

중국(심천) 콘텐츠 산업동향

2022년 10호

해외 콘텐츠기업 탐방
- 중국 최대의 IP 보유 기업 알파엔터테인먼트

KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

중국(심천) 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA(SHENZHEN)

2022 년 10 호

구분(장르)	제 목	Key Word
기업탐방	▶ 알파엔터테인먼트주식회사를 만나보다 ▶ INTERVIEW Q & A ▶ 기업 정보 요약	애니메이션, IP, 완구
센터안내	▶ 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개 1. 심천비즈니스센터 운영 안내	맞춤형 현지종합서비스 / 정보

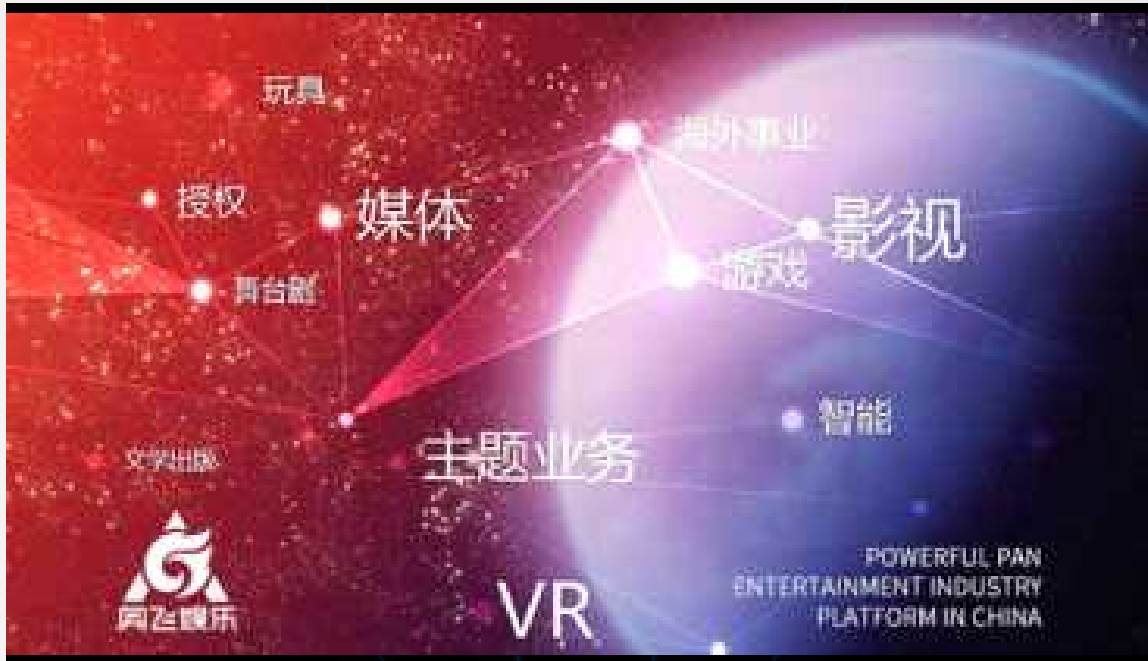
작성 | 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터

배포 | 2022.07.25



알파엔터테인먼트주식회사를 만나보다

KOCCA



알파엔터테인먼트주식회사 Cai dongqing 씨를 만나다

INTERVIEW NOTE

인터뷰 취지

알파엔터테인먼트주식회사(奥飞娱乐股份有限公司, 이하 '알파엔터테인먼트')는 1993년 중국 최초 애니메이션 상장기업으로 출발해 약 30년에 걸쳐 업계에서 최고의 실력과 잠재력을 갖춘 종합 애니메이션 콘텐츠 그룹으로 성장함. 애니메이션 IP를 활용한 애니메이션, 영화, 라이선스, 완구, 영유아 제품, 공간 엔터테인먼트 등 사업을 영위하고 있는 알파엔터테인먼트는 애니메이션 산업의 전 밸류체인을 모두 갖춘

2009년, 선전증권거래소에 '알파애니메이션(奥飞动漫)'으로 공식 상장하면서 본격적으로 애니메이션 사업을 시작한 알파엔터테인먼트는 현재 산하에 여러 계열사를 두고 3D 애니메이션, 만화, 애니메이션 캐릭터 디자인, 저작권 대행 등 다양한 캐릭터 사업을 전개하고 있음

대상자 소개

성명 Cai dongqing(蔡东青)
소속 CEO
업무 • 회사 운영 및 업무 관리

사진
비공개

KOCCA

INTERVIEW Q & A



✓ 기업 이슈



[그림 1] 7월 8일, 3D로 돌아온 해피히어로 극장판, 〈해피히어로(开心超人)〉 개봉 박두

※출처: 알파엔터테인먼트 공식 사이트

- 중국 최초의 애니메이션 IP 〈해피히어로〉 시리즈의 첫 번째 3D 극장판 〈해피히어로(开心超人之英雄的心)〉가 공식 홈페이지를 통해 7월 8일 전국 극장에서 동시 개봉을 확정하며 티저포스터를 공개함. 중국에서 오랜 시간 큰 인기를 끈 애니메이션 〈시양양과 회태랑(喜羊羊与灰太狼)〉을 연출한 황웨이밍(黄伟明) 감독이 8년 만에 선보인 〈해피히어로(开心超人之英雄的心)〉는 새로운 인물 캐릭터의 스펙터클한 모험이 펼쳐지는 탄탄한 스토리와 해피히어로 연합 시리즈 중 첫 3D 버전으로 업그레이드되어 뜨거운 기대를 모음. 7월 8일, 중국 정국 영화관에서 상영함
- 애니메이션 극장판 〈슈퍼히어로〉는 광둥스타창의애니메이션유한회사(广东明星创意动画有限公司, HAPPY TOON), 광저우알파문화미디어유한회사, YOUKU 정보기술(베이징)유한회사, 샤먼형예픽처스(厦门恒业影业)가 공동으로 출품한 작품임
- 광저우알파문화미디어유한회사(广东奥飞文化传播有限公司)는 알파엔터테인먼트가 TV 프로그램 제작, 영화 제작 및 배급을 위해 2004년 설립한 회사로 영화사업에 주력하고 있음



[그림 2] 중국 오리지널 조립모형과 레이싱게임 선구자의 절묘한 IP 콜라보레이션
왼쪽은 게임 공식 포스터, 오른쪽은 게임 영상 이미지 캡처본
※출처 : 알파엔터테인먼트 공식 사이트

- 최근 알파엔터테인먼트 계열사인 완구회사 ‘올디(AULDEY)’에서 독자 개발한 중국 오리지널 조립모형 브랜드 ‘카이나르 초한석병(凯能超限猎兵)’은 (주)넥스코리아의 레이싱 게임 카트라이더와 협업해 공식 스피드레이싱 버전 및 테마 게임 장비를 출시한다고 밝힘
- 이번 ‘카이나르 초한석병’과 모바일게임 ‘카트라이더’가 공동 런칭한 4 가지 제품은 모두 메카닉(기갑병)과 레이싱카를 갖춘 새로운 풀모델 패키지임. 메카닉 형태는 ‘카이나르 초한석병’ IP 의 4 가지 오리지널 메카인 전면 카이나르(前导凯能), 리패키지 카이나르(重装凯能), 접전 카이나르(近战凯能), 다사크(达萨可)에서 가져옴. 모두 각기 다른 배색을 채택한 4 가지 메카닉이 플라즈마 GT, 골드 드래곤, 팬텀, 드래곤 세이버 등 카트라이더 클래식 레이싱 모델을 각각 운전해 게임에서 현실로 타임슬립해 모형 조립 형식으로 게임 레이싱과 경기의 격정적인 장면을 재현함
- 또 모바일게임과 연계하여 4 가지 세트 중 메카닉 형태의 ‘카이나르 초한석병’이 카트라이더 게임 세계에 상륙해 같은 모델의 레이싱카를 몰고 플레이어들과 함께 메카의 꿈과 레이싱의 드림을 함께 펼쳐나가는 모습을 연출함

✓ 인터뷰 Q&A

Q ‘알파엔터테인먼트’ 기업 소개

- A 알파엔터테인먼트는 1993년 애니메이션 회사로 시작해 전 연령대에게 환영받는 중국 최대의 IP 보유 기업으로 성장함. 어린이, 청소년을 겨냥한 애니메이션 희양양여회태랑(喜羊羊与灰太狼), 개갑용사(铠甲勇士), 파라라소마선(巴拉啦小魔仙), 슈퍼윙스(超级飞侠), 폭열비차(爆裂飞车), 화력소년왕(火力少年王)과 전 연령층 대상으로 제작된 ‘십만개냉소화(十万个冷笑话), 단뇌(端脑), 추봉(雏蜂), 진혼가(镇魂街), Backkom Bear(贝肯熊)’ 등의 IP를 보유하고 있음. 이 중에서 <슈퍼윙스>는 이미 130여개 이상의 국가에서 방송된 유명 애니메이션으로 <슈퍼윙스> IP를 따서 제작한 굿즈, 라이선스 등 다양한 사업을 전개하고 있음
- A 대량으로 IP를 보유하고 있는 우리 회사는 IP를 개발하여 육성하는 사업을 비롯하여 애니메이션산업의 전 밸류체인을 구축하고자 다방면으로 사업을 추진하고 있음. 인기 IP를 활용한 완구의 전체 매출과 단일 품목의 매출이 연이어 신기록을 세운바 있음. 2016년에 당사는 두 자녀 경제 트렌트와 국민들의 소비 업그레이드 추세를 포착하여 30억 역사를 자랑하는 북미 인기 영유아 브랜드 ‘Baby Trend’ 지분을 100% 인수하였고, 중국 인기 영유아 브랜드 auby, 독일 혁신 브랜드 Micolor를 보유하면서 콘텐츠, 뉴미디어, 소비재 산업을 아우르는 사업을 영위하고 있으며 글로벌 고객 확보를 위해 원스톱 영유아 서비스 플랫폼을 구축함
- A 당사는 미국에 글로벌 디자인 및 R&D 센터를 설립하여 Mannatech, Fisher, BANDAI, 디즈니 등 글로벌 애니메이션사에서 일하는 고급인력을 대거 스카우트하면서 콘텐츠나 소비재와 관련된 사업이 혁신을 이루어 글로벌 경쟁사와 견줄만한 수준으로 향상되었음. 고품질 작품을 제작하겠다는 포부를 가지고 영화와 드라마 업계에 진출한 가운데 당사가 투자한 주성치(周星驰) 감독 연출의 <미인어(美人鱼)>는 중국 영화 사상 박스오피스 1위를 차지한 바 있음. 또한, 레오나르도 디카프리오 주연의 <레버넌트: 죽음에서 돌아온 자>는 오스카 시상식에서 3관왕을 차지함
- A 당사의 기술과 인력, 자원을 글로벌 스탠다드에 맞추어 글로벌 시장에서 빠르게 사업을 확장했으며 해외 영업 매출 비중이 매년 상승하고 있음. LA, 보스턴, 런던, 파리, 자카르타, 서울, 방콕 등 해외 여러 지역에 지사를 설립한 당사는 오스카상 단골인 New Regency Enterprises, <트랜스포머>의 감독 마이클 베이와 전략적 협력관계를 구축함. 또한, 미국 미디어계의 신흥 강자 451 미디어그룹, 일본 최대 엔터테인먼트 미디어 기업 KADOKAWA 그룹 산하의 KADOKAWA 게임 등에 주식 매입을 통한 투자로 글로벌 사업을 전개함
- A 기술 중심의 성장을 추구하는 당사는 VR, AI 분야에서 국내외 여러 하이엔드급 VR 업체에 투자했고 기술, 설비, IP, 콘텐츠, 굿즈 등 분야를 아우르는 VR 생태계를 초보적으로 구축함. 이밖에 당사는 스마트 로봇, 웨어러블 워치 등 스마트 단말기와 관련된 기술 개발을 추진하고 있으며 스마트 분야 선진 기업과 전략적 협력관계를 통해 IP와 기술을 결합한 다양한 아이템을 적극적으로 모색하는 중임

Q ‘알파엔터테인먼트’ 기업 설립배경

- A 어려웠던 어린시절, 부모님의 경제적 부담을 줄여드리기 위해 중학교를 졸업하고 곧바로 사회에 진출함. 공장에 취직하여 기술을 익히며 인생 첫 월급을 받았지만, 여기에 만족하지 못한 저는 일을 해서 모은 밑천으로 창업에 뛰어듦. 1993년에 4륜구동 완구 자동차 기술에 큰 관심을 가지기 시작하여 훗날 고향인 산터우(汕头)에서 알파엔터테인먼트 전신인 광둥 AODI 완구산업유한회사(广东奥迪玩具实业有限公司)를 설립함

- A** 2004 년, 중국 내수시장에 모조품이 많아지면서 4 룡구동 장난감의 판매량도 큰 폭으로 하락하기 시작함. 이때 핵심사업 아이템을 4 룡구동 장난감에서 애니메이션으로 전환하면서 지금의 알파엔터테인먼트를 설립함. 당사가 창사 이래 첫 번째 애니메이션 작품인 <화력소년왕(火力少年王)>을 런칭하면서 애니메이션과 완구를 결합한 비즈니스 모델을 개발함. 이후 사업을 꾸준히 확장하면서 모바일게임 산업과 영화 시장에 진출함. 2000 년대에 들어서면서 중국내에서도 지적재산권을 중시하는 기조와 정책 기반이 마련되면서 사람들 사이에서 창작에 대한 가치가 인정받기 시작함. 더 이상 무조건적인 작품 모방으로는 시장에서 살아남기 어렵게 됨
- A** 당사는 전략적으로 사업범위를 완구에서 IP 를 활용한 애니메이션, 완구, 영유아 제품, 게임, 라이선스, 미디어, 영화 사업을 영위하는 회사로 업종을 전환하는데 성공함. 2009 년 알파엔터테인먼트가 순조롭게 증시에 상장하여 다수의 애니메이션 작품에 잇달아 투자하면서 사업을 확장함. 2015 년에는 최대 애니메이션 플랫폼인 'u17(有妖气)'을 인수하여 애니메이션, 드라마, 애니메이션 영화, 굿즈 분야에서 지속적인 개발을 추진하면서 중국 종합 애니메이션 그룹으로 자리매김 함

Q 귀사의 라이선스 사업 현황에 대한 소개

- A** 당사는 2008 년부터 라이선스 사업을 전개하였으며 이 분야에서 10 년 이상의 경력을 보유한 직원으로 전담팀을 꾸려 사업의 '전문화, 체계화, 규모화'를 이룸
- A** 각 라이선스 품목을 담당하는 전문 매니저를 배치하여 시장 트렌드를 신속하게 파악하고 라이선스 파트너의 경영시스템과 제품 특성을 빠르게 이해함. 라이선스 전담팀은 콘텐츠 창작, 브랜드 홍보, 그래픽 데이터베이스 개발, 제품 디자인, 주사업 등과 관련하여 타 부서와 협업을 통해 정보를 공유하고 사업 계획을 미리 수립하여 라이선스 파트너와 향후 IP 사업 계획을 공유함. 시장 트렌드에 맞는 그래픽 데이터베이스 개발을 기획하여 라이선스 품목의 경쟁력을 확보함
- A** 당사는 2021 년에 IP 라이선싱 대행 업무를 사업 범위에 추가하여 기보유한 IP 로 타기업과 다양한 품목을 가지고 라이선스 협력을 통해 매출 증대를 이루었고, 라이선스 품목이 많아지면서 업계에서는 당사의 라이선스 사업이 모범사례로 알려짐

Q 귀사가 보유한 IP 를 활용하여 타 기업과 진행한 대표적 협력 사례가 있다면 무엇인가? 그 성공 요인은 무엇이라고 생각하는가?

- A** 2021 년 9 월, 당사는 티몰 IPmart, ANT Chain 과 공동으로 <희양양여회태랑(喜羊羊与灰太狼)> 등 중국 창작 IP 에 대해 '국만만창(国漫万创, 국산 애니메이션을 만인이 창작한다)' IP 2 차 창작 대회를 개최하였고, 이 대회에 많은 디자이너를 초청하여 <희양양여회태랑>에 대해 2 차 창작을 하도록 장려함. 주최측은 이번 대회를 위해 상금을 준비하였고 이번 대회에 참여한 디자이너와 후기 수익을 분배하고 이외에 ANT Chain IP 저작권 신기술을 통해 IP, 디자이너와 브랜드를 연계함. 대회 우수작은 티몰 패션 브랜드와 공동 제작해 티몰 '11 월 11 일' 행사에서 중점적으로 추천 노출이 될 것이고 중국 애니메이션 IP 와 우수한 문화를 젊은 세대 사이에서 새로운 트렌드로 만들 기회가 주어짐

- Q 2021년 4월, 〈진혼가(镇魂街)〉 시즌 2가 온라인 서비스를 시작한 시기에 우리는 징둥닷컴 컴퓨터/디지털 카테고리에서 반도체 업계와 컴퓨터 혁신 분야의 글로벌 기업 인텔과 진혼가 IP 제휴 방식으로 인텔 브랜드 및 PC 제품을 판매함. 라이선스 사업팀의 빠른 피드백으로 한 달 만에 전체 프로젝트의 커뮤니케이션 아이디어를 빠르게 안착시킴. 핵심 소비층이 겹치고 애니메이션 흥행 열기에 힘입어 ‘게임의 세계, 인텔이 지킨다’는 주제에서 출발하여 징둥 플랫폼과 사이트 외에서 함께 홍보했으며 한 사례로 KEEP 플랫폼 연동 카드 사용 이벤트 등 인텔 신제품의 하드코어 품질을 더욱 다양하고 입체적으로 소비자에게 전달하여 클릭수가 총 2억 회를 돌파하는 성공을 이룸
- A 우리는 당사가 가진 역량을 활용하고 라이선스 파트너와 우리가 가진 자원을 공유하면서 깊은 협력관계를 유지하려고 노력함. 알파월드는 알파 산하의 체인 실내놀이공원으로 지금까지 중국에 30개 이상의 매장을 보유함. 2021년 어린이날에는 Backkom Bear 치즈의 라이선스 고객인 MUBAO와 연계하여 여러 매장에서 생일파티를 열고 매장을 찾은 어린이들은 좋아하는 캐릭터 탈인형과 만나 교류하는 시간을 가짐
- Q 캐릭터 애니메이션 IP의 성공적인 운영 경험은? 〈슈퍼왕스〉가 하나의 대표적인 사례가 될 수 있을 것 같은데, IP를 활용할 때 어떤점에 유의해야 하나?
- A 하나의 IP가 성공적으로 운영되려면 ‘콘텐츠+프로모션+수익화’이 삼박자를 모두 갖추어야 함. IP에 대한 정확한 ‘입각점’, ‘폭발점’, ‘도약점’을 선정하고 라이선스 품목 협력을 계획적으로 진행해야 함. 예를 들면, 〈슈퍼왕스〉는 재미있고 긍정적인 에너지가 풍부한 애니메이션임. 우리는 소비자가 일상생활에서 애니메이션의 파생 콘텐츠를 보고 들을 수 있도록 적절한 라이선스 파트너를 찾기 위해 도서와 오디오 카테고리를 기반으로 라이선스 비즈니스를 수행함
- A IP 인지도가 높아지고 시장에서의 인기가 상승하면서 우리는 FMCG (fast moving consumer goods), 신발, 패션 등 품목을 IP의 ‘폭발점’으로 정하고 시장 노출도를 확대하여 소비자가 폭넓은 선택을 할 수 있도록 함. 아울러 우리는 쇼핑몰 전시, 테마룸, 자녀와 달리기 등 몰입식 체험의 라이선스 품목에 대한 개발을 추진하여 IP에 대한 팬들의 선호도와 충성도를 공고하게 하는 ‘도약점’의 라이선싱 기회를 찾음
- Q IP 라이선스 공급업체로서 IP 그래픽 데이터베이스 개발, 프로모션 채널 측면에서 라이선스 사용자에게 어떤 방식으로 서비스를 제공하나?
- A 당사가 보유한 IP에는 시장에서 검증된 수백 가지 이상 다양한 스타일의 그래픽 데이터베이스를 보유하고 있음. 우리는 주관적 판단을 통해 그래픽 데이터베이스 스타일을 만드는 단계를 넘어서 협력 파트너와 함께 주요 품목을 대상으로 트렌드에 맞는 그래픽 데이터베이스를 미리 맞춤 제작함. 라이선스 파트너와 함께 개발, 생산 및 소비자 수요를 파악하고 그래픽 데이터베이스팀은 앞서가는 예술 스타일에 대한 연구를 진행하고, 테스트 원고와 조기 리서치를 기획하고 라이선스 파트너와의 동일한 채널을 유지하면서 브랜드 업체와 라이선스 파트너 간의 더 긴밀한 협력 관계를 구축함
- A 우리도 온오프라인에서 라이선스 품목의 프로모션 채널 연계를 중요하게 생각함. 예를 들면 2020년 8월, 당사는 티몰 글로벌과 ‘티몰 글로벌 영유아 슈퍼왕스 상품의 날’ 프로모션 행사를 공동으로 진행함. 전자상거래 플랫폼을 토대로 IP를 연결고리로 하면서 Swisse, Inne, Lifespace 등 다수의 유명 영유아 영양제 브랜드와 연계함. 당사의 콘텐츠 제작 역량을 기반으로 Anchor, 티몰 등 다양한 라이선스 사용자를 위해 여러 개의 품질이 우수한 애니메이션 광고 영상을 맞춤 제작함. 이밖에 라이선스 고객은 티몰, 징둥, 핀두오두오 등 대형 플랫폼에 오픈마켓을 개설하여 IP를 활용한 굿즈를 판매함

Q 중국에서 피규어 시장이 급성장하면서 귀사는 2021 년에 피규어 사업부를 신설하여 독립적으로 운영하고 있는 것으로 알고 있는데, 귀사의 운영 전략 및 계획에 대해 소개

- A** 12 세 이상 연령층을 겨냥하여 이들이 좋아하는 우수한 게임 및 애니메이션 IP 를 활용하여 제품을 개발함. 현재 시장에서 가장 환영받는 것은 음양사(阴阳师) 시리즈 피규어 블라인드 박스이며 2021 년 9 월에 제 4 탄을 런칭했고 누적 개발 캐릭터는 30 개가 넘음. 기본적인 캐릭터 피규어 블라인드 박스 외에 플레이 편의성도 우리 회사가 줄곧 연구하는 과제임. 예를 들어 DIEDIELE(叠叠乐) 시리즈, 마트로시카 오뚜기 시리즈를 비롯한 더 많은 놀이 방법, 더 재미있는 제품의 출시를 시도하고 있음
- A** 당사는 IP 를 활용하여 12 세 미만 어린이가 선호할 만한 피규어 레이스 레인을 확장함. 타 피규어 업체와의 차별점은 우리는 이미 확실한 인기 IP 가 있음. 따라서 Z 세대뿐만 아니라 어린이 연령층을 겨냥한 제품을 개발하고 있음. 피규어 중에서 가장 대표적인 피규어 블라인드 박스를 예로 들면 이것을 블라인드 마케팅이라고 하는데 블라인드 박스를 개봉할 때의 설레임은 젊은이들뿐만 아니라 어린이의 즐거움이기도 함. 실제로 우리가 본격적으로 피규어 완구 사업에 진출하기 훨씬 전부터 YO-YO 블라인드 박스, 슈퍼윙스 블라인드박스 등 제품을 출시한 적이 있으며, 이 중에서 슈퍼윙스의 윙크 블라인드 박스는 메가급 아이템으로 평가받음

Q 피규어 사업 유통 채널을 어떻게 확장할 것인가?

- A** 당사는 MZ 세대들이 자주 찾는 온오프라인 플랫폼과 장소를 중점적으로 선택함
- A** 온라인상에서는 Bilibili 플랫폼에서 첫 신제품을 선보임. Bilibili 는 현재 2 차원 문화가 가장 짙은 커뮤니티 중 하나이고 월별 사용자 수가 2 억 명을 초과함. 사용자 중에서 젊은층이 큰 비중을 차지하고 피규어의 타겟 고객층과 겹침. 이밖에 멤버십 구매 플랫폼은 Bilibili 가 구축한 ACG 콘텐츠 파생 상품을 기반으로 하는 전자상거래 플랫폼으로 사이트 내 데이터 전환을 실현하여 게임/애니메이션 IP 홍보와 판매에 도움이 됨. 우리는 Bilibili 에서 신제품 첫 발매 예매를 시도했고 좋은 효과를 거두었다고 말할 수 있음
- A** 오프라인에서는 기존 피규어 사업 유통 채널을 기반으로 편의점 판로를 추가로 확보함. 당사의 오프라인 유통 라인은 주로 MINISO, LENLE, KK 그룹, SANFU 등 대형 체인 완구 판매점 및 패밀리마트 매장으로 우리 회사의 피규어 제품을 취급하는 매장수는 중국에서 1 만 곳을 돌파함

Q 향후 귀사의 발전 계획은?

- A** IP 를 풍부하게 확보하고 제품의 품목과 유통 채널 확장 등 여러 방면으로 경쟁력을 키우려고 노력함. 피규어 사업과 관련하여 경쟁우위를 위한 전략적 포지셔닝을 업그레이드하고 단독 사업부를 신설하여 운영해오고 있음. 현재 60 여 명에 달하는 직원들이 피규어사업부에서 디자인 연구개발, 생산 관리, 유통판매, 고객 관리 등 업무를 수행하고 있음
- A** 당사는 적극적으로 타기업과 협력을 통해 IP 를 확장하고 'Identity V', 'For All Time(다시 그리는 시간)' 등 NetEase 시리즈 IP, '일인지하(一人之下)', '두나대륙 4(斗罗大陆 4)', '호요소홍낭(狐妖小红娘)', '도모필기진령선수(盗墓笔记秦岭神树)' 등 텐센트 시리즈 IP, '천관사복(天官赐)', '청홍소두(请吃红小)' 등 Bilibili 시리즈 IP 와 라이선스 협력관계를 구축하여 후속 프로젝트를 충분하게 확보해놓은 상태임. 피규어 IP 확보를 통해 게임, 애니메이션 분야 인기 IP 의 경쟁력 강화에도 유리할 것으로 판단함

- ④ 브랜드 구축과 관련하여 당사는 피규어 브랜드 ‘완점무한(玩点无限)’을 런칭하고 피규어 블라인드 박스, 피규어 모형 등 품목에서 NetEase 게임, 텐센트 애니메이션, Bilibili 등 대형 플랫폼과 협력을 강화하고 IP 시리즈 제품을 런칭하는 것 외에 SanToys, 성제웅(星际熊) 등 유명 디자인 브랜드와 함께 피규어 제품을 런칭함
- ④ 초반에 당사는 B2B 중심의 유통채널 확보에 주력했는데 이후 당사는 B2C 유통 채널 확장에 초점을 맞춰 온라인 채널에서는 ‘완점무한’이라는 브랜드를 구축하여 위챗 공식계정, 미니 블로그, XIAOHONGSHU 등 콘텐츠 마케팅 방식을 통해 고객 관리를 강화하고 틱톡, 티몰 등 전자상거래 플랫폼을 활용을 시도함. 오프라인 채널로는 자판기를 설치해 판매를 극대화함

부록 기업 정보 요약



기업명	알파엔터테인먼트주식회사 奥飞娱乐股份有限公司
대표자명	Cai, Dongqing(蔡东青)
설립일	1993년
주요사업	애니메이션, IP, 완구
주소	광둥성 산터우시 청하이구 펄샹로 북측, 진흥도로 동측 Alpha 애니메이션산업단지



센터안내

KOCCA

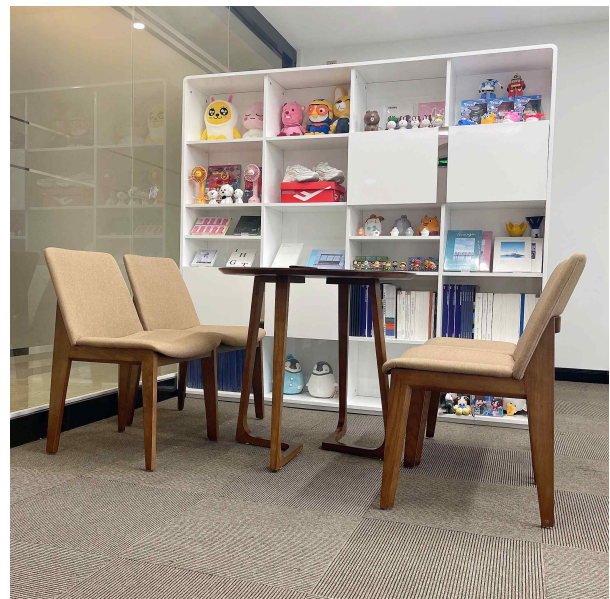
한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개

☐ 운영 목적

- 한국 콘텐츠기업과 중국 남서부 지역(홍콩, 마카오 포함) 및 대만의 콘텐츠 기업 간 비즈니스 교류 및 현지 시장정보 제공, 통·번역 지원, 스마트 오피스 등 맞춤형 현지 종합서비스 제공

☐ 공간 구성

- 심천시 남산구 Infore Center 23층 2318호 (한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터)
사무공간, 스마트 오피스, 콘텐츠 쇼룸, 비즈니스 회의실 등 (약 126㎡)



한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 사무공간

☐ 이용 안내

- 대상 : 중국 남서부 지역 및 대만의 콘텐츠 기업과 비즈니스 교류를 원하는 모든 한국 콘텐츠기업

☐ 문의 사항 (* 세부 문의사항은 언제든지 연락주시기 바랍니다)

- 김형민 센터장 (전화: +86-755-2692-7797, 이메일: momo@kocca.kr)
- 양예지 주임 (전화: +86-755-8653-6744, 이메일: yangyejee@kocca.kr)
- 주가린 주임 (전화: +86-755-8657-3317, 이메일: coral102@kocca.kr)

중국(심천) 콘텐츠 산업동향

2022년 10호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 김형민 (심천비즈니스센터장)

주가린 (심천비즈니스센터 주임)

집필자 고하늬 과장 (나초(북경)컨설팅유한공사)

이옥매 부장 (나초(북경)컨설팅유한공사)

김은아 과장 (나초(북경)컨설팅유한공사)

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2022년 7월 25일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”