

### 제3절 아시아권

#### 1. 아시아권 출판 시장 규모 및 전망

2010년 아시아 출판 시장은 518억 9,300만 달러 규모로 추정되며, 2010년부터 2015년까지 약 1.7%의 연평균성장률을 보일 것으로 전망된다. 세부적으로는 인쇄물시장은 연평균 1.4%, 디지털 시장이 7.9% 성장할 것으로 예측되며, 2015년 아시아권 출판 시장 규모는 약 565억 5,500만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<표 III-14> 아시아권 출판 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR	
도서	소계	12,244	13,198	14,219	15,046	15,054	15,934	16,470	17,090	17,759	16,942	1.9%	
	인쇄물	12,159	12,986	13,802	14,445	14,359	14,621	15,005	15,413	15,866	16,356	15,736	1.5%
	디지털	85	212	417	601	695	811	929	1,057	1,224	1,403	1,206	-
잡지	소계	9,952	10,316	10,368	10,414	9,892	9,796	10,043	10,384	10,796	11,222	11,647	3.5%
	인쇄물	9,873	10,211	10,228	10,184	9,624	9,486	9,637	9,884	10,196	10,520	10,844	2.7%
	디지털	79	105	140	230	268	310	406	500	600	702	803	21.0%
신문	소계	23,830	24,077	24,731	25,921	26,324	26,664	27,066	27,531	28,034	28,554	27,966	1.0%
	인쇄물	23,604	23,642	23,996	24,929	25,080	25,293	25,549	25,883	26,249	26,632	26,331	0.8%
	디지털	226	434	735	991	1,244	1,372	1,517	1,649	1,785	1,921	1,634	3.6%
인쇄물 소계	45,636	46,839	48,026	49,558	49,063	49,400	50,191	51,180	52,311	53,508	52,911	1.4%	
디지털 소계	389	751	1,292	1,822	2,208	2,493	2,852	3,206	3,609	4,026	3,644	7.9%	
합계	46,026	47,591	49,318	51,381	51,271	51,893	53,043	54,386	55,920	57,534	56,555	1.7%	
전년대비성장률		3.4%	3.6%	4.2%	-0.2%	1.2%	2.2%	2.5%	2.8%	2.9%	-1.7%		

자료원: PWC(2010); 인터넷미디어종합연구소; Frankfurter Buchmesse; Nielsen Company 외

국가별로는 일본의 출판 시장은 향후 5년간 1.1%의 연평균 성장률을 보여, 거의 시장 성장이 정체될 것으로 보이나, 중국 시장의 경우에는 연평균 5.7%의 급격한 성장을 지속할 것으로 전망된다. 일본과 중국의 2015년 시장 규모는 각각 280억 9,600만 달러와 189억 6,400만 달러로 예측되었다.

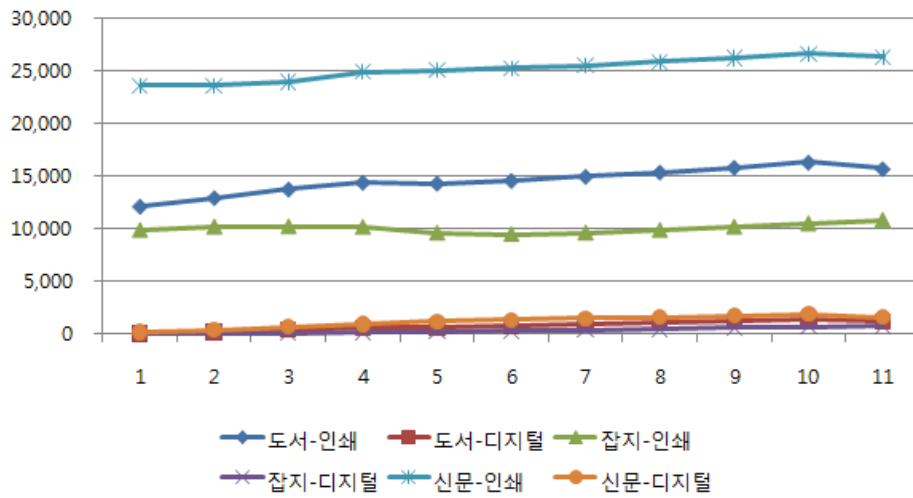
<표 III-15> 아시아권 주요 국가 출판 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
일본	26,264	26,728	26,680	27,763	26,820	26,551	26,628	26,874	27,259	27,675	28,096	1.1%
중국	10,057	10,758	11,781	12,466	13,478	14,341	15,263	16,152	17,074	18,019	18,964	5.7%

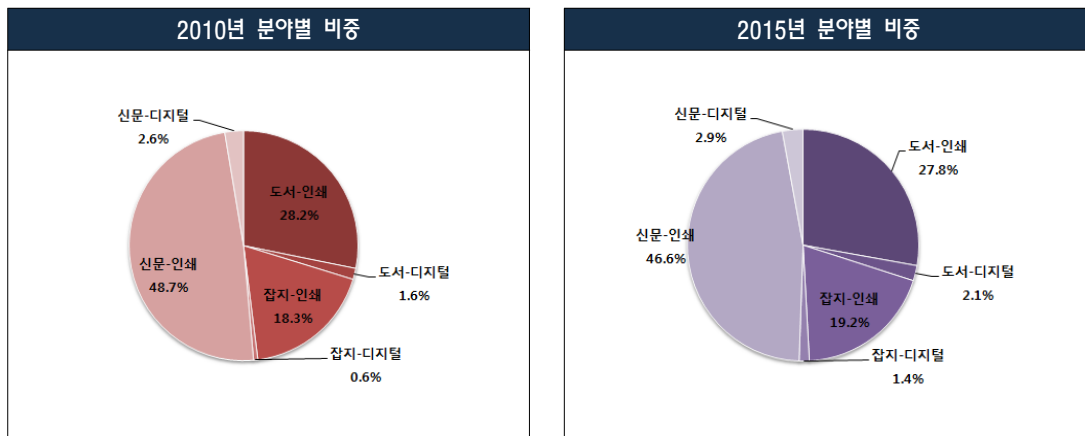
[그림 III-26] 아시아권 출판 시장 부문별 시장규모 추이

(단위: 백만 달러)



아시아권 출판 시장의 2010년 분야별 비중을 살펴보면, 인쇄물 신문 시장이 48.7%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는데, 2015년에는 이 비중이 다소 줄어들 것으로 나타났다. 전반적으로 2015년에는 각 분야별 디지털 시장이 크게 확대되어 인쇄물 비중을 잠식할 것으로 예측된다.

[그림 III-27] 2010년과 2015년 아시아권 출판 시장 분야별 비중



아시아권 출판 시장에서는 특히 일본과 중국, 한국을 포함하여 모바일 출판 시장의 급격한 성장이 전망된다. 일본의 경우 과거 10년 이상 출판 시장이 정체에 놓여 있지만, 디지털 만화 시장의 경우에는 오히려 급속한 성장세에 있다. 일본의 디지털 만화 시장은 전자책 시장의 80% 이상을 차지하며, 2005년 34억 엔에서 2006년에는 약 190억 엔, 2008년 356억 엔으로 가파른 성장을 지속하고 있다. 출판만화, 특히 잡지 시장 쇠퇴에 따라 출판사들이 전략적으로 디지털화를 도모하고 있고, 기술적, 사회문화적 환경도 이를 뒷받침한 데 기인한다. 디지털 출판시장의 확대에 발맞춰 각 출판사들은 온라인서점과의 연계를 통한 전자서적 판매에 힘을 기울인다. 현재 일본의 주요 온라인 서점은 아마존

저팬을 비롯하여 Seven & Y, 키노쿠니아(Book Web), 분쿄도(J-Book), 준쿠도(Junkudo Book Web), 라쿠덴 북스, 그리고 BookOne(bk1) 등이다.

중국의 경우, 인터넷 및 모바일 사용 인구 증가가 출판 시장 확장의 가장 중요한 요인으로 작용할 것으로 전망된다. 중국인터넷정보센터의 2010년 8월 중국 인터넷 발전에 관한 제 26차 통계 보고서에 의하면, 2010년 6월 기준으로 중국 인터넷 사용 인구는 4억 2천만 명에 달한다. 이는 2009년 6월(3억3천8백만 명) 대비 약 24.3% 증가한 숫자다. 현재 초고속 인터넷 사용자는 3억6,810만 명, 모바일 인터넷 사용자는 2억7,700만 명이며, 2010년 상반기에 새로 진입한 모바일 인터넷 사용자는 4,334만 명으로 나타났다. 2008년 말 현재 중국 디지털 출판 산업(e-book, 온라인게임, 모바일 콘텐츠, 디지털음원, 인터넷 광고 등 다양한 형태를 포함한다)의 총수입은 53억 RMB에 달했으며, 이는 2007년에 비해 46.42% 증가한 것이며, 2009년에는 모바일 콘텐츠 분야의 빠른 성장 등으로 인하여 75억 RMB로 증가할 것으로 예상된다는 발표가 있었다.

## 2. 일본 출판 시장

2010년 일본 출판 시장은 265억 5,100만 달러 규모로 나타났으며, 전년 대비 1.0% 축소된 것으로 나타났으나, 2011년부터 다소 회복하여 2010~2015년 연평균 1.1% 성장할 것으로 예측되었다. 2015년 일본 출판 시장의 예상 규모는 280억 9,600만 달러이며, 디지털 시장 규모는 향후 5년간 연평균 13.5% 성장하여 2015년 43억 6,300만 달러에 이를 것으로 예측되었다. 일본 출판 시장에서 가장 큰 규모를 차지하는 것은 신문 시장으로, 2010년 기준 140억 6,800만 달러 규모로 추정된다.

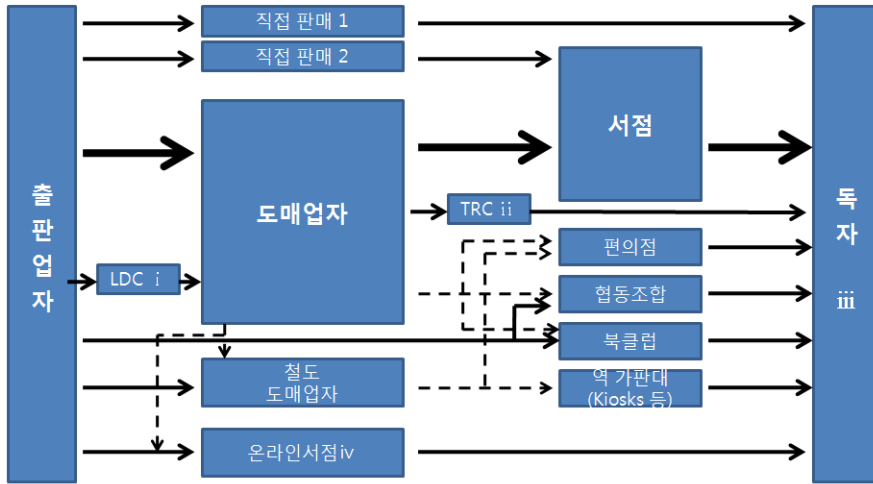
<표 III-16> 일본 출판 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR	
도서	소계	5,889	6,312	6,550	6,964	6,775	6,810	6,928	7,082	7,306	7,557	7,808	2.8%
	인쇄물	5,821	6,152	6,248	6,569	6,302	6,248	6,270	6,323	6,409	6,515	6,621	1.2%
	디지털	68	160	302	395	473	562	658	759	897	1,042	1,187	-
잡지	소계	6,675	6,752	6,503	6,414	5,884	5,673	5,704	5,831	6,010	6,193	6,377	2.4%
	인쇄물	6,598	6,653	6,375	6,197	5,630	5,377	5,331	5,374	5,464	5,553	5,642	1.0%
	디지털	77	99	128	217	254	296	373	457	546	640	735	19.9%
신문	소계	13,701	13,664	13,627	14,386	14,161	14,068	13,996	13,960	13,943	13,925	13,911	-0.2%
	인쇄물	13,509	13,282	12,961	13,383	12,895	12,605	12,337	12,107	11,893	11,680	11,470	-1.9%
	디지털	192	383	666	1,003	1,265	1,463	1,658	1,854	2,050	2,245	2,441	10.8%
인쇄물 소계	25,928	26,087	25,584	26,149	24,827	24,230	23,938	23,804	23,766	23,748	23,733	-0.4%	
디지털 소계	336	642	1,095	1,615	1,993	2,321	2,690	3,070	3,493	3,928	4,363	13.5%	
합계	26,264	26,728	26,680	27,763	26,820	26,551	26,628	26,874	27,259	27,675	28,096	1.1%	
전년대비성장률		1.8%	-0.2%	4.1%	-3.4%	-1.0%	0.3%	0.9%	1.4%	1.5%	1.5%		

자료원: PWC(2010); 인터넷미디어종합연구소; Frankfurter Buchmesse; Nielsen Company 외

[그림 Ⅲ-28] 일본 출판 유통 구조

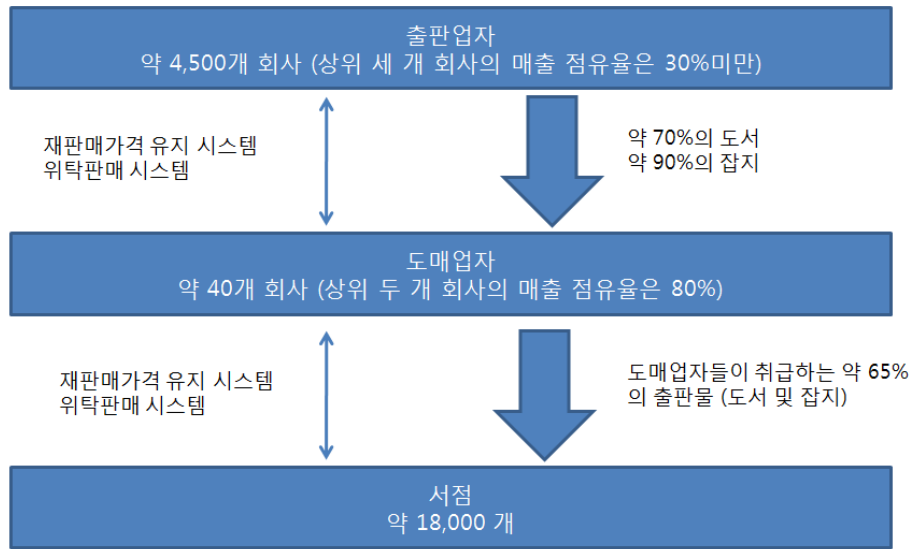


Note:  
 →출판 과정의 흐름을 제시(도서, 잡지 등).  
 i LDC는 지역 출판업자가 다루는 작은 규모의 로컬 유통센터를 의미함.  
 ii TRC는 지자체 도서관으로 보내지는 출판물이 다루어지는 도서관 유통센터를 의미함.  
 iii 독자층에는 학교, 대학교, 도서관, 회사 및 기타 기관을 포함함.  
 iv 서점과 편의점을 대신하는 다른 루트.  
 Source:  
 Japan Society of Publishing Studies (2004), *Hakusho shuppan sangyo- data to chart de yomu nihon no shuppan (White Paper of Publishing Industry- Data and Charts)*, Tokyo.

일본 출판사는 잡지와 단행본 출판업체가 나뉘어 있지 않은 점이 특징이다. 일본 출판 시장(소매 매출 기준)은 1999년 약 2500엔에서 2009년 2000엔 미만으로 점차 축소되고 있다. 그러나 발행 종수는 도서와 잡지 모두 동일 비율로 감소하고 있지 않고, 일정 규모를 유지하고 있다. 즉, 종수는 감소하지 않고, 종별 판매부수가 감소하고 있다. 2009년 신규 출판된 단행본 도서는 약 78,000종이며, 총 840,000종이 발간되었다. 2009년 한 해 동안 발간된 잡지 종수는 약 3,400종이며, 이 중 1백만 부 이상 팔린 잡지가 5종이었다.

일본 출판물 유통업은 몇몇 도매업체가 약 70%를 커버한다(그림 참조).

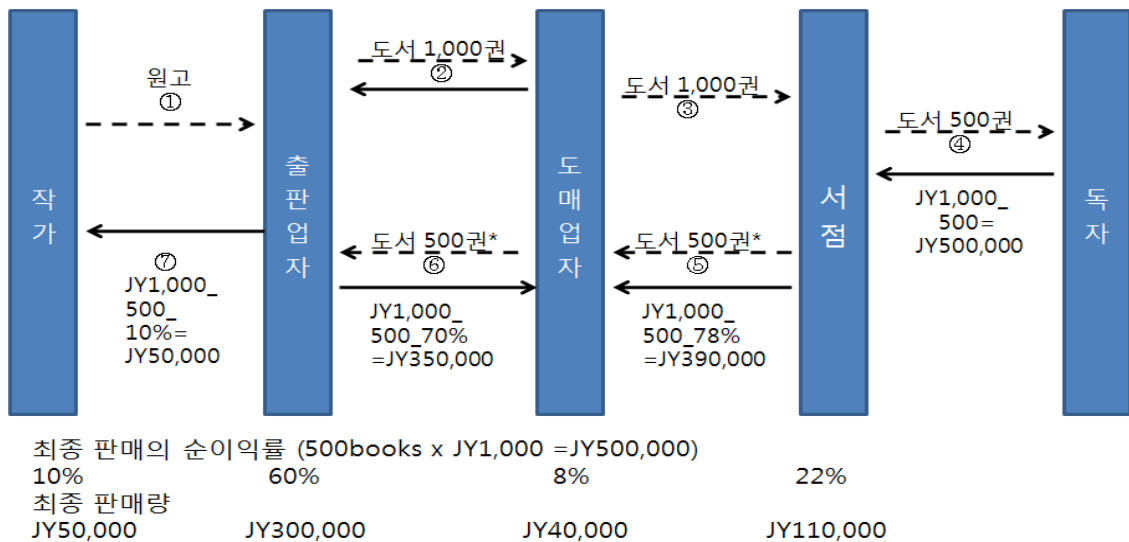
[그림 III-29] 일본 출판물 유통 개요



Note:  
 기업 수치는 2003년 숫자임.  
 Source:  
 METI (2002) *Shuppan sangyo no genjo to kadai (Current Situation in the Publishing Industry)*, Tokyo

일본 출판시장의 두 가지 특징으로 위탁판매시스템과 재판매가격유지제도를 들 수 있다. 위탁판매시스템(consignment system)에 의해 서점은 리스크 없이 재고관리가 가능하고, 소규모 출판사도 대규모 업체와 동일한 기반에서 경쟁할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 이 때문에 배급업체 없이 유통이 불가능해진다는 한계도 존재한다. 또한 재판매가격유지제도(Resale Price Maintenance System)에 의해 전국 어디서나 정가에 판매된다.

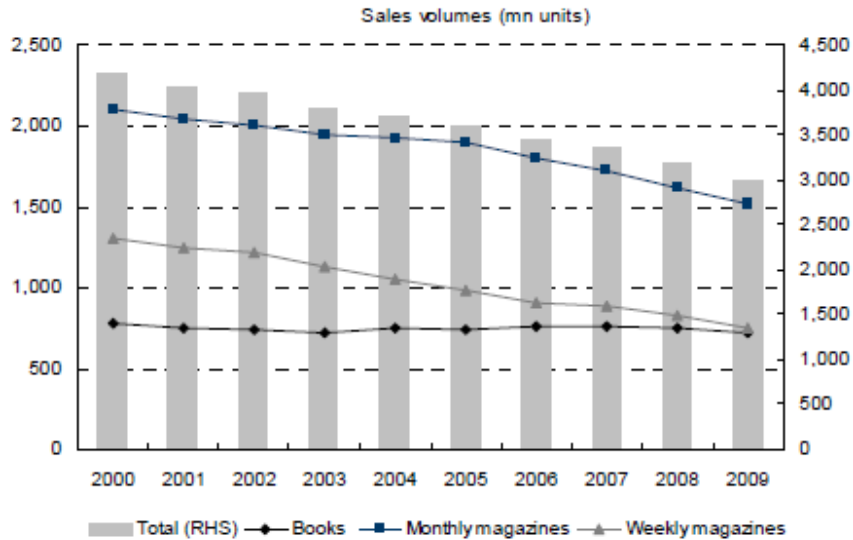
[그림 III-30] 일본 출판업의 판매 단계별 이익률



Note: 흐름도는 2000년 기준임.  
 실선 및 점선 화살표는 각각 화폐와 도서의 흐름을 의미함.  
 \* - 판매되지 않은 도서의 반품.  
 Source:  
 METI (2002) *Shuppan sangyo no genjo to kadai (Current Situation in the Publishing Industry)*, Tokyo.

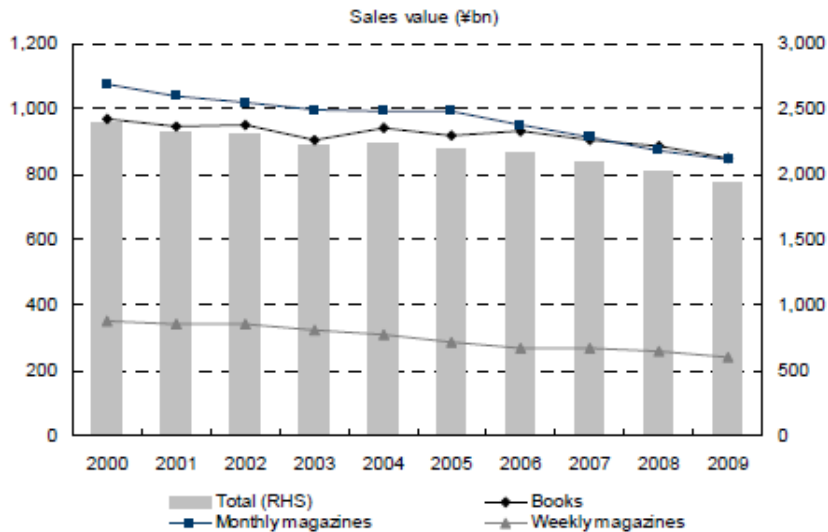
일본 출판 시장 규모는 아래 그림에서 볼 수 있듯이 지난 10년 동안 판매량과 매출액 모두에서 감소 추세에 있다.

[그림 III-31] 연도별 일본 출판물 판매량 변화 추이 ( 판매부수)



자료원: The All Japan Magazine and Book Publisher's and Editor's Association, Credit Suisse

[그림 III-32] 연도별 일본 출판물 판매량 변화 추이 ( 매출액)



자료원: The All Japan Magazine and Book Publisher's and Editor's Association, Credit Suisse

일본 출판물 유통은 몇몇 도매업체가 약 70%를 커버하고 있다. 대부분의 중·대규모 출판사는 단행본과 잡지를 모두 출간하며, 동일한 채널로 유통된다. 만화책과 주간잡지는 현재 일본 출판 시장의 가장 주된 상품이다.

서점을 통한 유통 이외에 2001년경에 등장한 대규모만화대여점은 일본 만화 출판 시장에 큰 영향을 미쳤다. 저작권자와 출판업체들이 연합하여 반대운동을 벌인 결과 그 결과 2004년 저작권법에서 대여권에 관해 규정하게 되었고, 같은 해에 저자와 출판사들은 Rental Rights Administration Center for publications(RRAC)를 설립했다.

일반적으로 도매업체에서 서점당 납품량 등을 결정하며, 반품이 보장되므로, 서점측에서는 경험이 없어도 큰 어려움 없이 운영이 가능하다.

e-북, 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 시장의 플랫폼 다양화는 일본 출판 업계에서 만화 e-북 표준 선점을 위한 단체 설립, 과금체계 개발, 전자형태의 잡지 발간 등 다양한 시도를 하고 있다.

아래 표는 일본 출판 시장 주요 플레이어들의 최근 영업실적을 보여주고 있다. 총판의 영업 실적은 비교적 안정적인 것으로 보이며, 출판사 중에서는 Kadokawa Group이 최근 높은 영업이익률을 나타내고 있으나, 전반적인 출판 시장 침체를 알 수 있다.

<표 III-17> 일본 출판 시장 주요 플레이어 영업 실적

(단위: 백만 엔)

구분	FY	매출	영업이익	영업이익률
Tohan	2009.3	574,826	8,019	1.4%
Nippon Shuppan Hanbal	2009.3	632,673	13,402	2.1%
Kodansha	2009.11	124,522	-7,301	-5.9%
Shogakukan	2010.2	117,721*	-4,493	-3.8%
Shueisha	2009.5	133,300*	660	0.5%
Kadokawa Group	2010.3	135,922	5,164	3.8%
Kinokuniya	2009.8	114,509	1,708	1.5%
Maruzen	2010.1	89,952	-257	-0.3%

주: Shogakukan 및 Shueisha는 순이익

자료원: Company data, Teikoku Databank, Tokyo Shoko Research, The All Japan Magazine and Book Publisher's and Editor's Association, Credit Suisse에서 재인용

<표 III-18> 일본 연도별 신간 출간 종수 및 발간 부수

연도	신간 종수 (성장률, %)	발간 부수(백만 부)	
		신간	일반
2004	74,587(2.7%)	396	1,232
2005	76,528(2.6%)	398	1,257
2006	77,722(1.6%)	402	1,283
2007	77,417(▲0.4%)	404	1,318
2008	76,322(▲1.4%)	397	1,318
2009	78,555(2.9%)	386	1,274

자료원: Shuppan Geppo 2010. Shuppan Kagaku Kenkyujo, Japan Book Publishers Association. 2010에서 재인용

<표 III-19> 일본 연도별 잡지 구독 현황

연도	발간종수			발간부수(백만 부)		
	합계	월간	주간	합계	월간	주간
2004	3,605	3,505	100	4,207	2,808	1,399
2005	3,642	3,536	106	4,147	2,818	1,329
2006	3,652	3,557	95	4,006	2,747	1,259
2007	3,644	3,543	101	3,904	2,668	1,236
2008	3,613	3,511	102	3,720	2,546	1,174
2009	3,539	3,439	100	3,439	2,381	1,058

자료원: Shuppan Geppo 2010. Shuppan Kagaku Kenkyujo, Japan Book Publishers Association. 2010에서 재인용 및 삼정KPMG 재구성

일본에는 약 4,000개의 출판업체가 있으며, 이 중 약 80%가 도쿄에 있다. 자체적으로 인쇄, 제본, 판매를 모두 수행하는 업체는 거의 없으며 대부분은 외주를 통해 제작하며, 도매업체를 통해 판매한다. 현재 일본 출판 시장의 가장 주된 상품은 만화책과 주간잡지라 할 수 있다. 일본 출판에서 특기할 만 한 점으로는 만화책 및 만화잡지가 일본 출판 전체의 약 20%를 차지하여, 세계적으로 독보적인 만화 시장 규모를 갖고 있다는 점을 들 수 있다. 2003년 5월 고단샤와 미국 랜덤하우스가 협약을 체결하여 Random House Kodansha(RK)를 설립하여 랜덤하우스의 도서를 일본어로 번역 출간하고, 일본어서적은 영어, 독일어, 스페인어로 번역 출간하였는데, 이 협약은 2010년 1월 종결되었다. 대부분의 중~대규모 출판사는 단행본과 잡지를 모두 출간하며, 동일한 채널로 유통된다. 일본에서는 많은 도서가 번역 출간되고 있으며, 외서 시장은 상대적으로 작은 편이라 할 수 있다. 2~30년 전보다 독서 인구는 줄어들고 있다고 보고되고 있으며, 이러한 경향은 전자매체 발달에 따라 더욱 촉진되고 있다.

2007년 e-book 시장규모는 355억 엔으로, 전년도에 비해 95% 성장하였다. 가장 성공적인 분야는 모바일폰시장으로, 80%에 해당하는 283억 엔 규모였다. 모바일 만화 시장은(Keitai Comic) 229억 엔을 차지했다. 모바일 e-book 판매를 위한 웹사이트 수는 2006년 9월 193개에서 2008년 6월 574개로 빠르게 증가했다.

약 70개의 도매업체 중 29개 업체가 Japanese Publication Wholesalers Association에 가입되어 있으며, 이들 29개 업체가 전체 유통시장의 약 80%를 차지한다.

대부분의 출판사는 모든 메이저 도매업체와 거래하는 반면, 서점은 단일 도매업체와 거래한다. 출판산업에서 도매업체가 핵심적인 역할을 수행하며, 출판사나 서점은 도매업체에 의존적이라 할 수 있다. 일부 서점은 거래하던 도매업체 산하에 편입된 경우도 있다.

일본서점상업조합연합회(日本書店商業組合連合会; Japan Booksellers Federation<sup>1)</sup>)에 5,500개 서점이 가입되어 있으며, 전체 서점 수는 15,482개로 추정된다. 대부분의 서점 규모는 작은 편이어서, 2009년 개업한 서점의 평균 연면적은 약 700㎡인데, 대도시를 중심으로 점점 규모가 대형화되는 경향이 있다. 한편 1992년(약 22,500개) 이래로 서점 수는 줄어들고 있다.

대표적인 서점으로는 키노쿠니야(Kinokuniya, 약 1,170억 엔)<sup>2)</sup>을 비롯, 마루젠(Maruzen), 유린도(Yurindo), 분쿄도(Bunkyo-do) 등이 있으며, 이들을 포함한 16개 업체가 200억 엔 이상의 연간 매출 규모를 갖고 있다. 이들 16개 업체의 2007년 매출액 합계액은 6,470억 엔에 달하며, 시장 전체의 50%를 차지하고 있다. 일본에서 서점은 일상 생활속에 깊숙이 자리잡고 있으며, 세련된 약속장소로 여겨지기도 한다. 최근 트렌드 중 하나는 하이브리드 스토어(예를 들어, 오디오/비디오상품과 출판물을 함께 판매), 교외 대형 판매장(넓은 주차장 시설이 있는), 컴퓨터 매장내에 있는 출판물판매코너 등 다양한 형태의 서점이 늘어나고 있다는 점이다. 또한 한국과 마찬가지로 24시간 편의점에서도 잡지와 만화, 페이퍼백 서적이 판매되고 있으며, 최근에는 하드커버 서적도 편의점에서 판매되기 시작했다. 편의점 수는 총 42,673개로, 여기서 판매되는 연간 도서 및 잡지 매출액은 3,560억 엔(2008년 기준)에 달한다. 결론적으로 전통적인 서점 수는 줄어들었지만, 도서 및 잡지가 판매되는 공간의 총 규모는 늘어나고 있다. 한편, 東京都古書籍商業協同組合(Japanese Association of Dealers in Old Books)에는 약 2,300개 서점이 가입되어 있으며, 그 중 720개는 도쿄에 있다<sup>3)</sup>. 판매 시장이 하락세인 반면에 중고 서점, 만화카페, 대형도서대여점 등 다양한 방식의 비

1) <http://www.shoten.co.jp>

2) 키노쿠니야는 오프라인서점뿐 아니라 일본, 싱가포르, 말레이시아, 태국, 호주, 타이완, 미국의 온라인 서점 사이트를 운영하고 있다.

3) 일본의 중고서점은 Japanese Secondhand Business Control Law에 의거, 허가를 받아야 한다.



즈니스가 늘어나고 있다. 이 경우 저작권자나 출판사에게 그 이익이 돌아가지는 못한다.

일본 최초의 온라인서점은 1995년 오픈한 마루젠 온라인서점이며, 그 후 주요 서점업체들은 대부분 온라인매장을 만들었다. 경쟁업체로는 베텔스만의 bol, 아마존재팬으로 2002년 뒤늦게 일본시장에 진출했는데, 이중 아마존재팬은 막대한 투자규모와 서비스속도, 기존 아마존(US) 고객 및 높은 인지도 등으로 일본 온라인서점 업계를 강타했다. 아마존은 치바에 유통센터를 설립했고, 홋카이도에 100명 규모의 콜센터를 운영하고 있으며, 2009년에는 오사카의 사카이 시에 유통센터를 하나 더 세웠다. 그 영향으로 베텔스만은 1년 후 일본시장에서 철수하고, 현재는 아마존재팬, Seven & Y, 키노쿠니야(BookWeb), 분교토(J-book), 준쿠도(Junkudo Book Web), 라쿠텐 북스(Rakuten Books), 북원(BookOne, bk1)이 메이저 플레이어로서 시장을 이끌고 있다.

온라인서점의 판매는 전체의 6~7%를 차지한다. 대체로 판매실적을 공개하지는 않으나, 연간 매출액은 약 1,400억 엔 (2009년 기준)으로 추정된다. 이는 미국이나 한국 등에 비해서 아직 적은 비중이다. 이 중 아마존 재팬의 비중이 50% 이상인 것으로 보고되고 있다.

단순한 매출규모에서뿐 아니라, 온라인서점은 1) 출판산업에서 새로운 마케팅도구를 도입하게 하며, 2) 도매업 구조 자체에 영향을 미치고 있다는 점에서 의미가 크다.

대부분의 온라인서점은 자체 데이터베이스를 구축하고 있고, 소비자는 인터넷으로 주문 후 택배(takkyubin)로, 또는 가까운 편의점에서 받아볼 수 있다.

전통적인 일본 출판산업에서는 사전주문제도가 없었으나, 온라인서점의 활성화에 의해 출판사들은 소비자가 직접 예약주문을 하는 방식에 눈을 돌리기 시작했다<sup>4)</sup>. 사전주문제도는 초판 발간부수를 적절하게 책정하는 데에도 기여할 수 있다.

<표 III-20> 일본의 연간 도서 출판 현황 - 분야별

분야	신간 종수 (%)	총 발간부수(1,000부, %)	평균 발간부수(부)
총류	889	3,420	3,847
철학	3,975	24,230	6,096
역사/지리	4,146	16,200	3,907
사회과학	15,667	44,920	2,867
자연과학	5,451	10,560	1,937
공학	5,749	13,470	2,343
산업	3,094	10,600	3,426
예술/취미/가정	13,032	90,680	6,958
언어학	1,915	9,000	4,700
문학	14,195	132,650	9,345
청소년	4,384	29,800	6,797
학교 교재	3,825	11,870	3,103
합계	76,322	397,390	5,207

자료원: Japan Book Publishers Association. 2010.에서 재구성

일본 최초의 근대적 저작권법은 1899년 제정되었으며, 일본 정부는 2002년에 제정된 <지적재산기본법>의 규정에 따라 '지적재산전략본부'를 설치하여 거의 매년 국가 차원의 '지적재산추진계획'을 수립하고 있다. 일본은 인터넷상에서의 유통에 대비하기 위해 다른 나라들보다도 먼저 저작인접권자에게 '송신가능화권'을 부여하는 등 저작자 보호에 적극적으로 대처하고 있어, 법체계의 확고한 구축에 의해 저작자 권리를 보호하는 국가로 평가된다<sup>5)</sup>.

4) 해리포터 시리즈 중 가장 많은 판매고를 올린 <해리포터와 죽음의 성물>은 아마존 재팬에서 88,000권 이상이 예약주문으로 판매됐다.

### 3. 중국 출판 시장

2010년 중국 출판 시장은 143억 4,100만 달러 규모로 나타났으며, 전년 대비 6.4% 성장한 것으로 나타났다. 중국은 세계 주요 국가들 가운데 출판 시장에 있어서 가장 높은 성장률을 보인 국가 중 하나다. 2010~2015년 연평균 5.7% 성장하여 2015년 중국 출판 시장의 예상 규모는 189억 6,400만 달러에 이를 것으로 예측되었으며, 디지털 시장 규모는 향후 5년간 연평균 21.9% 성장하여 2015년 8억 1,300만 달러에 이를 것으로 예측되었다. 도서, 잡지, 신문 중 중국 출판 시장에서 가장 큰 규모를 차지하는 것은 신문 시장으로, 2010년 기준 68억 9,700만 달러 규모로 추정된다.

<표 III-21> 중국 출판 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR	
도서	소계	3,305	3,554	4,024	4,245	4,466	4,724	4,982	5,205	5,431	5,656	5,881	4.5%
	인쇄물	3,304	3,552	4,020	4,239	4,458	4,714	4,970	5,189	5,409	5,628	5,847	4.4%
	디지털	1	2	4	6	8	10	12	16	22	28	34	27.7%
잡지	소계	1,739	2,010	2,286	2,431	2,547	2,720	2,951	3,175	3,420	3,679	3,939	7.7%
	인쇄물	1,736	2,004	2,274	2,410	2,520	2,682	2,884	3,083	3,296	3,522	3,748	6.9%
	디지털	3	6	12	21	27	38	67	92	124	157	191	38.3%
신문	소계	5,013	5,195	5,471	5,791	6,465	6,897	7,330	7,771	8,223	8,683	9,145	5.8%
	인쇄물	4,988	5,142	5,378	5,646	6,252	6,643	7,008	7,384	7,771	8,164	8,556	5.2%
	디지털	25	52	93	144	213	254	322	387	452	520	588	18.3%
인쇄물 소계	10,028	10,698	11,672	12,295	13,230	14,039	14,862	15,656	16,476	17,314	18,151	5.3%	
디지털 소계	29	60	109	171	248	302	401	495	598	705	813	21.9%	
합계	10,057	10,758	11,781	12,466	13,478	14,341	15,263	16,152	17,074	18,019	18,964	5.7%	
전년대비성장률		7.0%	9.5%	5.8%	8.1%	6.4%	6.4%	5.8%	5.7%	5.5%	5.2%		

자료원: PWC(2010); Open Book; Frankfurter Buchmesse; Nielsen Company 외

중국의 출판 산업에서 정부의 검열과 규제는 매우 중요한 고려 사항이다. 신문출판총서는 중국의 인쇄물과 전자 및 인터넷 출판물에 대해서 검열하고 금지시킬 법적 권한을 가지고 있는데 새로운 시장 진입자들로 인해 중국 출판시장에서의 이러한 규제 수준이 완화될 여지가 있다<sup>6)</sup>. 그러나 중국에서 출판은 여전히 가장 심하게 정부 통제를 받는 산업에 속한다. The General Administration of Press and Publication(GAPP)이 최상위 기구로서, 각종 규제, ISBN 발급, 출판사 설립, 대외 협력 등을 담당하고 있다. 2002년까지 중국의 모든 출판사는 국가 소유의 비영리기구였는데, 2003년 이후 점차적으로 시장지향적인 개혁이 이루어져 왔다.

Bartz에 의하면 중국 출판 산업의 2009년 5대 변화는 다음과 같다.

- ① 거대 출판 그룹 급증: 초기에는 정부가 지역 산업 발전을 위해 탑-다운 정책으로 출판 그룹을 육성한 결과였으며, 2008년 이후에는 산업이나 지역을 가로지르는 자발적 합병이나 재구조화 등이 일어나기 시작했다.
- ② 변형: 정책적 변화로 인하여 대부분의 출판사가 영리기업으로 전환되었는데, 이러한 변화는 2010년 완료되는 것으로 계획되어 있다.
- ③ 민영 출판사의 합법화: 중국에는 약 1만 개의 민영 출판사가 있다. 2006년 이전에는 대체로 불법이었으나, 2009년 4월 민영 출판사가 완전히 합법화되었다. 단, 아직까지 ISBN

5) 백승혁, 2009

6) Datamonitor, 2010

은 국영 출판사로부터 구매해야 하는 체제다. 현재 민영 출판사는 해외 파트너로부터 구매되는 저작권의 12%를 차지하며 베스트셀러의 절반을 차지할 만큼 그 규모가 커졌다.

④ 기업 공개: 타 산업 또는 해외 기업의 투자 등을 촉진하는 정부 정책 등의 영향으로 기업 공개가 많아졌다. 그 결과, 랴오닝성, 상하이, 쓰촨성, 안후이성의 네 개 출판미디어그룹이 상장했다.

⑤ 해외 진출 정책: 최근 중국 정부는 출판업의 해외 진출을 촉진하기 위한 정책을 강화하고 있다. 전세계에 공자연구소(孔子學院; Confucius Institute)를 설립하고, 2009년 프랑크푸르트 북페어 주빈국으로 초청받았으며, 번역 지원 프로그램인 “China Book International”을 운영하고 있다.

GAPP에서 2009년 7월에 발표한 공식 통계 보고서에 따르면 2008년 기준, 중국의 등록 출판사는 579개이며, 이 중 220개는 중앙 정부, 359개는 지방 정부에 등록되어 있다. 2007년에 578개에서 단 하나의 출판사가 추가로 시장에 진입한 것으로 나타났는데, 이는 승인과 통제가 까다롭기 때문인 것으로 보인다. Beijing Cheers Book Company Books는 중국 경영진들을 위한 경영 관리에 관한 출판에 특화 하는 등, 최근 중국 출판사들은 차별화 전략을 꾀하고 있다.

중국에서 연간 발간되는 도서 수는 275,668종이며, 이 중 15,000종이 신간이다. 2007년에 비해 전체적으로는 11% 증가, 신간은 10%, 재판은 12%가 증가했다. 재판은 전체 발간부수의 46%를 차지한다.

<표 III-22> 중국의 주요 장르별 연간 도서 발간 종수

장르	발간 종수	신간 발간 종수 (총 발간 종수 중 신간 비율)
문학	19,585	14,646 (74.8%)
언어	15,528	7,925 (51.0%)
경제	23,496	15,106 (64.3%)
철학	5,520	4,084 (74.0%)

GAPP 발표에 의하면 총 도서 판매 매출(도소매 합계)은 145억6천 유로다. Open Book (<http://www.openbook.com.cn/english.asp>)은 순 매출이 65억 유로(2008년 기준)이며, 이 중 52억 유로가 신화 등 국영 배급사에 의해 발생하였고, 13억 유로가 민간 부문에서 이루어진 것으로 추정하였다. 온라인 서점 역시 국영과 민영으로 구분된다.

평균 단행본 가격은 11.41 RMB이며, 아동 도서의 경우 9.85RMB다. 중국출판과학연구소의 “2008 Survey of Chinese Reading Behavior”에 의하면, 중국인의 17.9%만이 21RMB(3~4천원) 이상의 가격으로 책을 구매할 의향이 있는 것으로 나타났다. 중국인의 약 절반(49.2%)은 현재의 도서 가격이 너무 비싸다고 응답했다.

GAPP 통계에 따르면 2008년 한 해 동안 중국(본토)이 외국으로부터 수입한 도서 저작권은 16,969종이며, 상위 10개국은 다음과 같다. 한국은 2007년 6위에서 5위(755종)로 올라갔다.

<표 III-23> 중국의 도서 저작권 수입 10대 국가

순위	국가	2007	2008
1	Taiwan	892	6,040
2	US	3,878	4,011
3	UK	1,635	1,754
4	Japan	822	1,134
5	Korea	416	755
6	Germany	585	600
7	France	393	433
8	Singapore	228	292
9	Hong Kong	268	195
10	Canada	33	59

한편 수출된 도서 저작권 종수는 2,455종이며, 상위 10개 국가는 다음과 같다. 한국은 2007년 2위에서 2008년 3위로 하락했다.

<표 III-24> 중국의 도서 저작권 수출 10대 국가

순위	국가	2007	2008
1	Taiwan	630	603
2	Hong Kong	116	397
3	Korea	334	303
4	Singapore	171	127
5	US	196	122
6	Russia	100	115
7	Germany	14	96
8	France	50	64
9	Japan	73	56
10	Macau	38	47

중국 도서 저작권 수출입에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은, 타이완, 마카오 등 중국어권 국가들이다. 2008년 도서 수출 총액은 3,131만 달러로, 전년 대비 5% 감소했으며, 2008년 도서 수입 총액은 8,155만 달러로 2007년에 비해 4.38% 증가했다. 과학·기술·의료(STM) 분야 도서가 도서 수입 총액의 41.24%를 차지하여 가장 비중이 크며, 그 다음은 철학·사회과학 분야다. 이를 통해 대학 및 연구기관이 가장 두터운 고객층임을 알 수 있다. 도서 수출입 역시 아직은 전적으로 중앙정부 통제하에 이루어지며, 중국 최대의 도서 수출업체는 중국국제도서무역총공사(中国国际图书贸易总公司)다.

중국 도서 시장에서 민간 및 해외 플레이어들에게 오픈되어 있는 유일한 부문이 도소매다. 유통의 3대 채널은 다음과 같다.

- ① 신화서점: 독서 행태 조사에 의하면 도서를 구매하고자 할 때 신화서점을 첫 번째 경로로 꼽은 독자가 72.5%나 되었다.
- ② 민영 도소매업체: Open Book의 추정치에 따르면 소매업 매출의 1/5 가량이 민간 부문에서 발생한다. 독서 행태 조사에 의하면 도서 구매자의 30.3%가 민영 서점에서 책을 구매한다.
- ③ 온라인 서점: 상기한 조사에서 5.7%가 온라인 서점을 이용한다고 응답했다. 그러나 전년 대비 62.9%나 증가하여 향후 급속한 성장이 전망된다. 중국인터넷정보센터(中国互联网络信息

中心; China Internet Network Information Center(CNNIC))는 2009년 7월, 경제 위기 기간 동안이었음에도 불구하고 최근 6개월 동안 인터넷 쇼핑 이용인구가 1천4백만 명이나 증가하여 현재 8,788백만 명에 이르렀다고 발표했다. The Xinhua Agency는 AC Nielsen을 인용하여, 인터넷 이용자의 56%가 책을 온라인으로 구매한다고 발표했다(Xinhua Net: 04 June 2009). 플레이어별로 보면, Dangdang과 Amazon이 B2C 부문의 양대산맥이다.

소비 측면에서, 중국 도서 구매자의 34.1%는 해적판 도서를 주로 판매하는 노점에서 책을 구입한다고 응답하여, 향후 저작권 보호 정책 변화에 따라 출판 시장의 큰 성장이 기대된다고 볼 수 있다.

아동 도서 시장은 상대적으로 성숙해 있는 편이다. 따라서 트렌드에 있어서 최근의 큰 변화는 없다. 2008년 13,500종이 발간되었고, 그 중 7,440종이 신간이다. 전년 대비 29.27% 증가했다.

“2009 독서 행태 조사”에 의하면 0~8세 아동의 선호도서는 ① 드로잉북과 월포스터 (46.2%), ② 동화책 (42.9%), ③ 카툰 및 만화책 (30.4%)의 순이다.

2006년 3월 중국국가통계국(中华人民共和国国家统计局; NBS) 발표에 의하면 아동 및 청소년(~14세)은 중국 인구(13억)의 20.3%를 차지한다(2005년 기준). 아동 도서는 전체 발간 도서의 6.18%를 차지한다(2007년 5.42%).

GAPP는 중국 도서 비즈니스 보고서 (CBBR)에서 중국 출판사의 91% 이상이 2005년에 아동 도서를 발간했다고 발표했다. 34개 출판사는 전문 아동/청소년 도서 출판사이며, 130개 출판사는 전담 부서를 따로 두고 있다.

<표 III-25> 픽션 Top 30 (2010년 상반기)

순위	제목	출판사	저자	평가
1	小时代2.0虚铜时代	창장문예출판사(长江文艺出版社)	귀징밍(郭敬明)	26.8
2	杜拉拉升职记	산시사범대학출판부(陕西师范大学出版社)	李可	26
3	失落的秘符	인민문학출판사(人民文学出版社)	덴 브라운	38
4	杜拉拉2-华年似水	산시사범대학출판부	李可	28
5	蜗居	창장문예출판사	六六	25
6	杜拉拉3:我在这战斗的一年里	강소문예출판사(江苏文艺出版社)	李可	29.8
7	小时代1.0折纸时代	창장문예출판사	귀징밍	29.8
8	暮光之城-暮色	릴레이출판사(接力出版社)	스테파니 마이어	29.8
9	暮光之城-月食	릴레이출판사	스테파니 마이어	35
10	暮光之城-破晓	릴레이출판사	스테파니 마이어	39.8

<표 III-26> 논픽션 Top 10 (2010년 상반기)

순위	제목	출판사	저자	평가
1	把吃出来的病吃回去(含DVD)	인민일보출판사(人民日报出版社)	张悟本	35
2	国医健康绝学系列(十六)-手到病自除: 圣手医师杨奕的不生病真法	강소문예출판사	杨奕	29
3	好妈妈胜过好老师: 一个教育专家16年的教子手记	작가출판사(作家出版社)	尹建莉	28
4	中国2010年上海世博会官方导览手册	상해인민출판사(上海人民出版社)	上海世博会事务协调局	20
5	易经的奥秘	陕西师范大学出版社	曾仕强	30

6	国医健康绝学系列(五)-不生病的智慧	강소문예출판사	马悦凌	29
7	国医健康绝学系列(二十二)-手到病自除(2):圣手医师杨奕的家庭保健处方	강소인민출판사(江苏人民出版社)	杨奕	29
8	世界因你不同:李开复自传	中信出版社	李开复	29.8
9	历史是个什么玩意儿2:袁腾飞说中国史(下)	花山文艺出版社	袁腾飞	32.8
10	历史是个什么玩意儿1:袁腾飞说中国史(上)	上海锦绣文章出版社	袁腾飞	32.8

<표 III-27> 아동도서 Top 10 (2010년 상반기)

순위	제목	출판사	저자	평가
1	赛尔号精灵集合大图鉴(2010年官方第1版)	江苏美术出版社	上海淘米网络科技有限公司	20
2	喜羊羊与灰太狼-虎虎生威(电影连环画)	江苏少年儿童出版社	山石卡通	18
3	窗边的小豆豆	南海出版公司	黑柳彻子	20
4	笑猫日记-一头灵魂出窍的猪	明天出版社	杨红樱	15
5	赛尔号精灵集合大图鉴(2)	江苏美术出版社	上海淘米网络科技有限公司	20
6	笑猫日记-那个黑色的下午	明天出版社	杨红樱	15
7	阳光姐姐小书房-六(四)班的追星族	明天出版社	伍美珍	16
8	赛尔号攻宝秘籍(赠时空密码卡)	江苏美术出版社	上海淘米网络科技有限公司	12.8
9	动物小说大王沈石溪品藏书系-狼王梦	浙江少年儿童出版社	沈石溪	18
10	夏洛的网(译文经典)	上海译文出版社	E.B.怀特	17

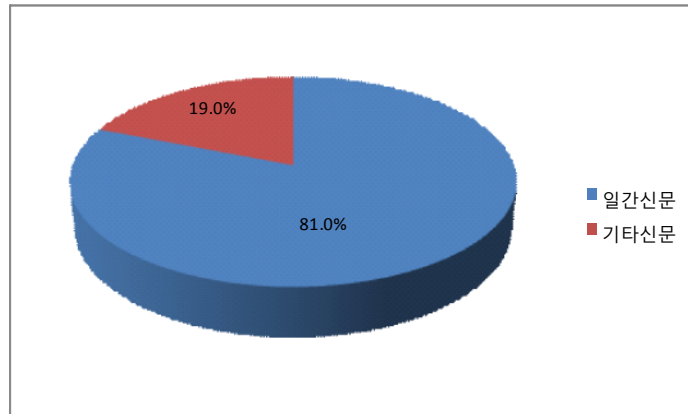
다음으로 교재 시장을 보면, 2008년 중국에서 출판된 교재 종수는 총 55,853종이며, 이 중 18,599종이 신간이었다. 이는 2007년에 비해 3.44% 증가한 수치다.

2005년 이전에는 그 독점 구조 때문에 중국 출판 시장을 왜곡했던 경향이 있으나(2005년 교재가 총 도서 발간 부수의 54.4%, 매출액의 45.9%를 차지) 이후 시장 개방과 재활용 및 재사용을 촉진하는 각 지자체의 정책 변화로 인하여 판도가 변화했다. 즉, 교재 중 사교육 및 전문 서적 비율이 높아졌고, 전체 도서 출판 시장에서 교재의 비율은 줄어들었다(2008년 발간 도서의 52.75%, 총 매출액의 42.18%)(China Book Business Report, 2009. 7. 28)

중국 교육부의 최근 발표에 의하면, 2009년 초중등학교 학생 수는 2008년에 비하여 4백만 명이 감소하였으며, 이로 인해 교재 시장은 1억 유로가량 줄어들었을 것으로 추정된다(Publishing Today, 2009. 8. 9)

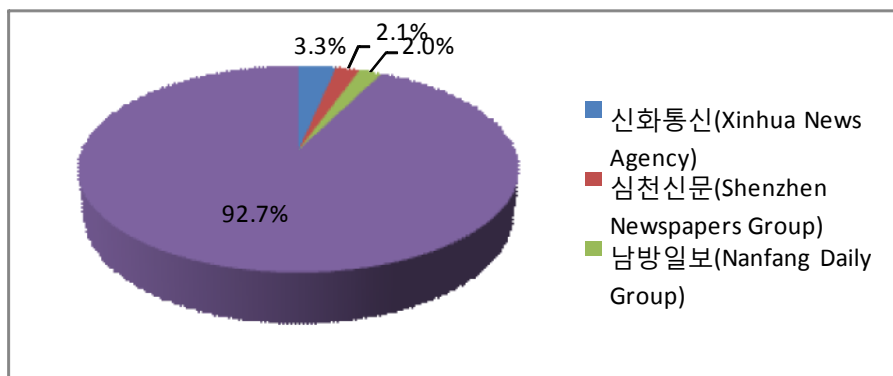
중국 신문 시장에서 일간 신문의 비중은 약 81.0%이며, 3대 신문발행사는 신화통신, 심천신문, 남방일보이나, 이 3개 신문사의 매출을 합하여도 전체 신문 시장에서 10% 미만을 차지할 뿐이다.

[그림 III-33] 중국 신문 시장의 세부시장별 비중



자료원: Datamonitor, 2010

[그림 III-34] 중국 신문 시장의 주요업체별 시장점유율



자료원: Datamonitor, 2010

중국은 디지털 출판 시장의 성장이 특히 기대되는 국가이다. 중국인터넷정보센터(CNNIC)의 2010년 8월 중국 인터넷 발전에 관한 제 26차 통계 보고서에 의하면, 2010년 6월 기준으로 중국 인터넷 사용 인구는 4억 2천만 명에 달한다. 이는 2009년 6월(3억3천8백만 명) 대비 약 24.3% 증가한 숫자다.

초고속 인터넷 사용자는 3억6,810만 명, 모바일 인터넷 사용자는 2억7,700만 명이며, 2010년 상반기에 새로 진입한 모바일 인터넷 사용자는 4,334만 명으로 나타났다.

제3회 중국 디지털출판 박람회(China Digital Publishing Fair, 2009. 7. 베이징)에서 발표된 바에 의하면, 2008년 말 현재 중국 디지털 출판 산업(e-book, 온라인게임, 모바일 콘텐츠, 디지털음원, 인터넷 광고 등 다양한 형태를 포함한다)의 총수입은 53억 RMB에 달했으며, 이는 2007년에 비해 46.42% 증가한 것이며, 2009년에는 모바일 콘텐츠 분야의 빠른 성장 등으로 인하여 75억 RMB로 증가할 것으로 예상된다.

이 중 출판 부문에 대해서는 GAPP 부서기 선 쇼우산(孙寿山; Sun Shoushan)은 2008년 말 기준으로 중국 출판사의 90%가 디지털 출판 서비스를 제공하며, 한 해 동안 50만 종의 디지털 출판물이 발간되어 발간종수로 볼 때 2007년에 비해 25% 성장하였다고 보고했다. 발간

부수를 기준으로 하면 3천 만부, 3억 RMB에 해당하며, 전년 대비 50% 성장하였다.

중국 최대 e-book 사이트 Chinese All(www.chineseall.com) CEO Tong Zhilei는 2008년 중국 e-book 독자가 7,900만 명에 이르렀다고 말한다.

중국에는 약 580개의 출판사가 있으며 2009년 출판물 총수는 301,719종(신간 168,296종)에 달하며, 이는 전년도에 비하여 약 10% 성장한 것으로 보고되고 있다(중화인민공화국신문 출판총서, 2010.9).

중국의 주요 온라인 서점으로는 Dangdang, Joyo (2004년 아마존에 매각되었음)와 Bertelsmann의 자회사인 B.O.L. 3개가 있으며, 현재 온라인 서점을 통한 유통은 대중도서 판매의 2% 그리고 중국 도서 유통 시장의 1% 미만을 차지하는 데 불과하지만 점차 확대되고 있다.

저작권 침해 문제가 출판산업 발전을 저해하는 가장 큰 요인으로 대두되고 있으며, 이에 따라 창작에서 소비에 이르는 전 과정에서 저작권 체계 강화 대책이 수립되고 있다.

[그림 III-35] 베이징 국제 북 페어 (2010.8.20.~9.3)



자료원: Publishing Perspectives

베이징 국제 북페어(Beijing International Book Fair)(2010.8.30.~9.3)에서 2009년의 디지털콘텐츠 매출규모가 800억 RMB (118억\$)이라고 보고되었다(2008년 500억 RMB (73억 5,000만 달러)).

중국 출판시장 규모는 연간 약 1,500억 달러로 보고되고 있다. 단, 중국의 통계는 게임 다운로드, 어플리케이션 다운로드, 신문, 그밖에 모든 인쇄물을 포괄하는 것으로, 본 보고서에서의 출판 시장을 넘어서는 범위를 가진다. 여기서 앞의 디지털 시장을 빼면 오프라인 출판 시장은 1,382억 달러(Publishing Perspectives)로 추정된다. 한편 다른 보고에 의하면 중국 내 종이책의 출판을 통한 부가가치 창출액은 1660억 RMB로 문화산업 부가가치 생산액의 60% 이상을 점유했으며 전자책의 생산액은 799억 위안으로 집계된다(코트라 글로벌 원도우). 아직 디지털 시장의 비중은 7~8%이지만, 중국 출판 시장이 호황을 지속하고 있는 그 주된 동력은 디지털라이제이션이라 할 수 있다.

전자책리더가 그 중에서도 가장 뜨거운 이슈. 중국 최대 디지털 출판업체인 산다문학사(盛大文学; Shanda Literature Group)는 금년 애플의 앱스토어 같은 형식의 전자책스토어를 런칭하여 5백만 권의 온라인소설과 1만권의 전자서적을 제공하고 있으며, 자체 전자책리더



Bambook도 갖고 있다. 중국 전자책 업계는 애플의 아이패드와 아마존 킨들 등에 대한 수요가 늘어남에 따라 전자책 시장 선점을 위해 전자책 리더 및 콘텐츠로의 사업 영역 확장을 적극적으로 추진 중이다. 일례로 전통적 출판사인 중국출판집단공사(中国出版集团公司, China Publishing Group Ltd.)와 상해세기출판집단(上海世纪出版集团, Shanghai Century Publishing Group)도 자체 E-리더를 출시하였다.

[그림 III-36] Bambook E-Reader



중국 최대의 이동통신사업자 차이나 모바일(China Mobile Communications Corporation (CMCC) 中国移动通信集团公司)은 한왕(漢王, Hanwang), 대당(大唐, Datang), 화웨이(华为, Huawei), 방정(方正, Founder) 등 4대 전자책 단말기 업체, 400여개 출판사 등과 협력해 2009년부터 전자책서비스를 시작해 200만 서비스 가입자를 확보했다. 이와 같이 중국 전자책 시장은 단말기 공급업체의 전자책 콘텐츠 제공의 통합 형태로 발전하며 이동통신 사업자와의 연계로 인터넷과, 모바일3G 통신을 통한 유통이 이루어지고 있다.

2009년 전세계 전자책리더 판매규모는 400만 대로 올해 1200만 대, 2011년에 1800만 대에 이를 것으로 전망되는데, 2010년 중국 전자책리더 판매량이 300만대에 이르며 세계시장의 20%에 달할 것으로 예측되고 있으며(2009년 210만 2,500대, 세계시장의 15.5%), 2010년 중국 전자책 독자 수 또한 1억 명 이상이 될 것으로 예상된다.

중국 전자책리더 시장은 아마존, 소니, 아이리버 등 외국기업과 로컬기업 다수가 치열한 경쟁을 벌이고 있는 상황이다.

전자책리더 중 판매실적에서 1위를 차지하고 있는 것은 2008년 8월 중국 기업 최초로 전자책리더를 출시한 한왕으로, 2009년 270,000대를 판매하였고, 차이나 모바일 망과 연계되는 3세대(3G) e-book 리더기를 출시하였다. 방정은 온라인 전자책 검색 및 구매 플랫폼인 Fanshu.com을 통해 60만 권의 전자책 서비스 시스템을 구축했다. 산다문학사는 앱스토어와 같은 형식의 콘텐츠 제공으로 500만 권의 온라인 소설과 1만 권의 전자서적을 단말기 제조업

체들과 협력해 제공하고 있다.

불법복제에 대한 낮은 인식 수준, 유통사 간 매출공유, 정부의 규제, 복잡한 라이선싱 절차, 콘텐츠 부족 등의 문제가 외국업체들의 시장진출을 어렵게 만드는 요인으로 보고된다.

한편 WTO에 따르면, 2010년 7월 12일 중국과 미국이 양국간 출판시장 접근사안의 이행에 대한 합의를 보고 중국이 판정발효 후 14개월 이내 즉 2011년 3월 19일전에 판정을 이행하기로 동의하였다고 발표했다(2010. 8. 24 중국경제주간, 대한상공회의소 Korcham China에서 재인용). 2007년 4월 미국의 제소에 의해 이루어진 공방이 일단락된 것으로서, 중국이 판정을 이행하여 미국에 출판물 및 음반, 영상물시장을 개방할 경우 WTO의 최혜국대우원칙에 따라 미국뿐 아니라 EU, 일본에 대해서도 개방 조치를 취해야 하므로, 산업적 측면에서뿐 아니라 사회문화적으로 미칠 파급효과가 지대할 것으로 예상된다.