 Contact Information: Ms Lim Ngat Chin (Group Business Manager) No. 7 Jalan Jurubina U1/18 Hicom Glenmarie Industrial Park 40000 Shah Alam Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603-5569 1777 Fax : +603-5569 2520 URL : www.ntv7.com.my</p>
24	Printelli Sdn. Bhd. (Malaysian)
	<p>Sector - Software Development - Engineering/Specialised Applications Brief Activity Development of Pirintelli Estimator, a software for print production planning and cost estimation and the development of related modules and future versions of software Year of approval: 2003 Contact Information: Mr Yu Chee Kim (Director) Printelli Sdn. Bhd. 25-3 Jalan PJS 11/28 B 46150 Bandar Sunway Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : +603 5635 9133 Fax : +603 5636 7133 URL : www.printelli.com</p>
25	VisualXtreme Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Development of virtual Reality content, Simulation Applications, 3D animation & post production for film & television, and research & development of augmented reality applications Year of approval: 2003 Contact Information: En. Nik Marzuki Nik Muhamad (Managing Director) VisualXtreme Sdn Bhd Data Center 2, Off Lebuah Silikon UPM-MTDC Server Farm Complex UPM</p>

	<p>43400 Serdang Selangor Darul Ehsan Malaysia Tel : 603 - 2164 8155 Fax : 603 - 2164 8281 URL : www.visualxtreme.com.my</p>
26	<p>Be Digital Sdn Bhd (Malaysian/Yemenese)</p> <p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Development of digital contents, production of CD-ROM series of DVEs, creation of training programs, content and tutorials on CD-ROM as well as provision of technical consultancy in the fields of 3D Animation, non linear video editing and broadcast multime Year of approval: 2003 Contact Information: Mr Ahmed O Balfaqih (Managing Director) Be Digital Sdn Bhd 123 & 123B Jalan Aminuddin Baki, Tmn Tun Dr Ismail 60000 Kuala Lumpur Malaysia. Tel : +603-7727 8967 Fax : +603-7727 1962 URL : www.clickgrafix.com</p>
27	<p>Quark Energy System Sdn Bhd (Malaysia)</p> <p>Sector - Software Development - Engineering/Specialised Applications Brief Activity Development of Virtual Reality content, Simulation Applications, 3D animation & post production for film & television, and research & development of render engine and game engine for PC based and Xbox games. Year of approval: 2003 Contact Information: Amir Irwan Bahruddin (Chief Executive Officer) Quark Energy System Sdn Bhd Lot 4-5 Jalan 3/146 Bandar Tasik Selatan 57000 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 9058 2895 Fax : +603 9058 2892 URL : www.quarkenergy.com</p>
28	<p>Belmah Strategies(M) Sdn Bhd</p> <p>Sector - Software Development - Engineering/Specialised Applications Brief Activity Development of web-based software that is designed to help manufacturers in their process of developing</p>

	<p>their products from conception stage to production stage namely ICT-Manufacturing software Year of approval: 2003 Contact Information: Mr. Dominic Belavendram (CEO) No9. 3rd floor Jalan PJS 11/28 Bandar Sunway metro 46150 Petaling Jaya Selangor Malaysia Tel : +603 56362210 Handphone : +6012 4747473</p>
29	Grab Interactive Television Sdn Bhd
	<p>Sector - Hardware/Electronics Design Brief Activity Research, design, development and commercialization of its Video Graphic Mixer (VGM) to provide interactive digital permission-based advertising and marketing as well as design, development and production of multiple contents to be used on its VGM Year of approval: 2004 Contact Information: Mr. Mohamed Nazri Abdul Karim (Executive Director) Grab Interactive Television Sdn Bhd B2, Menara Kuala Lumpur No. 2 Jalan Punchak Off Jalan P.Ramlee 50250 Malaysia Tel : +603 2070 7055 Fax : +603 2070 7044 URL : www.gitv.tv</p>
30	Inspidea Sdn Bhd (Malaysia)
	<p>Sector - Production/Postproduction/Animation Brief Activity Development and provision of content animation production as well as provision of animation production services Year of approval: 2004 Contact Information: Mr CJ See (Marketing Director) Inspidea Sdn Bhd Unit A707 Level 7 Block A Kelana Square Kelana Jaya 47301 Petaling Jaya Selangor Malaysia Tel : 03-78809934 Fax : 03-78809932 URL : www.inspidea.com</p>

31	Twisted Media Sdn Bhd
	<p>Sector - Content Development Brief Activity Development of digital multimedia content namely in two fields; Post Production services and 2D & 3D animation development Year of approval: 2003 Contact Information: Mr Justin Woon (CEO) Twisted Media Sdn Bhd No 5 Jalan Riong Bangsar 59100 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603-92853854 Fax : +603-92844692</p>
32	Automated Intelligence MSC Sdn Bhd
	<p>Sector - Software Development - Engineering/Specialised Applications Brief Activity Research and develop a non-contact optical counting system for automated production line quality assurance namely Optical Counter System (OCS) Year of approval: 2004 Contact Information: Mr. Leong Kok Chor (Managing Director) Automated Intelligence MSC Sdn Bhd 102, Windingbrook Lane Northampton NN4 0XN United Kingdom Tel : +44 1604702407 Ms. Lee Sook Wah (CFO)</p>
33	2 Box Communications Sdn Bhd
	<p>Sector - Software Development - Business Applications Brief Activity Development and provision of software systems for Internet advertising management and sales as well as development and production of content related to internet advertising. Year of approval: 2004 Contact Information: Ms. Leong Kuan Dih, Cynthia (Finance Director) 2 Box Communications Sdn Bhd B 6 5 Blok B Megan Avenue 1 189 Jalan Tun Razak 50400 Kuala Lumpur Malaysia Tel : +603 2166 6998 Fax : +603 2166 7998</p>
34	Impetus Tele-Systems Sdn Bhd
	Sector - Content Development

Brief Activity Development of production and post-production content, commercial /advertisement content as well as consultancy services in relation to the post production work.

Year of approval: 2005

Contact Information: Mr. Daniel Tang Boon Huat (CTO)

Impetus Tele-Systems Sdn Bhd

No 11 Jalan 17/56

46400 Petaling Jaya

Selangor Malaysia

Tel : +603 7956 0600

Fax : +603 7956 9581