CHINA

중국
콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원
중국사무소

kocca KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

주간 심층이슈

『성(省)급 위성TV 커버리지 전파력 연구 보고』

◎ 작성 취지

- 중국 성(省)급 위성TV 커버리지 전파력에 대한 현황 및 문제점을 이해하고, 이를 바탕으로 중국에 진출한 한국 방송 콘텐츠의 영향력 확대를 위한 전략을 모색하고자 함.

※출처 : TV커버리지 전파력 연구 보고서

◎ 작성 순서

1. 「성(省) 위성TV방송국의 전체 채널 커버리지 구축」
2. 「커버리지와 시청, 광고의 인터커넥트」
3. 「커버리지 산업체인의 형성과 발전」
4. 「성(省)급 위성TV방송국 커버리지의 문제점」
5. 「성(省)급 위성 TV방송국 커버리지 보강 대책」

1. 성(省) 위성TV방송국의 전체 채널 커버리지 구축

- 무선 커버리지, 유선 커버리지, 위성 직접방송은 성(省)급 위성 TV방송국의 중요한 시그널 커버리지 방식으로 옴니미디어시대의 도래와 더불어 새롭게 발전하고 있음

- 새로운 전송채널은 빠른 발전 속도를 유지하고 있고 전통 커버리지 모델은 모바일 매체, 인터넷 매체 등 신매체로부터 오는 도전에 직면하고 있음

- 신매체의 전파방식은 중국 성(省)급 위성TV방송국의 중요한 새 커버리지 채널이 되었고, 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 성장은 커버리지 혁신 의 중요한 역할을 하고 있음

발전하고 있는 무선 커버리지

- 무선 커버리지는 TV발사국, 트랜슬레이터국, 트랜스포저국, 수신국, 극초단파국을 구축하고 전용 주파대역을 사용, 무선으로 TV 프로그램 시그널을 전송하는 방식. 무선전송의 수신 단말기는 수신용 안테나를 외부에 설치하거나 전통 TV용 안테나를 사용해야 함

○ 무선 커버리지의 단점

① 일차 투입이 큰 편이고 전송 채널이 한정되어 있음
② 시그널이 방해를 쉽게 받아 수신 효과가 떨어짐
③ 커버리지 면이 한정되어 있음

- 유선 TV의 급성장 및 위성 직접방송기술의 신속한 보급과 더불어 무선 전송이 급격히 위축됨. 뿐만 아니라 전통 TV가 빠르게 도태되면서 새롭게 등장하는 TV에 외장 안테나 기능이 사라짐

- 따라서 전통적으로 사용해오던 전체채널 외장 안테나를 쉽게 구매할 수 없기 때문에 무선 수신 방식으로 TV를 시청하는 사용자가 극히 드뭄

- 소도시에서 무선수신방식을 이용하고 있는 일부 사용자들 대다수는 집에 2대 이상의 TV를 보유하고 있음. 1대는 유선 TV신호를 수신하고 다른 한 대의 자주 사용하지 않는 구형 TV는 시청요금을 절약하기 위해 가끔 무선방식으로 시청할 뿐임

- 기상 조건이 좋지 않을 때는 시청할 수 없고 시그널 방해가 갈수록 심각해지는 등 원인으로 인해 현재 무선 수신방식을 이용하고 있는 일부 사용자들의 불만이 큼

- 최근 중국 서부지역의 일부 현(縣)에서는 디지털 무선 전송기술로 무선 수신 사용자들을 유치하고 있음. 무선 커버리지는 유선 커버리지의 보완 역할을 하고

있고 성(省)급 위성 TV방송국이 성(省) 범위에서 100%로 seamless 커버리지가 가능하도록 보장할 수 있음

유선 커버리지의 디지털화

- 2011년 중국의 유선TV 사용자수: 1억 8천 9백만, 도시 사용자 위주
(가구당 3.5인으로 계산하면 전국의 유선TV 커버리지는 6억 6천 2백만 명)

- 유선 TV커버리지는 중국 성(省)급 위성TV 방송국의 비율을 가장 많이 차지하는 투자 대상임. 채널 경쟁이 가장 치열한 커버리지 영역이며 성(省)급 위성TV 방송국의 커버리지 사업에서 가장 중요한 부분을 차지하고 있음

- 1997년은 중국 성(省)급 위성TV 방송국이 가장 많이 개국된 한해로 유선TV네트워크에서 프로그램 전파방식 선택의 폭이 확대됨. 안후이(安徽)위성 TV방송국은 가장 최초로 성(省)급 위성TV방송국을 마케팅 수단으로 운영했고, 채널 프로모션 방식으로 범국적인 유선TV네트워크에서 효과적인 커버리지를 실현함

- 1999년 후 중국 내 많은 성(省)급 위성TV방송국이 모두 커버리지 사업 전문기구를 설치했고 이로써 성(省)급 위성TV방송국 커버리지의 서막이 열리게 됨. 장쑤(江蘇)위성TV방송국, 산둥(山東)위성TV방송국, 저장(浙江)위성TV방송국 등이 연이어 커버리지 싸움에 뛰어듬

- 전통적인 아날로그 시그널시대에서 유선TV네트워크가 전송하는 TV채널은 대역폭의 제약을 받음. 전국의 유선TV네트워크 커버리지에서 우세를 차지하려면 반드시 두 가지 사업수단에 의존해야 했음

- 첫째, 콘텐츠 품질의 향상과 더불어 채널의 영향력을 취득하고 관중과 네트워크의 인정을 받으며 채널의 입지를 곤고히 함

- 둘째, 채널 프로모션 방식으로 관중과 네트워크에 채널을 홍보함으로써 채널의 입지를 확보함. 이 분야에서는 안후이 위성TV방송국과 장쑤 위성TV방송국이 대표적인 성공케이스로 볼 수 있음

- 2011년 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 상황을 살펴보면 위성TV채널간의 격차가 과거에 비해 현저히 줄어들고 있음

- 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지는 방추형을 보이고 있음. 대다수 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 상황은 기본적으로 별다른 차이를 보이지 않고 있음. 디지털TV는 “콘텐츠가 왕’인 시대를 초래했으며 많은 성(省)급 위성 TV방송국이 동일한 출발선에서 경쟁 할 수 있는 기회를 제공해줌

- 디지털화의 실현과 동시에 유선TV네트워크의 통합 속도가 한층 빨라짐. 2011년 전국의 “1省 1網“의 구도가 이미 형성되었고, 25개성 이상의 省(區, 市)이 “1省 1網“를 완성. 성(省), 시(市), 현(顯) 3등급에서 동일한 기준으로 운영되는 효율적인 네트워크를 구축함. 상당지역은 성(省), 시(市), 현(顯), 진(鎭), 촌(村) 5등급의 관통을 실현하여 1년에 한 번만 가입 협상을 하면 성(省) 전체의 커버리지를 실현할 수 있게 됨

위성 직접방송으로 커버리지 전파력 향상

- 2008년 6월 9일 20시 15분 中星 9호가 발사되고, 이는 위성 직접방송 시대의 서막을 염. 中星 9호는 성(省)급 위성 TV방송국의 커버리지율을 확대하고 변방지역, 오지에 사는 사람들이 TV를 시청할 수 있도록 해 줌

- 광전총국(广电总局)의 데이터에 따르면 2010년 전국적으로 직접방송 위성수신 설비를 902.21만 세트를 설치. 광전총국의 “촌촌통(村村通)“사무총국은 2011년에 직접방송 위성 수신 설비 962.2만 세트를 완성하게 된다고 발표함

- 현재 중국의 4억 가구에서 유선TV 사용자는 1.89억 가구이고 아직도 약 2억 가구에 달하는 농촌가정이 주로 무선수신방식으로 TV를 시청하고 있음. 그 중 위성 직접방송을 수신하는 사용자는 1억 가구를 초과하고 있음. 특히 농촌 산간지역은 95%이상이 위성 직접방식으로 성(省)급 위성TV를 수신하고 있음

- 현재 광전총국은 닝샤, 네이멍구, 허베이성 일부분 농촌에서 직접 방송 위성사업 시범을 실시하고 있음. 직접방송 위성은 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지를 대폭 높여주었고 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 범위와 커버리지 인구의 크기를 재확장하는 역할을 함

성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 전파의 새 시대를 열어준 IPTV

- 인터넷 기술은 전통 채널의 영향력과 전파력을 크게 향상시켰고 성(省)급 위성 TV의 발전을 위한 새 공간을 확장시킴. IPTV는 PC를 주요한 디스플레이 클라이언트로 사용하고 있고 인터넷을 통해 TV영상을 지원하고 있음. 2010년까지 중국의 인터넷 동영상 사용자는 2.84억 가구, 그 가운데 4000만 가구는 인터넷으로만 TV를 시청하고 있음

- 2010년 중국의 인터넷TV방송국(CNTV, 中国网络电视台)이 개국되고 CCTV가 인터넷 세상에 진출. TV프로그램의 글로벌 커버리지를 실현함. 중국 인터넷TV방송국은 CCTV의 모든 채널을 실시간으로 직접방송하고 프로그램 재방송을 제외하고 전국 34개의 성(省)급 위성TV방송국과 61개 지방채널을 인터넷 직접방송과 연결시킴. CNTV는 해외 커버리지, 지역 간 커버리지 문제를 해결하고 TV시그널의 단순화를 실현하기 위한 "기술적인 열쇠"를 찾아냄

- 2010년 6월 광전총국(广电总局)은 안후이TV방송국이 안후이 IPTV방송국을 개국하는 것을 허가함. 이는 성급TV방송국에서 IPTV방송국을 처음으로 개국한 사례로 안후이IPTV방송국은 안후이 위성TV방송국 등 6대 채널의 인터넷 직접 방송을 실현함. TV채널이 디지털 전파력에 힘입어 참신한 다원화 영리모델을 창조함

- 웹페이지 삽입광고를 통하여 광고주의 투입을 유치하였고 TV쇼핑몰 영역을 개척하여 전통적인 광고영리를 혁신하여 보다 상업화된 상품 마케팅을 삽입함. 또한 판권협력 영리모델을 구축. 프로그램의 2차 비즈니스화를 통하여 기존의 특수채널과 광고시간의 영리방식을 개변함

- 온라인과 오프라인 관련 자원을 통합하여 고객에게 커스트 마이징 이벤트를 제공함. IPTV는 성(省)급 위성TV가 전통영역을 벗어나 신매체와 융합하고 발전공간을 확장하는데 방향을 제시함

- 후난위성TV방송국은 "망고TV"를 개국. 인터넷과 TV를 일체화하여 컴퓨터, 휴대폰, TV의 "3개 스크린 통합"의 신매체 시청 종합전파 서비스 플랫폼을 구축함

- 2010년 8월 6일 상하이문광뉴스미디어그룹(上海文广新闻媒体集团)산하의 동방광대역회사(东方宽频公司)는 "상하이 IPTV방송국(上海网络电视台)"을 개국. 사용자는 프로그램을 다운로드 받지 않고 웹 브라우저에서 지난 7일간 SMG 산하 10개 채널의 모든 TV프로그램을 다시 시청할 수 있음. 그 뒤를 이어 각 지역에서

IPTV방송국이 개국됨

2010년 12월 28일 장쑤 IPTV(江苏网络广播电视台)방송국 개국
2011년 1월 산둥IPTV방송국(山东网络广播电视台)개국
2011년 3월 28일 헤이룽장 IPTV방송국(黑龙江网络广播电视台)개국
2011년 6월 28일 저장IPTV방송국(浙江网络广播电视台)개국
2011년 7월 1일, 후베이 IPTV방송국(湖北网络电视台)개국

- 기타 인터넷 매체와 비교하면 IPTV방송국은 모회사의 강력한 지원을 받고 있음. 방송국이 다년 간 누적한 동영상, 사회자, 제작편집진, 광고고객원천 등은 IPTV 방송국에게는 모두 무료로 활용할 수 있는 자원임. IPTV방송국에 TV방송국의 채널 프로그램을 업로드할 수 있고, 방송국의 프로그램 예고, 시청률, 광고가격 등 정보를 방송할 수 있음. 더 나아가 전통TV의 커버리지를 확대하여 네티즌을 관중으로 유치가능

- IPTV방송국 개국을 제외하고 각 위성TV방송국은 대형 동영상 사이트와의 협력에 열성을 보이고 있음. 후난위성 TV방송국은 드라마를 자체 제작하여 YOUKU(优酷), LETV（乐视）와 협력하고 있고 2011년 Super girl은 PPTV와 독립 협력하고 있으며 동방위성TV방송국(东方卫视)은 QIYI(奇艺) 와 고해상도 첫 방송 전략 협의서를 체결함

- 그러나 판권비용 상승 원인으로 인해 실력 있는 동영상 사이트가 자체 적으로 드라마 및 오락 프로그램을 제작하면서 콘텐츠시장에서 성(省)급 위성TV와 경쟁 구도를 갖추게 되었고 시청자를 분산시킴

IPTV와 CMMB, 성(省)급 위성TV 커버리지 확장 위해 새로운 방향 제시

- IPTV는 가정용 TV에서 인터넷, 멀티미디어, 통신 등 여러 가지 기술을 일체화시킨 후 IP협의를 통해 사용자에게 여러 가지 대화식 미디어 서비스를 지원하는 TV수신 수단. 2010년 년 말까지 전국의 IPTV사용자 수량은 800만 가구를 초과

- 2011년 2월 상하이 문광 산하의 BesTV는 고해상도 대화식 동영상을 위주로 하는 IPTV 3.0서비스를 지원하기 시작했는데 사용자예약, 검색 등 방식으로 전국의 방송TV기구가 지원하는 고화질 동영상을 시청할 수 있게 함

- 전국의 IPTV사용자는 2011년 6월 말 이미 1100만 가구에 접근. 하지만 성(省)급 위성TV방송국을 놓고 보면 IPTV는 무료로 "착지"하는 동시에 위성TV방송국의 시청 및 광고 매출에 일정한 충격을 주고 있음

- CMMB는 차이나 모바일 디지털 멀티미디어의 약칭으로 25세트의 TV프로그램을 지원하고 있으며, S주파대역 위성 시그널을 이용하여 "공중과 지면" 일체화 커버리지와 전국 로밍을 실현함

- 2011년 3망 통합은 3스크린 통합을 촉진시켰고 휴대폰, TV는 신매체 전파통로에서 성(省)급 위성TV 전파력과 영향력 향상을 위한 새로운 길을 개척해 줌. 현재 중국이 자체로 연구개발한 CMMB휴대폰 TV는 중국 내지를 커버하는 운영체제를 초보적으로 구축했고 전국 331개 이상 도시의 커버리지망이 이미 구축되었으며 도시구역 커버리지가 90%에 이름

- 2011년 8월까지 안후이성의 17개 도시 54개 현(縣)에서 이미 CMMB 망 시그널 커버리지가 실현되었고 단말기 누적 사용자는 이미 50만을 초과함. 광둥성（广东）과 차이나 모바일의 사용자 누계치는 20만 가구를 초과. 랴오닝성(辽宁)과 랴오닝 모바일이 협력 발전시킨 사용자 수는 12만 가구를 초과함. 윈난성(云南)의 CMMB 사용자는 이미 24만을 초과했으며 간쑤성（甘肃）의 CMMB 사용자는 14.3만을 초과함

2. 커버리지와 시청, 광고의 인터커넥트

- 옴니미디어시대에서 TV매체는 칼럼, 사회자, 커버리지, 시청, 경영수익, 사회적 책임, 2차 전파 등 영역에서 전면적인 영향력을 추구함. 전면적인 영향력은 브랜드 미디어를 완성하는 중요한 조건임. 커버리지와 커버리지로 말미암아 산생된 커버리지 영향력은 성(省)급 위성TV방송국이 전면적인 영향력을 취득하는 기초임. 상기 요소를 시청률 기여도, 커버리지 전파력, 전면적인 영향력과 브랜드 성장으로 요약할 수 있고 4자는 긴밀한 관계를 갖고 있음

- 커버리지는 시청의 기초로 훌륭한 커버리지가 없으면 훌륭한 시청률이 나올 수 없음. 현재 CSM 시청데이터는 35개 중점도시의 시청률 데이터, 71개 도시의 시청률 데이터, 28개 성의 시청률 데이터, 5000가구 견본 사용자의 시청률이 있음. 성(省)급 위성TV방송국이 양호한 시청률 비중을 취득하려면 시청률 조사 포인트에서 전면적으로 양호한 커버리지가 있어야 함

- 커버리지의 성장과 시청률의 성장은 정비례 관계를 보이고 있음. 그러나 샘플 도시 전체를 커버하게 되면 정비례 관계는 사라짐. 시청률의 향상은 프로그램 품질에 의해 결정되고 커버리지 채널 내의 효과적인 프로모션과 정비례 관계를 보이게 됨

- 성(省)급 위성TV방송국이 광고가격을 책정할 때 채널의 커버리지 상황을 가장 많이 고려하게 됨. 일반적으로 동일한 질을 갖춘 프로그램에서 채널의 커버리지 구역이 넓을수록 매체의 광고가격이 높음

- 채널 커버리지가 양호하면 보다 많은 광고비중을 취득할 수 있음. 커버리지 인구가 일정한 한도에 이르렀을 때 커버리지 성장은 광고의 성장을 지속적으로 리드하기 어렵고 광고의 성장은 시청률의 성장에 의존하여 성장하게 됨

3. 커버리지 산업체인의 형성과 발전

- 커버리지는 시그널 시장화의 파생상품이고 성(省)급 위성TV방송국의 중요한 경영행위임. 커버리지 사업을 중심으로 하고 커버리지 성장과 더불어 커버리지 각 절차는 전문화, 기능화, 시장화 되기 시작했고 커버리지는 하나의 산업을 형성하고 발전하기 시작함

- 광의적인 의미의 커버리지 사업에는 두 가지로 구분됨. 첫째는 시그널 송신과 무선발사대 구축 작업으로 이 체인에는 지구송신국, 위성회사와 무선발사대가 포함됨. 둘째는 시그널 착지(재전송)사업인데 주로 TV 시그널의 유선 방송망 송신과 단말기 사용자에게 전송되는 작업이 포함되며 이는 커버리지 사업에서 가장 중요한 부분임. 커버리지 산업체인에서 핵심적인 사슬은 성(省)급 위성TV커버리지 사무국(卫视覆盖办)이고 그 외에 다른사업은 사실상 사무국을 위해 봉사하는 사슬에 불과함

성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 사무국

- 2011년까지 중국위성TV방송국에서 전문적으로 커버리지 관련 업종에 종사하고 있는 인원은 200여명이며 커버리지 사업 종사자들의 전문화 수준과 중요도가 갈수록 높아지고 있음. 커버리지는 프로그램 시청과 광고경영에서 중요한 일환으

로 간주됨

네트워크 회사 착지 사업 사무국

- 성(省)급 위성TV방송국에 커버리지 사업 전문화 트랜드가 나타난 것을 제외하고 성(省)급 위성TV 방송국 커버리지 사업과 접목되는 각급 유선TV망도 커버리지 사업의 전문화를 실현했고 전문적인 커버리지 혹은 착지 사무국을 설립함

- 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 사업성격과 구별되는 네트워크, 회사의 커버리지 사업의 주요한 임무는 회사가 지정한 커버리지 경비를 창출하고 성(省)급 위성TV방송국이 현지 방송망에서 보다 많은 착지 비용을 지급하게 하기 위해 노력하는 것임. 비공식적인 통계에 따르면 전국 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 비용은 연평균 18억 위안 정도에 달함

커버리지 관련 컨설팅 및 리서치 회사

- 일부 성(省)급 위성TV방송국은 커버리지의 기회를 선점하고 신속하게 성장함. 커버리지는 성(省)급 위성TV방송국의 발전을 빠르게 추진했고 일부 매체 컨설팅 회사의 각광을 받음. 커버리지 컨설팅은 신형 컨설팅 아이템으로 빠르게 성장함

- 커버리지 컨설팅에 영역에서 영향력을 가진 회사는 CSM와 CROTON컨설턴트 등이 있음. 커버리지 컨설팅 회사를 제외하고 커버리지를 위해 조사 데이터를 제공하는 리서치회사도 대량으로 나타났는데 이런 회사들은 데이터를 발표하는 방식으로 자사의 영향력을 증가시킴. 경쟁의 압박을 받은 성(省)급 위성TV방송국은 하는 수 없이 이런 회사들로 부터 데이터를 구매하게 됨

- 현재 커버리지 데이터를 조사하고 있는 회사는 CSM(央视-索福索), CTR(央视市场调查), CMMR(美兰德), 시대풍운(时代风云) 등이 있음. 조사의 샘플링방식과 데이터 마케팅 목적이 같지 않기 때문에 취득한 결과도 다르게 나타나고 있음. 일부 성(省)급 위성TV방송국은 자체적으로 커버리지 데이터 리서치 통계 시스템을 구축하고 보다 객관적으로 커버리지 상황을 파악하고자 함

커버리지 대행사

- 성(省)급 위성TV방송국이 중점 커버리지로에서 전면 커버리지로 발전하고 전통 영역의 커버리지에서 신매체 영역 커버리지까지 확장되면서 특수자원을 가진 회사들이 커버리지 산업에 진출하기 시작함. 성(省)급 위성TV방송국을 위해 전문적인 커버리지 착지 대행서비스를 제공함. 공공 유선망 커버리지를 전문 취급하는 대행사, 호텔 커버리지 전문 대행사, 일정 도시 혹은 일부 시청조사 포인트 커버리지만 대상으로 하는 대행사 등이 있음

- 청두동은회사(成都东银公司)는 주로 성(省)급 위성TV방송국을 위해 공공유선망의 커버리지 실행을 대행하고 있음. 북경세기로안회사(北京世纪路安公司)는 성(省)급 위성TV방송국을 위해 고급 호텔 시그널 액세스를 대행하고 있으며 장쑤장강용회사(江苏长江龙)는 일부 시청 리서치 포인트의 커버리지 실행 작업을 대행하고 있음

- 상기 회사들은 규모화된 재전송 서비스 대행으로 가격 할인 효과가 발생, 이에 따른 경영이익을 취하고 있음. 네트웍 착지 독점권을 구매하고 독점이익을 챙기거나 특수한 재전송 자원을 이용하여 재전송 노무비용을 취득하는 등이 포함됨

4. 성(省)급 위성TV방송국 커버리지의 문제점

막대한 커버리지 비용

- 중국의 유선TV망은 행정력의 추진에 힘을 업어 자체적으로 자금을 조달하여 포설된 것임. 기업전환 후 재산권의 분산 및 지역 분할로 인한 상호교류 단절 등의 문제가 나타남. 디지털화 개조과정에서 지출이 가장 큰 자는 분산되어 독자적으로 운영하기 시작함. 규모상 열세에 있는 유선망 운영상들은 디지털TV혁명으로부터 발생하는 거액의 투자지출과 운영원가 압박을 이겨내야 하는 상황임

- 엄격한 가입허가 정책의 제한으로 인해 대부분의 투자를 지방이 부담하게 되었는데 이는 네트웍 회사가 재전송(착지)서비스 가격을 인상하게 된 주요원인 중의 하나임. 물론 위성TV방송국의 광고매출 증가, 시청률 향상 등의 원인이 존재하기도 함

- 네트웍 회사는 각 방송국의 광고매출액에 따라 재전송 비용을 받고 있음. 특히

직할시 및 성도, 광고 원천도시, 시청 포인트 도시, 경제도시, 관광도시 등에서 높은 비용을 받고 있음. 일반적으로 커버리지 원가는 방송국 매출액의 10%를 초과할 수 없으나 현재 이 비중이 모두 초과된 상태임

- 그밖에도 위성 업로드비용도 적지 않은 지출을 차지하고 있음. 중공중앙선전부(中宣部), 국가방송영화TV총국(国家广播电影电视总局)은 2011년 4월부터 직접방송위성으로 유선망이 연결되지 않은 농촌지역에 방송TV공공서비스사업을 추진함. 2억 가구의 농가를 대상으로 시청품질 개선을 위해 농민수당을 제공하여 수신 설비를 구매토록 함

- 다만 매년 천만위안 이상의 업로드비용을 지급해야 하는데 이것은 위성TV방송국과 위성회사간의 상업화된 행위이며 정부차원의 수당은 없음. 티벳, 신장(新疆) 등 소수 위성TV방송국이 무료 사용 혜택을 받는 것을 제외하고 대부분 성(省)급 위성TV방송국은 비용을 자체부담하고 있음

- 때문에 유선TV망의 디지털화 개조나 직접방송 위성의 발사를 물론하고 채널의 증가는 위성 커버리지의 전환점이 되지 못하고 있음. 기존 체제에서는 채널자원의 개발과 사용은 통제받고 있음. 채널이 아무리 많아도 근본적인 변화가 없으면 위성TV방송국에 질적인 변화가 일어날 수 없음

위성TV방송국 간 비이성적인 경쟁 백열화

- 위성TV방송국은 치열한 커버리지 쟁탈전을 시작함. 수단과 방법을 가리지 않고 기반 확장 및 커버리지 원가 낮추기를 시도. 그에 따른 부담은 네트워크 회사에 의해 기타 위성TV방송국에 전가됨

- 또한 주파 포인트를 선점하기 위한 경쟁이 치열해지기 시작함. 디지털화 경쟁은 아날로그 네트워크의 주파 포인트를 감소시켰는데 디지털 네트워크에 필요한 주파 포인트 자원도 부족한 상황임. 여러 위성TV방송국은 브랜드 영향력을 향상시키기 위해 주파 포인트 자원을 둘러싸고 불티나는 경쟁을 벌이고 있음

- 이밖에 현(縣)급 방송국과 일부 시(市)급 방송국이 사사로이 광고를 교환하거나 혹은 방송국 마크를 차단하는 등 술수를 쓰는 바람에 경쟁을 절제할 수가 없게 됨
- 딜레마에 빠진 일부 세력이 약한 성(省)급 위성TV방송국(네이멍구 위성TV방송

국, 간쑤 위성TV방송국 등)은 정책적으로 지원해주는 재전송 혜택을 받지 못했을 뿐더러 커버리지 사업에 투입할 수 있는 자금도 넉넉하지 못하여 대등조건의 재전송방식으로만 성도 도시방송국으로서의 커버리지를 겨우 유지하고 있음

정책적인 장벽, 행정적인 간섭

- 최근 2년 간 매체의 운영은 점차 시장화 되고 있으나 로컬 시장자원을 보호하는 시각에서 일부 성(省), 시(市)는 타성의 위성TV방송국의 재전송 서비스에 배척하는 태도를 보이고 있음

- 일부 성(省), 시(市)는 성(省)내의 도시가 타성의 위성TV방송 프로그램을 수신할 경우 반드시 성급 기관의 심사허가를 받아야 한다고 규정하기도 함. 성급 주무부서는 지방의 네트웍 전송기구에게 현지 TV채널 시청률에 충격을 주는 성(省)급 위성TV방송국에 대해서는 보다 높은 요구조건을 제시하거나 혹은 그의 재전송을 거부할 것 요구함

커버리지의 한계효용 체감

- 기술수준이 변함없는 상태에서 가변성을 가진 생산요소를 한 가지 혹은 여러 가지 불변적인 생산요소에 투입하면 생산요소의 증가는 생산량의 증가를 가져오게 되지만 일정한 한도를 초과한 뒤에는 증가되는 생산량이 체감되게 되며 결과적으로는 절대적 생산량이 감소되는 결과를 가져옴

- 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지 발전과정에서 자본투입을 가변적인 생산요소로 볼 때 커버리지 투입초기에 일정한 자금투입은 큰 커버리지 규모 성장과 큰 영향력 상승을 가져오게 됨. 다만 커버리지가 일정 한도에 이르게 되면 동일한 투자액이 가져다 주는 커버리지 규모 성장 및 광고매출은 정체되거나 심지어 위축되면서 한계효용의 체감현상이 나타나게 됨

5. 성(省)급 위성 TV방송국 커버리지 보강 대책

- 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지를 보강하려면 TV매체와 유선 네트워크 회사, 정부 주무부서의 협력이 필요함
- 성(省)급 위성TV방송국은 옴니미디어 시대라는 시대적 환경 속에서 3망 통합의

기회를 포착하고, 오픈 마인드로 매체 간 협력을 추진하면서 참신한 콘텐츠 구조 및 개선된 옴니미디어 마케팅체제를 구축해야 함

커버리지와 콘텐츠의 병행 발전

- 1개성에 1개의 위성 채널밖에 없는 독점구도는 이미 무너진 상태. 위성TV채널 자체의 경제력, 브랜드 파워, 프로그램 제작·편집·방송실력, 미디어 마케팅 실력 등의 요소가 위성TV방송국의 향후 추이를 결정하게 될 것임. 과학기술의 진보와 더불어 채널 지상주의 시대는 콘텐츠 지상주의에 의해 교체될 것으로 보임

- 네트워크 회사나 성(省)급 위성TV방송국이 관중들의 인정을 받고 경제적 효과를 얻을 수 있는 길은 프로그램 콘텐츠의 품질에 달려있음. 고품질의 프로그램은 영원히 시장에서 희소자원으로 각광받을 것임

커버리지 마케팅 방식의 혁신

마케팅 이념의 혁신

- 안후이 방송국의 커버리지 사무국은 선후로 협의 커버리지, 멀티 네트워크 커버리지, 중점도시 커버리지, 100대 현(縣) 커버리지, 고소득층 커버리지(호텔 커버리지)의 컨셉을 내놓고 이런 마케팅 이념으로 사업을 이끌어 왔으며 또한 양호한 실적을 거둠. 2009년 후 안후이위성TV방송국을 위주로 하는 일부의 성(省)급 위성TV방송국은 입체적인 커버리지 통로를 제출하고 다원화 커버리지를 시도함. 객관적으로 전통TV네트워크에 대한 의존도를 감소시키기도 함

- 장쑤 위성TV방송국, 저장위성TV방송국, 후난위성TV방송국, 광둥위성TV방송국 등도 신매체 커버리지에서 큰 성과를 거둠. 신매체 커버리지 및 제로 커버리지 원가는 전통적인 네트워크 회사를 놓고 볼 때 도전이 아닌 생사존망과 직결되는 대사임. 잔혹한 현실 속에서 네트워크 회사들이 성(省)급 위성TV가 신매체에 정착 수권을 금지시키는 방식을 자구책으로 간주하고 있으나 이와 같은 연목구어(緣木求魚)의 방식은 극히 현명하지 못한 처세임

데이터 트래픽으로 사업 인도

- 여러 가지 자원이 한정되어 있는 조건에서 TV방송국도 단기적으로는 가장 광범위한 커버리지를 취득할 수 없으나 가장 만족스러운 커버리지는 시도해 볼 수 있음. 경제가 발전한 지역, 광고 원천 소재지, 광고주가 관심을 갖는 지역,

유명회사의 시청 조사 포인트, 유명 관광지, 관료들의 전략적 배치구역은 모두 커버리지 선점지역이 되고 있음

- 이 과정에서는 정보에 대한 파악, 처리, 할당이 더욱 중요함. 꾸이저우(贵州)위성TV방송국, 닝샤 위성TV방송국, 간쑤 위성TV방송국 등 서부지역의 성(省)급 위성TV방송국은 전체적인 실력이 미약한 상황에서 한정된 자원을 이용하여 이익의 극대화를 실현하는 커버리지를 확보하고자 노력하고 있음

- 더욱이 "서부지역의 골드급 위성TV방송국"이라는 찬양을 받고 있는 꾸이저우 위성TV방송국은 중점 커버리지, 투입과 생산 밸런싱의 커버리지 영역에서 업계의 모범으로 불리우고 있음

○ 차별화된 시장정책

- 유선 네트워크 정착비용의 경쟁문제를 해결하려면 성(省)급 위성TV방송국은 차별화된 요금표준과 비용평가 체제를 구축하고 투입가치가 전혀 없거나 혹은 투입가치가 이미 초과된 네트워크에 대해서는 전략적으로 억제시켜야 함

- 또한 성(省)급 위성TV방송국 사이에서 정보에 대한 의사소통을 하고 맹목적으로 요금을 지급하지 않고 최고가격을 지급하지 않는 것도 역시 착지비용이 지나치게 빠른 속도로 성장하는 것을 억제하는 시장 전략의 하나임

커버리지 산업 감독관리 메커니즘 구축

- 커버리지는 성(省)급 위성TV방송국의 핵심사업의 하나임. 산업이 건전하게 발전하려면 산업의 규칙을 제정해야 하고 그 산업의 이익을 지켜야 하며 발전을 인도해야 함. 산업협회가 있으면 TV방송국이 흩어진 모래알처럼 독자적으로 경영하는 국면을 바꾸어 공동으로 협상하고 네트웍 회사와 새로운 영리모델을 구축할 수 있으며 네트웍 회사가 맹목적으로 가격을 요구하는 것을 억제할 수 있음

- 성(省)급 위성TV방송국도 역시 협회 설립의 중요성을 인식하고 있는데 산둥위성TV방송국, 후난위성TV방송국 등도 이 영역에서 노력하고 있으나 시스템이 복잡해 성사되지 못하고 있음. 협회는 관련 주무부서의 지도하에 여러 TV방송국의 사장이 이끌면서 이익협상의 위에서만 실현될 수 있음

- 성(省)급 위성TV방송국 사업의 대립에 있는 각급 네트워크 회사는 선진 네트워

크 회사의 노하우를 배워 3망 통합에서 새로운 경제 성장점을 찾아야 함. 다원화 경영방식을 빠른 시일 내로 기획하여 착지비용에만 의존하던 국면에서 벗어나야 할 것임

- 국무원이 추진한 3망 통합정책은 방송영화 TV 관련 기업이 유선TV네트워크를 이용하여 인터넷 액세스 서비스를 추진하게 하고 오랫동안 풀지 못했던 애로사항을 해결할 수 있게 해줌. NGB의 점차적인 보급과 더불어 방송영화TV네트웍 회사는 광대역 인터넷 액세스 영역에서 역사적인 기회를 맞이하게 될 것임

- 정부차원에서는 정책적인 지원, 자금 지원 등으로 유선 네트워크의 통합을 가속화 해야 함. 방송영화TV, 전기통신, 인터넷 3대 네트워크 전송채널의 우세와 자원을 전면 통합하는 것은 방송영화TV산업의 발전에 커다란 의미를 갖음. 다만 세가지 네트워크의 이익구조가 같지 않기 때문에 통합의 길이 쉽지만은 않을 것임

- 3망 통합을 효과적으로 인도하고 조화롭게 발전시키는 것은 정부가 해결해야 하는 중요한 과제로 방송영화TV주무 부서를 놓고 볼 때 네트워크 회사 내부 및 위성TV방송국간의 내부적인 이익충돌만 빠른 시일 내로 해결하면 전기통신회사와 동일한 출발선에 나설 수 있다고 보고 있음

- 2009년 7월 29일 방송영화TV총국은<유선 네트웍의 발전을 가속화 하는 것에 대한 약간의 의견(关于加快有线网络发展的若干意见)>을 발표하고 2010년에 성급 네트워크 통합을 완성할 것을 확실시 함. 최신 소식에 따르면 국가급 유선네트워크회사가 2011년 9월에 설립되고 이미 성급 네트워크의 통합을 마친 광시(广西), 구이저우 등의 자산이 투입될 것이며 향후 주식시장에 상장할 의도를 갖고 있음

- 이는 유선 네트웍의 통합이 이제 곧 “전국적으로 통일된 1개의 네트웍“를 실현하게 되는 시기에 들어섰음을 의미함. 이로 인해 일어나게 될 규모효과도 방송영화TV네트웍이 텔레콤의 부가가치 서비스, 인터넷의 액세스, 데이터 전송 등 서비스를 감당하는 것이 가능하게 할 수 있음

- 국가차원의 네트웍 회사가 설립되면 거시적인 시각으로는 방송영화TV체계의 실력과 목소리도 커지게 되고 미시적인 차원에서는 전국적으로 통일된 하나의 네트웍은 성(省)급 위성TV방송국의 커버리지, 착지에는 유리한 요인으로 작용하게 될 것으로 보여지고 있음