



제 2018-137호

중국 중국 주요 동영상 플랫폼, 높아진 콘텐츠 가격에 VIP 유료 회원도 광고 시청

북경사무소

■ 현황

- 중국의 온라인 플랫폼에서 무료 동영상 콘텐츠를 보기 위해서는 의무적으로 약 100초 가까운 광고를 보아야 하지만, 상당수 이용자가 광고를 보지 않고 바로 고화질의 콘텐츠를 이용하기 위해 유료 VIP 회원에 가입하고 있음
- 최근 몇 년간 이러한 VIP 회원, 즉 유료회원이 상당히 증가했으며, 그 결과 온라인 동영상 플랫폼의 수익구조가 기존 광고수입에서 유료 회원 서비스로 전환하는 추세에 있었음. 하지만 최근 중국의 대표적인 동영상 플랫폼인 텐센트 스피ن, 아이치이, 유쿠 등이 최근 VIP 회원 즉 유료 회원에게도 약 15초가량의 광고를 보게 하여 많은 유료 회원의 비난을 받고 있음

■ 주요내용

- 이들 동영상 플랫폼은 유료 회원의 반발을 모면하기 위하여 유료 회원 가입 시 아주 작은 글씨로, 그것도 눈에 잘 띄지 않는 곳에 “VIP 회원에게도 다양한 광고 서비스를 제공할 수 있음”이라는 문구를 포함하고 있는 것으로 드러남. 심지어 유료 회원이 콘텐츠 시청 이전에 보는 광고가 유료 회원들 개개인을 위한 특별한 맞춤형 광고라고 과장함은 물론, ‘광고 닫기 버튼’을 광고 상단에 아주 작게 표시해 두고 있음



- 하지만 유료 회원들은 “비용을 지급하고도 광고를 보아야 하느냐”, “새로운 콘텐츠를 볼 때 매번 수동으로 광고를 닫아야 하는 것이 번거롭다”, “동영상 플랫폼이 유료 회원들을 존중하고 있지 않으며, 이러한 행위는 유료 회원들을 기만하는 것이다” 등의 불만을 지속해서 표시하고 있음. 심지어 이를 ‘상업 사기’ 또는 “스스로 유료 회원 규모를 감소시키고 동영상 플랫폼의 발전을 저해하는 자충수”라는 견해도 있음
- 여전히 중국 동영상 플랫폼에는 필수로 광고를 시청해야 하는 무료 콘텐츠가 많이 있지만, 광고를 보지 않고 고화질의 다양한 콘텐츠를 즐기기 위해서 적지 않은 비용을 주고 VIP 회원을 구매한 이들에게까지 짧은 광고를 보게 하려는 이유는 오를 대로 오른 저작권 비용 때문으로 알려짐
- 지금도 여러 동영상 플랫폼들이 광고수입 및 유료 회원 확보를 위하여 다양한 콘텐츠를 경쟁적으로 구매하고 있는데, 이러한 콘텐츠의 구매 비용이 지난 몇 년 동안 급상승했음
 - 일례로 현재 막후지왕(幕后之王)의 온라인 저작권료는 편당 1,000만 위안을 상회하며, 량생(凉生)은 편당 1,480만 위안에 달함. 또한 지난 2009년 소후 티비가 2.5만 위안에 대진제국(大秦帝国)의 판권을 구매했지만, 2017년 텐센트 스피는 무료 8.1억 위안에 여의전(如懿传)의 판권을 구매하는 등 최근 몇 년간 중국의 저작권 비용이 무려 400배 이상 증가한 것으로 드러남
- 따라서 최근 중국의 주요 동영상 플랫폼들은 유료 소비가 크게 늘고 있지만, 콘텐츠 저작권료가 너무 비싸서 어쩔 수 없이 VIP 회원에게까지도 광고를 시청하게 하는 것으로 알려짐
- 이에 대해 유료 회원들 사이에는 “비싼 저작권료를 충당하기 위해 VIP 회원의 이익을 침해해도 되느냐”를 두고 다양한 의견이 개진되고 있지만, 대다수는 이러한 경영방식에 큰 불만을 가진 것으로 알려짐



■ 평가

- 중국에서 최근 다양한 콘텐츠의 저작권 비용이 급상승한 원인은 동영상 플랫폼을 포함한 다양한 문화콘텐츠 기업 간의 콘텐츠 확보를 위한 지나친 경쟁 때문임. 따라서 과거보다 유료 회원이 많이 증가했다고는 하지만, 올라도 너무 오른 저작권 비용 때문에 이들 동영상 플랫폼의 경우 광고수입에 의존할 수밖에 없는 구조임. 하지만 중국 내 유료 회원의 반발이 만만치 않고 기업의 수입 감소를 유료 회원에게 전가하고 있는 등의 문제로 인하여 향후 정부 부처의 개입은 물론 대량의 유료 회원 이탈 사태가 벌어질 가능성도 배제할 수 없음

■ 출처

- 인민망(人民网)
 - <http://ip.people.com.cn/n1/2018/0821/c179663-30241140.html>