

중국 디지털 영상 산업 현황

1. 산업 핵심개념과 산업 구조

(1) 산업 핵심 개념

디지털 영상산업은 완벽히 새로운 산업 형태가 아니라 디지털 기술과 전통 영상 산업이 결합된 산물이다. 그 핵심 개념은 디지털 기술이 전통 영상산업의 각 부분에 미치는 변화이며 이러한 종류의 변화과정은 원래 있던 산업 구조에 대한 조정과 변혁이다.

(2) 산업구조

디지털 영상 산업은 “콘텐츠생산, 수합 및 분배”를 핵심 가치로 하는 산업 고리로 콘텐츠제공, 미디어 플랫폼 운영, 전송 네트워크 운영, 단말기 사용자 등을 주요 파트로 구분한다. 또한 광고대리, 기술지원, 설비제공, 데이터조사 등과 관련된 지원 및 서비스 시스템을 포함한다.

2. 산업발전 현황

2005년, 디지털 영상 산업이 가져온 수입은 900억 위안을 뛰어넘었다. 디지털 영상 산업은 일종의 업그레이드된 전통산업이며 몇 십년간 누적된 영상산업의 발전을 기초로 한다. 현재 전체 디지털콘텐츠산업 중에서 규모가 가장 크며, 발전이 가장 많이 이루어진 영역이라고 할 수 있다. 현재 디지털 영상 산업의 발전은 각 파트의 디지털화로의 변화과정에서 주로 나타나고 있다.

(1) 디지털화된 콘텐츠 생산 시스템 건립. 현재 콘텐츠생산 파트의 디지털화는 이미 기본적으로 완성되었다. 중국 전국 성급 및 성급이상 방송국과 전문 영상 제작 기구 중의 80%이상이 이미 비교적 완벽한 디지털 콘텐츠 생산 시스템과 관리 시스템을 건립하였다. 2005년 중국은 각 종류의 TV프로그램 1283만 시간을 방송하였으며 제작된 프로그램의 절대적 부분이 디지털 기술을 통해 실현되었다. 현재 영화의 디지털화 제작 조건도 초보적으로나마 국제 수준에 도달하였다. 2005년 한 해 동안의 생산량은 260편이었으며 그중 순수 디지털 영화는 52편, 기타 200여편도 모두 디지털 기술을 이용하여 촬영 혹은 후기 작업을 하였다.

디지털화가 콘텐츠에 미친 영향은 막대하다. 콘텐츠의 수요와 콘텐츠원 모두 더 복잡하게 변할 것이며 하나의 표준화된 콘텐츠원 공급 시스템 건설이 더욱 필요해질 것이다. 그중 콘텐츠 수합은 전체 영상 산업의 핵심 파트가 될 것이다.

(2) 전송루트와 미디어 플랫폼의 디지털화. 영상산업의 디지털화에 박차를 가하기 위해 중국 국가광전총국은 관련 부문과 공동으로 영상 디지털화를 위해 자본, 세수 등 정책 지원을 제공한다는 의견을 내놓았다. 2004년 이후 전송루트와 미디어 플랫폼의 디지털화 과정은 비교적 빠른 발전을 거듭하였다.

먼저, 현재 있는 전송 수단의 디지털화이다. 첫째로 기본적으로 라디오TV위성방송 전송에서의 디지털화 과도기가 지나고 기본적인 디지털화가 완성되었다. 둘째로

전국에 41개 성시가 이미 유선방송의 디지털화 전환을 시작하였으며 유선 디지털 방송 사용자는 이미 500만 가구를 넘어섰다. 셋째로 전국의 디지털 극장 체인망은 이미 200개를 넘어섰다.

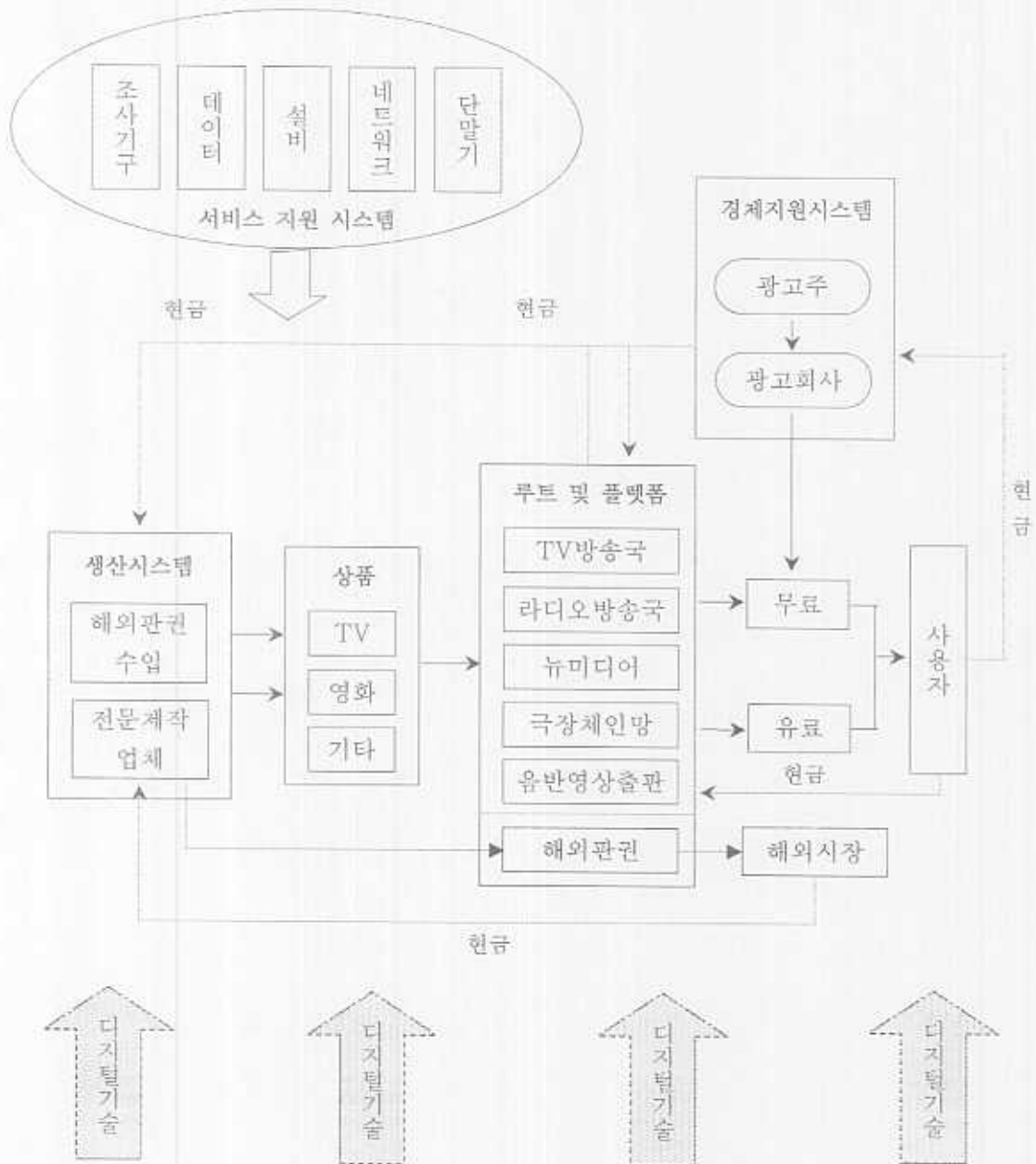


그림 1. 디지털 영상산업 구조도

또한 새로운 주파수 자원과 새로운 미디어 형식이 계속해서 나타나고 있다. 2005년까지 전국에는 이미 95개의 유료 방송 채널이 생겼으며 전국 유료 디지털 TV 시청자는 139만 가구에 달하며 수입은 3500만 위안으로 2004년에 비해 2배가 넘게 성장하였다. 그리고 IPTV, 지상파 디지털 TV, DMB, 동영상사이트 등 뉴미디어

어는 이미 중국 내부에서 실험 혹은 운영 단계에 진입하였다.

마지막으로 각종 새로운 집속 단말기도 계속 나타내고 있다. 이러한 것들은 모두 영상 콘텐츠에 더 많은 루트를 제공해 주었으며 그로인해 콘텐츠의 가치가 더 상승되었다. 또한 뉴미디어의 출현은 새로운 서비스와 영리모델을 창출해 낼 것이다. 그리하여 기존에 있던 광고 위주의 수입 구조는 더 다원화될 전망이다.

[07년7월2주]

중국 컴퓨터 애니메이션 산업 현황

컴퓨터 애니메이션은 컴퓨터를 사용하여 생성한 연속 화면을 실시간으로 방송할 수 있는 기술이다. 컴퓨터 애니메이션은 엔터테인먼트와 상공업 목적으로 광범위하게 이용되고 있다. 엔터테인먼트 분야에서의 컴퓨터 애니메이션은 영상, 게임, 온라인 방송 등 분야에서 이용된다. 또한 공상 분야에서의 컴퓨터 애니메이션은 광고, 건축, 공업설계 등 분야에 이용된다.

1. 컴퓨터 애니메이션의 가치 고리

컴퓨터 애니메이션의 가치 고리는 그림 1에서 볼 수 있다. 애니메이션 제작 기구는 산업 고리의 핵심이다. 중국의 애니메이션 제작 기구는 방송국, 영화그룹, 민영제작회사의 3종류로 나눌 수 있다.

애니메이션 제작 기구의 상부에는 소프트웨어 개발업체와 하드웨어 생산업체, 그리고 모티브 제공업체가 있어 애니메이션 제작의 소프트웨어, 하드웨어 플랫폼을 이루고 있으며 필요한 소재를 제공해준다.

방송국은 주로 TV애니메이션을 생산하며 이렇게 생산된 TV애니메이션은 직접방송, 발행 혹은 플랫폼 교역을 통해 전국 각급 방송국에서 방송된다.

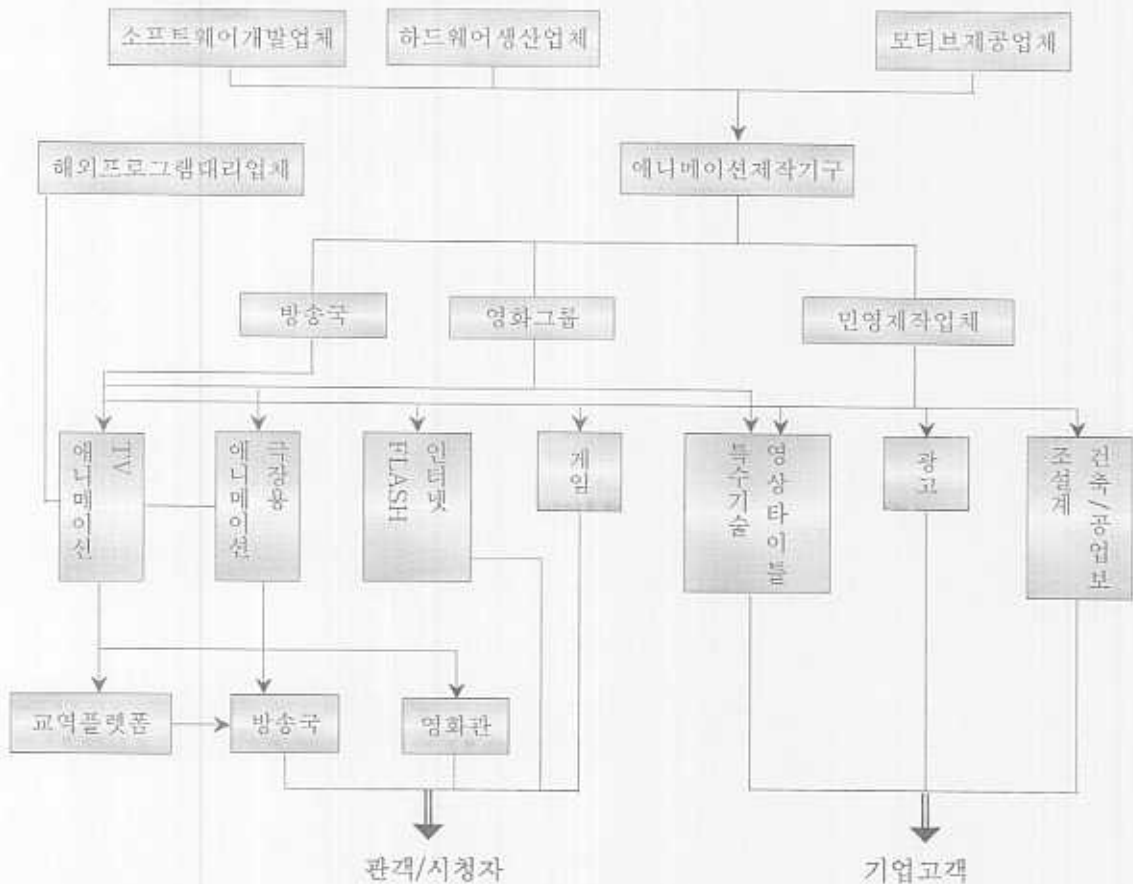
민영제작회사의 수가 가장 많으며 생산된 애니메이션 상품도 비교적 풍부하다. 민영제작회사는 TV애니메이션과 극장용 애니메이션, 기타 엔터테인먼트 상품을 모두 포괄하고 있다. 예를 들어, 인터넷에서의 Flash와 게임을 들 수 있다. 민영제작회사는 기업고객에게 영화와 TV애니메이션과 특수기술, 광고를 제작해 줄 수 있으며 건축과 공업 보조 설계까지 제공한다.

산업 수익으로 보면, 상공업 방면의 컴퓨터 애니메이션은 주로 서비스요금을 받는 것에서 오며 TV 애니메이션과 극장용 애니메이션은 각종 유형의 판권교역에서 온다.

2. 발전현황

(1) 컴퓨터 애니메이션 영상. 애니메이션과 카툰 캐릭터는 강한 영향력을 가지고 있다. 2003년 전 세계적으로 애니메이션과 파생상품은 이미 5000억 달러에 달하는

거대한 산업 가치를 갖게 되어 IT 다음가는 산업이 되었다. 324억 달러를 기록한 미국의 문화산업 판매액 중 1/2정도가 애니메이션 관련 상품에서 창작되어 나온 것이다. 일본 애니메이션 산업의 연간 판매액은 90억 달러 이상이며 매년 일본 박스 오피스의 55%가 모두 애니메이션에서 창출되어져 나오는 것이다. 한국 국산 애니메이션 판매 총액은 3억 달러에 달하며 애니메이션은 수출을 통해 900만 달러의 외화를 벌어들였다.



20세기 90년대 중국 애니메이션은 새로운 발전 행로에 올라섰다. 해외 애니메이션 생산 업체와 여러 가지 경험을 교류하였고 디지털 생산 수단을 대량 유입하였으며 각종 체제를 가진 서로 다른 제작사들이 공존하는 다원화된 발전을 이루었으며 전문화된 애니메이션 인체가 계속 성장하고 있는 등 중국 애니메이션의 생산은 수량과 수준면에서 모두 비약적인 발전을 하고 있다. 제작 방면에서 중국 국내 컴퓨터 애니메이션 기술 실력도 확실히 향상되었으며 컴퓨터를 이용한 배경제작 기술은 이미 널리 보급된 편이다. 3D와 2D 컴퓨터 애니메이션 발전이 신속하게 이루어지고 있으며 기획, 창작, 방송에서부터 시리즈 상품 개발까지 이르는 “거대 애니메이션 시스템”이 형성되어 애니메이션 업계의 빠른 발전을 불러오고 있다. 2002년 전국 애니메이션 제작 회사(관련기업 포함)는 이미 120개였으며 민영업체가 생산한 애니메이션은 총 생산량의 63%를 차지하였다. 2004년 중국 동만 시장 총 수입은

117억 위안에 달했다. 생산량도 컴퓨터 애니메이션 기술의 보급에 따라 최근 몇 년 동안 대폭 성장하였다. 통계에 따르면, 1993년~2003년 매년 평균 국산 애니메이션 생산량은 4200분에도 미치지 못했다. 그러나 2005년 국산 애니메이션 생산량은 4.27만 분에 이르렀으며 2006년에는 1사분기에만 2만 분을 기록하였다.

2004년 중국의 TV애니메이션 프로그램 총 생산량은 2.9만 분이었다. 동만 프로그램 및 상품이 청소년 아동들의 성장에 중요한 영향을 미치기 때문에 광전총국은 중앙 및 각 지방 방송국 소년채널에 우수 국산 애니메이션 위주로 동만 프로그램을 방송하도록 요구하였다. 정책적인 측면에서 국산 애니메이션 창작에 거대한 시장 수요를 생기게 한 것이다. 이로써 중국 애니메이션 방송은 매년 28만 분 이상의 국산 애니메이션을 필요로 하게 되었다. 앞으로 매년 시장은 25만 분 가량의 작품 부족 현상을 겪게 될 것이다. 현재 중국은 비교적 큰 TV 애니메이션 제작 단위가 3개 있다. 상해미술영화제작소, CCTV 애니메이션부와 호남삼진카툰공사이다. 그밖에 비교적 작은 애니메이션 회사로는 캐릭터환유, SMG, 상해디지털, 동방미영, 삼용 등이 있다.

극장용 애니메이션을 보면, 2005년부터 생산량이 뚜렷하게 많아지기 시작했다. 2004년에는 총 2개의 국산 애니메이션이 개봉하였으며 2005년에는 6편이었다. 그밖에 3편은 제작 중으로 2006년이나 2007년에 개봉할 예정이다. <보련등(宝莲灯)>, <양산백과 축영태(梁山伯与祝英台)>는 국제적인 선진 "3D+2D"제작 기술을 채택하여 비교적 좋은 반응을 얻었다. 홍콩의 <마이포우(麦兜)>시리즈는 2편의 박스오피스 수익 합계가 2960만 홍콩달러를 기록했다. 그밖에 중국이 해외 가공 업무를 맡은 애니메이션은 이미 3만 분에 달한다. <라이온 킹>, <물란> 등은 모두 중국 애니메이션 제작사의 힘을 빌려 만들어진 것이다.

(2) 기타 영역에서의 컴퓨터 애니메이션. 애니메이션 이외에 기타 방면의 컴퓨터 애니메이션도 신속히 발전하여 양호한 시장 전망을 보여주고 있다. 예를 들어, 영화 <쿵푸 허슬>에서는 절반의 제작비용이 모두 컴퓨터 특수 기술에 쓰여졌다고 한다. 나오바이진(중국 영양제 이름)광고도 중국 애니메이션이 광고제작에 쓰인 성공적인 사례라고 할 수 있다.