

# 2007 중국 뉴미디어 만화&애니메이션 연구보고

iResearch Consulting Group

화엄디지털(华严数码)

## 1. 연구배경

2007년 초까지 중국의 84만개의 각종 사이트들 중에서 동만(만화, 애니메이션) 사이트는 약 1.5만개로 전체 사이트의 1.8%를 차지하였다. 이 수치는 2006년 초 같은 시기와 비교해 4000여개가 증가한 것으로 성장률은 약 36%를 기록하였다. 동만 웹사이트의 총수는 5700만개로 성장률은 약 50%에 달했다. 2006년 온라인 동만 시장 규모는 1000만 위안을 돌파하였으며 성장률은 25%였다. 올해 시장 규모는 약 2500만 위안에 달해 성장률 150%를 기록할 것으로 예측된다. 이와 같은 수치상에서도 알 수 있듯이 중국의 온라인 동만 산업은 곧 폭발적인 발전을 맞이할 것으로 보인다.

그러나 중국에서 비교적 일찍 시작하고, 일정정도 규모를 갖춘 동만 사이트들에도 여전히 콘텐츠의 심각한 동질화, 창작 콘텐츠 부족, 사용자 참여성의 부족, 기술력 낙후 등의 수많은 문제가 존재하고 있다. 만화출판도 전과 같지 않고 영상 애니메이션의 상업모델도 건립하지 못한 지금 중국의 상황에서 중국 모바일 동만은 전에 없던 주목을 받고 있다. 모바일 동만은 중국 동만 산업의 발전을 위해 온 새로운 기회라고 할 수 있다.

중국 온라인 동만 산업의 발전 현황을 더 소상히 파악하기 위해, 특히 모바일 동만의 발전 전망을 살펴보기 위해 화엄디지털뉴미디어동만연구센터와 iResearch 컨설팅 그룹은 이번 연구보고서를 발표하였다. 이번 보고는 중국의 온라인 동만의 거시적 배경, 발전 현황 및 특징을 중점적으로 분석하고 있으며 중국의 주요 동만 사이트 및 모바일 동만의 발전에 대한 과학적 분석을 진행하였다.

## 2. 개념정의

◇ 동만산업 : “창의”를 핵심으로 하고 애니메이션, 만화를 표현형식으로 한 동만 도서, 정기 간행물, 영화, TV, 음반영상제품, 연극 등과 현대 정보 전자기술 수단에 기초한 동만 신상품 등 동만 상품의 개발, 생산, 출판, 방송, 연출, 판매 및 동만 캐

릭터와 관련된 의류, 완구, 전자게임 등 파생상품의 생산과 경영을 하는 산업이다. 이 산업은 자금 밀집형, 과학기술 밀집형, 지식 밀집형 및 노동 밀집형 산업으로 소비그룹이 광범위하고 시장수요가 크며, 상품생명주기도 길고 투자량이 많으며 그에 따른 회수율도 높고 국제화 정도가 높은 산업이라는 특징을 가지고 있다.

◇ 온라인 동만 : 전문적인 동만 사이트에서 인터넷을 통해 동만 작품과 정보를 유포하는 등 동만 형태를 통해 제공되는 각종 부가서비스와 거기에서 얻는 수익.

◇ 온라인 동만 시장규모 : 온라인 동만기업 혹은 개인이 동만사이트 운영을 통해 얻는 직접, 간접적인 수입 규모.

◇ 온라인 동만 고객 : 동만상품에 흥미가 있거나 지난 1년 내에 동만 사이트를 방문한 경험이 있는 네티즌.

◇ 온라인 동만 주요 고객 : 매주 최소 1번 이상 동만 사이트에 접속하는 온라인 동만 고객.

### 3. 연구보고 요약

◇ 중국 온라인 동만 곧 폭발적 발전기 접어들 예정

2007년 초까지 중국의 84만개의 각종 사이트들 중에서 동만(만화, 애니메이션) 사이트는 약 1.5만개로 전체 사이트의 1.8%를 차지하였다. 이 수치는 2006년 초 같은 시기와 비교해 4000여개가 증가한 것으로 성장률은 약 36%를 기록하였다. 동만 웹페이지의 총수는 5700만개로 성장률은 약 50%에 달했다. 2006년 온라인 동만 시장 규모는 1000만 위안을 돌파하였으며 성장률은 25%였다. 올해 시장 규모는 약 2500만 위안에 달해 성장률 150%를 기록할 것으로 예측된다. 이와 같은 수치상에서도 알 수 있듯이 중국의 온라인 동만 산업은 곧 폭발적인 발전기를 맞이할 것으로 보인다.

◇ 중국 동만사이트 현재 수많은 문제 존재

현재 중국 절대 대수의 동만 사이트는 여전히 운영 경험이 부족한 개인 사이트로 운영되고 있다. 또한 많은 온라인 동만 기업도 사이트의 포지션 및 전체 산업에 대한 인식이 뚜렷하지 못하다. 게다가 판권 문제가 해결되지 않고 완전한 영리모델이

구축되지 않은 등 각종 제약 요소들로 인해 동만 사이트의 발전에 심각한 영향을 미치고 있다. 중국 동만 사이트는 현재 콘텐츠 동질화, 창작콘텐츠 부족, 고객참여 부족, 기술 낙후 등의 여러 가지 문제를 가지고 있다.

#### ◇ 이동통신사 온라인 동만의 통합 건의

모바일 각도에서 분석해보면, 만약 차이나모바일이 수많은 동만 사이트들을 통합하여 무료와 유료 서비스를 동시에 제공하는 전략을 채택한다면 적당한 지불 방식으로 신속하게 동만 사이트의 요금 지불방식 문제를 해결할 수 있게 될 것이다. 이는 중국의 수많은 동만 제작 기구의 돌파구가 될 것이며 중국 민족 동만산업의 발전에 큰 공헌을 하게 될 것이다.

#### ◇ 온라인 감상을 주요 내용으로 하는 동만 사이트가 최대 비중 차지

동만사이트는 제공하는 주요 내용에 따라 9가지 종류로 나눌 수 있다. 그중에서 온라인으로 감상하는 것을 위주로 콘텐츠를 제공하는 사이트의 비중이 가장 커 46%를 차지했으며 이는 작년 같은 시기에 비해 18% 증가한 수치이다. 이러한 상황도 동만 사이트가 인기는 많으나 이익모델이 없게 만들고 있으며 발전을 제약하는 요소 중에 하나가 되었다.

#### ◇ 갈 길이 먼 중국의 창작 만화, 애니메이션

최대 중문 검색엔진 바이두가 제공한 통계 수치에 따르면, 가장 인기가 많은 동만 작품 TOP50 중에 중국 창작 동만 작품은 5개밖에 되지 않으며 기타 다른 작품들은 모두 “수입 작품”으로 일본의 동만작품이 절대 다수를 차지하였다.

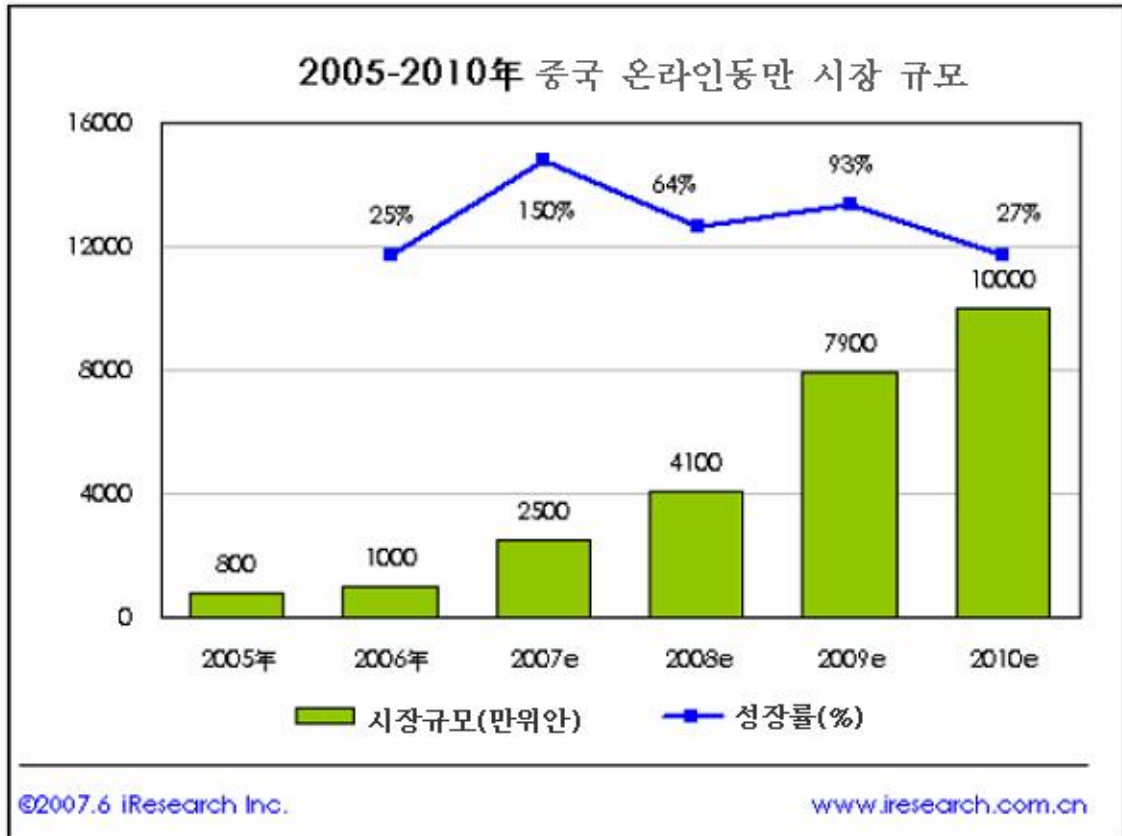
#### ◇ 모바일 동만은 중국 동만 발전을 위한 기회

현재 중국의 전통적 만화출판은 좋은 성적을 거두지 못하고 있으며 영상 애니메이션 상업 모델역시 제대로 세우지 못한 상황에서 모바일 동만은 전에 없던 관심을 모으고 있다. 한 예측에 따르면, 모바일 음악의 다음 인기 모델은 모바일 동만이라고 한다. 중국 모바일 동만은 현재 빠른 발전기에 놓여있으며 기술, 정책 등 각 방면의 문제가 존재하지만 이미 각층의 주목을 받고 있다. 2006년 각종 모바일 동만 대회가 순조롭게 열리는 등 이동통신사들도 적극적인 모습을 보이고 있다. 모바일 동만의 빠른 발전은 중국 동만산업에 빠른 발전에 활기를 더해줄 것이다.

### 4. 중국 온라인 동만 시장 현황

(1) 중국 온라인 동만 시장 규모

통계에 따르면, 2006년 중국 온라인 동만 시장 규모는 1000만 위안을 넘었으며 성장률은 약 25%에 달했다. 2007년 시장 규모는 2500만 위안이 될 것으로 예측되며 성장률은 150%에 달할 것으로 보인다. 2010년 온라인 동만 시장 규모는 1억 위안을 넘을 전망이다. 중국 온라인 동만은 곧 폭발적 발전을 맞이할 것이다.



(2) 중국 온라인 동만 고객 특징

중국의 온라인 동만은 최근 몇 년간의 발전을 거쳐 대량의 개인 동만 스테이션이 생겨났으며 적지 않은 온라인 동만 고객을 만들어 냈다. 온라인 동만 고객들은 대부분 만화, 애니메이션을 좋아하는 층이며 그 분야에 대한 관심이 농후한 젊은층들이다. 그들은 통상적으로 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

◇ 네트워크성 : 온라인 동만 사용자들은 우선 인터넷을 사용하는 네티즌들이며 네트워크에 고도로 의지하고 있다. 인터넷을 일상 정보를 얻는 주요 루트로 이용하는 네티즌들이 최대 고객층이며 그 다음이 동만 매니아 층이다.

◇ 저연령성 : 온라인동만 사용자들의 연령 특징은 전체 네티즌의 연령 특징과는 조금 다르다. 절대 다수의 온라인동만 사용자 연령이 20세 이하이다. 이 연령대는 대부분 학생, 청소년 등 저(무)소득의 비직업인들이다.

◇ 여성경향 : 온라인 동만 사용자들의 성별은 여성사용자가 남성 사용자보다 훨씬 많아 70%이상을 차지하고 있다는 특징이 있다.

◇ 지역분산성 : 온라인 동만 사용자들은 전국 각지에 분포되어 있으나 대·중형 도시에 비교적 많다.

◇ 사이트고객 분산성 : 중국에 분산된 각 도시의 동만 사이트는 수천, 수만개이다. 각 사이트들은 모두 일정한 수의 고객을 가지고 있어 중국 국내에서 하나의 거대한 온라인 동만 고객을 지닌 사이트가 생겨날 수 없는 구조를 가지고 있다.

◇ 낮은 충성도 : 다수의 동만 사이트의 콘텐츠가 모두 퍼온 것이기 때문에 서로 다른 동만 사이트에 같은 콘텐츠가 너무 많고, 동만 사이트에는 커뮤니티 등이 부족해 사용자들이 오랫동안 사용하게 되지 않는다. 이러한 측면은 온라인 동만 사용자들의 사이트 이용을 제약하고 있으며 고객들이 각 동만사이트를 훑어보기만 하는 것에 익숙해지게 만들고 있다.

### (3) 중국 동만 사이트 TOP 50

Alexa가 제공한 전체 사이트 순위에 따라 1000개에 달하는 동만 사이트 중에서 아래와 같이 50개를 선별하였다.

번호	사이트명	도메인	순위	번호	사이트명	도메인	순위
1	风之动漫	fzdm.com	833	26	BillWang动漫论坛	billwang.net	10446
2	动漫视界	99770.com	944	27	天上人间	52tian.com	11896
3	贪婪大陆	greedland.net	962	28	M8动漫商城	m8china.com	12652
4	KUKU动漫休息站	kukudm.com	1172	29	叮当动漫	kt88.net	13209
5	精明眼动漫网	iieye.com	2087	30	哇噢动漫社团	waau.com	15045
6	呱呱歪歪吧	ggyy8.com	2317	31	漫漫看	manmankan.com	16071

7	极影卡通	ktxp.com	2515	32	奇法大陆	7788com.com	17217
8	闲人动漫	idler-et.com	2526	33	火星时代	hxsd.com.cn	17340
9	JOJO热情领域	jojohot.com	3669	34	奥特曼中国联盟	ultramanclub.com	17626
10	星期五耽美论坛	flycoo.net	3697	35	5SHI5动漫咨询站	5shi5.com	18445
11	一起看看动漫网	17kk.net	3759	36	中华动漫联盟	hb903.com	20165
12	SF动漫	sky-fire.com	4816	37	泥娃娃动漫论坛	niwawa.net	22347
13	JUMPC热情动漫	jumpc.com	4842	38	神界传说	sj66.com	22436
14	在线漫画	zxmh.net	5044	39	幸福动漫	xfdm.com	22612
15	幻浪动漫	gocomic.com	5688	40	简单动漫	jddm.cn	23128
16	Our在线动漫	bbsour.com	6077	41	动漫领域	acfield.net	26118
17	动漫花园	dmhy.net	6484	42	点击动漫网	digibook.cn	26149
18	最后的伊甸园	finaleden.com	6541	43	异域动漫	yydm.com	27014
19	中国CG网	chinacg.net.cn	7116	44	动漫频道	comicv.com	27148
20	卡通吧	kt8.com.cn	7324	45	心动动漫城	vodm.com	27719
21	火影忍者中文网	narutocn.net	7384	46	动漫无限	comicer.com	27756
22	动漫之家字幕组	dmzj.com	7655	47	火星在线漫画	9lala.com	28687
23	漫游天下	popgo.net	7872	48	奥漫社	dreamxt.com	29234
24	可可动漫	cococomic.com	7882	49	易蓝动漫站	92eu.com	29861
25	枫雪动漫	fxdm.net	8843	50	青年漫画	mday.com.cn	30688

20097년 3월 31일까지 Alexa데이터

## 5. 중국 모바일 동만 발전 현황

### (1) 모바일 동만 관련 개념

#### 모바일 동만 정의

핸드폰을 매개로 방송, 운영하는 동만류 상품을 통상적으로 모바일 동만이라고 한다. 만화, 애니메이션, 게임 3가지 종류로 나눌 수 있다. 모바일 동만의 최대 특



장은 휴대가 편리한 것이며 언제 어디서든지 보고 즐길 수 있다는 장점이 있다.

#### **차이나모바일이 정의한 모바일 동만 플랫폼**

차이나 모바일의 모바일 동만 플랫폼은 보통 다음과 같은 5개 종류로 나눈다.

◇ 개성있는 동만 대기화면 : 각종 FLASH방식으로 제작된 동만 상품(전화 올 때 그림, 애니메이션 및 대기화면)을 전문적으로 제공하는 카테고리.

◇ 창작과 고전 : FLASH방식으로 제작된 각종 창작 동만 작품 혹은 일본, 한국, 유럽, 미국의 고전 동만작품을 전문적으로 제공하는 카테고리. 시리즈일 수도 있고 한 컷을 제공할 수도 있음.

◇ SHOW샐러잡지 : 주로 FLASH의 형식으로 고객에게 각종 정보를 제공하는 카테고리. 콘텐츠로는 웰빙, 미용, 음식, 학습, 생활, 문화 등 각 방면을 포함하고 있다.

◇ FLASH 음악 : 주로 FLASH형식으로 제작된 음악 상품으로 핸드폰 노래방과 MV가 있다.

◇ FLASH 게임 : FLASH형식으로 제작된 게임 상품으로 롤플레이게임, 캐주얼게임 등이 있다.

#### **(2) 중국 모바일 만화 현황**

몇 개의 SP가 우연히 모바일 만화 MMS를 서비스한 것을 제외하면 대부분의 SP들은 이 시장을 충분히 중시하지 않았다.

조사를 통해 72.2%의 사용자가 벨소리 다운로드 서비스를 이용한 경험이 있으며 62%의 사용자가 대기화면을 다운로드 받은 경험이 있으며 모바일 만화가 그중 일정부분의 시장을 점유하고 있음을 알 수 있었다. 그러나 수많은 SP들의 주력점이 콘텐츠에 있지 않기 때문에 만화가들의 작품이 영리가 없게 되는 시장 현상을 초래하였다. 또한 더 우수한 만화창작자들이 아직 SP들의 시야에 들어오지 않아 모바일 만화 콘텐츠의 공급부족 현상을 보이고 있으며 우수작품이 많지 않은 현황을 보이

고 있다.

### (3) 중국 모바일 애니메이션 현황

2005년 12월 1일 차이나모바일은 모바일 애니메이션 서비스를 시작하여 CHAOTEX와 ZIYITONG사는 모바일 애니메이션의 기술표준이 되었다. 그러나 1년 동안 SP수입은 매우 적었다. 2006년 말 ADOBE의 FLASHLITE 기술이 차이나 모바일에 등록되었다.

3월 하순, 차이나모바일은 모바일 애니메이션의 위치를 명왕포털의 3급 페이지에서 2급 페이지로 옮겼으며 이 서비스의 발전을 더 지원하기 시작하였다. 앞으로 1급 페이지로 조정될 가능성도 있다고 한다. 모바일 애니메이션은 발전 속도를 앞당길 수 있는 기회를 얻었다.

모바일 애니메이션 서비스는 시작된 지 몇 달 동안 계속 고속 성장을 유지해 왔다. 표면적으로는 비교적 낙관적이다. 모바일 애니메이션의 정보량이 많으며 표현형식이 풍부하고 네트워크 과부하도 낮은 것은 현 단계인 2.5G광대역에서의 양호한 데이터서비스 형식으로 인해 사용자들이 2.5G의 환경에서 3G의 느낌을 체험해볼 수 있게 해주고 있기 때문이다. 멀티미디어성과 엔터테인먼트성은 모두 모바일 애니메이션 서비스의 특별한 특성이다.

차이나모바일은 모바일 애니메이션을 포털에 포함시켰다. 이는 앞으로 모바일 애니메이션 서비스의 발전을 촉진할 것이며, 차이나모바일이 모바일 애니메이션 서비스를 적극적으로 지지하고 있다는 태도를 보여주는 것이라고 할 수 있다.