

# 중국(심천) 콘텐츠 산업동향

2022년 17호

중국 웹툰 원작의 글로벌화를 선도하는 콰이칸세계(베이징)과기유한회사

# KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

## 중국(심천) 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA(SHENZHEN)

2022년 17호

구분(장르)	제 목	Key Word
기업탐방	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 와이칸세계(베이징)과기유한회사를 만나보다</li><li>▶ INTERVIEW Q &amp; A</li><li>▶ 기업 정보 요약</li></ul>	웹툰 제작/발행
센터안내	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개</li><li>1. 심천비즈니스센터 운영 안내</li></ul>	맞춤형 현지종합서비스 / 정보

작성 | 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터

배포 | 2022.11.01



## 콰이칸을 만나보다

KOCCA



### 콰이칸 Chen Anni씨를 만나다

INTERVIEW  
NOTE

#### 인터뷰 취지

2014년 설립된 콰이칸(快看世界(北京) 科技有限公司)은 중국 젊은이들 사이에서 가장 인기 있는 웹툰 IP 플랫폼이자 공유 커뮤니티임. 콰이칸 웹툰 앱(APP) 출시 3개월 만에 이용자 수가 200만 명을 넘었고, 2021년 총 이용자 수는 3.4억 명에 이룸. 현재 선두 자리를 지키고 있는 '콰이칸'은 700여명의 직원이 근무하고 1만 명이 넘는 플랫폼 작가를 보유하고 있음

2021년 중국 1위 웹툰 플랫폼 콰이칸의 MAU는 4,000만여 명으로, 동종업계 2위부터 6위까지 합한 이용자 수를 넘어섬. 2014년 창립 이래 콰이칸은 웹툰을 기본으로 웹툰 숏폼, 커뮤니티, 무빙툰, 캐릭터 굿즈, 도서, 게임, NFT, 오프라인 행사 분야에 영역을 넓혀 멀티 콘텐츠 플랫폼으로 성장함

#### 대상자 소개

성 명 Chen Anni(陈安妮)  
소 속 CEO  
업 무 • 회사 운영 및 업무 관리

사진  
비공개

KOCCA

INTERVIEW Q & A



✓ 기업 이슈



그림 1 | KK World 체험관, 중국 웹툰 산업화에 새로운 방식 선보여

※이미지 출처: 콰이칸 앱

- <2022 콰이칸 웹툰 발표회(2022 快看国漫发布会)>가 지난 7월 16일 중국 광저우에서 개최됨. 콰이칸은 이 날 발표회에서 우수 웹툰 136편, 웹툰 샷폼 52편, 애니메이션 4편을 포함한 올여름 최고의 IP 라인업 192편을 발표함. 이번 발표회는 콰이칸이 화남지역의 영향력 있는 웹툰 전시회인 '반딧불 애니메이션 게임 카니발'과 협업하여 준비한 오프라인 행사로 콰이칸의 대표 IP인 <투투창부주(偷偷藏不住)>, <곡위남정(谷围南亭)> 등을 중심으로 2차원 문화 콘텐츠 마니아들을 겨냥한 작은 유니버설 스튜디오 KK WORLD를 조성했다는 점에서 주목할 만함
- 중국 상하이에서 열리는 최대 게임 전시회 차이나조이(ChinaJoy)가 온라인으로 전환되고, 빌리빌리세계(Bilibili World)가 연기된 업계 분위기 속에서 KK World는 ACGN 애호가들이 올해 줄곧 기다려온 첫 번째 대형 오프라인 IP 행사였음
- 콰이칸 천안니 CEO는 “앞으로 이용자들은 콰이칸 APP 안의 사이버 세계뿐만 아니라 KK World에서도 웹툰 문화를 즐길 수 있게 됨. 풍부한 엔터테인먼트 콘텐츠를 현실에서 만날 수 있는 기회로, 이는 콰이칸이 세계 최대 웹툰 플랫폼으로 발돋움하는 발판이 될 것”이라고 소개함
- 콰이칸이 웹툰 IP 라인업을 발표한 것은 이번이 처음이 아님. 문화 엔터테인먼트 산업이 전반적으로 침체된 가운데, 콰이칸은 한번에 192편에 달하는 IP 개발 계획을 발표함으로써 이용자 차원에서나 업계 차원에서 모두 사기를 진작시키는 역할을 함
- 콰이칸은 현재까지 총 600편이 넘는 외국 작품을 도입해 외국 웹툰 작품을 가장 많이 보유한 플랫폼이 됨. 특히 최근 <짱구는 못말려> 30주년을 맞이하여 콰이칸은 <짱구는 못말려> 만화 컬러버전을 전 세계에서 독점으로 도입해 고전 애니메이션 마니아들에게 놀라움을 선사함

- 콰이칸이 올해 하계시즌에 공개한 작품 가운데 웹툰 뿐만 아니라 52 편의 웹툰 슷폼(漫剧: 짧은동영상 형태의 웹툰 시리즈물)과 4 편의 애니메이션 대작도 포함되어 있어 기대를 모으고 있음. 웹툰 슷폼은 콰이칸이 2021 년에 출시한 새로운 영상작품으로 출시한지 일 년 만에 20 억 뷰를 넘어섬
- 콰이칸은 줄곧 젊은층의 문화 수요를 반영하여 우수한 웹툰을 웹툰 슷폼으로 제작하였고, 하계 동안에만 50 편을 업로드함. 뿐만 아니라 스릴러물을 위주로 하는 X 극장과 공상과학 소재의 작품을 위주로 한 K2 극장 등 2 대 웹툰 슷폼 브랜드를 발표함
- 콰이칸은 라인프렌즈와 협력 관계를 맺고 웹툰 공동 창작 협력모델을 모색하고 있는데, 이번 발표회에서 양사의 공동창작 웹툰 <난 너를 좋아하지 않아(我才不会喜欢你)>를 현장 관객들에게 선보임<sup>1)</sup>



[그림 2] 라인프렌즈-콰이칸의 공동 창작 웹툰 <난 너를 좋아하지 않아(我才不会喜欢你)>

※이미지 출처: 콰이칸 앱

## ✓ 인터뷰 Q&A

### Q '콰이칸 웹툰' 소개

- A 2014 년 설립된 콰이칸은 중국 젊은 층 사이에서 가장 인기 있는 웹툰 IP 플랫폼이자 공유 커뮤니티임. 2014 년 11 월, 콰이칸 웹툰 APP 가 출시되었고 3 개월 만에 이용자 수가 200 만 명을 넘어서는 쾌거를 이룸. 현재까지 업계 1 위 자리를 굳건히 지키고 있는 콰이칸은 직원 700 여명, 플랫폼 작가 수는 만 명 이상, 그리고 많은 협력사를 보유하고 있는 중국 웹툰계의 대표기업으로 성장함. 콰이칸 이용자의 85% 이상은 'Z 세대'로 불리는 '00 허우(後, 2000 년 이후 출생자)'로 새로운 표현을 만들어 내는데 큰 흥미와 관심이 가지고 있음
- A 콰이칸 작품은 세계 200 개 국가 및 지역으로 수출되어 중국 문화 수출의 대표 상품으로 자리 잡음. 우리는 특히 우수한 창작 인재 개발에 힘써왔고, 현재 콰이칸에 등록된 창작자 수는 10 만 명, 웹툰 작품은 1 만 편에 달함. 콰이칸 커뮤니티의 해시태그는 25 만여 건에 달했고, 그중 400 개의 해시태그는 조회수가 1 억 회를 돌파함

1) 출처: 封面新闻(thecover.cn)

- A** <중국 2 차원 콘텐츠산업 백서(中国二次元内容行业白皮书)>에 따르면 2021 년 콰이칸의 월간 활성화 이용자수(MAU)는 4,000 만 명을 넘어서서 중국 웹툰계 최고 자리를 차지하였으며, 업계 2 위~6 위를 모두 합해도 콰이칸의 월간 이용자 수보다 적음
- A** 콰이칸은 글로벌 시장 진출, IP 수출 및 개발 등 글로벌 웹툰 플랫폼으로서의 성장하기 위해 해외판 APP 를 출시함. 2018 년 이후 콰이칸은 중국 웹툰의 해외 판로를 모색하며 저작권을 가진 중국 웹툰 400 편 정도를 전 세계 협력파트너 80 곳에 등록하고 12 종 언어로 번역하여 200 개 국가 및 지역에 수출함
- A** 해외 시장 확대는 물론 중국내 웹툰 시장에서도 지속적인 변화를 추구하고 있음. 2014 년 창립 이래 콰이칸은 웹툰을 중심으로 웹툰 숏폼, 커뮤니티, 애니메이션, 도서 출판, 게임, NFT, 오프라인 행사 등 다양한 분야로 사업을 확대하며 멀티 종합 문화 콘텐츠 플랫폼으로 성장함. 콰이칸은 웹툰 NFT 저작권 업무를 개시하여 이미 많은 작품에 대해 NFT 를 발행하였을 뿐만 아니라 올해 300 만 권 이상의 초판인쇄 발행 계약을 따내는 등 중국 최대 만화도서 출판 기업으로 발돋움하고자 함
- A** 굿즈 분야에서 콰이칸은 중국 최고 굿즈 개발업체를 목표로 올 한해 동안 36 개의 IP 굿즈 개발 계획을 내세움. 이러한 사업 확장의 배경에는 중국 웹툰의 IP 가치에 대해 깊이 있게 연구 발굴하는 콰이칸의 노력이 있음

**Q** 귀사는 어떻게 중국 웹툰 분야에서 선두에 설 수 있게 되었나?

- A** 8 년 전 대학 졸업 직후 저는 사람들이 놀랄만한 의외의 선택을 했음. 많은 사람들이 생각하는 전도유망한 길을 버리고 대학 시절 시작한 웹툰 창작활동을 계속하면서 '위대한 안니(伟大的安妮)'라는 필명으로 웨이보에 다수의 작품을 연재하였음. 그 중 몇몇 작품이 인기를 끌면서 수많은 팔로워를 보유하게 되었고 성공적인 미래도 기대할 수 있게 됨
- A** 2014 년 11 월 콰이칸의 웹툰 APP 이 출시되었고 불과 3 개월 만에 이용자가 200 만 명에 이르렀음. 창업은 원래 이런 것임. 우리도 처음 시작할 때는 자금도 없고 이용자도 없었던 가장 힘든 시기를 겪었으나, 지금 최고의 위치에 오른 콰이칸은 직원 700 여명과 1 만여 명의 플랫폼 작가를 비롯해 수많은 협력파트너가 있는 선두기업이 되었음
- A** 창업한지 8 년 가까이 된 콰이칸 웹툰은 중국 최대 웹툰 플랫폼으로 총 이용자 3 억 4 천만 명, 1 개월 이용자 4 천만 명, 등록 작가 12 만여 명, 다수의 인지도 높은 유명 웹툰 IP 를 보유하고 있음
- A** 2021 년 8 월, 콰이칸은 두 가지 큰 사업을 이루어 냈는데, 그 첫번째는 '콰이칸 웹툰'을 '콰이칸' 브랜드로 업그레이드하여 중국 웹툰 산업클러스터를 조성한 것이고, 두번째는 2 억 4 천만 달러(한화 약 3,360 억 원)의 자금을 조달(융자)에 성공하여 웹툰 업계 신기록을 달성, 콰이칸 발전의 새로운 서막을 알린 것임

**Q** 콘텐츠산업이 불경기에 직면한 상황에서 웹툰의 수익은 어떠한지?

- A** 우리 웹툰 업무는 약 2 년 전부터 이익을 보기 시작함. 웹툰 업계에서 콰이칸보다 더욱 전문적인 팀은 없을 것임. 웹툰 창작은 실제로 매우 어렵고 긴 시간이 필요한 과정으로 전문가 마인드가 필요할 뿐 아니라 인내심도 필요함. 우리는 중국 최초로 웹툰 기획서를 발표하고 작품 하나당 87 항의 제작 규범을 마련하였는데 이는 업계에서 보기 드문 일임. 동시에 매 작품마다 창작, 운영, 개발에 대해 개별적으로 맞춤형 기획을 세우며, 모든 작품이 하나의 완성된 팀을 구성해 운영되고 있음

- Ⓐ 최근 몇 년 동안 중국의 주요 콘텐츠 제작사들은 작품 리스트를 내세워 자신의 축적된 콘텐츠를 선보이고 있음. 이번 KK World 에서 콰이칸은 우수 웹툰 136 편, 웹툰 샷폼 52 편, 최상급 퀄리티의 애니메이션 4 편을 포함한 하계시즌 IP 라인업 192 편을 발표함. 그중 색다른 변화로 많은 사람들의 이목을 끌었음
- Ⓐ 화려한 IP 라인업 중 진장(晋江), 웨원(阅文) 등 인터넷 문학 사이트에서 나온 IP 도 적지 않은데, 이는 웹툰산업의 미래 모습일 것임. 저작권 비용보다 더 중요한 것은 협력을 통해 다함께 이익을 얻고 더 큰 가치를 창출하는 데 있다는 점이며, 이것이 바로 협력의 본질임. 현재 진장(晋江)이나 웨원(阅文)과의 협력을 통해 업계는 더 큰 가치를 창출하였기에 저작권 비용은 더 이상 문제가 되지 않음. 우리는 저작권 협력을 진행할 때, 소설의 경우 발간된 지 5 년 이상 되어 마니아층이 어느 정도 형성되어 있고 대중들이 저작물의 존재감을 쉽게 알아볼 수 있는 작품을 선정함
- Ⓐ 그러나 실질적으로 향후 전체 웹툰 영역에서 원작 웹툰의 영향력이 더욱 커질 것임. 이미 수량으로 보면 원작 웹툰 비중이 저작권 협력 작품의 비중을 넘어서 전체 작품의 70% 이상이 원작 웹툰이 차지하고 있음. 하지만 원작 웹툰 IP 개발은 오랜 시간이 걸리는 과정으로, 보통 2 년 이상 연재해야 사람들의 관심을 받기 시작하며 때 작품의 콘텐츠 양이 충분해야 작가가 보여주고자 하는 세계관을 안정적으로 보여줄 수 있음

**Q 중국 원작 웹툰의 산업화를 위해 귀사가 시도하고 있는 웹툰 콘텐츠 산업화 프로세스는?**

- Ⓐ 현재 원작 콘텐츠 면에서 콰이칸은 온라인 KK 학원, 각종 웹툰 콘테스트, 우수 신인 창작자 발굴 등 비교적 완전한 콘텐츠 생태계를 조성하고 있음. 이러한 '인재 발굴+소재 기획+극본 창작+시각화 제작'의 산업화는 고품질 콘텐츠 창작은 물론 콰이칸의 글로벌 시장 진출에 있어서도 중요한 역할을 발휘하고 있음. 예를 들어 향후 계약하는 해외 작가나 풍부한 플랫폼 창작자 생태계를 통해 해외 시장에 더 많은 콘텐츠를 선보일 수 있음. 2021 년 8 월, 콰이칸은 향후 3 년 동안 10 억 위안(한화 약 1,900 억 원)을 원작 웹툰 개발에 투입하고 또 다른 10 억 위안은 협력사 및 웹툰 샷폼 제작에 투입한다는 '쌍(雙) 10 억' 창작 보조금 계획을 제시한 바 있음
- Ⓐ 콰이칸은 웹툰 콘텐츠의 산업화 과정을 줄곧 시도해 왔는데, 콘텐츠 제작의 산업화에 있어 가장 근본적인 문제는 콘텐츠에 대한 이해와 제작에 대한 이해, 그리고 창작에서 가장 핵심이 되는 아주 작은 부분까지 상상해낼 수 있는가이며, 그 다음이 대규모의 복제 과정이라고 생각함
- Ⓐ 콰이칸은 콘텐츠 창작에 대한 이해를 바탕으로 편집을 진행하며, 그 밖에 중요한 제작 단계마다 산업화와 유사한 프로세스를 확립함. 그리고 프로세스의 각 단계에서 끊임없이 수정하고 다듬어 더욱 세세하게 만들. 한 예로 웹툰 기획표와 그린라이트(绿灯会)는 가장 핵심적인 단계로 이를 위해 콰이칸은 끊임없이 노력하고 있음. 콰이칸은 우수 원작 중국 웹툰이 매 회 연재될 때마다 편집을 위해 작가와 상의하며, 특히 표지 디자인은 작품의 매력을 증진시키는 중요한 역할을 하므로 작가와 편집부 간의 더욱 긴밀한 협의를 진행함. 이는 웹툰 콘텐츠의 산업화 프로세스를 수립하는 한 단면을 보여줌
- Ⓐ 중국 웹툰의 해외 진출이 활성화된 주요 배경은 작품의 수준과 수량이 모두 증가했기 때문임. 이는 종사자 수와 콘텐츠 생산 효율과도 관련성이 높음. 중국 웹툰과 일본 웹툰의 수준 차이는 실질적으로 웹툰 작가 발굴과 육성에 있음. 매거진 시대에 중국 웹툰 작가 수는 일본에 비해 턱없이 적었으며, 전통 잡지의 운영방식은 웹툰 콘텐츠 생산면에서도 매우 비효율적임. 이러한 두 가지 문제를 해결하기 위해 콰이칸은 창작자의 지속가능한 시스템을 마련하고, 중국 웹툰 작가에게 충분한 소득 원천을 만들어 주며, 웹툰 샷폼 콘테스트를 통해 지속적으로 신인 웹툰작가를 발굴하는 등 다방면으로 노력하고 있음

- A** 다른 한편으로 콰이칸의 콘텐츠 산업화 생산체계를 구축하였는데, 이는 UGC 콘텐츠, 잠재력 있는 웹툰, 메인 작품 3 개 그룹으로 구분된 피라미드 모형임
- A** 구체적으로, UGC 원고 투고를 통해 콰이칸은 전통 잡지사가 1 개월 정도 걸리는 편집시간을 하루로 단축시켜 업계의 운영 효율성을 제고시키고 웹툰 업계의 진입 문턱을 낮춤. 현재 콰이칸에 등록된 작가 수는 매거진 시대에 비해 20 배나 많은 10 만 명 이상임
- A** 또 콰이칸은 인터넷과 오프라인을 결합한 방식을 통해 잠재력 있는 웹툰 작가를 육성하고 있음. KK 학원, 웹툰 작가의 캠퍼스 행사 진행, 웹툰 콘테스트, 창작자 살롱 등의 방법을 통해 콰이칸은 잠재력이 있는 창작자를 대거 보유하고 있으며, 그들이 신인 때부터 웹툰 작가가 되기까지 직업적으로 업그레이드가 가능하도록 도움을 주고 있음. 콰이칸은 최초로 디지털+콘텐츠에 기반해 실력 있는 작가를 선발하는 방식을 도입했고, 중국 웹툰 작가 제작자+매니저 지원방식을 선보여 중국 웹툰 작가에게 제작자 및 매니저 서비스를 모두 제공하고 있음
- Q** 외부에서는 귀사의 인기 IP 인큐베이팅이 그다지 빠르지 않다고 평가하는데, 이와 관련해 어려운 점과 가장 중요한 점은 무엇인가?
- A** 가장 어려운 점은 인기작품을 만드는 것으로 오랜 시간과 정교한 작업이 필요하며, 천천히 진행되어야 한다는 점임. 빠른 전개와 스토리나 앞뒤 없이 길게 늘어 붙인 콘텐츠로는 절대 인기작이 될 수 없음. 제 생각에 인큐베이팅의 핵심은 '스토리와 창작에 대해 충분히 이해하고 있는 팀이 있는가'임. IP 인큐베이팅은 매우 오랜 시간이 걸리는 과정으로 이 때 가장 필요한 것은 열정, 전문성, 인내심임. 경쟁자에 비하면 콰이칸은 이 점에서 전혀 어려움이 없으며, 더 잘 할 수 있다는 자신감이 있음. 자신감이 있는 이유는 콰이칸은 근본적으로 충분한 열정을 가지고 있고 이를 실현할 전문적인 팀이 있기 때문임
- A** 이미 여러 차례 팀의 중요성에 대해 강조한 바 있는데, 여기에서 한 가지 짚고 넘어가면, 좋은 팀을 어떻게 선택하는가도 매우 중요한 문제임. 심지어 이것은 가장 핵심적인 내용이라 할 수 있음. 많은 사람들이 저와 인터뷰할 때 콘텐츠의 상업화 등에 대해 묻곤 하지만, 제 생각에는 이런 것들은 모두 도구와 방법일 뿐 핵심은 여전히 사람에게 있다고 봄. 사실상 직원 선발이 가장 기본이며, 당신에게 좋은 팀이 있다면 어떤 방법론이냐는 사실 중요치 않음. 당신이 그들에게 자신의 능력을 발휘할 수 있도록 하면 그들은 더욱 잘 해낼 것이기 때문에 직원을 선발하는 것이 가장 중요한 업무라고 생각함
- A** 또 몰입도는 제가 가장 관심을 두는 부분임. 1 명의 경쟁력은 업무에 대한 이해도가 얼마나 깊은지에 따라 결정되며 이해도가 높을수록 경쟁력도 높아짐. 그렇다면 어떤 면에서 충분히 좋은 사람인지 어떻게 판단할 것인가? 저는 그 사람이 맡은 일을 얼마만큼 세세히 분해해보고 충분히 들여다 본 후 가장 핵심적인 부분을 찾아내서 대중화를 시킬 수 있는지, 그 역량을 봄. 두 번째는 좋아하는 일을 위해 충분한 시간을 투자한 경험이 있는지를 알아봄. 저는 이점을 매우 중요하게 생각하는데, 만약 그가 한 가지 일에 장시간을 보냈다면 그에 상응하는 결과를 가져왔을 것이며 그렇다면 그는 그 일에 대한 이해가 충분할 것이기 때문임
- Q** 지난해 웹툰 솜품은 귀사가 가장 중점적으로 진행했던 업무인데 당시 어떻게 이 방향으로 정하게 되었는지? 또 1 년이 지난 지금 사업상 진전이나 성과는 어떠한가?

- Q** 당시 이용자 중에 숏폼 동영상 시청을 원하는 수요가 있다는 것을 알게 됐고 우리는 더 빠르게 많은 양의 웹툰을 더 많은 사람들이 볼 수 있는 방법을 찾고 있었음. 우리도 애니메이션 제작을 하고 있으나 애니메이션 1 편을 제작하기 위해서는 2-3 년이라는 오랜 시간이 걸리고 자금도 많이 필요함. 게다가 우리가 가진 웹툰 작품은 많지만, 모두 애니메이션으로 제작할 수 있는 것은 아님. 우리는 세로 화면의 애니메이션을 만들기 위해 노력하였는데, 이는 빠른 시간 안에 대부분의 작품을 동영상 형식으로 바꿀 수 있었기 때문임. 여기에 캐릭터 목소리(CV)를 더해 많은 웹툰 작품을 더 많은 대중에게 보여줄 수 있게 됨
- Q** 쇼트 영상 시대에 걸맞는 웹툰의 새로운 표현 방식을 찾은 우리는 2021 년 200 편이 넘는 웹툰 숏폼을 제작함. 일반 애니메이션의 경우, 1 년에 고작 10 여 편 정도만 제작할 수 있음. 현재 웹툰 숏폼의 재생 횟수는 20 억 회에 달하며 고정 이용자 수는 1,000 만 명에 달함. 이는 콰이서우(快手)와 더우인(抖音)은 이용자 수가 지난해와 비슷한 수준에 머물러 있는 것과 대조적이며, 그보다 몇 십배 높은 재생횟수를 보여주고 있음
- Q** 그런데 웹툰 숏폼과 웹툰의 이용자가 완전히 동일한 것은 아님. 일부는 있을 수 있으나 대부분은 웹툰 숏폼 이용자일 것으로 보임. 숏폼은 웹툰 가치에 대한 IP 의 영향력을 높여주는 동시에 새로운 체험 방식을 제공하여 신규 이용자를 증가시킬 뿐만 아니라, 사업적 측면에서 CV, 음악과 같은 애니메이션 산업 클러스터를 더욱 많이 포함할 수 있어 파생될 수 있는 비즈니스 기회도 훨씬 큰 편임. 웹툰 숏폼 플랫폼은 출시된 후부터 현재까지 약 1 년 동안 내·외적으로 관련 지표가 모두 성장세를 보임. 현재 조회수가 20 억 회 이상에 달해 비즈니스 모델의 초기 형태를 갖춰가고 있음
- Q** 언제부터 치덴(起点), 진장(晋江) 등의 플랫폼과 협력을 시작하였는지? 또 협력할 소셜 IP 의 선정방법은?
- Q** 약 1, 2 년 전부터임. 개인적으로 소설은 시각화가 덜 된 편으로 웹툰에 비하면 각본의 기초에 지나지 않음. 원작 웹툰 또는 소셜 플랫폼 누구와 협력을 하는지에 관계없이 모두 독특한 시각으로 재창작하여 다른 사람들의 시선을 끌고 인정을 받게 해야 하는데 이는 결코 쉽지 않은 작업임. 주로 편집의 통찰력에 의해 좌우되므로 무엇보다 팀이 가장 중요하다고 생각함. 당신이 수준 높고 완벽한 팀을 마련했다면 어떤 소설과 협력할 것인가는 그들이 직접 선택할 수 있음. 저는 기본적으로 그들이 어떤 IP 를 선택했는지 간섭하지 않음
- Q** 올해 자체 APP 을 출시하게 된 계기는?
- Q** 최근 2 년간은 주로 작품 출시 위주로 세계 웹툰 발간 채널 80 여 곳과 협력했고, 라이선스 작품은 400 편에 달함. 왜냐하면 초반에는 각 지역마다 사람들이 어떠한 작품을 좋아하는지를 이해하기 위해 우선 바닥부터 낱알이 파약을 해야 했고 플랫폼 조성은 많은 시간과 노력을 요했기 때문임. 그리고 플랫폼 협력시 콘텐츠 발간 비용을 낮추는 것도 시도해 볼 수 있는 있음. 우리는 한가지 추세를 알게 되었는데 중국풍 웹툰 작품이 영어권이든 일본, 한국 어디에서나 모두 환영을 받고 있으며 일본 현지의 웹툰 서점에는 중국 전문 웹툰 코너를 두고 있다고 함
- Q** 올해 자체 APP 를 출시할 수 있었던 것은, 웹툰을 해외에 출시한지 2 년이 되어가면서 일정 수준의 데이터를 축적했고, 단독으로 운영하는 APP 에 필요한 많은 자금과 자원이 충분히 모였기 때문임. 원래는 팀은 규모가 비교적 작아 메인 플랫폼에만 집중할 수 있었으나 지금은 필요한 자원과 팀의 노하우가 축적되어 있음
- Q** 지난 2 년간 우리는 주로 콘텐츠 발행에 집중하였기 때문에 주요 수입은 플랫폼 제작자의 수익 분배 및 보증금이었음. 수입 규모는 당연히 직접 구축한 거에 비해 크지 않음. 우리는 콘텐츠 저작권만 가지고 있고

작품이 다른 플랫폼에서 어떤 지원을 받는지는 통제할 수 없어 이런 점들이 모두 수입에 영향을 주었음. 이 두가지가 자체 APP 를 제작하게 된 이유임

- ⓐ 우리가 대략적으로 계산했을 때 플랫폼을 직접 조성하면 수입은 훨씬 증가하고 심지어 메인 플랫폼의 수입을 넘어설 수 있을 것으로 기대됨. 새로운 해외 APP 중 가장 먼저 출시한 것은 영어권이고, 그 다음 일본과 한국임. APP 출시는 미래 콰이칸이 나아갈 가장 중요한 전략적 방향임
- ⓐ 콰이칸이 해외판 APP 출시를 정식 발표한 이후, 현재까지 출시한 버전은 주로 영어권 시장을 겨냥한 것임. 실무적 입장에서 APP 출시는 이용자 수의 증가와 시장의 확대와 연결됨. 그러나 그 가치를 따져 보면 중국 웹툰은 문화의 핵심으로 중국의 문화, 가치관, 중국인의 생활 모습을 담고 있어 일종의 문화 콘텐츠로서 알게 모르게 다른 사람에게 영향을 주고 있다는 점에서 더 큰 의미를 지님

**Q 귀사의 향후 목표는?**

- ⓐ 콰이칸을 중국 웹툰계의 넷플릭스(Netflix)로 만들어 많은 사람들이 '콰이칸'이란 이름을 듣자마자 바로 우수한 웹툰작품이 연상되도록 하는 것임. 넷플릭스는 장기적인 콘텐츠 투입을 통해 지금까지 세계 영화와 드라마 분야에서 없어서는 안되는 일부가 되었고, 인터넷 시대에 '사업성과 품질' 면에서 모두 윈윈(WIN-WIN)을 이루는 본보기가 되어 대부분 창작사들의 벤치마킹 대상이 되었음. 넷플릭스의 경쟁력은 콘텐츠에 대한 깊은 이해와 장기적이고 지속적인 투입으로 우수한 작품을 얻는 것인데, 콰이칸도 이와 같은 방식으로 진행하고 있음
- ⓐ 또 다른 목표는 콰이칸을 라이프 스타일 플랫폼으로 조성하는 것임. 독자는 콰이칸 공간을 통해 대량의 웹툰을 보고 어울릴 수 있는 친구를 사귀며 그들이 좋아하는 주변 물건들을 구매하게 될 것임. 즉 콰이칸을 '웹툰으로 시작되는 2 차원 라이프 스타일 플랫폼'으로 조성하는 것임
- ⓐ 미래 콰이칸의 청사진은 초대형급 콘텐츠 회사가 되는 것임. 웹툰, 웹툰 숏폼, 커뮤니티, 애니메이션, 굿즈, 오프라인 체험 등 분야에서 원스톱 서비스를 제공하여 전 세계 이용자가 풍부한 콘텐츠 체험을 할 수 있도록 하는 것이 콰이칸이 꿈꾸는 미래의 모습임

**부록 기업 정보 요약**



기업명	콰이칸세계(베이징)과기유한회사 快看世界(北京) 科技有限公司
대표자명	Chen, Anni(陈安妮)
설립일	2014년
주요사업	웹툰
주소	북경시 조양구 안정로 5호원 5동 12층 8단원



## 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 17호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 김형민 (심천비즈니스센터장)

주가린 (심천비즈니스센터 주임)

집필자 고하니 과장  
(나초(북경)컨설팅유한공사)

이옥매 부장 (나초(북경)컨설팅유한공사)  
김은아 과장 (나초(북경)컨설팅유한공사)

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2022년 11월 1일

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”