

『2011년 10호 ‘주간 심층이슈’』

『 중국 음악·공연산업 분석』

○ 작성 취지

- 중국 내 음악산업 및 공연산업의 발전과정 및 특징을 살펴보고자 함
- 한국 음악·공연기업이 중국 진출 시 부딪히게 되는 문제점을 파악하여 중국에 진출하고자 하는 한국기업의 중국진출 전략수립에 참고자료로 활용하고자 함.

※ 자문위원 : M.net 북경대표처 이두선 과장

○ 작성 순서

1. 「중국 음악산업의 발전과정」
2. 「중국 음악산업의 특징」
3. 「중국 공연산업의 발전과정 및 특징」
4. 「한국 기업이 중국 진출 시 유의해야 할 점」

1. 중국 음악산업의 발전과정

□ 중국 음악·공연산업의 발전 배경

- 2011년 중국 전체 인구는 13억 4,100만 명으로 헤이하이즈(黑孩子 : 호구 조사에 기록되지 않은 아이)’ 를 감안한다면 상기한 인구수를 상회함
- 또한 물리적인 위치상 중국 대부분의 인구는 도심 밀집 지역인 동부와 남부에 집중되어 있음. ‘농민공(农民工 : 농촌에서 상경하여 공사현장에서 막노동에 종사하는 사람)’ 의 증가와 더불어 도시에 거주하는 인구의 비율은 해마다 급속히 증가하고 있음
- 1990년 26%에 불과하던 도시인구 비율은 20년이 지난 2010년 중국 인구의 절반에 육박함. 이는 중국 경제의 빠른 성장에 따른 결과로 인식할 수 있음
- 도시인구의 증가와 경제성장은 중국 국민들로 하여금 음악, 공연, 영화 등 소위 ‘문화 콘텐츠’ 에 대한 수요와 기대를 증가시킴
- 중국은 최근 몇 년간 빠른 성장과 변화를 거쳤고, 음악산업과 공연산업 역시 많은 발전과 변화와 더불어 그들만의 독특한 특징을 가지게 됨

□ 중국 음악산업의 발전과정

- 전 세계 화교 인구는 2010년 4천 5백만 명 이상으로 대한민국의 남한 인구에 필적함. 중국시장은 각 성(省)별, 지역별 특성 차이로 문화적인 다양성이 존재하며, 전 세계적으로 화교시장이 발달되어 있다는 점까지 감안한다면 문화의 다양성과 편차가 크다는 것을 주지해야 함
- 농민공의 인구가 도시인구를 상회할 당시 ‘농민가(农民歌)’ 위주의 음

악 시장이 형성되어 중국 국민들에게 사랑을 받았으나 중국의 경제성장에 따른 도시인구 비율이 증가하면서 홍콩, 대만 및 한국 음악에 대한 관심이 많아짐

- 한국의 문화 콘텐츠산업은 중국의 역사적인 배경 및 문화의 동질성에 힘입어 ‘한류’ 현상을 유발하였고 오늘날 독특한 시장 형태를 구성하게 됨
- 중국 정부는 2008년 올림픽을 개최하면서 문화산업에 대한 필요성을 절감하게 되었고, 12차 5개년 계획에서 문화산업을 국가지주성산업으로 육성하겠다고 밝힘. 이는 음악산업 종사자 및 관계자들에게 기회요인으로 작용할 수 있음
- 이러한 배경 속에서 중국의 음반사, 기획사, 온라인 뮤직 포털 등의 음악 관련 산업 영역 전반에 걸쳐 내부 본토 자본 및 해외 벤처 캐피탈 등 활발한 투자가 이루어지고 있으며, 해외 동종 업체와의 조인트 벤처 설립 등의 형태도 나타나고 있음
- 중국 음악시장에서 성공을 거둘 수 있다면 해외 음악시장에서도 두각을 나타낼 수 있는 가능성이 존재한다고 볼 수 있음
- 주목할 만 한 점은 중국 음악시장에서 부각을 나타내고 있는 음악과 아티스트들 중 90% 이상이 대만/홍콩에 기반을 둔 음악과 아티스트임
- 대륙, 즉 본토 출신 아티스트의 비율은 지극히 소수에 불과함. 중국 본토에서도 이러한 상황을 인식하고 있으며 본토 음악시장의 성장을 위해 다양한 시도를 하고 있음. 얼마 전 대륙에서 큰 인기를 끌었던 오디션 프로그램 등을 그 예로 들 수 있음
- 또한 본토 기반 아티스트의 댄스와 패션 등 질적인 향상을 위해 다양하

고 심도 있는 연출 방법을 모색 중이며, 한국과 일본 등의 해외 음반사나 기획사를 통해 해외 업체 위탁 육성을 시도하고 있음. 동시에 한국 음악산업 관련업체들의 중국 시장 진입이 더욱 활발하게 진행되고 있음

- 중국 음악산업은 현재 불법음반시장의 팽배로 인하여 큰 어려움을 겪고 있으며, 점차 나아지고 있는 추세지만 아직도 세계 최대 규모의 불법음악시장이라는 불명예를 안고 있음
- 중국 역시 세계 음악 시장의 추이를 따라 물리적인 음반 시장보다는 디지털 음원 시장이 점차 강세를 띠고 있음. 그러나 불법 음원 다운로드 시장의 규모가 방대하여 아직까지는 소폭 상승세를 나타내고 있음
- 이로 인해 음악 산업의 직접적인 수익부분도 어려움을 겪고 있음. 음악 산업의 근간인 음악을 통한 수익의 극대화보다는 음악과 관련된 부가적인 부분에서 수익을 모색하게 됨
- 아티스트가 새로운 음반과 음원을 발표해도 이로 인해 발생하는 수익은 극히 미미하며 광고나 행사, 공연 등을 통해 수익을 창출하고 있음

2. 중국 음악산업의 특징

□ 중국의 음악 소비 성향

- 중국의 음악 소비 성향도 지역에 따라 특색을 보이게 되는데 크게 두 지역으로 나누어 살펴보면 남부는 댄스 성향의 음악을, 북부는 중국 특유 정서의 느린 발라드 성향의 음악을 선호함
- 그 원인은 상대적으로 기온이 따뜻한 남부의 경우 열정적인 음악을 선호하게 되고 물리적인 위치상으로도 외부 문화의 유입이 용이하기 때문

으로 판단됨. 남부지역은 대만과 홍콩이 지리적으로 가깝기 때문에 그들의 영향권에 놓여 있다고 간주할 수 있음

- 본토의 국제적인 도시로 표방되는 상해는 외부 문화의 유입을 능동적으로 수용하고 있음. K-POP뿐만 아니라 J-POP에 대한 수요가 가장 많은 도시 중의 하나이며, 문화 소비 성향이 강함
- 북부의 경우는 남부와 반대로 생각해 볼 수 있는데 상대적으로 쌀쌀한 외부적 환경을 고려했을 때, 열정적이고 신나는 댄스풍의 음악보다는 따뜻한 감성의 음악들이 통렬하는 현상을 보이고 있음
- ‘중국형 발라드’는 중국인 특유의 정서가 묻어나는 멜로디와 가사가 강조된 음악으로 한국의 ‘발라드’와 그 성격이 다름
- 간혹 ‘중국형 발라드’를 구시대 음악이라고 폄하하는 한국인 음악가가 있는데 문화는 상대적인 것으로 타국문화의 상대성을 인정하는 태도가 필요함. 우리나라에도 ‘한’의 정서에 입각한 전통 가요나 트로트가 존재하듯 이들 역시 이들의 정서에 입각한 농민가나 중국형 발라드가 존재한다는 것을 인정하는 자세가 필요함

□ 작사의 중요성

- 한국의 경우 작곡이 작사에 비해 훨씬 높은 비중을 차지하는 반면 중국은 작곡보다 작사에 비중을 두고 있음
- 그 원인은 한국어와 중국어의 차이에서 볼 수 있는데 중국어는 표의문자로 한국어에 비해 적은 글자 수로 다양한 뜻을 함축한 표현을 사용할 수 있음. 즉 구체적인 내용의 가사보다는 한 글자를 통해 다양한 느낌을 전달할 수 있는 언어를 사용함. 중국의 작사법이 의미전달에 있어 한국보다 더 효과적일 수도 있음

- 한류를 통해 많은 한국 노래들이 정당한 방법이나 혹은 불법적인 방법으로 중국에 유입되고 있는데 원곡의 한국어 가사를 중국어 가사로 변경할 때 대개 글자수가 부족하거나 의미전달이 잘못 되어지는 사태가 발생하는 것도 언어의 차이에서 기인한다고 볼 수 있음

□ 민족성

- 중국은 한국과 달리 한족 외에 다양한 소수 민족이 공존하는 나라로 음악에서도 그 특징이 나타나고 있음
- 중국의 남녀 혼성 듀오인 ‘봉황전기’ 라는 그룹은 트로트풍의 노래로 대륙에서 큰 인기를 얻고 있음. 데뷔 초 소수민족 출신이라는 점과 더불어 출신 소수민족 특유의 악기 및 음악을 통해 대중들에게 어필하여 큰 효과를 발휘함. 소수민족이지만 한국의 인구수와 비교하면 절대 소수가 아님.
- 또한 급속도로 증가하고 있는 ‘농민공’ 을 집중 공략하여 각종 음악 차트에서 꾸준한 사랑을 받고 있으며, 큰 성공을 거둔 그룹으로 평가되고 있음
- 이는 한국어를 구사하는 소수 민족인 조선족들이 거주하는 지역에서도 비슷하게 나타나는데 한국의 음악이 조선족 자치구에서 강세를 나타냄. 현재 한국음악이 댄스음악에 치중되는 반면 조선족 자치구에서는 댄스음악 이외에 한국적 정서가 강한 트로트 음악이 강세를 보이고 있음
- 이 밖에 대륙의 크기나 민족의 다양성 등으로 인해 한국보다 다양한 장르의 음악이 다양한 지역과 다양한 사람들에게 널리 사랑 받고 있는 점도 무시할 만 함

3. 중국 공연산업의 발전과정 및 특징

- 공연 산업은 음악 산업의 큰 카테고리 안에 포함되어있으며 공연 산업은 음악 산업의 꽃이라고 할 수 있을 정도로 중국 문화 산업에서 간과할 수 없는 중요한 시장임
- 중국 공연산업은 매년 안정적으로 성장하고 있는 가운데 2008년 올림픽을 계기로 더욱 가파른 상승세를 보이고 있음. 북경(北京), 상해(上海), 광주(广州)는 전통적으로 공연 열기가 가장 뜨거운 도시로 2006년 상해에서 열린 대형 뮤직 콘서트가 총 70여건이었으며 현재는 수백여건으로 추정하고 있음
- 북경의 경우 올림픽 대형 경기장의 보수공사로 인해 콘서트 장소가 부족해 예전에 비해 콘서트 규모가 작아졌으나 올림픽 이후 공연 시설의 개조 보수 이후 또 다시 활기를 보이고 있음
- 최근 몇 년간 공연시장에서 중급 도시들의 지위는 점차 높아지고 있는데, 그 중 제일 눈에 띄는 시장은 남경(南京)으로 2004년부터 회복되기 시작하여 현재 상술한 3개 도시 외에 가장 떠오르는 지역으로 부상하고 있음
- 공연 시장의 경우 크게 대중가수 공연과 일반 오페라, 뮤지컬 등의 클래식 공연으로 나눌 수 있음. 현재 중국의 공연시장은 안정적으로 성장하고 있으며 특히 클래식 공연이 빠른 속도로 성장하고 있음. 중국의 문화소비수준이 향상되었음을 의미함
- 북경 공연시장은 공연 장소의 부족뿐만 아니라 음악 수익 부족에 따른 아티스트와 회사의 공연 원가 상승, 티켓 증정 문화, ‘동일수가(同一首歌)’와 같은 인기 음악프로그램의 대두 등 간접 상업공연의 영향으로 인해 어려움을 겪고 있음. 반면에 상해는 공연장 등의 부대시설이 잘

갖추어져 있어 공연을 위해 상해를 찾는 아티스트와 회사가 많음.

- 티켓 증정 문화는 한국에는 없는 중국의 관례로 공연관련 관공서에 일정한 티켓을 제공하고 있음
- 중국의 음악산업과 공연산업은 상술한 바와 같이 여러 특징들 속에 다양하게 변모되어 가고 있으며 현재 중국은 음악·공연과 같은 문화 콘텐츠에 대한 수요가 급격하게 증가하고 있음

4. 한국 기업이 중국진출 시 유의해야 할 점

- 한국 음악기업이 중국에서 사업을 진행 할 때 부딪히는 수많은 문제들의 근본적인 원인은 문화를 사상과 연결시키는 중국 정부의 민감한 태도에 있음

□ 중국 음악산업 규제

- 음악 산업의 경우 무형문화자산을 토대로 사업을 진행하기 때문에 중국과 합자형태로 사업하는데 어려움이 따름. 대부분의 한국 음악기업의 경우 중국 진출 시 독자 법인 형태로 진출하고자 함. 그러나 실제 외상 독자 법인 형태로 중국에 법인을 만들게 되면 한국에서 희망하는 형태로 법인을 개설할 수 없음. 반드시 중국의 인력이나 자본이 인입된 형태의 법인이어야 희망 업태인 음반, 연예인 매니지먼트 등의 업태를 가질 수 있음

□ 음원 수입 정산의 불투명한 시스템

- 한국에서도 음반, 음원을 라이선싱하여 진행하는데 제 시기에 맞춰 제대로 된 정산을 받기 힘든 것이 현실이며, 중국도 마찬가지로 정산의 어려움이 존재함

- 음반, 음원을 유통하는 중국의 유통사의 경우 대부분 중국 국영 업체를 통해 서비스를 진행하고 있기 때문에 ‘관행상’이라는 이유로 투명하지 못한 정산 시스템이 운용되고 있음
- 대부분의 한국 음악기업은 수익 발생 정산을 받기 어렵기 때문에 턴키라고 불리는 소위 선급을 많이 받고자 함. 그러나 이는 다시 중국 음악 관계자들에게 한국 음악 기업은 과도한 선급을 요구한다라는 악순환의 연속을 낳고 있음

□ 공연 진행 비준 관련 및 연출 비자 발급의 어려움

- 공연을 한 번 진행하기 위해서는 복잡하고 긴 절차를 거쳐야 함. 대부분의 한국 음악기업 성향 상 일정이 타이트하고 자주 변경되기 때문에 중국이 요구하는 수순 및 절차를 따르기 어려움
- 현재 한국의 아티스트가 중국의 행사나 공연에 출연할 때 티켓 판매로 인한 상업적인 이익이 발생하면 공연 비자를 받아야 하고 이익이 발생하지 않으면 일반 비자로 진행하고 있음
- 그러나 규정은 규정일 뿐 집행하는 과정에서 많은 변수가 작용함. 실제 행사 지역 공안국의 심기가 불편하다는 이유로 공연비자를 발급받지 않아도 되는 아티스트가 공연비자를 발급받지 않았다는 이유로 공연하지 못한 경우도 있었음

□ 불법 음반, 음원 및 저작권 인식의 부족

- 앞서 언급한 것처럼 중국은 광범위한 불법 음반 음원시장을 형성하고 있음. 한국의 음악, 방송 콘텐츠가 인기를 끌면서 더욱 증가하고 있는 추세임

- 실제 콘서트 현장을 녹화한 DVD나 한국의 인기 프로그램을 담은 DVD는 평균 인민폐 10위안으로 거래되고 있음. 이는 초상권이나 지적재산권 등에 민감한 문화산업종사자들에게 치명적인 영향을 끼침
- 한국의 경우 저작권접권과 저작권에 대한 개념을 명확히 하여 사업을 진행하는 것이 정석인데 중국의 경우 저작권에 대한 개념이 모호함

□ 대정부 네트워크, 대관

- 중국은 판시(关系)라고 하는 인적 네트워크가 사업에 큰 영향을 미침. 중국의 독특한 특성으로 간주됨. 음악 산업에 있어서도 국가에서 운영하는 음악 플랫폼이나 방송국 등이 큰 비중을 차지하고 있어서 중국에 진출한 한국의 중소 음악 기업들에게 제공되는 기회가 많지 않음