Vol. 15

중국 콘텐츠 산업동향

Content Industry
Trend of China

2019

중국 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA 2019년 15호

구 분	제 목	페이지
주간 심층Issue	▶ 2019년 1분기 중국 게임산업 동향 1. 2019년 1분기 중국 게임산업 환경 2. 2019년 1분기 중국 게임산업 발전 현황 3. 2019년 1분기 중국 게임산업 이슈 및 트렌드	1p~28p
기업소개& 인터뷰	▶ 중국 주요 협회 · 기업 인터뷰 -1)심천시완구행업협회(深圳市玩具行业协会) -2)심천시란런제신과기유한회사(深圳市懒人在线可以有限公司) ▶ 중국 우수 콘텐츠 기업 소개 -1)심천시e-스포츠운동협회(深圳市电子竞技运动协会) -2)심천시경탄만린문화유한회사(深圳市惊叹漫链原创文化有限公司) -3)심천성화호이디지털과기유한회사(深圳星火互娱数字科技有限公司) -4)광저우문양정보기술유한회사(广州汶颢信息技术有限公司)	29p~46p
각 장르별 차트	▶ 드라마 시청률 TOP10 ▶ 예능 시청률 TOP10 ▶ 박스오피스 TOP10 ▶ 온라인・모바일 게임 TOP10 ▶ 음원 1 TOP10 ▶ 음원 2 TOP10	48p~50p
안내	▶ 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 소개	51p
	- 북경비즈니스센터 현지 통역 서비스 지원 안내	52p
	- 2018 중국 문화산업 비즈니스 가이드	53p
	- 재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원가입 안내	54p
	- 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단 운영안내	56p
	- 한국콘텐츠진흥원 위챗공식계정 Korea Content	57p
	▶ 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개	58p
	- 엑셀러레이터센터 입주지원 프로그램 안내	59p
	- 2018 중국문화콘텐츠산업 가이드북	60p
	- 중국 우수기업 인터뷰 운영 안내	61p
	- 중국 남부권 투자자연합체 운영 안내	62p

2019. 9.
한국콘텐츠진흥원
중국(북경, 심천) 비즈니스센터

2019년 1분기 중국 게임산업 동향

1. 2019년 1분기 중국 게임산업 환경

○ 정책 조정하의 게임산업 방향성

ㅇ 문화적 가치를 부각시킴으로써 사회적 효익(투입대비 결과로써 얻어지는 이익)을 추구

- 시진핑 총서기(주석)는 중국공산당 제19차 전국대표대회(中国共产党第十九次全国代表大会) 에서 "중화 우수 전통문화의 창조적 전환과 혁신적 발전을 추진하자"라고 문화분야의 사업방향을 제시함. 2월 14일, 왕야페이(王野霏) 베이징시 위원회 선전부 부부장(차관에 해당)은 게임출판관리 업무회의에서 게임업계는 책임감과 사명감을 높이고, 긍정적 에너지를 확대하여 사회적 효익 우선의 원칙을 유지해야 한다고 발언. 동시에 정책과 자금면의 장려지원 프로젝트로 게임업계를 발전시키고 베이징시는 우수한 품질의 게임제작을 추진할 것임과 게임업계는 새로운 시대의 게임환경과 조건에서 적극적으로 발전의 방향과 의미를 찾고, 게임의 더 많은 문화적 가치, 사회적 가치와 과학적 가치를 탐색해야 한다고 주문함.

- 지난 몇 달 동안 많은 게임업체에서도 탐색을 해왔으며, 텐센트, 넷이즈(网易) 등과 같은 게임회사들은 중국의 고대 시문, 서화 작품 등 전통적인 요소들에 의존하여 역사, 문화와 게임을 유기적으로 결합하여 재미와 교육을 겸비한 여러 문화게임을 개발하였으며, 더 많은 형식으로 문화적 가치를 실현하고 사용자들로부터 비교적 많은 우호적인 피드백을 받아왔음.

ㅇ 미성년자 보호 중시와 건전한 게임환경 조성

- 이미 2007년에 중국 국내 게임업체에서 클라이언트 온라인게임 내 게임 과몰입 예방 시스템(防沉迷系统)을 실시하기 시작함. 2019년 1분기까지 게임업계의 여러 선도기업이 각각 모바일게임에 실명등록시스템(实名登记系统), 건강게임시스템(健康游戏系统), 학부모 감호시스템(家长监护系统) 등 미성년자 보호조치를 내놓고, 점차 광범위하게 보급되면서 전 단계의 체계적인 미성년자 게임보호 시스템이 형성됨. 미래를 전망하건대 미성년자 보호 대열에 더 많은 게임업체의 참여가 필요하고, 정부의 지도로 업계 표준을 제정하고, 기업간 소통을 심화시켜 공동으로 건강한 게임환경을 조성해야 할 책임이 있음.

ㅇ 게임의 해외진출을 장려하여 문화전파를 선도함.

- 최근 세계화 물결과 “일대일로(一带一路)” 정책의 파급효과에 따라 해외진출은 이미 중국 게임업체의 이슈 중 하나가 됨. 국가차원에서도 끊임없이 문화의 해외진출(走出去)을 촉진하는 여러 정책과 지도가 꾸준히 제시되고 있으며, 대외문화교류와 문화전파, 문화무역을 더욱 가속하고 있음.

- 중국은 문화무역 대국으로서 게임의 해외진출이 본토 문화자원 수출, 문화전파, 교류분야에서 중요한 가치를 가지고 있음. 중국게임은 중국의 “문화 소프트 파워“의 선봉장이 되고 있으며 게임은 오락과 문화적인 의미뿐만 아니라 문화적 유산, 계승, 창조 등에서도 다양한 작용을 뒷받침 하고 있음.

○ 중국게임의 해외시장 발전 현황

- 2019년 1분기 중국의 해외진출 게임은 국제시장에서 좋은 성적을 거두었으며, 중국기업이 출시한 게임은 해외시장에서 2019년 기준 전년 동기대비 매출이 9.5% 성장하였음. 중국 게임업계는 지속해서 해외시장 확장 전략을 펼쳤으며, 차별화된 제품 포지셔닝과 우수한 게임 품질을 바탕으로 중국 자체개발 게임은 해외시장에서 처음으로 상당한 성과를 거두었음.

- 아시아와 유럽, 미국 등 이미 성숙한 게임시장의 시장확대와 함께 러시아, 남미, 중동 등 신흥 게임시장에 중국 게임콘텐츠가 많이 등장하고 있으며, 동남아 지역의 경우 태국 게임 베스트10중 7개가 중국 게임개발업체에서 출시한 것임. 중국 게임업체는 한국 게임시장에서 60개가 넘는 게임상품이 100위 안에 들 정도로 많은 매출을 올렸는데 이 중 승진게임과 전략게임이 강세를 보이고, 삼국지를 소재로 한 게임을 많은 게이머가 선호하였으며, 2D, 여성향 게임상품이 점점 더 인기를 얻고 있음. 또한, 미국・일본 등 전통게임 강국시장에서 중국기업 시장점유율도 10%로 나타남.

- 현재, 중국 국내기업들은 이미 성숙한 해외진출 전략을 세우고 있으며, 해외 게임업체, 콘텐츠플랫폼과의 협력관계를 강화하여 글로벌 경쟁력 있는 자원의 통합, 전문화, 현지화, 효율적인 연구개발 운영체계의 구축을 가속하고 있음. 캐주얼 게임, 서바이벌 게임 등 새로운 게임 장르로 해외지역의 게임이용자를 빠르게 모으고 있으며, 세부시장에서의 심도 있는 조사를 통해, 중국 자체개발 게임상품은 올해 안에 글로벌 판도를 계속 확장할 전망임.

○ 게임산업 관련 자본시장 현황

ㅇ **게임기업의 주가는 판호허가 재개에 힘입어 지속하여 상승함.**

- 2019년 1분기에는 판호의 지속적인 심사 배포 소식에 자극받아 게임업계에 대한 자본시장의 관심과 참여도가 계속 높아지고 있음.

- 2019년 1분기까지 총 959개의 게임판호가 발급되었는데, 이 중 모바일게임은 910개, 클라이언트게임 24개, 웹게임 18개, 콘솔게임 7개임.

날짜	합계	모바일게임	클라이언트게임	웹게임	콘솔게임
2018.12	164	148	7	8	1
2919.01	283	272	4	5	-
2019.02	279	268	9	1	2
2019.03	233	222	4	4	4
합계	959	910	24	18	7

데이터 출처: 광전총국 홈페이지 첫 페이지 > 사무 서비스 > 결과공시 > 게임 심사결과

- 2019년 1분기 안정적인 판호 승인정책으로 중국 게임업계에 대한 자본시장 관심도와 참여도가 계속 높아져 텐센트, 싼치후위(三七互娱), 유주네트워크(游族网络), 지비터(吉比特 G-bits), 중원미디어(中文传媒) 등 상장된 게임업체의 주가가 꾸준히 상승하고 있으며, 주요 A주 상장 게임업체 2019년 1분기 시가총액 가중평균 상승폭은 15.3%임.

ㅇ **중국 게임업계의 급성장과 비즈니스 모델 혁신에 따라 게임분야, 특히 콘텐츠제작자들의 투자 매력이 높아지고 있음.**

- 최근 몇 년 동안 사용자들은 게임콘텐츠에 대한 개성적인 수요를 강화하여 기능성 게임(功能游戏), 샌드박스 게임, 2D게임 등 세분화된 게임상품이 나타남; 동시에 5G시대가 다가오면서, 각 대형 게임업체들이 클라우드게임에 대한 가격을 올리며, 크로스오버 단말기, 플랫폼, 유형 등의 새로운 패러다임으로 인한 게임업계의 비즈니스모델의 조정은 게임콘텐츠제작자에 투자하는 흡인력을 높임.

- 게임콘텐츠제작자들은 전통적인 자체개발 게임(게임개발 프로젝트 투자)모델보다 위험을 줄일 수 있는 안정적인 현금보상을 받으며 게임콘텐츠가 중요해지는 추세에 편승함. 또한 게임제작자들에게 자금모금방식도 인기를 끌고 있음. 이 방식은 일부 투자자들이 모두 재무적 보상을 받기 위해 투자하기 때문에 게임제작자의 일상적인 콘텐츠 생산에는 크게 관여하지 않고 있으며, 게임제작자들은 게임콘텐츠

생산에 있어서 발언권, 관리권을 유지할 수 있는 형태임. 게임제작에 영향을 미치지 않는 한편 현금투입과 게임개발은 무관하며, 게임제작자들은 모든 개발수입과 게임판권을 그대로 보유함.

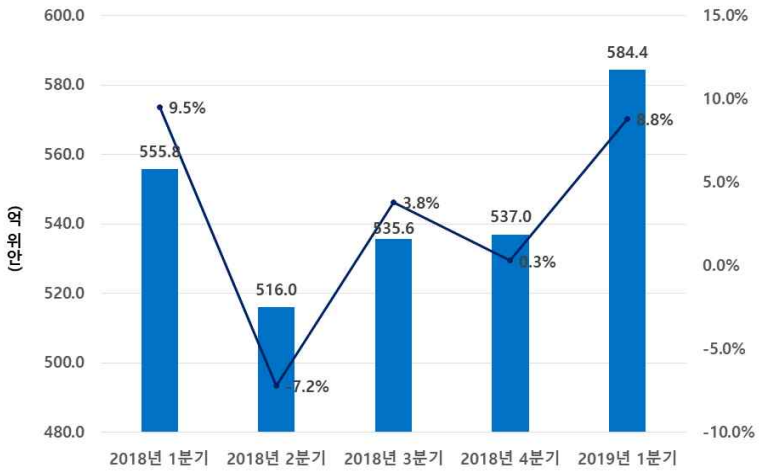
2. 2019년 1분기 중국 게임산업 발전 현황

○ 중국 게임시장의 실매출과 사용자 규모

- 2019년 1분기 중국 게임시장은 전반적으로 반등세를 보이며, 실매출은 584.4억 위안으로, 2018년 4분기 대비 47.4억 위안, 2018년 동기대비 5.1%, 전 분기대비 8.8% 증가함. 시장 구조가 안정되고 가입자 규모가 확대되면서 6.4억 명을 돌파해 2018년 동기대비 가입자는 6.7% 성장했으며 여전히 발전공간이 있음. 중국 자체개발 게임은 매출의 선두를 계속 유지해 시장의 70%를 점유하고 있음.

• **중국 게임시장 실매출이 안정적으로 증가함.**

<중국 게임시장의 실매출>

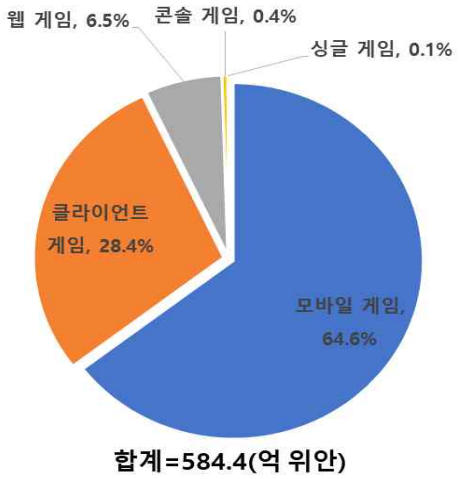


출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 게임시장의 실매출은 584.4억 위안으로, 2018년 4분기의 실매출 대비 47.4억 위안 증가하여, 전 분기대비 8.8%, 2018년 동기대비 5.1% 증가하였으며, 상승 폭이 2018년 분기 평균을 넘어섬.

• **중국게임 각 세부 시장별 비중 : 안정세를 유지하고 있음.**

<중국 게임 각 세부 시장별 수입 비중>

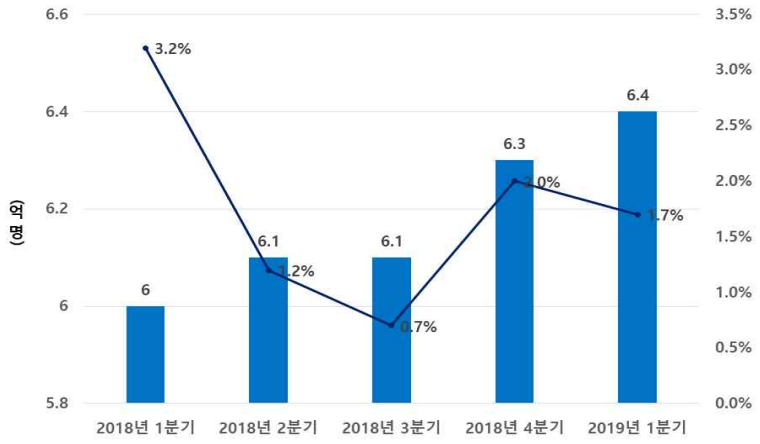


출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 중국 게임시장에서 모바일게임이 64.6%로 주류를 이루었고, 클라이언트게임 28.4%, 웹 게임 6.5%, 콘솔 게임은 0.4%에 불과함.

- **중국 게임이용자 규모 : 6.4억 명을 돌파하며 상승 여지를 보임.**

<중국 게임이용자 규모>

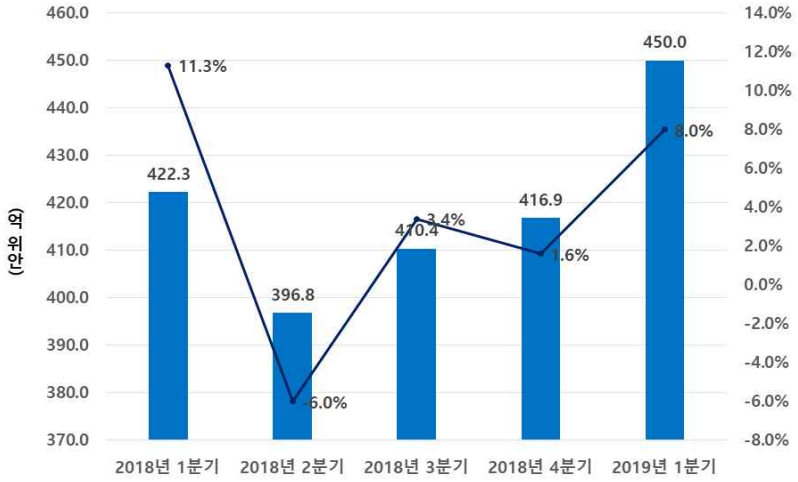


출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 게임이용자 규모는 6.4억 명으로 전 분기대비 1.7% 증가하였으며, 2018년 동기대비 6.7% 증가함. 2018년에는 게임산업의 타격에도 불구하고 게임이용자 규모는 여전히 증가함.

- **중국 자체개발 게임시장 실매출 수입 : 450억 위안이며 전 분기대비 8% 증가함.**

<중국 자체개발 게임 실매출>

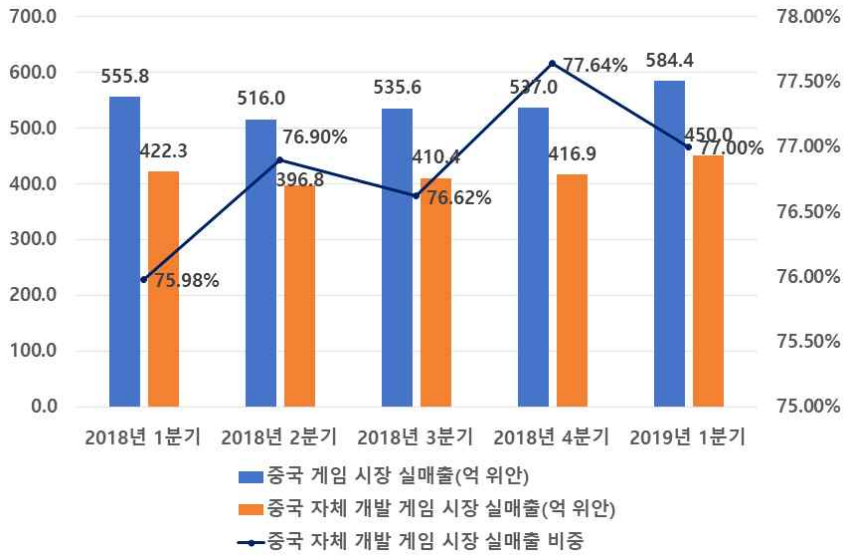


출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 자체개발 게임의 실매출은 전 분기대비 8% 증가한 450억 위안으로 전년 동기대비 6.6% 증가하였으며, 중국의 자체개발 게임매출 변화 추세는 게임시장 전체와 일치함.

- **중국 자체개발 게임시장 점유율 : 70% 넘게 차지함.**

<중국 자체개발 게임의 실매출 비중>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

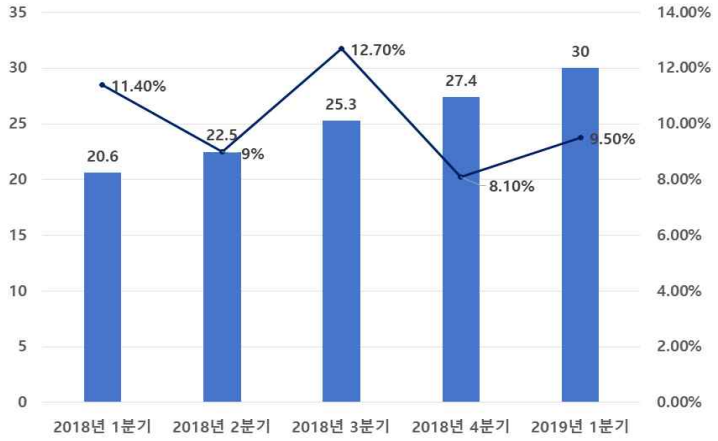
- 2019년 1분기 중국 자체개발 게임의 실매출 비중은 기복 있는 상승 추세를

보이며 2018년 1분기 76.0%에서 77.0%로 상승해 2018년 4분기보다는 점유율이 낮아졌지만 여전히 시장매출의 주도적 위치를 유지하고 있음.

○ 중국 자체개발 게임의 해외시장 실매출

- 2019년 1분기 중국의 자체개발 게임의 해외 총 매출은 30억 달러로 기업 매출의 30.9%를 차지해 중국 게임업체의 중요한 수입원이 됨. 해외진출 게임 중에서 롤플레잉, 전략, MOBA 이 세 가지 게임장르가 환영을 받고 있으며, 이 세 장르의 게임 매출 합계는 해외 총매출액의 86.3%를 차지함.

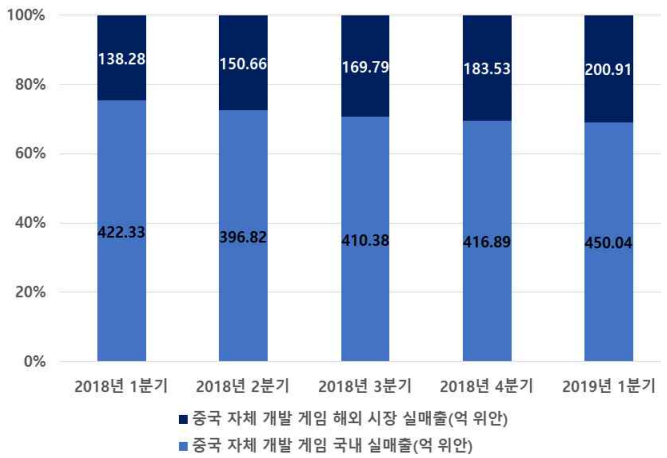
<중국 자체개발 게임의 해외시장 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 자체개발 게임의 해외시장 실매출은 30억 달러(200.91억 위안, 3월31일 기준 환율 적용)로 전 분기대비 9.5%, 2018년 동기대비 45.6% 증가하여 안정된 성장 추세임.

<중국 자체개발 게임의 국내외 실매출 비율>



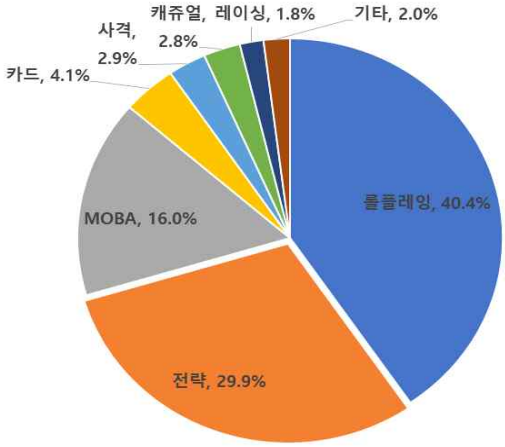
출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2018년 1분기부터 2019년 1분기까지 중국 자체개발 게임의 해외시장의 매출은 꾸

준히 증가했으며, 2018년 1분기 24.7%에서 2019년 1분기 30.9%로 상승하여, 해외 시장은 이미 중국의 자체개발 게임매출의 중요한 원천이 됨.

- **중국 자체개발 게임의 해외진출 게임 장르 : 롤플레잉 게임, 전략 게임 및 MOBA 게임 위주**

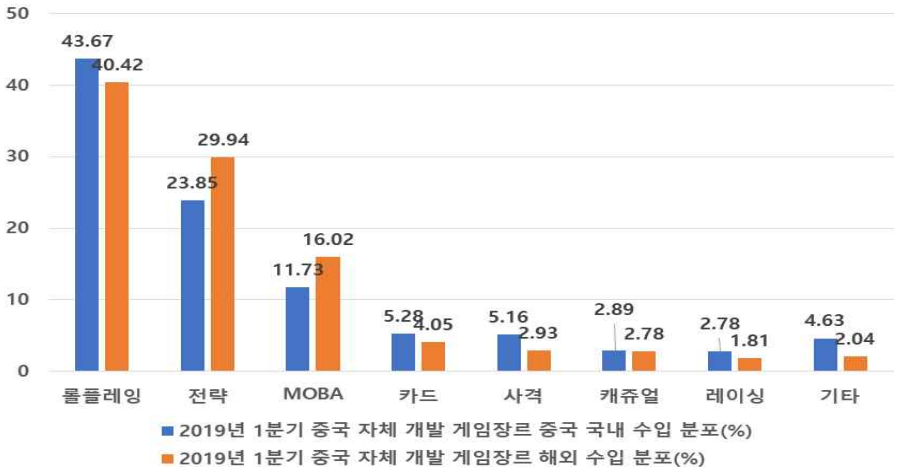
<중국 자체개발 게임의 해외시장 실매출 상품유형의 분포>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 자체개발 게임의 해외시장 실매출 상품유형 분포에서 롤플레잉 게임은 40.4%, 전략 게임은 29.9%, MOBA 게임은 16.0%의 수입을 차지함. 롤플레잉 게임과 전략게임은 중국 국내시장과 해외시장에서 모두 중요한 위치를 차지하고 있음.

<중국 자체개발 게임의 해외진출 게임 장르 및 매출 분포>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 롤플레잉, 전략 및 MOBA 게임은 중국 자체개발 게임으로 국내외에

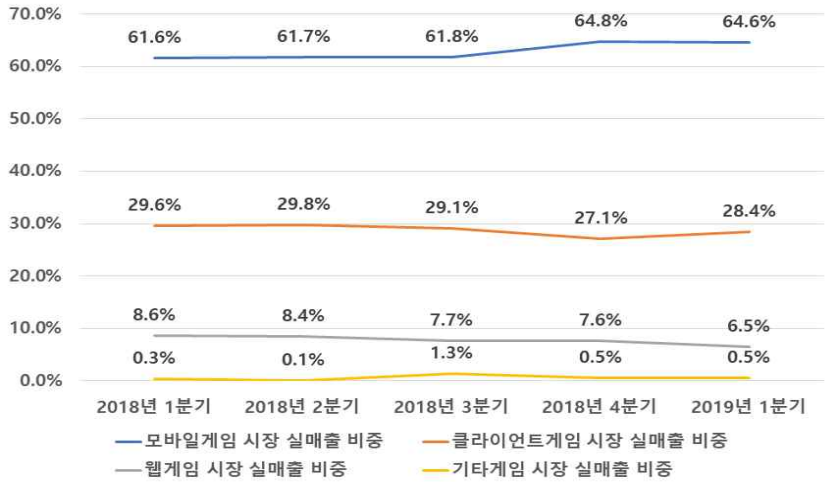
서 가장 인기 있는 3종 게임이었음. 그러나 게임 장르별 매출분포의 비중으로 볼 때 전략게임 및 MOBA 게임은 중국 국내보다 해외에서 인기가 더 높았으며, 롤플레잉 게임은 해외에서 중국 국내에서 받은 만큼의 환영을 받지 못하고 있음.

○ 중국게임의 세부시장 현황

- 2019년 1분기 중국 게임시장에서는 모바일게임시장의 실매출이 계속 유지되어 실매출과 비중이 모두 비교적 큰 우위를 차지함; 클라이언트게임시장의 실매출은 상승하였으나, 시장점유율은 약간 감소함; 웹 게임시장은 계속 줄어들어 실매출과 시장점유율이 모두 하락하고 있음.

ㅇ 각 세부 게임시장 실매출 추이 : 모바일게임시장매출이 안정적으로 성장하고 있음.

<세부 게임시장별 실매출 비율>



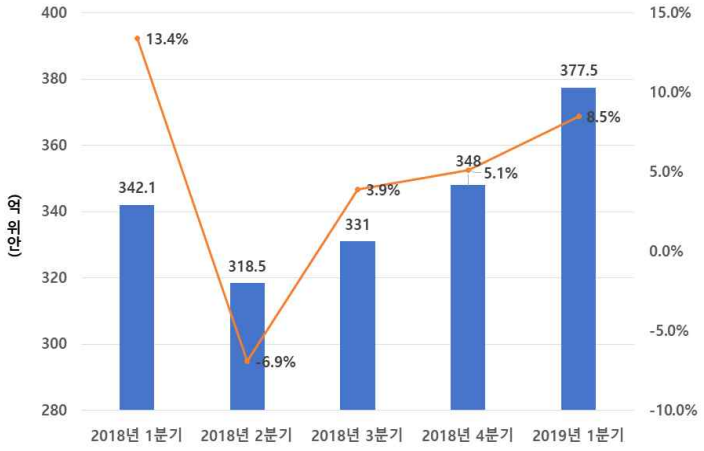
출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 게임시장에서 모바일게임, 클라이언트게임, 웹게임 이 세 가지 유형의 게임이 실매출의 99.5%를 차지함.

• 중국 모바일게임 현황

- 중국 모바일게임시장의 2019년 1분기 매출은 377.5억 위안으로 시장 비중은 64.6%이며 전년 동기대비 10.3% 증가함; 이용자 규모는 6.2억 명으로 97.1%에 달해 여전히 완만하게 상승하고 있음.

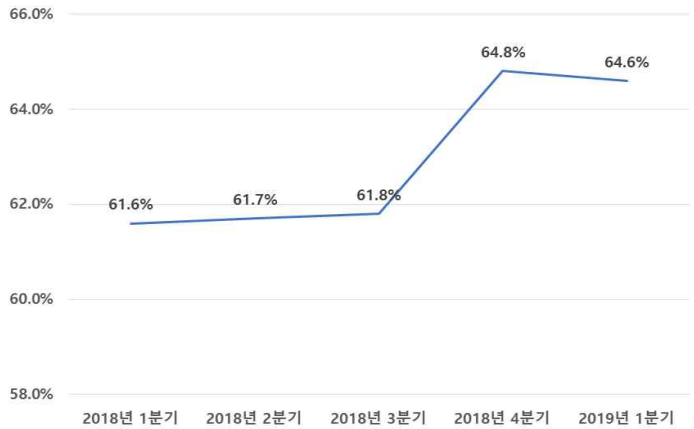
<중국 모바일게임시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 모바일게임시장의 실매출액은 377.5억 위안으로 전 분기대비 8.5%, 2018년 동기대비 10.3% 증가를 기록함. 2018년 2분기 중국 모바일게임시장의 실매출 급감에도 불구하고 전체적으로는 성장세를 보임.

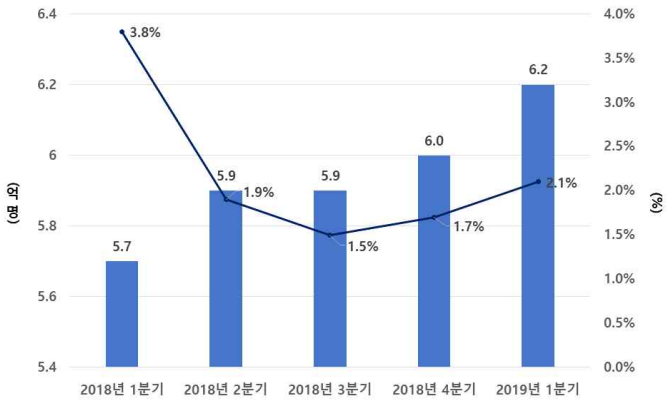
<중국 모바일게임시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 모바일게임시장의 실매출은 2018년 동기대비 금액기준 점유율이 지속해서 증가하여 64.6%로, 2018년 연평균 성장률 62.5%에 비해 소폭 상승해 2018년 4분기의 64.8%와 비슷한 수준임.

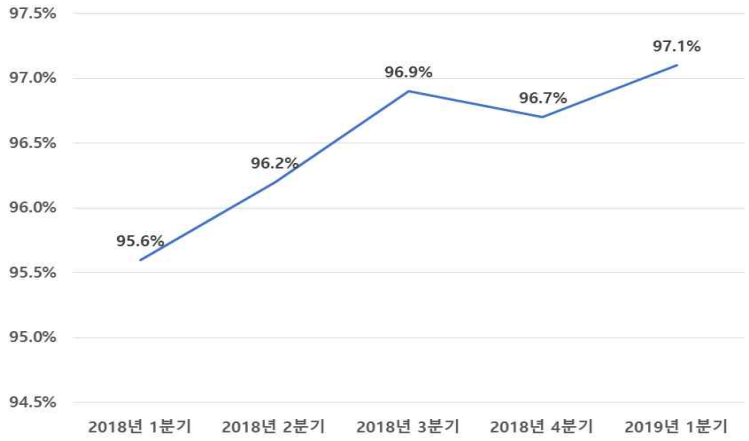
<중국 모바일게임이용자 규모>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 모바일게임이용자 규모는 6.2억 명으로 전 분기대비 2.1% 증가하여 2018년 동기대비 8.8% 증가함. 모바일게임은 중국 게임산업의 이용자 규모 증가에 크게 기여하였으며, 전체 사용자 규모 증가보다 빠른 속도로 증가함.

<중국 모바일게임이용자 규모 비율>



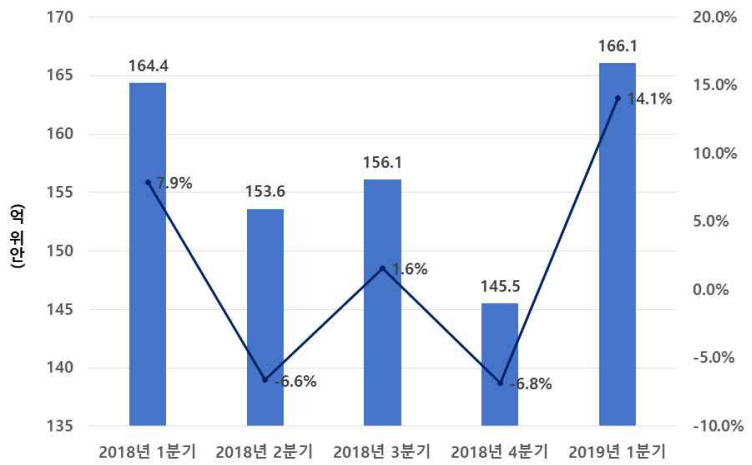
출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 모바일게임 이용자 규모 비율은 2018년 1분기의 95.6%에서 97.1%로 상승해 2018년 전체의 완만한 성장세를 이어가고 있음.

- **중국 클라이언트게임 현황**
  - 2019년 1분기 중국 클라이언트게임시장의 실매출은 166.1억 위안으로, 전 분기대비 14.1%, 2018년 동기대비 1% 증가했지만, 시장 점유율은 28.4%로 소폭 하락함. 이

용자 규모는 2018년 4분기와 거의 동일하게 1% 미만의 소폭 상승으로 2018년 동기 대비 400만 명이 감소하는 등 여전히 감소 추세에 있음.

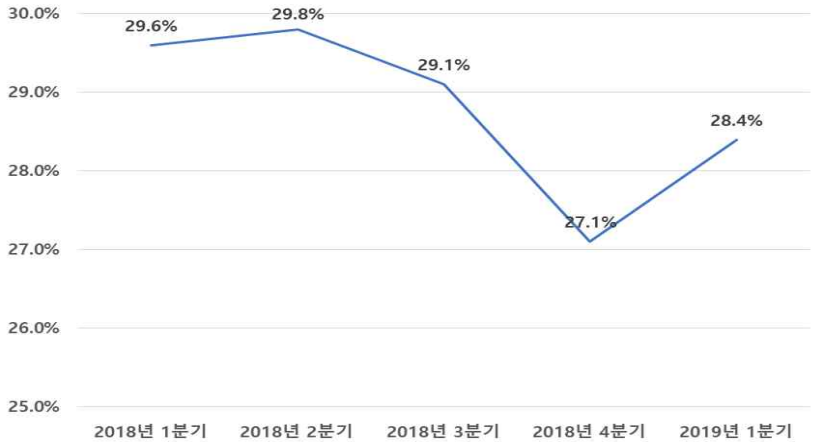
<중국 클라이언트게임시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 클라이언트게임시장의 실매출은 166.1억 위안으로 전 분기대비 14.1%, 2018년 동기대비 1% 증가하였으며, 2018년 이후 세 분기를 거치며 2019년 1분기의 실매출액은 기본적으로 2018년 동기 수준을 회복함.

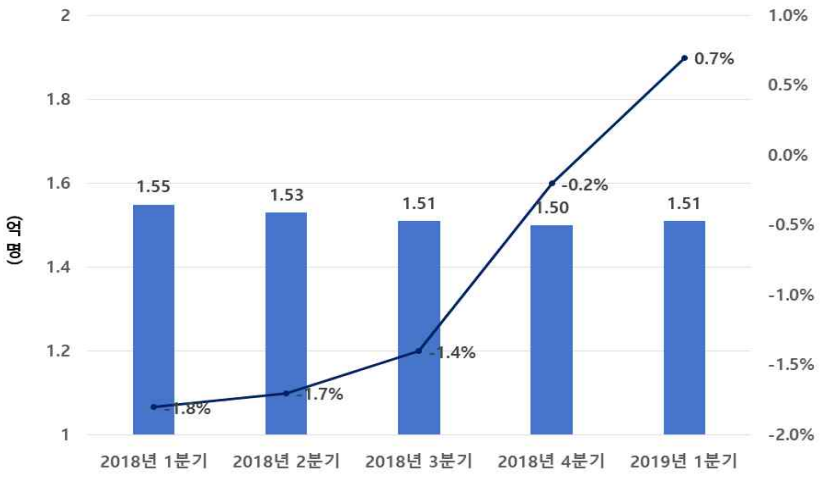
<중국 클라이언트게임시장의 실매출 비중>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

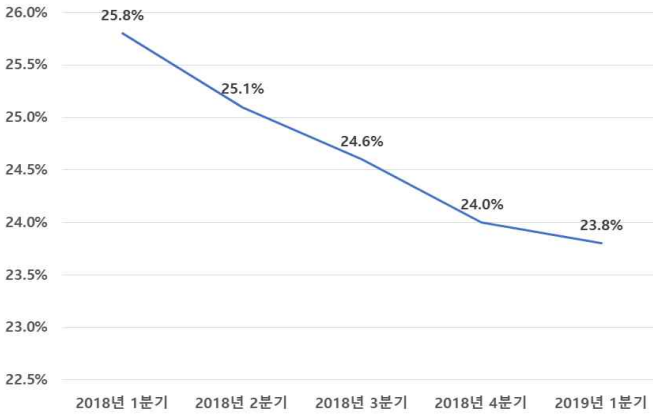
- 2019년 1분기 중국 클라이언트게임시장의 실매출 비중은 28.4%로서 2018년 4분기 27.1%에 비해 소폭 반등했고, 2018년 1분기 29.6%에 비해 소폭 하락했음.

중국 클라이언트게임이용자 규모



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

중국 클라이언트게임이용자 규모 비중



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 클라이언트게임이용자 규모는 1.51억 명으로 2018년 동기대비 400만 명이 감소하였으며 이는 전 분기대비 0.7%, 전년 동기대비 2.6% 감소한 수치임.

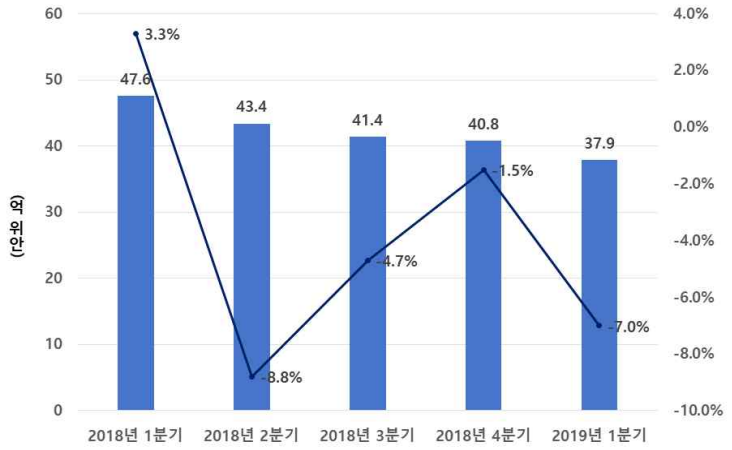
- 2019년 1분기 중국 클라이언트게임이용자 규모는 0.7% 상승했음에도 불구하고 이용자 규모 비중은 여전히 하락 추세를 보여 2018년 1분기 25.8%에서 2019년 1분기 23.8%로 2% 하락함.

- **중국 웹게임 현황**

- 2019년 1분기 중국 웹게임시장은 계속 축소되었고, 실매출은 211.1억 위안으로 전 분기대비 7% 감소하였으며, 시장점유율은 2018년 동기의 8.6%에서 6.5%로 감소함; 이용자 규모는 2.2억 명으로 2018년 동기대비 3000만 명 감소해 12% 감소했고, 이

용자 비중은 2018년 같은 기간의 41.1%에서 34.2%로 낮아져 쇠퇴하고 있음.

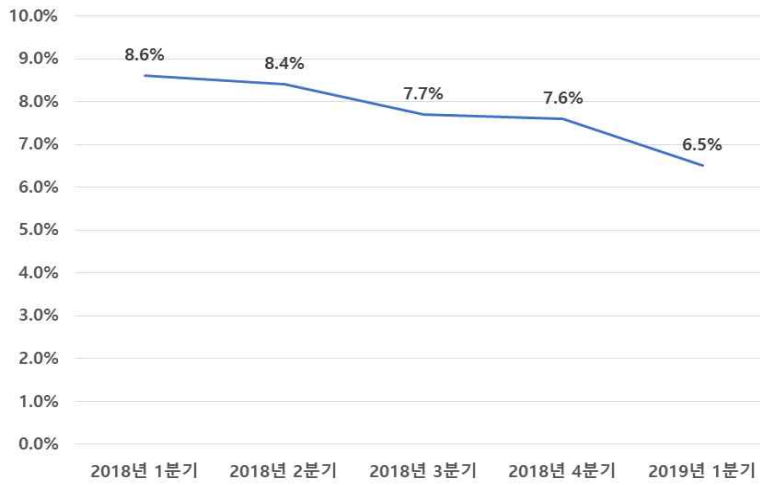
<중국 웹게임시장 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 웹게임시장의 실매출은 37.9억 위안으로 전 분기대비 7%, 2018년 동기대비 20.3% 하락하면서 웹게임의 시장공간은 더욱 축소됨.

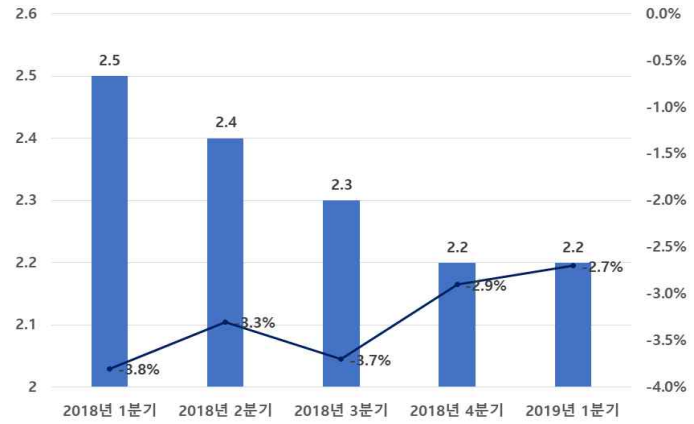
<중국 웹게임시장 실매출 비중>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 웹게임 시장의 실매출 비중은 2018년 1분기 8.6%에서 2019년 1분기 6.5%로 비교적 크게 하락했음.

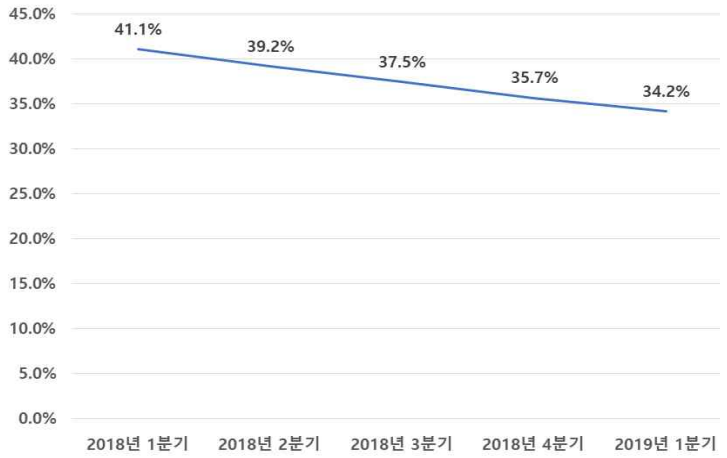
<중국 웹게임이용자 규모>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 웹게임이용자 규모는 2.2억 명으로 전 분기대비 2.7% 감소했고, 2018년 동기대비 12% 감소해 이용자 규모는 더욱 줄어들었음.

<중국 웹게임이용자 규모 비중>

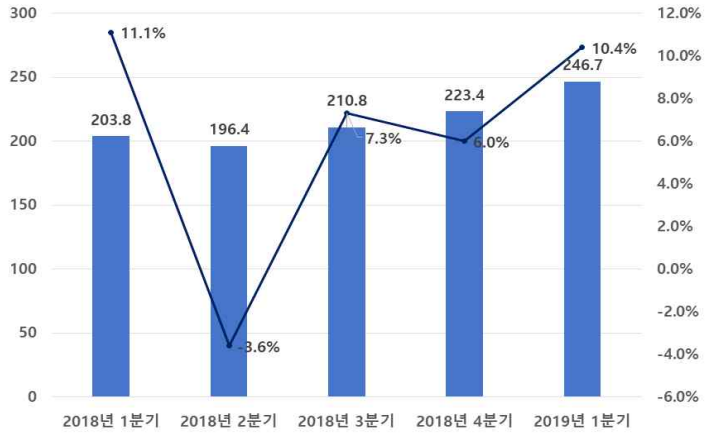


출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 웹게임이용자 규모 비중은 감소 추세로, 하락 폭이 비교적 커 2018년 1분기 41.1%에서 2019년 1분기 34.2%로 약 7% 감소함.

ㅇ 중국 e스포츠 게임시장

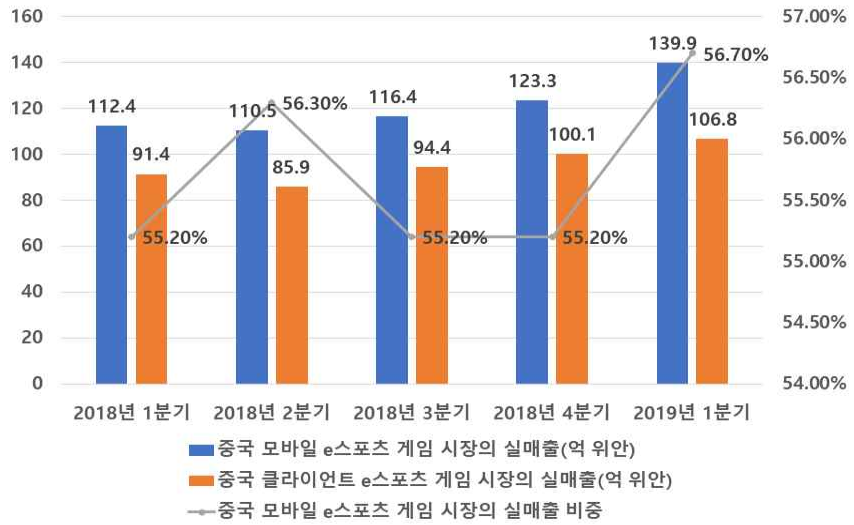
<중국 e스포츠 게임시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 e스포츠 게임시장의 실매출은 246.7억 위안으로 2018년 4분기의 실매출보다 23.3억 위안을 증가하여 전 분기대비 10.4%, 2018년 동기대비 21.1% 증가함.

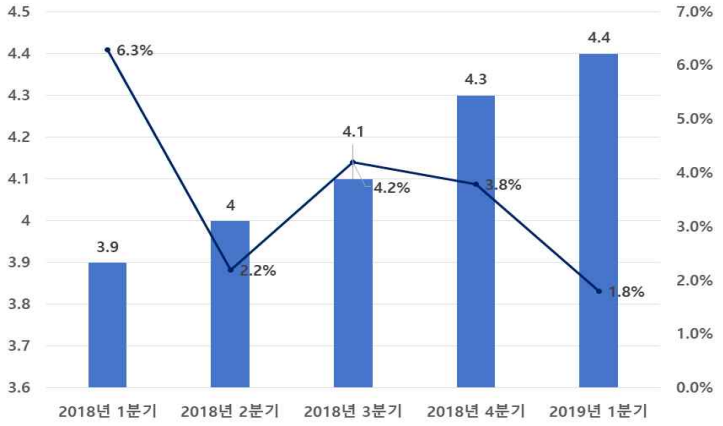
<중국 e스포츠 게임 세부 시장의 실매출 비중>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 모바일 및 클라이언트 e스포츠 게임의 실매출은 전반적으로 꾸준히 증가 추세를 보임. 이 중 모바일 e스포츠 게임의 실매출 비중은 2018년 1분기 55.2%에서 56.7%로 상승했고, 2018년 여타 분기보다 높으며, 전 분기대비 13.5%, 2018년 동기대비 24.5% 증가하여, 시장 매출의 주도적 위치를 유지하고, 모바일 e스포츠 게임이 선도하며, 전반적으로 안정적으로 성장하고 있음.

<중국 e스포츠 이용자 규모>

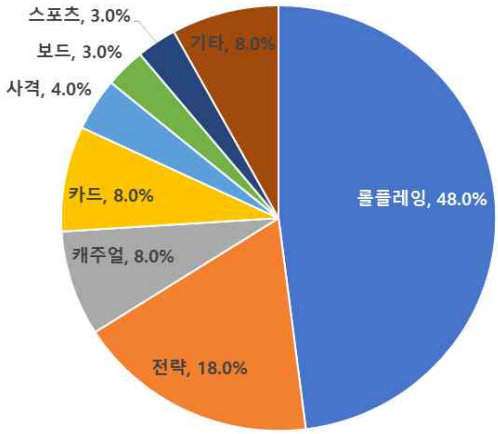


출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 e스포츠 이용자 규모는 4.4억 명으로 전 분기대비 1.8%, 2018년 동기대비 12.8% 증가함. 2018년 1분기부터 전반적으로 증가 속도가 둔화하는 추세임.

- **중국게임의 장르별 세부시장 현황**

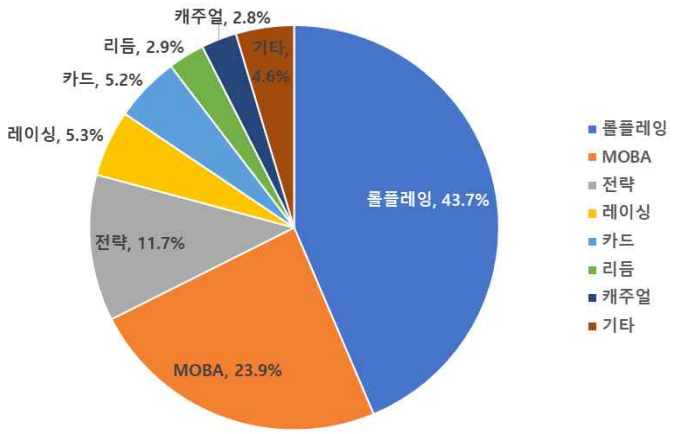
<매출 순위 100위 내 모바일게임 시장 장르별 분포>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 모바일게임시장에서 매출 상위 100위 모바일게임 중 롤플레잉 게임 수가 48.0%로 가장 높음; 전략게임 수 18.0%; 카드게임 수 8.0%; 캐주얼 게임 수 8.0%; 나머지 장르의 게임 수는 총 18.0%를 차지함. 2018년 게임 장르별 비중과는 약간 차이가 있으나, 롤플레잉, 전략게임의 수량의 점유비가 모두 상승함.

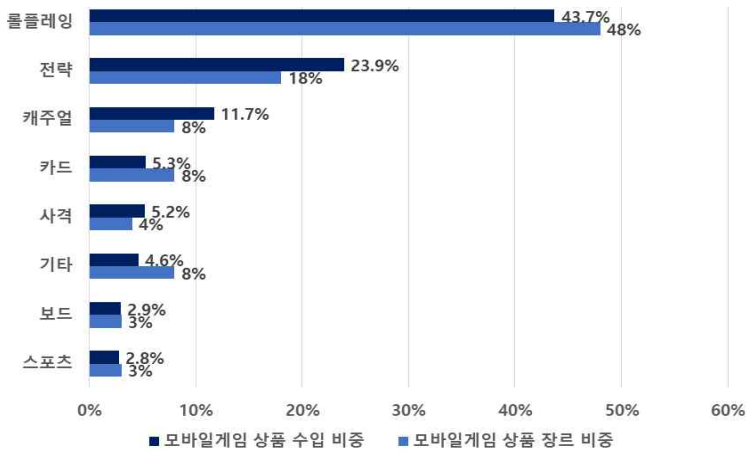
<매출 상위 100위 모바일게임 상품 매출 분포>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국 모바일게임시장에서 매출 상위 100위 모바일게임 중 롤플레잉 게임 상품매출 비중이 43.7%로 가장 높음; MOBA 게임의 매출 비중은 23.9%; 전략 게임 매출 비중은 23.9%; 나머지 장르의 게임 매출이 모두 20.7%를 차지함. 모바일게임에서 각 게임장르의 수량 비중과 매출 비중이 완전히 일치하지는 않지만, 롤플레잉 게임은 모바일게임에서 가장 중요한 장르이며, 게임수량과 게임매출 모두 절대 우위를 차지함.

<모바일게임 상품 장르와 매출 비중 비교>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

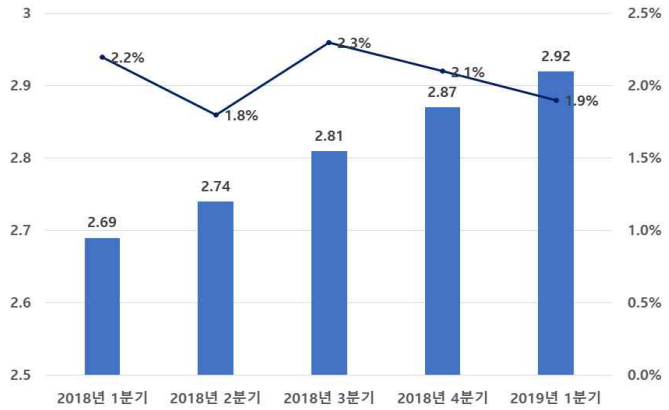
- 2019년 1분기 중국 모바일게임시장에서 롤플레잉 게임의 전체 상품매출은 다른 장르의 게임보다 훨씬 많은 43.7%를 차지했으나, 상품매출 기여치로 보면 전략게임, 캐주얼게임, 사격게임이 각각 1.33, 1.46, 1.30(상품매출 기여치 = 상품매출 비중 / 상품장

르별 비중이 1보다 크면 해당 상품의 수익 창출 능력이 높고, 1보다 작으면 해당 상품의 수익 창출 능력이 낮다는 것을 나타냄)으로 더 좋았으며, 나머지 게임의 상품 매출 기여도는 1보다 낮음.

○ 중국 게임시장의 특성분석

ㅇ 중국 게임의 여성이용자와 시장

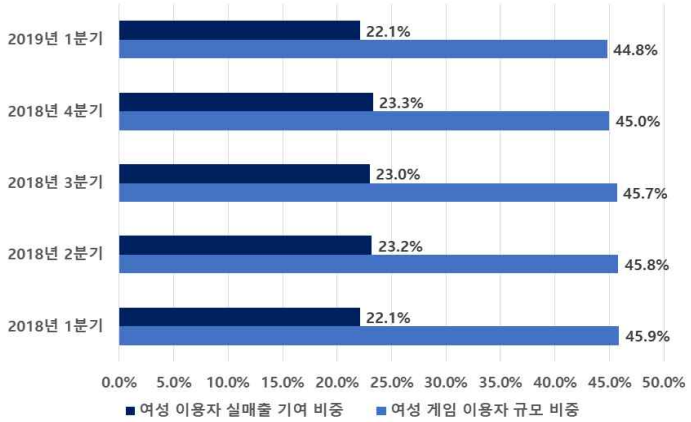
<중국 게임 여성이용자 규모>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국게임 여성이용자 규모는 2.9억 명을 돌파했고, 중국 게임시장의 여성이용자가 기여한 실매출은 129억 위안을 넘어, 중국 게임시장 총매출의 22.1%를 차지함.

<2018년 1분기~2019년 1분기 중국 게임 여성이용자의 실매출 기여 현황>



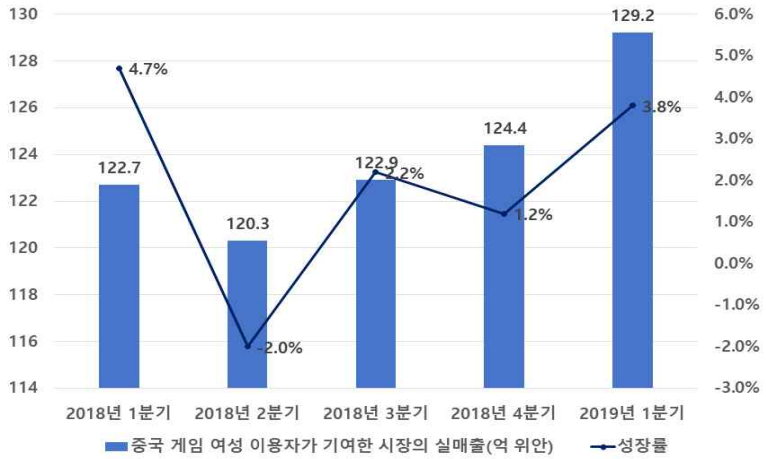
출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2018년 1분기부터 2019년 1분기까지 중국 게임의 여성이용자 규모는 46% 이하로

전체 게임시장 매출의 22.1%를 기여했고, 여성이용자의 평균 게임상품 소비능력은 기본적으로 안정되어 있으며, 약 분기별 44.25위안임.

- 2019년 1분기 중국의 게임 여성이용자 규모는 2.9억 명으로 전 분기대비 1.9%, 2018년 동기 대비 8.6% 증가함. 여성이용자 규모는 분기마다 증가속도는 동일하게 유지되고 있으며, 여성이용자 규모 증가는 아직 잠재력이 존재함.

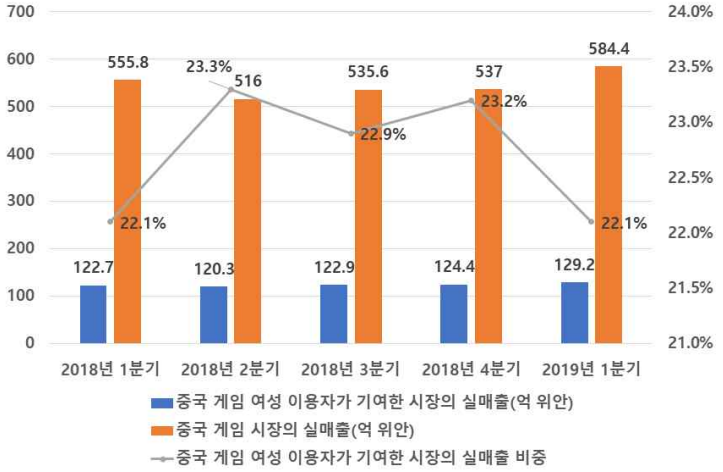
<중국 게임 여성이용자가 기여한 시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국게임 여성이용자가 기여한 시장의 실매출은 129.2억 위안으로 전 분기대비 3.8% 증가함. 2018년 1분기부터 2019년 1분기까지 중국게임의 여성이용자가 기여한 시장의 실매출은 완만하게 증가하고, 증가속도는 기복 있는 상태로 상승하여, 앞으로도 발전공간이 있음.

<중국 게임 여성이용자가 기여한 시장의 실매출 비중 >



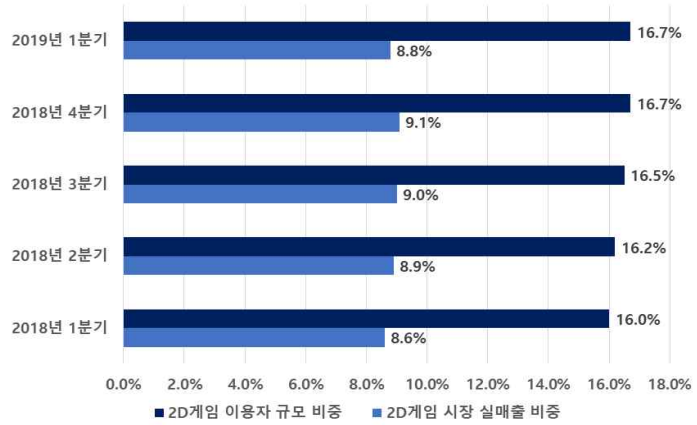
출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2018년 1분기부터 2019년 1분기까지 중국게임 여성이용자가 기여한 시장의 실매출 비중은 변동추세를 보이다가, 2019년 1분기에 22.1%로 떨어져 2018년 같은 기간 수준으로 되돌아감.

ㅇ **중국 2D게임이용자와 시장 : 증가속도는 완만하고 잠재력은 비교적 큼.**

- 2019년 1분기 중국의 2D게임시장 이용자 규모는 1.07억 명에 달했고, 2019년 1분기 50억 위안의 실매출을 올려 중국 게임시장의 8.8%를 차지함.

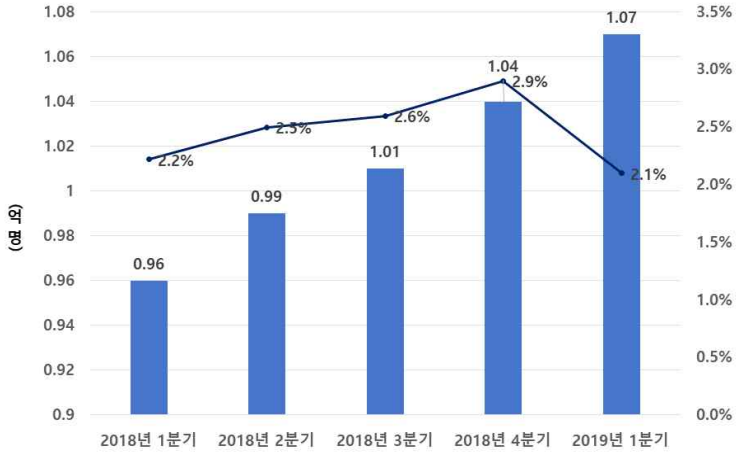
중국의 2D 게임이용자의 평균 게임매출 기여 현황



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2018년 1분기부터 2019년 1분기까지 중국의 2D게임이용자 규모는 16.7%로 전체 게임매출의 8.8%를 기여했고, 2D게임이용자의 평균 게임상품 소비능력은 여전히 상승 공간이 있음.

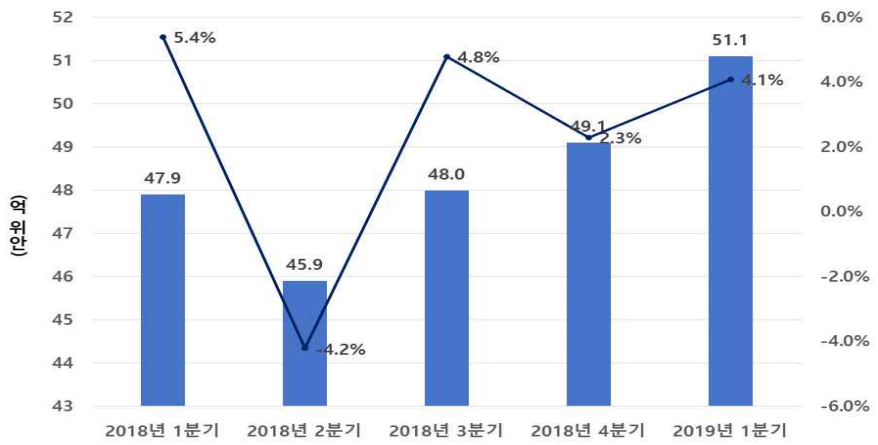
중국의 2D 게임이용자 규모



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 2D게임이용자는 꾸준히 증가하였으며, 2019년 1분기 중국의 2D게임 이용자 규모는 1.07억 명으로, 전 분기대비 2.1%, 2018년 동기대비 11.5% 증가함.

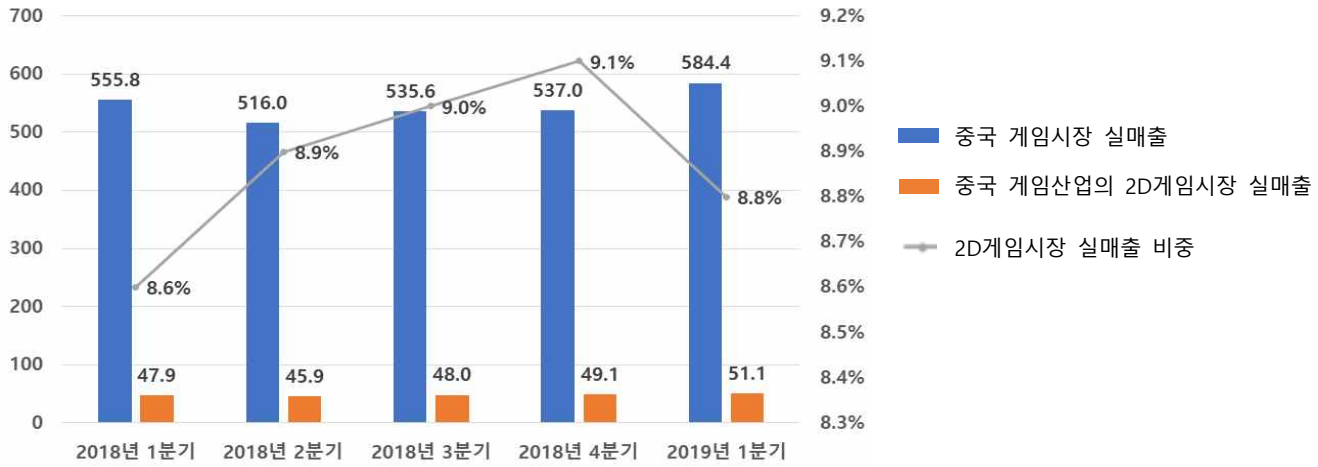
<중국의 2D 게임시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2019년 1분기 중국의 2D게임시장의 실매출은 51.1억 위안으로 전 분기대비 4.1%, 2018년 동기대비 6.7% 증가함. 2018년 이래 중국 2D게임시장의 실매출은 증가속도가 안정되어, 여전히 큰 성장공간이 있음.

<중국의 2D 게임시장의 실매출>



출처: 중국음수협게임공단(GPC, 中国音数协游戏工委) & 국제데이터(IDC)

- 2018년 1분기부터 2019년 1분기까지 중국 2D게임시장의 매출비중이 꾸준히 상승해 2018년 1분기 8.6%에서 8.8%로까지 상승하는 등 이용자의 연령에 따라 향후 2D게임 시장은 지속해서 성장할 것으로 예상함.

3. 2019년 1분기 중국 게임산업 이슈 및 트렌드

○ 중국 게임산업 이슈

ㅇ **정부 감독기업, 건전게임 행위 제창, 미성년자 게임이용자 보호 강화**

- 전국 단위 "소황타비"(扫黄打非: 음란 행위·음란물 매매·불법 출판물 매매 등을 단속함) 판공실은 최근 전문부서를 발족하고 2019년 3월부터 11월까지 "찡왕(净网: 인터넷환경 정화)2019", "후먀오(护苗: 미성년자 건강한 성장보호)2019", "치우펑(秋风: 신물 출판 전파 질서 유지)2019" 등과 같은 특별행동을 조직적으로 전개하며 사회문화적 환경을 지속적으로 정화할 예정임. 이 중, "후먀오(护苗)2019" 특별행동은 온라인과 오프라인 양쪽에서 미성년자의 "음란물", "불법" 콘텐츠 문제를 강력하게 단속하는 데 주력하고 있으며, 앞으로 미성년자 보호를 더욱 중요한 의제를 끌어올릴 것임.

- 2019년 1분기까지 이미 많은 게임기업들이 정부의 호소에 호응하여 점차 미성년자 보호를 강화해왔음. 청소년에게 보다 깨끗한 게임환경을 조성하기 위해 건전한 게임을 주창하고, 다각적이고 입체적으로 미성년자 보호 체계를 구축함.

- **업계표준 수립.** 게임빈도, 게임시간, 소비한도 등의 차원에서 제한량도 좀 더 통일해야 함. 업계는 과학적이고, 합리적인 통용표준을 수립할 필요가 있으며, 게임기업이 미성년자가 게임할 경우의 보호하는 실천을 규범화하도록 지도해야 할 것임.

- **기업간 협력 심화.** 업계 대다수 기업을 전체적으로 커버할 수 있는 통제 시스템을 구축하여, 기업 간의 데이터 연계를 설득한다면, 미성년 게임이용자들은 더욱 전면적이고 더욱 효과적인 보호를 받게 될 것임.

- **대체 콘텐츠의 공급 증가.** 게임은 새로운 오락의 일종이며, 젊은 이용자들에게 인기가 있지만, 더 많은 학부모는 더욱 건강한 콘텐츠로 청소년들의 여가를 보충하길 희망함.

- 중국 게임시장이 성숙해지고, 게임이용자가 늘어나면서, 게임은 더 이상 일부의 여가오락업종이 아니며, 천만에서 억대 이용자의 콘텐츠가 나와 게임생활을 전 국민 오락의 새로운 방식으로 만들게 되었으며 지금만큼 게임과 대중의 일상이 긴밀하게 연결된 적은 없었음. 이와 같은 이유로 게임업계는 스스로 더 많은 사회적 책임을 부담해야 하고, 경제적 효익을 사회적 효익과 결합해, 건전하고 유지 가능한

생태계를 구축해야 함.

ㅇ **새로운 e스포츠 경영방식을 구축해 게임의 가치를 확장**

- e스포츠는 게임산업의 연장일 뿐만 아니라 동시에 체육상의 속성을 가짐. 발전을 통해 이미 상류(라이센스), 중류(콘텐츠 제작), 하류(유통 플랫폼)를 관통하는 산업 사슬을 형성하였음.

- 2019년에 들어 중국 e스포츠산업은 점차 사용자 관리, 상업적 가치 개발과 세부 시장 운영에 발을 내딛는 단계에 있음. 한편 e스포츠의 경계가 확대되면서 진정 더욱 많은 비핵심 게임 팬까지 아우르게 들어옴; 다른 한편으로 e스포츠 산업의 장벽이 허물어지면서, 더 많은 업계, 자본, 브랜드가 e스포츠 산업의 공동건설에 참여하고 있음.

- **문화/과학기술 측면 : e스포츠산업이 융합화와 집적화를 지향**

- 2019년 북경시해전구(北京市海淀区) 의 <정부업무보고(政府工作报告)>에서, 해전구가 문화 과학 기술의 융합을 촉진해, 문화적 분위기를 조성함. 상해시정안구(上海市静安区) 는 <e스포츠 산업 발전의 지원 정책 촉진(시범운영)[促进电竞产业发展的扶持政策（试行)]>을 발표해, 기업집적, 인재유치, 창작능력 향상, 경기장 건설, 경기 이벤트 등 방면에서 e스포츠기업 발전을 지원하여, 상해 "글로벌 e스포츠 수도" 건설에 힘을 보탬.

- **교육/발전 측면 : e스포츠산업이 규범화와 지능화를 지향**

- 2019년 3월 중국인터넷협회e스포츠사업위원회(中国互联网协会电子竞技工作委员会) 출범 회의 및 "디지털 e스포츠와 스마트 경제" e스포츠산업 정상회의가 칭화대학에서 개최됨. e스포츠는 중국에서 이미 일정한 산업규모를 형성했으며, 중국 국내에서도 여러 학교에 e스포츠 관련 전공과 학과과정이 개설되어 있어, e스포츠 산업의 표준을 규범화하고, e스포츠의 교육산업과 국가교육 전략 결합을 추진하여, 바람직하고 지속 가능한 발전 방식은 미래 e스포츠산업의 발전 방향이라고 표명함.

- **비즈니스/협력 측면 : e스포츠산업이 심층화와 생태계화 지향**

- 최근 몇 년간 e스포츠산업은 점차 활력을 띄고 있으며, 대회의 운영, 매니지먼트, 경기장, 파생상품 등 여러 프로젝트의 협력으로 경기가 개최되었고, 국내외 유명

소비성 상품과 e스포츠 상품인 <리그 오브 레전드> 관련 경기도 이종산업 협력 형태로 전개되었음. 동시에 투자기관, 전통산업 등이 투자와 인수합병 등을 통해 e스포츠산업 진출에 박차를 가하고 있으며, e스포츠산업은 다른 분야와의 장벽을 적극적으로 허물고 있고 다른 분야와 연계하여 공생하며, 게임의 가치를 끊임없이 넓혀가고 있음.

ㅇ 게임 라이브방송, 동영상이 게임업계의 중요한 홍보수단이 됨

- 라이브방송/쇼트클립 등 콘텐츠 플랫폼은 게임과 공생관계를 유지하고, 게임을 노출하고 전파할 수 있는 경로를 제공함으로써 게임 마케팅의 중요한 수단이 되고 있음. 라이브방송 플랫폼의 BJ는 자체 트래픽의 매개체로서 짧은 시간에 대량의 볼륨을 창출하는 동시에, BJ 자신의 입소문 효과를 통해 확산효과를 극대화할 수 있으며, 쇼트클립 엔터테인먼트의 발전으로 많은 게이머가 쇼트클립에서 게임 정보를 접하게 되었고, 이는 게이머들이 게임정보를 얻는 습관을 바꾸어 놓음. 앞으로 쇼트클립 채널이 더 진화해 게임마케팅의 새로운 무기가 될 전망임.

- 또한, 라이브방송 플랫폼은 게임생태계를 직접 바꾸기 시작했으며, 현재 이미 "라이브방송 게임"이 발전하기 시작하여, 많은 게임시청자가 게임 라이브방송을 통해 자신의 게임체험에서 매우 중요한 부분을 완성함. 게다가 게임은 더 깊이 있는 라이브방송 인터랙티브를 시도하고 있는데, 예를 들어 "크로스 파이어"와 치어 e스포츠(企鹅电竞) 대회의 시도와 같이, 게이머들은 라이브방송 투표를 통해, 게임 내 환경에 영향을 미치는 것을 변화시킴.

- 한편, 라이브방송/쇼트클립 콘텐츠플랫폼도 게임의 개발, 유통분야에 발을 들여놓기 시작했으며, 더우인(抖音)은 2018년 상반기부터 게임에 다운로드, 추천, 평점 등의 기능을 제공함.

- 게다가 2019년에는 플랫폼 내에서 자체개발한 미니게임<인웨츄츄(音跃球球)>를 출시했으며 쇼트클립과 라이브방송을 이용하여 게임 다운로드, 추천, 평점 등과 같은 기능을 제공하여 게임연계 운영을 개방함. 또한, 게임과 쇼트클립 플랫폼의 결합을 실현하여 홍보를 진행하고 있음. 또한, 하향 분할 등의 정책을 추진하면서 미니게임 개발자와 플랫폼의 선발 협력을 대대적으로 독려하고 있으며, 어느 방식으로든 라이브방송/쇼트클립 콘텐츠 플랫폼과 게임의 새로운 접점을 제시하는 것이 게임의 향후 마케팅의 중요한 방향이 될 것임.

- 앞으로 게임마케팅이 콘텐츠 영상의 전파작용을 어떻게 활용하느냐에 따라 라이브방송/쇼트클립 콘텐츠플랫폼이 게임에 대한 인지도 제고, 입소문 전파, 조작법 학습 등 방면을 촉진함으로써 현재 기존 게임시장에 새로운 세력(유저, 집단)을 불러들일 것임. 또한, 향후 "라이브방송 게임"이 게임 시청자들에게 어떻게 게임 시청자를 게이머로 전환하는가 하는 것도 새로운 탐색 과제가 될 것임.

○ 중국 게임산업 트렌드

ㅇ 인터랙티브 영화식 게임이 업계의 핫이슈가 됨

- 2019년 1분기 넷플릭스의 <블랙미러:밴더스내치>는 게임형식의 인터랙티브 영화를 이슈화시켰고, 중국 국내 게임업계는 <은형수호자(隐形守护者)>, <기억재구성(记忆重构)> 등 영상콘텐츠의 인터랙티브 게임도 많은 이용자를 끌어들였고 이런 종류의 게임은 최근 업계의 관심사가 되었음.

- **게임 이용자의 수요 측면에서, 인터랙티브 영화식 게임은 이용자들의 다양한 니즈를 만족시킴.** 인터랙티브 영화식 게임은 영화와 게임의 두 가지 예술을 융합한 표현 형식을 통해, 이용자에게 전통적인 게임으로는 얻을 수 없는 몰입감, 실감 등을 제공함.

- **시장의 홍보와 유통 측면에서 인터랙티브 영화식 게임은 타고난 장점이 존재함.** 줄거리와 캐릭터의 공감도에 따라 이용자가 SNS 플랫폼과 전문미디어 등과 자발적인 전파를 할 수 있도록 함.

- **플랫폼 경계를 넘어서서 인터랙티브 영화식 게임은 이동통신 환경에 더 잘 적합함.** 인터랙티브 영화식 게임의 본질은 영상이며 비교적 다른 종류의 게임보다 설비 수요가 더 낮음. 예를 들어 <기억재구성(记忆重构)>과 같은 경우, 업로드와 동시에 H5와 APP버전도 출시되어 이용자들의 체험 문턱이 대폭 낮아짐.

- 그러나, 인터랙티브 영화식 게임은 여전히 적지 않은 문제들이 존재하며 시급히 해결되어야 함: 보다 양질의 줄거리와 많은 전문 인재, 그리고 시간이 필요함; 상업화를 위한 잠재력을 발굴할 필요가 있음; 비용을 지불하지 않는 게임 시청자 대중이 라이브방송 또는 동영상 시청만으로 모든 체험을 하기때문에 게임의 궁극적인 이윤에 영향을 미침.

- 인터랙티브 영화식 게임은 현재 중국 국내에서 기존 경쟁상품이 극히 적고, 진입

장벽이 상대적으로 낮은 블루오션 상품으로서 각 기업들이 시도할 가치가 있음. 그러나 이 상품을 업계주류로 발전시키려면, 인재육성을 지속하여 추진하고 기술 발전을 강화하며 완벽한 제도를 구축하기 위한 업계와 기업의 공동노력이 필요함.

ㅇ 기술혁신으로 미래의 게임업계 발전에 도움을 제공함

- 2019년 3월의 게임개발자 컨퍼런스(GDC)에서 Google이 발표한 클라우드게임 플랫폼 Stadia로 인해 클라우드게임은 업계에서 다시 한 번 큰 관심을 받게 되었음.

- 클라우드게임은 지난 10년 동안 더디게 발전해 왔으며, 기술의 제한, 네트워크 전송속도 제한, 높은 비용 등의 문제 외에도, 현재의 클라우드게임 플랫폼이 사용자의 기대에 부응하지 못하는 클라우드게임 상호 간의 체감에 큰 격차가 있음. 게다가 체험의 실현은 단말기에 제한되지 않으며, 현시점에서는 기술향상만으로는 실현할 수 없음.

- 2019년, 5G기술의 시범적 사용이 확대되었고 클라우드서버와 분산컴퓨팅이 나날이 성숙해 짐에 따라, 클라우드 서비스비용을 효과적으로 절감하고, 클라우드게임의 과거 기술의 한계를 돌파해 낼 것으로 예상함에 따라 클라우드게임은 10년만에 최고의 발전기회를 눈앞에 두고 있음.

- 게임의 모든 실행과 계산이 클라우드 서버에서 이루어지기 때문에 클라우드 게임은 기존 게임의 해킹 및 불법복제 문제를 해결함. 또한, 이용자는 어떠한 동영상을 재생할 수 있는 장소에서 게임에 참여할 수 있음. 전체 인터넷은 클라우드게임의 시장이 될 수 있으며, 동영상, 뉴스 또는 소셜미디어의 어떤 위치에서든 게임에 참여할 수 있는 버튼이 있음.

- 클라우드게임은 게임업계의 미래 발전방향이지만, 진정한 주류가 되기까지의 시간이 필요하고 순환적 추진과정이 필요함.
  우선, 기술적 돌파와 기술적 해결방안의 변화, 5G 네트워크의 보급과 확장, 현재 기존 게임 상품에 대한 사용자의 체험 피드백과 수요 변화가 모두 게임의 상품 설계에 영향을 미치게 되었음. 다음으로, 단말기 조작의 차이와 능숙도의 문제, 컴퓨터 디스플레이 단말과 쌍방향 단말, 컴퓨터 단말이 하드웨어로부터 탈피가 이루어짐에 따라서 클라우드게임에 대한 이용자들의 기대를 충족하고 있음. 마지막으로 클라우드게임 자체의 품질은 사용자를 끌어들이는 유일한 표준이 될 것임. 현재의 클라우드게임 플랫폼 중에서 게임상품이 풍부해지는 과정에서 어느 정도 시간이

필요함.

(참고: 클라우드 게임(Cloud gaming)은 게임을 서버에 저장한 채 각각의 단말기 사용자들이 서버에 접속해 게임을 불러내 즐길 수 있도록 한 것으로 클라우드서비스의 일종. 즉 신종게임들을 내 컴퓨터에 깔지 않고 일정 비용을 내고 클라우드서비스에 접속하면 되는 것으로 컴퓨터, TV, 태블릿PC와 스마트폰 등 다양한 모바일 기기로도 이용할 수 있음.)

ㅇ 게임업계는 과학보급게임연맹(科普游戏联盟)을 설립하여, 게임에 과학보급을 하는 가치를 탐색하고 있음.

- 기능성게임의 개념이 제안된 이래로, 게임형식의 탐색은 지속적으로 진행 중에 있으며 게임이 오락성 외에도 다른 더 풍부한 속성을 가지고 있음. 게임과 교육/상업/군사와의 결합은 교육도구, 생산력 향상, 심지어 전문적 훈련까지 진행할 수 있으며, 또한 현실 사회와 업계문제의 해결을 도울 수 있음.

- 2019년 3월 26일, “2019게임+과학보급(科普)정상회의 겸 과학보급게임연맹 출범식”이 베이징국가회의중심에서 정식으로 개최됨. 텐센트게임(腾讯游戏), 성취게임즈(盛趣游戏), 유즈닷컴(YOUZU.COM, 游族网络), bilibili, CYOU(畅游), 완미세계(完美世界), 시산쥐(西山居), 싼치후위(三七互娱) 등 업계대표들과 학술분야의 다양한 10여 명 전문가들이 공동참여하도록 초청한 것은 “인터넷+과학 보급”의 경로를 탐색하기 위한 것이며 게임의 과학보급 영역에서 게임이 발휘할 수 있는 중요성을 탐색하는 것임. 과학기술과 게임의 효과적인 결합을 추진하기를 기대하며 게임의 발전과정에서 탐색이 업계를 초월한 문제해결과 사회적 의미가 필요함. 앞으로 업계가 계속하여 더 많은 게임 크로스오버 애플리케이션을 발굴하고 끊임없이 게임가치의 경계를 탐색할 수 있을 것으로 기대됨.

중국 주요 협회·기업 인터뷰

○ **작성취지**

- 본 칼럼은 중국 남부 중화권 콘텐츠 산업의 이슈 분석, 인물조사, 이슈 관련 Q&A를 통하여 입체적이고 다각적인 One - stop 정보를 제공하고자 함.

○ **구성**

1) 기업 / 협회 & 키맨(key - man) 정보 제공
   - 심천시완구행업협회深圳市玩具行业协会)
   - 심천시란런제신과기유한회사(深圳市懒人在线科技有限公司)
2) 월간 이슈
   - 2019 복전구(福田区) 산업자금정책 설명회
   - 오디오북 플랫폼 '란런팅슈(懒人听书)' 투자유치 성공

   ※ 이슈 내 주요 질의사항을 음영표시하여, 인터뷰 Q&A로 구성함
3) 인터뷰 Q & A
4) 사진자료 & 협력 파트너 정보

*심천비즈니스센터 정보 제공

기업 & 키맨 (Key - Man) 정보

로고	深圳市玩具行业协会 SHENZHEN TOYS INDUSTRY ASSOCIATION	업종	완구
기업명	深圳市玩具行业协会 심천시완구행업협회	대표자	쇼셔위(薛小伟)
		연락처	연락처 : 0755-82451778 E-mail : sztia@126.com 웹 사이트 : www.sztoys.com
설립일	1993년 12월	주소	深圳市福田区八卦一路617栋艺华大厦709

개요

- 1993년 12월에 설립된 심천시완구행업협회(深圳市玩具行业协会)는 심천시 인민정부의 승인을 받고 심천시 민정국(民政局)에 등록된 합법적인 사회단체임. 업계 5A급 협회로 완구의 생산 및 디자인, 검사, 판매, 관련업종에 종사하는 기업과 비영리 기관으로 구성된 업계 조직임.
- 협회는 회원 기업들의 합법적인 권익을 보호하고 정부와 기업을 연결하는 매개체 역할을 하고 있음. 또한 심천 완구 제조업의 생산 및 디자인 퀄리티를 향상시키고 완구 업계 내 협력과 교류를 강화하여 업계의 발전을 선도함.

주요 업무

- 정부와 기업의 매개체 역할 : 정부의 정책 및 법규 홍보, 회원 기업 및 업계의 애로사항과 요구사항을 정부 측에 건의하여 회원 기업을 위한 정부 우대 정책을 확보함. 업계 관련 정책 및 법규에 대한 제안 및 건의사항을 건의/제출하는 역할을 함.
- 업계 컨설팅 역할 : 업계의 통계와 조사 분석을 통해 지적재산권 보호, 반덤핑관세에 관한 법률 컨설팅 등의 서비스 제공, 노동 및 세관, 상품 검사 검역, 세무 부서와 협조하여 관련 문제 해결을 지원함.
- 정보제공 : 정기적으로 회원기업 대상 업계 내부 간행물 제공

키맨 정보

류이안방
(刘艳芳)

- 심천대학 예술설계학원(深圳大学艺术设计学院) 교외지도교사
- 심천기술(深圳技师学院)학원 공간예술설계전공 고문위원회 위원
- 심천직업기술학원(深圳职业技术学院) 디지털창조산학연(产学研) 협동발전위원회 위원
- 심천 완구업계협회 비서장

월간 이슈

2019 복전구(福田区) 산업자금정책 설명회

***사진출처 : 심천시완구행업협회 웹사이트**

7월 24일 복전구 기업발전 서비스센터가 주관하고 심천시완구행업협회, 심천시문화시장행업협회 등의 기관에서 공동 주최한 **'2019 복전구 산업자금정책 강연 및 심천시 문화산업과 문화홍보사업 발전 전용기금 지원 정책 설명회「Q1」**'가 복전문화관에서 개최되었음.

이번 설명회는 복전구 기업발전 서비스센터의 유위(刘羽)강사를 초청하여 기업정책에 관한 세부 규정 설명, 복전구 산업 자금 지원 분야 및 지원 사업, 기본 원칙, 시행 절차 등의 내용에 대해 중점적으로 설명하였음. 기업의 운영비 절감을 위한 '일손부족, 고 인건비, 임대문제, 고 임대료, 융자문제, 고 융자비용'등의 문제를 중점적으로 해결함.

2019년 신규 수정한 산업 자금 정책은 제도적인 혁신, 정확한 콘텐츠 목표 등에 대한 조율과 개선을 통해 정책 체계를 조성하였고 정책 조항을 10개 대 분류로 구분하여 160건에 280개 항목을 설정하였고 18억 위안의 지원 자금 예산을 확보함.

심천시완구행업협회는 양질의 비즈니스 생태계를 조성하고 완구기업의 발전시키기 위한 추진 대책을 마련하였음「Q2」. 또한, 정부의 정책 및 법규 홍보, 회원 기업 및 업계의 애로사항과 요구사항을 정부 측에 건의하여 완구산업 관련 정책 시스템 보완을 통해 **비즈니스 환경「Q3」**의 퀄리티를 향상시키고 지속적인 산업 발전을 지원함.

심천시완구행업협회 비서장은 중국 현재 완구산업의 발전 현황 및 문제점을 설명하였음「Q4」. 또한, 심천시문화시장행업협회 비서장은 문화산업 발전을 '문화사업 발전 홍보 전용

기금과 문화 혁신 발전 산업전용 기금, 기타 자금' 3가지 모듈로 구분하여 자금의 규모, 신청 조건, 신청 채널 등 다각도로 심천문화산업과 문화사업 발전 홍보 전용 기금 지원정책에 대하여 상세하게 설명하였음.

***본문 : 심천시완구행업협회 웹사이트**

인터뷰 Q & A

1. 심천시 문화산업과 문화사업 발전 홍보 전용 기금 지원 정책 ?

1. 문화창의원(혁신 문화 단지를 뜻함) 지원

- **산업단지 투자유치 지원** : 운영회사별 50만 위안, 최고 300만 위안을 지원함.
- **산업단지 건설 지원** : 실 투자 총액의 50%지원, 1회 최고 300만 위안을 지원함.
- **산업단지 인증 지원** : 국가, 성(省), 시, 구(区)급 문화창의원으로 인증이 되면 운영기 업의 등급에 따라 100만 위안, 70만, 50만, 30만 위안을 지원함.
- **산업단지 운영 지출** : 문화산업단지 전년도 종합 기여도에 근거하여 기업에 매년 최 고 300만 위안을 지원함.
- **산업 단지 입주 기업 상장 육성 지원** : 단지 내에서 상장 기업 육성, 한 기업 당 100만 위안을 지원함.

2. 인증을 받은 후 국제 급 또는 국가 급 포럼 등 중요 문화 행사 개최 시, 실 지출 비용의 50%를 지원하고 최고 지원비는 100만 위안임.
3. **대출 이자 지원** : 영세기업에 대하여 이자 50% 지원, 최고 10만 위안, 비 영세기업은 이자 30%, 최고 150만 위안을 지원함.
4. 콘텐츠기업 전년도 종합 기여도에 근거 매년 최고 300만 위안을 지원함.
5. 영상, 애니메이션 기업을 복전구에 유치한 후 인증, 허가 받을 경우 한 기업에 최고 50만, 누적 최고 300만 위안 지원함.
6. 복전구 기업은 제작 및 배급의 주체로 채널별 본방 시간대에 근거하여 최고 100만 위안을 지원함.
7. 제작 콘텐츠를 상영관에서 방영하면 박스오피스의 1%당 최고 300만 위안을 지원함.
8. 원작 작품, 애니메니션 작품 배급은 계약 금액의 1%, 누적 최고 300만 위안을 지원함.
9. 미국 아카데미상, 프랑스 칸 황금종려상 및 중국 금계상(金鷄奖) , 백화상(百花奖)을 수상하면 최고 50만 위안을 지원함.
10. 복전 내용이 포함된 원작 영상 작품을 제작 배급하여 중앙TV, 성급 위성 채널에서 방영되거나 상영관에서 방영되면 인증 절차를 거친 후 50만 위안을 지원함.

11. 원작스토리를 이용한 비즈니스 공연을 진행하여 30회를 넘으면 최고 50만 위안을 지원함.
12. 독일 레드닷에서 독일 iF상을 받은 창의적인 디자인 작품은 최고 50만 위안을 지원함.
13. 광고, 전시 업계 1급 이상 기업, 국가급 애니메이션 핵심 기업, 국가 콘텐츠 수출 핵심 기업으로 신규 인증되면 최고 20만 위안을 지원함.
14. 국가 통계국에 근거하여 연도 R&D 경비 투자가 50만 위안이 넘은 콘텐츠기업 대상 10%기준으로 최고 200만 위안을 지원함.
15. 인증허가 받은 국내외 전시회에 자체로 참가했을 경우 실제 발생한 부스 비용의 50%를 기업 별 연간 2회에 한하여 지원함.
16. 전년도 복전구에서 종합 기여도가 큰 콘텐츠 기업에 대하여 인재 장려로 연간 최고 100만 위안을 지원.

Q 2. 완구행업협회는 완구산업의 발전시키기 위한 추진 대책은?

A 최근 완구산업 발전 과정에서 지적재산권 보호가 점점 더 중요시 되고 있음. 지적재산권 관련 문제 해결을 위해 심천시완구행업협회에서는 지적재산권 보호 워크스테이션을 설립하여 정부 지적재산권부문의 지도를 받아 지적재산권 관련 지식을 적극 홍보 전파하고, 기업을 위해 지적재산권 교육, 정보 컨설팅, 합법적 권익보호 지원 등의 서비스를 제공함.

1. 교육 플랫폼으로서의 홍보 역할을 하고 기업의 지적재산권 보호의식을 제고하고 지적재산권을 이용한 비즈니스 경쟁력을 강화함.
2. 기업업무의 지원부서로서 기업지적재산권 신청, 라이선싱 관리 및 서비스 자원 등 업무수요를 통합, 분석하여 관련 서비스 기관 또는 정부부서와 협조하여 기업의 문제를 해결해 줌.

Q 3. 중국내 완구 산업의 발전 환경은 ?

A **1. 완구와 애니메이션, 온라인 게임 업계의 결합**

원가 상승에 따른 전통 완구 제조업의 수익 모델 위축으로 업계에서는 새로운 부가가치 창출을 모색하고 있음. 완구에 문화적 가치를 더해 완구 제품의 부가가치를 상승시키고 있음. 또한 애니메이션, 온라인 게임을 통한 홍보로 완구 제품 판매를 극대화하고 있음.

2. 인공지능 기술의 융합

인공지능기술과 완구 제품의 효율적인 융합은 완구 산업의 구도에 변화를 가져다 줌. 하이테크 완구제조업 적용이 향후 완구제조기업 연구개발 혁신의 핵심으로 부상할 것으로 보이며 완구 제품의 기술화 트렌드가 증가할 것으로 분석됨.

Q 4. 중국 완구산업의 현황 및 문제점 ?

A **1. 중국 완구산업 내 단일 기업의 시장 점유율이 낮음**

중국내 완구 산업에 종사하는 기업 수량이 많지만 규모가 작고 단일 기업의 시장 점유율이 낮음. 대부분의 완구 업체들이 확실한 제품 전략 목표가 없고 단순한 주문자 생

산 방식 또는 주문자 상표 부착 생산방식이기 때문에 시장 수요 및 제품 추세에 따른 디자인 기획 능력이 부족하고 제품 자체의 특징이 없음.

2. 중국 완구 업계의 창의성 부족

중국산 완구는 창의성 부족, 제품 품종의 단일성, 부가가치 저하, 심한 동질화, 치열한 경쟁으로 가격이 낮아서 중국내 중저급 시장에서만 경쟁력이 있고 소규모 도매시장과 소매시장 등의 경우 판매 채널을 독점하고 있음. 고급 완구 시장은 여전히 해외 브랜드가 주도하고 있음.

3. 완구제품의 안전 및 친환경 표준 개선 필요

국내외적으로 완구 안전과 친환경 표준에 대한 요구가 점점 높아지면서 원자재 및 생산 공법에 대한 요구도 높아짐. 요구 미달 업체들은 개선을 필요로 하거나 업계에서 도태됨. 또한 인건비 상승과 검사 비용의 증가로 일부 영세기업이 도태됨. 반면 소비자의 브랜드 의식이 높아지면서 브랜드 파워, 판매 채널이 강한 선두 기업들이 이익을 보게 됨.

Q 5. 중국 완구산업의 현황 및 문제점 ?

A

1. 현재 완구 자체의 실용성을 뛰어넘어 그 속에 내포된 다양한 콘텐츠에 초점을 두고 있음. 중국이 현재 AI, AR, VR 등 신기술 적용 속도가 빨라지고 있어 한중 양국은 콘텐츠 및 기술방면에 있어 협력이 가능함.
2. 완구는 아이들에게만 국한 되어있는 것이 아니라 캐릭터 상품에 관심을 가지고 있는 성인에게도 인기가 많음. 한국은 유사제품에 대한 디자인 및 마케팅, 유통분야에 있어 우수하기 때문에 중국시장 개척에도 유리함.
3. 중국내 특히 광동지역의 완구 산업 생태계는 수년간의 운영 경험을 통해 제품 개발, 디자인, 제조, 유통업 관련 통합 생태계를 조성하고 있음. 협회 회원기업의 자원을 활용하여 제품을 생산하면 생산 원가를 줄일 수 있음.

인터뷰 현장 사진 & 협력 파트너

심천시완구행업협회 내부 공간1

심천시완구행업협회 내부 공간2

인터뷰 현장 사진 촬영

관계자 사진 촬영

심천시세보동만과기유한회사 深圳市世宝动漫科技有限公司	심천시안기호완구유한회사 深圳市安祺昊玩具有限公司	취소창의문화유한회사 趣巢创意文化有限公司	심천시애탑문화과기유한회사 深圳市艾塔文化科技有限公司
심천시맹세기문화산업유한회사 深圳市盟世奇文化产业有限公司	심천시동심망락유한회사 深圳市童心网络有限公司	심천시서동문화발전유한회사 深圳市书童文化发展有限公司	다악완구유한회사 多乐玩具有限公司
심천시환악동만유한회사 深圳市欢乐动漫有限公司	심천시희룡완구유한회사 深圳市熙龙玩具有限公司	심천신화동만설계유한회사 深圳神和动漫设计有限公司	동완시룡고완구유한회사 东莞市龙高玩具有限公司
심천시혹피반완구유한회사 深圳市酷彼伴玩具有限公司	심천시천원완구유한회사 深圳市泉源玩具有限公司	광저우시우화완구실업유한회사 广州市雨禾玩具实业有限公司	심천시악적전자유한회사 深圳市乐迪电子有限公司

협력 파트너

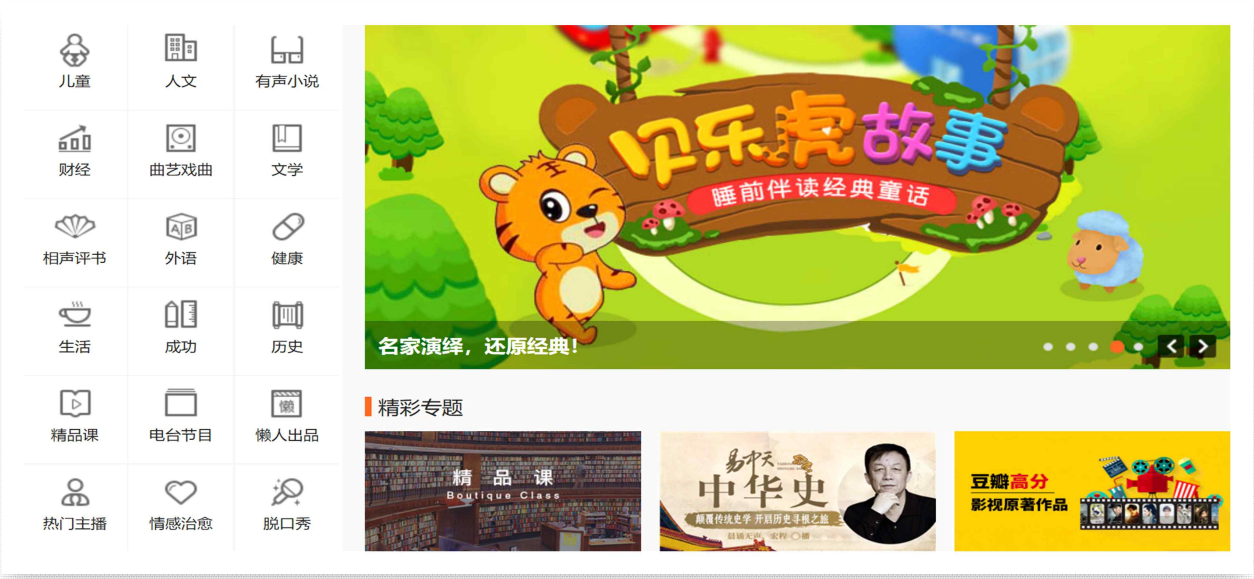
기업 & 키맨 (Key - Man) 정보

로고	懒人听书 lrts.me 解放双眼畅听世界	업종	오디오
기업명	深圳市懒人在线科技有限公司 심천시란런제신과기유한회사	대표자	송빈(宋斌)
		연락처	연락처 : 0755-36881755 E-mail : kefu@lazyaudio.com 웹 사이트 : www.lrts.me
설립일	2012년 3월	주소	심천시 난산구 웨하이가도 커웬대도 쉰메이과기광장1호루10A 深圳市南山区粤海街道科苑大道讯美科技广场1号楼10A

개요	• '란런팅슈'는 심천시란런제신과기유한회사가 운영하는 오디오북 플랫폼임. • 이용자에게 책을 읽어주는 리딩 서비스와 커뮤니티 공간을 제공하는 서비스를 운영 중임. 장기간의 운영을 통해 란런팅슈는 리딩 서비스, 방송인 양성, 비즈니스 서비스, 커뮤니티 인터랙티브 등을 아우르는 종합 오디오 리딩 커뮤니케이션 플랫폼으로 부상하였음. • 란런팅슈는 현재 문학 명작, 인터넷 소설 등 수 만부의 오디오북 음성 작품을 보유하고 있음. 또한 란런팅슈는 라디오 방송, 토크쇼, 오락프로, 어린이 프로, 지식백과, 라디오 드라마, 교육, 정보 등 20여 가지의 테마와 다양한 콘텐츠를 다루고 있음.
플랫폼 가입 조건	• 자격 : 신청 기업은 일정한 규모를 갖추어야하며 사업자등록증을 보유하여야함. • 콘텐츠 자원 : 음성자원수가 일정 이상이 되어야하며 지속적으로 양질의 콘텐츠를 제공할 수 있어야함. • 저작권 자격 : 기업은 업 로드한 전체 음성자원에 대한 저작권의 사용, 양도 및 라이선싱 자격이 있어야함. • 운영 관리자 제공 : 기업은 란런팅슈 플랫폼 내 최소 하나의 관리자 ID를 신청하여 고객의 피드백에 대응해야함.
키맨 정보	유찬 (刘灿) (사진비공개) • 심천 란런팅슈 저작권 총감(总监)

월간 이슈

오디오북 플랫폼 '란런팅슈(懒人听书)' 투자유치 성공



출처 : 심천시란런제신과기유한회사 웹사이트

오디오북 플랫폼 란런팅슈는 1억 위안의 융자를 받음. 심천시기석자산관리주식유한회사(深圳市基石资产管理股份有限公司), 삼천자본(三千资本) 이 투자한 후 가치는 20억 위안이 될 것이라 예측 됨「Q1」. 다른 오디오북 플랫폼과는 달리 란런팅슈는 특히 장편 인터넷 소설위주로 오디오 리딩 서비스를 제공하고 있음.

란런팅슈는 2012년에 설립되었음. 현재 하루 이용자 수가 1,000만 명에 육박하며 이용자들의 하루 평균 청취 시간은 180분 정도임. 이용자는 주로 16-25세 젊은 층이 많으며 그중에서 1,2선 도시의 이용자가 30%이상을 차지함. 플랫폼은 1,000여 명의 방송인과 계약을 맺었고 구매한 콘텐츠에 대해 음성녹음을 실시함. 현재 란런팅슈는 PGC 콘텐츠가 2만 부, UGC 콘텐츠가 5만 부 이상임. 이용자의 비용 지급률은 4.5%로 상승함. **플랫폼 수익은 콘텐츠 저작권 회사, 란런팅슈, 방송사 3사가 공동 배분함. 플랫폼은 콘텐츠를 통해 얻은 수익으로 이익을 창출하고 있음「Q2」**.

이관쳰판(易观千帆)<2018년중국모바일음성업계발전조사>에 따르면 2018년 12월 기준으로 희말라야(喜马拉雅)의 경우 이용자의 이용 수는 월 8,107만 정도로 집계되고 있으며 칭팅(蜻蜓)FM, 리즈(荔枝)FM도 월 이용자가 천만에 달함. 리즈 FM은 '인터랙티브 소셜'활성화에 주력하고 있음. **란런팅슈는 '리딩서비스'를 더욱 심도 있게 발전시키기 위해 작품**

의 분야를 확장해 나가고 있음「Q3」.

현재 **온라인 북 플랫폼 업계 중「Q4」**위에원그룹(阅文集团)은 산하에 오디오 리딩 브랜드인 '위에원팅슈'를 선보였고, 장웨(掌阅)는 개편 후 오디오 북 채널 추가, 10시독서(十点读书)는 헤드작가와 연결시켜 신작을 지속적으로 업로드하고 있음. 또한 음악 플랫폼인 왕이윈(网易云)음악, 쿠워(酷我)도 콘텐츠 발굴/배급에 참여하기 시작함. 음성 생방송 플랫폼인 리즈도 유료 콘텐츠를 출시하며 종합 플랫폼으로 확장해 나가고 있음. 따라서 오디오 북 업계 진입이 비교적 쉬워 오디오 북을 포함한 음성제공서비스 분야의 경쟁은 더욱 치열해 지고 있음.

***본문 : 바이두**

인터뷰 Q & A

1. 심천란런제신과기유한회사가 보유하고 있는 외부 자원은 ?

1. 정부자원

심천란런제신과기유한회사는 최초로 2019년 심천시 문화혁신발전 특별자금을 지원 받았음. 금액은 50만 위안임.

2. 투자 기구

(엔젤라운드) 2011.08, 융자 자금이 수백만 위안에 달함, 투자측은 청송기금.

(A라운드) 2012.01, 융자 자금이 수백만 달러에 달함, 투자측은 CA창투(创投).

(B라운드) 2015.12, 융자 자금 6,000만 위안, 투자측은 위에원그룹.

(C라운드) 2018.06, 융자자금 2억 위안, 투자측은 시대 출판, 푸후이성장(孚惠成长), 첸하이톈하(前海天河)등

(벤처창업라운드) 2019.08, 융자 자금 1억 위안, 투자측은 기석자본과 삼천자본.

3. 저작권

란런팅슈는 특히 인터넷 장편소설에 집중하여 오디오 리딩 서비스를 제공하고 있음. 위에원그룹의 저작권 라이브러리를 기반으로, 풍부한 오리지널 콘텐츠를 보유하고 있음. 천만 고객이 참여하여 제작한 오디오 리딩 작품도 있음. 플랫폼은 인터넷 문학 작품 가운데 85%의 오디오 변환 관련 저작권을 보유하고 있음. 플랫폼은 투자자인 위에원그룹과 시대 출판그룹의 저작권뿐만 아니라 장웨문학(掌阅文学), 중헝중원왕(纵横中文网), 톈야(天涯)등 중국내 인터넷 독서 플랫폼을 보유하고 있음, 또한 중국 500개가 넘는 출판사와 장기협력을 맺고 저작권의 범위를 확대해 나가고 있음.

2. 심천란런제신과기유한회사의 운영 방식은?

1. 콘텐츠 운영 : 심천란런제신과기유한회사는 2012년에 설립되었음. '란런팅슈' 온라인

음성 플랫폼을 운영하면서 저작권-음성화-청취-채널 등 완벽한 오디오 리딩 소비망을 구축해왔음. 또한 업계의 업 스트림과 다운스트림을 연결시키며 전통 출판업을 활성화하였음. 현재 문화 IP개발 및 운영을 통해 범 엔터테인먼트 생태계에서 더 많은 비즈니스 가치를 창조하고 있음.

2. **지불 방식** : 한 권 혹은 한 장당의 지불 방식
3. **응용 시나리오** : 란런팅슈는 차량 탑재APP를 개발. 2018년 5월 APP서비스의 지능 스피커, 아동 동반 로봇, 지능화 TV 및 청소기를 개발 및 탑재하여 모바일 음성 분야를 확장해나가고 있음.

3. 심천란런제신과기유한회사의 미래 발전 방향은?

1. 심천란런제신과기유한회사는 이번 융자를 통해 콘텐츠와 저작권, 특히 독자적으로 보유한 저작권 자원을 유입 및 확장시킴. 또한 플랫폼의 생산 역량 강화, 3D 음성기술 등의 과학 기술을 적용해 고객 체험서비스를 업그레이드시킬 예정임.
2. 오디오 북 분야에서 '란런팅슈'는 온라인 음성 플랫폼으로서 입지를 다져왔음. 현재 심천란런제신과기유한회사는 새로운 비즈니스 모델 개발을 시도하고 있음. 올해 연초 출시한 '야야 이야기(芽芽故事)는 어린이 그림책 APP으로 주로 어린이 그림책을 온라인화 한 것임. 현재 플랫폼은 200여 개 정도의 그림책이 업로드 되어있음. 향후 어린이 오디오 북 시장은 발전 전망이 밝으며 많은 사업 모델이 나올 것으로 예상됨.
3. 사용자 측면에서 보면 현재 오디오 북은 아직 엔터테인먼트 콘텐츠위주로 업데이트하고 있지만 오디오 북 업계는 문학과 전자책처럼 젊은 층의 학습수요를 만족시키는 방향으로 업데이트해야 할 필요도 있음. 란런팅슈의 주요 고객은 16-25세임. 이는 젊은이들이 란런팅슈의 콘텐츠를 공감하고 있으며, 젊은 층이 주요 생산력이자 소비자임을 말해줌. 란런팅슈는 지속적으로 젊은 고객층이 선호하는 콘텐츠를 보유하면서 콘텐츠의 폭을 더욱 넓히고 실용적인 콘텐츠를 개발하는데 주력할 예정임.
4. 고객층에 대한 데이터 분석을 강화할 계획이며 남녀 고객, 지역별 고객의 기호에 맞는 분석을 실시하여 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 효율적으로 이용자를 유지할 예정임.

4. 중국 온라인 음성 시장의 발전 현황은?

1. 온라인 음성에 대한 정의

온라인 음성은 인터넷 스트리밍 미디어를 통해 방송하는 것임. 또한 다운로드 방식으로 음성 콘텐츠를 청취할 수 있음. 주로 오디오 북, 인터넷 라디오, 음성 생방송, 인터랙티브 엔터테인먼트 등의 형식이 포함됨. 오디오 소설, 인문 역사, 토크쇼, 패밀리, 만담 평서, 뉴스 정보, 비즈니스 경제 등의 다양한 콘텐츠 유형이 포함됨.

2. 온라인 음성 시장의 산업 생태계

(1) 출판사, 인터넷 문학, 정보 플랫폼, 모바일 플랫폼 등 콘텐츠 저작권 소유 기업이 콘텐츠 제공
(2) 음성 제작회사, 전통 라디오 등 콘텐츠 제작회사에서 콘텐츠 제작
(3) 온라인 음성 플랫폼과 콘텐츠 제공회사와 협력 및 저작권을 구매하고 콘텐츠를 운영함.
(4) 온라인 플랫폼을 통해 청취 평가, 토론, 지급, 구매 등의 방식으로 온라인 고객과 소통함.

3. 이용자 규모

아이메이 컨설팅(艾媒咨询)의 조사결과에 따르면, 2018년 중국의 온라인 음성 시장 이용자는 4억2,500만 명이며 2020년에는 5억4,200만 명에 달할 것으로 예상됨.

4. 발전 현황

(1) 콘텐츠의 폭이 광범위하여 대중들의 전통 라디오 방송에 대한 수요가 점차적으로 온라인 음성으로 대치되고 있음.

(2) 온라인 영상과 비교했을 때 이용자들의 온라인 음성 제공 플랫폼의 사용 시간이 적기는 하지만, 현재 플랫폼의 사용 상황을 보면 취침 전, 통근 시간, 대기 시간, 운동 시간, 요리 시간에 주로 수요가 나타나고 있음.

(3) 전형적인 콘텐츠 제공 플랫폼의 경우 온라인 음성 분야의 핵심은 여전히 저작권 보호와 사용자 비용 지급임. 국가 정부 및 개인이 저작권 보호와 관리에 대해 중요도를 인지하게 되면서 중국내 저작권 거래제도 또한 보완되고 있음. 아이메이 컨설팅회사의 조사 결과에 따르면 인터뷰한 사용자 중에서 42.3%가 플랫폼 콘텐츠에 비용을 지급할 의향이 있고 23.2%가 불확정, 34.5%가 지급할 생각이 없다고 밝힘. 따라서 향후 음성 콘텐츠 플랫폼 발전 공간이 큼.

5. 업계 발전 추이

(1) 두 자녀 정책에 따른 중국 아동 소비시장의 잠재력 때문에 중국내 온라인 플랫폼 기업들이 잇달아 어린이를 겨냥한 음성 제공 서비스 시장을 개척에 나가고 있음.

(2) 인공지능이 빠르게 발전하면서 온라인 음성과 인공지능 분야의 융복합도 이루어지고 있음. 음성 플랫폼 회사들은 AI하드웨어 시설(예, 지능 스피커)구축에 가속화를 진행하고 있으며 AI하드웨어 시설 사용이 사람들의 일상생활에 스며들면서 업계의 새로운 성장 포인트로 떠오르고 있음.

Q 5. 심천란런제신과기유한회사와 한국기업의 협력 방안은?

A 1. 콘텐츠 협력

(1) 란런팅슈 플랫폼 : 온라인 란런팅슈는 해외 콘텐츠 배급에 관련 현재 영어 원작과 영어교육 과정에 집중되어 있음. 한국 기업과 출판사, UGC제작회사들은 한국어 원작, 한국어 교육과정을 플랫폼에 업로드 할 수 있음. 이는 한중기업 간의 협력 강화는 물론 한국문화 콘텐츠의 홍보에도 도움이 될 수 있음.

(2) 야야 이야기 플랫폼 : 올해 연초부터 운영하기 시작한 어린이 그램 책 APP임. 심천란런제신과기유한회사는 한국 오리지널 그림 책 기업 및 출판사와 협력하기를 희망함. 심천란런제신과기유한회사가 한국 오리지널 그림책의 저작권 대리인으로 중국에서 오디오 음성시장을 운영할 수 있음.

2. 기업협력 : 타이완 전시회에서 심천란런제신과기유한회사는 한국기업 '카카오키즈'와 잠깐 대화를 나눈 적이 있음. 한국콘텐츠진흥원 플랫폼을 통해 '카카오키즈'기업의 운영방식에 대해 더 많이 이해를 하고 협력의 공간을 모색하고자 함.

인터뷰 현장 사진 & 협력 파트너

심천시란런제신과기유한회사 외부 공간

심천시란런제신과기유한회사 내부 공간

인터뷰 현장 사진 촬영

관계자 사진 촬영

치디안중원왕 起点中文网	360서우지주서우 360手机助手	잉용바오 应用宝	완도우지아 豌豆荚
바이두서우지주서우 百度手机助手	촹스중원왕 创世中文网	모테중원왕 磨铁中文网	쭝헝중원왕 纵横中文网
114라	천방청서망 天方听书网	중문청서망 中文听书网	운중서성 云中书城
시대출판 时代出版	위에원그룹 阅文集团	텐야셔취 天涯社区	홍달이태 鸿达以太

중국 우수 콘텐츠기업 소개

1) 심천시e-스포츠운동협회(深圳市电子竞技运动协会)

기업명	深圳市电子竞技运动协会		
설립일자	2017년 7월 22일	회사 로고	深圳市电子竞技运动协会 ShenZhen Esports Association
기업형태	협회	종사자 수	
매출액	미공개	소속 업종	e-스포츠
홈페이지	www.szesa.org.cn	등록자본금	미공개
법인대표	쩡레이(曾蕾)	대표 이메일	미공개
전화번호	0755-86965362	상장 여부	
주 소	深圳市中成体育大厦7楼		
회사소개	- 심천시 e-스포츠협회 (영문명: ShenZhen Esports Associasion(SZESA))은 심천시 스포츠총회의 단체 회원으로 업무주관기관인 심천시문화체육관광국과 심천시민정국으로부터 인증받음. - 심천시e-스포츠운동협회는 심천시에서 e-스포츠운동을 하는 단체 및 개인들이 자발적으로 구성한 전문 팀이자 지방성, 비영리적인 사회 조직임. - 본 협회는 헌법, 법률, 법규와 국가 정책을 준수하여, 사회도덕을 준수함으로서 심천시 e-스포츠운동을 촉진함. - 공동발전을 목적으로 하여 심천·홍콩·마카오·대만 지역(深港澳台地区)은 물론 국내외 e-스포츠의 단체·조직 및 개인 간의 폭넓은 연계를 강화하여 교류를 촉진함. - 우의를 증진하고, 심천시의 e-스포츠의 수준을 끊임없이 향상시켜, 심천시의 글로벌화된 도시와 어울리는 스포츠 도시를 건설하는 데 기여함.		

주요성과		
	2010년2월	차이나유니콤 컵(联通杯) 심천 지역 경기 개최
	2010년4월	제4회 토목컵(土木杯) 심천 고직원(高职院) e-스포츠대회 개최
	2010년5월	심천고직원(高职院) e-스포츠대회 지도
	2010년8월	제1회 중국 e-스포츠 오픈 대회 공동개최
	2010년8월	제2회 심천 애니메이션 페스티벌 e-스포츠 협력 대회 개최
	2011년	심천'만과&홍(万科&红)'컵 e-스포츠 챌린지 레이스 경주 개최
	2011년	4월 30일~5월 2일, 심천시외 유치내청공문체절 e-스포츠경기대회
	2011년12월	23~25일 심천시 e-스포츠선수권 대회
	2012년5월	19~20일 심천시 제8회 외청공문체제 실황 축구 경기 개최
	2012년5월	26~27일 심천시 제8회 외청공문체절 크로스파이어 개최
	2012년12월	심천시 e-스포츠 선수권 대회윈파스트컵 히어로즈 챔피언십 개최
	2013년5월	11~12일 심천시 제9회 외래청공문체절 CS 경기 개최
	2013년5월	19일 심천시 제9회 외래청공문체절 실황, 스타트랙 경기 및 시상
	2013년10월	16일 심천시 e-스포츠 선수권 대회시합 시작
	2013년12월	7~8일 심천시 전자 경기 골드 대회준결승전 개최

	2013년12월	4~15일 '예극배' 심천시 e-스포츠 선수권 대회의 결승전, 심천폴리텍전문학교 서캠퍼스 도서관 보고청에서 개최
	2013년12월	26일 오후 3시 심천시 e-스포츠경주 기술 운동 협회의 교체 선거 및 제2회 회원 대표 대회, 심천폴리텍전문학교 서캠퍼스 도서관 보고청에서 성공적으로 개최
	2014년 10~11월	'채색컵(体彩杯)' 심천시 e-스포츠 챔피언십 및 2014 전국 e-스포츠 오픈 심천 대표 선발전 성공
	2014년12월	4일~8일 협회는 예선과 초청으로 심천시 선수단을 구성하여 출범하여, '2014 전국 e-스포츠 오픈'영웅전에 참가 및 그리그, DOTA2, 스타크래프트2, FIFA-Online3, NBA2K-Online과 워크래프트 36개 종목의 경기에서 금 2, 은 2, 동 1개로 1위를 차지해 2014 NESO '국가컵'을 수상
	2015년 4~7월	2015 심천 애니메이션 페스티벌 '레드불스컵(红牛杯)' 심천시 e-스포츠 챔피언십, 시 전역에 걸쳐 PC방 80회 오디션, 지역대회 4회, 고교대회 1회, 파이널대회, 심천 제7회 애니메이션 페스티벌 참가
	2015년 8~10월	2015 '레드불스컵' 전국 e-스포츠 개최, 심천 제2회 국제 비디오 게임 페스티벌 개최
	2015년10월	항저우에 팀을 결성하여 저장, 장쑤, 안후이 3성의 e-스포츠 협회가 공동 주최한 'ESUC 전자경기연맹컵'에 참가하여 심천 ZS전은 히어로즈 1위, 심천 유명준(刘明俊)은 노석전설 준우승을 수상
	2016년 5~7월	심천 애니메이션페스티벌 '레드불스컵' 심천시 e-스포츠챔피언십 개최
	2016년 7월	24~25일 2016일 위시보 'V스포츠' e-스포츠 대회 개최
	2017년 2월	8~19일 첫 '관란호 뉴타운컵(观澜湖新城杯)' e-스포츠대회, 심천관란호 뉴타운에서 개최
	2017년 4월	29-30일 심천시 첫 '동방파크컵(联投东方PARK杯)' 모바일 e-스포츠 대회, 송강연투동방 쇼핑센터(松岗联投东方PARK购物中心)에서 성공적으로 개최
이미지		

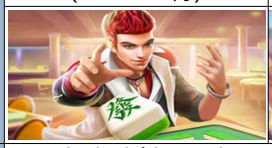
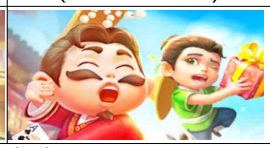
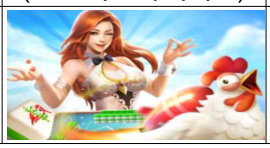
2) 심천시경탄만리눈화유한회사(深圳市惊叹漫链原创文化有限公司)

기업명	深圳市惊叹漫链原创文化有限公司		
설립일자	2017년 12월 20일	회사 로고	
기업형태	유한회사	종사자 수	미공개
매출액	미공개	소속 업종	애니메이션 캐릭터
홈페이지	미공개	등록자본금	RMB 100 만 위안
법인대표	张浩迪(장하오디)	대표 이메일	1928586473@qq.com
전화번호	0755-23282424	상장 여부	
주 소	深圳市宝安区新安街道留仙三路36号创兴达商务大厦5010		
회사소개	- 심천시경탄만린문화유한회사는 애니메이션 IP캐릭터 개발, 온라인 오프라인 파생상품 디자인 및 판매, IP 라이선싱 등을 주요업무로 함. - 현재 IP 생태계 조성에 주력하고 있으며, 대표 IP는 "빤뿌마오(斑布猫)" 는 회사의 빅 데이터 수집 기반에서 만들어진 최초의 오리지널 3D 애완고양이 IP로, 온라인 뉴미디어를 통해 유명해졌으며 젊은층의 20대 1000만의 팬을 보유하고 있음. (팬 중54.23%가 여성, 45.77%가 남성) - '빤뿌마오'는 쇼트클립형식으로 제작되어 시청자에게 생동감과 유머를 전달하며 10억에 달하는 조회 수를 기록함. - 파생상품으로는 핸드폰 케이스, 티셔츠 인형이 있음. - 심천시경탄만린문화유한회사는 완벽한 브랜드 비즈니스 협력 계획을 수립하여 국내의 실력과 갖춘 파트너를 모색 중임. - '빤뿌마오'는 특히 중국 쇼트클립 플랫폼인 더우인(抖音)상에서 춤추는 고양이로 유명함. - 심천시경탄만린문화유한회사 대표 张浩迪(장하오디)는 더욱 많은 콘텐츠 플랫폼과 라이선싱 회사와 합작을 희망하고 있음.		
캐릭터 이미지			

3) 심천성화호이디지털과기유한회사(深圳星火互娱数字科技有限公司)

기업명	深圳星火互娱数字科技有限公司		
설립일자	2014년 3월 7일	회사 로고	
기업형태	유한회사	종사자 수	비공개
매출액	미공개	소속 업종	VR / 4D / 테마파크
홈페이지	http://www.xhhy.cc/	등록자본금	RMB 1,000 만 위안
법인대표	李儒丹	대표 이메일	zhangjie@xhhy.cc
전화번호	188-1386-6618 / 185-8841-0608	상장 여부	
주 소	深圳广播电影电视文化创意产业园1栋801		
회사소개	- 심천성화호이디지털과기유한회사는 국내 유명 테마문화파크를 총괄하는 업체로, 우수한 기술을 이용한 테마파크 기획/디자인, 프로젝트, 특수영화 제작, VR/4D 제작 및 전 산업생태계에 서비스를 제공함. - 심천성화호이디지털과기유한회사는 회사설립 후 수년간 관련업계에서 일해온 엘리트 인재들을 모아 전문적인 팀을 구성하였음. 회사는 특수 영화/대형 테마파크 조성, 멀티미디어 제작, VR/4D분야를 주요업무로 함. - 일련의 핵심 기술을 접목하여 비즈니스 종합 엔터테인먼트, 테마파크, 하이테크전시관 등의 테마 문화 관광 프로그램을 위한 국제적이고 선도적인 아이디어를 제공함. - 회사는 끊임없이 혁신하는 이념에 입각하여 인문과 역사를 바탕으로 고객 개개인 맞춤화서비스와 고 퀄리티의 서비스를 제공하기위해 노력하고 있음.		
협력 플랫폼			
테마파크 사진			

4) 광저우문양정보기술유한회사(广州汶颢信息技术有限公司)

기업명	广州汶颢信息技术有限公司		
설립일자	2002년	회사 로고	嘉米在线
기업형태	민영, 상장기업	종사자 수	비공개
매출액	비공개	소속 업종	게임
홈페이지	www.52jiami.com/	등록자본금	RMB 1,000만
법인대표	유군용(刘军勇)	대표 이메일	jiamikefu@foxmail.com
전화번호	400-8598-155	상장 여부	
주 소	广州市天河区天河路490号壬丰大厦（颐高数码广场）西塔1018室		
회사소개	- 광저우문양정보기술유한회사는 인기 온라인 보드게임 '신수마작(神手麻将)', '두지주(斗地主)', '빠른 달리기(跑得快)' 등 다양한 게임을 개발함. - 게임들은 모두 iPhone, iPad, Android 버전을 지원하며 여러 해 동안 인기를 끌고 있음. - 2002년 설립, 보드게임 연구개발 업체이자 배급사, 모바일 인터넷 운영을 10년 동안 담당 하고 있음. - 자주적인 연구개발과 독립적인 혁신을 추구함. - 자체 연구개발팀과 전문 데이터 분석 및 제품 운영진을 갖추고 있으며 '신수 마작' '상상귀양착계마장', '신수마작 발광혈전', '쾌락투장판'등의 게임을 출시함. - 철저한 자체 연구개발과 배급력, 전문적인 데이터와 운영진, 사용자 중심의 고객 서비스로 '재미있는 보드게임'을 고수하고 있음.		
대표 게임	신수마작 (神手麻将)	대왕두지주 (大王斗地主)	爽爽贵阳捉鸡麻将 (상상귀양착계마장)	사천마작3D판 (四川麻将3D版)
				
마작 게임 소개	- 게임명칭 : 신수마작(神手麻将) - 이용자 후기 평점 : 5점 만점 / 4.9점 - 용량 : 106.3 MB - 중국의 사천(四川), 광동(广东), 구이저우(贵州) 각 지역의 마작 게임 법을 포함함. - 버퍼링이 없음. - 3D효과, 선명한 화질			

*본보고서는 중국음수협게임공단(GPC, 中國音數協游戏工委)에서 발표한 <2019년 1분기 중국 개임산업 보고(2019年第一季度中國游戏産業報告)> 보고서를 참고하여 작성하였습니다.

북경 비즈니스센터 담당자 연락처

- 김상현 센터장 : +86-10-6501-9971 / willbe@kocca.kr
- 이향옥 과장 : +86-10-6585-9361 / hiangok@kocca.kr
- 이단단 주임 : +86-10-6501-9951 / lidandan@kocca.kr
- 김영빈 주임 : +86-10-6501-9787 / ybkim@kocca.kr
- 왕 성 주임 : +86-10-6501-9355 / wangseong@kocca.kr
- 갈 방 주임 : +86-10-6501-9973 / gracegf@kocca.kr

심천 비즈니스센터 담당자 연락처

- 남궁영준 센터장 : +86-755-2692-7797 / pinoky14@kocca.kr
- 강정우 대리 : +86-755-8657-3317 / kkjw410@kocca.kr
- 정의봉 주임 : +86-755-2692-0717 / jeb666@kocca.kr
- 왕자오디 주임 : +86-755-8657-3307 / wangzhaodi@kocca.kr

※ 기존 단신 이슈는 <위클리 글로벌>로 별도 편성되었습니다.
한국콘텐츠진흥원 홈페이지(http://www.kocca.kr/cop/main.do)
'콘텐츠지식>시장동향/분석>위클리글로벌'에서
확인 하실 수 있습니다.

발행인 김영준
발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)
전화 1566-1114
www.kocca.kr

각 장르별 차트

- 각 차트의 콘텐츠는 해당 자료출처에 기반 한 콘텐츠이므로 참고자료로만 사용하시길 바랍니다.

8월 둘째 주 드라마 시청률 TOP10

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	특사1959(特赦1959)	장수위성	1.343
2	전지미정(战地迷情)	저장위성	1.036
3	소환희(小欢喜)	북경위성	0.936
4	소환희(小欢喜)	동방위성	0.881
5	세계귀선급니(世界归还给你)	CCTV-1	0.674
6	가유니시최봉적(加油你是最棒的)	CCTV-8	0.634
7	틈관동(闯关东)	안휘위성	0.374
8	소년파(少年派)	천진위성	0.346
9	량검(亮剑)	CCTV-8	0.335
10	보법란목극(普法栏目剧)	흑룡강위성	0.334

자료출처: CSM55

8월 둘째 주 예능 시청률 TOP10

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	중국호성음(中国好声音)	저장위성	1.676
2	현채시각(炫彩时刻)	저장위성	1.074
3	초점방담(焦点访谈)	CCTV-1	0.841
4	동방간대극(东方看大剧)	동방위성	0.731
5	중찬청(中餐厅2019)	후난위성	0.708
6	진성음(真声音)	저장위성	0.699
7	동방대간점(东方大看点)	동방위성	0.670
8	화양신세계(花样新世界)	동방위성	0.625
9	황금100초(黄金100秒)	CCTV-3	0.622
10	만간신문(晚间新闻)	CCTV-1	0.557

자료출처: CSM55

8월 둘째 주 박스오피스 TOP10

순위	영화	상영날짜	티켓수입 (만 위안)
1	<나타지마동강세(哪吒之魔童降世)	7월 26일	410,852
2	열화영웅(烈火英雄)	8월 1일	142,490
3	사도행자2: 접영행동(使徒行者2：谍影行动)	8월 7일	60,756
4	침묵적증인(沉默的证人)	8월 16일	12,673
5	앵그리 버드 2: 독수리 왕국의 침공	8월 16일	6,902
6	전직고수지전봉영요(全职高手之巅峰荣耀)	8월 16일	6,506
7	용패지미(龙牌之谜)	8월 16일	1,462
8	상해보루(上海堡垒)	8월 9일	12,105
9	홍성조요중국(红星照耀中国)	8월 8일	1,536
10	송아상청운(送我上青云)	8월 16일	854

자료출처: 예은미디어(艺恩)

8월 둘째 주 온라인·모바일 게임 TOP10

순위	온라인게임	모바일게임
1	던전앤파이(地下城与勇士)	하스스톤(炉石传说)
2	몽환서유(梦幻西游)	왕자영요(王者荣耀)
3	패스 오브 엑자일(流放之路)	전투파검령(战斗吧剑灵)
4	LOL(英雄联盟)	클래시 로얄(皇室战争)
5	월드 오브 워크래프트 (魔兽世界)	마인크래프트(我的世界)
6	파이널판타지14(最终幻想14)	라그나로크 온라인 RO(仙境传说RO)
7	검망3(剑网3)	봉괴(崩坏3)
8	월드 오브 탱크(炉石传说)	천룡팔부 모바일(天龙八部手游)
9	블레이드 소울(剑灵)	명운-관위지정(命运-冠位指定)
10	신청룡팔부(新天龙八部)	클래시 오브 클랜(部落冲突)

자료출처:17173

8월 둘째 주 음원(전체) TOP10

순위	곡명	아티스트
1	화(画)	등자기(G.E.M.邓紫棋)
2	Fall	이양천새(易烊千玺)
3	연분일도교(缘分一道桥)	왕리홍/담유유(王力宏/谭维维)
4	저마구몰견(这么久没见)	설지겸(薛之谦)
5	제일차고백(第一次告白)	TFBOYS
6	래자천당적마귀(来自天堂的魔鬼)	등자기(G.E.M.邓紫棋)
7	여정미료(余情未了)	위신우(魏新雨)
8	청천(晴天)	주걸륜(周杰伦)
9	니적주관대아타료양(你的酒馆对我打了烊)	진설응(陈雪凝)
10	년소유위(年少有为)	이영호(李荣浩)

자료출처:QQ뮤직(QQ音乐)

8월 둘째 주 음원(한국) TOP10

순위	곡명	아티스트
1	어떤 별보다	Red Velvet
2	기억하나요 내 모든 날과 그때를	거미
3	CALL ANYTIME	김진우/MINO
4	그 끝에 그대	김청하
5	내 목소리 들리니	벤
6	안녕	폴킴
7	그대라는 시	태연
8	BOOM	NCT DREAM
9	ICY	ITZY
10	내 맘을 볼 수 있나요?	헤이즈

자료출처: QQ뮤직(QQ音乐)

한국콘텐츠진흥원 북경 비즈니스센터 안내

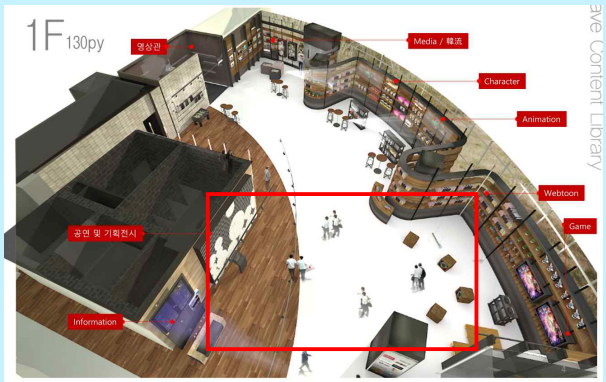
❑ 운영 목적

○ 한국 콘텐츠기업의 중국진출에 필요한 맞춤형 현지종합서비스 제공

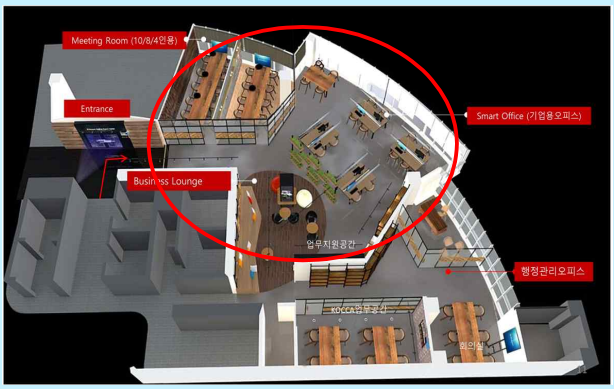
❑ 공간 구성

○ **1층 (기획전시공간)** : 제작발표회, 언론발표회, 공동제작 체결식 등 가능
수용인원 약 40~50명 내외

○ **3층 (스마트오피스)** : 북경 현지에서 필요한 사무 및 회의 공간 지원
※ 회의실 2개(10인/8인), 사무 공간(16석), 라운지 등으로 구성



1층 상설 · 기획 전시공간



3층 스마트오피스 공간

❑ 이용 안내

○ 대상: 중국 진출을 원하는 모든 한국콘텐츠기업

○ 예약: 비즈센터 홈페이지를 통해 사전 예약 (http://www.kconbiz.kr)

❑ 문의 사항 (※ 세부 문의사항은 언제든지 연락주시기 바랍니다)

○ 김영빈 주임 (전화: +86 10 6501 9787, 이메일: ybkim@kocca.kr)

○ 갈 방 주임 (전화: +86 10 6501 9973, 이메일: gracegf@kocca.kr)

북경비즈니스센터 현지 통역 서비스 지원 안내

❑ 추진 목적

ㅇ 한국콘텐츠기업의 중국 진출에 필요한 통역 서비스 지원

❑ 통역 지원 내역

ㅇ **제1기 및 제2기 통역원 현황 : 총 14명**

- 북경 인근 대학에서 재학 중인 한국인 유학생

※ 북경대학교 5명 / 청화대학교 4명 / 중국인민대학교, 북경외국어대학교 각 1명/ 베이징사범대학교 1명/ 북경항공항천대학교 1명/ 대련외국어대학교 1명

ㅇ **지원횟수** : 월 2회, 회당 3일 무료 지원, 추가 지원 요청 시 소요비용 기업 부담

ㅇ **지원지역** : 북경비즈니스센터 내 혹은 외부(북경시 한정)

ㅇ **지원사항** : 통역지원, 1:1 비즈니스 미팅 혹은 행사 참여 시

ㅇ **운영방식**

(신청서 접수) 북경비즈니스센터 홈페이지를 통하여 사전 신청 및 신청서 작성 (홈페이지 수조 : http://www.kconbiz.kr)

※ 지원희망일자 2일 전까지만 신청 가능, 신청서 접수 시 통역유형·지원일정·참가인원·내용에 대한 전달 必

(통역원 확정) 기업 수요에 따라 통역 가능한 통역원 확정

(내용 공유) 통역 지원 당일 사전 미팅 또는 통역 지원 2일 전 관련 내용 사전 공유 必

(통역 지원) 지원 당일 통역 지원

(지원 완료) 통역일지 작성 및 사후 관리 추진

ㅇ **통역비용** : 무료 지원

❑ 문의 사항

ㅇ 이향옥 과장 (전화: +86 10 6585 9361, 이메일: hiangok@kocca.kr)

2018 중국 문화산업 비즈니스 가이드

❑ 목적

ㅇ 중국 진출 콘텐츠 사업자를 위한 중국 최신 비즈니스 동향 및 비즈니스 가이드 제공

❑ 주요내용

ㅇ **제1장 중국 문화산업 비즈니스 준비**

- 단계별 진출방식 : 진출 준비 단계 / 협상 단계 / 현지화 단계
- 진출사례 : 라이센스 계약, 대표처 설립, 투자법인 설립, 인수합병(M&A) 사례
- 각 진출 방법의 장단점 및 유의사항
- 사업확장 및 철수방식 분석

ㅇ **제2장 중국 문화콘텐츠 시장 진출 방법**

- 방송, 음악, 애니메이션, 게임, 공연, 뉴미디어, 영화 등 7개 산업의 시장현황, 진출방안, 주의사항

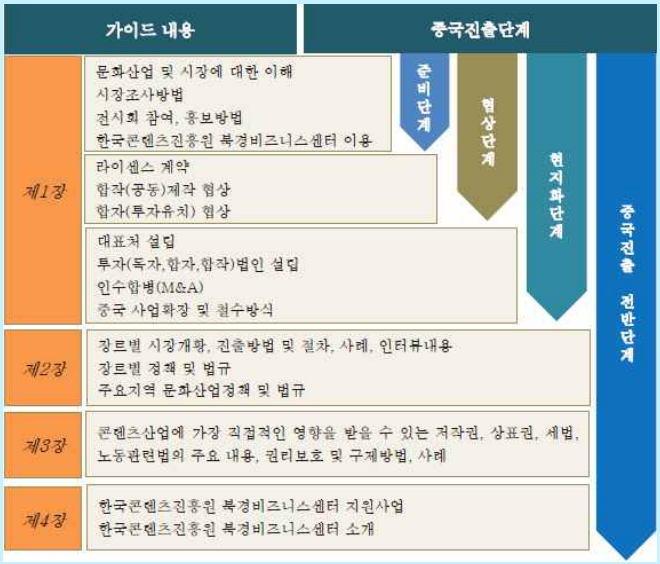
ㅇ **제3장 중국 문화콘텐츠 산업 관련 법률**

- 저작권법, 상표권법, 세법, 노동법 및 사례

ㅇ **제4장 한국콘텐츠진흥원 해외 지원 사업**

- 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터, 정기적인 행사 리스트 소개

❑ 한 장으로 쉽게 보기 머리말



※ KOCCA 홈페이지 www.kocca.kr - 콘텐츠지식 - 보고서에서 무료다운로드 가능

※ 문 의 : 이단단 주임 (전화: +86 10 6501 9951, 이메일: lidandan@kocca.kr)

재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원가입 안내

안녕하십니까, 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 김상현입니다.

2015년 2월 12일 한국 콘텐츠사업자의 중국진출 활성화를 위한 『재중국한국콘텐츠사업자협의회』를 설립하였습니다. 앞으로 협의회는 한국과 중국의 콘텐츠 관련 민간사업자간의 협력을 확대해 나가고, 새로운 중국의 한류를 위하여 다양한 노력을 펼쳐나갈 계획입니다. 중국진출에 관심이 있는 한국 콘텐츠사업자분들의 많은 지원 바랍니다.

- 다 음 -

1. **명 칭** : 재중국한국콘텐츠사업자협의회

2. **회원자격** : 중국에 이미 진출하였거나 혹은 진출하려는 한국 콘텐츠산업 종사자

3. **회원혜택 : 중국진출 핵심정보 교류 / 한중 협력사업 참여 / 중국진출 컨설팅 등**

4. **모집기간** : 연간 상시 모집

5. **접수방법** : 이메일 접수. 입회원서 작성하여 이향옥 과장 [hiangok@kocca.kr]에게 제출

6. **협의회 현황**
   - ㅇ **임원구성**
     - 회 장(1명) : 북경751라이브탱크 문화창의 전시공연장 박철홍 대표
     - 부회장(2명) : 아이코닉스 차이나 이병규 대표; GH E&M 차영회 대표
   - ㅇ **회원 현황** : 총 180명 (2019년 8월 기준)

입 회 원 서

사무국장	회장

성 명	한글	생년월일	
	漢字		
	영문	성 별	☐ 남 ☐ 여
현거주지	☐ 중국 ☐ 한국	E-Mail	
연 락 처	☐ Tel:	☐ Mob:	
회 사 명		업 종	
설 립 일		사업자구분	☐ 개인 ☐ 법인
회사주소			
주요실적			

본인은 귀 협의회의 설립목적에 동의하고 협회 회칙에 명시된 내용에 따라 회원의 의무와 준수사항을 성실히 이행할 것을 서약하면서 회원으로 가입하고자 입회원서를 제출합니다.

20 년 월 일

신청인: (인)

재중국한국콘텐츠사업자협의회 회장 귀하

한국콘텐츠진흥원 북경현지자문단 운영 안내

❑ 자문단 개요

- ㅇ 명칭 : 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단
- ㅇ 임기 : 2018년 6월 ~ 2019년 5월(위촉일로부터 1년)
- ㅇ 분야 : 마케팅/법률/회계/방송/게임 5개 분야
- ㅇ 구성 : 북경현지 전문가 16명

지역	분야	성 명	소속 / 직위	비고
중국	법률	김성훈	북경국연컨설팅/박사	중국투자업무전반 (법률, 지재권, 법인설립 등)
	법률	이수철	안걸변호사사무소/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	임훈기	인베스트베이징컨설팅/박사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	허욱	율촌법무법인/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	金燕(김연)	King & Capital/박사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	金玉(김옥)	법무법인 태평양/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	마케팅	이병규	아이코닉스 차이나/대표	중국시장 진출 컨설팅(만애캐)
	마케팅	차영회	GH Media/대표	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	박철홍	751 Live Tank/대표	중국시장 진출 컨설팅(전시)
	마케팅	방현주	메이크어스/북경대표	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	김영찬	CJ중국본사(신사업개발팀)/총경리	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	박용석	컴투스/북경대표	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	김두일	차이나랩/대표	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	이승원	한국게임 전문가	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	冷淞(렁송)	사회과학원/박사	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	卢一鹏(루이펑)	Grand Vision Media/CEO	중국시장 진출 컨설팅(홍보)

❑ 자문단 운영방식

- ㅇ 신청대상 : 한국 중소 콘텐츠기업 및 예비창업자
- ㅇ 상담방법 : 온라인상담, 북경비즈니스센터 內 대면상담
- ㅇ 신청방법 : welcon.kocca.kr 회원가입→ 신청서 작성→문의내용 검토 및 확인
- ㅇ 상담비용 : 무료
- ㅇ 문 의 : 북경비즈니스센터 이단단주임 86-10-6501-9951, lidandan@kocca.kr

북경비즈니스센터 WECHAT 공식계정 운영 안내

❑ 목 적

ㅇ 중국 최대 SNS인 WECHAT 내 북경 비즈니스센터 공식 계정 설립 및 한국콘텐츠 포스팅을 통하여 국내 콘텐츠 홍보 및 한국콘텐츠기업의 중국 시장 진출 마케팅 플랫폼 구축

❑ 주요내용

ㅇ **방송, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 융복합 등 각 장르별 콘텐츠 기업소개 회사 개요, 연락처, 기본정보 및 최신 콘텐츠 소개**

- <게임> : 작품 소개, 회사 소개, 연락처 등
- <음악> : 회사 소개, 주요 가수 및 앨범 소개, 연락처 등
- <드라마> : 시나리오 소개, 제작사, 배급사, 감독, 주연배우 등 소개, 연락처 등
- <애니/캐릭터> : 작품 소개, 회사 소개 및 연락처 등

ㅇ **이벤트 행사 및 주요 마켓 한국공동관 운영 소개**

- 스토리피칭, 상하이 차이나조이, 북경도서전, 상하이 라이선싱 엑스포, 항주애니메이션, 상하이 TV페스티벌, KBEE 마켓 행사 및 공동관 참가작 소개 등
- 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 내 행사 소개
- 재중국 한국 콘텐츠사업자 협의회 회원사 기업소개 및 소식
- 기타 한중 마켓, 공연, 스타 소식 및 이벤트 등

❑ 적용예시

※ K-Content 공식계정에 프로젝트 및 회사소개를 원하시면, 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 이단단 주임(전화: 86-10-6501-9951, 이메일: lidandan@kocca.kr)에게 연락주시길 바랍니다.

한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스센터 안내

❑ 운영 목적

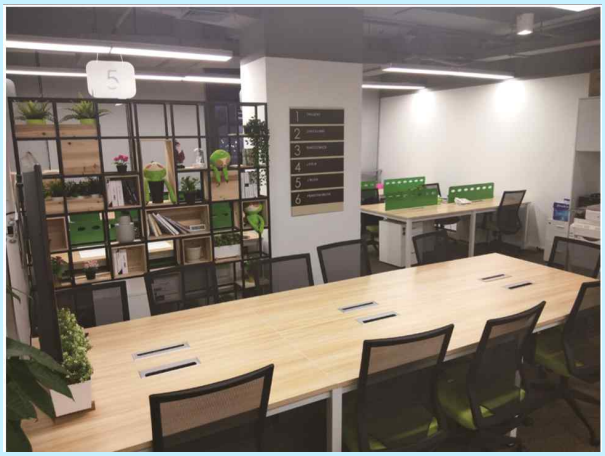
ㅇ 한국 콘텐츠기업의 중국 남부 진출에 필요한 맞춤형 현지종합서비스 제공

❑ 공간 구성

ㅇ **심천소프트웨어 산업단지 1동 7층 (한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터)**
사무공간, 스마트 오피스, 콘텐츠 쇼룸, 비즈니스 회의실 등. (약 230㎡)

ㅇ **심천소프트웨어 산업단지 6동 7층 (텐센트 엑셀러레이터센터)**
입주기업 사무공간, 회의실, 기업 디렉토리 정보실 등. (23개 공위 ; 책상 1개, 약 58㎡)

한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터



텐센트 엑셀러레이터센터 입주공간

❑ 이용 안내

ㅇ 대상

- 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 : 중국 남부 진출을 원하는 모든 한국콘텐츠기업
- 텐센트 엑셀러레이터센터 : 공모 및 선발을 통한 한국 우수 스타트 입주 기업

❑ 문의 사항 (※ 세부 문의사항은 언제든지 연락주시기 바랍니다)

ㅇ 강정우 대리 (전화: +86-755-8657-3317, 이메일: kkjw410@kocca.kr)

ㅇ 왕자오디 주임 (전화: +86-755-8657-3307, 이메일: wangzhaodi@kocca.kr)

엑셀러레이터센터 입주지원 프로그램 운영 안내

❑ 목 적

ㅇ 중국 남부 심천을 거점으로 유망 콘텐츠 분야 스타트업 역량 강화 및 시장 진출 가능성 제고

ㅇ 유망 스타트업에 대한 유통마케팅, 투융자 금융매칭, 거점 지원, 현지 엑셀러레이터/스타트업 간 협력모델 창출을 통한 실질적 글로벌 협력진출 사례 발굴

❑ 운영 내용

ㅇ **행사 참가 강화(이너써클)**

- 쇼케이스 / 투자로드쇼 지원
- 텐센트 엑셀러레이터센터 프로그램 참가 지원
- 중화권 광동성 내 주요 마켓 참가 지원
- 글로벌 우수 기업 및 엑셀러레이터센터, 협회 간 비즈매칭 지원

ㅇ **운영/성과 관리 강화(홍보)**

- 텐센트 엑셀러레이터센터 입주공간 및 인터넷, 전화 등 현지 거점 환경 제공
- 1인 상주 코디네이터 입주기업 성과 및 운영 관리
- 입주기업 간담회(주1회), 공용차량 및 통역 지원
- 입주기업별 성과 관련 온라인-오프라인 홍보 진행

ㅇ **비즈매칭 강화(파이프라인 구축)**

- 18년 심천비즈니스센터 400여명 인프라 활용 및 비즈매칭 강화
- 투자자 연합체 그룹 멘토링 간담회(분기별)

ㅇ **정보 제공 강화(컨설팅)**

- 투자자, 엑셀러레이터센터 등 거점 사업자, 협회 관계자, 중국 협력사. 플랫폼 등 현지 기업 정보 제공
- 주요마켓심층분석보고서 신규 발간 후 정보 제공

❑ 문의 사항

ㅇ 남궁영준 센터장 (전화: +86-755-2692-7797, 이메일: pinoky14@kocca.kr)

ㅇ 강정우 대리 (전화: +86-755-8657-3317, 이메일: kkjw410@kocca.kr)

2018 중국문화콘텐츠산업 가이드북

❑ 목적

ㅇ 한국 스타트업 및 콘텐츠 기업 대상 중국 남부권 시장진출 확대와 투자유치 활성화

ㅇ 문화콘텐츠 산업 정책 및 규정 정보 제공을 통해 중국 진출 전략 수립 및 비즈니스 현지화 지원

❑ 주요내용

ㅇ **제1장 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개**

- 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 : 사업안내 / 지원사업 소개 / 규모 및 주요 업무
- 엑셀러레이터센터 입주 지원 : 입주지원 프로그램 / 입주기업 소개

ㅇ **제2장 중국 문화콘텐츠산업 관련 정책 및 규정 소개**

- 중국 스타트업 관련 정책 및 규정 : 중국 창업 지원 정책 / 창업 세수 / 재정 정책
- 만화/애니메이션/캐릭터, 방송, 게임, 음악/공연, 뉴미디어 등 분야별 최신 정책 변화, 이슈 분석, 지원정책

ㅇ **제3장 중국 남부 문화콘텐츠산업 현황 및 전망**

- 만화/애니메이션/캐릭터, 방송, 게임, 음악/공연, 뉴미디어 등 분야별 발전 현황 요약

ㅇ **제4장 중국 광동성 문화한국콘텐츠산업 투자 현황 및 진출 방안**

- 중국 광동성 문화콘텐츠산업 투자 현황, 투자기업 소개, 성공 사례

< 2018 중국 문화콘텐츠산업 비즈니스 가이드북 >

※ KOCCA 홈페이지 www.kocca.kr - 콘텐츠지식 - 보고서에서 무료다운로드 가능

※ 문 의 : 왕자오디 주임 (전화: +86-755-8657-3307, 이메일: wangzhaodi@kocca.kr)

2019 중국 우수기업 인터뷰 운영 안내

❑ 목적

ㅇ 핵심 기업, 인물, 이슈 조사를 통해 중국 남부 중화권 인프라를 확대하여 기업에게 실질적인 정보 제공과 비즈매칭 기회 창출

❑ 추진 방안

ㅇ 중국 진출 희망 한국 콘텐츠 기업 대상 기업조사 신청서 접속 및 조사 진행

ㅇ 중국 핵심기업, 협회, 투자 기구 등 실질적 비즈매칭 및 합작을 위한 심화 정보 제공

1단계		2단계		3단계		4단계
핵심이슈 조사	⇒	기업/협회 및 키맨 선정	⇒	방문 인터뷰	⇒	칼럼제작
·주요 이슈 관련 매체 상시 조사 ·주요 협회 및 웹사이트 정보 조사		·콘텐츠 이슈 관련 기업/협회 선정 ·인물DB 인프라를 활용한 키맨 리스트 작성 ·사전 인터뷰 설문지 내용 작성		·방문 인터뷰 관련 사전 섭외 추진 ·기업/협회 등 직접 방문 인터뷰 진행		·사전 기업/협회 조사 자료와 진행된 인터뷰 내용을 바탕으로 콘텐츠 칼럼 제작

❑ 주요 내용

ㅇ (내용) ▲협회 및 기업 소개(키맨 정보 등), ▲최근 이슈, ▲인터뷰(10개 질의 내외), ▲기업 소개 사진 등

ㅇ (활용방안) 중국 콘텐츠 산업 내 부록으로 제공, 연말 디렉토리북 부록으로 취합 발간, 한국 내 문화콘텐츠 산업 관련 기업 대상 배포

※ 인터뷰 요청 기업은 아래 담당자로 연락 바랍니다.

※ 문 의 : 왕자오디 주임 (전화: +86-755-8657-3307, 이메일: wangzhaodi@kocca.kr)

한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 투자자 연합체 운영 안내

❑ 연합체 개요

ㅇ 명칭 : 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 투자자 연합체
ㅇ 임기 : 2019년 1월 ~ 2019년 12월
ㅇ 구성 : 심천현지 투자 전문가 10명

지역	성 명	소속 / 직위	소개 및 약력
중국	유양	IDH투자/투자총감	· IDH 공동창업주 · 30여개 항목 투자, 일부 항목 B,A,T 투자 및 금융 투자
	왕자은	중미롱이창업투자/대표	· 중국방송프로그램 <역전> <엄마 어디 가> <루퍼트 캐리>, <푸르투어> 다수 투자 · 과학 기술 농업 프로젝트 투자
	방위권	심천시신안신청사투자/대표	· 혁신 단지, 주식 투자, 종합 금융 서비스 투자
	왕즈안	조이테크/대표	· 금융투자 및 플랫폼 운영자 · 심천시보안구 과학 기술국 봉황 테크놀로지 프로젝트 총 책임자
	왕샤오란	심천창의투자그룹 /투자책임자 심천시보안구문화산업협회/비서장	· 심천시 보안구 문화 체육 산업 협회 비서장 · F518창의특구에 참여한 기업들 위주 투자 진행
	종재헌	심천창의투자그룹/이사 심천시보안구문화산업협회/부비서장	· 총자산 25억 위안 달성 · 주요투자영역 : 문화교육, 문화단지, 여행관광산업
	후택남	심천완테크그룹/투자책임자	· 중싱 통신 상업 투자 진행 · 주로 해외 진출 중심 업무에 중점 투자
	장양양	산호군코랄그룹/투자책임자	· 온라인 쇼핑몰 플랫폼 투자
	오건	Techcode투자/투자책임자	· Evering 텐센트 투자 · 태광 산업 서비스, 매니지먼트 투자, 사이프리히, 순화 에너지 등 5개 기업 (4년간 투자 경험)
	리자	심천시위인창투자관리유한공사/이사장	· 심천시남산 투자클럽 집행 이사장 · 심천시 운립 투자 관리 공사 창업자 · 스타트업 중점 투자 구도 · 군민 융합 산업, 인공 지능, 디지털 문화, 콘텐츠 위주 투자

❑ 문의 사항

ㅇ 강정우 대리 (전화: +86-755-8657-3317, 이메일: kkjw410@kocca.kr)