MARCH

태국 Thailand

OVERSEAS PUBLISHING MARKET REPORT

이현경

태국 콘텐츠 디자인 디렉터 / 한-태 문화 콘텐츠 기획자
한국디자인진흥원,서울디자인재단태국디자인리포터

3월 태국 출판시장 보고서

코디네이터 | 이현경

이달의 출판계 이슈

태국 젊은 층을 대상으로 '텍스트힙(Text Hip)' 열풍 확산 중

2024년 태국 출판인 및 서적 유통 협회(PUBAT)는 태국의 쭐라롱껀 대학교 심리 학부와 협력하여 청소년부터 노년층까지 태국인 총 1,500명의 독자를 대상으로 조사를 하였다. 그 결과 태국인은 하루 평균 1인당 약 113분의 글을 읽는 것으로 나타났다. 그리고 주목할 만한 점은 종이책 읽기가 하나의 트렌드로 인식됨에 따라 청소년층이 책을 많이 읽기 시작했다는 점이다. 소셜 미디어 속에 하루 종일 머무는 것에서 벗어나고 싶어 하는 청소년들의 하나의 선택지가 종이책 읽기가 된 것이다.

이 현상은 한국에서 선풍적인 텍스트힙[1]과 유사한 모습이라고 할 수 있다. 한국에서 유튜브와 인스타그램 등 소셜 미디어 시대에서 종이 매체가 부활하고 있다는 소식을 종종 접하고 있다. MZ세대를 중심으로 소셜 미디어를 통해 책과 신문의 독후감을 공유하고, 오프라인에서는 독서 모임이 활발히 생겨나는 것이다.

매일경제신문을 읽고 인증 사진을 남긴 인스타그램 운영자

사진 출처: 인스타그램 claire.j.kim

이는 태국에서도 유사한 현상으로 나타나고 있다. 태국 MZ세대를 중심으로 소셜 미디어를 활용하여 책의 내용과 리뷰를 공유하고 있다. 더 나아가 릴스(Reels)[2]와 같은 짧은 영상을 만들어 책을 소개하기도 한다. 태국에서도 마케팅 방식으로 릴스가 많이 활용되고 있으며, 출판 관련 카테고리에서도 소비자들에게 친숙하게 다가가기 위한 수단으로 활용 중이다. 기존의 출판 마케팅 방식에서 시대가 요구하는 방식에 맞춰 나가고 있다. 앞으로 이러한 현상은 더욱 더 확장될 것으로 기대된다.

1 글자(text)'와 '멋지다(hip)'를 결합한 합성어로 책 읽는 모습이 자신의 개성을 드러낸다는 MZ세대의 인식을 담은 표현

2 소셜 미디어, 웹사이트에 공유되는 짧은 영상으로 현대적인 대중 커뮤니케이션의 한 형태로 자리 잡았음

한국 도서 <트렁크> 태국어판을 읽고 인스타그램에 후기를 공유한 태국 독자

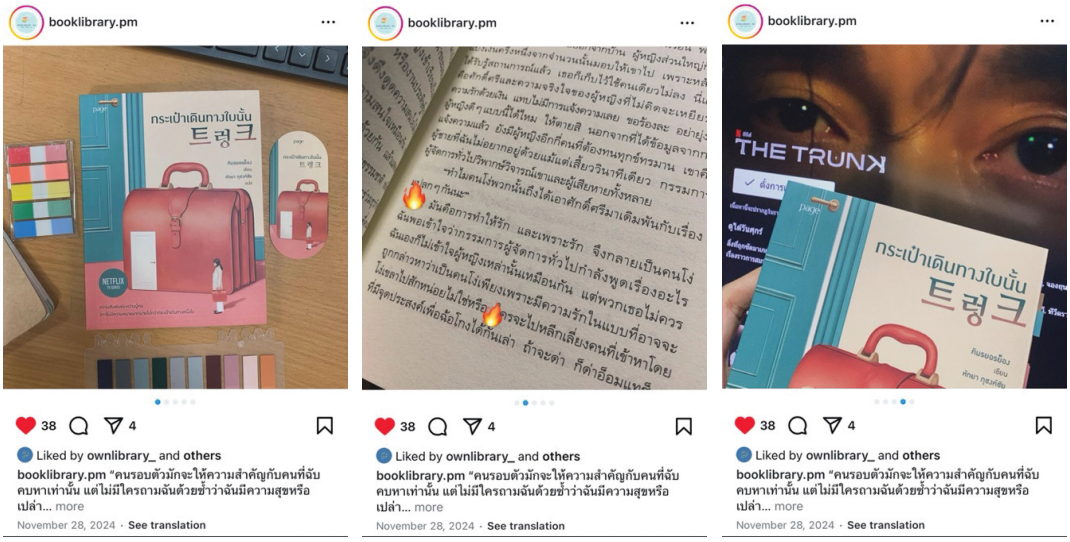


사진 출처: 인스타그램 booklibrary.pm

디지털 출판 동향

태국에서 전자책(E-Book)의 주요 독자는 누구일까?

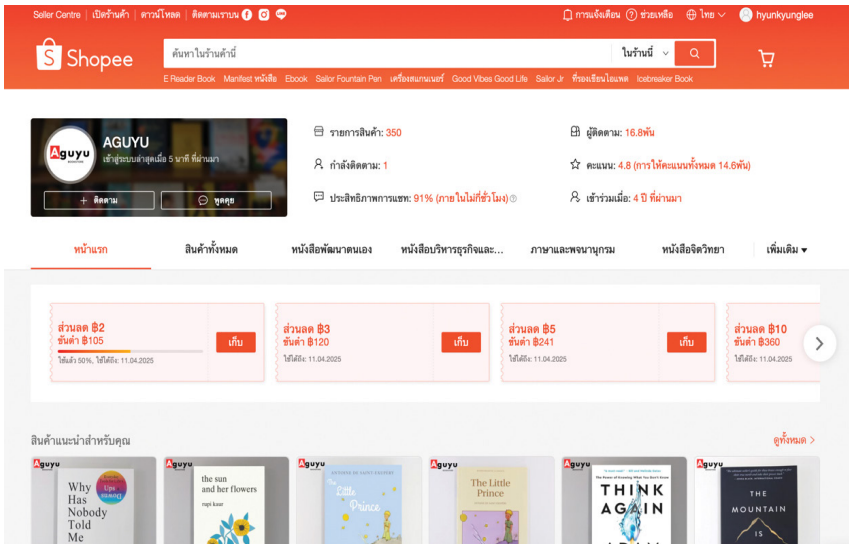
일반적으로 전자책(E-book) 독자는 청소년이라고 생각하지만, 실제로 태국에서는 고령층이 더 많이 읽는 것으로 흥미로운 조사 결과가 나타났다. 이는 글자를 확대할 수 있고 음성으로 읽어주는 기능이 제공되기 때문에 고령층에서 더 많이 사용된 것이라고 할 수 있다. 또한 책을 가장 적게 읽는 연령층은 직장인이었다. 업무와 생활에 대한 부담으로 독서할 여유가 부족한 것이 주요 원인으로 작용하였다.

태국의 대형 이커머스 플랫폼인 쇼피(Shopee)의 데이터에 따르면, 2024년 쇼피 플랫폼 내에서 새롭게 개설된 서점이 500곳 이상에 달한다고 한다. 이는 기존의 도서 유통망이나 오프라인 서점을 거치지 않고 출판사들이 직접 책을 판매하는 방식이 늘어나고 있음을 보여준다. 또한 마이크로 인플루언서(Micro Influencer)[3]를 활용한 라이브 도서 판매, 책 리뷰, 소셜 미디어를 통한 홍보가 전통적인 광고나 경품 증정보다 더욱 효과적인 마케팅 전략으로 자리 잡고 있다. 특히 도서 할인 행사에서는 쿠폰 및 할인 코드 제공을 통한 경쟁이 주요 트렌드로 떠오르고 있다.

태국 내 전자책 플랫폼의 성장도 두드러지고 있다. 예를 들어 MEB-Mobile E-book은 태국 E-book 시장에서 60% 이상의 점유율을 차지하며, 2024년 기준으로 최근 연 매출 20억 바트(약 760억 원)를 기록하기도 했다. 특히 최근 3년간 100% 이상의 연속 성장을 이루었으며 2022년에는 상장이 되었다. 이는 기존 종이책 시장의 가치가 전자책 시장으로 점점 전환되고 있음을 명확히 보여주고 있다. 2023년 태국 국립도서관의 자료에 따르면 종이책으로 출판되지 않고 오직 전자책으로만 제작된 도서는 4,086권으로 전체 출판물 29,265권 중 약 12%를 차지하는 것으로 나타났다.

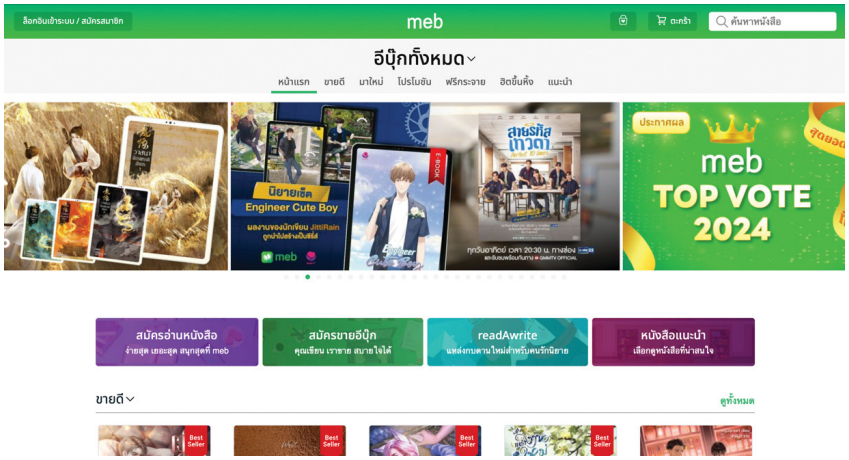
3 유명인은 아니지만 관심 분야에 전문성을 갖추고 팔로워와 가깝게 소통하는 인플루언서. 약 1만-10만 명 이상의 팔로워를 보유함. 신뢰도 높은 콘텐츠를 제작하여 메가 인플루언서보다 더욱 전문적이고 진정성 있게 다가갈 수 있음

태국 온라인 쇼핑 플랫폼 쇼피(Shopee) 내 개설된 서점



출처 https://shopee.co.th/aguyu.th?categoryId

태국 전자책 플랫폼 MEB-Mobile E-book



출처 https://www.mebmarket.com

태국의 전자책(E-Book) 시장 미래 예측

스태티스타(Statista)의 통계자료에 따르면 태국의 전자책 시장 매출은 2025년까지 7,646만 달러(약 2,880억 원)에 이를 것으로 예상된다. 2025년부터 2029년까지 연평균 성장률(CAGR)은 3.11%로 예상되며 이에 따라 2029년에는 8,642만 달러(약 3,250억 원) 규모에 이를 것으로 전망된다.

태국 전자책 시장의 독자 수는 2029년까지 약 640만 명에 도달할 것으로 보이며 사용자 침투율(user penetration)은 2025년 7.6%에서 2029년 8.9%까지 증가할 것으로 예상된다. 1인당 평균 매출(ARPU)은 13.96달러(약 5,260원)로 전망된다.

태국의 전자책 시장은 스마트폰 보급 증가와 젊은 층을 중심으로 한 독서 앱의 인기에 힘입어 빠르게 성장하고 있다. 특히, 태국 작가들이 디지털 플랫폼을 적극 활용하여 더 넓은 독자층을 확보하고 있으며 이를 통해 독자들 간의 커뮤니티 형성도 활발해지고 있다. 또한 소셜 미디어를 통한 독서 챌린지와 북클럽 활동이 활발해지면서 독서에 관한 관심과 참여도가 높아지고 있다. 이러한 디지털 독서로의 전환은 소비자들에게 편

리함을 제공할 뿐만 아니라 출판사들이 마케팅 및 유통 전략을 혁신할 기회를 만들어 태국 출판산업의 전반적인 판도를 변화시키고 있다.

태국의 소비자들은 점점 더 전자책을 선호하는 경향을 보이고 있으며 전자책 분야에서 태국 현지 작가들의 활약이 증가하면서 소비자들의 선호도에 변화를 주고 있다. 바쁜 현대 사회에서 다양한 장르를 즉시 접할 수 있는 수요가 계속 증가하고 있으며 이는 디지털 콘텐츠 소비 확산이라는 전반적인 흐름과 맞물려 있다.

태국의 전자책 시장은 문학에 대한 문화적 애정과 디지털 기술의 빠른 도입이 결합하면서 활기를 띠고 있다. 태국의 독서 문화는 공동체와 스토리텔링 전통에 깊이 뿌리를 두고 있으며 이를 기반으로 많은 현지 작가가 디지털 플랫폼을 통해 독자들과 소통하고 있다. 또한 정부가 디지털 문해력(literacy) 향상을 위한 정책을 추진하면서 특히 농촌 지역에서도 전자책 접근성이 개선되고 있다. 이러한 문화적 가치와 정부의 지원이 결합하여 전자책 시장의 독창적인 환경을 조성하고 있으며 출판사, 작가, 기술 개발자 간의 협력을 촉진하며 혁신적인 발전을 이끌고 있다.

태국의 전자책 시장은 스마트폰 및 인터넷 보급 확대와 같은 거시경제적 요인에 의해 영향을 받고 있으며 이를 통해 디지털 콘텐츠 접근성이 향상되고 있다. 또한 꾸준한 GDP 성장과 가처분 소득 증가로 인해 소비자들은 전자책과 관련 기술에 대한 투자를 확대하고 있다. 더불어 전 세계적으로 지속 가능한 출판 방식에 관한 관심이 높아지고 있고 다양한 콘텐츠에 대한 수요가 증가하면서 태국의 출판사들도 이에 발맞춰 혁신과 적응을 시도하고 있으며 이는 시장 전체의 성과를 더욱 향상시키는 요인이 되고 있다.

출처

https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/judprakai/1137627
https://www.mebmarket.com
https://www.statista.com/outlook/amo/media/books/ebooks/thailand#users