

한국 음원의 중국진출 현황

1. 중국내 한국음원 서비스 현황

○ 조사 내용 소개

- 조사 수행 회사 : Beijing Cmarket Co.LTD
- 조사 대상 지역 : 중국 전체 31개성 중 18개성을 대상으로 이루어짐
- 조사 대상 서비스 : 중국 모바일 서비스 회사들의 컬러링 서비스
- 조사 대상 한국 원곡

번호	곡 목	가 수
1	여자이니까	kiss
2	바뀌	이정현
3	와	이정현
4	달아달아	이정현
5	사랑하고싶어	왁스
6	화장을 고치고	왁스
7	NO.1	보아
8	나쁜남자	Rain
9	Show Me Your Love	동방신기
10	風雪日記	Seven
11	ANY MOTION	이효리
12	사랑스러워	김종국
13	부디	베이비복스
14	남자친구에게	핑클
15	순정	코요태
16	비	NRG
17	겨울일기	장나라
18	길	이수영
19	영원히	안재욱
20	열정	유승준
21	꿈파리샤바라	클론

- 조사 대상 서비스 기간 : 2005년 9월 (추정) ~ 2006년 3월
- 조사 오차율 : 데이터 누락에 의한 오차율 5% 이내

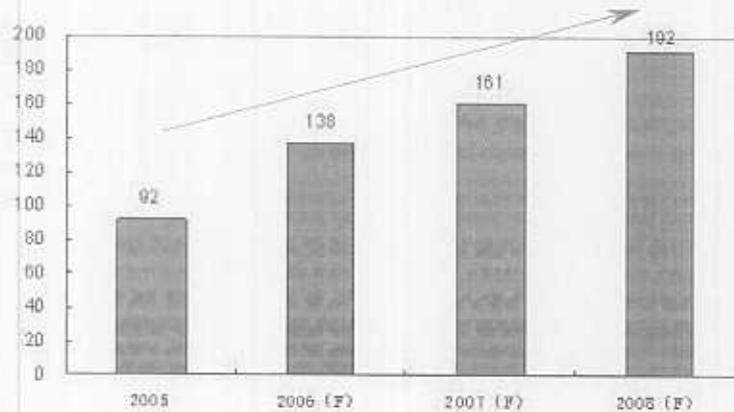
○ 조사 결과

- 현재 한국 저작권에 기반한 중국어 번안곡 및 한국어 원곡을 서비스 중인 중국 SP는 약 60여개 업체임
- 킬러링 서비스 전체 매출 규모는 (18개성) 16,917,019RMB이며 한국 원화 기준 22억원 정도(1:130 기준)로 산출됨
- 21개 곡에 대한 예상 저작권료 징수액은 약 4억6천만원 (14%기준)으로 산출됨

2. 중국 음악산업 현황

- 시장 규모 (출처 : <중국레코드산업연례종합보고 2006>, analysys)
 - 2006년 중국 음악산업 시장 규모는 138.2억RMB
 - 그 중 레코드 산업 규모가 18.1억RMB, 모바일 음악이 118.9억RMB, 온라인 음악이 1.17억RMB를 차지하였음
 - 2008년 중국 음악산업 시장 규모는 192억RMB에 달할 것으로 예측됨

음악산업 시장 발전 규모
(억 RMB)



www.analysys.com.cn

- 중국디지털음악시장은 아직도 발전 초기, 그러나 시장규모가 빠르게 성장하고 있음
 - 시장 규모는 2003년의 8.46억RMB에서 2004년에 19.2억RMB로 성장폭이 130%에 달했으며, 2005년에는 35.2억RMB로 83% 성장하였음
 - 향후 몇 년간 중국 디지털 음악의 성장수치는 계속 40~50%를 유지할 것으로 예측됨
- 시장 전망 / 2007년 중국 음악 산업의 기회
 - 중국 전역에서 해직판 집중 소각 활동을 대대적으로 실시하는 등 불법복제물

단속이 강화되고 있음

- 중국 최대 검색엔진 바이두의 디지털 음악 플랫폼, 중국 최대 포털사이트 Sina의 뮤직박스, 중국 9sky음악과 유니버설 뮤직의 정반화 추진 등 중국 음악산업의 디지털 음악 정반화 움직임이 계속되고 있음
- 디지털화로 인해 앞으로는 많은 음악 판권을 소유한 기업, 우수 창작 콘텐츠를 발굴할 수 있는 기업, 종합적 판매루트 갖춘 기업이 중국 음악 산업에서 절대적 우위를 차지할 것임
- 음악 플랫폼의 증가로 인해 콘텐츠 창작 부분에 더 많은 기회를 제공할 것임. 콘텐츠 자원의 중복 이용 및 2차 개발과 다양한 부가서비스 제공에서 더 많은 이윤이 창출될 것임.

3. 한국 음원이 중국 시장에서 부진한 이유

- 적극적인 마케팅과 관리의 부재
 - 중국에 진출해서 SP와 이통사들과 직접 서비스를 추진하는 회사가 없음
- 중국에 진출한 가수들 대부분이 댄스 가수임
 - 댄스 가수의 경우 가수들의 인지도는 높으나 곡의 인지도는 낮음
 - 대부분의 한국 회사들이 곡보다는 사람(가수)의 상품화에 주력하고 있어 중국 시장에서 곡의 수요가 많은 발라드 가수들의 진출이 없음
- 중국 시장의 모니터링 시스템 부재
 - 다운로드나 상품의 가치가 높은 상품을 선택하기 힘들
 - 각 회사들이 안된다는 판단 하에 시도조차 하지 않고 있음
- 한국어 곡일 경우 중국 시장에서는 외국 곡이므로 수요가 낮음
 - 중국 가수들에게 중국어로 가사를 바꿔 부르게 하는 노력이 필요함
 - 한국 작곡가들의 경우 시장의 불확실성과 저작권 관리의 문제를 들어 고가로 곡을 팔고 있기 때문에 많은 곡들을 시장에 배포하기 힘들

4. 저작권 관련 문제점

- 현재 중국음악저작권협회(MCSC)에서 저작권 관리를 하고 있으나 중국 내 저작자들의 참여율이 낮은 등 MCSC가 제 기능을 다하지 못함
- 방송의 공익성을 들어 중국 내 방송에서의 저작권 징수가 법적으로 제한되어 있고 온라인, 모바일 등의 저작권은 각 음반사들과 저작자간의 계약에 의해 직접 거래되고 있음
- 중국 저작권 협회의 힘이 폭넓게 작용하지 못해 한국 저작자들의 경우 잘 보호받지 못함
- 원음 서비스의 경우 저작권 협회에서 허가와 관리를 하고 있으나 허가비로 징수되는 것 이외에 저작료는 징수가 어려운 상황이므로 매출 확보가 힘들 것임
- 변안곡의 경우 저작자와 음반사간의 직접 계약에 의해 진행됨. 음원의 모바일

수익과 온라인 수익을 분배하기로 계약을 해도 관리 해줄 회사의 부재로 인해 분배가 힘든 상황임.

○ 보통 외국계 작배사들에게 수익 분배 관리를 위탁한 저작자들이 많으나 외국계 작배사들이 저작권료를 제대로 분배 하는지는 정확하지 않음