



장르별 중국시장 진출 프로세스가이드



KOCCA
한국문화콘텐츠진흥원





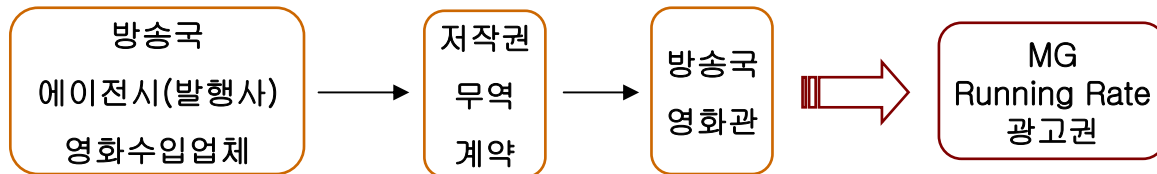
1.애니메이션



애니메이션 중국 사업방식

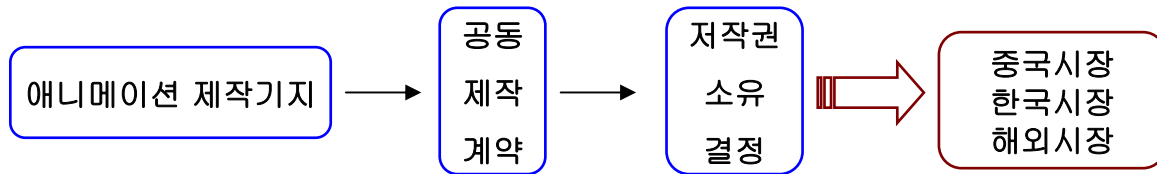
방송/방영권 판매

- 가장 보편적인 형태
- 방송국/에이전시
- 영화수입업체
- MG
- Running Rate



공동제작

- 애니메이션 제작기지
- 저작권 소유문제 해결
- 시장 공동개척



캐릭터 라이선싱

- 캐릭터 상품 저작권
- 저작권/상표권 문제해결

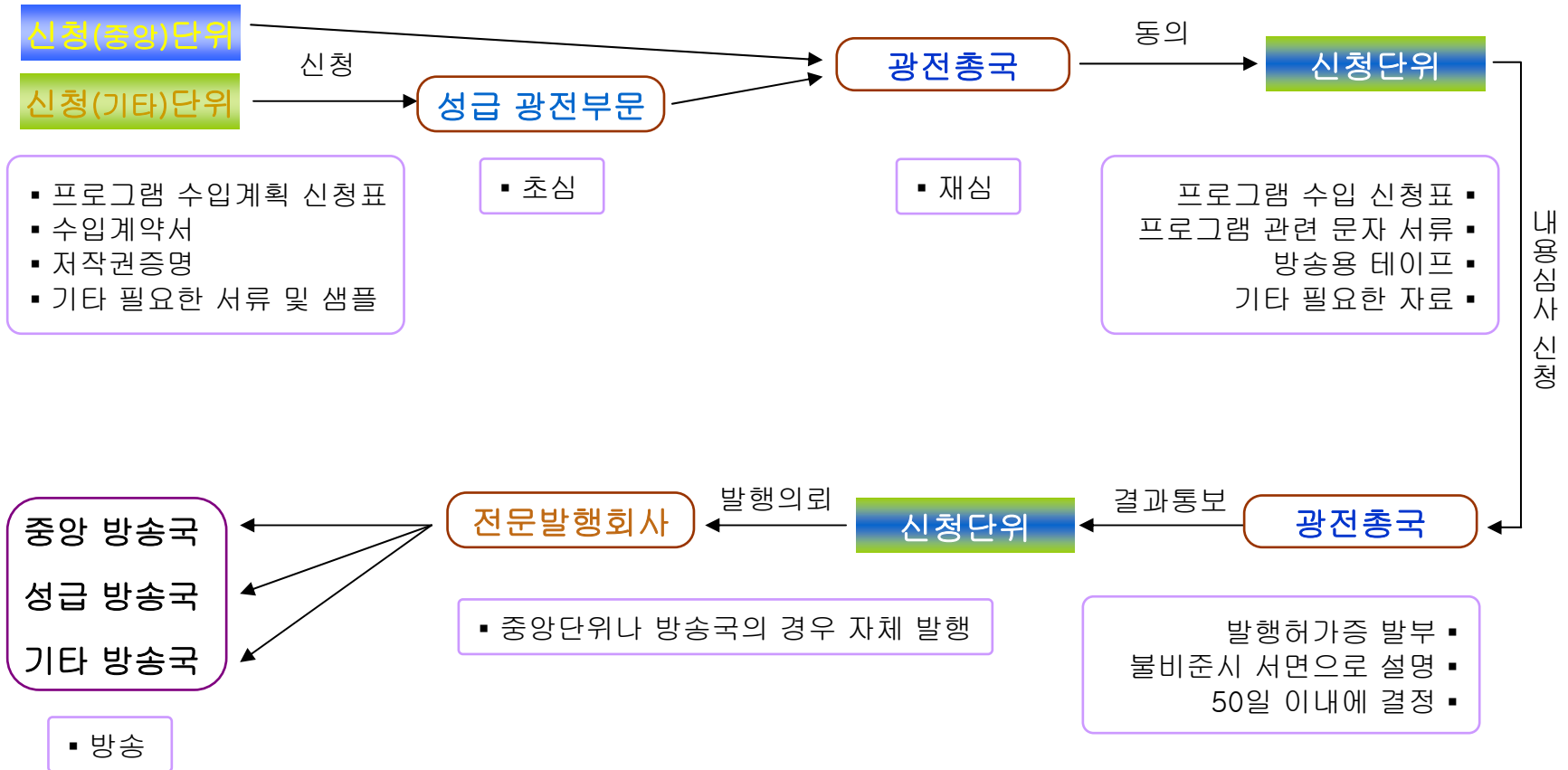
• 방송/방영권과 구분하여 캐릭터 사업 진행시 저작권 문제를 명확하게 해야 함



1. 애니메이션



1-1. 수출

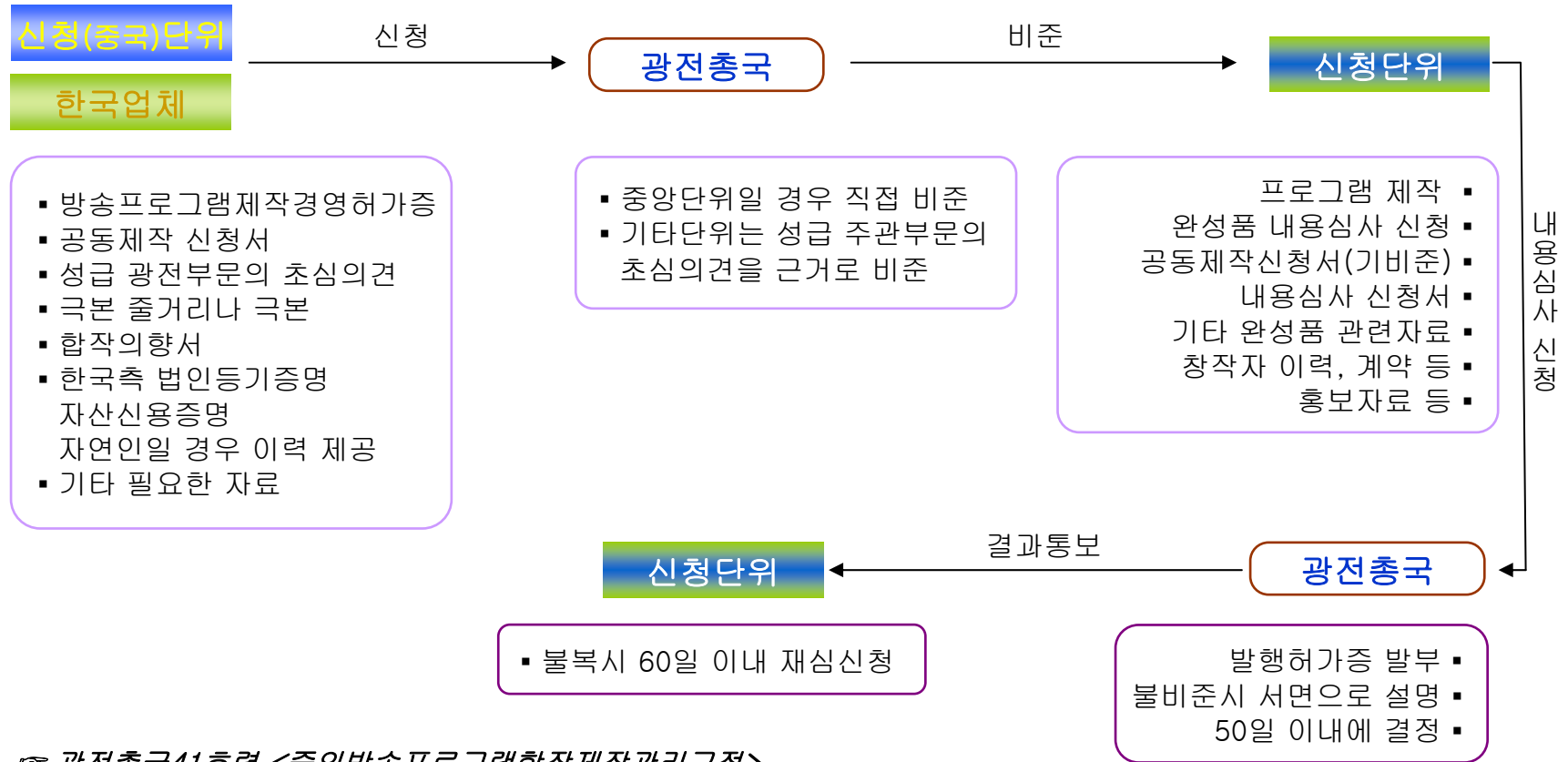




1.애니메이션



1-2. 공동제작



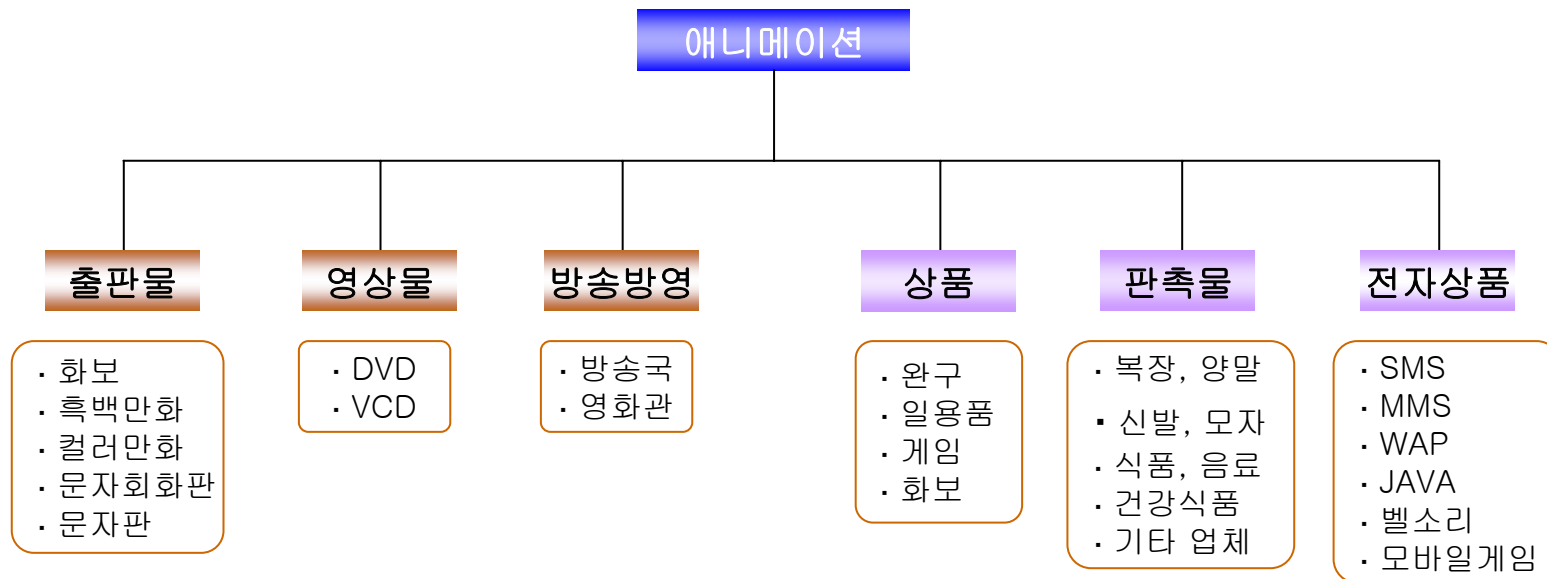
☞ 광전총국41호령 <중외방송프로그램합작제작관리규정>



2.캐릭터



- 중국 파트너와 공동으로 저작권에 대한 투자로 캐릭터 개발을 진행하는 경우도 있긴 하지만 현재까지도 캐릭터 분야에 있어서는 라이선싱(저작권 무역)이 주를 이루고 있음
- 라이선싱의 전제조건은 완전한 캐릭터 시스템을 갖추는 것이 중요함. 애니메이션이나 카툰에서 파생되는 의미로서의 캐릭터가 아닌 독립적인 산업이라는 사실을 염두에 두고 라이선싱을 진행하는 것이 중요
- 다른 영역의 문화상품도 마찬가지로이지만 캐릭터의 경우 특히 저작권이나 상표권 등록에 철저한 준비를 진행해야 함

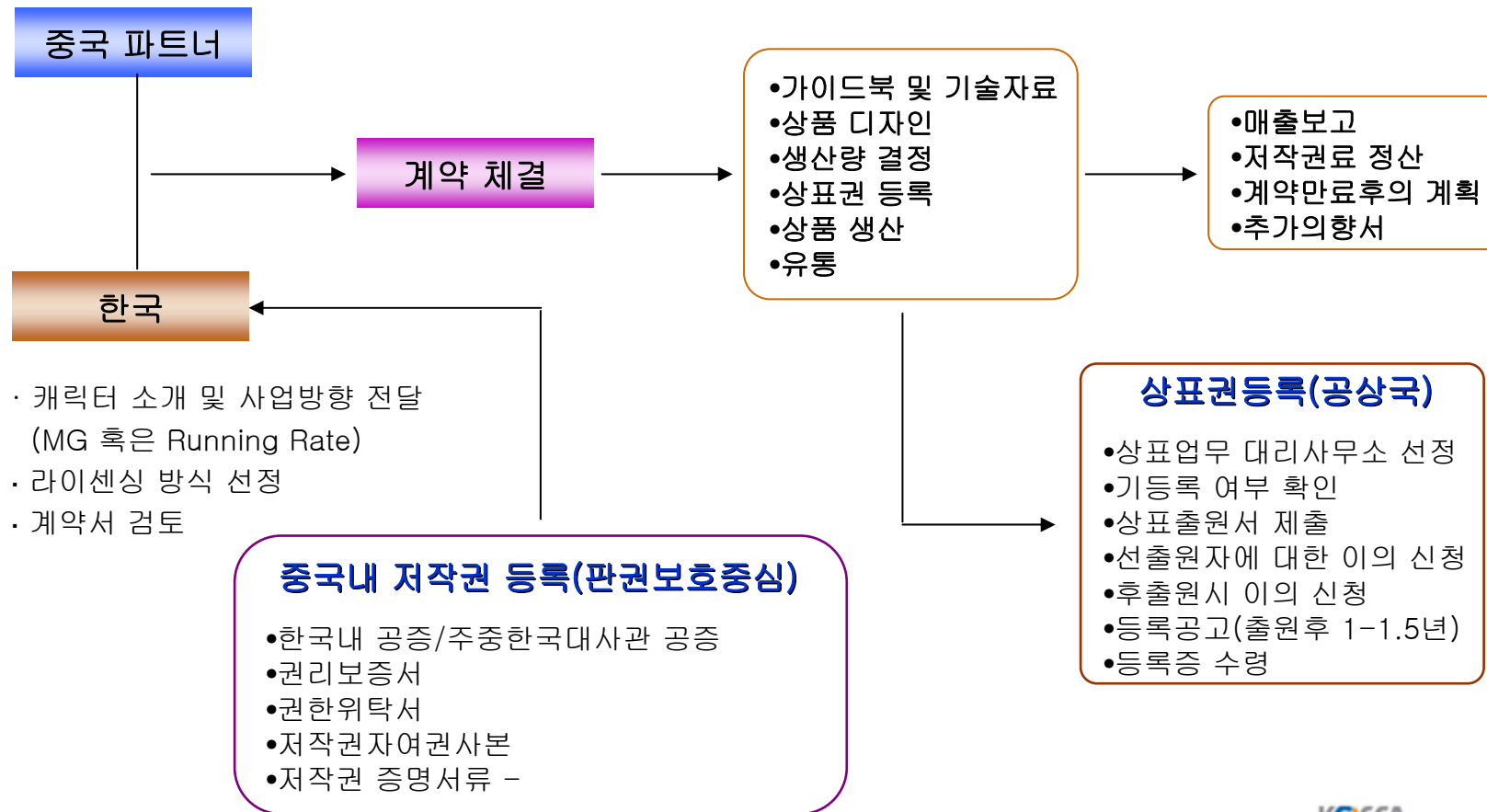




2.캐릭터



수출(라이선싱)



- 캐릭터 소개 및 사업방향 전달 (MG 혹은 Running Rate)
- 라이선싱 방식 선정
- 계약서 검토

중국내 저작권 등록(판권보호중심)

- 한국내 공증/주중한국대사관 공증
- 권리보증서
- 권한위탁서
- 저작권자여권사본
- 저작권 증명서류 -

상표권등록(공상국)

- 상표업무 대리사무소 선정
- 기등록 여부 확인
- 상표출원서 제출
- 선출원자에 대한 이의 신청
- 후출원시 이의 신청
- 등록공고(출원후 1-1.5년)
- 등록증 수령

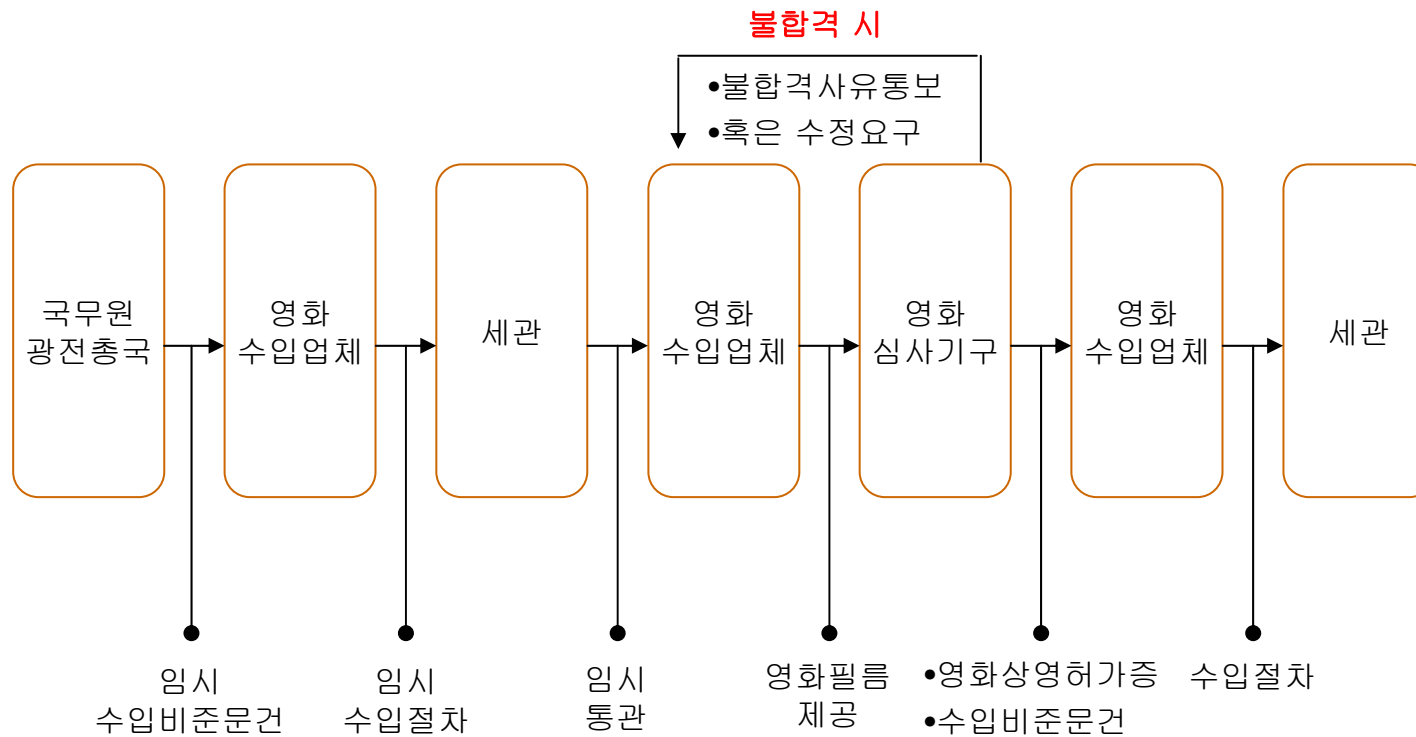




3. 영화



3-1. 수출

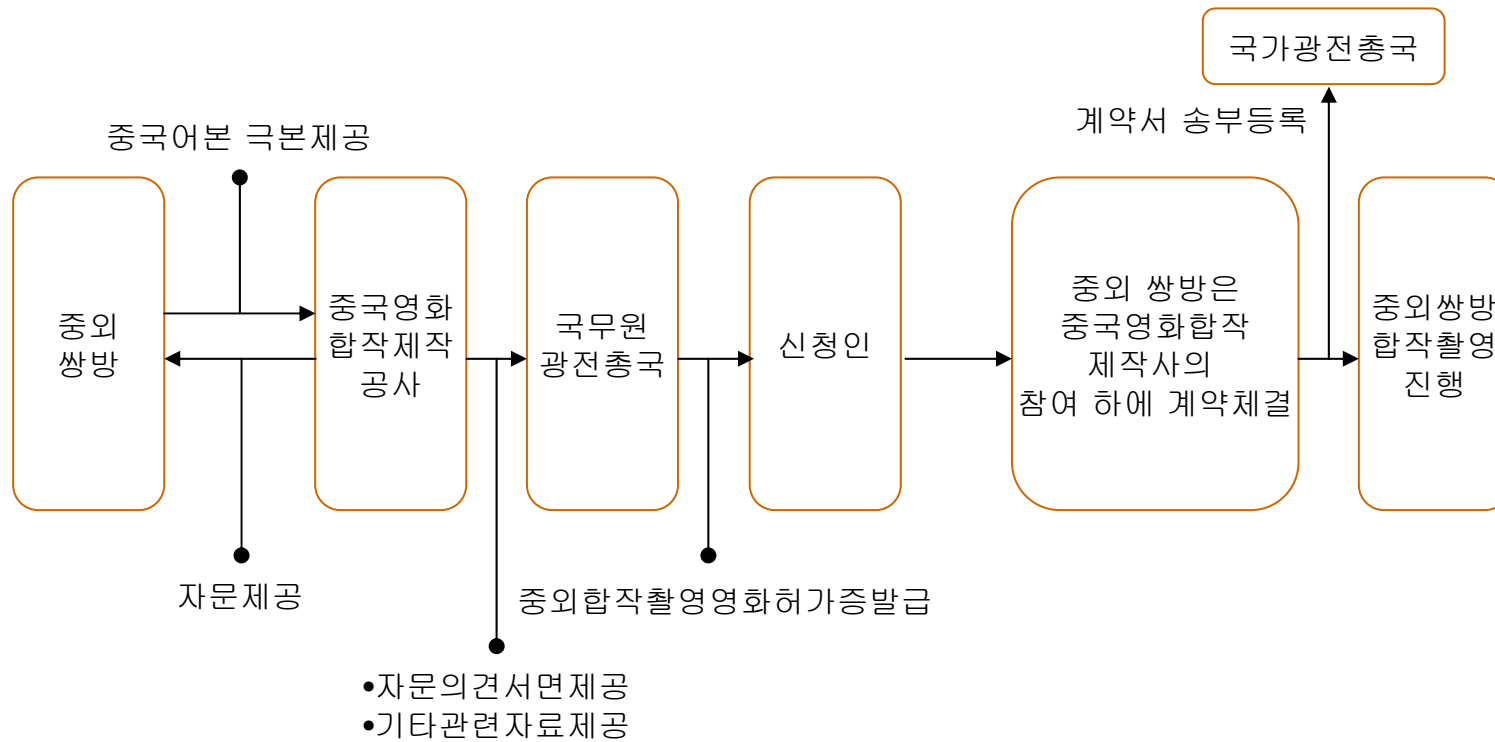




3. 영화



3-2. 공동제작

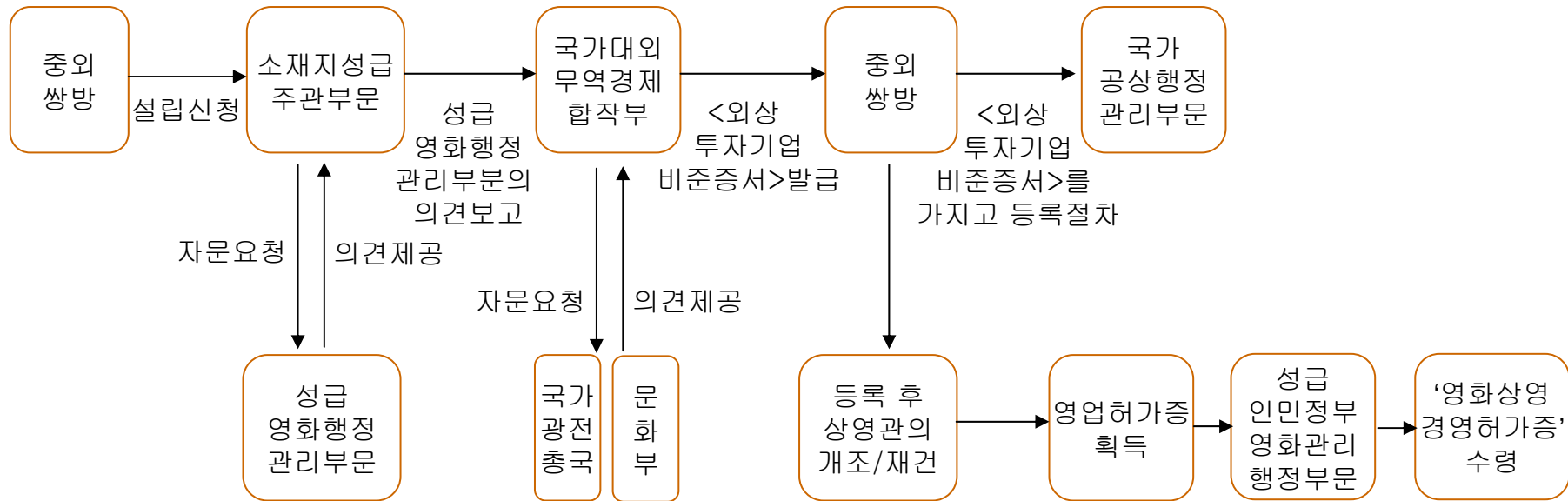




3. 영화



3-3. 영화관 설립



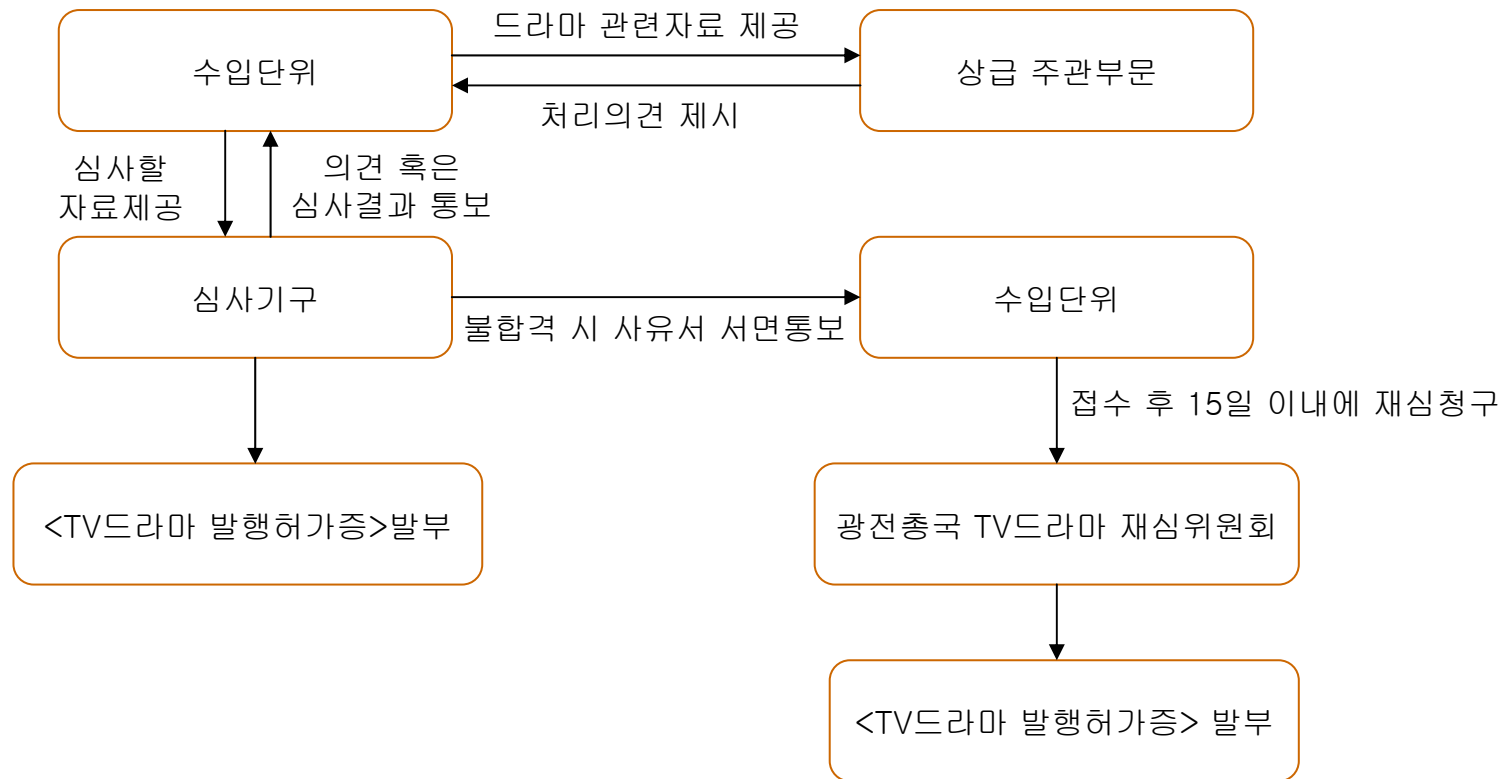


4. TV드라마



4-1. 수출

기존에는 드라마 저작권을 보유한 에이전시가 중국내 방송국이나 에이전시를 통해 무역을 진행했지만, 최근에는 방송국간의 직접 저작권무역이 늘어나고 있음



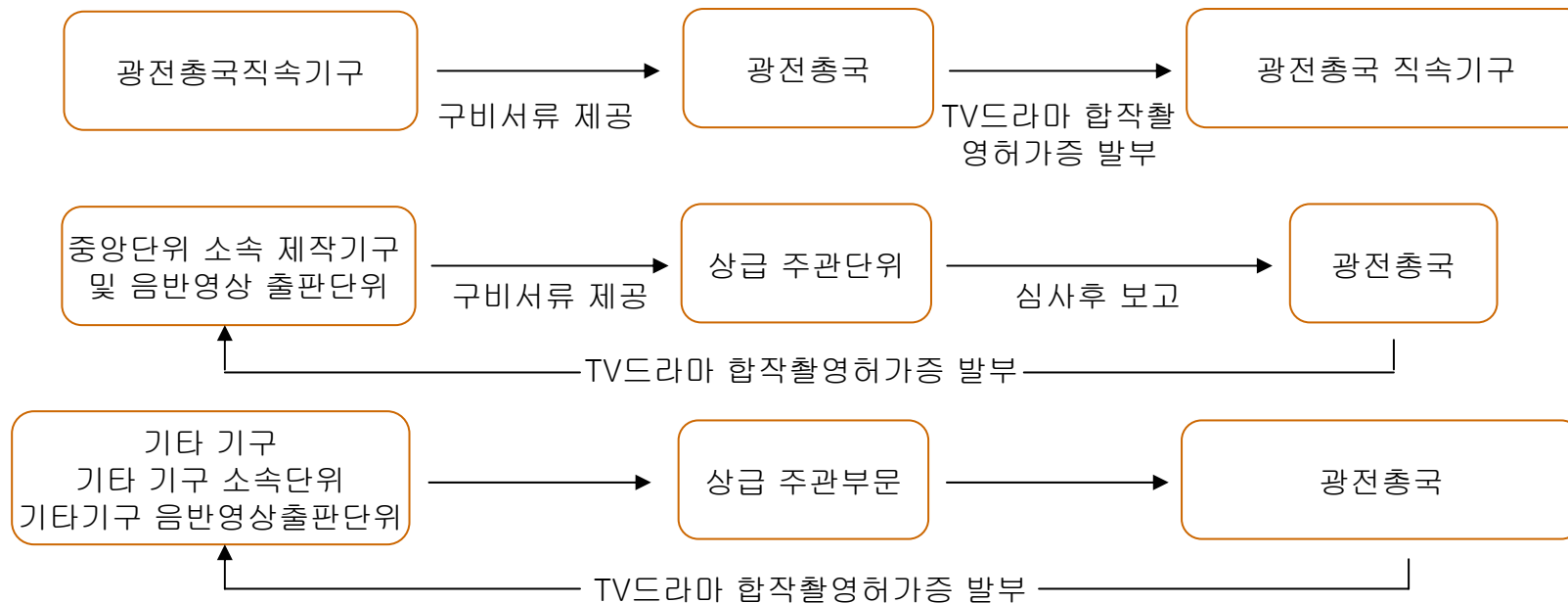


4. TV드라마



4-2. 합작촬영

- 한국 국내시장을 겨냥했던 드라마 제작이 한국과 중국시장을 동시에 공략하기 위해 중국내 합작제작 드라마가 늘어나고 있는 추세
- 기존에는 유명 연예인을 투입한 제작이 진행됐었지만 향후 유명 연예인, 촬영기술, 현장PD 등이 투입되는 한중 합작드라마 제작이 늘어날 것으로 보임



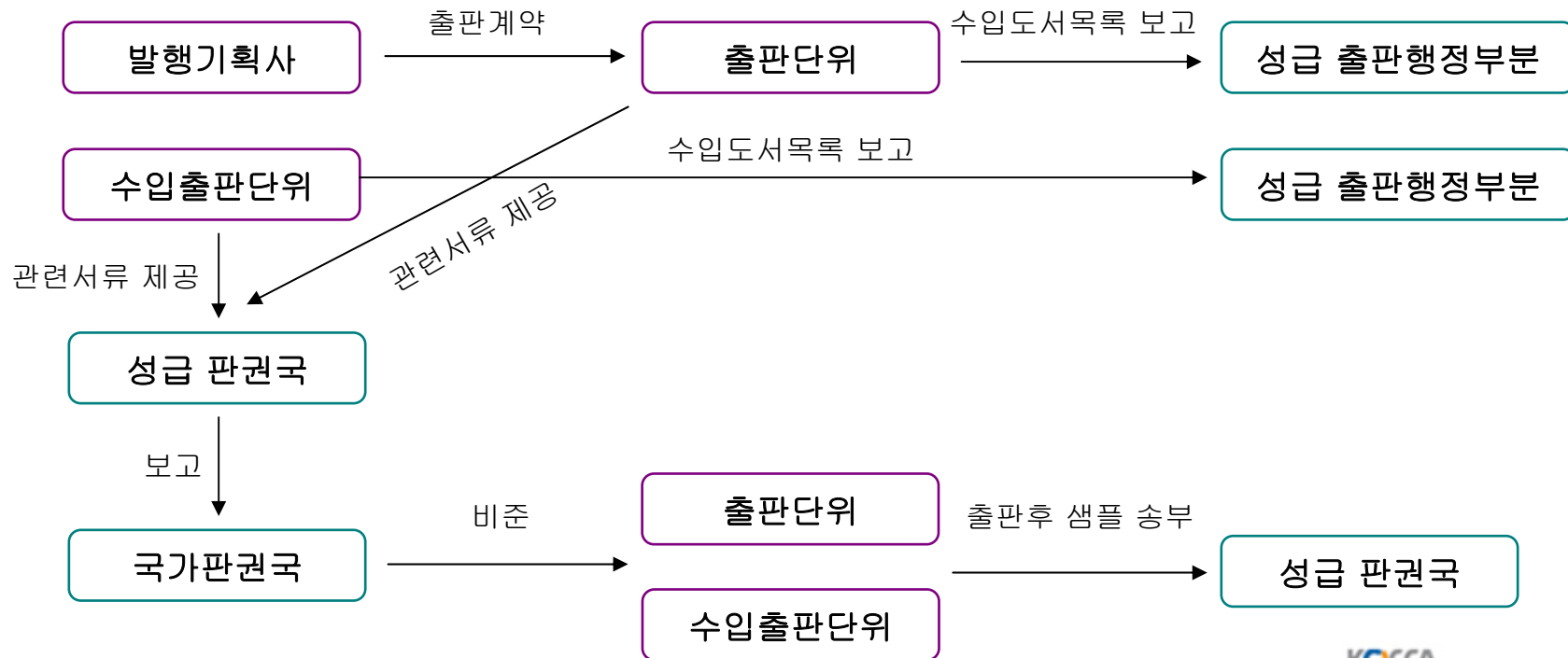


5.출판(만화)



수출(저작권 무역)

- 중국내 출판시장은 도소매시장까지 개방이 된 상황이지만, 직접 출판시장 개방은 요원함
- 저작권 무역을 위해서는 출판사와 직접 계약하는 방식도 있지만, 발행기획사와 저작권무역을 진행하는 것도 경우에 따라서는 필요함



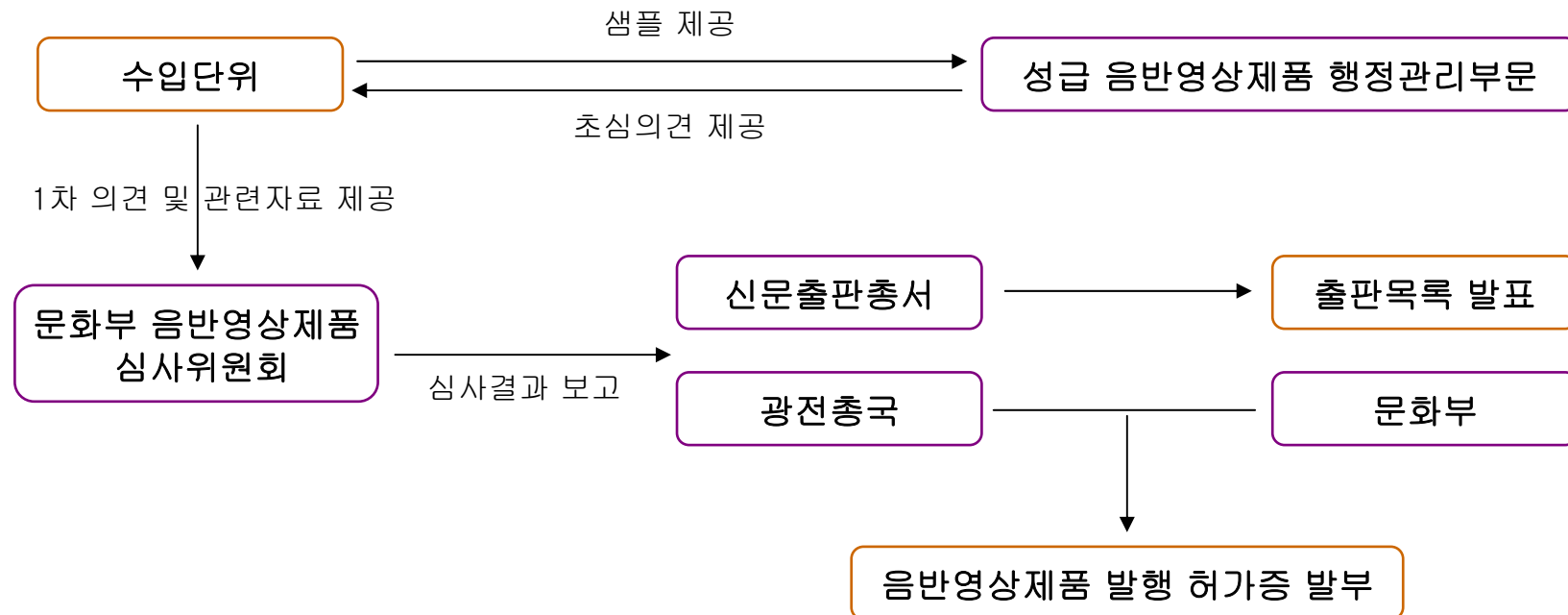


6. 음반영상



6-1. 수출

- 음반영상제품의 완제품 수입은 국무원 문화행정부문이 수입단위를 지정
- 출판에 사용되는 음반영상제품의 수입은 국무원 문화행정부문의 내용심사 필요
- 출판에 사용되는 음반영상제품의 수입은 그 저작권을 국무원 저작권행정관리부문에 등기

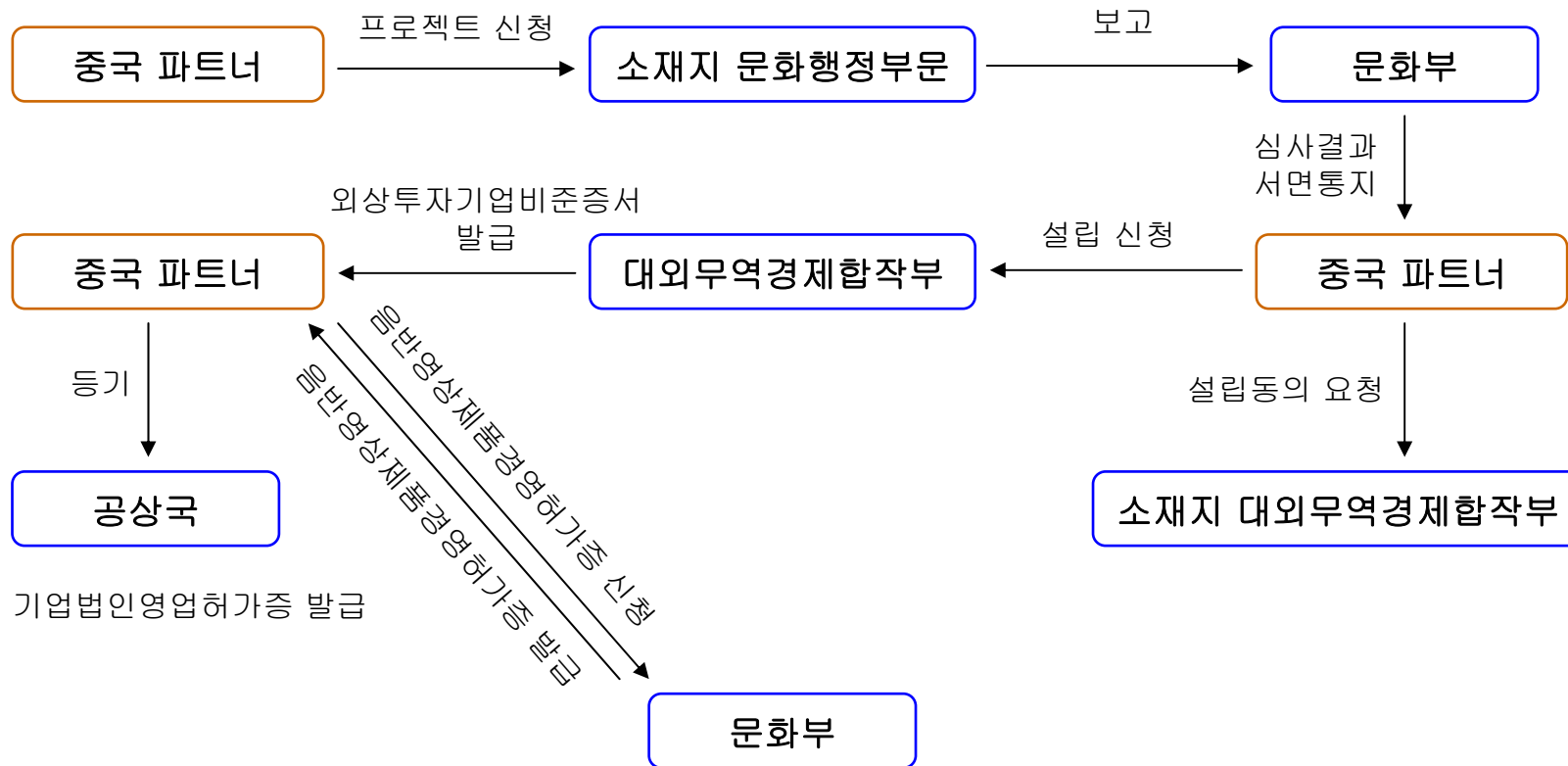




6. 음반영상



6-2. 중외합작음반영상 판매기업 설립



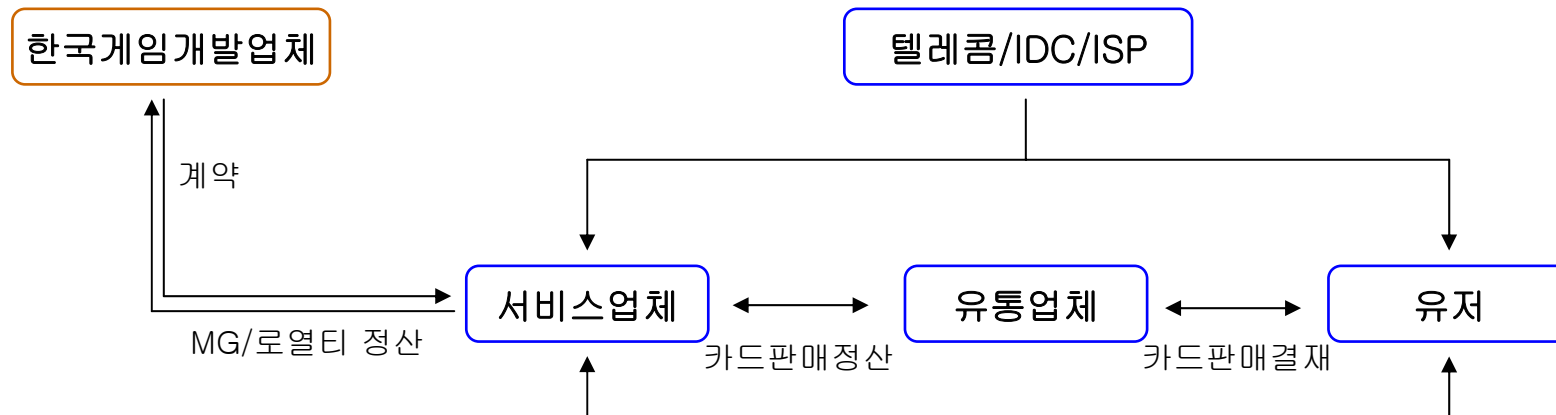


7. 온라인게임



수출(유통 프로세스)

- 온라인게임시장은 개발업체(해외파트너), 서비스업체, 유통업체로 구분
- 온라인게임은 아직도 해외에서 수입된 콘텐츠가 절반 이상으로, 이들이 중국시장을 장악 (자체개발 가능한 업체는 메이저급의 극소수)
- 포인트카드의 유통으로 오프라인에서 결제가 이루어짐 (유통업체가 전체 시장에서 차지하는 비중이 크고, 카드판매액의 30%정도를 수익으로 삼음)

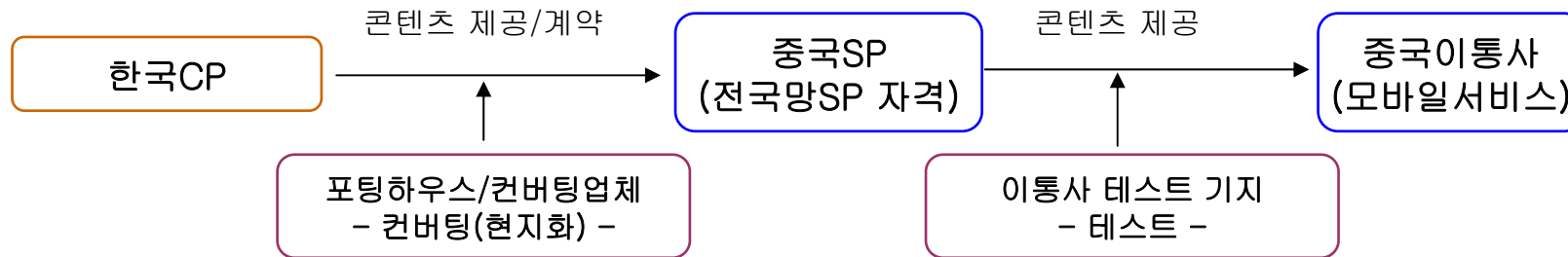




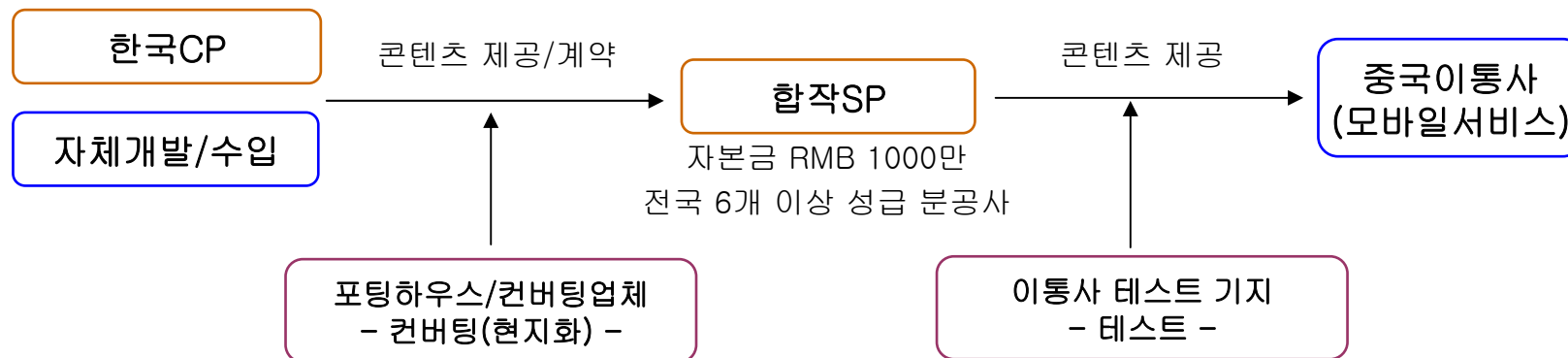
8. 모바일콘텐츠



8-1. 수출



8-2. 현지 합작 SP 서비스

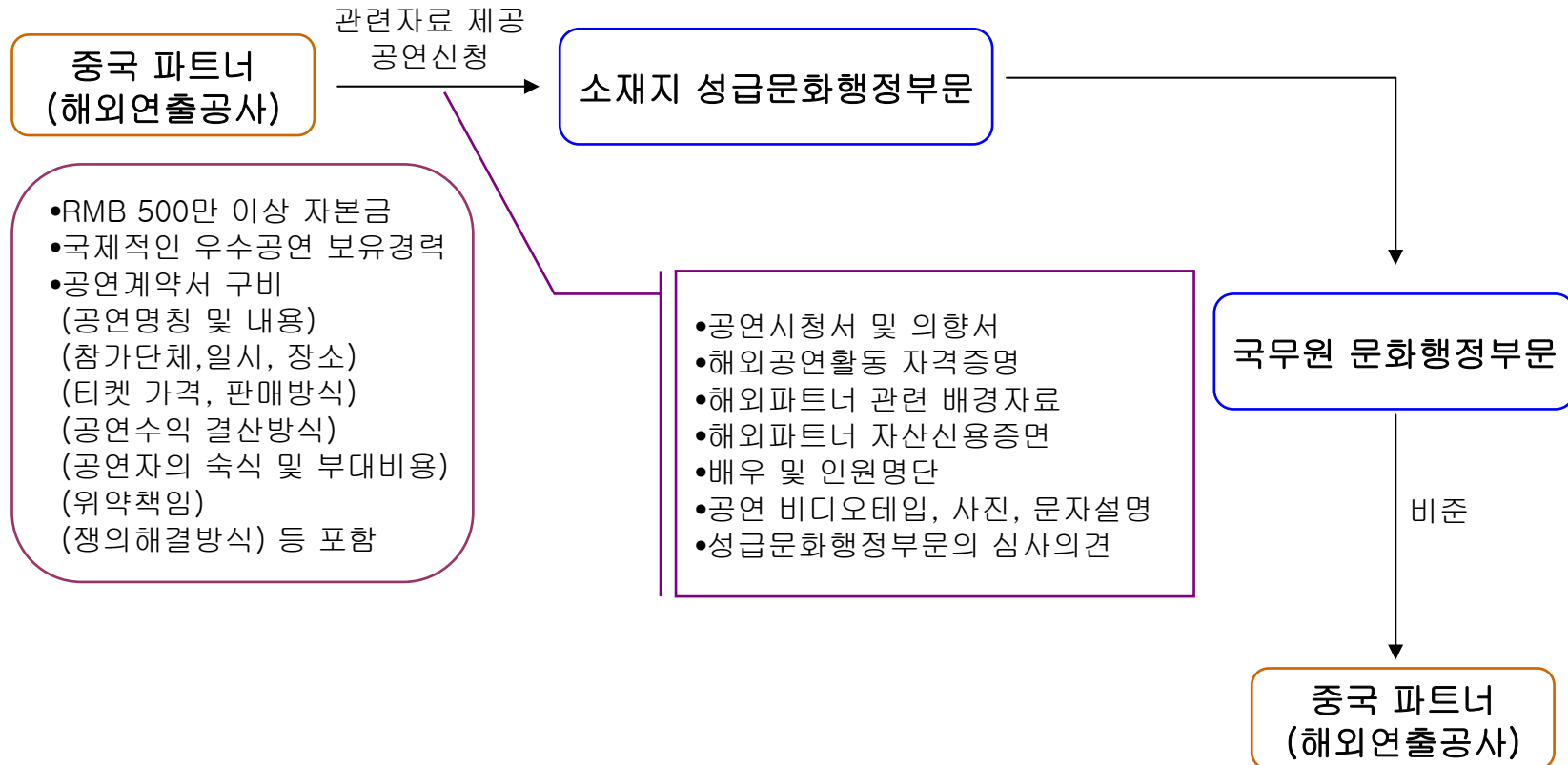




9. 공연



공연절차





10. 에듀테인먼트



합작

