

2013. 10. 15

# 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원  
중국사무소



**kocca** KOSER  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# 주간 심층이슈

## 『중국 애니메이션 산업 현황 및 발전 추세』

### ◎ 작성 취지

- 중국 애니메이션 산업의 구조별, 지역별 통계자료를 통해 발전 현황을 파악하고 당면한 문제점을 분석하고자 함
- 중국 애니메이션 산업의 발전현황 및 발전 추세의 이해를 통해 중국시장에 진출하고자 하는 한국 콘텐츠 기업 전략 수립에 도움이 되고자 함

※ 출처 : 리밍 연구원 (중국애니메이션학회)

### ◎ 작성 순서

1. 「중국 애니메이션산업 발전 현황」
2. 「중국 애니메이션산업 발전 추세」

## 1. 중국 애니메이션산업 발전 현황

- 2013년은 12차 5개년 계획의 3년째 되는 해로 중국정부는 《국민경제와사회발전을위한12차5개년계획제정예관한건의(关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划建议的说明)》에서 문화건설과 선진 문화역량을 강조함
- 애니메이션 산업은 문화산업 각 영역 가운데 중점산업에 속하며 최근 장족의 발전을 이룸. 중국 문화산업은 산업 규모와 효율적인 면에서 괄목할만한 성장세를 유지하고 있으며 애니메이션이 그 발전의 원동력이 되었다 해도 무방할 것임
- 2013년 중국 애니메이션 산업은 새로운 기회와 도전에 직면해 있는데 중국 애니메이션 산업이 어떻게 발전해왔는지 8가지로 분류하여 발전 현황과 추세를 분석하고자 함

### ■ 정책 환경

- 국가광전총국(国家广电总局)은 12차 5개년 계획에 따라 중국 애니메이션 산업 발전의 임무와 목표를 명확히 제시함
  - 창작 애니메이션 제작을 장려하고 경쟁력을 갖춘 중국 애니메이션 기업을 지원함
  - 중국스타일, 중국의 기상, 중국의 정신을 담은 중국 애니메이션 브랜드를 만들고 애니메이션 방송기구를 앞세워 애니메이션 산업사슬 내의 자원과 역량을 집중시켜 중국 애니메이션 산업이 건강하게 발전할 수 있는 환경을 조성함
  - 창조, 창작 생산 시스템을 확대·발전시키고 시장 운영 시스템과 정책 시스템을 종합 운영. 정책 법규를 정비하고 효과적인 정부 감독 관리체계를 구축함
- 2013년 《국가“12차5개년계획” 시기문화개혁발전계획강요(国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要)》, 《문화부 “12차5개년계획” 시기문화산업배증계획(文化部“十二五”时期文化产业倍增计划)》, 《문화부 “12차5개년계획” 시기국가동만산업발전계획’ (文化部“十二五”时期国家动漫产业发展规划)》이 연이어 발표됨
- 특히 12차 5개년 계획에서 중국이 애니메이션 대국에서 애니메이션 강국으로 발전하겠다는 목표를 설정하였고 애니메이션 창작을 강조함. 또한 새로운 수익모델을 창조하여 안정적인 애니메이션 산업구조를 구축하고자함. 애니메이션 제작 기술의 연구개발을 촉진할 것이며 주력기업과 중요 프로젝트를 선정하여 전략적으로 이끌어 나갈

것임. 애니메이션 인재를 발굴하여 육성할 것이며 우수 애니메이션 브랜드와 기업을 육성할 것임. 우수 기업은 주식회사로 상장하는데 지원할 예정이며 뉴미디어 애니메이션 분야도 중점적으로 관리할 것임

- 12차 5개년 계획에서 문화부는 재정적 투자, 지적재산권 보호, 투자정책의 개선, 세금 혜택, 조직적 실행 강화 등 5개 측면에서 애니메이션 산업의 정책적 보장과 체제적 보장을 강화함
- 전체적으로 중국 애니메이션 산업 정책의 핵심은 애니메이션 산업체인의 정합으로 우수 애니메이션과 애니메이션 기업의 발굴 육성에 중점을 두고 있음. 작품적인 측면과 산업 운영측면 모두 양적 성장에서 질적 성장으로 전환하고 있음

#### ■ 애니메이션산업 전체 발전 현황

- 지난 7월, 문화부가 발표한 《2011~2012년중국동만산업발전현황(2011~2012年中国动漫产业发展情况)》에 따르면 2012년 중국의 애니메이션 산업은 빠른 발전 속도를 보이며 성장하였고, 총 생산액은 759.94억 위안에 달해 2011년 621.72억 대비 22.23%의 성장률을 보임
- 인터넷의 보급과 스마트폰의 사용량 증가로 뉴미디어 애니메이션 생산액은 35.34억 위안을 기록했으며 중국 애니메이션의 해외 수출액은 8.3억 위안으로 전년대비 16.25%의 증가율을 보임. 이는 곧 중국 애니메이션의 국제적 경쟁력이 향상되고 있음을 반영하고 있는 것임
- 2011~2012년 중국 애니메이션산업은 조정과 개혁을 통해 경제 가치를 높이고 시장 발전 가능성을 실현시키는 단계에 진입하였으며 그 가운데 애니메이션 과생산업과 테마파크산업이 애니메이션산업 총 생산액에 일조함
- 만화와 TV애니메이션, 극장용 애니메이션은 현재 구조조정 단계에 있으며 모바일 애니메이션 등으로 대표되는 뉴미디어 애니메이션은 중국 애니메이션 산업 발전의 중요한 돌파구로 간주되고 있음. 이와 동시에 애니메이션 브랜드 전략은 기업 투자의 핵심으로 자리 잡음
- 2012년 중국 문화부, 재정부, 국가세무총국이 공인한 애니메이션 기업의 수는 500개로 그 중 중점 애니메이션 기업은 34개. 이들은 중국 애니메이션 산업 발전의 주력군으로

로 생산액 1억 위안을 넘어선 기업이 13개나 존재함

- 만화산업과 TV·극장용 애니메이션, 뉴미디어 애니메이션, 애니메이션 파생사업과 애니메이션 확장 산업의 생산액은 각 48.59억 위안, 141.35억 위안, 35.34억 위안, 162.55억 위안과 53.89억 위안으로 각각 11.0%, 32.0%, 8.0%, 36.8%, 12.2%의 성장률을 보임
- 모바일 애니메이션의 기지는 2012년 상용화되기 시작해 2012년 생산액은 3억 위안. 2013년 생산액은 현재 6.5억 위안에 달하는데 2013년 말까지 12억 위안에 달할 것으로 예측됨. 모바일 애니메이션의 월 이용자는 1,600만 명을 넘어서고 있으며 월 평균 PV(page view)는 2억 회에 달함
- 현재 중국 애니메이션 시장 규모는 큰 편이 아니지만 성장속도는 평균 400%에 달해 앞으로 더 빠른 성장이 기대됨
- 2012년 중국 애니메이션 산업 전체 생산량 총 22만 여분(分)으로 완만한 성장을 보임. 성장률은 전년대비 15% 하락하였으나 최근 2년 간의 발전 현황을 봤을 때 단순히 생산량과 규모 확대에 주목했던 과거에 비해 질적으로 우수한 작품이 다수 등장했음에 주목해야 할 것임. 저장(浙江), 강쑤(江苏), 광둥(广东), 푸젠(福建), 베이징(北京) 등 지역이 중국 애니메이션 산업을 선도하는 지역으로 주목받고 있음
- 현재 중국 애니메이션 산업 제작에 종사하는 기구는 약 300개로 그 종사자만 15만 명에 이룸. 2012년 애니메이션의 기업 수는 처음으로 마이너스 성장을 보였는데 2011년의 224개에서 215개로 감소함
- 애니메이션 기업 수익의 60%는 TV애니메이션 방송에서 창출하고 있으며 2012년 애니메이션 채널 방송 총시간은 117,193시간으로 2011년과 비교해 4.24% 증가함
- 중국 각지 어린이 채널에서 방송한 중국 애니메이션은 평균 3,000시간이지만 관련기구의 예측에 따르면, 전국 각 방송국의 애니메이션 구매액은 5,000만 위안에 미치지 못하는 것으로 나타남. 이것은 중국 애니메이션 산업, 특히 창작형태의 애니메이션 기업 발전의 문제점으로 보임

#### ■ 애니메이션의 생산과 창작

- 2012년 중국 애니메이션 산업 전체 생산량은 꾸준한 성장세를 이어갔으며 양적 성장

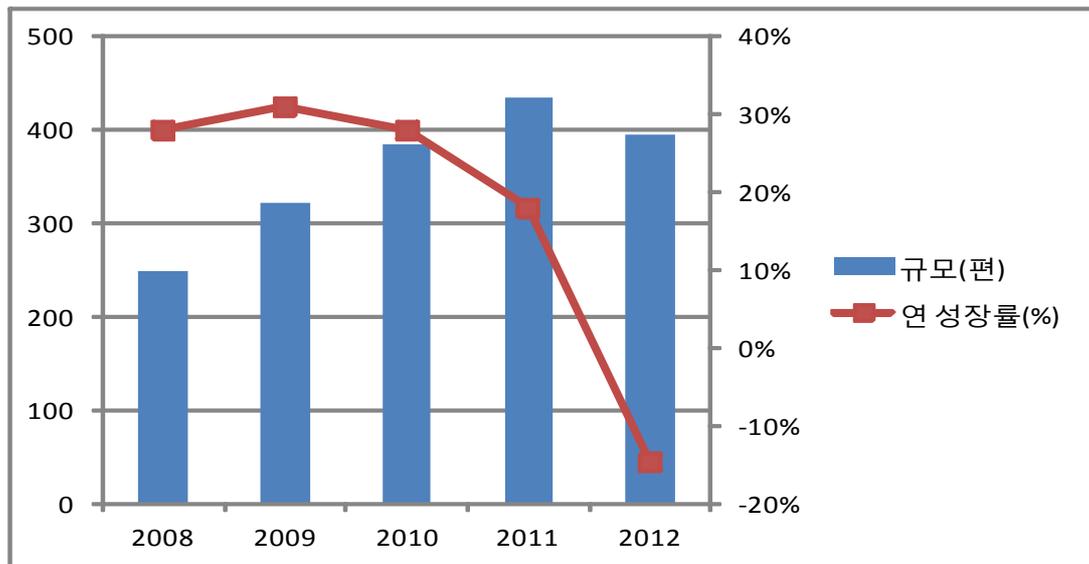
에서 질적 성장으로의 발전 방향 전환을 시도하고 있음. 국가급 중점 애니메이션 산업 클러스터를 통해 산업의 전반적인 발전을 꾀하고 있으며 TV애니메이션 방송의 수익률 문제는 중국 애니메이션 산업 발전의 문제점으로 부각되고 있음

- 생산량의 측면에서 볼 때, 2012년 제작된 TV애니메이션은 총 395편(222,938분 = 약 3700시간)으로 2008년부터 2011년까지 중국 창작 애니메이션의 생산량은 꾸준한 성장 추세를 보였지만 2012년 처음으로 마이너스 성장을 기록함

【 표 1 】 2008-2012 중국 창작 애니메이션 생산량 발전 변화

연도	규모(편)	시간(분)	연 성장률(%)
2008	249	131,042	28%
2009	322	171,816	31%
2010	385	220,868	28%
2011	435	261,224	18%
2012	395	222,938	-14.66%

【 그림 1 】 2008-2012 중국 창작 애니메이션 생산량 발전 변화



- 12차 5개년 계획 기간 동안 중국정부는 애니메이션의 양적 성장에서 질적 성장으로의 전환을 장려하겠다고 밝혔으며 이에 따라 최근 2년 동안 중국 애니메이션 산업은 단순히 생산량과 규모의 확대를 벗어난 발전단계에 진입함

- 우수 애니메이션 작품을 기준으로 중국 애니메이션 산업 선진지역과 클러스터를 형성함. 애니메이션 클러스터는 양질의 작품을 제작할 수 있는 환경적 조건을 제공함

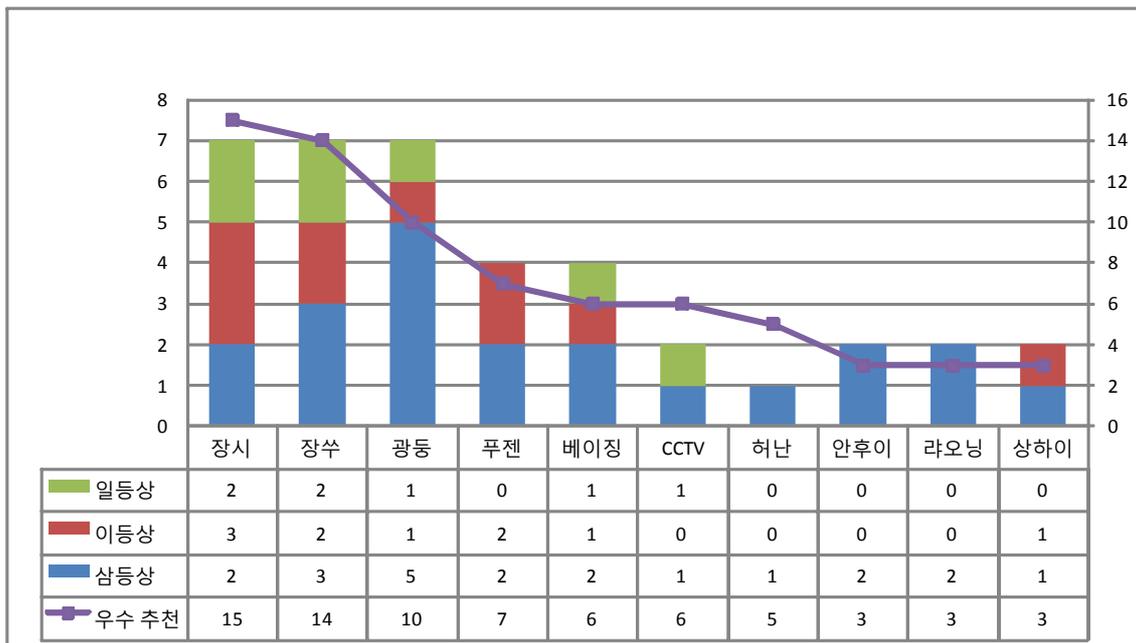
- 각 지방정부의 애니메이션 특혜 정책으로 애니메이션은 주요 도시에서 안정적인 성장을 이루고 있음. 특히 TV애니메이션 제작 상위 5개 도시는 광둥, 장쑤, 저장, 푸젠과 안후이(安徽)였고 베이징, 허난, 랴오닝, 내몽구, 톈진 등 도시가 그 뒤를 잇고 있음

【표 2】 2012년 중국 각 성 TV 애니메이션 제작 현황

순위	지역	수(편)	시간(분)	순위	지역	수(편)	시간(분)	순위	지역	수(편)	시간(분)
1	광둥	57	48,542	6	베이징	23	9,952	11	상하이	11	3,824
2	장쑤	85	47,923	7	허난	14	8,995	12	후베이	11	3,369
3	저장	46	26,375	8	랴오닝	12	7,227	13	산둥	8	3,006
4	푸젠	44	23,464	9	내몽구	4	4,930	14	충칭	4	2,398
5	안후이	39	18,585	10	톈진	8	4,576	15	장시	6	1,641

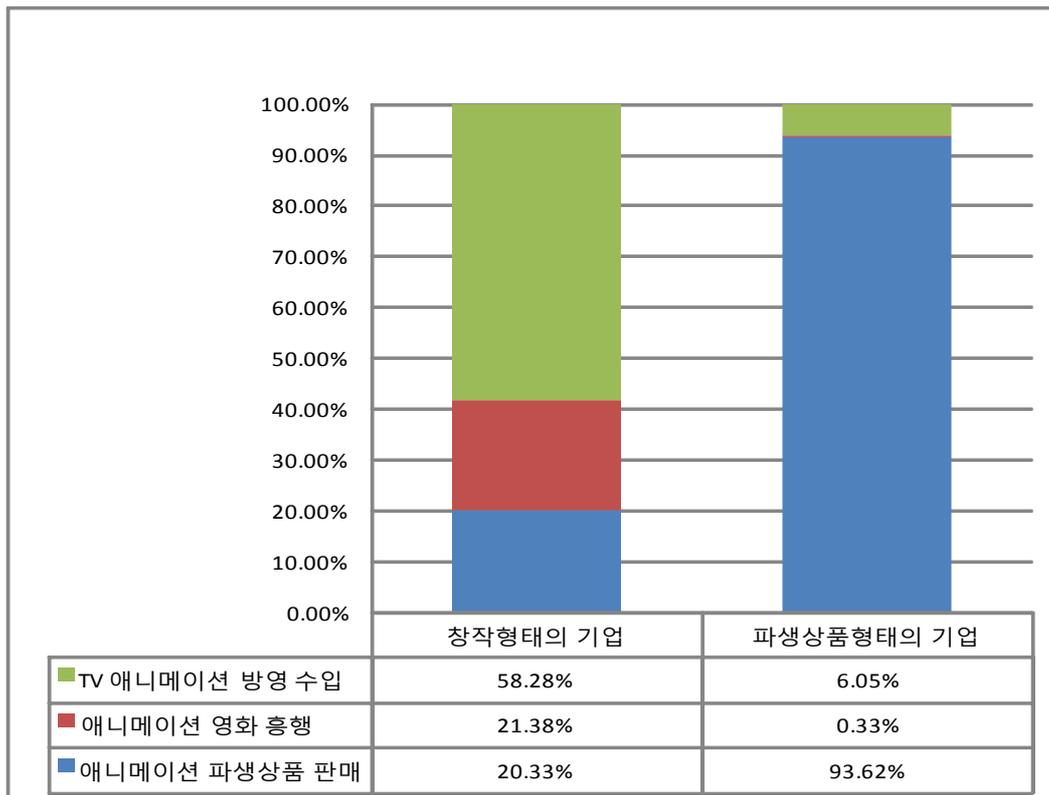
- 2012년 광전총국은 중국 TV 방송기구에 81편의 중국 우수 애니메이션을 선정해 추천 방영 리스트를 각 지역에 전달, 방영하도록 권고하였고 저장성에서 15편, 장쑤성에서 14편, 광둥성에서 10편, 푸젠성에서 7편의 애니메이션이 선정됨

【그림 2】 2013년 광전총국 선정 우수 애니메이션 지역별 비교



- 2005년 이후 중국 광전총국은 중국 애니메이션의 고급화 전략을 위해 중국 애니메이션 발전 자금 프로젝트를 실시하였고 매년 우수 애니메이션을 추천하여 창작을 장려함. 현재까지 300여 개의 프로젝트에 8,000만 위안의 자금을 지원함
- 2011년에는 우수 학교 단편 애니메이션 프로젝트를 증설하였고 2012년에는 우수 애니메이션 창작 인재 프로젝트를 증설하는 등 애니메이션의 창조와 인재발굴을 위한 목적으로 자금을 사용하고 있음
- 현재, 애니메이션 생산 제작에 직접 종사하는 기구는 300여 개이며 종사자 수는 약 15만 명임. 2012년 중국 애니메이션 제작 기업 수는 처음으로 마이너스 성장을 기록함
- 중국 창작형태의 애니메이션 기업 수익의 60%는 TV애니메이션 방송인데 광전총국의 연구보고에 의하면 중국 TV방영기구 연평균 애니메이션 구입액 규모는 5,000만 위안에 미치지 못함. 이것은 중국 애니메이션 산업, 특히 창작형태의 애니메이션 기업 발전에 큰 걸림돌이 되고 있음

■ 그림 3 ■ 2013~2013 중국 애니메이션 기업 수입 구성

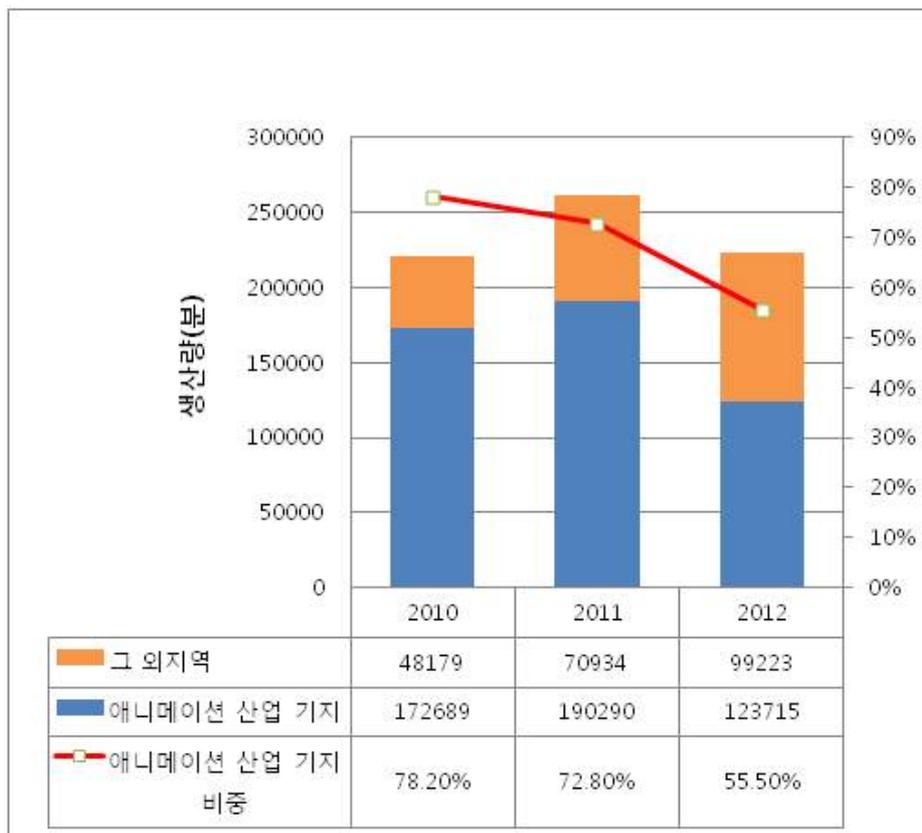


출처: 중국 애니메이션 학회, 북경 문화산업 연구원 <2013년 애니메이션기업 설문조사>

- 애니메이션 산업 기지는 중국 애니메이션 산업의 전문적·집적 발전모형으로 장강삼각주지역(长三角地区)과 주강삼각주지역(珠三角地区), 환발해지역(环渤海地区)의 애니메이션 산업이 성숙기 단계에 진입함. 중부지역(中部地区), 화북지역(华北地区), 동북지역(东北地区)은 애니메이션 산업이 빠르게 부상하고 있음
- 2012년 중국 애니메이션 산업 기지의 애니메이션 제작량은 총 210편(123,715분)으로 전체 총 생산의 55%를 차지하고 있지만 생산량은 하락하는 추세임

【그림 4】 2012년 중국 애니메이션 생산량

단위: 분



- 생산량 비중의 하락은 국가급 시범기지가 기축이 되어 애니메이션 산업이 초기의 단순한 생산량과 규모 확대 단계에서 벗어나 질적 특화 발전 단계에 진입하고 있음을 나타내고 있는 것으로 간주됨
- 그 가운데 심천기지(深圳基地)는 지리적 우위를 이용해 심천애니메이션박람회(深圳动漫交易会)를 개최하는 등 기지 전체를 전시장으로 꾸며 업계 관계자와 소비자들의 주목을 받고 있음. 상주(常州)는 상주중화공룡공원과 애니메이션의 결합을 통해 문화산

업사슬의 업그레이드 께함. 항주는 중국국제애니메이션페스티벌을 통해 기지의 인지도와 영향력을 향상시키고 있음

### ■ TV 애니메이션 프로그램의 방송 시스템

- 중국 애니메이션 방송 시스템은 주로 CCTV어린이채널(央视少儿), 베이징KAKU어린이 채널(北京卡酷少儿), 상하이쉬엔동(上海炫动), 장쑤요우만(江苏优漫), 후난진잉(湖南金鹰), 광둥지아지아(广东嘉佳)등 6개 위성 어린이 채널이 있음. 또한 종합 채널에서도 애니메이션 방영 시간대를 구성하고 있음. 그 중 상기 6개 위성 채널의 연 평균 애니메이션 방송 시간은 총 3,000시간을 넘어서고 있음
- 2012년 어린이 채널 총 방영시간은 117,193시간으로 전년대비 4.2% 늘어남. 1인당 연 평균 애니메이션 시청 시간은 38시간으로 전년대비 11.76% 늘어남. 중국 전체 TV애니메이션 방송시간은 모든 TV 프로그램 방송시간의 2.8%로 각 지역 비율은 비슷한 편이며 화북지역이 비교적 높은 편임. 중국 TV애니메이션의 시청 시간은 전체 TV 프로그램 시청시간의 3.7%로 화남지역이 5.7%로 가장 높은 것으로 나타남

■ 그림 5 ■ 2010~2012년 TV애니메이션 프로그램 방영시간 및 일인 평균 시청시간



그림 6 | 2012년 TV애니메이션 방영시간 지역별 비교

단위: 만 분(分)

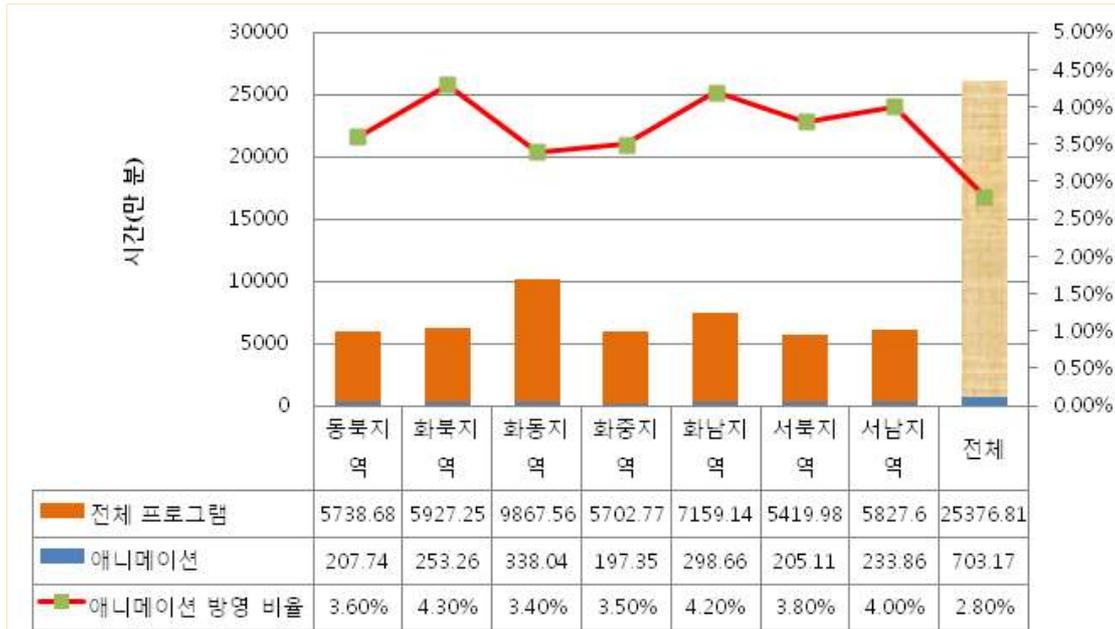
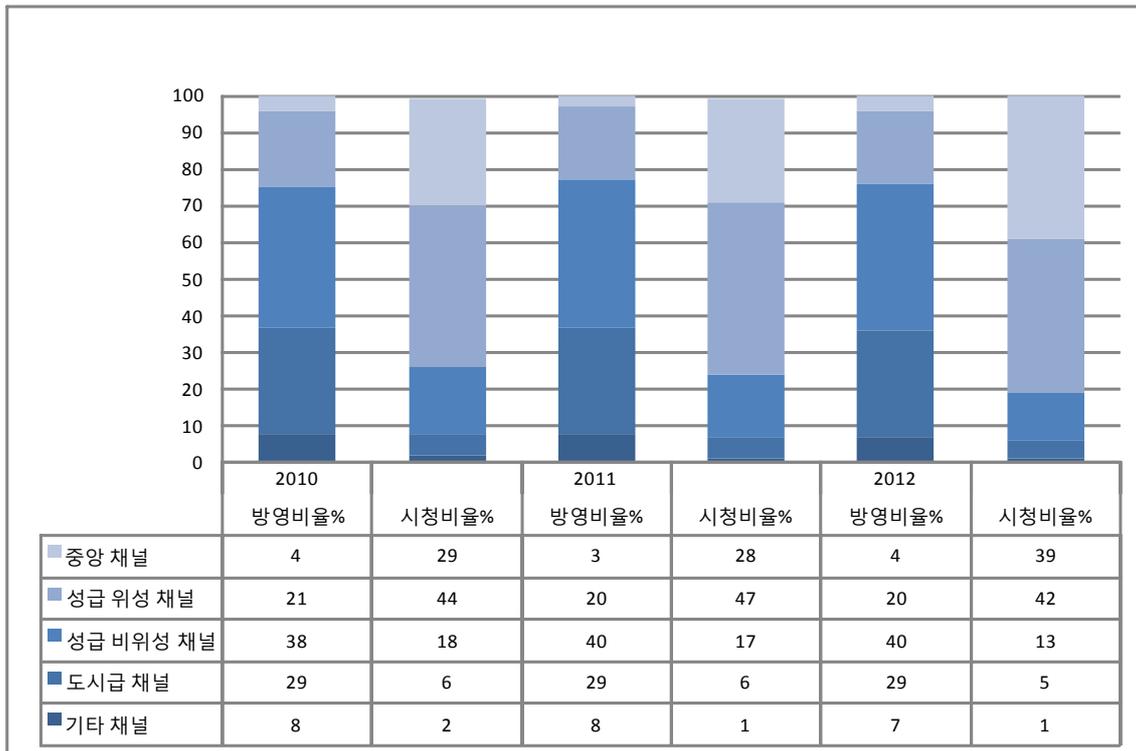


그림 7 | 2012년 TV애니메이션 일인 평균 시청시간 지역별 비교



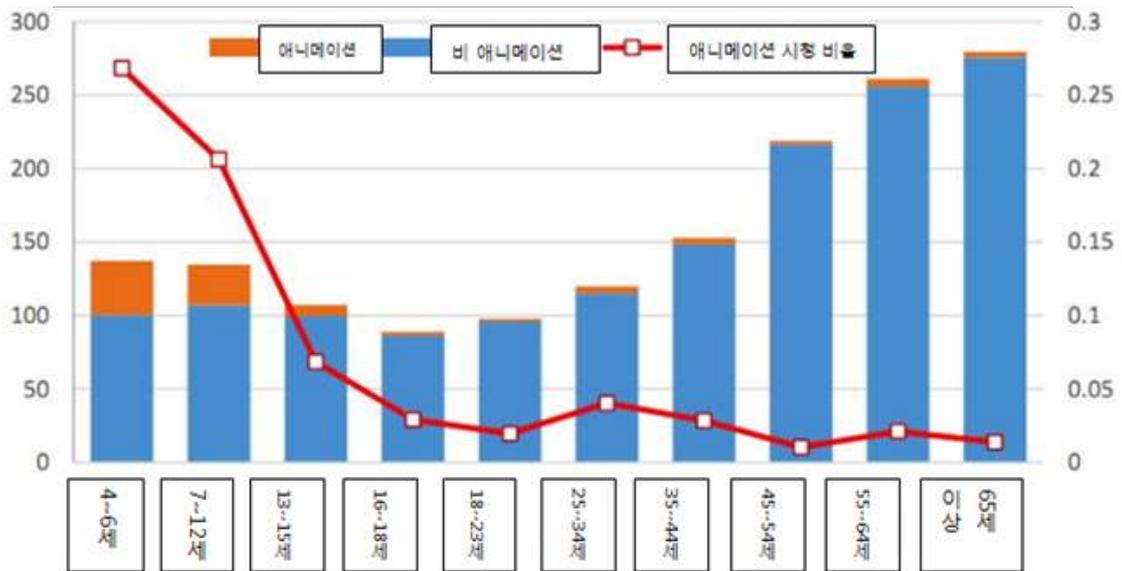
- 성(省)급과 도시급 채널은 애니메이션 방송의 주요 유통경로로 총 방송의 90%를 차지함. 중앙 채널은 4%의 방송 비중으로 39%의 시청률을 얻는데 2010~2012년의 통계를 살펴보면 전체 시청률은 매년 증가하고 있고 중앙 채널은 애니메이션채널의 시청률에서 절대적인 우위와 경쟁력을 가지고 있음을 볼 수 있음

■ 그림 8 ■ 2010~2013 각 지역 방송국 채널의 애니메이션 방영비율 및 시청률



- CCTV 어린이 채널, 상하이TV 슈엔둥 애니메이션 채널, 장쑤TV 요우만 애니메이션 채널은 2013년 중국 광전총국 중국애니메이션 발전전문자금(2013年国家广电总局国产动画发展专项资金)에서 어린이/애니메이션채널 부문 일등상을 받음
- TV 애니메이션의 주시청자는 4~12세 어린이로 중국 애니메이션 시장은 낮은 연령층에 편중되어 있음을 알 수 있음. 대부분의 작품이 유아를 대상으로 하고 있음
- 상대적으로 16~24세 청소년의 TV시청시간은 적은 편이며 주로 인터넷을 통해 오락 프로그램을 시청하고 있는 것으로 조사됨
- 반면 25~44세와 55~64세의 연령대의 애니메이션 시청시간이 높은 것으로 조사되었는데 이는 12세 이하 어린이의 부모와 조부모층으로 어린이들과 함께 TV를 시청하기 때문인 것으로 판단됨. 또한 이 연령대는 어린이를 대신해 어린이 채널을 선택하는데 이들의 기호도 무시할 수 없음. 그렇지만 이들이 애니메이션 방송 채널 광고 타겟층이라고 단정지을 수는 없음

■ 그림 9 ■ 2012년 각 연령별 애니메이션과 비애니메이션 프로그램 1인당 평균 시청 시간 비교



- 아래는 세 가지 측면에서 분석한 2012년 중국 제작 애니메이션 작품의 시장조사임:

○ 방송 점유율

- 6개의 위성 어린이/애니메이션 채널의 황금시간대(17:00~22:00) 방영 총시간을 분석해 시장의 수용정도를 나타냄. 고정지역 내 방송 총 시간이 길수록 일반적으로 미디어의 점유율도 높음
- 시청자가 많기 때문에 많은 방송 시간을 보장받고 이것을 토대로 시장에서의 영향력을 확대시키는데 이는 방송점유율이 시장점유율의 직접적인 영향에 있다고 볼 수 있음

【 표 3 】 2012년 TV 애니메이션 황금시간대 방송점유율 순위

순 위	애니메이션	방송 총시간(분)	제작회사
1	Happy sheep and grey wolf시리즈 (喜羊羊与灰太狼系列)	36,373	광둥원창동력문화커뮤니케이션유한회사 (广东原创动力文化传媒有限公司)
2	Boonie Bears시리즈(熊出没系列)	34,110	선전화강디지털애니메이션유한회사 (深圳华强数字动漫有限公司)
3	Happy baby(开心宝贝系列)	29,092	광둥명성창의애니메이션유한회사 (广东明星创意动画有限公司)
4	FRUITY ROBO시리즈(果宝特攻系列)	19,590	광저우란후문화커뮤니케이션유한회사 (广州蓝弧文化传媒有限公司)
5	Seer(赛尔号)	10,438	상하이타오미네트웍과학기술유한회사 (上海淘米网络科技有限公司)
6	마이키 오보트 시리즈(战斗王系列)	10,426	광저우아오페이문화커뮤니케이션유한회사 (广州奥飞文化传媒有限公司)
7	GGbond 시리즈(猪猪侠系列)	10,011	광저우용성문화커뮤니케이션유한회사 (广州咏声文化传媒有限公司)
8	우주성신(宇宙星神)	8,972	광저우란후문화커뮤니케이션유한회사
9	Sweetheart Princess(甜心格格)	8,676	선전시팡콰이애니메이션문화발전유한회사 (深圳市方块动漫文化发展有限公司)
10	Chi bo young(奇博少年)	8,654	광저우아오페이문화커뮤니케이션유한회사

○ 재방송률 : 재방송률 역시 시장 수용의 중요 표현으로 상당 부분으로 시청자의 수용과 인정을 나타냄

【 표 4 】 2012년 TV 애니메이션 재방송 순위

순 위	애니메이션	제작회사
1	Happy sheep and grey wolf시리즈 (喜羊羊与灰太狼系列)	광둥원창동력문화커뮤니케이션유한회사
2	Boonie Bears시리즈(熊出没系列)	선전화강디지털애니메이션유한회사
3	Happy baby(开心宝贝系列)	광둥명성창의애니메이션유한회사
4	full of joy(大耳朵图图系列)	상해위성full of joy영상매체유한회사 (上海上影大耳朵图图影视传媒有限公司)
5	GGbond 시리즈(猪猪侠系列)	광저우용성문화커뮤니케이션유한회사
6	Seer(赛尔号)	상하이타오미네트웍과학기술유한회사
7	빠라라시아오모시엔(巴拉拉小魔仙)	광저우아오페이문화커뮤니케이션유한회사
8	Legend of The Mole(摩尔庄园)	상하이타오미네트웍과학기술유한회사
9	FRUITY ROBO(果宝特攻系列)	광저우란후문화커뮤니케이션유한회사
10	Electro boy(电击小子)	광저우아오페이문화커뮤니케이션유한회사

○ 저작권 판매 : 시장에서 수용되는 작품은 저작권 판매가격이 비교적 높은 편임

【 표 5 】 2012년 TV 애니메이션 저작권 판매 순위

순 위	애니메이션	제작회사
1	Happy sheep and grey wolf시리즈 (喜羊羊与灰太狼系列)	광둥원창동력문화커뮤니케이션유한회사
2	Happy baby(开心宝贝系列)	광둥명성창의애니메이션유한회사
3	Boonie Bears시리즈(熊出没系列)	선전화강디지털애니메이션유한회사
4	Sweet heart Princess(甜心格格)	선전시팡콰이애니메이션문화발전유한회사
5	Blue cat시리즈(蓝猫系列)	톈진Bluecat카툰커뮤니케이션유한회사 (天津蓝猫卡通传媒有限公司)
6	GGbond 시리즈(猪猪侠系列)	광저우용성문화커뮤니케이션유한회사
7	full of joy(大耳朵图图系列)	상해위성full of joy영상매체유한회사
8	Happy Family(宝贝女儿好妈妈)	광둥원창동력문화커뮤니케이션유한회사
9	Zodiac The Race Begins(生肖传奇系列)	선전화강디지털애니메이션유한회사
10	Young avanty(少年阿凡提)	저장닝보민화영상애니메이션주식유한회사 (浙江宁波民和影视动画股份有限公司)

- 방송 점유율, 재방송률, 저작권 판매 TOP10에 모두 해당되는 애니메이션은 모두 중국 창작 애니메이션으로 광전총국의 우수작품 심사를 통해 추천을 받은 작품이며 중국을 대표하는 우수 애니메이션이라고 할 수 있음
- 시리즈 제작은 애니메이션 시장 점유의 중요한 수단으로 브랜드 전략의 논리를 기초로 하고 있음
- 주요 어린이/애니메이션 채널은 전체 채널 시청률 순위에서 상위권에 해당하고 있음. 2012년 CCTV어린이 채널은 중국 전체 77개 위성 채널 중 11위였고, 후난전잉카툰채널은 27위, 북경KAKU어린이채널은 30위를 차지함. 4~14세 목표 시청자 중에서 어린이/애니메이션 채널의 시청률 순위는 절대적인 우위에 있음
- 이렇듯 어린이/애니메이션 채널의 시청률은 비교적 높은 편이지만 그만큼의 채널 수익을 얻지 못하고 있는 실정임

【 표 6 】 2012년 위성 애니메이션/어린이 채널 연령별 시청 순위

채널	4-14세 시청자		4세 이상 모든 시청자	
	시청률	순위	시청률	순위
<b>CCTV어린이채널</b> (中央电视台少儿频道)	<b>1.0247</b>	<b>1</b>	<b>0.2437</b>	<b>11</b>
CCTV종합채널 (中央电视台综合频道)	0.4716	2	0.6102	
후난TV위성채널 (湖南电视台卫星频道)	0.4462	3	0.3748	
<b>후난TV짚잉카툰채널</b> (湖南电视台金鹰卡通频道)	<b>0.4074</b>	<b>4</b>	<b>0.089</b>	<b>27</b>
<b>베이징KAKU어린이채널</b> (北京卡酷少儿频道)	<b>0.3473</b>	<b>5</b>	<b>0.0795</b>	<b>30</b>
장쑤위성TV (江苏卫视)	0.2328	6	0.3561	
<b>광둥TV지아지아카툰채널</b> (广东电视台嘉佳卡通频道)	<b>0.2149</b>	<b>7</b>	<b>0.0442</b>	<b>40</b>
CCTV6中央台六套	0.2116	8	0.3105	
저장위성TV (浙江卫视)	0.1909	9	0.2791	
안후이위성TV (安徽卫视)	0.1735	10	0.2311	
<b>상하이TV슈엔둥카툰채널</b> (上海电视台炫动卡通频道)	<b>0.1511</b>	<b>11</b>	<b>0.0329</b>	<b>44</b>
CCTV3中央台三套	0.1463	12	0.3731	
CCTV8中央台八套	0.1274	13	0.2879	
<b>요우만카툰위성TV</b> (优漫卡通卫视)	<b>0.1228</b>	<b>14</b>	<b>0.0283</b>	<b>46</b>
산둥위성TV (山东卫视)	0.1207	15	0.2082	

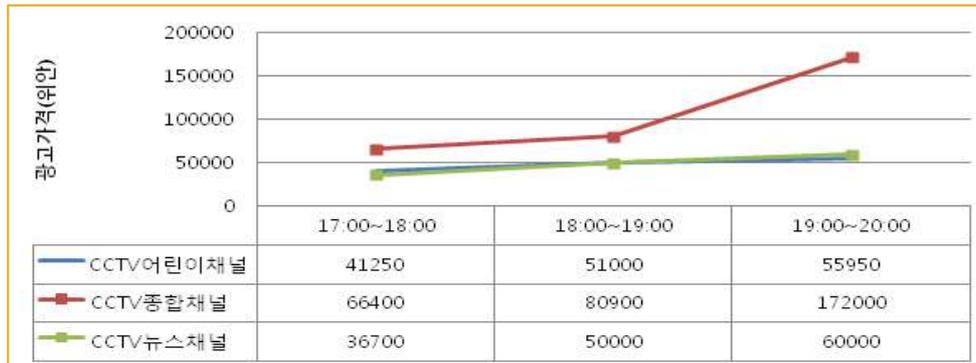
【 표 7 】 2012년 각 애니메이션/어린이 채널 지역별 시청률 및 시청현황

채널	기본시청현황				
	지역범위	시청률%	시장점유율%	평균도달률	평균충성도
CCTV어린이	중국전역	0.53	1.92	4.47	12
베이징 KAKU	베이징	0.19	0.67	2.07	9.1
상하이 슈엔둥	상하이	0.07	0.26	0.88	8.1
후난썬잉	후난	0.20	0.70	2	9.8
광둥지아지아	광둥	0.10	0.34	0.87	11.1
장쑤요우만	장쑤	0.07	0.25	0.72	9.7

- 애니메이션 시장 가치에 대한 인식이 부족해 애니메이션채널과 종합채널의 광고가격은 여전히 차이가 있음
- 채널 수익 차이의 이유는 두 가지로 볼 수 있는데 하나는 가격의 절대 가치고 다른 하나는 시간별 가격의 차이임
- 같은 시간대의 가격과 비교해 볼 때, 베이징 KAKU의 17:00~19:00 시간대의 광고 가격이 베이징 위성TV보다 높지만 다른 모든 애니메이션 채널의 광고 가격은 보통 종합채널의 광고 가격보다 낮음. 19:00~20:00 시간대의 상하이 위성TV 광고 가격은 같은 시간대 상하이슈엔둥의 8배가 넘고 있음
- 다른 시간대의 광고 가격을 비교해 보면 더 뚜렷한 결과를 보이는데 종합 채널은 광고 분할 시스템이 더 체계적이고 가격의 차이도 비교적 큼. 19:00~20:00 시간대의 광고는 17:00~18:00 시간대의 2~3배임
- 채널 수익은 애니메이션 구매 가격에 직접적인 영향을 주고 애니메이션 기업의 수익에도 직접적인 영향을 주고 있음. 구매 가격이 낮을 경우, 자금 유동에 장애를 받아 애니메이션 기업 수익과 지속적인 발전에 악영향을 미침

【그림 10】 CCTV 방송국 어린이 채널과 타채널의 황금시간대 15초 광고 가격 비교

단위: 위안



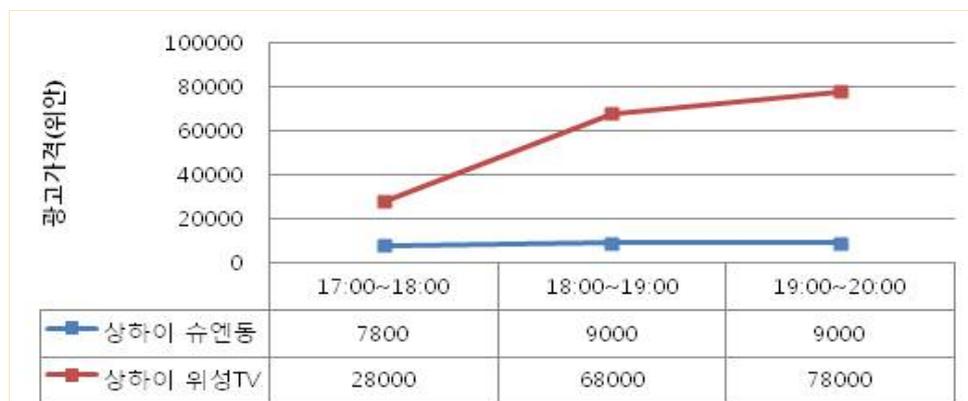
【그림 11】 BTV 어린이 채널과 타채널의 황금시간대 15초 광고 가격 비교

단위: 위안



【그림 12】 상해 방송국 어린이 채널과 타채널의 황금시간대 15초 광고 가격 비교

단위: 위안



【그림 13】 후난 방송국 어린이 채널과 타채널의 황금시간대 15초 광고 가격 비교

단위: 위안



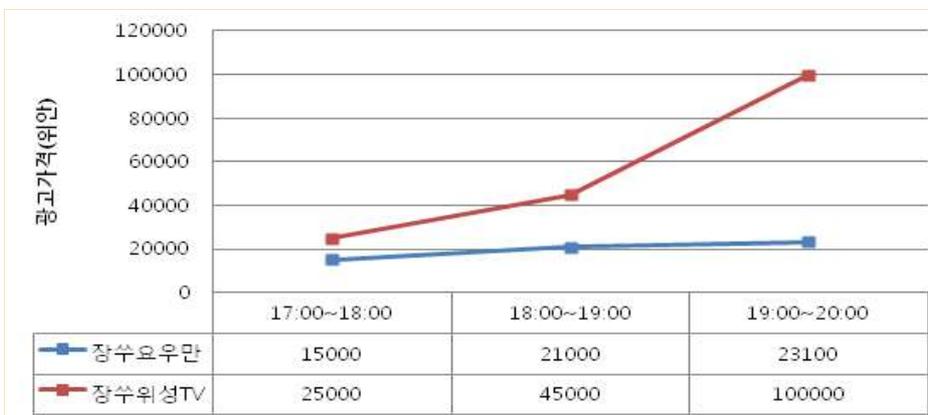
【그림 14】 광둥 방송국 어린이 채널과 타채널의 황금시간대 15초 광고 가격 비교

단위: 위안



【그림 15】 장쑤 방송국 어린이 채널과 타채널의 황금시간대 15초 광고 가격 비교

단위: 위안

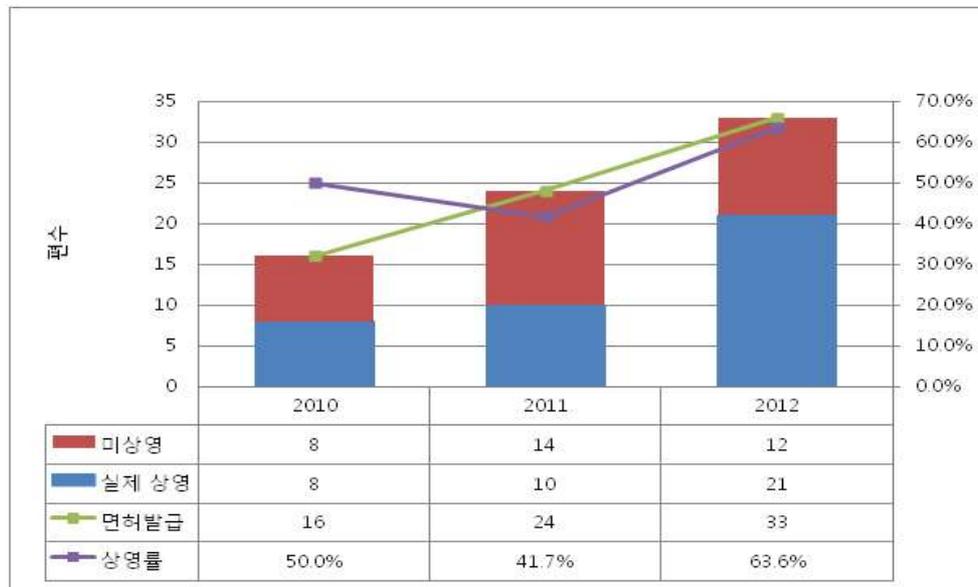


### ■ 극장용 애니메이션 시장 현황

- 2012년 광전총국에서 공인한 극장용 애니메이션은 모두 33편으로 그 중 극장 체인을 통해 시장에 진출한 영화는 25편임
- 중국의 극장용 애니메이션의 제작량은 2009년 이후 평균 30%이상의 증가율을 보였으나 2011년 50%의 증가율에 비해 2012년 증가율은 다소 주춤하는 양상을 보임

【그림 16】 2010-2012 중국 애니메이션 영화제작 편 수 및 상영률

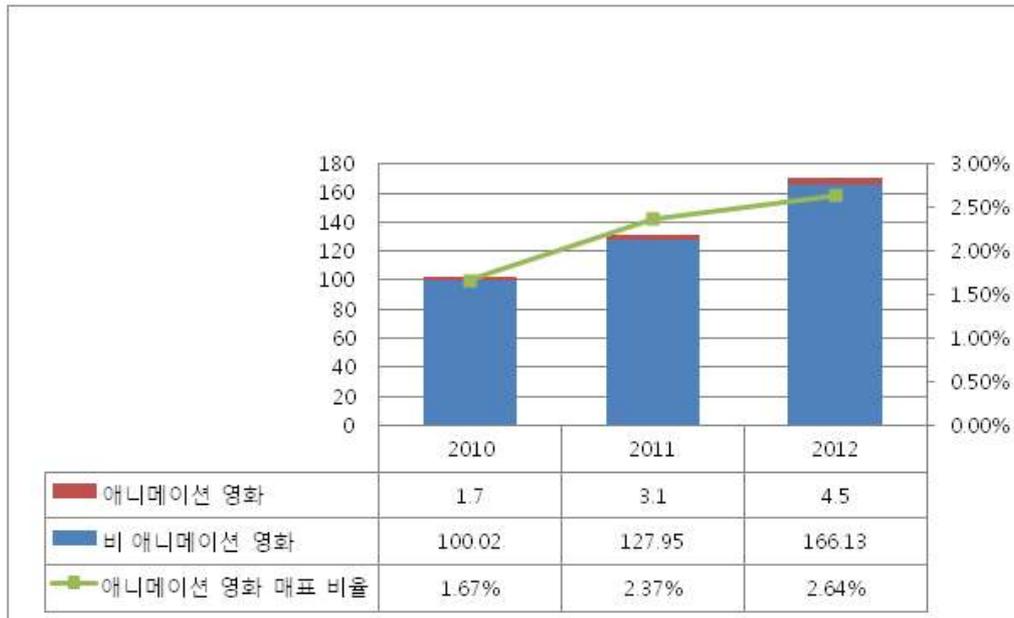
단위: 편, %



- 2012년 극장용 애니메이션 박스 오피스 총수입은 30억 위안으로 중국 전체 영화 박스 오피스 수입의 17.7%를 차지함. 2011년과 비교해 큰 증가폭을 보이지만 외국 애니메이션 영화 박스 오피스 수입이 여전히 대부분을 차지해 중국 애니메이션 영화는 열세적인 위치에 있음

■ 그림 17 ■ 2010~2012 중국 원선 TOP10의 극장용 애니메이션 누적 박스 오피스

단위: 억 위안



- 중국 극장용 애니메이션의 박스 오피스 순위 상위 10개 영화의 박스 오피스는 평균 1,000만 위안을 넘었고 누적액은 4억 5,000만 위안을 넘음
- 2010년 《희양양과회태랑의후후생위(喜羊羊与灰太狼之虎虎生威)》의 독보적인 상황에서 2012년 상위 10개의 중국 애니메이션 영화는 박스 오피스 수입 면에서 경쟁적인 새로운 국면이 나타남
- 《희양양과회태랑:즐거운용의해(喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年)》의 총 박스 오피스 수입은 1억 6,000만 위안을 넘어서며 극장용 애니메이션 박스 오피스 신기록을 세움
- 《나는회태랑을사랑해(我爱灰太狼)》, 《The Monkey King 3D(大闹天宫 3D)》, 《마이도우의 음악여행(麦兜当当伴我心)》의 박스 오피스 수입은 평균 4,000만 위안을 넘었고 다른 6편도 1,200만 위안을 넘음

【 표 8 】 애니메이션 영화 누적 박스오피스 수입 TOP 10

단위: 억 위안

순위	애니메이션	박스 오피스
1	《희양양과회태랑》 시리즈	71,247
2	《로코왕국》 시리즈	9,921
3	《Seer》	7,709
4	《The Monkey King 3D》	4,815
5	《빠라라시아오모시엔》	4,702
6	《팬더 총동원(熊猫总动员)》	4,675
7	《마이도우의 음악여행》	4,620
8	《모얼창위엔》 시리즈	4,327
9	《Yugo&Lala》	2,200
10	《CJ7:The Cartoon》	2,042

(2013년 4월 말 기준)

- 시리즈 방식의 출현은 중국 애니메이션 시장의 성장에 긍정적인 영향을 미치고 있는 가운데 극장용 애니메이션 박스 오피스 순위 상위 10개의 작품 가운데 《Yugo&Lala》를 제외한 나머지가 모두 브랜드 인지도가 높다는 공통점을 갖고 있음
- 《희양양과회태랑》 시리즈는 TV와 극장용 애니메이션을 포함한 작품 누적 수가 약 900편에 달하며 충성도 높은 시청자를 바탕으로 브랜드를 구축하여 브랜드 효과를 얻고 있는 대표적인 작품임
- 《Seer2》, 《모얼창위엔2》는 인지도 높은 온라인 게임을 각색한 것으로 게임 유저들의 관심을 받으며 안정적으로 시청자를 확보할 수 있었음

#### ■ 뉴미디어 애니메이션

- 최근 인터넷의 보급과 스마트폰의 확산으로 뉴미디어 플랫폼이 애니메이션 공급의 새로운 플랫폼으로 부각되면서 유쿠(优酷), 아이치이(爱奇艺), SOHU(搜狐), TENCENT(腾讯)등 대형 온라인 동영상 사이트는 전문 애니메이션 카테고리를 개설하여 운영하려는 움직임을 보이고 있음
- 한국, 일본, 유럽, 미국 등 해외 애니메이션 판권 구입이 활발해지고 있으며 네티즌이 직접 참여할 수 있는 네티즌 창작 애니메이션 채널까지 등장하고 있음. 이로 인해 인

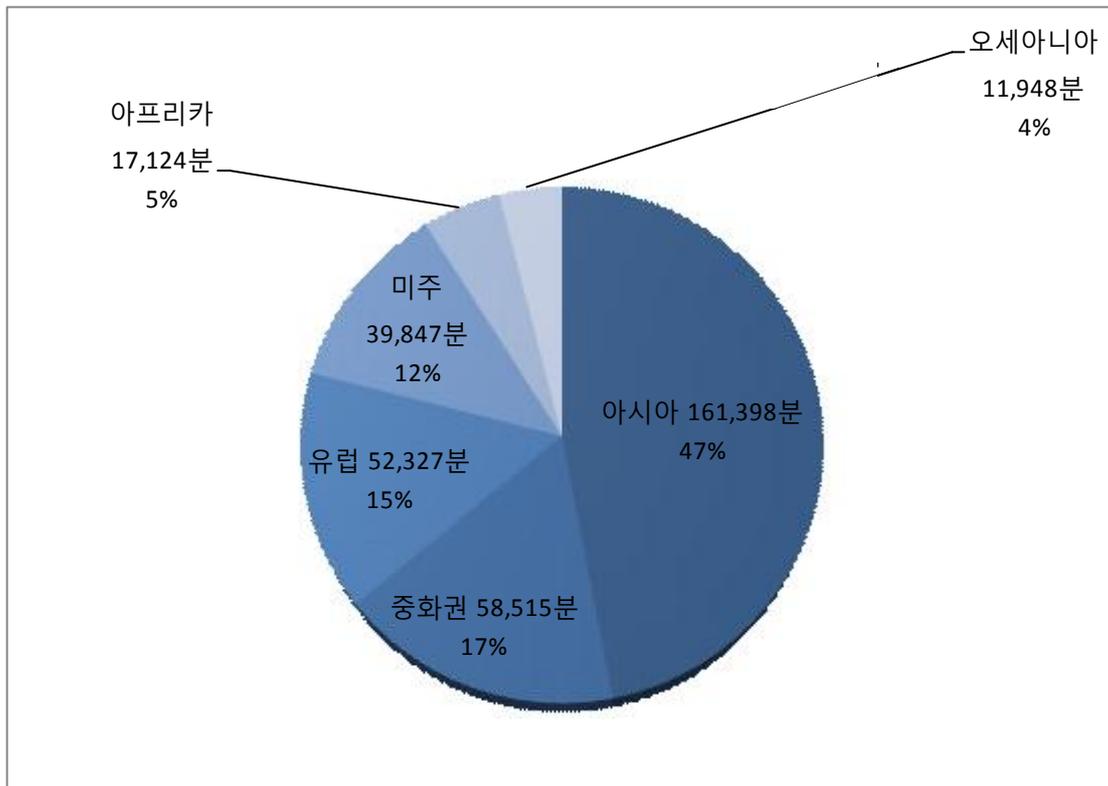
기 애니메이션의 온라인 동영상 판매 가격이 급증하는 현상을 보이기도 했음

**■ 해외시장 개척**

- 해외시장 개척은 중국 애니메이션 산업이 추진하고 있는 중요한 시안으로 현재 중국은 각종 박람회 및 교류전, 전문가 포럼, 합작제작, 라이선싱 등 적극적으로 해외 유통경로 모색하고 있음
- 2012년 중국 애니메이션의 수출 국가와 지역을 살펴보면 홍콩, 타이완, 마카오 지역을 포함한 아시아가 주요시장으로 아시아 시장에서의 중국 애니메이션 점유율은 64%를 차지하고 있음

**■ 그림 18 ■ 2012년 중국 애니메이션 수출지역 분포**

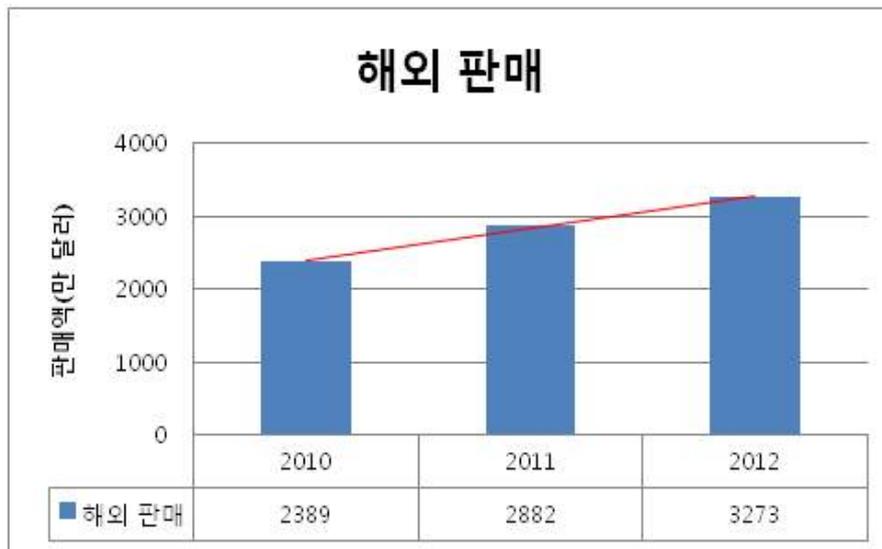
단위: 분, %



- 최근 3년 동안 중국 애니메이션의 해외 판매는 점점 증가하고 있음. 2012년 중국 애니메이션 수출 판매액은 3,273만 달러로 2011년의 2,882만 달러 대비 증가폭이 뚜렷함

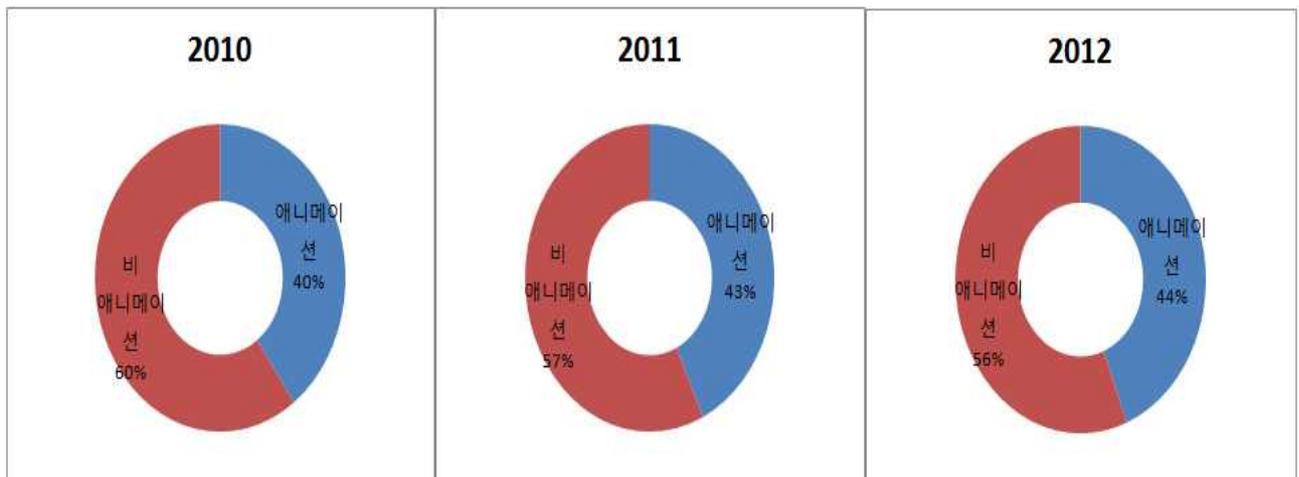
■ 그림 19 ■ 2010~2012년 중국 애니메이션 해외수출 판매액

단위: 만 달러



- TV애니메이션은 전체 TV프로그램 수출과 비교해 2010년부터 소폭 상승세를 보임

■ 그림 20 ■ 2010~2012년 애니메이션과 비애니메이션 TV프로그램 수출 총액 비교



- 중국 애니메이션 해외 수출 상위 10위 기업은 다음과 같음

【 표 9 】 2012년 애니메이션 해외수출 TOP 10 기업

기업명	소재지
장통애니메이션주식유한회사 (江通动画股份有限公司)	후베이
후난산마오카툰유한회사 (湖南山猫卡通有限公司),	후난
후난란마오애니메이션커뮤니케이션유한회사 (湖南蓝猫动漫传媒有限公司)	후난
선전시팡콰이애니메이션문화발전유한회사	광둥
선전화강디지털애니메이션유한회사	광둥
상하이동쿠디지털과학기술유한회사 (上海动酷数码科技有限公司)	상하이
츠원미디어그룹유한회사 (慈文传媒集团有限公司)	상하이
저장중난카툰주식유한회사 (浙江中南卡通股份有限公司)	저장
후난쥘잉카툰유한회사	후난
충칭형홍동영상주식유한회사 (重庆享弘影视股份有限公司)	충칭

## 2. 중국 애니메이션산업 발전 추세

### ■ 시장주체의 빠른 성장, 규모 확대

- 애니메이션 기업 수는 지속적으로 증가해 2012년 110개의 애니메이션 기업 가운데 중국 문화부, 재정부, 세무총국의 심사를 거쳐 16개의 중점 애니메이션 기업이 선정되었고 공인된 애니메이션 기업 누적 수는 이미 500개를 넘어섰으며 중점기업은 34개로 확대됨

### ■ 투자방식의 개선, 자본이동의 활발

- 애니메이션 기업들이 빠른 속도로 주식시장에 상장하고 있음. 기업 융자방식이 다양해지고 있으며 저작권을 이용한 대출, 채권 등의 방식으로 산업 발전 자금이 유입됨

## ■ 애니메이션 브랜드 전략 부각, 우수 작품의식 강화

- 정부기관, 산업협회는 물론이고 기업도 브랜드전략과 우수작품에 대한 인지도를 강화함. 문화부와 광전총국, 신문출판총서는 공동으로 37개의 애니메이션 작품과 40개의 애니메이션 창조 프로젝트를 ‘국가 애니메이션 우수작품 프로젝트’로 선정하였고 20개의 애니메이션 브랜드와 30개의 애니메이션 창조 프로젝트를 ‘국가 애니메이션 브랜드 구축과 보호계획’으로 분류하여 효율적인 관리체계를 마련함

## ■ 애니메이션 투자 생산 활발

- TV애니메이션에 대한 투자 생산이 활발하게 이루어진 가운데 2012년 한 해 제작 등록된 TV애니메이션은 총 500편(약 47만 분), 전년대비 12.2%증가함. 2012년 3/4분기에는 광전총국이 추천한 49편의 우수 애니메이션이 방영되었고 총 시간은 4만 분으로 전년대비 19.7%증가함. 이를 통해 중국 TV애니메이션이 질적 발전을 이루고 있음을 알 수 있음
- 중국 3D TV채널이 개설되면서 3D TV애니메이션이 빠른 속도로 증가하고 있으며 고화질의 기술력을 갖춘 애니메이션이 앞다투어 출시되고 있음

## ■ 산업 융합 능력 강화

- 애니메이션기업은 브랜드 창작을 추진해 애니메이션의 산업화를 이룸. 각종 애니메이션 파생상품을 생산하는 동시에 완구, 의류, 식품, 일용품 등 관련 기업들이 애니메이션 캐릭터 투자를 시작함. 애니메이션 마케팅의 확대, 산업 애니메이션화를 적극적으로 모색하고 있음

## ■ 외국과 합작으로 새로운 돌파구 마련, 해외 애니메이션 중국시장으로 대규모 진출

- WTO를 통한 문화개방으로 우수 해외 애니메이션이 각종 방법으로 중국시장으로의 진출을 시도하고 있음