

—  
중국 심천  
콘텐츠  
산업동향

Content Industry  
Trend of China  
Shenzhen

Vol. 19



# 중국 심천 콘텐츠 산업동향

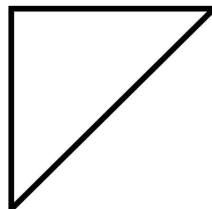
CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA SHENZHEN

2018년 19호

구 분	제 목
주간 심층issue	▶ 2017-2018 중국 극장 애니메이션 시장 연구 보고

20

18

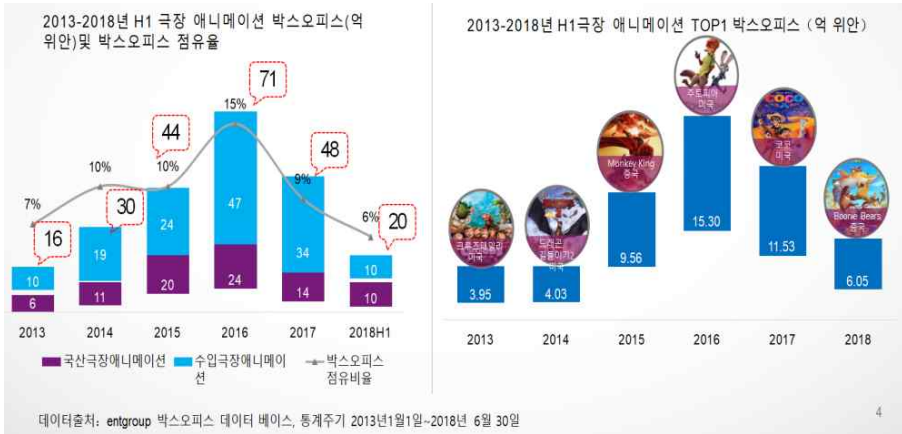


# 2017-2018 중국 극장 애니메이션 시장 연구 보고

## 1. 중국 극장 애니메이션 시장 총론

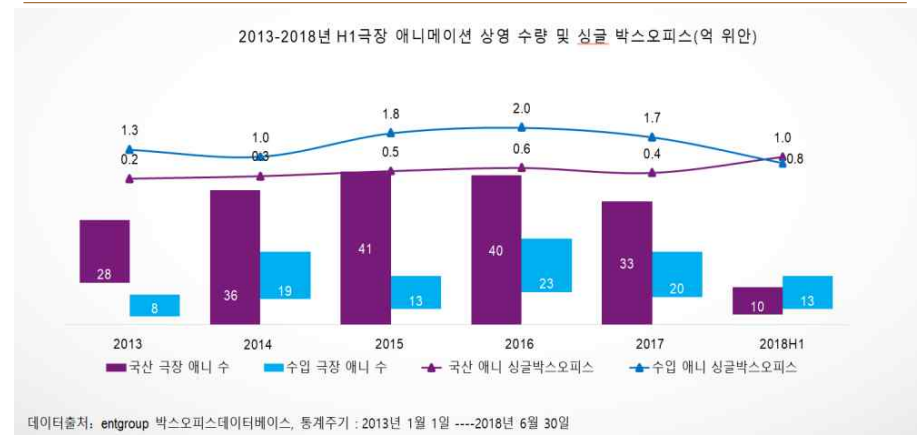
### ○ 극장 애니메이션 연평균 박스오피스 42억 위안, 전체 박스오피스 기여도 10%

- 2016년 극장 애니메이션 박스오피스 70억 위안 돌파, 전체 박스오피스 수준 고공행진, <주토피아>와 <쿵푸팬더3> 등 10억 위안대 작품 2편과 5억 위안대 작품 3편 등장. 국산과 수입 극장 애니메이션의 박스오피스 간극 차이 좁혀, 2018년 상반기에는 대등. 매년 TOP1 영화 박스오피스에서 극장 애니메이션의 점유율이 점점 높아짐, 흥행작의 박스오피스의 집중도 역시 상승함.



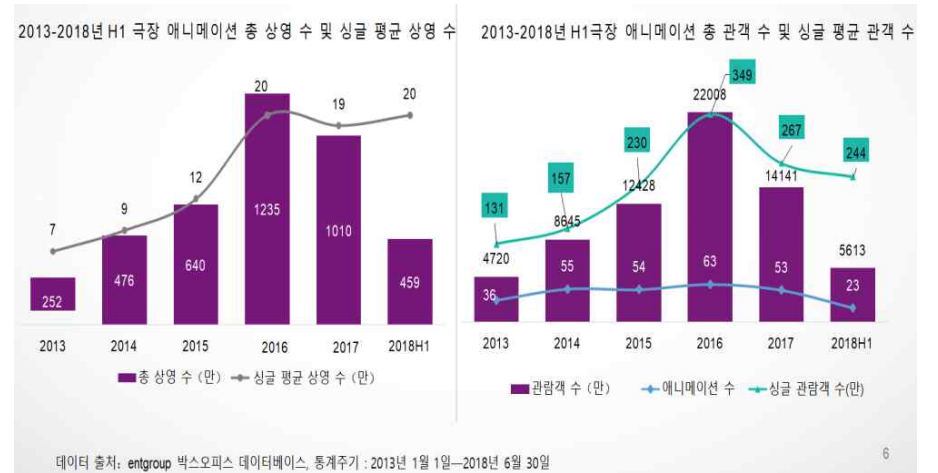
### ○ 연평균 극장 애니메이션 작품 52편, 평균 싱글박스오피스 1억 위안 미만

- 국산 극장 애니메이션의 연평균 상영 수는 36편, 수입 극장 애니메이션은 17편으로 수량은 국산이 수입을 압도. 박스오피스에서 국산과 수입 애니메이션의 차이가 큼, 평균 싱글박스오피스는 0.42억 위안으로 수입 애니메이션의 1/4임.



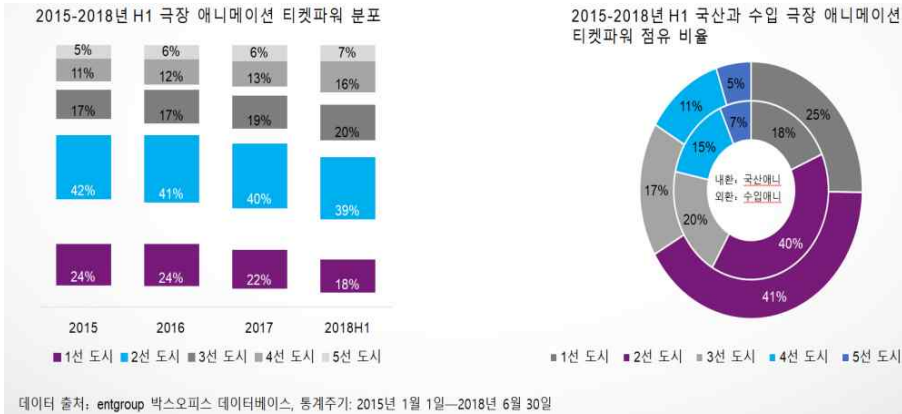
### ○ 극장 애니메이션 상영 수와 관람객 수 5년 평균 성장률 각각 41%와 32%

- 2016년 <쿵푸팬더3>, <Bigfish&Begonia> 등 최다 상영 수 및 최다 관람객 동원에 기여. 2016년 최다 관람객 기록 정점 후, 2년 연속 하락, 상영 수는 증가했으나 관람객 수는 감소함.



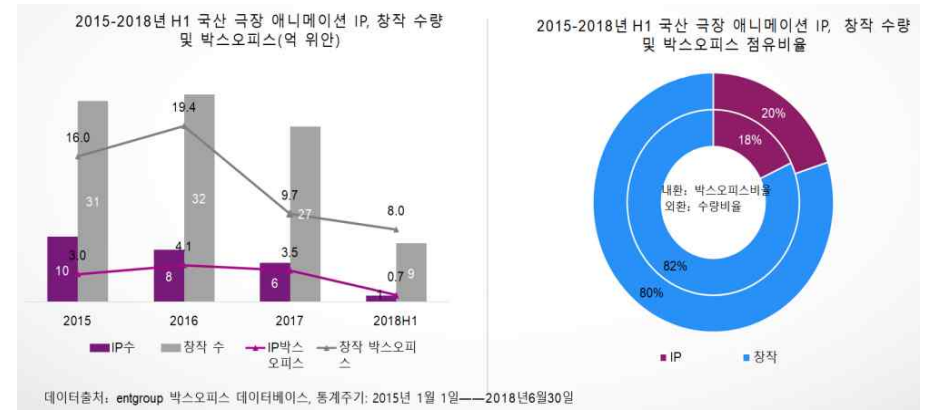
○ 국산 극장 애니메이션은 2,3선 도시, 수입 극장 애니메이션은 1,2선 도시에 집중

- 1,2선 도시의 티켓파워는 하락 추세, 반면 3,4선 도시의 잠재력은 점점 커짐. 국산 극장 애니메이션의 티켓파워는 2,3선 도시에 집중, 반면 수입 극장 애니메이션의 티켓파워는 1,2선 도시에 집중됨.



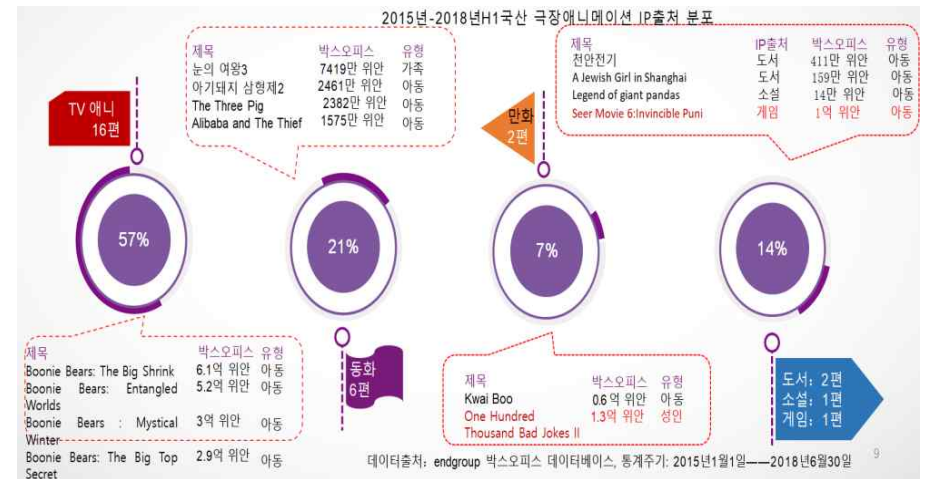
○ 국산 극장 애니메이션의 창작력 강화, IP우세

- 아동용 극장 애니메이션은 국산 애니메이션의 제1류로 분류, 관객 연령층이 낮아 IP 인지는 TV애니메이션 시리즈로 비롯되어 극장 애니메이션으로 제작. IP 개발은 몇 개의 IP에 집중. 국산 애니메이션의 제2류인 가족용 애니메이션은 각색에 알맞은 IP 소스를 찾지 못해 창작 이야기 중심으로 제작중임.



○ TV 애니메이션 IP 전환 강세, 만화의 성인 애니 IP 소스로의 전환 가능성, 양질의 가족용 IP부족

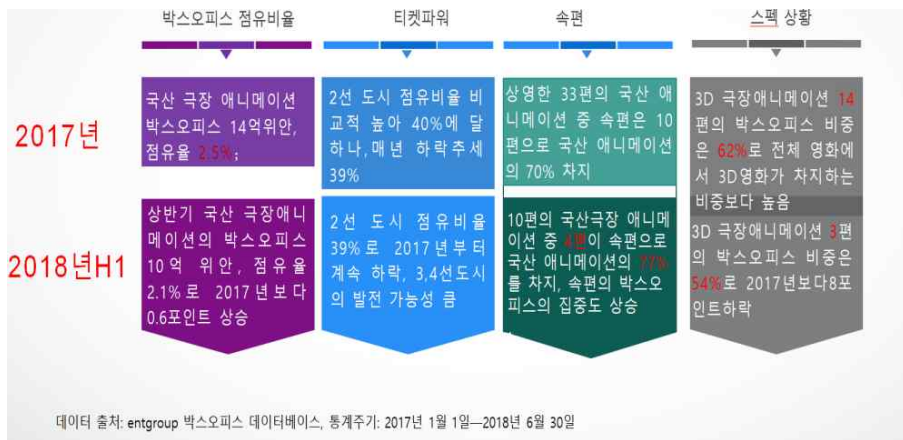
- 국산 애니메이션의 다수의 IP 근원은 TV 애니메이션에서 비롯된 것으로 TV에서 팬덤을 구축한 후 극장용으로 제작하여 팬덤 전환이 용이. 국산 성인애니메이션의 관객 동원력이 강해지고 애니메이션의 팬덤도 강화되면서 만화는 성인애니메이션의 콘텐츠 공급 플랫폼으로 전환될 가능성이 높음.



## 2. 2017-2018년 국산 극장애니메이션 제작, 배급시장 분석

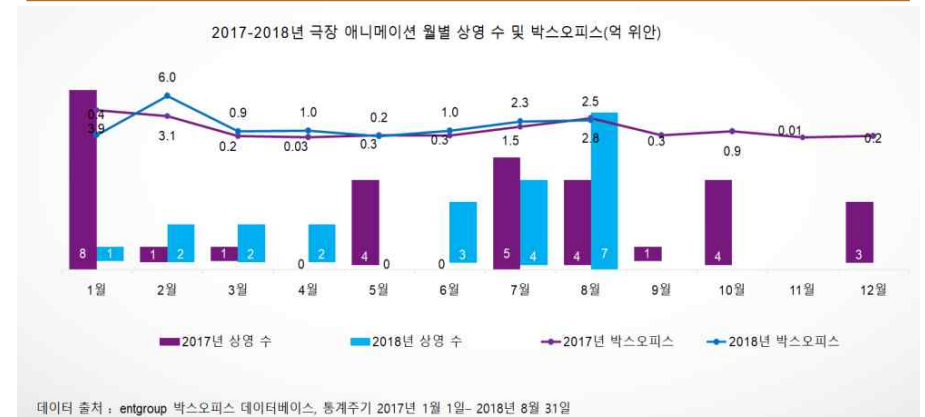
### ○ 개황 : 싱글 애니메이션 박스오피스 6억 위안 돌파, 속편 박스오피스도 호조

- 2018년 《Boonie Bears: The Big Shrink》 박스오피스 6.05억 위안 기록, 전편인 2017년 《Boonie Bears: Entangled worlds》의 5.2억 위안보다 0.8억 위안 높아, 국산 애니메이션 시리즈 중 최고 흥행 기록. 2017년 Top10 국산 극장애니메이션 평균 싱글 박스오피스 약 1.2억 위안, 2018년 상반기의 싱글 박스오피스보다 0.3억 많음.



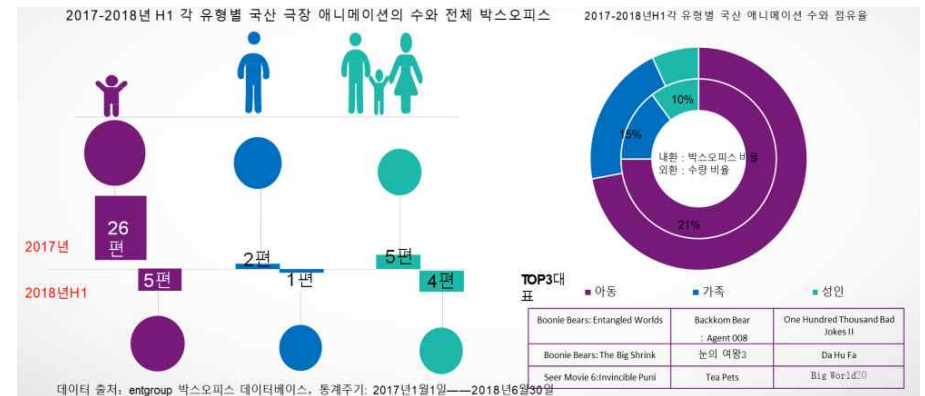
### ○ 국산 극장 애니메이션 월 박스오피스 주요 집중 기간 : 여름 방학 7,8월과 춘계 2월

- 국산 애니메이션 월별 박스오피스 분포는 성수기 영향을 많이 받아 여름 방학과 연말 연시, 설 시즌에 집중. 2018년 국산 애니메이션 시장 성적은 2017년보다 상대적으로 양호한 편, 상영 수는 감소했으나 평균 박스오피스가 높음.



### ○ 아동 극장 애니메이션의 안정화, 성인 애니메이션의 질적 양적 잠재력

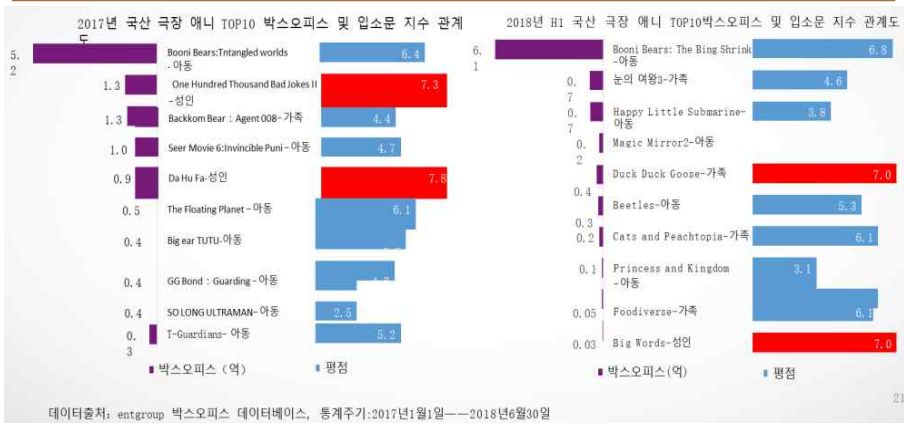
- 아동 애니메이션은 국산 극장 애니메이션의 주력이긴 하나 일반적으로 퀄리티가 낮아 상위 몇 작품이 전체 박스오피스를 견인하고 있는 실정. 성인 애니메이션의 성장 가능성과 잠재력이 큼.



### ○ 성인 애니: 입소문, 아동 애니: 많은 수량, 가족 애니 : 빠른 증가 속도

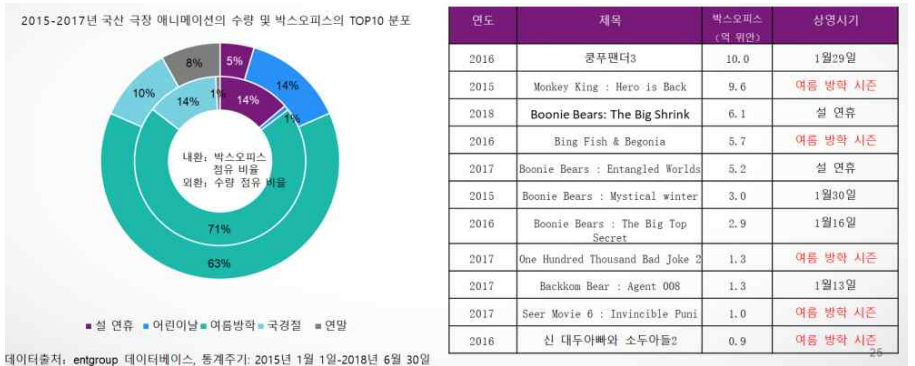
- 성인 애니 평균 평점 7점 이상으로 발전 잠재력이 크고, 시장 내 호감도 높음. TOP1과 TOP10사이의 차이가 크고, 상위권 가족 애니 증가폭이 큼.





### 3. 2017-2018년 국산 극장 애니메이션 성수기 분석

- 여름 방학 시즌 시장 집중도 70% 이상
  - 최근 4년간 50%의 국산 애니메이션의 흥행이 여름 방학 시즌에 발생하여 여름 방학 시즌이 국산 애니메이션의 흥행을 견인. 연말연시, 설 연휴 기간의 국산 애니메이션 상영 수는 비교적 적으나 박스오피스 점유 비율이 높아 기타 시즌보다 강한 집중도.



### ○ 애니메이션 제작사 및 배급사의 분산으로 생산능력 한계 도달, 1개 회사가 독자적으로 제작 배급하기에 역부족

- 국산 애니메이션 제작과 배급 능력이 한계 도달, 1개 작품에 2~3개 회사가 컨소시엄으로 제작 및 배급. 국산 애니메이션 제작회사의 규모는 소규모로 분산, 일반적으로 시리즈 위주로 제작. 예) FTANTA WILD사의 Boonie Bears 시리즈, GDC사의 Happy Little Submarine시리즈 등.

### ○ 연말 연시+어린이날 : 아동용 극장 애니메이션이 시장 주도

- 2016년 연말 연시와 어린이날 시즌 성적 저조, 1억 위안대 이상의 국산 애니메이션 부족으로 관객동원 약화. 연말 연시, 어린이날 시즌 아동 위주의 작품들로 전체 박스오피스 성적 저조.

2017-2018년 H1 국산 극장 애니 박스오피스 TOP10 제1제작사 및 대표작				2017-2018년 H1 국산 극장 애니 박스오피스 TOP10 제1배급사 및 대표작			
순위	제작사	박스오피스 (억)	국산 애니 제작 수	번호	제1배급사	박스오피스 (억 위안)	발행 편수
1	FANTA WILD	11.3	2	1	FANA WILD	6.05	1
2	Toon Max Media	1.3	33	2	LE(Tianjin)	5.22	2
3	Alpha Group	1.3	8	3	WUZHOU FILM	1.71	7
4	GDC	1.0	10	4	Alpha Group	1.26	3
5	TaoLee	1.0	4	5	SFC	1.03	1
6	Enlight Pictures	0.9	18	6	MAOYAN	0.88	5
7	M time	0.7	1	7	Horgos Xinyue Entertainment	0.87	5
8	Light Chaser Animation	0.5	4	8	LE VP	0.83	5
9	Yersatile	0.5	2	9	China Film Group Corporation	0.74	66
10	Deer TuTu	0.4	1	10	YINHE WENHUA	0.50	3



○ 사례분석 : 국산만화 IP의 전폭적인 지원으로 《One Hundred Thousand Bad Joke 2》 대성공

**전기: IP 파생 개발, 팬 기반 마련**

- 창작 만화 IP 클릭수 26억 회 돌파, 인기 초절정

**중기: 잠재고객 파악, 인지도 제고**

**후기: 입소문과 로우 프로파일마케팅**

**IP 팬과 영화 팬의 중첩도 높음:** 바이두 데이터에 따르면 창작 만화의 팬 60% 이상이 30~39세의 남성으로 영화 관람객과의 중첩도가 아주 높음

**IP에서 비롯된 극장판 성공**

바이두 지수로 창작 만화에서 비롯된 인기가 극장판에서도 효과를 본 것은 IP가 영화의 인기와 팬들의 인지도 강화에 도움이 된다는 것을 증명함.

**마케팅 성과**

- 개봉 첫 주에 박스오피스 9400만 위안 돌파, 동시간대 박스오피스 점유율 고공행진, 입소문, 티케팅에 지수 모두 안정적.

**박스오피스 1.34억 위안** (국산 성인 애니메이션 TOP1 등극)

**평점 7.3점** (국산 성인 애니메이션 TOP2 등극, 1위는 <DA HU FA>)

\*본 보고서는 중국 리서치 전문 업체 entgroup의 <2018 중국 극장 애니메이션 시장> 연구보고 <2018影视剧市场研究报告>를 참고하여 작성하였습니다.

● 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

○ 사례분석 : 《The Wind Guardians》 구사일생, 고품 국산 애니메이션 TOP 3 등극

**시장환경**

- 여름 방학 시즌 전 개봉한 《Dying to survive》 《Hello Mr. Billionaire》 외 후의 《Hidden Man》 《스카이스크레이머》 등 블록버스터와 경쟁하는 구도;
- 여름 방학 시즌 블록버스터들이 대거 개봉하는 가운데 애니메이션 개봉은 불리

**마케팅 전략: "국산만화IP, 중국풍에 집중"**

**팬덤 활용 극대화**

- 《The Wind Guardians》 후속작이 제작한 '화강호' 시리즈의 극장판으로 화강호 시리즈는 TV 애니메이션과 웹드라마로 제작, The Wind Guardians는 시리즈 중 '일풍'을 극장판으로 제작한 것

**시장 성적: 바이얼 효과로 박스오피스 1억 위안 돌파**

- The Wind Guardians의 타오바오와 켄트아이 평점은 각각 9.3/9.4로 바이얼 효과와 고정 팬들의 호감도가 반영된 것, 개봉일 박스오피스는 2000만 위안으로 당시 개봉작 중 박스오피스 1위에 등극

**바이얼효과로 박스오피스 달성**

- The Wind Guardians는 영화 Hello Mr. Billionaire가 개봉한 후 상영4일 만에 박스오피스가 대폭 하락하여 14일 만에 중영, 1억 위안에 턱걸이

**박스오피스 1.13억 위안** (고전 국산 극장 애니메이션 TOP3 등극)

**평점 7.0점**

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