한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

ISSUE PAPER

『 11-03호 주간 심층이슈 』

2010 중국 동만산업 총결산

1. 2010 중국 동만산업의 성과

○ 2010년 중국의 동만산업은 안정적이면서 빠른 속도의 성장을 보였다. 상품의 수량뿐만 아니라 질적인 면에 있어서도 크게 향상되었다.

○ 2010년 중국산 창작 애니메이션의 제작량은 20만 분(分)에 달하며, 제작허가를 받은 중국산 극장용 애니메이션은 46편, 개봉된 애니메이션은 16편이다. 극장용 애니메이션 가운데 가장 많은 박스오피스를 기록한 애니메이션은 "시양양과회태랑의후후셩웨이(喜羊羊与灰太狼之虎虎生威)"로 12665만 위안의 흥행수익을 거두었다.

○ 최고 발행량을 기록한 동만잡지는《즈인만커(知音漫客)》로 한 달 발행량 280만 부 이상, 연수익 3.6억 위안을 기록했다.

○ 중국 동만상품의 수출 또한 빠른 속도로 성장하여 2010년 수출액 4억 위안을 돌파하였다. 7개의 동만기업이 제4국가문화산업기지의 칭호를 얻게 되었으며, 이들은 제4 국가문화산업기지 총

생산량의 10%를 차지하고 있다.

ㅇ 문화부는 천진시(天津市)와 공동으로 국가동만산업종합시범기지를 건설하였으며, 북경시(北京市)와 중국동만게임성(中国动漫城) 건설을 추진하고 있다.

<중국 2010년 극장용 애니메이션 박스 오피스>

1. 시양양과회태랑의후후셩웨이 (喜羊羊与灰太狼之虎虎生威)	2. 토이스토리 3 (玩具总动员3)
 ㅇ박스오피스: 12665만 위안 ㅇ관람객: 436.23만 명	 ㅇ박스오피스: 11645만 위안 ㅇ관람객: 258.53만 명
3. 슈렉 4 (怪物史莱克4)	4. 공룡길들이기(驯龙高手)
 ㅇ박스오피스: 9320만 위안 ㅇ관람객: 210.60만 명	 ㅇ박스오피스: 9124만 위안 ㅇ관람객: 207.90만 명
5. 장강7호애지구 (长江七号爱地球)	6. 검은고양이경찰 (黑猫警长)
 ㅇ박스오피스: 1701만 위안 ㅇ관람객: 62.21만 명	 ㅇ박스오피스: 1200만 위안 ㅇ관람객: 50.06만 명
7. 앨빈과 슈퍼밴드 2 (鼠来宝：明星俱乐部)	8. 명탐정 코난 (名侦探柯南：漆黑的追踪者)
 ㅇ박스오피스: 1020만 위안 ㅇ관람객: 38.33만 명	 ㅇ박스오피스: 855만 위안 ㅇ관람객: 28.52만 명
9. 애니맨 (超蛙战士之初露锋芒)	10. 호랑이의 귀환 (虎王归来)
 ㅇ박스오피스: 803만 위안 ㅇ관람객: 22.83만 명	 ㅇ박스오피스: 585만 위안 ㅇ관람객: 25.23만 명

2. 동만기업에 대한 세금우대정책

ㅇ2009년《文化产业振兴规划》반포 이후 동만업계의 주관부서와 문화부는 적극적으로 실행에 들어갔다.

ㅇ2008년 문화부와 재정부, 국가세무총국은 《동만기업인정관리방법(动漫企业认定管理办法)（试行）》을 연합 발표하였다. 2009년 처음으로 국가 세수우대정책 대상 100개 동만기업을 선정하였고, 얼마 전 문화부와 재정부, 세무총국이 새롭게 169개의 동만기업을 선정하였다. 이들은 앞으로 국가로부터 영업세, 증가세, 소득세에서 혜택을 받게 된다.

ㅇ2009년 동만기업이 누린 감면세 총액은 1.5억 위안으로 2008년 대비 75.9% 성장하였다. 북경카쿠를 예로 들면 2009년 270만 위안의 세수혜택을 누렸고, 회사 발전에 있어 더욱 유리한 조건을 창출할 수 있었다.

ㅇ이러한 세수우대정책은 동만업계에 활력을 불어 넣어주고 있다. 동만산업에 대한 투자와 관심이 증대되었고, 기업의 세금부담이 감소함에 따라 이익창출 능력이 증가하는 등 정책에 따른 산업 촉진작용을 발휘하고 있다.

ㅇ2010년 8월 25일 문화부는 《2010년 제1회 중점동만상품 지정명단에 관한 통지(关于公布2010年第一批通过认定的重点动漫产品名单的通知)》를 반포하였고, 《미호왕(美猴王)》, 《삼국연의(三国演义)》, 《전용사구(战龙四驱)》등 35개의 동만상품이 제1회 중점동만상품으로 인정되었다.

ㅇ이렇게 선정된 중점동만상품은 현재 중국 창작 동만브랜드의 핵심이다. 또한 가장 쉽게 판권침해를 입을 수 있는 상품이기도 하다. 그렇기 때문에 문화부는 국가공상총국 등 관련부서와 협력하여 동만시장의 관리감독을 강화하고 “중점 동만브랜드 보호계획(重点动漫品牌保护计划)”을 실시할 예정이다.

ㅇ또한 문화부는 기업이 중점동만상품 및 캐릭터에 대한 특허권 및 상표권을 신청하고 지적재산권까지 등록할 수 있도록 지원한다. 이와같은 일련의 지원조치가 발효되어 35개의 중점동만상품은 2010년 총 600만 위안의 지적재산권 등록 보조금을 받았다.

ㅇ12월7일, 문화부와 재정부, 국가세무총국은 전국에 걸쳐 조건에 부합하는 18개 중점동만기업을 선정하였다. 《동만기업인정관리방법(시범)(动漫企业认定管理办法)（试行）》의 규정에 따라 적어도 하나의 중점동만상품을 보유한 기업에 한해 중점동만기업 선발작업에 참여 할 수 있었다.

ㅇ중앙애니메이션유한공사(央视动画有限公司), 천진신계애니메이션유한공사(天津神界漫画有限公司), 상해오늘애니메이션영상문화유한공사(上海今日动画影视文化有限公司), 광주아오페이문화전파유한공사(广州奥飞文化传播有限公司)등 18개의 중점동만기업은 일반동만기업보다 더 많은 세금우대 혜택을 누리게 될 것이며, 문화산업 프로젝트 자금지원 및 자본시장에서의 융자지원, 상장을 통한 융자 등 국가적으로 많은 관심과 지원을 받게 될 것이다.

3. 고급 동만인재 양성

ㅇ문화산업에 있어 인재는 산업발전의 핵심 원동력이다. 고급인력 및 복합형 인재의 부족은 중국 문화산업 발전의 오랜 걸림돌로 작용하고 있다. 동만산업 또한 예외는 아니다.

ㅇ문화부는 교육부와 협력하여 효과적인 인재양성을 위한 노력을 시도하였으며 조기의 성과를 거두었다.

ㅇ중국 내 동만관련 교사와 교재의 부족을 해결하기 위해 2009년 교육부와 문화부는 동만류교재편저위원회(动漫类教材编写委员会)를 설립하여 교재 편찬작업에 들어갔고, 45권의 동만교재가 출간 되었다.

ㅇ2010년 12월 26일 교육부와 문화부가 연합하여 진행한 중국학생창작동만작품대회(中国学生原创动漫作品大赛)의 시상식이 우시(无锡)에서 거행되었다. 이 대회를 통해 우수한 작품들과 동만창의형 인재를 발굴하였다.

ㅇ동만창의, 기획, 연구개발, 마케팅 영역에서도 고급인력의 부족이 심각한 가운데 2008년부터 문화부는 “고급동만인재양성계획(高端动漫人才培育计划)”을 실시하였다.

ㅇ북경영화학원, 후난대학, 중국미술학원, 상해영화예술학원, 길림애니메이션학원 등 고등교육기관에 위탁하여 8차례에 걸친 국가동만산업발전 고급연수반을 개설하였다. 애니메이션 시나리오 제작에서부터 감독, 창작, 동만기술, 동만시장, 뉴미디어 등 다방면에 걸친 내용을 교육하였다.

ㅇ총 400여 명의 국내 동만기업의 주요 경영자 및 기획자, 기술자 등이 연수반에 참여하였으며, 각 학교 및 지역의 동만업 종사자 및 예술가들의 참여로 예술과 기술, 시장과 관리 등의 자원이 함께 융합되어 큰 성과를 이루었다.

4. 중국동만의 “해외진출(走出去)”

ㅇ “해외진출(走出去)” 은 중국문화산업발전의 전략적 목표 중 하나이다. 글로벌 시대에 중국기업이 국제사회에서 발전할 수 있는 기반을 마련하고, 실력과 경쟁력을 갖춘 기업을 양성하여 국제적 영향력을 강화하고자 한다.

ㅇ중국동만의 해외진출(走出去) 전략은 단순히 중국의 동만을 외국사람들에게 이해시키는 것이 아니라, 중국의 동만기업과 동만상품을 적극적으로 알려 중국의 동만 및 파생상품을 세계동만시장으로 진출할 수 있는 발판을 마련해주고자 하는 것이다.

ㅇ동시에 해외판권수익을 중국동만산업 발전의 주요수익원 중의 하나로 만들고자 한다. 국제시장에서 중국동만상품이 차지하는 비중을 늘리고, 중국 동만브랜드와 중화문화의 국제적 영향력을 확대하고자 한다.

ㅇ중국동만기업이 국제 유명 동만전람회에 참여하는 것 역시 “해외진출(走出去)” 의 일환으로 2008년 이후 문화부는 국내 동만기업들을 조직하여 ‘동경국제동만전(东京国际动漫展)’, ‘프랑스앙굴렘만화페스티벌(法国昂古莱姆漫画节)’, ‘프랑스안시국제애니메이션페스티벌(法国安纳西国际动画节)’, ‘한국부천애니메이션페스티벌(韩国富川漫画节)’, ‘캐나다오타와애니메이션페스티벌(加拿大渥太华动画节)’ 등 다수의 국제행사에 참여하여 동

만기업의 해외시장 진출을 도왔다.

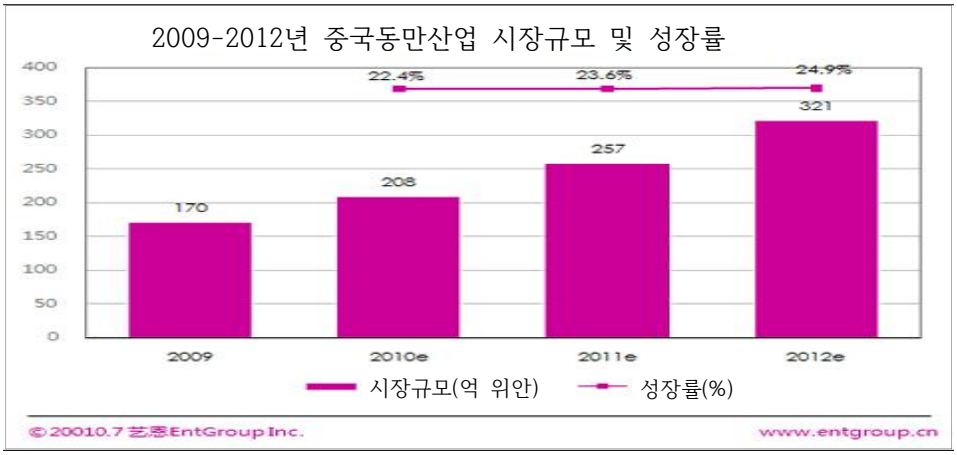
ㅇ국제행사 참여는 중국동만기업에 큰 힘을 실어주었다. 2008년 ‘프랑스앙굴렘애니메이션페스티벌’에서 중국동만기업은 1.15억 위안 상당의 계약을 체결하였으며, 2009년과 2010년 ‘동경동만페스티벌’에서 각각 1억 위안, 1.4억 위안의 계약을 체결하였다. 2010년 5월 ‘프랑스안시국제애니메이션페스티벌’에서 중국동만전시단(中国动漫展团)의 계약액은 사상최고인 4.4억 위안에 달했다.

ㅇ문화부는 2010년 9월 ‘러시아중국문화의 해’를 맞아 러시아중앙미술관과 11월엔 ‘스위스문화풍경예술페스티벌’기간 동안 스위스 동만박물관 등 주류예술기구와 동만 전람회를 개최하여 큰 성공을 거두었다.

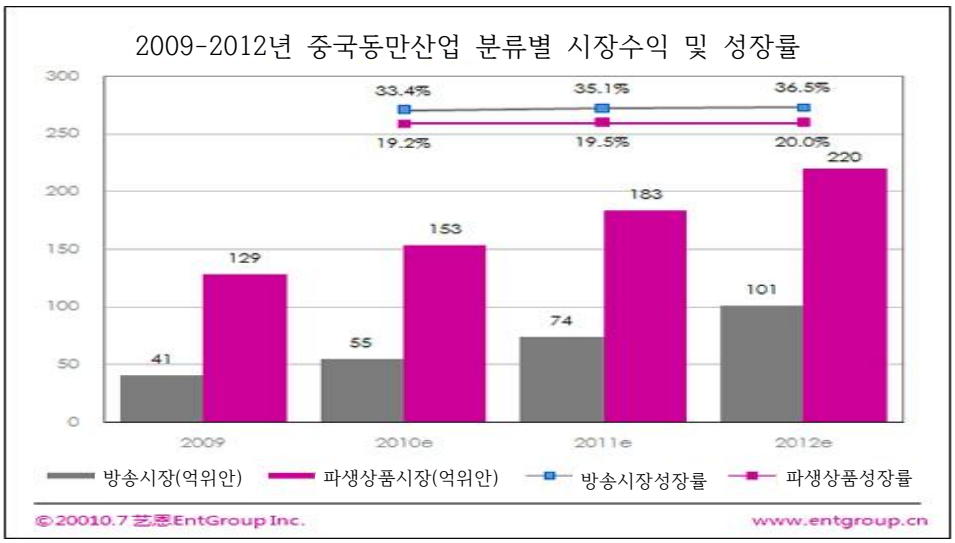
ㅇ이런 일련의 활동을 통해 기업 간의 교류를 확대하고 외국 아이들이 중국동만에 대해 이해할 수 있는 계기를 마련할 수 있었다. 2011년 정부는 동만의 해외투자합작 및 해외 마케팅 등 “해외진출(走出去)”을 더욱 적극 지원할 예정이다.

※참고

<2009-2012년 중국동만산업 시장규모 및 성장률>



<2009-2012년 중국동만산업 분류별 시장수익 및 성장률>



분류	세분영역	연구범위
방송 시장	TV애니메이션	방송국(위성TV, 유선TV, 유료TV 등) 방영
	극장용 애니메이션	영화관 및 학교 강당 등에서 상영
	인터넷 동만	인터넷을 통한 열람 및 감상
	모바일 동만	휴대폰 및 이동 단말기를 통한 열람 및 감상
	동만 광고	이상 4가지 매체를 통한 동만상품 광고업무
파생 상품	동만 출판물(간행물,도서)	애니메이션, 만화류의 도서, 신문, 잡지 등 인쇄출판물
	동만 영상 제품	DVD, VCD 등 영상 출판물
	동만 장난감	동만 캐릭터 판권을 보유한 완구상품
	동만 악세사리	동만 캐릭터 판권을 보유한 악세사리(옷, 신발 등)
	기타 파생상품	가정용품, 일용품, 식품, 음료 등

©20010.7 艺恩EntGroup Inc. www.entgroup.cn