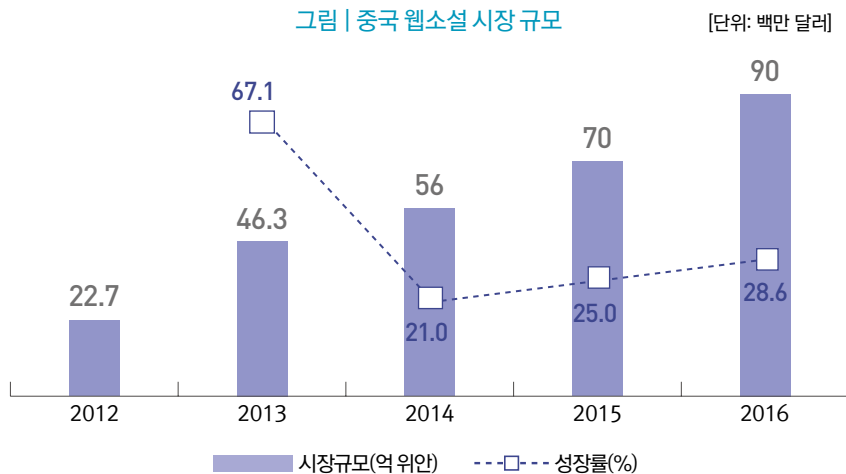


I. 출판

중국 대표 웹소설 기업, 2017년을 기점으로 글로벌 시장 진출 본격화

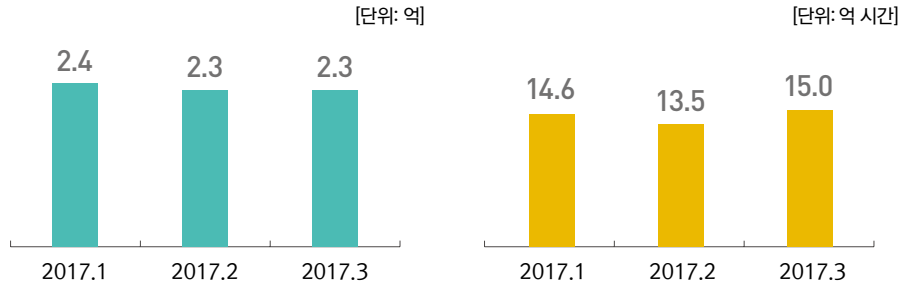
1. 급성장하고 있는 중국 웹소설 시장

- 중국 웹소설은 인터넷 및 스마트폰 보급 확산과 콘텐츠 산업 규모가 커지면서 최근 4년간 연평균 34.3%의 폭발적인 성장률을 기록하며, 중국 대중문화에서 가치와 파급력이 큰 콘텐츠로 급부상함
 - 중국 시장조사기관 아이리서치(iResearch) 자료에 따르면, 중국 웹소설 시장규모는 2016년 약 90억 위안(약 1조 5,000억 원)으로 2012년에 비하여 4배에 달하는 시장이 형성된 것으로 추산되고 있음
- 2011년 웹소설을 원작으로 한 드라마 ‘보보경심(步步惊心)’이 대성공을 거둔 후 웹소설 IP 기반 드라마 제작이 열풍이 불기 시작하면서 독자 수가 크게 증가했으며, 특히 2015년을 기점으로 모바일 웹소설 독자 수가 빠르게 증가함
 - 아이리서치에 따르면, 2016년 중국 웹소설 독자는 3억 명을 넘어섰으며 이 중 2억 1,700만 명은 PC를, 2억 6,500만 명은 모바일 웹소설 플랫폼을 이용한 것으로 나타남



출처: iResearch, 뉴스핀, 3천년 중국문화스마트폰만나 르네상스, '웹소설 열풍', 2016. 8. 10.에서 재인용

그림 | 2017년 1분기 중국 웹소설 플랫폼 접속 모바일 기기 수와 월간 구독 시간



출처: iResearch(2017), 中国数字阅读行业季度报告, 2017Q1

-또한 2017년 1분기에만 평균 2억 3,000만 대의 모바일 기기에서 웹소설 플랫폼에 접속하였으며, 월 이용시간은 3개월 평균 14억 시간이 넘는 것으로 조사됨

2. 중국 웹소설 시장의 성장 배경

- 역사적으로 중국 문화의 중심은 텍스트 문학에 있다고 할 수 있음. 활자와 책에 익숙한 중국인들의 독서습관은 인터넷과 모바일 기기의 확산과 맞물려 웹소설이 성장할 수 있는 근간이 됨. 또한 과거 피쳐폰 시대부터 스마트 시대에 이르기까지 디지털 기기로 독서하는 것을 즐기는 중국인들의 독서 습관은 웹소설이 성공할 수 있는 배경이 됨

-2017년 4월 미국 아마존과 중국 신화넷이 중국 500여개 도시의 1만 4천명을 대상으로 조사하여 공동 발표한 ‘2017 중국전국민책읽기조사보고서’에 따르면, 1년간 10권 이상 책을 읽은 사람이 전년대비 8%p 증가하여 56%에 달하는 것으로 나타남. 이 중 85%가 종이책과 전자책을 병행해서 읽고 있으며 64%의 사람들은 전자책을 읽은 후 독서량이 증가했다고 응답¹

-또한 중국보도출판연구원이 2017년 4월 발표한 ‘제14차 국민독서조사보고서’에 따르면, 2016년 중국 성인 일인당 독서량은 7.86권으로 이 중 절반에 달하는 3.21권이 전자책인 것으로 조사됨²

- 본격적으로 중국 웹소설 시장이 성장하기 시작한 것은 영화, 드라마, 게임 등 중국 콘텐츠 산업 규모가 빠른 속도로 커지면서 콘텐츠 공급이 수요를 따라가지 못하자 원천 IP로써 소설의

1 CRI, 전자독서 중국인들의 독서량 높인다, 2017.5.2

2 CRI, 2016 중국성인국민 일인당 독서량 7.86권, 2017.4.25

- 가치가 높아지기 시작하면서부터임. 특히 웹소설이 드라마, 게임, 영화, 캐릭터 시장 등으로 생되고 큰 성공을 거두며 다양한 경제적 효과를 가져오자 중국 대형 인터넷 기업 기업들이 웹소설에 대한 투자는 물론 시장에 직접 진출하는 계기가 됨
- 2010년대 들어 중국 콘텐츠 산업이 정부의 정책적 지원과 함께 급격하게 성장하였으나, 시장 규모나 수요에 비해 콘텐츠 공급이 부족한 현상이 나타남
 - 이 때문에 중국 영화, 드라마, 게임 업계에서는 스토리 원천으로서 소설을 차용하기 시작했으며, 기존 소설만으로는 그 수요가 충족되지 않자 이전까지 전통 출판시장에서 하위 문화로 남아 있던 웹소설 IP(Intellectual property, 이하 IP)를 활용하여 콘텐츠를 생산하기 시작
 - 상대적으로 자유로운 웹소설 플랫폼에서 웹소설 작가들은 ‘무협’, ‘서유기’, ‘수호지’, ‘삼국지’ 등 중국 역사나 신화적 배경을 지닌 다양하고 창의적인 소설들을 쏟아냈으며, 궁정 암투를 그린 ‘후궁파(后宫派)’, 현실에서 벗어난 판타지 세계를 그린 ‘현환파(玄幻派)’, 학생과 청년의 이야기를 담은 ‘청춘파(青春派)’, 로맨스를 그린 ‘언정파(言情派)’ 등 장르가 체계적으로 자리잡으면서 작품성과 완성도도 갖추기 시작함
 - 이런 가운데 <도묘필기(盗墓笔记)>, <구층요탑(九层妖塔)>, <화천골(花千骨)> 등 웹소설 IP를 활용한 영화, 드라마, 게임이 성공하면서 안정적인 IP 공급원으로서 웹소설의 재평가가 이루어졌고, 인기 웹소설 IP 판권 가격이 급격하게 상승하면서 고부가가치 콘텐츠로서 중국 IP시장의 중심에 서게 됨
 - 중국의 최고 인기 웹소설 작가 탕자싼사오(唐家三少)는 저작권료만 1억 2,200만 위안(약 206억 원)을 기록하고 있음
 - 웹소설을 기반으로 파생된 콘텐츠들이 성과를 거두자 콘텐츠 산업에 관심이 많고 변화에 민감한 중국 대형 인터넷 기업들은 높은 부가가치를 창출하는 웹소설 시장에 경쟁적으로 뛰어들며 급격한 성장을 이루게 됨

3. 중국의 주요 웹소설 서비스 플랫폼

- 아이리서치 조사에 따르면, 중국 PC 기반 웹소설 플랫폼 중 치덴중원왕(起点中文网), 윈치수위안(云起书院), 쥘장원쉐청(晋江文学城), 창스중원왕(创世中文网)이 2016년 이용자 수 기준 10% 이상의 점유율을 보인 것으로 나타남
- 특히 이 네 플랫폼 모두 텐센트(腾讯)가 보유한 웨웬그룹(阅文集团) 산하에 있는 플랫폼으로, 2016년 기준 PC 기반 웹소설 시장은 텐센트가 절반 이상 점유한 것으로 조사됨

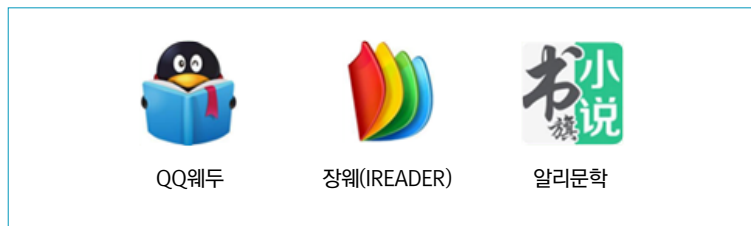
그림 | 2016년 중국 내 이용자 점유율 10% 이상을 기록한 PC기반 웹소설 플랫폼



출처: iResearch(2017), 中国数字阅读行业研究报告, 2016年

- 중국 모바일 웹소설 시장은 QQ웨두(QQ阅读), 장웨(掌阅, iReader), 알리문학(阿里文学), 바이두문학(百度阅读) 등 다양한 플랫폼들이 치열하게 경쟁하고 있는 것으로 나타남
 - 텐센트가 시장 지배적인 위치에 있는 PC기반 웹소설 시장에 비해 모바일 웹소설 시장은 플랫폼 사업자 간 경쟁이 비교적 치열한 편임
 - 아이리서치 조사에 따르면, QQ웨두(QQ阅读), 장웨(掌阅, iReader), 알리문학(阿里文学)이 2016년 이용자 수 기준 점유율 8% 이상을 차지한 대표 모바일 웹소설 플랫폼임
 - 이 외에도 바이두문학(百度阅读), 서우거우웨두(搜狗阅读, 웨웬그룹) 등이 2-8% 그룹에 속해 그 뒤를 이음

그림 | 2016년 중국 내 이용자 점유율 8% 이상을 기록한 모바일 웹소설 플랫폼



출처: iResearch(2017), 中国数字阅读行业研究报告, 2016年

4. 중국 주요 웹소설 플랫폼 사업자 개요

- 텐센트는 중국 웹소설 시장, 특히 PC 기반 웹소설 시장에서 50% 이상의 점유율을 보유하고 있는 기업으로 2015년 성다문학(盛大文學) 인수를 통해 현재의 위치에 오르게 되었음
 - 중국의 대형 인터넷 서비스 기업인 텐센트는 중국 웹소설 시장의 가능성을 가장 높게 평가하고 있으며, 성공적으로 시장을 이끌고 있는 기업임
 - 2015년 1월 텐센트 산하의 텐센트 문학이 성다문학(盛大文學)을 인수 합병하여 웨웬그룹(阅文集团)을 출범

- 인수 합병 이전에도 성대문학(盛大文學)은 치덴중원왕(起点中文网), 윈치수위안(云起书院) 등 대부분의 웹소설 플랫폼을 보유하고 있는 중국 최대 규모의 웹소설 플랫폼이었음
- 이 인수를 통해 텐센트는 QQ와 위챗(Wechat) 등 자사의 인터넷 메신저 이용자 풀과 함께 중국 최고의 웹소설 콘텐츠를 결합해 중국 웹소설 산업에서 가장 영향력 있는 플랫폼이 됨
- 중국 최대 전자상거래 기업 알리바바 또한 2015년 웹소설 시장에 본격적으로 진출했으며, PC보다는 모바일 웹소설 플랫폼에 주력하고 있음
 - 2015년 4월에는 중국 최대 전자상거래 기업인 알리바바(阿里巴巴)는 모바일 웹소설 플랫폼 알리문학(阿里文学)을 출범
 - 알리문학은 텐센트가 지배하고 있는 PC 웹소설 시장보다는 모바일 어플리케이션을 통한 모바일 웹소설 시장에 주력하며 내실 있는 성장을 보임
- 바이두는 텐센트와 알리바바보다 더 앞선 시기에 웹소설 시장에 뛰어들었지만, 텐센트와의 경쟁에서 밀려나고 외부적 요인으로 회사의 경영이 어려워짐에 따라 웹소설 사업을 정리
 - 중국 최대 검색엔진 기업인 바이두는 두 기업보다 앞선 2013년 모바일 독서 어플리케이션 91송마오칸수(91熊猫看书)와 중국 게임사 완미세계(完美世界)의 쑹형중원왕(纵横中文网)를 인수하며 웹소설 시장에 진출

그림 | 장웨이커지의 웹소설 플랫폼 아이리더(iReader)



출처: 구글플레이스토어

- 바이두는 인수 합병을 통해 PC/모바일을 모두 포함하는 바이두문학(百度阅读)의 이름 아래 웹소설 생태계를 구축하고자 노력
- 그러나 바이두의 이러한 시도는 ‘돌팔이 병원 추천 사건³⁾’으로 인한 회사 외부적 요인과 함께 다양한 장르와 폭넓은 플랫폼을 보유한 텐센트와의 경쟁에서도 밀려나게 되면서 결국 2016년 모든 웹소설 플랫폼을 완미세계에 재매각하며 웹소설 시장에서 철수함
- 이에 따라 바이두슈청 등 바이두 이름을 딴 서비스 플랫폼 명칭 또한 변경될 것으로 예측되었으나 현재까지는 해당 명칭을 그대로 유지하고 있음
- 웹소설 플랫폼 서비스 기업 장웨이커지(掌阅科技) 또한 적극적으로 웹소설 IP 확보 및 자체 웹소설 생산을 위해 노력
 - 온라인 웹소설 플랫폼 운영 서비스인 아이리더(iReader)에 주력하던 장웨이커지(掌阅科技) 또한 콘텐츠 IP로서 웹소설의 가치를 눈여겨보고 10억 위안을 투자해 웹소설 플랫폼을 재정비
 - 장웨이커지는 콘텐츠를 위탁 받아 업로드하고 관리하는 소극적인 서비스에서 탈피해 우수 작가들의 웹소설 판권을 구입하거나, 작가들과의 협력을 통해 자체 콘텐츠를 제작하는 보다 능동적인 비즈니스 형태를 기반으로 한 장웨문학(掌阅文学)을 설립

5. 2017년 중국 주요 웹소설 플랫폼 사업자의 핵심 전략

- 중국 내 최대 웹소설 업체인 텐센트의 웨원그룹(阅文集团)은 2017년 5월 본격적으로 해외 진출을 시도할 것임을 공식적으로 발표하였으며, 공모전 개최 및 애니메이션 IP 활용 강화 등 계획도 발표
 - 웨원그룹은 동남아시아에서의 인기 유지, 일본 시장을 대상으로 한 IP 수출, 한국 웹소설 사이트와 협업, 미국과 유럽 시장을 겨냥한 영문 번역 시스템의 정착을 구체적인 목표로 설정
 - 특히 웨원그룹은 영문 번역 시스템의 정착을 최우선 과제로 삼았으며, 전문적인 영어 번역팀을 구성해 인기 웹소설을 빠른 시간 내에 번역함으로써 미국 영화, 일본 애니메이션, 한국 아이돌 음악의 뒤를 잇는 글로벌 대표 수출 콘텐츠로 웹소설을 성장시키겠다는 포부를 밝힘
 - 이 밖에도 텐센트는 작가 등용을 위한 공모전 개최, 텐센트 비디오(腾讯视频)가 제작하는 애니메이션의 IP로서 활용 강화 등의 계획도 밝힘

3 바이두에서 추천한 병원에서 수술을 받은 20대 대학생 웨이쩌시가 엉터리 암 치료를 받고 사망해 논란이 된 사건으로, 이로 인해 중국내 바이두에 대한 여론이 급격하게 악화되었음

그림 | 텐센트의 모바일 웹소설 플랫폼 QQ웨두(QQ阅读)



출처: 공식 홈페이지

- 장웨이커지는 2017년 적극적인 해외 진출 시도와 함께 바이두문학, 알리문학 등 타 플랫폼과의 콘텐츠 공유 시스템 도입 계획을 밝힘
 - 장웨이커지(掌阅科技)는 2017년 최우선 과제로 웹소설의 해외 시장 진출을 꾀했으며, 이를 위해 해외 도서 출판 전시회에 디지털 소설 플랫폼과 번역된 웹소설 콘텐츠로 중국 웹소설의 우수성을 적극적으로 홍보할 예정
 - 또한 장웨이커지는 자체 이북 리더 기기를 생산하고 있는 만큼, 더 많은 웹소설 콘텐츠를 자사의 이북 리더로 끌어들이기 위해 바이두문학, 알리문학과 연계 강화하고 콘텐츠 공유 시스템을 도입할 예정임을 발표
 - 공유 시스템은 바이두문학과 알리문학, 장웨이커지가 보유한 웹소설 콘텐츠를 모든 플랫폼에서 볼 수 있도록 하는 시스템으로, 아직까지 구체적인 시행 방안은 발표되지 않았음
- 알리문학은 2017년 해외 진출이나 사업 확장 대신 구체적인 수익화를 위한 밸류 체인 마련에 중점을 둘 것이라는 전략을 발표
 - 알리바바는 2017년 웹소설을 중심으로 다양한 파생 콘텐츠 생산을 통해 건강하고 개방적인 밸류 체인(Value Chain, 가치사슬)을 만들고자 한다고 밝힘
 - 2017년 알리게임, 알리문학, 알리픽처스 등이 공동으로 참여한 베이징 전략 회의에서 알리바바는 엔터테인먼트 그룹이 가진 역량을 극대화하기 위한 IP 산업 밸류 체인 구성을 발표
 - 문학, 만화 등의 기반 IP를 통해 알리바바 산하 엔터테인먼트 기업이 다양한 콘텐츠를 제작하고 알리바바의 해외 마케팅 노하우와 글로벌 인지도를 활용해 콘텐츠를 유통하겠다는 것이 핵심

그림 | 알리바바의 모바일 웹소설 플랫폼 알리문학(阿里文学)



출처: m962.net

표 | 중국 대표 웹소설 서비스 기업의 2017년 주요 전략

	텐센트	장웨이저	알리바바
플랫폼	PC/모바일	모바일	모바일
주요 서비스	QQ웨두(QQ阅读)	아이리더(iReader)	알리문학(阿里文学)
2017년 주요 전략	<ul style="list-style-type: none"> · 해외진출 본격 시도 · 미국과 유럽 시장을 타깃으로 한 영문 번역 시스템 정착 · 일본 시장 대상 IP 수출 · 한국 웹소설 사이트와 협업 · 공모전 개최를 통한 작가 발굴 · 자체 제작 애니메이션의 IP로서 활용 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 해외진출 적극 시도 · 해외 도서출판 전시회 적극 참가 · 알리문학 등 타 웹소설 플랫폼과의 협력을 통한 콘텐츠 확보 (콘텐츠 공유 시스템 도입 예정) 	<ul style="list-style-type: none"> · 웹소설을 중심으로 한 IP 산업 밸류 체인 형성

출처: 언론 보도 종합

6. 시사점 및 제언

- 중국 웹소설 업계는 2017년을 기점으로 미국과 유럽 등 주요 콘텐츠 시장 진출을 본격화 하면서, IP 활용 또한 확대해 나갈 것으로 전망됨. 한국 웹소설 기업 또한 타깃국가 진출과 함께 주요 콘텐츠 시장 진입을 위한 보다 적극적인 노력이 필요할 것으로 분석됨
 - 2017년 중국 주요 웹소설 서비스 기업들이 발표한 전략에 따르면, 그동안 내수시장을 중심으로 성장한 중국 웹소설이 본격적으로 해외 진출을 시도하는 시기가 될 것으로 전망됨
 - 이미 중국 웹소설의 인기가 높은 동남아 시장보다는 미국과 유럽 등 주요 콘텐츠 시장 진출에 주력할 것으로 예측됨

- 국내 웹소설 업계는 현재 중국과 동남아 시장에 주력하고 있는데, 미국과 유럽 등 주요 콘텐츠 시장에도 관심을 기울일 필요가 있음. 주요 콘텐츠 시장에서 소비되는 콘텐츠가 결국 글로벌 시장에서도 통용되는 경우가 많기 때문임
- 웹소설은 그 어떤 장르의 콘텐츠보다 번역이 매우 중요한 장르로, 해외 시장 진출을 위해서는 수준 높은 번역이 반드시 전제되어야 함. 같은 맥락에서 텐센트가 체계적인 영문 번역 시스템 정착을 최우선적 전략으로 발표한 것에 주목할 필요가 있음

참고자료

iResearch(2017), 中国数字阅读行业季度报告, 2017Q1

iResearch(2016), 中国数字阅读行业研究报告, 2016年

微信, 起点国际正式上线 阅文集团助推文化一带一路, 2017.05.15.

新浪, 阿里文学CEO黎直前:将加强扶持作者、内容和衍生资源, 2017.04.24.

新浪, 网络文学, 正伴随一代人成长, 2017.05.03. ㄸ

微信, 百度10亿元人民币将百度文学80%股份卖给完美世界, 2016.06.20.

SBS, 포털 추천 믿었다 사망...中 바이두 최대 위기, 2016.05.04.

新浪, 网络文学, 正伴随一代人成长, 2017.05.03.