

중국(심천) 콘텐츠 산업동향

(중국인의 생활 속에 파고든 버추얼 휴먼)

2024년 14호

중국(심천) 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA

2024년 14호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	중국인의 생활 속에 파고든 버추얼 휴먼 I. 중국 버추얼 휴먼 산업 발전 현황 II. 버추얼 휴먼의 주요 응용 분야 III. 중국의 인기 버추얼 휴먼 1. 2024년 중국 버추얼 휴먼 TOP20 2. 버추얼 아이돌 3. 버추얼 인플루언서	버추얼 휴먼 디지털 휴먼 가상인간
기업 동향	AI 버추얼 휴먼 투자&개발 기업 텐위 디지털 테크놀로지(天娛数科)	텐위 TIMEVERSE
인기 차트	중국 숏폼 플랫폼 주간 인기차트 (더우인 차트) - 드라마, 예능, 웹영화, 게임	인기순위
센터안내	한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개	맞춤형 현지종합서비스 /정보

작성 | 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터

배포 | 2024.11.25



중국인의 생활 속에 파고든 버추얼 휴먼

순서

요약

- I. 중국 버추얼 휴먼 산업 발전 현황
- II. 버추얼 휴먼의 주요 응용 분야
- III. 중국의 인기 버추얼 휴먼
 1. 2024년 중국 버추얼 휴먼 TOP20
 2. 버추얼 아이돌
 3. 버추얼 인플루언서

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

요약



- ✔ 2024 년은 버추얼 휴먼이 응용 면에서 혁신적인 성장을 보인 해로, 중국에서 버추얼 휴먼은 이미 영상, 미디어, 라이브 쇼핑, 금융, 여행, 부동산 등 다양한 분야에서 활용되고 있음

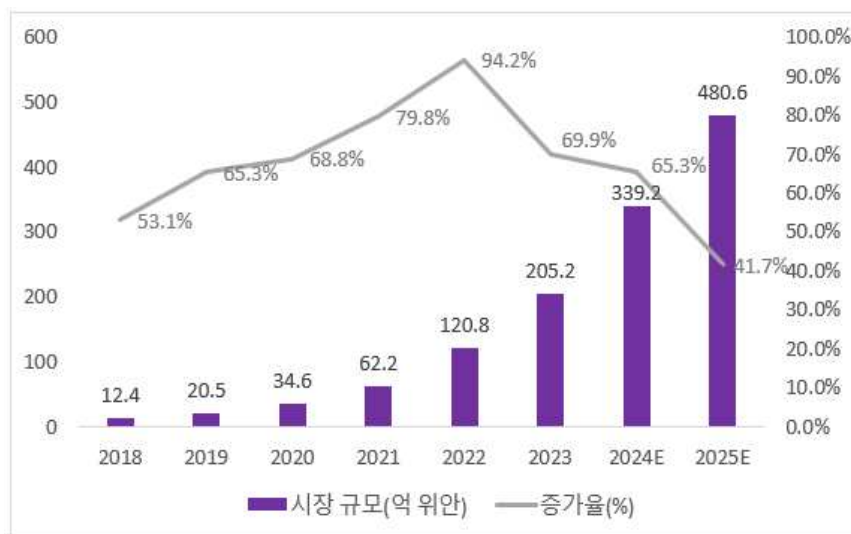
 - 중국의 버추얼 휴먼 산업은 현재 규모화 발전 단계에 진입한 것으로 평가됨. iiMedia Research 에 따르면, 중국 버추얼 휴먼 시장 규모는 2023 년 205.2 억 위안으로 추산되고 2025 년에는 480.6 억 위안으로 향후 가파른 성장세가 전망됨
- ✔ 2021~2022 년 버추얼 휴먼은 주로 디지털 그래픽과 가상현실 기술을 기반으로 제작되었는데, 거대언어모델과 AIGC(인공지능 생성 콘텐츠)가 발전하면서 2022 년 이후로 AI 기술을 입힌 버추얼 휴먼이 나타나기 시작함

 - 화둥, 화남지역의 중소형 기업과 전자상거래 업계에서 라이브 커머스를 위한 AI 버추얼 스트리머에 대한 수요가 큰 것으로 나타남
- ✔ 중국의 인기 버추얼 휴먼 상위권은 대부분 버추얼 아이돌과 인플루언서가 차지했고, 대부분이 중국의 전통 문화를 기반으로 한 ‘국풍(国风)’ 버추얼 휴먼으로 제작됨

 - 대표적인 중국 버추얼 휴먼은 립텐이(洛天依), 류예시(柳夜熙), 텐위(天妤), A-SOUL, 이스치(伊拾七) 등이 있음
- ✔ 버추얼 아이돌의 인기가 상승하면서 다른 업종 간의 브랜드 콜라베레이션도 빈번히 진행되며, 버추얼 인플루언서는 중국의 문화를 세계적으로 알리는 데 앞장서고 있음

I 중국 버추얼 휴먼 산업 발전 현황

- ❑ 버추얼 휴먼(Virtual Human)은 실존 인물이 아닌 소프트웨어로 만든 가상의 인간으로 가상인간(虚拟人), 디지털 휴먼(数字人), 메타 휴먼(虚拟数字人)으로 일컫기도 하며, 본 보고서에서는 모두 '버추얼 휴먼'으로 통일함
- ❑ 중국인터넷협회(中国互联网协会)는 <중국 버추얼 휴먼 발전보고(中国数字人发展报告(2024))>에서 2024년을 디지털 휴먼의 응용 혁신 시기라고 평가함¹⁾
 - iiMedia Research(艾媒咨询)에 따르면, 버추얼 휴먼 시장 규모는 2023년 205.2억 위안에서 2025년 480.6억 위안으로 성장할 것으로 전망됨. 2023년 버추얼 휴먼 기술은 3,334.7억 위안의 경제적 파급 효과가 있는 것으로 집계되는데, 2025년에는 6,402.7억 위안에 이를 것으로 전망²⁾



[그림 1] 중국 버추얼 휴먼 시장 규모 및 전망
(출처: iiMedia Research, 2024.4)

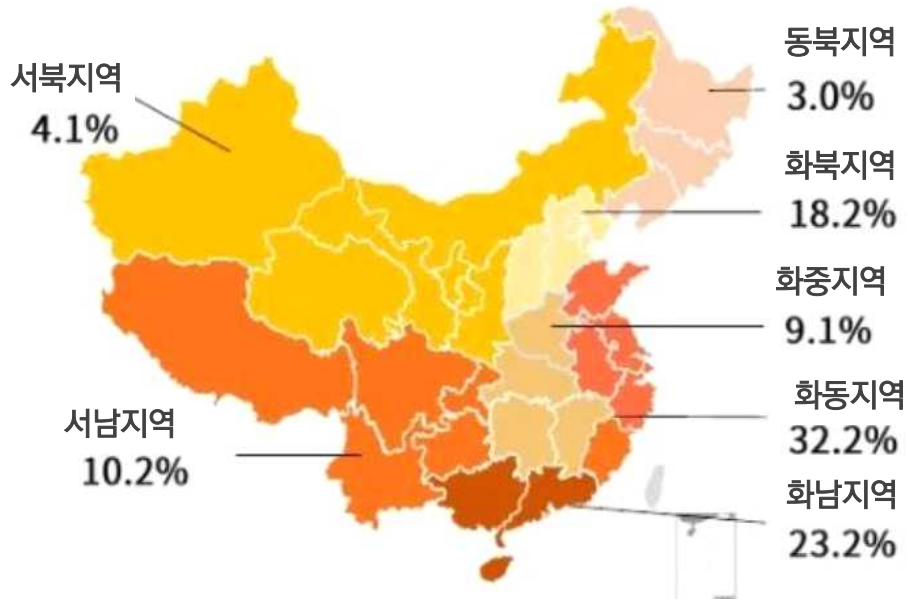
- ❑ 2024년 10월 기준, 중국 내 버추얼 휴먼 관련 기업 수는 114.4만 개에 이르며, 2023년 연간 41.7만 개가 증가, 2024년 1~5월 17.4만 개가 새로 생겨나 최근 업계 내 버추얼 휴먼에 대한 관심이 매우 높다는 것을 알 수 있음
 - 창립 1년~2년 이내인 기업이 거의 절반에 달하며, 지역별로는 광둥(广东), 저장(浙江), 산둥(山东), 장쑤(江苏), 푸젠(福建)에 분포함³⁾
 - 2021~2022년 버추얼 휴먼 관련 투자와 인수합병이 급증한 이후, 2023년부터 투융자 규모는 감소세로 돌아섰고 대부분 창업단계의 초기투자(种子轮)와 엔젤투자인 것으로 나타남

1) 中国数字人发展报告：2024年是数字人全面应用突破之年，每日经济新闻，2024.09

2) 2024年中国虚拟数字人产业发展白皮书，艾媒咨询，2024.4

3) 2024年度《中国虚拟数字人影响力指数报告》发布，光明网，2024.3

- 그중 AI 버추얼 휴먼 서비스기업은 약 538 개로 집계되며(2023년 9월 기준), 화동지역 32.2%, 화남지역 23.2%로 중국 AI 버추얼 휴먼 서비스기업의 절반 이상이 이 지역에 집중되어 있음⁴⁾



[그림 2] 중국 AI버추얼 휴먼 서비스기업의 지역별 분포 현황(2023년)
(출처: iiMedia Research, 2024.2)

- ❖ 버추얼 휴먼에 대한 투자 건수가 가장 높은 지역은 베이징과 상하이임.⁵⁾ 베이징은 2022년 중국에서 처음으로 버추얼 휴먼 산업 육성 정책을 시행해 2025년까지 버추얼 휴먼 산업 규모 500억 위안을 실현하고, 매출 10억 위안 이상의 기업 10곳을 양성할 것이라고 밝힘⁶⁾

 - 베이징시는 차오양구(朝阳区)에 중국 최초 버추얼 휴먼 산업기지(数字人基地)를 마련해 현재 49개의 버추얼 휴먼 기업이 입주했고, 기업 간 22건의 협력이 체결됨⁷⁾
 - 상하이는 2023년 메타버스 핵심 기술 발전 지원정책⁸⁾에 이어 2024년 5월 발표한 산업 분야의 혁신 제품 확대 응용에 대한 정책⁹⁾에서 메타버스 응용과 관련해 인공지능 거대 모형과 버추얼 휴먼 분야 혁신 제품의 연구개발 응용을 장려한다고 명시함
- ❖ 버추얼 휴먼을 개발 중인 대표적인 기업은 화웨이클라우드(华为云), 바이두(百度), 텐센트(腾讯), 차이나모바일(中国移动), 공상은행(工商银行), 아이플라이텍(科大讯飞) 등 대기업 외, 버추얼 휴먼 전문 기업 TIMEVERSE(天娱数科), 4UTECH(世优科技), MetaMaker(黑镜科技) 등이 있음

4) 2023年中国AI数字人产业研究报告, 艾媒咨询, 2024.2

5) 「市场前景」2023年中国虚拟人行业企业投资情况及企业竞争力分析, 前瞻产业研究院, 2024.1.3

6) 北京市经济和信息化局, 北京市促进数字人产业创新发展行动计划(2022—2025年), 2022

7) 北京数字人产业加速发展, 劳动午报, 2024.11.18

8) 上海市科学技术委员会《上海市“元宇宙”关键技术攻关行动方案(2023—2025年)》, 2023.6

9) 上海市经济和信息化委员会等七部门印发《上海市推动工业领域大规模设备更新和创新产品扩大应用的专项行动》, 2024.5

- 중국 기업이 버추얼 휴먼 관련해 신청한 특허 출원건수는 2023년 544건에 달했고, 그중 발명특허가 517건으로 95%를 차지, 실용신안은 6건, 디자인은 21건임
- 최근 화웨이클라우드는 ‘버추얼 휴먼 멀티미디어 자원의 생성 방법, 장치, 설비 및 저장 매체’와 ‘버추얼 휴먼 동영상 생성방법, 장치, 설비 및 저장 매체’에 관한 특허를 공개하였는데, 이는 사용자의 체험감을 높여 줄 뿐만 아니라 버추얼 휴먼 조작 비용을 낮춰줄 것으로 기대됨¹⁰⁾
- ✔ CCID 인공지능&빅데이터산업연구센터(赛迪顾问人工智能与大数据产业研究中心)의 바이룬쎈(白润轩) 애널리스트는 버추얼 휴먼 산업이 규모화의 발전 단계에 진입했다고 분석하며, AIGC가 버추얼 휴먼의 핵심 혁신 역량이 되면서 이전의 버추얼 휴먼 생성·운영 방식이 완전히 바뀔 것이며, 버추얼 휴먼 산업은 전례없는 발전 기회를 맞이할 것이라고 전망함¹¹⁾

II 버추얼 휴먼의 주요 응용 분야

- ✔ AI 기술 발전과 함께 버추얼 휴먼의 응용 분야는 갈수록 확대되고 있음. 중국 버추얼 휴먼의 응용분야는 미디어, 서비스, 산업 분야로 나눌 수 있으며, 분야별로 미디어 50%, 서비스 30%, 산업 20%를 차지함¹²⁾
 - 미디어용 버추얼 휴먼은 소비자가 가장 많이 접하는 분야로 게임 NPC(Non Player Character), 버추얼 아이돌, 버추얼 스트리머, 버추얼 인플루언서, 영화 캐릭터 등이 있음
 - 서비스용 버추얼 휴먼은 정부서비스, 전자상거래, 금융 서비스 분야에서 주로 활용되며, 산업용은 의료, 교육, 기업 관리 분야에서 활용됨
 - 세부 업종별로는 문화·관광, 엔터테인먼트, 정보통신, 소프트웨어와 정보기술서비스업이 버추얼 휴먼 응용시장의 60%를 차지함
- ✔ 기업들의 버추얼 휴먼 수요가 증가하는 추세임. iiMedia Research가 B2B 버추얼 휴먼 시장을 조사한 바에 따르면, 조사 대상 기업의 거의 절반이 버추얼 휴먼 기술을 사용해 보았다고 응답했고, 향후 사용할 계획이라고 밝힌 기업이 30% 이상을 차지함¹³⁾
 - 이들 기업은 버추얼 휴먼 기술의 도입에 있어 가장 큰 난관은 비용 통제라고 응답했고, 기술 문제는 두번째로 나타남. 즉, 현재 기업에서의 버추얼 휴먼 도입을 확대하기 위해서는 기술보다 적정선의 비용 인하가 중요한 요인이 됨
 - 기업에서 버추얼 휴먼의 주요 활용 분야는 문화·관광, 미디어, 교육, 영상, 금융, 자동차, 부동산 등으로 버추얼 가이드, 버추얼 강사, 가상 비서, 가상 고객센터 응대 등으로 나타남

10) 华为云公布两项数字人相关专利 华为云数字人专利可降低操作成本提升用户体验, 金融界, 2024.10.29

11) 虚拟“数字人”风口来了! 概念板块起舞, 数字金融新场景加速落地, 华夏时报, 2024.11.13

12) 《中国数字人发展报告(2024)》发布 数字人产业生态日益丰富, 人民邮电报, 2024.10.15

13) iiMedia Research가 1628개 기업 관계자를 대상으로 조사(2024.3월) 출처: 艾媒网, 2024年中国虚拟数字人行业分析, 2024.11

- ✔ **버추얼 휴먼의 상업화 방식은 굿즈 판매, 마케팅 홍보대사, 후원(별풍선과 같은 인터넷 방송의 도네이션 시스템), 라이브 제품 판매 등으로 나타나며, 기업들은 수요에 따라 버추얼 휴먼을 맞춤형으로 제작함**

 - 중국에서 버추얼 휴먼을 마케팅 홍보대사로 내세우기 시작한 시기는 2019년부터로 watsons, KFC 가 처음 버추얼 휴먼을 도입한 성공사례로 꼽히며, 2021년 화장품 브랜드 로레알, Florasis(花西子) 등도 잇따라 버추얼 모델을 선보임
 - watsons(屈臣氏)는 AI 브랜드 홍보대사 취천시(屈晨曦)를 통해 고객과 소통함. 이러한 버추얼 아이돌을 통한 브랜드 마케팅은 서브컬처 문화 소비에 열광하는 중국 Z세대 소비층의 소비 심리를 자극함
 - 중국 화장품 브랜드 Florasis(花西子)는 홍보대사로 버추얼 모델을 맞춤 제작해 광고에 활용함. 이는 자사 제품의 이미지에 가장 부합하는 모델의 형상을 통해 제품을 더 정확하게 홍보할 수 있고, 홍보 원가를 절감할 수 있다는 장점이 있음



|그림 3| 화장품 브랜드 Florasis의 버추얼 홍보대사
(출처: Morketing, 2021.06)



|그림 4| watsons(屈臣氏) 브랜드 버추얼 홍보대사 Wilson
(출처: 北京商报, 2019.7)

- ✔ **2021~2022년 버추얼 휴먼은 주로 디지털 그래픽과 가상현실 기술을 기반으로 제작되었는데, 거대언어모델과 AIGC가 발전하면서 2022년 이후로 AI 기술을 입힌 버추얼 휴먼이 나타나기 시작함¹⁴⁾**

 - AI 버추얼 휴먼은 주로 전자상거래와 사회복지, 교육, 금융업계에서 사용되고, 화동지역, 화남지역의 중소형 기업에서 수요가 가장 큰 것으로 나타남
 - 특히 전자상거래 업계에서 라이브 커머스를 위한 AI 버추얼 스트리머에 대한 수요가 큰 것으로 나타났는데, 비용을 절감하고 효율성이 높다는 것이 장점으로 작용함
- ✔ **실제로 올해 4월 징둥(京东)은 징둥 CEO 류창둥(刘强东)의 형상을 한 AI 버추얼 휴먼 ‘차이샤오둥거(采销东哥)’를 통해 라이브 커머스에 도전했는데, 방송 30분 만에 시청자 수가 천 만 명을 돌파했고, 40분 만에 1,300만 명을 초과함**

14) 艾媒咨询：2023年中国AI数字人产业研究报告，2024.2

- 해당 라이브 방송은 1 시간 동안 약 2,000 만 명 넘게 시청한 것으로 나타났고, 40 분 내 주문량은 10 만 건을 초과하며 업계의 주목을 받음¹⁵⁾
- 징둥에 따르면, 버추얼 휴먼 라이브 커머스는 징둥이 자체 개발한 옌시(言犀) AI 기술을 활용한 것임. 자체 AI 기술을 기반으로 류창둥 버추얼 휴먼의 라이브 커머스는 큰 주목을 받았지만, 다른 버추얼 휴먼의 라이브 커머스는 낮은 인지도와 기술적 문제가 존재해 효과가 뚜렷하지 않은 것으로 나타남

III 중국의 인기 버추얼 휴먼

1 2024년 중국 버추얼 휴먼 TOP20

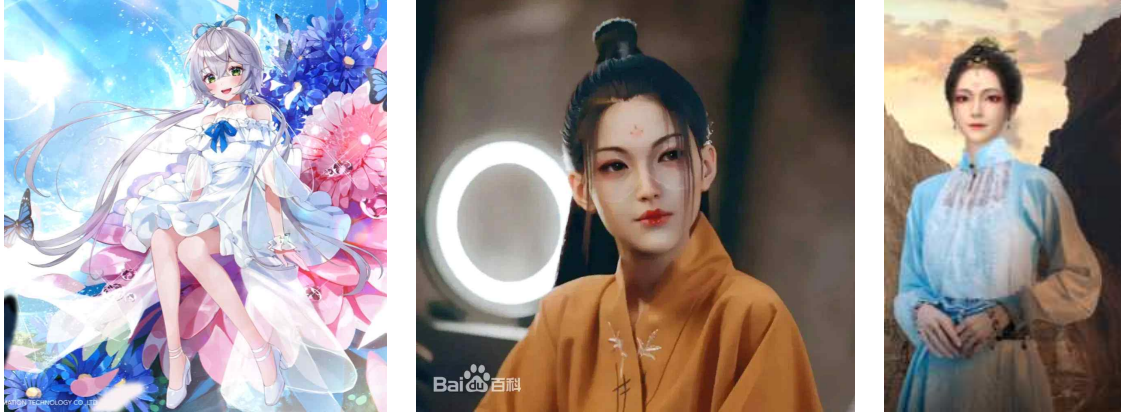


- ✓ iiMedia Research 가 발표한 <2024년 중국 버추얼 휴먼 IP 100 강(2024年中国虚拟人IP百强榜)>에 오른 버추얼 휴먼 TOP5는 립텐이(洛天依), 류예시(柳夜熙), 텐위(天妤), A-SOUL, 이스치(伊拾七)이며, 그중 3 인이 버추얼 아이돌, 2 인이 인플루언서로 나타남. 인플루언서는 모두 중국 문화요소를 특징으로 하는 국풍(国风) 캐릭터임¹⁶⁾
 - 1 위에 오른 립텐이는 상하이허넨(上海禾念)이 일본 야마하가 개발한 보컬로이드 엔진에 기반해 만든 버추얼 가수로 2012년 정식 출시되었으나 본격적으로 알려진 것은 2016년 후난위성 TV에 출연한 이후임. 2022년~2024년 버추얼 휴먼 순위 1위를 차지했고, 2024년 가장 영향력 있는 버추얼 휴먼으로 꼽힘¹⁷⁾
 - 2위 류예시는 실제 인간과 큰 차이가 없는 사실적인 이미지로 2021년 더우인(抖音)에서 화장을 하는 숏폼 동영상이 큰 인기를 끌며 단숨에 유명세를 얻음. 2023년 바이자하오(百家号)와 협력해 미니드라마를 제작함
 - 3위 텐위는 중국 문화를 세계에 알리기 위해 제작된 버추얼 휴먼으로, 중국 공공기관이나 박물관과 협업하여 중국의 문화유산을 홍보하는 역할을 함. 2023년 11월 게임 <전기세계(传奇世界)>의 첫 버추얼 홍보대사로 임명됨
- ✓ TOP20 순위에 든 버추얼 휴먼을 응용분야 별로 살펴 보면, 버추얼 아이돌과 인플루언서(버추얼 업로더 포함), 브랜드 홍보대사로 나눌 수 있음
 - 그중 A-SOUL, AYAYI, 립텐이, 류예시, 텐위, 싱통은 위안스메타버스연구원(元时元宇宙研究院)이 선정한 '2023년 가장 상업가치가 높은 10대 버추얼 휴먼'에 속함
 - TOP20에 오른 버추얼 휴먼 중 남성 캐릭터는 친유즈와 엔즈추 뿐이며, 그외 나머지는 모두 여성임

15) 刘强东带火的数字人直播：能省钱，难赚钱，观察者网，2024.04.18

16) iiMedia Research (艾媒咨询) 最新发布《2024年中国虚拟人IP百强榜》，2024.8

17) 중국인터넷시청대회(中国网络视听大会)에서 발표한 <중국 버추얼 휴먼 영향력 지수보고(中国虚拟数字人影响力指数报告)>에서 1위를 차지함. 출처: 2024年度《中国虚拟数字人影响力指数报告》发布，光明网，2024.3



[그림 5] 중국의 인기 버추얼 휴먼 TOP3: 왼쪽부터 뤼텐이, 류예시, 텐위
(출처: 바이두백과, 웨이보)

	버추얼 휴먼	개발사	응용분야
1	뤼텐이(洛天依)	상하이허넨(上海禾念)	버추얼 아이돌
2	류예시(柳夜熙)	창이테크(创壹科技)	배우&화장 인플루언서
3	텐위(天妤)	웬웬테크(元圆科技) *天娱数科 자회사	국풍(国风) 인플루언서
4	A-SOUL	더우인(抖音), 위예화엔터(乐华娱乐)	버추얼 아이돌(그룹)
5	이스치(伊拾七)	이지문화(一几文化)	버추얼 아이돌
6	친유즈(秦佑之)	푸싱영상문화(复星影视文化集团)	국풍(国风) 인플루언서
7	뒤뒤 poi(多多 poi)	빌리빌리(哔哩哔哩)	버추얼 업로더 (VUP) *VUP는 V Tuber 와 유사
8	두샤오샤오(度晓晓)	바이두(百度)	바이두 AI 비서
9	수샤오메이(苏小妹)	BlueFocus(蓝色光标)	홍보대사
10	엔즈추(颜之初)	TIMEVERSE(天娱数科)	버추얼 아이돌
11	시자자(希加加)	바이두(百度)	버추얼 아이돌
12	싱퉁(星瞳)	텐센트후위(腾讯互娱)	패션 인플루언서&가수
13	Reddi(芮蒂)	StarHeir(世悦星承)	버추얼 아이돌
14	AYAYI	란마이테크(燃麦科技)	버추얼 아이돌
15	빙탕 IO(冰糖 IO)	빌리빌리(哔哩哔哩)	버추얼 업로더 (VUP)
16	지웬장(集原美)	모타스쿱(摩塔时空)	버추얼 아이돌
17	팡샤오궈(方小锅)	뒤더우러만위(多豆乐漫娱)	버추얼 업로더 (VUP)
18	MOMO 장(默默酱)	광허자오미(光合造米)	버추얼 아이돌&업로더
19	ALiCE	GLA Art Group(格兰莫颐)	버추얼 아이돌
20	WAKE(李未可)	리웨이커테크(李未可科技)	AI+AR 홍보대사

[그림 6] 2024년 중국 버추얼 휴먼 IP TOP20
(출처: iiMedia Research, 2024.8)

2 버추얼 아이돌



- ❖ A-SOUL(灵境少女)은 위예화엔터테인먼트(乐华娱乐) 소속 버추얼 아이돌 여자그룹으로 2020년 11월 정식 데뷔함. 12월 <Quiet> 앨범을 내놓으며 온라인으로 활동을 하다가 2022년 PICO와 제휴하여 VR 콘서트를 개최하고 점차 오프라인으로 확대함

 - 버추얼 아이돌 그룹 A-SOUL은 2023년 12월, 2024년 1월, 2월, 6월 광저우(广州), 상하이(上海), 항저우(杭州), 충칭(重庆)에서 잇달아 오프라인 콘서트를 개최함



[그림 7] 버추얼 아이돌 그룹 A-SOUL의 오프라인 콘서트 현장(좌)과 1st 앨범 <Quiet> (우)
(출처: 바이두백과)

- ❖ 버추얼 아이돌의 인기가 상승하면서 다른 업종 간의 브랜드 콜라보레이션도 빈번히 진행됨

 - A-Soul은 KFC, 샤오룽강(小龙坎), Seesaw Coffee, Keep, Asus(华硕电脑) 등 중국에서 인지도가 높은 브랜드와의 콜라보레이션을 진행해 가시적인 홍보 효과를 가져온 바 있음
 - 버추얼 가수 AYAYI는 올해 9월 Tmall(天猫)과 협력해 블록체인 기술로 만든 'NFT 디지털 월병(月饼)'을 출시함. 그밖에 AYAYI는 중국 대표 우유기업 이리(伊利)의 안무시(安慕希), 루이비통 등 브랜드와 협력한 바 있으며, 게임 <아너 오브 킹즈(王者荣耀)>와도 콜라보를 진행함
- ❖ 2020~2021년 중국 인터넷을 뜨겁게 달구었던 1세대 버추얼 아이돌과 달리 2022년부터는 AI 기술과 접목한 AI 버추얼 휴먼이 이슈가 되기 시작함

 - 아이플라이텍의 자회사 iFLYTEK MUSIC(讯飞音乐)은 2022년 AI 버추얼 가수 Luya를 선보인 후 숏폼 동영상 플랫폼에서 화제가 됨. 유쿠비디오(优酷视频)와 협력해 애니메이션 삽입곡 <소년백마취춘풍(沈园外·少年白马醉春风)>을 불렀고, 안후이위성 TV(安徽卫视)와 광시위성 TV(广西卫视)의 춘절 특집 프로그램에 출연함
 - Luya는 iFLYTEK MUSIC의 X-Vocal 기술 기반의 독특한 음색과 AI 생성 콘텐츠를 활용한 32편의 오리지널 창작곡을 가지고 있음. 위안스메타버스연구원이 선정한 '2023년 중국 버추얼 휴먼 TOP100'에서 17위를 차지¹⁸⁾

3 버추얼 인플루언서



- 중국의 대표적인 버추얼 인플루언서는 류예시와 텐위, 친유즈로, 모두 국풍 이미지를 특징으로 함.** 위에서 설명한 류예시와 텐위 외, 친유즈는 최초의 중국 남성 버추얼 휴먼임
 - 중국 버추얼 휴먼이 대부분 여성의 형상을 하고 있는 가운데, 국풍의 남성 버추얼 휴먼 친유즈가 2022년 나타나자 웨이보에서 크게 화제가 되면서 인기도가 급상승함
 - 친유즈는 SNS와 숏폼 플랫폼에서 만두를 빚거나 탕후루(糖葫芦: 중국 전통 간식)를 먹고 도자기 공예를 하는 등 중국 문화를 알리는 인플루언서로 자리매김함
 - 2022년 베이징에서 버추얼 휴먼 최초로 중국 국내 패션위크 행사에 홍보대사로 임명되었고, 2024년 1월 상하이 예원(豫园) 등회(灯会) 전통 문화 행사 알리기에 나섬



그림 8 | 중국 문화 홍보 인플루언서 친유즈의 숏클립 영상(좌)과 상하이 예원 등회 홍보 이미지(우)
(출처: Metaverse元宇宙 위챗공중계정)

- 그외 중국에서 높은 인지도를 가진 버추얼 인플루언서로는 EASSY와 싱통이 있으며, 이 둘은 모두 위안스메타버스 연구원(元时元宇宙研究院)의 '2023년 10대 버추얼 휴먼'에 선정됨**
 - 네티즈미디어(网易传媒)는 현대 남성 이미지의 버추얼 휴먼 인플루언서 EASSY를 선보였는데, AI 기술에 기반한 초사실적인 이미지가 특징임. 과학에 관심이 많은 지식인을 컨셉으로 웨이보 계정에 각종 과학 정보를 업로드함. 네티즈패션(网易时尚)은 2024년 글로벌 4대 패션위크에서 EASSY와 함께 초현실 패션 홍보영상을 제작했고, 가상 공간에서 EASSY와 디자이너 간의 대화를 진행하기도 함
 - 싱통은 텐센트에서 개발한 버추얼 패션 인플루언서로, 텐센트의 댄스 게임 <QQ 셴우(QQ 炫舞)> 홍보대사이자 버추얼 가수로도 활동함. 대표곡은 <Yo!>이며, <QQ 셴우>의 주제곡 제작에도 참여함. 2024년 11월 광저우 내 영화관에서 오프라인 팬 미팅을 개최함

18) AI时代, 科大讯飞AI文娱论坛引领文娱新潮流, 中国财富网, 2024.10.25



|그림 9| 중국 버추얼 인플루언서 EASSY (좌)와 싱통 (우)
(출처: EASSY 웨이보 공식계정, 바이두백과)



기업 동향

AI 버추얼 휴먼 투자&개발 기업 텐위 디지털 테크놀로지(天娱数科)



- ✓ 텐위 디지털 테크놀로지(天娱数科, TIMEVERSE)는 2010년에 설립된 중국 AI 응용 시장 개척자로, 디지털 경제 발전 속에서 블루오션으로 떠오르는 새로운 시장 기회를 분석하고 관련 기술을 개발, 서비스 및 투자하는 기업임**
 - 자체 개발한 기업용 거대 AI 와 서비스형 플랫폼(PaaS), 서비스형 소프트웨어(SaaS), 서비스형 모빌리티(MaaS)을 기반으로 디지털 커뮤니티, 디지털 마케팅, 라이브 커머스, AI 버추얼 휴먼 관련 사업을 추진하며, 관련 기업을 인수·투자해 자체 산업 생태계 ‘TIMEVERSE’ 브랜드를 구축함
- ✓ TIMEVERSE 산하의 AI 버추얼 휴먼 관련 회사는 META-ZEN(智境云创科技, 구 元境科技)과 국풍 버추얼 인플루언서 ‘텐위’를 운영하는 원원테크(元圆科技)가 있음**
 - META-ZEN 이 보유한 MetaSurfing 위안상(元享) 기술은 AIGC, NLP(자연어 처리), 훈련 모델, 버추얼 휴먼 생성, 구동 및 응용이 통합된 3D 버추얼 휴먼 엔터테인먼트 응용 플랫폼이고, MetaJoy 는 버추얼 휴먼 콘텐츠 창작 도구로, AI 라이브 방송 도구를 내재화한 경우, 버추얼 휴먼의 24 시간 라이브 방송이 가능함



[그림 10] TIMEVERSE의 버추얼 휴먼 산업 생태계 구조
(출처: 회사 홈페이지 및 바이두백과를 바탕으로 정리)

- ✓ TIMEVERSE 가 개발 운영하고 있는 버추얼 휴먼은 텐위(天妤), 엔즈추(颜之初)와 AI 버추얼 휴먼 안스허(安思鹤)가 있음**
 - 안스허는 AIGC 기술을 적용한 버추얼 휴먼으로, AI 거대언어모델과 연계해 공상과학 단편 소설 <시간소녀일지(时间少女日志)>와 AI 오리지널 연재 만화 <시간소녀 안스허(时间少女 安思鹤)>를 집필하고, AI 단편극 <천선신녀증요시 AI 아(天选神女怎么是 AI 啊)>를 쓴 버추얼 작가임



인기차트

설명

중국 숏폼 동영상 플랫폼 더우인(Douyin) APP 'DOU차트'에서 제공하는 드라마, 예능, 웹영화, 게임의 주간 인기순위 제공
(기간: 2024년 11월 11일~11월 17일)

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 드라마 순위 (2024.11.11~11.17)

드라마	작품명	장르	드라마	작품명	장르
1	영아성하 永夜星河	사극 로맨스	6	호단원 好团圆	가족 멜로
2	소항인가 小巷人家	가족 로맨스	7	숙적 宿敌	범죄 미스터리
3	대몽귀리 大梦归离	사극 판타지	8	심잠 深潜	스파이
4	주렴옥막 珠帘玉幕	사극 로맨스	9	서북세월 西北岁月	항일 전쟁
5	실소 失笑	멜로 코미디	10	상감령 上甘岭	역사 전쟁










(자료: Douyin APP DOU차트)

2 예능프로그램 순위 (2024.11.11~11.17)

예능프로그램	작품명	장르	예능프로그램	작품명	장르
1	 See You Again 4 再见爱人 第四季	리얼리티 연애	6	 현재취출발 시즌 2 现在就出发 第二季	리얼리티 여행
2	 Hi 6 2024 你好星期六 2024	리얼리티 코미디	7	 전지전봉 시즌 3 战至巅峰 第三季	리얼리티 게임
3	 Divas Hit the Road 6 花儿与少儿 第六季	리얼리티 여행	8	 Tmall 11.11 风光好戏 天猫双十一 疯狂好六夜	나이트쇼 (晚会)
4	 유가 2024 有歌 2024	리얼리티 음악	9	 The King of Stand-up Comedy 喜剧之王:单口季	코미디
5	 심동적신호 시즌 7 心动的信号 第七季	리얼리티 연애	10	 양태서계지 阳台栖溪地 第二季	리얼리티 인테리어

(자료: Douyin APP DOU차트)

3 웹영화 순위 (2024.11.11~11.17)

웹영화	작품명	장르	웹영화	작품명	장르
1	 Bath Heaven 洗浴天堂	코미디	6	 저개대협유점종 这个大侠有点怂	무협 코미디
2	 STRIKING RESCUE 惊天大营救	액션 범죄	7	 Three Idiots 三个蠢贼	코미디
3	 장해화지암소흥용 藏海花之暗巢汹涌	액션 어드벤처	8	 Poison Hunting Operation : 최후 의 대결 猎毒行动：终极 对决	액션 멜로
4	 적인걸지탈명요승 狄仁杰之夺命妖僧	액션 미스터리	9	 촉저반탄 触底反弹	범죄 미스터리
5	 파독 破毒	추리 미스터리	10	 흑백유계 黑白有界	범죄 멜로

(자료: Douyin APP DOU차트)

4 게임 순위 (2024.11.10~11.16)

	게임	유형	발행사		게임	유형	발행사
1	화평정영 和平精英	슈팅	텐센트	6	World of Warcraft 魔兽世界	전략 시뮬레이션 MMORPG	网之易 (넷이즈-블리 자드 합자회사)
2	발로란트 无畏契约	전술 슈팅	텐센트	7	Fantasy Westward Journey 梦幻西游手游	턴제 RPG 모바일	넷이즈
3	포켓몬 유나이티드	팀 전략 배틀	포켓몬 컴퍼니	8	원신 原神	액션 RPG	HoYoverse
4	JJ 두지주 JJ斗地主	바둑/마작	JJworld 竞技世界	9	제 5 인격 第五人格	MOBA	넷이즈
5	나라카: 블레이드포인트 永劫无间	배틀로얄	넷이즈	10	Lost Light 萤火突击	슈팅	넷이즈

(자료: Douyin APP DOU차트)



센터안내

한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 소개

✔ 운영 목적

- 한국 콘텐츠기업과 중국 남서부 지역(홍콩 및 대만 포함)의 콘텐츠 기업간 비즈니스 교류 및 현지 시장정보 제공, 통·번역 지원, 스마트 오피스 등 맞춤형 현지 종합서비스 제공

✔ 센터 위치

- 심천시 남산구 영봉중심 2318 호 (深圳市南山区粤海街道滨海大道 3378 号盈峰中心 2318 室)
- 스마트 오피스, 비즈니스 회의실(화상회의 가능) 등 이용 가능

✔ 지원 대상

- 중국 남서부(홍콩 및 대만 포함) 지역에서 콘텐츠 관련 비즈니스를 희망하는 모든 한국 콘텐츠 기업

✔ 통역 지원 : 중국 비즈니스에 필요한 통역(광둥어, 보통어) 지원

- 지원횟수 : 기업당 연 2 회, 회차당 3 일 이내 무료 지원, 추가 지원 요청 시 소요비용 기업 부담
- 지원지역 : 광둥성 지역에 한함, 온라인일 경우 장소 제한 없음
- 지원사항 : 대면 비즈니스 미팅 또는 행사 참여 시 통역 인력 지원
- 신청방법 : 심천비즈니스센터 메일(shenzhen@kocca.kr)로 문의 및 신청 - 지원 가능 여부 판단 - 통역 인력 확정 - 신청 기업과 통역원 매칭 - 통역 지원
※ 원활한 지원을 위하여 통역 지원 희망일 3일 전까지 신청 가능

✔ 번역 지원 : 중국 비즈니스에 필요한 번역(광둥어, 보통어) 지원

- 지원횟수 : 기업당 연 2 회, 회차당 200,000 원(A4 기준 10 매 이내) 무료 지원, 추가 지원 요청 시 소요비용 기업 부담
- 지원대상 : 중국 비즈니스를 희망하는 한국 콘텐츠 기업의 회사 및 작품 소개 자료
- 신청방법 : 심천비즈니스센터 메일(shenzhen@kocca.kr)로 문의 및 신청 - 지원 가능 여부 판단 - 번역 인력 확정 - 번역 지원
※ 원활한 지원을 위하여 번역 지원 희망일 7일 전까지 신청 가능

✔ 기업정보조사 : 중국 현지기업 등록정보 제공

- 조사대상 : 중국 현지법인
- 조사내용 : 법인설립일, 등록자본, 법인대표, 직원수, 납세정보, 현지 비즈니스 실적 등

- 신청방법 : 심천비즈니스센터 메일(shenzhen@kocca.kr)로 문의 및 신청
 ※ 원활한 지원을 위하여 조사 결과 통보 희망일 7일 전까지 신청 가능
- ✔ **전문가 상담** : 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터 현지자문단
 - 지원횟수 : 제한 없음(상담 비용 무료)
 - 지원대상 : 중국 비즈니스 관련 자문을 희망하는 한국 콘텐츠 기업
 - 상담분야 : 중국 현지의 법률/세무/마케팅 등
 - 상담인력 : 변호사, 회계사, 기업 대표 등 현지 전문가
 - 상담방법 : 온라인상담, 이메일상담, 심천비즈니스센터 내 대면 상담
 - 신청방법 : welcon.kocca.kr 회원 가입 - 전문가 상담 신청서 작성 - 자문 진행
- ✔ **WECHAT 공식계정 홍보** : 심천센터 WECHAT 공식계정을 통해 기업/콘텐츠 홍보 지원
 - 지원횟수 : 기업당 연 4 회 무료 지원
 - 지원대상 : 중국 비즈니스를 희망하는 한국 콘텐츠 기업의 회사 및 작품 소개 자료
 - 수신대상 : 심천센터 WECHAT 공식계정 팔로워 및 중국 바이어 기업 관계자
 - 신청방법 : 심천비즈니스센터 메일(shenzhen@kocca.kr)로 문의 및 신청 - 지원 가능 여부 판단 - 홍보일자 확정 - WECHAT 공식계정 등록
 ※ 원활한 지원을 위하여 홍보 등록 희망일 2주 전까지 신청 가능
- ✔ **문의 사항** (※ 세부 문의사항은 언제든지 연락주시기 바랍니다)
 - 심계진 센터장 (전화 : +86-755-2692-7797, 이메일: sophia@kocca.kr)
 - 양예지 대리 (전화 : +86-755-8653-6744, 이메일: yangyejee@kocca.kr)
 - 루용홍 주임 (전화 : +86-755-2692-0717, 이메일: rainbowlu@kocca.kr)
 - 초슬기 주임 (전화: +86-755-8657-3317, 이메일: xiaosiqi0330@kocca.kr)

중국 심천비즈니스센터 담당자 연락처

심계진 센터장	+86-755-2692-7797	sophia@kocca.kr
양예지 대리	+86-755-8653-6744	yangyejee@kocca.kr
루용홍 주임	+86-755-2692-0717	rainbowlu@kocca.kr
초슬기 주임	+86-755-8657-3317	xiaosiqi0330@kocca.kr

중국(심천) 산업동향

2024년 14호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 심계진 (심천비즈니스센터장) 루용홍 (심천비즈니스센터 주임)

집필자 김유미 (나초(북경)컨설팅유한공사 사장)
김은아 (나초(북경)컨설팅유한공사 과장)

발행인 유현석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)

발행일 2024년 11월 25일

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”