

2009년 중국 영화시장 동향 및 전망

■ 주요 내용 ■

1. 2009년 상반기: 중국 영화시장, 괄목 성장

- 2009년 '중국 문화창의산업 진흥의 해', 문화산업 경제위기와 역행적 운행
- 2009년 상반기, 영화시장 흥행 기록 23.37억 위안 달성(전년 대비 39% 성장)
- 관객 수 8,240만 명(전년 대비 20.5% 성장)
- 전국 배급 신작 영화 80여 편 전후(1억 이상 흥행 기록 8편, 전년 대비 두 배)

2. 중국 영화제작의 양적·질적 수준 향상

- 2009년 상반기 1억 위안 이상 흥행 기록한 5편 소재 다양
- 역사극 <난징! 난징!>, 마케팅 통한 상업 흥행에 성공, 1.68억 위안 흥행 기록
- 수입영화시장 발전, 중국 영화시장의 환경개선 및 수준 향상

3. 극장에 대한 투자 활발

- 디지털 영사기의 빠른 증가, 중국 영화의 시장진입 촉진
- 3D디지털 기술과 IMAX 스크린, 중국인들의 다양한 영화 체험 가능
- 상반기 전국 배급 디지털 영화 14편(중국 영화 11편, 전년 대비 120% 성장)

4. 영화시장 성장의 3대 요인

- 중국 영화와 수입 영화의 공존
- 극장체인의 경쟁과 성장
- 영화관 투자에 몰리는 자본
- 2009년도, 영화관 110개, 스크린 수 600개 증가 전망

2009년, 중국 영화시장은 연초부터 우수한 성적을 기반으로 세인의 관심을 모으

며 새해를 맞이하였다. 당초 이와 같은 현상은 일시적인 것에 불과하다는 분석을 깨고, 영화시장 매출은 상승가도를 유지했으며, 글로벌 금융위기 그늘 아래에서 중국 영화 엔터테인먼트 산업은 도리어 고도성장을 이룩했다. 이번 원고에서는 상반기 호조를 보인 중국 영화시장을 고찰해 보도록 한다.

영화 흥행은 립스틱 효과 때문인가

상반기 중국 영화의 약진을 놓고 일부 시장 분석가들은 이것이 ‘립스틱 효과’ 때문이라고 말한다. 즉, 불황일수록 여성들이 저렴하면서도 마음의 위안을 찾을 수 있는 상품을 구매하고자 하고, 결국 립스틱 같은 상품들이 이전에 비해 오히려 잘 팔린다는 경제 현상이다. 하지만 현실 시장의 법칙은 경제학 교과서에서 말하듯 그렇게 간단하지가 않다. 과거 수년간, 중국 영화산업은 연속적으로 고도성장을 이루어 왔으며, 특히 2009년은 ‘중국 문화창의산업 진흥의 해’로 일컬어질 만큼 성과를 거두었다. 통계에 따르면 1~6월 전국적으로 통계 가능 범위 내의 영화시장 흥행기록은 23.37억 위안 전후에 도달하여 전년 대비 39%나 상승하였으며, 관객 수는 8,240만 명으로 전년 대비 20.5% 상승했다

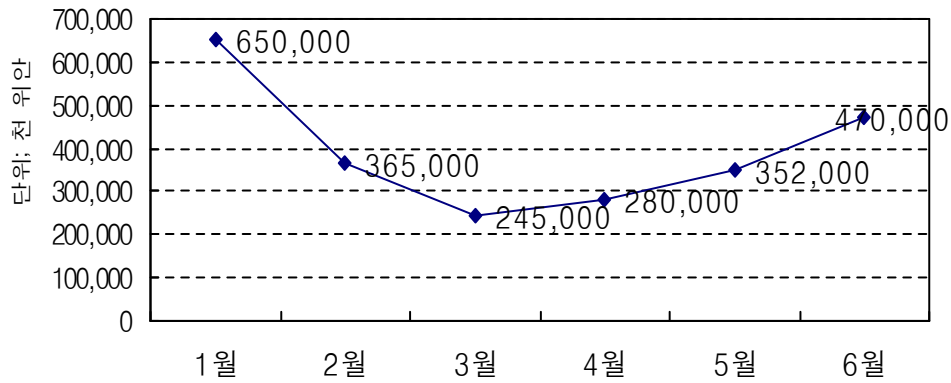
2009년 상반기, 전국을 대상으로 배급된 신작 영화는 80편 안팎이었으며, 그중 1억 위안 이상의 흥행 기록을 창출한 영화는 수입물과 중국 영화를 합하여 8편으로 전년 대비 두 배로 늘어났다. 1,000만 위안 이상의 흥행 기록을 낸 영화는 26편으로 전년 대비 28.5% 상승했다.

금융위기 영향 아래 글로벌 경제는 완화되는 추세와 침체 상태에 머물러 있으나 문화산업은 오히려 ‘역행적’ 운행 현상이 나타났다. 2009년 상반기 중국 영화시장은 각별히 사람들의 눈길을 끌었고, ‘립스틱 효과’는 국내 영화 흥행 기록과 인기를 모두 뜨겁게 하여 투자와 소비도 동시에 활발해진 것이다.

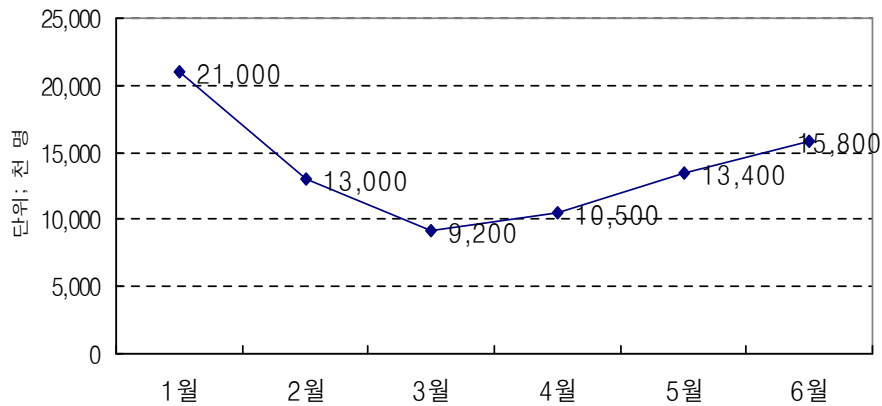
중국 영화제작의 양적·질적 수준 향상

2009년 새해에 들어서면서 중국 문화창의산업은 곧바로 왕성한 생명력을 발휘

<그림 1> 중국 영화시장 2009년 1~6월 흥행 기록



<그림 2> 중국 영화시장 2009년 1~6월 영화관객 수



했으며 적잖은 고품질 국산 영화가 탄생되었다. 특히 연초에 가장 많은 인기를 끌었던 <시양양과 후이타이랑의 우기충천>은 적은 투자금으로 제작된 애니메이션 영화로, 오랜 기간 TV 시리즈 애니메이션 상영을 통해 많은 관객을 확보하면서 큰

힘을 얻었다. 영화는 스크린으로 옮겨져 상영되면서부터 성숙된 상품으로서의 위력을 발휘했다. 관객의 범위는 어린이, 학생, 청년에서부터 사무직 종사자와 중·노년에 이르기까지 광범위한 계층이 포함되었다. 영화가 절찬리에 상영되는 동안 공치가이자 애치가의 캐릭터로 등장하는 늑대 ‘후이타이랑’ 같은 남편감을 구하자는 말이 많은 여성들 사이에서 유행어로 급부상하기도 했다. 이 작품은 1월 중순부터 상영하기 시작하여 중급 규모 이상 극장에서 상영된 기간만 해도 60일에 달했으며, 8,550만 위안의 흥행 기록으로 국산 애니메이션 영화의 신기록을 작성하였다.

산업 원천에 대한 혁신 또한 중국 국산 영화제작의 양적·질적 수준을 지속적으로 향상시켰고, 영화시장의 발전을 적극적으로 이끌어내었다. 2009년 상반기 1억 위안 이상의 흥행 기록을 달성한 중국 영화 5편의 소재는 역사, 코미디, 멜로 및 재난 등의 장르가 포함되어 있다. 엄숙한 주제를 표현한 영화 <난징! 난징!>은 4월 22일에 개봉되어 마케팅을 통한 상업흥행에도 성공하면서, 1.68억 위안의 흥행 기록을 달성하였다. 이는 이와 같은 소재의 중국 영화가 시장에서 성공할 수 있다는 새로운 돌파구로 인식되고 있다.

2009년 상반기 수입 영화 시장 역시 사람들의 많은 관심을 모으며 고도성장을 이룩해 중국 영화와 함께 어깨를 나란히 하며 발전하는 추세를 보였다. 중국 영화시장의 환경개선 및 수준 향상은 중국인들이 영화 관람 습관을 양성하도록 유도하고 있으며, 여가생활에 대한 요구치가 높아지면서 영화 관람은 중국인들의 보편적인 일상생활로 바뀔 것이라 예상된다.

극장, 스크린 및 디지털 영화에 대한 투자 열기

비공식 통계에 의하면 2009년 상반기 전국적으로 증가된 상영 시설은 영화관 45개, 스크린 250개였으며, 영화관당 평균 스크린 수는 5.5개였다. 지속적으로 높아지는 도시 영화관 투자건설은 중국 영화시장 규모를 지속적으로 확대시키고 제작된 영화에 대한 소화량을 증가시켰다. 또한 이 과정에서의 최대 직접적 수혜자는 중소 규모로 제작된 중국 영화인 것으로 보인다.

디지털 영사기의 빠른 증가는 중소 규모로 제작된 중국 영화의 시장진입을 촉진

시켰고, 3D디지털 기술과 증가된 IMAX 스크린은 상영 방식을 다원화시켜 관객들에게 보다 많은 신기술을 적용한 영화를 체험할 수 있게 했다. 2009년 상반기 전국을 대상으로 배급된 디지털 영화는 14편에 달했으며, 그중 중국 영화가 11편으로 전년 대비 120% 상승했다. 그중 누루하치의 아들 황태극(皇太極)이 거느린 청나라 군대를 물리친 명나라의 유명한 민족영웅 위안충환(袁崇煥) 장군을 묘사한 대형 역사경극영화 <위안환(袁崇煥)>은 320만 위안이라는 흥행 기록을 달성했다. 또한 예쁘고 용감한 중국 티베트 소녀를 묘사한 애니메이션 영화 <영리한 꼬마 쥐마(精靈女孩兒小卓瑪)>는 흥행기록 130만 위안을 달성했다. 수입물의 경우, 상영된 3편의 디지털 영화 중 2편이 3D디지털 스크린을 통해 상영되었다. 지난해 최초로 3D 디지털 스크린을 통해 <잃어버린 세계를 찾아서(地心歷險記)>를 상영했을 때만 해도 중국 국내 3D디지털 스크린은 82개에 지나지 않았으나, 지금은 무려 230개에 달하고 있어 전 세계적으로 미국에 이어 3D디지털 스크린 증가 속도가 가장 빠른 시장으로 부각하고 있다.

이러한 인프라 개선과 극장 신축 및 상영 신기술 업그레이드를 통한 투자유치는 지속적인 성장을 가능케 하는 새로운 성장 동력을 창출하였다.

또 다른 한 가지 중요한 요인은, 배급사와 극장체인의 마케팅을 통한 상업적 흥행의 종합 능력이 훨씬 제고된 데서 찾을 수 있다.

2009년 상반기 영화시장은 주목할 만한 성적을 거두었으며, 그 요인은 중국 배급사, 극장체인의 시장운영 능력, 방향성이 확실한 홍보 및 마케팅 목표설정 등 영역의 뚜렷한 수준 향상에서 찾을 수 있다.

영화홍보 마케팅 전문회사에서 널리 보급한 <크레이지 레이스>, <시양양과 후이타이랑>, <기쁨(高興)> 등의 신작은 시장 영향력과 흥행 기록에서 모두 성공하면서 우수 영화 마케팅 사례가 되었다. 전문 배급사의 주도 아래 배급된 <가유회사(家有喜事)>, <라스트 프리포즈>, <동사서독 리덕스(東邪西毒終極版)>, <홍허(紅河)>, <난징! 난징!(南京! 南京!)>, <팬더의 집으로 가는 길(熊貓回家路)> 등의 작품은 흥행 성적이 훌륭하였을 뿐만 아니라 배급사의 브랜드 홍보에도 큰 역할을 하였다.

<표 1> 2009년 1~6월 중국 상영영화 흥행 기록 TOP 12

순위	상영 시기	영화 제목	copy	상영 기간(일)	상영횟수 (천 회)	관객 수 (천 명)	흥행기록 (천 위안)
1	1. 07	<적벽대전 2부- 최후의 결전>	700+디지털	53	164.5	7,710.0	26,000
2	6. 24	<트랜스포머: 패자의 역습>	700+디지털	7	75.1	6,178.2	21,000
3	4. 22	<난징! 난징!>	500+디지털	54	145.2	5,670.0	166,720
4	5. 26	<박물관이 살아 있다 2>	400+디지털	36	105.5	4,000.0	119,000
5	1. 26	<라스트 프리포즈>	500+디지털	34	96.9	3,460.0	114,000
6	12. 18	<비성물요(非誠勿擾)>	700+디지털	40	88.3	3,280.0	110,400
7	1. 20	<크레이지 레이스>	500+디지털	70	101.3	3,640.0	110,000
8	6. 09	<터미네이터: 미래 전쟁의 시작>	450+디지털	22	90.8	3,347.3	101,700
9	1. 16	<시양양과 후이타이랑>	350	59	68.3	3,370.0	85,500
10	5. 03	<엑스맨 탄생: 울버린>	450+디지털	49	104.5	2,615.0	80,040
11	3. 14	<드래곤볼 에볼루션>	450+디지털	48	112.9	2,180.0	65,000
12	2. 13	<트랜스포터: 라스트 미션>	450+디지털	47	84.0	1,990.0	62,000
합 계					1,237.3	47,440.5	1,484,360
시장점유율					46.6%	57.5%	63.5%

2009년 시장성장의 3대 요인

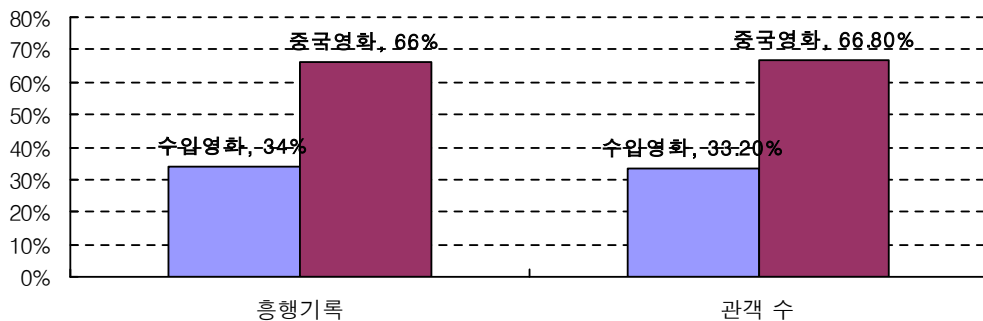
1) 중국 영화와 수입 영화 시장의 쌍두마차

<표 1>의 통계수치에 따르면, 2009년 1~6월 중국 영화시장은 중국 영화와 수입 영화가 시장을 양분하는 국면을 이루었음을 알 수 있다. 2009년 1분기, 신춘 영화 시즌의 힘을 빌려 중국 영화는 절대적 우세를 유지하면서 양력·음력 설 기간의 영화시장을 차지하여 1억 위안 이상의 흥행 기록을 창출하였으며, 중국 영화 5편 중 4편이 모두 1~2월 사이에 상영된 영화들이었다. 이러한 추세를 바탕으로, 영화를 명절과 휴일 때 반드시 필요한 구성요소로 여기는 경우가 점차 늘어나고 있으므로, 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 영화를 시장에 내놓을 수만 있다면 영화는 대중의 일상생활에 있어 중요한 한 자리를 차지할 것이라는 전망도 제기되고 있다.

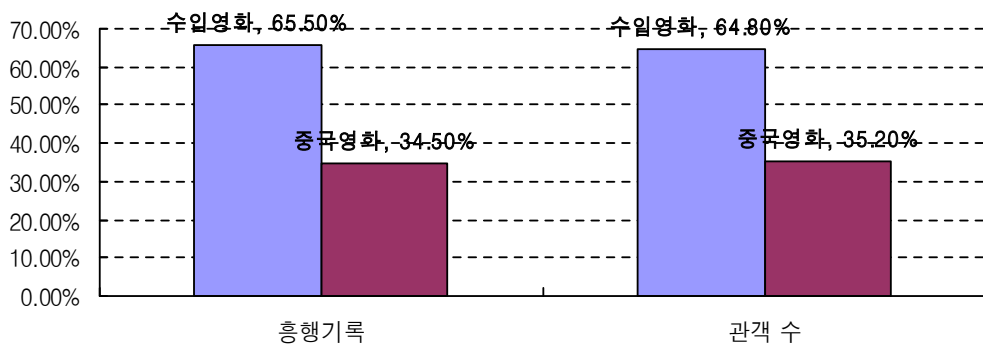
음력설 전후로 상영된 코미디, 멜로, 애니메이션 장르의 영화와 중국 대작들은 모두 높은 인기를 얻었다(<그림 3> 참조).

2분기의 경우, 영화가 가장 인기를 끌었던 노동절(5월 1일) 및 단오절 등의 3일 연휴 기간이 포함되어 있고, 6월 들어 학생들이 여름방학을 맞이하면서 시장이 꾸준히 성장할 수 있는 여건이 마련되었다. 2분기에 들어서 수입 영화는 각별히 많은 관심을 모았으며, 6월 한 달간 1억 위안 이상의 흥행 기록을 창출한 영화를 3편이나 탄생시켜 1분기에 잃었던 시장을 되찾았다(<그림 4> 참조). 2009년 상반기 영화시장은 중국 영화와 수입물이 병행 발전하여 시장을 양분하면서 23.37억 위안이란 우수한 흥행 기록을 창출했다.

<그림 3> 2009년 1분기 시장점유율



<그림 4> 2009년 2분기 시장점유율



2) 극장체인의 경쟁과 성장

중국 내에서 영화가 각 영화관으로 배급되는 과정에서 ‘원선(院線)’이라 불리는 극장체인은 중요한 역할을 담당한다. 즉, 대부분의 개봉작이 극장체인을 통해 배급되는 것이다. 극장체인에 소속되지 않은 영화관은 재개봉작을 상영하는 경우가 지배적이다. 2009년 상반기 중국의 극장체인 시장은 전체적으로 아래와 같은 두 가지 특징을 나타내었다.

첫째, 대형 극장체인은 핵심경쟁력을 자랑하면서 꾸준히 시장을 넓혔다. 또한 이들 극장체인은 보유 영화관과 스크린의 수량을 바탕으로 시장에서의 지위, 발언권, 가격결정권 등을 갖게 되었다.

<표 2>의 통계수치에 따르면, 2009년 상반기 중국 영화시장은 예전과 다름없이 10대 극장체인에 의해 주도되고 있다. 유일한 변화라면 완다(万达) 극장체인이 절대적 우세를 차지하며 1위 목표를 조기 실현했으며, 2009년 중국 체인극장 시장에서 선도기업으로 무난히 자리 잡을 것이라는 점이다.

둘째, 극장체인의 양분화 및 중소 규모의 극장체인 발전 난망.

올해 중국 중앙정부 4대 부서 연합으로 발표한 중앙선전부 제 <2008> 31호 문서 정신에 의하여 중국 대부분의 영화 관련 단체는 2009년 상반기를 기점으로 방송과 영화를 관장하는 광전총국(廣電總局) 산하로 완전히 편입되었으며, 이로써 1986년 이후로 모호한 상태로 존재하던 영화산업의 행정관리 체계가 정비되었다. 이를 통해 주관 부서에서부터 일선 업체에 이르기까지 영화의 제작, 배급 및 상영 등의 연결고리가 기본적으로 이어지게 됨으로써 영화사업의 산업화와 시장운행을 위해 보다 좋은 여건을 마련하게 된 것이다.

이제 막 업무를 인수인계 받은 각 성급 광전총국 산하 주관 부서들이 가장 먼저 직면하게 될 문제 중 하나는 시장발전의 불균형으로 인해 중소 규모의 극장체인들이 생사존망의 위기에 놓여 있다는 문제일 것이다. 극장과 스크린은 상영시장을 최종 목표로 하는 극장체인의 일원인 경영실체의 주요 자원으로, 2009년 상반기 대형 극장체인들은 고속성장하면서 경영 규모와 새로운 시장개척 및 새로운 수익 성장 포인트를 발굴하고 있으나 일부 중소 규모의 극장체인은 심한 경영난에 허덕이고 있기 때문이다.

그중 과거 후난성 현지에서 선두를 달리던 샹오샹 극장체인(瀟湘院線)과 추샹 극장체인(楚湘院線)이 가장 대표적이다. 2008년 후난성의 흥행 기록은 8,200만 위안 안팎은 기록하였고, 그중 성희 소재지(한국의 도청소재지에 해당) 창사(長沙)의 흥행 기록은 6,200만 위안에 달하여 영화산업 발전 속도가 빠른 도시 대열에 진입했다. 한편, 샹오샹 극장과 후난추샹 극장체인의 매출합계는 약 6,600만 위안을 기록하면서 각각 전국 21위와 24위를 차지했었다.

하지만 시장 패턴이 바뀌고 새로운 극장체인이 진입하면서 두 극장체인은 모두 25위권에서 물러났으며, 2009년 상반기 반년 동안의 흥행 기록은 1,000만 위안 미만인 실정이다. 하반기에 들어서 새로운 투자와 새로운 영화관을 유치할 수 없을 경우 이런 경영난은 계속 악화될 것으로 전망된다. 이 두 극장체인의 경영난은 중소 규모 극장체인의 3분의 1 가량이 직면하고 있는 현실을 그대로 반영하고 있다. 따라서 관리체계를 갖추고 현지실정에 맞춰 자원을 통합하고 시장을 기획하는 것이 현재 가장 시급한 과제로 떠오르고 있다.

<표 2> 2009년 1~6월 중국 10대 극장체인 흥행기록 순위

순위	극장체인	상영 횟수 (천 회)	관객 수 (천 명)	흥행기록 (천 위안)	평균입장료 (위안)
1	완다원선(萬達院線)	271.9	11,066	333,051	29.91
2	중잉싱메이(中影星美)	343.2	9,714	305,382	31.43
3	상하이렌화(上海聯和)	239.5	10,847	272,349	25.10
4	난팡신간선(南方新幹線)	230.4	7,558	237,957	31.48
5	베이징신영련(北京新影聯)	353.4	7,336	220,926	30.11
6	광저우쑤이쭈장(廣州金逸珠江)	163.0	5,316	176,030	33.11
7	저장스스다이(浙江時代)	130.1	3,534	986,260	27.89
8	랴오닝베이팡(遼寧北方)	174.6	3,594	885,190	24.62
9	쓰촨타이핑양(四川太平洋)	113.6	2,837	803,790	28.33
10	쓰지환초우(世紀環球)	61.6	1,796	564,610	31.49
	소계	2,081.3	63,598	1,867,682	29.36

3) 영화관 투자에 몰리는 자본

<표 3> 2009년 상반기 중국 영화관 TOP 15

흥행 순위	극장 명	소속 체인	상영 횟수	관객 수 (천 명)	흥행 기록 (천 위안)	평균 입장료 (위안)
1	광저우페이양씨네마 (廣州飛揚影城)	난팡신간선 (南方新幹線)	17,506	751.1	35,556	47.33
2	우한완다씨네마 (武漢萬達影城)	완다원선 (萬達院線)	8,868	857.3	26,692	31.48
3	베이징서우두화릉씨네마 (北京首都華融影城)	베이징신영련 (北京新影聯)	11,071	589.7	24,110	40.88
4	상하이용화귀씨씨네마 (上海永華國際影城)	상하이렌화 (上海聯和)	11,432	508.6	22,539	44.31
5	선전짜허씨네마 (深圳嘉禾影城)	중잉씽메이 (中影星美)	8,276	428.7	21,950	51.20
6	베이징화싱귀씨씨네마 (北京華星國際映城)	중잉씽메이 (中影星美)	8,486	466.4	21,493	46.08
7	충칭UME씨네마 (重慶UME影城)	난팡신간선 (南方新幹線)	11,398	616.6	21,411	34.72
8	베이징씽메이귀씨씨네마 (北京星美國際影城)	중잉씽메이 (中影星美)	8,345	529.9	21,104	39.82
9	텐진완다씨네마 (天津萬達影城)	완다원선 (萬達院線)	10,129	681.0	20,028	29.40
10	베이징완다씨네마 (北京萬達影城)	완다원선 (萬達院線)	8,830	455.4	19,775	43.42
11	상하이썬씨씨씨네마 (上海新世紀影城)	상하이렌화 (上海聯和)	10,100	422.7	18,061	42.72
12	창춘완다씨네마 (長春萬達影城)	완다원선 (萬達院線)	8,173	526.2	17,466	33.19
13	우한썬이씨네마 (武漢金逸影城)	광저우썬이썬장 (廣州金逸珠江)	11,080	632.9	17,743	28.03
14	상하이완다씨네마 (上海萬達影城)	완다원선 (萬達院線)	9,626	480.7	17,036	35.43
15	상하이허핑씨네마 (上海和平影城)	상하이대광명 (上海大光明)	6,322	411.8	16,838	40.88

앞의 <표 3>에 표기된 15개 영화관은 현재 중국 극장체인 시장구조의 축소판이라 할 수 있으며, 이 영화관들은 2009년에 공히 4,000만 위안 이상의 흥행 기록을 창출할 것으로 전망된다. 표에 열거된 영화관 중 선도기업인 완다 극장체인 소속 영화관이 시장의 3분의 1을 차지하고 있으며, 15개 영화관 중 상하이허핑잉푸(上海和平影都)를 제외한 나머지 영화관은 모두 6대 체인극장에 속한다.

도시 영화관은 영화상영의 핵심으로, 영화관과 스크린이 매년 증가하면서 중국 상영시장은 갈수록 많은 ‘스타급 영화관’을 배출시키고 있으며, 이들이 기반이 되어 시장발전이 견인되고 있다. 중국 국내 영화관 건설에 대한 투자는 금융위기의 영향을 별로 받지 않아 2009년 상반기 전국 범위 내에 증가된 영화관은 45개, 스크린은 250개 안팎에 달하였다. 현재의 발전 상황으로 볼 때 올해 중국에 새로 증가된 영화관과 스크린 수량은 각각 110개와 600개에 육박할 것으로 전망된다. 지금까지 중국 영화산업의 고도성장을 뒷받침해 온 영화관 투자와 건설은 향후에도 강력한 발전추세를 보이며 3~4년간 지속적인 상승세를 유지할 것으로 예측된다. 하지만 영화관 투자는 중국의 초대형 도시 혹은 신흥도시에 집중되어 있고 일부 자금만이 국내 2~3급 도시로 흐르는 상황을 보이고 있으며(2009년 상반기에 새로 신설된 영화관 중 2~3급 도시가 30% 차지), 가장 미약한 부분인 비(非)극장체인 영화관과 2~3급 도시의 영화에 대한 건설과 투자에 대한 태도는 관망하는 단계에 머물러 있다.

신설 영화관의 빠른 성장과 더불어 영화관 간의 경쟁도 갈수록 치열해지고 있다. 통일관리, 브랜드 파워, 경영전략, 확고한 체인점 경영체계를 갖춘 극장투자관리 회사의 경우는 절대적 우위를 차지하고 있다. 결국 중국에서 하드웨어가 전반적으로 향상되고 있는 현시점에 영화관들의 승패는 소프트 파워에서 갈린다고 할 수 있다. 이러한 상황은 <표 3>에서도 일부 반영되고 있다.

2009년 흥행 기록 58억 위안 돌파 전망

경제가 어려울수록 문화산업이 발전한다는 ‘역행적’ 운행법칙을 감안해 볼 때 2009년 중국의 영화시장은 새로운 기록을 돌파할 것으로 보인다. 영화시장의 매출액 발전규칙을 통하여 2009년 중국의 영화 흥행 기록은 58억 위안을 무난히 돌파

할 것이라는 예측이 제기되고 있으며, 60억 위안 돌파 역시 기대되고 있다.

금년 중국 영화시장의 흥행 기록이 58억 위안을 넘어설 것이라는 예측을 하게 된 이유는 영화제작의 양적 수준이 지속적으로 확대되고 있고, 문화창의산업 영역에서도 영향력과 경쟁력이 날로 향상되고 있다는 점이다. 금년은 중국이 건국 60주년을 맞이하는 해로, 건국 기념일을 경축하는 각종 애국 영화가 아름다운 풍경을 형성하면서 기념일 경축 영화가 9~10월에 집중 상영되면서 산업 고조기를 형성하기도 하였다.

비공식 통계에 따르면 2009년 연말에 상영될 대작은 5~6편 안팎으로, 우수한 영화 콘텐츠 자원은 하반기 중국의 영화시장 매출을 위해 강력히 지원될 것으로 보인다.

또한 도시 영화관 건설투자의 일반 법칙으로 볼 때 극장의 대부분은 하반기에 잇따라 완공될 예정이며, 최저한 금년 12월 말에 완공되어 흥행 기록 향상에 활력소가 될 것으로 보인다.

더불어, 줄곧 중국 영화시장의 아킬레스건으로 인식되어 온 2~3급 도시의 영화관과 스크린 부족 문제는 이미 중국 광전총국과 극장체인 및 각종 자본투자자 등 업계의 많은 관심을 불러일으키고 있다. 2009년 상반기 전국 범위 내에서 새로 증가된 영화관과 스크린 중 2~3급 도시는 시장의 30%를 차지하였다. 따라서 중국 영화상영시장의 구조를 변화시킬 기회가 도래하고 있으며, 이번 기회를 잘 활용하여 산업발전의 걸림돌을 제거하고 중국 상영시장의 미진한 부분만 메울 수 있다면 중국의 영화산업은 또 한 차례 비약적 발전 시대를 맞이하게 될 것으로 기대된다.

● 참조 :

- <中国广播影视> 2009. 9. 上半期
- <http://chinese.mediachina.net>
- <http://www.chinafilm.com>

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