

## 2. 중국

### 1) 콘텐츠시장 개요

2013년 중국 경제는 글로벌 경제위기에도 불구하고 네트워크 등 기반 산업 발전과 정부의 적극적인 지원 정책으로 2013년 전년대비 14.2% 성장한 1,328억 4,200만 달러를 기록하였다. 향후에도 전 분야에 걸쳐 높은 성장세를 보일 것으로 기대되며 특히 영화 애니메이션, 광고, 캐릭터, 지식정보 등의 분야에서 10% 이상의 높은 성장세가 나타나면서 중국 콘텐츠시장의 고성장을 견인할 것으로 기대된다. 향후 5년간 중국 콘텐츠시장은 연평균 11.0%의 성장률을 기록하여 2018년 2,237억 1,000만 달러까지 시장 규모가 확대될 것으로 전망된다.

[표 3-1] 중국 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR <sup>82)</sup>
출판	26,241	26,061	28,242	29,146	30,753	32,468	34,244	36,097	38,071	40,200	5.5
만화	266	294	351	363	325	342	359	377	395	414	5.0
음악	601	611	637	673	715	766	824	892	974	1,078	8.6
게임	5,317	6,110	7,010	7,929	8,812	9,616	10,288	10,939	11,603	12,334	7.0
영화	1,450	2,108	2,668	3,316	3,809	4,364	5,002	5,737	6,590	7,028	13.0
애니메이션	240	378	380	540	639	748	867	984	1,118	1,203	13.5
방송	11,667	13,378	15,376	17,278	19,721	22,552	25,482	27,422	29,322	31,366	9.7
광고	18,095	22,234	27,844	30,814	35,292	40,280	45,841	51,140	56,366	62,315	12.0
캐릭터	3,120	3,452	4,616	5,036	5,499	6,265	7,123	8,036	9,040	10,158	13.1
지식정보	24,575	30,850	36,019	41,377	48,839	55,599	63,059	71,139	79,576	88,799	12.7
산술합계	91,572	105,476	123,143	136,472	154,404	173,000	193,089	212,763	233,055	254,895	10.5
합계 <sup>83)</sup>	76,584	89,085	103,928	116,322	132,842	149,679	168,008	185,702	204,036	223,710	11.0

출처 : PwC(2014), ICV2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

82) 2013년부터 2018년까지 복합성장률

83) 중복 시장을 제외한 시장 규모임

- 출판의 신문/잡지 광고, 게임의 게임 광고, 영화의 극장광고, 방송의 TV/라디오 광고, 지식정보의 디렉토리 광고는 광고시장에 포함
- 만화, 지식정보의 전문서적/산업잡지는 출판시장에 포함
- 애니메이션은 영화시장에 포함

## 제1절

## 1. 일본

## 2. 중국

## 3. 인도

## 4. 호주

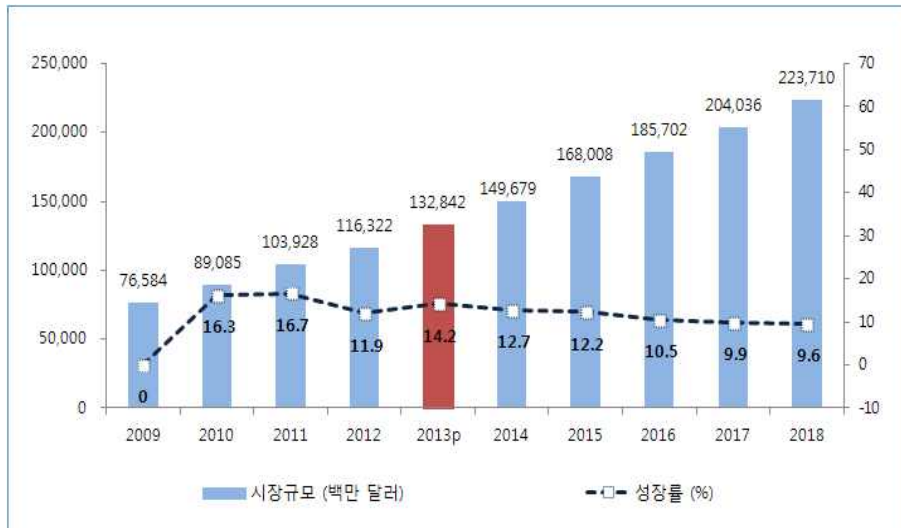
## 5. 대만

## 6. 태국

## 7. 베트남

## 8. 인도네시아

[그림 3-1] 중국 콘텐츠시장 규모 및 전망 추이, 2009-2018

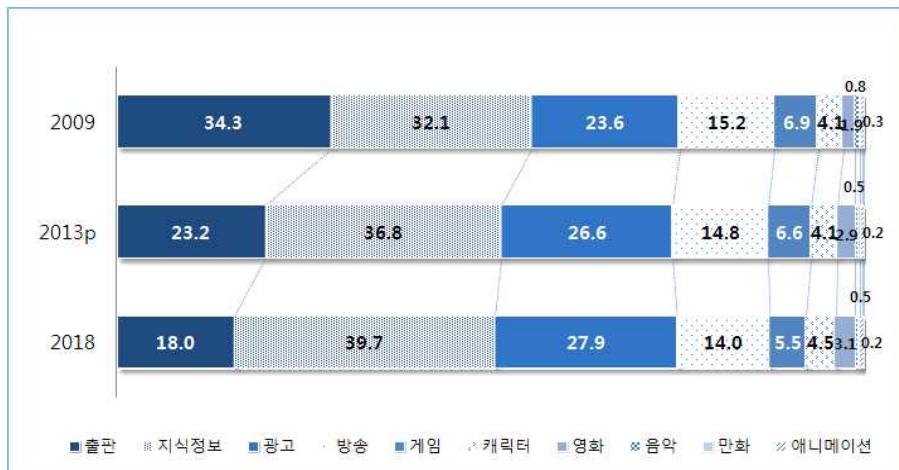


출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

2013년 중국 콘텐츠시장은 지식정보가 36.8%로 가장 높은 점유율을 보이고 있으며 향후 브로드밴드와 모바일 네트워크의 확대와 스마트기기 보급률 증가, 다양한 서비스 출시로 2018년에는 39.7%까지 확대되면서 콘텐츠시장의 성장을 주도할 것으로 전망된다.

반면 2009년 중국 콘텐츠시장에서 34.3%로 가장 높은 점유율을 보였던 출판시장은 인쇄에서 디지털로 빠르게 전환되면서 출판시장이 위축되어 2013년에는 23.2%까지 시장에서의 비중이 낮아졌다. 향후 출판시장은 전체 콘텐츠시장에서 그 비중이 감소하면서 2018년에는 18.0%까지 축소될 것으로 전망된다. 중국 광고시장은 2009년 23.6%의 시장점유율을 보였으나 글로벌 광고기업들이 중국 거대 시장에 관심을 보이면서 2013년 시장점유율이 26.6%까지 확대되었다. 광고시장의 성장성이 무한한 만큼 2018년까지 27.9%의 시장으로 성장할 전망이다.

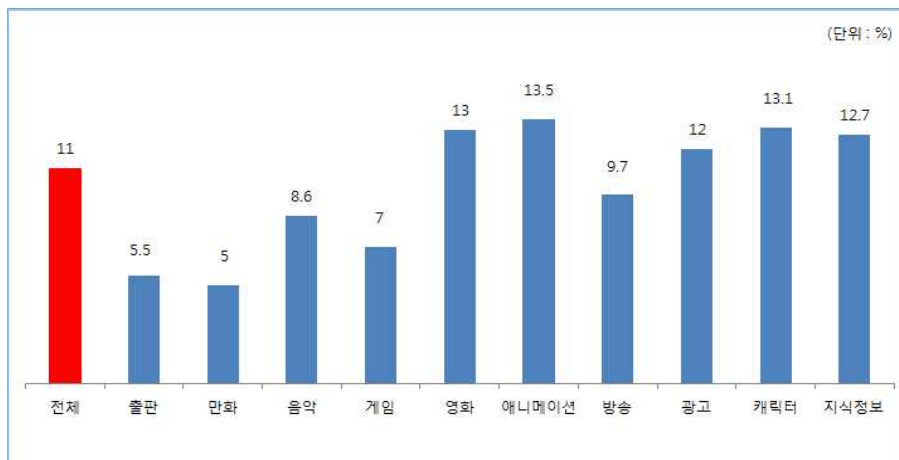
[그림 3-2] 중국 콘텐츠별 시장점유율, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)

2018년까지 향후 5년간 중국의 캐릭터, 영화, 지식정보, 애니메이션, 광고시장은 전체 콘텐츠의 평균 성장률인 11.0%를 넘어 높은 성장세를 보이며 중국 콘텐츠시장의 고성장을 주도할 것으로 전망된다. 이에 반해 출판과 만화시장은 상대적으로 다른 콘텐츠시장에 비하여 낮은 성장률을 보일 것으로 예상되나 다른 국가들에 비해서는 높은 성장률을 기록할 것으로 보인다.

[그림 3-3] 중국 콘텐츠별 연평균성장률 추정 2013-2018



출처 : PwC(2014), ICv2(2013, 2014), Barnes report(2013, 2014), Box Office Mojo(2014), Digital Vector(2013), EPM(2013, 2014)