

## 중국 드라마 산업 동향

### 주요 내용

#### 1. 1991년 이후 중국 드라마의 시장화, 산업화 가속화

- 1991년 <편집부 이야기(編輯)>(베이징TV예술센터 제작) 최초로 광고를 통해 수익 창출

#### 2. 세계 제1의 드라마 생산국, 방영국

- 드라마 제작사 급증: 2001년(432개 사) → 2007년(2,511개 사)
- 드라마 제작 급증: 2007년 529편(14,670회분) 제작, 전국적으로 매일 평균 40회 분량의 드라마 제작
- 전국 1,974개 채널 중 89.4%인 1,764개 채널에서 드라마 방영
- 1년간 드라마 방송 횟수(재방송 포함) 500만 회 상회
- 방송국 전체 광고매출의 50% 이상을 드라마가 차지, 200억 위안 돌파

#### 3. 드라마 산업의 네 가지 성장 동력

- 자본: 매년 드라마산업 투자규모 50억 위안 상회
- 수요: 높은 시청률
- 기술: 디지털화에 따른 윈도우 증가
- 정책: 드라마의 제작, 경영, 유통 영역을 민간에 개방  
‘드라마소재계획입안심의’ 제도 → ‘드라마촬영제작기록공시’ 제도:  
민간 투자 유도

중국 최초의 드라마인 1958년 작품 <야채 떡 한 입(一口菜餅)>이 방영된 이후, 중국 드라마는 50년이 지난 지금까지 계속해서 발전의 길을 걸어왔다. 처음 20년 동안 드라마는 단순한 정치적 선전도구라는 이미지가 강했지만, 그 후 30년 동안 서서히 대중문화의 한 축으로서 그 자리매김을 해 오면서, 드라마 제작에 있어 상업적 면모를 갖추었다. 특히 1991년 베이징TV예술센터에서 제작한 <편집부 이야기(編輯)>가 광고를 통해 수익을 얻고 기업들의 협찬을 받으면서, 중국 드라마의 시장화, 산업화의 속도는 점차 빨라지고 있으며, 수지를 겨우 맞추던 드라마 시장도 흑자의 길로 돌아설 수 있게 되었다.

중국의 산업화 행보는 드라마 업계의 신속한 발전에 견인차가 되었다. 거대한 사회적 역량과 자금이 드라마 시장에 유입되면서 2001년에는 432개에 불과하던 드라마 제작사 수가 2007년에는 6년 사이에 무려 여섯 배에 가까운 2,511개 업체로

늘어났다. 2007년에는 529편이나 되는 드라마가 제작되었고(1만 4,670회 분량), 전국적으로 매일 평균 40회 가량의 드라마가 제작되고 있다. 이는 모두 세계 최고의 기록이다. 현재 전국 1,974개 채널 중 전체의 89.4%에 달하는 1,764개 채널에서 드라마를 방영하고 있으며, 1년간 방영하는 드라마 횟수는 재방송을 포함하여 이미 500만 회를 넘어섰다. 중국은 이미 세계 제1의 드라마 생산국이자 방영국이라는 명실상부한 타이틀을 거머쥐었다.

이와 함께, 드라마 산업의 투자 규모도 점차 증가하고 있는 추세로, 현재 그 규모는 이미 50억 위안을 넘어선 상태다. 방송국 전체 광고매출의 50% 이상을 차지하고 있는 드라마 영역은 200억 위안이라는 기록을 돌파했다. 드라마는 이제 그 자체의 의미를 벗어나 창작·자본·제작·경영·방송·리서치·관련 상품 개발 등의 영역으로 나뉜 고도로 분업화된 작업환경을 이루고 있으며, 각 영역 간의 상호 협력을 통하여 좀 더 나은 단계로 발전하고 있다. 2009년 중국 드라마 시장은 한 단계 높은 수준으로 발전할 것이라 예상된다.

### 드라마 시장의 발전을 이끄는 ‘네 가지 성장 동력’

과거 중국에서 드라마를 국가 사업적 측면에서 자리매김했던 시기에는 주로 정치적 면모가 강조되었다. 하지만 산업적 측면이 요구되는 현시점에서는 자본, 수요, 기술, 정책의 상호 작용을 통하여 종합적인 드라마 시장의 성장 동력이 구현된다고 볼 수 있다.

#### 성장 동력 1 - 자본

드라마 산업은 자본 집약적 산업으로, 풍부한 산업 자본과 다양한 자본 조성 루트는 효과적으로 드라마 산업의 발전에 추진력으로 작용하였다. 드라마 산업은 초기 자본이 비교적 높은 분야로서 강력한 수요가 없다면, 자금 회수율이 떨어지게 되고 점차 쇠퇴의 길을 걷게 될 것이다. 드라마 산업은 고도의 기술을 필요로 하게 되며, 하이테크가 빚어낸 시청각 효과는 드라마 산업의 수준 향상을 도모할 것이다.

중국의 방송국은 모두 국영으로 운영되며, 방송사 사장은 공산당 간부이자 공무원이라는 신분을 가지고 있다. 이는 이데올로기 전파 매체로서의 방송국이 외부 세력에 좌우되지 않게 하기 위한 기본 구조라고 할 수 있다. 그러다 보니 외부 자본의 방송 영역 진입은 기타 산업에 비하여 더욱 폐쇄적인 구조로 운영된다. 하지만 드라마 산업은 다른 방송 영역에 비하여 외부 자본의 유입이 비교적 빨리 시작되었다는 특징을 가지고 있다.

한 통계에 따르면, 지난 2000년부터 수년간 사회 잉여 자본이 드라마 산업 제작에 유입되는 경우가 상당히 많았고, 중신(中信)·바오리(保利)·형디엔(横) 등 대기업의

투자가 이루어지면서 드라마 산업으로 유입된 민간 자본은 1백억 위안을 넘어서게 되었다. 최근 수년간 외주 제작업체의 제작 편수가 계속해서 늘어감에 따라, 매년 산업투자 규모도 50억 위안을 넘어섰다. 자금조달 면에서는, 상업대출, 광고수입, 프로그램 판매 및 정부 자금지원 등의 전통적인 방법 이외에도 기업의 사모펀드와 해외자본 유입 등 새로운 형태의 방식들이 나타나고 있다.

### 성장 동력 2 - 수요

다양한 TV 프로그램 장르 중 드라마의 시청률은 매우 월등하다. CSM이 최근 분석한 자료에 따르면, 2008년 1~9월 전국 35개 주요 도시에서 시청 가능한 TV 프로그램 중 드라마 방영 비중은 22.83%에 달했고, 전체 시청률에서 드라마가 차지하는 비율은 32.07%에 달했다. 지난 2년간 드라마 방영 비중은 각각 24%와 23.37%였으며, 시청률에서 차지하는 비율은 33.48%와 33.52%였다. 지진, 올림픽과 같이 큰 사건이 있었던 경우에는 드라마 방영 비중이 소폭 감소하기도 했지만, 여전히 시장의 거의 3분의 1을 차지하고 있다. 시청자의 드라마에 대한 높은 시청 요구와 방송국의 강렬한 드라마 방영 욕구가 이루어 낸 결과라 할 수 있다.

### 성장 동력 3 - 기술

기술은 TV 매체 존재의 전제조건일 뿐만 아니라, 방영 프로그램의 수준과 제작방식을 결정지을 수 있는 중요한 요소이다. 특히 디지털 TV·DMB·인터넷 채널 등 뉴미디어의 등장은 드라마 무대를 확대시켰으며, 드라마 산업 발전의 새로운 발전 메커니즘이 되고 있다. 저작권 문제가 대두되고, 금융 위기로 인한 자본 압박이 심해짐에 따라 갈수록 많은 인터넷 채널들이 외주 제작사와 제휴를 모색하고 있다. 예를 들어, 동영상 검색 사이트인 YouKu(優酷網)는 이미 1,000개가 넘는 드라마 외주제작사와 제휴 관계를 맺었으며, 드라마 4만 회 분량의 저작권과 고전 드라마의 저작권을 얻어냈다. 이외에도 뉴미디어는 드라마 산업에 새로운 대본창작 환경을 제공하기도 하였다. 널리 알려진 문학창작 관련 홈페이지 '룽수샤(榕树下)'는 이미 드라마 대본창작 분야의 주축이 되어 새로운 바람을 일으키고 있다.

### 성장 동력 4 - 정책

시장 경제의 요구에 따라 정부는, 사상적 측면은 엄격하게 감독하고 경제적 측면은 느슨하게 풀어 주는 감독과 방임을 결합한 정책을 채택했다. 현재, 드라마 산업 정책은 드라마 제작과 방영 단계에 있어 드라마 제작사의 허가, 방송 심의를 받아야 하는 관리 중점적인 정책을 택하고 있다. 이외에도 국가 방송총국은 각 시기의 특성을 고려한 정책을 펼치고 있다. 국가 방송총국은 2004년부터 드라마 제작 산

업의 문턱을 낮춰 드라마 제작 및 경영, 유통 영역을 민간단체에 개방하기 시작했다. 2006년부터는 ‘드라마소재계획입안심의’ 제도를 ‘드라마촬영제작기록공시’ 제도로 바꾸면서, 시장에 제작에 대한 결정권을 넘겨주었다. 2007년에는 제휴 드라마의 제한을 풀어 주기 시작하면서 대만·홍콩·마카오 등지의 연예인들이 중국 대륙 드라마 출연에 활기를 띠었다.

하지만 중국의 경우 드라마 산업은 여전히 정부의 관리를 많이 받고 있는 편이며, 정부의 정책은 지속적인 드라마 산업 발전에 있어, 특히 어떠한 장르의 드라마가 제작되고 유통될 수 있는지의 여부에 있어 실제적으로 매우 중요한 역할을 하고 있다. 설령 제작사가 제작을 했다 하더라도 정책에 위배되는 경우에는 방영이 어렵기 때문이다. 상황이 이렇다 보니 중국에서는 제작자와 투자자들은 정부 정책의 향방에 주목하게 된다.

### 드라마 산업 구조 3단계 간의 소통

드라마 산업의 ‘네 가지 성장 동력’은 최근 2년간 드라마 제작환경 발전에 긍정적인 영향을 끼쳐 왔다. 2008년 10월 심의 신청 드라마는 전년 동기 대비 57% 성장한 2,706회분에 달했으며, 2008년 한 해 동안에는 그 규모가 1만 5,000회에 달하면서 2007년의 1만 3,000회의 최고 기록을 갱신했다. 그러나 세계 금융위기의 영향으로 인해 드라마 업계 내부에서는 드라마 심의를 신청한 1만 5,000회가 모두 방송될 수는 없을 것이라는 분석이 제기되고 있다. 결국 투자제작 중인 드라마의 경우 가장 우선적으로 위기에 봉착할 것이며, 30% 정도는 제작 자체가 아예 불가능할 것이다. 하지만 이에 반해, 전국 각지의 방송국들은 2009년에는 드라마 방영 비율을 더욱 높일 것이라고 계획하고 있다. 상하이 방송국은 22개의 드라마 극장을 열 것이며, 1년간 2만 2,000회 분량을 방영할 것으로 계획하고 있다. 그중 새로운 드라마가 차지하는 비율은 30%에 달한다. 상하이 동광 위성TV는 2008년 드라마 구매액이 2억 위안을 넘어섰으며, 후난·저장·안후이·장쑤 등지의 위성채널 역시 드라마 분야에 투자를 확대할 계획이다.

드라마 산업 체계 내부에 제작·방영 등 이익 주체의 결정 및 판단은 상호 작용을 하면서도 상대적으로 독립적이다. 이것은 한편으로는 내부 의사결정 메커니즘과 관계가 있으며, 다른 한편으로는 외부 산업 체계의 제약을 받는다는 것을 보여주고 있다. 그러므로 드라마 산업에 있어 제작, 배급, 방영의 3단계 간에는 소통이 반드시 요구되며, 중국과 같이 급변하는 경제적 사회적 환경을 가지고 있는 이러한 작업이 더욱 필요불가결하다고 하겠다.

#### 단계 1-제작 단계

드라마 산업 순환구조의 기점인 제작 단계는 대본 기획과 촬영으로 이루어진다.

최근 수년간 드라마 대본에 대한 인식이 매우 높아졌으며, 일부 드라마 제작사는 독립적으로 대본기획부를 신설하기도 하였다. 하이룬영상(海潤影視)은 내부에 문학창작 부서를 별도로 마련하고 수준 높은 드라마 대본창작에 전력하여 성공적인 드라마를 만들어 내기도 하였다. 그러나 중국에는 아직 젊은 작가를 선발하기 위한 메커니즘이 결핍되어 있고, 작품의 저작권 문제가 존재하며, 작가에 대한 대우가 매우 낮은 등의 원인으로 인하여 여전히 수준 높은 드라마 대본이 부족한 것이 현실이다. 현재 중국 드라마의 회당 원고료는 6,000~1만 위안가량으로, 이는 배우들의 출연료에 비하면 턱없이 낮은 수준이다. 이런 불공평한 대우에 대하여 최근 중국에서는 80명이 넘는 작가들이 ‘권익 보호를 위한 연합성명’을 발표하여 원고료의 인상, 저작권의 존중 및 영화제의 ‘극본상’ 신설 등을 요구하였다. 방송 시장 조사기관의 하나인 CTR(央視市場研)의 조사 결과에 따르면, 현재 약 5.8%의 감독들이 매년 한 편의 작품을 세상에 선보이고 있으며, 소위 말하는 마태(matthew) 효과가 나타나고 있다. 즉, 시장이 인정하는 감독들은 작품을 촬영할 수 있는 기회는 점점 많아지고 그 대우 또한 계속 좋아진다는 것이다.

### 단계 2-배급 단계

제작과 방영 단계를 잇는 교량 역할을 담당하는 배급은 현재 TV 드라마 산업 순환구조에서 가장 취약한 부분이다. 최근 들어 매년 200회 이상의 분량을 제작하는 대형 제작사들은 ‘자체 배급’ 방식을 택하고 있으며, 비교적 내실이 약한 소형 제작사만이 전문 배급사에 그 업무를 위탁하고 있는 것이다.

시장의 유한성으로 인해 전문 배급사는 규모가 작고 내실이 부족한 업체만을 담당하고 있으며, ‘자체 배급’을 하는 대형 제작사는 일부 드라마를 아예 배급하지 않는 위험요소까지 떠안으면서 이윤을 극대화하려고 한다. 중국에서 매년 생산되는 1만여 회의 드라마 중 60%도 안 되는 드라마만이 방영되었다. 나머지 40%의 드라마는 근본적으로 시청자와 만날 기회조차 없는 것이다. 또한 방영된 드라마 중에서도 이익을 본 경우는 20%에 불과했으며, 거의 절반이 넘는 드라마는 손익분기점에도 이르지 못했다. 비교적 시청률이 좋았던 <사병돌격(士兵突擊)>은 대스타의 출연과 블록버스터급 규모로 인해 방송사에서 쉽게 출자를 할 수 없었으며, 배급되는 데 1년이 넘는 시간이 걸렸다. 제작자 오의(吳毅)에 따르면 비록 이 드라마는 20%의 높은 시청률을 얻었지만, 자금 면에서 볼 때, 제작비용을 제하면 손익분기점에 겨우 도달하는 수준밖에 되지 않았다.

### 단계 3 - 방영 단계

이윤을 달성하는 단계로서 드라마 산업 각 부문의 이익 주체들이 가장 관심을 갖는 단계이기도 하다. 방송국은 드라마를 방영하면 자동적으로 뒤따라오는 방송국

에 대한 시청자들의 관심을 이용하여 광고수익을 올리게 되며, 특히 중국의 경우는 광고수입이 방송국 매출의 절대 대부분을 차지하기 때문에 방영의 시간대 설정 및 콘텐츠 수급 등이 매우 중요하다. 드라마 제작사와 방송국은 드라마 방영 단계에서 여러 자원의 관리 능력에 따라 광고수입을 나눠 갖게 된다. 드라마 제작사는 제작 과정에서 방송국의 제재를 받으며, 수요보다 공급이 더 많은 시장구조 또한 방송국을 유리한 입장에 처하도록 하고 있다. 방송국은 독점적인 위치에 서서, 온갖 방법을 동원해 이윤을 극대화하려고 한다. 경우에 따라서 현금지급이 아닌 광고시간을 직접 제작사가 받아 운영하고, 방송국과 이윤을 배분하는 방식을 띠기도 한다. 더욱이 드라마는 광고수주의 가장 핵심이 되는 콘텐츠인 만큼, 우수한 작품을 소유하거나 능력을 갖춘 드라마 제작사들은 방영 단계의 의사결정에서 보다 직접적인 목소리를 내고 있다. 하지만 이처럼 발언권을 가진 제작사는 매우 소수에 불과하다.

실제로 현재 중국 방송국 광고매출 중 드라마가 창출한 부분은 대략 광고수입의 총액은 약 200억 위안에 달한다. 또한 전체 광고매출의 70~80%가 드라마로부터 창출되는 경우가 전체 방송국의 40%에 달한다. 이와 대비되는 것은 제작사의 매출규모는 방송국 매출의 20%가량에 불과하다는 사실이다. 설상가상으로, 최근 수년간 방송국에서 자체 제작한 '재연 드라마', 즉 현실 소재를 재연하고 이에 대한 평론 등을 진행하는 형태의 드라마가 지속적으로 증가하고 있다. 결국 이러한 추세는 유한한 드라마 시장을 더욱 좁게 만들고 있어, 드라마 제작사의 생존을 더욱 위협하고 있다.

### 미래 드라마 산업 발전방향 및 미결과제

많은 변화를 겪으며 발전하고 있는 중국 드라마 산업이 새로운 도약을 하기 위해서는 아직 몇 가지 난제들이 존재한다는 것이 업계 내 인사들의 대체적인 인식이다. 이는 구체적으로 다음과 같이 분석할 수 있다.

#### 과제 1 - 정책적 측면

상술한 바와 같이 정부의 강한 감독과 방송국의 독점은 중국 드라마 업계의 큰 특징이며, 가까운 시일 내에 이러한 구조가 바뀔 가능성은 그다지 높지 않다고 보인다. 또한 향후의 드라마 산업구조 역시 정부 주도적인 성격을 유지하게 될 것으로 보인다.

따라서 중국의 드라마 산업 발전 가능성 여부에는 정부 정책의 적절성이 크게 작용한다. 업계 내에서는 명확하고 공평하며 질서 있는 시장경쟁을 위해서는 드라마 산업 정책수립이 선결과제로 처리되어야 한다고 밝히고 있다. 현재, 제작과 방영에 대한 관리감독 체제와 개방정책이 서로 다르다. 앞으로 제작 영역의 시장진입 조

건은 점차 낮아질 것이며, 드라마 방영 영역에 대해서는 좀 더 긴축된 정책이 펼쳐질 것이다.

업계 내에는 드라마 산업 발전을 위해 정부가 몇 가지 정책을 제시해야 한다는 의견이 제기되고 있다. 우선, 방송국 자체 제작 프로그램과 드라마의 방영 비율을 규정해야 하고, 방송국이 드라마 제작 관련 자본을 확대하여야 한다는 주장이다. 또한 드라마 제작에 대한 자본유입 범위를 더욱 확대하여 방송 계통 이외의 자본, 더 나아가 외국 자본이 자유롭게 유입될 수 있도록 해야 한다는 주장이다. 드라마 제작 자격 허가기준을 적정한 수준에서 조정하고, 대신 부적절한 드라마를 제작한 제작사에 대해 강제퇴출 방식을 적용하자는 의견도 제기되고 있다. 한편, 정부가 드라마 지원기금을 확충하여 우선적으로 사회적으로 긍정적인 반향을 일으킨 드라마 제작사를 후원하도록 해야 한다는 의견도 있다. 구체적으로는, 드라마 방영으로 창출된 광고수입의 일정 비율을 드라마 제작과 구매에 재투자하도록 규정해야 한다는 의견도 있다. 그러나 방송 시스템의 관리 체제에 한계가 있기 때문에 이 정책을 집행하는 데 있어서는 관리감독의 어려움이 비교적 클 것으로 예상된다.

## 과제 2 - 산업적 측면

산업적 측면에 있어, 뉴미디어 방송 루트 확충, 해외시장 개발과 관련 상품 시장 개발 등을 포함한 드라마 산업 구조 각 영역의 경계를 허물어야 한다는 점이 지적되고 있다. 2007년부터 시작한 ‘드라마의 제작-방영 협력모델’은 드라마 제작사와 방송국이 제휴할 수 있는 새로운 사업모델로 자리 잡아 가고 있다. 제작자들은 과거 80% 이상의 수입을 중국 국내 방송국으로부터 창출하였으며, 5~10%의 수입은 OST·DVD 판매로부터 나온다는 사고방식을 가지고 있었다. 하지만 뉴미디어의 출현과 더불어 산업구조는 재편되고 있으며, 종사자들은 전통적인 생각에서 벗어나야 한다는 것을 깨닫고 있다. 드라마 방영 루트는 방송국 이외에도 디지털 TV나 휴대폰 TV, 인터넷 채널 등 새로운 매체를 선택할 수 있다. 이와 더불어 여러 국가를 포용할 수 있는 소재를 선택하거나 국제적인 배우를 기용하여 해외시장을 개척하는 방안도 제시되고 있다. 이를 통해 외국 드라마 제작사 및 콘텐츠의 직접 유입에 대한 장벽을 피하고, 동시에 해외진출 목표를 실현한다는 것이다. 베이징 TV예술센터는 해외시장을 고려하여 <용사의 최후 비밀>을 제작하였는데, 그 결과 2008년 칸 국제 영화제에서 러시아 REN-TV와 계약을 체결하는 쾌거를 이루어 내어, 국내에서 독립적으로 제작된 작품을 외국에서 구매해가는 작품의 선례가 되었다. 그러나 해외 제작사와의 연합제작을 위해서는 해결해야 할 과제가 적지 않아 신중하게 접근해야 하는 영역으로 인식되고 있다.

## 과제 3 - 제작 측면

제작 측면에 있어, 제작사는 반드시 경쟁 능력의 향상을 통해 지속적인 발전 기초를 다져야 한다. 구체적으로 자본조합 능력, 브랜드 창조 능력, 새로운 제작방식 창조 능력, 그리고 제작비용 조절 능력 등을 꼽을 수 있다. 현재 중국에서 운영되는 드라마 제작사는 2,400개에 달하지만, 그중 실제로 드라마 제작허가증을 보유하고 있는 업체는 100개에 불과하다. 즉, 제작사들의 대부분은 허가증 보유 업체의 하청업체 형식으로 제작을 하거나, 제작을 위해 허가증 보유 업체에 의존하는 방식을 따르는 영세업체인 것이다. 2008년 하반기에 불어 닥친 금융위기로 인하여 사회 유희자금을 이용하는 중소 제작사는 자금압박에 시달리기 시작했다. 이에 반해 자기 자본이 충분한 대형 제작사는 오히려 비교적 유리한 시장 기회를 잡을 수 있게 되었다. 드라마 제작사의 브랜드 창조 능력은 완성도 높은 내용과 작품의 시리즈화를 통해 이루어진다. 이 밖에도 드라마 제작 과정에 있어 전통적인 ‘감독 중심 체제’가 ‘작가 중심 체제’로 바뀌어야 한다는 주장도 일고 있다. 드라마 제작사는 제작비용 관리 문제로 늘 고민해 왔다. 중국에서 제작되는 드라마 중 80%가량은 적자를 감수하고 작업을 진행하는 것으로 알려졌다. 제작비용의 효과적인 관리를 위해 우선 고정적인 제작비용과 가변적인 제작비용을 구분해야 한다. 일반적으로 배우들의 출연료는 가변적인 제작비용에 속하며, 대형 스타의 출연료가 무리하게 지출되지 않도록 하고, 가능한 경우 적당한 한도 내에서 출연료를 낮춰야 한다는 목소리는 중국에서도 빠지지 않고 등장하는 화젯거리이다.

중국 드라마 산업이 당면한 문제의 범위는 매우 넓고, 문제 형성 원인 또한 매우 다각적이다. 앞서 말한 ‘드라마의 이중 기능’, 즉 정책 대변자의 기능과 시장 참여자의 기능이라는 다원적인 성격은 그 문제점을 더욱 가중시키고 있다. 결국 이러한 구조를 적절히 이해하여 어느 한쪽으로도 치우치지 않는 전략을 펼칠 줄 아는 제작사와 방송국만이 중국에서 진정한 승리자가 될 수 있을 것이다.

● 참고 :

- 电视研究 2009. 1.
- 中国广播影视 2009. 2. 上半期
- <http://media.people.com.cn>
- <http://news.sina.com.cn>

● 작성 : 이재민(북경대 대학원 중국매체 및 문화연구 박사,  
naturen0858@gmail.com)