**2012년 중국 엔터테인먼트산업 발전 동향**

<개요> 중국 정부의 대폭적인 정책적 지원 하에 중국의 문화크리에이티브 산업이 급속도로 발전하고 주민들의 문화소비 수준이 나날이 향상됨에 따라 엔터테인먼트산업이 눈부신 발전 성과를 거두었다. 가장 대표적인 엔터테인먼트산업인 영화시장은 2012년 상영 매출액이 170.73억 위안을 기록해 중국은 명실상부한 세계 2대 영화시장이 되었으며, 국산 영화 제작편수는 893편으로 매년 빠른 증가세를 보이고 있다. 특히 정부의 적극적인 지원 정책에 힘입어 영화 상영시설이 농촌지역으로 확대 보급됨에 따라 향후 영화시장의 새로운 시장으로 떠오르고 있다. 2012년 새로 증설된 스크린 수는 3,832개에 달해 하루 평균 10.5개씩 증가하였다. 3D디지털 상영과 IMAX 대형스크린 설비 보급률도 크게 늘어, 국산 3D와 대형스크린 영화 제작수준도 눈에 띄게 발전하고 있다. 그 밖에 애니메이션 산업은 연간 30% 이상의 고속성장을 지속하고 있으며, 온라인게임시장은 이미 초기 걸음마단계를 벗어나 안정적인 성장기에 접어들었다. 중국의 주요 엔터테인먼트산업인 영화, 애니메이션, 온라인게임시장의 발전 동향을 알아본다.

 세계 2대 영화시장, 중국

– 2012년 중국 영화시장 상영매출은 170.73억 위안에 달해 전년대비 30% 성장했으며, 그 중 국산영화 매출은 82.73억 위안, 수입영화는 88억 위안으로 국산영화 매출이 총 매출의 약 48%를 차지함

– 2012년 한해 동안 제작된 중국 국산영화는 893편이고 새로 증설된 스크린 수는 3,832개로 모두 디지털 영화관이었으며 하루 평균 10.5개씩 증가한 셈임

○ 중국 국산영화VS수입영화 박스오피스

– 2012년 연간 상영매출액으로는 21편의 로컬영화가 1억 위안 이상의 매출을 기록했는데, 그 중 6편은 2억 위안을 돌파하고 3편은 7억 위안을 초과함

– 중국 광전총국(广电总局) 영화국이 1월 11일 발표한 ‘2012년 중국 영화 박스오피스’에 따르면, 1위를 차지한 <로스트 인 타일랜드(Lost in Thailand, 중문명: 人再囧途之泰囧>를 비롯해 3편의 국산영화가 상위 10위권에 진입함

– <로스트 인 타일랜드>는 거의 12억 위안에 달하는 박스오피스 기록을 올려 중국 국산영화 중 최고 기록을 달성했으며, 국산영화 시장점유율은 48%에 달해 미중 영화협약 체결 전의 시장 예측을 초과함

[표1] 2012년 중국시장 상영영화 박스오피스 TOP10(수입영화 포함)

1. 로스트 인 타일랜드: 100,461만위안

2. 타이타닉(3D): 94,758만위안

3. 화피(画皮)(2): 70,451만위안

4. 미션임파서블(4): 67,471만위안

5. 라이프 오브 파이: 57,105만위안

6. 어벤져스: 56,792만위안

7. 차이니즈 조디악: 53,533만위안

8. 맨인블랙(3): 50,415만위안

9. 아이스 에이지(4): 44,913만위안

10. 잃어버린 세계를 찾아서(2): 38,849만위안

출처: 广电总局电影局(www.sarft.gov.cn), 新华网(www.xinhua.net), 中商情报网(www.askci.com)

○ 영화상영관 빠르게 증가

– 중국내 영화관은 여전히 빠른 속도로 확장되는 추세로 영화관 스크린 수는 2002년 1,845개에서 2012년 말 13,118개로 증가함

– 연간 1억 위안대 이상의 상영매출을 올리는 중국 체인 영화관이 25개에 달하며, 그 중 6개는 10억 위안을 돌파했고, 중국 최대 영화관 체인인 완다(万达)의 연간 상영매출은 24억 위안을 초과함

– 베이징, 상하이, 텐진, 산둥 등 지역은 이미 현급 도시까지 디지털 영화관이 완전히 보급되어 있으며, 2012년 말 중국 전체 현급도시에 천개 이상의 디지털영화관이 들어섰고, 스크린 수는 3,000여개에 달함. 현재 현급 도시의 디지털 영화관 보급률은 35%를 넘어섬

– 2012년 말, 중국 농촌지역의 디지털 영화관체인은 248곳으로 확대되었고, 연간 총 상영 횟수는 800만 회, 관객 수는 15억에 달함

– 3D디지털 상영과 IMAX 대형스크린 설비의 보급률이 크게 증가하였으며, 국산 3D와 대형스크린 영화 제작수준도 큰 진전을 거둠

– 12편의 국산 3D가 시장에 선보였고 중국의 대형스크린 디지털 상영시스템이 상업적 운영에 들어서면서 <차이니즈 조디악>, <1942>, <1894갑오대해전> 등이 IMAX와 대형스크린 기술을 통해 상영됨

– 영화상영관의 빠른 확대에는 정부의 역할이 매우 컸음. 재정부는 2003년부터 2012년까지 총 580.11억 위안을 공공 문화서비스 체계 구축에 투입하였으며, 그 중 2012년 투자 규모는 155.21억 위안으로 연평균 82.2% 증가함

– 중국 정부는 2013년 농촌의 방송 송신설비 및 위성방송 설치, 지역사회 종합문화센터를 건설하거나 전국 문화정보자원 공유사업 추진에 주력할 계획이며, 향후 선진기술 도입과 인재 배양을 통해 디지털 영화산업 발전을 촉진하는 한편, 중국 영화의 해외진출과 중외 합작 영화제작을 지원할 방침임

○ 수출입 현황

– 해외로 수출된 영화는 총 75편이며 세계 80여개 국가 및 지역에서 총 10.63억 위안의 해외수입을 벌어들임

– 중국에서 총 390편의 영화가 32개 국가 및 홍콩 대만 마카오 지역의 77개 영화제에 참가하여 그 중 55편의 영화가 21개 영화제에서 73개의 상을 받음

– 한편 수입 측면에서는 2012년 초, 중국과 미국이 WTO 영화 관련 문제 해결을 위한 양해각서를 체결한 후, 수입영화쿼터와 수익배분비율이 모두 상승됨에 따라 중국 국산영화의 시장 지위가 위협을 받고 있음

– 2012년 상반기 수입영화의 상영매출은 52.67억 위안이며, 12개의 영화가 억대 매출을 기록한 반면, 국산영화의 상영매출은 28.05억 위안, 억대 매출을 기록한 국산영화는 6개에 불과함

– 한국영화의 중국 지역 수출도 매년 증가세를 기록하고 있음. 2011년 52만 달러에서2012년 상반기 68만달러로31% 증가함. 중국 내에서 외국 영화의 극장 배급이 어렵기 때문에 인터넷 VOD, IPTV 판권 등 기타 부가서비스 시장을 중심으로 한 구매가 많았음

– 한국영화 최대 수출지역은 일본으로 30.1%를 차지하고 그 뒤를 이어 중국이 10.5%를 차지함. 그 외 홍콩으로 7%, 대만으로 1.6%가 수출됨

○ 중국 영화산업의 문제점

– 중국 영화산업은 여전히 크고 작은 문제점이 존재함. 광전총국 관계자는 미국 수입영화에 비해 중국 국산영화는 상영매출 2억 위안 이상인 작품 수가 적고 경쟁력도 낮은 편이라고 지적함

– 또 작품의 창작성과 다양한 장르 개발 및 콘텐츠 방면에서 개선되어야 할 부분이 많고, 디지털 제작 기술이 취약한데다 관련 분야의 기술인재도 부족하며, 영화산업 기술 표준과 관리감독 체계에서도 미흡한 점이 많다는 지적임

– 동부 연해지방과 내륙 서부지역간의 문화소비 격차와 1,2,3선 도시간의 격차 또한 중국 영화산업의 발전을 제약하는 요인이며, 통계 체계가 제대로 갖춰져 있지 않아 2선 도시시장과 온라인 상영, 영화 관련 파생상품 개발 등은 통계 범위에서 제외되어 있기 때문에 통계가 현재 영화산업의 실상을 정확히 반영할 수 없는 등의 문제를 안고 있음

 중국 애니메이션 시장

– 광전총국의 통계에 따르면, 2011년 중국 애니메이션산업 규모는 621.72억 위안으로 2010년보다 32.04% 성장함

– 중국문화보(中国文化报)에 따르면 2012년 애니메이션 영화의 상영편수는 31편으로, 상영매출은 13억 위안에 달했으며, 그 중 국산 애니메이션은 19편이 상영되었고 4억 위안의 매출을 올림

– 2012년 중국 애니메이션 업계에서 가장 인기를 끈 영화는 1월에 상영된 <시양양과 후이타이랑의 즐거운 용의 해(喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年)’>로 1.6억 위안의 매출로 국내 애니메이션 영화 사상 박스오피스 신기록을 세웠음

– 중국 광전총국(广电总局)의 보고서에 따르면 2012년 중국이 제작한 TV만화는 총 395편으로, TV만화의 5대 제작지역인 광둥성, 장쑤성, 저장성, 푸젠성, 안후이성이 전체의 69%를 차지함

– 중국의 애니메이션산업은 장삼각지역, 주삼각지역, 환발해지역을 중심으로 이미 성숙된 산업클러스터가 형성되어 있으며, 최근 중부, 화북, 동북지역에서도 애니메이션 산업이 빠르게 성장하고 있음

– 중국 애니메이션산업을 이끌고 있는 국가급 애니메이션산업기지로는 남방(南方) 애니메이션 채널 공동제작센터, 쑤저우(苏州) 공업단지 애니메이션산업원, 푸저우(福州) 애니메이션산업기지, 선전시(深圳市) 애니메이션 제작센터, 우시(无锡) 국가애니메이션산업기지가 있음

– 중국의 애니메이션 산업화도 다른 문화산업과 같이 정부의 정책적 지원을 많이 받고 있는데, 주로 국산 애니메이션 육성에 그 초점이 맞추어져 있음

– 2004년부터 국산 애니메이션 창작, 촬영, 제작, 상영을 적극 지원하기 시작해 2006년 <국무원의 애니메이션 산업 발전에 대한 촉진 및 지원>, 2008년 <애니메이션기업 허가관리방법(잠정)>, 그리고 2012년 <12.5기간 중국 애니메이션산업 발전 규획>에 이르기까지 중국 정부의 애니메이션 발전 지원이 나날이 강화되고 있음

– 특히 2012년에는 각 관련부처의 지원 정책과 조치가 더욱 세분화되기 시작해 3월 해관총서가 <애니메이션기업의 애니메이션 개발 및 상품 생산 관련 수입에 대한 세수 우대 정책에 관한 통지>를 발표했고, 11월초에는 문화부가 <국가 애니메이션 브랜드 구축 및 보호계획>을 발표하고 20개의 애니메이션 브랜드와 30개의 창작사업을 선정함

– 애니메이션의 주요 소비층인 중국의 0세~12세 유아동시장은 연간 15%로 성장하고 있고2015년에는 시장 규모가 2조 위안대에 달할 것으로 예상돼 향후 애니메이션 시장의 잠재 수요가 매우 클 것으로 예상됨

– 한편 인기 애니메이션의 파생상품 시장도 꾸준히 성장하고 있는 가운데, 특히 애니메이션 캐릭터장난감 시장 규모가 2009년 66억 위안에서 2012년 약 109억 위안으로 연평균 최소 18%씩 성장하고 있음

 중국 온라인게임시장

– 아이리서치가 최근 발표한 통계에 따르면 2012년 중국 온라인게임 시장규모는 518억 위안으로 전년대비 18% 성장했고, 이미 초기 걸음마단계를 벗어나 안정적인 성장기에 접어들었다고 분석함

– 현재 중국 온라인게임 유저는 4.11억 명에 달해 시장규모 면에서나 이용자 규모 면에서 온라인게임이 이미 문화산업의 지주산업으로 자리잡음

– 아이리서치가 조사한 중국 상장기업 중 온라인게임 분야 최대 영업수익을 기록한 기업은 텅쉰(腾讯www.qq.com)으로 2012년 영업수익이 231.1억 위안에 달했고, 2위는 왕이(网易www.168.com)로 69.4억 위안을 기록해 1위와 격차가 매우 큰 것으로 나타남

– 아이리서치는 중국 온라인게임의 가장 큰 문제점으로 콘텐츠의 유사성과 내용의 폭력성 및 선정성에 따른 청소년의 충동범죄 행위를 지적했으며, 앞으로 온라인게임의 문화적 가치 제고, 제품 구조조정, 건전한 발전이 필요하다고 강조함

 중국의 문화상품 수출 현황

– 2012년 중국 문화상품의 수출은 전반적으로 빠른 성장세를 보임. 연간 문화상품 수출액은 217.3억 달러로 16.2% 증가함

– 중국 해관총서의 통계에 따르면 2012년 중국의 시각예술품 수출액은 142.1억 달러로 52.5% 증가했으며, 전체 문화상품 수출액의 65.4% 비중을 차지함

– 그 밖에 인쇄제품이 28.5억달러로 7.1% 증가했고, 청각미디어제품은 28.4억 달러로 44.2% 감소함

– 온라인게임의 해외 수출은 2006년부터 활발히 일어나기 시작해 현재 50% 안팎의 높은 수출 증가율을 보이고 있음. 2012년 중국 온라인기업의 해외영업 수익 규모는 55.2억 위안에 달함

– 중국 문화상품의 라틴아메리카, 아세안과 아프리카 국가 등 신흥시장에 대한 수출이 빠르게 증가하고 있음. 상기 지역에 대한 수출규모는 각각 17.2억 달러, 15.4억 달러, 13.6억 달러로 72.2%, 120%, 120% 증가함

– 지식재산권 보호도 갈수록 강화되고 있어 2012년에 총 1.5만 건의 지식재산권 침해 안건을 적발했으며, 이와 관련된 화물수량은 9,718만 건에 달함

– 게다가 2013년 1월 16일 <중국 저작권법 실시조례>가 국무원 회의에서 통과되어 오는 3월 1일부터 시행됨에 따라 앞으로 저작권 침해행위로 간주되는 범위가 확대되고 저작권침해에 대한 벌금도 최대 10만 위안에서 25만 위안으로 더욱 강화됨

\*출처: 国家广电总局(www.chinasarft.gov.cn), 中国文化产业网(www.cnci.gov.cn), 中国文化报, 国家动漫产业网(www.dongman.gov.cn), 中国行业研究网(www.chinairn.com), 艾瑞网(www.iresearch.com.cn), 新华网(www.xinhua.net), 中商情报网([www.askci.com](http://www.askci.com))