

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

Vol. 3

본 연구는 디자인산업 육성을 위한 기반 연구와 정보를 제공하고,
한국 디자인의 글로벌화 도모 및 외연 확대를 위한 해외진출 국가 이해도 제고를 위해
교육, 연구를 위한 목적으로 인용 작성한 연구보고 자료입니다.

중국 문화 비교연구

- 01 중국문화 산업의 정책현황
- 02 중국문화 산업의 발전
- 03 중국문화 산업의 분야별 현황

중국 문화 비교연구

01 중국 문화 산업의 정책

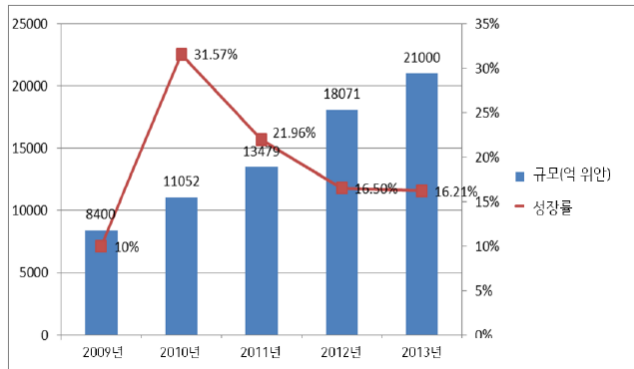
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

01 중국 문화 산업의 정책

중국문화 산업의 정책현황

도표 1-1. 2009-2013년 중국문화산업 부가가치 성장 현황



출처: 중국 문화산업 발전 보고(2014)

1) 산업 규모 면에서 중국 문화산업의 부가가치가 매년 증가하고 있고, 중국의 문화산업 투자 규모가 꾸준히 확대되고 있음

2) 문화 체제 면에서, 중국 문화체제개혁이 끊임없이 심화되고 외국인 투자환경이 지속적으로 개선되고 있음

3) 문화무역 면에서 중국 문화상품과 서비스수출입 무역규모가 급속히 확대되고 있으며, 미국, 홍콩, 일본, 영국과 독일은 중국 5대 핵심문화상품 무역 파트너로서의 역할을 하고 있음
한국 핵심문화상품의 대중국 무역은 수출이 수입을 상회, 주도 상품은 게임 산업

4) 행정관리 면에서, 중국 문화산업 사무는 문화, 라디오, TV영화, 신문출판, 관광, 종교, 체육 등 다수 개의 부처와 관련을 맺고 있음



미래 어젠다 연구

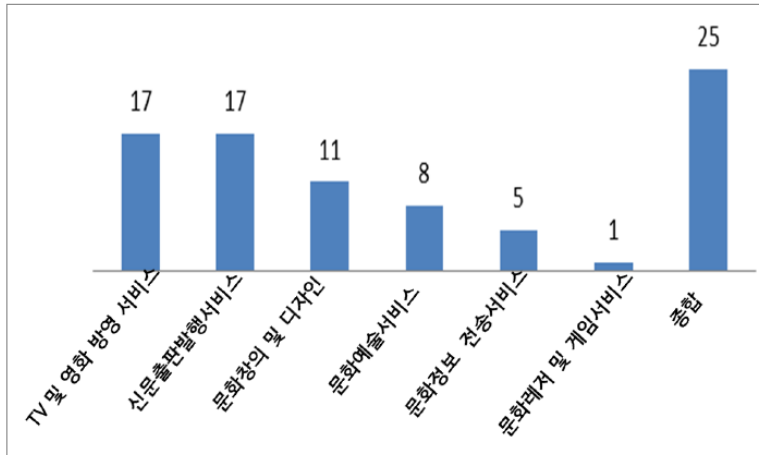
중국 문화 비교 연구

01 중국 문화 산업의 정책

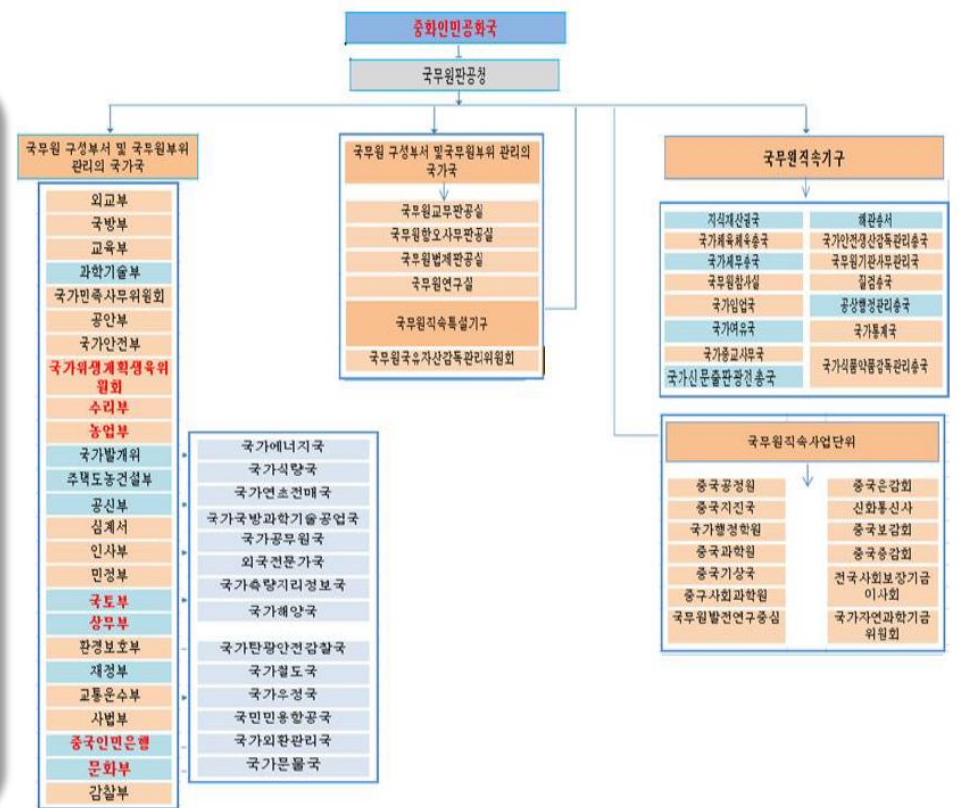
중국문화 산업의 정책현황

문화산업 제정과 관련 있는 정책 출범 부처 (2014 기준)

중국 문화산업 정책 산업별 분류(2014 기준)



- 국무원
- 문화부
- 중국인민은행
- 재정부
- 공업정보화부
- 세무총국
- 국가발전개발위원회
- 상무부
- 신문출판광전총국
- 지식재산권국
- 국토자원부
- 주택도농건설부,
- 과기부
- 해관총서
- 국가여유국,
- 공상총국 등 16개 부처



미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

01 중국 문화 산업의 정책

중국문화 산업의 정부 관리기관

1949년



中华人民共和国文化部
MINISTRY OF CULTURE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

+



문화부

상호
촉진을
통해
시너지

관광부

2015년 중국을 방문한 국내외 관광객 41억 2천만 명이었으며, 문화체험관광을 선호하는 여행인구는 50.7%에 달하는 것으로, 문화관광부의 출범은 향후 업무의 중점이 단순히 '문화'나 '관광'만을 중시하는 것이 아니라, 융합 발전을 통해 산업과 소비 업그레이드를 실현하기 위한 것이라고 말함

2018년

'문화+관광' 통합 융합 발전



2018년 문화부 '문화, 여행' 통합

1+1>2 제도 정립 및 자원 통합

문화부와 관광부를 합병해 국무원의 조직 부처로 출범한 것은 문화와 관광의 융합 현황과 추세가 날로 정부의 중시를 받고 있음을 설명하는 대목이며, 산업, 사업, 문화재, 관광 관리의 최적화와 협동, 효율을 높이는 데 도움이 됨은 물론 문화산업자원, 공공서비스자원, 개발이용 가능한 문화재 자원과 관광자원의 통합에도 도움이 됨

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

01 중국 문화 산업의 정책

중국문화 산업의 정부 관리기관



- 최근 발표된 중국 국무원 개혁 방안에 따르면, 국가신문출판관전총국은 폐지되고, 국가신문출판광전총국의 기존 방송 관리 기능을 토대로 국가방송총국이 국무원 직속 기구로 신설될 예정
- 광전총국은 지난 2013년 신문출판총서와 국가광파전영전시총국이 합병되어 설립
- 5년만에 중국신문출판과 광파전영전시가 다시 나뉘어지게 됨, 최근 국무원 개혁방안에는 국가신문출판광전총국의 5개 관리분야인 ‘신문, 출판, 라디오, TV, 영화 중 라디오 및 TV 2개 분야만 국가방송총국에 관할 영역에 들어가고, 나머지 신문, 출판, 영화 3개 분야는 미확정임

중국 신문 언론 자유는 어디로? <http://www.haidongzhoumo.com/news/article.html?no=2514>

중국 문화 비교연구

02 중국 문화 산업의 발전

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

02 중국 문화 산업의 발전

중국문화산업은 콘텐츠, 문화산업, 문화창의산업이라고 불리며, 4가지 시기로 구분



미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

02 중국 문화 산업의 발전

1. 문화산업의 미발달시기(1978-1991)



자료 :

이미지 1, http://eknews.net/xe/?document_srl=473539&mid=kr_politics&listStyle=viewer

이미지 2, <https://news.v.daum.net/v/20181219102031275?f=m>

이미지 3, china.com <http://mobile.korean.china.com/269/20180607/1304905.html>

- 1978-1991 중국 문화 시장
- 1978년 중국은 개혁개방 정책을 실시하여, 문화 생산력을 크게 불러 일으켰으며, 문화엔터테인먼트 산업이 점차 회복되기 시작

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

02 중국 문화 산업의 발전

1. 문화산업의 미발달시기(1978-1991)

- 중국공산당은 문화혁명이 끝난 후, 전반적인 평가를 통해 문화정책에 대해 적극적인 조정을 시작
- 1979년 11월 중국선전부는 신문과 간행물, 라디오, 텔레비전 방송국 등재와 외국상품 광고에 관한 통지에서 간행물과 방송에 외국상품의 광고를 허가하도록 발표
- 1980년 문화 단위를 강화하기 위하여 중국 정부는 계속해서 예술문화단체의 개혁에 관한 의견, 무도회 관리문제의 개선에 관한 통지, 광고관리조례 등의 정책문건을 내놓았고 이러한 정책은 이후 문화시장을 여는 밑거름이 되고 있음
- 1985년 국가통계국 [제 3산업 통계 확립에 관한 보고서]
 - 제 1산업: 농업(목축업, 어업 등)
 - 제 2산업: 산업(제조, 전력, 가스 등)
 - 제 3산업: 이외의 각 산업 분야
- 1990년 중국은 제 11회 아시안게임을 성공적으로 치렀고, 스포츠 시장화와 산업화의 진입



[사진, 중국의 문화시장, 음악다방]



[사진, 중국 국가통계국]

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

02 중국 문화 산업의 발전

2. 문화 산업 발전의 모색기(1992-2000)

- **문화시장 확장기의 문화산업 정책시기**
 - 이 시기는 중국 시장 전반에 문화시장을 확대 발전시키기 위해 노력한 시기로, 문화산업이 초보적으로 시작되어 그 합법성을 얻기 위해 다양한 정책들이 시도되었으며, 문화산업정책의 기본방침이 탄생하고 규범화된 시기
 - 1988년 문화부와 국가공상국이 연합하여 문화시장의 관리업무를 강화하는 것에 대한 통지를 발표, 문화시장이라는 개념을 처음 정식 발표
- **1989년 국무원은 문화부 ‘문화시장관리국’의 설치를 허가하여 문화시장 관리체계의 건립이 시작되었다는 의미**
- **1991년-1992년 [문화산업] 명칭 출현**
 - 제3차산업을 발전시키기 위해 중대한 전략결정, 중국정법대학출판사 1992
 - 1993년 중국공산당은 [제 3차 산업 급속히 발전시키는 것에 관한 결정]에서 정식으로 신문, 잡지 간행물 관련 업종에 대한 경영을 제3차 산업으로 편입시켜, 중국 신문, 잡지 문화 간행물이 제3차 산업에 진입하였다는 의미를 가짐



[사진, 문화산업명칭 출현]

문화산업 → 제 3산업

- **2000년 이후 ‘문화사업’과 ‘문화산업’을 분리하여 추진하는 정책을 추진**

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

02 중국 문화 산업의 발전

3. 문화 산업 발전의 발전시기(2001-2011)

• 문화산업 급속성장기의 문화산업정책

- 이 시기는 중국이 문화산업 발전을 위해 국제적으로 WTO에 가입하고 국내로는 중국공산당 십육대가 열리면서 문화산업이 합법화로 나아가 급속히 성장하면서 신시기로 나아가는 시기
- 중국정부는 문화경제와 문화산업 정책을 더욱 강력하게 추진하기 위해 문화체제의 개혁을 주요 요소로 삼아 이를 더욱 심화 발전시키며, 각각의 산업구조와 결합을 통해 각 부문별 조정을 거쳐 국내외의 주요 발전요소와 통합을 구현하여 문화산업 발전을 촉진시킴
 - 1) 중국정부는 부분적으로 비영리적인 국유 문화기업을 영리를 추구하는 기업체제로의 개혁에 추진 ‘문화사업’과 ‘문화산업’의 범위와 한계를 구분
 - 2) 중국정부는 비유공제 자본이 문화산업의 발전에 차용되는 것을 매우 중시하여 적극 지원
중국정부가 원칙적으로 중국내 사회자본과 외국자본이 대등하게 중국문화산업에 진출하도록 규정
 - 3) 중국정부는 문화상품과 서비스산업을 지원하여 점차 수출 지향적인 문화산업으로 발전 유도
 - 4) 중국정부는 미래 문화산업의 발전을 위해 새로운 부문의 문화산업 콘텐츠와 전파방식을 더욱 적극적으로 지원



[사진, 중국 WTO가입]

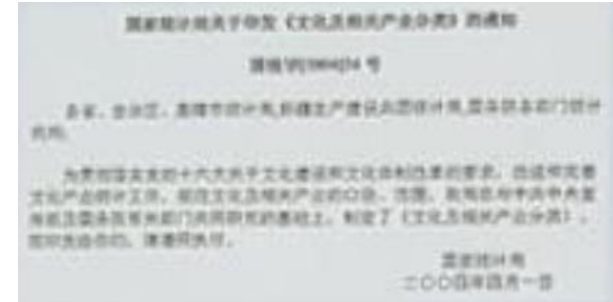
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

02 중국 문화 산업의 발전

3. 문화 산업 발전의 발전시기(2001-2011)

- 문화산업 급속성장기의 문화산업정책
 - 문화산업 정의: 사회민중문화, 엔터테인먼트 등 상품과 서비스를 제공하는 활동
 - 2009년 [문화산업진흥계획] 문화산업이 중국의 경제구조의 신동력이 되고 있음
- 문화산업 분류
 - 1) 핵심계층 : 신문, 출판, TV분야
 - 2) 그 외 : 인터넷, 오락, 여행, 광고 매체
 - 3) 서비스계층 : 문화용품, 시설제공, 생산 및 판매



[사진, 문화산업]

4. 문화 산업 발전의 도약시기(2012-현재)

- 문화산업의 정착기의 문화산업 정책
- 표1, 2012-2016, 문화콘텐츠산업의 성장비율
- 2008년 하반기 금융위기의 발생으로 세계적인 기업군이 성장세에 큰 타격을 받았으나, 문화산업은 오히려 세계 경제 추세에 반하는 성장세를 나타냄
- 앞으로 중국정부의 문화산업에 대한 주요 정책 방향은 더욱 국가적 차원에서 지원이 더욱 지속 될 것으로 전망



출처 : XU YUAN교수/Renmin University of China 인문대학
 중국의 콘텐츠산업 미래와 문제, 2019.05.31, 디자인트렌드국제학술대회

중국 문화산업의 발전 4대 요소

- 1인당 가처분소득 상승, 소비세대의 전환, 모바일 인터넷의 빠른 발전과 산업정책 지원의 4대 요소는 향후 중국 문화 엔터테인먼트 산업의 빠른 발전을 뒷받침하는 핵심 요소로 자리 잡았으며, 2021년 문화엔터테인먼트산업의 시장 규모는 2조 위안을 돌파 할 것으로 예측

1. 1인당 가처분소득 상승

- 2013년 중국의 1인당 GDP는 이미 43,900위안에 이르렀으며, 중국 문화엔터테인먼트 산업이 빠르게 발전 할 수 있는 기초 조건은 이미 갖춰져 있음. 정신적인 소비는 점차 물리적인 소비를 넘어서고 있어 문화엔터테인먼트 소비를 즐기는 것이 점차 사람들의 새로운 선택지가 됨

2. 소비 세대의 전환

- 80, 90 허우들이 중국의 주력 소비군으로 부상하여 전반적인 소비수준을 향상하고, 소비관념에 품질과 개성을 더욱 중시하고 있음. 중국의 새로운 소비계층은 생활방식, 소비 체험의 발전, 소비 수요, 소비 선호 등의 방면에서 뚜렷한 차이를 보이고 있음

3. 모바일 인터넷의 빠른 발전

- 모바일 인터넷의 빠른 발전으로 인터넷 모델에 의한 혁신이 끊임없이 일어나고 있고, 영상, 플랫폼, 라이브방송, 쇼트 클립 등이 문화엔터테인먼트 소비에 더 많은 방법을 제공하여, 소비자들은 휴대전화로 매일 문화엔터테인먼트에 42%의 인터넷 이용 시간을 소비함

4. 산업정책의 대대적인 지원

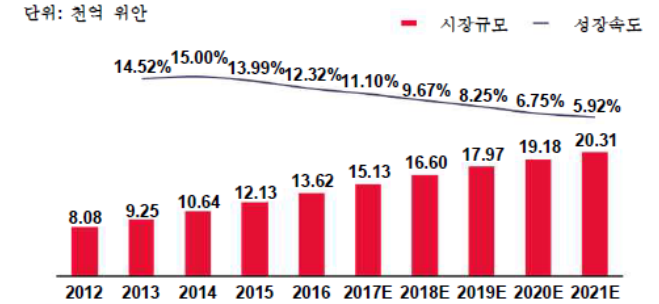
- 2012년 이래, 국무원 및 관련 부서는 문화엔터테인먼트 산업에 대해 일련의 거시 혹은 구체적인 지원 정책 및 관리 방법을 발표. 정책의 출범으로 문화엔터테인먼트 산업을 신속하고 건전하게 발전시키게 함과 동시에, 업계의 관리 감독 체계를 나날이 완벽하게 하여, 콘텐츠 품질을 점차 향상시킴

중국 문화 비교 연구

중국 문화산업의 발전

- 시장공간
 - 시장 공간 많은 기업들을 유치하였으며, 중국 문화엔터테인먼트산업 구조가 나날이 커지고 있음
 - 앞으로 문화 엔터테인먼트 시장에는 중국의 대형기업과 혁신 창업기업을 끌어들이 것이며, 중국 문화 엔터테인먼트 산업의 빠른 발전은 점차 전체 산업 구조와 생태계의 완성을 촉진할 것
- 발전 추세
 1. 차별화된 제품과 전략, 지속적인 이윤 창출이 경쟁이 될 것임
 2. 소매, 관광, 부동산 등 다른 산업과의 융합을 가속화
 3. 산업체인을 둘러싼 세부 영역이 황금기를 맞고 IP의 산업화 모듈화의 확대가 운영이 핵심이 될 것
 4. 우수한 콘텐츠의 해외수출이 지속적으로 증가 할 것이며, 외자도입 및 해외 투자 정책은 중국 문화엔터테인먼트 산업의 규범화 운영에 도움이 될 것

2012~2021년 중국 엔터테인먼트 및 미디어 산업 시장 규모 및 성장 속도



2014년 중국 문화엔터테인먼트 및 미디어 산업 규모가 1조 위안을 돌파했고, 2018년에는 전년 동기 대비 9.67% 증가한 1조7000억 위안에 이를 것으로 예측되며, 앞으로 중국 문화엔터테인먼트 산업의 발전에 따라 더욱 성숙해질 것이며, 성장속도는 둔화했지만, 2021년에 전체 시장 규모는 2조 위안을 돌파할 것임.

*출처:PINTU MEDIA<중국 문화엔터테인먼트산업 연구 보고>

중국 문화엔터테인먼트 산업 도보



*출처:PINTU MEDIA<중국 문화엔터테인먼트산업 연구 보고>

중국 문화 비교 연구

중국 문화산업의 새로운 구조

- 문화 엔터테인먼트 시장의 새로운 구조

1. 대형 인터넷 기업

- 알리바바, 텐센트는 자체 생태 및 감정을 기반으로 끊임없이 산업을 확장하고 있으며, 핵심은 여전히 사용자와 데이터를 통해 전개되고 있음

2. 인터넷 포털 기업

- 기존의 데이터 우위와 콘텐츠 자원에 힘입어, 빅3 포털 기업은 게임, 음악, 미디어, 도서 등의 문화엔터테인먼트 콘텐츠를 깊이 있게 배치하여, 비교적 좋은 이익을 얻고 있음

3. 인터넷 테크놀로지 기업

- 문화엔터테인먼트 전문 산업투자기금을 설립하기 위해 우수한 IP 콘텐츠를 융합하고, 끊임없이 자체 콘텐츠를 개발 및 정비하여 문화엔터테인먼트 산업에 편입

대형기업(알리바바, 텐센트, 샤오미)
문화엔터테인먼트
산업 투자 구조



*출처: PINTU MEDIA <중국 문화엔터테인먼트산업 연구 보고서>

[알리바바 문화관련 산업 투자 구조]



*출처: PINTU MEDIA <중국 문화엔터테인먼트산업 연구 보고서>

[텐센트 문화관련 산업 투자 구조]



*출처: PINTU MEDIA <중국 문화엔터테인먼트산업 연구 보고서>

[샤오미 문화관련 산업 투자 구조]

중국 문화 비교연구

03 중국 문화산업의 분야별 현황

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

1. 중국문화산업의 각 분야별 현황

- 1) 신문 출판 산업
- 2) 만화, 애니메이션
- 3) 게임산업
- 4) 여행 문화관광 산업
- 5) 새로운 형태의 문화서비스사업 등



출처 : XU YUAN교수/Renmin University of China 인문대학
 중국의 콘텐츠산업 미래와 문제, 2019.05.31, 디자인트렌드국제학술대회
http://www.cmnews.kr/?mid=webzineNews&sort_index=last_update&order_type=desc&page=195&document_srl=348067

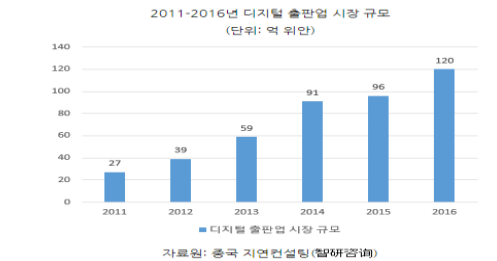
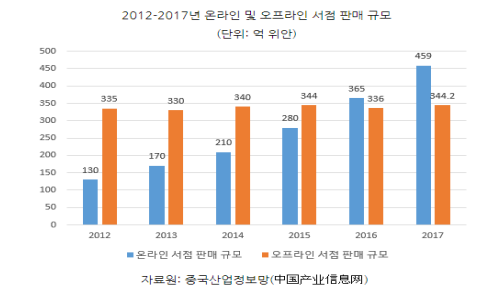
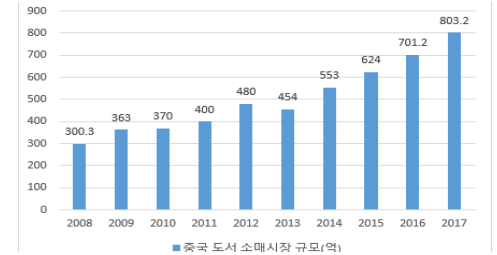
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

1) 중국 신문 출판 산업의 현황

- 중국 출판시장, 세계 2위 규모로 지속적인 성장세**
 - 전 세계 출판시장의 성장률이 둔화세를 보이는 가운데, 중국 출판 시장은 매년 성장세를 기록하고 있음
- 온라인서점 고속 성장, 도서 소매시장 성장 견인**
 - 도서 소매시장 매출 고성장은 주로 온라인 도서 구매 증가로부터 기인함. 2016년 중국 도서 소매시장 매출 701억 위안 중 오프라인 서점 매출은 336억 위안으로, 전년 동기 대비 2.33% 감소했으나 온라인 서점 매출은 365억 위안으로 30.36% 증가하여 최초로 오프라인 서점 매출을 넘어섬
- 디지털 출판산업 성장**
 - 스마트폰, 태블릿 PC 등 모바일 기기 보급 및 사용률 증가, 정부지원으로 디지털 출판업의 시장점유율은 해마다 상승 추이를 보임
- 시사점 :**
 - 판권 수출 시 중국 출판 환경에 대한 이해가 필수적으로 선행되어야함
 - 오프라인 서점은 온라인 서점 및 전자 출판업이 대체할 수 없는 독서 체험을 제공하고자, 서점 내 카페, 차관 등을 마련하거나 다양한 굿즈 판매 매대를 설치함. 따라서 우리 기업은 카페 입점 또는 팬시문구 등의 수출을 고려할 수 있음. 특히 오프라인 서점에서 아동 서적 비율이 보여주듯이, 자녀와 함께 방문하는 경우가 많으므로 서점 내 입점은 우리나라 캐릭터 산업이 진출 할 수 있는 좋은 방안이 될 수 있음



출처 : XU YUAN교수/Renmin University of China 인문대학

중국의 콘텐츠산업 미래와 문제, 2019.05.31, 디자인트렌드국제학술대회

<http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/list/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=170933&column=&search=&searchAreaCd=&searchN ationCd=&searchTradeCd=&searchStartDate=&searchEndDate=&searchCategoryIdx=&searchIndustryCatIdx=&page=1&row=100>

중국 도서출판산업 발전 현황 및 판권 수출 시 유의사항-KOTRA

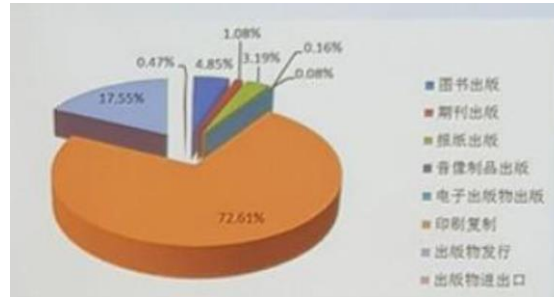
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

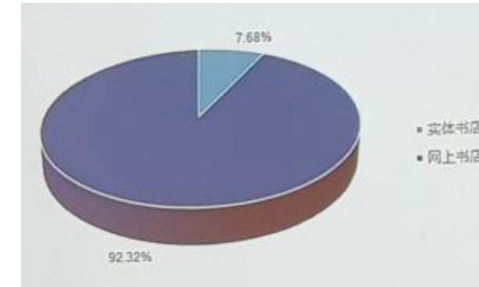
03 중국 문화 산업의 분야별 현황

1) 중국 신문 출판 산업의 현황

• 신문 출판산업 영업수익 비율

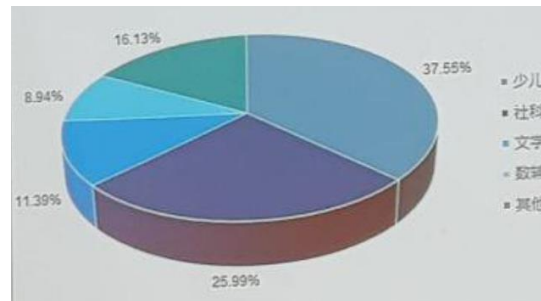


• 국내 도서 시장 온라인 및 오프라인 서점 판매



- 대부분 온라인으로 거래가 이루어 지고 있음
- 87.5% 이상 온라인 시장 판매

• 2017 국내 도서 시장에서의 아동도서에 대한 비율



- 아동도서 37.55%
- 사회과학 25.99%
- 문학분야 11.39%
- 교과서 8.94%
- 그 외(기타) 16.13%

출처 : XU YUAN교수/Renmin University of China 인문대학

중국의 콘텐츠산업 미래와 문제, 2019.05.31, 디자인트렌드국제학술대회

<http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/list/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=170933&column=&search=&searchAreaCd=&searchNationCd=&searchTradeCd=&searchStartDate=&searchEndDate=&searchCategoryIdx=&searchIndustryCatIdx=&page=1&row=100>

중국 도서출판산업 발전 현황 및 판권 수출 시 유의사항-KOTRA

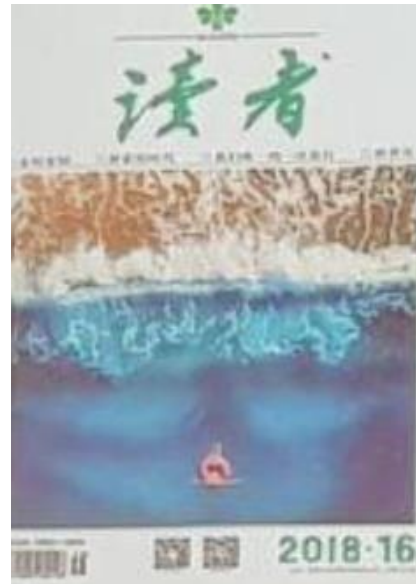
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

1) 중국 신문 출판 산업의 현황

- 중국 인기 잡지 TOP 3



미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

1) 중국 신문 출판 산업의 현황

- 인테리어디자인 관련 중국 인기 잡지 TOP 10



- ELLE Decoration China
- RayLi home
- Interior Design China
- Better Homes and Gardens China
- Architectural Digest China
- Living Magazine
- Top Deco & Home Accents
- Residence China
- Home Decoration China
- CONDE Design China

미래 어젠다 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

중국 문화 비교 연구

1) 중국 신문 출판 산업의 현황

- 중국 인기 신문 TOP 3



1. Reference News - 参考消息
1931-11-7 창립
발행량 300만 초과



2. People's Daily- 人民日报
1948-06-15
발행량 300만 초과



3. The Global Times 环球时报
1993-1
발행량 200만 초과

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

1) 중국 신문 출판 산업의 현황

- 중국 인기 신문 (기타)



4. [Southern Weekly](#)
南方周末



5. [Southern Metropolitan Daily](#)
南方都市报



6. [The China Youth Daily](#)
中国青年报



7. [Qilu Evening News](#)
齐鲁晚报



8. [Xinmin Evening News](#)
新民晚报



9. [Yangtze Evening News](#)
扬子晚报



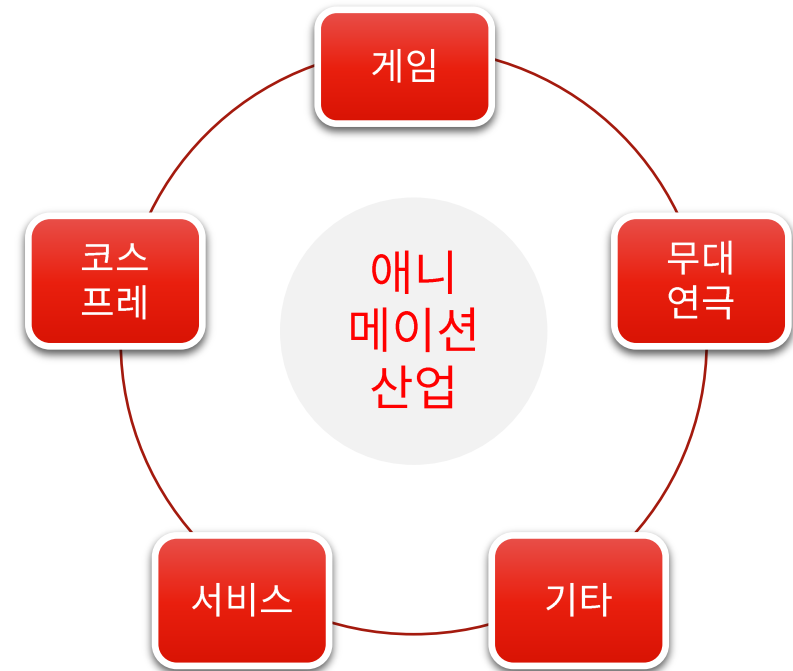
10. [West China City News](#)
华西都市报

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)



- 중국애니메이션 시장은 중국 정부가 2006년 부터 애니메이션을 문화산업 육성 전략분야로 설정 한 후 정부의 육성정책을 통해 지속적인 성장세를 이어가고 있으며, 다양한 디지털 매체를 통해서도 애니메이션의 보급을 확대시켜나가고 있음
- 2016년 기준, 우수한 창작 애니메이션 출판산업의 지속적인 발전을 위해 국가신문출판광전총국에서 [중국 창작 애니메이션 출판지원 계획] 정책 제시

미래 어젠다 연구

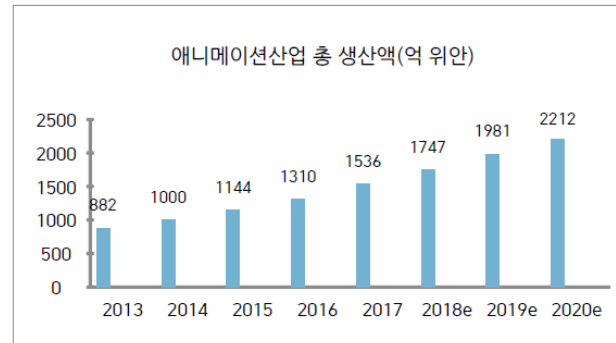
중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)

- 중국만화산업 시장규모

<2013-2020년 중국 애니메이션산업 총 생산액>



출처: iResearch(艾瑞)연구원의 종합 공개 자료

- iResearch 컨설팅(중국 시장조사기관)의 데이터에 따르면, 2018년 중국 동만(만화 및 애니메이션) 산업의 총 생산액은 1,500억 위안(약 25조 7,600억원)을 돌파하며 8년 연속 10% 이상의 증가세를 이어가고 있음.
- 온라인 애니메이션 이용자 수는 2억 명 이상으로 추정
- 만화산업만 각 플랫폼에서 외부에 공개된 데이터에 따르면 현재 중국 웹툰플랫폼의 총 이용자수는 1억 명 정도이며 연간 생산액은 50억 위안(약 8,600억 원) 정도이며 유료 웹툰 연 수익은 5억 위안(약 860억) 정도

<중국 만화플랫폼 월 이용자 수 TOP20>

순위	만화플랫폼	월간 이용자 수 (만 명)	순위	만화플랫폼	월간 이용자 수(만 명)
1	카이칸만화 (快看漫画)	4,551.55	11	푸츠위엔 (腐次元)	118.37
2	텐센트동만 (腾讯动漫)	1,379.04	12	요우아오치 (有妖气)	167.24
3	웨이보동만 (微博动漫)	1,087.84	13	선만화 (神漫画)	158.77
4	칸만화 (看漫画)	930.84	14	만화다오 (漫画岛)	145.16
5	보동싱치우 (波洞星球)	616.77	15	만만만화 (漫漫漫画)	135.15
6	동만 (咚漫)	473.22	16	션스바오디엔 (绅士宝典)	112.72
7	추만 (触漫)	354.40	17	미구쉴룬쉴룬 (咪咕圈圈)	108.60
8	왕이만화 (网易漫画)	248.82	18	동만즈지아 (动漫之家)	106.11
9	티이탄 (第一弹)	226.20	19	즈인커만 (知音客漫)	101.12
10	만화타이 (漫画台)	219.32	20	뿌카만화 (布卡漫画)	87.83

출처: 중국 만화 온라인 플랫폼 MAU(월간 활성 이용자 수) 순위

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)

- 중국만화산업 발전과정



만화잡지



웹툰 플랫폼

- 1990년대부터 생겨나기 시작하여 <북경카툰>, <중국카툰> 등의 만화잡지가 출간되며 최초의 전업 만화가를 탄생시킴. 그 후 <만우>, <지음만객>을 통하여 만화산업은 큰 성장을 이루며 만화잡지는 한 세대 젊은이들의 추억이 됨
- 인터넷 시대를 맞이하면서 만화 잡지의 판매량이 하락하기 시작하였으며 웹툰플랫폼의 이용자는 날이 갈수록 증가하였으며 요우야요치, 텐센트동만, 콰이칸만화 등의 만화플랫폼들이 연이어 등장하기 시작

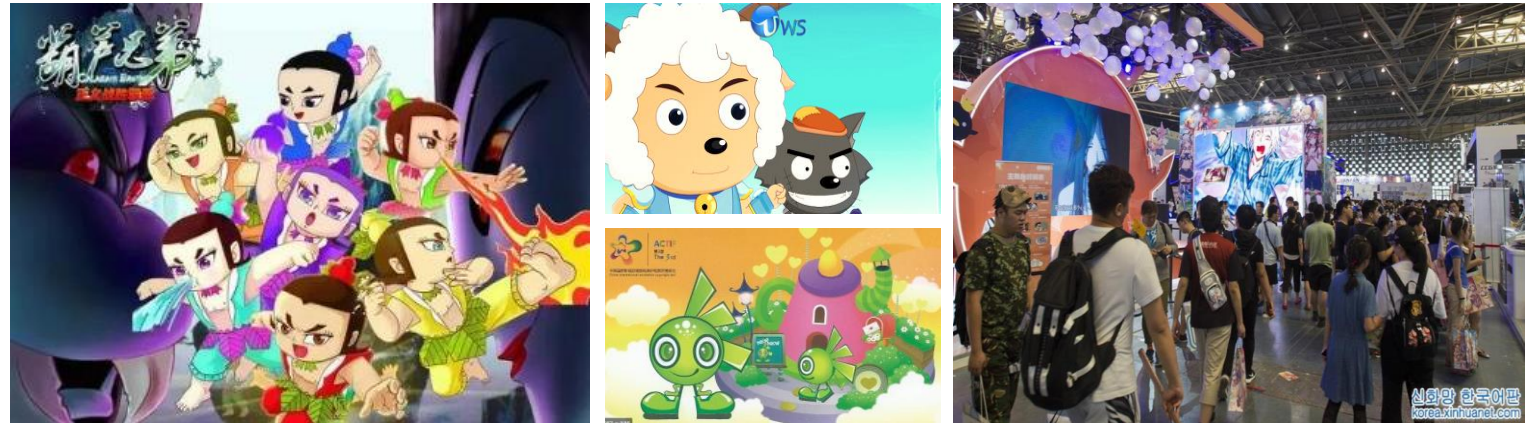
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)

- 중국 애니메이션산업의 발전을 위해 각 지역별 애니메이션 박람회 개최



- 2006년 발표된 발전 전략을 중심으로 애니메이션페스티벌을 개최하고 있음
- 베이징, 상하이, 광저우, 항저우의 국제 애니메이션페스티벌은 각 지역을 대표하는 문화축제로 거듭나고 있음
- 다양한 장르의 콘텐츠 소개와 전시효과로 각 지역의 문화산업과 문화도시로서의 발전 가능성 및 도시경쟁력을 높일 수 있는 신성장동력으로 작용하고 있음

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)

- 중국 애니메이션산업의 발전을 위해 ‘해외 진출 전략’



- 2015년 이후 중국의 애니메이션은 **해외합작형태의 제작이 증가하고 있음**
- ‘일대일로(一帶一路)’ 전략은 애니메이션 업계의 해외 진출 방향을 제시하고 관련 국가들과의 합작 교류를 증가시키고 있음
- 중국의 인터넷 사이트와 멀티미디어 영역의 상장회사들은 다양한 장르의 해외 합작을 추진하고 있음
- 아이치이, 유쿠, 투도우, 텐센트 등 영상 재생 전문 사이트에서 해외 애니메이션 작품의 판권을 사들여 해외 시장의 영역을 확대시켜 나가고 있음
- 해외 시장으로의 적극적인 투자와 합작 등의 방식을 통하여 애니메이션 장르 보급을 확대시켜 나갈 것으로 예상

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)

- 중국 애니메이션산업의 ‘산업구조’



- 애니메이션 산업구조 내용 창작, 발행, 파생상품으로 나뉘어져 수익을 분배하고 있음
- 다양한 형태로의 소비를 유발하여 도시의 문화소비를 촉진하고 있음
- 내용창작 부문 : 만화소설, TV 애니메이션, 영화 애니메이션 등으로 구분
- 내용 발행 부문 : 전통구도, 온라인 구도
- 파생상품 부문 : 완구, 문구, 게임, 의류 등까지 연결되어 다양한 제품으로 소비자들에게 다가가고 있으며, 테마파크산업, 게임산업 등 경제적 가치를 상승시키는데 중요한 역할을 하고 있음
- 최근 상하이 디즈니랜드의 애니메이션 캐릭터를 활용한 테마파크 산업은 장강삼각주 지역의 새로운 소비 동력으로 부상 될 것으로 기대

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

2) 만화산업 (애니메이션)

- 중국 애니메이션산업의 ‘시장 전망’



- 중국의 애니메이션시장은 지속적으로 성장할 것으로 전망
- 2018년 연평균 13.5% 성장하여, 12억 300만 달러 규모에 도달
- 중국 최대 전자상거래 업체인 알리바바는 문화콘텐츠, 전자상거래 결합 ‘IP 플랫폼’을 구축하여, 소비자시장이 활성화 될 것으로 전망
- 애니메이션 시장에서 우수한 자원인 제조업, 과학기술, 금융, 광고, 여행 관광분야 등 다양한 분야와의 융합을 하여 산업 발전으로 거듭날 것으로 기대

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

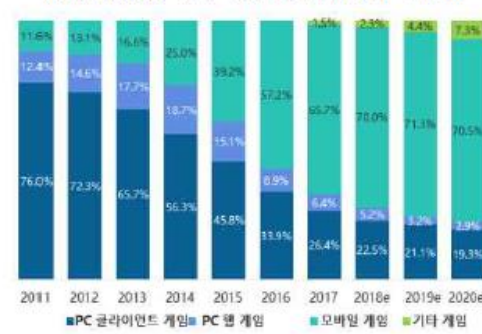
3) 게임산업 시장

• 중국 게임산업 시장 발전 현황

2011-2020년 중국 인터넷 게임 시장규모



2011-2020년 중국 인터넷 게임산업 세분화



2013-2018년 중국 모바일 게임 시장 이용자 규모



*출처:아이리서치

*출처:아이리서치

- 2018년 중국 인터넷 게임 시장규모는 2600억 위안을 넘어 2017년 동기대비 23.8% 성장 할 것으로 예측되며 비교적 안정적인 발전 단계에 진입. 2018년 이후 성장률이 급락할 것이며, 게임 시장은 점차 성장시장에서 성숙시장으로 변화 할 것으로 예측
- 게임산업 세분화 시장에서 2018년 모바일 게임 시장 규모가 70%까지 오를 것으로, PC게임과 격차가 더욱 벌어져 최대 세분화 시장으로 부상될 것임
- 최근 왕자영요가 중국 모바일 게임 시장의 급성장을 촉진하는 촉매체가 되었고, 이로 인해 이용자의 유료 서비스 이용 및 정품버전 게임 사용 등 저작권 관련한 건전한 유저 의식도 자리 잡고 있음

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

3) 게임산업 시장

- 중국 게임산업 유형별 현황



출처: 중국콘텐츠산업동향(2017년 09호)

- 모바일 게임 강세로 PC게임은 한동안 주춤했지만 텐센트와 360과 같은 대형 기업에서는 PC클라이언트 게임 전문 플랫폼을 선보이면서 시장 부흥을 위해 노력하고 있음
- TGP는 e 스포츠게임과 대형게임 등과 같은 규모가 큰 게임을 중심으로 서비스하고 있어, 기존 캐주얼 게임 위주의 PC 클라이언트 게임 플랫폼과의 차이를 두고 있음
- 중국 모바일 게임시장 규모는 2016년 기준 약 1,023억 위안(약17조)으로 전년도 대비 81.9% 증가하면서 빠른 속도로 발전하고 있음

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

3) 게임산업 시장

- 중국 인기 게임



[중국 인기 모바일 게임]

	검협정연(剑侠情缘) - 클래식 무협 게임 IP - 모바일 클라이언트 게임		왕자영요(王者荣耀) - LOL의 모바일 버전 - 현재 중국에서 가장 인기있는 모바일 게임
	천녀유혼(倩女幽魂) - 영화로 잘 알려진 IP - 캐릭터의 특징을 극대화한 롤플레이 게임		음양사(阴阳师) - 일본어 더빙으로 제공되는 게임 - 현재 중국에서 왕자영요 다음으로 많은 인기를 끌고 있는 모바일 게임
	클래시로얄 - 모바일 e 스포츠를 즐길 수 있는 게임		지렁이 게임(贪吃蛇大作战) - 지렁이가 먹이를 먹는 단순한 형식을 게임화 - 간단한 조작과 중독성으로 모바일 게임으로 최적화 된 게임

출처: 중국콘텐츠산업동향(2017년 09호)

- 2018년 기준 중국에서 가장 인기 있던 모바일 게임종류:

- 1) 카드보드 게임
- 2) MOBA(멀티플레이어 온라인 배틀 아레나, 게임 내 여러 캐릭터가 모여 적을 물리치거나 성/요새 뺏기 위해 다 같이 게임하는 방식)

- 2017년 상위 5위 게임

- 1)왕자영요 2)몽환서유 3)천년유혼 4)대화서유 5) 음양사

중국도 점점 지적재산권이나 특허 등에 관심을 가지기 시작하면서 관련 법률이 제정되고 있으며, 국가 차원에서도 엄격하게 관리를 하고 있음. 이용자들의 성숙한 문화 시민의식을 지니고 모바일 게임 정품을 사용하고, 더욱더 다양한 게임 콘텐츠를 개발해 잠재적인 고객을 이끌어 내는데 초점을 두고 있음

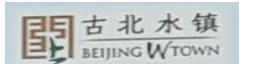
미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

4) 여행 문화 관광산업

- 2012-2017 중국 여행 문화 산업 현황



- 중국 내 여행 관광 시장 통계를 보면 해마다 계속 증가 하고 있음
- 중국여행연구소 최근 발표한 2018년 중국 피서여행데이터보고서에서 중국 7월 8월 국내여행수가 10억명에 달할 것으로 예측
- 중국 국내여행객수의 예상치인 50억명을 고려하면 5분의 1 수치이지만, 피서여행객의 증가가 계속 증가되는 점을 강조
- 인기 피서 여행지로 원난, 구이저우, 간쑤, 칭하이, 산둥, 내몽고 등이 꼽힘
- 중국인의 여행의 질이 높아진 만큼 관광업계도 질 좋은 서비스를 위해 노력 중
- 베이징 W TOWN은 리조트, 주거스타일 경험을 여행서비스와 접목시킴

출처 :XU YUAN교수/Renmin University of China 인문대학
 중국의 콘텐츠산업 미래와 문제, 2019.05.31, 디자인트렌드국제학술대회
 상해한인신문, <https://blog.naver.com/shkonews/221344278872>
<https://traveldd8.tistory.com/6>
<http://www.wtown.de/wolong-fort-area.html>

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

4) 여행 문화 관광산업

- 중국 여행 문화 관광 산업



- 관광여행지를 모티브로 다양한 스토리와 콘텐츠를 담은 기념 상품 출시
- 여행 장소만 방문하는 것이 아니라, 여행지의 스토리와 콘텐츠를 가져갈 수 있도록 제공

미래 어젠다 연구

중국 문화 비교 연구

03 중국 문화 산업의 분야별 현황

4) 여행 문화 관광산업 (공유경제)

- 중국 여행 문화 관광 산업 : 우산, 헬스장 등 공유



시사점 :
 중국 공유 경제가 급속하게 성장함에 따라, 각 기업들이 제대로 운영 및 유지관리 되는 기업을 찾기는 어려움.
 일부 공유경제 사업 모델은 돈 자원 낭비로 이어지고 있다고 중국 신문망이 보도
 중국은 현재 공유경제의 과잉단계로 기본에 있는 공유경제 기업들에 대해 정부에서 엄격하게 통제하고 관리할 필요가 있음

- 바쁜 여행가, 도시 직장인들이 자신이 원하는 시간에 사용할 수 있도록 제공한 공유헬스장
- 온라인을 통해 예약 (30분 이용시 약한 850원)
- 헬스장은 1000가구 이상이 거주하는 베이징 주택 사이에 있으며, 기업가치가 1억위안 이 넘음
- 한 벤처기업이 BMW 공유 자동차 1500대를 도입하여 공유자동차로 배치
- 약 17만원으로 결제를 통해 안면인식 시스템을 통해 본인인증

중국 공유경제의 현재 2016년 기준



중국 공유경제 유형별 시장 거래 규모

금융	2조 863억 위안
생활서비스	7233억
생산설비	3380억
교통	2038억
지식정보	610억
숙박	243억
의료	155억

자료: 중국공유경제발전보고

출처 :XU YUAN교수/Renmin University of China 인문대학
 중국의 콘텐츠산업 미래와 문제, 2019.05.31, 디자인트렌드국제학술대회
<https://blog.naver.com/kke5825/221429756635>
<https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=19010465&memberNo=41929221&vType=VERTICAL>

이 자료는 저작권법에 의거하여
보도, 비평, 교육, 연구를 위한 목적으로만 사용 가능하며,
정당한 범위에서 공정한 관행에 합치되게 사용시 인용이 허용됩니다.
또한, 자료를 이용하는 자는 자료상의 원 출처를 명시하여야 합니다.