



높은 성장세 이어나가는 중국의 디지털 출판 시장 6조원대 전자책 시장 형성... 5년내 폭발적 성장 예측

문화체육관광부(장관 김종덕)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. 이견웅 차이나하우스 대표의 '중국 디지털 출판 시장'을 요약·정리한다.

정리 | 임남숙 기자 sang@print.or.kr

중국 디지털 출판 산업 규모와 현황

〈중국인터넷발전상황통계보고서(CNNIC)〉에 따르면 2012년 12월 중국 인터넷 사용자 수는 5억6400만 명이며 인터넷 보급률은 42.1%였다. 2013년 인터넷 사용자 수는 6억1758만 명, 인터넷 보급률은 45.8%로 꾸준히 증가하고 있다. 이러한 추세라면 2015년 인터넷 사용자 수가 8억 명에 달할 것으로 예상된다.

그뿐만 아니라 모바일 인터넷 사용자 수는 2012년 4억2000만 명으로, 2011년에 비해 6440만 명이나 증가했다. 당시 중국 네티즌 5억 6400만 명 중 모바일을 통해 인터넷에 접속한 비율이 74.46%를 차지함에 따라 모바일 기기가 PC를 넘어 가장 영향력 있는 디지털 출판 디바이스가 되었음을 알 수 있다. 중국 디지털 출판의 규모는 2011년 1393억2천만 위안에서 2012년 1935억5천만 위안으로 542억3천만 위안이 증가해 한

해 사이에 39.3%라는 놀라운 성장세를 보였다. 디지털 출판은 높은 성장세와 더불어 전체 출판 산업에서 차지하는 비중도 점차 높아지고 있다.

〈2012년 신문출판 산업 분석 보고〉에 따르면, 도서 출판, 간행물 출판, 신문 출판, 음향제품 출판, 전자 출판물 출판, 디지털 출판, 인쇄, 출판물 발행과 출판물 수출입 등 9개 출판 산업 중 디지털 출판은 인쇄와 출판물 발행 다음으로 큰 비중을 차지하고 있다. 인쇄·출판물 발행·디지털 출판은 전체 출판 규모의 88.5%, 영업 수익의 76.8%, 증가치의 71.2%, 총생산량의 77.0%, 이윤 총액의 69.7%를 차지하고 있을 정도로 비중이 높다. 그 중에서도 전자책·디지털 간행물·디지털 신문의 영업 수익은 52.6% 성장해 디지털 출판 전체의 성장 속도를 웃도는 결과를 보이는데, 이는 전통 출판이 디지털 출판으로 변모하고 있는 가장 명확한 증거라 할 수 있다.

〈표1〉 2012년 디지털 출판 분야별 매출 현황

(단위 : 억 원)

분야	영업 이익	증가치	총 매출	이윤 총액
모바일 출판	486.5	136.3	486.5	38.19
인터넷 게임	569.6	159.58	569.6	44.72
디지털 간행물	10.83	3.03	10.83	0.85
전자책	31	8.69	31	2.43
디지털 신문(인터넷판)	15.9	4.45	15.9	1.25
인터넷 광고	753.1	210.99	753.1	59.12
인터넷 애니메이션	10.36	2.9	10.36	0.81
온라인 음악	18.2	5.1	18.2	1.43
블로그	40	11.21	40	3.14
합계	1,935.49	542.26	1,935.49	151.95

출처 : 중화인민공화국 국가신문출판광전총국, 〈2012년신문출판산업분석보고〉, 2013

〈표 1〉을 살펴보면 인터넷 광고, 인터넷 게임, 모바일 출판 순으로 영업 이익이 높은 것을 알 수 있으며, 증가치, 총매출액, 이윤 총액도 이들 순으로 비중이 높다. 특히, 디지털 출판 영역 중 e-Pub이나 PDF 형태의 전자책에서 모바일 출판의 성장세가 높아지고 있다. 이는 중국인의 스마트폰 구입 비중이 높아지고, 3G에서 LTE 방식으로 모바일 송신 방식이 진화하면서 생긴 자연스러운 변화다. 또한 디지털 출판의 영업 수익은 전 산업에서 11.6%로 3위이며, 증가치는 11.7%, 총생산량은 11.4%, 이윤 총액은 11%로 모두 3위를 차지했다.

그런데 〈표 1〉에서 볼 수 있듯이 중국에서는 모바일 출판, 인터넷 게임, 디지털 간행물, 전자책, 디지털 신문, 인터넷 광고, 인터넷 애니메이션, 온라인 음악, 블로그를 포함한 9개 분야를 디지털 출판으로 분류하고 있다.

우리나라는 전자 출판이라는 말을 주로 사용하지만 중국은 디지털 출판으로 점차 변화하고 있다. 물론 중국도 전자 출판이라는 용어를 사용하기는 한다. 그러나 전자 출판이 '전통 출판의 전자화'라면 디지털 출판은 '디지털 형태로 된 모든 출판'으로 정의할 수 있다.

다시 말해 중국에서 디지털 출판은 e-book, 디지털 신문, 디지털 잡지, 인터넷 창작 문학, 인터넷 교육 출판물, 인터넷 지도, 인터넷 게임, 인터넷 만화, 디지털 음반, 데이터베이스 출판물, 모바일 출판물(벨소리, MMS, 모바일 신문, 모바일 잡지, 모바일 소설, 모바일 게임) 등을 총망라하는 개념이다. 이는 디지털 콘텐츠의 생산부터 관리 과정, 제품 형태의 디지털화 및 전파 채널의 네트워크화를 말한다. 즉, 전자책 단말기, 플랫폼, 디지털 콘텐츠 등 모든 디지털 형태의 출판을 말한다.

중국 디지털 출판 정책

2012년 7월 19일 신문출판총서가 후원하고 중국신문출판과학원이 주관하는 '2012 중국 디지털 출판 연회'가 처음으로 열렸

다. 국가 주도로 이러한 큰 행사가 열린 배경은 디지털 출판의 이윤 창출이 매년 높은 성장세를 보이고 있고, 디지털 출판 기술 향상과 새로운 디지털 콘텐츠의 개발 및 다양한 성공 사례의 증가 등으로 인해 지속적인 성장 가능성이 높기 때문이다.

신문출판총서 부서장 쑨쇼우산은 "12·5규획(2011~2015년) 말기가 되면 중국 디지털 출판 총생산량은 신문·출판산업 총생산량의 25%를 달성하게 된다"고 말하면서 "향후 5년은 디지털 출판산업 발전에서 중요한 기간이 될 것"이라고 강조했다.

또한 2010년 아이패드 등장하면서 중국의 디지털 출판 산업은 전자책 전용 단말기 시장에서 플랫폼 시장으로 전환됐으며, 2012년부터는 플랫폼 구축에서 콘텐츠 산업으로 전환되고 있다. 이에 맞춰 중국 정부의 정책 목표가 보다 포괄적이고 구체적으로 수정, 추진되면서 중국 디지털 출판 산업의 개념과 범위, 제도, 법률 등도 빠르게 변화하고 있다. 중국은 IT와 과학 기술 분야에서 우수한 인재들과 기술을 보유한 나라이기 때문에 지금까지 비교적 소극적이었던 양상과는 다르게 적극적인 투자와 다양한 산업의 육성이 촉진될 것으로 전망된다.



2010년 아이패드가 등장하면서 중국의 디지털 출판 산업은 전자책 전용 단말기 시장에서 플랫폼 시장으로 전환됐으며, 2012년부터는 플랫폼 구축에서 콘텐츠 산업으로 전환되고 있다.

중국 디지털 출판 관련 법률과 관리·감독

중국은 아직 디지털출판과 관련된 정식 규정이 없으나 <디지털 출판 표준시스템 연구 보고>, <디지털 출판 표준시스템 표>, <디지털 출판 표준 제정 및 실시 지침>, <디지털 출판 표준 시스템 공공 전문용어 표> 등 11개의 관련 영역에서 활발한 연구와 보고가 이뤄지고 있다. 현재 중국에서 디지털 출판 콘텐츠를 관리 감독하는 부서는 신문출판광전총국과 문화부다. 그리고 콘텐츠를 서비스하는데 필요한 인터넷을 관리 감독하는 부서는 공신부다.

인터넷 플랫폼을 활용해 디지털 출판을 경영하고자 한다면 반드시 관련 부서에 신청해 ‘중화인민공화국 전자정보서비스업무 경영허가증(ICP)’을 발급받아야 하는데, 이는 공신부가 담당하고 있다. 아직 중국에는 디지털출판에 관한 정식 규정이 없기 때문에 이와 관련된 디지털 출판에 관한 규정은 다른 규정·법령·조례에서 찾아 적용하고 있다.

이밖에도 2010년 8월 신문출판총서가 발표한 ‘중국 디지털 출판 산업 발전 가속화에 관한 의견’에서의 ‘모바일 매체 출판 서비스 관리 방법’, ‘데이터베이스 출판 서비스 관리 방법’, ‘인터넷 문학 출판 서비스 관리 방법’, ‘인터넷 게임 심사 관리 세칙’과 같은 디지털 출판의 산업 규범 준수를 가속화하기 위한 법률 시스템이 가동되고 있다.

중국에는 아직 우리의 ‘출판문화산업진흥법’ 같은 출판법이 없다. 관리 조례나 규칙, 의견, 통지, 방법 등의 지침만 있을 뿐 상위의 법은 아직 제정되지 않아 많은 혼선을 빚고 있다. 일반적으로 특정 분야의 행정활동에 대해 비교적 전체적이고 체계적으로 규정한 행정법규가 ‘조례’이며, 부분적으로 규정한 것이 ‘규정’이나 ‘방법’ 등이다. 규범을 정하는 문건은 ‘통지’나 ‘의견’ 등을 사용하며, 이러한 행정 규정은 국무원 소속의 각 부처 또는 위원회가 직권 내에서 제정하거나 공포하고 있다. 입법 기관의 법률은 행정 기관의 법규 및 조례와 비교해 합법성·권위성·구속성·안정성을 갖고 있기 때문이다.

디지털 출판의 발전 단계

디지털 출판 산업은 디지털 콘텐츠를 기반으로 하는 미디어 콘텐츠 산업의 하나로, 제작·유통·소비가 연결되는 디지털 콘텐츠 산업의 가치사슬 구조를 가지고 있는데, 그 중심에는 단말기·플랫폼·디지털 콘텐츠의 개발이 있다. 따라서 중국 디지털 출판의 패러다임 변화는 단말기 시대(2007~2010), 플랫폼 시대(2010~2012), 콘텐츠 시대(2012~2015) 등 3시기로 구분해서 설명할 수 있다.

2007~2010년은 단말기 시대인데, 2007년 아마존 킨들이 큰

인기를 끌면서 중국에도 전자책 전용 단말기의 시대가 시작됐다. 2009년 전체 판매 수량은 382만 대로 총매출액은 10억 위안 정도였다. 특히, 한왕전자는 중국 전자책 전용 단말기의 선두주자로 2009년에만 50만 대 이상을 판매했고, 2010년에는 910만 대를 판매해 총매출액 19억8천만 위안(약 3564억 원)을 기록할 정도로 폭발적인 성공을 거두었다. 이는 전 세계 전자책 전용 단말기 판매량의 20%에 육박하는 거대한 성과였다. 하지만 2010년 아이패드가 출시되면서 중국의 전자책 전용 단말기 시장은 급속히 냉각됐다. 이에 따라 한왕전자는 물론 중국의 대표적인 IT 기업인 광정그룹 역시 전자책 전용 단말기 사업을 포기했다. 그럼에도 불구하고 중국의 전자책 전용 단말기 시장은 미국 다음으로 크기 때문에 중국 정부에서는 2014년 전자책 전용 단말기 판매가 1760만 대에 이르러 2015년까지 출판 시장에서 전자책의 비중이 25%까지 오를 것으로 전망하고 있다.

2010~2012년은 플랫폼 시대인데, 디지털 출판 산업은 아이패드의 등장으로 단말기 시장이 크게 위축되자 플랫폼 전쟁으로 패러다임을 급선회했다. 디지털 출판에서 정의하는 플랫폼은 온라인상에서 디지털 상품을 제공하는 하나의 장을 말한다. 대표적인 디지털 출판 플랫폼으로는 신화원 쉬엔 산하의 원쉬엔 온라인 전자상거래 유한공사인 구월왕(www.9yue.com), 중국출판그룹의 디지털 매스미디어 기업 다자왕(www.dajianet.com), 중난출판미디어그룹 산하의 티엔원디지털미디어 과학기술베이징유한공사에서 운영하는 플랫폼 등이 있다. 그러나 역시 문제는 콘텐츠로 귀결됐다. 유통 채널과 디바이스는 급속히 발전했지만 그 안을 채울 양질의 콘텐츠가 턱없이 부족했다.

2012~2015년은 콘텐츠 시대로, 어떤 콘텐츠를 즐기느냐가 중요해졌다. 중국의 최대 인터넷 문학 사이트 성다문학은 양



디지털 출판 산업은 디지털 콘텐츠를 기반으로 하는 미디어 콘텐츠 산업의 하나로, 제작·유통·소비가 연결되는 디지털 콘텐츠 산업의 가치사슬 구조를 가지고 있다.

질의 콘텐츠 확보를 위해 적극적인 자세를 취하고 있다. 중국의 대형 문학 온라인 사이트들을 차례로 합병해 콘텐츠를 확보하고 시장점유율을 늘렸다. 북방연합출판미디어그룹은 성다문화·중난출판미디어그룹·화웨이 등과 전략적 협정을 체결해 디지털 출판 업무 서비스를 공동으로 선보이고 있다. 중국 인터넷 문학 사이트는 유료로 운영되고 있으며, 자체 독자층과 작가를 확보하면서 상대적으로 안정적인 수익 창출 모델을 갖추고 있다.

전자책 전용 단말기와 플랫폼 그리고 콘텐츠가 확보되면서 중국내 전자책 생태계가 서서히 형성되고 있고 전자책 독서율 역시 꾸준히 증가하고 있다. 2014년 4월 발표된 <제11차 전국 주민 독서 현황 보고서>에 따르면, 1인당 평균 종이책 독서량은 2012년 4.39권에서 2013년 4.77권으로 0.38권 증가했으며, 1인당 전자책 독서량은 2012년 2.35권, 2013년 2.48권으로 0.13권 증가했다. 현재 중국 전자책 시장은 338억 위안(약 6조원)에 달하는 규모로 중국인들 대부분(87.3%)이 스마트폰으로 전자책을 읽고 있다.

중국 디지털 출판 비즈니스 실제

중국에서 디지털 출판을 하려면 매우 복잡한 절차를 거쳐야 하고 다양한 라이선스를 취득해야 한다. 디지털 출판에 필요한 라이선스는 국가신문출판광전총국에서 발급하는 인터넷 출판 자격, 문화부에서 발급하는 인터넷문화경영허가증, 공신부에서 발급하는 ICP 경영허가증, 상무국에서 발급하는 수출입 자격, 세무국에서 발급하는 일반인 납세 자격 등을 갖춰야 한다. 이 중에서 ICP 경영허가증과 인터넷문화경영허가증 자격은 매우 중요하다.

ICP는 'Internet Contents Provider'의 약자로, '중화인민공화국 전자정보서비스업무 경영허가증'이라고 부른다. ICP 경영허가증을 취득하기 위해서는 반드시 중국측 투자자와 합자 회사를 설립해야 한다. 자본금은 최소 1000만 위안 이상(약 18억)이 필요하며, 출자 비율은 외국 투자자가 50%를 넘을 수 없다. 만약 ICP 경영허가증 없이 영업하다 발각되면 각 성(省)·자치구 등이 시정 명령을 내린다. 위법 소득은 즉각 몰수되고 위법 소득의 3~5배의 과태료가 부과되며 심할 경우 사이트 폐쇄 조치가 내려진다. 따라서 외국 기업이 중국에서 디지털 출판 사업을 하기 위해서는 반드시 중국측 파트너와 합자회사를 설립해 ICP 경영허가증을 취득해야 한다.

다음은 인터넷문화경영허가증인데, 이 자격증은 중국 문화부에서 발급하며, 2003년 5월에 발표한 '인터넷 문화 관리 임시 규정'에 근거한 제도다. 인터넷 문화기업은 반드시 인터넷 문화경영허가증을 취득해야 하며, 온라인게임, 드라마, 예술



중국에서 디지털 출판을 하려면 매우 복잡한 절차를 거쳐야 하고 다양한 라이선스를 취득해야 한다.

품, 애니메이션, 영상물 등 인터넷 문화상품에 해당하는 모든 분야가 포함된다. 인터넷문화경영허가증의 발급은 ICP 경영허가증의 발급보다 더 엄격해 100% 중국 기업에게만 허가증이 발급된다. 8명 이상의 관리 인력과 전문기술자가 필요하며, 1000만 위안의 자본을 필요조건으로 한다.

중국 디지털 출판의 미래

중국 디지털 출판의 미래는 명암이 공존한다. 중국의 디지털 출판을 견인하는 기업들의 성장이 빛과 소금이라면 중국 정부의 지나친 관리·감독은 그늘과 독이다.

중국 IT 기업들의 급성장 요인은 자국 산업 보호에 앞장선 중국 정부의 보호 정책과 대규모 자본, 거대한 내수시장을 꼽을 수 있다. 중국 IT 기업들은 이를 적극 활용해 글로벌 기업과의 경쟁에서 비교 우위를 점해 빠르게 성장했다. 반면, 중국 정부의 사상 통제와 언론·출판 자유의 억압은 콘텐츠의 자유로운 창작과 활동을 저해하는 등 커다란 걸림돌이 되고 있다. 중국 정부의 이러한 디지털 출판 정책은 하드웨어의 양적 성장을 지원했지만 소프트웨어의 질적 성장을 퇴보시키는 부작용도 낳았다.

새로운 시진핑 시대에 중국 지도부는 국토 개발과 제조업 중심의 경제 성장 방식에서 첨단 기술과 문화 콘텐츠 산업 중심으로 개혁을 추진 중이다. 그래서 중국 산업의 중심은 문화 콘텐츠, 첨단 정보기술(IT), 우주, 환경, 바이오 등으로 바뀔 것으로 전망된다. 우리가 주목할 것은 IT를 중심으로 한 문화·창의 산업이며, 이는 곧 디지털 출판을 의미한다. 5~6년 사이에 중국의 산업 구조는 지금과 완전히 다른 모습으로 업그레이드될 것이 분명하다. 하지만 불법 복제와 불투명한 출판 시스템, 지나친 보호 정책과 외국 기업에 대한 규제는 여전히 중국 디지털 출판의 발전뿐만 아니라 한중 교류의 가장 큰 걸림돌이다. ☞