



『 11-06호 주간 심층이슈 』

중국의 출판산업 현황 및 전자출판물 시장과 문제점

□ 중국의 출판산업 현황 분석

- 2009년 출판대국으로 성장한 중국의 신문출판업 총생산액은 1조 위안으로 2008년 대비 20% 성장, 도서판매액은 20%, 뉴미디어출판은 42%, 투자총액은 35%씩 각각 성장함.
- 2009년에 중국에서 출판한 도서의 종류는 27.57만 종, 발행량은 70억 권, 판매액은 1,456억 위안에 달해 미국에 이어 세계 2위를 차지함.
- 인쇄, 복제산업의 총 생산액은 5,746억 위안으로 세계 3위를 차지했고, 전자출판물의 총생산액은 750억 위안으로 동기대비 50% 성장함.
- 2009년 중국정부는 금융위기를 맞아 출판 분야와 관련된 일련의 새로운 정책을 제정함. 국무원의 “문화산업진흥요강”, 신문출판총서의 “신문출판 체제개혁 강화에 관한 지도의견”, 중

공중양관공청의 “중앙 각 부서 소속 출판사의 체제개혁 심화에 관한 건의” 등.

- “신문출판 체제개혁 강화에 관한 지도의견”의 제14조에서는 민간자본으로 운영되는 출판문화작업실을 비롯한 문화회사의 역할을 충분히 인정하면서 새로운 출판 생산력으로 키운다는 전략을 제시. 이 조항에서는 민간자본이 다양한 형식으로 정책이 허락하는 영역에서 역할을 발휘하도록 적극 고무격려 한다고 밝힘.
- 문화회사는 신문출판산업의 중요한 구성원으로서 계획적인 관리를 통한 경영 규범화를 실현시켜야 함. 또한 국유 출판사들이 국유자본의 주도적 지위를 확보한다는 전제하에 민간자본 문화회사와 자본, 프로젝트 등에서 다양한 방식으로 합작하는 것을 지지함.
- 기존의 출판문화회사는 출판활동에 참여할 수 없는 제도적인 제약을 받았지만 이 정책의 출범과 더불어 더욱 활발한 활동을 할 수 있게 됨.
- 2009년 1월부터 <书号实名申领管理办法(試行)>이 시행됨에 따라 국내 출판사는 모두 인터넷실명제로 도서출판번호를 등록하도록 명시함. 1년에 2~3차에 걸쳐 필요한 도서출판번호를 신청하던 것에서 이제는 책 한권에 1개의 번호를 신청하게 됨으로써 출판사는 원고가 있어야 도서출판번호를 신청할 수 있음. 신문출판총서의 통제권이 강화됨.
- 국가신문출판총서는 2009년에 출판사에 대한 체제개혁을 적극 추진시키는 가이드라인을 발표함. 공익적인 도서, 음반, 영상제

품 출판사와 전자출판물출판사를 제외한 기타 출판사는 모두 2010년까지 기업으로 전환해야 함.

- 중국에 있는 579개 출판사 중 이미 453개의 출판사가 기업으로 전환. 출판, 신문, 발행 등 분야의 상장기업은 39개에 달함.
- 봉황(鳳凰)출판전매그룹은 중국에서 처음으로 자산과 판매액이 100억 위안을 넘김으로서 최근에 성장폭이 가장 빠른 출판그룹으로 등극. 이 출판그룹에서는 학생 참고서적과 소년아동도서를 주력제품으로 하는 한편 대중을 상대로 한 건강서적이 아주 큰 인기를 얻음. 현재 중국 도서출판시장에서는 소년아동서적과 문학서적이 가장 큰 시장 발전의 원동력으로 간주됨.
- 전자출판물 시장은 미래의 출판업 방향을 대표하지만 아직 중국에서 뚜렷한 수익확보모델을 갖추지 못하고 있음. 지금까지 투입이 수익보다 많은 상황이며 전반적으로 아직 전통적인 출판 산업구조를 바꿀만한 임팩트를 갖추지 못함.
- 전통출판시장은 여전히 거대한 발전 공간을 보유하고 있음. 중국의 13억 인구는 다양한 문화수요를 갖고 있으며, 국민의 거대한 소비욕구와 39.8조 위안에 달하는 국민생산총액 규모 등 다양한 출판물 소비시장이 존재함.
- 정부는 공공문화서비스시스템을 구축하려는 목표 하에 문화산업 영역에 정책적으로 적극 지원함. 특히 신문출판총서는 정부의 차원에서 “농촌 독서실” 프로젝트를 추진, 농촌지역에 대한 도서 지원을 적극 진행하고 있음.

- 출판사 체제 개혁을 적극 추진함. 정부에서 자금을 지원하던 시스템에서 기업화로 바꾸는 개혁을 추진함으로써 많은 출판사를 그룹화, 주식제 기업으로 전환시켰으며 상장을 통한 융자 또는 업종간의 통합을 거쳐 시장화의 주체로 발전을 추진함.

□ 전자출판물 시장 분석과 문제점

- 중국 정부는 전자출판물을 대거 육성하기 위한 정책을 적극 추진하고 있음. 신문출판총서는 지난해 “전자출판산업의 비약적인 발전추진“을 가장 중요한 산업발전 전망에 넣어 향후 적극적인 지원이 예상됨.
- 중국에서 가장 큰 전자출판물 리더기 제조상인 한왕(漢王)그룹 회장은 2030년에 이르러 90%의 중국 내 출판물이 전자출판물로 출판될 것이라 추정함.
- 2009년 전자출판물의 총 생산액은 전통 출판업의 총 생산액을 크게 초과하였고, 성장폭이 50%에 달함. 2010년 E-BOOK 열람 단말기는 500만 대 이상 판매된 것으로 추정되며 3.7억 명에 달하는 학생들이 있다는 것을 감안하면 엄청난 발전기회를 제공해주고 있음.
- 전자출판물은 특히 디지털 기술의 발전과 전자출판시장의 확대와 더불어 향후 시장전망이 아주 밝음. 출판업의 발전단계로부터 볼 때 전자출판물 출판사는 현재 성장단계에 있으며 연평균 10%폭의 빠른 발전 속도를 보여주고 있음.

- “2008년 중국전자도서발전추세보고”에 따르면 2008년의 중국 전자도서시장은 22,530만원의 판매액을 올렸으며, 전년 동기 대비 33.4% 성장함.
- 2008년의 전자도서 독자는 총 7,900만 명에 달해 전년 동기 대비 34% 성장함. 개인 전자도서시장은 주로 유료 열람시장과 핸드폰 열람시장의 대폭적인 성장세에 힘입어 각각 86.5%와 366.2% 성장함.
- 중국출판그룹은 이미 “중국전자출판사이트” 건설에 박차를 가하고 있으며 국가의 정보화시범 프로젝트로 차이나모바일과 합작하여 “휴대폰 이야기신문“, “휴대폰 만화신문“ 등을 독자들에게 제공하기 시작함.

전자책 수출입 현황

	수출		수입	
	종류	금액 (만 달러)	종류	금액 (만 달러)
2008년	11	0.82	1640	4,456.25
2009년	29	0.56	1947	6,401.52

- 2006년 이래 중국의 전자출판물 생산은 급성장하고 있는데 그 중 전자잡지의 성장폭이 가장 빠름. 전자잡지는 컴퓨터 기술과 전자통신기술 및 인터넷기술에 기반을 두어 편집, 출판, 발행하는 잡지로 최근 중국의 전자잡지는 약간의 문제에 직면함.
- 중국 내 전자잡지는 콘텐츠의 제약성이 큼. 즉 내용이 풍부하지 못하고 비슷한 내용이 계속 생산되며 저속한 내용을 다루거나 하는 경우가 비일비재함. 이러한 내용면에서의 제한은 당분간 지속될 것으로 보이는 한편 이는 전자출판물의 발전저해요소가

될 것으로 예상됨.

- 독자들의 입장에서 보았을 때 인터넷의 가장 큰 이점은 콘텐츠 선택의 자유임. 즉 독자들은 자신이 관심을 갖는 것을 선택해서 읽을 수 있음. 전자잡지는 독자들의 수요에 맞춰 콘텐츠를 제공해야 함. 그런데 아직 전자잡지는 자신들이 이미 갖고 있는 콘텐츠를 독자들에게 일방적으로 제공하고 있으며 이로 인해 독자들의 구미에 맞지 않는 경향이 있음.
- 전자잡지에 보편적으로 존재하는 문제는 생명주기가 짧고 발행량이 적은 것임. 이러한 문제가 존재하게 되는 주요 원인은 많은 전자잡지가 무료로 제공되기 때문에 지속적인 발전에 대한 동기가 부족함. 또한 콘텐츠를 새로 개발하기 힘들다는 문제점이 있음. 서로 내용을 카피하고 짜깁기 하는 현상이 대량 발생하면서 인기 있던 전자잡지도 얼마 되지않아 운영에 어려움을 겪게 됨.
- 전자잡지는 이메일로 발송되는데 현재 중국 내 포털 사이트의 무료 메일로는 제대로 수신되지 않는 단점이 있음. 대부분 유료 메일함을 이용하라고 권고하는데 이는 각 포털 사이트 간의 경쟁에 의한 것이며 중국내 주요한 포털 사이트들은 각 사이트 본연의 전자잡지를 제공하고 있기 때문에 타사이트의 전자잡지는 제대로 발송해주지 않음.
- 대량 발송되는 전자잡지는 용량이 엄청 크기 때문에 무료메일로는 발송하길 꺼린다. 또한 전자잡지를 발송할 때 간혹 스팸메일로 간주되기 쉬운 것도 또 다른 원인이다.
- 유료 전자잡지는 구독료 지불이 불편함. 구독료 지불 수단이 상

대적으로 복잡하여 신속하고 편리한 지불이 이루어지지 않고 있음. 중국은 아직 인터넷뱅킹 사용이 보편화 되지 않았고 신용 시스템도 불완전하기 때문에 대부분의 유료전자잡지는 우체국을 통한 송금방식을 취하고 있음. 이 또한 독자들에게 불편을 가져다주고 있음.

- 현재 중국내 독자들의 독서습관은 큰 변화를 겪고 있음. 중국출판과학연구소의 통계에 의하면 20%의 독자들이 전자도서를 읽는다고 전함. 현 발전추세대로라면 전자출판물이 향후 전통적인 인쇄출판물을 대체하게 될 것임이 분명하며 10년~15년 사이에 전자출판물이 중국내 독자들이 정보를 획득하는 주요 매체가 될 것임.
- 중국에서 전자출판물은 주로 하드웨어와 소프트웨어의 사용이 불편하고 독자들의 구독료 지불이 불편한 선천적인 문제점이 있음. 물론 중국이 지속적으로 발전하면서 신용시스템과 인터넷뱅킹 등 조건이 성숙되고 각종 법률적인 안전장치가 완성된다면 독자들의 구독료 지불 습관도 점차 변화될 것으로 예상됨. 그러나 아직까지 독자들은 전자출판물을 구독하면서 선뜻 비용지불을 꺼려하는 경우가 많음.
- 또한 중국 소비자들은 판권에 대한 의식이 부족함. 대부분 중국 국민들은 직접 만질 수 있는 유형의 물건에 대해서만 비용을 지불하려 하지 전자출판물 같은 상품을 이용할 때에는 무료 콘텐츠를 희망함. 이러한 중국 독자들의 소비습관은 단기간 내에 변화하기 힘들 것으로 추정되며 이에 따라 중국 내 전자출판물 시장 개발에 대응하는 적당한 방식을 모색해야 함.
- 전자출판물 운영자는 출판사와의 이익배분과 판권 문제에서 적

당한 시기에 윈-윈 할 수 있는 방법을 찾아야 함. 콘텐츠 생산자인 출판사는 전자출판물 운영자와 함께 전자출판물을 다운할 수 있는 사이트를 공동으로 만들어 판권문제를 해결함으로써 상호간의 자원을 통합하여 전자출판물 운영이 제대로 되게끔 하여야 함.

□ 전자출판물에 대한 중국정부의 지원 방향

- 정부는 “12차 5개년 계획“기간(2011년~2015년)의 전자출판물 발전 방향을 제시하면서 이 기간에 있는 2011년 중국공산당 건당 90주년, 신해혁명 100주년, 2012년 건군 85주년, 2013년 모택동 탄생 100주년, 2014년 건국 65주년, 등소평 탄생 110주년, 2015년 항일전쟁승리 70주년 등 굵직한 사건들을 중점으로 다룰 것을 요구함.
- 또한 “3농“문제를 적극적으로 다루어 농촌과 농업발전을 위한 전자출판물을 적극 제공할 것을 요구하였으며 민족단결교육을 위한 도서를 대량 제공하여 민족의 단결과 사회 안정 및 지역간 화합을 도모할 것을 강조함.