

▶ 중국 음향영상산업 수출입분석

1. 음향영상제품수입 규제 겹겹

2002년, 세계무역기구에 가입 한 이래 중국음향영상수입량은 대폭 증가하였다. 하지만 세계 기타 나라와 마찬가지로 중국도 문화제품의 수입에 대해 엄격한 방침을 실시하고 있다. 중국음향영상수입은 국가거시문화정책, 외교정책, 대외경제 무역정책과 모두 관계되므로 수입을 주 업무로 취급하는 회사는 아주 큰 정책모험이 따르게 된다. 완제품수입을 엄격히 통제하는것은 저작권무역을 추진하기 위한데 또한 그 목적이 있다. 완제품시장을 개방하면 국내 상관산업은 중국홍콩, 대만 나아가서 동남아세아 지역에서의 우세를 줄지에 잃게 되어 전반 산업이 혼란에 빠지게 된다. 이는 음향영상산업이 직면한 문제이며 또한 표지포장, 복제가공 등 일련의 산업에 까지 도 영향준다.

2. 음향영상제품수출의 양호한 발전 추세

2004년, 중앙재정에서는 음향영상제품수출지원금으로 인민폐200만원을 지급하였다. 2005년에는 150만원의 보조금을 음향영상회사에 지급하였다. 수출의 핵심문제는 제품이다. 제품의 국제화 여부, 국제형세 부합여부는 관건이다. 차후 정책방향은 장려로 보조금을 대체하는 것이다. 즉 우수한 작품을 제작한 회사에 많은 장려를 주는것이다.

2005년 3월, 문화부문화시장사는 30개 음향영상기업에 대해 국산음향영상제품 수출상황을 조사했다(조사에 참가한 회사는 29개). 조사에 참가한 회사는 국유기업, 민영기업도 있었고 저작권무역회사, 완제품수출회사도 있었으며 자체수출회사, 위탁수출회사도 있었다. 최근 국산음향영상제품 수출은 안정한 성장과 양호한 발전 추세를 보이고 있다.

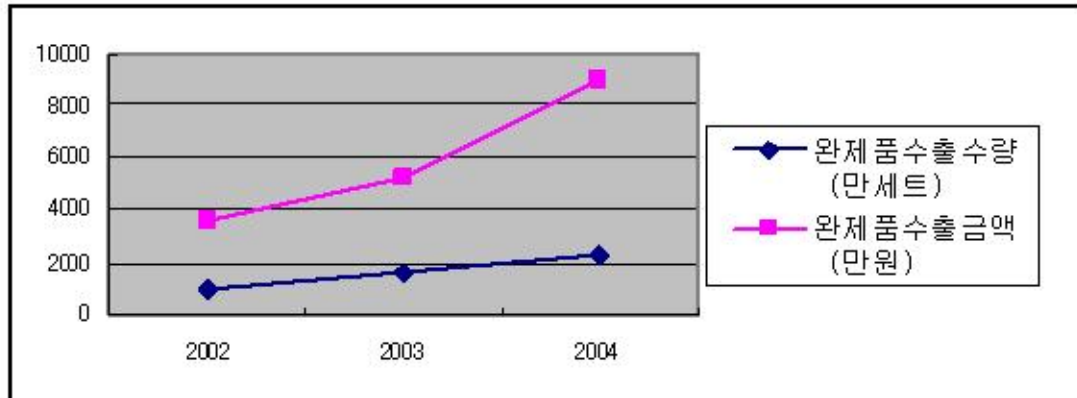
국산음향영상제품수출——완제품은 현저하게 증가하였고 저작권은 하락세를 보였다.

2005년까지 국산음향영상제품수출방식은 주로 완제품수출과 저작권무역 두가지이다.

완제품수출수량: 2002년에는 9406204세트, 2003년에는 15449720세트, 2004년에는 22553996세트의 완제품을 수출하여 전해에 비해 각기 64.25%, 45.98% 증가하였다. 수출액은 2002년에 36377497원, 2003년에 52597070원, 2004년에 89614801원에 달해 전해에 비해 각기 44.59%, 70.38% 증가했다.

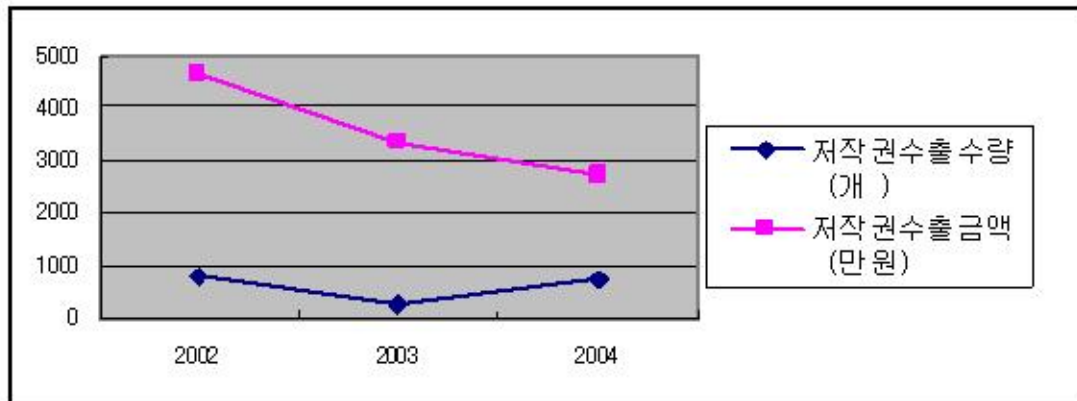
저작권무역: 2002년에 780개, 2003년에 265개, 2004년에 716개의 프로그램을 수출하였고 수출액은 46348056원, 33369723원과 27306170원에 달해 전년에 비해 각기 38.89%, 22.21% 하락하였다.

표 13 국산음향영상완제품수출



출처: 중국투자자문망산업연구센터

표14 국산음향영상제품판매권수출



출처: 중국투자자문망산업연구센터

광둥음향영상성(广东音像城)은 중국음향영상시장의 청우계로서 국산음향영상제품의 수출현황에 대해 민감하다. 2002년 11월부터 광둥음향영상성의 음향영상제품 매출 수출액은 기본적으로 150만원이상에 달했으며 2003년에는 2595085장, 2004년에는 4596031장의 국산음향영상제품을 수출하여 77.1%의 성장을 이루었으며 2003년에는 20983790.07원, 2004년에는 25839677.21원의 수출액을 올려 전해에 비해 23.14% 증가하였다.

3. 국산음향영상제품 상황분석

1) 국산음향영상제품수출 온정 추진

중국의 29개 주요 기업의 음향영상수출액은 매년 증가하여 2002년에는 82725553원, 2003년에는 85966793원, 2004년에는 116920971원에 달하여 전해에 비해 각기 3.92%, 36.1% 증가하였다. 국산음향영상제품수 주로 4개 채널을 통해 수출된다: 첫째는 절차에 따라 지방시급이상 문화행정부문의 심사비준을 거쳐

음향영상제품의 명의로 통관수출 한다. 둘째는 수출입회사에서 플라스틱제품 등 명의로 통관수출 한다. 셋째는 기타 화물에 숨겨 통관한다. 넷째는 우편 또는 휴대하여 수출한다. 때문에 국산 음향영상제품의 실제 수출은 상기 숫자보다 훨씬 높은것이다. 이처럼 국내음향영상제품수출이 신속히 증가함과 동시 음향영상수출 매출이 1000만원을 넘는 일부 회사도 생겨났다.

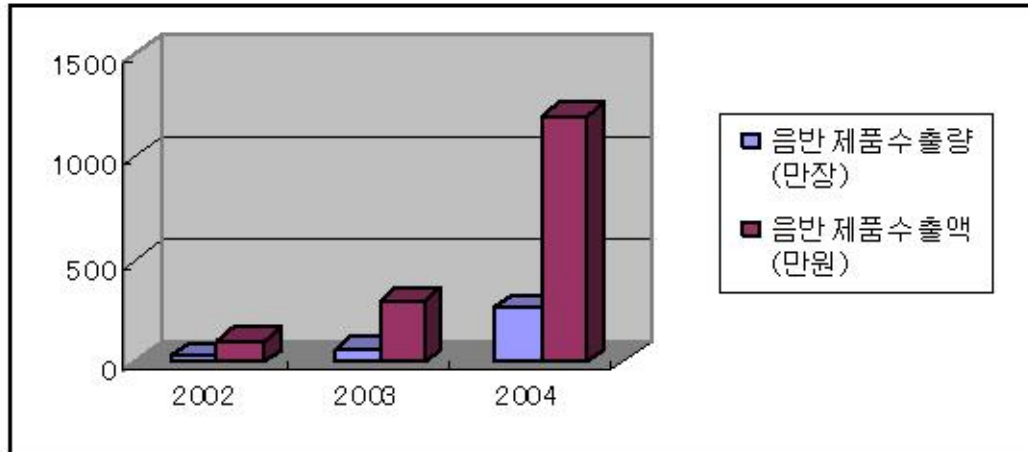
2) 수출과정에서의 민영음향영상회사의 중요한 역할

민영회사는 국산음향영상제품 수출의 주요역량이다. 광동제펑음반유한회사(广东杰盛唱片有限公司)는 2004년에만 590만장의 음향영상제품을 수출하여 1620만원의 수출액을 올렸다. 삼천카툰그룹유한회사(三辰卡通集团有限公司)의 란모우를 캐릭터로 한 카툰프로그램은 5년도 안되는 시간에 한국, 인도네시아, 이스라엘, 해만6개국 및 중국 홍콩, 마카오, 대만 등 13개 나라와 지역에 수출하였고 디즈니의 고향인 미국에 진출하여 4878회, 66380분간 방송되었으며 2134280달러의 저작권 수익을 올렸다. 일부 민영기업은 국산음향영상프로그램의 번역제작, 더빙, 외국어 자막 타자에 종사하는 외, 해외 판매망 구축에서도 만족스러운 성과를 거두었다. 2005년 2월, 초짜런(俏佳人), 쿵체랑(孔雀廊), 동허싱(东和兴), 광주음향출판사(广州音像出版社)와 미국세계텔레비존방송유한회사(美国世界电视广播有限公司)등 8개 회사가 합자하여 미국 로스앤젤레스시에 국산음향영상제품을 전문경영하는 미국중국음향성유한회사(美国中国音像城有限公司)를 설립하였다. 2000평방미터의 영업면적에 2만여종의 품목을 취급하고 있으며 이는 국산음향영상제품수출이 참신한 단계에 들어섰음을 상징한다.

3) 인터넷을 통한 음향영상제품 수출량의 증가.

인터넷의 우세를 이용하여 음향영상인터넷비즈니스에 종사하는 전문사이트가 최근 국산음향영상제품의 수출 증가에 한 몫을 더하고 있다. 중국음향영상 인터넷비즈니스의 제1브랜드-중국음향비즈니스망은 광동음향영상성을 의탁으로 국산음향영상제품 수출량을 대폭적으로 상승시켰다. 2002년, 2003년, 2004년에 각기 22만장, 66만장, 267만장의 국산음향영상제품을 해외에 수출하므로써 100만원, 300만원, 1200만원의 매출액을 올렸으며 판매량과 매출액도 전해에 비해 200%, 300% 성장했다. JOYO.COM(卓越网)이 2002년, 2003년, 2004년에 해외에 수출한 국산음향영상제품량도 각기 550%, 230% 증가하였으며 매출액은 190%, 580% 증가했다. 음향영상 인터넷비즈니스의 신속한 발전은 국산음향영상제품수출에 광활한 거래공간을 마련해주었다.

표15 중국인터넷수출



출처: 중국투자자문망산업연구센터

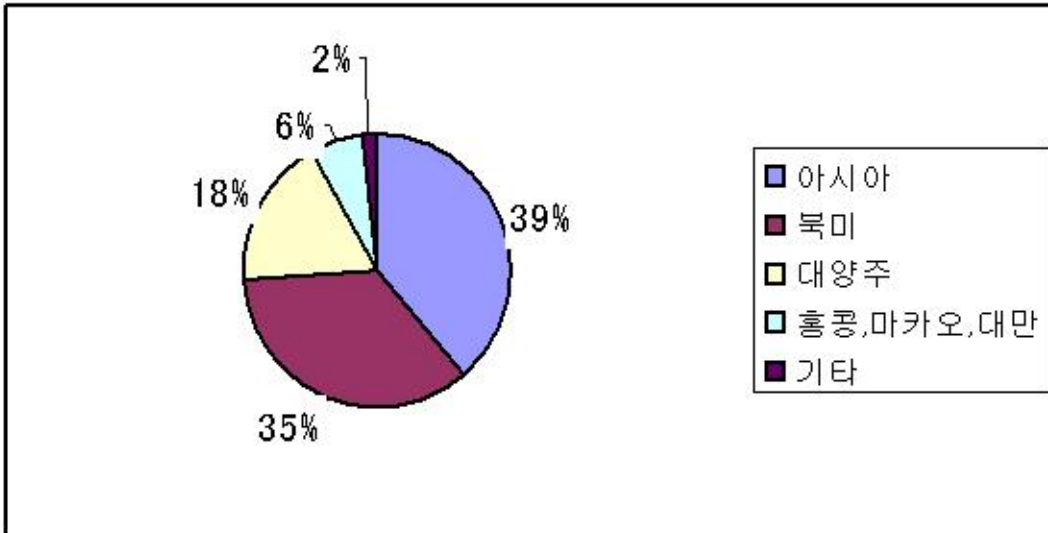
4) 중국문화자원의 해외진출을 중시하고 있는 국제영상음향 거두(巨头)

이 방면에서 환구음반(环球唱片)의 액션이 제일 컸다. 2005년까지 선후로 아세아태평양지역 나아가서 전세계에 내지첼리스트 왕젠(王健), 피아니스트 리윈파(李云迪), 랑랑(郎朗), 민악그룹 여성12악방(女子十二乐坊), 가수 도우랑(刀郎) 및 민악서악그룹 방화18(芳华十八)의 해외앨범을 출시하여 훌륭한 성과를 거두었다. 유니버스(环球唱片)은 중국홍콩,대만지역 및 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등 중국인이 집거한 나라에서 도우랑(刀郎)의 제1, 2집 앨범을 출시하였고, 여성12악방(女子十二乐坊)의 3개 앨범은 30만장이나 팔렸다. 그외 황멍라(黄蒙拉), 멩제(梦洁), 장제(张杰) 등 기타 계약가수의 앨범 해외발행사업도 본격적으로 추진하고 있다.

5) 더욱 넓어진 수출지역

2005년, 국산음향영상제품은 미국, 캐나다, 일본, 한국, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 타이, 베트남, 버마, 호주, 뉴질랜드, 프랑스, 핀란드, 스위스, 이탈리아, 그리스, 영국, 독일, 쿠웨이트, 바레인, 아랍에미리트연합, 요르단, 아만, 카타르, 이스라엘, 브라질, 아르헨티나 및 중국홍콩, 마카오, 대만지역 등 아세아, 유럽, 아프리카, 북아메리카, 대양주 등 전 세계 6대주 50여개 나라와 지역에 수출되었다. 하지만 주로 아세아, 북아메리카, 대양주와 중국홍콩마카오대만 등 지역에 집중되어 있다. 2004년, 광둥음향영상성(广东音像城)이 상기 지역에 수출한 국산음향 영상제품은 각기 총 수출량의 39%, 35%, 18%와 6%를 차지했고 수출총액은 각기 총액의 42%, 32%, 19%와 5%를 차지하여 수출량이나 수출금액에서나를 물론하고 모두 수출총량의 98%의 비중을 차지했다.

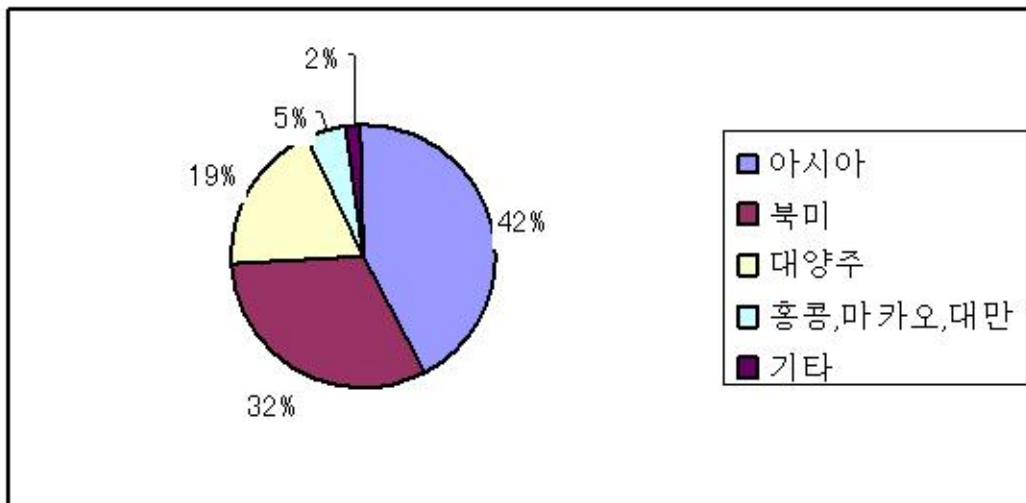
표16 2005년 국산 음향영상제품 수출수량 지역분포



중국투자자문망산업연구센터

출처:

표17 2005년 국산 음향영상제품수출액지역분포



출처: 중국투자자문망산업연구센터

6)다양해진 수출프로그램 품목

2005년에 이르러 국산음향영상제품의 수출품목은 국내에서 발행하는 각 품목을 거의다 포함했다. 특히 인기텔레비죤연속드라마, 영화, 음악 및 중화문화와 친밀히 상관된 백과류 음향영상 프로그램을 포함했다. 판매상은 제일 빠른 시간내에 새로 출시된 국산음향영상제품을 항공으로 해외에 수송하여 시간차를 이용하여 수익을 올렸다. 영상, 음악프로그램의 수출 비중이 비교적 높다. 탁월망(卓越网)이 최근 3년내 수출한 영상프로그램은 총량의 83.4%를 차지하고 음악은 12.4%를 차지했고 양자의 비율은 총량의 95%를 차지했다. 기타 종합성 수출회사가 수출한 영상, 음

악, 백과 및 기타 프로그램의 비율은 기본상 5: 3: 1: 1의 비율을 유지했다.

중국음향영상산업 정책분석

1. 국가산업구조 조정정책

(1)해적판음향영상제품의 타격과 음향영상 경영환경의 규범화

2005년 11월 16일, 문화부는 각 성, 자치구, 직할시문화청(국), 정규판[整规办(保知办)], 신강생산건설병단문화국, 정규판[整规办(保知办)], 북경, 상해, 중경시문화시장행정집법총대에 불법음향영상제품 통일소각활동을 진행할데 대한 통지를 하달함과 동시에 2006년 1월 12일에 전국적으로 불법음향영상제품을 통일소각하기로 결정하였다.

2005년이래 각 급 당위, 정부의 영도하에 각 급문화행정부문은 상관 직책을 열심히 이행하였고 해적판음향영상제품을 타격하고 지적자산을 보호하는 활동을 활발히 벌렸다. 2006년 3계도까지 전국문화행정부문은 총 2,983,447인차의 집법인원을 출동하여 570,408개차의 음향영상경영회사를 검사하여 124,175,002 (장)의 불법음향영상제품을 수색해냈다. 지적자산권보호 행사를 통해 불법음향 영상제품경영자들의 기업을 유력하게 타격하여 음향영상시장의 정상적인 운영질서를 효과적으로 유지하였다.

(2) 국산음향영상제품 수출에 대한 문화부의 고무격려

2005년 10월 19일, 문화부는 중화문화는 "나아가야 한다"는 프로젝트를 실시하여 국산음향영상제품 수출사업을 촉진하였다. 재정부, 문화부는 국산음향영상제품 수출 전문자금을 설립하여 국산음향영상제품수출에 대한 보조와 장려제도를 실시하였다. 국산음향영상제품수출 장려자금의 관리와 사용은 《국산음향영상제품수출 전문자금 관리방법(시행)》을 집행한다.

국산음향영상제품이 조속히 세계로 나아가서 국제상에서의 민족음향영상업의 위상을 높이기 위하여 정부는 수출절차를 간편화하는 《국산음향영상제품수출을 촉진할데 관한 통지》를 공포하여 문화제품의 통산심사기한을 기존의 한주, 한개월, 지어는 더 긴 기한을 1일에서 3일까지 줄이는 등 정책상의 지원할뿐만 아니라 평등, 질서, 고효율의 경쟁환경의 창조를 위한 국산음향영상프로그램 섭외저작권 등록제도도 제정하였다. 또한 중외음향영상 교류환경을 구축하고자 문화부와 광동성정부는 2004년에 제1차중국국제음향영상박람회를 주최하였다. 본 박람회에는 200여개의 중외음향영상기업, 업계기구와 국제조직이 참가하였고 많은 해외음향영상 동업자들이 중국에 모여 국산음향영상 수출사업의 기세를 더 하여 주었고 협력목적을 달성하였다. 2005년에 열린 제2차 중국국제음향영상박람회는 더 많은 갈채를 받았다.

최근 국산음향영상제품수출중에 발생한 번역, 마케팅, 저작권 등 문제에 대해 정부는 고도로 되는 중시를 돌리고 유효적인 정책을 실행하였다. 이미 16개의 회사의 27개 프로젝트가 전문자금의 지원을 받게 되었다.

2. 음향영상산업에 대한 국가의 정책지원

내지에서 시범 문화기업 지원정책을 실시하였다.

1) 재무세금 우대정책

2005년초에 당 정책은 신문업계그룹을 시범으로 정한 이래, 내지에서 처음으로 제정한 체계적인 경제혜택 조치이다. 신규정은 하기를 포함한다. 시범 문화기업은 5년내에 기업소득세, 부동산세, 토지사용세와 교통도구사용세를 면제한다. 음향영상제품과 전자출판물 증치세 세율 및 방송텔레비죤유선인터넷 영업세 세율을 낮춘다. 문화기업은 소비형 증치세를 실행하며 기계설비 구매시 증치세를 감제한다.

중점문화제품 생산을 위해 인입한 선진기술과 설비 등은 관세와 수입증치세를 면제한다. 디지털텔레비죤, 디지털영화 연구개발, 생산, 전송에 종사하는 기업은 국가와 지방 첨단기술기업의 각 항 우대정책을 누릴수 있다.

2) 저작권법의 수정

음향영상영역의 저작권보호제도는 부단히 구축하고 보완되고 있다. 국가저작권국의 수권과 지도하에 중국음향영상협회는 2005년 중국음향저작권 집중보호 관리사업을 활발히 진행하였다. 중국음향영상업계는 해적판의 피해지역으로서 음향영상출판의 창조를 엄중히 말살하고 있다. 특히 일부 유해한 해적판은 청소년들의 심리건강을 엄중하게 해쳤다. 날따라 창궐해지는 해적판을 타격하기 위하여 중국음향영상협회는 일부 매체에 일부 불법본자가 합법명으로 비법해적판복제를 진행한 행위를 폭로하여 정부주관부문의 중시를 일으키고 정부로 하여금 유력한 대책을 취하여 해적판복제활동을 제지하게 하였다. 중국음향영상협회는 또한 전국음향영상시장 감독망과 음향영상저작권 정보망을 구축하여 사회각계 특히 음향영상사업과 상관한 기업에 저작권정보서비를 제공하였다.

3) 처벌참고표준의 증가

심천시문화국은 기존 음향영상시장 처벌참고표준의 기초상에서 불법음향영상제품 판매 처벌표준을 증가하여 불법음향영상제품 한장에 200원씩 벌금하던것을 500원으로 높였고 해적판CD 100장이상을 판매하면 《음향영상제품경영허가증》을 취소하기로 했다.

음향영상시장 처벌참고표준을 높힌것은 심천시에서 음향영상제품시장을 정돈하고 질서를 강화하기 위한 대책이다. 또한 이는 불법경영활동을 유력하게 타격하고 지적자산을 보호하고 행정처분의 위력을 과시하므로서 불법음향영상제품의 경영활동에 종사하는 불법경영자의 기세를 꺾어놓아 공평집법과 집법효율을 제고하였

다. 신 표준은 2005년 11월 1일에 이미 공포되어 실행하고 있다.

3. 정책변화가 음향영상산업에 준 영향

2005년 중국음향영상제품은 다원화병행의 발전추세를 보였으며 음향영상 기업은 새로운 영역과 모델을 탐색하는 방식으로 불법해적판에 대항하였다. 전통음향영상제품의 판매는 하락세를 보였으며 컬러링을 대표로 한 신규매체서비스가 신속한 발전을 가져왔다. 판매채널방면에서 전통음향영상제품의 판매채널은 일정 정도로 위축하였으며 인터넷채널을 이용한 음향인터넷비지니스는 지속적으로 대폭 증가하였다. 재정부와 문화부가 공히 설립한 국산음향영상제품수출 전문자금 정책의 힘을 입어 국산음향영상제품의 수출은 지속적이고 안정적으로 성장하였으며 2005년 음향영상영역에서 각광을 받는 하나의 포인트로 되었다.

2005년, 문화부는 음향영상시장에 대한 3가지 사업을 추진하였다. 첫째는 업계에 대한 고무격려, 업계내 기업이 해적판에 적극적으로 대항하여 자체의 이익을 보호할수 있도록 격려하였다. 둘째로 정규출판사의 불법행위를 제지하여 "4금지, 2불가"를 명확히 제출하였다. 즉 비준을 거치지 않은 출판물 수입 금지, 버전,번호 위조 금지, 한버전을 여러번 판매하는것 금지, 포장, 표지, 제목 변경 금지, 색정적이고 저속한것은 불가, 유효기간 만료 수권 불가. 셋째로 국무원의 배치에 따라 해적판 타격을 강화했다. 2005년 국가는 지적재산권보호에 대해 전례없는 중시를 돌렸으며 음향영상제품영역에서 문화부에서만 해적판타격 전문활동을 10차이상 진행했으며 특히 압축CD범람, 해적판브랜드화, 시리즈화, 규모화 등 상황에 대해 각 대도시를 중점으로 타격하므로써 해적판압축CD의 창궐을 유효적으로 저지하였다.