

## ■ 중국 형태별 음반 판매량 추이(2006~2010)

(단위: 백만 장)

구분		2006	2007	2008	2009	2010	연평균성장률
오프라인 음반	CD	16.6	13.1	7.7	4.2	4.1	-29.5%
	뮤직 비디오	6.9	1.5	2.1	0.8	0.1	-65.3%
	기타	2.9	-	-	-	-	-

\*뮤직비디오에는 DVD와 VHS가 포함됨. 기타는 싱글, 레코드판, 카세트와 같은 매체가 해당되며 싱글 트랙은 온라인 트랙 판매만 해당됨.

※출처: IFPI (2011) 재구성

- 형태별 음반시장을 구분해보면, 오프라인 음반으로서 CD(Compact Disc), 뮤직비디오(DVD, VHS포함), 기타(싱글, LP, 카세트테이프 등)가 있으며 중국의 경우, 디지털 음반은 집계되고 있지 않음
- 2010년 중국의 오프라인 음반은 총 420만 장이 판매되었는데 이 가운데 CD가 410만 장(97.6%), 뮤직비디오 10만 장(2.4%)이 판매되었음
- 한편, 대표적인 음반 매체인 CD의 판매량은 2006년에 비해 2010년이 대폭 감소한 수준(CAGR: -29.5%)이며 뮤직비디오도 같은 기간 65.3% 감소하였음