

2015. 6. 15

중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원
중국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

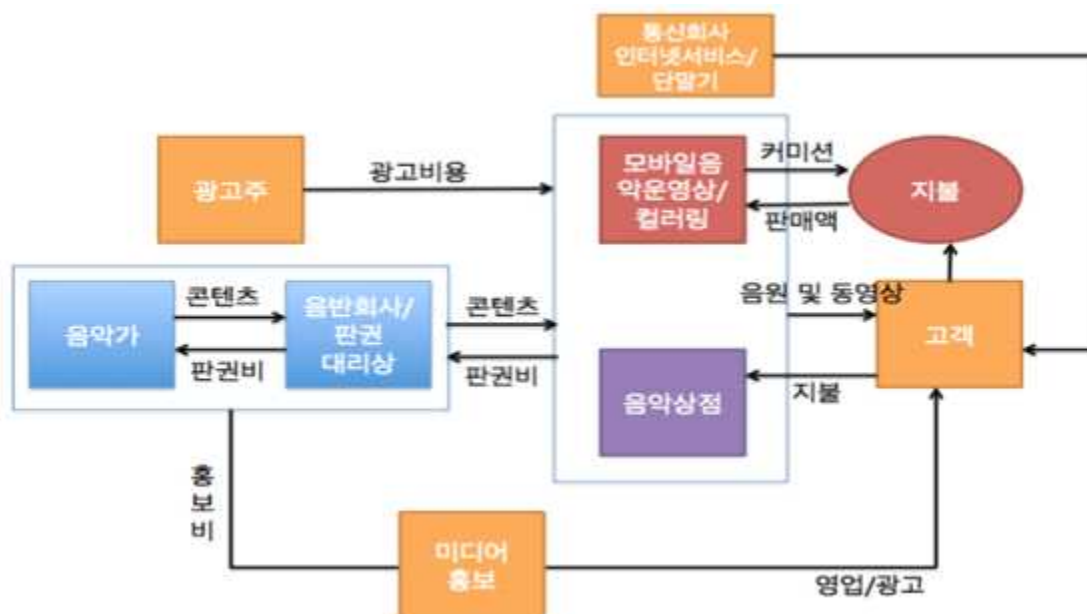
중국 콘텐츠시장 집중분석 시리즈2 [모바일음악]

본보고서는 중국 컨설팅 업체 이관쯔쿠(易观智库, Enfodesk)와 KOCCA가 전략적 제휴를 통해서 제공하고 있으며 한국콘텐츠사업자들이 중국 진출을 위한 보고서입니다.

※ 이관쯔쿠(易观智库, Enfodesk) 소개

- 중국내 문화콘텐츠, 전자상무, IT, 금융 등 다양한 장르의 정보를 수집하여 분석한 사이트로써 일반 포털 사이트에서 얻기 힘든 고급정보를 제공하고 있음. 장르별 분석으로는 시장개요, 규제정책, 데이터 등 다양한 방법으로 분석 하였으며 기업별 분석으로는 B2B사례, 플랫폼 소개, 제품 서비스 소개, 기업 간 금융거래 현황 등 다양한 고급정보 제공

1. 중국 모바일음악시장 벨류체인



자료출처: 이관쯔쿠(易观智库, Enfodesk)

■ 음악콘텐츠제공업체(CP)

- 판권대리기구: 중화인민공화국 국가판권국 심의에 따라 판권위탁인을 수용하며 위탁 권한 범위 내에서 위탁인의 명의로 판권(저작권)신청 및 기타 판권(저작권) 업무를 진행하는 기구. 중국음악저작권협회, 원천공사(源泉公司) 등 대중음반회사와 개인(독립음악인)이 음악콘텐츠를 제공함. 이러한 방법은 한 번에 많은 가수 혹은 음반회사의 음원을 처리 할 수 있음
- 외국음반회사: 유니버설, 소니, 워너브라더스, 파테, 태합맥전(太合麦田), 롤링스톤, 화이, 하이디에(海蝶) 등이 있음. 이러한 방법은 한 번에 자사의 음반을 대량 등록할 수 있는 장점이 있지만 규모가 큰 음반회사의 경우 판권비용이 비교적 높다는 단점이 있음. 반면 규모가 작은 회사의 경우 소속가수나 앨범이 인기를 끌지 못할 수 있다는 단점이 있음
- 음악인: 독립적으로 음악을 제작하는 음악인으로(작사가, 작곡가, 편집 등) 이러한 경우 판권비가 저렴하다는 장점이 있으나 가수 혹은 앨범 및 음원이 대중의 인기를 얻기가 매우 어려움

■ 서비스제공업체(SP)

- 서비스제공업체는 높은 데이터 자본을 가지고 있으며 PC에서의 스트리밍 플레이는 P2P방식으로 서비스제공업체가 데이터를 부담할 필요는 없음. 그러나 모바일 인터넷 시대에 들어선 후 P2P형식이 적용되지 않아 데이터양 처리에 큰 관심이 모아지고 있음
- 중국 모바일음악의 주요 서비스제공업체: 쿠키음악(酷狗音乐), QQ음악(QQ音乐), 뚝어미음악(多米音乐), 텐텐동팅(天天动听), 쿠위음악(酷我音乐), 바이두음악(百度音乐), 왕이클라우드음악(网易云音乐), 또우반FM(豆瓣FM)

■ 기타참여자

- 통신운영업체: 중국이동(中国移动), 중국연통(中国联通), 중국전신(中国电信)이 있음. 통신운영업체는 많은 이용자와 자금, 선진화 된 인터넷 기술을 가지고 있음. 뿐만 아니라 안정적인 APP전달채널과 결제시스템을 가지고 있어 모바일음악 벨류체인 필수불가결한 요소가 됨
- 통신운영업체는 ‘플랫폼, 영업홍보, 결제, 공유’의 4가지 부분을 주로 담당하고 있음. 그 중 결제서비스는 종합서비스플랫폼 혹은 독립적서비스플랫폼이 있으며 고객이 결제를 진행하면 통신운영상과 서비스제공업체 계약한 비율에 맞게 결제금액을 분배함

■ 중국 모바일 음악 비즈니스 모델

- 광고: CP부터 음원을 받은 SP는 모바일음악 이용자들에게 무료 스트리밍과 다운로드 서비스를 제공함. 가입자 수와 데이터양, 클릭 수 등을 이용하여 광고를 유치함. 여기에서 창출되는 수익은 전체수익의 대부분을 차지하고 있음. SP와 CP는 일정한 비율로 수익을 분배함
- 유료 다운로드: CP가 SP에게 음원판권을 판매하면 SP는 CP에게 판권비를 지불할 뿐만 아니라 모바일음악상품의 판매수익도 일정한 비율로 배분함. 과거에는 CD 한 장에 여러 음악이 담겨 있었지만 소비자들이 실질적으로 돈을 지불해서 듣고 싶은 음악은 두 세 개뿐이기 때문에 현재는 앨범 전체의 음원을 구매하는 것이 아닌 개별 음원을 판매하는 형식으로 변화됨. 중국의 경우 개별 음원 유료 다운로드와 월정액으로 서비스를 제공하고 있음. 그러나 중국의 경우 유료콘텐츠 이용이 정착되지 않아 이러한 비즈니스 모델이 발전하는 어려움을 겪고 있음
- 부가서비스: 현재 중국 모바일 음악 시장은 수입구조를 형성하는 단계에 있으며 이를 위해 부가서비스가 많은 주목을 받고 있음. 이용자들에게 고음질의 음원을 제공하는 것이 대표적인 방식임. QQ음악의 녹칩귀족(绿钻贵族)은 QQ이용자들에게 제공되는 음악 부가서비스. 쿠키음악은 기존의 결제방식을 유지하고 있으며 ‘광고+콘텐츠’ 방식을 기초로 VIP서비스를 제공하고 있으며 매월 10위안을 납부하면 해당 서비스를 이용할 수 있음. 이밖에도 SNS형 모바일 음악서비스를 지원하는 뚜어미음악은 차별화 된 부가서비스를 제공하고 있음. 2012년 뚜어미와 중국연통이 함께 제공하는 서비스로 매 월 8위안을 지불하면 2G/3G 환경에서 데이터에 제한 없이 뚜어미음악에서 무료로 스트리밍 서비스를 이용할 수 있음

2. 중국 모바일 음악 시장 현황 및 규모

■ 중국 모바일 음악 시장 현황

- 1999년 구천음악사이트(九天音乐网)가 중국에서 첫 번째로 시행한 디지털음원 무료 공유 사이트로 이를 기점으로 중국 소비자들이 온라인에서 음악을 듣기 시작함. 당시가 중국 디지털음원서비스가 정식으로 시행된 시기로 2004년까지 중국 디지털음악시장의 발전초창기로 볼 수 있음
- P2P기술이 중국에 들어온 후 2001년 바이두가 설립되었고 MP3실시간 검색이 가능하게 되었으며 소고(搜狗), 쿠파 등이 순차적으로 설립되면서 음원사이트를 개설
- 2004년부터 음원저작권문제는 업계 내의 가장 중요한 문제가 되었으며 국제음악 시장의 정품음악을 이용한 비즈니스 모델의 성공은 중국 음악시장발전에 중요한 참고자료가 됨. 2005년 음반회사는 법률적 수단을 이용하여 온라인에 존재하는 해적판 음원 삭제를 실행함. 2009년 8월 문화부에서 <문화부의 온라인 음악 콘텐츠 심의작업 강화에 관한 통지>를 발표함
- 전 세계적으로 온라인과 모바일 기술이 발전하면서 디지털산업 또한 부흥기를 맞이하였고 중국 모바일음악산업 또한 함께 발전함. 그러나 중국 모바일음악은 여전히 발전초기 단계에 머물러 있으며 새로운 비즈니스 모델이 필요한 상황임

■ 중국 모바일 음악 시장 규모

<2010-2016년 중국 모바일 음악시장의 현황과 예측>



자료출처: 이관즈쿠(易观智库, EnfoDesk)

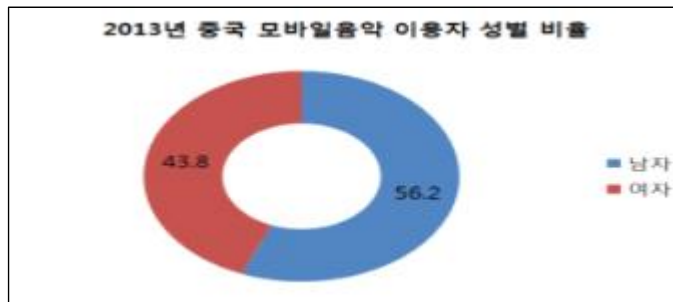
- 2013년 스마트폰과 태블릿PC 등 모바일 기기 보편화로 모바일 인터넷 서비스가 개선되면서 빠른 속도로 발전함. 중국국가통계국이 2013년에 발표한 <중국 국민경제와 사회발전 통계보고>에 따르면 새롭게 증가한 모바일 기기 누적 이용자 수는 1억2천만 명임. 총 누적 이용자수는 12억3천만 명이며 그 중3G 누적 이용자수는 4억 명에 이름
- 모바일음악 이용자 부분에서는 가입자 수가 급격하게 늘어나면서 쿠키음악, 쿠파음악, QQ음악, 바이두음악 등 기존에 PC를 통해 음원서비스를 제공하던 기업들이 2013년 들어 모바일에서도 강세를 보이기 시작함

3. 중국 모바일 음악 시장 이용자 분석

*자료제공: 뚜어미음악

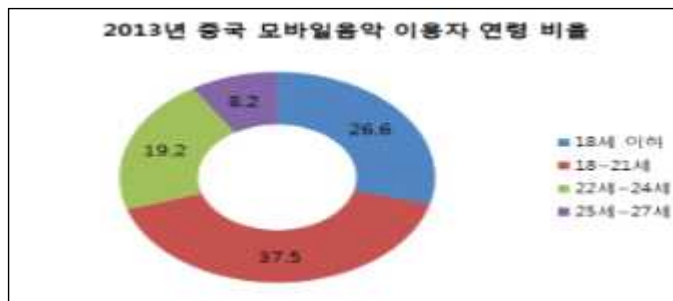
■ 중국 모바일 음악 이용자 정보분석

- 성별비율: 뚜어미음악의 누적 이용자를 비교해보면 뚜어미음악의 여성이용자들이 다른 모바일음악 서비스와 비교해서 많지만 절대값으로 보면 남성이용자가 56.8%로 여성이용자의 43.8%보다 조금 더 많음



자료출처: 이관즈쿠(易观智库,Enfodesk)

- 연령비율: 이용자 연령비율로 보면 27세 이하가 91.5%으로 이용자의 대부분을 차지하고 있고 그 중 18-21세의 비중이 37.5%로 제일 높게 나타남. 다음으로는 18세 이하로 26.6%를 차지함



자료출처: 이관즈쿠(易观智库,Enfodesk)

- 직업비율: 모바일음악 직업구성을 보면 학생이 56%로 제일 많이 차지하고 있고 화이트칼라와 프리랜서가 각각 8.6%와 8.2%로 그 다음을 차지하고 있음



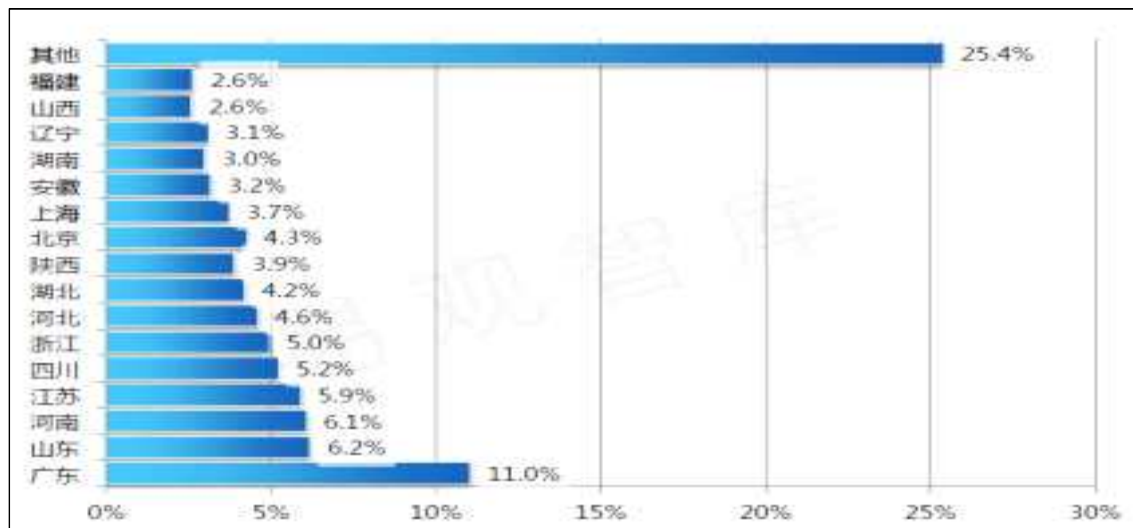
자료출처: 이관즈쿠(易观智库,Enfodesk)

- 뚜어미음악의 이용자와 직업구성을 종합해보면 학생층의 젊은이들이 많은 관심을 보이는 것을 알 수 있음

■ 중국 모바일 음악 이용자 지역별 분포 현황

중문	한글	중문	한글	중문	한글
其他	기타	上海	상하이	四川	쓰촨
福建	푸젠	北京	베이징	江蘇	장수
山西	산시	陝西	산시	河南	허난
遼寧	라오닝	湖北	후베이	山東	산둥
湖南	후난	浙江	저장	廣東	광둥

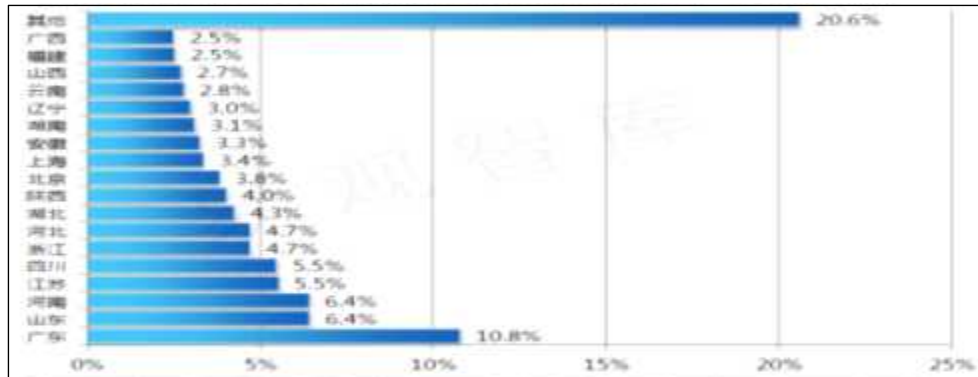
<2013년 중국 모바일음악 이용자 지역분포>



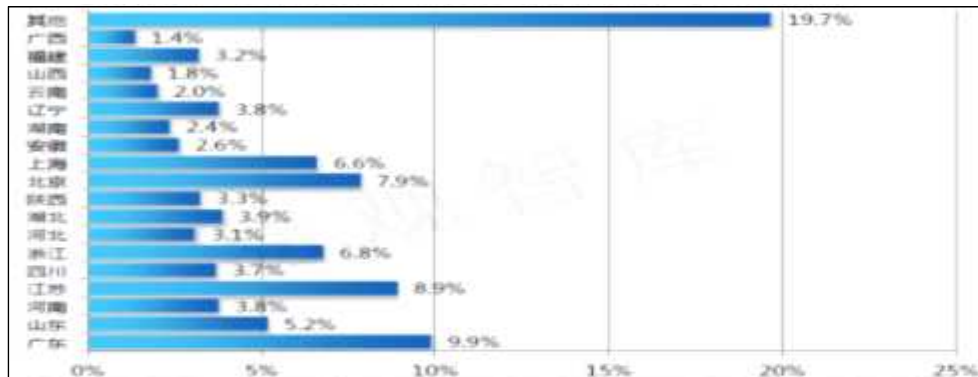
자료출처: 이판쓰쿠(易观智库,Enfodesk)

- 모바일음악 이용자의 지역분포를 보면 2013년 광둥성이 11%로 제일 많은 이용자가 분포되어있는 것으로 분석되었고 다음으로는 산둥, 허난, 장수, 쓰촨 그리고 저장 순으로 평균 5%이상의 이용자가 분포하고 있음. 그 다음으로는 허베이, 후베이, 산시, 베이징, 상하이, 안휘 순으로 평균2% 이상의 이용자가 분포되어 있음

〈2013년 중국 모바일음악 안드로이드 이용자 지역분포〉



〈2013년 중국 모바일음악 iOS 이용자 지역분포〉



〈2013년 중국 안드로이드, iOS 모바일음악 이용자 지역분포 비교〉

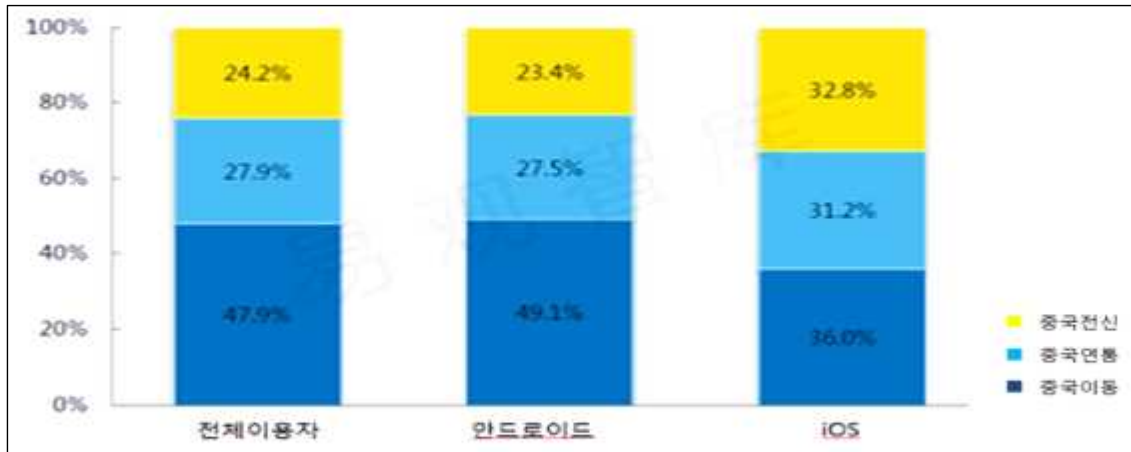


자료출처: 이판쯔쿠(易观智库, Enfodesk)

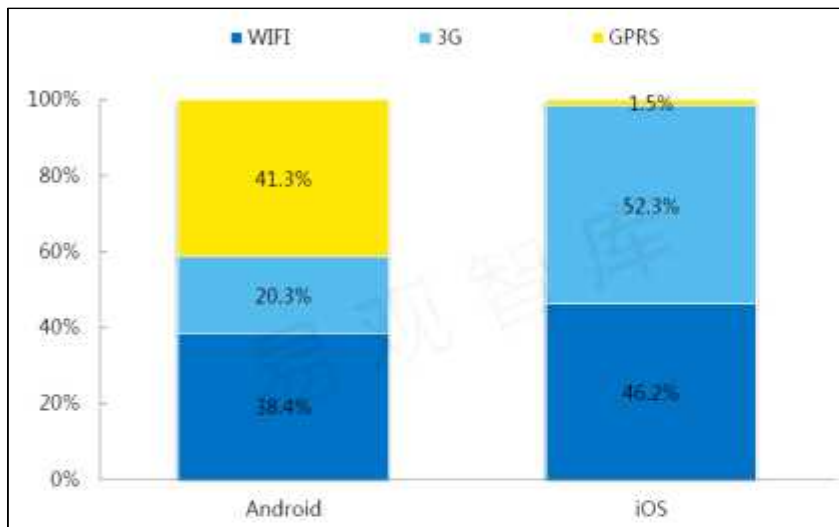
- 안드로이드와 iOS 이용자의 지역분포를 보면 광둥, 산둥, 허난, 장수, 쓰촨, 저장, 허베이 등의 지역에 높은 비율을 차지하고 있음. 이 밖에도 안드로이드 이용자보다 iOS이용자들이 더 많이 분포한 지역은 장수, 저장, 베이징, 상하이, 라오닝, 푸젠으로 경제가 발달한 지역에서 iOS 이용자가 더 많은 것을 알 수 있음. 안드로이드 시스템을 이용하는 휴대폰의 가격이 낮아질 것으로 예측되므로 각 지역의 안드로이드 이용자도 늘어날 것으로 예상함

중국 모바일 음악 이용자 통신사 이용 비율

〈2013년 모바일음악 이용자 통신운영업체 비율〉



〈2013년 안드로이드, iOS 이용자 사용 인터넷 비율〉

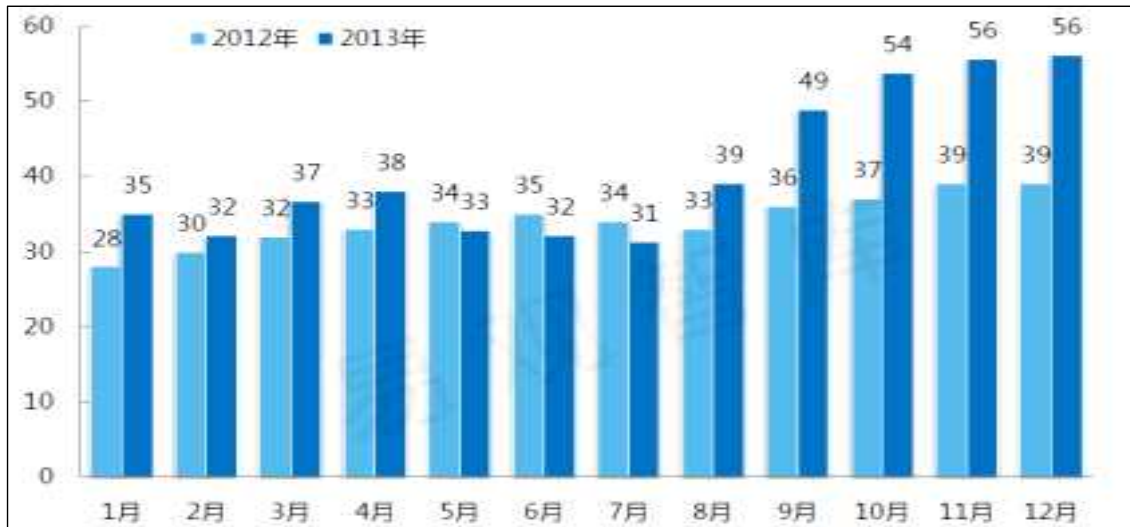


자료출처: 이관즈쿠(易观智库, Enfodesk)

- 전체적으로 보면 중국이동이 47.9%로 가장 높은 비율을 차지하고 있음. 그러나 2012년과 비교했을 때 소폭 하락함. 인터넷비용의 변화로 인해 중국연통과 중국전신은 소폭 상승하였음
- 안드로이드 모바일음악 이용자 중에는 중국이동이 49.1%로 가장 높은 비율을 차지하고 있고 중국연통과 중국전신이 각각 27.5%와 23.4%를 차지함. iOS 모바일음악 이용자 중에는 삼대 통신운영상이 비슷한 시장점유율을 차지하고 있음

중국 모바일 음악 이용자 하루 평균 음원 플레이 시간

〈2012-2013년 안드로이드 이용자 하루 평균 음원 플레이 시간〉



(단위: 분)

〈2012-2013년 iOS 이용자 하루 평균 음원 플레이 시간〉



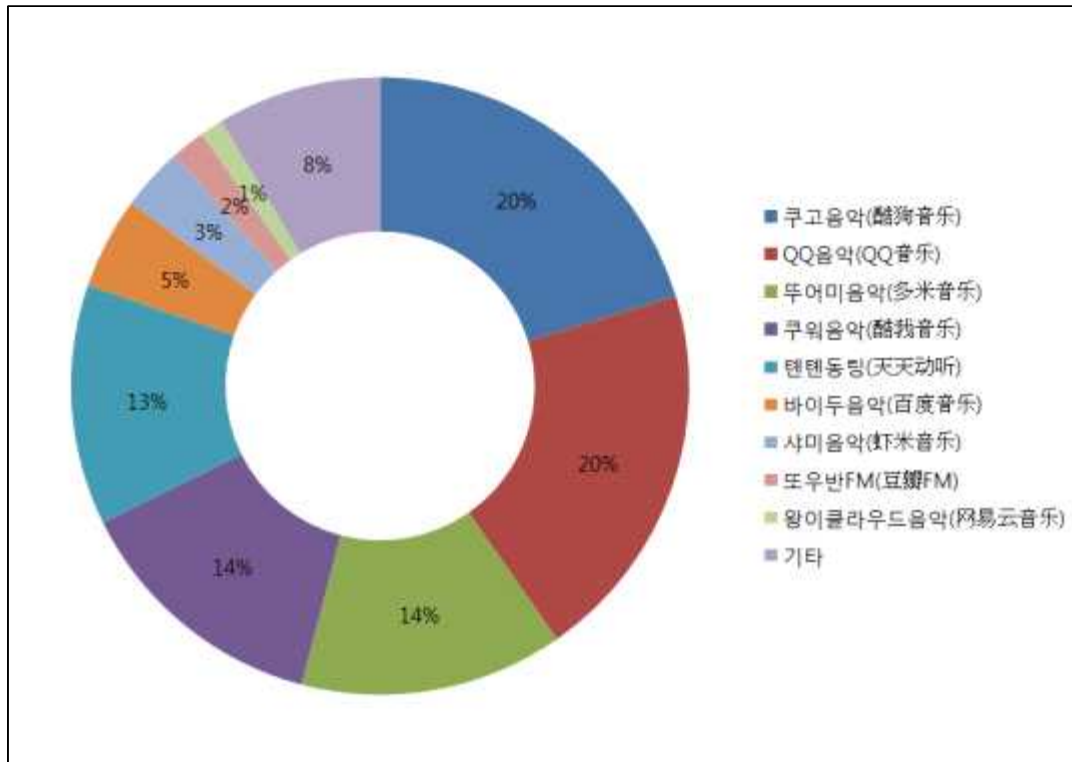
(단위: 분)

자료출처: 이관즈쿠(易观智库, Enfodesk)

- 안드로이드 이용자: 2012년 음악감상 시간은 1월 28분이고 12월 39분으로 조사됨. 2013년 1월 35분이고 12월 56분으로 나타남. 2013년 5-7월은 2012년 5-7월 보다 음악감상 시간이 낮게 나타났음. 그 원인으로서는 모바일음악 이용자들이 점점 더 젊어지면서 시험기간과 방학기간의 영향을 받은 것으로 예측됨
- iOS 이용자: 전체적으로 소폭 상승함. 2012년 음악감상 시간은 1월 36분이고 12월 47분으로 조사됨. 2013년의 음악감상 시간은 제일 적은시간은 47분이고 제일 많은 시간은 75분으로 조사됨. 2013년 6-7월의 음악감상 시간은 2012년 보다 낮게 나타남

5. 중국 모바일 음악 서비스제공업체 현황 및 분석

■ 중국 모바일 음악 서비스제공업체 시장점유율



자료출처: 이관즈쿠(易观智库, EnfoDesk)

- 2013년 중국 모바일음악 서비스제공업체 별 누적 이용자 분포도를 보면 쿠고음악은 PC 버전 누적이용자가 모바일서비스를 넘어가면서 가장 많은 시장점유율인 20.3%를 차지하고 있음. 다음으로 QQ음악은 20%의 시장점유율로 2위를 차지하고 있고 뚜어미음악은 차별화 된 비즈니스 모델로 시장점유율 13.6%를 차지하면서 3위를 차지함. 텐텐동팅은 하드웨어 상품 개발과 플레이어의 우수함 등으로 시장점유율 12.6%를 차지하면 4위에 오름. 바이두음악은 현재 모바일서비스를 집중개발하고 있으며 시장점유율 4.8%를 차지하고 있으며 앞으로 많은 PC이용자들이 모바일로 넘어갈 예정임. 샤미음악은 시장점유율 3.3%를 차지하고 있으며 도우반FM은 깔끔하고 단순한 서비스를 유지하고 있으며 두터운 매니아 층을 보유하고 있음. 왕이클라우드음악은 2013년 4월에 성립한 모바일음악 시장의 후발주자로 빠르게 발전하고 있음

중국 모바일 음악 서비스제공업체 분석

▶ 쿠키음악 (<http://www.kugou.com/>)



- 기업소개

쿠키음악은 2006년에 설립한 디지털음원 서비스제공업체. 자체 개발한 PC서비스와 모바일서비스(iOS, 안드로이드), 웹 서비스를 운영하고 있음. 13년간의 서비스제공을 통해 PC와 모바일 누적 다운로드 횟수는 6억5천만 번을 넘어섰으며 하루 평균 누적 이용자수는 3-4천만 명으로 집계됨. PC 서비스 부분에서는 여전히 선두자리를 유지하고 있으며 모바일 음악 서비스도 안정적인 위치를 차지하고 있음

- 특징

1) 전문성을 갖춘 쿠키음악차트

쿠키음악은 중국 내 최대 전문 P2P음악 공유 소프트웨어로 쿠키음악차트는 중국 음악업계에서 전문성과 권위성을 가졌다고 평가되고 있음. 쿠키음악은 4개의 국가개발특허권과 23개의 소프트웨어 저작권 증명서를 보유하고 있음. 가사변화에 맞춘 보기서비스와 문건식별, 음원인식 등의 특허기술을 개발함

2) 클라우드 기술

쿠키음악은 자체개발한 플레이어를 제공하고 있으며 클라우드 기술을 이용하여 PC 버전과 모바일 버전, 웹 버전 모두를 연결하여 서비스를 제공하고 있음. 이를 통해 이용자들은 듣던 음악을 디바이스에 관계없이 어디서 감상할 수 있음

3) NICAM기술 추가

쿠키의 우수한 제품은 자체연구개발한 핵심기술을 이용하여 생산되고 있으며 이로 인해 쿠키음악은 디지털음원산업에 선두자리를 유지하고 있음. 현재 쿠키가 보유한 가장 우수한 기술은 음원인식, 클라우드, 스마트추천 등이 있고 새롭게 추가된 기술에는 'NICAM' 과 '주변음악검색' 이 있음

4) 안드로이드 차량용 설비에 맞는 음악서비스 제공

쿠고음악은 현재 빠르게 성장 중인 안드로이드의 차량용 설비와 태블릿PC 이용자를 위한 시장을 주목하고 있음. 안드로이드 시스템의 특징과 차량용 설비의 큰 스크린의 장점을 이용하여 조작기능을 소프트웨어의 왼쪽에 배치할 예정임. ‘로컬’, ‘다운로드’, ‘즐거찾기’, ‘나의 리스트’, ‘검색’, ‘가수’, ‘음악창고’, ‘라디오’ 등의 카테고리로 나눌 예정임. 음악창고 중에는 ‘최신가요’, ‘음악차트’, ‘분류’ 등으로 나눠 추천음악을 제공할 예정임. 음악상표 분류는 이용자들이 음원을 검색하는데 편리함을 제공할 수 있음

5) 쿠고게임과 연동하여 서비스제공

현재 쿠고음악의 주요 수익모델은 대량의 데이터를 이용해 광고와 게임 연동임. 쿠고의 온라인 생방송 서비스인 쿠고판싱쇼장(酷狗繁星秀场)이 많은 인기를 끌자 데이터 양에 따른 광고 수익과 부가서비스를 생성하고 있음. 쿠고 게임플랫폼은 게임개발업체와의 연계하여 운영되고있으며 수익을 일정한 비율로 나눔. 쿠고 이용자는 하나의 아이디로 음악과 게임서비스 모두를 제공받을 수 있음

- 향후계획

1) 정품음악의 구매인식이 증가하면서 쿠고음악APP는 단독적인 다운로드 시스템뿐만 아니라 PC버전과 연계를 통해 완벽한 디지털음원서비스를 완성할 계획. 회사가 설립한 이후로 디지털음원 발전을 위해 많은 노력을 기울였으며 여러 음반회사와 판권관리기구와의 협력을 통해 발전해 옴. 수 만 곡의 디지털음원 판권을 보유하고 있으며 업계와 플랫폼을 뛰어넘는 협력을 진행하기 위해 노력하고 있음

2) 자체 음악생태환경을 조성하고 더 많은 신인 음악인을 발굴하기 위해 노력. 쿠고음악APP의 발전을 위해 단편적인 상품의 증가가 아닌 쿠고음악 전체 벨류체인을 중심으로 발전. 영업이익을 증가시키기 위해서 여러 디바이스를 연결하는 기술을 보강함

3) 쿠고는 빅데이터 분석을 통해 음원이 인기를 얻을 수 있을지에 대한 여부를 파악할 뿐만 아니라 가수양성과 음악작품 제작에도 빅데이터 분석을 활용할 계획임. 쿠고음악의 음악차트 순위는 음원 스트리밍 횟수에 따라 정해짐. 하나의 곡이 인기를 얻을 수 있는 원인을 빅 데이터를 통해 분석. 이렇게 빅 데이터를 통해 원인과 발전추세를 예측할 수 있음. 쿠고음악은 이용자들이 좋아하는 노래의 분석을 기반으로 그에 맞는 연예인과 작품을 만들어낼 예정. 또한 이용자들의 지역분포 분석을 통해 관련한 이벤트를 진행하여 쿠고음악의 브랜드가치를 극대화 할 예정

4) 쿠고의 스트리밍 서비스는 미래발전의 핵심으로 현재 중국의 디지털음원 이용자들은 다운로드의 방식보다는 스트리밍을 통한 음악 감상이 늘어나고 있음. 현재 쿠고음악은 중국연통과 협력하여 고객이 벨소리를 구매하면 데이터에 제한받지 않고 쿠고에서 제공하는 스트리밍 서비스와 MV를 관람할 수 있는 서비스를 제공하고 있음

▶ QQ음악 (<http://y.qq.com/#type=index>)



- 기본정보

QQ음악은 2005년 2월에 온라인 서비스를 시작하여 스트리밍과 다운로드, MV 감상 등을 제공하고 있음. QQ음악은 일반고객들에게 무료로 스트리밍 서비스를 제공하는 것 이외에도 유료 가입자들에게 고음질의 음원을 제공하고 있음. 2013년 QQ음악을 이용한 누적 이용자 수는 60억 명이고 월 누적 이용자 수는 2억 명이며 동시간대 최대 누적 이용자 수는 1100만 명임. 2012년 말까지 QQ음악은 200만 개가 넘는 음원을 보유하고 있다고 발표했으며 100만 개 이상이 고음질 서비스 제공이 가능함. 2013년 QQ음악에서 유통한 앨범은 23,385 장이고 MV는 27,506개 임. 그 중 QQ음악에서 독점 발행한 음원은 176,092개로 이중에서 69%가 고음질 음원임. 중국어, 광둥어, 일본어, 한국어, 영어 등으로 된 여러 음원을 보유하고 있음. 2012년부터 현재까지 QQ음악에서는 44개의 소프트웨어를 제공했고 그중 PC버전은 14개 안드로이드 버전은 15개 iOS버전은 15개 임. 판권계약을 맺은 음반회사는 100여 곳이 넘음

- 특징

1) QPlay

휴대폰이 리모컨 역할을 하여 WIFI를 통해서 스피커, 셋톱박스, 자동차에서도 고품질의 음악을 감상할 수 있음

2) 가사번역

이용자들을 위해 영어, 한국, 일본어로 이뤄진 3000여 곡을 중국어로 번역해주는 서비스로(계속해서 갱신되고 있음), 영어가사 밑에 ‘번역’이라는 아이콘이 있으며 이를 클릭하면 중문으로 번역됨

3) QQ음악회

매일 새로운 음원을 이용자들에게 제공하고 있으며 매 월 독점앨범을 첫 번째로 제공하고 있음. 또한 오프라인에서 제공하는 “QQ음악회”를 통해 연예인과 QQ회원들이 교류할 수 있을 뿐만 아니라 QQ회원은 현장생방송을 통해 온라인에서 공연을 감상할 수 있음

4) QQ음악과 중국연통의 협력

QQ음악과 중국연통은 온라인에서 오프라인까지 전면적으로 협력하고 있음. 여러 이용자들의 요구를 만족시키기 위해서 QQ음악과 중국연통은 다양한 데이터 요금제를 제공하고 있으며 QQ음악의 APP를 이용하면서 발생하는 모든 데이터는 무료로 이용할 수 있음. 구체적인 서비스 내용은 아래와 같음:

- 6G데이터를 이용하려면 중국연통 일반 가입자는 월정액 9위안의 요금제를 선택하면 QQ음악을 데이터 제한 없이 무료로 즐길 수 있음.
- 중국연통 웨이신 위카드(微信沃卡) 가입자는 월정액 5위안의 요금제를 선택하면 최저가격으로 QQ음악 서비스를 받을 수 있음.
- 음악마니아들은 가격대성능비가 빅적 높은 월정액 15위안 요금제를 선택하면 QQ음악의 유료가입자들이 누릴 수 있는 콘서트, QQ게임특권 및 더 많은 종류의 음원을 감상할 수 있는 서비스를 받아볼 수 있음.

이렇게 QQ음악은 중국연통과의 협업으로 ‘음원, 상품홍보, 영업, 판매’라는 비즈니스 절차를 완벽하게 해결하고 있음. 개방형 API이외에 QQ음악은 텡쑤산하의 이쑤왕(易讯网)과 QQ온라인쇼핑 등과 같은 전자상거래 플랫폼 및 자원을 보유하고 있어서 파트너사들에게 판매와 홍보 채널을 제공하고 있음

5) 텡쑤QQ 음악시상식

2014년에 시작한 ‘텡쑤QQ음악 시상식’은 매년 3월에 개최되며 2014년도는 쿠오로스 자동차와 QQ음악이 연합해서 개최하였으며 중국 대륙과 홍콩, 대만 지역 및 국외 유명 연예인을 초청함

- 향후계획

1) 음악 SNS서비스: 업그레이드 된 디지털음원 서비스모델로 Web2.0을 이용하여 이용자들에게 퍼스널화 된 서비스를 제공할 수 있음. QQ플랫폼과 상품의 우수성을 이용해 음악서비스의 SNS 속성을 강화할 예정임

2) 음악 클라우드 서비스: 이용자들이 하나의 아이디를 가지고 여러 디바이스에서 통일 된 서비스를 받아 볼 수 있도록 연구개발 중

▶ **뚜어미음악** (<http://www.duomi.com/>)



- 기본정보

뚜어미음악은 모바일 인터넷을 집중적으로 개발하고 있는 기업. 신상품 개발과 새로운 기술을 통해 iOS, 안드로이드, WP, Symbian 등의 주류 스마트폰 소프트웨어에 서비스를 제공하고 있음. 뚜어미 음악 모바일 서비스는 Symbian시대에 누적이용자수가 4000만에 달했으며 이용자들로부터 호평을 받은 APP임. 현재 뚜어미음악은 3억 명이 넘는 누적 이용자 수를 보유하고 있으며 350만 개의 정품음원을 보유하고 있음. 판권계약이 체결된 회사로는 소니, 위너, 유니버설, 롤링스톤, 하이드에(海蝶) 등 300여 중소형 음반회사가 있음. 2012년 뚜어미는 1400만 달러로 A유자를 완성했으며, 투자측으로는 A8음악, 화이형제(华谊兄弟), 한닝그룹(汉能集团), 한국KTB그룹 등이 포함되어 있음

- 특징

1) SNS시장 집중개발

나날이 치열해 지는 모바일 서비스업체의 경쟁에서 뚜어미음악은 차별화 된 서비스 개발에 집중하고 있음. 그 중 음악SNS는 뚜어미가 오랜 시간 개발한 시장으로 이용자들이 자신이 좋아하는 음원을 웨이신, 웨이보 등 여러 SNS에 업로드 할 수 있음. 이 밖에도 다른 사람들이 자주 듣는 음악목록과 함께 그들이 작성한 글을 볼 수 있고 평가를 진행할 수 있음. 뚜어미음악이 제공하는 ‘음악권(音乐圈)’은 음원서비스에 SNS 개념을 더한 것으로 이용자들의 적극적인 참여를 이끌어냄. 샤오미 APP마켓 중에 뚜어미 음악이 제공한 ‘분홍계(粉色系)’는 인기 APP중에 하나로 여성 이용자들의 패션과 음악, 셀카, 쇼핑, 미용 등의 욕구를 충족시켜줌

2) 뚜어미음악의 최신버전 V5.0

뚜어미음악의 최신 버전인 V5.0이 발표되고 6000여 만 개의 우수한 음원을 새롭게 업로드 함. V5.0은 양호한 시스템 환경으로 이용자들의 호평을 받음. 완전히 새로운 디자인과 플레이어 기능이 추가됨. 음질 또한 인터넷 환경에 따라 자동으로 조절되며 클라우드 서비스를 제공하고 있음. 또한 상품의 특색을 극대화하여 음원식별기능을 제공함

3) 수상기록

2013년 중국 뉴미디어 상 - 인기APP TOP100에서 동영상/음악 차트 TOP10을 수상.
제2회 모바일 인터넷 상 - 최고 오락 APP상 및 2013년 중국 휴대폰 APP기업 TOP50 을 수상. 동시에 제 4회 휴대폰 APP개발자 대회에서 뛰어난 휴대폰 도난 방지 연맹에 가입하여 이용자들에게 안전성을 제공함. 뿐만 아니라 2013년 중국연통 위사점(中国联通沃商店) 우수 콘텐츠 상을 수상

4) 적은 데이터 용량과 손쉬운 사용법

뛰어미음악의 소프트웨어는 데이터 용량이 적고 조작이 간단함. 소프트웨어는 12MB 으로 극소량의 CPU와 메모리를 차지함. 처음 이용하는 사람들도 특별한 설명 없이 바로 이용이 가능함

- 향후계획

1) 새로운 비즈니스 모델

모바일 인터넷이 발달함에 따라 디지털 음악 업계의 유료콘텐츠 개념이 생겨나고 있으며 뛰어미는 이와 관련한 새로운 비즈니스 모델을 탐색 중임. 현재 수익모델은 광고와 운영수익모델을 중심으로 하고 있으며 이용자들에게 유료콘텐츠 제공은 시범단계에 있음. 중국 대부분의 이용자들이 무료콘텐츠를 이용하는 습관이 고착화되어 있음. 이용자들의 소비습관을 유료화 하는 것은 디지털음악 서비스가 꼭 해결해야하는 숙제임. 이를 위해 뛰어미음악은 단순한 서비스에서 다양한 부가서비스를 제공하는 방향으로 발전. ‘엔터테인먼트+SNS+UGC’의 종합적인 모델을 제공하기 위해 연구개발 중. 미래에는 UGC서비스를 통해 이용자들이 스스로 콘텐츠를 생성할 수 있는 서비스를 제공해야 하며 이용자들간의 좋은 소통시스템을 건설해야함. 동시에 외부개방형의 API에 대해 외부개발자가 뛰어미의 플랫폼에서 상관된 APP를 개발할 수 있도록 하여 이용자들의 충성도를 높여 더 많은 수익을 창출할 예정

2) 하드웨어와 서비스의 결합

하드웨어와 서비스의 결합은 전자상거래 방면에 있어 가장 좋은 수익모델이 될 것으로 예상됨. 뛰어미음악 또한 단말기제조업체와 협업하여 자신들만의 표준을 정해 고정적 수입창출이 가능한 비즈니스 모델을 형성을 연구개발 중임. 이러한 협업을 통해 소프트웨어와 하드웨어 산업 전체에 활기를 불어넣을 예정

▶ 텐텐동팅 (<http://www.dongting.com/>)



- 기본정보

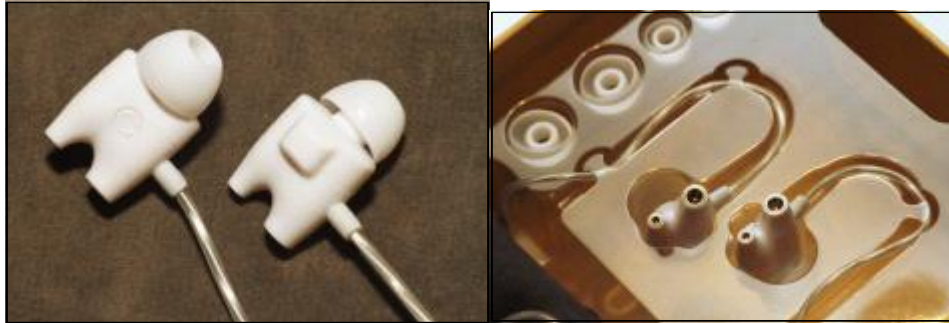
텐텐동팅은 2008년에 설립하였으며 모바일 인터넷 디지털음원 상호교류 서비스 제공 업체임. 스마트폰이 개발 된 후, 텐텐동팅은 안드로이드와 iOS 플랫폼으로 서비스를 넓혀감. 텐텐동팅은 중국 초기 무료 음원플레이어를 제공했으며 이용자들에게 무료 스트리밍과 다운로드 서비스를 제공함. 강력한 코덱을 장착하여 완벽한 APE와 FLAC 등의 무료 음악감상 서비스를 제공함. 수 억 명의 누적이용자들이 텐텐동팅의 프로그램을 설치했으며 하루 누적 이용자 수가 3600만 명에 이름. 풍부한 음원과 고음질의 음원들을 보유하고 있으며 유럽, 미국, 일본, 한국 등 여러 국가의 음악을 보유하고 있음

- 특징

1) 알리바바의 텐텐동팅 인수

텐텐동팅은 비록 방대한 이용자잡단을 가지고 있지만 모바일 음악산업이 급격하게 성장하면서 많은 PC음악서비스업체가 모바일 APP를 출시하였고 음악 저작권 보호 의식이 강력해지고 있는 상황에서 텐텐동팅의 경쟁력이 줄어들었음. 2012년 말 텐텐동팅은 알리바바의 전략적 투자지원을 받고 2014년 알리바바에 인수합병됨. 합병 이후에 알리바바의 모바일 기술을 추가하게 됨. 2013년 텐텐동팅은 SP부서를 설립 하면서 무선서비스 개발에 집중하고 있음

2) 하드웨어 시장 진출



2013년 말, 음악 하드웨어 영역에 진출하여 쿼드코어를 탑재한 중국 최초의 아이디어얼 이어폰인 ‘T1’을 출시함. 소프트웨어에서만 강조되던 ‘고음질’을 하드웨어에 적용시킨 상품

3) iOS플랫폼의 최신 소프트웨어 V6.6

텐텐동팅은 자신의 브랜드 가치를 높임과 동시에 젊은 층의 요구에 부합하는 서비스를 개발하고 있음. 새롭게 선보인 iOS 6.6버전은 기존의 한 가수의 앨범을 추천하는 방식에서 수 백 만 개의 노래에서 앨범단위로 검색할 수 있게 변경함. 이용자들은 가수의 이름을 검색하면 가수의 모든 앨범과 연예활동을 훑어 볼 수 있음. 음원 검색 또한 이용자들의 편이를 위해 발행시간과 장르에 따라 구분되어 제공됨. 뿐만 아니라 고음질 다운로드와 손쉬운 작동, 데이터 손실을 최소화 한 설치모드, SNS 등이 개선되어 이용자들의 편이를 한 층 업그레이드함

4) 음향효과 클라우드

세계적으로 가장 관심을 받고 있는 클라우드 기술과 음향효과기능을 접목킨 ‘음향효과 클라우드’를 선보임. 이용자들은 장르와 개인의 기호에 따라 DIY형식으로 음악을 편집할 수 있음. 뿐만 아니라 본인이 제작한 음악을 클라우드에 저장할 수 있으며 친구들과 공유가 가능함. 텐텐동팅의 ‘음향효과 클라우드’는 중국 최초로 시도한 서비스로 개방형 플랫폼으로 운영 중임

- 향후계획

웨어러블 디바이스가 빠른 속도로 발전하고 있어 모바일음악 플레이어 시장에 새로운 비즈니스 모델을 요구하고 있음. 텐텐동팅은 스마트워치 개발업체와 계약체결을 진행 중이며 빠른 시일 안에 스마트워치에서 텐텐동팅의 서비스를 이용할 수 있을 것. 기존 인터넷 기업이 하드웨어로 영업을 넓혀가는 경우는 텐텐동팅 이외에도 여러 기업이 있음. 최근 들어 많은 IT기업들이 자체개발방식 혹은 협력생산방식으로 하드웨어 개발에 집중하고 있음. 360휴대폰, 러셀TV, 아리바바셋톱박스 등이 대표적인 상품. 기존에 정립된 브랜드 가치를 이용하여 상품을 내놓기 때문에 빠른 속도로 큰 수익을 얻을 수 있음

▶ 쿠파음악 (<http://www.kuwo.cn/>)



- 기본정보

쿠파음악은 음원콘텐츠를 기초로 한 음악종합서비스 플랫폼. PC버전과 모바일 버전, 스트리밍 서비스, 음악SNS 서비스 등 플랫폼을 뛰어넘는 음악서비스를 제공하고 있음. 누적 이용자 수는 2억 명을 넘어섰으며 월 누적 이용자 수는 약 1억 명이고 아이폰과 안드로이드의 누적 다운로드 양은 천 만을 넘음. 쿠파음악은 100만 개의 음악과 MV를 보유하고 있으며 매주 80 장 이상의 국내외 앨범을 업데이트하고 있음. 쿠파음악은 2011년 말에 산하의 서비스 상품 명칭을 전면 개정하였음. 주요 서비스로는 쿠파음악(PC용, 휴대폰 용, 웹 용), 쿠파K가(酷我k歌), 쿠파라디오, 쿠파창바(酷我唱吧), 쿠파DJ, 쿠파음악상자(酷我音乐盒), 쿠파스타(酷我星吧), 쿠파음악SNS, 쿠파MV 등이 있음. 음질과 정보서비스 부분에 있어 특허기술을 가지고 있음

- 특징

1) 방송국과 협력하여 프로그램 제작

2012년 쿠파음악기술은 ‘디지털음악SNS’를 시범시행하였고 2012년 상반기에 내놓은 ‘쿠파캠퍼스’와 방송국과 협력하여 제작한 ‘쿠파음악반곡성명(酷我音乐半曲成名)’ 프로그램 모두가 성공을 거두면서 브랜드 가치를 업그레이드함

- 향후계획

1) 기술

이용자들의 행위분석과 빅데이터 분석을 통해 맞춤형 서비스를 강화 할 예정. 이용자들의 편이를 위해 음악검색, 음악 클라우드, LBS기술을 이용한 APP, WIFI 공유기술 등을 개발하고 있음

2) APP

모바일 인터넷 이용자들이 단순한 음악감상에 벗어나 음악을 ‘볼 수 있고’ 또 ‘부를 수 있는’ 서비스를 제공하기 위해 MV와 ‘쿠워K가’ 등의 서비스를 더욱 집중개발할 예정. 쿠워음악은 음악 SNS 서비스와 퍼스널 화를 위해 더 많은 노력을 기울이 예정임

3) 소프트웨어

개방화되고 맞춤형 방향으로 개발. 여러 디바이스와 플랫폼에서 동일한 서비스를 제공할 수 있도록 하며 조작을 단순화하여 이용자들이 특별한 학습 없이 바로 사용 가능하도록 개발

4) 비즈니스 모델

정품 콘텐츠 이용으로 유료서비스를 제공하여 기존의 광고와 게임에 의존하는 수익 모델을 다양화 함

▶ 바이두음악 (<http://music.baidu.com/>)



- 기본정보

바이두음악은 바이두검색 서비스로 인해 이미 중국에서 큰 영향력을 가진 음악미디어 중에 하나임. 바이두음악은 검색 서비스와 정품 콘텐츠 이용을 중심으로 계속해서 발전해 왔으며 상품뿐만 아니라 콘텐츠 방면에서도 심도 있는 연구를 진행함. 휴대폰음악감상, 바이두쭈이신감상(百度随心听). 나의음악상자(我的音乐盒) 서비스를 제공하고 있음. 현재 바이두음악의 월 누적이용자 수는 3억이 넘으며 2007년부터 바이두와 여러 음반회사가 판권계약을 체결함. 모바일 소프트웨어에 있어 바이두는 안드로이드 용과 아이폰, 아이패드 용 버전을 제공하고 있음. 억 명 이상의 누적이용자집단을 가지고 있으며 바이두음악 App4.0 버전은 새로운 디자인과 상호교류 서비스, 음악추천 등 여러 부분에서 높은 평가를 받고 있음

바이두는 기존에 음악서비스인 ‘바이두MP3’와 ‘바이두ting’이 있음. 2011년 6월 바이두 산하의 음악 플랫폼인 tinging이 정식으로 시장에 진출함. 2012년 ‘바이두ting’은 ‘바이두음악’으로 명칭을 변경하고 무료 다운로드 서비스와 스트리밍 서비스를 제공함. 2013년 7월 바이두음악의 PC버전 ‘첸첸징팅’이 ‘바이두음악PC’로 명칭을 변경함. 기존에 첸첸징팅이 가지고 있던 기술을 유지하면서 독자적인 스마트 음악효과 서비스와 MV, 음악추천 등의 서비스를 추가함. 2013년 10월 바이두는 바이두MP3와 바이두ting, 첸첸징팅의 음악서비스를 통합하여 ‘바이두음악’이라는 새로운 플랫폼을 운영 중

- 특징

1) 각국의 주요 음원 판권을 소유

2012년 바이두는 홍콩, 타이완 등 국외 주요 음반회사와 계약을 체결함. 계약을 체결한 음반회사는 200개 이상이며 210만 개 이상의 음원을 보유하고 있음. 그 중 20만 개는 중국음악이고 190만 개는 팝음악임. 독점자원에서 있어 바이두는 우수한 파트너를 가지고 있음. ‘보이스 오브 차이나’ 시즌2의 음원과 왕페이(王菲), 유덕화(刘德华), EXO 등의 음원을 보유하고 있음

2) SM 엔터테인먼트와 독점계약

2014년 5월 바이두와 SM엔터테인먼트가 협약관계를 맺음. 이로써 바이두음악은 SM 소속 연예인들의 정품디지털음원의 중국 내 판권을 소유하게 됨

3) 온라인 티켓판매 서비스

공연 등의 이벤트가 있으면 티켓 판매 서비스를 진행하며 최저가격으로 제공되고 있어 많은 이용자들을 끌어 모음. 용러티켓판매서비스(永乐票务)는 바이두 티켓예매서비스의 협력사로 바이두에서 판매되는 티켓을 제공해 주고 있음

4) 무선음악상자(百度无线音乐盒)



바이두에서 제공하는 무선음악상자는 첫 출시에 2만 대 이상이 징둥상점(京东商城)에서 판매됨. 가격은 99위안. 바이두무선음악상자는 일반 스피커를 무선 WIFI 스피커로 변경시키며 구매자들은 휴대폰 안에 있는 음악을 무선인터넷을 통해 스피커로 전송해서 들을 수 있음

5) 바이두 음악인(百度音乐人)

음악인 스스로가 앨범을 발표할 수 있으며 음원가격을 책정할 수 있음. 바이두 음악인은 바이두 산하의 오리지널 창작음악 플랫폼으로 2013년 7월에 운영을 시작함. 오리지널 음악을 창작하는 음악인들이 자신의 앨범을 제작해서 발표할 수 있으며 공연소식과 팬 미팅 등의 정보를 공유할 수 있음. 9월22일 바이두음악인 플랫폼이 업그레이드되어 앨범발표 뿐만 아니라 이용자들이 앨범을 구매하면 해당 음악인은 실시간으로 금액을 수령 할 수 있음. 또한 어떠한 수수료도 받고 있지 않아 음악인들에게 높은 수익을 보장하고 있음. 현재 1100명의 음악인과 독립예술인이 가입을 함. 송동예(宋冬野), 아쓰(阿肆), 타오파오지화(逃跑计划), 중고장미(二手玫瑰) 등의 유명한 음악인들이 가입되어 있음. 오리지널 창작 앨범의 수량은 7,000 곡에 이르며 빠른 속도로 증가하고 있음

- 향후계획

바이두음악은 이용자들의 유료콘텐츠 이용과 고음질 서비스, 오리지널 창작음악의 3가지 부분을 중점적으로 발전시킬 예정임. 또한 클라우드 기술을 계속해서 개발하여 검색기술과 음질 부분에 있어 큰 발전을 이뤄낼 것이며 디지털음악의 특징을 한층 더 업그레이드 할 예정임. 또한 무선 모바일 디바이스 등 전자영역에 있어 인터넷과 하드웨어 기술을 발전시켜 다양한 기능을 제공할 예정임

▶ 왕이클라우드음악 (<http://music.163.com/#/download/pc>)



- 기본정보

왕이클라우드음악은 2013년 4월 23일 서비스를 시작함. 현재 iOS 버전, 안드로이드 버전과 아이패드 버전, PC버전이 있음. 왕이클라우드음악은 모바일 음악산업의 후발주자로 ‘음원+스트리밍’에서 음악차트, DJ프로그램, SNS, 위치정보를 핵심 서비스로 하여 기존 모바일음악과 차별화를 두고 있음. 또한 전문 음악인, DJ, 친구에게 추천 및 SNS기능을 통해 이용자들에게 새로운 음악 서비스를 제공하고 있음

- 특징

1) DJ 서비스

현재 500만 곡의 음악을 보유하고 있으며 400여 명의 유명DJ가 소속되어 있음. 이들은 유명가수, MC, 전문음악으로 구성되어 있음. DJ린하이(林海), 왕동(王东) 등이 대표적인 인물임. 이들은 두터운 팬 층을 확보하고 있음. 이들이 진행하는 방송은 광고가 없이 진행되고 있음

2) 주제가 있는 음악차트

APP 첫 화면에 장르별 음악차트와 추천DJ가 게시되어 있고 ‘역대 가장 사랑받은 팝’, ‘축구보면서 듣기 좋은 음악’ 등 주제별 차트를 제공하고 있음. 또한 인기 가수가 추천하는 음악도 볼 수가 있음

3) 이용자들이 셀프로 만드는 음악목록

이용자들의 아이디어와 연동해서 음악목록을 만들어 저장할 수 있음. 음악목록을 만들어야지 다운로드가 가능한 시스템을 운영 중에 있으며 이용자들이 적극적으로 콘텐츠를 생산하고 참여할 수 있게 함. 이용자들의 편이를 위해서 샤미, 포우반, 쿠고, 쿠위의 음악목록을 왕이클라우드음악과 연동하여 유입시킬 수 있음

4) 위치정보

이용자들이 주변에서 왕이클라우드음악을 사용하는 다른 이용자들이 지금 듣고 있는 음악을 감상할 수 있고 또 팔로우할 수 있음

5) SNS기능

음악상품의 가장 취약점은 SNS와 연동이 되지 않는 점. 그러나 왕이클라우드음악은 이용자들의 휴대폰 주소록과 웨이보, 런런왕(人人网)등에 가입한 이용자들을 찾을 수 있으며 팔로우를 하면 그들이 듣는 음악을 감상할 수 있음

6) 가사번역

왕이클라우드음악은 왕이번역기와 연동되어있어 영어, 한국어, 일본어이 외에도 불어, 독일어, 스페인어 등 각종 언어의 가사를 중국어로 번역이 가능함

- 향후계획

1) 클라우드 서비스

왕이클라우드음악은 PC와 웹, 자동차, 홈스크린 등을 포함하는 여러 디바이스에서 서비스를 제공하기 위해 연구개발 중이며 이를 통해 이용자들이 언제 어디서나 각종 디바이스를 통해 음악을 감상하고 공유를 실현함

2) 폐쇄형 지불시스템 건설

왕이클라우드음악은 이용자들의 활성화를 위해 가상포인트와 가상화폐 시스템을 만들어 디지털음악소비의 폐쇄형 지불시스템을 제공할 예정임

3) 기존 플랫폼을 활용한 홍보

왕이가 현재 가지고 있는 브랜드가치와 플랫폼을 이용해 전면적인 홍보진행. 왕이 전자우편, 왕이웨이보, 왕이사진첩, 왕이칭보커(网易轻博客) 등이 주요 홍보채널임

▶ 포우반FM (<http://douban.fm/>)



- 기본정보

포우반은 2005년에 도서와 비디오 출시를 운영시작 기점으로 볼 수 있으며 2009년 11월 포우반 라디오 서비스를 시작함. 포우반FM은 하위층 이용자들을 타겟으로 하고 있음. 포우반FM의 월 누적이용자수는 1200만 명임. 전통 인터넷음악라디오의 특색을 여전히 유지하고 있으며 기술적으로 업그레이드되어 음악콘텐츠의 퍼스널 화를 실행하고 있으며 이용자들에게 장르별 라디오 서비스를 제공하고 있음. 현재 iOS 버전, 안드로이드 버전, iPad버전, 윈도우 모바일 버전, Symbian 버전 및 웹 버전을 제공하고 있음. 현재 개인주파수와 공공주파수 모두를 제공하고 있음. 이 중 개인주파수는 포우반에 가입한 이용자들이 좋아하는 음악을 맞춤화하여 제공하고 있음. 공공주파수는 중국어, 광둥어, 영어, 불어, 일본어, 한국어, 일렉트로닉, R&B, 락, 민요, 여성, 애니메이션, 커피 등 주파수의 종류를 세분화하여 제공하고 있음

- 특징

1) 가벼운 소프트웨어와 간단하고 스마트한 사용법

포우반FM의 상품의 디자인은 깔끔하고 이용자들이 손쉽게 이용할 수 있도록 설계되어 있음. 맞춤화 된 음악추천 기술을 이용해 오직 나만의 특성을 담은 음악라디오를 제작할 수 있음

2) 유료서비스

포우반의 유료 버전인 ‘포우반FM Pro’는 매월 10위안, 6개월에 50 위안으로 192kbps의 고음질 음원과 광고가 없는 서비스를 받아 볼 수 있음. 현재 유료버전에 가입한 이용자는 소수이나 한번 가입한 고객은 계속해서 서비스를 이용하고 있음

3) 또우반FM iOS 3.0 버전

또우반 FM iOS 3.0버전은 2010년 2월에 이후 처음으로 업그레이드 됨. 메가헤르츠를 지원하며 웨이신에서 음원을 공유할 수 있는 기능이 추가됨

4) 벤츠, BMW 등 자동차회사와 협력

자동차 디바이스는 라디오를 듣는 주요 채널로 해당하는 서비스를 제공하기 위해 자동차 회사와 협력함. 순수음악콘텐츠의 모바일 라디오 형식을 이용하고 있으며 이용자들의 행위분석을 통해 맞춤화 된 음악서비스를 제공하고 있음

- 향후계획

2014년 또우반FM은 모바일 버전과 PC 버전에 많은 변화를 주었으며 맞춤화 된 서비스 방식을 기반으로 더 다양하고 정확한 서비스를 제공할 예정임. 또한 하드웨어 회사와의 협약을 추진하고 있음

6. 중국 모바일음악 시장의 최근동향

■ 온라인음악 등 디지털 판권에 대한 감사를 전면적으로 실행

중국 전국판권법집행관리감독업무 좌담회가 푸젠성 샤먼(福建省厦门市)에서 거행됨. 국무원은 2015년 지식재산권 침해와 위조불량상품 제조판매 업무 편성에 따라 국가판권국, 국가인터넷정보사무실, 공업정보화부,公安部(이하 ‘국가판권국 등 4개 부서’라 칭함)는 2015년 6월 11일 제 11차 인터넷 해적판 권리침해 감사인 ‘검망행동(剑网行动)’(이하 ‘검망2015’라 칭함)을 개최함. 특히 인터넷음악 감사와 인터넷 클라우드 저장공간의 판권 감사, 스마트 디바이스의 서드파티 APP 저작권침해 감사, 인터넷 광고연맹 감사, 인터넷 게시물 판권 감사에 대한 디지털 출판 콘텐츠의 판권 보호 등의 업무를 중심으로 함

이번 ‘검망2015’는 2015년 6월에 시작하며 6개월 동안 큰 사건을 중심으로 조사를 진행할 예정. 비합법적인 음악, 동영상, 신문, 게임, 문학 및 소프트웨어 등의 해적판과 스마트 디바이스의 서드파티 APP등을 집중감사할 예정임. 인터넷 클라우드 저장공간과 인터넷광고연맹, 스마트 디바이스 APP 판매상, 온라인 자막, 인터넷 상점 및 웨이보, 웨이신 등에 대한 권리침해 사안을 엄격하게 색출할 예정임. 해적판의 권리침해를 척결하기 위해 행사처벌과 형사처벌을 적용함. 이로써 법질서에 따른 인터넷 공간을 조성하고 온라인 판권 환경을 정화하여 우수한 산업체계를 건립함

‘검망2015’의 5가지 주요 임무:

1. 온라인음악 판권 감사를 위해 음악 사이트의 판권관련 법집행을 강화하며 허가증이 없는 사이트를 엄격하게 처벌함. 이를 통해 음악 사이트의 자율적인 판권검열이 이루어지도록 하며 양호한 온라인 음악산업 환경을 조성함.
2. 인터넷 클라우드 저장공간 판권 감사를 위해 주요한 인터넷 클라우드 운영 기업이 자체적으로 판권을 검열하여 관련 문제를 바로잡을 수 있도록 할 뿐만 아니라 인터넷 클라우드 저장공간을 이용해 진행되는 위법활동을 색출함.
3. 스마트 디바이스의 서드파티 APP의 해적판 감사를 위해 APP제조사 및 영업상의 판권을 검열함.
4. 인터넷 광고연맹 감사를 위해 해적판 등 거짓 정보를 통해 결제를 유도한 인터넷 광고연맹을 색출함. 이를 통해 인터넷 광고연맹의 저작권보호제도 건립을 추진함.
5. 인터넷 게시물의 판권 질서 확립을 위해 디지털 출판 콘텐츠의 판권보호를 강화하며 인터넷매체에 대한 판권 관리감독을 강화함. 허가증이 없는 게시물과 저작권의 허락없이 작품을 게시한 것에 대해 엄격한 검열을 진행함. 이를 통해 전통출판과 뉴 미디어의 공통발전을 이룸

[동방문창 东方文创 2015.6.11.]

● 중국사무소 담당자 연락처 ●

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