

<중국사무소>

중국문화산업 이슈페이퍼

2008년 7월3주

KOCCA 중국사무소

□ 목 차

1. 해외 드라마 블록버스터의 이성(理性), 화려함(華麗), 교훈(教訓).....3

1. 해외 드라마 블록버스터의 이성(理性), 화려함(華麗), 교훈(教訓)

綜藝 82기

비록 중국이 몇 억위엔을 투자해 제작한 드라마 수량이 점차 많아지고 있다 하지만 편당 2,3 백만달러의 원가에 제작되는 미국 드라마와 비교할 때 중국이 자칭하는 '대투자, 대제작'은 너무 보잘것없지 않은가 싶다.

미국 드라마의 대 투자의 뒤에는 첨단 시장화 운영 시스템이 있는데 바로 이와 같은 제작측이 시장에 대해 충분히 평가를 진행하고 생산 판매의 적합한 운영모델을 수립하였기 때문에 자금 규모에 제한받지 않을 수 있다. 하지만 중국식 드라마 대작은 이 부분이 약하다.

중국 드라마산업을 볼 때 현재 대부분 드라마 제작사들은 창작에만 치중하고 예매 이념이 명확하지 못하다. 비록 최근 몇 년간 호남위성TV를 포함한 일부 TV방송국이 자체 제작 및 방송 시스템을 운영하는 등 위성 TV경쟁력이 강화되긴 하였지만 대부분 TV방송국은 여전히 단순한 구매, 방송에 머물러 있다. 제작에 참여하더라도 자금 투자에 지나지 않는다.

중국 전매대학 교수 묘우강(苗康)에 의하면 현재 중국 매년의 TV광고 수익은 500억위엔인데 그 중에서 60%가 드라마를 통해 창출됨에도 불구하고 제작사들의 분배비중이 적을뿐더러 경영상황이 안 좋은 이유로 현재 국산 드라마의 전체 상황은 '제작 수량이 많고 품질이 차한' 상황이라고 하였으며 만약 광고수익 분배 비중을 조절하여 일부를 정품 드라마 제작에 사용한다면 이와 같은 국면이 개선될 것이라고 하였다.

2007년 한국드라마 최고 스타들의 보수가 급속히 상승하면서 한국드라마 가격도 점점 비싸졌다. 하여 한국 사회 각계도 이에 대해 비평을 제출하고 대작의 투입과 수익에 대한 의혹도 점점 깊어졌다.

이외 한국 드라마의 해외 마케팅도 점차 하락세를 보이기 시작했다.

2007년 6월 상해 TV절에서 한국드라마 중국 수출 판매액이 650만달러로서 2006년의 977만달러보다 30% 감소되었다. 한국 드라마의 최대 수출 시장 일본에서, 2007년 한국 3대 TV방송국의 드라마 수출 금액은 2006년에 비해 겨우 5% 상승했는데 이는 2002년부터 2006년까지 매년 수출 액 증가 비중이 30%에서 40%에 달하던데 비해 한국 드라마의 열기가 급속히 식어가고 있음을 보여주었다. 2004년과 2005년 일본 부시TV방송국은 한국드라마 방송을 통해 최고 수익을 창조하였지만 2007년 상반기는 한국드라마 방송을 중지했다.

현재 중국 국내에서 드라마 한집의 평균 판매 가격이 40-80만위엔이며 100만위엔을 넘는것도 있다.

소재 중복, 창의 부족 외 한류 열기가 식어가는 주요 원인은 한국 드라마 전체 제작 원가의 제

고가 한국 드라마의 해외 발행 비용에 미치는 직접적인 영향에 있다. 한때는 대만에서 한국 드라마의 구입비용이 미국 드라마를 초월하였었다. 하여 현재 한국 드라마의 제작 원가도 점차 감소되고 있는 추세인데 이는 시장 자체의 조절능력이 작용을 발휘하고 있음을 말한다.

한국드라마든 미국 드라마든 대작이 수익을 창조할 수 있는 관건은 투자 규모의 크기가 아니라 극본에 있으며 투자와 시장성의 완미한 조합에 있다. 관중들은 제작비가 많이 들었다 하여 드라마를 재밌게 시청하는 것이 아니다. 관건은 적합한 투자, 엄밀한 제작과 분투하는 정신이 필요하다.