

CHINA

중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원
중국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『한국기업의 중국 내 온라인 콘텐츠산업 진출 전략』

◎ 작성 취지

- 중국 온라인 동영상 산업의 현황과 중국 내 온라인 동영상 콘텐츠 사업 진행 시 문제점을 파악하고, 이를 바탕으로 중국에 진출하고자 하는 한국 콘텐츠업체들의 전략수립에 도움을 주고자 함.

※ 출처 : 자문위원 박철홍 대표 (치아오 미디어)

작성 순서

1. 「중국 온라인 동영상 산업 현황」

- 중국 온라인 동영상 산업의 급성장
- 온라인 동영상 광고 가치 상승
- 중국 온라인 동영상 운영상 순위

2. 「중국 내 온라인 동영상 콘텐츠 사업 진행 시 문제점」

- 중국 동영상 사이트 시장의 급성장 한류 콘텐츠의 합법 유통
- 한류 콘텐츠의 합법 유통문제 해결 시급

1. 중국 온라인 동영상 산업 현황

■ 중국 온라인 동영상 산업의 급성장

- 온라인 동영상 산업은 2010년 월드컵 열풍에 힘입어 전통 인터넷 광고의 비수기 속에서도 큰 성장을 가져옴. Analysys international은 2010년 1/4분기 중국 온라인 동영상시장의 매출액은 3억 1천 4백만 위안에 이르러 동기 대비 152.2% 성장했다고 발표함. 일찍부터 월드컵 마케팅을 서둘렀던 YOUKU사는 월드컵 판권 구

매월가를 전부 회수했다고 발표함.

- 영화·드라마 판권에 거액의 자금을 투입하고, 혁신적인 마케팅을 추진한 온라인 동영상 운영상의 노력으로 말미암아 광고주들은 온라인 동영상 마케팅 가치를 새롭게 인식하게 되었고 2010년도 마케팅 예산에서 온라인 동영상 광고의 비중을 증가시킴.
- 2009년 온라인 동영상 사이트 운영상은 영화·드라마 판권 투입이나 마케팅 가치 평가, 마케팅 형식의 혁신에서 광고주가 온라인 동영상 마케팅 가치에 대한 인식을 크게 개선함. 박리다매, 의류 광고주는 2010년도 마케팅예산에서 온라인 동영상 광고 비중을 크게 늘리는 등 온라인 동영상산업이 급성장하는 산업 분위기가 조성됨.
- 또한 온라인 동영상의 주 사용자층은 학생과 젊은 화이트칼라층으로 인터넷에 대한 의존도가 매우 높음.
- 탄탄한 사용자층과 콘텐츠 자원을 확보하고 있는 회사가 온라인 동영상 영역에 진출하면서 온라인 동영상 사용자 규모의 확대가 이루어질 것으로 전망하고 있으며 광고주들의 인식에도 변화가 있을 것으로 예상됨.
- iResearch(艾瑞咨询)의 자오취펑(赵旭枫)분석가는 2006년부터 시작해 온라인 동영상 산업의 광고소득은 줄곧 양호한 성장양상을 보여주었고 4년 만에 시장규모는 당초 1억 위안에서 13.6억 위안으로 성장했다고 밝혔다. 복합성장률은 92%에 달했으며 향후 온라인 동영상 산업은 60%이상의 성장속도를 유지할 전망이며 2013년 광고 매출액이 108.6억 위안에 달할 것으로 보고 있음.

■ 온라인 동영상 광고 가치 상승

- CNNIC의 분석가에 의하면 온라인 동영상의 매체 표현방식 수준이 향상되면서 시장가치, 광고가치와 타겟규모가 앞으로 지속적으로 향상될 것이라고 보고 있음. 자체 브랜드 가치 향상, 콘텐츠 침해 리스크 등 여러 가지 요소에 입각하여 온라인 동영상 사이트는 영화와 드라마 및 전문기구에 의해 제작된 콘텐츠를 중심으로 운영하게 될 것임.
- 2010년 4월 YOUKU(优酷)는 SBS방송국과 MOU를 체결. 기존에 SBS에서 제작됐던

드라마 전부와 향후 3년간 제작하게 될 드라마 가운데 매년 1500시간의 우수작에 대한 계약을 체결함. 계약이 체결된 드라마는 200여 작으로 총 6000회에 달함.

- YOUKU는 지난 2008년 6월 11일과 2008년 11월 11일 두차례에 걸쳐 “슴 프로젝트 1.0”과 “슴 프로젝트 2.0”을 발표하고 여러 영화·드라마 기구와 판권 협력 계획을 체결함.
- 2010년 4월 8일 YOUKU의 “슴프로젝트 3.0”이 발표됨. 동 프로젝트의 핵심은 영화 드라마 판권으로 YOUKU의 주상양(朱向阳) 총편집장에 따르면 드라마 시장에서 유통되는 판권의 85%를 구매할 것으로 예상된다고 밝힘. 현재까지 1500부(40000회), 160만 분의 물량을 계약했으며 2010년 350여부, 10000여회의 신작을 구매할 예정임. 히트작 구매율은 80%이상으로 보고 있음.
- 온라인 동영상 사이트는 판권구매 뿐만 아니라 영화·드라마 제작에 적극 참여하기 시작함. YOUKU는 “YOUKU제작”전략의 일환으로 2010년 6월 초 중영그룹(中影集团), 웨보레 크루즈와 공동으로 중국 최초의 크로스 플랫폼 영화인 <청춘 11년(十一度青春)>촬영을 시작함. 이에 앞서 YOUKU가 발표한 인터넷 드라마 <사랑 중독자(非常爱情狂)>, <운동 중독자(天生运动狂)>는 1주 만에 천만 이상의 클릭수를 기록하며 YOUKU에서 가장 인기 많은 온라인 동영상 작품으로 등극함.

■ 중국 온라인 동영상 산업의 경쟁

- 시나닷컴은 TUDOU의 4%의 지분을 취득하고 4000만 달러를 투자. 지분 취득과 동시에 SINA닷컴은 TUDOU과 전략 협력 방식으로 규모가 크지 않은 기존 온라인 동영상 서비스를 TUDOU에 위탁하여 관리하기로 함.
- IPO전에 TUDOU는 거물급 IT기업이 지분 참여를 할 것이라는 소식을 전했음. 시나닷컴, BAIDU(百度)가 모두 지분 참여가 가능한 기업으로 주목을 받음. 이와 관련 TUDOU측은 지분의 일부분만 양도하고 그의 독립성에는 변함이 없을 것이라고 밝힘.
- 시나닷컴의 차오궈위이(曹国伟)CEO는 온라인 동영상 사업은 향후 시나닷컴의 “전체 미디어 플랫폼”의 중요한 부분이 될 것이며 전체 매출 모델의 중요한 부분이 될 것이라고 밝힘.

- 온라인 동영상 버티컬 영역 광고운영상인 공유 미디어(分享传媒)의 장란(江澜)CEO는 시나닷컴이 TUDOU사를 선택한 원인은 평가가치가 낮은 것을 감안했을 것이라고 보고 있음. YOUKU, TUDOU은 모두 산업 내부 2위권에 있는 기업이지만 TUDOU의 시중 가치는 YOUKU의 1/4에 미달하고 있으며, 시장 비중이 크지 않은 사업을 TUDOU에 넘길 경우, SINA닷컴 역시 원가를 줄일 수 있다고 보고 있음.
- 이는 올해 연초 시나닷컴이 Mecox Lane(麦考林)사 19%의 지분을 사들일 때와 같은 맥락이라고 볼 수 있음. 차오귀위이는 Mecox Lane는 기타 사모발행에 비하여 가치 평가에서 보다 훌륭한 선택을 제공했다고 해석함.
- TUDOU의 지분 참여는 시나닷컴의 마이크로 블로그사업을 겨냥한 것으로 분석됨. 현재 마이크로 블로그에 전재되고 있는 온라인 동영상 콘텐츠는 모두 광고 로딩 허가를 받지 못한 것임을 무시할 수 없음.
- 시나 마이크로 블로그는 사업화 추진에 대하여 아직도 신중한 태도를 갖고 있고, 시나 마이크로 블로그는 현재까지 트래픽 유통상의 역할을 하고 있기 때문에 협상이 끝나기 전에는 온라인 동영상 광고의 이익을 배당 받을 수 없음. 하지만 TUDOU 지분 투자 후 시나닷컴 마이크로 블로그는 문턱을 넘어설지에 대한 결정을 내릴 수 있음. 그 원인은 TUDOU를 통해 보다 편리하게 광고수익을 취득하고 트래픽의 수익 창출 채널을 확장할 수 있기 때문임.
- 아울러 TUDOU 역시 시나닷컴의 마이크로 블로그에 보다 많은 대규모 광고주를 유치해 줄 수 있음.
- 마이크로 블로그의 스핀 오프 상장 역시 시간 문제로 거론되고 있음. 현재 온라인 동영상 광고, 전자상거래 등 엘리먼트가 마이크로 블로그 플랫폼에 주입되고 있는데 이는 역시 스핀 오프 상장을 위한 액션으로 분석됨.
- 올해에 들어서 중국 인터넷 산업 자본은 투자구도 배치에 열을 올리고 있음. TUCENT(腾讯)는 50억 위안의 산업 펀드를 들고 전자 상거래, 관광, 게임, 영상 등 영역에서 성세호대한 “쇼핑“을 하고 있고 BAIDU, 아리바바, SOHU등도 투자, 인수합병 등의 열을 올리고 있음.
- 그 열기가 현재 온라인 동영상 영역에까지 확산되었음. TUDOU이 상장하기 전날

YOUKU는 TUCENT가 곧 YOUKU에 지분참여하고 온라인 동영상 사업을 YOUKU에 위탁 관리할 것으로 발표함. 이 소식의 영향과 TUDOU의 상장으로 인한 산업 관심도 상승으로 말미암아 당일 YOUKU의 주가가 12% 상승함.

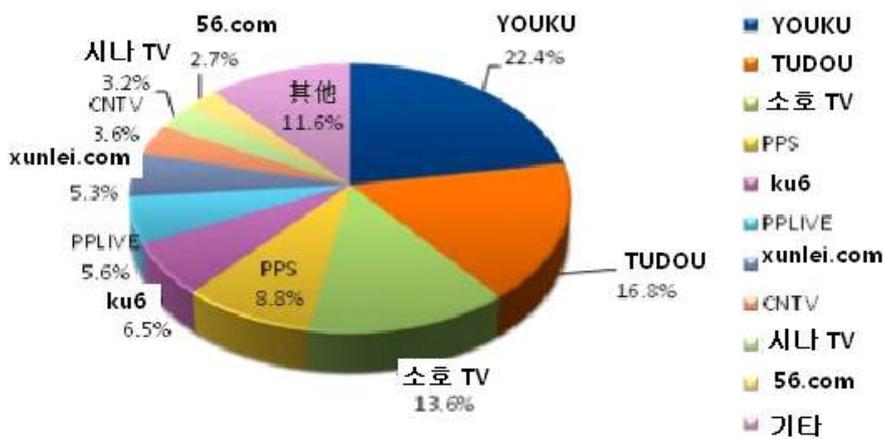
- Analysys international의 유관우(刘冠吾) 수석 애널리스트는 “VC/PE와 비교할 때 산업자본은 투자재무 회수를 따르는 동시에 사업 블록의 상호보완성도 중요시한다.”고 분석함.
- 시나 닷컴의 자금과 트래픽을 취득하는 것 외에도 TUDOU와 시나 닷컴은 전략적인 협력을 통하여 쌍방의 광고주 자원을 통합할 것이며 공동으로 광고유치에 나서 YOUKU의 지위를 추월하기 위한 노력 할 것임.
- 장란 CEO는 TUCENT사의 온라인 동영상 사업부는 올해부터 온라인 동영상 사업에 매진하기 시작하고 대외로는 10억 위안이상을 투입한다고 알렸는데 그 중 CDN 인프라 건설 분야에 투입된 것이 1억 위안을 초과할 것으로 보고 있음.
- 이밖에 TUCENT가 온라인 동영상 사업에 대한 투자는 TUCENT 포털, TUCENT 마이크로 블로그와 더불어 미디어 양식의 구도 배치를 다양화 하는 것을 목적으로 하는데 위탁관리면에서 기존 전략과 일치하지 않다고 보았음. 하지만 시나 닷컴이 TUDOU에 대한 지분 참여를 고려하여 YOUKU가 대기업의 지분 참여식 투자를 유치하고 여러 가지 협력모델을 시도해 보는 가능성도 있음.
- 현재 P2P모델을 제외하면 온라인 동영상은 YOUKU, TUDOU, SOHU동영상, QIYI, TUCENT 동영상 5대 기업의 시대에 들어섰음. 그 중 2위권에 있는 YOUKU, TUDOU는 독립된 온라인 동영상 사이트로 콘텐츠 관련 원가가 갈수록 높아지고 트래픽 채널 자원 경쟁이 백열화 되고 있는 배경 속에서 대형 인터넷 기업으로부터 자금, 채널, 트래픽의 지원을 받는 것이 산업 내 패권 쟁탈에서 큰 보탬이 되고 있음.

■ 중국 온라인 동영상 운영상 순위

- Enfodesk가 발표한 최신 데이터에 따르면, 2011년 1/4분기 중국 온라인 동영상 산업의 매출액은 6.61억 위안을 기록함. 그 가운데 YOUKU, TUDOU, SOHU는 각각 22.4%, 16.8%, 13.6%의 비중으로 중국 온라인 동영상 시장 광고매출액 3대 기업이 되었고 세 운영상이 전체 시장의 52.8%를 차지함.

- 현재 온라인 동영상 산업은 전체적으로 적자를 벗어나지 못하고 있음. 광고 매출액이 온라인 동영상 사이트의 주요한 이익창출 수단임. 온라인 동영상 사이트의 사용자 규모와 브랜드 지위에 따라 광고 매출액의 순위가 결정됨.
- 온라인 동영상 사이트의 광고 매출액 구성에서 인터넷 드라마는 유력한 성장점으로 부상하고 있음. 주요 온라인 동영상 운영사는 드라마 자체제작 계획을 발표하여 드라마가 방송되기 전에 PPL광고를 통한 이익을 창출함.
- 온라인 동영상 운영사는 적자를 극복하기 위해 앞 다투어 유료화 서비스를 실시하고 있음. 일부 운영사는 유료화 온라인 동영상 사이트 연합을 결성하고 중국 온라인 동영상 사이트의 유료화 서비스를 추진함. 전문가들은 유료 온라인 동영상 시장은 사이트 프로모션과 기술력 뿐만 아니라 결제채널의 용이함과 협력이 온라인 동영상 사이트의 매출에 큰 영향을 미칠 것이라고 분석함

2011년 Q1 중국 NV운영상별 광고 매출액 시장 비중



데이터: ENFODESK

© ENFODESK인터넷내셔널 2011

www.enfodesk.com

www.eguon.cn

【 표 1 】 2011년 1분기 중국 온라인 동영상 웹 서비스 월 평균 커버 사용자수 순위 TOP10

사이트	도메인 네임	월평균 커버 사용자수 (단위: 만명)
유쿠(优酷)	youku.com	22,421.2
투더우 (土豆)	tudou.com	18,960.8
소호(搜狐)	tv.sohu.com	13,071.0
시나-동영상 서비스 (新浪-视频服务)	video.sina.com.sn	12,762.4
	v.sina.com.cn	
쑤레이 칸칸(迅雷看看)	xunlei.com	12,203.3
쿠6 (酷6)	ku6.com	11,736.5
56	56.com	10,943.4
치이 (奇艺)	qiyi.com	8,997.4
중국인터넷TV방송국(中国网络电视台)	cntv.com	7,051.3
PPS	pps.tv	5,691.8

【 표 2 】 2011년 1분기 중국 온라인 동영상 웹 서비스 일 평균 커버 사용자수 TOP10

사이트	도메인 네임	일 평균 커버 사용자수 (단위: 만명)
유쿠(优酷)	youku.com	2,657.8
투더우 (土豆)	tudou.com	1,769.1
소호(搜狐)	tv.sohu.com	1,141.1
쑤레이 칸칸(迅雷看看)	xunlei.com	1,059.0
시나-동영상 서비스 (新浪-视频服务)	video.sina.com.sn	917.7
	v.sina.com.cn	
치이 (奇艺)	qiyi.com	785.8
쿠6 (酷6)	ku6.com	784.8
56	56.com	644.9
중국인터넷TV방송국(中国网络电视台)	cntv.com	469.1
PPS	pps.tv	378.9

【 표 3 】 2011년 1분기 중국 버티컬 온라인 동영상 사이트 월평균 유효 브라우징 시간 순위 TOP10

사이트	도메인 네임	월평균 유효 브라우징 시간(단위: 만시간)	월평균 유효 브라우징시간 비중(단위: %)
유쿠(优酷)	youku.com	47,426.7	39.1%
투더우(土豆)	tudou.com	24,558.6	20.3%
치이(奇艺)	qiyi.com	18,579.5	15.3%
쑤레이 칸칸(迅雷看看*)	xunlei.com	6,474.6	5.3%
쿠6(酷6)	ku6.com	6,214.5	5.1%
중국 인터넷 TV방송국(中国网络电视台)	cntv.cn	3,542.3	2.9%
56	56.com	3,383.7	2.8%
러스(乐视)	letv.com	2,064.8	1.7%
PPTV	pptv.com	2,064.7	1.7%
치러 드라마(奇艺剧集站)	qire123.com	1,202.2	1.0%
기타			4.7%

【 표 4 】 2011년 1분기 중국 온라인 동영상 웹 서비스의 월평균 유효 브라우징 시간 순위 TOP10위

사이트	도메인 네임	월평균 유효 브라우징 시간(단위: 만시간)	월평균 유효 브라우징 시간 비중(단위:%)
유쿠(优酷)	youku.com	47,426.7	31.0%
투더우(土豆)	tudou.com	24,558.6	16.0%
소호(搜狐)	tv.sohu.com	22,419.5	14.6%
치이(奇艺)	qiyi.com	18,579.5	12.1%
쑤레이 칸칸(迅雷看看)	xunlei.com	6,474.6	4.2%
쿠6(酷6)	ku6.com	6,214.5	4.1%
시나-동영상 서비스(新浪-视频服务)	video.sina.com.cn	6,164.9	4.0%
	v.sina.com.cn		
중국 인터넷 TV방송국(中国网络电视台)	cntv.cn	3,542.3	2.3%
56	56.com	3,378.4	2.2%
러스(乐视)	letv.com	2,064.8	1.3%
기타			8.1%

2. 중국 내 온라인 동영상 콘텐츠 사업 진행 시 문제점

■ 중국 동영상 사이트 시장의 급성장 한류 콘텐츠의 합법 유통

- 최근 중국 내 인터넷 사용이 급증과 중국 시청자들의 인터넷을 통한 방송, 영화 콘텐츠 시청이 일반화됨에 따라 인터넷 동영상 시장규모가 급격하게 성장하고 있음
- 동영상 사이트에 대한 대규모 투자와 콘텐츠 확보 경쟁, 광고 경쟁 등이 과열되는 등 중국 IT계에 핫이슈가 되고 있음
- 중국 북경, 상해 등 대도시 버스, 전철, 택시, 아파트 엘리베이터 광고 뿐만 아니라 TV광고까지 TUDOU, PPS, PPTV 등 중국인터넷 동영상사이트에 대한 광고들로 도배되고 있음
- 이러한 중국 동영상 사이트들 중 youku.com와 ku6.com이 작년 나스닥에 상장된 데 이어, tudou.com은 올해 8월 17일에 나스닥에 공식상장 됨
- 올해 7월에 상장될 예정이었던 xunlei.com(쑤레이)는 미국 메이저 음반사들의 강력한 저작권 침해 배상청구 등의 이유로 상장이 연기 된 바 있음
- 뿐만 아니라 중국 인터넷 동영상 서비스 업체들의 과열경쟁과 대규모 인수합병이 진행되고 있음. 이번 달에 sina닷컴이 tudou닷컴의 주식을 인수하여 본격적으로 인터넷 동영상서비스 시장의 강자로 떠오르고 있으며 텡쑤qq닷컴, 바이두qiyi닷컴 등 중국 최대 인터넷 사이트들도 인터넷 동영상서비스 시장에서 한판 승부를 벌이고 있음

■ 한류 콘텐츠의 합법 유통문제 해결 시급

- 중국 동영상사이트들 대부분이 미국영화와 한국드라마를 핵심적으로 서비스하고 있으며, 작년 하반기부터 시작된 중국 국가 관권국의 ‘검망행동(劍網行動)’ 동영상사이트 집중단속활동 기간 중에 진행된 불법단속으로 미국영화 불법서비스가 힘들어져서 장기적인 접속량을 확보할 수 있는 한국드라마와 오락프로그램 서비스를 더욱 선호하고 있음

- Youku.com, tudou.com(투도우) , xunlei.com(쑤레이), pptv닷컴, pps 닷컴 등 한류 콘텐츠를 주로 서비스하고 있는 사이트들의 한국 방송콘텐츠 및 영화 등 주요 한류콘텐츠에 대한 저작권 침해 문제는 오래 전부터 문제가 되고 있는 상황임
- 나스닥에 상장되어 자금사정이 좋아진 사이트들도 저작권침해에 대한 배상과 정식구매를 통한 합법유통에 적극적인 움직임을 보이고 있지 않고 있으며 여전히 한류콘텐츠를 불법으로 사용하고 있음
- 지난 6월 말 KBS, MBC, SBS 등 방송 3사와 CJ E&M 이 중국 현지 법률사무소와 공동으로 tudou.com(투도우), pps.com, qq.com 등 중국 주요 동영상사이트 7개 업체를 방문하여 저작권 침해 배상 등의 해결을 요구하였으나 , 대부분 사이트의 경우 실질적인 해결이 안되고 있는 상황임
- 한류콘텐츠에 대한 중국지상파방송 규제 강화에 따라 상대적으로 규제가 약한 인터넷을 통한 한류콘텐츠 유통채널 확보가 시급한 상황임. 또한 중국인터넷 동영상시장에서의 수익성 확보를 위해서 한류콘텐츠의 중국 인터넷 동영상시장에서의 합법유통 채널 구축 노력이 시급함