

중국**2018년 <중국 온라인음악 상용저작권시장 연구보고>가 발표됨**

백지연 (북경대학교 법학 박사 과정)

중국 아이루이 컨설팅에서 <중국 온라인음악 상용저작권시장 연구보고>를 발표함. 보고에 따르면 2018년 온라인 음악 시장규모는 188억 3000만 위안(한화 약 3조 2012억 원)으로 집계됨. 2018년의 성장률은 과거 몇 년간의 성장률보다 높게 나타남. 그러나 온라인 플랫폼의 총 수익액에 비해 관련 상용저작권의 시장규모는 큰 차이가 있음. 이는 온라인 음악에 대한 정부의 관리감독정책이 기업들에게 효율적으로 적용되지 못했기 때문으로 분석됨.

중국 온라인음악 업계의 발전 현황

- 중국 온라인음악 시장의 수입은 중국음악저작권협회, 음반회사, 저작권대리상 등의 주체가 음악 저작권 라이선싱 및 저작권 양도를 통한 수입이 주를 이루고 있음. 중국 내 저작권 운영의 주요 방식으로는 1) 음악 콘텐츠의 온라인 발매, 2) 음악 예능 프로그램 및 공연에 대한 라이선싱, 3) 드라마 및 애니메이션 OST, 4) 콘텐츠 제작에 사용되는 배경음악이 있음. 2018년 중국 음악저작권 시장의 규모는 188억 3000만 위안(한화 약 3조 2012억 원)으로 집계되었음.
- 2018년 중국 내 B to C 온라인음악 플랫폼의 수입 총액은 76억 3000만 위안(한화 약 1조 2971억 원)으로 집계되었으며 이 중 유료 이용자들이 지불한 금액은 45억 2000만 위안(한화 약 7683억 원)으로 총 수입에 60%를 차지함. 중국의 대형 온라인음악 플랫폼인 QQ음악, 왕이윈음악(网易云音乐) 등은 유료 이용자들을 통한 수익을 주 수익원으로 광고 및 라이선싱을 통한 수익을 부 수익원으로 하는 비즈니스 모델을 운영하고 있음.

- 2018년 중국 내 B to B 온라인음악 시장은 아직 초기 성장 단계에 있음. 2018년 전에는 중국 정부의 B to B 온라인음악 시장에 대한 규제가 B to C 온라인음악 시장만큼 강하지 않았음. 또한 플랫폼들의 B to B 온라인음악 시장에 대한 비즈니스 모델 발굴이 적극적이지 않았음.

중국 온라인음악 상용저작권 시장 현황

- 첫째 2018년 온라인 음악 관련 상용저작권^{<1>}의 시장규모는 1억 위안(한화 약 169억 원)으로 전체 시장은 성장 초기 단계임. 온라인음악 전체 시장규모와 큰 차이를 보임. 이는 온라인 음악에 대한 정부의 관리감독 정책이 기업들에게 효율적으로 적용되지 못했기 때문으로 분석됨. 하지만 “클린 인터넷 2018” 사업 이후 쇼트 클립, 애니메이션 등의 영역에서 콘텐츠제작사의 음악 저작권이 정부의 주의를 끌고 있으며 최근 중국 내 법원의 상용저작권 관련 저작권침해사건의 수리량이 많아지고 있음으로 향후 정부가 상용저작권 시장에 적극적으로 개입할 것으로 예측됨.
- 둘째 중국 온라인음악 시장은 저작권의 수량과 가치가 이분화되는 현상을 보이고 있음. 현재 중국 내 50% 이상의 음악 저작권이 3대 음반회사^{<2>} 이외의 독립 음반사, 개인 음반제작실 및 기타 소형 음반사에 있음. 또한 전체 곡 수량 대비 3대 음악플랫폼^{<3>}에서 재생되는 곡은 20%에 불과하며 80% 이상이 롱테일 마켓^{<4>}에 포함되어 있음. 하지만 곡 재생으로 얻는 수입의 60%는 대형 플랫폼에 집중되어 있음.

<1> 중국의 문화산업계에서 쓰이는 용어로 저작권 라이선싱의 거래 대상이 일반 이용자인 B to C 형태가 아닌 소비자가 또 다른 기업인 B to B 형태의 시장에서의 저작권을 의미함.

<2> 워너뮤직, 유니버설뮤직, 소니뮤직.

<3> QQ음악, 쿠고우음악(酷狗音乐), 쿠위음악(酷我音乐), 왕이윈음악(网易云音乐), 샤미음악(虾米音乐).

<4> 다품종 소량 생산된 비주류 상품이 대중적인 주류 상품을 밀어내고 시장점유율을 높여가는 현상 또는 그러한 시장을 말함.

- 셋째 음악 제작사들의 광고수입이 한정되어 있고 광고주를 찾는 것이 어렵다는 점을 해결하기 위해 온라인음악 상용저작권 플랫폼은 음악제작사들과 광고주들을 이어주기 위한 역할을 하고 있음.
 - V.Fine플랫폼의 경우, 전문적인 운영팀이 B to B 상용 음악저작권 판매, 데이터와 시장 분석을 통해 음악인들의 창작 방향을 제시하며 소재를 계속적으로 업데이트 하고 있음. 구체적인 사례로는 2018년 6월 5일에서 7월 15일까지 월드컵 관련 음악은 V.Fine플랫폼의 총 업로드 량의 9%를 차지했으며 총 판매수익은 22%에 달했음.
- 중국 온라인음악 상용저작권 시장의 문제점으로는 넷째, 공개적이고 종합적인 저작권 정보 검색 데이터베이스가 없으며 다섯째, 온라인음악 플랫폼 운영체제 중 음악인들의 저작권에 대한 수입을 관리하는 체제가 없으며 여섯째, 정부 규제적인 측면에서 체계적인 저작권 가격결정 기준이 없음.

중국 온라인음악 상용저작권의 향후 전망

- eMarketer의 데이터에 따르면 2018년 중국의 온라인 광고 예산규모는 654억 2000만 달러이며 2021년에는 1000억 달러를 돌파할 것으로 예상됨. 이러한 막대한 예산 중 평균적으로 0.5%에 해당하는 비용이 광고 내 배경음악의 저작권 비용으로 파악됨. 만약 이러한 성장률을 유지한다면 2023년 광고 영역에서 음악저작권의 수입은 약 45억 위안을 돌파할 것으로 예상됨.
- 해외의 온라인음악 상용저작권 거래 플랫폼의 경우 음악제작자와 기업 모두에게 유료 서비스를 제공하며 특히 음악제작자에게는 무료로 제공되는 기본 서비스와 유료로 제공된 상위 서비스로 구분되어 있음. 하지만 현재 중국에는 상용저작권 거래 플랫폼이 활성화 되어있지 않으므로 일정 기간 동안은 음악제작자에게 기본 서비스뿐만 아니라 상위 서비스까지 무료로 제공해 플랫폼을 활성화 시키는 것에 집중해야 함.
- 정부차원에서는 저작권신탁관리조직(즉 “중국음악저작권협회”)이 플랫폼이 세운 한 곡당 및 앨범당 가격책정 기준을 관리 감독할 필요가 있음. 또한 저

작권신탁관리조직이나 상위 부처에서 음악저작권에 대한 합리적인 가치평가 시스템을 도입해야 함.

- 그 사례로 한국 정부 산하의 한국문화원과 한국음악저작권협회의 경우 전문적인 부서가 음악, 드라마, 소설 등 문화산업 콘텐츠에 대한 일련의 가치평가를 진행하고 있으며 이와 같은 데이터는 은행 또는 금융기관의 콘텐츠 관련 투자의 경우 반영되고 있음.

※ 참고 자료

<http://www.ipr.gov.cn/article/gnxw/bq/201906/1937892.html>

http://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=3384