

한-베트남
TV 프로그램
공동제작협정
안내서



방송통신위원회
Korea Communications Commission



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

**한-베트남
TV 프로그램
공동제작협정
안내서**



방송통신위원회
Korea Communications Commission



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

본 안내서는 한-베트남 TV 프로그램 공동제작협정에 대한 이해를 돕기 위한 안내서입니다. 본문에 포함된 용어는 협정상의 법률적 용어와 차이가 있을 수 있습니다.

C · O · N · T · E · N · T · S

I	국가 간 방송 공동제작의 의미와 기대효과	1
II	한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 체결	9
III	국가 간 방송 공동제작협정의 혜택	13
IV	한-베트남 TV 프로그램 공동제작협정의 혜택	19
V	한-베트남 TV 프로그램 공동제작 단계별 안내	27
▶부록1.	국가 간 방송공동제작물의 국내제작물 인정 관련 법령	37
▶부록2.	한-베트남 TV 프로그램 공동제작 협정문	47
▶부록3.	베트남 방송시장 현황	67
▶부록4.	현지 이용자 대상 방송프로그램 이용행태 및 공동제작에 대한 인식조사 결과	89
▶부록5.	국가 간 공동제작물 제작지원제도	115
▶부록6.	한-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 체결 보도사진	121

I . 국가 간 방송 공동제작의 의미와 기대효과

□ 국가 간 방송 공동제작의 의미와 유형

- 국가 간 방송 공동제작은 국적이 다른 제작자 간에 제작비와 제작 업무를 분담하여 프로그램을 공동으로 제작하고, 프로그램에 대한 권리를 공동제작자가 공유 또는 배분하는 것
- 일반적인 국가 간 방송 공동제작은 국적이 서로 다른 사적 당사자 간 계약을 기반으로 하는 사적 계약 (private contract)의 영역에 속하므로 분쟁 해결에 대한 공식적·제도적 장치는 미비한 편임
- 국가 간 방송 공동제작은 크게 네 가지 유형으로 구분

사전판매 (pre-sale)	제작이 완료되기 이전에 영상제작물에 대한 방영권을 판매하는 것
공동 출자형 (co-financing)	공동제작자 중 한 제작사가 제작을 주도하고 나머지 동업자는 출자와 내용 검토에만 참여
교환형 (swapping)	하나의 시리즈를 공동제작사가 분담하여 제작한 다음 교환하는 형태
공동제작형 (co-production)	공동제작자가 재정적인 제휴뿐만 아니라 각본, 촬영, 편집 등에도 공동으로 참여하는 형태

※ 출처: 윤재식 외(2007), 국제 공동제작: 글로벌 문화교류의 확장

□ 국가 간 방송 공동제작협정의 의미와 현황

- 국가 간 방송 공동제작협정은 사적 당사자 간의 계약이 갖는 불완전함을 보충하고, 공동제작 형태로 제작된 시청각물의 상대국 시장 접근을 허용하며,
- 더 나아가 그 작품에 대해 내국민대우를 부여하는 등 정부차원의 공식적 혜택을 부여할 것을 정부 간 국제 조약(international agreement) 형태로 만든 것임
- 정부 간에 명문화한 공식 조약을 근거로 한다는 차원에서 사적 당사자 간 계약을 바탕으로 이루어지는 민간 차원의 방송 공동제작과 구분됨
- 국제법의 관행에 따라 국가 간 공동제작협정에 명시된 내용들은 국내법에 우선하게 됨
- 국가 간 협정에 따른 공동제작은 민간 차원의 공동제작과 달리 공동 제작물에 대한 국내제작물 지위 부여, 보조금 지원, 세금 면제, 출입국 편의 제공, 장비 무관세 반입 등 다양한 공식적 혜택이 가능
- 특히 공동제작물을 협정 당사국 간에 서로 국내제작물로 인정함으로써 콘텐츠 수출이 힘든 국가에서 외국 콘텐츠에 대한 수입총량제, 편성비율 제한 등 규제를 우회할 수 있고, 조약에 따라 분쟁해결을 위한 정부 간 협의체 구성이 가능

- '19년 8월 현재 한국은 8개 국가 또는 지역공동체와 방송 또는 시청각 공동제작협정을 체결(EFTA,¹⁾ 싱가포르, 캄보디아, EU,²⁾ 호주, 뉴질랜드, 인도, 베트남) 하였음

〈체결국가 및 발효시기〉

국가	EFTA	싱가포르	캄보디아	EU	호주	인도	뉴질랜드	베트남
시기	'06.9.	'09.5.	'09.10.	'11.7.	'14.12.	'15.9.	'15.12.	'19.8.

1) EFTA 4개국: 스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인

2) EU 28개국: 오스트리아, 벨기에, 영국, 체코, 키프로스, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 헝가리, 아일랜드, 이탈리아, 라트비아, 리투아니아, 룩셈부르크, 몰타, 네덜란드, 폴란드, 포르투갈, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인, 스웨덴, 불가리아, 루마니아, 크로아티아

□ 국가 간 방송 공동제작협정의 기대효과

- 재원의 공동출자에 따른 비용분산의 경제적 이득
 - 참여 제작사들이 제작비용의 일부를 부담하는 조항을 공동제작협정문에 명시함으로써 자원 부담해소에 기여 가능
- 실질적인 시장 확대 및 해외 시장에 대한 정보 취득
 - 해외시장 배급의 창구효과를 통해 수익 증가와 규모의 경제 실현가능성이 높아지고, 상대국 시장, 제작 및 유통 관련 지식과 정보, 현지 네트워크 등 무형의 자산 확보 가능
- 제3국 시장에 대한 성공적 진입가능성 확대
 - 언어와 문화, 출연 배우 등에서 참여국 간 경쟁우위 분야를 결합하여 작품을 제작하고 공동으로 해외 진출을 시도함으로써 단독 진입이 어려운 제3국 시장에 대한 접근가능성 확대
- 당사국 국내제작물에 대한 제작지원 수혜 가능
 - 협정문에 근거하여 공동제작물이 협정 당사국의 국내제작물 지위를 받게 되면 자국뿐 아니라 상대국의 콘텐츠 제작지원과 세금 혜택 등도 받을 수 있음
- 국제협력증진 강화 및 국제적 감각 습득
 - 공동제작과 방영을 통해 양국 간 문화적 차이를 인지하고 상대국에 대한 이해도를 높일 수 있으며, 방송 산업의 국제적 제작·유통 감각을 키우는데 기여 가능. 비슷한 문화 권역 내 공동제작의 경우는 권역 내 문화적 공감대 형성에도 기여 가능

- 국내 문화상품의 세계화에 기여

- 국가 간 방송 공동제작을 통해 특정 국가 또는 민족 문화를 반영하는 영상제작물을 세계적 문화상품으로 끌어올릴 수 있음

- 분쟁해소를 위한 정부차원의 제도적 메커니즘 활용 가능

- 양국 정부 간 협의체인 공동위원회를 통해 공동제작 시 발생할 수 있는 저작권 및 수익분배와 관련된 분쟁에 대해 협의하고 공식적 해결방안을 모색할 수 있음

- 기타 효과

- 공동제작협정을 통해 국제적인 소재, 주제나 장소, 외국 인물들이 필요한 프로그램의 제작 과정에서 외국 제작진과 설비의 출입국 관련 편의가 제공될 수 있으며, 그 결과의 일부로 해외로케이션 비용도 절감할 수 있음

Ⅱ . 한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 체결

□ 한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 체결

- 한국과 베트남은 주요 무역 상대국으로, 한국의 對베트남 수출규모는 '18년 기준 전체 3위를 차지하고 있으며,³⁾ 방송 분야에서도 베트남은 '18년 국내 지상파의 전체 해외수출 6위, 방송채널사용사업자 수출 10위⁴⁾를 차지
- 이에 양국 간 방송분야 교류협력 강화 및 방송산업의 공동발전을 도모하기 위하여 한-아세안 FTA 서비스 협정 제27조를 근거로 '19년 3월 26일에 대한민국 방송통신 위원회(KCC)와 베트남사회주의공화국 정보통신부(MIC) 간 『한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정』을 체결
- 『한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정』은 베트남의 풍부한 자연 및 문화자원과 방송시장의 발전 잠재력, 한국의 우수한 방송노하우·기술이 결합하여 고품질 콘텐츠를 공동제작함으로써 양국 방송콘텐츠 산업발전에 기여하는 것을 목적으로 함
- 향후 동 협정에 의거하여 한국 사업자가 투자하거나 한국 인력이 참여한 공동제작 프로그램은 베트남에서 자국 프로그램으로 인정되어 非자국물에 대한 편성 규제를 받지 않고 방송이 가능해짐
- 또한 협정문에 따라 정부 고위급 및 방송사 등이 참여하는 공동위원회를 설치하여 양국 간 방송콘텐츠 교류와 협력이 활성화될 수 있도록 하며, 국제공동제작에서 발생할 수 있는 분쟁해소에 기여하도록 함

3) 한국 무역협회 통계

4) 과학기술정보통신부·방송통신위원회(2019), “방송산업 실태조사 보고서”

◦ 주요 협상일지

-
- '16. 1. 한·베 공동제작 연구반 운영 합의(하노이)
 - '16. 5. KCC-MIC 양해각서 체결 및 국장급 협의체 1차 회의(과천)
 - '16. 7. 한·베 국장급 협의체 2차 회의 개최(하노이)
 - '16. 12. 한·베 국장급 협의체 3차 회의 개최(서울)
 - '17. 6. 한·베 국장급 협의체 4차 회의 개최(하노이)
 - '18. 4. 한·베 국장급 협의체 5차 회의 개최 및 국장급 가서명(서울)
 - '19. 2. 한·베 TV 프로그램 공동제작협정 체결 국무회의 의결 및 대통령 재가
 - '19. 3. 한·베 TV 프로그램 공동제작협정 체결 전권위임 승인
 - '19. 3. 한·베 TV 프로그램 공동제작협정 체결(하노이)
 - '19. 4. 한·베 TV 프로그램 공동제작협정 발효 관련 한국 국내절차 완료
 - '19. 6. 한·베 국장급 협의체 6차 회의 개최(서울)
 - '19. 8. 한·베 TV 프로그램 공동제작협정 발효 및 관보게재
-

Ⅲ. 국가 간 방송 공동제작 협정의 혜택

□ 국가 간 방송 공동제작협정의 혜택

- 국내제작물 인정 및 지원제도 수혜 가능
 - 국가 간 방송 공동제작협정에 근거하여 양국의 권한 당국이 공동 승인한 공동제작 프로그램은 각국 국내 프로그램으로 인정받을 수 있음
 - 국내제작물의 지위를 획득하게 되면 양국에서 국내제작 프로그램이 받을 수 있는 모든 지원과 혜택을 누릴 권리를 확보할 수 있으며, 상대국 내 非국내제작물에 대한 규제를 우회할 수 있음
- 제작, 활용 및 홍보 목적 입국·이동·체류 편의
 - 협정에 따라 공동제작물을 제작하거나 활용, 홍보할 목적으로 이동, 입국 및 체류 시 비자 간소화 등 편의가 제공될 수 있음
- 공동제작 프로그램 제작, 홍보 관련 상품의 무관세 반입
 - 협정에 따라 공동제작물의 제작 및 홍보를 위한 상품의 일시 반입은 수입관세 및 세금이 부과되지 않을 수 있음
- 저작권 공유 및 크레딧
 - 공동제작물의 저작권은 공동제작자들 간에 공유되며, 수익분배는 공동 제작자들이 재정적 및 창의적 기여도를 고려하여 양당사자가 직접 결정
- 분쟁 발생 시 정부차원의 협의체 활용 가능
 - 협정에 따라 협정 이행을 감독하거나 해석·적용에 관해 발생할 수 있는 분쟁 해결을 논의하는 양국 정부의 관련 부처 고위급으로 구성된 협의체를 구성, 운영하여 협정과 관련된 사안을 논의하고 분쟁해결을 위한 협의 기구 역할을 할 수 있음

□ 방송 공동제작협정에 따른 국내제작물 인정신청

- 국내제작물 지위 인정을 포함한 방송 공동제작협정에 따른 다양한 혜택을 누리기 위해서는 각국 권한당국의 승인을 받아야 함
 - 특정국과 공동제작협정이 체결되더라도 해당국과 공동제작하는 모든 방송 프로그램이 자동적으로 공동제작협정에 따른 국내제작물 지위를 인정받는 것은 아님
- 국내제작물 지위 인정을 받기 위해서는 각국 관할 당국에 제작 착수 전 승인[사전 승인]과 제작 완료 후 승인[사후 승인]을 받아야 함
 - 이러한 승인절차를 통해 국내제작물 지위를 획득할지의 여부는 사업자가 스스로 판단해서 결정해야 함
- 사전 승인을 득하기 위해서는 실제 촬영이 시작되기 전에 한국 측 공동 제작자는 한국 방송통신위원회에, 협정 상대국 측 공동제작자는 해당국 관할당국에 각각 사전 승인 신청을 하고 서면 승인통보를 받아야 함
 - 국내에서는 한국 측 공동제작자가 <방송프로그램등의 편성에 관한 고시> 별지 제2호 서식 <정부 간 공동제작 협정에 의한 국내제작 사전 승인 신청서> 및 신청서에서 요구하는 서류를 방송통신위원회에 제출하면 방송통신위원회가 90일 이내에 승인여부를 결정, 서면 통보함 (승인심사 기간은 협정에 따라 달라질 수 있음)
- 국가 간 공동제작협정에 따라 발생하는 제작 과정상의 혜택, 가령, 출입국과 비자발급 관련 편의, 제작 관련 상품 무관세 반입, 국가 간 협정에 따른 공동제작 지원 등의 혜택은 사전 승인으로 가능

- 사후 승인을 위해서는 제작이 완료된 후 한국 측 공동제작자는 한국 방송통신위원회에, 협정 상대국 측 공동제작자는 해당국 관할당국에 각각 사후 승인 신청을 하고 서면 승인통보를 받아야 함
- － 국내에서는 한국 측 공동제작자가 <방송프로그램등의 편성에 관한 고시> 별지 제3호 서식 <정부 간 공동제작 협정에 의한 국내제작 사후 승인 신청서> 및 신청서에서 요구하는 서류를 방송통신위원회에 제출하면 방송통신위원회가 90일 이내에 승인여부를 결정하여 서면 통보함 (승인심사 기간은 협정에 따라 달라질 수 있음)

IV. 한-베트남 TV 프로그램 공동제작협정의 혜택

□ 한-베트남 방송공동제작협정의 혜택

- 국내제작물 인정 및 지원제도 수혜 가능(제3조)
 - (혜택에 대한 권리) 공동제작협정에 따라 방송통신 위원회가 승인한 모든 공동제작 프로그램은 재정지원 및 국내 프로그램으로 인정과 같은 혜택을 누릴 권리가 있음

제3조(혜택에 대한 권리)

이 협정에 따라 양 당사국의 권한 있는 당국이 승인한 모든 공동제작 텔레비전 프로그램은 각 당사국의 재원에 따라 정부의 재정 지원 및 국내 프로그램 인정과 같은 각 당사국의 법과 규정에 따른 모든 혜택을 완전히 누릴 권리가 있다.

- 제작, 활용 및 홍보 목적 입국·이동·체류 허용(제6조)
 - (입국) 양국은 각국의 법과 규정에 따라 공동제작물을 제작하거나 활용·홍보할 목적으로 상대 국민이 이동·입국 및 체류하는 것을 허용해야 함

제6조(입국)

각 당사국은 자국의 관련 법, 규정 및 절차에 따라 다른 쪽 당사국의 국민이 경우에 따라 공동제작 텔레비전 프로그램을 제작·활용 및 홍보할 목적으로 자국 영역으로 이동·입국 및 체류하는 것을 허용한다.

○ 제작 관련 상품의 무관세 반입(제7조)

- (수입관세 및 세금 면제) 공동제작물 제작을 위한 상품의 일시 반입 시 한-베 FTA 및 양국의 법과 규정에 따라 수입관세 및 세금을 부과하지 않음

제7조(수입관세 및 세금 면제)

공동제작 텔레비전 프로그램의 제작을 위한 상품의 일시 반입에 대한 수입관세 및 세금의 면제는 「대한민국 정부와 베트남사회주의공화국 정부 간의 자유무역협정」 제2.5조와 각 당사국의 법, 규정 및 절차에 따른다.

○ 저작권 공유(제8조)

- (저작권 및 수익분배) 공동제작 프로그램의 저작권은 공동제작자들이 공유하며, 수익분배는 공동제작자들이 재정적 및 창의적 기여도를 고려하여 직접 결정

제8조(저작권, 수익분배 및 크레딧)

1. 공동제작 텔레비전 프로그램의 저작권은 공동제작자들 간에 공유되고 결정된다.
2. 공동제작자들 간 배급 지역 및 수익금 분배 관련 조건은 공동제작자들의 재정적 및 창의적 기여도를 고려하여 공동제작자들이 직접 협상한다.
3. 공동제작 텔레비전 프로그램은 해당 공동제작 텔레비전 프로그램이 “한국-베트남 공동제작” 또는 “베트남-한국 공동제작”임을 명시하는 크레딧 타이틀을 포함한다.

○ 분쟁 발생 시 정부차원 협의 가능성(제9조·제10조)

- (공동위원회) 공동위원회는 양국이 전략적 동반자로서 실질적인 관계를 맺을 수 있도록 협정 이행을 감독하거나 협정의 해석 및 적용과 관련하여 논의할 수 있음
- 공동위원회에서 공동제작과 관련하여 발생하는 양국 간 주요 쟁점을 논의하여 실질적 보호가 이루어지도록 작동
- 공동위원회는 협정과 관련된 ‘모든 사안’을 논의할 수 있으며(제9조), 분쟁해결을 위한 협의 기구로서 역할을 할 수 있음(제10조)

제9조(제도적 메커니즘)

1. 각 당사국은 이 협정의 이행을 목적으로 다음의 권한 있는 당국을 지정한다.
 - 가. 한국의 경우, 방송통신위원회 또는 그 승계기관, 그리고
 - 나. 베트남의 경우, 정보통신부 또는 그 승계기관
2. 어느 한쪽 당사국의 지정 당국은 이 협정과 관련된 모든 사안을 논의하기 위한 공동위원회의 설치를 요청할 수 있으며, 다른 쪽 당사국은 그러한 요청을 적절히 고려한다. 공동위원회가 설치될 경우, 공동위원회는 각 당사국의 관련 부처 및 기관의 적절한 고위 관리로 구성된다. 공동위원회는 양 당사국이 합의한 시간과 장소에서 이 협정과 관련된 사안을 논의한다.
3. 이 협정에 서명한 후, 양 당사국은 각 당사국의 법과 규정에 따라 공동 제작 텔레비전 프로그램에 대한 신청 및 승인 절차를 발표한다.

제10조(분쟁 해결)

1. 어느 한쪽 당사국은 다른 쪽 당사국의 권한 있는 당국에 서면요청을

전달함으로써 이 협정의 해석 또는 이행과 관련하여 발생하는 모든 사안에 대하여 다른 쪽 당사국과의 협의를 요청할 수 있다. 협의는 한쪽 당사국이 다른 쪽 당사국의 권한 있는 당국에 요청서를 전달한 후 신속하게 개시된다. 양 당사국은 사안의 상호 만족스러운 해결에 도달하기 위하여 모든 노력을 다한다.

2. 「대한민국과 동남아시아국가연합 회원국 정부 간의 포괄적 경제협력에 관한 기본협정 하의 서비스 무역에 관한 협정」 제29조⁵⁾는 이 협정에서 발생하는 어떤 사안이나 분쟁에도 적용되지 않는다. 이 협정 규정의 해석, 이행 또는 적용으로부터 발생하는 모든 분쟁은 양 당사국 간에 상호 협의와 대화를 통하여 우호적으로 해결한다.

5) 제29조에서 말하는 분쟁해결제도는 「대한민국과 동남아시아국가연합 회원국 정부 간의 포괄적 경제협력에 관한 기본협정 하의 분쟁해결제도에 관한 협정」에 명시되어 있으며, 공동제작과 관련된 분쟁에는 적용되지 않는다.

□ 한-베 협정문상의 방송 공동제작물 승인조건

구분	협정상 요건	심사방법
장르 (제1조)	드라마, 애니메이션, 예능 프로그램 또는 다큐멘터리 프로그램과 같은 텔레비전 프로그램 (영화 제외)	○ 온라인으로 제공되는 텔레비전 프로그램도 포함 ○ 공동제작의 범위는 양 당사국 간의 합의에 따라 확대될 수 있음
승인 (제2조)	사전 승인	○ 공동제작 프로그램 제작 전 공동제작물 제작 신청서 제출 (정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사전 승인 신청서)
	사후 승인	○ 공동제작 프로그램 제작 완성 후 배급 전 최종 승인 신청서 제출 (정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인 신청서)
기여 (제1조, 제4조)	재정적 기여	○ 제작비 지출을 의미하며, 현물 기여 포함 ○ 재정적 기여 총합의 10% 이상을 기여해야 하며, 구체적 비율은 공동제작자 간 합의에 따라 결정됨
	창의적 기여	○ (창의적 기여) 공연, 기술, 기획 및 기능적 기여 ○ 창의적 기여 총합의 10% 이상을 기여해야 하며, 구체적 비율은 공동제작자 간 합의에 따라 결정됨

구분	협정상 요건	심사방법
공동 제작자 (제1조)	공동제작자는 참여당사국의 국민 또는 법인	◦ 양 당사국 국민 또는 법인(정부 소유도 가능) ◦ 국민에는 영주권자 포함 안됨
참여 인력 (제5조)	◦ 공동제작에 참여하는 개인은 당사국의 국민	◦ (예외) 다른 국가의 배우, 기술 인력, 음악 작곡가 및 그 밖의 제작 인력과 같은 개인을 참여시킬 수 있음 - 양 당사국의 공동제작자는 이러한 참여에 대한 책임을 짐
저작권 및 수익분배 (제8조)	저작권	◦ 공동제작자들 간 결정
	배급 지역 및 수익금 분배	◦ 공동제작자들의 재정적 및 창의적 기여도를 고려하여 협상함
크래딧 (제8조)	공식 공동제작을 명시하는 크래딧 포함	◦ 공동제작물에 참여국명이 표시된 국가 간 공동제작 명시 (크래딧 명시 필요한 범위는 규정하지 않음)

V. 한-베트남 TV 프로그램 공동제작 단계별 안내

□ 베트남 입국준비

- (비자) 대한민국 국민의 베트남 입국시 비자의 발급⁶⁾
 - 일반적으로 외국에 입국하려면 유효한 대한민국 여권을 가지고 국내 주재 해당 국가 대사관이나 영사관에서 미리 여행목적에 따른 비자를 받아야 함 (단, 비자를 필요로 하는 경우에 한함)
 - 베트남은 우리나라와 비자면제협정을 체결한 국가로 15일 단기 방문에 한해 비자를 받지 않고 입국할 수 있음. 그러나 공동제작과 같이 비즈니스 목적으로 베트남을 방문할 경우에는 사전에 베트남 비자를 발급받아야 함⁷⁾
- (장비반입) 아타까르네(A.T.A. Carnet, 「물품의 일시수입을 위한 일시 수입 통관증서에 관한 관세협약」, 이하 까르네)에 가입한 국가의 경우 방송 촬영 장비의 무관세 일시반입이 가능하지만, 베트남은 현재 까르네 가입국은 아님
 - 그러나 베트남은 까르네 협약에 가입하지 않았음에도 불구하고 한-베 FTA 제2.5조에 근거하여 베트남으로의 방송 촬영 장비의 무관세 일시 반입이 허용되며 국내에서 반출한 방송 촬영 장비는 국내 재반입시 재수입면세의 적용대상이 됨

6) 법제처 찾기쉬운 생활법령 정보 출국비자 개관 참조 (<https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpCisMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=548&ccfNo=2&cciNo=1&cnpCisNo=1>)

7) 자세한 사항은 주한 베트남 대사관 홈페이지 참조, <https://vietnamembassy-seoul.org>

〈 한-베트남 FTA 2.5조(상품의 일시반입) 〉

1. 각 당사국은 이 조의 모든 요건을 충족하고, 그 상품의 사용으로 인한 통상적인 감가상각을 제외한 어떠한 변화도 거치지 아니하며 특정한 목적을 가지고 명시된 기간 내에 재수출될 의도로 한쪽 당사국의 관세영역으로 수입되는 다음의 상품에 대하여 원산지에 관계없이 무관세 일시 반입을 허용한다.

가. 수입 당사국의 법에 따라 일시입국의 자격을 갖춘 인의 영업활동 또는 직업을 수행하는 데 필요한 것으로서, 언론매체 또는 텔레비전을 위한 장비, 소프트웨어, 그리고 방송 및 영화촬영 장비를 포함하는 전문 장비

※ 전문은 한-베트남 FTA 참고(<http://fta.go.kr>)

〈 까르네 〉

- 까르네(ATA Carnet)에서 A.T.A.는 Admission Temporaire(불어)와 Temporary Admission(영어)의 합성어이며 Carnet는 불어로 표(증서)라는 뜻으로 물품의 무관세 임시통관증서를 말한다.

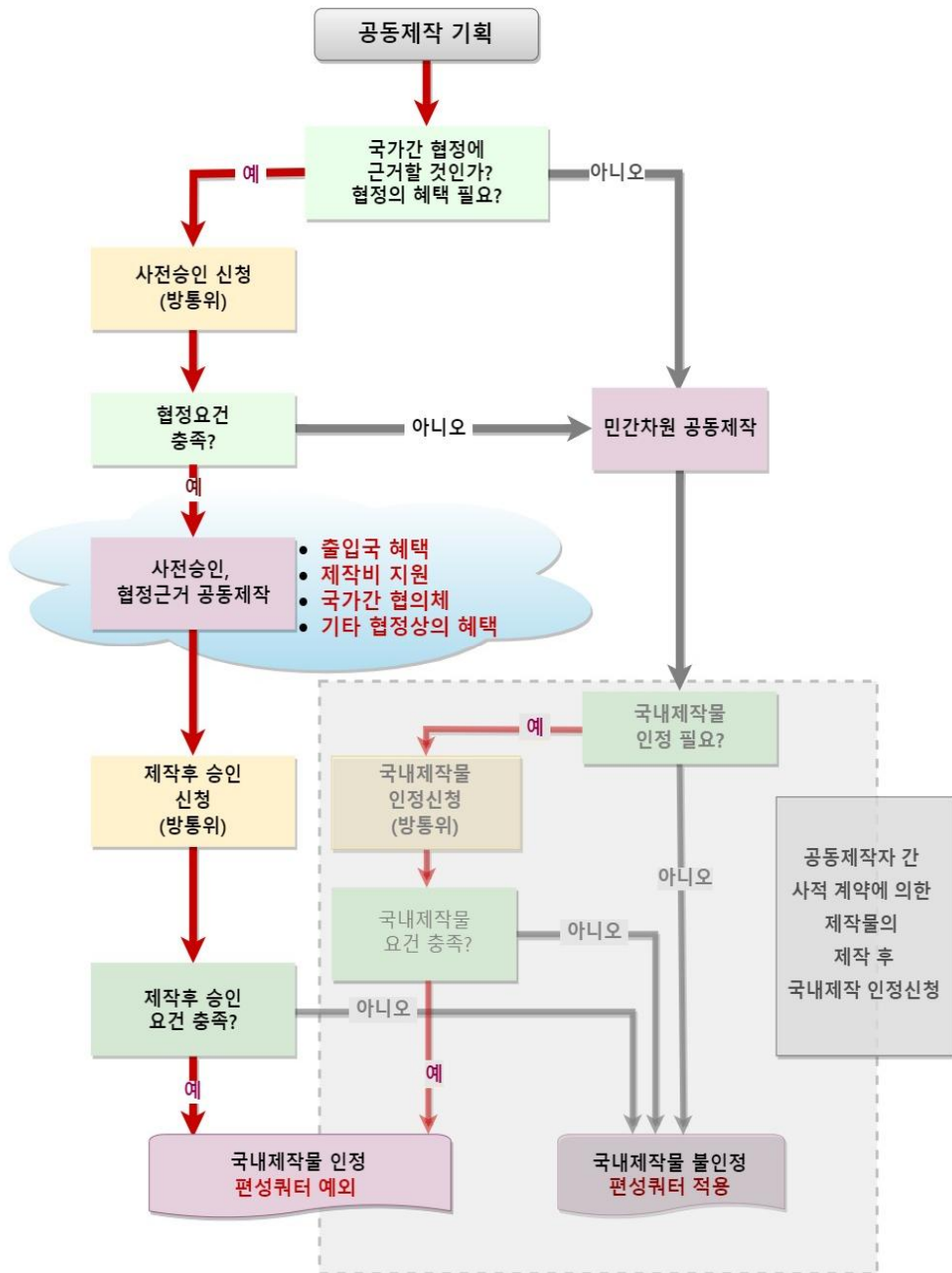
- 까르네 제도는 관세협력이사회, GATT 회원국, UNESCO 대표들이 국제무역과 문화교류에 기여하기위하여 채택한 일시적 무관세 수입절차에 관한 협약으로 2019년 11월 기준 전 세계 78개국⁸⁾이 가입하고 있다.

- 까르네는 복잡한 통관절차를 밟지않고 간편하게 통관을 할 수 있게 해주기 때문에 ‘일시수입통관증서’ 또는 ‘무관세임시통관증서’, ‘상품여권’이라고 불리며, 서울상공회의소, 부산상공회의소, 대구상공회의소, 안양상공회의소 등 전국의 4개 상공회의소 혹은 온라인 대한상공회의소 원산지증명센터(<http://cert.korcham.net/base>)에서 발급 가능하다.

8) 까르네 가입 78개국 현황은 대한상공회의소 원산지증명센터 홈페이지 참조

- 제작 후 권한 당국의 사후 승인까지 받게 되면 양국의 국내 유통과정에서 국내제작물로 인정되어 외국프로그램에 대한 편성규제 등이 제한을 받지 않음
- 정부 간 협정에 의거한 공동제작물의 인정요건은 협정에 따르지 않은 공동제작물의 국내제작물 인정기준보다 완화된 요건을 요구
- (승인) 「한-베트남 TV프로그램 공동제작협정」에 의거하여 공동제작을 하기로 한 경우 프로그램 제작 착수 전과 완성 후에 각각 권한당국의 승인을 득해야 함
- 양국 제작자가 각각 자국의 권한당국에 승인을 요청
- 한국측 제작자는 대한민국 방송통신위원회에 사전/사후 승인신청을 함. 사전/사후 승인 신청서는 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 별지 제2호/제3호 서식 참고
- 한국측 제작사는 베트남 정보통신부에 승인신청을 할 필요가 없으며 베트남측 제작자가 베트남 정보통신부의 사전/사후 승인을 받아야 함

〈공동제작 승인 및 국내제작물 인정 신청 과정〉



□ 지원금 제도

- (제작비 지원) 베트남과 공동제작 프로그램을 제작하는 경우 한국방송통신 전파진흥원(KCA)에서 관리하는 ‘방송 프로그램 제작지원’ 중 ‘방송통신 협력협정이행’ 지원금에 지원할 수 있음
 - ‘방송통신협력협정이행’은 방송분야 협력협정 체결 국가 간 교류와 협력 증진을 위해 협정체결국 국민(법인 포함)이 공동으로 제작하는 방송 프로그램 제작을 지원
- (세제혜택) 국내 제작사는 「조세특례제한법」에 해당하는 프로그램을 제작한 경우 세액공제를 받을 수 있음
 - (세액공제율) 영상콘텐츠 제작비용의 3% (단, 중소기업 10%, 중견기업 7%) (「조세특례제한법」 제25조의6 제1항)
 - (적용 콘텐츠) 방송법 제2조제17호에 따른 방송프로그램으로서 같은 조 제3호에 따른 방송사업자의 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 및 오락을 위한 프로그램(「조세특례제한법」 제25조의6 제1항 제1호)

〈조세특례제한법 제25조의6(영상콘텐츠 제작비용에 대한 세액공제)〉

- ① 대통령령으로 정하는 내국인이 2022년 12월 31일까지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 방송프로그램 및 영화(이하 이 조에서 “영상콘텐츠”라 한다)의 제작을 위하여 국내에서 발생한 비용 중 대통령령으로 정하는 비용(이하 이 조에서 “영상콘텐츠 제작비용”이라 한다)이 있는 경우에는 해당 영상콘텐츠 제작비용의 100분의 3(대통령령으로 정하는 중견기업의 경우에는 100분의 7, 중소기업의 경우에는 100분의 10)에 상당하는 금액을 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 영상콘텐츠가 처음으로 방송되거나 영화상영관에서 상영된 과세연도의 소득세(사업소득에 대한 소득세만 해당한다) 또는 법인세에서 공제한다.
1. 「방송법」 제2조제17호에 따른 방송프로그램으로서 같은 조 제3호에 따른

방송사업자의 텔레비전방송으로 방송된 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리
및 오락을 위한 프로그램

2. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 영화
- ② 제1항을 적용받으려는 내국인은 대통령령으로 정하는 바에 따라 세액공제 신청을 하여야 한다.
- ③ 제1항을 적용할 때 영상콘텐츠의 범위, 제작비용의 계산방법과 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

□ 분쟁발생시 정부 차원 협의

- 한-베 협정에서는 정부 차원의 공동위원회를 설치하도록 하고 있으므로 협정 이행, 해석 및 적용과 관련하여 문제가 발생한 경우 한국 측 제작자는 방송통신위원회에 관련 사항에 대하여 문의할 수 있으며, 방송통신위원회는 베트남의 정보통신부와 사안에 대하여 논의할 수 있음

□ 기타

- 한-베트남 공동제작물은 방송통신위원회에서 주최하는 ‘해외 우수 방송 공동제작 대상(大賞)’에 응모가능
- ‘해외 우수 방송 공동제작 대상(大賞)’ 결과는 방송통신위원회가 주최하는 「방송 공동제작 국제 콘퍼런스」 등에서 시상

 부록1.**국가 간 방송공동제작물의 국내제작물
인정 관련 법령**

- 〈방송법〉 제71조, 〈방송법 시행령〉 제57조 및 〈방송 프로그램등의 편성에 관한 고시〉에서는 외국사업자와의 공동제작물을 국내제작물로 인정하는 두 가지 기준과 절차를 명시하고 있음
- 〈방송프로그램등의 편성에 관한 고시〉 제5조에 따르면 (1) 고시에서 정한 기준에 해당되는 제작물은 심사를 거쳐 국내제작물로 인정되며, (2) 공동제작협정에 따라 제작된 공동제작물도 국내제작물로 인정받을 수 있음
- 그러나 모든 공동제작물이 ‘국내제작물 인정’을 받을 필요는 없으며, 편성 또는 다른 사업상의 이유로 인해 국내제작물 인정이 필요한 경우 사업자의 판단에 따라 편성고시 제5조에서 정하는 절차를 따라 서류를 제출하고 인정심사를 받으면 됨

〈관련 법령〉

○ 방송법 제71조(국내 방송프로그램의 편성)

- ① 방송사업자는 당해 채널의 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 방송프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.
- ② 방송사업자는 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악 중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다
- ③ 생략
- ④ 방송사업자는 다양한 국제문화 수용을 보장하기 위하여 연간 방송되는 외국 수입 영화·애니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.
- ⑤ 생략
- ⑥ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램 등의 구별기준은 대통령령으로 정하고, 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.

○ 방송법 시행령 제57조(국내제작 방송프로그램의 편성)

- ① 방송사업자는 법 제71조 제1항의 규정에 의하여 국내에서 제작된 방송프로그램을 다음 각 호의 범위 안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성 하여야 한다.
 1. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 당해 채널의 매 반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상 100분의 80 이하
 2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 당해 채널의 매 반기 전체 방송시간의 100분의 40 이상 100분의 70 이하
 3. 지상파 방송채널사용사업자를 제외한 방송채널사용 사업자: 당해 채널의 매 반기 전체 방송 시간의 100분의 20 이상 100분의 50 이하
- ② 방송사업자는 법 제71조제2항에 따라 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악 중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 다음 각 호의 범위에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 종교 또는 교육에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자의 경우에는 국내에서 제작된 영화·애니메이션을 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간 또는 애니메이션방송시간의 100분의 40 이하의 범위에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상을 편성하여야 한다.

1. 영화: 당해 채널의 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상 100분의 40 이하
2. 애니메이션: 당해 채널의 전체 애니메이션방송시간의 100분의 30 이상 100분의 50 이하
3. 대중음악: 당해 채널의 전체 대중음악방송시간의 100분의 50 이상 100분의 80 이하

③ 생략

④ 생략

⑤ 방송사업자는 법 제71조 제4항에 따라 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 분야 별로 해당 채널의 매 반기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 방송시간의 100분의 80 이내에서 방송통신 위원회가 고시하는 비율을 초과하지 아니하도록 편성 하여야 한다.

⑥ 생략

⑦ 제1항에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램, 제2항에 따른 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악, 제5항에 따른 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악의 구별기준은 해당 방송프로그램의 기획 및 제작의 형태, 기획 및 제작인력의 구성, 제작에 소요된 투자재원 등을 기준으로 하여 방송통신위원회가 정하여 고시한다.

○ 편성고시 제3조(국내제작 방송프로그램의 편성비율)

① 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

1. 지상파방송사업자

가. 전문편성방송사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 60 이상.

나. 종합편성방송사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오 방송 프로그램 방송 시간의 100분의 80 이상.

2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 50 이상

3. 방송채널사용사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 이나 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 40 이상.

4. 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널 사용사업자: 해당 채널의 매 반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상.

○ 편성고시 제5조(국내제작 방송프로그램의 인정기준 및 절차)

- ① 제3조 제1항의 국내제작 방송프로그램은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.
 1. 방송프로그램 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인(국내법에 따라 설립된 법인으로 주식 또는 지분 총수의 100분의 50 이상을 내국인이 소유한 법인을 포함)이 출자한 방송프로그램으로 별표1에서 정한 기준에 해당하는 방송프로그램
 2. 외국과 공동으로 기획·제작한 방송프로그램 중 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 따라 국내제작으로 승인받은 방송 프로그램
- ② 제1항 제1호에 따라 국내제작 방송프로그램으로 확인받으려는 자는 별지 제1호서식의 국내제작 방송 프로그램 확인 신청서에 다음 각 호의 사항을 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.
 1. 방송프로그램 기획서
 2. 방송프로그램 제작과 관련한 계약서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한 하며 한글본을 포함)
 3. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
 4. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
 5. 방송프로그램 사본(외국과 공동으로 제작하여 두 개 이상의 국가에서 방송되는 경우에는 국내에서 방송되는 것과 해외에서 방송되는 것을 모두 포함)
 6. 기타 방송통신위원회가 국내제작 확인을 위해 요청하는 서류
- ③ 제1항 제2호에 따라 국내제작 방송프로그램으로 승인 받으려는 자는 다음 각 호에 따른 사항을 방송통신 위원회에 제출하여야 한다.
 1. 사전승인의 경우, 별지 제2호 서식 정부 간 공동제작 협정에 의한 국내제작 사전승인 신청서 및 다음 각 목의 사항
 - 가. 방송프로그램 기획서
 - 나. 방송프로그램 공동제작과 관련한 계약서(소유권 및 지적재산권, 수익 분배권이 명시된 한글본을 포함)
 - 다. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
 - 라. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙 하는 서류
 - 마. 주간 단위 촬영·작업 계획 및 촬영 장소

- 바. 기타 방송통신위원회가 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사전 승인을 위해 요청하는 서류
- 2. 사후승인의 경우, 별지 제3호 서식 정부 간 공동제작 협정에 의한 국내제작 사후승인 신청서 및 다음 각 목의 사항
 - 가. 방송프로그램 기획서
 - 나. 방송프로그램 공동제작과 관련한 계약서(소유권 및 지적재산권, 수익 분배권이 명시된 한글본을 포함)
 - 다. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
 - 라. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
 - 마. 방송프로그램 사본(방송 편성을 목적으로 제작된, 크레딧이 명기된 국내 및 해외 방송 프로그램 사본)
 - 바. 기타 방송통신위원회가 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인을 위해 요청하는 서류
- ④ 방송통신위원회는 신청인의 국내제작 방송프로그램 인정 신청 접수 후 90일 이내에 그 결과를 신청인에게 문서로 통보한다. 다만, 불가피한 사유로 기일 내에 심사를 하지 못한 경우에는 1회에 한해 기일을 90일 더 연장할 수 있다.
- ⑤ 신청인은 방송통신위원회의 국내제작 인정 여부에 대해 이의가 있는 경우에는 그 결과를 통보받은 날부터 30일 이내에 1회에 한해 문서로 재심사를 요청할 수 있으며, 이 경우 제4항의 기일을 준용한다.
- ⑥ 방송통신위원회는 이해당사자의 신청 또는 직권에 의해 해당 방송프로그램의 국내제작 여부를 조사할 수 있다.
- ⑦ 방송통신위원회는 제2항 및 제3항 따라 신청된 국내제작 방송프로그램 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이하의 자문위원회를 운영할 수 있다.

[별표 1]

국내제작 방송프로그램 구별 기준(제5조 관련)

인정기준	분야별 점수의 합계가 14점 이상인 제작물 다만 라디오 방송프로그램의 경우 영상과 미술·CG를 제외한 18점 중 11점 이상인 제작물
분야별 점수	① 기획·제작: 3점, ② 원작·대본: 3점, ③ 연출: 3점, ④ 주연(제1성우 또는 나레이터): 3점, ⑤ 조연(제2성우 또는 나레이터): 2점, ⑥ 영상: 2점, ⑦ 음악·음향: 2점, ⑧ 미술·CG: 2점, ⑨ 편집: 2점 ※ 스포츠중계 프로그램의 경우, ‘④주연(제1 성우 또는 나레이터)’ 항목을 ‘출전선수’로, ‘⑤조연(제2성우 또는 나레이터)’ 항목을 ‘해설·중계’로 대체 적용
추가점수	한국어를 사용하거나, 촬영 및 편집 장소가 한국에 위치하는 방송프로그램의 경우 각각 1점의 추가 점수 부여

[별지 제2호서식]

정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작사전 승인 신청서

접수번호		접수일자			처리기간	90일
① 신청인	대표자		생년월일			
	법인·단체명		전화번호			
	주소		법인등록번호			
②상대국 제작사 (국적)						
③제목, 방송장르						
④주제 및 내용						
⑤제작일정						
⑥재정적 기여		국내	(%)	외국	(%)	
⑦창의적 기여		국내	(%)	외국	(%)	
⑧제작인력		공동제작 당사국 이외 국적의 제작인력 고용 계획			있음 (), 없음()	
⑨촬영 / 작업 장소		공동제작 당사국 이외 장소의 촬영/작업 계획			있음 (), 없음()	
⑩ 제3국 참여 시	3국 제작사 국적					
	3국 기여	재정적 기여	(%)	창의적 기여	(%)	

「방송법」 제71조 제6항, 동법 시행령 제57조 제7항 및 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 제5조 제3항 및 제7조 제3항에 따라 위와 같이 정부 간 공동제작협정에 의한 사전 승인(인정)을 신청합니다.

년 월 일

신청인

(서명 또는 인)

방송통신위원회위원장 귀하

구비서류	1. 방송프로그램 기획서
	2. 방송프로그램 공동제작과 관련한 계약서(소유권 및 지적재산권, 수익분배권이 명시된 한글본을 포함)
	3. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
	4. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
	5. 주간 단위 촬영·작업 계획 및 촬영 장소
	6. 기타 방송통신위원회가 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사전 승인을 위해 요청하는 서류

[별지 제3호서식]

정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인 신청서

접수번호		접수일자			처리기간 90일	
① 신청인	대표자				생년월일	
	법인·단체명				전화번호	
	주소				법인등록번호	
②상대국 제작사 (국적)						
③제 목, 방 송 장 르						
④주 제 및 내 용						
⑤방 송 분 량					순 수 창 작 분 량	%
⑥제 작 일 정						
⑦재 정 적 기 여		국 내	(%)	외 국	(%)	
⑧창 의 적 기 여		국 내	(%)	외 국	(%)	
⑨ 제작인력	기획·제작자 (국적)	()	연 출 (국적)		()	
	주 연 배 우 (국적)	()	조 연 배 우 (국적)		()	
	음 악 작 곡 (국적)	()	대 본(작가) (국적)		()	
⑩ 촬영 / 작업 장소	초 판 제 작 국			⑪ 언 어	내레이션, 더빙, 자막	
	촬영및 후반작업국					
	사운드트랙 작업국				오리지널사운드트랙	
	더빙및 자막작업국					
⑫ 제3국 참여 시	3 국 제 작 사 국 적					
	3 국 기 여	재정적 기여	(%)	창의적 기여	(%)	

「방송법」 제71조 제6항, 동법 시행령 제57조 제7항 및 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 제5조 제3항 및 제7조 제3항에 따라 위와 같이 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인(인정)을 신청합니다.

년 월 일

신청인

(서명 또는 인)

방송통신위원회위원장 귀하

- 구비서류
1. 방송프로그램 기획서

2. 방송프로그램 공동제작과 관련한 계약서(소유권 및 지적재산권, 수익분배권이 명시된 한글본을 포함)

3. 방송프로그램의 줄거리 및 대본

4. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증명하는 서류

5. 방송프로그램 사본(방송 편성을 목적으로 제작된, 크레딧이 명기된 국내 및 해외 방송 프로그램 사본)

6. 기타 방송통신위원회가 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인을 위해 요청하는 서류

◆ 부록2.

한-베트남 TV 프로그램 공동제작 협정문



대한민국 정부와 베트남사회주의공화국 정부 간의 텔레비전 프로그램 공동제작에 관한 협정

대한민국 정부(이하 “한국”이라 한다)와 베트남사회주의공화국 정부(이하 “베트남”이라 한다)는 (이하 개별적으로 “당사국”, 그리고 양국은 함께 “양 당사국”이라 한다),

2007년 11월 21일 싱가포르에서 서명된 「대한민국과 동남아시아국가연합 회원국 정부 간의 포괄적 경제협력에 관한 기본협정 하의 서비스 무역에 관한 협정」 제27조제5항 “아세안 회원국들은 이 협정에 따라 방송 프로그램의 공동생산에 관하여 한국과 각자 양자 협정을 체결할 수 있고, 그러한 양자 협정은 협정 당사국들에게만 적용된다.”는 것을 상기하고,

양 당사국 간 문화적 협력의 맥락에서 텔레비전 프로그램 공동제작을 확대하고 촉진하기를 희망하며, 그리고

그러한 협력이 문화 및 경제 교류의 촉진, 한국 및 베트남의 국가 이미지 제고와 양국 국민 간 상호 이해의 심화에 기여할 것임을 확신하며, 다음과 같이 합의한다.

제1조 정의

1. “공동제작 텔레비전 프로그램”은 각 당사국의 권한 있는 당국이 승인한, 어느 한쪽 당사국의 하나 또는 그 이상의 공동제작자가 다른 쪽

당사국의 하나 또는 그 이상의 공동제작자와 협력하여 만든 드라마, 애니메이션, 예능 프로그램 또는 다큐멘터리 프로그램과 같은 텔레비전 프로그램(영화는 제외한다)을 의미하며, 온라인상으로 제공되는 텔레비전 프로그램을 포함한다. 공동제작의 범위는 양 당사국 간의 합의에 따라 확대될 수 있다.

2. “공동제작자”는 공동제작 텔레비전 프로그램의 제작에 참여하는 한국의 국민 또는 법인이거나 베트남의 국민 또는 법인을 말한다.
3. “법인”은 영리 또는 그 밖의 다른 목적을 위하여 정당하게 설립되거나 한쪽 당사국의 법과 규정에 따라 조직된 법적 실체로서, 민간 또는 정부가 소유하는 회사, 신탁, 파트너십, 합작투자, 개인회사, 협회 또는 단체를 포함한다.
4. “국민”⁹⁾은 다음을 의미한다.
 - 가. 한국의 경우, 개정되는 바에 따른 「국적법」상 의미에서 한국의 국민, 그리고
 - 나. 베트남의 경우, 개정되는 바에 따른 「베트남 국적에 관한 법」상 의미에서 베트남의 시민인 모든 인
5. “창의적 기여”는 공동제작자의 공연, 기술, 기획 및 기능적 기여를 의미한다.
6. “재정적 기여”는 제작비 지출을 의미하며, 현물 기여를 포함할 수 있다.

9) 보다 명확히 하기 위하여, “국민”이란 용어는 「대한민국 정부와 베트남사회주의공화국 정부 간의 자유무역협정」 제1.5조에서 사용된 용어와 일치한다.

제2조

공동제작 텔레비전 프로그램의 승인

1. 공동제작자는 공동제작 텔레비전 프로그램 제작 전에 양 당사국의 권한 있는 당국에 사전 승인 신청을 제출한다. 권한 있는 당국은 이 협정 및 각 당사국의 법과 규정에 따라 공동제작 텔레비전 프로그램의 제작을 위하여 제출된 신청을 승인할 수 있으며, 승인이 부여되는 조건을 명시할 수 있다.
2. 양 당사국의 권한 있는 당국은 공동제작 텔레비전 프로그램이 완성된 후 배급되기 전까지 해당 공동제작 텔레비전 프로그램에 대하여 최종 승인을 부여한다. 공동제작 프로그램의 방송은 각 당사국의 국내 법 및 규정에 따른다.
3. 양 당사국의 권한 있는 당국은 공동제작 텔레비전 프로그램의 승인 신청 제출일부터 50일¹⁰⁾ 이내에 승인 여부를 결정하여 신청인에게 서면으로 통보한다. 승인을 거절하는 경우에는 거절 사유를 서면으로 명시한다. 이해당사자는 권한 있는 당국의 결정에 재검토를 요청할 수 있으며, 권한 있는 당국은 해당 결정의 재검토를 위한 적절한 조치를 취한다.
4. 양 당사국의 권한 있는 당국은 공동제작 텔레비전 프로그램의 승인을 위한 신청의 승인, 거절, 변경 또는 철회와 관련한 모든 정보를 교환한다. 이러한 맥락에서 양 당사국의 권한 있는 당국은 공동제작 텔레비전 프로그램이 이 협정의 조항에 합치되도록 보장하기 위한 합의에 도달하기 위하여 상호 협의한다.

10) 보다 명확히 하기 위하여, 50일 중 비근무일은 제외한다.

제3조 혜택에 대한 권리

이 협정에 따라 양 당사국의 권한 있는 당국이 승인한 모든 공동제작 텔레비전 프로그램은 각 당사국의 재원에 따라 정부의 재정 지원 및 국내 프로그램¹¹⁾ 인정과 같은 각 당사국의 법과 규정에 따른 모든 혜택을 완전히 누릴 권리가 있다.

제4조 기여

각 공동제작자는 해당 공동제작 텔레비전 프로그램의 재정적 기여의 총합과 창의적 기여의 총합에서 모두 십 퍼센트(10%) 이상을 기여하며, 그러한 비율은 공동제작자 간 합의에 따라 결정된다.

제5조 참여

1. 공동제작 텔레비전 프로그램에 참여하는 사람들은 양 당사국의 국민으로 한다.
2. 각 당사국은 공동제작 프로그램에 다른 국가의 배우, 기술 인력, 음악 작곡가 및 그 밖의 제작 인력과 같은 개인을 참여시킬 수 있다. 양 당사국의 공동제작자는 이러한 참여에 대한 책임을 진다.

11) 보다 명확히 하기 위하여, 국내 프로그램의 정의는 각 당사국의 법과 규정에 따른다.

제6조

입국

각 당사국은 자국의 관련 법, 규정 및 절차에 따라 다른 쪽 당사국의 국민이 경우에 따라 공동제작 텔레비전 프로그램을 제작, 활용 및 홍보할 목적으로 자국 영역으로 이동, 입국 및 체류하는 것을 허용한다.

제7조

수입관세 및 세금 면제

공동제작 텔레비전 프로그램의 제작을 위한 상품의 일시 반입에 대한 수입관세 및 세금의 면제는 「대한민국 정부와 베트남사회주의공화국 정부 간의 자유무역협정」 제2.5조와 각 당사국의 법, 규정 및 절차에 따른다.

제8조

저작권, 수익분배 및 크레딧

1. 공동제작 텔레비전 프로그램의 저작권은 공동제작자들 간에 공유되고 결정된다.
2. 공동제작자들 간 배급 지역 및 수익금 분배 관련 조건은 공동제작자들의 재정적 및 창의적 기여도를 고려하여 공동제작자들이 직접 협상한다.
3. 공동제작 텔레비전 프로그램은 해당 공동제작 텔레비전 프로그램이 “한국-베트남 공동제작” 또는 “베트남-한국 공동제작”임을 명시하는 크레딧 타이틀을 포함한다.

제9조 제도적 메커니즘

1. 각 당사국은 이 협정의 이행을 목적으로 다음의 권한 있는 당국을 지정한다.
가. 한국의 경우, 방송통신위원회 또는 그 승계기관, 그리고
나. 베트남의 경우, 정보통신부 또는 그 승계기관
2. 어느 한쪽 당사국의 지정 당국은 이 협정과 관련된 모든 사안을 논의하기 위한 공동위원회의 설치를 요청할 수 있으며, 다른 쪽 당사국은 그러한 요청을 적절히 고려한다. 공동위원회가 설치될 경우, 공동위원회는 각 당사국의 관련 부처 및 기관의 적절한 고위 관리로 구성된다. 공동위원회는 양 당사국이 합의한 시간과 장소에서 이 협정과 관련된 사안을 논의한다.
3. 이 협정에 서명한 후, 양 당사국은 각 당사국의 법과 규정에 따라 공동제작 텔레비전 프로그램에 대한 신청 및 승인 절차를 발표한다.

제10조 분쟁 해결

1. 어느 한쪽 당사국은 다른 쪽 당사국의 권한 있는 당국에 서면요청을 전달함으로써 이 협정의 해석 또는 이행과 관련하여 발생하는 모든 사안에 대하여 다른 쪽 당사국과의 협의를 요청할 수 있다. 협의는 한쪽 당사국이 다른 쪽 당사국의 권한 있는 당국에 요청서를 전달한 후 신속하게 개시된다. 양 당사국은 사안의 상호 만족스러운 해결에 도달하기 위하여 모든 노력을 다한다.

2. 「대한민국과 동남아시아국가연합 회원국 정부 간의 포괄적 경제협력에 관한 기본협정 하의 서비스 무역에 관한 협정」 제29조¹²⁾는 이 협정에서 발생하는 어떤 사안이나 분쟁에도 적용되지 않는다. 이 협정 규정의 해석, 이행 또는 적용으로부터 발생하는 모든 분쟁은 양 당사국 간에 상호 협의와 대화를 통하여 우호적으로 해결한다.

제11조 발효 및 개정

1. 이 협정은 양 당사국이 이 협정의 발효를 위하여 필요한 각국의 내부 절차가 완료되었음을 외교적 경로를 통해 상호 서면으로 통보하며, 나중의 통보가 접수된 날에 발효한다.
2. 양 당사국은 이 협정의 이행을 감독하고 검토하며, 필요시 상호 서면 합의에 따라 이 협정을 개정할 수 있다. 그러한 개정은 이 협정의 불가분의 일체를 구성하며 양 당사국이 각국의 필요한 법적 절차의 완료를 확인하는 서면통보를 교환한 이후 양 당사국이 합의한 날에 발효한다.

제12조 기간 및 종료

1. 이 협정은 발효일 후 3년의 기간 동안 효력이 유지되며, 어느 한쪽 당사국이 해당 기간 종료 6개월 전에 다른 쪽 당사국에 외교 채널을 통하여 서면으로 통보하지 않는 경우, 3년의 후속 기간씩 자동으로

12) 보다 명확히 하기 위하여, 분쟁해결제도는 「대한민국과 동남아시아국가연합 회원국 정부 간의 포괄적 경제협력에 관한 기본협정 하의 분쟁해결제도에 관한 협정」에 명시되어 있다.

갱신된다.

2. 제1항에도 불구하고, 권한 있는 당국의 승인을 받았으나 이 협정의 종료 전에 완성되지 못한 공동제작 텔레비전 프로그램에 대하여 이 협정의 효력은 계속 유지된다.

이상의 증거로, 아래의 서명자는 각자의 정부로부터 정당하게 권한을 위임받아 이 협정에 서명하였다.

2019년 3월 26일 하노이에서 한국어, 베트남어 및 영어로 각 2부씩 작성하였으며, 모두 동등한 정본이다. 해석상의 차이가 있는 경우 영어본이 우선한다.

대한민국 정부를 대표하여

베트남사회주의공화국 정부를
대표하여

방송통신위원회 위원장
이 효 성

정보통신부 장관
응우옌 마잉 흥

AGREEMENT BETWEEN
THE GOVERNMENT OF THE REPUBLIC OF KOREA
AND
THE GOVERNMENT OF THE SOCIALIST REPUBLIC OF
VIET NAM
ON THE CO-PRODUCTION OF TELEVISION PROGRAMS

The Government of the Republic of Korea (hereinafter referred to as “Korea”) and the Government of the Socialist Republic of Viet Nam (hereinafter referred to as “Viet Nam”) (hereinafter individually referred to as a “Party” and jointly referred to as the “Parties”);

RECALLING Article 27(5) of the Agreement on Trade in Services under the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation among the Governments of the Republic of Korea and the Member Countries of the Association of Southeast Asian Nations, signed in Singapore on 21th November 2007, which states that “ASEAN Member Countries may enter into individual bilateral arrangements with Korea concerning co-production of broadcasting programs pursuant to this Agreement, and such bilateral arrangements shall apply to the said Parties only”;

DESIRING to expand and facilitate the co-production of television programs in the context of cultural cooperation between the Parties; and

CONVINCED that such cooperation will contribute to the facilitation of cultural and economic exchanges, promotion of Korean and Vietnamese national images and greater understanding among the peoples of two countries;

HAVE AGREED as follows:

Article 1

Definitions

1. “Co-production television program” means a television program, such as a drama, animation, entertainment program or documentary program (excluding movies), and includes television programs provided online, made by one or more co-producers of one country in cooperation with one or more co-producers of the other country, who is/are approved by the competent authorities of each Party. The scope of the co-production may be expanded by agreement between the Parties.
2. “Co-producer” means a national or juridical person of Korea or a national or juridical person of Viet Nam involved in the making of a co-production television program.
3. “Juridical person” means any legal entity duly constituted or otherwise organized under one Party’s law and regulations, whether for profit or otherwise, and whether privately-owned or government-owned, including any corporation, trust, partnership, joint venture, sole proprietorship, association or society;

4. “National”¹³⁾ means:
 - (a) for Korea, a Korean national within the meaning of the Korean Nationality Act, as amended; and
 - (b) for Viet Nam, any person who is a citizen of Viet Nam within the meaning of the Law on Vietnamese Nationality, as amended.
5. “Creative contribution” means the performing, technical, planning and craft contributions of the co-producers.
6. “Financial contribution” means production expenditures and may include in-kind contributions.

Article 2

Approval of Co-Production Television Programs

1. Co-producers shall submit to the competent authorities of the Parties an application for the prior approval of the making of a co-production television program before production. The competent authorities may, in accordance with this Agreement and the laws and regulations of each Party, approve the application submitted to them for the making of a co-production television program, and may specify the conditions upon which the approval is granted.
2. The competent authorities of the Parties shall grant final approval to a co-production television program upon completion of the

13) For greater certainty, the term “national” is consistent with the term used in Article 1.5 of the Free Trade Agreement between the Government of the Republic of Korea and the Government of the Socialist Republic of Viet Nam.

co-production television program and prior to its distribution. The broadcasting of co-production programs shall be subject to the domestic laws and regulations of each Party.

3. The competent authorities of the Parties shall decide whether to approve an application for approval of a co-production television program within 50 days¹⁴⁾ of its submission, by written notice to the applicants. In case of rejection, the reasons shall be stated in writing. Interested parties may seek reconsideration of the decision of the competent authorities, and the competent authorities shall take appropriate steps to reconsider the decision.
4. The competent authorities of the Parties shall exchange all information concerning the approval, rejection, change or withdrawal of any application for approval of a co-production television program. In this context, the competent authorities of the Parties shall consult each other to reach consensus in order to ensure that a co-production television program conforms to the provisions of this Agreement.

Article 3

Entitlement to Benefits

All co-production television programs approved by the competent authorities of the Parties in accordance with this Agreement shall be fully entitled to all the benefits, such as government financial support and recognition as domestic programs,¹⁵⁾ as prescribed in

14) For greater certainty, 50 days excludes non-working days.

15) For greater certainty, the definition of the domestic television program shall be in

each Party's laws and regulations, subject to each Party's financial resources.

Article 4 Contributions

Each co-producer shall contribute not less than ten percent (10%) of both the total financial and the total creative contribution for the co-production television program, the proportion of which shall be decided through agreement between the co-producers.

Article 5 Participation

1. Persons participating in a co-production television program shall be nationals of the Parties.
2. Each Party may invite the participation of individuals from other countries, such as actors, technical personnel, musical composers and other production personnel, to participate in the co-production programs. The co-producers of both Parties shall be responsible for this participation.

accordance with each Party's laws and regulation.

Article 6

Entry

In accordance with the laws, regulations and procedures of each Party, each Party shall permit nationals of the other Party to travel to, enter and remain in its territory, as the case may be, for the purposes of making, utilizing and promoting a co-production television program.

Article 7

Exemption from Import Duties and Taxes

Exemption from import duties and taxes of temporary admission of goods for the making of the co-production television program shall be pursuant to Article 2.5 of the Free Trade Agreement between the Government of the Republic of Korea and the Government of the Socialist Republic of Viet Nam and in accordance with the laws, regulations and procedures of each Party.

Article 8

Copyright, Revenue Division and Credits

1. The copyright of a co-production television program shall be shared and decided between the co-producers.
2. The terms and conditions concerning the division of distribution

regions and revenue sharing between the co-producers shall be negotiated by the co-producers themselves considering their financial and creative contributions.

3. A co-production television program shall include a credit title indicating that the co-production television program is either a “Korea – Viet Nam Co-Production” or a “Viet Nam – Korea Co-Production”.

Article 9

Institutional Mechanisms

1. Each Party hereby designates the following competent authorities for the purposes of implementing this Agreement:
 - (a) for Korea, the Korea Communications Commission or its successors;
and
 - (b) for Viet Nam, the Ministry of Information and Communications or its successors.
2. The designated authorities of a Party may request the establishment of a Joint Committee to discuss any matter related to this Agreement, and the other Party shall give due consideration to the request. If established, the Joint Committee shall comprise appropriate senior officials from relevant ministries and agencies of each Party. The Joint Committee shall discuss matters related to this Agreement at times and places agreed to by the Parties.
3. After signing this Agreement, both Parties shall issue application

and approval procedures for co-production television programs, subject to each Party's laws and regulations.

Article 10

Dispute Settlement

1. Either Party may request consultations with the other Party regarding any matters related to the interpretation or implementation of this Agreement by delivering a written request to the competent authority of that other Party. Consultations shall commence promptly after a Party delivers the request to the competent authority of the other Party. The Parties shall make every attempt to arrive at a mutually satisfactory resolution of the matter.

2. Article 29 of the Agreement on Trade in Services under the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation among the Governments of the Republic of Korea and the Member Countries of the Association of Southeast Asian Nations,¹⁶⁾ shall not apply to any matter or dispute arising under this Agreement. Any dispute arising out of the interpretation, implementation or application of any of the provisions of this Agreement shall be settled amicably through mutual discussions and dialogue between the Parties.

16) For greater certainty, dispute settlement mechanisms are stipulated under the Agreement on Dispute Settlement Mechanism under the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation among the Governments of the Republic of Korea and the Member Countries of the Association of Southeast Asian Nations.

Article 11

Entry into Force and Amendment

1. This Agreement shall enter into force on the date of receipt of the last notification whereby the Parties notify each other in writing, through the diplomatic channel, that their respective internal procedures required for its entry into force have been completed.
2. The Parties shall supervise and review the implementation of this Agreement and, where necessary, may make any amendment to this Agreement by mutual written consent. Such amendment shall constitute an integral part of this Agreement and enter into force on such date as may be agreed upon by the Parties after the Parties have exchanged written notifications confirming that they have completed their respective necessary legal procedures.

Article 12

Duration and Termination

1. This Agreement shall continue in force for a period of three years from the date it enters into force, and then shall be automatically renewed for successive three-year periods, unless a written notice of termination is given by either Party to the other Party through diplomatic channels at least six months before the expiry of the relevant period.

2. Notwithstanding paragraph 1, this Agreement shall continue as if in force in respect of any co-production television program approved by the competent authorities and not yet completed prior to the termination of this Agreement.

IN WITNESS WHEREOF, the undersigned, being duly authorized thereto by their respective Governments, have signed this Agreement.

DONE in duplicate at __, on ____, 2018, in the Korean, Vietnamese and English languages, all texts being equally authentic. In case of any divergence in interpretation, the English text shall prevail.



부록 3.

베트남 방송시장 현황



- 베트남 방송시장 규모는 약 12억 9,800만 달러로, '18~'23년 연평균 성장률(CAGR)은 약 4%를 기록할 것으로 예측됨. '18년 현재 지상파가 전체의 약 48%로 가장 높은 비중을 차지하며, 케이블 방송은 약 35%, IPTV는 약 3% 정도에 불과
- '17년 베트남의 유료 OTT 서비스 매출규모는 약 1,250만 달러 정도이며 대부분 건당 구매 대신 구독형 서비스를 이용
- 베트남에서 언론과 방송은 정부와 당의 대변 수단이자, 정책수행과 사회통합의 기구로 간주되어, 진입, 소유, 내용, 편성 등 등 다양한 분야에서 엄격히 규제
- 방송을 포함하여 언론, 출판 및 정보통신 분야를 관장하는 베트남 정보통신부(MIC)는 자국 OTT 산업을 보호하기 위해 해외 OTT 사업자들에게 라이선스를 발급받도록 하는 내용의 신규 법안을 추진 중

	수도	하노이(Hanoi)
	국토면적(km ²)	331,230
	인구 수	95,540,395
	GDP(USD billion)	24.49
	연평균 GDP 성장률	7%
	유선 초고속 인터넷 가입자(100명당)	13.6
	TV보유 가구 수 (천 가구) ¹⁷⁾	19,853
	방송규제기관	정보통신부(MIC)

자료: World Bank(2019), OVUM(2019)

17) 방송시장 현황과 주요 플랫폼별 사업자 현황 및 시장 구조에서 서로 다른 데이터를 사용함에 따라 TV 보유가구 수가 달라질 수 있음. 2018년 기준 베트남의 TV보유 가구 수는 OVUM(2019)에서는 약 1,985만 가구, SNL Kagan(2019)에서는 약 2,404만 가구로 추정

□ 방송시장 현황

- (방송시장 규모) '18년 방송시장 매출액 규모는 약 12억 9,800만 달러로, 전년 대비 약 2,900만 달러 증가, '18~'23년 연평균성장률(CAGR)은 약 4%를 기록할 것으로 예측됨

〈베트남 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
TV매출	420	490	515	512	506	500	494	487	483	475
TV광고	653	762	804	755	790	841	908	972	1,043	1,111
라디오	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3
합계	1,074	1,253	1,321	1,269	1,298	1,343	1,404	1,462	1,529	1,589

※ p: 전망치, 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019)

- (방송콘텐츠 제작시장) '17년 방송콘텐츠의 제작 및 저작권 매출액 규모는 약 1억 2,700만 달러로, 전년대비 약 900만 달러 증가 전망

〈베트남 방송콘텐츠 제작 및 저작권 매출액 전망(2013~2022)〉

(단위: 백만 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p
제작 및 후반 제작	44	45	50	53	58	63	67	72	80	83
저작권	26	27	30	32	34	37	40	43	48	50
기타 방송 서비스	27	28	31	33	35	38	41	44	48	50
합계	98	99	111	118	127	137	148	158	177	183

※ p: 전망치, 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: Pure Data(2018)

- (TV광고시장) 베트남 TV광고시장은 '18년 7억 9,000만 달러 규모로, '23년까지 약 11억 1,100만 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측 (2018-2023년 연평균 성장률(CAGR) 약 7%)
- (지상파방송 광고) 지상파 방송 광고는 전체 TV광고 매출의 약 66.3%를 차지, '18년에는 전년 대비 약 1,000만 달러 증가한 약 5억 2,400만 달러 규모를 기록
- (유료방송 광고) '18년 베트남 유료방송 광고 매출액은 약 2억 6,500만 달러로, 전년 대비 약 2,300만 달러 증가

〈베트남 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료방송	170	213	241	242	265	296	330	364	399	433
지상파방송	483	548	563	514	524	545	576	605	640	672
온라인	-	-	-	-	-	0	2	3	4	6
합계	653	762	804	755	790	841	908	972	1,043	1,111

※ p: 전망치, 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019)

- (방송가입자 현황) '18년 베트남 전체 TV보유 가구 수는 약 1,985만 가구이며, TV시청은 디지털 지상파방송(37%), 디지털 케이블(21%), 아날로그 케이블 (14%), 아날로그 지상파(11%), 유료 디지털 위성방송(10%)의 순서

- 디지털 전환으로 아날로그 지상파방송 수신율이 '15년 22%에서 '18년 13%까지 하락하며 지속적으로 감소. 베트남 정부는 '20년 까지 디지털 전환 완료를 목표로 함

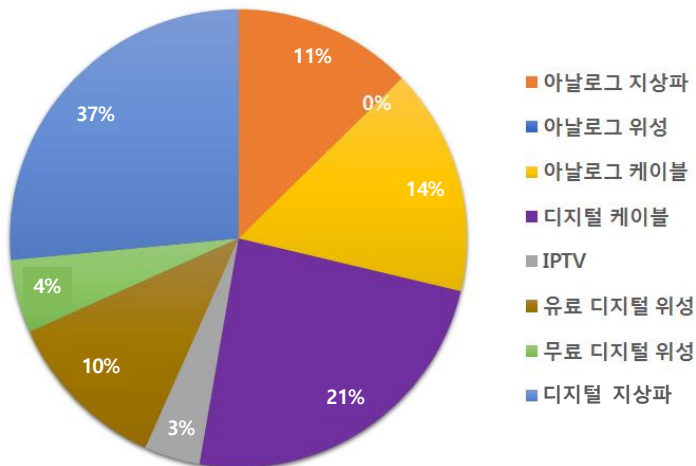
〈베트남 TV보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018)〉

(단위: 천 가구)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TV보유 가구 수	16,735	17,210	18,360	18,488	19,385	19,853
아날로그 지상파	5,389	4,367	3,703	3,050	2,670	2,171
아날로그 위성	10	0	0	0	0	0
아날로그 케이블	3,068	3,239	3,197	3,175	2,975	2,746
디지털 케이블	1,962	2,444	2,835	3,175	3,636	4,118
IPTV	884	752	630	638	657	676
유료 디지털 위성	972	1,338	1,565	1,782	1,808	1,994
무료 디지털 위성	487	576	665	732	805	885
디지털 지상파	3,963	4,494	5,765	5,936	6,835	7,263

자료: OVUM(2019)

〈베트남 TV 시청 플랫폼별 현황(2018)〉



자료: OVUM(2019)

□ 방송규제 현황

1. 방송 규제기관 및 관련 법령

- 베트남 정보통신부(MIC)¹⁸⁾는 법령 「No.17/201/ND-CP」에 의거하여 설립된 정부부처로 방송, 언론, 출판, 정보통신, 무선 주파수, 국내외 정보, 통신 인프라, 정부의 공익사업 등의 정책수립과 규제를 담당
- 이밖에도 정보통신 분야와 관련하여 정보통신 및 인터넷 개발에 대한 종합계획 수립, 정보통신 개발 및 투자 관련 프로젝트의 실행 가능성 검토, 경쟁관리 및 분쟁 해결, 정보통신 관련 면허발급 및 관리, 인터넷 도메인 관리, 통신 및 인터넷 서비스 요금 관리, 공공 정보통신 서비스 조항 관리 등의 업무 담당
- 베트남 「언론법(Press Law, 2016)」은 언론의 역할과 기능이 ‘정치적 안정에 기여하고 국가 전통을 보전하며 사회 민주주의를 증진하고 베트남 사회주의를 옹호하는 것’이라고 규정하고, 모든 언론기관과 언론인이 당 정책에 충실해야 한다고 명시
 - 언론을 정부와 당 노선의 정책 및 지침을 대변하는 수단이자 정책을 수행하고 사회통합에 기여하는 기구로 간주함¹⁹⁾
- 베트남은 「언론법(2016)」, 「광고법(Advertising Law, 2012)」, 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(Decree on Management, Provision, and Use of Broadcasting and TV Services, 2016)」 등에

18) 베트남 정보통신부(MIC)의 공식 홈페이지(<http://english.mic.gov.vn>)

19) 정보통신산업진흥원(2018), p.15.

의거하여 베트남 내 미디어와 콘텐츠에 대한 규제를 시행

– '16년 1월 18일 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안」을 새롭게 발표하여 베트남의 라디오 및 텔레비전 서비스의 정보, 품질, 요금, 공급, 이용과 위성을 통한 외국채널 방송 관리에 대한 상세 규정 제공

- 정보통신부(MIC)는 자국 OTT산업을 보호하기 위해 해외 OTT 사업자들이 베트남에서 서비스하기 위해서 허가(라이선스)를 발급받도록 하는 내용의 신규 법안을 작성 중(2019년 발효 목표)²⁰⁾

2. 주요 방송규제

가. 방송 진입 및 소유규제

- 베트남 정부는 「개정 투자법(The Amendment Investment Law, 2016)」에 근거하여 엔터테인먼트 서비스 분야에 라디오 송신기 및 수신기 수입(import of radio transmitters and transreceivers), 건당 결재 방송 서비스(pay-per-view television services), 모바일 네트워크 및 인터넷에 관한 IT서비스(IT services on mobile network or the Internet) 등을 조건부 사업으로 새롭게 편입시킴²¹⁾
- 라디오, TV방송/문화 상품의 생산, 출판, 배급은 외국인 투자 제한 분야(외국투자에 관한 조건부 사업허용 분야)이며, 라디오와 텔레비전 방송, 텔레커뮤니케이션과 인터넷 서비스를 위한 네트워크 구축 및 공급, 전파 전송 네트워크 구축, 신문 인쇄 및 인쇄 매체의 배급 출판은 총리의 허가가 필요²²⁾

20) Asia Video Industry(2018), p.8.

21) 윤재식(2017), p.54.

22) “Telecoms, Media&Internet 2019(Vietnam),” International Comparative Legal Guides, last modified N/A, accessed 20 Dec, 2018, <https://iclg.com/practice-areas/telecoms-media-and-internet-laws-and-regulations/vietnam>

- 유료방송 서비스에 대한 외국인 투자는 총리 허가 필요²³⁾
- 베트남의 방송 서비스는 크게 무료방송 서비스(Free TV)와 유료방송 서비스(Pay TV)로 나눌 수 있으며 서비스를 제공하기 위해서는 면허를 발급받아야 함²⁴⁾
- 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제12조에서 유료방송 서비스 제공 면허에 대하여 명시하고 있음
 - 유료방송사는 베트남 기업이어야 하며 외국투자기업이 해당 허가를 취득하고자 하려면 총리의 승인 필요²⁵⁾
 - 유료서비스 면허는 발행일로부터 10년 동안 유효하며, 이 기간은 통신 네트워크 구축을 위한 허가 또는 통신 네트워크 대여계약(본 법령의 4조 1항 a, b, c에 명시된 서비스 대상)에 명시된 유효기간을 초과해서는 안 됨²⁶⁾
 - 허가된 유료서비스 제공업체가 허가 유효일로부터 1년 내에 서비스 제공을 시작하지 않으면 허가 무효가 됨²⁷⁾
- 베트남 뉴스 채널은 방송사업 면허를 가진 베트남 뉴스 에이전시 (Vietnamese news agency)만이 제작 또는 공동 제작할 수 있음

23) “Telecoms, Media&Internet 2019(Vietnam).” International Comparative Legal Guides, last modified N/A, accessed 20 Dec, 2018, <https://iclg.com/practice-areas/telecoms-media-and-internet-laws-and-regulations/vietnam>

24) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제4조 제2항

25) 윤재식(2017), p.59.

26) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제12조 제4항 a호

27) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제12조 제4항 b호

나. 편성규제 및 내용규제

- 유료방송은 베트남과 외국채널을 방송할 수 있으며, 유료방송에서 외국채널 수는 전체의 30% 이하여야 함²⁸⁾
- 유료방송 서비스 제공업체는 유료서비스를 통해 방송되는 베트남 및 외국채널의 프로그램 목록을 제출해야 함²⁹⁾
- 가입자기반 서비스에서 제공되는 모든 외국채널은 해당 채널의 콘텐츠가 언론 및 광고에 관한 베트남 법을 준수하도록 편집 및 조정되어야 함³⁰⁾
 - 단, 운동경기 실황, 지역 및 국제 경기 개·폐막식은 제외
- 정보통신부는 외국채널의 유형에 따라 베트남어로 번역해야 하는 범위를 규정³¹⁾
 - 드라마와 만화는 전체 콘텐츠를 번역해야함
 - 종합오락, 음악, 과학 및 교육 채널의 경우 보도 프로그램과 다큐멘터리 프로그램을 번역해야 함
- 「언론법(2016)」은 12가지 금지 행위에 대하여 명시³²⁾
 - 베트남 사회주의 공화국에 반하는 내용의 정보 게시 및 공개, 정부·정치조직·계층 간의 분열, 민족 간 증오와 차별·분열초래 및 베트남

28) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」제17조 제1항

29) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」제21조 제2항 a호

30) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」제17조 및 제19조

31) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」제19조

32) 「언론법(2016)」제9조

소수민족 공동체의 권리 침해, 종교인과 비종교인·종교 단체와 정부 등의 분열을 초래하고 국제 연대 정책 이행을 저해, 역사 왜곡, 폭력 조장, 명예훼손, 청소년의 신체적·정서적 발달에 영향을 미치는 내용의 방송콘텐츠 등을 금지

- 외국채널의 경우 방송콘텐츠가 베트남 문화와 일치하며 베트남 언론 관련법을 준수하는 건전한 방송콘텐츠를 포함해야함³³⁾
- 정치 뉴스 프로그램 공동제작은 금지³⁴⁾

다. 광고규제

- 「광고법(2012)」 제7조는 8가지 광고금지 품목 명시³⁵⁾
 - 법률이 정하는 바에 따라 금지된 물품 및 서비스, 담배, 15도 이상 와인, 24개월 미만 유아용 모유 대체 유제품, 6개월 미만 어린이를 위한 보조제, 처방 의약품 및 관할 주정부가 제한적으로 또는 의사의 감독 하에 사용하도록 권장하는 처방전이 필요 없는 의약품, 포르노 제품, 권총과 카트리지, 스포츠 무기 및 폭력을 조장할 수 있는 제품, 정부가 지정한 광고에서 금지된 기타 제품 등
- 제8조는 추가적으로 금지하는 16가지 종류의 광고를 명시³⁶⁾
 - 제7조에 명시한 물품 광고, 국가 기밀 폭로, 국가 안보 주권을 해치는 광고, 교통안전 및 사회 질서에 영향을 미치는 광고, 인종 차별·성적 차별·장애인 편견을 나타내거나 신앙과 종교의 자유를 침해하는 내용의

33) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제17조 제2항

34) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제16조 제3항

35) 「광고법(2012)」 제7조

36) 「광고법(2012)」 제8조

광고, 베트남 문화체육관광부(Ministry of Culture, Sports and Tourism)가 정하는 합법적인 문서 없이 “최고(best/the best)”, “유일한(only)”, “1위(number one)” 또는 유사한 의미의 단어를 사용한 광고 등

- 방송광고는 전체 방송시간의 10% 이내여야 하며, 다른 방송콘텐츠와 명확히 구분되어야 함³⁷⁾
 - 유료방송 광고시간은 전체 방송시간의 5%를 초과할 수 없음(광고채널 및 프로그램 제외)
- 뉴스 및 국가 기념일 혹은 특별 정치 행사의 생방송 직후에는 광고 금지³⁸⁾
- 중간광고의 경우 영화 프로그램은 2회, 엔터테인먼트 프로그램은 4회까지만 삽입 가능하며, 각 광고시간은 5분 이내여야 함³⁹⁾
- 광고는 베트남에서 제작되고 베트남 광고법을 준수해야 하며 외국채널 편집허가를 가진 업체는 광고콘텐츠에 대해 책임을 져야 함⁴⁰⁾

라. 공동제작 규제

- 텔레비전 프로그램의 공동제작은 공동제작협정에 따라 방송허가를 가진 당사자와 협력 제작자가 베트남 프로그램 또는 채널의 제작에 협조하는 것을 의미⁴¹⁾

37) 「광고법(2012)」 제22조 제1항~2항

38) 「광고법(2012)」 제22조 제3항

39) 「광고법(2012)」 제22조 제4항

40) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제17조 제6항

41) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제3조 제6항

- 베트남 채널제작 면허를 발급받는 제작자는 베트남 법에 의한 법인과 주식회사의 지위를 가진 단체를 파트너로 선정하여 부분적으로 또는 전체적으로 프로그램 또는 채널을 공동제작 할 수 있는 권리를 가지며, 자신이 선정한 파트너에 대해 책임을 짐⁴²⁾

마. 위성방송 수신규제

- 외국 위성방송은 공산당, 베트남 정부, 중앙 및 지역의 사회정치 조직들, 통신사들, 해외 공관들, 베트남 주재 해외 통신사의 대표부, 사무실, 간부와 정부 고위관료, 정부기관, 국영미디어, 국제 보도기관, 외교관, 외국인용 비즈니스 호텔 등에서만 그 수신에 허용됨⁴³⁾

3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황

가. 수출 현황

- (한국 방송콘텐츠 수출액 규모) '18년 한국 방송콘텐츠의 對베트남 수출액은 약 272만 달러로, 전년 대비 약 464만 달러 정도 감소
- (방송사업자별 수출액 현황) '18년 지상파방송의 對베트남 수출액은 전년 대비 약 252만 달러 감소하였으며, 방송채널사용사업자도 전년 대비 약 212만 달러 감소
- (방송사업자별 수출 편수 추이) '18년 지상파방송의 對베트남 수출 편수는 전년 대비 994편 감소하였으나, 방송채널사용사업자는 전년 대비 1,515편 감소

42) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제16조 제1항

43) 「라디오·텔레비전 서비스의 관리, 제공 및 활용 법안(2016)」 제29조

〈한국 방송콘텐츠의 對베트남 수출 금액 추이(2012~2018)〉

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파 방송	2,548	5,742	7,242.3	7,370.8	9,135.5	4,629	2,112.4
방송채널 사용사업자	684.9	1,599	1,800	1,754	349	2,732.6	608.5
합계	3,232.9	7,341	9,042.3	9,124.8	9,484.5	7,361.6	2,720.9

자료: 과학기술정보통신부·방송통신위원회(2013~2019), 「방송산업 실태조사 보고서」 재구성

〈한국 방송콘텐츠의 對베트남 수출 편수 추이(2012~2018)〉

(단위: 편 수)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파 방송	3,115	6,558	5,857	4,566	4,615	2,857	1,863
방송채널 사용사업자	753	1,046	1,455	887	233	1,976	461
합계	3,868	7,604	7,312	5,453	4,848	4,833	2,324

자료: 과학기술정보통신부·방송통신위원회(2013~2019), 「방송산업 실태조사 보고서」 재구성

나. 수입 현황

- (베트남 방송콘텐츠 수입액 규모) '18년 기준 5년간 베트남으로부터 방송콘텐츠 수입 기록은 없음

□ 주요 플랫폼별 현황 및 시장구조

1. 지상파방송 시장 구조

- 베트남 정부의 디지털방송 전환 작업으로 인하여 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수가 증가할 전망이다
- '18년 무료 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구는 약 688만 가구이며 유료 가입 가구는 약 11만 가구로, 이는 전체 TV보유 가구 수의 약 28.6%를 차지

〈베트남 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023)〉

(단위: 천 가구)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
무료DTT 가입 가구 수	3,848	4,409	5,093	5,913	6,877	8,004	9,341	10,789	12,311	13,775
유료DTT 가입 가구 수	60	83	92	100	109	120	130	142	151	161
DTT 가입가구 비율(%)	17.6	19.7	22.1	25.1	28.6	32.6	37.3	42.1	47.2	51.9

자료: SNL Kagan(2019)

2. 유료방송 시장 구조

- 베트남의 '18년 유료방송 가입 가구 수는 약 1,150만 가구이며, 전체 TV보유 가구의 약 47.8%를 차지
- 베트남 유료방송시장의 '18년 매출액은 전년 대비 약 10% 증가한 약 5억 2,900만 달러였으며 '23년까지 급속한 성장 전망
- 대표적인 유료방송 방송사업자는 VTVcable 과 SCTV임

〈베트남 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)〉

(단위: 천 가구, 백만 달러)

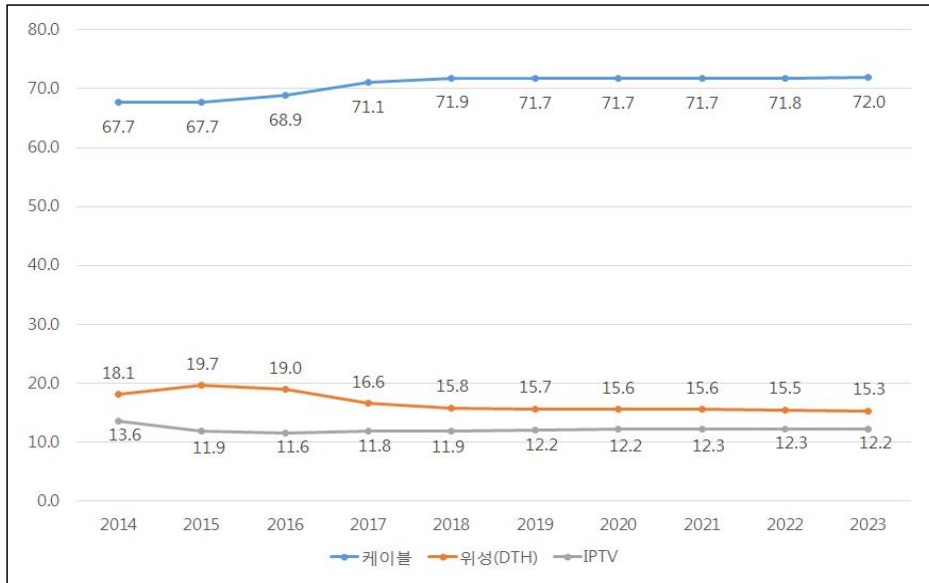
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료방송 가입 가구 수	7,180	8,654	9,636	10,765	11,501	12,148	12,818	13,498	14,240	14,867
유료방송 매출액	312	371	431	480	529	573	618	666	720	775
유료방송 가입 가구 비율(%)	32.9	38.6	41.8	45.7	47.8	49.5	51.1	52.7	54.6	56.0

자료: SNL Kagan(2019)

- 베트남 유료방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 플랫폼은 케이블방송이며, 전체 유료방송의 과반수를 차지
 - 케이블방송은 '18년 전체 유료방송 매출의 71.9%를 차지, 그 다음은 위성방송 15.8%, IPTV방송 11.9% 순임
- IPTV는 빠른 속도로 성장하고 있으며 VNPT, Viettel, FPT 등 브로드밴드 사업자들은 모두 자체 IPTV서비스를 개시

〈베트남 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)〉

(단위: %)



자료: SNL Kagan(2019); 2019~2023년은 추정치임

1) 케이블방송

- 베트남의 케이블방송 매출액은 '23년까지 연평균 약 8%(2018~2023 CAGR) 이상의 성장률 기록 전망
- '18년 현재 베트남의 케이블방송 가입규모는 전체 가구의 약 34%인 약 817만 가구

〈베트남 케이블방송 가입 가구 수(2014~2023)〉

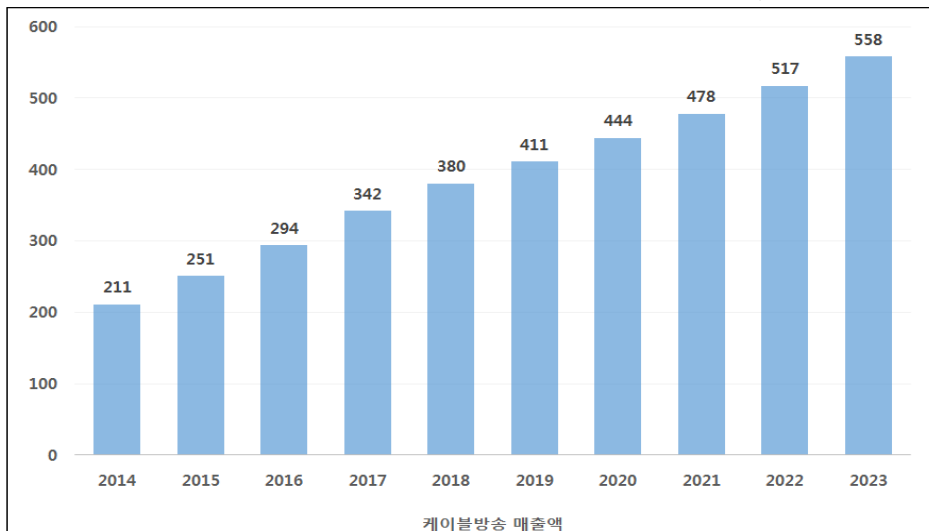
(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
케이블방송 가입가구 수	4,773	5,809	6,750	7,661	8,167	8,608	9,099	9,572	10,127	10,583
케이블방송 매출액	211	251	297	342	380	411	444	478	517	558
케이블방송 가입가구 비율(%)	21.9	26	29.3	32.6	34	35	36.3	37.4	38.8	39.9

자료: SNL Kagan(2019)

〈베트남 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)



자료: SNL Kagan(2019); 2019~2023년은 추정치임

2) 위성방송

- '18년 위성방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 6.8%인 약 163만 가구이며, 이는 전년 대비 6.4% 증가한 수치임
- '18년 위성방송 매출액은 약 8,400만 달러이며, 이는 전년 대비 약 400만 달러 증가한 수치임
 - 위성방송 매출액은 2018~2023년 동안 연평균 성장률 약 7.2%를 기록할 전망

〈베트남 위성방송(DTH) 가입 가구 수(2014~2023)〉

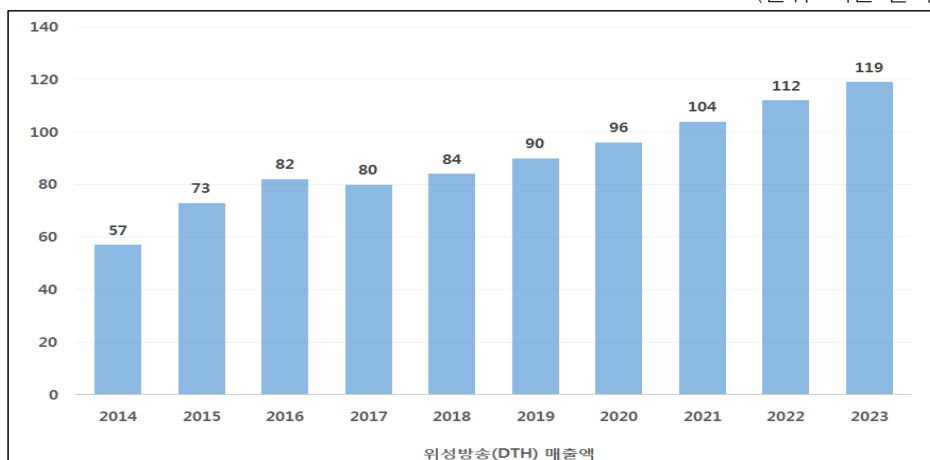
(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
DTH 가입 가구 수	1,230	1,636	1,468	1,529	1,628	1,721	1,808	1,910	2,011	2,103
DTH 매출액	57	73	82	80	84	90	96	104	112	119
DTH 가입 가구 비율(%)	6	7.3	6.4	6.5	6.8	7	7.2	7.5	7.7	7.9

자료: SNL Kagan(2019)

〈베트남 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)



자료: SNL Kagan(2019); 2019~2023년은 추정치임

3) IPTV방송

- '18년 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 6.7%인 약 160만 가구이며, 이는 전년 대비 약 8.3% 증가한 수치임
- '18년 IPTV방송 매출액은 약 6,300만 달러이며, 2018-2023년까지 연평균 성장률 약8.6%(2018~2023 CAGR)를 기록할 것으로 전망됨

〈베트남 IPTV방송 가입 가구 수(2014~2023)〉

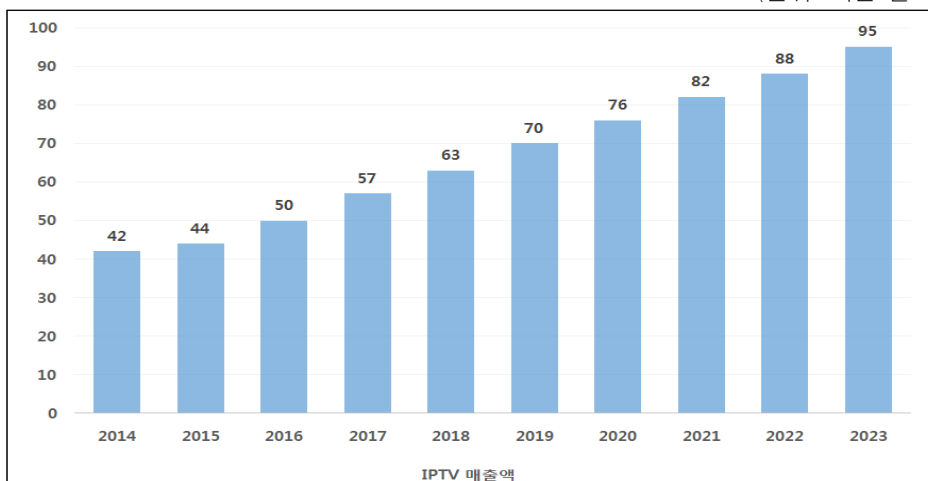
(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
IPTV방송 가입가구 수	1,048	1,126	1,327	1,475	1,598	1,700	1,781	1,874	1,951	2,019
IPTV방송 매출액	42	44	50	57	63	70	76	82	88	95
IPTV방송 가입가구 비율(%)	4.8	5	5.8	6.3	6.7	7	7.1	7.3	7.5	7.6

자료: SNL Kagan(2019)

〈베트남 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)



자료: SNL Kagan(2019); 2019~2023년은 추정치임

3. OTT 시장 구조

- '17년 베트남 OTT 서비스 매출규모는 약 1,250만 달러이며 전년대비 약 58% 성장함⁴⁴⁾
 - 유료 OTT 시장의 대부분은 구독형(Subscription) 서비스이며, '23년까지 매출액이 약 6,130만 달러까지 성장하여 '17년과 비교 시 약 5배 증가할 것으로 예상됨

〈베트남 유료 OTT 서비스 형태별 총 매출액(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
디지털 대여	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

※ 전자판매(Electronic sell-through, EST)

※ 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)를 모두 포함

자료: OVUM(2018), 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

- 유료 OTT 시장이 급격한 성장세이나 고질적 문제 존재⁴⁵⁾
 - 이용자들이 불법 무료 콘텐츠에 쉽게 접근할 수 있어서 콘텐츠 대가 지불에 익숙하지 않기 때문에 사업자들이 콘텐츠 투자를 꺼리고 있으며 콘텐츠 불법이용 근절을 위한 정보통신부(MIC)의 조치가 필요

44) OVUM(2018)은 OTT 서비스를 크게 EST(Electronic-Sell-Through, 전자 판매 방식), Digital Rental(디지털 대여), Subscriptions(구독형 서비스)으로 나누고 있음. 이에 반해 PWC(2019)은 OTT 서비스를 SVOD(Subscription VOD, 구독기반 주문형 서비스)와 TVOD(Transactional VOD, 건당판매 주문형 서비스)로 구분함. PWC(2019)에 의하면 베트남의 OTT시장 2018년 기준 총 매출액은 1,700만 달러이며 2023년에는 6,000만 달러를 기록할 것으로 예상함(2018~2023 CAGR 29.15%)

45) OVUM(2018)

- 베트남의 구독형 서비스 이용자는 '17년 약 34만 7천 명이며 전년대비 약 32% 증가

– '23년까지 약 98만 명으로 증가할 것으로 예상됨

〈베트남 구독형 서비스 이용자 현황(2014~2023)〉

(단위: 천 명)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
SVOD 구독자수	75	175	228	267	313	386	459	518	590	659
SLIN 구독자수	–	–	34	80	115	165	205	245	275	321
합계	75	175	262	347	428	551	664	763	865	980

자료: OVUM(2018), 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

- OTT 서비스 콘텐츠별 매출을 살펴보면 '18년까지는 영화가 방송콘텐츠보다 높은 수준이나, '19년을 기점으로 방송콘텐츠 매출액이 영화를 추월할 것으로 전망

〈베트남 유료 OTT 서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023)〉

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
영화	1	2.9	4.4	6.4	8.3	11.4	14.5	17.4	19.9	22.5
TV	0.5	1.6	3.1	5.5	7.9	12.4	17.2	22.7	28.5	35.3
기타	0	0.1	0.3	0.6	0.9	1.4	1.9	2.4	3	3.6
합계	1.5	4.5	7.9	12.5	17.1	25.2	33.5	42.5	51.4	61.3

자료: OVUM(2018), 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

 부록4.

**현지 이용자 대상 방송프로그램 이용행태
및 공동제작에 대한 인식조사 결과**



□ 조사결과 개요⁴⁶⁾

- 베트남의 7개 주요 대도시 지역에 거주하는 17-59세 응답자 400명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 90.5%가 지상파 TV를 시청. 전체 응답자의 82.3%는 유료방송을 시청한다고 응답하여 지상파 수신과 유료방송 가입을 동시에 하는 경우가 많음
- 응답자의 66.5%는 온라인동영상제공서비스(이하 OTT)를 이용하고 있으며, 주로 이용하는 OTT는 YouTube(27.8%), FPT Play(10.5%), Netflix(7.1%) 등임
- 전체 응답자의 절반 이상(53%)이 한국 방송프로그램 (영상 콘텐츠)을 시청한 경험이 있으며, 이들의 월간 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 약 21시간으로 파악됨
 - 한국 방송프로그램 시청은 주로 유료방송(34.9%)이나 온라인 스트리밍 사이트(26.9%)를 통해 이루어짐
 - 전체 응답자의 11%는 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분하지 않다고 하였으며, 그 이유로써 ‘언어 장벽’을 가장 큰 원인으로 꼽음(77.3%)
- 응답자의 74.5%는 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 응답하였으며, 연간 시청하는 공동제작 방송프로그램의 개수는 평균 2개 (45.3%) 정도가 가장 높은 응답 비중을 차지함
 - 응답자의 84%는 국가 간 공동제작이 방송프로그램의 제작에, 90%는 방송 산업 발전에 기여할 수 있다고 대답

46) 조사의 상세한 내용은 방송통신위원회(2018), “방송공동제작 협력강화: 2018 방송공동제작 해외시장 분석-말레이시아, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 태국 5개국-” 참고

- 응답자의 76.5%는 한국 연예인이 나오거나 한국 방송사가 제작한 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있음

[베트남 응답자 특성]

변인		빈도 (명)	백분율 (%)	변인		빈도 (명)	백분율 (%)
성별	남성	188	47.0	직업	화이트칼라	247	61.8
	여성	212	53.0		블루칼라	31	7.8
	합계	400	100.0		서비스업	21	5.3
연령	10대	53	13.3		학생	53	13.3
	20대	99	24.8		주부	10	2.5
	30대	108	27.0		농림어업/군인	17	4.3
	40대	89	22.3		기타/무직	21	5.3
	50대 이상	51	12.8		합계	400	100.0
	합계	400	100.0	거주 도시	하노이	136	34.0
학력 (교육 수준)	중졸 이하	13	3.3		호치민	121	30.3
	고등학교	57	14.3		다낭	13	3.3
	대학 졸업	303	75.8		하이퐁	10	2.5
	대학원이상	21	5.3		호이안	1	0.3
	정규교육없음	6	1.5		냐짱	2	0.5
	합계	400	100		푸꾸옥	1	0.3
월 평균 소득 (VND)	7,000 미만	63	15.8		기타	116	29.0
	7,000~14,000	117	29.3		합계	400	100.0
	1,4000~2,1000	125	31.3				
	2,1000 이상	95	23.8				
	합계	400	100.0				

※ 100 VND = 4,81원(2018. 12. 31. 기준)

□ 주요 조사 항목별 응답

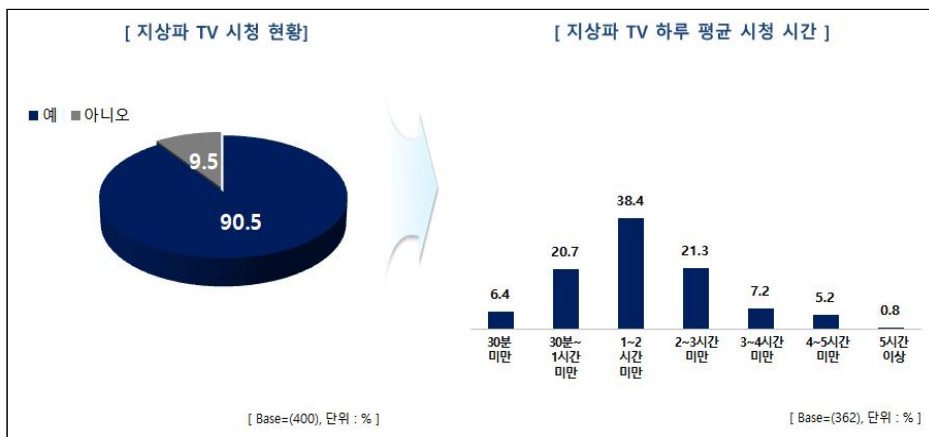
가. 방송 프로그램 시청 행태

1) TV를 통한 방송 프로그램 시청

○ 지상파 TV 시청 현황 및 시청 시간

- 전체 응답자의 90.5%가 지상파 TV를 시청하고 있음
- 지상파 TV를 시청하는 응답자 중 38.4%는 하루 평균 '1시간 이상~2시간 미만' 지상파 TV를 시청

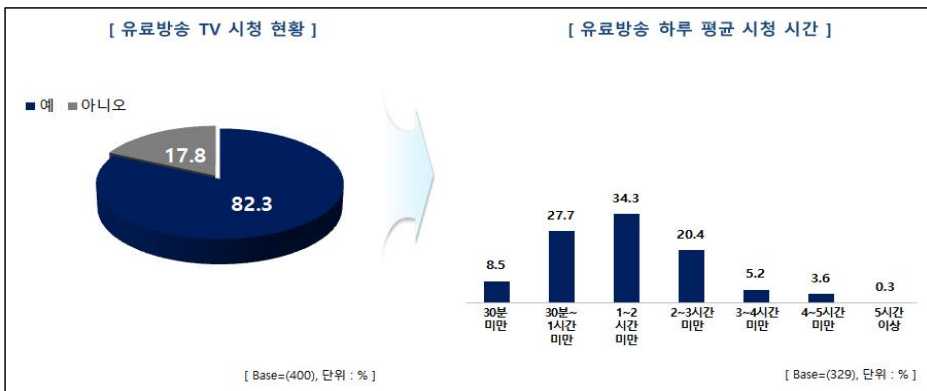
[TV를 통한 방송 시청]



○ 유료방송 TV 시청 현황 및 시청 시간

- 전체 응답자의 82.3%가 유료방송을 이용하고 있음
- 유료방송을 이용하는 응답자 중 34.3%가 하루 평균 '1시간 이상~2시간 미만' 유료방송 TV를 시청하고 있음

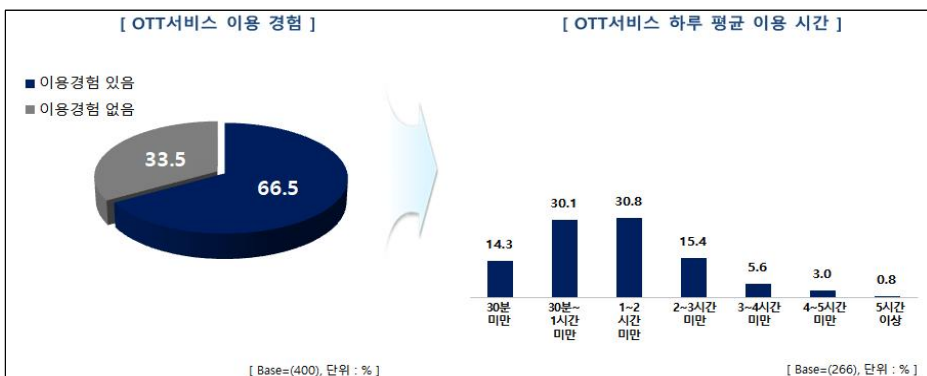
[유료 방송 시청]



2) OTT를 통한 방송 프로그램 시청

○ OTT 이용 현황 및 이용시간

[OTT 시청 행태]



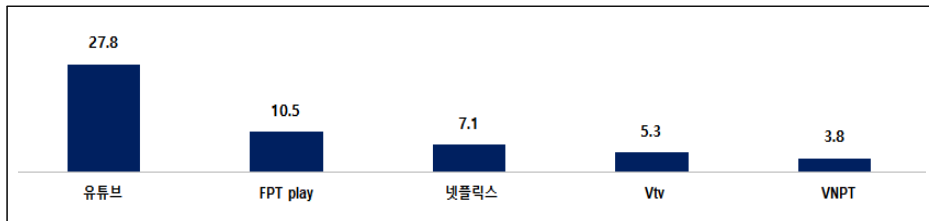
- 응답자의 66.5%가 OTT를 이용하고 있으며 OTT 이용자의 30.8%가 하루 평균 OTT를 '1시간 이상~2시간 미만' 이용하고 있다고 응답

○ 주로 이용하는 OTT 서비스

- 주로 이용하는 OTT(1순위 기준)는 'YouTube'(27.8%), 'FPT Play'(10.5%), 'Netflix'(7.1%) 등의 순으로 나타남

[주로 이용하는 OTT 서비스]

(Base=(266), 단위: %)

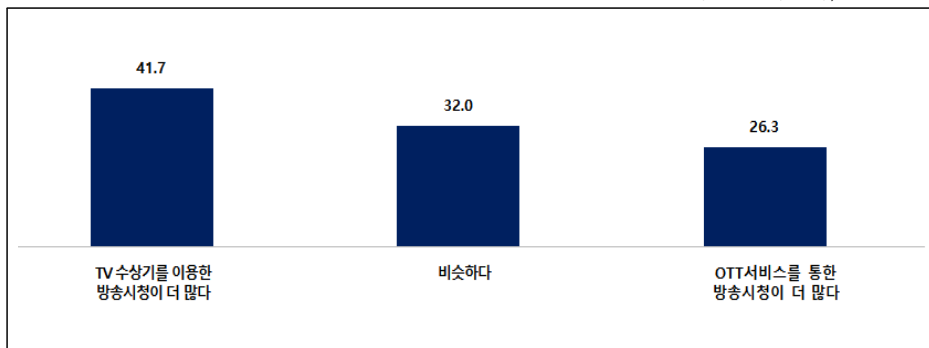


○ OTT 이용 행태

- OTT를 이용하는 응답자의 41.7%는 OTT보다 TV로 방송 시청을 더 많이 하는 것으로 파악됨

[TV 시청과 OTT 이용시간 비교]

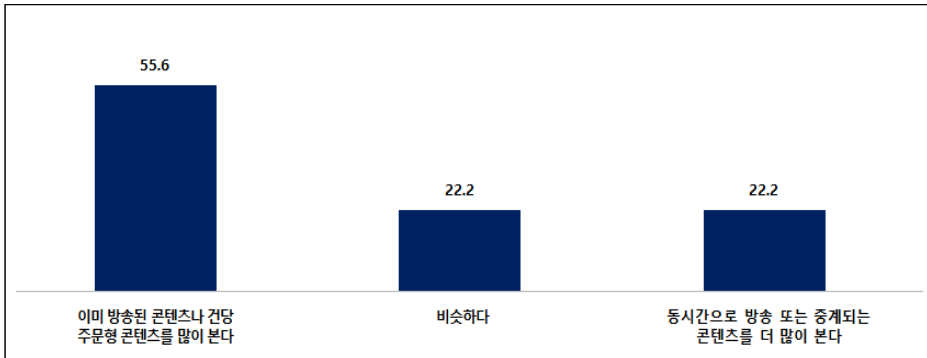
(Base=(266), 단위: %)



- OTT를 이용하는 응답자의 55.6%는 OTT를 통해 '이미 방송된 콘텐츠나 개별결제 콘텐츠를 많이 본다'고 응답

[OTT 이용시 선호하는 콘텐츠 타입]

(Base=(266), 단위: %)

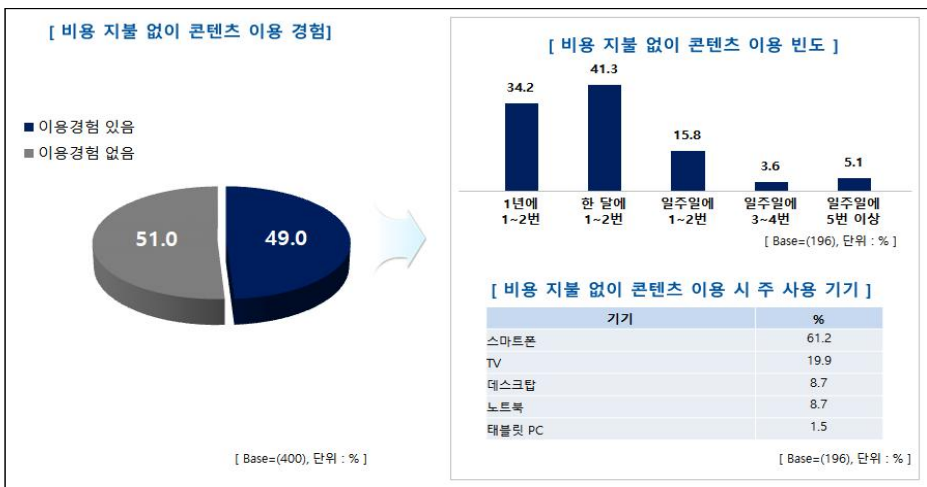


3) 방송 프로그램 시청 방식

○ 콘텐츠 이용 행태(비용지불 관련)

- 응답자의 49%는 비용지불 없이 콘텐츠를 이용해 본 경험이 있다고 응답함

[콘텐츠 이용 행태]



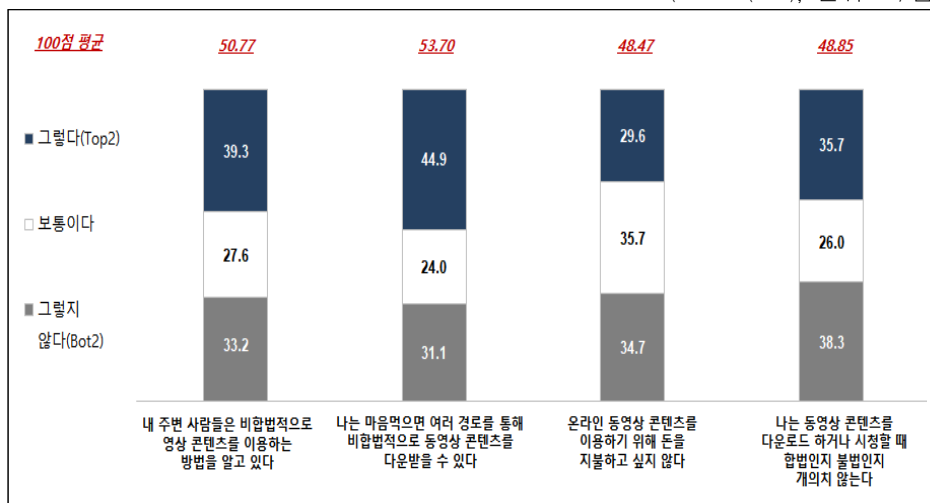
- 비용지불 없이 콘텐츠를 이용해 본 경험이 있는 응답자 중 41.3%가 '한 달에 1~2번' 콘텐츠를 다운로드 (스트리밍)하고 있는 것으로 나타남
- 비용지불 없이 콘텐츠를 이용해 본 경험이 있는 응답자 중 61.2%가 비용지불 없이 콘텐츠 이용 시 '스마트폰'을 사용(1순위 기준)하고 있는 것으로 나타남

○ 콘텐츠 이용 관련 태도(비용지불 관련)

- 비용 지불없이 콘텐츠를 이용한 경험이 있는 응답자들은 '마음먹으면 여러 경로를 통해 비합법적으로 동영상 콘텐츠를 다운받을 수 있다' (53.7점), '주변 사람들은 비합법적으로 영상 콘텐츠를 이용하는 방법을 알고 있다'(50.77)는 서술에 대한 동의정도가 높게 나타남

[주로 이용하는 OTT 서비스]

(Base=(196), 단위: %/점)



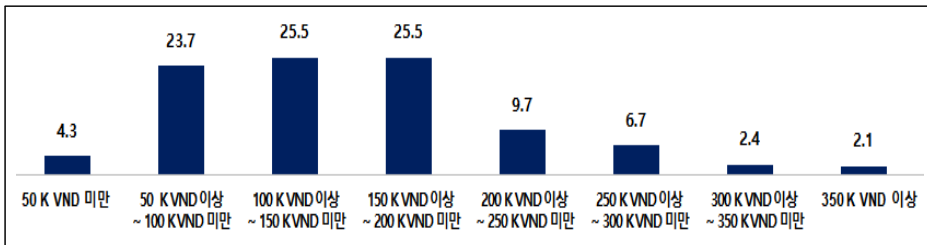
4) 유료방송 이용행태

○ 유료방송 이용비용

- 매달 유료방송 이용료로 10만 이상~15만 VND 미만, 15만 이상~20만 VND 미만을 지불한다는 응답이 각각 25.5%로 가장 높았으며, 다음은 ‘5만 VND 이상~10만 VND 미만’(23.7%), 20만 VND 이상~25만 VND 미만(9.7%)을 지불한다는 응답이 높음

[유료방송 이용료]

(Base=329, 단위: %)



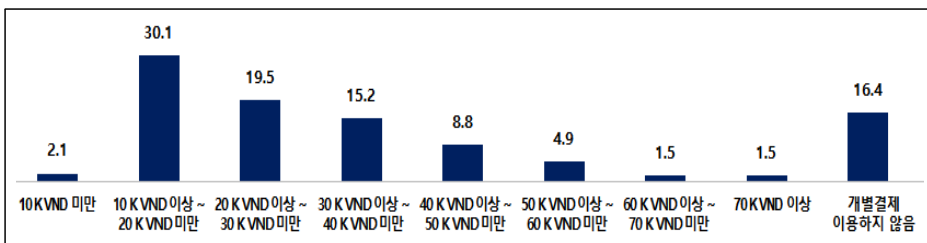
※ 10K VND(1만 동) = 481원(2018. 12. 31. 기준)

○ 유료방송 개별결제 이용료

- 매달 콘텐츠를 개별결제로 지불하는 비용이 ‘1만 이상~2만 VND 미만’ 이라고 답한 비율이 30.1%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘2만 VND 이상

[유료방송 개별결제 이용료]

(Base=(329), 단위: %)



※ 10K VND(1만 동) = 481원(2018. 12. 31. 기준)

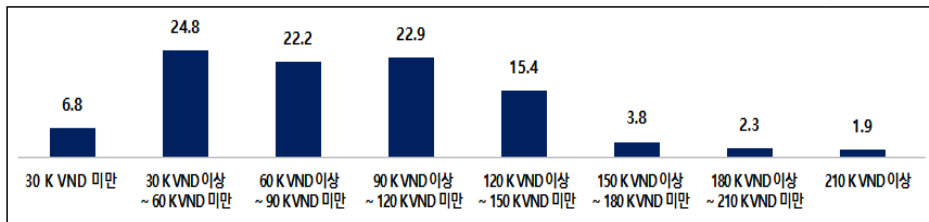
~3만 VND 미만'(19.5%), '3만 VND 이상~4만 VND 미만'(15.2%)의 순서임. 한편, 유료방송 이용자의 16.4%는 개별결제를 이용하지 않는다고 응답함

○ OTT 월정액 이용료

- (OTT 서비스 월정액 이용료) 매달 지불하는 OTT 서비스 월정액 이용료에 대해서는 '3만 VND 이상~6만 VND 미만'이 24.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '9만 VND 이상~12만 VND 미만'(22.9%), '6만 VND 이상~9만 VND 미만'(22.2%) 등의 순으로 나타남

[OTT 월정액 이용료]

(Base=(266), 단위: %)



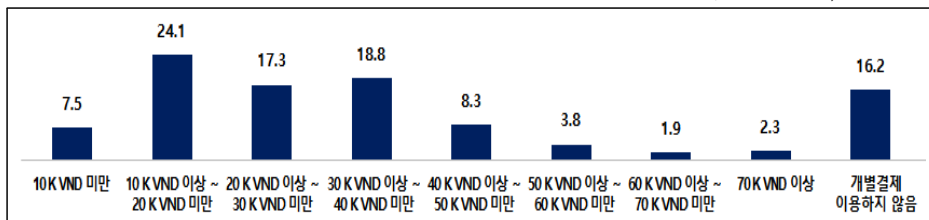
※ 10K VND(1만 동) = 481원(2018. 12. 31. 기준)

○ OTT 개별결제 이용료

- 매달 지불하는 OTT 서비스 개별결제로 지불하는 비용의 경우, '1만 VND 이상~2만 VND 미만'이라는 응답이 24.1%로 가장 높게 나타났으며,

[월별 OTT 개별결제 이용료]

(Base: 266, 단위: %)



※ 10K VND(1만 동) = 481원(2018. 12. 31. 기준)

다음으로 '3만 VND 이상~4만 VND 미만'(18.8%), '2만 VND 이상~3만 VND 미만'(17.3%) 등의 순임. 개별 결제로 OTT를 이용하지 않는다는 응답은 16.2%로 나타남

나. 한국 방송 프로그램에 대한 이용/인식

1) 한국 방송프로그램 이용 현황

○ 시청(이용) 경험

- 전체 응답자의 53.0%가 한국 방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 응답함

○ 시청(이용) 시간

- 한국 방송프로그램 시청(이용) 경험이 있는 응답자의 월 평균 시청 시간은 21.0시간으로 나타남

[한국 방송프로그램 시청 행태]



○ 시청(이용) 경로

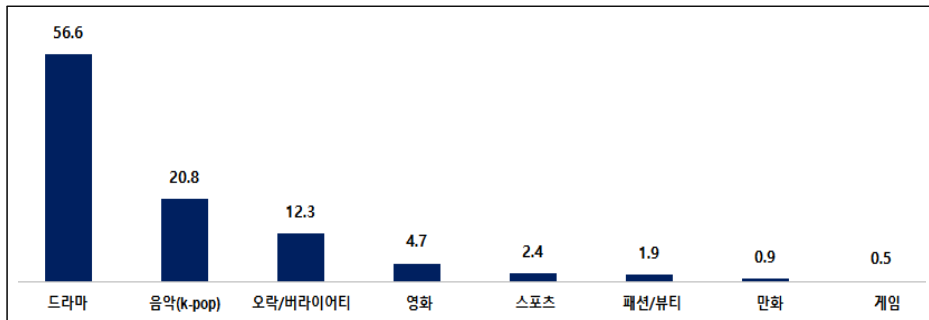
- 한국 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자가 한국 방송프로그램을 접하는 통로(1순위 기준)는 주로 '유료 방송'이며(34.9%), 그 다음은 '온라인 스트리밍 사이트' (26.9%), '지상파방송'(21.2%) 등의 순서로 나타남

○ 시청 장르

- 한국 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자들은 '드라마' 56.6%를 주로 시청하며(1순위 기준), 그 다음으로는 '음악'(20.8%), '오락/버라이어티' (12.3%) 등의 순서임

[한국 방송프로그램 시청 장르]

(Base: 212, 단위: %)



○ 한국 방송프로그램 시청을 위한 OTT서비스

- 한국 방송프로그램을 보기위해 주로 이용하는 OTT(1순위 기준)서비스로 'YouTube'를 1위로 뽑은 응답이 가장 많으며(33.5%), 'Phim'(7%), 'Netflix' (5.5%) 등이 뒤를 이음

[한국 방송프로그램 시청을 위해 이용하는 OTT 서비스]

(Base: 200, 단위: %)

	구분	1순위	1 + 2 + 3순위
(1)	유튜브	33.5	39.5
(2)	Phim	7.0	7.5
(3)	넷플릭스	5.5	8.5
(4)	FPT play	5.5	11.0
(5)	Vtv	5.5	8.0
(6)	VNPT	2.5	4.0
(7)	SCTV	2.0	4.0
(8)	TV Box	1.5	5.0
(9)	Vlive	1.5	1.5
(10)	케이블	1.5	2.5
(11)	Clip TV	1.5	2.5
(12)	Kpop	1.0	1.0
(13)	아리랑 TV	1.0	1.0
(14)	Magisto	1.0	1.0
(15)	Mocha	1.0	1.0

* 15위 이하는 생략

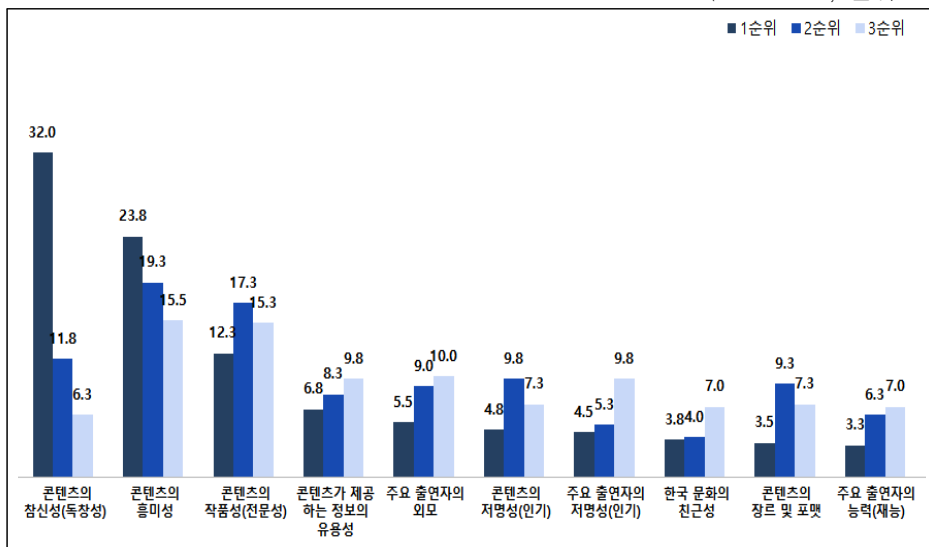
2) 한국 방송프로그램에 대한 의견

○ 한국 방송프로그램 선택의 이유

- 응답자들은 한국 방송프로그램을 선택할 때 ‘콘텐츠의 참신성’(32.0%), ‘콘텐츠의 흥미성’(23.8%) 등을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타남 (1순위 기준)

[한국 방송프로그램 선택의 이유]

(Base: 400, 단위: %)

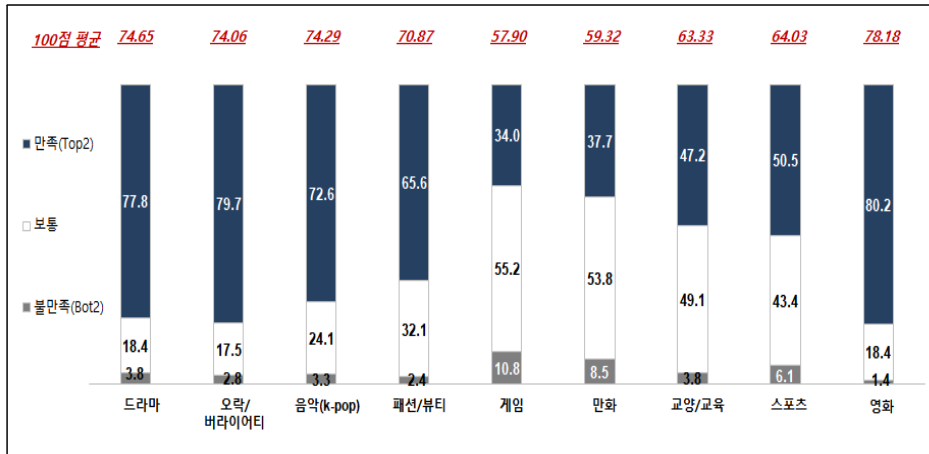


○ 장르별 평가

- 한국 방송프로그램에 대한 장르별 만족도를 살펴본 결과(100점 기준), ‘영화’에 대한 만족도가 가장 높으며(78.2점), ‘게임’에 대한 만족도가 가장 낮음(57.9점)

[한국 방송프로그램 장르별 평가]

(Base: 212, 단위: %/점)

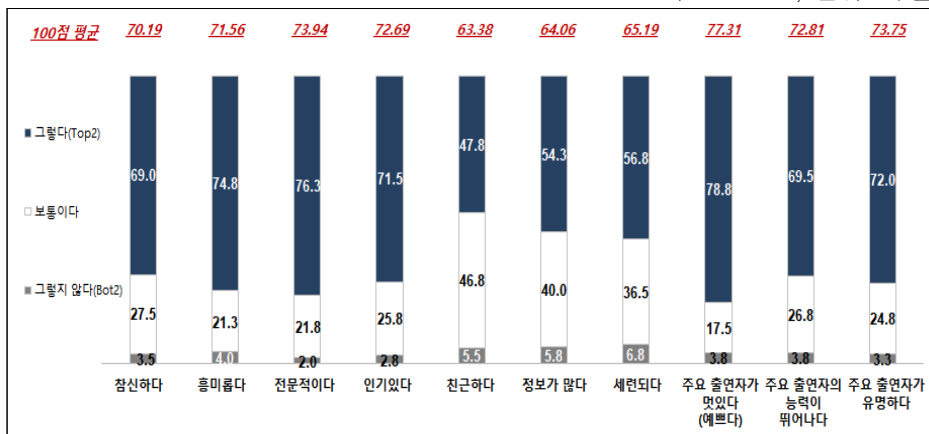


○ 한국 방송프로그램에 대한 전반적 평가 및 인식

- 한국 방송프로그램에 대한 이용자의 평가(100점 기준)에서는 ‘주요 출연자가 멋있다(예쁘다)’가 77.31점으로 가장 높았으며, 다음으로 ‘전문적이다’(73.94점), ‘주요 출연자가 유명하다’(73.75점), ‘주요 출연자의 능력이 뛰어나다’(72.81점) 등의 순서임

[한국 방송프로그램에 대한 평가와 인식]

(Base: 400, 단위: %/점)

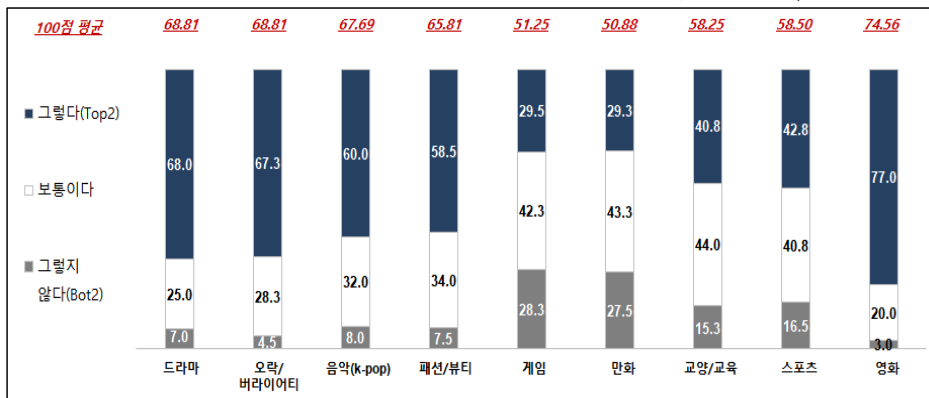


○ 향후 이용 의향

- 한국 방송프로그램(또는 동영상 콘텐츠) 이용 의향(100점 기준)을 각 장르별로 살펴본 결과, ‘영화’가 74.56점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘드라마’와 ‘오락/ 버라이어티’(각68.81점), ‘음악’(67.69점) 등의 순임

[한국 방송프로그램 장르별 이용 의향]

(Base: 400, 단위: %/점)

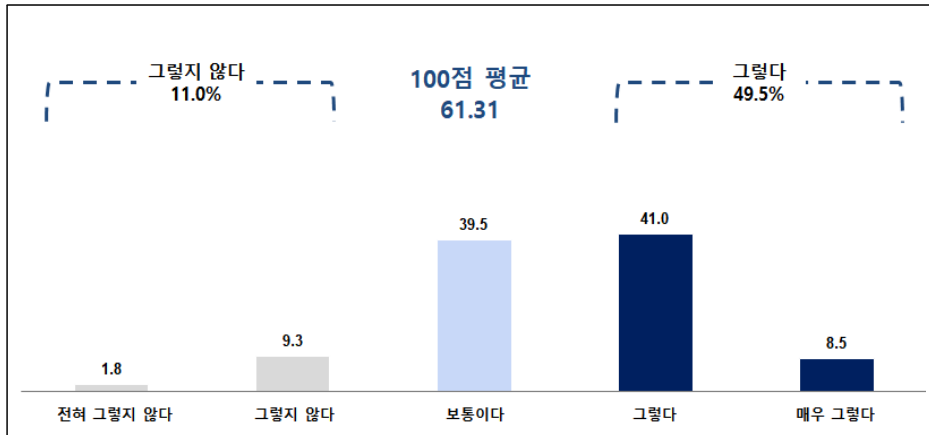


○ 한국 방송프로그램 시청 기회

- 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분한지에 대해서는 ‘그렇다’(49.5%)가 ‘그렇지 않다’(11.0%) 보다 높게 나타남
- 한국 방송프로그램을 접할 경험이 충분하지 않다고 생각하는 응답자는 그 이유로 ‘언어 장벽’(77.3%)을 지적하는 비율이 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘한국 방송프로그램을 제공하는 채널이나 사이트가 부족함’(27.3%) 등의 이유로 한국 방송프로그램 시청 기회가 충분하지 않다고 답함

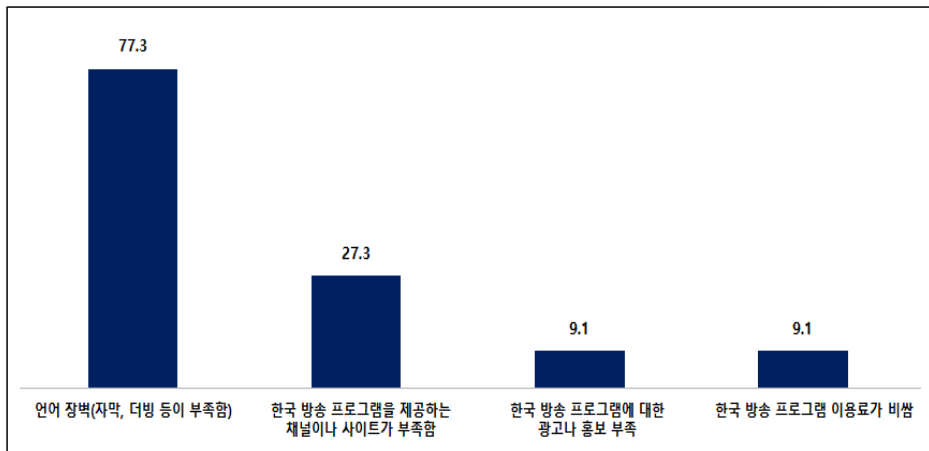
[한국 방송프로그램 경험기회의 충분 정도]

(Base: 400, 단위: %)



[한국 방송프로그램 경험기회가 충분하지 않은 이유]

(Base: 44, 단위: %)

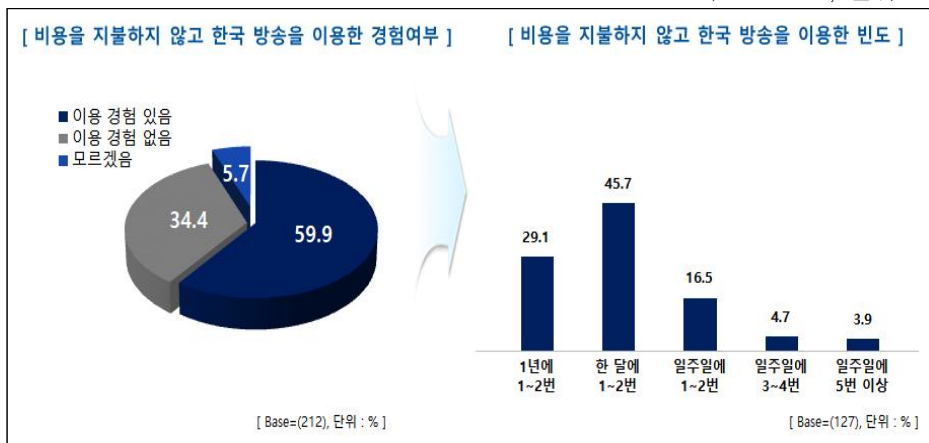


3) 비용을 지불하지 않는 한국 방송프로그램 시청

- 한국 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자 중, 저작권이 있는 한국 프로그램을 비용을 지불하지 않고 시청한 경험이 있다고 대답한 응답자는 전체의 59.9%임
- 비용지불 없이 한국 방송프로그램을 시청 빈도에 대해서는 ‘한 달에 1~2번’ (45.7%), ‘1년에 1~2번’(29.1%) 으로 응답한 비중이 높음

[한국 방송프로그램 시청에 대한 비용지불 여부]

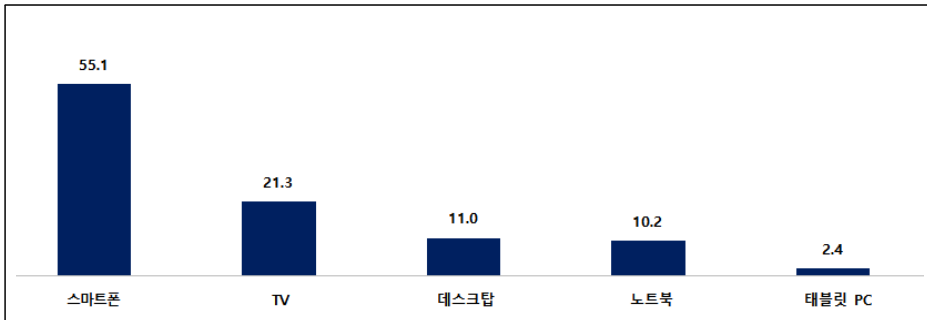
(Base: 400, 단위: %)



- 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램을 시청해 본 응답자들은 그러한 시청 시 주로 사용하는 기기(1순위 기준)로 ‘스마트폰’을 많이 사용하며 (55.1%), 다음은 ‘TV’(21.3%), ‘데스크탑’(11.0%)의 순으로 나타남

[비용지불 없는 한국 방송프로그램 시청 기기]

(Base: 400, 단위: %)



다. 방송프로그램 공동제작에 대한 인식

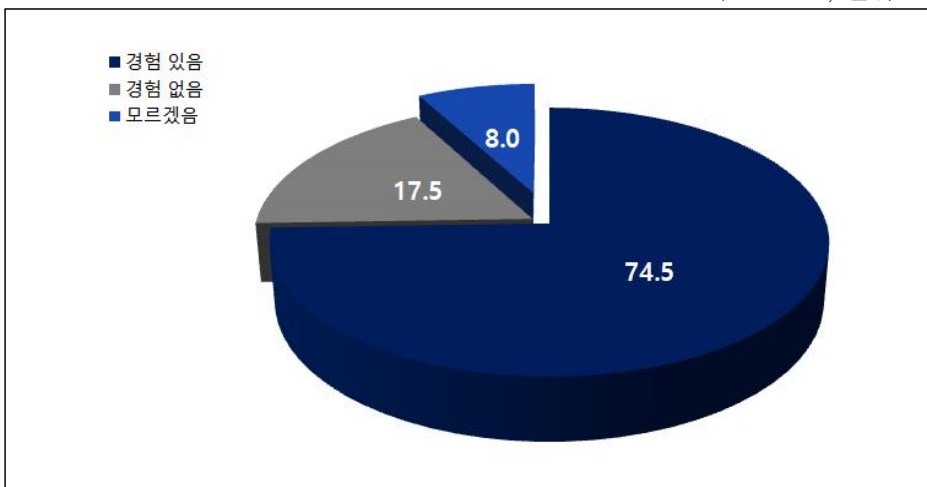
1) 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 현황

○ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청여부

- 전체 응답자의 74.5%는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 ‘경험이 있다’고 응답하였으며 응답자의 8%는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 본적이 없다고 응답

[공동제작 방송프로그램 시청경험 여부]

(Base:400, 단위: %)

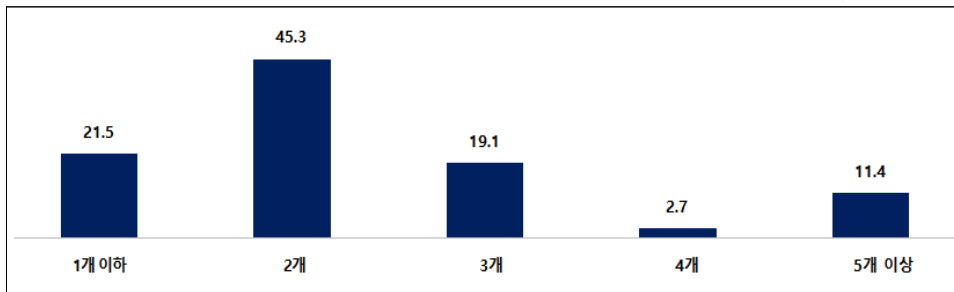


○ 연간 시청하는 국가 간 공동제작 방송프로그램 수

- 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자가 연간 시청한 공동제작 방송프로그램의 개수는 ‘2개’가 45.3%로 가장 높게 나타났으며, ‘1개 이하’가 21.5%, ‘3개’가 19.1%로 나타남

[연간 평균 공동제작 방송프로그램 시청 수]

(Base: 298, 단위: %)

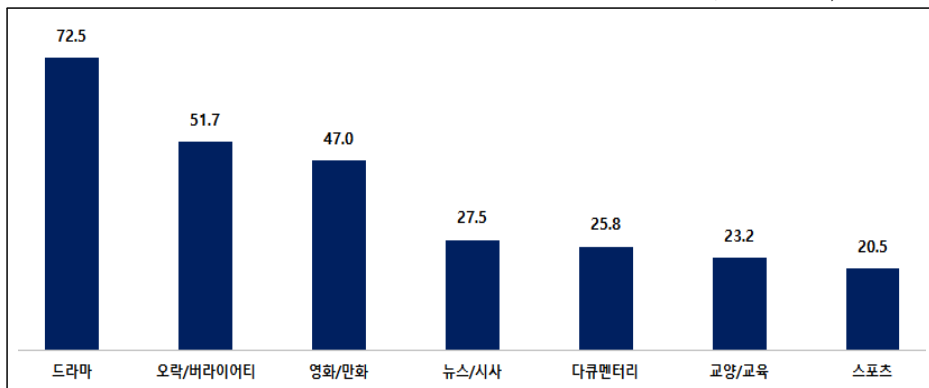


○ 시청한 국가 간 공동제작 프로그램의 장르

- 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자들은 주로 ‘드라마’ (72.5%)와 ‘오락/버라이어티’(51.7%), ‘영화/ 만화’(47%)를 시청하는 것으로 나타남(복수 선택)

[공동제작 프로그램 시청 장르]

(Base: 298, 단위: %)

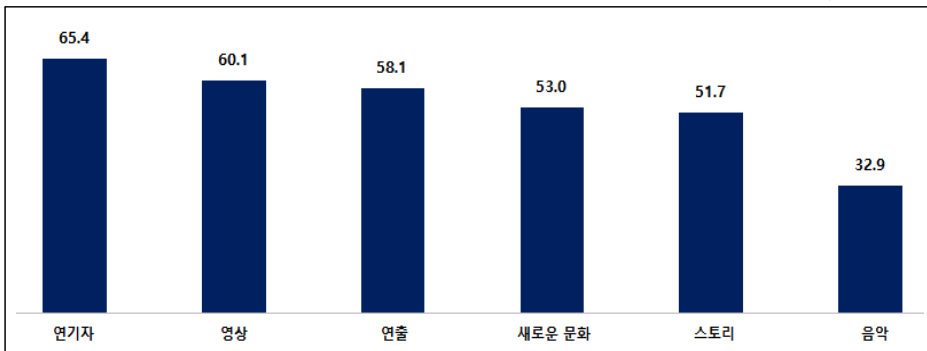


○ 국가 간 공동제작 프로그램에서 좋았던 요소

- 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자의 65.4%는 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소로 ‘연기자’를 꼽았으며, 다음으로 많이 제시한 응답은 ‘영상’ (60.1%), ‘연출’ (58.1%) 등의 순서임(복수 선택)

[공동제작 프로그램의에서 좋았던 요소]

(Base=(298), 단위: %)

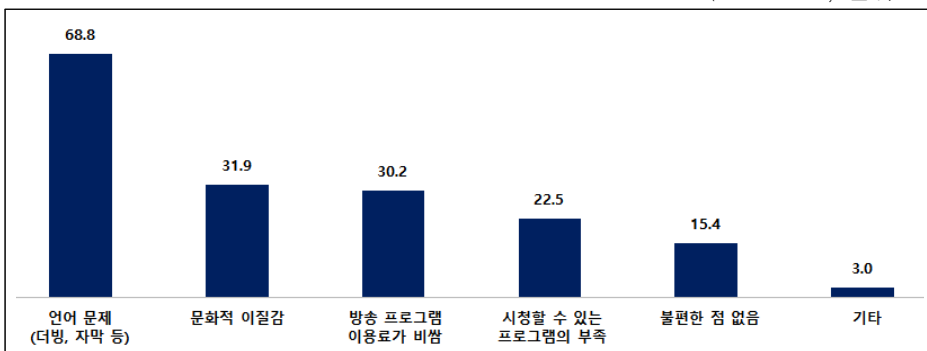


○ 국가 간 공동제작 프로그램 시청의 불편한 점

- 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 시 불편한 점으로 ‘언어문제’를 가장 많이 지적하였으며(68.8%), ‘문화적 이질감’(31.9%), ‘비싼 이용료’(30.2%) 등도 언급함

[공동제작 프로그램 시청의 불편한 점]

(Base: 298, 단위: %)



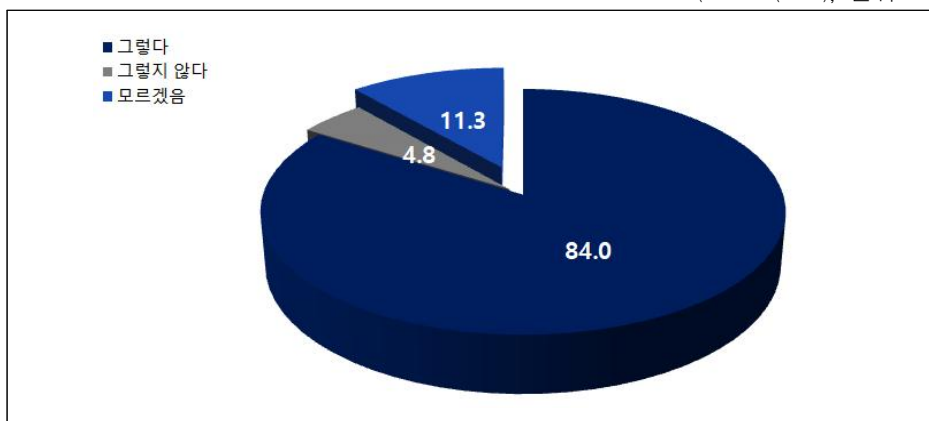
2) 국가 간 공동제작 방송프로그램의 기여

○ 국가 간 공동제작의 기여가능성

- 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다는 의견은 전체의 84.0%, 그렇지 않다는 의견은 4.8%로 나타남
- 국가 간 공동제작이 전반적인 방송 산업 발전에 기여가 가능한지에 대해, 기여할 수 있다는 의견은 90.0%, 기여할 수 없다는 의견은 4.3%로 나타남

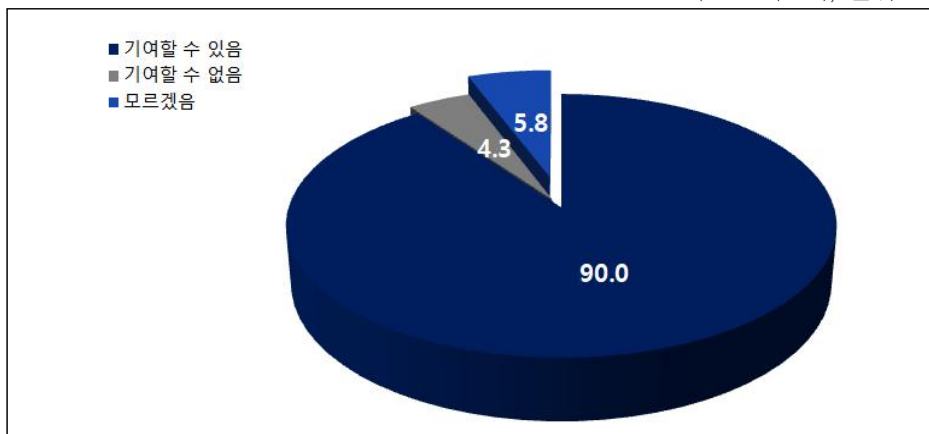
[제작활성화에 대한 공동제작의 기여가능성]

(Base=(400), 단위: %)



[방송산업 발전에 대한 공동제작의 기여가능성]

(Base=(400), 단위: %)

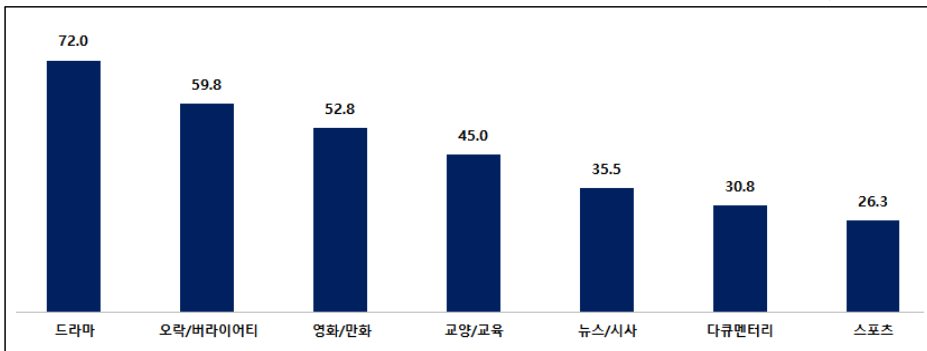


○ 적합 장르

- 응답자들은 국가 간 공동제작에 적합한 장르로 ‘드라마’를 가장 많이 꼽았으며(72.0%) 다음으로 ‘오락/버라이어티’(59.8%), ‘영화/만화’(52.8%) 등의 순으로 나타남(복수 응답)

[공동제작 적합 장르]

(Base: 400, 단위: %)

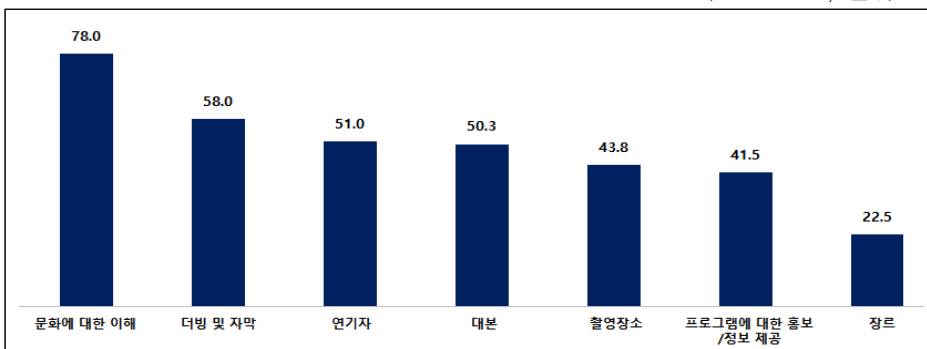


○ 공동제작시 고려해야 할 사항

- 국가 간 공동제작 시 고려해야 할 사항으로 응답자의 78.0%는 ‘문화에 대한 이해’를 꼽았으며, ‘더빙 및 자막’(58.0%), ‘연기자’(51.0%) 등이 그 뒤를 이음(복수 응답)

[공동제작 시 고려해야 할 사항]

(Base: 400, 단위: %)



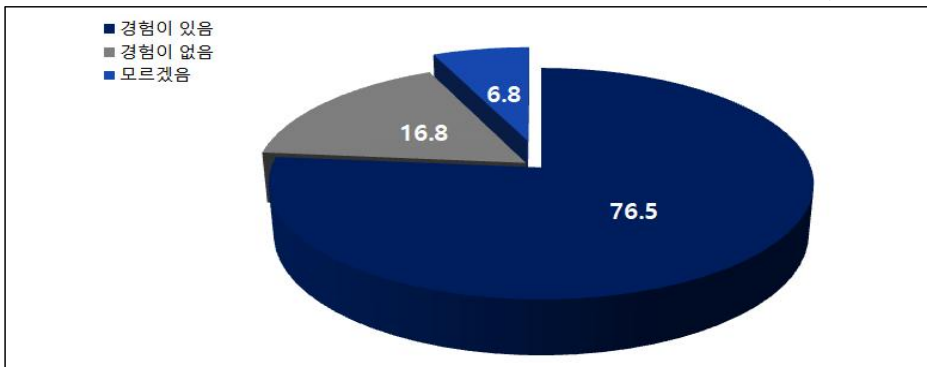
3) 한국과의 공동제작 방송프로그램 시청 현황

○ 한국과의 공동제작 프로그램 시청경험 유무

- 한국 연예인 또는 방송사가 참여하여 공동제작한 방송 프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자는 전체의 76.5%, 시청 경험이 없는 응답자는 전체의 16.8%로 나타남

[한국과의 공동제작 프로그램 시청경험]

(Base: 400, 단위: %)

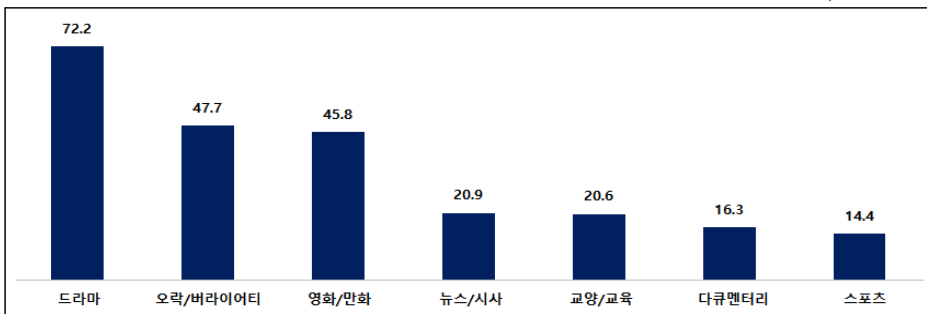


○ 한국과의 공동제작 프로그램 시청 장르

- 응답자들은 한국과의 공동제작 방송프로그램 중 주로 ‘드라마’(72.2%), ‘오락/버라이어티’(47.7%), ‘영화/만화’(45.8%) 등을 시청함

[한국과의 공동제작 프로그램 시청장르]

(Base: 306, 단위: %)



◆ 부록5.

국가 간 공동제작물 제작지원제도



□ 방송프로그램 제작지원(2020)⁴⁷⁾

- 과학기술정보통신부와 한국방송통신전파진흥원은 방송 산업의 국제 경쟁력 향상과 시청자 복지증진을 목적으로 창의적이고 경쟁력 있는 방송프로그램 제작을 지원하는 사업을 매년 수행하며 이중 협력협정 이행사업이 포함됨
- 2020년 공모분야

부 문	분야		최대 지원금 (건당)	주요내용	지원대상
해 외 진 출 형	국제공동제작		5억 원	○ 국제 공동제작, 선판매 프로젝트 지원 ○ 정부지원금의 20% 이상 자부담 조건	방송사업자 제작사 1인창작자
	크로스미디어 방송콘텐츠		1.5억 원	○ 웹, 모바일 등 다양한 크로스 미디어 환경에 적합한 방송콘텐츠 제작지원 ○ 정부지원금의 20% 이상 자부담 조건	
	포맷형 방송콘 텐츠	장편	2억원	○ 해외진출을 위한 창의적인 시리즈물 제작지원 ○ 정부지원금의 20% 이상 자부담 조건	중소방송사
		숏폼	1.5억원	○ 5분~10분 단위의 고품질 프로그램 제작지원 ○ 정부지원금의 20% 이상 자부담 조건	방송사업자 제작사 1인창작자

47) 자세한 사항은 한국방송통신전파진흥원(<http://kca.kr/>) 참고

부 과	분야		최대 지원금 (건당)	주요내용	지원대상
공 익 형	공공· 공익 우수 프로 그램	장편	1.2억원	○ 공공·공익 주제 우수프로그램 제작지원 ○ 50분 기준 3편 이상 제작 ○ 전액지원(자체투자계획 제출)	방송사업자 ※지역방송사 제외 ※자유주제는 중소방송사만 지원가능
		단편	5천만원	○ 공공·공익 주제 우수프로그램 제작지원 ○ 자유주제, 지정주제 ○ 전액지원(자체투자계획 제출)	
	해외 우수프로그램 우리말 더빙		7천만원	○ 최근 5년 이내 제작 프로그램 가능, 19등급 프로그램 불가(성우협회 회원 활용) ○ 50분 기준 20편 이상 제작 시 최대 7천만원 지원 ○ 전액지원(정부지원금의 20% 이상 자체투자계획 제출)	
방송통신 협력협정이행			~3억 원	○ 방송통신협력협정체결국(38개국)과의 공동제작 지원 ○ 5개국 이상 3억원, 3개국 이상 2억원, 3개국 미만 1억원 지원	방송사업자

□ 방송통신협력협정이행(2020)⁴⁸⁾

- (목적) 국내 방송의 해외진출 대상국가 다변화와 콘텐츠 다양화를 통해 방송 산업의 해외진출을 지원하고 문화다양성 증진에 기여
- (사업내용) 방송분야 협력협정 체결 국가 간 방송문화 교류 및 협력 증진을

48) 한국방송통신전파진흥원(2020), “2020년도 방송프로그램 제작지원 사업수행 안내서”, p.14 발췌

위해 협정체결국 국민(법인 포함)과 공동으로 제작하는 방송프로그램 지원

○ (지원 규모) 프로젝트별 최대 3억 원

– 단, 협정체결국가 포함 5개국 이상과 공동제작의 경우 최대 3억원 지원

○ (지원대상) 모든 방송사업자(컨소시엄 포함)

○ (지원장르) 장르제한 없음

○ (지원조건) 협정별 제작조건 준수

– 한-싱가포르 및 한-캄보디아, 한-뉴질랜드, 한-호주, 한-인도, 한-EFTA
방송프로그램 공동제작부속서, 한-EU FTA 문화협력의정서 등에 따른
제작조건 준수

〈방송통신협력협정 체결국(38개국)〉

싱가포르, 캄보디아, 뉴질랜드, 호주, 인도, EFTA(스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인), EU(오스트리아, 벨기에, 불가리아, 사이프러스, 체코공화국, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 헝가리, 아일랜드, 이탈리아, 라트비아, 리투아니아, 룩셈부르크, 몰타, 네덜란드, 폴란드, 포르투갈, 루마니아, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인, 스웨덴, 영국, 크로아티아), 베트남

○ (선정방식) 전문가에 의한 1차 서류평가, 2차 제작비 적정성 검토, 3차 발표 평가를 통해 선정

○ (제작 및 사업기간) 2020년 12월 31일까지

 부록6.

**한-베트남 TV 프로그램 공동제작협정
체결 보도사진**





사진1. 한국 방송통신위원회 이효성 위원장과 베트남 정보통신부(MIC) 응우옌 마잉훙(Nguyen Manh Hung) 장관 공동제작협정 서명식



사진2. 한국 방송통신위원회 이효성 위원장과 베트남 정보통신부(MIC) 응우옌 마잉훙(Nguyen Manh Hung) 장관의 협정문 교환



사진3. 한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 체결식 기념촬영



사진 4. 한국-베트남 TV 프로그램 공동제작협정 체결 보도화면