

성장은
멈추지 않는다



성장은
멈추지 않는다



성장은 멈추지 않는다
-2015년 중국 영화산업 결산

글 : 박 희 성 (영진위 산업정책연구팀 연구원)

발행인 김세훈
발행일 2016년 4월 15일

-

영화진흥위원회
부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13층, 14층
전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849
홈페이지 www.kofic.or.kr

©영화진흥위원회, 2015

성장은 멈추지 않는다

-2015년 중국 영화산업 결산

영화진흥위원회 정책연구부

글 : 박 희 성 (영진위 산업정책연구팀 연구원)

Contents

01

들어가는 글 / 9

02

2015년 중국 영화산업 개관 / 10

03

2015년 중국 영화산업 부문별 특성 / 14

04

미래 전망도 밝다 / 22

1. 들어가는 글

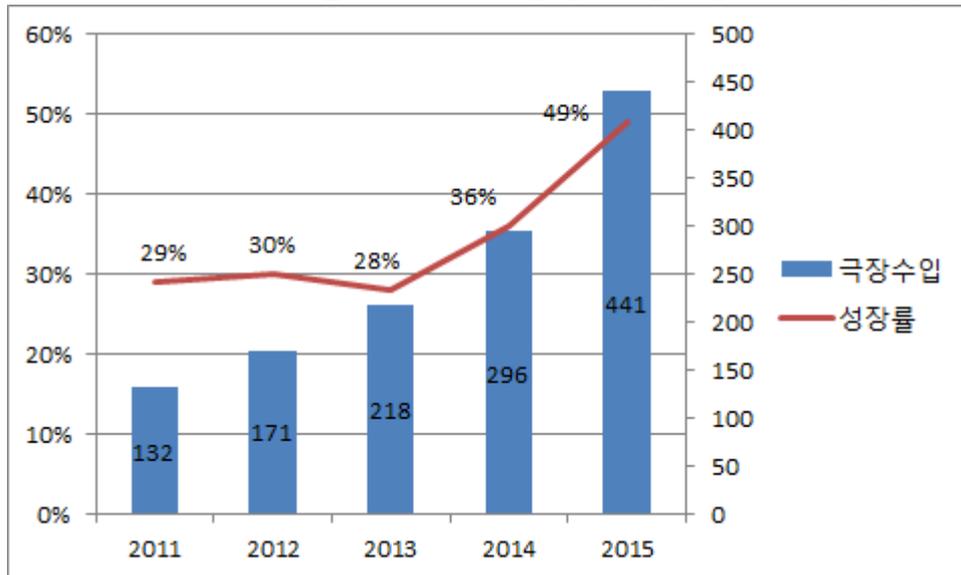
2015년 중국 극장 흥행 수입은 440.69억 위안(한화 약 7조 8360억 원)을 기록해 2014년 296.39억 위안 대비 무려 48.7%가 늘어났다. 전 세계 박스오피스가 2014년 대비 1%가량, 북미가 7.4%의 성장률을 나타낸 것을 감안하면 50%에 육박하는 중국의 '폭주'는 단연 발군이라 할 수 있다. 더욱이 2017년에는 북미를 뛰어넘어 세계 1위 시장이 될 것이 거의 확실시되고 있는 상황이다. 미래에 전 세계 영화산업의 리더가 될 주인공, 중국의 2015년 영화산업을 살펴본다. 시장 분석과 함께 정책 현황 등을 점검했다.

폭발적인 성장을 거듭하고 있는 중국 영화시장에서 월간 박스오피스로 북미를 앞서는 건 더 이상 놀라운 일이 아니다. 중국에서 생산되는 영화 관련 통계들이 북미와의 비교에 열을 올리는 가운데, 중국의 ENT그룹이 매년 내놓는 「중국 영화산업 보고」 2015~2016년판 첫 단락은 2015년 중국 박스오피스 규모가 전 세계 박스오피스의 18% 가까이를 점유했다는 내용이었다. 2015년 전 세계 영화시장에서 29%의 점유율을 보인 북미의 성장률은 7.4%에 머물러, 48.7%의 성장률을 기록한 중국이 2년 후인 2017년에는 북미를 누를 것이라는 전망도 덧붙이고 있다. 2015년과 아울러 2016년 1분기의 중국 영화산업 동향을 살펴보면 이 같은 전망이 현실이 될 것은 거의 확실해 보인다.

2. 2015년 중국 영화산업 개관

2015년 중국 극장 흥행 수입은 440.69억 위안으로 전년 대비 48.7% 성장했다. 이는 2010년 성장률인 64.3%에 이어 최근 10년간 두 번째로 높은 수치다.

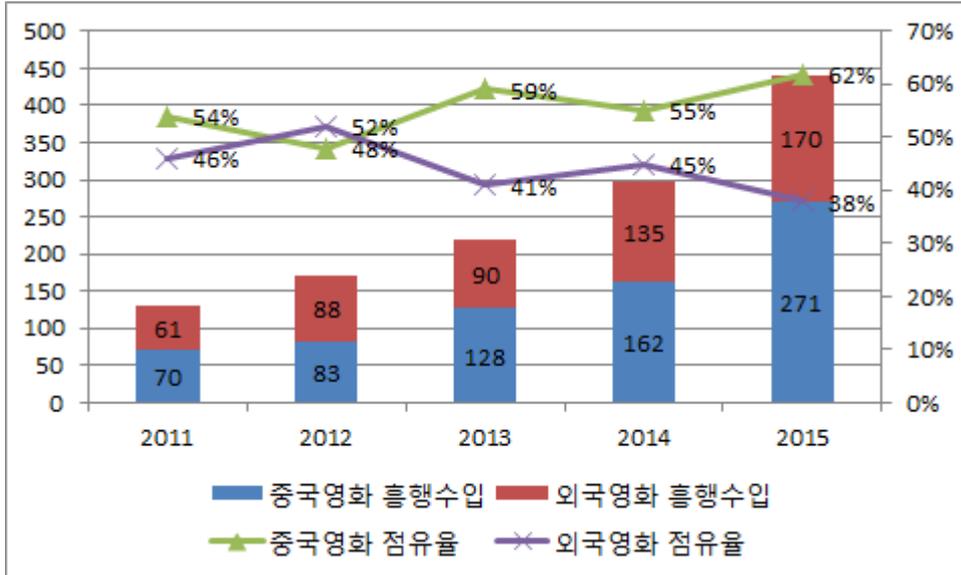
<그림 1> 2011~2015년 중국 극장 시장 규모 (단위: 억 위안)



*자료: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

전체 박스오피스 가운데 중국영화 점유율은 61.6%에 달했다. 중국영화는 271.4억 위안의 흥행 수입을 기록한 반면, 외국영화는 169.6억 위안의 흥행 수입을 나타냈다. 흥미로운 사실은 2012년 중국과 미국 간 협정에 따라 분장제 수입영화 편수를 기존 20편에서 34편으로 늘린 후에 오히려 중국영화의 점유율이 외국영화를 압도하고 있다는 점이다. 2012년에는 48%로 외국영화에 뒤처졌던 중국영화 점유율이 2013년에는 59%를 기록하며 기세를 뒤흔었고, 2014년엔 55%로 우위를 유지한 데 이어 2015년에는 60%의 고지를 넘어서며 분장제 편수 확대에 대한 우려를 말끔히 잠재웠다.

<그림 2> 2011~2015년 중국영화/외국영화 흥행 수입 비교 (단위: 억 위안)



*자료: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

2015년 흥행 상위 7편의 영화가 역대 박스오피스 순위 10위권에 진입해 뜨거웠던 시장 열기를 증명한 가운데, 2015년 흥행 상위 10편 중 7편을 중국영화가 차지해 중국영화에 대한 관객의 선호가 높아졌음을 알 수 있었다. 2015년에 흥행 수입 1억 위안 이상(한화 약 178억 원)을 기록한 영화는 총 81편이었는데, 그중 중국영화가 47편이었다. 또한 10억 위안을 넘어선 중국영화도 5편이나 됐다. 또 중국영화가 거둔 흥행 수입 중 흥행 10위권 영화가 전체의 35%, 1억 위안 이상 흥행영화가 전체 흥행 수입의 90%를 차지¹하고 있어 상위권 영화의 박스오피스 쏠림 현상은 여전한 것으로 드러났다.

<표 1> 2015년 중국 영화시장 박스오피스 TOP20

순위	영화명	개봉일	흥행 수입 (억 위안)	국가	배급사	역대 순위
1	몬스터 헌트	07-16	24.39	중국	중잉(中影)	2
2	분노의 질주: 더 세븐	04-12	24.27	미국	중잉	3
3	로스트 인 홍콩	09-25	16.13	중국	광선(光线)	6
4	어벤저스: 에이지 오브 울트론	05-12	14.64	미국	중잉	7
5	하락특번뇌 夏洛特烦恼	09-30	14.41	중국	우저우(五洲)	9
6	쥬라기 월드	06-10	14.21	미국	중잉	10
7	심용결 寻龙诀	12-18	13.69 (최종1682)	중국	우저우	5
8	전병협 煎饼侠	07-17	11.60	중국	우저우	16
9	도성풍운 2	02-19	9.75	중국	보나(博纳)	21

¹ 尹鸿, 孙严斌, 2015年中国电影产业备忘, 《电影艺术》第367期

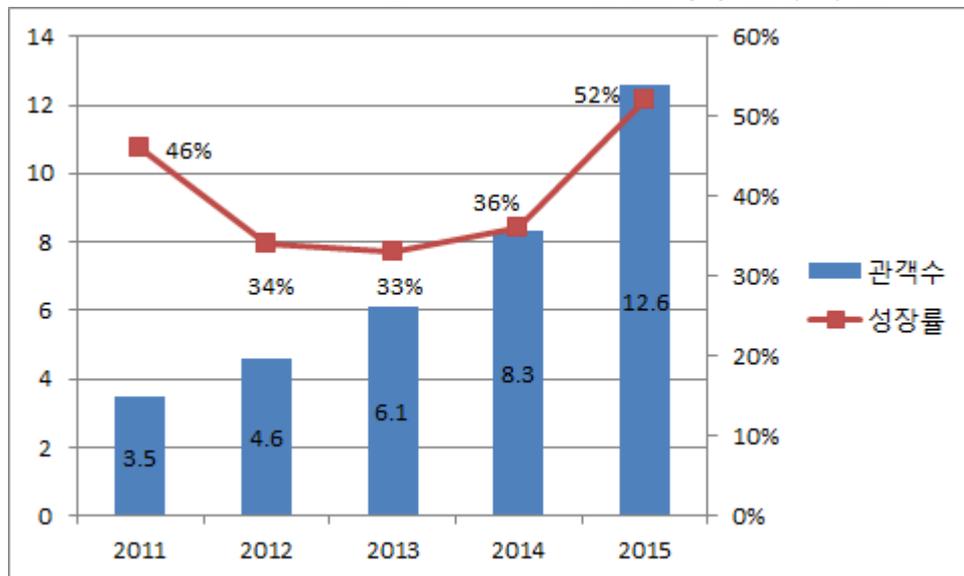
10	몽키킹: 영웅의 귀환	07-10	9.56	중국	취허잉런(聚合影联)	22
11	미션 임파서블: 로그네이션	09-08	8.70	미국	중잉	27
12	호빗: 다섯 군대 전투	01-23	7.66	미국/뉴질랜드	중잉	31
13	드래곤 블레이드	02-19	7.44	중국	상하이덴잉(上海电影)	34
14	터미네이터 제니시스	08-23	7.25	미국	중잉	36
15	울프 토템 狼图腾	02-19	7.01	중국/프랑스	중잉	42
16	구층요탑 九层妖塔	09-30	6.83	중국	러스(乐视)	45
17	앤트맨	10-16	6.72	미국	중잉	47
18	샌 안드레아스	06-02	6.30	미국	중잉	52
19	마션	11-25	5.87	미국	중잉	60
20	살파랑2: 운명의 시간	06-18	5.60	중국/홍콩	보나	64

*자료: www.cbooo.cn

**역대 순위는 2016.04.07 기준/ <심용결> 역대 순위는 최종 스코어 기준임.

총관객 수 역시 12.6억 명으로 전년 대비 51.8%나 증가했다. 1인당 연간 관람횟수는 전국 기준으로는 여전히 1회에 채 못 미치는 수치이나, 도시 인구를 기준으로 삼았을 때는 이미 1회를 넘어 영화관람이 점차 일상적인 여가 활동으로 자리잡아가고 있음을 알게 했다.

<그림 3> 2011~2015년 총관객 수 (단위: 억 명)

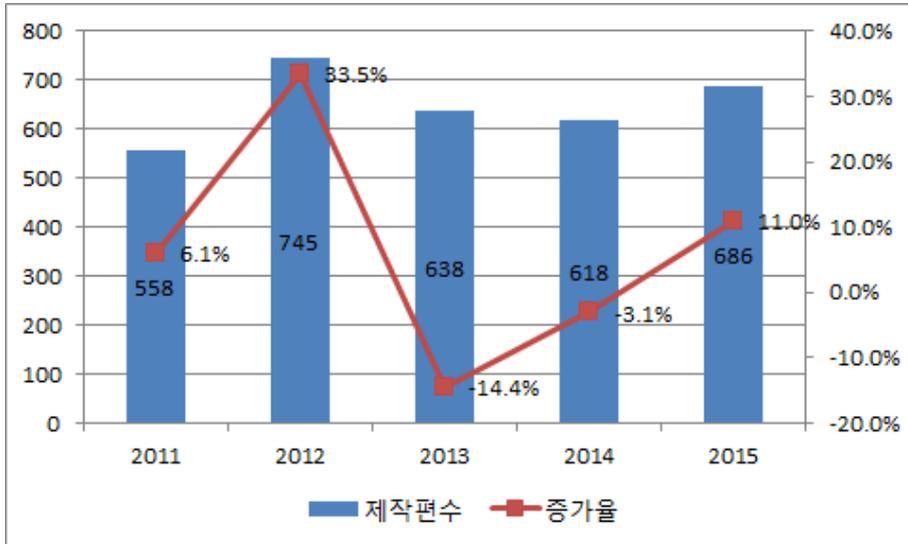


*자료: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

2015년 중국영화 제작편수는 686편을 나타내 전년 대비 11.0%가 늘어났다. 중국영화 제작편수는 2006년 300편에서 점점 증가해 2012년 745편으로 정점을 찍은 후, 600편대에서 안정화되는 추세를 보이고 있다. 한편 2015년 극장에서 상영된 중국영화 편수는 자료에 따라 278편에서 449편까

지 큰 편차를 보이는데, 대략 전체 제작편수의 40~50% 정도가 극장에서 상영된 것으로 추정된다.

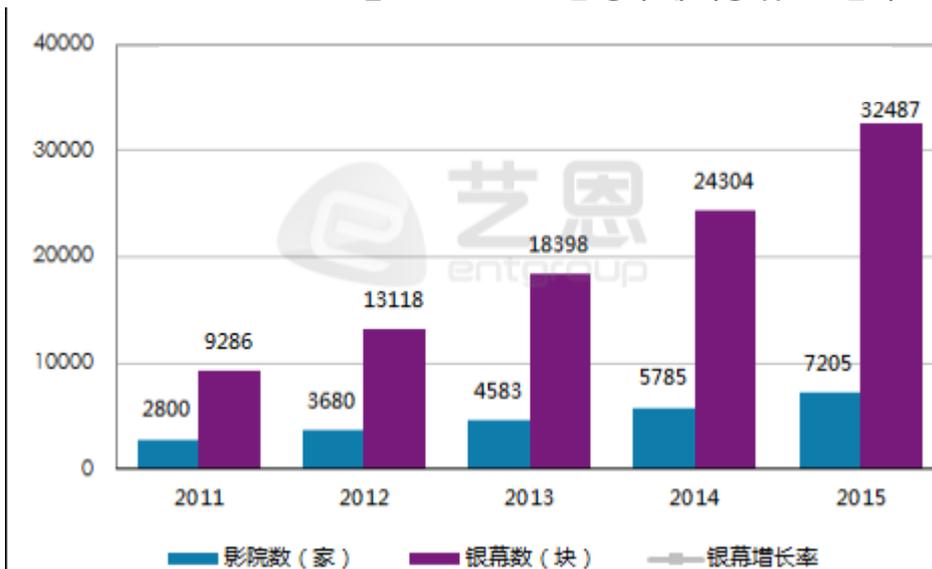
<그림 4> 2011~2015년 중국영화 제작편수



*자료: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

2015년 말 기준 중국의 극장 수는 7,205개, 스크린 수는 32,487개로 스크린 수의 경우 전년 대비 33.7% 증가했다. 스크린 수의 증가 추세는 이제 주요 대도시보다 변두리의 중소도시에서, 남동 지역보다는 북서 지역에서 더욱 뚜렷이 나타나고 있다. 이들 지역의 극장 수 증가는 새로운 시장의 개발을 의미하며, 중소도시 젊은이가 주요한 관객층으로 떠오르는 추세와 궤를 같이한다. 중국 영화에 대한 선호도가 높아지고 있는 것 역시 이들 신흥 관객층의 취향과도 밀접한 관계가 있는 것으로 분석된다.

<그림 5> 2011~2015년 중국 내 극장 및 스크린 수



*출처: www.entgroup.cn

3. 2015년 중국 영화산업 부문별 특성

정책

중국의 1인당 GDP가 2015년 8,280달러에서 2020년 1,200달러로 늘어날 것으로 예상되고, 중산층 인구도 현재 3.3억 명에서 2020년에는 5.9억 명으로 늘어날 것으로 전망되는 가운데, 2016년 양회²에서 류수강 문화부 장관은 2014년 3.8% 정도인 GDP 대비 문화산업 비중을 2020년 5%까지 끌어올리겠다고 선언했다.³ 2015년 11월에 발표된 '13.5계획 건의문'에서도 "문화산업을 국민경제의 기간산업으로 발전시킬 것"이라고 밝히는 등 중국 정부의 문화산업 발전에 대한 의지는 매우 강하다.⁴

2015년 9월 국무원 상무위를 거쳐 10월 전국인민대표대회 상무위를 통과한 「중화인민공화국 영화산업촉진법」(이하 「촉진법」)은 문화산업 분야에서 제대로 된 법이 제정된 거의 최초의 사례라 할 수 있다. 이를 보면 문화산업 중에서도 영화산업에 쏟는 중국 정부의 관심을 잘 알 수 있다. 이전의 '영화관리조례(电影管理条例)'를 대체하게 될 이 법은, 이름 자체에 '산업'을 명시함으로써 산업으로서의 영화 발전에 대한 중국 정부의 열망을 알 수 있게 한다. 「촉진법」은 각종 심의와 허가의 권한을 지방정부에 이관하고, 매년 영화제작증을 발급받을 필요 없이 자격 요건을 갖춘 업체라면 지속적으로 영화를 제작할 수 있게 했다. 또한 일반 소재 시나리오의 경우 사전 시나리오 검열 없이 시놉시스를 해당 부처에 등록만 하면 되게 하는 등, 영화업계 종사자들이 보다 편하게 영화를 제작하고 상영할 수 있도록 했다. 그밖에 영화 관련 금융지원 제도, 지방정부의 영화 지원 등이 언급돼 있어 세부적인 후속 조치가 기대된다.⁵

<표 2> 2015년 영화산업 관련 주요 정책

발표 시기	정책명	내용
2015.08.	국가 영화사업 발전 전용 자금 징수 사용관리 방법 国家电影事业发展专项资金征收使用管理办法(개정)	영화 전용 자금은 우수 중국영화의 제작 장려, 배급 및 상영에 집행해야 함. 또한 영화제작 기반 시설 건설 확대와 특색 있고 예술성 있는 영화의 배급 상영에 확대 적용 필요.
2015.10.	중화인민공화국 영화산업촉진법 中华人民共和国电影产业促进法	<ul style="list-style-type: none"> • '영화제작증(단수)' 제도 폐지. • 일반 소재 시나리오는 시놉시스만 해당 부처에 등록하면 시나리오 심의 면제.

² 매년 3월 열리는 정치행사인 전국인민대표대회와 전국인민정치협상회의를 일컫는다.

³ 「중국 영화산업」, 유안타증권 Sector Report(2015.12.07); 「미디어 콘텐츠 China Next Player」, KDB대우증권 Special Report(2016.03.23) 참조.

⁴ 「미디어 콘텐츠 China Next Player」, KDB대우증권 Special Report(2016.03.23) 참조.

⁵ 물론 여전히 외자의 제작, 배급업 진입은 금지되고, 등급제에 대한 언급이 없다는 점 등 우리 입장에서는 실망스러운 부분도 많다. 촉진법 주요 조항들에 대한 설명은 월간 <한국영화> 69호 '중국, "영화산업촉진법" 제정' 기사 참조.

		• 시나리오 심사, 제작 허가, 상영 허가 등 권한 지방정부로 이양 등.
2015.10.	영화관 매표 시스템(소프트웨어 관리실시세칙) 통지(电影院票务系统(软件管理实施细则)的通知)	영화관은 매표 후 10분 이내에 해당 영화 티켓의 기초 데이터 일체를 국가데이터플랫폼(国家数据平台)에 보고해야 함.

*자료: 尹鸿, 孙伊斌, 2015年中国电影产业备忘, 《电影艺术》第367期

자본

2014년부터 본격화되기 시작한 인터넷 플랫폼의 영상업체에 대한 투자와 인수합병은 2015년에 더욱 전방위적으로 진행됐다. 알리바바는 대표적인 제작·배급업체 중 하나인 광셴에 24억 위안을 투자하며 2대 주주에 등극했고, 영화관 티켓 발매 시스템 공급업자인 위에커(粤科软件)를 인수하는가 하면 여우쿠투더우와 보나잉예에도 투자했다. 바이두 역시 대형 원선인 싱메이(星美)에 투자했고, 텐센트는 펑귄픽처스(企鹅影业)를 설립하고 보나잉예의 주식을 매입하는 등 인터넷 플랫폼들은 온라인 상영과 티켓팅에서 벗어나 오프라인 제작, 배급, 상영 각 방면으로 발을 뻗어가며 하나의 시스템을 구축하고 있다. 중국 내에서 영화 및 엔터테인먼트 분야의 인수합병이 수평계열화, 수직계열화 등 종횡무진 이뤄지고 있는 가운데 중국 자본의 해외, 특히 할리우드 업체에 대한 투자와 인수 역시 매우 활발하게 이뤄졌다.

특히 완다그룹의 경우 규모 면에서 압도적이다. 2012년 미국의 AMC를 인수한 완다그룹은 2015년 6월에 22.5억 위안의 자본금으로 호주 제2의 극장 체인 호이츠Hoyts그룹의 52개 영화관(424개 스크린)을 인수해 세계 1위의 극장 체인으로 등극했다. 또한 할리우드영화 <사우스포>에 제작비 3천만 달러를 전액 투자하는가 하면, 2016년 1월에는 35억 달러에 미국을 대표하는 영화제작사 레전더리픽처스를 인수했다.

<표 3> 2012~2015년 중국 자본의 주요 해외 영화 분야 투자 현황

시기	2012.05.	2012.09.	2014.09.	2015.03.	2015.04.	2015.06.
계약 금액	26억 달러	3020만 달러	2억 달러	15억 달러	5천만 달러	22.5억 위안
중국 투자자	완다그룹	샤오마번팅 (Galloping Horse)	푸싱그룹 (FOSUN)	후난텐광 미디어 (Hunan TV & Broadcast Intermediary)	화이 브라더스	완다그룹
투자 대상	AMC 영화관	디지털 도메인	스튜디오 8	라이언스 게이트	STX 엔터테인먼트	호주 호이츠 그룹(극장 체인)

*자료: www.cbnweek.com 외

할리우드 프로젝트에 대한 투자⁶도 활발했다. 완다의 <사우스포> 외에도 2015년 개봉작 중 중국에서 투자한 영화는 중잉China Film Group이 투자한 <분노의 질주: 더 세븐> <7번째 아들>이 있고, <미션 임파서블: 로그네이션>에는 알리바바의 자금이 투입됐다. 2016년에도 리안 감독의 <빌리 린스 롱 하프타임 워크 Billy Lynn's Long Halftime Walk>, 장이머우 감독의 <만리장성 The Great Wall> 등 할리우드에서 메인 제작하고 중국 자본이 투입된 영화가 줄줄이 선보일 예정이다.

투자·제작

2014년 시장 점유율 1위를 기록했던 국영그룹 중잉은 7위로 전락했다. 총 22편의 영화 제작에 참여해 편수에선 단연 1위를 나타냈지만, 편당 흥행 수입은 1억 3421만 위안에 그쳤다. 전년도 2위였던 완다가 1위를 차지한 가운데 광셴과 화이브라더스가 전년에 비해 다소 순위가 상승했다. 순위권에 새로 진입한 텐센트와 허이는 단숨에 각각 2위와 4위에 올랐다.

2015년 제작편수가 2편인 란쑤싱공과 렌루이가 편당 평균 흥행 수입에서 각각 1위와 2위를 차지했다. 3편을 제작한 에드코는 3위를 기록했다. 이들 3사 모두 2015년 흥행 1위인 <몬스터 헌트> 제작에 참여한 것이 주효했다. 점유율에서 1위를 차지한 완다는 편당 흥행 수입에서는 4위를 기록했다. <하락특변뇌> <심용결> <전병협> 등 10억 위안을 넘긴 작품의 제작에 참여한 덕이다. 광셴은 <로스트 인 홍콩>, 텐센트채널은 <하락특변뇌>, 화이브라더스는 <심용결> <드래곤 블레이드>, 허이는 <몬스터 헌트>, 보나는 <도성풍운 2>가 효자 작품이었다.

최소한 3개 업체 이상이 참여하는 공동제작은 일반적인 추세로 자리잡았다. 대기업과 중소기업, 기존 영화사와 인터넷 플랫폼 기반의 영화사가 공동으로 투자하고 제작하면서 리스크를 줄이는 방식이 당분간은 이어질 것으로 보인다.

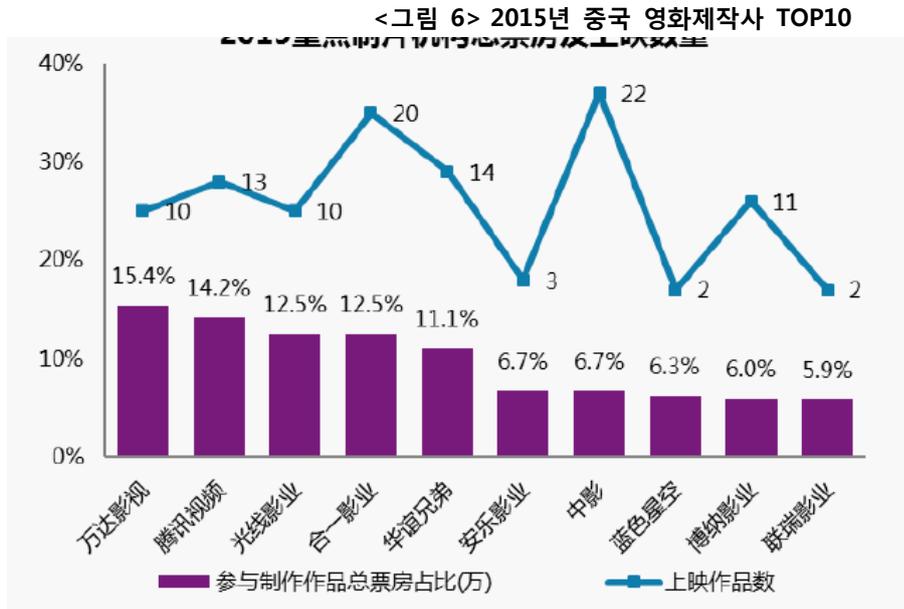
제작사 종류는 크게 완다, 광셴, 중잉, 화이브라더스, 보나 등 기존 영화사들과 텐센트채널, 허이잉에 등 BAT(바이두-알리바바-텐센트)가 이끄는 인터넷 플랫폼 기반의 영화사, 두 가지로 나눌 수 있다. 그리고 향후에는 인터넷 자본의 입김이 제작 부문에서 더욱 강해질 전망이다. 알리바바가 광셴의 2대 주주이고, 알리바바와 텐센트는 화이브라더스와 보나의 지분도 취득한 상태다. 아직 순위권 밖이지만 BAT가 설립한 알리잉에, 핑권픽처스, 아이치이픽처스의 기세도 점점 더 거세질 것으로 보인다.

한편 2015년 중외합작은 100편을 넘어서 역대 최다를 기록했고, 특히 미국과는 10편을 제작해 지난 3년간의 공동제작 편수보다 많은 수치를 나타냈다.⁷ 중국은 이미 한국, 영국, 스페인, 인도 등 13개국과 공동제작 협정을 맺고 있고, 또 다양한 나라와의 공동제작에 적극 나서고 있다. 한편 중불 합작영화인 <울프 토템>은 7억 위안의 높은 흥행 수입을 기록해 성과를 거뒀고, 한중합작 영화 중에서는 <수상한 그녀>의 중국판인 <20세여 다시 한 번 重返20岁>(3억 6606만 위안)과 <블라인드>를 리메이크한 <나는 증인이다 我是证人>(2억 1524만 위안)가 그간의 한중합작 영화의

⁶ 이에 대한 상세한 내용은 월간 <한국영화> 66호 '차이나머니와 할리우드' 참조.

⁷ 尹鸿, 孙伊斌, 2015年中国电影产业备忘, 《电影艺术》第367期

기록을 뛰어넘는 흥행 수입을 기록했다.



*출처: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

완다잉스万达影视 / 텡쉰채널腾讯视频 / 광셴光线影业 / 허이합一影业 / 화이브라더스 / 에드코安乐影业 / 중잉 / 란쑤싱쿵蓝色星空 / 보나 / 렌루이联瑞影业

보라색 : 제작 참여작의 전체 흥행 수입 점유율 / 파란색 : 상영작 편수

배급

중국의 영화배급 시장은 수입영화 배급권을 독점하고 있는 관영 업체 중잉과 화샤가 절대적인 영향력을 발휘해왔다. 두 회사의 점유율 합계는 2012년 62.7%, 2013년 49.9%, 2014년 55.7%다. 그런데 어찌된 일인지 2015년에는 두 회사의 배급 성적 자료는 빠고, 민영 업체들의 중국영화 배급 성적만이 ENT 자료에 기재됐다. 중국영화 흥행 수입의 80% 이상을 민영 배급업체에서 올렸다는 데 기반해 대략적으로 추측해볼 때, 2015년 중잉과 화샤의 시장 점유율은 예년처럼 50% 내외를 기록한 것으로 보인다. 공개된 자료에 의거, 중국영화 배급에 국한한 성적을 봤을 때 우저우(五洲电影发行有限公司)가 총흥행 수입 67.5억 위안으로 압도적인 1위를 차지했다. 우저우는 2014년, 완다 주도로 따디스다이(大地时代), 광저우진이(广州金逸), 헝톈원선(横店院线)이 합자해 설립한 마케팅, 배급업체로 극장 체인 순위 10위권 회사 4곳이 뭉쳐진 '매머드급' 배급사다. 이러한 배경을 바탕으로 2015년 단번에 민영 배급사 1위에 오를 수 있었던 것이다. 광셴과 보나는 전년에 이어 민영 배급사 TOP3의 자리를 지켰고, 전년에 10위권 밖이었던 렌루이는 <몬스터 헌트>에 힘입어 민영 배급사 4위에 자리할 수 있었다. 사업 다각화 등에 힘쓰고 있는 화이브라더스는 배급편수는 9편으로 적지 않았으나, 7위에 그치고 말았다.

한편 각 업체별로 배급한 영화의 장르를 나눠보면, 우저우의 경우 <하락특번호> <전병협> 등 14편 중 7편이 코미디였고, 광셴은 11편 중 6편이 멜로영화였다. 보나는 코미디, 러스는 멜로 배급편수가 비교적 많았으나 다른 장르도 골고루 다루는 경향을 보였다.

<표 4> 2015년 중국 영화시장 민영 배급사 흥행 수입(중국영화) TOP10 (단위: 억 위안)

순위	회사명	총흥행 수입	배급편수	편당 평균 흥행 수입	흥행 수입 1위 배급영화 (흥행 수입)
1	우저우	67.5	14	4.72	하락특번뇌(14.4)
2	광셴	37.9	11	3.16	로스트 인 홍콩(16.1)
3	보나	30.6	13	2.03	도성풍운 2(9.7)
4	렌루이	29.5	3	9.85	몬스터 헌트(24.4)
5	러스	23	13	1.77	구층요탑(6.8)
6	잉렌(影联传媒)	13.2	7	1.88	몽키킹: 영웅의 귀환(9.5)
7	화이브라더스	12.2	9	1.26	노포아 老炮儿(4.7)
8	형예(恒业影业)	8.8	8	1.10	스페셜포스: 특수부대 전량(5.4)
9	매그림(剧角映画)	4.7	4	1.18	치자화개 栀子花开(3.8)
10	화처(华策影业)	2.4	4	0.59	불가사이 不可思议(1.1)

*자료: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

극장

2015년 중국 극장 체인 1위는 전년에 이어 완다가 차지했다. 60.9억 위안의 흥행 수입으로 2위인 중잉싱메이와 압도적인 격차를 보였다. 전체적인 순위에는 큰 변동이 없는 가운데 중잉디지털과 형덴이 전년 대비 높은 성장률을 기록했고, 전년도 10위였던 베이징신잉렌(北京新影联) 대신 장수싱푸란하이(江苏幸福蓝海院线)가 새롭게 순위권에 진입했다.

<표 5> 2015년 중국 영화시장 극장 체인 TOP10

순위	체인명	총흥행 수입(억 위안)	점유율
1	완다(万达院线)	60.9	13.9%
2	중잉싱메이(中影星美)	37.2	8.5%
3	따디(大地院线)	35.1	8.0%
4	상하이렌허(上海联和院线)	30.4	6.9%
5	중잉난팡(中影南方新干线)	29.9	6.8%
6	광저우진이(广州金逸珠江)	28.8	6.6%
7	중잉디지털(中影数字院线)	21.2	4.8%
8	형덴(横店院线)	19.8	4.5%
9	저장스다이(浙江时代)	15.6	3.6%
10	장수싱푸란하이(江苏幸福蓝海院线)	13.8	3.1%

*자료: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

흥행

2015년에도 액션과 코미디, 멜로는 중국에서 가장 사랑받는 장르로 꼽혔다. 그러나 이 중 멜로는

코미디에 2위 자리를 내주었다. 편수 점유율은 23%였지만, 흥행 수입 점유율은 12%대에 머물러 몇 년 동안의 전성기가 다소 지나간 듯하다. 코미디는 여전히 '가성비 대비 좋은 성능'을 보여주었다. <로스트 인 홍콩> <하락특번호> <전병협> 등이 흥행에 성공을 거두었다. 2014년에 점유율이 24%에 육박했던 SF가 주춤한 가운데, 판타지와 애니메이션이 눈에 띄는 상승세를 보여주었다. <몬스터 헌트> <심용결> <구충요탑> <퇴마전: 마령검의 비밀> 등 원작이 있는 판타지영화가 2015년에 큰 사랑을 받았는데, 이들 대부분은 3D로 제작돼 자국 판타지물에 대한 관객의 욕구를 만족시켰다.

판타지영화의 원작은 대부분 인터넷 소설에 기반하고 있다. 2015년 중국 영화계에서는 영화화할 수 있는 IP에 대한 관심이 폭발적이었고, IP에 기반해 만들어진 영화에 대한 호응도 적지 않았다. <전병협>은 웹드라마, <하락특번호>는 연극, <달려라 형제 奔跑吧! 兄弟>⁸는 리얼리티 프로그램, <꺼져! 종양군 滚蛋吧! 肿瘤君>은 애니메이션을 원작 IP로 하는 작품들이다. 그 외에도 인터넷 게임, 드라마, 가요 등이 IP로 활용됐을 뿐 아니라 한국의 웹툰 등 외국 IP에 대한 구매 열풍도 강하게 일었다.

50여 편이 개봉된 애니메이션의 활약은 주목할 만하다. <몽키킹: 영웅의 귀환>은 9억 5600만 위안의 흥행 수입을 거둬 <쿵푸 팬더 2>(6억 1700만 위안)를 넘어 역대 중국 애니메이션 사상 최대 흥행을 기록했다. 중미합작 <쿵푸팬더 3>가 제작되고, 알리잉예와 광선, 텐센트 등 유력 영화사들이 애니메이션을 미래 중점 전략으로 선포하는 등, 중국 애니메이션의 브랜드와 가치는 점점 높아지고 있는 상황이다.

한편 중국 시장에서 '장르 다양화' 현상이 활발해지고 관객 수도 늘어나면서 기존에 외면받던 유형의 영화들도 조금씩 입지를 넓혀가고 있다. 예술영화의 거장인 자장커의 <산하고인>은 3221만 위안을 기록, 그동안 개봉했던 자장커 영화의 흥행 수입을 모두 합친 것보다 더 많은 흥행 수입을 기록했으며, <노포아> 등 예술영화와 상업영화의 요소를 결합한 영화가 시장에서 환영받는 일도 생겼다. <열일작심 烈日灼心> <세이빙 미스터 우> 등 범죄, 미스터리 장르에 예술성이 가미된 영화들도 좋은 평가를 받았으며, <선풍9일 旋风九日> 등 천만 위안이 넘는 흥행을 기록한 다큐멘터리도 등장했다.

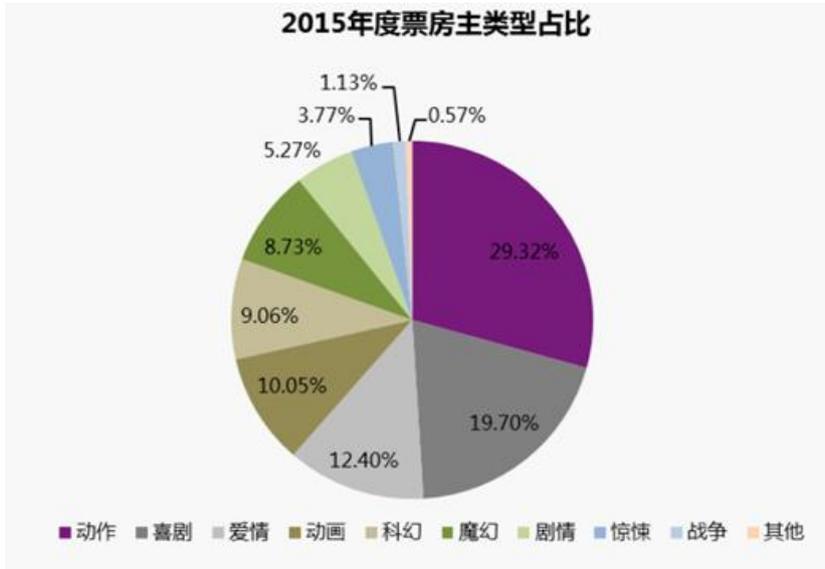
흥미로운 것은 지역별로 선호하는 장르가 다르다는 점이다. 1선, 2선 도시⁹는 외국영화를, 3선과 4선 도시는 중국영화를 더 선호하며, 1선, 2선 도시는 스토리와 비주얼을 중시하는 반면 3선 이하 도시는 가벼운 오락영화를 선호한다고 알려졌다. 2015년 외국영화 흥행 수입의 67.2%가 1선, 2선 도시에서 나왔고, 반대로 중국영화는 2선 이하의 도시에서 훨씬 흥행 기록이 좋았다. 예술성이 높은 영화와 다큐멘터리 등은 1선, 2선 도시에 관객이 집중되는 경향을 보인다. 2015년 영화관 건설

⁸ 한국의 SBS 예능 프로그램 <런닝맨>의 포맷을 수입해 제작한 중국판 <런닝맨>을 영화화한 작품.

⁹ 중국은 인구 규모와 경제 수준, 주변 지역 영향력 등에 따라 도시를 1선, 2선, 3선 등으로 나누는데 법적인 용어가 아닌 까닭에 자료에 따라 리스트가 다르다. 대체로 베이징, 상하이, 선전, 광저우, 톈진 등이 1선 도시에 꼽히고, 2선 도시로는 충칭, 청두, 난징, 우한, 항저우, 시안 등이 꼽힌다.

이 3선 이하의 도시에서 집중적으로 이뤄지는 등, 2~3선 도시들이 극장 관객 수에서 차지하는 비중이 1선 도시를 압도하고 있는 기세다. 이미 2선 도시가 전체 흥행 수입에서 차지하는 비중은 40%를 넘어 1선 도시의 2배에 달하고 있다. 이들 '소도시 젊은이'들은 19~30세로 대부분 대학 재학 이상의 학력을 소유하고 있고, 코미디와 중국영화를 선호하는 것으로 파악된다.¹⁰

<그림 7> 2015년 중국 영화시장 장르별 흥행 수입 점유율
2015年度票房主类型占比



*출처: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc.)

순위별로 액션/ 코미디/ 멜로/ 애니메이션/ SF 판타지/ 드라마/ 공포&스릴러/ 전쟁/ 기타

흥행 시즌을 살펴보면 여름방학이 시작되는 7월이 가장 큰 성수기로 자리를 잡아가고 있음을 알 수 있다. 춘제를 전후한 연휴 기간을 끼고 있는 2월은 2015년에도 49억 위안을 기록했지만, 55억 위안을 돌파한 7월에는 못 미쳤다. 2월과 10월에는 북미 박스오피스 규모를 넘어서기도 했다. 대체로 춘제(2월), 여름방학(7월), 국경절(10월) 등 일부 시즌에만 집중되는 관객이 전반적으로 고르게 분포되는 경향으로 바뀌어가는 추세다.

<그림 8> 2014~2015년 중국 영화시장 월별 흥행 수입 (단위: 억 위안)

¹⁰ 尹鸿, 孙伊斌, 2015年中国电影产业备忘, 《电影艺术》第367期



*출처: 「2015~2016年中国电影产业研究报告」(艺恩Ent Group Inc)

4. 미래 전망도 밝다

2015년 중국 영화산업은 50%에 가까운 극장 시장의 성장과 함께 자국영화 점유율 상승과 관객 수 증가, 영화 장르의 다양화와 더불어 영화법 제정 등 정책의 확실한 지원을 등에 업는 등 여러 모로 보람찬 한 해를 보냈다. 2014년부터 시작된 알리바바, 바이두, 텐센트 등 인터넷과 영화 분야의 협력과 상호 진출은 2015년에는 더욱 뚜렷하게 영화산업에 영향력을 드러내고 있는데, 이 역시 부정적인 흐름은 아닌 것으로 보인다.

극장 수입의 폭발적인 증가 추세는 반갑지만, 부가 시장의 부진으로 인해 과도하게 극장 시장에만 의존하고 있는 것은 여전히 문제로 지적된다. 중국영화의 해외 수입 역시 2015년 27억 7100만 위안¹¹에 그쳐 내수 시장에 비해 규모 면에서 내세울 만하지 못하다. 해외 시장에 대한 개척은 개별 콘텐츠보다는 '차이나머니'를 앞세운 해외 업체에 대한 투자와 인수가 더 눈에 띄었다.

중국의 주요 영화업체가 할리우드의 영화제작사를 인수하는 등 일회성 프로젝트 투자에서 벗어나 장기적인 관계 형성에 나서고 있는 흐름은 한국에도 그대로 나타났다. 2015년 3월 화이브라더스와 쇼박스는 독점 파트너십 계약을 체결하고 '쇼박스차이나'를 설립해 3년간 6편 이상의 합작영화를 제작한다는 계획을 발표했으며, 10월에 NEW와 화처가 합자법인 '화처허신HUACE&NEW'의 출범식에서 <마녀> <뷰티 인사이드> <더 폰>의 제작 계획을 밝히기도 했다. <미인어 美人魚> <구충요탑> 등 중국의 흥행 대작에 한국의 VFX 업체가 참여해 호평받고, 김수현 주연의 <리얼>에 알리바바가 제작비 전액을 투자했으며, CJ CGV와 롯데시네마가 중국 시장에서 성과를 보이는 등 다양한 분야에서 한국은 여전히 성장세인 중국 시장과 교류 및 협력을 하고 있다.

2016년에도 저우싱츠의 <미인어>가 30억 위안을 돌파하며 <몬스터 헌트>의 역대 흥행 1위 기록을 갈아치우고 춘절이 있는 2월에는 68억 7946만 위안이라는 역대 최고 월 흥행 수입을 기록하는 등, 중국 영화산업은 예측이 불가능할 정도로 빠르게 성장을 지속하고 있다.

¹¹ 尹鸿, 孙伊斌, 2015年中国电影产业备忘, 《电影艺术》第367期