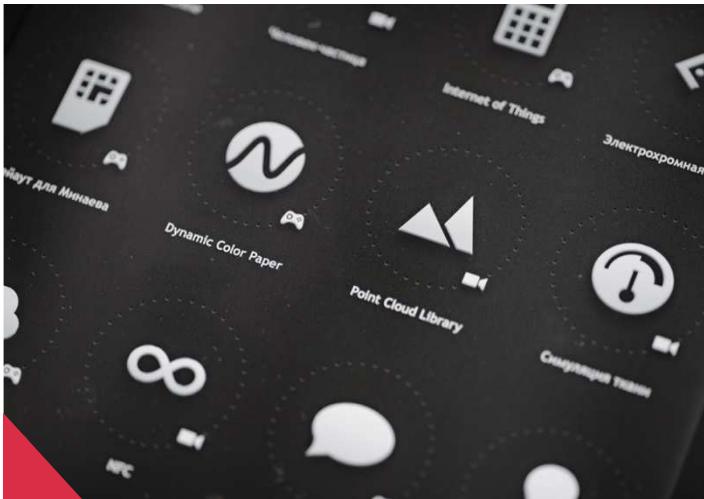


콘텐츠 제작에 있어서

CHINA MONEY의

숨은 진실과 대응방안



INDEX

1. 차이나 머니 현황
2. WHY?
3. 대응 방안
4. 결론

CHINA MONEY 현황



WANDA GROUP / 완다 그룹

완다는 중국 최대 부동산 기업이자 유통 기업. 중국 전역에 85개에 달하는 대형 쇼핑몰, 75개 백화점, 5성급 호텔 51곳, 전 세계에 495곳의 영화관, 등 보유. 또한, '완다원선'이 현재 중국 원선 중 1위.

- 미국 AMC 인수해 세계최대 영화관 운영업체로 우뚝
- '중국판 할리우드'인 '칭다오 오리엔탈 무비 메트로폴리스' 건설을 계
→ 중국 미디어 세계화 추진 가속화



ALIBABA / 알리바바

중국 최대 전자상거래 업체이며, 약 80%의 점유율을 차지. 2013년 기준 알리바바 산하의 사이트에서 팔린 상품은 2480억 달러어치로 이베이, 아마존(Amazon)의 거래 규모를 더한 것보다 더 많다.

- 미국주식시장 상장, 218억 조달
- 알리바바 한국사무소 설립, 중국내 영화 투자·배급사 설립 추진 중
- 진가신, 주성치, 왕가위 감독 등 중국 유명 감독 영입



HUACE FILMS&TV/ 화책미디어 그룹

중국 최대 드라마제작사 화책미디어그룹은 중국 안팎의 내로라하는 투자기관이 '영화 1등주'로 부르며 해외 진출에도 시동을 걸었다. 앞으로 세계 30개 국가와 지역에서 자사의 중국어 콘텐츠를 서비스할 계획이다.

- 한국 넥스트엔터테인먼트월드(NEW) 지분 15% 인수 (약 538억원)
- CJ E&M <이별계약> 등 한중합작프로젝트 투자

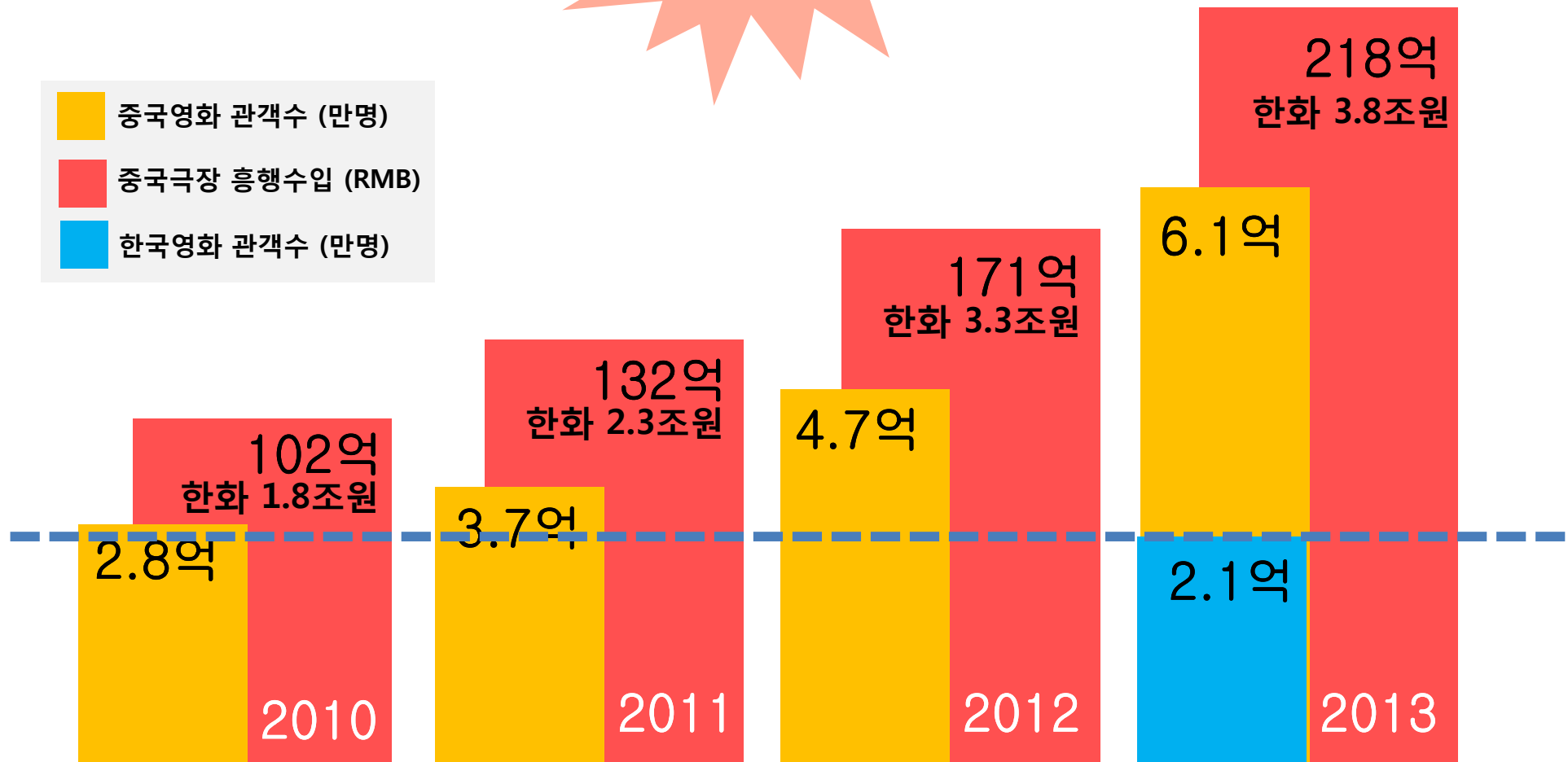
CHINA MONEY 현황 : 중국의 주요 투자 / 배급사

구분	주요 설명	2013 점유율	박스
Huayi Bro. (华谊兄弟影业投资有限公司)	2005년 3월 설립, 중국 최대의 민영 제작사 - 유명 감독/배우 풀을 기반으로 웰메이드 로컬 영화 제작 위주 : 펑샤오강(冯小刚), 텡화타오(滕华弢), 장지중(张纪中) 등 - 원선 지분 참여, 극장(150개 스크린) 공격적으로 확장 중	12.5%	29.55억 위안 (₩4천9백억)
Enlight (北京光线影业有限公司)	1998년 미디어 사업자로 사업 시작 - 중국어로 제작된 합작 영화의 투자 및 배급을 주로 함 - 중국내,외 우수 영화제작사의 상업영화에 주로 투자를 하고 중국본토 내의 배급권을 획득하여 배급	6.9%	18.8억 (₩3천억)
BONA (博纳影业集团)	2003년 설립, 중국 최대 민영 배급사 - 근 6년동안 중국영화 뿐만 아니라 100여 편에 달하는 중국영화와의 합작작품(대다수 홍콩과의 합작작품)을 성공적으로 배급. - 배급사 노하우와 마케팅 영향력 기반으로 연 평균 8편내외 배급, 171개 스크린 보유	3.2%	10.1억 위안 (₩1천6백억)
완다 (万达)	1998년 부동산사업자로 사업 출발 - 부동산 사업기반 원선 진출 성공, 중국 최대 원선이자 극장사업자 - 강력한 원선 기반으로 규모의 배급 진행(연간 13편 내외), 연간 6편 제작및 미국 AMC 인수 등 해외 시장 진출 활발	1.9%	7.2억 위안 (₩1천1백억)
Leshi (乐视网)	- 온라인 동영상 사이트 'LeTV'를 운영, 중국 전역 108개 도시에 1200여개 스크린을 가지고 있는 중국 최대 온·오프라인 플랫폼 회사 - 중국 최대 온·오프라인 플랫폼 회사이자 투자배급사 '러스잉에' 장자오 대표, 최근 한·중 공동제작 계획을 발표함	0.9%	12억 (₩2천억)

▶ 25% 민영배급사 / 75% 국영배급사 : CFG(中影, China Film Group), Huaxia (华夏)

WHY?

중국 영화시장 매년 성장세 30% 이상 유지
내수시장 폭발



WHY?

중국 박스오피스 순위

2013년

	제목	최종 B/O
1	서유, 항마전	3,096만 명
2	So Young	2,241만 명
3	아이언맨 3	1,796만 명
4	퍼시픽림	1,719만 명
5	적인걸2	1,478만 명
6	중국합화인	1,667만 명
7	시절인연	1,642만 명
8	소시대	1,517만 명
9	분노의 질주6	1,240만 명
10	크루즈패밀리	1,067만 명

2014년

	제목	최종 B/O
1	트랜스포머4	5,654만 명
2	심화로방	3,560만 명
3	서유기지대노천궁	2,981만 명
4	엑스맨: 데이즈 오브 퓨처 패스트	2,065만 명
5	캡틴 아메리카 : 윈터 솔져	2,057만 명
6	흑성탈출: 반격의 서막	2036만 명
7	아빠 어디가	1,986만 명
8	분수대사	1,901만 명
10	명량	1,760만 명
10	가디언즈 오브 더 갤럭시	1,686만 명

WHY?

급속한 시장 팽창에 따른 소프트웨어 부족

Well-made 가능한 우수감독 부재

- 진출 준비 : 강제규, 이재한, 장우현, 장철수, 등
- 진출 성공 : 오기환, 안병기

내수 기획/제작 인프라의 Inflation

- 기획/제작 인프라 : 작가,
- 영화 Creator 인건비 상승

온·오프라인 유통망 확대에 따른 수익률 증가

WHY?

중국사업자의 방향

- 오기환 감독 <이별계약>
- 안병기 감독 <필선> 시리즈
- 곽재용 감독 <나의 조기 갱년기 여자친구>, 2014년 개봉
- <아빠어디가>, <꽃보다할배> 등 TV프로그램 수출

한국+중국 합작 사례

- 차이나머니를 앞세운 인프라 확보에 주력
- 신형 플랫폼 사업자 VS 전통기반의 영화유통사업자 경쟁
- 내수시장 성장에 힘입은 상장모델

대응방안

“CHINA MONEY, an OPPORTUNITY.”

PORTFOLIO

이별계약 (2013)



이별계약

감독 : 오기환

장르 : 로맨스

개봉일: 2013.4.12

주연: 바이바이허, 평위옌

최종박스 : 2억 RMB

SYNOPSIS | 시놉시스

서로 사랑했던 두 사람, 이별 후 그들의 진짜 사랑이 시작된다. 리싱과 차오차오 커플은 차오차오의 갑작스러운 이별 통보로 5년간의 이별계약 기간을 두고 헤어지게 된다. 5년 후에도 솔로라면 결혼을 하자는 마지막 약속. 그러나 5년의 계약기간이 끝나갈 무렵, 리싱은 차오차오에게 갑작스러운 결혼 소식을 전하는데….

PORTFOLIO

이별계약 (2013)



이별계약

감독 : 오기환

장르 : 로맨스

개봉일: 2013.4.12

주연: 바이바이허, 평위옌

최종박스 : 2억 RMB

KEY POINT I 의의

한국과 중국, 말레이시아의
주요 STAFF들이 함께 만들어
낸 첫 글로벌 합작프로젝트.

PORTFOLIO

20세여 다시 한 번 (2015)



20세여 다시 한 번

감독 : 천정다오

장르 : 코미디/로맨스

개봉일: 2015년 1월

주연 : 양쯔샨, 꾸이야레이, 루한

SYNOPSIS | 시놉시스

평생을 가족을 위해 살았지만 양로원에 보내질 위기에 놓인 70대 할머니가 젊고 예뻐던 20대 아가씨의 몸을 갖게 되면서 벌어지는 좌충우돌 해프닝. (韓 <수상한 그녀> 모티브)



PORTFOLIO

20세여 다시 한 번 (2015)



20세여 다시 한 번

감독 : 천정다오

장르 : 코미디/로맨스

개봉일: 2015년 1월

주연 : 양쯔산, 꾸이아레이, 루한

KEY POINT I 의의

한·중 동시기획 작품,

한국판 <수상한 그녀> 800만 신화 기록

중국판 2015년 1월 개봉 예정.

PORTFOLIO

평안도 (2015)



평안도

감독 : 장윤현

장르 : 미스터리/스릴러

개봉일: 2015년

주연 : 황리성, 타이리런

SYNOPSIS | 시놉시스

해저 광맥을 찾아 해매던 탐사단이 불의의 사고로
지도에도 없는 무인도에 불시착하고, 그곳
에선 원인 모를 공포 속에 죽음이 이어지는
데.. 과연 이들은 평안도를 탈출할 수 있을까.



PORTFOLIO

평안도 (2015)



평안도

감독 : 장윤현

장르 : 미스터리/스릴러

개봉일: 2015년

주연 : 황리성, 타이리런

KEY POINT I 의의

Niche Market 전략으로 탄생된
미스터리/스릴러 한·중 합작프로젝트.

WHY? 한중합작 콘텐츠 제작

- 한국영화시장의 포화
- 교감 가능한 아시아 문화코드
- 영화 합작시스템이 갖고 있는 장점
활용
- 중국과의 협업 모델 구축



OPPORTUNITY!



- LOCALIZATION을 통한 GLOBALIZATION
- “Utilization of Vehicle Methodology in Economics”
- 중국의 제작 유통 인프라와 결합한
아시아 및 글로벌 시장 교두보 마련

T H A N K Y O U

2014 제2회 창조경제활성화 포럼