



『 10-14호 주간 심층이슈 』

2010년 중국 문화산업과 해외교류 현황(1)

□ 중국 문화산업 개황

- 2011년은 중국이 WTO에 가입한지 10주년이 되는 해이다. 중국의 WTO가입은 중국경제의 국제화라는 중대한 전략적 결정이었다. 최근 10년 간 중국의 대외문화교역은 이러한 결정이 옳았음을 증명해주었다.
- 2009년 국무원은 《문화산업진흥계획(文化産業振興規劃)》을 반포하여 문화산업을 국가 전략산업으로 발전시켰고, 중국문화의 '해외진출'은 국가 문화발전전략의 중요한 부분을 차지하게 되었다. 문화의 '해외진출'은 광의의 개념에서 대외문화홍보, 대외문화교류, 대외문화교역을 의미하며 각각의 실행 주체는 정부와 업계협회 그리고 기업으로 나뉜다. 그 중 대외문화교역은 국제문화시장의 수요에 따라 문화산업이라는 틀에서 기업주도형 '해외진출'의 형식으로 중국 문화 '해외진출'의 주요 방식이 되고 있다.
- 2009년 문화부는 《문화산업 발전 가속화에 관한 지도의견(關於加快文化産業發展的指導意見)》을 반포하여 “정부의 주도아래, 기업을 주체로, 시장화 운영을”이라는 시스템을 확

립함으로써 대외문화교역을 강력히 촉진하였다. 2009년 중국 경제의 지속적인 성장과 복잡다변(夏雜多變)한 국제경제 형세, 인민폐 절상압력, 중국 대외무역 총 규모 감소, 중국의 국제사건 참여의 증가라는 거시적인 배경아래 중국의 대외문화교역 또한 커다란 영향을 받았다. 국제문화시장에서 중국의 이미지와 지위는 현재 본질적으로 변화하고 있다.

□ 대외문화교역의 의미와 범위

○ 우루과이 라운드에서 프랑스가 국제무역에 있어 문화분야를 예외로 하자고 주장하며 무역장벽을 쳤지만 문화교역은 여전히 국제무역의 하나로 속해 있다. 2001년 중국이 WTO에 가입할 때 대외개방을 허락한 문화교역 영역은 다음과 같다.

- (1) 광고 서비스: 외국 서비스 제공자는 합자기업의 형식으로 제한한다. 중국에 설립된 광고회사는 외자 주권이 49%를 초과할 수 없다. 중국이 WTO에 가입한 후 2년 안에 외자의 다수주권소유를 허가한다. 가입 4년 안에 외자독자회사 설립을 허가한다.
- (2) 소매 서비스: WTO가입 1년 내에 외국 서비스 제공자는 중국의 경제특구 및 유관도시에 중외합자 형식의 도서·신문·잡지 판매 기업을 설립할 수 있다. 가입 후 2년 안에 모든 성(省)급 도시와 충칭(重慶), Ningbo (宁波) 시를 개방하고, 외자의 기업주식 통제를 허가한다. 가입 후 3년 안에 외자기업의 지역, 권역, 주권 및 기업설립방식 등의 제한을 없앤다. 그러나 30개 이상의 분점을 가진 체인기업은 외자의 주식통제를 불허한다.
- (3) 시청각 서비스: WTO가입 이후부터 외국 서비스 제공자는 중국의 음향·영상제품의 콘텐츠 심사권한을 침해하지 않는 조건하에 중국과 합자형식으로 합작기업을 설립할 수 있으며, 영화 이외의 음향·영상제품을 판매할 수 있다.

- (4) 영화관 서비스: WTO가입 이후부터 외국 서비스 제공자의 영화관 건축 및 개조를 허가한다. 단 외자는 49%를 초과할 수 없다.
- (5) 영화 수출: WTO에 가입할 당시 《중국영화관리조례(中國電影管理條例)》와 일치하는 조건 하에 중국은 매년 영화관 상영을 목적으로 20부의 외국영화를 수입한다. 이상의WTO 가입과 관련된 문화교역의 조건과 내용은 馬冉: WTO框架內的中國文化貿易問題, 南京政治學院學報, 2009年第5期. 를 참조함.
- 최근 국가 간의 문화교역 정량화 비교분석은 어려움을 겪고 있다. 국제연합무역개발협의회(UNCTAD)가 『2008창의경제 보고』에서 언급했던 것과 같이 "하나의 지구촌 무역 발전 방향을 제시하는 창의산업평가모델을 구축하는 데에는 두 가지 어려움이 따른다.
 - 첫째는 창의산업의 정의가 불명확하다는 점이고, 둘째는 각 나라의 자료수집에 어려움이 존재한다는 것이다."UNCTAD(2008),2008 Creative Economy Report, 2009 p.90 《2008대만문화창의발전연보》에서는 다음과 같이 지적하였다. "각 나라는 문화창의산업 정책에 있어 각 나라의 상황만을 고려하고 있다. 산업의 정의, 범위뿐만 아니라 정량화 통계방법 또한 각자의 방식이 존재하기 때문에 하나의 기준으로 다국적 분석을 시도하는데 어려움이 있다.
 - 자료수집 또한 기간의 일치와 투명성에 문제가 존재한다. 공신력 있는 자료, 예를 들면 각 국가의 정부가 발행한 산업발전연보라든지 조사보고서 등을 갖추었다 하더라도 연구방법이나 통계가설 등의 불일치로 인해 각 나라의 자료를 조정하는 기준이 하나가 될 수 없다. 그러므로 비교의 의미를 잃게 된다." 대만 "경제부공업국":2008대만문화창의산업발전연

보, 2009, p.31 현재 국제문화시장의 주도적 지위를 차지하고 있는 나라는 미국, 일본, 영국, 프랑스, 독일, 인도, 브라질, 한국이다. 중국이 국제문화교역 강국이 아니라는 사실은 분명하다.

- 2004년 국가통계청이 발표한 《문화및관련산업분류(文化及相關産業分類)》는 대외문화교역을 핵심층, 외각층, 관련층으로 분류하고 있다. 그 중 핵심층은 신문출판류, 라디오·영상류, 예술류와 인터넷미디어류를 포함한다. 외각층과 관련층은 문화·오락류문화상품, 기타인쇄품, 영상류관련상품, 공예미술 소장품, 대형전시공연관련상품을 포함한다. (표2 참조)

<표1 대외문화교역 핵심상품 분류표>

업종	대표상품	세관품목번호	데이터출처
1. 신문·출판류	도서	49019900	세관총서
	정기 간행물, 신문	49021000/49029000	세관총서
	전자출판물, 인터넷출판물	/	신문출판총서
	음향·영상 제품	/	신문출판총서
2. 라디오·영상류	영화	/	광전총국
	TV프로그램 (드라마, 다큐멘터리, 종합예술전문프로그램, 애니메이션)	/	광전총국
3. 예술류	예술품, 조각	97011020/97020000	세관총서
	유화, 벽화, 판화	97030000/39264000	세관총서
4. 인터넷미디어류	인터넷 게임	/	국가판권중심

<표2 대외문화교역 외각층 및 관련층의 상품 분류표>

상품 유형	세관품목번호	상품
1. 문화·오락류 문화상품	제95장	장난감, 게임, 스포츠 용품 및 그 부속품
	제92장	악기 및 그 부속품
2. 기타 인쇄품	제49장	인쇄품: 친필원고, 전자파일 원고 및 설계도면
3. 영상류 관련상품	제37장	사진 및 영화용품
	제85장	음향·영상 장비 및 그 부속품, LED장비
	제90장	광학설비, 사진촬영 설비, 영사기 및 그 부속품
4. 공예미술품, 소장품	제58장	특수 기계방직물, 털실방직물; 자수품 등
	제69장	도자기 제품
	제70장	유리 혹은 유리로 만들어진 제품
	제71장	진주, 보석, 귀금속; 모조품; 동전
5. 대형전시·공연관련상품	28112100	드라이 아이스
	94054090	조명설비 및 부속품

□ 2009년 중국대외문화교역 거시 데이터

- 2009년 중국대외문화교역 핵심층의 성장률은 높은 편이었으나 아직까지 경쟁력이 부족한 상황이며, 국민경제의 안정적인 발전에 직접적인 공헌을 하고 있다. 2009년 중국의 대외문화교역 핵심층의 무역 총액은 46억 달러에 달했으며, 그 중 라디오·영상류의 애니메이션과 인터넷미디어류의 인터넷 게임이 빠른 속도로 성장하였다.
- 2008년 대비 애니메이션은 150%, 인터넷 게임은 47.2%의 성장률을 보였다. 그러나 핵심층에 속하는 신문출판, 전자음향·영상, 예술품 등 기타 문화상품의 대외무역은 감소하고 있는 추세이다. 신문출판은 9.48%, 전자음향·영상은 32%, 예

술품은 12.11% 하락하였다. (표3 참조) 대외문화교역의 핵심층은 판권수출을 주요형식으로 국제문화교역의 핵심경쟁력을 나타내는 중요한 지표이다. 2009년 중국의 핵심층 대외문화교역은 전체적으로 성장하였으나, 핵심 경쟁력이 부족해 줄곧 초기성장단계에 머물러있다.

<표3 2008-2009 대외문화교역 핵심층 상황표> (단위: 억 달러)

유형	상품	2008 년 수출액	2009년 수출액	동년기 대비 성장		
				성 장 치	성 장 률	총성 장 률
신문출판류	도서	10.18	9.24	-0.94	-9.23%	-9.48%
	신문·정기간행물	0.26	0.21	-0.05	-19.23%	
	전자음향·영상	12.41	9.40	-3.01	-32%	-32%
라디오·영상류	영화	3.75	4.1	0.35	9.22%	9.22%
	TV프로그램	0.41	0.20	0.18	/	44.20%
	다큐멘터리		0.08		/	
	애니메이션		0.30		150%	
예술품	조각·소조	24.36	19.58	-2.95	-12.11%	
	회화		1.83			
인터넷미디어류	인터넷 게임	0.72	1.06	0.34	47.20%	
합계		51.96	46	-5.96	-11.4%	