

# 중국 콘텐츠 산업동향

2025년 11호

중국 e스포츠 산업 동향 및 비즈니스 모델 확대 전략



# 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA

2025년 11호

구분	제 목	키워드
	<b>중국 e스포츠 산업 동향 및 비즈니스 모델 확대 전략</b>	
심층이슈	I. 중국 e스포츠 산업 현황 II. 중국 e스포츠 콘텐츠 및 주요 대회 III. 중국 e스포츠 사업모델 다각화 전략	보고서
인포그래픽	데이터로 본 중국 e스포츠 산업의 현주소	심층분석
뉴스정보	1. 중국 게임업계, 여름방학 기간 만 18세 미만 미성년자 셋다운제 도입 2. 2025년 1-6월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 현황	최신정보
장르별 인기차트	드라마/예능/영화/게임/음원 톱10	현지동향
산업 생생정보	이달의 마켓 & 박람회 KOCCA 북경비즈니스센터	현지정보

작성 | 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터

배포 | 2025. 8. 1.



## 중국 e스포츠 산업 동향 및 비즈니스 모델 확대 전략

### 요약

- ❖ e스포츠 산업은 2018년 자카르타 아시안게임에서 최초로 시범종목에 채택된 후부터 본격적인 성장기에 진입함. 코로나 19 대유행 시기에는 산업 전반적으로 일시적인 침체를 겪었으나, 2023년 항저우 아시안게임에서 중국 게임 <왕자영요>, <화평정영>이 정식 경기 종목으로 채택되면서 시장이 다시 회복세를 보이며 현재는 안정적인 성장을 유지하고 있음
- ❖ 중국 e스포츠 산업 매출액은 2021년 사상 최고치를 기록한 이후 2년 연속 감소세를 보였으나, 2024년에는 성장세로 전환되어 전년 대비 4.62% 증가한 275억 6,800만 위안을 달성함

  - e스포츠 콘텐츠 라이브 스트리밍 서비스가 전체 매출의 80.84%를 차지하였으며, 대회 부문과 e스포츠 구단 매출은 각각 8.75%, 6.37%를 차지함
  - e스포츠 콘텐츠 이용자 수는 2020년 전년 대비 9.65% 증가한 이후 증가율이 점차 둔화되었고, 2024년에는 0.42% 증가에 그치며 총 4억 9,000만 명을 기록함
  - 장르별로는 슈팅 장르의 비중이 26.1%로 가장 높았으며, MOBA와 스포츠 장르가 그 뒤를 이었음. 플랫폼별로는 모바일게임이 전체의 57.6%, PC 게임이 26.1%를 차지함
  - 2024년 e스포츠 대회는 주로 중국 화동지역과 서남지역에서 개최되었고, 주요 e스포츠 구단은 상하이, 베이징, 광저우, 항저우 등에 분포함
- ❖ 중국 e스포츠 업계는 최근 이종 업계와의 협업을 통해 비즈니스 모델을 확대하고 시장 저변을 넓혀 나가고 있음

  - 대표적인 협업 모델로는 e스포츠와 호텔을 결합한 e스포츠 호텔, 복합 엔터테인먼트 공간, e스포츠 전용관 등이 있으며, e스포츠 콘텐츠와 결합한 음악 축제도 주목받고 있음
  - 특히 e스포츠 호텔, 전용관, 멀티플렉스 등 다양한 오프라인 공간은 젊은 세대에게 단순한 게임 공간을 넘어 새로운 형태의 사교 공간으로 인식되며 인기를 끌고 있음
  - 최근 나타난 중국 e스포츠 산업의 비즈니스 모델 확대 전략에 대한 분석을 통해, 한국 관련 산업의 새로운 비즈니스 기회를 모색할 필요가 있음

**Keyword** e스포츠 / 프로 리그 / 게임 / 사업모델

## 목차

- I. 중국 e스포츠 산업 현황
- II. 중국 e스포츠 콘텐츠 및 주요 대회
- III. 중국 e스포츠의 사업모델 다각화 전략

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

## I 중국 e스포츠 산업 현황

### 1 e스포츠 산업의 성장 배경

>>>

- ❖ 중국에서 e 스포츠는 1998년부터 본격적으로 도입되었으며, 발전 초기에는 스타크래프트(중문명: 星际争霸), 카운터 스트라이크(중문명: 反恐精英) 등 외산 게임이 높은 인기를 끌며 산업의 기초를 형성함
- ❖ 중국 국가체육총국(国家体育总局)은 e 스포츠를 ‘첨단 하드웨어 및 소프트웨어 장비를 이용해 통일된 경기 규칙에 따라 진행되는 사람 간 경쟁 스포츠’로 정의하고, 2003년 11월 18일 e 스포츠를 99번째 정식 스포츠 경기종목으로 공식 승인함

  - 한국은 2001년 한국 e 스포츠협회(KeSPA)를 설립하고, 선수 관리, 경기 규칙 표준화, 프로게임단 운영 등 제도화를 통해 e 스포츠를 독립 산업으로 육성하기 시작함
- ❖ 중국 e 스포츠 산업은 2018년 자카르타 아시안게임에서 e 스포츠가 시범종목으로 채택된 이후 본격적인 성장 국면에 진입함

  - 2021년에는 중국 구단 EDward Gaming(EDG)이 ‘리그 오브 레전드(LOL)’ S11에서 우승을 차지하며 국제적 인지도를 높였으며, 2023년 항저우 아시안게임에서 중국산 게임 <왕자영요(王者荣耀)>, <화평정영(和平精英)>이 정식 종목으로 채택되면서 시장 반등의 계기가 마련됨
  - 최근에는 인공지능(AI), 가상현실(VR), 증강현실(AR) 등 신기술과의 융합을 통해 이용자 경험을 강화하고, 이종 산업과의 협업을 통해 시장 저변 확대를 도모하고 있음
- ❖ 2024년, 중국 국가시장감독관리총국(国家市场监督管理总局)은 e 스포츠 경기장 건설 및 운영 서비스에 관한 국가 표준<sup>1)</sup>을 제정하여 장비 및 시설 개선, 보안 강화, 서비스 품질 향상을 추진함

  - 해당 표준은 e 스포츠 경기장을 영화관, 축구장 등과 같은 공공 문화스포츠 시설로 규정하고, e 스포츠의 공공 문화서비스 체계 편입을 본격화하고 있음

1) 국가시장감독관리총국(国家市场监督管理总局), <e스포츠 경기장 운영 서비스 규범(电子竞技场馆运营服务规范)>, 2024.12.1. 시행

- ✔ 같은 해 11 월, 중국통신공업협회 e 스포츠위원회(中国通信工业协会电子竞技分会)는 e 스포츠 코치 직종에 대한 직무 표준을 마련하였으며, 게임 직업기술 자격제도를 도입하여 e 스포츠 및 연관 산업의 인재 양성을 본격 추진함

  - e 스포츠가 하나의 직업으로 인정받기 시작하면서 e 스포츠 구단의 체계적인 운영, e 스포츠 교육 시스템 구축 등 발전 환경이 점진적으로 개선됨
  - e 스포츠가 하나의 직업으로 인정되기 시작하면서, 구단 운영의 체계화와 교육 시스템의 정착 등 발전 환경이 점차 개선되고 있음. 현재 중국 내 주요 구단은 선수 경력관리, 브랜드 이미지 구축, 팬 소통 체계 마련 등 프로화 기준을 마련하고 있음
    - 중국의 리그 오브 레전드 프로리그(LPL), 왕자영요 프로리그(KPL)는 일정, 규칙, 상금 등에서 체계적인 기준을 갖추고 안정적으로 운영되고 있음
    - e 스포츠 구단은 선수 입단부터 은퇴 이후까지의 경력 경로를 체계적으로 설계하며, 전문적인 관리를 통해 선수 지원을 강화하고 있음
    - 교육 부문에서도 일부 대학에 e 스포츠 관련 전공을 개설하고 있으며, 전문 교육기관 및 온라인 교육 플랫폼도 다수 등장하며 산업의 인재 기반을 확장하고 있음
  
- ✔ 중국 정부는 2016 년부터 e 스포츠 산업을 전략적으로 육성하기 위한 정책 방향을 제시해 왔으며, 국무원과 국가체육총국을 중심으로 정책 도입이 이어짐

  - 2024 년 8 월 국무원은 e 스포츠 산업을 포함한 신형 소비 분야 지원 정책<sup>2)</sup>을 시행하였으며, 이는 관련 연계 산업의 소비력 제고를 위한 정부의 정책적 의지를 반영한 것으로 해석됨
  - 또한 항저우시는 아시안게임 개최를 계기로 자국 애니메이션·게임 산업 정책에 처음으로 e 스포츠를 포함하였으며, 항저우를 국제 애니메이션 및 e 스포츠 도시로 육성하는 것을 목표로 설정함

## 2 e스포츠 산업의 밸류체인 »»

- ✔ 중국 e 스포츠 산업은 업스트림, 미들스트림, 다운스트림으로 구성되며, 각 단계별 기업 참여와 시장이 빠르게 확대되고 있음

  - 업스트림은 게임 개발 및 운영 단계로 e 스포츠 콘텐츠를 제공하는 게임사가 중심을 이룸. 중국 게임기업의 약 80%가 광둥성에 집중되어 있으며, 대표 기업으로는 텐센트(腾讯), 넷이즈(网易), 산치후위(三七互娱) 외에 시산쥬(西山居), 아이드림스카이(创梦天地), 빙촨네트워크(冰川网络), 쉰게임(禅游科技), 갈라스포츠(望尘科技) 등이 있음
  - 미들스트림은 퍼블리셔의 대회 주관·운영과 e 스포츠 구단 운영이 중심이며, 다운스트림은 중계 플랫폼, MCN 등 스트리밍 기반 소비시장으로 구성됨

2) 국무원(国务院), 〈서비스 서비스 소비의 고품질 발전 촉진에 관한 의견(国务院关于促进服务消费高质量发展的意见)〉, 2024.8.3.시행

- 최근 e 스포츠 대회가 젊은 층의 주요 이벤트로 자리 잡으면서 대회 중계, 팬미팅, 굿즈 소비 등 관련 시장이 빠르게 성장하고 있음
- 대표적인 e 스포츠 전문 중계 플랫폼은 더우위(斗鱼), 후야라이브(虎牙直播)이며, 숏폼 플랫폼 콰이서우(快手), 더우인(抖音)도 e 스포츠 스트리밍에 참여하고 있음



[그림 1] 중국 e스포츠 산업 밸류체인 주요 기업 (출처: iResearch, 2025.6.)

### 3 중국 e스포츠 산업 시장규모



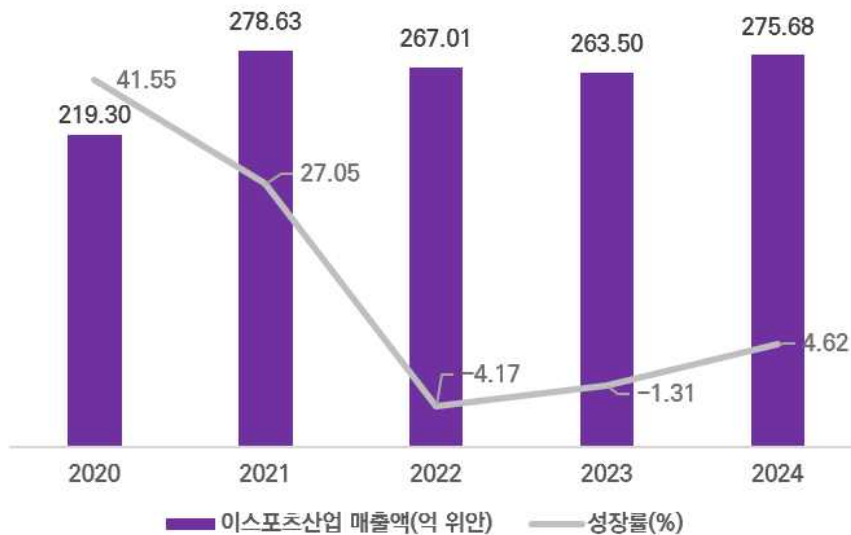
- ✔ 현재 중국 e 스포츠 시장은 성숙기에 접어들며 안정적인 성장세를 보이고 있으며, 국제적 위상 역시 꾸준히 제고되고 있음<sup>3)</sup>
  - 2024년 세계 18개 국가 및 지역과 중국 31개 성(省)·구(区)·시(市)를 대상으로 한 온라인 설문조사 및 빅데이터 분석 결과, '2024년 글로벌 e 스포츠 도시 영향력' 순위 상위 10위권에 상하이(1위), 베이징(4위), 선전(8위), 청두(9위) 등 중국 도시 4곳이 포함됨
  - 상하이는 로스앤젤레스(2위)와 서울(3위)를 제치고 1위에 오르며, 중국의 e 스포츠 경쟁력이 미국과 한국 등 기존 강국들과 비슷한 수준에 도달했음을 보여줌

3) 중앙방송총국 국가e스포츠발전연구소(中央广播电视总台国家电子竞技发展研究院), 2024년 글로벌 e스포츠 업계 보고서 (2024年全球电竞运动行业发展报告), 2025.6.17.

순위	도시	국가
1	상하이(上海)	중국
2	로스앤젤레스	미국
3	서울	한국
4	베이징(北京)	중국
5	리야드	사우디아라비아
6	리우데자네이루	브라질
7	싱가포르	싱가포르
8	선전(深圳)	중국
9	청두(成都)	중국
10	마닐라	필리핀

| 표 1 | '2024년 글로벌 e스포츠 도시 영향력' 순위 10위  
(출처: 중앙방송총국[中央广播电视总台] 국가e스포츠발전연구소, 2025.06.)

- 2021년 중국 e스포츠 산업 매출액은 278억 6,300만 위안으로 사상 최고치를 기록한 이후 2022년과 2023년에는 2년 연속 감소하였으나 2024년에는 전년 대비 4.62% 증가한 275억 6,800만 위안을 기록하며 회복세를 보임<sup>4)</sup>

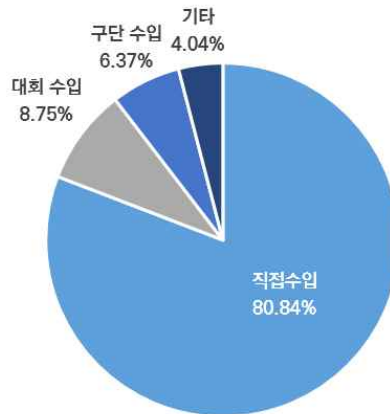


| 그림 2 | 2020~2024년 중국 e스포츠 산업 매출 증가 추이 (단위: 억 위안)  
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

- 산업 매출은 콘텐츠 라이브 스트리밍, e스포츠 대회, e스포츠 구단 부문으로 구성되며, 이 중 콘텐츠 라이브 스트리밍 부문은 전년 대비 4.59% 증가한 222억 8,700만 위안으로 전체의 80.84%를 차지함
  - 일부 유명 e스포츠 선수 및 스트리머가 더우인(抖音)에 입점하면서, 해당 시장의 확대에 기여한 것으로 나타남

4) 중국시청각디지털출판협회 e스포츠위원회(中国音像与数字出版协会电子竞技工作委员会), 2024년 중국 e스포츠산업보고 (2024年中国电子竞技产业报告), 2024.12.

- e스포츠 대회 부문은 전년 대비 6.54% 증가한 24억 1,300만 위안(전체의 8.75%)을 기록하였고, 구단 부문도 주요 구단을 중심으로 성장세를 보임
  - 2024년 e스포츠 구단 매출액은 전년 대비 3.81% 증가한 17억 5,600만 위안으로, 전체의 6.37%를 차지함
  - 구단의 주요 수익원은 대회 상금, 스폰서십, 굿즈 판매, 선수 스트리밍 등으로 구성되며, 이 중 대회 상금 비중이 가장 크지만, 전체 상금 규모는 상대적으로 낮은 수준으로 분석됨



[그림 3] 2024년 중국 e스포츠 산업 수익 모델 비율 현황 (단위: 억 위안)  
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

- ✔ 중국 e스포츠 게임 콘텐츠에서 창출된 실제 매출은 1,429억 4,500만 위안으로 전년 대비 7.52% 증가함. 리그 오브 레전드(LOL), 화평정영 등 주요 게임이 견고한 성장세를 유지하고 있음

#### 4 중국 e스포츠 콘텐츠 이용자 현황



- ✔ 중국 e스포츠 콘텐츠 이용자 수는 2020년 전년 대비 9.65% 증가한 이후 증가세가 둔화되었으며, 2022년에는 감소세로 전환됨. 2024년에는 전년 대비 0.42% 증가한 약 4억 9,000만 명으로 집계됨



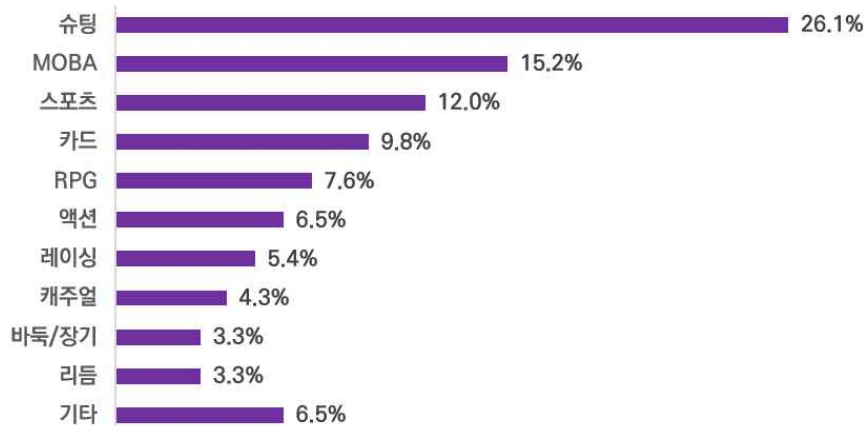
[그림 4] 2020-2024년 중국 e스포츠 콘텐츠 이용자 현황  
(출처: 중국시청각디지털출판협회 e스포츠위원회[中国音像与数字出版协会电子竞技工作委员会], 2024.12.)

- 2024년 e스포츠 콘텐츠 이용자의 성별 비율은 남성 54.2%, 여성 45.8%로 나타났으며, 연령별로는 25~34세 청년층의 비율이 47.9%로 가장 높고, 45세 이상은 3.3%로 가장 낮은 비중을 차지함
- e스포츠 콘텐츠 라이브 스트리밍 서비스의 확산과 성장으로 e스포츠 콘텐츠의 접근성이 향상되었으며, 이에 따라 도시별 이용자 분포도 비교적 고르게 나타남. 신 1선 도시가 29.6%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 1선 도시가 23.3%로 그 뒤를 이음

## II 중국 e스포츠 콘텐츠 및 주요 대회

### 1 중국 e스포츠 콘텐츠의 주요 장르와 플랫폼 >>>

- ✔ 2024년 중국 e스포츠 콘텐츠를 장르별로 살펴보면, 슈팅 장르가 26.1%로 가장 높은 비율을 차지하였고, MOBA와 스포츠 장르는 각각 15.2%, 12.0%를 기록함



[그림 5] 2024년 중국 e스포츠 콘텐츠 장르별 비율 현황 (단위: %)

(출처: 중국시청각디지털출판협회 e스포츠위원회[中国音像与数字出版协会电子竞技工作委员会], 2024.12.)

- ✔ 2024년 플랫폼별 e스포츠 콘텐츠 점유율을 보면, 모바일게임이 57.6%로 가장 큰 비중을 차지하고, PC 게임은 26.1%로 나타남. 모바일 또는 PC 단일 플랫폼에서만 지원되는 게임 비율은 감소한 반면, 양 플랫폼에서 모두 지원되는 게임과 웹게임은 각각 12.0%, 4.3%로 증가함
  - 온라인게임 중 높은 매출을 기록한 게임은 <왕자영요(王者荣耀)>, <던전앤파이터 모바일(地下城与勇士:起源)>, <화평정영(和平精英)>, <TFT 모바일(金铲铲之战)> 등이며, 슈팅, 카드, 바둑/장기, 스포츠 장르가 두드러진 인기를 보임
  - PC 게임 부문에서는 <리그 오브 레전드(英雄联盟)>, <크로스파이어(穿越火线)>, <발로란트>, <나라카: 블레이드포인트> 등이 주요 인기 게임으로 집계됨
  - 모바일게임 <던전앤파이터: 기원>과 PC 게임 <발로란트>는 최근 2년 동안 매출이 크게 증가해 e스포츠 신작을 대표하는 게임으로 자리 잡음

순위	e 스포츠 모바일 게임 (2024년 유저 지출액 기준)		e 스포츠 PC 게임 (2024년 인기도 기준)	
	게임명	장르	게임명	장르
1	왕자영요 王者荣耀	MOBA	리그 오브 레전드 英雄联盟	MOBA
2	던전앤파이터 모바일 地下城与勇士:起源	액션	크로스파이어 穿越火线	슈팅
3	배틀그라운드 모바일 和平精英	슈팅	발로란트 无畏契约	슈팅
4	TFT 모바일 金铲铲之战	오토배틀	나라카: 블레이드포인트 永劫无间	액션
5	리그 오브 레전드: 와일드 리프트 英雄联盟手游	MOBA	도타 2 刀塔 2	MOBA
6	크로스파이어 모바일 穿越火线:枪战王者	슈팅	하스스톤 炉石传说	카드
7	제 5 인격 第五人格	Asymmetry Battle Arena	월드 오브 탱크 坦克世界	슈팅
8	JJ 두지주 JJ 斗地主	바둑/장기	QQ 스피드 QQ 飞车	레이싱
9	콜 오브 듀티 모바일 使命召唤手游	슈팅	카운터 스트라이크 2 反恐精英:全球攻势	슈팅
10	환락두지주 欢乐斗地主	바둑/장기	NiZhan(AssaultFire) 逆战	슈팅
11	QQ 스피드 QQ 飞车	레이싱	델타포스 三角洲行动	슈팅
12	아레나 브레이크아웃 暗区突围	슈팅	피파 온라인 4 足球在线 4	스포츠
13	삼국살 三国杀	카드	카운터스트라이크 온라인 2 反恐精英 online	슈팅
14	QQ 댄스 QQ 炫舞	리듬	몽삼국 梦三国	MOBA
15	원몽지성 元梦之星	캐주얼	월드 오브 워쉽 战舰世界	슈팅
16	나라카: 블레이드포인트 永劫无间	액션	프리스타일 街头篮球	스포츠
17	프로 에볼루션 사커 实况足球	스포츠	카트라이더: 드리프트 跑跑卡丁车	레이싱
18	하스스톤 炉石传说	카드	QQ 댄스 QQ 炫舞	리듬
19	FC 모바일 FC 足球世界	스포츠	소시지 파티 香肠派对	슈팅
20	브롤스타즈 荒野乱斗	MOBA	NBA2K 온라인 篮球在线 2	스포츠

표 2 | 2024년 e스포츠 모바일 게임 및 PC 게임 순위(1~20위)

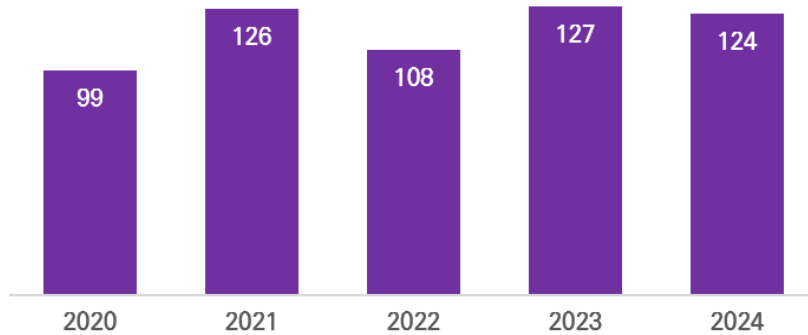
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

- 최근 e 스포츠 종목이 다변화되며 대중의 관심이 더욱 확대되는 추세임. 대표적인 신규 종목으로는 2D 슈팅게임 〈스트리노바(卡拉彼丘)〉, 롤플레이어 어드벤처 〈라그나로크 X: Next Generation(仙境传说:新启航)〉, 3인칭 메카닉 액션 슈팅 〈메카 브레이크(解限机)〉, 〈나라카: 블레이드 포인트 모바일(永劫无间)〉, 〈발로란트 모바일(无畏契约)〉 등이 있음
- 또한 2026년 제 20회 하계 아시안게임에서 e 스포츠가 다시 정식 종목으로 채택되었으며, 기존 8개 종목에서 11개로 확대됨. 이 중 중국산 게임 〈포켓몬 유나이티드〉, 〈제 5 인격〉 등이 포함되며, 중국 내 e 스포츠 인기는 지속될 것으로 전망됨

2 중국 e스포츠 대회 개최 현황

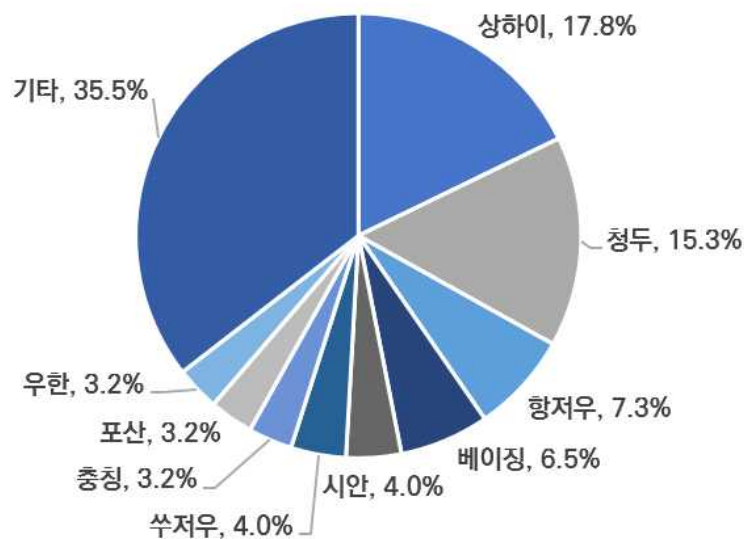


- 2024년 중국에서 개최된 e스포츠 대회는 총 124 회로, 2023년 127 회 대비 3 회 감소함
  - 오프라인 e스포츠 대회의 비율은 전년 대비 12%p 증가한 58%로 조사되었으며, 온·오프라인 혼합 형식의 대회는 32%로 전년과 유사한 수준을 유지함. 반면, 온라인 대회 비율은 전년 대비 12%p 감소한 10%로 나타남



[그림 6] 2020-2024년 중국 e스포츠 대회 개최 횟수 (단위: 회)  
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

- 2024년 e스포츠 대회는 주로 화동지역과 서남지역에서 개최되었으며, 상하이 가 가장 많은 대회를 유치함
  - 상하이 개최 비율은 전체의 17.8%를 차지하였고, 다음으로 청두 15.3% , 항저우 7.3%, 베이징 6.5% 순으로 조사됨



[그림 7] 2024년 중국 오프라인 e스포츠 대회 개최 도시 비율 현황  
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

종목	e 스포츠 대회명	개최지역
리그 오브 레전드	2024 League of Legends Mid-Season Invitational 英雄联盟季中冠军赛	청두 成都
카운터 스트라이크	Perfect World Shanghai Major 2024 反恐精英世界锦标赛 CS Major	상하이 上海
왕자영요 글로벌 (아너 오브 킹즈)	2024 KPL(King Pro League) Spring Season 王者荣耀职业联赛 KPL 春季赛总决赛	다롄 大连
	2024KPL Summer Season 王者荣耀职业联赛 KPL 夏季赛总决赛	진장 晋江
	2024KPL Annual Finals 王者荣耀职业联赛 KPL 年度总决赛	베이징 北京
화평정영	2024 PEL(Peacekeeper Elite League) Spring Season 和平精英职业联赛 PEL 春季赛总决赛	난징 南京
크로스파이어	2024 CFPL(CrossFire Professional League) Summer Season 穿越火线职业联赛 CFPL 夏季赛总决赛	시안 西安
	2024 CFPL Autumn Season 穿越火线职业联赛 CFPL 秋季赛总决赛	충칭 重庆
	CFS(CrossFire Stars) 2024 Grand Finals 穿越火线世界总决赛	항저우 杭州
크로스파이어 모바일	2024 CFML(CrossFire Mobile League) Summer Season 穿越火线手游职业联赛 CFML 夏季赛总决赛	시안 西安
	2024 CFML Autumn Season 穿越火线手游职业联赛 CFML 秋季赛总决赛	충칭 重庆

| 표 3 | 2024년 중국에서 개최된 주요 글로벌 e스포츠 대회<sup>5)</sup>  
(출처: 선전대학e스포츠산업연구센터[深圳大学电竞产业研究中心]<sup>6)</sup>, 2025.01.)

- 지역 주도형 대표 e스포츠 대회로는 베이징의 <징시 e스포츠 페스티벌(京西电竞节)>, 청두·충칭의 <청위 스포츠 산업 연맹컵(成渝体育产业联盟杯)> 등이 있으며, 인지도와 영향력이 점차 확대되고 있음



| 그림 8 | 징시 e스포츠 페스티벌(京西电竞节) 현장 (출처: 바이두)

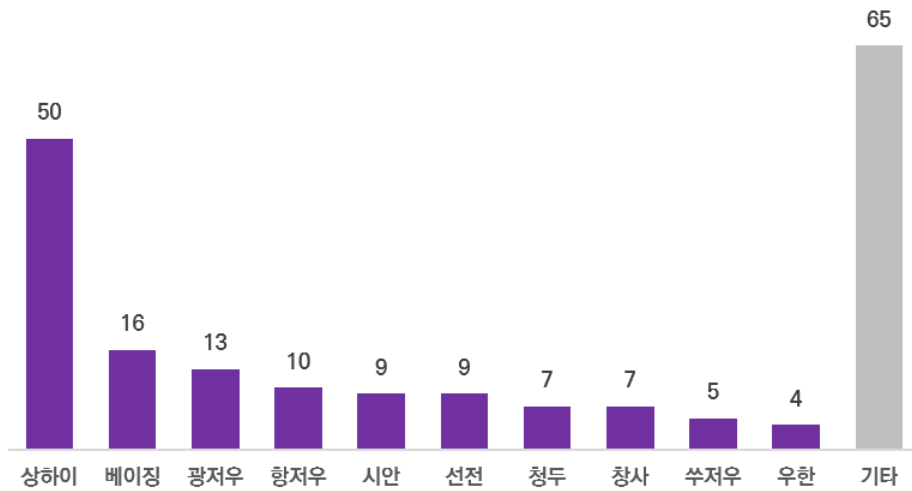
5) 상기 순서는 대회 규모나 개최 시기 등과 무관함

6) 2024년 웨강아오대만구 e스포츠산업발전보고(2024年粤港澳大湾区电竞产业发展报告), 선전대학e스포츠산업연구센터(深圳大学电竞产业研究中心), 2025.01

### 3 중국 e스포츠 구단 현황

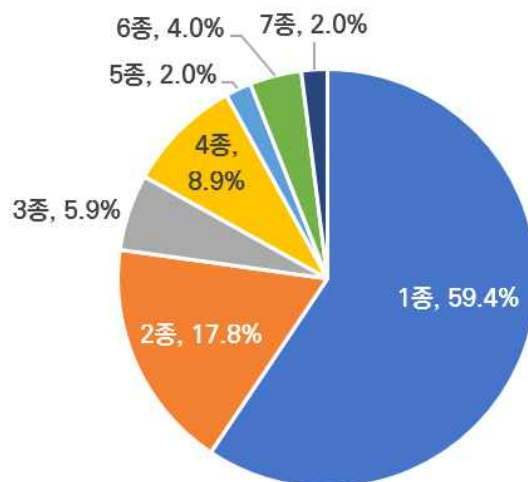


- 2024년 중국에 공식 등록된 e스포츠 구단 수는 총 195개로 집계되며, 1선 도시와 신 1선 도시를 중심으로 e스포츠 산업이 발달한 것으로 나타남
  - 지역별로는 상하이(上海), 베이징(北京), 광저우(广州), 항저우(杭州)에 각각 10개 이상의 구단이 소재하고 있으며, 이 중 상하이시는 총 50개의 구단이 위치해 가장 높은 밀집도를 보임
  - 그 외에 e스포츠 구단 수가 5개 이상인 도시는 총 9개로, 모두 1선 도시 또는 항저우, 청두 등 신 1선 도시에 분포함



[그림 9] 2024년 중국 주요 e스포츠 구단 지역별 분포 현황 (단위: 개)  
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

- 현재 대부분의 중국 e스포츠 구단은 단일 종목 대회에 참가하는 것으로 조사됨
  - 단일 종목에 참가하는 구단 비율은 59.4%로 집계되었으며, 2개 이상 종목에 출전하는 구단 비율은 40.6%로, 전년 대비 증가한 것으로 나타남



[그림 10] 2021-2024년 중국 e스포츠 구단 대회 출전 종목 수 현황 (단위: 개)  
(출처: 중국시청각디지털출판협회, 2024.12.)

### III 중국 e스포츠 사업모델 다각화 전략

#### 1 e스포츠 호텔



- ✔ e 스포츠는 점차 젊은층의 새로운 라이프스타일로 자리매김하고 있으며, 업계는 이러한 흐름에 맞춰 호텔, 외식, 관광 등 타 산업과의 협업을 통해 새로운 사업모델을 발굴하고 있음. 이중 산업과 결합한 상품과 콘텐츠, 테마형 활동, 몰입형 체험 등 협업 모델이 지속적으로 확대되고 있음

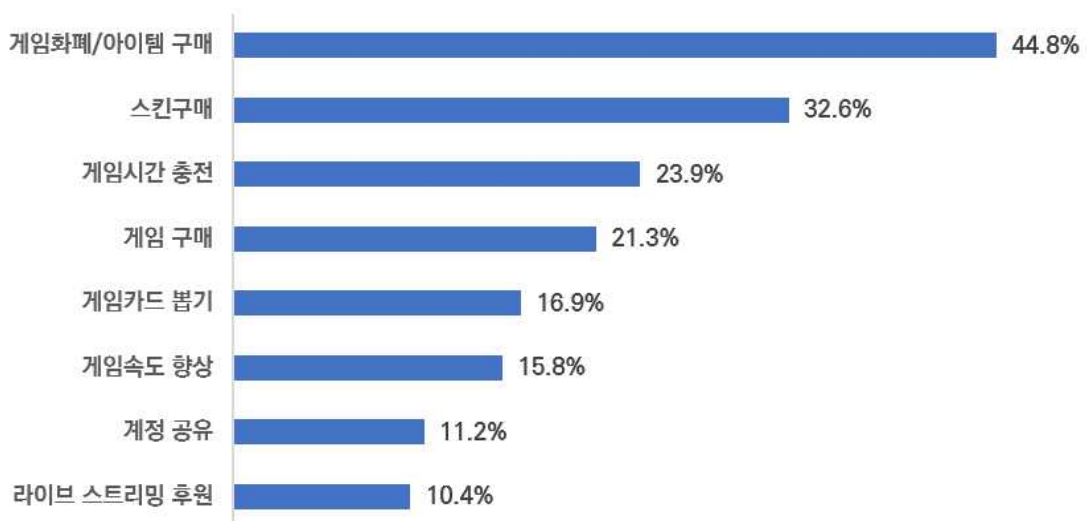


|그림 11| e스포츠 호텔 객실 내부 예시  
(출처: 위챗 e스포츠다성이[电竞大生意] 계정)

- ✔ 대표적인 협업 사례인 e 스포츠 호텔은 2017년 처음 등장한 이후 점차 중국 전역으로 확산되었으며, 현재 다양한 브랜드가 체인 형태로 운영되고 있음
- ✔ e 스포츠 호텔은 비대면 수요가 증가했던 코로나 19 시기에 빠르게 성장하였으며, 2024년에는 다양한 호텔 브랜드가 e 스포츠 콘텐츠와 숙박 서비스를 결합한 패키지 상품을 출시함
  - 대부분 룸이나 침대 단위가 아닌 공간과 시간 기준으로 요금을 부과하며, 일부 호텔은 회의실을 e 스포츠 공간으로 리모델링하거나 스크립트 킬 게임, VR 아레나 등 체험 요소를 강화해 체류 시간 연장을 유도함
  - 2024년 국경절 연휴 기간 e 스포츠 호텔을 방문한 누적 고객 수는 전년 대비 6.54% 증가한 800만 명, 일일 평균 투숙률은 81.97%를 기록함. 2025년 춘절 연휴에는 일부 지역의 중고급 호텔 예약률이 평일 대비 40% 이상 증가했으며, e 스포츠 호텔의 예약률은 전년 대비 45% 증가함<sup>7)</sup>
  - <검은 신화: 오공(黑神话: 悟空)> 출시 이후 호텔 예약 수요가 급증하였으며, 씨트립에 따르면 해당 게임 출시 당일 다수 e 스포츠 호텔의 다인실 객실이 매진됨

7) 젊은이들이 예약하는 e스포츠 호텔(电竞酒店, 年轻人正在“包场”), 타이메이티APP(钛媒体APP), 2025.2.20.

- 특히 대학 캠퍼스 인근 호텔에서 수요가 집중되었으며, 씨트립에 등록된 호텔 중 70% 이상이 해당 게임을 즉시 다운로드할 수 있는 환경을 제공함
  - 여름방학 기간 기준으로 투숙객의 약 70%는 1990~2000년대 출생자였으며, 예약자의 75%는 남성이었음
- ❖ 중국 젊은층의 소비 수준과 e스포츠에 대한 인지도가 높아짐에 따라 e스포츠 호텔의 수요도 함께 증가한 것으로 조사됨. Z세대는 친구나 형제자매와 함께 생일 파티를 즐기거나 게임을 플레이하는 등 단순한 게임 공간을 넘어 새로운 유형의 사교 공간으로 e스포츠 호텔을 활용하고 있음
- 특히 춘절 연휴 기간에 맞춰 예약하는 수요가 증가하면서, e스포츠 호텔이 젊은층 사이에서 새로운 여가 트렌드로 자리매김하고 있음
  - e스포츠 호텔 중에서도 e스포츠 전문 장비, 안정적인 네트워크, 실시간 라이브 스트리밍 시청, 팀별 경쟁이 가능한 게임 인프라를 갖춘 브랜드가 주목받고 있으며, 게임 환경에 대한 소비자의 요구 수준이 단순한 장비 업그레이드를 넘어 몰입형 사교 공간에 대한 수요로 확장되고 있음
- ❖ 2024년 말 기준, e스포츠 호텔 수는 전년 대비 2,962곳 증가한 27,111곳으로 집계됨. 순왕커지(顺王科技)가 실시한 설문조사에 따르면, 이용자 중 88%가 e스포츠 호텔을 월 1회 빈도로 이용하고 있으며, 6%는 월 3회 이상 이용하는 것으로 나타남<sup>8)</sup>
- e스포츠 호텔 이용객의 재방문이 지속적으로 증가하고 있으며, 2024년 기준 e스포츠 투숙객의 인터넷 이용 시간은 하루 평균 13시간 이상으로 집계됨
  - e스포츠 호텔 1회 방문 시 엔터테인먼트 관련 평균 소비액은 약 200위안으로 조사되었으며, 주요 소비 항목은 게임 화폐 및 아이템 구매, 스킨 구매, 게임 시간 충전 등으로 나타남. 그밖에 게임 속도 향상, 계정 공유, 라이브 스트리밍 후원 순으로 높은 소비 의향을 보임



[그림 12] e스포츠 호텔 투숙객의 e콘텐츠 관련 소비 의향 현황 (출처: 顺王科技, 2025.4.)

8) 중국인터넷네트워크서비스협회(中国互联网上网服务协会) 및 산주원관자(选住云管家), <2024년 e스포츠 호텔 산업 빅데이터 보고서(2024年度电竞酒店行业大数据报告)>, 2025.4.2.

- ✔ 고전 e 스포츠 게임인 <리그 오브 레전드(LOL, 英雄联盟)>와 <크로스파이어(穿越火线)>는 지속적인 인기를 유지하고 있으며, 최근에는 <발로란트(无畏契约)>가 빠르게 수요를 확대하고 있음
  - 이외에도 <델타 포스(三角洲行动)> 등 슈팅 장르 게임이 투숙객 선호 게임으로 꼽히고 있음
- ✔ e 스포츠 호텔 수요 증가에 따라 관련 하드웨어 시장의 경쟁도 심화되고 있음
  - 대다수 호텔은 고사양 콘솔과 240Hz 고주사율 디스플레이를 제공하며, 일부 호텔은 VR 장비를 도입해 몰입도를 강화하고 있음
  - 완페이호텔(万斐酒店)은 텐센트와 협업해 e 스포츠 디지털 엔터테인먼트 공간을 구축함
    - 해당 호텔은 디지털 가상 인물 매니저 응대, NFC 기반 IP 카드 시스템, AR 피트니스 공간, e 스포츠 테마 레스토랑 등을 갖추고 있으며, 디지털 경험 중심의 호텔로 조성됨



[그림 13] 완페이호텔(万斐酒店) 전경 (출처: 36Kr, 2024.5.)

- ✔ 일부 호텔은 테마룸 구성, e 스포츠 해설, 동반자 서비스 등 차별화된 콘텐츠를 통해 재방문을 유도하고 있음
  - 이 같은 서비스를 제공하는 호텔의 고객 충성도는 일반 호텔 대비 30% 이상 높은 것으로 조사됨<sup>9)</sup>

9) 젊은이들이 예약하는 e 스포츠 호텔(电竞酒店, 年轻人正在“包场”), 타이메이티APP(钛媒体APP), 2025.2.20.

- 브랜드 영향력 강화를 위해 e 스포츠 주최사 및 타 업계와의 협업이 확대되고 있음**
  - 레이션(雷神), 왕위(网鱼), 아오핑(傲风) 등 주요 체인 브랜드는 LPL 과 공식 파트너십을 맺고 팀 훈련 공간을 제공함
  - 펑망(锋芒)은 대학생 리그 WUCG 지역 리그 개최지로, 잉지에(英杰)는 지역 협회와 협업해 리그 경기장을 운영하며, 지방정부와 연계한 관광 코스도 진행 중임
  - 또한 왕위는 KFC 와 협업한 테마 케이터링 서비스를, 빌리빌리는 e 스포츠 굿즈와 영상 콘텐츠 연계를 강화함

호텔명	이종업계 협업대상	협업 모델
레이션 e 스포츠 호텔 雷神电竞酒店	왕자영요 王者荣耀	왕자영요 챔피언십(王者荣耀争霸赛) 개최
왕위 e 스포츠 호텔 网鱼电竞酒店	KFC	e 스포츠 테마 케이터링 서비스 운영
아오핑 e 스포츠 호텔 傲风电竞酒店	빌리빌리 Bilibili	e 스포츠 굿즈 상점 운영
TT e 스포츠 호텔 TT电竞酒店	텐센트비디오 腾讯视频	e 스포츠 테마룸 운영
펑망 e 스포츠 호텔 锋芒电竞酒店	e 스포츠 테마파크	e 스포츠 호텔+e 스포츠 테마파크 패키지 투어 운영
잉지에 e 스포츠 호텔 英杰电竞酒店	현지 지방정부	e 스포츠 테마관광 코스 운영

[ 표 4 ] 중국 e스포츠 호텔 브랜드의 이종업계 협업 현황 (출처: 钛媒体APP, 2025.2.20.)

## 2 기타 e스포츠와 이종업계 간 융합 모델



- 유통업계는 1 선 및 2 선 도시를 중심으로 e 스포츠와 쇼핑센터를 결합한 사업모델을 기획하고 있음**
  - e 스포츠 대회 대행사에게 경기장을 대여하거나, e 스포츠 콘텐츠 이용자에게 쇼핑, 오락, 휴식 서비스를 제공함으로써 소비 유입을 유도하고 있음
  - 2024 년 중국 국가체육총국(国家体育总局), 상무부(商务部), 문화여유부(文化和旅游部)는 공동으로 ‘스포츠 대회 관광지·상업 거리·쇼핑몰’ 활성화를 위한 정책을 추진함
    - ‘2024 년 전마에너지컵(战马能量杯) 왕자영요 챌린지 항저우 결승전’은 항저우 시시룽후텐거리(西溪龙湖天街) 쇼핑몰에서 개최되어, 투호놀이, 코스튬플레이(Coser) 공연 등 다양한 오프라인 활동과 연계해 소비 유입을 견인한 사례로 평가됨

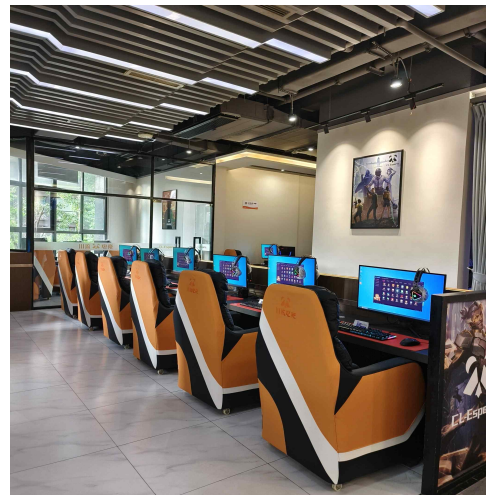


[그림 14] 시시룽후텐거리(西溪龙湖天街) 쇼핑몰에서 열린 e스포츠 대회 사례  
(출처: 潮新闻客户端, 2024.11.)

- ✔ 영화업계는 e 스포츠와 영화관을 결합한 관람 행사나 박물관 운영을 통해 산업 간 융합을 추진 중임

  - 광저우시는 e 스포츠를 핵심 콘텐츠로 한 ‘광저우 e 스포츠 박물관(广州电竞博物馆)’을 개관하였으며, 고전 게임 장비 전시 외에도 VR 기반 인터랙티브 체험 공간을 운영함
- ✔ 유명 e 스포츠 IP 를 활용한 오프라인 커뮤니티나 인플루언서 거리를 조성해 관광객을 유치하고 소비를 촉진하는 사례도 늘어나고 있음

  - e 스포츠 전용관(电竞馆)은 프로리그 훈련, 팬미팅, 체험 행사 등이 열리는 대표적 오프라인 커뮤니티 공간으로, 일반 PC 방에 비해 훨씬 몰입감 높은 환경을 제공함



[그림 15] 영화관에서 열린 e스포츠 관람 행사와 e스포츠 전용관 이미지  
(출처: 바이두)

- ❖ e 스포츠 복합 레저 엔터테인먼트 공간이 주목받고 있으며, 산둥성(山东省)은 대표 사례로 'X·ONE 휴식 엔터테인먼트 멀티플렉스(X·ONE 休闲娱乐综合体)'를 조성함

  - 해당 영화관에는 대형 스크린을 갖춘 고급 프로젝터가 설치되어 영화 관람이 가능하고, e 스포츠 배틀 플랫폼(电竞对战台), 당구장, 마작룸 등도 함께 마련됨
  - 일일 평균 방문객은 200 명을 상회하며, 휴일 성수기에는 400 명 이상이 방문해 하루 평균 매출이 약 1 만 위안에 달함. 기존에 운영 부진을 겪던 상업시설이었으나 현재는 젊은 세대의 인기 명소로 자리매김함<sup>10)</sup>
  
- ❖ e 스포츠와 관광을 결합한 콘텐츠 개발이 활발히 이루어지고 있으며, 최근에는 e 스포츠와 음악축제를 접목한 새로운 비즈니스 모델도 부상함

  - 2025 년 노동절 연휴 기간 후베이(湖北) 샤오간(孝感)에서 개최된 왕자영요 전국대회 결승전(王者荣耀全国大赛总决赛)이 e 스포츠와 음악축제를 결합한 참신한 방식으로 운영되어 중국의 젊은 세대에게 큰 주목을 받음
  - 2025 년 노동절 연휴 기간 후베이(湖北) 샤오간(孝感)에서 개최된 <왕자영요 전국대회(王者荣耀全国大赛总决赛)> 결승전은 음악축제와 결합된 방식으로 운영되어 젊은층의 주목을 받음
  - 기존 <왕자영요 전국대회>는 만화 전시회나 코스튬플레이(cosplay) 공연과 결합해 운영되어 왔으며, 음악축제와의 연계는 이번이 두 번째 사례임
    - 2024 년 쿤밍과 쓰야에서 처음으로 음악축제와 접목된 대회가 개최되어 큰 반향을 일으킨 바 있으며, 2025 년 대회는 유명 가수의 공연과 다양한 부대 프로그램이 추가됨
  - 2025 년 5 월 3~4 일 양일간 열린 결승전에 5 만 명 이상이 방문했고, 해당 기간 샤오간시를 찾은 관광객은 160 만 9,200 명으로 전년 동기 대비 30.72% 증가해 지역 관광 활성화에 기여함<sup>11)</sup>



[그림 16] e 스포츠+음악축제 사례: 2025년 왕자영요 전국대회 결승전 현장  
(출처: ThePaper[澎湃新闻], 2025.5.11.)

10) "집에서 외출하지 않고도 하루종일 플레이할 수 있어요!" 젊은이들에게 새로운 인기장소로 떠오른 산둥성의 e 스포츠 복합공간 ("不出门就能玩上一整天!" 山东这家电竞综合体成年轻人新宠), 해보신문(海报新闻), 2025.4.8.

11) 'e 스포츠+문화관광' 가치 실현, 왕자영요 전국대회가 노동절 연휴를 뜨겁게 달궜("电竞+文旅"释放价值, 王者全国大赛带火赛地五一游), 팽배신문(澎湃新闻), 2025.5.11.

### 3 시사점



- ✔ 2025년 하반기부터 한중 간 대중문화 교류가 점차 활발해질 것으로 전망되는 가운데, 양국 젊은 세대 사이에서 높은 인기를 얻고 있는 e스포츠가 교류 활성화의 촉매 역할을 할 것으로 기대됨

  - 중국은 2023년 항저우 아시안게임에서 e스포츠를 정식 종목으로 채택하였으며, ‘리그 오브 레전드(LOL) 월드 챔피언십’ 등 주요 글로벌 대회에서 한국과 중국은 지속적으로 경쟁 구도를 형성하고 있음
  - 상하이, 베이징, 청두 등 주요 도시를 중심으로 e스포츠에 대한 열기가 높고, 정부 차원의 지원 정책도 활발히 추진되고 있어 향후 한중 e스포츠 교류 확대 가능성은 높은 것으로 평가됨
  
- ✔ 특히 최근 중국 e스포츠 산업의 비즈니스 모델 다각화 전략에 대한 면밀한 분석을 통해, 한국 관련 산업의 진출 기회를 모색할 필요가 있음

  - 예를 들어, 중국에 진출한 CJ CGV는 4DX 기술을 활용해 젊은층 대상 복합 e스포츠 체험 공간으로 확장할 수 있으며, 중국 내 한국 e스포츠 종목과 선수에 대한 관심이 높은 점을 감안해 관련 IP 기반의 캐릭터 머천다이징, 주제곡과 게임 아이템 등을 활용한 오프라인 앨범 발매 등의 신규 비즈니스 모델도 검토 가능함



인포그래픽

# 데이터로 본 중국 이스포츠 산업의 현주소



이스포츠(e스포츠) IP 브랜드화, 타 산업과의 융합으로 새로운 사업모델을 개발하고, 다양한 소비 형태, 소비 제품, 소비 체험으로 시장을 확장하는 추세

## 2024년 중국 이스포츠 대회 개최 현황



## 이스포츠 산업 매출 규모 (억 위안)



## 중국 연령별 이스포츠 이용자 현황



출처: 중국 이스포츠산업 2024년도 발전현황, 중국디지털출판 (2025.02)

## 이스포츠의 다양한 사업모델과 지역별 분포 현황

### e스포츠+PC방



PC방과 달리 e스포츠에 특화된 장소

e스포츠 관련 굿즈 판매 및 e스포츠 관련 설비를 제공하는 PC방

### e스포츠 호텔



영화관에서 즐기는 e스포츠 콘텐츠

친구들과 e스포츠를 즐기기에 적합한 사교의 장소로 각광받는 e스포츠를 테마로 한 호텔

### e스포츠 전용관



### e스포츠+영화관



### 지역별 분포

2선 도시에 40% 이상 분포, 5대 지역: 광둥, 허난, 장쑤, 쓰촨, 후난



## 뉴스정보

### 작성순서

1. 중국 게임업계, 여름방학 기간 만 18세 미만 미성년자 섯다운제 도입
2. 2025년 1-6월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 현황

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

## 1 중국 게임업계, 여름방학 기간 만 18세 미만 미성년자 섯다운제 도입<sup>12)</sup>



- ✔ 넷이즈게임즈(网易游戏)와 텐센트게임즈(腾讯游戏)는 7월부터 8월까지 만 18세 미만 미성년자의 게임 이용시간을 한시적으로 제한한다고 발표함
  - 텐센트게임즈가 도입한 청소년 섯다운제에 따르면, 만 18세 미만 미성년자는 7월 1일부터 8월 31일까지 매주 금·토·일 오후 8시부터 9시까지 게임에 접속할 수 있으며, 해당 2개월 동안 최대 27시간까지 게임을 즐길 수 있음
    - 텐센트게임즈는 만 18세 미만 미성년자의 게임 과몰입과 부모의 허락 없이 몰래 게임을 하는 행위를 예방하기 위해 '게임 계정 관리 기능'을 출시함. 부모 계정을 통해 자녀의 게임 이용시간을 제한할 수 있으며, 부모가 설정한 1회당 게임이용 시간이 지나면 해당 계정은 자동으로 로그아웃됨. 또한, 부모는 안면인식 인증을 통해 자녀가 부모의 허락을 구하지 않고 몰래 부모의 계정을 사용해 게임에 접속하는 행위를 예방할 수 있음
  - 넷이즈게임즈 역시 텐센트게임즈와 마찬가지로 7월부터 8월까지 18세 미만 미성년자를 대상으로 매주 금·토·일에만 게임 접속을 허용하고 있으며, 해당 기간 미성년자의 총 게임 이용시간을 최대 27시간으로 제한함
    - 부모는 '넷이즈 미성년자 보호 기능'을 통해 자녀 계정과 연동하여 실시간으로 자녀의 게임 이용시간과 게임 내 지출 기록을 확인할 수 있으며, '원클릭 게임 이용 제한', '원클릭 게임머니 충전 제한' 등 자녀의 게임 이용 행위를 손쉽게 관리할 수 있는 기능을 출시함
    - 또한, 넷이즈게임즈는 올해 여름 '계정 대여 및 판매', '소셜 미디어 플랫폼 내 가짜 정보 단속', '미성년자를 대상으로 한 올바르고 안전한 인터넷 이용법 지도'를 실시할 예정임

12) 텐센트게임즈, 넷이즈게임즈 최신 공지: 여름방학 기간 미성년자 게임이용 시간 27시간 미만으로 제한(腾讯、网易最新通知: 未成年人暑假游戏不超过27小时), 환구망(环球网), 2025.7.3.

2 2025년 1-6월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 현황<sup>13)</sup>



- ☑ 국가신문출판서(国家新闻出版署)가 2025년 1월부터 6월까지 발급한 중국산·외산 온라인게임 판호는 각각 757종, 55종으로 집계되었으며, 그중 한국산 온라인게임은 9종으로 나타남

  - 2025년 상반기, 게임 판호 발급량은 총 812종으로 전년 동기대비 20% 이상 증가함. 특히 중국산 게임의 판호 발급량은 5월 130종, 6월 147종으로 지속적인 증가세를 보임
  - 외산 게임의 경우, 2024년 상반기 60종이 판호를 발급받은 것에 비해 올해 상반기에는 55종으로 감소함

구분	판호획득 시기	게임명	플랫폼	문서번호	출판번호
1	1월	포트리스 사가 (洛伊的移动要塞)	모바일	国新出审[2025] 180号	ISBN 978-7-498-14563-5
2		열혈강호 : 귀래 (热血江湖 : 归来)	모바일	国新出审[2025] 182号	ISBN 978-7-498-14565-9
3		라그나로크 비긴즈 (仙境传说 : 初心)	모바일/PC	国新出审[2025] 184号	ISBN 978-7-498-14567-3
4	3월	무명 기사단 (无名骑士团)	모바일	国新出审[2025] 583号	ISBN 978-7-498-14818-6
5	5월	고양이와 스프 : 마법의 레시피 (猫咪和汤 : 魔法与美食)	모바일	国新出审(2025)9 43号	ISBN 978-7-498-15083-7
6		라그나로크 : 약속된 모험 (仙境传说之约定好的冒险)	모바일	国新出审(2025)9 47号	ISBN 978-7-498-15087-5
7	6월	크로스파이어 : 레인보우 (穿越火线 : 虹)	모바일/PC	国新出审[2025] 1167号	ISBN 978-7-498-15238-1
8		블랙 클로버 모바일 (黑色四叶草 魔法帝之道)	모바일	国新出审[2025] 1169号	ISBN 978-7-498-15240-4
9		알투비트 (音速觉醒)	PC	国新出审[2025] 1174号	ISBN 978-7-498-15245-9

[ 표 3 ] 2025년 1-6월 판호를 획득한 한국산 온라인게임 현황 (출처: 국가신문출판서 홈페이지)



[ 그림 17 ] 2025년 1-6월 판호를 획득한 중국산·외산 온라인게임 (단위: 종)  
(출처: 국가신문출판서 홈페이지)

13) 출처: 국가신문출판서(国家新闻出版署) 홈페이지, 2025년 1-6월 중국산 온라인게임 허가 정보(国产网络游戏审批信息) 및 외산 온라인게임 허가 정보(2025年进口网络游戏审批信息)



## 장르별 인기차트

### 순서

1. 드라마 시청률 톱10
2. 예능 시청률 톱10
3. 박스오피스 톱10
4. 온라인·모바일게임 톱10
5. 음원 톱10

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

### I 드라마 시청률 톱10

2025년 7월 첫째 주(6. 28.~ 7. 4.)

순위	프로그램	편수	방송국	시청률(%)
1	쉬화연대 (淬火年代)	15-22 편	CCTV-1	3.008%
2	이법지명 (以法之名)	9-22 편	CCTV-8	1.747%
3	춘휘 (春晖)	1-8 편	CCTV-8	1.145%
4	육자매 (六姊妹)	28-38 편	CCTV-8	0.883%
5	잠연 (潜渊)	29-37 편	호남위성	0.489%
6	유가식부 (刘家媳妇)	18-31 편	CCTV-17	0.391%
7	절요 (折腰)	제 36 편	절강위성	0.320%
8	운하풍류 (运河风流)	15-27 편	산둥위성	0.288%
9	금수방화 (锦绣芳华)	1-2 편	호남위성	0.266%
10	친애적구적 (亲爱的仇敌)	1-10 편	절강위성	0.245%

\* 황금시간대 : 중국시간 19:30-21:50에 방영된 드라마

\* 출처 : 중국시청데이터(中国视听大数据) 위챗 공식계정

II 예능 시청률 톱10

2025년 6월 셋째 주(6. 16.~ 6. 22.)

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	분포파 (奔跑吧, KEEP RUNNING)	절강위성	2.87%
2	니호성기육 (你好星期六)	호남위성	2.59%
3	무한초월반 무부성장계 (无限超越班 无负成长季)	절강위성	2.28%
4	섬광적하천 2 (闪光的夏天 2)	절강위성	2.05%
5	천사적성음 6 (天赐的声音 6)	절강위성	1.97%
6	비성물요 (非诚勿扰)	강소위성	1.89%
7	가수 2025 (歌手 2025)	호남위성	1.87%
8	음니이래 (音你而来)	강소위성	1.66%
9	마화특개심 2 (麻花特开心 2)	절강위성	0.95%
10	일참도저 (一站到底)	강소위성	0.94%

\*출처 : 수시중국(收视中国) 위챗 공식계정, 71개 성시의 19~24시 시간대 주간 시청률

III 박스오피스 톱10

2025년 7월 첫째 주(6. 30.~ 7. 6.)

순위	작품명	개봉일	박스오피스(만 위안)	관객 수(만 명)
1	[미국] 쥘라기 월드: 새로운 시작	07.02	29,806.50	719.6
2	[일본] 명탐정 코난: 척안의 잔상	06.27	12,484.21	330.4
3	[미국] F1 더 무비 (F1: The Movie)	06.27	9,262.76	200.4
4	악의 (恶意)	07.05	6,369.57	174.1
5	장원룡·현안 (酱园弄·悬案)	06.21	4,160.36	114.5
6	[미국] 드래곤 길들이기	06.13	3,021.58	74.2
7	[중국+홍콩] 무명지배 : 부겁태래 (无名之辈 : 否极泰来)	07.05	2,733.80	75.3
8	[일본] 짱구는 못말려 극장판: 어른 제국의 역습	06.28	2,425.81	66.8
9	[미국] 엘리오 (Elio)	06.27	630.06	16.3
10	분수청단 (分手清单)	06.14	591.22	16.1

\*출처 덩타프로버전(灯塔专业版) APP 주간 순위, 중국영화의 경우 [국가명] 생략

IV 온라인·모바일게임 톱10

2025년 7월 8일 기준

순위	온라인게임	모바일 게임
1	던전앤파이터 地下城与勇士：创新世纪	전투파검령 战斗吧剑灵
2	검망 3 연기 剑网 3 缘起	Clash Royale 皇室战争
3	몽환서유 梦幻西游	MINECRAFT 我的世界
4	리니지 天堂	천룡팔부 모바일 天龙八部手游
5	Cross Gate 魔力宝贝	메이플스토리 모바일 冒险岛手游
6	신천룡팔부 新天龙八部	구음 九阴
7	원신 原神	삼국지 전략판 三国志·战略版
8	리그오브레전드(LOL) 英雄联盟	검은사막 모바일 黑色沙漠手游
9	Path of Exile 流放之路	크로스파이어 모바일 穿越火线：枪战王者
10	크로스파이어 穿越火线	대화서유 모바일 大话西游手游

\*출처 : 17173 (게임 관련 게시물 수, 방문자 수, 검색 수 등의 지수 반영 순위), 음영 표시는 한국 게임임

V 음원 톱10

2025년 7월 첫째 주(6. 27.~ 7. 03.)

순위	곡명	아티스트
1	난생한 (Dynamic 버전) 难生恨 (动感版)	예월(礼越) / 추성(秋成)
2	Crown	탁원(卓沅)
3	임강선 (临江仙) 드라마 <임강선(临江仙)> OST	백록(白鹿)
4	사의생화 (肆意生花) 드라마 <역애(逆爱)> OST	재투(梓渝)
5	Deadman	채서곤(蔡徐坤)
6	유실적일자 (遗失的日子)	주심 (周深)
7	애정전속권 (爱情专属权)	DreamSky
8	Oh Tell Me Why	유언(喻言)
9	배착풍유루 (背着风流泪)	문부(文夫)
10	일시적선택 (청춘이적과객) (一时的选择 (青春里的过客) )	마라삼고마(麻辣三姑妈)

\*출처 : QQ뮤직(QQ音乐) - 중국노래순위(중국 본토 음원 중 공개 90일 이내 이용자 관심도 순위)



## 이달의 마켓 & 박람회

### 1. 상하이 라이선싱 엑스포 (LEC)

# CHINA LICENSING EXPO 2025 全球授权展·上海站 (LEC)

2025.7.16 - 18 | 国家会展中心(上海)

#### 1 행사 개요



- **행사명:** 全球授权展·上海站 (Licensing Expo China, LEC)
- **일정:** 2025년 7월 16일 ~ 7월 18일
- **장소:** 상하이 국가전시컨벤션센터(国家会展中心, NECC Shanghai)
- **주최기관:** informa markets
- **행사구성:** 라이선싱 전시, 비즈매칭, 차이나 라이선싱 컨퍼런스, 차이나 라이선싱 어워즈
- **홈페이지:** <https://www.licensingexpochina.com/>

#### 2 행사 소개



- ✓ **글로벌 전시 전문업체 인포마 마켓(informa markets)이 매년 상하이, 런던, 라스베이거스, 프랑스 등에서 개최하는 글로벌 라이선싱 엑스포로, 전시, 비즈매칭, 차이나 라이선싱 컨퍼런스, 차이나 라이선싱 어워즈로 구성됨**
  - 전체 전시 면적은 50,000 m<sup>2</sup>이며 약 400 여개 기업이 참가해 1,800 여개의 IP 를 선보일 예정임
  - 주요 품목은 애니메이션 캐릭터, 영상, 문화문물과 예술작품, 인터넷 문학, 엔터테인먼트, 게임, 출판, 기업브랜드, e 스포츠 등이며, 다양한 권리제공자 및 대리업체가 라이선싱, 생산업체(OEM/ODM), 유통업체 등과 비즈니스 매칭을 추진함
  - 워너브라더스(华纳兄弟), 텐센트비디오(腾讯视频) 아이치이(爱奇艺), 빌리빌리(Bilibili), 왕자영요(王者荣耀), 캐릭토피아 라이선싱(卡拓雅), 넷이즈게임즈(网易游戏), TOHO(东宝), 만다이(万代), NBA 등 중화권뿐만 아니라 일본, 미국 등 주요 업체가 참가하며, 2024년 총 24,422 회의 비즈매칭을 진행해 그중 8,006 회의 매칭을 성사시킨 바 있음
  - 한국 기업은 애니메이션 기업 오콘(OCON), 네온크리에이션(Neon Creation), 아툰즈(AtoonZ), 메리버스 스튜디오(Merryverse Studio), 보타스튜디오(BOTA Studio) 등이 참가할 예정임

**북경비즈니스센터 담당자 연락처**

<b>김기현 센터장</b>	+86-10-6501-9971	gihunkim@kocca.kr
<b>이향옥 차장</b>	+86-10-6501-9355	hiangok@kocca.kr
<b>김영빈 과장</b>	+86-10-6501-9787	ybkim@kocca.kr
<b>반이진 주임</b>	+86-10-6501-9973	yijunpan@kocca.kr
<b>허즈권 주임</b>	+86-10-6501-9951	tgg9799@kocca.kr

**중국 콘텐츠 산업동향**

2025년 11호

**주관기관** 한국콘텐츠진흥원

**감수** 김기현 (북경비즈니스센터장)      김영빈 (북경비즈니스센터 과장)

**집필자** 김은아 (㈜지엔컨설팅 과장)      이단단 (자료조사원)  
고하늬 (㈜지엔컨설팅 연구원)      김민영 (인포그래픽&편집)

**발행인** 유현석 (한국콘텐츠진흥원장 직무대행)

**발행일** 2025년 08월 01일

**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”