

## ■ 인도 형태별 음반 판매량 추이(2006~2010)

(단위: 백만 장)

| 구분      |        | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 연평균성장률 |
|---------|--------|------|------|------|------|------|--------|
| 오프라인 음반 | CD     | 42.5 | 37.2 | 36   | 33.4 | 35.5 | -4.4%  |
|         | 뮤직 비디오 | -    | 0.1  | 0.2  | 0.3  | 0.3  | 44.2%  |
|         | 기타     | 56.4 | 46.7 | 38.5 | 24.4 | 4    | -48.4% |

\*뮤직비디오에는 DVD와 VHS가 포함됨. 기타는 싱글, 레코드판, 카세트와 같은 매체가 해당되며 싱글 트랙은 온라인 트랙 판매만 해당됨.

※출처: IFPI (2011) 재구성

- 형태별 음반시장을 구분해보면, 오프라인 음반으로서 CD(Compact Disc), 뮤직비디오(DVD, VHS포함), 기타(싱글, LP, 카세트테이프 등)가 있으며 인도의 경우, 디지털 음반은 집계되고 있지 않음
- 2010년 인도의 오프라인 음반은 총 3,980만 장이 판매되었는데 이 가운데 CD가 3,550만 장(89.2%), 뮤직비디오 30만 장(0.8%), 기타 400만 장(10.1%)이 판매되었음.
- 한편, 대표적인 음반 매체인 CD는 2006년에 비해 2010년이 소폭 감소한 수준(CAGR: -4.4%)이지만 싱글, 레코드판, 카세트와 같은 기타 음반의 감소 수준은 -48.4%에 달하는 것으로 나타남