

방통융합미래  
전략체계연구

지정 2012-07

# 중국의 콘텐츠 및 뉴미디어 육성 정책과 현황 연구

(A Study on Contents and New Media Policy in China)

모영주

2012. 12

연구기관 : 건흥리서치앤컨설팅

이 보고서는 2012년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

# 제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『중국의 콘텐츠 및 뉴미디어 육성 정책과 현황 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2012년 12월

연구기관 : 건홍리서치앤컨설팅주식회사

총괄책임자 : 모영주

참여연구원 : 김소영, 김옥화, 순산산

# 목 차

## 요약문

### 제1장 서론 .....1

- 1. 연구의 필요성 및 목적 ..... 1
- 2. 연구의 방법 ..... 2

### 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책 .....3

- 제1절 중국 미디어산업 현황 ..... 3
  - 1. 중국 방송시장 현황(시장규모, 가입자 등) ..... 3
  - 2. 중국의 주요 방송사 및 채널 현황 ..... 9
- 제2절 중국 방송정책체계 및 주요 정책 ..... 12
  - 1. 중국 방송정책체계 및 부처별 기능 ..... 12
  - 2. 주요 방송정책 ..... 16
- 제3절 중국 미디어산업 발전전망 ..... 40
  - 1. 산업의 위상 강화 ..... 40
  - 2. 12.5규획기간 산업 활성화 목표 ..... 42
  - 3. 중국 미디어산업 현황 및 정책 요약분석 ..... 48

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황 .....51

- 제1절 뉴미디어 발전정책 ..... 51
  - 1. 지원정책 ..... 51
  - 2. 규제정책 ..... 51
- 제2절 뉴미디어 플랫폼 현황(IPTV, 인터넷, 모바일) ..... 58
  - 1. 뉴미디어 시장규모 ..... 58
- 제3절 주요 사업자 및 이용자 현황 ..... 61
  - 1. 주요 사업자 ..... 61
  - 2. 이용자 현황 ..... 71

제4절 외국인 규제제도 및 외국기업의 진출현황 .....	82
1. 외국인 규제제도 .....	82
2. 외국기업의 진출현황 .....	82
3. 중국 뉴미디어 정책과 현황 요약분석 .....	83
<b>제4장 중국 방송콘텐츠산업 정책과 현황 .....</b>	<b>86</b>
제1절 방송 콘텐츠 산업 정책 .....	86
1. 방송콘텐츠 육성정책 .....	86
2. TV 콘텐츠 방송정책 .....	89
제2절 방송콘텐츠 생산현황 .....	92
1. 방송콘텐츠 생산량 .....	92
2. 방송 콘텐츠 종류/장르별 비중 .....	92
3. 주요 제작사 현황 .....	95
4. 주요 제작사 .....	97
제3절 방송콘텐츠 유통·소비 현황 .....	114
1. 공급현황 .....	114
2. 유통 플랫폼, 절차 .....	118
3. 가격추이 .....	119
4. 소비자의 반응 .....	122
5. 주요 방송사 .....	135
제4절 해외 콘텐츠 규제 정책 및 진출현황 .....	144
1. 해외 방송콘텐츠 수입 규제 .....	144
2. 해외 위성방송 수신 .....	150
3. 국내외 공동제작 규제 .....	152
4. 해외 콘텐츠 진출현황 .....	154
5. 중국 방송콘텐츠산업 정책과 현황 요약분석 .....	158
<b>제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망 .....</b>	<b>162</b>
제1절 주요 정책적 동향과 이슈 .....	162

1. 국가광전총국, 인터넷 사이트의 콘텐츠 자체제작 규제 강화 .....	162
2. 중국, 디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획 발표 .....	163
제2절 방송콘텐츠 생산·유통·소비 관련 이슈 .....	165
1. TV 시청자 변화추이 .....	165
2. 2011년 성급 위성채널 드라마 시청률 순위 .....	168
3. 후궁 드라마 시청자 특징 .....	169
4. 중국의 다큐멘터리 시장동향 .....	172
제3절 뉴미디어 산업 동향과 이슈 .....	175
1. 공업신식화부와 국가광전총국, AVS+ 표준 활성화 촉진 .....	175
2. 중국의 인터넷 가입자 수 5억 3,800만 명 .....	176
<b>제6장 결론 및 시사점 .....</b>	<b>181</b>
제1절 결론 .....	181
1. 중국의 방송산업 육성정책 .....	181
2. 콘텐츠산업 .....	181
3. 뉴미디어 .....	182
4. 규제정책 .....	182
5. 중국시장의 기회와 리스크 .....	184
제2절 시사점(한중협력 가능성 및 한국기업의 진출방안 분석) .....	186
1. 한국의 대 중국 콘텐츠 교류현황 .....	186
2. 중국 FTA 체결 현황 .....	187
3. 한중 협력에 대한 시사점 .....	189
<b>부록 I .....</b>	<b>194</b>
<b>부록 II .....</b>	<b>230</b>
<b>참고문헌 .....</b>	<b>470</b>

# CONTENTS

## SUMMARY

<b>1. Preface</b> .....	<b>1</b>
1.1 Necessity and objectives of the research .....	1
1.2 Study method .....	2
<b>2. Present conditions and major policies of the Chinese media industry</b> .....	<b>3</b>
2.1 Present conditions of the Chinese media industry .....	3
2.1.1 Present conditions of the Chinese broadcasting market .....	3
2.1.2 Major broadcasting companies and channel status in China .....	9
2.2 Chinese broadcasting policy system and major policies .....	12
2.2.1 Chinese broadcasting policy system and functions by department .....	12
2.2.2 Major broadcasting policies .....	16
2.3 Development prospect of the Chinese media industry .....	40
2.3.1 Strengthening the position of the industry .....	40
2.3.2 Industrial promotion objectives during the 12thFiveYearPlan .....	42
2.3.3. Summary and analysis of the present conditions of the Chinese media industry and policies .....	48
<b>3. Chines new media platform policy and present conditions</b> .....	<b>51</b>
3.1 New media development policy .....	51
3.1.1 Support policy .....	51
3.1.2 Regulatory policy .....	51
3.2 Present conditions of the new media platform (IPTV, Internet, mobile) .....	58
3.2.1 Size of the new media market .....	58
3.3 Major service providers and present conditions of users .....	61
3.3.1 Major service providers .....	61
3.3.2 Present condition of users .....	71

3.4	Foreigner regulatory policy and present conditions of foreign company' s presence .....	82
3.4.1	Foreigner regulatory policy .....	82
3.4.2	Present conditions of foreign company' s presence .....	82
3.4.3	Summary and analysis of the Chinese new media policy and present conditions .....	83
<b>4.</b>	<b>Chinese broadcasting contents industry and present conditions .....</b>	<b>86</b>
4.1	Broadcasting contents industry policy .....	86
4.1.1	Broadcasting contents fostering policy .....	86
4.1.2	TV contents broadcasting policy .....	89
4.2	Present conditions of broadcasting contents production .....	92
4.2.1	Broadcasting contents production volume .....	92
4.2.2.	Proportion by broadcasting contents type/genre .....	92
4.2.3	Present conditions of major production companies .....	95
4.2.4	Major production companies .....	97
4.3	Present conditions of broadcasting contents distribution and consumption .....	114
4.3.1	Present conditions of supply and demand .....	114
4.3.2	Distribution platform and procedure .....	118
4.3.3.	Price trend .....	119
4.3.4	Consumer' s response .....	122
4.3.5	Major broadcasting companies .....	135
4.4	Foreign contents regulatory policy and entry status .....	144
4.4.1	Import restrictions on foreign broadcasting contents .....	144
4.4.2	Overseas satellite broadcasting reception .....	150
4.4.3	Restrictions on joint production at home and abroad .....	152
4.4.4	Present conditions of overseas contents entry .....	154
4.4.5	Summary and analysis of the Chinese broadcasting contents industry policies and present conditions .....	158
<b>5.</b>	<b>Issues and prospect of the Chinese new media and contents industry .....</b>	<b>162</b>

5.1 Key policy trends and issues .....	162
5.1.1 SARFT(State Administration of Radio, Film and Television) reinforced restrictions on domestic contents production on the Internet site .....	162
5.1.2 Chinese government announced the “12thFiveYearPlan” for the digital TV and digital home industry .....	163
5.2 Issues related to broadcasting contents production, distribution, and consumption .....	165
5.2.1 Trend of the TV viewer change .....	165
5.2.2 Viewer ratings ranking of satellite channel soap operas at provincial areas in 2011 .....	168
5.2.3 Characteristics of the soap opera “Royal concubine” viewers .....	169
5.2.4 Trend of the Chinese documentary market .....	172
5.3 New media industry trends and issues .....	175
5.3.1 Ministry of Industry and Information Technology (MIIT) and SARFT promote AVS+ Standard .....	175
5.3.2 538 million Internet subscribers in China .....	176
<b>6. Conclusion and implications .....</b>	<b>181</b>
6.1 Conclusion .....	181
6.1.1 Broadcasting industry fostering policy in China .....	181
6.1.2 Contents industry .....	181
6.1.3 New media .....	182
6.1.4 Regulatory policy .....	182
6.1.5 Opportunities and risks in the Chinese market .....	184
6.2 Implications (analysis of Korea-China cooperation and methods of Korean company’ s entry into the Chinese market) .....	186
6.2.1 Present conditions of contents exchange between Korea and China .....	186
6.2.2 Present conditions of China’ s FTA conclusion .....	187
6.2.3 Implications on Korea-China cooperation .....	189
<b>Appendices I .....</b>	<b>194</b>
<b>Appendices II .....</b>	<b>230</b>
<b>References .....</b>	<b>470</b>

# 표 목 차

<표 2-1> 2007-2011년 방송사업자 창출 수익구조 .....	4
<표 2-2> 2011년 중국의 방송 커버리지 비율 .....	7
<표 2-3> 2010-2011년 중국의 디지털 케이블 가입자 수 .....	8
<표 2-4> 지역별 성내 케이블 방송망 통합진도 .....	10
<표 2-5> 중국의 방송산업 규제조직 .....	13
<표 2-6> 국가광전총국의 역할 .....	14
<표 2-7> 국가광전총국 조직구조 .....	15
<표 2-8> 중국의 방송 관련 법제도 .....	17
<표 2-9> 중국의 케이블 방송망 디지털화 로드맵 .....	20
<표 2-10> 중국의 케이블 방송망 통합, 디지털화 및 쌍방향화 로드맵 .....	22
<표 2-11> 중국 디지털 지상파 TV 발전규획 로드맵 .....	23
<표 2-12> 중국 디지털 위성TV 가입자 추이 .....	24
<표 2-13> 국가광전총국의 HDTV 활성화 정책조치 .....	25
<표 2-14> 상해지역 HDTV 채널 현황 .....	27
<표 2-15> 3망융합 단계별 목표와 사업중점 .....	28
<표 2-16> 3망융합 2차 시범거점지역 명단 .....	30
<표 2-17> 방송·통신 상호진입을 위한 서비스 허가 신청 .....	31
<표 2-18> NGB 10년 계획의 전반적 목표 .....	34
<표 2-19> NGB 추진조치 .....	34
<표 2-20> NGB 10년 계획 추진 로드맵 .....	35
<표 2-21> NGB 기대효과 .....	36
<표 2-22> 문화기업 육성정책 .....	38
<표 2-23> 중국의 미디어 관련 상장사 .....	39
<표 2-24> 중국의 문화산업 활성화 정책 .....	41

<표 2-25> 국가 12.5규획기간 문화개혁발전규획요강의 주요 목표 .....	43
<표 2-26> 국가 12.5규획기간 문화개혁발전규획요강의 주요 내용 .....	43
<표 2-27> 문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획 목표 .....	45
<표 2-28> '12.5규획기간 문화개혁발전계획'의 주요 내용 .....	46
<표 2-29> 12.5규획기간 우수 애니메이션 지원사업 .....	47
<표 2-30> 2007-2011년 중국과 미국 방송산업규모 비교 .....	48
<표 2-31> 중국 방송미디어 국제경쟁력 비교 .....	50
<표 3-1> 뉴미디어 관련 규제정책 .....	52
<표 3-2> 인터넷 시청각 프로그램 서비스의 분류 .....	55
<표 3-3> 중국 IPTV 라이선스 보유 사업자 .....	56
<표 3-4> SMG 연락처 .....	61
<표 3-5> 뉴미디어 사업연혁 .....	62
<표 3-6> BesTV의 뉴미디어 사업실적 .....	63
<표 3-7> CBC 연락처 .....	65
<표 3-8> 중국의 CMMB 추진 연혁 .....	65
<표 3-9> CMMB망 구축 목표 .....	66
<표 3-10> CMMB 가입자 확보 목표 .....	67
<표 3-11> Youku Tudou 연락처 .....	68
<표 3-12> Youku와 Tudou의 외국인투자 유치 .....	69
<표 3-13> Youku와 Tudou 비교 .....	69
<표 3-14> Youku와 Tudou 콘텐츠 구성 .....	71
<표 3-15> 중국의 인터넷 동영상 관련 사업자의 외국인투자 유치현황 .....	83
<표 4-1> 2009-2010년 '국가문화수출 중점기업 및 항목 리스트'에 선정된 국가문화수출 중점사업 및 수행업체 .....	88
<표 4-2> 위성채널 드라마 방영 제한정책 .....	89
<표 4-3> 위성TV종합채널 오락 프로그램 방영 제한 정책 .....	90
<표 4-4> 2010-2011년 중국의 방송콘텐츠 제작분량 .....	92
<표 4-5> 2007-2010년 제작 허가증 보유 제작기관 수 .....	96

<표 4-6> 2010년 드라마 제작사 TOP5 제작분량과 매출액 .....	96
<표 4-7> HUACE FILM & TV 연락처 .....	97
<표 4-8> HUACE FILM & TV 경영실적 .....	98
<표 4-9> 2011년 제작 완료 또는 제작 중인 드라마의 투자비율 .....	100
<표 4-10> 2011년 HUACE FILM & TV 자회사 실적 .....	101
<표 4-11> Hualu Baina Film & TV 연락처 .....	103
<표 4-12> Hualu Baina Film & TV 주요 작품별 방영채널과 시청률 .....	104
<표 4-13> Hualu Baina Film & TV 2008-2011년 주요 작품별 TV 방영권 수익 .....	104
<표 4-14> 민영 드라마 제작·배급회사의 드라마 제작능력 비교 .....	105
<표 4-15> Hualu Baina Film & TV 2011년 제작 드라마 .....	106
<표 4-16> Hualu Baina Film & TV 배급 허가증 획득 드라마 작품수 .....	107
<표 4-17> Huayi Bros. Media 연락처 .....	108
<표 4-18> 2008-2013년 Huayi Bros. Media 사업부문별 매출이익 추이 .....	109
<표 4-19> HuaYi Brothers 드라마 사업 실적 .....	111
<표 4-20> 2004-2010년 중국 방송 프로그램 방송분량 .....	114
<표 4-21> 2004-2010년 중국 방송 프로그램 거래현황 .....	115
<표 4-22> 2006-2010년 중국 TV프로그램 수출입 현황 .....	115
<표 4-23> 주요 채널별 드라마 구입 예산 .....	121
<표 4-24> 드라마 인터넷 방영권 가격 상승 추이 .....	122
<표 4-25> 2011년 각급 채널 프로그램 유형별 편성시간 비율과 시청시간 비율 .....	128
<표 4-26> CCTV 연락처 .....	135
<표 4-27> CCTV 방송채널 현황 .....	137
<표 4-28> 호남위성TV 연락처 .....	140
<표 4-29> 2012년 호남위성TV의 프로그램 편성 .....	142
<표 4-30> 2011년 중국 예능 프로그램 시청률 순위 .....	143
<표 4-31> '금영 독점방영 극장'에서 방영한 한국 드라마와 시청률 .....	144
<표 4-32> 해외 방송 프로그램 수입 규제 .....	146
<표 4-33> 해외 영화 및 드라마 규제 신 규정의 주요 내용 .....	147

<표 4-34> 폐지된 규정의 주요 내용 .....	148
<표 4-35> 현행 규정의 주요 내용 .....	149
<표 4-36> 해외 애니메이션 방영 제한 .....	150
<표 4-37> 해외 위성 TV채널 수신 신청 자격요건 .....	150
<표 4-38> 2011년 중국내 수신 허가 해외위성TV채널 .....	151
<표 4-39> 드라마 중의 합작제작방식 .....	153
<표 4-40> 중의 합작제작 신청 자격요건 .....	154
<표 4-41> 해외 예능 프로그램 리메이크 사례 .....	157
<표 5-1> '디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획'의 목표 .....	163
<표 5-2> '디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획'의 중점추진분야 .....	164
<표 5-3> 2009-2011년 시청량 변화 .....	166
<표 5-4> 2011년 성(省)급 위성TV 드라마 시청률 순위 .....	169
<표 5-5> 후궁 드라마 시청자 구성 .....	171
<표 5-6> '후궁견환전' 시청자 구성 .....	172
<표 5-7> 2011년 중국의 다큐멘터리 통계데이터 .....	173
<표 5-9> 중국 AVS 표준화 연혁 .....	176
<표 5-10> 인터넷 서비스별 이용률 .....	179
<표 6-1> 한국의 대중국 드라마 수출입 규모 비교 .....	187
<표 6-2> 중국의 FTA 추진현황 .....	187
<표 6-3> 홍콩, 마카오 CEPA에 따른 미디어 개방분야 .....	189

## 그 립 목 차

[그림 2-1] 2007-2011년 중국 방송산업 시장규모 추이 .....	3
[그림 2-2] 2001-2011년 중국 방송산업 광고수입 추이 .....	4
[그림 2-3] 2007-2011년 중국 TV광고수입 추이 .....	5
[그림 2-4] 2007-2011년 중국 케이블 방송망 수입 추이 .....	6
[그림 2-5] 2007-2011년 유료 디지털TV 수익 추이 .....	6
[그림 2-6] 2007-2011년 중국의 케이블 방송망 가입자와 디지털TV 가입자 수 .....	8
[그림 2-7] 1999-2011년 위성채널의 방송 커버리지 인구 추이 .....	9
[그림 3-1] 2007-2012년 중국의 IPTV 가입자 수 추이 .....	59
[그림 3-2] 2009-2014년 중국 인터넷 동영상 시장규모 추이 .....	60
[그림 3-3 ] 2011년 중국 인터넷 동영상 매출구조 .....	60
[그림 3-4] 중국 인터넷 동영상 사업자별 시장점유율(2011Q4) .....	70
[그림 3-5] 인터넷 동영상 시청자 선호도 .....	72
[그림 3-6] 2009-2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 성별분포 .....	72
[그림 3-7] 2009-2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 연령분포 .....	73
[그림 3-8] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 학력분포 .....	74
[그림 3-9] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 1일 평균 인터넷 접속시간 .....	74
[그림 3-10] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자의 인터넷 접속장소 .....	75
[그림 3-11] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자의 1주 평균 TV 시청시간 .....	76
[그림 3-12] 인터넷 동영상 시청자의 유료서비스 수용조건 .....	76
[그림 3-13] 인터넷 영상 시청자의 단말기 유형별 1주 평균 영상 시청 .....	77
[그림 3-14] 인터넷 영상 시청자의 단말기 유형별 사용빈도 .....	78
[그림 3-15] 단말기 유형별 1주 평균 영상 시청시간 .....	78
[그림 3-16] 자주 사용/향후 사용예정 단말기 유형 .....	79
[그림 3-17] 영상콘텐츠 분량별 시청현황 .....	80

[그림 3-18] 영상콘텐츠 분량별 현재 가장 많이 이용하는 단말기 유형 .....	80
[그림 3-19] 영상 시청자의 인기드라마 시청현황 .....	81
[그림 3-20] 동영상 사이트 선정요인 .....	81
[그림 4-1] 2011년 중국에서 제작한 라디오 프로그램 유형별 비중 .....	93
[그림 4-2] 2011년 중국에서 제작한 TV프로그램 유형별 비중 .....	93
[그림 4-3] 2007-2011년 ‘국산 드라마 발행 허가증’ 획득 드라마 .....	94
[그림 4-4] 2007-2011년 중국 국산 애니메이션 제작분량 추이 .....	95
[그림 4-5] 2007-2011년 각급 방송채널의 시청자 1인당 1일 시청시간 .....	123
[그림 4-6] 2007-2011년 각급 방송채널의 1일 시청점유율 .....	124
[그림 4-7] 2010-2011년 각급 채널의 1일 시청률 추이 .....	124
[그림 4-8] 2011년 CCTV 채널별 시청점유율 .....	125
[그림 4-9] 2011년 9-10월 디지털TV채널 시청점유율 .....	126
[그림 4-10] 2011년 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율 .....	127
[그림 4-11] 2009-2011년 각급 방송채널의 드라마 시청점유율 .....	130
[그림 4-12] 2011년 성급 위성채널과 지상파 채널의 드라마 장르별 편성시간 비율 .....	131
[그림 4-13] 2009-2011년 각급 방송채널의 뉴스/시사 프로그램 시청점유율 .....	132
[그림 4-14] 2011년 각급 방송채널의 뉴스 프로그램 편성 및 시청시간 비율 .....	133
[그림 4-15] 2009-2011년 각급 방송채널의 예능 프로그램 시청점유율 .....	133
[그림 4-16] 2011년 성급 위성채널 요일별 저녁시간대 드라마 및 예능 프로그램 시청시간 비율 .....	134
[그림 4-17] CCTV 프라임타임 광고매출 증가추이 .....	136
[그림 5-1] 2002-2011년 1인당 1일 시청시간 .....	166
[그림 5-2] 2007-2011년 연령대별 1인당 1일 시청시간 .....	167
[그림 5-3] 2011년 연령대별 시청자 비중 .....	167
[그림 5-4] 중국의 인터넷 가입자 및 인터넷 보급률 추이 .....	177
[그림 5-6] 인터넷 접속단말별 비중 .....	178
[그림 5-7] 접속단말별 인터넷 가입자 수 .....	178
[그림 5-8] 모바일 인터넷 서비스별 이용자 비중 .....	180

## 요 약 문

### 1. 제목: 중국의 콘텐츠 및 뉴미디어 육성 정책과 현황 연구

### 2. 연구 목적 및 필요성

세계적으로 중국시장의 중요성이 향상되고 있으며 중국은 방대한 역사, 문화를 활용한 콘텐츠 자원이 풍부하고 글로벌 방송통신 분야에서 중국의 영향력이 날로 증대되고 있다. 또 중국정부의 방송 디지털화, 뉴미디어 활성화, 종합미디어그룹 육성 정책에 힘입어 중국의 방송 콘텐츠 및 뉴미디어 시장은 큰 잠재력을 보이고 있다. 올해는 한중수교 20주년으로 한중 문화교류 활성화를 더 촉진하는 것이 필요하다. 그러나 아직까지 중국 방송시장에 대한 정보가 부족하고 대부분 일반적·단편적·일회적 정보 위주로 중국 방송분야, 특히 콘텐츠와 뉴미디어 산업에 대한 지속적·체계적인 연구가 필요한 실정이다. 이에 따라 중국 방송콘텐츠와 뉴미디어 육성정책, 방송콘텐츠 생산과 이용 현황, 주요 뉴미디어별 산업현황, 주요 기업과 최신 동향정보를 수집 정리하여 중국 방송콘텐츠와 뉴미디어 분야의 전반적 트렌드를 파악하고 한중 협력가능성을 발굴하고자 한다. 이와 동시에 중국의 방송 정책체계와 주요 정책, 특히 콘텐츠와 뉴미디어 관련 정책과 규제에 대해 체계적으로 연구하여 한중 FTA협상에 활용하고 대응책을 마련하고자 한다.

### 3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 크게 중국의 방송콘텐츠와 뉴미디어 2개 부분으로 나누어 진행하였으며 해당 분야별 중국 정부의 산업육성, 규제 정책 및 산업 현황과 동향을 주요 내용으로 다루었다. 아울러 중국 방송콘텐츠 및 뉴미디어 동향 연구 자료를 바탕으로 한중양국 방송영역의 주요 이슈로 떠오르는 콘텐츠와 뉴미디어를 중심으로 'CHINA MEDIA TREND' 보고서를 일간지 형태로 작성한다(부록II 참조). 이와 동시에, 중국의 방송정책체계, 12.5계획기간 중국 방송산업의 발전방향과 전망, 방송콘텐츠와 뉴미디어 육성에 관한 법제도, 주요 정책내용과 지원조치 등 중국 방송정책에 관한 체계적 연구를 진행한다. 중국 방송분야, 특히 콘텐츠와 뉴미디어 분야의 외국기업 진출현황, 현행 규제제도와 향후 추이를 분석하여 한중

FTA협상 관련 이슈, 의제 발굴과 한중 양국의 협력에 대한 시사점을 도출했다.

#### 4. 연구 내용 및 결과

중국은 문화산업을 기간산업으로 육성한다는 방침아래 문화산업 활성화 지원책을 잇따라 시행하고 있다. 이같은 지원책을 통해 방송, 뉴미디어를 비롯한 문화산업 활성화 및 문화기업 육성, 기업과 콘텐츠의 해외진출을 촉진하고 있으며 이 과정에서 사회주의 문화의 대변영을 이유로 중국 국산 콘텐츠를 지원하고 있다. 문화체제개혁 추진, 국산 콘텐츠 지원 등에 힘입어 드라마, 오락, 애니메이션, 다큐멘터리 등 방송 프로그램 제작시장에 대량의 민간자본이 유입되면서 방송콘텐츠 제작이 모두 활성화되고 있다. 아울러 뉴미디어 사업자와 가입자도 꾸준히 증가하고 있다. 중국의 방송 산업은 당과 행정기관의 이중관리를 받고 있으며 방송미디어는 중국공산당과 정부의 이데올로기 및 체제선전의 도구로 활용되고 있다. 때문에 중국의 방송분야는 기타 분야에 비해 보다 엄격한 규제체도를 적용하고 있으며 그 어느 산업보다 덜 개방되어 있다. 행정기관으로 국가광전총국이 중국의 방송콘텐츠산업 전반과 뉴미디어 부문에 대한 규제권한을 갖고 있다.

외국인의 중국 방송미디어 사업 진출에도 엄격한 규제가 따르며, 이는 해외 콘텐츠에 대한 국민의 노출을 제한하는 동시에 중국 국내 미디어 산업을 육성시키기 위해서다. 중국에서 외국인이 단독 또는 합자, 합작 방식으로 라디오 방송국과 TV 방송국을 설립하는 것은 금지된다. 해외 콘텐츠를 수입한 후에도 엄격한 규정에 따라 편성이 이뤄진다. 중외 합작제작 드라마 역시 규제의 대상이다. 뉴미디어에 대한 통제도 늦추지 않고 있다. 국가광전총국은 해당 라이선스를 발급하는 방식으로 방통융합에 따른 뉴미디어에 대한 규제권을 행사하고 있다. 현행 정책에 따라 외국인단독투자, 중외합자기업, 중외합작기업은 뉴미디어(정보망 전파 시청각 프로그램 서비스)에 종사할 수 없다.

전반적으로 봤을 때, 중국의 방송 및 뉴미디어 산업은 기회와 리스크가 공존하는 시장이다. 시장기회로 봤을 때, 지역마다 방송사와 방송채널이 워낙 많고 뉴미디어가 활성화되어 있어 우수 콘텐츠에 대한 수요는 여전히 크다. 방송사의 시청률 경쟁이 심화되고 있고 인터넷 동영상 사이트들이 방영권 확보경쟁에 나서면서 중국 국산 드라마 판권 가격이 급등했다. 예능 프로그램 판권 수입이 활발하고 중국에서 방영되는 다큐멘터리 중에 해외에서

## 요약문

수입한 다큐멘터리도 많다. 또한 중국정부에서 문화미디어산업의 위상을 더 높이고 12.5규 획기간 산업과 기업 경쟁력 증대 등의 목표를 제시하면서 향후 중국의 미디어 산업이 더욱 활성화될 전망이다. 중국진출의 리스크는 크게 두가지로 나누어 볼 수 있다. 하나는 방송콘텐츠와 뉴미디어가 정책의 영향을 크게 받고 또 정책의 준비과정이 불투명하다는 점이다. 다른 하나는 중국정부의 검열 정책으로 인해 콘텐츠 제작이 사전제작 방식이고 규제가 워낙 많기 때문에 제작 후 편성이 제대로 이뤄지지 않을 가능성도 염두에 두어야 한다.

중국 은 한국의 중요한 수출시장의 하나로, 2009년 이후 중국은 일본에 이은 한국 문화상품 소비시장이 되었다. 중국의 한류 열풍이 다소 수그러진 모습이나 한국 방송콘텐츠 산업 차원에서 봤을 때 향후에도 중국은 여전히 중요한 시장이 될 것이다. 한국 방송콘텐츠의 경쟁력을 강화하기 위해서는 중국시장의 트렌드를 잘 파악하고 한국 방송콘텐츠의 경쟁력을 더 강화하며 콘텐츠 활용방안을 다양화하는 것이 필요하다고 사료된다. 이를 위해선 창작수준 향상, 한중 공동제작에서 중국적 요소 접목, 뉴미디어 사업자와의 연결, FTA 등 협의체계를 통한 윈-윈 협력 등에 노력을 기울여 볼 수 있다. 한국의 방송콘텐츠 및 뉴미디어 산업이 중국시장에 지속적으로 진출하고 또 성공을 하려면 중국의 사회, 문화적 코드와 접목시키는 밖에도 서로에 이익을 가져다줄 수 있는 실질적인 협력이 필요할 때가 된 것이다.

## 5. 정책적 활용 내용

한국의 스마트시대 기반조성과 방송영역의 경쟁력 강화를 위한 콘텐츠 등 주요 방송이슈에 대한 정책적 시사점을 제공하고 한국의 종합방송사업자 육성 정책과 전략 수립에 기초자료로 활용한다. 따라서 본 과제 관련 연구내용과 결과를 중국 관련연구에 전문 종사하는 연구원, 한국유학생과 같은 고급 정보수요자와 공유하고 참고자료로 활용한다.

## 6. 기대효과

급변하는 중국 내수시장 환경에 맞춰 우리기업의 중국 방송 콘텐츠 및 뉴미디어 시장진출에 필요한 기초정보를 제공하여 중국시장진출을 활성화시킨다. 글로벌 시장에서 한중 양국의 협력, 상생 가능성 확대 및 우리기업의 경쟁전략 수립에 활용, 국제적 경쟁력을 향상시키는데 일조할 것으로 기대한다.

## SUMMARY

### 1. Title: A Study on Contents and New Media Policy in China

### 2. Study objectives and necessities

The importance of the Chinese market is highlighted throughout the world, and China has many content resources based on its long history and culture. As a result, the influence of China in the global broadcasting and communication field is increasing on a daily basis. In addition, the Chinese broadcasting contents and new media market shows great potential due to Chinese government's policies, such as broadcasting digitalization, promotion of new media, and nurturing of comprehensive media groups.

This study is designed to understand the overall trend of the Chinese broadcasting contents and new media area and tap into the possibility of cooperation between Korea and China, by collecting and arranging various pieces of information, such as the Chinese broadcasting contents and new media nurturing policy, present conditions of broadcasting contents production and its use, present conditions of the industry by key new media, major players, and information on the latest trend.

Simultaneously, Chinese broadcasting policy systems and major policies, in particular, contents and new media related policies and restrictions will be studied systematically to utilize study results for the Korea-China FTA negotiations and prepare countermeasures.

### 3. Composition and scope of the study

## SUMMARY

The study was conducted around two main areas: Broadcasting contents and new media in China. The Chinese government's industry nurturing and restriction policy, and present conditions and trend of the industry were the main focus.

Concurrently, the systematic study on the Chinese broadcasting policy was conducted, such as the Chinese's broadcasting policy system, development direction, and prospect of the Chinese broadcasting industry during the 12th Five Year Plan.

Furthermore, the Chinese broadcasting area, in particular, foreign company's presence status in the contents and new media area, and current restriction policies and future trends were analyzed to identify issues and agendas related to the Korea-China FTA negotiations, and implications on cooperation between Korea and China.

## 4. Study contents and results

The Chinese government is implementing various cultural industry promotion and support policies in a row instantaneously, based on the policy of nurturing the cultural industry as the infrastructure industry. Production of broadcasting contents is promoted, as the large amount of private fund is invested in the broadcasting program production market, such as soap operas, entertainment, animation, and documentaries, due to the implementation of culture system innovation and domestic contents support.

The Chinese broadcasting industry is supervised by both the Party and administrative agencies, and the broadcasting media is utilized as an ideology and system propaganda tool of the Chinese Communist Party and government. As a result, a strict regulatory policy is applied to the broadcasting area in China more than other areas, and not widely accepted as much as other industrial areas. The administrative agency, SARFT

(State Administration of Radio, Film and Television), is the regulatory authority over the broadcasting contents industry and new media area.

In order to limit people's exposure to overseas contents and foster domestic media industry, there are strict restrictions on foreign business presence in the broadcasting and media industry in China.

Foreigners are not allowed to establish a radio broadcasting station or TV broadcasting station independently nor as a joint venture or in partnership with a domestic service provider. Tight rules are also applied when programming imported content. The China-foreigner production soap operas are also controlled.

Control over the new media is not relaxed. The SARFT exercises regulatory authorities over new media introduced by broadcasting and communication convergence by issuing a license. The current policy doesn't allow the foreigner's independent investment, China-foreigner joint venture, and China-foreigner partnership in the new media service.

China is one of the key export markets of Korea, and became a cultural product consumption market for Korea since 2009, followed by Japan. It seems that the Korean Wave in China is on the decline. However, China will remain an important market in the future from the prospective of Korean broadcasting contents industry.

It is deemed necessary that the competitiveness of the Korean broadcasting contents should be reinforced and the method of utilizing contents should be diversified. For this, efforts need to be made for the enhancement of the creative work level, integrating the Chinese elements in Korea-China joint production, connection with new media service providers, and positive cooperation through the consultation system, such as the

## SUMMARY

FTA.

### 5. Utilization for the policy

This study will present policy implications on major broadcasting issues, such as laying the foundation of the smart age in Korea and contents to improve the competitiveness of the broadcasting field. Also, this study will be used as the base data to set up the policy and strategy of nurturing system operators in Korea.

### 6. Expected effects

Korean company's presence in the Chinese market will be promoted by providing the base information that is needed to enter the broadcasting contents and new media market, by keeping pace with the domestic market environment in China that is changing rapidly.

Also, this study will help increase the possibility of positive cooperation between Korea and China in the global market, establishing the competition strategy of Korean companies, and improving global competitiveness.

# 제1장 서론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

한국은 스마트 시대에 본격적으로 진입한 현재 스마트 선진국으로의 도약을 위해 스마트TV, 사물인터넷 등 스마트산업의 활성화, 스마트 네트워크 구축과 콘텐츠 경쟁력 강화를 2012년도 방송통신 분야의 핵심과제로 중점적으로 추진할 계획이다. 세계적으로 중국시장의 중요성이 향상되고 있으며 중국은 방대한 역사, 문화를 활용한 콘텐츠 자원이 풍부하고 글로벌 방송통신 분야에서 중국의 영향력이 날로 증대되고 있다. 또 중국정부의 방송 디지털화, 뉴미디어 활성화, 종합미디어그룹 육성 정책에 힘입어 중국의 방송 콘텐츠 및 뉴미디어 시장은 큰 잠재력을 보이고 있다. 올해는 한중수교 20주년으로 한중 문화교류 활성화를 더 촉진하는 것이 필요하다. 그러나 아직까지 중국 방송시장에 대한 정보가 부족하고 대부분 일반적·단편적·일회적 정보 위주로 중국 방송분야, 특히 콘텐츠와 뉴미디어 산업에 대한 지속적·체계적인 연구가 필요한 실정이다. 종편채널 선정과 더불어 방송사들은 앞다투어 길러 콘텐츠를 찾아 나서고 있고 일본, 미국 등 주요 콘텐츠 수입국에 대한 정보는 이미 넘쳐나는 수준이라는 점을 감안할 때, 중국 연구의 필요성이 더 증대된다.

이에 따라 중국 방송콘텐츠와 뉴미디어 육성정책, 방송콘텐츠 생산과 이용 현황, 주요 뉴미디어별 산업현황, 주요 기업과 최신 동향정보를 수집 정리하여 중국 방송콘텐츠와 뉴미디어 분야의 전반적 트렌드를 파악하고 한중 협력가능성을 발굴하고자 한다. 이와 동시에 중국의 방송정책체계와 주요 정책, 특히 콘텐츠와 뉴미디어 관련 정책과 규제에 대해 체계적으로 연구하여 한중 FTA협상에 활용하고 대응책을 마련하고자 한다.

## 2. 연구의 방법

중국의 방송 산업 및 정책 분야에 대한 전문성을 갖춘 연구진을 구성·운영하여 문헌 조사 등 데스크리서치 위주로 중국 현지 방송관계자 인터뷰를 병행하는 방식을 통한 연구를 진행한다. 중국 방송 산업에 대한 제반 연구는 중국 방송 분야의 정책, 기술, 산업에 대한 전반적 현황과 동향 정보를 실시간으로 수집하는 동시에 추진과정, 새로운 변화 등에 대한 모니터링을 통해 종합적이고 체계적인 정보를 D/B화한다. 중국 방송콘텐츠 및 뉴미디어 동향 연구의 경우, 한국의 방송영역은 새로운 사업자진입에 따른 채널 경쟁이 본격화되어 콘텐츠 경쟁 구도로 변화되고 있으며 중국은 방송콘텐츠 전파미디어의 다양화 추세로서 현재 콘텐츠와 뉴미디어는 한중양국 방송영역의 이슈로 떠오르고 있어 이에 대한 정보수집과 정리에 포커스를 맞춘다. 아울러 중국 방송콘텐츠 및 뉴미디어 동향 연구 자료를 바탕으로 한중양국 방송영역의 주요 이슈로 떠오르는 콘텐츠와 뉴미디어를 중심으로 'CHINA MEDIA TREND' 보고서를 월간지 형태로 작성하여 방송통신위원회, 한국전파연구원 등 정부기관과 주요 기업에 배부한다.

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

### 제1절 중국 미디어산업 현황

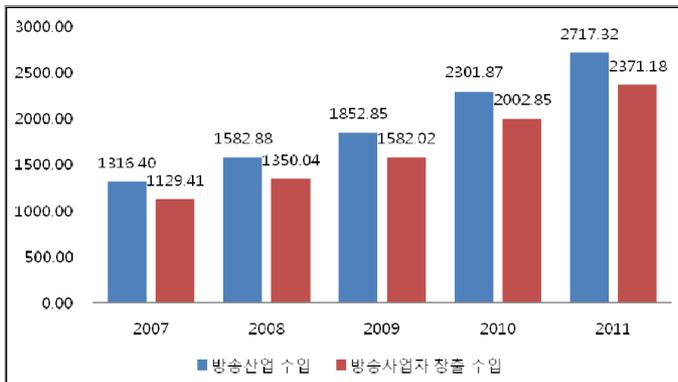
#### 1. 중국 방송시장 현황(시장규모, 가입자 등)

##### 1) 시장규모

국가광전총국 발전연구센터에서 발간한 ‘Blue book of China’s Radio, Film and TV(2012)’ 에 따르면 2011년 중국의 방송산업 총 수입은 재정보조금 수입을 포함하여 2,717억 3,200만 위안으로 18.05% 늘었고 방송사업자들이 창출한 수입은 2,371억 1,800만 위안으로 총 수입의 87.26%를 차지하고 전년 대비 18.39% 늘었다. 최근 5년간 중국의 방송산업 총 수입과 방송사업자들이 창출한 수입은 모두 꾸준한 증가세를 이어오고 있다.

[그림 2-1] 2007-2011년 중국 방송산업 시장규모 추이

(단위: 억 위안)



자료: Blue book of China’s Radio, Film and Television(2012)

방송사업자들이 창출한 수입은 크게 광고수입, 방송망 수입, 기타 수입으로 나누어진 다. 2011년 광고수입은 47.36%를 차지하고 케이블 방송망 수입은 23.78%, 기타 수입은

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

28.86%를 차지해 광고수입이 아직은 방송사업자들의 최대 수익원이다.

<표 2-1> 2007-2011년 방송사업자 창출 수익구조

시기	광고수입(%)	케이블 방송망 수입(%)	기타 수입(%)
2007	53.17	27.16	19.67
2008	52.01	27.37	20.62
2009	49.42	26.48	24.10
2010	46.93	24.34	28.73
2011	47.36	23.78	28.86

자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

2011년 방송산업의 광고수입은 1,122억 9,000만 위안으로 2010년(939억 9,700만 위안) 대비 19.46% 늘었다. 2011년 방송광고수입 증가율은 전년 대비 소폭 하락했으나 최근 10년간 연간 증가율이 세 번째로 높은 해다. 또 2011년 중국의 GDP 증가율(9.2%), 전반 광고시장 증가율(13%)에 비해서도 높은 수준이다. 2004년 방송광고수입 증가율이 27.22%에 이르렀으며 이는 2003년 하반기와 2004년 상반기 잇따라 발표된 문화체제개혁 정책으로 방송산업의 자본유입이 증가하면서 방송산업 및 방송광고가 더 활성화되었기 때문이다.

[그림 2-2] 2001-2011년 중국 방송산업 광고수입 추이

(단위: 억위안)



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

2011년 TV 광고수입은 934억 5,400만 위안으로 동기 대비 17.32% 늘고 당해 방송산업의 광고수입 대비 83.23%를 차지했다. 최근 5년간의 TV광고수입 연평균 증가율은 15.6%로 집계되었으며 전반 방송광고수입 대비 TV 광고수입 비중은 5년 연속 80%를 상회하고 있다. 국가광전총국에서 2011년 하반기 방송광고 규제강화 정책을 발표, 드라마와 뉴스 프로그램 방영 도중에 광고를 내보내는 것을 금지하면서 2011년 TV광고수입 증가율은 전년 대비 소폭 하락했다.

[그림 2-3] 2007-2011년 중국 TV광고수입 추이

(단위: 억 위안)



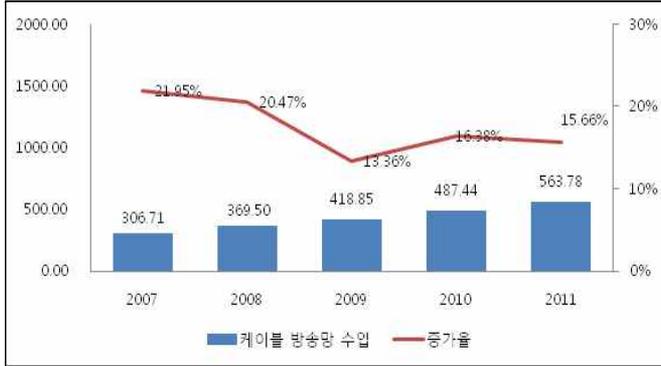
자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

2011년에 케이블 방송망 수입은 563억 7,800만 위안으로 전년 대비 15.66% 증가한 것으로 나타났다. 최근 5년간 케이블 방송망 수입 증가율은 연평균 17.56%에 이른다. 중국에서 케이블 방송망 수입은 케이블TV 기본시청 유지보수비와 케이블TV 부가서비스 요금, 케이블TV 유료 프로그램 요금으로 구성된다. 그동안 케이블 방송망 가입자 증가율이 높은 대신 케이블 방송망 수입 증가율이 낮은 문제가 있었으나, 지금은 부가서비스, 유료 프로그램 수입 증가 등으로 전반 케이블 방송망 수입 증가율(15.66%)이 가입자 증가율(7.38%)보다 높은 추세다.

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

[그림 2-4] 2007-2011년 중국 케이블 방송망 수입 추이

(단위: 억 위안)

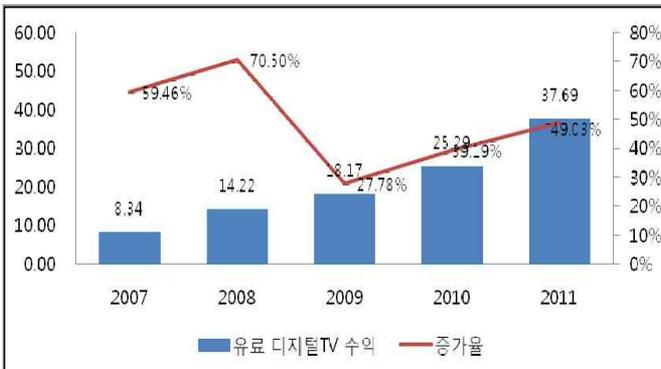


자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

유료 디지털TV 서비스는 전반적인 시장규모는 크지 않으나 증가속도가 빠르다. 2011년에 중국의 유료 디지털TV 채널 수가 132개에 이르고 가입자도 전년 대비 59.32% 늘었으며 이와 더불어 유료 디지털TV 수익도 37억 6,900만 위안으로 늘어 동기 대비 49.03%의 증가율을 보였다. 최근 5년간 유료 디지털TV 수익의 연평균 증가율은 49.19%에 이른다.

[그림 2-5] 2007-2011년 유료 디지털TV 수익 추이

(단위: 억 위안)



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

## 2) 가입자

## (1) 방송 커버리지

2011년 말 기준으로 중국의 라디오 방송 인구 커버리지 비율은 97.06%, TV 방송 인구 커버리지 비율 97.82%로 집계되고 전국의 지상파 TV 커버리지 비율은 94.52%로 나타났다.

〈표 2-2〉 2011년 중국의 방송 커버리지 비율

구분	2010년	2011년
라디오 방송 인구 커버리지 비율	96.78%	97.06%
TV 방송 인구 커버리지 비율	97.62%	97.82%
지상파 TV 커버리지 비율	92.71%	94.52%

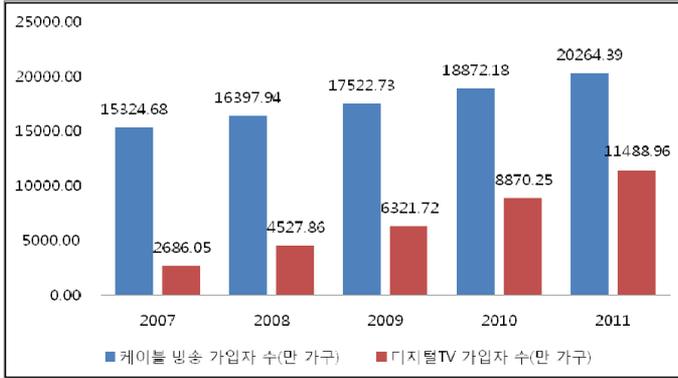
자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

## (2) 케이블 방송 가입자

중국 케이블 방송 가입자 규모는 약 2억 264만 3,900가구로 전년 동기 대비 7.38% 늘었고 중국의 전체 가구 수 대비 보급률은 49.43%로 집계됐다. 그 중 디지털 TV 서비스 이용세대 수는 전년 동기 대비 29.52% 증가한 1억 1,488만 9,600가구로 전체 케이블TV 가입자의 56.7%를 차지했다.

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

[그림 2-6] 2007-2011년 중국의 케이블 방송망 가입자와 디지털TV 가입자 수



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

유료 디지털 TV 가입자는 59.32% 증가한 1,760만 5,900가구로 집계돼 디지털TV 가입자 대비 비중은 2010년의 12.46%에서 2011년에는 15.32%로 늘었다. 쌍방향화 방송망 커버리지 시청자는 5,700만 가구를 상회하고 실제로 쌍방향화 서비스를 개통한 가입자는 1,300만 가구로 집계됐다.

<표 2-3> 2010-2011년 중국의 디지털 케이블 가입자 수

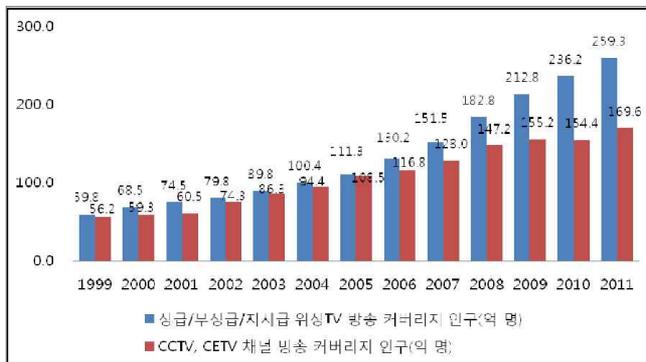
	2010년		2011년	
	가구 수 (만 가구)	증가율	가구 수 (만 가구)	증가율
케이블TV 가입자	18,872	7.70%	20,264.39	7.38%
디지털 TV 서비스 가입자	8,870	40.31%	11,488.96	29.52%
쌍방향화 방송망 커버리지 시청자	5,000	-	5,700	-
유료 디지털 TV 가입자	1,105.6	55.03%	1,760.59	59.32%

자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

## (3) 위성방송 가입자

2011년 말 기준으로 중국의 위성송신소(Satellite uplink stations)는 36개이고 373개 채널의 TV 프로그램과 362개 채널의 라디오 프로그램을 전송하고 있다. 2011년 전국 위성 TV채널의 방송 커버리지 인구는 연인원 429억 명에 이르러 전년 대비 38억 3,000만 명 늘었고 1999-2011년 연평균 증가율은 11.5%로 집계됐다. 그 중 45개 지방 위성TV채널의 방송 커버리지 인구는 연인원 259억 3,000만 명으로 연평균 증가율이 13.0%에 이르렀다.

[그림 2-7] 1999-2011년 위성채널의 방송 커버리지 인구 추이



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

농촌의 난시청 지역 해소를 목표로 하는 ‘방송 촌촌통(廣播電視村村通)’ 직접위성 방송 사업은 전력 공급이 되나 방송을 시청할 수 없는 거주민 20세대 이상의 지역을 대상으로 하며 2012년 2월 기준으로 15만 개 행정촌을 직접위성방송 커버리지 범위에 포함시키고 커버리지 인구는 3,700만 가구를 넘어섰다.

## 2. 중국의 주요 방송사 및 채널 현황

## 1) 방송 플랫폼 현황

중국은 지상파, 케이블, 위성TV 플랫폼별로 방송사업자가 엄격히 구분되어 있지 않다.

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

그 원인은 2000년에 국가광전총국에서 ‘케이블 방송국과 지상파 방송국 합병에 관한 통지(国家广播电影电视总局关于有线广播电视台和无线电视台合并的有关事项的通知)’를 발표하면서 각지에서 케이블 방송국과 지상파 방송국을 합병하는 작업이 대대적으로 이뤄졌기 때문이다. 따라서 전문적인 케이블 방송사업자는 없고(특정 기관이나 대형 기업에서 사내 케이블 방송을 하는 경우는 제외), 그 대신 케이블 방송망을 구축 및 운영 관리하는 사업자가 다수 있다.

우선 케이블 방송망 사업자로 봤을 때, 중국의 케이블 방송망은 중앙, 성, 시, 현급으로 구성되어 있다. 전국의 모든 성(省)소재지를 연결하는 국가 방송 백본망은 CCTV 산하 China Cable Television Network Co., Ltd.(中國有線電視網絡公司)에서 운영하고 있다. 과거에 방송 커버리지 확대를 위해 지역별로 케이블 방송망을 구축하는 정책을 실시했기 때문에 현재 중국의 케이블 방송망은 지역별로 분산된 구조를 이루고 있다. 성, 시, 현급 케이블 방송망은 지방정부(또는 지방 방송국)의 재원으로 구축한 후 현지 케이블망 사업자들이 자체로 운영하는 경우가 많다. 국가광전총국의 성급 케이블 방송망 통합 지침에 따라 최근 수년간 케이블 방송망이 통합이 이뤄지고 있다. 국가광전총국에 따르면, 2010년에 성 단위로 운영되는 케이블 방송망은 15개, 지급시 단위로 운영되는 케이블 방송망은 300여개, 현 단위로 운영되는 케이블 방송망은 2,000여개에 이르렀다. ‘2012 Blue book of China’s Radio, Film and TV’에 따르면 2011년 말까지 성내 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 성(자치구, 직할시)는 26개로 성, 시, 현급 케이블 방송망이 분리되어 있는 지역이 아직도 많은 상황이다.

<표 2-4> 지역별 성내 케이블 방송망 통합진도

구분	지역
성, 지급시, 현 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역	북경(北京), 상해(上海), 천진(天津), 중경(重庆), 산서(山西), 길림(吉林), 광서(广西), 해남(海南), Ningxia(宁夏), 강소(江苏), 귀주(贵州), 사천(四川), 운남(云南), 신강(新疆), 흑룡강(黑龙江)
성, 지급시 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역	안휘(安徽), 허북(河北), 내몽고(内蒙古), 허난(河南), 감숙(甘肃), 요녕(辽宁), 산둥(山东)
개별 도시 외에 성, 지급시 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역	호남(湖南), 청해(青海), 강서(江西), 광둥(广东)

자료: Blue book of China’s Radio, Film and Television(2012)

위성방송의 경우, CCTV와 중앙교육TV를 제외하고도 각 성(직할시, 자치구)에서 각자 뉴스종합채널을 위성방송 방식으로 전국에 전송하고 있다. 성(직할시, 자치구)급 뉴스종합채널은 현지의 가장 대표적인 지상파 방송이면서도 위성을 통해 기타 지역의 시청자들에게 제공되고 있는 것이다. 단, 위성으로 송신한 후 현지 케이블 방송망을 통해서만이 현지 시청자들이 시청할 수 있다. 국가광전총국에 따르면 2011년 말 기준으로 중국의 위성종합채널은 총 34개이며 그 외에도 어린이 방송채널, 애니메이션 채널, 대외방송 채널, 소수민족언어로 방송되는 위성채널이 다수 있다. CHINA DBSAT(中国直播卫星有限公司)는 중국의 유일한 위성사업자로 직접위성방송 등 위성방송 전송을 담당하고 있다.

## 2) 방송사 현황

2012년 5월 말 기준으로 중국의 방송기관은 2,594개에 이르고 그 중 라디오방송국은 184개, TV방송국은 197개, 교육TV방송국은 43개, 라디오TV방송국은 2,170개(현급 라디오TV방송국 1,992개 포함)에 이른다. 성급 이하 라디오방송국과 TV방송국을 합병하는 것은 중앙정부에서 문화체제개혁을 심화시키기 위해 내놓은 중요한 조치다. 2011년 말까지 전국의 현(시)급 라디오방송국과 TV방송국을 전부 합병하였고, 지시급 방송국 중에 라디오방송국과 TV방송국을 합병한 것은 227개에 이른다. 또 북경, 상해, 호남, 안휘, 산서, 섬서 등 성과 직할시에서 성급 라디오TV방송국을 설립했다.

## 3) 채널 현황

전국의 방송사들이 개설한 채널은 총 4,118개이며 그 중 라디오 방송채널은 2,787채널(CNR에서 43종의 언어로 방송하는 해외 라디오방송 제외)이고 TV 채널은 1,331개에 이른다. 전국의 유료채널은 146개이고 그 중 유료TV 채널은 132개이며 전국적 유료 TV 채널은 105개, 다지역 및 성내 유료TV채널은 27개이다. 유료 라디오 채널은 14개이며 그 중 전국 유료 라디오 채널은 9개, 성내 유료 라디오 채널은 5개이다.

## 제2절 중국 방송정책체계 및 주요 정책

### 1. 중국 방송정책체계 및 부처별 기능

중국은 '당이 선전을 관리하고 당이 미디어를 관리한다(党管宣传, 党管媒体)'는 원칙에 따라 당과 행정기관에서 방송산업에 대해 이중의 규제를 하고 있다. 여기에서 '당'은 중공중앙 선전부(宣传部) 및 이하 각급 선전부를 지칭하고 '행정기관'은 국가광전총국과 지방의 광전국(또는 문광국)을 지칭한다. 당 선전부는 방송미디어의 선전방침을 정하고 주요 간부에 대한 임명(면직)권을 보유하는 등 역할을 하고 있다. 즉 방송미디어는 당의 대변인으로 당의 이데올로기 및 체제선전의 도구인 것이다. 중공중앙 선전부 부부장이 국가광전총국 국장을 겸임하고 있는 사실도 이같은 제도의 특징을 잘 보여주고 있다.

1997년에 발표된 '방송관리조례(广播电视管理条例)'에 따라 국무원<sup>1)</sup> 방송행정부처 즉 국가광전총국에서 전국의 방송관리사업을 담당하고 현(县)급 이상 방송행정부처는 소관 구역 내 방송관리사업을 담당한다. 그리고 국무원 산하 문화부(文化部)와 국가신문출판총서(国家新闻出版总署)의 소관업무에도 미디어 관련 업무가 일부 포함되어 있기 때문에 문화부, 국가신문출판총서에서 제정한 정책들도 미디어산업에 영향을 미치는 경우가 있다. 문화부의 경우 문화예술 산업계획 제정, 문화예술분야 국제교류와 협력 촉진, 애니메이션산업 계획 제정, 애니메이션산업의 발전 지도 등의 기능을 수행하고 국가신문출판총서는 음반영상제품과 전자출판물의 제작 및 유통 등을 규제하는 역할을 하고 있다. 일례로 드라마, 애니메이션, 방송 프로그램, 음반영상제품, 전자출판물, 영화, 도서잡지 등 문화상품의 수출입 사업자는 문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서에서 지정한 국유사업자여야 한다. 소관업무가 겹치는 부분에 대해서는 중앙정부 차원에서 별도의 규정을 제정해 소관업무를 더욱 세분화하고 있다. 일례로 중공중앙기구 편제위원회 판공실(中央机构编制委员会办公室)은 2009년 9월 7일 문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서의 역할 분담에 관한 규정(中央编办对文化部, 广电总局, 新闻出版总署<'三定'规定>中

1) 국무원은 중국 최고 국가권력기관의 집행기관이자 최고 국가행정기관. 국무원의 직권에는 행정법규의 제정과 결의·명령 등의 발표, 경제·사회 발전계획과 국가예산의 수립·집행 등이 포함됨

有关动漫, 网络游戏和文化市场综合执法的部分条文的解释)을 발표했다. 애니메이션의 경우, 애니메이션 영화와 TV, 인터넷 상의 애니메이션 프로그램은 국가광전총국 소관이고 기타 애니메이션은 문화부 소관이다.

지방의 규제기관을 봤을 때, 일부 지방은 문화주무부처와 방송주무부처를 하나로 통합했고 일부 지방은 아직 통합을 하지 않았기 때문에 규제기관의 명칭이 각자 다른 점이 있다. 일례로 상해의 경우 상해시 문화방송영화관리국(上海市文化广播影视管理局)이 문화, 방송, 영화산업 주무부처이고 북경의 경우 북경시 문화국(北京文化局)과 북경시 방송영화국(北京市广播电视电影局)에서 각자 소관분야에 대한 규제를 하고 있다.

<표 2-5> 중국의 방송산업 규제조직

중앙급	중공중앙 선전부, 국가광전총국
성급	각 성·직할시·자치구 당 선전부, 광전국(광전청, 문광국)
시급	시 당 선전부, 광전국(문광국)
현급	현 당 선전부, 광전국(문광국)

한편, 방통융합에 따른 신규 사업은 콘텐츠와 방송 규제권을 갖고 있는 국가광전총국에서 주관한다. IPTV, 인터넷 동영상, 모바일TV 모두 국가광전총국에서 콘텐츠 통합편성·방송제어 라이선스를 발급하는 방식으로 규제를 하고 있다. 인터넷 규제는 국가광전총국, 공업신식화부, 문화부, 국가신문출판총서 등이 각자 소관업무별로 규제한다. 인터넷 규제와 관련하여 더 높은 레벨의 규제기관으로는 국가인터넷정보판공실(国家互联网信息办公室)이 있다. 2011년 5월 설립된 국가인터넷정보판공실은 국무원신문판공실(国务院新闻办公室)에 간관을 하나 더 추가했을 뿐 사실상 한 개 조직이며 인터넷 정보 전파 방침과 정책, 법제도 추진, 유관부처를 지도하여 인터넷 정보 콘텐츠 관리 강화, 법에 따라 불법 사이트 처벌 등의 기능을 수행한다.

1) 국가광전총국

중국의 방송산업 규제기관은 국가광전총국(國家廣電總局, The State Administration of

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

Radio, Film, and Television)이다. 1986년 설립된 광전부(廣播電影電視部)를 모태로 하며, 1998년 광전부와 문화부 영화국을 통합하여 설립되었다. 국가광전총국은 국무원 직속 산하기관으로 방송 미디어 및 방송 프로그램, 영화 등의 미디어 콘텐츠 관련 정책 및 규제 마련, 관리감독 등의 기능을 수행한다. 또 CNR(中央人民广播电台), CRI(中国国际广播电台), CCTV(中央电视台) 등 3대 국영 방송국의 사업관리 및 발전전략 수립, 전송망 구축 등의 업무를 지원 및 지도하는 역할도 맡고 있다. 인터넷 방송, 모바일 방송 등 뉴 미디어 콘텐츠에 대한 규제권을 행사하며 방통융합에서도 주도권을 갖고 있다.

### <표 2-6> 국가광전총국의 역할

- 
- ① 방송영화 선진, 창작 방침과 정책을 제정하여 정확한 여론방향과 창작방향 유지
  - ② 방송영화, 정보 네트워크 시청각 프로그램 서비스 관련 법제도 초안 제정, 기술표준 및 부문규정 제정, 방송영화체제개혁 추진
  - ③ 방송영화분야 공공서비스 촉진, 소수민족 거주지역·변방지역·빈곤지역 방송 활성화 지원, 방송영화 주요 인프라 구축 지도 및 관리감독
  - ④ 방송영화사업 및 산업발전계획 제정. 방송영화사업 및 산업의 발전 지도 및 조율. 전국적인 방송영화 관련 행사 관리
  - ⑤ 방송영화, 정보 네트워크 시청각 프로그램 서비스 기관과 서비스에 대한 규제, 인허가 업무 관장. 민간 영화, 방송 프로그램 제작사 관리감독
  - ⑥ 영화방송 프로그램, 정보 네트워크 시청각 프로그램, 공공 시청각 미디어에서 방영되는 시청각 프로그램 관리감독. 콘텐츠와 품질 심사
  - ⑦ 방송영화, 정보 네트워크 시청각 프로그램 서비스 관련 기술업무 지도. 영화, 방송 프로그램 전송, 모니터링 및 안전한 방송 관리감독
  - ⑧ 방송영화분야의 대외교류 및 협력 지도관리. 영화, 방송 프로그램의 수입 및 수출 관리
  - ⑨ CNR(中央人民广播电台), CRI(中国国际广播电台), CCTV(中央电视台)의 선진, 방송 커버리지 등 중대한 사안 지도, 조율 및 관리
  - ⑩ 중공중앙과 국무원에서 맡긴 기타 업무 수행
- 

자료: 국가광전총국(2012)

국가광전총국은 17개의 내설기구, 34개의 직속기관과 37개의 성급 방송영화 관리국을 두고 있다.

〈표 2-7〉 국가광전총국 조직구조

구분	부처
내설기구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관공청(办公厅)</li> <li>• 법규사(法规司)</li> <li>• 선전관리사(宣传管理司)</li> <li>• 영화관리국(电影管理局)</li> <li>• 드라마 관리사(电视剧管理司)</li> <li>• 미디어기구관리사(传媒机构管理司)</li> <li>• 인터넷 시청각 프로그램 관리사(网络视听节目管理司)</li> <li>• 과기사(科技司)</li> <li>• 계획재무사(规划财务司)</li> <li>• 국제협력사[홍콩 마카오 대만 관공실](国际合作司[港澳台办公室])</li> <li>• 인사사(人事司)</li> <li>• 보위사(保卫司)</li> <li>• 직속기관 당위원회(直属机关党委)</li> <li>• 중국 노조(总局工会)</li> <li>• 은퇴간부국(离退休干部局)</li> <li>• 중국 주재 기율검사팀, 검찰국(驻总局纪检组、监察局)</li> <li>• 중국 주재 감사국(驻总局审计局)</li> </ul>
직속기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CNR(中央人民广播电台)</li> <li>• CRI(中国国际广播电台)</li> <li>• CCTV(中央电视台)</li> <li>• 중국영화그룹회사(中国电影集团公司)</li> <li>• 전파소관리국(无线电台管理局)</li> <li>• 관리감독센터(监管中心)</li> <li>• 직접위성방송관리센터(广播电视卫星直播管理中心)</li> <li>• 방송영화발전연구센터(广播影视发展研究中心)</li> <li>• 정보센터(信息中心)</li> <li>• 방송과학연구원(广播科学研究院)</li> <li>• 방송규획원(广播电视规划院)</li> <li>• 중국영화과학기술연구소(中国电影科学技术研究所)</li> <li>• 영화기술품질검측소(电影技术质量检测所)</li> <li>• 방송영화설계연구원(中广电设计研究院)</li> <li>• 중국TV예술위원회(中国电视艺术委员会)</li> <li>• 중국방송예술단[중국영화악단](中国广播艺术团[中国电影乐团])</li> <li>• 중국영화예술연구센터[중국영화자료관](中国电影艺术研究中心[中国电影资料馆])</li> <li>• 영화대본기획센터(电影剧本规划策划中心)</li> <li>• 영화 디지털 프로그램 관리센터(电影数字节目管理中心)</li> <li>• 국가영화사업발전전용자금관리위원회관공실(国家电影事业发展专项资金管理委员会办公室)</li> </ul>

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

	자금관리위원회(办公室) • 기관사무국(机关服务局) • 교육센터(培训中心) • 방송영화인력 교류센터(广播影视人才交流中心) • '중국방송'지 출판사(中国广播电视出版社) • 중국방송협회(中国广播电视协会) • 중앙뉴스영화그룹(中央新影集团) • 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心) • 영화위성채널 프로그램 제작센터(电影卫星频道节目制作中心) • 중앙위성TV전파센터(中央卫星电视传播中心) • 중국방송교향악단[차이나 필하모니오케스트라] (中国广播交响乐团[中国爱乐乐团]) • 중국케이블방송망회사(中国有线电视网络公司) • 중국방송국제경제기술협력총공사 (中国广播电视国际经济技术合作总公司) • CITVC(中国国际电视总公司)
지방 관리기구	북경(北京), 천진(天津), 허북(河北), 산서(山西), 내몽고(内蒙古), 요녕(辽宁), 길림(吉林), 흑룡강(黑龙江), 상해(上海), 강소(江苏), 절강(浙江), 안휘(安徽), 복건(福建), 강서(江西), 산둥(山东), 하남(河南), 호북(湖北), 호남(湖南), 광둥(广东), 광시(广西), 해남(海南), 중경(重庆), 사천(四川), 귀주(贵州), 운남(云南), 티벳(西藏), 섬서(陕西), 감숙(甘肃), 청해(青海), 녕하(宁夏), 신강(新疆), 대련(大连), 녕파(宁波), 청도(青岛), 심천(深圳), 하문(厦门局), 신강생산건설병단(新疆生产建设兵团) 지국

자료: 국가광전총국(2012)

2. 주요 방송정책

1) 방송관리조례

중국은 방송법을 제정하지 않았으며 국가광전총국에서 발표한 행정법규(行政法规)와 부문규정(部门规章), 규범성 문건(规范性文件)에 따라 방송산업, 콘텐츠, 방송시설, 뉴미디어 부문에 대한 규제를 실시하고 있다.

〈표 2-8〉 중국의 방송 관련 법제도

구분	법제도 명칭	
행정법규	방송관리조례	广播电视管理条例
	케이블TV관리 잠정방법	有线电视管理暂行办法
	정보망 전파권 보호조례	信息网络传播权保护条例
	인터넷 정보서비스 관리방법	互联网信息服务管理办法
	방송시설 보호조례	广播电视设施保护条例
	위성방송 지상수신시설 관리규정	卫星电视广播地面接收设施管理规定
	위성지상수신시설의 해외위성전송	卫星地面接收设施接收外国卫星传送电视节目
	TV프로그램 수신 관리방법	目管理办法
	방송국 녹음제품 방영보수 지급	广播电台电视台播放录音制品
	잠정방법	支付报酬暂行办法
	영화관리조례	电影管理条例
부문규정	수입영화 관리방법	进口影片管理办法
	해외 TV 프로그램 수입과 방영	境外电视节目引进, 播出管理规定
	관리규정	
	중외 합작제작 드라마 관리규정	中外合作制作电视剧管理规定
	'중외 합작제작 드라마 관리규정'	《中外合作制作电视剧管理规定》的补充规定
	보충규정	定
	해외위성TV채널 수신 관리방법	境外卫星电视频道落地管理办法
	해외기구 주중 방송사무기구 설립	境外机构设立驻华广播电视办事机构管理规定
	관리규정	定
	인터넷 시청각 프로그램 서비스	互联网视听节目服务管理规定
	관리규정	
	인터넷 등 정보망 전파 시청각	互联网等信息网络传播视听节目管理办法
	프로그램 관리방법	
	방송 VOD 서비스 관리방법	广播电视视频点播业务管理办法
	방송 프로그램 제작경영 관리규정	广播电视节目制作经营管理规定
	방송 프로그램 전송서비스	广播电视节目传送业务管理办法
	관리방법	
	드라마 내용 관리규정	电视剧内容管理规定
	라디오TV광고방송관리방법	广播电视广告播出管理办法
	'라디오TV광고방송관리' 보충규정	《广播电视广告播出管理办法》的补充规定
	방송국 심사승인 관리방법	广播电台电视台审批管理办法
	방송소 심사승인 관리 잠정방법	广播电视站审批管理暂行规定
	지상파 방송 전송망 관리방법	广播电视无线传输覆盖网管理办法
	케이블TV 운영서비스 관리	有线广播电视运营服务管理暂行规定
	잠정규정	
	라디오TV 안전방송 관리규정	广播电视安全播出管理规定
	방송장비자체 형식승인 관리방법	广播电视设备器材入网认定管理办法
도시 거주지역 케이블TV 시스템	城市社区有线电视系统管理暂行办法	
관리 잠정방법		
위성방송 지상수신시설 설치	卫星电视广播地面接收设施安装服务暂行办法	
서비스 잠정방법	法	
'위성방송 지상수신시설 관리규정'	《卫星电视广播地面接收设施管理规定》实	
실시세칙	施细则	
해외 채널 임대/구매 및 방송소	赴国外租买频道和设台管理暂行规定	
설립 관리 잠정규정		
방송영화 입법절차 규정	广播电影电视立法程序规定	

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

국가광전총국 행정허가 실시	国家广播电视总局行政许可实施检查监督暂行办法
검사감독 잠정방법	广播电视行政复议办法
방송영화 행정재심방법	广播电视系统内部审计工作规定
방송영화제(전시회) 및 프로그램 교류행사 관리규정	广播电视编辑记者、播音员主持人资格管理暂行规定
방송영화 산업통계 관리방법	广播电视节目出品人持证上岗暂行规定
방송영화계통 내부감사업무 규정	电影艺术档案管理规定
방송 편집기자, 아나운서, MC 자격관리 잠정규정	电影剧本(梗概)备案、电影片管理规定
방송 프로그램 프로듀서 자격증 잠정규정	电影企业经营资格准入暂行规定
영화예술문서관리규정	《电影企业经营资格准入暂行规定》的补充规定
영화 대본(줄거리) 등록, 영화필름 관리규정	中外合作摄制电影片管理规定
영화기업 경영자격허가 잠정규정	电影片进出境洗印、后期制作审批管理办法
'영화기업 경영자격허가 잠정규정' 보충규정	外商投资电影院暂行规定
중외공동촬영 영화필름 관리규정	《外商投资电影院暂行规定》的补充规定
수출입 영화필름 현상, 사후제작 심사승인 관리방법	《外商投资电影院暂行规定》补充规定二
외국인투자 영화관 잠정규정	电影审查规定
'외국인투자 영화관 잠정규정' 보충규정	
'외국인투자 영화관 잠정규정' 보충규정 2	
영화심사규정	

자료: 국가광전총국(2012)

방송 관련법으로는 현재 10개의 행정법규가 있으며, 그 중에서 '방송관리조례(1997)'가 가장 중요한 행정법규다. '방송관리조례'는 총칙, 방송국, 방송망, 방송 프로그램, 벌칙, 부칙 등 총 6장(章), 55개 조항으로 구성된다. 제2장 방송국 부분에서는 '외국인단독경영, 중외합자경영, 중외합작경영 방식'으로 라디오 방송국과 TV 방송국을 설립하는 것을 금지한다'고 명시하고 있다. 제4장 방송 프로그램 부분에서는 '라디오 방송국과 TV방송국은 국무원 방송행정부처에서 승인한 프로그램 개설 범위 내에서 프로그램을 개설해야 한다. 방송 프로그램은 라디오 방송국, TV방송국과 성급 이상 방송행정부처의 승인을 받아 설립한 방송 프로그램 제작경영기관에서 제작해야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국은 방송 프로그램의 질을 향상시키고 중국 국산 우수 프로그램 수량을 늘려야 한다. 드라마 제작기관은 국무원 방송행정부처의 승인을 거쳐 드라마 제작허가증을 획득한 후에야 드라마를 제작할 수 있다'고 규정하고 있다.

해외 방송 프로그램에 관해서는 '라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 해외 영화, 드라마는 국무원 방송행정부처의 심사승인을 받아야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 기타 해외 방송 프로그램은 국무원 방송행정부처 또는 심사자격을 갖춘 기타 기관의 심사승인을 받아야 한다. 해외에 공급하는 방송 프로그램은 유관 규정에 따라 성급 이상 방송행정부처에 등록을 해야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국의 해외 방송 프로그램 방영시간과 전체 방송 프로그램 방영시간 대비 비중은 국무원 방송행정부처의 규정을 따른다. 라디오 방송국과 TV방송국이 위성 등 전송방식으로 해외 방송 프로그램을 수입, 중계하는 경우 반드시 국무원 방송행정부처의 승인을 거쳐야 한다'고 규정하고 있다.

중국은 '방송관리조례'를 근거로 외국인단독경영, 중외합자경영, 중외합작경영 방식으로 라디오 방송국과 TV 방송국을 설립하는 것을 금지하고 있다. 해외 방송 프로그램을 방영하기 위해서는 국가광전총국 및 기타 지정기관의 심사승인을 받아야 한다.

## 2) 디지털 전환

### (1) 케이블 방송망의 디지털화 및 쌍방향화

중국정부는 케이블 TV의 디지털화를 가속화하여 2015년까지 아날로그 방송을 대체적으로 종료한다는 목표를 내놓고 이를 적극 추진해왔다.

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

<표 2-9> 중국의 케이블 방송망 디지털화 로드맵

구분	디지털화 완료 지역
1단계 (~2005년)	직할시 동부지역 지급시(地級市) 이상 도시 중부지역 성(省)소재지 및 일부 지급시 서부 지역 일부 성소재지
2단계(~2008년)	동부지역 현(縣)급 이상 도시 중부지역 지급시 및 대다수 현급 도시 서부지역 일부 지급시 이상 도시, 소수 현급 도시
3단계(~2010년)	중부지역 현급 도시 서부지역 대다수 현급 이상 도시
4단계( ` 2015년)	서부지역 현급 도시

자료: 국가광전총국(2001), 건홍리서치 분석

그러나 방송망의 디지털화가 계획보다 부진하자 2008년 1월 1일 국무원 판공청은 ‘국가발전개혁위원회 등 부처의 디지털 TV 산업 발전 권장 관련 몇가지 정책 전달에 관한 국무원 판공청의 통지(国务院办公厅转发发展改革委等部门关于鼓励数字电视产业发展若干政策的通知)’을 발표하여 조세혜택, 방송사업자의 부가통신서비스 허용 등의 새로운 지원책을 내놓았다. ▷ 케이블TV의 디지털화를 계기로 디지털 방송의 보급을 가속화하고 3망융합을 추진하며 디지털TV 밸류체인 정착 ▷ 2010년에 동부와 중부지역 현급 이상 도시, 서부지역의 대다수 현급 이상 도시에서 케이블TV의 디지털화를 대체적으로 완료. 2015년까지 아날로그 방송을 대체적으로 종료 ▷ 2015년까지 중국의 디지털 TV 산업규모와 기술수준을 세계 상위 수준으로 향상. 세계 최대 디지털TV 완제품과 핵심부품 개발·생산거점으로 정착. TV 생산대국에서 디지털TV 산업강국으로 변신 등의 목표를 내놓았다.

또 이같은 목표를 달성하기 위해 ▷ 디지털TV 관련 기업이 상장, 사채 발행, 신주 발행 등 방식으로 자금을 조달하여 디지털TV 사업에 대한 투자를 늘리는 것을 적극 지원 ▷ 금융기관에서 디지털TV산업에 금융서비스를 제공하는 것을 권장 ▷ 수입 관세와 부가가치세 면제<sup>2)</sup> ▷ 디지털 케이블TV 기본 시청 유지보수비<sup>3)</sup>의 영업세 면제 등의 지원

2) '외상투자산업지도목록(外商投资产业指导目录)'과 '산업구조조정지도목록(产业结构调整调

책을 제공하기로 했다. 또 3망융합 가속화 정책의 일환으로, 방송사업자가 국가공중망과 방송망 등 정보망을 기반으로 디지털 TV 서비스와 부가통신서비스를 제공하는 것을 권장하고 국가 투융자 정책에 부합되는 전제조건하에서 국유 통신사업자를 비롯한 투자자들이 디지털TV 접속망 구축 및 수신단말기의 디지털화에 참여하는 것을 지원한다고 밝혔다. 이밖에 디지털 TV 가격형성 메커니즘을 개선, 부가서비스 이용료와 디지털 TV 유료 프로그램 시청료는 정부에서 권장가격을 제시하거나 케이블 TV 사업자가 자율적으로 정하도록 했다. 각지 지방정부들도 중앙정부의 방침에 따라 케이블 방송망의 디지털화에 다양한 지원책을 제공하고 있다. 일례로 북경시 케이블TV망 사업자 BGCTV(歌华有线)는 2010년에 2억 위안의 쌍방향 HDTV 사업 정부지원금을 획득하고 2011년에도 3억 550만 위안의 정부지원금을 획득했다. 해당 지원금은 쌍방향 HDTV 셋탑박스 무료 설치, 프론트엔드 및 백엔드 시스템, 네트워크 구축 등에 사용되고 있다. 이밖에도 BGCTV는 북경시정부로부터 하이테크기업 인증을 받아 15%의 법인세 우대세율을 적용 받고 있다.

케이블 방송망의 디지털화 및 쌍방향화를 촉진하기 위해 2009년 7월 29일 국가광전총국은 케이블 방송망의 디지털화, 정보화, 규모화, 산업화 촉진, 케이블 방송망의 통합 가속화, 케이블 방송망 사업자의 기업화 추진 등 내용을 골자로 한 ‘케이블 방송망의 발전 가속화에 관한 몇가지 의견 인쇄발부에 관한 통지(廣電總局關於印發〈關於加快廣播電視有線網絡發展的若幹意見〉的通知)’를 발표했다. 이를 통해 처음으로 케이블 방송망 통합 및 쌍방향화 로드맵을 제시했으며, 2010년 말까지 성(省) 내 케이블 방송망의 통합을 대체적으로 완료하고 2012년 말 전국 도시 시청가구의 쌍방향화 비율은 평균 80% 이상 달성한다는 목표를 내놓았다.

---

整指导目录)’에 포함된 디지털TV 투자사업에 필요한 자가장비를 수입하거나 계약에 따라 장비와 함께 수입하는 기술(S/W 포함), 부품과 비품의 수입 관세와 부가가치세 면제(단, 외상투자사업 면세불가 수입상품목록(外商投资项目不予免税的进口商品目录)과 ‘국내 투자사업 면세불가 수입상품목록(国内投资项目不予免税的进口商品目录)’에 포함된 상품은 제외)

3) 중국은 케이블TV 기본 시청 유지보수비라는 명목으로 케이블TV 시청료 부과

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

<표 2-10> 중국의 케이블 방송망 통합, 디지털화 및 쌍방향화 로드맵

구분	목표
케이블 방송망 통합	2010년 말까지 성(省) 내 케이블 방송망의 통합 대체적으로 완료, 전국적 케이블 방송망의 규모화, 산업화를 위한 기반 마련
케이블 방송망의 전면적 디지털화	2010년까지 직할시, 동부와 중부지역 지급시(地級市) 이상 도시의 케이블TV의 디지털화 완료, 동부와 중부지역 현(縣)급 도시와 서부지역 대부분 현(縣)급 이상 도시의 케이블TV의 디지털화 대체적으로 완료 2015년까지 모든 현(縣)급 이상 도시의 케이블TV의 디지털화 대체적으로 완료
케이블 방송망의 쌍방향화	2010년 말 대·중도시 시청가구의 쌍방향화 비율 평균 60% 이상 달성 2011년 말 대·중도시 시청가구의 쌍방향화 비율 평균 95% 이상, 기타 도시 시청가구의 쌍방향화 비율 평균 50% 이상 달성 2012년 말 전국 도시 시청가구의 쌍방향화 비율 평균 80% 이상 달성

케이블 방송망의 NGB로의 전환 가속화

케이블 방송의 디지털화를 끝낸 지역은 방송망의 쌍방향화 가속화

케이블 방송의 디지털화를 끝내지 못한 지역은 디지털화/쌍방향화 동시추진

자료: 국가광전총국(2009), 건홍리서치 분석

그러나 2011년 말 기준으로 전국의 31개 성(자치구, 직할시) 중에서 성내 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역은 26개로 당초 계획보다 부진한 상황이다. 쌍방향화 방송망 커버리지 시청자는 5,700만 가구 정도로 전체 케이블 방송 가입자(2억 264만 3,900가구) 대비 28%에 그친다.

(2) 지상파TV의 디지털화

2006년 8월 전국표준화관리위원회(全國標準化管理委員會)는 중국이 독자개발한 DTMB(Digital Television Terrestrial Multimedia Broadcasting)를 국가표준으로 확정하고 2007년 8월부터 시행했다. 2008년 1월 1일 CCTV에서 DTMB 시범방송을 한 후 북경(北京), 천진(天津), 상해(上海), 심양(沈陽), 청도(靑島), 진황도(秦皇島), 광주(廣州), 심천(深圳) 등 8개 도시에서 올림픽을 앞두고 디지털 지상파 TV 를 개통했다. 2008년 11월 중국정부는 25억 위안을 디지털 지상파 TV 발전 자금으로 투입, 3-5년 안에 333개 도시,

2,861개 현(縣)에 디지털 지상파 TV의 커버리지를 실현할 계획이라고 발표했다. 그러나 디지털 케이블TV와 직접위성방송에 비해 디지털 지상파TV는 현재 부진한 상황이다. 2012년 1분기 말 기준으로 중국의 디지털 지상파 TV 가입자는 1,520만 가구에 그쳤다. 2011년 말 기준으로 디지털 지상파 TV 커버리지를 완료하고 기술적 검수를 통과한 도시는 317개다. 그동안 중국정부는 확실한 로드맵이 없이 지상파 TV의 디지털화를 추진해왔으며, 2012년 2월 14일 열린 전국방송영화과학기술회의(全国广播影视科技会议)에서 국가광전총국은 '중국 디지털 지상파 TV 발전규획(我国地面数字电视发展规划)' 의견수렴안을 발표, 지상파TV 디지털화를 2020년까지 완성할 방침이라고 밝혔다.

<표 2-11> 중국 디지털 지상파 TV 발전규획 로드맵

시기	로드맵
2013년 말	현급 이상(현급 포함) 도시는 HD, SD 방식으로 디지털 지상파 TV 방송
2015년 초	디지털 지상파 TV 보급률은 아날로그TV 수준으로 향상. 디지털 지상파 TV 수신기 보급률이 85%를 넘는 지급시에서 아날로그TV 신호 점차 중단
2018년 말	전국의 지급시 이상 도시(지급시 포함)에서 지상파TV의 디지털화 완료
2019년 초	디지털 지상파 TV 보급률은 아날로그TV 수준으로 향상. 디지털 지상파 TV 수신기 보급률이 85%를 넘는 현급시에서 아날로그TV 신호 점차 중단
2020년 말	지상파 아날로그TV 신호 중단. 지상파TV의 디지털화 완료

자료: 국가광전총국(2012)

### (3) 위성TV의 디지털화

2008년에 중국에서 직접위성방송을 발사하며 중국의 디지털 위성TV 시장이 열렸다. 직접위성방송은 농촌의 난시청 지역 해소를 목표로 하는 ‘방송 촌촌통(廣播電視村村通)’ 사업에 사용되고 있다. 중공중앙 선전부와 국가광전총국은 2011년 4월부터 Ningxia(寧夏), Inner Mongolia(內蒙古), Hebei(河北)의 일부 농촌에서 직접위성방송 시범사업을 추진해왔다. 중국은 2011년 1,000만 가구, 2012년 5,000만 가구, 2013년 1억 가구, 2014년 1억 5,000만 가구, 2015년 2억 가구의 규모로 직접위성방송 공공서비스를 확대시킨다는 방침이다. 국가광전총국에 따르면 2012년 2월 기준으로 15만 개 행정촌을 직접위성방송 커

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

버리지 범위에 포함시키고 커버리지 인구는 3,700만 가구를 넘어섰다. 한편 중국의 방송 리서치업체 ResearchDtv(络达咨询)에 따르면 2011년 중국의 디지털위성TV 가입자 수는 1,650만 가구이며 2012년 가입자 수는 5,430만 가구에 이를 전망이다.

<표 2-12> 중국 디지털 위성TV 가입자 추이

시기	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
가입자 수 (만 가구)	366	1231	1296	1650	5430	8750	12810	16590

자료: ResearchDtv(2012)

중국은 2015년까지 케이블TV의 디지털화를 완료하고 2020년까지 지상파TV의 디지털화를 완료한다는 방침이다. 위성TV의 디지털화 분야에서는 2015년까지 2억 가구를 대상으로 직접위성방송 공공서비스를 확대시킨다는 방침이다.

### (4) HDTV 활성화

국가광전총국은 2009년 8월 6일 ‘HDTV 활성화 촉진에 관한 통지(关于促进高清电视发展的通知)’를 발표하여 HDTV와 SDTV 동시방영 방식으로 HDTV의 활성화를 촉진할 것이라고 밝히고 CCTV1과 북경위성TV, 상해동방위성TV, 강소위성TV, 호남위성TV, 흑룡강위성TV, 절강위성TV, 광둥위성TV, 심천위성TV 등 9개 채널에서 9월 28일부터 HD/SD 동시방영을 하도록 했다. 이에 이어 2010년 9월에는 ‘HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지(廣電總局關於進一步促進和規範高清電視發展的通知)’를 발표하여 HDTV 편성비율을 높일 것을 촉구했다. HDTV의 보급화를 위해 ▷ 조건을 갖춘 위성TV 채널과 HD 방송에 적합한 지상파 다큐멘터리 채널, 스포츠 채널, 애니메이션 채널, 드라마 채널은 국가광전총국의 승인을 거쳐 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영 가능 ▷ 기존의 유료 디지털 케이블TV채널을 국가광전총국의 승인을 거쳐 유료 HDTV 채널로 변경하는 것을 권장 등의 방침을 제시했다. 또 천진위성TV, 호북위성TV, 산둥위성TV, 광서위성TV, 안휘위성TV 등 5개 위성채널과 북경의 문예채널, 스포츠채널, 천진(天津)의 권투·무술채널, 다큐멘터리 채널, 도시극장채널, 스포츠채널, 성도(成都)TV방

중국의 뉴스종합채널, 일조(日照)TV방송국의 뉴스종합채널, 제남(濟南)TV 방송국의 뉴스종합채널 등 지방 방송채널들이 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영을 하는 것을 추가로 허가했다.

중국은 HDTV 활성화의 일환으로 해외 영화와 드라마를 수입하는 경우, HD 기술로 제작한 영화와 드라마를 우선적으로 검토한다고 밝히고 있다.

‘HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지’에서는 제작사에 대해서도 ▷ 영화방송 제작사의 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 등 프로그램의 HD 제작비율 증가 ▷ 2011년부터 영화방송 제작사에서 제작완료한 드라마 중에 HD 제작비율은 50% 상회 ▷ 2012년부터 HD 기술로 제작한 드라마 만이 드라마상 심사에 참가 가능 ▷ HD/SD 동시방영 채널을 개통한 방송국은 외주제작 프로그램 중 HD 프로그램 특히 HD 영화와 드라마의 비율 증가 ▷ 해외 영화와 드라마를 수입하는 경우, HD 기술로 제작한 영화와 드라마를 우선적으로 검토 등의 요구를 제시하고 있다. 각지 방송 주무부처는 디지털 케이블 방송에 CCTV HD 채널과 HD/SD 동시방영 채널을 편성시켜야 하며, 이를 이유로 전송료와 시청료를 추가로 부과하는 것은 금지된다.

<표 2-13> 국가광전총국의 HDTV 활성화 정책조치

구분	HDTV 활성화 촉진에 관한 통지	HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지
HDTV 방영 비율	HDTV와 SDTV 동시방영 방식으로 HDTV의 활성화를 촉진 HD/SD 동시방영 개시후 1차 연도의 HD/SD 동시방영 비율과 HD 방영 비율은 50% 이상. 2차 연도의 HD/SD 동시방영 비율과 HD 방영 비율은 70% 이상. 3차 연도에는 HD 방영비율 100% 달성 1차 연도와 2차 연도에 HD	‘HDTV 활성화 촉진에 관한 통지’의 요구사항 재강조. 2010년 9월 28일부터 HD/SD 동시방영 비율과 HD 방영 비율은 70% 이상으로 향상. 황금시간대(18:30-23:00)에 HD 프로그램만 방영 가능(광고, 일기예보 포함) 2011년 9월 28일부터 HD 방영비율 100% 달성

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

	채널은 황금시간대(18:30-23:00)에 HD 프로그램만 방영 가능(광고, 일기예보 포함)	
방송사에 대한 요구	방송국 장비의 디지털화 가속화, HD 프로그램 제작, 방영 시스템 구축 가속화, HD 프로그램의 질적 향상 촉구 HDTV 활성화 명목으로 채널을 증설하는 것을 원칙상 불허	HDTV의 보급화를 위해, 조건을 갖춘 위성TV채널과 HD 방송에 적합한 지상파 다큐멘터리 채널, 스포츠 채널, 애니메이션 채널, 드라마 채널은 국가광전총국의 승인을 거쳐 현지 케이블 방송망에서 HD/SD 동시방영 가능 기존의 유료 디지털 케이블TV채널을 국가광전총국의 승인을 거쳐 유료 HDTV 채널로 변경하는 것을 권장
제작사에 대한 요구	---	영화방송 제작사는 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 등 프로그램의 HD 제작비율을 늘려야 함 2011년부터 영화방송 제작사에서 제작완료한 드라마 중에 HD 제작비율은 50%를 넘어야 함 2012년부터 HD 기술로 제작한 드라마 만이 드라마상 심사에 참가할 수 있음 HD/SD 동시방영 채널을 개통한 방송국은 외주제작 프로그램 중 HD 프로그램 특히 HD 영화와 드라마의 비율을 꾸준히 늘려야 함 해외 영화와 드라마를 수입하는 경우, HD 기술로 제작한 영화와 드라마를 우선적으로 검토해야 함
HD/SD	CCTV1과 북경위성TV, 상해동방위성TV, 강소위성TV, 호남위성TV, 흑룡강위성TV, 절강위성TV, 광둥위성TV, 심천위성TV 등 9개 채널	천진위성TV, 호북위성TV, 산둥위성TV, 광서위성TV, 안휘위성TV 등 5개 위성채널이 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영을 하는 것을 허가 북경의 문예채널, 스포츠채널, 천진(天津)의 권투·무술채널, 다큐멘터리 채널, 도시극장채널, 스포츠채널, 성도(成都)TV방송국의 뉴스종합채널, 일조(日照)TV방송국의 뉴스종합채널, 제남(濟南)TV 방송국의 뉴스종합채널 등이 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영을 하는 것을 허가
전송방식	암호화 후 위성을 통해 전송하며 현지 케이블 방송망을 통해 현지 시청자들에게 전송 유료 디지털TV 통합운영 사업자들인 China DTV Media Inc., Ltd.(中央数字电视传媒有限公司), TOPV Digital TV Media Co.,Ltd(鼎视数字电视传媒有限公司)와 SMG(上海电视台)에서 전송 담당. 디지털 케이블 방송망에 HD 프로그램 신호원을 제공	

자료: 국가광전총국(2009, 2010), 건홍리서치 분석

국가광전총국에 따르면, 2011년 말 기준으로 중국의 성급 이상 방송국과 일부 지급시 방송국들이 제작방송 시스템의 디지털화를 마쳤고 HD 스튜디오 설립이 잇따르고 있다. 위성TV채널은 HD/SD 동시방영 비율이 100%에 이르고 천진, 사천, 귀주 등지의 성급 방송국들은 주요 지상파 채널의 SD/HD 동시방영을 하고 있다. 지역 별로 수신가능한 HD 채널 수도 다르다. 상해의 경우 2012년 7월 기준으로 시청가능한 SD 채널은 100개를 넘고 HD 채널 수는 21개로 전국에서 가장 많다. 그 중 12개 채널은 공중파 채널이고 9개 채널은 유료 채널이다. NGB(Next Generation Broadcasting Network) 시범망이 구축된 지역에서는 HD VOD, 3D VOD 서비스도 이용할 수 있다.

<표 2-14> 상해지역 HDTV 채널 현황

구분	채널
공중파	CCTV HD채널
	CCTV1 SD/HD 동시방영 채널
	동방위성TV SD/HD 동시방영 채널
	강소위성TV SD/HD 동시방영 채널
	절강위성TV SD/HD 동시방영 채널
	호남위성TVSD/HD 동시방영 채널
	북경위성TV SD/HD 동시방영 채널
	광둥위성TV SD/HD 동시방영 채널
	심천위성TV SD/HD 동시방영 채널
	흑룡강위성TV SD/HD 동시방영 채널
	Sitv 드라마 채널(SMG 드라마 채널, SD/HD 동시방영 채널)
Sitv 엔터테인먼트 채널(SMG 엔터테인먼트 채널, SD/HD 동시방영)	
유료	CHC HD영화(CHC高清电影)
	신시각 HD(新视觉高清)
	신시각 스포츠 HD(新视觉体育高清)
	신시각 드라마 HD(新视觉剧场高清)
	신시각 다큐멘터리 HD(新视觉纪实高清)
	신시각 엔터테인먼트 HD(新视觉娱乐高清)
	권투무술 HD(搏击高清)
	DOX·영화(DOX·映画)
DOX·드라마(DOX·剧场)	

자료: 건홍리서치 분석(2012)

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

이밖에, 2011년 10월 국가광전총국은 3DTV채널을 개국하기로 결정했고, CCTV, 북경, 천진, 상해, 강소, 심천 등 5개 지역의 방송사들이 함께 개설한 3DTV 시범방송채널은 2012년 1월 1일 개국했다. 위성을 통해 각지 디지털 케이블 방송망을 통해 시청자들에게 전송되며, 디지털 케이블 HDTV 셋탑박스와 3DTV 수신기를 갖춘 시청자들은 무료로 시청이 가능하다.

### 3) 3망융합

방송진영과 통신진영 간 힘겨루기로 방통융합이 지연되는 문제를 해소하기 위해 국가 광전총국과 공업신식화부의 상급 기관인 국무원 차원에서 3망융합<sup>4)</sup>(三网融合)을 주도하고 있다.

#### (1) 국무원의 3망융합 정책기조

2010년 1월 13일 중국 국무원은 상무회의를 열고 2010-2015년의 3망융합 사업 추진 계획을 발표하고 방송과 통신 상호진입 시범사업 실시, 케이블 방송망의 디지털화 및 쌍방향화 추진, 통신 브로드밴드망 구축 가속화, 도시의 FTTH 추진, 농촌지역의 브로드밴드망 커버리지 확대 등을 3망융합 사업의 중점 추진방향으로 제시했다.

〈표 2-15〉 3망융합 단계별 목표와 사업중점

		주요 내용
단계별 목표	시범 (2010-2012)	방송통신간 상호진입 시범사업 3망융합을 질서있게 추진할 수 있는 정책체계와 메커니즘 확립
	보급 (2013-2015)	적절한 경쟁(Moderate competition)이 이루어지는 네트워크 산업구도를 대체적으로 형성 3망융합에 적합한 신규 규제체계를 대체적으로 확립
사업중점	방송통신간 상호진입 시범사업	조건에 부합하는 방송사업자는 부가통신서비스, 일부 기간통신서비스, 인터넷 서비스 경영 가능

4) 3망융합: 방송망, 통신망, 컴퓨터망을 하나로 융합하는 중국식 방통융합

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

추진	조건에 부합하는 통신사업자는 일부 방송 프로그램의 제작, 전송 업무 취급 가능
네트워크 구축, 고도화 강화	케이블 방송망의 디지털화, 쌍방향화를 전면적으로 추진, 케이블 전송망의 서비스 지원능력 향상 케이블 방송망 통합, 시장주체 육성 통신 브로드밴드망 구축 가속화, 도시의 FTTH 추진, 농촌지역의 브로드밴드망 커버리지 확대 기존 정보 인프라 충분히 활용, 네트워크 일괄 기획 및 공동구축, 공유 추진
산업의 발전 가속화	산업형태 혁신, 모바일 멀티미디어 방송, 모바일TV, 디지털TV의 브로드밴드 접속 등 서비스 활용 추진 3망융합에 적합한 국가표준체계 확립 가속화
네트워크 관리 강화	관리제도 정비, 네트워크 정보와 문화적 안전성 보호 3망융합 범용기술, 핵심기술, 기초기술, 핵심 S/W와 하드웨어의 연구개발 및 산업화를 지원하는 산업정책 제정
정책적 지원 강화	3망융합 관련 제품의 개발, 네트워크 구축, 서비스 활용, 농촌지역의 보급에 대해 금융, 재정, 조세 측면에서 지원 제공 3망융합 관련 제품과 서비스를 정부조달 범위에 포함

자료: 국무원 상무회의(2010), 건홍리서치 분석

(2) 3망융합 시범사업 추진현황

2010년 6월 중국 국무원 판공청(國務院辦公廳)은 3망융합 1차 시범거점지역 명단을 발표했다. 1차 시범거점지역은 국무원 3망융합 사업 조율팀(國務院三網融合工作協調小組)이 20여개 지역에서 제출한 3망융합 시범사업 신청자료를 검토하고 현지 케이블 방송망의 쌍방향화, 가입자 규모, 동서부 지역의 경제수준 등 여러가지 요소를 감안하여 선정한 것이다. 북경, 상해, 대련(大連), 하얼빈(哈爾濱), 남경, 항주, 하문, 청도, 무한, 호남성 장사·주주·상담 지역(湖南省長株潭[長沙·株洲·湘潭]地區), 심천, 면양 등 12개 지역을 1차 시범거점지역을 확정하였으며, 그 중 10개 도시는 국가광전총국이 주도하는 NGB 시범지역이다. IPTV서비스가 활발한 상해, 하얼빈, 항주도 시범도시로 선정되었다. 2011년 12월 30일 국무원 판공청은 ‘3망융합 2단계 시범지역도시 명단 인쇄발부에 관한 통지(国务院办公厅关于印发三网融合第二阶段试点地区[城市]名单的通知, 国办函[2011]164号)’를 하달하여 총 42개 도시를 2차 시범거점지역으로 지정해 3망융합의 범위를 더 확대시켰다.

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

<표 2-16> 3망융합 2차 시범거점지역 명단

구분	도시
1차	북경시(北京市), 상해시(上海市), 대련시(大連市), 하얼빈시(哈爾濱市), 남경시(南京市), 항주시(杭州市), 하문시(廈門市), 칭도시(青島市), 무한시(武漢市), 호남성 장사·주주·상담 지역(湖南省長株潭[長沙·株洲·湘潭]地區), 심천시(深圳市), 면양시(綿陽市)
2차	천진시(天津市), 중경시(重慶市), 절강성 Ning파시(浙江省寧波市), 하북성 석가장시(河北省石家莊市), 산서성 태원시(山西省太原市), 내몽고자치구 후허하오터시(內蒙古自治區呼和浩特市), 요녕성 심양시(遼寧省瀋陽市), 길림성 장춘시(吉林省長春市), 안휘성 합비시(安徽省合肥市), 복건성 복주시(福建省福州市), 강서성 남창시(江西省南昌市), 산둥성 제남시(山東省濟南市), 하남성 정주시(河南省鄭州市), 광둥성 광주시(廣東省廣州市), 광서자치구 남녕시(廣西壯族自治區南寧市), 해남성 해구시(海南省海口市), 사천성 성도시(四川省成都市), 귀주성 귀양시(貴州省貴陽市), 운남성 곤명시(雲南省昆明市), 티벳자치구 라싸시(西藏自治區拉薩市), 섬서성 서안시(陝西省西安市), 감숙성 난주시(甘肅省蘭州市), 청해성 서닝시(青海省西寧市), Ning하자치구 은천시(寧夏回族自治區銀川市), 신강자치구 우루무치시(新疆維吾爾自治區烏魯木齊市), 강소성 양주시(江蘇省揚州市), 태주시(泰州市), 남통시(南通市), 진강시(鎮江市), 상주시(常州市), 무석시(無錫市), 소주시(蘇州市), 호북성 효감시(湖北省孝感市), 황강시(黃岡市), 약주시(鄂州市), 황석시(黃石市), 함녕시(咸寧市), 선도시(仙桃市), 천문시(天門市), 잠강시(潛江市), 광둥성 불산시(廣東省佛山市), 운부시(雲浮市)

자료: 국무원 판공청(2010, 2011), 건홍리서치 분석

국무원에서 2010년 6월 승인한 '3망융합 시범방안(三網融合試點方案)'에 따르면, 국가 광전총국은 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼 구축·관리 권한을 독점한다. 케이블 방송망 사업자는 부가통신서비스와 부가통신서비스 관리방식을 적용하는 기간통신서비스, 케이블 방송망 기반의 인터넷 접속 서비스, 국내 IP 전화 서비스, 인터넷 데이터 전송 부가서비스를 제공할 수 있다. 국유통신사업자는 국가광전총국의 승인을 받은 후 IPTV 전송, 모바일 TV Distributing, 공중 인터넷 시청각 프로그램 서비스 등 방송 서비스를 제공할 수 있으나, 방송국 형태로 운영하는 방송 서비스는 제외된다. 원칙상 시범거점지역 1곳당 IPTV 전송 서비스는 통신사업자 1개사 만이 운영할 수 있으며, 모바일TV Distributing 서비스는 적격 통신사업자 또는 통신사업자와 방송사업자의 조인트벤처에서 운영할 수 있다. 케이블 방송망 기반의 인터넷 접속 서비스와 국내 IP 전화 서비스는

케이블 방송망 사업자 1개사 또는 방송사업자와 통신사업자의 조인트벤처에서 운영할 수 있다.

국무원 3망융합 사업 조율팀은 2010년 7월 시범거점지역 지방정부에 '3망융합 추진 협업체계 구축', '3망융합 시범사업 실시방안 제정' 등 내용을 골자로 한 '3망융합 시범사업 관련 통지(关于三网融合试点工作有关问题的通知)'를 하달했다. 시범거점지역의 통신, 방송, 공안 등 유관부처 관계자들로 구성된 성(省)급 3망융합 사업 조율팀을 구성하여 현지 3망융합 시범사업을 조직·실시할 것을 촉구하며 부처간 협력을 강조했다. 성(省)급 3망융합 사업 조율팀은 시범거점지역의 3망융합 시범사업 실시방안을 제정하여, 국무원 3망융합 사업 조율팀에 보고하여 승인을 받아야 한다. 3망융합 시범사업 실시방안을 국무원 3망융합 사업 조율팀에 보고하여 승인을 받은 후, 시범사업에 참여하는 기업과 기관들은 방송, 통신 주무부처에 서비스 허가를 신청해야 한다. 방송·통신 상호진입을 위한 서비스 허가 신청절차는 다음과 같다.

<표 2-17> 방송·통신 상호진입을 위한 서비스 허가 신청

구분	신청기관
국유 통신사업자	국유통신사업자 그룹본사는 국가광전총국에 방송서비스 허가 신청. 허가를 받은 후 시범거점 지역의 자회사를 통해 현지에서 해당 방송 서비스 제공 IPTV 전송, 모바일 TV 방송 Distributing, 공중 인터넷 시청각 프로그램 서비스 등 방송 서비스(방송국 형태로 운영하는 방송 서비스 제외) 가능
케이블 방송망 사업자	성(省)급 통신관리국에 부가통신서비스와 부가통신서비스 관리방식을 적용하는 기간통신서비스 <sup>5)</sup> 허가 신청 공업신식화부에 케이블 방송망 기반의 인터넷 접속 서비스, 국내 IP 전화 서비스, 인터넷 데이터 전송 부가서비스 허가 신청. 허가를 받은 후 시범거점 지역의 자회사를 통해 해당 서비스 제공

자료: 국무원(2010), 건홍리서치 분석

5) 부가통신서비스 관리방식을 적용하는 기간통신서비스: 아날로그 주파수공용통신서비스(TRS), 무선호출 서비스, 국내 VSAT 서비스, 유선통신망 기반의 국내 데이터 전송 서비스와 무선 데이터 전송 서비스, 가입자 망(CPN) 서비스, 네트워크 호스팅 서비스

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

중국정부가 산업을 고도화하고 새로운 성장 모멘텀을 확보하기 위해 추진하는 신성장 산업 활성화 정책에도 3망융합 관련 내용이 들어있다. 2010년 10월 18일 국무원은 ‘전략적 신흥산업 육성 및 활성화 가속화에 관한 결정(國務院關於加快培育和發展戰略性新興產業的決定)’을 발표하여 에너지 절감·환경보전, 바이오기술, 차세대 IT, 첨단장비 제조, 신에너지, 신소재, 신에너지 자동차 산업 등 7대 산업을 전략적 신흥산업에 선정하고 GDP 대비 전략적 신흥산업의 비중을 2015년 8% 내외, 2020년 15% 내외로 잡고 2030년을 전후하여 전략적 신흥산업을 세계적인 수준으로 향상시킨다는 방침을 확정했다. 차세대 IT 산업과 관련하여 ‘브로드밴드·유비쿼터스·컨버전스·안전한 정보망 인프라 구축 가속화, 차세대 이동통신·차세대 인터넷 핵심장비와 지능형 단말기 연구개발과 산업화 촉진, 3망융합 가속화, 사물인터넷·클라우드 컴퓨팅 연구개발과 시범응용 추진’ 등의 목표를 제시했다.

중국의 3망융합은 현재 IPTV를 중심으로 이뤄지고 있다. 현재 IPTV 서비스를 제공하고 있는 지역은 모두 국무원에서 3망융합 시범거점지역을 지정하기 전에 이미 IPTV 서비스를 제공하던 지역이다. 왕슈쥘(王秀军) 공업신식화부 총엔지니어(CTO)에 따르면 2011년 중국의 IPTV 가입자는 1,350만 가구를 상회하고 모바일TV 가입자는 5,900만 명을 넘어섰다. 뤼젠후이(羅建輝) 국가광전총국 인터넷 시청각 프로그램 관리국 국장에 따르면 2011년 12월 기준으로 중국의 3망융합 시범거점지역의 IPTV 가입자는 총 350만 가구에 이른 것으로 나타났다. 그동안 IPTV 서비스를 제공하지 않고 있다가 3망융합 시범거점지역에 지정된 지역만 봤을 때, 북경(北京), 석가장(石家莊) 등 지역들은 3망융합 시범방안에 따라 IPTV 서비스를 적극 준비하는 중이다. 북경은 지금까지 IPTV 서비스가 없는 상황이다. 북경의 3망융합 시범방안은 시범거점지역 중 최초로 2011년 5월에 국무원 3망융합 조율팀의 승인을 받았다. 2012년 7월에 CNTV(中國網絡電視台), BTV(北京電視台)과 북경유니콤은 3망융합(IPTV) 사업협력에 관한 MOU를 체결, 테스트 단계에 들어갔다. MOU에 따라 CNTV와 BTV는 IPTV 콘텐츠 통합편성·방송제어 플랫폼 구축을 담당하고 북경유니콤은 IPTV 전송망 구축을 담당한다. CNTV와 BTV 플랫폼의 콘텐츠를 통합한 후 북경유니콤의 IPTV 전송망에 연결되어 가입자들에게 전송될 예정이다.

현재 중국에서 IPTV 서비스를 제공하고 있는 지역은 모두 국무원에서 3망융합 시범거점 지역을 지정하기 전에 이미 IPTV 서비스를 제공하던 지역이다. 북경은 시범거점지역 중 최초로 3망융합 시범방안이 승인을 받았으나 지금까지도 IPTV 서비스를 제공하지 않고 있다.

### (3) 국가광전총국의 NGB(차세대 방송망) 구축

중국 방송사업주관부서인 국가광전총국은 국무원의 방침에 따라 3망융합 사업에 필요한 자체 네트워크 인프라를 구축하는 한편, 통신사업자의 통신망에 대한 의존도를 낮추고 주도권을 더 강화하기 위해 NGB(Next-Generation Broadcast, 차세대 방송망) 구축을 추진하고 있다. 지금 상황으로 봤을 때 국가광전총국의 차세대 방송망은 방송과 통신의 융합이라는 대환경하에 향후 융합서비스 분야에서 통신사업자와 대항 가능한 자체 네트워크를 구축하고자 하는 것이 목적이며 통신망과 일종의 경쟁관계라고 볼 수 있다. 국무원에서 2010년 1월 발표한 ‘3망융합 추진방안(推進三網融合總體方案)’ 중 방송망 관련 조치로는 ‘케이블 방송망의 디지털화 및 쌍방향화 추진. 현재 지역별로 분산되어 있는 케이블 방송망 통합 적극 추진. 전국의 케이블 방송망에 대한 일원화 관리를 실시하는 국가급 케이블 방송망 사업자 설립방안 연구’ 등이 있다. 국가광전총국은 방통융합 서비스를 지원하기 위해서는 기존 방송망의 고도화가 필요하다고 주장하며, 차세대 방송망 사업을 적극 추진하고 있다. 2010년 7월 국가광전총국 과기사(科技司)는 ‘중국 NGB 독자혁신전략 연구보고서 전달에 관한 통지(廣電總局科技司關於轉發〈中國下一代廣播電視網自主創新戰略研究報告〉的通知)’를 발표했다. 국가광전총국은 ‘중국 NGB 독자혁신전략 연구보고서’에서 ‘중국이 자체 개발한 선진형 네트워크 기술을 바탕으로 10년의 시간을 들여 차세대 방송망을 구축, 통신망과 공평한 경합을 벌이는 것’을 전략적 목표로 제시하고, 이를 바탕으로 10년 계획의 전반적 목표와 단계별 목표를 확정했다.

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

<표 2-18> NGB 10년 계획의 전반적 목표

전반적 목표	케이블 방송망의 디지털화, CMMB(China Multimedia Mobile Broadcasting) 추진 성과와 ‘고성능 브로드밴드 정보 네트워크 3TNet <sup>6)</sup> ’ 를 바탕으로, 중국 실정에 맞는 방통융합 모델 연구 및 제시 유무선망을 융합하고 홈 사물 인터넷 <sup>7)</sup> 을 지원하는 신형 방송망 기술체계 연구개발, 관련 핵심기술 및 장비 개발, 중국 전역을 커버하는 차세대 방송망 구축
-----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 국가광전총국(2010), 건홍리서치 분석

국가광전총국은 기술적 혁신, 전국적 사업자 출범 등 조치를 통해 NGB 사업을 추진할 방침이다.

<표 2-19> NGB 추진조치

기술적 혁신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산학연 공동연구를 통한 NGB 범용 기술 및 표준 연구, 핵심장비 개발, 정책 연구 추진. 기업의 기술적 혁신 촉진</li> <li>• NGB 사업을 추진하기 위한 기술표준체계 보장. 산업표준과 국가표준 제정 또는 개정. 광전송, 네트워크 라우팅, 단말장치, 홈 네트워크, 지능형 가전 간의 호환성 향상. 컨소시엄 구성 등 방식으로 밸류체인 확장</li> <li>• 개방적, 고효율적 기술혁신 지원체계 확립. 기술개발사업 참여</li> <li>• 연구기관과 기업에 공유 가능한 범용 플랫폼 제공</li> </ul>
전국적 사업자 출범	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 각 성(자치구, 직할시) 케이블 방송망을 통합하여 전국적 NGB 방송망 사업자 출범</li> <li>• 지방정부로부터 조세, 금융 등 지원정책을 이끌어내고 NGB 인프라 구축, 애플리케이션 및 서비스 개발에 민간자본 유치</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2010), 건홍리서치 분석

- 6) 3TNet: 전송, 스위칭, 라우팅 속도가 초당 TB(Tera Byte)급이라는 데서 붙여진 이름임. 가입자당 41Mbps 이상의 대역폭을 제공하며 HD급 TV, 디지털TV, 인터넷, 영상통화, IPTV, VoIP 등 서비스 지원
- 7) 홈 사물 인터넷(家庭物聯網): 미래 가정을 위한 사물 네트워크. 인터넷, 홈 브로드밴드(무선 홈 라우터로 구성), Zigbee 무선 홈 모니터링 네트워크, 3G 이동통신망 등으로 구성. 쌍방향 비디오, 자동 모니터링 등 기능 지원

‘중국 NGB 독자혁신전략 연구보고서 전달에 관한 통지’에 따르면, 국가광전총국은 NGB 10년 계획을 세 단계에 걸쳐 추진할 방침이며, 단계별 기술목표는 다음 표와 같다.

〈표 2-20〉 NGB 10년 계획 추진 로드맵

시기	추진 내역
1단계 (2010-2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방통융합 지원 서비스 플랫폼, 방송 및 쌍방향 기능을 융합한 신형 브로드밴드 접속 기술, 홈 사물 인터넷, 단말 기술, 콘텐츠 보호 등 핵심기술을 중점적으로 발전</li> <li>• NGB 지원 네트워크 장비, 서비스 응용 및 지원 시스템, 핵심 칩, S/W, 홈 사물 인터넷 장비 및 가입자 단말기 연구개발</li> <li>• NGB 기반 디지털 콘텐츠 서비스 시스템 솔루션 연구. 표준 프레임워크 및 관련 표준 제정 완료. NGB 구축 기반 마련</li> <li>• 파급효과가 있는 일부 도시를 선정하여 방통융합 시범사업 개시. 케이블 방송망의 디지털화 과정에서 생성된 HD 동영상, 풀미디어 정보 서비스, 온라인 엔터테인먼트, 온라인 교육, 홈 서비스 등 신규서비스 보급을 중점적으로 추진</li> <li>• 통신서비스와 인터넷 서비스 시범운영. 3D TV 서비스와 홈 사물 인터넷 서비스 시범운영. 쌍방향 TV 서비스 기반의 광역 서비스 시범구역을 초보적으로 형성</li> </ul>
2단계 (2013-2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유무선 융합 NGB 네트워크 아키텍처 연구.</li> <li>• 초고속·초고용량·재구성(Reconfigurable) 지원 네트워크 기술 연구. 방통융합에 적합한 저원가·저에너지 보안장비, 유무선 융합 신형 브로드밴드 접속 시스템, 스마트홈 네트워크 및 단말장비, NGB 사물 인터넷 시스템 연구개발</li> <li>• NGB 개방형 서비스 플랫폼 및 개방형 인터페이스 기반의 각종 방통융합 서비스 응용 시스템 개발. NGB 신규 서비스 개발 적극 추진, NGB 표준체계 완비화, NGB를 전국에 보급하기 위한 기술 및 산업화 준비 완료</li> <li>• 1단계 시범사업 경험 도출, NGB의 주요 기능과 기술적 특징을 구비한 전국적 운영 네트워크 및 모니터링 네트워크 구축. 업무 분장이 명확하고 고효율적인 NGB 규제체계 확립</li> <li>• 통신망과 평등한 경쟁 및 협력을 할 수 있는 기능 및 성능 도달. 방통융합의 실질적 발전 이룩</li> </ul>
3단계 (2016-2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NGB 독자혁신 사업 및 전략적 신흥산업의 발전 촉진. 유무선 융합, 사물 인터넷 기능과 서비스를 지원하며 전국의 3억 가구를 커버하는 NGB 구축. 고효율, 신뢰가능한 방통융합 서비스 본격화</li> <li>• NGB를 국가 인터넷 문화 전파 및 사회 정보 서비스를 위한 주요 인프라로 활용. 문화산업 활성화 촉진 및 국가 정보화 수준 향상</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2010), 건홍리서치 분석

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

국가광전총국은 NGB 구축을 통한 서비스 다양화, 중국 국산 기술 활용, 콘텐츠 보안성 향상 등의 효과를 창출할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 실제로 NGB 구축 후 국가광전총국은 통신사업자의 통신망과 브로드밴드망을 이용하지 않고, 자체적으로 CMMB 및 IPTV 서비스를 제공할 수 있다.

<표 2-21> NGB 기대효과

다양한 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>고해상도, 쌍방향, 브로드밴드, Push-Broadcast-Storage를 특징으로 하는 영상, 정보, 엔터테인먼트, 교육 등 다양한 서비스 지원</li> </ul>
중국 국산 기술 기반의 네트워크 아키텍처	<ul style="list-style-type: none"> <li>코어망, MAN, 액세스망, 홈네트워크 등 4계층 구조</li> <li>코어망은 성숙된 기술체계와 전송 스위칭 장비 사용. 863계획 국책 연구과제의 일환으로 개발된 대용량 ACR(Access Convergence Router)를 MAN 에지 액세스 노드로 사용</li> <li>액세스 계층은 망은 ‘광케이블+동축케이블’의 트리(Tree) 또는 성형(Star) 구조로, 중국에서 자체개발한 HINOC<sup>8)</sup> 기술 적용. 가구당 100Mbps(확장 가능)의 전송속도 지원</li> </ul>
개방형 서비스 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>케이블 방송망 사업자의 컨버전스 서비스 관리 및 과금 관리, 상호 접속 지원. 서비스 인터페이스의 표준화, 부가서비스의 호환성 실현</li> </ul>
통합형 네트워크 및 서비스 관리 기술	<ul style="list-style-type: none"> <li>네트워크의 관리성, 서비스 신뢰성 향상. 로직 및 서비스 계층의 변화에 따라 동적으로 네트워크와 서비스 관리능력 조절</li> </ul>
콘텐츠 보안성	<ul style="list-style-type: none"> <li>NGB 상의 콘텐츠, 저작권에 대한 사전 심사. 방송 콘텐츠의 무결성 검사. 불량·불법 콘텐츠 방지</li> </ul>
스마트홈/지능형 OA를 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>스마트홈, 지능형 OA를 지원하는 NGB 가정 정보 네트워크 및 사물인터넷</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2010), 건홍리서치 분석

2011년 말 기준으로 상해 NGB 시범망의 방송 커버리지 인구는 200만 가구, NGB 쌍방향 HD 서비스 가입자는 35만 가구로 집계됐다.

8) HINOC: High performance Network Over Coax의 약자로 동축케이블 기반의 RF 변조 기술

국가광전총국은 통신망에 대한 의존도를 낮추기 위해 NGB 구축에 적극적이거나 전국의 케이블 방송망 통합이 부진해 전국적 NGB 사업자 설립도 늦춰지고 있고 NGB 가입자 수도 기대에 못미치고 있다.

#### 4) 종합미디어그룹 육성

문화산업 활성화의 일환으로 문화기업 육성정책이 포함돼 있다. 중국에서 문화기업은 언론출판, 방송영화, 문화예술에 종사하는 기업을 지칭하며 총 18개 유형으로 분류된다. 그 중 방송콘텐츠 및 뉴미디어와 관련된 기업은 ▷ 언론출판, 방송영화, 문화예술 전시업체 ▷애니메이션 창작, 출판, 제작, 배급 업체 ▷ 방송(유료방송과 디지털 방송 포함) 프로그램 제작, 배급 업체, 영화방송 프로그램 및 영화 수출업체 ▷ 유료방송채널 운영, 프로그램 통합방송, 접속서비스 보급업체 ▷ 방송영화의 케이블, 지상파, 위성전송업체 ▷ 모바일TV, 인터넷TV, VOD 등 시청각 프로그램 서비스업체 ▷ 문화예술, 방송영화, 출판물 관련 지적재산권 개발 및 양도 업체, 저작권 대행 및 무역업체 ▷ 국가행정주무부처의 허가를 거쳐 인터넷 도서, 인터넷 신문, 인터넷 간행물, 음반영상제품, 전자출판물, 인터넷 시청각제품 등의 개발을 하는 업체, 온라인 출판물 거래업체 ▷영화방송, 출판물, 음악, 미술작품 및 기타 문화자원의 디지털화 가공업체 ▷ 도서, 신문, 잡지, 음반영상제품, 전자출판물 출판업체 등이 있다. 따라서 문화기업 육성정책은 앞에서 언급한 방송콘텐츠 및 뉴미디어와 관련된 기업에 모두 적용이 되는 것이다.

'문화산업진흥규획'에서는 경쟁력을 갖춘 문화기업을 육성하여 중국 문화산업의 국제 경쟁력을 증대시킨다. 성장성이 있고 경쟁력이 있는 문화기업이나 그룹을 선정하여 정책적 지원을 강화하고 다지역, 다업종 인수합병을 촉진하여 기업의 규모를 확대시키고 집약화 경영수준을 향상시킨다. 조건을 갖춘 문화기업이 자본시장에서 투자를 유치하는 것을 권장 및 유도하고 문화산업 전략투자자들을 육성한다'는 방침을 제시하고 있다. '국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강'에서는 '공유제를 중심으로 다양한 소유제의 기업들이 공동발전하는 산업구도를 형성한다. 핵심경쟁력을 갖춘 국유 또는 국유지주 대형 문화기업 또는 그룹을 육성한다. 중앙정부에서 정책적으로 허용하는 범위 내에서 사회자본이 다양한 형식으로 문화산업에 투자하고 국유문화기관의 기업화 개혁, 문화산업단지

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

구축에 참여하도록 유도하며 투자승인, 신용대출, 부지사용, 조세, 상장, 사채 발행, 대외 무역, 전용자금 신청 등 측면에서 지원책을 제공한다. 조건을 갖춘 문화기업이 증시에 상장하여 자금을 조달하는 것을 지원하고 기상장기업이 인수합병을 통해 규모를 확대하는 것을 권장한다'고 밝히고 있다. '문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획'에서는 '브랜드 인지도가 있는 문화기업을 300개 정도 육성한다'는 목표를 내놓았다. 이같은 정책에 힘입어 미디어 사업자의 인수합병, 상장 등 사례가 꾸준히 증가하고 있다.

〈표 2-22〉 문화기업 육성정책

분야	목표
문화산업진흥규획	<ul style="list-style-type: none"> <li>경쟁력을 갖춘 문화기업을 육성하여 중국 문화산업의 국제경쟁력 증대</li> <li>성장성이 있고 경쟁력이 있는 문화기업이나 그룹을 선정하여 정책적 지원을 강화하고 다지역, 다업종 인수합병을 촉진하여 기업의 규모를 확대시키고 집약화 경영수준 향상</li> <li>조건을 갖춘 문화기업이 자본시장에서 투자를 유치하는 것을 권장 및 유도하고 문화산업 전략투자자 육성</li> </ul>
국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강	<ul style="list-style-type: none"> <li>공유제를 중심으로 다양한 소유제의 기업들이 공동발전하는 산업구도 형성</li> <li>핵심경쟁력을 갖춘 국유 또는 국유지주 대형 문화기업 또는 그룹 육성</li> <li>중앙정부에서 정책적으로 허용하는 범위 내에서 사회자본이 다양한 형식으로 문화산업에 투자하고 국유문화기관의 기업화 개혁, 문화산업단지 구축에 참여하도록 유도하며 투자승인, 신용대출, 부지사용, 조세, 상장, 사채 발행, 대외무역, 전용자금 신청 등 측면에서 지원책 제공</li> <li>조건을 갖춘 문화기업이 증시에 상장하여 자금을 조달하는 것을 지원하고 기상장기업이 인수합병을 통해 규모를 확대하는 것을 권장</li> </ul>
문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 인지도가 있는 문화기업을 300개 정도 육성</li> <li>전국적 또는 다지역적 문예공연장 체인 사업자 10개 정도 육성. 세계적으로 유명한 연예산업 클러스터를 1-2개 육성</li> <li>규모가 크고 경쟁력을 갖춘 엔터테인먼트 브랜드를 5-10개 육성</li> <li>국제적 경쟁력을 갖춘 애니메이션 기업을 5-10개 육성</li> </ul>

자료: 국무원, 문화부(2009, 2012), 건흥리서치 분석

이같은 지원정책에 힘입어 문화미디어 기업의 상장도 잇따르고 있다. 현재 중국 증시에 상장한 미디어 관련 기업들은 다음과 같다.

〈표 2-23〉 중국의 미디어 관련 상장사

	회사명	주식번호	시가 총액 (백만 위안)	PE			PB			EV/EBITDA		
도서 출판	时代出版	600551.SH	5,878	23.7	20.5	19.0	2.2	2.0	1.8	19.9	n.a.	n.a.
	出版传媒	601999.SH	4,600	35.4	36.4	33.3	2.9	2.7	2.6	31.5	48.8	41.3
	皖新传媒	601801.SH	10,729	33.4	28.8	25.2	3.1	n.a.	n.a.	30.0	n.a.	n.a.
	凤凰传媒	601928.SH	22,268	33.6	29.8	22.5	5.8	2.8	2.5	28.0	13.7	12.3
	中文传媒	600373.SH	9,609	27.3	20.2	17.5	2.8	2.5	2.2	23.8	21.3	18.5
	中南传媒	601098.SH	18,409	31.0	24.0	19.3	2.6	2.4	2.1	25.3	23.5	19.7
	天舟文化	300148.SZ	2,111	51.9	51.1	40.9	4.2	3.9	3.8	52.9	51.1	42.3
신문 출판	博瑞传播	600880.SH	7,203	22.6	17.6	16.2	4.4	3.4	3.0	14.1	12.5	11.0
	新华传媒	600825.SH	7,074	35.3	33.8	31.8	3.1	n.a.	3.0	25.1	n.a.	n.a.
	华闻传媒	000793.SZ	8,256	35.6	31.5	30.3	3.4	3.1	n.a.	12.9	n.a.	n.a.
	粤传媒	002181.SZ	3,820	23.5	22.1	20.2	3.2	2.8	2.4	83.0	n.a.	n.a.
영화/ TV/ 애니메이 션	华谊兄弟	300027.SZ	8,824	59.1		26.7	5.7	5.2	4.5	46.5	39.7	21.3
	华策影视	300133.SZ	5,252	32.2	23.0	17.4	4.4	4.0	3.6	41.5	30.1	21.8
	奥飞动漫	002292.SZ	9,912	75.7	57.5	43.5	7.5	6.9	6.2	64.2	49.4	34.0
	光线传媒	300251.SZ	6,884	261.1	40.0	28.6	29.7	3.9	3.5	47.4	35.4	24.7
	中视传媒	600088.SH	4,816	60.4	48.3	30.6	4.9	4.5	4.0	38.4	n.a.	n.a.
케이블망 사업자	歌华有线	600037.SH	8,653	25.0	31.0	29.8	1.6	1.6	1.5	10.7	8.7	7.6
	天威视讯	002238.SZ	5,152	60.1	35.3	37.9	3.9	3.7	3.5	16.0	18.4	16.2
	广电网络	600831.SH	5,302	46.9	37.9	30.2	4.1	3.6	3.3	13.4	n.a.	n.a.
	电广传媒	002400.SZ	12,720	30.4	17.0	15.8	4.4	3.5	2.6	14.4	13.9	13.8
	东方明珠	600832.SH	18,799	35.9	36.9	26.2	2.4	2.3	2.1	18.6	n.a.	n.a.
인터넷 동영상	中信国安	000839.SZ	12,167	46.8	40.7	29.3	2.1	2.0	1.9	25.1	33.3	25.2
	乐视网	300104.SZ	8,620	123.0	67.9	40.1	9.2	8.1	6.9	69.1	39.7	24.9
	百视通	600637.SH	18,611	175.3	47.2	34.6	14.4	8.3	5.9	96.7	61.2	26.9

자료: Wind, China International Capital(2011)

중국은 종합미디어그룹의 육성을 권장하고 있으며 이에 따라 M&A, 증시 상장 등 방식을 통한 '몸 부풀리기'가 활발하게 이뤄지고 있다.

## 제3절 중국 미디어산업 발전전망

### 1. 산업의 위상 강화

중국은 문화산업을 기간산업으로 육성한다는 방침을 제시하고 문화산업 활성화 지원책을 잇따라 시행하고 있다. 2009년 8월에 처음으로 문화산업 전문 계획<sup>9)</sup>인 '문화산업 진흥규획(文化产业振兴规划)'을 발표하여 문화산업을 국가 전략적 산업으로 격상시켰다. '문화산업진흥규획'은 중국 최초의 문화산업 전문 계획으로 방송 및 뉴미디어와 관련된 내용으로는 ▷ 문화창의(Creative), 영화TV 제작, 출판발행, 연예오락, 디지털 콘텐츠, 애니메이션 등 분야를 중심으로 문화산업 지원 강화, 산업정책 보강 ▷ 영화TV 제작산업은 영화, 드라마, TV 프로그램 생산능력 향상. 영화TV 제작, 배급, 방영, 파생상품 개발 확대. 다양한 미디어와 단말기의 영화TV 콘텐츠 수요 충족 ▷ 디지털, 네트워크 등 하이테크 기술을 활용하여 문화산업의 고도화 촉진. 모바일 멀티미디어 방송, 인터넷 방송, 디지털 멀티미디어 방송, 모바일 방송 활성화 지원. 모바일 문화정보서비스, 디지털 엔터테인먼트 등 부가서비스 개발. 방송과 영화 디지털화 가속화. 차세대 방송망 구축 촉진. 3망융합 촉진 등을 꼽을 수 있다.

2010년 10월 18일 발표된 '국민경제 및 사회발전 12.5규획 제정에 관한 중공중앙의 제안(中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议)'에서는 처음으로 '문화산업을 국민경제 기간산업으로 만든다'는 방침을 명확히 제시했다. 2011년 10월 열린 중국공산당 17기 중앙위원회 제6차 전체회의에서는 문화체제 개혁을 주요 의제로 다루고 '2016년까지 GDP 대비 문화산업 부가가치<sup>10)</sup>를 5%로 늘리고 문화산업을 중국의 기간산업으로 만든다'는 구상을 내놓았다. 당시 발표된 '문화체제개혁 심화, 사회주의 문화 대발전 대번영 추진 관련 몇가지 중대한 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定)'의 핵심내용은 문화산

9) 종합적이고 장기적인 발전 계획

10) 기업이 생산활동을 한 결과, 생산물의 가치 등에 새로 부가된 가치를 말하며 임금 및 급여, 복리후생비(비급여성 제외), 감가상각비, 제세공과금, 납부 부가가치세, 영업이익을 합산한 금액

업을 기간산업으로 육성하여 중국의 경제적 지위에 걸맞은 소프트파워를 확보하는 것이며, 그 후 당국은 ‘사회주의 문화의 건전한 발전’을 명분으로 TV를 포함한 각 문화 분야에서 자국 기업에 편향하는 보수적인 정책을 펼치고 있다. 이에 이어 2012년 2월 중공중앙 판공청(办公厅)과 국무원 판공청은 ‘국가 12.5 문화개혁발전계획요강(国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要)’을 발표하고 같은 달 문화부는 문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획(文化部“十二五”时期文化产业倍增计划)을 발표했다.

〈표 2-24〉 중국의 문화산업 활성화 정책

정책명	발표기관/시기	주요 내용
문화산업진흥규획(文化产业振兴规划)	국무원/2009.9	중국 최초의 문화산업 전문 규획 문화산업을 국가 전략적 산업으로 격상. 경쟁력을 갖춘 문화기업 육성 문화창의, 영화TV 제작, 출판발행, 연예오락, 디지털 콘텐츠, 애니메이션 등 분야를 중심으로 문화산업 지원 강화, 산업정책 보장
문화산업 진흥 발전 번영 금융지원에 관한 지도의견(关于金融支持文 化产业振兴和发展繁荣的 指导意见)	중공중앙 선전부, 중국인민은행, 재정부, 문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서, 중국은행업감독관리위원회 중국증권업감독관리위원회 , 중국 보험업감독관리위원회/201 0.3	신용대출 공급 증가 자본시장의 다원화 촉진 문화산업 보험시장 육성 및 활성화
문화체제개혁 심화, 사회주의 문화 대발전 대번영 추진 관련 몇가지 중대한 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央关于深化文 化体制改革 推动社会主义文化大发展 大繁荣若干重大问题的决 定)	중국공산당 17기 중앙위원회 제6차 전체회의/2011.10	현대적 문화산업체제 확립 문화산업에 대한 재정, 조세, 금융, 용지 등 지원책 강화 핵심내용은 문화산업을 기간산업으로 육성하여 중국의 경제적 지위에 걸맞은 소프트파워를 확보하는 것
중국	국무원/2011.11	다양한 시장주체, 사회자본이 영화산업에

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

영화산업촉진법[의견수렴안](中华人民共和国电影产业促进法[征求意见稿]) 국가 12.5		진출할 수 있도록 시장장벽을 낮춤 재정, 조세, 금융, 용지 등 지원책 제공
문화개혁발전규획요강(国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要) 문화부 12.5규획기간	중공중앙 관공청(办公厅), 국무원 관공청/2012.2	중견기업 육성, 국유문화자본의 역할을 적극 발휘 콘텐츠 유도 및 뉴미디어 활성화 촉진. 제작과 방송 분리개혁 추진
문화산업 배증계획(文化部“十二五”时期文化产业倍增计划) '12.5규획기간	문화부/2012.2	문화산업 부가가치를 2배 이상으로 증가 정책적 지원, 공공서비스, 자금조달, 무역, 인력양성 지원 강화
문화개혁발전계획(文化部“十二五”时期文化改革发展规划) '12.5규획기간	문화부/2012.5	문화산업을 기간산업으로 육성 지역별 차별화된 문화산업 활성화 전략 추진 9대 중점사업 추진
12.5규획기간 국가 애니메이션산업 발전규획(“十二五”时期 国家动漫产业发展规划)	문화부/2012.7	중국 애니메이션 산업의 국제경쟁력 증대 영화TV 애니메이션 활성화, 뉴미디어 애니메이션 중점육성, 애니메이션 산업의 해외진출 촉진

자료: 중공중앙, 국무원, 문화부 등(2009-2012), 건홍리서치 분석

### 2. 12.5규획기간 산업 활성화 목표

중국정부에서 문화미디어산업의 위상을 더 높이고 12.5규획기간 산업과 기업 경쟁력 증대 등의 목표를 제시하면서, 향후 중국의 미디어 산업이 더욱 활성화될 전망이다.

#### 1) 국가 12.5규획기간 문화개혁발전규획요강

2012년 2월 중공중앙 관공청과 국무원 관공청은 ‘국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강(国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要)’를 하달했다. ‘문화체제개혁 심화, 사회주의 문화 대발전 대번영 추진 관련 몇가지 중대한 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定)’과 ‘국민경제 및 사회발전 12.5규획요강(中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要)’에 근거하여 제정되었으며 문화산업을 국가 기간산업으로 육성, 중국의 소프트파워와 문화산업의 국제경쟁력 향상 등을 주요 목표로 하고 있다.

〈표 2-25〉 국가 12.5규획기간 문화개혁발전계획요강의 주요 목표

- 
- 문화체제개혁의 중점 임무를 대체적으로 완성
  - 문화산업을 국가 기간산업으로 육성
  - 공유제를 중심으로 다양한 소유제가 공존하는 산업구도 형성
  - 기술이 선진적이고 전송속도가 빠르면 커버리지가 넓은 문화전파체계 구축
  - 중점 미디어의 해외 전파능력 강화
  - 주요 문화상품의 무역적자가 심각한 상황 개선, 중국문화의 해외진출 추진
  - 중국의 소프트파워와 문화산업의 국제경쟁력 향상
- 

자료: 중공중앙, 국무원(2012), 건홍리서치 정치

‘국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강’에서 방송콘텐츠 및 뉴미디어와 관련된 내용으로는 ▷ 문화창의, 디지털 출판, 모바일 멀티미디어, 애니메이션, 게임 등 신형 문화산업의 발전 가속화 ▷ 인터넷 등 뉴미디어 활성화. 국유자본의 뉴미디어 진출 권장 및 지원 ▷ 3망융합 관련 신기술 및 신규 서비스 활성화 ▷ 차세대 방송망, 차세대 이동통신망, 광 브로드밴드 등 인프라 구축 강화. 3망융합 촉진 ▷ 방송사업자와 통신사업자는 방송안전을 확보하는 전제조건하에서 다양한 방식으로 합자, 합작경영모델 모색 가능 ▷ 전국의 케이블 방송망 통합 ▷ 영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션 등 문화상품의 수출 지원 등이 있다.

〈표 2-26〉 국가 12.5규획기간 문화개혁발전계획요강의 주요 내용

구분	주요 내용
현대화 문화산업체계 구축	• 문화 창의(Creative), 디지털 출판, 모바일 멀티미디어, 애니메이션, 게임 등 신형 문화산업의 발전 가속화
문화산업 관련 기술혁신 촉진	• 독자적 지적재산권을 갖춘 핵심기술, 범용기술 개발 • 문화장비 제조업 발전 가속화, 출판·인쇄·미디어·영화·드라마·공연·인터넷·애니메이션·게임 등 분야 기술장비 수준 향상 • 문화 디지털화 사업 추진, 신형 문화산업 육성. IT전자산업에서 콘텐츠 제작, 전송, 이용 장비, S/W와 단말제품을 개발하여 문화산업의 발전을 지원하는 것을 권장
전파체계 구축 강화	• 인터넷 등 뉴미디어 활성화. 국유자본의 뉴미디어 진출 권장 및 지원

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 뉴스 사이트 구축 강화. 인터넷 콘텐츠 생산 및 서비스 주력기업 육성</li> <li>• 3망융합 관련 신기술 및 신규 서비스 활성화</li> <li>• 차세대 방송망, 차세대 이동통신망, 광 브로드밴드 등 인프라 구축 강화. 3망융합 촉진.</li> <li>• 방송사업자와 통신사업자는 방송안전을 확보하는 전제조건 하에서 다양한 방식으로 합자, 합작경영모델 모색 가능</li> <li>• 전국의 케이블 방송망 통합</li> </ul>
<p>대외협력 및 교류 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화상품의 서비스의 수출 촉진. ‘문화상품 및 서비스 수출 지도목록(文化产品和服务出口指导目录)’ 보강</li> <li>• 국제경쟁력을 갖춘 수출형 문화기업 및 중개기관 육성</li> <li>• 영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션 등 문화상품의 수출 지원</li> <li>• 문화기업의 해외투자 및 글로벌 경영 권장</li> <li>• 외국자본의 문화산업 투자 유치</li> <li>• 중국 국내 문화기관이 경쟁력을 갖춘 해외 문화기관과 협력을 통해 선진적인 제작기술과 경영 노하우를 배우는 것을 권장</li> </ul>

자료: 중공중앙, 국무원(2012), 건홍리서치 분석

2) 문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획

2012년 2월 문화부는 '문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획(文化部“十二五”时期文化产业倍增计划)'을 발표하여 12.5규획기간 문화산업 부가가치를 2배 이상으로 증가시키고 연평균 증가율을 20% 이상으로 끌어올린다는 목표를 내놓았다. 참고로, 2004-2008년 문화산업 부가가치 연평균 증가율은 23.3%, 2008-2010년 문화산업 부가가치 증가율은 연평균 24.2%에 이르렀다. '문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획'은 연예, 오락, 애니메이션, 창의설계, 인터넷 문화, 디지털 문화 등 11개 분야의 12.5규획기간 목표를 제시하고 있다. 방송콘텐츠와 뉴미디어와 직접 관련된 내용은 없으나 ▷ 규모가 크고 경쟁력을 갖춘 엔터테인먼트 브랜드를 5-10개 육성. 중국 국산 엔터테인먼트 기기와 중국 국산 엔터테인먼트 콘텐츠의 내수시장 점유율을 60% 이상으로 증가 ▷ 2015년까지 애니메이션산업 부가가치를 300억 위안 이상으로 증가. 국제적 경쟁력을 갖춘 애니메이션 기업을 5-10개 육성 ▷ 디지털 기술 기반의 제작, 전파, 마케팅, 홍보 서비스업체 육성 등의 내용들은 중국의 문화산업 경쟁력을 강화하려는 의지를 잘 반영하고 있는 것으로 방송과 뉴미디어 산업에도 파급효과를 미칠 것으로 보인다.

〈표 2-27〉 문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획 목표

분야	목표
연예	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국적 또는 다지역적 문예공연장 체인 사업자 10개 정도 육성</li> <li>• 세계적으로 유명한 연예산업 클러스터를 1-2개 육성</li> <li>• 연예대국(演艺大国)에서 연예강국(演艺强国)으로 전환하기 위한 기반 마련</li> </ul>
엔터테인먼트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 규모가 크고 경쟁력을 갖춘 엔터테인먼트 브랜드를 5-10개 육성</li> <li>• 중국 국산 엔터테인먼트 기기와 중국 국산 엔터테인먼트 콘텐츠의 내수시장 점유율을 60% 이상으로 증가</li> </ul>
애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년까지 애니메이션산업 부가가치를 300억 위안 이상으로 증가</li> <li>• 국제적 경쟁력을 갖춘 애니메이션 기업을 5-10개 육성</li> </ul>
게임	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년까지 게임산업 매출액을 2,000억 위안으로 증가</li> </ul>
문화관광	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화관광을 문화산업과 관광산업의 새로운 성장엔진으로 육성</li> </ul>
예술품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년까지 예술품 시장거래액을 2,000억 위안으로 증가</li> </ul>
공예미술	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년까지 공예미술산업 부가가치를 6,000억 위안 이상으로 증가,</li> <li>• 수출액을 200억 달러 이상으로 증가</li> </ul>
문화 전시회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제적 영향력을 갖춘 전국적 문화전시회를 3-5개로 증가</li> </ul>
창의설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제적 영향력을 갖춘 창의설계 전시회와 경진대회를 1-2개 개최</li> <li>• 세계적인 인지도를 갖춘 '설계의 도시(设计之都)'를 3-5개 육성</li> </ul>
인터넷 문화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 문화상품의 창작능력과 문화적 수준 향상</li> <li>• 인터넷 문화 핵심경쟁력 증대</li> </ul>
디지털 문화 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털 기술 기반의 제작, 전파, 마케팅, 홍보 서비스업체를 육성.</li> <li>• 문화산업과 하이테크 기술의 접목 촉진</li> </ul>

자료: 문화부(2012), 건홍리서치 분석

### 3) 문화부 12.5규획기간 문화개혁발전계획

2012년 5월 1일 문화부는 ‘12.5규획기간 문화개혁발전계획(文化部“十二五”时期文化改革发展规划)’을 발표, 문화산업을 기간산업으로 육성하고 9대 중점사업을 추진한다는 방침을 제시했다.

제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

<표 2-28> '12.5규획기간 문화개혁발전계획'의 주요 내용

구분	내역
문화산업을 기간산업으로 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연예, 오락, 문화관광, 공예미술 등 전통적인 문화산업 고도화</li> <li>• 애니메이션, 게임, 인터넷 문화, 디지털 문화서비스 등 신규 문화산업 활성화</li> </ul>
지역별 차별화된 문화산업 활성화 전략 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동부지역: 산업구조 고도화, 애니메이션, 게임, 창의적 설계, 인터넷 문화, 디지털 문화서비스 등 산업 가속화, 기술형 문화산업 클러스터 육성</li> <li>• 중서부지역: 산업정책 보강, 문화적 소비 확대</li> </ul>
9대 중점사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역특화 문화산업, 극장 체인화, 문화산업 공공플랫폼 구축, 국가 디지털 문화산업 혁신, 중국 국산 애니메이션 활성화, 국가 애니메이션 산업 공공기술 서비스, 문화산업 투자체계 확립, 문화산업 프로젝트 서비스, 티벳족·강족·이족(藏羌彝) 문화산업벨트 조성 등 중점사업 추진</li> </ul>

자료: 문화부(2012), 건흥리서치 분석

4) 12.5 애니메이션산업 발전규획

2012년 7월 12월 문화부는 ‘12.5 애니메이션산업 발전규획(“十二五”时期国家动漫产业发展规划)’ 발표하여 중국의 창작 애니메이션 창의, R&D, 제작능력 대폭 향상 ▷ 산업의 국제경쟁력 증대 ▷ 인지도가 높은 중국 국산 애니메이션 브랜드와 주요 애니메이션 기업을 5-10개 육성 등의 목표를 제시했다. 이를 위해 우수 애니메이션 지원사업 강화, 영화TV 애니메이션 활성화, 뉴미디어 애니메이션 중점육성, 애니메이션 산업의 해외진출 촉진, 조세혜택 등의 지원책을 제공할 방침이다. 그 중 우수 애니메이션 지원사업의 내용은 다음과 같다.

〈표 2-29〉 12.5규획기간 우수 애니메이션 지원사업

사업명	주무부처	취지
중국 문화예술정부상 애니메이션상(中国文化艺术 政府奖励动漫奖)	문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서, 교육부, 공업신식화부	애니메이션 부문 국가 최고상 애니메이션 창작 및 산업의 발전 유도
국가 애니메이션 명품 사업(国家动漫精品工程)	문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서	애니메이션의 브랜드화, 상품화, 산업화 촉진
국산 영화TV 애니메이션 지원 사업(国产影视动画扶持项目)	국가광전총국	영화TV 애니메이션의 고품질화, 우수 인력 양성, 제작사의 우수애니메이션 창작 권장 매년 우수 애니메이션 작품, 제작기관 포상
‘원동력’ 창작 애니메이션 출판 지원계획(‘原动力’原创动 漫出版扶持计划)	국가신문출판총서	창작 애니메이션 출판기관, 작가 지원
창작 애니메이션 보급화 계획(原创动漫推广计划)	문화부, 상무부, 교육부, 국가광전총국, 국가신문출판총서	12.5규획기간에 30-50개 기업들이 국내외 대형 애니메이션 전시회에 참가하도록 지원 애니메이션의 해외진출 지원

자료: 문화부(2012), 건홍리서치 분석

영화TV 애니메이션의 활성화를 위해서는 2015년 말 TV애니메이션 연간 제작분량은 5,000시간 정도, 애니메이션 영화 연간 제작분량은 30부 정도로 증가한다는 목표를 내놓았다. 또 뉴미디어 애니메이션을 중점육성한다는 방침 아래 ▷ 모바일 인터넷 등 뉴미디어와 휴대폰, 태블릿PC 등 스마트 단말 기반의 애니메이션 창작 지원 ▷ 뉴미디어 기반의 애니메이션 방송 활성화 ▷ 모바일 애니메이션 산업표준 제정 등을 추진할 예정이다. 애니메이션 산업의 해외진출을 촉진하기 위해 우수 애니메이션 작품과 서비스의 수출을 지원하고 애니메이션 업체의 해외직접투자, M&A, 합자회사 설립을 권장한다는 방침이다. 이를 위해 조세혜택, 지적재산권 보호 강화 등의 지원책을 제공할 예정이다. 조세혜택으로는 애니메이션 산업 공공기술서비스 플랫폼에 사용되는 수입장비의 조세혜택 제정, 애니메이션 작품 수출기업에 수출세 환급 또는 면제정책 제공, 해외에서 납부한 법인세 공제 등이 있다.

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

중국은 '국가 12.5 문화개혁발전규획요강', '문화부 문화산업 배증계획', '문화부 12.5규획 기간 문화개혁발전계획' 등의 지원책을 통해 방송, 뉴미디어를 비롯한 문화산업 활성화를 촉진하고 있으며, 이 과정에서 사회주의 문화의 대번영을 이유로 중국 국산 콘텐츠를 지원하고 있다.

### 3. 중국 미디어산업 현황 및 정책 요약분석

#### 1) 미디어산업 현황

최근 5년간 중국의 방송산업 총 수입과 방송사업자들이 창출한 수입은 모두 꾸준한 증가세를 이어오고 있다. 그러나 미국 등 선진국과 비교해봤을 때, 중국은 방송산업과 방송사의 경쟁력이 부족하다. 2011년 중국의 방송산업 총 수입은 News Corp.와 비슷한 수준이고 방송사별로 봤을 때 중국 1위 방송사인 CCTV의 2011년 수익은 CBC, BBC 등에 비해 많이 뒤처져 있다.

<표 2-30> 2007-2011년 중국과 미국 방송산업규모 비교

	중국(백만 달러)	미국(백만 달러)
2007	20,925	158,842
2008	25,161	160,865
2009	29,452	154,329
2010	36,589	164,450
2011	43,194	170,255

주) 1 달러=6.291 위안(2012.11.29 기준)

자료: 한국콘텐츠진흥원, Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

지상파, 케이블, 위성TV 플랫폼별로 방송사업자가 엄격히 구분되지 않은 것도 중국 방송산업의 특징이라고 볼 수 있다. 특히 케이블 방송망의 분산화가 전반 방송망의 고도화에 걸림돌이 되고 있으며, 국가광전총국의 성급 케이블 방송망 통합 지침에 따라 최근 수년간 케이블 방송망이 통합이 이뤄지고 있으나 케이블 방송망이 분리되어 있는 지역이 아직도 많은 상황이다.

## 2) 방송정책체계 및 주요 정책

중국은 당과 행정기관에서 방송산업에 대해 이중의 규제를 하고 있다. 중국은 방송법을 제정하지 않았으며 국가광전총국에서 '방송관리조례' 등의 행정법규, 부문규정, 규범성 문건에 따라 방송산업, 방송시설, 사업자, 콘텐츠, 뉴미디어 부문에 대한 규제를 하고 있다. 방통융합에 따른 신규 사업도 콘텐츠와 방송 규제권한을 갖고 있는 국가광전총국에서 주관한다. 중국 국내 라디오 방송국과 TV방송국은 국가광전총국에서 승인한 프로그램 개설 범위 내에서 프로그램을 개설해야 하고, 방송 프로그램의 제작도 라디오 방송국, TV방송국과 성급 이상 방송행정부처의 승인을 받아 설립한 방송 프로그램 제작경영기관에서 제작해야 한다. 외국인이 단독경영, 중외합작경영, 중외합작경영 방식으로 라디오 방송국과 TV 방송국을 설립하는 것은 금지된다. 해외 영화, 드라마 및 기타 해외 방송 프로그램의 방송편성도 국가광전총국 또는 심사자격을 갖춘 기타 기관의 심사 승인을 받아야 하며, 해외 방송 프로그램 방영시간과 전체 방송 프로그램 대비 방영비중에 대해서도 엄격히 규정하고 있다.

이같은 기본적인 방송정책 외에 중국이 최근 추진하고 있는 정책으로는 디지털 전환, 3망융합, 종합미디어그룹 육성 등을 꼽을 수 있다. 방송의 디지털화의 경우, 중국정부는 케이블 TV의 디지털화를 가속화하여 2015년까지 아날로그 방송을 대체적으로 종료한다는 목표를 내놓고 이를 적극 추진해왔다. 디지털 위성TV의 경우, 중국은 2008년에 직접 위성방송을 발사하며 농촌의 난시청 해소를 목표로 하는 '방송 촌촌통' 사업에 사용되고 있다. 디지털 케이블TV와 직접위성방송에 비해 디지털 지상파TV는 현재 부진한 상황이다. 2012년 2월 국가광전총국은 '중국 디지털 지상파 TV 발전규획' 의견수렴안을 발표, 지상파TV 디지털화를 2020년까지 완성할 방침이라고 밝혔다. 방송망의 디지털화와 더불어 SD/HD 프로그램의 방영도 늘고 있다. 국가광전총국은 HDTV 활성화를 위해 해외 영화와 드라마를 수입하는 경우 HD 영화와 드라마 우선 검토 등의 요구를 제시하고 있다. 3망융합의 경우, 그 동안 중국은 방송진영과 통신진영 간 힘겨루기로 방통융합이 지연되었으나 2010년부터는 국가광전총국과 공업신식화부의 상급 기관인 국무원 차원에서 중국식 방통융합인 3망융합을 주도하고 있으며 총 54개 지역을 시범거점지역으

## 제2장 중국 미디어산업 현황 및 주요 정책

로 정했다. 종합미디어그룹을 육성하는 것도 문화산업 활성화의 일환이며, 이를 위해 기업들이 상장, 민간자본 유치, M&A 등 방식으로 사업규모를 더 늘리는 것을 권장하고 있다. 그러나 중국의 주요 미디어들은 글로벌 미디어 사업자에 비해 경쟁력이 떨어진다. 또 CCTV, SMG, 신화통신사의 CNC 뉴스방송 등 일부 중국 국내 미디어들이 해외에 진출했으나 시청자는 화교권 위주로 해외 영향력이 부족하다.

〈표 2-31〉 중국 방송미디어 국제경쟁력 비교

구분	2011년 수입(억 위안)
News Corp.	2,158
Time Warner Inc.	1,872
Viacom	964
CBS	920
BBC	506
CCTV	367
SMG(上海廣播電視台)	152
호남라디오TV방송국(湖南廣播電視台)	151

자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012), 건흥리서치 분석

### 3) 미디어산업 발전전망

중국은 문화산업을 기간산업으로 육성한다는 방침아래, 2009년 8월에 처음으로 문화산업 전문 계획인 '문화산업진흥규획'을 발표하여 문화산업을 국가 전략적 산업으로 격상시켰고 그 후 '국가 12.5 문화개혁발전규획요강', '문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획' 등 정책을 잇따라 발표, 시행하고 있다. 12.5규획기간 문화산업과 기업 경쟁력 증대 등 노력과 함께 향후 중국의 미디어 산업이 더욱 활성화될 전망이다. 또 사회주의 문화의 대변영을 이유로 한 중국 로컬 기업 및 국산 콘텐츠 지원정책은 향후에도 계속 될 것이다.

## 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

### 제1절 뉴미디어 발전정책

#### 1. 지원정책

최근 수년간 중국은 뉴미디어 활성화 정책을 잇따라 발표시행하고 있다. '문화산업진흥규획(文化产业振兴规划)'에서는 ▷ 디지털, 네트워크 등 하이테크 기술을 활용하여 문화산업의 고도화 촉진 ▷ 모바일 멀티미디어 방송, 인터넷 방송, 디지털 멀티미디어 방송, 모바일 방송 활성화 지원 ▷ 모바일 문화정보서비스, 디지털 엔터테인먼트 등 부가 서비스 개발 ▷ 3망융합 촉진 등의 방침을 제시했다. '국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강(国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要)'에서는 ▷ 문화창의, 디지털 출판, 모바일 멀티미디어, 애니메이션, 게임 등 신형 문화산업의 발전 가속화 ▷ 인터넷 등 뉴미디어 활성화. 국유자본의 뉴미디어 진출 권장 및 지원 ▷ 3망융합 관련 신기술 및 신규 서비스 활성화 ▷ 차세대 방송망, 차세대 이동통신망, 광 브로드밴드 등 인프라 구축 강화. 3망융합 촉진 등의 방침을 내놓았다. IPTV, 인터넷 동영상, 모바일TV 등을 비롯한 뉴미디어의 활성화를 위한 지원책은 앞에서 언급한 3망융합 관련 정책들에서도 반영이 되고 있다.

#### 2. 규제정책

국가광전총국은 행정법규, 부문규정, 규범성 문건을 발표하고 해당 라이선스를 발급하는 방식으로 뉴미디어에 대한 규제권을 행사하고 있다.

제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

<표 3-1> 뉴미디어 관련 규제정책

정책명/발표시기	내용
인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법(互联网等信息网络传播视听节目管理办法)/2004.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가광전총국은 전국의 인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램의 관리업무 담당</li> <li>• 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스는 라이선스제 시행. 시청각 프로그램 서비스의 유형, 수신단말기, 전송망 등에 근거하여 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증(信息网络传播视听节目许可证)’을 획득해야 함</li> </ul>
인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정(互联网视听节目服务管理规定)/2007.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가광전총국과 공업신식화부의 역할 구분</li> <li>• 인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청자는 법인자격을 갖춘 국유독자 또는 국유 지배기업이어야 함</li> </ul>
인터넷 시청각 프로그램 콘텐츠 관리 강화에 관한 통지(广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知)/2009.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자가 전파하는 영화와 드라마는 방송영화 행정부처로부터 ‘영화 개봉 허가증’, ‘드라마 배급 허가증’ 또는 ‘TV 애니메이션 배급 허가증’을 획득해야 함</li> </ul>
인터넷 시청각 프로그램 서비스 분류목록[시행](互联网视听节目服务业务分类目录[试行])/2010.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 시청각 프로그램 서비스 세분화</li> </ul>
3망융합 시범지역 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼 구축 관련 문제에 관한 통지(广电总局关于三网融合试点地区IPTV集成控制平台建设有关问题的通知)/2010.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 전국적으로 일괄 기획, 표준화 및 관리를 함</li> <li>• 중앙급 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼의 라이선스는 CCTV에서 신청하고 지방 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼의 라이선스를 지방 TV방송국에서 신청</li> </ul>
TV를 수신단말로 하는 인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리 강화에 관한 통지(广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知)/2009.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV 수신기 또는 셋톱박스 등의 전자제품에 인터넷을 연결하여 TV 시청자들에게 시청각 프로그램을 제공하는 경우, TV를 수신단말기로 하는 시청각 프로그램 통합운영 서비스를 제공할 수 있는 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증’을 획득해야 함</li> </ul>
인터넷 TV 라이선스 보유 기관 운영관리요구(持有互联网电视牌照机构运营管理要求)/2011.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 TV 콘텐츠 서비스 플랫폼은 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 통합 플랫폼에 연결해야 하고, 인터넷 TV 콘텐츠 서비스 플랫폼과 공공인터넷 상의 인터넷 사이트와 상호 연결하는 것을 불허</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2004-2011), 건홍리서치 분석

국가광전총국에서 2004년 7월 발표하여 2004년 10월 11일부터 시행한 ‘인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법(互联网等信息网络传播视听节目管理办法)’에 따라 국가광전총국은 전국의 인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램의 관리업무를 책임지고

현급 이상 지방 방송행정부처는 소관범위 내 인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램의 관리업무를 책임지며, 지시급 이상 라디오 방송국과 TV방송국들이 인터넷을 통해 시청각 프로그램을 전파하는 것을 권장한다. 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스는 라이선스제를 시행한다. 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스에 종사하려면 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증(信息网络传播视听节目许可证)’을 획득해야 한다. ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증’은 국가광전총국에서 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스의 유형, 수신단말기, 전송망 등에 근거하여 발급한다. 수신단말기는 컴퓨터, TV, 휴대폰 등으로 분류된다.

뉴미디어의 규제 주도권은 국가광전총국이 가진다. 인터넷 시청각 프로그램 서비스는 라이선스제를 시행, 수신단말기 유형에 따라 그에 해당되는 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증’을 반드시 획득해야 한다.  
또 콘텐츠별로 ‘드라마 배급 허가증’, ‘영화 개봉 허가증’, ‘방송 프로그램 제작경영 허가증’, ‘인터넷 뉴스 정보 서비스 허가증’ 등이 추가로 필요하다.

국가광전총국의 승인을 받아 설립된 성(자치구, 직할시)급 방송국과 성소제지, 계획단 열시(计划单列市)급 이상 방송국, 방송영화그룹(방송총국)은 TV를 수신단말로 하는 정보망 전파 시청각 프로그램 통합운영 서비스 자격을 신청할 수 있고 기타 기구와 개인은 해당 서비스를 제공할 수 없다. 정보망을 통해 일반인에 전파하는 뉴스 시청각 프로그램은 중국 국내 방송국과 승인을 받은 뉴스 사이트에서 제작방영한 프로그램이어야 한다. 정보망을 통해 일반인에 전파하는 영화, 드라마 부류의 시청각 프로그램은 ‘드라마 배급 허가증(电视剧发行许可证)’과 ‘영화 개봉 허가증(电影公映许可证)’을 획득해야 한다.

2007년 12월 20일 국가광전총국과 공업신식화부에서 공동발표하여 2008년 1월 31일부터 시행한 ‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정(互联网视听节目服务管理规定)’에서는 국가광전총국과 공업신식화부의 역할을 구분하고 있다. 국가광전총국은 인터넷 시청각 프로그램 서비스 산업의 주무부처로 서비스 관리감독을 담당하고 산업발전, 산업관리, 콘텐츠 구축, 보안 모니터링을 총괄한다. 공업신식화부는 인터넷 산업 주무부처로 통신산업 규제 기능에 따라 인터넷 시청 프로그램 서비스에 상응하는 관리감독을 실시한다. 지방의 방송 주무부처와 통신 주무부처는 각자 소관업무별로 현지 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자와 접속 서비스에 해당되는 관리감독을 실시한다.

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

인터넷 시청각 프로그램 서비스에 종사하는 경우, 국가광전총국으로부터 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증’을 획득하거나 등록수속을 해야 한다. 인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청자는 법인자격을 갖춘 국유독자 또는 국유 지배기업이어야 한다. 방송국 형태의 서비스와 시사정치 뉴스 서비스에 종사하는 경우, ‘라디오TV 방송기구 허가증(广播电视播出机构许可证)’ 또는 ‘인터넷 뉴스 정보 서비스 허가증(互联网新闻信息服务许可证)’이 추가로 필요하다. 사회(MC), 인터뷰, 보도類 시청각 프로그램 서비스에 종사하는 경우 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증(广播电视节目制作经营许可证)’과 ‘인터넷 뉴스 정보 서비스 허가증(和互联网新闻信息服务许可证)’이 추가로 필요하다. 자체로 인터넷 드라마類 서비스를 제작운영하는 경우 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증’이 추가로 필요하다. 국유 전략투자자가 인터넷 시청각 프로그램 서비스 기업에 투자하는 것을 권장한다. 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자가 차세대 인터넷 및 이동통신 특징에 맞는 신규 서비스를 적극 개발하여 모바일 멀티미디어, 멀티미디어 사이트를 위해 건전한 시청각 프로그램을 제작하는 것을 권장한다. 영화방송 제작기지와 TV 프로그램 제작사들이 인터넷 전파에 적합한 영화와 드라마, 오락 프로그램을 제작하는 것을 권장한다.

2009년 4월 국가광전총국은 ‘인터넷 시청각 프로그램 콘텐츠 관리 강화에 관한 통지(广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知)’를 발표하여 ‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자가 전파하는 영화와 드라마는 방송영화 행정부처로부터 ‘영화 개봉 허가증’, ‘드라마 배급 허가증’ 또는 ‘TV 애니메이션 배급 허가증’을 획득한 것이어야 한다. ‘영화 개봉 허가증’을 획득하지 않은 국내외 영화, ‘드라마 배급 허가증’을 획득하지 않은 국내외 드라마, ‘TV 애니메이션 배급 허가증’을 획득하지 않은 국내외 애니메이션, ‘이론문헌 영화 TV방송물 상영 허가증(理论文献影视片播映许可证)’을 획득하지 않은 이론문헌 영화 TV방송물을 인터넷에서 전파하는 것을 금지한다’고 규정했다.

국가광전총국은 ‘영화 개봉 허가증’을 획득하지 않은 국내외 영화, ‘드라마 배급 허가증’을 획득하지 않은 국내외 드라마, ‘TV 애니메이션 배급 허가증’을 획득하지 않은 국내외 애니메이션, ‘이론문헌 영화 TV방송물 상영 허가증’을 획득하지 않은 이론문헌 영화 TV방송물을 인터넷에서 전파하는 것을 금지하고 있다.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정’의 서비스를 분류하는 ‘인터넷 시청각 프로

그럼 서비스 분류목록[시행](互联网视听节目服务业务分类目录[试行])은 2010년 4월에야 발표되었다. 해당 목록에서는 인터넷 시청각 프로그램 서비스를 크게 4가지로 분류하고, 이를 다시 세분화하여 구체적인 업무범위를 설명하고 있다.

〈표 3-2〉 인터넷 시청각 프로그램 서비스의 분류

구분	서비스
제1부류 인터넷 시청각 프로그램 서비스(라디오 방송국과 TV방송국 형태의 인터넷 시청각 프로그램 서비스)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시사정치類 시청각 뉴스 프로그램 첫방송</li> <li>• 시사정치, 사회類 시청각 프로그램의 사회, 토크쇼, 논평</li> <li>• 뉴스, 종합적 시청각 프로그램 채널을 자체로 개설</li> <li>• 전문적인 시청각 프로그램 채널을 자체로 개설</li> <li>• 중대한 정치, 군사, 경제, 사회, 문화, 스포츠 등 행사와 사건의 생중계</li> </ul>
제2부류 인터넷 시청각 프로그램 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시사정치類 시청각 뉴스 프로그램 중계</li> <li>• 문예, 오락, 과학기술, 경제, 스포츠, 교육 등 전문적인 시청각 프로그램의 사회, 토크쇼, 보도, 논평</li> <li>• 문예, 오락, 과학기술, 경제, 스포츠, 교육 등 전문적인 시청각 프로그램의 제작(취재 제외)과 방송</li> <li>• 인터넷 드라마(영화) 제작과 방송</li> <li>• 영화, 드라마, 애니메이션 시청각 프로그램의 취합과 방송</li> <li>• 문예, 오락, 과학기술, 경제, 스포츠, 교육 등 전문적인 시청각 프로그램의 취합과 방송</li> <li>• 일반 사회단체의 문화행사, 스포츠경기 등 조직활동 생중계</li> </ul>
제3부류 인터넷 시청각 프로그램 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 시청각 프로그램 취합</li> <li>• 네티즌들이 업로드한 시청각 프로그램 전달</li> </ul>
제4부류 인터넷 시청각 프로그램 서비스(인터넷 시청각 프로그램 중계 서비스)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방송 프로그램 채널 중계방송</li> <li>• 인터넷 시청각 프로그램 채널 중계방송</li> <li>• 인터넷 생방송 시청각 프로그램의 중계방송</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2010), 건홍리서치 분석

'인터넷 시청각 프로그램 서비스 분류목록[시행]'에 IPTV, 인터넷TV, 휴대폰용 모바일 TV는 포함되지 않는다. 국가광전총국은 IPTV, 인터넷TV, 모바일TV에 대해 콘텐츠 통합편성·방송제어 라이선스를 발급하는 방식으로 규제를 하고 있다. IPTV의 경우, 국가광전총국은 2012년 5월 기준으로 총 7개사에 IPTV 라이선스를 발급했다. 그 중 Anview(華夏安業科技有限公司)는 인터넷 교육서비스업체이고 기타 6개사는 전부 방송사업자들이다.

제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

<표 3-3> 중국 IPTV 라이선스 보유 사업자

사업자	IPTV 라이선스 획득 시기
SMG(上海文廣新聞傳媒集團, 現 上海廣播電視臺)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2005년 3월 전국 라이선스 획득</li> <li>• 2010년 8월 IPTV와 3G 모바일 TV 통합편성·방송 제어·운영 라이선스 추가 획득</li> </ul>
CNTV(中國網絡電視臺)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2006년 4월 전국 라이선스 획득</li> <li>• 2010년 8월 IPTV와 3G 모바일 TV 통합편성·방송 제어·운영 라이선스 추가 획득</li> </ul>
SMC(南方廣電傳媒)	• 2006년 6월 전국적 라이선스 획득
CRI(中國國際廣播電臺)	• 2007년 전국적 라이선스 획득
WASU(華數傳媒網絡有限公司)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2006년 지방 라이선스 획득, 전국 라이선스 획득</li> <li>• 2010년 8월 IPTV와 3G 모바일 TV 통합편성·방송 제어·운영 라이선스 추가 획득</li> </ul>
Anview(華夏安業科技有限公司)	• 2008년 지방 라이선스 획득
강소TV방송국(江蘇電視臺)	• 2009년 지방 라이선스 획득

자료: 각사 자료(2012), 건홍리서치 분석

2010년 1월 21일 국무원은 ‘3망융합 총체방안 인쇄발부에 관한 통지(關於印發推進三網融合總體方案的通地)’ 하달, 방송, 통신 서비스의 상호 진입을 추진할 것이라고 밝히고 공업신식화부와 국가광전총국이 자격요건을 갖춘 방송사업자와 통신사업자에 각각 통신 서비스 경영허가증과 정보망 시청각 프로그램 서비스 경영허가증을 발급할 것을 촉구했다. 국무원에서 2010년 6월 승인한 ‘3망융합 시범방안(三網融合試點方案)’에서도 국가광전총국에 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼 구축·관리 독점권을 부여했다. 2010년 7월 12일 국가광전총국에서 발표한 ‘3망융합 시범지역 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼 구축 관련 문제에 관한 통지(广电总局關於三網融合試點地區IPTV集成控制平台建設有關問題的通地)’에서는 ‘IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 전국적으로 일괄 기획, 표준화 및 관리를 하는 방식을 취한다. IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 중앙급과 지방급 2등급 구조를 이룬다. 중앙급 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 CCTV(사실상 CNTV에서 담당)에서 구축하고 시범지역의 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 CCTV와 지방 TV방송국이 함께 구축한다. 중앙급 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼의 라이선스는 CCTV에서 신청하고 지방 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼의 라이선스를 지방 TV방송국에서 신청한다’고 규정하고 있다. 원칙상 지방의 IPTV 콘텐츠 통합편성·방송제어 플랫폼은 중앙급 IPTV 통합편성·

방송제어 플랫폼에 연결해야 하고, CNTV의 일괄 관리를 받아야 한다.

인터넷 TV에 관해서는 2009년 8월 11일 국가광전총국은 ‘TV를 수신단말로 하는 인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리 강화에 관한 통지(廣電總局關於加強以電視機爲接收終端的互聯網視聽節目服務管理有關問題的通知)’를 발표했다. 국가광전총국은 일부 업체들이 산업 주무부서와 저작권자의 승인을 거치지 않고 인터넷 상의 영화, 드라마 등의 인터넷 시청각 프로그램을 무단으로 TV 수신기에 전송하는 행위를 단속하기 위해 새로운 규제조치를 발표한다고 밝혔으며, ‘TV 수신기 또는 셋톱박스 등의 전자제품에 인터넷을 연결하여 TV 시청자들에게 시청각 프로그램을 제공하는 경우, ‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리방법’과 ‘인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법’에 근거하여 TV를 수신단말로 하는 시청각 프로그램 통합운영 서비스를 제공할 수 있는 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증(信息網絡傳播視聽節目許可證)’을 획득해야 한다.’고 규정했다. 국가광전총국은 2011년 10월 28일 ‘인터넷 TV 라이선스 보유 기관 운영관리요구(持有互聯網電視牌照機構運營管理要求)’를 발표하여 인터넷 TV 콘텐츠 서비스 플랫폼은 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 통합 플랫폼에 연결해야 하고, 인터넷 TV 콘텐츠 서비스 플랫폼과 공공인터넷 상의 인터넷 사이트와 상호 연결하는 것을 불허한다고 밝혔다. 또 인터넷TV 콘텐츠 서비스 중에서 뉴스 프로그램 VOD 서비스는 방송기관 만이 제공할 수 있고, 영화와 드라마 VOD 서비스와 이미지/문자 정보서비스는 방송기관과 관련 소유기관이 협력하는 방식으로 제공할 수 있다. 현 단계에서 인터넷TV 콘텐츠 서비스는 VOD와 이미지/문자 정보서비스 위주로 제공하며 생방송 서비스는 제공할 수 없다. 이에 따라 인터넷TV 단말기는 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 통합 플랫폼(CNTV, BesTV, WASU, 호남방송국, SMC, CRI, CNR)를 통해서만이 콘텐츠 시청이 가능하다.

현재 동영상 사이트+인터넷TV 통합 플랫폼, 통신사업자+인터넷TV 통합 플랫폼, 케이블 TV망 사업자+인터넷TV 통합 플랫폼 등의 방식으로 다양한 사업자들이 인터넷TV 사업에 진출하고 있다. 다수의 민영 동영상 사이트들이 인터넷TV 통합 플랫폼 사업자들과 협력하고 있고, 통신사업자 중에서 차이나유니콤은 WASU와 협력, 차이나텔레콤도 인터넷TV 통합 플랫폼 라이선스를 가진 4개사와 협력 중이다. 이밖에 CNTV, BesTV 등 인터넷TV 통합 플랫폼 사업자들은 또 제남(濟南), 한단(邯鄲), 신강(新疆) 등지에서 케이블

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

TV망 사업자와 협력을 추진 중이다.

중국은 '인터넷 시청각 프로그램 서비스 분류목록[시행]'에 따라 서비스의 유형, 수신단말기, 전송망 등에 근거하여 라이선스를 발급하는 방식으로 뉴미디어 규제권을 행사하고 있다. 특히 국영 미디어 위주로 IPTV, 모바일TV, 인터넷TV 라이선스를 발급하며 뉴미디어 부문에 대한 규제를 강화하고 있다.

## 제2절 뉴미디어 플랫폼 현황(IPTV, 인터넷, 모바일)

### 1. 뉴미디어 시장규모

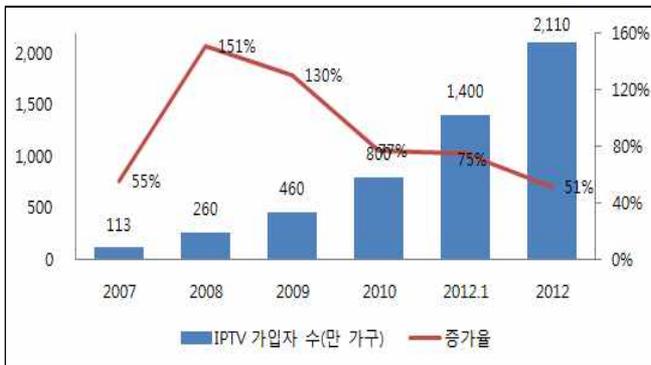
뤄젠후이(罗建辉) 국가광전총국 인터넷 시청각 프로그램 관리국(国家广电总局网络视听节目管理司) 국장에 따르면, 2012년 5월 기준으로 국가광전총국의 사업허가를 받아 인터넷 시청각 프로그램 서비스를 제공하는 사업자는 617개, 인터넷 방송국 설립허가를 받은 방송기관은 15개에 이른다. 인터넷TV 서비스를 제공하는 사업자는 7개, 모바일TV 서비스를 제공하는 사업자는 21개, 인터넷 시청각 프로그램 서비스를 주사업분야로 하는 상장사는 5개이다. 인터넷 동영상 시청자는 2007년 말의 1억 6,000만 명에서 2011년 말에는 3억 2,500만 명으로 늘었고 2011년 말 기준으로 인터넷 이용자 대비 63.35%를 차지했다. 인터넷 트래픽 중에 시청각 콘텐츠 트래픽은 70% 정도를 차지했고 2011년에 인터넷 동영상 사이트에서 인기리에 방영된 TOP10 영화와 드라마의 조회수는 모두 1억 회를 상회했다. 2011년에 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자별 1주 평균 프로그램 업데이트 분량은 553.6시간에 이르렀다. 2011년에 자체로 콘텐츠를 제작한 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자는 17개, 인터넷 드라마와 마이크로 영화 제작분량은 총 134편(1만 분 이상)으로 집계됐다.

#### 1) IPTV

중국의 뉴미디어 정보 사이트 IMTW(流媒體網)의 통계에 따르면, 2010년 말 기준 중국의 IPTV 가입자 수는 800만 가구로 동기 대비 73.9% 늘었다. 그리고 2012년 3월 주홍런

(朱宏任) 공업신식화부 총엔지니어(总工程师, CTO)의 발표에 따르면, 2012년 1월 기준으로 중국의 IPTV 가입자 수는 1,400만 명에 이른 것으로 집계됐다. 한편, 중국의 리서치 기관 CCID Consulting(赛迪顾问)은 중국의 IPTV 가입자 수는 2012년에 2110만 2,000가구에 이르고 2014년에는 4,042만 4,000가구에 이를 것으로 전망하고 있다.

[그림 3-1] 2007-2012년 중국의 IPTV 가입자 수 추이



자료: IMTW, CCID, 공업신식화부(2012), 건홍리서치 분석

## 2) 인터넷 동영상

2012년 2월 중국의 인터넷 조사연구기관 iResearch(艾瑞)에서 발표한 보고서에 따르면, 2011년 중국의 인터넷 동영상 시장규모는 62억 7,000만 위안으로 동기 대비 99.9% 늘었고 2012년에는 126억 3,000만 위안, 2014년에는 225억 위안에 이를 전망이다.

제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

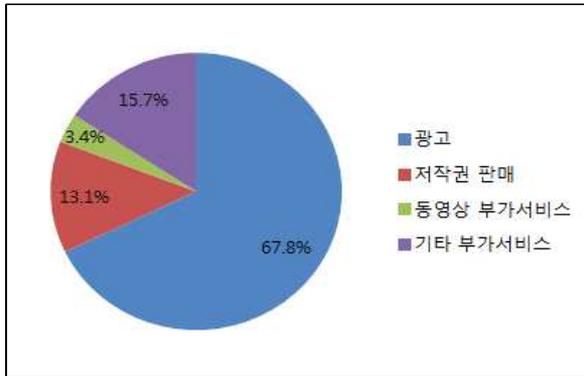
[그림 3-2] 2009-2014년 중국 인터넷 동영상 시장규모 추이



자료: iResearch(2012)

광고와 저작권 판매는 중국 인터넷 동영상 사업자의 주요 수익원으로 2011년 광고 매출비중은 67.8%를 차지하고 콘텐츠 저작권 판매는 13.1%를 차지했다.

[그림 3-3] 2011년 중국 인터넷 동영상 매출구조



자료: iResearch(2012)

3) 모바일TV

2012년 3월 주흥런 공업신식화부 총엔지니어의 발표에 따르면, 2012년 1월 기준으로

중국의 모바일TV 가입자 수는 5,200만 명을 넘는 것으로 집계됐다. 국가광전총국 발전 연구센터에서 발간한 ‘Blue book of China’s Radio, Film and Television’에 따르면, 2012년 2월 기준으로 중국에서 자체개발한 CMMB(China Mobile Multimedia Broadcasting) 표준 기반의 모바일 방송 이용자는 3,500만 명을 넘고 그 중 유료 가입자는 1,600만 명에 이른다.

중국은 뉴미디어 시청자에 대한 공식적인 통계데이터가 부족하다. 그러나 인터넷 리서치 업체나 국가광전총국 관계자들이 공개석상에서 발표한 자료에서 중국의 뉴미디어 시청자 수가 급증하고 있음을 볼 수 있다.

### 제3절 주요 사업자 및 이용자 현황

#### 1. 주요 사업자

##### 1) SMG

###### (1) 개요

2001년 상해인민라디오방송국(上海人民廣播電台), 상해TV방송국(上海電視台) 등 5개 방송국을 통폐합해 설립한 상해문광신문전매그룹(上海文廣新聞傳媒集團)을 모태로 한다. 2009년 10월 조직개편을 하고 사명을 상해문광신문전매그룹(上海文廣新聞傳媒集團)에서 상해방송국(上海廣播電視台)으로 변경하였으며 상해방송국에서 출자하여 SMG(上海東方傳媒集團有限公司)를 설립했다.

<표 3-4> SMG 연락처

홈페이지	www.smg.cn
주 소	上海威海路298号
전 화	0086-21-62565899

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

#### (2) 뉴미디어

2004년 SMG는 뉴미디어 사업부를 신설하여 디지털 유료 TV, 브로드밴드 TV, 모바일 TV와 IPTV 등의 서비스를 제공했으며, 운영은 각각 SiTV(文广互动), SMGBB(東方寬頻), Dragon(東方龍), BesTV(百視通)가 맡았다. 2011년 1월에 뉴미디어 사업부문을 통합하여 증시에 상장했고 상장사 명칭은 BesTV(百视通新媒体股份有限公司, 주식번호 600637)이다.

<표 3-5> 뉴미디어 사업연혁

구분	연혁
IPTV	2005년 3월 SMG는 중국 최초로 IPTV 운영 라이선스 획득 2006년 9월 중국 최초로 IPTV 서비스 개시 2010년에 국가광전총국으로부터 전국에서 IPTV 프로그램 통합편성·방송제어, 운영 및 콘텐츠 서비스가 가능한 라이선스 획득
모바일TV	2005년 3월 Dragon New Media(東方龍新媒體)는 중국 최초로 모바일 TV 전국 통합운영 라이선스 획득 2007년 7월 SMG Dragon New Media(東方龍新媒體)는 모바일 TV '제5 매체'를 개국하고 뉴스, 체육, 오락, 여행 등의 프로그램을 24시간 제공 2010년에 국가광전총국으로부터 전국에서 3G 모바일TV 프로그램 통합편성·방송제어, 운영 및 콘텐츠 서비스가 가능한 라이선스 획득
브로드밴드 온라인TV	SMGBB(東方寬頻)은 SMG 프로그램의 온라인 생방송, VOD 및 관련 부가서비스 제공
뉴미디어 사업부문 통합	2011년 1월에 뉴미디어 사업부문을 통합하여 증시에 상장

자료: SMG(2012), 건홍리서치 분석

BesTV의 2011년 매출액은 13억 3,500만 위안으로 동기 대비 43.04% 늘었다. 그 중 IPTV 사업부문 매출액은 8억 1,800만 위안으로 67.07% 늘고 무대설치·연예기획·제작 사업 매출액은 1억 6,700만 위안으로 32.51% 증가했다. 장비 판매 및 임대 사업부문 매출액은 9,434만 2,600위안으로 19.73% 줄고 인터넷 및 브로드밴드 자원 임대 매출액은 9,239만 8,200위안으로 103.28% 늘었으며 모바일TV 사업 매출액은 6,346만 100위안으로

132.85% 증가했다. 2011년 말 기준으로 IPTV 가입자는 1,000만 가구를 넘었고, BesTV의 인터넷TV 통합운영 플랫폼에 연결된 인터넷TV 수신기는 500만 대를 넘고 실제로 인터넷TV 서비스를 자주 이용하는 가입자는 200만 가구로 전국의 60%를 상회했다. BesTV는 2011년에만 관련 구입에 1억 위안 이상을 투입했고, 현재 35만 시간이 넘는 콘텐츠를 확보하고 있다.

〈표 3-6〉 BesTV의 뉴미디어 사업실적

구분	규모
IPTV 사업부문 매출액	8억 1,800만 위안(+67.07%)
IPTV 가입자	1,000만 가구 상회
모바일TV 사업 매출액	6,346만 100위안(+132.85%)
인터넷TV 통합운영 플랫폼	인터넷TV 통합운영 플랫폼에 연결된 인터넷TV 수신기는 500만 대 상회. 인터넷TV 서비스를 자주 이용하는 가입자는 200만 가구

자료: BesTV(2012), 건홍리서치 분석

SMG는 국가광전총국의 요구에 따라 2012년 2월 CNTV와 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼을 하나로 통합했다. 또 자회사 BesTV Network TV Technology Development Co. Ltd.(百视通网络电视技术发展有限责任公司)를 통해 CNTV와 IPTV 사업 전담 합자회사를 설립할 예정이다. 등록자본은 5,000만 위안이며 양사는 현금으로 출자. CNTV는 2,750만 위안을 출자하여 55%의 지분을 갖고 BesTV는 2,250만 위안을 출자하여 45%의 지분을 갖게 된다. SMG는 또 국가광전총국에서 추진하는 NGB(차세대 방송망) 상해 시범망 구축사업을 맡고 있다. 상해시 정부는 2009년 7월 31일 과기부, 국가광전총국과 NGB 시범협력에 관한 MOU를 체결한 후 SMG와 OCN(东方有线网络有限公司)을 NGB 사업주체로 지정했다. SMG의 경우, 자회사 SiTV에서 실제 사업을 맡고 있다.

### (3) 콘텐츠 제작

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

자회사 SMG Pictures(上海尚世影业有限公司)에서 영화, 드라마 투자, 제작, 배급 사업을 맡고 있다. 2007년에 설립된 상해TV미디어회사(上海电视传媒公司)를 모태로 하며 2010년 12월 SMG Pictures로 사명을 변경했다. ‘두라라 승진기’ (杜拉拉升職記), ‘희양양과 회태랑’ (喜羊羊與灰太狼), ‘십월위성’ (十月圍城) 등 드라마, 애니메이션, 영화를 다수 제작, 배급했다. SMG는 해외 방송콘텐츠 수출실적을 인정받아 중국 상무부(商務部)로부터 ‘문화수출형 기업(文化出口企業)’ 상을 수상했다.

#### (4) 글로벌 사업

2010년에 프랑스텔레콤과 제휴, BesTV에서 개발한 IPTV 미들웨어 기술과 프랑스텔레콤의 IPTV 시스템을 접목시켜 유럽, 아프리카 등 지역의 50여개국에 SMG 프로그램과 상해엑스포 관련 프로그램을 방송했다. 2011년 10월 BesTV는 인도네시아 PT Telkom과 인터넷, 휴대폰, 테블릿PC, 스마트TV, OTT 셋탑박스 등 단말 기반의 뉴미디어 사업부문에서 협력하기로 MOU를 체결했다. SMG는 2004년에 CJ오쇼핑과 합자방식으로 홈쇼핑 채널 동방CJ(東方CJ)를 개국한 바 있다.

## 2) CBC

### (1) 개요

CBC는 2005년 6월 국가광전총국 무선국관리국(無線電台管理局)에서 설립한 독자 자회사로, 전국의 CMMB망 구축 및 운영을 총괄한다. 2011년에 중국 재정부에서 국가광전총국 무선국관리국의 지분을 전부 인수, 2012년 10월 현재 재정부에서 100% 지분을 갖고 있다. 2012년에 들어 세계 1위 이동통신사업자 차이나모바일(中國移動)과 중국 관영 CCTV가 CBC에 투자할 예정이라는 설이 돌고 있지만 아직까지 공식 발표된 것은 없다. 3개사 지분비율은 CBC 50%, 차이나모바일 40%, CCTV 10%로 구성될 것으로 알려지고 있다.

〈표 3-7〉 CBC 연락처

홈페이지	www.cbc.cn
주 소	北京市东城区建国门内大街28号民生金融中心D座9层

## (2) CMMB 사업연혁

CMMB는 'China Mobile Multimedia Broadcasting'의 약자로 중국의 방송산업표준이며 이미 모바일TV 부문의 사실상의 표준(de facto standard)으로 자리매김했다. CMMB는 국가광전총국이 주도하여 개발한, 7인치 이하 소형 디스플레이를 장착한 휴대식 단말장치에 적용되는 모바일 멀티미디어 방송 기술이다. 도시 인구밀집지역에서 470-798MHz 주파수 대역을 적용하고, 1.55-3.4GHz 주파수 대역을 이용해 농촌, 도로, 철도, 해역 등 지역에 대한 위성방송 커버리지 실현할 계획이었으나, 1.55-3.4GHz 주파수 대역을 이용하기 위해서는 대량의 기지국이 설치하여야 하기 때문에 실제로는 470-798MHz 대역을 이용해 지상파 방송을 하고 있다.

〈표 3-8〉 중국의 CMMB 추진 연혁

시기	추진내역
2002	국가광전총국 산하 방송과학연구원, CMMB 표준 개발 착수 2005년 6월 국가광전총국 무선국관리국에서
2005	중광위성모바일방송유한공사(中廣衛星移動廣播有限公司) 설립 2005년 8월 CMMB 개발 워킹그룹 설립 2006년 9월 CMMB 모바일TV 칩과 시스템 솔루션 개발업체
2006	Innofidei(北京創毅視訊科技有限公司) 설립 2006년 10월 국가광전총국은 CMMB를 산업표준으로 발표 2007년 3월 CMMB 칩(채널 변조 칩) 발표
2007	2007년 7월 CMMB장비 1차 입찰 실시. 북경, 칭다오, 선양, 상하이, 친황다오, 톈진 등 6개 올림픽 경기도시와 선전, 광저우에 CMMB 송신국을 개통하고 테스트 진행 2008년 6월 37개 도시에 CMMB 테스트망 개통, 시범방송 개시
2008	2008년 8월 북경올림픽 중계 2008년 9월 중광위성모바일방송유한공사를 전국적 CMMB 사업자로 지정 2008년 11월 CMMB장비 2차 입찰
2009	2009년 3월 16일 상하이에서 첫 상용서비스 실시 2009년 8월 CBC로 회사명 개명. 데이터 서비스 브랜드 'Jingcai(睛彩)' 론칭
2011	재정부에서 지분 인수

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

자료: CBC(2012), 건홍리서치 분석

#### (3) 서비스 지역과 가입자

2007년부터 전국적 범위의 CMMB망 구축작업을 시작하여, 다음과 같이 2013년과 2015년까지 달성해야 할 CMMB망 구축 목표를 확정했다. 2013년까지 전국의 모든 지급시(地級市)와 경제수준이 높은 100개 현(縣)에 CMMB망을 구축하고 2015년까지 337개 지급시에 대한 커버리지를 실현한다는 계획이다.

〈표 3-9〉 CMMB망 구축 목표

시기	목표
2010~2013	전국의 모든 지급시(地級市)와 경제수준 상위 100대 현(縣)에 망 구축 지급시 이상 도시의 도심지역 실외 커버리지 비율 95% 이상 경제수준 상위 100대 현의 시내 커버리지 비율 95% 이상. 주요장소의 실내 커버리지 실현
2015	337개 지급시에 대한 커버리지 완성 경제수준 상위 100대 현에 대한 커버리지 강화 2,861개 현에 대한 커버리지 실현 4만 8,000여개 향진(鄉鎮)에 대한 커버리지 실현 주요 고속도로에 대한 커버리지 실현

자료: CBC(2010), 건홍리서치 분석

2011년 말 기준으로 336개 지급시 이상 도시, 855개 현에 CMMB망을 구축했고 커버리지 인구 수는 8억 명에 이른다. CMMB망을 구축하지 않은 지역이 아직 남아 있는 것은 현지 기후조건과 인프라 시설이 낙후한 것이 주요 원인이다. 2010년에 CBC는 2015년까지 CMMB 기본서비스 가입자는 1억 명 이상, 부가서비스 가입자는 4,000만 명 이상 확보한다는 목표를 내놓았다.

&lt;표 3-10&gt; CMMB 가입자 확보 목표

시기	목표
2010년	신규가입자 1,000만 명 확보
2012년	5,000만 명 확보
2015년	CMMB 기본서비스 가입자는 1억 명 이상, 부가서비스 가입자는 4,000만 명 이상 확보

자료: CBC(2010), 건홍리서치 분석

국가광전총국에 따르면, 2011년 말 기준으로 CMMB 단말 이용자는 3,700만 명을 넘고 그 중 유료 가입자는 1,900만 명에 이르는 것으로 집계됐다.

#### (4) 기본서비스와 요금

기본서비스로 CCTV-1, CCTV-뉴스, CCTV-5, ‘Jingcai Movie(精彩電影), 성급 위성채널 1채널, 시급 지상파 채널 1채널을 제공하고 있다. CMMB 단말기의 종류에 따라 과금 방식도 다르다. 휴대폰의 경우, CBC는 차이나모바일과 3년간 배타적 계약<sup>11)</sup>을 체결했기 때문에 현재 CMMB 방송을 지원하는 휴대폰은 TD-SCDMA 휴대폰 뿐이며 월 요금은 6위안이다. 휴대폰이 아닌 기타 단말기의 경우, 2009년 9월부터 2010년 6월 30일까지 일시불로 36위안만 지불하면 CMMB 방송을 시청할 수 있었으나, 2010년 7월부터 유료화로 전환하였다. 요금은 12위안/월, 120위안/년, 300위안/3년 등 세가지 기준을 적용하며 서비스 요금은 CBC에서 받았다. 그러나 유료화로 전환한 후 요금이 높다는 의견이 많았고, 과도한 요금으로 가입자를 유치하기 어려워지자 CBC는 공급업체들의 CMMB 단말기 판촉 적극성을 유발하기 위해 16개 단말기 공급업체에 단말기 1대당 3년간 162위안의 보조금을 지불하는 쪽으로 바꾸었다.

11) 2009년 3월에 CBC는 차이나모바일과 배타적 제휴를 체결하였으며, 이에 따라 3년간 TD-SCDMA 단말기에만 CMMB 모듈을 탑재할 수 있음

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

#### (5) 부가서비스

차이나모바일과 협력으로 CMMB 가입자 수는 증가했으나 실제 서비스와 매출은 부진한 상황이다. 또 가입자가 많으나 상시이용 가입자가 적어 매출 증대로 이어지지 못하고 있다. 특히 CMMB 콘텐츠는 인터넷 동영상 등 기타 뉴미디어에서 제공하는 콘텐츠에 비해 다양성이 부족해 시청자들이 매력을 느끼지 못하고 있다. 이에 따라 CBC는 향후 CMMB 기반 데이터 서비스를 강화한다는 방침이다. 연내 데이터 서비스를 출시할 계획이며 전자신문 구독, 실시간 교통정보 제공, 영화개봉 소식 제공 등의 서비스 범위를 확대시킬 방침이다.

#### 3) Youku Tudou

##### (1) 개요

Youku Tudou은 Youku(优酷)와 Tudou(土豆网)을 합병한 중국 최대 규모의 인터넷 동영상 사업자다.

<표 3-11> Youku Tudou 연락처

Youku	홈페이지	www.youku.com
	전화	0086-10-84608668
	주소	北京东直门外大街46号天恒大厦B座22层
Tudou	홈페이지	www.tudou.com
	전화	0086-21-51702355
	주소	上海市斜土路1238号X2创意空间6号楼

그동안 경쟁관계를 보여온 Youku와 Tudou는 중국 동영상 사이트 업계 1, 2위 업체로 모두 미국 증시에 상장돼 있다. Youku와 Tudou은 창립 후 미국에 상장하기 전까지 해외 투자자로부터 대량의 투자를 유치했다.

〈표 3-12〉 Youku와 Tudou의 외국인투자 유치

시기	Youku	Tudou
2005	-	IDG(50만 달러)
2006	Sutter Hill Ventures, Farallon Capital, Chengwei Ventures(1,200만 달러)	IDG, GGV Capital, JAFCO Asia(850만 달러)
2007	Bain Capital, Sutter Hill Ventures, Farallon Capital, Chengwei Ventures(2,500만 달러)	Capital Today Investment, General Catalyst, KTB China Optimum Fund, GC Entrepreneurs Fund, CA-JAIC China Internet Fund, IDG, GGV Capital, JAFCO Asia(1,900만 달러)
2008	Maverick Capital, Bain Capital, Sutter Hill Ventures, Farallon Capital, Chengwei Ventures, Western Technology Investment(4,000만 달러)	Crescent Point, Venrock, IDG, GGV Capital, General Catalyst 등(5,680만 달러)
2010	Brookside Capital, Maverick Capital, Sutter Hill Ventures 등(4,000만 달러)	Sennett Investments(3,500만 달러), Crescent Point, Venrock, IDG, GGV Capital, General Catalyst 등(1,500만 달러)

자료: 각사 자료(2012), 건홍리서치 분석

Youku는 동영상 공유, TV/영화/예능 프로그램의 인터넷 방영, 동영상 검색, 드라마 자체제작을 주사업분야로 하고 2012년 6월 UV(Unique Viewer)는 3억 2,000만 명에 이르렀다. Tudou는 UCG, TV/영화/예능 프로그램의 인터넷 방영, 드라마 자체제작을 중심으로 서비스를 제공하고 있다. 양사 모두 손익분기점을 실현하지 못했고 2011년에 Youku는 1억 7,210만 위안, Tudou는 2억 9,240만 위안의 적자를 냈다.

〈표 3-13〉 Youku와 Tudou 비교

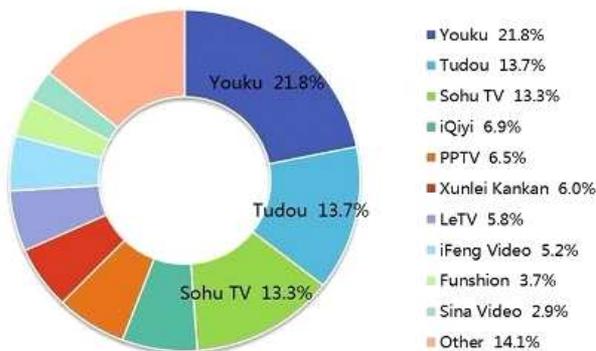
서비스 개시	Youku 2006.12	Tudou 2005.4
상장시기	2010년 12월 뉴욕증권거래소 상장	2011년 8월 나스닥 상장
주사업분야	동영상 공유, TV/영화/예능 프로그램의 인터넷 방영, 동영상 검색, 드라마 자체제작	UCG, TV/영화/예능 프로그램의 인터넷 방영, 드라마 자체제작
중국 동영상 장점유율	1위	2위
가입자	7,653만 명(2010.9)	9,010만 명(2011.6)
월 평균 UV	3억 2,000만(2012.6)	3억(2012.6)
2011년 매출액(억 위안)	8.976	5.122
2011년 순이익(억 위안)	-1.721	-2.924

자료: 각사 자료(2012), 건홍리서치 분석

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

2012년에 인터넷 리서치업체 Analysys(易观国际)에서 발표한 보고서에 따르면, 2011년 4/4분기 중국의 인터넷 동영상 사업자별 시장점유율은 Youku 21.8%, Tudou 13.7% 순으로 나타났다. iReserch 등 기타 리서치기관의 조사결과로 봤을 때, 업체별 시장점유율에 약간의 차이가 있긴 하나 Youku와 Tudou이 업계 1,2위라는 점은 다르지 않다.

[그림 3-4] 중국 인터넷 동영상 사업자별 시장점유율(2011Q4)



자료: Analysys(2012), 건흥리서치 분석

2012년 3월 12일 Youku와 Tudou는 합병 계획을 발표했으며, 양사 합병안은 이미 미국증권거래위원회(SEC)와 양사 이사회의 승인을 받았다. 합병은 양사가 서로 주식을 100% 교환하는 방식으로 이뤄진다. 신규 법인 Youku Tudou Inc.(优酷土豆股份有限公司)의 지분은 Youku 측이 71.5%, Tudou 측이 28.5%를 보유하게 된다.

#### (2) 콘텐츠

Youku와 Tudou는 설립 초창기만 해도 해적판 등 각종 불법 콘텐츠의 유통 중심지라는 비판을 받았으나 최근에는 드라마, 영화 등 영상 콘텐츠 관권을 대거 사들여 합법적인 인터넷 동영상 사업자 역할을 하고 있다.

〈표 3-14〉 Youku와 Tudou 콘텐츠 구성

구분	콘텐츠 카테고리 구성
Youku	드라마, 영화, 예능, 정보, 다큐멘터리, 스포츠, 자동차, 과학기술, 경제, 창작, 오락, 음악, 애니메이션, 게임, 패션, 관광, 육아, 코믹
Tudou	창작, 드라마, 영화, 예능, 애니메이션, 이슈, 경제, 자동차, 과학기술, 스포츠, 오락, 음악, 게임, 코믹, 패션, 미용, 여성, Lahos, 건강, 교육, 도시

자료: 각사 자료(2012), 건홍리서치 분석

합병 이후에도 Youku와 Tudou는 각각의 인터넷 사이트를 독립적으로 유지하면서 상호 보완적 기능을 해 나갈 예정이다. 콘텐츠의 차별화를 위해 Tudou은 UGC와 자체제작 드라마에 중점을 둘 방침이다. 그동안 Tudou은 '欢迎爱光临(사랑을 맞이하다)', '乌托邦办公室(유토피아 사무실)', '爱啊哎呀, 我愿意! (사랑을 원해)' 등 드라마를 자체로 제작해왔다. 그 중 '爱啊哎呀, 我愿意! (사랑을 원해)'는 Tudou이 자체제작한 트렌디 드라마로 대만 배우들이 주연을 맡았으며 2012년 6월부터 8월까지 대만 CTV(中视)에서 방영되며 동시간대 시청률 2-3위를 차지했다.

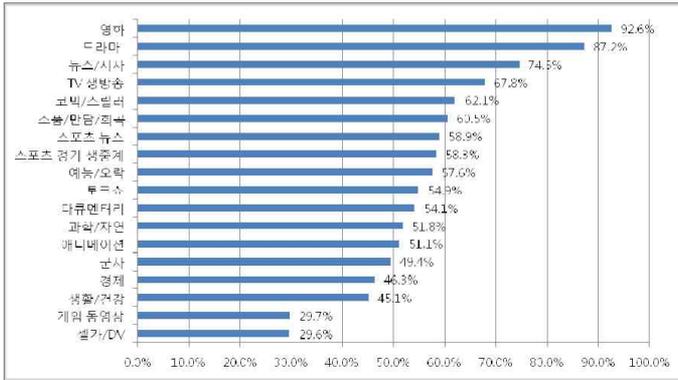
## 2. 이용자 현황

### 1) 콘텐츠 선호도

CNNIC 보고서에 따르면, 영화와 드라마는 중국의 인터넷 동영상 시청자들이 가장 선호하는 콘텐츠로 선호도는 각각 92.6%와 87.2%를 차지했다.

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

[그림 3-5] 인터넷 동영상 시청자 선호도

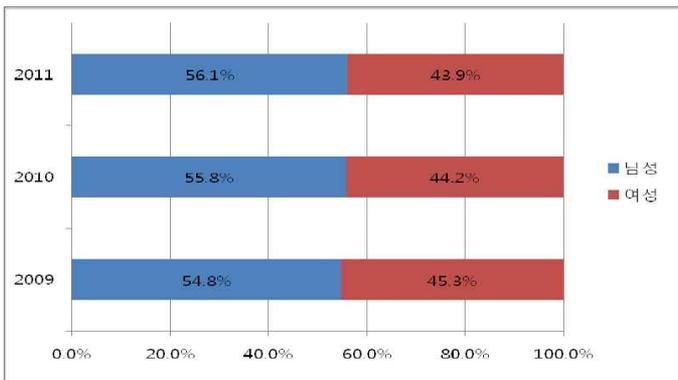


자료: CNNIC, Shenyn Wanguo Securities(2012)

#### 2) 인구통계학적 특징

2012년 6월 8일 iResearch에서 발표한 ‘2011-2012년 중국 인터넷 동영상 시청자 행태 연구보고서’에 따르면, 중국 인터넷 동영상 시청자의 인구통계학적 특징으로 봤을 때, 2011년에 중국의 인터넷 동영상 시청자 중에 남성은 56.1%를 차지했고 여성은 43.9%로 여성의 비중은 2010년 대비 소폭 감소했다.

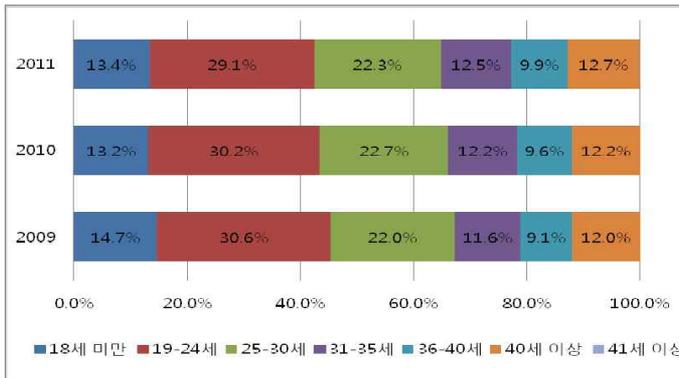
[그림 3-6] 2009-2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 성별분포



자료: iResearch(2012)

연령분포로 봤을 때, 2011년에 중국의 인터넷 동영상 시청자 중에 19~24세 연령대는 29.1%로 가장 많고 25~30세는 22.3%, 18세 미만은 13.4%를 차지했다. 30세 이상 시청자의 비중은 연속 3년간 증가해 35.1%에 이르렀다.

[그림 3-7] 2009-2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 연령분포

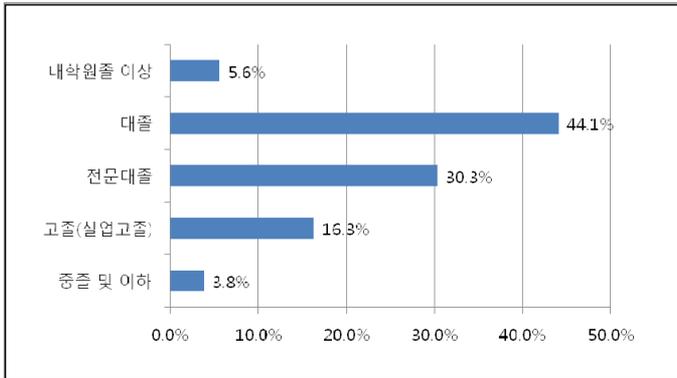


자료: iResearch(2012)

학력분포로 봤을 때, 인터넷 동영상 시청자 중에 대졸 학력은 44.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 그 다음은 전문대(30.3%), 고졸/실업고졸(16.3%), 대학원졸 이상(5.6%), 중졸 및 중졸 이하(3.8%) 순으로 나타났다.

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

[그림 3-8] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 학력분포

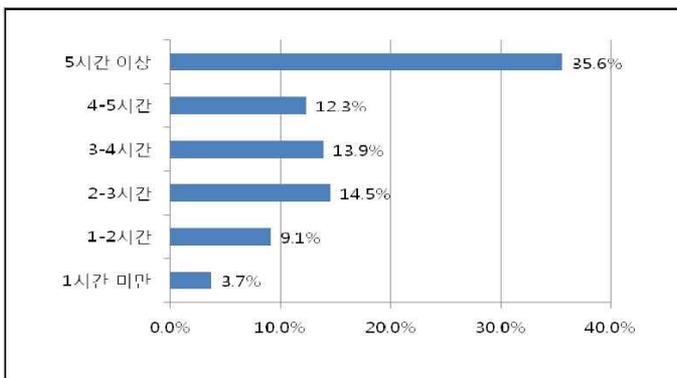


자료: iResearch(2012)

#### 3) 이용행태

2011년에 중국 인터넷 동영상 시청자의 1일 평균 인터넷 접속시간별 비중으로 봤을 때 5시간 이상은 35.6%를 차지하고 1시간 미만은 3.7%에 그쳤다.

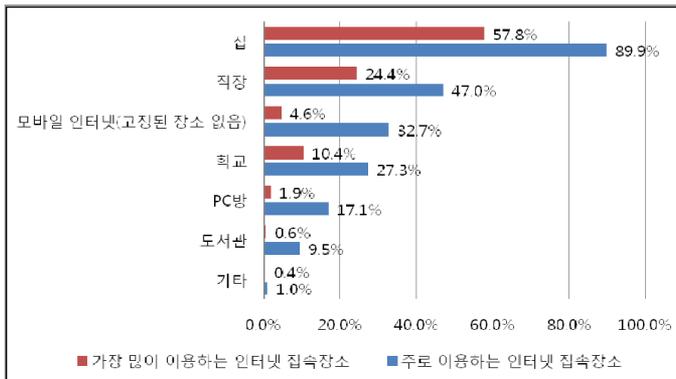
[그림 3-9] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자 1일 평균 인터넷 접속시간



자료: iResearch(2012)

2011년에 중국 인터넷 동영상 시청자가 가장 많이 이용하는 인터넷 접속장소와 주로 이용하는 인터넷 접속장소는 모두 ‘집’으로 각각 57.8%와 89.9%를 차지했다. 모바일 인터넷(고정된 장소 없음)을 주로 이용하는 응답자는 32.7%를 차지했다.

[그림 3-10] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자의 인터넷 접속장소

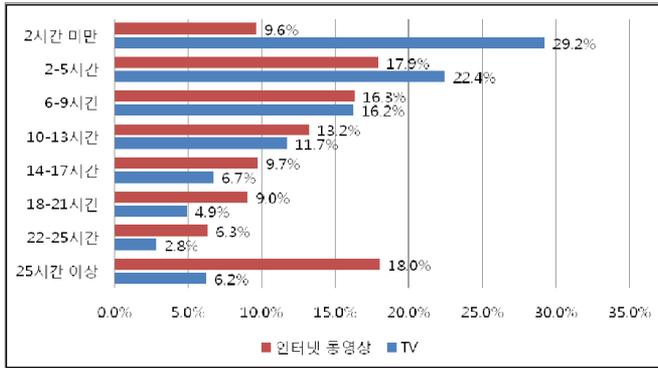


자료: iResearch(2012)

인터넷 동영상 시청자의 TV 시청시간을 봤을 때, 2011년에 중국의 인터넷 동영상 시청자 중에서 1주 평균 TV 시청시간이 10시간 미만인 시청자는 67.8%를 차지하고 1주 평균 인터넷 동영상 시청시간이 10시간을 넘는 시청자는 56.2%를 차지했다. 1주 평균 TV 시청시간이 2시간 미만인 인터넷 동영상 시청자는 29.2%를 차지했다. 이는 인터넷으로 방송사에서 방영되는 콘텐츠 뿐만 아니라 정규방송에 편성되지 않은 드라마와 기타 영상 콘텐츠를 자유롭게 시청할 수 있기 때문이다.

제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

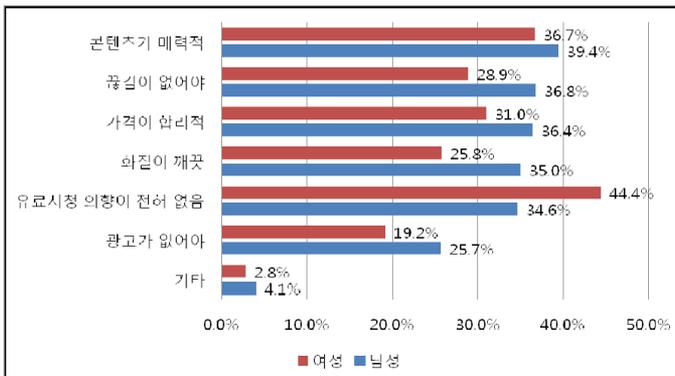
[그림 3-11] 2011년 중국 인터넷 동영상 시청자의 1주 평균 TV 시청시간



자료: iResearch(2012)

인터넷 동영상 시청자의 유료서비스 수용도로 봤을 때, 2011년에 중국의 인터넷 동영상 시청자 중에서 ‘유료시청 의향이 전혀 없다’고 응답한 여성 응답자는 44.4%, 남성 응답자는 34.6%를 차지했다. 유료시청 의향이 있다고 응답한 남성 응답자 중에 ‘콘텐츠가 매력적’, ‘가격이 합리적’, ‘풍김이 없어야’, ‘화질이 깨끗해야’를 조건부로 내세운 응답자는 30%를 넘었다. 유료시청 의향을 보인 여성 응답자들은 ‘콘텐츠가 매력적’, ‘가격이 합리적’을 유료서비스 수용조건으로 꼽았다.

[그림 3-12] 인터넷 동영상 시청자의 유료서비스 수용조건

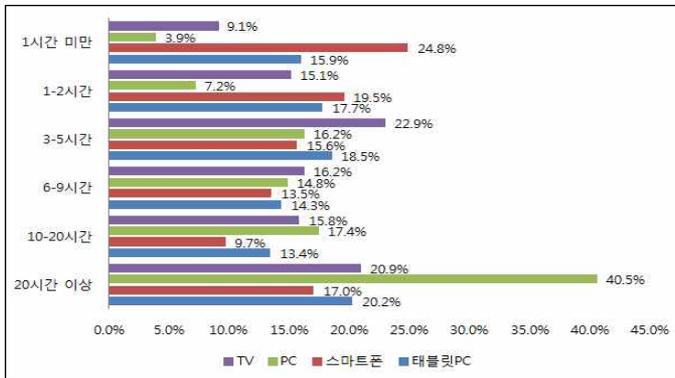


자료: iResearch(2012)

4) 단말기

스마트폰, 태블릿PC의 보급화와 더불어 동영상 시청 단말기의 종류도 다양해지고 있다. 2012년 6월 인터넷 시장조사기관 DCCI(互联网数据中心)에서 발표한 ‘중국 인터넷 영상 청서(中国网络视频蓝皮书)’에 따르면 영상 시청자들은 TV와 PC 뿐만 아니라 스마트폰, 태블릿PC도 많이 사용하고 있으며, 특히 PC 대신 모바일 단말기로 영상을 시청하는 사람들이 증가하는 추세다. 매주 20시간 이상 시청하는 이용자의 단말기 유형별 이용률은 PC(40.5%), TV(20.9%), 태블릿PC(20.2%), 스마트폰(17.0%) 순으로 조사됐다.

[그림 3-13] 인터넷 영상 시청자의 단말기 유형별 1주 평균 영상 시청

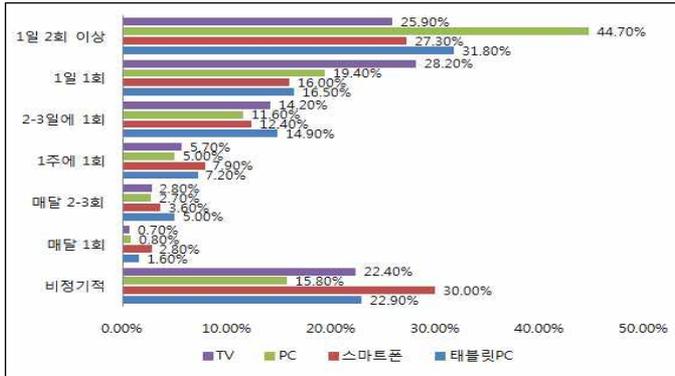


자료: DCCI(2012)

단말기 유형별 사용빈도는 1일 2회 이상이 가장 많고, PC(44.7%), 태블릿PC(31.8%), 스마트폰(27.3%), TV(25.9%) 순으로 나타났다.

제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

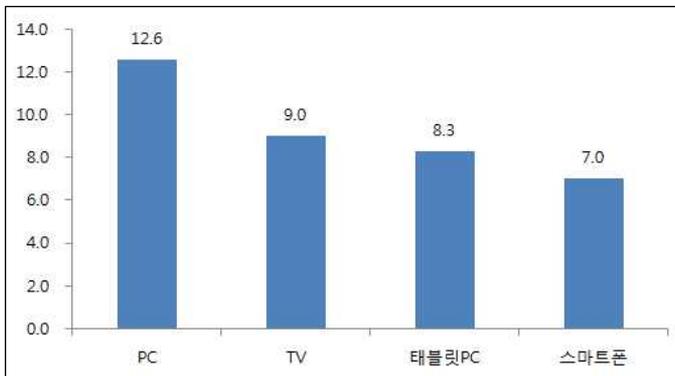
[그림 3-14] 인터넷 영상 시청자의 단말기 유형별 사용빈도



자료: DCCI(2012)

DCCI 의 조사에 응답한 영상 시청자들의 단말기 유형별 1주 평균 영상 시청시간은 PC 12.6시간, TV 9.0시간, 태블릿PC 8.3시간, 스마트폰 7시간 순으로 나타났다.

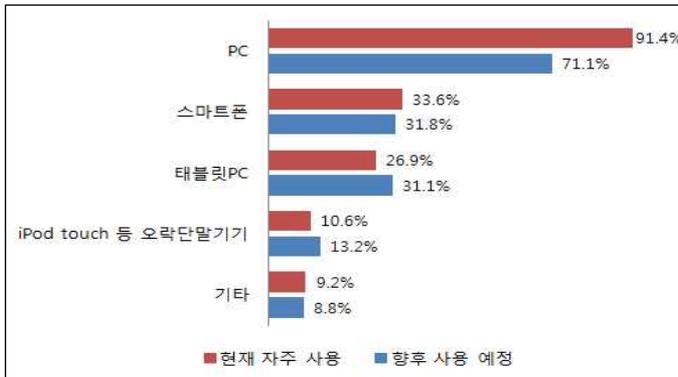
[그림 3-15] 단말기 유형별 1주 평균 영상 시청시간



자료: DCCI(2012)

향후 PC로 영상을 시청하지 않겠다고 응답한 조사대상자는 30%에 가깝고 스마트폰이나 태블릿PC로 영상을 시청할 예정이라는 응답은 30%를 넘어 단말기의 모바일화 추세를 보여준다.

[그림 3-16] 자주 사용/향후 사용예정 단말기 유형

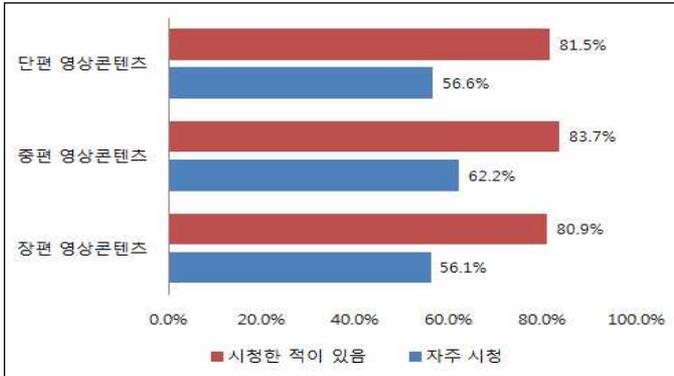


자료: DCCI(2012)

황금시간대에 시청하는 인터넷 영상콘텐츠는 아직도 중편과 장편 영상콘텐츠가 큰 비중을 차지하나 단말기의 모바일화, 토막시간을 이용한 영상물 시청 등 추세와 더불어 단편 콘텐츠도 관심을 받고 있다. 단편 영상콘텐츠를 본 적이 있다고 응답한 조사대상자는 81.5%를 차지하고 단편 영상콘텐츠를 자주 본다는 응답은 60%에 가까운 것으로 나타났다. 이는 단편 영상콘텐츠가 오락, 뉴스, UGC(User Generated Contents) 위주로 시청자들이 여가시간에 편하게 시청하기에 적합하기 때문인 것으로 보여진다.

제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

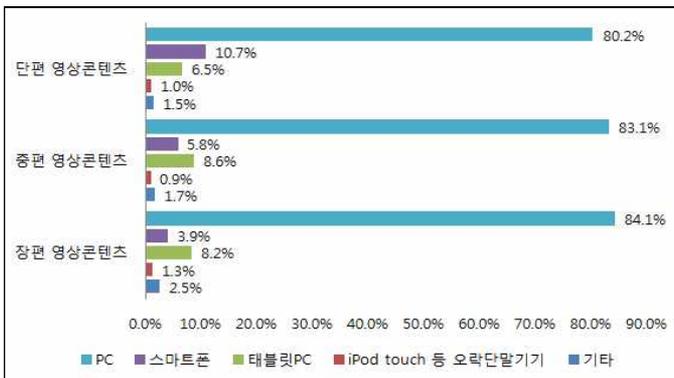
[그림 3-17] 영상콘텐츠 분량별 시청현황



자료: DCCI(2012)

콘텐츠 분량별로 봤을 때, 단·중·장편 모두 주로 PC를 이용하는 것으로 나타났다. 단편 영상콘텐츠의 경우 스마트폰과 태블릿PC 이용률이 2,3위를 차지하고 장편 콘텐츠는 태블릿PC 이용률이 2위를 차지했다.

[그림 3-18] 영상콘텐츠 분량별 현재 가장 많이 이용하는 단말기 유형

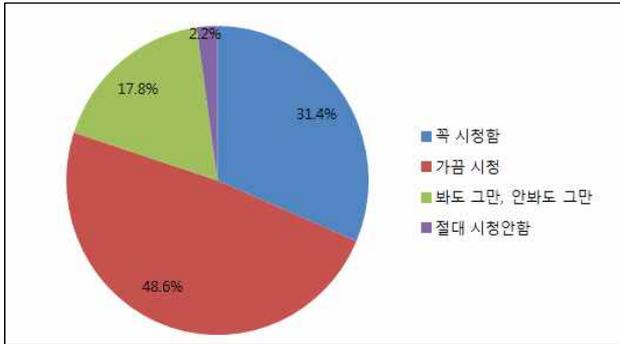


자료: DCCI(2012)

영상 시청자들은 동영상 사이트에 대한 충성도가 낮은 편이다. 특정 사이트를 자주 이용하는 영상 시청자는 47.7%를 차지하고, 자주 이용하는 사이트가 없이 관심있는 영

상콘텐츠를 찾아 시청한다고 응답한 조사대상자는 51.3%를 차지했다. 인기있는 드라마는 꼭 시청한다는 조사대상자는 31.4%를 차지했고 가끔 시청한다는 응답자는 48.6%로 나타났다.

[그림 3-19] 영상 시청자의 인기드라마 시청현황



자료: DCCI(2012)

인터넷 동영상 사이트 선정요인은 ‘화질’, ‘콘텐츠 다양성’, ‘인기드라마’, ‘고속’, ‘끊김이 없어야’ 등으로 나타났다.

[그림 3-20] 동영상 사이트 선정요인



자료: DCCI(2012)

## 제4절 외국인 규제제도 및 외국기업의 진출현황

### 1. 외국인 규제제도

'인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법'에 따라 외국인단독투자, 중외합작기업, 중외합작기업은 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스에 종사할 수 없다. 정보망을 통해 시청각 프로그램을 중계하는 경우 방송국에서 방영한 방송 프로그램만 중계할 수 있고 불법 방송 프로그램과 해외 방송 프로그램을 중계할 수 없다. 정보망을 통해 시청각 프로그램을 연결하거나 통합하는 경우 '정보망 전파 시청각 프로그램 허가증(信息网络传播视听节目许可证)'을 획득한 기구의 시청각 프로그램만 연결 또는 통합할 수 있으며 해외 인터넷 사이트의 시청각 프로그램을 연결 또는 통합해서는 안된다. 외국인투자 규제 가이드라인 역할을 하는 '외상투자지도목록(外商投资产业指导目录)' 2011년 개정판에서도 '인터넷 시청각 프로그램 서비스'를 외국인투자 금지품목으로 규정하고 있다.

중국은 뉴미디어 서비스의 외국인투자를 금지하고 있다.  
외국인단독투자, 중외합작기업, 중외합작기업은 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스에 종사할 수 없다.  
인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청자는 법인자격을 갖춘 국유독자 또는 국유 지배기업이어야 한다.

### 2. 외국기업의 진출현황

'인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법', '외상투자지도목록' 등 정책의 규정에 따르면 외국인투자자는 중국의 뉴미디어 사업에 투자를 할 수 없다. 그러나 Youku(优酷网), Tudou(土豆网), Ku6(酷6网)을 비롯해 이미 해외에 상장했거나, 또는 아직 상장하지 않았으나 이미 해외투자를 유치한 인터넷 동영상 사업자들은 모두 계약통제((Variable Interest Entities, VIE) 방식으로 해외투자를 유치했다. 계약통제모델이란, 역외 지주사가 중국 내에 100% 지분을 갖는 별도의 관리회사를 만들고 이 회사가 지분이 아닌 계약을 통해 '실체 회사(중국 국내 기업)'를 지배하는 방식을 지칭한다.

〈표 3-15〉 중국의 인터넷 동영상 관련 사업자의 외국인투자 유치현황

구분	사업자	해외투자자
인터넷 동영상	Youku(优酷网)	Bain Capital, Sutter Hill Ventures, Farallon Capital, Chengwei Ventures 등
	Tudou(土豆网)	Sennett Investments, Crescent Point, Venrock, IDG, GGV Capital, General Catalyst 등
	Ku6(酷6网)	DFJ, DT Capital Partners, SBC VC, UMC Capital, SBI Group, ITOCHU 등
	56(我乐网)	SIG Asia, Sequoia Capital, Steamboat Venture
동영상 플레이어	Storm Player (影风影音)	Matrix Partners, IDG

자료: 각사 자료(2012), 건흥리서치 분석

계약통제모델은 엄격히 말하면 중국의 법제도에 부합되지 않으나, 계약통제모델이 있기 때문에 초기에 자금조달이 어려웠던 중국 인터넷산업에 해외 자금과 기술이 투자될 수 있었고 현재의 Baidu, Tencent, Sina, Alibaba 등 중국계 인터넷 기업의 부상이 가능했기 때문에 중국정부는 이를 묵인하고 있다.

중국의 인터넷 동영상 사업자에 투자한 해외투자자들은 모두 계약통제(Variable Interest Entities, VIE)라는 우회투자 방식을 취했다. 중국은 지금까지는 이를 묵인하고 있으나 향후 정책적 변화가 있을 경우 투자 리스크가 따른다.

### 3. 중국 뉴미디어 정책과 현황 요약분석

#### 1) 뉴미디어 현황

인터넷 활성화, 스마트폰의 보급 등과 함께 중국에도 뉴미디어 서비스가 활발하게 이뤄지고 있고 이용자들이 급증하고 있다. 2011년 말 기준으로 인터넷 동영상 시청자는 3억 2,500만 명으로 늘었고 인터넷 이용자 대비 63.35%를 차지했다. 중국의 모바일TV 가입자 수는 5,200만 명을 넘고(2012.1 기준) 중국 자체표준 CMMB에 기반한 모바일 방송 이용자는 3,500만 명 이상, 그 중 유료 가입자는 1,600만 명에 이른다(2012.2 기준). 2012

### 제3장 중국 뉴미디어 플랫폼 정책과 현황

년 5월 기준으로 국가광전총국의 사업허가를 받아 인터넷 시청각 프로그램 서비스를 제공하는 사업자는 617개, 인터넷 방송국 설립허가를 받은 방송기관은 15개, 인터넷TV 서비스를 제공하는 사업자는 7개, 모바일TV 서비스를 제공하는 사업자는 21개로 나타났다. 뉴미디어 사업자가 많고 서비스 이용자가 많은 만큼 온라인 영상콘텐츠의 수요도 크다. 특히 인터넷 트래픽 중에 시청각 콘텐츠 트래픽은 70% 정도를 차지하고 2011년에 인터넷 동영상 사이트에서 인기리에 방영된 TOP10 영화와 드라마의 조회수는 모두 1억 회를 넘어섰다. CNNIC 보고서에서도 영화와 드라마는 중국의 인터넷 동영상 시청자들이 가장 선호하는 콘텐츠로 선호도는 각각 92.6%와 87.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

인터넷 동영상 사업자들은 초창기만 해도 해적판 등 불법 콘텐츠가 많았으나 중국정부의 콘텐츠 정품화 노력과 함께 영상 콘텐츠 판권 구입이 증가하는 추세다. 특히 Youku Tudou(优酷土豆), Qiyi(奇艺), Sohu(搜狐视频), LeTV(乐视) 등 인터넷 동영상 사업자들이 차별화를 추구하며 드라마, 예능 등 콘텐츠 확보에 나서고 있어 양질의 콘텐츠의 온라인 유통이 확대되고 판매가 역시 상승하고 있다. 방송형 모바일TV인 CMMB 서비스의 경우 국가광전총국의 주도아래 표준이 개발되고 재정부에서 100% 지분을 갖고 있는 CBC에서 CMMB 사업을 전담하고 있다. 국가광전총국이 CMMB 방송표준을 적극 밀어붙이고 있기 때문에 한국의 T-DMB 표준을 바탕으로 한 TMMB 표준<sup>12)</sup>이 외면받고 있다.

#### 2) 뉴미디어 정책

중국정부도 '문화산업진흥규획', '국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강' 등의 정책을 통해 ▷ 모바일 멀티미디어 방송, 인터넷 방송, 디지털 멀티미디어 방송, 모바일

---

12) TMMB(Terrestrial Mobile Multimedia)는 2008년 6월 국가표준위원회(國家標準委員會)에 의해 추천형 국가표준으로 선정되었으나, 국가광전총국이 주도하는 방송산업표준인 CMMB은 이미 사실상의 표준(de facto standard)으로 자리매김했다. TMMB는 Nufrontsoft(新岸線公司)에서 개발한 모바일TV 표준으로, 모바일TV 국가표준 선정과정에 공업신식화부의 후원을 받았으나, 한국의 T-DMB 표준에 기반했다는 이유로 기타 표준 제안기관들의 반발에 부딪친 바 있다.

방송 활성화 지원 ▷ 모바일 문화정보서비스, 디지털 엔터테인먼트 등 부가서비스 개발 촉진 등의 방침을 내놓았다. 그러나 뉴미디어 역시 규제의 대상으로, 뉴미디어에 대한 통제를 강화하기 위해 중국은 국가광전총국에서 서비스 유형, 수신단말, 전송망 별로 해당 라이선스를 발급하는 방식으로 뉴미디어에 대한 규제권을 행사하고 있다. 2008년에는 법인자격을 갖춘 국유독자 또는 국유 지배기업 만이 인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청이 가능하다는 정책을 발표해 지금까지 시행하고 있다.

### 3) 외국인 규제제도 및 외국기업의 진출방식

외국인이 단독투자, 중외합자, 중외합작 방식으로 뉴미디어 서비스 업체를 설립하는 것은 공식적으로는 불가능하다. 또 뉴미디어에서 제공하는 프로그램도 국가광전총국에서 발급하는 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증’을 갖춘 사업자의 시청각 프로그램만 연결 또는 통합할 수 있고 해외 인터넷 사이트의 시청각 프로그램을 연결 또는 통합하는 것은 금지된다. 중국의 뉴미디어 사업에 합법적으로 진출하려면 콘텐츠 제공, 판권 수출 또는 1회적인 콘텐츠 공동제작 만 가능하다. Sennett Investments, IDG, GGV Capital 등 투자사들처럼 계약통제 방식으로 중국시장에 진출, 상장을 통해 투자를 회수하는 방법도 있으나 중국이 계약통제 방식에 대한 규제를 강화한다면 문제가 생길 수도 있다는 점을 감안해야 한다.

## 제4장 중국 방송콘텐츠산업 정책과 현황

### 제1절 방송 콘텐츠 산업 정책

#### 1. 방송콘텐츠 육성정책

중국은 자국의 방송콘텐츠 산업을 육성하기 위해 해외 방송콘텐츠의 수입과 방영을 제한하는 한편, 자국 콘텐츠의 수출을 촉진하기 위해 다양한 지원책을 펼치고 있다. 우선 '문화산업진흥규획'에서는 '문화산업의 대외무역을 확대한다. 문화상품 및 서비스 수출 권장 및 지원정책을 펼치고 시장개발, 기술혁신, 통관 등 측면에서 지원책을 제공한다. 민족특색을 갖춘 문화예술, 전시, 영화, 드라마, 애니메이션, 온라인게임, 출판물, 음악, 무용, 서커스 등 상품과 서비스의 수출을 중점지원한다. 애니메이션, 온라인게임, 전자출판물 등 문화상품의 해외시장 진출을 지원한다. 문화기업이 독자, 합자, 지분참여 등의 방식으로 해외에 문화기업을 설립하여 문화상품을 판매하는 것을 권장한다. 중국 [심천]국제문화산업박람회(中国[深圳]国际文化产业博览会), 중국국제방송영화박람회(中国国际广播电视博览会), 북경국제도서박람회(北京国际图书博览会) 등 대형 전시회를 통해 문화상품과 서비스의 수출을 촉진한다. 문화기업이 해외 도서전시회, 영화방송전시회, 도서전시회 등 대형 전시회와 문화 이벤트에 참여하는 것을 지원한다'고 밝히고 있다.

'국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강'에서는 '문화상품 및 서비스 수출 지도목록(文化产品和服务出口指导目录)을 보완하고 국제경쟁력을 갖춘 수출형 문화기업과 중개기관을 육성하여 다국적 문화기업과 유명 브랜드를 육성한다. 판권 거래를 확대하여 도서, 신문, 잡지, 음반영상제품, 전자출판물의 수출을 촉진하고 영화, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션의 수출을 지원한다. 문화기업의 해외투자 및 글로벌 경영을 확대한다. 경쟁력과 경영능력을 갖춘 문화기업이 해외에 극장, 출판사, 서점, 잡지사, 방송국 등을 설립하는 것을 권장한다. 중국 특색이 있는 영화, TV 작품, 출판물, 음악, 무용, 희극, 무술, 서커스, 공연, 전시회 등 분야의 문화기업들이 다양한 형식으로 해외시장을 개척하고 법적으로 허용하는 범위 내에서 문화산업에 외국인투자를 유치하는 것을 권장한다'고 밝히고 있다. 이밖에 상무부(商务部), 중공중앙선전부(中共中央宣传部), 재정부(财政

部), 문화부(文化部), 중국인민은행(中国人民银行), 세관총서(海关总署), 국가세무총국(国家税务总局), 국가광전총국(国家广播电视总局), 국가신문출판총서(国家新闻出版总署), 국가외환관리국(国家外汇管理局)은 2007년에 '문화상품 및 서비스 수출 지도목록(文化产品和服务出口指导目录)'을 공동제정하고 이를 근거로 2년에 한번씩 '국가문화수출 중점기업 및 사업 리스트(国家文化出口重点企业和项目目录)'를 발표하여 해당 업체에 지원책을 제공하고 있다.

이같은 지원책으로는 ▷ 대출이자 보조금 제공, 사업보조금 제공, 장려금 제공, 보험료 보조금 제공 등 방식의 자금지원 강화 ▷ '문화기업 발전 지원을 위한 조세정책 문제에 관한 재정부와 국가세무총국의 통지(财政部, 国家税务总局关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知)'에 따른 조세혜택 ▷ 무형자산 담보대출, 국내외 상장 지원 등의 금융지원 강화 ▷ 수출통관의 편리화 ▷ 방송, 애니메이션, 도서 등 문화산업 전시회와 박람회를 통해 중국 문화기업의 해외진출 기회 확대 ▷ 문화기업의 해외투자 지원(중국기업이 해외에서 극장을 인수하고 연예 매니지먼트회사, 출판사, 신문사, 방송망 등을 설립하는 것을 권장. 중국 방송의 해외수신 지원, 중국기업이 해외에서 방송채널을 운영하는 것을 권장 등) 등을 꼽을 수 있다. 이같은 지원책에 힘입어 2011년 중국의 영화, TV 문화상품 및 수출액은 1억 5,600만 달러에 이르렀고 그 중 영화와 TV 프로그램 수출액은 6,700만 달러를 넘고 수출분량은 1만 6,000시간을 넘는 분량이다. 방송의 해외시청, 용역, 영화 및 방송 기자재 등을 비롯한 영화, 방송 서비스 수출액은 8,800만 달러를 넘었다. 59개 '2009-2010년 국가문화수출 중점기업(방송영화부문)'의 2011년 총 수출은 1억 3,500만 달러로 집계됐다

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-1> 2009-2010년 '국가문화수출 중점기업 및 항목 리스트'에 선정된 국가문화수출 중점사업 및 수행업체

(북경지역을 사례로)

구분	작품명	국가문화수출 중점기업
드라마	李小龙传奇	中视影视制作有限公司
	卧薪尝胆	中视影视制作有限公司
	熊猫人	九洲音像出版公司
	欢天喜地七仙女 II	北京艺德环球文化艺术有限公司
	天子红颜	北京艺德环球文化艺术有限公司
	狐步谍影	海润影视制作有限公司
	长恨歌	海润影视制作有限公司
	杨贵妃秘史	北京京都世纪文化有限公司
	无间有爱	北京慈文影视制作有限公司
	加油优雅	北京慈文影视制作有限公司
	隋朝秘史	北京中北电视艺术中心有限公司
	勇士最后的秘密	北京中北电视艺术中心有限公司
	歌声的传奇	北京中北电视艺术中心有限公司
	孔子	北京响巢国际传媒有限责任公司
	丑女无敌	北京响巢国际传媒有限责任公司
	又见白娘子	北京柯瑞环宇传媒文化有限公司
	铁齿铜牙纪晓岚	北京国立常升影视文化传播有限公司
	豪门金枝	北京华录百纳影视有限公司
	红楼梦	北京华录百纳影视有限公司
	家有儿女	天地人传媒有限公司
다큐멘터리	台北故宫	九洲音像出版公司
	华夏人文地理	九洲音像出版公司
	大熊猫	北京中联华盟文化传媒有限公司
	前清秘史	北京京都世纪文化发展有限公司
	隋唐秘史	北京京都世纪文化发展有限公司
	中国自然环境与投资	北京壹佰传媒有限公司
기타	中国秘境	北京壹佰传媒有限公司
	CNTV 해외 미러사이트 구축	央视国际网络有限公司
	Great Wall 해외방송플랫폼 (中国电视长城平台)	中视国际传媒[北京]有限公司
	CCTV 해외방송채널의 해외시청 확대	中视国际传媒[北京]有限公司
	중국 국산 TV영화의 해외 마케팅	CCTV6 프로그램센터

자료: 문화부(2011), 건홍리서치 분석

중국은 소프트웨어를 강화하고 중국문화의 위상을 높인다는 취지아래 자금지원, 조세혜택, 해외투자 지원 등의 지원조치를 통해 중국 문화상품의 수출을 권장하고 있다. 2011년 중국의 영화와 TV 프로그램 수출액은 6,700만 달러를 넘어섰다.

## 2. TV 콘텐츠 방송정책

‘방송관리조례’에서는 국가통일, 주권과 영토보전을 위협하는 내용, 국가 안전·명예와 이익에 손실을 끼치는 내용, 민족갈등을 선동하고 민족단결을 파괴하는 내용, 국가 기밀을 누설하는 내용, 타인을 모욕하거나 비방하는 내용, 음란·미신·폭력을 선양하는 내용 그리고 법률·행정법규에서 금지하는 기타 내용들을 방영하는 것을 금지하고 있다. 이밖에도 중국은 드라마, 오락 프로그램, 광고, 범죄물 등의 방송제한 정책을 시행하고 있다. 2010년에 국가광전총국은 ‘위성TV 종합채널 드라마 편성방영관리 규범화에 관한 국가광전총국 드라마사의 통지(广电总局电视剧司关于进一步规范卫视综合频道电视剧编播管理的通知)’를 발표하여 위성채널의 드라마 방영분량을 제한했다.

〈표 4-2〉 위성채널 드라마 방영 제한정책

정책명	발표기관/ 시기	주요 내용
‘위성TV 종합채널 드라마 편성방영관리 규범화에 관한 국가광전총국 드라마사의 통지(广电总局电视剧司关于进一步规范卫视综合频道电视剧编播管理的通知)’	국가광전총국/2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평일에 동일 드라마 1일 6회(회당 46분 미만) 이상 방영 금지(재방 포함). 주말에 동일 드라마 1일 8회 이상 방영 금지(재방 포함)</li> <li>• 19:00-24:00 시간대에 동일 드라마 3회 이상 방영 금지(재방 포함)</li> <li>• 1일(24시간) 드라마 방영분량은 전체 프로그램 방영분량의 45% 초과 불허</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2010), 건홍리서치 분석

2011년 10월에 국가광전총국은 ‘위성TV종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견(关于加强电视上星综合频道节目管理的意见)’을 발표하여 2012년 1월 1일부터 34개 위성TV종합채널에서 뉴스 프로그램 방송편성비율을 높이고 짝짓기 프로그램, 서바이벌, 버라이어티쇼 등 오락 프로그램의 방송편성비율을 통제할 것을 촉구했다. 이는 전국의 34개 위성TV종합채널들이 시청률과 광고 확보를 위해 저속한 내용이 들어있고 서로 비슷한 소재의 오락성이 짙은 프로그램을 너무 많이 편성하는 문제를 개선하기 위해 내려진 조치이다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-3> 위성TV종합채널 오락 프로그램 방영 제한 정책

구분	문제점	'위성TV종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견'의 개선요구사항
뉴스 프로그램 방송편성 증가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 34 개 위성TV종합채널 중에서 1일 뉴스 프로그램 방송시간이 2시간을 넘는 채널은 15개로 44%에 그쳤음</li> <li>• 매일 18:00-23:30 시간대에 자체제작 뉴스 프로그램이 2개 이상인 위성TV종합채널은 23개로 68%에 그쳤음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매일 6:00-24:00 시간대에 뉴스 프로그램 방송시간은 2시간 이상</li> <li>• 매일 18:00-23:30 시간대에 방송하는 자체제작 뉴스 프로그램은 2개 이상, 뉴스 프로그램별 방송시간은 30분을 넘어야 함</li> <li>• 도덕교육 프로그램을 1개 이상 편성</li> </ul>
오락 프로그램 제한	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 34 개 위성TV종합채널들이 매주 19:30-22:00 시간대에 방송하는 오락성이 짙은 프로그램은 총 126개(1일 평균 17개. 위성TV종합채널 1채널당 평균 매주 3.7개 방송하는 셈임)</li> <li>• 그 중 매주 19:30-22:00 시간대에 오락성이 짙은 프로그램을 7개 이상 방영하는 채널은 9개 채널로 전체 위성TV종합채널의 26% 차지. 매주 3-6개 편성한 채널은 8개 채널(24% 차지), 매주 2개 이하 편성한 채널은 17개 채널(50%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 19:30-22:00 시간대에 위성TV종합채널에서 방영하는 짝짓기 프로그램, 서바이벌, 버라이어티쇼, 토크쇼 등 오락 프로그램은 총 9개 이내로 통제. 위성TV종합채널 1채널당 매주 방영 오락 프로그램은 2개 초과 불허</li> <li>• 위성TV종합채널 1채널당 19:30-22:00 시간대에 방영하는 오락 프로그램은 1일 90분 이내로 제한</li> <li>• 홍콩과 대만 연예인 출연 제한</li> <li>• 전국의 오디션 프로그램은 10개 초과 불허. 유형 중복 금지</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2011), 건홍리서치 분석

오락 프로그램은 위성TV종합채널들이 자체 제작한 프로그램 중에서 뉴스에 버금가는 중요한 콘텐츠이며 위성TV종합채널의 차별화 우위를 가장 잘 보여줄 수 있는 프로그램이다. 오락 프로그램 방영 제한으로 방송사의 드라마 확보경쟁이 더 치열해졌다. 시정조치가 내려진 후, 2012년 1월 1일 기준으로 위성TV종합채널의 1일 뉴스 프로그램은 193개, 방송분량은 89시간으로 전년 대비 33% 늘었고 사회주의, 중화민족의 전통, 조국과 고향에 대한 애정을 반영한 신규 프로그램의 비중도 증가한 것으로 나타났다. 매주 19:30-22:00 시간대에 방송하는 오락성이 짙은 프로그램 수는 기존의 126개에서 38개로 줄었다. 광고 방송제한 정책을 봤을 때, 국가광전총국에서 2003년 9월 발표하여 2004년 1월 1일부터 시행한 '방송광고 방영관리 잠정방법(廣播電視廣告播放管理暫行辦法)'에 따르면 라디오방송국과 TV방송국의 프로그램별 1일 공익광고 방송건수는 전체 광고 방

송건수의 3%를 넘어야 하고 1일 광고 방송분량은 해당 프로그램의 1일 방송분량의 20%를 넘지 말아야 한다. 11:00-13:00 시간대에 라디오 방송국의 프로그램별 방송분량 대비 광고 방송비중은 15%(9분) 이내로 제한한다. 19:00-21:00 시간대에 TV방송국의 프로그램별 방송분량 대비 광고 방송비중은 15%(9분) 이내로 제한한다. 이에 이어 국가광전총국은 2011년 10월 ‘방송광고 방영관리 강화에 관한 통지(關於進壹步加強廣播電視廣告播出管理的通知)’를 발표하여 드라마, 영화, 뉴스 프로그램 방영 도중에 광고를 내보내는 것을 금지했다.

중국은 범죄물도 엄격히 통제하고 있다. 2004년 4월 19일 국가광전총국은 ‘범죄사건 관련 드라마 심사방송관리 강화에 관한 규정(關於加強涉案劇審查和播出管理的通知)’을 하달해 모든 라디오방송국, TV방송국과 모든 채널(위성채널과 지상파 채널 포함)에서 방송 중이거나 방송 예정인 범죄사건을 소재로 한 드라마, 영화, TV영화, 다큐멘터리는 전부 저녁 23:00시 이후에야 방송이 가능하며 특수한 상황일 경우 국가광전총국의 별도 승인을 받아야 한다고 규정했다. 범죄사건을 직접 그린 드라마는 촬영제작 등록공시 신청을 접수하지 않으며, 경찰 업무 등을 소재로 한 드라마는 매달 5편 이내로 촬영제작 등록공시 신청을 접수하고 있다. 이밖에 국가광전총국은 역사를 왜곡한 사극, 범죄물의 제작방영도 제한하고 있다. 2011년 12월 1일 국가광전총국은 ‘2011년 드라마 촬영제작 등록공시 관리사업 연수과정(2011电视剧拍摄制作备案公示管理工作培训班)’에 참석한 방송국 관계자들과 드라마 작가들에게 재미를 위해 역사를 왜곡하는 타임슬립 및 궁내 권력투쟁 드라마(宮斗劇)의 제작과 방영을 엄격히 통제할 것이라는 방침을 전달했다. 역사를 왜곡한 타임슬립 및 궁중투쟁 드라마 붐이 일고 있는 상황을 개선하기 위해 2012년 10월까지 이같은 소재의 드라마 촬영제작 등록공시 신청을 접수하지 않고 상급 위성채널에서 황금시간대에 해당 드라마를 방영하는 것을 엄격히 통제한다는 방침이다.

중국은 방송 콘텐츠에 대해 다양한 규제정책을 펼치고 있으며, 이를 공식적으로 발표하는 경우도 있고 방송 관계자들이 모이는 회의에서 상급의 방침을 전달하는 경우도 있다. 콘텐츠 판매가 이뤄진 후 방송에 편성되기까지 시간이 걸리기 때문에 중국정부의 정책변화에 따라 채널편성이 이뤄지지 않을 가능성도 배제할 수 없다.

## 제2절 방송콘텐츠 생산현황

### 1. 방송콘텐츠 생산량

국가광전총국 발전연구센터에서 발간한 ‘Blue book of China’s Radio, Film and Television(2012)’에 따르면, 2010년 라디오 프로그램 제작분량은 681만 4,200시간으로 전년 대비 1.46% 늘고 TV 프로그램 제작분량은 274만 2,900시간으로 전년 대비 3.37% 증가했다. 그 중 중앙급 방송국의 제작분량은 6만 2,800시간으로 2006-2010년 연평균 16.63% 증가한 것으로 나타났다. 성(省)급 방송국의 TV 프로그램 제작분량은 56만 시간, 지급시(地级市)급 방송국의 TV 제작분량은 107만 시간, 현(县)급 방송국의 TV 제작분량은 105만 시간으로 집계됐다. 2011년 라디오 프로그램 제작분량은 694만 7,000시간으로 전년 대비 1.80% 늘고 TV 프로그램 제작분량은 295만 500시간으로 전년 대비 7.57% 증가했다.

〈표 4-4〉 2010-2011년 중국의 방송콘텐츠 제작분량

	2010년		2011년	
	분량 (만 시간)	증가율	분량 (만 시간)	증가율
라디오 프로그램	681.42	1.46%	694.70	1.80%
TV 프로그램	274.29	3.37%	295.05	7.57%

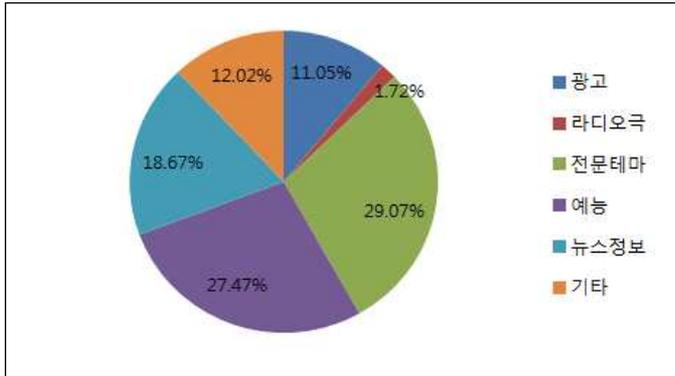
자료: Blue book of China’s Radio, Film and Television(2012)

### 2. 방송 콘텐츠 종류/장르별 비중

2011년에 제작한 라디오 프로그램 중에서 전문테마(专题服务)<sup>13)</sup>, 예능, 뉴스정보 프로그램의 제작분량은 각각 201만 6,400시간, 190만 5,900시간, 129만 5,000시간으로 29.07%, 27.47%, 18.67%를 차지했다.

13) 짝짓기, 음식, 건강, 부동산, 교통, 미용, 관광, 날씨, 노인, 여성, 재테크, 주식정보, 쇼핑, 퀴즈 등 특정 테마를 둘러싼 서비스類 프로그램을 지칭

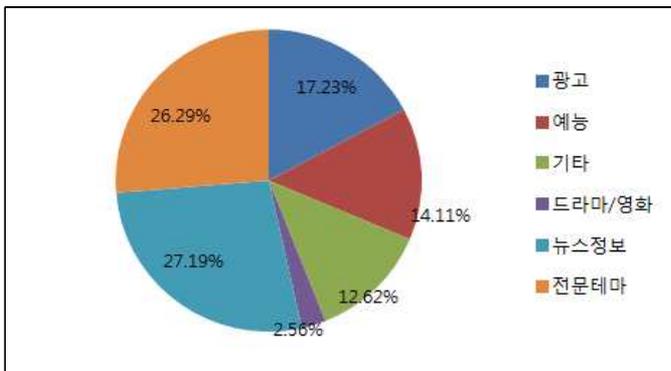
[그림 4-1] 2011년 중국에서 제작한 라디오 프로그램 유형별 비중



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

2011년에 제작한 TV 프로그램 중에서 뉴스정보, 전문테마, 예능, 광고 프로그램의 제작분량은 각각 80만 2,400시간, 77만 5,600시간, 50만 8,300시간으로 27.19%, 26.29%, 17.23%를 차지했다.

[그림 4-2] 2011년 중국에서 제작한 TV프로그램 유형별 비중



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

2010년 ‘국산 드라마 배급 허가증(国产电视剧发行许可证)’을 획득한 중국 국산 드라마는 436편(14,685회)로 전년 대비 34편 증가했다. 자금이 드라마 산업에 대량 유입되

#### 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

면서 중국의 드라마 제작분량은 2011년에는 2만 회로 늘었다. 2011년에 ‘국산 드라마 배급 허가증’을 획득한 드라마는 469편(14,942회)으로 집계됐다. 그 중 현실 장르(현대극)는 237편(7,114회)으로 50.53%를 차지하고 역사 장르(사극)는 219편(7,436회)으로 46.7%를 차지했으며 중대(重大) 장르<sup>14)</sup>는 13편(392회)으로 2.77%를 차지했다.

[그림 4-3] 2007-2011년 ‘국산 드라마 발행 허가증’ 획득 드라마



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

최근 5년간 중국의 드라마 연평균 생산량은 468편(1만 4,300회)에 이른다. 그러나 드라마 제작분량은 많으나 방송사에서 방영되는 비중은 낮다. 현재 위성채널의 황금시간대 방영분량은 실제로는 7,000회 정도로 총 제작분량의 35% 정도를 차지하며 그 중 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영되는 분량은 3,000회 정도에 그친다. 2010년에 애니메이션 심사기관의 심사를 통과한 애니메이션은 385부, 22만 500분 분량으로 2009년에 비해 28% 증가한 것으로 집계됐다. 2011년에 중국 국산 애니메이션 제작분량은 435편, 26만 1,200분 분량으로 각각 동기 대비 12.99%와 18.46% 늘었다. 1993년부터 2003년까지 11년간 중국의 국산 애니메이션 총 제작분량은 4만 6,000분으로 연평균 4,200분도 안되는 분량이었으나 2004년부터 크게 늘기 시작해 2007년에 처음으로 10만 분을 넘어선 후 지금까지 8년간 급증세를 이어오고 있다.

14) 중대한 혁명, 역사적 사건을 소재로 한 드라마

[그림 4-4] 2007-2011년 중국 국산 애니메이션 제작분량 추이



자료: Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

2011년에 중국의 TV 다큐멘터리 제작분량은 8,700시간 정도이고 방영분량은 5만 8,000시간 정도, 그 중 본방 분량은 1만 6,000시간으로 집계됐다. 2011년에 다큐멘터리 조달루트는 자체제작(48%), 외부에서 구입후 자체편집(15%), 해외수입(37%) 순으로 나타났다. 2010년에 제작된 TV용 장편영화(Feature film, 故事片)는 526편, 과학교양·다큐멘터리·애니메이션 영화는 95편이다.

중국은 드라마 공급이 충족하지만 작품성이 있는 드라마가 부족하며 주요 채널에서 황금 시간대에 편성될 수 있는 작품 비중이 작다. 애니메이션은 중국 국산 애니메이션 지원정책에 힘입어 제작분량이 증가하는 추세다. 다큐멘터리는 다큐 전문채널 편성이 늘면서 최근 들어 수요가 증가하는 추세다.

### 3. 주요 제작사 현황

중국 국내에서 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증(广播电视节目制作经营许可证)’을 갖춘 제작사는 2007년의 2,442개에서 2010년에는 4,057개로 늘었고 그 중에서 ‘갑종 드라마 제작 허가증(电视剧制作许可证[甲种)]’을 갖춘 제작사는 2007년의 117개에서 132개로 증가했다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-5> 2007-2010년 제작 허가증 보유 제작기관 수

시기	2007	2008	2009	2010
‘방송 프로그램 제작경영 허가증’ 보유 제작사 수	2442	2874	3343	4057
‘갑종 드라마 제작 허가증’ 보유 제작사 수	117	117	132	132

자료: www.china-consulting.cn(中国行业咨询网)(2011)

중국의 드라마 제작 시장은 집중도가 낮다. 2010년 ‘국산 드라마 배급 허가증’을 획득한 중국 국산 드라마가 436편이라는 사실로 봤을 때 2010년에 드라마 제작 허가증을 갖춘 제작사의 드라마 평균 제작분량은 0.11편에 불과하다. 2010년 3개 상장사(Huayi Bros. Media, HUACE FILM & TV, HLBN)의 매출액 합계치는 전반 드라마 제작사 매출액의 13.9%에 불과하다. 드라마 제작분량을 기준으로, CCTV, Huayi Bros. Media(华谊兄弟), Huarun Media(海润影视), HUACE FILM & TV(华策影视), HLBN(华录百纳)는 1-5위를 차지하며 TOP5의 제작분량은 전체 드라마 제작분량의 11%에 그쳤다.

<표 4-6> 2010년 드라마 제작사 TOP5 제작분량과 매출액

제작사	제작분량		제작분량 비중		매출액	매출비중
	편	회	편	회		
제작분량 기준 순위						
CCTV	17	459	3.90%	3.13%	NA	NA
Huayi Bros. Media	9	280	2.06%	1.91%	3.23	5.47%
Huarun Media	9	272	2.06%	1.85%	NA	NA
HUACE FILM & TV	9	320	2.06%	2.18%	2.79	4.73%
HLBN	7	298	1.61%	2.03%	2.16	3.66%
합계	51	1629	11.70%	11.09%		

자료 : Wind, Shenyin Wanguo Securities(2011)

#### 4. 주요 제작사

##### 1) HUACE FILM & TV

###### (1) 개요

HUACE FILM & TV(浙江华策影视股份有限公司)는 2005년 10월 설립된 영화 방송물 제작 및 배급회사로 절강금구영업유한공사(浙江金球影业有限公司), 절강금계영시유한공사(浙江金溪影视有限公司), 항주대책광고유한공사(杭州大策广告有限公司) 등 자회사를 두고 있다. 중국 유수의 민간 영화 방송물 제작 배급회사의 하나로 중국 상무부(商务部), 문화부(文化部), 국가광전총국(国家广电总局), 신문출판총서(新闻出版总署)에서 1차로 지정한 '국가 문화상품 수출 중점기업(国家文化出口重点企业)'이다. 2010년 10월 26일, 드라마 제작과 배급을 주사업분야로 하는 회사 중 최초로 차스닥에 상장했다. 2011년 말 기준으로 직원 수는 총 126명이며 그 중 기획 관련 인력이 큰 비중을 차지한다.

<표 4-7> HUACE FILM & TV 연락처

홈페이지	www.huacemedia.com
주 소	浙江省杭州市西溪创意产业园文二西路683号C-C座(P.C.:310013)
전 화	0086-571-87553088, 87553081
이 메 일	office@huacemedia.com, SD@huacemedia.com
팩 스	0086-571-87553077

2011년 매출액은 4억 300만 위안으로 동기 대비 43.01% 늘고 순이익은 1억 5,400만 위안으로 동기대비 60.11% 늘었다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-8> HUACE FILM & TV 경영실적

(단위: 백만 위안)

매출액	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
영화, 드라마 배급	166	279	380	534	669	818
그중: 자체제작 드라마	90	181	256	378	476	576
해외수입 드라마	76	98	124	156	193	242
영화 판매		3	1	25	45	60
영화관 상영 수입			1	3	10	15
광고			17	35	55	75
합계	166	282	403	602	784	973
매출액 증가율	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
영화, 드라마 배급	68%	68%	36%	41%	25%	22%
영화 판매			-50%	1674%	80%	33%
영화관 상영 수입				186%	233%	50%
광고	-100%			110%	57%	36%
합계	59%	70%	43%	49%	30%	24%
이익률	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
영화, 드라마 배급	55%	57%	61%	61%	61%	61%
영화 판매		-1%	-213%	8%	10%	12%
영화관 상영 수입			-49%	-10%	-3%	5%
광고			100%	100%	100%	100%
합계	55%	57%	61%	61%	60%	60%
EPS	0.29	0.50	0.80	1.05	1.40	1.77

자료: HUACE FILM & TV, Merchants Securities(2012)

(2) 주요 작품

연간 드라마를 300회 정도 제작할 수 있는 능력을 갖추고 있으며 주요 작품으로는 '流星蝴蝶剑(유성호접검)', '天涯明月刀(천애명월도)', '佳期如梦(가기여몽)', '天师钟馗(천사종규)', '就想赖着你(당신한테만 매달리고 싶어)', '爱上琉璃苣女孩(물망초 걸을 사랑하다)', '你永远都不会独行(당신은 혼자가 아니야)', '万卷楼(만권루)', '倾城之恋(경성지연)', '中国往事(메모리즈 인 차이나)', '我的爱情面包(나의 사랑 빵)', '夫妻一场(부처일장)', '叫一声妈妈(엄마라고 불러줘)', '雪豹(설포)', '命运交响曲(운명교향곡)', '抬头见喜(대두견희)', '爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)', '钟馗传说(종규전설)', '新京城四少(신경성사소)' 등이 있고 다수의 작품들이 중국 드라마 부문 최고의 상인 '금영상(金鹰奖)', '비천상(飞天奖)' 을 수상했다. 그 중 '中国往事(메모리즈 인 차이나)'는 중국 드라마 중 최초로 2009년 '

서울 드라마 어워즈'에서 대상을 수상한 작품이다. 1993년부터 드라마 해외수출에 나섰고 수출액은 매년 꾸준히 증가해 2011년에는 270만 달러에 가까운 금액으로 중국 국내 민간 영화 방송물 배급회사 중 1위를 차지했다. 무협물의 해외판로가 좋은 점을 감안, 5년간 10억 위안을 들여 '天涯明月刀(천애명월도)', '天龙八部(천용팔부)', '射雕英雄传(사조영웅전)'을 비롯해 무협 거장金庸(金庸)과 구룡(古龙)의 소설을 각색한 8편의 무협물을 리메이크할 계획이라고 2011년 8월 발표했다.

### (3) 2011년 경영실적

#### (3.1) 드라마 부문

2011년 드라마 부문 매출액은 2억 8,000만 위안으로 동기 대비 36% 늘고 총 매출액의 95%를 차지했다. 이익률은 동기 대비 3.3%p 상승해 61%에 이르렀으며 주요 원인은 자체제작 드라마의 판권 가격이 크게 올랐기 때문이다. 2011년에 자체제작 드라마의 매출액은 2억 5,600만 위안으로 동기 대비 41.11% 늘고 방송사 구입가격과 인터넷 방영권 가격이 오르면서 자체제작 드라마의 이익률도 58.81%로 상승했다. 해외수입 드라마를 통한 매출액은 1억 2,400만 위안으로 동기 대비 27.02% 늘었으나 이익률은 4%p 하락해 64.65%로 나타났다. 매출액이 늘어난 원인은 회당 판매가격이 올랐기 때문이고 이익률은 하락한 원인은 해외수입 드라마 구입원가가 올랐기 때문이다.

자체제작 드라마 중에서 '京城四少(경성사소)', '命运交响曲(운명교향곡)', '爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)', '抬头见喜(대두견희)'의 매출액이 높은 편이다. 그 중 '京城四少(경성사소)', '命运交响曲(운명교향곡)'는 100% 자체제작이고 '爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)'의 투자비율은 80%, '抬头见喜(대두견희)'의 투자비율은 45%이다. 해외수입 드라마 중에서는 태국 드라마 'Lady Lhaor-Orn(중국명: 花环夫人)', 홍콩 드라마 '金枝欲孽(금지욕일)', '施公奇案(시공기안)II'의 배급 매출액이 좋은 것으로 나타났다. 2011년에 제작을 끝냈거나 제작 중인 드라마는 총 18편(652회)이고 그 중 국가광전총국으로부터 배급 허가증을 획득한 작품은 9편(292회)이다. 배급 허가증을 획득한 해외수입 드라마는 7편(202회)이다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-9> 2011년 제작 완료 또는 제작 중인 드라마의 투자비율

순서	작품명	HUACE FILM & TV 투자비율
1	黑狐(흑호)	20%
2	钟馗传说(종규전설)	100%
3	命运交响曲(운명교향곡)	100%
4	决战前(결전전)	30%
5	抬头见喜(대두견희)	45%
6	爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)	80%
7	香格里拉(샹그릴라)	30%
8	冲出虚拟世界(가상세계를 벗어나다)	n/a
9	血战到底(끝까지 혈전)	25%
10	一句顶一万句(일구정일만구)	30%
11	施公案(시공안)	60%
12	天涯明月刀(천애명월도)	60%
13	国家命运(국가운명)	50%
14	傻妞归来(사누가 돌아오다)	40%
15	薛平贵与王宝钏(쉐핑구이와 왕바오촨)	70%
16	雳剑(역검)	20%
17	幸运兔精灵(행운의 토끼 요정)	40%
18	全家福(전가족)	60%

자료: HUACE FILM & TV, Guojin Securities(2012)

(3.2) 기타

2011년 영화 부문 매출액은 140만 9,500만 위안으로 동기 대비 50.42% 줄고 영화관 상영 수입은 105만 위안, 광고 매출액은 1,671만 위안으로 집계되었다. 2011년에 서안 가운 디지털 엔터테인먼트 배급유한공사(西安佳韵社数字娱乐发行有限公司)에 투자하여 뉴미디어 유통 사업에 진출했고 아웃도어 쇼핑물 사업자 LYCEEM(上海蓝橙旅游用品有限公司)에 투자했다. 절강시대영화관체인(浙江时代院线)과 조인트벤처를 설립해 극장 사업으로 영역을 넓히고 절강성 해녕(海宁)시에 무협 영상물 문화기지를 구축했다.

&lt;표 4-10&gt; 2011년 HUACE FILM &amp; TV 자회사 실적

(단위: 만 위안)

자회사	등록자본	총자산	순자산	매출액	영업이익	순이익
절감금구영업유한공사 (浙江金球影业有限公司)	8,800	10,384.22	7,716.90	140.95	-795.32	-690.36
절감감계영시유한공사 (浙江金溪影视有限公司)	1,000	8,228.28	6,959.46	12,265.29	6,717.54	5,036.27
항주대책광고유한공사 (杭州大策广告有限公司)	200	1,939.43	1,250.43	1,670.50	1,465.00	1,107.43
HUACE FILM & TV[해녕]투자유한공사 (华策影视[海宁]投资有限公司)	1,000	1,694.64	1,376.26	721.7	502.4	376.26
서안 가운 디지털 엔터테인먼트 배급유한공사 (西安佳韵社数字娱乐发行有限公司)	433.3333	10,113.32	7,399.88	5,323.78	2,601.19	2,000.01

자료: HUACE FILM &amp; TV, Guojin Securities(2012)

## (4) 2012년 사업계획

## (4.1) 드라마 부문

2012년에 드라마를 21편(695회) 제작하고, 자체제작 드라마의 투자비율을 평균 65%로 높일 예정이다. 이미 제작계획이 잡힌 드라마로는 '棋逢对手(기봉적수)', '幸福的面条(행복의 면)', '一克拉梦想(1캐럿의 꿈)', '推拿(추나)', '一个屋檐下的两个母亲(한 지붕아래 두분의 어머니)', '红玫瑰与白玫瑰(붉은 장미와 흰 장미)', '百万保姆(백만 도우미)', '小李飞刀(소이비도)', '天龙八部(천용팔부)', '火线三兄弟(화선삼형제)', '书香门第(서향문제)', '西冷传奇(서냉전기)' 등이 있다. 해외수입 드라마는 200회 정도로 예상하고 있다. 그동안 수입해왔던 홍콩, 태국, 한국, 일본 드라마 외에 기타 국가에서 제작한 인기 드라마도 중국으로 들여올 계획이다.

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

### (4.2) 기타

현재 제작 중인 영화로는 '人鱼帝国(인어제국)', '一场风花雪月的事(풍화설월의 이야기)', '听风者(바람을 듣는 자)', '太平轮(태평륜)' 등이 있다. 그 중 '听风者(바람을 듣는 자)'는 홍콩 배우 량차오웨이(梁朝伟)가 주연을 맡은 영화로 HUACE FILM & TV의 투자 비율은 20%를 차지한다. 영화 배급에 따른 리스크가 크기 때문에 나머지 영화 중 일부는 배급에 앞서 판권을 판매, 투자를 조기 회수할 계획이다. 드라마 외에도 다큐멘터리, 단편영화, 인터넷 드라마, 모바일 영상 콘텐츠를 제작해 방송사와 뉴미디어 사업자에 공급할 예정이다. 연내 국제협력부를 출범시킬 예정이며 할리우드의 제작회사와 공동제작, 공동투자 방식으로 협력할 계획이다. 질강위성TV방송국과 공동제작하는 칭춘멜로물 '幸福的面条(행복의 면)'은 한국과 중국 작가가 대본을 쓰고 한중일 배우들이 출연할 예정이다.

### 2) Hualu Baina Film & TV(北京华录百纳影视有限公司)

#### (1) 개요

2002년 설립되었으며 2012년 2월 차스닥에 상장했다. 2012년 4월 기준으로 중앙국유기업 Hualu Group(中国华录集团)의 자회사 Hualu 문화산업유한공사(华录文化产业有限公司)가 30%의 지분을 갖고 있고 총경리 겸 PD 류더홍(刘德宏)이 15%의 지분을 갖고 있다. '드라마 제작 허가증(갑종)'을 갖고 있으며, 중국 상무부(商务部), 문화부(文化部), 국가광전총국(国家广电总局), 신문출판총서(新闻出版总署)에서 1차로 지정한 '국가 문화상품 수출 중점기업(国家文化出口重点企业)'이다. 드라마 기획, 제작, 배급에 주력하며 2009년부터 영화사업에 투자하기 시작했으나 아직은 투자규모와 매출비중 모두 작은 편이다. 2010년 7월에는 연예 매니지먼트 자회사를 설립했다. 2011년 말 기준으로 직원 수는 총 47명이다.

〈표 4-11〉 Hualu Baina Film &amp; TV 연락처

홈페이지	www.Hualu Baina Film & TV-ent.com
주 소	北京市石景山区阜石路165号院1号楼13层
전 화	010-52281802
팩 스	010-52281853

2011년 매출액은 2억 8,700만 위안으로 동기 대비 30.43% 늘고 순이익은 8,300만 위안으로 135.94% 증가했다. 2012년 매출액은 44.12% 증가해 4억 2,500만 위안에 이를 전망이다.

## (2) 주요 작품

대표작으로는 ‘汉武大帝(한무대제)’, ‘传奇皇帝朱元璋(전설의 황제 주원장)’, ‘我的美丽人生(나의 아름다운 인생)’, ‘双面胶(양면 테이프)’, ‘王贵与安娜(왕귀와 안나)’, ‘媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)’, ‘苍穹之昴(창궁의 묘)’, ‘黎明之前(여명직전)’, 2010년판 ‘新红楼梦(신홍루몽)’, ‘永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)’ 등이 있다. 그 중 ‘苍穹之昴(창궁의 묘)’는 중일 공동제작 드라마로 2010년 초 NHK에서 인기리에 방영된 적이 있다. 작품성이 있는 드라마를 제작해내며 시장과 업계의 인정을 받고 있다. 중국에서 매년 제작되는 드라마 중에 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영되는 비중은 15% 정도에 그친다. 따라서 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영될 수 있는지 여부는 드라마와 제작사의 경쟁력을 잘 보여준다고 할 수 있다. Hualu Baina Film & TV에서 최근 3년간 제작한 드라마 중에 81.25%(13편)은 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영됐고 시청률도 높았다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-12> Hualu Baina Film & TV 주요 작품별 방영채널과 시청률

시기	작품명	방영채널과 시청률
2011	'永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)'	BTV: 6.6%
2010	'媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)'	BTV: 10.91%, 현지 시청률 1위 SMG: 8.0%, 현지 시청률 4위
	'黎明之前(여명직전)'	SMG: 현지 시청률 1위
2009	'王贵与安娜(왕귀와 안나)'	SMG: 8.2%, 현지 시청률 2위 심천TV: 5.9%, 현지 시청률 2위 BTV: 8.4%, 현지 시청률 3위 안휘TV: 5.6%, 현지 시청률 4위
2008	'双面胶(양면 테이프)'	산둥TV: 현지 시청률 3위

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012)

최근 2년간 제작한 드라마 중에 판권 사전판매 비중은 90%를 넘는다. TV 방영권 수익(방송사 대상의 판권 수익)은 주요 수익원으로 2011년에 TV 방영권 수익은 2억 5,600만 위안으로 매출비중이 89.11%에 이르렀다. 또 TV 방영권 단가도 꾸준히 상승하고 있다. 2011년에 방영된 '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)'의 TV 방영권 단가는 1회당 249만 600위안으로 2010년에 최고 단가를 기록했던 '新红楼梦(신홍루몽)'의 단가(164만 위안)보다 52% 높았다.

<표 4-13> Hualu Baina Film & TV 2008-2011년 주요 작품별 TV 방영권 수익

시기	작품명	1편당 회수	사전판매 비중(%)	단가 (만 위안)	TV 방영권 수익 (만 위안, 2011.6 기준 입금액)
2011	'永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)'	34	100.00	249.06	6057
	'吃亏是福(손해를 보는게 복이다)'	30	100.00	105.00	1728
2010	'新红楼梦(신홍루몽)'	50	87.62	164.17	6560
	'黎明之前(여명직전)'	30	92.44	126.85	3805
	'我的美丽人生(나의 아름다운 인생)'	28	92.52	107.88	2956
	'谁知女人心(누가 여자의 마음을 알까)'	30	96.19	88.21	2644
	'沉默(침묵)'	25	88.86	76.28	1733
	'母亲的战争(어머니의 전쟁)'	32	100.00	74.12	2372
2009	'媳妇的美好时代(며느리의	36	83.18	136.55	4898

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

2008	아름다운 시대'				
	'苍穹之昴(창공의 묘)	28	44.36	116.99	3274
	'难为女儿红(난위여인홍)	30	82.18	57.42	1719
	'王贵与安娜(왕귀와 안나)	32	75.00	116.20	3683
	'豪门金枝(호문금지)	40	8.48	66.07	2643

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012)

비천상(飞天奖), 백옥란상(白玉兰奖) 등 정부 포상과 시청자들이 주는 금영상(金鹰奖), AC닐슨, Sohu(搜狐) 드라마 부문 최인기 드라마상을 비롯해 각종 상을 200여회 수상했다.

(3) 2011년 경영실적

(3.1) 드라마 부문

2010년의 드라마 제작분량을 기준으로 봤을 때, Hualu Baina Film & TV는 7부로 민영 드라마 제작·배급회사 중에서 4위를 차지하긴 했으나 1-3위 업체의 드라마 제작능력이 모두 9편이기 때문에 크게 뒤쳐진 것은 아니다. 2011년에 드라마 배급 허가증을 획득한 작품은 8편으로 역시 민영 드라마 제작·배급회사 중에서 4위를 차지했다.

<표 4-14> 민영 드라마 제작·배급회사의 드라마 제작능력 비교

제작능력	2008	2009	2010
전국(편)	502	402	436
Huayi Bros. Media(华谊兄弟)	-	-	9
Huace Film & TV(华策影视)	2	7	9
HaiRun Movies & TV(海润影视)	-	-	9
Hualu Baina Film & TV(华录百纳)	3	3	7

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012)

2011년 드라마 부문 매출액은 2억 7,700만 위안으로 28.85% 늘고 총 매출액의 96.5%를 차지했다. 방송사와 인터넷 동영상 사업자 대상의 드라마 판권 가격이 오르면서 드라마 부문 이익률은 53.52%에 이르러 동기 대비 17.39%p 상승했다. 2011년에 배급 허가증을 획득한 드라마는 '浪漫向左婚姻往右(낭만은 왼쪽, 혼인은 오른쪽)', '吃亏是福(손해를 보는게 복이다)', '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)', '青春四十(청춘사십)',

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

'老爸的爱情(아빠의 사랑)', '幸福满屋(행복이 가득한 방)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)', '锁梦楼(쇄몽루)' 등 8편이 있다. 그 중에서 '浪漫向左婚姻往右(낭만은 왼쪽, 혼인은 오른쪽으로)', '吃亏是福(손해를 보는게 복이다)', '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)', '青春四十(청춘사십)', '幸福满屋(행복이 가득한 방)'은 2011년에 이미 매출을 실현했고 '老爸的爱情(아빠의 사랑)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)', '锁梦楼(쇄몽루)'는 이미 판매계약을 체결해 2012년에 매출이 이뤄질 예정이다. 2011년에 촬영을 시작했거나 촬영이 거의 끝났으나 배급 허가증을 획득하지 못한 드라마는 '风雷动(풍뢰동)', '麻雀与凤凰(참새와 봉황)', '乱世三义(난세삼의)', '中国骑兵(중국기병)' 등이 있다.

<표 4-15> Hualu Baina Film & TV 2011년 제작 드라마

구분	작품명
배급 허가증 획득	'浪漫向左婚姻往右'(30부작)
	'吃亏是福'(30부작)
	'永不磨灭的番号'(34부작)
	'青春四十'(30부작)
	'老爸的爱情'(32부작)
	'幸福满屋'(32부작)
	'金太狼的幸福生活'(40부작)
	'锁梦楼'(34부작)
배급 허가증 미획득	'风雷动'
	'麻雀与凤凰'
	'乱世三义'
	'中国骑兵'

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012)

### (3.2) 기타

2009년부터 영화사업에 투자하기 시작했으나 아직은 투자규모와 매출비중 모두 작은 편이다. 2011년 영화 사업부문 매출액은 958만 6,000위안으로 동기 대비 102.24% 늘었으나 매출비중은 3.34%에 그쳤다. 지금까지 제작에 참여한 영화 작품으로는 '建国大业(건국대업)', '大内密探灵灵狗(궁중탐정 링링구)' 등이 있다. 2012년에 1-3편의 영화

제작에 참여할 계획이다. 단, 대규모적인 투자는 자제하고, 자사에서 제작했던 인기 드라마를 영화화하는 방식으로 영화사업의 리스크를 줄일 방침이다. 현재 드라마 관련 수익은 대부분 전통미디어(방송사)를 대상으로 창출한 것이며, 뉴미디어 대상의 관련 수익은 아직 비중이 작으나 증가속도가 빠르다. 인터넷 동영상 사업자들이 인기 콘텐츠 확보 경쟁이 심화되면서 2011년에 인터넷 방영권 수익은 1,916만 6,000위안으로 동기 대비 33.78% 늘고 총 매출액 대비 6.67%를 차지했다. TV에서 높은 시청률을 올렸던 '黎明之前(여명직전)', '媳妇的美好时代(며느리 아름다운 시대)', '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)' 등 드라마는 인터넷 방영권 판매수익도 높았다. 2010년 7월에는 연예 매니지먼트 자회사를 설립해 2011년부터 본격적으로 사업을 시작했다. 2011년 매출액은 53만 위안, 순이익은 마이너스 220만 위안으로 집계됐다. 소속 연예인으로는 위전(于震), 아스루(阿斯茹), 푸충(傅冲), 주야원(朱亚文), 투쑹옌(涂松岩) 등이 있다.

#### (4) 2012년 사업계획

2012년에 드라마를 10-14편 정도 새로 제작할 계획이다. 2012년 상반기에 촬영에 들어갈 예정인 드라마로는 '零炮楼(영포루)', '战雷(전뢰)', '媳妇的美好宣言(마누라의 아름다운 선언)', '当青春遇到现实(청춘이 현실을 만났을 때)', '结婚吧(결혼합시다)' 등 5편이 있고 하반기에 촬영에 들어갈 작품은 5-9편으로 예상하고 있다. 배급 허가증을 획득한 드라마 작품 수는 2012년에 12편, 2013년에 14편, 2014년에 16편으로 늘릴 계획이다.

<표 4-16> Hualu Baina Film & TV 배급 허가증 획득 드라마 작품수

	2011	2012E	2013E	2014E
제작능력(편)	9	14	16	18
배급 허가증 획득(편)	8	12	14	16

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012)

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

### 3) Huayi Bros. Media(华谊兄弟)

#### (1) 개요

왕중권(王中军), 왕중레이(王中磊) 형제가 1994년에 설립한 광고회사를 모태로 하며 1998년에 펑샤오강(冯小刚) 감독의 영화 '没完没了(끝이 없다)'와 장윈(姜文) 감독의 영화 '鬼子来了(쪽바리가 왔다)'에 투자하며 영화사업에 진출했다. 2005년에 Huayi Bros. Media Group(华谊兄弟传媒集团)으로 재출범했고 산하에 영화, TV, 음악, 배급, 연예기획자회사를 두고 있다. 그 중 HuaYi Brothers TV Program Co., LTD.(华谊兄弟电视节目事业有限公司)는 TV 프로그램 제작사로 연간 드라마 제작능력은 500회 정도에 이른다. 2009년 10월 차스닥에 상장했고 2012년 8월 기준으로 왕씨 형제의 지분비율은 34.41%, 유통주 비율은 57.68%이다. 2011년에 5월 중국의 인터넷 서비스업체 Tencent(腾讯)를 전략적 투자자로 영입했으며, Tencent는 4억 5,000만 위안을 투자해 현재 4.6%의 지분을 갖고 있다.

<표 4-17> Huayi Bros. Media 연락처

홈페이지	www.huayimedia.com
주 소	北京市朝阳区朝阳门外大街18号丰联广场A座第9层(P.C:100020)
전 화	0086-10-65805888
팩 스	0086-10-65889985

2010년 매출액은 10억 6,971만 위안, 드라마 부문 매출액은 6억 2,371만 위안에 이르며 2011년 매출액은 9억 3,051만 위안, 드라마 부문 매출액은 1억 9,585만 위안으로 추정된다.

〈표 4-18〉 2008-2013년 Huayi Bros. Media 사업부문별 매출이익 추이

(단위: 백만 위안)

	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
매출액	404.7	600.91	1069.71	930.51	1752.55	2371.94
영화	229.76	201.59	623.71	195.85	663.04	760.34
드라마	107.59	279.91	323.12	440	603.67	799.92
연예						
매니지먼트	70.03	124.49	124.54	154.53	192.46	240.45
극장			7.83	42.01	188.63	457.73
음악			15.65	55	60.5	66.55
게임				40	52	65
영화·드라마						
테마파크				15.5	25.25	25.25
내부 소모	-2.68	-5.08	-25.14	-12.38	-33	-43.3
증가율		48.48%	78.01%	-13.01%	88.34%	35.34%
이익	216.4	276.68	505.68	491.7	907.77	1294.12
영화	118.26	92.36	301.99	88.13	305	364.96
드라마	41.74	106.25	104.37	220	289.76	407.96
연예						
매니지먼트	56.4	78.07	84.04	100.44	125.1	156.29
극장			4.56	25.63	115.06	283.79
음악			10.72	22	24.2	26.62
게임				20	23.4	29.25
영화·드라마						
테마파크				15.5	25.25	25.25
이익률	53%	46%	47%	53%	52%	55%
영화	51%	46%	48%	45%	46%	48%
드라마	39%	38%	32%	50%	48%	51%
연예						
매니지먼트	81%	63%	67%	65%	65%	65%
극장			58%	61%	61%	62%
음악			69%	40%	40%	40%
게임				50%	45%	45%
영화·드라마						
테마파크				100%	100%	100%

자료: Huayi Bros. Media, Hongyuan Securities(2012)

## (2) 주요 작품

드라마 부문의 대표작으로는 '蜗居(와거)', '身份的证明(신분의 증명)', '我的团长我的团(우리의 사단장, 우리의 사단)', '士兵突击(사병돌격)', '少年杨家将(소년 양가장)', '鹿鼎记(녹정기)', '功勋(공훈)', '恋爱兵法(연애병법)', '危情24小时(위기의 24시간)', '夜半歌声(야반가성)', '嘉庆皇帝(가정황제)', '罪证(죄증)', '天一生水(천일생수)', '倚天屠龙记(의천도용

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

기), '夫妻那些事儿(부부간의 일들)' 등이 있다. 영화 부문에서는 '鬼子来了(쪽바리가 왔다)', '荆轲刺秦王(자객 징커)', '我的1919(나의 1919)', '天下无贼(천하무적)', '功夫(쿵푸허슬)', '非诚勿扰(비성물요)', '唐山大地震(당산대지진)', '画皮(화피)', '风声(바람의 소리)', '太极(태극)', '温故1942(1942년을 돌아보다)' 등 중국 영화사에 남을만한 작품들을 만들어 냈다.

### (3) 2011년 경영실적

#### (3.1) 드라마 부문

드라마 제작을 전담하는 HuaYi Brothers TV Program Co., LTD.(华谊兄弟电视节目事业有限公司)는 연간 드라마 제작능력이 500회 정도에 이른다. 드라마 사업부 밑에 다수의 스튜디오를 두고 스튜디오에서 드라마 기획, 촬영, 배급 등 업무를 전담하는 방식으로 드라마를 제작하고 있다. 스튜디오는 중국 국내의 유명한 PD, 감독, 작가와 계약을 체결하고 그들에게 스튜디오를 하나씩 맡기는 방식으로 운영되고 있으며 2011년 말 기준으로 스튜디오 수는 12개에 이른다. 2011년 드라마 부문 매출액은 2억 8,000만 위안으로 동기 대비 36% 늘고 총 매출액의 95%를 차지했다. 이익률은 동기 대비 3.3%p 상승해 61%에 이르렀으며 주요 원인은 인터넷 방영권 상승, 우수 드라마의 단가 상승 등을 꼽을 수 있다. 2011년에 판권을 판매한 '夫妻那些事儿(부부간의 일들)'은 1회당 단가가 300만 위안으로 올랐고 현재 제작 중인 드라마 '唐山大地震(당산대지진)'의 1회당 단가는 400-500만 위안으로 예상되고 있다.

〈표 4-19〉 HuaYi Brothers 드라마 사업 실적

(백만 위안)	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E	2014E
매출액	24.08	82.77	107.59	279.91	323.12	440.00	603.67	799.92	1052.63
매출액 증가율		243.81%	29.98%	160.17%	15.44%	36.17%	37.20%	32.51%	31.59%
스튜디오 수	2	4	5	9	11	12	12	13	14
연간 드라마 배급 증가량	2	5	9	8	13	17	17	20	21
스튜디오 드라마 제작능력(작품 수/년)	1.00	1.25	1.80	0.89	1.18	1.42	1.40	1.50	1.50
드라마 횟수	73	122	290	290	422	400	400	440	484
드라마 1회당 평균 매출액(만 위안)	32.98	67.85	37.1	96.52	76.57	110.00	126.50	145.48	167.30
드라마 1회당 평균 매출액 증가율		105.73%	-45.32%	160.16%	-20.67%	43.66%	15.00%	15.00%	15.00%
드라마 작품 1편당 평균 매출액	12.04	16.55	11.95	34.99	24.86	25.88	30.12	35.17	41.31
인터넷 방영권 수익						60	98	160	243
영업원가	17.30	51.33	65.85	173.66	218.75	220.00	313.91	391.96	494.74
영업이익	6.78	31.45	41.74	106.26	104.37	220.00	289.76	407.96	557.89
영업이익 증가율		363.90%	32.74%	154.55%	-1.77%	110.78%	46.35%	40.79%	36.75%
이익률	28.16%	37.99%	38.80%	37.96%	32.30%	50.00%	48.00%	51.00%	53.00%

자료: Huayi Bros. Media, Hongyuan Securities(2012)

### (3.2) 영화/광고 부문

1998년에 영화 '没完没了(끝이 없다)'에 투자하며 영화사업에 진출했고 2004년에 '天下无贼(천하무적)'으로 개봉수익 1억 위안을 기록한 이후 지금까지 거의 해마다 흥행수익이 1억 위안을 넘는 작품들을 내놓고 있다. 2010년에 상영된 영화 '唐山大地震(당산대지진)'은 6억 6,500만 위안, 2012년에 상영된 영화 '画皮II(화피II)'은 7억 2,600만 위안의 흥행수익을 기록했다.

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

### (3.3) 기타

자회사 HuaYi Brothers Stars(华谊兄弟时代文化经纪有限公司)는 현재 중국 최대규모의 연예 기획사로 장한위(张涵予), 리빙빙(李冰冰), 야오첸(姚晨), 쉬판(徐帆), 루이(陆毅), 덩차오(邓超), 댜이홍(段奕宏), 펑샤오펑(冯绍峰), 왕바오창(王宝强) 등 중국 국내 인기 연예인들과 쑤유펑(苏有朋), 아아(阿雅), 안이취안(安以轩), 팡리선(方力申), 펑더룬(冯德伦), 리웨이렌(立威廉) 등 대만, 홍콩, 싱가포르 배우들의 중국 국내 연예활동을 관리하고 있다.

### (4) 2012년 사업계획

#### (4.1) 드라마

2012년 드라마 제작분량은 2011년과 비슷한 수준이 될 것이나 질적 향상에 노력을 기울여 단가를 높인다는 방침이다. 2012년 드라마 사업부문의 매출액은 6억 300만 위안으로 전년 대비 37.2% 늘 것으로 예상된다.

#### (4.2) 영화

현재 제작 중인 영화로는 '人鱼帝国(인어제국)', '一场风花雪月的事(풍화설월의 이야기)', '太平轮(태평륜)' 등이 있다. 량차오웨이(梁朝伟)와 저우쑤원(周迅)이 주연을 맡은 '听风者(바람을 듣는 자)'는 올 상반기 제작이 끝나 8월부터 인기리에 상영 중이다. 또 2011년 초 발표한 'Hi Hope(H计划)' 영화제작계획에 포함된 '忠烈杨家将(충열양가장)', '太极(태극)', '温故1942(1942년을 되돌아보다)', '十二生肖(12개 띠)' 등 작품들은 2012년에 개봉될 예정이다. 특히 펑샤오강 감독의 '温故1942(1942년을 되돌아보다)'는 중국영화 사상 최고의 흥행수익을 올릴 것으로 기대되고 있다.

#### (4.3) 뉴미디어

2011년에 기존의 각 사업부 산하 뉴미디어 판매부서를 통폐합하여 뉴미디어 사업부를 신설했다. 드라마의 인터넷 방영권 수익은 블록버스터 영화의 인터넷 방영권 수익보다 높다. 전쟁 드라마의 인터넷 판권은 1회당 30-40만 위안 수준이고 현대 장르의 인기 드라마는 1회당 100-120만 위안에 이른다. 2011년에 5월 인터넷 서비스업체 Tencent를 전략적 투자자로 영입한 데 이어 2011년 12월 Tencent와 전략적 제휴 MOU를 체결, 영화, 드라마의 인터넷 방영 뿐만 아니라 온라인 음악, 온라인 게임 분야에서도 협력을 강화하기로 했다.

#### (4.4) 기타 사업

전속 연예인 수는 연평균 10%의 속도로 증가하고 연예 매니지먼트 수익은 향후 3년간 연평균 25% 늘 것으로 예상되고 있다. 현재 소주(苏州), 성도(成都)와 청도(青岛)에서 극장과 영화·드라마 테마파크 사업을 추진하고 있다.

#### (5) 국제협력

2월 13일 자회사 HuaYi International Co., LTD.(华谊兄弟国际有限公司)를 통해 We Pictures(我们制作)<sup>15)</sup>, EDKO Film Ltd.(安乐影片)<sup>16)</sup>, now TV<sup>17)</sup>와 합자회사를 설립한다고 발표했다. 합자회사의 총투자액은 1,000만 홍콩달러이고 HuaYi International Co., LTD.은 216만 홍콩달러를 투자해 21.7%의 지분을 갖게 된다. 합자회사가 운영하는 유료 영화 채널 now Popcorn Movie Channel(now 爆谷台)은 3월 15일 개국했다. 드라마 부문의 국제협력도 눈여겨볼 만하다. Huayi Bros. Media Group과 중국의 유명 제작자 우이창(吴毅强)이 함께 설립한 Tianyi Movie & TV(天意影视)는 2007년에 한중 합작드라마 '恋愛兵法(연애병법)'를 제작한 회사다. '恋愛兵法(연애병법)'은 이민철 감독과 박은아 작가를 비

---

15) 홍콩의 영화감독 천커신(陈可辛)이 만든 영화 제작사

16) 홍콩의 영화 제작자 장즈창(江志强)의 회사

17) 홍콩의 정보통신업체 PCCW의 자회사

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

롯, 촬영, 조명 등 한국 제작진이 참여한 한중 합작드라마로 한국 탤런트 김정훈과 대만 배우 비비안 수가 주연을 맡아 화제가 된 바 있다. 김정훈은 현재 Tianyi Movie & TV에서 제작 중인 청춘멜로물 '蹣跚起脚尖吻到爱(까치발을 딛고 사랑과 키스하다)'에서 주연으로 열연하고 있다.

## 제3절 방송콘텐츠 유통·소비 현황

### 1. 수급현황

#### 1) 방송 콘텐츠

2011년 8월 발표된 'Blue book of China's Radio, Film and Television'에 따르면, 2010년에 중국의 라디오 프로그램 방송분량은 1,266만 300시간으로 전년 대비 3.22% 늘고 TV 프로그램 방송분량은 1,635만 5,000시간으로 전년 대비 3.66% 증가했다. 그 중 중앙급 방송국의 TV 프로그램 방송분량은 22만 4,300시간으로 2006-2010년 연평균 11.12% 증가했다. 성급 방송국의 TV 프로그램 방송분량은 210만 시간, 지급시급 방송국의 TV 방송분량은 564만 시간, 현급 방송국의 TV 방송분량은 839만 시간으로 집계됐다. 2011년 중국의 라디오 프로그램 방송분량은 1,305만 7,500시간으로 전년 대비 3.14% 늘고 TV 프로그램 방송분량은 1,675만 3,000시간으로 전년 대비 2.43% 증가했다.

<표 4-20> 2004-2010년 중국 방송 프로그램 방송분량

	2011 TV프로그램 방송분량(만 시간)	라디오 프로그램 방송분량(만 시간)
2004년	1,101.13	981.28
2005년	1,259.16	1,030.42
2006년	1,360.45	1,078.05
2007년	1,456.05	1,131.44
2008년	1,482.32	1,153.09
2009년	1,577.68	1,226.55
2010년	1,635.50	1,266.03
2011년	1,675.30	1,305.75

자료: 국가광전총국 '2010년 통계공보', Blue book of China's Radio, Film and Television(2012)

‘2010년 통계공보’에 따르면 2010년에 중국 국내 라디오 프로그램 구매·교환 분량은 110만 시간, TV 프로그램 구매·교환 분량은 711만 시간으로 집계됐다. 2011년 8월 발표된 ‘Blue book of China’s Radio, Film and Television’에 따르면, 2010년 TV 프로그램 국내 매출액은 전년 대비 18억 5,200만 위안 증가한 50억 2,200만 위안으로 집계됐다.

<표 4-21> 2004-2010년 중국 방송 프로그램 거래현황

시기	TV프로그램 구매/교환 분량 (만 시간)	라디오 프로그램 구매/교환 분량 (만 시간)
2004년	299	44
2005년	337	51
2006년	370	64
2007년	426	84
2008년	447	93
2009년	472	100
2010년	711	110

자료: 국가광전총국 ‘2010년 통계공보’(2011)

‘2010년 통계공보’에 따르면, 2010년에 중국 TV 프로그램의 수출입 분량은 3만 5,959시간, 수출입액은 6억 4,057만 위안으로 집계됐다.

<표 4-22> 2006-2010년 중국 TV프로그램 수출입 현황

시기	TV프로그램 수출입 분량(시간)	TV프로그램 수출입액(만 위안)
2006년	43,965	50,654
2007년	30,234	44,328
2008년	30,850	57,897
2009년	31,664	58,319
2010년	35,959	64,057

자료: 국가광전총국 ‘2010년 통계공보’(2011)

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

### 2) 중국 국산 드라마

#### (1) 시장규모

2004년부터 국가광전총국에서 해외 드라마 방송규제를 잇따라 발표하며 중국 국산 드라마의 입지가 강화됐다. 그러나 2004년에 해외 드라마 방영 제한조치가 나온 후 중국 국산 드라마 거래액은 전년 대비 18.2% 증가했으나, 주로 방송사에 공급을 했기 때문에 중국 국산 드라마 거래액은 2004년 43억 위안에서 2010년에는 59억 위안으로 증가해 2004-2010년 CAGR는 6%에 그쳤다. 2011년부터 방송사의 시청률 경쟁이 심화되고 있고 인터넷 동영상 사이트들이 생존을 건 경쟁을 하며 드라마 방영권 확보경쟁에 나서면서 중국 국산 드라마 판권 가격이 급등했다. 이에 따라 드라마 시장이 더 활성화되어 2015년 드라마 시장규모는 175억 위안에 이르고 2011-2015년 CAGR(연평균복합성장률)는 22%로 2006-2010년 CAGR(6%)를 크게 상회할 전망이다. 2015년 방송사 대상의 드라마 판권 매출액은 122억 위안으로 2010년의 2배에 이르고 2011-2015년 CAGR는 16%에 이를 것으로 예상된다. 이는 방송사들이 시청률을 높여 TV광고를 더 많이 수주하기 위해 드라마 판권을 사들이기 때문에 가능한 것이다.

현재 TV 광고 매출액 중에서 드라마에 딸린 광고의 매출 비중이 60%를 상회하는 반면 방송사의 드라마 구입비는 광고 매출액 대비 비중이 9%에 불과하다. 시청률 경쟁, 오락 프로그램 제한조치 등의 영향으로 방송사의 드라마 구입이 꾸준히 늘고 2015년 방송사의 광고 매출액 대비 드라마 구입비 비중은 9.4%에 이를 전망이다. 참고로, 2015년에 TV광고 매출액은 1,500억 위안을 상회하고 2011-2015년 CAGR는 14%에 이를 전망이다. 2015년에 뉴미디어(인터넷 동영상 사이트) 대상의 드라마 판권 매출액은 53억 위안을 상회해 2010년 대비 10배 증가하고 2011-2015년 CAGR는 56%에 이를 전망이다. 뉴미디어 시청자 증가, 인터넷 동영상 사이트의 광고 매출액 증가, 인터넷 동영상 사업자 간 경쟁 심화로 드라마 뉴미디어 방영권 매출액이 증가할 전망이다. 참고로 인터넷 동영상 사이트의 2015년 광고 매출액은 198억 위안, 2011-2015년 CAGR는 56%에 이를 전망이다. 이와 더불어 광고 매출액 대비 드라마 방영권 구입비 비중은 2011년의 26%에서 2015년에는 26.8%로 상승할 것으로 예상된다.

## (2) 제작대비 판매현황

중국의 드라마 제작대비 판매현황으로 봤을 때, 제작분량은 많으나 방송사에서 방영되는 비중은 낮다. 현재 위성채널의 황금시간대(19:00-22:00) 방영분량은 실제로는 7,000회 정도로 총 제작분량의 35% 정도를 차지하며 그 중 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영되는 분량은 3,000회 정도에 그친다. 국가광전총국의 통계에 따르면 제작을 마쳤으나 품질, 소재 등의 원인으로 팔리지 않은 드라마는 매년 총 제작분량의 20% 정도를 차지한다. 시청률이 낮은 시간대에 방영되고 또 판권 가격이 낮아 투자를 회수하지 못하는 드라마는 총 제작분량의 30% 정도를 차지한다. 2011년에 이미 제작된 드라마 중에서 방송국에서 방영되는 드라마 비중은 2005년의 73%에서 2011년에는 34%로 줄어든 것으로 추정된다. 드라마 판권 가격이 계속 상승하면서 드라마 구입능력을 가진 방송사 수가 매년 줄어들 것으로 예상되며, 이에 따라 2015년에 이미 제작된 드라마 중에서 방송국에서 방영되는 드라마 비중이 20% 정도로 줄어들 전망이다. 이에 따라 일반 드라마의 판매가 더 어려워져, 제작분량 대비 판매 비중은 2005년의 66%에서 2012년에는 20% 미만으로 줄고 향후 더 줄어들 것으로 예상된다.

중국정부에서 해외 콘텐츠 수입 규제를 강화하고 국산 콘텐츠 활성화에 편중하는 정책을 시행하면서 중국의 제작사 수가 급증하고 드라마 제작분량이 많이 늘었다. 그러나 제작을 마쳤으나 품질, 소재 등의 원인으로 팔리지 않은 드라마가 매년 총 제작분량의 20% 정도를 차지하고 방영은 됐지만 가격이 낮아 투자를 회수하지 못하는 드라마는 총 제작분량의 30% 정도를 차지한다.

## 3) 다큐멘터리

2012년 3월 북경사범대학 다큐멘터리센터에서 발표한 ‘2011년 중국 다큐멘터리 연구 보고서’에 따르면 2011년 중국의 다큐멘터리 시장 매출액은 10억 위안을 상회해 증가율이 20%를 넘었다. 2011년에 중국의 TV 다큐멘터리 제작 분량은 8,700시간 정도이고 방영분량은 5만 8,000시간 정도, 그 중 본방 분량은 1만 6,000시간으로 집계됐다.

## 2. 유통 플랫폼, 절차

### 1) 중국 국산 방송 프로그램

방송 프로그램의 제작은 크게 방송사 자체제작과 외주제작 방식으로 나눌 수 있다. 중국도 제작분리(直播分离)를 추진하고 있으나 드라마의 경우, 판권 구입가격이 너무 높다는 이유로 자체제작 사례가 오히려 증가하는 추세이다. 방송 프로그램의 배급방식은 자체배급과 위탁배급 방식이 있다. 위탁배급 방식은 또 독점배급과 단순 배급대행 방식으로 나눌 수 있다. 자체배급 방식은 수익을 극대화할 수 있기 때문에 대다수 제작사들은 자체배급 방식을 취한다. 드라마와 애니메이션의 경우, 해당 ‘배급허가증(发行许可证)’만 있으면 배급이 가능하며 대다수 제작사들은 모두 ‘배급허가증’을 갖고 있기 때문에 자체배급을 하는 경우가 흔하다. 연간 드라마 제작분량이 200회를 넘는 제작사는 전부 자체배급 방식을 취하고 있다. 위탁배급 방식을 취하는 제작사들은 대부분 소규모 제작사거나 초창기에 있는 제작사들이고 작품은 2-3류 수준인 경우가 많다. 위탁배급 방식 중에서도 독점배급 방식이 많으며, 배급사는 판매가의 15%-30%를 배급 대행료로 받는다.

제작사는 주로 중앙급 방송사 또는 성급 방송사, 성소재지 방송사에 콘텐츠를 공급한다. 그리고 대다수 제작사들은 ‘전국에서 배급을 하되, 성 단위로 판권을 판매(全国发行, 分省销售)’하는 전략을 취하기 때문에 성급 방송사와 성소재지 방송사가 주 고객이다. 일반적으로 성급 방송사와 성소재지 방송사는 또 그 산하에 있는 채널이나 시급 방송사에 방영권을 판매할 수 있다. 그러나 전반적으로 봤을 때 이 같은 재배급 비중은 매우 작은 편이다. 재배급을 하는 경우, 성급 방송사와 성소재지 방송사에서 먼저 방영한 후 시급 방송사에서 방영하는 방식과 시급 방송사에서 먼저 방영한 후 성급 방송사와 성소재지 방송사에서 방영하는 방식이 있다.

각급 방송사 중에서 특히 성급 위성채널의 구매력이 높다. 현재 위성채널의 드라마 등 방송 프로그램의 구매력으로 봤을 때, 판권 구매가격이 상대적으로 높은 성급 위성채널은 북경위성TV, 상해동방위성TV, 절강위성TV, 강소위성TV, 안휘위성TV, 호남위성

TV 등이다. 이 같은 위성채널들은 시청률을 올리기 위해 높은 가격에 작품성이 있고 인기가 있을 것으로 예상되는 드라마의 본방 방영권을 구입하는 경우가 많다. 이에 따라 일부 인기 드라마는 먼저 판권 구매가격이 높은 성급 위성채널에서 본방송을 한 후 CCTV8에서 재방송하는 경우도 심심찮게 볼 수 있다. 또 판권 구매비용을 절감하기 위해 여러 위성채널들이 판권을 공동구매하는 경우도 많다. 인터넷 동영상 사이트, 모바일 TV를 비롯한 뉴미디어 역시 중요한 유통채널로 부상하고 있다. 특히 인터넷 동영상 사업자들이 경쟁력을 높이기 위해 인기 방송물 방영권 확보경쟁에 나서면서 방송사에서 본방으로 방송한 후 조금 지나 인터넷 동영상 사이트에서도 해당 콘텐츠를 쉽게 시청할 수 있게 되었다. 일부 방송콘텐츠의 경우, 정규방송에 편성될 기회가 없으나 인터넷 동영상 사이트에서 방영되기도 한다.

## 2) 해외 방송 프로그램

국가광전총국은 드라마를 비롯한 해외 방송 프로그램의 수입 분량, 장르, 수입대상국 등을 통제하고 있다. 국가광전총국에서 지정한 사업자 만이 해외 방송 프로그램을 수입을 신청할 수 있으며 이같은 자격을 갖춘 사업자는 주로 성급 방송사와 CITVC(中国国际电视总公司), 중국영화주식유한공사(中国电影股份有限公司) 등 대형 기관들이다. 영화 방송 제작사가 해외 방송 프로그램 수입을 신청할 경우, 반드시 수입자격을 갖춘 방송사와 함께 수입해야 하고 또 제작사는 '방송 프로그램 제작경영허가증(广播电视节目制作经营许可证)'을 갖고 있는 제작사여야 한다.

주요 성급 위성채널과 인터넷 동영상 사이트들은 시청률을 높이기 위해 인기 드라마 판권을 높은 가격에 구입하고 있다. 해외 콘텐츠의 수입은 국가광전총국에서 지정한 유통업자를 통해야 한다.

## 3. 가격추이

최근 수년간 방송사의 방송콘텐츠 판권 구입가격이 꾸준히 상승하고 있으며, 2010년부터 인터넷 방영권 가격이 급등세를 보이고 있다.

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

### 1) 방송국 판권 가격

#### (1) 드라마 판권 가격

드라마 시장은 대표적인 B2B 시장이다. 2010년까지는 주로 방송사에서 드라마를 구입했고 드라마 방영 및 오락 프로그램 제한조치가 이뤄지지 않았기 때문에 드라마 판권 가격이 높지 않았다. 2010년 기준으로 중국 국내에서 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증(广播电视节目制作经营许可证)’을 갖춘 제작사는 4,057개사에 이른 반면, 드라마 방영권을 구입할 수 있는 능력을 갖춘 방송사는 15-20개 정도에 불과했다. 2011년부터 성급 위성채널 간 시청률 경쟁 심화, 인터넷 동영상 사업자의 우수 콘텐츠 확보경쟁으로 드라마 판권 가격이 상승세를 보였다. 성급 위성채널들은 시청률을 높여 비교우위를 확보하고 광고 매출액을 늘리기 위해 높은 시청률을 올릴 수 있는 드라마를 확보하기 위해 경쟁을 벌이고 있다. 성급 방송 시장의 집중도가 낮고 방송사 간 매출액 격차가 크지 않다. 또 시청률로 봤을 때, 호남위성채널의 종합 시청률이 높은 외에 그 뒤를 잇는 강소위성TV, 절강위성TV, 안휘위성TV, 북경위성TV 등 기타 성급 위성채널의 시청률 순위에는 큰 변화가 없다. 이 같은 상황에서 시청률을 높이기 위한 대안으로 우수 드라마를 확보하는 것이 필요해졌다.

중국에서 방영되는 각종 방송 프로그램 중에서 드라마의 방영 비중과 시청자 점유율은 각각 30%와 42%로 1위를 차지한다는 사실이 우수 드라마 확보의 필요성을 잘 보여준다. 또 2012년 주요 방송사별 황금시간대 광고 입찰결과로 봤을 때 드라마 방영 시간대의 광고 입찰금액이 큰 것으로 나타나 이같은 사실을 다시 한번 입증해줬다. 프로그램별 광고 입찰금액 TOP10 순위에서 CCTV의 저녁 7시 뉴스(新闻联播), Topics In Focus(焦点访谈), 일기예보(天气预报)와 강소위성채널의 짝짓기 프로그램 ‘비성말우(非诚勿扰)’, 호남위성채널의 간판 예능 프로그램인 ‘쾌락대본영(快乐大本营)’, ‘천천향상(天天向上)’을 제외하고 나머지 5개는 모두 황금시간대 드라마 칼럼들이다. 또 위성채널의 드라마 방영 제한, 오락 프로그램 방영 제한조치로 위성채널의 드라마 의존도가 향상되었다. 이에 따라 방송사의 우수 드라마 확보경쟁이 더욱 치열해지고 있으며, 주요 위성채널의 2012년 드라마 구입계획에서 이 같은 움직임을 볼 수 있다.

〈표 4-23〉 주요 채널별 드라마 구입 예산

방송사	2010년	2011년	2012년
호남위성TV	N/A	3-5억 위안	N/A
강소위성TV	6억 위안	8억 위안	10억 위안
동방위성TV	N/A	4억 위안	8억 위안
안휘위성TV	N/A	3-5억 위안	8억 위안
심천위성TV	N/A	N/A	5억 위안
CCTV	10억 위안	16 억 위안	N/A

자료: Shenyin Wanguo Securities(2012)

## (2) 다큐멘터리

우수한 작품의 공급이 부족해 TV다큐멘터리 가격은 1분당 30-50위안에서 100-200위안대로 오르고 있다.

## 2) 인터넷 방영권

### (1) 드라마

인터넷 동영상 이용자가 급증하고 인터넷 저작권 규제가 강화되면서 인터넷 동영상 사업자들이 드라마 방영권 확보경쟁에 나서면서 인터넷 방영권 가격이 폭등했다. 드라마는 인터넷 동영상 사이트들이 트래픽을 늘리는 주요 수단이기 때문에 사업자들이 드라마 방영권 확보에 적극적이다. 인터넷 동영상 사이트의 활성화 특히 Youku, Tudou 등 인터넷 동영상 사업자의 성장으로 현금 동원능력을 갖춘 인터넷 동영상 사업자들의 콘텐츠 확보 경쟁이 더 심화되었고 이는 드라마 인터넷 방영권 가격의 급등으로 이어졌다. 일부 인기 드라마의 경우 인터넷 방영권은 300배 이상 폭등했다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-24> 드라마 인터넷 방영권 가격 상승 추이

시기	드라마	인터넷 방영권 가격 (만 위안/회)	판권 가격 (만 위안/편)
2006	武林外传(무림외전)	0.12	10
2008	士兵突击(사병돌격)	0.80	24
2009	我的团长我的团 (나의 연대장, 나의 연대)	2	80
2010	旗袍(치포)	8	320
2010	新红楼梦(신홍루몽)	20	1000
2010	三国(삼국)	15	1425
2010	西游记(서유기)	28	1680
2011	新还珠格格(신환주격격)	31	3000
2011	倾世皇妃(경세황비)	40	1600

자료: Shenyin Wanguo Securities(2012)

(2) 다큐멘터리

인터넷 방영권 확보경쟁이 심화되면서, 2011년부터 인터넷 동영상 사업자의 다큐멘터리 판권 구입가는 기존의 1분당30위안에서 100위안으로 올랐고 일부 우수작은 1분당 1,000위안까지 올라 방송사의 판권 구입가를 넘어섰다.

드라마, 다큐멘터리를 포함해 방송사와 뉴미디어 사업자의 판권 구입가격이 수년째 급등하고 있다. 특히 중국에서 방영되는 각종 방송 프로그램 중에서 드라마의 방영 비중과 시청자 점유율은 각각 30%와 42%에 이르기 때문에 우수 드라마 확보경쟁은 향후에도 계속될 전망이다.

4. 소비자의 반응

1) 방송채널별 시청현황

(1) 각급 방송채널의 시청점유율

2012년 5월 CSM Media Research에서 발표한 '2011년 중국 TV방송시장 점검(2011年电

‘视市场观察’ 보고서에 따르면, 최근 수년간 중앙급 채널의 시청량은 줄어든 반면 성급 위성채널의 시청량은 꾸준히 늘고 있으며 지상파 채널은 시청량이 전반적으로 안정적이나 2011년에 다소 하락한 것으로 나타났다.

[그림 4-5] 2007-2011년 각급 방송채널의 시청자 1인당 1일 시청시간



자료: CSM Media Research(2012)

각급 방송채널의 경쟁현황 및 추이로 봤을 때 2011년에도 성급 위성채널의 시청점유율이 증가세를 보인 반면 중앙급 채널은 시청점유율이 하락세를 계속했다. 성급 지상파 채널과 시급 지상파 채널의 2011년 시청점유율은 총 34.8%로 2010년(36.4%) 대비 소폭 하락했다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

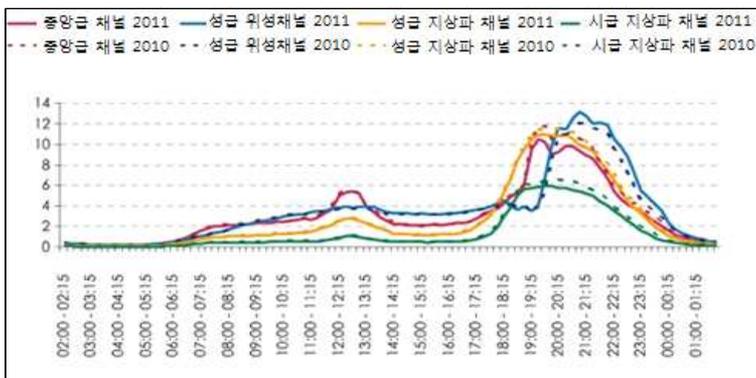
[그림 4-6] 2007-2011년 각급 방송채널의 1일 시청점유율



자료: CSM Media Research(2012)

최근 2년간 각급 방송채널의 시간대별 시청률 변화추이로 봤을 때, 낮 시간대의 시청률에는 큰 변화가 없고 경쟁이 가장 치열한 저녁 시간대에 일부 변화가 감지되고 있다. 2011년에 성급 위성채널 외에 중양급 채널과 성급 지상파 채널, 시급 지상파 채널의 19:00-22:00 시간대 시청률은 2010년 대비 하락세를 보였고 성급 위성채널은 21:00시 이후부터 자정까지 시청률은 눈에 띄게 상승했다.

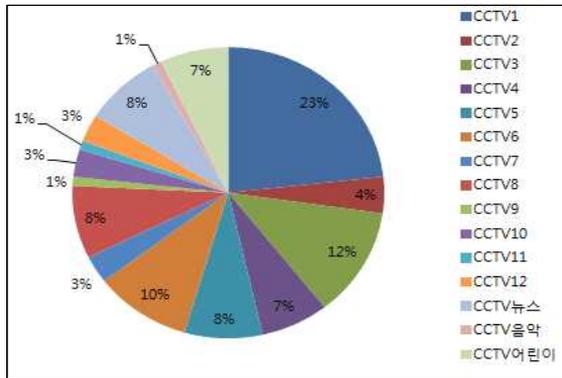
[그림 4-7] 2010-2011년 각급 채널의 1일 시청률 추이



자료: CSM Media Research(2012)

각급 채널 시청자의 인구통계학적 특징으로 봤을 때, 중앙급 채널은 남성 시청자 비중이 더 높고 연령대, 학력수준이 높을수록 중앙급 채널을 시청하는 비중이 더 큰 것으로 조사됐다. 성급 위성채널은 여성 시청자가 많고 연령대, 학력수준이 높을수록 성급 위성채널을 시청하는 비중은 감소세를 보였다. 지상파 채널이 시청자 분포는 균형적인 편이다. 중앙급 채널의 시청점유율<sup>18)</sup> 중에 CCTV1의 비중은 25%에 가까우나 2010년에 비해 다소 줄어들었다. CCTV3과 CCTV6의 비중도 10%를 상회하며 그 중 CCTV3는 시청점유율이 전년 대비 소폭 상승한 것으로 나타났다. CCTV 뉴스, CCTV8, CCTV5, CCTV4, CCTV 어린이 채널의 시청점유율도 7%를 넘는 수준이다.

[그림 4-8] 2011년 CCTV 채널별 시청점유율



자료: CSM Media Research(2012)

성급 위성채널의 2011년 시청점유율은 30%를 상회하나 채널별로 또 큰 차이가 있다. 경쟁력을 갖춘 주요 성급 위성채널의 저녁 시간대 시청점유율이 더 상승하는 추세이다. 2011년에 71개 대·중형 도시 1일 시청점유율로 봤을 때, 전체 성급 위성채널(애니메이션 전문 위성채널 제외) 시청점유율 대비 TOP3 성급 위성채널의 시청점유율은 28%, TOP5 성급 위성채널의 시청점유율은 41%, TOP10 성급 위성채널의 시청점유율은 64%에 이르는 것으로 나타났다. 30여개 지급시(地市)와 성소재지(직할시 제외)의 지상파 채널

18) 시청점유율: 총 시청시간 중 특정 방송채널에 대한 시청시간이 차지하는 비율

#### 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

널 경쟁력을 봤을 때, 2010년 대비 2011년에 저녁 시간대 성급 지상파 채널의 시청점유율이 1%p 이상 상승한 도시는 3분의 1에 이른다. 시급 지상파 채널의 시청점유율이 1%p 이상 상승한 도시는 14개에 그쳤다. 성급 지상파 채널과 시급 지상파 채널의 시청점유율이 1%p 이상 하락한 도시는 절반에 가깝다. 저녁시간대 성급 지상파 채널의 경쟁력이 높은 지역은 절강(浙江), 호남(湖南), 광둥(广东), 강서(江西), 강소(江苏) 등이며 해당 지역의 성급 지상파 채널 성소제지 시청점유율은 평균 37%로 조사됐다. 성급 지상파 채널이 경쟁력이 낮은 지역은 주로 서북과 서남지역에 위치해 있다. 2011년에 성급 지상파 채널의 시청점유율이 가장 낮은 5개 채널의 시청점유율은 평균 6%에 그쳤다.

시급 지상파 채널 중 시청점유율이 상위 20위를 차지하는 20개 도시 지상파 채널들은 최근 3년간 시청점유율이 평균 40% 정도를 유지하고 있으나 전반적으로는 매년 감소세를 보이고 있다. 시청점유율이 높은 시급 지상파 채널은 지역문화적 특색이 강하거나 현지 경제수준이 상대적으로 높은 강소, 절강, 광둥 등지 방송채널들이다. 시청점유율이 낮은 20개 시급 지상파 채널의 시청점유율은 평균 2% 정도에서 오르내리고 있다. 디지털TV채널의 시청점유율로 봤을 때, 2011년 9-10월 31개 도시를 대상으로 한 조사에서 디지털 채널의 시청점유율은 5.26%로 아직은 저조한 수준이다.

[그림 4-9] 2011년 9-10월 디지털TV채널 시청점유율

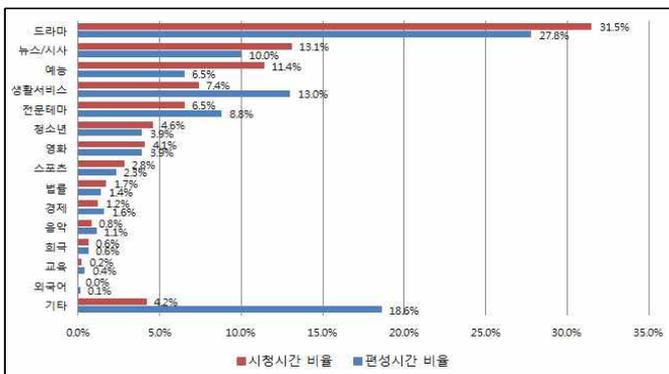


자료: CSM Media Research(2012)

(2) 각급 방송채널의 프로그램 편성 및 시청시간 비율

최근 수년간 프로그램 유형별 편성비중은 전반적으로 안정세를 유지하고 있고 드라마, 뉴스, 예능 프로그램은 여전히 시청시간 비율이 높은 프로그램으로, 총 시청시간 대비 세가지 유형의 프로그램 시청시간은 56%를 차지했다. 그 중 드라마는 편성시간 비율이 28%, 시청시간 비율이 32%를 차지하고 뉴스/시사 프로그램은 편성시간 비율이 10%, 시청시간 비율이 13%를 차지하며 예능 프로그램은 편성시간 비율이 7%, 시청시간 비율이 11%를 차지했다. 스포츠, 법률, 청소년 프로그램은 시청시간 비율이 모두 5% 미만이나 편성시간 비율도 상대적으로 낮기 때문에 방송자원이용 효율성이 높은 편이다. 생활서비스(生活服务) 프로그램과 전문테마(专题类) 프로그램은 시청시간 비율이 모두 5%를 넘지만 편성시간 비율이 각각 13%와 9%에 이르기 때문에 방송자원이용 효율성이 낮은 편이다. 2011년에 위성채널들이 신규 예능 프로그램 편성 및 방송분량을 늘리면서 예능 프로그램의 방송자원이용 효율성은 2010년 대비 눈에 띄게 향상됐으나 뉴스/시사 프로그램의 방송자원이용 효율성은 전년 대비 하락했다. 또 2011년에 대형 스포츠 경기 방송은 적어 스포츠 프로그램의 방송자원이용 효율성이 크게 하락했다.

[그림 4-10] 2011년 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율



자료: CSM Media Research(2012)

각급 채널별 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율로 봤을 때, 중앙급 채널의 주요

#### 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

프로그램 유형별 편성시간 비율과 시청시간 비율은 상대적으로 균형을 이루고 있다. 드라마, 뉴스와 예능 프로그램의 시청시간 비율이 높으나 이 같은 프로그램의 시청시간 비율은 모두 20% 미만이다. 전문테마(专题) 프로그램의 시청시간 비율도 9%를 넘지만 편성시간 비율이 22%를 차지한다는 점으로 봤을 때 공급이 과잉한 상황이다. 중앙급 채널과 비교해봤을 때, 성급 지상파 채널과 시급 지상파 채널의 프로그램은 주로 드라마와 뉴스/시사 프로그램에 집중돼 있다. 성급 위성채널의 프로그램은 드라마와 예능 프로그램에 집중돼 있다. 성급 위성채널의 드라마 편성시간 비율은 37%, 시청시간 비율은 42%에 이르고 예능 프로그램 편성시간 비율은 8%, 시청시간 비율은 16%에 이른다.

<표 4-25> 2011년 각급 채널 프로그램 유형별 편성시간 비율과 시청시간 비율

구분	중앙급 채널		성급 위성채널		성급 지상파 채널		시급 지상파 채널	
	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)
드라마	12.2	15.7	36.7	42.2	27.5	34.2	30.6	34.2
뉴스/시사	11.1	16.4	9.0	6.0	7.9	14.4	11.1	22.5
예능	8.4	13.1	8.3	16.0	7.1	6.6	5.7	4.8
생활서비스(生活服务)	5.9	5.6	8.2	7.0	14.3	9.7	14.1	8.2
전문테마(专题)	22.0	9.2	7.4	5.2	8.9	5.7	7.5	5.1
청소년	5.1	6.0	7.8	5.8	3.5	2.8	3.1	2.0
영화	4.2	7.8	2.4	1.4	5.4	4.2	2.4	2.4
스포츠	5.5	6.7	0.7	0.1	3.4	2.7	1.3	1.2
법률	2.6	3.0	0.2	0.1	1.7	2.5	1.5	2.0
경제	3.6	2.2	2.2	0.8	1.0	0.8	1.2	0.6
음악	4.6	1.8	0.7	0.4	0.6	0.2	0.9	0.2
희극	3.0	0.9	0.6	0.2	0.8	0.6	0.4	0.5
교육	1.3	0.5	0.3	0.1	0.3	0.0	0.3	0.1
외국어	0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
기타	10.2	11.1	15.6	14.7	17.5	15.6	19.8	16.3

자료: CSM Media Research(2012)

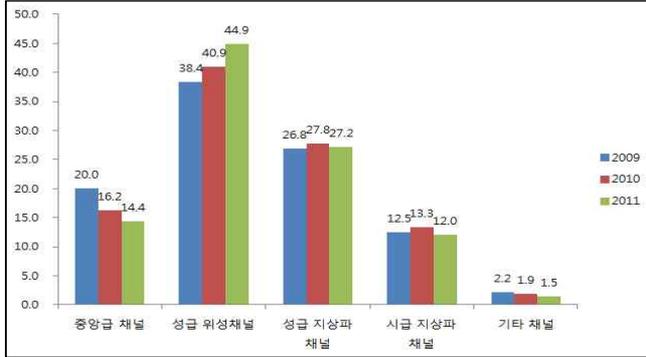
(3) 각급 방송채널의 프로그램 유형별 시청점유율

(3.1) 드라마

채널별로 봤을 때, 2011년 중앙급 및 성급 위성채널의 드라마 시청점유율은 총 60%에 가까운 것으로 나타났고 그 중에서도 성급 위성채널의 드라마 시청점유율이 눈에 띄게 상승했다. 2011년에 성급 위성채널들은 독점방영 또는 공동방영 등의 방식으로 드라마를 편성하며 시청점유율을 높였다. 2011년 저녁 황금시간대에 본방으로 3-4개 성급 위성채널에서 공동방영을 한 드라마는 40편을 넘었다. 또 경쟁력을 갖춘 일부 성급 위성채널들은 독점방영 드라마 작품 수를 늘렸고 안휘위성TV, 강소위성TV, 절강위성TV에서 황금시간대에 독점 방영한 드라마는 모두 시청점유율이 좋은 편이다. 심야시간대에 높은 시청점유율을 올린 드라마는 거의 모두 호남위성TV에서 방영된 것이며 특히 2011년 1/4분기에 방영된 ‘宮(궁)’, ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’ 등 드라마는 호남위성TV의 자체 최고 시청점유율을 잇따라 경신했다. 성, 시급 지상파 채널의 드라마 시청점유율은 총 39%로 2010년에 비해 다소 하락했으나, 각지 저녁시간대에 시청하는 드라마 중에서 지상파 채널에서 방영되는 드라마의 시청점유율은 여전히 높은 편에 속한다. 80개 도시에서 성, 시급 지상파 채널에서 저녁시간대에 방영한 드라마 시청점유율을 조사한 결과, ‘旗袍(치포)’, ‘水浒传(수호전)’, ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’, ‘青春期撞上更年期(사춘기가 갱년기를 만났을 때)’, ‘毒刺(독가시)’ 등 드라마는 50개 이상 도시에서 시청점유율 10위권에 진입했다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

[그림 4-11] 2009-2011년 각급 방송채널의 드라마 시청점유율



자료: CSM Media Research(2012)

드라마의 장르별로 봤을 때 2011년 저녁시간대에 첩보 드라마의 편성이 가장 많이 증가했고 드라마 장르 중에서 편성시간 비율도 가장 높은 것으로 나타났다. 기타 장르의 드라마 편성시간 비율은 도시생활, 근대 전기(近代传奇), 사회윤리 순으로 나타났다. 군사전쟁을 다룬 드라마는 편성시간 비율이 수년째 상승하는 반면 멜로, 경찰/범죄 소재의 드라마는 편성시간 비율이 감소하는 추세이다. 성급 위성채널과 지상파 채널은 모두 첩보 드라마 편성시간 비율이 가장 높다. 둘의 차이점이라면 성급 위성채널의 군사전쟁 드라마 편성시간 비율이 더 높고, 지상파 채널은 근대 전기와 사회윤리 드라마 편성시간 비율이 더 높다는 점이다.

[그림 4-12] 2011년 성급 위성채널과 지상파 채널의 드라마 장르별 편성시간 비율

(80 개 도시, 18:00-24:00)



자료: CSM Media Research(2012)

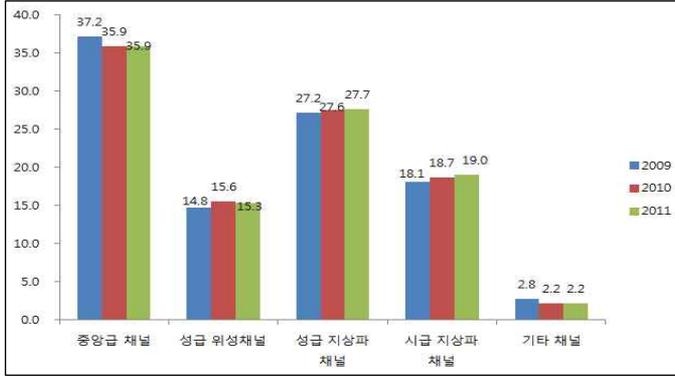
시간대로 봤을 때, 드라마 시청시간은 저녁 황금시간대에 집중돼 있다. 19:00-21:00 시간대에 방영된 드라마의 시청량은 1일 드라마 총 시청량의 48%를 차지했다. 채널 별로 봤을 때 성급 위성채널과 성급 지상파 채널의 시청량이 가장 높다. 위성채널의 저녁 황금시간대 드라마는 주로 19:30시 이후 심지어 20:00시 이후 방영을 시작하기 때문에 18:00-19:00 시간대의 드라마 시청량 중에는 지상파 채널이 큰 비중을 차지했다. 낮 시간대의 드라마 시청량은 적은 편이고 성급 위성채널이 큰 비중을 차지했다.

### (3.2) 뉴스/시사

채널별로 봤을 때, 2011년에도 중앙급 및 성, 시급 지상파 채널의 뉴스/시사 프로그램 시청점유율이 높다. 중앙급 채널과 성급 위성채널의 뉴스/시사 프로그램 시청점유율은 51%에 이르고 성, 시급 지상파 채널의 뉴스/시사 프로그램 시청점유율은 47%로 조사되었다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

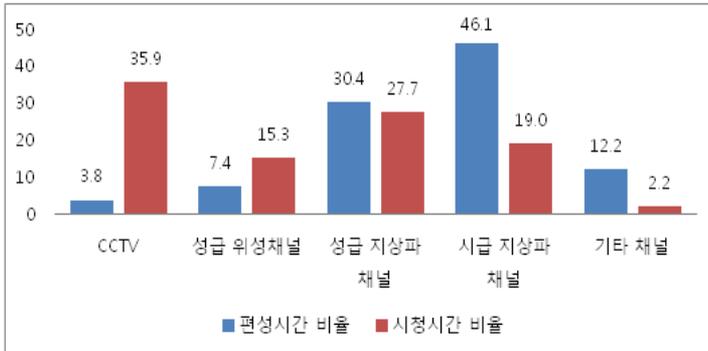
[그림 4-13] 2009-2011년 각급 방송채널의 뉴스/시사 프로그램 시청점유율



자료: CSM Media Research(2012)

시간대로 봤을 때, 18:00-20:00 시간대의 뉴스/시사 프로그램 시청량은 1일 뉴스/시사 총 시청량의 44%를 차지했다. 18:00-19:00 시간대에 방영되는 뉴스 프로그램은 성급 지상파 채널의 시청점유율이 가장 높고 19:00-20:00 시간대에 방영되는 뉴스 프로그램은 중앙급 채널의 시청점유율이 가장 높다. 낮 시간대에 방영되는 뉴스 프로그램도 중앙급 채널의 시청점유율이 가장 높다. 뉴스 프로그램만 봤을 때, CCTV의 시청시간 비율은 35.9%에 이르고 성급 위성채널은 15.3%, 성급 지상파 채널은 27.7%, 시급 지상파 채널은 19.0%로 집계됐다.

[그림 4-14] 2011년 각급 방송채널의 뉴스 프로그램 편성 및 시청시간 비율

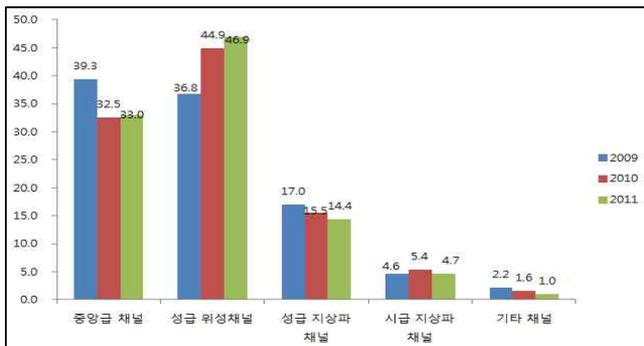


자료: CSM Media Research(2012)

(3.3) 예능 프로그램

채널별로 봤을 때, 예능 프로그램은 여전히 위성채널의 시청점유율이 가장 높다. 중앙급 채널과 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 총 80%에 달하고 성, 시급 지상파 채널의 예능 프로그램 시청점유율은 19%에 그친다. 그러나 2010년과 비교해봤을 때 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 계속 증가세이나 증가폭은 크게 줄었다.

[그림 4-15] 2009-2011년 각급 방송채널의 예능 프로그램 시청점유율



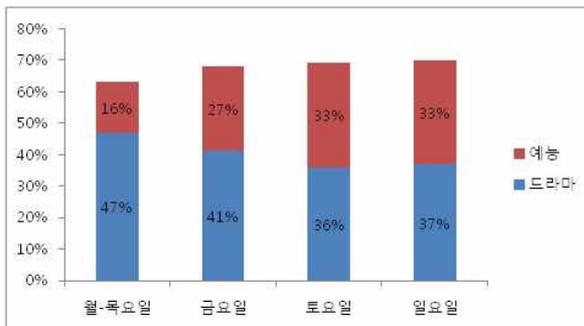
자료: CSM Media Research(2012)

#### 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

2011년에 성급 위성채널들이 해외 예능 프로그램 판권을 사들여 리메이크하는 붐이 일었고 그 중 일부 프로그램은 큰 인기를 누렸다. 짝짓기 프로그램은 2010년에 이어 2011년에도 인기를 누렸고 미혼남녀 짝짓기 뿐만 아니라 부부동반 출연 예능 프로그램도 꽤 있었다. 오디션 리얼리티 프로그램 중에서는 상해동방위성TV에서 영국의 ‘Britain’s Got Talent’의 판권을 구입해 제작한 ‘China’s Got Talent(中国达人秀)’와 절강위성TV의 ‘Chinese Dream(中国梦想秀)’이 주목을 받았다. 심천위성TV의 ‘Generation show(年代秀)’, 산둥위성TV의 ‘Legend of songs(歌声传奇)’, 안휘위성TV의 ‘the Best Years of Our Lives(黄金年代)’를 비롯해 옛 추억을 들춰내는 예능 프로그램들도 시청자들의 반응이 좋은 것으로 나타났다. 시간대로 봤을 때, 19:00-23:00 시간대에 방영되는 예능 프로그램은 1일 예능 프로그램 총 시청량의 56%를 차지했다. 중앙급 채널과 성급 위성채널의 예능 프로그램은 일반적으로 21:00-22:00 사이에 방영을 시작하며 해당 시간대에 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 70%에 가깝다. 낮 시간대의 예능 프로그램 시청점유율도 성급 위성채널이 가장 높다. 요일별로 봤을 때 주말 저녁시간대 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율이 높다. 19:30-23:00 사이에 방영을 시작하는 프로그램의 시청시간 비율로 봤을 때 평일에는 드라마가 47%를 차지하고 예능 프로그램은 16%에 그침. 토요일과 일요일 저녁시간대에는 예능 프로그램의 시청시간 점유율이 33%로 상승했다.

[그림 4-16] 2011년 성급 위성채널 요일별 저녁시간대 드라마 및 예능 프로그램 시청시간 비율

(71 개 도시, 19:30-23:00)



자료: CSM Media Research(2012)

위성채널은 드라마와 예능 프로그램의 시청률이 높은 편이다. 인기 있는 드라마 장르는 해마다 약간의 차이가 있으며, 특정 장르의 드라마 제작분량이 너무 많다고 판단될 때 국가광전총국은 드라마 제작 등록공시 허가를 내주지 않는 방식으로 장르별 수량을 통제하고 있다. 예능 프로그램의 경우, 해외 판권 수입 사례가 증가하는 추세다.

## 5. 주요 방송사

### 1) CCTV

#### (1) 개요

China Central Television(中国中央电视台, 이하 CCTV)는 중국 국영TV방송국으로 중국에서 가장 영향력이 있는 방송사이다. Peking Television(北京电视台)을 모태로 1958년 9월 2일 개국했고 1978년 5월 현재 명칭인 CCTV로 사명을 변경했다.

<표 4-26> CCTV 연락처

홈페이지	cctv.cntv.cn
주 소	北京市复兴路11號
전 화	010-68500114

광고는 CCTV의 주요 수익원이며 매년 하반기이면 다음 해 프라임타임 광고 경매를 실시한다. CCTV는 2011년 프라임타임 광고매출이 전년대비 15.52% 증가한 126억 6,870만 위안으로 집계됐다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

[그림 4-17] CCTV 프라임타임 광고매출 증가추이



자료: CCTV(2012)

(2) 방송채널

CCTV는 무료 공중파 채널 22개와 다수의 유료 디지털 방송채널을 보유하고 있으며 인구 대비 방송 커버리지는 90%에 이른다. 2008년에는 지상파 디지털 방송 및 HD방송을 시작했고 2012년 1월 1일부터 3DTV 시범방송을 시작했다. CCTV의 무료 공중파 방송 채널수는 현재 22개이며, 각 채널별 방송프로그램 현황은 아래 표와 같다. 그 중 CCTV-1은 종합방송으로 중국에서 인구 커버리지, 가구 보급률이 가장 높고 해외 시청 가능 범위가 가장 넓은 방송채널이다.

〈표 4-27〉 CCTV 방송채널 현황

구분	채널 종류	방송 프로그램	기타
무료 공중파 방송	CCTV-1	뉴스 및 종합방송	아날로그 & HD 방송 24시간 방송
	CCTV-2	경제 방송	24시간 방송
	CCTV-3	엔터테인먼트 & 버라이어티 프로그램	24시간 방송
	CCTV-4	해외 방송	24시간 방송 CCTV International Asia, CCTV International Europe, CCTV International America 로 구성
	CCTV-5	스포츠 방송	24시간 방송
	CCTV-6	영화 채널	24시간 방송
	CCTV-7	농업, 군사방송	-
	CCTV-8	드라마	24시간 방송
	CCTV-9	다큐멘터리	-
	CCTV-9	다큐멘터리(영어)	24시간 방송
	CCTV-10	과학교육 관련 프로그램	-
	CCTV-11	희곡(戲曲)방송	-
	CCTV-12	사회·법 관련 프로그램	-
	CCTV-13新闻	24시간 뉴스	24시간 방송
	CCTV-14少儿	어린이 전용 방송 채널	-
	CCTV-15音乐	음악 채널 (대중음악제외)	-
	CCTV-NEWS	영어 뉴스	-
	CCTV-E	해외 방송 (스페인어) :	24시간 방송
	CCTV-F	해외 방송 (프랑스어)	24시간 방송
	CCTV-русский	해외 방송 (러시아어)	24시간 방송
CCTV-العربية	해외 방송 (아랍어)	24시간 방송	
CCTV高清	High-Definition 프로그램 제공	24시간 방송	
기타	유료 디지털TV 19개 채널 Web TV 28개 채널		

자료: CCTV(2012)

CCTV가 출자한 China DTV Media(中央数字电视传媒有限公司)와 China DTV Production(央视风云传播有限公司)이 유료 디지털 방송 서비스 관리 및 송출 업무를 맡고 있다. China DTV Media와 China DTV Production는 2003년 설립된 유료 디지털TV채널 통합운영업체로 2010년 말 기준 43개 유료 디지털TV 채널을 관리 및 운영 중이며 그 중 19개 채널이 CCTV 소유이다.

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

### (3) 뉴미디어

CCTV는 뉴미디어 사업자 CNTV를 설립하고 Web TV, IPTV, 모바일TV, 차량용 TV 등 사업에도 진출했다. 그 동안 CCTV.com에서 제공해 온 CCTV 콘텐츠의 동영상 시청 혹은 스트리밍 서비스를 2009년 12월 서비스를 개시한 CNTV(中国网络电视台, China Network Television)에 이양했다. CNTV는 2010년에 국가광전총국으로부터 IPTV 및 3G 모바일 TV 라이선스를 획득하여 전국에서 IPTV와 3G 모바일TV 프로그램 통합편성·방송제어, 운영 및 콘텐츠 서비스가 가능하다. 현재 뉴스, 스포츠, 엔터테인먼트, Ai Bugu(爱西柚: 블로그), Ai Xiyu(爱布谷: 동영상 검색) 영화, 드라마, 경제, 검색, 다큐멘터리 등 10여개 채널로 구성되어 있으며 향후 채널수를 더욱 확대시켜 나갈 방침이다. CNTV는 2009년 10월에 운남TV방송국과 운남애상망락유한책임공사(雲南愛上網絡有限責任公司)를 설립하여 IPTV 서비스를 제공하고 있고 이에 이어 2011년 7월 27일에는 ‘TV Mall’ 서비스를 런칭하는 등 서비스 모델의 다각화를 추구하고 있다. 지방 방송사업자와 조인트벤처를 설립하여 IPTV 서비스를 제공하는 방식으로 3년 내 2,000만 가구 이상의 IPTV 가입자를 확보한다는 계획이다.

### (4) 콘텐츠 제작

현재 방영 중인 프로그램은 400개를 넘고 1일 방영분량은 270시간에 이르며 그 중 CCTV에서 자체제작한 프로그램은 총 방영분량의 75.31%를 차지한다. 채널별로 자체제작 콘텐츠와 외주제작 콘텐츠의 제작·방영분량 비중은 각각 다르다. CCTV의 자회사 중에서 CTPC(中国电视剧制作中心有限公司)는 드라마, 영화, 다큐멘터리 등 콘텐츠를 제작하는 자회사다. 1983년 10월 18일 설립된 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心)를 모태로 하며 사극, 현대극, 아동극, 국내외 공동제작 드라마를 비롯해 총 400여편(4,000회 이상)의 드라마를 제작했다. 2009년 12월 29일 주식회사화되어 CTPC(中国电视剧制作中心有限公司)로 재출범했다. 향후 TV, 인터넷, 모바일 단말기 등에서 시청할 수 있는 드라마, 영화, 다큐멘터리, TV 프로그램, 애니메이션 등 멀티미디어 콘텐츠를

제작하고 또 합자, 공동경영 등의 방식으로 중국 국내 기타 사업자들과 협력을 넓혀간다는 방침이다.

(5) 글로벌 사업

CCTV는 2008년부터 중국의 정치, 경제, 문화를 세계에 전파할 수 있는 해외방송사업을 강화하고 있다. 2010년 말 기준으로 141개 국가와 지역에 방송을 송출하고 있으며, 영어뉴스채널은 126개 국가와 지역에서 방송하고 있다. 해외 시청가능 세대 수는 1억 6,000만 세대를 상회하고 그 중 영어뉴스채널 시청가능 세대 수는 1억 1,000만 세대에 이른다. 2011년 10월에는 Sony와 3DTV 프로그램 제작부문 전략적 제휴에 관한 MOU를 체결했다.

(6) 협력유망 채널

CCTV9는 중국 국영방송 CCTV의 다큐멘터리 전문채널로 2011년 1월 1일 개국했다. CCTV와 BBC NHU 공동제작으로 에미상을 수상했던 ‘美丽中国(와일드 차이나, Wild China)’을 첫 작품으로 방영했고 개국 첫날 시청자 수는 2,000만 명을 넘어 뉴스 전문 채널 개국 첫날의 5배 이상, 음악, 유아 관련 프로그램 개국 첫날의 10배 이상에 이르는 규모였다. 중국어와 영어로 방송되며 1일 24시간 방송을 하고 있다. 주요 내용은 자연풍광, 역사인문, 사회현상, 문헌자료 등 네 부류로 분류된다. 지금까지 ‘当卢浮宫遇到紫禁城(루브르 박물관이 자금성을 만났을 때)’, ‘玉石传奇(옥석전기)’, ‘隐蔽战线(보이지 않는 전선)’, ‘故宫100(고궁 100)’, ‘南海1号(남해1호)’ 등 작품을 연이어 방영하며 시청자들의 호평을 받고 있다.

현재 방송 커버리지 인구 수는 13억 명, 시청자 수는 6억 6,000만 명, 1일 시청자 수는 최고 9,400만 명에 이르며 시청자 점유율은 개국 후 1년간 200% 증가한 것으로 조사됐다.

2011년에 CCTV9에서 방영한 다큐멘터리 중에 CCTV 자체 제작한 작품을 재편집한 것이 27% 정도를 차지하고 외주제작은 30%, 해외수입은 23% 정도를 차지하며 지방 방

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

송사와 민영 제작사들이 만든 작품은 20%를 차지한다. 해외 다큐멘터리 중에 상당수는 BBC에서 공급한 것이다. 중국의 다큐멘터리 제작수준이 아직 낮은 현실을 감안해 해외 협력도 강화하고 있는 중이다. 미국 National Geographic, Discovery, 영국 BBC, ITV, 이탈리아 RAI, 한국 KBS 등 해외 방송사들과 다수의 작품을 공동제작했다. CCTV와 KBS가 한중 수교 20주년을 맞아 공동제작한 다큐멘터리 ‘왕징(望京)의 한인들’, ‘신중국 인전’ 과 토크쇼 ‘통하다’ 는 모두 CCTV9에서 방영됐다. 해외 로케이션도 시도하고 있다. 2012년 1월 방영된 ‘魅力肯尼亚(매력적인 케냐)’ 는 CCTV9 제작진이 처음으로 해외 올 로케이션으로 촬영한 다큐멘터리 작품이다. 2011년 8월 8일에는 다큐멘터리 감독 자끄 페랭(Jacques Perrin)을 CCTV9 명예고문으로 위촉하고 8월 13일과 14일부터 자끄 페랭 감독의 곤충 주제 다큐멘터리 ‘마이크로코스모스’ 와 철새들의 이동을 새로운 시선으로 그려낸 ‘위대한 비상’ 을 방영했다.

### 2) 호남위성TV

#### (1) 개요

호남위성TV는 호남라디오TV방송국(湖南广播电视台, Hunan Broadcasting System) 산하의 위성TV채널이다. 호남TV방송국(湖南电视台) 1채널을 모태로 하며 1997년 1월 1일부터 Asia Sat2호 위성을 통해 전송되면서 채널명을 Huan TV(湖南卫视, 호남위성TV)로 명명했다. 호남성 장사시(长沙市)에 본사를 두고 있다.

<표 4-28> 호남위성TV 연락처

홈페이지	www.hunantv.com
주 소	湖南省长沙市开福区湖南广电中心

2001년 10월 28일부터 24시간 편성체제로 운영되기 시작했고 2004년에는 ‘중국에서 가장 활력이 있는 TV 오락 브랜드’를 만든다는 슬로건을 내걸고 ‘快乐大本营(쾌락대본

영), '玫瑰之约(장미의 약속)', '新青年(신청년)', '音乐不断(음악은 끊기지 않는다)' 등 예능 프로그램으로 인기를 끌며 탄탄한 고정 시청자그룹을 확보했다. 상업적 성격이 매우 짙은 위성채널로 2006년 광고수익은 10억 위안을 넘어서 성급 위성채널 중 1위, 전체 위성채널 중 3위(1위는 CCTV1, 2위는 CCTV5)를 차지했다. 특히 2006년에 초인기 오디션 프로그램 '超级女声(초급여성, Super Girls)'을 통해 올린 수익은 무려 3억 위안을 넘었다. 이에 힘입어 호남위성TV의 시청률은 2010년까지 연속 8년간 성급 위성채널 중 1위를 차지했다. 2006년 전까지 호남위성TV는 시청률이 전국 위성채널 중 6위를 차지했다(CCTV1, CCTV3, CCTV5, CCTV6, CCTV8이 전국 위성채널 1-5위 차지). 2009년과 2010년에 호남위성TV의 광고수익은 CCTV1에 이어 전국 2위를 차지했다. 2010년 11월에 있는 2011년 광고입찰에서 '快乐大本营(쾌락대본영)', '天天向上(천천향상)', '金鹰独播剧场(금영 독점방영 극장)' 등 인기 프로그램의 광고 낙찰금액은 33억 5,800만 위안에 이르렀다. 입찰에 부쳐진 광고시간대는 전체 광고시간대의 60% 정도를 차지했으며, 2011년의 전체 광고수익은 50억 위안에 이른 것으로 추정된다. 지방 위성채널 중에서 처음으로 국제채널 개국허가를 받아, 2009년 5월 20일 홍콩에서 호남위성TV 국제채널(영문명: HuNanTV World)을 개국했다.

## (2) 주요 프로그램과 시청률

2012년의 호남위성TV의 프로그램 편성표는 대략 다음과 같으나 시청률이 저조하거나 국가광전총국에서 특정 장르, 특정 프로그램의 방영 제한령을 내릴 경우 그에 따라 조정을 한다. 편성표에서 보다시피 호남위성TV는 예능 프로그램과 독점방영 드라마의 편성비율이 높다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-29> 2012년 호남위성TV의 프로그램 편성

시간	월	화	수	목	금	토	일
6:30	湖南新闻联播(호남뉴스) 재방송						
7:00	播报多看点(시사, 건강 정보)						
8:00	전일 저녁 프로그램 재방송				지지난주 '天天向上(천천향상)' 재방송	지지난주 '快乐大本营(쾌락대본영)' 재방송	전일 저녁 (황금시간대) 프로그램 재방송
8:55	偶像独播剧场(청춘멜로 독점방영 극장, 1일 3회)						
12:30	비고정 프로그램				지난주 '天天向上(천천향상)' 재방송	지난주 '快乐大本营(쾌락대본영)' 재방송	
14:30	开心独播剧场(즐거운 독점방영 극장, 1일 3회)						
18:00	新闻当事人(뉴스 심층분석)						
18:30	湖南新闻联播(호남뉴스)						
19:00	CCTV新闻联播(CCTV 뉴스 중계)						
19:35	金鹰独播剧场(금영 독점방영 극장, 1일 3회)						芒果周播剧场(망고
20:00					'天天向上(천천향상)'	'快乐大本营(쾌락대본영)'	일요일 2회)
22:00				百变大咖秀(백변대가수)'			
0:10	인문, 교양 프로그램						

자료: 호남위성 TV(2012)

드라마의 경우, 2012년에는 낮 시간대와 저녁 시간대에 편성한 드라마 극장만 해도 청춘멜로 극장, 금영 독점방영 극장, 망고 일요일극장을 비롯해 총 4개에 이른다. 그동안 금영 독점방영 극장에서는 '대장금', '쾌걸춘향', '소문난 칠공주' 등 한국 드라마와 일본, 대만, 홍콩 드라마 그리고 호남위성TV에서 자체제작한 '丑女无敌(추녀무적)', '微笑在我心(내 마음 속의 미소)', '一起来看流星雨(우리 함께 별뿔별을 보며)' 등 드라마를 방영해 왔다. 원래 저녁 10시부터 방영했으나 2011년 말 국가광전총국에서 오락 프로그램 방영 제한령을 내린 후 저녁 7:35시로 앞당겼다. 예능의 경우, 호남위성TV는 2011년에도 '快乐大本营(쾌락대본영)', '天天向上(천천향상)', '我们约会吧(데이트합시다)' 등 예능 프로그램으로 중국 예능 프로그램 시청률 순위에서 2-4위를 차지했다.

〈표 4-30〉 2011년 중국 예능 프로그램 시청률 순위

순위	채널	예능 프로그램명	시청률
1	강소위성TV	'非诚勿扰'	2.61%
2	호남위성TV	'快乐大本营'	1.76%
3		'天天向上'	1.61%
4		'我们约会吧'	1.40%
5		강소위성TV	'时刻准备着'
6	강소위성TV	'幸福晚点名'	1.243%
7	절강위성TV	'我爱记歌词'	1.23%
8	절강위성TV	'我是大评委'	1.12%
9	강소위성TV	'周末不加班'	1.08%
10	호남위성TV	'勇往直前'	1.00%

자료: CSM Media Research(2012)

2012년 7월부터 인기 MC 허중(何炅)과 세나(谢娜)를 내세운 '百变大咖秀(백변대가수)'를 매주 목요일 저녁 10시부터 방영, 지금까지 동일 시간대 시청률 1-3위를 지켜오고 있다.

### (3) 해외협력

해외 드라마와 예능 프로그램 판권 수입이 활발하게 이뤄지고 있다. BBC의 'Just the two of us', 'Strictly come dancing', ITV Studios의 'Who Dares Sings' 등 예능 프로그램의 판권을 수입했고 한국, 일본, 대만, 홍콩 등 해외 드라마를 많이 방영해왔다. 특히 호남위성TV에서 방영됐던 한국 드라마들은 대부분 시청률이 좋은 것으로 나타났다. 2010년 성급 위성채널에서 방영된 드라마 시청률 순위에서 호남위성TV에서 방영된 '부모님전상서'는 11위, '아가씨를 부탁해'는 15위, '헬로! 애기씨'는 22위, '찬란한 유산'은 25위를 차지한 적이 있다. 2011년에 성급 위성채널에서 방영된 한국 드라마 중에서 '천사의 유혹'은 4위, '솔약국집 아들들'은 20위, '내사랑 금지옥엽'은 27위를 차지했으며 세 편 모두 호남위성TV에서 첫 방영을 했다는 공통점을 갖고 있다. 특히 '아내의 유혹'을 리메이크한 멜로드라마 '回家的诱惑(귀가의 유혹)'은 2011년 2월 21일부터 매일 밤 10시부터 12시까지 2회씩 방영되었고, 2011년 시청률 1위를 기록했다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-31> '금영 독점방영 극장'에서 방영한 한국 드라마와 시청률

시기	한국 드라마	시청률
2006년	1월 마이걸	2.56
	5월 미스터 굿바이	0.81
	6월 어느 멋진 날	0.92
	10월 환상의 커플	1.19
2007년	1월 달자의 봄	1.25
	3월 그 해살이 나에게	0.88
	4월 불꽃놀이	1.37
2008년	10월 백만장자와 결혼하기	0.80
	11월 온리유	1.87
2009년	1월 캐걸준향	2.13
	2월 소문난 칠공주	3.02
	5월 별을 쏜다	2.28
	11월 부모님 전상서	1.46
2010년	4월 찬란한 유산	1.98
	10월 헬로! 에기씨	1.35
	10월 아가씨를 부탁해	1.31
	11월 발칙한 여자들	0.85
	11월 스마일 어게인	1.02
	11월 그저 바라보다가	0.89
	12월 내사랑 금지옥엽	0.92
2011년	3월 전사의 유희	2.89
	4월 술약국집 아들들	1.20
	5월 외과의사 봉달희	0.97
2012년	4월 역전의 여왕	0.50

자료: 호남위성 TV(2012)

## 제4절 해외 콘텐츠 규제 정책 및 진출현황

### 1. 해외 방송콘텐츠 수입 규제

#### 1) 해외 방송콘텐츠 규제

국가광전총국은 행정법규, 부문규정, 규범성 문건 등의 형식으로 해외 방송 프로그램의 수입을 규제하고 있다. '방송관리조례'에 따라, 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 해외 영화, 드라마는 국무원 방송행정부처의 심사승인을 받아야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 기타 해외 방송 프로그램은 국무원 방송행정부처 또는 심사자격을 갖춘 기타 기관의 심사승인을 받아야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국의 해외 방송 프로그램 방영시간과 전체 방송 프로그램 방영시간 대비 비중은 국무원 방송행정

부처의 규정을 따른다. 또 라디오 방송국과 TV방송국이 위성 등 전송방식으로 해외 방송 프로그램을 수입, 중계하는 경우 반드시 국무원 방송행정부처의 승인을 거쳐야 한다.

앞에서 언급한 바와 같이, 국가광전총국은 드라마를 비롯한 해외 방송 프로그램의 수입 분량, 장르, 수입대상국 등을 통제하고 있다. 국가광전총국에서 지정한 사업자 만이 해외 방송 프로그램 수입을 신청할 수 있으며 이같은 자격을 갖춘 사업자는 주로 성급 방송사와 CITVC(中国国际电视总公司), 중국영화주식유한공사(中国电影股份有限公司) 등 대형 기관들이다. 영화방송 제작사가 해외 방송 프로그램 수입을 신청할 경우, 반드시 수입자격을 갖춘 방송사와 함께 수입해야 하고 또 제작사는 '방송 프로그램 제작경영허가증(广播电视节目制作经营许可证)'을 갖고 있는 제작사여야 한다. '해외TV 프로그램 수입과 방영 관리규정(境外电视节目引进`播出管理规定)'에 따르면, 해외 영화, 드라마를 수입하거나 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 경우 '드라마(TV 애니메이션) 배급 허가증' 또는 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 것을 허가한다는 비준서도 획득해야 방영이 가능하다. 또 '각 TV채널 에서 매일 방송하는 해외 영화, 드라마는 해당 채널에서 당일 전체 영화, 드라마 방송시간의 25%를 초과할 수 없다. 매일 방송하는 기타 해외 TV 프로그램은 해당 채널에서 당일 방송한 전체 시간의 15%를 초과할 수 없다. 국가광전총국의 승인이 없이 황금시간대(19시~22시)에 해외 영화, 드라마를 방영할 수 없다'고 규정하고 있다.

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

<표 4-32> 해외 방송 프로그램 수입 규제

구분	정책명	발표기관/시기
행정법규	방송관리조례(广播电视管理条例)	국가광전총국/1997
부문규정	해외TV 프로그램 수입과 방영 관리규정(境外电视节目引进、播出管理规定)	국가광전총국/2004
규범성 문건	‘해외TV 프로그램 수입과 방영 관리규정’ 실시 관련 사안에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于实施《境外电视节目引进、播出管理 规定》有关事宜的通知)	국가광전총국/2005
	해외 방송 프로그램 수입과 방영 관리강화에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于对进一步加强境外广播电视节目引进 、播出的通知)	국가광전총국/2007
	해외드라마 수입계획업무 강화에 관한 통지(关于加强引进剧规划工作的通知)	국가광전총국/2002
	칼럼 형식의 해외 영화, 드라마 방영 금지에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于禁止以栏目形式违规播出境外影视剧 的通知)	국가광전총국/2009
	칼럼 형식의 해외 애니메이션 방영 금지에 관한 국가광전총국의 긴급통지(广电总局关于禁止以栏目形式播出境外动画片 的紧急通知)	국가광전총국/2005
	해외 영화, 드라마 수입 및 방영 관리 강화 및 개선에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和 播出的通知)	국가광전총국/2012
	해외 위성TV 프로그램 수신 관리 관련 문제에 관한 통지(关于接收境外卫星电视节目管理的有关问题的通知)	국가광전총국/1995
해외 위성TV 채널 수신 관리방법(境外卫星电视频道落地管理办法)	국가광전총국/2004	

자료: 국가광전총국(2012), 건홍리서치 분석

2) 황금시간대 해외 영화 및 드라마 방영 금지

국가광전총국은 1995년, 1999년, 2002년과 2009년에 해외 드라마 방영 금지 규정을 발  
표한 데 이어 2012년 2월 9일 ‘해외 영화, 드라마 수입 및 방영 관리 강화에 관한 국  
가광전총국의 통지(广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出的通知)’ 를  
하달, 해외 영화와 드라마 수입 및 방영관리에 대한 새로운 규정을 내놓았다. 신 규정에

서는 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지, 특정 지역과 국가의 영화와 드라마를 집중적으로 방영하는 것을 방지 등의 내용을 담고 있다.

<표 4-33> 해외 영화 및 드라마 규제 신 규정의 주요 내용

- 
- 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지
  - 각 방송채널은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 25% 이하로 맞춰야 함
  - 각 방송기관은 특정 지역과 국가의 영화와 드라마를 집중적으로 방영하는 것을 피해야 함
  - 범죄 장르, 폭력적이며 저속한 내용이 들어있는 해외드라마 수입 금지
  - 원칙상 해외 드라마는 50회 이내로 통제
  - HD 영화와 드라마 우선적으로 수입
  - 각급 방송기관은 해외 영화와 드라마 방영시 해당 수속과 허가서류를 심사해야 하고 타이틀에 허가증 번호를 명시해야 함
  - 해외드라마 수입계약을 연장하여 재차 배급하는 경우, 성급 광전국의 허가를 받아야 함
  - 각급 방송국은 국가광전총국의 허가를 받아 수입한 해외 영화와 드라마를 반드시 자사에서 첫 방영을 해야 하며, 그 후에야 기타 방송채널에 재차 배급할 수 있음
  - 각 방송채널에서 국가광전총국의 허가과 배급허가증을 획득하지 못한 상황에서, 칼럼 단막극(栏目短剧) 또는 해외 영화와 드라마를 소개하는 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지
  - 칼럼의 해외 영화와 드라마 삽입방영 시간은 매회 3분 이내, 누계 시간은 10분 이내로 통제
  - 해외 영화와 드라마를 소개하는 정보類 방송 프로그램은 해외 영화와 드라마 삽입방영 시간을 1분 이내로 통제
- 

자료: 국가광전총국(2012), 건홍리서치 분석

또 국가광전총국은 각 지역 규제당국이 통지가 제대로 지켜지는지 철저히 감독하고 이를 어기는 경우 엄중하게 처벌하라고 강조하고 있다. 구체적인 조치로는 '규정 위반시 성급 광전국에서 '시정 통지서'를 하달하여 기한내 시정 촉구. 시정을 하지 않거나, 시정 후 180일 내 재차 규정을 위반하는 경우, '규정위반처리 결정서'를 하달하고 통보 비평. 규정을 심각히 위반한 경우 국가광전총국에서 '규정위반처리 결정서'를 하달하고 전국에 통보 비평' 등 내용이 있다. 이와 동시에 그동안 시행해온 '해외 영화 드라마 수입과 방영 관리 강화에 관한 통지(关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知, 广发社字[1995]547号)'와 '지방 방송국의 해외드라마 재방영 관리 강화에 관한 통지(关于加强地方电视台重播境外电视剧管理的通知, 广发社字[1999]489号)'는 폐지

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

됐다.

<표 4-34> 폐지된 규정의 주요 내용

폐지된 규정	주요 내용
해외 영화 드라마 수입과 방영 관리 강화에 관한 통지(1995)	각 방송국은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 15% 이하로 맞춰야 함 해외드라마는 30회 이내로 통제
지방 방송국의 해외드라마 재방영 관리 강화에 관한 통지(1999)	각지에서는 해외 드라마 재방영 재심사 제도를 유지해야 함 명작 외에, 재방 해외 드라마는 지방방송국 종합채널(제1채널) 편성 불허 및 기타 방송채널의 황금시간대 방영 불허

자료: 국가광전총국(2012), 건홍리서치 분석

해외 드라마 제한 조치는 2011년부터 이뤄지는 ‘TV 보수화 정책’의 연결이라고 볼 수 있다. 또 자국의 문화 콘텐츠 산업을 활성화시키기 위한 지원조치의 일환이기도 하다. 황금시간대 해외드라마 방영규제는 중국이 수년째 시행하고 있는 정책으로, 신 규정으로 인해 큰 변화가 나타나는 일은 없을 것으로 보인다.

현재도 시행되고 있는 해외 드라마 관련 규정으로는 ‘해외 TV 프로그램 수입과 방영 관리규정(境外电视节目引进, 播出管理规定)’, ‘해외드라마 수입계획업무 강화에 관한 통지(关于加强引进剧规划工作的通知)’, ‘규정을 어기고 칼럼 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지하는데 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于禁止以栏目形式违规播出境外影视剧的通知.)’가 있고, 이미 상기 규정들을 통해 해외드라마의 방송 분량, 방영시간에 대해 규제를 하고 있다. ‘국가광전총국의 허가가 없이 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지’라는 규정은 2012년 2월 신 규정의 발표와 함께 ‘황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지’로 바뀌었다.

〈표 4-35〉 현행 규정의 주요 내용

현행 규정	주요 내용
해외 TV 프로그램 수입, 방영관리 규정	각 방송국은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 25% 이하로 맞춰야 함 해외 드라마는 30회 이내로 통제 해당 채널의 1일 총 방영시간 중 기타 해외 프로그램의 비중을 15% 이내로 통제 국가광전총국의 허가가 없이 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지
해외드라마 수입계획업무 강화에 관한 통지	해외 드라마의 총 수입분량, 제작국, 장르 등에 대한 거시적 관리 강화
규정을 어기고 칼럼 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지하는데 관한 국가광전총국의 통지	해외 영화, 드라마와 칼럼은 황금시간대(19:00-22:00) 방영 금지 17:00-21:00 시간대에 해외 애니메이션 방영 금지, 해외 애니메이션을 소개하는 정보類 프로그램과 칼럼 방영 금지

자료: 국가광전총국(2012), 건홍리서치 분석

### 3) 해외 애니메이션 방영 제한

국가광전총국은 자국 애니메이션 활성화를 위해 해외 애니메이션의 방영도 제한하고 있다. 국가광전총국의 규정에 따라, 애니메이션채널은 17:00-21:00 시간대에 반드시 중국 국산 애니메이션 또는 국산 애니메이션 칼럼을 방영해야 한다. 17:00-21:00 시간대에 국내외 공동제작 애니메이션을 방영하는 경우, 사전에 광전총국의 허가를 받아야 한다. 애니메이션채널, 청소년채널, 아동채널 및 미성년자를 주요 시청자로 하는 기타 채널은 17:00-21:00 시간대에 반드시 중국산 애니메이션 또는 자체 제작한 아동 프로그램을 방 송해야 하며 국내외의 영화 드라마 방영은 금지된다. 애니메이션채널, 청소년채널, 아동채널 및 미성년자를 주요 시청자로 하는 기타 채널의 1일 국산 애니메이션과 외국 애니메이션 비례는 7:3 이상(즉 국산이 70% 이상) 유지해야 한다.

<표 4-36> 해외 애니메이션 방영 제한

- 애니메이션채널은 17:00-21:00 시간대에 반드시 국산 애니메이션 또는 국산 애니메이션 칼럼 방영
- 17:00-21:00 시간대에 국내의 공동제작 애니메이션 방영시, 사전에 광전총국의 허가를 받아야 함
- 애니메이션채널, 청소년채널, 아동채널 및 미성년자를 주요 시청자로 하는 기타 채널은 17:00-21:00 시간대에 반드시 중국산 애니메이션 또는 자체 제작한 아동 프로그램 방송. 국내외 영화 드라마 방영은 금지
- 애니메이션채널, 청소년채널, 아동채널 및 미성년자를 주요 시청자로 하는 기타 채널은 1일 국산 애니메이션과 외국 애니메이션 비례는 7:3 이상(즉 국산이 70% 이상) 유지

자료: 국가광전총국(2012), 건홍리서치 분석

## 2. 해외 위성방송 수신

국가광전총국은 2004년 6월 18일 '해외 위성TV채널 수신 관리방법(境外衛星電視頻道落地管理辦法)'을 발표하고 2004년 8월 1일부터 시행하고 있다. 국가광전총국은 해외 위성 TV채널 수신 관리부처로 해외 위성 TV채널 수신에 대해 심사허가제도를 시행한다. 국가 광전총국의 승인을 받은 후, 3성급 이상 외국인 투숙이 가능한 호텔, 외국인 전용 오피스텔/아파트 등 규정된 범위 및 기타 특정 범위에서만 해외 위성 TV채널 수신이 가능하다.

<표 4-37> 해외 위성 TV채널 수신 신청 자격요건

- 방송내용은 중국의 법제도 및 규정에 위반되지 않아야 함
- 자국(지역)에서 합법적으로 설립, 운영되는 TV미디어여야 함
- 중국 방송사업자와 원원 협력할 수 있는 종합경쟁력을 갖추고 있고, 중국 방송 프로그램의 해외 수신을 약속하고 또 이에 적극 협조해야 함
- 수신신청을 하는 채널 및 그 채널과 직접 연계된 기관은 중국에 대해 우호적이어야 하며 중국과 방송분야에서 장기적인 교류 및 협력을 해온 곳이어야 함
- 국가광전총국에서 지정한 기구( '지정기구' 라 약칭19))를 통해 프로그램을 일괄 전송하는데 동의하고, 기타 루트를 통해 중국 국내에 송신하지 않을 것을 약속해야 함
- 지정기구에서 중국 국내 수신에 관한 모든 사안을 독점대행하는데 동의하고 이를 위탁해야 함

자료: 국가광전총국(2004), 건홍리서치 분석

19)2011년에는 중국국제TV총공사 중시위성TV프로그램유한책임공사(中國國際電視總公司中視衛星電視節目有限責任公司)에서 국내 수신 관련 모든 사안 독점대행 및 국가광전총국 해외위성TV플랫폼 전용 디코더 일괄 발급

제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

국가광전총국은 매년 한번씩 해외 위성 TV채널 수신신청을 처리하며, 매회 유효기간은 1년이다. 원칙상 해외 방송기구 1개사당 1개 채널만 허가하며, 뉴스類 해외 위성 TV채널의 중국 국내 수신, 중국내 방송기구와 기타 유관부처·단체·기업·개인이 해외에서 설립 또는 공동 설립한 위성TV채널의 중국 국내 수신은 허용하지 않는다. 특별한 상황의 경우, 국가광전총국의 특별허가를 받아야 한다. 2011년 7월 13일 국가광전총국은 각 성, 자치구, 직할시 광파영시국(廣播影視局)에 ‘2011년 3성급 이상 외국인 투숙가능 호텔 등 기관에서 수신 신청이 가능한 해외위성TV채널 범위에 관한 통지(關於2011年度三星級以上涉外賓館等單位可申請接收的境外衛星電視頻道範圍的通知)’ 하달, 해외 위성 TV채널 수신 관리방법(境外衛星電視頻道落地管理辦法, 국가광전총국 27호령)에 따라 31개 해외위성TV채널에 수신 허가를 준다고 밝혔다.

<표 4-38> 2011년 중국내 수신 허가 해외위성TV채널

	해외위성TV채널
1	CNN国际新闻网络(CNNInternational)
2	HBO
3	Cinemax
4	CNBC财经电视台亚太频道(CNBCAsia)
5	MTV音乐电视台中文频道(MTVMandarin)
6	国家地理亚洲频道(NationalGeographicChannelAsia)
7	卫视国际电影台(STARMOVIES(INT'L)
8	{V} 音乐台(Channel {V} )
9	AXN动作频道(AXN)
10	Discovery探索频道(DiscoveryChannel)
11	Diva Universal频道(DivaUniversalChannel)
12	BBC世界新闻台(BBCWorldNews)
13	NHK世界收费电视频道(NHKWorldPremium)
14	凤凰卫视电影台(PHOENIXMOVIESCHANNEL)
15	凤凰卫视中文台(PHOENIXCHINESECHANNEL)
16	TVB8
17	TVB 星河频道(TVBKingHeChannel)
18	NOW (Network of the World)
19	澳亚卫视中文台(MASTV)
20	法国电视国际5台(亚洲)(TV5MONDEAsie)
21	凤凰卫视资讯台(PHOENIXINFONEWSCHANNEL)
22	彭博财经电视亚太频道(BloombergTelevisionAsiaPacific)
23	星空卫视(XINGKONGWEISHI)

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

24	欧亚体育台(EUROSPORTNEWS)
25	华娱卫视(CETV)
26	天映频道(CELESTIALMOVIES)
27	亚洲新闻台国际(ChannelNewsAsiaInternational)
28	古巴视野国际频道(CubavisionInternational)
29	韩国KBS世界频道(KBSWorld)
30	俄罗斯环球频道(RussiaTelevisionandRadio-Planeta)
31	“今日俄罗斯”频道(RussiaTodayTV(RTTV))

자료: 국가광전총국(2011), 건홍리서치 분석

31개 해외위성TV채널은 국가광전총국 해외위성TV플랫폼(CBTV)을 통해 암호화후 Apstar6 위성(亞太六號衛星)을 통해 재송신하도록 하고 있으며, 이 위성을 경유하지 않은 해외 위성방송의 직접수신은 금지된다.

### 3. 국내외 공동제작 규제

중국은 2004년 11월 28일부터 시행된 ‘중외 합자합작 방송 프로그램 제작경영기업 관리 잠정방법(中外合資、合作廣播電視節目制作經營企業管理暫行規定, 국가광전총국과 상무부 공동발표)’에서 처음으로 외국인투자자가 중국의 방송제작사에 투자하는 것을 허용했다. 즉 외국인투자자는 합자방식으로 중국 국내에 TV 프로그램 제작사를 설립할 수 있었으며 지분비율은 49% 미만으로 제한했다. 그러나 2005년 8월 문화부, 국가광전총국, 국가신문출판총서, 국가발전개혁위원회, 상무부 등 5개 부처는 ‘문화분야 외국인 투자 유치에 관한 몇가지 의견’을 공동발표하여 외국인투자자의 방송 프로그램 제작사 설립을 금지했다. 2009년 2월 6일에 국가광전총국과 상무부는 ‘규정제도절차조례’에 따라 ‘중외 합자합작 방송 프로그램 제작경영기업 관리 잠정방법’을 폐지키로 했다. 2004년 10월 21일부터 시행된 ‘중외 합작제작 드라마 관리규정(中外合作制作電視劇管理規定)’은 중국 국내 방송 프로그램 제작사와 해외 법인, 자연인의 드라마(애니메이션 포함) 합작제작에 적용되며 현재도 유효하다.

‘중외 합작제작 드라마 관리규정’에 따르면 국가광전총국은 중외 합작제작 드라마(애니메이션 포함, 이하 동일) 관리를 총괄하고 해외 협력사, 작품 수, 중외 공동제작 드라마의 장르 등을 통제한다. 성급 방송행정부처는 소관지역내 중외 합작제작 드라마에 대한 세부적인 관리를 담당한다. 중외 합작제작 드라마에 대해 허가제를 실시하며 허가

를 거치지 않은 상태에서 제작을 하는 것을 금지한다. 심사를 통과하지 못한 중외 합작 제작 드라마는 배급과 방영이 금지된다. 중국은 중외 합작제작 방식으로 중화민족의 우수한 전통과 인류문명을 반영하는 드라마, 중국의 애니메이션 브랜드 육성에 유리한 TV 애니메이션의 제작을 권장한다. 중국적인 특색을 주제로 다룬 중외 공동제작 TV애니메이션은 중국 국산 TV애니메이션으로 하여 방송이 가능하다. 드라마의 중외 합작제작은 다음과 같은 세가지 방식을 취할 수 있다.

〈표 4-39〉 드라마 중외 합작제작방식

구분	제작방식
공동제작(聯合制作)	중국측과 외국측이 공동으로 투자하고 주요 창작인력을 파견하며 이익을 공유하고 리스크를 분담
협력제작(協作制作)	외국측은 자금을 제공하고 주요 창작인력을 파견하여 중국 국내에서 모든 실외촬영 또는 일부 실외촬영을 하며 중국측은 용역 또는 장비, 기자재, 장소를 제공하는 방식으로 협조
위탁제작(委托制作)	외국측은 자금을 제공하고 중국측에 위탁하여 중국 국내에서 제작

자료: 국가광전총국(2004), 건홍리서치 분석

드라마와 애니메이션의 중외 합작제작 신청 자격요건에 대해서는 다음과 같이 규정하고 있다.

<표 4-40> 중의 합작제작 신청 자격요건

드라마	애니메이션
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국측은 ‘드라마 제작허가증(갑종)’ 보유</li> <li>• 드라마 공동제작을 하는 경우, 중국측은 국가광전총국에 공동제작 드라마 장르 계획 입안<sup>20)</sup> 신청도 해야 함</li> <li>• 쌍방의 공동투자자는 화폐 직접투자 또는 용역, 실물투자, 광고시간을 금액으로 환산하여 투자하는 것을 허용</li> <li>• 기획, 대본 창작 등 창작 관련 주요 사항에 관하여 쌍방이 함께 결정</li> <li>• 쌍방은 창작인력과 기술인력을 파견. 주요 창작인력(대본작가, PD, 감독, 주요 배우) 중에 중국 측 인력은 3분의 1 상회</li> <li>• 쌍방은 드라마의 국내외 판권 공동소유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국측은 ‘방송 프로그램 제작경영허가증’ 보유</li> <li>• 애니메이션 공동제작을 하는 경우, 중국측은 국가광전총국에 공동제작 애니메이션 장르 계획 입안 신청도 해야 함</li> <li>• 쌍방의 공동투자자는 화폐 직접투자 또는 용역, 실물투자, 광고시간을 금액으로 환산하여 투자하는 것을 허용</li> <li>• 기획, 대본 창작 등 창작 관련 주요 사항에 관하여 쌍방이 함께 결정</li> <li>• 쌍방은 애니메이션의 국내외 판권 공동소유</li> </ul>

자료: 국가광전총국(2004), 건홍리서치 분석

외국인투자자의 제작활동을 1회적인 협력으로 끝나게 하는 주요 원인은 중국정부가 미디어 통제력을 늦추지 않기 위해서다. 중의 합자합작 방송 프로그램 제작사의 설립을 금지한 또 다른 원인은 중국 국내자본이 충족하기 때문에 외국인투자자의 투자를 유치하기 위해 시장을 개방할 필요성이 없어졌기 때문이다.

#### 4. 해외 콘텐츠 진출현황

한국의 방송 프로그램의 정상적인 수입경로는 한국 방송국이나 제작업자가 중국의 방송국이나 수입업자에 판매하는 방식으로 이뤄진다. 앞에서 언급한 바와 같이 국가광전총국은 드라마를 비롯한 해외 방송 프로그램의 수입 분량, 장르, 수입대상국 등을 통제하고 있으며 국가광전총국에서 지정한 사업자 만이 해외 방송 프로그램을 수입을 신청할 수 있다. ‘방송 프로그램 제작경영허가증’을 갖춘 제작사가 해외 방송 프로그램 수입을 신청할 경우, 반드시 수입자격을 갖춘 방송사와 함께 수입해야 한다. 해외 콘텐츠의

20) 드라마 장르 계획 입안: ‘드라마 제작 허가증(갑종), ‘방송 프로그램 제작경영허가증’, ‘영화 촬영 허가증’ 을 갖춘 기관이나 시급 이상 TV방송국이 국가광전총국에 제작예정인 드라마 신청표, 드라마 줄거리 등 서류를 제출하여 입안 신청을 하는 것을 지칭. 입안 허가를 받아야 제작 및 방영이 가능함

유통루트는 크게 방송사 방영, 인터넷 방영 또는 다운로드, 음반제품 판매 또는 임대, 해외 위성 수신 등 네가지로 나눌 수 있다. 그 중에서도 방송사에서 방영되는 해외 콘텐츠의 시청자가 가장 많다. 방송사의 경우, 중국의 해외 드라마 방영은 1977년 11월 CCTV에서 유고슬라비아 드라마 'Povratak otpisanih'를 방영하며 시작됐다. CCTV에서 1979년에 방영한 미국 드라마 'The Man from Atlantis'는 선글라스 패션 붐을 일으키기도 했다. 1970년대 말부터 미국, 일본, 홍콩 등 해외 드라마 수입이 증가했다. 1984년에 CCTV에서 홍콩 드라마 '霍元甲(휘위안자)', 일본 드라마 'Akai Giwaku(赤い疑惑)', 브라질 드라마 'Ezura' 등 해외 드라마를 방영하며 공전의 히트를 친 후 각지 지방 방송사들이 해외 드라마를 대량 수입하기 시작했다.

TV 수신기의 보급 및 중국 국산 드라마의 제작량이 부족한 상황에서 중국은 정책심사를 통과한 드라마는 거의 전부 수입을 허용했다. 특히 1990년대 후반기에 홍콩, 대만, 일본, 한국 드라마가 안방을 차지하고 중국 국산 드라마는 외면당하는 상황이 나타났다. 1999년에 국가광전총국의 심사를 거쳐 수입된 해외 드라마는 216편(1,543회), 국가광전총국으로부터 배급 허가증을 획득한 중외 공동제작 드라마는 41편(763회)에 달했다. 1999년 구정을 앞두고 18개 위성채널에서 동시에 홍콩 무협 드라마 '天龙八部(천용팔부)'를 방영하기도 했다. 이같은 상황에서, 중국정부는 중국 국산 드라마의 활성화를 지원하기 위해 해외 드라마 수입업자, 수입량, 수입대상국, 장르, 방영시간 등을 통제하는 규제정책을 펼치기 시작했다. 1995년, 1999년, 2002년과 2009년에 해외 드라마 방영 제한 정책을 발표한 데 이어 2012년 2월 '해외 영화, 드라마 수입 및 방영 관리 강화에 관한 국가광전총국의 통지'를 하달해 규제를 강화하고 있다.

중국은 지금까지 미국, 브라질, 멕시코, 인도, 베네수엘라, 이탈리아, 싱가포르, 한국, 일본, 대만, 홍콩 등 다양한 국가와 지역에서 제작된 드라마를 방송해왔지만 전반적으로 봤을 때, 한국, 일본, 대만, 홍콩 드라마의 시청자그룹이 두꺼운 편이다. 특히 중국과 홍콩 간의 'CEPA(Closer Economic Partnership Arrangement)' 체결 등으로 홍콩 드라마에 대한 규제들이 완화되어 홍콩 드라마 편성이 큰 비중을 차지하고 있다. 한국 드라마의 경우, 한중 수교 이듬해인 1993년에 '질투'가 처음 중국 대륙에 상륙했고 1997년에는 CCTV에서 방영한 '사랑이 뭐 길래'가 4.2%의 시청률을 기록하면서 폭발적인 인기를 보였다. 한일 월드컵이 열린 2002년에는 67편의 드라마가 중국에서 상영됐고 '가을동

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

화’는 중국의 21개 TV채널에서 동시에 방영됐다. 2004년에 중국에 수입된 한국 드라마는 107편, CCTV8에서 방영된 해외 드라마 중에 한국 드라마는 57%에 이르렀다. 성급 위성채널과 지방 지상파 채널에서도 한국 드라마 편성이 증가했고 2005년에 호남위성 TV에서 방영된 ‘대장금’은 다시 한번 한류 열풍을 일으켰다. 문화체육관광부 발표 자료에 따르면 한국 드라마의 중국 수출 규모는 2008년 400만 달러 수준에서 2010년 1,500만 달러를 돌파했다. 그러나 해외 드라마의 인기는 한국 드라마에만 그치지 않는다. 2009년에 안휘위성TV에서 방영된 ‘Battle of Angel’을 시작으로 지난 2년간 태국 드라마가 중국에서 큰 인기를 끌기도 했다.

해외 콘텐츠를 직접 수입하는 밖에 해외 프로그램의 판권 수입도 증가하는 추세다. 1998년 말 CCTV2가 400여만 위안에 영국 ‘GOBINGO’의 판권을 수입해 ‘幸运52(행운52)’와 ‘开心辞典(해피 사전)’으로 리메이크한 적이 있다. 2005년에 호남위성TV는 ‘超级女声(초급여성, Super Girls)’로 대히트를 쳤으나 영국 ‘Pop Idol’ 저작권을 침해했다는 이유로 피소 위기를 겪으면서 중국의 방송사들이 판권 공식 수입의 중요성을 알게 됐다. 2007년에 호남위성TV에서 BBC의 ‘Just the Two of Us’ 판권을 수입해 ‘名声大震(명성대진)’을 편성하며 해외 판권 수입 붐이 일어났다. 특히 2010년에 상해동방위성TV에서 영국의 ‘Britain’s Got Talent’의 판권을 구입해 제작한 ‘China’s Got Talent(中国达人秀)’가 히트를 친 후, Shixi Media(世熙传媒), IPCN 등 판권 대행사를 통해 해외 예능 프로그램 판권을 수입하는 방송사들이 꾸준히 늘고 있다. 특히 올해 절강위성TV에서 네덜란드 ‘The Voice’의 판권을 구입해 제작한 ‘中国好声音(The Voice of China)’의 시청률이 급등하고 회당 광고수입이 2,000만 위안에 가까운 정도로 폭발적인 인기를 누리자 해외 판권 확보경쟁이 더 치열해지고 있다. 호남위성TV의 경우 ‘X Factor’와 ‘The Winner Is’의 판권을 추가 구입, 2013년에 ‘唱出我人生(내 인생을 노래하다)’과 구입해 주부들을 대상으로 하는 오디션 프로그램 ‘女人如歌(여인여가)’을 편성할 예정인 것으로 알려지고 있다.

〈표 4-41〉 해외 예능 프로그램 리메이크 사례

채널	원작	리메이크작
CCTV2	영국 'GOBINGO'	'幸运52', '开心辞典'
CCTV1	오스트레일리아 'Thank God You're Here'	'谢天谢地你来啦'
호남위성TV	영국 'Take me out'	'我们约会吧'
	영국 'Top Gear'	'最高档'
	영국 'Just the Two of Us'	'名声大震'
	영국 'Strictly Come Dancing'	'舞动奇迹'
	스페인 'Your Face Sounds Familiar'	'百变大咖秀'
	영국 'X Factor'	'唱出我人生'
동방위성TV	네덜란드 'The Winner Is'	'女人如歌'
	영국 'Britain's Got Talent'	'中国达人秀'
	영국 'The Cube'	'梦立方'
	네덜란드 'Sing It'	'我心唱响'
동남위성TV	미국 'Master Chef'	'顶级厨师'
	영국 'Last Chair Standing'	'欢乐合唱团'
절강위성TV	영국 'This Time Tomorrow'	'明天就出发'
	네덜란드 'The Voice'	'中国好声音'
심천위성TV	영국 'Tonight's The Night'	'中国梦想秀'
	벨기에 'Generation Show'	'年代秀'
산둥위성TV	미국 'The Sing-Off'	'清唱团'
	영국 'Surprise, Surprise'	'惊喜! 惊喜'
광둥위성TV	네덜란드 'Dating in the dark'	'完美暗恋'
요녕위성TV	영국 'X Factor'	'激情唱响'
안휘위성TV	영국 'Dont Stop Me Now'	'势不可挡'
광서위성TV	스웨덴 'True Talent'	'一声所爱·大地飞歌'

자료: 각사 자료(2012), 건홍리서치 분석

인터넷의 경우, 중국의 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자들이 제공하는 해외 콘텐츠는 불법유통 콘텐츠와 합법적으로 수입된 콘텐츠로 구분된다. 중국정부에서 콘텐츠 정품화, 콘텐츠 불법유통 사이트에 대한 규제를 강화하면서 중국에서 불법으로 유통되는 해외 콘텐츠가 줄어드는 추세다. 중국의 불법유통 콘텐츠 규제 노력과 함께 주요 인터넷 시청각 서비스 사업자들도 콘텐츠 정품화를 강화하는 추세다. Sohu, LeTV, Qiyi 등 사업자들은 미국, 유럽, 한국, 일본, 홍콩, 대만 등 해외 드라마와 예능, 영화 등 콘텐츠 편성을 늘리고 있다.

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

해외 콘텐츠의 중국 진출은 방송사 또는 유통업자들이 직접 수입하거나 방송사들이 판권을 수입하여 리메이크를 하는 방식으로 이뤄진다. 특히 인터넷 동영상 사이트들은 해외 인기 드라마나 예능 프로그램 등의 콘텐츠를 거의 실시간으로 올리고 있다. 불법유통 콘텐츠도 여전히 있으나, 전반적으로는 콘텐츠의 정품화가 점차 이뤄지고 있다.

### 5. 중국 방송콘텐츠산업 정책과 현황 요약분석

#### 1) 방송콘텐츠산업 정책

중국은 '방송관리조례', '방송 프로그램 제작경영 관리규정' 등을 근거로 방송 프로그램 제작경영기관 설립, 예능, 애니메이션, 드라마 등 각종 방송 프로그램의 제작, 프로그램 판권 거래, 거래 대행 등을 규제하고 있다. 국가광전총국은 전국의 방송 프로그램 제작업 발전계획을 제정하고 전국의 방송 프로그램 제작경영활동을 관리감독한다. 방송 프로그램 제작경영기관을 설립하거나 방송 프로그램 제작경영활동에 종사하는 경우 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득해야 한다. 드라마의 경우, '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 갖춘 기관, 지급시 이상 TV방송국(라디오TV방송국, 방송영화TV그룹 포함)과 '영화 촬영제작 허가증'을 갖춘 영화 제작기관에서 만이 제작할 수 있다. 단 사전에 별도로 드라마 제작허가를 획득해야 하며 배급 역시 허가를 받아야 한다. 이밖에도 중국은 드라마, 오락 프로그램, 광고, 범죄물 등의 방송제한 정책을 시행하고 있다. 드라마 소재나 장르도 규제의 대상이다. 그러나 중국은 정책의 투명성이 부족해 어떤 소재나 장르에 갑자기 방영제한조치가 내려질지 예상하기 어렵다. 따라서 콘텐츠 제작허가를 받아 제작을 한 후 판매를 하더라도 중국정부의 정책변화에 따라 채널편성이 이뤄지지 않을 가능성도 있기 때문에 이에 따른 리스크를 감수해야 한다.

중국은 또 자국 콘텐츠의 수출을 촉진하기 위해 다양한 지원책을 펼치고 있다. '국가 12.5규획기간 문화개혁발전 계획요강' 등 정책을 통해 중국기업의 해외 방송국 설립 및 방송채널 운영 등을 권장하고 있으며, 문화수출 중점기업에 ▷ 대출이자 보조금 제공, 사업보조금 제공, 장려금 제공, 보험료 보조금 제공 등 방식의 자금지원 강화 ▷ 조세혜택 ▷ 수출통관의 편리화 등의 지원책을 제공하고 있다. 이에 힘입어 2011년 중국의 영화, TV 문화상품 및 수출액은 1억 5,600만 달러에 이르렀고 그 중 영화와 TV 프

로그래밍 수출액은 6,700만 달러를 넘고 수출분량은 1만 6,000시간을 넘는 분량이다. 그러나 중국의 방송콘텐츠 수출대상지역은 홍콩, 대만, 북한, 한국, 일본, 필리핀, 싱가포르, 말레이시아, 태국을 비롯해 중국과 문화적 배경이 비슷한 아시아권에만 집중되어 있어 수출시장이 좁다. 또 사극, 무협드라마의 수출비중이 커 기타 소재나 장르의 드라마, 그리고 기타 방송 프로그램의 경쟁력을 더 높이는 것이 필요하다.

## 2) 방송콘텐츠의 생산, 유통·소비 현황

중국정부에서 문화산업 활성화, 국산 콘텐츠 지원 등 정책을 강화하면서 드라마, 오락, 애니메이션, 다큐멘터리 등 방송 프로그램 제작시장에 대량의 민간자본이 유입되면서 방송콘텐츠 제작이 모두 활성화되고 있다. 제작사 수도 엄청난 규모다. 2010년 기준으로 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증’을 갖춘 제작사는 4,057개, 그 중에서 ‘갑종 드라마 제작 허가증’을 갖춘 제작사는 132개에 이르는 것으로 파악됐다. 2011년에 중국의 라디오 프로그램 제작분량은 694만 7,000시간(+1.80%), TV 프로그램 제작분량은 295만 500시간(+7.57%)이며 그 중 뉴스정보, 전문테마<sup>21)</sup>, 예능, 광고 프로그램의 제작분량은 각각 27.19%, 26.29%, 17.23%를 차지했다. 최근 수년간 방송사의 방송콘텐츠 판권 구입가격이 꾸준히 상승하고 있으며, 2010년부터 인터넷 방영권 가격도 급등세를 보이고 있다.

콘텐츠별로 봤을 때 드라마의 제작이 가장 활발하다. 이는 드라마는 방송사나 방송채널의 광고매출 기여도가 높아 방송산업에서 가장 상업가치가 있는 프로그램 유형으로 때문이다. 방송사들의 우수 드라마 확보경쟁으로 드라마 가격이 폭등하면서 벤처투자, 탄광 사업자의 투자 등을 비롯해 자금이 드라마 산업에 대량 유입되고 있으며 중국의 드라마 제작분량은 2011년에는 2만 회로 늘었다. 그러나 드라마는 공급과잉으로, 제작분량은 많으나 방송사에서 방영되는 비중은 낮다. 현재 위성채널의 황금시간대 방영분량은 실제로는 7,000회 정도로 총 제작분량의 35% 정도를 차지하며 그 중 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영되는 분량은 3,000회 정도에 그친다. 제작을 마쳤으나 품질, 소

21) 짝짓기, 음식, 건강, 부동산, 교통, 미용, 관광, 날씨, 노인, 여성, 재테크, 주식정보, 쇼핑, 퀴즈 등 특정 테마를 둘러싼 서비스類 프로그램을 지칭

## 제4장 중국 방송콘텐츠 산업 정책과 현황

재 등의 원인으로 팔리지 않은 드라마는 매년 총 제작분량의 20% 정도를 차지한다.

중국 국산 애니메이션 산업화 활성화 정책, 애니메이션 전문채널의 개설 등에 힘입어 애니메이션 제작사와 작품 수도 꾸준히 증가하고 있다. 2004년에 국가광전총국에서 '중국 애니메이션산업 촉진에 관한 몇가지 의견(關於促進我國影視動畫產業的若干意見)'을 발표한 이후 산업 활성화 지원책에 힘입어 지금까지 8년간 급증세를 이어오고 있다. 그러나 중국의 애니메이션 산업은 창작능력 부족, 대형 애니메이션 업체 부족, 비즈니스 모델의 다양화 부족, 고수준 인력 특히 해외수출 및 자본시장 투자유치에 필요한 복합형 인재 부족, 파생상품의 개발 미흡, 지적재산권 보호 미흡 등의 문제를 안고 있다. 다큐멘터리 채널의 개설이 늘면서 콘텐츠 수요도 증가하고 있다. 2011년에 중국의 TV 다큐멘터리 제작분량은 8,700시간 정도이고 방영분량은 5만 8,000시간 정도로 나타났다. 그러나 중국은 다큐멘터리 수요는 증가하는 대신 우수 작품 공급능력이 떨어지는 상황으로 해외수입이 37%를 차지했다.

### 3) 해외 콘텐츠 규제 정책 및 진출현황

중국은 자국의 방송콘텐츠 산업 육성, 자국민의 해외미디어 노출을 통제하기 위해 해외 방송콘텐츠의 수입과 방영을 제한하고 있다. 국가광전총국은 드라마를 비롯한 해외 방송 프로그램의 수입 분량, 장르, 수입대상국 등을 통제하고 있으며, 정규방송에 편성되려면 국가광전총국에서 지정한 사업자를 통해 해외 방송 프로그램을 수입해야 한다. 중국에 수입되는 해외 영화, 드라마 및 기타 해외 방송 프로그램은 유형별로 국가광전총국 또는 심사자격을 갖춘 기타 기관의 승인을 받아야 한다. 해외 프로그램 방영시간과 방영비중, 위성수신도 국가광전총국의 규제대상이다. 중국은 자국 애니메이션 활성화를 위해 해외 애니메이션의 방영도 제한하고 있다. 콘텐츠의 중외 공동제작도 1회적인 협력 만 가능하다. 국가광전총국은 중외 합작제작 드라마 및 애니메이션에 대한 관리를 총괄하고 해외 협력사, 작품 수, 중외 공동제작 드라마의 장르 등을 통제한다. 국가광전총국의 심사를 통과하지 못한 중외 합작제작 드라마는 제작, 배급과 방영이 금지된다.

해외 콘텐츠의 유통루트는 크게 방송사 방영, 인터넷 방영 또는 다운로드, 음반제품 판매 또는 임대, 해외 위성 수신 등 네가지로 나눌 수 있다. 그 중에서도 방송사에서 방영되는

해외 콘텐츠의 시청자가 가장 많다. 해외 콘텐츠의 중국진출 현황으로 봤을 때 드라마, 애니메이션이나 다큐멘터리 판매, 예능 프로그램 판권 판매, 중의 공동제작 등의 진출방식이 있다. 드라마의 경우, 중국은 지금까지 미국, 브라질, 멕시코, 인도, 베네수엘라, 이탈리아, 싱가포르, 한국, 일본, 대만, 홍콩 등 다양한 국가와 지역에서 제작된 드라마를 방송해왔지만 전반적으로 봤을 때, 한국, 일본, 대만, 홍콩 드라마의 시청자층이 두꺼운 편이다. 한국 드라마를 봤을 때, ‘사랑이 뭐 길래’, ‘가을동화’, ‘대장금’ 등으로 한류 열풍이 불었고 최근 수년간 한국 드라마 열기가 다소 수그러진 모습이나, 단가가 상승하면서 한국 드라마의 중국 수출 규모는 2008년 400만 달러 수준에서 2010년 1,500만 달러를 돌파했다. 그러나 방송사와 인터넷 동영상 사업자들이 태국, 미국 등 기타국의 드라마 편성을 늘리고 있고 태국, 미국 등 국가에서 제작한 드라마를 즐겨 시청하는 중국 시청자들이 늘고 있어 한국 드라마의 경쟁력을 더 강화하기 위한 노력이 필요하다. 예능의 경우, ‘Britain’s Got Talent’, ‘The Voice’의 판권을 수입해 리메이크한 예능 프로그램들이 히트를 치면서 유럽과 미국 위주로 해외 예능 프로그램 판권을 수입하는 방송사들이 꾸준히 늘고 있다. 다큐멘터리의 경우 BBC에서 수입하거나 BBC와 공동제작한 작품이 많고 애니메이션의 경우 일본 애니메이션의 선호도가 높다. 이에 비해 한국의 예능, 다큐멘터리, 애니메이션 프로그램은 아직 이렇다 할 활약상을 보이지 못하고 있어 중국시장에서 경쟁력을 높이려면 창작기획 수준을 더 제고해야 할 것으로 보인다.

또 구매력, 배급 및 방송 능력이 있는 수입업자를 통해 중국에 콘텐츠를 수출하거나 이들과 손잡고 공동제작을 하는 것도 중요하다. HUACE FILM & TV, Hualu Baina Film & TV, Huayi Bros. Media, Enlight Media(光线传媒) 등을 비롯해 중국의 드라마, 예능 등 방송콘텐츠 산업에서 비교우위에 있고 그동안 작품성이나 흥행성이 검증된 사업자들과 손잡을 수 있다. 구매가격이 상대적으로 높은 성급 위성채널은 북경위성TV, 상해동방위성TV, 절강위성TV, 강소위성TV, 안휘위성TV, 호남위성TV 등이며 특히 호남위성TV는 한국 드라마 편성이 많은 편에 속하고 최근 수년간 방영된 한국 드라마의 시청률도 잘 나왔다. 상해동방위성TV, 절강위성TV, 안휘위성TV, 호남위성TV는 해외 예능 프로그램 판권 수입이 활발한 방송사이기도 하다. 뉴미디어 특히 인터넷 동영상 사이트 사업자들이 인기 콘텐츠 방영권 확보경쟁을 하고 콘텐츠 자체제작을 늘리고 있는 가운데, 이같은 사업자들과 협력하는 것도 좋은 방법이다.

## 제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

### 제1절 주요 정책적 동향과 이슈

#### 1. 국가광전총국, 인터넷 사이트의 콘텐츠 자체제작 규제 강화

국가광전총국과 국가인터넷정보관공실(国家互联网信息办公室)은 2012년 7월 9일 ‘인터넷 드라마, 마이크로 영화 등 인터넷 시청각 프로그램 관리 강화에 관한 통지(关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知)’를 발표했다. 해당 통지는 2007년 12월 20일 국가광전총국과 공업신식화부에서 공동발표하여 2008년 1월 31일부터 시행한 ‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정(互联网视听节目服务管理规定)’를 근거로 한다.

저속한 콘텐츠를 단속하기 위해 국가광전총국은 2009년 3월 ‘인터넷 시청각 프로그램 콘텐츠 관리 강화에 관한 통지(关于加强互联网视听节目内容管理的通知)’를 발표하여 인터넷 시청각 프로그램의 규제에 대해 원칙적인 규정을 내린 적이 있다. 최근 수년간 인터넷 드라마, 마이크로 영화 등 인터넷 시청각 프로그램을 제작방영이 늘면서 그 중 일부는 내용이 저속하고 폭력성과 선정성이 짙어 정부당국과 청소년 자녀를 둔 학부모들의 불만 야기. 저속한 콘텐츠에 대한 규제를 강화하여 건전한 인터넷 문화를 조성하는 것이 필요해졌다. 해당 통지는 우수한 인터넷 드라마, 마이크로영화 등 인터넷 시청각 프로그램의 제작을 권장한다고 밝히고, ▷ 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자 자체 검열후 방영 ▷ 인터넷 시청각 프로그램 산업협회의 업계 자율화 추진 ▷ 정부주무부처에서 법에 따라 사업자 허가 및 퇴출 관리 등 세가지 조치를 내놓았다. 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자들은 자체 검열위원회를 구성해 해당 사이트에서 방영되는 동영상물 콘텐츠를 우선 검열한 뒤 통과한 콘텐츠에 한해서만 방영할 수 있다. 산업협회는 사업자 자체검열 담당직원에 대한 교육평가를 시행한다. 자체검열 담당직원은 교육을 받은 후 자격증을 획득해야 한다.

그동안 LeTV(乐视网)과 같은 대형 인터넷 동영상 사업자들도 시청자들의 눈길을 끌기 위해 일본 성인영화에 못지 않은 노출수위의 인터넷 드라마 등 콘텐츠를 방영하며 트래

픽이 급증한 사례들이 있다. 향후 이처럼 내용이 저속하고 폭력성과 선정성이 짙은 인터넷 드라마, 마이크로 영화 등 콘텐츠로 트래픽을 늘리는 것은 어려울 것으로 보인다. 인기 드라마의 인터넷 방영권 구매가격이 치솟는 상황에서 인터넷 동영상 사업자들이 원가를 낮추기 위해 인터넷 드라마를 자체제작하고 있으며, 자체제작한 인터넷 드라마는 이전과 마찬가지로 국가광전총국에 제작등록공시 신청을 한후 승인을 받아 방영을 할 수 있기 때문에 사실상 인터넷 드라마 제작 자체에 대한 규제는 더 강화된 것이 없다. 따라서 향후에도 인터넷 동영상 사업자들의 자체제작이 활발할 것으로 예상된다.

## 2. 중국, 디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획 발표

2012년 2월 24일 공업신식화부는 ‘전자정보 제조업 12.5규획(电子信息制造业‘十二五’发展规划)’을 발표했다. ‘전자정보 제조업 12.5규획’의 세부계획으로 ‘전자기 초재료 및 핵심부품 12.5규획(电子基础材料和关键元器件‘十二五’规划)’, ‘전자전용 장비계기 12.5규획(电子专用设备仪器‘十二五’规划)’, ‘디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획(数字电视与数字家庭产业‘十二五’规划)’ 등 3개 분야별 계획도 발표했으며, 그 중 ‘디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획’의 목표와 주요 추진내용은 다음과 같다.

〈표 5-1〉 ‘디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획’의 목표

구분	목표
산업규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>2015년 말 세계 최대 디지털TV 완제품 및 핵심부품 개발·생산기지로 정착. 주요 제품의 생산량과 품질은 세계 상위 수준으로 향상</li> <li>2015년에 디지털TV 및 디지털 홈을 중심으로 한 A/V 산업 매출액은 2조 위안으로 2010년 대비 1배 증가. 수출액은 1,000억 달러로 증가. 공업 부가가치율<sup>22)</sup>은 25%로 향상</li> </ul>
산업구조 고도화	<ul style="list-style-type: none"> <li>평면 디스플레이, 셋탑박스, 칩 설계 제조 등 분야의 기술 대폭 향상. 자급자족을 향상</li> <li>컬러TV 생산량 대비 평면TV 비중 95% 상회. 디지털 홈 밸류체인 정착. 디지털 콘텐츠 서비스 규모화</li> </ul>
기업 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>혁신능력을 갖추고 파급효과가 큰 국가급 디지털 홈 응용시범 산업기지 5-10개 조성</li> <li>국제적 경쟁력이 있고 연간 매출액이 1,000억 위안을 상회하는 선도업체 2-3개 육성</li> </ul>

제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

독자적 혁신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 중심의 혁신체계 구축</li> <li>• 독자적 혁신능력을 갖춘 기업 육성</li> <li>• 디지털TV 및 디지털 홈 핵심기술 확보. 디지털TV 및 디지털 홈 국가표준 확립. 차세대 디지털TV 기술표준화 추진 및 주도권 확보. 국가 지상파 디지털TV 전송표준의 국제표준화 추진</li> </ul>
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 공업신식화부(2012)

<표 5-2> '디지털 TV와 디지털 홈 산업 12.5규획'의 중점추진분야

구분	중점추진분야
디지털TV 단말장비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털TV S/W 및 H/W 제품 고도화 및 핵심 표준 제정 촉진</li> <li>• 3DTV, 스마트TV의 임베디드 S/W 시스템, 초고해상도TV 개발 및 응용 촉진</li> <li>• LED 백라이트 LCD TV, 절전형 PDP TV, 와이드스크린 OLED TV 개발 및 산업화 촉진</li> <li>• 지상파, 위성, 케이블, IP망 등 전송방식 기반의 디지털TV 단말 및 모바일 멀티미디어 TV 활성화</li> <li>• 고해상도 3D 프로젝터, 단초점 프로젝터, 휴대식 프로젝터, 레이저 프로젝터 등 제품의 개발과 산업화 추진</li> </ul>
디지털TV 방송 프런트엔드 장비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털TV 및 디지털 라디오 제작장비, 방송실 장비, 방송장비, 송신장비 등 프런트엔드 장비 개발 및 산업화 지원</li> <li>• AVS, DRA 등 독자적 기술표준 기반의 디지털TV 프런트엔드 장비 개발 및 응용 활성화</li> <li>• HDTV, 3DTV, 모바일 TV, 디지털 영화 등 분야에 필요한 촬영, 녹화, 편집, 저장, 방영장비 활성화</li> </ul>
디지털 홈 장비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털 홈 응용시범 산업기지 조성</li> <li>• 단말업체, 네트워크 사업자, 콘텐츠 제공업체, SI업체 등 업체들이 손잡고 신형 정보단말, 멀티서비스 게이트웨이, 지능형 감지 및 제어 장비, 클라우드 응용 플랫폼 등 제품을 개발 및 보급화하는 것을 지원</li> <li>• 컨버전스형, 상호접속 및 지능형 디지털 엔터테인먼트, 디지털 교육, 디지털 건강, 스마트 홈 등 서비스 시스템의 개발 및 산업화 추진</li> </ul>
음향 광디스크 장비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고충실도(High fidelity), 슈퍼슬림 음향 부품소재 및 시스템, 고충실도 음원 제품, 디지털 음향 시스템 활성화</li> <li>• TB급 대용량, 고충실도, 3D 광디스크 개발 및 산업화 촉진</li> </ul>
영상 응용 시스템	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '평안도시', 디지털 커뮤니티, 디지털 홈, 은행, 교통 등 분야에서 사용되는 지능화, 네트워크화 영상 모니터링 장비 활성화</li> <li>• 고해상도, WDR(Wide Dynamic Range) 저조도(Low illumination), 무선 모니터링 네트워크 카메라 장비 및 대용량, 고압축, 지능분석</li> </ul>

22) 일정기간동안 공업 기업이 창출한 부가가치액을 매출액으로 나눈 비율

	모니터링 백엔드 시스템, 클라우드 스토리지 시스템 개발 및 산업화 추진
응용 서비스 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>클라우드 컴퓨팅, 사물인터넷 등 기술을 기반으로 디지털 콘텐츠 서비스 플랫폼 및 복합형 디지털 응용플랫폼 구축 촉진, 디지털 홈 사용자의 수요 충족</li> <li>원격의료, 원격교육, 애니메이션, 게임, 정보 등 서비스 시스템 및 앱스토어 등 플랫폼 개발 및 구축 촉진. 3망융합 및 콘텐츠 보호 기능 실현</li> </ul>

자료: 공업신식화부(2012)

이를 위해 ▷ 컬러TV산업 고도화 ▷ 지상파 디지털TV 수신장비 보급화 ▷ 완제품, 칩, 부품소재, S/W 업종의 선순환 촉진 ▷ 3망융합을 위한 디지털 홈 응용시범 ▷ 공공 서비스체계 구축 등 전문 프로젝트(專項)를 실시한다는 방침이다.

## 제2절 방송콘텐츠 생산·유통·소비 관련 이슈

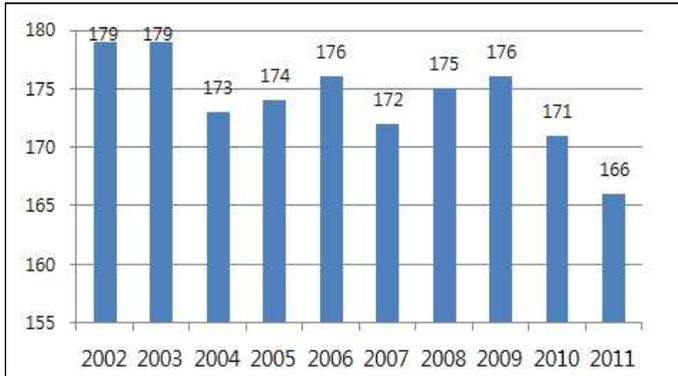
### 1. TV 시청자 변화추이

2012년 5월 CSM Media Research에서 발표한 '2011년 중국 TV방송시장 점검(2011年电视市场观察)' 보고서에 따르면, 2002년과 2003년에 180분에 가까웠던 1인당 1일 평균 시청시간은 2004년에 처음으로 175분 미만으로 줄어든 후 2009년까지 6년간 175분 정도에서 오르내렸다. 그 후 2010년에 171분으로 줄어든 후 2011년에는 166분까지 줄어 10년 만에 처음으로 170분 미만으로 내려갔다.

제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

[그림 5-1] 2002-2011년 1인당 1일 시청시간

(단위: 분)



자료: CSM Media Research(2012)

시청량이 줄어든 주요 원인은 크게 시청자 규모 감소, 시청자 유실을 꼽을 수 있다. 평균 도달률로 나타내는 1일 평균 시청자 규모는 2009년부터 줄어드는 추세이고 시청자 1인당 TV 시청시간을 나타내는 시청자 충성도는 안정 속 상승세를 보이고 있다. 이는 일부 시청자들이 TV를 외면하면서 시청자 규모가 줄어든 한편 TV를 계속 시청하는 사람들은 시청시간을 줄이지 않았음을 시사한다.

<표 5-3> 2009-2011년 시청량 변화

시기	1인당 1일 시청시간(분)	평균 도달률(%)	시청자 1인당 1일 시청시간(분)
2009	176	74.5	236
2010	171	72.0	238
2011	166	69.5	239

자료: CSM Media Research(2012)

연령대별 시청량으로 봤을 때, 뉴미디어의 부상과 더불어 젊은 TV 시청자들의 이탈이 빨라지고 있고 중노년 시청자들이 TV 앞에 있는 시간이 더 늘지 않을뿐더러 오히려 약간의 하락세를 보이고 있다. 15-34세 연령대의 시청량은 최근 5년간 하락세를 유지하고 있고 45-64세 연령대의 시청량은 2010년부터 감소세를 보였다. 2011년에 65세 이상 시청자의 시청시간이 조금 늘어난 외에 기타 연령대는 모두 하락세를 보였다.

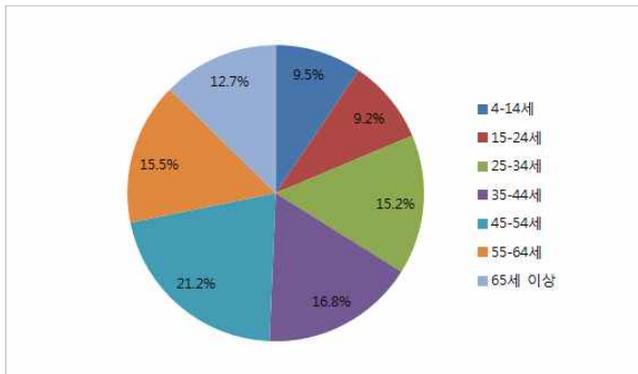
[그림 5-2] 2007-2011년 연령대별 1인당 1일 시청시간



자료: CSM Media Research(2012)

노년 시청자의 TV 시청시간이 젊은이들보다 더 길지만 전체적인 인구구조상 노인인구 비중이 상대적으로 낮기 때문에 TV 시청자 중에서는 여전히 25-64세 특히 45-54세 연령대 비중이 가장 크다. 최근 수년간 해당 연령대 시청자들의 유실로 TV 시청자 1인당 1일 시청시간은 전반적으로 감소세를 보이고 있다.

[그림 5-3] 2011년 연령대별 시청자 비중



자료: CSM Media Research(2012)

## 2. 2011년 성급 위성채널 드라마 시청률 순위

CSM Media Research에서 발표한 2011년 성급 위성 채널 드라마 시청률 순위에서 한국 드라마 ‘아내의 유혹’을 리메이크한 멜로드라마 ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’이 1위를 차지한 것으로 나타났다. 2011년에 드라마 부문의 새로운 특징이라면 일반 멜로물 외에도 ‘唐宮美人天下(당궁 미인천하)’ 등 후궁 드라마와 ‘宮(궁)’을 대표로 하는 타임슬립 드라마가 큰 인기를 누렸다는 점이다. ‘倾世皇妃(경세황비)’, ‘步步惊心(보보경심)’ 등 드라마는 인터넷에서 폭발적인 인기를 끈 인기소설을 각색한 작품으로 주 시청자인 ‘아줌마 시청자’ 뿐만 아니라 인터넷 문화에 익숙한 젊은 층을 TV 앞으로 불러 모았다. 시청률 Top30 중에서 ‘宮(궁)’, ‘倾世皇妃(경세황비)’, ‘还珠格格(환주格格, 황제의 딸 리메이크작)’, ‘步步惊心(보보경심)’, ‘武则天秘史(무측천 비사)’, ‘美人心计(미인심계)’, ‘后宫(후궁)’, ‘唐宮美人天下(당궁 미인천하)’ 등 후궁 드라마와 타임슬립 드라마가 8편 있었다.

성급 위성채널에서 방영된 한국 드라마 중에서 ‘천사의 유혹’은 4위, ‘솔약국집 아들들’은 20위, ‘내사랑 금지옥엽’은 27위를 차지했다. 세 편 모두 호남위성TV에서 첫 방영을 했다는 공통점을 갖고 있다. 2010년 성급 위성채널에서 방영된 드라마 시청률 순위에서 호남위성TV에서 방영된 ‘부모님전상서’는 11위, ‘아가씨를 부탁해’는 15위, ‘헬로! 애기씨’는 22위, ‘찬란한 유산’은 25위를 차지한 적이 있다. 한국 드라마 ‘아내의 유혹’을 리메이크한 멜로드라마 ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’은 2월 21일부터 매일 밤 10시부터 12시까지 2회씩 방영되었고, 상·하편으로 구성돼 하편은 ‘回家的欲望(귀가의 욕망)’으로 이름을 바꾸었다. 인물구성, 줄거리, OST도 원래의 것에서 크게 벗어나지 않았다. 대만의 린텐이(林添一) 감독이 메가폰을 잡고, 한국 배우 추자현, 홍콩 배우 리차이화(李彩桦), 대만 배우 샤타이핑(夏台凤), 중국 배우 정이통(郑亦桐), 투리만(涂黎曼), 링샤오샤오(凌潇肃) 등이 출연했다. 외도, 이혼, 복수 등 소재로 시청자들의 호기심을 자극, 한국과 마찬가지로 막장 드라마 논란을 일으키면서도 높은 시청률을 올려 2011년 시청률 1위를 기록했다.

&lt;표 5-4&gt; 2011년 성(省)급 위성TV 드라마 시청률 순위

순위	작품명	시청률	채널
1	回家的诱惑/欲望 (귀가의 유혹/귀가의 욕망)	3.43	호남위성TV
2	宫(궁)	2.50	호남위성TV
3	乡村爱情交响曲(향촌애 정교향곡)	2.13	북경위성TV
4	천사의 유혹	2.07	호남위성TV
5	倾世皇妃(경시황비)	1.75	호남위성TV
6	爱情真善美(애정진선미)	1.71	안휘위성TV
7	亮剑铁血军魂(양검철혈군혼)	1.58	절강위성TV
8	新还珠格格(신환주격격)	1.54	호남위성TV
9	步步惊心(보보경심)	1.52	호남위성TV
10	武则天秘史(무측천비사)	1.45	호남위성TV
11	裸婚时代(나혼시대)	1.32	강소위성TV
12	阳光天使(양광천사)	1.32	호남위성TV
13	一不小心爱上你 (어쩌다 그댈 사랑하게 되죠)	1.30	호남위성TV
14	美人心计(미인심계)	1.30	안휘위성TV
15	千山暮雪(천산모설)	1.28	호남위성TV
16	断刺(단자)	1.27	강소위성TV
17	养父(양부)	1.23	강소위성TV
18	永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)	1.23	북경위성TV
19	后宫(후궁)	1.18	절강위성TV
20	솔약국집 아들들	1.17	호남위성TV
21	活佛济公 II(활불제공 II)	1.16	강소위성TV
22	家产(가산)	1.14	강소위성TV
23	你是我兄弟(너는 내 형제)	1.14	북경위성TV
24	家常菜(가정요리)	1.12	북경위성TV
25	借枪(총을 빌리다)	1.12	절강위성TV
26	爱情睡醒了(사랑이 깬다)	1.11	안휘위성TV
27	내사랑 금지옥엽	1.10	호남위성TV
28	唐宫美人天下(당궁미인천하)	1.08	강소위성TV
29	中国远征军(중국원정군)	1.06	강소위성TV
30	命运交响曲(운명교향곡)	1.06	안휘위성TV

조사대상: 35 개 도시, 4 세 이상 시청자 대상

기간: 2011.1.1.-12.31 19:30-24:00

자료: CSM Media Research(2012)

### 3. 후궁 드라마 시청자 특징

2011년과 2012년에 높은 시청률을 올렸던 후궁 드라마의 본방 시청률 조사결과에 따르면 여성 시청자, 젊은 시청자, 중고졸 학력, 직원과 학생의 비중이 높은 편이다. 여성 시청자가 많은 것은 워낙 TV 시청자 중에 여성 시청자가 많은데다 궁중의 여인들이 펼치는 암투와 음모, 사랑이 여성의 흥미를 더 끌었기 때문이다. ‘美人心计(미인심계)’,

## 제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

‘宮(궁)’, ‘步步惊心(보보경심)’, ‘倾世皇妃(경세황비)’, ‘武则天秘史(무측천비사)’, ‘新还珠格格(신환주격격, 황제의 딸 리메이크작)’의 여성 시청자 비중은 60%를 넘어섰고 그 중 ‘步步惊心(보보경심)’은 심지어 70%에 가까운 높은 비중을 기록했다. 호남위성TV에서 방영한 후궁 드라마도 모두 여성 시청자 비중이 65% 상회하는 것으로 나타났다. 질강위성TV에서 방영한 ‘后宫(후궁)’과 안휘위성TV, 강소위성TV에서 방영한 ‘美人天下(미인천하)’는 여성 시청자 비중이 호남위성TV보다는 낮긴 하지만 여전히 58% 정도에 이르는 수준이다.

일부 후궁 드라마는 25-34세 연령대의 시청자가 많고 일부 드라마는 35-44세 연령대가 많다. 이에 비해 14세 미만과 45세 이상 시청자는 적은 편이다. 이는 대부분 후궁 드라마들이 온라인 인기소설을 바탕으로 한 것이고 또 드라마 대사에 인터넷 신조어가 자주 등장해 인터넷 문화에 익숙한 젊은이들을 TV 앞으로 불러 모았기 때문이다. 또 일부 드라마는 배경과 의상은 고대의 것이지만 인기스타들을 내세워 현대인의 유행하고 발달한 사랑이야기를 풀어가고 있기 때문에 젊은 시청자들도 즐겨본다. 학력으로 봤을 때 중고졸 시청자가 많고 일부 드라마는 대졸 학력 시청자도 꽤 있는 것으로 나타났다. 거의 모든 후궁 드라마는 시청자 중에 중졸과 고졸 학력이 각각 30% 정도를 차지하는 것으로 조사됐다. 대졸 이상 학력은 드라마별로 약간의 차이가 있는 것으로 보인다. ‘步步惊心(보보경심)’은 25%, ‘倾世皇妃(경세황비)’는 22%에 이르고 ‘杨贵妃秘史(양귀비비사)’, ‘后宫(후궁)’과 ‘武则天秘史(무측천비사)’도 20%를 넘어섰다. 한편 ‘新还珠格格(신환주격격, 신 황제의 딸)’의 시청자 중에 대졸 이상은 15.5%에 그쳤다. 직업 분포로 봤을 때 일반 사무직과 학생이 많은 편이다. 특히 ‘宮(궁)’과 ‘新还珠格格(신환주격격)’는 학생 시청자 비중이 20%를 넘어 기타 드라마보다 1배 정도 높은 것으로 나타났다.

〈표 5-5〉 후궁 드라마 시청자 구성

(19:30-24:00, 71 개 도시, 위성채널 본방)

시청자	美人心计	宫	步步惊心	倾世皇妃	武则天秘史	杨贵妃秘史	新还珠格格	后宫	美人天下
남	37.3	33.7	30.9	32.4	35.9	34.9	34.1	42	41.8
여	62.7	66.3	69.1	67.6	64.1	65.1	65.9	58	58.2
4-14세	11.9	12.8	7.3	7.8	4.5	7	15.3	9	9.6
15-24세	11.7	19.9	17.4	16.1	11.8	17.2	19.4	9.1	10.8
25-34세	18.5	18.2	27.2	23.9	23.6	21.4	16.1	25.8	18.6
35-44세	21.6	22	21.3	23.4	23.4	22.8	20.8	19.9	19.5
45-54세	17.7	15	16.5	17	20.6	16.2	14.7	19.7	19.9
55-64세	10.6	7.8	6.5	7.4	10.8	8.9	7.2	9.7	13.7
65세 이상	8.1	4.3	3.7	4.4	5.2	6.6	6.4	6.8	8
초등학교 및 이하	23.7	17.4	12.7	12.9	11	13.2	21.9	17.5	20.5
중학교	35.4	33.2	29.7	31.4	33.2	32.4	34.3	32.5	34.7
고등학교	24.2	31.3	32.6	33.5	34.9	33.1	28.3	28.8	27.5
대학교 이상	16.7	18.1	25	22.2	20.9	21.4	15.5	21.2	17.3
간부/관리 직	3.6	3.8	3.9	4.1	4.8	5.5	3.5	4.9	3.6
자영업자/ 개인기업 직원	12.2	12.2	14.6	15.3	17.3	13.9	12.8	11.4	9.9
초급 공무원/고 용직	16.8	17.7	25.9	22.8	21	20.3	16	23.1	19
공무원 노동자	15.2	15	17.2	17.4	17.8	15.4	15.4	15.7	18.2
학생	13.8	22.9	13.8	12.4	8.5	11.8	24.8	10.1	10.6

자료: CSM Media Research(2012)

정통사극으로 분류되는 ‘后宫甄嬛传(후궁견환전)’은 시청자 구성이 다소 다른 것으로 조사됐다. 2011년 11월 북경, 광주, 항주 지상파 채널에서 첫 방영을 할 당시 시청자의 연령대는 25세부터 54세까지 큰 비중을 차지한 것으로 나타났다. 특히 북경은 45-54세 연령대가 25.6%로 가장 큰 비중을 차지했다.

<표 5-6> ‘후궁견환전’ 시청자 구성

(지상파 채널 본방, 2011년 12월 22일 기준)

시청자	북경영화드라마채널	광주종합채널	절강경제생활채널
남	40.9	40.4	49.1
여	59.1	59.6	50.9
4-14세	3.9	9.4	3.9
15-24세	5	7	9.8
25-34세	20.1	19.2	22.2
35-44세	19.5	13.6	14.2
45-54세	25.6	18.7	20.5
55-64세	15.9	18.1	19.8
65세 이상	10	14	9.5
간부/관리직	6.6	4.5	6.8
자영업자/개인기업 직원	9.2	6.6	11.3
초급 공무원/고용직 공무원	28.3	14.3	23.3
노동자	12.1	24.3	16.9
학생	5.2	7.5	5.4

자료: CSM Media Research(2012)

#### 4. 중국의 다큐멘터리 시장동향

2012년 3월 북경사범대학 다큐멘터리센터에서 발표한 ‘2011년 중국 다큐멘터리 연구 보고서’에 따르면 2011년 말 기준으로 중국에는 다큐멘터리 채널이 7개 있다. 2011년 1월 1일 CCTV9 다큐멘터리 전문채널이 개국한데 이어 2011년 7월 1일에는 북경HD기실(纪实)<sup>23)</sup>채널이 개국했고 이밖에 지상파 다큐멘터리 전문채널이 5개 있다. 전국의 TV 다큐멘터리 칼럼(栏目)은 83개에 이른다. 2011년 중국의 다큐멘터리 시장 총 투자액은 8억 위안 정도이고 매출액은 10억 위안을 상회해 증가율이 20%를 넘었다. 다큐멘터리 투자 열기가 뜨거워지면서 민간자본의 다큐멘터리 제작부문에 대한 투자도 늘고 있다. 2011년에 중국의 TV 다큐멘터리 제작 분량은 8,700시간 정도이고 방영분량은 5만 8,000시간 정도, 그 중 본방 분량은 1만 6,000시간으로 집계됐다.

23) 기실(纪实): 실제 상황을 기록하다, 현장 기록이라는 뜻

〈표 5-7〉 2011년 중국의 다큐멘터리 통계데이터

구분	수량/분량
다큐멘터리 채널	7개
TV 다큐멘터리 칼럼	83개
TV 다큐멘터리 방영분량	5만 8,000시간 정도
그 중: 본방 분량	1만 6,000시간
제작 분량	8,700시간 정도

자료: 북경사범대학 다큐멘터리센터(2012), 진홍리서치 분석

시장수요로 봤을 때, 2011년 11월 국가광전총국에서 ‘위성종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견(关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见)’을 발표, 34개 위성 종합채널에 2012년 1월 1일부터 오락 프로그램 편성을 줄이고 뉴스, 경제, 문화, 과학교양, 어린이, 다큐멘터리 등 프로그램 편성비중을 늘릴 것을 촉구한 후 방송사의 다큐멘터리 수요도 늘고 있다. 콘텐츠 공급 차원에서 봤을 때, 2011년에 다큐멘터리 조달루트는 자체제작(48%), 외부에서 구입후 자체편집(15%), 해외수입(37%) 순으로 나타났다. CCTV9의 경우, 2011년에 CCTV9에서 방영한 다큐멘터리 중에 CCTV 자체 제작한 작품을 재편집한 것이 27% 정도를 차지하고 외주제작은 30%, 해외수입은 23% 정도를 차지했다. 일부 다큐멘터리 칼럼은 자체제작 역량이 부족하기 때문에 외주방식을 취하고 있다. 다큐멘터리 칼럼의 외주방식은 크게 외부에서 구입한 소재를 자체로 다시 편집, 위탁제작, 외부에서 구입한 작품을 그대로 방영 등 세가지로 분류할 수 있다.

국영 제작사, 민영 제작사, 중외합자 제작사 등 외주제작사들이 제작하는 다큐멘터리 칼럼 수가 증가하는 추세이며 그 중에서도 민영 제작사들의 활약이 돋보인다. 민영 계열 중에서 LIC(大陆桥传媒)의 ‘传奇中国(전기중국)’, ‘奇趣大自然(기묘한 대자연)’, Rare Media(雷禾传媒)의 ‘口述(구술)’, ‘全景(전경)’, Yuanchun Media(元纯传媒)의 ‘视野(시아)’는 모두 중국에서 인지도가 높은 다큐멘터리 프로그램들이다. 일부 인기 있는 다큐멘터리 칼럼은 다수의 채널에서 방영되고 있다. 2011년에 복수 채널에서 방영되는 다큐멘터리 칼럼은 10개를 넘는 것으로 집계됐다. 인터넷 동영상 사업자들도 다큐멘터리 자체제작을 시도하고 있다. Sohu의 경우 2011년 8월 29일 ‘大视野(대시아)’ 다큐멘터리 채널을 론칭해 자체제작한 다큐멘터리를 방영하고 있으며 CCTV, Phoenix TV

## 제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

등 방송사와 민영 제작사의 다큐멘터리 제작스텝들이 제작에 참여하고 있다. 우수한 작품의 공급이 부족해 TV다큐멘터리 가격은 1분당 30-50위안에서 100-200위안대로 오르고 있다. 인터넷 방영권 확보경쟁이 심화되면서, 2011년부터 인터넷 동영상 사업자의 다큐멘터리 판권 구입가는 기존의 1분당30위안에서 100위안으로 올랐고 일부 우수작은 1분당 1,000위안까지 올라 방송사의 판권 구입가를 넘어섰다.

다큐멘터리 장르로 봤을 때, 2011년에도 정체를 추적하는 다큐멘터리 특히 사회와 역사의 수수께끼를 풀어가는 다큐멘터리들이 시청자들에게 인기가 있는 것으로 조사됐다. 지방의 문화, 역사적 전통과 지역적 특색을 담은 고품질 다큐멘터리의 시장잠재력이 큰 것으로 보인다. 그러나 다큐멘터리 칼럼이 많은 만큼 내용 동질화 문제가 두드러지게 나타나고 있어 차별화된 우수 콘텐츠를 확보하는 것이 필요해졌다. 유통채널(방영플랫폼)은 크게 방송사와 뉴미디어로 나누어 볼 수 있다. 방송사의 경우 2011년 CCTV9와 북경HD기실채널의 개국으로 중국도 다큐멘터리 채널의 전문화가 이뤄지고 있지만, 아직까지는 다큐멘터리 전문채널보다는 다큐멘터리 칼럼의 다큐멘터리 제작 및 방영 분량이 더 많은 편이다. 중국교육방송국의 인문교육채널, 중경TV방송국의 과학교양채널, 호남TV방송국의 금영기실채널(金鹰纪实频道), 상해기실채널(上海纪实频道), 요녕북방채널(辽宁北方频道) 등 지상파 채널에서 제작한 다큐멘터리는 자체채널에서 방영되는 외에 기타 채널에도 공급되고 있다. 방송 계열 중에서 CCTV는 중국의 TV다큐멘터리 제작거점 및 방영플랫폼으로 막강한 경쟁력을 갖고 있으며 지상파 채널 중에서 상해기실채널의 제작능력이 뛰어난 편이다. 기타 지상파 채널은 자금력이 부족하고 방송 커버리지 지역이 제한되어 있기 때문에 경쟁력이 떨어진다. 뉴미디어의 경우, 2011년에 인터넷 동영상 사업자의 다큐멘터리 편성이 늘었다. 다큐멘터리 채널을 따로 운영하고 있는 Qiyi(奇艺), Sohu(搜狐), 그리고 2011년에 동영상 콘텐츠 부문 투자를 확대한 Tencent(腾讯) 등 동영상 사이트들이 다큐멘터리 판권을 잇따라 구입하며 판권 가격도 상승세를 겪고 있다.

## 제3절 뉴미디어 산업 동향과 이슈

### 1. 공업신식화부와 국가광전총국, AVS+ 표준 활성화 촉진

2012년 8월 공업신식화부 전자정보사(电子信息司)와 국가광전총국 과기사(科技司)는 AVS+ 표준(방송 선진형 A/V 인디코딩 Part1[广播电视先进音视频编解码第1部分:视频]) 발표회를 열고 AVS+ 표준의 산업화 추진 방침을 밝혔다.

<표 5-8> AVS+ 표준의 산업화 추진 방침

- 
- AVS+ 인코딩/디코딩 칩, 수신단말 등 관련 제품의 R&D 및 산업화 촉진
  - 디지털TV, 디지털 홈 등 분야에서 AVS+ 응용 활성화
  - AVS+ 국가표준화 추진
  - 직접위성방송 HDTV, 지상파 디지털TV와 같이 아직 보급범위가 작은 서비스는 도입 초기부터 AVS+ 표준 채택
  - 케이블 HDTV와 같이 이미 대량 보급된 서비스는 점진적으로 AVS+ 표준으로 전환
- 

자료: 국가광전총국, 공업신식화부(2012), 건흥리서치 분석

AVS+표준은 2012년 3월 공업신식화부 전자정보사와 국가광전총국 과기사에서 함께 발족한 AVS기술응용공동추진위킹그룹(AVS技术应用联合推进工作组)에서 제정한 HDTV, 3DTV 등 방송서비스 용도로 최적화된 AVS 표준이다. 2012년 7월 16일 국가광전총국은 AVS+ 표준을 방송산업표준으로 확정했다. AVS는 ‘Audio Video coding Standard’의 약자로 중국이 독자적 지적재산권을 가진 신호원 코딩 표준으로 특허사용료는 1위안에 불과하며, 코딩률은 MPEG4, H.264와 비슷한 것으로 알려지고 있다. 2006년 3월 국가표준화관리위원회는 AVS를 비디오 코딩 국가표준으로 시행한다고 발표했으며, 2007년 5월에는 AVS의 비디오 부분이 ITU-T FG IPTV의 WG6 표준문건에 채택되어 선택 가능한 4가지 비디오 코딩 표준의 하나로 되었다. 중국은 2007년 9월 AVS 칩의 양산화를 실현하고, 2008년 3월 대련넷콤(現 대련유니콤)은 중국 최초로 AVS-IPTV 쌍방향 TV 시스템을 상용화했다.

제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

<표 5-9> 중국 AVS 표준화 연혁

시기	내역
2002.5	디지털 오디오/비디오 코딩 표준화 스페셜 워킹그룹 발족
2003.12	중국과학원 등 5개 주주들은 National Source Cording Center(聯合信源數字音視頻技術(北京)有限公司) 공동설립, 오디오/비디오 코딩 기술 연구와 핵심제품 개발 추진
2003.7	국가광전중국에서 AVS 시스템 테스트 실시
2005.3	AVS101 고해상도 디코딩 칩 심사 통과
2006.3	AVS를 국가표준에 채택
2006.3	National Source Cording Center, 업계 최초 AVS 표준해상도 디코더 개발
2007.5	AVS가 ITU-T FG IPTV WG6에서 선택 항목으로 채택
2007.8	Spreadtrum(展訊), AVS 칩 발표
2007.12	AVS-IPTV를 핵심으로 하는 쌍방향 미디어 산업연맹 출범. 차이나텔레콤, 차이나넷콤 등 18개 기업 참여
2008.3	대런넷콤, AVS-IPTV 쌍방향TV 시스템의 상용화 실현
2009.4	AVS2 표준(영상 모니터링 코덱 표준) 제정 시작
2009.6	국가발전개혁위원회는 '2009년 디지털TV 연구개발 및 산업화 전문 과제에 관한 통지' 를 발표하여 AVS 관련 제품의 개발 및 산업화를 지원한다고 밝힘
2012.3	공업신식화부 전자정보사와 국가광전중국 과기사에서 AVS기술응용공동추진워킹그룹 발족
2012.7	국가광전중국은 AVS+ 표준을 방송산업표준으로 발표
2012.8	공업신식화부 전자정보사(電子信息司)와 국가광전중국 과기사(科技司)는 AVS+ 표준(방송 선진형 A/V 인디코딩 Part1[广播电视先进音视频编解码第1部分:视频]) 발표회 공동 개최

자료: 건홍리서치 분석

2. 중국의 인터넷 가입자 수 5억 3,800만 명

2012년 7월 19일 CNNIC(中国互联网络信息中心)에서 발표한 '제30회 중국 인터넷 현황 통계보고서'에 따르면 2012년 6월 말 기준으로 중국의 인터넷 가입자 수는 5억 3,800만 명으로 전년 동기 대비 2,450만 명 늘고 인구 대비 인터넷 보급률은 39.9%로 동기 대비 1.6%p 향상됐다.

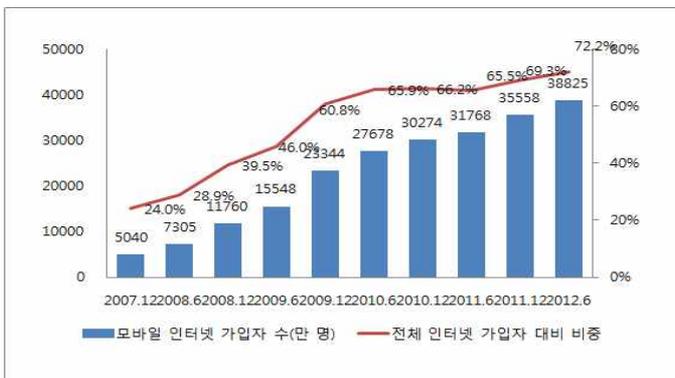
[그림 5-4] 중국의 인터넷 가입자 및 인터넷 보급률 추이



자료: CNNIC(2012)

중국의 휴대폰 기반 모바일 인터넷 가입자 수는 3억 8,800만 명으로 전체 인터넷 가입자 대비 비중은 2011년 말의 69.3%에서 72.2%로 상승했다.

[그림 5-5] 중국의 모바일 인터넷 가입자 수 추이

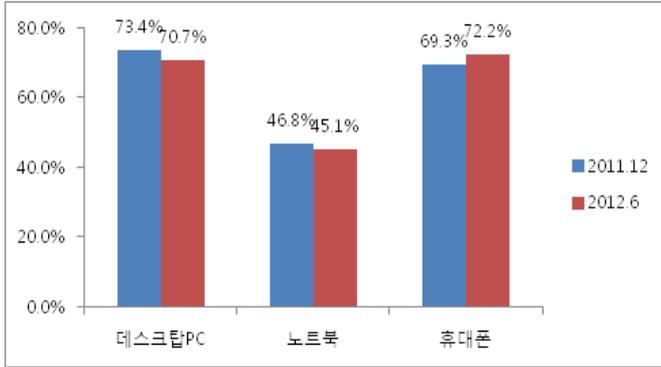


자료: CNNIC(2012)

데스크탑 PC로 인터넷에 접속하는 가입자는 70.7%로 줄어든 반면 휴대폰으로 인터넷에 접속하는 가입자는 72.2%에 이른다.

제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

[그림 5-6] 인터넷 접속단말별 비중



자료: CNNIC(2012)

인터넷 접속포트별 사용자 수는 때, 휴대폰(3억 8,825만 명), 데스크탑PC(3억 8,016만 명), 노트북(2억 4,237만 명) 순으로 집계됐다. 휴대폰 이용자가 데스크탑PC 이용자 수를 상회한 것은 이번이 처음이다.

[그림 5-7] 접속단말별 인터넷 가입자 수



자료: CNNIC(2012)

인터넷 서비스별 가입자 수로 봤을 때, IM, 검색엔진, 인터넷 음악, 인터넷 뉴스, 블로그, 인터넷 동영상, 온라인 게임 등 서비스는 가입자가 3억 명을 넘는다. 중국형 트위터

제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

인 웨이보(微博, 마이크로 블로그) 가입자는 2억 7,364만 5,000명으로 늘어 안정적인 증가세를 보이고 있다.

<표 5-10> 인터넷 서비스별 이용률

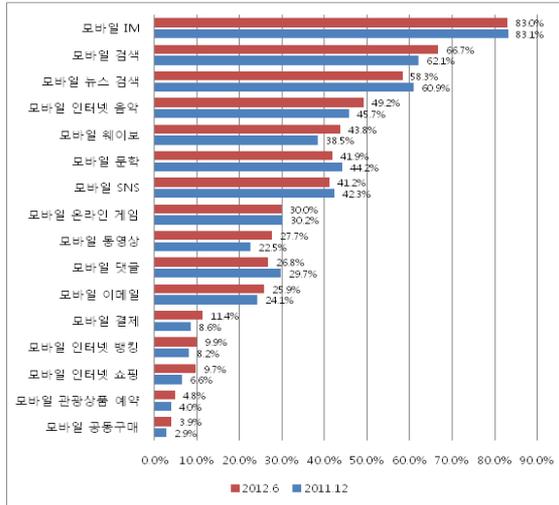
구분	2012.6		2011.12		증가율
	이용자 수 (만 명)	전체 인터넷 가입자 대비 이용률	이용자 수 (만 명)	전체 인터넷 가입자 대비 이용률	
IM	44514.9	82.8%	41509.8	80.9%	7.2%
검색엔진	42860.5	79.7%	40740.1	79.4%	5.2%
인터넷 음악	41060.0	76.4%	38585.1	75.2%	6.4%
인터넷 뉴스	39231.7	73.0%	36686.7	71.5%	6.9%
블로그/개인홈페이지	35331.3	65.7%	31863.5	62.1%	10.9%
인터넷 동영상	34999.5	65.1%	32530.5	63.4%	7.6%
온라인 게임	33105.3	61.6%	32427.9	63.2%	2.1%
웨이보	27364.5	50.9%	24988.0	48.7%	9.5%
이메일	25842.8	48.1%	24577.5	47.9%	5.1%
SNS	25051.0	46.6%	24423.6	47.6%	2.6%
인터넷 쇼핑	20989.2	39.0%	19395.2	37.8%	8.2%
인터넷 문학	19457.4	36.2%	20267.5	39.5%	-4.0%
인터넷 बैं킹	19077.2	35.5%	16624.4	32.4%	14.8%
온라인 결제	18722.2	34.8%	16675.8	32.5%	12.3%
게시판/BBS	15586.0	29.0%	14469.4	28.2%	7.7%
공동구매	6181.4	11.5%	6465.1	12.6%	-4.4%
관광상품예약	4257.5	7.9%	4207.4	8.2%	1.2%
주식	3780.6	7.0%	4002.2	7.8%	-5.5%

자료: CNNIC(2012)

모바일 동영상 시청자는 1억 명 상회, 모바일 가입자 대비 비중은 2011년 말의 22.5%에서 2012년 6월에는 27.7%로 상승했다.

제5장 중국 뉴미디어와 콘텐츠 산업의 이슈 및 전망

[그림 5-8] 모바일 인터넷 서비스별 이용자 비중



자료: CNNIC(2012)

## 제6장 결론 및 시사점

### 제1절 결론

#### 1. 중국의 방송산업 육성정책

중국은 문화산업을 기간산업으로 육성한다는 방침아래 문화산업 활성화 지원책을 잇따라 시행하고 있다. 2009년 8월에 '문화산업진흥규획'을 발표하여 문화산업을 국가 전략적 산업으로 격상시킨데 이어 '국가 12.5 문화개혁발전규획요강', '문화부 12.5규획기간 문화산업 배증계획', '문화부 12.5규획기간 문화개혁발전계획' 등의 5개년계획을 잇따라 발표, 시행하고 있다. 이같은 지원책을 통해 방송, 뉴미디어를 비롯한 문화산업 활성화 및 문화기업 육성, 기업과 콘텐츠의 수출을 촉진하고 있으며, 이 과정에서 사회주의 문화의 대변영을 이유로 중국 국산 콘텐츠를 지원하고 있다.

#### 2. 콘텐츠산업

문화체제개혁 추진, 국산 콘텐츠 지원 등에 힘입어 드라마, 오락, 애니메이션, 다큐멘터리 등 방송 프로그램 제작시장에 대량의 민간자본이 유입되면서 방송콘텐츠 제작이 모두 활성화되고 있다. 2011년 라디오 프로그램 제작분량은 694만 7,000시간(+1.80%), 방송분량은 1,305만 7,500시간(+3.14%), TV 프로그램 제작분량은 295만 500시간(+7.57%), 방송분량은 1,675만 3,000시간(+2.43%)에 이른다. 특히 자금이 드라마 산업에 대량 유입되면서 2011년에 중국의 드라마 제작분량은 2만 회로 늘었고 '국산 드라마 배급 허가증'을 획득한 드라마는 469편(14,942회)으로 집계됐다. 애니메이션의 경우, 1993년부터 2003년까지 중국의 국산 애니메이션 총 제작분량은 연평균 4,200분도 안되는 분량이었으나 산업 활성화 지원책에 힘입어 지금까지 8년간 급증세를 이어오고 있다. 2011년에 중국 국산 애니메이션 제작분량은 435편, 26만 1,200분 분량으로 각각 동기 대비 12.99%와 18.46% 늘었다. 다큐멘터리 채널의 개설이 늘면서 콘텐츠 수요도 증가하고 있다. 2011년에 중국의 TV 다큐멘터리 제작분량은 8,700시간 정도이고 방영분량은 5만 8,000시간 정도이며 다큐멘터리 조달루트로 봤을 때 자체제작은 48%, 해외수입은 37%를 차지했다.

### 3. 뉴미디어

세계적으로 방통융합이 대세를 이루고 있는 가운데, 중국은 국무원 차원에서 중국식 방통융합인 3망융합을 추진하고 있으며 2010년 6월과 2011년 12월 두차례에 걸쳐 총 54개 도시를 2차 시범거점지역으로 지정했다. 뉴미디어 사업자와 가입자도 꾸준히 증가하고 있다. 2012년 5월 기준으로 국가광전총국의 사업허가를 받아 인터넷 시청각 프로그램 서비스를 제공하는 사업자는 617개, 인터넷 방송국 설립허가를 받은 방송기관은 15개에 이른다. 2011년 말 기준으로 인터넷 동영상 시청자는 3억 2,500만 명으로 인터넷 이용자 대비 63.35%를 차지했다. 2012년 1월 기준으로 모바일TV 가입자 수는 5,200만 명을 넘는 것으로 집계됐다. 2012년 2월 기준으로 중국에서 자체개발한 CMMB(China Mobile Multimedia Broadcasting) 표준 기반의 모바일 방송 이용자는 3,500만 명을 넘고 그 중 유료 가입자는 1,600만 명에 이른다.

### 4. 규제정책

중국의 방송 산업은 당과 행정기관의 이중관리를 받고 있으며 방송미디어는 중국공산당과 정부의 이데올로기 및 체제선전의 도구로 활용되고 있다. 때문에 중국의 방송분야는 기타 분야에 비해 보다 엄격한 규제제도를 적용하고 있으며 그 어느 산업보다 덜 개방되어 있다. 행정기관으로 국가광전총국이 중국의 방송콘텐츠산업 전반과 뉴미디어 부문에 대한 규제권한을 갖고 있다. 외국인의 중국 방송미디어 사업 진출에도 엄격한 규제가 따르며, 이는 해외 콘텐츠에 대한 국민의 노출을 제한하는 동시에 중국 국내 미디어 산업을 육성시키기 위해서다. 중국에서 외국인이 단독 또는 합자, 합작 방식으로 라디오 방송국과 TV 방송국을 설립하는 것은 금지된다. 중국의 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 해외 영화, 드라마는 국가광전총국의 심사승인을 받아야 하고, 기타 해외 방송 프로그램은 국가광전총국 또는 심사자격을 갖춘 기타 기관의 심사승인을 받아야 한다. 또 위성 등 전송방식으로 해외 방송 프로그램을 수입, 중계하는 경우 반드시 국가광전총국의 승인을 거쳐야 한다.

해외 콘텐츠를 수입한 후에도 엄격한 규정에 따라 편성이 이뤄진다. 해외 영화, 드라

마를 수입하거나 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 경우 ‘드라마 (TV 애니메이션) 배급 허가증’ 또는 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 것을 허가한다는 비준서도 획득해야 방영이 가능하다. 각 TV채널에서 매일 방송하는 해외 영화, 드라마는 해당 채널에서 당일 전체 영화, 드라마 방송시간의 25%를 초과할 수 없다. 매일 방송하는 기타 해외 TV 프로그램은 해당 채널에서 당일 방송한 전체 시간의 15%를 초과할 수 없다. 황금시간대(19시~22시)에 해외 영화, 드라마의 방영은 금지된다. 국가광전총국은 자국 애니메이션 활성화를 위해 해외 애니메이션의 방영도 제한하고 있다. 중외 합작제작 드라마 역시 규제의 대상이다. 국가광전총국은 중외 합작제작 드라마(애니메이션 포함, 이하 동일) 관리를 총괄하고 해외 협력사, 작품 수, 중외 공동제작 드라마의 장르 등을 통제한다. 중외 합작제작 드라마에 대해 허가제를 실시하며 허가를 거치지 않은 상태에서 제작을 하는 것을 금지한다. 심사를 통과하지 못한 중외 합작제작 드라마는 배급과 방영이 금지된다.

뉴미디어에 대한 통제도 늦추지 않고 있다. 국가광전총국은 해당 라이선스를 발급하는 방식으로 방통융합에 따른 뉴미디어에 대한 규제권한을 행사하고 있다. 뉴미디어 서비스에 종사하려면 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증(信息网络传播视听节目许可证)’을 획득해야 하며, 국가광전총국에서 정보망 전파 시청각 프로그램 서비스의 유형, 수신단말(컴퓨터, TV, 휴대폰 등), 전송망 등에 근거하여 발급한다. 뉴미디어에 대한 통제권을 강화하기 위해 인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청자는 법인자격을 갖춘 국유 독자 또는 국유 지배기업이어야 한다고 규정하고, 국유 전략투자자가 인터넷 시청각 프로그램 서비스 기업에 투자하는 것을 권장하고 있다. 현행 정책에 따라 외국인단독투자, 중외합작기업, 중외합작기업은 뉴미디어(정보망 전파 시청각 프로그램 서비스)에 종사할 수 없다. 외국인투자규제 가이드라인 역할을 하는 ‘외상투자지도목록(外商投资产业指导目录)’ 2011년 개정판에서도 ‘인터넷 시청각 프로그램 서비스’를 외국인투자 금지품목으로 규정하고 있다. 정보망을 통해 시청각 프로그램을 중계하는 경우 방송국에서 방영한 방송 프로그램만 중계할 수 있고 불법 방송 프로그램과 해외 방송 프로그램을 중계할 수 없다. 정보망을 통해 시청각 프로그램을 연결하거나 통합하는 경우, 해외 인터넷 사이트의 시청각 프로그램을 연결 또는 통합해서는 안된다.

## 5. 중국시장의 기회와 리스크

전반적으로 봤을 때, 중국의 방송 및 뉴미디어 산업은 기회와 리스크가 공존하는 시장이다. 시장기회로 봤을 때, 지역마다 방송사와 방송채널이 워낙 많고 뉴미디어가 활성화되고 있어 우수 콘텐츠에 대한 수요는 여전히 크다. 또 2011년부터 방송사의 시청률 경쟁이 심화되고 있고 인터넷 동영상 사이트들이 방영권 확보경쟁에 나서면서 중국 국산 드라마 판권 가격이 급등했다. 예능 프로그램 판권 수입이 활발하고 중국에서 방영되는 다큐멘터리 중에 해외에서 수입한 다큐멘터리도 많다는 것도 중국시장의 수요를 잘 보여주는 부분이다. 또한 중국정부에서 문화미디어산업의 위상을 더 높이고 12.5규획 기간 산업과 기업 경쟁력 증대 등의 목표를 제시하면서, 향후 중국의 미디어 산업이 더욱 활성화될 전망이다.

중국진출의 리스크는 크게 두가지로 나누어 볼 수 있다. 하나는 방송콘텐츠와 뉴미디어가 정책의 영향을 크게 받고 또 정책의 준비과정이 불투명하다는 점이다. 일례로 중국은 민간기업의 인터넷 시청각 프로그램 서비스를 허용했다가 2008년에야 '인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청자는 법인자격을 갖춘 국유독자 또는 국유 지배기업이어야 한다'고 규정을 바꾸었다. 특정 장르나 소재에 대한 규제 역시 사전에 예고를 하는 것이 아니라 방송사나 제작사 관계자들이 참석한 회의 또는 드라마 제작 허가증 발급 제한 등을 통하여 국가광전총국의 방침을 전달하는 식으로 이뤄지고 있다. 예능 프로그램 역시 국가광전총국의 오락 프로그램 방영 제한에 관한 문건 하나로 편성이 급감하는 등 정책의 영향을 크게 받는다. 다른 하나는 중국정부의 검열 정책으로 인해 중국 국내에서 제작되는 드라마는 전부 사전제작제라는 점이다. 한국은 방송국과의 편성협의만 마치면 제작과 동시에 방송을 하는 것도 가능하나 중국은 제작 전과 제작 후 모두 심의를 받아야 한다. 콘텐츠 제작이 사전제작 방식이고 규제가 워낙 많기 때문에 제작 후 편성이 제대로 이뤄지지 않을 가능성도 염두에 두어야 한다.

중국 국내 시장경쟁도 만만치 않다. 드라마의 경우, 중국은 드라마 제작분량은 많으나 방송사에서 방영되는 비중은 낮다. 현재 위성채널의 황금시간대 방영분량은 실제로는 7,000회 정도로 총 제작분량의 35% 정도를 차지하며 그 중 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영되는 분량은 3,000회 정도에 그친다. 국가광전총국의 통계에 따르면 제작을 마

쳤으나 품질, 소재 등의 원인으로 팔리지 않은 드라마는 매년 총 제작분량의 20% 정도를 차지한다. 시청률이 낮은 시간대에 방영되고 또 판권 가격이 낮아 투자를 회수하지 못하는 드라마는 총 제작분량의 30% 정도를 차지한다. 이미 제작된 드라마 중에서 방송국에서 방영되는 드라마 비중은 2005년의 73%에서 2011년에는 34%로 줄어든 것으로 추정된다.

따라서 중국에 수출하는 경우 편성시간을 확보할 수 있고 좋은 시청률을 올릴 수 있는 구매자를 모색하는 것도 중요하다. 국가광전총국에서 지정한 사업자 만이 해외 방송 프로그램을 수입을 신청할 수 있으며 이같은 자격을 갖춘 사업자는 주로 성급 방송사와 CITVC(中国国际电视总公司), 중국영화주식유한공사(中国电影股份有限公司) 등 대형 기관들이다. 영화방송 제작사가 해외 방송 프로그램 수입을 신청할 경우, 반드시 수입자격을 갖춘 방송사와 함께 수입해야 하고 또 제작사는 '방송 프로그램 제작경영허가증'을 갖고 있는 제작사여야 한다. 각급 방송사 중에서 특히 성급 위성채널의 구매력이 높다. 현재 위성채널의 드라마 등 방송 프로그램의 구매력으로 봤을 때, 판권 구매가격이 상대적으로 높은 성급 위성채널은 북경위성TV, 상해동방위성TV, 절강위성TV, 강소위성TV, 안휘위성TV, 호남위성TV 등이다. 이같은 방송사들은 예능 프로그램 판권 구입도 활발하게 이뤄지고 있다. 인터넷 동영상 사이트, 모바일 TV를 비롯한 뉴미디어 역시 중요한 유통채널이다. 인터넷 동영상 사업자들이 경쟁력을 높이기 위해 인기 방송물 방영권 확보경쟁을 벌이고 있고, 일부 방송콘텐츠는 정규방송에 편성될 기회가 없으나 인터넷 동영상 사이트에서 방영되기도 한다. 따라서 방송사 뿐만 아니라 뉴미디어 시장의 성장잠재력도 매우 크다고 볼 수 있다.

## 제2절 시사점(한중협력 가능성 및 한국기업의 진출방안 분석)

### 1. 한국의 대 중국 콘텐츠 교류현황

중국은 사회주의 국가인만큼 한국 콘텐츠 및 뉴미디어 산업의 중국시장 진출 및 성공을 위해서는 현지 방송 및 뉴미디어 산업에 대한 정책규제, 산업현황 및 사회적, 문화적 특징에 대한 이해가 필요하다. 중국에서 해외 콘텐츠의 유통루트는 크게 방송사 방영, 인터넷 방영 또는 다운로드, 음반제품 판매 또는 임대, 해외 위성 수신 등 네가지로 나눌 수 있다. 그 중에서도 방송사에서 방영되는 해외 콘텐츠의 시청자가 가장 많다. 한국의 방송 프로그램의 정상적인 수입경로는 한국 방송국이나 제작업자가 중국의 방송국이나 수입업자에 판매하는 방식으로 이뤄진다. '사랑이 뭐길래', '별은 내 가슴에', '가을동화', '대장금'을 비롯해 한국 드라마는 한때 폭발적인 인기를 끌며 한류를 선도했으나 지금은 방송사와 인터넷 동영상 사이트들이 태극드라마, 미국드라마 등을 비롯해 기타 국가의 드라마들도 많이 편성하고 있다. 한국 드라마가 붐을 일으킨 주요 원인은 당시 중국 드라마 자체의 경쟁력이 높지 않고 공급이 수요를 충족시키지 못하며 한국의 패션, 볼거리, 음식, 문화 등이 당시 중국 시청자들에게 신선한 충격을 주었기 때문이라고 볼 수 있다. 그러나 최근엔 양질의 중국 드라마가 대량 제작, 방영되고 있고 한국 드라마 뿐만 아니라 미국, 태국, 일본, 브라질, 인도 등의 해외드라마를 TV와 인터넷에서 쉽게 접할 수 있어 시청자들의 선택범위가 넓어졌다. 또 신데렐라 이야기, 출생의 비밀 등의 천편일률적인 진부한 소재, 식상한 스토리 설정 등은 중국 내 한류 드라마 쇠퇴의 원인의 하나로 꼽을 수 있다.

중국에서 방영되는 한국의 방송콘텐츠는 많으나 한국에 수입되는 중국 방송물은 적다는 것 역시 반한류의 원인을 제공하고 있다. 2005년, 2008년, 2010년 한국 드라마의 대 중국 수출과 중국 드라마의 대한민국 수출을 비교해봤을 때 그 차이가 엄청난 규모다. 양국 문화교역의 불평등을 두고 중국 방송미디어 업계 일각에서는 한류를 억제해야 한다는 주장을 제기했고 언론에서도 이를 이슈로 다루기도 했다.

〈표 6-1〉 한국의 대중국 드라마 수출입 규모 비교

시기	한국 드라마의 대중국 수출액	한국에 수입된 중국 드라마	한국에 수입된 일본 드라마
2005	931만 달러	148만 달러	468만 달러
2008	451만 달러	60만 달러	1227만 달러
2010	1557만 달러	39만 달러	578만 달러

자료: 한국콘텐츠진흥원(2011)

애니메이션은 일본 애니메이션에 대한 선호도가 더 높고, 다큐멘터리는 BBC 작품이 많다. 예능의 경우, 유럽 위주로 예능 프로그램의 판권 수입이 활발하나 한국의 예능 프로그램 판권 수입은 적다는 점도 눈여겨볼만 하다.

## 2. 중국 FTA 체결 현황

2012년 10월 기준으로, 중국은 지금까지 아세안, 파키스탄, 칠레, 뉴질랜드, 싱가포르, 페루, 코스타리카와 FTA를 체결했고 홍콩 및 마카오와 CEPA(Closer Economic and Partnership Arrangement)를 체결했다.

〈표 6-2〉 중국의 FTA 추진현황

구분	내역
China's Free Trade Agreements	China-ASEAN FTA
	China-Pakistan FTA
	China-Chile FTA
	China-New Zealand FTA
	China-Singapore FTA
	China-Peru FTA
	China-Costa Rica FTA
	Mainland and Hong Kong Closer Economic and Partnership Arrangement
	Mainland and Macau Closer Economic and Partnership Arrangement
Free Trade Agreements under Negotiation	China-GCC(Gulf Cooperation Council) FTA
	China-Australia FTA
	China-Iceland FTA

제6장 결론 및 시사점

	China-Norway FTA China-SACU(Southern African Customs Union) FTA
Free Trade Agreements under Consideration	China-India Regional Trade Arrangement Joint Feasibility Study China-Korea FTA Joint Feasibility Study China-Japan-Korea Joint Study China-Switzerland FTA Joint Study
Preferential Trade Agreement	Asia-Pacific Trade Agreement

자료: 상무부 China FTA Network(2012)

아세안, 파키스탄, 칠레, 뉴질랜드, 싱가포르, 페루, 코스타리카와 체결한 FTA에서 송과 뉴미디어 분야는 FTA 개방대상에 포함되지 않았다. 음반제품과 영화관 사업분야의 개방 여부 및 개방수위도 국가별로 다르다. 파키스탄의 경우 음반제품과 영화관 사업분야를 모두 개방했으며 '중국의 음반제품 콘텐츠 심사권을 침해하지 않는 전제조건 하에서 외국 서비스 제공업체가 중국과 합자기업을 설립, 음반제품(영화 제외)을 판매하는 것을 허용한다. 중국과 합자방식으로 영화관을 신축 또는 개축하는 것을 허용하며 외국인투자자의 지분비율은 49%를 넘지 못한다'고 규정하고 있다. 홍콩과 마카오의 경우, 2004년 체결한 CEPA(Closer Economic and Partnership Arrangement)에 따라 중국 본토와 홍콩, 마카오에서 공동제작한 드라마는 중국 주관부처의 승인을 거쳐 중국 국산 드라마로 취급하여 방영 및 배급이 가능하다. 또 국가광전총국에서 2010년 5월 19일 발표, 2010년 7월 1일부터 시행한 '드라마 콘텐츠 관리규정(电视剧内容管理规定)'에서는 성급 방송 주무부처 소관 제작기구가 제작하고 홍콩·마카오·대만 배우가 출연하는 드라마의 최종 허가권을 점차 성급 방송주무부처로 넘긴다는 방침을 내놓아 규제를 완화시키고 있다.

&lt;표 6-3&gt; 홍콩, 마카오 CEPA에 따른 미디어 개방분야

구분	내역
시청각 서비스	음반제품 판매 서비스
	영화관 서비스 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩과 마카오 서비스 제공업체가 중국 본토에서 단독투자 방식으로 영화관을 신축 또는 개축하고 영화상영 서비스를 경영하는 것을 허용</li> </ul>
	중국어 영화 및 공동제작 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 본토와 홍콩, 마카오에서 공동제작한 영화는 중국 주관부처의 승인을 받아 중국 본토 외 기타 지역에서 영화필름 현상 가능</li> <li>• 홍콩과 마카오 서비스 제공업체가 중국 주관부처의 승인을 거쳐 중국 본토에 단독투자회사를 시범적으로 설립하여 중국 국산 영화를 배급하는 것을 허용</li> </ul>
	케이블TV 기술서비스 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩과 마카오 케이블TV망 사업자가 중국 주관부처의 승인을 거쳐 광둥성(广东省)에서 케이블TV망 전문 기술서비스를 시범적으로 제공하는 것을 허용</li> </ul>
문화오락 서비스(시청각 서비스 제외)	드라마 공동제작 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 본토와 홍콩, 마카오에서 공동제작한 드라마는 중국 주관부처의 승인을 거쳐 중국 국산 드라마로 취급하여 방영 및 배급 가능</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩과 마카오 서비스 제공업체가 합자, 합작, 단독투자 방식으로 중국 본토에 공연장소를 설립하는 것을 허용</li> <li>• 홍콩과 마카오 연예 기획사가 중국에 지사를 설립하는 것을 허용</li> <li>• 홍콩과 마카오 서비스 제공업체가 합자, 합작 방식으로 중국에 연예 기획사를 설립하는 것을 허용</li> <li>• 홍콩과 마카오 서비스 제공업체가 중국 본토에 인터넷 문화경영업체 및 인터넷 접속서비스 경영장소를 설립하는 것을 허용(중국 본토 업체가 지배권을 가져야 함)</li> </ul>

자료: 상무부 China FTA Network(2012), 건흥리서치 분석

### 3. 한중 협력에 대한 시사점

중국은 한국의 중요한 수출시장의 하나다. 2009년 이후 중국은 일본에 이은 한국 문화상품 소비시장이 되었으며 시장 점유율은 평균 22% 정도를 차지한다. 2005년에서 2010년까지 한국 드라마 수출대상국 중에서 중국은 3위권에 들어있다. 중국은 한국과 문화적으로 가깝기 때문에 중국의 시청자들은 아직도 한국 드라마나 예능 프로그램에 대한 호감을 갖고 있다. 한국 방송콘텐츠 산업 차원에서 봤을 때 향후에도 중국은 여전히 중요한 시장이 될 것이며 한국 방송콘텐츠의 경쟁력을 강화하기 위해서는 중국시장

## 제6장 결론 및 시사점

의 트렌드를 잘 파악하고 한국 방송콘텐츠의 경쟁력을 더 강화하며 콘텐츠 활용방안을 다양화하는 것이 필요하다고 사료된다. 이를 위해선 창작수준 향상, 한중 공동제작에서 중국적 요소 접목, 뉴미디어 사업자와의 연결, FTA 등 협의체계를 통한 윈-윈 협력 등에 노력을 기울여 볼 수 있다.

### 1) 창작수준 향상

우선 한국 방송콘텐츠의 창작수준을 더 향상시키는 것이 필요하다. 진부한 소재, 느린 스토리 전개는 중국의 일부 시청자들이 한국 드라마를 외면하는 원인이 되고 있다. 중국의 시청자들이 미국 드라마나 태국 드라마를 즐겨 시청하는 원인 중 하나가 소재가 새롭고 스토리 전개가 빠르다는 점이라는 것을 참조해 볼만하다. 참신한 소재를 발굴하기 위해서는 그동안 한국 드라마에 자주 등장했던 신데렐라식의 러브스토리, 가부장적인 틀, 불륜, 삼각 또는 사각관계 말고도 그동안 외면됐던 새로운 소재를 활용하거나 중국에서 이슈가 되고 있는 장르나 소재를 접목시키는 것도 좋다. 중국에서 현실 장르, 트렌디 드라마 및 가족 드라마의 편성이 늘고 있는 점을 활용해 한국과 중국의 현재 모습을 두루 담은 콘텐츠를 제작하는 것도 바람직하다. 중국에서 인기 있는 인터넷 소설을 각색하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 인터넷 인기소설을 각색하면 좋은 점이라면 중국의 네티즌들에게 이미 검증된 스토리이고 또 대본을 새로 쓰는 과정을 줄일 수 있다는 것이다. 2010년에 인기리 방영됐던 '佳期如梦(가기여명)', '泡沫之夏(포말지하) 등 멜로 드라마는 중국의 인터넷 소설을 바탕으로 중국과 대만 제작진이 함께 만든 작품이다. 중국의 방송사, 인터넷 동영상 사이트 뿐만 아니라 대만의 방송사에서도 인기리에 방영됐다. 흔한 소재가 아닌 더 새로운 소재를 발굴하기 위해서는 중국에서도 많이 사용되고 있는 마이크로블로그, SNS 서비스 등을 통해 중국에 진출한 한국 미디어 또는 제작사가 만든 작품, 홍보, 방영에 관한 소식을 중국의 네티즌들과 공유하는 한편 응모 이벤트 등 다양한 방식으로 중국의 시청자들의 의견을 들어보는 것도 좋을 것이다.

## 2) 공동제작

한중 공동제작에서 중국적 요소를 활용하는 방법도 모색할 수 있다. 한중 간 드라마 공동제작 사례로는 2001년의 '화이트칼라 오피스텔(白领公寓)'을 시작으로 '정정애정해(情定爱情海)', '북경, 내사랑(北京, 我的爱)' 등 다수가 있으나 대부분 의도한 만큼 성과를 내지 못했으며, 주요 원인은 한중 합작 자체에 큰 의미를 부여하는 물리적인 합작수준에 머물렀기 때문이다. 중국적 요소를 가미하는 방법으로 화학적 결합을 촉진하고 중국 시청자들의 관심을 더 끄는 것이 바람직하다. 중국은 역사가 길어 방송콘텐츠 소재로 쓸 수 있는 역사, 문화적 콘텐츠도 많다. 중국인들이 이미 잘 알고 있는 인물이나 역사적 사건을 새로운 각도에서 접근해보는 것도 시도해 볼만하다.

중국적 요소를 잘 활용한 사례로는 중의 공동제작 드라마로는 '창공의 묘(苍穹之昴)'를 꼽을 수 있다. 중국의 Hualu Baina Film & TV(北京华录百纳影视有限公司)과 일본 NHK가 공동제작한 이 드라마는 청나라 말 변법자강운동을 배경으로 서태후와 광서제모자 사이의 애증과 암투를 그린 작품이다. '철도원'의 작가 아사다 지로의 동명소설을 원작으로 했으며 시나리오와 연출은 중국 측에서 맡고 주연에는 일본배우와 중국배우가 골고루 등용됐다. 일본 NHK 위성은 2010년 1월 2일 '창공의 묘'를 방영했고, 첫 회 시청률이 1.3%(평균 시청률 0.3%)를 기록하면서 2010년 최고의 시청률을 기록했다. 북경 TV는 2010년 3월 초부터 방영을 시작했으며 시청률이 한때 5.96%까지 오르는 등 시청률이 호조를 보였다. 특히 서태후를 비롯한 등장인물들에 대한 색다른 해석이 중국의 시청자들에게 신선한 느낌을 줬다는 것이 주요 원인으로 작용했다. 중국의 문화적, 역사적 요소를 가미시키면 중국인들에게 익숙한 내용이면서도 정치적 이해관계가 적기 때문에 심의를 통과하기 쉽고 홍콩, 대만, 동남아 화교권을 대상으로 배급을 하여 시장의 외연을 확대할 수도 있을 것이다.

## 3) 뉴미디어와 연결

방통융합과 함께 뉴미디어 서비스가 점차 활성화되고 있는 가운데, 인터넷 동영상, 인터넷TV 등 뉴미디어 사업자와의 연결을 강화하는 것도 필요하다. 특히 인터넷 동영상

## 제6장 결론 및 시사점

사업자들이 인기콘텐츠 방영권 확보경쟁이 심화되면서 인터넷 방영권 가격도 꾸준히 상승하고 있는 추세로 방송사 방영권보다 인터넷 방영권 판매가 더 수익성이 좋은 경우도 많다. 또 인터넷에서 방영하면 방송사의 정규 방송에 편성하는 것보다 더 자유롭다는 이점이 있다. 특히 방송사들은 황금시간대 해외콘텐츠 편성이 불가능하나 인터넷에서는 시간과 공간의 구속을 받지 않고 자유롭게 골라서 시청할 수 있기 때문에 콘텐츠의 인지도 향상에 매우 유리하다. 뉴미디어 사업자와 공동제작도 생각해볼만하다. 모바일TV나 차량용 이동TV는 짧은 분량의 콘텐츠가 알맞고 인터넷 동영상 사이트에는 단편, 중장편 모두 제공이 가능하다. 특히 인터넷 상에서의 방영은 한국의 저작권 침해 등 위법적인 요소도 있지만 중국내 한류 열풍에 일조하는 역할도 했기 때문에 동전의 양면과 같은 존재라 할 수 있다. 다행스러운 것은 한국 유관부처의 노력과 중국의 콘텐츠 정품화 방침에 따라 중국의 한국콘텐츠 저작권 침해가 점차 줄고 있다는 것이다. 또 인터넷 동영상 사업자의 콘텐츠 자체제작이 늘고 있는 추세로 이같은 사업자들과 손잡고 예능이나 드라마를 제작하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 인터넷 동영상 사이트들이 원작 콘텐츠를 제작하는 방식으로 방영권 구매비를 절감하고 동질화 경쟁을 피하며 콘텐츠 제작능력을 향상시키는 것을 한국 콘텐츠의 중국진출 확대의 기회로 활용할 수 있는 것이다.

### 4) 한중 FTA 협상시 방송콘텐츠 규제완화 반영

FTA 등 양국 간 협의체계를 통해 중국 콘텐츠의 한국 내 방송제한을 완화하는 한편 중국에서 한국 콘텐츠의 유리한 입지를 확보하는 것도 필요하다. 앞에서 언급했다시피 중국에서 방영되는 한국의 방송콘텐츠는 많으나 한국에 수입되는 중국 방송물은 적다는 것은 중국 방송미디어 업계에서 한류 억제를 주장하는 이유가 되기도 했다. 일반적인 중국시장 진출전략보다는 중국의 방송콘텐츠 및 뉴미디어 산업과 상생, 협력할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다. 중국은 홍콩, 마카오와 같은 특별한 경우를 제외하고 기체결한 FTA협상에서 방송과 뉴미디어분야를 모두 FTA개방대상에서 제외시켰다. 이와 같이 한중 FTA에서도 자연스럽게 방송분야를 협상의제에서 제외시킬 것이 예상되지만 한국은 중국정부의 중국 문화콘텐츠 해외수출을 적극 지원하는 정책적 배경을 감안하여

중국 방송콘텐츠의 한국내 방송에 대해 양보하는 동시에 한국 콘텐츠와 한중 공동제작 콘텐츠에 대한 심의, 편성 등 측면에서 긍정적인 경쟁 환경을 마련해줄 것을 요구하는 게 바람직하다고 생각한다.

한국의 콘텐츠 제작수준이 모든 장르에서 비교우위를 보이는 것이 아니라는 점도 협력, 상생의 필요성을 더해준다. 중국, 베트남 등지의 한류 열풍은 한국 드라마가 우수하다는 의미보다는 중국, 베트남 등지의 방송산업 활성화에 따른 콘텐츠 공급 부족이라는 분석도 자주 제기되고 있다. 사극, 무협, 전쟁 드라마 분야에서는 중국이 오히려 한국보다 비교우위에 있다고 볼 수 있다. 예능 프로그램과 다큐멘터리의 수입으로 봤을 때, 한국은 유럽이나 미국보다 경쟁력이 부족한 상황이다. 중국 방송과 뉴미디어 산업의 자본 유입 증가, 중국정부의 문화산업 활성화 정책 등에 힘입어 한국과 중국 간의 격차가 급속히 줄어들 수도 있다. 이같은 상황에서 한국의 방송콘텐츠 및 뉴미디어 산업이 중국 시장에 지속적으로 진출하고 또 성공을 하려면 중국의 사회, 문화적 코드와 접목시키는 밖에도 서로에 이익을 가져다줄 수 있는 실질적인 협력이 필요하다.

## 부 록 I 중국 방송 관련 협회, 기관 및 주요 법제도

### 1. 중국 방송 관련 협회, 기관

중문	한글	홈페이지	기능
中国广播电视协会	【중국방송 협회】	www.crta.com	방송학술 연구, 산업 자율화, 방송산업 조사연구, 정책적 제언, 산업표준 및 법제도 제개정 참여
中国国际电视协会	【중국국제 TV협회】	www.chitv.org.cn	문화예술, TV 국제교류 및 협력 활성화, 문화사업 협력 추진, 전문가 포럼 개최
首都广播电视节目制作业协会	【수도방송 프로그램제작협회】	www.cbbpa.com.cn	방송 콘텐츠 제작자와 방송사 간 교류 활성화, 시장정보 제공, 정부기관에 정책 제언, 국제협력 촉진, 제작사 권익 보호
中国广播影视报刊协会	【중국방송 영화신문잡지협회】	www.zgbkxh.com	방송영화 신문잡지사 간 교류 활성화, 자율화, 산업 연구조사
中国旅游电视协会	【중국관광 TV협회】	www.cttvv.com	방송사와 관광산업 간 교류 활성화, CCTV, 300여개 지방 방송사, 각지 관광 주무부처, 주중 각국 관광기구들이 회원사로 참여
中国城市电视台技术协会	【중국도시 TV방송국기술협회】	www.ttacc.cn	도시TV방송국 간 교류 활성화, 기술 활성화 촉진, 기술관리수준 향상 촉진
中国电视艺术家协会	【중국TV예술가협회】	www.ctaa.org.cn	방송인 간의 교류 활성화, TV예술창작 활성화, 우수한 방송인과 작품 장려, 방송인들의 합법적 권익 보호, 국제교류 활성화
中国电影电视技术学会	【중국영화 TV기술학회】	www.csmpte.com	영화TV 기술 학술연구, 기술 보급화, 기술정책 제언, 기술인력 양성, 국제교류 활성화
中国卫星通信广播电视用户协会	【중국위성 통신방송가입자협회】	www.cuasat.org.cn	산업주무부처에 위성통신방송 신기술과 신제품 정보 제공, 기술컨설팅, 전문가 기술논증, 정책적 제언, 위성통신방송장비 전시회 개최, 국제교류 활성화
中国教育电视协会	【중국교육 TV협회】	http://www.cuctv.com/feature/SchoolCommittee/Index.html	CETV(China Education TV stations, 中国教育电视台) 산하 협회. 교육 TV 프로그램 교류 활성화, 이론 연구

中国国际农业电视协会	【중국국제 농업TV협회】	www.cnnys.com	농업TV 제작수준 향상, 중국의 농업정책 선전, '국제농업TV주간' 개최, 농업 프로그램 국제교류 활성화
中国科教电影电视协会	【중국과학 교육영화TV협회】	www.csfva.org.cn	과학교육 영화TV 학술교류, 이론연구, 기술컨설팅, 우수작 선정, 중국의 과학교육 영화 제작사와 각지 방송사 간 교류 활성화
中国企业电视新闻工作者协会	【중국기업 TV뉴스근로자협회】	www.tvcen.com	기업 산하 방송소 간 교류 활성화, 인력 교육, 창작수준 향상
中国移动电视协会(中广协交宣委移动电视分会)	【중국이동 TV협회】	www.cmtv.so	차량용 이동TV 사업자 간 교류 활성화, 회원사의 합법적 권익 보호
中国电子视像行业协会	【중국전자 영상산업협회】	www.cvianet.org.cn	전자영상산업 자율화, 정부의 산업관리 협조, 정책 제언, 기술표준 및 산업규범 제정, 산업 연구조사, 회원 간 교류, 국제교류 활성화
中国互联网协会	【중국인터넷협회】	www.isc.org.cn	인터넷 산업규범 및 자율화 공약 제정 시행, 회원사 간 교류 활성화, 국가 정보안전 수호, 인터넷 산업 연구조사, 주무부처에 정책 제언, 국제교류 활성화
中国网络视听节目服务协会	【중국인터넷시청각프로그램 서비스협회】	-	방송사, 인터넷 시청각 프로그램 제작사, 기술장비 연구기관, 교육기관 등으로 구성. 회원사 간 교류 활성화, 산업 자율화
北京网络媒体协会	【북경인터넷미디어협회】	www.baom.org.cn	북경시 인터넷 정보서비스 제공업체, 교육기관, 연구기관 등으로 구성. 회원 간 교류 활성화, 산업 자율화, 정보안전 유지, 인터넷 서비스 활성화

## 2. 방송콘텐츠 및 뉴미디어 관련 법조항 번역문

### □ 방송관리조례(广播电视管理条例)

'방송관리조례'는 중국의 방송산업 규제 강화 및 산업 활성화를 목적으로 제정됐고 1997년 9월 1일 발표, 시행됐다. 총 6장, 55조항으로 구성되며 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다:

제2조 본 조례는 중국 국내의 라디오방송국, TV방송국 설립, 방송 프로그램 편집, 제작, 방영, 전송 등 활동에 적용된다.

제30조 라디오 방송국과 TV방송국은 국무원 방송행정부처에서 승인한 프로그램 설치 범위 내에서 프로그램을 개설해야 한다.

제31조 방송 프로그램은 라디오 방송국, TV방송국과 성급 이상 방송행정부처의 승인을 받아 설립한 방송 프로그램 제작경영기관에서 제작해야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국은 방송 프로그램의 질을 향상시키고 중국 국산 우수 프로그램 수량을 늘려야 한다

제32조 라디오 방송국과 TV방송국은 방송 프로그램의 질적 수준을 향상시키고 중국 국산우수 프로그램의 수를 늘려야 한다. 다음의 내용이 들어있는 프로그램을 제작, 방송하는 것을 금지한다:

- (1)국가 통일, 주권과 영토보전 위협
- (2)국가 안전, 명예, 이익 위협
- (3)민족분열 선동, 민족단결 파괴
- (4)국가기밀 누설
- (5)타인을 비방, 모욕
- (6)음란, 미신, 폭력 선양

(7)법률, 행정법규에서 금지하는 기타 내용

제33조 라디오 방송국과 TV방송국은 방송 프로그램 콘텐츠를 방영 또는 재방영하기 전에 심사를 해야 한다.

제35조 드라마 제작기관은 국무원 방송행정부처의 승인을 거쳐 드라마 제작허가증을 획득한 후에야 드라마를 제작할 수 있다.

드라마 제작 및 방영 관리방법은 국무원 방송행정부처에서 제정한다.

제39조 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 해외 영화, 드라마는 국무원 방송행정부처의 심사승인을 받아야 한다. 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 기타 해외 방송 프로그램은 국무원 방송행정부처 또는 심사자격을 갖춘 기타 기관의 심사승인을 받아야 한다.

해외에 공급하는 방송 프로그램은 유관 규정에 따라 성급 이상 방송행정부처에 등록을 해야 한다.

제40조 라디오 방송국과 TV방송국의 해외 방송 프로그램 방영시간과 전체 방송 프로그램 방영시간 대비 비중은 국무원 방송행정부처의 규정을 따른다.

제41조 라디오 방송국과 TV방송국이 위성 등 전송방식으로 해외 방송 프로그램을 수입, 중계하는 경우 반드시 국무원 방송행정부처의 승인을 거쳐야 한다.

제42조 라디오 방송국과 TV방송국에서 방영하는 광고시간은 국무원 방송행정부처에서 규정한 시간을 초과하지 말아야 하며, 공익성 광고를 방영해야 한다

제43조 국무원 방송행정부처는 특수한 상황이 발생한 경우 특정 프로그램의 방영을

## 부 록 I

중지, 교체, 특정 프로그램 중계방송 등의 결정을 내릴 수 있다.

### 第二条

本条例适用于在中华人民共和国境内设立广播电台,电视台和采编,制作,播放,传输广播电视节目等活动.

第三十条 广播电台,电视台应当按照国务院广播电视行政部门批准的节目设置范围开办节目.

### 第三十一条

广播电视节目由广播电台,电视台和省级以上人民政府广播电视行政部门批准设立的广播电视节目制作经营单位制作.广播电台,电视台不得播放未取得广播电视节目制作经营许可的单位制作的广播电视节目.

### 第三十二条

广播电台,电视台应当提高广播电视节目质量,增加国产优秀节目数量,禁止制作,播放载有下列内容的节目:

- (一)危害国家的统一,主权和领土完整的;
- (二)危害国家的安全,荣誉和利益的;
- (三)煽动民族分裂,破坏民族团结的;
- (四)泄露国家秘密的;
- (五)诽谤,侮辱他人的;
- (六)宣扬淫秽,迷信或者渲染暴力的;
- (七)法律,行政法规规定禁止的其他内容.

### 第三十三条

广播电台,电视台对其播放的广播电视节目内容,应当依照本条例第三十二条的规定进行播前审查,重播重审.

### 第三十五条

设立电视剧制作单位,应当经国务院广播电视行政部门批准,取得电视剧制作许可证后,方可制作电视剧.电视剧的制作和播出管理办法,由国务院广播电视行政部门规定.

### 第三十九条

用于广播电台、电视台播放的境外电影、电视剧,必须经国务院广播电视行政部门审查批准。用于广播电台、电视台播放的境外其他广播电视节目,必须经国务院广播电视行政部门或者其授权的机构审查批准.

向境外提供的广播电视节目,应当按照国家有关规定向省级以上人民政府广播电视行政部门备案.

### 第四十条

广播电台、电视台播放境外广播电视节目的时间与广播电视节目总播放时间的比例,由国务院广播电视行政部门规定.

### 第四十一条

广播电台,电视台以卫星等传输方式进口、转播境外广播电视节目,必须经国务院广播电视行政部门批准.

第四十二条 广播电台,电视台播放广告,不得超过国务院广播电视行政部门规定的时间.广播电台、电视台应当播放公益性广告.

### 第四十三条

国务院广播电视行政部门在特殊情况下,可以作出停止播出、更换特定节目或者指定转播特定节目的决定.

## □ 방송 프로그램 제작경영 관리규정(广播电视节目制作经营管理规定)

'방송 프로그램 제작경영 관리규정'은 중국의 방송 프로그램의 제작, 프로그램 판권 거래, 거래 대행 등에 관한 규제를 목적으로 2004년 7월 19일 발표돼 2004년 8월 20일부터 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다:

### 제1장 총칙

제2조 본 규정은 방송 프로그램 제작경영기관 설립, 전문테마(专题), 칼럼(专栏), 예능(综艺), 애니메이션, 라디오극, 드라마 등 방송 프로그램의 제작, 프로그램 판권 거래, 거래 대행 등에 적용된다.

방송 광고 프로그램 전문 제작기관의 설립과 경영은 '광고법(广告法)' 등 유관 법제도의 규정에 따른다.

제3조 국가광전총국은 전국의 방송 프로그램 제작업 발전계획을 제정하고 전국의 방송 프로그램 제작경영활동을 관리감독한다.

현(县)급 이상 지방정부 방송행정부처는 소관지역내 방송 프로그램 제작경영활동을 관리한다.

제4조 방송 프로그램 제작경영기관 설립 및 방송 프로그램 제작경영활동에 대해 허가제를 시행한다.

방송 프로그램 제작경영기관을 설립하거나 방송 프로그램 제작경영활동에 종사하는 경우 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득해야 한다.

제5조 중국 국내 사회단체, 기업, 사업기관(중국 국내에 설립된 외국인단독투자기업,

## 부 록 I

중외합자기업, 중외합작기업 제외)들이 방송 프로그램 제작경영기관을 설립하거나 방송 프로그램 제작경영활동에 종사하는 것을 권장한다.

### 제2장 프로그램 제작경영 사업허가

제6조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'의 신청은 중국의 방송 프로그램 제작업 발전 계획에 부합해야 하고 신청자는 아래 자격요건을 갖춰야 한다.

- (1) 독립법인. 명칭, 조직기구, 정관은 법제도의 규정에 부합
- (2) 사업에 필요한 방송 및 관련 전문인력, 자금, 장소 확보. 기업의 등록자본은 300만 위안 상회
- (3) 신청일 직전 3년간 법적 대표자가 규정을 위반했거나 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 말소당한 기록이 없어야 함
- (4) 법률, 행정법규에서 규정한 기타 조건

제8조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'은 국가광전총국에서 일괄 인쇄하며 유효기간은 2년이다.

제9조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득한 기업은 이를 소지하고 공상행정 관 리부처에서 기업등록 또는 사업품목 추가 수속을 해야 한다.

제10조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득한 기관이 기타 성(자치구, 직할시)에 독립법인 자격을 갖춘 방송 프로그램 제작경영 지사를 설립할 경우, 지사 소재지 성급 방송행정부처에 별도로 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 신청하고 기존 심사기관에 등록을 해야 한다. 독립법인 자격이 없는 지사를 설립할 경우 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 별도 신청할 필요가 없다.

제11조 법에 따라 설립된 라디오방송국과 TV방송국의 방송 프로그램 제작경영은 '

방송 프로그램 제작경영 허가증'을 별도 신청할 필요가 없다.

### 제3장 드라마 제작허가

제12조 드라마는 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 갖춘 기관, 지급시 이상 TV방송국(라디오TV방송국, 방송영화TV그룹 포함)과 '영화 촬영제작 허가증'을 갖춘 영화 제작기관에서 만이 제작할 수 있다. 단 사전에 별도로 드라마 제작허가를 획득해야 한다.

제13조 드라마 제작 허가증은 '드라마 제작 허가증 (을종)'과 '드라마 제작 허가증 (갑종)'으로 분류되며 국가광전총국에서 일괄 인쇄한다.

'드라마 제작 허가증 (을종)'는 해당 허가증에 명시한 드라마 제작에만 사용할 수 있으며 유효기간은 180일이다. 특수한 경우 허가증 발급기관의 승인을 받아 적절하게 연장이 가능하다.

'드라마 제작 허가증 (갑종)' 유효기간은 2년이며 만기 전까지 제작하는 모든 드라마에 사용할 수 있다.

제14조 '드라마 제작 허가증 (을종)'은 성급 이상 방송행정부처에서 발급한다. 북경에 있는 중앙기관 또는 그 직속기관은 직접 국가광전총국에 신청해야 하며, 기타 기관은 소재지 방송행정부처에 신청을 하여 승인을 받은 후 성급 방송부처의 승인까지 받아야 한다.

제15조 '드라마 제작 허가증 (을종)' 신청시 다음의 서류를 제출해야 한다.

- (1) 신청보고서
- (2) '드라마 제작 허가증 (을종) 수령 등록표'
- (3) 국가광전총국 장르 계획 입안 비준서 사본
- (4) 대본 작가 위임서

## 부 록 I

(5) 신청기관이 PD, 감독, 촬영, 주요 배우 등 주요 창작인력 및 협력기관(투자기관)과 체결한 계약 또는 MOU 사본. 해외 주요 창작인력이 참여하는 경우 국가광전총국 비준서 사본도 제출해야 함

(6) '방송 프로그램 제작경영 허가증' (사본) 또는 TV방송국, 영화 제작기관 자격 증명서류

(7) 제작비 확보 증명서류

제17조 드라마 제작기관이 2년 연속 6편 이상의 단막극 또는 3편 이상의 연속극 (편당 3회 이상) 을 제작한 경우, 국가광전총국에 '드라마 제작 허가증 (갑종)' 신청이 가능하다.

제18조 '드라마 제작 허가증 (갑종)' 신청 시 다음의 서류를 제출해야 한다.

(1) 신청보고서

(2) '드라마 제작 허가증 (갑종)' 신청서

(3) 최근 2년간 수령한 '드라마 제작 허가증 (을종)' (사본)

(4) 최근 2년간 수령한 '드라마 제작 허가증 (을종)'으로 제작을 마친 드라마 목록 및 해당 '드라마 배급 허가증' (사본)

제20조 중국 국내 방송기관과 방송 프로그램 제작경영기관이 해외 기관과 협력하여 방송 프로그램을 제작하는 경우 규정에 따라 국가광전총국에 신청해야 한다.

## 제4장 관리

제21조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득한 기관은 허가증에서 규정한 범위 내에서 제작경영활동을 해야 한다.

시사정치 뉴스 및 동일 유형의 전문테마, 칼럼 등 프로그램은 방송기관에서만 제작이

가능하다. '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득한 기타 기관은 시사정치 뉴스 및 동일 유형의 전문데마, 칼럼 등 프로그램을 제작할 수 없다.

제22조 방송 프로그램 제작경영활동은 법제도의 규정에 부합되어야 한다. 다음의 내용이 들어있는 프로그램을 제작하는 것을 금지한다.

- (1) 국가헌법에서 확정한 기본원칙에 위배
- (2) 중국의 국가 통일, 주권, 영토의 완전성 위협
- (3) 중국의 국가기밀 유출, 국가안전 위협, 명예와 이익 훼손
- (4) 민족분열, 민족간 적대감, 민족 차별시 선동, 민족단결 파괴, 민족의 풍속습관 침해
- (5) 미신, 사이비종교 선동
- (6) 사회질서 교란, 사회안정 위협
- (7) 음란, 도박, 폭력, 범죄 선동
- (8) 타인을 비방, 모욕하거나 타인의 합법적인 권익 침해
- (9) 사회 공중도덕 위배, 민족의 우수한 문화전통 모독
- (10) 중국의 법제도와 규정을 위반하는 기타 내용

제23조 중대 혁명, 중대 역사 장르의 드라마, 이론문헌 등 방송 프로그램을 제작하는 경우 국가 관련 규정에 따른다.

제24조 드라마, 애니메이션 등 방송 프로그램을 배급, 방영하는 경우 배급 허가를 획득해야 한다.

제25조 방송기관에서 '방송 프로그램 제작경영 허가증'을 획득하지 못한 기관이 제작한 드라마와 애니메이션, 배급 허가증을 획득하지 못한 드라마와 애니메이션을 방영하는 것을 금지한다.

제26조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'과 '드라마 제작 허가증'을 무단 수정, 임대,

## 부 록 I

양도, 판매, 위조하는 것을 금지한다.

제27조 '방송 프로그램 제작경영 허가증'과 '드라마 제작 허가증 (갑종)'에 명시된 제작기관 명칭, 법적 대표자, 주소, 정관 또는 '드라마 제작 허가증 (을종)'에 명시된 제작기관 명칭, 드라마명, 횟수 등을 변경하는 경우 해당 허가증 발급기관에 변경신청을 해야 한다. 방송 프로그램제작 경영활동을 중지하는 경우 1주 내 해당 허가증 발급기관에 가서 말소해야 한다.

제28조 국가광전총국은 '방송 프로그램 제작경영 허가증'과 '드라마 제작 허가증' 발급상황을 공시한다.

### 第一章 总则

#### 第二条

本规定适用于设立广播电视节目制作经营机构或从事专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧等广播电视节目的制作和节目版权的交易、代理交易等活动的行为,

专门从事广播电视广告节目制作的机构,其设立及经营活动根据《广告法》等有关法律、法规管理.

#### 第三条

国家广播电影电视总局(以下简称广电总局)负责制定全国广播电视节目制作产业的发展规划、布局 and 结构,管理、指导、监督全国广播电视节目制作经营活动,

县级以上地方广播电视行政部门负责本行政区域内广播电视节目制作经营活动的管理工作.

#### 第四条

国家对设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动实行许可制度.

设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动应当取得《广播电视节目制作经营许可证》.

#### 第五条

国家鼓励境内社会组织、企事业单位(不含在境内设立的外商独资企业或中外合资、合作企业)

设立广播电视节目制作经营机构或从事广播电视节目制作经营活动.

### 第二章 节目制作经营业务许可

#### 第六条

申请《广播电视节目制作经营许可证》应当符合国家有关广播电视节目制作产业发展规划、布局 and 结构,并具备下列条件:

- (一) 具有独立法人资格,有符合国家法律、法规规定的机构名称、组织机构和章程;
- (二) 有适应业务范围需要的广播电视及相关专业人员、资金和工作场所,其中企业注册资金不少于300万元人民币;
- (三) 在申请之日前3年,其法定代表人无违法违规记录或机构无被吊销过《广播电视节目制

《广播电视节目制作经营许可证》的记录；

(四) 法律、行政法规规定的其他条件。

第八条 《广播电视节目制作经营许可证》由广电总局统一印制,有效期为2年。

第九条

经批准取得《广播电视节目制作经营许可证》的企业,凭许可证到工商行政管理部门办理注册登记或业务增项手续。

第十条

已经取得《广播电视节目制作经营许可证》的机构需在其他省、自治区、直辖市设立具有独立法人资格的广播电视节目制作经营分支机构的,须按本规定第七条的规定,向分支机构所在地的省级广播电视行政管理部门另行申领《广播电视节目制作经营许可证》,并向原审批机关备案;设立非独立法人资格分支机构的,无须另行申领《广播电视节目制作经营许可证》。

第十一条

依法设立的广播电台、电视台制作经营广播电视节目无需另行申领《广播电视节目制作经营许可证》。

第三章 电视剧制作许可

第十二条

电视剧由持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构、地市级(含)以上电视台(含广播电视台、广播影视集团)和持有《摄制电影许可证》的电影制片机构制作,但须事先另行取得电视剧制作许可。

第十三条

电视剧制作许可证分为《电视剧制作许可证(乙种)》和《电视剧制作许可证(甲种)》2种,由广电总局统一印制。

《电视剧制作许可证(乙种)》仅限于该证所标明的剧目使用,有效期限不超过180日。特殊情况下经发证机关批准后,可适当延期。

《电视剧制作许可证(甲种)》有效期限为2年,有效期届满前,对持证机构制作的所有电视剧均有效。

第十四条

《电视剧制作许可证(乙种)》由省级以上广播电视行政管理部门核发。其中,在京的中央单位及其直属机构直接向广电总局提出申请,其他机构向所在地广播电视行政管理部门提出申请,经逐级审核后,报省级广播电视行政管理部门审批。

第十五条 申领《电视剧制作许可证(乙种)》,申请机构须提交以下申请材料:

(一) 申请报告;

(二) 《电视剧制作许可证(乙种)申领登记表》;

(三) 广电总局题材规划立项批准文件复印件;

(四) 编剧授权书;

(五) 申请机构与制片人、导演、摄像、主要演员等主创人员和合作机构(投资机构)等签订的合同或合作意向书复印件。其中,如聘请境外主创人员参与制作的,还需提供广电总局的批准文件复印件;

(六) 《广播电视节目制作经营许可证》(复印件)或电视台、电影制片机构的相应资质证明;

(七) 持证机构出具的制作资金落实证明。

第十七条

## 부 록 I

电视剧制作机构在连续2年内制作完成6部以上单本剧或3部以上连续剧（3集以上/部）的，可按程序向广电总局申请《电视剧制作许可证（甲种）》资格。

第十八条 申领《电视剧制作许可证（甲种）》，申请机构须提交以下申请材料：

- （一）申请报告；
- （二）《电视剧制作许可证（甲种）》申请表；
- （三）最近2年申领的《电视剧制作许可证（乙种）》（复印件）；
- （四）最近2年持《电视剧制作许可证（乙种）》制作完成的电视剧目录及相应的《电视剧发行许可证》（复印件）。

### 第二十条

境内广播电视播出机构和广播电视节目制作经营机构与境外机构合作制作广播电视节目，按有关规定向广电总局申报。

## 第四章 管理

### 第二十一条

取得《广播电视节目制作经营许可证》的机构应严格按照许可证核准的制作经营范围开展业务活动。广播电视时政新闻及同类专题、专栏等节目只能由广播电视播出机构制作，其他已取得《广播电视节目制作经营许可证》的机构不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目。

### 第二十二条

广播电视节目制作经营活动必须遵守国家法律、法规和有关政策规定。禁止制作经营载有下列内容的节目：

- （一）反对宪法确定的基本原则的；
- （二）危害国家统一、主权和领土完整的；
- （三）泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的；
- （四）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的；
- （五）宣扬邪教、迷信的；
- （六）扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- （七）宣扬淫秽、赌博、暴力或者教唆犯罪的；
- （八）侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；
- （九）危害社会公德或者民族优秀传统文化的；
- （十）有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容的。

### 第二十三条

制作重大革命和历史题材电视剧、理论文献电视专题片等广播电视节目，须按照广电总局的有关规定执行。

第二十四条 发行、播放电视剧、动画片等广播电视节目，应取得相应的发行许可。

### 第二十五条

广播电视播出机构不得播放未取得《广播电视节目制作经营许可证》的机构制作的和未取得发行许可的电视剧、动画片。

### 第二十六条

禁止以任何方式涂改、租借、转让、出售和伪造《广播电视节目制作经营许可证》和《电视剧制作许可证》。

### 第二十七条

《广播电视节目制作经营许可证》和《电视剧制作许可证（甲种）》载明的制作机构名称、法定代表人、地址和章程、《电视剧制作许可证（乙种）》载明的制作机构名称、剧名、集数等发生变更，持证机构应报原发证机关履行变更审批手续；终止广播电视节目制作经营活动的，应在1周内到原发证机关办理注销手续。

第二十八条

《广播电视节目制作经营许可证》和《电视剧制作许可证》的核发情况由广电总局向社会公告。

## □ 드라마 내용 관리규정(电视剧内容管理规定)

'드라마 내용 관리규정'은 중국의 드라마 내용 제작, 배급, 방영에 대한 규제를 목적으로 2010년 5월 14일 발표돼 2010년 7월 1일부터 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다.

### 제1장 총칙

제2조 본 규정은 드라마 내용 제작, 배급, 방영에 적용된다.

제3조 본 규정에서 언급하는 드라마는 다음을 지칭한다.

- (1) 중국 국내 TV방송국에서 방영하거나 또는 국내외에서 배급하는 드라마(TV 애니메이션 포함). 중국 국산 드라마와 국내외 공동제작 드라마 포함
- (2) 중국 국내 TV방송국에서 방영하는 해외수입 드라마(TV 애니메이션, TV 영화 포함)

제5조 드라마에는 다음과 같은 내용이 있어서는 안된다.

- (1) 국가헌법에서 확정한 기본원칙에 위배. 헌법, 법률, 행정법규, 부문규정 위반 선동
- (2) 중국의 국가 통일, 주권, 영토의 완전성 위협
- (3) 중국의 국가기밀 유출, 국가안전 위협, 명예와 이익 훼손
- (4) 중국의 민족분열, 민족간 적대감, 민족 차별시 선동; 민족단결 파괴, 민족의 풍속 습관 침해
- (5) 종교정책 위배, 종교 극단주의, 사이비종교, 미신, 종교 차별화, 종교신앙 모독 선동
- (6) 사회질서 교란, 사회안전 위협

## 부 록 I

- (7) 음란, 도박, 폭력, 테러리즘, 마약사용, 범죄 선동
- (8) 타인을 비방, 모욕
- (9) 사회 공중도덕 위배, 민족의 우수한 문화전통 모독
- (10) 미성년자의 합법적인 권익 침해, 미성년자의 심신건강 위협
- (11) 중국의 법제도와 규정을 위반하는 기타 내용

국무원 방송영화 행정부처는 전 조항에 따라 드라마 내용 관리에 관한 세부적인 기준을 제정한다.

제6조 국무원 방송영화 행정부처는 전국의 드라마 내용 관리 및 관리감독을 담당하고, 성(자치구, 직할시)정부 방송영화 행정부처는 소관지역내 드라마 내용 관리 및 관리감독을 담당한다.

## 제2장 등록(备案)과 공시(公示)

제8조 중국 국산 드라마, 중외 공동제작 드라마의 촬영제작은 등록공시제를 시행한다.

제9조 국무원 방송영화 행정부처는 전국의 드라마 촬영제작 공시를 담당한다. 성(자치구, 직할시)정부 방송영화 행정부처는 소관지역내 제작기관의 드라마 촬영제작 공시를 담당하며 승인 후 국무원 방송영화 행정부처에 제출하여 공시 신청을 한다.

제10조 드라마 촬영제작 공시 신청 자격요건은 다음과 같다:

- (1) '드라마 제작허가증(갑종)' 보유
- (2) '방송 프로그램 제작경영 허가증' 보유
- (3) 구(区)를 둔 시급 이상 TV방송국(라디오TV방송국, 라디오TV영화그룹 포함)
- (4) '영화 촬영제작 허가증' 보유
- (5) '드라마 제작 허가증(을종)' 신청자격을 갖춘 기타 제작기관

### 제3장 심사와 허가

제15조 중국 국산 드라마, 중외 공동제작 드라마, 해외수입 드라마에 대해 내용 심의 및 배급 허가제를 시행한다. 배급허가를 획득하지 못한 경우 배급, 방영, 수상후보 선정 및 수상을 불허한다.

제16조 국무원 방송영화 행정부처는 드라마 심의위원회와 드라마 재심위원회를 설립하고, 성(자치구, 직할시)정부 방송영화 행정부처는 드라마 심의기관을 설립한다.

제23조 중외 공동제작 드라마, 해외수입 드라마의 심의는 국무원 방송영화 행정부처의 규정에 따른다.

제27조 드라마 배급 허가증을 획득한 드라마에 대해, 국무원 방송영화 행정부처는 공공이익의 수요에 따라 수정, 방영중지, 배급 불허, 수상후보 선정 및 수상 불허 등의 결정을 내릴 수 있다.

제28조 드라마 배급 허가증을 획득한 드라마는 심의를 거친 내용 그대로 배급 및 방영해야 한다. 드라마명, 주요 인물, 줄거리, 횡수 등을 변경할 경우, 재심의를 해야 한다.

제29조 국무원 방송영화 행정부처는 정기적으로 전국의 드라마 배급 허가증 발급상황을 공시해야 한다.

### 제4장 방영 관리

제30조 TV방송국은 드라마를 방영하기 전에 드라마 배급 허가증을 확인해야 한다.

제31조 TV방송국은 드라마를 방영 및 재방영 전에 드라마 내용을 심의해야 하며, 문제점을 발견한 경우 즉시 소재지 성(자치구, 직할시) 방송영화 행정부처를 통해 국무원

## 부 록 I

방송영화 행정부처에 보고하여 처리하도록 해야 한다.

제32조 국무원 방송영화 행정부처는 전국의 TV방송국에서 방영하는 드라마 작품 수, 범위, 비율, 시기, 시간대 등에 대해 거시적 조정을 할 수 있다.

## 제6장 부칙

제40조 중대 혁명, 중대 역사 장르의 드라마 관리, 중외 공동제작 드라마, 해외수입 드라마의 심사승인 및 방영관리는 각각 국가 관련 규정에 따른다.

第二条 从事电视剧内容的制作、发行、播出活动，适用本规定。

第三条 本规定所称电视剧是指：

(一) 用于境内电视台播出或者境内外发行的电视剧（含电视动画片），包括国产电视剧（以下简称国产剧）和与境外机构联合制作的电视剧（以下简称合拍剧）；

(二) 用于境内电视台播出的境外引进电视剧（含电视动画片、电影故事片，以下简称引进剧）。

第五条 电视剧不得载有下列内容：

(一) 违反宪法确定的基本原则，煽动抗拒或者破坏宪法、法律、行政法规和规章实施的；

(二) 危害国家统一、主权和领土完整的；

(三) 泄露国家秘密，危害国家安全，损害国家荣誉和利益的；

(四) 煽动民族仇恨、民族歧视，侵害民族风俗习惯，伤害民族感情，破坏民族团结的；

(五) 违背国家宗教政策，宣扬宗教极端主义和邪教、迷信，歧视、侮辱宗教信仰的；

(六) 扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；

(七) 宣扬淫秽、赌博、暴力、恐怖、吸毒，教唆犯罪或者传授犯罪方法的；

(八) 侮辱、诽谤他人的；

(九) 危害社会公德或者民族优秀传统文化的；

(十) 侵害未成年人合法权益或者有害未成年人身心健康的；

(十一) 法律、行政法规和规章禁止的其他内容。

国务院广播影视行政部门依据前款规定，制定电视剧内容管理的具体标准。

第六条 国务院广播影视行政部门负责全国的电视剧内容管理和监督工作。

省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门负责本行政区域内的电视剧内容管理和监督工作。

## 第二章 备案和公示

第八条 国产剧、合拍剧的拍摄制作实行备案公示制度。

## 第九条

国务院广播影视行政部门负责全国拍摄制作电视剧的公示。省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门负责受理本行政区域内制作机构拍摄制作电视剧的备案，经审核报请国务院广

播影视行政部门公示.

第十条 符合下列条件之一的制作机构,可以申请电视剧拍摄制作备案公示:

- (一) 持有《电视剧制作许可证(甲种)》;
- (二) 持有《广播电视节目制作经营许可证》;
- (三) 设区的市级以上电视台(含广播电视台、广播影视集团);
- (四) 持有《摄制电影许可证》;
- (五) 其他具备申领《电视剧制作许可证(乙种)》资质的制作机构。

第三章 审查和许可

第十五条

国产剧、合拍剧、引进剧实行内容审查和发行许可制度。未取得发行许可的电视剧,不得发行、播出和评奖.

第十六条

国务院广播影视行政部门设立电视剧审查委员会和电视剧复审委员会.省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门设立电视剧审查机构.

第二十三条 送审合拍剧、引进剧,依照国务院广播影视行政部门有关规定执行.

第二十七条

已经取得电视剧发行许可证的电视剧,国务院广播影视行政部门根据公共利益的需要,可以作出责令修改、停止播出或者不得发行、评奖的决定.

第二十八条

已经取得电视剧发行许可证的电视剧,应当按照审查通过的内容发行和播出。变更剧名、主要人物、主要情节和剧集长度等事项的,原送审机构应当依照本规定向原发证机关重新送审.

第二十九条 国务院广播影视行政部门应当定期将全国电视剧发行许可证颁发情况向社会公告.

第四章 播出管理

第三十条 电视台在播出电视剧前,应当核验依法取得的电视剧发行许可证。第三十一条 电视台对其播出电视剧的内容,应当依照本规定内容审核标准,进行播前审查和重播重审;发现问题应当及时经所在地省、自治区、直辖市人民政府广播影视行政部门报请国务院广播影视行政部门处理.

第三十二条

国务院广播影视行政部门可以对全国电视台播出电视剧的总量、范围、比例、时机、时段等进行宏观调控.

第六章 附则

第四十条

重大革命和重大历史题材电视剧的管理,以及合拍剧、引进剧审批和播出管理,分别依照国家有关规定执行.

## □ 해외TV 프로그램 수입과 방영 관리규정(境外电视节目引进、播出管理规定)

'해외TV 프로그램 수입과 방영 관리규정'은 해외 영화, 드라마(TV 애니메이션), 교육, 과학, 문화 등 기타 유형의 TV 프로그램 수입과 방영에 대한 규제를 목적으로 2004년 9

## 부 록 I

월 23일 발표돼 2004년 10월 23일부터 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다:

제2조 본 규정은 해외 TV 프로그램 수입, 방영에 적용된다. 해외 TV 프로그램은 TV 방송국에서 방영하는 해외 영화, 드라마(TV 애니메이션), 교육, 과학, 문화 등 기타 유형의 TV 프로그램을 지칭한다.

제3조 국가광전총국은 해외 영화 드라마 수입 및 위성전송방식으로 수입하는 해외 기타 TV 프로그램의 심사승인을 담당한다. 성급 방송행정부처는 국가광전총국의 위탁을 받아 소관범위 내 해외 영화 드라마 수입 및 위성전송방식으로 수입하는 해외 기타 TV 프로그램의 심사승인 및 방송 모니터링을 담당한다. 지급시(시)급 방송행정부처는 소관 범위내 해외 TV 프로그램 모니터링을 담당한다.

제4조 국가광전총국과 그 위탁을 받은 방송행정부처의 승인을 거치지 않은 해외 TV 프로그램을 수입, 방영할 수 없다.

제5조 해외 영화, 드라마를 수입하거나 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 경우 국가광전총국에서 지정한 기관에 신청해야 한다.

제6조 국가광전총국은 해외 영화, 드라마의 총 수입분량, 장르, 제작국 등을 통제한다.

제8조 해외 영화, 드라마를 수입하거나 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 경우 수입기관은 성급 방송행정부처에 신청해야 한다.

제11조 해외 영화, 드라마를 수입하거나 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 경우, 성급 방송행정부처는 신청을 접수한 후 행정허가법에서 규정한 기한내 상세하고 명확한 초기심사의견을 내놓고 국가광전총국에 제출하여 심사를 받아야 한다.

국가광전총국은 신청을 접수한 후 행정허가법에서 규정한 기한내 허가 여부를 확정해야 한다. 해외 영화, 드라마 수입의 심사는 별도로 전문가 심사를 거쳐야 하며 심사기간은 30일이다. 수입을 허가하는 경우 ‘드라마(TV 애니메이션) 배급 허가증’을 발급하거나 위성전송방식으로 기타 해외 TV 프로그램을 수입하는 것을 허가한다는 비준서를 발급한다.

제15조 해외 TV 프로그램은 다음과 같은 내용이 있어서는 안된다:

- (1) 국가헌법에서 확정한 기본원칙에 위배
- (2) 중국의 국가 통일, 주권, 영토의 완전성 위협
- (3) 중국의 국가기밀 유출, 국가안전 위협, 명예와 이익 훼손
- (4) 중국의 민족분열, 민족간 적대감, 민족 차별시 선동; 민족단결 파괴, 민족의 풍속 습관 침해
- (5) 미신, 사이비종교 선전
- (6) 중국의 사회질서를 교란, 중국의 사회안정 위협
- (7) 음란, 도박, 폭력, 범죄 선동
- (8) 타인을 비방, 모욕하거나 타인의 합법적 권익 침해
- (9) 중국의 사회 공중도덕 위배, 중화민족의 우수한 문화전통 모독
- (10) 중국의 법제도와 규정을 위반하는 기타 내용

제17조 국가광전총국의 승인을 거쳐 수입한 기타 해외 TV 프로그램은 새로 포장, 편집해야 하며 원본 그대로 고정 시간대에 방송할 수 없다. 프로그램에는 해외 채널의 로고와 관련 문자가 포함된 화면이나, 해외 미디어 채널을 홍보하는 광고 또는 이와 유사한 내용이 나와서는 안된다.

제18조 TV방송국에서 방영하는 해외 영화, 드라마는 타이틀 부분에 배급 허가증 번호를 명시해야 한다. 각 TV채널에서 매일 방송하는 해외 영화, 드라마는 해당 채널의 당일 전체 영화, 드라마 방송시간의 25%를 초과할 수 없다. 매일 방송하는 기타 해외 TV

## 부 록 I

프로그램은 해당 채널의 당일 전체 방송시간의 15%를 초과할 수 없다.

국가광전총국의 승인이 없 황금시간대(19시~22시)에 해외 영화, 드라마를 방영할 수 없다.

### 第二条

本规定适用于境外电视节目的引进、播出活动。境外电视节目是指供电视台播出的境外电影、电视剧(电视动画片)(以下称境外影视剧)及教育、科学、文化等其他各类电视节目(以下称其他境外电视节目)。不引进时事性新闻节目。

### 第三条

国家广播电影电视总局(以下称广电总局)负责境外影视剧引进和以卫星传送方式引进境外其他电视节目的审批工作。省级广播电视行政部门受广电总局委托,负责本辖区内境外影视剧引进的初审工作和其他境外电视节目引进的审批和播出监管工作。地(市)级广播电视行政部门负责本辖区内播出境外电视节目的监管工作。

### 第四条

未经广电总局和受其委托的广播电视行政部门审批的境外电视节目,不得引进、播出。

### 第五条

引进境外影视剧和以卫星传送方式引进其他境外电视节目,由广电总局指定的单位申报。

第六条 广电总局对引进境外影视剧的总量、题材和产地等进行调控和规划。

### 第八条

引进境外影视剧和以卫星传送方式引进其他境外电视节目,由引进单位向省级广播电视行政部门提出申请。

### 第十一条

引进境外影视剧和以卫星传送方式引进其他境外电视节目的,省级广播电视行政部门正式受理申请后,应在行政许可法规定的期限内作出详细、明确的初审意见,报广电总局审查批准。广电总局正式受理申请后,在行政许可法规定的期限内作出同意或不同意引进的行政许可决定。其中,引进境外影视剧的审查需要另行组织专家评审,评审时间为三十日。同意引进的,发给《电视剧(电视动画片)发行许可证》或同意以卫星传送方式引进其他境外电视节目的批复;不同意引进的,应当书面通知引进单位并说明理由。

第十五条 引进境外电视节目应严格把握导向和格调,确保内容健康、制作精良。

境外电视节目中不得载有以下内容:

- (一) 反对中国宪法确定的基本原则的;
- (二) 危害中国国家统一、主权和领土完整的;
- (三) 泄露中国国家秘密、危害中国国家安全或者损害中国荣誉和利益的;
- (四) 煽动中国民族仇恨、民族歧视,破坏中国民族团结,或者侵害中国民族风俗、习惯的;
- (五) 宣扬邪教、迷信的;
- (六) 扰乱中国社会秩序,破坏中国社会稳定的;

- (七) 宣扬淫秽、赌博、暴力或者教唆犯罪的；
- (八) 侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；
- (九) 危害中国社会公德或者中国优秀传统文化传统的；
- (十) 其他违反中国法律、法规、规章规定的内容。

第十七条

经批准引进的其他境外电视节目，应当重新包装、编辑，不得直接作为栏目在固定时段播出。节目中不得出现境外频道台标或相关文字的画面，不得出现宣传境外媒体频道的广告等类似内容。

第十八条

电视台播出境外影视剧，应在片头标明发行许可证编号。各电视频道每天播出的境外影视剧，不得超过该频道当天影视剧总播出时间的百分之二十五；每天播出的其他境外电视节目，不得超过该频道当天总播出时间的百分之十五。未经广电总局批准，不得在黄金时段（19：00—22：00）播出境外影视剧。

## □ 해외 영화, 드라마 수입 및 방영 관리 강화 및 개선에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知)

'해외 영화, 드라마 수입 및 방영 관리 강화 및 개선에 관한 국가광전총국의 통지'는 해외 영화와 드라마 수입 및 방송편성 관리를 강화하기 위해 2012년 2월 9일 발표, 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다:

### 1. 해외 영화와 드라마 수입 입안 및 심사승인 관리를 강화한다.

(1) 국가광전총국은 매년 1월 1-10일과 7월 1-10일 수입 입안 신청을 접수한다. 수입기관은 '수입 입안 계획 신청서(引进剧立项规划申报表)'를 작성하여 성급 방송영화 행정부처에 제출하여 승인을 받은 후 다시 국가광전총국의 승인을 받아야 한다.

(3) HD 영화와 드라마를 우선적으로 수입해야 하며, 원칙상 해외 드라마는 50회 이내로 통제한다.

(4) 범죄 장르, 폭력적이며 저속한 내용이 들어있는 해외드라마의 수입을 금지한다.

### 2. 수입계약 연장 후 재배급 심사승인 관리를 강화한다.

## 부 록 I

(1) 국가광전총국의 승인을 받아 수입한 해외 영화와 드라마의 '배급허가증' 만기 후, 수입 자격을 갖춘 기관에서 다시 판권 소유자와 수입계약 및 판권 위탁서를 체결하고 성급 방송영화 행정부처와 국가광전총국의 승인을 받은 후에야 재차 배급이 가능하다.

(3) 국가광전총국은 성급 방송영화 행정부처에서 제출한 수입계약 연장 신청 및 내용 심사의견에 따라 매분기 마지막 달에 집중심사를 한다. 해외 영화와 드라마 수입계약 연장을 승인하는 경우, '배급 허가증'을 다시 발급한다.

### 3. 해외 영화와 드라마의 방영 관리를 강화한다.

(1) 각급 방송기관은 해외 영화와 드라마 방영시 해당 수속과 허가서류를 심사해야 하고 타이틀에 허가증 번호를 명시해야 한다.

(2) 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마의 방영을 금지한다. 각 방송채널은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 25% 이하로 맞춰야 한다.

(3) 각급 방송국은 국가광전총국의 허가를 받아 수입한 해외 영화와 드라마를 반드시 자사에서 첫 방영을 해야 하며, 그 후에야 기타 방송채널에 재차 배급할 수 있다.

(4) 각 방송채널에서 국가광전총국의 허가과 배급허가증을 획득하지 못한 상황에서, 칼럼 단막극(栏目短剧) 또는 해외 영화와 드라마를 소개하는 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지한다. 칼럼의 해외 영화와 드라마 삼입방영 시간은 매회 3분 이내, 누계 시간은 10분 이내로 통제한다. 해외 영화와 드라마를 소개하는 정보類 방송 프로그램은 해외 영화와 드라마 삼입방영 시간을 1분 이내로 통제한다.

(5) 각 방송기관은 특정 지역과 국가의 영화와 드라마를 집중적으로 방영하는 것을

피해야 한다.

一、加强对境外影视剧引进立项和审批管理

(一) 总局每年分两次受理各引进单位的立项申请.受理时间为每年1月和7月的1日至10日.各引进单位在立项申请时,应认真填写《引进剧立项规划申报表》,并报省级广播影视行政管理部门初审后报总局审批.

(三) 为提高引进节目质量,扩大高清节目源,应优先引进高清版本的境外影视剧;引进境外影视剧的长度原则上控制在50集以内.

(四) 不得引进涉案题材和含有暴力低俗内容的境外影视剧.

二、加强引进剧续约后再次发行的审批管理

(一) 经总局批准引进的境外影视剧在《电视剧发行许可证》过期后,由具有引进资格的单位重新与版权方签署引进合同和版权授权书,经省级广播影视行政管理部门报总局批准,方可再次发行.

(三) 总局根据省级广播影视行政管理部门上报的续约引进申请和内容审查意见,于每季度最后一个月集中审批.对批准再次发行的境外影视剧,重新颁发《电视剧发行许可证》.

三、加强引进剧播出管理

(一) 各级播出机构要严格按照总局规定,在播出境外影视剧时认真审核相关手续和批准文件,并在片头标明发行许可证编号.

(二) 境外影视剧不得在黄金时段(19:00-22:00)播出.各电视频道每天播出的境外影视剧,不得超过该频道当天影视剧总播出时间的百分之二十五.

(三) 各级电视台申报并获得总局批准引进的境外影视剧必须在本台首播,首播之后才可以再次发行在其他电视频道播出.

(四) 各电视频道不得以栏目短剧或介绍境外影视剧的形式变相完整播出未经广电总局审批并获得发行许可证的境外影视剧.每期栏目中插播境外影视剧的时长不得超过3分钟,累计使用境外影视剧片段的时间不得超过10分钟.介绍境外影视剧的资讯类栏目,使用境外影视剧片段时长不得超过1分钟.

(五) 进一步加强境外影视剧播出国别比例的管理,避免个别电视频道在一段时期内集中播出某一国家或地区的境外影视剧.

## □ 중외 합작제작 드라마 관리규정(中外合作制作电视剧管理规定)

‘중외 합작제작 드라마 관리규정’은 중외 드라마 및 TV 애니메이션의 합작제작에 대한 관리감독을 목적으로 2004년 9월 21일 발표돼 2004년 10월 21일부터 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다.

제2조 본 규정은 중국 국내 방송 프로그램 제작기관과 해외법인 및 자연인의 드라마(TV 애니메이션 포함) 합작제작에 적용된다.

## 부 록 I

제3조 국가광전총국은 중외 합작제작 드라마(TV 애니메이션 포함) 관리를 총괄하고 해외 협력사, 작품 수, 중외 공동제작 드라마(TV 애니메이션 포함)의 장르 등을 통제한다. 성급 방송행정부처는 소관지역내 중외 합작제작 드라마(TV 애니메이션 포함)에 대한 세부적인 관리를 담당한다.

제4조 중외 합작제작 드라마(TV 애니메이션 포함)에 대해 허가제를 실시하며 허가를 거치지 않은 상태에서 제작을 하는 것을 금지한다. 심사를 통과하지 못한 중외 합작제작 드라마(TV 애니메이션 포함)는 배급과 방영이 금지된다.

제5조 드라마(TV 애니메이션 포함)의 중외 합작제작은 다음과 같은 세가지 방식을 취할 수 있다:

(1) 공동제작(聯合制作): 중국측과 외국측이 공동으로 투자하고 주요 창작인력을 파견하며 이익을 공유하고 리스크를 분담

(2) 협력제작(協作制作): 외국측은 자금을 제공하고 주요 창작인력을 파견하여 중국 국내에서 모든 실외촬영 또는 일부 실외촬영을 하며 중국측은 용역 또는 장비, 기자재, 장소를 제공하는 방식으로 협조

(3) 위탁제작(委托制作): 외국측은 자금을 제공하고 중국측에 위탁하여 중국 국내에서 제작

제6조 중외 공동제작 드라마 입안 신청 자격요건은 다음과 같다:

- (1) 중국측은 ‘드라마 제작허가증(갑종)’ 보유
- (2) 중국측은 국가광전총국에 공동제작 드라마 장르 계획 입안신청도 해야 함
- (3) 쌍방의 공동투자는 화폐 직접투자 또는 용역, 실물투자, 광고시간을 금액으로 환

산하여 투자하는 것을 허용

(4) 기획, 대본 창작 등 창작 관련 주요 사항에 관하여 쌍방이 함께 결정

(5) 쌍방은 창작인력과 기술인력을 파견. 주요 창작인력(대본작가, PD, 감독, 주요 배우) 중에 중국 측 인력은 3분의 1 상회

(6) 쌍방은 드라마의 국내외 판권 공동소유

제8조 중외 공동제작 애니메이션 입안 신청 자격요건은 다음과 같다:

(1) 중국측은 ‘방송 프로그램 제작경영허가증’ 보유

(2) 중국측은 국가광전총국에 공동제작 애니메이션 장르 계획 입안 신청도 해야 함

(3) 쌍방의 공동투자자는 화폐 직접투자 또는 용역, 실물투자, 광고시간을 금액으로 환산하여 투자하는 것을 허용

(4) 기획, 대본 창작 등 창작 관련 주요 사항에 관하여 쌍방이 함께 결정

(5) 쌍방은 애니메이션의 국내외 판권 공동소유

제12조 국가광전총국은 중외 합작제작 드라마(TV 애니메이션 포함) 신청을 접수한 후 법정기한 내 촬영허가 여부를 결정해야 한다. 중외 공동제작 심사기간은 50일, 중외 협력제작 및 위탁제작 심사기간은 20일이다.

제13조 중외 공동제작 드라마(TV 애니메이션 포함)는 제작이 끝난 후 성급 방송행정 부처의 심사를 받아야 한다.

제17조 중외 합작제작 방식으로 중화민족의 우수한 전통과 인류문명을 반영하는 드라마, 중국의 애니메이션 브랜드 육성에 유리한 TV애니메이션의 제작을 권장한다.

중외 합작제작 드라마(TV 애니메이션 포함)는 다음과 같은 내용이 있어서는 안된다:

(1) 국가헌법에서 확정한 기본원칙에 위배

부 록 I

(2) 중국의 국가 통일, 주권, 영토의 완전성 위협

(3) 중국의 국가기밀 유출, 국가안전 위협, 명예와 이익 훼손

(4) 중국의 민족분열, 민족간 적대감, 민족 차별시 선동; 민족단결 파괴, 민족의 풍속 습관 침해

(5) 미신, 사이비종교 선전

(6) 사회질서 교란, 사회안정 위협

(7) 음란, 도박, 폭력, 범죄 선동

(8) 타인을 비방, 모욕하거나 타인의 합법적 권익 침해

(9) 사회 공중도덕 위배, 민족의 우수한 문화전통 모독

(10) 중국의 법제도와 규정을 위반하는 기타 내용

제18조 중국적인 특색을 주제로 다룬 중외 공동제작 TV애니메이션은 중국 국산 TV 애니메이션으로 하여 방송이 가능하다.

第二条

本规定适用于境内广播电视节目制作机构（以下称中方）与外国法人及自然人（以下称外方）合作制作电视剧（含电视动画片）的活动。

第三条

国家广播电视总局（以下称广电总局）负责全国中外合作制作电视剧（含电视动画片）的管理工作，对境外合作方、数量和中外联合制作电视剧（含电视动画片）题材实施调控。

省级广播电视行政部门负责本行政区域内中外合作制作电视剧（含电视动画片）的具体管理工作。

第四条 国家对中外合作制作电视剧（含电视动画片）实行许可制度。

未经批准，不得从事中外合作制作电视剧（含电视动画片）活动；未经审查通过的中外合作制作电视剧（含电视动画片）完成片，不得发行和播出。

第五条 中外合作制作电视剧可以采取下列形式：

（一）联合制作，系指中方与外方共同投资、共派主创人员、共同分享利益及共同承担风险的电视剧（含电视动画片）制作方式；

（二）协作制作，系指由外方出资并提供主创人员，在境内拍摄全部或部分外景，中方提供劳务或设备、器材、场地予以协助的电视剧制作方式；

（三）委托制作，系指外方出资，委托中方在境内制作的电视剧制作方式。

第六条 申请中外联合制作电视剧立项，应符合下列条件：

（一）中方机构须持有《电视剧制作许可证（甲种）》；

（二）中方机构应对联合制作的电视剧向广电总局同时申报合拍电视剧题材规划；

（三）双方共同投资，包括以货币直接投资，或以劳务、实物、广告时间等折价作为投资；

（四）前期创意、剧本写作等主要创作要素由双方共同确定；

(五) 共派创作人员、技术人员参与全程摄制。电视剧主创人员(编剧、制片人、导演、主要演员)中,中方人员不得少于1/3;

(六) 电视剧的国内外版权归中方及外方共同所有。

第八条 申请中外联合制作电视动画片立项,应符合下列条件:

- (一) 中方机构须持有《广播电视节目制作经营许可证》;
- (二) 中方机构应对联合制作的电视动画片向广电总局同时申报合拍电视动画片题材规划;
- (三) 双方共同投资,包括以货币直接投资,或以劳务、实物、广告时间等折价作为投资;
- (四) 前期创意、剧本写作等主要创作要素由双方共同确定;
- (五) 电视动画片的国内外版权归中方及外方共同所有。

第十二条

广电总局在正式受理中外合作制作电视剧(含电视动画片)申请后,应当在法定期限内作出是否准予拍摄的决定。其中中外联合制作电视剧(含电视动画片)的审查时间为50日(含专家评审时间30日);中外协作制作、委托制作的电视剧(含电视动画片)的审查时间为20日。符合条件的,由广电总局作出准予拍摄的批复;不符合条件的,应当书面通知申请人并说明理由。

第十三条

中外联合制作电视剧(含电视动画片)完成后,应当按照本规定第十一条规定的程序报省级以上广播电视行政部门审查。

第十七条

国家鼓励中外合作制作体现中华民族优良传统和人类文明进步内容的电视剧,鼓励中外合作制作旨在塑造中国动画品牌形象的电视动画片。

中外合作制作的电视剧(含电视动画片)中不得含有下列内容:

- (一) 反对宪法确定的基本原则的;
- (二) 危害国家统一、主权和领土完整的;
- (三) 泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的;
- (四) 煽动民族仇恨、民族歧视,破坏民族团结,或者侵害民族风俗、习惯的;
- (五) 宣扬邪教、迷信的;
- (六) 扰乱社会秩序,破坏社会稳定的;
- (七) 宣扬淫秽、赌博、暴力或者教唆犯罪的;
- (八) 侮辱或者诽谤他人,侵害他人合法权益的;
- (九) 危害社会公德或者民族优秀文化传统的;
- (十) 有法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容的。

第十八条

凡以中国特色为表现主题的中外联合制作的电视动画片,可视同国产电视动画片播出。

## □ 해외위성TV채널 수신 관리방법(境外衛星電視頻道落地管理辦法)

'해외위성TV채널 수신 관리방법'은 해외 위성 TV채널의 중국내 수신 규제를 강화하게 위해 2004년 6월 18일 발표돼 2004년 8월 1일부터 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 관련 조항은 다음과 같다:

## 부 록 I

제2조 국가광전총국은 해외 위성 TV채널 수신 관리부처이며 해외 위성 TV채널 수신에 대해 심사허가제를 실시한다.

제3조 국가광전총국의 승인을 받은 후, 3성급 이상 외국인 투숙이 가능한 호텔, 외국인 전용 오피스텔/아파트 등 규정된 범위 및 기타 특정 범위에서만 해외 위성 TV채널 수신이 가능하다.

### 제4조 해외 위성 TV채널 수신 신청 자격요건

- (1) 방송내용은 중국의 법제도 및 규정에 위반되지 않아야 한다.
- (2) 자국(지역)에서 합법적으로 설립, 운영되는 TV미디어여야 한다.
- (3) 중국 방송사업자와 원원 협력할 수 있는 종합경쟁력을 갖추고 있고, 중국 방송 프로그램의 해외 수신을 약속하고 또 이에 적극 협조해야 한다.
- (4) 수신신청을 하는 채널 및 그 채널과 직접 연계된 기관은 중국에 대해 우호적이어야 하며 중국과 방송분야에서 장기적인 교류 및 협력을 해온 곳이어야 한다.
- (5) 국가광전총국에서 지정한 기구(‘지정기구’라 약칭)를 통해 프로그램을 일괄 전송하는데 동의하고, 기타 루트를 통해 중국 국내에 송신하지 않을 것을 약속해야 한다.
- (6) 지정기구에서 중국 국내 수신에 관한 모든 사안을 독점대행하는데 동의하고 이를 위탁해야 한다.

제5조 국가광전총국은 매년 한번씩 해외 위성 TV채널 수신신청을 접수처리하며, 매회 유효기간은 1년, 일반적으로 매년 7월부터 9월 사이에 접수 처리한다.

제6조 원칙상 해외 방송기구 1개사당 1개 채널만 허가하며, 뉴스類 해외 위성 TV채널의 중국 국내 수신, 중국내 방송기구와 기타 유관부처·단체·기업·개인이 해외에서 설립 또는 공동 설립한 위성TV채널의 중국 국내 수신은 허용하지 않는다. 특별한 상황인 경우, 국가광전총국의 특별허가를 받아야 한다.

제12조 수신 허가를 받은 해외 위성 TV채널은 다음 내용이 들어 있는 프로그램을 방송할 수 없다.

- (1) 중국의 국가 통일, 주권, 영토의 완전성 위협
- (2) 중국의 국가안전 위협, 명예와 이익 훼손, 국가기밀 유출
- (3) 중국의 민족분열, 민족간 적대감, 민족 차별시 선동; 민족단결 파괴, 민족의 풍속 습관 침해
- (4) 중국의 사회안정 위협; 음란, 폭력, 미신, 사이비종교 선전; 범죄 선동
- (5) 타인을 비방, 모욕하거나 타인의 합법적 권인 침해
- (6) 중국의 사회 공중도덕 위배, 중화민족의 우수한 문화전통 모독
- (7) 중국의 법제도와 규정을 위반하는 기타 내용

第二条

国家广播电影电视总局（以下简称广电总局）负责对境外卫星电视频道落地实行归口管理，对境外卫星电视频道落地实行审批制度。

第三条

经广电总局批准，境外卫星电视频道可以在三星级以上涉外宾馆饭店、专供境外人士办公居住的涉外公寓等规定的范围及其他特定的范围落地。

第四条 申请落地的境外卫星电视频道，应具备下列条件：

- （一）所播放的内容不违反中国法律、法规、规章的规定；
- （二）在本国（地区）为合法电视媒体；
- （三）具备与中国广播电视互利互惠合作的综合实力，承诺并积极协助中国广播电视节目在境外落地；
- （四）申请落地的频道及其直接相关机构对中国友好，与中国有长期友好的广播电视交流与合作；
- （五）同意通过广电总局指定的机构（以下简称指定机构）统一向传送其频道节目，承诺不通过其他途径在中国境内落地；
- （六）同意并委托指定机构独家代理其在中国境内落地的所有相关事宜。

第五条

广电总局每年审批一次境外卫星电视频道落地申请，每次有效期限一年，一般在每年七月至九月办理。

第六条

对于一个境外广播电视机构，原则上只批准其所属的一个卫星电视频道在规定的范围内落地；原则上不批准新闻类境外卫星电视频道在境内落地；不批准境内广播电视机构及其他有关

## 부 록 I

部门、团体、企业、个人在境外开办、合办的卫星电视频道在境内落地,特殊情况,须报广电总局特殊批准.

第十二条 经批准落地的境外卫星电视频道,禁止播放载有下列内容的节目:

- (一) 危害中国国家统一、主权和领土完整的;
- (二) 危害中国国家安全,损害中国荣誉和利益,泄露中国国家秘密的;
- (三) 煽动中国民族分裂、民族仇恨、民族歧视,破坏中国民族团结,侵害中国民族风俗习惯的;
- (四) 危害中国社会稳定,宣扬淫秽、暴力、迷信、邪教,教唆犯罪的;
- (五) 诽谤、侮辱他人,侵犯他人合法权益的;
- (六) 危害中国社会公德,诋毁中华民族优秀传统文化的;
- (七) 其他违反中国法律、法规、规章规定的.

### □ 인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정(互联网视听节目服务管理规定)

‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정’은 중국인의 인터넷 노출이 증가하는 가운데 인터넷 검열을 강화하고 시청각 프로그램 서비스 규제를 강화하게 위해 2007년 12월 20일 발표돼 2008년 1월 31일부터 시행됐다. 그 중 방송콘텐츠 및 뉴미디어 관련 조항은 다음과 같다:

제3조. 국가광전총국은 인터넷 시청각 프로그램 서비스 산업의 주무부처로 서비스 관리감독을 담당하고 산업발전, 산업관리, 콘텐츠 구축, 보안 모니터링을 총괄한다. 공업신식화부는 인터넷 산업 주무부처로 통신산업 규제 기능에 따라 인터넷 시청 프로그램 서비스에 상응하는 관리감독을 실시한다.

지방의 방송 주무부처와 통신 주무부처는 각자 소관업무별로 현지 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자와 접속 서비스에 상응하는 관리감독을 실시한다.

제7조. 인터넷 시청각 프로그램 서비스에 종사하는 경우, 국가광전총국으로부터 ‘정보망 전파 시청각 프로그램 허가증’을 획득하거나 등록수속을 해야 한다.

제8조. 인터넷 시청각 프로그램 서비스 신청자는 법인자격을 갖춘 국유독자 또는 국유 지배기업이어야 한다.

제9조. 방송국 형태의 서비스와 시사정치 뉴스 서비스에 종사하는 경우, ‘라디오TV 방송기구 허가증(广播电视播出机构许可证)’ 또는 ‘인터넷 뉴스 정보 서비스 허가증(互联网新闻信息服务许可证)’ 이 추가로 필요하다.

사회(MC), 인터뷰, 보도類 시청각 프로그램 서비스에 종사하는 경우 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증(广播电视节目制作经营许可证)’ 과 ‘인터넷 뉴스 정보 서비스 허가증(和互联网新闻信息服务许可证)’ 이 추가로 필요하다. 자체로 인터넷 드라마類 서비스를 제작·운영하는 경우 ‘방송 프로그램 제작경영 허가증’ 이 추가로 필요하다.

제15조. 국유 전략투자자가 인터넷 시청각 프로그램 서비스 기업에 투자하는 것을 권장한다. 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자가 차세대 인터넷 및 이동통신 특징에 맞는 신규서비스를 적극 개발하여 모바일 멀티미디어, 멀티미디어 사이트를 위해 건전한 시청각 프로그램을 제작하는 것을 권장한다. 영화방송 제작기와 TV 프로그램 제작자들이 인터넷 전파에 적합한 영화와 드라마, 오락 프로그램을 제작하는 것을 권장한다.

### 第三条.

国务院广播电影电视主管部门作为互联网视听节目服务的行业主管部门，负责对互联网视听节目服务实施监督管理，统筹互联网视听节目服务的产业发展、行业管理、内容建设和安全监管。国务院信息产业主管部门作为互联网行业主管部门，依据电信行业管理职责对互联网视听节目服务实施相应的监督管理。

地方人民政府广播电影电视主管部门和地方电信管理机构依据各自职责对本行政区域内的互联网视听节目服务单位及接入服务实施相应的监督管理。

### 第七条

从事互联网视听节目服务，应当依照本规定取得广播电影电视主管部门颁发的《信息网络传播视听节目许可证》（以下简称《许可证》）或履行备案手续。

第八条 申请从事互联网视听节目服务的，应当同时具备以下条件：

- (一) 具备法人资格，为国有独资或国有控股单位，且在申请之日前三年内无违法违规记录；

### 第九条

从事广播电台、电视台形态服务和时政类视听新闻服务的，除符合本规定第八条规定外，还应当持有广播电视播出机构许可证或互联网新闻信息服务许可证。

从事主持、访谈、报道类视听服务的，除符合本规定第八条规定外，还应当持有广播电视节目制作经营许可证和互联网新闻信息服务许可证；从事自办网络剧（片）类服务的，还应当

## 부 록 I

持有广播电视节目制作经营许可证.

### 第十五条

鼓励国有战略投资者投资互联网视听节目服务企业；鼓励互联网视听节目服务单位积极开发适应新一代互联网和移动通信特点的新业务，为移动多媒体、多媒体网站生产积极健康的视听节目，努力提高互联网视听节目的供给能力；鼓励影视生产基地、电视节目制作单位多生产适合在网上传播的影视剧（片）、娱乐节目，积极发展民族网络影视产业；鼓励互联网视听节目服务单位传播公益性视听节目。

## □ 3망융합 시범지역 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼 구축 관련 문제에 관한 통지 (广电总局关于三网融合试点地区IPTV集成控制平台建设有关问题的通知)

'3망융합 시범지역 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼 구축 관련 문제에 관한 통지'는 방통융합 과정에서 방송사업자와 통신사업자의 역할을 명확히 하기 위해 제정되었고 2010년 7월 발표됐다. 그 중 방송콘텐츠 및 뉴미디어 관련 조항은 다음과 같다:

### 2. IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 중앙급과 지방급 2등급 구조를 이룬다.

중앙급 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 CCTV에서 구축하고 시범지역의 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 CCTV와 지방 TV방송국이 함께 구축한다. 중앙급 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼의 라이선스는 CCTV에서 신청하고 지방 IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼의 라이선스를 지방 TV방송국에서 신청한다.

IPTV 통합편성·방송제어 플랫폼은 전국적으로 일괄 기획, 표준화 및 관리를 하는 방식을 취한다.

### 二. IPTV集成播控平台建设实行全国统一规划、统一标准、统一组织、统一管理

IPTV集成播控平台实行两级构架（《IPTV集成播控平台构架示意图》见附件）。中央设立IPTV集成播控总平台，由中央电视台组织建设；中央电视台与地方电视台根据试点地区的实际情况，组成联合体，形成合力，联合建立试点地区IPTV集成播控分平台。IPTV集成播控总平台牌照由中央电视台申请，IPTV集成播控分平台牌照由地方电视台申请。

## □ TV를 수신단말기로 하는 인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리 강화에 관한 통지 (广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知)

'TV를 수신단말기로 하는 인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리 강화에 관한 통지'는 인터넷TV를 이용한 인터넷 시청각 서비스의 관리를 강화하기 위해 2009년 8월 11일 발표됐다. 그 중 방송콘텐츠 및 뉴미디어 관련 조항은 다음과 같다:

1. TV 수신기 또는 셋톱박스 등의 전자제품에 인터넷을 연결하여 TV 시청자들에게 시청각 프로그램을 제공하는 경우, '인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리방법' 과 '인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법' 에 근거하여 TV를 수신단말기로 하는 시청각 프로그램 통합운영 서비스를 제공할 수 있는 '정보망 전파 시청각 프로그램 허가증(信息網絡傳播視聽節目許可證)' 을 획득해야 한다.

3. 인터넷 등 정보망을 통해 TV 수신단말기에 전파하는 시청각 프로그램은 '방송관리 조례(廣播電視管理條例)', '인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정(互聯網視聽節目服務管理規定)', '인터넷 등 정보망 전파 시청각 프로그램 관리방법(互聯網等信息網絡傳播視聽節目管理辦法)', '인터넷 시청각 프로그램 콘텐츠 관리 강화에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知)'의 규정에 부합되어야 한다. 전파하는 영화와 드라마는 방송영화 행정부처로부터 '영화 개봉 허가증', '드라마 배급 허가증' 또는 'TV 애니메이션 배급 허가증' 을 획득한 것이어야 한다. 전파하는 이론 문헌 영화 TV방송물은 방송영화 행정부처로부터 '이론문헌 영화 TV방송물 상영 허가증(理論文獻影視片播映許可證)' 을 획득한 것이어야 한다.

一.通过互联网连接电视机或机顶盒等电子产品,向电视机终端用户提供视听节目服务,应当按照《互联网视听节目服务管理规定》(广电总局、信息产业部令第56号)、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》(广电总局令第39号)的有关规定,取得“以电视机为接收终端的视听节目集成运营服务”的《信息网络传播视听节目许可证》.

三.通过互联网等信息网络向电视机终端用户传播的视听节目,应当符合《广播电视管理条例》、《互联网视听节目服务管理规定》、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》及《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》的有关规定。传播的影视剧应依法取得广播影视行

政部门颁发的《电影片公映许可证》、《电视剧发行许可证》或《电视动画片发行许可证》；传播的文献影视作品须依法取得广播影视行政部门颁发的《理论文献影视作品播映许可证》。

## □ 인터넷 TV 라이선스 보유기관 운영 관리요구(持有互联网电视牌照机构运营管理要求)

'인터넷 TV 라이선스 보유기관 운영 관리요구'는 라이선스제도를 강화하고 인터넷TV를 이용한 시청각 서비스에 대한 관리를 강화하기 위해 2011년 10월 28일 발표됐다. 그 중 방송콘텐츠 및 뉴미디어 관련 조항은 다음과 같다.

### 一. 인터넷 TV 통합 서비스 관리요구

2. 인터넷TV 통합플랫폼은 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 콘텐츠 서비스 사업자가 설립한 합법적인 콘텐츠 서비스 플랫폼과 상호연결을 해야 한다.

4. 인터넷TV 통합플랫폼은 공공인터넷 상의 인터넷 사이트와 상호 연결할 수 없으며, 공공인터넷 상의 콘텐츠를 직접 사용자에게 제공할 수 없다.

### 二. 인터넷TV 콘텐츠 서비스 관리요구

1. 인터넷TV 콘텐츠 서비스 사업자가 설립한 합법적인 콘텐츠 서비스 플랫폼은 국가 광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 통합플랫폼과 상호 연결해야 하고 불법 통합플랫폼에 연결해서는 안된다. 콘텐츠 서비스 플랫폼은 공공인터넷 상의 사이트와 상호연결해서는 안된다.

2. 인터넷TV 콘텐츠 서비스 중에서 뉴스 프로그램 VOD 서비스는 방송기관 만이 제공할 수 있고, 영화와 드라마 VOD 서비스와 이미지/문자 정보서비스는 방송기관과 판권 소유기관이 협력하는 방식으로 제공할 수 있다.

5. 현 단계에서 인터넷TV 콘텐츠 서비스는 VOD와 이미지/문자 정보서비스 위주로 제공하며 생방송 서비스는 제공할 수 없다.

一、互联网电视集成业务管理要求

2.互联网电视集成平台只能选择连接广电总局批准的互联网电视内容服务机构设立的合法内容服务平台,在提供接入服务前,互联网电视集成机构应对互联网电视内容服务平台的合法性进行审核检查.

4.互联网电视集成平台不能与设立在公共互联网上的网站进行相互链接,不能将公共互联网上的内容直接提供给用户.

二、互联网电视内容服务管理要求

1.互联网电视内容服务平台只能接入到总局批准设立的互联网电视集成平台上,不能接入非法集成平台。同时,内容服务平台不能与设立在公共互联网上的网站进行相互链接.

2.互联网电视内容服务中,新闻节目点播服务仅由广播电视播出机构开办,影视剧点播服务和图文信息服务可以由广播电视播出机构与拥有版权资源的机构合作开展.

5.目前阶段、互联网电视内容服务以向用户提供视频点播和图文信息服务为主,暂不开展广播电视节目直播类服务.

## 부 록II 중국 방송콘텐츠 동향 (4월~11월)

### 4월호

#### CHINA MEDIA TREND [중국 방송콘텐츠 동향]



#### 1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
HOT(최근 인기작품)  
교양 프로그램 '백가강단'

#### 2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 천수(陈数)  
탤런트 겸 영화배우 황레이(黄磊)  
감독 왕전(汪俊)

#### 3. KEY PLAYER

HUACE FILM & TV(华策影视)

#### 4. MEDIA TREND

YOUKU-TUDOU 합병과 파급효과

#### 5. MEDIA POLICY

황금시간대 해외드라마 방영 금지 및 파급효과

#### 6. PREFERENCE

2010년 성(省)급 위성채널 드라마 시청률

#### 7. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.  
 감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고  
 흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

4월 10일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 1996년에 방영됐던 '儿女情长(자녀의 정은 깊어)'의 후속작인 '儿女情更长(자녀의 정은 더욱 깊어)'을 방영 중이다. 황금시간대에 다수의 위성채널에서 공동 첫 방영을 하고 있는 드라마로는 사극 '后宫·甄嬛传(후궁 견환전)', 첩보 드라마 '密使(밀사)'와 '火流星(화류성)'이 있다.

최근 황금시간대에 방영되는 드라마의 특징 중 하나는 인터넷 인기소설을 각색한 작품이 많다는 것이다. 사극 '后宫·甄嬛传(후궁 견환전)'과 '倾世皇妃(경세황비)'는 모두 네티즌들에게 큰 인기를 누렸던 동명소설을 바탕으로 만든 것이며 '我是特种兵(나는 특수부대원)'은 인터넷 소설 '最后一颗子弹留给我(마지막 탄알은 나에게 남겨 달라)'를 각색한 것이고 'AA制生活(터치페이 라이프)'도 인터넷에서 처음 발표된 'AA制婚姻(터치페이 결혼)'이 원작이다.

위성채널 중에서 중경위성TV의 변화가 가장 크다. 중경시는 사회기강을 바로잡는다는 명분아래 2011년 3월부터 중경위성TV에서 상업광고를 중단하고 황금시간대에 드라마를 방영하지 못하도록 했으나, 올해 보시라이(薄熙来) 前 중경시 당서기가 해임된 후 3월 26일 저녁부터 황금시간대 드라마 방영을 재개했다.



后宮·甄嬛传  
(후궁 견환전)

총 76회로 구성된 정통사극 '后宮·甄嬛전(후궁 견환전)'은 류렌즈(流澌紫) 원작의 인터넷 인기소설을 각색한 것이다. 북경TV예술센터(北京电视艺术中心)에서 제작하고 명감독 정샤오룽(郑晓龙)이 메가폰을 잡았으며 쑤리(孙俪), 천젠빈(陈建斌), 차이사오편(蔡少芬) 등 연기파 배우들이 주연을 맡았다. 견환이 후궁이 되며 벌어지는 청나라 옹정황제(雍正皇帝) 시대 궁중 암투를 그린 드라마이다. 2011년 11월 17일 첫 방영된 후 높은 시청률을 올렸고 2012년 3월 26일부터 동방위성TV와 안휘위성TV에서 동시 방영되고 있다.



AA制生活  
(더치페이 라이프)

호남위성TV에서 방영 중인 'AA制生活(더치페이 라이프)'는 인터넷 인기소설 'AA制婚姻(더치페이 결혼)'을 각색한 작품이다. 두 쌍의 80후(1980년대 이후에 출생한 중국 신세대) 부부가 결혼 후 더치페이를 하면서 부딪치는 문제들과 양가 부모 간의 갈등 그리고 이러한 문제를 해결해가면서 신세대 부부들이 더욱 성숙해가는 모습을 그렸다.



儿女情更长  
(자녀 정은 더욱 깊어)

2012년 3월 27일부터 CCTV1에서 방영 중이다. 1996년에 CCTV1에서 방영됐던 '儿女情长(자녀의 정은 깊어)'의 후속작이다. 전작에 출연했던 시메이취안(奚美娟), 우몐(吴冕), 장즈화(张芝华) 등 상해 출신 배우들이 15년 만에 다시 만나 만든 작품으로 상해 서민 가정의 형제애를 그렸다.



医者仁心  
(의자인심)

중국 최초의 병원 드라마로 2010년에 CCTV8에서 인기리에 방영된 적이 있다. CCTV 산하 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心)가 2009년 12월 중국드라마제작센터유한책임공사(中国电视剧制作中心有限责任公司)로 기업화된 후 제작한 첫 드라마이다. 중국드라마제작센터유한책임공사, 중경시 당 선전부(中共重庆市委宣传部), 중경시 위생국(重庆市卫生局), 중국 위생부 홍보센터(卫生部新闻宣传中心)에서 공동제작했고 제28기 '비천상(飞天奖)' 장편 드라마 부문 대상을 수상했다.

〈표 1〉 4.1-4.10 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
儿女情更长	沈星浩	奚美娟, 吴冕, 张芝华	李云良	上海电影集团, 深圳影视广播集团, 上海象文化传媒有限公司 上海智尊影视文化传播 有限公司	가족	CCTV1
皇粮胡同九号	李木戈	邵峰, 许晴, 殷桃, 陆毅	朱绍宾, 梁丽华, 郭涛, 柴靖杰	北京乐稻世纪文化传 媒有限公司	추리/스릴 러	CCTV8
谁来伺候妈	余淳	彭玉, 李崇霄, 邵峰, 范雷, 孙俪,	王志军	北京东仑国际文化传 媒有限公司	가족	북경위성
后宫甄嬛传	郑晓龙	陈建斌, 蔡少芬, 李东学, 李小璐,	流潋紫, 王小平	北京电视艺术中心	사극	동방위성 안휘위성
AA制生活	赵晨阳	任重, 马苏, 曹炳琨	赵晨阳	冠亚文化传媒有限公司	가족/멜로	호남위성
密使	卢伦常, 潘越	于震, 陈紫函	张成功	北京大唐辉煌影业投 资有限公司, 东阳大影视传媒有限公司	첩보/전쟁	산둥위성 귀주위성 절강위성
火流星	陈浩威	王挺 李强 孙淳	赵颖	史联文, 孙天源, 付英天	첩보/전쟁	요녕위성 운남위성 강소위성 흑룡강위성
倾世皇妃	梁辛全, 林峰	林心如, 霍建华, 严宽, 惠英红	张英俊, 邵思涵	湖南广播电视台, 林心如工作室	사극	광서위성
前妻的车站	斗琪	江珊 周小斌	南西, 王宁	北京华风气象影视信 息集团公司, 北京儒意欣欣影业投 资有限公司	가족/멜로	사천위성
我是特种兵	刘猛	侯勇, 谷智鑫, 王奎荣, 任天野	刘猛	北京小马奔腾影视文 化发展有限公司 南京军区政治部前线 文工团	군사	호북위성

부록 II

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
明珠游龙	田少波	宋洋, 杨净如, 刘淼淼	徐远	北京东方飞云国际影 视公司	사극	강서위성
娘	曲丽君	斯琴高娃 宋春丽	曲丽君	广东南方广播影视传 媒集团, 大连神舟影视文化传 媒有限公司, 北京华盛金榜国际传 媒有限公司, 广东雅信文化传播公 司	시대극	내몽고 위성
天涯赤子心	陈朱煌	寇世勋, 冯绍峰, 隋俊波, 岳虹	陈朱煌	福建世纪长龙影视文 化发展公司	멜로	산서위성
吃亏是福	何群	赵毅, 姚芊羽, 冯雷, 柏寒	孙艳华	北京华录百纳影视股 份有限公司	가족	섬서위성
飞虎神鹰	钱雁秋	张子健, 梁冠华, 曲栅栅	钱雁秋	东阳青雨影视文化股 份有限公司	첩보	길림위성
医者仁心	傅东育	尤勇, 谢君豪, 潘虹, 陈瑾	徐萌	中国电视剧制作中心 有限责任公司, 中共重庆市委宣传部, 卫生部新闻宣传中心, 重庆市卫生局	병원	중경위성
樱桃	王振宏	宋小宝, 沈春阳, 赵本山, 小沈阳	李景宽, 李晨雨	黑龙江电视台, 本山传媒	농촌	천진위성
天生无才	成志超	刘庭羽 欧阳震华 魏俊杰王翔 弘	吴国珊	-	사극/코믹	동남위성
绝恋	张元龙	郑卫莉 谢兰 牛犇	张元龙	-	멜로	하남위성

자료: 건흥리서치 정리

## HOT 3월의 히트작 : 夫妻那些事(부부 간의 일들)



사극 방영 제한<sup>1)</sup> 조치가 내려지고 첩보 드라마와 민국(民国)을 배경으로 한 시대극이 식상한 스토리 전개로 시청자들의 외면을 받고 있는 가운데, 최근에 가정 윤리를 소재로 한 드라마 편성이 늘고 있다. CSM Media Research(央视索福瑞)에서 42개 도시를 대상으로 한 시청률 조사에서 덩크족 부부의 애환과 고민을 다룬 '夫妻那些事(부부 간의 일들)'이 시청률 1위를 기록했다.

'夫妻那些事(부부 간의 일들)'은 Huayi Bros. Media(华谊兄弟)에서 제작한 드라마로 왕권(汪俊)이 감독을 맡고 연기와 배우 황레이(黄磊)와 천수(陈数)가 주연을 맡았다. 덩크족 외에도 중년의 위기, 독거노인, 고부갈등, 외도 등 소재를 적절하게 섞어 시청자들의 흥미를 유발했다.

호남위성TV에서 처음 방영됐고 평균 시청률 1.84로 전국 1위를 차지했다. 3월 13일 시청률은 2.533%, 시청자 점유율은 6.44%에 이르러 2012년 호남위성TV 독점방영극장(金芒果独播剧场)의 신기록을 갱신했다. 이날 시청률은 최근 수년간 황금시간대에 위성채널에서 방영된 드라마의 1일 시청률 중에서도 최고의 기록이다.

3월 16일부터 '夫妻(부부)'라는 이름으로 CCTV8 채널에서 1일 5회씩 방영되었으며 같은 기간 CCTV1 채널에서 방영된 '向东是大海(동쪽은 바다)'와 호남위성TV 독점방영극장에서 방영된 '守望的天空(지켜보는 하늘)'을 제치고 1위를 지켰다.

Sina(新浪), Sohu(搜狐), Tencent(腾讯), Qiyi(奇艺), Youku(优酷) 등 인터넷 미디어에서도 높은 시청률을 올렸고 1일 방영 횟수는 최고 6,000만 회 이상, 총 방영 횟수는 6억 7,000회를 넘었다.

1) 2011년에 황궁 드라마와 시공초월 사극의 시청률이 높았으나, 내용이 비슷하고 투자가 많이 들며 방송사 간 경쟁이 치열해 시장질서를 혼란시킨다는 이유로 국가광전총국은 2012년에 황궁 드라마 방영 제한조치를 내놓았음

부록 II



<표 2> '夫妻那些事(부부 간의 일들)' 42개 도시 시청률

일자	시청률	시청자 점유율	동일 시간대 순위
2.23	1.09	2.72	6
2.24	1.017	2.55	5
2.25	1.068	2.69	4
2.26	0.965	2.30	6
2.27	1.091	2.65	5
2.28	1.442	3.50	2
2.29	1.41	3.44	4
3.1	1.408	3.45	2
3.2	1.307	3.28	5
3.3	1.439	3.63	4
3.4	1.325	3.24	5
3.5	1.617	4.02	2
3.6	1.68	4.15	2
3.7	1.657	4.05	3
3.8	1.717	4.26	4
3.9	1.782	4.60	1
3.10	1.707	4.45	2
3.11	1.889	4.65	1
3.12	2.366	5.95	1
3.13	2.533	6.44	1
3.14	2.343	6.12	1
평균 시청률	1.564		

주) 조사대상: 42개 도, 순위: 성급 위성채널 동일 시간대 순위(CCTV 제외), 기간: 2012.2.23.-3.14 19:30-21:20  
 자료: CSM Media Research

## 교양 프로그램 ‘백가강단(百家講壇)’



‘백가강단(百家講壇)’은 중국 국영방송 CCTV의 과학교양 전문채널인 CCTV-10에서 가장 대표적인 교양 프로그램이라 할 수 있다.

‘고급지식의 대중화’를 모토로 기획된 ‘백가강단’은 2001년 7월 9일 과학교양 전문채널 개국과 동시에 방송을 시작했다. 지금은 월요일부터 일요일까지 매일 점심 12시 20분에 38분 분량으로 방영되고 있다.

과학교양 전문채널은 공익채널로 초기에는 프로그램 제작진에 시청률 같은 것을 요구하지 않았다. ‘백가강단’은 초기에 과학, 음식, 주거, 보건 등 다양한 내용을 다뤘으나 학술적인 성격이 짙어 시청자들이 외면했다. 이 프로그램이 인기를 누리기까지는 근 3년의 시간이 걸렸다.

2003년에 CCTV에서 시청률이 낮은 프로그램을 퇴출시키는 제도를 도입한 후, 퇴출 위기를 모면하기 위한 노력이 시작됐다. 제작진은 청나라 사극이 인기를 누리고 있는 점을 감안, 청나라 역사 전문가를 섭외하고 시청자들의 흥미를 끌기 위해 역사적 사실에 의혹을 제기하고 중간중간 긴장감이 고조시키며 그 의혹의 실마리를 풀어가는 전개방식을 취했다.

이렇게 기획된 것이 바로 2004년 5월 방영된 ‘12명의 청나라 황제를 둘러싼 미스터리(清十二帝疑案)’이다. 청나라 역사 전문가인 연충넨(閻崇年) 북경시 사회과학원 연구원은 청나라 역사에 대한 해박한 지식과 구수한 입담으로 시청자들을 TV 앞으로 끌어들이고 ‘백가강단’은 CCTV10 채널 개국이래 최고의 시청률을 기록하게 됐다.

그 후 ‘백가강단’은 중국의 역사, 문화, 문화재 등 내용을 중심으로 프로그램을 편성하고 이충텐(易中天), 위단(于丹) 등 스타 강사들을 전면에 내세우며 선풍적인 인기를 끌었다. 2006년에는 CCTV 우수 프로그램 순위에서 간판 프로그램인 저녁 7시 뉴스 ‘신문연파(新聞聯播)’에 이어 2위를 차지했다.

2009년에는 북경시의 한 입시학원의 젊은 강사인 위안텡페이(袁騰飛)를 초청해 ‘양송 풍운(兩宋風雲)’을 강연했고 위안텡페이는 만담(相聲) 수준의 코믹함으로 ‘백가강단’

부록 II

자체 최고 시청률을 경신하는 공을 세웠다. 유명 학자나 교수 뿐만 아니라 인터넷에서 폭발적인 인기를 얻고 있는 강사도 ‘백가강단’에 초청하는 전략이 주효한 것이다.

PD 완웨이(万卫)는 ▷ 흥미로운 소재와 긴장감 있는 스토리 전개 ▷그림, 자막, 영상 자료의 적절한 활용 ▷ 학술수준이 높고 표현력이 있으며 인격적인 매력을 갖춘 강사 섭외 ▷ 시청자들의 학력에 상관없이 모두 쉽게 이해할 수 있는 내용 ▷ 평서(評書)나 만담과 비슷한 강연 방식이 ‘백가강단’이 성공한 비결이라고 꼽는다. 학술적 권위성을 유지하면서 오락성을 가미하는 제작방침이 시청자들에게 어필한 것이다.

‘백가강단’에 한번 출연해 인기를 모은 강사들은 연예인 못지않은 인기를 누리고 있다. 방송물을 바탕으로 한 DVD, 도서 등 파생상품 개발도 활발하게 이뤄졌다. 이중텐, 위단, 위안팅페이, 칹스창(曾仕強) 등 스타강사들이 강연 내용을 정리하여 펴쳐낸 책들은 모두 베스트셀러에 올랐다. 그 중 위단의 ‘논어심득(論語心得)’은 2009년 말까지 500만 권 이상이 팔린 것으로 조사됐다.

<표 3> 인문계열 베스트셀러에 오른 ‘백가강단’ 관련 도서

시기	도서 명	베스트셀러 순위
2006	품삼국(品三國, 상)	1
	장자심득(莊子心得)	1
2007	품삼국(品三國, 하)	4
	논어심득(論語心得)	1
2008	장자심득(莊子心得)	3
	논어감오(論語感悟)	5
2009.12	역사란 무엇인가(曆史是個什麼玩意兒)	2
	역경의 오묘함(易經的奧秘)	6



## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 천수(陈数)



1977년 3월 9일 호북성 황석시(湖北省黄石市)의 한 음악인 가정에서 태어났다. 북경무용학원 부속중학교에서 발레, 고전무용을 배웠고 졸업 후 동방가무단(东方歌舞团)에서 7년간 무용수로 활동했다. 그 후 중앙희극학원(中央戏剧学院)에서 4년간 연기공부를 했고 2001년에 졸업과 함께 중국국가연극원(中国国家话剧院)에 연극배우로 채용됐다.

다수의 드라마, 연극, 무용, 영화에 출연했으며 드라마 부문의 대표작으로는 '铁梨花(철이화)', '倾城之恋(경성지연)', '相思树(상사수)', '新上海滩(신상해탄)', '夫妻那点事(부부 간의 일들)' 등이 있다. '倾城之恋(경성지연)'에서 바이류쑤(白流苏) 역을 맡아 2009년 '서울 드라마 어워즈'에서 여자 연기자상 후보에 올랐다. 2008년에 연극 '日出(일출)'에서 천바이루(陈白露) 역을 잘 소화해내며 연극배우로서 입지를 탄탄히 했다. 조연을 맡은 영화로는 '声震长空(성진장공)', '建国大业(건국대업)'이 있다.

민국(民国)을 배경으로 한 시대극에 자주 등장하며 '중국에서 치파오(旗袍)를 입은 모습이 가장 아름다운 여배우'로 불리고 있다. 2011년 9월 중국의 유명한 피아니스트인 자오인인(赵胤胤)과 결혼했다.



이달의 배우 - 황레이(黄磊)



1971년 12월 6일 강서성 남창시(江西省南昌)에서 출생했다. 북경영화학원(北京电影学院) 석사 과정을 졸업한 후 지금까지 북경영화학원 연기학과 강사로 근무하고 있다.

대표작으로는 드라마 '橘子红了(귤이 붉었다)', '似水年华(세월은 물과 같이)', '四世同堂(사세동당)', '人间四月天(인간사월천)', '婚姻保卫战(혼인보위전)', '夫妻那些事儿(부부간의 일들)' 등이 있다. 영화 '半生缘(반생연)', '夜奔(야분)', '建党伟业(건당위업)' 등에 출연했고 앨범도 여러장 발표했다.

'婚姻保卫战(혼인보위전)'에서 쉬샤오닝(许小宁) 역을 맡아 2011년 'Asia Rainbow TV Awards' 남자 코미디언 최우수상을 수상했다.

배우에서 감독으로 활동영역을 넓혀 드라마 '似水年华(세월은 물과 같이)'의 감독을 맡았고 2012년에는 단편영화 '老男人历险记之'喘不上气'(올드보이 모험기-숨이 가쁘다)'를 감독했다.

배우자 쉰리(孙莉)도 연기자로 활동하고 있으며 둘 사이에 딸을 하나 두고 있다.



이달의 감독 - 왕쥘(汪俊)

1983년에 해방군예술학원(解放军艺术学院) 희극학과를 졸업한 후 중국인민해방군 남



경군구 전선 연극단(南京军区前线话剧团)에서 근무했다. 1990년에 중앙희극학원(中央戏剧学院) 감독학과를 졸업하고 석사학위를 받았다. 1991년부터 중국인민해방군 총정치부 오페라단(总政歌剧团)에서 감독 직을 맡아오고 있으며 국가 1급 감독이다.

감독을 맡은 드라마로는 '若男和她的儿女们(뉘난과 그의 자녀들)'(1995년), '像雾像雨又像风(안개처럼, 비처럼, 바람처럼)'(2000년, 자아바오강[赵宝刚]과 공동감독), '浮华背后(부화배후)'(2002년), '别了, 温哥华(굿바이, 밴쿠버)'(2003년), '阳光像花一样绽放(꽃처럼 핀 햇살)'(2004년), '家(집)'(2007년), '四世同堂(사세동당)'(2009년), '苍穹之昴(창궁의 묘)'(2009년), '我的美丽人生(나의 아름다운 인생)'(2010년), '大时代(대시대)'(2010년), '男人帮(남인방)'(2011년), '夫妻那些事(부부 간의 일들)'(2011년) 등이 있다. 그 중 상당 수가 중국 국내에서 높은 시청률을 올렸던 작품들이다.

중일 공동제작 드라마 '苍穹之昴(창궁의 묘)'는 NHK에서 2010년 초 인기리에 방영된 적이 있고 'The 1st Asia Rainbow TV Awards'를 수상한 작품이다. '夫妻那些事(부부 간의 일들)'은 2012년 2-3월 중국의 위성채널에서 방영된 드라마 중에서 최고의 시청률을 기록했다.

자신이 감독을 맡은 작품에서 배역을 맡기도 한다. '男人帮(남인방)'과 '夫妻那些事(부부 간의 일들)'에서 공동주연을 맡았다.

### 3. KEY PLAYER - 이달의 프로덕션 : HUACE FILM & TV(华策影视)

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

부록 II

HUACE FILM & TV(浙江华策影视股份有限公司)는 2005년 10월 설립된 영화 방송물 제작 및 배급회사로 절강금구영업유한공사(浙江金球影业有限公司), 절강금계영시유한공사(浙江金溪影视有限公司), 항주대책광고유한공사(杭州大策广告有限公司) 등 자회사를 두고 있다.

중국 유수의 민간 영화 방송물 제작 배급회사의 하나로 중국 상무부(商务部), 문화부(文化部), 국가광전총국(国家广电总局), 신문출판총서(新闻出版总署)에서 1차로 지정한 '국가 문화상품 수출 중점기업(国家文化出口重点企业)'이다. 2010년 10월 26일, 드라마 제작과 배급을 주사업분야로 하는 회사 중 최초로 차스닥에 상장했다. 2011년 말 기준으로 직원 수는 총 126명이며 그 중 기획 관련 인력이 큰 비중을 차지한다.

<표 4> HUACE FILM & TV 연락처

홈페이지	www.huacemedia.com
주 소	浙江省杭州市西溪创意产业园文二西路683号C-C座(P.C.:310013)
전 화	0086-571-87553088, 87553081
이 메 일	office@huacemedia.com, SD@huacemedia.com
팩 스	0086-571-87553077

2011년 매출액은 4억 300만 위안으로 동기 대비 43.01% 늘고 순이익은 1억 5,400만 위안으로 동기대비 60.11% 늘었다.

<표 5> HUACE FILM & TV 경영실적

매출액	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
영화, 드라마 배급	166	279	380	534	669	818
그중: 자체제작 드라마	90	181	256	378	476	576
해외수입 드라마	76	98	124	156	193	242
영화 판매		3	1	25	45	60
영화관 상영 수입			1	3	10	15
광고			17	35	55	75
합계	166	282	403	602	784	973

매출액	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
매출액 증가율	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
영화, 드라마 배급	68%	68%	36%	41%	25%	22%
영화 판매			-50%	1674%	80%	33%
영화관 상영 수입				186%	233%	50%
광고	-100%			110%	57%	36%
합계	59%	70%	43%	49%	30%	24%
이익률	2009	2010	2011	2012E	2013E	2014E
영화, 드라마 배급	55%	57%	61%	61%	61%	61%
영화 판매		-1%	-213%	8%	10%	12%
영화관 상영 수입			-49%	-10%	-3%	5%
광고			100%	100%	100%	100%
합계	55%	57%	61%	61%	60%	60%
EPS	0.29	0.50	0.80	1.05	1.40	1.77

자료: HUACE FILM & TV, Merchants Securities

## 주요 작품

연간 드라마를 300회 정도 제작할 수 있는 능력을 갖추고 있으며 주요 작품으로는 '流星蝴蝶剑(유성호접검)', '天涯明月刀(천애명월도)', '佳期如梦(가기여몽)', '天师钟馗(천사종규)', '就想赖着你(당신한테만 매달리고 싶어)', '爱上琉璃苣女孩(물망초 곁을 사랑하다)', '你永远都不会独行(당신은 혼자가 아니야)', '万卷楼(만권루)', '倾城之恋(경성지연)', '中国往事(메모리즈 인 차이나)', '我的爱情面包(나의 사랑 빵)', '夫妻一场(부처일장)', '叫一声妈妈(엄마라고 불러줘)', '雪豹(설포)', '命运交响曲(운명교향곡)', '抬头见喜(대두견희)', '爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)', '钟馗传说(종규전설)', '新京城四少(신경성사소)' 등이 있고 다수의 작품들이 중국 드라마 부문 최고의 상인 '금영상(金鹰奖)', '비천상(飞天奖)'을 수상했다.

그 중 '中国往事(메모리즈 인 차이나)'는 중국 드라마 중 최초로 2009년 '서울 드라마 어워즈'에서 대상을 수상한 작품이다.

1993년부터 드라마 해외수출에 나섰다 수출액은 매년 꾸준히 증가해 2011년에는 270만 달러에 가까운 금액으로 중국 국내 민간 영화 방송물 배급회사 중 1위를 차지했다.

## 부록 II

무협물의 해외판로가 좋은 점을 감안, 5년간 10억 위안을 들여 '天涯明月刀(천애명월도)', '天龙八部(천용팔부)', '射雕英雄传(사조영웅전)'을 비롯해 무협 거장 진웅(金庸)과 구룡(古龙)의 소설을 각색한 8편의 무협물을 리메이크할 계획이라고 2011년 8월 발표했다.



### 2011년 경영실적

#### 드라마 부문

2011년 드라마 부문 매출액은 2억 8,000만 위안으로 동기 대비 36% 늘고 총 매출액의 95%를 차지했다. 이익률은 동기 대비 3.3%p 상승해 61%에 이르렀으며 주요 원인은 자체제작 드라마의 판권 가격이 크게 올랐기 때문이다.

2011년에 자체제작 드라마의 매출액은 2억 5,600만 위안으로 동기 대비 41.11% 늘고 방송사 구입가격과 인터넷 방영권 가격이 오르면서 자체제작 드라마의 이익률도 58.81%로 상승했다. 해외수입 드라마를 통한 매출액은 1억 2,400만 위안으로 동기 대비 27.02% 늘었으나 이익률은 4%p 하락해 64.65%로 나타났다. 매출액이 늘어난 원인은 회당 판매가격이 올랐기 때문이고 이익률은 하락한 원인은 해외수입 드

라마 구입원가가 올랐기 때문이다.

자체제작 드라마 중에서 '新城四少(신경성사소)', '命运交响曲(운명교향곡)', '爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)', '抬头见喜(대두견희)'의 매출액이 높은 편이다. 그 중 '新城四少(신경성사소)', '命运交响曲(운명교향곡)'는 100% 자체제작이고 '爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)'의 투자비율은 80%, '抬头见喜(대두견희)'의 투자비율은 45%이다. 해외수입 드라마 중에서는 태국 드라마 'Lady Lhaor-Orn(중국어명: 花环夫人)', 홍콩 드라마 '金枝欲孽(금지욕열)', '施公奇案(시공기안III)'의 배급 매출액이 좋은 것으로 나타났다.

2011년에 제작을 끝냈거나 제작 중인 드라마는 총 18편(652회)이고 그 중 국가광전총국으로부터 배급 허가증을 획득한 작품은 9편(292회)이다. 배급 허가증을 획득한 해외수입 드라마는 7편(202회)이다.

<표 6> 2011년 제작 완료 또는 제작 중인 드라마

순서	작품명	HUACE FILM & TV 투자비율	진도
1	黑狐(흑호)	20%	광전총국 배급 허가증 획득
2	钟馗传说(종유전설)	100%	광전총국 배급 허가증 획득
3	命运交响曲(운명교향곡)	100%	광전총국 배급 허가증 획득
4	决战前(결전전)	30%	광전총국 배급 허가증 획득
5	抬头见喜(대두견희)	45%	광전총국 배급 허가증 획득
6	爱上查美乐(자메이러를 사랑하다)	80%	광전총국 배급 허가증 획득
7	香格里拉(상그릴라)	30%	광전총국 배급 허가증 획득
8	冲出虚拟世界(가상세계를 벗어났다)	n/a	광전총국 배급 허가증 획득
9	血战到底(끝까지 혈전)	25%	광전총국 배급 허가증 획득
10	一句顶一万句(일구정일만구)	30%	사후제작단계
11	施公案(시공안)	60%	사후제작단계
12	天涯明月刀(천애명월도)	60%	사후제작단계
13	国家命运(국가운명)	50%	사후제작단계
14	傻妞归来(사누가 돌아오다)	40%	사후제작단계
15	薛平贵与王宝钏(쉐핑구이와 쉐바오촨)	70%	사후제작단계
16	雳剑(역검)	20%	촬영 중
17	幸运兔精灵(행운의 토끼 요정)	40%	촬영 중
18	全家福(전가족)	60%	촬영 중

자료: HUACE FILM & TV, Guojin Securities

부록 II

영화/광고 부문

2011년 영화 부문 매출액은 140만 9,500만 위안으로 동기 대비 50.42% 줄고 영화관 상영 수입은 105만 위안, 광고 매출액은 1,671만 위안으로 집계되었다.

신규사업

2011년에 서안 가운 디지털 엔터테인먼트 배급유한공사(西安佳韵社数字娱乐发行有限公司)에 투자하여 뉴미디어 유통 사업에 진출했고 아웃도어 쇼핑몰 사업자 LYCEEM(上海蓝橙旅游用品有限公司)에 투자했다. 절강시대영화관체인(浙江时代院线)과 조인트벤처를 설립해 극장 사업으로 영역을 넓히고 절강성 해녕(海宁)시에 무협 영상물 문화기지를 구축했다.

<표 7> 2011년 HUACE FILM & TV 자회사 실적

자회사	등록자본 (만 위안)	총자산 (만 위안)	순자산 (만 위안)	매출액 (만 위안)	영업이익 (만 위안)	순이익 (만 위안)
절강금구영업유한공사 (浙江金球影视有限公司)	8,800	10,384.22	7,716.90	140.95	-795.32	-690.36
절강감계영시유한 공사(浙江金溪影 视有限公司)	1,000	8,228.28	6,959.46	12,265.29	6,717.54	5,036.27
항주대책광고유한 공사(杭州大策广 告有限公司)	200	1,939.43	1,250.43	1,670.50	1,465.00	1,107.43
HUACE FILM & TV[해녕]투자유한 공사(华策影视[海 宁]投资有限公司)	1,000	1,694.64	1,376.26	721.7	502.4	376.26
서안 가운 디지털 엔터테인먼트 배급유한공사(西 安佳韵社数字娱乐 发行有限公司)	433.3333	10,113.32	7,399.88	5,323.78	2,601.19	2,000.01

자료: HUACE FILM & TV, Guojin Securities

## 2012년 사업계획

## 드라마 부문

2012년에 드라마를 21편(695회) 제작하고, 자체제작 드라마의 투자비율을 평균 65%로 높일 예정이다. 이미 제작계획이 잡힌 드라마로는 '棋逢对手(기봉적수)', '幸福的面条(행복의 면)', '一克拉梦想(1캐럿의 꿈)', '推拿(추나)', '一个屋檐下的两个母亲(한 지붕아래 두 분의 어머니)', '红玫瑰与白玫瑰(붉은 장미와 흰 장미)', '百万保姆(백만 도우미)', '小李飞刀(소이비도)', '天龙八部(천용팔부)', '火线三兄弟(화선삼형제)', '书香门第(서향문제)', '西冷传奇(서냉전기)' 등이 있다.

해외수입 드라마는 200회 정도로 예상하고 있다. 그동안 수입해왔던 홍콩, 태국, 한국, 일본 드라마 외에 기타 국가에서 제작한 인기 드라마도 중국으로 들여올 계획이다.

## 영화

현재 제작 중인 영화로는 '人鱼帝国(인어제국)', '一场风花雪月的事(풍화설월의 이야기)', '听风者(바람을 듣는 자)', '太平轮(태평륜)' 등이 있다. 그 중 '听风者(바람을 듣는 자)'는 홍콩 배우 량차오웨이(梁朝伟)가 주연을 맡은 영화로 HUACE FILM & TV의 투자비율은 20%를 차지한다. 영화 배급에 따른 리스크가 크기 때문에 나머지 영화 중 일부는 배급에 앞서 판권을 판매, 투자를 조기 회수할 계획이다.

## 뉴미디어

드라마 외에도 다큐멘터리, 단편영화, 인터넷 드라마, 모바일 영상 콘텐츠를 제작해 방송사와 뉴미디어 사업자에 공급할 예정이다.

## 국제협력

## 부록 II

연내 국제협력부를 출범시킬 예정이며 헐리우드의 제작회사와 공동제작, 공동투자 방식으로 협력할 계획이다. 절강위성TV방송국과 공동제작하는 청춘멜로물 '幸福的面条(행복의 면)'은 한국과 중국 작가가 대본을 쓰고 한중일 배우들이 출연할 예정이다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드립니다으로써 중국 미디어시장에 대한 해안과 아이디어를 드립니다.

### Youku-Tudou 합병과 파급효과

3월 12일 Youku(优酷, NYSE: YOKU)와 Tudou(土豆网, NASDAQ: TUDO)는 합병 계획을 발표했다. 양사는 합병 후 Youku Tudou Inc.(优酷土豆股份有限公司, NYSE: YOKU)로 사명을 바꾸게 된다.

경쟁관계를 보여온 Youku와 Tudou는 중국 동영상 사이트 업계 1, 2위 업체로 모두 미국 증시에 상장돼 있다. 양사는 설립 초창기만 해도 해적판 등 각종 불법 콘텐츠의 유통 중심지라는 비판을 받았으나 최근에는 드라마, 영화 등 영상 콘텐츠 판권을 대거 사들여 합법적인 인터넷 동영상 사업자 역할을 하고 있다. Youku는 중국 인터넷 동영상 시장점유율이 1위를 차지하는 최대 사업자이며 Tudou는 인터넷 동영상 시장점유율은 2위에 그치지만 UGC 시장을 거의 독점하다시피 하고 있다.

〈표 8〉 양사 매출액과 시가총액

	매출액(백만 위안)		시가총액 (백만 위안)	시가총액 비중
	2010	2011		
Youku	387	898	17962	87%
Tudou	286	512	2750	13%
합계	673	1410	20712	100%

시가총액: 2012년 3월 9일, 1달러=6.3위안 기준

자료: 각사 실적보고서, 건흥리서치 정리

합병은 양사가 서로 주식을 100% 교환하는 방식으로 이뤄진다. 신규 법인 Youku Tudou Inc.의 지분은 Youku 측이 71.5%, Tudou 측이 28.5%를 나눠 갖게 된다. 합병 이후에도 Youku와 Tudou는 각각의 인터넷 사이트를 독립적으로 유지하면서 상호 보완적 기능을 해 나갈 예정이다.

### 업계에 미치는 영향

그러나 Youku와 Tudou의 합병이 인터넷 동영상 시장에 큰 영향을 미치지 못할 것으로 예상된다. 그 원인은 양사가 인터넷 동영상 사업에 일찍 진출했으나 인기 드라마 독점방영 부문에서는 Baidu 산하 인터넷 동영상 사업자 Qiyi, Tencent의 동영상 사업부문, LETV(乐视) 등 막강한 자금력을 가진 기타 사업자에 비해 뒤처져 있기 때문이다. 2011년 인터넷 동영상 시장(저작권+광고)에서 Youku와 Tudou의 시장점유율은 총 22% 정도에 그쳤다.

앞으로 Youku Tudou, Qiyi, Tencent의 동영상 사업부문이 1-3위를 차지하며 기존의 시장구도를 계속 이어갈 것으로 예상된다.

양사의 합병이 인터넷 동영상 저작권 가격이 폭등하는 현 상황에도 큰 영향을 미치지 못할 것으로 예상된다. 그 이유는 인터넷 동영상 사업자가 많은 반면 인기 방송물은 제한적이기 때문이다.

인기 드라마의 독점방영권은 기존의 회당 수십만 위안에서 현재 100만 위안 이상으로

## 부록 II

상승, 최고 200만 위안까지 치솟았다. Sohu에서 방영한 ‘환주격격(還珠格格)’, LETV에서 방영한 ‘후궁(後宮)’, PPS에서 방영한 ‘왕의 여인(王的女人)’ 독점 방영권 구입 가격은 모두 2,000만 위안을 상회했다. Qiyi에서 구입한 신작 드라마 ‘태평공주 비사(太平公主秘史, 가명)’ 은 회당 200만 위안, 총 25회에 5,000만 위안을 투입했다.

Tencent, Qiyi, Sohu, LETV 등 자금력이 막강한 동영상 사업자들이 거금을 들여 독점 방영권을 잇따라 구입하고 있어 저작권 가격이 치솟는 상황은 계속될 전망이다.

## 5. MEDIA POLICY - 황금시간대 해외드라마 방영 금지

다른 어느 나라보다 정책변화가 미디어에 빠르게 반영되는 곳이 중국입니다. 중국 미디어산업을 움직이는 국가광전총국, 문화부, 신문출판총서 등 유관기관의 최신 지침과 통지 및 이와 관련된 미디어 정책의 흐름을 분석하여 향후 산업의 변화방향과 전망을 제공합니다.

### 1. 정책동향

국가광전총국은 1995년, 1999년, 2002년과 2009년에 해외드라마 방영 금지 규정을 발표한 데 이어 2012년 2월 9일 ‘해외 영화, 드라마 수입 및 방영 관리 강화에 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知)’ 를 하달, 해외영화와 드라마 수입 및 방영관리에 대한 새로운 규정을 내놓았다. 신 규정에서는 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지, 특정 지역과 국가의 영화와 드라마를 집중적으로 방영하는 것을 방지 등의 내용을 담고 있다.

〈표 9〉 해외드라마 규제 신 규정의 주요 내용

- 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지
- 각 방송국은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 25% 이하로 맞춰야 함
- 각 방송기관은 특정 지역과 국가의 영화와 드라마를 집중적으로 방영하는 것을 피해야 함
- 범죄 장르, 폭력적이며 저속한 내용이 들어있는 해외드라마 수입 금지
- 원칙상 해외드라마는 50회 이내로 통제
- HD 영화와 드라마 우선적으로 수입
- 각급 방송기관은 해외영화와 드라마 방영시 해당 수속과 허가서류를 심사해야 하고 타이틀에 허가증 번호를 명시해야 함
- 해외드라마 수입계약을 연장하여 재차 배급하는 경우, 성급 광전국의 허가를 받아야 함
- 각급 방송국은 국가광전총국의 허가를 받아 수입한 해외 영화와 드라마를 반드시 자사에서 첫 방영을 해야 하며, 그 후에야 기타 방송채널에 재차 배급할 수 있음
- 각 방송채널에서 국가광전총국의 허가과 배급허가증을 획득하지 못한 상황에서, 코너 단막극(栏目短剧) 또는 해외 영화와 드라마를 소개하는 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지
- 코너의 해외 영화와 드라마 삽입방영 시간은 매회 3분 이내, 누계 시간은 10분 이내로 통제
- 해외 영화와 드라마를 소개하는 정보類 방송 프로그램은 해외 영화와 드라마 삽입 방영 시간을 1분 이내로 통제

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

또 국가광전총국은 각 지역 규제당국이 통지가 제대로 지켜지는지 철저히 감독하고 이를 어기는 경우 엄중하게 처벌하라고 강조하고 있다. 구체적인 조치로는 '규정 위반시 성급 광전국에서 '시정 통지서'를 하달하여 기한내 시정 촉구. 시정을 하지 않거나, 시정 후 180일 내 재차 규정을 위반하는 경우, '규정위반처리 결정서'를 하달하고 통보 비평. 규정을 심각히 위반한 경우 국가광전총국에서 '규정위반처리 결정서'를 하달하고 전국에 통보 비평' 등 내용이 있다.

이와 동시에 그동안 시행해온 '해외 영화 드라마 수입과 방영 관리 강화에 관한 통지(关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知, 广发社字[1995]547号)'와 '지방 방송국의 해외드라마 재방영 관리 강화에 관한 통지(关于加强地方电视台重播境外电视剧管理的通知, 广发社字[1999]489号)'는 폐지됐다.

<표 10> 폐지된 규정의 주요 내용

폐지된 규정	주요 내용
해외 영화 드라마 수입과 방영 관리 강화에 관한 통지 (1995)	각 방송국은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 15% 이하로 맞춰야 함 해외드라마는 30회 이내로 통제
지방 방송국의 해외드라마 재방영 관리 강화에 관한 통지 (1999)	각지에서는 해외 드라마 재방영 재심사 제도를 유지해야 함 명작 외에, 재방 해외 드라마는 지방방송국 종합채널(제1채널) 편성 불허 및 기타 방송채널의 황금시간대 방영 불허

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

## 2. 배경

해외 드라마 제한 조치는 작년부터 이뤄지는 ‘TV 보수화 정책’의 연결이라고 볼 수 있다. 일례로 국가광전총국은 2011년 10월 ‘위성TV종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견(关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见)’을 발표, 2012년 1월 1일부터 34개 위성TV채널에서 뉴스 프로그램 방송비중을 높이고 짝짓기 프로그램, 서바이벌, 버라이어티쇼 등 7가지 오락 프로그램의 방송비중을 통제할 것을 촉구했다. 이에 따라 2012년 1월 1일 기준으로 34개 위성채널의 1일 뉴스 프로그램 건수는 193건, 방송분량은 89시간으로 전년 대비 33% 늘었고 사회주의, 중화민족의 전통, 조국과 고향에 대한 애정을 반영한 신규 프로그램의 비중도 증가했다.

또 자국의 문화 콘텐츠 산업을 활성화시키기 위한 지원조치의 일환이기도 하다. 중국은 2009년에 ‘문화산업 진흥규획(文化产业振兴规划)’을 공포한데 이어 2011년 10월 18일 열린 중국공산당 17기 중앙위원회 6차 전체회의(17기6중전회)에서 ‘문화체제개혁 심화, 사회주의 문화 대발전, 대번영 촉진에 관한 몇가지 중대 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定)’을 공포했다. 핵심내용은 문화산업을 기간산업으로 육성하여 중국의 경제적 지위에 걸맞은 소프트파워를 확보하는 것이다. 그 후 당국은 ‘사회주의 문화의 건전한 발전’을 명분으로 TV를 포함한 각 문화 분야에서 자국 기업에 편향하는 보수적인 정책을 펼치고 있다.

## 3. 파급효과

황금시간대 해외드라마 방영규제는 중국이 수년째 시행하고 있는 정책으로, 신 규정으로 인해 큰 변화가 나타나는 일은 없을 것으로 보인다.

현재도 시행되고 있는 해외드라마 관련 규정으로는 ‘해외 TV 프로그램 수입, 방영관리 규정(境外电视节目引进, 播出管理规定, 广电总局令第42号)’, ‘해외드라마 수입계획업무 강화에 관한 통지(关于加强引进剧规划工作的通知, 广发外字〔2002〕948号)’, ‘규정을 어기고 코너 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지하는데 관한 국가광전총국의 통지(广电总局关于禁止以栏目形式违规播出境外影视剧的通知, 广发〔2009〕82号)’가 있고, 이미 상기 규정들을 통해 해외드라마의 방송분량, 방영시간에 대해 규제를 하고 있다.

단, ‘국가광전총국의 허가가 없이 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지’라는 규정은 2012년 2월 신 규정의 발표와 함께 ‘황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지’로 바뀌었다.

<표 11> 현행 규정의 주요 내용

현행 규정	주요 내용
해외 TV 프로그램 수입, 방영관리 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 각 방송국은 1일 영화와 드라마 편성 시간 중 해외 드라마와 영화의 비중을 25% 이하로 맞춰야 함</li> <li>• 해외드라마는 30회 이내로 통제</li> <li>• 해당 채널의 1일 총 방영시간 중 기타 해외 프로그램의 비중을 15% 이내로 통제</li> <li>• 국가광전총국의 허가가 없이 황금시간대(19:00-22:00) 해외 영화와 드라마 방영 금지</li> </ul>
해외드라마 수입계획업무 강화에 관한 통지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외드라마의 총 분량, 제작국, 장르 등에 대한 거시적 관리 강화</li> </ul>
규정을 어기고 코너 형식으로 해외 영화와 드라마를 방영하는 것을 금지하는데 관한 국가광전총국의 통지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 영화, 드라마와 코너는 황금시간대(19:00-22:00) 방영 금지</li> <li>• 17:00-21:00 시간대에 해외 애니메이션 방영 금지, 해외 애니메이션을 소개하는 정보類 프로그램과 코너 방영 금지</li> </ul>

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

## 6. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 2011년 성급 위성채널 드라마 시청률 순위

CSM Media Research에서 발표한 2011년 성급 위성 채널 드라마 시청률 순위에서 한국 드라마 ‘아내의 유혹’을 리메이크한 멜로드라마 ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’이 1위를 차지한 것으로 나타났다.

2011년에 드라마 부문의 새로운 특징이라면 일반 멜로물 외에도 ‘唐宮美人天下(당궁 미인천하)’ 등 후궁 드라마와 ‘宮(궁)’을 대표로 하는 시공초월극이 큰 인기를 누렸다는 점이다.



'倾世皇妃(경세황비)', '步步惊心(보보경심)' 등 드라마는 인터넷에서 폭발적인 인기를 끈 인기소설을 각색한 작품으로 주 시청자인 '아줌마 시청자' 뿐만 아니라 인터넷 문화에 익숙한 젊은 층을 TV 앞으로 불러 모았다.

시청률 Top30 중에서 '宫(궁)', '倾世皇妃(경세황비)', '还珠格格(환주格格, 황제의 딸 리메이크작)', '步步惊心(보보경심)', '武则天秘史(무측천 비사)', '美人心计(미인심계)', '后宫(후궁)', '唐宫美人天下(당궁 미인천하)' 등 후궁 드라마와 시공초월 사극이 8편 있었다.

성급 위성채널에서 방영된 한국 드라마 중에서 '천사의 유혹'은 4위, '술약국집 아들들'은 20위, '내사랑 금지옥엽'은 27위를 차지했다. 세 편 모두 호남위성TV에서 첫 방영을 했다는 공통점을 갖고 있다. 2010년 성급 위성채널에서 방영된 드라마 시청률 순위에서 호남위성TV에서 방영된 '부모님전상서'는 11위, '아가씨를 부탁해'는 15위, '헬로! 애기씨'는 22위, '찬란한 유산'은 25위를 차지한 적이 있다.



한국 드라마 '아내의 유혹'을 리메이크한 멜로드라마 '回家的诱惑(귀가의 유혹)'은 2월 21일부터 매일 밤 10시부터 12시까지 2회씩 방영되었고, 상·하편으로 구성돼 하편은 '回家的欲望(귀가의 욕망)'으로 이름을 바꾸었다. 인물구성, 줄거리, OST도 원래의 것에서 크게 벗어나지 않았다.

대만의 린텐이(林添一) 감독이 메가폰을 잡고, 한국 배우 추자현, 홍콩 배우 리차이화(李彩桦), 대만 배우 사타이핑(夏台凤), 중국 배우 정이통(郑亦桐), 투리만(涂黎曼), 링샤오샤오(凌潇肃) 등이 출연했다.

외도, 이혼, 복수 등 소재로 시청자들의 호기심을 자극, 한국과 마찬가지로 막장 드라마 논란을 일으키면서도 높은 시청률을 올려 2011년 시청률 1위를 기록했다.

부록 II

<표12> 2011년 성(省)급 위성TV 드라마 시청률 순위

순위	작품명	시청률	채널
1	回家的诱惑/欲望 (귀가의 유혹/귀가의 욕망)	3.43	호남위성TV
2	宫(궁)	2.50	호남위성TV
3	乡村爱情交响曲(향촌애정교향곡)	2.13	북경위성TV
4	천사의 유혹	2.07	호남위성TV
5	倾世皇妃(경시황비)	1.75	호남위성TV
6	爱情真善美(애정진선미)	1.71	안휘위성TV
7	亮剑铁血军魂(양검철혈군혼)	1.58	절강위성TV
8	还珠格格(환주格格)	1.54	호남위성TV
9	步步惊心(보보경심)	1.52	호남위성TV
10	武则天秘史(무측천비사)	1.45	호남위성TV
11	裸婚时代(나혼시대)	1.32	강소위성TV
12	阳光天使(양광천사)	1.32	호남위성TV
13	一不小心爱上你 (어쩌다 그럴 사랑하게 된거죠)	1.30	호남위성TV
14	美人心计(미인심계)	1.30	안휘위성TV
15	千山暮雪(천산모설)	1.28	호남위성TV
16	断刺(단자)	1.27	강소위성TV
17	养父(양부)	1.23	강소위성TV
18	永不磨灭的番号(영원한 번호)	1.23	북경위성TV
19	后宫(후궁)	1.18	절강위성TV
20	솔약국집 아들들	1.17	호남위성TV
21	活佛济公2(활불제공2)	1.16	강소위성TV
22	家产(가산)	1.14	강소위성TV
23	你是我兄弟(너는 내 형제)	1.14	북경위성TV
24	家常菜(가상채)	1.12	북경위성TV
25	借枪(총을 빌리다)	1.12	절강위성TV
26	爱情睡醒了(사랑이 깬다)	1.11	안휘위성TV
27	내사랑 금지옥엽	1.10	호남위성TV
28	唐宫美人天下(당궁미인천하)	1.08	강소위성TV
29	中国远征军(중국원정군)	1.06	강소위성TV
30	命运交响曲(운명교향곡)	1.06	안휘위성TV

조사대상: 35개 도시, 4세 이상 시청자 대상

기간: 2011.1.1.-12.31 19:30-24:00

자료: CSM Media Research

## 인터넷 방영 드라마 시청순위

4월 10일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 슈퍼주니어의 최시원, 이동해가 출연한 대만 드라마 '華麗的挑戰(화려한 도전)'이 14위, 한국 드라마 '패션왕'은 17위, '내 딸 꽃님이'는 33위, '시티헌터'는 43위를 차지했다.

<표 13> Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	后宫·甄嬛传	4856682
2	太平公主秘史	1806053
3	火流星	409992
4	北京爱情故事	746155
5	真爱找麻烦	735745
6	新还珠格格	447873
7	守望的天空	606263
8	爱情公寓3	528946
9	飞虎神鹰	542942
10	爱情公寓	379258
11	东北往事之黑道风云20年	463607
12	我的灿烂人生	303236
13	偏偏爱上你	512478
14	华丽的挑战	594099
15	黑狐	347144
16	前妻的车站	283709
17	패션왕	439290
18	倾世皇妃	219209
19	爱情公寓2	253959
20	媳妇是怎样炼成的	355588

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 7. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### CNTV와 BesTV 조인트벤처 설립 예정

CNTV(中国网络电视台)와 BesTV New Media Co., Ltd.(百视通新媒体股份有限公司)의 자회사 BesTV Network TV Technology Development Co. Ltd.(百视通网络电视技术发展有限责任公司)는 IPTV 사업을 공동추진하기 위해 조인트벤처를 설립할 예정이다.

동 안건은 최근 BesTV New Media Co., Ltd. 이사회에서 의결되었다. 등록자본은 5,000만 위안이며 양사는 현금으로 출자한다. CNTV는 2,750만 위안을 출자하여 55%의 지분을 갖고 BesTV는 2,250만 위안을 출자하여 45%의 지분을 갖게 된다. 2년에 걸쳐 출자하고 1차로 2,000만 위안을 납입할 예정이다.

자료: IMTW(流媒体网), 2012.3.27.

### 2011년 중국 IPTV 가입자 1,350만 가구 상회

왕슈권(王秀军) 공업신식화부 총엔지니어(CTO)는 2월 23일 열린 ‘2012년 ICT 심층 분석 대형 보고회 및 중국 통신산업 10대 키워드 발표회’에 참석한 자리에서 2011년 중국의 IPTV 가입자는 1,350만 가구를 상회하고 모바일TV 가입자는 5,900만 명을 넘어섰다고 밝혔다.

자료: 중국통신망(中国通信网), 2012.2.23

### CNR, 투자전담 자회사 출범

중국 관영방송 CNR(中央人民广播电台, China National Radio)의 투자전담 자회사 CNR Investment [Beijing] Co., Ltd.(央广投资[北京]有限公司)가 3월 1일 출범했다.

CNR Investment [Beijing] Co., Ltd.은 향후 민간자본을 유치해 라디오, TV, 평면매체와 인터넷, 모바일 TV, 모바일 인터넷 등 뉴미디어 부문에 투자할 방침이다.

자료: 인민망(人民网), 2012.3.2.

### 신화통신사 해외방송사업부문, 홍콩증시 우회상장

중국 관영 신화통신사의 해외방송사업 자회사인 CNC Holdings Limited(中国新华电视)는 2월 8일 홍콩증시 우회상장에 성공했다. CNC Holdings Limited는 2011년 9월 홍콩 상장사 Tsun Yip Holdings Limited(进业控股)와 인수계약 체결, 12월 9일 거래를 마치고 후자의 최대주주로 되었다.

CNC 중문 방송국은 2010년 1월 1일 개국하고 영어 방송국은 2010년 7월 1일 개국했다. 위성, 케이블, 디지털 지상파, 인터넷, 모바일 TV 등 방식으로 미국, 영국 등 57개국과 지역을 대상으로 방송하고 있다.

자료: 제일재경일보, 2012.2.9

### CCTV 북미지역 개국

중국 관영 CCTV 북미지역이 2월 개국했다. 1일 4시간 방송하며 ‘Biz Asia America’ (경제), ‘The Heat’ (토크쇼), ‘Americas Now’ (중남미와 남미주 주간뉴스) 등으로 편성됐다. 미주 지역에 파견된 약 100명의 기자들이 방송 프로그램 제작에 참여하고 있다.

CCTV는 2008년부터 중국의 정치, 경제, 문화를 세계에 전파할 수 있는 인터넷서널 방송 사업을 강화하고 있다. 2010년 말 기준으로 141개 국가와 지역에 방송을 송출하고 있으며, 영어뉴스 채널은 126개 국가와 지역에서 방송되고 있다. 해외 시청 가능 세대 수는 1억 6,000만 세대를 넘으며 그 중 영어뉴스채널 시청가능 세대 수는 1억 1,000만 세대에 이른다.

자료: IMTW(流媒体网), 2012.2.10

### BesTV 2011년 매출액 동기 대비 43% 증가

## 부록 II

최근 BesTV(百视通)가 발표한 2011년 실적보고서에 따르면 2011년 매출액은 13억 3,500만 위안으로 동기 대비 43.04% 늘었다.

그 중 IPTV 사업부문 매출액은 8억 1,800만 위안으로 67.07% 늘고 무대설치·연예기획·제작 사업 매출액은 1억 6,700만 위안으로 32.51% 증가했다. 장비 판매 및 임대 사업부문 매출액은 9,434만 2,600위안으로 19.73% 줄고 인터넷 및 브로드밴드 자원 임대 매출액은 9,239만 8,200위안으로 103.28% 늘었으며 모바일TV 사업 매출액은 6,346만 100위안으로 132.85% 증가한 것으로 나타났다.

자료: 제일재경일보(第一财经日报), 2012.4.10.

## 5월 호

### CHINA MEDIA TREND (중국 방송콘텐츠 동향)



#### 1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
HOT(최근 인기작품)  
다큐멘터리 전문채널-CCTV9

#### 2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 쉰리(孙俪)  
탤런트 겸 영화배우 천젠빈(陈建斌)  
감독 정샤오룽(郑晓龙)

#### 3. KEY PLAYER

Hualu Baina Film & TV(华录百纳)

#### 4. MEDIA TREND

중국의 다큐멘터리 시장동향

#### 5. PREFERENCE

중국의 후궁 드라마 시청자 특징

#### 6. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.

감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고 흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

5월 10일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 중국의 농촌 의료개혁 정책을 선전하는 드라마 '生死依托(생사의탁)'를 방영하고 있다. 중국 위생부(卫生部), 내몽고자치구 선전부(内蒙古自治区党委宣传部), 어얼도스시(鄂尔多斯市) 정부가 제작에 참여한 작품이다.

CCTV8에서 방영 중인 '小菊的春天(소국의 봄날)'은 한국 드라마 '열아홉 순정'을 리메이크한 작품으로 심천시 선전부, 심천시 방송그룹, 동양가운영시유한공사(东阳嘉润影视有限公司)와 대만 아이돌 그룹 F4를 키워낸 차이즈핑(柴智屏, Angie Chai)이 대표로 있는 코믹리츠(Comic-ritz)에서 공동제작한 것이다.

황금시간대에 다수의 위성채널에서 공동 첫 방영을 하고 있는 드라마로는 '心术(심술)'과 '独刺(독가시)', '林师傅在首尔(서울에 간 임사부)'가 있다. 그 중에서 '心术(심술)'은 '蜗居(와거)' 등 화제작을 써낸 작가 류류(六六)와 인기배우 우슈보(吴秀波), 하이칭(海清), 장자이(张嘉译)가 주연을 맡은 드라마이다. 중국에서 의료진과 환자 간 분쟁으로 하얼빈, 북경 등지 병원에서 의사가 살해되거나 다치는 사건이 잇따라 발생하고 있는 가운데 방영되고 있어 더욱 화제가 되고 있다.

장서희가 주연을 맡은 '林师傅在首尔(서울에 간 임사부)'는 북경위성TV와 CCTV8 등 채널에서 방영되며 큰 인기를 누렸고 지금은 동남위성TV와 청해위성TV에서 방영되고 있다.



心术(심술)

'王贵与安娜(왕귀와 안나)', '双面胶(양면 테이프)', '蜗居(와거)' 등 인기 드라마를 집필한 작가 류류(六六)의 최신작이다. 인기배우 우수보(吴秀波), 하이칭(海清), 장자이(张嘉译)가 주연을 맡았다. 2012년 5월 3일부터 동방위성TV, 안휘위성TV, 천진위성TV, 절강위성TV에서 인기리 방영되고 있다. CSM Media의 조사에 따르면 '心术(심술)'을 방영 중인 4개 채널은 지난 주 모두 위성채널 드라마 시청률 10위권에 들어갔다. 중국에서 의료진과 환자 간 분쟁으로 충돌이 끊이지 않는 가운데 '心术(심술)'은 오히려 의사들의 입장을 대변하고 있다는 지적도 제기되고 있다.



独刺(독가시)

최고의 연기와 중년 여배우들로 꼽히는 슨친꼬와(斯琴高娃)와 송춘리(宋春丽)가 공동 주연을 맡았다. 국민당 정부가 대륙에서 철거하기 전, 반역자의 고발로 중경시 중국공산당 지하조직이 붕괴될 위기에 처한 상황에서 여주인공이 중경시에 급파되어 국민당 첩보기관과 싸우는 모습을 그렸다. 어머니는 공산당 지하조직원이고 아들은 국민당 첩보기관 중역이라는 설정으로 드라마의 재미를 더했다. 하북위성TV에서 첫 방영되었고 5월 12일부터 북경위성TV, 산둥위성TV, 호북위성TV에서도 방영되고 있다.



小菊的春天(소국의 봄날)

CCTV8에서 방영 중인 '小菊的春天(소국의 봄날)'은 한국 드라마 '열아홉 순정'을 리메이크한 작품이다. 심천시 선전부, 심천방송그룹(深圳广电集团)과 대만 아이돌그룹 F4를 키워낸 대만 최고의 프로듀서인 차이즈핑(柴智屏, Angie Chai)의 회사가 공동제작했다. 호남 시골의 소녀가 낯선 대도시 심천에서 특유의 낙천적인 성격으로 역경과 시련을 이겨내며 사랑과 가족을 찾아가는 과정을 그렸다.



林师傅在首尔(서울에 간 임사부)

서울의 유명한 사천요리 전문점 '부용당'이 폐업 위기에 처한 가운데 식당을 지키려는 딸 박선희(장서희)와 사천요리 특급 요리사 린페이(林飞)의 이야기를 그렸다. 한국요리, 사천요리가 자주 등장해 보는 이들을 즐겁게 했다. 2012년 2월 26일부터 북경위성TV, 심천위성TV, 섬서위성TV에서 방영됐고 27일에는 CCTV8에서 방영됐다. 현재 동남위성TV와 청해위성TV에서 방영하고 있다.

부록 II

<표 1> 5.4-5.14 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
生死依托	康宁	杨梅, 李梦男, 杨立新, 严晓频	林海鸥	国家卫生部, 内蒙古自治区党委宣传部, 鄂尔多斯市人民政府, 蒙立奇文化影视有限责任公司	농촌/ 의료	CCTV1
小菊的春天	杨冠玉	颖儿, 邹廷威	舒心	中共深圳市委宣传部, 深圳广电集团, 东阳曜曜影视有限公司 柴碧屏	멜로	CCTV8
小夫妻时代	李骏	朱雨辰, 马苏, 潘泰名, 李凤绪	郁梦, 宋阳明, 袁慧慧	电广传媒文化发展有限公司, 湖南电广传媒, 君和传播	가정/ 멜로	호남위성
薛平贵与王宝钏	林添一	陈浩民, 宣萱, 馨子, 张亮	简远信	浙江华策影视股份有限公司	사극	강소위성
心术	杨阳	吴秀波, 海清, 张嘉译, 翟天临	六六	深圳市朗晟文化传播有限公司, 上海电影集团有限公司, 上海电影制片厂有限公司, 浙江唐德影视股份有限公司	병원/ 사회 윤리	동방위성 안휘위성 천진위성 절강위성
独刺	俞钟	宋春丽, 孙逊, 斯琴高娃, 午马	刘芳, 蒋峰, 许芃芃	金英马影视文化股份有限公司	첩보	하북위성 북경위성 산둥위성 호북위성
一个好汉两个帮	欧阳奋强	吴健, 孙逊, 赵亮, 何政军	李宪, 佳云	四川广播电视台, 四川华文影视合拍有限公司, 四川星空影视文化传播有限公司	첩보/ 코믹	강서위성 중경위성
要过好日子	周耀杰	王茜华, 刘莉莉, 高明, 秦卫东	王恒之	北京大唐辉煌影业投资有限公司	가정 윤리	하남위성 길림위성
林师傅在首尔	余淳	林永健, 张瑞希, 徐冬冬, 宁丹琳	田有刚	中视影视制作有限公司, 北京电视台, 北京华晟泰通传媒投资有限公司	멜로/ 코믹/ 요리	동남위성 청해위성

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
密使	卢伦常, 潘越	于震, 陈紫函	张成功, 王小枪	北京大唐辉煌影业投资 有限公司	전쟁/ 첩보	광서위성
遍地狼烟	虎子	杨烁, 王子睿, 周扬, 张洋	李昌民	浙江横店影视制作有限 公司	전쟁	사천위성 귀주위성
活佛济公 II	林添一, 王伟廷	陈浩民, 林子聪, 叶新, 周觅	简远信	上海崇远文化, 杭州百乘影视	사극/ 코믹	광둥위성
樱桃	王振宏	宋小宝, 沈春阳, 赵本山, 小沈阳	李景宽, 李晨雨	黑龙江电视台, 本山传媒	농촌	산서위성
旗袍	苏崇福	侯勇, 申军谊, 雷雷, 马飞	王彪, 海飞	长城影视集团股份有限 公司	첩보	운남위성
血色恋情	张汉杰	孙菲菲, 王阳, 李菁菁, 秦卫东	林和平	辽宁七星传媒	멜로	요녕위성
卫生队的故事	尚敬	闫妮, 高亚麟, 刘思言, 殷桃	君东	空军政治部电视艺术中心, 北京天中映画文化艺术 有限公司	시트콤	섬서위성
武则天秘史	澄丰	殷桃, 刘晓庆, 赵文瑄, 余少群	周粟, 骆烨	浙江长城影视传媒集团, 湖南위성	사극	흑룡강위성
神探狄仁杰 II	钱雁秋	梁冠华	钱雁秋	中央电视台文艺中心影 视部, 太原广播电视台剧制作中心	사극/ 추리	감숙위성
明珠游龙	田少波	宋洋, 杨净如, 刘淼淼, 吴静一	徐远	北京东方飞云国际影视 公司	사극/ 코믹	내몽고위성

자료: 건흥리서치 정리

HOT 화제작 : 후궁견환전(后宫甄嬛传)



총 76회로 구성된 정통사극 '后宫甄嬛传(후궁견환전)'은 북경TV예술센터(北京电视艺术中心)에서 제작하고 명감독 정샤오룽(郑晓龙)이 메가폰을 잡았으며 쑤리(孙俪), 천젠빈(陈建斌), 차이사오펀(蔡少芬) 등 연기와 배우들이 주연을 맡았다.

천진난만한 소녀였던 견환이 후궁이 되며 벌어지는 청나라 옹정황제(雍正皇帝) 시대 궁중 암투를 그린 드라마이다. 2007년 온라인 소설부문 1위, 출간 후 100만권을 돌파한 초대형 베스트셀러를 바탕으로 제작됐다.

류렌쯔(流潋紫) 원작의 온라인 소설은 가상의 왕조를 바탕으로 했으나 드라마는 시청자들의 흥미를 더하기 위해 옹정황제 시대로 설정했다.

지난 2004년에 인기리에 방영됐던 홍콩 사극 '金枝欲孽(금지욕열)'에 이어 또 하나의 대표적인 궁중 암투극으로 기록되고 있다. '后宫甄嬛传(후궁견환전)'이 시청자들과 방송관계자들의 호평을 받는 이유는 퓨전 사극과 달리 궁중 암투와 인물 내면의 고뇌를 현실감 있게 그려낸 대본과 연출, 주연과 조연 배우들의 탄탄한 연기력, 대형 스케일의 배경, 궁중 의전과 의상, 소품 등으로 황실을 섬세하게 재현하려는 노력 등이 있었기 때문이다. 특히 정샤오룽 감독은 촬영 초기부터 궁중 예의범절 전문가를 초청해 배우들을 철저히 교육시키는 등 청나라 궁중 문화를 최대한 사실대로 재현하기 위해 노력을 기울인 것으로 알려지고 있다.

2011년 11월 북경(北京), 광주(广州), 절강(浙江) 등지 지상파 채널에서 방영되어 높은 시청률을 올렸다. 특히 북경에서는 최고 시청률이 13.99%에 이르러 북경영화드라마채널(北京影视频道)의 자체 기록을 경신했다. 2012년 3월 26일부터 동방위성TV와 안휘위성TV에서 동시 방영되고 있으며, 지금까지 두 위성채널의 시청률은 각각 동시간대 위성채널 중 1위와 2위를 유지하고 있다.

인터넷 동영상 사업자 LeTV(乐视网)가 온라인으로 독점 방영하고 있으며 5월 17일 기

준으로 '后宫甄嬛传(후궁견환전)' 방영 횟수는 15억 회를 넘어선 것으로 알려지고 있다.

현대미디어에서 운영하는 HD드라마 전문채널 CHING이 72부작(한국명: '옹정황제의 여인')으로 4월 4일부터 방송하고 있다.



<표2> 4.16-4.22 위성채널 드라마 시청률 순위 TOP10

순위	작품명	방영채널
1	后宫甄嬛传(후궁견환전)	안휘위성TV
2	后宫甄嬛传(후궁견환전)	동방위성TV
3	AA制生活(더치페이 라이프)	호남위성TV
4	如意(여의)	절강위성TV
5	雾都(안개의 도시)	강소위성TV
6	谁来伺候妈(누가 어머니를 모셔야 하는가)	북경위성TV
7	谁来伺候妈(누가 어머니를 모셔야 하는가)	산둥위성TV
8	樱桃(앵두)	천진위성TV
9	悬崖(벼랑)	운남위성TV
10	夺宝(보물 쟁탈)	귀주위성TV

자료: CSM Media Research, 42개 도시 조사결과

다큐멘터리 전문채널 - CCTV9



CCTV-9는 중국 국영방송 CCTV의 다큐멘터리 전문 채널로 2011년 1월 1일 개국했다.

CCTV와 BBC NHU 공동제작으로 에미상을 수상했던 ‘美丽中国 (와일드 차이나, Wild China)’ 을 첫 작품으로 방영했고 개국 첫날 시청자 수는 2,000만 명을 넘어 뉴스 전문채널 개국 첫날의 5배 이상, 음악, 유아 관련 프로그램 개국 첫날의 10배 이상에 이르는 규모였다.

중국어와 영어로 방송되며 1일 24시간 방송을 하고 있다. 주요 내용은 자연풍광, 역사인문, 사회현상, 문헌자료 등 네 부류로 분류된다. 지금까지 ‘当卢浮宫遇到紫禁城(루브르 박물관이 자금성을 만났을 때)’, ‘玉石传奇(옥석 전기)’, ‘隐蔽战线(보이지 않는 전선)’, ‘故宫100(고궁 100)’, ‘南海1号(남해1호)’ 등 작품을 연이어 방영하며 시청자들의 호평을 받고 있다.

현재 방송 커버리지 인구 수는 13억 명, 시청자 수는 6억 6,000만 명, 1일 시청자 수는 최고 9,400만 명에 이르며 시청자 점유율은 개국 후 1년간 200% 증가한 것으로 조사됐다.

2011년에 CCTV9에서 방영한 다큐멘터리 중에 CCTV 자체 제작한 작품을 재편집한 것이 27% 정도를 차지하고 외주제작은 30%, 해외수입은 23% 정도를 차지하며 지방 방송사와 민영 제작사들이 만든 작품은 20%를 차지한다. 해외 다큐멘터리 중에 상당수는 BBC에서 공급한 것이다.



중국의 다큐멘터리 제작수준이 아직 낮은 현실을 감안해 해외협력도 강화하고 있는 중이다. 미국 National Geographic, Discovery, 영국 BBC, ITV, 이탈리아 RAI, 한국 KBS 등 해외 방송사들과 다수의 작품을 공동제작했다. CCTV와 KBS가 한중 수교 20주년을 맞아 공동제작한 다큐멘터리 ‘왕징(望京)의 한인들’, ‘신중국인전’ 과 토크쇼 ‘통하다’ 는 모두 CCTV9에서 방영됐다.

해외 로케이션도 시도하고 있다. 2012년 1월 방영된 ‘魅力肯尼亚(매력적인 케냐)’ 는 CCTV9 제작진이 처음으로 해외 올 로케이션으로 촬영한 다큐멘터리 작품이다.

2011년 8월 8일에는 다큐멘터리 감독 자끄 페랭(Jacques Perrin)을 CCTV9 명예고문으로 위촉하고 8월 13일과 14일부터 자끄 페랭 감독의 곤충 주제 다큐멘터리 ‘마이크로 코스모스’ 와 철새들의 이동을 새로운 시선으로 그려낸 ‘위대한 비상’ 을 방영했다.



### CCTV와 다큐멘터리

CCTV는 1980년대에 ‘丝绸之路(실크로드)’, ‘话说长江(장강을 말하다)’, ‘望长城(만리장성을 바라보며)’ 등 다큐멘터를 방영하며 센세이션을 불러일으켰던 적이 있다. 그러나 2000년대 이후 방송사들이 시청률을 높이기 위해 예능, 드라마 위주로 황금시간대를 편성하면서 우수한 다큐멘터를 만들어냈던 감독들이 프로그램 담당 PD 등으로 자리를 옮겼다.

2005년 10월 CCTV1에서 ‘故宫(고궁)’ 을 방영하면서 다큐멘터리에 대한 시청자들의 관심이 다시 고조됐다. ‘故宫(고궁)’ 은 당해 시청률 1위를 기록했던 시대극 ‘京华烟

## 부록 II

云(경화연운)’에 크게 뒤치지 않는 높은 시청률을 기록한 것으로 알려지고 있다.

2006년에 CCTV는 ‘新丝绸之路(신 실크로드)’, ‘再说长江(다시 장강을 말하다)’, ‘大国崛起(대국굴기)’를 연이어 방영했고 또 제작비를 짧은 시간내 회수했다. 특히 국내의 이슈로 부상했던 ‘大国崛起(대국굴기)’는 EBS 특별기획으로 2007년 1월 29일부터 2월 10일까지 방영된 적이 있다. ‘美丽中国(와일드 차이나, Wild China)’는 2008년 12월에 KBS에서도 방영됐던 작품이다.

CCTV9의 개국은 CCTV 채널 전문화의 일환이다. CCTV9 총괄책임자 류원(刘文)도 ‘CCTV 임원진은 다큐멘터리의 제작비를 짧은 시간내 회수하기는 어려울수 있지만 사회적 효과가 엄청나다는 것을 인식, CCTV의 브랜드 파워를 강화하기 위한 일환으로 다큐멘터리 전문채널을 개국했다’고 소개하고 있다.

### CCTV9 총괄책임자 류원(刘文) 인터뷰

Q: 다큐멘터리 선정 기준이 있는가? 있다면 어떤 것인가?

A: 우선 채널 포지셔닝에 맞아야 한다. 품질이 우수하면서도 사람들이 비교적 관심을 갖는 이슈를 다룬 것이어야 한다. 또 화질, 음악, 스토리 전개가 시청자들의 관심을 유발할 수 있는 것인지도 중요하다. 설교 방식이 아니라, 생동하면서 흥미진진하게 펼쳐나갈 수 있는 것이어야 한다.

Q: 어떤 작품의 시청률이 높은지 분석을 해봤는가?

A: 다큐멘터리 전문채널로 개편한지 얼마 안되기 때문에 체계적인 분석결과를 얻어내는 것은 불가능하다. 그러나 장르별로 시청자 그룹별 선호도가 다른 것은 확실하다.

예를 든다면, 여성 시청자들은 ‘美丽中国(와일드 차이나)’보다 ‘隐蔽战线(보이지 않는 전선)’을 더 즐겨 보는 것으로 나타났다. ‘美丽中国(와일드 차이나)’는 화면의 스케일이 크지만 별 볼게 없고 전개도 너무 느리지만, ‘隐蔽战线(보이지 않는 전선)’은 첩보 드라마만큼 박진감 있고 몰입도가 높다는 것이 여성 시청자들의 보편적인 평이다. 남성 시청자들은 ‘美丽中国(와일드 차이나)’ 선호도가 높다.

Q: 시청자들은 Discovery나 National Geographic에 익숙해져있다. CCTV9 채널의 포지셔닝은 어디에 가까운가?

A: 다큐멘터리 채널은 National Geographic, BBC처럼 작품선정시 인문적 가치를 반영해야 한다고 생각한다. 중국의 동방적인 가치문화를 반영하고, 또는 진취적이고 꿈을 키우고 실현하며 희망을 줄 수 있는 그런 채널을 지향한다.

## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 쑤리(孙俪)



탤런트 겸 영화배우로 1982년 9월 상해에서 출생했다. 상해 동방문화학원(上海东方文化学院) 연예과를 졸업했고 1997년부터 상해경비구 문공단(上海警备区文工团)에서 무용수로 활동했다.

2003년에 드라마 '玉观音(옥관음)'에서 안신(安心) 역을 맡으며 스타덤에 올랐다. 그후 '一米阳光(1미터의 햇살)', '新上海滩(신상해탄)', '甜蜜蜜(침밀밀)', '小姨多鹤(작은 이모 뒤허)', '后宫甄嬛传(후궁견환전)' 등 작품성 있는

드라마에 잇따라 출연하며 시청률 보증수표로 자리매김했다. 주연을 맡은 영화로는 '霍元甲(훤위안자)', '金山(금산)', '关云长(관운장)', '画壁(화벽)' 등이 있다.

2004년에 '玉观音(옥관음)'의 안신 역으로 금용상 여성 탤런트 부문 대상, 최우수 인기상을 수상했고 영화 '霍元甲(훤위안자)'에서 눈먼 소녀 역을 맡아 2006년 28기 영화 백화상(百花奖) 최우수 신인상을 수상했다. 중국-캐나다 공동제작 영화 '金山(금

부록 II

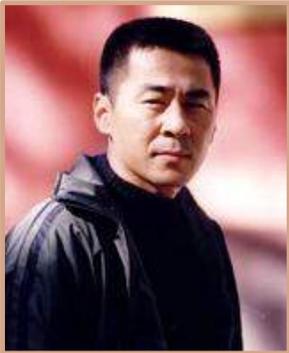
산) ‘에 출연하여 2008년 로마 영화제 여주연상, 2010년 캐나다 제미상을 수상했다.

2007년에는 중한교류의 해 홍보대사를 맡았다. 드라마 OST를 비롯해 음반과 싱글곡을 다수 발표했고 2006년에는 가수 비(Rain)의 팬택&큐리텔 CF MV에 출연한 적이 있다.

2010년에 텔런트 겸 영화배우 덩차오(邓超)와 결혼했고 2011년에 아들을 출산했다.



이달의 배우 - 천젠빈(陈建斌)



1970년 6월 신강위구르자치구 우루무치시(新疆乌鲁木齐市)에서 출생했고 회족(回族)이다. 1994년에 중앙희극학원(中央戏剧学院) 연예과를 졸업하고 1998년에 동대학원 석사 과정을 마친 후 중앙희극학원 강사로 근무하다가 2002년부터는 국가연극원(国家话剧院)의 연극배우로 활동하고 있다.

드라마 부문의 대표작으로는 '结婚十年(결혼 10년)', '新三国(신삼국)', '乔家大院(교가대원)', '五星红旗迎风飘扬(오성붉은기 바람에 휘날리다)', '开天辟地(개척벽지)', '后宫甄嬛传(후궁견훤전)' 등이 있다. 지아장커(贾樟柯) 감독의 영화 '二十四城记(이십사성 이야기)'와 '人山人海(인산인해)' 등 영화에도 출연했다.

'结婚十年(결혼 10년)'에서 청장(成长) 역을 맡아 2004년 비천상(飞天奖) '남자 우수상', 금응상(金鹰奖) '최인기 남자 배우'상을 수상했다. '乔家大院(교가대원)'에서 차오즈옹(乔致庸) 역을 맡아 2006년 금영상 '남자 인기상'을 수상하고 '新三国(신삼국)'에서 차오차

오(曹操) 역을 맡아 2011년 '서울 드라마 어워즈'에서 남자 연기자상을 수상했다.

2006년에 인기 탤런트 장친친(蒋勤勤)과 결혼했고 둘 사이에 아들을 하나 두고 있다.



#### 이달의 감독 - 정샤오룽(郑晓龙)



1952년생이며 중국의 유명한 감독 겸 방송작가다. 중국영화인협회 제7기 이사 직도 맡고 있다.

1984년부터 지금까지 북경TV예술센터(北京电视艺术中心) 제작 총괄 부센터장, 센터장을 역임하며 중국 최초의 장편 드라마 '四世同堂(사세동당)', 중국 최초의 장편 실내 드라마 '渴望(갈망)', 중국 최초 시리즈 드라마 '编辑部的故事(편집부 이야기)', 중국 최초 편년사(역사적으로 중요한 사건을 연대순으로 담은 드라마) 형식의 드라마 '一年又一年(또 한해를 넘기며)'를 기획했다.

감독과 대본을 맡은 대표작으로는 '北京人在纽约(뉴욕의 북경인)', '无悔追踪(무회추종)', '一场风花雪月的事(풍화설월의 이야기)', '贫嘴张大民的幸福生活(수다쟁이 장다민의 행복한 생활)', '罪证(죄증)', '金婚(금혼)', '金婚风雨情(금혼풍우정)', '女人帮(여인방)', '后宫甄嬛传(후궁견환전)' 등이 있고 비천상(飞天奖), 금옹상(金鹰奖) 감독부문 대상을 수차례 수상했다. 정통사극 '后宫甄嬛传(후궁

부록 II

견환전)’ 은 최근 위성채널에서 인기리에 방영 중이다.

영화 ‘刮痧(괄사)’ 는 정샤오룽 감독의 첫 영화작품이며 영화 ‘大撒把(대살파)’, ‘遭遇激情(격정과의 만남)’ 의 대본을 맡아 금계상(金鸡奖) 최우수 작가 후보에도 올랐다.

1991년에 미국에 건너가 영화, 드라마 배급사(华艺影视录像节目有限公司)를 설립하고 북미 지역을 대상으로 북경TV예술센터에서 제작한 드라마와 CCTV 프로그램 녹화 비디오 테이프를 독점 배급했다. 1995년에는 중국의 28개 성급 방송사와 독점방송계약을 체결, 황금시간대에 1시간씩 중국 국산 드라마를 방영하는 ‘장청등 극장(长青藤剧场)’ 을 개설했으며 연간 방영 분량은 300회를 넘었다.

북경TV예술센터와 SPE(Sony Pictures Entertainment)의 합자회사 장청등영화TV기술서비스 유한공사(长青藤影视技术服务有限公司) 설립, 북경TV예술센터와 홍콩 Mindshare의 합자회사 상해전예광고유한공사(上海传艺广告有限公司) 설립, 말레이시아 제휴사와 드라마 ‘阿郎在北京(북경에 온 아랑)’ 공동제작 등 북경TV예술센터의 해외 협력사업을 초기부터 이끌어 온 장본인이다.



### 3. KEY PLAYER - Hualu Baina Film & TV(北京华录百纳影视有限公司)

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

2002년 설립되었으며 2012년 2월 차스닥에 상장했다. 2012년 4월 기준으로 중앙국유기업 Hualu Group(中国华录集团)의 자회사 Hualu 문화산업유한공사(华录文化产业有限公司)가 30%의 지분을 갖고 있고 총경리 겸 PD 류더홍(刘德宏)이 15%의 지분을 갖고 있다.

‘드라마 제작 허가증(갑종)’을 갖고 있으며, 중국 상무부(商务部), 문화부(文化部), 국가광전총국(国家广电总局), 신문출판총서(新闻出版总署)에서 1차로 지정한 ‘국가 문화상품 수출 중점기업(国家文化出口重点企业)’이다.

드라마 기획, 제작, 배급에 주력하며 2009년부터 영화사업에 투자하기 시작했으나 아직은 투자규모와 매출비중 모두 작은 편이다. 2010년 7월에는 연예 매니지먼트 자회사를 설립했다. 2011년 말 기준으로 직원 수는 총 47명이다.

#### <표3> Hualu Baina Film & TV 연락처

홈페이지	www.Hualu Baina Film & TV-ent.com
주 소	北京市石景山区阜石路165号院1号楼13层
전 화	010-52281802
팩 스	010-52281853

2011년 매출액은 2억 8,700만 위안으로 동기 대비 30.43% 늘고 순이익은 8,300만 위안으로 135.94% 증가했다. 2012년 매출액은 44.12% 증가해 4억 2,500만 위안에 이를 전망이다.

주요 작품

대표작으로는 ‘汉武大帝(한무대제)’, ‘传奇皇帝朱元璋(전설의 황제 주원장)’, ‘我的美丽人生(나의 아름다운 인생)’, ‘双面胶(양면 테이프)’, ‘王贵与安娜(왕귀와 안나)’, ‘媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)’, ‘苍穹之昴(창궁의 묘)’, ‘黎明之前(여명직전)’, 2010년판 ‘新红楼梦(신홍루몽)’, ‘永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)’ 등이 있다.

그 중 ‘苍穹之昴(창궁의 묘)’는 중일 공동제작 드라마로 2010년 초 NHK에서 인기리에 방영된 적이 있다.

작품성이 있는 드라마를 제작해내며 시장과 업계의 인정을 받고 있다. 중국에서 매년 제작되는 드라마 중에 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영되는 비중은 15% 정도에 그친다. 따라서 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영될 수 있는지 여부는 드라마와 제작사의 경쟁력을 잘 보여준다고 할 수 있다. Hualu Baina Film & TV에서 최근 3년간 제작한 드라마 중에 81.25%(13편)은 주요 위성채널에서 황금시간대에 방영됐고 시청률도 높았다.

<표 4> Hualu Baina Film & TV 주요 작품별 방영채널과 시청률

시기	작품명	방영채널과 시청률
2011	‘永不磨灭的番号 (영원히 사라지지 않는 번호)’	BTV : 6.6%
2010	‘媳妇的美好时代 (며느리의 아름다운 시대)’	BTV : 10.91%, 현지 시청률 1위 SMG : 8.0%, 현지 시청률 4위
	‘黎明之前(여명직전)’	SMG : 현지 시청률 1위
2009	‘王贵与安娜(왕귀와 안나)’	SMG : 8.2%, 현지 시청률 2위 심천TV : 5.9%, 현지 시청률 2위 BTV : 8.4%, 현지 시청률 3위 안휘TV : 5.6%, 현지 시청률 4위
2008	‘双面胶(양면 테이프)’	산둥TV : 현지 시청률 3위

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012.4)

최근 2년간 제작한 드라마 중에 판권 사전판매 비중은 90%를 넘는다. TV 방영권 수익(방송사 대상의 판권 수익)은 주요 수익원으로 2011년에 TV 방영권 수익은 2억 5,600만 위안으로 매출비중이 89.11%에 이르렀다.



또 TV 방영권 단가도 꾸준히 상승하고 있다. 2011년에 방영된 '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)'의 TV 방영권 단가는 1회당 249만 600위안으로 2010년에 최고 단가를 기록했던 '新红楼梦(신홍루몽)'의 단가(164만 위안)보다 52% 높았다.

<표 5> Hualu Baina Film & TV 2008-2011년 주요 작품별 TV 방영권 수익

시기	작품명	1편당 횟수	사전판 매 비중(%)	단가 (만 위안)	TV 방영권 수익 (만위안, 2011.6 기준 입금액)
2011	'永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)'	34	100.00	249.06	6057
	'吃亏是福(손해를 보는게 복이다)'	30	100.00	105.00	1728
2010	'新红楼梦(신홍루몽)'	50	87.62	164.17	6560
	'黎明之前(여명 직전)'	30	92.44	126.85	3805
	'我的美丽人生(나의 아름다운 인생)'	28	92.52	107.88	2956
	'谁知女人心(누가 여자의 마음을 알까)'	30	96.19	88.21	2644
	'沉默(침묵)'	25	88.86	76.28	1733
	'母亲的战争(어머니의 전쟁)'	32	100.00	74.12	2372
2009	'媳妇的难时代(며느리의 아름다운 시대)'	36	83.18	136.55	4898
	'苍穹之鼎(창궁의 鼎)'	28	44.36	116.99	3274
	'难为女儿红(난위여인홍)'	30	82.18	57.42	1719
2008	'王贵与安娜(왕귀와 안나)'	32	75.00	116.20	3683
	'豪门金枝(호문금지)'	40	8.48	66.07	2643

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012.4)

## 부록 II

비천상(飞天奖), 백옥란상(白玉兰奖) 등 정부 포상과 시청자들이 주는 금영상(金鹰奖), AC닐슨, Sohu(搜狐) 드라마 부문 최인기 드라마상을 비롯해 각종 상을 200여회 수상했다.

### 2011년 경영실적

#### 드라마 부문

2010년의 드라마 제작분량을 기준으로 봤을 때, Hualu Baina Film & TV는 7부로 민영 드라마 제작·배급회사 중에서 4위를 차지하긴 했으나 1-3위 업체의 드라마 제작능력이 모두 9편이기 때문에 크게 뒤쳐진 것은 아니다. 2011년에 드라마 배급 허가증을 획득한 작품은 8편으로 역시 민영 드라마 제작·배급회사 중에서 4위를 차지했다.

<표 6> 민영 드라마 제작·배급회사의 드라마 제작능력 비교

제작능력	2008	2009	2010
전국(편)	502	402	436
Huayi Bros. Media(华谊兄弟)	-	-	9
Huace Film & TV(华策影视)	2	7	9
HaiRun Movies & TV海润影视	-	-	9
Hualu Baina Film & TV(华录百纳)	3	3	7

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012.4)

2011년 드라마 부문 매출액은 2억 7,700만 위안으로 28.85% 늘고 총 매출액의 96.5%를 차지했다. 방송사와 인터넷 동영상 사업자 대상의 드라마 판권 가격이 오르면서 드라마 부문 이익률은 53.52%에 이르러 동기 대비 17.39%p 상승했다.

2011년에 배급 허가증을 획득한 드라마는 '浪漫向左婚姻往右(낭만은 왼쪽, 혼인은 오른쪽)', '吃亏是福(손해를 보는게 복이다)', '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)', '青春四十(청춘사십)', '老爸的爱情(아빠의 사랑)', '幸福满屋(행복이 가득한 방)', '金太狼

的幸福生活(금태랑의 행복한 생활), '锁梦楼(쇄몽루)' 등 8편이 있다.

그 중에서 '浪漫向左婚姻往右(낭만은 왼쪽, 혼인은 오른쪽으로)', '吃亏是福(손해를 보는게 복이다)', '永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)', '青春四十(청춘사십)', '幸福满屋(행복이 가득한 방)'은 2011년에 이미 매출을 실현했고 '老爸的爱情(아빠의 사랑)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)', '锁梦楼(쇄몽루)'는 이미 판매계약을 체결해 2012년에 매출이 이뤄질 예정이다.

2011년에 촬영을 시작했거나 촬영이 거의 끝났으나 배급 허가증을 획득하지 못한 드라마는 '风雷动(풍뢰동)', '麻雀与凤凰(참새와 봉황)', '乱世三义(난세삼의)', '中国骑兵(중국 기병)' 등이 있다.

<표 7> Hualu Baina Film & TV 2011년 제작 드라마

구분	작품명
배급 허가증 획득	'浪漫向左婚姻往右'(30부작)
	'吃亏是福'(30부작)
	'永不磨灭的番号'(34부작)
	'青春四十'(30부작)
	'老爸的爱情'(32부작)
	'幸福满屋'(32부작)
	'金太狼的幸福生活'(40부작)
	'锁梦楼'(34부작)
배급 허가증 미획득	'风雷动'
	'麻雀与凤凰'
	'乱世三义'
	'中国骑兵'

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012.4)

## 영화

2009년부터 영화사업에 투자하기 시작했으나 아직은 투자규모와 매출비중 모두 작은 편이다. 2011년 영화 사업부문 매출액은 958만 6,000위안으로 동기 대비 102.24% 늘었으

## 부록 II

나 매출비중은 3.34%에 그쳤다. 지금까지 제작에 참여한 영화 작품으로는 ‘建国大业(건국대업)’, ‘大内密探灵灵狗(궁중탐정 링링구)’ 등이 있다.

2012년에 1-3편의 영화 제작에 참여할 계획이다. 단, 대규모적인 투자는 자제하고, 자사에서 제작했던 인기 드라마를 영화화하는 방식으로 영화사업의 리스크를 줄일 방침이다.

### 뉴미디어

현재 드라마 판권 수익은 대부분 전통미디어(방송사)를 대상으로 창출한 것이다. 뉴미디어 대상의 판권 수익은 아직 비중이 작으나 증가속도가 빠르다. 인터넷 동영상 사업자들이 인기 콘텐츠 확보 경쟁이 심화되면서 2011년에 인터넷 방영권 수익은 1,916만 6,000위안으로 동기 대비 33.78% 늘고 총 매출액 대비 6.67%를 차지했다. TV에서 높은 시청률을 올렸던 ‘黎明之前(여명직전)’, ‘媳妇的美好时代(며느리 아름다운 시대)’, ‘永不磨灭的番号(영원히 사라지지 않는 번호)’, ‘金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)’ 등 드라마는 인터넷 방영권 판매수익도 높았다.

### 연예 매니지먼트

2010년 7월에는 연예 매니지먼트 자회사를 설립해 2011년부터 본격적으로 사업을 시작했다. 2011년 매출액은 53만 위안, 순이익은 마이너스 220만 위안으로 집계됐다. 소속 연예인으로는 위전(于震), 아스루(阿斯茹), 푸충(傅冲), 주야원(朱亚文), 투쑹옌(涂松岩) 등이 있다.

## 2012년 사업계획

### 드라마 부문

2012년에 드라마를 10-14편 정도 새로 제작할 계획이다. 2012년 상반기에 촬영에 들어갈 예정인 드라마로는 ‘零炮楼(영포루)’, ‘战雷(전뢰)’, ‘媳妇的美好宣言(마누라의 아름다

운 선언), '当青春遇到现实(청춘이 현실을 만났을 때)', '结婚吧(결혼합시다)' 등 5편이 있고 하반기에 촬영에 들어갈 작품은 5-9편으로 예상하고 있다.

배급 허가증을 획득한 드라마 작품 수는 2012년에 12편, 2013년에 14편, 2014년에 16편으로 늘릴 계획이다.

#### <표8> Hualu Baina Film & TV 배급 허가증 획득 드라마 작품수

	2011	2012E	2013E	2014E
제작능력(편)	9	14	16	18
배급 허가증 획득(편)	8	12	14	16

자료: Hualu Baina Film & TV, Guotai Junan Securities(2012.4)

#### < Key Person >



뤄리핑(罗立平), 2002년부터 지금까지 Hualu Baina Film & TV(北京华录百纳影视有限公司)의 부총경리 겸 PD를 맡고 있다.

‘倚天屠龙记(의천도룡기)’, ‘汉武大帝(한무대제)’, ‘贞观之治(정관지치)’, ‘荆轲传奇(형가전기)’, ‘十八岁的天空(18살의 하늘)’, ‘盐亨(소금재벌)’, ‘旗舰(기함)’, ‘双面胶(양면 테이프)’, ‘王贵与安娜(왕귀이와 안나)’, ‘苍穹之昴(창궁의 묘)’, ‘媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)’, ‘新红楼梦(신홍루몽)’, ‘黎明之前(여명직전)’ 등 20여부의 인기 드라마의 PD를 맡았다.

그 중 ‘媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)’는 북경위성TV에서 4년 이래 최고의 시청률을 기록했고, ‘苍穹之昴(창궁의 묘)’는 중국인이 제작에 참여한 드라마 중 최초로 국외 주요 방송사에서 인기리에 방영된 드라마이다.

‘双面胶(양면 테이프)’, ‘王贵与安娜(왕귀와 안나)’, ‘新红楼梦(신홍루몽)’, ‘黎

## 부록 II

明之前(여명직전)’ 등 작품들도 참신한 소재 또는 파격적인 연출 등이 이슈가 되면서 높은 시청률을 기록했던 작품들이다.

‘汉武大帝(한무대제)’는 25기 비천상 장편 드라마 부문 2등상, ‘旗舰(기함)’은 27기 비천상 우수 장편 드라마상을 수상하는 등 PD를 맡은 다수의 작품들이 여러 가지 상을 수상했다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드림으로써 중국 미디어시장에 대한 혜안과 아이디어를 드립니다.

### 중국의 다큐멘터리 시장동향

2012년 3월 북경사범대학 다큐멘터리센터에서 발표한 ‘2011년 중국 다큐멘터리 연구 보고서’에 따르면 2011년 말 기준으로 중국에는 다큐멘터리 채널이 7개 있다. 2011년 1월 1일 CCTV9 다큐멘터리 전문채널이 개국한데 이어 2011년 7월 1일에는 북경HD기실(纪实)<sup>2)</sup>채널이 개국했고 이밖에 지상파 다큐멘터리 전문채널이 5개 있다. 전국의 TV 다큐멘터리 코너(栏目)는 83개에 이른다.

2011년에 중국의 TV 다큐멘터리 제작분량은 8,700시간 정도이고 방영분량은 5만 8,000시간 정도, 그 중 분방 분량은 1만 6,000시간으로 집계됐다. 2011년 중국의 다큐멘터리 시장 총 투자액은 8억 위안 정도이고 매출액은 10억 위안을 상회해 증가율이 20%를 넘었다. 다큐멘터리 투자 열기가 뜨거워지면서 민간자본의 다큐멘터리 제작부문

2) 기실(纪实): 실제 상황을 기록하다, 현장 기록이라는 뜻

에 대한 투자도 늘고 있다.

시장수요로 봤을 때, 2011년 11월 국가광전총국에서 ‘위성종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견(关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见)’을 공포, 34개 위성 종합채널에 2012년 1월 1일부터 오락 프로그램 편성을 줄이고 뉴스, 경제, 문화, 과학교양, 어린이, 다큐멘터리 등 프로그램 편성비중을 늘릴 것을 촉구한 후 방송사의 다큐멘터리 수요도 늘고 있다.



普洱茶



我的抗战2



特战先锋



古图探秘



杨贵妃



大国崛起



秦腔



孙子兵法

콘텐츠 공급 차원에서 봤을 때, 2011년에 다큐멘터리 조달루트는 자체제작(48%), 외부에서 구입후 자체편집(15%), 해외수입(37%) 순으로 나타났다. CCTV9의 경우, 2011년에 CCTV9에서 방영한 다큐멘터리 중에 CCTV 자체 제작한 작품을 재편집한 것이 27% 정도를 차지하고 외주제작은 30%, 해외수입은 23% 정도를 차지했다. 일부 다큐멘터리 코너는 자체제작 역량이 부족하기 때문에 외주방식을 취하고 있다. 다큐멘터리 코너의 외주방식은 크게 외부에서 구입한 소재를 재편집, 위탁제작, 외부에서 구입한 작품을 그대로 방영 등 세가지로 분류할 수 있다.

국영 제작사, 민영 제작사, 중외합자 제작사 등 외주제작사들이 제작하는 다큐멘터리

## 부록 II

코너 수가 증가하는 추세이며 그 중에서도 민영 제작사들의 활약이 돋보인다. 민영 계열 중에서 LIC(大陆桥传媒)의 ‘传奇中国(전기중국)’, ‘奇趣大自然(기묘한 대자연)’, Rare Media(雷禾传媒)의 ‘口述(구술)’, ‘全景(전경)’, Yuanchun Media(元纯传媒)의 ‘视野(시야)’는 모두 중국에서 인지도가 높은 다큐멘터리 프로그램들이다. 일부 인기 있는 다큐멘터리 코너는 다수의 채널에서 방영되고 있다. 2011년에 복수 채널에서 방영되는 다큐멘터리 코너는 10개를 넘는 것으로 집계됐다.

다큐멘터리 장르로 봤을 때, 2011년에도 정체를 추적하는 다큐멘터리 특히 사회와 역사의 수수께끼를 풀어가는 다큐멘터리들이 시청자들에게 인기가 있는 것으로 조사됐다. 지방의 문화, 역사적 전통과 지역적 특색을 담은 고품질 다큐멘터리의 시장잠재력이 큰 것으로 보인다. 그러나 다큐멘터리 코너가 많은 만큼 내용 동질화 문제가 두드러지게 나타나고 있어 차별화된 우수 콘텐츠를 확보하는 것이 필요해졌다.

뉴미디어의 경우, 2011년에 인터넷 동영상 사업자의 다큐멘터리 편성이 늘었다. 다큐멘터리 채널을 따로 운영하고 있는 Qiyi(奇艺), Sohu(搜狐), 그리고 2011년에 동영상 콘텐츠 부문 투자를 확대한 Tencent(腾讯) 등 동영상 사이트들이 다큐멘터리 판권을 잇따라 구입하며 판권 가격도 상승세를 겪고 있다.

일부 인터넷 동영상 사업자는 다큐멘터리 자체제작도 시도하고 있다. Sohu의 경우 2011년 8월 29일 ‘大视野(대시야)’ 다큐멘터리 채널을 론칭해 자체제작한 다큐멘터리를 방영하고 있으며 CCTV, Phoenix TV 등 방송사와 민영 제작사의 다큐멘터리 제작스텝들이 제작에 참여하고 있다.

## 5. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

## 중국의 후궁 드라마 시청자 특징

2011년과 2012년에 높은 시청률을 올렸던 후궁 드라마의 본방 시청률 조사결과에 따르면 여성 시청자, 젊은 시청자, 중고졸 학력, 직원과 학생의 비중이 높은 편이다.

여성 시청자가 많은 것은 워낙 TV 시청자 중에 여성 시청자가 많은데다 궁중의 여인들이 펼치는 암투와 음모, 사랑이 여성의 흥미를 더 끌었기 때문이다. ‘美人心计(미인심계)’, ‘宫(궁)’, ‘步步惊心(보보경심)’, ‘倾世皇妃(경세황비)’, ‘武则天秘史(무측천비사)’, ‘新还珠格格(신환주格格, 황제의 딸 리메이크작)’의 여성 시청자 비중은 60%를 넘어섰고 그 중 ‘步步惊心(보보경심)’은 심지어 70%에 가까운 높은 비중을 기록했다. 호남위성TV에서 방영한 후궁 드라마도 모두 여성 시청자 비중이 65% 상회하는 것으로 나타났다. 절강위성TV에서 방영한 ‘后宫(후궁)’과 안휘위성TV, 강소위성TV에서 방영한 ‘美人天下(미인천하)’는 여성 시청자 비중이 호남위성TV보다는 낮긴 하지만 여전히 58% 정도에 이르는 수준이다.



일부 후궁 드라마는 25-34세 연령대의 시청자가 많고 일부 드라마는 35-44세 연령대가 많다. 이에 비해 14세 미만과 45세 이상 시청자는 적은 편이다. 이는 대부분 후궁 드라마들이 온라인 인기소설을 바탕으로 한 것이고 또 드라마 대사에 인터넷 신조어가 자주 등장해 인터넷 문화에 익숙한 젊은이들을 TV 앞으로 불러 모았기 때문이다. 또 일부 드라마는 배경과 의상은 고대의 것이지만 인기스타들을 내세워 현대인의 유행하고 발달한 사랑이야기를 풀어가고 있기 때문에 젊은 시청자들도 즐겨본다.

부록 II

학력으로 봤을 때 중고졸 시청자가 많고 일부 드라마는 대졸 학력 시청자도 꽤 있는 것으로 나타났다. 거의 모든 후궁 드라마는 시청자 중에 중졸과 고졸 학력이 각각 30% 정도를 차지하는 것으로 조사됐다. 대졸 이상 학력은 드라마별로 약간의 차이가 있는 것으로 보인다. ‘步步惊心(보보경심)’은 25%, ‘倾世皇妃(경시황비)’는 22%에 이르고 ‘杨贵妃秘史(양귀비비사)’, ‘后宫(후궁)’과 ‘武则天秘史(무측천비사)’도 20%를 넘어섰다. 한편 ‘新还珠格格(신환주격격, 신 황제의 딸)’의 시청자 중에 대졸 이상은 15.5%에 그쳤다.

직업 분포로 봤을 때 일반 사무직과 학생이 많은 편이다. 특히 ‘宫(궁)’과 ‘新还珠格格(신환주격격)’는 학생 시청자 비중이 20%를 넘어 기타 드라마보다 1배 정도 높은 것으로 나타났다.

<표9> 후궁 드라마 시청자 구성

시청자	美人心计	宫	步步惊心	倾世皇妃	武则天秘史	杨贵妃秘史	新还珠格格	后宫	美人天下
남	37.3	33.7	30.9	32.4	35.9	34.9	34.1	42	41.8
여	62.7	66.3	69.1	67.6	64.1	65.1	65.9	58	58.2
4-14세	11.9	12.8	7.3	7.8	4.5	7	15.3	9	9.6
15-24세	11.7	19.9	17.4	16.1	11.8	17.2	19.4	9.1	10.8
25-34세	18.5	18.2	27.2	23.9	23.6	21.4	16.1	25.8	18.6
35-44세	21.6	22	21.3	23.4	23.4	22.8	20.8	19.9	19.5
45-54세	17.7	15	16.5	17	20.6	16.2	14.7	19.7	19.9
55-64세	10.6	7.8	6.5	7.4	10.8	8.9	7.2	9.7	13.7
65세 이상	8.1	4.3	3.7	4.4	5.2	6.6	6.4	6.8	8
초등학교及以下	23.7	17.4	12.7	12.9	11	13.2	21.9	17.5	20.5
중학교	35.4	33.2	29.7	31.4	33.2	32.4	34.3	32.5	34.7
고등학교	24.2	31.3	32.6	33.5	34.9	33.1	28.3	28.8	27.5
대학교 이상	16.7	18.1	25	22.2	20.9	21.4	15.5	21.2	17.3
간부/관리직	3.6	3.8	3.9	4.1	4.8	5.5	3.5	4.9	3.6
자영업자/ 개인기업 직원	12.2	12.2	14.6	15.3	17.3	13.9	12.8	11.4	9.9
초급 공무원/ 고용직 공무원	16.8	17.7	25.9	22.8	21	20.3	16	23.1	19
노동자	15.2	15	17.2	17.4	17.8	15.4	15.4	15.7	18.2
학생	13.8	22.9	13.8	12.4	8.5	11.8	24.8	10.1	10.6

(19:30-24:00, 71개 도시, 위성채널 본방)

자료: CSM Media Reserch

정통사극으로 분류되는 ‘后宫甄嬛传(후궁견환전)’은 시청자 구성이 다소 다른 것으로 조사됐다. 2011년 11월 북경, 광주, 항주 지상파 채널에서 첫 방영을 할 당시 시청자의 연령대는 25세부터 54세까지 큰 비중을 차지한 것으로 나타났다. 특히 북경은 45-54세 연령대가 25.6%로 가장 큰 비중을 차지했다.

### <표 10> ‘후궁견환전’ 시청자 구성

(지상파 채널 본방, 2011년 12월 22일 기준)

시청자	북경영화드라마채널	광주종합채널	절강경제생활채널
남	40.9	40.4	49.1
여	59.1	59.6	50.9
4-14세	3.9	9.4	3.9
15-24세	5	7	9.8
25-34세	20.1	19.2	22.2
35-44세	19.5	13.6	14.2
45-54세	25.6	18.7	20.5
55-64세	15.9	18.1	19.8
65세 이상	10	14	9.5
간부/관리직	6.6	4.5	6.8
자영업자/개인기업 직원	9.2	6.6	11.3
초급 공무원/고용직 공무원	28.3	14.3	23.3
노동자	12.1	24.3	16.9
학생	5.2	7.5	5.4

자료: CSM Media Reserch

### 인터넷 방영 드라마 시청순위

5월 14일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 ‘옥탑방 왕세자’는 5위, ‘패션왕’은 12위, ‘사랑비’는 16위, ‘해를 품은 달’은 39위, ‘내 딸 꽃님이’는 41위를 차지했다. 구혜선이 주인공으로 출연한 대만 드라마 ‘절대달령’(絕對達令, Absolute Boyfriend, 원작은 일본 인기만화 ‘절대 그이’)은 26위를 차지했다.

<표11> Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	心术	3396731
2	后宫甄嬛传	3449616
3	小夫妻时代	1768726
4	薛平贵与王宝钏	1291740
5	옥탑방 왕세자	1298359
6	遍地狼烟	687840
7	北京爱情故事	606579
8	爱上巧克力	687038
9	拳王	665606
10	爱情公寓3	398071
11	笑红颜	706131
12	패션왕	580696
13	爱情公寓	274612
14	Big Bang	305936
15	新还珠格格	259426
16	사랑비	394818
17	爱情公寓2	212178
18	The Vampire Diaries	270617
19	便衣支队	556011
20	粉爱粉爱你	240821

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 6. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### Tencent, China ACG Group, 디즈니와 애니메이션 사업 협력

4월 10일 Tencent(腾讯)는 China ACG Group(中国动画集团), 월트 디즈니(상해) 유한

공사와 애니메이션 사업협력 조인식을 가졌다.

3사는 중국 국내 애니메이션 기획 및 개발 지원, 해외 교육 프로그램 도입, 애니메이션 인력 양성, 중국 국산 애니메이션의 해외 배급 등 부문에서 협력할 방침이다.

자료: DoNews, 2012.4.11

### **Sohu-Tencent-Baidu, 동영상 콘텐츠 부문 협력 강화**

Sohu(搜狐视频), Tencent(腾讯视频), Qiyi(奇艺, Baidu의 인터넷 동영상 서비스 자회사) 3개사는 동영상 콘텐츠 협력조직 - VCC(Video Content Cooperation)를 설립했다.

드라마의 인터넷 방영권 가격이 급등하고 있는 상황에서 콘텐츠 원가를 절감하기 위해 VCC를 설립했으며 위성TV채널처럼 콘텐츠 공동구매, 공동방영 방식을 취할 예정이다.

자료: Tencent, 2012.4.24

### **CBC(中广传播), 차이나모바일과 CCTV의 투자 유치**

차이나모바일과 CCTV의 CBC(中广传播) 투자 비율이 확정돼 곧 공식 발표될 예정이다. 3개사 지분비율은 CBC 50%, 차이나모바일 40%, CCTV 10%로 구성될 것으로 알려지고 있다.

CBC는 2005년 6월 국가광전총국 무선국관리국(無線電台管理局)에서 설립한 독자 자회사로, 전국의 CMMB(China Mobile Multimedia Broadcasting)망 구축 및 운영을 맡고 있다. 2011년에는 재정부에서 국가광전총국 무선국관리국의 지분을 전부 인수, 지금까지 재정부에서 100% 지분을 갖고 있었다.

CBC는 2011년 말 기준으로 336개 지급시(地级市) 이상 도시, 855개 현(縣)에 CMMB망을 구축했고 방송 커버리지 인구 수는 8억 명에 이른다.

자료: CCTIME, 2012.4.26

### **문화부, '12.5규획기간 문화개혁발전계획' 공포**

## 부록 II

5월 1일 중국 문화부는 ‘12.5규획기간 문화개혁발전계획(文化部“十二五”时期文化改革发展规划)’를 공포, 문화산업을 기간산업으로 육성하고 9대 중점사업을 추진한다는 방침을 내놓았다.

9대 중점사업으로는 ▷지역특화 문화산업 ▷극장 체인화 ▷문화산업 공공플랫폼 구축 ▷국가 디지털 문화산업 혁신 ▷중국 국산 애니메이션 활성화 ▷국가 애니메이션 산업 공공기술 서비스 ▷문화산업 투자체계 확립 ▷문화산업 프로젝트 서비스 ▷티벳족·강족·이족(藏羌彝) 문화산업벨트 조성 사업이 포함돼 있다.

자료: 신화망, 2012.5.10

### 인터넷 동영상 연맹 컨소시엄 설립

CMTF(Cross Media Task Force) 회원사들이 발기인으로 참여한 인터넷 동영상 연맹(OVA)이 4월 18일 출범식을 갖고 5월 11일부터 운영에 들어갔다.

Aegis Media, Ogilvy, CNTV, 봉황망(凤凰网), LeTV(乐视网), Youku(优酷网), Tudou(土豆网), PPTV, PPS, 금영망(金鹰网), Qiyi(奇艺, Baidu의 인터넷 동영상 서비스 자회사) 등이 회원사로 참여하고 있으며 향후 미디어 마케팅, 판권 협력, 스마트TV, 모바일 동영상 등 부문에서 협력을 강화할 방침이다.

자료: 중국신문망, 2012.5.16.

## 6월호

### CHINA MEDIA TREND [중국 방송콘텐츠 동향]



#### 1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
HOT(최근 인기작품)  
애니메이션 전문채널-Aniworld(金鷹卡通)

#### 2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 하이칭(海清)  
탤런트 겸 영화배우 장자이(张嘉译)  
감독 텡화타오(滕华骅)

#### 3. KEY PLAYER

CCTV(中国中央电视台)

#### 4. MEDIA TREND

'오락 프로그램 제한령' 시행후 성급 위성채널의 시청률 변화

#### 5. PREFERENCE

중국의 방송채널별 시청점유율

#### 6. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.

감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고 흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

6월 15일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 1960-1970년대 지식청년의 삶을 그린 드라마 '知青(지식청년)<sup>3)</sup>'을 방영하고 있다. 45부작으로 중국의 유명한 작가 량샤오성(梁晓声)이 대본을 썼다. 량샤오성이 10여년 전에 대본을 맡은 '今夜有暴风雪(오늘 밤에 폭풍 설이 있다)', '雪城(눈의 도시)', '年轮(연륜)' 등 드라마들도 지식청년들을 소재로 다룬 것으로 시청자들에게 큰 공감을 얻었던 작품들이다. '知青(지식청년)'은 지난 5월 29일부터 CCTV1에서 방영 중이며 국영방송에서 방영되는 드라마 치고는 억압된 청춘들의 모습을 그나마 진실하게 그려냈다는 평을 받고 있다.

황금시간대에 다수의 위성채널에서 공동 첫 방영을 하고 있는 드라마로는 '叶落长安(엽낙장안)'이 있다. 문화산업투자 전문회사들인 섬서문화산업투자자주그룹유한공사(陕西文化产业投资控股集团)와 서안곡강문화산업벤처투자유한공사(西安曲江文化产业风险投资有限公司)에서 드라마 제작에 투자를 했다. 2012년 5월 27일부터 북경위성TV, 산둥위성TV, 길림위성TV, 섬서위성TV에서 함께 방영하고 있다. 1940년대 초 연이은 재해로 하남성의 이재민들이 대량 섬서성으로 이주했던 사실을 바탕으로 이민 1,2,3세대의

3) '지식청년'이란 마오쩌둥(毛泽东)의 명령에 따라 1950년대부터 문화대혁명(文化大革命)이 끝날 때까지 자발적으로 또는 어쩔 수 없이 중하층 빈농의 재교육을 받으러 농촌에 내려간 젊은이들을 지칭한다. 그 중 대다수는 중학교 또는 고등학교를 다니던 사람들이다. 1950년대부터 1970년대 말까지 1,200만-1,800만 명 정도가 흑룡강, 운남, 섬서, 내몽고, 티벳, 신강 등지의 농촌으로 파견되었다.

삶을 담아냈다.

호남위성TV에서 방영 중인 '靑瓷(청자)'는 푸스(浮石)의 동명소설을 원작으로 한다. 작가 푸스는 한때 경매업에 종사하다가 뇌물공여죄로 실형을 살았던 사람이며 옥중에서 '靑瓷(청자)' 소설을 쓴 것으로 화제가 됐던 인물이다. 소설은 경매 시장의 비리, 금권거래, 외도, 중국식 인맥 관리 등 민감한 내용을 다루며 베스트셀러에도 올랐던 작품이다. 소설과 달리 드라마는 연이은 사건으로 시청자들의 궁금증만 증폭시킬뿐 스토리 전개는 느리고 일부 등장인물의 설정도 이상하다는 평을 받고 있다. 시청자들이 줄거리와 장면을 잘 이해하지 못하자 임시방편으로 내레이션을 추가하기도 했다.



知靑(지식청년)

45부작으로 중국의 유명한 작가 량샤오성(梁晓声)이 대본을 썼다. 지난 5월 29일부터 CCTV1에서 방영 중이며 국영방송에서 방영되는 드라마 치고는 억압된 청춘들의 모습을 그나마 진실하게 그려냈다는 평을 받고 있다. 제작사 산둥영시그룹(山东影视集团)은 산둥성방송총국(山东省广播电视台总台)과 산하 산둥영화드라마제작센터(山东电影电视剧制作中心)에서 공동설립한 법인이다.



叶落长安(엽낙장안)

1940년대 초 연이은 재해로 하남성의 이재민들이 대량 섬서성으로 이주했던 사실을 바탕으로 여주인공 하오위란(郝玉兰)과 그의 자녀들이 타향에 뿌리를 내리며 행복한 삶을 추구하는 과정을 그렸다. 연기와 중년 여배우 천샤오이(陈小艺)가 여주인공 역을 맡고 장이모(张艺谋), 천카이거(陈凯歌) 등 명감독의 영화에도 자주 등장하며 명품조연배우라 불리는 니다홍(倪大红)이 여주인공의 20살 연상의 남편 역을 맡았다. 2011년에 장춘(长春)방송국에서 지상파로 방영된 적이 있으며 2012년 5월 27일부터 북경위성TV, 산둥위성TV, 길림위성TV, 섬서위성TV에서 공동방영하고 있다.



红娘子(홍낭자)

귀정위(郭靖宇) 감독이 '铁梨花(철이화)'에 이어 직접 대본 집필과 연출을 맡은 작품이다. 홍군(女红军) 여전사 왕샤오홍(王小虹)이 마적 때에 납치당했다가 의술로 위기를 모면하고 다시 홍군 부대를 찾아가는 과정에서 만난 부잣집 아들과 그 주변의 사람들과의 얽히고 설킨 관계를 그렸다. '杜拉拉升职记(두라라 승진기)'로 스타덤에 오른 왕뤄단(王璐丹)이 주연을 맡았다. 2012년 2월 23일 강소위성TV에서 방영되었고 5월 29일부터 광둥위성TV, 요녕위성TV, 흑룡강위성TV에서 재방 중이다.

부록 II



青瓷(청자)

6월 4일부터 매일 3회씩 호남위성TV에서 방영 중이다. 푸스(浮石)의 동명소설을 원작으로 하며 소설은 경매 시장의 비리, 금권거래, 외도, 중국식 인맥 관리 등 민감한 내용을 다루며 베스트셀러에도 올랐던 작품이다. 그러나 연기과 배우로 유명한 장귀리(张国立)와 왕즈원(王志文)이 공동주연을 맡고 호남위성TV에서 대대적으로 홍보를 했음에도 불구하고 CSM Media Research의 조사에서 황금시간대 위성채널 드라마 시청률 순위는 12위(시청률 0.421%)에 그친 것으로 나타났다.

<표1> 6.5-6.15 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
知青	张新建	唐曾,傅晶,程皓枫,李欣凌,王凯	梁晓声	山东影视集团	시대극/멜로	CCTV1
丑角爸爸	王硕	李保田,牛欣欣,李彧	孟冰,王元平,陈建忠	河北影视集团制作有限公司	가정	CCTV8
叶落长安	姚晓峰	陈小艺,刘涛,倪大红,张晔	赵冬苓	陕西文化产业投资控股集团有限公司, 西安曲江文化产业风险投资有限公司	가정/멜로	북경위성 산둥위성 길림위성 섬서위성
红娘子	郭靖宇	王珞丹,杨志刚,刘威,史可	郭靖宇	江苏省广播电视总台	전쟁/멜로	광둥위성 요녕위성 흑룡강위성
风和日丽	杨文军	马伊俐,李晨,尤勇,鲍大志	泳群,林和平	上海蓝星广告传播有限公司, 上海SMG尚世影业有限公司	멜로	동방위성 절강위성
杀狼花	李小平	甄锡,王奎荣,黄海冰,苏瑾,宁丹琳	金哥,戴劲雯	中视影视, 上海新文化, 中广基经	전쟁	친진위성 운남위성
独立纵队	王响伟	王新军,李彩桦,秦海璐	吴国恩	浙江东阳横店影视城	전쟁/액션	호북위성 귀주위성
前妻的车站	斗琪	江珊,周小斌	南西,王宁	北京华风气象影视信息集团公司, 刘飒, 赵毅, 茅耀	가정/멜로	산서위성 청해위성

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
青瓷	李骏	张国立,王志文,韩雨芹,叶倩云	浮石,朱洪波	电广传媒文化发展有限公司, 龙秋云, 欧阳常林, 丁志刚	상업/멜로	호남위성
囧人的幸福生活	文杰, 祝东宁	张博, 孙悦, 贾青, 张勋杰, 郑恺	邵思涵	北京贺盈时代影视文化有限公司	가정/멜로	강소위성
流泪的新娘	罗灿然	郭珍霓, 叶静	王宗仁	刘燕铭	멜로	안휘위성
怪侠欧阳德	林添一	小沈阳, 林江国, 李晟, 李进荣	简远信	东阳千乘影视有限公司, 崇远传播, 本山传媒	사극/무협/코미디	동남위성
老爸的筒子楼	顾晶	许亚军, 刘威葳, 李崇霄, 李佳璇	刘增新, 刘斯斯	中外名人影视制作公司, 远东文化; 刘志军, 阎若洲, 高新亮	가정/멜로	강서위성
黑狐	张健, 杜玉明	张若昀, 李曼, 刘小锋, 乔鹏樾	张健	北京梦舟文化传播有限责任公司	첩보	사천위성
家在南三条	李三林	富大龙, 赵子琪, 印小天, 侯天来	韩素萍, 宋聚丰	中共石家庄市委宣传部, 石家庄广播电视台, 八一电影制片厂	가정/멜로	하북위성
地上地下	楼健	任程伟, 韩雪, 巍子, 王雅捷	汪海林, 闫刚	江西电视台电视剧制作中心, 万科影视有限公司	첩보	중경위성
飞虎神鹰	钱雁秋	张子健, 梁冠华, 曲栅栅, 苑冉	钱雁秋	张静	첩보/전쟁	광서위성
神探狄仁杰III	钱雁秋	梁冠华, 张子健, 须乾, 董璇	钱雁秋	太原电视台, 北京华艺浩歌传媒文化有限公司, 中央电视台影视部, 朱彤, 张会林	사극/추리	감숙위성
我的团长我的团	康洪雷	段奕宏, 张译, 张国强	兰晓龙	华谊兄弟娱乐投资有限公司, 天意影视有限公司	전쟁	내몽고위성
家的N次方	王迎	宋丹丹, 朱雨辰, 王子文, 高露	胡非子	金英马影视, 鑫宝源影视	가정/멜로	하남위성

자료: 진흥리서치 정리

HOT 화제작 : 혀 끝의 중국(舌尖上的中國)



5월 14일부터 23일까지 밤 10시 40분에 CCTV1에서 방영된 음식 다큐멘터리 ‘혀 끝의 중국(舌尖上的中國, A Bite of China)’ 이 큰 이슈가 되고 있다.

‘혀 끝의 중국’ 은 CCTV 산하의 다큐멘터리 전문채널인 CCTV9에서 개국 후 처음 방영한 음식 다큐멘터리 작품이다. CCTV9 제작진은 2011년 3월부터 13개월간 중국 대륙과 홍콩, 마카오, 대만을 포함해 60여곳에서 촬영을 했다. 지금까지 중국에서 만든 다큐멘터리 중에서 최고의 작품으로 평가받고 있다.

‘자연의 선물(自然的饋贈)’, ‘주식 이야기(主食的故事)’, ‘전화의 영감(轉化的靈感)’, ‘시간의 맛(時間的味道)’, ‘주방의 비밀(廚房的秘密)’, ‘오미의 조화(五味的調和)’, ‘우리의 전야(我們的田野)’ 등 7부작으로 구성된 이 작품은 식재료, 주식(主食), 식재료의 변화, 저장, 요리, 조화, 생태 등 각도에서 중국 각지의 다채로운 음식문화를 소개하고 있다.

식품 안전성 문제가 자주 불거지고 있는 상황에서 자연의 맛, 고향의 맛을 담은 음식을 화면에 담아내며 시청자들의 향수를 자극했다. 본방 1일 평균 시청률은 0.5%에 이르러 같은 시간대 드라마를 전부 제쳤다.

다큐멘터리가 인기를 끌면서 프로그램에 등장한 각종 음식과 식재료들도 인기를 끌고 있다. 인터넷 쇼핑몰 Taobao(淘寶網)의 통계에 따르면 5월 14일 첫 방송을 한 후 5일간 총 584만 4,791명이 Taobao에서 지방 특산 먹거리를 검색했다. 특히 대부분의 주문은 '허 쉰의 중국'이 방영되던 밤 11시 이후에 거래가 이뤄진 것으로 나타났다. 운남 특산 뉘덩햄(諾邓火腿)의 경우, 첫 회에 등장한 후 5일간 Taobao 거래량이 과거에 비해 4.5배나 늘어난 것으로 알려졌다. 다큐멘터리에 등장했던 각종 가마, 찜기 등 조리도구의 검색량과 거래도 폭증한 것으로 나타났다.

그 뿐만 아니라 중국 각지 특산품 가게와 음식점들은 '허 쉰의 중국'을 마케팅 수단으로 활용하고 있다. 다큐멘터리에 소개됐던 특산 먹거리와 요리를 눈에 잘 띄는 위치에 놓고 손님 눈길 끌기에 나선 것이다. 인터넷 여행사인 Ctrip(携程旅游网)은 심지어 '허 쉰의 중국'에 나온 지방 요리들을 찾아가는 '먹거리 탐방 코스'를 만들어 고객들에게 추천하고 있다.

시청자들의 호응에 힘입어 시즌2와 시즌3을 제작할 예정이며 시즌2는 중국의 가정요리를 중심으로 제작될 것으로 알려지고 있다.



애니메이션 전문채널 - Aniworld(金鹰卡通)



호남방송총국(湖南广播电视台总台) 산하의 애니메이션 전문채널 Aniworld(金鹰卡通)은 중국 최초의 애니메이션 전문 위성채널로 2004년 10월 30일 개국했다.

31개 성소재지, 160여개 대·중 도시에서 시청이 가능하고 방송 커버리지 인구는 6억 명을 넘는다.

'呆呆家(다이자자)', '超女娃娃(슈퍼걸 베이비)', '超越开心(웨이체웨이카이션)', '精灵世纪(요정의 세기)'를 비롯해 지금까지 총 1만 2,000분 분량의 애니메이션을 자체로 제작했다. 중국 최초의 모바일 애니메이션 영화 '美丽人生(아름다운 인생)'을 제작해 문화부와 차이나모바일이 공동주최한 중국 창작 모바일 애니메이션·게임 공모전에서 대상을 수상했다.

CSM Media Reserch가 25개 도시에서 실시한 조사에 따르면 2011년에 Aniworld는 아침 7시부터 저녁 12시까지 4세 이상 시청점유율이 0.78%에 이르러 전년 동기 대비 81.3%p 상승했고 중국의 위성채널 중 26위, 성급 위성채널 중 16위, 애니메이션 전문채널 중 1위를 차지했다.

2011년에 장사(长沙), 정주(郑州), 태원(太原), 장춘(长春), 합비(合肥), 남창(南昌), 해구(海口) 등 성소재지에서 성급 위성채널 시청점유율 5위권에 들어섰고 광주(广州), 은천(银川), 무한(武汉), 천진(天津), 복주(福州), 우루무치(乌鲁木齐) 등 성소재지에서는 성급 위성채널 10위권에 진입했다.



1일 17시간 방영하며 애니메이션 편성시간 비율은 80%를 넘고 본방 방영시간은 400분에 이른다. '玩名堂(토이 스토리)', '童心撞地球(동심이 지구와 부딪쳐)', '同趣大调查(같은 취미 대조사)', '飞行幼儿园(하이 플라이)' 등 인기 프로그램이 있고 '大画连篇600剧场(대화연편 600극장)' 등 7개 애니메이션 극장을 개설해 중국 국산 애니메이션을 방영하고 있다.



'大画连篇600剧场(대화연편 600극장)'은 중국 국산 우수 애니메이션을 본방으로 방영하며 4-14세 연령대를 주시청자로 한다. '开心家庭700剧场(즐거운 집 700극장)'은 가족들이 함께 볼 수 있는 우수 애니메이션을 재방송하는 프로그램이다. '快乐卡通800剧场(해피카툰 800극장)'은 어른과 청소년을 대상으로 하는 애니메이션 극장이고 '麦咭学学看剧场(매기야 배워봐 극장)'은 0-6세 연령대를 대상으로 한다.

주말과 공휴일에 방영되는 '假日翻翻遍剧场(휴일 재방 극장)'은 '喜羊羊与灰太狼(시양양과 후이타이랑)', '羊羊快乐的一年(양양의 즐거운 한 해)', '摩尔庄园(모얼장원)', '开心宝贝(해피베이비)' 등 인기작들을 방영하며 2011년 1-11월 전국 평균 시청점유율을 1.71%까지 끌어올렸다.

2011년부터 캐릭터 라이선싱, 전자상거래, 유아교육 등 분야로 사업영역을 확장하고 있다. 2011년 4월에 아동완구 쇼핑몰 tonqu.com(同趣网)을 론칭, 현재 회원 수는 10만 명을 넘는다. 2012년에는 Taomee Holdings Ltd.(淘米科技)와 어린이 대상 SNG(Social Network Game) 사이트인 '麦咭小怪兽(gs.61.com)'를 론칭했다.



## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 하이칭(海清)



1978년 1월생이며 본명은 황이(黄怡)다. 아역 배우 출신으로 7세 때 드라마에 출연했다. 12세부터 강소성 희극학교(江苏省戏剧学校)에서 무용을 배웠고 1997년에 북경영화학원(北京电影学院)에 입학했다.

2003년에 '玉观音(옥관음)'에서 조연을 맡으며 시청자들에게 얼굴을 알렸으며 2009년에 '双面胶(양면 테이프)', '王贵与安娜'

(왕귀와 안나), '蜗居(와거)'에서 탄탄한 연기력을 보여줬다. 2010년에 인기드라마 '媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)'에서 고부간의 갈등을 지혜롭게 헤쳐나가는 상큼발랄한 며느리 역을 맡으며 '국민 며느리'라는 애칭을 얻었다. 2010년에 천카이거(陈凯歌) 감독의 영화 '赵氏孤儿(조씨 고아)'에 출연했다.

'媳妇的美好时代(며느리의 아름다운 시대)'의 며느리 역으로 제25기 금영상(金鹰奖) '최 인기 여자 배우'상과 2011년 제28기 비천상(飞天奖) '우수 여배우' 상을 수상했다. 이미 결혼했고 4~5세 된 아들이 하나 있는 것으로 알려졌다.



### 이달의 배우 - 장자이(张嘉译)



1970년생이며 1991년 북경영화학원을 졸업한 후 많은 드라마와 영화에 출연하며 꾸준히 작품활동을 해왔다. 2008년 베를린영화제 은곰상과 각봉상을 수상한 '左右(In Love We Trust)'에서 남자주인공 역을 맡기도 했다. 그러나 '蜗居(와거)'에 출연하기 전까지만 해도 시청자들은 그를 '이름은 모르지만 얼굴은 본 적 있는' 낮은 배우 정도로 기억하고 있었다.

그러다가 2009년에 내집 마련의 고달픔, 관상결탁, 외도 등 민감한 내용으로 사회적 이슈가 됐던 '蜗居(와거)'에서 비리가 있지만 다정다감한 면도 있는 관료 역을 맡으면서 유명해졌다. 2011년에 '借枪

## 부록 II

(총을 빌리다)'에 출연해 백옥란상(白玉兰奖) '최우수 남자 배우' 상을 수상했다. 2012년에는 '悬崖(벼랑)', '心术(심술)', '浮沉(부침)' 등 화제작을 갖고 안방극장을 찾았다.

첫 결혼에 실패한 후 연기와 여배우 왕하이옌(王海燕)과 재혼, 둘 사이에 딸을 하나 두고 있다.



### 이달의 감독 - 텅화타오(滕华骅)



북경영화학원을 졸업했고 영화감독 텅원지(滕文骅)의 아들이다.

영화와 드라마 감독, 시나리오 작가, 프로듀서로 활동하고 있다.

감독을 맡은 드라마로는 '新言情时代(신 멜로시대)', '找不着北(방향을 찾지 못하다)', '危情24小时(위기의 24시간)', '双面胶(양면 테이프)', '王贵与安娜(왕구이와 안나)', '蜗居(와거)', '裸婚时代(나혼시대)', '穿动物园的女编辑(동물원을

입은 여편집)' 등이 있다.

2001년에 저예산 영화 '一百个……(백개……)'로 영화계에 데뷔해 호평을 받았다. 량咏琪(梁咏琪), 주샤오톈(朱孝天) 등 홍콩과 대만 배우들이 출연한 상업영화 '情牵一线(Sky of Love)'과 스릴러 영화 '心中有鬼(마음 속에 귀신이 있다)'의 감독을 맡는 등 다양한 장르의 영화에 연이어 도전했다. 감독과 프로듀서를 맡은 로맨틱 코미디 영화 '失恋33天

(실연한지 33일)'은 2011년 11월 8일 개봉돼 17일 만에 3억 위안에 이르는 흥행수익을 올렸다.



### 3. KEY PLAYER - CCTV(中国中央电视台)

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

China Central Television(中国中央电视台, 이하 CCTV)는 중국 국영TV방송국으로 중국에서 가장 영향력 있는 방송사이다. Peking Television(北京电视台)을 모태로 1958년 9월 2일 개국했고 1978년 5월 현재 명칭인 CCTV(中国中央電視台)로 사명을 변경했다.

#### <표 2> CCTV 연락처

홈페이지	cctv.cntv.cn
주소	北京市复兴路11號
전화	010-68500114

부록 II

광고는 CCTV의 주요 수익원이며 매년 하반기이면 다음 해 프라임타임 광고 경매를 실시한다. 2011년 프라임타임 광고매출은 전년 대비 15.52% 증가한 126억 6,870만 위안으로 집계됐다.

[그림 1] 프라임타임 광고매출 증가추이



방송채널

CCTV는 무료 공중파 채널 22개와 다수의 유료 디지털 방송채널을 보유하고 있으며 인구 대비 방송 커버리지는 90%에 이른다. 2008년에는 지상파 디지털 방송 및 HD방송을 시작했고 2012년 1월 1일부터 3DTV 시범방송을 시작했다.

CCTV의 무료 공중파 방송 채널수는 현재 22개이며, 각 채널별 방송프로그램 현황은 아래 표와 같다. 그 중 CCTV-1은 종합방송으로 중국에서 인구 커버리지율, 가구 보급률이 가장 높고 해외 시청가능 범위가 가장 넓은 방송채널이다.

〈표 2〉 CCTV 방송채널 구성

구분	채널 종류	방송 프로그램	기타
무료 공중파 방송	CCTV-1	뉴스 및 종합방송	아날로그 & HD 방송 24시간 방송
	CCTV-2	경제 방송	24시간 방송
	CCTV-3	엔터테인먼트 & 버라이어티 프로그램	24시간 방송
	CCTV-4	해외 방송	24시간 방송 CCTV International Asia, CCTV International Europe, CCTV International America 로 구성됨
	CCTV-5	스포츠 방송	24시간 방송
	CCTV-6	영화 채널	24시간 방송
	CCTV-7	농업, 군사방송	-
	CCTV-8	드라마	24시간 방송
	CCTV-9	다큐멘터리	
	CCTV-9	다큐멘터리(영어)	24시간 방송
	CCTV-10	과학교육 관련 프로그램	-
	CCTV-11	희곡(戲曲)방송	-
	CCTV-12	사회·법 관련 프로그램	-
	CCTV-13新闻	24시간 뉴스	24시간 방송
	CCTV-14少儿	어린이 전용 방송 채널	-
	CCTV-15音乐	음악 채널 (대중음악제외)	-
	CCTV-NEWS	영어 뉴스	
	CCTV-E	해외 방송 (스페인어) :	24시간 방송
	CCTV-F	해외 방송 (프랑스어)	24시간 방송
	CCTV-русский	해외 방송 (러시아어)	24시간 방송
CCTV-العربية	해외 방송 (아랍어)	24시간 방송	
CCTV-高清	High-Definition 프로그램 제공	24시간 방송	
기타	유료 디지털TV 19개 채널 Web TV 28개 채널		

자료: 진흥리서치 정리

## 부록 II

CCTV가 출자한 China DTV Media(中央数字电视传媒有限公司)와 China DTV Production(央视风云传播有限公司)이 유료 디지털 방송 서비스 관리 및 송출 업무를 맡고 있다. China DTV Media와 China DTV Production는 2003년 설립된 유료 디지털TV채널 통합운영체로 2012년 6월 기준으로 43개 유료 디지털TV 채널을 관리 및 운영 중이며 그 중 19개 채널이 CCTV 소유이다.

### 뉴미디어

CCTV는 뉴미디어 사업자 CNTV를 설립하고 Web TV, IPTV, 모바일TV, 차량용 TV 등 사업에도 진출했다. 그 동안 CCTV.com에서 제공해 온 CCTV 콘텐츠의 동영상 시청 혹은 스트리밍 서비스를 2009년 12월 서비스를 개시한 CNTV(中国网络电视台, China Network Television)에 이양했다.

CNTV는 2010년에 국가광전총국으로부터 IPTV 및 3G 모바일 TV 라이선스를 취득하여 전국에서 IPTV와 3G 모바일TV 프로그램 통합편성·방송제어, 운영 및 콘텐츠 서비스가 가능하다.

현재 뉴스, 스포츠, 엔터테인먼트, Ai Bugu(愛西柚: 블로그), Ai Xiyu(愛布谷: 동영상 검색) 영화, 드라마, 경제, 검색, 다큐멘터리 등 10여개 채널로 구성되어 있으며 향후 채널수를 더욱 확대시켜 나갈 방침이다.

CNTV는 2009년 10월에 운남TV방송국과 운남애상망락유한책임공사(雲南愛上網絡有限責任公司)를 설립하여 IPTV 서비스를 제공하고 있고 이에 이어 2011년 7월 27일에는 ‘TV Mall’ 서비스를 런칭하는 등 서비스 모델의 다각화를 추구하고 있다. 지방 방송 사업자와 조인트벤처를 설립하여 IPTV 서비스를 제공하는 방식으로 3년 내 2,000만 가구 이상의 IPTV 가입자를 확보한다는 계획이다.

### 콘텐츠 제작

현재 방영 중인 프로그램은 400개를 넘고 1일 방영분량은 270시간에 이르며 그 중 CCTV에서 자체제작한 프로그램은 총 방영분량의 75.31%를 차지한다. 채널별로 자체제작 콘텐츠와 외주제작 콘텐츠의 제작·방영분량 비중은 각각 다르다.

CCTV의 자회사 중에서 CTPC(中国电视剧制作中心有限责任公司)는 드라마, 영화, 다큐멘터리 등 콘텐츠를 제작하는 자회사다. 1983년 10월 18일 설립된 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心)를 모태로 하며 사극, 현대극, 아동극, 국내외 공동제작 드라마를 비롯해 총 400여편(4,000회 이상)의 드라마를 제작했다.

2009년 12월 29일 주식회사화되어 CTPC(中国电视剧制作中心有限责任公司)로 재출범했다. 향후 TV, 인터넷, 모바일 단말기 등에서 시청할 수 있는 드라마, 영화, 다큐멘터리, TV 프로그램, 애니메이션 등 멀티미디어 콘텐츠를 제작하고 또 합자, 공동경영 등의 방식으로 중국 국내 기타 사업자들과 협력을 넓혀간다는 방침이다.

## 글로벌 사업

CCTV는 2008년부터 중국의 정치, 경제, 문화를 세계에 전파할 수 있는 해외방송사업을 강화하고 있다. 2010년 말 기준으로 141개 국가와 지역에 방송을 송출하고 있으며, 영어뉴스채널은 126개 국가와 지역에서 방송하고 있다. 해외 시청가능 세대 수는 1억 6,000만 세대를 상회하고 그 중 영어뉴스채널 시청가능 세대 수는 1억 1,000만 세대에 이른다. 2011년 10월에는 Sony와 3DTV 프로그램 제작부문 전략적 제휴에 관한 MOU를 체결했다.

CITVC(中国国际电视总公司)는 CCTV의 독자 자회사로 CCTV 프로그램 판권의 수출과 Chinese TV Program Export Association(中国电视节目外销联合体)의 판권 수출을 독점대행하고 있으며, 해외위성 프로그램의 중국내 수신 관련 모든 사안을 독점대행하고 있다. 1984년에 설립되었고 1997년에 구조조정을 통해 미디어 그룹 법인으로 재출범했다. 산하에 CRTV(中国广播电视国际经济技术合作总公司), CNTV(央视国际网络有限公司), China DTV Media(中数传媒有限公司), Mycctv.com.cn(央视公众资讯有限公司), CCTV Home

## 부록 II

Shopping(中视电视购物有限公司), CTR Market Reseach(CTR市场研究), CICC(中视国际传媒有限公司, 해외방송플랫폼 Great wall[长城平台] 사업자), 무석 태호 영화·드라마 세트장(中央电视台无锡太湖影视城) 등 자회사를 두고 있다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드립니다으로써 중국 미디어시장에 대한 혜안과 아이디어를 드립니다.

### '오락 프로그램 제한령' 시행후 성급 위성채널의 시청률 변화

국가광전총국이 '오락 프로그램 제한령(限娱乐)'을 내린지 반년 만에 정책효과가 서서히 나타나고 있다. 6월 15일 인민일보(人民日报) 해외판은 성급 위성채널 시청률 순위에서 수년째 1위를 유지해온 호남위성TV가 지난 4월부터 시청률 1위 자리를 강소위성TV에 내주었고 5월 말 기준 시청률 순위에서 5위로 밀려났으며 그 대신 강소위성TV, 절강위성TV, 상해동방위성TV, 안휘위성TV의 시청률이 눈에 띄게 상승한 것으로 나타났다고 전했다.

성급 위성채널 시청률 순위에 변화가 나타나게 된 가장 큰 원인은 '오락 프로그램 제한령' 때문이다. 오락 프로그램은 위성채널들이 자체 제작한 프로그램 중에서 뉴스에 버금가는 중요한 콘텐츠이며 위성채널의 차별화 우위를 가장 잘 보여줄 수 있는 프로그램이다. 그러나 오락 프로그램 방영 제한조치가 이뤄지면서 드라마의 시청률 영향력이 더 커졌고 방송사의 드라마 확보경쟁이 더 치열해졌다.

2011년에 호남위성TV는 '回家的诱惑(귀가의 유혹)', '宫(궁)', '新还珠格格(신환주격격, 황제의 딸 리메이크작)', '步步惊心(보보경심)' 등 히트작을 연이어 방영하며 전국 시청률

1위를 지켰고 특히 '回家的诱惑(귀가의 유혹)'은 평균 시청률이 3.43에 이르러 자체 최고 기록을 경신한 적이 있다. 그러나 '오락 프로그램 제한령'이 내려진 후 드라마 판권 가격이 급등하는 가운데 타 위성채널들이 인기 드라마 판권을 공동구매하여 동일 시간대에 공동방영하는 전략을 취하고 있으나, 호남위성TV는 독점방영만 고집하고 있어 원가부담이 더 커지고 시청률 순위도 흔들리기 시작했다.

더욱이 4월과 5월 호남위성TV에서 방영된 '小夫妻时代(어린 부부 시대)', '新乌龙山剿匪记(신 오룡산 비적 토벌기)', '太平公主秘史(태평공주비사)', '笑红颜(소홍안)' 등 드라마는 시청률이 저조해 임시로 회당 방영분량을 줄이는 조치까지 이뤄졌다. 호남위성TV에서 6월 4일부터 방영한 '青瓷(청자)'는 인기소설을 바탕으로 하고 연기와 배우로 유명한 장국리(张国立)와 왕즈원(王志文)이 공동주연을 맡았음에도 불구하고 위성채널 드라마 시청률 순위는 12위(시청률 0.421%)에 그친 것으로 나타났다.

그 반면에 절강위성TV, 상해동방위성TV, 안휘위성TV 등 기타 채널들은 '后宫甄嬛传(후궁甄嬛전)', '心术(심술)' 등 인기 드라마를 공동구매하는 방식으로 시청자들을 끌어모으고 있다. 강소위성TV는 매일 저녁 황금시간대에 '怪侠欧阳德(협객 어우양더)', '断刺(단자)', '薛平贵与王宝钏(쉐핑구이와 왕바오촨)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)' 등 드라마를 3회씩 방영하며 시청률 순위가 급상승했다.

주요 위성채널들이 오락 프로그램의 분량을 줄인 대신 자사 간판 오락 프로그램의 질적 향상과 홍보를 위해 애쓰고 있는 것도 시청률 변화를 가져온 또다른 원인이다.

호남위성TV는 올들어 드라마 뿐만 아니라 오락 프로그램도 맥을 못춘다는 지적을 받고 있다. 간판 오락 프로그램인 '快乐大本营(쾌락대본영)'과 '天天向上(천천향상)'만 시청률이 높고 '天声一队(천성일대)', '芒果大直播(망고 생방송)', '成人礼(성인식)' 등 오락 프로그램은 낮은 시청률로 고전을 면치 못하고 있다. 그 대신 강소위성TV의 '非诚勿扰(비성물요)', 상해동방위성TV의 '中国达人秀(China's Got Talent)', 절강위성TV의 '中国梦想秀(Chinese Dream)', 천진위성TV의 '非你莫属(Only You)' 등은 모두 중국에서 높은 시청률을 자랑하는 오락 프로그램으로 자리매김하는 중이다.

'오락 프로그램 제한령'이란?

## 부록 II

2011년 10월에 국가광전총국은 ‘위성TV종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견(关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见)’을 공포하여 2012년 1월 1일부터 34개 위성TV채널에서 뉴스 프로그램 방송비중을 높이고 짝짓기 프로그램, 서바이벌, 버라이어티쇼 등 7가지 오락 프로그램의 방송비중을 통제할 것을 촉구했다.

### 위성채널 오락 프로그램 제한령

- 짝짓기 프로그램, 서바이벌, 버라이어티쇼 등 7가지 오락 프로그램 제한. 1주 2일만 방영 가능(중복 여부 상관 없음)
- 저녁 7:30-10:00 황금시간대에 편성된 오락 프로그램은 매주 2개 초과 불허. 홍콩과 대만 연예인 출연 제한
- 도덕교양 프로그램을 1개 편성해야 함
- 전국의 오디션 프로그램은 10개 초과 불허. 유형 중복 금지

이에 따라 2012년 1월 1일 기준으로 34개 위성채널의 1일 뉴스 프로그램 건수는 193건, 방송분량은 89시간으로 전년 대비 33% 늘었고 사회주의, 중화민족의 전통, 조국과 고향에 대한 애정을 반영한 신규 프로그램의 비중도 증가한 것으로 알려졌다.

한편, 량진쑹(郎劲松) 중국전매대학(中国传媒大学) 교수에 따르면 2012년 6월 기준으로 방송제한 품목에 해당되는 오락 프로그램의 편성 분량은 전년 동기 대비 3분의 2 감소한 반면 뉴스 프로그램은 3분의 1 증가했다. 새로 개설한 프로그램은 50개를 넘으며 그 중에서도 법률, 인문, 역사 등 프로그램의 비중이 크게 증가한 것으로 나타났다.

## 5. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 중국의 방송채널별 시청점유율

2012년 5월 CSM Media Research에서 발표한 '2011년 중국 TV방송시장 점검(2011年电视市场观察)' 보고서에 따르면, 최근 수년간 중앙급 채널의 시청량은 줄어든 반면 성급 위성채널의 시청량은 꾸준히 늘고 있으며 지상파 채널은 시청량이 전반적으로 안정적이거나 2011년에 다소 하락한 것으로 나타났다.

[그림 2] 2007-2011년 각급 방송채널의 시청자 1인당 1일 시청시간



자료: CSM Media Research

각급 방송채널의 경쟁현황 및 추이로 봤을 때 2011년에도 성급 위성채널의 시청점유율이 증가세를 보인 반면 중앙급 채널은 시청점유율이 하락세를 계속했다. 성급 지상파 채널과 시급 지상파 채널의 2011년 시청점유율은 총 34.8%로 2010년(36.4%) 대비 소폭 하락했다.

부록 II

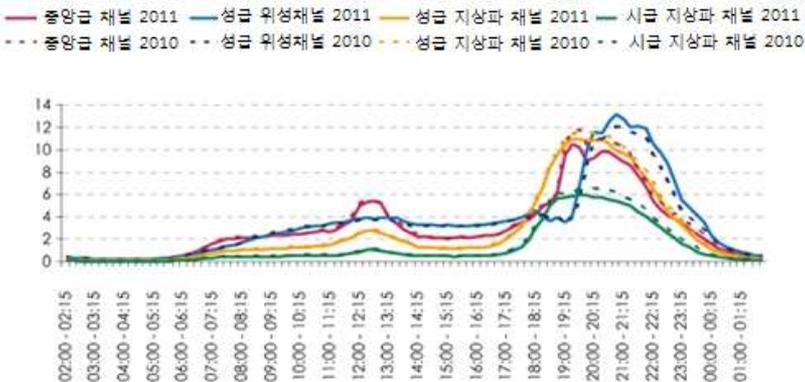
[그림 3] 2007-2011년 각급 방송채널의 1일 시장점유율



자료: CSM Media Research

최근 2년간 각급 방송채널의 시간대별 시청률 변화추이로 봤을 때, 낮 시간대의 시청률에는 큰 변화가 없고 경쟁이 가장 치열한 저녁 시간대에 일부 변화가 감지되고 있다. 2011년에 성급 위성채널 외에 중상급 채널과 성급 지상파 채널, 시급 지상파 채널의 19:00-22:00 시간대 시청률은 2010년 대비 하락세를 보였고 성급 위성채널은 21:00시 이후부터 자정까지 시청률은 눈에 띄게 상승했다.

[그림 4] 2010-2011년 각급 채널의 1일 시청률 추이

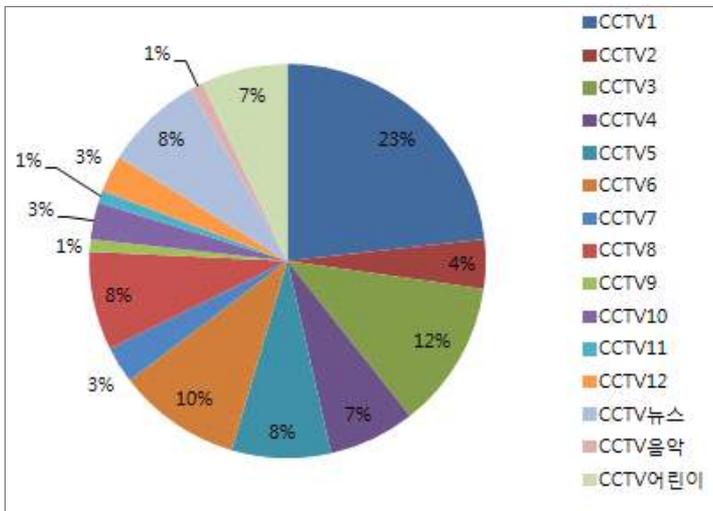


자료: CSM Media Research

각급 채널 시청자의 인구통계학적 특징으로 봤을 때, 중앙급 채널은 남성 시청자 비중이 더 높고 연령대, 학력수준이 높을수록 중앙급 채널을 시청하는 비중이 더 큰 것으로 조사됐다. 성급 위성채널은 여성 시청자가 많고 연령대, 학력수준이 높을수록 성급 위성채널을 시청하는 비중은 감소세를 보였다. 지상파 채널이 시청자 분포는 균형적인 편이다.

중앙급 채널의 시청점유율<sup>4)</sup> 중에 CCTV1의 비중은 25%에 가까우나 2010년에 비해 다소 줄어들었다. CCTV3과 CCTV6의 비중도 10%를 상회하며 그 중 CCTV3는 시청점유율이 전년 대비 소폭 상승한 것으로 나타났다. CCTV 뉴스, CCTV8, CCTV5, CCTV4, CCTV 어린이 채널의 시청점유율도 7%를 넘는 수준이다.

[그림 5] 2011년 CCTV 채널별 시청점유율



자료: CSM Media Research

성급 위성채널의 2011년 시청점유율은 30%를 상회하나 채널별로 또 큰 차이가 있다. 경쟁력을 갖춘 주요 성급 위성채널의 저녁 시간대 시청점유율이 더 상승하는 추

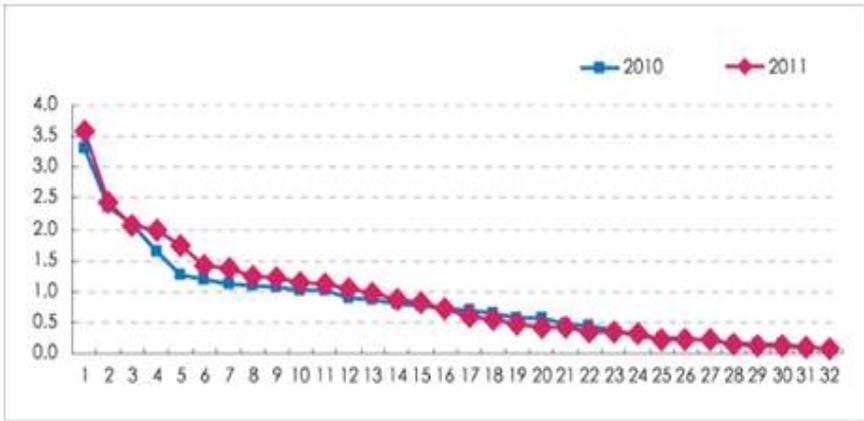
4) 시청점유율: 총 시청시간 중 특정 방송채널에 대한 시청시간이 차지하는 비율

부록 II

세이다. 2011년에 71개 대·중형 도시 1일 시청점유율로 봤을 때, 전체 성급 위성채널 (애니메이션 전문 위성채널 제외) 시청점유율 대비 TOP3 성급 위성채널의 시청점유율은 28%, TOP5 성급 위성채널의 시청점유율은 41%, TOP10 성급 위성채널의 시청점유율은 64%에 이르는 것으로 나타났다.

[그림 6] 2010-2011년 성급 위성채널의 1일 시청점유율

(71개 도시, 애니메이션 위성채널 제외)



자료: CSM Media Research

30여개 지급시(地市)와 성소채지(직할시 제외)의 지상파 채널 경쟁력을 봤을 때, 2010년 대비 2011년에 저녁 시간대 성급 지상파 채널의 시청점유율이 1%p 이상 상승한 도시는 3분의 1에 이른다. 지급 지상파 채널의 시청점유율이 1%p 이상 상승한 도시는 14개에 그쳤다. 성급 지상파 채널과 지급 지상파 채널의 시청점유율이 1%p 이상 하락한 도시는 절반에 가깝다.

저녁시간대 성급 지상파 채널의 경쟁력이 높은 지역은 절강(浙江), 호남(湖南), 광둥(广东), 강서(江西), 강소(江苏) 등지이며 해당 지역의 성급 지상파 채널 성소채지 시청점유율은 평균 37%로 조사됐다. 성급 지상파 채널이 경쟁력이 낮은 지역은 주로 서북과 서남지역에 위치해 있다. 2011년에 성급 지상파 채널의 시청점유율이 가장 낮은 5개 채널의 시청점유율은 평균 6%에 그쳤다.

시급 지상파 채널 중 시청점유율이 상위 20위를 차지하는 20개 도시 지상파 채널들은 최근 3년간 시청점유율이 평균 40% 정도를 유지하고 있으나 전반적으로는 매년 감소세를 보이고 있다. 시청점유율이 높은 시급 지상파 채널은 지역문화적 특색이 강하거나 현지 경제수준이 상대적으로 높은 강소, 절강, 광둥 등지 방송채널들이다. 시청점유율이 낮은 20개 시급 지상파 채널의 시청점유율은 평균 2% 정도에서 오르내리고 있다.

디지털TV채널의 시청점유율로 봤을 때, 2011년 9-10월 31개 도시를 대상으로 한 조사에서 디지털 채널의 시청점유율은 5.26%로 아직은 저조한 수준이다.

[그림7] 2011년 9-10월 디지털TV채널 시청점유율



자료: CSM Media Research

각급 방송채널의 드라마, 뉴스/시사, 예능 프로그램 시청점유율은 다음과 같다.

## 드라마

채널별로 봤을 때, 2011년 중양급 및 성급 위성채널의 드라마 시청점유율은 총 60%에 가까운 것으로 나타났고 그 중에서도 성급 위성채널의 드라마 시청점유율이 눈에 띄게 상승했다. 2011년에 성급 위성채널들은 독점방영 또는 공동방영 등의 방식으로 드라마를 편성하며 시청점유율을 높였다. 2011년 저녁 황금시간대에 본방으로 3-4개 성급 위성채널에서 공동방영을 한 드라마는 40편을 넘었다. 또 경쟁력을 갖춘 일부 성급 위성

## 부록 II

채널들은 독점방영 드라마 작품 수를 늘렸고 안휘위성TV, 강소위성TV, 절강위성TV에서 황금시간대에 독점방영한 드라마는 모두 시청점유율이 좋은 편이다.

심야시간대에 높은 시청점유율을 올린 드라마는 거의 모두 호남위성TV에서 방영된 것이며 특히 2011년 1/4분기에 방영된 ‘宮(궁)’, ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’ 등 드라마는 호남위성TV의 자체 최고 시청점유율을 잇따라 경신했다.

성, 시급 지상파 채널의 드라마 시청점유율은 총 39%로 2010년에 비해 다소 하락했으나, 각지 저녁시간대에 시청하는 드라마 중에서 지상파 채널에서 방영되는 드라마의 시청점유율은 여전히 높은 편에 속한다. 80개 도시에서 성, 시급 지상파 채널에서 저녁시간대에 방영한 드라마 시청점유율을 조사한 결과, ‘旗袍(치포)’, ‘水浒传(수호전)’, ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’, ‘青春期撞上更年期(사춘기가 갱년기를 만났을 때)’, ‘毒刺(독가시)’ 등 드라마는 50개 이상 도시에서 시청점유율 10위권에 진입했다.

드라마의 장르별로 봤을 때 2011년 저녁시간대에 첩보 드라마의 편성이 가장 많이 증가했고 드라마 장르 중에서 편성시간 비율도 가장 높은 것으로 나타났다. 기타 장르의 드라마 편성시간 비율은 도시생활, 근대 전기(近代传奇), 사회윤리 순으로 나타났다. 군사전쟁을 다룬 드라마는 편성시간 비율이 수년째 상승하는 반면 멜로, 경찰/범죄 소재의 드라마는 편성시간 비율이 감소하는 추세이다.

성급 위성채널과 지상파 채널은 모두 첩보 드라마 편성시간 비율이 가장 높다. 둘의 차이점이라면 성급 위성채널의 군사전쟁 드라마 편성시간 비율이 더 높고, 지상파 채널은 근대 전기와 사회윤리 드라마 편성시간 비율이 더 높다는 점이다.

[그림 8] 2011년 성급 위성채널과 지상파 채널의 드라마 장르별 편성시간 비율

(80개 도시, 18:00-24:00)



자료: CSM Media Research

시간대로 봤을 때, 드라마 시청시간은 저녁 황금시간대에 집중돼 있다. 19:00-21:00 시간대에 방영된 드라마의 시청량은 1일 드라마 총 시청량의 48%를 차지했다. 채널 별로 봤을 때 성급 위성채널과 성급 지상파 채널의 시청량이 가장 높다. 위성채널의 저녁 황금시간대 드라마는 주로 19:30시 이후 심지어 20:00시 이후 방영을 시작하기 때문에 18:00-19:00 시간대의 드라마 시청량 중에는 지상파 채널이 큰 비중을 차지했다. 낮 시간대의 드라마 시청량은 적은 편이고 성급 위성채널이 큰 비중을 차지했다.

## 뉴스/시사

채널별로 봤을 때, 2011년에도 중앙급 및 성, 시급 지상파 채널의 뉴스 시청점유율이 높다. 중앙급 채널의 뉴스 프로그램 시청점유율은 51%에 이르고 성, 시급 지상파 채널의 뉴스 시청점유율은 47%로 조사되었다.

시간대로 봤을 때, 18:00-20:00 시간대의 뉴스/시사 프로그램 시청량은 1일 뉴스/시사 총 시청량의 44%를 차지했다. 18:00-19:00 시간대에 방영되는 뉴스 프로그램은 성급 지상파 채널의 시청점유율이 가장 높고 19:00-20:00 시간대에 방영되는 뉴스 프로그램은 중앙급 채널의 시청점유율이 가장 높다. 낮 시간대에 방영되는 뉴스 프로그램도 중앙급

## 부록 II

채널의 시청점유율이 가장 높다.

### 예능 프로그램

채널별로 봤을 때, 예능 프로그램은 여전히 위성채널이 시청점유율이 가장 높다. 중앙급 채널과 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 총 80%에 달하고 성, 시급 지상과 채널의 예능 프로그램 시청점유율은 19%에 그친다. 그러나 2010년과 비교해봤을 때 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 계속 증가세이나 증가폭은 크게 줄었다.

2011년에 성급 위성채널들이 해외 예능 프로그램 판권을 사들여 리메이크하는 붐이 일었고 그 중 일부 프로그램은 큰 인기를 누렸다. 짝짓기 프로그램은 2010년에 이어 2011년에도 인기를 누렸고 미혼남녀 짝짓기 뿐만 아니라 부부동반 출연 예능 프로그램도 꽤 있었다. 오디션 리얼리티 프로그램 중에서는 상해동방위성TV에서 영국의 ‘Britain’s Got Talent’의 판권을 구입해 제작한 ‘China’s Got Talent(中国达人秀)’와 절강위성TV의 ‘Chinese Dream(中国梦想秀)’이 주목을 받았다. 심천위성TV의 ‘Generation show(年代秀)’, 산둥위성TV의 ‘Legend of songs(歌声传奇)’, 안휘위성TV의 ‘the Best Years of Our Lives(黄金年代)’를 비롯해 옛 추억을 들춰내는 예능 프로그램들도 시청자들의 반응이 좋은 것으로 나타났다.

시간대로 봤을 때, 19:00-23:00 시간대에 방영되는 예능 프로그램은 1일 예능 프로그램 총 시청량의 56%를 차지했다. 중앙급 채널과 성급 위성채널의 예능 프로그램은 일반적으로 21:00-22:00 사이에 방영을 시작하며 해당 시간대에 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 70%에 가깝다. 낮 시간대의 예능 프로그램 시청점유율도 성급 위성채널이 가장 높다.

요일별로 봤을 때 주말 저녁시간대 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율이 높다. 19:30-23:00 사이에 방영을 시작하는 프로그램의 시청시간 비율로 봤을 때 평일에는 드라마가 47%를 차지하고 예능 프로그램은 16%에 그침. 토요일과 일요일 저녁시간대에는 예능 프로그램의 시청시간 점유율이 33%로 상승했다.

## 인터넷 방영 드라마 시청순위

6월 18일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 '신사의 품격'은 11위, '옥탑방 왕세자'는 20위, '인현왕후의 남자'는 23위, '사랑비'는 25위, '미남이시네요'는 32위, '마리는 외박중'은 43위를 차지했다. 구혜선이 주인공으로 출연한 대만 드라마 '절대달령'(絕對達令, Absolute Boyfriend, 원작은 일본 인기만화 '절대 그이')은 50위를 차지했다.

<표 4> Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	五号特工组之偷天换月	2924623
2	甄嬛传	1607350
3	宝贝妈妈宝贝女	1438802
4	青瓷	1994228
5	金太郎的幸福生活	1659474
6	我可能不会爱你	477283
7	囧人的幸福生活	692026
8	红娘子	852072
9	心术	862974
10	爱上巧克力	782842
11	신사의 품격	455046
12	舌尖上的中国	712781
13	重案六组第四部	645129
14	爱情公寓3	426945
15	风和日丽	349130
16	黑狐	454536
17	流泪的新娘	405944
18	独立纵队	366824
19	轩辕剑之天之痕	357604
20	옥탑방 왕세자	392676

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 7. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### COSHIP, 캄보디아 디지털TV 사업에 1,500만 달러 투자 예정

중국의 디지털TV 장비업체 COSHIP(同洲电子)는 6월 11일 공고를 발표, 캄보디아에 합자회사를 설립해 캄보디아 디지털TV망 구축에 참여할 것이라고 밝혔다.

COSHIP는 CAF(China-ASEAN Fund), UTL과 합자회사 국제통신미디어유한공사(国际通信传媒有限公司)를 설립할 예정이며 각사 투자액은 CAF 2000만 달러(지분비율 40%), UTL 1500만 달러(30%), COSHIP 1500만 달러(30%)이다.

국제통신미디어유한공사는 캄보디아 최대 방송사 Bayon TV와 합자회사 Supreme Cambo Telecommunication Media Group Co., Ltd를 설립할 예정이다. Supreme Cambo Telecommunication Media Group Co., Ltd는 캄보디아에 디지털TV를 기반으로 한 유무선 융합 방송망을 구축, SDTV, HDTV, 3DTV, 인터넷 전화, 영상통신, 스마트홈 등 서비스를 제공한다는 방침이다. 해당 방송망에는 중국 지상파 디지털TV 전송표준(DTMB)을 채택할 예정이다.

자료: 통신산업망, 2012.6.12

### 중국 디지털 케이블 HDTV 950만 가구 상회

Guideline Research(格兰研究)에서 최근 발표한 ‘중국 디지털 케이블 TV 분기 보고서 -2012.Q1’에 따르면 2012년 3월 말 기준으로 중국의 디지털 케이블 HDTV 가입자는 955만 9,000가구로 2010년 말 보다 218% 늘었고, 전국 디지털 케이블 TV 가입자 대비 8.09% 차지했다. 디지털 케이블 HDTV 가입자 수가 10만 세대를 넘는 도시는 북경, 상해, 중경, 남경을 비롯해 20개를 넘는다.

한편 2012년 3월 말 기준으로 중국의 쌍방향 케이블 방송망의 커버리지 인구는 6,836만 세대에 이르러 전국 케이블TV 가입자의 33.92%를 차지하고 쌍방향 서비스 실제 이용자는 전국 케이블TV 가입자의 8.39%를 차지하는 것으로 조사됐다.

현재 제공 중인 쌍방향 케이블TV 부가서비스 중에서 VOD 서비스가 가장 활발하다. 2012년 3월 말 기준으로 중국의 케이블 방송망 기반 브로드밴드 가입자는 470만 가구를 상회하나 대역폭의 제한으로 증가속도는 기대에 못미치는 수준이다.

자료: Guideline Research, 2012.6.12

### 직접위성방송 가입자 86만 4,566가구

직접위성방송 전문 사이트 户户通(www.huhutv.com.cn)에 따르면, 6월 23일 기준으로 중국의 직접위성방송 가입자 수는 86만 4,566가구에 이른다.

중국은 2008년 6월 9일 Chinasat-9(中星9號) 방송위성을 발사, 농촌의 난시청 지역 해소를 목표로 하는 위성 디지털 방송 ‘방송 촌촌통(廣播電視村村通)’ 사업에 사용하고 있다. 전력 공급이 되나 방송을 시청할 수 없는 거주민 20세대 이상의 지역을 대상으로 하며 현재 54채널의 중앙과 성(省)급 방송을 시청(청취)할 수 있다.

자료: 户户通(www.huhutv.com.cn), 2012.6.25

### SMG, 2011년에 1만 3272.94시간 분량의 방송콘텐츠 판권 수출

6월 20일 중국 국무원 신문판공실에서 발표한 자료에 따르면 2011년에 SMG(上海广播电视台)의 판권 수출 계약액은 총 95만 달러 정도로 2010년 대비 15% 늘었고 총 1만 3272.94시간 분량의 방송콘텐츠 판권을 수출했다. 그 중 영화는 2.94시간, TV 프로그램은 1만 3,270시간(그 중 드라마는 47시간)으로 집계됐다.

국가 및 지역별 판권 수출분량은 미국(2,359.9시간), 홍콩(677.1시간), 싱가포르(409시간), 대만(84.4시간), 일본과 캐나다(각각 2시간) 순으로 나타났다.

자료: 국무원 신문판공실, 2012.6.20

## 7월호

### CHINA MEDIA TREND (중국 방송콘텐츠 동향)



#### 1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
HOT(최근 인기작품)

#### 2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 양미(杨幂)  
탤런트 겸 영화배우 원장(文章)  
감독 관후(管虎)

#### 3. KEY PLAYER

SMG(上海东方传媒集团有限公司)

#### 4. MEDIA TREND

HDTV 활성화 정책과 현황

#### 5. MEDIA POLICY

국가광전총국, 인터넷 드라마 규제 강화

#### 6. PREFERENCE

중국의 요리 프로그램 시청추이

#### 7. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.

감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고 흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

7월 15일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 1950년 중국인민해방군 서북야전군 독립 보병사단 소속 136명의 군인들로 구성된 선발대가 6개월간 눈덮인 고원지대를 지나 티벳 아리(阿里) 지역에 중국 국기를 꽂는 과정을 그린 '先遣连(선견련)'을 방영하고 있다. 난주군구(兰州军区) 정치부 TV예술센터와 하북성 당 선전부에서 공동제작했고 2010년 제23회 도교국제영화제 최우수 남우주연상을 수상했던 왕첸위안(王千源)이 주연을 맡았다. 난주군구 정치부 TV예술센터에서 제작한 드라마 중에 CCTV에서 황금시간대에 방영했던 작품으로는 '保卫延安(연안을 보위하다)', '那遥远的地方(머나먼 곳)', '雪域天路(설역천로)' 등이 있다.

CCTV8에서는 6월 4일부터 매일 3회씩 호남위성TV에서 방영했던 드라마 '青瓷(청자)'를 재방하고 있다. 경매 시장의 비리, 금권거래, 외도, 중국식 인맥 관리 등 민감한 내용을 다루며 베스트셀러에도 올랐던 동명소설을 원작으로 하며 연기파 배우로 유명한 장궈리(张国立)와 왕즈원(王志文)이 공동주연을 맡았다.

황금시간대에 다수의 위성채널에서 공동 첫 방영을 하고 있는 드라마로는 '穆桂英挂帅(무구이잉이 군사를 통솔하다)', '只要你过得比我好(나보다 당신이 더 잘 살아야)', '时尚女编辑(패션지 여편집)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)'이 있다.

안휘, 산둥, 하남, 천진위성채널에서 방영 중인 사극 '穆桂英挂帅(무구이잉이 군사를 통솔하다)'는 중국 고전문학 '杨家将演义(양가장연의)'에 등장하는 무예가 뛰어나고 지략이 높은 여인인 무구이잉을 주인공으로 했다. 위성리(俞胜利) PD는 CCTV 소속으로 '

부록 II

卧薪尝胆(와신상담), '大宅门(대택문)', '天下粮仓(천하량창)' 등 대형 사극의 제작으로 유명한 PD다. 동남위성TV에서 재방 중인 '新西游记(신서유기)'는 중국의 4대 고전명작 중의 하나인 명나라의 장편 신괴(神怪) 소설 '西游记(서유기)'를 각색한 것이며 5년간 1억 3,200만 위안을 들여 제작하고 판권은 3억 위안에 판 것으로 알려지고 있다. 무협 드라마 제작자로 유명한 장지중(张纪中) PD와 장젠야(张建业) 감독의 작품이다. 지상파에서는 66부작을 방영하고 위성채널에서는 60부작으로 줄여 방영하고 있다.



先遣连(선견련)

7월 14일부터 황금시간대에 CCTV1에서 방영 중이며 1950년 중국 인민해방군 서북야전군 독립보병사단 소속 136명의 군인들로 구성된 선발대가 6개월간 눈덮인 고원지대를 지나 티벳 아리(阿里)지역에 중국 국기를 꽂는 과정을 그렸다. 난주군구(兰州军区) 정치부 TV 예술센터와 하북성 당 선전부에서 공동제작했고 2010년 제23회 도교국제영화제 최우수 남우주연상을 수상했던 왕첸위안(王千源)이 주연을 맡았다.



时尚女编辑(패션지여편집)

인기작가 자오자오(赵赵)의 소설 '穿“动物园”的女编辑(동물원을 입은 여편집)'을 바탕으로 하며 패션지 에디터, 사진작가, 코디네이터 등 패션지 종사자들의 회로에락을 그렸다. 텡화타오(滕华骅) 감독이 메가폰을 잡고 CCTV MC에서 연기자로 변신한 자오쯔치(赵子琪), 중국해방군 공군정치부 TV예술센터 여배우 인타오(殷桃), 북경영화학원(北京电影学院) 강사를 지냈던 쭈핑(祖峰)이 주연을 맡았다.



穆桂英挂帅(목계영)

7월 10일부터 안휘, 산둥, 하남, 천진위성채널에서 방영 중이다. 중국 고전문학 '杨家将演义(양가장연의)' '에 등장하는 무예가 뛰어나고 지략이 높은 여인인 무구이잉(穆桂英)을 주인공으로 했다. CCTV의 유명 PD인 위성리(俞胜利)가 제작을 맡았고 마오푼(苗圃), 뤼진(罗晋), 쓰친고와(斯琴高娃), 장테린(张铁林) 등 배우들이 출연했다.



新西游记(신서유기)

동남위성TV에서 재방 중인 '新西游记(신서유기)'는 중국의 4대 고전명작 중의 하나인 명나라의 장편 신괴(神怪) 소설 '西游记(서유기)'를 각색한 것이며 5년간 1억 3,200만 위안을 들여 제작한 작품이다. 무협 드라마 제작자로 유명한 장지중(张纪中) PD와 장젠야(张健亚) 감독의 작품이다. 지상파에서는 66부작을 방영하고 위성채널에서는 60부작으로 줄여 방영하고 있다.

〈표 1〉 6.5-6.15 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
先遣连	范建会	王千源, 王新军, 孙涛	王元平, 公丕才	兰州军区政治部电视艺术中心, 河北省委宣传部	군사/혁명	CCTV-1
青瓷	李骏	张国立, 王志文, 韩雨芹, 叶倩云	浮石, 朱洪波	电广传媒文化发展有限公司, 龙秋云, 欧阳常林, 丁志刚	상업/멜로	CCTV8
穆桂英挂帅	宫晓东	苗圃, 罗晋, 斯琴高娃, 张铁林	张建广	兄弟时代影视文化传播有限公司	사극	안휘위성 산둥위성 하남위성 천진위성
只要你过得比我好	马鲁剑	张国强, 李琳, 温峥嵘	于漫洋	东阳新概念影视传媒有限公司, 东阳凤仪影视有限公司, 何继昌	가족/멜로	절강위성 요녕위성 하북위성 후룡강위성
时尚女编辑	滕华涛	殷桃, 张子萱, 张瑶, 李媛	赵赵	北京电视台, 北京华录百纳影视有限公司	멜로/코믹	북경위성 내몽고위성
金太狼的幸福生活	余淳	宋丹丹, 李小璐, 王雷, 范明	娟子	北京华录百纳影视有限公司, 陈润生, 徐雨	가족	호북위성 광서위성
胜女的代价	张博昱	张翰, 陈乔恩, 高以翔	好故事工作坊编剧团队	欢瑞世纪影视传媒有限公司, 北京明耀恒星文化传媒, 剧酷传媒	도시/청춘 멜로	호남위성
女人的抉择	俞钟	凌潇肃, 徐筠, 芦芳生, 王媛可	刘海静, 童全, 天子	武汉流金文化传媒有限公司, 卜宇, 周莉	멜로	강소위성

부록 II

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
我的经济适用男	蒋家骏	佟丽娅,李光洁,杜淳,戚薇	刘誉	天视卫星传媒股份有限公司	멜로	동방위성
永不消逝的电波	智磊	邹涵虹,刘磊,李梦男	余飞	北京唐德凤凰影视传媒公司	첩보	중경위성
西游记	张建亚	吴樾,聂远,臧金生,徐锦江	高大庸,刘毅,郎雪枫,黄永辉	北京慈文影视制作有限公司	신괴	동남위성
菩提树下	赖水清	钟汉良,吕一,李子雄,杨蕊	张译兮	北京慈文影视制作有限公司	시대극/멜로	사천위성
我的孩子我的家	毛卫宁	刘佩琦,萨日娜,徐玉琨	周涌	北京华谊兄弟娱乐投资有限公司	가족	길림위성
明珠游龙	田少波	宋洋,杨净如,刘淼淼,吴静一	徐远	北京东方飞云国际影视公司	사극/코믹	광둥위성
薛平贵与王宝钏	林添一	陈浩民,宣萱,馨子,张亮	简远信	浙江华策影视股份有限公司	사극	산서위성
心术	杨阳	吴秀波,海清,张嘉译,翟天临	六六	上海上影英皇文化发展有限公司	병원/사회윤리	운남위성
风云传奇	刘一志,水平	谢君豪,陆玲,王珂,陈创	白一骢	北京星辉煌影视投资有限公司	첩보	섬서위성
爱情睡醒了	沈怡	唐嫣,邱泽,戚薇,徐正曦	辛迪加编剧群	上海辛迪加影视	멜로	귀주위성
就想爱着你	柯翰辰	言承旭,Ella,张勋杰,陈紫函	谢琪,曹晴雅,方懿德	柯宜勤	청춘멜로	청해위성
误入军统的女人	刘澍	奎荣,杨莹,牛犇	弋戈	杨健康	첩보	감숙위성

자료: 권홍리서치 정리

## HOT 화제작 : China's Got Talent(中国达人秀)



‘China’s Got Talent(中国达人秀)’는 상해동방위성 TV(Dragon TV)에서 영국의 ‘Britain’s Got Talent’의 판권을 구입해 제작한 오디션 프로그램이다.

2010년 7월 25일부터 매주 일요일 저녁 전국을 대상으로 방영하고 있다. 최종 우승자는 라스베이거스에서 3개월간 공연을 하고 대만 여가수 차이이린(蔡依林)의 월드투어 공연의 게스트로 초대되는 행운이 주어진다.

상해(上海), 심천(深圳), 북경(北京), 무한(武汉), 천진(天津), 성도(成都) 등 지역별로 예선을 치른다. 인구가 많은 나라인만큼 전국 각지에서 내로라하는 사람들이 많이 신청하기 때문에 불거리가 풍성하다. 출연자의 수입, 집안, 직업 등 개인적인 사항까지 낱낱히 소개되고 무대밖 일상생활도 카메라에 담았다. 또 예선공연 영상의 일부는 TV나 인터넷으로 방영하기 때문에 예선에서 탈락한다 해도 얼굴을 알릴 기회는 있다.

두 팔을 잃고 발가락으로 피아노를 연주하는 피아니스트 류웨이(刘伟), ‘공주는 잠 못 이루고’의 가사를 호객 멘트로 바꾼 야채장수 차이화텐마(菜花甜妈), 여장 발레리나로 열연을 펼친 60세의 기업인 리추청(李秋成), 중국의 인기 만담가이자 ‘China’s Got Talent’의 심사위원인 저우리보(周立波)를 성대모사한 여섯살짜리 여자아이 장펑시(張馮喜), 아내에게 노래를 부를 수 있는 기회를 주기 위해 돼지처럼 분장하고 무대 위에서 구르던 저우옌펑(周彦峰) 등 출연자들은 예선, 준결승과 결승전에서 감동과 웃음을 선사하며 시청률에 일조했다.

최근에는 ‘China’s Got Talent’에 출연해 자신이 쓴 시를 낭송한 뒤 하룻밤 새 유명세를 탄 농민공 양청권(杨成军)이 중국 유수의 출판사와 계약을 맺고 시집을 발간키로 해 화제를 낳고 있다.

2011년 7월 열린 결승전에는 ‘Britain’s Got Talent’를 통해 세계적인 스타로 부상한 수잔 보일(Susan Boyle)이 초대가수로 무대에 올랐다.

부록 II

지난 달에 시즌3 예선을 시작했고 예선개최 도시도 크게 늘었다. 오는 10월 28일부터 상해동방위성TV에서 방송을 시작할 예정이다.

<표 2> China' s Got Talent 시청률 추이

구분	시기	상해 시청률	전국 시청률	전국 순위	
시즌1	예선/준결승	2010.7.25	7.96	1.37	2위
		2010.8.01	13.09	2.10	2위
		2010.8.08	12.92	2.16	2위
		2010.8.22	16.49	2.83	2위
		2010.8.29	18.46	2.69	2위
		2010.9.05	20.58	3.00	2위
		2010.9.12	20.73	2.87	2위
		2010.9.19	18.94	2.47	2위
	2010.9.26	20.46	2.87	1위	
결승	2010.10.10	34.88	5.70	1위	
시즌2	예선/준결승	2011.5.01	13.88	2.10	2위
		2011.5.08	14.97	2.28	2위
		2011.5.15	18.53	2.53	2위
		2011.5.22	20.00	3.10	1위
		2011.5.29	20.50	2.90	1위
		2011.6.05	22.60	3.38	1위
	결승	2011.7.10	32.6%	5.947	1위

자료: CSM Media Research, 25개 도시 시청률 조사



## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 양미(杨冪)



1986년 9월 북경에서 출생했다. 아역 배우 출신으로 4살 때 처음으로 드라마 '唐明皇(당명황)'에 출연했으며 2005년에 북경영화학원(北京电影学院)에 입학했다.

고등학교 2학년 때 무협 드라마 '神雕侠侣(신조협려)'에서 귀상(郭襄) 역을 맡으며 시청자들의 사랑을 받기 시작했고 2009년에는 인기 게임을 바탕으로 한 무협 드라마 '仙剑奇侠传三(선검기협전3)'에 출연하며 인지도를 높였다. 2011년에 선풍적인 인기를 끌었던 타임슬립 드라마 '宫(궁)'에서 여주인공 뤼칭촨(洛晴川) 역을 맡은 후 인기가 급등, 제17기 상해TV방송제에서 백옥란상(白玉兰奖) '최우수 여배우상'과 '최인기 여배우상'을 수상한데 이어 '포브스'지에서 선정한 '2012년 중국의 유명인 리스트'에서 13위를 차지했다.

양미가 2009년에 찍은 스릴러 영화 '孤岛惊魂(고도경혼)'은 2011년 7월 개봉후 42일 만에 9,000만 위안을 넘는 흥행수익을 올려 중국 국산 스릴러 영화의 최고 기록을 세웠다. 2011년 9월 Universal Music과 계약을 체결하며 가요계에 본격 진출, 2012년 1월 개인앨범 '亲幂关系(Close to Me)'를 발표했다. 2012년 초 '양미 스튜디오'를 설립하고 청춘 드라마 '中国女孩(차이나걸)'의 프로듀서를 맡아 2012년 3월 촬영을 시작했다.



이달의 배우 - 원장(文章)



1984년 6월 섬서성 서안(陝西西安)에서 출생했으며 만족(滿族)이다. 중앙희극학원(中央戏剧学院) 재학시절 드라마 '与青春有关的日子(청춘의 날들)', '奋斗(분투)'에 출연하며 인기를 얻었다.

2007년에 '走着瞧(두고 보자)'로 스크린에 데뷔했고 2010년 영화 '海洋天堂(해양천당)'에서 자폐아 역을 맡아 2011년 북경대학생영화제 '최인기 남자배우상'과 중국 영화부문 국가 최고상인 화표상(华表奖) 신인상을 수상했다.

2010년과 2011년에는 드라마 '雪豹(눈표범)', '裸婚时代(나혼시대)'로 안방극장에서 인기를 누렸고 주연을 맡은 로맨틱 코미디 영화 '失恋33天(실연한지 33일)'은 2011년 11월 개봉 17일 만에 3억 위안에 이르는 흥행수익을 올렸다. 현재 주성치(周星驰) 감독의 영화 '西游(서유)'의 주인공을 맡아 촬영 중이다.

'裸婚时代(나혼시대)'의 대본작업에도 참여했으며 2011년 6월에는 개인앨범 '等不到的爱(기다릴 수 없는 사랑)'을 발표하며 만능 엔터테이너로 불리고 있다.

9살 연상의 영화배우 겸 탤런트 마이리(马伊琍)와 결혼했고 둘 사이에 딸을 하나 두고 있다.



이달의 감독 - 관후(管虎)



1967년 8월 북경에서 출생했으며 1991년 북경영화학원(北京电影学院) 감독학과를 졸업했다.

중국의 6세대 영화감독 중의 귀재로 불리고 있다. 1992년에 메가폰을 잡은 저예산 영화 '头发乱了(머리가 흐트러지다)'가 첫 작품이며 이 영화는 제1회 중국대학생예술제에서 '혁신상'을 받는데 이어 제32회 빈 영화제에도 출전했던 작품이다. 영화 '西施眼(서시안)'은 2002년에 NETPAC(아시아영화진흥기구상)를 수상하고 2003년 북경대학생영화제 최인기상을 수상했다. 2009년에는 영화 '斗牛(투우)'로 제46회 대만 영화제 금마상(金马奖) 최우수 대본상을 수상했다.

드라마 부문에서도 '黑風블랙홀', '冬至(동지)', '七匹(7일)', '生存之民工(농민공)' 등 화제작을 만들어내며 안방극장에서 인기몰이를 했다 2011년에는 드라마 '沂蒙(기똥)'으로 제28회 비천상(百花奖) 우수 감독상을 수상했다.

탤런트 겸 영화배우 량징(梁静)과 결혼했고 슬하에 일남일녀를 두고 있다.



### 3. KEY PLAYER - SMG [上海东方传媒集团有限公司]

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

2001년 상해인민라디오방송국(上海人民广播电台), 상해TV방송국(上海电视台) 등 5개 방송국을 통합해 설립한 상해문광신문전매그룹(上海文广新闻传媒集团)을 모태로 한다. 2009년 10월 조직개편을 통해 상해문광신문전매그룹(上海文广新闻传媒集团)을 상해방송국(上海广播电视台)으로 변경한 후, 상해방송국에서 출자하여 SMG(上海东方传媒集团有限公司)를 설립했다.

<표 3> SMG 연락처

홈페이지	www.smg.cn
주 소	中国上海威海路298号
전 화	0086-21-62565899

#### 방송채널

SMG는 14개 TV 채널, 11개 라디오 방송 채널과 다수의 유료 디지털 방송채널을 보유하고 있다.



〈표 4〉 SMG의 TV채널 구성

구분	채널 유형
新闻综合(News)	뉴스종합채널
新娱乐(New Entertainment)	엔터테인먼트 채널
东方卫视(Dragon TV)	전국 대상 위성TV채널
第一财经(China Business Network)	경제 및 비즈니스 관련 지상파 채널
星尚(Channel Young)	젊은 층을 타겟으로 한 방송채널
艺术人文(Channel of Fine Arts)	예술인문채널
五星体育(Five Star Sports Channel)	스포츠 채널
ICS(International Channel Shanghai)外语	외국어 채널
OCJ Channel	홈쇼핑 채널
哈哈少儿(Haha TV)	어린이 방송채널
电视剧(Drama Channel)	드라마 전문 채널
纪实(Documentary Channel)	다큐멘터리 채널
炫动卡通(Toonmax TV)	애니메이션 채널
宁夏卫视(닝하위성TV)	경제 및 비즈니스 관련 위성채널. 닝하(宁夏) 방송국과 협력

자료: SMG, 건홍리서치 정리

## 뉴미디어

2004년 SMG는 뉴미디어 사업부를 신설하여 디지털 유료 TV, 브랜드 TV, 모바일 TV와 IPTV 등의 서비스를 제공했으며, 운영은 각각 SiTV(文广互动), SMGBB(东方宽频), Dragon(东方龙), BesTV(百视通)가 맡았다. 2011년 1월에 뉴미디어 사업부문을 통합하여 증시에 상장했고 상장사 명칭은 BesTV(百视通新媒体股份有限公司, 주식번호 600637)이다.



<표 5> 뉴미디어 사업연혁

구분	연혁
IPTV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2005년 3월 SMG는 중국 최초의 IPTV 운영 라이선스 획득</li> <li>• 2006년 9월 중국 최초로 IPTV 서비스 개시</li> <li>• 2010년에 전국에서 IPTV 프로그램 통합편성·방송제어, 운영 및 콘텐츠 서비스가 가능한 라이선스 획득</li> </ul>
모바일TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2005년 3월 Dragon New Media(東方龍新媒體)는 중국 최초로 모바일 TV 전국 통합운영 라이선스 획득</li> <li>• 2007년 7월 모바일 TV 서비스 ‘제5 미디어’ 개시</li> <li>• 2010년에 전국에서 3G 모바일TV 프로그램 통합편성·방송제어, 운영 및 콘텐츠 서비스가 가능한 라이선스 획득</li> </ul>
브로드밴드 온라인TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SMGBB(東方寬頻)은 SMG 프로그램의 온라인 생방송, VOD 및 부가서비스 제공</li> </ul>
뉴미디어 사업부문 통합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2011년 1월에 뉴미디어 사업부문을 통합하여 증시 상장</li> </ul>

자료: SMG, 건홍리서치 정리



BesTV의 2011년 매출액은 13억 3,500만 위안으로 동기 대비 43.04% 늘었다. 그 중 IPTV 사업부문 매출액은 8억 1,800만 위안으로 67.07% 늘고 무대설치·연예기획·제작 사업 매출액은 1억 6,700만 위안으로 32.51% 증가했다. 장비 판매 및 임대 사업부문 매출액은 9,434만 2,600위안으로 19.73% 줄고 인터넷 및 브로드밴드 자원 임대 매출액은 9,239만 8,200위안으로 103.28% 늘었으며 모바일TV 사업 매출액은 6,346만 100위안으로 132.85% 증가했다.

2011년 말 기준으로 IPTV 가입자는 1,000만 가구를 넘었고 BesTV의 인터넷TV 통합운영 플랫폼에 연결된 인터넷TV 수신기는 500만 대 이상, 실제로 인터넷TV 서비스를 자

주 이용하는 가입자는 200만 가구로 전국의 60%를 상회했다.

BesTV는 2011년에만 판권 구입에 1억 위안 이상을 투입했고 현재 35만 시간이 넘는 콘텐츠를 확보하고 있다.

<표 6> BesTV의 뉴미디어 사업실적

구분	규모
IPTV 사업부문 매출액	8억 1,800만 위안(+67.07%)
IPTV 가입자	1,000만 가구 상회
모바일TV 사업 매출액	6,346만 100위안(+132.85%)
인터넷TV 통합운영 플랫폼	인터넷TV 통합운영 플랫폼에 연결된 인터넷TV 수신기는 500만 대 상회. 인터넷TV 서비스를 자주 이용하는 가입자는 200만 가구

자료: BesTV, 건홍리서치 정리

SMG는 국가광전총국의 요구에 따라 2012년 2월 CNTV(中国网络电视台)와 IPTV 통합 편성·방송제어 플랫폼을 하나로 통합했다. 또 자회사 BesTV Network TV Technology Development Co. Ltd.(百视通网络电视技术发展有限责任公司)를 통해 CNTV와 IPTV 사업 전담 합자회사를 설립할 예정이다. 등록자본은 5,000만 위안이며 양사는 CNTV는 2,750만 위안을 출자하여 55%의 지분을 갖고 BesTV는 2,250만 위안을 출자하여 45%의 지분을 갖게 된다.

SMG는 또 국가광전총국에서 추진하는 NGB(차세대 방송망) 상해 시범망 구축사업을 맡고 있다. 상해시 정부는 2009년 7월 31일 과기부, 국가광전총국과 NGB 시범협력에 관한 MOU를 체결한 후 SMG와 OCN(东方有线网络有限公司)을 NGB 사업주체로 지정했다. SMG의 경우, 자회사 SiTV에서 실제 사업을 맡고 있다.

## 콘텐츠 제작

자회사 SMG Pictures(上海尚世影业有限公司)에서 영화, 드라마 투자, 제작, 배급 사업

## 부록 II

을 맡고 있다. 2007년에 설립된 상해TV미디어회사(上海电视传媒公司)를 모태로 하며 2010년 12월 SMG Pictures로 사명을 변경했다. '蜗居(와거)', '杜拉拉升职记(두라라 승진기)', '喜羊羊與灰太狼(희양양과 회태랑)', '十月圍城(십월위성)' 등 드라마, 애니메이션, 영화를 다수 제작, 배급했다.

SMG는 해외 방송콘텐츠 수출실적을 인정받아 중국 상무부(商務部)로부터 '문화수출형 기업(文化出口企業)' 상을 수상하기도 했다.



### 글로벌 사업

SMG는 글로벌 방송사업자로 도약하기 위해 CCTV에 이어 중국에서 두번째로 24시간 영어 방송채널 ICS(International Channel Shanghai)를 개국하고 2008년 1월부터 정식 서비스에 들어갔다. 또 다양한 분야에서 글로벌 미디어 기업들과 협력하고 있다.

2010년에 프랑스텔레콤과 제휴, BesTV에서 개발한 IPTV 미들웨어 기술과 프랑스텔레콤의 IPTV 시스템을 접목시켜 유럽, 아프리카 등 지역의 50여개국에 SMG 프로그램과 상해엑스포 관련 프로그램을 방송했다. 2011년 10월 BesTV는 인도네시아 PT Telkom과 인터넷, 휴대폰, 테블릿PC, 스마트TV, OTT 셋탑박스 등 단말 기반의 뉴미디어 사업부문에서 협력하기로 MOU를 체결했다.

해외 판권 수입도 활발하게 이뤄지고 있다. 'Britain's Got Talent' 을 수입해 'China's Got Talent(中國達人秀)'라는 이름으로 2010년 7월부터 방영하고 있다. 2011년 7월에는 뮤지컬 '맘마미아'의 중국어 버전 공연을 시작했으며 11월까지 상해, 북경, 광주 등 3개 도시에서 130회 공연했다.

한국과의 협력은 CJ그룹과의 협력이 대표적이다. 2003년 8월 SMG와 CJ O Shopping에서 설립한 동방CJ홈쇼핑(OCN)은 이미 중국의 대표적인 홈쇼핑 채널로 정착했다. 2010년 11월 SMG는 중국대외문화집단공사(中国对外文化集团公司), CJ엔터테인먼트와 합자법인 ‘United Asia Live Entertainment(亚洲联创[上海]文化发展有限公司)’ 를 설립하며 CJ그룹과 협력을 강화했다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드립니다으로써 중국 미디어시장에 대한 해안과 아이디어를 드립니다.

### HDTV 활성화 정책과 현황

국가광전총국은 2009년 8월 6일 ‘HDTV 활성화 촉진에 관한 통지(关于促进高清电视发展的通知)’ 를 공포하여 HDTV와 SDTV 동시방영 방식으로 HDTV의 활성화를 촉진할 것이라고 밝히고 CCTV1과 북경위성TV, 상해동방위성TV, 강소위성TV, 호남위성TV, 흑룡강위성TV, 절강위성TV, 광둥위성TV, 심천위성TV 등 9개 채널에서 9월 28일부터 HD/SD 동시방영을 하도록 했다.

이에 이어 2010년 9월에는 ‘HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지(廣電總局關於進一步促進和規範高清電視發展的通知)’ 를 공포하여 HDTV 편성비율을 높일 것으로 촉구했다. HDTV의 보급화를 위해 ▷ 조건을 갖춘 위성TV채널과 HD 방송에 적합한 지상파 다큐멘터리 채널, 스포츠 채널, 애니메이션 채널, 드라마 채널은 국가광전총국의 승인을 거쳐 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영 가능 ▷ 기존의 유료 디지털 케이블TV채널을 국가광전총국의 승인을 거쳐 유료 HDTV 채널로 변경하는 것을 권장 등

부록 II

의 방침을 제시했다.

또 천진위성TV, 호북위성TV, 산둥위성TV, 광서위성TV, 안휘위성TV 등 5개 위성채널과 북경의 문예채널, 스포츠채널, 천진의 권투무술채널, 다큐멘터리 채널, 도시극장채널, 스포츠채널, 성도(成都)TV방송국의 뉴스종합채널, 일조(日照)TV방송국의 뉴스종합채널, 제남(濟南)TV방송국의 뉴스종합채널 등 지방 방송채널들이 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영을 하는 것을 추가로 허가했다.

‘HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지’에서는 제작사에 대해서도 ▷ 영화방송 제작사의 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 등 프로그램의 HD 제작비율 증가 ▷ 2011년부터 영화방송 제작사에서 제작완료한 드라마 중에 HD 제작비율은 50% 상회 ▷ 2012년부터 HD 기술로 제작한 드라마 만이 드라마상 심사에 참가 가능 ▷ HD/SD 동시방영 채널을 개통한 방송국은 외주제작 프로그램 중 HD 프로그램 특히 HD 영화와 드라마의 비율 증가 ▷ 해외 영화와 드라마를 수입하는 경우, HD 기술로 제작한 영화와 드라마를 우선적으로 검토 등의 요구를 제시하고 있다.

각지 방송 주무부처는 디지털 케이블 방송에 CCTV HD 채널과 HD/SD 동시방영 채널을 편성시켜야 하며, 이를 이유로 전송료와 시청료를 추가로 부과하는 것은 금지된다.

<표 7> 국가광전총국의 HDTV 활성화 정책조

구분	HDTV 활성화 촉진에 관한 통지	HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지
HDTV 방영 비율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HDTV와 SDTV 동시방영 방식으로 HDTV의 활성화 촉진</li> <li>• HD/SD 동시방영 개시후 1차 연도의 HD/SD 동시방영 비율과 HD 방영 비율은 50% 이상. 2차 연도의 HD/SD 동시방영 비율과 HD 방영 비율은 70% 이상. 3차 연도에는 HD 방영비율 100% 달성</li> <li>• 1차 연도와 2차 연도에 HD 채널은 황금시간대(18:30-23:00)에 HD 프로그램만 방영 가능(광고, 일기예보 포함)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘HDTV 활성화 촉진에 관한 통지’의 요구 재강조: 2010년 9월 28일부터 HD/SD 동시방영 비율과 HD 방영 비율은 70% 이상으로 향상. 황금시간대(18:30-23:00)에 HD 프로그램만 방영 가능(광고, 일기예보 포함)</li> <li>• 2011년 9월 28일부터 HD 방영비율 100% 달성</li> </ul>

구분	HDTV 활성화 촉진에 관한 통지	HDTV 활성화 촉진 및 규범화에 관한 통지
방송사에 대한 요구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방송국 장비의 디지털화 가속화, HD 프로그램 제작·방영 시스템 구축 가속화, HD 프로그램의 질적 향상 촉구</li> <li>• HDTV 활성화 명목으로 채널을 증설하는 것을 원칙상 불허</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HDTV의 보급화를 위해, 조건을 갖춘 위성TV채널과 HD 방송에 적합한 지상파 다큐멘터리 채널, 스포츠 채널, 애니메이션 채널, 드라마 채널은 국가광전총국의 승인을 거쳐 현지 케이블 방송망에서 HD/SD 동시방영 가능</li> <li>• 기존의 유료 디지털 케이블TV채널을 국가광전총국의 승인을 거쳐 유료 HDTV 채널로 변경하는 것을 권장</li> </ul>
제작사에 대한 요구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ---</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영화방송 제작사는 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 등 프로그램의 HD 제작비율을 늘려야 함</li> <li>• 2011년부터 영화방송 제작사에서 제작완료한 드라마 중에 HD 제작비율은 50%를 넘어야 함</li> <li>• 2012년부터 HD 기술로 제작한 드라마만이 드라마상 심사에 참가할 수 있음</li> <li>• HD/SD 동시방영 채널을 개통한 방송국은 외주제작 프로그램 중 HD 프로그램 특히 HD 영화와 드라마의 비율을 꾸준히 늘려야 함</li> <li>• 해외 영화와 드라마를 수입하는 경우, HD 기술로 제작한 영화와 드라마를 우선적으로 검토해야 함</li> </ul>
HD/SD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CCTV1과 북경위성TV, 상해동방위성TV, 강소위성TV, 호남위성TV, 흑룡강위성TV, 절강위성TV, 광둥위성TV, 심천위성TV 등 9개 채널</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 천진위성TV, 호북위성TV, 산둥위성TV, 광서위성TV, 안휘위성TV 등 5개 위성채널이 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영을 하는 것을 허가</li> <li>• 북경의 문예채널, 스포츠채널, 천진의 킨투무술채널, 다큐멘터리 채널, 도시극장채널, 스포츠채널, 성도(成都)TV방송국의 뉴스종합채널, 일조(日照)TV방송국의 뉴스종합채널, 제남(濟南)TV방송국의 뉴스종합채널 등이 현지 케이블 방송망을 통해 HD/SD 동시방영을 하는 것을 허가</li> </ul>

부록 II

전송방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 암호화 후 위성을 통해 전송하며 현지 케이블 방송망을 통해 현지 시청자들에게 전송됨</li> <li>• 유료 디지털TV 통합운영 사업자들인 China DTV Media Inc., Ltd.(中央数字电视传媒有限公司), TOPV Digital TV Media Co.,Ltd(鼎视数字电视传媒有限公司)와 SMG에서 전송 담당</li> </ul>
------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

국가광전총국에 따르면, 2011년 말 기준으로 중국의 성급 이상 방송국과 일부 지급시(地级市) 방송국들이 제작방송 시스템의 디지털화를 마쳤고 HD 스튜디오 설립이 잇따르고 있다. 위성TV채널은 HD/SD 동시방영 비율이 100%에 이르고 천진, 사천, 귀주 등지의 성급 방송국들은 주요 지상파 채널의 SD/HD 동시방영을 하고 있다.

지역 별로 수신가능한 HD 채널 수는 다르다. 상해의 경우 2012년 7월 기준으로 시청 가능한 SD 채널은 100개를 넘고 HD 채널 수는 21개로 전국에서 가장 많다. 그 중 12개 채널은 공중파 채널이고 9개 채널은 유료 채널이다. NGB(Next Generation Broadcasting Network) 시범망이 구축된 지역에서는 HD VOD, 3D VOD 서비스도 이용할 수 있다.

<표 8> 상해지역 HDTV 채널 현황

구분	채널
공중파	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CCTV HD채널</li> <li>• CCTV1 SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 동방위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 강소위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 절강위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 호남위성TVSD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 북경위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 광둥위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 심천위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• 홍콩강위성TV SD/HD 동시방영 채널</li> <li>• SiTV 드라마 채널(SMG 드라마 채널, SD/HD 동시방영)</li> <li>• SiTV 엔터테인먼트 채널(SMG 엔터테인먼트 채널, SD/HD 동시방영)</li> </ul>

구분	채널
유료	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CHC HD영화(CHC高清电影)</li> <li>• 신시각 HD(新视觉高清)</li> <li>• 신시각 스포츠 HD(新视觉体育高清)</li> <li>• 신시각 드라마 HD(新视觉剧场高清)</li> <li>• 신시각 다큐멘터리 HD(新视觉纪实高清)</li> <li>• 신시각 엔터테인먼트 HD(新视觉娱乐高清)</li> <li>• 권투무술 HD(搏击高清)</li> <li>• DOX·영화(DOX·映画)</li> <li>• DOX·드라마(DOX·剧场)</li> </ul>

자료: 건홍리서치 정리

## 5. MEDIA POLICY

다른 어느 나라보다 정책변화가 미디어에 빠르게 반영되는 곳이 중국입니다. 중국 미디어산업을 움직이는 국가광전총국, 문화부, 신문출판총서 등 유관기관의 최신 지침과 통지 및 이와 관련된 미디어 정책의 흐름을 분석하여 향후 산업의 변화방향과 전망을 제공합니다.

이달의 포커스 - 국가광전총국, 인터넷 드라마 규제 강화

### 정책동향

7월 9일 국가광전총국과 국가인터넷정보관공실<sup>5)</sup>은 ‘인터넷 드라마, 마이크로 영화

5) 국가인터넷정보관공실(国家互联网信息办公室): 2011년 5월 설립. 국무원신문판공실(国务院新闻办公室)에 간관을 하나 더 추가했을 뿐 사실상 한 개 조직이며 인터넷 정보 전과 방침과 정책, 법제도 추진, 유관부처를 지도하여 인터넷 정보 콘텐츠 관리 강화, 법에 따라 불법 사이트 처벌 등의 기능 수행

## 부록 II

등 인터넷 시청각 프로그램 관리 강화에 관한 통지(关于进一步加强网络剧, 微电影等网络视听节目管理的通知)’를 공포했다.

2007년 12월 20일 국가광전총국과 공업신식화부에서 공동발표하여 2008년 1월 31일부터 시행한 ‘인터넷 시청각 프로그램 서비스 관리규정(互联网视听节目服务管理规定)’을 근거로 하며 ‘우수한 인터넷 드라마, 마이크로 영화 등 인터넷 시청각 프로그램의 제작을 권장한다’고 밝히고 ▷ 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자 자체 검열후 방영 ▷ 인터넷 시청각 프로그램 산업협회의 업계 자율화 추진 ▷ 정부주무부처에서 법에 따라 사업자 허가 및 퇴출 관리 등 세가지 조치를 내놓았다.

### <표 9> 인터넷 시청각 프로그램 관리 강화조치의 주요 내용

- 인터넷 시청각 프로그램 서비스 사업자들이 책임지고 자체 검열위원회를 구성해 해당 사이트에서 방영되는 영상물 콘텐츠를 우선 검열한 뒤 통과한 콘텐츠에 한해서만 방영할 것을 요구
- 산업협회는 사업자 자체검열 담당직원 교육평가 시행
- 자체검열 담당직원은 교육을 받은 후 자격증을 획득해야 함. 인터넷 사업자들이 자체제작한 드라마는 등록제 시행

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

## 배경

저속한 콘텐츠를 단속하기 위해 국가광전총국은 2009년 3월 ‘인터넷 시청각 프로그램 콘텐츠 관리 강화에 관한 통지(关于加强互联网视听节目内容管理的通知)’를 공포하여 인터넷 시청각 프로그램의 규제에 대해 원칙적인 규정을 내린 적이 있다.

최근 수년간 인터넷 드라마, 마이크로 영화 등 인터넷 시청각 프로그램의 제작방영이 늘고 있는 가운데 그 중 일부는 내용이 저속하고 폭력성과 선정성이 짙어 정부당국과 청소년 자녀를 둔 학부모들의 불만을 야기, 저속한 콘텐츠에 대한 규제를 강화하여 건전한 인터넷 문화를 조성하는 것이 필요해졌다.

## 파급효과

LeTV(乐视网)과 같은 대형 인터넷 동영상 사업자들도 시청자들의 눈길을 끌기 위해 일본 성인영화에 못지 않은 노출수위의 인터넷 드라마 등 콘텐츠를 방영하며 트래픽이 급증한 사례들이 있다. 향후 이처럼 내용이 저속하고 폭력성과 선정성이 짙은 인터넷 드라마, 마이크로 영화 등 콘텐츠로 트래픽을 늘리는 것은 어려울 것으로 보인다.

인기 드라마의 인터넷 방영권 가격이 치솟는 상황에서 인터넷 동영상 사업자들이 원가를 낮추기 위해 인터넷 드라마를 자체제작하고 있다. 이들이 자체로 제작한 인터넷 드라마는 예전과 같이 국가광전총국에 제작등록공시 신청을 한후 승인을 받으면 방영을 할 수 있기 때문에 사실상 인터넷 드라마 제작에 대한 규제는 더 강화된 것이 없다. 따라서 향후에도 인터넷 동영상 사업자들의 자체제작이 계속 활발하게 이뤄질 것으로 예상된다.

## 6. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 중국의 요리 프로그램 시청추이

2012년 4월 CSM Media Research에서 발표한 자료에 따르면, 중국은 요리의 대국답게 요리 프로그램도 매우 많다.

2011년 CSM Media Research의 모든 조사대상 지역에서 요리 프로그램을 방영한 채널은 137개, 방영 중인 요리 프로그램은 총 200개에 가까웠다. 2011년 요리 프로그램의 총

부록 II

방송분량은 2만 8,600시간에 이르러 전년 대비 7,000시간 정도 늘었다. 그러나 시청시간은 2009년의 175분에서 2011년에는 138분으로 줄어들었다.

[그림 1] 2009-2011년 요리 프로그램 방송시간과 시청시간 추이



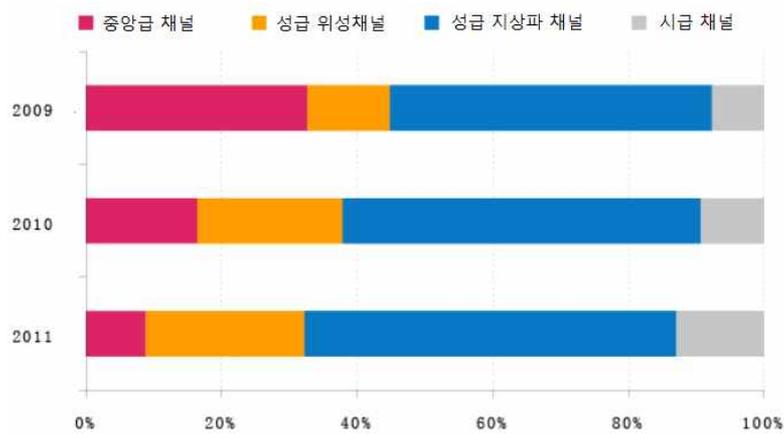
자료: CSM Media Research(2012.4)

대다수 요리 프로그램은 1회당 방송시간이 10-30분 정도이며, 10-20분 정도 방송하는 프로그램의 비중이 가장 크다.

요리 프로그램을 방영하는 137개 채널 중에 성급 지상파 채널과 시급 채널은 95%를 상회한다. 2009-2011년 요리 프로그램 총 방송시간 대비 성급 지상파 채널과 시급 채널의 방송시간 비중도 95%를 넘는 것으로 집계됐다.

채널별 시청점유율로 봤을 때, 지상파 채널의 요리 프로그램 시청점유율은 2009년의 55.13%에서 2011년에는 67.74%로 늘었다. 그 대신 위성채널의 요리 프로그램 시청점유율은 2009년의 44.87%에서 2011년에는 32.26%로 줄었다.

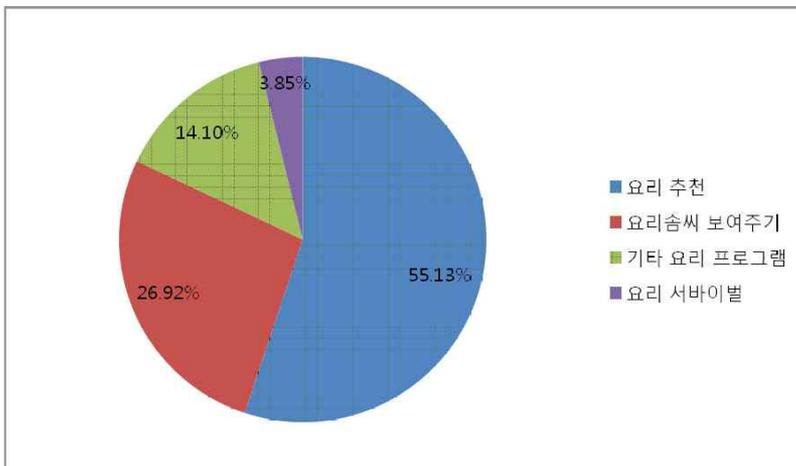
[그림 2] 2009-2011년 각급 방송채널별 요리 프로그램 시청점유율



자료: CSM Media Research(2012.4)

요리 프로그램은 크게 요리솜씨 보여주기 프로그램, 요리 서바이벌 프로그램, 먹거리 추천 프로그램, 기타 요리 프로그램 등 네가지로 나누어볼 수 있다.

[그림 3] 2011년 중국의 요리 프로그램 유형별 비중

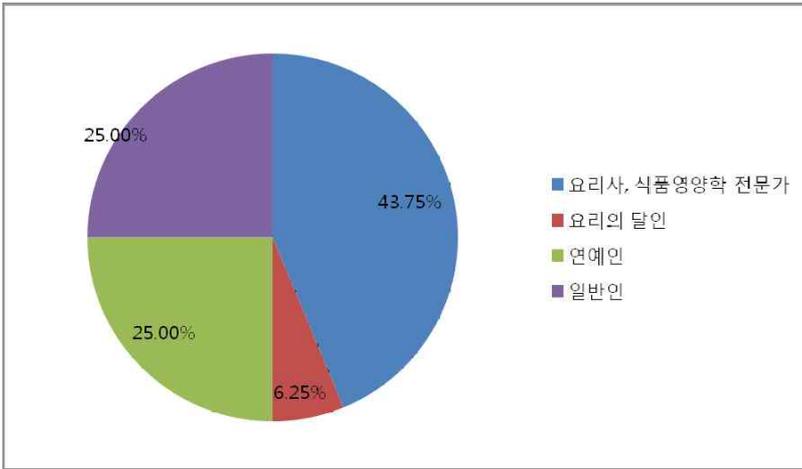


자료: CSM Media Research(2012.4)

## 부록 II

요리솜씨 보여주기 프로그램 중에는 고급 요리사가 요리를 하고 식품영양학 전문가들이 심사위원으로 나와 음식과 영양, 건강 등에 대해 소개도 하는 프로그램이 43.75%(프로그램 수 기준)를 차지했다.

[그림 4] 요리솜씨 보여주기 출연자 유형별 비중



자료: CSM Media Research(2012.4)

시청자 특징으로 봤을 때, CCTV에서 2003년부터 방영해온 ‘天天美食(천천미식)’은 매회마다 고급호텔이나 고급 레스토랑에서 근무하는 유명 요리사가 출연해 한가지 요리법을 배워주는 프로그램이다. 시청자 중에 45세 이상, 초졸과 중졸 학력 소지자가 가장 큰 비중을 차지한다.

연예인이 나와서 요리솜씨를 보여주는 강소위성TV의 요리 프로그램 ‘美味人生(맛있는 인생)’의 경우 여성, 45세 이상, 중고졸 학력 소지자가 주 시청자들이다.

인터넷 방영 드라마 시청순위

7월 17일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 '신사의 품격'은 8위, '옥탑방 왕세자'는 44위, '사랑비'는 47위를 차지했다.

[표 10] Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	轩辕剑之天之痕	11011934
2	胜女的代价	855102
3	天涯明月刀	4716746
4	回到三国	1989605
5	女人的颜色	1758100
6	爱情公寓3	1551794
7	穆桂英挂帅	1010147
8	신사의 품격	836361
9	护花危情	1239080
10	浮沉	1929038
11	甄嬛传	1142378
12	爱情公寓	873037
13	四大名捕	758633
14	爱情公寓2	751605
15	青瓷	589046
16	爱上巧克力	657504
17	真爱无价	449889
18	铁血使命	715646
19	仙剑奇侠传3	545641
20	宫锁珠帘	664234

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 7. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### 차이나모바일 애니메이션 기지, 375개사와 협력 중

6월 28일 차이나모바일 모바일 애니메이션기지 부총경리 쩡다펑(曾达峰)에 따르면, 올 상반기 차이나모바일의 모바일 애니메이션 기지 매출액은 9,000만 위안에 이르렀고 연말까지 3억 위안의 연간 매출액을 실현할 것으로 예상된다.

차이나모바일 모바일 애니메이션기지는 현재 375개사와 협력 중이며 이미 확보한 카툰 작품은 2만 8,907점, 애니메이션 작품은 2만 6,199점에 이른다. 애니메이션은 중국 국내 협력사들이 제공한 제품 위주이며 차이나모바일 측이 40%, CP는 60%의 비율로 수익로 배분하고 있다.

쩡 부총경리에 따르면, 해외 우수 작품을 도입하기 위해 협상 중이나 여러 측이 동일 작품의 판권을 나눠 갖는 경우가 많아 협력이 어려운 상황이다. 또 해외의 새로운 작품들은 중국 국산 작품과 큰 차이가 나지 않는다고 쩡 부총경리는 밝히고 있다.

자료: Sohu IT, 2012.6.29.

### 중국인민은행, 중국 최초 디지털TV 결제 사업권 발급

6월 28일 중국인민은행이 4차로 발표한 ‘지불 서비스 허가증’ 획득업체는 총 92개사이며 그 중 은시통정보과기유한공사(银视通信信息科技有限公司)는 중국 최초의 디지털 TV 지불 사업권을 획득했다. 중국에서 디지털TV 지불이란, 리모콘을 사용하여 스마트 TV에서 결제할 항목을 선택하고 결제를 하는 것을 지칭한다.

은시통정보과기유한공사는 China Unionpay(中国银联股份有限公司), SMG(上海东方传媒集团有限公司), Pingan Group(中国平安集团), China Unionpay 산하 UMS(银联商务有限公司), China Unionpay 과 중국은행의 합자회사 Yintong Card(中银通支付商务有限公司)에서 공동설립한 회사로 자본금은 1억 위안이며 2011년 6월 2일 설립됐다.

모든 TV 단말(IPTV, 인터넷TV, 디지털TV, 모바일TV, 위성TV 등) 기반의 인터넷 결제 서비스, TV 기반 부가서비스, IVR, 인터넷 결제 서비스 등을 주사업분야로 한다.

자료: IMTW(流媒体网), 2012.6.29.

### 중국 스마트 TV 보급률 30% 근접

중국전자영상산업협회에서 발기설립한 가전·전자제품 리서치업체 AVC-MR(据奥维咨询)에 따르면 2012년 4월 중국의 스마트 TV 내수 판매량은 40만 7,000대로 TV 내수 판매량 대비 비중은 28.2%에 이르러 전년 동기(9%) 대비 크게 증가한 것으로 나타났다. 중국 국산 브랜드의 스마트 TV 시장점유율은 80%를 상회하는 것으로 집계됐다.

또 소비자의 스마트 TV 구매의향도 높은 것으로 나타났다. ‘2012년 스마트 TV 소비자 체험 및 수요 연구보고서’에 따르면 1년내 스마트 TV를 구매할 의향이 있다고 응답한 소비자는 40%에 가깝다.

그러나 스마트 TV를 구매한 후 스마트 TV의 기능을 제대로 활용하지 못하는 소비자가 많다. 대다수 구매자는 스마트 TV로 일반 TV만 시청하고 인터넷 TV 기능을 매일 평균 1시간 이상 이용하는 구매자는 전체 구매자의 10% 미만이다. 또 스마트 TV만의 차별화된 매력적인 어플이 부족한 것도 스마트 TV의 활성화를 막는 제약요인의 하나로 지적받고 있다.

자료: 통신신식보(通信信息报), 2012.6.29.

### 차이나모바일, OTV(인터넷TV) 사업팀 발족

최근 차이나모바일이 인터넷TV 사업팀을 발족한 것으로 알려지고 있다. 인터넷TV 사업팀은 차이나모바일에 적합한 인터넷TV의 연구에 주력할 방침이며, 인터넷 TV 사업을 ‘OTV(Operational OTT based TV)’라고 명명했다.

국가광전총국에서 2011년에 발표한 ‘인터넷 TV 라이선스 보유 기관 운영관리요구(持有互联网电视牌照机构运营管理要求, 广办发网字[2011]181号)’에 따라 인터넷 TV 콘텐츠 서비스 플랫폼은 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 통합 플랫폼에 연결해야 하고, 인터넷 TV 콘텐츠 서비스 플랫폼과 공공인터넷 상의 인터넷 사이트와 상호연결하는 것을 불허한다.

이에 따라 인터넷TV 단말은 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV 통합 플랫폼을 통해서 만이 콘텐츠 시청이 가능하다.

차이나모바일은 OTV 사업을 추진하기 위해 국가광전총국의 승인을 받은 인터넷TV

## 부록 II

통합 플랫폼 사업자들인 CNR(中央人民广播电台), CRI(中国国际广播电台), WASU(华数)와 상호협력에 관해 이미 협상을 했고 추후 BesTV(百视通), CNTV, SMC(南方传媒), 호남방송국(湖南广电)과 협의할 예정이다.

자료: IMTW(流媒体网), 2012.7.5.

### 북경시, IPTV 테스트 중

최근 CNTV(中国网络电视台), BTV(北京电视台), 북경유니콤(北京联通)은 IPTV 사업 협력에 관한 MOU를 체결하고 IPTV 테스트를 시작했다.

북경은 지금까지 IPTV 서비스가 없는 상황이며 지난 2010년 6월 중국 국무원 관공청(国务院办公厅)에서 지정한 3망융합 1차 시범거점지역 중 하나로 선정됐다.

MOU에 따라 CNTV와 BTV는 IPTV 콘텐츠 통합편성·방송제어 플랫폼<sup>6)</sup> 구축을 담당하고 북경유니콤은 IPTV 전송망 구축을 맡는다.

CNTV 플랫폼과 BTV 플랫폼의 콘텐츠를 통합한 후 BTV 플랫폼을 통해 북경유니콤의 IPTV 전송망에 연결되어 가입자들에게 전송하는 방식으로 IPTV 서비스가 이뤄질 예정이다.

자료: 통신산업망, 2012.7.12.

---

6) IPTV 콘텐츠 통합편성·방송제어 플랫폼은 또 중앙급과 지방급 2등급 구조를 이루며 중앙급 플랫폼은 CNTV에서 구축하고 북경시 플랫폼은 CNTV와 BTV가 공동구축

## 8월 호

### CHINA MEDIA TREND [중국 방송콘텐츠 동향]



#### 1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
세트장 - Hengdian World Studios(横店影视城)

#### 2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 류스스(刘诗诗)  
탤런트 겸 영화배우 평사오핑(冯绍峰)  
감독 유사오강(尤小刚)

#### 3. KEY PLAYER

Huayi Bros. Media(华谊兄弟)

#### 4. MEDIA TREND

중국 방송시장 현황

#### 5. PREFERENCE

중국의 뉴스 프로그램 편성 및 시청 현황

#### 6. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.  
감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고  
흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

8월 15일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 '木府风云(목부풍운)'을 방영하고 있다. 이 드라마는 명나라 시대 운남성 지역을 통치하고 있던 나시(纳西)족의 우두머리 목(木)씨 가문의 권력투쟁을 그린 작품이다. CCTV(中央电视台), 운남성 당 선전부(中共云南省委宣传部), 운남TV방송국(云南电视台), Hairun Media(海润影视制作有限公司), 운남윤시영광영 업체작유한공사(云南润视荣光影业制作有限公司)에서 공동제작하고 한류스타 추자현이 여주인공을 맡았다.

2012년 6월 20일부터 7월 3일까지 CCTV8에서 황금시간대에 방영됐고 평균 시청률은 1.51%, 평균 시청점유율은 5.05%, 1회 최고 시청률은 2.92%, 1회 최고 시청점유율은 8.25%로 같은 시간대 전국 1위를 기록했다. 시청자들의 반응이 좋을 뿐만 아니라 중국 공산당 기관지인 '인민일보(人民日报)'와 '광명일보(光明日报)'도 역사적, 예술적 가치가 있는 좋은 작품이라고 극찬을 아끼지 않았다. CCTV1에서는 8월 13일부터 황금시간대에 재방영하고 있다.

'丈母娘来了(장모님이 오셨다)'는 동명소설을 바탕으로 만들어진 드라마로 SMG Pictures(上海尚世影业有限公司)와 Shanghai Dong Pei culture communication Co., LTD (上海东霏文化传播有限公司)에서 공동제작했다. 화제작 '婆婆来了(시어머니가 오셨다)'의 제작진이 다시 뭉쳐서 만든 가족 드라마로 신세대 부부들이 겪는 고부갈등과 장서갈등 그리고 가족 간의 화해를 그려냈다. 8월 1일부터 동방위성TV에서 방영됐고 8월 9일부터

14일까지 CCTV8에서 저녁 황금시간대에, 8월 10일부터 산둥위성TV에서 낮 시간대에 방영됐다.

'无懈可击之蓝色梦想(무해가격의 파란 꿈)'은 절강위성TV에서 자체제작한 '꿈 시리즈 3부작' 중의 첫 편, '무해가격' 시리즈의 세 번째 작품으로 홍콩 감독 란즈웨이(藍志偉)가 메가폰을 잡고 한류스타 한채영이 주연을 맡았다. 7월 31일부터 절강위성TV에서 방영하고 있다.

중국 최초로 요리를 소재로 한 청춘멜로물 '爱的蜜方(사랑의 밀방)'은 이다해, 대만 배우 정위안창(郑元畅), 중국 배우 리이핑(李易峰)과 팡안나(方安娜)가 공동주연을 맡았다. 이다해는 고급요리사로 등장해 요리명문가 아들인 정위안창과 러브라인을 이어간다.



木府风云(목부풍운)

명나라 시대 운남성 지역을 통치하고 있던 나시(纳西)족의 우두머리 목(木)씨 가문의 권력투쟁을 그린 작품이다. CCTV, 운남성 당 선전부, 운남TV방송국 등이 제작에 참여했다. 시청자들의 반응이 좋을 뿐만 아니라 중국공산당 기관지인 '인민일보(人民日报)'와 '광명일보(光明日报)'도 역사적, 예술적 가치가 있는 좋은 작품이라고 극찬을 아끼지 않았다. CCTV1에서는 8월 13일부터 황금시간대에 재방영하고 있다. 한국 배우 추자현이 여주인공 역을 맡았다.



丈娘来了(장모님이 오셨다)

동명소설을 바탕으로 만들어진 드라마로 SMG Pictures(上海尚世影业有限公司)와 Shanghai Dong Pei culture communication Co., LTD(上海东霏文化传播有限公司)에서 공동 제작했다. 화제작 '婆婆来了(시어머님이 오셨다)'의 제작진이 다시 뭉쳐서 만든 가족 드라마로 신세대 부부들이 겪는 고부 갈등과 장서갈등 그리고 가족 간의 화해를 그려냈다.



无懈可击之蓝色梦想  
(무해가격의 파란 꿈)

절강위성TV에서 자체제작한 '꿈 시리즈 3부작' 중의 첫 편, '무해가격' 시리즈의 세 번째 작품으로 7월 31일부터 절강위성TV에서 방영하고 있다. 홍콩 감독 란즈웨이(藍志偉)가 메가폰을 잡고 한채영, 중국 배우 주쯔샤오(朱梓骁), 대만 배우 우잉제(吴映洁), 홍콩 배우 정시이(郑希怡)가 공동주연을 맡았다.

부록 II



爱的蜜方(사람의 밀방)

중국 최초로 요리를 소재로 한 청춘멜로물이며 한류스타 이다해, 대만 배우 정위안창(郑元畅), 중국 배우 리이펑(李易峰)과 팡안나(方安娜)가 공동주연을 맡았다. 상해호극영화드라마배급유한공사(上海好剧影视发行有限公司)에서 제작했고 대만 감독 린허룽(林合隆)의 작품으로 호남위성TV에서 방영 중이다.

<표 1> 6.5-6.15 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
木府风云	于荣光	추자현, 于荣光, 吕良伟	王倦	中央电视台, 中共云南省委宣传部, 云南电视台, 云南润视荣光影业制作有 限公司, 海润影视制作有限公司	사극/소수 민족/종교	CCTV1
聪明小空空	都晓	李丹阳, 宁泽添, 鲍国安, 潘长江	黎明, 任莎	星座国际传媒(北京)有限公司	어린이/ 사극	CCTV8
一触即发	甘露	钟汉良, 李立群, 杨蕊, 李玥	张勇	北京光彩世纪文化艺术有 限公司	전쟁/첩보	북경위성
丈母娘来了	梁山	雷佳音, 朱杰, 朱茵, 王丽云	阒珊	上海尚世影业有限公司, 上海东霏文化传播有限公司	가족	동방위성
活佛济公Ⅲ	林添一	陈浩民, 林子聪, 叶新	简远信	上海崇远文化, 杭州百乘影视	신화/코믹	강소위성
战雷神	赵浚凯	王挺, 杜志国, 于越	沙颂	北京海润影视公司	전쟁	산둥위성
刁蛮新娘	陈启峻	杨冪, 李东学, 孙坚, 王琳	王亚忠	黎瑞刚, 范雷震, 马红燕, 卫志明	멜로/시대 극	광둥위성 귀주위성
掌门女婿	杨晶	张译, 曹炳琨, 王丽云	周煜	北京泰合百联传媒广告有 限公司, 辽宁电视台, 鲑鱼圈区	가족	요녕위성 길림위성 흑룡강위성

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
爱情是从告白开始的	徐辅军	孙艺洲, 王传君, 卓文萱	辛迪加编剧 群	上海辛迪加影视有限公司	멜로	안휘위성
						호북위성
						섬서위성
无懈可击之蓝色梦想	蓝志伟	朱梓骁, 한채영, 左岩, 吴映洁	彭美凤	浙江卫视, 世纪博英影视策划公司	청춘멜로	절강위성
铁血使命	林建中, 张建强	陈蓉, 王珂, 王新, 高斯	彭鹏华, 郭媛媛	贵州电视台	첩보	천진위성
爱的蜜方	林合隆	이다해, 郑元畅, 李易峰	王波, 王倦	上海好剧影视发行有限公司	청춘멜로/ 요리	호남위성
尖刀队	谷锦云	范雨林, 崔波, 刘小锋, 沈晓海	宋凌云, 张多, 雷鸣	金天地影视文化有限公司	전쟁/혁명	하남위성
顾乐家的幸福生活	扈耀之	张国强, 张子枫, 姜鸿波	李青	北京世纪伙伴文化传媒有限公司	가족/멜로	강서위성
暖春	乌兰塔娜	田成仁, 齐如意, 于伟杰	乌兰塔娜	王振宏	농촌/멜로	산서위성
女人的颜色	俞钟	凌潇肃, 徐筠, 芦芳生	刘海静, 天子, 童全	浙江好风影视娱乐有限公司	멜로	운남위성
铁道游击队	王新民	赵恒煊, 张立, 刘长纯	李世明	山东辉煌影视有限公司	전쟁/혁명	내몽고위성
家常菜	安建	黄志忠, 左小青, 宋春丽, 童瑶	朱质颖	北京颐和商品文化传播有限公司	가족	감숙위성
幸福三颗星	林子平	蓝正龙, 杨谨华, 吴建飞	陈佩吟	安徽钛金匙文化传播有限公司	청춘멜로	청해위성
最后一枪	范冬雨	戴娇倩, 涂黎曼, 保剑锋	张海东	华谊兄弟	첩보	사천위성
血色玫瑰之女子别动队	于立清	王姬, 刘小峰, 于震	赵博	侯传皋, 杨震华, 王达	전쟁/액션	광서위성

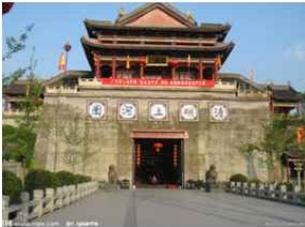
자료: 건흥리서치 정리

세트장 - Hengdian World Studios(横店影视城)



Hengdian World Studios(横店影视城)은 국가5A급 관광지이자 세계 최대 규모의 영화, 드라마 세트장이며 중국의 유일한 '국가급 영화 드라마산업 시범구(国家级影视产业实验区)'로 중국의 절강성 동양시(浙江东阳市) 황점(横店) 지역에 위치하며 절강성의 성소 재지 항주시(杭州市)와 160km 거리에 있다.

지주회사인 Hengdian Group(横店集团)은 60여개의 자회사를 거느린 대형 민간기업이다. Hengdian Group은 1996년부터 지금까지 Hengdian World Studios 구축에 30억 위안을 투자해 광주거리(广州街), 홍콩거리(香港街), 명청궁원(明清宫苑), 진왕궁(秦王宫), 청명상하도(清明上河图), 몽환곡(梦幻谷), 병암동부(屏岩洞府), 명청민가박람회(明清民居博览城) 등 다양한 세트장과 2개의 초대형 실내 스튜디오를 설립했다.



Hengdian World Studios에서 촬영한 영화와 드라마는 '鴉片战争(아편전쟁)', '汉武大帝(한무대제)', '大旗英雄传(대기영웅전)', '仙剑奇侠传(선검기협전)', '英雄(영웅)', '无极(무극)', '满城尽带黄金甲(황후화)', '黄石的孩子(황석의 아이들)', '投名状(명장)', '功夫之王(쿵푸의 왕)', 'The Mummy: Tomb Of The Dragon Emperor', '画皮(화피)', '锦衣卫(금의위)', '怪侠一枝梅(괴협일지매)', '神话(신화)', '美人计(미인심계)', '古今大战秦俑情(고금대전진용정)', '黎明之前(여명직전)', '宫锁心玉(궁쇄심옥)', '唐宫美人天下(당궁미인천하)', '新还珠格格(신 환주格格, 황제의 딸)', '后宫(후궁)', '武则天秘史(무측천비사)', '鸿门宴(홍문연, 초한지-천하대전)', '步步惊心(보보경심)', '隋唐英雄(수당영웅)', '后宫甄嬛传(후궁견환전)', '江南京华梦(강남경화몽)', '金枝欲孽(금지욕열)', '倾世皇妃(경세황비)', '轩辕剑(현원검)'을 비롯해 총 500편이 넘는다.



英雄(영웅)



满城尽带黄金甲(황후화)



投名状(명장)



黄石的孩子  
(황석의 아이들)



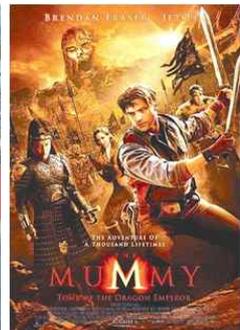
黎明之前(여명직전)



鸿门宴(홍문연)



金枝欲孽(금지욕열)



The Mummy

## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 류스스(刘诗诗)



1987년 3월 북경에서 출생했으며 회족(回族)이다. 6살부터 발레를 배웠으며 2002년부터 2006년까지 북경무용학원(北京舞蹈学院)에서 발레를 전공했다.

2004년 10월 드라마 '月影风荷(월영풍하)'의 여주인공을 맡으며 연예계에 데뷔했다. 2009년에 인기게임을 원작으로 한 드라마 '仙剑奇侠传三(선검기협전III)'에서 룽쿠이(龙葵) 역을 맡아 인지도를 높였고 그 후 '倚天屠龙记(의천도용기)', '天涯织女(천애직녀)', '怪侠一枝梅(괴협일지매)', '轩辕剑(현원검)' 등 작품에 출연했다.

2011년 9월 타임슬립 드라마 '步步惊心(보보경심)'에서 여주인공 마얼타이 뤼시(马尔泰·若曦) 역을 맡아 유명세를 탄 후 방송, 광고, 행사 출연요청이 쇄도하고 있다. '下一个奇迹(다음 번 기적)', '伤心童话(슬픈 동화)' 등 영화도 찍었다. '포브스'지에서 선정한 '2012년 중국의 유명인 차트(2012福布斯中国名人榜)'에 처음으로 이름을 올려 99위를 차지했다. '步步惊心(보보경심)'의 OST '그대를 기다리는 계절(等你的季节)'을 불러 화제가 되기도 했다



## 이달의 배우 - 펑사오핑(冯绍峰)



1978년 10월 상해에서 출생했다. 2001년에 상해희극학원(上海戏剧学院) 연예학과를 졸업한 후 연예활동을 본격적으로 시작했다으며 주로 귀공자 역을 맡았다.

2011년에 타임슬립 드라마 '宫锁心玉(궁쇄심옥)'에서 8왕자 역을 맡아 여심을 사로잡으며 최고의 주가를 올리고 있다. '포브스'지에서 선정한 '2012년 중국의 유명인 차트(2012福布斯中国名人榜)'에 41위를 차지했다.

영화 '鸿门宴传奇(홍문연 전기, 한국명: 초한지:천하대전)'의 상위(项羽) 역으로 출연해 한국 팬들에게도 얼굴을 알렸다. 2012년에 개봉했거나 개봉 예정인 영화 작품만 해도 '画皮II(화피II)', '太极(태극)', '二次曝光(2차 노출)', '兰陵王(난릉왕)' 등 여러 편이 있다.

장이머우(张艺谋) 감독의 '金陵十三钗(진링의 13소녀)'에서 주연을 맡아 연예계에 화려하게 데뷔한 니니(倪妮)와 열애 중이다.



## 이달의 감독 - 유샤오강(尤小刚)

부록 II



1952년 5월 강소성 남경시(江苏省南京市)에서 출생했다. 북경 영화학원(北京电影学院) 감독학과를 졸업했으며 국가예술1급감독(国家艺术一级导演)으로 국무원 수당을 받고 있다.

1984년부터 1995년까지 북경TV예술센터(北京电视艺术中心) 부센터장 직을 맡았고 현재 Beijing Jingdu Century Culture Development Co. Ltd.(北京京都世纪文化发展有限公司) 회장, Beijing Zhongbei TV Art Center Co., Ltd.(北京中北电视艺术中心有限公司) 총감독, 북경중북국제연예학교(北京中北国际演艺专修学校) 교장 직을 맡고 있다.

이밖에 중국TV예술가협회(国电视艺术家协会) 이사, 북경영화방송예술가협회(北京影视艺术家协会) 부회장, 중국TV제작위원회(中国电视制片委员会) 상무이사, 중국방송학회TV 예술연구위원회(中国广播电视学会电视剧艺术研究委员会) 상무이사, 북경시작가협회(北京市作家协会) 회원, 중국전매대학(中国传媒大学)과 화동사범대학(华东师范大学) 객원교수, 상해국제TV제(上海国际电视节) 심사위원, 북경국제TV주(北京国际电视周) 심사위원 등 직을 겸하고 있다.

드라마 부문의 대표작으로는 '凯旋在子夜(한밤중의 승리)', '银楼(은루)', '共和国往事(공화국의 추억)', '非常24小时(24시간 비상)', '大唐女巡按(대당여순안)', '南国有佳人(남국의佳人)' 등이 있다. 2003년에 '孝庄秘史(효장비사)'로 높은 시청률을 올린 후 '皇太子秘史(황태자비사)', '太祖秘史(태조비사)', '康熙秘史(강희비사)', '西施秘史(서시비사)', '杨贵妃秘史(양귀비비사)', '隋唐秘史(수당비사)' 등 비사(秘史) 시리즈를 다수 찍어냈다. 다큐멘터리 '前清秘史(전청비사)'의 감독 겸 제작자이기도 하다.



### 3. KEY PLAYER - Huayi Bros. Media(华谊兄弟)

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

왕중권(王中军), 왕중레이(王中磊) 형제가 1994년에 설립한 광고회사를 모태로 하며 1998년에 펑샤오강(冯小刚) 감독의 영화 '没完没了(끝이 없다)'와 장윈(姜文) 감독의 영화 '鬼子来了(쪽바리가 왔다)'에 투자하며 영화사업에 진출했다.

2005년에 Huayi Bros. Media Group(华谊兄弟传媒集团)으로 재출범했고 산하에 영화, TV, 음악, 배급, 연예기획 자회사를 두고 있다. 그 중 HuaYi Brothers TV Program Co., LTD.(华谊兄弟电视节目事业有限公司)는 TV 프로그램 제작사로 연간 드라마 제작능력은 500회 정도에 이른다.

2009년 10월 차스닥에 상장했고 2012년 8월 기준으로 왕씨 형제의 지분비율은 34.41%, 유통주 비율은 57.68%이다. 2011년에 5월 중국의 인터넷 서비스업체 Tencent(腾讯)를 전략적 투자자로 영입했으며, Tencent는 4억 5,000만 위안을 투자해 현재 4.6%의 지분을 갖고 있다.

[표 2] Huayi Bros. Media 연락처

홈페이지	www.huayimedia.com
주 소	北京市朝阳区朝阳门外大街18号丰联广场A座第9层(P.C:100020)
전 화	0086-10-65805888
팩 스	0086-10-65889985

2010년 매출액은 10억 6,971만 위안, 드라마 부문 매출액은 6억 2,371만 위안에 이르며 2011년 매출액은 9억 3,051만 위안, 드라마 부문 매출액은 1억 9,585만 위안으로 추정된다.

부록 II

[표 3] 2008-2013년 Huayi Bros. Media 사업부문별 매출이익 추이

단위: 백만 위안

	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
매출액	404.7	600.91	1069.71	930.51	1752.55	2371.94
영화	229.76	201.59	623.71	195.85	663.04	760.34
드라마	107.59	279.91	323.12	440	603.67	799.92
연예 매니지먼트	70.03	124.49	124.54	154.53	192.46	240.45
극장			7.83	42.01	188.63	457.73
음악			15.65	55	60.5	66.55
게임				40	52	65
영화·드라마 테 마파크				15.5	25.25	25.25
내부 소모	-2.68	-5.08	-25.14	-12.38	-33	-43.3
증가율		48.48%	78.01%	-13.01%	88.34%	35.34%
이익	216.4	276.68	505.68	491.7	907.77	1294.12
영화	118.26	92.36	301.99	88.13	305	364.96
드라마	41.74	106.25	104.37	220	289.76	407.96
연예 매니지먼트	56.4	78.07	84.04	100.44	125.1	156.29
극장			4.56	25.63	115.06	283.79
음악			10.72	22	24.2	26.62
게임				20	23.4	29.25
영화·드라마 테 마파크				15.5	25.25	25.25
이익률	53%	46%	47%	53%	52%	55%
영화	51%	46%	48%	45%	46%	48%
드라마	39%	38%	32%	50%	48%	51%
연예 매니지먼트	81%	63%	67%	65%	65%	65%
극장			58%	61%	61%	62%
음악			69%	40%	40%	40%
게임				50%	45%	45%
영화·드라마 테 마파크				100%	100%	100%

자료: Huayi Bros. Media, Hongyuan Securities

## 주요 작품

드라마 부문의 대표작으로는 '蜗居(와거)', '身份的证明(신분의 증명)', '我的团长我的团(우리의 사단장, 우리의 사단)', '士兵突击(사병돌격)', '少年杨家将(소년 양가장)', '鹿鼎记(녹정기)', '功勋(공훈)', '恋爱兵法(연애병법)', '危情24小时(위기의 24시간)', '夜半歌声(야반가성)', '嘉庆皇帝(가정황제)', '罪证(죄증)', '天一生水(천일생수)', '倚天屠龙记(의천도용기)', '夫妻那些事儿(부부간의 일들)' 등이 있다.



영화 부문에서는 '鬼子来了(쑤바리가 왔다)', '荆轲刺秦王(자객 징커)', '我的1919(나의 1919)', '天下无贼(천하무적)', '功夫(쿵푸허슬)', '非诚勿扰(비성물요)', '唐山大地震(당산대지진)', '画皮(화피)', '风声(바람의 소리)', '太极(태극)', '温故1942(1942년을 돌아보다)' 등 중국 영화사에 남을만한 작품들을 만들어냈다.

부록 II



2011년 경영실적

드라마 부문

드라마 제작을 전담하는 HuaYi Brothers TV Program Co., LTD.(华谊兄弟电视节目事业有限公司)는 연간 드라마 제작능력이 500회 정도에 이른다. 드라마 사업부 밑에 다수의 스튜디오를 두고 스튜디오에서 드라마 기획, 촬영, 배급 등 업무를 전담하는 방식으로 드라마를 제작하고 있다. 스튜디오는 중국 국내의 유명한 PD, 감독, 작가와 계약을 체결하고 그들에게 스튜디오를 하나씩 맡기는 방식으로 운영되고 있으며 2011년 말 기준으로 스튜디오 수는 12개에 이른다.

2011년 드라마 부문 매출액은 2억 8,000만 위안으로 동기 대비 36% 늘고 총 매출액의 95%를 차지했다. 이익률은 동기 대비 3.3%p 상승해 61%에 이르렀으며 주요 원인은 인

터넷 방영권 상승, 우수 드라마의 단가 상승 등을 꼽을 수 있다. 2011년에 판권을 판매한 '夫妻那些事儿(부부간의 일들)'은 1회당 단가가 300만 위안으로 올랐고 현재

제작 중인 드라마 '唐山大地震(당산대지진)'의 1회당 단가는 400-500만 위안으로 예상되고 있다.

[표 4] HuaYi Brothers 드라마 사업 실적

(백만 위안)	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E	2014E
매출액	24.08	82.77	107.59	279.91	323.12	440.00	603.67	799.92	1052.63
매출액 증가율		243.81%	29.98%	160.17%	15.44%	36.17%	37.20%	32.51%	31.59%
스튜디오 수	2	4	5	9	11	12	12	13	14
연간 드라마 배급 증가량	2	5	9	8	13	17	17	20	21
스튜디오 드라마 제작능력 (작품 수/년)	1.00	1.25	1.80	0.89	1.18	1.42	1.40	1.50	1.50
드라마 횟수	73	122	290	290	422	400	400	440	484
드라마 1회당 평균 매출액 (만 위안)	32.98	67.85	37.1	96.52	76.57	110.00	126.50	145.48	167.30
드라마 1회당 평균 매출액 증가율		105.73%	-45.32%	160.16%	-20.67%	43.66%	15.00%	15.00%	15.00%
드라마 작품 1편당 평균 매출액	12.04	16.55	11.95	34.99	24.86	25.88	30.12	35.17	41.31
인터넷 방영권 수익						60	98	160	243
영업원가	17.30	51.33	65.85	173.66	218.75	220.00	313.91	391.96	494.74
영업이익	6.78	31.45	41.74	106.26	104.37	220.00	289.76	407.96	557.89
영업이익 증가율		363.90%	32.74%	154.55%	-1.77%	110.78%	46.35%	40.79%	36.75%
이익률	28.16%	37.99%	38.80%	37.96%	32.30%	50.00%	48.00%	51.00%	53.00%

## 부록 II

### 영화/광고 부문

1998년에 영화 '没完没了(끝이 없다)'에 투자하며 영화사업에 진출했고 2004년에 '天下无贼(천하무적)'으로 개봉수익 1억 위안을 기록한 이후 지금까지 거의 해마다 흥행수익이 1억 위안을 넘는 작품들을 내놓고 있다. 2010년에 상영된 영화 '唐山大地震(당산대지진)'은 6억 6,500만 위안, 2012년에 상영된 영화 '画皮II(화피II)'은 7억 2,600만 위안의 흥행수익을 기록했다.

### 기타 사업

자회사 HuaYi Brothers Stars(华谊兄弟时代文化经纪有限公司)는 현재 중국 최대규모의 연예 기획사로 장한위(张涵予), 리빙빙(李冰冰), 야오첸(姚晨), 쉬판(徐帆), 루이(陆毅), 덩차오(邓超), 댜이홍(段奕宏), 펑샤오펑(冯绍峰), 왕바오창(王宝强) 등 중국 국내 인기 연예인들과 쑤유펑(苏有朋), 아야(阿雅), 안이취안(安以轩), 팡리선(方力申), 펑더룬(冯德伦), 리웨이렌(立威廉) 등 대만, 홍콩, 싱가포르 배우들의 중국 국내 연예활동을 관리하고 있다.

## 2012년 사업계획

### 드라마

2012년 드라마 제작분량은 2011년과 비슷한 수준이 될 것이나 질적 향상에 노력을 기울여 단가를 높인다는 방침이다. 2012년 드라마 사업부문의 매출액은 6억 300만 위안으로 전년 대비 37.2% 늘 것으로 예상된다.

### 영화

현재 제작 중인 영화로는 '人鱼帝国(인어제국)', '一场风花雪月的事(풍화설월의 이야기)', '太平轮(태평륜)' 등이 있다. 량차오웨이(梁朝伟)와 저우쑤원(周迅)이 주연을 맡은 '听风者(바람을 듣는 자)'는 올 상반기 제작이 끝나 8월부터 인기리에 상영 중이다.

또 2011년 초 발표한 'Hi Hope(H计划)' 영화제작계획에 포함된 '忠烈杨家将(충열양가장)', '太极(태극)', '温故1942(1942년을 되돌아보다)', '十二生肖(12개 띠)' 등 작품들은 2012년에 개봉될 예정이다. 특히 평샤오강 감독의 '温故1942(1942년을 되돌아보다)'는 중국영화 사상 최고의 흥행수익을 올릴 것으로 기대되고 있다.

## 뉴미디어

2011년에 기존의 각 사업부 산하 뉴미디어 판매부서를 통합하여 뉴미디어 사업부를 신설했다. 드라마의 인터넷 방영권 수익은 블록버스터 영화의 인터넷 방영권 수익보다 높다. 전쟁 드라마의 인터넷 판권은 1회당 30-40만 위안 수준이고 현대 장르의 인기 드라마는 1회당 100-120만 위안에 이른다.

2011년에 5월 인터넷 서비스업체 Tencent를 전략적 투자자로 영입한 데 이어 2011년 12월 Tencent와 전략적 제휴 MOU를 체결, 영화, 드라마의 인터넷 방영 뿐만 아니라 온라인 음악, 온라인 게임 분야에서도 협력을 강화하기로 했다.

## 기타 사업

전속 연예인 수는 연평균 10%의 속도로 증가하고 연예 매니지먼트 수익은 향후 3년간 연평균 25% 늘 것으로 예상되고 있다.

현재 소주(苏州), 성도(成都)와 청도(青岛)에서 극장과 영화·드라마 테마파크 사업을 추진하고 있다.

## 국제협력

2월 13일 자회사 HuaYi International Co., LTD.(华谊兄弟国际有限公司)를 통해 We Pictures(我们制作)<sup>7)</sup>, EDKO Film Ltd.(安乐影片)<sup>8)</sup>, now TV<sup>9)</sup>와 합자회사를 설립한다고 발

7) 홍콩의 영화감독 천커신(陈可辛)이 만든 영화 제작사

8) 홍콩의 영화 제작자 장즈창(江志强)의 회사

9) 홍콩의 정보통신업체 PCCW의 자회사

## 부록 II

표했다. 합자회사의 총투자액은 1,000만 홍콩달러이고 HuaYi International Co., LTD.은 216만 홍콩달러를 투자해 21.7%의 지분을 갖게 된다. 합자회사가 운영하는 유료 영화 채널 now Popcorn Movie Channel(now 爆谷台)은 3월 15일 개국했다.

드라마 부문의 국제협력도 눈여겨볼 만하다. Huayi Bros. Media Group과 중국의 유명 제작자 우이창(吴毅强)이 함께 설립한 Tianyi Movie & TV(天意影视)는 2007년에 한중 합작드라마 '恋爱兵法(연애병법)'를 제작한 회사다. '恋爱兵法(연애병법)'은 이민철 감독과 박은아 작가를 비롯, 촬영, 조명 등 한국 제작진이 참여한 한중 합작드라마로 한국 텔런트 김정훈과 대만 배우 비비안 수가 주연을 맡아 화제가 된 바 있다. 김정훈은 현재 Tianyi Movie & TV에서 제작 중인 청춘멜로물 '踮起脚尖吻到爱(까치발을 딛고 사랑과 키스하다)'에서 주연으로 열연하고 있다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드립니다으로써 중국 미디어시장에 대한 해안과 아이디어를 드립니다.

### 중국 방송시장 현황

#### 시장규모

최근 5년간 중국의 방송산업 총 수입과 방송사업자들이 창출한 수입은 모두 꾸준한 증가세를 이어오고 있다. 국가광전총국 발전연구센터에서 발간한 'Blue book of China's Radio, Film and TV' 에 따르면 2011년 중국의 방송산업 총 수입은 재정보조금

수입을 포함하여 2,717억 3,200만 위안으로 18.05% 늘었고 방송사업자들이 창출한 수입은 2,371억 1,800만 위안으로 총 수입의 87.26%를 차지하고 전년 대비 18.39% 늘었다.

[그림 1] 2007-2011년 중국 방송산업 시장규모 추이



자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

방송사업자들이 창출한 수입은 크게 광고수입, 방송망 수입, 기타 수입으로 나누어진다.

2011년 광고수입은 47.36%를 차지하고 케이블 방송망 수입은 23.78%, 기타 수입은 28.86%를 차지해 광고수입이 아직은 방송사업자들의 최대 수익원이다.

<표5> 2007-2011년 방송사업자 창출 수익구조

시기	광고수입(%)	케이블 방송망 수입(%)	기타 수입(%)
2007	53.17	27.16	19.67
2008	52.01	27.37	20.62
2009	49.42	26.48	24.10
2010	46.93	24.34	28.73
2011	47.36	23.78	28.86

자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

부록 II

2011년 방송산업의 광고수입은 1,122억 9,000만 위안으로 동기 대비 19.46% 늘고 그 중 TV 광고수입은 83.23%를 차지했다.

[그림 2] 2001-2011년 중국 방송산업 광고수입 추이



자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

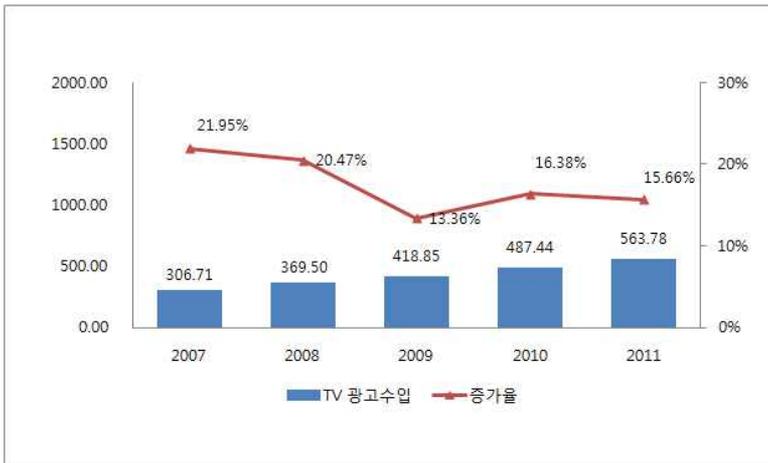
[그림 3] 2007-2011년 중국 TV광고수입 추이



자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

2011년에 케이블 방송망 수입은 563억 7,800만 위안으로 15.66% 늘었고 유료 디지털 TV채널의 2011년 수익은 37억 6,900만 위안으로 동기 대비 49.03% 늘었다.

[그림 4] 2007-2011년 중국 케이블 방송망 수입 추이



자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

[그림 5] 2007-2011년 유료 디지털TV 수익 추이



자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

부록 II

가입자

1) 방송 커버리지

2011년 말 기준으로 중국의 라디오 방송 인구 커버리지 비율은 97.06%, TV 방송 인구 커버리지 비율 97.82%로 집계되고 전국의 지상파 TV 커버리지 비율은 94.52%로 나타났다.

<표 6> 2011년 중국의 방송 커버리지 비율

구분	2010년	2011년
라디오 방송 인구 커버리지 비율	96.78%	97.06%
TV 방송 인구 커버리지 비율	97.62%	97.82%
지상파 TV 커버리지 비율	92.71%	94.52%

자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

2) 케이블 방송 가입자

중국 케이블 방송 가입자 규모는 약 2억 264만 3,900가구로 전년 동기 대비 7.38% 늘었고 중국의 전체 가구 수 대비 보급률은 49.43%로 집계됐다. 그 중 디지털 TV 서비스 이용세대 수는 전년 동기 대비 29.52% 증가한 1억 1,488만 9,600가구로 전체 케이블TV 가입자의 56.7%를 차지했다.

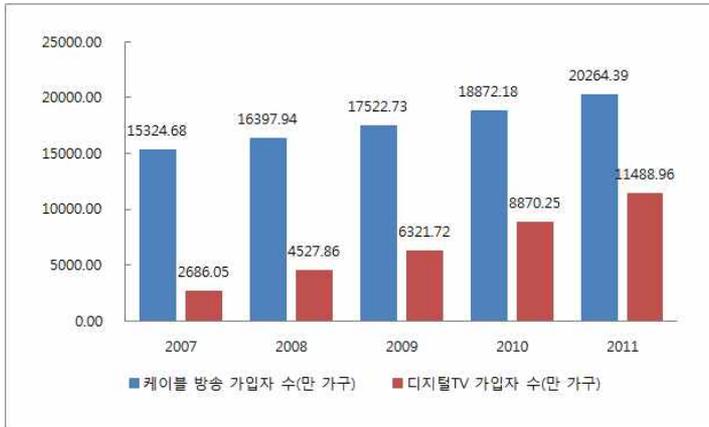
유료 디지털 TV 가입자는 59.32% 증가한 1,760만 5,900가구로 집계돼 디지털TV 가입자 대비 비중은 2010년의 12.46%에서 2011년에는 15.32%로 늘었다. 쌍방향화 방송망 커버리지 시청자는 5,700만 가구를 상회하고 실제로 쌍방향화 서비스를 개통한 가입자는 1,300만 가구로 집계됐다.

<표 7> 2010-2011년 중국의 디지털 케이블 가입자 수

	2010년		2011년	
	가구 수 (만 가구)	증가율	가구 수 (만 가구)	증가율
케이블TV 가입자	18,872	7.70%	20,264.39	7.38%
디지털 TV 서비스 가입자	8,870	40.31%	11,488.96	29.52%
쌍방향화 방송망 커버리지 시청자	5,000	-	5,700	-
유료 디지털 TV 가입자	1,105.6	55.03%	1,760.59	59.32%

자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

[그림 6] 2007-2011년 중국의 케이블 방송망 가입자와 디지털TV 가입자 수



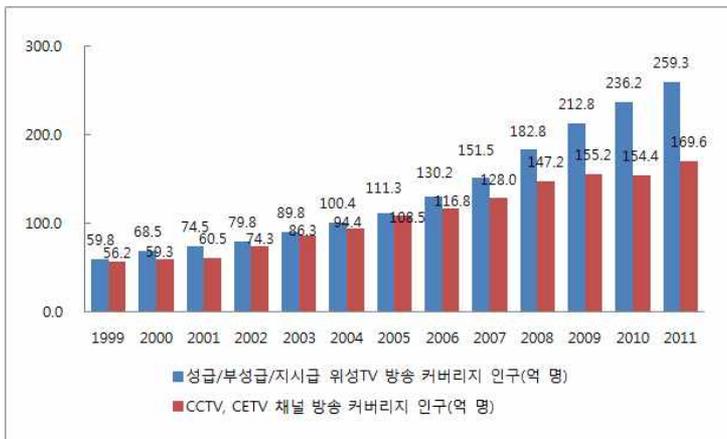
자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

### 3) 위성방송 가입자

2011년 말 기준으로 중국의 위성송신소(Satellite uplink stations)는 36개이고 373개 채널의 TV 프로그램과 362개 채널의 라디오 프로그램을 전송하고 있다.

2011년 전국 위성TV채널의 방송 커버리지 인구는 연인원 429억 명에 이르러 전년 대비 38억 3,000만 명 늘었고 1999-2011년 연평균 증가율은 11.5%로 집계됐다.

[그림 7] 1999-2011년 위성채널의 방송 커버리지 인구 추이



자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

## 부록 II

농촌의 난시청 지역 해소를 목표로 하는 ‘방송 촌촌통(廣播電視村村通)’ 직접위성 방송 사업은 전력 공급이 되나 방송을 시청할 수 없는 거주민 20세대 이상의 지역을 대상으로 하며 2012년 2월 기준으로 15만 개 행정촌을 직접위성방송 커버리지 범위에 포함시키고 커버리지 인구는 3,700만 가구를 넘어섰다.

### 중국의 주요 방송사 및 채널 현황

#### 1) 방송 플랫폼 현황

중국은 지상파, 케이블, 위성TV 플랫폼별로 방송사업자가 엄격히 구분되어 있지 않다. 그 원인은 2000년에 국가광전총국에서 ‘케이블 방송국과 지상파 방송국 합병에 관한 통지(国家广播电影电视总局关于有线广播电视台和无线电视台合并的有关事项的通知)’를 발표하면서 각지에서 케이블 방송국과 지상파 방송국을 합병하는 작업이 대대적으로 이뤄졌기 때문이다.

따라서 전문적인 케이블 방송사업자는 없고(특정 기관이나 대형 기업에서 사내 케이블 방송을 하는 경우는 제외), 그 대신 케이블 방송망을 구축 및 운영 관리하는 사업자가 다수 있다.

우선 케이블 방송망 사업자로 봤을 때, 중국의 케이블 방송망은 중앙, 성, 시, 현급으로 구성되어 있다. 전국의 모든 성(省)소재지를 연결하는 국가 방송 백본망은 CCTV 산하 China Cable Television Network Co., Ltd.(中國有線電視網絡公司)에서 운영하고 있다.

과거에 방송 커버리지 확대를 위해 지역별로 케이블 방송망을 구축하는 정책을 실시했기 때문에 현재 중국의 케이블 방송망은 지역별로 분산된 구조를 이루고 있다. 성, 시, 현급 케이블 방송망은 지방정부(또는 지방 방송국)의 재원으로 구축한 후 현지 케이블망 사업자들이 자체로 운영하는 경우가 많다. 국가광전총국의 성급 케이블 방송망 통합 지침에 따라 최근 수년간 케이블 방송망이 통합이 이뤄지고 있다.

국가광전총국에 따르면, 2010년에 성 단위로 운영되는 케이블 방송망은 15개, 지급시 단위로 운영되는 케이블 방송망은 300여개, 현 단위로 운영되는 케이블 방송망은 2,000여개에 이르렀다. ‘2012 Blue book of China’s Radio, Film and TV’에 따르면 2011년

말까지 성내 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 성(자치구, 직할시)는 26개로 성, 시, 현급 케이블 방송망이 분리되어 있는 지역이 아직도 많은 상황이다.

〈표 8〉 지역별 성내 케이블 방송망 통합진도

구분	지역
성, 지급시, 현 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역	북경(北京), 상해(上海), 천진(天津), 중경(重庆), 산서(山西), 길림(吉林), 광서(广西), 해남(海南), Ning하(宁夏), 강소(江苏), 귀주(贵州), 사천(四川), 운남(云南), 신강(新疆), 흑룡강(黑龙江)
성, 지급시 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역	안휘(安徽), 하북(河北), 내몽고(内蒙古), 하남(河南), 감숙(甘肃), 요녕(辽宁), 산둥(山东)
개별 도시 외에 성, 지급시 케이블 방송망 통합을 마쳤거나 거의 마친 지역	호남(湖南), 청해(青海), 강서(江西), 광둥(广东)

자료: 2012 Blue book of China's Radio, Film and TV

위성방송의 경우, CCTV와 중앙교육TV를 제외하고도 각 성(직할시, 자치구)에서 각자 뉴스종합채널을 위성방송 방식으로 전국에 전송하고 있다. 성(직할시, 자치구)급 뉴스종합채널은 현지의 가장 대표적인 지상파 방송이면서도 위성을 통해 기타 지역의 시청자들에게 제공되고 있는 것이다. 단, 위성으로 송신한 후 현지 케이블 방송망을 통해서만이 현지 시청자들이 시청할 수 있다.

국가광전총국에 따르면 2011년 말 기준으로 중국의 위성종합채널은 총 34개이며 그 외에도 어린이 방송채널, 애니메이션 채널, 대외방송채널, 소수민족언어로 방송되는 위성채널이 다수 있다.

CHINA DBSAT(中国直播卫星有限公司)는 중국의 유일한 위성사업자로 직접위성방송 등 위성방송 전송을 담당하고 있다.

## 2) 방송사 현황

2012년 5월 말 기준으로 중국의 방송기관은 2,594개에 이르고 그 중 라디오방송국은 184개, TV방송국은 197개, 교육TV방송국은 43개, 라디오TV방송국은 2,170개(현급 라디

## 부록 II

오TV방송국 1,992개 포함)에 이른다.

성급 이하 라디오방송국과 TV방송국을 합병하는 것은 중앙정부에서 문화체제개혁을 심화시키기 위해 내놓은 중요한 조치다. 2011년 말까지 전국의 현(시)급 라디오방송국과 TV방송국을 전부 합병했고, 지시급 방송국 중에 라디오방송국과 TV방송국을 합병한 것은 227개에 이른다. 또 북경, 상해, 호남, 안휘, 산서, 섬서 등 성과 직할시에서 성급 라디오TV방송국을 설립했다.

### 2) 채널 현황

전국의 방송사들이 개설한 채널은 총 4,118개이며 그 중 라디오 방송채널은 2,787채널(CNR에서 43종의 언어로 방송하는 해외 라디오방송 제외)이고 TV 채널은 1,331개에 이른다.

전국의 유료채널은 146개이고 그 중 유료TV 채널은 132개이며 전국적 유료 TV 채널은 105개, 다지역 및 성내 유료TV채널은 27개이다. 유료 라디오 채널은 14개이며 그 중 전국 유료 라디오 채널은 9개, 성내 유료 라디오 채널은 5개이다.

## 5. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 중국의 뉴스 프로그램 편성 및 시청 현황

CSM Media Research의 조사에 따르면 2011년 중국 시청자들의 1일 뉴스 프로그램 시청시간은 21분으로 전체 TV 프로그램 시청시간 대비 13.1%를 차지했다. 뉴스 프로그램의 편성시간 비율은 2009년의 8.6%에서 2011년에는 10%로 늘었다.

〈표 9〉 2009-2011년 중국의 뉴스 프로그램 편성 및 시청시간 비율

시기	편성시간 비율	시청시간 비율
2009	8.6	12.7
2010	9.8	13.3
2011	10.0	13.1

자료: CSM Media Research(2012.8)

각 지역별 뉴스 프로그램 시청시간 비율도 다른 것으로 나타났다. 2011년 17:00-24:00 시간대에 곤명(昆明)과 합비(合肥) 시청자의 뉴스 프로그램 시청시간은 현지 전체 프로그램 시청시간 대비 17.8%를 차지했고 남경(南京), 광주(广州), 서녕(西宁) 시청자의 뉴스 프로그램 시청시간 비율은 16%를 상회하는 것으로 나타났다. 항주(杭州), 은천(银川), 장사(长沙), 우루무치(乌鲁木齐), 하얼빈(哈尔滨), 귀양(贵阳) 등 6개 도시 시청자의 뉴스 프로그램 시청시간 비율도 15%를 상회하는 것으로 나타났다.

CSM의 조사대상에 포함된 150개 도시에서 방영하고 있는 지상파 채널 중에 뉴스 전문채널과 뉴스종합채널은 총 103개이고 그 중 성급 채널은 9개, 시급 채널은 94개로 나타났다. 해당 뉴스채널의 18:00-24:00 시간대 프로그램 유형별 편성시간으로 봤을 때, 뉴스 프로그램 편성시간 비율이 30% 미만인 뉴스채널은 절반을 차지한다.

뉴스 프로그램 편성시간 비율이 40%를 넘는 시급 지상파 채널은 15개, 성급 지상파 채널은 7개다.

〈표 10〉 2011년 일부 지상파 채널의 프로그램 유형별 편성시간비율(18:00-24:00)

시급 지상파 채널	뉴스시사	테마(专题) <sup>10)</sup>	생활서비스	법률	예능
계림TV방송국 뉴스종합채널	47	5	9	0	12
광주TV방송국 뉴스채널	46	15	7	0	9
성도TV방송국 뉴스종합채널	46	1	3	21	8
제남TV방송국 뉴스채널	46	12	4	24	1
당산TV방송국 뉴스채널	45	3	4	21	3
합비TV방송국 뉴스채널	44	6	8	22	1
태원TV방송국 뉴스채널	41	7	10	22	3
남경TV방송국 뉴스종합채널	40	6	14	24	2

10) 짝짓기, 음식, 건강, 부동산, 교통, 미용, 관광, 날씨, 노인, 여성, 재테크, 주식정보,

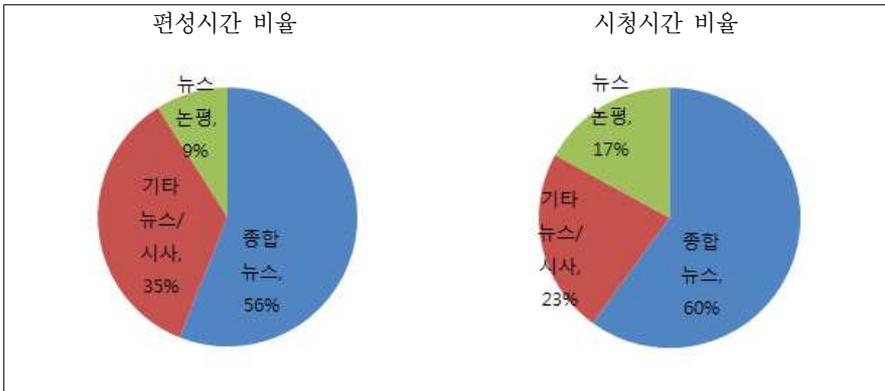
부록 II

시급 지상파 채널	뉴스/시사	테마(专题) <sup>11)</sup>	생활서비스	법률	예능
산둥TV방송국 뉴스채널	40	1	2	25	1
소주TV방송국 뉴스종합채널	40	13	8	23	0
사천TV방송국 뉴스정보채널	75	0	0	7	0
북경방송국뉴스채널	68	2	3	0	1
중경TV방송국 뉴스채널	61	7	2	8	0
광둥TV방송국 뉴스채널	58	10	10	0	1
하남TV방송국 뉴스채널	48	25	5	0	1
북경TV방송국 뉴스채널	48	17	25	0	1
해남방송국 뉴스채널	46	15	9	12	5

자료: CSM Media Research(2012.8)

뉴스 프로그램 유형별 편성 및 시청시간으로 봤을 때, 종합뉴스 편성시간은 전체 뉴스 프로그램 편성시간의 56%를 차지하고 기타 뉴스/시사 프로그램은 35%, 뉴스논평 프로그램은 9%로 나타났다. 시청시간 비율은 종합뉴스(60%), 기타 뉴스/시사 프로그램(23%), 뉴스논평(17%) 순으로 나타났다.

[그림 8] 2011년 뉴스 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율



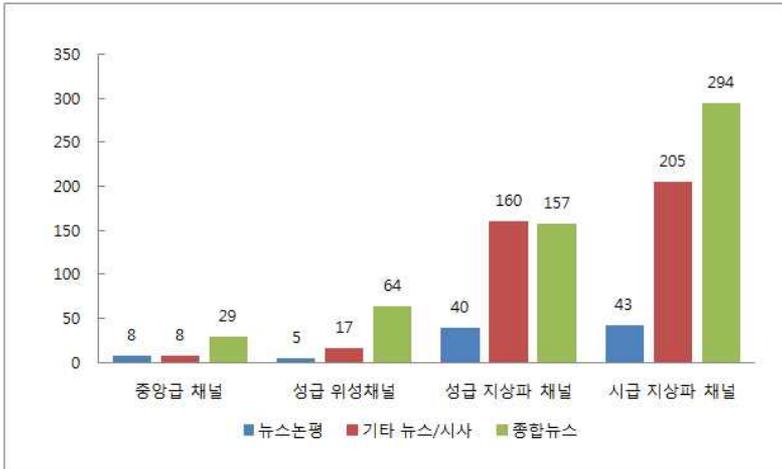
자료: CSM Media Research(2012.8)

쇼핑, 퀴즈 등 특정 테마를 둘러싼 서비스類 프로그램 지칭

11) 짝짓기, 음식, 건강, 부동산, 교통, 미용, 관광, 날씨, 노인, 여성, 재테크, 주식정보, 쇼핑, 퀴즈 등 특정 테마를 둘러싼 서비스類 프로그램 지칭

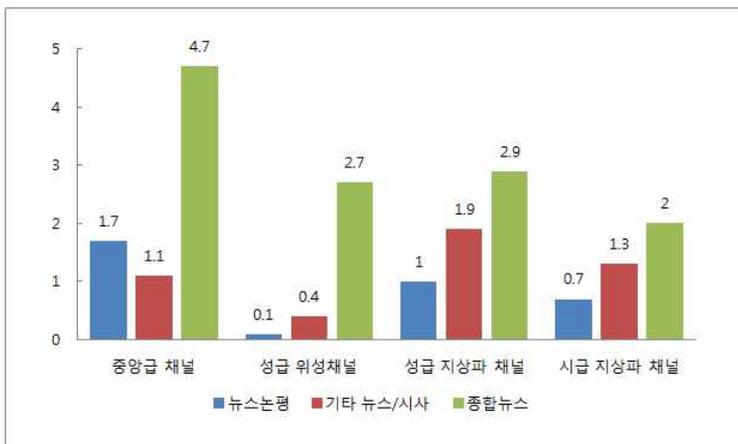
각급 방송채널의 뉴스 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율은 다음과 같다.

[그림9] 2011년 각급 방송채널의 뉴스 프로그램 유형별 편성시간 비율



자료: CSM Media Research(2012.8)

[그림 10] 2011년 각급 방송채널의 뉴스 프로그램 유형별 시청시간 비율

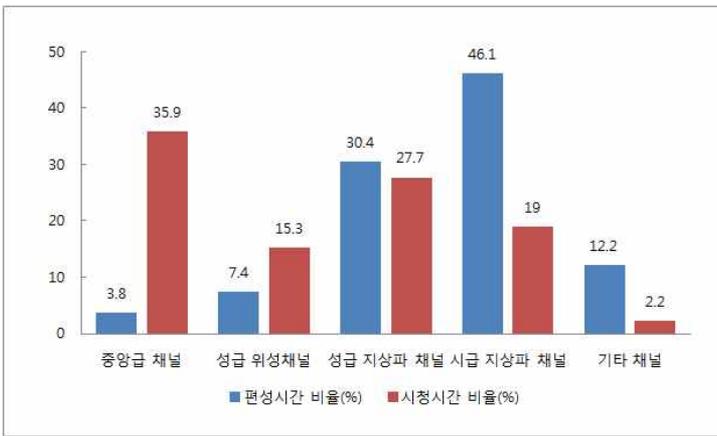


자료: CSM Media Research(2012.8)

부록 II

각급 방송채널의 뉴스 프로그램 편성 및 시청시간 비율로 봤을 때, 중앙급 채널의 뉴스 프로그램 편성시간은 전체 뉴스 프로그램 편성시간의 4% 미만이나 시청시간 점유율은 35%에 이른다. 성급 위성채널의 뉴스 프로그램 편성시간 비율은 7%, 시청시간 비율은 15%이다. 성급 지상파 채널과 시급 지상파 채널은 시청자가 많고 뉴스 프로그램 편성시간이 상대적으로 길며 현지 뉴스가 많아 시청시간 점유율이 50%에 가깝다.

[그림11] 각급 방송채널의 뉴스 프로그램 편성 및 시청시간 비율



자료: CSM Media Research(2012.8)

중앙급 채널 만 봤을 때, 2011년 중앙급 채널의 1일 평균 뉴스 프로그램 편성시간은 45시간 정도로 전체 뉴스 프로그램의 3.8%를 차지했다. 중앙급 채널의 뉴스 프로그램 편성시간은 전체 프로그램 편성시간의 11.1%를 차지하여 테마(22.0%), 드라마(12.2%)에 이어 두번째로 많았다. 중앙급 채널의 뉴스 프로그램 시청시간 비율은 16.4%로 드라마(15.7%), 예능(13.1%)에 이어 3위를 차지했다.

CCTV 뉴스채널과 CCTV 영어뉴스채널은 모두 중앙급 뉴스 전문채널이나 프로그램 유형은 다소 다르다. CCTV 뉴스채널에서 방영되는 프로그램 중에 뉴스 프로그램은 80%를 차지하나 영어뉴스채널에서 뉴스 프로그램은 절반에 못미친다. CCTV4도 뉴스 프로그램 편성이 상대적으로 많은 채널로 뉴스 프로그램은 전체 프로그램의 35%를 차지한다. CCTV(종합채널)은 뉴스 프로그램의 비중이 14.7%를 차지한다.

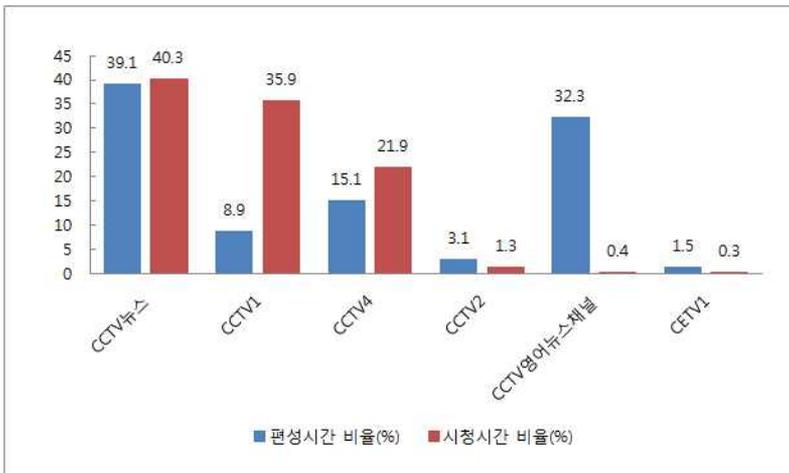
<표 11> 2011년 중앙급 채널의 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율

채널	뉴스/시사		예능		테마		생활서비스	
	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)
CCTV 뉴스채널	81.0	81.0	0.1	0.1	3.8	2.3	4.2	4.9
CCTV영어뉴 스채널	47.3	43.8	0.9	2.3	29.0	27.3	4.2	4.2
CCTV4	35.2	51.5	8.4	8.3	23.6	14.5	3.9	3.0
CCTV1	14.7	26.2	11.1	9.2	12.8	4.4	7.1	8.0

자료: CSM Media Research(2012.8)

간판급 뉴스 프로그램인 ‘신문연파(新闻联播)’와 ‘초점방담(焦点访谈)’ 덕분에 CCTV1의 뉴스 프로그램 시청시간 비율은 35.9%에 이르렀다. CCTV4와 CCTV 뉴스채널의 뉴스 프로그램 시청시간 비율은 각각 21.9%, 40.3%로 나타났다.

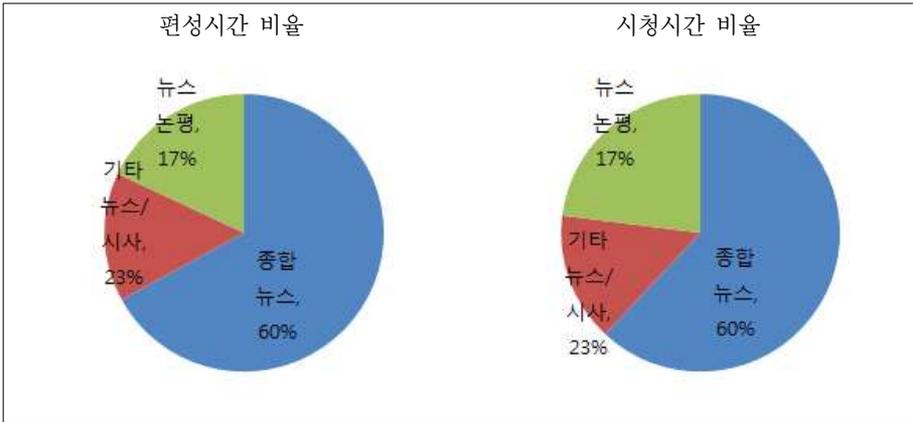
[그림 12] 2011년 중앙급 채널의 뉴스 프로그램 편성 및 시청시간 비율



자료: CSM Media Research(2012.8)

부록 II

[그림13] 2011년 중앙급 채널의 뉴스 프로그램 유형별 편성 및 시청시간 비율



bb자료: CSM Media Research(2012.8)

인터넷 방영 드라마 시청순위

8월 17일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 '제빵왕 김탁구'는 10위, '신사의 품격'은 14위, '마리는 외박중'은 45위를 차지했다.

<표 12> Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	爱情公寓3	11500768
2	爱情是从告白开始的	2956685
3	轩辕剑之天之痕	5878282
4	爱情公寓	2426630
5	爱的蜜方	587826
6	丈母娘来了	1205223
7	爱情公寓2	1064949
8	活佛济公3	1143002
9	甄嬛传	1054936
10	제빵왕 김탁구	639157

순위	작품명	최근 7일 검색 수
11	无懈可击之蓝色梦想	857016
12	北京青年	242947
13	一起又看流星雨	387311
14	신사의 품격	650156
15	一触即发	568300
16	回到三国	1460741
17	刁蛮新娘	458095
18	我的经济适用男	476238
19	胜女的代价	485337
20	白宝山	169098

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 6. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### 중국 인터넷 가입자 수 5억 3,800만 명

7월 19일 CNNIC(중국인터넷정보센터, 中国互联网络信息中心)에서 발표한 '제30회 중국 인터넷 현황 통계보고서'에 따르면 2012년 6월 말 기준으로 중국의 인터넷 가입자 수는 5억 3,800만 명에 이르러 전년 동기 대비 2,450만 명 늘었다. 인구 대비 인터넷 보급률은 39.9%로 동기 대비 1.6%p 향상한 것으로 나타났다.

인터넷 동영상 이용자 수는 3억 5,000만 명으로 전체 인터넷 가입자 대비 65.1%를 차지했고 모바일 동영상 시청자는 1억 명을 상회하는 것으로 조사됐다.

### CNR-강소TV방송국-Qiyi, 인터넷TV 합자회사 설립

## 부록 II

CNR New Media Culture Media [Beijing] Co.,Ltd<sup>12)</sup>(央广新媒体文化传媒[北京]有限公司), 강소TV방송국, Qiyi<sup>13)</sup>(奇艺网) 등 3개사가 인터넷TV 운영을 위한 합자회사 은하인터넷TV유한공사(银河互联网电视有限公司)를 설립했다.

CNR는 CNTV(中国网络电视台), BesTV(百视通), WASU(华数), SMC(南方传媒), 호남TV방송국(湖南电视台), CRI(中国国际广播电台)에 이어 7번째로 인터넷 TV통합 및 콘텐츠 서비스 라이선스를 획득, 인터넷을 통해 TV 수신기 또는 셋탑박스에 시청각 서비스를 제공하는 것이 가능하다.

자료: IMTW(流媒体网), 2012.7.30

### 중국, 저작권 침해 동영상 사이트 임원에 형사판결

7월 30일 북경시 조양구(朝阳区) 법원은 1심에서 Saijin Media Technology Co.,Ltd.(北京赛金传媒科技有限公司) 회장, 부총재 등 6명의 임원에 징역 1년 8개월-4년, 집행유예 2년, 벌금 200만 위안을 선고했다.

이 회사는 ‘openv.com(天线视频)’이라는 동영상 사이트를 만들어 2008년부터 2010년까지 영화와 드라마 5,000여편을 방영, 2,000만 위안 이상의 불법 광고수익을 올렸다. 중국에서 콘텐츠 저작권 침해죄로 인터넷 동영상 사업자에 징역과 벌금형을 선고한 것은 이번이 처음이다.

자료: 신경보(新京报), 2012.7.31

### CNTV, 하북유니콤 등과 IPTV 사업 협력

8월 16일 CNTV(中国网络电视台)는 하북성 통신사 및 방송사와 3망융합(IPTV 서비스) 협력 MOU를 체결했다. 3개사는 2012년 연내 하북성의 성소재지 석가장시(石家庄市)에서 IPTV 상용서비스를 시작할 예정이다.

석가장시는 2011년 말 국무원에서 지정한 3망융합 2사 시범도시에 선정됐고 2012년 말까지 IPTV, 모바일TV, 쌍방향TV, HDTV, 브로드밴드, 모바일 인터넷, 방송망 기반 인

12) 중국 국영 라디오방송국 CNR(中央人民广播电台)의 뉴미디어 부문 자회사

13) Baidu(百度)의 인터넷 동영상부문 자회사

터넷, 디지털 홈 가입자를 각각 8만, 10만, 8만, 10만, 190만, 405만, 3.5만, 1만 가구 확보한다는 방침이다.

자료: IMTW(流媒体网), 2012.8.16

### 강소성 IPTV 가입자 전국 1위

최근 강소성 통신관리국에서 발표한 자료에 따르면 2012년 7월 말 기준으로 강소성의 IPTV 가입자는 361만 가구를 넘고 월평균 신규 가입자 수는 모두 전국 1위를 기록했다. 강소성의 IPTV 가입자는 강소텔레콤의 가입자들이다.

차이나텔레콤은 주로 BesTV(百视通)와 IPTV 부문에서 협력하고 있으며 통신3사 중 최대 규모의 IPTV 가입자를 확보하고 있다. 2011년 말 기준으로 차이나텔레콤의 브로드밴드 가입자는 7,681만 가구이며 그 중 IPTV 가입자는 1,200만 가구에 가까웠다. 2012년 6월 말 기준으로 차이나텔레콤의 IPTV 가입자 수는 1,700만 가구, 그 중 강소지역의 IPTV 가입자 수는 350만 가구로 집계됐다.

자료: CCTIME(飞象网), 2012.8.21

### 상해시, 2015년 NGB 가입자 580만 가구 확보 방침

8월 22일 상해시에서 공포한 ‘상해시 문화와 과학기술 융합발전촉진 행동계획 [2012-2015](上海推进文化和科技融合发展行动计划[2012-2015])’에 따르면 상해시는 2015년까지 580만 가구를 NGB(Next-Generation Broadcast, 차세대 방송망)로 전환한다는 방침이다.

현재 상해시 NGB 시범망은 FTTH 1Gbps, 가입자 전송 100Mbps, HD 서비스를 지원하며 이미 시범서비스를 시작한 상태다.

자료: 해방일보, 2012.8.23.

### CMMB 서비스 부진

## 부록 II

Wi-Fi의 보급화, 3G요금의 하락과 더불어 스마트폰과 테블릿PC로 무료 영상콘텐츠를 시청하는 가입자가 늘면서 CMMB(China Mobile Multimedia Broadcasting) 서비스가 부진한 것으로 조사됐다.

런던올림픽이 끝난 후 중국의 모바일 인터넷 리서치업체 iiMedia Research(艾媒咨询)가 광주(广州)시에서 실시한 샘플조사에 따르면 ‘모바일TV에 대해 알고 있다’는 응답은 60%에 가까운 반면에 ‘CMMB 기반 모바일TV에 대해 알고 있다’는 응답은 28%, ‘다른 사람이 CMMB 단말로 TV를 시청하는 것을 본적이 있다’는 응답은 12.8%, ‘본인이 CMMB 기반 모바일TV를 시청한 적이 있다’는 응답은 4.5%에 그쳤다.

CMMB 서비스 불만요소로는 단말기 종류 부족, 콘텐츠 다양화 부족, 높은 요금(무료 채널은 2개, 6개 유료채널을 시청하려면 월 6위안 지불), 단일한 기능(VOD 등 쌍방향 서비스 지원안함) 등이 지적되고 있다.

자료: 신식시보(信息时报), 2012.8.22

### 북경에 중국 최초의 다큐멘터리 제작기지 설립

중국 최초의 다큐멘터리 제작기지 BIDC(Beijing International Documentary Center, 北京国际纪实影像创意产业基地) 현판식이 7월 24일 북경에서 열렸다.

중국TV예술가협회(中国电视艺术家协会), 중국전매대학(中国传媒大学), BTV(北京电视台), RECREO Holding Group(北京锐创控股集团)이 BIDC 사업에 참여하고 있다.

천다리(陈大立) BTV 다큐멘터리 채널 주임에 따르면, BIDC는 방송사 외에 뉴미디어에도 다큐멘터리를 공급할 예정이며 추후 ‘북경 국제 다큐멘터리 주간’을 정기적으로 개최하여 국내외 다큐멘터리 작품 및 인적 교류, 사업자 간 협력을 활성화시킨다는 방침이다.

자료: 북경일보, 2012.7.25.

9월 호

CHINA MEDIA TREND  
[중국 방송콘텐츠 동향]



1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
다큐멘터리 - 留住手艺(손재간을 남기다)

2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 리샤오루(李小璐)  
탤런트 겸 영화배우 우슈보(吴秀波)  
감독 자오바오강(赵宝刚)

3. KEY PLAYER

Hunan TV(湖南卫视)

4. MEDIA TREND

2012년 상반기 TV광고 매출 증가율 둔화

5. PREFERENCE

중국 도시 주민의 TV 시청행태

6. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.  
감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고  
흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

9월 15일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 '长白山下我的家(장백산 아래 우리집)'을 방영하고 있다. 이 드라마는 연변조선족자치주 창립 60주년을 기념하는 특집 드라마로 연변자치주와 CCTV에서 공동제작했다.

두 가정의 4세대에 걸친 가족사를 통해 연변 조선족 사회의 어제와 오늘을 그려냈으며 CCTV 산하의 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心) 부센터장을 맡고 있는 작가 리팅(李汀)이 대본을 쓰고 국가1급감독 왕즈창(王志强)이 감독을 맡았다.

연변조선족자치주는 창립 60주년 특집 드라마의 제작을 2007년부터 준비해왔다. 2008년 5월 연변조선족자치주 공산당위원회 선전부, 연변라디오영화TV국(延边广播电视电影电视局)과 중국드라마제작센터는 연변을 소재로 한 30부작을 공동제작하기로 합의했다.

2011년 5월 18일 열린 '2011년 중국 용정 '연변의 봄' 사과배꽃축제' 개막식과 함께 '长白山下我的家(장백산 아래 우리집)' 크랭크인 행사가 열렸다. 장안순(张安顺) 연변조선족자치주 당서기, 이용희 자치주 주장 등 자치주 고위 관리들과 CCTV, 길림성광전국 관계자들이 크랭크인 행사에 참석해 소수민족정책 선전을 위한 특집 드라마에 대한 정부측 관심을 보여줬다.

'正者无敌(정자무적)'은 중연화맹문화미디어투자유한공사(中联华盟文化传媒投资有限公司)에서 제작한 '英雄无敌(영웅무적)' 시리즈 중에서 '仁者无敌(인자무적)', '勇者无敌(용자무적)', '智者无敌(지자무적)'에 이은 마지막 작품으로 천바오귀(陈宝国), 천수(陈数), 야오강(姚刚), 슈중디(修宗迪) 등 연기와 배우들이 주연을 맡았다. 천바오귀의 부인 자오쿠

이어(赵奎娥)와 아들 천웨모(陈月末)도 같이 드라마에 출연해 화제가 되기도 했다. 9월 3일 북경위성TV, 절강위성TV, 천진위성TV, 동방위성TV에서 첫 방송을 했고 당일 네 채널 모두 황금시간대 위성TV 시청률 10위권에 진입했다.

'微博达人(웨이보 마스터)'는 웨이보(중국식 트위터) 서비스 업계를 배경으로 한 드라마로 북경세기박영영화TV미디어유한공사(北京世纪博英影视传媒有限公司)에서 제작하고 홍콩스타 튀량웨이(吕良伟), 천젠핑(陈键锋), 천쓰한(陈司翰), 장링즈(章龄之) 등이 주연을 맡았다. 중국은 인터넷 규제를 위해 트위터나 페이스북 사용은 불허하나, 웨이보 서비스는 허용하고 있다. 2012년 6월 말 기준으로 웨이보 가입자가 2억 7,365만 명에 이르는 등 서비스의 활성화와 함께 이제는 웨이보 업계를 배경으로 한 드라마까지 등장한 것이다.

30부작 '天堂秀(천당수)'는 중국드라마제작센터, SMC(广东南方广播影视传媒集团), 소주시(苏州市) 공산당위원회 선전부, 북경화성금방국제미디어유한공사(北京华盛金榜国际传媒有限公司)에서 공동제작한 드라마다. 한지혜는 생모를 찾아 중국에 왔다가 천재적인 예술 감각과 온화함, 성실함을 무기로 온갖 역경을 이겨내고 최고의 자수를 만들어 내는 한국 디자이너 전체희 역을 맡았다. 한국에서는 2011년 5월 중화TV를 통해 시청자들과 만났다.

'宝乐婶的烦心事(바오러 아줌마의 골치아픈 일들)'는 동북 농촌지역의 한 여성이 창업 과정에서 겪은 희로애락을 담아낸 코믹 드라마다. 심양대몽영화TV전파유한공사(沈阳黛蒙影视传播有限公司)에서 제작하고 리징징(李菁菁), 레이팅(雷婷), 齐连春(치렌춘) 등 배우들이 출연했다.



长白山下我的家(장백산 아래 우리집)

CCTV1에서 방영 중인 '长白山下我的家(장백산 아래 우리집)'은 연변조선족자치주 창립 60주년을 기념하는 30부작 특집 드라마로 두 가정의 4세대에 걸친 가족사를 통해 연변 조선족 사회의 어제와 오늘을 그려냈다.

연변자치주와 CCTV에서 공동제작했고 CCTV 산하의 중국드라마제작센터 부센터장 리팅(李汀)이 대본을 썼다.



正者无敌(정자무적)

중연화맹문화미디어투자유한공사(中联华盟文化传媒投资有限公司)에서 제작한 '英雄无敌(영웅무적)' 시리즈 중에서 '仁者无敌(인자무적)', '勇者无敌(용자무적)', '智者无敌(지자무적)'에 이은 마지막 작품이다.

북경위성TV, 질강위성TV, 천진위성TV, 동방위성TV에서 방영 중이며 천마오귀(陈宝国), 천수(陈数), 야오강(姚刚), 슈중디(修宗迪) 등 연기파 배우들이 주연을 맡았다.



天堂秀(천당수)

중국드라마제작센터, SMC(广东南方广播影视传媒集团), 소주시(苏州市) 공산당위원회 선전부, 북경화성금방국제미디어유한공사(北京华盛金榜国际传媒有限公司)에서 공동제작한 드라마로 한지혜의 중국 드라마 데뷔작이다.

'천당수'는 천국의 자수란 의미로 한지혜는 천재 자수 디자이너 전체희 역으로 출연했다. 한국에서는 2011년 5월 중화TV에서 방영됐던 작품이다.



微薄达人(웨이보 마스터)

'微博达人(웨이보 마스터)'는 웨이보 서비스 업계의 실태를 그려낸 드라마로 북경세기박영영화TV미디어유한공사(北京世纪博英影视传媒有限公司)에서 제작하고 홍콩스타 뤼량웨이(吕良伟), 천첸펑(陈键锋), 천쓰한(陈司翰), 장링즈(章龄之) 등이 주연을 맡았다. 안휘위성TV와 복건둥남위성TV에서 방영하고 있다.

〈표 1〉 9.5-9.15 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

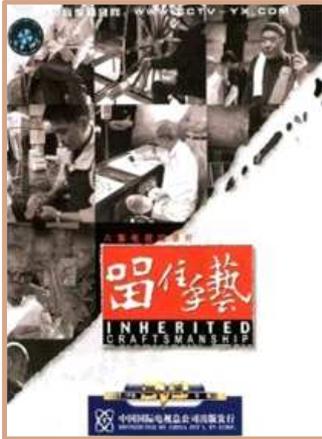
드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
长白山下我的家	王志强	孙茜, 丛珊, 陈逸恒, 周洁	李汀	延边广播电视总台, CCTV	소수민족	CCTV1
铁血男儿夏明翰	沈好放	严宽, 苏青, 黄轩, 李璟	牛伯成	北大星光集团, 中共衡阳市委宣传部, 西安恒星影视文化传播有限公司	혁명	CCTV8
正者无敌	张国庆, 宏胤	陈宝国, 陈数, 姚刚, 修宗迪	石小克	中联华盟文化传媒投资有限公司	첩보/전쟁	북경위성 상해동방위성 천진위성 절강위성
宝乐婶的烦心事	顾克利, 程绍钢	李菁菁, 雷婷, 齐连春, 陶昕然	梅琳	沈阳黛滕影视传播有限公司	농촌/코미	요녕위성 후룡강위성 길림위성 하북위성
微博达人	蓝志伟	陈键锋, 陈司翰, 吕良伟, 章龄之		北京世纪博英影视传媒有限公司	상업/멜로	안휘위성 복건동남위성
三进山城	卫翰韬	王新军, 宁静, 孙茜, 何政军	谈韦	中国人民解放军八一电影制片厂, 上海华英影视文化发展有限公司, 上海三元影视有限公司	첩보/전쟁	산둥위성 산서위성
我家有喜	丁仰国	海陆, 李佳航, 万茜, 高梓淇	墨微	湖南卫视, 上海创翊文化传播有限公司	가족/코미	호남위성
战火西北狼	蔡抒南	谷智鑫, 刘恺威, 程煜, 雷恪生	吴远博	西安曲江影视投资集团有限公司	혁명/전쟁	강소위성
盗火线	高升中, 海顿	赵恒煊, 海顿, 王嘉佳, 李洋	海顿	重庆润视影视, 北京姐妹同盟文化	혁명/전쟁	사천위성
乡村爱情小夜曲	赵本山	赵本山, 贺树峰, 王小利, 于月仙	张继	本山传媒	농촌/코미	하남위성
独立纵队	王响伟, 朱卫	王新军, 秦海璐, 李彩桦	吴国恩	长城影视传媒集团	혁명/전쟁	운남위성

부록 II

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
老爸的爱情	刘新	闫学晶, 何冰	翘楚	北京华录百纳影视股份有限公司, 东阳腾客影视传媒有限公司联合出品	가족/코미디	강서위성
决战黎明	庞好	张延, 韩青, 修庆	王俭	北京盛世凯华文化投资有限公司, 空军政治部电视艺术中心, 中国电视剧制作中心, 广东南方广播影视传媒集团, 中共苏州市委宣传部, 北京华盛金榜国际传媒有限公司	혁명/전쟁	귀주위성
天堂秀	黄健中	陆毅, 한지혜, 刘牧, 吴亚馨	孙洪	北京华录百纳	무형문화재/멜로	광둥위성
金太狼的幸福生活	余淳	李小璐, 宋丹丹, 王雷, 范明, 杜源	娟子	北京东方在扬文化传播有限公司	가족	광서위성
当婆婆遇上妈	田有良	潘虹, 李小璐, 李勤勤, 贾乃亮	李潇	山东电视台, 齐鲁电子音像出版社, 山东天麦文化传播公司, 山东世纪阳光影视文化传播公司	가족	호북위성
北方汉子	孙滔	刘佩琦, 李成儒, 焦俊翔, 陶海	黄淼	北京华亿联盟文化传媒投资有限公司	전쟁	섬서위성
仁者无敌	陈健	李幼斌, 张永刚, 张光北, 王全有	石小克	江西电视台电视剧制作中心, 万科影视有限公司	전쟁	내몽고위성
地下地上	楼健	任程伟, 巍子, 韩雪, 王雅捷	汪海林, 闫刚	光线传媒	첩보	중경위성
我和老妈一起嫁	余丁	殷桃, 彭玉, 张洪杰, 任帅	李炜	北京新知途文化传媒有限公司, 北京喜洋洋联盟文化有限公司, 江苏省文化产业集团, 常州新知途文化传媒有限公司	가족	청해위성
你是我的幸福	姜凯阳	李明启, 林园, 刘佳, 王刚	申捷	浙江长城影视	가족/전쟁	감숙위성 티벳위성
旗袍旗袍	苏崇福	侯勇, 申军谊, 雷雷, 马飞	王彪, 海飞			

자료: 건홍리서치 정리

## 다큐멘터리 - 留住手艺(손재간을 남기다)



‘留住手艺(손재간을 남기다)’는 중국 관영 CCTV가 제작한 50부작 다큐멘터리다. 7월 23일 CCTV4에서 처음 전파를 뒀고 9월 14일부터는 CNTV(中国网络电视台)에서도 방영을 시작했다.

국내의 시청자들에게 중국의 무형문화재와 그 역사를 널리 알리는 한편, 사라져가는 무형문화재를 영상으로 기록하기 위해 특별히 제작한 작품이다.

중국 국무원(国务院)에서 지정한 국가무형문화재 중에서 50종을 선정하여 회당 10분 분량으로 편성했다.

## 〈표2〉 ’留住手艺’에서 나오는 무형문화재

1	蔚县剪纸·雕刻时光	18	寻觅乌铜走银	35	蜀绣的传承
2	探秘苗族银饰	19	百日千工织云锦	36	留青竹刻
3	武强年画	20	纤手神功琢玉雕	37	神奇窑变无价钧瓷
4	易水古砚	21	妙手扎作黎家狮	38	中国泰顺木拱桥
5	千年辉煌铸金箔	22	衣袖飘舞香云纱	39	无锡精微绣
6	精美超群·金漆镶嵌	23	石破天惊曲阳石雕	40	戏装制作百年情
7	玉屏箫笛传风声	24	朴素的美·大名草编	41	中国风韵龙凤旗袍
8	古琴斫琴师王鹏	25	天工夺巧·扬州漆器	42	年画魁首杨柳青
9	孔家的“曹氏风筝”	26	石湾陶艺胜天下	43	精巧之美·苏绣技艺
10	再现经典·木版水印	27	重塑越窑青瓷	44	朱仙镇木版年画
11	守望蓝夹缬	28	传承经典明式家具	45	手上功夫·惠山泥人
12	桃园深处话龙舟	29	千年木活字	46	千锤百炼铸龙泉
13	陶坛一秀建水紫陶	30	姑苏绝技折扇制作	47	千年黎侯虎
14	浴火重生细腻刻纸	31	勒古家的银饰	48	汴京灯笼张
15	寿纸千年连四纸	32	三千年的漆艺	49	立体国画上党堆锦
16	神奇的万载花炮	33	蜀锦的血脉	50	皮影传承人魏金全
17	苗族刺绣	34	直隶官府菜	-	-

부록 II

CCTV 제작진은 10개월간 중국의 18개 성(자치구, 직할시)에 있는 60여개 지역을 찾아 100여명의 무형문화재 보유자들을 화면에 담아냈다.

최고의 장인들이 고유의 전통방법으로 만들어내는 향운사(香云纱)<sup>14</sup>, 남경운금(南京云锦)<sup>15</sup>, 불산(佛山) 사자머리<sup>16</sup>, 귀주성 동인(贵州铜仁) 지역의 용머리배(龙舟), 고금(古琴), 술, 종이, 저울, 말안장 등을 볼 수 있다.



14) 서량(薯莨)즙을 입힌, 무늬가 있고 얇은 고급 견직물

15) 색채가 아름답고 구름 무늬를 수놓은 중국의 고급 비단으로 원, 명, 청나라 때 황실에 공급

16) 광둥(广东) 지역 특유의 사자춤에 사용되는 사자머리

## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 리샤오루(李小璐)



1981년 9월 영화배우 부모 밑에서 태어났으며 'Beijing-U.S.A. College of English'를 졸업했다.

3살 때 영화 '小島(작은 섬)'에 출연하며 아역배우로 데뷔했고 아역 시절 찍은 영화와 드라마만 해도 12편에 이른다.

1998년에 조안 첸(陈冲) 감독의 영화 '天浴(천욕, XIU XIU)'의 여주인공 역을 맡아 1998년 대만영화제 금마상(金马奖) 여우주연상과 1999년 프랑스 도빌아시아영화제 여우주연상을 거머쥐었다. 2006년에는 '恋爱地图(연애지도, About Love)'로 루마니아 국제영화제 여우주연상을 수상했다. '天堂口(천당구)', '人在囧途(인재경도, Lost On Journey)', '古堡之吻(옛 성에서의 키스)', '勇敢游戏(용감한 게임)' 등 영화에도 출연했다. 2008년에는 코리아 드라마 페스티벌(KDF) 홍보대사로 활동했다.

2011년 화제작 '奋斗(분투)'의 양샤오윈(杨晓芸) 역을 맡아 안방극장의 스타로 거듭났고 '唐宫·美人天下(당궁 미인천하)', 'AA制生活(더치페이 라이프)', '金太狼的幸福生活(금태랑의 행복한 생활)' 등 사극과 가족드라마에서 주연을 맡았다.

2005년과 2008년에 솔로앨범 '我的淘气天使(나의 장난꾸러기 천사)'와 '东方美(동방미)'를 발표했다.

2012년 7월 탤런트 자나이량(贾乃亮)과 결혼했다.



이달의 배우 - 우수보(吴秀波)

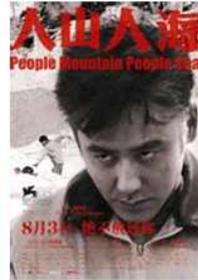


1968년 9월 북경의 외교관 집안에서 출생했다. 1988년 중앙희극학원(中央戏剧学院) 연기학과를 졸업한 후 1995년까지 중국철도문공단(中国铁路文工团)에서 연극배우로 있었다.

1996년에 솔로앨범 '爱之战(사랑의 전쟁)'을 발표했고 여기에 수록된 10곡은 우수보가 직접 작사, 작곡, 노래까지 담당했을 뿐만 아니라 앨범의 전체적인 컨셉, 기획까지 맡았다. 1997년부터 밤무대 가수, 드라마 AD, PD, 음악 기획, 레스토랑 사장 등 다양한 직업을 거치다가 2002년에 다시 연예계에 복귀해 '兄弟门(형제문)', '道可道(도가도)', '相思树(상사나무)', '嫁衣(웨딩드레스)', '剑谍(검첩)' 등 드라마에 출연했다.

2010년에 첩보물 '黎明之前(여명직전)'을 통해 인기스타로 급부상했으며 2012년에는 '请你原谅我(나를 용서해줘)', '心术(심술)' 등 인기 드라마와 '四大名捕(4대 명탐정)', '人山人海(인산인해)' 등 영화에 출연했다. 2012년에 금영상(金鹰奖) 최우수 남자 배우상을 수상했다.

무명시절 연상의 여인과 결혼해 두 아들을 두고 있다. 영화 '美丽有缘(미려유연)'에 함께 출연한 탕웨이(汤唯)와 스캔들에 휘말리기도 했다.



### 이달의 감독 - 자오바오강(赵宝刚)



1955년 7월 북경에서 출생했다. 1972년부터 1984년까지 북경 철강공장 노동자로 일했고 1984년부터 지금까지 북경TV예술 센터(北京电视艺术中心)에서 근무하고 있으며 국가 2급 감독이다. 1988년부터 1990년까지 북경광과학원(北京广播学院) TV편집감독학과에서 공부를 했다. 현재 북경흥보원영화TV투자유한공사(北京鑫宝源影视投资有限公司) 회장 직을 겸하고 있다.

'渴望(갈망)'(1990년), '编辑部的故事(편집부 이야기)'(1991년), '皇城根儿(황성 부근)'(1992년), '一场风花雪月的事(풍화설월의 이야기)'(1997년), '永不瞑目(영원히 눈을 감지 못하리)'(1999년), '像雾像雨又像风(안개처럼, 비처럼, 바람처럼)'(2001년), '奋斗(분투)'(2007년), '夜幕下的哈尔滨(밤의 장막이 드리운 하얼빈)'(2007년), '我的青春谁做主(누가 나의 청춘을 좌지우지하는가)'(2009년), '婚姻保卫战(혼인보위전)'(2010년), '男人帮(남인방)'(2011년), '北京青年(북경청년)'(2012년) 등 수많은 인기 드라마들을 만들어냈다.

'四世同堂(사세동당)', '苏菲的供词(소피의 진술)' 등 드라마와 '非诚勿扰2(비성물요2)', '杜拉拉升职记(두라라 승진기)' 등 영화에서 조연을 맡기도 했다.



### 3. KEY PLAYER - Hunan TV(湖南卫视)

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.



호남위성TV는 호남라디오TV방송국(湖南广播电视台, Hunan Broadcasting System) 산하의 위성TV채널이다.

호남TV방송국(湖南电视台) 1채널을 모태로 하며 1997년 1월 1일부터 Asia Sat2호 위성을 통해 전송되면서 채널명을 Huan TV(湖南卫视, 호남위성TV)로 명명했다. 호남성 장사

시(长沙市)에 본사를 두고 있다.

로고는 입쌀(오렌지색 부분)과 물고기(흰색 부분)의 모양을 하고 있으며 호남성이 어미지향(鱼米之乡, 농산물과 수산물이 풍부한 살기좋은 지역)임을 상징하고 있다.

## 〈표 3〉 Hunan TV 연락처

홈페이지	www.hunantv.com
주 소	(P.C:410011)湖南长沙开福区湖南广电中心

2001년 10월 28일부터 24시간 편성체제로 운영되기 시작했고 2004년에는 '중국에서 가장 활력이 있는 TV 오락 브랜드'를 만든다는 슬로건을 내걸고 '快乐大本营(쾌락대본영)', '玫瑰之约(장미의 약속)', '新青年(신청년)', '音乐不断(음악은 끊기지 않는다)' 등 예능 프로그램으로 인기를 끌며 탄탄한 고정 시청자층을 확보했다.

상업적 성격이 매우 짙은 위성채널로 2006년 광고수익은 10억 위안을 넘어서 성급 위성채널 중 1위, 전체 위성채널 중 3위(1위는 CCTV1, 2위는 CCTV5)를 차지했다. 특히 2006년에 초인기 오디션 프로그램 '超级女声(초급여성, Super Girls)을 통해 올린 수익은 무려 3억 위안을 넘었다.

이에 힘입어 호남위성TV의 시청률은 2010년까지 연속 8년간 성급 위성채널 중 1위를 차지했다. 2006년 전까지 호남위성TV는 시청률이 전국 위성채널 중 6위를 차지했다(CCTV1, CCTV3, CCTV5, CCTV6, CCTV8이 전국 위성채널 1-5위 차지). 2009년과 2010년에 호남위성TV의 광고수익은 CCTV1에 이어 전국 2위를 차지했다.

2010년 11월에 있는 2011년 광고입찰에서 '快乐大本营(쾌락대본영)', '天天向上(천천향상)', '金鹰独播剧场(금영 독점방영 극장)' 등 인기 프로그램의 광고 낙찰금액은 33억 5,800만 위안에 이르렀다. 입찰에 부쳐진 광고시간대는 전체 광고시간대의 60% 정도를 차지했으며, 2011년의 전체 광고수익은 50억 위안에 이른 것으로 추정된다.

지방 위성채널 중에서 처음으로 국제채널 개국허가를 받아, 2009년 5월 20일 홍콩에서 호남위성TV 국제채널(영문명: HuNanTV World)을 개국했다.

### 주요 프로그램과 시청률

2012년의 호남위성TV의 프로그램 편성표는 대략 다음과 같으나 시청률이 저조하거나 국가광전총국에서 특정 장르, 특정 프로그램의 방영 제한령을 내릴 경우 그에 따라 조정을 한다.

부록 II

편성표에서 보다시피 호남위성TV는 예능 프로그램과 독점방영 드라마의 편성비율이 높다.

<표 4> 2012년 호남위성TV의 프로그램 편성

시간	일	화	수	목	금	토	일
6:30	湖南新闻联播(호남뉴스) 재방송						
7:00	播报多看点(시사, 건강 정보)						
8:00	전일 저녁 프로그램 재방송	지지난주 '天天向上(천천향상)' 재방송			지지난주 '快乐大本营(쾌락대본영)' 재방송	전일 저녁 황금시간대 프로그램 재방송	
8:55		偶像独播剧场(청춘멜로 독점방영 극장, 1일 3회)					
12:30	비고정 프로그램				지난주 '天天向上(천천향상)' 재방송	지난주 '快乐大本营(쾌락대본영)' 재방송	
14:30	开心独播剧场(즐거운 독점방영 극장, 1일 3회)						
18:00	新闻当事人(뉴스 심층분석)						
18:30	湖南新闻联播(호남뉴스)						
19:00	CCTV新闻联播(CCTV 뉴스 중계)						
19:35	金鹰独播剧场(금영 독점방영 극장, 1일 3회)					芒果周播剧场(망고 일요일극장, 1일 2회)	
20:00		'天天向上(천천향상)'			'快乐大本营(쾌락대본영)'		
22:00	百变大咖秀(백변대가수)						
0:10	인문, 교양 프로그램						

드라마의 경우, 2012년에는 낮 시간대와 저녁 시간대에 편성한 드라마 극장만 해도 청춘멜로 극장, 금영 독점방영 극장, 망고 일요일극장을 비롯해 총 4개에 이른다. 그동안 금영 독점방영 극장에서는 '대장금', '쾌걸춘향', '소문난 칠공주' 등 한국 드라마와 일본, 대만, 홍콩 드라마 그리고 호남위성TV에서 자체제작한 '丑女无敌(추녀무적)', '微笑在我心(내 마음 속의 미소)', '一起来看流星雨(우리 함께 별뿔별을 보며)' 등 드라마를 방영해왔다. 원래 저녁 10시부터 방영했으나 2011년 말 국가광전총국에서 오락 프로그램 방영 제한령을 내린 후 저녁 7:35시로 앞당겼다.

호남위성TV에서 방영됐던 한국 드라마들은 대부분 시청률이 좋은 것으로 나타났다. 2010년 성급 위성채널에서 방영된 드라마 시청률 순위에서 호남위성TV에서 방영된 ‘부모님전상서’는 11위, ‘아가씨를 부탁해’는 15위, ‘헬로! 애기씨’는 22위, ‘찬란한 유산’은 25위를 차지한 적이 있다. 2011년에 성급 위성채널에서 방영된 한국 드라마 중에서 ‘천사의 유혹’은 4위, ‘술약국집 아들들’은 20위, ‘내사랑 금지옥엽’은 27위를 차지했으며 세 편 모두 호남위성TV에서 첫 방영을 했다는 공통점을 갖고 있다. 특히 ‘아내의 유혹’을 리메이크한 멜로드라마 ‘回家的诱惑(귀가의 유혹)’은 2011년 2월 21일부터 매일 밤 10시부터 12시까지 2회씩 방영되었고, 2011년 시청률 1위를 기록했다.

〈표 5〉 '금영 독점방영 극장'에서 방영한 한국 드라마와 시청률

시기	한국 드라마	시청률
2006년	1월 마이걸	2.56
	5월 미스터 굿바이	0.81
	6월 어느 멋진 날	0.92
	10월 환상의 커플	1.19
2007년	1월 달자의 봄	1.25
	3월 그 해살이 나에게	0.88
	4월 불꽃놀이	1.37
2008년	10월 백만장자와 결혼하기	0.80
	11월 온리유	1.87
2009년	1월 쾌걸춘향	2.13
	2월 소문난 칠공주	3.02
	5월 별을 쏘다	2.28
	11월 부모님전상서	1.46
2010년	4월 찬란한 유산	1.98
	10월 헬로! 애기씨	1.35
	10월 아가씨를 부탁해	1.31
	11월 발칙한 여자들	0.85
	11월 스마일 어게인	1.02
	11월 그제 바라보다가	0.89
	12월 내사랑 금지옥엽	0.92
2011년	3월 천사의 유혹	2.89
	4월 술약국집 아들들	1.20
	5월 외과의사 봉달희	0.97
2012년	4월 역전의 여왕	0.50

부록 II

예능의 경우, 호남위성TV는 2011년에도 '快乐大本营(쾌락대본영)', '天天向上(천천향상)', '我们约会吧(데이트합시다)' 등 예능 프로그램으로 중국 예능 프로그램 시청률 순위에서 2-4위를 차지했다.

<표 6> 2011년 중국 예능 프로그램 시청률 순위

순위	채널	예능 프로그램명	시청률
1	강소위성TV	'非诚勿扰'	2.61%
2	호남위성TV	'快乐大本营'	1.76%
3		'天天向上'	1.61%
4		'我们约会吧'	1.40%
5	강소위성TV	'时刻准备着'	1.30%
6	강소위성TV	'幸福晚点名'	1.243%
7	절강위성TV	'我爱记歌词'	1.23%
8	절강위성TV	'我是大评委'	1.12%
9	강소위성TV	'周末不加班'	1.08%
10	호남위성TV	'勇往直前'	1.00%

자료: CSM Media Reseach



2012년 7월부터 인기 MC 허중(何炅)과 세나(谢娜)를 내세운 '百变大咖秀(백변대가수)'를 매주 목요일 저녁 10시부터 방영, 지금까지 동일 시간대 시청률 1-3위를 지켜오고 있다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드림으로써 중국 미디어시장에 대한 해안과 아이디어를 드립니다.

### 2012년 상반기 TV광고 매출 증가율 둔화

나스닥에 상장한 중국의 광고 및 미디어 사업자 CHRМ(昌荣传播)이 발표한 ‘2012년 상반기 중국 광고시장 분석보고서(2012上半年中国广告市场分析报告)’에 따르면 TV광고 증가율은 4.7%에 그쳤다.

2012년 상반기 광고시장 증가율은 4.2%로 GDP 증가율(7.8%)보다 낮다. TV 광고 매출 비중은 79%로 1위를 지켰으나 증가율은 둔화 추세를 보였다. 라디오 광고 매출액은 13.5% 증가했으나 전년 동기의 50.5%에 비해 증가율이 크게 하락했다. 신문 광고와 잡지 광고 매출액 증가율은 각각 7.4%, 11.1%로 역시 성장이 둔화되었다. 인터넷 광고 매출액 증가율도 25.7%로 줄었다.

전반적인 광고 매출액 증가율이 줄어든 주요 원인은 경기불황으로 광고주들이 광고비 투입을 크게 늘리지 않았기 때문이다. TV광고 매출액 증가율이 둔화된 또다른 원인은 국가광전총국에서 시행하는 광고 방영 제한정책을 꼽을 수 있다.

<표 7> 국가광전총국의 광고방송 제한조치

정책명/공포시기	내용
<p>‘방송광고 방영관리                      잡정방법(廣播電視廣告播                      放管理暫行辦法)’ /2003.9</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라디오방송국과 TV방송국의 프로그램별 1일 공익광고 방                              송건수는 전체 광고 방송건수의 3%를 넘어야 하고 1일                              광고 방송분량은 해당 프로그램의 1일 방송분량의 20%를                              넘지 말아야 함</li> <li>• 11:00-13:00 시간대에 라디오 방송국의 프로그램별 방송분                              량 대비 광고 방송비중은 15%(9분) 이내로 제한</li> <li>• 19:00-21:00 시간대에 TV방송국의 프로그램별 방송분량                              대비 광고 방송비중은 15%(9분) 이내로 제한</li> </ul>
<p>‘방송광고 방영관리                      강화에 관한 통지                      (關於進壹步加強廣播電視                      廣告播出管理的通知)’ /201                      1.10</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 드라마, 영화, 뉴스 프로그램 방영 도중에 광고를 내보내                              는 것을 금지</li> </ul>

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

이에 따라 올 상반기 TV광고 시간대는 14% 줄어든 반면 광고가격은 올라갔고 경기불  
 황까지 겹치면서 기업들이 기존의 TV광고 예산을 기타 미디어 광고에 투입하면서 2012  
 년 상반기 TV광고 매출액은 증가율이 4.7%에 그쳐 2011년 상반기(14.6%) 대비 크게 줄  
 었다.

CCTV 광고 시간대는 0.7% 줄고 성급 위성채널의 광고시간대는 4.6% 줄었으며 특히  
 지상파 채널의 광고 시간대가 급감한 것으로 나타났다.

TV광고 증가율은 둔화된 반면, 뉴미디어의 활성화와 함께 광고주들이 인터넷 동영상  
 사이트에 대한 광고비 투입을 강화하면서 인터넷 동영상 광고 매출액은 160%나 증가했  
 다.

CHRM은 올 하반기 중국의 전반 광고시장의 증가율은 10% 정도가 되고 연말연시를  
 맞으면서 TV광고 증가율이 상반기 대비 증가할 것으로 내다보고 있다.

## 5. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 중국 도시 주민의 TV 시청행태

CSM Media Research에서 102개 도시 주민들을 대상으로 한 조사에 따르면 케이블 방송망은 도시 시청자들에게 방송 프로그램을 전송하는 주요 방식으로 그 비중이 50%를 넘는다.

셋탑박스를 이용해 디지털TV 신호를 수신하는 가구(디지털 케이블, 디지털 지상파, IPTV 포함)는 43.3%를 차지하고 일반 실내외 안테나와 접시형 위성방송수신 안테나를 이용하는 가구는 각각 5.7%와 4%로 집계됐다.

<표 8> TV신호 수신방식별 가구 비중(102개 도시)

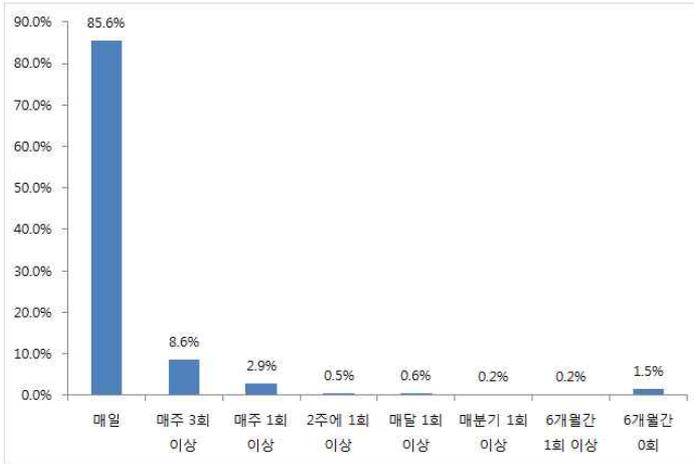
수신방식	비중(%)
일반 케이블 방송망/농촌/공장/주택단지 폐쇄형 방송망	54.9
디지털 케이블 방송망/농촌/공장/주택단지 폐쇄형 방송망	42.4
일반 실내외 안테나	5.7
접시형 위성방송수신 안테나	4.0
IPTV 케이블망/농촌/공장/주택단지 폐쇄형 방송망	0.7
디지털 지상파TV	0.2
기타	0.1
TV 신호 없음/DVD만 봄	0.3

자료: CSM Media Research

부록 II

조사대상자 중에 매일 TV에 노출되는 도시 주민은 85.6%를 차지하고 최근 6개월내 TV에 노출된 적이 있는 도시 주민은 98.5%에 이르렀다.

[그림 1] 도시 주민의 TV 노출빈도



자료: CSM Media Research

도시 등급별로 봤을 때, 1선도시 주민의 TV 노출빈도가 가장 높고 2선도시 주민은 노출빈도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

<표 9> 도시 등급별 TV 노출빈도

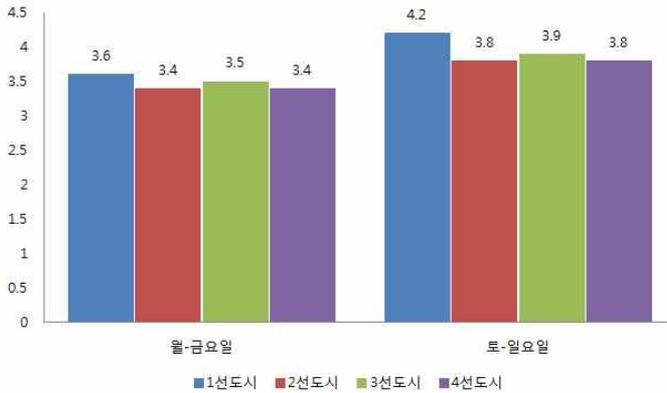
노출빈도	1선도시(4개)	2선도시(35개)	3선도시(48개)	4선도시(15개)
매일	90.6	83.3	86.0	87.4
매주 3회 이상	5.5	10.0	8.3	6.9
매주 1회 이상	1.9	3.4	2.9	2.7
2주에 1회 이상	0.2	0.6	0.6	0.6
매달 1회 이상	0.3	0.7	0.5	0.7
매분기 1회 이상	0.1	0.2	0.2	0.2
6개월간 1회 이상	0.0	0.2	0.2	0.2
6개월간 0회	1.3	1.7	1.3	1.3

자료: CSM Media Research

최근 1주일간 1일 TV 시청시간도 1선도시가 가장 많은 것으로 나타났다.

[그림 2] 도시 등급별 1일 TV 시청시간

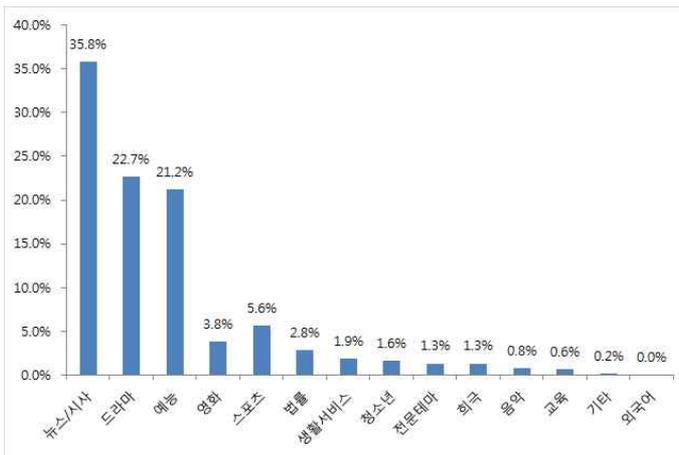
(단위: 시간)



자료: CSM Media Research

도시 시청자들이 즐겨 시청하는 TV 프로그램은 뉴스/시사, 드라마, 예능 프로그램 순이다. 영화, 스포츠, 법률 프로그램의 선호도도 10%-20% 사이로 나타났다.

[그림3] 도시 주민의 TV 프로그램 유형별 선호도

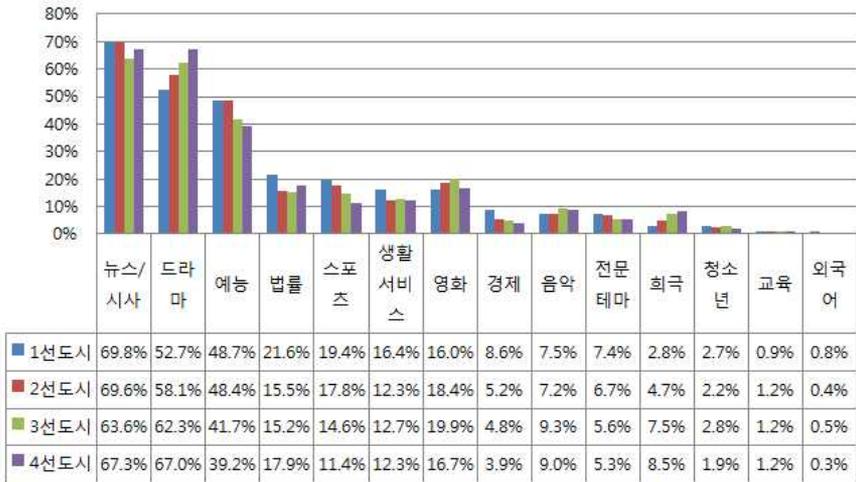


자료: CSM Media Research

부록 II

도시 등급별로 시청자들이 TV 프로그램 선호도에도 차이가 있는 것으로 조사됐다.

[그림 4] 도시 등급별 TV 프로그램 선호도



자료: CSM Media Research

인터넷 방영 드라마 시청순위

9월 29일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 '세상 어디에도 없는 착한 남자'는 9위, '아랑사또전'은 13위, '신의'은 18위, '조강지처클럽'은 22위, '메이퀸'은 34위, '스타일'은 40위를 차지했다.

〈표 10〉 Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	我家有喜	1753241
2	新白发魔女传	2115835
3	中国骑兵	890971
4	北京青年	835578
5	营盘镇警事	551600
6	岳母的幸福生活	539771
7	甄嬛传	499421
8	爱情公寓3	672363
9	세상 어디에도 없는 착한 남자	263788
10	宝乐婶的烦心事	291773
11	正者无敌	568218
12	母亲母亲	293497
13	아랑사또전	218772
14	Big Bang	155775
15	爱情闯进门	362009
16	谍战深海	286282
17	轩辕剑之天之痕	306260
18	신의	332466
19	心术	233533
20	爱情公寓2	273902

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 6. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### ‘2012년 가을 북경TV 프로그램 발표회’ 개최

‘2012년 가을 [제11기] 북경TV 프로그램 발표회(2012年[第十一届]秋季首都电视节目推介会)’가 2012년 9월 9일부터 11일까지 북경에서 열렸다.

북경TV 프로그램 발표회는 2007년부터 지금까지 매년 봄과 가을에 한번씩 개최되며 매년 출품되는 드라마는 6,000-8,000시간 분량으로 같은 기간 중국 국내 드라마 제작분량 대비 비중은 70%를 넘는다.

‘2012년 가을 (제11기) 북경TV 프로그램 발표회’에는 200여개 제작사들이 430여편(1만 5,000편 정도)의 드라마를 출품했고 그 중 새로 제작된 드라마는 340여편으로 전체의 80% 차지했다. 중국 국내 96개 방송사(채널)과 15개 인터넷 미디어 사업자, 26개 해외 TV프로그램 방송·제작사, 국가광전총국, 북경시 선전부, 북경시 광전국 관계자들이 참석했다.

팡웨이(庞薇) 북경시 광전국 부국장은 올 봄에 열린 북경TV 프로그램 발표회에서 체결된 총 거래금액은 35억 위안이라고 하면서 이번 발표회 거래금액은 그보다 더 많을 것으로 예상했다.

자료: Sina(新浪), 2012.9.10.

### CCTV, 드라마 관리센터 설립

한젠쥘(韩建群) CCTV8 부총감은 ‘2012년 가을 [제11기] 북경TV 프로그램 발표회(2012年[第十一届]秋季首都电视节目推介会)’에 참석한 자리에서 최근 CCTV가 드라마 관리제도를 대폭 조정했다고 밝혔다.

채널별로 드라마를 각자 관리하던 방식을 CCTV8(드라마채널) 밑에 CCTV 드라마 관리센터를 두고 CCTV에서 방영되는 모든 드라마를 일괄 관리하는 쪽으로 바꾸게 된다.

이에 따라 CCTV1, CCTV8과 기타 각 채널에서 방영되는 드라마의 선정, 구입, 편성, 방영, 홍보는 새로 설립된 드라마 관리센터에서 일괄 담당할 예정이다.

자료: Sina(新浪), 2012.9.10.

### 운남광전그룹, 캄보디아 국영방송국과 DTMB 협력

9월 16일 운남광전그룹(云南广电集团) 산하의 운남무선디지털TV문화미디어유한공사(云南无线数字电视文化传媒有限公司)는 캄보디아 국영방송국과 중국의 DTMB 표준을 기반으로 캄보디아 지상파 디지털TV 전송망 구축에 관한 MOU를 체결했다.

양사는 함께 출자하여 캄보디아에 DTMB 기반 지상파 디지털 전송망을 구축하고 캄보디아 시청자들에게 CCTV, 운남위성TV를 포함한 다수의 채널을 제공할 계획이다.

이에 앞서 중국의 디지털TV 장비업체 COSHIP(同洲电子)는 6월 11일 공고를 발표, 캄보디아에 합자회사를 설립해 DTMB 기반 디지털TV망 구축에 참여할 것이라고 밝힌 바 있다.

중국에서 개발한 DTMB(Digital Television Terrestrial Multimedia Broadcasting, DMB-TH라고도 함) 표준은 미국(ATSC), 유럽(DVB-T), 일본(ISDB-T) 표준에 이어 2011년 12월 지상파 디지털 방송전송 국제표준에 채택되었다.

자료: 운남일보(云南日报), 2012.9.17.

### Letv, 스마트TV 사업 진출

9월 19일 Letv(乐视网)는 스마트TV 사업에 본격 진출한다고 발표했다.

Letv는 인터넷 동영상 서비스를 주사업분야로 하며, 현재 자회사를 통해 Android 지원 셋탑박스를 공급하고 있고 CNTV(인터넷TV 라이선스 보유업체)와 협력을 통해 인터넷TV 시청자들에게 콘텐츠를 제공하는 것이 가능해졌다.

전 구글 차이나 사장 리카이푸(李開復, Lee Kai-Fu)가 현재 회장 겸 CEO를 맡고 있는 Innovation Works(创新工场)에서 Letv의 스마트TV 사업에 전략적 투자를 할 것으로 알려지고 있다.

자료: Tencent(腾讯科技), 2012.9.19.

### Qiyi, 미국 드라마 방영 잇따라

## 부록 II

Baidu(百度)의 인터넷 동영상 자회사인 Qiyi(爱奇艺)는 9월부터 ‘The Vampire Diaries’, ‘Pretty Little Liars’, ‘Supernatural’, ‘Criminal Minds’, ‘Grey’s Anatomy’, ‘Fringe’, ‘2 Broke Girls’, ‘Rovenge’, ‘The Carrie Diaries’ 등 미국 드라마와 ‘Knaller Frauen’ 등 독일 드라마를 방영하고 있다.

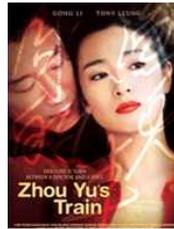
Qiyi는 1일 평균 이용자 수가 연인원 2,000만 명을 넘는 중국 유수의 인터넷 동영상 사업자로 올해 초부터 해외 인기 드라마 판권 구입 강화, Walt Disney, Warner Brothers, Lions Gate Films 등 대형 미디어사들과 판권 공급계약을 체결했다.

이에 앞서 방영된 ‘Friends’, ‘위기의 주부들’, ‘Mad Men’, ‘Lost’ 등 드라마들도 높은 조회수를 기록했다.

자료: 봉황망(凤凰网), 2012.9.29.

10월호

CHINA MEDIA TREND  
[중국 방송콘텐츠 동향]



1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
다큐멘터리 - 中国古镇(중국고진)

2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 마쑤(马苏)  
탤런트 겸 영화배우 쑨홍레이(孙红雷)  
감독 옌젠강(阎建钢)

3. KEY PLAYER

CBC(中广传播)

4. MEDIA TREND

인터넷 인기소설의 드라마화 열기 뜨거워

5. PREFERENCE

중국 스포츠 프로그램 시청현황

6. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.  
감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고  
흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

10월 15일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 중국이 자력으로 원자폭탄과 수소폭탄 및 인공위성을 개발한 과정을 그려낸 '国家命运(국가운명)'을 방영하고 있다. 이 드라마는 또 처음으로 네룽전(聂荣臻) 원수(元帅, 대장군)를 정면에 내세운 작품이다. 네룽전은 당시 중앙군사위원회 부주석과 국방과학기술위원회 주임을 맡으며 개발을 전두지휘했다. Huace Film & TV(华策影视)와 중국인민해방군 총장비부 TV예술센터(总装备部电视艺术中心), CCTV 산하의 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心)에서 공동제작했다.

10월 3일 길림위성TV, 하북위성TV, 흑룡강위성TV에서 인기리에 방영 중인 '后厨(주방)'은 고급식당의 주방을 배경으로 샤오선양(小沈阳)이 맡은 남자셰프와 하이칭(海清)이 분한 여자셰프 간의 좌충우돌 사랑이야기를 그려내고 있다. Benshan Media(本山传媒)에서 제작하고 스톤펑(史晨风)이 감독을 맡고 장탕(张挺) 작가가 대본을 썼다. 코미디언 샤오선양과 연기파 여배우 하이칭의 조합으로 화제가 된 이 드라마는 3개 위성채널에서 방영되기 전에 이미 여러 지방과 채널에서 방영되며 높은 시청률을 올린 바 있다.

산둥위성TV에서 방영 중인 '不是钱的事(돈이 문제가 아니야)' 역시 Benshan Media에서 제작한 드라마로 중국의 유명한 코미디언 자오번산(赵本山)이 샤오선양, 위웨셴(于月仙), 탕젠쿤(唐鉴军) 등 Benshan Media 소속연예인들을 거느리고 출연한 드라마다. 요녕성(辽宁省)의 한 민간예술단에서 있었던 실화를 바탕으로 국영 예술단체의 민영화 과정

에서 벌어진 여러가지 해프닝을 드라마에 담아냈다. Benshan Media는 지금까지 농촌 드라마 위주로 제작해왔으며 '不是钱的事(돈이 문제가 아니야)'는 Benshan Media에서 제작한 첫 도시 드라마다.

어가세성영업북경유한공사(御嘉世星影业北京有限公司)와 동양신개념영화TV미디어유한공사(东阳新概念影视传媒有限公司)에서 공동제작한 로맨틱 코미디 '大男当婚(대남당혼)'은 10월 7일부터 절강위성TV, 안휘위성TV, 심천위성TV에서 방영 중이다. 2010년에 인기리에 방영됐던 '大女当嫁(대녀당가)'의 제작진이 다시 뭉쳐 만든 작품으로 연기와 배우 쉬정(徐铮)이 혼기가 짝 찬 남자주인공을 맡고 송자(宋佳), 메이팅(梅婷), 장신이(张歆艺), 처샤오(车晓), 마쭈(马苏) 등 인기 여배우들이 남자주인공의 소개팅녀로 카메오 출연했다.

'苏东坡(쑤둥포)'는 북경소백화문화예술센터(北京小百花文化艺术中心), 절강횡점영화TV유한공사(浙江横店影视有限公司), 동상해국제문화영화TV그룹유한공사(东上海国际文化影视集团有限公司), 중국문채음반영상출판회사(中国文采声像出版公司)에서 공동제작한 44부작 정통사극으로 10월 7일부터 동남위성TV에서 방영을 시작했다. 쑤둥포는 쑤스(蘇軾)의 호로 아버지 순(洵), 아우 철(轍)과 함께 '3소(三蘇)'라고 불리우며, 모두 당·송 8대가에 속했다. 시, 사, 문, 음악, 서법 등에 깊은 조예가 있었고, 21세 때 진사가 되어 벼슬길에 들어섰으나 북송 때의 변법운동(變法運動) 및 신구 당쟁의 소용돌이 속에서 수차례 좌천당하는 등 정치적으로는 불운을 겪었다. 국가1급감독 왕원제(王文杰)가 메가폰을 잡고 루이(陆毅), 린신루(林心如), 리창(李强), 한쉐(韩雪), 사르나(萨日娜), 선권이(申军谊) 등 인기 배우들이 출연했으나 정통사극이라는 이유로 방송 편성에서 외면 받아 결국 촬영을 시작한지 8년 만에 동남위성TV를 통해 시청자들과 만나게 됐다.



国家命运  
(국가의 운명)

CCTV1에서 방영 중인 '国家命运(국가의 운명)'은 중국이 자력으로 원자폭탄과 수소폭탄 및 인공위성을 개발한 과정을 그려낸 드라마다. 당시 중앙군사위원회 부주석과 국방과학기술위원회 주임을 맡으며 개발을 전두지휘한 처음으로 네룽전(聂荣臻) 원수를 정면에 내세운 작품으로, 중국인민해방군 총장비부 TV 예술센터와 CCTV 산하의 중국드라마제작센터도 제작에 참여했다.



后厨(주방)

고급식당의 주방을 배경으로 샤오선양(小沈阳)이 맡은 남자셰프와 하이칭(海清)이 분한 여자셰프 간의 좌충우돌 사랑이야기를 그려내고 있다. 코미디언 샤오선양과 연기파 여배우 하이칭의 조합으로 화제가 된 이 드라마는 이미 여러 지방채널에서 방영되며 높은 시청률을 올린 바 있다. 10월 3일부터 길림위성TV, 하북위성TV, 후룡강위성TV에서 인기리에 방영 중이다.



不是钱的事  
(돈이 문제가 아니야)

산둥위성TV에서 방영 중인 '不是钱的事(돈이 문제가 아니야)'는 중국의 유명한 코미디언 자오변산이 만든 Benshan Media에서 제작한 드라마다. 요녕성의 한 민간예술단에서 있었던 실화를 바탕으로 하며 자오변산외 샤오선양, 위웨셴(于月仙), 탕젠권(唐鉴军) 등 Benshan Media 소속연예인들이 출연해 시청자들에게 웃음을 선사하고 있다.



苏东坡(수둥포)

공동제작한 44부작 정통사극으로 10월 7일부터 동남위성TV에서 방영을 시작했다. 국가1급감독 왕원제(王文杰)의 작품으로 루이(陆毅), 린신루(林心如) 등 인기 배우들이 출연했으나 정통사극이라는 이유로 방송 편성에서 외면 받아 결국 촬영을 시작한 지 8년 만에 동남위성TV를 통해 시청자들과 만나게 됐다.

〈표 1〉 10.5-10.15 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
国家命运	延艺	韩中, 刘劲, 谢钢, 胡亚捷	陈怀国, 陶纯	浙江华策影视股份有限公司, 中国人民解放军总装备部电视艺术中心, 中国电视剧制作中心	혁명/군사	CCTV1
强者风范	张国庆	陈宝国, 吴刚, 常铖, 岳秀清	石小克	辽宁国威影视广告发展有限公司	혁명/첩보	CCTV8
后厨	史晨风	小沈阳, 海清章, 章婷婷	张挺	本山传媒	코믹/요리/멜로	상해동방위성 후퉁강위성 길림위성 하북위성
大男当婚	孙皓, 张晓波	徐峥, 梅婷, 张歆艺, 车晓	饶晖, 李潇, 刘深	御嘉世星影业(北京)有限公司, 东阳新概念影视传媒有限公司	코믹/멜로	절강위성 안휘위성 하남위성
国门英雄	傅东育	李幼斌, 史兰芽, 张志坚	陈宇, 陈锐, 吕艳	湖北奥山影视公司	추리	호북위성
十指连心	丰梁	刘雪华, 孙松, 申军谊	闫铁成, 门福胜, 徐国红	北京苍狼天下影视制作有限公司	가족	사천위성 섬서위성
大家庭	刘雪松	于和伟, 刘威葳, 赵亮, 吕中	王宛平, 丁丁, 张晓芸	北京大唐辉煌传媒股份有限公司	가족	북경위성
老爸的心愿	曾晓欣	高明, 郑晓宁, 杜雨露, 李梦男	刘誉	青岛市广播电视台	가족	천진위성
中国地	阎建钢	李幼斌, 萨日娜, 刘交心, 石天琦	赵冬苓	神州电视有限公司, 中视传媒股份有限公司, 辽宁广播电视台	항일	요녕위성
苏东坡	王文杰	陆毅, 林心如, 李强, 韩雪	冷成金	北京小百花文化艺术中心, 上海东上海勤加缘影视公司, 浙江横店影视有限公司, 东上海国际文化影视集团有限公司, 中国文采声像出版公司	사극	북건둥남위성
不是钱的事	傅百良	赵本山, 小沈阳, 于月仙, 唐鉴军, 王小利	元一, 赵东东, 邓洪洋	本山传媒	코믹	산둥위성

부록 II

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
革命人永远是年轻	陈健	聂远, 陶飞霏, 沈晓海, 赵亮	周志方	湖北省委宣传部, 山西省委宣传部, 上海广播电视台, 江西电视发展总公司	혁명/전쟁	산서위성
加油妈妈	张自强	贺军翔, 张玉嬿, 宗峰岩, 张璇	-	广东东升影视文化传播 有限公司	가족/멜로	호남위성
我是特种兵之利刃出鞘	刘猛	吴京, 徐佳, 侯勇, 赵荀, 佟丽娅	刘猛	南京军区政治部电视艺术中 心	군사	강소위성
我的经济适用男	蒋家骏	李光洁, 杜淳, 戚薇	刘誉	天视卫星传媒股份有限公司	멜로	운남위성
小菊的春天	杨冠玉	颖儿, 邹廷威	舒心	中共深圳市委宣传部, 深圳广电集团, 东阳嘉润影视有限公司, 柴智屏	멜로	강서위성
大时代	汪俊	段奕宏, 薛佳凝, 蒋勤勤, 孙海英	林黎胜	华谊兄弟	상업/멜로	귀주위성
丈母娘来了	梁山	雷佳音, 朱杰, 朱茵, 王丽云, 侯勇, 谷智鑫	阑珊	上海尚世影业有限公司, 上海东霏文化传播有限公司, 北京小马奔腾影视文化发展 有限公司,	가족	광둥위성
我是特种兵	刘猛	王奎荣, 任天野	刘猛	南京军区政治部前线文工团	군사	광서위성
勇者无敌	孙文学	陈宝国, 黄曼, 王海燕, 王璐丹	石小克	金鼎盛世影视文化有限公司	전쟁/첩보	내몽고위 성
红娘子	郭靖宇	杨志刚, 刘威, 史可	郭靖宇	江苏省广播电视总台	전쟁/멜로	중경위성
抬头见喜	李三林	张国立, 买红妹, 洪剑涛	邹静之, 白志龙	华策影视, 北京国立常升影视文化传播 有限公司, 万科影业	멜로/코믹	청해위성
北京爱情故事	陈思成	陈思成, 李晨, 张译, 杨幂	陈思成, 李亚玲	新丽传媒股份有限公司, 乐视网	멜로	신강위성
大营救	谢洪	连奕名, 陈国坤, 矢野浩二, 曹操	谢洪	四川天凰影视文化有限责任 公司, 浙江浩瀚影视文化公司	전쟁/첩보	감숙위성
雪域昆仑	周耀杰	高田昊, 刘钧, 汤嬿	李君	新疆楼兰影视城有限责任公 司	혁명/군사	티벳위성

자료: 건흥리서치 정리

## 다큐멘터리 - 中国古镇(중국고진)



'中国古镇(중국고진)'은 중국을 소개하는 TV 프로그램 '走遍中国(중국을 누비다)'에 고정편성된 다큐멘터리 시리즈로 총 181회로 구성되었으며 2012년 8월 20일부터 CCTV4채널에서 방영되고 있다.

2011년 12월에 기획에 들어가 2012년 3월부터 촬영을 시작했다. '走遍中国(중국을 누비다)'의 PD 왕구이량(王贵亮)이 제작을 맡고 거우보(苟博), 리란(李然), 다이핀닝(戴品宁), 평하이윈(冯海云), 류딩청(刘定晟)이 연출을 맡았다. 제작진은 중국의 28개 성(자치구, 직할시)에서 고진(古镇, 옛날의 고을)을 탐방하고 현지 특색이 뚜렷한 곳들을 화면에 담아냈다.

8월 17일 열린 방송편성 발표회에는 중국 주택도농건설부(住房和城乡建设部), 국가문물국(国家文物局), 국가관광국(国家旅游局) 관계자들과 문화연구기관 전문가, CCTV 각 부처 임원들이 참석해 방영을 축하했다.



상업무역이 발달했던 곳, 외래 침략을 막는 최전방이었던 곳, 독특한 인문지리적 환경에서 그 지역 만의 민속을 형성한 곳, 지방 특색요리로 유명한 곳 등의 주제별로 고진들을 소개하고 있다.

실크로드보다 200여 년 앞선 인류 최고(最古)의 교역로인 차마고도(茶馬古道)가 지나

부록 II

는 곳에 위치한 사계(沙溪), 희주(喜洲), 옥호(玉湖)는 상업 중심지로 유명했고 북경의 고북구(古北口)와 산서 대동 신평보(山西大同新平堡) 등지는 외래 침략을 막던 군사적 요충지들이다. '용주극(龙舟戏)'을 1천 년 가까이 전해 내려오고 있는 수향진(水乡镇), 소주 지역 특유의 자수로 유명한 진호(镇湖), 전통요리 교족 쇠고기(翘脚牛肉)로 유명한 서천 낙산 소계진(四川乐山苏稽镇), 광동식 훈제고기로 유명한 광둥 중산 황포진(广东中山黄圃镇) 등의 고진들을 만나볼 수 있다.



[走遍中国]中国古镇  
(53) 古田: 红色圣地  
(20121013)



[走遍中国]中国古镇  
(52) 瞿家湾: 洪湖新传  
(20121012)



[走遍中国]中国古镇  
(51) 周老嘴: 特殊记忆  
(20121011)



[走遍中国]中国古镇  
(50) 螺洲: 耀世陈家  
(20121010)



[走遍中国]中国古镇  
(49) 百寿: 长寿秘诀  
(20121009)



[走遍中国]中国古镇  
(48) 西塘: 活色活现  
(20121008)



[走遍中国]中国古镇  
(47) 天龙: 梦回明朝  
(20121007)



[走遍中国]中国古镇  
(46) 光福: 渔乡福地  
(20121006)

## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

## 이달의 배우 - 마쭈(马苏)



1981년 2월 흑룡강성 하얼빈시(黑龙江省哈尔滨市)에서 출생했으며 회족(回族)이다.

1998년에 해방군예술학원(解放军艺术学院) 무용학과를 졸업하고 광고모델로 활동하다가 사극 '大唐歌飞(대당비가)'로 연예계에 데뷔했다. 그 후 북경영화학원(北京电影学院)에 들어가 연예학과를 전공했고 2003년에 졸업 후 트렌디 드라마 '夏日里的春天(여름날의 봄)'으로 안방극장에서 인지도를 높였다.

'女人如花(여자는 꽃과 같아)', '旗袍(치포)', 'AA制生活(더치페이 라이프)', '小夫妻时代(어린부부 시대)', '北京青年(북경청년)', '新白发魔女传(신백발 마녀전)' 등 드라마에서 다양한 연기변신을 시도하며 연기의 폭도 넓혀가고 있으며 2012년 금영상(金鹰奖) 최인기 여배우상을 수상했다.

중일 공동제작 영화 '내일로 가는 사랑(明日に架ける愛)'과 '중국기병(中国骑兵)', '서풍열(西风烈)', '정무영웅 천전(精武风云陈真)', '철인(铁人)' 등 영화에도 출연했다.



## 이달의 배우 - 쑤홍레이(孙红雷)

1970년 8월 흑룡강성 하얼빈시(黑龙江省哈尔滨市)에서 출생했다. 1997년에 중앙희극

부록 II

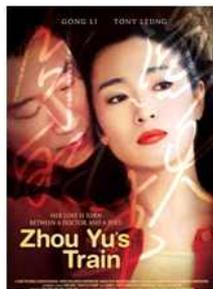
학원(中央戏剧学院) 뮤지컬학과를 졸업한 후 중국 국가연극원(国家话剧院)에 들어가 연극배우로 활동하다가 2001년에 북경홍보원영화TV투자유한공사(北京鑫宝源影视投资有限公司)와 전속계약을 맺었다.



1999년에 장이모(张艺谋) 감독의 영화 '我的父亲母亲(한국명: 집으로 가는 길)'의 조연을 맡으며 연예계에 데뷔했고 2003년에 형사물 '征服(정복)'에서 카리스마 넘치는 류화창(刘华强)역을 맡으며 인지도가 급등했다. 2008년에는 첩보물 '潜伏(잠복)'에서 남자 주인공 역을 맡으며 뛰어난 연기력과 더욱 성숙한 남성미로 팬층을 넓혔다.

대표작으로는 '남인방(男人帮)', '落地, 请开手机(착륙 후 휴대폰을 켜세요)', '像雾像雨又像风(안개처럼, 비처럼, 바람처럼)', '人间正道是沧桑(인간의 정도는 풍파)' '大工匠(대공장)', '刀锋1937(칼날 1937)', '半路夫妻(재혼부부)', '征服(정복)' 등 드라마와 '边境风云(변경풍운)', '我愿意(I Do)', '非诚勿扰2(비성물요2)', '战国(전국)', '三枪拍案惊奇(Amazing Tales: Three Guns, 장이모 감독), '梅兰芳(매염방)', '硬汉(터프가이)', '周渔的火车(저우위의 기차)', '幸福时光(행복한 시간, 장이모 감독)', '蒙古王(몽고왕)' 등 영화가 있다. '周渔的火车(저우위의 기차)'를 찍으면서 상대역인 궁리(巩俐)와 스캔들에 휘말리기도 했다.

제13, 15기 상해TV제 최우수 남자배우상, 제27기 비천상(飞天奖) 우수 남자배우상, 제2기 AFA(Asian Film Awards) 남자조연상, 제10기 북경대학생영화제(北京大学生电影节) 남자주연상을 수상했다.



## 이달의 감독 - 연젠강(阎建刚)



1959년에 하남성 개봉시(河南省开封市)에서 출생했다. 고등학교 졸업 후 중국인민해방군에 가입해 문예선전단(文工团)에서 근무했다. 1981년에 제대 후 중앙희극학원(中央戏剧学院) 감독학과에 입학했으며 졸업 후 감독학과 강사로 근무했다. 현재 중앙희극학원 희극예술연구소(中央戏剧学院戏剧艺术研究所)에서 감독 직을 맡고 있으며 북경천하형제영화TV투자유한공사(北京天禾兄弟影视投资有限公司) 예술총괄 및 감독, 중국드라마감독사업위원회(中国电视剧导演工作委员会) 부회

장 및 비서장 등 직무를 겸하고 있다.

TV 부문의 대표작으로는 '东周列国·战国(동주열국 전국)', '秦始皇(진시황)', '尘埃落定(진에낙정)', '直播室的故事(생방송실 이야기)', '红顶商人胡雪岩(거상 후쉐옌)', '大祠堂(대사당)', '燃烧的生命(불타는 생명)', '金凤花开(봉선화가 피다)', '中国地(중국지)', '赵氏孤儿(조씨고아)' 등이 있다. 2009년 비천상(飞天奖) 최우수 감독상과 2012년 금영상(金鹰奖) 최우수 감독상을 수상했다.

'礼尚往来(예상왕래)', '为奴隶的母亲(노예의 어머니를 위하여)', '侠女(협녀)', '连琐(연쇄)', '白秋练(백추연)', '一声唢呐(휘파람 소리)' 등 일반영화와 디지털 영화를 찍으며 영화계에도 진출했다.



### 3. KEY PLAYER

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

#### CBC(中广传播)



CBC는 2005년 6월 국가광전총국 무선국관리국(無線電台管理局)에서 설립한 독자 자회사로, 전국의 CMMB망 구축 및 운영을 총괄한다. 2011년에 중국 재정부에서 국가광전총국 무선국관리국의 지분을 전부 인수, 2012년 10월 현재 재정부에서 100% 지분을 갖고 있다.

2012년에 들어 세계 1위 이동통신사업자 차이나모바일(中国移动)과 중국 관영 CCTV가 CBC에 투자할 예정이라는 설이 돌고 있지만 아직까지 공식 발표된 것은 없다. 3개사 지분비율은 CBC 50%, 차이나모바일 40%, CCTV 10%로 구성될 것으로 알려지고 있다.

<표 2> CBC 연락처

홈페이지	www. cbc. cn
주 소	(P. C: 100005) 北京市东城区建国门内大街28号民生金融中心D座9层

## CMMB 사업연혁

CMMB는 'China Mobile Multimedia Broadcasting'의 약자로 중국의 방송산업표준이며 이미 모바일TV 부문의 사실상의 표준(de facto standard)으로 자리매김했다.

CMMB는 국가광전총국이 주도하여 개발한, 7인치 이하 소형 디스플레이를 장착한 휴대식 단말장치에 적용되는 모바일 멀티미디어 방송 기술이다. 도시 인구밀집지역에서 470-798MHz 주파수 대역을 적용하고, 1.55-3.4GHz 주파수 대역을 이용해 농촌, 도로, 철도, 해역 등 지역에 대한 위성방송 커버리지 실현할 계획이었으나, 1.55-3.4GHz 주파수 대역을 이용하기 위해서는 대량의 기지국이 설치하여야 하기 때문에 실제로는 470-798MHz 대역을 이용해 지상파 방송을 하고 있다.

〈표 3〉 중국의 CMMB 추진 연혁

시기	추진내역
2002	국가광전총국 산하 방송과학연구원, CMMB 표준 개발 착수
2005	2005년 6월 국가광전총국 무선국관리국에서 중광위성모바일방송유한공사(中廣衛星移動廣播有限公司) 설립 2005년 8월 CMMB 개발 워킹그룹 설립
2006	2006년 9월 CMMB 모바일TV 칩과 시스템 솔루션 개발업체 Innofidei(北京創毅視訊科技有限公司) 설립 2006년 10월 국가광전총국은 CMMB를 산업표준으로 공포
2007	2007년 3월 CMMB 칩(채널 변조 칩) 발표 2007년 7월 CMMB장비 1차 입찰 실시. 베이징, 칭다오, 선양, 상하이, 친황다오, 톈진 등 6개 올림픽 경기도시와 선전, 광저우에 CMMB 송신국을 개통하고 테스트 진행
2008	2008년 6월 37개 도시에 CMMB 테스트망 개통, 시범방송 개시 2008년 8월 베이징올림픽 중계 2008년 9월 중광위성모바일방송유한공사를 전국적 CMMB 사업자로 지정 2008년 11월 CMMB장비 2차 입찰
2009	2009년 3월 16일 상하이에서 첫 상용서비스 실시 2009년 8월 CBC로 회사명 개명. 데이터 서비스 브랜드 'Jingcai(精彩)' 론칭
2011	재정부에서 지분 인수

자료: CBC, 건홍리서치 정리

### 서비스 지역과 가입자

2007년부터 전국적 범위의 CMMB망 구축작업을 시작하여, 다음과 같이 2013년과 2015년까지 달성해야 할 CMMB망 구축 목표를 확정했다. 2013년까지 전국의 모든 지급시(地級市)와 경제수준이 높은 100개 현(縣)에 CMMB망을 구축하고 2015년까지 337개 지급시에 대한 커버리지를 실현한다는 계획이다.

<표 4> CMMB망 구축 목표

시기	목표
2010~2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국의 모든 지급시(地級市)와 경제수준 상위 100대 현(縣)에 망 구축</li> <li>- 지급시 이상 도시의 도심지역 실외 커버리지 비율 95% 이상</li> <li>- 경제수준 상위 100대 현의 시내 커버리지 비율 95% 이상. 주요장소의 실내 커버리지 실현</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 337개 지급시에 대한 커버리지 완성</li> <li>- 경제수준 상위 100대 현에 대한 커버리지 강화</li> <li>- 2,861개 현에 대한 커버리지 실현</li> <li>- 4만 8,000여개 향진(鄉鎮)에 대한 커버리지 실현</li> <li>- 주요 고속도로에 대한 커버리지 실현</li> </ul>

자료: CBC, 건흥리서치 정리

2011년 말 기준으로 336개 지급시 이상 도시, 855개 현에 CMMB망을 구축했고 커버리지 인구 수는 8억 명에 이른다. CMMB망을 구축하지 않은 지역이 아직 남아 있는 것은 현지 기후조건과 인프라 시설이 낙후한 것이 주요 원인이다.

2010년에 CBC는 2015년까지 CMMB 기본서비스 가입자는 1억 명 이상, 부가서비스 가입자는 4,000만 명 이상 확보한다는 목표를 내놓았다.

〈표 5〉 CMMB가입자 확보 목표

시기	목표
2010년	신규가입자 1,000만 명 확보
2012년	5,000만 명 확보
2015년	CMMB 기본서비스 가입자는 1억 명 이상, 부가서비스 가입자는 4,000만 명 이상 확보

자료: CBC, 건흥리서치 정리

국가광전총국에 따르면, 2011년 말 기준으로 CMMB 단말 이용자는 3,700만 명을 넘고 그 중 유료 가입자는 1,900만 명에 이르는 것으로 집계됐다.

### 기본서비스와 요금



기본서비스로 CCTV-1, CCTV-뉴스, CCTV-5, ‘Jingcai Movie(精彩電影), 성급 위성채널 1채널, 시급 지상파 채널 1채널을 제공하고 있다.

CMMB 단말기의 종류에 따라 과금방식도 다르다. 휴대폰의 경우, CBC는 차이나모바일과 3년간 배타적 계약<sup>17)</sup>을 체결했기 때문에 현재 CMMB 방송을 지원하는 휴대폰은 TD-SCDMA 휴대폰 뿐이며 월 요금은 6위안이다.



17) 2009년 3월에 CBC는 차이나모바일과 배타적 제휴를 체결하였으며, 이에 따라 3년간 TD-SCDMA 단말기에만 CMMB 모듈을 탑재할 수 있음

## 부록 II

휴대폰이 아닌 기타 단말기의 경우, 2009년 9월부터 2010년 6월 30일까지 일시불로 36위안만 지불하면 CMMB 방송을 시청할 수 있었으나, 2010년 7월부터 유료화로 전환하였다. 요금은 12위안/월, 120위안/년, 300위안/3년 등 세가지 기준을 적용하며 서비스 요금은 CBC에서 받았다. 그러나 유료화로 전환한 후 요금이 높다는 의견이 많았고, 과도한 요금으로 가입자를 유치하기 어려워지자 CBC는 공급업체들의 CMMB 단말기 판촉 적극성을 유발하기 위해 16개 단말기 공급업체에 단말기 1대당 3년간 162위안의 보조금을 지불하는 쪽으로 바꾸었다.

### 부가서비스

차이나모바일과 협력으로 CMMB 가입자 수는 증가했으나 실제 서비스와 매출은 부진한 상황이다. 또 가입자가 많으나 상시이용 가입자가 적어 매출 증대로 이어지지 못하고 있다. 특히 CMMB 콘텐츠는 인터넷 동영상 등 기타 뉴미디어에서 제공하는 콘텐츠에 비해 다양성이 부족해 시청자들이 매력을 느끼지 못하고 있다.

이에 따라 CBC는 향후 CMMB 기반 데이터 서비스를 강화한다는 방침이다. 연내 데이터 서비스를 출시할 계획이며 전자신문 구독, 실시간 교통정보 제공, 영화개봉 소식 제공 등의 서비스 범위를 확대시킬 방침이다.



## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드립니다으로써 중국 미디어시장에 대한 혜안과 아이디어를 드립니다.

### 인터넷 인기소설의 드라마화 열기 뜨거워

인터넷 인기소설을 드라마로 각색하는 붐이 올해에도 이어지고 있다. 2010년에 인기리에 방영된 '泡沫之夏(포말지하)', '来不及说我爱你(사랑한단 말을 할 틈도 없이)', '佳期如梦(가기여몽)', '和空姐同居的日子(스튜어디스와 동거한 나날들)' 등 드라마와 '裸婚时代(나혼시대)', '步步惊心(보보경심)', '倾世皇妃(경세황비)', '千山暮雪(천산모설)', '后宫甄嬛传(후궁견환전)' 등 2011년과 2012년에 방영된 인기 드라마들은 모두 인터넷 소설을 바탕으로 했다는 공통점을 갖고 있다.

중국 유수의 문학포털 사이트 Clouday(盛大文学)에 따르면, 인터넷 인기소설의 판권 판매가 활발하게 이뤄지고 있다. 2011년에 Clouday에서 판권을 판매한 작품은 총 651부이며 그 중 영화/드라마 제작권을 판매한 작품은 74부다. 2012년 1월부터 9월까지 영화/드라마 제작권을 판매한 인터넷 소설은 '一代军师(일대군사)', '盗情(도정)', '极品鉴定师(극품감정사)', '凤囚凰(황수봉)', '我的侦察排, 我的兄弟(나의 정찰소대, 나의 형제)', '压寨夫人(압채부인)', '新怀孕时代(신임신시대)', '敌后挺进队(적후정진대)'를 비롯해 75부에 이른다.



부록 II

Cloudary에서 제작권을 판매했던 작품 중에서 '步步惊心(보보경심)'은 호남위성TV에서 방영되며 시청률 1위를 기록했고 '裸婚时代(나혼시대)'는 강소위성TV에서 방영되며 동시간대 시청률 1위를 차지했다. '我是特种兵(나는 특수부대요원)'은 CCTV1에서 신년특집 드라마로 방영됐고 '帝锦(제금)'은 한류스타 강타와 이태란이 출연해 화제가 됐다.



통리아(佟丽娅) 주연의 '淑女日记(삼녀일기)', 천스청(陈思成)과 쑹자(宋佳) 주연의 '小人儿难养(꼬마사람 키우기 힘들어)', 우치룽(吴奇隆)과 휘젠화(霍建华) 주연의 '刑名师爷(형명사야)' 등 드라마는 이미 제작을 끝냈고 양미(杨幂)와 류카이웨이(刘恺威) 주연의 '盛夏晚晴天(성하만청천)', 쑹자와 쓰친고와(斯琴高娃) 주연의 '第一最好不相见(가장 좋은 만나지 말아야)', '棋道军神(기도군신)', '一男三女同居(일남삼여의 동거)', '宫心怨: 素衣朱绣记(궁심원: 소의주수기)', '新婆媳战争(신고부전쟁)', '棋逢对手(기봉대수)', '彩虹的重力(무지개의 중력)', '木槿花西月锦绣(목근화 서월금수)' 등 작품들은 현재 드라마 제작 중에 있다.



중국에 인터넷 소설 드라마화 열기가 뜨거운 원인은 크게 두가지로 나누어 볼 수 있다. 우선, 인터넷에서 인기가 검증된 작품을 드라마로 각색하면 해당 작품에 대한 인지도를 바탕으로 유리한 고지를 점할 수 있다. 원작의 인기가 대단하기 때문에 드라마로는 어떻게 제작될지에 대한 대중의 호기심을 자극할 수 있는 것이다. '步步惊心(보보경심)', '倾世皇妃(경세황비)', '千山暮雪(천산모설)', '后宫甄嬛传(후궁견환전)', '裸婚时代(나혼시대)' 등이 히트를 친 점도 이같은 사실을 방증한다. 한편 중국인터넷정보센터(CNNIC)의 조사에 따르면, 인터넷 문학 사이트 이용자의 79.2%가 인터넷 소설을 바탕으로 한 영화나 드라마를 볼 의향이 있다고 응답한 것으로 나타나 인터넷 인기소설의 시청자 확보가 상대적으로 용이함을 알 수 있다.

두 번째 원인은 작품성이 검증된 인기작품 치고는 판권 가격이 상대적으로 낮다는 점이다. 최근 수년간 인터넷 인기소설의 판권 가격이 상승세를 보이고 있으나 전반적으로는 제작사들이 쉽게 받아들일 수 있는 가격대 안에 있다. 연거령(严歌苓) 같은 유명한 작가의 소설 1부당 영화/드라마 제작권 가격이 100만 위안을 쉽게 넘는 것에 비하면, 현재 인터넷 인기소설의 영화/드라마 제작권은 1부당 10만 위안 정도로 수치 맞는 투자라는 판단이 우세하다.



인터넷 소설의 드라마화 붐이 일고 있음에도 불구하고 드라마 제작권 가격 상승세가 그다지 빠르지 않은 것은 인터넷 소설이 워낙 많아 아직은 공급이 과잉한 상태이기 때문이다. 또 인터넷 소설가들의 인지도나 사회적 지위가 아직은 낮은 상황에서 본인의 인지도를 높일 목적으로 영화나 드라마 제작권을 싸게 파는 인터넷 소설가들이 많은 것도 다른 한 원인이다.

## 부록 II

'步步惊心(보보경심)'을 쓴 통화(桐华)의 신작 '曾许诺(그 때 그 약속)'이 50만 위안에 가까운 가격에 팔린 사례가 있긴 하지만, 이는 매우 드문 경우에 속한다. '千山暮雪(천산모설)', '来不及说我爱你(사랑한단 말을 할 틈도 없이)', '佳期如梦(가기여명)'의 작가 폐이위스춘(匪我思存)의 경우, 지금까지 써낸 19부의 소설 중에 드라마 제작권을 이미 판매한 작품은 10부에 이르나 가격은 높지 않은 것으로 알려지고 있다. 높은 가격을 제시하는 소규모 제작사들이 적지 않았으나, 제작 및 배급 능력이 뛰어난 제작사에 주는 것이 본인의 인지도 향상에 도움이 된다는 판단에서 출발한 것이다.

방송 및 인터넷 동영상 업계의 우수 드라마 확보경쟁이 치열하고 드라마 제작비용이 꾸준히 상승하고 있는 가운데, 인터넷 인기소설의 드라마화 붐은 향후에도 계속 이어질 것으로 예상되고 있다.

## 5. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 중국 스포츠 프로그램 시청현황

CSM Media Research의 조사에 따르면 2011년 중국 TV 시청자의 1인당 평균 스포츠 프로그램 시청시간은 1,620분, 1인당 1일 평균 시청시간은 4.4분으로 집계됐다.

〈표 6〉 2007-2011년 시청자 1인당 평균 스포츠 프로그램 시청시간

시기	2007	2008	2009	2010	2011
시청시간(분)	2268	3939	1955	2383	1620

자료: CSM Media Research

스포츠 프로그램 시청자는 남성, 고학력자, 고소득 비중이 높은 것으로 나타났다. 55세 이상 시청자 비중은 최근 3년간 조사에서 가장 높은 것으로 나타났고 특히 65세 이상 시청자는 16.82%에 이르는 것으로 조사됐다.

〈표 7〉 2011년 시청자 그룹별 스포츠 프로그램 시청시간

구분		1인당 평균 시청시간	구분	1인당 평균 시청시간	
연령	4세 이상 인구	1620	성별	남	2097
	4-14	576		여	1141
	15-24	1127	직업	간부/관리직	2156
	25-34	1267		자영업자/개인기업 직원	1375
	35-44	1335		초급공무원	1731
	45-54	2209		노동자	1528
	55-64	2365		학생	922
	65세 및 이상	3340		무직	2291
		기타		720	
개인 평균 월소득 (위안)	0-600	1008	학력	초졸 및 이하	936
	601-1200	1603		중졸	1576
	1201-1700	1893		고졸	1946
	1701-2600	2089		전문대 이상	2038
	2601 이상	2274			

자료: CSM Media Research

채널 등급별로 봤을 때, 중앙급 채널은 편성시간 비율이 8%에 그치지만 시청시간 비율은 69%에 이르며, 이는 중앙급 채널 특히 CCTV5(스포츠 전문 채널)이 중요한 스포츠 경기의 중계권을 갖고 있고 또 시청자 범위가 넓기 때문이다. 성급 지상파 채널의 편성시간 비율은 57%, 시청시간 비율은 24%로 집계됐다.

부록 II

〈표 8〉 2010-2011년 채널 등급별 스포츠 프로그램 편성 및 시청시간 비율

시기	중양급 채널		성급 위성채널		성급 지상파 채널		시급 채널		기타 채널	
	편성 시간 비율 (%)	시청 시간 비율 (%)	편성 시간 비율 (%)	시청 시간 비율 (%)	편성 시간 비율 (%)	시청 시간 비율 (%)	편성 시간 비율 (%)	시청 시간 비율 (%)	편성 시간 비율 (%)	시청 시간 비율 (%)
2010	8	72	3	3	60	20	22	4	7	0
2011	8	69	2	2	57	24	23	5	9	0

자료: CSM Media Research



스포츠 종목별로 봤을 때, 2011 FIBA 아시아 남자농구선수권에서 중국 남자 농구단이 우승을 하면서 2011년에 CCTV5의 농구 경기 시청시간 비율은 2010년 대비 2.8%p 상승했다. 중국 선수 덩권후이(丁俊晖)와 리나(李娜)가 각각 당구와 테니스 부문에서 선전하면서 2011년에 당구 경기의 시청시간 점유율은 8.2%로 전년 대비 4.2%p 상승하고 테니스 경기의 시청시간 점유율은 2.7%p 올라갔다.

〈표 9〉 2011년 CCTV5 스포츠 종목별 편성 및 시청시간 비율

스포츠 종목	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)
농구	9.6	16.2
축구	12.4	9.3
당구	7.4	8.2
빙상/수상 스포츠	6.7	7.0
배구	5.1	7.0
탁구	4.1	6.1
테니스	6.9	4.2
배드민턴	2.0	2.4

자료: CSM Media Research



### 인터넷 방영 드라마 시청순위

10월 31일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 '신의'는 13위, '세상 어디에도 없는 착한 남자'는 21위, '메이퀸'은 33위, '스타일'은 40위를 차지했다.

<표 10> Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	不是钱的事	1753241
2	雷霆扫毒	2115835
3	加油妈妈	890971
4	我是特种兵2	835578
5	火蓝刀锋	551600
6	新白发魔女传	539771
7	新女婿时代	499421
8	大男当婚	672363
9	甄嬛传	263788
10	屌丝男士	291773
11	名媛望族	568218
12	后厨	293497
13	신의	218772
14	小麦进城	155775
15	北京青年	362009
16	我是特种兵	286282
17	孤军英雄	306260
18	Walking Dead	332466
19	爱情公寓3	233533
20	我家有喜	273902

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 6. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### 호남위성TV, 'X Factor' 판권 수입할 듯

호남위성TV에서 'X Factor'의 판권을 구입, 내년에 '唱出我人生(내 인생을 노래하다)'이라는 프로그램을 신규 편성할 것으로 보인다.

2010년에 상해동방위성TV에서 영국의 'Britain's Got Talent'의 판권을 구입해 제작한 '中国达人秀(China's Got Talent)'가 히트를 친 후, 해외 예능 프로그램 판권을 수입하는 중국의 방송사들이 꾸준히 늘고 있다.

특히 올해 절강위성TV에서 네덜란드 'The Voice'의 판권을 구입해 제작한 '中国好声音(The Voice of China)'의 시청률이 급등하고 회당 광고수입이 2,000만 위안에 가까울 정도로 폭발적인 인기를 누리자 해외 판권 확보경쟁이 더 치열해지고 있다.

호남위성TV는 네덜란드 'The Winner Is'의 판권도 구입해 주부들을 대상으로 하는 오디션 프로그램 '女人如歌(여인여가)'을 편성할 예정이다.

자료: 심천신문망(深圳新闻网), 2012.10.12.

### WASU(华数传媒), 우회상장 성공

WASU(华数传媒控股股份有限公司)는 수년째 경영난에 허덕이며 퇴출위기까지 갔던 Genuine Unicom New Material Group(浙江嘉瑞联合新材料集团股份有限公司, ST嘉瑞)을 인수하며 우회상장에 성공했다.

WASU는 국가광전총국으로부터 IPTV와 모바일 TV, 인터넷TV 통합편성·방송제어·운영 라이선스를 획득, 절강성(浙江省)을 거점으로 케이블 방송망 기반 뉴미디어 서비스와 케이블 방송망 기반의 쌍방향 TV 서비스를 활발하게 추진하고 있다.

자료: 21세기경제보도(21世纪经济报道), 2012.10.12.

### Topway Video Communication 등 케이블 방송망 사업자, 케이블 방송망 기반의 인터넷 서비스 허가 획득

10월 초 Topway(深圳市天威视讯股份有限公司)는 자사를 비롯한 일부 케이블 방송망 사업자들이 공업신식화로부터 '케이블 방송망 기반의 인터넷 접속 서비스, 인터넷 데이

## 부록 II

터 전송 부가서비스, 국내 IP전화 서비스 제공 허가에 관한 답신(工业和信息化部关于同意深圳市天威视讯股份有限公司开展基于有线电视网的互联网接入业务, 互联网数据传送增值业务, 国内IP电话业务的批复)’을 획득, 해당 서비스를 제공하는 것이 가능해졌다고 밝혔다.

Topway Video Communication은 1995년 7월 설립되었고 심천 지역에서 케이블 방송망 구축, 운영, 케이블 방송 프로그램 전송, Cable Modem 기반 유선 브로드밴드 등 서비스를 제공하고 있다.

2003년에 Cable Modem 기반 유선 브로드밴드 서비스를 시작하고 월정액 100위안에 온라인 주식거래, 온라인 게임, IP전화 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.

지난 2011년 12월에 Topway Video Communication은 차이나텔레콤이 자사의 지분을 9.74% 인수하여 제2주주가 되었다고 공고를 낸 바 있다.

자료: 중국증권보(中国证券报), 2012.10.10.

### TIK(电广传媒), 차세대 방송망 구축 위해 37억 위안 조달 방침

10월 8일 TIK(湖南电广传媒股份有限公司)는 공고를 내 NGB(차세대 방송망) 구축과 은행대출 상환을 위해 53억 위안을 조달할 예정이며 이를 위해 10명 미만의 투자자를 대상으로 비공모주식을 발행할 방침이라고 밝혔다. 그 중 37억 3,000만 위안은 호남성(湖南省)의 NGB 구축사업에 사용하고 나머지는 은행대출을 상환할 예정이다.

TIK는 호남성에 거점을 둔 미디어 사업자로 1999년에 설립되었고 영화, TV 프로그램 제작, 케이블 방송망 정보전송 서비스, 광고 기획 및 제작을 주사업분야로 하며 부동산, 관광 등 사업에도 진출했다.

자료: 경화시보(京华时报), 2012.10.9.

### 차이나텔레콤과 차이나유니콤, IPTV 셋탑박스 입찰 개시

차이나텔레콤이 지난 8월 IPTV 셋탑박스 입찰을 시작한데 이어 차이나유니콤도 9월 26일 IPTV 셋탑박스 입찰을 시작했다. 양사가 공개한 입찰수량은 총 620만 대에 이르는 규모다.

차이나텔레콤은 차이나텔레콤 본사와 자회사의 2013년 5월까지 수요량을 감안하여 입찰수량을 확정, SD 셋탑박스 354만 대, HD IPTV 셋탑박스 125만 대, 지능형 IPTV 셋탑박스 7만 4,000대를 포함해 총 486만 4,000대를 구매할 예정이다.

차이나유니콤은 SD 셋탑박스 67만 7,000대와 HD 셋탑박스 65만 9,000대를 포함해 총 133만 6,000대를 구입할 예정이다.

현재 중국의 통신사들은 IPTV 라이선스를 갖춘 사업자와 협력하는 방식으로 IPTV 서비스를 제공하고 있다. 차이나텔레콤은 통신3사 중 최대 규모의 IPTV 가입자를 확보하고 있으며 주로 BesTV와 IPTV 부문에서 협력하고 있다. 2011년 말 기준으로 차이나텔레콤의 브로드밴드 가입자는 7,681만 가구이며 그 중 IPTV 가입자는 1,200만 가구에 가까운 것으로 나타났다.

자료: 매일경제신문(每日经济新闻), 2012.10.9.

### the9(九城), BGCTV(歌华有线)와 손잡고 HDTV 게임 엔터테인먼트 플랫폼 론칭

나스닥에 상장한 중국 게임업체 the9(九城)은 BGCTV(歌华有线)과 손잡고 쌍방향 HDTV 시청자들을 대상으로 게임 엔터테인먼트 플랫폼 'Game World(游戏世界)'를 론칭한다고 발표했다.

BGCTV는 북경에 거점을 둔 케이블 방송망 사업자로 1999년 9월 설립되었고 북경 지역의 케이블 방송망 구축, 운영, 유지보수, 방송 프로그램 전송, VOD, 인터넷 정보서비스, 케이블TV 광고 제작 등을 주사업분야로 하며 2001년에 상해증권거래소에 상장했다.

the9(九城)은 강소(江苏), 하문(厦门), 섬서(陕西) 등지 방송사들과도 협력을 추진 중이다.

자료: Sina(新浪), 2012.10.18.

### DTV Industry Alliance(中矣村数字电视产业联盟), DTMB 해외보급 자금조달센터 오픈

DTV Industry Alliance(中矣村数字电视产业联盟)는 중국에서 독자개발한 디지털 지상파 TV 표준 - DTMB의 해외보급을 지원하기 위해 자금조달 지원센터를 오픈했다.

## 부록 II

DTMB는 Digital Television Terrestrial Multimedia Broadcasting의 약자로, 2006년 8월 전국표준화관리위원회(全國標準化管理委員會)는 DTMB를 국가표준으로 정하고 2007년 8월부터 시행했다.

DTV Industry Alliance는 2007년 6월 발족했으며 청화대학(清华大学), 상해교통대학(上海交通大学), Lenovo(联想)를 비롯해 100여개 대학과 기업들이 회원사로 참여하고 있다.

DTMB 해외보급 자금조달센터는 LP(Limited Partnership) 형태로 운영될 예정이다.

자료: 경화시보(京华时报), 2012.10.22.

11월호

CHINA MEDIA TREND  
[중국 방송콘텐츠 동향]



1. PROGRAM

CCTV와 위성채널의 드라마 편성 현황  
타임슬립 드라마 - 步步惊心(보보경심)

2. PEOPLE

탤런트 겸 영화배우 인타오(殷桃)  
탤런트 겸 영화배우 천바오궈(陈宝国)  
감독 가오시시(高希希)

3. KEY PLAYER

Youku Tudou(优酷土豆)

4. MEDIA TREND

중국 애니메이션 산업의 변화

5. PREFERENCE

중국 예능 프로그램 시청현황

6. Snapshot

## 1. PROGRAM

최근 인기방영되고 있는 중국 방송 프로그램을 소개하는 공간입니다.  
감독, 주연, 작가, 방영채널 등 기본정보를 비롯하여 프로그램과 관련된 알차고  
흥미로운 정보들을 전달합니다.

### CCTV와 주요 위성채널의 드라마 편성 현황

중국의 제5세대 지도부를 선출하게 될 중국공산당 제18차 전국대표대회가 11월 8일 북경에서 개막한 가운데, CCTV와 주요 위성채널들은 황금시간대에 혁명, 전쟁, 인물전기 등 소재의 드라마 위주로 편성하고 있다. 이는 중국에서 방송미디어가 당의 정책과 이데올로기 선전도구로서의 성격이 짙음을 잘 보여주는 대목이다.

14일까지 이어지는 당 대회에는 8,260만 2,000명의 당원 중에서 뽑힌 총 2,325명의 대표들이 참석하며, 이번 당 대회를 통해 중국의 제5세대 지도부가 구성되면서 10년 만의 권력교체를 이루게 된다.

이처럼 특별한 시기를 맞아 10월 10일 현재, 황금시간대에 CCTV1에서는 30부작 '焦裕禄(자오위루)'를 방영하고 있다. 이 드라마는 중국공산당 제18차 전국대표대회를 위해 만든 특별기획 드라마로 Yongle Film & TV(永乐影视)에서 만들었으며 청리둥(程力栋)이 제작을 맡고 허샹쥬(何香久)가 연출을 맡았다. 자오위루(1922.8-1964.5)는 청렴, 검소하고 서민들과 동고동락하는 좋은 간부였으며 1964년에 간암으로 세상을 떠나기 전까지 맡은 바 업무에 헌신하는 모습으로 '당의 우수한 간부', '인민의 좋은 공무원', '혁명열사' 칭호를 수여받았다. Yongle Film & TV는 2008년부터 제작준비에 들어가 자오위루가 근무했던 하얼빈(哈尔滨), 흑하(黑河), 청하(清河), 낙양(洛阳), 란고(兰考), 치박(淄博) 등지를 일일이 찾아다니며 촬영을 했다.

CCTV8에서도 인물전기 '杨善洲(양산저우)'를 방영하고 있다. 양산저우(1927.1-2010.10)

는 운남성 보산시(雲南保山) 공무원으로 일하다가 1988년에 보산시 당서기 직에서 퇴직했으며, 퇴직 후 가족과 함께 농촌으로 내려가 20년 이상을 수목 가꾸기에 주력해 3,733헥타르에 달하는 수목농장을 이뤘고 2009년 4월에 이를 정부에 헌납했다. 2011년 초에 중국공산당 기관지인 인민일보(人民日報)가 양산저우에 대해 한 면을 할애해 공익의 위상으로 치켜세웠고 후진타오(胡錦濤) 중국공산당 총서기 겸 국가주석은 양산저우 따라 배우기를 강조하고 나섰다. 드라마 '杨善洲(양산저우)'는 운남TV방송국, 안휘라디오TV 방송국, 절강청광지영영화TV제작유한공사(浙江天光地影影视制作有限公司)에서 공동제작했고 CCTV 산하 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心) 국가1급감독인 장사오린(张绍林)이 감독을 맡았다. 류페이치(刘佩琦), 나론훈화(娜仁花), 가오밍(高明) 등 연기와 배우들이 출연했다.

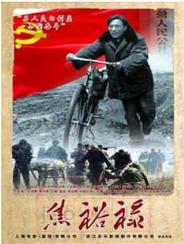
안휘위성TV에서 방영 중인 '永远的忠诚(영원한 충성)'은 안휘라디오TV방송국과 북경오성동방영화TV투자유한공사(北京五星东方影视投资有限公司), 절강천광지영영화TV제작유한공사(浙江天光地影影视制作有限公司)에서 공동제작한 것으로, 안휘성 봉양현 소강촌(安徽凤阳县小岗村) 전임 당 서기로 '전국 우수 공산당원', '전국 인민이 만족하는 공무원' 칭호를 수여 받았던 고 선하오(沈浩)를 칭송한 드라마다. 이 드라마는 중국공산당 창립 90주년 특별기획 드라마로 제작돼 2011년에 CCTV1에서 방영된 작품이다. 안휘위성TV는 중국공산당 제18차 전국대표대회를 맞이하여 이 드라마를 재방영하고 있다.

사천위성TV, 산둥위성TV, 호북위성TV에서 공동방영 중인 '枪神传奇(총신전기)'는 중국의 무기 전문가 우윈저(吴运铎)를 모델로 한 드라마로, 항일전쟁시기 중국공산당이 이끄는 병기공장이 원자재와 기술이 부족한 상황에서 자체로 총, 수류탄 등 무기를 개발하는 과정을 그렸다. 인기드라마 '亮剑(양검)'의 제작진이 다시 뭉쳐 만든 작품으로 허정권(何政军)과 장광페이(张光北)가 무기 전문가와 병기공장 공장장 역을 맡았다. '亮剑(양검)'은 항명을 일삼았던 한 인민해방군 장군의 일대기를 그린 드라마로, 2006년에 중국 황금시간대 최고 시청률을 기록하며 여러 화제를 낳은 인기 드라마다. '枪神传奇(총신전기)'는 북경중연화명문화미디어투자유한공사(北京中联华盟文化传媒投资有限公司)에서 제작하고 하오란(甄然)이 연출을 맡았다.

산서위성TV에서 방영하고 있는 '法兰西岁月(프랑스에서 보낸 날들)'은 행복람해영화TV그룹유한공사(幸福蓝海影视文化集团股份有限公司)에서 제작하고 명감독 강홍레이(康洪雷)가 연출을 맡은 대형 혁명 드라마로 저우언라이(周恩来), 덩샤오핑(邓小平), 자오스

부록 II

옌(赵世炎), 차이허썬(蔡和森), 천이(陈毅), 네룽전(聂荣臻), 리푸춘(李富春), 리웨이한(李维汉), 리리싼(李立三), 차이창(蔡畅), 상징위(向警予) 등 중국 혁명의 선구자들이 프랑스 유학시절 공산주의를 접하고 혁명가로 변신하는 모습을 그린 드라마다. 2012년 6월 26일 CCTV1에서 방영된 적이 있고 2012년 9월 제12기 정신문명건설 5개1<sup>18)</sup> 프로젝트 상(精神文明建設“五个一工程”獎)을 수상했던 작품이다.



焦裕禄(자오위루)

중국공산당 제18차 전국대표대회를 위해 만든 30부작 특별기획 드라마다.

청렴, 검소하고 서민들과 동고동락하는 좋은 간부였으며 1964년에 간암으로 세상을 떠나기 전까지 맡은 바 업무에 헌신하는 모습으로 '당의 우수한 간부', '인민의 좋은 공무원', '혁명열사' 칭호를 수여받은 자오위루(1922.8-1964.5)를 칭송하는 드라마로, 2008년부터 제작준비를 시작해 현재 CCTV1에서 방영 중이다.

Yongle Fime & TV(永乐影视)에서 제작하고 허상쥬(何香久)가 연출을 맡았다. 브로드웨이에서 활약하는 중국배우 왕뤄용(王洛勇)이 자오위루 역을 맡았다.



枪神传奇(총신전기)

중국의 무기 전문가 우원저(吴运铎)를 모델로 한 드라마로, 항일 전쟁시기 중국공산당이 이끄는 병기공장이 원자재와 기술이 부족한 상황에서 자체로 총, 수류탄 등 무기를 개발하는 과정을 그렸다.

북경중연화맹문화미디어투자유한공사(北京中联华盟文化传媒投资有限公司)에서 제작하고 하오란(甄然)이 연출을 맡았다.

호남, 상해, 광둥, 북경 등지 지상파 채널에서 인기리에 방영된 바 있으며, 현재 사천위성TV, 산둥위성TV, 호북위성TV에서 공동방영 중이다.



杨善洲(양산저우)

운남성 보산시(雲南保山) 당서기 직에서 퇴직한 후 가족과 함께 20년 이상 가꿔온 수목농장을 정부에 헌납한 양산저우(1927.01-2010.10)를 기념하는 드라마다. CCTV8에서도 방영 중이며 류페이치(刘佩琦), 나롄화(娜仁花), 가오밍(高明) 등 연기와 배우들이 출연했다. CCTV 산하 중국드라마제작센터(中国电视剧制作中心) 국가1급감독인 장사오린(张绍林)이 감독을 맡았다.

1) 좋은 희극작품 1점 , 좋은 드라마(또는 영화) 1편, 좋은 도서(사회과학분야) 1권, 좋은 이론문장(사회과학분야) 1편, 좋은 노래 1곡



永远的忠诚 영원한 충성

안휘성 봉양현 소강촌(安徽凤阳县小岗村) 전임 당 서기로 '전국 우수 공산당원', '전국 인민이 만족하는 공무원' 칭호를 수여 받았던 고 선하오(沈浩)를 칭송한 드라마다.

중국공산당 창립 90주년 특별기획 드라마로 제작돼 2011년에 CCTV1에서 방영된 작품이며 안휘위성TV는 중국공산당 제18차 전국대표대회를 맞이하여 이 드라마를 재방영하고 있다.

안휘라디오TV방송국과 북경오성동방영화TV투자유한공사(北京五星东方影视投资有限公司), 절강천광지영영화TV제작유한공사(浙江天光地影影视制作有限公司)에서 공동제작했다.

<표1> 11.5-11.15 CCTV와 주요 위성채널 황금시간대 방영 드라마

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
焦裕禄	李文岐	王洛勇, 颜丙燕, 高志强, 李立群	何香久, 陈新	上影集团, 余杭永乐影视	인물전기	CCTV1 하남위성
杨善洲	张绍林	刘佩琦, 娜仁花, 战鹤文, 高明	石零	云南电视台, 安徽广播电视台和浙江天光地影影视制作有限公司	인물전기	CCTV8
枪神传奇	颢然	何政军, 张光北, 陈丽娜, 李成儒	贾东岩	中联华盟文化传媒	전쟁	사천위성 산둥위성 호북위성 상해동방 위성
媳妇的美好宣言	周小刚	姚芊羽, 辛柏青, 刘佳, 牛莉	王丽萍	华录百纳, SMG尚世影业	가족	북경위성
彼岸1945	梦继, 子平	周渝民, 王学圻, 张钧甯, 张晨光	黄世鸣	恒大影视, 唐德国际, 台湾星势力	전쟁	절강위성
永远的田野	孙沙, 阚小龙	程煜, 张延, 王新军, 姜宏波	冯延飞	吉林省大地传媒有限公司	농촌	길림위성
永远的忠诚	张绍林	张国强, 陶虹, 吕中, 魏宗万	石零	安徽广播电视台, 北京五星东方影视投资有限公司, 浙江天光地影影视制作有限公司	인물전기	안휘위성
松花江上	陈国军, 远方	曹磊, 秦海璐, 王奎荣	远方, 汪冬立, 胡平	黑龙江省委宣传部, 中视传媒股份有限公司, 佳木斯市委, 市政府, 西安世纪辰华文化传媒公司	혁명/ 전쟁	흑룡강위성
岳母的幸福生活	王志军, 金雷	王丽云, 李勤勤, 柳岩, 叶静	王志军	北京银河吴星文化传媒公司	가족	하북위성
小麦进城	姚远	王茜华, 罗刚, 王丽云	倪学礼	慈文传媒集团, 东阳紫风影视制作有限公司	농촌/가족/코믹	천진위성
女人当官	付百良	闫学晶, 李菁菁, 王晓曦	张继继	辽宁广播电视台, 七星影业	농촌/ 코믹	요녕위성
养父	张国立	张国立, 牛莉, 种丹妮, 石云鹏	陈彦	国立常升影视文化传播有限公司, 江苏省广播电视总台	가족	북건동남 위성

부록 II

드라마명	감독	주연	작가	제작	장르	방영채널
永不消逝的电波	智磊	赵立新, 焦俊艳, 吕行	余飞	北京唐德凤凰影视传媒公司	전쟁/첩보	섬서위성
法兰西岁月	康洪雷	钟秋, 朱亚文, 张国强, 刘烨, 贺军翔, 张玉嬿	李克威	幸福蓝海影视文化集团股份有限公司	혁명	산서위성
幸福妈妈	张自强	吴奇隆, 甘婷婷, 王新, 谢孟伟	林毅	广东东升影视文化传播有限公司	가족/멜로	호남위성
向着炮火前进	林建中	吴京, 徐佳, 侯勇, 赵荀	杨超, 杨林彦, 王璋	海润影视	항일/전쟁	강소위성
我是特种兵之利刃出鞘	刘猛	任重, 韩雨芹, 赵锦焘	刘猛	南京军区政治部电视艺术中心	군사	운남위성
三十而立	曹东	郭丽丽, 李小白, 史益鑫	韩杰	北京广目天文化交流有限公司, 河北电视台	가족/멜로	강서위성
干得漂亮	李海峰	王璐丹, 杨志刚, 刘威, 史可, 李晨, 任重, 杜淳, 马苏	郭靖宇	广东南方电视台	혁명/전쟁	귀주위성
红娘子	郭靖宇	谢君豪, 张磊, 刘威葳, 王奎荣	郭靖宇	江苏省广播电视总台	전쟁/멜로	광둥위성
北京青年	赵宝刚, 王迎	朱昭宾, 李鲁轲	常琳, 孙建业	北京鑫宝源影视投资有限公司	멜로	광서위성
保密局的枪声	高群书, 侯明杰	唐国强, 刘劲, 王伍福, 卢奇	王朝柱	紫金长天传媒文化有限公司	전쟁/첩보	내몽고위성
解放大西南	王珈, 强军	林永健, 张瑞希, 徐冬冬, 宁丹琳, 王志文, 霍建华, 李成儒, 张铁林, 孙红雷, 黄志忠, 张恒, 柯蓝	田有刚	重庆市委宣传部, 四川省委宣传部, 贵州省委宣传部, 云南省委宣传部, 八一电影制片厂, 中视影视制作有限公司, 北京电视台, 北京华晟泰通传媒投资有限公司	혁명/전쟁	중경위성
林师傅在首尔	余淳	陈燕民, 回子捷	陈燕民, 回子捷	中国国际电视总公司	멜로/코믹/요리	청해위성
感动生命	陈燕民	江奇涛	江奇涛	中央电视台, 江苏省委宣传部, 江苏省广播电视总台	병원	신강위성
人间正道是沧桑	张黎	江奇涛	江奇涛	中央电视台, 江苏省委宣传部, 江苏省广播电视总台	혁명/전쟁	티벳위성

자료: 건흥리서치 정리

## 타임슬립 드라마 - 보보경심(步步惊心)



통화(桐华)의 동명소설을 원작으로 현대에서 청나라 시대로 돌아가는 주인공의 이야기를 그린 타임슬립 드라마다. 인터넷 문학 사이트에 연재로 발표한 소설이 히트를 치자 2006년에 정식 출판됐고 2009년에는 드라마 제작권까지 판매했다.

상해당인영화제작유한공사(上海唐人电影制作有限公司)에서 제작하고 홍콩 무협드라마 감독으로 유명한 리국리(李国立)가 연출을 맡았다. 2010년 12월 8일 촬영에 들어가 2011년 3월 20일 촬영을 마쳤으며 2011년 9월 10일 호남위성TV에서 처음 방송했다. 호남위성TV 방영분은 40부작이며 DVD는 35부작으로 출시됐다.

20대 평범한 회사원 장샤오(张晓)는 길에서 남자친구와 말다툼을 하다가 전선이 연결된 광고판에 부딪히게 되고, 그 충격으로 그녀의 영혼은 시공의 터널을 통과해 마얼타아뤄시(马尔泰·若曦)라는 16세 청나라 소녀의 몸으로 들어가게 된다. 당시는 강희제 43년, 중국 역사를 뒤흔든 '구룡탈적(九龙夺嫡, 아홉 왕자들의 황위 다툼)'이 용솨음치고 있을 때다. 마얼타아뤄시의 운명은 모든 왕자들과 얽힐 수밖에 없었고, '구룡탈적'의 결과를 잘 아는 그녀는 그들의 싸움에 휘말리면 안된다는 것을 알지만 흔들리는 마음을 다잡기 쉽지 않다... 이처럼 '보보경심'은 현대 도시여성이 뜻밖의 사고로 시공을 초월해 청나라 강희제 시대로 오면서 벌어지는 일을 다루고 있다. 여주인공과 왕자들의 멜로 라인과 황위를 두고 벌어지는 암투가 주요 볼거리다.

부록 II



호남위성TV에서 첫 방송을 마친 후 2012년 1월 22일부터 사천위성TV, 천진위성TV, 하북위성TV, 광둥위성TV, 심천위성TV에서 공동방영하고 2월 12일부터는 동남위성TV, 하남위성TV, 산둥위성TV, 광서위성TV에서 공동방영하는 등 인기가 식지 않았다. 한국, 대만, 홍콩, 미국, 싱가포르, 말레이시아, 필리핀, 베트남 등지에서도 방영됐다.

<표 2> '보보경심' 해외방송채널

구분	방송채널	방송 개시일
대만	CTV(中視)	2011.10.27
홍콩	TVB	2012.5.9
한국	아시아엔	2011.9.10
미국	ICN New York Ch.24.2	2011.11.11
말레이시아	Astro Supersports HD	2011.12.11
싱가포르	MediaCorp Channel 8	2012.1.16
캐나다	Talentvision	2012.7.5

'2012 서울 드라마 어워즈'에서 한국 국내에 방영된 해외 작품 중 가장 큰 인기를 누린 작품을 상대로 주어지는 초창작 부문상을 받았고, 2012년 베트남 DMA 시상식에서 '가장 인기있는 중국 드라마상'을 수상했다.

신예 류스스(刘诗诗)를 일약 스타덤에 올렸고 대만 배우 우치룽(吳奇隆, 니키 우)도 이 작품으로 제2의 전성기를 맞고 있다. 두 배우는 2011년과 2012년에 중국 국내 각종 시상식에서 인기상을 수상했을 뿐더러 우치룽은 '2012 서울 드라마 어워즈'에서 네티즌 인기상을 거머쥐었고 류스스는 베트남 DMA(DienAnh.Net Movie Awards) 시상식에서 '가장 인기있는 중국 여배우상'을 수상하는 등 해외에서도 인기를 누리고 있다.



상해당인영화제작유한공사는 현재 '보보경심' 2부 촬영을 준비 중이며 연말경 촬영에 들어갈 예정이다. 리귀리, 우진위안(吳錦源), 린위편(林玉芬), 덩웨이언(邓伟恩)이 감독을 맡고 류스스, 우치룽, 린경신(林更新), 위안홍(袁弘) 등 배우들이 다시 뭉칠 것으로 예상되고 있다.

소설 '보보경심'은 2012년에 이미 베트남에서 출판됐고, 한국에서도 드라마 인기에 힘입어 올 하반기 한국어로 번역, 출간될 예정이다.



## 2. PEOPLE

중국의 유명 감독, 배우, 작가 등을 소개하는 섹션입니다. 그들이 만들고 참여한 주요작품들을 함께 소개하여, 빠르게 성장하고 있는 중국 엔터테인먼트 업계를 움직이는 사람들이 누구인지 알려드립니다.

### 이달의 배우 - 인타오(殷桃)



1979년 12월 중경시(重庆市)에서 출생했다. 1996년에 중경 예술학교(重庆艺术学校) 연기학과에 입학했으며 1999년부터 2003년까지는 해방군예술학원(解放军艺术学院) 희극학과에서 공부했다. 현재 해방군 공군 정치부 TV예술센터(解放军空军政治部电视艺术中心) 소속이다.

해방군 연극계 작품작 '我在天堂等你(천당에서 당신을 기다릴게요)'에서 주연을 맡아 제5회 중국연극금사자상(中国话剧金狮奖) 연기상, 제8회 중국희극제(中国戏剧节) 차오위 희극상(曹禺戏剧奖) 우수연기상, 제15회 상해백옥란상(上海白玉兰奖) 우수 여주연상을받으며 화려하게 데뷔했다.

'历史的天空(역사의 하늘)', '幸福像花儿一样(행복은 꽃과 같이)', '苍穹之昴(창궁의 묘)', '황량골목 19호(皇粮胡同十九号)', '东方红1949(동방홍 1949)', '延安爱情(연안 사랑)', '无贼(무적)', '杨贵妃秘史(양귀비비사)', '武则天秘史(무측천비사)', '赵匡胤(조광윤)' 등 혁명 드라마와 사극에서 주연을 맡았으며 영화 '红飘带(붉은 리본)', '网络少年(인터넷 소년)'에도 출연했다. 그 중 '창궁의 묘'는 중일 공동제작으로 2010년 1월 2일 NHK에서 방영된 바 있다.



### 이달의 배우 - 천바오궈(陈宝国)



1956년 3월 북경(北京)에서 출생했다. 1978년에 중앙희극학원(中央戏剧学院) 연극학과를 졸업한 후 중국아동예술극장(中国儿童艺术剧院)에서 배우로 활동하다가 1980년 드라마 '赤橙黄绿青蓝紫(적등황녹청람자)'에서 주인공을 맡으며 방송계에 데뷔했다.

TV 부문의 대표작으로는 '北洋水师(북양수사)', '北京深秋故事(북경 늦은 가을의 이야기)', '咱爸, 咱妈(부모님)', '武则天(무측천)', '青春之歌(청춘의 노래)', '京华烟云(경화연운)', '正者无敌(정자무적)', '贞观长歌(정관장가)', '茶馆(차집)', '钢铁年代(철강년대)', '大宅门(대택문)', '汉武大帝(한무대제)', '越王勾践(월왕구천)' 등이 있다.

'大渡河(대도하)', '默默的小理河(소리하는 말이 없다)', '燃烧的欲望(불타는 욕망)', '红尘(속세)', '神鞭(신편)', '天使与魔鬼(천사와 마귀)' 등 영화에서도 주연을 맡았다.

1983년 제1회 금영상(金鹰奖) 최우수 남자주연상, 1995년 제16회 비천상(飞天奖) 최우수 남자조연상, 2003년 제21회 금영상 인기 남자배우상, 2005년 제25회 비천상 우수 남자배우상, 2011년 제28회 비천상 우수 남자배우상 등 수상경력도 화려하다.

연예인 가족으로 부인 자오쿠이어(赵奎娥)와 아들 천웨모(陈月末)도 배우로 활동 중이다.

부록 II



이달의 감독 - 가오시시(高希希)



1962년 6월 강서성 남창시(江西省南昌市)에서 출생했으며 북경영화학원(北京电影学院) 감독학과를 졸업했다.

드라마 부문에서는 스릴러, 멜로, 사극, 전쟁 등 다양한 장르를 섭렵하고 있으며 대표작으로는 '历史的天空(역사의 하늘)', '幸福像花儿一样(행복은 꽃과 같이)', '新上海滩(신상해탄)', '甜蜜蜜(참밀밀)', '三国(삼국)', '楚汉传奇(초한전기)', '结婚十年(결혼10년)', '新观世音传奇(신관세음전기)', '赵匡胤(조광윤)', '刁蛮皇后(다오만 황후)' 등이 있다.

연출을 맡은 영화로는 '三国·荆州(삼국·형주)', '三国·矢云长(삼국·관운장)', '翻身(변신)', '大沙暴(대황사)', '公正的心(공정한 마음)', '公鸡打鸣, 母鸡下蛋(수탉이 울고 암탉은 달걀을 낳는다)' 등이 있다.



### 3. KEY PLAYER

중국의 유명 제작 유통업체를 소개하는 섹션입니다. 주요 작품 제작, 배급현황 등을 소개함으로써 향후 한중 콘텐츠 제작, 유통 협력에 있어 실제적인 정보와 도움을 주고자합니다.

#### Youku Tudou

Youku Tudou은 Youku(优酷)와 Tudou(土豆网)을 합병한 중국 최대 규모의 인터넷 동영상 사업자다.

<표 3> Youku Tudou 연락처

Youku	홈페이지	www.youku.com
	전화	0086-10-84608668
	주소	北京东直门外大街46号天恒大厦B座22层
Tudou	홈페이지	www.tudou.com
	전화	0086-21-51702355
	주소	上海市斜土路1238号X2创意空间6号楼

그동안 경쟁관계를 보여온 Youku와 Tudou는 중국 동영상 사이트 업계 1, 2위 업체로 모두 미국 증시에 상장돼 있다. Youku와 Tudou은 창립 후 미국에 상장하기 전까지 해외 투자자로부터 대량의 투자를 유치했다.

부록 II

<표 4> Youku와 Tudou의 외국인투자 유치

시기	Youku	Tudou
2005	-	IDG(50만 달러)
2006	Sutter Hill Ventures, FarallonCapital, Chengwei Ventures(1,200만 달러)	IDG, GGV Capital, JAFCO Asia (850만 달러)
2007	Bain Capital, Sutter Hill Ventures, Farallon Capital, Chengwei Ventures (2,500만 달러)	Capital Today Investment, GeneralCatalyst, KTB China Optimum Fund, GC Entrepreneurs Fund, CA-JAIC ChinaInternet Fund, IDG, GGV Capital, JAFCOAsia (1,900만 달러)
2008	Maverick Capital, Bain Capital, Sutter Hill Ventures, Farallon Capital, Chengwei Ventures, Western Technology Investment (4,000만 달러)	Crescent Point, Venrock, IDG, GGVCapital, General Catalyst 등 (5,680만 달러)
2010	Brookside Capital, Maverick Capital, Sutter Hill Ventures 등 (4,000만 달러)	Sennett Investments (3,500만 달러), Crescent Point, Venrock, IDG, GGVCapital, General Catalyst 등 (1,500만 달러)

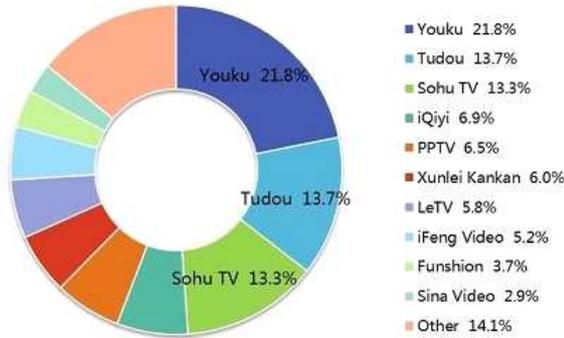
자료: 건홍리서치 정리

<표5> Youku와 Tudou의 비교

구분	Youku	Tudou
서비스 개시	2006.12	2005.4
상장시기	2010년 12월 뉴욕증권거래소 상장	2011년 8월 나스닥 상장
주사업분야	동영상 공유, TV/영화/예능 프로그램의 인터넷 방영, 동영상 검색, 드라마 자체제작	UCG, TV/영화/예능 프로그램의 인터넷 방영, 드라마 자체제작
중국 동영상 시장점유율	1위	2위
가입자	7,653만 명(2010.9)	9,010만 명(2011.6)
월 평균 UV	3억 2,000만(2012.6)	3억(2012.6)
2011년 매출액(억 위안)	8.976	5.122
2011년 순이익(억 위안)	-1.721	-2.924

자료: 건홍리서치 정리

[그림 1] 중국 인터넷 동영상 사업자별 시장점유율(2011Q4)



자료: Analysys, 건홍리서치 정리

2012년 3월 12일 Youku와 Tudou는 합병 계획을 발표했으며, 양사 합병안은 이미 미국증권거래위원회(SEC)와 양사 이사회 승인을 받았다.

합병은 양사가 서로 주식을 100% 교환하는 방식으로 이뤄진다. 신규 법인 Youku Tudou Inc.(优酷土豆股份有限公司)의 지분은 Youku 측이 71.5%, Tudou 측이 28.5%를 나눠 갖게 된다.

Youku와 Tudou는 설립 초창기만 해도 해적판 등 각종 불법 콘텐츠의 유통 중심지라는 비판을 받았으나 최근에는 드라마, 영화 등 영상 콘텐츠 판권을 대거 사들여 합법적인 인터넷 동영상 사업자 역할을 하고 있다.

〈표6〉 Youku와 Tudou의 콘텐츠 구성

구분	콘텐츠 카테고리 구성
Youku	드라마, 영화, 예능, 정보, 다큐멘터리, 예능, 자동차, 과학기술, 경제, 창작, 오락, 음악, 애니메이션, 게임, 패션, 관광, 육아, 코믹
Tudou	창작, 드라마, 영화, 예능, 애니메이션, 이슈, 경제, 자동차, 과학기술, 예능, 오락, 음악, 게임, 코믹, 패션, 미용, 여성, Lahos, 건강, 교육, 도시

자료: 건홍리서치 정리

## 부록 II

합병 이후에도 Youku와 Tudou는 각각의 인터넷 사이트를 독립적으로 유지하면서 상호 보완적 기능을 해 나갈 예정이다.

콘텐츠의 차별화를 위해 Tudou은 UGC와 자체제작 드라마에 중심을 둘 방침이다. 그동안 Tudou은 '欢迎爱光临(사랑을 맞이하다)', '乌托邦办公室(유토피아 사무실)', '爱啊哎呀,我愿意!(사랑을 원해)' 등 드라마를 자체로 제작해왔다.

그 중 '爱啊哎呀,我愿意!(사랑을 원해)'는 Tudou이 자체제작한 트렌디 드라마로 대만 배우들이 주연을 맡았으며 2012년 6월부터 8월까지 대만 CTV(中视)에서 방영되며 동 시간대 시청률 2-3위를 차지했다.

## 4. MEDIA TREND

중국 미디어산업의 최신동향과 흐름을 알려주는 섹션입니다. 반드시 놓치지 말아야 할 미디어산업의 사건과 소식들을 분석해서 제공해드립니다으로써 중국 미디어시장에 대한 해안과 아이디어를 드립니다.

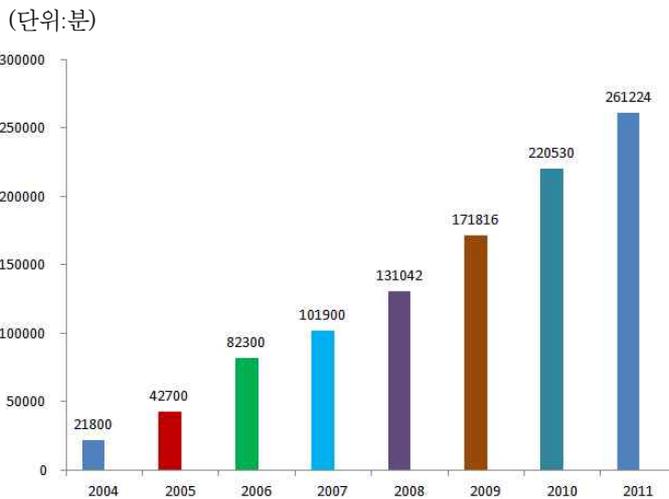
### 중국 애니메이션 산업의 변화

CICAF(China International Cartoon & Animation Festival)에서 발표된 '중국 애니메이션 산업발전보고서(2011)'에 따르면 중국은 이미 일본을 추월하여 세계 최대 애니메이션 생산국으로 부상했다.

2004년에 국가광전총국에서 '중국 애니메이션산업 촉진에 관한 몇가지 의견(關於促進我國影視動畫產業的若干意見)'을 발표한 이후 중국의 애니메이션 산업이 급성장하고 있다. 1998-2003년 사이에 제작된 애니메이션은 연평균 4,200분도 안되는 분량이었으나

산업 활성화 지원책에 힘입어 지금까지 8년간 급증세를 이어오고 있다. 2011년에 중국 국산 애니메이션 제작분량은 435편, 26만 1,200분 분량으로 각각 동기 대비 12.99%와 18.46% 늘었다.

[그림 2] 중국 애니메이션 제작분량 추이



자료: 국가광전총국, 건흥리서치 정리

중국 국내에 등록된 애니메이션 업체 수는 7,000개를 넘고 애니메이션 광고, 애니메이션 설계, 애니메이션 잡지, 도서 출판, 애니메이션 스튜디오 등을 비롯해 애니메이션 관련 사업을 하는 업체 수는 1만 개를 넘는다. 애니메이션 산업의 종업원 수는 60만 명을 상회하고 인력 수요가 늘면서 애니메이션 전공 대학생 수는 46만 명, 연간 졸업자 수는 10만 명을 넘는 것으로 집계됐다.

TV 애니메이션은 33개의 어린이 채널과 5개의 애니메이션 전문 채널을 통해 방영되고 있으며 연간 방영분량은 200만 분을 넘는다.

부록 II



대기업 육성 방침, 지방정부의 지원책 등에 힘입어 애니메이션 업체들이 괄목할만한 성장을 이루고 있으며 연간 애니메이션 제작분량이 5,000분을 넘는 업체가 다수 있다.

<표7> 애니메이션 제작분량 Top 10

순위	업체명	제작분량
1	심천화강디지털애니메이션유한공사(深圳華強數字動漫有限公司)	18,512분
2	무석억당애니메이션설계유한공사(無錫億唐動畫設計有限公司)	15,321분
3	평담수목애니메이션유한공사(平潭水木動畫有限公司)	9,850분
4	항주만기묘애니메이션제작유한공사(杭州漫奇妙動漫制作有限公司)	9,125분
5	닝파수목애니메이션설계유한공사(寧波水木動畫設計有限公司)	8,845분
6	절강중남그룹카툰영상유한공사(浙江中南集團卡通影視有限公司)	8,320분
7	CCTV애니메이션유한공사(cctv動畫有限公司)	8,224분
8	대련카수디지털과기유한공사(大連卡秀數字科技有限公司)	6,580분
9	심양역품애니메이션유한공사(瀋陽易品動漫有限公司)	6,300분
10	복주한격문화전파유한공사(福州翰格文化傳播有限公司)	5,466분

자료: 국가광전총국, 건홍리서치 정리

수출금융 지원, 수출세 환급, 해외매출 영업세 면제, 해외방송시 장려금 지원 등 지원책의 강화로 중국에서 제작한 애니메이션의 해외수출도 증가하는 모습이다. 중국 문화부에 따르면, 중국 애니메이션 산업의 총 수출액은 2009년에 3억 1,900만 위안, 2010년에 5억 1,000만 위안으로 늘었고 TV 애니메이션 수출액은 2009년의 2,947만 7,900위안에서 2009년에는 4,456만 위안으로 늘었다.

완구 등 캐릭터상품 제조회사가 많은 광둥성, 게임회사가 많은 상하이 등을 중심으로 애니메이션 파생상품 생산도 활발하게 이뤄지고 있다. 특히 2011년 이후, 온라인게임을 바탕으로 한 TV 또는 극장용 애니메이션 제작, 캐릭터 상품화 등의 비즈니스 모델이 활성화되고 있으며 그 중에서도 'Moles(摩尔庄园)', 'SEER(赛尔号)' 등이 대표적이다.



그러나 중국의 애니메이션 산업은 창작능력 부족, 대형 애니메이션 업체 부족, 비즈니스 모델의 다양화 부족, 고수준 인력 특히 해외수출 및 자본시장 투자유치에 필요한 복합형 인재 부족, 파생상품의 개발 미흡, 지적재산권 보호 미흡 등의 문제를 안고 있다.

중국정부는 이같은 문제들을 해소하기 위해 다양한 지원책을 펼치고 있다. 각종 미디어를 통해 보급되는 국산 애니메이션에 보조금을 지원하고 있으며 CCTV에서 방영되는 애니메이션의 경우, 제작업체는 중앙재정으로부터 1분당 최고 1,000위안의 보조금을 지원받을 수 있다. 중국 국산 창작 애니메이션을 해외에 수출하는 경우 1개 작품당 최고 300만 위안의 보조금을 지원하고 있다.

애니메이션 활성화 중장기 계획도 추진 중이다. 2012년 7월 12월 문화부는 '12.5 애니메이션산업 발전규획(“十二五”时期国家动漫产业发展规划)'을 공포하여 중국의 창작 애니메이션 기획, R&D, 제작능력 대폭 향상 ▷ 산업의 국제경쟁력 증대 ▷ 인지도

## 부록 II

가 높은 중국 국산 애니메이션 브랜드와 주요 애니메이션 기업을 5-10개 육성 ▷ 2015년 말 TV애니메이션 연간 제작분량은 5,000시간 정도, 애니메이션 영화 연간 제작분량은 30편 정도로 증가 등의 목표를 내놓았다.

또 뉴미디어 애니메이션을 중점육성한다는 방침 아래 ▷ 모바일 인터넷 등 뉴미디어와 휴대폰, 태블릿PC 등 스마트 단말 기반의 애니메이션 창작 지원 ▷ 뉴미디어 기반의 애니메이션 방송 활성화 ▷ 모바일 애니메이션 산업표준 제정 등을 추진할 예정이다.

아울러 애니메이션 산업의 해외진출을 촉진하기 위해 우수 애니메이션 작품과 서비스의 수출을 지원하고 애니메이션 업체의 해외직접투자, M&A, 합자회사 설립을 권장한다는 방침이다.

그동안 실시해왔던 해외 애니메이션 방영 제한조치도 계속될 예정이다. 중국은 국산 애니메이션을 지원하기 위해 황금시간대에 수입 및 공동제작 애니메이션을 방영하는 것을 제한하고 있으며, 오후 6시부터 9시까지는 반드시 중국 국산 애니메이션을 방영해야 한다고 규정하고 있다.

## 5. PREFERENCE

중국의 시청률은 한국에 비해 보다 세분화되고 다각적으로 조사되고 있습니다. 지역을 중심으로 혹은 프로그램을 중심으로 방송국 및 프로그램의 시청률을 주요 포인트와 함께 제공합니다.

### 중국 예능 프로그램 시청현황

CSM Media Research의 조사에 따르면 2011년 중국 TV 시청자의 1인당 평균 예능 프로그램 시청시간은 6,630분으로 전년 대비 10.1% 늘었다.

〈표 8〉 2007-2011년 시청자 1인당 평균 예능 프로그램 시청시간

시기	2007	2008	2009	2010	2011
시청시간(분)	4804	4404	5608	6024	6630
증가율(%)	-4.7	-8.3	27.3	7.4	10.1

자료: CSM Media Research

2011년에 예능 프로그램의 편성시간 및 시청시간 비율은 각각 6.5%와 11.4%로 2007년 이후 최고를 기록했다.

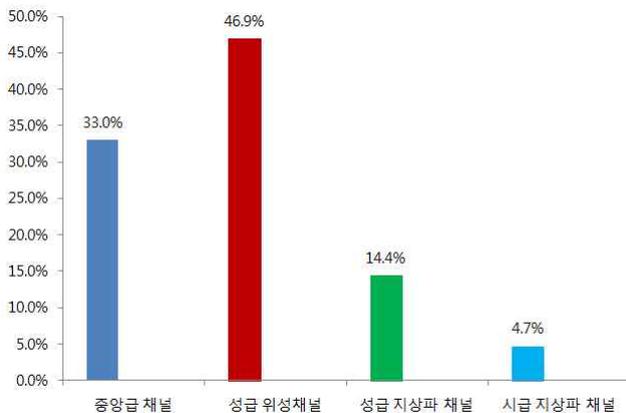
〈표 9〉 2007-2011년 예능 프로그램 편성 및 시청시간 비율

시기	2007	2008	2009	2010	2011
편성시간 비율(%)	5.7	3.09	5.3	6.4	6.5
시청시간 비율(%)	8.2	7.3	9.2	10.1	11.4

자료: CSM Media Research

채널 등급별로 봤을 때, 성급 위성채널의 예능 프로그램 시청점유율은 46.9%로 전년 대비 소폭 상승했고 중앙급 채널의 시청점유율은 33%로 2010년과 비슷한 수준이다. 성급 지상파 채널과 시급 지상파 채널의 시청점유율은 14.4%와 4.7%로 줄었다.

[그림 3] 2010-2011년 채널 등급별 예능 프로그램 시청점유율



자료: CSM Media Research

부록 II

채널등급별 시청자 1인당 평균 시청시간으로 봤을 때, 성급 위성채널의 증가폭이 가장 커 15%에 이르고 중앙급 채널도 11.7%의 증가율을 보였다.

<표 10> 2011년 채널 등급별 시청자 1인당 평균 시청시간

구분	시청자 1인당 평균 시청시간(분)			2011년 증가율(%)
	2009	2010	2011	
중앙급 채널	2206	1960	2190	11.7
성급 위성채널	2067	2706	3111	15.0
성급 지상파 채널	950	933	957	2.6
시급 지상파 채널	261	326	308	-5.5
기타 채널	124	99	63	-36.4

자료: CSM Media Research

중앙급 채널과 성급 위성채널의 2011년 예능 프로그램 편성 및 시청시간 비율은 모두 증가세를 보였고 중앙급 채널과 성급 위성채널의 시청시간 비율은 각각 13.1%와 16.0%로 나타났다.

<표 11> 2011년 채널 등급별 편성 및 시청시간 비율

구분	편성시간 비율(%)	시청시간 비율(%)
중앙급 채널	8.4	13.1
성급 위성채널	8.3	16.0
성급 지상파 채널	7.1	6.6
시급 지상파 채널	5.7	4.8

자료: CSM Media Research

예능 프로그램 시청점유율 Top10에 들어간 채널 중에 중앙급 채널은 3개, 성급 위성 채널은 7개 있는 것으로 조사됐다. 그 중에서 CCTV3는 20.8%의 점유율로 1위를 차지했고 호남위성TV는 11.8%의 점유율로 그 뒤를 이었다. 상해동방위성TV는 시청점유율이 3.7%로 2010년의 9위에서 2011년에는 6위로 올라섰다.

〈표 12〉 2010-2011년 예능 프로그램 시청점유율 Top10 채널

시청점유율 순위		채널	예능 프로그램 시청점유율(%)		
2011	2010		2011	2010	증가율
1	1	CCTV3	20.8	18.1	15
2	2	호남위성TV	11.8	13.8	-14
3	3	강소위성TV	8.0	5.7	40
4	3	CCTV1	5.2	5.7	-9
5	4	절강위성TV	5.0	4.3	16
6	9	상해동방위성TV	3.7	1.8	106
7	6	CCTV6	2.7	3.5	-23
8	10	안휘위성TV	2.5	1.6	56
9	8	요녕위성TV	2.2	3.1	-29
10	7	흑룡강위성TV	1.8	3.2	-44

자료: CSM Media Research

시청자 1인당 평균 시청시간 20위권에 드는 예능 프로그램의 시청점유율 합계치는 37.9%로 2010년(32.5%) 대비 5.2%p 높은 것으로 나타났다. 강소위성TV의 짝짓기 프로그램 '非诚勿扰(비성물요)'는 1인당 평균 시청시간이 395분에 이르러 1위를 기록하고 CCTV3의 '星光大道(성광대도)', 호남위성TV의 '快乐大本营(쾌락대본영)'이 그 뒤를 따랐다.



부록 II

<표 13> 2010-2011년 예능 프로그램별 시청자 1인당 평균 시청시간 Top20

순위	예능 프로그램명	시청자 1인당 평균 시청시간(분)	예능 프로그램 시청점유율(%)
1	非诚勿扰	395.0	5.96
2	星光大道	308.7	4.66
3	快乐大本营	203.7	3.07
4	欢乐中国行	152.8	2.31
5	我要上春晚	149.8	2.26
6	2011春节联欢晚会	144.3	2.18
7	爱情连连看	134.5	2.03
8	欢乐英雄	130.6	1.97
9	天天向上	113.3	1.71
10	我们约会吧	97.0	1.46
11	非常6+1	80.2	1.21
12	男生女生向前冲	74.0	1.12
13	欢乐集结号	73.4	1.11
14	本山快乐营	72.7	1.10
15	向幸福出发	68.3	1.03
16	一周立波秀	68.0	1.03
17	新娱乐在线	64.6	0.97
18	中国文艺	60.7	0.92
19	闯关上梁山	60.0	0.91
20	称心如意	58.4	0.88

자료: CSM Media Research



예능 프로그램 시청자 중에 45세 이상 시청자의 시청시간은 45세 미만 시청자보다 많은 것으로 나타났다. 35세 미만 시청자의 시청시간은 평균 시청시간의 70-80% 정도를 차지하는 것으로 조사됐다.

<표 14> 2011년 시청자 연령대별 예능 프로그램 시청시간(분)

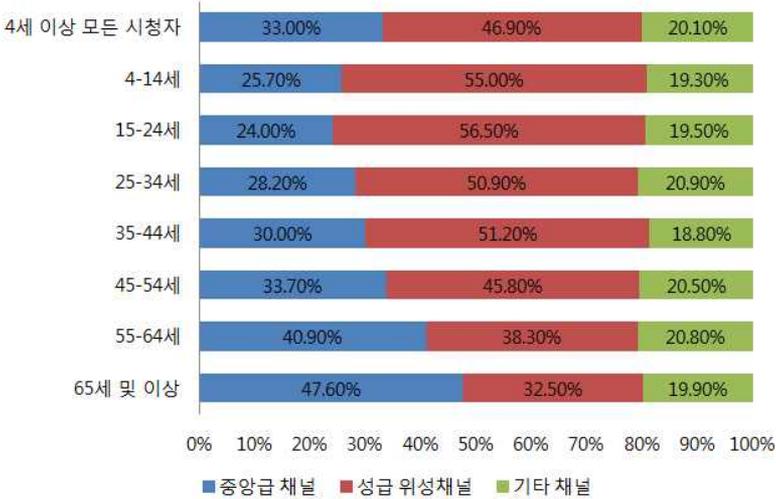
연령대	모든 채널	중양급 채널	성급 위성채널	기타 채널
4세 이상 모든 시청자	6630	2190	3111	1329
4-14세	4644	1193	2554	897
15-24세	481	1154	2712	935
25-34세	5154	1453	2626	1076
35-44세	6386	1914	3268	1205
45-54세	8961	3019	4108	1835
55-64세	9394	3841	3593	1960
65세 및 이상	8673	4131	2820	1722

자료: CSM Media Research

채널 등급별로 봤을 때, 중양급 채널은 35세 미만 시청자의 시청시간이 적은 편이고 45세 이상 시청자의 시청시간이 증가한 것으로 나타났다. 성급 위성채널은 중양급 채널과 반대되는 경향을 보이긴 했으나 전반적으로는 연령대별 차이가 작은 편이다.

부록 II

[그림 4] 2011년 채널 등급별 각 연령대 예능 프로그램 시청점유율



자료: CSM Media Research

지상파 채널 중에서 예능 프로그램 시청점유율이 높은 채널은 SMG 오락채널, 후룡강 TV방송국 문예채널, 안휘종합예능채널 순으로 나타났다. (시청점유율은 현지 성소재지 시청점유율을 기준으로 함)

<표15> 2011년 지상파 채널 예능 프로그램 시청점유율 순위

채널	지역	예능 프로그램 시청점유율(%)
SMG 오락채널	상해(上海)	32.0
후룡강TV방송국 문예채널	하얼빈(哈尔滨)	22.7
안휘종합예능채널	합비(合肥)	16.3
강소TV방송국 종합예능채널	남경(南京)	16.0
호남TV방송국 오락채널	장사(长沙)	15.8
산둥TV방송국 종합예능채널	제남(济南)	12.6
제남TV방송국 영화드라마채널	제남(济南)	12.5
북경문예채널	북경(北京)	12.3
운남TV방송국 영화드라마채널	곤명(昆明)	11.8
사천TV방송국 문화관광채널	성도(成都)	10.9

자료: CSM Media Research

## 인터넷 방영 드라마 시청순위

11월 15일 기준 Baidu 드라마 검색 순위에서 한국 드라마 '세상 어디에도 없는 착한 남자'는 11위, '메이퀸'은 41위를 차지했다.

<표 16> Baidu 드라마 검색 순위 TOP20

순위	작품명	최근 7일 검색 수
1	大太监	1073909
2	加油妈妈	1429675
3	屌丝男士	768374
4	我是特种兵2	1114326
5	向着炮火前进	1022185
6	幸福妈妈	587054
7	火蓝刀锋	715199
8	名媛望族	587993
9	媳妇的美好宣言	438399
10	甄嬛传	596609
11	세상 어디에도 없는 착한 남자	553983
12	麻辣女兵	199059
13	北京青年	471095
14	姐姐立正向前走	513081
15	新女婿时代	508571
16	雷霆扫毒	510280
17	Walking Dead	336851
18	艾米加油	273080
19	爱情公寓3	388702
20	屌丝女士	261925

자료: Baidu, 건홍리서치 정리

## 6. SNAPSHOT

중국 미디어업계의 주요 단신들을 다루는 섹션입니다. 때로는 이를 통해 향후 흐름에 대한 중요한 단초를 잡을 수 있을 것입니다.

### 2012년 중국 Smart TV 보급률 40% 근접할 듯

NPD Display Search 보고서에 따르면 중국 LCD TV 시장은 올 상반기 침체를 겪다가 10월 1일 중국의 국경절을 맞이하며 판매가 급증, 국경절 연휴기간 중국의 LCD TV 판매량은 300만 대로 전년 대비 15%나 증가했다.

특히 국내외 업체들이 Smart TV 마케팅을 강화하면서 국경절 연휴기간 판매량이 크게 늘었고 2012년 중국 국내 TV 판매량 대비 Smart TV 비중은 40%에 가깝고 2016년에는 70%에 가까운 수준으로 향상될 전망이다.

자료: [www.fpdisplay.com](http://www.fpdisplay.com)(中华液晶网), 2012.11.8.

### Sohu, 인터넷 동영상 부문 투자 강화 방침

장차오양(张朝阳) Sohu 회장 겸 CEO는 2012년 11월 5일 증권사 애널리스트들을 대상으로 한 실적발표회에 참석한 자리에서 인터넷 동영상 부문에 대한 투자를 계속 강화할 방침이라고 밝혔다.

위추위안(余楚媛) Sohu CFO에 따르면, 2012년에 Sohu는 인터넷 동영상 콘텐츠 구매에 5,000만 달러를 투자했고, 2013년 예산은 아직 확정되지 않았으나 동영상 콘텐츠 구매 비용이 2012년 대비 30%-40% 늘 것으로 예상된다. 또 광고주들이 TV광고 예산을 줄이는 대신 인터넷 동영상 광고 예산을 늘리고 있어, 2013년에 Sohu 동영상 부문의 매출액은 전년 대비 1배 증가할 것으로 예상되며 18-24월 내 손익분기점에 이를 전망이다.

자료: Sohu(搜狐), 2012.11.7.

### 2012년 3/4분기 중국 인터넷 동영상 시장규모 26억 6,000만 위안

iResearch(艾瑞) 보고서에 따르면 2012년 3/4분기 중국의 인터넷 동영상 시장규모는 26억 6,000만 위안으로 전분기 대비 16.2%, 전년 동기 대비 37.2% 늘었다. 그 중 광고 매출액은 20억 1,000만 위안으로 전분기 대비 21.6%, 동기 대비 49.7% 증가한 것으로 나타났다.

한편 iResearch에서 발표한 10월 인터넷 동영상 순위(1일 평균 이용자 기준)에서 Youku, Sohu, Tudou, Qiyi, Xunlei, Tencent가 1-6위를 차지하는 것으로 나타났다.

자료: iResearch, 2012.11.7.

### 국무원, 국가방송망공사 설립안 승인

국가광전총국 관계자에 따르면 국가방송망공사(国家广电网络公司) 설립안은 10월 말 이미 국무원(国务院)의 승인을 받아 연내 정식 출범할 예정이다. 국가방송망공사는 국가급 케이블 방송망 사업자로, 중국 재정부에서 40억 위안을 초기자금으로 투자할 예정이며 차이나모바일이 출자할 것이라는 설은 사실무근으로 밝혀졌다.

국가방송망공사 출범 후, 공업신식화부는 '통신서비스 분류목록'을 개정하고 국가방송망공사에 기간통신서비스 사업허가를 발급하는 수순이 이뤄질 전망이다.

국가방송망공사의 출범은 중국정부에서 추진하는 3망융합의 일환으로, 국무원은 2010년 11월 발표한 '3망융합 추진 총체적 방안 인쇄발표에 관한 통지(关于印发推进三网融合总体方案的通知)'에서 국가급 케이블 방송망 사업자를 설립하는 것이 국가광전총국의 임무 중 하나라고 명확히 밝힌 바 있다.

국가방송망공사는 국유자산감독관리위원회에서 관리하는 부부급(副部级) 국유기업으로, 통신 3사와 같은 레벨이 될 예정이다. 국가방송망공사 출범 준비소조 조장을 겸하고 있는 국가광전총국 당조 부서기, 부국장 장하이타오(张海涛)가 초대 회장을 맡을 가능성이 유력하다.

자료: 凤凰科技(tech.ifeng.com), 2012.11.15.

## 참 고 문 헌

### 국내 문헌

『중국 콘텐츠산업 동향』, 한국콘텐츠진흥원, 2011

『미국 방송시장 규모 및 전망(2006-2015)』, 한국콘텐츠진흥원, 2011

### 해외 문헌

『中国广播电影电视发展报告(2012)』, 国家广电总局发展研究中心, 2012

『2004我国广播电影电视年度发展报告』, 人民网, 2005

『中央编办对文化部, 广电总局, 新闻出版总署<‘三定’规定>中有关动漫, 网络游戏和文化市场综合执法的部分条文的解释』, 中央机构编制委员会办公室, 2009

『国务院办公厅转发发展改革委等部门关于鼓励数字电视产业发展若干政策的通知』, 国务院办公厅, 2008

『廣電總局關於印發<關於加快廣播電視有線網絡發展的若幹意見>的通知』, 国家广电总局, 2009

『廣電總局關於進一步促進和規範高清電視發展的通知』, 国家广电总局, 2010

『我国地面数字电视发展规划』, 国家广电总局, 2012

『数字电视与数字家庭产业‘十二五’规划』, 工业和信息化部, 2012

『國務院關於加快培育和發展戰略性新興產業的決定』, 国务院, 2010

『關於印發推進三網融合總體方案的通知』, 国务院, 2010

『广电总局关于三网融合试点地区IPTV集成控制平台建设有关问题的通知』, 国务院, 2010

『国务院办公厅关于印发三网融合第二阶段试点地区[城市]名单的通知』, 国务院办公厅, 2011

『廣電總局科技司關於轉發<中國下一代廣播電視網自主創新戰略研究報告>的通知』, 国家广电总局, 2010

- 『文化产业振兴规划』, 国务院, 2009
- 『中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议』, 中共中央, 2010
- 『中共中央关于深化文化体制改革, 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定』, 中共中央, 2011
- 『国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要』, 国务院办公厅, 2012
- 『文化部“十二五”时期文化产业倍增计划』, 文化部, 2012
- 『文化部“十二五”时期文化改革发展规划』, 文化部, 2012
- 『“十二五”时期国家动漫产业发展规划』, 文化部, 2012
- 『關於促進我國影視動畫產業的若干意見』, 国家广电总局, 2004
- 『互联网等信息网络传播视听节目管理办法』, 国家广电总局, 2004
- 『互联网视听节目服务管理规定』, 国家广电总局, 2007
- 『广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知』, 国家广电总局, 2009
- 『互联网视听节目服务业务分类目录(试行)』, 国家广电总局, 2010
- 『广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知』, 国家广电总局, 2009
- 『广电总局关于三网融合试点地区IPTV集成控制平台建设有关问题的通知』, 国家广电总局, 2010
- 『持有互联网电视牌照机构运营管理要求』, 国家广电总局, 2011
- 『关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知』, 国家互联网信息办公室, 国家广电总局, 2012
- 『2011-2012年中国在线视频行业年度监测报告』, 艾瑞咨询, 2012
- 『2011-2012年中国在线视频用户行为研究报告』, 艾瑞咨询, 2012
- 『2011Q4中国网络视频市场收入份额』, 易观国际, 2012
- 『第30次中国互联网络发展状况统计报告』, 中国互联网络信息中心, 2012
- 『中国网络视频蓝皮书, 互联网数据中心』, 国家广电总局, 2012
- 『广播电视管理条例』, 国家广电总局, 1997
- 『廣播電視廣告播放管理暫行辦法』, 国家广电总局, 2003
- 『广播电视节目制作经营管理规定』, 国家广电总局, 2004

## 참고문헌

- 『關於加強涉案劇審查和播出管理的通知』，国家广电总局, 2004
- 『电视剧内容管理规定』，国家广电总局, 2010
- 『广电总局电视剧司关于进一步规范卫视综合频道电视剧编播管理的通知』，国家广电总局, 2010
- 『关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见』，国家广电总局, 2011
- 『關於進一步加強廣播電視廣告播出管理的通知』，国家广电总局, 2011
- 『境外电视节目引进、播出管理规定』，国家广电总局, 2004
- 『中外合資、合作廣播電視節目制作經營企業管理暫行規定』，商务部，国家广电总局, 2004
- 『中外合作制作电视剧管理规定』，国家广电总局, 2004
- 『境外衛星電視頻道落地管理辦法』，国家广电总局, 2004
- 『關於2011年度三星級以上涉外賓館等單位可申請接收的境外衛星電視頻道範圍的通知』，国家广电总局, 2011
- 『广电总局关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知』，国家广电总局, 2012
- 『2011年电视市场观察』，央视索福瑞, 2012
- 『2011年中国纪录片发展研究报告』，北京师范大学, 2012
- 『境外电视剧在中国传播格局与生存现状』，中国电视, 2009
- 『外商投资产业指导目录(2011年修订)』，国家发展和改革委员会，商务部, 2011

● 저 자 소 개 ●

---

모 영 주

- 연세대 경영학과 졸업
- 서울대 행정학과 석사
- 현 (주)건홍리서치엔컨설팅 대표이사

방통융합미래전략체계연구 지정2012-07  
중국의 콘텐츠 및 뉴미디어 육성 정책과  
현황 연구

---

---

2012년 12월 31일 인쇄

2012년 12월 31일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20

TEL: 02-750-1114

E-mail: [webmaster@kcc.go.kr](mailto:webmaster@kcc.go.kr)

Homepage: [www.kcc.go.kr](http://www.kcc.go.kr)

---