

세계 속 한국 캐릭터 산업

# 중국 애니메이션, 캐릭터 산업의 성장과 우리의 대응 전략

현재 중국의 애니메이션, 캐릭터 산업은 막대한 자본과 시장 규모를 기반으로 성공적인 비즈니스 모델을 창출하며 무섭게 성장하고 있다.

매출액이 수십조 원에 이르는 부동산 건설사부터 게임회사, 의류회사까지 캐릭터 시장에 진입해 새로운 성공 모델을 만들고, 그에 따라 연관 산업이 동시에 크게 발전하고 있는 것이다. 중국의 애니메이션, 캐릭터 산업은 정부의 문화사업 육성 정책과 내수시장의 콘텐츠 수요 증가에 따라 앞으로도 지속 성장할 것으로 기대된다.

글 이병규 아이코닉스 중국법인 대표

## 중국 애니메이션, 캐릭터 산업의 성장

중국 각 지역의 부동산 건설 그룹이 애니메이션, 캐릭터 산업에 대규모로 투자하며 자신들이 건설하는 쇼핑몰, 테마파크 사업과 연동해 애니메이션, 캐릭터 산업의 새로운 구조를 만들어 가고 있다. 현재 50%대에 머무는 도시화 비율을 2020년까지 70%로 올리려는 중국 시진핑 정부의 도시화 정책과 맞물려 중국 각 지방도시에는 아파트, 사무실 이외의 도시 기반시설인 쇼핑몰, 워킹단지가 대거 건설되고 있다. 이 쇼핑몰, 워킹단지에는 문화 체험, 엔터테인먼트 시설이 필요하고 이에 따라 애니메이션 캐릭터와 실내, 실외 테마파크 사업이 번창하고 있다. 애니메이션 캐릭터와 테마파크를 연계해 다각적인 사업을 벌이는 대표적인 기업이 현재 중국의 최고의 인기 애니메이션 <공출물>을 제작한 화강그룹이다. 한국 애니메이션 산업에는 존재하지 않는 애니메이션과 공간 사업이 연동된 대규모의 산업구조를 중국의 메이저 부동산 건설 그룹들이 구축해가고 있다.

또한 매출 1조 원을 돌파한 오울디 등의 중국 메이저 완구 회사 다수가 애니메이션에 대한 대규모 투자를 진행하며 애니메이션과 완구의 연계 수익 모델을 기반으로 다양한 파생상품 개발과 유통망 확대를 꾀하고 있다.

또, 수십조 원 매출의 텐센트, 타오미 등의 인터넷, 게임기업 등이 애니메이션 산업에 대규모로 투자하며 새로운 모바일, 인터넷 뉴미디어 시장과 애니메이션, 캐릭터 산업을 연결해 시장을 키우고 있다. 썸그룹, 랑시그룹 등 메이저 의류회사에서 애니메이션 기업에 대한 지분 투자나 제작 투자를 적극적으로 실행하며 패션 의류와 애니메이션 및 부가 상품이 연동된 사업을 벌이거나 계획하고 있다.

이처럼 중국은 부동산 사업을 비롯한 온라인과 오프라인 유통에서 대규모의 매출을 올리는 메이저 기업들이 애니메이션에 전략적으로 투자하며 산업화를 이끌고 있다. 현재 애니메이션에 투자하는 대규모 기업의 수가 계속 증가하고 있고, 이 같은



- 1 오울디의 '초수무장' 캐릭터 완구
- 2 <공출물> 애니메이션
- 3 화강그룹의 '팡터환락세계' 테마파크

상황이 중국 애니메이션, 캐릭터 산업의 규모를 급속하게 확대하며, 성공적인 비즈니스 모델 창출의 동력이 되고 있다.

한편으로는 완성도 높은 극장용 애니메이션이 중국 영화 시장에서 새로운 기록을 수립해가고 있다. 2015년 7월 개봉한 극장용 애니메이션 <서유기: 대성귀래(西游记之大圣归来)>는 9억 5000만 위안(한국 원화 1710억 원)의 흥행 성적을 거두며 그동안 <쿵푸팬더2>가 가지고 있던 극장용 애니메이션 흥행 기록을 깨고 1위로 올라섰다. 미국 애니메이션 <슈렉>의 애니메이터 홍콩계 라만후이 감독이 연출해 2015년 8월 개봉한 판타지 실사 3D 애니메이션 합성작품 <착요기(捉妖记)>의 경우, 25억 위안(한국 원화 4500억 원)을 기록하며 중국 영화 역대 최고의 흥행 기록을 바꿨다.

이제 중국 애니메이션, 캐릭터 산업은 양적 성장에 이어 질적 성장을 향해 나아가고 있으며 해외시장 진출을 목표로 에너지를 축적하고 있다. 한중 자유무역협정(FTA) 타결을 통해 한국

의 애니메이션, 캐릭터를 비롯한 문화 콘텐츠와 부가 상품이 중국에 진출해 시장을 확장할 기회가 커지지만, 동시에 중국의 메이저 자본과 엄청난 규모의 시장을 배경으로 급속도로 성장하고 있는 중국의 애니메이션 콘텐츠와 파생상품의 한국 내 유입도 증가할 것이다.

## 중국의 새로운 기획 제작 하도급 기지화의 위기

중국의 극장용 애니메이션, 완구, 게임을 소재로 연계한 TV 애니메이션은 작품의 완성도와 상품성에서도 해외 경쟁력을 갖추기 시작했다. 중국의 극장용 애니메이션과 TV시리즈 작품에는 막대한 자본을 바탕으로 미국 할리우드의 제작 인력, 일본과 한국의 제작 인력을 중국 내에서 고용하거나 외주 용역을 맡겨 기획, 디자인, 연출 등의 핵심 작업을 진행한 작품이 다수 존재한다. 경제적 규모를 갖춘 중국의 제작사와 사업체들은 저작권을 분점해야 하는 해외 공동 제작이 아니고, 저작권 관련 전권을 중

〈표1〉 중국 기업의 한국 작품 및 회사 인수 현황		
중국 기업	한국 작품 및 회사 인수 현황	
수닝그룹	● 한국 최대 3D애니메이션 제작사 중 하나인 레드로버 인수(2015년)	중국 메이저 전자제품 유통기업의 한국 제작사 인수
량시그룹	● 한국 아가방컴퍼니 인수(2014년) ● 한국 메이저 3D애니메이션 제작사 인수 협의 중	중국 의류패션그룹의 한국 콘텐츠 회사 인수
광주오비문화 전파유한공사	● 중국 최대의 완구회사 오울디의 애니메이션 계열사 ● 한국 스튜디오알지의 <빠곰> 저작권 인수(2014년) ● 한국 메이저 3D애니메이션 제작사 인수 협의 중	중국 완구회사의 한국 작품 저작권 인수 및 제작사 인수
툰맥스미디어	● 상해미디어그룹 산하의 중국 3대 애니메이션 채널 ● 삼지 <부릉부릉 브루미즈> 저작권 인수(2013년)	중국 메이저 방송사 한국 작품 저작권 인수
텐센트	● 애니메이션 모바일 인터넷 플랫폼 키즈월드 운영 업체 불루핀 30억 원 출자, 2대 주주 확보(2014년)	중국 메이저 인터넷 기업의 한국 인터넷 애니메이션 플랫폼 출자

국 측이 독점하는 해외 외주 용역 제작 방안을 전략적으로 선택할 수 있다. 자본력과 성장하는 시장, 성공적인 비즈니스 모델을 확보한 중국의 메이저 업체들은 기획과 디자인을 한국의 개별 인력이나 회사에 외주 형태로 맡기던 방식에서 더 나아가 최근에는 이미 제작된 작품의 저작권을 사거나, 뛰어난 기획력, 제작 역량을 보유한 한국의 우수 제작 기업을 인수하거나 지분을 출자해 영향력을 확대하려는 움직임을 보이고 있다.

위의 <표1>에서 보는 바와 같이 중국의 메이저 완구회사, 의류패션그룹, 방송그룹, 인터넷 게임회사 등이 한국의 애니메이션, 캐릭터 저작권과 회사를 인수하거나 자본을 출자했다.

계속 증가하는 중국 자본의 한국 애니메이션 회사 인수나 인력 스카우트에 대응하기 위해서는 결국 소수의 회사를 제외하고는 대부분 자금 운용에 어려움을 겪는 국내 우수한 애니메이션, 캐릭터 기업에 대규모의 자본과 비즈니스 인프라를 제공하는 길밖에 없다. 중국은 자본과 시장의 규모가 모두 크고 강력하

〈표2〉 중국 진출 한국 기업의 사업 활동	
업체	중국 사업 내용
아이코닉스 중국법인의 뽀로로사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2012년 5월 아이코닉스 중국법인 설립 (한국 아이코닉스 100% 출자 외자 독자 기업)</li> <li>● 다수의 중국 회사와 합작해 뽀로로파크 북경점, 중경점, 대련점, 감주점 4개 뽀로로파크 오픈함. 2015년 11월 심양푸순점, 12월 청도점 오픈. 2015년 말까지 총 6개 오픈 예정. 2016년 상해, 광주, 심천, 천진, 항주, 성도, 무한, 서안 등 중국 대도시로 확대</li> <li>● 2015년 1월 알리바바 티몰에 뽀로로 플래그십몰(브랜드몰) 오픈 상품 300여 종 판매 중</li> <li>● 중국 진출 한국 기업 및 중국 기업 78개 업체와 상품 300여 종 중국 내 캐릭터 라이선스 계약 체결, 중국 내 상품화</li> <li>● 한국 기업들과 식품, 유아 스킨케어 화장품, 생활건강 위생용품 소비재 상품의 중국 수출 브랜드 합작, 뽀로로가 한국 상품의 중국 내 유통 브랜드 역할 수행</li> <li>● 2016년 뽀로로 전문브랜드숍(O2O체합숍), 교육플랫폼 사업 계획</li> </ul>
로이비주얼의 로보카 폴리 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 로이비주얼과 현대자동차가 캠페인으로 제작한 &lt;폴리와 함께하는 교통안전이야기&gt;를 CCTV14 어린이채널 방영함</li> <li>● 홍콩, 중국 메이저 완구 유통회사 실버릿을 통해 중국 내 로보카 폴리 완구 상품 유통</li> <li>● 로보카 폴리 실내 테마파크 남경점 2015년 9월 오픈, 전국 확대</li> </ul>
올리브스튜디오의 코코몽 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 이랜드 자회사로 &lt;코코몽&gt; 중국 내 방영</li> <li>● 중국 내에서 의류 상품 제조, 유통 프랜차이즈 사업에서 크게 성공한 이랜드의 중국 내 사업 역량을 &lt;코코몽&gt;의 중국 사업에 투입함, 코코몽 의류, 캐릭터 상품 브랜드숍 상해 오픈</li> </ul>
픽토스튜디오 아기종벌레 포포 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 중국법인 설립 준비 중-인터넷 미디어 방영을 토대로, 인지도를 활용해 중국 큐튜토이와 계약해 유아, 유치원용 교재완구, 가구, 놀이터 시설 부분 사업 진출</li> <li>● 큐튜토이와 합작해 포포 실내 테마파크 2016년 상반기 오픈 예정</li> </ul>

기에 한국의 우수한 애니메이션, 캐릭터 기업들을 보호하고, 키우기 위해서는 정부가 자금을 대규모로 확충해 지원하는 정책을 시행해야 한다. 또한 대규모의 민간 자본을 애니메이션, 캐릭터 문화산업에 적극적으로 투자할 수 있도록 정책적으로 독려해야 할 것이다.

① '착요기(捉妖记)'

② 중국시장에 진출한 <로보카 폴리>

③ '서유기: 대성귀래(西游记之大圣归来)'



**중국 시장 기반으로 세계를 주도하는 한국 애니메이션의 미래 전략**

<표2>와 같이 현재 국내 애니메이션 기업들도 중국 내 현지 법인 설립, 국내 기업 간의 중국 시장 동반 진출 등 이전보다 진일보한 모델로 중국 시장 한복판으로 들어가 중국 기업들과 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 한중 FTA 체결은 이러한 위협과 기회, 협력과 경쟁이 상존하며 양국의 시장을 더욱 복잡한 구조로 만들 것이다.

한국 문화산업의 최전선이 된 중국 시장의 한가운데로 들어간 선도 기업들은 유통망과 판매망을 구축해, 이후에 진출하는 한국 애니메이션, 캐릭터 기업들이 중국 시장에서 새로운 역

할을 맡아 성과를 얻을 수 있는 공간을 만들어야 할 숙명에 놓여 있다.

선도적으로 나선 문화산업 기업들이 중국 현지화 전략을 수립하고 실행할 때 이를 지원하는 정부의 해외시장 지원 정책도 변화하고 강화되어야 할 것이다. 중국 자본에 휩쓸리지 않고 한국 저작권 작품을 제작하며 성장할 수 있도록 막대한 규모의 자본(정부, 민간 자본이 결합한 대규모 자본)이 지속해서 조성되고 투입되어야 한다. 이를 기반으로 힘을 축적한 한국의 애니메이션, 캐릭터 기업들이 중국 기업과 대등하게 손잡고 미주, 유럽 시장으로 진출해 세계시장을 주도하는 미래 전략 산업의 하나가 되게 해야 한다. K