



철저히 통제되는 중국의 출판산업 인위적 경기부양으로 두 자릿수 성장...2013년은 하향세 인터넷 서점 가격 경쟁 등 우리나라 시장과 다르지 않아

문화체육관광부(장관 김중덕)와 한국출판문화산업진흥원(원장 이재호)은 최근 '도서저작권 수출 가이드북 중국편'을 발간했다. 가이드북에는 중국 출판시장정보, 중국 출판문화적 배경 및 시장 특색, 수출절차 및 주의사항, 디지털출판시장, 수출성공사례 등이 게재돼 있다. 김태규 출판번역가의 '중국 출판 시장정보'를 요약·정리한다.

편집부

중국 출판사 유형 : 국영 출판사와 민영 출판기업

중국 당국은 출판사 설립과 관련해 엄격한 허가제로 운영하고 있다. 이 허가제는 다른 나라의 출판사 등록제와는 본질적으로 차이가 있어서 정부의 영향력 아래에 있는, 한정된 숫자의 국영 출판사 외에는 사실상 새로운 출판사가 설립될 수 없다. 이밖에도 심지어 출판물의 규모, 출판물의 가격까지 당국의 출판 주관 부서인 국가신문출판광전총국의 통제 범위 안에 있다.

그러나 중국에는 비록 '출판사' 허가를 받지는 못했지만 도서의 기획, 편집, 제작, 유통 등 출판사의 모든 업무를 수행하는 사유제 민영 출판기업이 별도로 존재하며 심지어 외서를 비롯한 대중 도서

분야에서 지속적으로 영향력을 확대해 왔다. 즉, 중국 출판업은 국영 출판사와 민영 출판기업으로 이뤄져 있다.

2012년 중국 출판사의 숫자는 552곳으로 집계됐다. 그리고 천여 곳에 이를 것으로 추산되는 출판기업은 비록 기업 명칭과 기업 영업 범위에 '출판'이라는 단어조차 쓰지 못하게 과도한 규제를 받고 있긴 하지만 여러 출판사들과 음성적으로 합작계약을 체결해 ISBN 사용과 도서의 유통 및 인쇄 위탁 업무 자격을 획득함으로써 실질적인 출판 업무를 진행하고 있다. 그러나 출판기업의 이런 활동들은 공식적으로는 실체가 없다. 출판기업이 기획, 출판한 도서의 표지와 판권부에는 ISBN을 제공한 출판사의 명칭만 기재된다. 한

중국 출판사가 중국에 도서 저작권을 수출할 때 계약서에 기재된 중국 측 계약 주체와 나중에 실제로 출간된 번역서 표지와 판권부의 출판사 이름이 일치하지 않는 것은 바로 이런 이유 때문이다.

중국 출판사의 대중 도서 기획력은 출판기업에 비해 많이 떨어진다. 현재 중국 대중 도서 출판의 80%는 출판기업이 장악하고 있다. 이에 비해 출판사는 전체 도서 매출의 70% 이상을 차지하는 초·중·고·대학·직업훈련소의 교과서 및 부교재의 출판권을 독점함으로써 지탱되고 있다. 표준 교과서 출판은 인민교육출판사가 전담하지만 지방 출판사들도 지역별 지정 교과서 출판권을 허가받아 출판한다. 이밖에 비시장 도서인 정부와 공산당의 공공 출판물도 전부 출판사의 몫이며 세제 혜택, 금융 대출, 공공 도서관 납품, 출판 지원금 같은 정책 지원도 출판사에 집중되고 있다. 따라서 출판사는 인재 육성과 자체 기획력 제고 없이도 경영과 이윤 축적이 가능했던 반면, 출판기업은 실질적으로 대부분의 베스트셀러를 내면서도 ISBN 사용료, 원고 심사료 같은 이른바 '관리비'를 출판사에 한납하고 각종 출판 정책의 수혜 대상에서 제외되면서 경영난에 시달려 왔다.

그런데 중국 출판업의 이러한 구조는 2009년 4월 6일 중국 당국이 '신문출판 체제 개혁의 진일보한 추진에 대한 지도 의견'이라는 출판사와 출판기업의 본격적인 합작 관련 방침을 공포하면서 변화의 계기를 맞았다. 예를 들어 같은 해 4월 25일, 봉황출판미디어그룹 산하의 장쑤인민출판사는 최초로 이 방침에 부응해 베이징의 대형 출판기업 궁허렌둥문화미디어유한공사와 1억 위안을 공동 출자해 베이징평화렌둥문화미디어유한공사를 설립했다. 이 사건 이후 각 출판사들은 경쟁하듯 실력 있는 출판기업들과의 합작 회사 설립을

추진하고 있다.

이러한 국영-민영 합작 회사 설립은 두 가지 상징적인 의미를 갖는다. 첫째, 출판사와 출판기업이라는 철저히 이원화된 중국 출판 시스템에 변화의 계기가 마련됐다. 지금까지 출판 기획력에서 월등한 능력을 가졌으면서도 국가 언론 출판 정책에서 소외됐던 출판기업들로서는 한 단계 도약을 위한 물질적, 정책적 지원을 확보할 수 있게 됐다. 반대로 정부의 특혜에 힘입어 부를 축적했지만 경직된 시스템으로 인해 대중 도서 시장에서 전혀 주도권을 갖지 못했던 출판사들은 민간의 뛰어난 인재들과 그들의 축적된 노하우를 합작 회사의 틀 안에서 활용하게 됐다.

둘째, 언론 출판분야에서만은 민간 개방을 철저히 불허해 온 중국 당국이 이런 국영-민영 합작을 권장하게 된 것은 이미 성장이 정체되기 시작한 중국 출판업의 활로를 모색하기 위해 출판사의 경직된 체질과 날로 열악해지는 출판기업의 생존 조건을 개선하지 않을 수 없기 때문이다.

중국 정부의 ISBN 할당제와 검열 기제

출판계에 대한 중국 정부의 통제 수단에는 엄격한 출판사 등록제 외에 ISBN 할당제와 검열 기제가 있다. 전국신문출판광전총국이 고과 평가 점수에 따라 매년 차별적으로 부여하는 ISBN은 출판사들의 매출에 결정적인 영향을 미친다. 부여받은 ISBN 건수에 따라 그 해의 출간 총수가 결정될 뿐만 아니라 여분의 ISBN을 출판기업에 판매하거나 상호 합작 계약을 맺은 출판기업에 ISBN을 무상 제공해 도서 판매 지분을 확보하기 때문이다.



출판계에 대한 중국 정부의 통제 수단에는 엄격한 출판사 등록제 외에 ISBN 할당제와 검열 기제가 있다.

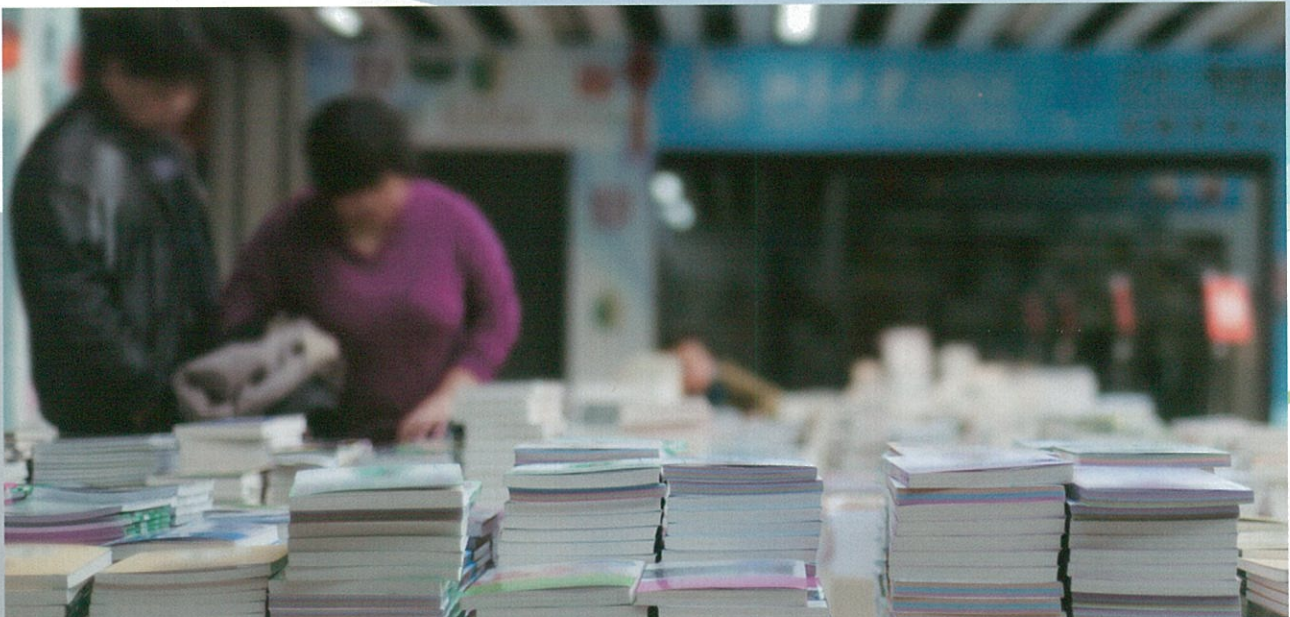
한편 중국 정부의 검열 기제는 이데올로기적인 통제 수단이면서 동시에 중국 출판계와 출판 시장에 대단히 실질적인 영향을 끼치고 있다. 우선 중국 출판 분야 주요 법규인 '도서출판관리규정'에서 '도서 출판은 반드시 인민과 사회주의를 위해 복무하는 방향을 견지하고, 마르크스-레닌주의, 마오쩌둥 사상, 덩샤오핑 이론과 '세 가지 대표성' 등 주요 사상을 견지하고, 과학적 발전관 및 정확한 여론 조성과 출판 방향을 견지하고, 사회적 이익을 최우선으로 하면서 사회적 이익과 경제적 이익을 통일시킨다는 원칙을 준수해야 한다'라고 해 중국 검열 기제의 바탕이 사회주의 국가 이념임을 명시하고 있다. 중국 검열 기제의 구체적인 체계는 출판사 내에서 입고된 원고를 대상으로 세 단계로 진행되는 '3심제'와 출간전 원고와 출간된 도서에 대해 출판사와 각급 신문출판광전국과 중앙의 신문출판광전총국이 함께 진행하는 '심독제'로 요약된다. 이러한 심사 과정은 정치성과 사상성이라는 두 가지 기준에 따라 진행된다. 정치성은 곧 원고 내용의 정치적 입장, 관점, 경향을 뜻하며 사상성은 사상적 내용과 경향을 뜻하는데, 원고에 공산당과 국가의 기본 노선과 정책 방침 등 정치적 문제를 건드리는 내용이나, 공식적인 평가가 내려진 역사적 인물에 대한 새로운 평가가 있을 시에는 반드시 정확한 처리를 하도록 규정돼 있다.

만약 이상과 같은 기준에 위배될 가능성이 있는 원고는 사전에 '중대 기획'이라는 이름으로 분류돼 좀 더 세심한 심사를 받게 되는데 여기에는 외국 도서도 포함된다. 예를 들어 중국의 특정 시대나 인물을 비판적으로 묘사한 한국 역사 소설이 심사 대상이라면 거의 예외 없이 '중대 기획'으로 분류돼 심사 절차가 까다로워질 가능성이 크다. 또한 취약한 중국 만화 산업 보호를 위해 '줄거리가 연속되는 외국 시리즈 만화'도 중대 기획의 범위에 넣고 있다.

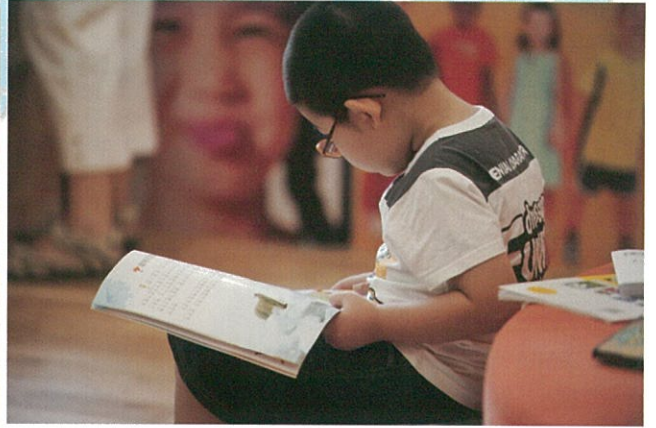
최근 중국 출판 시장 현황

2013년 7월에 발표된 '중국 신문출판산업 보고서'에 따르면 2012년 한 해 중국 도서의 총 인쇄 부수는 79억3천만 부로 2011년에 비해 2.9% 증가했다. 잡지, 신문과 비교해 지난 4년간의 총 인쇄부수 추이를 살펴보면 그 성장세가 잡지보다는 높고 신문보다는 낮으며 금융위기 직후인 2009년과 2010년의 정체 상태를 벗어나 소폭 상승했음을 알 수 있다. 하지만 이는 금융 위기 이후 중국 정부가 농촌 도서관 설립 등 다수의 공공 출판 프로젝트를 벌여 인위적으로 출판 경기를 부양해 온 점을 감안해야 한다. 그래도 2012년 출판 시장의 구체적인 데이터들은 하나같이 뚜렷한 성장세를 보여 준다. 연간 총 출간종수가 41만 4천 종으로 전년 대비 12%가 늘었고 그중 신간 도서는 24만 2천 종으로 역시 전년 대비 16.6%가 성장했다. 총매출액은 1183억4천만 위안(한화 약 19조 4976억 원), 영업 수입은 723억5천만 위안(한화 약 11조 9200억 원), 이윤 총액은 115억2천만 위안(한화 약 1조 8980억 원)으로 각각 전년 대비 11.3%, 12.3%, 22.3% 성장했다.

하지만 아직 공식 집계 및 발표되지 않은 2013년 중국 출판 시장 상황은 그리 긍정적이지 않았던 것으로 보인다. 2013년 12월 '중국 출판미디어상보'의 보도에 따르면 2013년 중국 출판시장의 추세는 판매 종수 하락, 유력 출판사의 점유율 확대, 베스트셀러 도서의 경쟁력 상승, 전년 동기 대비 신간도서 비중의 감소로 요약된다. 2013년 1~11월 출판 시장 도서 판매 종수는 92만8천 종으로서 전년 동기 1만2천 종이 줄었으며, 매출 상위 10위 출판사의 시장 점유율은 전년 동기 대비 1.3% 상승해 18.13%를 기록했다. 대형 출판사와 베스트셀러 도서의 영향력이 점점 커지고 있는 것이다. 신간도서 소매 비중은 26.53%로 전년 동기 대비 1.14% 하락해 전체적으로 신간 판매가 부진했다.



중국 검열 기제의 구체적인 체계는 출판사 내에서 입고된 원고를 대상으로 세 단계로 진행되는 '3심제'와 출간전 원고와 출간된 도서에 대해 출판사와 각급 신문출판광전국과 중앙의 신문출판광전총국이 함께 진행하는 '심독제'로 요약된다.



중국 출판 시장을 둘러싼 주위 환경에서 가장 중요한 요소는 역시 유·무선 인터넷의 지속적인 보급과 그로 인한 독서 인구 감소의 우려를 들 수 있다.

‘그룹화’로 규모경제 실현… 부동산까지 사업영역 확장

2000년대 이후 중국 정부는 출판사들이 사업 효율을 높이고 출판 시장에서 주도권을 갖도록 ‘그룹화’를 유도했다. 그 결과, 현재 중국에는 32개의 출판 그룹이 존재한다. 산하에 아동 출판사, 문예 출판사, 미술 출판사, 번역서 출판사 등 14개의 다양한 출판사를 거느리고 있는 장쑤병항출판미디어그룹의 예에서도 볼 수 있듯이 각 출판 그룹들은 본래 독립 기업이었던 출판사들을 한 테두리 안에 모아 자원의 집중과 규모의 경제 실현이라는 효과를 거두고 있다. 연매출 100억 위안, 자산 규모 100억 위안 이상을 초과한 일부 출판 그룹들은 기업 상장을 통해 확보한 자본으로 활발한 인수 합병과 다양한 성격의 지회사 설립을 추진해 현재 전통 출판 영역을 넘어 디지털 출판, 영상과 애니메이션, 심지어 호텔 경영, 부동산, 금융업에까지 거침없는 사업 확장을 시도하고 있다.

인터넷 보급으로 온라인 서점 상승세

중국 출판 시장을 둘러싼 주위 환경에서 가장 중요한 요소는 역시 유·무선 인터넷의 지속적인 보급과 그로 인한 독서 인구 감소 우려를 들 수 있다. 2011년 중국 네티즌의 규모는 5억명을 돌파했고 그중 모바일 인터넷 사용자는 3억5500만 명이었다. 인터넷의 광범위한 보급은 사람들이 책보다는 인터넷을 정보 흡수와 여가 활용의 수단으로 삼게 만든다.

이런 우려를 반영하기라도 하듯 2008년 이후 중국의 오프라인 서점은 지속적인 감소 추세였다가 2012년 이후 신문출판관전총국, 재정부, 세무국의 13% 부가가치세 면제 정책 등에 힘입어 약간의 회복세를 보였다.

중국의 오프라인 서점들은 대부분 경영 곤란을 겪고 있기는 하지만 여전히 도서 소매 시장의 주요 위치를 유지하고 있다. 2012년 전국 출판물 소매 시장에서 오프라인 서점의 판매액 비중은 85.5%이었으며 온라인 서점의 판매액 비중은 약 14.5%였다. 그러나 온라인 서점의 발전 속도는 계속 가파르게 상승해 2012년 온라인 서점은

367개로, 2011년보다 157곳이 늘었으며, 판매 총액도 114억 위안으로 2011년보다 88%나 증가했다.

사실 오프라인 서점이 고전하고 있는 주된 원인 중 하나는 역시 온라인 서점의 고속 성장이다. 인터넷에서 책을 구매하는 소비자는 적어도 3080만명으로 인터넷 구매자 중 56%를 차지한다. 더구나 온라인 서점은 성장 과정에서 업계의 주도권을 잡기 위해 경쟁적인 할인 판매를 단행해 가격 할인이 쉽지 않은 오프라인 서점 경영을 더욱 어렵게 만들고 있다.

엄격한 도서정가제가 부재한 상태에서 온라인 서점의 과도한 할인 판매는 현재까지도 계속되고 있다. 이로 인해 경영난에 빠진 오프라인 서점들이 대금 지불 주기를 연장해 출판사들 역시 곤란을 겪고 있다. 2014년 1월 ‘중국출판미디어상보’는 수십 명의 각 출판사 고위 간부들에게 ‘2014년 중국 출판업이 직면한 주요 위기는 무엇인가?’라는 질문을 던졌다. 이에 대한 답변을 순위별로 추리면 다음과 같다.

1위 인터넷 서점의 가격 경쟁으로 인한 이윤 축소

공동 2위 인플레이션으로 인한 인건비, 제작비, 물류비 등의 원가 상승

공동 2위 오프라인 서점의 도산 증가

4위 국민 독서 비율의 지속적 하락

5위 인터넷 불법 복제본 창궐

6위 상장 출판기업의 출판시장 독점

7위 스마트기기 콘텐츠 인기로 인한 독서 시간 감소

5위를 제외하면 현재 우리 출판 시장이 안고 있는 문제점과 크게 다르지 않다. 1980년대와 1990년대에 중국 출판업은 줄곧 중국 전체 산업 중 순익률 1위의 활황 산업이었지만 2000년대 이후 전 지구적인 지식 정보 산업의 발전 속에서 새로운 생존의 패러다임을 모색해야 하는 상황에 처해 있다. ☉