

방통위 태국 공무국외출장 결과

-한-태 방송프로그램 공동제작협정 연구반 회의 및 공동제작 국제
컨퍼런스 참석 등-

- ◆ 기 간 : 2017. 12. 06.(수) ~ 12. 09.(금), 2박 4일
- ◆ 방문국가 : 태국

2017. 12.

목 차

I . 출장 개요	1
-----------------	---

II . 세부 활동	2
------------------	---

1. 태국 공동제작 국제 콘퍼런스 참석	2
-----------------------------	---

2. 국내연구반 회의	29
-------------------	----

3. 한-태 방송프로그램 공동제작협정 연구반 회의	31
-----------------------------------	----

I. 출장 개요

1. 출장 목적

- 한류 방송콘텐츠의 해외진출 기반 확대 및 한·태 공동제작협정 체결 추진을 위해 태국 NBTC 주최 공동제작 국제콘퍼런스 참석 및 한·태 공동제작 연구반 1차 회의 개최 추진

2. 출장 국가 : 태국(방콕)

3. 출장 기간 : '17년 12월 6일(수) ~ 12월 9일(토), 2박 4일

4. 출 장 자

구분	부 서	직 위(직 급)	성 명
1	방송기반국	국 장	김 동 철
2	방송기반국	방송콘텐츠교류협력팀장(서기관)	김 영 주
3	방송기반국	방송콘텐츠교류협력팀(행정사무관)	김 해 나
4	방송기반국	방송콘텐츠교류협력팀(주무관)	이 화 영

※ 정보통신정책연구원(KISDI) ICT 통상센터장 강하연 박사, 노은정 연구원, 정인선 연구원 동행

5. 주요 활동

- 한류 방송콘텐츠 해외진출 기반 확대를 위한 태국 국가방송통신 위원회(NBTC) 주최 공동제작 국제콘퍼런스 참석
- 한-태 방송프로그램 공동제작협정 체결 추진을 위한 국내연구반 회의 및 양국 공동연구반 1차 회의 개최

6. 선물수령 관련

- 선물 수령 여부 : O (NBTC 방문 기념 USB)
- 선물 신고 여부 : X (미화 100\$ 이하의 단순 기념품)

II. 세부 활동

1. 태국 공동제작 국제콘퍼런스 참석

□ 일시 / 장소 : '17. 12. 7.(목), 09:00~16:30, 방콕 Century Park Hotel

< NBTC 기관 개요 >

- (개 요) '10년 11월, 헌법 개정 승인으로 국가방송위원회(National Broadcasting Commission, NBC)와 국가통신위원회(National Telecommunications Commission, NTC)가 통합·설립된 정보통신(ICT)·방송 융합 규제 기관
 - 위원장 1명, 부위원장 2명, 상임위원 7명 등 총 10명의 위원으로 구성
- (주요 업무) 무선 주파수·오디오 방송 및 TV방송서비스의 허가 전략 수립, 방송 프로그램 편성 규제 및 방송프로그램 내용 심의, 방송품질 개선 및 디지털 방송 전환 전략 수립 등

□ 참가자 : 태국·한국·중국·인도네시아 등 아시아 주요국의 방송콘텐츠 관련 정부기관 및 방송사·제작사 등 약 70명

※ 지상파 4사(KBS, MBC, SBS, EBS) 및 외주제작사 2사(도레미엔터테인먼트, 얼반웍스) 등 6개 사업자가 방통위 주선으로 현지 매칭 세션 참석

□ 주요 내용

- (태국측 발표) 태국 방송콘텐츠 시장 현황과 국제 공동제작에 대한 정부 정책 현황 및 방향에 대해 발표

- 태국의 방송시장은 급속히 성장하고 있으며(연평균 성장률 33%), OTT 등 온라인 플랫폼을 통한 방송콘텐츠 시청률*이 높음

* 태국은 미국, 브라질, 인도, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 중국, 말레이시아, 베트남, 필리핀과 함께 온라인을 통한 TV이용률 전세계 10위권 국가

- 태국 문화부·관광청에서 국제 공동제작에 대한 제작비 지원 등 진흥정책 추진중

- 공동제작의 형태를 정부승인에 따라 이루어지는 **Official** 공동제작과 민간 사업자간 개별 계약에 의해 이루어지는 **Unofficial** 공동제작으로 나눌 경우, 태국은 아직 Official 공동제작이 없으며 향후 공동제작협정 체결 등을 통해 장려해 나갈 계획임을 밝힘

- 태국은 4가지의 공동제작 방식(① 기본 모델, ② CLMVT 모델, ③ 3국 시장 모델, ④ 글로벌시장 모델)을 제시하고, ①·② 모델이 국제 공동제작의 중심이 될 것으로 제시

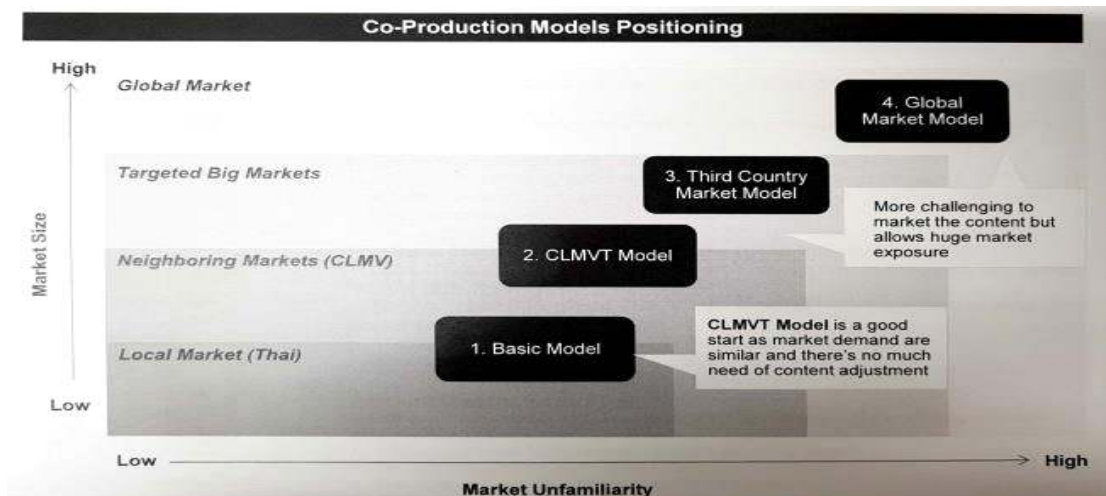
① 기본 모델 : 태국과 파트너국가의 시장을 타겟으로 하는 공동제작 방식으로, 목표 시장은 작지만 시도가 용이

② CLMVT 모델 : 태국과 태국 근접국가(캄보디아, 미얀마, 라오스, 베트남)의 시장을 목표로 하는 공동제작 방식으로, 기본 모델보다 도전하기 어렵지만 한국·중국 콘텐츠에서는 이미 보편적인 방식

③ 3국시장 모델 : 태국, 파트너국가 이외에 (주로 인구가 많은 중국, 인도네시아 같은) 제3의 국가를 목표 시장으로 하는 공동제작 방식

④ 글로벌 시장 모델 : 전세계 시장을 목표로 하는 공동제작 방식

<태국이 제시한 4가지 공동제작 방식>



○ (한국측 발표) 한국 방송콘텐츠시장의 규모·구조, 국제 공동제작 관련 업계 및 정부 지원 현황 등 발표(KISDI 강하연 박사)

○ (해외 사업자 발표) 중국·홍콩·인도네시아·태국 방송콘텐츠 제작사*의 회사 소개 및 공동제작 추진 현황 발표

* 중국 3C Media, 홍콩 VLIGHT Media, 인도네시아 Imagine group, 태국의 BEC World Public 등

<해외사업자 발표 내용>

발표자	발표 내용
Thailand's Readiness on Co-Production and Business Opportunities • TIME Consulting Co., Ltd.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 태국은 4년 전부터 디지털전환 작업을 시작하여 현재 25개의 디지털 채널 보유 중. 이밖에도 태국의 3G와 4G 커버리지는 인구수 대비 98%이며 모바일 보급률은 133%로 매우 높음. 태국시장은 모바일 데이터가 주변 인근국에 비하여 매우 저렴하여 많은 사람들이 모바일을 이용하여 영상 시청함 ○ 태국에서 가장 인기 있는 TV프로그램 장르는 엔터테인먼트이며 그 다음으로 뉴스임 <ul style="list-style-type: none"> - 태국 국내제작물 중에서 드라마가 가장 인기 있으며 평균 시청률은 6~8%임 ○ 최근 세계적으로 태국 방송콘텐츠에 대한 수요가 증가하고 있음, Workpoint사는 10개국 이상으로 프로그램을 수출하고 있으며,

	<p>2017년 하반기에는 수익의 20%가 증가할 것으로 예상하고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 최근 태국 영화“Bad Genius”가 중국에서 매우 성공함, 배우들이 전부 신인이었으며, 성공 관건은 콘텐츠의 품질임을 알 수 있음 ○ NBTC는 태국 제작사들에게 데이터베이스를 제공하여 제작사들이 공동제작 파트너를 빠르게 찾을 수 있도록 지원하고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 현재 태국 TV프로덕션 회사는 2016년 기준 1218개임 ○ 이밖에도 태국의 문화부는 퀄리티가 뛰어난 제작물에 지원금을 제공하고 있으며, 관광부 역시 공동제작물을 태국에서 촬영 시 15-20% 캐쉬 리베이트를 진행 중 <ul style="list-style-type: none"> - 또한 ‘미디어 펀드’의 경우 제작비의 100%를 지원해 줌
<p>Content Exchange and Cooperation between Korea and Thailand</p> <ul style="list-style-type: none"> • KISDI 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국 방송 시장 Overview와 공동제작의 필요성 및 한국과의 공동제작이 가지는 이점을 소개 ○ 한국의 방송 산업의 수익은 대부분 광고를 통한 수익 즉, 광고료와 협찬료의 비중이 매출의 상당부분을 차지함 ○ 최근 한국 방송 산업의 변화 양상에 대해 모바일을 기반으로 한 ICT와 콘텐츠가 융합한 형태의 방송콘텐츠 영역이 확대되고 있음 ○ 한국은 국내 방송산업이 가진 한계를 극복하고 다양한 국가와의 문화교류를 지속하기 위한 방안으로 국제공동제작에 주목하고 있음 ○ 공동제작 유인분석- 규제와 제작 측면으로 나눌 수 있음 ○ 공동제작협정은 정부 간 공식협정으로서 국내제작물로 인정, 보조금 지원, 세금 면제 등 다양한 혜택을 누릴 수 있음 ○ 정부는 공동제작 체결 국가와의 공동제작을 독려하기 위하여 재정적 지원을 하고 있음

<p>TV and Media Co-production Experiences and Opportunities in China</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3C Media Co., Ltd. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중국의 3G사는 TV포맷 제작, 유통 등을 담당하며 엔터테인먼트 프로그램에 주력함 (리얼리티, 스튜디오 베이스 쇼 등) 본사는 북경에 위치함. 중국 내 9개의 합작회사가 있으며 이 중 하나는 런던에 있음 ○ 3G는 중국 회사 중 처음으로 국제 포맷을 중국에 수입하여 현지화 하였음. ○ <Let's Go Time Traveler>는 한중 합작 프로그램으로 8인의 연예인이 출연하여 중국의 역사로 회귀하여 벌이는 엔터테인먼트 프로그램임. 감독, 작가, 배우 등이 한국인이며, 동 프로그램은 800명의 촬영 인력을 동원하며 3일 동안 촬영함. 인터넷에서 좋은 반응을 얻었으며 현재 시즌 2가 끝나고 시즌 3 확정된 상황 ○ <Ancient Games>는 영국과 포맷을 공동 개발한 프로그램임. 양국의 니즈가 달랐기 때문에 프로그램을 2가지 버전으로 제작하여 각 국에 방영함 ○ <Tower of Love>역시 포맷을 공동 개발한 프로그램으로 인공지능과 인간의 경험이 대결하는 구도임 ○ <On the Road> 프로그램은 공동 제작하였으며 유쿠에서 방영함, 동 프로그램에 대하여 세계적으로 1500개의 미디어에서 다룰 정도로 큰 인기를 얻음, 현재 시즌 5 제작 중
<p>Opportunities in Co-Production in Films and Web Series from China</p> <ul style="list-style-type: none"> • VLight Media Group Co., Ltd. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중국시장은 세계적으로 주류시장이며 영화 공동제작은 빈번하게 진행되고 있으나 많은 실패 사례들이 존재함, 이를 통하여 중국 관객 역시 높은 수준을 보유하고 있으며 고품질의 작품을 원한다는 것을 알 수 있음 ○ 태국의 <Bad Genius>가 중국에서 크게 성공하였는데 이것은 콘텐츠가 좋았고 중국 관객 역시 고품질 콘텐츠를 알아볼 수 있는 안목을 가지고 있다는 것을 의미함 ○ 중국 시장에서 성공하기 위해서는 트렌드에 쫓아가지 않고 소신대로 제작하여야함,

	<p>영화 공동제작 작품들의 경우 인기 많은 배우들이 출연하였지만 성공하지 못한 사례들이 많음</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 중국 시장은 비자, 검열, 미디어 통제, 송금 문제 등 많은 규제를 가지고 있지만 이것을 규제라고 생각하지 말길 바람, 규제를 통과하여 중국 시장에 들어오면 새로운 세계가 열릴 것임
<p>Indonesian TV and Media Market Opportunities and Co-production Experiences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagine Group Co., Ltd. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Imagine Group은 국내외 공동제작 협업을 지속하고 있으며, 가장 성공적인 공동제작 프로그램으로 <The Apartment>가 있음. 해당 프로그램은 참가자들에게 시간 및 예산 제약을 두고 인테리어 디자인 프로젝트 경쟁을 겨루는 프로그램으로 아시아 전역에서 방송되고 있음. 또한 해당 프로그램은 인도네시아어로 제작되어 2017년 인도네시아 MNC TV에서 방영된 바 있으며, 2018년에 시즌2 방영 예정임 ○ Imagine Group은 <The Apartment>와 마찬가지로 아시아 전역에 방송될 수 있는 콘텐츠 제작을 목표로 하고 있음. 일례로 2016년 베트남 HTV7에서 베트남어로 제작되어 방영되었으며 2018년 2분기 시즌 2가 방영될 예정임 ○ AXN, FOX, DIVA, Discovery, SONY 등 다양한 파트너사를 보유하고 있으며, 향후에도 다양한 동남아시아 공동제작 확대를 희망함
<p>Case Study: Experiences and Co-Production Interest</p> <ul style="list-style-type: none"> • BEC World Public Co., Ltd 	<ul style="list-style-type: none"> ○ BEC World 는 TV, 라디오, 뉴미디어 등 다양한 영역의 자회사를 보유하고 있으며 올해 Mello라는 ott플랫폼을 런칭 예정임 ○ 47년의 역사와 200여명의 소속 연예인을 보유하고 있으며 1000여개가 넘는 드라마 제작경험 및 뉴미디어 전통 매체 등 다양한 영역에서 창작 경험이 있다는 장점이 있음 ○ BEST PROVIDER IN TV가 되는 것을 목표로 앞으로 다양한 제작자와의 공동제작이 진행되기를 희망함

○ (비즈니스 매칭 세션) 콘퍼런스 참석 사업자간 1:1 매칭 세션 진행

※ 지상파 4사(KBS, MBC, SBS, EBS) 및 외주제작사 2사(도레미엔터테인먼트, 얼반웍스) 등 6개 사업자가 방통위 주선으로 현지 매칭 세션 참석

<비즈니스 매칭 세션>



< 부 록 1 - 콘퍼런스 일정표 >

시 간		프로그램	비 고
09:00~09:30	30'	Registration	
09:30~09:40	10'	< OPENING CEREMONY >	NBTC Dr. Pakdee Manaves
09:40~10:40	60'	Thailand's Readiness on Co-Production and Business Opportunities	TIME Consulting Co Mr. Jackkit Sangkittiwat
10:40~11:00	20'	- COFFEE BREAK -	
11:00~11:20	20'	Content Exchange and Cooperation between Korea and Thailand	KISDI Dr. Hayun Kang
11:20~11:40	20'	TV and Media Co-production Experiences and Opportunities in China	3C Media Co Ms. Xinhe Liu
11:40~12:00	20'	Opportunities in Co-Production in Films and Web Series from China	VLight Media Group Co Ms. Mengshi Yu
12:00~12:20	20'	Indonesian TV and Media Market Opportunities and Co-production Experiences	Imagine Group Co Mr. Riaz Mehta
12:20~13:30	70'	- NETWORKING LUNCH -	
13:30~13:45	15'	Case Study: Thai Series "Love Sick"	Greatest Entertainment Co Mr. Karnrapee Thanachailboonyapatch
13:45~14:00	15'	Case Study: Experiences and Co-Production Interest	BEC World Public Co Mr. Weerawit Loetwatthanasakun
14:00~16:30	150'	< BUSINESS MATCHING >	※ 1:1 Session with international companies

< 부 록 2 - 콘퍼런스 참석 사업자 >

List of International Companies

No.	Company	Country	Description
1	3C Media	China	3C Media is a leading producer and provider of TV programs in China, focusing on overseas TV formats introducing, original content creating, international co-development and co-production, TV programs production and distribution.
2	Contra	China	CONTRA provides locations and complete production services anywhere in the world: For over 30 years now, CONTRA has been providing the full range of services needed to successfully accomplish the entire spectrum of photo and film productions ranging from the simplest to the extremely complex.
3	Doremi entertainment	South Korea	Doremi Entertainment is a production company with expertise on TV series, film and OST production. It has developed and produced numerous hit series such as I Hear Your Voice and Queen of Housewives. Also, it provides international co-production and location scouting service based on a variety of experiences.
4	Imagine Group	Indonesia	Imagine Group is a leading international TV production company which develops and produces large scale reality TV shows across a variety of genres such as sports, fitness, design, fashion and lifestyle.
5	Korea Educational Broadcasting System (EBS)	South Korea	EBS is the one and only public educational broadcasting company in Korea. Through its 7 TV channels, 1 radio channel, and internet/mobile platforms, it provides diverse educational content and contributes to bridging the educational gap in Korea, such as documentaries and kids programs.
6	Korean Broadcasting System (KBS)	South Korea	KBS has been showing the strengths of a public broadcaster by creating award-winning documentaries, globally popular dramas and entertainment and variety shows that are both well-made and popular with the audience e.g. Descendants of the Sun and One Night and Two Days. Its programs receive attention and support from viewers both at home and abroad.

No.	Company	Country	Description
7	Lasta Multimedia	Vietnam	Lasta Multimedia JSC. is one of the leading producers in television, advertising, and media industries, EVENT, broadcasting. The company has been providing its audience with various high quality, interesting, and distinguish programs broadcasted in many channels across the nation.
8	May Production	Vietnam	May Production, a top-notch production house located in the heart of Saigon, Vietnam. It has been growing fast and still reaching out to the world. We team up with Directors, DOPs, Art Directors, Editors, and Post Houses from all over the world to make the best films, and have fun.
9	Munhwa Broadcasting Corporation (MBC)	South Korea	MBC is a Korean public broadcaster which produces quality dramas with prominent stance in both domestic and international stages, such as Coffee Prince, W - Two Worlds Apart and Moon Embracing the Sun. It also produces entertainment programs, formats and documentaries for example, The King of Mask Singer and Where Are We going, Dad?
10	Seoul Broadcasting System (SBS)	South Korea	SBS is a national South Korean television and radio network. Its renowned producers and marketing experts handle overall process of global format business from creation of marketing/sales kit, format package to international co-production. With constant record-breaking success of 'Running Man' in China and 'Fantastic Duo' in Europe, it is contributing to globalization of Korean formats.
11	Surya Citra Televisi (SCTV)	Indonesia	SCTV is one of the private television stations in Indonesia. It became one of the favorite television stations of viewers because of the variety of shows, as well as drama shows and FTV that fit the needs of today's society. For the future, this television station wants to expand the business potential to foreign countries and update the broadcast concept in accordance with the new media industry.
12	True CJ Creations	Korea & Thailand	A joint venture between CJ E&M and True Visions (Thailand's leading cable satellite television operator). True CJ Creations is planning to reveal more than 10 contents in local market in 2021. CJ E&M also sold the format of its hit makeover show "Let Me In" to

No.	Company	Country	Description
			Thailand and the Thailand version of the show recorded around 4.5 % of the average viewer rating.
13	Urban Works Media Company	South Korea	Urbanworks Media is leading the media contents production market with differentiated production know-how in entertainment, drama, documentary and overseas live broadcasting, such as Running Man, Let Me in and Bad Guys.
14	VLIGHT Media Group	China	VLIGHT Media Group created by senior film and TV personages of Hollywood, strives to create international quality film and TV animation content. VLIGHT Media Group utilizes the "Disney IP" operation system to hatch highly selected IP, planning strategies of IP derivatives industry chain, and forming a healthy system of films and entertainment, web media, gaming, and consumers.

List of Thai Companies

No.	Company	Country	Description
1	BEC Multimedia Company Limited	Thailand	BEC Multimedia is a subsidiary company of BEC World, which is (1) High-Definition Variety Category "3 HD Channel", (2) Standard-Definition Variety Category "3 SD Channel" and (3) Standard Definition for Kids and Family Category "3 Family Channel".
2	BEC World Public Company Limited	Thailand	Thailand's leading entertainment company producing quality TV programs, radio formats and with over 30 years' experience in bringing the world's top artists, shows and events to Thailand. Stay tuned for exclusive photos and videos from the shows
3	Bright TV Company Limited	Thailand	Bright TV produces TV contents for Channel 5 and presents edutainment, documentary, and talk shows. The contents also available on website, Facebook, and Youtube (over 250 Million views totally).
4	Broadcast Thai Television Company Limited	Thailand	Over nineteen years of experience in TV production with full facility and well-trained professionals to offer a complete range of entertainment services. The company produces television programs, documentaries, sports, commercial contents, and presentations.
5	Department of Tourism	Thailand	Funding for co-production projects between Thai and foreign producers and foreign production in Thailand.
6	DN Broadcast Company Limited	Thailand	DN Broadcast is edutainment produce, provides great learning contents of animal life, nature, innovation and technology, history, health, etc.
7	GMM Grammy Public Company Limited	Thailand	GMM Grammy is the largest media conglomerate entertainment company in Thailand. It claims a 70 percent share of the Thai entertainment industry. In addition to its music business, the company is involved in concert production, artist management, film and television production and publishing.

No.	Company	Country	Description
8	Greatest Entertainment Company Limited	Thailand	Greatest Entertainment provides advertising, movies, television programs, concerts, music, events organization, and entertainment marketing services. Moreover, Greatest Entertainment is an expert in entertainment shows, they also provide entertainment academy programs.
9	Hollywood Movies Company Limited	Thailand	Hollywood Movies is the number 1 of movie online service provider in Thailand. Over thousands of HD movies, the online service is available on mobile devices such as laptop, tablet, smart phones, and TV.
10	JSL Global Media Company Limited	Thailand	JSL Global Media provides co-production, television shows, talk shows, variety shows, documentaries, drama series, and public holidays broadcast on Channel 5, Channel 7, and Channel 9 (Modern Nine TVs).
11	Leay Doodee	Thailand	Leay DooDee (LDD) produces high quality TV production including comedies, drama, action, horror, romance series, etc. LDD is a high quality creative studio in Thailand and Asia.
12	Me Mi Ti Co., Ltd.	Thailand	Me Mi Ti provides TV programs such as drama series, game shows, quiz shows, talk shows, variety shows, sitcom, reality shows, It's totally up to 250 programs for Channel 3, Channel 5, Channel 7, Modern Nine, and One Station.
13	Media Fund	Thailand	Funding for safe and creative projects with the main aim of developing children and youth.
14	Mediaplex International Company Limited	Thailand	STG Mediaplex is a leading international content provider across broadcast television, digital and mobile platforms, serving consumers and advertisers in strong local markets. STG provides top rating programs from all around the world that fit to consumers need. Partners are BBTv, Channel 5, MCOT, Truevision, MONO TV, Thairath TV, Amarin TV, NOW etc.
15	Ministry of Culture	Thailand	Funding for national film and audiovisual project. MOC has "Film and Audiovisual Supporting Strategy: Phrase 3 2017 – 2021" with one of the main strategy to support international investment collaboration through various activities.

No.	Company	Country	Description
16	Mono Broadcast Company Limited	Thailand	Free TV with the greatest number of blockbuster movies and premium TV series" for non-stop entertainment 24 hours. Mono29 broadcasts only exclusive contents from the top studios from Hollywood and Asia including Warner Brother, CBS, NBC, Universal, Paramount, Disney, 20th Century Fox and Sahamongkol.
17	Payai Creation Company Limited	Thailand	TV documentary that presents stories about children, youth, environment, rural lifestyle, ethnicity, culture, modern technology. Moreover, it presents about women, mothers, and children problems.
18	Platinum Creation Company Limited	Thailand	Platinum Creation provides media planning services on TV, radio, and printing media. Moreover, it also creates TV documentary that presents stories about foreign countries, art, culture, food, elderly, energy, environment, and technology. Platinum Creation is now promoting domestic and overseas organizations or products, organizing marketing activities (both domestically and abroad), and organizing observation trips.
19	PSI Saradee	Thailand	PSI Saradee provides animal life, science, and technology, history, biography, nature, environment, and health content. PSI Saradee has the great of International contents from BBC, DW Transtel, Media Link, Studio Humburg, ORF, France 24.
20	Search Entertainment Company Limited	Thailand	Search Entertainment produces variety types of children, youth, and entertainment contents. It serves music shows, talk shows, etc. for all ages and genres.
21	Shellhut Entertainment Company Limited	Thailand	Shellhut is a co-financing and producing company specializing in animation, with a well-established international network of pre-production, production, and post-production partners. Shellhut produces world-class animation with engaging characters, universal stories and visual grace.
22	Spring News Corporation Company Limited	Thailand	Spring News Corporation owns and operates news media which broadcast 24-hour news on television and Internet.

No.	Company	Country	Description
23	Spring News Television Company Limited	Thailand	Spring News broadcasts 24-hour rolling news coverage throughout the day called "The Phenomoneon of Real News" with exception of variety programming and infotainment program on weekends. Spring News inked a partnership deal with international news network CNN for using content, news footage and training for employees. Spring News began using CNN-themed on-screen graphics.
24	Thunder Public Company Limited	Thailand	TV Thunder has produced over 200 quality television programs in all type of television production realm, from dramas to sitcoms, game shows to documentaries, and comedy varieties to talent shows
25	Triple V Broadcast Company Limited	Thailand	Thairath TV is owned by the news publisher. It operates as 24-hour television news channel with news-tensive programming mixed with entertainment and sports program. Thairath TV is the first television station in Thailand to broadcast LINE messages from viewer during newscasts.
26	TV Burabha Company Limited	Thailand	TV Burabha was established on the belief that television is not just a business. The main program contents will drive the audiences to learn creatively.
27	Vithita Animation Company Limited	Thailand	Vithita Animation was established to be a full-service animation studio providing the following services; Character Design and Development, 2D Traditional and Toonboom-Flash Animation, 3D Animation, Post-Production Facilities
28	Zense Entertainment Company Limited	Thailand	Zense Entertainment provides content creation and TV program production. Nowadays, Zense Entertainment produces has more than 20 television programs o+D19f different genres. The programs are on-air on Channel 5.

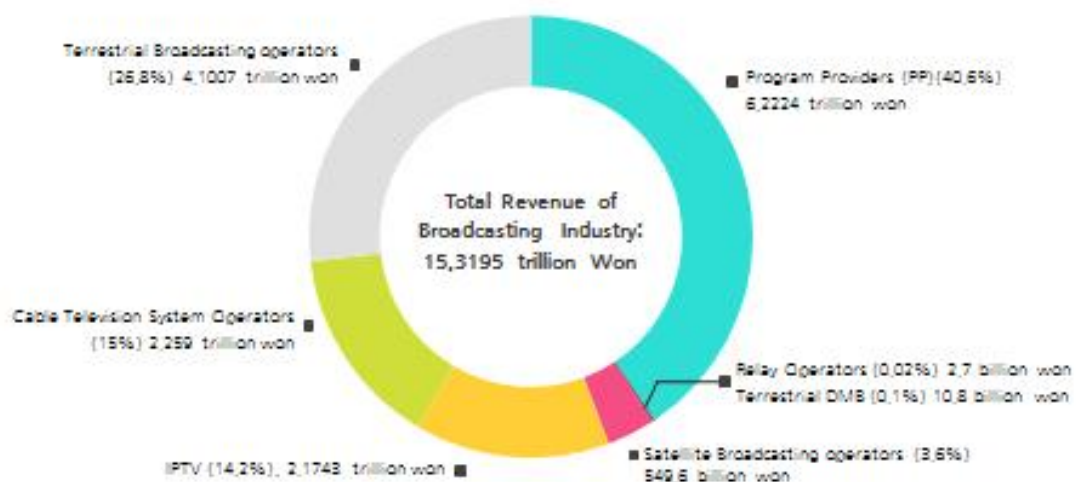
Content Exchange and Cooperation Between Korea and Thailand



KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Revenue by Type of Operator (2015)



KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Distribution of Broadcasting Content



KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Major Operators in Domestic Broadcasting



KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Major Production Companies in Domestic Broadcasting

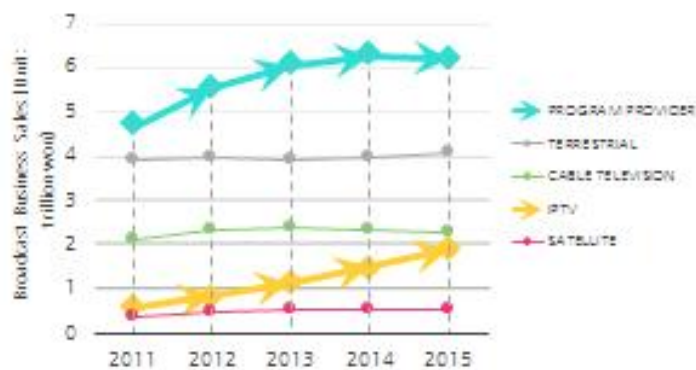


KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Media Platform Revenues

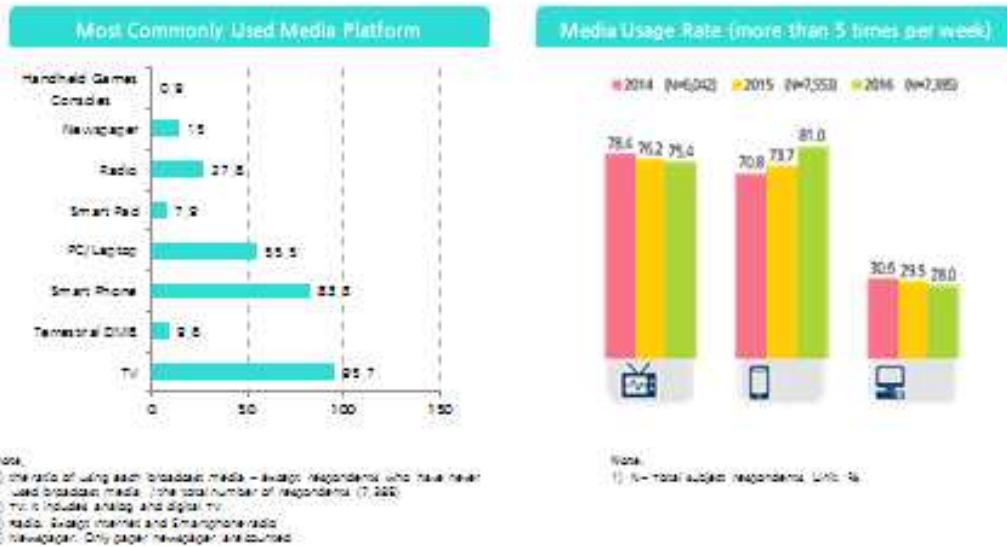
• Rapid Growth of Program Provider(PP) and IPTV Revenue



KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Trend in Media Use

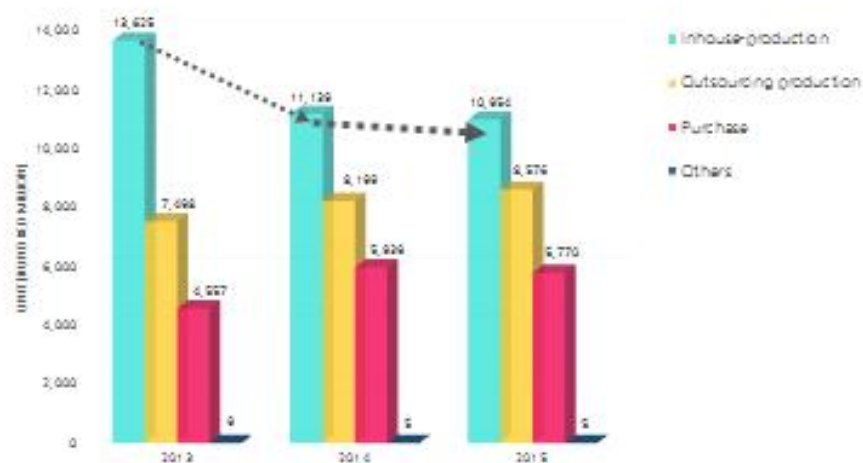


SOURCE: MINISTRY OF SCIENCE AND ICT (2018 Yearly Report on Actual Condition of Korea Broadcast Industry, 2018)

KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Program Production Sales in General



SOURCE: MINISTRY OF SCIENCE AND ICT (2018 Yearly Report on Actual Condition of Korea Broadcast Industry, 2018)

KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Best Programs of the First Half of 2017—Drama Series

No. 1 The Guardian (tvN)



- Average nationwide audience rating: 13.6% (Highest: 19.6%)
- The second most searched for the first half of this year (Google Korea)
- Surpassed more than 1 million views on iQiyi
- Ranked best drama content on Mii
- Ranked best content on Drama Fever

No. 2 Defendant



- Average nationwide audience rating: 21.7% (Highest: 26.3%)

No. 3 Good Manager (KBS)



- Average nationwide audience rating: 15.9% (Highest: 18.4%)

Reference: No. 1 Survey Platform (NRI) (RV, 2017)

KISDI

01 A Look at Korea's Media Landscape

Best Programs of the First Half of 2017—Entertainment

No. 1 Yun's Kitchen (tvN)



- The most watched entertainment program on cable networks in the first half of this year
- Ranked No. 3 in preference survey by Gallup Korea (Jan-Jun, 2017)
- Recorded the highest audience rating: 14.1% (non-terrestrial broadcasters in the first half of this year)

No. 2 Produce 101 Season 2 (Mnet)



- No. 1 in sensational non-drama genres (Good Data Co.)
- No. 1 in content power index for non-drama genres by Nielsen and CJ E&M
- Accumulated 300 million views online
- Surpassing 230 million views for video clips released on Naver TV, Gorn TV, Kakao TV and YouTube combined

No. 3 Infinite Challenge (MBC)



- No. 1 in brand reputation among entertainment programs (Jan-Jun, 2017)
- No. 2 among entertainment programs in preference (Gallup Korea)
- No. 3 in sensational non-drama genres by Good Data Co. (Average audience rating: 12 ~ 13%)

Reference: No. 1 Survey Platform (NRI) (RV, 2017)

KISDI

02 Changes in Media Environment

Expansion of Broadcast Content – Web Drama



- Web drama views has soared since the genre first appeared in early 2010

The Sound of Your Heart

- 3 million views* on Naver TV Cast
- 100 million views on Sohu
- Metropolitan Area Audience Rate: 6.2%
- Nationwide Audience Rate: 5.7%

KISDI

02 Changes in Media Environment

Expansion of Broadcast Content – Web Entertainment Program



New Journey to the West

- Recorded 1.3 million subscribers (Total 35.95 million* views)
- 200 million* views in China

Zone! Zealous! The Gang of Pretty Boys

- Total 5 million views (2017.3~)
- Average 12,000 likes on each episode

Shorterview

- Program featuring a short interview with famous people in various areas including lawmakers, singers, and actors for only 2 to 4 minutes
- Its lively and witty style caused it to go viral, becoming a popular sensation

KISDI

02 Changes in Media Environment

Expansion of Broadcast Content – One-Person Content

My Little Television (MBC)

- Based on real-time broadcasting content
- TV program using Internet broadcasting
- Viewers can participate in online live broadcasts every Sunday
- Highest average number of viewers: 120,000 (Highest number of viewers 160,000)



Mukbang

- Started in 2014 in Korean and spread worldwide
- The new word "Mukbang" or "eating show" was coined and introduced on CNN



Watching TV on Mobile Devices

- 9 in 10 teenagers use Internet on mobile devices
- 1 in 4 people watch personal broadcasting on African TV or YouTube
- The influence of one-person media is increasing



KISDI

02 Changes in Media Environment

Expansion of Broadcast Content – Increased VR Content



VR Content

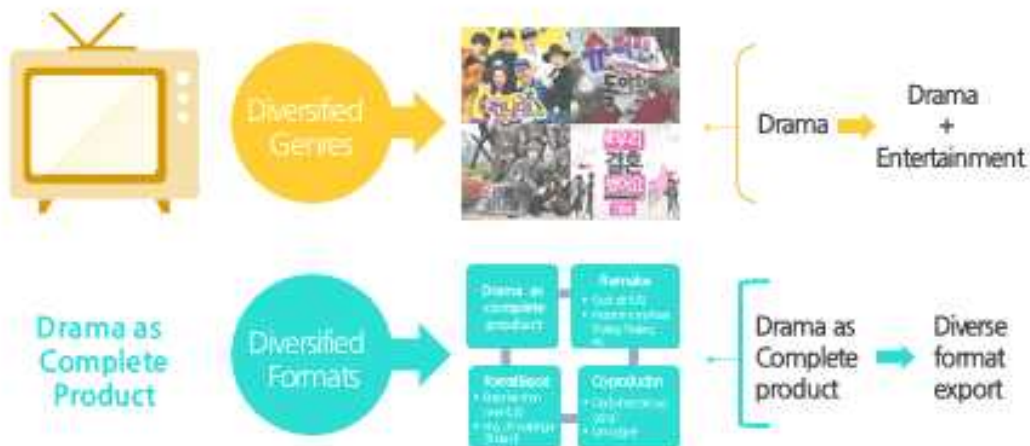
- New concept of portable VR viewer
- Can be easily installed on smartphones and used anytime and anywhere
- Compatible with all smartphones, allowing users to watch various VR content with a wide range of applications with Google Cardboard certification



KISDI

02 Changes in Media Environment

Characteristics of Korea's Broadcasting Content Exchange



KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

What Is Co-Production? How can we Promote it?

- Jointly producing a program by dividing up production costs and tasks, and thereby sharing or splitting the rights concerning the program
- If applied between countries, referring to the production of new content by combining the different strengths of each country

Cooperation in Co-production by Stage



KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

Factors Conducive to Broadcasting Co-Production : Regulation

REGULATION

- Mandates the programming of local content for purposes of promoting domestic production
- Quota system on content produced overseas
- Under Article 5, Paragraph 1, Subparagraph 2. of 「Administrative Rules on Broadcasting programing」, Co-produced programs pursuant to a Co-production Agreement are acknowledged as domestic content

Article 5, Paragraph 1, Subparagraph 2 of the Administrative Rules on Broadcasting Programing, etc.

Article 5 Domestic Broadcasting program Certification

① Korean broadcasting program under Article 3, Paragraph 1 shall mean any of the following.

1. Broadcasting programs for which 50/100 or more of the financial resources consumed in the production are provided by Korean nationals, including domestic corporations established in Korea and 50/100 or more of their shares or equities owned by Korean nationals, and satisfy the criteria set forth in Annex 1.

2. Broadcasting programs planned and produced in cooperation with a foreign national that are deemed as Korean program pursuant to the Co-production Agreement between the Governments of Korea and another Country.

KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

Factors Conducive to Broadcasting Co-Production : Economics of Production

Economics of Production



Trends in Production Cost

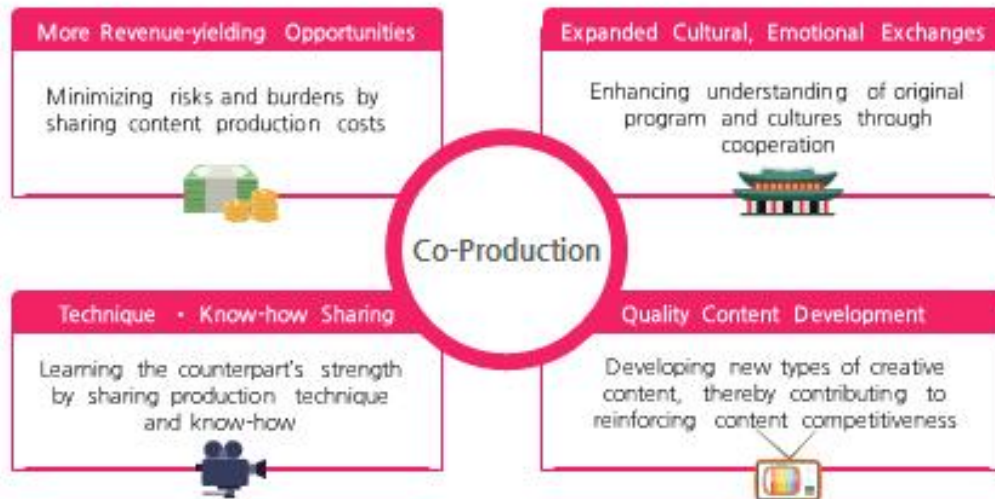


※ Statistics include terrestrial broadcasters and program providers.
Source: Broadcasting Industry Fact Finding Reports for 2015, the Ministry of Science, ICT and Future, and the Korea Communications Commission

KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

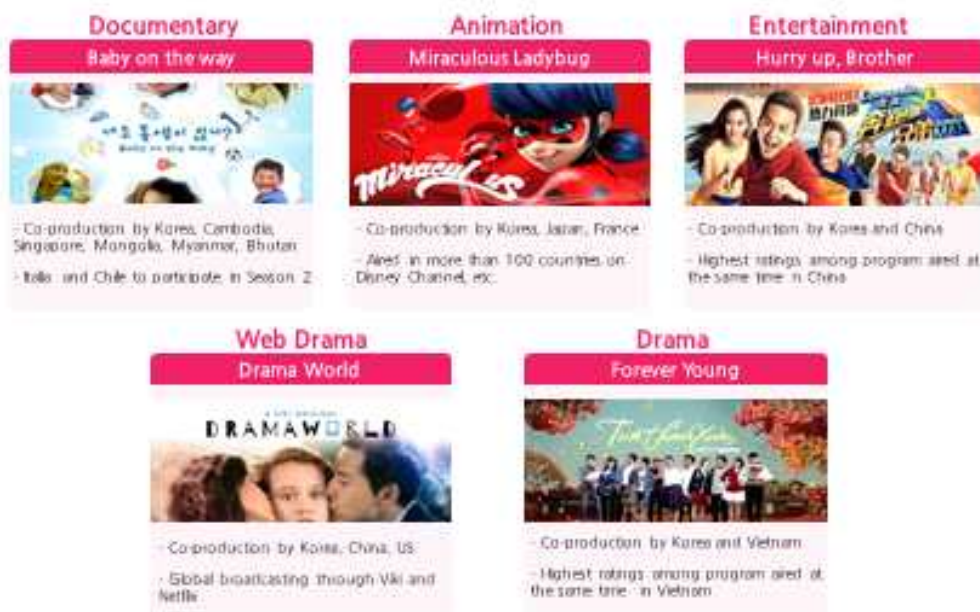
Analysis of Factors Conducive to Broadcasting Co-Production : Benefits



KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

Television Content Co-production



KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

Support for Co-production Projects under Co-production Agreement

Description of Business

Support cost for broadcasting programs co-produced with the signatories' residents (and corporations)

• The chosen producer is given opportunities to participate in the events held abroad for promoting overseas distribution

Purposes of Support

Diversify the contents and overseas countries into which local broadcasters make inroads, thereby supporting the broadcasting industry's overseas expansion and the promotion of cultural diversity



Ministry of Science and ICT Broadcasting Program Production Support

Supported Genres and Conditions

Max. 100 million won(₩) per project

※ But for a consortium of 5 or more countries including the signatories, it cannot exceed the maximum of 300 million won



Scope of Support

No limitation in genre but the production conditions must be complied under each agreement

※ Except for animation/theatrical movies



KISDI

03 Suggestions for Co-production Promotion

Television Content Co-production



Together Create New Cultures, Produce Quality Content

KISDI



Thank You!



KISDI

2. 국내연구반 회의

□ 일시 / 장소 : '17. 12. 7.(목), 17:30 ~ 19:00, 방콕 Century Park Hotel

□ 연구반 회의 참석자

○ (방송통신위원회) 방송기반국장 등 4명

○ (정보통신정책연구원) ICT통상센터장 등 3명

○ (국내 방송사 및 제작사) KBS World Channel&Content 부장 등 9명

□ 주요 논의 내용

○ 한-태국 방송프로그램 공동제작협정 협상을 앞두고 태국 시장에 대한 방송사/제작사들의 의견 공유

- 중국의 한한령 이후 한류의 新시장 개척을 위하여 방송사/제작사들이 노력하고 있으며, 태국 시장을 중요한 시장으로 주목

※ 태국은 지형특성상 인근 미얀마·라오스·캄보디아와 무역이 활성화되어 있는 중요한 교두보 국가이고, 태국 콘텐츠와 배우들은 국제적으로 많은 관심을 받고 있어 앞으로 더욱 발전할 수 있는 기회를 보유

- 특히 태국 콘텐츠는 중국에서 긍정적인 성과를 나타내고 있으며, 태국 내에서는 한국 방송콘텐츠 포맷이 큰 인기를 얻고 있음

* 한국 드라마 <폴하우스>, <궁> 리메이크작 및 영화 <Bad Genius> 등

** SBS <복면가왕>, TVN <너의 목소리가 보여> 등

- 태국 방송시장은 꾸준한 성장률을 보이며 현재 진행하고 있는 디지털 방송 전환이 완료되면 디지털방송 및 유료 TV의 성장과 더불어 방송 시장이 더욱더 커질 것으로 전망
- 태국의 디지털TV 채널을 분석한 결과 대다수 채널은 방송콘텐츠 자체제작 비율이 높고 수익도 아세안국가 중 인도네시아 다음으로 높음
- 태국은 한국·일본·중국·베트남 등 다양한 국가와의 공동제작 경험에 있으며 정부에서도 여러 가지 방송콘텐츠 제작 지원 사업을 진행하고 있음(cash rebate, 제작비 지원 사업 등)
- 반면 태국시장의 단점은 정부의 방송콘텐츠 내용규제 및 프로그램 검열로 인해 시장 발전을 저해한다는 점과 심각한 저작권 침해 상황임
- 태국의 규제와 관련하여 해외 방송콘텐츠에 대한 편성 규제는 존재하지 않지만 정부가 모든 방송편성에 대해 직접적으로 규제하고 있음
- 최근 NBTC가 '16년 10월 태국 국왕 푸미폰 아둔야뎃의 승하에 따라 모든 방송미디어의 오락프로그램 방영을 30일간 중지한바 있음
- 아울러 태국은 불교국가이므로 불교에 대한 부정적인 묘사 및 군부에 대한 비판이 금지되며 왕실에 대한 방송 또한 엄격히 제한
- 한-태 공동제작협정이 아직 본격적으로 시작되지 않았지만, 양국 각종 지원사업과 혜택을 바탕으로 앞으로 다양한 양국 협력 증진 기대

3. 한-태 방송프로그램 공동제작협정 연구반 회의

□ 일시 / 장소 : '17. 12. 8.(금), 09:00~12:30, 방콕 NBTC 회의실

※ NBTC 상임위원 주재 오찬 : 13:00 ~ 14:00

□ 연구반 회의 참석자

- 태국 : NBTC 방송경쟁진흥자율규제국 국장, 방송정책연구국 직원, 타임컨설팅 등 10명
- 한국 : 방통위 방송기반국장, KISDI 등 7명

□ 주요 논의 내용

- 공동제작협정 체결 관련
 - (협정체결 주체) NBTC는 방송프로그램 관련 규제를 주관하고 있어 공동제작협정문 내용 관련 협의의 주체가 되는 것은 맞지만,
 - NBTC는 특별법에 의한 독립기구 성격을 갖고 있어 외교적인 협정 체결의 권한은 태국 정부조직법상 문화부에 있다고 설명
 - 차기 회의부터 협정 내용에 관한 협의 주체인 NBTC와 협정체결 시 서명 주체인 문화부도 공동으로 참석하여 진행하기로 함
- (공동제작협정 설명) 태국측의 이해를 돕기 위해 PPT자료를 통해 한국측 공동제작 협정문(안)의 조문별 내용 및 협정체결의 필요성 설명

- 협정체결을 통해 정부의 예산지원, 한국의 해외물 편성규제 우회, 양국 방송콘텐츠의 교류 및 해외진출 활성화 등이 가능함을 설명

※ NBTC는 공동제작협정을 통해 한국 정부가 사업자들에게 제공하는 혜택을 태국 정부도 동일하게 제공해야하는지 질문

- 이에 방통위는 공동제작협정이 공동제작물을 국내물로 간주함으로써 양국 사업자의 혜택이 많아지는 것이지, 협정 자체만으로 양국 정부 및 관련 사업자들에게 별도의 의무나 권리가 발생하는 것이 아님을 설명

○ 한·태 방송 교류협력 활성화 방안 논의

- (국제 콘퍼런스) NBTC와 방통위는 '18년에도 공동제작 국제 콘퍼런스 등 국제 행사를 각각 계획중으로, 행사 개최 시 양국 상호간 적극적인 참여 등 협력하기로 함
- (공동 데이터베이스) NBTC는 한·태 양국 방송콘텐츠 제작사에 대한 정보를 상호 공유할 것을 제의, 이에 방통위도 협조하기로 함
- (방송기술 공유 워크숍) NBTC는 태국 방송콘텐츠 제작자들이 한국의 고급 방송기술과 노하우를 배울 수 있는 워크숍 개최 제안
 - 방통위는 한국내 관련 부처에서 VR, UHD 등 기술 관련 워크숍 등을 이미 진행하고 있으므로, 관련 정보를 공유하기로 함
 - 한편, 국제 콘퍼런스를 통해 방송기술 관련 한국 방송사·전문가들과 태국 사업자간 만남의 자리를 만드는 방법도 검토하겠다고 답변

□ 향후 계획

- 제2차 공동제작 연구반 회의 개최 : ~'17. 3월(서울)

< 불 임 1 - 연구반 회의 사진 >



< 회의 사진 >



< 기념 사진 >



**Korea-Thailand
Television Programme
Co-production Agreement**

Korea Communications
Commission
KISDI 정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE



01 Purpose of the Joint Study Group

02 What is Co-Production?

03 Current State of Korea Co-production

04 ToR of Korea-Thailand Co-production Agreement

2

01 Purpose of the Joint Study Group

Purpose

At this first Joint Study Group, we will first discuss the agreement, and then ask questions to enhance the understanding of the Agreement and the current relevant regulations.



Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

3

02 What is Co-Production?

Definition

Co-productions are cooperative efforts where nationals of more than one country are involved in one or more of the tasks—financing, script-writing, preproduction, production, post-production, and distribution of television programming.

Carla B. Johnson(1992), International Television Co-Production: From Access to Success, Focal Press, p.1.



Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

4

02 What is Co-Production?

Key Cases of Co-production

- Baby on the way
- Aired Dec. 2015 ~ Jan. 2016



Animation



- Miraculous: Tales of Ladybug & Cat Noir
- Aired November 2015 (Season 1) / May 2016 (Season 2)

Entertainment



- Running Man
- Aired Oct. 2014 (by season)

Co-production in various genres

Web-drama



- Drama World
- Aired July 2016

Drama



- Forever Young
- Aired December 2014

02 What is Co-Production?



Through the Television Programme Agreement, greater cooperation opportunities for Korean and Thai producers are expected, resulting in mutual benefits for the media industries of both countries.



02 What is Co-Production?



Benefits of Co-Production

An official television programme co-production is treated as a **"national television programme"** in each of the co-producer's countries. This status entitles a co-production to the benefits accorded to national television programme such as government funding opportunities, tax incentives, etc.

In Korea, the co-production will be treated as a **Korean production**, and therefore regulations that target foreign productions will not be applied.



Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

7

03 Current State of Korea Co-production



Under Negotiation

- 2016. 3~ Korea- China (Audio-Visual/Television Programme) Co-production
- 2016. 5~ Korea- Vietnam Television Programme Co-production

Co-Production Agreement

- Korea- EFTA Broadcasting Programmes Co-Production('06.9)
- Korea- Singapore Broadcasting Programmes Co-Production('07.7)
- Korea- Cambodia Broadcasting Programmes Co-Production('09.10)
- Korea- EU Protocol on Cultural Cooperation('11.7)
- Korea- Australia Audiovisual Co-production('14.12)
- Korea- India Audiovisual Co-production('15.5)
- Korea- New Zealand Audiovisual Co-production('15.12)



Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

8

03 Current State of Korea Co-production

Terms of Reference of Co-production Agreement

Korea's Co-production Agreements are divided into two cases as follows:

- ① A form in which the Co-production Agreement is included in FTA
- ② A form in which the separate Co-production Agreement is concluded, while FTA only establishes its basis. (the Co-production Agreement has to be an integral part of the FTA)



The Co-production Agreement between Korea and Thailand is the second case



Korea Communications Commission

KISDI

정보통신정책연구원

9

03 Current State of Korea Co-production

Two forms of Agreement

Korea's Co-production Agreements are divided into two cases as follows:

- ① A form in which the Co-production Agreement is included in FTA
- ② A form in which the separate Co-production Agreement is concluded, while FTA only establishes its basis
(the Co-production Agreement has to be an integral part of the FTA)

The Co-production Agreement between Korea and Thailand is the second case



Procedure



NBTC



Negotiate



KCC



Deliberation

SIGN the Agreement



Korea Communications Commission

KISDI

정보통신정책연구원

10

Terms of Reference of Co-production Agreement

Preamble
 Article 1 Definitions
 Article 2 Approval of Television programme Co-Productions
 Article 3 Entitlement to Benefits
 Article 4 Contributions
 Article 5 Third Party Co-Productions
 Article 6 Participation
 Article 7 Entry
 Article 8 Import of Equipment and Materials
 Article 9 Copyright and Revenue Division
 Article 10 Credits
 Article 11 Institutional Mechanism
 Article 12 Dispute Settlement
 Article 13 Entry into Force and Amendment
 Article 14 Duration and Termination



Preamble

Preamble stipulates the object of the Co-production Agreement.

Co-production Agreement will maintain very close economic and cultural relations between Korea and Thailand. And it will also enhance bilateral exchanges in the broadcasting sector and facilitate the co-production of television programmes, further strengthening the cooperation between Korea and Thailand.

Article 1 Definitions

In this article, the scope of the Agreement and definition of major terms are stipulated.

For the sake of achieving a forward-looking agreement that takes into account market and technology developments in the media industry, Korea wants to include television programs co-productions provided online.



Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

13

Article 2 Approval of Television Programme Co-Productions

This article provides concrete information on the relevant authorities that approve television programme co-productions and the process of approval.

Article 3 Entitlement to Benefits

According to this article, an approved co-production by the authority is given national treatment status.



Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

14

Article 4 Contributions

This article provides information the amount of financial, creative and technical contributions that are required in order for a co-production to be approved under the Agreement.

Article 5 Third Party Co-Productions

This article stipulates how co-producer of a Third Party can become part of a television programme co-production that is approved by Korean/Thai authorities.

Korea Communications
Commission

KISDI

정보통신정책연구원

15

Article 6 Participation

The participants of a television programme co-production made by Korea and Thailand should consist of nationals of each country.

Article 7 Entry

This article ensures that participants of a co-production is given ease of entry into the location where the co-production is being produced.

Korea Communications
Commission

KISDI

정보통신정책연구원

16

Article 8 Import of Equipment and Materials

This article facilitates the importation of equipment and materials into the location where the co-production is being produced.

Article 9 Copyright and Revenue Division

This article is not found in the Korea-Singapore Co-production Agreement & Korea-Cambodia Co-production Agreement.

Nevertheless, we think that this article has great value, because it provides legal certainty for Korean and Thai producers and help mutual negotiations among the producers about revenue sharing.

Korea Communications
Commission

KISDI

정보통신정책연구원

17

Article 10 Credits

This article provides guideline in indicating credit title in co-production programmes.

Article 11 Institutional Mechanism

This article is important in providing the legal basis for continued cooperation between Korea and Thailand and for the implementation of the Co-Production Agreement.

Korea Communications
Commission

KISDI

정보통신정책연구원

18

Article 12 Dispute Settlement

This Article ensures that the Co-Production Agreement is not subject to the dispute settlement mechanisms of the Korea-ASEAN FTA.

This is necessary, because both Korea and Thailand has not opened the broadcasting industry under the Korea-ASEAN FTA.

Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

19

Article 13 Entry into Force and Amendment

This article provides information about when the Co-production Agreement will take legal effect, and how amendments to the Agreement can be made.

This article also articulates the link between the Co-production Agreement and the Korea-ASEAN FTA.

Article 14 Duration and Termination

This article stipulates when or how the Agreement will be terminated.

Korea Communications
Commission

KISDI 정보통신정책연구원

20



Thank You

< 부 록 3 - 한국의 기체결 공동제작 협정 현황 >

항목 분류		EFTA('06.9)	싱가포르('07.7)	캄보디아('09.10)	EU('11.7)	호주('14.12)	인도('15.5)	뉴질랜드('15.12)
기 여 비 율	재정적 기여 비율	각 공동제작자의 기여비율은 각 공동제작에 대한 예산의 20%이상	각 공동제작자의 재정적 기여비율은 각각 20% 이상	각 공동제작자의 재정적 기여비율은 각각 10% 이상	우리나라 제작자와 EU제작자 각 공동제작에 대한 예산의 30%이상 (애니메이션35%이상) *EU 2개국 이상(애니메이 션 3개국 이상이어야 하며 1개국이 10%이상 투자	방송용 애니메이션 제작물 제외 총 재정적 기여의 20% 이상, 방송용 애니메이션은 각 당사국의 관련 국내 규제 또는 정책 체계에 따른 요구 비율 이상	방송프로그램 외에 시청각 공동제작물에 대한 공동제작자의 재정적 기여비율은 각각 20% 이상, 방송프로그램 관련 시청각 공동제작물 각각 30% 이상	각 당사국의 관련 국내 규제 또는 정책 체계에 따라 요구되는 비율 이상
	기술적 예술적 및 창의적 기여 비율	공동제작자는 각각의 투자에 비례하여 실질적인 기술 및 창의적 기여를 하여야 함	각 공동제작자의 창의적 기여비율은 각각 20% 이상	각 공동제작자의 창의적 기여비율은 각각 10% 이상	투자 대비 20%이내 (애니메이션은 10%이내), 총 기여의 70%이내 (애니메이션은 65%이내)	공동제작자는 각각의 재정적 기여에 비례하여 연기적, 기술적, 기능적 기여를 하여야 함	공동제작자는 각각의 재정적 기여에 비례하여 연기적, 기술적, 기능적 기여를 하여야 함	재정적 기여와 합리적으로 비례
	제3 국과 공동 제작	-	제3국의 재정적, 창의적 기여비율은 전체 재정적, 창의적 기여비율의 최소 20%이상이되 우리나라 및 싱가포르의 기여비율보다 적음	제3국의 재정적, 창의적 기여비율은 전체 재정적, 창의적 기여비율의 최소 10%이상이되 우리나라 및 캄보디아의 기여비율보다 적음	제3국의 재정적, 창의적 기여비율은 전체 재정적, 창의적 기여비율의 최대 20%	각 당사국의 관련 국내 규제 또는 정책 체계에 따라 요구되는 비율 이상	제3국의 재정적, 창의적 기여비율은 전체 재정적, 창의적 기여비율의 최소 10% 이상	제3국의 재정적, 창의적 기여비율은 전체 재정적, 창의적 기여비율의 최소 20%이상이되 우리나라 및 뉴질랜드의 기여비율보다 적음
	참여 인력	-	각 당사국 국민, 승인 하에 다른 국적 인력 제한적 활용	각 당사국 국민, 승인 하에 다른 국적 인력 제한적 활용	공동제작 기업의 대표이사 또는 관리자가 각각 우리나라 또는 EU 국적이며 거주	각 당사국 국민, 승인 하에 다른 국적 인력 제한적 활용	각 당사국 국민, 승인 하에 다른 국적 인력 제한적 활용	각 당사국 국민, 승인 하에 다른 국적 인력 제한적 활용

항목 분류		EFTA('06.9)	싱가포르('07.7)	캄보디아('09.10)	EU('11.7)	호주('14.12)	인도('15.5)	뉴질랜드('15.12)
제작과정관련	로케이션	-	초판 제작까지 우리나라, 싱가포르, 제3국에서 진행하되, 주된 재정적 기여국에서 주로 이루어짐 *불가능시 합의하에 예외 적용	초판 제작까지 우리나라, 캄보디아, 제3국에서 진행하되, 주된 재정적 기여국에서 주로 이루어짐 *불가능시 합의하에 예외 적용	-	양 당사국, 혹은 제 3국 공동제작자의 국가에서 최초 상영본이 제작되고 진행되도록 보장	-	초판 제작까지 우리나라, 뉴질랜드, 제3국에서 진행하되, 주된 재정적 기여국에서 주로 이루어짐 *불가능시 합의하에 예외 적용
	기간	-	공동제작사의 공동제작 관련 기여 종료일을 계약서에 포함	공동제작사의 공동제작 관련 기여 종료일을 계약서에 포함	-	-	-	공동제작사의 공동제작 관련 기여 종료일을 계약서에 포함
	프로그램 내용	-	프로그램 내용의 90% 이상 해당 프로그램을 위해 특별히 촬영, 제작된 것	프로그램 내용의 90% 이상 해당 프로그램을 위해 특별히 촬영, 제작된 것	-	프로그램 내용의 90% 이상 해당 프로그램을 위해 특별히 촬영, 제작된 것	-	프로그램 내용의 90% 이상 해당 프로그램을 위해 특별히 촬영, 제작된 것
	장비반입	공동제작을 위하여 필요한 장비의 일시 반입 및 재반출을 허용	공동제작을 위하여 필요한 장비의 일시 반입 및 재반출을 허용	공동제작을 위하여 필요한 장비의 일시 반입 및 재반출을 허용	촬영 수행에 필요한 기술 자재 및 장비를 일시적으로 수입하는 것을 각자의 법령에 합치되게 검토하고 허용	시청각 공동제작물 제작을 위한 영화 및 기술 장비의 일시적 반입을 수입관세 및 세금을 부과하지 아니하고 허용	예술적 그리고 기술적 인력 및 연기자가 시청각 공동제작에 필요한 기술적 재료 및 장비의 일시 수입을 검사하고 허용	시청각 공동제작물 제작을 위한 기술 장비의 일시적 반입을 수입관세 및 세금을 부과하지 아니하고 허용
	일시적 출입국 허가	공동제작을 목적으로 공동제작자가 고용한 창의적이고 기술적인 인력과 출연자에 대하여 각 영역으로의 일시 입국을 용이하게 함	공동제작을 목적으로 공동제작자가 고용한 창의적이고 기술적인 인력과 출연자에 대하여 각 영역으로의 일시 입국을 용이하게 함	공동제작을 목적으로 공동제작자가 고용한 창의적이고 기술적인 인력과 출연자에 대하여 각 영역으로의 일시 입국을 용이하게 함	-	시청각 공동 제작물을 제작하거나 이용할 목적으로 자국 영역으로 이동, 입국 및 체류하는 것을 허용	시청각 공동제작 목적으로 다른 쪽 당사국으로부터 예술적 그리고 기술적 인력 및 연기자가 각각의 영역 내로 입국 및 일시 체류하는 것을 촉진	시청각 공동제작물을 제작하거나 홍보할 목적으로 한국 또는 뉴질랜드로 입국하여 체류하도록 허용

항목 분류		EFTA('06.9)	싱가포르('07.7)	캄보디아('09.10)	EU('11.7)	호주('14.12)	인도('15.5)	뉴질랜드('15.12)
언어 관련	국내물 대우	관련 당사국에서 시행 중인 국내법을 조건으로, 그 공동제작에 관여한 각 당사국의 TV 방송과 관련하여 국내 생산으로 간주	국내 프로그램에게 제공되거나 제공될 수 있는 모든 혜택을 받을 수 있는 권리를 소유	국내 프로그램에게 제공되거나 제공될 수 있는 모든 혜택을 받을 수 있는 권리를 소유	방송법, 편성고시 또는 후속 개정의 목적상, 대한민국 작품으로서의 자격을 부여하는 형태로 대한민국의 지방/지역 문화콘텐츠 진흥 체제로부터 혜택을 받을 자격을 부여	어느 한쪽 당사국의 그 당시 발효 중인 법을 조건으로, 그 당사국의 국내 시청각물에 부여될 수 있는 모든 혜택을 부여	그 당사국의 법과 규정에 따라 각 당사국이 자국 시청각물에 부여하거나 부여할 수 있는 모든 혜택을 누릴 권리 소유	각 당사국의 국내법 및 규정에 따라 각 당사국에 의하여 국내 시청각물에 부여되거나 부여될 수 있는 모든 혜택을 완전히 부여받을 자격이 있음
	사운드 트랙	오리지널 사운드트랙은 관련 당사국의 국어로 제작 *대본상 필요한 경우 그 외 언어 대사 포함 가능	오리지널 사운드트랙은 각 당사국 국어 중 하나로 제작, 작곡 인력은 각 당사국 국민	오리지널 사운드트랙은 각 당사국 국어 중 하나로 제작, 작곡 인력은 각 당사국 국민	-	-	-	오리지널 사운드트랙은 관련 당사국의 국어 중 하나 또는 혼용으로 제작 *대본상 필요한 경우 그 외 언어 대사 포함 가능
	더빙 및 자막	당사국 국어로의 더빙, 자막 작업은 해당국에서 수행 *예외일 경우 승인 요	내레이션, 더빙, 자막은 각 당사국 국어로 제작 가능하며, 작업은 각 당사국에서 수행	내레이션, 더빙, 자막은 각 당사국 국어로 제작 가능하며, 작업은 각 당사국에서 수행	-	-	-	공동제작자의 영역에서 통용되는 그 밖의 모든 언어 또는 방언으로 된 나레이션, 더빙 또는 대사자막 허용

항목 분류			EFTA('06.9)	싱가포르('07.7)	캄보디아('09.10)	EU('11.7)	호주('14.12)	인도('15.5)	뉴질랜드('15.12)
권리 관련	지적 재산권	소유권	제작물·재제작물 복사본에 대한 소유권 및 사용, 원본 제작물에 대한 접근은 공동제작자들에 의해 합의	프로그램의 지재권 소유 관계를 계약서에 포함	프로그램의 지재권 소유 관계를 계약서에 포함	-	-	-	-
		접근권 및 사용권		제작 시 만들어진 저작물에 대한 접근 및 사용 권리 관계를 계약서에 포함	제작 시 만들어진 저작물에 대한 접근 및 사용 권리 관계를 계약서에 포함	-	-	-	
	승인		-	공동제작 프로그램 제안을 양 당사국에 제출하여 서면 승인 요구, 승인이 부여된 조건 명시	공동제작 프로그램 제안을 양 당사국에 제출하여 서면 승인 요구, 승인이 부여된 조건 명시	-	권한 있는 당국으로부터 잠정 승인 요구, 승인이 부여됨을 서면 통보하고, 승인 부여조건을 명시하면 잠정 혹은 최종 승인 완료로 인정	권한 있는 당국으로부터의 공동 서면 승인 요구, 승인이 부여된 조건 명시	권한 있는 당국으로부터의 공동 서면 승인 요구, 승인이 부여된 조건 명시
	크레디트 타이틀		-	크레디트 타이틀에 ‘한국-싱가포르 공식 공동제작’임을 표기하거나 각 당사국의 제작 참여 명시	크레디트 타이틀에 ‘한국-캄보디아 공식 공동제작’임을 표기하거나 각 당사국의 제작 참여 명시	-	크레디트 타이틀에 ‘한국-호주 공동제작물’ 혹은 ‘호주-한국 공동제작물’ 이라 표기하거나 각 당사국의 제작 참여 명시	크레디트 타이틀에 ‘한국-인도 공식 공동제작’ 혹은 ‘인도-한국 공식 공동제작’임을 표기하거나 각 당사국의 제작 참여 명시	크레디트 타이틀에 ‘한국-뉴질랜드 공식 공동제작’임을 표기하거나 각 당사국의 제작 참여 명시

항목 분류		EFTA('06.9)	싱가포르('07.7)	캄보디아('09.10)	EU('11.7)	호주('14.12)	인도('15.5)	뉴질랜드('15.12)
	수익 분배권	-	프로그램 판매 수입에 대한 공동제작사간 분배 기준을 계약서에 포함	프로그램 판매 수입에 대한 공동제작사간 분배 기준을 계약서에 포함	-	-	-	
	기술 협력	-	-	-	-	-	-	컴퓨터 그래픽, 가상현실 및 디지털 영화 기술 등 시청각물 관련 기술 협력 활동 증진
협 의 제 도 관 련	임시 위원회 설치	-	-	-	-	각 당사국의 적절한 부처 내 고위 공무원으로 구성되는 임시위원회 설치 후 협정이행에 관해 논의 가능	각 당사국의 적절한 부처 내 고위 공무원으로 구성되는 임시위원회 설치 후 협정이행에 관해 논의 가능	각 당사국의 적절한 부처 내 고위 공무원으로 구성되는 임시위원회 설치 후 협정이행에 관해 논의 가능
	분쟁 해결	-	-	-	-	서면을 통해 상대 당사국에 협의 요청이 가능하며 협의요청서 접수일로부터 60일 이내에 사안 해결에 실패하면 한 쪽 당사국이 주선, 조정, 중개 또는 비구속적 중재 요청 가능	한국-인도 CEPA 제14장 (분쟁 해결) 을 이 협정에 적용하지 않으며, 양 당사국 간 상호 협의와 대화를 통해 우호적으로 해결	서면을 통해 상대 당사국에 협의 요청이 가능하며 협의요청서 접수일로부터 60일 이내에 사안 해결에 실패하면 한 쪽 당사국이 주선, 조정, 중개 또는 비구속적 중재 요청 가능

항목 분류		EFTA('06.9)	싱가포르('07.7)	캄보디아('09.10)	EU('11.7)	호주('14.12)	인도('15.5)	뉴질랜드('15.12)
발 효 및 개 정	발효 및 개 정	-	서비스 무역에 관한 협정과 같은 날 발효 상호 합의에 의하여 개정하고 서면 교환한 후 정한 날에 발효	상호 서명하는 날에 발효 상호 합의에 의하여 개정하고 서면 교환한 후 정한 날에 발효	-	-	필요한 모든 국내 법적 절차가 완료되었다는 것을 서면으로 통보하고 상호 통보된 날 중 늦은 날에 발효 상호 서면 합의에 의하여 개정하고 필요한 내부 법적 절차 완료되어 서면통보를 교환한 후 합의된 날에 발효	
	기간 및 종료	-	발효 후 3년간 유효하고 3년씩 자동 갱신되고 6개월 전 서면 통보 후 합의를 통해 종료됨 종료 시에 완성되지 않은 공동제작 프로그램은 완성시까지 유효	발효 후 3년간 유효하고 3년씩 자동 갱신되고 6개월 전 서면 통보 후 합의를 통해 종료됨 종료 시에 완성되지 않은 공동제작 프로그램은 완성시까지 유효	발효 후 3년간 유효하고 3년씩 자동 갱신되고 3개월 전 서면 통보 후 합의를 통해 종료됨 시청각 공동제작물의 첫 번째 방송일이 종료일 이전이면 유효	발효 후 3년간 유효하고 3년씩 자동 갱신되고 180일 전 서면 통지로 합의를 통해 종료됨	포괄적 경제 동반자 협정 종료로 종료 시에 완성되지 않은 공동제작 프로그램은 완성시까지 유효	발효 후 3년간 유효하고 3년씩 자동 갱신되고 6개월 전 서면 통보 후 합의를 통해 종료됨 종료 시에 완성되지 않은 시청각 공동제작물은 완성시까지 유효