중국(심천) 콘텐츠 산업동향

2021년 11호

해외 콘텐츠 기업 탐방

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

중국(심천) 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA(SHENZHEN)

2021 년 11 호

구분(장르)	제 목	Key Word
기업 탐방	▶ 상해빌리빌리과기유한공사를 만나다 ▶ INTERVIEW Q & A ▶ 기업 정보 요약	영상 플랫폼
센터 안내	▶ 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스 센터 소개 1. 심천 비즈니스 센터 운영 안내	맞춤형 현지 종합 서비스 / 정보

작성 | 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스센터
배포 | 2021.11.26.

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

상해빌리빌리과기유한공사를 만나다

KOCCA

상해빌리빌리과기유한공사 CEO Zheng BinWei를 만나다

INTERVIEW NOTE

인터뷰 취지

빌리빌리(bilibili)는 중국 청년들의 문화 커뮤니티로, QuestMobile 의 조사에서 24 세 이하가 선호하는 10 대 어플리케이션 중 1 위를 차지함. 2018 년 3 월 28 일 미국 나스닥에 상장한 바 있음.

빌리빌리의 임직원은현재 3,000 여명. 월 활성화 유저는 1 억 7,200 만 명이며, 7,000 여개의 관심 분야를 다루고 있음.

탄막(弹幕, 영상 상단에 흘러가는 실시간 댓글 기능)은 빌리빌리만의 특징으로, 빌리빌리가 상호 작용, 공유, 2 차 창작의 특징을 지닌 문화 커뮤니티로 자리 잡는 데에 일조함. 또한 빌리빌리는 수많은 인터넷 유행어의 발원지 중 하나임.

대상자 소개

성 명	Zheng BinWei (郑彬炜)
소 속	CEO
업 무	회사 운영 및 업무 관리

사진
비공개

KOCCA

INTERVIEW Q & A

기업 이슈

|그림 1| 협력 발표회 현장 | 출처: chinadaily.com.cn

- 빌리빌리 e 스포츠와 상하이 자동차 모리스 개러지(Morris Garages, 이하 MG)가 최근 'Z 세대 뉴 홈그라운드 챌린지 및 전략 협력 발표회'를 개최함. 이번 발표회에서 양 사(社)는 젊은이들이 새 시대를 열어갈 수 있게 새로운 홈그라운드를 만들어 주고, 그들만의 미래 생활 체험 방식을 함께 모색할 계획이라고 밝힘.
- 발표회에서 MG 는 빌리빌리 e 스포츠의 전략적 파트너이자, BLG 평안은행 클럽(BLG 平安银行俱乐部, 이하 약칭 BLG)과 항저우 스파크(杭州闪电队)팀의 차량 협력사가 되었다고 선포함. 빌리빌리 e 스포츠와 MG 는 "젊은 세대의 새 홈그라운드를 만들자"라는 가치를 공유하고, 새로운 플레이메이트, 새로운 플레이 방법, 새로운 생태계(从新玩伴、新玩法和新生态) 세 방향에서 서로의 자원을 통합하여 깊이 있는 협력을 진행할 것이라고 밝힘. 이를 통해 e 스포츠와 차량 이동 분야의 미래를 함께 탐색할 계획.
- 이번 발표회는 Z 세대 뉴 홈그라운드 챌린지 챔피언십 형식으로 진행됨. 현장에서 배급업자와 차량 회사 관계자들이 제비 뽑기를 해 전력전개팀(战力全开队)과 나하청춘팀(拿下青春队)으로 나누고, BLG 의 간판 Mark 와 항저우 스파크의 간판 GUXUE 가 각자 팀장을 맡아 〈리그 오브 레전드〉, 〈오버워치〉, 〈포르자 호라이즌 4〉 등 3 게임의 승부를 겨룸. 빌리빌리 e 스포츠의 아티스트이자 〈리그 오브 레전드〉 프로 해설자인 샤오미(小米)가 발표회의 사회를 맡았고, 〈리그 오브 레전드〉 프로 해설자인 창마오(长毛), 〈오버워치〉 프로 해설자 샤오슈앙(小霜), 빌리빌리 게임 분야 업로더인 요우시동리(游戏动力) 등이 이번 챌린지 경기의 해설을 맡음.
- 젊은 세대의 소비가 점점 콘텐츠 분야로 쏠리고 있어, 스포츠, 카 레이싱, e 스포츠, 음악, 애니메이션 등은

이미 Z 세대 생활의 핵심 요소로 자리 잡았음. 또한 이 콘텐츠들은 다양한 브랜드와 젊은이들을 연결하는 중요한 통로가 됨. 자신들의 Z 세대 생태계를 바탕으로, 빌리빌리는 e 스포츠의 영역을 전방위적으로 넓혀왔음. 그 예로, 생활·패션이 e 스포츠와 결합한 젠틀몬스터, 라이브와 e 스포츠가 결합한 빌리빌리 라이브, 주변 장비와 e 스포츠가 결합한 로지텍 G, 금융과 e 스포츠가 협업한 평안은행(平安银行) 등이 있음.

- 또한 e 스포츠는 자동차 신차 홍보의 중요한 무대이기도 함. 젊은이들의 감각적 생활에 맞춰 앞으로 MG 는 빌리빌리 e 스포츠와 온·오프라인에서 긴밀하게 협업할 계획. 이를 통해 O2O(online to offline) 라이프 스타일을 만들고, Z 세대 뉴 홈그라운드의 신 생태계를 구축할 계획.

※본문 출처: chinadaily.com.cn

Q&A

Q 빌리빌리를 소개해달라

A 빌리빌리(bilibili)는 중국 젊은 세대가 가장 많이 모여 있는 동영상 플랫폼이자 문화 커뮤니티다. 2009 년에 론칭했으며, 2018 년 미국 나스닥에 상장했다. 지난해 9 월에는 우리가 제작한 원격 탐사 위성인 '빌리빌리 영상 위성'을 성공적으로 발사했다.

A 초기의 빌리빌리는 ACG(애니메이션, 만화, 게임) 콘텐츠를 창작하고 이를 공유하는 영상 플랫폼이었다. 이후 10 년간의 노력 끝에 다양한 콘텐츠가 넘쳐나는 창작 생태계를 만들었으며, 현재 7,000 여개의 관심 분야를 다루는 문화 커뮤니티로 성장했다. 빌리빌리는 QuestMobile 이 선정한 'Z 세대가 선호하는 앱'과 'Z 세대가 선호하는 범엔터테인먼트(泛娱乐) 앱' 부문 모두 1 위를 차지했으며, BrandZ 리포트가 발표한 '2019 년 가장 가치 있는 중국 브랜드 100 강' 안에도 들었다. 올해 3 월 29 일, 홍콩 증시에서 2 차 상장을 했다.

A 올해 1 분기 기준으로 월 평균 이용자는 2 억 2,300 만 명이고, 그 중 78%가 18~35 세의 젊은이다. 중국 청년 두 명 중 한 명이 빌리빌리 이용자다. 이용자들은 주로 도시에 분포되어 있으며, 고등교육을 받은 사람이 많다. 한 통계에 따르면, 빌리빌리의 전국 대학 보급률은 82%다.

A 산하 회사인 '빌리빌리 e 스포츠'는 e 스포츠 클럽 운영, 경기 운영, 선수 매니지먼트, 홈 그라운드 관리 등을 하고 있다. 빌리빌리 e 스포츠의 목표는 e 스포츠가 다음 세대 젊은이들의 문화와 생활의 중심으로 자리 잡게 하는 것이다. 전 세계에서 사랑받는 e 스포츠 IP 콘텐츠를 제작하고, e 스포츠 문화를 통해 젊은 세대를 연결시킬 것이다.

Q 동영상 시장의 미래에 대해 전망한다면?

A 동영상은 거스를 수 없는 미래 트렌드다. 중국 인터넷 정보 센터(中国互联网信息中心)는 지난해 말까지 중국의 동영상 플랫폼 이용자는 9 억 2,700 만 명이었으며, 5 년뒤 12 억 명으로 늘 것이라고 전망했다. 이는 중국의 모든 인터넷 이용자가 동영상 플랫폼을 이용할 것이라는 얘기다. 지금도 그렇지만 미래에도 동영상은 인터넷 콘텐츠의 주류가 될 것이다.

A 동영상에는 텍스트, 사운드, 음악 등이 들어 있어 과거의 많은 미디어 표현 형식을 망라하고 있다. 미래에는

뮤지션, 작가, 시인들도 동영상을 이용해 창작 활동을 할 것이다.

Ⓐ 이런 미래 트렌드 속에서 영상의 종류도 변화할 것이다. 과거에는 동영상의 90%가 영화, 드라마, 예능, 애니메이션이었다면, 미래의 동영상은 이 카테고리를 벗어나 훨씬 다양해질 것이다. 우리는 인터넷에서 지식을 쌓을 수 있고, 운동과 쇼핑을 하고 다양한 리뷰를 볼 수 있다. 빌리빌리가 그런 플랫폼이다. 현재 빌리빌리의 유저들이 제작한 동영상이 전체 조회 수의 90%를 차지하고 있다. 이런 유저들을 업로더(UP 主)라고 부르는데, 현재 이들은 월 평균 200 만 명이 넘는다.

Ⓐ 지금은 인터넷 만물 시대이기 때문에, 동영상의 시청 경로도 예전과 다르다. 과거에는 동영상의 중심이 영화관과 방송국이었지만 현재는 스마트폰이다. 앞으로는 자동차로도 확장될 것이다. 미래 동영상은 콘텐츠를 넘어, 일종의 서비스가 될 것이다. 지식을 곧바로 전달하고 물건을 판매하는 현장이 될 것이다.

Ⓐ 향후 주선율(主旋律, 중국 공산당의 이데올로기를 전파하고 인민을 교화하는 콘텐츠)을 고취하고, 확산시키는 방법 또한 동영상이 될 것이다. 빌리빌리가 출품한 애니메이션 〈그 해 그 토끼는 무슨 일이 있었을까(那年那兔那些事儿, Year Hare Affair)〉는 전체 조회 수가 6 억 회를 넘었다. 현재 중국 이용자들에게 가장 익숙한 주선율 애니메이션일 것이다. 작년 중국과 인도 국경에서 희생된 군인 샤오쓰웬(肖思远)의 위챗 프로필 사진도 이 애니메이션의 이미지였다. 이는 우리가 주선율 확산을 위해 한 일들이 이미 수많은 젊은이들을 감화시켰다는 뜻이다.

Ⓐ 동영상 플랫폼은 주류 미디어 커뮤니케이션의 주요 수단이 될 것이다. 중국 CCTV 뉴스 채널은 지난 2019 년 빌리빌리 내에서 방송을 시작했으며, 현재 팔로워가 600 만 명이 넘는다. 빌리빌리 내 CCTV 뉴스, CCTV 영상 등 모든 중앙 방송국 계정의 팔로워를 합치면 1,000 만 명이 넘는다. 이에 더해 우리는 CCTV 와 많은 콘텐츠 협업을 하고 있다. 작년에 CCTV 공식 사이트와 함께 제작한 우한 봉쇄 해제 생중계 프로그램인 〈우한 소생(武汉复苏)〉은 주류 미디어와 성공적으로 협력한 사례다.

Ⓐ 영상화 트렌드는 중국 문화가 세계로 퍼져 나가는 데도 도움이 된다. 지난 5 년간 빌리빌리는 모두 125 편의 중국 오리지널 애니메이션을 출품했고, 그 중 상당수가 외국에서도 상영되거나 방송됐다. 〈천관사복(天官赐福)〉이 대표적이다. 그리고 일본 애니메이션에도 투자를 많이 했다. 지난 3 년간, 일본에서 30 편의 애니메이션을 제작했는데, 이는 일본 내 전체 제작 편수의 30%에 해당하는 것이다. 일본 애니메이션 제작에 투자하는 것은 중국 문화를 전 세계로 확산시키는 데에 도움이 될 것이다.

Ⓐ 빌리빌리는 여러 글로벌 브랜드와 협력해 중국 다큐멘터리를 세계에 알리는 데도 힘쓰고 있다. 내셔널 지오그래픽과 협업한 〈미지지경(未至之境)〉은 중국의 자이언트 판다, 황금 들창코 원숭이, 티벳 여우 등 희귀 동물을 다루는 다큐멘터리다. 이 작품은 중국뿐만 아니라 전 세계에서 호평을 받았다. 희귀 생태계 소개를 통해 중국의 이미지를 높이는 데도 기여했다.

Ⓐ 기술 혁신으로 이제 동영상 창작은 모든 곳에서 이루어지며 사람들의 생활 곳곳을 채워 나갈 것이다. 중국의 우수한 문화 작품 또한 영상화의 큰 흐름을 타고 전 세계로 퍼져 나갈 것이다.

Ⓠ 빌리빌리 e 스포츠의 향후 계획이 궁금하다

Ⓐ 빌리빌리의 방대한 이용자 기반이 e 스포츠 발전에 큰 힘이 되고 있다. 지난 2017 년 중국 라이브 스트리밍

업계가 급속하게 발전하기 시작하고 이에 맞춰 빌리빌리에도 e 스포츠 콘텐츠가 대량 업로드되기 시작했다. 이후 e 스포츠 콘텐츠 조회 수가 플랫폼 조회 수의 대부분을 차지하는 것을 발견했다. 그래서 e 스포츠 분야를 독립적이고 심도 있게 운영하기로 결정했다. 2017 년 〈리그 오브 레전드〉 프로 리그 좌석을 구매하는 것을 시작으로 e 스포츠 분야에 첫 발을 내딛었다.

A 빌리빌리 e 스포츠는 프로 팀을 운영하는 것과 함께, 각종 대회를 조직하고 개최하기 위해 최선을 다하고 있다. 중국 e 스포츠 시장의 특수성 때문에 해외 기업이 중국에서 프로젝트를 진행하기에는 어려움이 있다. 또한 문화 차이와 원활치 못한 소통으로 인해 예상 밖의 문제가 생기기도 한다. 우리는 해외 e 스포츠 기업이 중국에서 성공적으로 프로젝트를 진행할 수 있도록 현지화 서비스를 제공할 계획이다.

Q 게임과 영상 분야 규제가 빌리빌리에 영향을 미치고 있는지?

A 올해 게임 및 영상 분야의 규제에 따른 변화는 없었다. 최근 변화의 이야기가 나오고 있는 것은 주로 1 인 미디어 분야다. 우리도 정부 유관 부처와 소통을 계속 하고 있는데, 규제와 관련해 변화가 체감된 것은 없다. 규제와 그에 따른 변화는 주로 1 인 미디어와 네티즌들 사이에서 이야기가 오가는 중인데, 이도 대부분 추측과 거짓 정보에 기반하고 있다. 중국뿐만 아니라 모든 나라가 게임과 영상, 나아가 인터넷 업계 전체에 대한 규제를 점점 규범화하고 있다.

A 우리는 규제 정책에 대해 항상 긍정적이다. 규모가 크고 발전 속도가 빠른 업계에 대한 일정한 규제는, 업계 전체가 더욱 건강한 방향으로 발전할 수 있도록 돕는다. 영상과 게임 업계의 사회적 영향력을 생각하면, 규제가 더욱 규범화되고 세밀해지는 건 아주 자연스러운 일이다. 영상 업계의 향후 시장 규모는 1 만 조 위안 이상이 될 것이고, 게임도 미래 주류 엔터테인먼트로 자리잡을 것이다.

A 정부의 규제 조치는 매우 명확하다. 정부는 업계의 발전 양상을 살피고, 업계가 건강하게 발전하도록 격려하고 있으며, 요구 사항도 분명하다. 예를 들어, 미성년자 대상 게임의 경우 제한 조항과 관련 지침이 분명하다. 우리는 그런 면에서 투명하게 업무를 진행하고 있으며, 이런 규제에 대해서도 긍정적이다. 업계 전체가 건강하게 발전해야 하기 때문이다.

A 10 년 전에는 각자 야만적으로 성장했지만 현재 업계는 매우 성숙해졌다. 업계 종사자들 또한 건강한 발전의 중요성을 모두 인식하고 있다. 우리도 미성년자의 게임 시간을 제한하고 있다. 18 세 이하의 유저가 우리의 게임 매출에서 차지하는 비율은 1% 정도다. 다른 게임 회사들도 불건전하다고 여기는 것들을 줄이기 위해 여러 제한 조치를 하고 있다. 업계가 현재 이성적인 방향으로 발전하고 있다고 생각한다.

A 요약하자면, 지난 몇 개월 동안 게임과 영상의 규제 환경에는 큰 변화가 없었으며, 우리는 정부의 규제가 굉장히 명확하고 합리적이라 생각한다. 업계 전반적으로도 정부 규제에 대해 긍정적이다.

Q 빌리빌리의 미래 비전은?

A 우리는 유저를 위해 아름다운 커뮤니티를 만들고, 창작자들의 재능을 마음껏 펼칠 수 있는 무대를 제공할 것이다. 또한 중국 오리지널 애니메이션과 게임을 전 세계에 알리기 위해 노력할 것이다.

Ⓐ 기술의 발전에 따라, 동영상은 인터넷 콘텐츠의 핵심이 될 것이다. 동영상 제작은 모든 곳에서 이루어질 것이며, 사람들 삶의 곳곳을 채워나갈 것이다. 가까운 미래에 중국은 1,000만의 재능 있는 업로더를 보유할 것이며, 이들의 노력에 힘입어 중국의 문화 콘텐츠가 전 세계로 퍼져나갈 것이다.

부록 기업 정보 요약

기업명	상해빌리빌리과기유한공사 (上海哔哩哔哩科技有限公司)
대표자명	Zheng BinWei(郑彬炜)
설립일	2006년
주요사업	영상플랫폼
주소	상하이시 양푸구 정리로 499호-10호동

센터 안내

KOCCA

I. 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스 센터 소개

순서

1. 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스 센터 안내

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스 센터 안내

운영 목적

- 한국 콘텐츠 기업의 중국 남부 진출에 필요한 맞춤형 현지 종합 서비스 제공

공간 구성

- **심천 소프트웨어 산업단지 1동 7층 (한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스 센터)**
  사무 공간, 스마트 오피스, 콘텐츠 쇼룸, 비즈니스 회의실 등. (약 230㎡)

한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스 센터 사무공간

이용 안내

- **대상:** 중국 남부 진출을 원하는 모든 한국 콘텐츠 기업

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

2021년 11호

주관기관	한국콘텐츠진흥원	
감수	김형민 (심천 비즈니스 센터장)	주가린 (심천 비즈니스 센터 주임)
집필자	주가린 (심천 비즈니스 센터 주임)	김지연
발행인	조현래	
발행일	2021년 12월 09일	
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