중국자본의 유입이 한국영상콘텐츠산업에 미치는 영향에 대한 연구 - 드라마분야를 중심으로

김 주 영* · 이 민 화**

국문요약(Korean Abstract):

2014년부터 2016년 3월까지 한국의 드라마제작사 및 엔터테인먼트기업에 유입된 중국자본은 8699 억 여원에 달한다. 본 연구는 문헌연구방법과, 중국자본이 투입된 드라마제작사를 중심으로 한 사례연구 및 심층 인터뷰의 방식으로, 국내에 유입된 중국자본이 실제로 국내 콘텐츠기업에서 어떻게 활용되고 영향을 미치고 있는지를 실증적으로 파악하고자 했다. 또한 시나리오 법으로 중국자본 이후의 한국드라마콘텐츠산업의 미래를 예상해보고 유입된 중국자본을 어떻게 기회요인으로 활용할 것인지를 전망해보았다. 연구 결과, 중국자본은 국내 드라마제작사에 보다 안정적인 제작기반과 중국과의 공동제작, 중국 진출의 기회를 제공하고 있었으며, 제작사들이 저작권을 확보함으로써 제작자 우위의 현상이 일어나는 긍정적 효과를 보이고 있다. 하지만 중국자본이 철수할 경우의 불안요인이 여전히 남아있고, 중국자본의 수혜를 받으려는 방송사와 드라마제작사 사이의 새로운 경쟁이 나타나는 등 부작용도 드러나고 있다. 중국자본의 유입을 글로벌 콘텐츠 시장에 진출할 기회로 만들기 위한 최대의 관건은 국내 콘텐츠의 경쟁력 유지이다. 지속적인 인력양성 전략과, 신규인력을 육성할 수 있는 마이너 시장이 필요하며, 저작권을 확보하고, 적극적으로 중국 및 글로벌 시장으로 진출하려는 드라마제작사 스스로의 자구노력, 콘텐츠기업의 경쟁력과 대중국 협상력 강화를 위한 정부의 실질적인 정책지원이 시급하다. 또한 포스트 중국을 겨냥한 시장 다변화, 중국을 파트너로 바라보는 시각의 전환 등이 요구되는 것으로 드러났다.

주제어] 중국자본, 한국영상콘텐츠, 드라마, 글로벌 콘텐츠 시장.

* KAIST 문술미래전략대학원 과학저널리즘 석사과정. (ildddan@hanmail.net)
** KAIST 교수. 교신저자 (minhwalee@kaist.ac.kr)

Research on the impact of influx of Chinese capital on the Korean Broadcast Contents Market – focusing on the drama field

Joo young Kim* · Min hwa Lee**

Chinese capital that entered Korean drama production companies and entertainment companies from 2014 to March, 2016 amounts to over 816.4 billion won. Through literature research, case studies centering on drama produced with Chinese capital, and in-depth interviews, this study tried to empirically find out how Chinese capital that entered Korea are used in domestic contents companies and what kind of influence it has. Also, through scenario method, it expected the future of Korea's drama contents industry since the influx of Chinese capital and considered ways to use the influx of Chinese capital as an opportunity factor. The result showed that Chinese capital were offering stable foundation for production, joint production with China, and opportunities to enter Chinese market and by securing copyright, production companies had the positive effect of being in the superior position. However, unstable factors still exists if Chinese capital is withdrawn and there were side effects such as the new competition between broadcasting stations and drama production companies to get the benefit of Chinese capital. The most important issue to make the influx of Chinese capital an opportunity to enter the global contents market is to maintain competitiveness of domestic contents. Strategies for constantly raising talented people and minor markets that can raise new workforce are needed. Drama producers should try to secure copyright and make an active effort to branch out to Chinese and other global markets, and the governments should offer practical policy supports to enhance the competitiveness of contents companies and strengthen bargaining power against China. It is also required to diversify markets targeting post-China era and to change the perspective of seeing China as a partner.

Key words China's capital, and video content Korea, dramas and global content markets.

* KAIST Graduate School of Science Journalism Master Munsulfuturestrategy. (lldddan@hanmail.net)

**KAIST professor. Corresponding author (minhwalee@kaist.ac.kr)

<목차>

I. 서론 : 연구의 필요성과 목적
II. 선행연구 검토
III. 연구방법론
IV. 본론 : 중국자본 유입의 영향
4.1 한국영상콘텐츠산업의 중국자본 유입현황
4.2. 중국자본의 유입 이유
4.2.1 한류
4.2.2 중국의 문화콘텐츠산업 육성의지
4.2.3 한류콘텐츠에 대한 규제
4.2.4 중국내 플랫폼 경쟁과 일극양성제도,: 프리미엄콘텐츠의 필요성
4,3 국내 드라마제작사에 대한 사례연구
4.3.1 초록뱀
4.3.2 NEW
4.3.3 HB엔터테인먼트
4.3.4 팬엔터테인먼트
4.4 드라마제작 관계자들의 심층면접
4,5 결과 분석 종합
V, 본론 : 중국자본의 유입을 기회요인으로 만들기 위한 방안
5,1 시나리오기법으로 본 중국자본 이후 한국콘텐츠 시장의 미래
5,2 기회요인으로 만들기 위한 요소
VI. 결론 및 시사점

<참고문헌>

2404

I. 서론 : 연구의 필요성과 목적

전 세계 문화콘텐츠산업은 그 시장규모가 2009년부터 2018년까지 연평균 4,8%의 성장률을 보일 것으로 예상 된다[1]. 세계적인 저성장 기조 속에서 나 홀로 성장세를 이어가는 모양새다. 경제의 패러다임이 변화해, 삶의 질과 여가생활이 한층 중요해지면서 즐길 거리로서의 문화콘텐츠산업이 새로운 성장 동력으로 등장했고, 21세기는 문화산업의 시대가 될 것이라는 예측이 현상으로 구현되고 있다.

이러한 추세적 변화의 시기에, 세계의 공장이던 중국은 세계최대의 문화콘텐츠 시장이자 투자국으로 급부상하고 있다. 중국의 콘텐츠시장은 2018년까지 연평균 11%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망되고 있으며[2] 우리나라에도 영화, 게임, 방송 등 우리 문화콘텐츠의 주요 소비국이자, 자본투자국으로서, 우리 콘텐츠산업 생태계에 적지 않은 영향을 미치고 있다. 본격화될 문화콘텐츠의 시대에, 대규모로 유입된 중국자본이 어떤 영향을 미치게 될 것인지를 예측하고 그 대응방안을 모색하는 것은 우리 경제의 미래를 준비하는 차원에서 필요한 일이다. 이미 문화콘텐츠산업은 자동차산업과 IT 산업에 버금가는 규모로 성장했고, 앞으로는 그 비중이 더욱 커질 것이기 때문이다.

문화콘텐츠산업 중에서도 방송콘텐츠 부문은 가장 많은 비중을 차지하고 있는 분야이다[3]. 2000년대 초반부터 시작된 중국의 한국콘텐츠산업에의 투자는 초기에는 게임 산업에 집중되었으나 <상속자들>과 <별에서 온 그대>가 중국에서 빅 히트를 친 2014년 이후에는 드라마제작사 및 매니지먼트 기업에 활발하게 유입되고 있다. 2014년부터 2016년 3월까지, 해당 분야에 유입된 중국자본만 8699억 여 원에 달한다.[4] 2013년에 방송된 <별에서 온 그대>가 중국의 아이치이 등 인터넷 동영상 플랫폼에서 총 35억 뷰에 달하는 폭발적인 인기를 끌면서 한국 드라마의 경제적 가치가 크게 부각된 때문이다. 한국의 콘텐츠가 '돈'이 된다는 것을 알게 된 중국의 거대자본은 프로그램의 판권을 사들이는 것에 그치지 않고, 한국의 드라마제작사 및 매니지먼트사에 투자를 하기 시작했다.

중요한 것은 이렇게 유입되고 있는 중국자본이 한국의 콘텐츠 산업에 과연 어떤 영향을 미칠 것인가라는 문제이다. 턱없이 작은 내수시장에서 치열한 경쟁을 벌이며 적자에 허덕이고 있는 영세한 한국의 드라마제작사에게 중국자본의 유입은 생명수와 같은 기회임이 분명하다. 하지만 장기적 관점에서 볼 때, 중국 자본이 한국의 콘텐츠산업을 발전시키는데 도움이 될 마중물이 것인지, 자본을 잠식하고 한국을 중국의 콘텐츠 생산의 하청기지로 만드는 독이 될 것인지에 대해서는 논란이 있다.

본 연구는 게임, 영화, 드라마 및 매니지먼트 등 중국자본이 유입되고 있는 여러 분야 중에서도 가장 파괴력이 크고, 중국자본의 유입이 가시적 변화를 끌어내고 있는 드라마부문을 중심으로, 현재 진행되고 있는 중국자본의 유입이 한국의 콘텐츠산업에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 실증적으로 파악하는데 일차적 목적이 있다. 중국자본으로부터 지분투자를 받았거나, 중국과 함께 공동제작을 한 경험이 있는 드라마제작사를 대상으로 중국자본의 유입이 시작된 이후의 변화상을 조사하고, 그것이 실제 어떤 영향을 미치고 있는지를 분석해 보려 한다. 또한 장기적 관점에서 중국자본이 가지고 올 수 있는 기회적 요소를 극대화시키고, 혹시 일어날 수도 있는 부정적인 영향을 최소화하기 위하여, 즉 중국자본을 한국콘텐츠 산업의 발전을 이끌어내는 '약'으로 활용하기 위해서는 어떤 대응책이 필요한가를 알아보는 것이 연구의 또 다른 목적이다.

---

1) 윤정선(2015),「응답하라 2016 콘텐츠산업」, 현대증권, pp. 1.
2) 윗글 pp. 3.
3) 김영걸(2015), "KAIST 글로벌 엔터테인먼트산업 경쟁력 분석 보고서 2015,"「KAIST 정보미디어 연구센터」, pp. 4.
4) 2016년 공시자료, 기사를 종합해 추산한 내용임.

II. 선행연구

국내 콘텐츠 산업에 대한 중국자본의 영향, 특히 드라마부문에 특화된 내용으로는 논문 형식의 선행 연구는 나와 있지 않다. 드라마부문에 대한 중국자본의 유입이 본격화된 것은 2014년부터이고 지금도 계속되는 사안이기 때문일 것이다. 대신 각종 기사와 한국콘텐츠진흥원을 비롯한 연구기관들의 보고서, 투자증권사들의 분석보고서가 관련내용을 다루고 있다. 중국자본의 유입과 관련된 기존의 논의에는 두 가지 입장이 존재한다.

첫 번째는 중국자본의 유입이 한국의 콘텐츠제작사에게는 돌파구로 환영받고 있으나, 중국은 당장의 현실적 필요에 의해 한국콘텐츠 기업에 투자하는 것일 뿐 중국에 콘텐츠의 판권과 주도권을 빼앗기고 중국의 하청생산기지로 전락할 우려가 크다는 입장이다. 그 결과 한류(韓流)가 한류(漢流)로 바뀌고, 장기적 관점에서 한국의 콘텐츠산업은 몰락의 길로 접어들게 된다는 것이다.[5].

언론 보도에서도 비슷한 우려의 목소리가 적지 않다. "향후 한류 중심의 콘텐츠산업 육성이 필요한 상황에서 중국 등 외국 자본의 국내 콘텐츠 기업 인수는 한국 경제의 성장 잠재력이 훼손당하는 것(조강욱, 2015.)"[6]으로 보거나 "한중합작이 성행하면서 2차 판권을 중국에게 모두 내어주고 있어 대만의 전철을 밟는 건 아닌지 우려되는 상황.(이다원 2015)"[7]이라는 것이다.

많은 기사에서 언급되는 것이 대만의 전철이다. 대만은 1980년대 중반에서 90년대 중반까지 '꽃보다 남자' '판관 포청천' 과 같은 히트 작품들을 만들어냈던 아시아의 콘텐츠 강국이었다. 하지만 중국의 거대자본이 들어오면서 PD와 작가 등의 제작인력과 연예인들이 중국활동에만 매달리고, 중국 현지 입맛에 맞춘 콘텐츠가 쏟아지면서, 중국 내수시장에서의 성과가 줄고 더 이상 배울게 없어지자 중국 자본 역시 함께 철수했다.(고승희 2015.)[8]

중국자본 유입을 우려하는 입장을 정리해보면, 1)한국의 우수한 콘텐츠 제작인력과 노하우가 유출되고, 2)중국시장만을 노린 콘텐츠들이 대량생산 될 가능성이 높으며 3) 중국의 콘텐츠하청생산기지 역할을 하게 되고, 4)우리 콘텐츠의 비교우위가 사라지면 중국자본이 철수해 대만과 마찬가지로 콘텐츠 시장이 몰락할 수도 있다는 논리다.

그와 대척점에 있는 시각은 중국자본의 유입이 한국의 드라마제작 환경을 긍정적으로 바꾸어놓아, 우리 콘텐츠의 중국시장 진출과 글로벌화를 앞당길 수 있는 기회가 된다는 입장이다. 중국자본의 유입에 대해 국내언론이 기회보다 위기 요인을 부각시키는 것은 방송사의 입장을 대변하기 때문이며, 드라마제작사나 매니지먼트사 입장에선 분명한 기회이고, 향후 공동제작 등 중국에 진출할 기회가 될 수 있다고 본다[9]. 투자증권사들은 중국자본의 유입으로 '콘텐츠 제작사, 방송사들의 내수부진을 중국에서 극복할 수 있는 기회요인이 생성된 것'으로 보면서 중국에 프리미엄콘텐츠가 절실한 상황에서 한국의 드라마콘텐츠에 기회가 될 것이라고 보았다. (신건식. 2015)[10], 또한 중국자본으로 사전제작 사례가 증가하고, 선 판매를 통해 제작비를 보전하거나, 중국시장까지 겨냥해 PPL을 모집할 수 있기 때문에 드라마제작사의 매출 여건이 개선될 여지가 있는 것으로 본다. 제작환경이 개선되고 배우 캐스팅이 용이해짐으로써 작품의 완성도가 높아진다는 것도 장점으로 거론됐다,(KDB대우증권. 2016

---

5) 박상호(2016), "한중 FTA 발효에 따른 사회적 파급효과와 대응 방향,"「공공미디어연구소」, pp. 36.
6) 조강욱, "중국, 한국 굴뚝에서 문화컨텐츠 산업으로 투자 방향 전환," 「아시아경제」, 2015.04.02.
7) 이다원, "[M+기획…中쿼터제③] 껍질만 남은 대만 콘텐츠, 韓의 미래일까,"「MBN스타」, 2015.08.12.
8) 고승희, "[차이나머니, K엔터 공습③]"제2의 대만" vs "제3의 활로"…우려와 기대,"「헤럴드경제」, 2015.12.26.
9) 이대우(2014), "중국콘텐츠산업의 성장과 대응전략(방송)," 「KOCCA포커스」, 통권89호, 2014-12호, pp. 13.
10) 신건식(2015),「미디어」, BS투자증권, pp. 1-2.

.)[11]

투자증권사들의 보고서에서 공히 눈에 뜨이는 대목은 비로소 콘텐츠를 산업의 영역으로 바라볼 수 있게 되었다고 보는 점이다. 그 중요성은 인정되었으나, 수익성이 저조했기 때문에 투자대상으로는 볼 수 없었던 미디어, 콘텐츠 관련 산업을 한류 및 중국자본의 유입으로 인해 투자대상으로 주목하고 있었다. 콘텐츠산업이 드디어 자본이 주목하는 시장의 영역에 포함되었다는 이야기다.

기존의 연구들이 중국자본의 유입으로 인한 장점, 혹은 단점만을 강조하는 것은 아니었다. 다만 어떠한 측면에 더 주안점을 두는가에 따라 강조점이 달라지고 있었다. 본 연구는 기존 연구에서 거론되고 있는 중국자본의 유입으로 인해 일어나고 있는 현상, 그리고 발생할 것으로 예상되는 장점과 단점의 논거에 집중하여, 현재 일어나고 있는 상황을 분석하기로 한다.

III 연구방법론

2014년부터 2016년 3월까지 중국으로부터 자본을 유치한 드라마분야의 기업은 드라마제작사와 배매니지먼트 기업 등을 합쳐 12개 사이다. 본 연구는 이 12개 기업 중에서 분석의 대상을 드라마제작사로 한정했다. 드라마제작사는 전체 콘텐츠를 기획하고, 배우를 캐스팅하고, 최종적으로 작품을 제작하여 중국시장에 판매하는 콘텐즈 제작의 주체로서, 음반. 매니지먼트기업이나 특수효과를 담당하는 기업에 비해, 중국자본의 유입에 따라 큰 영향을 받게 될 곳이자, 향후 한국 콘텐츠시장의 미래를 좌우할 수 있는 핵심요소라 보았기 때문이다.

문화체육관광부의 통계에 따르면 2012년 현재 우리나라에 드라마제작사의 수는 175개이다. 하지만. 2012년 이후 정확한 수치는 알려져 있지 않고, 부침이 심한 드라마제작환경을 감안해 보건대. 수치의 변동은 적지 않을 것으로 보인다. 한국드라마제작사 협회에 따르면, 현재 드라마제작사 수는 150여개로 추산되고 그 중 연간 두 편 이상의 드라마를 제작할 능력이 되는 제작사는 10개 안팎에 불과하다. 그리고 그 제작사들 중에서 중국의 직접투자를 받은 제작사는 네 개 사이다.

연구의 대상이 되는 기업집단의 수가 적고, 중국자본이 유입되기 시작한 지가 그리 오래지 않기 때문에 에, 본 연구는 사례연구 방법으로 연구를 진행하였다. 문헌조사방법을 통하여 중국자본 유입의 현황과 유입의 이유, 전망 및 분석에 대한 기존의 연구를 확인하고, 중국으로부터 투자 받은 경험이 있는 4개의 제작사를 선정해, 사례연구 방식으로 중국자본이 실제로 이들 제작사들에 어떤 영향을 미치고 있는지를 알아보았다. 기업관련 자료 및 인터뷰를 통하여 중국자본이 유입된 이후의 경영상의 변화 및 경영상태, 프로그램의 제작편수와 규모, 저작권의 확보 유무, 중국과의 공동제작 여부 등을 조사해, 중국 자본이 해당 기업에 어떤 영향을 미치고 있는지를 실증적으로 조사했다. 아울러 국내 드라마 제작사 및 드라마제작사 관계자들과의 심층인터뷰를 통하여 중국자본의 유입이 어떤 영향을 미치고 있다고 보는지, 중국자본 유입에 따르는 불안요인을 없애기 위해서 필요한 정책 및 대안은 무엇이라 보는지를 포괄적으로 알아보았다.

중국자본이 가져올 수 있는 미래의 영향을 전망하고, 불안요인을 기회요인으로 가져가기 위해 필요한 요소를 알아보기 위해서는 시나리오 기법을 사용했다. 시나리오 법은 현시점 혹은 주어진 상황에서 장래 일어날 수 있는 상황을 이론적인 귀결로서 단계적으로 밝혀나가는 예측기법으로, 정치적 대안 모델이나 사회발전 등, 계량화하기 힘든 요인을 포함하는 문제의 대안 모델에 적합하다.

문헌조사, 사례연구, 심층인터뷰를 통하여 찾아낸 불확실성 요소들을 토대로 변인을 도출하고, 시나리오법의 최소접근법을 활용하여, 향후 중국자본의 유입 및 그에 대한 대응에 따라 전개될 한국 콘텐츠 산업의 미래와 유입되는 중국자본을 활용해 한국 콘텐츠산업을 발전시키기 위해 필요한 요인들은 어떤 것인지를 알아보았다.

---

[11] 문지현, 최홍매, 하누리(2016),「China, Next Player」, KDB증권, pp. 19-21.

Ⅳ. 본론 : 중국자본 유입의 영향

4.1 한국영상콘텐츠산업으로의 중국자본 유입현황

2천 년대 들어 중국 기업의 한국 기업에 대한 직접 투자는 급증하고 있다. 2014년에 약 1조 3,500억 원 수준이었던 중국 기업의 한국 기업에 대한 M&A 규모는 2008년의 120억 원에 비해 100배 이상 증가한 수치다. 2014년에는 특히 방송콘텐츠 산업에 대한 투자가 활발하게 일어난 것으로 조사되었다[12].

<표 1> 외국인 직접투자 (중국)

구분	2012년		2013년		2014년		2014년 비중	
	신고건수	신고금액	신고건수	신고금액	신고건수	신고금액	신고건수	신고금액
중국계	512	726,952	402	481,186	525	1,189,362	100.0	100.0
제조업 계	58	167,680	47	45,211	54	135,694	10.3	11.4
서비스업 계	440	552,934	344	432,902	455	1,044,367	86.7	87.8
게임소프트웨어개발업	11	4,847	6	3,358	9	7,850	1.7	0.7
광고영화 및 비디오제작업	0	0	1	93	0	0	0.0	0.0
기타문화·방송업	1	90	0	0	5	1,691	1.0	0.1

*자료: 콘텐츠진흥원 (단위 : 건, 천 달러, %)

2014년은 2013년 12월부터 2014년에 걸쳐 방영되었던 드라마 <별에서 온 그대>가 중국의 인터넷 동영상 사이트에서 큰 인기를 끌었던 시점이다. 이때부터 중국내 드라마 한류가 본격적으로 시작됐다[13]. 2014년부터 2016년 3월까지, 한국 내 영상콘텐츠 기업에 투자된 중국자본은 약 8164 억여 원이었다. 2010년부터 2013년까지 게임을 포함해 한국 콘텐츠기업에 투자된 돈이었던데 반해, 단기간에 급속도로 많은 자본이 유입된 것이다. 투자대상 기업은 드라마 및 예능 제작사와 매니지먼트사가 대종으로 애니메이션 제작사 및 특수효과사도 일부 포함돼 있다. (SM, YG 등의 연예기획사는 음반 및 매니지먼트를 겸하고 있다. 이들을 제외하고 순수 드라마제작 및 매니지먼트사로 들어온 중국자본은 5727억 원이다.)

<표 2> 한국방송콘텐츠산업에 대한 중국자본 유입현황

대상기업	투자기업	업종	투자액	시기	지분율
덱스터	DT캐피털파트너스	방송.엔터테인먼트	10억 6천만원	2014년	
덱스터	레전드캐피털	방송.엔터테인먼트	110억원	2014년	
로엔엔터테인먼트	어피니티 에쿼티 파트너스	엔터테인먼트	2,658억원	2014년	52.56%

12) 정미경(2015), 「2015 통계로 보는 콘텐츠 산업」, 한국콘텐츠진흥원, 통권99호, 제15-05호, pp. 7.
13) 2016년 공시자료 및 기사종합으로 추산한 것임.

와이지엔터테인먼트	L capital Management SAS	엔터테인먼트	821억원	2014.09	
SM엔터테인먼트	홍콩미디어아시아그룹	연예기획사	1,000억원	2014.09	합작펀드
키이스트	소후	연예기획사	150억원	2014.08	6.4% (2대주주)
NEW	화책미디어	방송, 엔터테인먼트	535억원	2014.10	15% (2대주주)
초록뱀미디어	주나 인터내셔널	방송	120억원	2014.11	31.4% (최대주주)
초록뱀미디어	Multiple ac-quirers	방송	100억원	2014.11	
레드로버	쑤닝유니버셜	애니메이션	341억원	2015.06	20.0% (최대주주)
씨그널엔터네인먼트그룹	SG인베스트먼트	엔터테인먼트	1000억원	2015.10	12.04 (최대주주)
초록뱀미디어	중국DMG그룹	방송	300억원	2015.11	25.9% (최대주주) 변경
FNC엔터테인먼트	쑤닝유니버셜	엔터테인먼트	336억원	2015.11	12.0%
씨그널엔터테인먼트	화이자신	종합 엔터테인먼트	214억원	2016.01	12.6% (최대주주) 변경
SM엔터테인먼트	알리바바	연예기획사	355억원	2016.02	4%
HB엔터테인먼트	화이브라더	엔터테인먼트	421억원	2016.03	30%
심엔터테인먼트	화이브라더	엔터테인먼트	228억원	2016.03	30.4% (최대주주)

*출처: 공시자료, 기사 종합 재구성. 총 투자금액 = 약 8699억 6천만 원

한국 콘텐츠기업에 투자한 중국의 투자주체는 중국내 1위의 드라마제작사이자 종합엔터테인먼트 기업인 저장화처미디어와 중국최대의 영화제작 배급사인 화이브라더스를 비롯해, 중국최대의 광고대행사이자 영화배급사 및 엔터테인먼트 그룹인 DMG 그룹 등 콘텐츠 관련 기업이 대다수였지만, 알리바바나 소후 등의 온라인기업, 부동산개발회사를 기반으로 하는 쑤닝 유니버설 미디어와 중국 최대의 마케팅 기업인 화이자신까지 다양하게 포진돼 있다.

4.2. 중국자본의 유입 이유

중국자본이 한국의 콘텐츠 기업에 유입되고 있는 원인을 살펴보는 것은, 앞으로 변화될 상황에 따라서 중국자본이 어떤 행보를 보일 것인지를 전망하기 위해서 중요한 사안이다.

4.2.1 중국내 방송 한류

중국기업들이 한국의 방송콘텐츠 기업에 투자하는 첫 번째 이유는 중국내 한류 때문이다. 2013년에 포맷을 구매해 중국에서 방영되었던 <나는 가수다> <아빠 어디가> 등의 예능 프로그램으로 방송사마다 큰 수익을 내고, 연이어 드라마 <상속자들>과 <별에서 온 그대>가 신드롬 급의 인기를 모으

며 엄청난 수익을 가져다주자, 중국 기업들은 드라마 판권을 사는데 그치지 않고, 드라마 제작사에 지분투자를 하거나, 인수를 하는 방식을 모색했다.

2013년에 후난 위성 TV는 <나는 가수다> 시즌2로 총 11억 위안. <아빠 어디가>로 총 16억 위안을 벌어들여 중국 돈 27억 위안, 한국 돈으로 4570여 억 원의 수익을 올렸다[14] <별에서 온 그대>의 판권을 산 중국내 1위의 동영상 사이트, 아이치이는 2014년 5월까지 중국 유료 다시보기 드라마사상 최고치인 25억 뷰를 달성해 천억 원이 넘는 광고수익을 올렸다. 투자대비 140배의 수익을 올린 것이다. 아이치이가 중국내 판권을 모두 가지고 있고, 아이치이를 포함해 전체 동영상 조회 수가 2014년 5월까지 37억 뷰에 달한데다, 2016년 1월에는 안휘위성TV에서 TV로도 방영이 됐으니 지금까지 <별에서 온 그대> 하나로 아이치이측이 올린 수익은 천억 원을 훌쩍 뛰어넘었을 것으로 보인다. 중국내 한류로 인해 우수한 한국의 콘텐츠 제작능력이 입증되고, 그것이 바로 수익으로 연결되면서 중국의 기업들은 더 많은 판권을 확보하고, 수익을 낼 수 있는 방식으로 직접투자를 선택했다고 볼 수 있다.

4.2.2 중국정부의 문화콘텐츠 산업 육성의지:

중국이 한국 방송콘텐츠기업에 투자를 시작한 또 하나의 이유는 문화 콘텐츠 산업을 국가의 기간사업으로 육성하고 있는 중국 당국의 정책의지 때문이다. 중국 정부는 2009년 8월, 최초의 문화콘텐츠 전문 규획인 문화산업文化产业振兴规划)[15] 을 발표했다. 영화, TV 제작, 연예오학, 디지털콘텐츠 애니메이션 분야를 중심으로 문화산업의 지원을 강화하며 TV 프로그램 생산능력 향상 등을 위한 다양한 지원 및 촉진계획을 수립했다. 2012년 시진핑이 국가주석이 되고, 정책이념으로 샤오캉 사회의 구현을 내세우면서 문화강국을 향한 정책의지는 더욱 확고해진다. 2014년 3월, 국무원은 사상 유례가 없는 강도로 《문화창작과 디자인 서비스 및 관련 산업의 융합발전 추진에 관한 약간의 의견》과 《대외문화무역 발전 가속화에 관한 의견》의 국가급 문건을 잇달아 발표하고, 문화 산업으로의 전환과 업그레이드, 질적 향상과 가속화를 위해 견고한 정책 보장을 제공했다[16]. 2015년 11월에는 13.5계획 건의문.(13번째 5개년 계획이라는 뜻)에서 향후 '문화 산업을 국민경제의 기간 지주(支柱)산업으로 발전시킬 것이라고 선언했다. 이듬해인 2016년에는 중국에서 가장 중요한 정치적 행사인 양회에서 문화산업 관련 정책들이 중요하게 언급되었다. 문화부부장 위수강은 2020년까지 문화산업의 비중을 5%까지 끌어올리겠다고 말했다.[17]

중국이 국가적 사업으로 문화산업육성책을 펴는 이유는 향후 문화콘텐츠 산업의 중요성을 익히 알고 있기 때문이다. 2014년 국무원이 내놓은 '문화창작과 디자인 서비스 및 관련 산업의 융합발전 추진에 관한 약간의 의견'에 따르면, "문화창작과 디자인서비스 등은 국민경제의 새로운 성장 동력을 육성하고, 국가문화의 소프트파워와 산업경쟁력을 향상시키는 중대한 조치"로서, "중국제조에서 중국창조로의 전환실현을 가속화하고, 상품과 서비스의 혁신을 촉진하고 신흥업종을 탄생시켜 일자리를 창출한다"고 밝히고 있다.[18] 문화콘텐츠 산업을 중심으로 중국의 경제구조를 바꾸고자 하는 것이다. 문화산업육성을 위한 중국정부의 의지는 몇 가지 차원에서 우리 드라마 산업과 관련이 있다.

우선, 국무원의 '의견'에 따라 우수한 콘텐츠 제작역량을 벤치마킹해 중국내 제작역량을 향상시킬 필요가 생긴다. 또한 중국은 문화산업관련 기업들의 대형화와 해외로 진출해 문화 분야의 투자협력,

---

14) 정혜연, "예능 한류에 중국 대륙 들썩, 중국인들 매료!," 「위클리공감」, 2016.02.01.

15) 문화산업진흥규획(文化产业振兴规划)) :중국 문화산업 진흥을 가속화해야 하는 중요성과 시급성을 설명하면서 중국 공산당 중앙의 지도 사상을 기초로, 동 규획의 기본 원칙과 목표, 8개항에 달하는 중점 임무, 정책적 조치 사항 등을 포괄적으로 제시한 문서.

16) 「중국 문화산업정책연구보고서(2013-2014)」, (2015), 한국콘텐츠진흥원, 15-03호, pp. 15.

17) 문지현, 최홍매, 하누리(2016), 「China, Next Player」, KDB증권, pp. 5-6.

18) 「중국 문화산업정책연구보고서(2013-2014)」, (2015), 한국콘텐츠진흥원, 15-03호, pp. 188.

국제마케팅 네트워크를 형성하는 것이 장려됐고, 그에 따른 금융 및 조세지원 혜택도 주어졌다.[19] 그 한국 콘텐츠기업은 상대적 비교우위에 따라 중국의 벤치마킹대상이자, 투자협력의 대상이 된 것이다. 2014년 이후 대대적으로 이뤄진 한국콘텐츠기업에 대한 투자는 큰 차원에서 중국정부의 문화산업정책이 뒷받침되고, 개개 기업들의 수익추구 움직임에 따라 이뤄진 것임을 알 수 있다.

4.2.3 중국정부의 한류콘텐츠에 대한 규제

중국은 중국기업들의 해외투자를 장려하는 한편, 한국의 방송콘텐츠에 대해서는 규제를 하는 이중 전략을 구사했다. 이 규제조치는 역으로 한국콘텐츠에 대한 수요를 높이는 작용을 했다. 2013년 예능 프로그램이 폭발적으로 인기를 끌자, 중국 국가신문출판광전총국(이후 광전총국)은 2013년 7월에 오디션 프로그램에 대한 총량규제를 시작했고, 2013년 10월에는 외국산 프로그램의 방송횟수 및 방송시간대를 제한하는 규제를 가했다. 중국정부의 문화산업육성정책에 따른 일종의 쿼터제다. 2014년 9월 2일에는 국가신문출판광전총국이 외국 영화 드라마 관리 통지를 발표해 인터넷 동영상 사이트까지 포함하는 외국 드라마 및 영화에 대한 규제를 강화했다. 2015년 4월 1일부터 공식적으로 시행되기로 했으나 2015년 1월 1일부터 시행되고 있는 이 규정의 핵심은 도입할 수 있는 외국 드라마 및 영화의 총 수량이 직전 연도 중국산의 30%를 넘지 못하도록 한 것과, 인터넷까지 사전 검열의 영역에 포함시킨 것이다. 이 규제조치로 인해, 한국산 드라마는 TV와 인터넷 동영상 사이트를 포함해, 실질적으로 방영편수가 제한되었고, 인터넷 동영상 사이트에 판매하는 드라마도 반드시 전편을 제작, 등록한 후 사전검열을 거쳐야 방송할 수 있는 변화를 맞게 됐다.

이 같은 규제는 일시적으로 한국드라마의 중국내 판권가격을 떨어뜨렸으나, 장기적으로는 중국내 미디어기업들에게 한국드라마 확보경쟁을 불러일으키는 결과를 가져왔다.

<그래프 1> 한국드라마 중국 전송료 추이[20]



*출처. 키움증권

<표 3> 중국의 외국드라마 수입규제

* 출처: SARFT 키움증권 2016 재인용

---

19) 대외문화무역 발전 가속화에 관한 의견(국무원, 2014.3)

20) 별에서 온 그대이후 급속하게 오르던 한국 드라마의 전송권 가격은 <피노키오>의 편당 28만 불까지 올랐으나 중국당국의 규제가 발표된 2014년 이후 크게 떨어졌다. 그러나 사전제작 방식이 도입된 2016년에 대폭 올랐고, 2017년에는 더욱 오를 것으로 전망되고 있다.

시행 시기	채널	규제 내용
2012.02	TV station	해외 수입 드라마 방송은 전체 시간의 25%를 넘어서는 안됨
2012.02	TV station	해외 수입 드라마 방송은 프라임 방송 시간(7:00-10:00pm)대에 방영 금지
2015.01	Video Portal	해외 드라마 수입을 직전 년도 중국 드라마 콘텐츠 대비 30%로 제한
2015.04	Video Portal	온라인 송출이전에 광전총국으로부터 사전 심의를 통해 허가를 받아야함 시즌제의 경우 1시즌 이상을 대본과 함께 광전총국에 제출

기왕에 제한된 편수의 외국드라마를 편성해야한다면, 기본적으로 4억 뷰 이상의 시청률을 보장하는 믿을만한 콘텐츠로서, 중국드라마에 비해 저렴하면서도 수익성 좋은 한국드라마에 대한 필요가 생긴 때문이다.

한국드라마를 방영하려면 사전 검열을 받아야 하고, 전편의 콘텐츠가 등록돼야 했기 때문에 사전제작과 공동제작이 시도됐다. 드라마의 사전제작을 위해서는 한 시리즈 당 100억 원에 육박하는 제작비가 선투자 되어야 했기 때문에, 판권 선 판매라는 형식과 지분투자라는 형식으로 자본이 유입될 계기가 마련됐다. 공동제작방식도 적극 시도됐는데, 한중이 합작해 창작한 콘텐츠는 중국에서 만든 콘텐츠의 일종으로 인정이 되기 때문에 검열 및 심의를 빠르고 쉽게 통과하는 것이 가능하며, 쿼터제의 영향을 받지 않게 되기 때문이다.[21)]

4.2.4 중국내 플랫폼 경쟁과 일극양성제도,: 프리미엄콘텐츠의 필요성

중국에는 플랫폼이 많다. 우리가 아는 전국단위 지상파 방송사인 공영 CCTV를 비롯해서 각 성에 존재하는 전국 단위의 위성TV들, 성급 협급 지역단위의 지상파채널이 따로 있어, 라디오를 제외한 TV 채널만 전국에 총 1336개의 방송채널이 있다. 여기에 7개의 IPTV와 수백 개의 케이블 채널이 별도로 존재한다[22)]. 그 위에 최근 급속도도 보급된 인터넷망의 온라인 동영상 플랫폼과, 스마트폰 보급에 따른 모바일 플랫폼 등이 치열한 경쟁구도에 놓여있다. 그중 최근 들어 가장 급성장 하고 있는 곳이 온라인 동영상 플랫폼과 모바일 플랫폼으로, 알리바바, 텐센트, 바이두 등 소위 BAT로 불리는 중국의 IT 공룡기업들이 모두 다각도의 M&A를 통해 온라인 및 모바일 플랫폼에 진출하고 있다. 이들 기업은 2015년부터 본격적으로 관련시장에 진입해 바이두그룹은 바이두바이슈(百度百秀)라는 그룹 산하 엔터테인먼트 방송 플랫폼을 출시해 주로 PC 이용자 위주, 현장중계 위주의 방송 콘텐츠를 제작 중이다. 또한 아이치이- 치슈(愛奇藝- 奇秀)라는 아이치이(愛奇藝) 내 독립된 방송 플랫폼을 출시해 현재 엔터테인먼트, 라이프 등의 콘텐츠 위주로 아이치이 앱 내 편입되었다.[23)]

플랫폼이 다양해지고 플랫폼에 연동되는 광고시장이 늘어나면서, 우수한 콘텐츠의 필요성이 증대됐다. 그 콘텐츠 중에 가장 파괴력이 있는 콘텐츠가 바로 드라마이다. 향후 더욱 심화될 플랫폼 경쟁에서 승리하기 위해서, 검증된 퀄리티를 보유하고 있는 한국 드라마를 확보하려는 노력이 필요해진다.

2015년 1월부터 시행된 일극양성제도도 프리미엄 콘텐츠에 대한 수요를 만들어냈다. 중국은 하나의 드라마를 네 개의 성에 판매할 수 있는 일극사성제도를 시행하고 있었는데, 중국정부는 콘텐츠의 질적 향상을 기하려는 목표로 2015년 1월 1일부로 하나의 드라마를 두 개의 성에만 판매할 수 있는 일극양성제도를 채택한다. 판매처가 줄어들어 제작비를 회수하기 어려워진 중국의 제작사들은 PPL, 동영상 플랫폼 판매 등, 부가 수익을 올릴 수 있는 고퀄리티 콘텐츠를 찾게 되었고, 그것이 한국드라

21) 박상호(2016), “한중 FTA 발효에 따른 사회적 파급효과와 대응 방향,”「공공미디어연구소」, pp. 22.
22) 신건식(2015),「미디어」, BS투자증권, pp. 9.
23) 이형직, “중국, 인터넷 엔터테인먼트 방송시장분석,”「KOTRA」, 2016.06.29.

마제작사에 투자하는 계기가 된 것으로 보인다.

4,3 국내 드라마제작사에 대한 사례연구

중국자본이 한국 콘텐츠산업에 어떤 영향을 미쳤는지를 알아보기 위해, 중국에서 자본이 유입된 세 가지 형태의 드라마제작사에 대한 사례연구를 시도했다. 분석대상은 중국자본의 투자로 대주주가 중국기업으로 바뀐 초록뱀과, 영화제작사로 지분투자형태로 중국자본을 투자받았고, 드라마 태양의 후예를 성공적으로 사전제작, 방영한 NEW, 비상장 기업이지만, 드라마한류를 이끌어낸 주인공으로 중국으로부터 지분투자형태로 자본을 투자받은 HB엔터테인먼트, 지분투자형태는 아니지만 최초로 중국과 50대 50 공동제작 형태로 드라마제작을 시도했던 팬엔터테인먼트이다. 각각의 사례에 대해 중국자본의 영향을 알아보기 위하여 1)중국자본이 들어온 형태는 무엇인지, 2)중국자본이 유입된 이후 드라마제작편수의 증감 및 변화상, 3)중국과의 공동제작 여부 4)중국진출형태 5)경영상의 변화 6)주가추이 등을 중점적으로 살펴보고, 해당기업 관계자의 인터뷰를 통하여 어떤 변화가 있었는지를 추가로 확인해 보았다.[24)]

4.3.1 초록뱀

초록뱀은 2000년에 설립되어 '올인' '주몽' 'K팝스타' '거침없이 하이킥 '등의 드라마와 시트콤을 제작해온 우리나라의 대표적인 외주제작사이다. 2002년에 코스닥에 상장됐고, 2008년 5월부터 방송프로그램 제작 및 공급이 주요 사업이다. 2007년, 글로벌 투자은행 메릴린치로부터 5년 만기로 140억 원을 투자받은 것을 시작으로 2011년에 일본의 소넷엔터테인먼트가 50억 원, 2014년에 홍콩계 주나인터내셔널이 120억 2천만 원을 투자했다. 2015년 11월에는 중국의 DMG 그룹이 250억 원을 투자해 지분율 25.9%로 최대주주가 됐다.

DMG 그룹에 인수된 직후인 11월24일 임시주주총회를 통해 정관에 매니저업, 화장품제조판매업, 외식업, 프랜차이즈사업 등의 신규 사업을 추가하고, 여의도 '스카이팜'으로 2006년에 접었던 외식사업에 재진출했다.[25)] 2015년 12월에는 SH 엔터테인먼트를 인수함으로써, SH엔터테인먼트 산하의 김종학프로덕션(드라마제작), 에이나인미디어(예능제작업) 파워엠이엔티(모델 에이전시) 3개 회사를 산하에 두게 되었고, 매니지먼트업체인 초록뱀이앤엠과 티엔네이션엔터테인먼트, 방송프로그램제작 및 판매사인 아시아드림TV, 화정문화산업전문회사, 태이크원, 힐러문화산업전문회사 등 모두 7개사를 계열사로 두고 있다.

같은 해 12월 29일에는 DMG 그룹과 함께 30부작 한중합작드라마 '비취연인'을 공동제작 한다고 발표했다. 초록뱀측은 '비취연인'은 제작비 400억규모로 DMG 그룹이 주도적으로 중국내 제작을 맡는다, 초록뱀은 감독과 헤드스태프를 파견해 프로듀싱에 참여하고, 배우를 캐스팅하는 역할을 했다. 투자와 수익은 3대 1의 비중이다. 비취연인'을 시작으로 향후 중국시장에서 인기를 얻을 드라마와 예능의 본격적인 제작을 추진할 것이라고 밝혔다[26)].

김종학프로덕션에서 진행하고 있던 한중합작 웹드라마 제작도 활발해졌다. 2016년 2월에는 웹드라마 '두근두근 스파이크2'를 제작해 소후닷컴을 통해 중국에 선공개, 웰메이드 웹드라마라는 반응을 얻었고, 2016년 7월에는 또 하나의 웹드라마 '고흐의 별이 빛나는 밤에'도 소후닷컴을 통해 방영예정

24) 해당기업들의 공시자료, 증권사들의 보고서, 기사자료 및 관계자에 대한 인터뷰를 참조해 종합함.
25) 공도윤, "초록뱀, 접었던 외식사업 여의도 '스카이팜'으로 재개,"「아시아경제」, 2015.11.30.
26) 초록뱀관계자 인터뷰

2413

이다.[27]

2016년에 제작하는 콘텐츠 수는 전년대비 50% 늘어난 6개로 파악됐다. tvN의 '또 오해영'을 비롯해, MBC에서 방영되는 'W', 8월 방영 예정인 주말 50부작 드라마와 K팝스타 시즌 5 외에도 4분기에 추가로 두 개의 작품을 기획중이다.

초록뱀 관계자는 "투자 시에 (중국 측이 원하는)경영진을 등기임원으로 유지하는 것 외에 특별한 조건이 없었다. 나머지 경영사항은 모두 경영진이 스스로 책임지고 결정한다, 경영을 잘 해서 기업 가치를 높이는 것이 중요하다. 메릴린치의 자본이 들어왔을 때는 일정조건에 적합해야 콘텐츠를 제작할 수 있었고, 경영에 따르는 책임소재부분도 명확했지만, 그에 비해 중국자본은 훨씬 덜 까다롭고, 투자받은 이후 주가도 오르고, 프로그램제작도 대량으로 스케일 큰 기획이 가능해졌다"고 말했다[28].

DMG 그룹이 대주주가 된 이후 짧은 기간 내에 대표이사가 여러 차례 바뀌는 등, 초록뱀 내부의 경영권을 둘러싼 변화가 엿보인다[29]. 경영에 간섭이 없다고 하지만, 투자와 동시에 인수합병을 통하여 덩치를 키우고, 생활문화 방면으로 사업영역을 확장한 것은 향후 드라마를 바탕으로 한 화장품, 외식산업까지 염두에 둔 사업 확장으로 대주주의 의지였을 것으로 보여진다. 안정적인 자금 확보로 대량 기획과 규모에 구애받지 않는 기획을 할 수 있게 된 점, 중국과 공동제작형태로 시작해, 향후 중국 드라마시장에 진출한다든지, 글로벌 시장에 진출할 여지가 높아진 점은 긍정적인 요소이다. DMG 미디어그룹은 1993년 설립된 글로벌 엔터테인먼트 그룹으로 헐리우드 영화 아이언맨 3, 등의 공동제작했고, 세계 3대 만화출판사인 벨리언트 엔터테인먼트를 인수 해 2천 개가 넘는 캐릭터를 보유하고 있다.[30] 글로벌 기업인만큼, 초록뱀의 중국시장 및 글로벌 시장 진출에도 기여할 수 있을 것으로 예상된다.

4.3.2 NEW.

2008년에 설립해, 2012년 1월에 넥스트엔터테인먼트를 합병하면서 NEW로 상호를 변경했다. 2013년 1월에 배급사별 월별 점유율에서 CJE&M을 제치고 1위를 차지했으며 시가총액 3천억 원이 넘는 대형 배급사로, '7번방의 선물', '변호인' '신세계' '연평해전' 등의 영화를 제작했다,

2014년 10월에 화처미디어가 535억을 투자해 지분 15%로 2대 주주에 올랐다. 2016년 3월에 '태양의 후예'를 100% 사전 제작해 중국과 동시 방영했다. 중국의 동영상플랫폼 아이치이에 회당 150만 위안(약 3억원)에 판권을 판매했고, 광고수익 리메이크 판권수출 OST 수출 등으로 천만 영화 수준의 수익을 거둔 것으로 알려졌다.[31]. 영화 '대호'의 흥행실패로 인한 손실을 '태양의 후예'로 만회하면서 2016년 6월 8일에는 사내에 드라마사업부를 새로 만들었을 뿐만 아니라 별도법인까지 고려하고 있다(태양의 후예는 TF 팀 체제로 제작됐다). 향후 드라마제작에 적극적으로 나설 의지를 보이는 것이며 사업의 무게중심을 드라마 중심으로 이동할 여지까지 보인다.[32]

대중국 사업도 활발해졌다. 투자받은 지 1년 뒤인 2015년 10월 5일, 화책합신 (HUACE & NEW 華策合新)이라는 합자회사를 중국에서 출범시켰다. 화처미디어와 NEW가 50대 50으로 출자한 합자법인으로 화처미디어의 중국 내 네트워크를 기반으로 한 콘텐츠 기획 개발을 해 나갈 것으로 알려졌다. 공동제작의 첫 작품으로 선정된 강풀 원작의 영화 '마녀'는 NEW와 화처미디어가 기획 개발단계부터

---

27) 최지수, "송재림-황승언 '두근두근 스파이크', 한중합작 사전제작 웹 드라마 열풍 잇는다,"「국제신문」, 2016.6.25.
28) 초록뱀관계자 인터뷰
29) 2016.5 공시자료
30) 연승, "초록뱀미디어, 중국 드라마시장 본격 진출,"「서울경제」, 2015.12.29.
31) 장효원, "NEW, 부산행 1000만 돌파시 신뢰 회복… 목표주가↑,"「머니투데이」, 2016.07.21.
32) 김나영, "NEW 태후 인기 딛고 드라마사업부신규출범,"「더벨」, 2016.06.18.

함께 지재권 확보하고, 한국과 중국에 최적화된 영화 두 편을 제작하는 첫 사례다. 그 외에도 국내에 개봉했던 '뷰티 인사이드' '더 폰'등의 중국판도 제작할 예정이다.[33].

NEW는 태원영화사와 함께 ABC스튜디오, 디즈니미디어디스트리뷰션(DMD)와 손잡고 크리미널 마인드를 리메이크하기로 함으로써, 글로벌 시장에도 진출하기 시작했다. 크리미널마인드는 2005년에 미국 CBS에서 방영된 후 시즌 11까지 방영되면서 회담 평균 1300만 명이 시청하는 인기 콘텐츠로 새로운 매력의 한국드라마를 만들겠다는 포부다. 완성된 드라마의 한중일을 제외한 나머지 국가의 유통은 DMD가 맡게 된다.[34].

NEW는 2016년 4월에 300억 원을 들여 신도림 테크노마트의 11층에서 14층까지 4개 층을 인수해 극장사업에도 진출할 것이라는 예상을 낳고 있다. 증권가에서는 제작, 투자 배급업에서 극장사업으로 영역을 넓힐 경우, 안정적인 현금흐름을 창출해 이익기반 다질 수 있다고 본다[35].

NEW의 경우, 현재까지 중국자본의 유입으로 인한 불안요인은 보이지 않는다. 대신 중국시장에 활발하게 진출하고 안정적인 사업다각화의 길을 걷고 있는 모습이다. 현재 화처미디어측이 15%, 김우택 총괄대표가 37.17%의 지분을 보유해 중국자본에 의해 좌지우지될 여지는 없는 것으로 보인다.

4.3..3 HB 엔터테인먼트

HB엔터테인먼트는 2006년에 설립된 종합엔터테인먼트 기업이다. 비상장 회사로, 드라마제작 및 매니지먼트사업, OST 사업 등의 부가사업을 벌이고 있다. 설립 후 '이웃집 웬수' '유령' '내딸 서영이' 등의 드라마를 제작했고, 2013년 '별에서 온 그대'로 중국 속에 한국 드라마한류를 일으켰다.

중국내 판권 판매액은 6억 7천만 원에 불과했으나, '별에서 온 그대' 이후인 2014에는 매출액이 전년대비 230.3% 오른 364억 7900만원, 영업이익은 669.9% 증가한 79억 1300만원으로 상장된 드라마제작사들을 제치고, 가장 뛰어난 실적을 냈다.[36]

2016년 3월에 중국의 화이브라더스가 421억 2720만원을 투자해, HB의 지분 30%를 인수했다. 투자조건은 밝혀져 있지 않지만, 2016년 6월 현재, 실질적으로 투자금이 지급되지 않은 상태라, 중국투자로 인한 경영상의 변화는 거의 없다고 판단된다.

HB 엔터테인먼트는 드라마로 인한 부가사업에 더욱 집중할 것으로 보인다. '별에서 온 그대'의 경험을 바탕으로 향후 드라마의 저작권을 확보해 부가사업을 벌일 수 있도록 법적 검토를 통해 내부 시스템을 정비했고, 기존에 케이블 및 웹 판권 수준이었던 드라마 관련 사업을 OST, MD 등으로 보다 세분화 했다.[37] 현재 HB 엔터테인먼트는 드라마 '신데렐라와 네 명의 기사'를 100% 사전제작 해 국내와 중국에 동시방영을 앞두고 있다. 제작비는 화이브라더스와 무관한 홍콩계의 3개 자본에 프로젝트 파이낸싱 형태로 100% 투자 받았다. 향후 드라마 판매 및 부가 상품 판매에 따라 상당한 부가수익을 기대할 수 있다. 일본영화 러브레터를 한국드라마로 리메이크 하는 작업도 진행 중이다. 한일합작드라마로 제작할 것으로 알려졌다.

HB엔터테인먼트는 중국자본이 들어오기 이전에도, 꾸준히 좋은 실적을 내오던 제작사다. 2011년

---

33) 신진아, "한중합작법인 화책합신, 영화제작 스타트… 마녀·뷰티인사이드·더폰," 「뉴시스」, 2015.11.26.

34) 이원광, "'태양의 후예'·'아이리스' 제작사, 미드 리메이크에 의기투합," 「머니투데이」, 2016.06.08.

35) 손효능, "넥스트엔터테인먼트, 극장사업에 진출하나..," 「비즈니스포스트」, 2016.04.01.

36) 김건우, "별그대 효과, HB 엔터 문보미대표 배당금만 24.7억원," 「머니투데이」, 2015.04.10.

37) 변희원회 1명, "드라마 '별에서 온 그대' 제작사, 中판권 고작 6억… "中 온라인 배급사는 1000억 떼돈,"「조선닷컴」, 2014.10.13.

매출 47억 4800만원, 영업이익 1억 110만원이던 것이 2013년에 매출 162억 2800만원, 영업이익은 20배나 늘어난 22억 7800만원으로 뛰어올랐고, '별에서 온 그대'로 가장 뛰어난 실적을 낸 제작사가 됐다. 드라마의 저작권 및 상표권까지 미리 확보하는 전략으로 부가사업으로 인한 수익도 높다. HB엔터테인먼트 측은 향후 1) 디즈니나 폭스와 같은 글로벌 제작사가 되는 것이 목표이며, 2)글로벌 제작사와의 협력이 매우 중요하며 3)적극적인 현지화전략을 추구하면서 4)한국의 우수한 콘텐츠제작 능력과 글로벌 유통파워가 결합된다면 한국을 넘는 글로벌 콘텐츠리더가 될 수 있을 것이라고 밝혔다.[38] 아직 뚜렷한 변화는 보이지 않지만, "중국의 투자자가 여러 조건을 내걸었지만, 꾸준히 협상해 원하는 방향으로 계약을 이끌어낼 수 있었다.[39]"는 말에서 드러나듯이, '별에서 온 그대'라는 콘텐츠제작의 파워와, 현재의 실적이 중국자본과의 투자협상에서 중요한 역할을 하는 것으로 보인다.

4.3.4 팬엔터테인먼트

팬엔터테인먼트는 1998년에 설립돼 2002년에 겨울연가를 제작함으로써 드라마전문 제작사로 입지굳힌 곳이다. '해를 품은 달' 등의 히트 드라마를 다수 제작했고 매출액의 81.4%가 방송사에 제작 공급하는 TV 방송용 드라마에서 나오는 구조다. 팬엔터테인먼트는 중국으로부터 직접 자본투자를 받지는 않았지만, 중국자본의 유입이 가져올 영향을 분석함에 있어 유의미한 시사점이 있다고 판단돼 분석대상으로 삼았다.

<표 4> 중국자본이 투자된 드라마제작사의 변화상 요약

구분	초록뱀	NEW	HB엔터테인먼트	* 팬엔터테인먼트
설립	2000년	2008년	2006년	1998년
주요 작품	올인, 주몽, K팝스타 거침없이 하이킥 등	7번방의 선물, 변호인, 연평해전, 태양의 후예 등	내딸 서영이, 별에서 온 그대 펀치, 용팔이	겨울연가, 해를 품은 달, 킬미힐미' 등
투자 현황	2015년 11월 DMG그룹 250억원 (지분율 25.9%), ** 최대주주	2014년 10월 화처미디어 535억원 (지분율 15%)	2016년 3월 화이브라더스 421억 2720만원 (지분율 30%)	2014년 9월 화처미디어 150억 원 (공동제작)
투자 이후 변화	- 2016년 콘텐츠 제작 50% 증가. - 신규사업 추가 - 계열사 증가	-2016년 드라마 사업부 신규 출범 -'크리미널마인드' 리메이크	- 신데렐라와 네 명의 기사들' 사전제작 - 드라마판권 및 상표권 확보 부가사업 확장	-중국 규제변화로 수출 차질, 국내 방송사 편성 지연 피해
중국	-'비취연인'(공동제작)	- 중국합자법인		**2016년

38) 장윤정, "한류드라마를 움직이는 사람들③]'별그대' 문보미 HB엔터테인먼트 대표. "현지화 전략, 폭스 디즈니가 목표," 「아주뉴스」, 2016.6.24.
39) HB엔터테인먼트 관계자 인터뷰

진출	- 웹드라마 '두근두근스파이크 2' '고호의 별이 빛나는 밤에' (2016)	'화책합신' 설립 (50대 50) - '태양의 후예' 한중 동시방영 - 화처미디어와 영화 공동제작 (2016)	중국 HB오락공사 설립 (2015. 투자와 무관)	실적개선, 중국에 판권 판매.

*출처: 기사자료 및 인터뷰 종합

팬엔터테인먼트는 2014년 9월에 드라마 '킬미힐미'를 화처미디어와 합작해 공동제작한다고 발표했다. 제작비 150억원 규모에 공동수익배분형식으로 2년여의 준비기간을 가지고 한국과 중국 동시방영을 목표로 했다. 당시 중국의 자본과 한국의 기획력 및 제작노하우가 결합된 최초의 프로젝트로 큰 주목을 받았다. 그동안은 중국내 판권 일체를 판매하는 방식이었지만 이 계약은 드라마 제작에 공동투자하고 수익도 공동으로 배분하는 방식이라, 국내와 중국의 PPL 광고수익등 부가수익도 극대화될 것으로 예상됐기 때문이다. 팬엔터테인먼트는 이 프로젝트를 시작으로 한국은 물론 중화권 시장을 공략할 콘텐츠를 지속적으로 공동제작 계획이며 전세계를 대상으로 콘텐츠를 함께 제작 유통하기 위한 합작법인 설립을 추진할 계획이라고 밝혔다.[40]

하지만 2014년 10월, 중국이 외국드라마 및 영화의 총수량이 직전 연도 중국산의 30%를 넘지 못하며 인터넷까지 사전검열의 대상으로 포함시키고, 전편을 사전등록 하도록 하는 규제 조치를 발표하면서 공동제작 시도는 무산됐다. 이 영향으로 팬앤터테인먼트는 자금문제, '킬미힐미'의 국내 방송사 편성 지연 등의 어려움을 겪으며 2015년도의 실적이 부진하게 됐다.

2016년엔 '닥터스'의 판권을 편당 10만 달러에 판매하는 등, 실적이 개선되어 사상 최대의 실적을 올릴 것으로 예상되지만, 팬엔터테인먼트의 사례는 중국과의 합작, 혹은 계약관계에서 '킬미힐미'와 같은 예상외의 변수가 언제든지 발생할 수 있다는 점에서 유의미하다. 투자된 중국자본이 중국국내의 상황변화나 한국과의 관계변화 등에 따라서 얼마든지 빠져나갈 수도 있다는 것을 예상하게 한다.

4.4 드라마제작 관계자들의 심층면접

중국자본 유치 여부와 무관하게 네 명의 드라마제작 관계자들과의 심층인터뷰를 통하여 1)드라마 제작사 및 관련업계가 중국자본 유입을 어떻게 받아들이고 있는지, 2)투자된 중국자본이 경영상에 어떤 영향을 미치고 있는지, 3) 향후 유입된 중국자본으로 인하여 변화를 예상하고 있는지, 4)중국자본을 한국 콘텐츠 업계의 발전을 위해 무엇이 필요하다고 생각하는지를 알아보았다. 관계자들의 의견을 종합해 보면 다음과 같다.

1) 한국의 드라마제작사 대부분은 중국자본의 유입을 절대적으로 환영하고 있었다. 중국자본이 유입되면서 안정적인 재무구조와 충분한 현금을 확보할 수 있어 동시다발적으로 보다 많은 기획을 할 수 있게 됐고, 기존에 할 수 없었던 공격적인 마케팅과 거창한 스케일의 드라마를 기획하는 것도 가능해졌다. (A 이사). 중국자본으로 사전제작을 할 수 있게 되면서 제작사들이 저작권을 가질 수 있게 되어 제작사들의 자생력이 생긴 것도 긍정적인 변화다. (B 국장).

40) 홍미경, "150억 규모 韓中 합작 드라마 '킬미 힐미' 제작 초읽기…팬엔터테인먼트 제작,"「뉴스웨이」, 2014.09.01.

2) 관계자들은 중국자본을 새로운 시장으로 진출할 수 있는 도구이자 기회로 생각하고 있었다. 중국자본유입으로 중국내 네트워크가 생기고, 공동제작 등의 형태로 중국시장에 직접 진출할 기회가 생겼으며 거대 중국자본을 활용해 봉준호, 박찬욱 감독이 영화에서 그랬듯이 글로벌 프로젝트를 추진해 봐야 할 때라고 보았다.(C 이사) 현재 중국의 목표는 한국의 모든 시스템을 벤치마킹해서 가보자는 것이고, 이 분위기를 활용해 현지화 전략을 써서 중국현지로 진출하고 장기적으로는 넓은 시장에서 좋은 꽌시를 이용해서 성장해 나가야할 것이라고 말한다.(D 본부장)

3) 중국자본의 부정적 영향에 대해서는 큰 걱정을 하지 않고 있었다. 현재 한국 드라마의 비교우위를 활용해서 협상을 잘 하면 중국자본의 요구에 휘둘리지 않을 수 있다. 한국드라마는 내수용으로 성공한 것이 수출되는 상황이니, 내수시장을 포기할 수 없고,(C 이사). 중국은 이미 세계 콘텐츠시장의 큰 손으로 헐리우드 작품에 투자하고 있지만 실제 영향은 중국배우가 한두 명 출연하고, 중국에 긍정적인 내용이 조금 보태지는 정도이다. 한국과 중국은 언어도 다르고 외모와 감성도 달라, 현재의 경쟁력만 유지한다면 대만의 전철을 밟을 수는 없다고 생각했다.(D 본부장)

4) 관계자들은 향후 3년에서 5년이면 중국자본 유입 붐이 사그라질 것이라고 예상했다. 일본이 그랬듯이 중국시장도 언제 끝날지 모르므로 중국시장이 문 닫히기 전에 다른 곳으로 전략적 진입이 필요하다고 보았다.(C 이사 B 국장)

5) 한국 드라마의 비교우위요소에 대해서는 전원이 작가가 창작하는 '스토리'의 우위를 꼽았다. 감독과 작가 중심의 한국적 제작시스템도 경쟁력으로 꼽혔다. 중국 배우와 달리 열성적으로 촬영에 임하는 배우와 감독이 주도권을 가지고 프로그램을 관장해, 드라마의 퀄러티를 보장한다는 것이다. (D 본부장, B국장)

6) 향후 드라마제작사가 나아가야할 방향에 대해서는 한국 드라마의 경쟁력을 계속 키워나가는 가운데, 중국현지 시장으로의 진출, 포스트 중국을 모색하는 것으로 의견이 모아졌다. 경쟁력의 핵심인 작가양성시스템이 마련돼야하고 C. 이사) 중국과의 좋은 협력관계를 구축해 결국 중국 현지의 드라마 시장으로 진출해야하며, 중국이외의 시장으로 판로를 다변화 시켜 궁극적으로는 글로벌 시장으로 나가야 한다는 의견이다. (A 이사, C이사, D본부장) 그러기 위해서는 중국에 대한 관점의 전환이 필요하다고 보았다. 중국과 글로벌 시장으로 나갈 동반자의식, 장기적인 파트너십을 가져야 한다는 것이다.

7) 정부지원 정책제안

정부 정책에 대해서는 경쟁력 확보를 위한 시스템적 지원이 필요하다고 보았다. 신진작가 양성을 위한 단막극 체제가 부활되어야 하고, 중국 현지 진출에 필요한 비자문제 및 규제문제 해결 등 환경조성에 정부가 역할을 해야 한다는 의견이었다. 국내외에서 중국과의 유리한 협상을 위해 실무에 정통한 저작권 전문가도 양성되어야 하고,(A 이사, C 이사) 포스트 중국시장을 위해 정보를 주거나, 시장진출을 도울 방안을 마련해야 한다고 했다. KBS의 몬스터 유니온과 같이 지상파가 별도의 제작사를 설립해 드라마제작사들과 중국자본을 둔 경쟁관계에 놓이게 되는 것은 모두 우려하고 있었다.

4,5 결과 분석 종합

2418

사례분석과 심층인터뷰 결과를 종합해서 중국자본의 유입에 따른 영향력을 분석해 보면 다음과 같다.

1) 중국자본 유입은 현재까지는 한국의 드라마제작사에 긍정적인 영향을 더 많이 주고 있는 것으로 드러났다. 중국자본이 들어온 제작사들은 대부분 이전보다 드라마 및 프로그램 제작편수가 증가했고, 사업이 다각화되고 있다. 또한 중국과의 공동제작이나 중국현지의 합자회사 설립 등 중국 시장에의 진출도 활발해지고 있다.

2) 중국 광전총국의 사전심사제 및 전편등록 규제의 영향으로 한국드라마가 사전제작제로 만들어지면서, 드라마제작사들의 오랜 숙원이었던 저작권을 확보할 수 있게 됐다. 실제로 현재 상당수의 드라마가 사전제작으로 제작되고 있으며 사전제작으로 저작권을 확보한 드라마제작사들은 판권의 사전판매로 제작비를 미리 확보한 후 부가수익을 얻어, 실적이 개선되고 있는 것으로 드러났다. 앞으로 자본력이 갖춰진 드라마제작사들의 제작역량이 높아지고 저변도 확대될 것으로 예상된다.

<표 5> 국내 드라마 사전제작 증가세

작품명	사전제작 여부	방영(예정)일	국내 편성	중국 편성	제작사
태양의 후예	100% 사전제작	16/2/24~	KBS	아이치이 (IQIYI)	NEW
함부로 애틋하게	100%사전제작	16/6/29~	KBS	유쿠(YouKu)	삼화네트웍스. IHQ
화랑: 더 비기닝	100% 사전제작	16/7~8월 중	KBS	LETV	오보이프로젝트
사임당, 더 히스토리	100% 사전제작	16/9월 중	SBS	(TV 판권)	그룹에이트
보보경심: 려	100% 사전제작	16/9월 중	KBS	유쿠 (YouKu)	바람이 분다, NBC 유니버설, YG엔터
치즈 인 더 트랩	반 사전제작	16/1/4~3/1	TVN	유쿠 (YouKu)	에이트웍스
시그널	반 사전제작	16/1/22~ 3/12	TVN		에이스토리
동네의 영웅	반 사전제작	16/1/23~	OCN		스타제이 엔터테인먼트

*출처: KDB대우증권 리서치센터

3) 아직까지 중국 투자자들의 경영간섭 혹은 제작에 미치는 영향은 제한적이다. 대부분의 제작사들이 중국자본의 영향력은 크지 않다고 말하고 있었고, 실제로 두드러진 영향은 나타나지 않는다. 한국드라마의 비교우위가 존재하므로, 중국자본의 영향력은 협상에 따라 달라질 수 있는 것으로 보인다. 다만 중국자본이 대주주로서 제작사를 인수한 경우에는 일정부분 지분참여를 한 경우 보다 급격한 변화가 있는 것으로 보인다. 향후의 추이를 유의해서 지켜보아야 할 것이다. 또한 '킬미힐미'의 사례처럼 중국자본은 중국 국내 상황에 따라 언제든지 이탈할 수 있는 가능성이 있으므로 유의해야 할 부분

2419

이다.

4) 중국자본의 영향으로 한국 콘텐츠가 대만화의 전철을 밟을 가능성은 적은 것으로 보인다. 대만에 중국자본이 유입되었을 때와는 콘텐츠산업의 의미가 달라져, 중국내수용 콘텐츠만이 필요한 것이 아니며, 대만과 한국의 차이도 존재한다, 또한 국내 제작사들이 대만화의 가능성을 충분히 경계하고 있으며, 중국자본이 투입되지 않아도 저작권 확보로 인해 제작사들의 자생력을 가질 수 있게 되었기 때문이다. 다만 열악한 중소 제작사들이 인수 합병될 경우, 드라마의 저작권을 빼앗기고, 중국의 콘텐츠 하청생산의 역할을 할 수 있는 여지는 여전히 남아있다.

6) 중국자본의 영향력을 제어할 수 있는 주체적 관건은 한국드라마콘텐츠의 경쟁력이고 한국드라마콘텐츠의 대중국 우위는 기획력과 제작 노하우에 있다. 중국자본의 유입 붐이 사라질 것으로 예상되는 향후 3~5년 사이의 시기에 이 경쟁력을 유지하고, 글로벌 경쟁력을 획득해야 할 것으로 보인다.

V. 본론 : 중국자본의 유입을 기회요인으로 만들기 위한 방안

5,1 시나리오기법으로 본 중국자본 이후의 한국콘텐츠 시장의 미래

중국자본이 한국 콘텐츠 시장에 어떤 영향을 미칠 것인가를 예측하기위해 지금까지 파악된 주요 변수는 1)한국 드라마콘텐츠의 경쟁력 2)중국의 콘텐츠 제작 능력 3)제작사들의 협상력 및 저작권 확보를 위한 노력 4)중국정부의 정책적 변동(규제 변화와 같은) 5)한국정부의 지원정책이었다.

이 중에서 핵심동인은 한국 콘텐츠의 경쟁력과 중국의 콘텐츠 제작역량으로 보았다. 중국자본이 유입된 일차적 이유가 한국 콘텐츠의 비교우위였고, 비교우위로 인해 투자시의 협상력도 가질 수 있게 되었기 때문이다. 마찬가지로 비교우위가 사라진다면 중국자본의 이탈이 가속화되거나, 하청생산기지로의 전락 우려가 높아지는 것으로 파악됐기 때문이다. 그에 따른 시나리오를 작성해 보면. 다음과 같은 네 개의 시나리오를 가정할 수 있다.

<그림 1> 한국과 중국의 콘텐츠 경쟁력 변화에 따른 네 가지 매트릭스.

시나리오 1 (한국의 콘텐츠 비교우위가 유지되는 경우)	시나리오 2 (한국과 중국의 콘텐츠경쟁력이 함께 높아진 경우)
시나리오 4 (한국과 중국의 경쟁력이 함께 낮아진 경우)	시나리오 3 (중국의 콘텐츠경쟁력이 비교우위에 놓인 경우)

<시나리오 1>

한국이 콘텐츠 제작역량에서 현재와 같은 비교우위를 지속적으로 유지하고, 중국이 그에 미치지 못

하는 경우. 한국은 중국자본의 유입으로 인한 장점을 극대화시킬 수 있다. 자본력과 자생력이 높아지며 중국내 콘텐츠 시장에 직접 진출하거나, 중국의 자본을 발판으로 글로벌 시장에 진출할 수 있게 된다. 한국의 콘텐츠 산업이 글로벌 경쟁력을 가지고 탄탄하게 발전할 수 있게 된다.

<시나리오 2>

중국의 콘텐츠제작 역량이 높아져서 양국이 비슷한 수준에 놓일 경우. 한국과 중국은 대등한 관계에서 필요에 따라 파트너십을 체결할 수도 있고, 글로벌 시장에서 경쟁관계에 놓일 수 도 있다. 이 경우 중국이 한국과 비슷한 수준으로 올라오기까지의 기간에 한국의 제작사들이 어떤 준비를 했는가가 중요해진다. 이미 중국시장에서 확고한 기반을 잡고 있거나 중국자본 없이 독자적으로도 글로벌 시장에 진출할 역량을 마련했을 경우엔 중국자본의 이탈 여부에 상관없이 독자적인 발전이 가능해진다.

<시나리오 3>

한국의 콘텐츠제작역량이 답보상태에 놓이고, 중국이 한국으로부터 얻은 제작의 노하우와 자본력을 활용해 콘텐츠 제작역량에 우위를 보이는 경우, 중국자본은 더 이상 한국에 머물 의미가 없어짐으로써 한국에서 이탈하거나, 한국의 콘텐츠 제작사를 자국의 콘텐츠 제작을 위한 하청기지로 활용하게 된다. 한국의 콘텐츠산업은 자생력을 잃고 몰락할 위기에 놓인다.

<시나리오 4>

중국과 한국의 콘텐츠 제작역량이 함께 후퇴하여 비슷한 수준으로 떨어졌을 경우. 중국자본은 더 좋은 투자처를 찾아 이탈하게 될 것이다. 한국의 콘텐츠 기업은 글로벌 경쟁력을 잃고 다시 내수시장만을 위한 제작을 해야 하겠지만, 이 경우 더 우수한 글로벌 콘텐츠로 인해 시장이 잠식당할 것이다. 한국콘텐츠 산업은 역시 몰락하게 된다.

5,2 기회요인으로 만들기 위한 요소

이상의 시나리오로 보았을 때, 중국자본의 유입을 한국콘텐츠산업의 발전을 위한 기회요인으로 만들 가장 중요한 요소는 콘텐츠 제작의 경쟁력을 유지하는 것임을 알 수 있다. 현재 중국과 비교우위에 놓여있는 기획력 및 제작노하우의 경쟁력을 유지하기 위해 무엇이 필요한가를 판단하고, 제작사를 비롯한 콘텐츠 업계 스스로의 노력과 그에 상응하는 정부의 정책적 노력이 있어야 할 것이다.

1) 신진작가 육성을 위한 마이너리그의 필요성

한국 드라마콘텐츠의 핵심역량으로 손꼽히는 것이 스토리이고, 현재 드라마스토리의 생산을 담당하는 것은 작가이다. 그러나 치열한 편성경쟁 속에서 소수의 검증된 작가만이 집필기회를 얻고 있어 신진작가 육성이 쉽지 않은 상황이다. 역량 있는 작가군을 키우려면 신진작가들이 기회를 가지고, 그 속에서 역량을 쌓고 검증된 작가가 또 새로운 스토리를 만들어내는 선순환 구조가 필요하다. 연극무대가 우리 드라마 연기자의 풍성한 풀로 작용했듯이, 단막극제도의 부활과 같은 마이너리그의 육성이 필요한 것이다. 제작사도 신진작가를 발굴하고, 훈련시키는 투자에 적극 나서야 한다.

2) 유입된 자본을 경쟁력 강화에 투자하는 제작사들의 적극적인 노력

중국자본을 활용해서 한국 콘텐츠 시장을 궤도에 올려놓을 수 있는 시간은 향후 3년에서 5년 정도로 보인다. 제작사들은 이 기간 안에 경쟁력을 강화할 방안을 찾아야 한다. 치밀한 계획 하에 사업구조를 정립하고, 도전적인 기획마련, 중국시장 진출노력, 글로벌 시장 진출노력 등에 진력해야한다. 그래야 중국자본이 이탈할 경우에도 흔들리지 않고, 독자적인 생존과 발전을 기약할 수 있다.

2421

3) 국내투자 활성화 및 글로벌 시장 진출을 위한 정책적 지원의 필요

중국은 자국의 콘텐츠 산업 육성을 위하여 10년 넘게 국가적인 지원을 해오고 있다. 북미, 유럽 등 글로벌 문화 콘텐츠 주요 31개국도 영상 콘텐츠 산업 활성화를 위해 프로덕션 인센티브 등 각종 세제지원 제도를 운용하고 있다. 앞으로는 중국자본에만 의존할 것이 아니라, 국내에서도 콘텐츠 산업을 육성하기 위한 적극적인 정책지원이 필요하다. 이제 콘텐츠산업이 시장의 영역으로 들어온 만큼, 국내자본의 투자가 이뤄질 수 있도록 하는 지원, 중국과 대항할 수 있는 국내 콘텐츠 기업의 대형화를 위한 정책이 마련돼야하고, 드라마제작사들이 중국진출을 할 때, 중국과의 협상에서 유리한 고지를 점할 수 있도록 실무에 정통한 저작권전문가를 육성하는 등의 세부적인 지원책이 마련돼야 할 것이다.

4) 제작사의 자생력을 해치지 않는 방송사와 제작사의 상호보완적 구도 정립 필요

사전제작으로 인한 저작권 확보는 모처럼 드라마제작사들의 경쟁력 확보와 드라마제작의 저변확대를 기할 수 있는 기반이 되고 있다. 하지만 지상파가 중국자본 유치를 위해 몬스터유니온과 같은 프로덕션을 설립함으로써 중국자본을 지상파가 독식하게 되지는 않을까하는 우려가 제기되고 있다. 모처럼 드라마 콘텐츠산업의 기반인 제작사들이 자생력을 갖출 수 있는 환경이 무너지게 되는 셈이다. 방송사와 제작사의 상호보완적 구도를 정립함으로써, 방송사는 중국의 거대자본에 대항하는 대함마로서의 역할을 찾고, 제작사는 제작역량을 더욱 강화해, 앞으로 도래할 콘텐츠 시대의 핵심역량으로 기능하도록 육성해 나가야 한다.

VI. 결론 및 시사점

'중국제조에서 중국창조로'를 모토로, 중국은 콘텐츠 시대를 향한 장기적인 포석을 두고 있다.

중국자본의 한국 콘텐츠기업에 대한 투자는 중국에게는 '중국 창조'를 향한 또 하나의 발걸음이고, 한국의 콘텐츠 기업에겐 새로운 기회이다. 한국의 좁은 내수시장과 열악한 치열한 경쟁을 벗어나 중국이란 넓은 시장, 나아가 글로벌 콘텐츠 시장에 진출 할 수 있는 기회를 얻었고, 방송사의 하청생산에서 벗어나 저작권을 가지고 본격적인 부가수익을 얻을 수 있는 기회가 생겼다.

중국자본의 유입에 따른 우려도 없지는 않지만, 중국은 이미 세계 콘텐츠 시장의 큰손이다. 헐리우드의 여러 영화들이 중국 자본으로 만들어지고 있고, 중국의 3개 IT 공룡들은 세계의 콘텐츠 제작사 인수에 나서고 있다. 우려가 있다고 해서 중국자본을 받아들이지 않을 수는 없다. 실질적인 기회요소가 있고, 중국자본의 유입이 불가피한 측면이 있다면, 그 기회를 도약대로 삼을 방안을 찾는 것이 필요하다. 중국을 두려움의 대상이 아니라 장기적인 사업파트너로 받아들이는 사고의 전환이 필요하다.

현재까지 중국자본으로 인한 부정적 영향은 도드라지지 않지만, 중국자본을 우리 콘텐츠 산업의 도약을 위한 진정한 기회로 만들 수 있는 시간은 그리 많이 남아있지 않다. 현재는 우리의 콘텐츠 제작역량이 중국과 비교우위의 지점에 놓여 있지만, 그 균형추가 무너지는 순간, 기회는 사라지고 콘텐츠 산업기반 자체가 무너질 수도 있기 때문이다.

중국이 자국의 콘텐츠 제작역량을 키우고, 해외투자를 장려하는 궁극적인 이유는 바로 중국 콘텐츠의 수출이다. 중국의 콘텐츠 제작역량이 우수해지면, 한국이 중국콘텐츠의 소비시장으로 전락할 수도 있다는 점을 잊지 말아야 한다.

주어진 기회를 잡아 '한국창조'의 시대를 만들어 가기 위해 콘텐츠 제작역량 강화에 진력해야한다. 콘텐츠 경쟁력을 강화하기 위한 방법으로, 제작사들은 작가 및 제작진 양성을 위한 마이너시장의 기반을 만들고, 유입된 자본을 활용해 중국시장 및 글로벌 시장으로 진출하기 위한 적극적인 노력을 계

속해야한다. 국내자본투자 활성화를 위한 정책을 만들고, 제작사들의 글로벌 진출을 지원하는 것은 정부의 역할이다. 콘텐츠 경쟁력의 기반은 보다 우수한 인력이 공정한 경쟁 속에서 단련되고, 좋은 보상을 받으며 성장해 가는 속에서 마련된다. 모처럼 마련된 콘텐츠 제작의 기반이 국내 방송사와의 경쟁 속에서 무위로 돌아가지 않도록 하는 것 역시 보다 큰 틀에서의 조정이 필요한 일이다.

중국자본의 유입이 미칠 영향에 대해 도출한 네 개의 시나리오에 중 바람직한 시나리오로 가는 방안에 대한 타당성의 검증은 앞으로 추가해야할 과제이다.

<참고문헌>

김영걸(2015), “KAIST 글로벌 엔터테인먼트산업 경쟁력 분석 보고서 2015,”「KAIST 정보미디어 연구센터」, pp. 4.

김영재(2016), “중국 문화콘텐츠 산업의 구조변화와 한국의 대응전략,” 「인문콘텐츠」, 제40호.

문지현, 최홍매, 하누리(2016),「China, Next Player」, KDB증권, pp. 5-6, pp. 19-21.

박상호(2016). “한중 FTA 발효에 따른 사회적 파급효과와 대응 방향,” 「공공미디어연구소」, pp. 22, pp. 36.

송성각(2015), 「방송 트렌드 & 인사이트」 , 한국콘텐츠진흥원, 2015년 송년호 (vol.04).

신건식(2015), 「미디어/콘텐츠산업」, BNK 투자증권.

신건식(2015),「미디어」, BS투자증권, pp. 1-2, pp. 9.

안창현(2010), “한국 문화콘텐츠산업 중국시장 진출 전략,”「인문콘텐츠」, 제17호.

윤정선(2015), 「응답하라 2016 콘텐츠산업」, 현대증권, pp. 1, pp. 3.

이대우(2014), 「엔터테인먼트(드라마제작사)」, KDB증권.

이대우(2014), “중국콘텐츠산업의 성장과 대응전략(방송),”「KOCCA포커스」, 통권89호, 2014-12호, pp. 13.

이찬도(2015), “중국시장에서의 한류콘텐츠 이용실태,”『문화산업연구』, 제15권, 2호.

정광철, 조성룡, 노형신, 김경훈(2014), “한류 콘텐츠의 올바른 중국시장 진출 방안 연구,” 「한국 과학예술포럼」.

정미경(2015), 「2015 통계로 보는 콘텐츠 산업」, 한국콘텐츠진흥원, 통권99호, 제15-05호, pp. 7.

“중국자본의 한국투자 현황 및 대응방안,” (2015), 「중소기업청」

「중국 문화산업정책연구보고서(2013-2014)」, (2015), 한국콘텐츠진흥원, 15-03호, pp. 15, pp. 188.

「중국 콘텐츠산업 동향」, 한국콘텐츠진흥원, (2016), 2015 vol.24호.

홍정표(2015), 「미디어」, 키움증권.

홍정표(2016), 「드라마산업」, 키움증권.

공도윤, “초록뱀, 접었던 외식사업 여의도 ‘스카이팜’으로 재개,” 「아시아경제」, 2015.11.30.

김건우, “별그대 효과, HB 엔터 문보미대표 배당금만 24.7억원,” 「머니투데이」, 2015.04.10.

김건우, “中 상장사, 韓 엔터사에 투자했더니 주가 상승률이 무려...,” 「머니투데이」, 2015.11.26.

김나영, “NEW 태후 인기 딛고 드라마사업부신규출범,“ 「더벨」, 2016.06.18.

변희원회 1명, “드라마 '별에서 온 그대' 제작사, 中판권 고작 6억… "中 온라인 배급사는 1000억 떼돈",” 「조선닷컴」, 2014.10.13.

손효능, “넥스트엔터테인먼트, 극장사업에 진출하나..,“ 「비즈니스포스트」, 2016.04.01.

신진아, “한중합작법인 화책합신, 영화제작 스타트…마녀·뷰티인사이드·더폰,” 「뉴시스」, 2015.11.26.

연승, “초록뱀미디어, 중국 드라마시장 본격 진출,” 「서울경제」, 2015.12.29.

이원광, “태양의 후예'·'아이리스' 제작사, 미드 리메이크에 의기투합,” 「머니투데이」, 2016.06.08.

장윤정, “한류드라마를 움직이는 사람들③]'별그대' 문보미 HB엔터테인먼트 대표. “현지화 전략, 폭스 디즈니가 목표",” 「아주뉴스」, 2016.06.24.

장효원, “NEW, 부산행 1000만 돌파시 신뢰 회복”… 목표주가↑,“ 「머니투데이」, 2016.07.21.

최두선, “팬엔터테인먼트 닥터스 해외판권 58억 겨울연가 2등 실적성장 -IBK 투자증권,” 「이투데이」, 2016.07.08.

최지수, “송재림-황승언 '두근두근 스파이크', 한중합작 사전제작 웹 드라마 열풍 잇는다,” 「국제신문」, 2016.6.25.

홍미경, “150억 규모 韓中 합작 드라마 ‘킬미 힐미’ 제작 초읽기…팬엔터테인먼트 제작,” 「뉴스웨이」, 2014.09.01.