

2010. 08

방송통신 산업동향

The Monthly Focus

▶ 방송통신 결합서비스 확산에 따른 시사점

- I. 결합서비스의 개념 및 확산 배경
- II. 한·미 방송통신 결합서비스 시장 현황 및 특징
- III. 시사점



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

방송통신 결합서비스 확산에 따른 시사점*

<요 약>

□ 결합서비스의 개념 및 확산 배경

- 결합판매는 크게 순수결합판매(pure bundling), 혼합결합판매(mixed bundling), 끼워 팔기(tying)로 구분되며, 최근의 방송통신 결합서비스는 혼합결합판매가 다수
- 융합기술의 발전, 업체간 사업영역 확대 및 신규 융합서비스의 등장, 소비자 수요의 변화, 결합상품 규제 완화로 인해 방송통신 결합서비스가 확대되고 있음

□ 한·미 방송통신 결합서비스 시장 현황 및 특징

- 미국의 초고속인터넷 사용자 중 70%는 결합서비스를 이용하고 있고, 통신사 보다는 다수의 영상콘텐츠를 확보한 케이블TV사업자가 결합서비스 시장 주도
- 미국은 결합서비스 요금이 단순 정액제이고, 다양한 상품 구성과 더불어 플랫폼간의 유기적인 결합 및 대고객 서비스가 중요한 차별화 요인임
- 국내 유무선 통신서비스 결합상품 가입자 비율은 '09년 KISDI 웹서베이 결과 약 44%정도이며, 다양한 서비스를 보유한 통신업체들이 결합서비스 시장을 주도
- 국내는 제도적 영향과 최근 각종 유무선 통신 서비스를 하나로 통합해 할인율을 더욱 확대한 정액 요금제 출시로 할인율이 확대되는 추세

□ 시사점

- 공급자측면에서는 유무선 결합서비스의 확대를 통해 기존 가입자를 유지(Lock-In) 또는 확대할 수 있으나 할인율 확대로 기업의 매출 성장을 제한할 가능성이 있으므로 사업다각화와 제품 차별화, 대고객 서비스 확대 등이 필요
- 소비자측면에서는 통신비 절감, 편리성 증가 등의 긍정적 요인과 더불어 전환비용(Switching Cost)이 확대될 전망
- 제도적 측면에서는 결합상품 제공을 위한 경쟁기반 확충, 도매시장 활성화를 위한 실질적인 동등접근 보장이 필요

* 정부연, 미래융합연구실 책임연구원 (TEL) 02-570-4112 (e-mail) byjung@kisdi.re.kr

I. 결합서비스의 개념 및 확산 배경

가. 결합서비스의 개념

□ 결합판매는 크게 순수결합판매(pure bundling), 혼합결합판매(mixed bundling), 끼워팔기(tying)로 구분됨(Nalebuff, 2003)

- 순수 결합판매는 소비자가 두 재화 A와 B를 개별적으로 구입할 수는 없고, 단지 함께 구입할 수밖에 없는 경우를 의미
 - 종합유선방송사업자(SO)의 채널 티어링의 경우 채널을 개별적으로 판매하지 않으며 수십 개의 채널을 묶어서 판매
- 혼합 결합판매는 재화 A와 B가 개별적으로, 그리고 번들로 모두 판매되는 경우를 지칭하는데 여기서 핵심은 번들로 구매할 때 할인(discount)이 제공
 - 현재 방송통신 결합서비스의 대다수가 이 유형이며, 만약 A-B 패키지의 가격이 개별 재화 가격의 합일 경우는 결합판매로 간주되지 않음
- 끼워팔기(tying)의 경우에는 재화 A를 구매하기 원하는 소비자는 반드시 B를 구매하며, 결합(bundling)과의 차이는 재화 B만 단독으로 구입가능 함
 - IPTV를 구매하기 위해서는 반드시 동일한 사업자의 초고속 인터넷을 구매해야 하지만 IPTV를 구입하지 않고 초고속 인터넷만 단독 구입 가능

나. 방송통신 결합서비스의 확산 배경

□ (기술) 컨버전스 진전에 따른 네트워크, 서비스, 단말기의 융합기술의 발전

- All-IP화의 진전으로 이종망간 연동이 확대되고, 디지털화로 기존 통신서비스와 콘텐츠의 결합이 용이해지고 있으며, 하나의 단말기가 다양한 기능을 수행할 수

있는 융합기술이 지속적으로 발전

- 산업 영역이나 접속 형태에 대한 경계가 모호해지면서 DMB, 디지털케이블TV, Wibro, IPTV와 같은 신규 융합 서비스의 등장 확대

□ (공급자) 통신서비스 시장의 성장 둔화와 경쟁 확대에 대응하기 위해 M&A 확대를 통한 사업영역 확대

- 업체간 M&A, Joint Venture, 전략적 제휴 등을 통해 사업 영역을 확대하고 통신, 미디어 관련 기업들은 인수와 합병을 통해 종합미디어기업으로 변모

□ (수요자) 고품질, 맞춤형, 다양화, 편리성 등에 대한 고객 수요 확대

- 다양한 서비스를 별도의 가입절차 없이 가입하고 하나의 청구서로 요금을 지불하는 원스톱 서비스나 하나의 단말기에서 다양한 서비스를 이용할 수 있는 단말기 통합형 상품에 대한 니즈가 점차 확대

□ (제도) 결합상품관련 제도의 규제 완화

- 과거에는 소수 지배적 사업자의 지배력이 경쟁상황으로 전이되는 문제로 결합 판매 반대, 최근에는 통신사업자들의 새로운 수익모델 창출과 소비자들의 통신비 절감 등을 위한 결합판매 수요에 부응하기 위해 결합서비스 제도 허용
 - － 미국은 결합서비스 금지 시대('98년 이전), 분리된 자회사 제공시대('98~'01년)를 거쳐 '02년 이후부터 단일회사내 결합서비스 판매 허용
 - － 국내에서는 '04년 전기통신사업자의 결합판매 허용(인가역무 제외), '07년 7월 지배적사업자의 인가역무에 대한 결합상품 제공이 제도적으로 허용

II. 한·미 방송통신 결합서비스 시장 현황 및 특징

가. 미국

□ 미국의 초고속인터넷 사용자 중 70%는 결합서비스를 이용하고 있으며,¹⁾ 통신사보다는 케이블TV사업자가 결합서비스 시장 주도

○ 결합상품 판매 초기에는 통신사들이 경쟁사에 비해 유리할 것으로 예상되었으나 실제로는 종합미디어 기반의 케이블 TV업체가 다양한 미디어 및 콘텐츠를 통해 높은 결합서비스 판매량을 보이고 있음

－ '09년 2분기에 결합상품의 요소인 동영상, 음성, 인터넷 중 케이블TV사업자들은 평균 2.0가지의 서비스를 번들로 판매하면서 결합서비스 판매량이 전년동기대비 3.0% 증가한 반면, 통신사업자들은 1.67가지에 그쳐 전년동기대비 2.5% 감소함

○ 특히, Comcast는 저렴한 VoIP+케이블 TV+인터넷으로 구성된 TPS를 기반으로 미국 초고속 인터넷 사업자 1위, 유선전화 사업자 3위로 부상

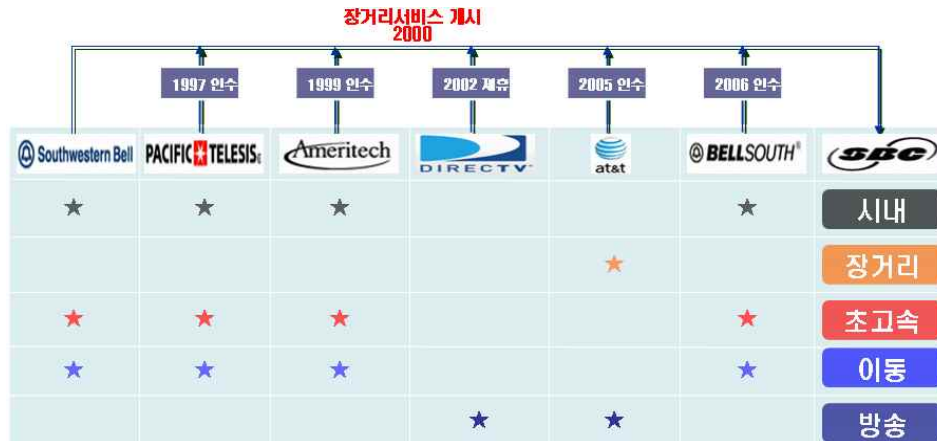
※ 케이블TV 사업자의 VoIP 상용화 시기는 Time Warner Cable의 경우 '03년 5월 (미국 최초), Comcast의 경우 '05년 1분기로 이후 본격적인 TPS 서비스 확대

□ 미국내 통신미디어업체들은 업체간 M&A, 전략적 제휴를 통해 다수의 방송통신서비스를 확보함으로써 이를 기반으로 한 결합서비스 제공 확대

○ AT&T(구 SBC)는 '04년 3월부터는 SBC Connection에 방송을 추가하여 대형 통신사업자 가운데 최초로 QPS를 제공했고, '05년 SBC의 AT&T 인수 이후 '07년 1월부터 유무선 통합 요금제 'Unity'를 출시

1) FCC(2010. 3), "Broadband Adoption & Use in America Results from an FCC Survey"

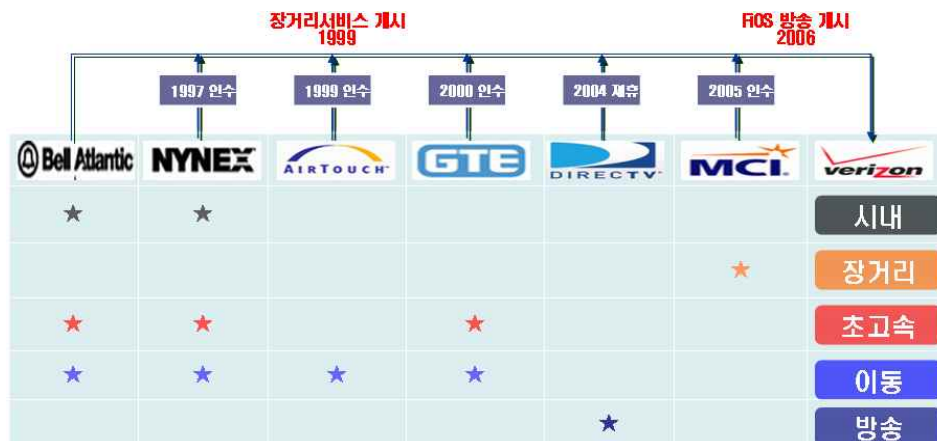
[그림 II-1] AT&T(구 SBC)의 인수합병 추이



자료: 이재영외(2008)

- Verizon은 '05년 MCI(장거리전화업체), '08년 올텔(이통사) 등과 M&A를 진행하면서 전화, 모바일, 인터넷, TV(위성, IPTV)로 구성된 결합상품 판매
- '09년 10월부터는 전화+TV+인터넷에 이동통신 서비스까지 포함한 QPS를 제공 중이며, 이를 통해 가입자들은 연간 59~179달러를 절약할 것으로 예상

[그림 II-2] Verizon의 인수합병 추이



자료: 이재영외(2008)

- 케이블TV사업자들은 결합서비스 제공을 위해 자사의 부족한 서비스를 자회사 또는 전략적 제휴를 통해 제공

- Time Warner Cable는 '96년 자회사 Road Runner를 통해 인터넷 서비스를 제공하기 시작했으며, 현재에는 Road Runner, AOL, EarthLink, Big Net 등과 같은 다수의 ISP를 통해서 서비스를 제공
- '05년 11월 이동통신을 포함한 QPS를 제공하기 위해 Comcast, Sprint Nextel, Time Warner Cable, Cox Communications, Advance/Newhouse Communications가 합작사를 설립하기로 협정을 체결

□ 미국내 통신미디어업체들은 결합서비스 상품 구성시 요금은 단순 정액제이며, 다양한 인터넷 속도 및 TV 콘텐츠로 상품을 차별화하고 있음

- 대부분의 통신미디어업체들은 인터넷 속도, TV채널 수에 따라 결합서비스의 선택의 폭이 매우 넓으며, 정액요금도 DPS의 경우 평균적으로 60~132달러, TPS는 70~150달러로 매우 다양
- 할인율은 업체마다 큰 차이가 있는데 Verizon의 경우 16~41.9%로 할인율 폭이 크며, Time Warner Cable은 DPS의 경우 5~10달러, TPS의 경우 15달러 할인해 할인율이 6.7~19%로 할인율 폭이 적음

<표 II-1> 미국 통신미디어업체의 주요 결합서비스 상품 현황

	업체	결합상품	포함 상품	가격(달러)	할인율 및 특징
통신사	AT&T	DPS	인터넷+유선전화	\$73~80	인터넷 3M~12M TV U-family, U100~450
			인터넷+TV	\$67~132	
		TPS	인터넷+TV+VoIP	\$99~147	
	Verizon	DPS	인터넷(7.1M)+유선전화	\$54.99	31.2% 할인 39.1% 할인 30% 할인 41.9, 38.7% 할인
			인터넷+IPTV(FiOS)	\$69.99	
		TPS	인터넷(7.1M)+유선전화+DirecTV	\$104.99	
			인터넷+VoIP+IPTV(FiOS)	\$89.99, 94.99	
케이블 TV	Comcast	DPS	TV+인터넷	\$79	TV 채널수 80, 150, 200
		TPS	TV+인터넷+VoIP	\$99~150.99	
	Time Warner Cable	DPS	TV+인터넷	\$43.99~66.94	인터넷(768bps~10M) DSP \$5할인(6.7~11.1%) TPS \$15할인(11.1~19.0%)
			TV+VoIP(전국)	\$69.94~102.89	
		TPS	TV+인터넷+VoIP(전국)	\$63.94~106.89	

자료: 각사 홈페이지(2010. 8월 현재)

□ 업체간 상품 및 가격 차별화가 점차 줄어들자 상품 이외의 플랫폼간의 유기적인 결합 및 대고객 서비스가 중요한 차별화 요인으로 등장

- 케이블TV사업자와 통신사업자 모두 자사의 번들링 서비스 플랫폼간의 유기적인 결합을 통한 Cross-Platform 서비스를 상용화하기 위해 노력
 - － 현재 유무선 통신 인프라를 모두 갖추고 있고 IPTV 시장을 확대하고 있는 통신사업자 진영이 다소 유리한 상황이나, 케이블TV사업자는 자사의 강점인 TV 서비스에 브로드밴드와 VoIP 서비스를 결합해 Cross-Platform을 추진
- 통신업계에서는 가입자 유지를 위한 對고객서비스(customer care) 강화를 통해 ‘기술 → 서비스 → 요금 → 고객충성도관리’ 확대
 - － 가입자들이 현재 제공받고 있는 서비스를 확인·관리할 수 있는 전용 포털을 오픈해 고객 지원을 강화하고, 기술지원 체제도 휴대전화이외에 PC, TV 등 가전제품의 수리까지 In-home 영역 전반을 아우르는 범위로 확대

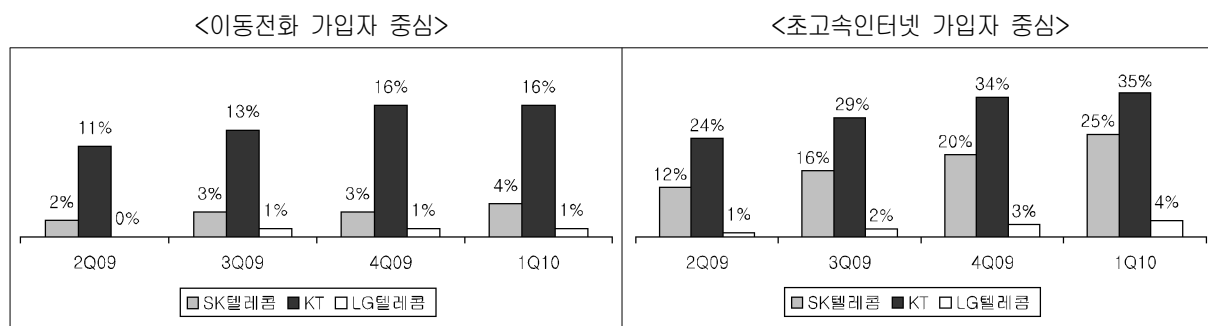
나. 한국

□ 국내 유무선 통신서비스 결합상품 가입자 비율은 '09년 KISDI 웨서베이 결과 약 44%정도로 나타남²⁾

- 실제 '09년 6월 KT 통합과 '10년 초 LG계열 통신사 통합(현 LG U+)이후 유무선 결합 상품 가입자가 급격히 증가하면서 결합서비스 상품에 필수요소인 초고속 인터넷 가입자내 결합상품 가입자 비율이 최근 50%에 육박한 것으로 추정

2) 임 준 외(2009), 『방송통신시장 결합판매 규제 발전방향 및 법령정비 방안 연구』, 정책연구 09-22, 정보통신정책연구원

[그림 II-3] 유무선 결합상품 가입자 추이



주: 유무선 결합상품 가입자/이동전화 가입자 or 초고속인터넷가입자
 자료: 각 사, KTB 투자 증권

□ 제도적 영향, 업체간 경쟁심화에 따라 결합서비스에 대한 할인폭 확대, 다양한 상품을 보유한 통신업체들이 결합서비스 시장을 주도

- 케이블 TV업체는 케이블TV, 인터넷, VoIP 상품 결합이 전부이지만 통신사는 '09년 IPTV 상용화와 '09년 6월 KT 통합 및 '10년 통합LGT 출범 이후 인터넷, 집전화, IPTV, VoIP, 모바일을 연계한 다양한 결합상품 출시하면서 시장 주도
- 결합판매 시장 활성화를 위한 요금적정성 심사 면제 할인율이 '07년 10%, '08년 20%, '09년 30%로 확대되면서 현재 결합서비스 할인율은 25~35% 수준임
- 개별 상품별 결합(약정포함) 할인율은 VoIP가 가장 높으나 기본료가 가장 높은 인터넷이 결합내 할인 기여도가 가장 큼

<표 II-2> 개별 상품별 결합 할인율 현황

구분	인터넷	인터넷전화	집전화	TV
기본료(원)	33,750	2,800	4,600	15,900
할인율	24.6%	53.8%	14.4%	30.8%

주: KT, SKT, LG U+ T-broad, 헬로비전 5개사 평균임. 3년 약정 기준

- DPS보다 TPS 이상의 할인율 폭이 크며, 통신사보다 결합상품 수가 적은 케이블TV 사업자들의 할인율 폭이 큼

<표 II-3> 국내 주요 유선 결합상품의 할인율 현황

구분	DPS			TPS	
	인터넷+인터넷전화	인터넷+집전화	인터넷+TV	인터넷+인터넷전화+TV	인터넷+집전화+TV
전체 평균	27.3%	26.9%	30.9%	31.2%	34.0%
통신 3개사 평균	22.7%	—	26.6%	26.8%	—
케이블TV2개사 평균	37.0%	—	46.0%	49.3%	—

주: KT, SKT, LG U+ T-broad, 헬로비전 5개사 평균임. 3년 약정 기준

□ 최근 통신3사는 과거 기본료 할인 중심의 결합서비스에서 각종 유무선 통신 서비스를 하나로 통합해 할인율을 더욱 확대한 정액 요금제 출시

- 기존 유무선 결합 요금제는 약정 기간이 통신사별로 상이하기는 하지만 유선 통신서비스이외에 결합 회선 수에 따라 기본료 1인 10%에서 최대 5인인 경우 50% 할인(단, 스마트폰 요금제 제외), 가족간 통화료도 50% 할인
- '10년 6월 이후 모바일, 초고속인터넷, IPTV, VoIP, 유선전화 등 각종 통신 서비스를 하나로 통합해 최대 50%까지 할인 혜택을 주는 정액 할iny요금제를 제시

<표 II-4> 통신 3사의 유무선 결합 신요금제

구분	주요 내용	할인율
SK텔레콤 '데이터 무제한 요금제'	- 가족들의 이동전화 결합 수에 따라 순차적으로 유선통신서비스 무료 제공 - 올인원55 부터 올인원 95 요금제까지 데이터 무제한 제공, 단 요금제에 따라 일일 한도를 70MB~200MB로 책정 - 올인원55 부터 올인원 95 요금제까지 가입자간 m-VoIP 사용가능	미산정
KT '통요금제'	- 올레통은 '쿡셋통'과 '쇼통'을 합친 유무선 가구단위의 통합 요금제로 가족 구성원의 이동전화 사용량에 따라 10만원/13만원/16만원에 제공 - 쿡셋통(유선결합)은 유선전화, 초고속인터넷, IPTV를 4만2천원에 제공 (집전화 통화료 1만원에 통화료 무제한 포함) - 쇼통(무선결합)은 65,000/9,500/125,000원 정액요금제로 음성, 문자, 기본료 포함	- 최대 50% - 기본료 40% - 23~44%
LG U+ '온국민은 yo' 요금제	- 가족 구성원 2, 3, 5명과 유선상품(인터넷, 유선전화, TV)을 선택해 월 9(9~16)/12(12~24) /15(15~30)만원 상한금액을 산정하면 상한금액의 최대 2배 무료 서비스를 제공 - 최소약정 금액 이하로 사용한 경우 사용한 만큼 청구, 안심구간 이상으로 사용한 경우 약정 최대 납부액+약정 최대 납부액 이상 사용 금액	44~50%

자료: 각사, 신문기사

III. 시사점

- 공급자측면에서는 유무선 결합서비스의 확대를 통해 기존 가입자를 유지 (Lock-In) 또는 확대할 수 있으나 할인율 확대로 기업의 매출 성장을 제한할 가능성 대두
 - 유선통신서비스 중 초고속인터넷서비스, 시내전화 등의 결합서비스를 통해 기존 가입자는 유지, IPTV, 디지털케이블TV, VoIP 등 신규 가입자는 확대
 - 제도적 영향으로 결합서비스 할인율이 2~3년 사이에 25~30% 수준으로 확대 되고, 최근의 유무선 정액 요금제 출시로 매출 성장률 둔화 가능성 대두
 - － 실제 초고속인터넷 서비스는 할인율이 25% 수준으로 가입자 당 ARPU가 하락해 '08~09년 가입자 증가율은 5.6%이나 매출액 증가율은 3.2%에 그침
 - － VoIP는 높은 할인율에 따른 저렴한 비용으로 PSTN 유선전화를 대체하고 있으며, IPTV는 일부 위성방송과의 번들링 또는 초저가 상품 등으로 유료 방송 시장의 일부를 잠식하면서 추가적인 방송통신 시장 상승 효과 제한
 - － 신 정액요금제는 기본료, 통화료, 데이터통신료 등이 포함되어 가족간 결합에 따라 최대 50%까지 할인되면서 일부 기업에게는 가입자 유지 및 확대에 이어질 수 있으나 전체 무선통신의 매출 성장은 제한할 전망
 - 반면, 결합 서비스 약정기간이 평균 3년으로 단일서비스 가입자들보다 전환 기간이 길어져 신규 마케팅 비용이 감소해 수익성이 개선될 가능성도 있음
- 향후 정제되고 있는 방송통신 시장의 성장을 위해서는 사업 다각화, 할인율 경쟁보다는 제품 차별화와 대고객 서비스 확대 필요
 - 유무선 결합상품을 활용한 N-스크린 전략 확대 이외에도 기업용 모바일 오피스, 클라우드 컴퓨팅 IDC, 기업용 솔루션 개발 등의 사업 다각화 필요

- 유무선 결합서비스 상품의 실질적인 차별화 요인은 방송통신 콘텐츠이므로 제공업체별로 방송통신 콘텐츠 확보에 힘써야 할 것임
- 결합서비스간의 유기적인 결합을 위해 통합 플랫폼을 구축하고, 고객전용 포털 등 사용자인터페이스 확대해 대고객 지원 서비스 강화 필요

□ 소비자측면에서는 통신비 절감, 편리성 증가 등의 긍정적 요인과 더불어 전환비용(Switching Cost)이 확대될 전망

- 할인을 확대해 소비자들은 저렴한 비용으로 다양한 서비스를 제공받게 됨으로써 통신비가 절감되고, 통합 플랫폼에 따른 통합지로관리, 통합 A/S 등의 확대로 소비자의 편익은 확대될 전망
- 반면, 약정기간이 평균 3년 정도로 길어 약정기간이내 서비스 불만, 신규 제품 출시 등으로 인한 타사로의 전환시 전환 비용이 매우 큰 것이 단점

□ 제도적 측면에서는 결합상품 제공을 위한 경쟁기반 확충, 도매시장 활성화를 위한 실질적인 동등접근 보장이 필요

- 기간통신사업자와 후발 사업자간의 동등한 경쟁을 위해서는 IP기반 번들상품을 적극 출시할 수 있도록 기간 ISP에게 지불하는 망이용대가 할인, LLU(가입자망 공동활용) 요금 현실화 등을 통해 경쟁기반을 마련해야 함
- 기존 설비기반 사업자간의 경쟁만으로는 결합상품 경쟁을 촉발시키기 어려우므로 실질적인 동등접근을 보장함으로써 신규사업자의 원활한 진입을 유도
 - 신규사업자의 경우 가입자 기반을 확보하기 위하여 요금경쟁을 촉발시킬 수 있으므로 재판매의무화 등과 같은 도매규제를 조속히 도입해야 함

부록 방송통신/경제 통계정보

1. 방송통신산업 동향

<방송통신 서비스업 활동지수>

(단위: 2005=100, 전년동기대비 %)

구분	'08년	'09년		'10년					
	연간	연간	4/4	1/4	2/4	3월	4월	5월	6월
방송통신서비스업	3.3	0.02	0.9	△0.04%	1.35%	0.3%	△1.0%	2.5%	2.6%
방송업	10.3	△0.5	5.7	10.6%	14.2%	9.3%	9.7%	17.3%	15.8%
지상파방송업	△4.5	△8.3	4.9	13.7%	23.1%	7.5%	9.5%	29.0%	30.3%
유선/위성 및 기타 방송업	19.8	3.4	6.0	9.3%	10.4%	10.1%	9.9%	12.1%	9.1%
통신업	2.5	0.1	0.3	△1.2%	△0.2%	△0.7%	△2.3%	0.8%	1.0%
유선통신업	0.2	△3.5	△3.7	△5.6%	△2.3%	△4.7%	△6.0%	△0.5%	△0.3%
무선통신업	5.3	2.4	1.9	2.1%	0.6%	2.0%	0.8%	0.8%	0.5%
기타 통신업	△0.2	6.0	8.5	2.8%	4.6%	2.9%	△1.4%	6.8%	8.7%

자료: 통계청

<방송통신산업 가입자 현황>

(천명, 전년동월대비 %, ()는 전월대비 순증가입자)

구분	'09. 6	'09. 7	'09. 8	'09. 9	'09. 10	'09. 11	'09.12	'10. 1	'10. 2	'10. 3	'10. 4	'10.5	'10.6
▶ 시내전화서비스													
가입자	21,124	20,905	20,750	20,554	20,395	20,241	20,090	19,979	19,884	19,803	19,739	19,693	19,622
증가율	-8.2%	-9.0%	-9.6%	-10.2%	-10.8%	-11.1%	-9.2%	-9.2%	9.0%	-8.5%	-8.1%	-7.6%	-7.1%
▶ 초고속인터넷서비스													
가입자	15,939	16,010	16,041	16,127	16,213	16,316	16,349	16,403	16,473	16,613	16,671	16,718	—
증가율	5.8%	6.1%	5.4%	5.6%	5.4%	5.6%	5.6%	5.7%	5.6%	5.8%	5.4%	5.3%	—
▶ 이동전화서비스													
가입자	47,071	47,340	47,528	47,660	47,750	47,846	47,944	48,220	48,577	48,978	49,207	49,465	49,609
증가율	4.6%	5.2%	5.3%	5.3%	5.2%	5.2%	5.1%	5.3%	5.6%	5.9%	5.8%	5.7%	5.4%
▶ 디지털 케이블TV방송서비스													
가입자	2,318 (73)	2,379 (60)	2,434 (55)	2,491 (58)	2,551 (60)	2,620 (69)	2,670 (50)	2,721 (51)	2,778 (57)	2,857 (79)	2,942 (85)	3,017 (75)	—
▶ IPTV서비스													
가입자	1,687 (71)	1,789 (102)	1,850 (61)	1,988 (138)	2,098 (110)	2,233 (135)	2,372 (139)	2,422 (49)	2,499 (77)	2,577 (78)	2,674 (98)	2,790 (116)	—

자료: 방송통신위원회, 한국케이블TV방송협회, 각사 IR자료

2. 경제 동향

<실물경제동향>

(단위: 전년동월대비, %)

		2008	2009			2010 ^p				
		연간	11월	12월	연간 ^p	2월	3월	4월	5월	6월 ^p
GDP 성장률		2.3	6.0(0.2)			0.2	7.8(1.8)			7.2(1.5)
산업 생산	광공업 ¹⁾ 생산지수	3.4	18.1	34.2	-0.8	18.9	22.7	20.1	21.7	16.9
	서비스업 생산지수	3.6	4.2	7.2	2.0	7.3	5.5	3.8	3.8	4.4
무역	수출(FOB, 억달러)	4,220	340	360	3,653	331	375	394	391	427
	수입(CIF, 억달러)	4,353	295	329	3,231	311	356	354	350	352
전망	경기선행지수	-	11.3	11.6	-	10.3	9.7	8.6	7.9	7.0
소비	소비재판매	1.1	9.7	12.7	2.6	13.1	9.9	7.3	3.7	3.8
	가계수입전망 ²⁾	-	103	103	-	102	101	101	101	103
	소비지출전망 ²⁾	-	111	112	-	111	111	111	112	112
고용	취업자수(만명)	2,358	2,381	2,323	2,351	2,287	2,338	2,392	2,431	2,428
	전년동기대비(만명)	14.5	-1.0	-1.6	-7.2	12.5	26.7	40.1	58.6	31.4
	실업률(계절조정전)	3.2	3.3	3.5	3.6	4.9	4.1	3.8	3.2	3.5

주: 1) 광업, 제조업, 전기·가스업을 포함. p는 잠정치

2) 소비자동향조사는 6개월 앞 전망 임

자료: 한국은행(국민계정, 소비자동향조사), 통계청(산업활동동향, 소비자물가, 고용동향)

<금융동향>

구분	2009	2010						전월대비 증감률(%)
	12월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	
KOSPI	1,682.77	1,594.58	1,692.85	1,741.56	1,641.25	1,698.29	1,759.33	3.6%
KOSDAQ	513.57	507.03	515.74	523.75	489.42	489.98	481.45	-1.7%
KOSDAQ IT	852.69	840.08	851.72	879.68	828.95	826.22	809.19	-2.1%
다우	10,428.05	10,325.26	10,856.63	11,008.61	10,136.63	9,774.02	10,465.94	7.1%
나스닥	2,269.15	2,238.26	2,397.96	2,461.19	2,257.04	2,109.24	2,254.70	6.9%
원/달러 환율	1,166.45	1,157.08	1,137.64	1,117.11	1,163.11	1,212.33	1,207.30	-0.4%
원/엔 환율	1,300.81	1,281.72	1,255.84	1,195.31	1,265.23	1,333.59	1,377.67	3.3%
금리(국고채 3년)	4.24	4.19	3.94	3.77	3.70	3.75	3.88	0.13%p
유가(Dubai)	75.5	73.6	77.3	83.6	76.8	74.1	72.6	-2.0%

주: '주가지수'는 월말 종가, '환율', '금리', '유가'는 월별 평균임. 금리의 전월대비 증감률 단위는 %p임

자료: 한국거래소, 야후 금융서비스, 한국은행, 기획재정부