중국(심천) 콘텐츠 특화보고서

2022년01호

중국 애니메이션 제작업계의 성공전략

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

중국(심천) 콘텐츠 특화보고서

2022 년 01 호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	**2021년 중국 애니메이션 제작업 보고서** 1. 중국 애니메이션 제작업의 개요 2. 중국 애니메이션 제작업의 거시환경 분석 3. 중국 애니메이션 제작기업 분석	애니메이션

작성 | **한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터**

배포 | 2022.08.22

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

심층이슈

I. 2021년 중국 애니메이션 제작업 보고서

작성순서

서론
1. 중국 애니메이션 제작업의 개요
2. 중국 애니메이션 제작업의 거시환경 분석
3. 중국 애니메이션 제작기업 분석

누구나 콘텐츠로 **일상을 풍요롭게** KOCCA

서론

연구 목적과 핵심 문제

- 본 연구의 목적은 중국 애니메이션 제작업의 발전 현황을 이해하고, 중국 애니메이션 제작 부문의 수급 관계와 변화 추이에 대해 심층 분석하며, 산업의 경쟁 패턴에 대한 설명과 함께 중국 애니메이션 제작업 성장에 대한 예측을 통해 시장 관계자들에게 의사 결정의 참고 근거를 제공하기 위함이다. 본 연구는 다음 5가지 문제에 대해 연구 분석하였다.
- 첫째, 수익구조. 중국 애니메이션 제작 업계는 어떻게 수익을 창출하는가? 온라인 방영과 영화관 방영 시, 각 수익 분배 기준은 어떠한가?
- 둘째, 산업구조. 중국 애니메이션 산업 사슬에서 애니메이션 제작 분야는 어디에 위치하는가? 산업 사슬에서 어떻게 상호 영향을 미치는가?
- 셋째, 시장규모. 장기적으로 어떤 요인의 영향을 받는가? 시장규모의 증가 추이는 어떠한가?
- 넷째, 경쟁구도. 현재 산업의 경쟁 구도는 어떠한가? 경쟁력이 약한 기업은 어떻게 난관을 돌파하는가?
- 다섯째, 발전 현황 및 전망. 중국 애니메이션 제작 업계는 현재 어떤 분야에서 변화가 나타나는가? 어느 업종의 발전 기회에 주목해야 하는가?

중국 애니메이션 제작업의 개요

- 작품의 품질은 제작사의 개발 역량 강화와 산업 사슬 구축에 달려 있으므로, 창작 부문에 대한 투자를 더욱 늘리는 것이 중요하다. 애니메이션의 핵심은 콘텐츠에 있으므로 중국 애니메이션 제작사는 콘텐츠 창작에 대한 투자를 늘려 고품질 애니메이션을 제작하고, 제작 역량을 강화할 필요가 있다.

- 자료에 따르면, 중국 애니메이션 제작사는 회사 자원의 70~80%를 제작 중간 시기에 투자하는 반면, 애니메이션 작품의 핵심인 시나리오 작업 등에는 5~10%로 적게 투자해 글로벌 경쟁사 대비 격차가 큰 편인 것으로 나타났다.
- 애니메이션 마니아 규모의 증가가 전체 애니메이션 제작업의 성장을 촉진하였을 뿐만 아니라 성장 가능성을 높여주었다. 온라인 애니메이션 소비자 증가로 전체 애니메이션 제작업 시장 규모가 확대되었다. 2020 년 기준, 중국 온라인 애니메이션 소비자는 2 억 3 천만 명으로 이들의 소비 증가가 중국 애니메이션 시장의 성장을 뒷받침하고 있다. 2025 년까지 중국 애니메이션 제작업 시장 규모는 6,408 억 7,000 만 위안, 2020-2025 년 연평균 성장률(CAGR)은 19%에 달할 것으로 예상된다.
- 또한 주력 소비층의 유료 콘텐츠 소비 의향과 소비력 상승으로 애니메이션 제작업 발전 수준이 업그레이드되었다. 2016~2020 년, 중국의 범(泛)2 차원 문화소비자 수가 2 억 6 천만 명에서 4 억 명으로 연평균 14.9%씩 증가하였고, 2021 년에는 4 억 2 천만 명에 이를 것으로 추산된다. 특히 1990 년대와 2000 년대에 태어난 세대가 애니메이션 문화의 영향을 많이 받은 세대로, 이들이 점차 사회에 진출하면서 소비 의향과 소비력이 모두 증가해 애니메이션 제작업의 고도화와 급성장을 촉진하고 있다.

중국 애니메이션 제작업의 거시환경

- 애니메이션 산업의 핵심인 애니메이션 제작 분야는 전체 애니메이션 산업의 발전에 크게 영향을 받는다. 애니메이션 제작업의 수요 측면에서 다양한 온라인 유통 채널의 출현과 중국 애니메이션 소비자의 급격한 증가가 긍정적 영향을 미쳤으며, 이들의 소비력과 구매 의향 증가 추세가 애니메이션 산업의 성장 동력으로 작용하였다.
- 공급 측면에서 볼 때, 중국 애니메이션 제작기업은 전통 애니메이션 제작사와 대규모 사용자를 기반으로 한 인터넷 기업으로 나눌 수 있으며, 이 둘의 경쟁이 날로 치열해지고 있다. 각 기업 간의 경쟁은 우수한 애니메이션 작품 출시를 촉진하는 계기로 작용하며 애니메이션 발전의 선순환 발전을 이끌어내고 있다. 이를 통해 볼 때, 향후 중국 애니메이션 제작기업의 성장이 매우 기대된다.

용어 해석

용어	설명
애니메이션	삽화집, 만화, 영화, 디지털 미디어, 사진, 음악, 문학 등 예술 장르가 하나로 어우러진 예술 표현 방식임
2차원(二次元)	일본에서 나온 용어로 일본에서 초기에 제작된 애니메이션, 만화, 게임 등 2D 방식으로 만들어진 작품을 의미함
범(泛) 2차원	이차원 문화와 관련된 주변 문화를 일컫는 말로 만화, 라이트 노벨, 애니메이션, 영상, 게임 등 다양한 분야를 포괄함

[표1] 용어해석 (출처: LeadLeo연구원 조사, 2021.10)

1 중국 애니메이션 제작업의 개요

요약

- 작품의 품질은 애니메이션 기업의 개발 역량 강화와 산업 사슬 구축에 달려있으므로, 창작 부문에 대한 투자를 늘리는 것이 중요하다. 작품의 질적 향상을 통해 애니메이션 기업들은 온·오프라인 수익 분배 협상에서 더 많은 주도권을 가져갈 수 있다.
- 콘텐츠가 애니메이션의 핵심인 만큼 기업들은 콘텐츠 창작에 더 많은 자원을 투자해 양질의 애니메이션 작품을 만들고 제작 역량을 향상해야 할 것으로 보인다. 자료에 따르면, 대부분의 중국 애니메이션 기업이 70~80%의 자원을 중간 제작과정에 투입하는 반면, 애니메이션 창작의 핵심인 시나리오 작업 등에는 5~10%의 자원만 투입하여 글로벌 경쟁사 대비 격차가 큰 것으로 나타났다. 따라서 중국 애니메이션 제작 업계는 애니메이션 콘텐츠의 창작 역량 향상을 위해 기획 단계에 투자를 확대하고 우수한 애니메이션 작품 공급을 늘려 업계를 발전시켜야 할 필요가 있다.
- 애니메이션 작품에 관한 온라인 결제 수익분배 기준이 점차 개선되면서 온라인 결제 수익 분배와 콘텐츠 창작 사이에 선순환 관계가 형성되고 있다. 온라인 결제 수익 분배 모델은 여러 방면에서 상생을 실현하고 있다. ①애니메이션 제작사에게 효과적인 신규 수익 창출 채널을 마련해주고 콘텐츠 창작에 재정적 지원과 데이터 지원을 제공하며, ②시청자에게 시공간을 초월한 관람 경험을 제공하고, ③ 온라인 플랫폼의 트래픽 증가를 통해 수익을 창출하는 것 등이다.

1. 애니메이션 제작업의 정의와 분류

- 애니메이션 작품을 만들기 위한 필수 과정인 애니메이션 제작 부문은 삽화집, 만화, 디지털 미디어, 사진, 음악, 문화 등 예술 장르를 하나로 아우르는 과정이다. 애니메이션은 주로 대상층에 따라 어린이, 청소년으로 나뉘고, 제작기술에 따라 전통 애니메이션과 컴퓨터 애니메이션 등으로 분류한다.

주요 대상층에 따른 애니메이션 분류

구분	특징	작품명
어린이 애니메이션	초등학생, 유치원생이 주요 대상층으로, 웃음을 자아내는 소재를 중심으로 쉽고 간단한 줄거리를 제공함	<톰과 제리>, <울트라맨>, <조롱박 형제>, <페파피그>, <큰 머리 아들과 작은 머리 아빠> 등
청소년 애니메이션	청소년이 주요 대상층으로 싸움, 미스터리, 어드벤처, SF장르가 주를 이룸	<소년금의위>, <폭속합체>, <BEN10>, <족구강호>, <초시공 요새 마크로스> 등
가족 애니메이션	전 연령대를 대상으로 제작되며, 어린이들의 천진함과 우정을 표현하는 내용이 주를 이룸	<원피스>, <나루토>, <명탐정 코난>, <드래곤볼>, <디지털 몬스터> 등

[표2] 주요 대상층에 따른 애니메이션 분류 (출처: LeadLeo연구원 조사, 2021.10)

- 전 연령대에 적합한 우수한 애니메이션을 만들어 장기적으로 전체 시장에 대한 영향력을 확대하고자 하는 것은 일부 중국 애니메이션기업이 추구하는 목표이다. 관객들에게 감동을 주는 우수한 애니메이션 작품은 전 연령대에서 오랫동안 좋은 평가와 사랑을 받고 있다. 〈설해자〉, 〈대요천궁〉을 비롯한 중국 고전 애니메이션 작품은 폭넓은 관객층을 보유하고 있으며, 2 차 작품 개발을 위한 시장 여건을 조성하였다.

제작 기술에 따른 애니메이션 분류

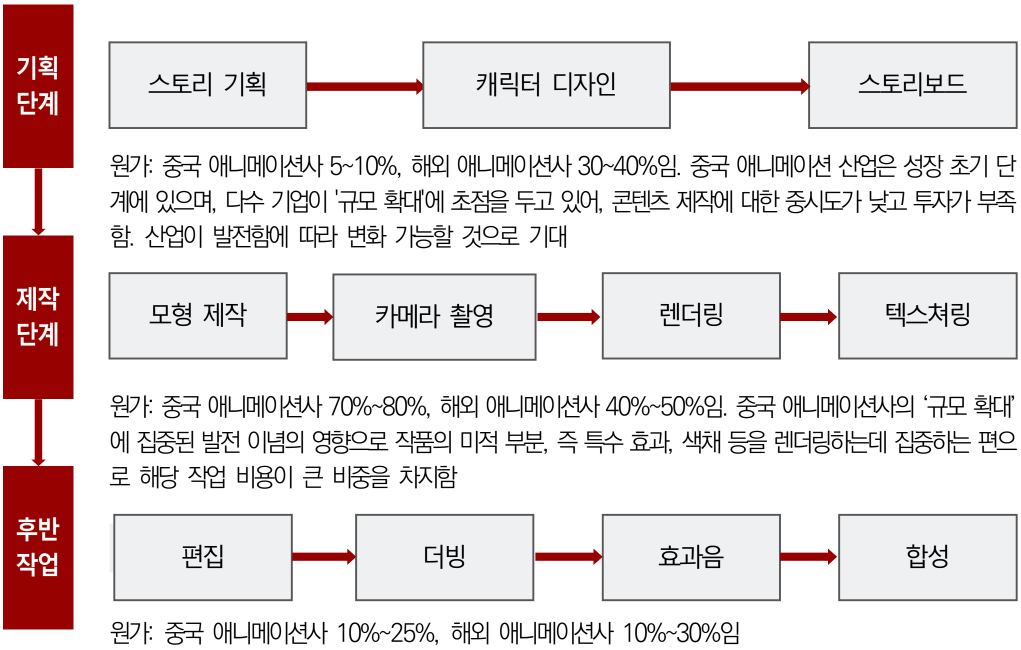
구분	특징	작품명
전통 애니메이션	'클래식 애니메이션'으로 불리며, 20세기 대부분의 애니메이션 작품이 전통 애니메이션 형태로 제작됨	<AnAmericanTail>, <TheIronGiant>, <TomandJerry>, <WakingLife> 등
스톱모션 애니메이션	실물을 대상으로 촬영 기술을 접목해 제작하는 기술로, 이 유형의 애니메이션은 비교적 높은 예술적 표현성을 갖춤	<WallaceandGromit>, <MontyPython's FlyingCircus>, <FantasticPlanet>, <TaleofTales> 등
컴퓨터 애니메이션	컴퓨터를 이용해 제작된 애니메이션으로 2D 애니메이션과 3D 애니메이션이 포함됨	<소호환향>, <최종환상>, <전직 고수>, <일인지하>, <진혼가> 등

[표3] 제작기술에 따른 애니메이션 분류 (출처: LeadLeo연구원 조사, 2021.10)

- 기술은 시대의 변화에 따른 애니메이션 산업의 발전을 이끌고, 애니메이션 제작 기술을 통해 우수한 애니메이션 스토리를 다양한 형태로 표현할 수 있게 하며, 또 시청자에게 보다 나은 서비스 경험을 제공한다. 3D, VR/AR, 5G 등 기술의 발전과 대중화로 인해 애니메이션 제작 도구가 풍부해졌고, 다양한 방식으로 애니메이션 스토리 콘텐츠를 표현할 수 있어 소비자의 경험을 향상시켰다. 정보기술의 발달로 애니메이션의 저장과 전파가 편리해지면서 애니메이션의 영향력이 급속히 확대되고, 오랫동안 축적된 경험을 바탕으로 애니메이션 혁신이 끊임없이 이루어지고 있다.

2. 원가 구성 및 수익분배 구조

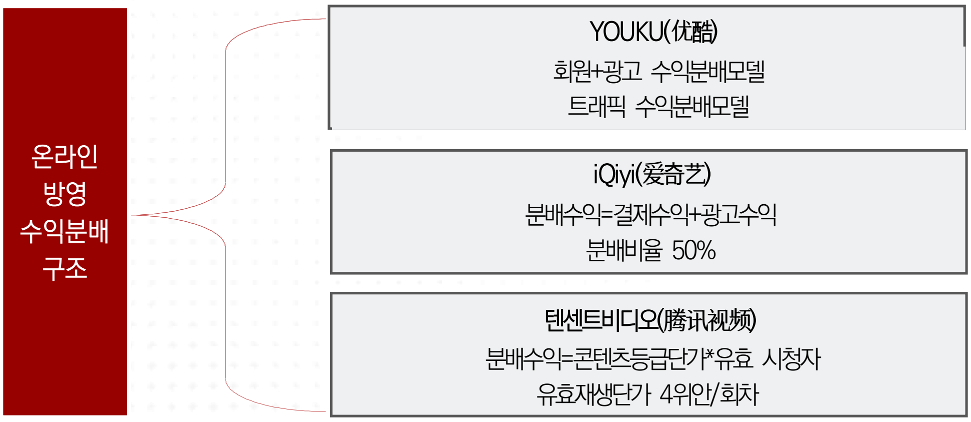
- 작품의 품질은 제작사의 심층적인 개발 추진과 산업사슬 구축의 핵심이 되므로, 창작 부문에 대한 투자 강화가 중국 애니메이션 제작업체에게 있어 가장 시급한 과제라 할 수 있다. 이는 기업의 이익과도 직결되는데, 작품의 질적 향상을 통해 애니메이션 기업이 온·오프라인 수익 분배 협상에서 더 많은 주도권을 가져갈 수 있기 때문이다.
- 제작사는 애니메이션의 핵심인 콘텐츠 창작에 더 많은 자원을 투자해 양질의 애니메이션 작품을 제작하고 제작 역량을 향상시켜야 한다. 관련 자료에 따르면, 중국 애니메이션사는 자원의 70%~80%를 제작 단계에 투입하는 반면, 애니메이션 작품의 핵심인 시나리오 제작에는 5%~10%만 투자하여 글로벌 경쟁사와 격차가 큰 것으로 나타났다. 중국 애니메이션 제작사는 기획 단계의 투자를 늘려 콘텐츠 제작 역량을 향상시키고 우수한 애니메이션 작품의 공급을 늘려 산업의 발전을 촉진해야 한다.



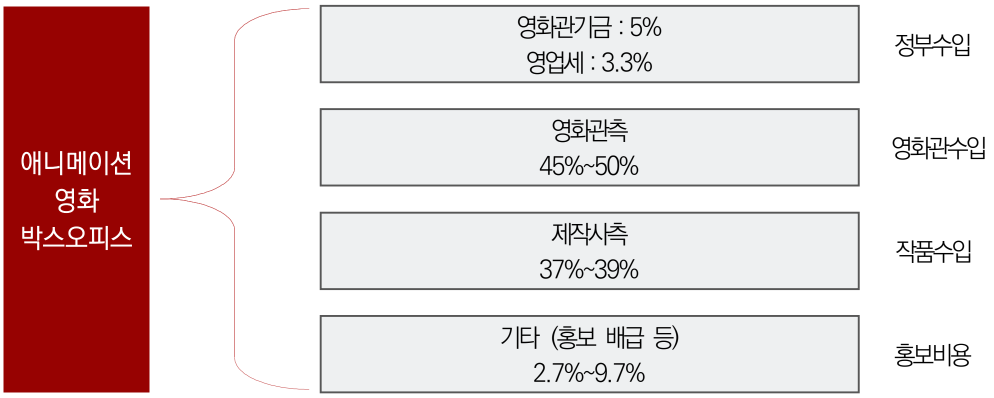
|그림 1| 중국 애니메이션 제작 과정과 단계별 원가 구성

(자료: 거룽회[格隆汇], LeadLeo연구원)

- 애니메이션 작품의 온라인 수익분배구조가 개선되면서 온라인 수익분배와 콘텐츠 제작 사이에 선순환 구조가 형성되었다. 온라인 수익분배모델은 ① 애니메이션 제작사를 위한 효과적인 신규 수익 창출 채널을 만들고 콘텐츠 창작에 재정 및 데이터 지원 → ② 시청자에게 시공간을 초월한 관람 경험 제공 → ③ 온라인 플랫폼에서 트래픽을 증가시켜 수익을 창출하는 구조이다.
- 작품성 있고 좋은 평가를 받은 작품은 극장과의 제휴 협상에서 주도권을 가질 수 있다. 티켓 수익분배 비율을 바탕으로 극장은 고품질의 높은 평가를 받은 애니메이션 영화를 상영하기 위해 해당 애니메이션 영화 제작자에게 우대조건을 제시하기도 한다.



|그림 2| 3대 온라인플랫폼 애니메이션 협력 수익분배구조



|그림 3| 애니메이션 영화 티켓 수익분배구조

2 중국 애니메이션 제작업의 거시 환경 분석

요약

- 온라인 방송은 애니메이션 기업의 수익 창출 채널을 확장하고 애니메이션 소비자 수 증가를 통해 애니메이션 제작업의 시장 규모 성장을 견인했을 뿐만 아니라 유통 채널과 온라인 이용자, 애니메이션 창작 간의 깊은 소통을 실현했다. 영화관, 온라인플랫폼, 파생상품은 애니메이션 작품의 상업화를 위한 3 대 채널로, 이를 통해 우수한 애니메이션 작품이 연이어 박스오피스 기록을 경신했다. 애니메이션 작품 제작이 완료되면 각종 이벤트를 통해 홍보와 배급을 진행하고 영화관 측과 계약을 통해 상영함으로써 관람 경험을 중시하는 관객들에게 오프라인 극장 관람 경험을 제공하며, 그와 동시에 애니메이션 사는 온라인 채널의 장점을 충분히 살려 애니메이션 작품의 영향력을 확대하고 개발 역량을 강화하여 관련 기업의 온라인 수익 및 파생상품 판매 수익을 높였다.
- 중국 애니메이션 제작사 중에서 광센미디어(光线传媒)를 비롯한 상위 기업군은 스타트업 상장기업이 주를 이루고, 중위 기업군으로는 아오페이 엔터테인먼트(奥飞娱乐), 위에커 애니메이션(约克动漫)이 대표적이며, 하위 기업군은 대부분 신삼판(新三板) 상장기업으로 각 기업이 보유한 기업의 역량 차이가 뚜렷한 편이다.

1. 애니메이션 제작업의 산업사슬구조

- 중국 애니메이션 제작업의 산업 사슬은 작품 창작, 콘텐츠 유통, 굿즈 개발을 포함한다. 작품 창작은 전체 산업 발전의 핵심 요인이며, 온라인 채널은 콘텐츠 유통과 소비 데이터 피드백 방면에서 점차 우위를 드러내고 있다. 2020 년 애니메이션 제작업의 최종소비자인 온라인 애니메이션 이용자수는 2.2 억 명을 초과하였고, 남녀 성비는 각 50% 정도로 균형을 이루고 있다.

작품 창작 및 제작

- 애니메이션 작품 제작 주체는 국내 제작사와 해외 제작사, 애니메이션 작업실로 나누어 볼 수 있다. 애니메이션 작업실은 인재 확보가 핵심 경쟁력으로, 룽촹(融创) 산하 애니메이션 작업실은 다수의 유명 감독과 협력하면서 업계 내 경쟁우위를 다진 사례다. 넷플릭스가 일본에 애니메이션 제작 지원 거점을 설립하여 엔화로 연간 2 조 엔을 투입하는 것도 작업실 형태로 볼 수 있다. 중국 본토 애니메이션 제작사는 다시 아오페이 엔터테인먼트, 광센미디어 등 전통 제작사와 알리바바, 텐센트 등 인터넷 기업으로 나뉜다. 인터넷 기업은 보통 지분 참여나 기업 설립 등을 통해 제작에 참여한다. 해외 애니메이션 제작사는 디즈니, 소니 등이 있으며, 이들은 이미 완전한 산업 생태계를 자체적으로 구축하였다.

콘텐츠 유통

- 콘텐츠 유통 채널은 크게 동영상 플랫폼과 방송국 채널로 구분된다. 중국의 대표적 동영상 플랫폼인 YOUKU, iQiYi, 텐센트 3 사의 회원수는 1.7 억 명을 초과했고, 2 차원 콘텐츠 위주의 빌리빌리(bilibili)의 MAU(월간 활성화 이용자 수)는 1 억 명 이상으로 집계된다. 2 차원 이용자 증가는 콘텐츠 유통에 있어 온라인 채널의 중요성을 보여준다.
- 애니메이션 방송 채널은 주로 중앙(CCTV) 및 지역 아동 채널로 구성된다. 80 년대~ 90 년대 출생자의 사회 진출로 젊은 층의 선호도를 반영하는 변화를 꾀하는 등 TV 채널 작품의 질이 점차 높아지고 있다.

|그림 4| 2021년 중국 애니메이션 2차원 이용자 규모

파생 상품 개발(OSMU)

- 중국 애니메이션의 파생상품 개발 효과는 미국, 일본 등 국가와 비교해 큰 격차가 존재한다. 파생상품 개발 분야에서 중국 내 성공사례로 꼽히는 〈대어해당(大鱼海棠)〉은 개봉 2 주 후 파생상품 판매액이 5,000 만 위안을 초과하는 성과를 거두었으나, 이런 성공사례는 많지 않은 실정이다.

- 콘텐츠 개발과 운영 면에서 인터넷 플랫폼은 자원을 취합하는 플랫폼의 강점을 살려 애니메이션 콘텐츠 개발과 2 차 창작으로 작품 영향력 확대에 적극적으로 나서고 있다. 소비성향을 분석하여 새로운 마케팅과 콘텐츠를 구상하고 이를 파생상품 개발로 연결함으로써 수익 모델을 다각화하였다. 그 외, 애니메이션 IP 를 중심으로 한 IP 중개가 애니메이션의 작품 상업화를 촉진하고 가치 전환율을 높이고 있다.

|그림 5| 중국 애니메이션 산업의 가치사슬

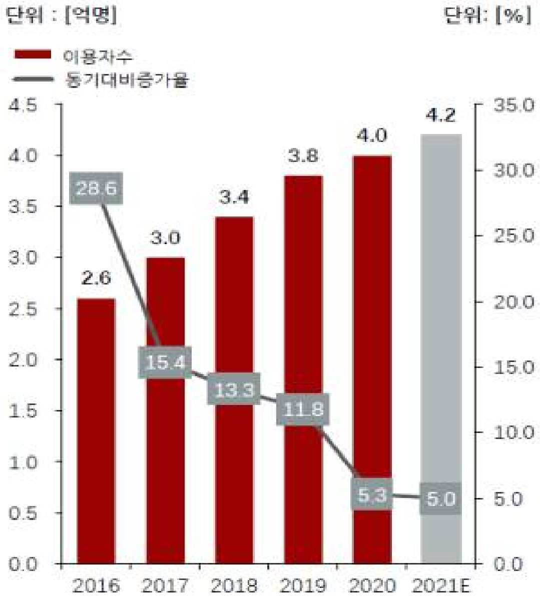
2. 애니메이션 제작업의 시장 규모

- 온라인 방영 채널 확대 및 애니메이션 소비자 수 증가가 애니메이션 제작업 시장 규모의 성장을 촉진하고, 유통 채널과 온라인 이용자 및 애니메이션 창작 간의 깊은 소통을 실현하였다.
- 영화관, 온라인플랫폼, 파생상품은 애니메이션 작품의 3 대 상업화 채널로 우수한 애니메이션 작품의 박스오피스 기록 경신을 다수 이끌어냈다. 애니메이션 작품 제작이 완료되면 각종 홍보 배급 활동을 전개하고, 영화는 영화관과 협력하여 관객에게 오프라인 관람 경험을 제공한다.
- 애니메이션 제작사는 온라인 채널이 가진 강점을 충분히 활용하여 작품의 영향력을 확대하고 산업을 성장시켜 관련 기업의 온라인 수익 및 파생상품 판매 수익을 증대할 수 있다. 중국에서 최고 인기를 끌었던 애니메이션 〈나타지마동강세〉는 총 50 억 4,000 만 위안 박스오피스로 중국 국산 애니메이션 중 역대 최고 기록을 세웠다.
- 또한 온라인 애니메이션 소비자 수 증가는 애니메이션 제작업 시장 규모 확대에 동력을 제공하였다. 2020 년 기준 중국 온라인 애니메이션 소비자는 2.3 억 명이며, 이들의 소비량도 증가하는 추세로 중국 애니메이션 시장 성장에 기여하고 있다. 2025 년까지 중국 애니메이션 제작업의 시장 규모는 6,408 억 7,000 만 위안, 2020 년부터 2025 년까지 연복합성장률(CAGR)은 19%로 예측된다.

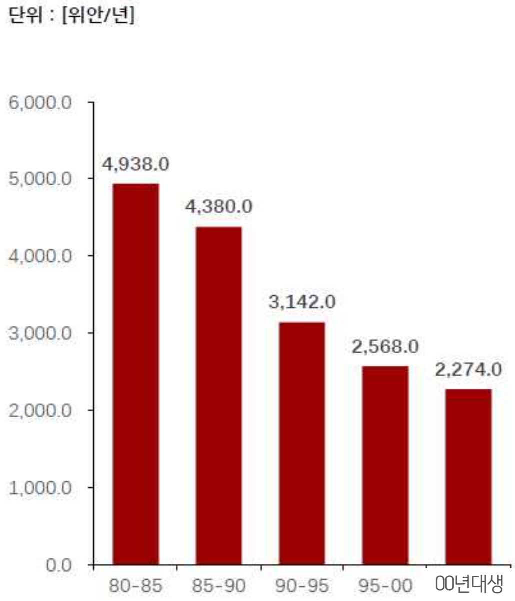
|그림 6| 2016-2025년 중국 애니메이션 제작업 시장규모(영업이익 기준)
(자료: 이은데이터, 먀오옌데이터, LeadLeo연구원)

3. 촉진요인: 온라인 소비자수와 유료콘텐츠 소비의향 증가

- 인터넷 기술의 발전에 따른 유통 채널 형성과 사회 · 경제 발전 수준 향상으로 애니메이션 소비자 규모가 지속 증대되고, 주력 소비군의 유료 콘텐츠 소비의향과 소비력이 증가하면서 중국 애니메이션 제작업의 성장을 촉진하였다.
- 범(泛)2 차원소비자 규모 증대는 애니메이션 시장 성장의 주요 동력으로, 애니메이션 산업 발전의 기반이 되었다. 또한 직접적으로 애니메이션 상품 및 서비스에 대한 수요를 확대하고 애니메이션 산업 발전을 촉진하였다. 범(泛)2 차원 소비자는 영상물, 음악, 문학 등 애니메이션 관련 산업에 대한 지식을 가지고 있어 애니메이션 산업의 심층적 개발을 위한 여건을 마련해 주었다.
- LeadLeo 연구원의 통계에 따르면, 2016 년부터 2020 년까지 중국의 범(泛)2 차원 소비자 수는 2.6 억 명에서 4 억 명으로 증가했으며, 연평균 증가율은 14.9%이다. 2021 년 중국 범(泛)2 차원 소비자 수는 4.2 억 명으로 예측된다.
- 90 년대생과 2000 년대에 출생한 세대가 주력 소비군으로 이들의 소비 의향과 소비력 증가는 애니메이션 제작업에 강력한 성장 동력을 제공하였다. 2020 년에 조사한 80 년대생과 2000 년대생의 애니메이션 소비 현황 데이터에 따르면, 80 년~84 년 출생 세대와 85 년~89 년 출생 세대의 소비규모가 각각 4,988 위안과 4,380 위안으로 1-2 위를 차지하였다.
- 애니메이션 문화의 영향을 많이 받고 자라난 90 년대, 2000 년대 출생 세대가 점차 사회에 진출하면서 이들의 유료 콘텐츠 소비 의향과 소비력 향상이 애니메이션 산업 발전을 크게 이끌어 냈을 뿐만 아니라 질적 발전과 새로운 도약을 촉진하였다.



|그림 7| 중국의 범(泛)2차원 소비자 규모

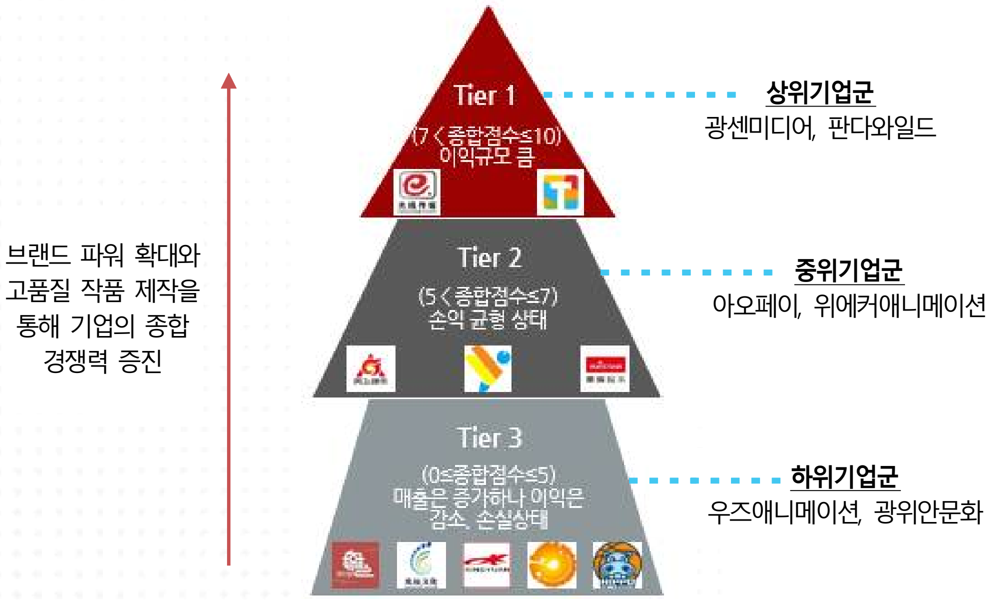


|그림 8| 연령별 애니메이션 소비자 연소비액(2020년)

(자료: 중국영화데이터정보망, LeadLeo연구원)

4. 애니메이션 제작업의 경쟁구도

- 중국 애니메이션 제작사의 경쟁구도에서 상위 기업군은 차스닥에 상장한 광센미디어가 대표적이고, 중위 기업군으로는 아오페이, 웨이커애니메이션 등이 있으며, 하위 기업군은 주로 신삼판(新三板) 상장기업으로 각 기업군의 경쟁력 격차가 큰 편이다.



|그림 9| 중국 애니메이션 제작업의 경쟁구도(2021)

2021년 중국 애니메이션 제작기업의 경쟁력 비교

구분	대표 기업	매출액	매출액 점수	순이익	순이익 점수	주주 권익	주주 권익 점수	CFO 자산	CFO 자산 점수	작품의 창의성 점수	브랜드 파워 점수	종합 점수
상위기업군 (7 < 종합점수 ≤10)	광센미디어	47.1	9	26.1	9	88.9	9	11.3	8	8	9	8.5
	판타와일드	45.7	9	7	6	108.3	10	21.2	9	7	8	8
중위기업군 (5 < 종합점수 ≤7)	아오페이	26.5	9	-6.5	0	37.8	8	1.6	8	7	7	6.8
	위에커애니메이션	1	4	0.1	6	1.9	9	-0.1	0	7	6	5.2
하위기업군 (0≤ 종합점수 ≤5)	우즈애니메이션	0.3	1.5	-0.1	0	0.4	3	-0.1	0	6	6	3.5
	광위안문화	0.1	1	-0.1	0	0.1	1	0.1	1	6	5	3.2

[표4] 2021년 중국 애니메이션 제작기업의 경쟁력 비교 (출처: LeadLeo연구원 조사, 2021.10)

주: 매출액, 지배주주순이익, 주주권익, CFO(경영활동 현금성유동자산)은 각각 손익계산서, 대차대조표, 현금흐름표에서 회사의 재무 상태를 반영, 회사의 전반적인 재무 능력을 나타내므로 경쟁구도 측정지표로 채택함. 이 데이터는 모두 최근 2년 평균치이며, 단위는 억 위안임. 매출액, 지배주주순이익, 주주권익, CFO자산, 작품의 창의성, 브랜드파워 점수 가중치는 각각 10%, 10%, 10%, 20%, 30%, 20%임. 종합점수=각 기준점수를 해당가중치로 계산 후 합산

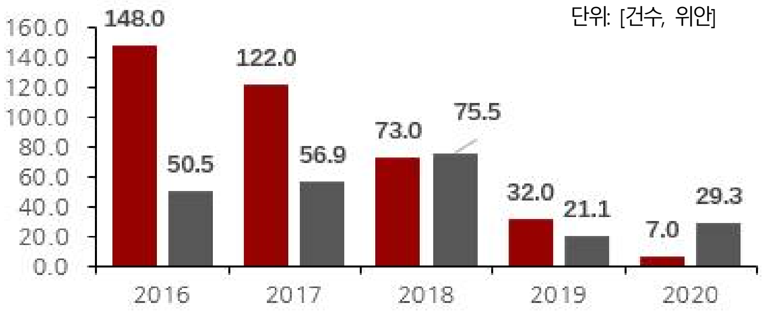
(자료 : Wind, CNINFO, 회사공식홈페이지, LeadLeo연구원)

5. 애니메이션 제작업의 발전 동향

- 외부 전파 채널과 수요 변화가 복합적으로 작용하여 중국 애니메이션 제작업계의 제작 주체가 다변화되는 추세이며, 고품질 콘텐츠 제작을 산업 발전의 주된 발전 방향으로, 산업화 운영체계가 점차 개선되는 양상을 보이고 있다. 애니메이션 제작업은 주체, 콘텐츠, 산업화 방면에서 다음과 같은 특징을 보인다.

애니메이션 제작 주체의 다원화

- 전통적인 애니메이션 작업실과 아오페이, 광센미디어, 위에커애니메이션기업 등 애니메이션 제작사를 비롯하여 텅쉰, 알리, 넷이즈(网易) 등 인터넷 기업, YOUKU, iQiyi, 망고 TV 등 온라인 동영상플랫폼이 애니메이션 제작에 잇따라 진출하면서 애니메이션 제작 주체가 다양화되고 있다.

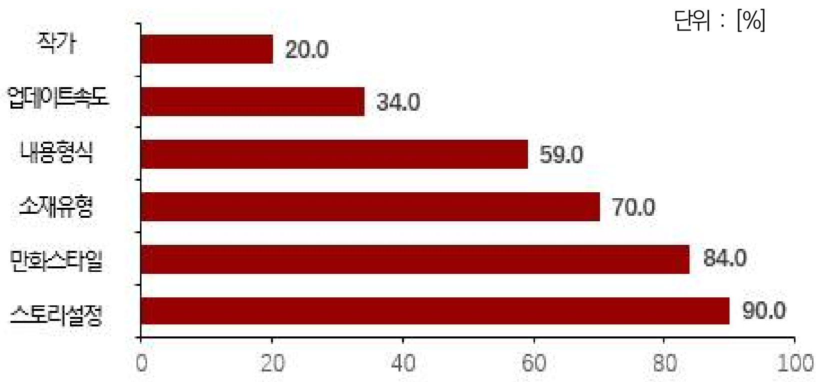


|그림 10| 2016-2020년 중국 애니메이션 부문 투자
(자료 : 웨이보데이터센터, Wind, LeadLeo연구원)

- 2016 년부터 2020 년까지 애니메이션 산업의 투자 건수와 금액은 감소 추세를 보여 2020 년 투자 건수 7 건, 투자액 29.3 억 위안으로 나타났으나, 전반적인 추세 변화는 시장 참여자들의 합리적인 투자 행동을 이끌어냈다.

고품질 콘텐츠 시대 도래

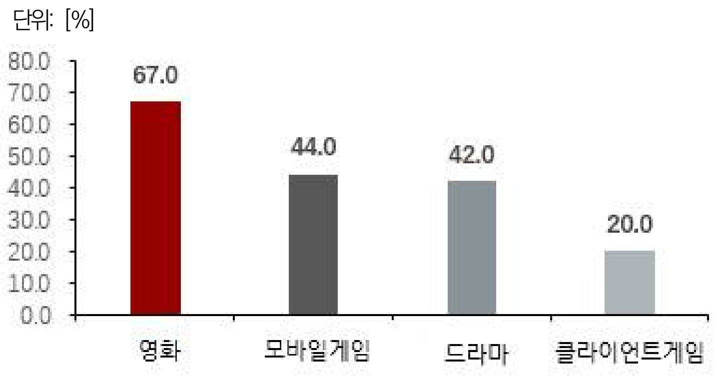
- 콘텐츠 제작 측면에서 풍부한 스토리라인, 다양한 색채 표현, 강렬한 감정이입, 시대의 흐름 등을 반영한 애니메이션 작품이 많은 관객들에게 사랑받고 완성도 높은 작품으로 평가받고 있다. 하드웨어 장비 지원과 기술적 수단을 통한 관객 경험의 서비스 개선이 고품질 작품 제작에도 영향을 주어 애니메이션 제작업의 발전에서 고품질 콘텐츠의 중요성이 더욱 증대될 것으로 보인다.



|그림 11| 2020년 소비자의 애니메이션 선택 고려 요인

산업화 운영체계 개선

- 산업화 운영은 고품질 애니메이션의 IP 비즈니스 가치를 충분히 발굴하고 사업화 전환율을 높이는데 유리하다. 애니메이션 전체 산업사슬 운영 플랫폼 샤오밍타이지(小明太极)사는 애니메이션을 게임, IP 라이선스, 애니메이션 마케팅, 문화 관광 타운 등 사업과 연계하여 전방위적으로 운영하며 많은 애니메이션 IP 에 대한 가치 사슬을 확장하고 상업화를 실현했다.



|그림 12| 2020년 애니메이션 소비자가 기대하는 각색 유형

3 중국 애니메이션 제작기업 분석

요약

- **광센미디어**는 영상물 및 애니메이션 작업을 수행하면서 고품질 콘텐츠 창작 역량을 향상시키고, 지속적으로 파생 소비상품 개발과 산업사슬 확장에 투자해 업계 내 입지를 강화해나가고 있다.
- **아오페이엔터테인먼트**는 애니메이션 IP 의 개발 및 운영에 집중하는 기업으로 경영의 체인화와 국제화를 추진하여 시장에서 높은 매출 규모와 브랜드 파워를 가지고 있는 기업이다.
- **위에커애니메이션**은 애니메이션 제작에 주력하는 기업으로 막강한 채널을 기반으로 중국 문화 수출 선두기업으로 성장했고, 해외 사업에서도 빠른 성장세를 보이며, 매출 총이익률이 높은 편이다.

1. 광센미디어(光线传媒)

- 베이징광센미디어주식회사(이하 '광센미디어')는 영상물과 애니메이션 사업을 수행하면서 고품질 콘텐츠 창작 역량을 향상시키고, 지속적으로 파생 소비상품 개발과 산업사슬 확장에 투자하며 업계에서의 입지를 강화해 나가고 있다.

기업 개요

- 2009 년에 설립된 광센미디어는 2011 년 선전증권거래소에 상장(종목코드 300251)했다. 업무 범위는 영화와 드라마, 애니메이션, 음악, 문학, 연예인 매니지먼트, 라이브 엔터테인먼트 및 산업 투자 등을 아우르고 콘텐츠 범위의 확대와 산업 사슬 확장을 추진하고 있다. 애니메이션은 애니메이션 영화와 애니메이션을 주제로 한 실사 영화를 포함하며, 광센미디어의 각 사업 부문 중 가장 성장성이 높은 사업이다.

|그림 13| 광센미디어의 주요 사업분야
(자료 : 회사홈페이지, CNINFO, LeadLeo연구원)

비즈니스모델 분석

- **사업 확장:** 영상물, 애니메이션, 음악, 문학 등 다양한 분야를 아우르며, 기획, 투자, 제작, 홍보 등의 단계에 이르기까지 콘텐츠 창작에 깊이 관여하고 있다. 다양한 분야를 아우르는 고품질 콘텐츠를 통해 기업의 비즈니스 성장을 위한 충분한 자원을 확보하고 파생상품 사업의 발전을 도모하였다.
- **산업사슬 구축과 확장:** 고품질 콘텐츠 확보를 기반으로 IP 의 상업적 가치를 충분히 개발하고, 산업사슬의 전략적 투자를 통해 수직적 산업사슬의 우위를 형성하였다. 산업사슬의 업다운스트림 배치를 통해 회사의 자원 배치를 최적화하고 경영 효율을 높였다.

기업의 강점

- **강력한 브랜드 파워:** 지난 10 여 년간 고품질 콘텐츠를 지속 창출하며 사업구조를 꾸준히 개선하고 매출수익률을 점차 높여 영화/드라마 업계 내에서 강력한 브랜드 파워를 형성했다.
- **산업사슬 구축:** 영상/애니메이션 등 다양한 분야에서 고품질 콘텐츠를 생산하고, IP 파생상품의 개발 역량을 향상해 고품질 콘텐츠의 비즈니스 가치를 높여 산업사슬에 긍정적인 시너지 효과를 촉진했다.
- **강력한 콘텐츠 창작 역량:** 산업사슬의 경쟁 우위를 활용하여 배우와 인재 확보, 우수한 감독과 시나리오 작가와의 협력 및 프로젝트 개발 면에서 내실 있는 콘텐츠 창작 기반을 다지고 창작 역량을 강화했다.

2. 아오페이엔터테인먼트(奥飞娱乐)

- 애니메이션 IP 의 개발 및 운영에 집중하는 기업으로 경영의 체인화와 국제화 사업을 적극 추진하는 기업이다. 업계에서 높은 매출 규모와 브랜드 파워를 가지고 있으며, 종합경쟁력이 높은 편이다.

기업 개요

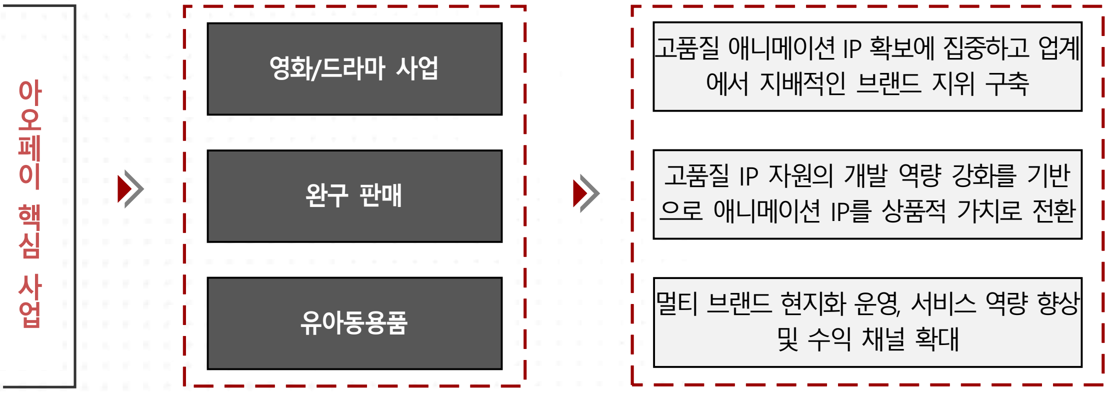
- 1993 년 설립된 아오페이엔터테인먼트주식회사(이하 '아오페이')는 2009 년 선전 증권거래소에 상장(종목코드 002292)했다. 고품질 IP 를 비롯하여 애니메이션, 장난감, 영상, 게임 등 사업을 영위하고 있다. 〈희양양과 회태랑〉, 〈십만 개의 냉소적 유머〉 등 전 연령대를 아우르는 애니메이션 IP 를 보유하고 있으며 미국, 영국, 프랑스, 한국 등 국가에 지사를 두고 해외 사업을 수행하고 있다. 애니메이션 IP 개발 및 창작은 아오페이의 핵심사업이며, 애니메이션 IP 를 기반으로 한 장난감, 유아용품 등 파생상품 비즈니스도 추진하고 있다.

비즈니스모델 분석

- IP 기반 개발 역량 강화: 고품질 애니메이션 IP 창작에 많은 자원을 투입하고, 콘텐츠 운영 및 유통을 통해 IP 의 지명도와 영향력을 확대하고 있다. 특히 IP 자원 개발에 주력해 파생상품의 상업화도 성공적으로 실현하였는데, 고품질 IP 확보가 효율적 상업화의 성공요인으로 꼽힘
- 글로벌 멀티브랜드 운영: 40 개 이상의 국가와 지역에서 사업을 영위하고 있으며, 북미 영유아 브랜드 'babytrend'와 중국 영유아 브랜드 '아오베이(澳贝) 등 글로벌 멀티 브랜드를 운영하고 있다. 글로벌 사업을 통해 브랜드 영향력을 강화하고 기업의 잠재 성장력을 확대하였다.

기업의 강점

- 우수한 사업 역량: 설립 초기부터 콘텐츠 개발/제작/운영에 집중해 20 여년의 성장을 거쳐 전체 매출 규모 및 성장 잠재력이 업계 상위를 차지하고 있으며, 우수한 사업 역량을 보유하고 있다.
- 확고한 비즈니스 네트워킹 보유: 고품질 애니메이션 IP 자원을 보유하고 있고, 이를 기반으로 다양한 IP 상품을 개발하여 장난감 판매 및 유아동용품 사업으로 경영범위를 확장하였다. 글로벌 시장 개척에도 적극적인 태도를 가지고 있다.
- 콘텐츠 통합 운영: 〈희양양과회태랑〉, 〈십만 개의 냉소적 유머〉 등 고품질 IP 를 보유하고 있으며, 애니메이션 IP 를 기반으로 게임, 장난감 등을 개발하였다.



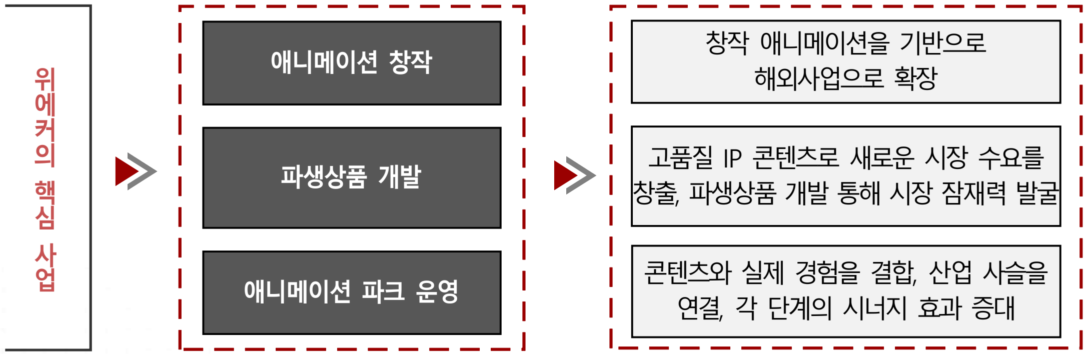
|그림 14| 아오페이의 주요 사업분야

3. 위에커애니메이션(约克动漫)

- 애니메이션 제작에 주력하는 기업으로 막강한 채널을 경쟁우위로 중국 문화 수출 선두기업으로 부상했다. 해외 사업에서도 빠른 성장세를 보이며, 매출총이익률이 높은 편이다.

기업 개요

- 허난위에커애니메이션주식회사(이하 '위에커')는 2009 년 설립되어 애니메이션 영화, 문화 관광, K12 에듀테크, 소프트웨어 인터넷 개발 업무를 수행하고 있다. 2014 년 신삼판(新三板) 상장기업(종목번호 830936)으로 허난성에서 최초로 자본시장에 진입했다.
- 위에커는 중국 국가하이테크기업, 국가급애니메이션 기업, 국가문화수출중점기업에 선정된 바 있으며, 애니메이션 전체 산업사슬을 구축하여 미국, 캐나다, 독일, 이탈리아 등 국가에서 글로벌 사업을 추진하는 등 중국 애니메이션산업의 종합 서비스 사업자로서 확고한 시장 지위를 차지하였다.



|그림 15| 위에커 애니메이션의 주요 사업분야

비즈니스모델 분석

- 라이선스 취득과 원작 결합: 글로벌 아웃소싱 사업 수행, 안정적인 현금 흐름 확보를 통해 점차 수익성을 개선했다. 국제 IP 의 중국내 판권 획득하고, 기업 내 글로벌화, 전문화된 인력 양성에도 힘써왔다. 국제협력을 통해 수익채널을 확장하는 한편, 우수한 경험을 벤치마킹하여 전문성을 향상시켰다.
- IP 라이선스 및 운영 결합: IP 라이선스 취득과 파생상품 판매를 통해 수익을 높였다. 애니메이션 문화 키즈파크를 만들고 체인 형태로 운영하며 애니메이션 문화 패밀리 서비스 플랫폼을 구축했다. 애니메이션 테마파크 운영을 통해 애니메이션 전후방산업을 서로 연결하고 IP 가치의 상업화 효과를 증대시켰다.

기업의 강점

- 인정받는 문화 수출 중점기업: 국가 중점 문화수출기업이자 중국 상무부가 주관하는 주요 서비스

아웃소싱 기업으로 평가받는 등 문화 수출 분야에서 인정받으며 호평을 얻고 있다.

- 글로벌 시장 개척의 초기 성과 가시화: 북미, 유럽, 아프리카 등 지역에서 업무를 적극 전개해 해외 사업이 기업의 총수익에서 중요한 비중을 차지하고, 계속 성장하는 추세를 보이고 있다. 해외시장 개척 성과가 점차 가시화되고 있다.
- 비교적 완전한 기업지배구조 형성: 인재 모집, 심사, 채용, 양성에 있어 비교적 완벽한 시스템을 구축하였다. 다양한 사업부 간 분업과 협력, 효율적 운영, 비교적 완전한 내부 지배구조체제를 마련했다.

중국(심천) 콘텐츠 특화보고서

2022년 01호

주관기관	한국콘텐츠진흥원	
감수	김형민 (심천비즈니스센터장)	주가린 (심천비즈니스센터 주임)
집필자	LeadLeo연구원	천라이샹 (陈来向)
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)	
발행일	2022년 7월 12일	
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”

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락