

CHINA

# 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원  
중국사무소



**kocca** KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# 주간 심층이슈

## 『2012 중국 영화산업 발전 분석 보고』

### ◎ 작성 취지

- 2012년 중국 영화산업의 발전 현황을 살피고자 함
- 중국 영화산업 현황 및 문제점을 살펴보고 한국 영화계의 중국진출 전략수립에 도움이 되고자 함

※ 출처 : 당대영화<当代电影> 발췌

### ◎ 작성 순서

1. 「2012년 중국 영화산업 개괄」
2. 「2012년 중국 영화산업 특징」
3. 「중국 영화산업이 해결해야 할 문제점」
4. 「맺음말」

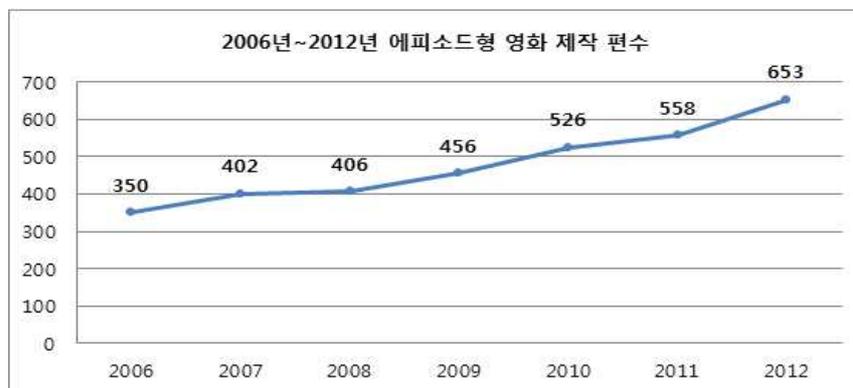
# 1. 2012년 중국 영화산업 개괄

- 2012년 중국 영화계는 최고의 흥행을 올리며 국내 영화의 총 흥행실적이 일본을 넘어서 미국에 이은 세계 2위의 영화 시장으로 등극함
- 안정적인 성장을 유지하고 있는 중국 경제 규모, 도시화의 가속화, 대중문화 수요 증가, 영화산업에 대한 정부 지원 강화는 모두 중국 영화산업의 발전에 전략적인 버팀목이 되어 중국 영화시장의 잠재력을 점차 확산시키고 중국 영화시장에 대한 각국의 관심을 고조시켰음
- 2012년 중국에서 제작된 영화는 총 893편에 달하며 관객 동원 수는 4.71억 명, 전국 영화 총 박스오피스는 170.73억 위안을 기록함. 이와 함께 중국 영화 스크린 수 역시 만 개를 넘어섰으며 그 중 약 90%가 디지털 스크린으로 구성됨. 그 중 3D 스크린은 8,500여 개로 중국은 이미 영화 설비에 있어 디지털화 수준이 가장 높은 국가로 성장함

## ■ 에피소드를 다룬 영화 제작 편수 사상 최고수준 갱신

- 2012년 전국에서 제작된 영화 중 에피소드형 영화(故事片)는 총 745편이며 (TV영화채널이 제작한 디지털 영화 92편 포함) 이 밖에도 33편의 애니메이션 영화, 15편의 다큐멘터리, 74편의 과학기술영화, 26편의 특수영화가 제작되어 총 893편의 영화가 제작됨. 그 중 에피소드형 영화(TV영화채널이 제작한 디지털 영화 제외)의 제작 편수는 2011년 558편에서 653편으로 17% 증가함

그림1. 2006년~2012년 에피소드형 영화 제작 편수



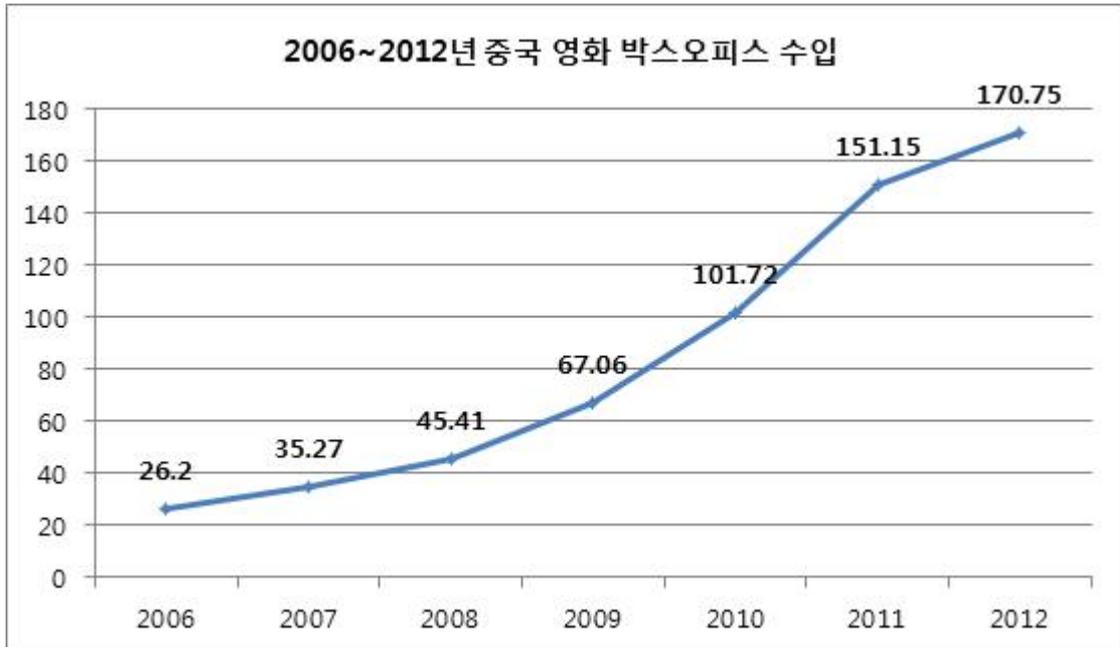
※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

- 2012년부터 TV영화채널의 디지털 영화 제작이 전영국(电影局)의 에피소드형 영화 창작 생산 관리 시스템 및 통계 범위에 정식으로 추가됨. 영화채널의 영화 심사부문 역시 전영국 영화심사위원회에 편입됨. 이로써 TV영화는 이미 더 이상 기존의 전통적 의미의 “TV영화”가 아니게 되었음. 2012년 영화 채널이 제작한 《쌍인상조약(双人床条约)》, 《만전천심(万箭穿心)》, 《대완차(大碗茶)》, 《낙타객(骆驼客)》 등의 많은 TV영화가 영화 배급사에 넘어갔고 박스오피스 성적과 평점 역시 만족할 만한 수준임
- 2012년 각 대형 온라인 동영상 사이트는 미니영화 제작을 기획하고 있음. 현재 기획의 규모와 참여 인원으로 보았을 때 미니영화 제작이 더욱 전문화 되고 있음을 알 수 있음. 소후미디어는 “7영화: 배우들의 감독 전환”을 내세워 왕쉬에(王学), 리광지에(李光洁), 황징(黄晶), 황보(黄渤), 장모(张默), 우시우보(吴秀波), 리우화(刘烨) 등의 배우가 제작한 미니영화를 선보였으며, 요우쿠 미디어는 “아름다운 2012”의 프로젝트를 통해 쉬안화(许鞍华), 차이밍량(蔡明亮), 구창웨이(顾长卫), 진타이용(金泰勇) 등 유명 감독을 초청해 미니영화를 제작하게 함
- 미니영화의 전문성이 점차 강화되면서 중국 영화계의 한 구성원으로 인정받고 있음. 2011년 왕이(网易)는 “스타의 미니영화” 프로젝트로 쉬징(徐铮)의 《일부가작적연생(一部佳作的诞生)》을 제작, 쉬징감독은 이 영화를 통해 감독으로서의 기초를 다지게 됨. 2012년 직접 감독하고 연출한 《런짜이지용투스타이지용(人再囧途之泰囧)》(이하 《타이지용》)은 소위 ‘대박’의 성공을 거두었음. 이 영화는 중국 영화 산업에 지대한 영향을 미침

## ■ 중국 박스오피스 신기록

- 2012년 전국 영화 총 박스오피스는 170.73억 위안으로 전년 동기대비 30.18% 증가함. (그림2 참조) 2012년 중국 국내 영화의 박스오피스 수입은 82.73억 위안으로 2011년 70.31억 위안보다 17.66% 증가함. 그러나 2012년 국산 영화의 박스오피스 비중은 전체 박스오피스의 48.46%으로 2011년 대비 5.15% 감소함

그림2. 2006~2012년 중국 영화 박스오피스 수입(억 위안)



※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

- 2012년 중국 영화시장은 새로운 기록들을 세웠음. 《타이지웅》의 박스오피스는 10.0461억 위안으로 중국 국내 영화시장에서 10억 위안을 넘은 최초의 중국 국내 영화로 기록됨
- 12월 전국 박스오피스는 26억 위안으로 12월 한 달간의 박스오피스는 2006년 한 해 동안의 중·외 영화 박스오피스 수준과 맞먹는 수준임. 2012년 상영된 320여 편의 해외 영화 중 43편의 영화 박스오피스 수입이 1억 위안을 넘어섰고 그 중 중국에서 제작된 영화가 21편임. 중국에서 제작된 중외합자 영화 중 1억 이상의 박스오피스를 기록한 영화 중 6편의 영화가 2억 위안 이상의 박스오피스를 달성하였고 3편의 영화가 7억 위안 이상의 박스오피스를 달성함
- 2012년 박스오피스 기준 상위 3개 영화는 《타이지웅》(10.0461억 위안), 《타이타닉 3D》(9.4758억 위안), 《화피2》(7.0451억 위안)임. 중·저 예산의 국산영화인 《타이지웅》의 관객수는 3천만 명을 넘어섰고, 이는 중국 대륙 최다 관객을 동원한 영화로 기록됨. 2012년 배급된 영화 중 최고의 다크호스로 박스오피스와 인기를 동시에 거머쥐었음
- 2012년 중국 각 지역의 영화 흥행 수입은 지속적으로 증가하였으며 지역별 흥행

수입 순위는 약간의 변동사항이 있음(표1 참고). 광둥(广东)과 베이징(北京)의 박스오피스 수입은 나란히 1위와 2위를 기록하며 제자리를 지켰으나 상하이(上海) 지역의 박스오피스 수입이 2011년 110339만 위안에서 134865만 위안으로 상승하였음에도 불구하고 3위 자리를 지키지 못하고 강소성(江苏)과 절강성(浙江)에 추월 당함

- 표1에서 볼 수 있듯이 전국의 박스오피스 수입의 증가 속도는 매우 빠른 것을 알 수 있음. 강소성을 예로 2012년 강소성의 영화 상연 건수는 180.3만 건으로 동원 관객 수는 총 4434.02만 명 박스오피스 수입은 15.6348억 위안으로 전년 동기대비 각각 56.1%, 34.87%, 43.43% 증가함

표1. 2011~2012년 박스오피스 수입 지역별 상위 10위(단위: 만 위안)

	2012년		2011년	
	지역	박스오피스 수입	지역	박스오피스 수입
1	광둥	237,120	광둥	186,544
2	베이징	161,160	베이징	134,952
3	강소	156,348	상하이	110,339
4	절강	137,511	강소	109,007
5	상하이	134,865	절강	101,413
6	사천	87,232	사천	67,106
7	호북	81,265	호북	58,643
8	요녕	65,747	요녕	48,446
9	산둥	57,476	산둥	42,908
10	중경	55,420	중경	40,418

※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

#### ■ 영화기업의 개혁

- 최근 몇 년간 중국 영화시장의 빠른 발전과 함께 중국 영화기업들도 꾸준히 성장하고 있음. 국유기업뿐 아니라 민영기업 모두 자본시장에 뛰어들어 자금 조달방식을 다원화 하고 이윤 창출 모델 및 경영 방향성을 갖추는 등 기업의 활동 영역을 점차 전 산업체 전반으로 확장하고 있음. 더욱 주목할 점은 중국 영화 기업들의 해외진출이 점차 확대되고 글로벌화된 발전 형식을 갖춰가고 있다는 사실임
- 2012년 5월 대련의 완다그룹(万达集团)은 미국에서 두 번째로 큰 영화관 체인인

AMC(AMC Entertainment Inc.)를 인수하며 세계 최대의 영화 체인업체가 되었음. 이어 같은 해 12월 완다그룹은 베이징에 문화산업 그룹을 설립하여 미디어 콘텐츠 및 기타 관련상품 개발, 소비자에게 직접 다가가는 다양한 오락 미디어 채널, 문화여행 자산 및 해외 영화 체인 등 4개 부서를 구성해 중국 최대 규모의 문화 미디어 그룹이 되었음

- 2012년 시아오마번과오(小马奔跑)는 인도의 대형 미디어 회사인 Reliance Mediaworks와 합자하여 3020만 달러를 투자해 미국 유명 특수효과 제작회사인 DDMG(Digital Domain Group) 을 인수하고 자회사인 Mothership의 핵심 자산을 포함한 모든 시각 특수 효과의 핵심 기술을 획득함. 국제적으로 선진 기술의 인수는 중국 영화의 디지털 효과를 더욱 빠르게 발전시킬 것임
- 또한 많은 중국 영화기업들이 새로운 이윤 창출의 돌파구를 찾고 있음. 대표적인 사례로 화이브라더스(华谊兄弟)는 현재 적극적으로 극장 사업을 확대하고 뉴미디어와 문화 여행 등 신 사업을 시행중임. 2012년 화이브라더스의 극장 사업 부문은 적자가 발생하였으나 적자 폭은 점차 감소하는 추세. 뉴미디어 산업분야에도 앞장서 미디어 회사의 다양화를 모색하고 있음. 또한 문화 여행사업은 순조롭게 진행되어 하이난(海南) 지역에 관란후화이브라더스평시아오강(观澜湖 华谊兄弟 冯小刚)영화사가 2013년에 준공될 예정임. 이러한 노력들이 성과를 내게 된다면 화이브라더스는 기존의 박스오피스에만 의존하던 수익 창출 구조에서 벗어나 기업의 리스크를 분산하고 규모화되고 다원화된 발전을 이룰 수 있을 것으로 전망함
- 중국 영화 시장에서 영화 배급은 중영그룹(中影集团)이 독점적 지위를 보유하고 있음. 2012년 중영그룹은 총 158편의 영화를 배급하였고 이는 전체 영화의 약 42%로 2011년 38.6%보다 더욱 증가함. 그러나 이보다 중요한 점은 수년간의 기업 최적화 및 합병 과정을 거쳐 2012년 12월 IPO 심사 명단에 이름을 올렸고 심사를 기다리고 있음. 중영그룹의 기업공개는 국유 영화 기업들의 개혁이 새로운 과정에 진입하였음을 의미함

표2. 2011~2012년 보급시장 기업별 점유율

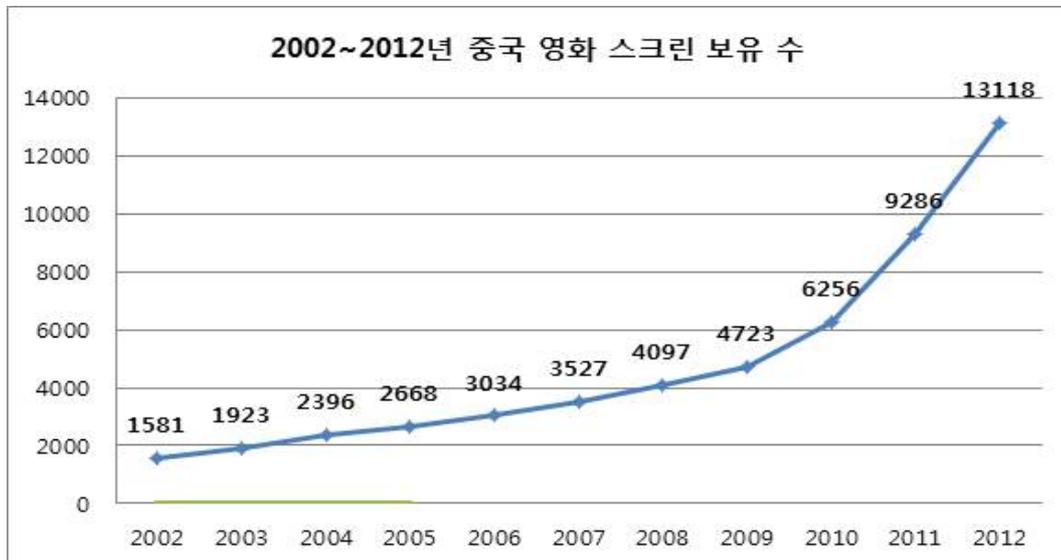
	중영 (中影)	화시아 (华夏)	화이 (华谊)	광시엔 (光线)	보나 (博纳)	메이야화천하 (美亚华天下)	리스 (乐视)	안러 (安乐)	싱메이 (星美)	기타
2011	38.6%	24.3%	2.0%	4.2%	8.1%	1.6%	0.1%	0.2%	1.1%	19.8%
2012	42.0%	25.6%	9.3%	6.3%	3.3%	2.5%	1.5%	1.2%	1.0%	7.5%

※ 출처: 당대영화<当代电影> 발취

**영화 체인 제도 10주년, 높은 성과 달성**

- 2002년 6월 1일 30여 개의 영화 체인이 정식 운영되어 총 872개의 영화관과 1581개의 스크린이 시장에 진입하여 경쟁을 시작함. 그 후 10년 간 중국영화 상영 시장은 놀라운 성장을 거두었고 2012년 말 기준 전국 스크린 수는 2002년 1845개에서 13,118개로 증가하여 (그림3 참고) 미국에 버금가는 수준이 되었으며 그 중 2K 디지털 스크린 수는 1.2만개에 달함. 2012년 중국 각 도시에 646개의 영화관이 신설되었고 3832개의 스크린이 추가됨. 이는 매일 평균 약 10.5개의 스크린이 추가되는 속도로 새로 추가되는 스크린은 모두 디지털 스크린임.

그림3. 2002~2012년 중국 영화 스크린 보유 수



※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

- 2012년 새롭게 증가한 스크린 중 중소도시, 중서부 지역의 비중은 약 50% 이상임. 2012년 말 전국 현(县)급 도시가 소유한 디지털 영화관은 천여 개를 넘어섰으며 보유한 스크린 수는 3000개를 초과하였음. 이 중 현(县) 지역의 디지털 영화관 보급률은 35%를 넘어섬. 베이징, 상하이, 천진, 산둥, 절강, 하북, 녕하, 중경 등 지역은 앞다퉈 현(县)급 도시의 디지털 영화관 보급을 시행하였고 전국 영화관과 스크린 구조를 더욱 균형 있고 합리적으로 배치하였음
- 통계에 의하면 2012년 영화 체인업체가 상영한 국내외 신작 영화는 약 320편임. 그 중 에피소드형 중국 국내 영화가 240여 편으로 전년 동기대비 33% 증가하였고 수입 영화는 76편으로 전년 동기대비 18.7% 증가함. 25개의 영화 체인 업체

중 박스오피스 수익이 1억 위안 이상인 업체는 완다(万达), 상하이리엔허(上海联合), 중잉싱메이(中影星美), 중잉난방(中影南方), 광저우진투(广州金兔), 광둥다띠(广东大地) 등 총 6개로 평균 박스오피스 수입은 10억 위안을 초과함(표3 참고). 그 중 완다의 연말 박스오피스 누적액은 24억 위안으로 연간 박스오피스 20억 위안을 초과한 최초의 영화 체인으로 기록됨. 상하이리엔허와 중잉싱메이의 박스오피스 수익은 모두 16억 위안을 초과함

표3. 2012년 관객 입장 수 상위 10위의 영화 체인 회사

	회사 명	영화 상영 수	관객수	박스오피스 총수입
1	완다영화원선주식유한회사 (万达电影院线股份有限公司)	1,708,901	58,342,863	2,452,787,487.99
2	상하이리엔허영화원선유한책임회사 (上海联合电影院线有限责任公司)	1,646,570	43,099,100	1,562,703,708.78
3	중잉싱메이영화원선유한회사 (中影星美电影院线有限公司)	1,704,861	42,615,427	1,612,403,172.01
4	선전중잉난방신간선유한책임회사 (深圳中影南方新干线有限责任公司)	1,894,953	38,533,089	1,106,271,168.57
5	광둥진투주장영화원선유한회사 (广东金兔珠江电影院线有限公司)	1,471,070	34,269,738	1,312,115,229.47
6	광둥다띠영화원선유한회사 (广东大地电影院线有限公司)	1,264,538,939,988	29,838,538	1,147,493,000.26
7	베이징신영영화유한책임회사 (北京新影电影有限责任公司)	860,542	21,626,605	811,801,051.19
8	절강시대영화대세계유한회사 (浙江时代电影大世界有限公司)	939,988	19,631,019	717,570,756.03
9	쓰촨태평양영화원선유한회사 (四川太平洋电影院线有限公司)	613,603	16,653,752	611,147,375.91
10	절강횡영화원선회사 (浙江横电影院线公司)	856,751	16,865,997	560,167,402.84

※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

- 2012년 예술영화관에 대한 관심이 점차 고조되어 상하이리엔허는 장강삼각주 '지역 예술영화 상영 연맹'을 창설하였고 해당 연맹은 “한 도시의 한 개, 매주 상영”의 형식으로 연맹에 가입한 영화관들로 하여금 매주 고정된 시간에 고정된 횟수의 《상영허가증》을 발급받은 예술 영화를 상영하도록 하며 티켓 가격은 20~30위안으로 책정하였음. 이 예술영화 상영 연맹과 베이징의 MOMA예술 영화관, 중국영화자료관의 예술영화관은 중국 영화 관객에게 다양한 예술생활의 선택권을 제시함

- 이와 함께 영화망(电影网), 요우쿠, 시나미디어, 투도우를 포함한 10여 개의 미디어산업 대표는 여러 차례 토론을 통해 중국영화제작협회가 발기한 《온라인영화관 체인 발전에 관한 의견(促进电影网络院线发展的若干意见)》을 통과시킴. 동 의견에 따라 영화관 상영을 끝마친 영화들에 대해 제작사와 각 온라인 영화관 체인은 협상을 통해 온라인 개봉 시기를 정하고 60~90여 일간의 온라인 유료 보기 서비스를 제공하도록 함. 또한 동 의견은 온라인 영화 체인의 유료보기 시 어떠한 형태의 광고도 포함하지 말 것과 디지털 저작권 보호 시스템을 갖춰야 할 것을 명시함

#### ■ 영화제작에 도입된 디지털 기술

- 2012년 1월 세계 최대의 필름생산회사인 코닥이 파산보호신청을 함. 약 130여 년의 역사를 가진 코닥은 필름시대 전 세계 필름시장의 2/3의 시장 점유율로 세계 최대 필름 회사였으나 디지털 기술의 도입과 발전으로 역사의 무대 뒤로 사라졌음. 이 사건으로 전통 필름시대의 종결과 디지털 시대의 시작을 알리게 됨
- 현재 디지털 방식으로 제작된 중국 영화는 이미 90% 이상으로 영화 제작의 주요 방식으로 전환됨. 통계에 의하면 2012년 9월말 기준 중국 국가광전총국(国家广电总局) 기술부의 기술심사를 받은 국내 영화는 약 700편으로 그 중 원천기술 심사가 약 660편으로 전체의 94.3%에 해당하며 카피기술은 40여 편으로 5.7%에 해당함
- 배급에 있어 영화체인이 상영하는 영화는 모두 디지털 카피를 기준으로 하며 그 중 342편이 디지털 카피로 전체의 76%에 해당함. 29편의 중국 영화만이 2K 상영기의 디지털 카피 형태로 보급됨. 디지털 카피 방식이 전체 보급의 대부분을 차지하며 디지털 상영기의 보급도 확산시키고 있음. 또한 2K 형식은 불법복제를 근절하는 역할을 하고 있음
- 2012년 위성 네트워크 전달 실험이 테스트 단계에 접어들 당시 중영디지털(中影数码)은 광동성 160여 개 영화관에 디지털 하드드라이버 발송을 정지시켰으며 모두 위성 네트워크 전달 방식을 사용하도록 함. 위성 네트워크 전달 방식은 일대다원 방식으로 사용이 확산된다면 하드 디스크를 통한 디지털 시대는 지나가고 진정한 영화 보급의 디지털 시대에 접어들 것임

## ■ 농촌영화의 디지털화 상영 성공

- 2012년 말까지 전국 농촌에 위치한 디지털 영화 체인은 248개로 2012년 한해 상영횟수는 800여 회에 이르고 관객 수는 약 15억에 이릅니다. 농촌 영화 상영은 대부분 디지털화를 이루었고 한 지역에 한 달에 한번 영화를 상영한다는 목표에 기초해 길림, 절강, 광둥 등 지역의 농촌 디지털 영화 체인을 건설 중에 있음
- 길림을 예로 들면 2012년 초 당시 추운 날씨로 인한 실외 상영시간 감축 문제를 해결하고자 해당 성(省)정부는 후이난(輝南)지역을 시범지역으로 선정하여 11개 디지털 영화 관람실을 설치하였고 11개 시범 관람실에서는 매주 토요일 오후 1편의 공익성 영화를 상영하도록 함. 디지털 영화 관람실 시행은 2012년 하반기까지 지속되었고 그 동안의 누적 상영횟수는 약 420여 회, 관객 수는 2만 명을 초과하였음
- 이 밖에도 수년간의 시행착오를 거쳐 농촌 디지털 영화 상영 프로젝트는 농촌 관객들의 영화 수요에 대해 파악하여 최근 몇 년 간 농촌 영화 체인들은 농촌 소재의 영화와 과학기술 선전을 담은 영화를 직접 제작하고 있음. 이러한 영화는 대부분 농촌 건설 및 농민 생활을 반영하고 있으며 농촌 관객들의 열렬한 호응을 얻고 있음

## ■ 영화 제작 단지 발전의 새로운 모델

- 문화산업이 빠르게 발전하고 있는 가운데 영화 단지 건설은 많은 지방정부들의 주요 프로젝트가 되었음. 통계에 의하면 현재 중국 영화 제작 단지는 이미 천여 개에 달하며, 영화단지 건설에 투자된 자금은 약 500억 위안으로 그 규모는 계속 증가하고 있음. 그러나 관련 통계에 의하면 현재 설립된 약 80%의 영화 제작 단지가 적자 상태이며 15%는 균형 상태를 5%만이 이윤을 창출하고 있음. 새로운 지속적 발전 모델에 있어 이는 생존 발전의 중요한 연구 사안이 되었음
- 2012년 3월 16일, 국가광전총국과 강소성 인민정부는 베이징 인민대표당에서 전략적 협력 관계를 맺고 무석(无锡) 국가 디지털 영화 산업단지를 공동 건설하기로 협의함. 현재 계획된 총 투자금액은 100억 위안이며 총 면적은 약 6만 킬로미터에 달함. 이는 국가 광전총국의 인가를 받은 유일한 디지털 영화 산업단지임. 동 산업단지는 디지털 영화 촬영을 중심으로 후반작업과 영화 촬영, 제작, 배급, 거래 등의 모든 영화 관련 업무를 처리할 수 있는 서비스를 제공할 계획임

- 이와 더불어 베이징 화이러우(怀柔)영화 단지는 국가 중영그룹의 디지털 제작 단지를 핵심으로 영화 후반작업, 전문기술 서비스, 촬영, 배급, 저작권거래, 애니메이션 제작, 미디어 교육, 영화 제작사 모임, 미디어 여행 등 9가지 서비스를 제공하는 국가 소속의 영화 산업 제작 단지임. 현재 약 430 아르에 달하는 500여 개 영화 제작사와 각종 하청 업체들을 수용할 수 있고, “영화제작 총기지”로 사용될 수 있는 단지 건설을 계획 중에 있음
- 2012년 절강 형디엔(横店) 영화 실험 단지에 52개의 새로운 기업이 추가로 진입하여 현재 단지 내 입점된 기업은 총 487개임. 2012년 단지 내 기업들의 총 수입은 78.11억 위안으로 전년 동기대비 146.47% 증가함. 현재 중국 내 최고로 성공한 영화산업 발전 모델로 손꼽히는 절강 형디엔 단지는 제작 촬영 중심에서 영화 문화 산업 단지로의 전환을 준비하고 있으며 이를 위해 산업 체인과 여행산업 체인, 단지 내 서비스 체인 등 3대 산업 체인을 구성 중에 있음. 향후 10년 형디엔은 약 700 아르에 달하는 CBD 지역을 설립할 것이며 영화 엔터테인먼트, 지식재산권, 영화 서비스, 금융서비스, 기업 헤드쿼터, 후반작업 등 서비스를 제공할 것임

#### ■ 심화된 국제교류 및 협력

- 최근 중국 영화 제작 편수와 박스오피스 수입이 점차 증가함에 따라 중국 영화시장의 세계 영향력이 날로 확대되고 있음. 2012년 한해 총 75편의 중국 영화가 80여 개 국가와 지역으로 수출되었으며 해외 박스오피스 수입은 10.63억 위안에 달함. 2012년 총 390편의 중국영화는 홍콩, 마카오, 대만 지역을 포함한 세계 32개 국가와 지역에서 총 77개 영화제에 출품되었고 그 중 55편의 영화가 21개 영화제에서 총 73개의 상을 수상함
- 2012년 중국영화는 미국, 프랑스, 한국, 북한, 러시아, 인도, 방글라데시 등 국가에서 시사회와 홍보를 진행하였고 다양한 협력 프로젝트도 진행함. 제8회 미국영화제 기간 동안 중국 중앙 신영그룹(新影集团)과 영화제 주관사, EDI Media와 미국 LA에서 향후 미국 영화관, TV, 뉴미디어 3개 플랫폼에 신영(新影)극장을 설립하는 계약에 서명하였음. 또한 영화관의 시사회와 TV 송출, 뉴미디어의 영상 서비스를 통해 우수한 중국 미디어 콘텐츠를 알리게 되었음
- 이와 함께 중외합자의 국가들이 점차 확대되어 현재 중국은 캐나다, 이탈리아, 호

주, 영국, 프랑스, 뉴질랜드, 싱가포르, 벨기에 등 국가와 공동 제작 협의를 마침. 2012년 한해 중국 영화 합자 제작회사의 합자 제작 신청 건은 총 88편으로 그 중 66편은 이미 협력 안을 통과시켰으며 심사와 협의 중인 영화는 47편임

- 최근 몇 년 간 중국과 외국의 합자 작품의 수준은 크게 향상되었음. 중국과 호주 가 공동 제작한 《大海下肢鲨口逃生》의 개봉 전 박스오피스 예상 수입은 5천만 위안이었으나, 개봉 첫 주 박스오피스 수입이 가볍게 5천만 위안을 넘어서며 약 1.588억 위안의 박스오피스를 기록함
- 2012년 해외 유명 영화사들의 중국 진출이 활발했음. 카메론 감독의 CPG사와 천진북방영화그룹(天津北方电影集团)은 합자 회사를 설립하여 3D영화 기술을 보급하고 있음. 미국 드림웍스 애니메이션 회사와 중투(中资)는 상하이 동방 드림웍스 영화 기술회사를 공동 설립하여 애니메이션 제작 기술 연구를 진행 중이고 애니메이션 영화 제작, 저작권, 파생상품, 예능, 디지털 게임, 놀이동산 등 업무를 진행중임. 미국 대형 신문 미디어 그룹은 보나영업(博纳影业)의 19.9%의 주식을 매입하였고 산하의 20세기 폭스영화사는 보나와 전략적 협력관계를 체결함

## 2. 2012년 중국 영화 산업 특징

- 2012년 중국과 미국은 WTO의 영화관련 조항들에 대해 합의함. 합의의 주요 내용은 다음과 같음. (1) 기존의 매년 수입되는 분장제 해외 영화 수 20편을 기초로 14편의 3D혹은 IMAX 영화를 추가함. (2)해외 박스오피스 수익 분배율을 기존의 13%에서 25%로 증가시킴. 이는 중국 영화에 도전이자 새로운 기회로 평가됨. 2012년 중국 국내 영화의 박스오피스 수입이 전체 박스오피스 수입의 48.46%로 전년 동기대비 5.15% 하락하였으나 중국 영화는 미국 할리우드 영화에 크게 밀리지 않았으며 또한 연말 1위의 박스오피스는 중·저 예산의 중국 영화인 《타이지웅》이 차지한 점을 들어 충분한 경쟁력을 가졌다고 평가됨. 할리우드 영화의 맹공격에도 중국 영화 산업은 여전히 자신만의 색을 지키고 있음

### ■ 다양한 영화 산업 우대정책 시행

- 2012년 11월 19일 국가영화산업발전특별기금관리위원회(国家电影事业发展专项资金管理委员会, 이하 위원회)는 《중국영화첨단기술영화창작생산보조에관한통지

《关于对国产高新技术格式影片创作生产进行补贴的通知》, 《신설영화관선납세후환급제도시행에관한보충통지(对新建影院实行先征后返政策的补充通知)》, 《중국영화상영이납부한영화특별기금환급에관한통지(关于返还放映国产影片上缴电影专项资金的通地)》, 《디지털상영설비설치보조에관한통지(关于对安装数字放映设备补贴的补充通知)》 등의 지원정책을 잇따라 발표하여 제작사와 영화관으로 하여금 이미 납입한 특별기금의 환급과 박스오피스 수입에 비례하여 장려금을 전달하고 디지털 설비의 설치비 등에 보조금을 부과하는 등의 방식으로 재정보조를 지원하고 있음

- 특별기금 환급 정책 이전 영화관들은 상영되는 모든 영화의 박스오피스의 5%를 위원회에 특별기금으로 납부하였음. 그러나 이번 《신설영화관선납세후환급제도시행에관한보충통지》와 《국산영화상영이납부한영화특별기금환급에관한통지》는 한해 동안 중국영화의 박스오피스가 50%가 넘는 영화관에 대해 이미 납부한 영화 특별기금을 100% 전액 환급 처리하고, 45%~50%의 중국영화 박스오피스를 보유한 영화관에 대해서는 납부한 중국영화 상영 영화 특별 기금의 80%를 환급 해주며 국산 영화 박스오피스가 45% 미만이지만 전년 대비 증가하였다면 납부한 특별기금의 50%를 환급하도록 함. 지정된 지역 중 신설영화관의 전년도 국산 영화의 박스오피스 비중이 전체의 45% 이상이 된다면 특별기금의 “선납세 후환급” 서비스를 누릴 수 있음
- 《중국영화첨단기술영화창작생산의보조에관한통지》는 중국 국산 영화를 제작하는 중국 내 영화 제작사들을 격려하는 방안으로 영화시장에 진출한 첨단 기술이 도입된 중국 영화에 대해 영화 박스오피스 수입에 따라 영화 저작권을 보유한 측을 장려한다는 방침임. 박스오피스 수입이 500만 위안~1억 위안인 경우 100만 위안의 장려금을, 1억 위안~3억 위안의 박스오피스 수입을 달성하면 200만 위안을, 3억 위안~5억 위안의 박스오피스 수입인 경우 500만 위안을, 5억 위안 이상의 박스오피스 수입을 달성한 경우 1000만 위안을 장려금으로 지급한다는 정책임. 아이맥스 유형의 국산 영화의 경우 박스오피스 수입이 2500만 위안~1억 위안인 경우 100만 위안의 장려금이 지급되고 박스오피스 수입이 1억 위안을 넘어설 경우 장려금은 상기 기술된 기준에 의거하여 지급됨
- 2012년 국가재정부(国家财政部), 국가세무총국(国家税务总局)은 《교통운수와 일부 서비스업에 대한 영업세의 부가가치세 전환 시범 과세 서비스 범위 등 과세정책에 관한 보충 통지(关于交通运输和部分现代服务业营业税改增值税试点应税服务范围等若干税务政策的补充通知)》에 다음과 같이 규정하고 있음: 2013년 12월 31일

전까지 라디오, 영화, TV의 행정 관련 부서(중앙정부, 성정부(省政府), 지방정부 및 현(县)단위)는 각자의 직책과 권한에 의거하여 영화제작 및 발행, 상영하는 영화 그룹사(거래기업 포함)와 영화제작사 및 기타 영화 기업을 시범 납세인으로 선정하여 영화 저작권 양도에 대해 부가가치세를 면제토록 함

- 이러한 새로운 정책들은 중국 영화제작업으로 하여금 첨단 제작 기술 도입을 촉진시키고 영화관으로 하여금 중국 영화 상영을 확대하도록 촉진시켜 중국 영화의 국내 시장 점유율을 넓히는 등 중국 영화 제작업과 영화관 운영에 긍정적인 역할을 할 것임

### ■ 중국 블록버스터 영화의 3D시대 진입

- 2012년 중국 영화 상영의 디지털화는 이미 99%로 세계 1위의 수준이며 해외의 디지털화 상영은 북미 75%, 유럽 60%, 아태지역 44%, 라틴아메리카 34%임. 중국은 8500개의 영화 스크린과 IMAX 체험관을 운영 중에 있고 전 세계 스크린의 약 1/7의 비중을 차지하고 있음
- 2D에서 3D로의 전환 기술은 점차 중국 영화에 보급되고 있으며 기술수준은 할리우드의 수준과 견주어도 될 만큼 성장함. 중국영화사는 국제 영화 《2012》의 3D 전환 작업에 참여하면서 중국이 제정한 전환제작 표준이 미국 기업들의 인가를 받고 도입되었음
- 《화피2》는 3D 전환 방식을 채택하여 영화 전편이 3D로 전환된 최초의 중국 영화로 기록됨. 그 후 《태극(太极)》, 《태극(太极)2》, 《십이생소(十二生肖)》, 《혈적자(血滴子)》 등 중국 영화는 3D를 영화의 표준 기술로 구성함. 영화 제작사에게 3D전환은 시각적 효과를 높일 뿐 아니라 영화티켓 가격 상승과 불법복제를 방지할 수 있는 장점이 있음
- 2012년 영화 과학 연구기관과 중영회사(中影公司)가 연합하여 제작한 중국형 아이맥스 시스템이 많은 할리우드 제작사들의 인가를 받았고 《어메이징 스파이더맨》, 《본 레거시》, 《2012(3D)》, 《라이프 오브 파이》 등은 해외 영화를 수입하여 중국형 아이맥스로 제작함. 《화피》, 《1924》, 《황적성연(王的盛宴)》, 《십이생소》를 포함하는 40여 편의 영화 중 외국 영화를 중국형 아이맥스 영화로 제작하였고 이 제작 방식의 영화는 IMAX의 영화 제작을 초과하였음. 중국형

아이맥스의 발전은 IMAX의 중국 독점을 깨뜨려 영화 관객들로 하여금 다양한 선택의 기회를 제공함

## ■ 영화소재의 다양화

- 2012년 억 위안 이상의 박스오피스를 기록한 중국 영화는 총 21 작품으로 영화의 소재들이 매우 다양함. 그 중 《화피》, 《사대명포(四大名捕)》, 《태극》, 《태극 2》, 《동작대(铜雀台)》 등 사극과 《대마술사(大魔术师)》, 《황금대백안(黄金大拍按)》, 《청풍자(听风者)》, 《소실적자탄(消失的子弹)》, 《백록원(白鹿原)》, 《대상해(大上海)》 등의 시대극은 코미디, 전쟁, 역사, 액션등 다양한 장르로 구성됨. 홍콩식 액션물인 《역전(逆战)》, 《십이생소》, 《한전(寒战)》, 코미디 장르의 《타이지웅(太囡)》, 현대 멜로인 《수색(搜索)》, 서사극 《1924》, 멜로물인 《LOVE》, 예술영화인 《이차폭광(二次曝光)》, 재난영화인 《대해소지사구도성(大海啸之鲨口逃生)》, 대표적 애니메이션 《희양양과회태랑(喜洋洋与灰太狼)4》 등이 있음
- 2012년 중국 영화 중 상업영화를 제외하고 《도저(桃姐)》, 《이차폭광》 등의 평점이 좋은 예술 영화도 제작되었음. 《신탐형특장(神探亨特张)》, 《비월노인원(飞越老人院)》, 《아11(我11)》, 《성성적해자(星星的孩子)》, 《부성미사(浮城谜事)》, 《만전천심》, 《인산인해(人山人海)》, 《대완차》 등 인문정신에 바탕을 둔 저예산 영화들이 현실적 소재로 속속 등장함. 또한 다큐멘터리 촬영 형식을 도입한 저 예산 현실주의 영화인 《신탐형특장》이 제 49회 대만영화제금마상 최고영화상을 수상하였음
- 2012년은 중국 영화의 소재 다양화에 있어 적극적인 시도와 도전이 있었던 해로 국내 시장과 관객들의 인정을 받았음. 이 영화들은 대부분 긍정적인 평가를 받았으며 《화피2》, 《타이지웅》은 연이어 중국 영화의 박스오피스 신기록을 세우며 1달이라는 긴 시간 동안 극장에서 상영됨. 이는 중국 국내 제작 영화의 퀄리티가 높아짐을 의미함. 이 밖에도, 2012년 한해 동안 사극장르의 영화가 박스오피스를 독점하던 구조를 벗어난 점 역시 중국 영화의 창작과 영화 배급에 새로운 본보기와 발상을 제시함

## ■ 떠오르는 신인 감독들

- 2012년 눈에 띄는 두드러진 현상은 바로 중국 청년 감독들의 등장으로 심상치 않은 기량을 발휘하고 있음. 박스오피스 수익 1억 위안 이상의 중국 영화 중 니아오얼산(鸟儿善), 쉬징(徐峥), 펑더룬(冯德伦), 량러민(梁乐民), 루지엔칭(陆剑青), 니우청이(纽承泽), 리위(李玉), 닝하오(宁浩), 자오린산(赵林山)등 9명의 신인 감독들의 영화가 포함되어 있으며, 그 중 쉬징, 량러민, 루지엔칭, 자오린산 감독은 생애 첫 작품이 1억 위안 이상의 박스오피스를 기록함. 수많은 청년 감독들이 영화 제작사에 러브콜을 받고 박스오피스 성적도 양호한 점 모두 중국 영화 산업에 젊은 피가 공급되고 있음
- 이 중 2012년 상반기 니아오얼산 감독의 2번째 영화인 《화피2》가 연속 12회 중국 국내 영화 박스오피스 기록을 갱신하였고 박스오피스 수입은 7억 위안을 상회하는 등 국내 영화 박스오피스의 신기록을 세움. 하반기 쉬징이 메가폰을 잡은 3000만 위안의 저예산으로 제작된 감독의 처녀작 《타이지웅》은 블록버스터급 영화들이 점령한 중국 영화 시장에서 중국 최고 박스오피스 기록을 연속으로 갱신하였고, 관객동원수는 3000만을 넘어서 10억 위안 이상의 박스오피스 기록을 세우며 상반기 선전한 《화피2》의 기록을 넘어 2012년 한해 박스오피스 기록과 인기의 두마리 토끼를 모두 잡았음
- 2012년 신인감독들의 중·저 예산의 작품들은 실로 놀라운 평가를 받고 있음. 판안즈(潘安子)감독의 《쌍성계중계(双城计中计)》, 왕징(王竞)감독의 《만전천심》, 리하이수(李海蜀)감독의 《고정악부대인(搞定岳父大人)》, 린이성(林黎胜)감독의 《백만거악(百万巨鳄)》, 쉬하오핑(徐浩峰)감독의 《왜각적종적(倭寇的踪迹)》, 한옌(韩延)감독의 《제일차(第一次)》, 장치(张琦)감독의 《사랑을 잡아라(Hold住爱)》 등의 작품은 신인감독들이 중·저예산을 투입하여 자신만의 특색을 드러낸 영화로 중국 영화의 장르를 다양화 했다는 평가임
- 그 중, 한옌 감독의 《제일차》 박스오피스 수입은 3620만 위안, 장치감독의 《사랑을 잡아라》 박스오피스 수입은 4605만 위안을 기록함. 이 두 편의 다크호스 영화의 출현은 훌륭한 시나리오와 정확한 마케팅이 뒷받침 된다면 중·저 예산의 영화도 성공을 거둘 수 있다는 증명을 한 좋은 예임

## ■ 주류 영화의 시각

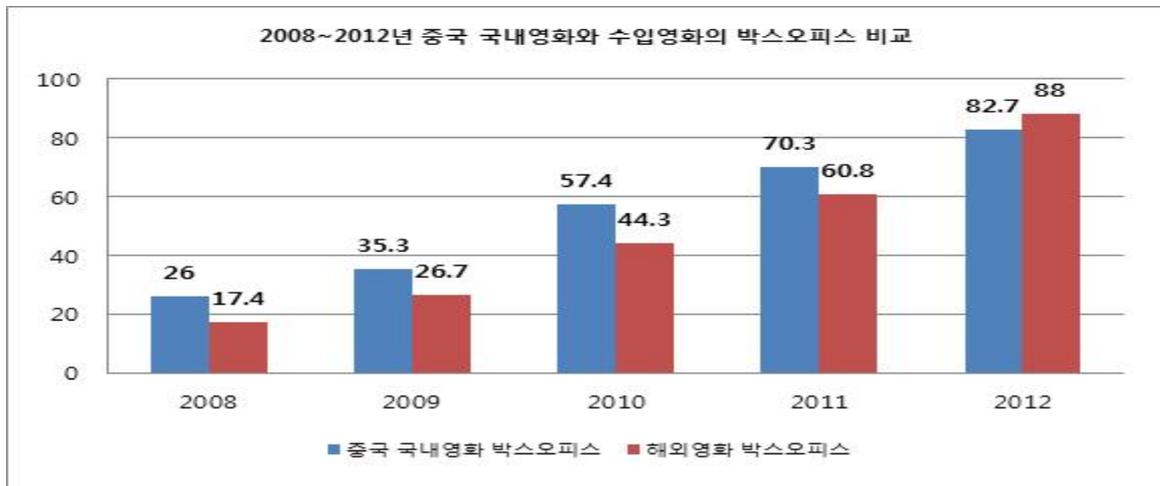
- 2012년 풍부한 소재와 다양화된 유형의 주류 영화들이 선보였음. 《충성과배반(忠诚与背叛)》, 《서장적천공(西藏的天空)》, 《우중적수(雨中的树)》, 《색도의생(索道医生)》, 《허해봉적창(许海峰的枪)》, 《생사로브노르(生死罗布泊)》, 《남평홍려(南平红荔)》, 《빙설11일(冰雪11天)》, 《소소비호대(小小飞虎队)》, 《주과설산초지(走过雪山草地)》, 《상남기의(湘南起义)》 등 영화들은 기존의 정형화된 틀을 벗어나 새로운 시청각 언어와 다양한 서술 방식을 채택하여 인성의 본성에 입각하여 묘사하였으며 역사적 의미와 시대적 정취가 느껴지는 예술 이미지를 구현함
- 중국 영화시장에서 주류 영화들의 퍼포먼스는 훌륭했다는 평가임. 《충성과 배반》은 주류영화 시장에서 2000만 위안의 박스오피스를 기록하였고 총 10여주가 넘는 기간 동안 상영됨. 《우중적수》의 누적 박스오피스는 2400만 위안으로 역시 10여주가 넘는 기간 동안 상영되었으며, 첫째 주 박스오피스 수입은 700만 위안을 넘어섰었음. 《오인보(吴仁宝)》는 장기 상영을 통해 천만 위안 이상의 박스오피스를 기록함. 이 밖에도 《대완차》는 10월 10일 농촌 유동 디지털 영화 상영 플랫폼에 정식 진입한 이후 3000여 회가 넘는 상영 횟수로 제43주기 농촌 상업 상영영화 2위에 랭크 되기도 함
- 동 영화들은 해외에서도 높은 평가를 받고 있음. 그 중 《상남기의》는 10회 러시아국제군사영화제 최고여우주연상을 수상하였고, 소수민족을 다룬 영화 《천변(天边)》은 제 12회 다카국제영화제 국제심사위원대상을 수상함. 또한 《평양지약(平壤之约)》은 제 13회 평양국제영화제 조직위원회 특별상과 12회 한국 광주국제영화제의 관객상을 수상함

## 3. 중국 영화산업이 해결해야 할 문제점

- 2012년 중국 국내 영화의 박스오피스 수입은 82.73억 위안으로 전체 박스오피스 수입의 48.46%에 불과하며 이는 전년 대비 5.15% 하락한 수준임. 이는 2003년 이후 처음으로 중국 국내 영화의 시장 점유율이 수입 영화의 시장 점유율 보다 낮아진 해임. 82.73억 위안의 박스오피스 수입 중 21편의 억 위안 단위의 박스오피스 영화들의 총 수입은 52억 위안으로 전체의 64%를 차지함. 그 중 《타이저용》, 《화피2》, 《십이생소》 등은 20억 위안 이상의 공헌을 함. 이로써 현재

중국 영화 박스오피스 분포도는 매우 불균형하며, 박스오피스 수입이 일부 영화에 집중되어 있음을 알 수 있음. 이는 2012년 중국 국내 제작 영화의 시장 점유율이 《타이지웅》의 기적과 매우 밀접한 관계를 가지고 있다고 볼 수 있음. 장기적 관점에서 중국 국내 영화가 매년 기적을 이뤄낼 수 없기에 현실적이고 관리 가능한 모델을 설립할 필요가 있음. 중국 영화 시장이 유례없는 기록들이 생겨난 만큼 규모의 확대에 힘입어 빠른 성장을 이루고 기존의 문제점들을 개선해 나가야 할 것임

그림4. 2008~2012년 중국 국내영화와 수입영화의 박스오피스 비교(단위: 억 위안)



※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

**강한 초반 러쉬와 뒷심 부족**

- 2012년 한해 동안 1억 위안 이상의 박스오피스를 기록한 중국 영화 중 《타이지웅》, 《화피2》, 《십이생소》, 《청풍자》, 《한전》, 《사대명보》 등 7개 영화만이 2억 위안을 넘어섰고 나머지 영화들은 1억 위안~2억 위안 사이의 박스오피스 수익을 거둬. “2억 위안의 고비” 라고도 불리는 박스오피스 수익은 중국 영화들에 진입장벽이 되었으며, 이러한 현상이 발생한 주요 원인은 영화의 입소문이 유지되지 못하기 때문임
- 2012년 《희양양과회태랑4》, 《대마술사》, 《사대명보》, 《LOVE》, 《유실적자탄》, 《황금대과안(黄金大破案)》 등의 영화는 개봉 첫 주 6,000만 위안이 넘는 박스오피스 수입을 창출하였으나 최종 박스오피스는 2억 위안을 넘어서지 못함. 그 중 《LOVE》의 개봉 첫 주 박스오피스는 9,200만 위안에 달하였으나 최종 박스오피스는 1.3억 위안으로 마감함으로써 개봉 초기 높은 박스오피스에서 다이빙 하듯 떨어지는 박스오피스 수입의 형태는 해결하기 힘든 중국 영화산업

의 해결하기 어려운 고질병으로 손꼽히고 있음

- 이와 반대로 《타이지웅》의 개봉 첫 주 박스오피스는 3억 위안을 돌파하였고 2째 주 박스오피스는 3.7억 위안, 3째 주 2.68위안 등 연속 고공행진을 하며 중국 영화의 1주, 2주, 3주 박스오피스 기록을 모두 갱신함. 2013년 1월 1일까지 총 21일간 상영되었으며 누적 박스오피스 10억 위안, 동원 관객수 3100만 명이라는 중국 영화업계 가장 높은 박스오피스, 가장 많은 관객을 동원한 영화로 기록됨. 《라이프 오브 파이》의 상영 첫 주 4일간 박스오피스 수입은 1006위안을 기록하며 연속 3주간 박스오피스 높은 박스오피스 수입을 창출하며 1위에 랭크되기도 하였으나 중국 대륙 내 박스오피스 수입은 5.7억 위안을 달성하며 《타이지웅》의 기록을 넘어서지는 못함
- 중국 영화산업이 빠르게 성장하고 있는 최근 몇 년간 중국 영화 관객 역시 날로 성숙해져 영화사들 마케팅에 휘둘리지 않는 양상을 보임. 그러나 《타이지웅》, 《라이프 오브 파이》의 성공이 말해주듯 관객을 존중하고 시나리오의 퀄리티를 최상으로 준비하는 전략만이 중국 영화산업의 장기적인 발전에 이바지 할 것임

**상영시기의 불균형**

- 2012년 전국의 스크린 보유 수는 만개를 넘어섰으나 전국 영화 관객수의 증가 속도는 영화관과 스크린 수, 상영 횟수 증가에 미치지 못하는 실정임. 신정 연휴 3일간 전국에 상영된 영화는 총 11.4만 건으로 전년 동기대비 38.8% 증가하였으나 관객 수와 박스오피스는 각각 402만 명, 1.6억 위안으로 전년 동기대비 5.7%, 3% 오히려 하락함. 2012년 여름 7월 8월 두 달 간 총 365회의 상영수로 전년 동기대비 52.5% 증가하였으나 관객수와 박스오피스는 역시 2%, 6.6% 하락함. 이는 2011년 7월 8월의 30.4억 위안의 박스오피스와 8,300만 명의 관객에 한참 미치지 못하는 성적임(표4 참고)

**표4. 2011년과 2012년 7월 8월 두 달 간 영화 상영 횟수, 관객수, 박스오피스 비교**

	상영 횟수 (만)	관객수 (만 명)	박스오피스 (만 위안)	비고
2011.7	117.12	4,100	150,140	- 2011년 7~8월과 2012년 7월 수치는 《중국영화보》 월간 자료 참고 - 2012년 8월 데이터는 국가박스오피스 통계
2012.7	176.75	4,034	142,614	
2011.8	119.07	4,200	153,900	
2012.8	189	4,100	142,000	

				플랫폼 추정치
--	--	--	--	---------

※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

- 이 밖에도 중국 국내 영화의 동시개봉 현상은 여전히 존재하며 날로 심각해지고 있음. 2012년 한해 여러 번 발생한 이 현상은 하루에 8~9편의 영화가 개봉되기도 함. 3월 8일 개봉된 영화는 《도저》, 《여인여화(女人如花)》, 《류여시(柳如是)》 등을 포함해 총 8편의 영화가 개봉되었고, 6월 1일 총 9편의 영화가 개봉됨. 특히 6월 1일 어린이 영화와 애니메이션 장르만 7편이 동시 개봉함. 3월 23일 《만추(晚秋)》를 비롯해 총 6편의 영화가 개봉됨. 8월 10일 《아애회태랑(我爱灰太狼)》 등 5편의 영화가 동시 개봉됨
- 예년의 경우 동시 개봉 현상은 대부분 중·저예산의 영화 개봉에 집중되었으나 2012년 국산 대형 영화들 역시 동시개봉 대열에 합류하는 현상이 빚어짐. 중국 국경절에 맞춰 《동작대》, 《태극》, 《위험관계(危险关系)》, 《이차폭광》, 《괴행사자(坏行使者)》, 《구풍영구(飓风营救)2》 등 6 작품이 동시 상영되었고, 신년을 맞아 《라이프 오브 파이》, 《1924》, 《왕적성연》, 《십이생소》, 《혈적자》, 《대상해》 등 대형 영화들이 동시에 개봉함. 영화들의 개봉시기가 집중된 현상은 국산 영화의 “팀킬(동료 죽이기)”로 평가되고 있으며 매우 처참한 상황임
- 그러나 영화 개봉이 특정 휴일에 맞추어 집중되어 개봉되는 반면 다른 시기의 개봉 영화는 매우 적은 편이기도 함. 2012년 14주차 들어 새로운 영화가 개봉된 후 36주차에 새로운 영화가 2편 개봉한 적도 있음. 또한 여름에 개봉한 《画皮2》는 개봉 한 뒤 3주간 새롭게 개봉한 대형영화는 없었음
- 《어메이징 스파이더맨》과 《베트맨: 다크 나이트 라이즈》 등 수입된 대형 영화들조차 같은 날 개봉을 하기도 하며 신작 영화의 개봉 분포도가 매우 불균형을 알 수 있음. 이에 현재 중국 영화시장은 서둘러 과학적인 영화 개봉 조절 시스템을 내놓았으며, 이 시스템을 통해 같은 소재와 상영시기, 주연배우들이 겹치는 현상을 피하도록 함. 물론 이보다 더 중요한 것은 영화가 시장의 평가를 감당할 수 있어야 하고 관객들의 감상 평가의 예측에 부합해야 하는 점일 것임

## ■ 제작사와 영화관의 끊이지 않는 분쟁

- 2012년은 중국 영화들에 있어 많은 어려움이 있는 한 해로, 특히 중국 국내 영화와 수입 블록버스터급 영화와의 박스오피스 경쟁, 영화 제작사와 배급사 영화관 간의 갈등이 있었음
- 11월 14일 중영, 화이, 싱메이, 보나, 광시엔 등의 영화 제작사들은 제작사들의 분배금 비율을 높여 일방적으로 영화배급사와 영화관에 통보하고 분배비율을 기존의 43 : 57에서 45 : 55의 비율로 조정함. 이 통보를 계기로 영화 배급사와 영화관들은 강력히 불만을 토로하였고 2주간의 협상을 통해 양측은 최종 협의를 이루었고, 박스오피스 수입을 기준으로 “변동비율”을 적용하기로 함. 《1924》를 예로 박스오피스가 3억 위안 내에서 초과 달성할 여지가 보이는 경우, 3억 위안을 초과한 박스오피스 수입에 대해서는 45%와 55%의 비율로 분배하고 8억 위안을 넘어서 달성한 박스오피스 수입에 대해서는 각각 47%와 53%의 비율로 분배함
- 이와 함께 한 네티즌이 인터넷에 화이브라더스에 의해 지급 정지된 362개 영화관 명단과 이유에 대해서 폭로함. 주 원인은 박스오피스 수입을 기대할 수 없다는 점과 화이브라더스가 제작한 《태극》, 《태극2》의 박스오피스 수입이 매우 낮다는 이유였음. 이 사건은 결론적으로 완만히 해결되는 양상을 보였으나 이 사건으로 인한 파급효과는 여전히 지속되고 있음. 《1924》의 개봉 이틀째 (11월 30일)제작사 화이브라더스의 주가는 바닥을 쳤고 다음 거래일에도 6.03% 하락하며 기업 상장 후 연속 최저가를 기록함
- 의심할 여지없이 해당 362개 영화관의 지급정지 사건은 《1924》의 박스오피스 수입에 큰 영향을 미쳤으며 박스오피스 수입은 회사 주가와 직접적으로 영향을 미침. 또한 제작사 화이브라더스의 강권 행사 행위는 화이브라더스에 대한 시장의 신뢰를 무너뜨리는 결과를 낳았음. 제작사와 배급사 및 영화관의 분배금 분쟁은 이들 사이의 복잡한 모순관계와 중국 영화산업의 산업체인이 모두 영화 박스오피스에 의존하는 구조적인 모순점을 알리는 계기가 되었으며 중국 영화산업에 경고음을 보냄

## ■ 영화 생태환경의 정화 시급

- 최근 중국 영화의 마케팅과 배급 단계의 투자가 점차 확대되고 있는 실정으로 심지어 일부 영화는 영화제작비의 절반이 마케팅 비용으로 투입되기도 하였음. 2012년에 개봉한 예술영화인 《이차폭광》에 투입된 제작비는 총 4500만 위안으로 그 중 제작비와 홍보비가 각각 절반씩을 차지 함. 개봉 초기 업계의 관심을 받지 못하던 상황에서 마케팅 작업을 시작한 뒤로 21편의 역대 박스오피스를 기록한 영화에 포함되는 기염을 토함. 《이차폭광》의 예를 통해 마케팅의 중요성과 필요성을 확실히 알 수 있음
- 그러나 영화 자체가 탄탄하지 못한 채 각종 가십거리에 의존하고 각종 수단을 동원하여 관객의 관심을 끄는 영화들은 영화관으로 이끄는 “1일 투어”에 불과함. 이보다 더욱 심각한 것은 아르바이트생을 고용하여 경쟁 영화를 폄하하는 후기를 남기게 하고 본인들의 영화에 좋은 평을 남기는 행위는 기본적인 원칙과 마지노선을 상실한 경우라고 할 수 있음
- 최근 몇 년간 제작사와 배급사들이 아르바이트생을 고용해 만들어낸 소문들이 무성한 가운데 2011년 《백사전설(白蛇传说)》과 《화벽(画壁)》의 제작사는 인터넷에 떠도는 글들로 어수선한 상황을 맞았었고 《관운장(关云长)》의 경우 심지어 유포자들을 수배하는 등의 조치를 취했으나 전혀 실마리를 잡을 수 없이 끝나기도 함. 2012년까지 감독 루촨(陆川)은 국내 최초로 제작사와 배급사들이 아르바이트생들을 고용하여 평점을 올리는 행위를 하고 있음을 공개적으로 시인한 감독임. 루촨감독은 《왕적성연》개봉 후 박스오피스 성적이 예측보다 낮아지자 지나치게 낮은 평점의 원인이 다른 영화사의 아르바이트생들이 고의적으로 조성한 것으로 여겼고, 12월 3일 9시경 루촨감독의 직원들은 시나 웨이보를 통해 자신들의 평점을 고의로 낮추는 아르바이트생들을 대적해 본인들의 영화에 직접 높은 평점을 주는 “평점 보호단”을 만들었다고 본인들 스스로 폭로하기에 이룸
- 현재 인터넷상의 이러한 문제는 사회적 문제로 대두되고 있으며 영화 업계는 이를 변화할 힘은 없으나 이러한 현상이 영화산업의 보이지 않는 규칙이 되어서는 안된다는 한 목소리를 내고 있음. 이렇듯 잔피를 통해 목적을 달성하고 아르바이트생을 고용하여 평점을 조절하는 행위는 단기적인 효과를 볼 수 있으나 대중들의 신임을 잃을 수 있으며 장기적으로 중국 영화산업에 막대한 손실을 가져올

것이 자명함. 오직 영화 본연의 수준을 높이는 것이 높은 평가를 받을 수 있음

## ■ 영화의 질 제고

- 2012년 중국 영화시장에 억 위안의 박스오피스를 기록한 영화는 총 43편으로 이 영화들의 박스오피스 수입 총액은 125억 위안에 이르고 중국 전체 박스오피스 수입의 74%를 차지함. 그 중 중국 영화는 21편으로 52억 위안의 박스오피스 수입을 창출하였고 이는 전체 억 단위 이상 박스오피스 수입을 기록한 영화의 41.6%에 해당하는 수준임. 중국 영화의 주력군과 해외 수입 영화의 주력군은 양적인 면에서 열세에 있음
- 현재 중국 영화의 연간 제작 편수는 이미 미국을 넘어서 인도에 버금가는 수준이나 영화 수준의 성장은 영화 제작 편수 증가에 훨씬 뒤쳐지는 수준임. 박스오피스 기준 10대 수입 영화 중(표 5 참고) 모든 영화의 박스오피스 수입은 평균 3억 위안을 초과한 반면 박스오피스 기준 10대 중국 영화의 경우 6개 작품만이 2억 위안을 돌파함. 초반 흥행몰이에 나서지만 뒷심이 부족한 중국영화와 박스오피스 수입이 2억 위안을 넘기 힘든 점은 바로 중국 영화의 퀄리티가 여전히 걱정스런 수준임을 뜻하는 바임. 중국영화는 이러한 상황에 맞서기 위해 영화 자체의 퀄리티를 높여야 하는 현실을 눈앞에 두고 있음

표5. 2012년 박스오피스 기준 상위 10위 중국 국내외 영화 (단위: 만 위안)

	중국영화	박스오피스 수입	해외영화	박스오피스 수입
1	런짜이지웅투타이지웅 (人在囧途之泰囧)	100,461	타이타닉	94,758
2	화피(画皮)2	70,451	본 레거시	67,471
3	십이생소(十二生肖)	53,553	라이프 오브 파이	57,105
4	1924(一九二四)	37,200	어벤져스	56,792
5	한전(寒战)	25,361	맨인블랙3	50,415
6	청풍자(听风者)	23,374	아이스 에이지	44,913
7	사대명보(四大名捕)	19,217	잃어버린 세계를 찾아서	38,849
8	대마술사(大魔术师)	17,412	베트맨: 다크 나이트 라이즈	34,012
9	수색(搜索)	17,354	익스펜더블2	33,406
10	희양양과회태랑(喜洋洋 与灰太狼)4	16,595	어메이징 스파이더맨	31,151

※ 출처: 당대영화<当代电影> 발췌

- 이 밖에도 현재 중국 영화의 제작 기술에도 해외 수입 영화와 상당한 수준차이를 보이고 있음. 2012년 영화국의 기술평가 자료에 의하면 영화의 기술 수준을 비교적 높은, 일반적인, 비교적 낮은 수준으로 분류하였을 경우 중국 영화는 각각 25%, 59%, 5%의 비중을 보이고 있으며 약 79편의 수준 미달의 영화는 지적 받은 각 문제점들을 수정한 뒤 재심사하였고 이는 기술 심사의 약 12%에 달함. 수입 영화의 경우 기술 수준이 78%, 19%, 0%로 단 두 편의 영화만이 결점을 지적 받아 수정을 거친 뒤 재심사를 거쳤으며 이는 전체 기술심사의 3%에 불과함
- 2012년은 중국 영화산업의 기회와 도전이 공존했던 한 해로 한편으로는 중국의 영화 시장이 한층 개방되어 중국 영화산업에 부담감을 안겼으나 다른 한편으로는 중국 영화 제작자들로 하여금 창작이념에 대해 고민하고 영화 퀄리티를 높이는 노력을 가하도록 함. 영화의 홍보와 첨단 기술의 도입이 결코 박스오피스 수입을 높이는 특효약이 아니며 오직 영화 제작비와 노력을 영화에 온전히 쏟아 건설한 퀄리티에 첨단기술이 받쳐준다면 중국 국내 영화의 할리우드와의 경쟁에서 승리할 수 있을 것임

#### 4. 맺음말

- 2012년 중·미간 새로운 정책 시행 이후 중국 영화의 박스오피스는 2011년에 비해 약 5.15% 감소하였으나 심각한 수준은 아님. 정책 시행 첫 해인 2012년의 성적은 많은 사람들의 예상 밖이었음. 향후 몇 년간 중국 영화의 수준이 높아지고 첨단기술의 사용이 확대되면서 중국 영화의 강점이 드러날 것이며 중국 영화의 박스오피스 역시 수입 영화를 넘어설 날이 멀지 않았다고 생각함
- 향후 중국 중서부지역 및 현(縣)급 지역에 영화관이 신축되고 새로운 형태의 영화 보급시스템(예술 혹은 온라인 보급)이 확대된다면 중국 영화 스크린 수는 꾸준히 증가할 것으로 예상되며 현재 미국이 보유한 4만여 개의 스크린 수에 근접할 것으로 전망함
- 이 밖에도 현재 시행중인 정책과 지속적인 경제성장이 지속되는 환경에서 중국의 연간 관객 수 역시 지속적으로 증가할 것이며 2013년 국내 박스오피스가 200억 위안을 넘어서는 것 역시 어렵지 않은 점을 들어 중국의 영화산업은 기대할 만한

산업이라고 평가할 수 있음