



2011. 02. 28.

## 한국 콘텐츠의 전략시장 수출 추이와 정책적 시사점

- I. 수출 추이 유형화
- II. 전략시장 수출 추이 - 미국
- III. 전략시장 수출 추이 - 중국
- IV. 정책적 시사점

KOCCA  
FOCUS

## 요약

### □ 개요

- (목적) 한국 콘텐츠의 전략시장 수출 확대를 위한 정책 방향 제시
- (배경) 수출 추이 분석을 통해 전략시장(미국, 중국)에 대한 국산 콘텐츠의 수출 흐름을 파악하여 정책 수립의 기초자료 제공
- (분석대상) 미국과 중국의 영화, 애니메이션, 게임, 방송 분야 최근 7년 수출 통계
- (추이의 유형화) 수출 추이는 등락을 반복하는 상승모형, 점진적 상승모형, 추세 유지모형, 급격한 하락모형, 점진적 하락모형의 5가지로 유형화

### □ 분석내용

- 미국 수출
  - 영화(점진적 하락모형), 애니메이션(유지모형), 게임(점진적 상승모형), 방송(등락을 반복하는 상승모형)으로 분류
- 중국 수출
  - 영화(등락을 반복하는 상승모형), 애니메이션(급격한 하락모형), 게임(점진적 상승모형), 방송(유지모형)으로 분류

### □ 유형별 정책방향

- 등락을 반복하는 상승모형(미국 방송, 중국 영화)
  - ⇒ 등락 폭을 최소화하는 정책 필요
  - (단기 정책방안) 등락을 최소화하고 안정적인 성장세를 유지하기 위해서는 특정 분야 또는 특정 트렌드 편중 현상을 해소하는 정책이 필요
  - (중기 정책방향) 변동폭을 줄이기 위한 안정적인 현지화 기반 확충지원 필요
- 점진적 상승모형(미국 게임, 중국 게임)
  - ⇒ 상승의 고점(변곡점) 파악 및 고점 유지전략 마련 필요
  - (단기 정책방안) 성장세가 지속되기는 어려운 바, 상승국면일 때 시장 분석을 통해 수출성장의 고점이 어디인가에 대한 분석 및 공유 필요
  - (중기 정책방향) 성장세를 지속시키고 고점이 나타나는 경우 시장규모를 유지하기 위한 전략 발굴 필요
- 유지모형(미국 애니메이션, 중국 방송)
  - ⇒ 상승모형으로 전환시키기 위한 정책 필요

- (단기 정책방안) 유지곡선을 상승곡선으로 변화시키기 위해 현지시장에 국산 콘텐츠의 성공모델을 제시하는 것이 필요
- (중기 정책방향) 현지 성공가능성이 높은 콘텐츠 개발에 집중하되 이를 체계적으로 지원할 수 있는 방안 마련 필요
- 급격한 하락모형 (중국 애니메이션)
  - ⇒ 축소된 시장을 회복하기 위한 정책 필요
  - (단기 정책방안) 최우선 과제로는 수출하락의 결정적 원인을 제거
  - (중기 정책방향) 국가간 교류를 확대할 수 있는 산업기반 확충 필요
- 점진적 하락모형 (미국 영화)
  - ⇒ 하락세를 최소화하고 상승모형으로의 전환 노력 필요
  - (단기 정책방안) 최우선 과제로는 경쟁요소 분석을 통한 대체상품 개발 필요
  - (중장기 정책방향) 새로운 형태의 차별화된 유통 전략 또는 대체상품에 대한 마케팅 지원 필요

## I. 수출 추이 유형화

### 1. 개요

#### □ 목적

- 한국 콘텐츠의 전략시장 수출 확대를 위한 정책 방향 제시

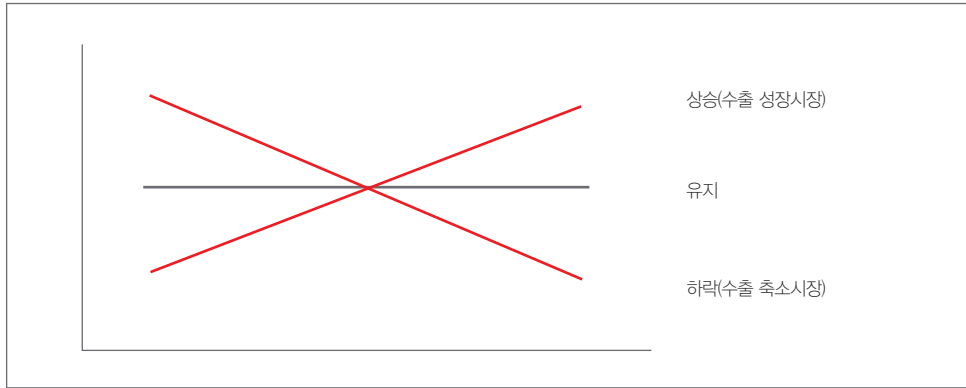
#### □ 추진배경

- 수출 추이 분석을 통해 전략시장(미국, 중국)에 대한 국산 콘텐츠의 수출 흐름 파악
  - 추이선을 통해 수출의 흐름을 쉽게 파악할 수 있음
  - 추이선은 비교적 장기간의 흐름을 보여주는데 활용되기 때문에 연도별 수출액 변화에 크게 영향을 받지 않고 중장기적인 정책 수립의 근거로 활용 가능
- 전략시장 진출을 지원하기 위한 정책 마련에 기초가 될 수 있는 의미 있는 정보 제공
  - 기존 수출지원 사업의 경우 특정시장을 지향하는 사업은 부재하였음
  - 콘텐츠 산업의 강국으로 가기 위한 정책 방향이 미국, 중국시장을 지향하고 있는 바, 전략 시장 진출 정책에 대한 방향성 확립 필요

#### □ 분석방법

- (대상 장르) 콘텐츠 수출의 주력분야인 영화, 방송, 게임, 애니메이션
  - 4개 주요 장르를 중심으로 콘텐츠 수출 추이를 분석하여 장단기 시장전망 및 지속화를 위한 정책 발굴 추진
- (분석 기간) 추이 분석은 각 시장별 최근 7년 간의 수출실적을 바탕으로 분석
  - 단기간의 추이를 분석하는 경우 왜곡이 심화될 수 있으나, 콘텐츠산업에 대한 수출 통계(콘텐츠산업통계)가 본격화된 2003년부터 2009년까지 7년 동안의 자료를 기준으로 분석하고자 함
  - 추이 분석을 바탕으로 중·단기 시장전망 및 각 유형별 대응방향을 제시
- (추이의 유형화) 수출 추이는 기본적으로 상승, 하락 또는 현상 유지의 3가지로 유형화할 수 있음

[그림 1] 수출 추이 상승, 유지, 하락모형

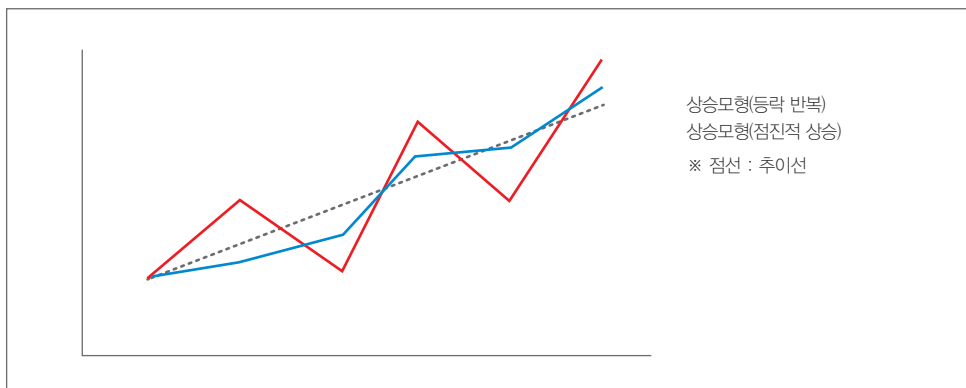


- 단, 본 보고서에서는 상승과 하락의 경우를 각각 두 가지 세부 유형으로 구분하였는데, 이는 상승과 하락 시 연도별 수출액의 변화에 따라 그 특성이 달라진다는 점을 고려한 것임
- 그에 따라 등락을 반복하는 상승모형, 점진적 상승모형, 추세 유지모형, 급격한 하락모형, 점진적 하락모형의 5가지로 유형화 시도
- 기타 해외진출 현황은 4개 장르별 현지진출 사례를 중심으로 진출 추이와 연관된 내용 정리
  - 이를 통해 현지진출 성공 또는 부진의 원인 파악

## 2. 수출추이의 5가지 유형

### □ 상승모형

[그림 2] 수출 추이 상승모형



## ① 등락을 반복하면서 상승하는 모형

### ○ 모형특성

- 추이선을 기준으로 할 때 성장세를 보이거나, 등락을 반복하는 경우

• 등락을 반복한다는 것은 특정 분야·트렌드에 의해 시장이 좌우됨을 의미

### ○ 원인 및 영향

- (원인) 일시적인 소비 트렌드나 스타 콘텐츠에 의해 급격히 성장 또는 하락
- (영향) 상승과 하락의 진폭이 큰 경우에는 상당한 리스크가 존재하게 되고, 이는 안정적인 투자결정을 어렵게 하여 결국 수출 투자위축으로 이어질 수 있음

## ② 점진적 상승모형

### ○ 모형특성

- 추이선뿐만 아니라 연도별 수출액도 증가하고 있는 경우

### ○ 원인 및 영향

- (원인) 국산 콘텐츠에 대한 지속적인 수요가 있으며, 현재까지는 현지의 수요를 모두 충족시키지 못하고 있음을 반증
- (영향) 현지 시장점유율을 높이면서 당분간 성장이 지속

• 시장점유율이 높아지는 것은 현지 수요에 적합하다는 것으로 긍정적인 현상

## □ 유지모형

### ○ 모형특성

- 추이선이 일정 수준을 유지하고 있으며, 수출 고점과 저점간 편차가 거의 없음

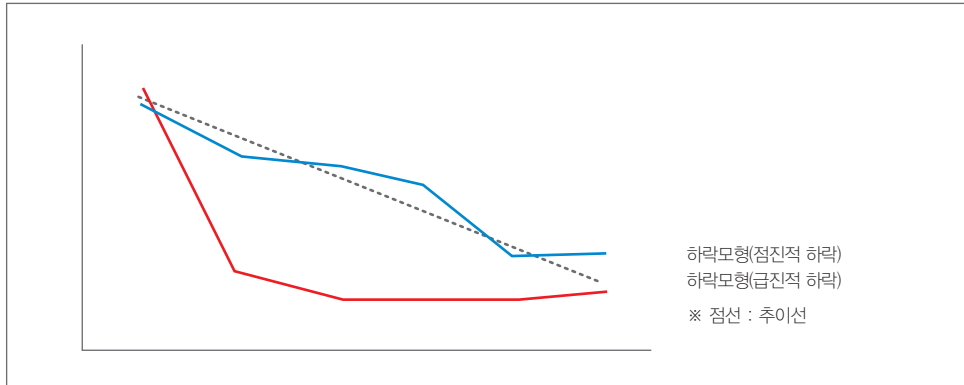
### ○ 원인 및 영향

- (원인) 국산 콘텐츠에 대한 안정적인 수요가 있음을 의미하나, 반면 추이선이 상승하지 못하는 것은 해외진출을 견인할 수 있는 스타 콘텐츠의 부재가 한 원인
- (영향) 단기간 안정적인 수요를 바탕으로 현상을 유지할 수 있으나 중기적으로는 상승 또는 하락모형으로 전환될 가능성 높음

• 스타 콘텐츠 발굴시 이를 통한 수출 견인효과와 더불어 성공사례에 대한 모방효과로 추이선 상승 예상

## □ 하락모형

[그림 3] 수출 추이 하락모형



### ① 급격한 하락모형

#### ○ 모형특성

- 특정 시점에서 수출 규모가 급격히 하락하여 회복되지 않는 경우

#### ○ 원인 및 영향

- (원인) 시장이 존재하고 있었으나 특정 시기에 특정 장벽이 형성되어 시장 붕괴
- (영향) 진입장벽으로 작용하고 있는 이슈나 정책이 지속되는 한 시장 붕괴가 단기적 현상이 아닌 지속적으로 고착될 수 있음

• 이러한 경우는 시장이 정상적으로 작동하지 못하게 하는 대형이슈가 있거나 자국 산업을 보호하기 위한 정책이 집행되는 경우임

### ② 점진적 하락모형

#### ○ 모형특성

- 꾸준히 수출규모가 하락하고 있는 유형

#### ○ 원인 및 영향

- (원인) 시장 내에서 콘텐츠의 경쟁력을 점차 잃어가는 것이 원인
- (영향) 시장 내 새로운 트렌드 부적응 또는 대체상품 개발에 실패할 경우 하락시장 고착화 예상

## II. 미국시장 수출 추이

### 1. 미국시장 수출 현황

#### □ (시장 일반) 세계 최대 콘텐츠 생산기지 겸 소비시장

- 미국 콘텐츠산업은 21세기 미국 경제를 이끄는 주력산업 중 하나
- '09년 주요 장르별 시장규모
  - 영화시장 344억 달러(세계 시장점유율 40.4%), 애니메이션 시장 209억 달러(세계 시장점유율 50%), 게임시장 329억 달러(세계 시장점유율 28%), 방송시장 728억 달러(세계 시장점유율 39%)
- 세계적인 미디어 기업들이 주도

#### □ (시장 특성) 메이저 스튜디오와 대규모 자본에 의한 과점체제

- 영화 : 월트 디즈니 등 6대 메이저 배급사
- 방송 : FOX 등 5~7개 메이저 미디어 그룹
- 게임 : 메이저 플랫폼(Sony, MS, 닌텐도), 메이저 제작사(EA, 블리자드 등)
- 콘텐츠 제작·패키징 : 5대 엔터테인먼트 비즈니스 에이전시(WME 등)

#### □ [최근 동향] 정부 및 산업계 동향

- 자국 산업의 경쟁력을 배경으로 개방 및 대외 지향적 정책 구사
- 최근 동양문화에 대한 친근감 확산 및 콘텐츠 소재 발굴의 필요성에 따라 한국 콘텐츠 산업에 대한 관심이 높아지고 있음

### 2. 장르별 수출 추이

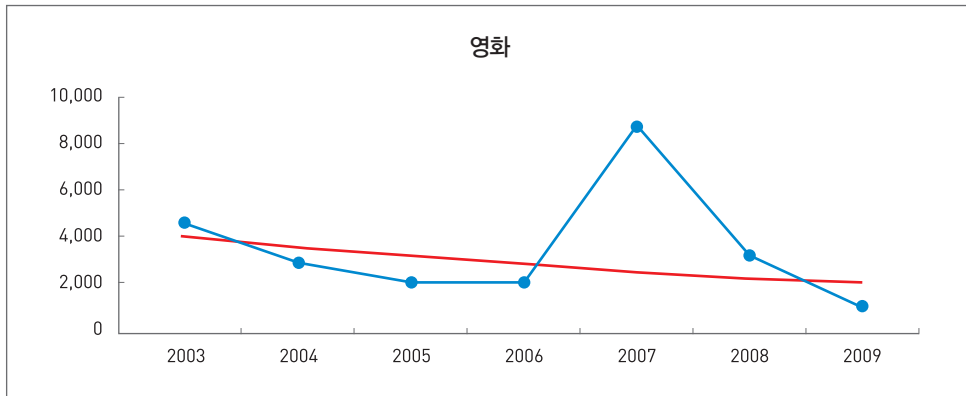
#### □ 영화

- 수출액('09년) : 89만 달러
  - '09년 영화 수출액 전체(1,400만 달러) 중 6.3% 불과, 전년 대비 71.6% 감소



[그림 4] 영화 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 출처: <콘텐츠산업통계 2003-2009>

○ 수출 추이('03~'09년)

- 점진적 하락세 유지 ⇒ 점진적 하락모형으로 분류

○ 원인

- '07년 급속한 성장세를 보였으나 그 외의 경우 지속 하락하여 '09년도에는 최근 7년간 최저치 기록

• '07년의 경우 <괴물>이 상반기 200만 달러, <디워>가 하반기 1,100만 달러의 현지매출을 올린 것이 작용

○ 진출 현황

- <시월애>, <공동경비구역 JSA> 등 한국영화의 리메이크 판권 구입이 '03년 이후 증가
- '07년 <디 워> 가 2,277개의 상영관에서 개봉, 1천만 달러 이상의 매출을 기록하며 미국 내 한국 영화 배급의 새로운 기록 갱신
- '09년 <박쥐>, <황해> 등의 한국영화에 헐리우드가 투자
- '10년 <위리어스 웨이>는 550만 달러의 북미 매출 기록

○ 향후 전망

- 이후에도 추이선은 완만한 하락세를 유지할 것으로 예상되나 수출액은 다소 상승할 것으로 기대
- \* '10년의 경우 CGV LA관을 통한 현지직배와 미국내 인지도를 확보한 김지운 감독 등의 활약, '11년 상반기에는 <라스트갓파더>의 개봉 등으로 미국 수출 호조 예상

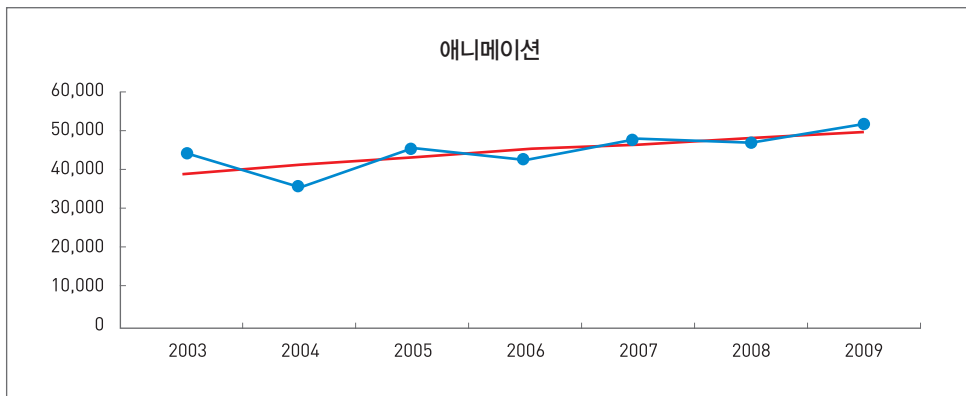
• <디워>의 경험을 토대로 국내기업은 미국시장 진출을 지속해 나갈 것이고, 미국시장은 높아진 한국 콘텐츠에 대한 경험치를 토대로 후속 콘텐츠에 대한 지속적인 관심을 가지게 될 것임

## □ 애니메이션

- 수출액('09년) : 5,036만 달러
- '09년 애니메이션 전체 수출액중 56%에 해당

[그림 5] 애니메이션 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 출처: <콘텐츠산업통계 2003-2009>

- 수출 추이('03~'09년)
- 평이한 성장세를 유지 ⇒ 수출시장 유지모형으로 분류

• 즉, 시장 내 한국 애니메이션에 대한 안정적인 수요가 있음을 의미

- 원인
  - 안정적 수요의 상당부분이 시장의 트렌드 변동과 관계가 적은 OEM 수요로 분석
  - \* '09년 전체 수출액중 OEM 비율은 43.6%('10년 애니메이션산업백서)
- 진출 현황
  - 미국 지상파 방영 <큐빅스>, <아이언키드>, <매지네이션>, <뚜바뚜바 눈보리>
  - 미국 케이블채널 방영 <메타제트>, <뿌까>, <빼꼼> 등
  - 미국, 캐나다와 공동제작 또는 배급계약을 체결한 콘텐츠로 <넛 잭>, <다이노맘>, <쿵후 공룡수호대> 등이 있음
- 향후 전망
  - 시장 유지모형에서 점진적 수출확대 예상
  - \* 북미 제작사와의 공동제작의 확대, 3D 입체 애니메이션 수요증가, 극장용 애니메이션(다이노맘) 북미 출시 등

## □ 게임

○ 수출액('09년) : 1억 5,260만 달러

- 게임 전체 수출액은 12억 4천만 달러로 전년 대비 13.4% 증가한 반면 북미시장 수출액은 17.4% 감소

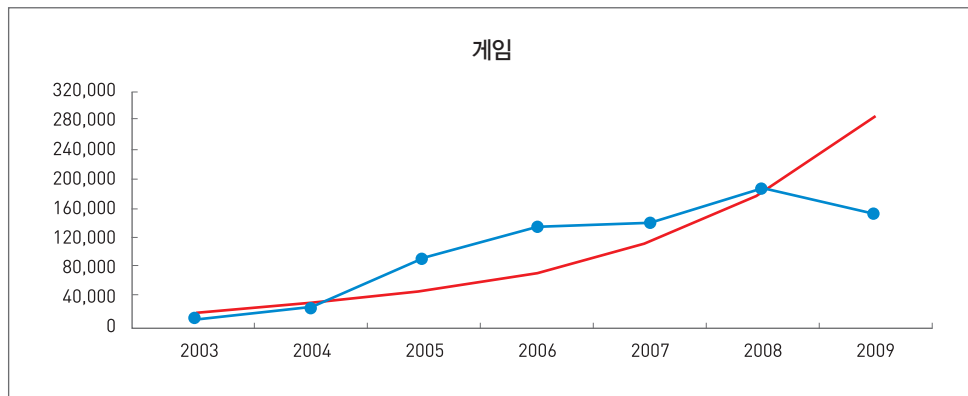
\* 중국 온라인게임의 미국시장 진입으로 한국 게임수출액 다소 축소

○ 수출 추이('03~'09년)

- '09년도 수출액이 감소하였으나 성장추이 유지 ⇒ 점진적 상승모형으로 분류

[그림 6] 게임 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 출처: <콘텐츠산업통계 2003-2009>

○ 원인

- 브로드밴드의 확대와 부분 유료화 모델의 확산으로 미국내 온라인게임 수요가 지속적으로 증가

\* '09년 미국 온라인게임 시장 2.9% 성장(전체 게임시장 -16.3%)

○ 진출 현황

- 엔씨소프트 <아이온>의 출시로 매출 호조('09년 미국 온라인게임 매출 6위), <리니지 1, 2> 매출 증가('09년 미국 온라인게임 매출 4위)
- 넥슨 <메이플스토리> 꾸준한 매출 형성('08년 3위 → '09년 7위로 순위 하락)

○ 향후 전망

- 미국내 온라인게임 수요증가를 고려할 경우 수출 추이는 일정기간 지속 상승할 것으로 전망

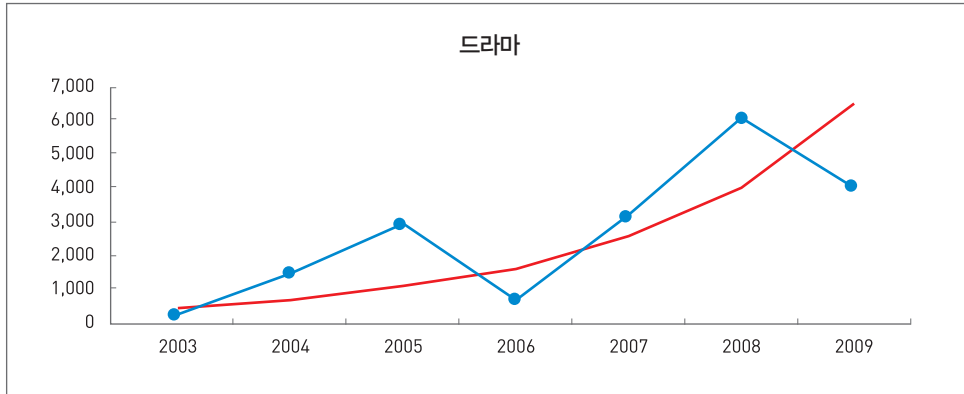
\* '10~'12년 미국 온라인게임 평균성장률은 20%, '11년 대작게임 <테라> 미국진출 예정

## □ 방송

○ 수출액('09년) : 400만 달러

[그림 7] 드라마 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 해외교보방송 및 비디오판매분 제외 (방송콘텐츠수출입현황 2003-2009) : KOCCA자료

○ 수출 추이('03~'09년)

- 다소 큰 폭의 상승과 하락세를 보이거나 성장세 유지 ⇒ 등락 반복형 상승모형으로 분류

○ 원인

- '05년과 '08년 큰 폭의 상승 후 하락을 반복하면서 증가세 유지

\* '03년부터 본격화한 한류로 '05년 드라마 수출이 확대된 것으로 추정되며, '08년 케이블 TV 수출액이 급상승후 '09년 다소 하락

○ 진출 현황

- 미국내 한국 드라마 유통은 아시아계 비디오 숍을 포함하여 월마트, 타워레코드 등에서도 이뤄지고 있으며, 온라인으로는 아마존닷컴에서도 유통
- KBS, MBC는 각각 케이블 채널을 임차하여 한국 콘텐츠를 방영하고 있으며, 미국내 10여 개 아시아 채널에서도 한국 드라마를 영어자막으로 방영하고 있음

\* AZN TV, Imagine Asia TV 등은 <대장금>, <다모>, <궁>, <내 이름은 김삼순> 등을 방영

○ 향후 전망

- 향후 점진적 수출확대 예상

\* <아이리스>의 경우 미국내 공중파에 방영을 타진

\* 미국내 비디오 사업의 쇠퇴와 불법 웹하드 서비스의 확대라는 악재가 존재하나, 훌루, 넷플릭스, 애플 TV 등 신규 영상물 유통 서비스가 등장하면서, 한국 드라마에 대한 수요가 급격히 증가할 것으로 예상

## III. 중국시장 수출 추이

### 1. 중국시장 수출 현황

#### □ 산업규모('09년)

- 영화산업 규모 : 12억 달러
- 방송산업 규모 : 53억 9,300만 달러
- 애니메이션산업 규모 : 9억 5,100만 달러
- 게임산업 규모 : 49억 5,200만 달러

\* 출처 : <2010 Global Entertainment & Media Outlook> (PWC)

#### □ 시장보다 정책이 우위인 관료적 시스템 위에서 콘텐츠 산업 육성

○ 자국 콘텐츠 육성을 위해 외국기업의 진입규제와 보호주의 정책 추진

- (해외 방송 프로그램 수입) 일별 방영 해외 드라마는 당일 방영 프로그램 총 방영 시간의 25% 이하
- (문화상품 수입 관리) TV 드라마, 애니메이션 등 총량제 실시
- (문화영역 외자도입 금지) 신문, 방송, 영화, 출판 등 분야
- (TV 애니메이션 방송 관리) 전국 TV 17:00~21:00에는 해외 애니메이션 방영 금지
  - 국제 합작 애니메이션은 광전총국의 비준을 받아야 가능

○ 최근 미디어 해외진출 발전전략 등 해외진출 정책 강화 추세

○ 중앙 및 지방 정부의 문화산업 발전 가속화(11차 5개년 계획 기간)

- 중국내 다수 성에서 문화산업 발전을 11·5 계획의 중점사항으로 편입

### 2. 장르별 수출 추이

#### □ 영화

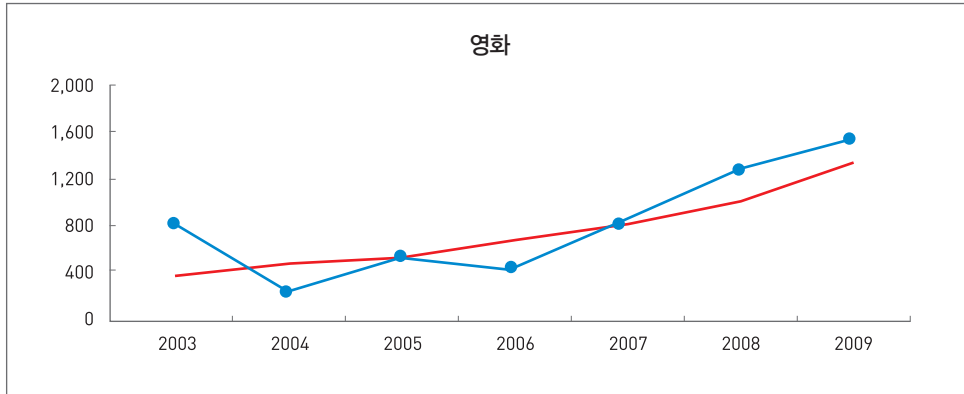
○ 수출액('09년) : 158만 달러(홍콩 포함)

- 전년 대비 21% 증가(한국 영화 전체 수출액은 전년 대비 33% 감소세)

- 홍콩을 제외하고, 중국만 고려 시 약 100만 달러로 전년 대비 78% 증가

[그림 8] 영화 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 출처: <콘텐츠산업통계 2003-2009>

### ○ 수출 추이('03~'09년)

- 소폭의 등락세를 보이며 수출 증가 ⇒ 등락 반복형 상승모형으로 분류

### ○ 원인

- 일시적인 트렌드나 스타 콘텐츠의 여부에 따라 수출실적 등락세를 보이나 전체 수출규모가 미미하여 크게 의미를 두기 어려움

\* 문화상품 수입 총량제로 외화 상영편수는 연간 50편(이 중 20편은 미국 영화) 내외인 바 수출규모의 비약적인 증가에는 한계가 있음

### ○ 진출 현황

- '09년 <해운대>, 한중합작영화 <소피의 연애매뉴얼>이 선전
- CJ엔터테인먼트, 3D 입체상영관을 구비한 멀티플렉스 중국내 개관
- 총량제 우회수단으로 공동 시나리오 개발이나 현지 제작사와 현지 영화로 제작하여 수익을 배분하는 공동제작이 확대되는 추세

### ○ 향후 전망

- 하락과 상승을 반복하면서 지속적인 증가 추이 유지할 것으로 예상

\* CJ엔터테인먼트의 경우 공동제작을 확대하여 중국 폴리보나와 공동 제작한 <왓 위민 원트> 중국판 리메이크가 '11년 상반기 개봉 예정

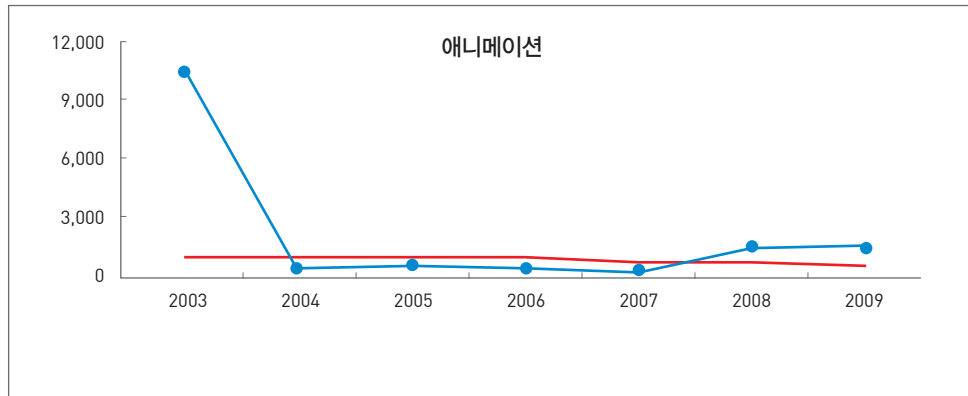
### □ 애니메이션

#### ○ 수출액('09년) : 136만 달러

- 전년 대비 19.4% 증가하였으나 수출 규모 미미

[그림 9] 애니메이션 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 출처: <콘텐츠산업통계 2003-2009>

- 수출 추이('03~'09년)
  - '03년 이후 시장 하락후 고착화 ⇒ 급격한 하락모형으로 분류
- 원인
  - 수년간 TV 드라마, 애니메이션 등에 대한 총량제 실시와 TV 애니메이션 방송 관리 강화로 사실상 진입 어려움
- 진출 현황
  - '09년 <꼬마신선 타오> 공동제작 외 '10년 이후 공동제작이 확대되고 있음

[표 1] '10년 이후 한중 공동제작 현황

작품명	한국 제작사	중국 제작사	방영 시기
렛츠고 MBA	DPS, SBS, 강원정보문화진흥원	칼룽영시동화산업유한공사 (칼룽影视动画有限公司), 상주동만기지(常州动漫基地)	'10년 SBS 방영
구름빵	DPS, SBS, 강원정보문화진흥원	칼룽영시동화산업유한공사 (칼룽影视动画有限公司), 상주동만기지(常州动漫基地)	'10년 SBS 방영
뛰뛰빵빵 구조대	빅스크리에이티브, 소빅창업투자	중국전영집단 북경영원동화 제작분공사 (中国电影集团北京影院动画制作分公司)	'10년 KBS 방영 '11년 CCTV 방영 예정
꾸루꾸루와 친구들	핑고엔터터테인먼트	중국전영집단 북경영원동화 제작분공사 (中国电影集团北京影院动画制作分公司)	'11년 극장용 개봉 예정

- 향후 전망
  - 17~20시 외산 애니메이션 방영 금지, 전체 방영 애니메이션 중 국산 70% 이상 유지, 외산 애니메이션에 대한 광전중국 심의 등의 진입장벽이 완화될 때까지 시장 회복 어려울 것으로 예상
  - \* 중국 기업과의 공동제작은 활성화 예상('11년 <뽀로로의 아이스 레이스> 공동제작 예정)

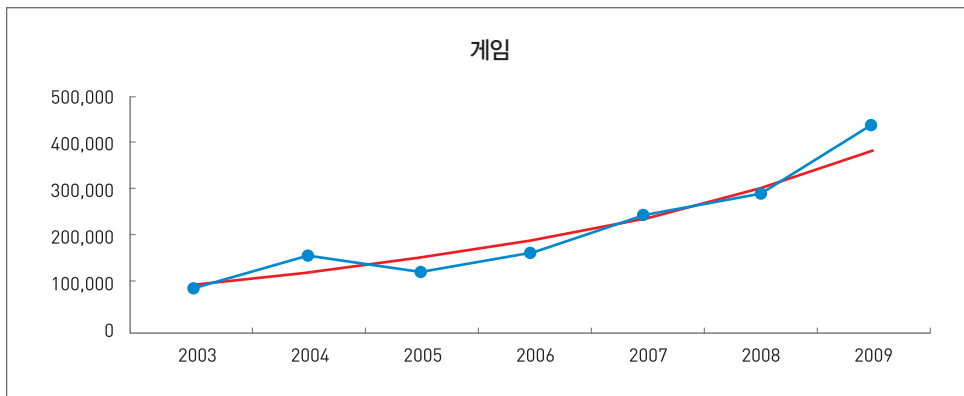
## □ 게임

○ 수출액('09년) : 4억 3,300만 달러

- 전년 대비 48% 증가하였으며, 한국 게임 전체 수출액의 35%로 가장 큰 규모

[그림 10] 게임 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 출처: <콘텐츠산업통계 2003-2009>

○ 수출 추이('03~'09년)

- 특히 '05년 이후 수출 추이가 지속 상승 ⇒ 점진적 성장모형으로 분류

○ 원인

- 국산 콘텐츠에 대한 지속적인 수요가 있음

\* 중국인터넷정보센터(CNNIC) 조사 : 중국인이 가장 자주이용하는 온라인게임에 <던전앤파이터>, <카트라이더>, <크로스파이어>, <오디션>, <뮤> 등이 탭랭킹 됨

○ 진출 현황

- 국산 온라인게임의 중국내 점유율은 '08년 28%에서 '09년 26%로 하락

- <아이온>은 월정액 온라인게임 최다 플레이시간 기록

- <던전앤파이터> '09년 동시접속자 220만명, <크로스파이어> '10년 200만명 돌파

○ 향후 전망

- 수출 성장세는 이어나갈 것으로 전망되나 중국 온라인게임과의 치열한 경쟁 예상

## □ 방송

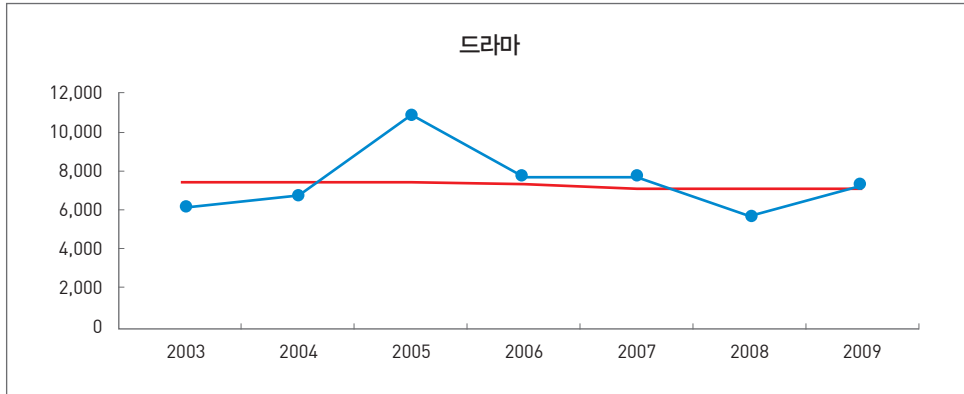
○ 수출액('09년) : 719만 달러

- 전년 대비 30% 증가, 방송콘텐츠 전체 수출액 중 일본(63%), 대만(10%)에 이어 3위(6%)



[그림 11] 방송 수출현황

(단위 : 천 달러)



\* 해외교보방송 및 비디오판매분 제외 (방송콘텐츠수출입현황 2003-2009) : KOCCA자료

○ 수출 추이('03~'09년)

- 추이선이 일정 수준 유지 ⇒ 수출시장 유지모형으로 분류

○ 원인

- 중국 내 해외 방송 프로그램 수입 및 방송 관리 규정 강화에 따라 일별 방영 해외 드라마는 당일 방영 프로그램 총 방영시간의 25% 이하로 규제하는 TV 드라마 총량제 실시 등이 원인이 되고 있음

○ 진출 현황

- <신데렐라 언니> 수출 등 한국 드라마의 중국 수출과 문근영, 구혜선, 박신혜, 장나라 등 국내 여배우들이 중국 자본이 투입된 영화와 드라마 출연을 추진 중  
- <가을동화>가 포맷형태로 진출한 <일부소심애상니(一不小心爱上你)>가 중국 드라마 시청률 순위에서 2위를 차지

○ 향후 전망

- 수출 추이는 일정 수준으로 유지될 것으로 예상

\* 완성 드라마의 판매가 아닌 공동제작과 포맷판매, 배우 출연 등의 진출사례가 확대될 전망

## IV. 정책적 시사점

### 1. 유형별 정책방향

#### □ 상승모형 (① 등락 반복) – 미국 방송, 중국 영화

⇒ 등락 폭을 최소화하는 정책 필요

⇒ 단기> 다양한 후속 콘텐츠 진출지원, 중기> 현지화 기반 구축지원

#### ○ 단기 정책방안

- 등락을 최소화하고 안정적인 성장세를 유지하기 위해서는 특정분야 또는 특정 트렌드 편중 현상을 해소하는 정책이 필요

- 다양한 콘텐츠를 대상으로 시장에 진출할 수 있도록 마케팅 지원 강화
  - 전시회, 비즈매칭 등 다양한 콘텐츠를 현지시장에 소개
- 현지 시장내 성공 콘텐츠의 뒤를 이을 수 있는 후속 콘텐츠를 발굴하여 전략적으로 진출 지원

#### ○ 중기 정책방향

- 변동폭을 줄이기 위한 안정적인 현지화 기반 확충하는 것이 필요

- 안정적인 시장확보를 위해서는 국내기업이 현지 진출을 통해 현지 정서에 적합한 콘텐츠를 개발하는 것이 필요
- 현지화 거점을 지원할 수 있는 지원체계가 중장기적인 시장 안정화에 필요

#### □ 상승모형 (② 점진적 상승) – 미국 게임, 중국 게임

⇒ 상승의 고점(변곡점) 파악 및 고점 유지전략 마련 필요

⇒ 단기> 시장수요 분석·가이드, 중기> 시장 유지전략 수립 지원

#### ○ 단기 정책방안

- 고속성장세가 지속되기는 어려운 바, 긍정적인 시장이 유지될 때 시장 분석을 통해 수출성장의 고점이 어디인가에 대한 분석 및 공유 필요

#### ○ 중기 정책방향

- 장기적으로 이러한 성장세를 지속시키고 고점이 나타나는 경우 시장규모를 유지하기 위한 전략 발굴 필요
- 국산 콘텐츠가 가지는 성공 포인트에 대한 분석이 필요하며, 이를 통해 대체 수출상품의 개발

- 소비자조사를 통해 경쟁 포인트 도출이 필요
- 이를 바탕으로 한 지속화 전략 마련

## □ 유지모형 - 미국 애니메이션, 중국 방송

- ⇒ 상승모형으로 전환시키기 위한 정책 필요
- ⇒ 단기> 스타콘텐츠 발굴·지원, 중기> 스타콘텐츠 집중 지원체계 구축

### ○ 단기 정책방안

- 유지곡선을 상승곡선으로 변화시키기 위해 현지시장에 국산 콘텐츠의 성공모델을 제시하는 것이 필요

- 콘텐츠는 경험재적 성격이 강한 만큼, 성장 정체 또는 유지는 성공모형 부족과 성공콘텐츠에 대한 경험 부족에서 온 것일 수 있음
- 스타콘텐츠(전략콘텐츠) 개발과 성공사례 도출이 필요

### ○ 중기 정책방향

- 현지 성공가능성이 높은 콘텐츠 개발 및 집중 지원체계 마련 필요

## □ 하락모형 (① 급격한 하락) - 중국 애니메이션

- ⇒ 축소된 시장을 회복하기 위한 정책 필요
- ⇒ 단기> 정부 차원의 시장개방 노력, 중기> 국가간 산업교류 기반 확충

### ○ 단기 정책방안

- 최우선 과제로는 수출 하락의 결정적 원인을 제거하는 것

- 개별기업 차원에서 진입장벽을 완벽하게 회피하는 것이 어려움
- 정부 차원에서 양 국가간 교류를 증진 시킬 수 있는 대안마련 필요
- 양국간 시장개방 협정, 투자협정과 같은 현지진출의 제도적 기반 마련

### ○ 중장기 정책방향

- 국가간 교류를 확대할 수 있는 산업기반 확충이 필요

- 수출시장 붕괴로 위축된 수출투자 심리를 완화하고 촉진할 수 있는 기반(금융지원, 인적교류, 공동산업 단지 등) 조성 필요

## □ 하락모형 (② 점진적 하락) - 미국 영화

- ⇒ 하락세를 최소화하고 상승모형으로의 전환 노력 필요
- ⇒ 단기> 대체상품 개발지원, 중기> 대체상품에 적합한 마케팅지원

### ○ 단기 정책방안

- 최우선 과제로는 경쟁요소 분석을 통한 대체상품 개발 필요

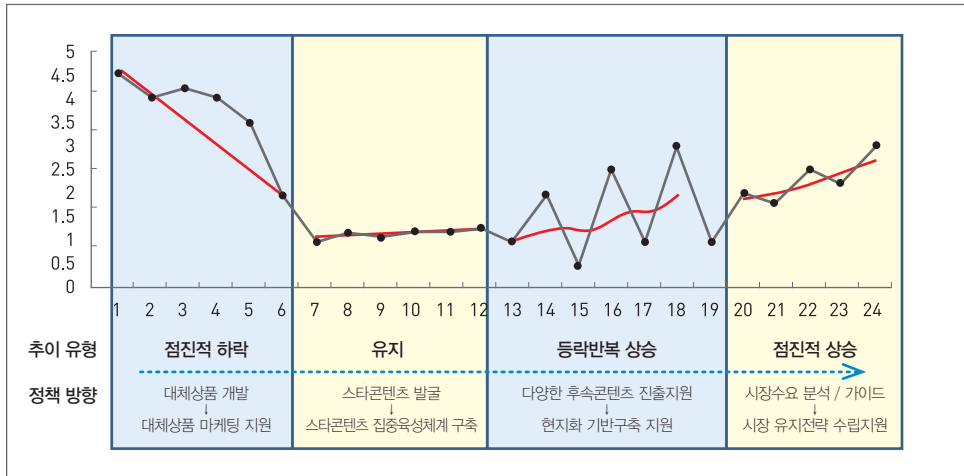
- 점진적인 하락세가 다년간 계속됨은 이미 경쟁력을 잃고 있음을 의미
- 시장의 경쟁요소를 분석하여 대체상품을 개발하는 것이 시급

### ○ 중장기 정책방향

- 새로운 형태의 차별화된 유통 전략 또는 대체상품에 대한 마케팅 지원 필요

- 대체상품의 시장내 점유율을 확대시키기 위한 마케팅 지원이 필요

[그림 12] 유형별 수출 정책



## 2. 시장별 정책방향

### 2-1. 미국 시장

#### □ 영화 (점진적 하락)

- (단기) 하락폭을 줄이고 수출 확대를 위해서는 기존 한국 소비자를 타겟으로 하는 영화의 현지 진출이 아닌 미국 혹은 글로벌 시장 타겟의 영화(대체상품), 즉 <디워>와 같은 콘텐츠를 전

략적으로 진출시킬 필요가 있음

- '글로벌 프론티어 발굴지원' 강화

○ (중기) 기존 방식과는 차별화된 진출방식과 대체상품에 적합한 마케팅 지원 필요

- 현지 유통망 확보지원('10년 전략시장 진출 콘텐츠 유통지원) 지속

- 할리우드 메이저 기업과의 유통 네트워크 확보 강화(코리안아메리칸 멘토제도 강화 : '10년 구성중)

## □ 애니메이션 (유지시장)

○ (단기) 국내 소비자 타겟의 콘텐츠 개발보다는 미국 시장 타겟의 스타 콘텐츠 개발과 성공사례 도출이 필요

- '글로벌 애니메이션지원' 확대

○ (중기) 스타 콘텐츠 육성체계 구축

- 원스톱 지원체계('글로벌 애니메이션 지원' → '해외진출지원센터'의 컨설팅, 현지화 지원)

## □ 게임 (점진적 상승)

○ (단기) 미국 시장 성공 요소, 경쟁콘텐츠, 유통구조 등에 대한 시장분석 및 가이드 제공 / (중기) 현지 시장 유지전략 수립지원

- KOCCA 미국사무소의 정보수집 및 시장수요 대응 능력 강화

## □ 방송 (등락을 반복하는 상승)

○ (단기) 현지 소비자에 대한 국산 콘텐츠 접촉기회 확대 방안 마련

- 아시아 및 히스패닉계 아메리칸 선호 콘텐츠 발굴 → 아시아계 및 히스패닉 방송채널내 방송지원

- 현지번역, 더빙, 문화코드 모니터링, 컨설팅이 가능한 '종합 현지화 지원체계' 마련

○ (중기) 국산 콘텐츠의 안정적인 진출을 위한 현지 유통채널 확보 지원

- 메이저 미디어 기업과의 네트워크 지원

- 글로벌펀드를 활용한 현지 유통네트워크 확보

## 2-2. 중국 시장

### □ 영화 (등락을 반복하는 상승)

○ (단기) 완성품 수출의 공동제작, 시나리오 개발, 한류배우 출연, 리메이크 제작 등 다양한 분야로 현지 성공 가능성이 높은 콘텐츠를 발굴하여 지속적인 마케팅 지원

- <가을동화>가 포맷 형태로 진출하여 중국 드라마 시청률 순위에서 2위 차지 ('10년 전략시장 진출 콘텐츠 유통지원)

- (중기) 국내 기업의 현지진출 종합 지원체계 마련
  - 안정적인 중국진출 지원이 가능한 공동제작 지원센터(인적교류, 번역, 더빙, 시나리오 공동 개발, 공동제작, 공동펀드 등)나 한중협력센터 필요

#### □ 애니메이션 (급격한 하락)

- (단기) 총량제 해소, 공동제작에 대한 정부간 협약체결 및 펀드 조성 등 정부간 협력관계 구축
  - KOCCA와 중국 문화부 대외협력국간 체결된 '한중 문화산업 합작실행계획(10, 12)'의 구체적 실행계획 추진
- (중기) 중국과의 합작 또는 공동제작 프로젝트에 대한 제작, 마케팅 지원체계 구축

#### □ 게임 (점진적 상승)

- (단기) 수출 성장세의 고점이 언제, 어디인지 분석 및 예측하는 수요 대응 필요
  - 중국 게임시장 현황분석 및 진출 가이드 제공
- (중기) 중국 시장 수출규모 유지전략 수립 지원
  - 중국사무소 시장분석, 기업 네트워크 역량 강화, 해외게임에 대한 판호 문제 등을 해결하기 위한 정부간 협력체계(한중게임공동위원회) 강화 필요

#### □ 방송 (유지모형)

- (단기) 현지 성공가능성 높은 스타콘텐츠 발굴지원
  - 한류스타 출연, 한중공동제작, 한류드라마 리메이크 등을 대상으로 스타 콘텐츠 발굴지원
- (중기) 중앙, 지방 정부와 협력을 통한 영상채널 확보사업 추진
  - 발굴된 스타 콘텐츠의 지속적 현지 유통채널 확보를 위한 지원책 마련(한중유통공사, 공동 방송사 설립 등)

### 3. 전략시장 진출 지원정책의 키워드

- 미국진출의 키워드

- 단기적으로 현지 성공가능 콘텐츠의 지속개발과 집중지원
- 중기적으로 메이저 기업간 네트워크 확보

## ○ 중국진출의 키워드

- 단기적으로 정부간 협력을 통한 시장개방 노력 및 제도적 협력방안 마련
- 중기적으로 산업간 교류 확대를 위한 협력기반 확충