

## 중국만화산업분석(상)

[www.ccdy.cn](http://www.ccdy.cn)

중국만화산업은 최근 몇 년간 급속한 발전을 가져왔다. 작품 생산량과 질이 대폭 제고하였으며 우수한 창작기업이 육속 출현함과 동시에 전자 플랫폼이 부단히 풍부해지면서 공중 지원과 서비스 시스템이 점차 완벽화 되었다. 중국만화는 과거와 달리 산업화 운영방식을 적극적으로 모색하고 상업 사회와의 융합을 가속화하고 있다.

### 만화잡지: 부흥의 길에 들어서다

만화잡지는 만화산업에서 기초적인 부분으로서 만화 콘텐츠의 집결과 분배를 실현할 수 있으며 작가와 독자사이에 교류의 플랫폼을 제공한다. 조사연구에 의하면 발행을 주요 수익으로 하는 잡지류 중에서 8개 동만잡지가 전국 간행물 소매시장 단기 발행량 30위에 들었다. 이 8개 동만잡지가 전국 4대도시(북경, 상해, 심천, 광주)에서의 종합 판매 지수는 36.7로서 발행 위주로 하는 잡지 전체 판매지수(303.7)의 12.08%를 차지하며 전체 시장화 잡지(광고경영을 주요 수익으로 하거나 발행을 주요 수익으로 하는 잡지류 포함) 전체 판매지수(466.2)의 7.87%를 차지한다. <유머대사>, <만우>, <만화파티>와 <만화세계> 등 1류의 창작만화 간행물들은 2007년 만화시장에서 물만난 고기나 다름없었다.

만화잡지 선도기업은 간행물 연재로 도서 발행을 유도하는 양성 시장시스템을 형성하여 만화산업화 발전에 기초를 마련해주었다. 만우문화 산하 간행물들의 총 판매량은 전체 동만잡지 판매량의 43.60%를 차지해 이미 디즈니 산하 동만잡지 <꼬마프린세스>와 <미키하우스>의 총 시장 판매액(27.52%)를 초과했다. 이는 중국 창작 콘텐츠만화 잡지의 실력을 설명해준다.

만화잡지는 동만콘텐츠의 시금석과 풍향표(风向标)라고 할 수 있다. 십몇년간의 발전을 거쳐 중국 만화잡지는 점차 그 빛을 발하기 시작하였다. 특히 민족특색을 갖춘 중국식 유머만화잡지들이 부흥의 길에 들어서기 시작하며 집군(集群) 효과를 보이고 있다.

### 만화도서: 시장성 크다

만화잡지는 중국 만화시장의 형성과 발전 그리고 중국 창작만화도서 출판의 번영을 추진했으며 아우여우상(敖幼祥), 모우쇼우러(猫小乐), 아여우(阿尤), 주빈(朱

斌)등 유명한 만화가들을 육성해 냈다.

비록 현재 중국이 만화 출판 면에서 전문 만화를 출판하는 그림책 출판사가 1개 밖에 없지만 많은 출판기구들이 특히는 각 미술출판사와 소년아동출판사들은 이미 만화출판의 길에 들어서기 시작했으며 각자 특색을 형성하고 있다. 예를 들면 현대출판사는 성인만화 출판이 위주, 중신출판사는 유머만화 출판 위주, 제리출판사(接力出版社)는 청춘만화 출판 위주, 북방 부녀아동출판사는 정전만화 출판 위주로 한다. 전체적으로 볼때 만화도서 출판의 총규모는 아직도 비교적 작아 광범한 독자, 특히는 성인 독자들이 날로 증가하는 수요를 만족시킬 수 없다. 당당망 통계의 의하면 현재 판매중인 동만, 유머류 도서는 겨우 5400여종밖에 안되는데 이는 중국 도서 출판 총량(2006년에 출판된 도서는약 23만여종이다)에서 차지하는 비중이 너무 적다.

이러함에도 불구하고 만화는 그림류 작품이므로 “그림 도서시대”의 발전 추세에 부합되므로 장래의 시장공간이 아주 크다고 볼수 있다.

#### 인터넷 만화: 전파 매체가 다양하다

만화의 전파 매체는 과학기술의 추진하에 날로 풍부해지고 있으며 더는 신문, 잡지, 도서, 라디오방송, TV, 영화와 음반영상제품 등 전통매체에 제한되지 않고 소리, 영상, 문자, 그림 등 정보기호를 종합 응용한 인터넷과 무선 인터넷 등 뉴미디어 영역까지 확대되었다. 현재 ZCOM, Xplus와 POCO등 대중 전자 출판 플랫폼들이 인터넷 만화를 특별히 주목할 뿐만 아니라 DigiBook와 같은 전문 인터넷 만화 운영기업도 출현하였다.

인터넷만화는 보급범위가 넓고 전파능력이 강하며 기술 상품이 우수한 특징을 이용하여 점차 벤처투자기업들의 주목을 받기 시작한다. 정부와 기업 등 다방면의 지원과 추진하에 인터넷 만화는 왕성한 발전세를 나타내기 시작했다. 휘더우와(绿豆娃), 여우시허우(悠嘻猴), 투스지(兔斯基), 즈사투(自杀兔), 장쇼우허(张小盒) 등 많은 만화 이미지들이 인터넷에서 인기를 모으기 시작함과 동시에 오프라인 출판 발전도 추진하게 되었다. 이외 KuKu동만슈옌잔(休闲站), 동만스제(动漫视界), 지지와이와이바(叽叽歪歪吧), 펑즈동만(风之动漫), 탄란다루동만왕(贪婪大陆动漫网)등 5대 동만 사이트들이 중국 사이트 순위 100장에 랭킹되었다.

2 007년 9월, 문화부와 차이나모바일그룹공사가 공동으로 주최한 제2회 중국창작모바일동만경기가 호남 장사에서 열리게 되었다. 올해 1월9일까지 총 11만부 작품이 접수되었다. 모바일동만경기는 모바일 운영업체들이 주도하는 모바일 동만 운영모델과 산업 고리에 변화가 발생하고 있음을 말한다. 전통 무선 부가서비스업무 중에서 OP가 주도적 지위를 차지하고 SP와 CP는 아주 피동적인 상황에 처해있었다. 이

에 비해 모바일동만 업무는 새로운 합작 방식을 채용하여 OP와 콘텐츠업체의 수익 분배 비중을 35:65로 하였다. 이외 모바일동만 업무의 경로가 扁平化추세를 보여주고 있는데 OP와 CP가 직접 합작할수 있게 됨으로써 SP가 반드시 콘텐츠 집성업체로 전환하여 중소 CP에 제작과 시장홍보 서비스를 제공하여야만 이 산업고리에서 생존해 나갈수 있게 되었다.

### 만화작가: 창작팀의 전문화

만화창작이 지속적으로 열기를 보이면서 많은 우수한 만화창작자와 전문 창작업체들이 출현하였으며 초보적으로 피라미트형 인재제대를 형성하였다. 중국 본토 제 2,3대 만화가들이 점차 성숙되면서 개인풍격이 선명해져 국내 만화팬들의 많은 사랑을 받고 있다. 현재 비교적 유명한 만화창작팀으로 샤티앤도우(夏天岛), 선계만화(神界漫画), 치안팅궁취스(潜艇工作室), 만탕탕(漫唐堂), 쇼우잉 토우카통(小樱桃卡通), 허즈둥만서(和盒子动漫) 등이 있다.

우수한 창작만화 작품도 대량으로 출시되었으며 시장반응이 좋았다. 21CN이 조사한데 의하면 2007년 “가장 인기있는 국내 창작 동만 작품”으로 《미성년(未成年)》, 《월백수(月白树)》, 《Q판삼국(Q版三国)》, 《장안환야(长安幻夜)》, 《동몽(懂梦)》, 《령기년(零纪年)》, 《오룡원대장편만화(乌龙院大长篇漫画)》 등 많은 우수한 만화작품이 선정되었다. 이외 중국 창작 만화작품들이 해외로 대량 수출되었다. 천진신계만화공사는 다년간 민족 우수 문화 발굴에 주력한 기업으로서 2005년 7월에 대표작인 <4대명작> 80권을 천만위엔에 국제 경영권을 판매함으로써 중국 창작만화작품 국제수출 최고 기록을 창조했다. 통계에 의하면 최근 몇 년간 프랑스에 수출된 창작만화작품만 50여부, 200권에 달해 성공적으로 유럽 만화시장에 진출하였다.

우수한 만화작품들이 육속 출현함과 동시에 만화 경영기구도 부단히 성숙되어 가고 있다. 2007년 만화기업은 해외 첫 투자금을 얻어 중한합자기업 “촌인(천진)만화유한공사”를 설립하였다. 한국 복락림출판사는 300만위엔을 투자하여 30%의 지분을 가지게 되었으며 천웨이둥(陈维东)이 개인 무형자산으로 700만위엔을 투자해 지배주주가 되었다. 광주 만우문화는 10년간의 발전을 거쳐 경영모델이 점차 성숙되고 업무 규모가 부단히 확대되었으며 상품 종류도 다양해지고 브랜드가치가 대폭 상승하여 현재 중국 국내에서 규모가 가장 큰 동만매체그룹으로 되었다.