

CHINA

중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원
중국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『중국 블로그, 온라인 논단, SNS 현황』

◎ 작성 취지

- 중국의 블로그, 온라인 논단, SNS시장 현황을 파악하고자 함.
- 이동 인터넷 시대를 맞이하여 급성장하고 있는 중국의 블로그와 온라인 논단, SNS 시장 현황을 파악하여 한국 콘텐츠업체들의 중국 시장 진출을 위한 전략 모색에 도움이 되고자 함.

※출처 : 2011 뉴미디어 청서 발췌문

◎ 작성 순서

1. 「중국 블로그 현황」
2. 「중국 온라인 논단(论坛) 현황」
3. 「중국 SNS 현황」

1. 중국 블로그 현황

■ 중국 블로그 현황

- 현재 중국의 블로그 사용자 규모는 2.95억 명, 전년대비 7310만 명 증가, 64.4%의 사용률을 기록하고 있음.
- 온라인 상에서 특정 공간을 통해 다수의 네티즌과 정보를 공유할 수 있다는 특징을 가진 블로그는 다양한 기능적 결합으로 네티즌을 사로잡음. 취업사이트, 학술 정보 사이트, 소셜 네트워크 메신저 등이 블로그와 결합하여 네티즌들과 정보를 공유하고 의견을 교류할 수 있는 장을 마련해주고 있음.
- 대중과의 소통 및 노동보장 서비스를 제공하기 위해 각종 기업, 정부기관 등에

서도 블로그를 플랫폼으로 이용하고 있으며 재취업, 퇴직, 의료보험과 관련된 블로그가 큰 인기를 끄.

- 그러나 블로그로 인한 저작권 침해, 명예훼손 등의 문제가 대두되고 있음. 인터넷의 개방성으로 인해 개인의 창작물이 아무 대가없이 복제되어 업로드 되고 있으며 클릭수를 높이기 위해 유명인사의 사생활을 폭로하여 사생활 침해, 명예훼손 등의 문제가 심각한 수준이 이르고 있음.
- 개인의 공간으로 시작된 블로그는 현재 기업이나 공공기관 등의 참여로 공공의 공간으로 발전하고 있으나 사실성과 전문성이 필요한 문장에 주관적 의견이 반영되어 공신력을 잃는 경우도 발생하고 있음. 예를 들면 신문사의 블로그에 기자들의 주관적인 의견이 반영되고 네티즌들의 참여로 인해 사실이 왜곡된 채 다른 블로그에 옮겨지는 현상이 발생하고 있음.
- 블로그 서비스가 현재 안정적으로 성장으로 하고 있지만 2010년 마이크로 블로그, 소셜 네트워크 사이트의 등장과 통신의 발전은 블로그 발전에 적지 않은 영향을 미침. 특히 마이크로 블로그의 등장으로 인해 2010년 9월 28일 마이크로 소프트웨어사는 Live Space의 서비스를 중단하기로 함. 업계인사에 의하면 당시 MSN space의 사용자 가운데 40%가 장기간 블로그를 이용하지 않아 수익을 창출하기 어려운 지경이었다고 함.
- 마이크로 블로그와 소셜 네트워크 사이트의 공격에도 불구하고 여전히 큰 영향력을 발휘하고 있는 블로그는 개인의 일기나 의견을 서술하는 형식으로 불특정 다수와 연결되고 있음. 공공사건이나 이슈에 대한 개인의 의견이 개방형 인터넷을 통해 전달되기 때문에 블로그 사용자들의 의식개선이 시급하며 이를 철저히 관리할 수 있는 시스템이 필요함. 블로그 관리개선에 따른 적절한 법률적 조치가 필요하며 도덕적 의식의 강요가 적절히 적용되어야 할 것임.
- 현재 몇몇 인기스타나 정부관원, 전문가와 학자 등의 블로그에 집중되어 있는 네티즌의 관심을 보다 전문화되고 공공의 의사소통이 가능한 블로그로 전환하는 노력이 필요함.

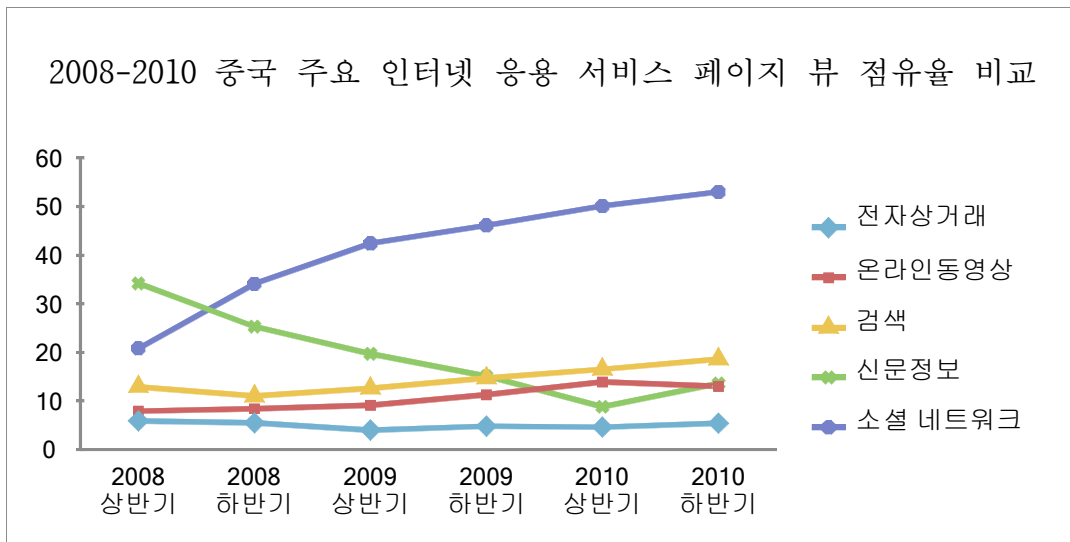
2. 중국 온라인 논단(论坛) 현황

■ 중국 온라인 논단 현황

- 2010년 온라인 논단의 사용자는 2009년 1.17억 명에서 26.6% 증가한 1.48억 명에 달하고 있으며 32.4%의 사용률을 보이고 있음. 중국 네티즌의 1/3이 온라인 논단에 참여하고 있는 셈. 온라인 논단에 적극적으로 참여하고 있는 네티즌 수 역시 전년대비 32.66%의 성장을 보임.
- Web 2.0은 새로운 응용 프로그램의 등장으로 인해 2009년 323만 개에 달하던 온라인 사이트가 2010년 191만 개로 41% 감소하였으나 온라인 논단/BBS 는 오히려 성장추세를 보임.
- CNZZ의 통계에 따르면 2010년 1월 15.98만 개였던 온라인 논단 서비스가 12월 22.18만 개로 증가 38.88%의 성장추세를 보임. 즉 온라인 사이트의 필수 서비스로 등장하게 되었으며 사용자 규모 역시 안정적으로 발전하고 있음.
- 2008~2010년 중국 인터넷의 5대 서비스는 전자상거래, 온라인 동영상, 검색 서비스, 신문정보, 소셜 네트워크 서비스이며 이들 가운데 소셜 네트워크 서비스의 성장이 두드러지고 있음. 2008년 20.8%를 점유하던 소셜 네트워크 서비스는 2010년 말 53%의 비중을 차지하며 급속도로 성장하였으며 소셜 네트워크 서비스에서 제공되는 온라인 논단 서비스도 함께 성장하고 있음.
- 아래 도표에서 알 수 있듯이 2008~2010년 2년 간 소셜 네트워크 서비스는 눈에 띄게 성장하고 있으며 온라인 동영상 서비스가 그 뒤를 잇고 있음.

[도표 1] 2008-2010 중국 주요 인터넷 응용 서비스 페이지뷰 점유율 비교

(단위: %)





- 네티즌들이 온라인 상에서 자신들의 의견을 어필하는 행태가 보편화되고 있으며 이들 여론은 정치, 경제 등 다방면에서 큰 역할을 하고 있음. 이에 따라 정부기관, 기업, 각종 단체 및 개인들이 온라인 논단을 통한 여론형성에 고도의 관심을 집중하고 있음.
- 그러나 이러한 온라인 논단의 힘을 이용하여 여론조작, 허위광고 등 문제점이 대두되고 있음. 언론의 자유를 보장함과 동시에 허위사실 유포에 대한 적절한 제재조치가 시급함.

3. 중국 SNS 현황

■ 중국 SNS 현황

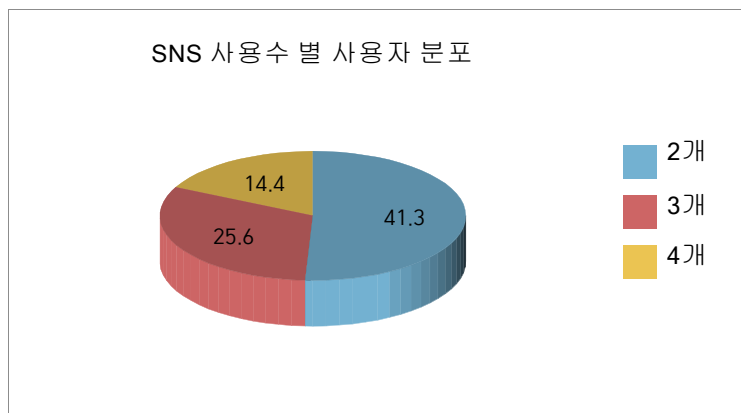
- 인터넷의 활용도가 확대되면서 SNS를 이용하는 네티즌의 수도 급증하고 있음. 현재 SNS 이용자 수는 안정적인 성장추세를 보이고 있으며 네티즌의 증가는 SNS 이용자의 증가로 이어지고 있음.
- 2010년 12월 말 기준 중국 내 SNS 수량 680개이며 런런왕 (renren.com)과 카ixin왕 (kaixin001.com)이 전체 시장의 76%를 점유하는 대표 사이트임. 상위 10개 사이트가 전체 시장의 96.73%를 차지하고 있음.

[표 1] 중국 대표 SNS 사이트 비교

구분	 www.kaixin001.com	 renren.com
홈페이지	www.kaixin001.com	www.renren.com
설립년월	2008.3	2005.8 "샤오내이왕(校内网)" 으로 시작, 2009.8 "런런왕 (人人网)"으로 개명
사용자 규모	1.17억 명(2011.8 기준) 매일 평균 2000만 명 접속	1.24억 명(2011.6 기준)
성별	남자 59%, 여자 41%	남자 58%, 여자 42%
회원기준 연령	19세 이하: 16.1% 19~25세: 26.0% 25~30세: 35.5% 30세 이상: 22%	19세 이하: 8.2% 19~22세: 24.4% 23~25세: 38.6% 25세 이상: 28.8%
학력	약 89% 대졸 이상	약 68% 대졸 이상
지역	70%가 1급 도시 거주	50%가 1급 도시 거주
소득 수준	월 5,000위안 이상 18%	월 5,000위안 이상 23%

- SNS 사이트는 치열한 경쟁 속에서 동질화 현상이 나타나고 있으며 효율적인 영리모델을 구축하지 못해 폐쇄되는 사이트가 속출하고 있는 실정임.
- 2010년 6월 기준 중국 내 SNS 사용자는 총 2.1억 명으로 성장률 19.6%를 보이고 있으며 중국 SNS 사용자 가운데 81.2%가 2개 이상의 SNS를 사용하고 있음.

[그림 1] 중국 SNS 사용자 분포 (단위: %)



- 작년 1,2분기 중국 SNS규모는 4.89억 위안으로 전년 동기대비 33.3%성장했으며 2011년 5.1억 명 초과, 시장규모 9.79억 위안 예상하고 있음.
- SNS를 통한 정보공유 역량은 전 세계적으로 유명한 Facebook을 통해 이미 모두 알고 있는 사실이며 이는 곧 국가의 안보와 국민의 사생활 침해, 불법 정보 유출 등의 문제를 피할 수 없다는 것이 중국 정부의 입장임.
- 이러한 SNS(Facebook)의 문제점을 인식한 상당수의 국가에서는 SNS에서 유포되고 있는 콘텐츠에 대해 집중적으로 관리하고 있으며 사생활 보호법을 개정하거나 극단적으로는 접속을 차단하는 조치를 취하고 있음.
- 실제로 2010년 캐나다 동계올림픽 시즌에도 SNS를 이용한 테러범죄를 예방하고자 미국 국토안전부는 전 세계 유명 SNS를 대상으로 대규모 검열을 실시한 적이 있음. 2010년 5월 미국의 몇몇 상원 의원들이 Facebook의 사용자 사생활 보호에 대한 문제점을 지적하며 온라인 사생활 보호 준칙을 제정해 모든 SNS관련 기업들이 사용자들의 사생활을 보호해 줄 것을 주장한 바 있음.
- 2010년 11월 Facebook의 도덕적 문제를 지적하며 사우디아라비아, 파키스탄, 방글라데시 등 국가에서 Facebook 접속을 차단함.
- 중국도 Facebook의 접속을 차단하고 있으나 현재 중국에서 Facebook을 이용하고 있는 네티즌은 659060명에 달함. Facebook은 공식적인 중국 진출을 노리고 있으나 Facebook이 중국에 진출한다면 그에 따른 수많은 문제점을 해결할 수 있는 방도가 없다는 판단 하에 국가의 안보와 국민의 안전 등의 이유로 Facebook의 진출을 불허하고 있음.