

CHINA

중국 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF CHINA

한국콘텐츠진흥원
중국사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『중국 3D 산업 발전 현황 및 문제점』

◎ 작성 취지

- 중국 3D 산업 발전 현황을 파악하고 중국 3D TV채널 개국 이후 시장 변화와 문제점을 살펴보고자 함
- 향후 중국 3D 산업 발전추세를 예측하고 한중 협력기회를 모색하고자 함

※ 출처 : 중국 3D산업연맹 천빈(陈斌)

◎ 작성 순서

1. 「중국 3D 산업 발전 회고」
2. 「중국 3D 산업 현황 및 문제점」
3. 「중국 3D 산업 발전 전략」
4. 「맺음말」

1. 중국 3D 산업 발전 회고

- 5년 전, 전 세계적 호황기를 맞았던 3D 미디어산업은 최근 침체되는 추세였으나 중국 내 3D 미디어산업이 빠르게 발전하며 3D 산업 전반을 이끌고 있음
- 최근 2년간 중국 3D 산업이 빠르게 발전하면서 CCTV는 3D 채널을 편성하였고 점차 많은 기업들이 3D 시장에 뛰어들어 앞 다투어 3D 상품을 출시하고 3D 기술 또한 점차 성숙단계에 접어들고 있음
- 그러나 3D 상품을 구매하는 소비자들은 3D 콘텐츠의 부족과 3D 안경 착용으로 인한 불편 등을 호소하고 있음. 이렇듯 향후 개선이 필요한 3D 산업에 대해 우리는 3D 산업의 현황과 향후 발전 동향에 대해 살펴볼 필요가 있으며 이를 통해 어떻게 정확한 개발 기회를 포착할 지에 대해 고민해야 할 것임
- 1990년대는 화학과 광학기술을 기초로 하여 3D 영상을 제작하였는데 사실상 이 방식은 좌우의 그림을 보는 것으로 입체적 효과를 낸 방식임
- 1998년 전자기술과 결합하여 입체 영상 디스플레이를 제작하였고 빨간색과 파란색의 안경을 통해 사람들은 3차원의 입체감 있는 영화를 관람할 수 있게 됨
- 그러나 3D 기술이 일반 소비자들이 수용할 수 있는 수준과 시장 수요를 만족시킬 수 있는 수준에 미치지 못하여 3D 산업은 일찍이 두 번의 침체기를 겪은 바 있음
- 2010년에 이르러 디지털 정보에 의존하는 3D기술이 개발되었고 신기술은 3D 상품의 보급화를 이끌어 3D TV, 3D 카메라, 3D 프로젝터 등 경쟁적으로 3D 상품을 출시함. 이와 함께 3D콘텐츠 역시 눈에 띄게 발전하였으며 3D 채널이 방송을 시작함에 따라 3D 프로그램들이 속속 등장하고 3D 형식의 단편물 역시 점차 시장에 진입하고 있음

2. 중국 3D 산업 현황 및 문제점

■ 중국 3D 산업 현황

- 현재 중국 국내 3D 산업은 다년간의 끊임없는 노력으로 다양한 기술들이 성숙해졌음. 2010년 3D 영화 <아바타>는 전 세계 영화업계에 영향을 미쳐 3D 산업의 전방위적인 발전에 시동을 거는 계기가 됨
- 약 1년 여간 월드컵의 3D중계로 3D 산업은 또 다시 열풍을 몰고 왔으며 새로운 3D상품과 기술이 끊임없이 등장하며 적극적인 3D 산업 발전계획을 추진하고 있음
- 미국 CES 전시회에서 3D 상품은 가장 핫한 이슈로 떠올랐고 전시회의 약 60%의 전시 상품이 3D상품이었음. 이밖에도 해외에서는 스테레오 채널을 개설하고 3D 입체 프로그램을 선보이고 있음
- 2012년 국내에 첫 3D 테스트 채널이 개설되면서 3D 산업 발전에 크게 공헌함. 세계의 이목이 집중되었던 '2012년 런던올림픽'에서는 최초로 스테레오 중계 방식을 채택하였고 3D의 보급과 발전에 큰 영향을 미침
- 3D TV 역시 소비자들의 가정에 진입하여 3D 산업이 안정적으로 발전하고 입체적인 콘텐츠와 디스플레이, 응용 및 산업 전반적 환경과 밀접하게 연결할 수 있게 하였음
- 현재 많은 3D 상품 중 소비자들이 가장 선호하는 상품은 3D TV로 중국 3D LCD TV 시장의 판매량 통계에 의하면 2012년 2분기 3D TV 총 판매량은 247만 대로 전체 시장의 약 31%에 해당함. 또한 이는 2분기와 비교했을 때 약 4배 이상 증가한 수준으로 시장 점유율 역시 약 24% 증가함
- GfK(중국)는 2012년 3분기와 4분기 3D TV 판매량은 꾸준히 상승하여 약 390만대, 480만대에 이르러 2012년 연말 3D TV의 LCD TV 시장의 판매 비중이 45%에 달할 것으로 예상함
- 방송 플랫폼의 경우 해외 약 15개 국가들이 25개의 3D 채널을 운영 중이며 중국 광전총국 역시 2012년 1월 1일 중국의 첫 3D 시범 채널을 개통함. 현재 전국 53개 지역에 송출되고 있으며 가까운 시일 내에 포우산(佛山), 하이난(海南), 시안(西安)등 지역의 개통을 시작으로 5년 내 약 10개 채널을 추가 개통할 계획을 밝힘
- 인터넷의 경우 중국 인터넷 TV는 이미 스테레오 네트워크 재생 시스템을 개발하여 현재 시범 운영 중에 있음

○ 산업의 업스트림 및 다운스트림 산업의 발전, 3D 콘텐츠 필요

- 현재 중국의 3D 산업의 발전은 상향식(bottom-up) 발전 형식으로 단말기 제조업체의 역할을 무시할 수 없는 상태임. 현재 3D TV는 이미 보급화 되고 있는 추세이며 3D 디스플레이, 3D 프로젝터, 3D 휴대폰, 3D 카메라 등 단말기가 점차 소비자 가정에 진입하고 있음. 반면 디스플레이 제품이 빠르게 리뉴얼 되고 있으나 콘텐츠의 경우 단말기의 성장 속도를 따라잡지 못하고 있음
- 2012년 1월 1일, 중국 첫 3D TV 시범 채널이 정식 방송을 시작함. 이는 3D 콘텐츠 제작과 3D 산업의 건강한 발전을 촉진하는 계기가 됨
- 3D 채널의 개통으로 3D 미디어 콘텐츠의 제작을 촉진하고 3D TV의 보급화를 촉진하여 3D 산업의 전반적인 발전을 가져올 것으로 기대하였으나 3D 채널이 방송 된 지 1년여 간 방송된 3D 프로그램의 콘텐츠는 매우 제한적이며 3D 콘텐츠 부족 문제가 해결되지 않은 상태로 유지되고 있음
- 다른 각도로 접근하면 3D콘텐츠 시장의 잠재력이 그만큼 크다는 평가가 나오고 있음. Unipolar Technology의 대표 판한치양(潘汉强)은 인터뷰를 통해 “3D 업스트림 다운스트림 산업의 발전은 마치 3D 디지털 설비, 3D 미디어, 3D 게임의 영역에서 다양한 방향으로 새로운 콘텐츠가 파생되는 것으로 이에 대한 시장수요는 매우 활발하며 향후 전망이 밝다.” 고 전함. 3D 콘텐츠 제작에 더욱 많은 관심을 가지고 발전을 추진한다면 산업의 안정적 발전을 촉진할 수 있을 것으로 봄
- 3D Times의 대표 자오핑(赵鹏)은 인터뷰를 통해 “3D는 향후 미디어 산업의 발전 추세이다. 첫째, 3D 영화의 열기가 식지 않고 지속되고 있고 둘째, 3D 채널의 프로그램 콘텐츠는 여전히 부족하며 TV 방송국과 3D 콘텐츠 운영 업체 간의 장기적인 협력관계를 구축하고 누적되는 과정이 필요하다. 셋째, 3D TV 등 단말기의 판매가 증가하려면 3D 콘텐츠 제작 활성화가 시급하다.” 고 설명함

○ 평면에서 입체로, 디스플레이 기술의 또 다른 도약

- “3D 영화의 대부”로 불리는 제임스 카메론 감독은 “3D는 영화의 미래”라고 언급하며 “앞으로 3D 영화만 찍을 것”이라고 밝힘. 2D에서 3D로, 단지 한 차원이 높아진 것을 넘어 감독과 많은 스태프들에게 3D 영화는 예술가로서 새로운 창작 공간을 제공함
- 할리우드와 영화 제작사들에게 3D 영화는 또 하나의 장점이 있는데 바로 불법 복제 방지가 가능하다는 것임

- 새로운 디스플레이 매체로 3D 입체 디스플레이는 비교할 수 없는 시각적 효과를 가지고 있음. 소비자들이 더욱 몰입할 수 있도록 하며 즐거움을 극대화시키는 역할을 함
- 3D 입체 디스플레이 기술은 빠른 속도로 광고, 게임, TV, 의료, 과학기술, 교육, 제조, 건축, 군사 등 다양한 방면에서 응용되고 있으며 3D 디스플레이 기술 응용 프로그램의 잠재력과 전망을 인정해야 할 것임
- 물론 문화생활 및 전문 영역에서 3D 기술이 광범위하게 응용되고 있는 점은 더욱 다양한 3D 콘텐츠 제작이 필요함을 의미함. 현재 국내의 3D 콘텐츠 제작은 초기 발전 단계로 최근 주목받고 있는 3D 영화 영역에서도 극찬 받을 만한 작품이 등장하지 않았음
- 지난 해 여름 중국 박스오피스의 다양한 기록을 남긴 <화피2(画皮2)>, 올 해 초 개봉한 <서유 항마편(西游·降魔篇)> 모두 3D 제작에 있어 모두 결점을 남긴 작품으로 평가받음
- 이를 통해 알 수 있듯이 3D 콘텐츠 제작의 발전 추세는 압도적이지만 기술 수준은 아직 비교적 낮은 수준임. 3D 영화, 3D 프로그램 등 3D 콘텐츠에 대한 관객 흡입력도 상대적으로 낮은 편이며 중국 3D 영화 전문가 왕동성(王东升)은 “중국 3D 미디어 콘텐츠 제작회사는 심도 있는 3D 기술 연구 개발을 진행해야 하며 3D 콘텐츠 제작의 핵심기술을 보유해야만 3D 산업의 진정한 발전이 이루어 질 것” 이라고 전함

■ 중국 3D 산업이 직면한 문제점

○ 3D 콘텐츠 부족

- 3D TV 산업의 발전과 중국의 첫 3D TV 시범 채널이 방송을 시작함에 따라 3D 콘텐츠의 병목 현상은 점차 심화되고 있음. 최근 2년 간 국내외 3D 콘텐츠 제작 회사는 폭발적으로 증가하고 있음
- 2012년 1월 1일 중국 첫 3D TV의 시범 채널이 정식 방송을 시작함. 이는 3D 콘텐츠 제작과 3D 산업의 건강한 발전을 촉진하는 계기가 됨. 그러나 3D 채널이 방송된 지 1년여 간 방송된 3D 프로그램의 콘텐츠는 매우 제한적이며 3D 콘텐츠 부족 문제가 해결되지 않은 상태로 유지되고 있음

○ 높은 3D콘텐츠 제작비용

- 3D콘텐츠 제작비용은 매우 높은 것으로 드러남. 일부에서는 3D=Dollar+Dollar+Dollar로 표현하기도 함. 3D 콘텐츠 제작비용은 고가의 3D 설비를 구매하는 것 이외에 콘텐츠 설계, 프로그램 계획 등에 있어서도 높은 비용이 발생함

- 2D 영상 촬영의 경우 일정부분 인공적으로 제작한 배경의 사용이 가능하나 3D 의 경우 반드시 실제 배경을 촬영해야 함으로 비용이 높아지는 현상을 빚게 됨. 또한 관객들에게 더욱 편안한 3D 화면을 제공하기 위해서 입체 촬영을 시각적으로 편안한 범위 내에서 조정해야 하기 때문에 촬영 기술과 도구 설계, 배경 조정 등에 있어 높은 기술을 요구함
- 이처럼 3D 콘텐츠의 높은 제작비용은 3D 콘텐츠의 확충을 제약하고 있음

○ 기술상의 결함

- 현재까지 3D 입체기술은 꾸준히 발전하여 입체 효과의 현실성과 관람상의 편의도는 이전에 비해 큰 폭으로 개선되었으나 아직 완벽히 해결되지 못하였으며 여전히 일부 이용자들은 3D 미디어를 시청할 때 어지럼증과 눈물이 흐르는 등의 불편함을 호소하고 있음
- 현재 대부분의 3D는 시각적 차이의 원리를 기초로 제작되고 있으며 이러한 원리에 기초한 디스플레이와 실제 안경을 통해 직접 관찰한 물체 간의 심도감은 여전히 다르기 때문에 시각적 피로도가 나타나고 심한 경우 손상이 발생하기도 함
- 입체 시각에 대한 임상심리 연구는 이제 막 시작하는 단계로 장기적인 관점에서 인체에 나쁜 영향이 있는지 여부에 대해서는 향후 연구가 필요한 부분이며 단기적으로 시청상의 불편함을 해결할 수는 없을 것으로 분석됨

○ 높은 3D 단말기의 가격

- 3D 단말기의 가격은 비교적 높은 수준으로 일반 가정에 진입하기까지 일정 기간이 소요될 것으로 보고 있음. 3D TV의 경우 가장 저렴한 모델이 1만 위안 이상을 호가하고 대형 고급 모델의 2~3만 위안 혹은 그 이상이며 3D 전용 안경의 경우 1개에 약 천 위안 이상으로 가족 구성원만큼의 3D 안경이 필요함을 감안하면 보급화 되기까지 시간이 필요할 것임
- 나안식(무안경) 3D TV의 개발이 진행되고 있지만 5년 이내에는 상용화 되지 못할 것으로 예측하고 있음. 또한 해외 3D TV 방송국 채널이 대부분 유료 채널임을 감안하면 가정에서 3D 영화와 TV를 시청할 때 필요한 비용이 다소 높다고 볼 수 있음

○ 3D 인재의 부족

- 현재 중국은 3D 인재가 부족한 상태로 말 그대로 3D 인재의 병목 현상이 나타나고 있음. 중국 서남 지역의 최대 애니메이션 회사인 시양홍미디어(享弘影视)의 대표 장리엔홍(张炼红)은 기자와의 인터뷰를 통해 “대학에서 배출해 내는 인재가 부족할 뿐만 아니라 신입으로 뽑은 직원들은 바로 투입되지 못하고 반 년 이상의 수습 기간이 필요한데 이는 기업

으로 하여금 큰 부담으로 작용하고 있다.” 고 밝힘

- 그러나 3D 산업의 발전 잠재력으로 인해 3D 시장의 규모와 수요는 점차 높아지고 있음. 중경지시에디지털 회사의 대표 왕젠하오(王朕告)는 “부동산 등 타산업에서의 3D 기술을 응용한 프로젝트 개발 수요가 높아지면서 현재 직원이 약 200명으로 증가하였으며 전국 여러 지역에 지점을 설립하고 있다.” 고 전함
- 이렇게 수요가 증가하는 반면 3D 인재는 여전히 부족함. 전국 3D 대회 사무국장 루준시양(鲁君相)은 국내 3D 관련 산업에서 부족한 전문인력은 약 1,000만 명 이상일 것으로 추정되며 그 중 애니메이션 제작 산업의 3D 인재 수요가 약 800만 명으로 가장 많은 것으로 조사됨

3. 중국 3D 산업 발전 전략

■ 3D 산업 발전, 3D 콘텐츠가 뒷받침 되어야 할 것

- 2012년 중국 첫 3D 시범 방송 시작이라는 기념비적인 사건으로 새로운 단말기 디스플레이 업체들이 속속 등장하며 각 제조업체들은 쟁탈전을 벌이며 3D TV를 선보이고 3D 가능성 방안을 내놓고 있음
- 이와 함께 3D 디스플레이, 3D 카메라, 3D 프로젝터, 3D 휴대폰 등 단말기 설비 역시 대중화되며 각 가정에서 사용되고 있음. 그러나 이에 대응하는 3D 콘텐츠 제작은 여전히 뒤처지고 있음. 디스플레이 단말기의 발전 속도에 미치지 못하는 3D 콘텐츠는 3D 산업의 균형 있는 발전에 영향을 미치고 있음
- 현재 3D TV의 연간 판매량은 천만대에 달하나 대응하는 콘텐츠 공급 업체의 3D콘텐츠 제작은 하드웨어의 발전속도에 미치지 못하고 있음. 국내 저명 3D 업계 인사이자 CNTV온라인 춘완(春晚)의 감독인 진지에(金楷)는 “현재 영화 산업의 3D 응용이 비교적 많은 편이나 TV용 콘텐츠가 턱없이 부족하다.” 고 전함
- 3D 채널 방송의 시작은 3D 미디어 콘텐츠 제작을 이끌고 TV 단말기의 보급과 확충을 촉진하며 3D 산업의 전반적인 발전을 가져올 것이라 믿어 의심치 않지만 콘텐츠 부족 현상으로 산업 전반의 톱니바퀴가 돌아가고 있지 못하는 상황

■ “3D 외부원조” 를 적극 유치해야 할 것

- 3D 미디어 콘텐츠 부족은 3D TV와 3D 산업의 향후 발전의 급소를 누른 격으로 3D 미디어

어 콘텐츠 부족 해결은 3D TV 기업이 직면한 난제임. TV 기업은 미디어 콘텐츠 자원 부족을 타파하고 성숙한 시장을 만들어 TV 판매량 증가를 희망하고 있음

- 이에 현재 많은 3D TV 기업은 풍부한 3D 콘텐츠 자원 개발에 착수하여 콘텐츠 공급업체의 역할을 하고 있음. 국내 TV 생산 업체인 하이신(海信)은 높은 퀄리티의 3D 콘텐츠를 직접 투자 제작하고 있으며 이를 하이신 Landking 서버에 두고 고객들에게 실시간 영상을 제공하고 있음. 추앙웨이(创维) 역시 저작권 일부를 구매하여 직접 촬영하고 있음. 이밖에도 해외 TV 미디어 기업은 3D 미디어 콘텐츠 부족 해결을 위해 노력 중에 있음
- 지난 5월 17일~21일 개최된 중국(심천)문화창의박람회교역회는 3D 열풍을 볼 수 있는 좋은 기회였음. 전국 각 지역의 대표적인 3D 제작 기업들이 참석하였으며 3D 콘텐츠 제작과 3D 촬영 방법의 성과가 두드러졌음. 현장 관객들은 3D안경을 착용하고 《여산삼첩천(庐山三叠泉)》, 《심천과년만회(深圳跨年晚会)》, 《북경현대전시편(北京现代展示片)》 등의 3D 영화를 시청하였고 3D 입체 효과가 가져오는 시각 효과를 경험함
- 업계 인사는 “3D 미디어 제작 산업의 빠른 발전은 3D 산업에 긍정적인 소식이다. 3D 콘텐츠 역시 3D 미디어의 핵심 부분으로 양질의 콘텐츠 제작을 위해 해야 할 일이 많으며 3D 제작에 있어 끊임없는 시도와 창의적인 노력이 필요하다” 라고 전함. 중국미디어협회 3D위원회 천신저우(陈新洲) 기술 총감독은 “3D 산업의 업, 다운스트림의 지속적인 발전을 위해 3D 콘텐츠는 그 중 중요한 한 부분으로 기업과 방송국 모두에게 경시되거나 관대할 수 없는 부분이다. 향후 3D 콘텐츠의 시장 수요는 폭발적으로 증가할 것이며 전망이 매우 밝다.” 고 전함
- 미국은 이미 3D 기술 산업 체인을 제대로 갖추고 있으며 한국의 촬영팀과 기술력 역시 매우 전문화 되어 있음. 일본 역시 3D는 파나소닉 그룹을 중심으로 하는 기업들의 추진 하에 전방위적인 발전을 거두고 있음. 반면 중국의 3D 촬영팀은 촬영 기술과 입체 촬영 설비의 선택에 있어 개선이 필요함
- 일부 우수한 3D 미디어 콘텐츠의 촬영에 있어 콘텐츠의 기획과 창작보다 더욱 중요한 것은 촬영 설비의 사용으로 이 둘은 서로 의존하는 부분임. 진지에(金楷)는 “현재 사용 중인 대형 입체 촬영 설비는 기능과 기술에 있어 개선해야 할 부분이 많으며 향후 고성능의 휴대성 있는 입체 설비가 등장해야만 야외에서 다량의 프로그램을 제작할 수 있을 것이다. 그렇지 않을 경우 3D 콘텐츠 제작에 있어 반드시 어려움을 겪을 것이다.” 라고 설명함

■ 인터넷과 3D의 결합: 미디어 산업의 미래 발전 추세

- 2008년 컬러 TV가 평면 TV로 전환되는 시기 중국과 해외 유수의 TV제조기업은 인터넷과 LED 두 가지 핫 이슈를 접목하여 단말기 시장을 주도해 나감. 인터넷 기능은 이미 TV기

능의 한 부분을 차지하고 개방형 플랫폼으로서 소비자들은 인터넷이 어디에 속한 영역인지 무선인지, 유선인지 방송영역인지 관심을 갖지 않고 있음

- 삼망융합 시대에 인터넷TV는 시청자들에게 더욱 많은 미디어를 감상할 수 있게 함. 집에서 음악을 듣고 영화를 감상하고 신문을 검색하는 등 편리함과 강력한 정보 공유 기능은 소비자들로부터 환영받고 있음. 이에 인터넷 TV를 발전시키는 것은 업계의 피할 수 없는 추세가 됨
- 기술과 산업이 끊임없이 발전하면서 TV는 하나의 홈 엔터테인먼트의 단말기이자 정보공유의 디지털 콘텐츠 공공 플랫폼이 될 것임. 이러한 발전 추세는 소비자 수요를 만족시키는 필연적인 결과라고 생각함
- 3D 기술의 발달은 가정에서 TV를 통해 3D 시각 효과를 체험할 수 있도록 함. 향후 생산될 TV는 3D 기능을 필수적으로 탑재하게 될 것임. 2012년 중국에서 3D방송이 처음 방영된 이후 3D기술은 중국 문화생활 및 전문 영역에 점차 광범위하게 이용되고 있음
- 인터넷 TV가 보급되면서 3D 콘텐츠 공유 역시 큰 영향을 미치고 있음. 인터넷과 3D 기술의 상호 의존성은 기술상의 혁신을 가져왔고 콘텐츠의 공유가 가능해지도록 유도함. 이들의 상호작용으로 미디어 산업의 향후 발전 전망은 매우 긍정적임
- 그러나 3D 콘텐츠 부족은 여전히 3D TV 발전의 대표적인 병목 현상 중 하나임. 현재 국내의 3D 콘텐츠 제작은 초기 발전 단계로 최근 가히 폭발적인 3D 영화 분야에서조차 극찬을 받은 작품은 손에 꼽히는 수준임

4. 맺음말

- 업계의 소비자 연구에 따르면 85%의 소비자들이 3D TV 혹은 영화관의 3D 영화 관람을 통해 입체영상을 접하고 있으나 80%의 응답자가 입체 기술에 대해서는 이해하지 못하고 있다고 응답함. 또한 5%의 응답자들은 개인적으로 입체 기술을 이용한 콘텐츠를 직접 제작해 보고 관련 내용을 재생해 본 적이 있다고 응답함
- 이러한 연구 결과를 통해 3D 산업이 콘텐츠 제작, 소프트웨어의 응용을 보다 강화해야 할 필요가 있으며 가장 중요한 것은 소비자의 실제 수요를 만족시켜 시각 효과가 주는 감상 포인트를 잘 살리는 것이 3D 산업 발전의 일차적인 목표일 것임
- 현재 3D 산업은 산업 규모를 확장하는 단계임. 유럽과 미국의 기업들은 기초 연구개발, 소

소프트웨어, 콘텐츠 방면에서 모두 우위를 점하고 있으며 중국 기업은 산업화 및 응용 개발면에 있어 우위를 점하고 있음

- 업계 종사자들은 경쟁을 하면서도 협력할 수 있는 의미 있는 경쟁을 통해 고객들에게 더욱 우수한 상품을 선보이고 현대생활에서 3D가 반드시 필요한 기능으로 인식되고 점차 다른 산업과 융합되도록 해야 업계 종사자들은 더욱 큰 발전 공간을 확보할 수 있을 것임
- 따라서 3D 산업의 발전에 좋은 환경을 조성하고 3D 디스플레이 단말기 수요를 이끌어 3D 카메라, 3D 플레이어 등 기타 산업의 발전과 산업체인의 협조적인 발전을 촉진해야 함. 또한 풍부한 3D 콘텐츠 확보와 산업 경쟁력을 높이는 것이야말로 3D 산업의 미래 발전 목표가 되어야함
- 중국 3D 산업의 건강한 발전을 촉진하기 위해 국가 광전총국은 산업 발전에 유리한 정책들을 발표하고 있으며 3D 산업의 영향 범위가 이동 단말기와 인터넷으로까지 미치고 있음
- 시장은 내재된 시장 성장 동력을 찾아 육성하고 각 세부 분야의 비즈니스 모델을 구축하며 산업체인을 점차 풍성하게 만든다면 향후 1~3년 내 대규모의 발전 기회가 있을 것으로 예상됨
- 나안식 3D는 1~2년 내 상용화되고 전자시장의 핵심 모델이 될 것이며 가정용 전자제품 시장은 기술진보와 함께 빠르게 변화할 것으로 전망. 그럼에도 불구하고 3D 산업은 적지 않은 도전과 극복해야 할 문제들에 직면할 것임
- 2012년 3D 산업은 이미 경제발전의 새로운 이슈이자 전도유망한 산업이 되었음. 3D 산업의 발전은 기술, 상품 뿐 아니라 콘텐츠와 시장 응용 등에 있어서도 계속 발전하고 있으며 향후 3D 산업에 종사하는 기업들 역시 점차 늘어날 전망이다. 3D 상품 역시 더욱 다양해지고 풍성해져 3D 시장은 더욱 활기를 띠 것임