Create

NeWave

Kocca!

대한민국
영토,
콘텐츠로
넓힌다!

Create NeWave Kocca

Content Industry Trend of CHINA

중국 콘텐츠 산업동향

2017. 20호

Kocca
한국콘텐츠진흥원

중국 콘텐츠산업동향
CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

2017년 20호

구 분	제 목
주간 심층이슈	▶ 중국 모바일 e스포츠 현황 1. 중국 모바일 e스포츠 시장현황 2. 중국 모바일 e스포츠 벨류체인 별 현황 3. 중국 모바일 e스포츠 주요 대회
각 장르별 차트	▶ 드라마 시청률 TOP10 ▶ 예능 시청률 TOP10 ▶ 박스오피스 TOP10 ▶ 온라인・모바일 게임 TOP10 ▶ 음원 1 TOP10 ▶ 음원 2 TOP10
안내	▶ 한국콘텐츠 북경 비즈니스센터
	▶ 2016 중국 문화산업 비즈니스 가이드
	▶ 재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원가입 안내
	▶ 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단 운영안내
	▶ 한국콘텐츠진흥원 위챗공식계정 Korea Content
	▶ 2015 중국 콘텐츠기업 디렉토리북

2017. 10. 27.
한국콘텐츠진흥원
북경 비즈니스센터

중국 모바일 e스포츠 현황

1. 중국 모바일 e스포츠 시장현황

- 2013년 e스포츠 대회에 모바일 게임 도입을 시작으로 2015년 슈팅 게임 <전민창전(全民枪战)> 오프라인 대회를 개최함과 동시에 모바일 게임을 콘텐츠로 한 1인이 많이 나옴. 2016년 <왕자영요(王者荣耀)>를 활성화해 KPL(King Pro League; 왕자영요 프로 대회)를 개최하였으며 모바일 게임 시장 규모는 PC게임 시장 규모를 넘어섰음. 또한, 기존에 e스포츠를 즐기지 않던 사람들이 모바일 e스포츠의 쉬운 조작과 간편한 플레이로 흥미를 느끼기 쉽고, 이를 통해 e스포츠의 대중화가 더욱 빠르게 이뤄질 것으로 예상됨

[그림1] 중국 모바일 e스포츠 발전

출처:iResearch

- 2016년 중국 모바일 e스포츠 시장 규모는 130억 위안(약 2조 1천억 원)을 기록하였으며, 2017년에는 256% 증가한 462억 위안(약 7조 5천억 원)으로 성장할 것으로 예측됨. 시장을 이끄는 인기 게임이 2017년 중국 내 모바일 e스포츠 게임을 성장시켜 시장 규모가 비약적으로 성장하였고, 이러한 추세에 따라 모바일 e스포츠 시장은 PC게임의 e스포츠 시장 규모를 넘어섬. 또한 모바일 게임의 간편한 플레이와 쉬운 접근성은 새로운 이용자들을 끌어들이는 데에 큰 역할을 기여하고 있으며, 새로운 이용자들의 유입은 모바일 e스포츠 시장 발전의 중요한 동력으로 작용함

[그림2] 2015~2019년 중국 모바일 e스포츠 시장 규모

출처:iResearch

[그림3] 2015~2017년 중국 e스포츠 시장 비교

출처:iResearch

- 중국의 모바일 e스포츠는 점차 체계적인 시스템을 갖추면서 안정적인 벨류체인을 형성하고 있음. 콘텐츠 라이센스와 제작, 유통뿐만 아니라 행사 관리, 대회 진행 등이 나뉘어서 운영되고 있음. 콘텐츠 부문에서는 라이센스, 제작, 방송 등에 텐센트와 알리바바 등 중국 대표 기업과 플랫폼들이 플레이어로 참여하면서 시장의 규모를 더욱 확대하는데 기여하고 있음

[그림4] 2017년 중국 모바일 e스포츠 밸류체인1

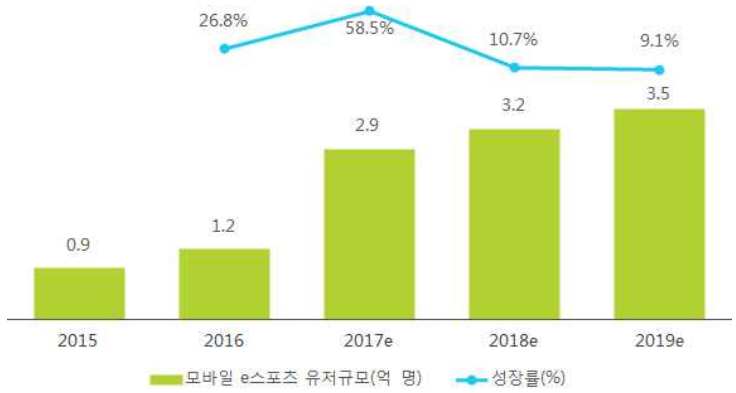
출처:iResearch

[그림5] 2017년 중국 모바일 e스포츠 밸류체인2

출처:iResearch

- 모바일 e스포츠 사용자 규모는 계속해서 성장 추세를 보이고 있음. 2016년 1.2억 명에서 2017년에는 2.9억 명으로 58.5% 성장할 것으로 예측되고 있으며, 향후 소폭이지만 계속되는 성장 추세를 이어나갈 것으로 예측됨. 이용자들의 증가는 e스포츠 파생상품 시장에도 영향을 미칠 것으로 기대하고 있음

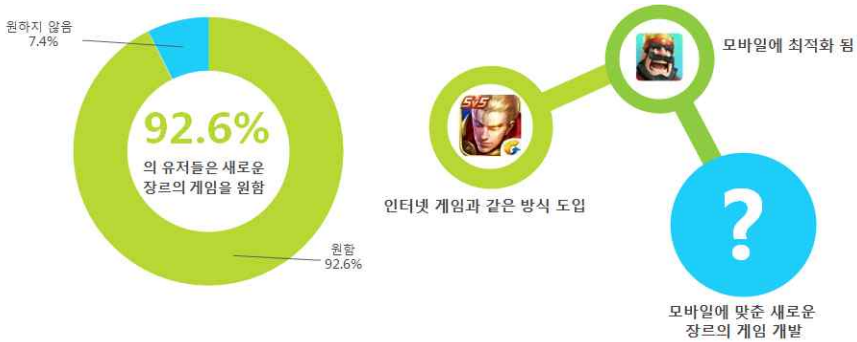
[그림6] 2015~2019년 중국 e스포츠 사용자 규모



출처:iResearch

- 현재 가장 많은 인기를 보이는 모바일 e스포츠 장르는 MOBA와 FPS로 나타났으며, 90% 이상의 이용자들이 새로운 장르를 시도해보고 싶다는 의견을 보임. 때문에 게임 개발사들은 PC게임의 모바일 버전 제작 및 다양한 장르 제작을 시도하고 있음

[그림7] 2017년 중국 모바일 게임 유저들의 새로운 장르 희망



출처:iResearch

2. 중국 모바일 e스포츠 벨류체인 현황

- 중국 모바일 e스포츠 시장의 발전은 5가지 요인으로 구성되며 게임·이용자·e스포츠 대회·게임 제작업체·인터넷 방송 플랫폼이 이에 포함됨. 게임 상품 중 대표적으로 왕자영요가 전체 e스포츠 시장이 성공하는 것에 크게 기여했으며, 대표 게임 제작업체인 텐센트·영웅엔터는 자체개발 상품 위주로 성장하였음. 특히 텐센트는 독립적인 e스포츠 대회 개최 및 관련 부문을 새로 설립하였음

[그림8] 2017년 중국 모바일 e스포츠 시장 발전추세

○ 게임 업체

- 모바일 e스포츠의 거대한 시장은 더 많은 제조업체의 투자를 끌어 모았으며(텐센트 게임의 독립적인 게임대회 등), PC게임과 달리 모바일 게임은 중국 국내 게임 제조업체가 제작한 상품 위주로 이뤄짐. 특히 영웅엔터(英雄互娱)의 "자동차, 슈팅, 스포츠" 장르의 게임은 해외로 수출되기도 함. 앞으로 더욱 많은 중국 국내 게임 제조업체의 게임이 시장에 유입되며 해외로 진출 및 국제적인 대회들도 많이 개최될 전망임

[그림9] 2017년 중국 모바일 게임 대형 개발업체와 게임 운영상황

- 2017년 모바일 게임 운영업체 종합순위는 텐센트 4.6점으로 1위를 차지했으며 기타 운영업체보다 이용자수는 물론 대회 수도 제일 높이 평가되었음. 반면 대회 상금은 영웅엔터가 1위를 차지함

[그림10] 2017년 중국 모바일 게임 종합 운영업체 종합순위

출처:iResearch

- PC게임을 발판으로 모바일 게임 콘텐츠 제공업체는 빠르게 발전함. 많은 콘텐츠 제공업체는 다년간의 PC게임 운영과 제작 경험으로 모바일 게임이라는 하드웨어 변화의 문제를 극복하여 PC게임의 e스포츠 경기에 못지않은 모바일 e스포츠 경기를 진행함

[그림11] 2017년 중국 모바일 게임 콘텐츠 제공업체 발전추세

게임

- 2016년 중국 모바일 e스포츠 시장의 주요 성장요인은 <왕자영요>이며, 2017년 수입 총액은 300억 위안(약 4조 9천억 원)을 돌파할 것으로 예측됨. 게임 자체의 우수함과 운영자인 텐센트의 운영능력으로 짧은 시간 내에 중국 내 모바일 e스포츠 시장의 주요 추진력이 되었음

- 인터넷 게임과 비교했을 때 모바일 게임은 실시간 통신 기기와 결합해 소셜 네트워크 서비스를 활용하는 경향이 강함. 가입자를 늘리는 동시에 가입자의 접근성을 높여 조작이 더욱 쉬우며 오락성이 강함

▶ 왕자영요

[그림12] <왕자영요> 플레이 화면

- <왕자영요>는 텐센트게임텐메이스튜디오(腾讯游戏天美工作室)가 개발하여 텐센트가 운영하는 MOBA류 게임으로, 2015년 11월 26일 안드로이드, IOS 플랫폼에 정식 업로드 되었으며, 2018년 닌텐도 Switch에서도 공식 업로드 할 예정임. <왕자영요>는 사용자 간의 1V1, 3V3, 5V5 등 PVP로 게임이 진행되며 게임 내에 스토리를 진행하는 PVE 방식도 가지고 있음. 또한, 꾸준한 업데이트를 통해 새로운 캐릭터가 나오고 있으며 이는 사용자들에게 더욱 인기가 많은 이유임

▶ 전민창전

[그림13] <전민창전> 플레이 화면

- <전민창전>은 2014년에 처음 서비스를 시작하여 현재까지 영웅엔터(英雄互娱)에 대표게임으로 자리 잡고 있는 모바일 일인칭 슈팅 게임으로, 3년 동안 누적 2억 8천만 명이 다운로드를 기록하였음. 2016년 7월 국내에서 포터슈팅이라는 이름으로 정식 오픈하였지만, 중국만큼에 인기를 얻지 못해 효과가 미비함. 하지만 중국에서는 게임대회가 개최될 만큼 현재까지도 사람들에게 인기 있는 모바일 슈팅 게임임

▶ 구구대작전

[그림14] <구구대작전> 플레이 화면

- <구구대작전>은 대중화된 캐쥬얼 한 모바일 퍼즐 게임으로 1인 또는 팀 단위의 게임 플레이 요소를 추가해 e스포츠 대회에 적합함. 2017년 2월 기준 누적 2억 5천만 다운로드를 기록하였으며, 2,500만 명의 액티브 사용자를 보유함. 2017년 4월 국내에서 <배틀 오브 볼스>라는 이름으로 정식 오픈했으며 국내 인기 애니메이션 '라바'와 콜라보 하는 등 적극적인 활동을 보이고 있음

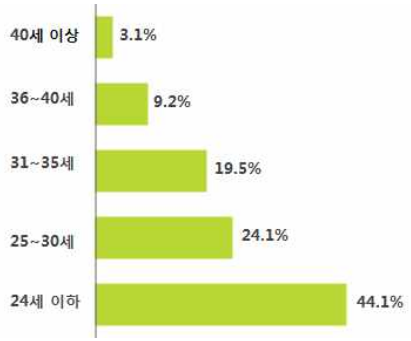
○ 이용자 분석

▶ 성별 및 연령

- 모바일 e스포츠 이용자의 성별을 분석해본 결과, 남성이 56.9%, 여성은 43.1%로 게임 시장 특성상 남성 이용자가 많은 것으로 조사되었고, 연령별로 보면 24세 이하의 이용자가 약 44% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타남

[그림15] 중국 모바일 e스포츠 이용자 성별 비율

[그림16] 중국 모바일 e스포츠 이용자의 연령별 비율

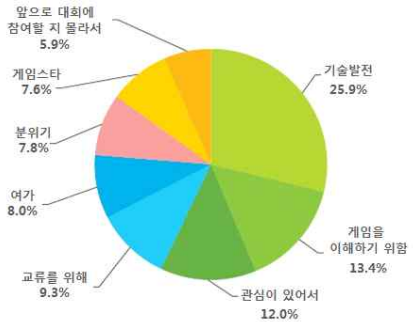


출처:iResearch

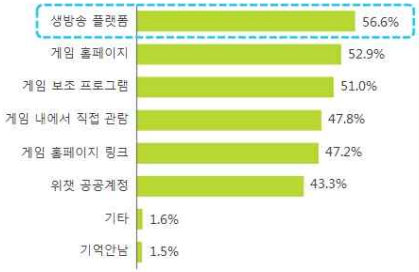
▶ 플랫폼별 이용자 특징

- 모바일 게임 유저들은 e스포츠 대회와 플래이에 대해 아직 생소한 부분이 있지만, 일부 유저들은 대회 관람을 취미로 가지고 있어 관련 1인방송 및 생방송 시장이 큰 성장을 보이고 있음. 이러한 관람을 통해 모바일 e스포츠에 대한 관심이 높아지고 RPDLA 플래이까지 이어지는 효과를 보임

[그림17] 2017년 중국 모바일 게임 유저들의 대회 관람 이유



[그림18] 2017년 중국 모바일 게임 유저들의 대회관람 경로



출처:iResearch

○ 인터넷 방송 플랫폼

- 게임 생방송 플랫폼은 모바일 게임대회에 주요 유통경로이며 현재 모바일 게임 중계 플랫폼과 종합 게임 중계 플랫폼으로 나뉨. 2016년 모바일 게임 중계를 핵심 콘텐츠로 생방송 플랫폼이 시장에 진출하였으며, 종합 게임 중계 플랫폼도 모바일 게임 생중계로 전환하기 시작함

[표1] 종합 게임 생방송과 모바일 게임 생방송의 차이

종합 게임 위주의 모바일 게임 콘텐츠			모바일 게임 콘텐츠 위주
주로 청장년 사용자를 대상으로 함			주로 청소년 사용자를 대상으로 함
웹 게임과 모바일 게임 모두 중시	종합 게임 생방송	모바일 게임 생방송	모바일 단말기에 최적화

▶ 추쇼우생방송(触手直播,https://chushou.tv/)

- 2015년 7월 추쇼우의 온라인 생방송은 중국 최초로 모바일 게임을 전문으로 한 플랫폼 구축을 진행하고 있음. 주요 이용자들은 청소년층으로, 이용자들의 체험을 향상시킬 뿐만 아니라 해설을 중심으로 하던 BJ들이 직접 사용자와 게임 플래이를 함께 진행하면서, 이용자와 BJ간의 친근감을 높이고 팬덤경제로까지 이어질 수 있도록 하고 있음

[그림19] 추쇼우 생방송 공식 홈페이지

3. 중국 모바일 e스포츠 주요 대회

○ KPL(왕자영요 프로리그)

- 텐센트 게임은 2016년 3월 정식적으로 모바일 e스포츠 대회를 발표했으며, 또한 KPL은 텐센트와 VSPN이 주최하는 상업적으로 운영되는 공식적으로 최고 규모의 모바일 게임대회임. 현재 왕자영요의 사용자는 2억이 넘었으며 일일 액티브 유저는 5,000만 명이 넘어섰음. 이런 방대한 사용자 기반으로 KPL이 자연스럽게 사람들에게 관심을 받게 되었음

[그림20] 2017년 KPL 대회 현장 사진

- KPL은 모바일 게임 분야에서 최초로 전통적인 프로 스포츠 대회와 어깨를 나란히 할 정도의 규모이며 2017년 봄 리그에서 경기 관람 뷰어, 최고 관람객, 결승전 현장 관람 인원 모두 2016년 가을 리그보다 3배에서 13배까지 성장했음

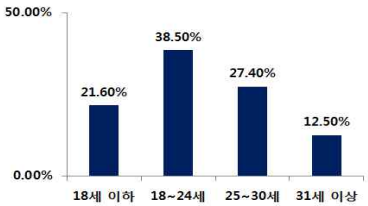
[표2] 2016년과 2017년 KPL 현황

2016년 가을 리그		2017년 봄 리그
5.6억 뷰어	4배 경기 콘텐츠 관람 뷰어수	26.8억 뷰어
1,300만 명	3배 하루 최고 관람객	3,800만 명
1,000명	13배 결승전 현장 관람 인원	13,000명

출처:Analysys

[그림21] KPL 대회 관람자 소비 능력

[그림22] KPL 대회 관람자 연령분포

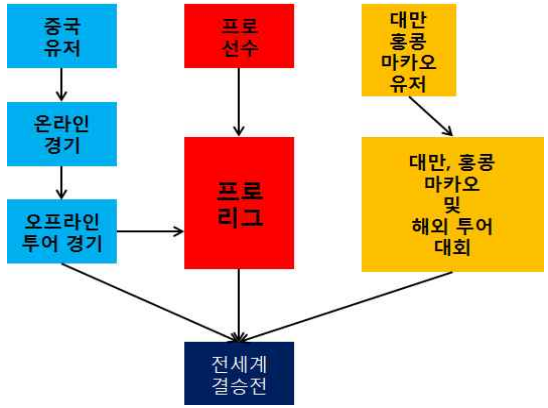


출처:Analysys

○ HPL(Hero Pro League; 영웅엔터리그)

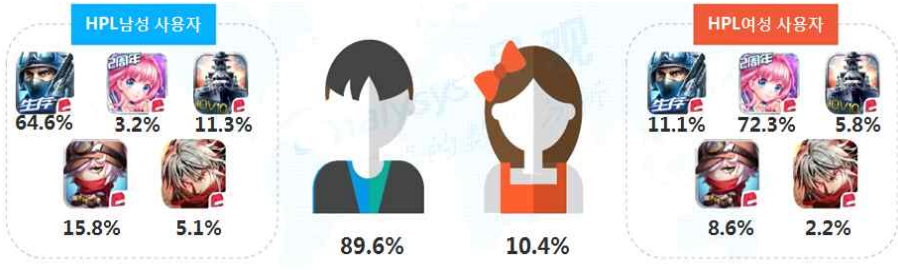
- HPL은 영웅엔터에서 주최하는 게임대회이며 <전민창전>, <전봉전함(巅峰战舰)>의 FPS, RTS, 캐주얼게임 등의 대회를 진행함, 또한 HPL영웅 리그는 중국리그, 대만리그, 한국리그 등 여러 나라에서 동시에 진행되며 이는 스폰서들에게 전 세계에 자신의 회사를 알릴 기회가 되기도 함.

[그림23] HPL경기 과정



- HPL영웅리그 관람자는 남성이 차지하는 비중이 89.6%로 압도적으로 차지하고 있으며 이는 HPL영웅리그에서 남성에 편향된 게임 상품이 많다는 것을 알 수 있음, 남성 중 64.6%의 사용자는 주로 <전민창전> 게임을 하며 여성 중 72.3%의 사용자는 <천천현무(天天炫舞)>인 캐주얼 게임에 편향 되어 있음

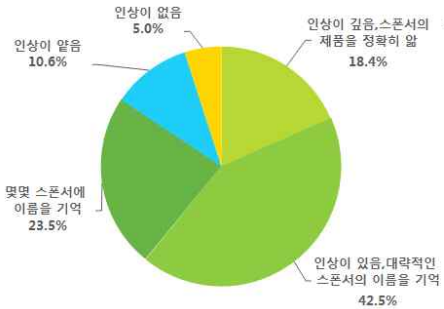
[그림24] HPL관람자 남녀 구성 비율



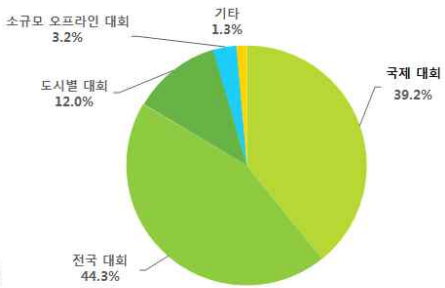
○ 게임대회 스폰서

- 현재 모바일 e스포츠 대회는 대회 상금에 스폰서 명칭을 이용하여 스폰서의 이름이 사람들에게 더욱 많이 기억되는 효과를 가져 왔으며 응답자의 60% 가까운 이용자가 스폰서의 이름을 기억하고 있고, 그중 20% 가까이가 정확한 스폰서와 제품을 기억하고 있어 효과가 좋음, 또한 이용자들은 더욱 큰 대회, 특히 국제대회를 기대하고 있음

[그림25] 2017년 중국 모바일 e스포츠 사용자에 스폰서에 대한 인상



[그림26] 2017년 중국 모바일 e스포츠 대회 규모 전망



출처:iResearch

*본 보고서는 중국 리서치 전문 업체 아이리서치의 <중국 e스포츠 생태연구보고(中国电竞生态研究报告)>를 참고하여 작성하였습니다.

북경비즈니스센터 담당자 연락처

김기헌 센터장(총괄) : +86-10-6501-9971 / gihun@kocca.kr
이향옥 과 장(공연・패션) : +86-10-6585-9361 / hiangok@kocca.kr
이단단 주 임(게임・스토리) : +86-10-6501-9951 / lidandan@kocca.kr
정효정 주 임(방송・뉴미디어) : +86-10-6501-9355 / hyojung@kocca.kr
김영빈 주 임(음악・CT・애니메이션・캐릭터) : +86-10-6501-9787 / ybkim@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.

각 장르별 차트

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

10월 넷째 주 드라마 시청률 TOP10

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	정만사합원(情满四合院)	베이징위성	1.079
2	국민대생활(国民大生活)	동방위성	1.030
3	국민대생활(国民大生活)	저장위성	1.014
4	유화보병영(维和步兵营)	장수위성	0.940
5	벽해웅심(碧海雄心)	산동위성	0.664
6	범인의 품격(凡人的品格)	장수위성	0.652
7	특근정영(特勤精英)	후난위성	0.625
8	화아여원방(花儿与远方)	안휘위성	0.572
9	그 하늘, 그 바다2 (那片星空那片海第二季)	후난위성	0.530
10	일수도화개(一树桃花开)	톈진위성	0.523

자료출처: CSM35

10월 넷째 주 예능 시청률 TOP10

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	쾌락대본영(快乐大本营)	후난위성	1.287
2	몽면창장채채채(蒙面唱将猜猜猜)	장수위성	1.276
3	꿈의 목소리2(梦想的声音)	저장위성	1.128
4	희극총동원(喜剧总动员)	저장위성	1.127
5	비성물요(非诚勿扰)	장수위성	0.928
6	친애적객잔(亲爱的客栈)	후난위성	0.918
7	배우의 탄생(演员的诞生)	저장위성	0.748
8	<정만사합원> 특별방송 (大戏看北京情满四合院剧宣特别节目)	베이징위성	0.718
9	몽면창장채채채 프리퀄	장수위성	0.700
10	천뇌의 전쟁(天籁之战)	동방위성	0.698

자료출처: CSM35

10월 넷째 주 박스오피스 TOP10

순위	영화	상영날짜	누적 티켓수입 (만 위안)
1	네버 세이 다이(羞羞的铁拳)	9월 30일	212,687
2	추용(追龙)	9월 30일	56,882
3	시티 오브 락(缝纫机乐队)	9월 29일	43,855
4	킹스맨2	10월 20일	41,977
5	배드 지니어스	10월 13	25,561
6	전구풍폭(全球风暴)	10월 27일	22,602
7	18동촌(十八洞村)	10월 13일	7,799
8	Blade Runner 2049	10월 27일	5,067
9	빅풋 주니어	10월 14일	4,240
10	시간은 어디로(时间去哪儿了)	10월 27일	2,980

자료출처: 예은미디어

10월 넷째 주 온라인・모바일 게임 TOP10

순위	온라인게임	모바일게임
1	나루토 (火影忍者o1)	텐텐쿠파오(天天酷跑)
2	탄탄당 (弹弹堂)	환러투띠주(欢乐斗地主)
3	공성략지 (攻城掠地)	시공헌터(时空猎人)
4	현무시대 (炫舞时代)	절주대사(节奏大师)
5	신선도 (神仙道)	매일매일 광광(天天爱消除)
6	아케이드 게임 삼국 (街机三国)	워짜오엠티(我叫mt)
7	전기패업 (传奇霸业)	천천비차(天天飞车)
8	대천사의 검 (大天使之剑)	도탑전기(刀塔传奇)
9	신기보배 (神奇宝贝)	조몽서요(造梦西游)
10	열혈해적왕 (热血海贼王)	LOL(撸啊撸)

자료출처:17173

10월 넷째 주 음원(전체) TOP10

순위	곡명	아티스트
1	DESERVE	우이판(吴亦凡)
2	GORGEOUS	테일러 스위프트
3	높이 더 멀리(走远高飞)	찐즐원(金志文)
4	너와 함께 떠나(带你去旅行)	샤오장(校长)
5	행복하길 바래(祝你幸福)	리롱하오(李荣浩)
6	추광자(追光者)	천닝얼(岑宁儿)
7	회적목마의 고단(回转木马的孤单)	치웨이(戚薇)
8	FOREVER	MARTIN GARRIX
9	FADED	Alan Walker
10	고백풍선(告白气球)	주걸륜

자료출처:QQ뮤직(QQ音乐)

10월 넷째 주 음원(한국) TOP10

순위	곡명	아티스트
1	그리워하다	비투비
2	CELEBRATE	하이라이트
3	난 사람이 제일 무서워	에픽하이
4	나에게 넌	다비치
5	연애소설	에픽하이
6	MOON U	갓세븐
7	후회해	박진영/헤이즈
8	베베	현아
9	YOU ARE	갓세븐
10	가을아침	아이유

자료출처: QQ뮤직(QQ音乐)

한국콘텐츠 북경 비즈니스센터 안내

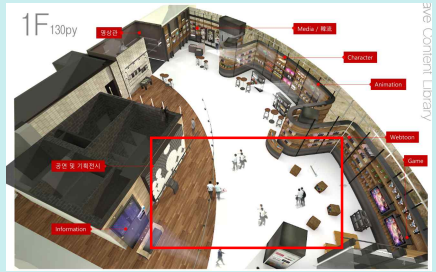
❑ 운영 목적

ㅇ 한국 콘텐츠기업의 중국진출에 필요한 맞춤형 현지종합서비스 제공

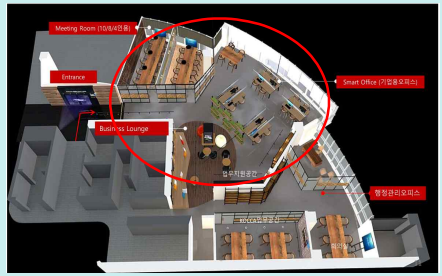
❑ 공간 구성

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

ㅇ **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

ㅇ 대상: 중국 진출을 원하는 모든 한국콘텐츠기업

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

❑ 문의 사항 (※ 세부 문의사항은 언제든지 연락주시기 바랍니다)

ㅇ 이단단 주임 (전화: +86-10-6501-9951, 이메일: lidandan@kocca.kr)

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

2016 중국 문화산업 비즈니스 가이드

□ **목적**

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

□ **주요내용**

ㅇ **제1장 중국 문화산업 비즈니스 준비**
- 단계별 진출방식 : 진출 준비 단계 / 협상 단계 / 현지화 단계
- 진출사례 : 라이센스 계약 사례 / 대표처 설립 사례 / 투자법인 설립 사례
- 각 진출 방법의 장단점 및 유의사항

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 및 사례

ㅇ **제4장 한국콘텐츠진흥원 해외 지원 사업**
- 북경사무소, 한국콘텐츠 비즈니스센터(북경), 정기적인 행사 리스트 소개

□ **한 장으로 쉽게 보기 머리말**

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

※ 문의사항은 한국콘텐츠진흥원 북경사무소 이단단 주임에게 연락주시길 바랍니다. (전화: 86-10-6501-9951, 이메일: lidandan@kocca.kr)

재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원가입 안내

안녕하십니까, 한국콘텐츠진흥원 중국사무소장 김기헌입니다.

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 170명 (2017년 12월 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 운영안내

☐ 자문단 개요

- ㅇ 명칭 : 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단
- ㅇ 임기 : 2017년 6월 ~2018년 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	다음카카오/중국대표	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	冷凇(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

한국콘텐츠진흥원 위챗 공식계정 Korea Content

□ 목적

ㅇ 2014 코리아 콘텐츠 디렉토리북을 활용하여 위챗 KoreaContent 계정의 한국콘텐츠 홍보를 통한 한국콘텐츠기업 중국 시장 진출 마케팅 플랫폼 구축

□ 주요내용

ㅇ **메인 콘텐츠** : 2014 코리아 콘텐츠 디렉토리북 중국어 버전의 음악, 게임, 드라마 세 개 분야 총 80편 작품 및 회사 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

ㅇ **서브 콘텐츠1** : 2014 코리아 콘텐츠 디렉토리북 중국어 버전의 애니메이션메이션 분야 총 50편 작품 및 회사 소개

- <애니메이션메이션> : 작품 소개, 회사 소개, 주요 가수 및 앨범 소개, 연락처 등

ㅇ **서브 콘텐츠2** :

- 재중국 한국 콘텐츠사업자 협의회 회원사 기업소개 및 소식
- 한중 마켓 활동, 공연, 스타 소식 및 팔로우 수 증가에 필요한 이벤트 등

※ 사진 및 로고 사용

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

2015 중국 콘텐츠기업 디렉토리북

□ 목적

ㅇ 한국콘텐츠기업의 실질적 중국 진출을 위한 중국 콘텐츠기업 핵심정보 제공

※ **다운로드**: 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(http://www.kocca.kr)에서 '디렉토리북' 검색

□ 주요내용

ㅇ 게임, 방송, 영화, 애니메이션메이션 네 개 주요 분야 및 최근 가장 큰 이슈로 되고 있는 B.A.T 기업 관련 **중국콘텐츠 주요기업 132개 심층정보 제공**

- **<각 장르별 산업 현황 분석>** : 경쟁 구도 현황, 경쟁 특징 분석, 경쟁 구조, 기업 발전 문제점, 기업 발전 대책, 정책 발전 분석, 업계 관리 체제, 업계 정책 법규, 업계 발전 계획 등
- **<132개 중점기업 경영현황 분석>** : 기본정보, 기업경영현황, 기업경쟁력, 성공사례 분석

※ 부록 **<1,215개 중국 콘텐츠 기업 리스트&기본정보>** : 회사명칭, 연락처, 주소, URL 등

분야	장르별	주요기업
게임(30개)	종합	27개
	온라인배급	3개
방송(28개)	종합	7개
	유통	12개
	드라마 제작 & 배급	6개
	예능 제작 & 배급	3개
애니메이션메이션(41개)	종합	11개
	애니메이션메이션영화 배급	2개
	애니메이션메이션영화 유통	10개
	TV애니메이션메이션 유통	4개
	만화제작	3개
	만화유통	2개
	모바일만화 제작 & 배급	6개
	모바일만화 유통	3개
영화(3개)	제작&배급	10개
	유통	10개
	배급	10개
B.A.T(3개)	텅쉰	1개
	알리바바	1개
	바이두	1개