

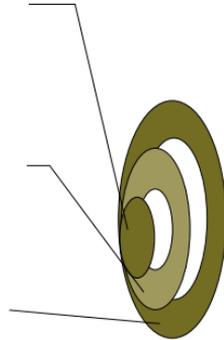
제1절 중국 문화산업 개념

중국에서 “문화산업”이라는 개념은 2000년 10월 발표된 《중국 중앙공산당 국민경제와 사회발전 제 10차 5개년 계획제정에 관한 건의》라는 중앙정부의 정식문건에서 처음으로 거론되었으며, 전통적으로 사용하였던 “문화사업”과 통용되는 개념으로 자리 잡게 된다. 문화산업은 영화, TV, 음반영상, 문화 엔터테인먼트, 인터넷, 도서, 신문, 잡지, 여행, 문물, 예술품, 예술 양성 등으로 크게 나눌 수 있는데 《문화 및 관련 산업 분류》에서는 문화산업을 크게 핵심층, 외곽층, 관련층으로 분류하고 있다.

핵심층: 신문도서물, 음반제품, 전자출판물, 라디오, TV, 영화, 예술공연, 문화공연관, 문물 및 문화보호, 박물관, 도서관, 군중문화서비스, 문화연구, 기타문화 등

외각층: 인터넷, 여행서비스, 경치유람서비스, 실내오락, 유원지, PC방, 문화중개대리, 문화상품대여와 경매, 광고 등

관련층: 문구, 악기, 완구, 카세트테이프, CD, 인쇄설비, TV방송설비, 가정용시청설비, 공예품의 생산과 판매 등



<문화 및 관련 산업 분류>는 2003년 7월 중공중앙선전부를 필두로 국가통계국, 문화부, 국가광전총국, 신문출판총서, 국가문물국, 국가발전개혁위원회, 재정부, 국가세무총국, 국가공상국 등이 참가하여 “문화산업 통계 연구 과제팀”을 조직하고, 각 부문의 협력 하에 완성하였으며, 국가통계국의 명의로 반포한 것이다. 《문화 및 문화산업 분류》는 국가의 문화산업 관련 정책과 실제 상황을 결합한 것으로 그 개념은 사회 대중을 위한 문화, 엔터테인먼트 상품과 서비스 제공 활동을 주체로 하고 이와 관련된 활동들의 집합이라 할 수 있다.

문화 및 문화관련 산업의 범위는 우선 문화산업의 주체를 형성하는 문화상품(도서, 음반영상제품 등), 문화전파 서비스(라디오, TV, 문화예술 공연, 박물관 등)와 문화 엔터테인먼트(여행 서비스, 실내 오락 서비스, 여가, 체육 엔터테인먼트 서비스 등) 등이 있다. 이와 동시에 문화상품, 문화전파 서비스, 문화 여가 엔터테인먼트와 직접 관련이 있는 용품, 설비, 문화관련 상품(공예품 등)의 생산과 판매활동을 포함하는데, 이는 문화산업의 보충 작용을 하고 있다. 이러한 분류는 문화산업의 정의와 규범화를 위해 참고로 제공되며, 동시에 문화산업 연구 프로젝트와 통계제도의 완성도를 높이는데 기초역할을 담당한다.

제2절 중국 문화산업 주요 정책

중국 문화산업의 정책적 특징은 크게 3가지로 나눌 수 있는데 문화체제 개혁 시범운동, 문화산업 시장의 구조조정 그리고 민영 자본의 문화산업 시장 진입이 그것이다.

I 문화체제개혁 시범운동

2004년 중앙정부는 문화체제개혁에 관한 종합적 시범운동으로 9개의 성, 도시와 35개의 부문을 지정하여 운용한 결과 풍부한 성과를 이루어 냈다. 우선, 내부적으로 관리와 경영체제를 개혁하고 민영자본과 외자도입으로 다원적인 투자주체를 형성했다. 그 결과 2005년의 경우 전년대비 영업이익이 15% 상승했으며 이는 곧 이러한 체제개혁이 문화산업에서 점차적으로 중요한 역할을 한다는 것을 나타낸다. 2006년에는 시범운동의 전국적 확대를 추진하였으며 총체적인 개혁방안을 제정하고 이를 바탕으로 문화산업 시장체제를 통일시키려 노력했다. 이러한 중국정부의 노력은 향후 문화산업 기업들에게는 좋은 시장 환경이 조성될 것이라 전망된다.

II 문화산업 시장 구조조정

중국정부는 WTO 가입 후 국제시장과 융합을 도모하고 효율적인 시장 운용을 하기 위해 영화, 애니메이션 2005년 일련의 문화산업시장 구조조정을 위한 법규정책을 제정하였다. 우선 2005년 8월 문화부, 광전총국, 신문출판총서, 상무부, 중앙선전부 등 6개 부문이 공동으로 발표한 《문화상품 수입관리 강화에 관한 방법》을 기점으로 해서 문화부 등 5개 부문 위원회가 공동으로 발표한 《문화영역의 외국자본 도입에 관한 약간의견》 등 일련의 정책법규들이 발표되었다.

《문화상품 수입관리 강화에 관한 방법》은 총량규모, 구조와 업종 등 여러 방면에서 문화상품 수입과 서비스 제공에 관하여 좀 더 명확하게 규정하였다. 즉 문화산업 주관부문의 감독, 관리의 책임에 대하여 구체적으로 규정하였을 뿐만 아니라 특히 “총량통제, 합리적 조정, 구조개선”이라는 원칙하에 온라인게임, 음반영상제품, 공연, 해외드라마, 영화애니메이션, TV프로그램의 수입과 합작촬영, 해외 위성채널의 국내서비스, 해외 간행물발행과 저작권무역 등 문화상품과 서비스의 수입관리방법을 상세히 규정하였다. 《문화영역의 외국자본 도입에 관한 약간의견》에서는 문화영역에 있어서 외국자본을 도입 허가 가능분야와 금지분야로 나누고, 외국자본의 심사비준, 투자자 측의 자격 조건에 대한 관리를 강화한다고 명시하고 있다. “당의지도, 정부관리, 자율적 업무 하에서의 문화관리 체제와 문화산업 부문에서 합법적으로 운영되는 우수 문화상품의 생산경영 메카니즘”을 향후 5년간 문화체제개혁 실현을 위한 해결방안으로 보고, “국유제를 주체로 하고 다양한 소유제가 공동으로 발전하는 문화산업형태”, “민족문화를 주체로 하고 외래의 유익한 문화를 흡수하는 문화시장형태”를 기조로 하고 있다. 이는 향후 5년간 문화산업발전과 문화체제개혁의 기본 방향을 나타내고 있다.

Ⅲ 민영 자본의 문화산업 시장 진입

중국정부는 현재 자국 문화산업의 총체적인 발전과 경쟁력을 키우기 위하여 문화산업 시장에 민영자본의 진입을 허용하고 있으며 이에 입각하여 《민영자본의 문화산업진입에 관한 약간의견》 및 《문화영역의 외국자본 도입에 관한 약간의견》 등의 정책을 잇달아 발표하였다. 여기에서는 민영자본의 문화산업 유입과 관련하여 “허가”와 “금지” 사항에 대해 명확히 구분하고 있으며 중국 내 문화산업 시장에서 내, 외자의 진입을 구분하여 적절한 균형을 유지하겠다는 정책을 담고 있다. 민영자본의 진입방식은 정부와 시장이 혼합된 방식이며 허가영역 내에서는 국유문화기업에 일정 주식지분 형태로 참여할 수 있는데 그 비율은 49%를 넘지 못한다.

현재 많은 문화산업 국유기업이 민영자본 및 외국자본과의 융합을 통해 주식회사체로의 전환을 도모하고 있으며 정부정책에 의한 장애요소를 점차적으로 줄여나가고 있다. 이를 통하여 현대적 기업관리 시스템과 대형 문화산업 기업을 육성하고 국제시장에서의 경쟁력을 갖추어 나가려 하고 있다.

※ <문화영역의 외국자본 도입에 관한 약간의견>에서 허가사항

□ 독자, 합자, 합작의 방식으로 중국 내에 설립되는 포장인쇄, 도서신문간행물 판매, 레코딩 가능한 CD류 생산, 예술품 등 경영 기업

□ 중국 측이 51%이상의 지분을 보유하거나 주도적인 조건하에서 합자, 합작 방식으로 설립되는 출판인쇄물, 문자류 및 CD 복제 등 기업

□ 중국 음반영상제품 내용 심사 권리를 침해하지 않는 조건하에서 중국 측이 주도적인 지위를 가지는 영화를 제외한 음반영상제품 판매 기업

□ 중국 측이 51%이상의 지분을 가지거나 주도적인 조건하에서 합자, 합작 방식으로 설립 및 경영되는 공연장소, 극장, 공연기획사, 영화기술 등 기업

□ 국영 도서, 신문, 간행물, 음반영상 발행기업 지분참여 허가

※ <문화영역의 외국자본 도입에 관한 약간의견>에서 금지사항

□ 신문(뉴스)기구, 라디오방송국, 텔레비전방송국, 방송전송망, 방송프로그램 제작 및 방송기업, 영화제작기업, 인터넷문화 경영기구 및 인터넷 접속서비스 경영 장소(홍콩, 마카오 제외), 문예공연단체, 영화수입, 발행 및 영상방영업체 설립 및 경영

□ 도서신문 간행물, 음반영상제품 및 전자출판물의 출판, 제작, 총 발행 및 수입, 정보네트워크를 이용한 AV프로그램 서비스, 뉴스사이트 및 인터넷출판 등의 업무

□ 출판물 판매, 인쇄, 광고, 문화시설 개조 등의 경영활동을 통해 채널, 주파수, 지면, 편집 및 출판 등의 홍보(광고) 영역에 진입하는 업무

※ 최근 제정 주요 문화산업 관련법률

반포부서	관련법률	시행일자	비고
중앙선전부 등 6개 부서	문화상품수입관리강화에 관한방법	2005년8월	거시적 관점에서 문화시장 및 시장투자주체를 규범
문화부 등 5개부서	문화영역의외국자본도입에관한약간의견	2005년8월	
국무원	민영자본의문화산업진입에 관한 약간의견	2005년8월	
광전총국	드라마사용언어에관한통지	2005년10월	드라마에 사용되는 언어사용에 관한 규정
세무국	문화체제개혁시범운영중 문화산업발전세수지원정책문제에관한통지	2005년3월	문화산업개혁시범운영 추진을 위한 제세보장 관련 규정
국무원	영업성공연관리조례	2005년7월	공연시장의 건전한 질서유지와 소비자의 합법적 권익 보장에 관한 규정

재정부 등 3개부서	민영문화예술공연단체 장려에관한의견	2005년12월	민영공연예술단체 장 려를 위한 지원정책
국무원	오락장소관리규정	2006년1월	오락장소의 관리강화 와 건전한 발전 유도
국무원	인터넷 정보 전송 권 보호 조례	2006년7월	저작권자, 공연자, 음 반영상제작자의 인터 넷 정보 전송 권 보호관 련 조례
국무원	저작권집체관리조례	2005년3월	저작권자와 저작권 인 접권리자의 권리보호 관련 조례

제3절 중국 11차 5개년 계획

《문화건설 "11차 5개년"계획》은 《국민경제와 사회발전 제11차 5개년 계획 개요》와 《국가 "11차 5개년" 문화발전 계획》에 근거하였으며 "10차 5개년" 문화건설의 성과와 경험을 바탕으로 하여 향후 5년간 문화건설을 이끌어 나갈 중요한 기본정책이다.

현재 중국은 문화체제개혁의 중요성과 긴박함을 충분히 인식하고 있으며, 이를 타개하기 위하여 《문화건설 "11차 5개년"계획》을 바탕으로 새로운 메커니즘의 창조 및 문화경제건설을 전면적으로 추진하고 있다.

이를 보전대, 향후 "11차 5개년" 기간 동안 문화체제개혁과 정책보완이 전면적으로 진행될 것이며, 중국문화산업이 새로운 단계로 나아가는 시기가 될 것이다.

■ "11차5개년"기간 문화발전의 목표

- 문화산업에서 국제적인 영향력을 키우고 국가주도의 정책에서 민간주

도로 유도하여 중국 전통문화를 세계화 한다.

- 민간주도의 문화산업에서 국가의 문화 창작활동 지원을 강화한다.

- 문화시장의 관리구조를 완비하고 문화시장체계를 개선하여 건전한 민족문화를 바탕으로 외국의 유익한 문화를 흡수하는 문화시장체계를 형성한다.

- 대외문화교류를 활성화하여 대외문화무역을 증가시키고 민족문화 상품과 서비스의 국제 경쟁력과 영향력을 향상 시킨다

- 문화예술창조 및 민족문화 우수 브랜드를 육성한다.

- 국가수준을 대표하고 민족특색을 체현하는 예술 공연단체를 지원한다.

- 브랜드 문화 예술 활동을 만든다.

- 문학, 희극, 음악, 미술, 촬영, 무용, 애니메이션 등 우수작품의 창작을 장려하고 전통희극의 정리, 개편과 창작을 추진한다.

- 지적재산권 보호를 강화한다.

- 문화산업발전 가속화 및 문화시장체제 보완

- 문화산업구조를 혁신한다.

- 문화산업이 발전된 성, 시와 지역적 특색이 강한 문화산업 클러스터를 건설하고 문화산업 협조발전 시스템을 형성한다.

- 국유 문화기업 경쟁력을 향상하고 공유제를 주체로 하고 여러 가지 소유제가 공동 발전하는 문화산업 체제를 형성한다.

- 대도시를 중심으로 중소 도시를 하나의 네트워크로 형성하여 문화상품 유통 시스템을 건설한다.

- 대외 문화무역을 발전시킨다.

- 문화상품 수입관리를 강화한다.

- 문화교류와 협작을 확대하고 수준을 향상시킨다.

- 전면적인 대외 문화교류를 실시한다.

- 대외 문화교류 수준과 품질을 향상시킨다.

- 홍콩, 마카오 특별행정구, 대만과의 문화교류와 협조를 강화한다.

제4절 중국 문화산업 발전과 전망

중국은 “제11차 5개년 계획” 기간에 민족 문화건설을 위해 필요한 문화상품의 자주적 창조를 최고 우선정책으로 추진할 것이다. 특히 후진타오는 “외국과 관련된 문화산업을 더욱 발전시키고 적극적으로 국제 문화경쟁에 참여해야 한다.” 라는 발언을 통해 문화산업의 중요성을 지적 하였다. 이를 기점으로 “수출(走出去)” 전략이 처음으로 문화산업영역에서 채택되었고, 이후 《문화상품과 서비스수출 강화 및 개선에 관한 의견》 등이 발표되면서 “수출(走出去)” 전략이 더욱 강화되었다. 또한 경제의 고속성장으로 형성된 충분한 자본은 국산 온라인게임의 개발과 국산영화, TV드라마의 제작 등 자체 문화산업 건설에 투입될 것이며, 이를 바탕으로 중국 정부는 개선된 문화상품을 가지고 향후 세계시장 진출을 넓힐 것이다.

저작권분야에서는 국유기업의 독점 등이 저작권산업 발전을 저해한다는 의견들이 지적되었다. 이에 “제11차 5개년 계획”에서는 “공유제를 주체로 하고, 여러 가지 소유제가 공동으로 발전하는 문화 산업형태” 를 추진하기로 하였다. 일례로 2005년 국무원의 《비공유자본의 문화산업 진입에 관한 몇 가지 결정》을 통해 비공유 자본은 20여개 문화와 관련된 영역에 진입할 수 있게 되었고, 저작권과 문화서비스 수출업무에 종사하는 국유문화기업의 지분제 기업 체제개선에 참여할 수 있었다. 또한 비공유제 문화기업이 항목심사비준, 자격인정, 용자 등의 방면에서 국유문화기업과 동등한 대우를 받을 수 있게 되었는데 이 조치는 비공유제 기업이 처음으로 정책적인 차원에서 문화영역에서의 합법적인 시장주체 지위를 인정받게 된 것을 의미한다. 향후 국유 문화기업이 현대 기업제도로의 전환이 점차 실현되고, 이에 따라 투자시장이 형성되며, 통일적이고 규범화된 문화산업시장이 형성된다면 문화산업이 전면적으로 발전하는 데 중요한 작용을 하게 될 것으로 보인다.

제5절 중국 지역별 시장특성

■ 북경(출판, 신문, 영화, TV 방송, 엔터테인먼트 산업)

- 시장규모 : 2004년 문화산업관련 전년대비 증가치는 328.7억 위엔에 달했고 2003년의 82.6억 위엔 증가치보다 4배가량 증가했으며 산업규모가 진일보 확대 되었다.

- 시장현황 : 북경 내 문화산업 기업들은 뉴스, 출판, 방송, TV, 영화, 공연, 엔터테인먼트, 전시 등의 산업에 지주형 대그룹 형태를 갖추었으며 북경을 전국 문예공연, 출판발행과 저작권무역, 영화TV프로그램 제작과 비즈니스, 만화 애니메이션과 온라인게임 제작, 문화전시와 예술골동품 거래 등의 6대 영역을 중심으로 건설 해 나갈 계획이다. 특히 문화창의산업의 중요한 구성 부분인 만화 애니메이션 산업에서 만약 MP4, 핸드폰, 모바일 컴퓨터, 인터넷TV, 차량용 TV 등의 뉴미디어에 콘텐츠를 제공할 수 있다면 분명 한 개의 거대한 시장을 형성할 수 있게 될 것이다.

- 특 징 : 《북경시 인민정부 문화체제개혁 시범운용 중 문화산업발전과 경영성 문화사업 부문의 기업화전환에 관한 두 개의 실시방법 통지》 정책에 근거하여 시장진출 허가, 재정지원, 세수혜택, 공상관리 등의 방면에 문화산업 발전을 위한 정책 지원을 제공한다.

- 문화산업 기지 :

· 현재 건설 중인 7개 문화기지:

- (1) 동성구 문화산업원구(중관촌과기원용화원)
- (2) 국가 뉴미디어 산업기지
- (3) 중국 영화TV 생산기지

- (4) 삼진 캐릭터 만화애니메이션, 온라인게임 산업기지
- (5) 신 국제 전람회의 전시 센터
- (6) 덕승원 공업설계 창의 산업기지 (DRC기지로 약칭)
- (7) 조양공원 문화원구

· 이미 형성된 11개 문화기지

- (1) 북경 디지털엔터테인먼트산업 시범 기지
- (2) 중관촌 창의산업 선도기지
- (3) 장안가 연선 문예연출 집단구
- (4) 반가원 골동예술품 교역구
- (5) 유리창 문화 산업구
- (6) 고비점 전통 민속 문화산업원구
- (7) 백공방 전통공예 미술기지
- (8) 대산자 문화 예술구
- (9) 통주구 송장 "화가촌"
- (10) 신찰해 문화관광구
- (11) 북경 환락곡 테마파크

■ 상해(음반영상, TV방송, 공연, 모바일게임)

- 시장규모 : 2004년 상해시 문화산업 총 생산액은 1563.87억 위안으로
서 전년대비 증가치 445.73억 위안을 창출

- 시장현황 : 광고와 전람회 서비스 위주의 문화서비스업이 발달되었고
규모면에서 중국 내 최대이며 문화여가 관련 엔터테인먼트 서비스 산업이 전
년대비 54.17억 위안의 증가치를 보였다.

특히 인터넷 문화서비스 관련 산업은 전년대비 28.7%(51.29억 위안)의

증가치를 보이며 상해에서 최대성장율을 보이고 있다.

- 특 징 : TV방송, 공연, 예술품 경영, 인터넷게임을 4대 발전 문화산업으로 지정하고 정부의 중점 지원정책을 계획하고 있다.

- 문화산업기지 :

- (1) 상해 신천지 문화산업기지
- (2) 상해 장강 창의산업기지
- (3) 상해 멀티미디어 문화산업 시범기지

■ 광둥(미디어 문화산업, 오락, TV방송)

- 시장규모 : 2002년 광둥문화산업관련 전년대비 증가치는 668.93억 위엔으로 2001년의 175.81억 위엔 증가율 보다 3.8배의 증가율을 보인다.

- 시장현황 : 문화서비스 산업이 전체 문화산업의 69%를 차지하며 주도적 지위를 차지하고 있으며 기업규모의 확대를 추진해서 영업수익 500만 위엔 이상의 기업이 6.3%를 차지한다. 그리고 문화산업이 주로 주강 삼각주에 집중되어있다.

- 특 징 : 향후 교육, 하이테크 신기술, 오락, 미디어 산업에 중점을 두고 발전시킬 계획이다.

- 문화산업기지 :

- (1) 광둥 9대 문화산업 시범기지
- (2) 광둥 인터넷 게임 및 애니메이션 산업기지

■ 호북(도서, 출판, 음반영상, 전람)

- 시장규모 : 2004년 호북성 문화 및 상관산업 종사자가 50여만 명이고 전년대비 195억 위엔의 증가치를 기록했다.

- 시장현황 : 음반영상 산업이 점진적인 발전을 하고 있으며 영업수익이 19.84억 위엔으로 전국 10위, 중서부 2위를 기록했다. 출판업에서는 판매수익이 55.7억 위엔이고 인쇄산업 또한 강세를 보이고 있다.

- 특 징 : 11차5개년 계획을 바탕으로 “9대 선도문화산업” (신문, 정기간행물, 출판발행업, TV 방송업, 애니메이션, 게임 등)을 중점적으로 육성하고 “3대 문화체계” (공공문화서비스체계, 문화산업 발전체계, 문화시장관리감독체계)를 확립하며 4개 문화특색지역을 형성하는 것을 목표로 향후 특화된 문화산업 발전을 모색하고 있다.

- 문화산업기지 :

- (1) 호북 초천미디어 문화산업기지
- (2) 호북 소프트웨어 산업기지

■ 절강(교육, 애니메이션, 영화)

- 시장규모 : 절강성의 문화산업은 비교적 빨리 형성되었으며 현재 각종 문화산업 기업 수가 11만개 이상이며 2003년에는 전년대비 312억 위엔의 증가치를 보였으며 전국의 GDP에 33%를 차지한다.

- 시장현황 : 민영문화산업 기업이 4만개 이상이고 투자총액 규모가 230억 위엔이며 문화산업 종사자가 50만명 이상이 된다. 특히 애니메이션, 게임 등에 강세를 보이며 항주에 TV 방송, 애니메이션, 게임 개발과 운영 기업

수가 40개 이상이며 연구개발, 제작, 부가가치산업 등 연계산업이 발달하였다. 인터넷 게임 산업은 정식등록 이용자 수만 1,200만명 이며 중국 전체의 3대 인터넷 게임 산업 지역 중 하나이다.

- 특 징 : 국유영화관, 국유출판그룹이 사회민영자본을 유입하여 소유권의 다원화를 실현하였으며 민영자본이 투입된 아시아 최대 실외 영화촬영 기지를 구축하였다. 또한 국가의 지원 하에 애니메이션 기지를 설립하고 전국 최대의 애니메이션 지역을 목표로 하고 있다.

- 문화산업기지 :

- (1) 절강미디어학원
- (2) 절강 행점 방송영상 체험구
- (3) 항주 애니메이션 기지
- (4) 영파시 문화산업기지
- (5) 온주시 문화산업기지

■ 사천(인터넷 게임, 미디어)

- 시장규모 : 문화산업 종사자가 30만이 넘으며 일 년 영업수익이 계속적으로 2 자리 수 성장률을 보이고 있다. 신문출판, 정보자문, TV방송영화 등 170억 위엔의 문화시장을 형성하고 있다.

- 시장현황 : 사천 성 중 성도는 전국에서 최초로 온라인게임을 선보인 도시이며, 데이터센터에는 이미 수 천대의 온라인게임 서버가 있다. 온라인게임 애호가들도 100만이 넘으며 평균 접속자가 10만을 돌파하였고, 인터넷서비스, 게임유통, 카 드판매, 온라인결제 등을 포함한 오락 소비시장도 매달

수천만 위엔의 시장규모를 형성하였다. 성도의 온라인게임시장규모는 이미 2001년의 전국 10위로부터 2002년의 3위로 확대되었다.

- 특 징 : 문화산업관련 4개 정책과 5개 법규를 연구, 제정하여 문화산업관련 기업투자 우대정책과 장려정책을 추진하고 있다. 예를 들어 세금감면이나 국가, 사회단체, 개인의 창조기금지원 등 우대정책을 펴고 있다.

- 문화산업기지 :

- (1) 사천 4가 문화산업기지
- (2) 사천 게임, 애니메이션 산업진흥기지
- (3) 사천 덕양 삼성퇴 문화산업원

■ 산서(공연, 인터넷문화, 오락)

- 시장규모 : 2003년 말 문화산업기구는 7,785여개 이고 종사자는 46,746명이며 연간 총 생산액은 18.06억 위엔에 이른다. 전년대비 증가치는 9.33억 위엔을 기록했다.

- 시장현황 : 현재 산서성의 문화시장은 이미 형성된 9대 업종 외에 공연, 오락, 인터넷문화 등에 중점을 두고 육성하고 있다.

- 특 징 : 문화경제부흥정책의 일환으로 문화산업에 대한 세제지원이 강화되었는데 예를 들면 개인 저작권 명의이전 시 영업세가 면제된다. 또한 국가급 하이테크 신기술 산업개발구 내의 하이테크 신기술 문화기업에 대해서는 15%의 기업소득세 세율을 적용한다. 그리고 새로 설립된 문화산업 기업에 대해서는 당해를 기준으로 1년에서 3년까지 소득세를 면제해준다. 이밖에도 정

부 보조금 등 여러 지원정책이 있다.

- 문화산업기지 :

(1) 산서 성 10대 문화산업기지 건설 예정

■ 산동(방송, 출판, 음반영상)

- 시장규모 : 산동성 전체 문화산업 관련 기업 수는 만여 개에 달하며 종사자 수는 10만 이상, 총 자산 금액은 160억 위엔이다.

- 시장현황 : 청도, 제남, 동영 등 주로 산동성 연해지역을 중심으로 문화산업 기업들이 집중되어 있다. 특히 제남지역은 문화산업 총 수입이 189.4억 위엔, 종사자 수가 4.84만 명에 이른다. 그러나 산동 성은 아직 문화산업 발전 전문자금이 없고 대외 개방정도가 높지 않으며 현행 문화산업 관리체제가 개혁 되지 않아 어려움이 있다.

- 특 징 : 산동성은 특유의 문화자원과 전국으로 문화자원을 전파할 수 있는 위치에 있으므로 문화산업관련 규범의 확립과 체제개혁을 통한다면 국제적 및 전국적으로 대형 문화행사를 통한 발전을 이룰 수 있을 것이다.

- 문화산업기지 :

(1) 산동 투자건설 문화미디어 기지

(1) 청도 문화거리 산업기지국