

2015. 4. 30

# 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원  
중국사무소



**kocca** KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# 중국 콘텐츠산업의 새로운 물결(New Wave) - 중국 인터넷문학

## 1. 중국의 인터넷문학 시장은?

<2015년 4월 현재 인터넷소설 인기순위1~8위>

순위	이미지	중문명	누적조회 수	순위	이미지	중문명	누적조회 수
1		完美世界	744,675	5		校花的 贴身高手	155,772
2		莽荒纪	377,761	6		绝世唐门	154,352
3		大主宰	320,666	7		斗破苍穹	150,247
4		我欲封天	177,063	8		盗墓笔记	132,998

출처: 바이두

- 최근 중국 출판시장에서는 인터넷문학의 붐이 불고 있음. 인터넷 문학은 출판, 영화화, 드라마화를 넘어서 게임산업까지 진출한 상태. 인터넷문학은 온라인플랫폼에 게재되는 문학 작품으로 소설, 시가(詩歌), 산문 등의 형태가 있지만 소설분야가 가장 두드러진 발전을 보이고 있음
- 국가신문광전총국(国家新闻广电总局)의 통계에 따르면 2014년 12월까지 집계된 인터넷 문학의 시장규모는 50억 위안에 이르며 모바일 유저는 5억 명. 그 중 반 이상의 이용자가 하루에 30분 이상씩을 인터넷문학에 투자하고 있는 것으로 나타남. 2013년 인터넷 문학업계의 총 수익은 46억 위안이며 2015년 예상수익은 70억 위안으로 전망됨
- 현재 중국의 인터넷 문학 사업의 기본 운영 과정은 [작가와 계약 → 작품의 업로드 → 사용자에게 유료서비스 → 모바일게임화 → 영화 또는 드라마 대본화 → 애니메이션 제작 → 온라인게임화 → 해외 판권판매]까지 이어짐
- 연초 중국 대륙에서 방영된 로맨스 드라마 <하이생소묵(何以笙簫默)>가 대히트를 쳤. 드라마 방영과 동시에 구만(顧漫)이 2003년 연재하기 시작한 동명의 원작소설은 중국 베스트셀러 차트 순위 1위로 순식간에 올라섰음. 소설은 현재 영화로도 제작 중으로, 중국 최고 인기 남성스타 황샤오밍, 우리나라 아이돌 그룹 EXO 멤버 타오도 까메오로 출연함
- 지난해 중국에서 돈을 가장 많이 번 작가는 SNS 작가 출신인 장자자(張嘉佳). '중국판 트위터'인 웨이보에 정기적으로 올린 단편 연애소설이 누리꾼들 사이에서 인기몰이를 하자 책으로 출간한 <너의 세계에서 지나가다(从你的全世界路过)>가 대박을 쳤. 지난해 400만권이 넘게 팔리며 총 1950만 위안을 벌어들였음. 중국 영화계 거장 왕자웨이(王家衛) 감독은 장자자 소설로 영화 <파도인(擺渡人)>을 제작 중에 있음

## 2. 중국 인터넷문학의 발전 4단계

### 1). 1991-1998년 초창기

- 1990년대 당시 중국의 인터넷문학 발전의 시초는 외국에 있는 중국 유학생들임. 미국의 각 지역과 여러 학교에 흩어져있던 중국 유학생들이 중국의 정서를 잃지 않고, 같은 처지에 있는 유학생들과 소통하기 위해 첫 번째 인터넷중문잡지인 <화하문적(华夏文摘)>을 창간함. 이 잡지는 중국 유학생들 사이에서 '타국에 홀로 있는 객'이라는 정서의 공감대를 이끌어내며 빠른 속도로 발전함. 1994년 4월 미국유학 중에 있던 작가 '소군' (少君)이 <화하문적>에 소설 <분투와 평등(奋斗与平等)>이라는 첫 번째 중문 인터넷소설을 완성함

- 같은 해 미국 유학생인 왕소비(王笑飞)가 뉴욕주립대학 내 중문시가왕(中文诗歌网)을 개설함. 이는 이메일에 기초한 구독시스템을 사용하고 있으며 연재되는 내용은 고전 시가와 창작시가가 주를 이룸
- 1996년, 중국 내에서 인터넷소설이 정식으로 문학의 한 가지로 인정되기 시작하면서 매체의 보도를 타기 시작함. 1998년 중국 내 인터넷 보급이 활성화되면서 국내에서도 위와 같은 인터넷 소설 플랫폼 사용자들이 늘어나기 시작함

## 2). 1998-2001년 상업화의 시작

- 1998년 차지항(蔡智恒)의 인터넷소설 <첫 번째 친밀한 접촉(第一次亲密接触)>이 대륙 내 인터넷상에서 크게 인기를 끌며 인터넷 소설을 새로운 국면으로 맞이하게 했음. <첫 번째 친밀한 접촉>은 인터넷소설 중 최초로 인터넷상에서의 연재를 넘어 정기 도서로 출판되며 영화화되었음. 이 시기 인터넷문학의 주는 인터넷 소설이었으며 장르는 무협과 로맨스가 대다수였음
- 1999년 미국국적의 화교가 1995년에 개설했던 개인문학 사이트인 <용수나무아래(榕树下)>를 일반 대중에게 공개하기 시작하며 인터넷창작소설의 붐이 일어남. 이 시기 영재신(宁财神), 이심환(李寻欢), 애니베이비(安妮宝贝)등 인터넷소설 작가들이 주목 받기 시작함. 1999년에서 2001년까지 <용수나무아래>는 세 번의 인터넷문학대회를 개최했으며 위추우(余秋雨), 위화(余华), 소동(苏童)등과 같은 전통문학의 원로작가들을 심사위원으로 초빙함. 이때 당시 ‘인터넷소설’은 유행어가 되었으며 문학계에서는 ‘<용수나무아래>현상’을 놓고 토론이 벌어지기도 함. 하지만 이때까지 만해도 인터넷문학은 몇몇 네티즌들의 개인적인 취미생활 이었을 뿐 크게 상업화 되지 못함

## 3). 2001-2004년 유료 콘텐츠화

- 2001년 초 인터넷에 대한 거품이 사라지면서 인터넷문학에 투자되었던 벤처캐피탈도 점점 철수하기 시작하며 대형 문학 사이트들은 내리막길을 걷기 시작함. <용수나무아래>도 재정적인 문제에 봉착하며 2001년을 이후로 더 이상 인터넷문학대회를 개최하지 못했음. 인터넷문학 사이트들은 살아남기 위해 새로운 영업방식을 모색하기 시작함. 그 중 가장 많이 채택되었던 영업방식은 인기인터넷소설작품들을 도서관행물로 출판하는 방식이었으나 그 시기 인터넷소설의 출판화가 정착돼있지 않을 때라 많은 사이트들이 결국 문을 닫음
- 2002년 <독사왕(读写网)>에서 최초로 인터넷문학작품의 유료 콘텐츠화를 실시. 유료 콘텐츠화 도입 후 작가들 또한 연재분에 대해 보수를 받기 시작하면서 인터넷문학을 개인적 취미활동에서 상업화시킴. 이로써 인터넷문학 작가가 하나의 직업으로 인정 받기 시작함. 비록 <독사왕>은 고전 끝에 결국 이 영업방식을 성공시키지 못하고 폐쇄되었으나 유료 콘텐츠화라는 방식은 여러 다른 사이트들에게 귀감이 됨



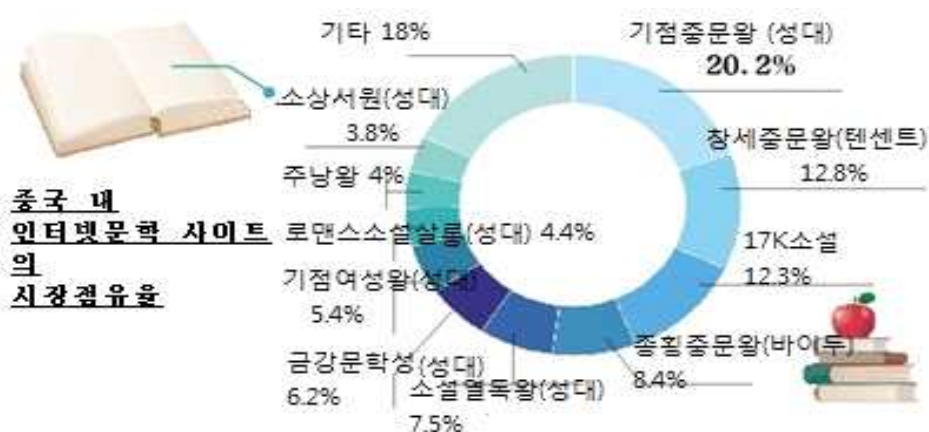
- 유료 콘텐츠를 성공시킨 <기점중문왕(起点中文网)>이 이때부터 인터넷문학 산업의 패자로 떠오름

#### 4). 2004-현재 본격적인 상업화

- 2004년부터 인터넷문학 사이트들이 상업적 이익을 내는 방법에 몰두하면서 큰 자본이 유입되고, 인터넷문학은 진정한 상업화 시대에 진입함
- 2004년 성대기업이 <기점중문왕>을 사들이며 <기점중문왕>은 성대기업의 자회사가 됨. 이후 성대기업은 <소상서원(潇湘书院)>, <홍수천향(红袖添香)>, <소설열독왕(小说阅读网)>, <용수나무아래> 등의 문학 사이트들을 순차적으로 매수, 2008년에는 인터넷문학의 운영과 관리를 총괄하는 성대문학유한공사(盛大文学有限公司)를 세움
- 뒤이어 왕이(网易), 텐센트(腾讯)와 같은 대형회사들이 인터넷문학사업에 참여하기 시작함. 인터넷문학작품이 문화산업계열에 들어가며 단편적인 유료 콘텐츠를 벗어나 출판사와 같은 문화산업기업들과 협력해 도서출판, 영화, 게임, 만화 등의 사업으로 큰 수익을 내기 시작함

### 3. 인터넷문학업계의 주요기업

<중국내 인터넷문학 사이트들의 시장 점유율>



출처: enfodesk

## ■ 성대문학(盛大文学)

- 성대문학은 2008년 7월에 설립된 중국 최대 규모의 인터넷문학 회사로써 성대그룹 산하의 문학관련 업무를 총괄하고 있는 자회사임. 성대문학은 인터넷소설 분야에서 50%의 시장점유율을 보이고 있으며 현재 <기점중문왕>, <소상서원>, <홍수천향>, <소설열독왕>, <용수나무아래>, <로맨스소설살롱(言情小说吧)>등의 6대 인터넷문학사이트를 운영하고 있음. <화문천하(华文天下)>, <중지박문(中智博文)>, <취석문화(聚石文华)> 3개의 출판사도 운영하고 있으며 국내 최대의 민영 출판기업으로서 한한(韩寒), 위단(于丹), 안의여(安意如)과 같은 인기 작가들과 계약을 맺고 있음
- 2010년 성대문학이 전 세계에서 가장 큰 중문인터넷서점이자 인터넷문학 콘텐츠 제공 플랫폼인 <운중서점(云中书城)>을 런칭. 콘텐츠와 플랫폼의 상호협력으로 독자와 작가들에게 어필하고자 함. <운중서점> 런칭시 이미 성대문학은 430억 편의 창작소설 판권을 보유하고 있었으며 85만 명의 작가를 거느리고 있음. 하루에 업로드 되는 글자 수만도 6000만 자에 육박하며, 가입한 회원 수만 3800만 명에 이르는 거대 기업이 되었음. 중국에서 출판되는 소설의 권당 평균 글자 수가 20만 자 정도 임을 감안할 때, 하루 동안 업로드 되는 글자 수가 6000만 자라는 수치는 성대문학이 매일 300권의 책을 생산해내고 있는 것과 같은 수치임
- 2014년도에 들어서 성대문학은 두 번의 IPO의 실패와 <기점중문왕>의 핵심운영진들이 텐센트 산하의 <창세중문왕>으로 옮김에 따라 어려움을 겪고 있음. 이에 대응하기 위해 성대문학은 전략을 바꿔 자신의 산하에 있는 6개의 문학 사이트를 독립적으로 병렬운영하기 시작함. 텐센트와 바이두 문학의 빠른 성장속도에도 불구하고 성대문학 산하의 기점중문왕은 인기 작가들의 고퀄리티 작품에 힘입어 20.2%라는 점유율을 보이며 1위 자리를 지켜냄. 성대문학은 더 이상 인터넷문학 사업이 작품의 퀄리티에만 의존하던 시대가 가고 IP의 가치로 문학작품을 평가하는 시대가 시작되었다는 것을 인지하고 2014년 하반기 수백만 위안, 심지어 천만 위안에 달하는 거액을 받고 작품의 영화 또는 드라마 판권을 판매함. 이러한 저작권료 판매수익만 3000만 위안을 달성하였고, 인기작가와 단골유료이용자들의 힘을 과시하며 성대문학이 아직 50억 위안의 가치가 잃지 않았음을 증명하며 부동의 1위를 지키고 있음

## ■ 텐센트문학(腾讯文学)

- 텐센트문학은 2013년 9월 업계에 진출하였으며 2014년 4월 정식으로 텐센트의 자회사로써 독립 운영할 것임을 발표함. 운영하고 있는 인터넷문학 사이트는 남성독자를 대상으로 하는 <창세중문왕(创世中文网)>, 여성독자들을 대상으로 하는 <운기서원(云起书院)>과 모바일 앱인 <QQ열독(QQ阅读)>, 스마트터치서비스를 제공하는 앱인 <QQ서점(QQ书城)>이 있음
- 텐센트문학은 성대문학과 다르게 남성과 여성의 독서취향이 다르다는 점에 착안해 인터넷문학 플랫폼 또한 남성과 여성의 니즈에 맞춰 구분해 병렬적인 사이트 운영방

식을 채택하고 있음. 게다가 주력사업 중의 하나로 텐센트의 5억 5천만 명의 월 이용자를 가지고 있는 QQ플랫폼 안에 모바일 앱을 운영하고 있음. 텐센트문학은 단시간 안에 많은 이용자들을 끌어 모음

- 창세중문왕의 경우 2013년 5월에 개설되었지만 벌써 7만여 작품을 보유하고 있으며 점유율 12.8%를 보이며 업계 2위로 올라섰음. 종합 인터넷 소설 서비스 플랫폼인 운기서원의 경우 200여 개의 출판회사들과 협력관계에 있으며 50여 개의 영화사들과도 계약을 체결한 바 있음. 모바일 앱의 경우 일일 사용자 수가 1500만 명을 돌파함. 텐센트문학은 콘텐츠 자원의 부족을 해결하고자 새로운 신인작가의 발굴과 우수한 수입보장체계를 구축하며 기존 인기 작가들을 영입함. 게다가 텐센트문학은 인터넷문학의 ‘범오락화’를 추진하며 통일화된 전 방위의 판권운영체계를 세우고 플랫폼을 개방해 여러 협력업체를 끌어들여 소설의 게임화에 주력하고 있음

#### ■ 바이두문학(百度文学)

- 바이두는 2013년 1억 9천만 위안에 <중형중문왕>을 인수한 후 <바이두다고(百度多看)>와 <91판다독서(91熊猫看书)>를 합쳐 바이두문학이라는 자회사를 설립. 바이두의 풍부한 자원을 이용해 애니메이션, 게임, 영화, 파생상품 모든 문화산업을 아우르는 산업연결고리를 만들며 브랜드 가치가 크게 상승함. 현재 <중형중문왕>은 빠른 속도로 발전해 나가고 있으며 <기점중문왕>과의 차이를 점점 좁히고 있음

#### ■ 중문온라인(中文在线)

- 중문온라인은 2006년에 생긴 <17K소설>, <애독서왕(爱读书网)>, <사월천독서왕(四月天读书网)>(17K소설의 여성독자들을 대상으로 한 사이트)>등을 중심으로 텐센트문학의 뒤를 잇고 있음. 중문온라인 산하의 17K소설은 <후궁 전환전(后宫甄嬛传)>, <비성물요(非诚勿扰)>와 같은 인기 작품들의 본거지이며 작품들의 드라마화, 영화화와 게임화가 활발한 사이트 중에 하나. 현재 9.3%의 시장점유율로 업계 3위

### < 최신 동향 >

- 2015년 1월 성대문학과 텐센트문학이 인수합병계획을 발표. 지난 3월 16일 ‘열문그룹’ (阅文集团) (China Reading Limited) 이 정식으로 창립됨. 텐센트문학의 CEO인 오문휘(吴文辉)와 성대문학의 전CEO인 양소동(梁晓东)이 공동CEO로 취임함. 이로써 인터넷문학의 양대 산맥이 ‘혼인’을 통해 ‘문학제국’을 건설했다는 평가를 받고 있음. 현재 열문그룹이 보유한 문학작품 수는 300여만 개에 달해 중국 인터넷 문학 시장 80%의 점유율을 차지함. 노벨문학상 수상자인 모옌을 비롯한 200여명의 유명 작가들도 거느리고 있음. 마치 문학계의 거대 연예기획사 같음. <보보경심(步步惊心)>, <나혼시대(裸婚时代)>, <우리의 떠나가는 청춘에게(致青春)> 등의 작품들이 영화나 드라마로 리메이크 됨. 이런 성공한 작품들 대부분이 열문그룹에서 나옴. 열문그룹의 연간 수익은 20억 위안에 달함

- 하지만 업계와 작가들 사이에서는 우려와 비난의 목소리도 높음. 업계 관계자들은 비록 열문그룹이 현재 패왕의 자리를 유지할지라도 중국의 디지털 출판업계의 규모는 어마어마할 정도로 크고 아직 발전의 초기단계에 있는 것을 감안한다면 앞으로도 계속 선두를 지키기 위해서는 현실에 안주하지 않고 새로운 시도와 도전을 계속해야 한다고 언급함. 두 기업의 합병에 작가들은 두 기업의 힘겨루기로 인해 이득을 볼 수 있었던 많은 작가들이 손해를 보는 입장에 이라며 작가들의 적극적인 작품활동 등을 위해 열문그룹이 대책을 내놓아야 한다고 주장함

#### 4. 인터넷문학의 콘텐츠화 1 (드라마화)

##### ■ <후궁 전환전(后宫甄嬛传)>



만화< 후궁 전환전 >



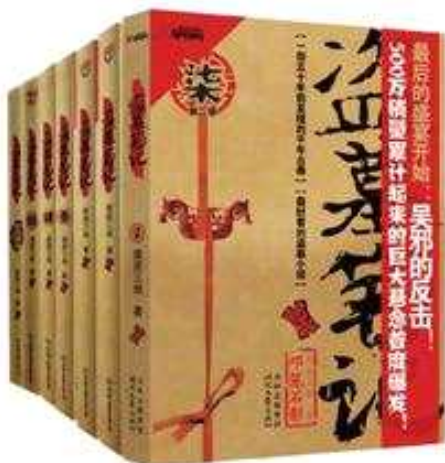
드라마< 전환전 >

- 인터넷 소설인 <후궁 전환전>을 각색해 만든 드라마 <전환전>은 한국에서도 <옹정 황제의 여자>라는 제목으로 방영되었으며 방영 당시 선풍적인 인기를 끌었던 드라마로써 일본 안방극장에도 시청자 3927만 명, 일본 총 인구의 1/3에 해당하는 어마어마한 시청자를 끌어 모으며 돌풍을 몰고 왔음. 2014년 말 영어버전이 칸 방송제에서 많은 관객의 이목을 집중시켰음. <전환전> 영어 버전 제작을 위해 미국 유명 제작진들이 총출동해 편집 작업에 나섰고, 이를 통해 기존의 76회를 1회 90분 분량의 13회 미국 드라마로 완전 탈바꿈시켰음. 올해 미국 유선방송을 통해 방영될 예정이며 2016년에는 영화화될 예정임



- <후궁 전환전>은 인터넷소설 중에서도 역작이라고 할 만한 사극소설로 여 주인공인 ‘전환’의 궁중 내 암투를 다루고 있음. 작가인 유염자(流潋紫)가 <후궁 전환전>으로 2006년 12월 19일 제2회 텐센트문학의 ‘작가배’ 창작소설대회로 등단한 후 2011년 인터넷에 연재한 <후궁 전환전>은 20만 조회수, 500만 개의 평론을 얻은 기록을 세우며 수십 개의 출판사로부터 러브콜을 받음. 최종적으로 ‘히트소설 공장’이라는 별칭을 가지고 있는 마철문화(磨铁文化)와 10만부의 초판 인쇄, 10%라는 천문학적인 저작권료를 받고 계약함. 현재 총 7권으로 완결되어 출판된 상태이고 총 2년에 걸쳐 완결되었음
- <후궁 전환전>은 북경TV예술중심(北京电视艺术中心)에서 제작했으며 76회를 완결로 2012년 3월 26일부터 안휘위성(安徽卫视)과 동방위성(东方卫视)에서 동시 방영되었고 방영한달 만에 전국 시청률 2위에 올랐음. 드라마화의 성공에 주요인으로는 문화산업사슬을 효과적으로 사용했다는 것을 꼽을 수 있음. <후궁 전환전>은 방영 전부터 러스왕(乐视网)과 독점방영계약을 체결함. 이는 중국의 드라마 사에서 이례적인 일이었음. 당시 러스왕은 독자적인 cookie감식기술을 갖추고 있어서 스트리밍으로 관람하는 시청자들을 정확하게 파악하여 그에 맞는 광고를 광고주에게 제공함
- 러스왕과의 협력 이외에도 <후궁 전환전>은 다양한 형태로 문화파생상품을 내놓음. 2012년 7월 7일 호남성에서 개막한 2012 장사국제애니메이션박람회에서 호남의 <호풍애니메이션(浩丰动漫)>이 독점판권을 사들여 웹툰, 웹애니메이션 등으로 상품화 시킴. <전환전>으로 붐을 일으킨 후궁 코스프레 또한 여러 기업에서 호재로 보았으며 그 결과 타오바오왕(淘宝网)에 <전환전>이라고 검색하면 드라마에서 사용되었던 소품과 의상들을 찾을 수 있음

#### <도굴일기(盗墓笔记)>



책 <도굴일기>



웹 드라마 <도굴일기>

- <도굴일기>는 작가 서뢰(徐磊), 필명 남파삼숙(南派三叔)의 도굴을 주제로 한 인터넷 소설. <도굴일기>는 2006년에 기점중문왕에 연재되기 시작했으며 2011년 완결되었음. 2009년부터 북경마철문학과 출판계약을 맺은 후부터는 더 이상 기점중문왕에 연재되지 않았지만, 인터넷 상에서 <도굴일기>의 영향력은 건재했음. 2011년 말, 남파삼숙은 <도굴일기>의 판권을 통해 1580만 위안의 수입을 올렸으며 이로써 화서도시보(华西都市报)의 <2011년 제6회 중국작가 부호랭킹>2위를 차지함. <도굴일기>의 신화는 출판계의 신화로 자리 잡았으며, <귀취등(鬼吹灯)>과 함께 소설의 ‘도굴시대’를 개막했다는 평을 받고 있음
- <도굴일기>는 도굴 계에 새로 입문한 청년도굴자의 시선으로 중국 내 도굴세력가문들의 한 세기 간의 역사를 풀어놓음. 소설의 오락성을 중시하는 작가 남파삼숙은 매체와의 인터넷문학의 성장에 관한 인터뷰에서 “인터넷문학이 추구하는 최고의 영광은 노벨 문학상을 받는 것이 아니라 오스카에서 수상하는 것”이라는 발언을 해 화제가 된 적이 있음. 이는 인터넷문학이 영화화에 가장 최적의 요건을 가지고 있음을 시사함
- 남파삼숙이 기점중문왕에 연재하는 2006~2009년까지 인터넷 상에 연재된 글자 수는 총 94만자 이며 조회 수는 총 1580만 이라는 점을 감안하였을 때 유료 콘텐츠 제공 서비스에서 발생한 수입만도 1500만 위안에 달함. 현재까지 <도굴일기>는 총 9권의 책으로 출간되었으며 <도굴일기>1~7권, <도굴일기>결말 상, 하, 번 외집 <장해화>(藏海花), 아동도서 <사해>(沙海)1권과 만화책 6권의 출판권수만도 1200만 권, 도서 출판수입액만 1억 위안이 넘음
- <도굴일기>의 소재가 민감한 소재임을 감안하였을 때 중국 내에서는 빠른 시간 안에 영화화되기는 무리가 있음. 하지만 미국의 파라마운트사가 이미 해외 판권을 사들여 <인디아나 존스>와 같은 어드벤처 시리즈물로 제작을 논의 중에 있음. <도굴일기>는 이미 게임의 모티브로써도 성공했음. 2012년 말 <도굴일기> 온라인게임의 사용자가 800만 명을 돌파했음. 또한 <도굴일기> 시즌제 웹 드라마로 제작이 확정됨. 이미 시즌1은 60분짜리 12회로 예정되어 있으며 아이치이(爱奇艺)에서 독점 방영될 예정임
- 인터넷문학은 여러 저작권분쟁에도 휘말리고 있음. 인기 인터넷문학의 소재들을 작가의 허락 없이 무단으로 도용하는 사례가 빈번함. 2014년 12월 <도굴일기>의 작가 남파삼숙은 자신의 소설에 등장하는 주인공들을 캐릭터로 내세운 게임이 자신의 허락을 받지 않은 무단도용이라며 현재 소송을 제기한 상태

## 5. 인터넷문학의 콘텐츠화 2 (영화화)

### ■ <실연33일>



소설 <실연 33일>



영화 <실연 33일>

- <실연 33일>은 2009년 작가 포경경(鲍鲸鲸)이 필명 대리화(大丽花)로 또우반(豆瓣)이라는 사용자들이 서적, 영화, 음악과 관련된 자신들의 생각과 느낌을 자유롭게 적을 수 있는 공간에 실제 남자친구의 싸움 후 일기의 형식으로 쓰기 시작한 글에서 시작됨. 소설의 형태를 갖추지 않았으므로 정식으로 소설이라고 할 순 없으나 네티즌들 사이에서 인기몰이를 하면서 한 출판업자가 발견해 소설로 출간함. 소설의 주요 내용은 7년간 교제한 남자친구가 자기의 절친과 바람이 난 후 헤어지고 실연 33일 동안 다른 남자를 통해 그 아픔을 이겨내는 내용
- 중국 내 유명한 감독인 등화도(滕华涛)는 친구에게 이 소설을 추천 받고 2010년 초 직접 인터넷에서 책을 구매해 읽어본 후 작가 포경경을 직접 찾아가 소설의 영화판권을 따냄. 영화 개봉 후 4일 만에 흥행 1억 위안을 달성했으며 개봉 첫 주 수입 1억 8900만 위안으로 그 주 흥행 1위를 차지함. 중국 내 총 수입은 3억 5천만 위안을 올림. 아이러니한 것은 이 영화의 초기 자본금은 불과 890만 위안. <실연 33일>은 2011년 영화계의 다크호스로 떠오르며 적은 자본으로 성공한 국산영화 타이틀을 거머쥔
- <실연 33일은> 2012년 제31회 백화대중영화제에서 최고 시나리오 상을 포함한 3개 부분의 상을 석권하였으며 2012년 제49회 황금말상에서는 최고 시나리오각색상을 수상함. 2014년 7월 19일 국가 주석 시진핑(习近平)이 미국 순방길에 각계 인사들의 선물로써 <실연 33일>을 포함한 DVD를 준비한 것이 알려져 화제가 된 바 있음

## ▣ <우리가 잃어버릴 청춘>



책 <우리가 잃어버릴 청춘>



영화 <우리가 잃어버릴 청춘>

- <우리가 잃어버릴 청춘>은 2007년 인터넷 소설 작가 신이우(辛夷坞)의 청춘의 추억을 따뜻하게 하는 소설. 소설의 주인공들은 모두 80후(80后)라고 불리는 세대로 소설은 이 세대의 주인공들의 대학시절의 만남에서부터 연애, 이별, 재회까지를 다룸
- 중국의 인기 배우 조미가 영화 <우리가 잃어버릴 청춘>의 메가폰의 잡아 더 큰 화제가 되었음. 이번 영화는 조미의 감독 데뷔작이자 베이징영화대학 대학원 졸업작품. 영화는 대학 시절 여주인공이 자신을 사랑하는 두 남성을 모두 포기한 후 나중에 일을 하다가 다시 재회한다는 내용을 담고 있으며 여주인공은 결국 이 두 남성 중 성숙된 남성을 선택함. 남주인공은 슈퍼주니어의 한경이 맡았음. 영화는 2013년 4월 26일 개봉했으며 400만 위안이 투자된 이 영화는 개봉 첫 날 4650만 위안을 벌어들였고 국내 총 수입만 7억 2천만 위안에 달함. 2014년 9월 13일에서는 일본에서도 개봉함. 개봉 후 영화는 제26회 동경국제영화제, 제57회 런던영화제, 제8회 네덜란드 레이든 국제영화제는 다수 굴지의 영화제에서 선을 보이기도 함



● 중국사무소 담당자 연락처 ●

김기현 소장 : +86-10-6501-9971 / gihun@kocca.kr

## 재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원가입 안내

안녕하십니까, 한국콘텐츠진흥원 중국사무소장 김기현입니다.

지난 2월 12일 한국 콘텐츠사업자의 중국진출 활성화를 위한 『재중국한국콘텐츠사업자협의회』를 설립하였습니다. 앞으로 협의회는 한국과 중국의 콘텐츠 관련 민간사업자간의 협력을 확대해 나가고, 새로운 중국의 한류를 위하여 다양한 노력을 펼쳐나갈 계획입니다. 중국진출에 관심이 있는 한국 콘텐츠사업자분들의 많은 지원 바랍니다.

- 다 음 -

1. 명 칭 : 재중국한국콘텐츠사업자협의회
2. 회원자격 : 중국에 이미 진출하였거나 혹은 진출하려는 한국 콘텐츠산업 종사자
3. 회원혜택 : 중국진출 핵심정보 교류 / 한중 협력사업 참여 / 중국진출 컨설팅 등
4. 모집기간 : 연간 상시 모집
5. 접수방법 : 이메일 접수. 입회원서 작성하여 이향옥 대리 [[iangok@kocca.kr](mailto:iangok@kocca.kr)]에게 제출
6. 협의회 현황
  - 임원구성
    - 회 장(1명) : 북경751라이브탱크 문화창의 전시공연장 박철홍 대표
    - 부회장(2명) : 아이코닉스 차이나 이병규 대표; Golden Harvest Media 차영희 대표
  - 회원 현황 : 총 87명 (2015년 4월 기준)

# 입 회 원 서

사무국장	회장

성 명	한글		생년월일	
	漢字		성 별	<input type="checkbox"/> 남 <input type="checkbox"/> 여
	영문			
현거주지	<input type="checkbox"/> 중국 <input type="checkbox"/> 한국		E-Mail	
연 락 처	<input type="checkbox"/> Tel: _____ <input type="checkbox"/> Mob: _____			
회 사 명			업 종	
설 립 일			사업자구분	<input type="checkbox"/> 개인 <input type="checkbox"/> 법인
회사주소				
주요실적				
<p>본인은 귀 협의회 설립목적에 동의하고 협회 회칙에 명시된 내용에 따라 회원의 의무와 준수사항을 성실히 이행할 것을 서약하면서 회원으로 가입하고자 입회원서를 제출합니다.</p>   <div style="text-align: center;">             20    년    월    일           </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">             신청인: _____ (인)           </div> <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em; margin-top: 20px;">             재중국한국콘텐츠사업자협의회 회장 귀하           </div>				

## 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단 운영안내

### □ 자문단 개요

- 명칭 : 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단
- 위촉 임기 : '15. 3월~' 16. 3월(위촉일로부터 1년)
- 분야 : 3개 분야 (법률/회계/마케팅 등)

지역	분야	성명	소속 / 직위	비고
한국	법률	김성훈	북경국연컨설팅/박사	중국투자업무전반 (법률,지재권,법인설립등)
	법률	권대식	법무법인 태평양/변호사	중국M&A
	법률	이수철	안걸변호사사무소/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	임훈기	북경임팩트컨설팅/박사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	허욱	울촌법무법인/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	회계	한정훈	ChinaTaxlow/회계사	중국회계/조세
	마케팅	이병규	아이코닉스 차이나/대표	중국시장 진출 컨설팅 (만애캐)
	마케팅	차영희	Golden Harvest Media Ltd/대표	중국시장 진출 컨설팅 (방송)
	마케팅	卢一鹏 (루이평)	Grand Vision Media/CEO	중국시장 진출 컨설팅 (홍보/마케팅)
	마케팅	박철홍	751 Live Tank/대표	중국시장 진출 컨설팅(전시)

### □ 자문단 운영방식 (상시 컨설팅)

- (상담 접수) 한국의 기업, 개인, 프로젝트 => 중국사무소
- (컨설팅 의뢰) 중국사무소 => 분야별 현지 자문위원
- (컨설팅) 이메일, 통화, 직접 면담(필요시) 등의 방법으로 상담
- (상담보고서 제출) 자문위원, 상담결과 보고서(2~3p.) 중국사무소에 제출
- (상담료 지급) 중국사무소 상담내역 확인 및 관련 서류 제출 => 중국사무소 => 자문위원 ※ 예산한도 범위 내에서 운영

### □ 세부내용 문의

- 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단 운영담당  
이향옥 대리 (전화: 86-10-6585-9973, 이메일: [hiangok@kocca.kr](mailto:hiangok@kocca.kr))



## 중국 문화산업 정책연구보고서 안내

### □ 목적

- 중국 정부의 문화산업 정책기조와 변화 추이를 파악하고, 나아가 각 부처의 문화산업과 관련한 정책규제에 대한 접근을 쉽게 하여 한국 콘텐츠의 중국 시장 진출 활성화에 기여

☞ 중국의 문화정책 / 규제 / 절차 등을 망라한 종합보고서

### □ 구성: 총 2권

#### ○ (2013-2014) 중국 문화산업 정책연구

- 중국 문화산업 관리 정부 부처 및 정책업무 종합
- 중국 정부의 문화산업 전반에 대한 정책 기조와 거시적 발전 방향 분석
- 외국 자본과 문화 자원 및 인재 기술에 대한 개방 정도 연구
- 국가급/특수지역(자유무역시범지구, 중관촌) 관리 정책 분석
- 외상투자산업지도목록(2014) 분석

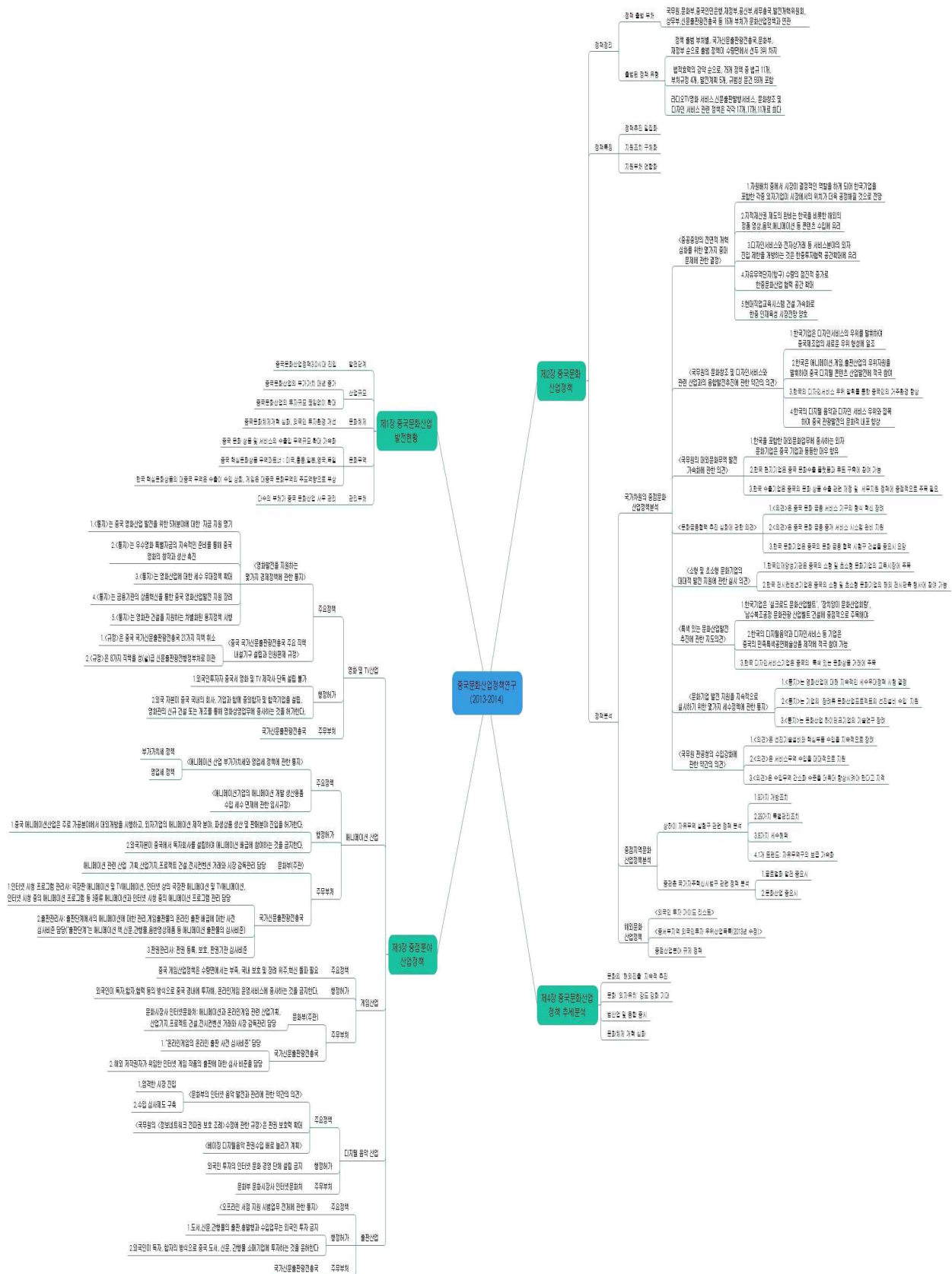
#### ○ (부록) 중국 문화산업 장르별 정책 한국어 전문 번역 (84개 항목)

- 중국 문화산업 각 장르별(방송/영화/애니메이션/게임/음악/공연) 규제정책에 대해서 한국어로 전문 번역하여 한국인이어도 복잡하고 어려운 중국의 문화산업관련 각 규정과 절차에 대한 세부적 접근 가능

### □ 정책연구 보고서 검색

- [www.kocca.kr](http://www.kocca.kr) -> 콘텐츠지식 -> 해외시장동향 -> 번호 13055

## [별첨 1] 한 눈으로 보는 중국 문화산업 정책현황



## [별첨 2] 중국 문화산업 장르별 규제정책 전문 번역 리스트

- 발표기관 : 문화부, 국가신문출판광전총국(신문출판총서/광전총국), 국무원, 상무부 등
- 규제정책 : 총 84개 (중복제외)

\* 방송(18), 영화(10), 애니메이션(10), 출판(22), 게임(19), 음악/공연(9)

### ■ 방송

	발표일자	실행일자	발표기관	정책명칭	주요내용
1	1997.8.11	1997.9.1	국무원	방송 TV 관리조례	외자경영, 중외 합자경영, 중외 합 경영의 라디오 방송국 및 TV 방송국 설립 금지
2	2004.7.19	2004.8.20	광전총국	TV 프로그램 제작 및 경영 관리규정	1. 《을종 TV 드라마 제작허가증》은 해당 허가증에 기재된 드라마에 관한 허가증으로 사용이 제한되며 유효기간은 최고 180 일. 특별한 경우 허가증 발급기관의 비준을 거쳐 연장가능 2. 《갑종 TV 드라마 제작허가증》의 유효기간은 2년. 유효기간 만료 전까지 허가증을 보유한 기관이 제작하는 모든 TV 프로그램에 대해 유효함
3	2004.9.21	2004.10.21	광전총국	드라마 중외합작 제작관리 규정	1. 중외합작 제작드라마 (애니메이션 포함) 관리규정 2. 중국측은 《드라마제작허가증(갑종(甲种))》을 보유하고 있어야 함 3. 중국특색을 주제로 하는 중외공동 제작 TV 애니메이션은 중국 TV 애니메이션과 같은 지위에서 방영
4	2004.9.23	2004.10.23	광전총국	해외 TV 프로그램 도입의 방영관리 규정	1. 매일 각 TV 채널에서 방송되는 해외 영상물과 당일 방송되는 영상물, 기타 해외 TV 프로그램의 방송시간 규정 2. 광전총국의 허가를 받지 못한 수입영상물은황금시간대 (19:00~22:00)에 방영할 수 없음
5	2005.9.14	2005.9.14	광전총국	해외 애니메이션 소개 프로그램 방송금지에 관한 긴급통지	국산 애니메이션과 해외 애니메이션의 방영비율과 방송 횟수관리를 규정. 광전총국의 심의를 거치지 않았거나 배급 허가증을 미취득한 해외 애니메이션 및 합작 애니메이션 방영금지
6	2009.9.8	2010.1.1	광전총국	방송광고 방영관리 방안	TV 방송 송출기관의 광고 방영 시의 시간과 내용에 대한 제한

7	2010.3.22	2010.5.1	광전총국	광전총국 드라마국에서 발표한 위성 TV 종합채널 드라마편성관리 규범 강화에 관한 통지	위성 TV 종합채널 드라마의 총 방영시간 및 횟수 관리 규정
8	2010.4.8	2010.4.8	9개 부서/위원회 연합문건	문화산업 진흥 및 발전에 관한 금융지원의 지도의견	중앙과 지방 재정부처는 문화산업발전을 위해 마련한 특별자금 등을 통해 조건에 부합되는 문화기업에게 대출이자 할인과 보험금 보조 등 혜택을 부여. 금융자본의 합법적인 참여 장려
9	2010.5.14	2010.07.1	광전총국	드라마 콘텐츠 관리 규정	드라마 콘텐츠의 제작, 배급, 방송활동에 관한 내용. 중국 또는 해외에서 방영되는 중국 드라마, 중국과 해외 기관이 공동제작한 드라마 해당
10	2011.2.12	2011.2.12	광전총국	광전총국 판공실에서 발표한 영화, TV 드라마의 흡연장면 엄격제한에 관한 통지	미성년자 흡연장면과 담배상표 및 관련장면 방영금지
11	2011.10.25	2012.1.1	광전총국	TV 위성 종합채널 프로그램 관리강화에 관한 의견	위성 종합채널은 매일 6:00-24:00 사이 뉴스 관련 프로그램이 2시간 이상이어야 함. 18:00-23:30은 2개 이상의 자체편성 뉴스 프로그램이 반드시 있어야 함.
12	2011.11.25	2012.1.1	광전총국	TV 광고 방영관리방법에 관한 보충규정	드라마방영도중 광고삽입 불가
13	2011.12.13	2012.12.13	광전총국	광전총국이 발표한 해외 영화드라마 수입 및 방영관리 강화에 관한 통지	고화질 해외 드라마 수입을 우선으로 함. 편당 50 회를 넘지 않아야 하며, 황금 시간대(19:00-22:00) 방영금지. 해외 영화 및 드라마는 해당 방영채널의 일일 영화/드라마 총 방영시간의 25%를 초과할 수 없음
14	2012.07.09	2012.07.09	광전총국 국가인터넷 정보판공실 연합문건	웹 드라마 및 마이크로 무비 동영상 프로그램의 건전한 발전을 인도 및 규범화 하는 것에 관한 통지	인터넷 동영상 사이트는 인터넷드라마와 ‘마이크로무비’ 등 인터넷 동영상물에 대해 전면 심사 후 전송할 수 있음 인터넷 동영상 산업협회는 업계 자율기간을 제정 실시해야 함 정부관할부서는 법에 의거하여 사업주체 진입/퇴출관리를 함
15	2013.10.20	2013.10.20	신문출판 광전총국	2014 TV 위성채널 프로그램 편성 및 등록 사업에 관한 통지	1. 프로그램 구조의 최적화, 유형의 다양화. TV 위성 종합채널의 뉴스, 경제, 문화, 교육, 과학, 생활, 애니메이션, 어린이 프로, 다큐멘터리, 농업 등 프로그램의 주간 송출비중



					<p>30%이상. 교양, 윤리 프로그램 6:00~24:00 사이에 1회 방영, 매일 국산 다큐멘터리 30분 방영.</p> <p>8:00~21:30 사이에 국산 애니메이션 혹은 어린이 프로 30분 방영.</p> <p>2. 창의성 원칙 견지, 수입관리 강화. TV 위성종합채널은 매년 해외 프로그램 포맷 1개 초과 구입 또는 19:30~22:00 사이에 방영 불가.</p> <p>3. 과도한 오락화, 동질화 방지. 시즌별로 가수 오디션 프로를 선정하여 프라임시간대에 방영.</p>
16	2014.9.2	2015.4.1	신문출판 광전총국	인터넷 해외 드라마 관리 관련 규정을 이행하는데 관한 통지	<p>인터넷상에 해외 영화, 드라마를 방영할 때, 신문출판광전총국에서 발행하는 &lt;영화방영허가증&gt; 또는 &lt;드라마 방영허가증&gt; 등의 비준하는 문건 취득. 허가증 미취득시 인터넷에 영상물 방영 불가.</p>
17	2014.1.2		신문출판 광전총국	웹 드라마, 마이크로 무비 등 온라인 동영상 프로그램 관리를 개선하는데 관한 보충 통지	<p>웹드라마, 마이크로필름 등의 인터넷 영상물 제작기관은 방송영상행정부의 &lt;TV 프로그램 제작경영 허가증&gt;을 취득해야 함.</p>
18	2014.11.4		상무부	외국인투자산업 지도목록	<p>1. TV 프로그램 제작 업무 제한 (단 합작의 한에서)</p> <p>2. 뉴스기관, 방송국, TV 채널 방영 (시청률), TV 송신 커버리지망(송신탑, 전보탑, TV 위성소, 위성송수신소, 감측소, 유선 TV 송신커버리지망), TV 프로그램 제작경영회사, 인터넷 뉴스 사이트, 인터넷 동영상사이트에 대한 외자투자 금지</p>

## ■ 영화

	발표일자	실행일자	발표기관	정책명칭	주요내용
1	1981.10.13	1981.10.13	문화부. 세관 총서	수입영화관리방법	수입영화에 관한 모든 업무는 중국 전영발행방영공사(중영공사)가 경영 관리함
2	1997.01.16	1997.01.16	광전총국	영화심사규정	①영화심사기관의 심사를 거치지 않은 영화는 배급, 상영, 수출입을 할 수 없음 ②영화심사에는 내용에 관한 심사와 예술 및 기술 품질에 관한 심사가 포함됨
3	2001.12.25	2002.02.01	국무원	영화관리조례	①중국에서 영화의 제작, 수출입, 배급, 상영 등에 적용됨 ②중국의 영화사업은 허가제도를 실시하며, 국무원 광파전영전시 행정부문이 주관함 ③허가를 받지 않은 업체나 개인은 영화의 제작, 수출입, 배급, 상영 등 활동을 진행할 수 없음
4	2003.09.28	2004.01.01	광전총국. 상무부, 문화부	외상투자 영화관 임시 규정(2003)	외국의 회사, 기업 또는 개인이 중국 회사, 기업과 함께 합자, 합작 회사를 설립하고 영화관을 신축, 개조하여 영화상영 업무에 종사 하는데 적용
5	2004.07.06	2004.08.10	광전총국	중외합작제작영화 관리규정	중국과 외국 영화제작자가 합작하여 촬영하는 영화(필름영화, 디지털 영화 및 텔레비전 영화 포함)에 적용함
6	2004.10.10	2004.11.11	광전총국, 상무부	영화기업경영자격허가 임시규정	중국 영화기업의 제작, 배급, 상영, 수출입 업무 및 외국기업의 제작, 상영 참여 자격 허가 관리에 관한 규정
7	2006.5.22	2006.6.22	광전총국	영화 각본 (개요) 입안(立项), 영화관리규정	중국에서 상영하는 영화 각본(개요) 입안(立项), 영화심의 및 수입영화 심의에 적용
8	2011.11.29		광전총국	영화 제작, 배급, 상영의 조화로운 발전을 촉진하는 것에 대한 지도의견	영화산업의 이익배분에 관한 건의
9	2011.12.15		국무원	영화산업촉진법(의견수렴안)	영화촬영허가기준 완화, 흥행수익 허위보고 금지, 상영시간 내 광고 삽입 금지, 공익서비스 강화, 영화의 촬영, 배급, 상영에 대해 세금 우대정책 실시 등

10	2014.3.18		신문출판 광전총국	지방이 대등하게 교류 하며 상호간에 처리해 온 단일 국가영화 집 중상영행사 심의 직무 를 성급 신문출판광전 행정부서로 이관하는 것에 관한 실시 세칙	<영화관리조례>의 의해 해외영화도 심사를 받아야 하며, 심사에 부합 하지 않으면 상영불가
----	-----------	--	--------------	--	---

■ 애니메이션

	발표일자	실행일자	발표기관	정책명칭	주요내용
1	2004.6.15	2004.10.23	광전총국	해외 TV프로그램 수입 및 방송관리 규정	○해외TV프로그램 가운데 포함될 수 없는 내용 명시
2	2005.4.28	2005.4.28	중양기구 (6개 부문)	문화상품 수입관리 강화방안	○해외 문화상품 심사, 허가, 수리 절차 ○문화상품 수입경영허가증 제도 근거 ○중외 합작 애니메이션 관련 제도 내용
3	2006.4.26		국무원	중국 애니메이션산업 발전 추진에 관한 약간의 의견	○우수 창작 애니메이션 평가, 장려, 보급 메커니즘 구축 관련 내용 ○애니메이션산업 발전 지원 전문자금 설립 명시 ○애니메이션산업기지 건설지지 및 산학연 발전 방향 내용
4	2007.12.28		광전총국	인터넷 영상물 관리 강화통지	○인터넷 유통 영상물에 대한 심사 및 관리강화 관련 정책성 문건 ○《애니메이션 배급 허가증》 취득 및 심의사항 규정
5	2008.2.19	2008.2.19	광전총국	TV애니메이션 방영관리 강화에 관한 통지	○중국 국산 애니메이션 방영 확대 ○황금시간대17:00~21:00시로 확대 조정 ○1일 국산 애니메이션과 해외 애니메 이션 방영 비율 7:3 명시
6	2008.8.13		문화부	중국 동만산업발전지원 의견	○국산 애니메이션 진흥을 위한 지원 방침 및 발전 방향에 대한 정책성 문건
7	2009.6.4		문화부, 재정부, 국가세무 총국	동만기업 인증 관리방법	○동만산업에 대한 관리와 지원 강화 를 구체적으로 제시한 문건 ○동만기업 관련 인정, 평가, 관리, 운 영 등의 분야에 대한 명확한 기준 제시 ○영업세, 증가세, 소득세 혜택 ○중국 측 합작 파트너 선별 시 참고
8	2010.6.7	2010.7.1	광전총국	드라마 내용 관리 규정	○드라마 및 TV방영 애니메이션 내용규정 ○공동제작 등록 공시 제도 명시 ○내용 심사 및 배급허가증 제도 내용
9	2011.5.19		문화부, 재정부, 국가세무 총국	수입 애니메이션 개발 생산용품 수입관세 철폐 임시규정	○문화부와재정부, 국가세무총국이 지정한 동만기업의 수입 동만개발 생산용품 수입관세 철폐정책 ○문화산업 영역 최초 수입세수 감면혜택 ○만화, 애니메이션, 온라인, 모바일 게임 포함
10	2014.3.27	2014.3.27	문화부	2014년 애니메이션기업 인증 작업 관련 사항에 관한 통지	동만기업의 수입 동만개발 생산용품 수입관세 철폐정책. 수입 동만개발 생 산용품 수입관세 면제를 받은 기업의 면세의 유효기간은 공표 받은 날로부 터 1년 후 6월 30일 까지.

## ■ 출판

	발표일자	실행일자	발표기관	정책명칭	주요내용
1	2001.8.2	2001.8.2	국무원	《인쇄업관리조례》	외자가 중외 합작, 합자 형식으로 인쇄 영역에의 진입 허용
2	2003.3.17	2003.5.1	신문출판 총서	《외자가 도서, 신문, 간행물 판매 기업에 투자하는데 대한 관리방법》	폐지(2011년 1월 1일부터 폐지됨)
3	2004.6.17	2004.8.1	신문출판 총서	《음반·영상 제품출판관리규정》	음반·영상 제품출판사의 설립과 관리 및 복제 등에 대한 규정
4	2008.2.21	2008. 5.1	신문출판 총서	《도서출판관리규정》	출판사의 설립, 출판, 감독관리 등에 대해 규범화
5	2008.3.17	2008.4.15	신문출판 총서	《전자출판물출판관리규정》	전자출판물출판사는 중국정부의 진입 정책에 의해 외자진입 불가능
6	2008.11.12	2009.1.1	신문출판 총서	《외상 투자 인쇄기업 설립에 관한 잠정규정(수정본)》	외자는 독자, 혹은 합자, 합작의 형식으로 중국 시장 진입 가능.
7	2009.1.7	2009.1.7	신문출판 총서	《출판물번호 실명제 관리방법(시행)》	출판물 번호를 불법적으로 판매하는 등 현상을 제거하고 출판물에 대한 관리를 더욱 엄격히 강화
8	2010.2.26	2010.4.1	국무원	《저작권법(수정본)》	중국 내에서 저작권과 관련된 기본 법률
9	2010.11.23	2011.1.1	신문출판 총서	《음반·영상 제품 제작관리규정(수정본)》	홍콩, 마카오 기업은 중국에서 음반·영상 제품의 제작업무에 종사 가능.
10	2011.3.17	2011.3.25	신문출판 총서	《출판물시장관리규정(수정본)》	출판물 발행 관련 기본 규정. 외자는 독자, 혹은 합자, 합작의 방식으로 출판물 발행시장에 진입 가능
11	2011.3.16	2011.3.19	국무원	《음반·영상 제품 관리조례(수정본)》	음반·영상 제품의 수입은 국무원 출판행정주관 부서의 허가를 받은 음반·영상 제품 수입업체만이 종사할 수 있음.
12	2011.3.16	2011.3.19	국무원	《출판관리조례(수정본)》	중국 내 모든 출판 활동에서의 기본 근거로 되는 조례. 인터넷 등 네트워크를 통해 출판물 발행활동에 종사할 경우 출판물경영 허가증 획득 필요. 등 일부 내용 추가 혹은 수정.
13	2011.3.17	2011.3.25	신문출판 총서	《수입출판물구매관리방법》	외국 출판물 수입에서의 주요 법규
14	2011.3.17	2011.4.6	신문출판 총서, 국가세관 총서	《음반·영상 제품 수입 관리방법》	음반·영상 제품의 내용 심사 강화

15	2011.12.28	2012.1.1	신문출판 총서	《중국표준녹음제품코드 국가표준 실시방법》	저작권 보호와 관련 산업표준의 국제 화 추진
16	2011.12.28	2012.1.1	신문출판 총서	《음반·영상·전자출판물 전용 출판물번호 관리방법》	음반·영상에는 음반·영상제품 전용 출판물번호 사용, 전자출판물에는 전 자출판물 전용 출판물번호 사용
17	2012.10	2012.12.1 1	신문출판 총서	《제6차 신문출판행정심사항목의 취소, 조정에 따른 사업을 잘할 데 관한 통지》	전자출판물 제작회사가 국외업체의 위탁을 받아 전자출판물을 제작하는 데 관한 심사권을 신문출판총서로부 터 성급 신문출판국에 이양
18	2012.11.21	2012.12.3 0	신문출판 총서	《MPR(Multimedia Print Reader)출판물 계열 국가표준을 실시하는 것에 관한 통지》	전통출판산업의 업그레이드와 디지털 출판과의 연계성 강화
19	2012.12.12	2013.1.1	신문출판 총서, 상무부	《외상투자인쇄기업설립 잠정규정에 관한 보충규정(2)》	홍콩, 마카오 사업자들의 지분 소유비 율이 70% 이내에서 중국 대륙에서 출 판물 및 기타 인쇄업종 종사 허용
20	2013.12.4	2014.2.1	국가신문 출판광전 총국	《신문출판업종표준화관리 방법》	신문출판 분야에서 기초로 되고 일반 화되는 방법, 제품, 기술, 관리 등 각 종 표준으로 규범화된 생산과 관리를 진행
21	2014.4.18	2014.6.1	국가신문 출판광전 총국	해외 저작권자가 위임한 인터넷 게임작품과 전자게임 출판물 출판의 신청자료를 규범화에 관한 통지	외국인 저작권자가 온라인게임 작품 과 전자게임 출판물의 출판권을 소유 할 수 있는 신청자료 내용 포함
22	2014.11.4		상무부	외국인투자산업	1. 전자 출판물 제작업무 제한 (단 중 국홀딩스에만 적용) 2. 전자출판물, 인터넷 출판사이트 업 무에 대해 외자투자 금지



## ■ 게임

	발표일자	실행일자	발표기관	정책명칭	주요내용
1	2000.9.20	2000.9.25	국무원	인터넷정보서비스 관리방법	영리성 인터넷 정보서비스에 대해 허가 규정 외자 50% 초과 금지, 국내 외 상장, 외자 합자 시 심사 승인 필요 등 규정
2	2003.5.10 2004.7.1 수정	2003.7.1	문화부	인터넷문화관리 임시규정	인터넷 문화 상품에 대한 정의 및 해당 산업에 대한 관리 규정 1. 온라인게임 서비스 기업은 1천만RMB 자본을 갖춰야 함 2. 인터넷문화경영허가증 유효기간은 3년이며, 연장 가능
3	2003.7.1 2010.6.3	2003.7.1 2010.6.3	문화부	인터넷문화관리 임시규정 온라인게임관리 임시시행방침	인터넷 문화 상품에 대한 정의 온라인게임을 서비스 하기 위한 조건 1. 내자 법인으로 등록 자본금 1천만RMB 이상(화폐자본) 2. 경영에 적합한 설비와 장소 구비 3. 8명 이상의 관리 인력과 전문 엔지니어
4	2004.5.14	2004.5.14	문화부	온라인게임상품 내용 심사작업에관한 문화부통지	중국 내 모든 온라인게임은 해당 콘텐츠에 대하여 문화부에 신고하고 심사를 받아야 함 1. 문화부에서 조직한 수입 온라인게임 콘텐츠 심사 위원회를 통해 콘텐츠 심사를 받아야 함 2. 콘텐츠 심사 후 오픈 베타 베스트 진행, 문화부는 위원회 콘텐츠 심사 결과와 테스트 결과를 토대로 정식 서비스 허가결정
5	2005.4.28	2005.4.28	중공중앙 선전부, 문화부, 국가광전 총국 신문출판 총서 상무부 해관총서	문화상품수입 관리강화방안	문화 상품 수입에 대한 관리 방법 1. 문화부 수입 온라인게임 관리 감독, 신문출판총서 온라인게임 출판물 심사와 온라인게임 온라인 출판 발행 전 심의 및 감독 진행 2. 기존에 심의에 통과한 온라인게임 허가 없이 상품명 변경 혹은 콘텐츠 첨삭 불가
6	2006.5.18 2013.1.3 수정	2006.7.1	국무원	정보통신전파 권 보호조례	저작권법을 기반으로 인터넷 환경 내 합법적인 콘텐츠 전파 및 법정 허가, 판권 관리 기술 등에 대한 관리 규정 - 2013년 수정을 통해 범칙금 강화
7	2007.12.2 6	2008.4.15	신문출 판총서	전자출판물출판 관리규정	중국 내 전자출판물에 대한 정의 및 해당 산업에 대한 관리 규정 - 출판기업 설립, 출판 및 수입 관리, 비매품 및 위탁 복사 관리, 감독 등
8	2008.8.26	2008.8.26	신문출판 총서	인터넷을 통한출 판물발행활동을 규범화할것에관 한통지문	인터넷을 통한 출판물 발행에 대한 신문출판총서 규범
9	2009.2.4	2009.4.10	공업정보 화부	소프트웨어상품 관리방법	중국 내 소프트웨어 상품에 대한 정의 및 상품 등록, 생산, 판매, 관리 감독 등 해당 산업에 대한 관리 규정

					<p>1. 수입 소프트웨어 가운데 중국 내에서 현지화 개발 및 생산된 상품 중국 내에서 개발한 부분에 대해 저작권자와 원 개발 기업이 규정에 따라 상품 등록 신청</p> <p>2. 소프트웨어 상품 등록증 유효기간 5년</p>
10	2009.2.4	2009.4.10	공업정보 화부	통신업무경영허 가 관리방법	<p>통신업무경영허가증의 신청, 심사승인, 사용, 경영행위 규범, 변경 등 관리 방법</p> <p>1. 기반 통신업무 기업은 기업의 국가 지분 혹은 주식이 51%가 되어야 함</p> <p>2. 부가가치 통신업무 기업은 일부 지역 범위 서비스 할 경우 1백만RMB, 중국 전역 일 경우 1천만RMB 등록 자본금을 갖춰야 함</p> <p>3. 통신업무경영허가증을 취득한 후, 1년 안에 허가증 범위 내 통신업무 서비스 진행</p>
11	2009.6.4	2009.6.4	문화부	온라인게임게임 머니 관리작업강화에 관한 통지	<p>온라인게임 게임머니에 대한 규제 정책</p> <p>1. 게임머니 거래 시, 실명제 도입</p> <p>2. 게임머니를 사행성(가차시스템) 등의 불법 행위에 사용하는 것 엄격 관리</p>
12	2009.7.1	2009.7.1	신문출판 총서	수입인터넷게임 의심의,허가관리 의강화에 대한통지	<p>신문출판총서의 인터넷 게임 허가 권한 규정</p> <p>1. 게임물의 인터넷 출시에 대한 사전 심의, 허가를 책임</p> <p>2. 국외 저작권자의 위임을 받은 인터넷 게임 출시에 대한 심의, 허가를 책임</p> <p>3. 유일하게 국무원으로부터 위임을 받아 국외 저작권자의 위임을 받아 수입하는 인터넷 게임의 심의, 허가를 실시하는 부서</p> <p>4. 수입되는 인터넷 게임은 신문출판총서의 사전 심의 허가를 받아야 함</p>
13	2009.9.25	2009.9.25	국무원	인터넷정보서비 스 관리방침	중국 내 모든 인터넷정보서비스에 대한 관리 규정
14	2009.8.19	2010.3.1	국무원	외국기업또는개 인의 중국경내(境内) 합자기업설립에 관한관리방법	<p>외국 투자 통신 기업의 등록 자본 규정</p> <p>부가가치 통신 사업을 진행하는 외국 투자 통신 기업의 외국 측 주요 투자자 필요조건, 부가가치 통신사업을 진행하는 외국투자 통신 기업 설립 신청 시 제출 서류, 위반 벌금 등의 관리 방법</p>
15	2010.6.3	2010.8.1	문화부	온라인게임관리 임시규정	<p>온라인게임 기업 자격 및 온라인게임 콘텐츠에 대한 관리 규정</p> <p>1. 온라인게임 기업은 내자 법인으로 등록자본금 1천만RMB 이상, 인터넷문화경영허가증 취득</p> <p>2. 온라인게임 기업은 온라인게임 서비스를 진행하는데 있어 사행성, 선정성, 폭력성, 반국가적 등의 콘텐츠를 포함해서는 안 됨</p> <p>3. 게임머니는 서비스하는 온라인게임 내 상품 및 서비스 이용 제한되며, 기타 제품을 구매하고 결제하는데 사용할 수 없음</p>
16	2011.1.31	2011.1.31	문화부, 중앙문명	미성년자온라인 게임사용자에대	미성년자 온라인게임 사용자에게 대해서 부모의 감호를 받게 하는 일련의 정책에

			협 교육부 공업과정 보화부 공안부 위생부 공청단중 앙 전국부녀 연합	한부모감호에대 한공정실행방안	대한 통지 2012년 1월 온라인게임 사이트 내 안내 문 게시 의무 미집행 운영사에 벌금형 진행
17	2013.4.28	2014	신문출판 광전총국	게임출판규정표 준안	2014년 중 아래 내용을 발표하겠다고 공표 《게임출판 표준 체계표》 《게임출판 프로세스규범》 《게임출판 콘텐츠규범》
18	2013.8.12	2013.12.1	문화부	인터넷문화경영 기업 콘텐츠자체심사 관리방법	인터넷문화경영기업은 ‘인터넷문화콘텐 츠 관리임시규정’에 금지한 내용이 자사 콘텐츠에 있는지 자체 심의해야 함 1. 전문 콘텐츠 관리 부서를 개설하고 콘텐츠 및 서비스에 대한 관리 실시 2. 《콘텐츠 심사원 자격증》을 갖춘 인력이 심사해야 함
19	2014.3.31	2014.3.31	상해시영 상물방영 관리국, 상해시 공상은행 정책 관리국, 상해시 질량기술 감독국, 상해해관, 상해 자유무역 실험관리 위원회	중국(상하이)자 유무역시험구 문화시장개방프 로젝트 실시세척	1. 외자기업의 게임기 생산과 판매 허가.문 화주관부문 심사를 통과한 게임기는 중국 내 판매 가능 2. 외상 개인투자의 오락시설 설립 허가

## ■ 음악/공연

	발표일자	실행일자	발표기관	정책명칭	주요내용
1	1986.4.12	2000.10.31	전국인대 상무위원회	중화인민공화국 외자기업법	외자기업 신청 시 국무원 대외무역 주 관 부문 혹은 국무원에서 권리를 부여 한 기관의 심사 기준을 거쳐야 함
2	1997.6.27	1997.8.1	문화부	문화 예술 공연 섭외 및 전람 관리규정	외국과 상업성 공연 진행 시 반드시 문화부 및 현지 문화국의 심사기준을 거쳐야 함
3	2002.8.2	2002.9.15	국무원	중화인민공화국 저작권 실시조례	외국인 창작작품이 중국에서 음향제품 으로 제작 발표 시 중국 저작권 보호 를 받음
4	2005.9.1	2008.7.22	국무원	영업성 공연관리조례	중국측 보유주식 51% 이상의 조건 혹 은 중국측이 주도적 위치에 있을 경우 외국인 투자자가 합자 또는 합작 방식 으로 공연경영기구 설립이 가능함
5	2011.4.6	2011.4.6	신문출판총 서	음향제품수입관리조 례	1.(구)신문출판총서(현)신문출판광전총 국은 음향제품의 수입에 관해 총괄적 인 감독관리 및 내용심사를 진행함 2. 국가는 수입음향제품에 대해 허가관 리제도를 실시함
6	2014.11.4	2012.1.30	상무부	외국인투자산업 지도목록	1. 국가는 외자 경영 음반제품 소매를 제한함 2. 국가는 외자 경영 공연경영기구 설 립을 제한함 3. 국가는 외자 음향제작품 및 전자출 판, 제조를 금지함
7	2014.12.15	2014.12.15	문화부	영업 목적의 대외 영업성 공연에 대한 심사 및 비준 관련 정보 공시에 관한 통지	외교와 관련된 영업성 공연은 심사 비 준을 받아야함
8	2014.3.31	2014.3.31	상해시영 상물방영 관리국, 상해시 공상은행 정책 관리국, 상해시 질량기술 감독국, 상해해관, 상해 자유무역 실험관리 위원회	중국(상하이)자유무 역시험구 문화시장개방프로젝 트 실시세척	외자 공연기관의 주식비율 제한 폐지. 외상 개인투자 공연기관 설립 허가.
9	2014.11.4		상무부	외국인투자산업 지도목록	1. 음향제품 제작업무 제한 (단 중국 홀딩스에만 적용) 2. 음향제품 제작업무에 대해 외자투자 금지