트렌드 리포트 01

시리즈 **01**

베트남 방송 미디어 시장 분석

1. 베트남 개요

2. 베트남 방송 미디어 환경

2.1 베트남 TV 보급률

2.2. 베트남 인터넷 보급률 및 디바이스 보유율

3. 베트남 방송 미디어 시장 현황

3.1. 지상파 TV 시장 현황

3.2. 유료 방송 시장 규모

3.3. 베트남 OTT 시장 규모

4. 베트남 방송 미디어 정책 현황

5. 베트남 인기 방송 미디어 콘텐츠

5.1. 인기 콘텐츠 장르

5.2. 인기 한류 미디어 콘텐츠

베트남 방송 미디어 시장 분석

요약문

베트남은 빠른 경제 성장과 함께 방송 미디어 산업의 발전이 급전개되고 있다. 지난 몇 년간 정부 주도하에 아날로그 방송이 디지털로 전환되는 변화가 있었음과 동시에 다수의 OTT 사업자들이 등장하여 경쟁 무대를 그리고 있다. 한편, 방송 미디어 시장의 발전 속 한국 방송 콘텐츠에 대한 수요도 차츰 증가하고 있다. 국내 방송 미디어 업계 이해관계자들이 베트남의 방송 미디어 시장에 주목해야 하는 이유다.

1. 베트남 개요

베트남의 인구는 2018년 기준 약 9,700만 명이다. 최근 5년간 GDP 성장률이 평균 6.15%를 기록하는 등 경제가 고속 성장 중이며, 젊은 연령층의 비중이 높아 앞으로의 성장이 더욱 기대된다.

동시에 베트남은 대한민국 정부의 신 남방정책[1]에 있어 중요한 파트너이며, 방송 분야에서도 다양한 협력을 추진하고 있다. 일례로, 지난 2019년 3월에는 대한민국의 방송통신위원회와 베트남 정보통신부(MIC)가 「한-베 TV 프로그램 공동제작협정」을 체결한 바 있다.

1) 아세안과 인도 등 신남방국가들과 정치·경제·사회·문화 등 폭넓은 분야에서 주변 4강(미국·중국·일본·러시아)과 유사한 수준으로 관계를 강화하는 것을 목표로 하는 외교정책

표 1 베트남 국가 개요



수도	국토면적(km²)	인구 수(명)	GDP(10억 달러)
하노이	331,212	97,338,579	261.92
연평균 GDP 성장률(%)	**유선 초고속 인터넷 가입자(100명 당) (%)**	**TV 보유 가구 수 (천 가구)**	**방송규제기관**
7.0%	14.6%	16,960	정보통신부(MIC)

출처: Ovum(2018), World Bank(2019), UN(2019), Statista(2020)

2. 베트남 방송 미디어 환경

2.1. 베트남 TV 보급률

시장조사업체 Ovum에서는 2012~2017년의 베트남 TV 보유가구의 플랫폼별 현황을 [표2]와 같이 분석했다. 전반적인 TV 보유 가구 수는 성장해가고 있으나, 아날로그 TV 시청 가구는 줄어들고 디지털 TV 보유 가구가 늘어나는 추세다. 특히 아날로그 위성은 2014년 이래로 시장에서 거의 사라졌다는 분석이 제기되며, 그 외 아날로그 지상파, 아날로그 케이블 등 역시 보유 가구가 현저히 줄어들고 있는 것으로 보인다.

표 2 2012~2017년 베트남 TV 보유가구 플랫폼별 현황 (단위: 천 가구)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TV 보유 가구 수	15,978	16,218	16,461	16,626	16,792	16,960
아날로그 지상파	6,679	5,389	4,367	3,703	3,060	2,670
아날로그 위성	51	10	0	0	0	0
아날로그 케이블	2,859	3,068	3,239	3,197	3,175	2,975
디지털 케이블	1,540	1,962	2,444	2,835	3,175	3,636
IPTV	668	884	752	630	638	657
유료 디지털 위성	630	972	1,338	1,565	1,772	1,808
무료 디지털 위성	399	487	576	665	732	805
디지털 지상파	3,152	3,446	3,745	4,032	4,240	4,410

출처: Ovum(2018), 방송통신위원회 재인용(2018)

반면, 디지털 케이블이나 유/무료 디지털 위성, 디지털 지상파 등은 보유가구가 해마다 늘어나고 있다. 특히 베트남 정부가 2020년까지 전국적으로 지상파 방송의 디지털 전환 완료를 목표로 하고 있어 앞으로도 디지털 TV 보유가구의 증가가 전망된다.

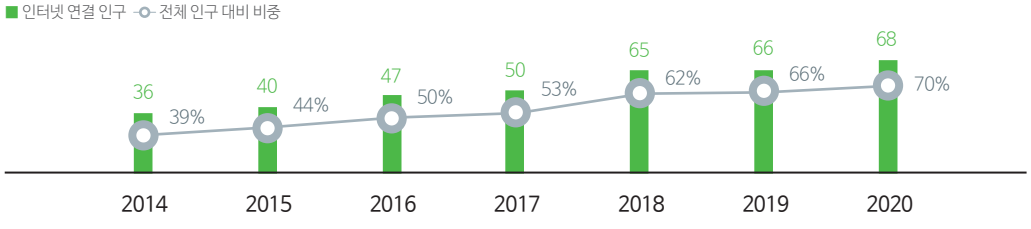
2.2. 베트남 인터넷 보급률 및 디바이스 보유율

베트남 인터넷 이용자는 2020년 기준으로 6,800만 명 이상일 것으로 추정된다. 이는 전체 인구의 70% 가량에 해당하는 수치다. 15~55세의 인터넷 이용률은 이보다 높은 90% 가량으로 추정한다.

한편, 인터넷 속도는 고정형 브로드밴드의 경우, 세계 평균보다 상당히 뒤처지고 있으며, 모바일 인터넷 속도는 세계 평균을 약간 상회하고 있다. 각국의 인터넷 속도 측정 데이터를 수집하는 웹사이트 Speedtest.net의 자료에 따르면, 2020년 5월 베트남의 다운로드 속도 기준 고정형 브로드밴드 인터넷 평균 속도는 47.66Mbps, 모바일 인터넷 평균 속도는 34.80Mbps이다.[2]

인터넷을 이용하는 디바이스로는 스마트폰이 가장 높은 비율을 차지한다. 시장조사업체 We Are Social의 발표에 따르면, 베트남 16~64세의 인터넷 인구 중 93%가 스마트폰을 보유하고 있으며, 그 뒤를 PC(65%), 태블릿(32%), 커넥티드 TV(9.6%), 게임 콘솔(6.9%), VR 디바이스(3.1%) 등이 잇고 있다.

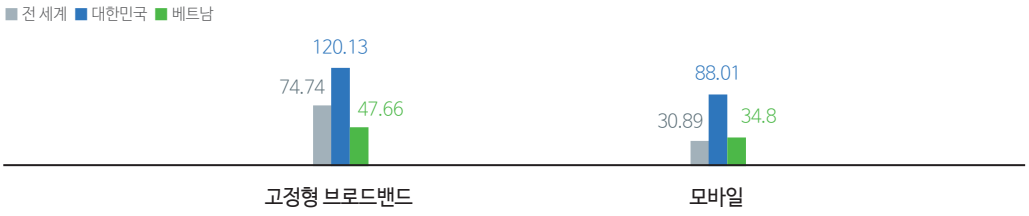
그림 1 2014~2020년 베트남 인터넷 이용자 (단위: 백만 명)



출처: We Are Social(2014~2020)

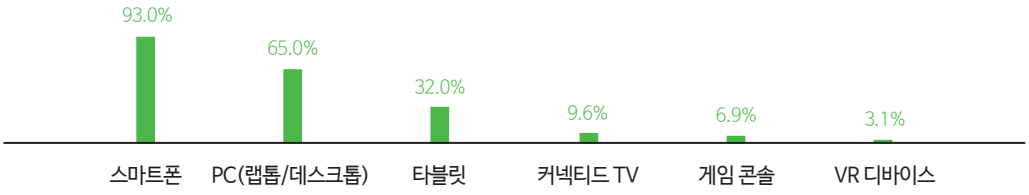
2) 한국의 브로드밴드 속도는 120.12Mbps, 모바일 속도는 88.01Mbps이다.

그림 2 2020년 5월 기준 대한민국 vs 베트남 인터넷 다운로드 평균 속도



출처: Speedtest.net(2020)

그림 3 2020년 베트남 인터넷 인구의 디바이스별 보유율



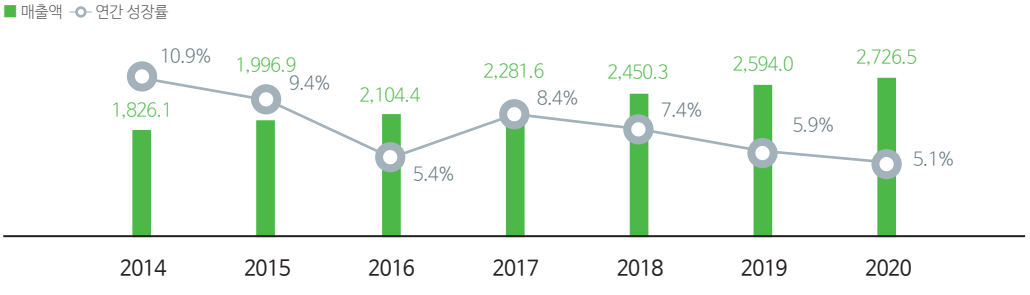
출처: We Are Social(2020)

3. 베트남 방송 미디어 시장 현황

시장조사업체 Statista에 따르면, 베트남의 방송 미디어 시장 규모는 2020년 매출액 기준 약 21억 440만 달러 규모를 기록할 것으로 전망된다. 이는 전년 19억 9,690만 달러 대비 5.4% 증가한 수치이다. 2018년 성장률이 10.9%, 2019년에 9.4%를 기록한 데에 비해, 급락한 이유에는 코로나19로 인한 경제 위축이 반영된 결과로 추측된다.

그림 4 베트남 방송 미디어 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)



출처: Statista(2020.5)

3.1. 지상파 TV 시장 현황

지상파 TV 시장 규모는 주 매출원인 광고를 통해 살펴볼 수 있을 것이다. 시장조사업체 PwC에 따르면, 베트남 지상파 채널을 통한 광고 집행비는 2020년 4억 5,400만 달러로 전망된다. 이는 전년 대비 3.9% 증가한 수치이다. 단, 동 자료가 코로나19 팬데믹 이전에 작성되었음을 감안하면, 집행된 광고비는 더 적을 것으로 예상된다.

베트남 지상파 TV 시장의 주요 사업자로는 VTV, VTC, HTV, Hanoi TV 등이 있으며, 이 중 VTV가 시장점유율이나 기업 규모면에서 가장 큰 규모를 차지하고 있다고 알려져 있다. VTV는 총 9개의 지상파 채널을 운영하고 있으며, VTC는 13개, HTV는 6개, Hanoi TV는 2개 지상파 채널을 운영 중이다. 이외에도 2017년 정보통신부(MIC)가 발간한 백서에 따르면 각 자치구별로 운영하는 지상파 TV채널이 존재하며 전국에 64개 방송국, 총 103개의 무료 채널이 운영되고 있다.

표 3 2013~2022년 베트남 채널별 광고 시장 규모 및 전망 (단위: 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
유료채널	39	48	57	68	79	91	104	127	145	156
지상파 채널	288	315	341	370	392	416	437	454	477	501
합계	328	363	399	438	470	508	541	581	622	667

출처: PwC, 한국콘텐츠진흥원 재인용(2019)

표 4 베트남 주요 지상파 채널

구분	개요
VTV	• 채널명 : VTV (Vietnam Television) • 1970년 설립, 베트남 정부 기관 소속 • 9개 지상파 채널 운영
VTC	• 채널명 : VTC (Vietnam Television Corporation) • 1988년 VTV에 의하여 설립되었으나 정보통신부로 이관 • 13개 지상파 채널 운영하고 있으며 산하에 디지털 지상파 채널 VTC Digital Televion 운영
HANOITV	• 채널명 : Hanoi Radio Television • 1979년 TV 방송 개시, 베트남 하노이시 정부 소속 • 2개 무료 채널 운영(Hanoi TV1_일반 엔터테인먼트, Hanoi TV2_뉴스) • 한국, 일본 등 해외 드라마 수입
HTV	• 채널명 : HTV (Ho Chi Minh City Television) • 1975년 설립, 베트남 호치민시 정부 소속 • 아날로그 채널 2개(HTV7_엔터테인먼트. HTV9_교육 및 정보) 및 4개 디지털 채널 운영(HTV1, 2, 3, 4) • 해외 프로그램 포맷 적극 수입

출처: 한국콘텐츠진흥원(2019)

3.2. 유료 방송 시장 규모

SNL Kagan에 따르면 2020년 기준 약 1,282만 가구가 유료 방송에 가입할 것으로 전망된 바 있다. 이를 전체 TV 보유 가구 대비 비율로 환산하면 약 51.1%에 달한다. 베트남 전체 유료 방송 시장의 매출액은 2020년에 6억 1,800만 달러, 2021년에는 6억 6,600만 달러, 2022년에는 7억 2,000만 달러로 지속적인 성장이 전망되고 있다.

한편, 앞선 Ovum의 자료(표2)에서 알 수 있듯 베트남 유료 방송 시장을 주도하는 것은 케이블이다. 이와 관련하여 SNL Kagan은 2020년 베트남의 케이블방송이 매출액 기준으로 4억 4,400만 달러 규모를 형성할 것이라 전망했다. 이는 전년도 전망치 4억 1,100만 달러 대비 8% 증가한 수치이다.

주요 케이블 방송 사업자로는 VTVcab와 SCTV 등이 있다. VTVCab은 공영방송사 VTV가 100% 지분을 소유하고 있으며, SCTV 또한, VTV와 공영 관광사인 Saigontourist의 합작 회사이다.

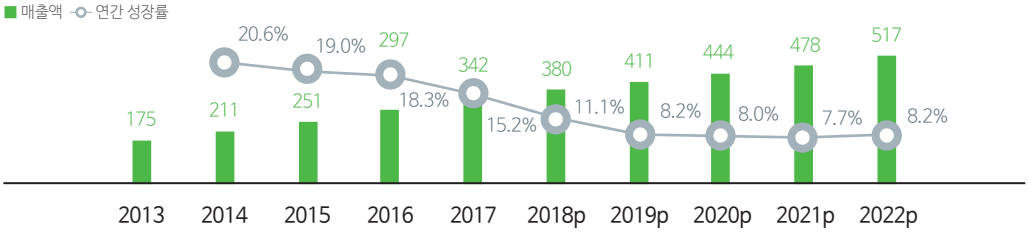
표 5 2013~2022년 베트남 유료방송 가입 가구 수 및 매출액 (단위: 천 가구, 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p
유료방송 가입 가구수	6,089	7,180	8,654	9,636	10,765	11,501	12,148	12,818	13,498	14,240
유료방송 매출액	258	312	371	431	480	529	573	618	666	720
유료방송 가입 가구 비율(%)	28.7	32.9	38.6	41.8	45.7	47.8	49.5	51.1	52.7	54.6

주: p는 전망치

출처: SNL Kagan(2018), 정보통신정책연구원(KISDI) 재인용(2019)

그림 5 2013~2022년 베트남 케이블방송 매출액 추이 (단위: 백만 달러, %)



주: p는 전망치

출처: SNL Kagan(2018), 방송통신위원회 재인용(2018)

베트남의 위성방송(Direct-To-Home, DTH) 시장은 매출액 기준 2020년 9,600만 달러를 형성할 것으로 전망된다. 이는 전년도 전망치 9,000만 달러 대비 6.7% 증가한 수치이다.

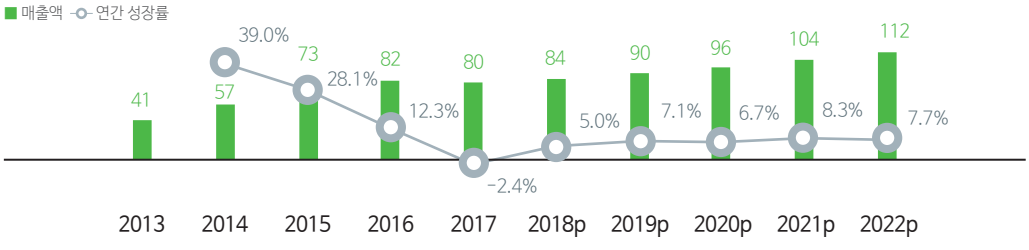
주요 위성방송 사업자로는 VTC, VSTV(K+), MobiTV 등이 있다. VTC는 정부가 소유한 지상파 방송 중에서 처음으로 유료 위성방송(DTH) 서비스를 개시했으며, VSTC는 VTV의 DTH 위성방송 부문과 프랑스 유료방송사업자인 Canal+와 제휴로 2009년 출범했다. MobiTV는 베트남 이동통신사 Mobifone에서 2010년 설립한 위성 채널이다.

베트남 유료방송 시장에서 가장 적은 비중을 차지하는 것은 IPTV이다. IPTV 매출액은 2020년 7,600만 달러로 전망된다. 이는 전년도 전망치 7,000만 달러 대비 8.6% 증가한 수치이다.

주요 IPTV 사업자로는 FPT Telecom, VNPT, Viettel Telecom 등이 있다. FPT Telecom은 베트남 대형 그룹사 FPT Group 산하의 이동통신사로, IPTV 브랜드명은 FPT Play다. VNPT는 베트남의 최대 통신사로 IPTV 브랜드명 My TV이다. Viettel Telecom은 베트남의 2위 통신사로 IPTV 브랜드명은 Next TV이다.

그림 6 2013~2022년 베트남 위성방송(DTH) 매출액 추이

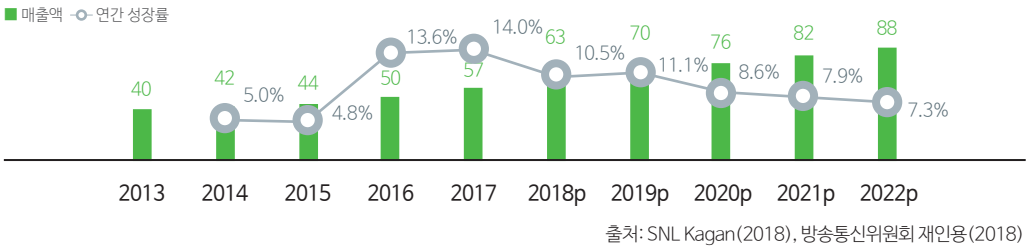
(단위: 백만 달러, %)



출처: SNL Kagan(2018), 방송통신위원회 재인용(2018)

그림 7 2013~2022년 베트남 IPTV 매출액 추이

(단위: 백만 달러, %)



출처: SNL Kagan(2018), 방송통신위원회 재인용(2018)

표 6 베트남 주요 유료 방송

구분	개요
VTVcab	• 서비스명 : VTVcab • 구분 : 케이블 채널 • 지상파 채널 VTV가 만든 유료 케이블 채널
SCTV	• 서비스명 : SCTV • 구분 : 케이블 채널 • VTV와 국영회사 사이공여행사 합자로 만든 케이블 채널
HTV	• 서비스명 : HTV • 구분 : 케이블 채널 • 2003년 호치민 방송국에서 설립. 2017년 매출 약 5,150억1,737만 베트남 동7) 규모
K+	• 서비스명 : K+ • 구분 : 위성방송 채널 • 2009년 VTV와 프랑스 비방디8) 그룹의 합자 회사
mobiTV	• 서비스명 : Mobi TV • 구분 : 위성방송 채널 • 베트남 이동통신사 Mobifone이 2010년 설립한 위성 채널
VTC	• 서비스명 : VTC(VTC Digital Television) • 구분 : 위성방송 채널 • VTC 그룹이 2004년 설립한 디지털 위성 방송 채널
nextTV	• 서비스명 : Next TV • 구분 : IPTV • 베트남 2위 통신사 Viettel 소속 IPTV 채널
mytv Những gì bạn muốn	• 서비스명 : My TV • 구분 : IPTV • 베트남 최대 통신사 VNPT(베트남 우정통신그룹) 소속
FPT Play	• 서비스명 : FPT Play • 구분 : IPTV • 베트남 최대 민간 기업 중 하나인 FPT 그룹 소속 IPTV

출처: 한국콘텐츠진흥원(2019)

3.3. 베트남 OTT 시장 규모

OTT 시장은 SVOD의 주도하에 성장할 전망이다. Ovum에 따르면, 2020년 베트남의 OTT 시장은 매출액 기준 3,350만 달러 규모로 전망되는데, 이 중 SVOD 매출액은 3,320만 달러로 그 비중이 99%에 달한다.

베트남의 OTT 시장에는 다양한 사업자가 존재한다. VTC가 2013년 처음 OTT를 내놓은 이후로, 방송사들이 잇따라 OTT 서비스를 내놓았다. 특히 VSTV(K+)가 출시한 MyK+ NOW는 베트남 OTT 중에서는 최초로 유료 비즈니스 모델을 선보여 주목 받았다.

해외 사업자로는 Netflix를 비롯하여, iFlix(말레이시아), WeTV(중국), iQiyi(중국) 등이 진출해 있다. 하지만 베트남 정부가 해외 사업자에 대해 다소 배타적이며 현지에 만연한 불법 복제 시청 행태 등으로 인해 일각에서는 해외 사업자의 시장점유율 확보가 어렵다는 평가가 나오고 있다.

표 7 2014~2023년 베트남 유료 OTT 서비스 형태별 총 매출액 (단위: 백만 달러)

	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
디지털대여	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
전자판매	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
구독형	1.3	4.3	7.6	12.2	16.8	24.9	33.2	42.1	51	60.9
합계	1.5	4.5	7.9	12.5	17.1	25.2	33.5	42.5	51.4	61.3

주: 1) 전자판매(Electronic sell-through, EST): EST는 다양한 전자기기에서 한 콘텐츠를 구입한 후 무한대로 시청할 수 있는 판매형 서비스를 의미
2) 구독형(Subscriptions): 반복적으로 결제하여 디지털 영상을 이용하는 유료 서비스로 구독기반 주문형 서비스(Subscription Video On Demand, SVOD)와 선형 구독 서비스(Linear Subscription Services, SLIN)을 모두 포함
3) 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

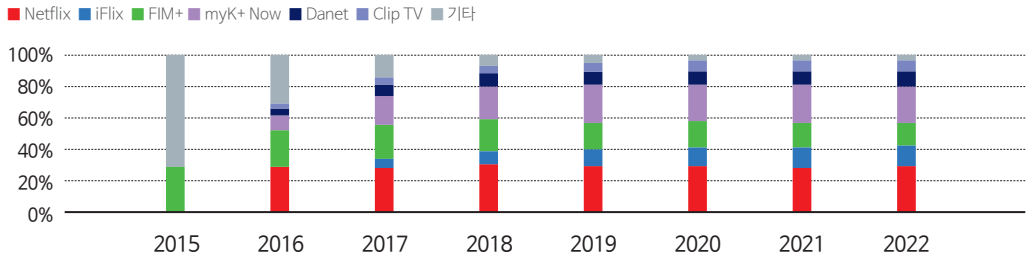
출처: Ovum(2018), 정보통신정책연구원(2019) 재인용

표 8 베트남에서 운영되는 주요 SVOD 서비스

구분	국가	수익모델	개요
MyK+ NOW	베트남	• SVOD	• 2016년 위성방송사 VSTV(K+)가 출시한 OTT 서비스 • OTT 서비스 유료 비즈니스 모델을 베트남 최초로 출시
FPT Play	베트남	• AVOD • SVOD	• FPT 그룹이 2013년 출시한 서비스 • 한국 드라마, 미국 예능 등과 함께 베트남 TV 프로그램을 제공
Fim+	베트남	• SVOD • TVOD	• 베트남의 통합 영화사인 The Galaxy Media&Entertainment Group이 출시 • 베트남 최초로 HD화질의 영화를 공급
Onme	베트남	• SVOD	• 케이블 채널 VTVcab과 이통사 Viettel 합자회사에서 출시한 서비스 • 기존 VTVcab 및 Viettel 가입자에게는 무료로 제공
ClipTV	베트남	• AVOD • SVOD	• 베트남의 인터넷 기업인 VEGA Media Company가 2003년 출시
Danet	베트남	• AVOD • SVOD • TVOD	• 베트남 민간 미디어그룹인 BHD가 2016년 출시 • 베트남, 미국, 한국, 중국 등의 TV 및 영화 콘텐츠를 제공
Netflix	미국	• SVOD	• 2016년 1월부터 서비스 출시했으며, 현재 시장점유율 1위로 알려짐 • 베트남 내의 제작사와의 협업을 통해 베트남 오리지널 콘텐츠를 확충하고자 노력
iFlix	말레이시아	• SVOD	• 말레이시아에 기반을 둔 대형 OTT 사업자로 2017년 베트남 진출 • 저렴한 구독료를 통해 차별화 전략을 전개 중
WeTV	중국	• SVOD	• 중국 최대 인터넷 그룹 Tencent 소유의 OTT 서비스
iQIYI	중국	• SVOD	• 중국 검색 포털 Baidu 산하 OTT 서비스로 중국 내 1위 VOD 서비스

출처: 각사 홈페이지, 언론보도, STRABASE 재구성

그림 8 2011~2022년 베트남 OTT 사업자별 시장점유율 예측 (단위: %)



출처: Ovum, 방송통신위원회 재인용(2018)

그럼에도 불구하고, 베트남 내 Netflix의 점유율은 계속 증가하고 있다. 시장조사업체 Ovum에 따르면 2017년 Netflix의 시장점유율은 약 27%로 1위이며, 이러한 추세는 2022년까지 유지될 것으로 예측했다.

4. 베트남 방송 미디어 정책 현황

베트남의 방송 미디어 관련 주요 정책 기구는 정보통신부(MIC)이다. 정보통신부는 산하에 '방송 인터넷심의기구(ABEI)'를 두고 방송, TV, 웹사이트, 소셜미디어, 온라인게임 분야를 관리 감독한다. 베트남 정보통신부는 지난 2016년 처음 정부법령 "No. 06/2016/ND-CP"의 초안을 발표한 이래로, 2019년 2월까지 해당 법령을 5차례 개정했다. "No. 06/2016/ND-CP"는 베트남의 라디오와 텔레비전 서비스, 그리고 OTT 서비스 전반에 걸쳐 상세한 규정을 제공한다.

예컨대, 동 법령에서는 모든 유료방송사는 베트남 기업이어야 하며, 외국투자자(기업)이 해당 허가를 취하려면 총리의 승인이 있어야 함을 명시하고 있다. 또한, 유료방송에서 해외채널의 수는 전체 채널의 30% 수준이어야 한다. OTT도 전체 제공 콘텐츠의 30%를 베트남의 콘텐츠로 구성해야 한다. 그 밖에 유료로 제공되는 모든 해외 채널은 언론 및 광고와 관련된 베트남 법률을 준수하도록 프로그램을 편집 및 조정해야 할 의무도 있다. 물론 No. 06/2016/ND-CP" 외에도 베트남 사회주의 공화국에 반하는 내용을 담은 콘텐츠에 대한 강력한 규제를 둔 법령이 방송은 물론이고 언론과 광고 분야에 걸쳐 두루 존재한다.

한편, 2016년 5월부터 한국의 방송통신위원회가 베트남 정보통신부와 함께 한-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 협상을 개시하였고, 지난 2019년 8월 발효되었다. 이를 통해 한국과 베트남이 공동으로 제작한 방송 프로그램은 베트남 제작 프로그램과 동등하게 인정받게 된다. 쉽게 말해, 해외 콘텐츠에 대한 편성 규제의 적용 대상이 아니라는 것이다.

5. 베트남 인기 방송 미디어 콘텐츠

5.1. 인기 콘텐츠 장르

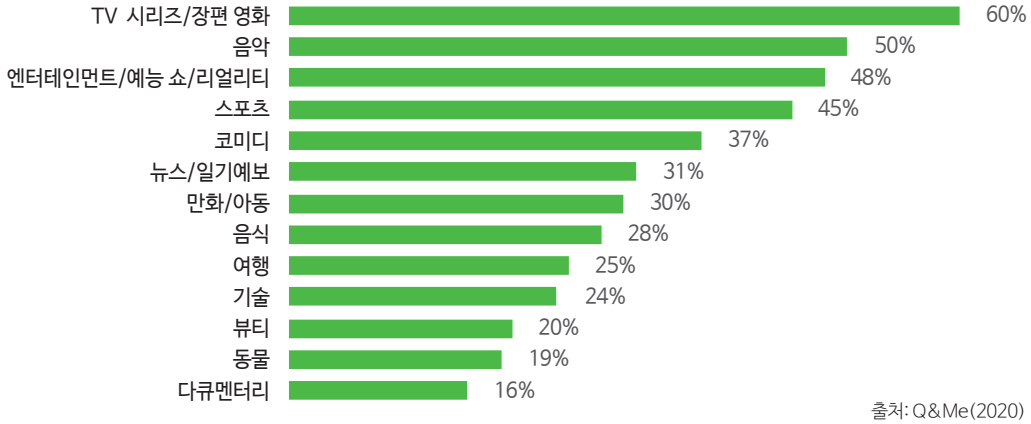
베트남의 시장조사업체 Q&Me의 설문자료에 따르면, OTT를 이용 중인 20~49세 사이의 베트남 성인 202명 중 60%가 선호 장르로 TV 시리즈 및 장편영화를 꼽았다. 그 외 음악(50%), 예능(48%), 스포츠(45%), 코미디(37%) 등이 뒤를 이었다.

한편, 시장조사업체 Parrot Analytics의 시청 데이터 기반의 조사에서는 2019년 3분기 기준 베트남 오리지널 콘텐츠 장르 중 '드라마(52.6%)'가 가장 높은 수요를 이끌어냈다는 분석이다. 그 뒤를 잇는 것은 액션/어드벤처(17.7%), 코미디(11.3%), 어린이(5.4%) 등이었다. Parrot Analytics에 따르면, 드라마의 하위 장르로는 SF, 슈퍼히어로 범죄물이 비교적 높은 수요를 얻고 있다고 덧붙이기도 했다.

Q&Me의 16세에서 39세 사이의 베트남 영화 소비자를 대상으로 또 다른 설문조사에서는 선호 영화 장르로 '액션/슈퍼히어로(57%)'가 지목되었고, 그 뒤를 이어 코미디(54%), SF(40%), 로맨스(37%), 호러(31%) 등의 순으로 높은 응답률을 보였다.

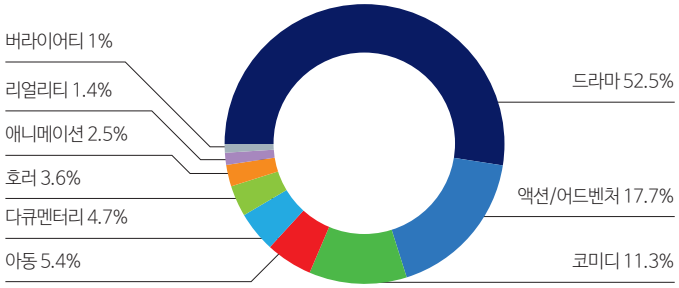
Parrot Analytics와 Q&Me의 자료는 일부 통하는 부분이 있는데, 그것은 슈퍼히어로, 액션, 코미디, SF 등의 장르에 대한 베트남 미디어 소비자들의 높은 수요가 드러나고 있다는 것이다.

그림 9 베트남 인기 콘텐츠 장르



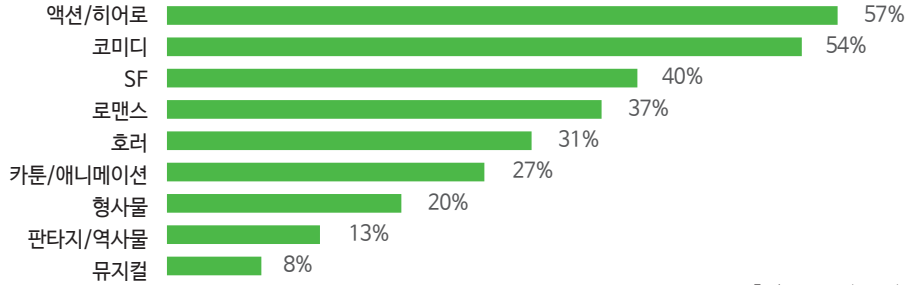
출처: Q&Me(2020)

그림 10 베트남 인기 오리지널 콘텐츠 장르



출처: Parrot Analytics(2019)

그림 11 베트남 선호 영화 장르



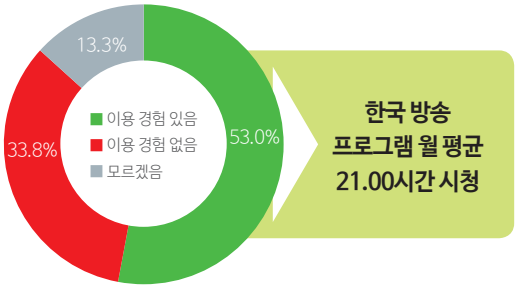
출처: Q&Me(2019)

5.2. 인기 한류 미디어 콘텐츠

방송통신위원회의 2018년 자료에 따르면, 17~59세 사이의 베트남 7개 주요 대도시에 거주하는 응답자 400명을 설문한 결과, 전체의 53%가 한국 방송 프로그램을 시청한 경험이 있다고 응답했다. 이들의 한국 방송 프로그램 주요 시청경로는 유료방송(34.9%), 온라인 스트리밍 사이트(26.9%), 지상파 방송(21.2%) 등으로 나타난다.

18세 이상의 베트남 시청자 917명을 대상으로 한 Q&Me의 2019년 조사에서는 전체의 68%가 한국의 드라마 또는 영화를 선호('매우 좋아한다', '좋아한다')하는 것으로 답했다. 특히 한국 드라마와 영화에 대한 선호도가 매우 높다고 응답한 비중이 25%에 달했다. 같은 조사에서 베트남에서 방영된 한국 드라마 중 선호도가 높은 것은 〈태양의 후예〉 13%, 〈꽃보다 남자〉 13%, 〈거침없이 하이킥〉 7%, 〈기황후〉 7%, 〈유리구두〉 5%, 〈가을동화〉 4%, 〈시티헌터〉 4% 등으로 나타났다.

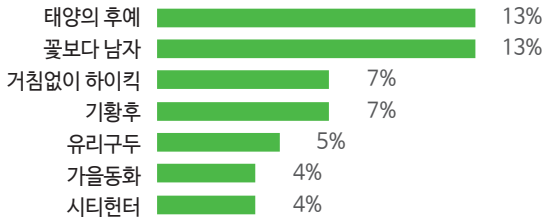
그림 12 베트남 시청자의 한국 방송 프로그램 시청 경험



한국 방송 프로그램을 접하는 경로	%
유료방송(캐이블 등)	34.9
온라인 스트리밍 사이트	26.9
지상파 방송	21.2
SNS(Facebook, instagram 등)	9.4
가입자 기반 온라인 동영상 서비스(Netflix 등)	7.1

출처: 방송통신위원회(2018)

그림 13 베트남 기방영 인기 한국 드라마



출처: Q&Me(2019)

REFERENCE

1. '방송공동제작 협력강화: 2018 방송공동제작 해외시장 분석-말레이시아, 베트남, 싱가포르, 인도네시아 태국 5개국', 방송통신위원회, 2018.12.
2. '베트남 콘텐츠 산업동향 2019년 3호', 한국콘텐츠진흥원, 2019.7.19.
3. '이슈리포트 2019-06호: 아세안 국가의 콘텐츠 시장 동향과 콘텐츠 파트너쉽 사업 소개', 정보통신산업진흥원, 2019.4.12.
4. '한-베트남 TV프로그램 협정과 베트남 방송시장 전망', 정보통신정책연구원, 2019.5.16.
5. 'Asia-Pacific: Pay-TV & FTA Forecasts to 2023', Ovum, 2018.08.23
6. 'DIGITAL 2020: VIETNAM', We Are Social, 2020.02
7. 'Global Pay TV Forecasts₩', Digital TV Research, 2018.05
8. 'How Vietnamese recognize Korean cultures', Q&Me, 2019.05
9. 'iFlix ambition to lead the online movie market in Vietnam', BaoMoi, 2017.03.01.
10. 'Media Outlook-TV & Video', Statista, 2020.03
11. 'PwC Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022 Vietnam' , PwC, 2019.06
12. 'Release of A New Draft Decree Amending and Supplementing A Number of Articles of Decree No. 06/2016/ND-CP on the Management, Provision and Use of Radio and Television Services', Baker Mckenzie, 2019.03.20.
13. 'The future of television in Vietnam', B&Company, 2020.2.11.
14. 'The Global Television Demand Report', Parrot Analytics, 2019.12
15. 'Vietnam in View 2018', AVIA, 2018.09.23.
16. 'Vietnam OTT TV competes with foreign giants', Vietnamnet, 2018.10.18.
17. 'Vietnam Video Streaming Market Study', Q&Me, 2020.03