

■ 독일 형태별 음반 판매량 추이(2006~2010)

(단위: 백만 장)

구분		2006	2007	2008	2009	2010	연평균성장률
오프라인 음반	CD	114.4	113.3	105.1	103.3	98.7	-3.6%
	뮤직 비디오	10.3	9.1	7.9	8.9	8.7	-4.1%
	기타	21.5	15.3	12	8.6	7.6	-22.9%
디지털 음반	싱글 트랙	26	34.5	37.2	45.8	59.4	22.9%
	디지털 앨범	2	2.8	4.6	7.6	10.6	51.7%

※출처: IFPI (2011)

- 형태별 음반시장을 구분해보면, 오프라인 음반으로서 CD(Compact Disc), 뮤직비디오(DVD, VHS포함), 기타(싱글, LP, 카세트테이프 등)가 있으며 디지털 음반에는 싱글트랙(온라인 트랙)과 디지털 앨범이 있음
- 2010년 독일의 오프라인 음반은 총 1억 1,500만 장이 판매되었는데 이 가운데 CD가 9,870만 장(85.8%), 뮤직비디오 870만 장(7.6%), 기타 760만 장(6.6%)이 판매되었음. 또한, 디지털 음반으로서 싱글트랙은 5,940만 트랙, 디지털 앨범은 1,060만 장이 판매되었음
- 한편, 대표적인 음반 매체인 CD는 2006년에 비해 2010년이 다소 감소한 수준(CAGR: -3.6%)이며 싱글트랙(CAGR: 22.9%)과 디지털앨범(CAGR: 51.7%)은 각각 두 배에서 다섯 배 이상 판매량이 급증하였음