



『 10-27호 주간 심층이슈 』

중국 방송영상산업의 개혁과 대외개방

- 중국 방송영상산업 분야의 개혁 이유
 - 중국 광전총국은 이전 영화와 음반 산업에 있어 극소수만 대외개방을 유한적으로 허용 했었고 국외 대형미디어회사들에게는 중국 일부지역 진입을 조건적으로 허용했다.
 - 하지만 점차 국외 문화상품, 문화자본, 문화가치관 등이 중국 국내 방송영상산업 발전에 커다란 도전과 위기를 가져다 주었다.
 - 이에 중국 방송영상 산업발전에 있어 개혁이 필요하게 되었다.

- 중국 세계무역기구(WTO) 가입 후 중국 방송의 변화
 - 중국 방송영상개혁 발전의 긴장감과 추진력을 증가시켰으며 중국 방송영상이 세계 선진수준과의 거리가 좁혀지는 새로운 기회를 제공했다.
 - 중국 방송영상에 있어 대외교류의 발전공간을 넓히게 된 기회였다. 그리고 세계무역기구에 가입 후 중국은 세계 우수한 문화를 흡수하여 방송영상 프로그램 내용을 풍부히 하고

우수한 방송영상 프로그램을 만들어 낼 수 있는 더 많은 기회를 제공했다.

- 중국 방송영상은 국외 선진적인 경험을 참고로 새로운 길을 모색했다. 이는 중국 방송영상이 선진적인 관리경험과 선진 과학기술 등 세계 방송영상 문화를 학습, 연구, 이용하는데 유리하게 작용했다.
- 국외 문화상품이 국내에 흘러들어오는 압력에 직면했다. 국외 위성 TV가 부단히 증가하였으며 이는 중국 방송영상업의 《생태환경》에 일정한 변화를 일으켰다.
- 방송영상을 포함한 미디어영역의 인재자원, 정보자원, 시청자자원, 광고자원 등이 세계무역기구에 가입 후 모두 재조합 되었으며 방송영상에 일정한 영향을 미치게 되었다.

□ 중국 방송영상산업 분야의 개혁

○ 2004년 중국 국가광전총국에서는 《방송영상산업 발전 및 촉진에 관한 의견》을 반포하였다.

- 중공 16차 당대표대회에서는 문화산업을 적극적으로 발전시키도록 명확하게 문화산업 영역을 언급하였다.
- 시장경제조건하에서 문화산업발전을 사회주의문화번영과 대중들의 정신문화수요를 만족시키는 중요한 방법으로 여겼다.

○ 기본 원칙:

- 국유(国有)중심을 유지하며 다각적 경제수단으로 공동발전을 주도하고 방송영상산업의 공평하고 건강한 발전을 촉진한다. 시장 환경을 개방하고 시장번영과 산업증대를 촉진한다. 또한 공유제경제의 개혁을 통하여 비공유제경제를 대대적으로 인도, 발전시킨다.

○ 방송영상산업발전 상관조치:

- 체제개혁을 심화, 시장주체 발전을 유도하고 공익성사업과 경영성산업을 구분하도록 노력하였다.
- 기업형으로 전환하고 체제의 재편성을 통하여 관리, 운영하며 구체적으로 라디오, TV, 광전그룹(총국)의 뉴스보도 이외의 사회 서비스 형, 대중오락 형 프로그램, 특히 방송드라마 분야의 제작경영을 현 체제에서 점차적으로 분리한다. 현대적 지적재산권제도 및 현대기업형 제도로 전환하며 소유권과 경영권 분리, 자주경영, 손익을 스스로 책임지고 법에 의거한 납세를 실행한다.
- 산업경영 미래가 비교적 밝은, 기업화 활동조건을 갖춘 체육, 교통, 종합예술, 음악, 생활 재정, 과학교육 등의 채널을 육성한다. 또한 프로그램 최종심사권과 방송권을 라디오·TV방송사가 주도하는 조건하에서 허가를 통해 기업화 채널 경영을 진행한다.

○ 용자루트 확대 및 시장진입 완화

- 방송영상시장의 개방과 시장진입을 점차 넓히고 국내외 각종 유형의 자본이 광범위하게 방송영상산업발전에 참여할 수 있도록 고무하여 지속적으로 방송영상산업 발전을 제고한다.
- 뉴스보도를 제외한 방송영상 프로그램 제작업무 분야에 영향력을 갖춘 해외 영상제작기구와 중국 내 국유TV프로그램 제작회사가 합자방식으로 그리고 중국 측이 주식을 보유한 프로그램제작회사에 한해 투자를 허락한다.
- 라디오·TV방송사와 광전그룹 내 구조조정 및 체제개혁을 진행한 기업에서는 주식을 보유하는 전제하에서 국내 사회자본을 흡수하여 주식회사제(股份制) 전환을 모색할 수 있

다. 조건이 허락되면 방송영상의 생산라인과 마케팅기업에 한해서도 상장유자를 허가한다.

- 해외 제작기구와 중국 내 국유 영화제작사 사이 합작을 통해 중국 측이 주식을 보유한 영화제작사 성립을 허락한다. 해외 회사들은 합작형태로 영화관 건설회사와 영화관 설립을 할 수 있을뿐더러 외자비례를 75%에 달할 수 있다.
- 방송전송 네트워크회사는 중국 내 방송영상 부문에 우선 투자권(投資權)을 가지며 주식과 경영관리의 실권을 가진 전제하에 국내외 사회 자본을 흡수할 수 있다

□ 중국 정부의 문화산업에 대한 금융지원 하에 방송영상과 금융기구사이 여러 가지 합작 모델을 제기

○ 방송영상기업과 은행 간 교류합작 추진

- 2007년 국외 문화산업발전의 경험을 빌어 국산영화 <집결호(集结号)> 제작팀은 전 세계 흥행수입과 저작권저당 등의 방법을 통해 초상(招商)은행으로부터 5,000만 위안의 무담보 신용 대출을 받아냈으며 문화산업 기업과 금융 기업 간의 성공 사례가 되었다.
- 2008년 말, 중영그룹회사와 북경은행은 6억 위안의 신용대출 협의를 맺었다.
- 2009년, 중국공상은행과 화의형제 영화그룹회사 간 1.2억 위안의 2년 기한 대출협의를 맺었다.
- 북경은행은 미래 3년 북경 내 방송, 영화, TV를 대표로 하는 문화창의기업(文化創意企業)에 한해 의향성(意向性) 전문 신용 대출액을 100억 위안 지원하기로 하였다.

○ 기업상장(上市)과 기업채권발행을 통한 방송영상산업과 자본시장의 융합 추진

- 방송영화 기업인 동방명주(东方明珠), 중시전매(中视传媒), 전광전매(电广传媒), 가화유선(歌华有线), 광전인터넷(广电网络), 천위시신(天威视讯), 화의형제(华谊兄弟) 등의 회사들이 성공적으로 상장했고 초보적인 자본시장을 형성했다.
- 천위시신은 2008년 5월, 심천 중소기업시장에서 상장했고 화의형제는 2009년 차스닥에 상장한 민영회사이다. 화의형제는 28.58위안의 주당 발행가액으로 4,200여 만 주를 발행했고 12억 위안을 융자했다. 주식교역가격도 배로 올라 주식시장에서 호황을 보였다.
- 중영그룹(中影集团)은 5억 위안의 기업채권을 발행하였다.

○ 중앙과 지방정부의 재정지원을 통한 방송영상산업발전 추진

- 방송영상산업 발전을 지지하기 위하여 중국 재정부부는 문화발전지원을 위해 전문적으로 설립한 자금 중에서 따로 방송영상 전문 기금을 형성하고 국가중영디지털영화제작기지, 디지털영화관, 애니메이션기지 건설지원을 후원해 기업 자본결핍과 금융기구의 리스크를 줄였다.
- 요녕, 광서, 길림, 강소, 귀주, 녕하(宁夏) 등의 유선TV기업들은 중앙재정의 자금지원과 지방정부의 자금지원을 함께 받고 있다.
- 강소(江苏)성 정부는 10억 위안을 성 내 네트워크 통합과 유선 디지털TV 발전에 투입했다. 항주시 정부에서는 디지털TV발전에 무이자 대출을 주었고 북경시 정부에서는 자금을 투입해 유선디지털TV 셋톱박스를 발행했다.

□ 국가광전총국 방송영상분야에서의 대외개방

방송영상은 대중들이 제일 환영하는 대중매체일 뿐만 아니라

개발 잠재력이 가장 많은 문화산업이다. 세계무역기구 가입 이후 중국 광전총국에서는 방송업계 진입요구를 낮춰 적극적으로 국내 외협작 등 아래와 같이 개방하도록 지시하였다.

○ 방송영상 내부 개방

- 《유선TV 디지털 유료채널 업무관리 잠행방법》은 중앙, 성급 방송사 외 국가 급 방송영상기업인 중영집단과 같은 대형 미디어회사들이 유료채널의 개설에 참여할 수 있도록 하였다. 성급아래 시급 방송TV송출기구에서도 국가 급 프로그램 플랫폼 중 유료 채널을 개설할 수 있도록 하였다.

○ 민영자본과 사회 자본에 한해 개방

- 유료채널의 개설에 있어 법에 따라 설치된 방송영상기구(현, 시 급 이상 라디오와 TV, 국유와 민영제작기구), 자금등록이 1,500만 위안 이상, 순자산이 3,000만 위안 이상의 국유와 민영기구가 유료 채널의 합작에 참여할 수 있다.

○ 외자에 한해 개방

- <방송영상산업발전 촉진에 관한 의견>에 의하면 영향력을 갖춘 해외 영상제작기구와 국내 국유 TV프로그램 제작회사가 합자할 수 있으며 중국 측이 주식을 보유한 프로그램제작회사일 경우에 한해 허락한다.
- 광전총국에서는 방송영상시장개방과 관련하여 시장진입을 완화하였고 국내외 각 분야자본을 흡수하였다. 또한 뉴스보도 외의 방송영상제작에 진입을 허가하였다.

□ 국외 자본의 진입에 대한 규정

- 국외 위성TV는 3성급 이상 외상호텔 등에서 광전총국은 2001

년부터 지속적으로 6개의 경외위성 tv채널인 <화위(华娱), 싱쿵(星空), 봉황중문채널(凤凰中文台), 번강(本港), 국제(国际), MTV를 광둥(广东)성에 송출하였다.

- 예술성이나 기술제작수준이 비교적 높은 국외 영화수입을 지지하고 격려하도록 방침을 수립하였다. 중영그룹에서는 매년 50여부 국외영화를 수입해 국내 영화관에 배급하고 있다. CCTV영화채널에서는 매년 대략 400여 편의 외국영화를 수입해 자체 채널에서 방송하고 있다. 중국 내륙과 홍콩사이 경제무역 협력관계를 건립하고 CEPA의 규정에 근거하여 홍콩영화 제작회사에서 중국내용을 소재로 영화를 촬영할 경우 중국 국내 주관부문의 심사 통과 후 수입영화로 중국 내륙에서 배급할 수 있다. 홍콩과 중국이 공동제작 할 경우 국산영화로 인정하고 중국 내에서 배급 할 수 있다.

- 이 외에 영화산업발전을 촉진하기 위하여 국가광전총국에서는 잇따라 <영화 시나리오(개요), 영화심사 잠행규정>, <국외 공동제작촬영 영화 관리규정>, <영화 제작, 배급, 방영, 경영 자격진입 잠행규정>, <외국인 영화관투자 잠행규정> 등의 4개 명령과 <영화산업발전에 관한 의견> 등의 문건을 반포하였다.

*: <국외 공동제작촬영 영화관리 규정>에 의하면 국내영화제작기구와 국외 기구가 공동으로 호감을 갖는 영화에 한해 공동제작촬영을 격려한다고 규정함

*: <영화 제작배급방영 경영 자격진입 잠행규정>에 의하면 외자가 주식에 출자해 중국 국내 영화제작회사와의 합자, 합작을 통해 영화제작회사의 성립을 허가한다. 외자회사가 주식에 출자해 영화제작, 방송 분야의 기초시설, 기술설비를 개조, 경영을 할 수 있다.

*: <외국인 영화관투자 잠행규정>에 의하면 외자가 합자방식으로 영화관을 개조, 건설할 수 있고 주식보유와 경영을

허가하며 외자비율이 최고 75%에 달할 수 있다.

*: 라디오TV프로그램의 경우 심사를 통과한 후 라디오, TV방송사에서 방송을 허가한다. 광전총국의 심사, 결정한 국외 TV드라마의 수입총량은 매년 1,200여 시간으로 방송프로그램 총량의 10% 정도를 점유하고 있다. 유료 채널에서 국외영화, TV드라마, 애니메이션 방송시간 비율은 25%에서 30%로 완화되었다.

□ 중국 방송영상 분야 사례

- 화인문화산업(华人文化产业)투자펀드(CMC)는 지난 8월, 최초로 인민 페 20억 위안에 달하는 자금을 모집해 정식운영에 들어갔다. 작년 4월 CMC는 최초로 중국 국가 발전개혁위원회에 펀드 50억 위안의 규모로 신청, 허가를 받은 문화산업발전펀드이다. 상해시 라디오·TV방송총국 국장 리뢰강(黎瑞刚)이 CMC펀드의 동사장 겸 총경리로 됐다.
- CMC는 펀드인 동시에 중국문화 《해외진출》을 위한 자본을 운영하는 수단으로, 국제 미디어시장에 개입해 중국이 세계속에서 미디어투자과 운영플랫폼구축을 할 수 있도록 지원하는 시스템을 가지고 있다.
- 중국정부의 문화산업정책에 대한 완화와 더불어 국외 자본이 문화산업 분야에 있어 활발한 협력을 진행하고 있다. 중국사회과학원문화연구중심 부주임 장효명(张晓明)은 《오늘의 중국시장은 거대한 소비 잠재력을 가지고 있으며 많은 투자자들이 찾고자 하는 새로운 기회의 마당이다.》라고 언급하였다.
- 2008년 3월 한국모바일통신기업 SK통신은 중국 본토 음반회사인 북경태합맥전(太合麦田)의 42%의 주식을 매입했다. 이는 국외자본이 중국 음반산업에 처음으로 진출한 케이스다.

- 1.8만개의 관중석이 있는 상해세계박람회연출센터도 세계 각 회사들이 초점이 모이는 곳이다. 미국 안서치그룹(安舒次集团), NBA중국 등의 그룹이 공동으로 출자해 세계박람회연출센터의 경영권을 구매했다. 동시 NBA 중국은 리가성(李嘉诚) 그룹과 디즈니(迪斯尼)산하 ESPN회사 등의 기업과 함께 3억 달러를 출자해 11% 주식을 구매했다.
- 중국사회과학원 문화연구중심 부주임 장효명(张晓明)은 이러한 현상은 《중국 문화산업 면에 있어 새로운 정책과 일정한 관계가 있다고 지적했다. 2009년에 반포한 <문화산업진흥계획>을 근거로 문화산업영역에 있어 외국자본의 진입을 정책적으로 윤택하였으며 많은 국가들의 투자자들에게 새로운 기회를 주었다. 이는 각국 투자자들이 중국 문화산업시장을 가장 인기영역으로 여기는 이유 중의 하나이기도 하다》