

2015. 5. 29

중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원
중국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

중국 콘텐츠 산업 주요 이슈

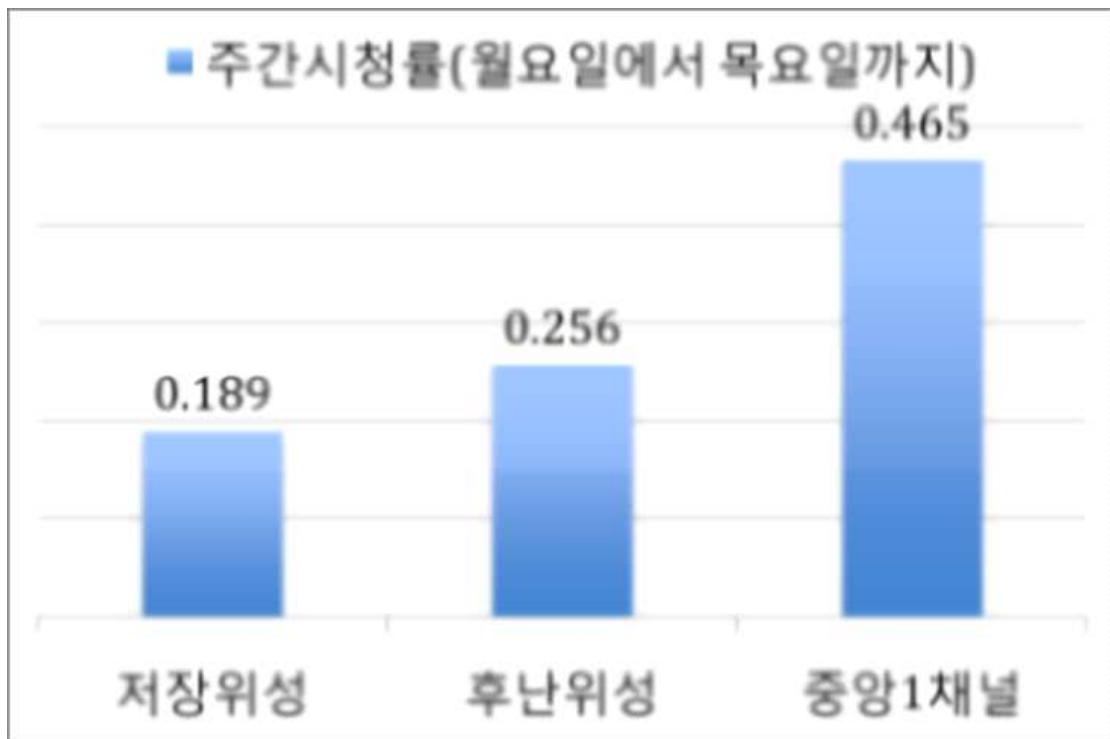
1. 일극양성 제도 시행 후, 드라마의 현실과 예능의 미래

▶ 주요내용

- (일극양성: 一剧两星, 2015년 1월부터 중국 광전총국에서 시행한 정책으로 황금시간대(19시-22시)에 1편의 드라마를 2개 위성에 제한해 방영하는 규제정책, 이전에는 한 드라마를 4개 위성에서 방영이 가능했음)

■ 인기있는 예능프로그램이 시청률 보증수표로 떠오름

〈주요 위성 주간 시청률〉



- 위의 표에서 알 수 있듯이 월요일부터 목요일까지 저장위성과 후난위성(湖南卫视), 중앙1채널(中央一套)의 시청률 차이가 명확함. ‘일극양성’ 제도가 시작하

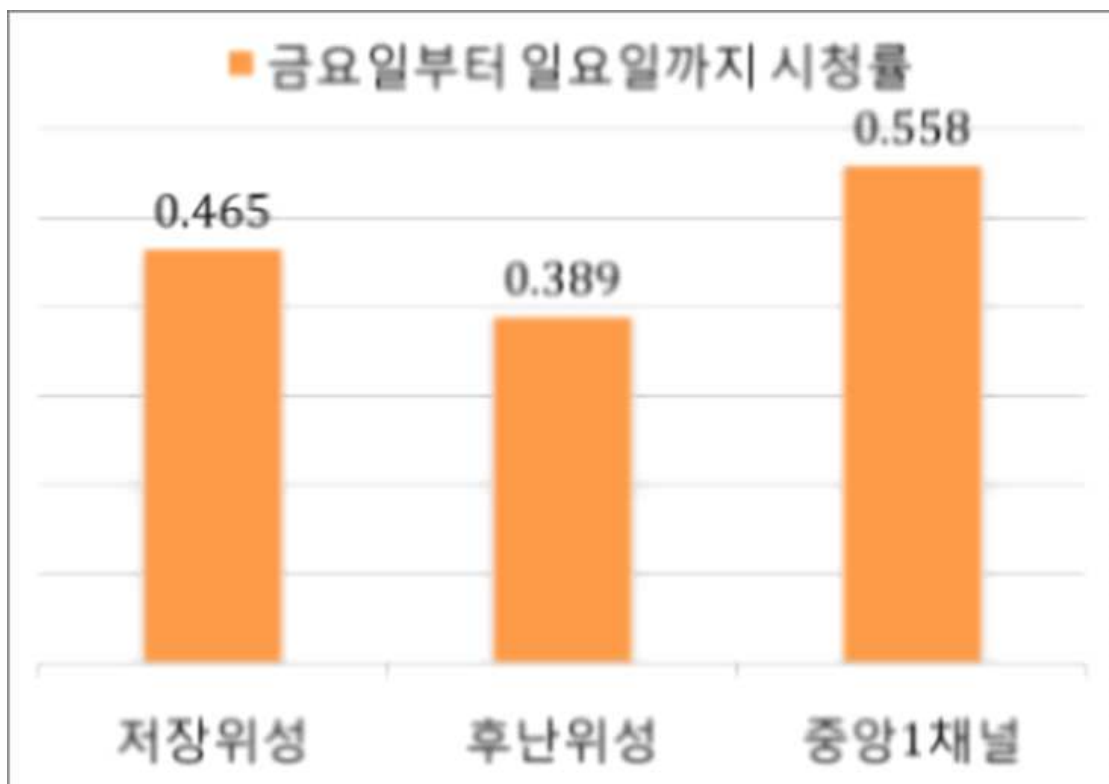
고 성급위성에서 방영되는 인기드라마가 급격하게 줄어듦. 대부분의 드라마의 주간 시청률이 한 쪽으로 기우는 현상을 초래함. 인기드라마를 방영하는 위성의 경우 짧은 시간동안 소폭 증가하는 모습을 보임. 또한 인기 있는 위성의 경우, 예를 들어 후난위성은 신년부터 현재까지 드라마 평균 시청률이 2%이상이지만 대다수의 성급 위성의 드라마 시청률은 1%미만임

〈드라마 제작 단가 예측〉

항목	2015년	2016년	2017년	2018년
인기드라마 (精品剧)	210	213	222	233
일류드라마 (一流剧)	190	198	200	203
보통드라마 (普通剧)	150	160	165	170

단위: 만 위안/부

- ‘일극양성’ 제도 하에 각 위성들이 인기드라마를 구매하여 높은 시청률을 유지하고 싶지만 불확실한 요소들로 인해 대부분의 위성들은 고민하고 있음. 현재 국내 인기드라마의 매 부당 가격은 210만 위안임. 대부분의 드라마가 36부작으로 구성되어 있는데 한 드라마를 구매하기 위해서 성급 위성에서는 8천만 위안을 지불해야 함. 시청률도 최종회까지 0.9%에서 1.2%정도의 변화만 있을 뿐임



- 그러나 주말시청률을 보면 저장위성의 <달려라 형제> 시즌2의 인기로 인해 주간과는 다르게 높은 시청률을 보인다는 것을 알 수 있음. 드라마와 다르게 대부분의 예능프로그램은 각 위성에서 직접제작하고 있기 때문에 여러 부분에서 통제가 가능함. 가장 중요한 부분은 시청률로, 대부분의 성급 위성들이 ‘주중 드라마+주말 예능’의 형식으로 방영을 하고 있으며 주중의 대부분의 위성의 전체 시청률은 평균 0.1%이하이고 최고 0.2%에 불과함. 그러나 예능을 방영하는 주말의 평균 시청률은 0.5%임

3분기 각 위성들의 포스트 ‘달려라 형제’는 누가될까?

- 점점 더 많은 위성에서 예능프로그램이 드라마보다 피드백이 빠르고 시청률도 좋게 나온다는 사실을 인식하고 있음. 때문에 중국 TV예능의 개편 주기가 점점 빨라지고 있으며 현재는 매 분기 개편이 이뤄지고 있는 형태임
- 2분기가 끝나면서 저장위성의 <달려라 형제>시즌2도 휴식기에 들어갈 예정임. 많은 위성들이 시청자들을 끌어 모을 수 있는 기회를 얻게 됨

<각 위성별 3분기 방영예정 야외버라이어티 예능>

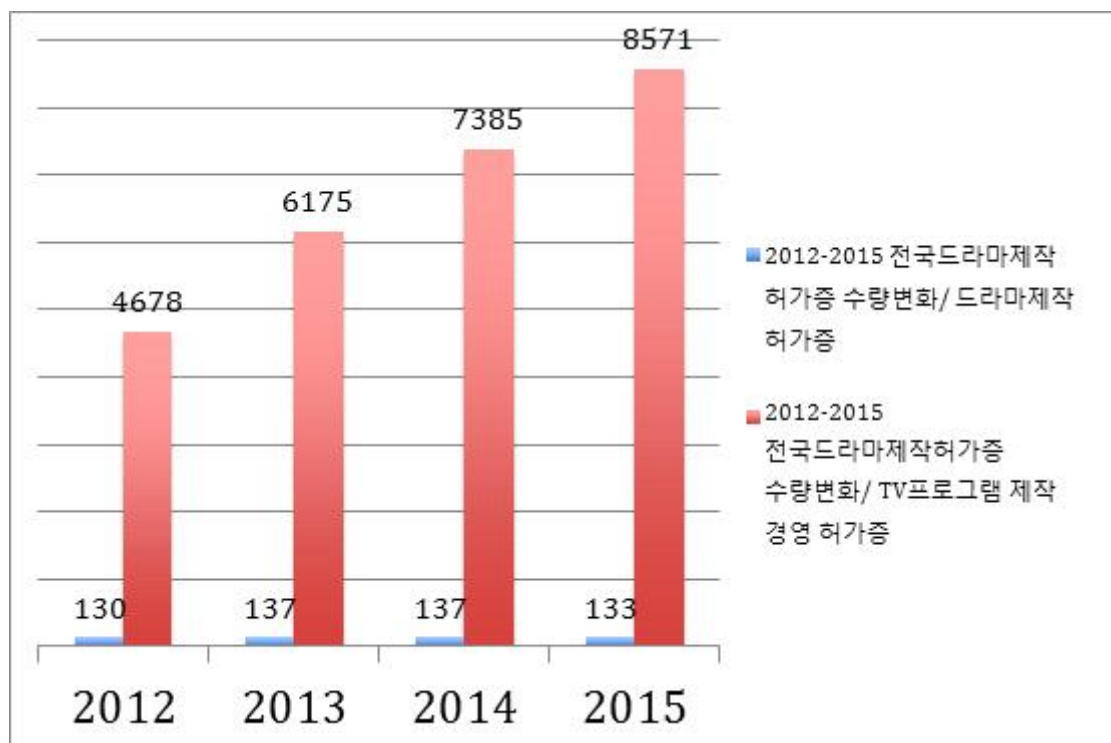
3분기 성급 위성들의 야외 버라이어티 예능 포				
위성	프로그램	출연진	유형	제작기구
장수위성 (江苏卫视)	<진심영웅> (真心英雄)	장제, 천췌동, 정위엔창, 쑤야원, 동파웨이, 양쿤	스타야외 버라이어티	장수위성, 허바오ent (合宝娱乐)
저장위성 (浙江卫视)	<도전자연맹> (挑战者联盟)	관빙빙, 우이판, 리천, 린경신, 따핑, 천한덴	스타야외 버라이어티	저장위성<달려라 형제> 제작팀
동방위성 (东方卫视)	<극한도전> (极限挑战)	황보, 쑨홍레이, 황레이, 뤼즐양, 장예썩, 왕쑤	스타야외 버라이어티	동방위성
	<보고교련> (报告教练)	리즐팅, 쟁리, 정시우옌, 룡추얼, 천옌시, 쥘따환	스타야외 버라이어티	동방위성
선전위성 (深圳卫视)	<어메이징 레이 스2> (极速前行2)	젯가락형제, 청즐웨이&청바오이, 양천피아오&땡즈까오, 펑저&간샤오, 쟁원량&땡즈치, 한경&우신, 김종국&이광구	스타야외 버라이어티	선전위성, 스타광미디어 (明星光传媒)

■ 드라마의 오늘은 예능의 미래?

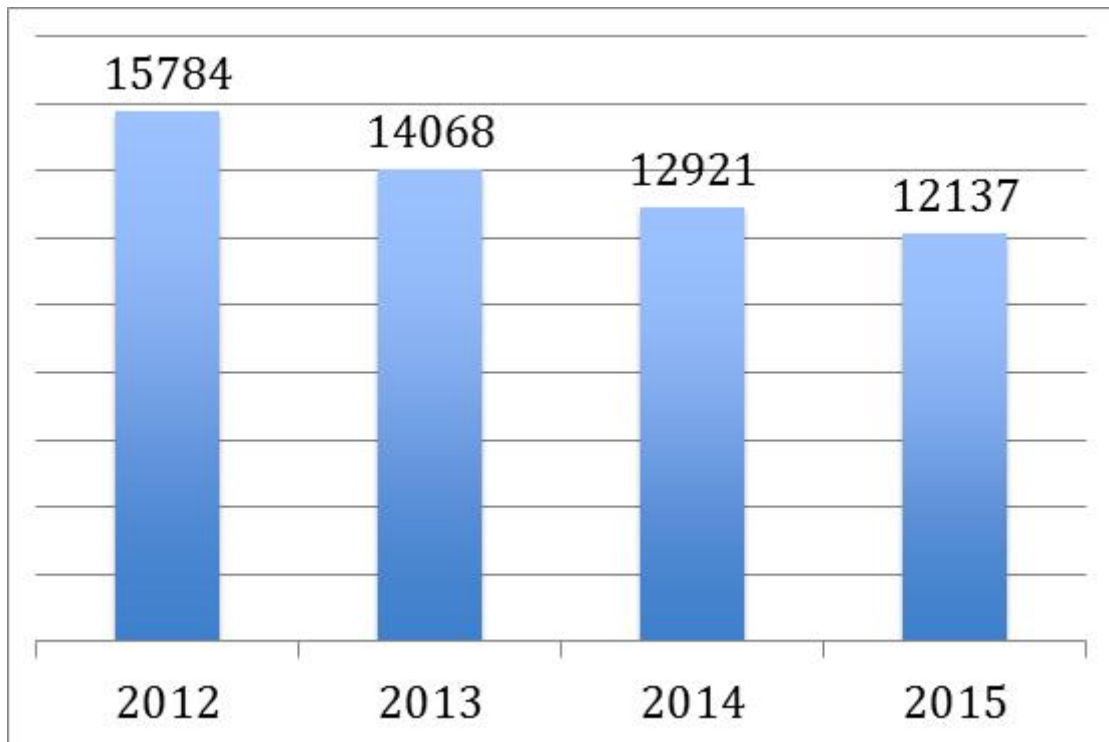
- 오랫동안 드라마는 TV의 최고 콘텐츠였음. 광고와 수익창출에 큰 기여를 함. 그러나 ‘일극양성’ 정책으로 인해 많은 위성들이 드라마에 대한 투자를 꺼리게 됨. 예능은 2014년 말부터 2015년 초 폭발적인 성장률을 보였고 많은 수익을 창출시킴. 드라마제작 회사에서도 예능에 투자를 하기 시작함. 그리고 1급 위성에서도 주말에 인기예능을 두개이상 방영함으로써 드라마에서 떨어진 수익을 예능을 통해 끌어 모으고 있음

위성	금요일	토요일	일요일
후난위성	천천향상+ 진짜사나이 (天天向上+真正男子汉)	쾌락大本营+ 꽃보다 소년 (快乐大本营+花儿与少年)	-
장수위성	-	-	그녀를 위한 도전 + 우리 연애할까요? (为她而战+我们相爱吧)
저장위성	-	아빠가 돌아왔다+ 고고러브 (爸爸回来了+出发吧爱情)	-

- 중국 드라마 업계는 수십년의 역사를 가지고 있음. 1958년 6월15일 중국의 최초 드라마인 <전병 한입(一口菜饼子)>를 시작으로 1990년 <갈망(渴望)>까지 드라마시장은 빠른 속도로 영향력을 넓혀감. 많은 기업들이 드라마 업계에 들어왔으며 2013년 까지 15,000개의 기업이 종사하고 있음. 드라마 연 생산량은 세계 1위임



- ‘일극양성’은 드라마 시장의 큰 변화를 가지고 왔음. 올해 초의 드라마 제작 허가증은 4년간 처음으로 감소하였고 드라마 제작량도 줄어들음



- 중국 예능은 드라마에 비해 그 시작이 늦었지만 최근 들어 급격한 성장을 보이고 있음. 그러나 현재 대다수의 위성에서 제작하는 예능콘텐츠는 대부분은 비슷한 내용으로 예능 프로그램의 단면적인 수는 증가했지만 콘텐츠상의 다양함은 떨어짐

[시나신문센터 新浪新闻中心 2015.05.20]

2. “13차 5개년 계획*”, 중국 문화산업은 어떻게 성장할까?

▶ 주요내용

(*중문으로는 ‘十三五规划’라고 불리며 중국 중앙정부에서 5년에 한 번 개최하는 중단기 계획으로 첫 번째 ‘1차 5개년 계획’은 1953년부터 1957년까지. ‘2차 5개년 계획’의 경우 소련연합의 붕괴로 중단되었고 ‘3차 5개년 계획’은 1966년-1970년 까지로 이후에 중단된 적 없이 계속해서 이어나가고 있음. ‘12차 5개년 계획’은 2011년부터 2015년까지이고 ‘13차 5개년 계획’은 2016년부터 2020년까지임)

- 중국의 경제가 빠른 속도로 성장하면서 문화산업 등 서비스업이 국가경제발전에 중요한 역할을 하고 있음. 곧 새롭게 시작될 ‘13차 5개년 계획’에서 중국문화산업을 핵심산업으로 승격시킬 것을 명시함. 이 시기에 문화산업의 지역집중화 발전 및 지역과 지역 간의 연동을 통해 더욱 큰 효과를 이끌어 낼 예정임. 또한 ‘리본개발(带状发展: ribbon development, 중심도시와 위성도시 사이에 도로를 건설하여 함께 발전을 도모하는 형식)’은 중국 문화산업 클러스터 발전의 주요 모델이 될 계획임. ‘리본개발’은 빅 데이터 시대에 들어서서 문화산업 공간을 한 지역의 발전에서 벗어나 최종적으로 국제화 생산과 교류 및 소비가 이루어지는 것을 목표로 함
- 현재 중국문화산업발전 현황과 기존의 발전지역 분포로 봤을 때, 큰 잠재력을 가진 곳으로 ‘일대일로(一帶一路)’ 문화 발전지구, 장강경제문화산업벨트(长江经济文化产业带: 문화자원이 풍부한 지역, 국가 급 역사문화명성고적(名城)이 53개로 전국의 43%를 차지함), 환발해만 경제문화산업벨트(环渤海湾经济文化产业带: 중국에서 경제가 가장 발달한 베이징, 톈진, 산둥 등을 포함한 지역. 경제자원이 우수하고 교통이 편리하며 유동인구가 많음.), 장창이 문화산업노선(藏羌彝文化产业走廊: 많은 소수민족을 포함한 지역. 독특한 소수민족문화를 융합) 등이 대표적임. 이러한 문화벨트는 지역경제상황과 문화자원에 따라 차이가 있음





- 중국문화산업 발전 역사를 돌아보면 ‘10차 5개년 계획’과 ‘11차 5개년 계획’은 중국문화산업의 발전초기단계였고 ‘12차 5개년 계획’은 중국문화산업이 급격하게 발전하는 단계로 산업의 체제를 확립하고 산업규모를 넓히며, 문화산업 클러스터를 조성하고 자원과 자본을 집중시키는 발전단계였음. ‘13차 5개년 계획’은 중국문화산업이 빅데이터 시대로 진입하는 시기로 대분석, 대변혁, 대융합, 대변형, 대승격이 시작되는 시기임

[중국출판망 中国出版网 2015.05.20.]

3. <넌 정상이니?>시즌2 첫 방송: 90후(90년대 이후 출생자) 세계의 대변인

▶ 주요내용

■ <넌 정상이니?>시즌2 첫 방송: 90후(90년대 이후 출생자) 세대의 대변인

- 2014년 텅썬 동영상에서 출품한 프로그램 <넌 정상이니?>가 뜨거운 반응을 보임. 온라인 자체제작 예능 프로그램이 가져온 새로운 변화로 10부작 총 뷰는 3억을 돌파함. 지난 5월15일 방영을 시작한 시즌2 또한 첫 방송이 나간 후 3일 만에 4685만 뷰를 기록했고 동기대비 35%증가함. 첫 방송의 내용은 시청자도 함께 게임을 즐길 수 있는 방식으로 진행되었고 52만 명의 네티즌들이 참여함

▶ 프로그램 소개





- 텅션 동영상 사이트를 통해 방송되는 인터넷 방송 프로그램으로 2015년 4월 10일 첫 방송을 시작함. ‘이를 닦지 않고 아침밥을 먹는게 정상인가 비정상인가?’, ‘생일날 누군가 생일노래를 불러줄 때 낮 간지러운게 정상인가 비정상인가?’ 등 아주 일상적인 일부터 현재 젊은이들 사이에서 뜨거운 주제, 예를들어 ‘裸婚(루어혼): 신혼집과 결혼식, 신혼여행, 결혼반지 없이 두 남녀가 법률상 혼인신고 절차만 밟은 채 부부의 인연을 맺는 것’과 같은 사회적 현상을 주제로 스타와 일반인이 각각 정상과 비정상의 입장에서 토론하는 프로그램. 대중들의 투표참여를 통해 대중들의 입장은 어떤지도 알 수 가 있음. 인터넷 방송이라는 점을 이용해 일반TV 매체에서 다루기 어려운 주제를 자유롭게 이야기할 수 있다는 점이 가장 큰 장점임

▶ 목표 시청자가 정확해짐: 90후의 세계를 이해할 수 있음

- <넌 정상이니> 시즌2의 이용자 연령 분포를 보면 18-24세의 시청자들이 43.78%를 차지함. 이는 91년생-97년생의 젊은 층들이 대부분이라는 의미. 많은 시청자들은 “이 프로그램을 보고 있으면 스트레스가 풀린다. 5분에 한번 웃을 수 있다. 90후로서 자신을 긍정적으로 생각할 수 있게 하고 나의 대변인이 된 것과 같은 느낌을 받는다.” 라고 설명함
- 이러한 결과는 웨이종미디어(唯众传媒)의 총재 양후이(杨晖)이 예상과 맞아떨어짐. 그는 “90후가 본 프로그램을 통해 ‘나는 누구인가?’라는 생각을 할 수 있게 한다. 그들은 자신을 찾아가는 과정에 놓여있다. 90후가 아닌 사람에게서는 오늘날의 90후를 이해할 수 있게 할 수도 있고 혹은 90후를 더욱 이해할 수 없을 수도 있다.” 라고 전함

▶ 상호교류 모델의 성공: 생각지도 못한 스타와 일반인의 대결

- ‘스타와 일반인의 협력’에서 ‘스타와 일반인의 대결’은 <넌 정상이니?> 시즌2의 가장 큰 변화임. 스타는 더 이상 대중들의 선망의 대상이 아니며 일반인도 미디어 앞에서 의견을 내세울 수 있는 시대로의 변화를 보여줌. 첫 방송 때 출연한 일반인 샤오촨촨(小川川)이 자신의 의견을 인상 깊게 남긴 일반인으로 현재는 스타반열에 오름
- 싱 엔터테인먼트 제작회사(星娱乐制作公司) 책임자 탕(唐)선생은 시즌1에서 스타가 일반인을 도와 문제를 푸는 형식은 사실 큰 감흥이 없었다면서 현재 대부분의 예능이 스타를 중시하는 상황에서 스타를 무시할 수 있어야 진정한 주류라고 이야기할 수 있다. 라고 전함. 이어 시즌2의 변화가 아주 올바른 방향이며 큰 변화를 가져왔다고 전함. 스타라는 고고한 존재를 일반인과 같은 수준으로 끌고 내려와 그것에 관대 토론하고 논쟁하는 것은 큰 볼거리를 제공한다고 전함. 이러한 관점은 대중들이 스타의 어글리한 부분을 끌어내려는 심리에서 큰 호응을 불러일으킨다고 설명함
- ▶ 자체제작 예능 프로그램도 성공할 수 있다: 빅 데이터의 가치
 - 시즌1과 비교했을 때 <넌 정상이니> 시즌2는 빅 데이터의 승격이 이루어짐. 전국에서 최초로 이루어진 ‘전 국민 리얼 버라이어티 예능 조사’를 통해 본 프로그램의 주제와 결과는 수 천만 명의 네티즌들의 상호교류로 이뤄짐
 - 평론가 런러위엔(任乐源)은 <넌 정상이니>의 데이터 조사 결과는 ‘1+1은 반드시 2’라는 답이 아닌 3,4,5 등등의 다양한 답과 시선이 존재함을 보여준다면 이로 인해 시청자들로 하여금 생각하고 사고할 수 있는 공간을 제공한다고 전함. 표면적으로 <넌 정상이니>가 90후들의 세계 같지만 사실 어떠한 연령대가 봐도 사고할 수 있는 프로그램이고 이것이 이 프로그램의 가치라고 전함

[텅쑤오락 腾讯娱乐 2015.05.18]

4. 중화인민공화국 문화부 2014년 발전통계보고

▶ 주요내용

- 최근 중국 문화부에서 <중화인민공화국 문화부 2014년 문화발전 통계보고(中华人民共和国文化部2014年文化发展统计公报)>를 발표함
- <보고>에는 기구와 인원, 공공문화서비스체제, 예술창작연출, 문화산업과 문화과학기술, 문화시장, 문화유산보호, 국외 및 홍콩 대만 마카오 문화교류와 문화자금투자 등 총 8장으로 나눠 분석함. 또한 문화시스템의 직업능력범위 내에서 모든 영역을 전방위적이고 다각적으로 분석함

<2006년-2014년 전국문화기구 수량 및 종사인원>



- <보고>에서는 2014년 말 전국 문화시스템 소속의 기업은 총 287,400 개가 있고 2013년에 비해 25,500 개가 감소함. 종사인원은 2,040,200 명으로 2013년에 비해 114,700만 명이 감소함
- 대중문화기구는 44,423개로 2013년에 비해 163개 증가하였고 전년도 조직 활동은 1,472,000만 번으로 2013년에 비해 13.8% 증가하였으며 서비스 인원수는 5억6680만 인원으로 14.7%증가함
- 예술공연단체는 8,769개로 2013년에 비해 589개 증가하였고 전년도 공연 수는 173만9100 번으로 2013년에 비해 5.3%증가하였으며 국내 관객은 9억1020만 인원으로 1.1% 증가함

- 문화유산 관리기구는 8,418개로 2013년에 비해 681개 증가하였고 전년도 문물기구의 문물소장품은 4063만5800 개로 2013년에 비해 222만7700 개, 5.8% 증가하였으며 관람인원은 84,256만 인원으로 2013년에 비해 12.8%증가함
- 국무원의 발표에 따르면 2014년 말까지 등록된 문화유산은 1,372개이고 문화부는 국가 급 무형문화유산에 등록한 인원은 1,986명이라고 전함. 2014년 전국 문화사업 비용은 583억4400만 위안으로 2013년에 비해 52억9500만 위안, 10%로 증가함. 전국 재정총지출의 0.38%를 차지함. 전국 인당평균 문화사업지출비용은 42.65위안으로 2013년에 비래 3.66위안, 9.4% 증가함

[인민망 人民网 2015.04.14]

● 중국사무소 담당자 연락처 ●

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

각 장르별 차트

- 각 차트의 내용은 해당 자료출처에 기반 한 내용이므로 참고자료로만 사용하시길 바랍니다.

5월 넷째 주 드라마 시청률 TOP10

순위	프로그램	위성	시청률(%)	시장점유율(%)
1	호랑이 엄마 고양이 아빠 (虎妈猫爸)	상하이동방위성 (上海东方卫视)	1.560	4.621
2	특경역량 (特警力量)	후난위성 (湖南卫视)	1.465	4.369
3	호랑이 엄마 고양이 아빠 (虎妈猫爸)	텐진위성 (天津卫视)	0.887	2.618
4	다음 정거장은 결혼 (下一站婚姻)	베이징위성 (北京卫视)	0.834	2.491
5	쥐 죽은 듯 고요한 (于无声处)	장수위성 (江苏卫视)	0.705	2.112
6	88번 타고 집으로 (坐88路回家)	산둥위성 (山东卫视)	0.676	1.991
7	랴오썬이 신편 (聊斋新编)	저장위성 (浙江卫视)	0.545	1.633
8	겨울에 피는 꽃 (冬暖花会开)	안휘위성 (安徽卫视)	0.545	1.621
9	영원히 널 사랑해 (爱你一生)	후베이위성 (湖北卫视)	0.494	1.463
10	반짝반짝 빛나는 밍텐 (闪亮茗天)	선전위성 (深圳卫视)	0.493	1.441

자료출처: TVTV

5월 넷째 주 예능프로그램 시청률 TOP10

순위	프로그램	위성	방송시간	시청률(%)	시장점유율(%)
1	달려라 형제 (奔跑吧兄弟)	저장위성 (浙江卫视)	5월22일	4.830	15.75
2	런닝맨이 왔다 (跑男来了)	저장위성 (浙江卫视)	5월22일	3.065	17.15
3	쾌락大本영 (快乐大本营)	후난위성 (湖南卫视)	5월23일	1.835	5.19
4	비성물요 (非诚勿扰)	장수위성 (江苏卫视)	5월23일	1.652	5.38
5	유쾌한 개그맨 (欢乐喜剧人)	상하이동방위성 (上海东方卫视)	5월23일	1.459	4.64
6	천천향상 (天天向上)	후난위성 (湖南卫视)	5월22일	1.325	3.70
7	꽃보다 누나 (花样姐姐)	상하이동방위성 (上海东方卫视)	5월24일	1.284	4.74
8	아빠가 돌아왔다 (爸爸回来了)	저장위성 (浙江卫视)	5월23일	1.276	3.58
9	꽃과 소년 (花儿与少年)	후난위성 (湖南卫视)	5월23일	1.251	5.99
10	그녀를 위해 도전 (为她而战)	장수위성 (江苏卫视)	5월24일	1.210	3.52

자료출처: TVTV

5월 넷째 주 박스오피스

순위	영화	현재까지 총 매출수익(위안)	상영날짜
1	분노의 질주7	24억 2400만	4월 12일
2	어벤저스	13억 3800만	5월 12일
3	전랑	5억 4300만	4월 2일
4	좌이	4억 8300만	4월 24일
5	허이생소묵	3억 5200만	4월 30일
6	적도	2억 9만	4월 30일
7	채피	1억 3만	5월 8일
8	P.K.	4745만	5월 22일
9	투모로우랜드	2801만	5월 26일
10	투호520	2586만	5월 21일

자료출처: 58921박스오피스(58921票房)

5월 넷째 주 온라인게임TOP10

순위	게임명	누적 검색지수
1	나루토 ol(火影忍者 ol)	83,691
2	공성약지(攻城掠地)	52,295
3	신선도(神仙道)	41,412
4	대천사의 검(大天使之剑)	32,705
5	탄탄당(弹弹堂)	32,588
6	전기패업(传奇霸业)	30,923
7	아케이드 게임 삼국(街机三国)	24,583
8	암흑의 광(黑暗之光)	20,249
9	신곡(神曲)	18,840
10	열혈해적왕(热血海贼王)	18,838

자료출처:바이두 (百度风云榜)

5월 넷째 주 모바일게임TOP10

순위	게임명	누적 검색지수
1	중국판 윈드러너(天天酷跑)	291,399
2	즐겁게 싸우는 지주(欢乐斗地主)	127,412
3	시공헌터(时空猎人)	109,627
4	마스터 탱커(我叫mt)	53,102
5	중국판 애니팡(天天爱消除)	49,391
6	DOTA전기(刀塔传奇)	46,313
7	리듬마스터(节奏大师)	33,214
8	다함께 차차차(天天飞车)	28,411
9	LOL카드게임(撸啊撸)	22,796
10	탐방삼국지(塔防三国志)	15,723

자료출처:바이두 (百度风云榜)

5월 넷째 주 음원(1) TOP10

순위	곡명	아티스트	음반사
1	무조건(无条件)	진혁신(陈奕迅)	环球唱片
2	천서세계(天书世界)	장정영,왕쟁량 (张靓颖,王铮亮)	少城时代
3	끝나지 않은 사랑(未完成的爱情)	광량(光良)	星娱音乐
4	한 사람(一个人)	한홍(韩红)	大幕拉开
5	일방통행(单行的轨道)	등자기(邓紫棋)	蜂鸟音乐
6	용감한 나(勇敢的我)	김지문(金志文)	恒大音乐
7	읽었는데 답장이 없네(已读不回)	주화건(周华健)	滚石唱片
8	가장 먼 곳(最远的身边)	유홍명(游鸿明)	梦想当然
9	별을 세는 사람(数星星的人)	오극군(吴克群)	华纳唱片
10	불장취(不将就)	이영호(李荣浩)	华纳音乐

자료출처:북경방송(北京音乐广播)

5월 넷째 주 음원(2) TOP10

순위	곡명	아티스트	다운로드 횟수
1	청춘수련책자(青春修炼手册)	TFBOYS	288,190
2	See You Again	분노의 질주 OST (速度与激情)	283,180
3	작은 사과(小苹果)	젯가락형제(筷子兄弟)	271,670
4	널 좋아해(喜欢你)	G.E.M등자기(G.E.M.邓紫棋)	94,960
5	마법의 성(魔法城堡)	TFBOYS	89,590
6	내 스케이트보드(我的滑板鞋)	방맥랑(庞麦郎)	80,440
7	강남스타일(江南STYLE)	PSY	79,900
8	다음생이 있다면(如果有来生)	담유유(谭维维)	76,550
9	진정남자한 (중국판 진짜사나이)주제곡	진정남자한(真正男子汉)	72,250
10	감사하는 마음(感恩的心)	동려(童丽)	68,800

*자료출처:365음악왕(365音乐网)

2015 새롭게 단장한 KOCCA 중국사무소를 소개 합니다

■ 소개

- 한국콘텐츠기업들이 중국시장 진출에 있어 불편함 없이 활동할 수 있도록 지원하고자 북경사무소를 새롭게 단장했습니다. 언어적 장벽을 해소하고, 빠르고 효과적인 비즈매칭, 중국현지 1:1 맞춤형 컨설팅 지원을 위해 각 장르별 전문 마케터와 코디네이터들을 구성하였습니다. 또한 스마트오피스를 만들어 북경사무소를 방문하시는 분들에게 다양한 편의를 제공하고 있습니다.

■ 중국현지 1:1 맞춤형 컨설팅 지원

- 각 장르별 전문마케터 구성

담당 장르	전문마케터	연락처
총괄	 김기현 소장	전화: 86-10 65019971 핸드폰: 86- 18701682770 이메일: gihun@kocca.kr
게임, 애니, 투자, 뉴미디어	 남궁영준 과장	전화: 86-10 65019973 핸드폰: 86- 13691094848 이메일: pinoky14@kocca.kr
만화, 스토리	 이향옥 대리	전화: 86-10 65859361 핸드폰: 86- 13260083732 이메일: hiangok@kocca.kr
방송, 대중문화	 이단단 주임	전화: 86-10 65019951 핸드폰: 86- 13522207969 이메일: lidandan@kocca.kr

※ 각 장르별 전문가들로서 심층적인 현지 컨설팅을 담당하고 있습니다.

■ 북경스마트오피스

- 북경에서 사무 업무를 보실 수 없는 분들을 위해 저희 북경사무소에서 스마트오피스를 만들었습니다. 스마트오피스는 유·무선 인터넷 사용, 인쇄 작업, 회의실 제공, PC 사용 등의 편의를 제공하여 한국에서 하시는 사무 업무를 북경에서도 똑같이 할 수 있도록 지원 하고 있습니다.



스마트오피스



회의실

※ 언제든지 사전에 연락을 주시면 누구든 사용가능

담당자: 이단단 주임

[전화: 86-10 65019951, 핸드폰: 86- 13522207969, 이메일: lidandan@kocca.kr]

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
중화	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 (루이펑)	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
이단단 주임 (전화: 86-10-6501-9951, 이메일: lidandan@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 민간사업자 간의 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 [hiangok@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 98명 (2015년 5월말 기준)

입 회 원 서

사무국장	회장

성명	한글		생년월일	
	漢字		성별	<input type="checkbox"/> 남 <input type="checkbox"/> 여
	영문			
현거주지	<input type="checkbox"/> 중국 <input type="checkbox"/> 한국		E-Mail	
연락처	<input type="checkbox"/> Tel:		<input type="checkbox"/> Mob:	
회사명			업종	
설립일			사업자구분	<input type="checkbox"/> 개인 <input type="checkbox"/> 법인
회사주소				
주요실적				
<p>본인은 귀 협의회의 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;"> 신청인: (인) </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> 재중국한국콘텐츠사업자협의회 회장 귀하 </div>				

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 -> 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 <영화방영허가증> 또는 <드라마 방영허가증> 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 <TV 프로그램 제작경영 허가증>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 종사하는데 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 통한 출판물 발행활동을 규범화할것에관한통지문	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

					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 2. 소프트웨어 상품 등록증 유효기간 5년
10	2009.2.4	2009.4.10	공업정보 화부	통신업무경영허 가 관리방법	통신업무경영허가증의 신청, 심사승인, 사용, 경영행위 규범, 변경 등 관리 방법 1. 기반 통신업무 기업은 기업의 국가 지분 혹은 주식이 51%가 되어야 함 2. 부가가치 통신업무 기업은 일부 지역 범위 서비스 할 경우 1백만RMB, 중국 전역 일 경우 1천만RMB 등록 자본금을 갖춰야 함 3. 통신업무경영허가증을 취득한 후, 1년 안에 허가증 범위 내 통신업무 서비스 진행
11	2009.6.4	2009.6.4	문화부	온라인게임게임 머니 관리작업강화에 관한 통지	온라인게임 게임머니에 대한 규제 정책 1. 게임머니 거래 시, 실명제 도입 2. 게임머니를 사행성(가차시스템) 등의 불법 행위에 사용하는 것 엄격 관리
12	2009.7.1	2009.7.1	신문출판 총서	수입인터넷게임 의심의,허가관리 의강화에 대한통지	신문출판총서의 인터넷 게임 허가 권한 규정 1. 게임물의 인터넷 출시에 대한 사전 심의, 허가를 책임 2. 국외 저작권자의 위임을 받은 인터넷 게임 출시에 대한 심의, 허가를 책임 3. 유일하게 국무원으로부터 위임을 받아 국외 저작권자의 위임을 받아 수입하는 인터넷 게임의 심의, 허가를 실시하는 부서 4. 수입되는 인터넷 게임은 신문출판총서의 사전 심의 허가를 받아야 함
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	외국 투자 통신 기업의 등록 자본 규정 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
15	2010.6.3	2010.8.1	문화부	온라인게임관리 임시규정	온라인게임 기업 자격 및 온라인게임 콘텐츠에 대한 관리 규정 1. 온라인게임 기업은 내자 법인으로 등록자본금 1천만RMB 이상, 인터넷문화경영허가증 취득 2. 온라인게임 기업은 온라인게임 서비스를 진행하는데 있어 사행성, 선정성, 폭력성, 반국가적 등의 콘텐츠를 포함해서는 안 됨 3. 게임머니는 서비스하는 온라인게임 내 상품 및 서비스 이용 제한되며, 기타 제품을 구매하고 결제하는데 사용할 수 없음
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 주관 부문 혹은 국무원에서 권리를 부여한 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 음향제품으로 제작 발표 시 중국 저작권 보호를 받음
4	2005.9.1	2008.7.22	국무원	영업성 공연관리조례	중국측 보유주식 51% 이상의 조건 혹은 중국측이 주도적 위치에 있을 경우 외국인 투자자가 합자 또는 합작 방식으로 공연경영기구 설립이 가능함
5	2011.4.6	2011.4.6	신문출판총서	음향제품수입관리조례	1.(구)신문출판총서(현)신문출판광전총국은 음향제품의 수입에 관해 총괄적인 감독관리 및 내용심사를 진행함 2. 국가는 수입음향제품에 대해 허가관리제도를 실시함
6	2014.11.4	2012.1.30	상무부	외국인투자산업 지도목록	1. 국가는 외자 경영 음반제품 소매를 제한함 2. 국가는 외자 경영 공연경영기구 설립을 제한함 3. 국가는 외자 음향제작품 및 전자출판, 제조를 금지함
7	2014.12.15	2014.12.15	문화부	영업 목적의 대외 영업성 공연에 대한 심사 및 기준 관련 정보 공시에 관한 통지	외교와 관련된 영업성 공연은 심사 기준을 받아야함
8	2014.3.31	2014.3.31	상해시영상물방영관리국, 상해시공상은행정책관리국, 상해시질량기술감독국, 상해해관, 상해자유무역실험관리위원회	중국(상하이)자유무역시험구 문화시장개방프로젝트 실시세칙	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