

**중국 애니메이션 산업 발전 방향에 관한 연구**  
**-중국 경제 개발 정책에 따른 애니메이션 시장변화를 중심으로-**

I. 서론  
 II. 중국 애니메이션 산업 정책  
 III. 중국 애니메이션 산업 현황 및 문제점  
 IV. 중국 애니메이션 산업의 개선방안  
 V. 결론  
 참고문헌  
 ABSTRACT

김동호

**초 록**

현재 세계는 선진국을 중심으로 문화산업을 성장시키기 위한 노력을 하고 있다. 문화산업의 발전은 경제적 이익은 물론 국가브랜드와 국가이미지 승격에도 지대한 영향을 미치기 때문이다. 특히 중국은 거대한 애니메이션 시장을 보유하고 있기 때문에 여러 나라의 애니메이션 기업들이 중국 애니메이션 시장에 진출하길 희망한다. 하지만 중국 정부는 중국산 애니메이션 시장 보호를 위해 2005년 해외 애니메이션 방영 금지법(国家广播电视总局关于禁止以栏目形式播出境外动画片的紧急通知)을 시행하는 등 외국기업의 중국 애니메이션 시장 진출에 걸림돌이 되었다. 하지만, 당시에는 중국내 애니메이션 기업을 또한 애니메이션의 기획부터 배급까지 거의 모든 과정을 정부로부터 검열 받아야 했기 때문에 상당한 경제적 손실을 봤다. 사실 이 정책은 중국산 애니메이션을 보호하고자 만든 정책이었지만 오히려 과잉보호로 인하여 중국산 애니메이션의 독창적인 콘텐츠 개발을 방해하거나, 중국 애니메이션 산업 발전 정체 등 여러 가지 문제점을 야기했다.

본 논문에서는 중국 경제 개발 정책 중 애니메이션 산업 관련 정책에 대해 알아보고, 중국 애니메이션 산업 현황과 문제점을 연구하고, 개선방안 제시를 통하여 중국 애니메이션 산업 발전 방향을 제시해 보고자 한다. 개선방안으로는 먼저, 중국 원작 콘텐츠 브랜드화를 통해 과거에 유행했던 캐릭터, 이야기, 소재 등을 현대 흐름에 맞게 각색하여 콘텐츠 국제화를 통해 국내시장은 물론 세계시장에 진출할 수 있는 방법 모색과, 외국 애니메이션 기업과의 협업을 통해 중국 애니메이션 콘텐츠의 국제시장 진출 전략을 모색하며, 또한, 중국 정부가 분산투자를 하고 있는 중국내 여러 애니메이션 기업들을 애니메이션 제작경진대회 등과 같은 경증을 통해 우수한 기업 몇 곳을 선정하여 제작투자지원금을 증액해준다면 회양양과 회태랑(喜羊羊与灰太狼)과 같은 우수한 작품을 제작할 수 있을 거라고 본다. 또한, 현재 애니메이션은 3D, 4D를 넘어 VRI가 발달하고 있지만 중국내 애니메이션 전문 인력이 부족하기 때문에 애니메이션 관련학과 개설 등 전문 인력을 양성하는 방안이 필요하다. 또한, 정부가 국가 애니메이션 산업 단지를 설립하여 여러 애니메이션 기업들을 한 곳에서 작업할 수 있도록 하는 것이다. 중국내 애니메이션 기업 상호 간 자연스럽게 만나고 정보 공유와 공동연구개발을 통해 우수한 문화콘텐츠를 개발할 수 있을 것으로 본다.

주제어 : 애니메이션, 중국, 해외시장, 문화산업, 애니메이션 정책

## I. 서론

근대 중국 애니메이션 산업은 정부의 5개년 경제발전 계획<sup>1)</sup> 아래 점진적으로 발전을 하고 있다. 애니메이션 산업이 발달한 다른 나라들과 비교를 해보면 중국 애니메이션의 수준은 아직 걸음마 단계라고 볼 수 있다. 중국 경제의 성장에 따라서 애니메이션 산업 또한 점점 발전하고 있으며 국민경제에서는 결코 무시할 수 없는 부분이다. 중국의 만씨형제<sup>2)</sup>가 1926년 최초로 제작한 흑백 단편 애니메이션인 <그림 1> 화실대소동(大鬧畫室)부터 1941년의 최초의 장편 애니메이션인 <그림 2> 철선공주(鐵扇公主)까지 중국 애니메이션의 시작을 알리는 시기였다. 그 후, 중국 애니메이션은 1950년대 중국민족특색계획방침(中國民族特色動畫路線方針)을 실시하며 중국 애니메이션에 대한 대중들의 관심을 고조시켰다.

문화대혁명시기에 중국 정부는 애니메이션을 정치 홍보 목적으로 이용하며, 애니메이션 제작 과정의 거의 모든 과정을 간섭했으며 이로 인해 애니메이션 콘텐츠 개발, 기술 개발, 독창성 등 애니메이션 관련 여러 방면에 심각한 피해를 야기했고 당시 애니메이션 제작량도 크게 감소했다.

- 
- 1) 중국의 5개년 계획은 중화인민공화국이 5년마다 발표하는 경제발전 계획이다. 1953년부터 제 1차 5개년 경제계획을 시작하였다. 5개년 계획은 국민 경제 발전에 대한 중, 장기적 목표와 방향을 설정하는 핵심 정책으로, 중국의 의사 결정 방향과 경제 흐름을 알 수 있어 매우 중요하다. 경제발전을 위하여 생산력분배와 국민경제 등 국가경제발전과 관계가 있는 중요한 항목들이 5개년 계획 내용에 포함된다. 현재 중국은 이미 제 13차 5개년 계획(2016~2020)을 실시 중이다.
  - 2) 만씨형제(만레이밍(萬籟鳴), 만구찬(萬古蟾), 만초젠(萬超塵), 만디환(萬滌寰))은 중국 제1대 애니메이터이다. 만씨 4형제는 1926년 장성화편회사(長城畫片公司)에서 중국 최초의 흑백 애니메이션인 <화실대소동(大鬧畫室)> 제작을 시작으로<낙타의 춤(駱駝獻舞)>,<대요천궁(大鬧天宮)>,<인삼동자(人參娃娃)>,<조용기(雕龍記)> 등 국내외 큰 상을 수상했으며, 이후 큰 명성을 얻으며 중국 애니메이션 발전에 크게 기여했다.

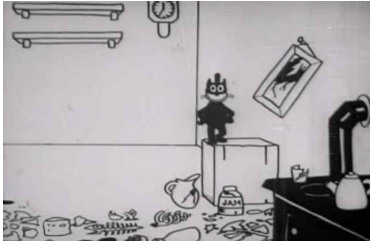


그림 1. 화실대소동(大闹画室)  
중국 최초 흑백 단편 애니메이션



그림 2. 철선공주(铁扇公主)  
중국 최초 장편 애니메이션

80년대 중국 애니메이션 산업은 잠시 다시 호황을 누리게 되지만 해외 애니메이션 콘텐츠의 유입으로 그 호황은 얼마가지 않아 끝나게 되었다. 미국과 일본의 우수한 애니메이션의 중국 애니메이션 시장 점령으로 인하여 중국 애니메이션 시장은 충격에 빠지게 되었다.

90년대 후기 중국 정부는 애니메이션 산업의 중요성을 비로소 인지하게 되면서 여러 가지 애니메이션 관련 정책을 만들어 지원하기 시작했다. 그 전까지는 중국은 애니메이션에 대한 정부의 전폭적인 지지와 중국산 애니메이션 산업 발전과 직접적으로 관련 있는 정책은 없었지만, 90년대 후기 중국 정부가 발표한 정책들은 훗날 전체적인 애니메이션관련 산업 발전에 방향성과 전략성을 제시하는 아주 중요한 역할을 했다.

최근 애니메이션은 중요한 문화산업 중의 하나로서 중국 정부의 지원을 받으며 큰 발전을 이루고 있다. 하지만 이제 걸음마 단계인 중국 애니메이션은 여러 가지 문제점과 도전에 직면하고 있다.

본 논문에서는 중국 제 11차 ~ 제 12차 5개년(2006년~2015년) 경제 개발 정책 중 애니메이션 산업 관련 정책을 정치적, 경제적으로 분류하여 연구하고, 극장판, TV판 애니메이션의 차이점 비교연구 및 중국 애니메이션 산업 현황 및 문제점 분석을 통해 중국 애니메이션 산업의 개선방안을 제시해보고자 한다.

## II. 중국 애니메이션 산업 정책

### 1. 정치적 측면

어떤 산업이든 정부의 정책적인 지지와 지원이 없으면 불가능하다. 특히 자본, 과학기술, 지식산업 등과 관련된 특정분야는 더욱 심하다. 중국 애니메이션 산업의 발전 과정에도 정부의 전폭적인 지원이 필요한데, 정부의 격려와 적극적인 지원은 중국 정부가 내놓은 애니메이션 산업 정책을 보면 알 수 있다. 중국의 애니메이션 산업은 최근 10년 동안 빠른 속도로 성장하고 있는데, 각 방면에서 중국 정부가 지원을 아끼지 않고 있다는 것을 확인할 수 있다. 이는 중국 애니메이션 산업, 상호작용을 통한 시너지 효과를 낼 수 있는 협력 부문, 애니메이션 시장 확장에 대한 요구 정책, 창의적인 애니메이션 콘텐츠 개발 산업지원, 애니메이션 산업의 자본 및 세금 정책, 애니메이션 공공기술 서비스 기관 설립 추진 및 애니메이션 해외 진출 산업 정책 지원 등을 포함하고 있다.

지난 10년 동안, 중국의 애니메이션 산업 정책은 계속해서 발표가 되고 있는데, 중국 정부는 애니메이션 산업의 발전을 위해 끊임없는 노력과 투자를 아끼지 않고 있다.

2004년 중국국가방송영화TV총국(国家广播电影电视总局)은 위성을 통한 애니메이션 방영 채널 설립관련 안내(国家广电总局关于做好上星动画频道落地工作的通知), 우수한 중국애니메이션작품 추천 및 방송 방법 안내(国家广电总局关于实行优秀国产动画片推荐播出办法的通知)를 발표하였고, 2005년에는 국산 애니메이션 방송자격 제도 안내(国家广播电影电视总局关于实行国产电视动画片发行许可制度的通知) 및 해외 애니메이션 프로그램 방영 금지(国家广播电影电视总局关于禁止以栏目形式播境外动画片的紧急通知)를 하였다. 2006년에도 국무원(国务院办公厅)은 중국산 애니메이션 산업에 관련된 여러 가지 보고서(关于推动我国动漫产业发展若干意见)를 발표하기도 했다. 위와 같은 정책의 점진적인

발전은 국가적인 차원에서 애니메이션 산업이 국가 산업 중 중요한 위치로 자리매김 했음을 설명해주고 있다.

2012년 7월, 중국 문화부는 제 12차 5개년 계획에서 국가에 애니메이션 산업 발전계획에 대해 발표했다."중국의 독자적이고 창의적인 애니메이션 콘텐츠를 연구 및 발전시키고 약 10개의 우수한 중국의 애니메이션 브랜드와 기업을 설립하고, 국내외 유명한 애니메이션 예술가와 기업인을 양성할 것이며, 중국내 애니메이션 산업의 영향력을 더욱 강화할 계획이다." 라고 발표했다.<sup>3)</sup>

2013년 7월, 국가뉴스출판방송총국영화국(国家新闻出版广电总局电影局)은 중국 애니메이션 산업 발전 관련 9개 대책을 발표했다. 그로 인해, 중국 극장판 애니메이션 발전에 박차를 가했다. 국가문화부(国家文化部)는 2012년을 시작으로 제 12차 5개년 문화산업 배증 계획 및 제 12차 5개년 국가 애니메이션 산업 발전계획을 발표하였고, 2년 동안 국가 애니메이션 브랜드 설립 및 보호계획을 진행하였다. 그리하여, 민족의 독자적인 애니메이션을 창의적으로 개발하여 국내시장과 국제시장에 영향력을 행사할 수 있는 애니메이션 브랜드 설립을 추진하였다. 그 결과 <그림 3> 회양양과 회태랑(喜羊羊与灰太狼), <그림 4> 진시명월(秦时明月), <그림 5> 공부토(功夫兔), <그림 6> 아리(阿狸)와 같은 여러 작품들이 탄생하게 되었다.

---

3) 2012년 7월 중국 문화부 보도내용 “要努力推动我国原创动漫创意、研发、制作能力大幅提升，动漫精品力作不断涌现，技术创新能力持续增强，国际竞争力大大提高，发挥市场机制对动漫文化资源配置的积极作用，着力打造5至10个知名国产动漫品牌和骨干动漫企业，培育出一批具有较强市场意识、国内外知名的动漫艺术家和企业家，动漫产业的影响力、辐射力、带动力持续增强，动漫在社会生活各领域的普及应用更加广泛深入，成为文化产业发展的重要增长点。”



그림 3. 희양양과 회태랑  
(喜羊羊与灰太狼)



그림 4. 진시명월(秦时明月)



그림 5. 공부토(功夫兔)



그림 6. 아리(阿狸)

중국 정부가 발표한 애니메이션 산업과 관련된 정책들은 지난 10년이라는 세월동안 눈에 띄는 발전을 보여줬으며 현재에도 애니메이션 산업의 발전을 위한 관련 정책이 해마다 만들어지고 있다.

## 2. 경제적 측면

2006년부터 2015년까지 10년간 중국에는 경제적으로 아주 큰 변화가 있었다. <표 1>에서 10년간 중국내 생산총액은 총 2006년 211,924 억원에서 2015년 689,052 억원으로 증가하였다.<sup>4)</sup>

4) 중국내 생산총액 2006~2015. 중화인민공화국, 통계부



표 1. 중국생산총액<sup>5)</sup>

최근에는 중국애니메이션 산업의 내용과 기술을 혁신하고, 산업 융합과 국가 정책 지원 등 종합요소의 추진아래, 산업의 규모가 더욱 확대되고 있다.

제 10차 5개년 계획 기간인 2005년에 100억원을 달성하지 못했지만, 제 11차 5개년 계획 기간인 2010년에는 470.84억원으로 증가했으며, 연평균 증가율이 30%를 육박했다. 2014년 중국애니메이션 산업 총 산업규모는 1,000억원을 초과했고, 2013년에 비해서 14.84% 증가했다.

영화관의 설립과 많은 수의 국내외 영화의 배급에 따라, 애니메이션영화수입도 영화시장의 발전에 따라 대표수입이 증가하고 있다. <표 2>와 같이 2013년 중국 극장판 애니메이션 대표수입은 계속해서 증가했으며, 2015년 총 대표수입 45억원으로, 2014년 총 대표수입인 30억 원에서 약 50% 증가했다.

5) 중국생산총액 2006~2015. 중화인민공화국, 통계부

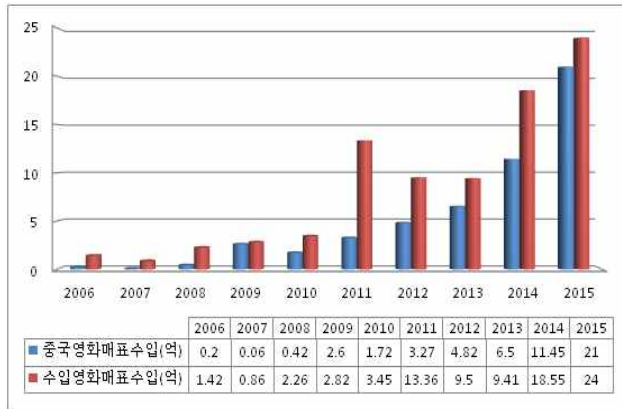


표 2. 중국산, 수입영화 대표수입비교<sup>6)</sup>

### Ⅲ. 중국 애니메이션 산업 현황 및 문제점

#### 1. 중국 극장판 애니메이션 산업 현황

중국 애니메이션 산업 중 극장판 애니메이션은 2006년부터 2015년까지 영화관에서 방영한 횟수 및 대표수입이 지속적으로 증가했으며, 이미 중국 영화 산업에 중요한 부분을 차지하였다. 중국 극장판 애니메이션의 대표수입은 제작 가능한 애니메이션 편수, 작품의 질, 시장 수용도에 따라 결정되게 된다. 전체적으로 이야기하면, 2006년부터 2015년까지 중국 애니메이션의 작품 생산량은 안정적이면서 빠른 속도로 증가했다.

6) 중국산, 수입영화 대표수입비교 2006~2015. 중화인민공화국, 통계부



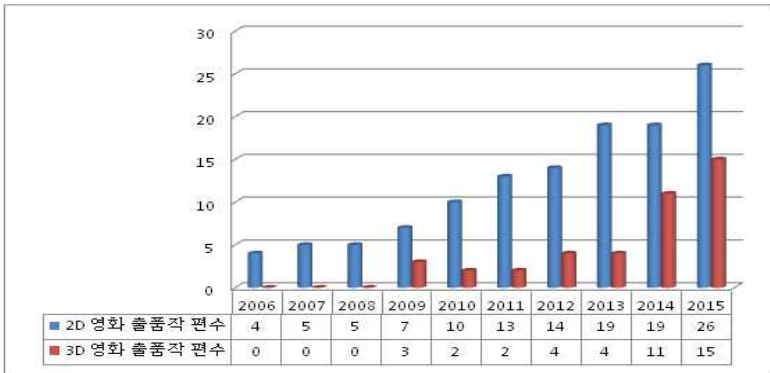


표 3. 2D,3D 영화 출품작 편수<sup>7)</sup>

<표 3>에서 2006년에는 4편을 시작으로, 2007년에는 5편, 2008년에는 5편, 2009년에는 10편, 2010년에는 12, 2011년에는 15편, 2012년에는 18편, 2013년에는 23편, 2014년에는 30편, 2015년에는 41편이 제작되었다. 2006년 4월 국무원(国务院办公厅)이 발표한 중국 애니메이션 산업 발전 추진 계획(关于推动中国动漫产业发展若干意见) 및 2008년 8월 문화부가 발표한 중국 애니메이션 산업 발전 지원 계획(关于扶持中国动漫产业发展若干意见)을 통해 중국 애니메이션 산업의 지원 및 발전목표를 명확하게 제시하였다.

1)독창적이고 창의적인 작품제작 지원 2)애니메이션 기업발전 지원 3)국가 애니메이션 산업 센터설립 지원 4)애니메이션 핵심기술 연구개발 지원 5)애니메이션 인재양성 지원 6)지식재산권 보호 강화 지원 등 위와 같이 정부에서 발표한 애니메이션 산업 지원계획으로 인하여 중국의 애니메이션 산업 발전을 이뤄낼 수 있도록 단단한 토대를 다질 수 있었다.

지난 10년간 방영된 중국 극장판 애니메이션 수량은 지속적으로 상승했으며, 중국 극장판 애니메이션과 관련된 정부의 지원

7) 2D,3D 영화 출품작 편수 2006~2015. 중화인민공화국, 통계부

정책이 대표 수입에도 큰 영향을 미쳤다.

2008년의 대표수입과 2009년의 대표수입을 비교해 보면 2008년에는 4,220만원 2009년에는 2.6억원의 대표수입을 기록했다. 이는 약 500%가 넘는 차이이다.

이런 현상이 발생하는 이유는 크게 두 가지로 볼 수가 있는데 첫째, 2009년에 개봉한 영화의 수량이 아주 많았기 때문. 둘째, <그림 7>, <그림 8>, <그림 9> 세편의 극장판 애니메이션이 개봉했는데 세편 모두 흥행에 크게 성공했기 때문이다.



그림 7.  
희양양여회태랑  
(喜羊羊与灰太狼)(수입8,600억원)



그림 8. 맥두아당당  
(麦兜啊当当)(수입7,600억원)

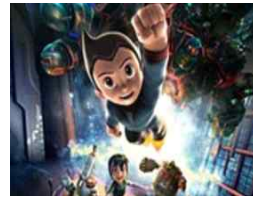


그림 9.  
아동목 (阿童木)  
(수입4,400억원)

극장판 애니메이션의 소재는 크게 7개로 나뉘지는데 1)판타지 및 모험 2)TV애니메이션 극장판 3)전설 및 신화 각색 4)문학 및 만화 각색 5)게임 각색 6)역사 각색 7)기타 이상 7개로 나뉜다.

2008년과 2009년의 극장판 애니메이션 작품작 편수를 비교해 봤을 때 2008년에는 5편, 2009년에는 10편을 출품하였다. 하지만 2009년에는 그 소재가 2008년 보다 더 단순하였는데 대부분 판타지 및 모험, TV애니메이션 극장판, 문화 및 만화 각색 소재로 이루어졌다. 2010년에 극장판 애니메이션 12편이 출품되었는데 소재가 판타지 및 모험과 TV애니메이션 극장판 두 종류로만 되어있다. 대부분의 애니메이션 제작 기업은 다양한 소재가 아닌 단일한 소재(판타지 및 모험, TV애니메이션 극장판)로 애니메이션을

제작한다. 2011년부터 극장판 애니메이션 소재가 다양하게 나타나는데 게임 각색 및 역사 각색을 소재로 한 극장판 애니메이션이 나오고 있다. 2012년에서 2013년까지 창작소재 극장판 애니메이션이 뚜렷하게 증가했으며, 중국 애니메이션학회에서도 애니메이션의 독창성 소재를 중요시하고 있다.

2006년부터 2015년까지 극장판 애니메이션의 개봉기간은 1월, 7월, 8월, 9월이 가장 많았다. 그 이유는 1월은 겨울방학과 설날이 있고, 7월, 8월, 9월에는 여름방학이 있기 때문이다. 또한, 관객들이 대부분 청소년, 어린이라서 보통 방학이나 어린이날(6월 1일) 쯤 개봉을 하는 경우도 있다.

2002년 중국 정부의 3D영화관 설립 추진 일반화 정책을 시작으로, 2007년에 최초로 외국에서 3D영화를 수입하여 중국내에 상영을 했다. 현재 중국 영화관 내의 3D 스크린 개수는 미국에 이어 전 세계 2위를 기록하고 있다. 중국은 이미 국내 전역에 3D영화를 상영할 수 있는 모든 준비를 끝냈다고 할 수 있다. 최근 몇 년간 해외 영화의 대부분을 3D영화가 차지하고 있다. 전통방식의 애니메이션 영화가 점점 사라지고, 3D 극장판 애니메이션으로 흐름이 바뀌고 있다.

## 2. 중국 TV판 애니메이션 산업 현황

2006년부터 2015년까지 전국에 접수된 종합 편성 중국산 TV판 애니메이션의 총 수는 3,689부로 집계됐다.<sup>8)</sup> 중국산 TV판 애니메이션은 중국의 24개 성과 기업에서 제작을 하는데, 그 중 강소성(85부), 광둥성(57부), 절강성(46부), 복건성(44부), 안휘성(39부), 북경(23부)의 제작량이 가장 많은 것으로 조사 됐다.<sup>9)</sup>

---

8) 중국내 종합편성 중국산 TV판 애니메이션 총 수 2006-2015. 전첨산업연구원(前瞻产业研究院)

9) 중국내 애니메이션 제작량- 문화와 창의 산업 주간(文化创意产业周刊), 2013년

중국 애니메이션 산업 발전을 위해 중국방송영화TV총국(国家广播电影电视总局)은 2006년 8월 1일을 시작으로 기존의 중국산 TV판 애니메이션 소재 심사제도(国产电视动画片题材规划立项审批制度)를 폐지하였고 중국산 TV판 애니메이션 제작보고 관리제도(国产电视动画片制作备案公示管理制度)를 실시했다. 중국 정부가 발표한 제 11차 5개년 계획 문화발전계획개요(国家“十一五”时期文化发展规划纲要), 문화산업진흥계획(文化产业振兴规划)에서도 애니메이션 산업이 주요개발사업 부문에 포함되어 있다. 중국 국민경제사회발전 제 12차 5개년 계획 개요(我国国民经济和社会发展十二五规划纲要)에는 "독자적인 문화 개발, 영화제작, 출판 기술, 인쇄기술, 예술 오락 프로그램 제작, 디지털 콘텐츠 개발, 애니메이션 개발 등"이 중요한 문화 사업항목에 포함되어 있었다. 중국산 TV판 애니메이션 제작공시제도등록임시규정(国产电视动画片制作备案公示管理制度暂行规定)에도 중국산 TV판 애니메이션 소재 분류 표준화를 하였으며, 소재로는 현실, 역사, 교육, SF, 동화, 신화, 특수, 기타 총 8개로 정하였다. 동화 소재 <그림 10>가 전체 애니메이션 소재 중 가장 높은 비율을 차지하고 교육 소재 <그림 11>가 그 뒤를 이었다.



그림 10. 후루와(葫芦娃)  
(동화소재 애니메이션)



그림 11.  
람모도기삼천문(蓝猫淘气三千问)  
(교육소재 애니메이션)

이러한 상황이 장기화하고 개선되지 않고 있는 것은 자칫하면 중국산 TV판 애니메이션의 미래에 영향을 미칠 수 있다. 중국

애니메이션 시장의 소비 주체들이 여전히 청소년, 어린이라는 현실을 감안할 때 지나치게 단일화 된 소재에 치중하는 것은 다른 소재의 TV판 애니메이션의 생산성을 약화시킬 수밖에 없다.

### 3. 중국 애니메이션 산업의 문제점

2006년부터 현재까지 중국산 애니메이션 영화의 생산량과 상영 횟수는 계속해서 증가해 오고 있다. 영화제작 기술 수준 또한 발전을 하고 있는데, 2009년에 중국산 최초 3D 애니메이션인 미록왕(麋鹿王)이 개봉하였다. 이를 시작으로 몇 년간 중국산 극장판 애니메이션 산업은 제작, 촬영, 편집, 특수효과 기술 등 모든 방면에서 눈에 띄는 발전 모습을 보였다. 하지만, 중국산 애니메이션이 발전을 거듭했음에도 불구하고 여전히 관객들의 기대에 못 미치는 수준이다. 그 원인으로서는 1)애니메이션 전공자 부족 2)투자금 부족 3)관리 부족 4)전공지식 부족 5)시장 조사 부족 6)마케팅 부족 등 여러 가지 원인으로 인하여 소비자들로 하여금 중국산 애니메이션 기피현상이 나타난다.

또한, 대부분의 작품이 청소년과 어린이를 대상으로 한 작품이기 때문에 저연령화 현상이 심각하게 나타난다. 연령별로 애니메이션을 즐길 수 있는 미국, 한국, 일본과는 상대적으로 중국에서의 애니메이션은 청소년과 어린이만을 대상으로 하기 때문에 작품에 대한 시장조사와 마케팅에 대해 필요성을 전혀 못 느끼는 등 청소년과 어린이가 아닌 다른 연령층을 겨냥한 중국내 애니메이션 시장의 발전 기회를 놓친 셈이다. 그리고, 현재 중국내 2만 개가 넘는 애니메이션 기업이 존재하지만 거의 대부분의 회사들이 비슷한 콘텐츠를 소재로 작품을 만들기 때문에 관객들은 신선함을 전혀 느낄 수 없다. 2011년 중국영화예술보고서(2011年中国电影艺术报告)는 TV판 애니메이션의 소비주체는 청소년과 어린이지만, 극장판 애니메이션의 소비 주체는 성인이라고 소개했다.

TV판과 극장판 애니메이션의 소비방식은 다르다. 극장판 애니메이션은 성인들에게 더 높은 소비력과 가치 판단을 요구한다.

매표과정에서 구매자는 청소년과 어린이가 아니고 성인이기 때문에 청소년과 어린이를 대상으로 하는 극장판 애니메이션은 상대적으로 가치가 떨어진다. 청소년과 어린이를 대상으로 한 극장판 애니메이션들이 여름, 겨울방학 기간에 서로 앞 다퉈 새로운 작품을 발표하면서 중국산 극장판 애니메이션이 한꺼번에 몰리는 현상이 발생하곤 하는데 그 중 인지도가 없거나 상영시간이 긴 경쟁작은 극심한 부진을 면치 못했으며, 그 결과 다수의 중국산 극장판 애니메이션은 영화 흥행 부진으로 이어졌다. 2012년 14편의 중국산 극장판 애니메이션이 상영할 때, 영화제작사는 영화 흥행 부진을 극복하고자 고심 끝에 통해 극장판 애니메이션의 상영 시기를 여름, 겨울방학으로 구분하여 상영할 것을 결정했다. 극장판 애니메이션의 관중들의 연령은 점점 성인이화 되어가고 있으며 가정에서만 청소년과 어린이들이 TV판 애니메이션의 소비 주체를 이루고 있다.

중국산 극장판 애니메이션의 소재로는 판타지와 모험을 소재로 한 애니메이션이 가장 많은데 다양하지 않은 소재 때문에 중국산 극장판 애니메이션 시장의 다양성이 많이 결여되고 이로 인해 정부의 투자지원을 받지 못하여 높은 품질의 극장판 애니메이션 제작을 하지 못하고 있는 실정이다. 또한 뻔한 내용과 낮은 품질의 국산 극장판 애니메이션에 관객들 또한 등을 돌리고 있는 실정이기에 중국의 극장판 애니메이션 시장은 점점 더 난관에 빠져들고 있다. 이러한 상황을 초래한 이유는 판타지와 모험 소재만이 어린이들의 관심과 호기심을 불러일으키기 때문에 대부분의 애니메이션 기업들이 판타지와 모험소재 애니메이션을 제작한다. 이는 어린이들의 관심과 호기심을 자극할 뿐만 아니라, 주인공 캐릭터(영웅캐릭터)를 통해 영웅심, 모험심 등 심리적 만족도를 극대화 할 수 있기 때문이다.

현재 중국의 애니메이션은 여러 과정을 지나 성숙기에 접어들었다. 여러 가지를 고려하여 작품을 만들어야하는데 단순히 관객들의 입맛에만 맞춰 작품을 제작할 수는 없다. 애니메이션 작품 속에서 큰 세상의 여러 면을 어린이들에게 소개하여 어린이들

로 하여금 여러 가지 감정을 느끼게 해야 하며, 애니메이션기업으로써 일종의 사회적 책임감도 갖춰야 한다.

과거 전통적인 2D애니메이션 제작방식은 수작업, 고정밀도의 촬영 작업 등 고강도의 작업을 요구했고, 색채의 통일성도 엄격하게 규정했다. 디지털시대에 진입하면서 전통적인 2D애니메이션이 2D디지털애니메이션으로 변경되면서 제작부분에서 많은 작업이 간소화 되었다. 3D애니메이션 탄생 이후 3D가상 공간에 형태를 잡는 모델링 그리고 모델링 후에 모양 위에 재질을 입히는 과정으로 빛을 줄 수도 있는 사실감을 붙여넣는 맵핑, 셰이딩, 라이팅, 출력하는 렌더링 그리고 마지막으로 움직임을 주는 애니메이션과정을 거쳐서 제작이 완성된다. 이런 과정을 통하면 주인공의 움직임에는 사실감과 박진감이 생기고 그 모습은 관객을 흥분시킨다. 과학기술과 예술의 결합체인 3D는 중국 애니메이션 산업 시장의 대세로 떠오르고 있으며 시청자들의 총애를 받는다. 3D기술 자체가 관객들에게 강렬하고 자극적인 동시에 시나리오가 다소 부족하더라도 화려한 영상미를 이용하여 흥행을 이끌어 내는 효과가 있다.

이에 따라 애니메이션 기업들은 극장판 애니메이션 제작 당시 2D와 3D를 동시에 제작한다. 그럼에도 불구하고 제작과정에 두 가지 문제가 발생한다. 첫째, 많은 제작비용을 투자하지만 기업이 만족하는 기술적인 효과를 내지 못할 수도 있다. 둘째, 영화 장르 선택 시 관객들을 고려하지 않고 제작하여 관객들이 영화선택 당시 호불호가 갈린다. 또한, 대부분의 관객들이 아이들이기 때문에 3D를 무분별하게 사용하여 아이들의 시력에도 나쁜 영향을 끼칠 수 있다.

#### IV. 중국 애니메이션 산업의 개선방안

중국 정부는 중국산 애니메이션 시장 보호를 위해 2005년 해외 애니메이션 방영금지법을 시행하였고 시장질서 규범을 위해 모든 애니메이션 작품의 기획부터 배급까지 거의 모든 과정의 검

열을 진행하였기 때문에 상당한 경제적 손실을 봤다. 이는 중국산 애니메이션을 보호하기 위한 정책이었지만 오히려 과잉보호로 인하여 중국산 애니메이션의 독창적인 콘텐츠 개발을 방해하였고, 중국 애니메이션 산업 발전에도 큰 걸림돌이 되었다.

본 논문에서는 이러한 문제점을 극복하고 중국 애니메이션 산업이 발전할 수 있도록 개선방안을 제시하였다.

개선방안으로는 첫째, 중국 원작 콘텐츠 브랜드화 - IP(지적재산권)라는 단어가 2014년 중국 애니메이션 산업에서 화두가 되었다. IP란 과거에 유행했던 중국산 캐릭터, 이야기, 소재 등 적절한 소재를 선정하여 현대 흐름에 맞게 각색하여 개발하는 콘텐츠를 이야기한다. IP개발을 통해 중국 애니메이션 콘텐츠를 브랜드화를 진행한다면, 원작에 익숙한 중국 애니메이션 국내시장은 물론 국제시장에도 좋은 반응을 얻을 것이다.

둘째, 외국 애니메이션 기업과 합작 - 중국 애니메이션이 발전하고 있다고는 하지만, 세계 시장을 리드하기에는 중국 애니메이션 콘텐츠 등의 요소가 부족하기 때문에 애니메이션이 발달된 미국, 한국, 일본 등의 애니메이션 기업들과 합작하여 중국 애니메이션 콘텐츠를 공동연구하고 새로운 애니메이션의 공동 연구를 통한다면 미래 중국 애니메이션 발전에도 장족의 발전을 불러 올 것으로 본다. 하지만 먼저, 중국 정부가 중국내 애니메이션기업과 외국 애니메이션 기업 간 합작을 할 수 있도록 관련 법률 수정 및 규정완화가 시급하다.

셋째, 제작투자지원금 증액 - 중국 애니메이션의 발전이 더딘 이유 중의 하나가 바로 지원금 부족이다. 많은 회사들이 좋은 아이디어가 있어도 지원금이 적다보니 제작을 못하고 있는 실정이다. 하지만 중국 전역에 애니메이션 회사가 너무 많아 정부 입장에서 분산투자를 하다 보니 이런 일이 발생한다. 정부는 애니메이션 제작경진대회와 같은 검증을 통해 우수한 회사를 선정하여 제작투자지원금을 더 늘려준다면 희양양과 회태량과 같은 다량의 우수한 작품을 제작할 수 있을 것이다.

넷째, 애니메이션 전문 인력 양성의 필요성 - 현재 애니메이



션은 3D,4D를 넘어 VR이 발달하고 있다. 하지만, 전문 인력이 부족한 상황이기 때문에 애니메이션 관련 학과개설 등 중국 애니메이션의 미래를 위해 지금부터 전문 인력양성에 힘을 써야 할 것이다.

다섯째, 국가 애니메이션 산업 단지 운영계획 - 현재 중국 전역에는 약 80여개의 국가 애니메이션 산업 단지가 있고 그 중 50여개는 정부가 운영하고 있다. 하지만 그 수가 너무 많고 특성이 비슷하기 때문에 정부차원에서 산업 단지별 개발 상품을 정하여 운영한다면 보다 효과적으로 여러 장르의 상품을 개발할 수 있을 것이다. 또한 중국내 여러 애니메이션 기업들에게 산업 단지를 개방하여 상호 간 자연스러운 만나고 정보 공유 및 공동연구개발을 통해 우수한 문화콘텐츠를 개발할 수 있을 것으로 예상된다.

여섯째, 성인층 소비주체 애니메이션 제작 - 앞서 말한 것처럼 중국의 애니메이션의 소비주체는 청소년과 어린이이다. 2015년 중국의 애니메이션 배급 플랫폼 동만성공(动漫成功)이 조사한 자료에 따르면 애니메이션 인기순위 1위~10위까지 모두 일본 애니메이션이 차지했으며, 소재는 열혈이 가장 많았고 학원물이 뒤를 이었다. 중국의 젊은이들은 일본의 애니메이션에 열광한다. 중국 젊은이들 사이에서 특히 인기가 많은 나루토, 원피스, 도쿄 구울 2기 등은 모두 일본 애니메이션이며, 폭력성 문제로 정부가 수입을 금지한 진격의 거인은 인터넷으로 암암리 거래되고 있을 만큼 중국 젊은이들의 애니메이션에 대한 관심이 나날이 올라가고 있다. 중국 대도시 대졸자의 평균 월수입은 5,000위안으로 우리 돈 약 800,000원으로 높지 않지만, 부모세대의 부동산 매매 및 임대 수입으로 부유층이 많다. 이들은 취미를 위해서는 상당한 지출도 마다하지 않는다. 중국 애니메이션 기업들이 성인들을 공략한 애니메이션을 개발하여 국내 및 국제시장을 겨냥한다면 많은 수익을 낼 수 있을 것으로 본다.

## V. 결론

지금까지 중국 경제 개발 정책 중 애니메이션 산업 관련 정책과 중국 애니메이션 산업 현황 및 문제점에 대해 알아보았다. 정부 정책의 뒷받침과 기술 혁신, 산업 융합 등 복합적인 요인이 작용해 중국 애니메이션 산업은 국가 경제 구조에 중요한 역할을 하고 있다. 중국 정부의 다양한 지원 정책과 애니메이션 제작경진대회, 정부 애니메이션 사업 지원 계획 및 세금 면제 정책, 브랜드 개발 지원 및 브랜드 국제화 지원 등을 통해 중국 애니메이션 시장의 전망은 밝다. 하지만, 중국산 애니메이션의 단일한 소재, 저연령층 소비주체, 단조로운 마케팅 방식 등 문제점이 아직 많이 있기 때문에 여러 분야에서의 개선점이 필요하다.

앞서 언급한 개선방안인 중국 원작 콘텐츠 브랜드화, 외국 애니메이션 기업과 합작, 제작투자지원금 증액, 애니메이션 전문 인력 양성, 국가 애니메이션 산업 단지 운영, 성인층 소비주체 애니메이션 제작 등 현 중국 애니메이션의 문제점과 부족한 부분을 인지하고 보완해 나간다면 중국 애니메이션 산업은 큰 발전을 이룰 것으로 본다.

지금까지 연구를 종합하여 보면 중국은 애니메이션 시장을 발전시킬 여러 가지 환경적 요소가 잘 갖춰져 있다고 생각한다. 국가의 추진력, 경제력, 자본력, 세계에서 가장 많은 인구, 거대한 소비시장, 무엇보다 옛날부터 전해 내려온 전설과 신화를 바탕으로 한 다양한 이야기 거리가 중국의 애니메이션 시장 발전 가능성을 시사한다. 어찌 보면 시장 발전 가능성은 미리 예견된 것일지도 모른다. 단, 중국이 본 논문에서도 문제 제기한 문제점을 얼마나 빨리 인지하고 발 빠르게 대처하는지에 따라 성공 시기가 정해질 것이라고 본다.

## 참고문헌

- 공덕외, 「중국 애니메이션과 모범극의 상관관계 연구 - 문화대혁명 시기의 미학 원칙을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 39, 2015.
- 김영재, 「한국 애니메이션 산업의 중국시장 진출전략」, 『만화애니메이션연구』 11, 2007.
- 김진영 · 김재웅, 「중국 애니메이션에 나타난 민족문화예술성 연구」, 『만화애니메이션연구』 17, 2009.
- 이원정, 「중국 애니메이션 교육 현황과 기업체 산학협력 실태조사」, 『만화애니메이션연구』 17, 2009.
- 탕퇴 · 김일태, 「중국 애니메이션 산업과 정책 연구」, 『만화애니메이션연구』 15, 2009.
- 전략정책본부 정책연구팀, 「한국 애니메이션산업의 주요 현안과 개선방향」 한국콘텐츠진흥원, 2011.
- 聶蕊, 「中國動漫產業發展的歷史回顧與路徑思考(중국 애니메이션 산업발전의 역사회고 및 발전 방안에 관한 사고)」, 學習與實踐 第四期(학습과 실천 제4기), 2012.
- 宋書立, 「國產動畫《喜羊羊與灰太狼》成功要素分析(중국 애니메이션<씨양양>의 성공 원인 분석)」, 山東行政學院山東省經濟管理幹部學院學報(산둥행정학원, 산둥성 경제관리 간부학원학보) 第106期(제106기), 2010.
- 廣電總局關於 2012年1月~12月 全國國產電視動畫片製作備案公示的通知(광전총국: 2012.1.~12. 전국 중국 TV 애니메이션 제작기획 공시에 관한 통지)」, 國家廣電總局(국가광전총국), 2012.~2013.
- 蔡靈, 「國產動畫傳遞積極信號 發展前景一片光明(국내 애니메이션의 긍정적인 반응, 발전 전망이 좋다)」, 中國經濟網(중국경제망), 2013.
- 중국국가방송영화TV총국(国家广播电影电视总局) 발표자료, 2014.
- 중국국무원(国务院办公厅) 발표자료
- 중국국가뉴스출판방송총국영화국(国家新闻出版广电总局电影局) 발표자료, 2013.
- 중국국가문화부(国家文化部) 발표자료, 2012.
- 문화와 창의 산업 주간(文化创意产业周刊文), 2013.
- 중국 문화부 보도자료, 2012.

중화인민공화국, 통계부  
전철산업연구원 통계자료  
네이버: [www.naver.com](http://www.naver.com)  
바이두: [www.baidu.com](http://www.baidu.com)  
위키백과사전: [ko.wikipedia.org](http://ko.wikipedia.org)

## ABSTRACT

### A study on the Chinese Animation Industry –Focused on Economic Development in the Animation Market in China–

Kim, Dong-Ho

Currently, the world is making efforts to develop cultural industries around more refined parts of the world. The development of cultural industries has far-reaching implications for promoting national brands and national image promotion as well as economic benefits. In particular, China hopes to advance into its own animation market because it has an extensive animation market. In 2005 The Chinese government, however, banned foreign animation market from entering the Chinese animation market. However, at that time, Chinese animation firms also saw considerable economic losses because they had to undergo almost everything from animation to distribution to rationing. In fact, the policy was designed to protect Chinese animations, but instead of preventing Chinese animations from developing original contents, it caused various problems such as China's animations, or the development of Chinese animation industries.

In this thesis, we will explore the policy related to animation industry in China, research and development of animation industry, and establish the direction of development of Chinese animation industry through suggestion of improvement in Chinese animation industry. For starters, we

have diversified the contents of the Chinese animation industry by adapting the contents of the Chinese animation to the global market through the globalization of contents, stories and materials. Currently, animation is developing beyond 3D,4D and VR but there is no shortage of animation experts in China, so it is necessary to nurture specialized professionals by opening a related department in China. Also, the government will establish a National Animation Industry complex to work in various animation companies. We expect to develop cultural contents through mutual cooperation between animation companies in China and the sharing of information sharing and collaborative research.

Key words: Animation, China, Foreign Market, Cultural Industry, Animation policy

김동호

한서대학교 일반대학원 한중언어문화학과 박사수료

(31962) 충청남도 서산시 해미면 한서 1로 46

Tel : 041-660-1228

louiskim1398@gmail.com