

# 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원  
중국사무소



# 주간 심층이슈

## 『2011년 중국 온라인 동영상 시장 현황 및 2012년』

### ◎ 작성 취지

- 중국 온라인 동영상 콘텐츠 시장 현황 및 제한 정책을 파악하고자 함
- 뉴미디어 산업 발전에 따른 온라인 동영상 수요 급증이 동영상 콘텐츠 시장에 어떠한 영향을 미치고 있는지 파악하고 2012년 시장변화를 읽어 한국 영상 콘텐츠 중국 시장 내 수익모델 구축 및 진출 전략을 모색하고자 함

※ 출처 : 지앙카이 법무총감(PPLive)

### ◎ 작성 순서

#### 1. 「2011년 온라인 동영상 산업 현황 및 추이」

- 2011년 온라인 동영상 산업 현황 및 추이
- 2011년 중국 동영상 시장 규모
- 동영상 산업의 광고 매출액
- 동영상 산업의 판권사업 및 매출액
- 동영상 산업의 발전 추이

#### 2. 「동영상 산업 정책 및 영향」

- 광고와 프로그램 정책
- 판권 정책
- 예능 제한 명령: <광전총국의 TV위성 종합 채널 프로그램 관리>
- 광고 제한 명령: <광전총국의 TV위성 종합 채널 프로그램에 대한 관리 강화>

## 1. 2011년 온라인 동영상 산업 현황 및 추이

### ■ 2011년 온라인 동영상 산업 현황 및 추이

- 2011년 중국 온라인 동영상 산업은 어려움 속에서 큰 성과를 거둠
- 열악한 글로벌 금융투자환경은 자금 수요가 큰 동영상 사이트들의 상장과 용자에 큰 영향을 미침. 자금난은 산업발전의 큰 걸림돌로 작용함. 판권의 원가상승으로 인해 동영상 산업 전체적으로 적자를 면치 못하고 있으며 운영에 자금압박을 받고 있음
- 그러나 이러한 애로사항에도 불구하고 동영상 산업의 수익모델 형성 및 발전방향이 뚜렷해지면서 기업체 간 협력이 빈번해 지고 신규 진출자가 감소되는 추세를 보임. 안정적인 산업구도가 형성되고 있음
- 2012년은 중국 온라인 동영상 산업이 본격적인 성장세를 보일 전망이며 시장 규모의 확대 및 기업 간 인수합병 등이 활발히 진행될 것으로 예상됨

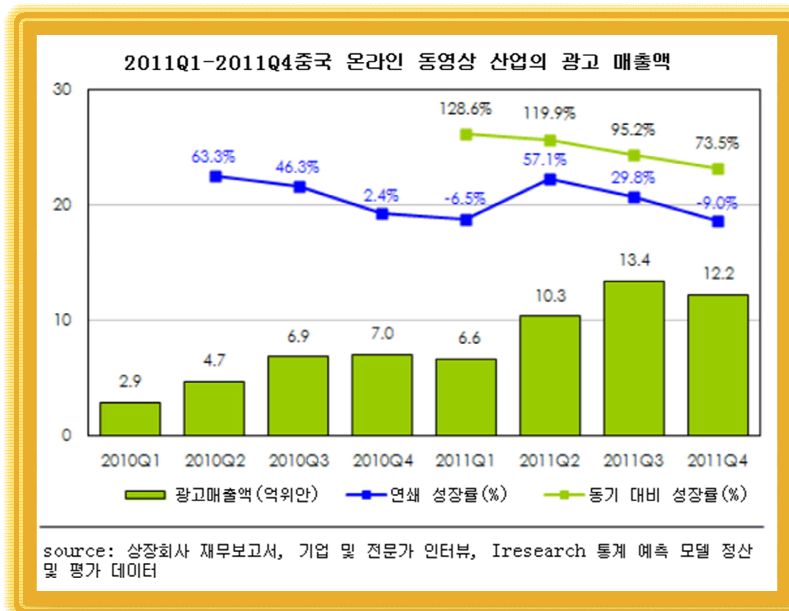
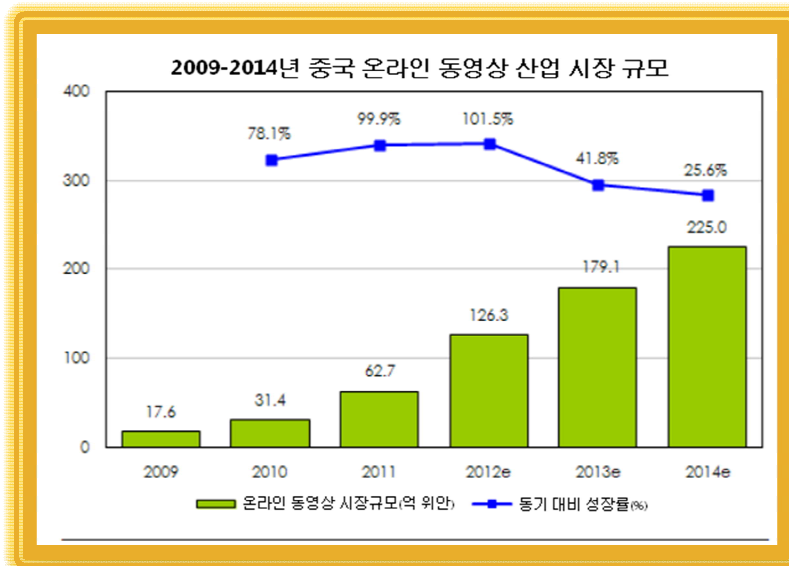
### ■ 2011년 중국 동영상 시장 규모

- 2011년 온라인 동영상 시장규모 62.7억, 전년동기대비 99.9%성장
- 빠르게 성장하고 있는 중국 온라인 동영상 산업의 가장 큰 매출원은 광고와 판권이며 앞으로도 이러한 추세는 계속될 전망. 동영상 운영상이 유료 클라이언트 유치를 위해 많은 노력을 하고 있지만 단기적인 관점에서 산업의 매출액 상승에 실질적으로 도움을 줄 수 없을 것으로 판단됨

### ■ 동영상 산업의 광고 매출액

- 2011년 한 해는 엑스포나 올림픽, 월드컵 등 대형 마케팅 행사가 없었음에도 불구하고 100%에 가까운 성장을 보였음을 감안할 때 중국의 동영상 산업은 엄청난 발전 잠재력을 갖고 있다고 볼 수 있음. 또한 아래 도표를 살펴보면 동영상 산업과 인터넷 광고산업의 변화주기가 매우 유사함을 볼 수 있음

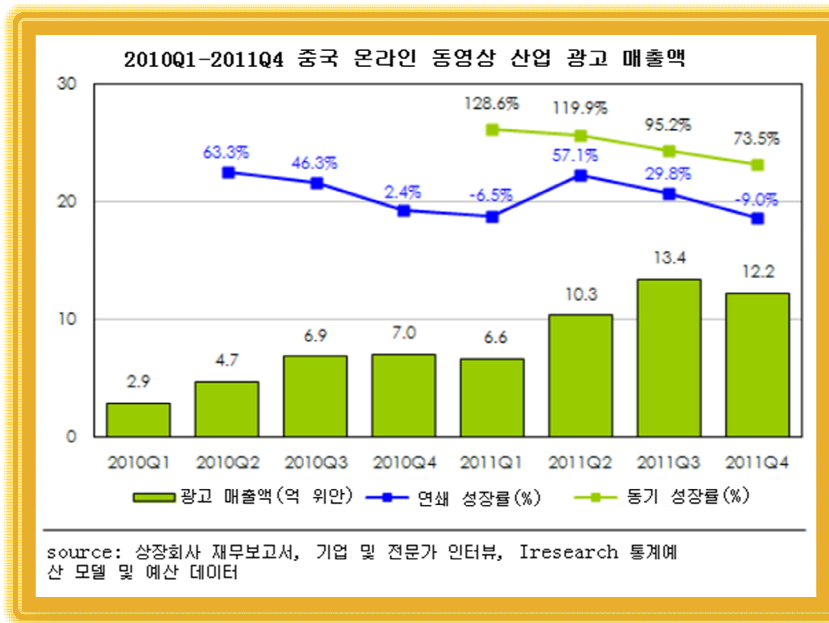
- 2011년 3/4분기에 가장 높은 성장률을 보였고, 4/4분기부터 다시 완만한 성장세로 복귀함. 이는 2012년 “예능 프로그램 제한 명령“ 및 “광고 제한 명령“ 등 일련의 법률적 영향을 받은 것으로 판단됨. 기존에 TV매체에 투입하려했던 비용이 동영상 산업으로 이전될 것으로 보이며 런던 올림픽과 월드컵 2개의 대형 스포츠 행사 역시 훌륭한 마케팅 기회로 간주되고 있음. 2012년 중국 온라인 동영상 산업의 총 매출액은 101.5%에 달할 것으로 전망됨



### 동영상 산업의 판권사업 및 매출액

- 중국의 온라인 동영상 운영사는 크게 PPTV, YOUKU를 주축으로 하는 동영상 운영사와 LETV, JOY를 주축으로 하는 판권사업 운영사로 나뉨. PPTV와 YOUKU의 주요수익모델은 광고이며 LETV, JOY는 판권사업을 통해 수익을 얻고 있음
- 이밖에 기존의 동영상 운영사도 동영상 판권사업을 시작함. 지분투자 및 인수합병 등의 방식으로 콘텐츠 제작영역에 개입하기 시작한 지 2년 정도가 되었으며 2012년부터는 점차 그 효과가 나타날 것으로 예상됨. 즉 2012년 동영상 운영사의 판권매출액이 점차 상승할 전망이며 총 매출액은 126.3억 위안에 달할 것으로 전망됨

### 동영상 산업의 발전 추이



- 중국 온라인 동영상 산업에서 거액의 판권 비용과 광대역 비용은 운영사에게 큰 부담이 되고 있음. 산업 내부의 기준이 아직 완벽하게 정립되지 못한 상태에서 동영상 사이트 간의 경쟁은 점차 자본시장으로 확산되고 있음
- 동영상 사이트의 합동경영은 시장의 구도 변화 및 원가 절감의 가장 효과적인 방법으로 떠올랐고 고투자 저수익 현상을 개선할 수 있었음. TUDOU와 LETV의 합동경영을 일례로 TUDOU의 트래픽과 사용자 규모에 LETV의 완벽한 정품 동영상 판권 은행이 접목되어 판권 원가를 낮추는 동시에 콘텐츠의 현금화를 실현할 수

있었음.

- 모바일 인터넷이 빠른 속도로 발전하면서 모바일 단말기 또한 신흥 블루오션 시장으로 부상함. 모바일 인터넷은 중국 온라인 동영상 산업의 새로운 기회이며 새로운 사업 진출은 기업의 장기적인 전략에 긍정적인 요소로 작용하고 있음. 새로운 영역의 새로운 사업 기회는 대기업이 시장 선점 기회일 뿐만 아니라 중소기업이 쫓아갈 수 있는 최적의 기회이기도 함. 온라인 동영상 기업이 모바일 인터넷 시장을 개척하고 성숙단계로 진입하는 것은 2012년의 핵심 임무라고 할 수 있음
- 소셜 네트워크 역시 인터넷 산업 발전의 한 추세로 주목받고 있음. 소셜 네트워크를 통하여 디지털 콘텐츠를 소비하고 공유하는 추세가 점점 뚜렷해지고 있음. Iresearch 컨설팅의 최신 연구결과에 따르면 소셜 네트워크 사이트의 월 이용자 규모는 거의 4억 명에 달하고 있음. 소셜 네트워크 사이트는 동영상 산업을 잠식하기 시작했고 소셜 매체와 동영상 산업 간의 연합운영은 이미 업계 내의 새로운 수익 모델로 등장함
- 온라인 동영상 산업의 사이트 자체 트래픽 및 검색 게이트의 트래픽이 안정화된 상태에서 보다 많은 사용자를 유치할 수 있는 새로운 트래픽 게이트가 필요하게 됨. 소셜 네트워크 사이트가 확보하고 있는 대규모의 사용자는 동영상 산업의 새로운 성장 돌파구로 떠오름
- 시장에는 영원한 적이나 영원한 친구가 없음. 비록 2012년 기업과 기업, 산업과 산업 사이의 협력은 증대될 수 있지만 시장에서 경쟁은 사라질 수 없음. 특히 동영상 산업의 영리가 자본시장의 공격을 받았을 때 일부 기업은 도태될 것이고 매출액은 소수 기업에 집중되게 되는데 2012년 말과 2013년 초에 최고치에 이를 것으로 예상됨. 우위를 선점한 기업은 인수합병 방식으로 산업 통합을 진행하고 일부 소기업은 경영방향 전환 혹은 도태될 것으로 예상됨

## 2. 동영상 산업 정책 및 영향

### ■ 광고와 프로그램 정책

- 2011년 10월 중국 광전총국(SARFT)은 “예능제한명령“을 발표하였음. 이는 뉴스류 프로그램을 증가시키고 예능류 프로그램의 수량을 통제하는 데 취지를 두고 있음. 금지령이 발표된 후 TV 방송국 예능 프로그램 수량은 3분의 2가 감소됨
- 2011년 11월 SARFT는 다시 “광고제한명령“을 내리고 드라마 방송 중간에 광고 삽입을 금지시킴. 수익의 대부분을 드라마 방송광고에 의존해 하던 위성TV채널은 이중으로 타격을 입게됨
- 이로 인해 프로그램 제작업체가 온라인 동영상 사이트에 투입하는 광고예산이 증가할 것으로 전망됨. 특히 중국인들의 온라인 동영상 사이트 이용량은 안정적으로 성장하고 있는 추세이며 현재 북경과 상해의 인터넷 동영상 CPM은 TV에 비해 훨씬 낮은 수준이기 때문에 TV광고보다 온라인 광고에 주목할 것으로 예상됨

### ■ 판권 정책

- 중국 정부는 판권 단속에 대한 수위를 높임. 2011년 말 검망(劍網)행동 회의를 소집. 국가 <저작권법>수정안과 더불어 배상 금액을 증가하는 것에 대한 법률조항이 추가됨
- 이로 인해 동영상 사이트들은 트래픽을 증가시키기 위해 대규모 판권매입을 시작함

### ■ 예능 제한 명령: <광전총국의 TV 위성 종합 채널 프로그램 관리>전문

- TV 위성 종합 채널은 위성 홍보를 위주로 하는 종합채널로 뉴스, 경제, 문화, 과학교육, 어린이, 다큐멘터리 등 여러 가지 프로그램의 방송 비중을 확대해야 함
- 2012년 1월 1일부터 모든 TV 위성 종합 채널이 매일 6:00시부터 24:00사이에 방송하는 뉴스 프로그램은 2시간 이상이어야 하고 18:00-23:30시간대에는 2가지 이상 자체 제작 뉴스 프로그램을 방송해야 하며 프로그램별 시간은 30분 이상이어야 함

- 위성 종합 채널은 중화민족의 전통미덕과 사회주의 핵심가치 체계의 사상도덕 건설 프로그램을 제작해야 함
- 프로그램 형태가 비슷하고 지나치게 중복된 맞선, 장기자랑, 스토리, 게임 경기, 예능, 토크 쇼, 리얼리티 TV 프로 등에 대하여 방송 총수량 통제를 실시함. 매일 저녁 19:30-22:00 전국 TV위성 종합 채널에서 상기 프로그램 총수량을 9개 이내로 통제하며 방송국별 위성 종합채널에서 상기 프로그램을 방송하는 시간은 2개를 초과할 수 없음. 위성종합채널에서 매일 10:30-22:00에 방송하는 시간은 90분을 초과하지 않음
- 각 라디오 TV 방송기구는 사회효과를 우선하고 사회효과와 경제효과를 유기적으로 통일하면서 과학적이고 객관적이며 공정한 프로그램 종합 평가 체계를 구축해야 할 것임
- 뿐만 아니라 프로그램 시청률 순위를 배열하지 않고 단순하게 시청률을 기준으로 저 순위의 프로그램을 도태시키지 않으며 시청률 순위로 방송기구와 TV프로그램의 우열을 나누지 아니함

**■ 광고 제한 명령: <광전총국의 TV 위성 종합 채널 프로그램에 대한 관리 강화>**

- 드라마 방송 중간에 광고를 삽입할 시 반드시 광전총국의 61호 규정을 엄수해야 함
  - 비 황금시간대에 방송되는 드라마는 편당(45분을 기준으로)2차례의 광고를 삽입방송 할 수 있고 매번 광고시간은 1분 30초를 초과할 수 없음
  - 황금시간대(19:00부터 21:00)에 방송되는 드라마는 편당 1차례 광고를 삽입할 수 있고 광고시간은 1분을 초과할 수 없음
  - 광고방송 시 광고가 지속되는 시간을 알려야 함. 동시에 아래 몇 가지 사항을 준수해야 함:
    - (1) 드라마의 프롤로그 후 본편이 시작되기 전 및 본편이 끝난 후 에필로그에 임의로 광고를 삽입하는 것을 금함
    - (2) 비 황금시간대 드라마의 연속 방송시간은 15분 이상, 황금 시간대 드라마의 연속 방송시간은 25분 이상인 경우에만 61호 명령이 규정한 상업광고를 삽입방송 할 수 있음
    - (3) 에필로그 화면 및 촬영스텝이 나오는 화면이 방송될 때 임의의 형식으로



## 광고하는 것을 금함

### ■ PPTV 운영 현황

- 2011년 10월 현재 PPTV 일 평균 접속자 수는 이미 3200만 명 초과. Tudou닷컴에 비해 40%가 앞섰고 qiyi.com의 2.5배로 동영상 산업의 제1위를 차지하고 있음
- 콘텐츠 판권 영역에서 PPTV는 한국 콘텐츠 플랫폼, 스포츠 시즌 등 뚜렷한 특색을 가진 콘텐츠 전략을 추진하고 있음
- 2012년 PPTV의 독자 판권 수량은 동영상 산업에서 2위권의 절대적 우세를 유지할 것으로 예상되며 향후 3년간 80%이상의 인기 드라마 판권, 대만 드라마 및 예능 프로 6000여부, 국내제작 다큐멘터리 3000여부를 확보하고 있음. PPTV는 또한 글로벌 스포츠 콘텐츠의 통합 플랫폼으로 그 위상을 높이고 있음