

『2011년 14호 ‘주간 심층이슈’』



『중국 동만산업 현황 및 정책 분석』

○ 작성 취지

- 중국 동만산업의 발전 현황 및 정책 현황을 파악하고자 함
- 중국의 동만산업의 전체적인 발전 현황과 정책에 대한 분석을 바탕으로 한국 콘텐츠 기업의 중국 시장 진출을 위한 전략수립에 참고자료로 활용하고자 함

※ 자문위원: 이중추(李中秋) 동화학회 비서장

○ 작성 순서

1. 「중국 애니메이션 산업 현황」
2. 「중국 애니메이션 시장 분석」
3. 「뉴미디어: 휴대폰 애니메이션 발전 상황」
4. 「국제협력 현황」
5. 「애니메이션 산업 관련 정책」

1. 중국 애니메이션 산업 현황

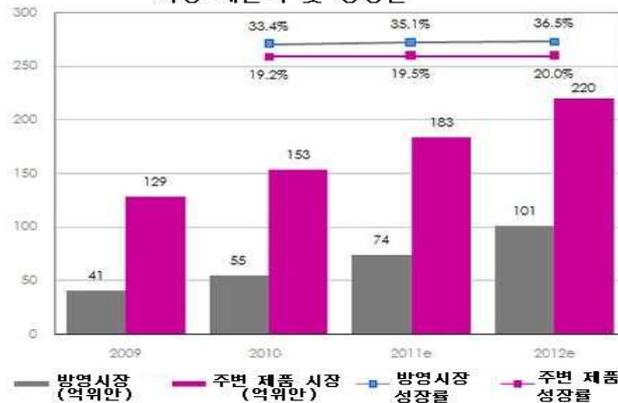
- 중국 애니메이션 시장은 지속적인 성장을 거듭하고 있음. 시장 전체 규모가 확대되고 있고 제작량과 기술혁신, 품질개선, 정책지원 등이 개선됨
- 항주 국제 동만전에서 취득한 최신 데이터에 따르면 2010년 중국 애니메이션 시장 규모는 이미 208억 위안에 달함. 시장규모의 확대와 동시에 중국 자체 제작 애니메이션이 질적, 양적으로 모두 안정적인 성장세를 보이고 있음
- 국가광전총국의 데이터에 따르면 2010년 전국에서 제작 완료한 국산 TV 애니메이션은 총 385편 (220530분)으로 2009년에 비해 28% 성장. 총 20개 성(省) 및 CCTV가 국산 TV 애니메이션을 제작하고 있음
- 2010년 애니메이션 제작량과 거래량 모두 대폭적으로 성장함. 국산 애니메이션의 창작 수준 또한 생산량의 성장과 더불어 크게 향상되었으며 다수의 국산 작품들이 관중들로부터 호평을 받고 있음
- 또한 애니메이션 제작 기술뿐만 아니라 산업체제, 관리 기술, 팀웍 등 내적인 기술면에서도 크게 성장함. 컴퓨터와 인터넷 기술을 기반으로 애니메이션 인재를 육성하고, 제작 기술을 개선하려고 노력하고 있음. 산업체인의 통합과 마케팅 채널의 확장뿐만 아니라 전문적이고 국제적인 애니메이션 가공제작 센터를 설립하기 위한 움직임이 일고 있음
- 중국 중앙정부는 각급 정부로 하여금 문화산업의 발전을 대폭적으로 지원하도록 요구하고 있으며 문화산업을 국민경제 지주산업으로 발전시키고자 함. 2005년 중앙 정부가 애니메이션 산업 발전을 촉진하기 위한 관련조치를 출범한 이래 항주, 상해 지역이 중심이 되는 “장강 3각지역 애니메이션 문화센터”가 조성됨
- 중국의 애니메이션은 전례 없는 속도로 발전하고 있음. 향후 수년간 그 발전이 지속될 전망이며 시장규모나 제작기술, 산업체인 모든 면에서 국제적인 수준으로 성장하고자 노력하고 있음
- 2010년 중국 애니메이션 시장의 전체 규모는 크게 확장되었으며, 제작량이 대폭 상승함. 2010년 중국 애니메이션 산업의 시장 규모는 208억 위안으로 2009년 대비 22.4% 성장. 2012년 중국의 애니메이션 시장 규모는 320억 위안을 돌파할 것으로 전망됨

2009-2012년 중국 애니메이션 산업 시장 규모 및 성장률



- 애니메이션 방영시장 규모는 55억 위안으로 2009년 대비 33.4% 성장. 애니메이션 산업 시장규모에서 24.1%를 차지함. 2012년 해당 시장은 101억 위안에 다다를 것으로 전망되며, 이는 전체 시장에서 31.5%에 해당됨. 애니메이션 파생상품 시장규모는 2010년 153억 위안을 기록함. 방영시장의 성장률은 파생상품 시장에 비해 더욱 빠른 속도로 성장할 전망

2009-2012년 중국 애니메이션 산업 유형별 시장 매출액 및 성장률



- 2010년 전국에서 제작·완료된 국산 애니메이션 시리즈는 총 385부(220530분)으로 2009년 대비 28%성장. 양쯔강 델타지역, 화남지역, 화북지역, 동북지역, 서남지역 및 중부지역 등 애니메이션 클러스터 벨트와 국가의 지원으로 조성된 애니메이션 기지의 제작량이 급증함. 국가 애니메이션 산업기지에서 자체 제작한 애니메이션은 269부(172689분)이며, 전국 총 제작량의 78.3%를 차지함



- 외국에서 제작한 애니메이션이 중국 정부 정책의 제한을 받아 많은 신작들이 TV방송국에서 방송되지 못하고 있음. 방송국에서 방송하고 있는 외국 애니메이션의 대부분은 수년전에 수입했던 애니메이션을 재방송하는 상황이며, 신작은 주로 인터넷에서 퍼블리싱되고 있어 통계가 어려움
- 그러나 확실한 것은 일본의 애니메이션이 여전히 절대적인 우위를 차지하고 있음. 가장 많은 인기를 얻고 있는 작품은 “나루토”, “One Piece” 등 연재 대작 및 호평이 높은 신작들로 일본 본토의 상황과 유사함

2. 중국의 애니메이션 시장 분석

- TV애니메이션은 국가 관련정책의 영향을 받아 주로 국산 애니메이션을 방송하고 있음. 타겟은 10세 이하 어린이임. 영화 애니메이션 시장은 대부분 미국의 디즈니, 헐리우드가 점령하고 있으며 다양한 연령대를 타겟으로 하고 있음. 10-25세 청소년층은 대부분 인터넷을 통해 애니메이션을 접하는데 인터넷을 통한 애니메이션은 일본, 한국이 절대적인 우세를 차지하고 있음
- 중국의 특성상 TV에서 방송되고 있는 애니메이션 작품 대부분이 국산 작품이며 외국 작품은 수년전에 수입했던 것을 재방송하고 있는 실정임. TV애니메이션 시장은 작품의 질이 다소 떨어지고 타겟 연령층이 낮으며 소재가 진부하여 영향력을 갖춘 작품이 등장하기 어려움. 그러나 정책적인 지원을 받고 있기 때문에 국내 애니메이션 제작사들의 관심은 매우 높은 편임
- 2010년 중국영화시장은 최근 몇 년 간 빠르게 성장함. 영화 총 매출액은 백억 위안을 초과했고, 영화 스크린 수도 세계 제 4위에 등극함. 그러나 영화 애니메이션이 차지하는 비중은 매우 낮은 수준임

- 인터넷 애니메이션 시장은 은닉된 시장이기 때문에 구체적인 숫자를 통계하기 어렵지만 상술한 두 개의 시장보다 더욱 큰 잠재력을 갖고 있다고 단언할 수 있음. 더욱이 '80년 대 출생한 젊은층은 어려서부터 일본 애니메이션을 보면서 성장했기 때문에 일본 애니메이션에 남다른 애착을 갖고 있고 고정작품에 대한 충성도가 높음
- 인터넷 애니메이션 시장은 방영의 제한성으로 인해 그 수익이 매우 미미하지만 파생상품시장의 수익은 매우 큰 편임. 일반 시장이나 애니메이션 박람회뿐만 아니라 애니메이션 파생상품 매장에는 한·일 애니메이션 캐릭터가 대부분을 차지하고 있음. Cosplay, 만화책, CD, 일용품 등 한·일 애니메이션 캐릭터를 활용한 많은 상품을 도처에서 찾아 볼 수 있음
- 뿐만 아니라 애니메이션 기술의 발전으로 인해 간단한 조작만으로도 애니메이션 제작이 가능해져 전문가가 아니더라도 flash 등의 툴을 이용해 간단한 작품을 만들 수 있게 되면서 단편으로 제작된 애니메이션이 큰 인기를 얻고 있음
- 최근 참신하고 생동적인 이미지로 호평을 받고 있는 코미디 애니메이션 “나는 MT다”는 “WOW” 를 소재로 애니메이션으로 온라인 게임 애니메이션의 기적을 창조함
- 국산 애니메이션은 대부분 중국 고대 역사를 소재로 하고 있음. 또한 타겟 연령층이 저령화되어 있으며, 혁신을 시도했다고 발표되고 있는 작품들마저 모방의 흔적이 뚜렷하게 나타나고 있음. 또한 국산 애니메이션 작품은 교육성에 대한 중시가 편중되어 오락성이 떨어짐. 즉 국산 애니메이션은 기술과 인력은 충분하나 창의력이 부족함. 창의적인 시나리오로 관중들의 시선을 사로잡을 수 있는 캐릭터가 절실함

3. 뉴미디어: 휴대폰 애니메이션 발전 상황

- 매체기술의 혁명은 애니메이션 산업의 혁명을 가져옴. 최근 이동통신기술의 향상과 더불어 휴대폰의 보급수준도 매우 높아졌고, 휴대폰 동영상 기술 역시 빠른 속도로 향상됨. 특히 3G기술의 출범과 확장 속에서 휴대폰은 애니메이션의 새로운 플랫폼으로 등장함
- 중국 휴대폰 사용자는 현재 8억 명을 넘어섰으며 그 중 35세 미만의 연령층이 절대다수를 차지함. 이들은 타 연령층에 비해 애니메이션에 대한 충성도가 상대적으로 높은편임
- 엔터테인먼트 산업 연구컨설팅 기구의 통계 데이터에 따르면 2009년 중국 휴대폰 애니메이션 시장은 이미 6억 위안에 달했고, 빠른 성장을 지속하고 있으며 2012년 시장규모

는 12억 위안에 이를 것으로 전망

- 2007년 4월 29일 차이나 모바일은 항주국제동만제에서 휴대폰 애니메이션 발족식을 갖고 현장에서 휴대폰 애니메이션 서비스를 개통함. 현재 대부분의 텔레콤 운영상, 서비스 제공업체, 콘텐츠 제공업체가 휴대폰 애니메이션 서비스를 적극 확장하고 있고 정부도 휴대폰 애니메이션 서비스의 건설과 확장을 적극 지원하고 있음
- 2008년 이후 제3세대 이동통신기술(3G로 간칭함)이 중국의 이동통신시장에서 본격적으로 가동됨. 이는 휴대폰 애니메이션의 촉매제가 되어줌
- 3G 상용화는 휴대폰 애니메이션에 매우 큰 영향력을 발휘하고 있음. 대역폭의 증가는 브라우징 속도를 높여줄 수 있고 보다 훌륭한 서비스를 체험하게 해줌. 스마트 폰 보급의 확대에 의해 휴대폰 애니메이션 시장의 확장은 더욱 빨라질 것으로 전망됨
- 현재 중국의 통신 운영상인 차이나 모바일과 차이나 텔레콤은 모두 푸젠(福建)성의 샤먼(廈門)에 휴대폰 애니메이션 기지를 설립함. 그 중 차이나 모바일은 2009년 11월에 중국 푸젠성 샤먼시 미신성 과기 단지에 차이나 모바일 휴대폰 애니메이션 혁신 제품 기지를 건립. 올해 4월 부터 시작하여 차이나 모바일 휴대폰 애니메이션 업무는 광둥, 장쑤, 허난, 후난, 네이멍구, 푸젠 등 6개 성에서 상용화 시범을 개시함
- 휴대폰 애니메이션 시범 서비스에는 애니메이션 MMS, 휴대폰 애니메이션, 휴대폰 만화, 휴대폰 테마 등을 포함함. 현재 1890편의 만화, 452편의 애니메이션을 도입한 상태임. 2011년 3월 현재 총 204만 명의 사용자를 확보하고 있고, 휴대폰 애니메이션 WAP서비스의 일 평균 접속자 수는 3364명에 달함
- 차이나 텔레콤의 경우 역시 샤먼에서 차이나 텔레콤 샤먼 휴대폰 애니메이션 운영기지, 차이나 모바일 샤먼 애니메이션 연구개발 및 산업화기지의 프로젝트를 입안함
- 중국 정부뿐만 아니라 사회 각 계층이 휴대폰 애니메이션 산업을 매우 중시하고 있음. 휴대폰 애니메이션은 중국 애니메이션 산업에서 성장속도가 가장 빠른 영역 중의 하나로 간주됨

4. 국제협력 현황

- 중국 애니메이션은 중외 공동 촬영이 대세를 이루고 있음. 중외 공동협력은 자금난 및 시나리오 혁신 등 중국 애니메이션 산업 내 산재하는 많은 문제를 해결할 수 있는 최선의 방안으로 간주되고 있음

- 중국이 외국과 공동으로 제작한 많은 애니메이션 작품 가운데 영향력 있는 작품은 다음과 같음. “판다의 이야기” (중국-일본 공동제작), “초원의 생쥐(LITTLE MOUSE ON THE PRAIRIE)” (중국-미국 공동제작), “오리 정탐” (중국-캐나다 공동제작), “마틴의 아침” (중국-프랑스 공동 제작), “치솔 가족” (중국-오스트레일리아 공동제작), “삼국연의” (중국-일본 공동제작) 등
- 2009년 중국-미국-일본이 공동 제작한 3D애니메이션 “Atom”, 2011년 방영된 중국-독일 공동제작 “판다 총동원” 등 모두 훌륭한 매출액을 올림. 2011년 하반기 방영 예정인 중국-일본 공동제작 애니메이션 “Tibetan Dog” 도 업계의 주목을 받고 있음
- Dream Works의 “쿵푸 판다” 는 중국적인 요소와 미국영화의 워크 프레임이 결합된 새로운 모델의 성공사례임. 중국 애니메이션 산업에서 가장 부족한 것은 창의력과 자금 지원임. 중국의 깊이 있는 문화를 세계의 선진기술에 반영해야 뛰어난 성과를 거둘 수 있음. 외국의 창의력, 외국 감독, 중국 제작, 중국 투자, 중외공동마케팅은 성공의 필수 요소로 간주되고 있음

5. 애니메이션 산업 관련 정책

□ 중국정부의 애니메이션 산업에 대한 관리

- 중화인민공화국 국무원이 2010년 2월에 발표한 3가지 확정(직책, 기구, 인員편성)방안에 따라 애니메이션(애니메이션과 만화)발전 관리를 다음과 같이 조정함
- 국가광전총국의 애니메이션(영상 애니메이션과 인터넷 동영상 애니메이션 프로그램) 관리 직책을 문화부에 귀속함
- 국가신문출판총서의 애니메이션, 온라인게임 관리(온라인 게임의 인터넷 발행 전의 인허가는 비포함) 및 관련 산업의 계획, 산업기지, 프로젝트 건설, 전시회 거래와 시장 감독 관리에 대한 직책은 문화부에 귀속함
- 국가광전총국이 영상애니메이션과 인터넷 동영상 애니메이션 프로그램을 책임지고 관리함.
- 문화부는 애니메이션과 온라인 게임 관련 산업계획, 산업기지, 프로젝트 건설, 전시회 거래와 시장을 관리 감독함

- 드라마 관리사는 국산 드라마와 수입 드라마, 중외 공동제작 드라마(애니메이션 포함)의 내용을 심사하며 국산 드라마의 발행허가증의 허가 및 취소, 드라마 방송을 지도 통제함
- 국제협력사(홍콩 마카오 타이완 판공실)는 외국 TV프로그램의 수입 및 방송, 중외 TV프로그램 공동제작과 방송을 감독 관리하고, 외국 드라마, 애니메이션과 공동제작물의 발행 허가증을 발급함

□ 중국정부의 애니메이션 산업에 대한 정책

- 최근 중국정부는 애니메이션 산업에 대한 적극적인 지원과 특혜 정책을 유지하고 있음
- 2004년 4월 국가광전총국이 <중국 영상애니메이션 산업 발전에 대한 의견(关于发展中国影视动画产业的若干意见)>을 발표한 이래, 중앙으로 부터 지방에 이르는 각급 정부는 애니메이션 산업을 위주로 하는 문화산업을 국민경제 지주산업으로 발전시키기 위해 노력함
- 지난 5년 간 정부는 문화산업 발전에 대해 높은 관심을 보이면서 문화산업 촉진 및 지도 정책을 지속적으로 발표함. 최근 발표된 관련정책은 지난 2월 국무원이 발표한 <소프트웨어 산업과 집적회로산업 발전을 진일보 격려하는 약간의 정책을 인쇄 배포하는 데에 관한 통지(国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知)>가 있으며, 이는 중국 정부의 애니메이션 산업에 대한 지원열기가 식지 않았음을 의미함
- 성, 시 지방 정부도 각 지역에 맞는 세칙을 내놓거나 기존 규정을 보충 수정함. 전국의 31개 성, 시 중에서 23개 지역이 애니메이션 산업지원 정책을 출범함. 새로 발표되고 있는 정책은 지원 방식의 확장 외에도 장려와 보조금 범위를 애니메이션 영화, 만화 등 보다 큰 범위로 확장함
- 2009년 재정부와 국가세무총국은 애니메이션 기업의 안정적인 발전을 지원하기 위해 <애니메이션 산업 발전의 지원과 관련된 세수 정책에 대한 통지(关于扶持动漫产业发展有关税收政策问题的通知)>를 제정, 재정적으로 애니메이션 산업의 발전을 촉진하고자 함
- 정책 내용 가운데 독립 개발 애니메이션도 포함되었으며, 17%의 세율로 부가가치세 징수 후, 부가가치세 실제 납세부담에서 3%를 초과한 부분에 대해서는 징수 시 반환하는 정책(即徵即退)을 실시함

- 또한 애니메이션 기업이 독립적으로 개발·제작한 애니메이션은 기업소득세 혜택을 신청할 수 있도록 함. 애니메이션 기업은 2010년 12월 31일까지 3%의 영업세를 징수해 왔음. 애니메이션제품은 수출입시 우대정책을 향유할 수 있음. 일부 지방 정부는 이보다 큰 혜택을 주고 있으며, 신용대출 영역에서도 별도로 우대 정책을 펼치고 있음
- 동시에 중국 각급 정부는 애니메이션 산업에 대해 일련의 격려 체제를 실시함. 각급 지방정부가 애니메이션 창작을 위해 방영 장려 정책을 실시하고, 보조금 금액 역시 경쟁적으로 높이고 있는 추세임
 - 2005년 항주는 3D, 2D를 구분하지 않고 분당 1000위안의 보조금 제공
 - 2006년 난징은 3D애니메이션을 위해 분당 3000위안, 2D 애니메이션은 분당 2000원의 장려금을 주었으며 한 부당 최고 지급액은 200만 위안으로 제한
 - 2008년에 정책을 출범했던 정주시는 3D는 4000위안, 2D는 2000위안의 장려금을 지급하였으며 최고 금액은 500만원으로 제한
 - 2009년 스자좡시 정부는 3D는 5000위안, 2D는 2000위안의 장려금 제공
- BTV는 애니메이션 제작사가 양(量)에만 치우치고 질(質)을 중시하지 않는 문제를 해결하고자 최근 우수 애니메이션 방송 보조금을 기본으로 더욱 많은 장려혜택을 주고 있음
- 그 밖에 기업 입주금, 등록 자금 반환, 애니메이션 프로젝트 입안에 대한 자금 지원, 작품 수상 등 장려 조치가 속출하고 있음. 애니메이션 산업에 대한 전문 자금지원을 제외하고, 적지 않은 애니메이션 기업이 문화산업, 과학기술 프로젝트 등 자금을 신청했고 일부 기업은 정부가 지원하고 있는 임대료 면제, 세수 감면, 제작 방송 장려 등 일련의 지원정책에 힘입어 높은 수익을 창출함
- 각급 정부는 애니메이션 산업기지를 건설하는데 자금을 투자하고 있으며 최근 5년간 국가 광전총국, 문화부, 뉴스출판총서는 각각 32개, 5개, 13개의 애니메이션 산업기지 건설을 허가함. 양쯔강 델타지역, 화남지역, 화북지역, 동북지역, 서남지역 및 중부 지역에서 모두 애니메이션 산업 클러스터를 형성한 상태임
- 2010년 국가 애니메이션 산업기지는 애니메이션 269부를 자체 연구·제작했으며 총 172689분으로 전국 총생산량의 78.3%를 차지함. 하드웨어 시설 건설을 제외하고 CCTV, 지방 TV방송국은 애니메이션 채널을 개통하였으며 베이징, 상하이, 광둥, 후난(湖南)등 지역의 우수 애니메이션 채널은 전국적 방송허가를 받음
- 이밖에 여러 도시들은 매년 애니메이션 전시회를 개최하여 애니메이션 산업을 홍보하고 보다 많은 대중들이 애니메이션을 인식하고 애니메이션을 체험하도록 함

- 올해 5월 개최된 항주국제동만제에서는 128억 위안의 계약이 체결됨. 항주뿐만 아니라 베이징, 상하이, 항주, 광주, 우시 등 매년 비교적 큰 규모의 애니메이션 엑스포를 개최하고 있음
- 중국정부는 국산 애니메이션의 방송을 보증하기 위해 한국과 비슷한 방식으로 외국 애니메이션 방송 제한정책을 제정함. 국가광전총국의 규정에 따르면 2008년 5월 1일부터 전국의 각급 TV 방송국은 매일 17:00-21:00시 사이의 시간대에 외국 애니메이션, 애니메이션 인형극, 애니메이션 꼭두각시극, 외국 애니메이션을 소개하는 정보 프로그램 및 외국 애니메이션을 홍보하는 프로그램을 방송할 수 없다고 규정함
- 애니메이션 채널, 어린이 채널, 청소년채널, 유아채널과 기타 미성년자를 주요 대상으로 하는 채널은 매일 방송되는 국산 애니메이션과 수입 애니메이션의 방송 비율이 7:3 보다 적어서는 안된다는 규정이 있음
- 중외 공동제작과 관련하여 국가광전총국과 상무부가 2004년에 공동 발표한 41호령은 다음과 같음
 - ▶ 공동제작 : 중국측과 외국측이 공동으로 투자하고 주요 창작인원을 공동으로 파견하며 공동으로 이익을 나누고, 리스크를 공동으로 부담하는 드라마(TV애니메이션 포함)제작방식
 - ▶ 협동제작 : 외국측이 자금 투자와 주요창작인원을 제공하고, 중국 내에서 전부 혹은 일부분 야외장면을 촬영하며, 중국측은 노무 혹은 설비, 기자재, 장소를 제공하여 협조하는 드라마제작방식
 - ▶ 위탁제작 : 외국측이 출자하고, 중국측이 중국내에서 애니메이션 제작을 위탁하는 방식
- (가) 중국측은 반드시 <방송TV프로그램 제작 사업허가증(广播电视节目制作经营许可证)>을 갖고 있어야 함
- (나) 중국측은 공동제작하는 TV애니메이션의 소재 계획을 광전총국에 신청 제출함
- (다) 쌍방의 공동투자는 자금뿐만 아니라 노무, 실물, 광고시간 등을 금액으로 환산한 투자를 포함함
- (라) 아이디어, 시나리오 등 주요한 창작요소는 쌍방이 공동으로 확정함
- (마) TV애니메이션의 국내외 판권은 중국 및 외국측이 공동으로 소유함
- 중국적 특색을 갖춘 소재로 진행되는 중외 공동제작 TV애니메이션은 국산 TV애니메이

선으로 간주되어 방송됨. 단, 6가지 중국적 요소를 포함하고 있어야 함. 앞에서 언급한 6가지 중국적 요소는 중국특색, 중국 스토리, 중국 이미지, 중국 스타일, 중국의 기백, 중국의 정신

○ 국가방송영화TV총국, 상무부가 2004년 10월에 발표한 제44호령: <중외합자·합작 방송 TV프로그램 제작 경영기업 관리 잠정 규정(中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定)> 제16조에 의하면 공동경영기업은 내국자본의 방송TV프로그램 제작경영기구와 동일한 권리와 의무를 갖고 있다고 간주됨. 공동경영기업이 제작한 방송TV프로그램은 국산 프로그램과 동일하게 간주되며, 국가의 관련 규정에 따라 관리함

- (가) 중국측의 투자자 가운데 1개의 투자자가 반드시 <방송TV 프로그램 제작경영 허가증>을 갖고 있어야 함
- (나) 애니메이션 전문 제작공동경영기업을 설립하기 위해서는 등록자금 100만 달러 이상 혹은 등가 가치의 인민폐 금액 이상을 보유해야 함
- (다) 법인대표는 중국측이 위임 파견해야 함
- (라) 공동경영기업 가운데 중국측 1개 기구가 51%이상의 지분을 갖고 있어야 함