

중국 문화산업의 공급 측 구조 개혁(供给侧改革) 의의와 시사점 연구

Study on Significance and Implications of Supply-side Structural Reforms of Chinese Cultural Industry

김경영

중국해양대학교 문화산업관리학과

Kyoung-Young Kim(zzolmae@hanmail.net)

요약

본 연구는 중국에서 2016년부터 본격적으로 추진되고 있는 “문화산업 공급 측 구조 개혁(供给侧结构性改革)”과 관련하여 학계의 연구동향과 정부의 정책 내용을 분석함으로써 한국 문화산업이 나아가야 할 방향에 대한 시사점을 도출하고자 하였다. 먼저, 중국의 학계 등의 연구에서 제시하고 있는 중국 문화산업의 주요 문제점으로 수요공급의 불일치, 과잉공급 문제, 낮은 문화 소비율, 투융자 구조의 불합리, 국제적 영향력 부족 등을 지적하고 개혁할 것을 주문하고 있다. 한편 정부에서는 2016년부터 2020년까지 추진되는 <13.5 시기 문화산업 발전 계획(十三五时期文化产业发展规划)>의 지도 사상에서 공급 측 구조 개혁을 주 노선으로 설정하고, 문화산업 전반에 대한 개혁 과제들을 반영하는 등 정부차원이 강한 의지를 반영, 개혁의 속도를 높이고 있다. 본 연구를 통한 한국에의 시사점으로는 4차 산업혁명 등 문화산업 환경 변화를 반영한 새로운 문화산업 정책 방향을 제시할 것과 소비자 요구에 부응하는 유효한 공급 확대, 투융자시스템 개선, 수요시장 확대, 공정한 시장경쟁 환경 조성 등 5대 분야를 중심으로 시사점을 제시하였다.

■ 중심어 : | 중국 문화산업 | 문화산업 | 콘텐츠산업 | 공급 측 구조개혁 |

Abstract

Regarding “Supply-side Structural Reforms of Chinese Cultural Industry(供给侧结构性改革)” that has been genuinely promoted since 2016 in China, this study aims to analyze research trends in academic circles and policies carried out by the government and draw implications about what culture industry should pursue in Korea. First of all, research conducted through industrial-educational cooperation mainly and commonly points out such problems as imbalance between demand and supply, oversupply, low culture consumption, absurdity in loans and investments structures, and lack of international influence and demands reformation. In the side of the government, <13.5 Plan for Developing Culture Industry promoted from 2016 to 2020 reflects the government’s strong will taking structural reformation in the side of supply as its major route and presenting tasks to reform culture industry in general. Next, concerning implications for Korea, this author suggests them in five areas: to establish directions for new culture industry policies reflecting the changes of environment in culture industry, say, the advent of the 4th industrial revolution, to increase valid supply correspondingly to consumer demand, to improve loans and investments systems, to enlarge demand markets, and to form environment for fair market competition.

■ keyword : | China Cultural Industry | Cultural Industry | Content Industry | Supply-side Structural Reforms |

I. 서론

중국의 문화산업은 2001년도에 제정된 <국민 경제와 사회 발전 제10차 5개년 계획 강요(國民經濟和社會發展第十个五年計劃綱要)>을 통해 처음으로 국가 계획에 포함된 이후 급속한 발전을 해 왔다. 특히 영화산업이나 게임 산업의 경우 거대 내수시장과 풍부한 자본을 바탕으로 규모 면에서 이미 세계적인 수준으로 도약하였다. 예를 들어 영화산업은 2010년 극장 매표 매출액이 102억 위안에서 2016년 457억 위안(북미 766억 위안) 규모로 성장하였으며 관람 인원은 13.9억 명(북미 13.2억 명), 스크린 수는 41,179개(북미 40,759개)로 이미 북미 시장을 넘어섰다[1]. 중국의 문화기업들도 해외 기업에 대한 투자나 인수 합병을 통해 규모를 키워가고 있는데, 부동산 기업이었던 완다그룹(萬達集團)은 영화관 체인 업체를 사들여 세계 최대 영화관 체인 업체가 되었고, 인터넷 기업인 텐센트(Tencent)는 세계적인 게임 회사를 잇 따라 인수하면서 세계 1위 게임 기업이 되었다. 한국콘텐츠진흥원의 해외 콘텐츠시장 동향조사 자료에 따르면 중국의 콘텐츠산업 시장규모는 2014년에 이미 일본을 추월하여 세계 2위로 도약하였으며, 2020년까지 여전히 8.9%의 고 성장이 예상되고 있는 것으로 나타났다[2]. 이처럼 중국의 문화산업이 본격적으로 추진된 것은 2000년대 중반 이후로 다소 늦었지만 13억 인구가 주는 소비력과 풍부한 자본력을 바탕으로 빠른 속도로 성장해오고 있다.

그러나 중국의 문화산업이 그 동안 급속한 성장을 지속하고 있음에도 불구하고 2012년을 기점으로 성장세가 주춤하는 등 문제점도 내재되어 있다. 문화산업이 소위 돈이 되는 산업으로 부상함에 따라 무분별한 투자에 따른 과잉 공급, 수요에 부합하지 못하는 공급, 국제시장에서 영향력 있는 문화브랜드 부족, 국유 문화기업의 낮은 효율성 등이 문제점으로 지적되고 있다. 이러한 상황에서 정부의 <공급 측 구조 개혁> 정책이 최고 지도자로부터 탑다운 방식으로 정책의 전면에 등장함에 따라 문화산업 분야도 개혁 과제가 문화부를 비롯한 정부의 정책에 반영하는 등 적극적으로 추진되고 있다. 또한 학계에서도 관련 연구가 진행되어 개혁에 관한 다

양한 견해와 방안들이 제시되고 있다.

한편 우리나라 콘텐츠산업 역시 2014년을 기점으로 성장세가 둔화되고 있는 것으로 나타났다. 문화체육관광부의 <2015 콘텐츠산업 백서>에 따르면 2010년 이후 콘텐츠산업은 연평균 성장률 6.7%를 기록하였으나 2014년은 전년도 대비 4.1% 성장하는데 그쳐 성장세가 하락하였다. 콘텐츠 수출입 현황도 2010년 이후 연평균 13.4%씩 증가하였으나 2014년에는 전년대비 7.1%로 증가세가 둔화되었다. 현재 세계시장에서 문화산업 경쟁은 점차 심화되고, 특히 중국 문화산업의 급부상으로 우리나라 문화산업에 기회가 될 수도 있지만 위기에 직면할 수도 있는 상황에 처해 있다. 우리나라의 문화산업이 건강하고 지속적으로 발전하기 위해서는 현재 직면하고 있는 상황에 대한 정확한 진단과 함께 수요공급이나 구조적 문제가 있는지 검토하고 개선하여야 한다. 이 논문은 중국에서 진행 중인 문화산업 공급 측 구조 개혁에 대한 학계에서 진행되고 있는 연구내용과 정부의 정책 내용을 분석하여 한국에 적용 가능한 시사점을 도출하고자 한다. 본 연구를 통해 중국 문화산업 전반의 현황과 나아갈 방향을 가늠해 볼 수 있으며, 우리나라 문화산업 발전에 참고할 수 있을 것으로 기대할 수 있다. 본 연구를 위한 분석 자료원은 2015년 12월 이후 발표된 논문과 중국 문화부가 발표한 <13.5 시기 문화산업 발전 계획(十三五時期文化產業發展規劃), 이하 “13.5 계획”>을 활용하였다.

II. 공급 측 구조 개혁 등장과 의미

공급 측 구조 개혁은 시진핑 주석이 2015년 11월 <중앙재경영도소조(中央財經領導小組), 이하 “소조”> 회의에서 처음으로 언급하면서 시작되었다. 물론 공급 측 구조 개혁이 나오기 전에도 <중공 중앙 국민 경제와 사회 발전 제13차 5개년 계획 제정에 관한 건의(中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十三个五年規劃的建議)> 등에 개혁과제를 반영하여 경제 체제의 혁신과 구조 조정을 추진해왔다. 그러다가 시진핑 주석이 11차 소조회의에서 중국 경제의 추진방향 및 관리 방침을 그

동안의 수요 측면에서 공급 측면으로 전환할 것임을 강조하면서 공급 측 구조 개혁 정책이 본격적으로 등장하게 된 것이다. 이후 2015년 12월에 개최된 중앙경제공작회의(中央經濟工作會議)에서 공급 측 구조 개혁이 정식으로 발의되었고, 이 회의에서 2016년을 공급 측 구조 개혁을 진력하는 해로 지정하고, 개혁 과제들을 제시하였다. 바로 “셋을 없애고 하나를 낮추며 하나는 보강하자(三去一降一補)”라는 것인데 과잉 생산 해소(去產能), 과잉 재고 해소(去庫存), 과잉 레버리지 해소(去槓杆), 기업 원가 절감(降成本), 취약점 보강(補短板) 등 5대 임무가 그것이다. 2016년 1월 소조 제12차 회의에서는 공급 측 구조 개혁의 근본 목적에 대해 다시 강조되었는데, “사회 생산력 수준을 제고하며, 인민이 중심이 되는 발전 사상을 실현하는 것이다. 총수요를 적절히 확대하는 동시에 과잉 생산 해소, 재고 해소, 레버리지 감소, 원가 절감, 유효공급 확대, 생산영역에서 양질의 공급을 강화, 무효한 공급 감소, 유효 공급 확대, 공급구조의 적합성과 유연성을 제고, 전 요소 생산을 제고, 공급체계를 수요구조의 변화에 적합하게 맞추는 것이다”라고 하였다[3]. 2016년 12월 회의에서는 2017년을 13.5 규획이 시작되는 핵심 년도로 간주하고 ‘공급 측 개혁 심화의 해’로 지정하였다. 2016년이 공급 측 구조 개혁에 진력한 년도였다면, 2017년은 공급 측 개혁을 주 노선으로 설정하고 5대 임무(三去一降一補)를 좀 더 구체적으로 심화 추진하는 해로 설정하여 개혁에 대한 강력한 의지를 다시 한 번 강조한 것이다.

III. 중국 문화산업의 현황 및 문제점 분석

1. 문화산업 발전 정책 추진 경과

문화산업의 공급 측 구조 개혁의 내용을 분석하기에 앞서 중국의 문화산업 정책의 추진현황과 현재 직면하고 있는 문제에 대해 살펴볼 필요가 있다. 중국이 문화산업 전략에 관심을 갖기 시작한 것은 2001년 세계무역기구(WTO)에 가입을 추진하면서 시작되었다. WTO 가입을 위해서는 문화시장의 대외 개방이 필요하였고 국제사회와의 협상을 위한 대응 논리가 필요하였는데,

이 과정에서 문화시장 대외 개방에 따른 중국 문화시장의 위기와 도전 등에 대한 전략 연구의 필요성이 대두되었고, 이를 계기로 관련 연구가 활발히 진행되었다 [4]. 이후 정부 주요 문건에 문화산업 발전에 관한 다양한 정책들이 반영되면서 정부차원에서 본격적으로 추진하게 되었다.

중국에서 문화산업이라는 개념이 정부문건에 공식적으로 등장한 것은 2000년 10월 발표된 중앙정부의 <국민 경제와 사회 발전 제10차 5개년 계획 제정에 관한 의견(關於制定國民經濟和社會發展第十个五年計劃的建議)>이다. 이후 2001년 제정된 <국민 경제와 사회 발전 제10차 5개년 계획 강요(國民經濟和社會發展第十个五年計劃綱要)>을 통해 정식으로 국가 발전 계획에 포함되었다. 2002년 중국 문화부가 수립한 문건인 <문화산업 발전 제10차 5개년 계획 강요(文化產業發展第十个五年計劃綱要)>에는 국외 우수 문화자원의 적극 이용, 국제 문화시장 경쟁에 적극 참여, 수출지향형 문화산업 장려, 대외 문화교류 확대 등이 반영되었다. 2003년 문화부가 발표한 <문화산업 발전 촉진 및 지원에 관한 약간의 의견(關於支持和促進文化產業發展的若干意見)>에서는 해외 진출(走出去) 전략을 통해 문화상품 및 서비스 수출 지원, 대형 문화기업 육성, 국제시장에서 경쟁력 확보 등의 과제가 제시되었다. 2004년에는 중국 국가통계국에서 문화산업에 대한 분류표준을 제정하여 발표하였으며(2012년 새롭게 개정), 2004년 <중공 중앙당의 집권 능력 건설 강화에 관한 결정(中共中央關於加強黨的執政能力建設的決定)>에서는 문화사업 및 문화산업의 급속한 발전 촉진, 중화 문화의 세계 진출 촉진, 국제 영향력을 제고 등의 과제를 제시하면서 문화산업 발전 및 중국문화의 세계진출 의지를 한층 강화하였다. 2006년, 국무원이 발표한 <국가 11.5시기 문화발전 계획 강요(國家十一五時期文化發展規劃綱要)>에서는 2010년까지 중국 문화 해외 진출(走出去) 중대 프로젝트 추진, 국내 및 국제자원의 적극적인 이용, 국제협력 및 경쟁에 주동적으로 참여, 대외 문화무역 확대, 문화발전 공간 확대 등이 중점 과제로 제시되었다. 2009년에는 국무원이 문화산업에 대한 전반적인 강령을 담고 있는 문건을 발표했는데 바로 <문화산업 진흥 규획(文

化産業振興規劃)>이다. 이 규획은 중국 문화의 국제적 영향력이나 경쟁력이 정치적, 경제적 측면의 국제적 지위에 미치지 못한다는 인식하에 문화산업 발전을 통한 중국 문화의 대외 영향력을 강화하여 명실상부한 대국으로서의 위상을 확보하겠다는 것이 제정의 핵심적 배경이다. 이 규획에는 문화 영역에 국내외 자본의 유입 촉진, 정부의 재정 지원 확대, 문화산업 관련 세수정책 현실화, 금융지원 확대, 문화산업 투자기금 설립 등 일련의 재정지원 정책들이 포함되었다.

표 1. 중국 문화산업 정책의 발전 과정

정부문서	주요내용 및 특징
국민경제와 사회발전 제11차 5개년 계획에 제정에 관한 건의(2000)	문화산업 개념 제시, 정책적인 지위 확립
문화산업 발전 제10차 5개년 계획 강요(2002)	문화산업을 국민경제의 신성장점으로 육성, 매년 20% 이상 성장
문화체제 개혁 심화에 관한 약간의 의견(2005)	문화체제 전면 개혁을 위한 최초의 중요 정책문건
국가 11.5 시기 문화발전 규획 강요(2006)	문화산업 국제경쟁력 제고 제시
문화산업 진흥 규획(2009)	문화산업 발전을 위한 총괄적 계획
국가 12.5 시기 문화개혁 발전 규획 강요(2012)	문화산업을 국민경제 지주산업으로 발전
12.5 시기 문화산업 배증계획(2012)	2015년까지 문화산업 규모를 2010년의 2배 확대
13.5시기 문화산업 발전 규획(2017)	공급 측 구조 개혁 과제 반영
문화산업 디지털화 창신 발전에 관한 지도의견(2017)	디지털 문화산업의 개념 정의 및 디지털화 촉진에 관한 내용 반영

2012年, <국가 12.5 시기 문화 개혁 발전 규획 강요(國家十二五時期文化改革發展規劃綱要)>에서 문화산업을 더욱 중요하게 인식하게 되는데 이전에는 문화산업을 육성하고, 국민경제에서 차지하는 비중 확대, 국제 경쟁력 제고 등을 언급한 반면, 12.5 규획 강요에서는 문화강국이라는 용어와 함께 문화산업을 국민경제 지주 산업으로 발전시키겠다는 점에서 기존의 정책과 큰 차이가 있다. 이후 문화부가 2012년에 발표한 <12.5 시기 문화산업 배증 계획(十二五時期文化產業倍增計劃)>에서는 2015년까지 문화산업 부가가치를 연평균 20% 이상 성장시켜 2010년의 2배로 확대하는 것을 목표로 제시하였다. 2014년 이후에도 국무원과 관련 부처는 <대의 문화무역 발전 가속화에 관한 의견(關於加快發展對外文化貿易的意見)>, <문화금융 협력 추진 심화에 관한 의견(關於深入推進文化金融合作的意見)> 등의

정책을 연달아 발표하여 중국 문화산업을 더욱 발전시켰다. 2017년에 발표된 <13.5 시기 문화산업 발전 규획(十三五時期文化產業發展規劃)>에서는 공급 측 구조 개혁과 문화산업 전반의 디지털화 촉진에 관한 내용이 반영되었고, 후속 조치로 <디지털 문화산업 창 의 발전에 관한 지도의견(文化部關於推動數字文化產業創新發展的指導意見)>이 발표되어 시행되고 있다.

2. 중국 문화산업 현황 및 전망

위에서 언급한 것처럼 중국의 문화산업이 본격적으로 발전하기 시작한 것은 2000년대 중반부터이다. 특히 2008년 세계 경제위기 상황에서도 문화산업은 국민총생산(GDP) 성장률을 훨씬 웃도는 고성장을 했으며 이 과정에서 중국 정부는 문화산업이 국가 경제에 새로운 동력으로써 중요한 산업이라는 것을 인식하고 12.5 규획강요에서 마침내 문화산업을 국가 지주산업으로 육성하겠다는 목표를 설정하였다. 이후에도 문화산업은 지속적으로 발전하여 시장규모 측면에서 세계 2위 국가로 도약하는 등 문화산업 대국이 되었다. 최근에는 문화대국을 넘어 문화강국 즉 세계시장에서 영향력 있는 국가로 거듭나기 위한 정책에 집중하고 있다. 다음은 중국 문화산업의 현황 및 전망에 대해 분석하였다.

첫째, 중국 경제의 새로운 성장동력으로 부상했다. 2006년 중국의 문화산업의 부가가치는 5,123억 위안에 불과하였으나 2015년 27,235억 위안으로 연평균 20.3%의 속도로 성장했다. 이는 같은 기간 GDP 성장률을 훨씬 초과하는 것으로 문화산업이 중국 경제에 있어서 새로운 성장산업, 지주 산업으로 확고하게 자리 잡아가고 있다는 것을 의미한다. 이 같은 성장에 따라 문화산업이 국민총생산(GDP)에서 차지하는 비중도 2006년 2.43%에서 2015년 3.97%로 대폭 증가되었다[5].

둘째 문화산업에 대한 투자가 대폭적으로 확대되었다. 산업 발전에 있어 자본은 생산요소 중에서도 핵심이 되는 중요한 요소이다. 중국 정부의 강력한 지원 정책과 함께 문화산업이 신 성장 산업으로 투자 가치가 높아짐에 따라 정부 및 민간의 투자도 대폭적으로 늘어났다. 중앙이나 지방정부 차원의 직접적인 투자규모도 대폭 늘어났지만 대규모의 민간자본이 문화산업에 유

입되었다. 특히 인터넷 기업을 비롯한 거대 기업들이 경제발전을 통해 축적한 풍부한 자본으로 문화기업을 인수 합병하는 등 기업차원의 투자도 대폭적으로 확대되고 있다. 2010년 중국 인민은행, 재정부, 문화부 등 9개 부 위원회가 공동으로 발표한 <문화산업 진흥 및 발전 번영을 위한 금융 지원에 관한 지도 의견(關於金融支持文化產業振興和發展繁榮的指導意見)> 이후 문화산업과 금융시장의 결합으로 은행대출, 신탁상품 등 문화산업에 투자되는 금융상품도 더욱 풍부해졌다. 문화산업 투자 규모를 보면 2009년 11,691억 위안이었으나 2013년에는 25,741억 위안으로 2배 이상 증가되었고, 향후에도 지속적인 투자 확대가 예상되고 있다[6].

셋째, 세계적인 규모의 문화기업 부상이다. 중국 정부는 시진핑 주석이 2014년 전파력, 공신력, 영향력을 갖춘 강력한 미디어 그룹을 키우겠다고 밝히는 등 세계시장에서 경쟁력을 갖춘 미디어 브랜드를 육성하기 위해 적극적으로 노력해 왔다. 이러한 정책적 뒷받침에 힘입어 완다그룹을 비롯하여 소위 BAT라고 불리는 바이두(Baidu), 알리바바(Alibaba), 텐센트(Tencent) 등 인터넷 기업이 국내외 문화기업에 대한 인수 합병과 투자를 적극적으로 추진하여 세계적인 문화기업으로 성장했다. 대표적으로 완다그룹은 2013년에 중국 칭다오에 세계 최대 규모의 영화 드라마 산업기지를 건설하겠다는 목표로 약 500억 위안을 투자하여 동팡잉두(東方影都)를 건설하고 있으며, 공격적인 해외 M&A를 신 성장 동력 확보를 위한 수단으로 이용해 왔는데 2012년 미국 2위 영화관 체인업체 AMC엔터테인먼트를 시작으로 유럽 최대 영화관 체인업체 오데온 & UCI(Odeon&UCI)와 호주 최대 영화관 체인 업체인 호이즈그룹(Hoyts Group) 등을 사들이면서 세계 최대 영화관 체인 업체가 되었고, 주라기 월드 등을 제작한 레전더리 엔터테인먼트(Legendary Entertainment)를 인수하여 영화제작 역량까지 갖추게 되었다. 중국 최대 인터넷 회사이자 게임 회사인 텐센트도 국내 게임 업체인 넷마블에 5천 330억 원을 투자한 것을 비롯하여 리그 오브 레전드를 제작한 미국의 라이엇 게임즈(Riot Games), 클래시 오브 로얄로 유명한 핀란드의 슈퍼셀(Supercell) 등을 인수하며 세계 1위의 게임 기업으로 등극하였다. 또한 중

건 문화기업 숫자도 점차 증가하고 있는데 국가통계국 발표에 따르면 2015년 중국의 규모 이상 문화기업은 4만 9천여업체에 이르며 2014년에 비해 7.8% 늘어났다. 문화산업 종사자 수는 2천만 명에 이르며 2014년에 비해 6% 성장하였으며, 영업수익도 8조 4천억 위안으로 2014년에 비해 14% 성장한 것으로 나타났다[7].

넷째, 대외 문화산업 무역수지 개선이다. 2015년 국무원의 <대의 문화 무역 발전 가속화에 관한 의견(關於加快發展對外文化貿易的意見)> 발표 이후 정부의 문화기업 해외 진출 지원이 한층 강화되고, 무역 구조가 합리적으로 조정됨으로써 문화상품 무역 규모도 지속적으로 확대되고 있다. 2017년 3월 중국 상무부가 발표한 문화무역 자료에 따르면 2016년 중국 문화상품 수출입 총액은 885억 달러이며 그 중 수출은 787억 달러로 688억 달러의 무역 흑자를 기록하였다. 특히 도서, 영화, 인터넷 게임 등이 국제 시장에서 선전하고 있는 것으로 나타났다[8]. 다섯째, 문화소비가 가속화되고 있다. 중국의 경제가 급속히 발전하고 소득수준이 개선됨에 따라 국민들의 소비구조도 물질적인 것에서 정신적인 만족을 충족시켜 줄 수 있는 것으로 점차 전환되고 있다. 중국 국가통계국이 발표한 자료에 따르면 2015년 1인당 평균 문화오락비 지출은 760위안으로 2014년 대비 13.1%로 높은 성장을 하였다. 그러나 전체 소비지출에서 차지하는 비중은 4.8%로 아직까지 주요 국가(2013년 기준 미국 8.8%, 영국 10.2%, 일본 10.5%)에 비해 상당히 낮은 상황이다[9]. 그러나 경제발전으로 인한 소득의 지속적인 증가, 13억 인구, 6억 명에 달하는 스마트폰 이용자 등 문화소비 잠재력은 매우 높아서 향후 문화산업이 발전할 수 있는 공간 또한 매우 크다.

3. 당면 문제점 분석

중국의 문화산업이 짧은 기간 동안 많은 발전이 있었고 향후 전망도 매우 밝음에도 불구하고 많은 문제점들도 노정되고 있다. 원인은 여러 가지가 복합적으로 작용하겠지만 문화체계 및 시스템의 문제, 질 낮은 상품의 과잉 공급으로 인한 수요 공급의 불일치, 금융자본의 무분별한 투자로 인한 가격 버블, 해외시장에서 존재감 부족 등이 주요 원인인 것으로 파악된다.

먼저, 문화체계의 낙후성이다. 중국정부는 문화체계의 개혁을 위해 2002년 11월 공산당의 16대 보고서에서 문화사업과 문화산업의 적극적인 발전과 문화체계 개혁 추진이 제시된 이후 2005년 국무원의 <문화체계 개혁 심화에 관한 약간의 의견(關於深化文化体制改革的若干意見)> 등을 통해 문화체계 개혁을 최우선 정책과제로 두고 정부의 기능 전환, 서비스 수준의 제고, 시장 규율 준수, 국가 소유 기업의 민간 전환 등의 문화체계를 개혁을 추진해 왔다. 그럼에도 불구하고 중국정부의 과도한 간섭, 전통적 문화 업종의 위기 직면, 국유 문화기업의 낮은 효율성, 문화자금 시장과 문화상품 및 서비스 시장의 불완전 등이 문화산업의 발전을 저해하고 있는 것으로 지적되고 있다.

둘째, 문화상품 및 서비스에 대한 수요공급 불일치이다. 중국의 문화상품 생산량은 세계 어느 국가에도 뒤지지 않을 정도로 양적인 면에서 압도한다. 그러나 소재의 제한 등으로 상품이 획일화 되어 있고, 국민들의 수요에 부합하는 독창성과 차별성을 가진 상품의 공급은 부족한데 양적 공급 과잉은 심각한 상태인 것으로 지적되고 있다. 예를 들면, 현재 중국에는 500여개 출판사에서 해마다 40만 종의 도서가 출판되고 있으나 상당부분 재고로 쌓이고 있는 상황이며, 2015년 중국의 영화 생산량은 737편인데, 이 중에서 상영되는 것은 383편에 불과하며 드라마의 경우도 2015년에 1만 7천 회가 제작되어 미국(5천 회)의 3배가 넘어섰으나, 실제 방송되는 것은 1만 회 정도이고 나머지 7천 회는 방송되지 못하고 있는 상황이라는 것이다[10]. 이러한 문화상품의 과잉 생산에 따른 재고는 싼 값에 팔수도 없어 원래의 자본 투입을 회수할 수도 없을 뿐만 아니라 인적, 물적 자원의 낭비를 심각히 초래, 문화산업의 발전을 제약할 뿐만 아니라 국가 전체의 발전을 저해하는 요인이 된다.

셋째, 문화상품 생산의 가격 버블이다. 일부 금융자본이 문화산업에 개입하여 문제점을 양산하고 있는 상황이다. 예를 들면 영화 및 텔레비전(影視) 업계의 최근 몇 년 제작 원가가 폭증하고 있는데 드라마 제작비의 경우 2012년 중국 및 해외에서 인기리에 방영되었던 드라마 전환추안(甄嬪傳)의 경우 제작 원가가 7천만 위안

으로 평균 1회 원가가 1백만 위안에 못 미쳤으나, 2015년을 기점으로 화천구(花千骨), 량야방(琅琊榜) 등이 1억 위안을 돌파하였고, 2017년 루이추안(如懿傳) 3억 위안, 쿤스런맹(軍事聯盟), 4억 위안, 잉텐사(贏天下) 5억 위안에 이르는 등 제작비가 2012년 대비 5년 만에 7배 이상 수직 상승하였다. 유명 배우의 출연료도 급증하였는데 루이추안의 여주인공인 저우선(周迅)은 출연료가 9천5백만 위안에 이르며 남자 주연배우의 출연료를 합할 경우 두 배우의 출연료만 1억5천만 위안에 이른다. 이는 주연 배우가 제작 원가의 60-70%를 가져가는 상황인데 2000년 20-35%에서 두 배 이상 급증했다[11]. 이처럼 제작 원가가 급상승함에 따라 관련 비용도 덩달아 올랐는데 2010년 최고 판매가를 기록한 삼국(三國)의 경우 인터넷판권이 회당 35만 위안이었으나, 2017년 방송 예정인 루이추안(如懿傳)의 경우 인터넷판권이 회당 900만 위안에 판매되어 7년 만에 25배 이상 상승되었다[12].

넷째, 문화기업 및 문화브랜드의 국제 영향력 부족이다. 중국 정부는 자국의 문화를 해외에 보급하기 위해 저우추취(走出去) 전략을 통해 문화기업의 해외수출을 적극 지원하고 있다. 이를 통해 완다그룹이나 텐센트 등 일부 기업이 규모 면에서 세계적 수준으로 도약하고 상품이나 서비스의 품질이 크게 향상되었지만 여전히 중국 문화기업 및 문화상품이 인지도가 낮고 국제 경쟁력은 열세에 있는 상황이다. 수출 측면에서 보면 2016년 문화상품 수출 규모가 787억 달러이며, 2015년 중국 국내 영화 매표는 440억 위안에 달했으나 해외시장에서의 중국 영화에 대한 매표는 겨우 27억 위안에 불과하였다. 이것은 중국 2위 경제 대국으로서의 위상과 비교하였을 때 현저한 열세에 있음을 알 수 있다. 때문에 정부의 강력한 보호 하에 내수시장 중심에서 탈피하여 해외시장에서 경쟁력을 확보하고, 문화상품 및 서비스에 대해 브랜드 인지도 향상이 필요한 상황이다.

IV. 문화산업 공급 측 구조 개혁에 대한 고찰

1. 중국 학계 등의 연구동향 분석

중국에서 2015년 공급 측 구조 개혁에 대한 화두가 던져진 이후 문화산업에 대한 공급 측 구조 개혁에 대한 각계의 연구도 활발히 진행되고 있다. 연구 동향을 파악하기 위해 중국의 대표적인 학술지 논문, 석박사 논문 등을 제공하는 누리집 즈왕(知网, www.cnki.net)에서 제목에 “문화산업+”공급 측 개혁이 포함된 논문을 검색한 결과 2016년 22편, 2017년 14편 등 총 36편의 논문이 검색되었다. 2015년 이후 짧은 기간 동안이었지만 많은 연구자들이 관심을 가지고 연구를 진행하고 있음을 알 수 있다. 연구주체에 따라 분류하면 대학이 27편으로 가장 많고, 중앙정부 및 지방정부 등이 7편, 연구소 등이 4편으로 나타났다. 내용적 측면에서는 중앙정부 차원의 공급 측 구조 개혁의 필요성과 문제점 그리고 개혁 방안에 대한 것이 대부분이나 지방정부, 특정 산업분야에 대한 개혁 방안에 대한 연구도 7편이 포함되어 있었다. 학자들에 따라 다양한 관점에서 문제점 진단과 함께 개혁 방안들을 제시하고 있는 것으로 나타났다. 연구를 통해 제시하고 있는 개혁 과제에 대한 주요내용 및 특징을 요약하면 다음과 같다.

표 2. 문화산업 공급 측 구조개혁 주요내용

분야	주요내용 및 특징
정부측면	정책 환경 개선, 거시/미시/실속 있는 정책 지원, 문화 체계 개혁, 인력양성 및 기술혁신
유효공급	과잉/저급 공급 제거, 낙후된 생산능력 제거, 성과 없는 기업 도태, 과잉 생산비용 제거
문화소비	공공 및 민간 소비 확대, 품질제고 및 브랜드 영향력 확대, 문화시장 활성화
금융, 투융자	자본 공급 확대, 투융자 체계개혁, 신산업 투자 확대, 창업 활성화, 비정상 거래 비용 제거
기타	문화+, 인터넷+ 확산, 디지털화 촉진, 핵심 문화기업 및 기업집단 육성, 해외진출 마케팅 방법 개선

다음은 연구논문 중에서 대표적인 사례를 선정하여 분석, 정리하였다. 판저우(范周)(2016)는 문화산업의 주요 공급의 불일치는 가장 심각한 문제 중의 하나이며, 문화상품 및 서비스 생산 측 공급 단에서 손을 쓰는 것 으로부터 문화산업 발전의 합리화, 고도화를 실현해야 한다고 주장하였다. 주요안점을 둘 부분으로 저급한 공급 감소, 과잉공급 도태, 강시공급 정리, 정제된 공급 활성화 등을 제시하였다. 한편 유효 공급을 위해서는 인제 공급 혁신, 과학기술 공급 체고, 자본 공급 최적화, 장기

규획(중장기 계획) 공급 강화, 글로벌화 된 자본 공급 확대에 지향점을 두어야 하며, 특히 정책은 문화산업을 더욱 건강하고 빠른 발전을 촉진하기 때문에 장기적이고 지속적인 거시 정책, 각 지역의 실정에 맞는 미시 정책, 실속 있는 정책 지원이 필요하다고 지적하였다[13].

가오수생(高書生)(2016)은 수요 측면에서의 3가지 문제와 공급 측면에서 3가지 문제를 지적하고 개선이 필요함을 강조하였다. 먼저, 수요 측면의 문제점으로 기업에 대한 직접 용자와 간접 용자 비율을 확대하는 등 불합리한 투융자 체계 개선, 공공 및 민간 소비 확대를 통한 문화 소비율 제고, 중국 무역 대국의 위상과 현저한 차이가 있는 문화상품 수출에 더 많은 포지션을 창조할 것을 주문하였다. 공급 측 문제점으로 문화산업의 창작-생산-유통-소비 전 단계의 디지털화를 촉진하고 문화상품 개발을 위한 음성/문자/이미지 등으로 구성된 소재 DB 구축 확대와 핵심 문화기업 및 기업 집단 육성 등이 필요하다고 강조하였다[14].

리상민(李向民)(2017)은 공급 측 구조개혁을 위해 제거되어야 할 것과 더해야 할 것을 각각 제시하였다. 먼저 제거되어야 할 것으로는 1. 낙후된 생산 능력 제거: 정부보조금으로 운영되는 가치 없는 기업, 성과도 전망도 없는 강시(僵尸) 기업, 각종 사이버 문화단지 등 2. 과잉공급 되는 문화상품 제거: 심각한 인력, 자원의 낭비를 초래하는 실제 방송되지 않는 프로그램 제작 등 3. 금융 레버리지 해소: 일부 금융자본이 불순한 동기로 문화산업에 진입, 자본이 문화를 농락하는 현상이 발생, 고비용 드라마 제작, 예술품 시장의 심각한 가격 버블, 문화기업 가치 버블 등 유발 4. 비정상 거래 비용 제거: 연기자 인건비, 편법 사제기 등. 다음으로 더해야 할 것으로는 상품의 질을 높여 브랜드 영향력 확대, 마케팅 방법을 개선하여 문화시장 확대, 투융자 체계 개혁, 중소 문화기업 성장 지원 등을 제시하였다. 특히 투융자에서 정부투자는 장려하는 것으로 바꾸고, 대규모의 기금 조성, 투자 주체 다원화, 기금관리 전문화, 벤처투자 와 엔젤투자 등을 통해 새로운 중소기업, 신 유망 업종을 발굴할 것을 주장했다[15].

리우지에청(劉結成)(2016)은 문화산업 공급 측 구조 개혁을 위한 4대 전략과 정부의 4대 보장 요건을 제시

하였다. 먼저 4대 전략으로 유행화, 디지털화, 특성화, 융합화로부터 시작해야 한다고 주장하면서 유행화는 국제화 시각을 가진 대도시 청년층의 소비취향을 만족시켜야 하며, 디지털화를 위해 클라우드 컴퓨팅, 가상현실 등과 같은 기술을 연구개발/생산/진시/홍보 등에 어떻게 활용할지 고민해야 하며, 특성화는 지방의 문화자원을 체계적으로 정리하고 문화자원의 가치를 인식하여 상품으로 개발하여 특성화/브랜드화/차별화해야 하며, 융합화는 문화산업과 농업, 공업, 상업 등을 결합하여 새로운 업종 창출, 기존 산업의 전환 및 업그레йд를 촉진하는 것이라고 주장하였다. 정부의 4대 보장 방안으로는 1. 외부 연계 강화 및 사상해방 촉진 2. 기초 프로젝트 추진 및 신흥업체 육성 3. 장의 환경 제고 및 창업 촉진, 4. 문화제체 혁신 및 시장의 활력 유발 등을 제시하였다[16].

치수위(祁述裕)(2017)는 문화산업 발전을 위해 수량, 규모도 매우 중요하지만 진정으로 문화산업 핵심 경쟁력을 결정하는 것은 문화산업의 품질이라고 주장하였다. 이는 문화상품의 심미적 가치 및 예술적 함의, 문화기업의 혁신 설계 능력 및 비즈니스 모델, 문화시장의 개방 및 규범 수준, 소비자의 감상 수준 등이 포함된다 고 하면서 문화산업의 공급 측 개혁의 핵심은 질을 높이고 효율을 증대(提質增效)하는 것이라고 하였다. 이를 위한 방안으로 첫째, 문화상품의 품질을 높여 브랜드를 확립하고, 둘째, 비즈니스 모델을 혁신해야 하며, 셋째, 문화생산 경영방식을 최적화할 것을 제안하였다.

정하이장(鄭海江)(2017) 등은 문화산업 공급 측 구조 개혁 추진의 4대 원칙을 제시하였는데, 첫째 콘텐츠가 왕이며 둘째, 수요공급이 일치해야 하고, 셋째 고효율의 집약과, 넷째 혁신의 추동을 제시했다. 그리고 해결과제로 지속적인 구조 조정 추진, 문화+도시, 문화+제조업 등 광범위한 “문화+” 행동 실천, 국유 및 민간 기업의 공동발전, 중소 문화기업 지원 등 다양한 문화산업 주체의 배양, 인터넷 기술을 활용한 신기술의 보급 및 신규업종의 발전 촉진, 금융지원 강화 및 문화인재 유치 등을 제시하였다[17].

2. 13.5 계획상의 공급 측 구조 개혁 과제 분석

중국은 5년 마다 국가 전체 및 각 분야별 5개년 계획을 수립하여 발표하는데, <중화인민공화국 국민 경제와 사회 발전 제13차 5개년 계획 강요(中華人民共和國國民經濟和社會發展第十三个五年规划綱要)>, <국가 13.5 시기 문화발전 개혁 계획 강요(國家十三五時期文化發展改革规划綱要)> 등이 대표적이다. 본 논문에서는 문화부에서 2017년 4월에 발표한 <13.5 시기 문화산업 발전 계획(十三五時期文化產業發展规划)>에 반영된 문화산업 공급 측 구조 개혁에 관한 내용을 분석하였다. 13.5 계획은 머리말, 1. 새로운 이념 관철, 새로운 요구수 대응(一、樹立貫徹新理念, 明确發展新要求), 2. 공급 측 구조적 개혁 추진, 문화산업 전환 및 업그레йд, 품질제고 및 효율성 증대(二、推進供給側結構性改革, 推動轉型升級提質增效), 3. 혁신 추동력 견지, 중점 업종의 전면 발전 촉진(三、堅持創新驅動, 促進重點行業全面發展) 등 4개 부분으로 구성되어 있으며, 각 부분별 주요 내용은 다음과 같다.

먼저 지도사상에 “공급 측 구조 개혁을 주 노선으로 하여 문화 생산력 발전, 문화산업의 전환 및 업그레йд 촉진, 품질과 효율성을 제고, 다양한 문화 소비 수요를 만족”으로 설정한 것에서 알 수 있듯이 공급 측 구조 개혁을 주 노선으로 설정하고 있다. “2. 공급 측 구조적 개혁 추진으로 품질제고 및 효율성 증가, 산업의 전환 및 업그레йд 촉진” 부분에 반영된 개혁 과제는 모두 9개 이며, 문화산업 전반에 걸쳐 추진할 내용들이 전반적으로 망라되어 있으며, 내용을 요약하면 다음과 같다.

표 3. 13.5 계획의 공급 측 구조 개혁 과제 요약

분야별 과제	세부과제
“문화+”, “인터넷+” 추진, 산업구조 최적화 및 업그레йд 촉진	새로운 성장산업을 육성, 문화산업 발전의 전환 및 업그레йд 추진, 융합 발전 촉진
“3대 전략”을 선도하여 산업 발전 구조를 최적화	문화산업의 지역 구조 강화, 도시와 농촌 문화산업 발전, 지역 특색 산업을 통해 빈곤 극복에 주력
각종 시장주체 육성 및 확대하여 산업발전의 내부 동력을 강화	주력 문화기업을 육성, 중소형 문화기업의 발전을 지원, 문화산업 단지 건설을 완비
유요 공급을 확대하여 수요를 더욱 만족시킴	문화상품의 창작생산을 유도, 문화창의 상품의 개발을 촉진, 문화상품과 서비스 공급 방식을 혁신, 문화 브랜드 구축 강화, 전통 공예를 진흥

문화소비 확대 및 유도, 문화산업 발전 공간 확장	문화소비 요건을 개선, 문화소비 수요를 방출
투자자 체계를 건전화하고 투자 활력을 촉진	사회자본의 진입을 확대, 정부와 사회자본의 협력 모델을 적극적으로 보급, 융자 방식을 혁신하고 융자 서비스를 최적화함
기술 혁신과 전환을 강화	문화 기술의 창신 능력을 강화하고 문화 기술의 성과 전환을 촉진
현대 문화시장 체계를 원비하고 발전 환경을 최적화	문화상품과 요소시장을 원비, 문화시장의 관리감독 체계를 강화, 문화시장의 종합적인 법 집행 혁신을 심화, 지식재산권의 보호와 사용을 강화함
개방적인 발전을 유지하고 국제 분업 및 협업 강화	국제협력을 통해 문화기업 경쟁우위를 달성, 문화 상품 및 서비스의 해외 진출 플랫폼과 채널 구축 등

[출처: 중국 문화부 “13.5 시기 문화산업 발전 규획”]

3. 분석결과 종합

위에서 중국 학계에서의 공급 측 구조 개혁에 대한 견해와 문화부 정책에 반영된 내용들을 살펴봤다. 먼저 학자들의 견해는 다양한 관점에서 접근하고 있는데, 문화산업 전반에 대해 광범위하게 문제점을 진단하고 해법들을 제시하고 있는 것이 특징이라고 할 수 있다. 주요 개혁 과제에 대한 특징을 요약하면 첫째, 소비자의 요구에 부응하지 못하는 수요와 공급의 불일치 문제, 둘째, 과잉공급에 따른 문제점과 생산요소, 기업가치 등의 가격버블 문제의 심각성, 셋째, 투자자 구조의 불합리 문제, 넷째, 낮은 문화 소비율, 다섯째, 국제적으로 낮은 경쟁력과 영향력 부족 등을 지적하고 있다. 이를 해결하기 위한 방안으로는 유효한 공급 확대, 과학기술 혁신, 창의인재 육성, 다양한 시장주체의 육성, 현대화된 문화시장 환경 조성, 문화산업 전반의 디지털화 촉진, 문화산업의 구조전환 및 업그레이드, 광범위한 “문화+” 행동 실천 등을 제시하고 있다. 아쉬운 부분은 일부는 구체적인 내용을 제시하면서 문제점을 지적하고 개선 방안을 도출하기도 하였지만, 많은 연구에서 다소 포괄적이고 원론에 가까운 방안들을 제시하고 있었다. 예를 들면 유효한 수요의 공급을 확대해야 한다는데, 구체적으로 어떤 부분에 얼마 만큼의 문제가 있고 어떤 방식으로 개선이 되어야 하는지 제시가 되지 않았다. 아마도 논제가 제시된 것이 불과 1년 남짓한 기간에 불과하여 그 동안 깊이 있는 내용을 다루기는 어려웠을 것으로 생각되며, 향후에 연구가 진행될 것으로 생각된다. 문화부 13.5 규획에 반영된 내용을 정리하면, 13.5 규

획의 기본적인 추진방향이라고 할 수 있는 지도사상에 문화산업 발전에 있어 공급 측 구조 개혁을 주 노선으로 설정하였다는 점에서 중국 정부의 개혁의 의지를 가늠케 한다. 주요 목표에서는 개혁 대상을 명시하거나 구체적인 목표를 제시하고 있지는 않았지만, 주요 추진 과제 부문 즉 “2. 공급 측 구조적 개혁 추진으로, 문화산업 전환 및 업그레이드, 품질제고 및 효율성 증대”에서 전반적인 과제들을 제시한 것을 볼 때 개혁의 대상은 특정 부문에만 국한되는 것이 아니라 유효공급 확대, 문화소비 확대, 문화시장 현대화, 투자자시스템 개선, 산업구조 개혁, 기술혁신 등 문화산업 전반이 개혁의 대상에 포함되는 것으로 파악된다. 다시 말하면 공급 측 개혁의 대상에 포함된 내용이 대부분이 기존의 계획에 반영되어 있었던 것이라는 점에서 기존의 과제들을 지속적으로 추진하되, 개선이 필요한 부분에 대해서는 적극적으로 개혁이 하겠다는 의미로 풀이된다.

V. 한국 문화산업에의 시사점

본 연구를 통해 2015년 중국의 공급 측 개혁이 처음으로 제기된 이후 각 분야별 개혁이 심화되고 있는 가운데, 문화산업 분야도 비록 2년이 안된 짧은 기간이지만 학계 차원에서 산업 전반에 대해 진단하고 개혁 방안을 제시하는 등 연구가 활발히 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다. 정부차원에서는 2016년부터 2020년까지 중장기계획인 13.5 규획을 통해 문화산업의 경쟁력을 높이고 문화산업의 질적 수준과 효율성을 전면적으로 끌어 올려 국민경제 지주산업(支柱産業)으로 육성하겠다는 목표를 설정하고 있다. 이러한 목표를 달성하기 위해 공급 측 구조 개혁을 주 노선으로 설정하였으며, 개혁 과제들을 5개년 규획에 반영함으로써 정부가 적극적인 의지를 보이고 있다는 것을 확인하였다. 공급 측 구조 개혁은 수요 및 공급, 문화시장, 문화소비, 투자자, 창의인력 및 기술 혁신 등에 이르기까지 문화산업 전반에 걸쳐 광범위하게 진단하고 개혁하겠다는 점에서 시사 하는 바가 크다. 현재 할리우드 영화산업에 막대한 영향력을 미칠 정도로 풍부한 자본력과 13억 인구

에서 나오는 거대 소비 잠재력을 바탕으로 세계 시장을 위협하고 있는 중국이 개혁을 통해 그 동안의 양적 성장에서 향후 양적, 질적 성장으로 새롭게 도약할 수 있는 전기가 될 수 있을지 주목된다. 본 연구를 통해 확인된 중국의 문화산업 공급 측 구조 개혁 연구결과 및 정부정책에 반영된 과제 중에서 한국의 문화산업이 직면하고 있는 문제를 개선하기 위해 적용 가능한 과제를 중심으로 다음과 같이 시사점을 도출하였다.

첫째, 한국 문화산업 발전을 위한 정부, 학계, 산업계가 광범위한 논의를 통해 새로운 청사진을 제시할 전환기를 맞이하였다. 4차 산업 등 문화산업을 둘러싼 환경변화, 전 세계 문화산업이 직면하고 있는 상황 및 경쟁국면, 한국 문화산업의 구조적 문제점 등에 대한 광범위한 논의를 거쳐 새로운 정책 방향을 제시할 필요가 있다. 지난 정부에서는 문화융성을 4대 국정과제로 설정하고 문화콘텐츠산업을 대대적으로 육성하고자 하였으나 일부계층의 국정 농단, 일방적 정책 추진 등으로 중도에 좌초된 경험이 있다. 실패의 경험을 되새겨 정권에 따라 좌지우지 되는 정책이 아닌 일관된 정책 방향과 청사진 제시가 필요하다. 탐다운 방식, 일부 계층이 주도하는 일방적인 방식은 곤란하다. 정부, 학계, 산업계 등의 광범위한 논의를 바탕으로 재정립하여야 한다. 중국의 공급 측 구조 개혁이 최고 지도자로부터 시작되고 정부주도로 추진하고 있으나 중앙 및 지방 정부 뿐만 아니라 학계, 산업계에서 광범위하게 논의가 되고 있는 점을 상기할 필요가 있다.

둘째, 중국 문화산업 공급 측 구조개혁의 핵심은 소비자의 수요에 부합하는 유효한 공급을 확대하는 것이다. 한국도 이에 귀 기울일 필요가 있다. 문화산업은 소비자의 감성에 호소해야 하는 산업이다. 소비자의 눈높이에 맞지 않은 공급은 언젠가 지워질 수 있다. 한국의 드라마, 대중음악, 게임 등이 동남아 등을 중심으로 인기를 얻고 있으나 문제점도 있다. 범죄, 액션 등의 장르에 편중된 영화, 리얼 버라이어티에 편중된 예능 프로그램, 한정된 소재와 형식의 드라마, 아이돌 중심의 대중음악 등은 우리나라 문화산업 발전의 한계점으로 작용할 수 있다. 소비자의 요구에 부응하는 유효한 공급을 확대하기 위해서는 소비자의 요구사항에 귀

를 기울여 눈높이를 맞추어야 하며, 차별화된 상품으로 다가가야 한다. 정부나 업계에서는 유효한 공급을 위해 문화상품 개발의 기초가 되는 다양한 창작소재 발굴 및 지적재산권(IP) 확보, 콘텐츠제작 능력과 노하우 그리고 효율성이 집적된 제작시스템 확립, 컴퓨터그래픽과 같은 콘텐츠의 품질을 높이고 상상력과 아이디어를 현실화 할 수 있는 핵심기술 구현 능력 확보, 창의인재 양성 등에 정부나 업계에서 관심을 가지고 적극 추진할 필요가 있다.

셋째, 문화산업 투융자시스템 개선 등을 통해 문화산업에 대한 투자 확대를 적극 유도하여야 한다. 현대 문화산업은 모바일 게임, 웹툰, 인터넷 소설 등과 같이 소규모의 자본과 아이디어만으로 성공 가능한 분야도 있지만 영화, 드라마, 온라인 게임 등은 대규모 자금을 필요로 한다. 중국의 경우 문화산업 과잉 투자에 의한 버블이 문제가 되고 있으나, 우리나라 콘텐츠업체는 대부분 영세기업이며, 현행 제조업 중심의 금융지원 제도나 민간 금융권을 통해 재원조달이 어려운 것이 현실이다. 문화콘텐츠발전기금과 같이 정부차원의 기금을 조성하여 운영하는 방안이 필요하고 기존의 기금을 확대 운영할 필요가 있다. 그리고 민간의 다양한 자본이 문화산업에 적극 유입될 수 있도록 문화산업 금융 접근성 제고, 클라우드펀딩 활성화를 위한 정부차원의 역할 확대, 벤처캐피탈/대기업 자본/민간 금융자본 등이 문화산업에 안심하고 투자할 수 있도록 콘텐츠 가치평가, 완성보증제도와 투융자시스템이 긴밀하게 연계되도록 하는 등의 정책적 지원도 강화할 필요가 있다.

넷째, 문화산업 수요시장을 확대하여 공급이 확대되도록 하여야 한다. 수요는 공급을 유도하고 투자를 촉진하여 산업발전의 원동력이 된다. 유효 수요가 없으면 산업이 발전할 수 없다. 우리나라의 GDP 대비 오락문화비 지출 비중은 2015년 기준 3.95%로 OECD 국가 평균 4.6%에 비해 낮다(한국은행 경제통계시스템 ECOS). 국내 소비를 높이기 위해 지난 정부가 추진한 “문화가 있는 날”과 같은 문화소비를 촉진하기 위한 사회적 분위기를 적극적으로 조성할 필요가 있다. 그럼에도 불구하고 우리나라는 내수시장 규모가 협소하여 수요를 확대하는데 한계가 있다. 해외시장 개척을 통해

수요시장을 적극 확대하는 방안을 모색하여야 한다. 미국과 같은 거대시장을 개척할 수 있다면 금상첨화겠지만 문화적 장벽이 높고 미국이라는 나라와 경쟁하여 경쟁우위를 확보하기가 어렵다. 우리나라와 정서적으로 유사한 동남아 국가나 점차 관심을 보이고 있는 아랍권, 남미 등의 국가에 적극적으로 진출하기 위한 방안을 모색할 필요가 있다. 이를 위해 해당 국가의 소비자 취향과 문화코드에 대한 연구, 소비자의 취향에 맞는 콘텐츠 개발, 마케팅 및 현지화 전략 등에 대한 깊이 있는 연구가 필요하다. 최근 고고도미사일방어체계 설치로 인해 문제가 발생한 중국의 사례를 통해 알 수 있듯이 특정 국가나 지역에 편중되는 것은 바람직하지 않다.

다섯째, 건전하고 공정한 시장 경쟁체계를 구축하여야 한다. 문화산업은 독과점이 발생될 가능성이 높은 산업으로 독과점은 경쟁의 실종, 소비자의 선택권 제한, 창작물을 소비자에게 전달하는 통로를 차단하여 창작 활동이 위축되는 등의 문제를 초래한다. 예를 들면 영화산업의 수직적 결합을 통해 제작, 배급, 상영을 독점하기도 하고 음악, 출판의 경우 시장에서 영향력 있는 업체가 서비스업체와 결합하여 인기 순위, 판매 순위를 유리하게 조정하는 경우가 대표적 사례이다. 모바일 게임도 주이용 채널이 카카오톡과 같은 플랫폼과 연동됨으로써 게임개발사가 플랫폼 업체에 과도한 수수료를 부담할 경우 게임사의 수익률이 약화되는 문제점이 있다. 위와 같은 상황이 발생되면 실질적인 피해가 콘텐츠업체에 돌아가기 때문에 산업 발전을 저해한다. 이러한 산업구조가 형성되지 않도록 업계 내에서도 공정한 거래, 경쟁 체제가 유지될 수 있도록 자율적인 노력이 필요하지만 정부차원에서도 불공정 거래에 대한 감시 기능을 강화하고 법적, 제도적 뒷받침이 이루어져야 한다.

이상의 중국의 공급 측 구조 개혁에 대한 내용을 살펴보고 한국에의 시사점을 도출하였다. 중국 문화산업의 급부상은 인접 국가인 우리나라에 경쟁국가로서 큰 위협이 될 수도 있지만 중국이 가진 거대시장과 풍부한 자본은 우리나라의 협소한 내수시장의 공간을 확대하고 자금 부족 문제를 해결해 줄 수 있는 기회가 될 수도 있다. 향후 중국의 공급 측 구조개혁의 전개 과정을 면밀히 관찰하고 시사점을 도출하여 대응할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] <http://mt.sohu.com/20170111/n478468827.shtml>
- [2] 한국콘텐츠진흥원, 2016년 해외콘텐츠시장 동향 조사, 2017.
- [3] <http://news.sina.com.cn/o/2016-01-27/doc-ifxnuvxh5208564.shtml>
- [4] 胡惠林, “關於我國文化產業發展戰略研究的思考,” 東岳論叢, 02期, pp.5-12, 2009.
- [5] 胡惠林, 王婧, 2014中國文化產業發展指數報告, 上海人民出版社, 2014.
- [6] 張曉明, 王家新, 文化藍皮書: 中國文化產業發展報告(2015-2016), 社會科學文獻出版社, 2016.
- [7] http://www.stats.gov.cn/tjsj/sjjd/201609/t20160902_1395871.html
- [8] <http://www.mofcom.gov.cn/article/ae/slfw/201703/20170302530610.shtml>
- [9] 呂炜等, 中國文化消費報告(2015) 社會科學文獻出版社, 2016.
- [10] 鄭海江, 陳建祥, “從供給側發力推動文化產業創新發展,” 中國出版, pp.6-10, 01期, 2017.
- [11] <http://www.jlonline.com/yule/20170309/news197741.html>,
- [12] <http://www.askci.com/news/chanye/20160417/1551365907.shtml>
- [13] 范周, “關於文化產業供給側結構性改革的几点思考,” 人文天下, pp.2-6, 12期, 2016.
- [14] 高書生, “文化產業發展的需求側和供給側改革,” 党政干部參考, 10期, pp.30-31, 2016.
- [15] 李向民, “文化產業供給側結構性改革問題初探,” 福建論壇(人文社會科學版), 02期, pp.22-28, 2017.
- [16] http://www.ce.cn/culture/gd/201605/04/t20160504_11178593.shtml
- [17] 鄭海江, 陳建祥, “從供給側發力推動文化產業創新發展,” 01期, 中國出版, pp.6-10, 2017.

저 자 소 개

김 경 영(Kyoung-Young Kim)

정회원



- 2007년 8월 : 성균관대학교 공학 석사
- 2015년 9월 ~ 현재 : 중국해양대학교 문화산업관리학(박사과정)

<관심분야> : 문화산업, 콘텐츠산업, 문화기술