

# 중국(북경) 콘텐츠 산업동향

2021년 6호

코로나19 사태 이후 중국 TV·웹 드라마 시장 동향(2020)

## 중국 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF CHINA

2021년 6호

구분(장르)	제 목	페이지
심층 이슈	▶ 코로나19 사태 이후 중국 TV·웹 드라마 시장 동향(2020)	
	1. 거시적 관점 : 시대의 새로운 추세, 드라마 시장의 새로운 동향	1p
	2. 중국 TV·웹 드라마 시장 현황 : 양보다는 질적 향상으로	
	3. 변화 : 단편 드라마의 급성장과 장르 세분화 추세	
4. 전망 : 이성 · 변혁 · 혁신		
장르별 차트	▶ 드라마 시청률 TOP10	23p
	▶ 예능 시청률 TOP10	
	▶ 박스오피스 TOP10	
	▶ 온라인·모바일 게임 TOP10	
	▶ 음원1 TOP10	
센터 안내	▶ 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 소개	27p
	1. 북경비즈니스센터 안내	
	2. 북경비즈니스센터 현지 통역 서비스 지원 안내	
	3. 2020 중국 문화산업 비즈니스 가이드	
	4. 재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원 가입 안내	
	5. 한국콘텐츠진흥원 북경 현지 자문단 운영 안내	
	6. 북경비즈니스센터 위챗 공식 계정 운영 안내	

작성 | 한국콘텐츠진흥원 중국(북경)비즈니스센터

배포 | 2021.04.22



## 심층이슈

### I. 코로나19 사태 이후 중국 TV·웹 드라마 시장 동향(2020)

#### 작성순서

1. 거시적 관점 : 시대의 새로운 추세, 드라마 시장의 새로운 동향
2. 중국 TV·웹 드라마 시장 현황 : 양보다는 질적 향상으로
3. 변화 : 단편 드라마의 급성장과 장르 세분화 추세
4. 전망 : 이성 · 변혁 · 혁신

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

#### I 거시적 관점 : 시대의 새로운 추세, 드라마 시장의 새로운 동향



##### ✔ 정책 조정 통해 드라마 시장의 건전한 발전 유도

- 콘텐츠 : ‘출연료 제한’, ‘회차 제한’ 등의 정책을 통해 콘텐츠 제작 시장을 관리하고 드라마 품질과 제작 규범의 보다 높은 수준을 요구함.
- 창작 : 담당 부서가 영화 및 드라마의 주제, 기획, 창작에 명확한 기준을 제시하고 ‘중요한 혁명 소재’, ‘역사 소재’, ‘현실주의 소재’ 드라마 제작을 장려함.
- 편성 : 국가신문출판방송총국(国家新闻出版广电总局, 이하 ‘광전총국’)에서 추천한 100 편의 주요 작품 중 ‘빈곤 퇴치 드라마’, ‘임무극(가치 유도형 드라마, 任务剧)’ 등이 선도적 역할을 시범 수행하여 위성 방송국의 편성에 영향을 줌.
- 시청률 : 광전총국은 ‘중국 시청 빅데이터’를 기반으로 황금 시간대<sup>1)</sup> 드라마 시청 지표 평균치를 발표하여 시청률 조작을 단속하고 다운스트림(콘텐츠 소비 단계)의 송출 시장을 통제함.

##### ✔ 시대에 맞추어 드라마 산업 변혁 촉진

- 제작 : 단기적 휴업 공백을 딛고 다시 빠르게 업무를 재개했으며 제작 분야 업스트림(콘텐츠 기획, 제작 단계)의 생산 능력이 회복되고, 드라마 시장 규모도 확대되기 시작함.
- 배급·홍보 : 온라인 론칭, 온라인 라이브 방송 흥행 등 배급·홍보 경로를 오프라인에서 온라인으로 전환하면서 새로운 기회를 맞이함.
- 송출 : (1) 콘텐츠 확장: 인터랙티브(쌍방향), 모바일 맞춤형, 미니 시리즈 콘텐츠 증가.  
(2) 형식 혁신: 단편 드라마가 점차 웹 드라마의 주류로 자리를 잡음.  
(3) 운영 혁신: 동영상 플랫폼이 ‘극장’ 운영 모델 적용, 세분화된 콘텐츠별로 규모 성장, 소재별 콘텐츠의 브랜드화 주력.

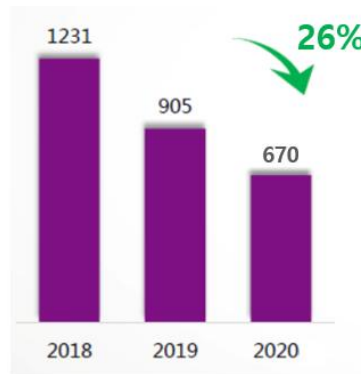
1) 황금 시간대는 중국 시간 19시30분~21시50분을 가리킴.

II 중국 TV·웹 드라마 시장 현황 : 양보다는 질적 향상으로 >>>

1. 드라마 제작 및 송출 현황

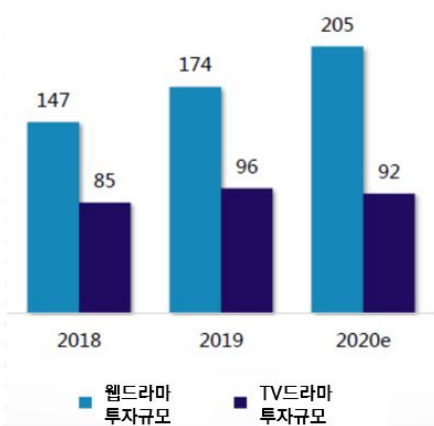
✔️ **배급은 줄었지만 품질은 지속적 향상**

- 광전총국 자료에 따르면, 지난 해 중국 국내 드라마는 전년 대비 235 편(26%) 감소한 670 편이 등록됐음. 지난 해 코로나 19 영향으로 1 만 개 이상의 영화, 드라마 제작 회사가 폐업하고 상당수가 휴업함. 하지만 예년에 송출하지 못한 드라마를 많이 방영해 지난 해 드라마 송출 수는 오히려 전년 에 비해 39 편이 늘어남. 업계의 희망 사항인 '재고 정리'를 실현함.

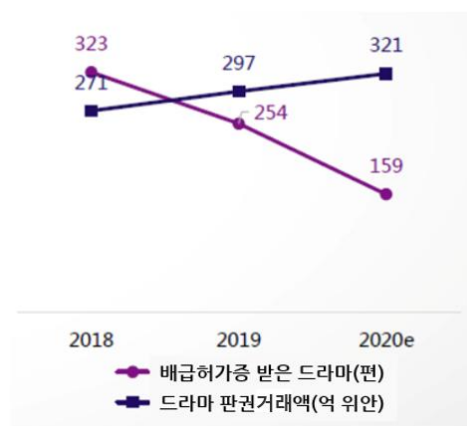


|그림 1| 2018년~2020년 광전총국 중국 국내 드라마 등록 편수  
(출처: 광전총국, ENDATA)

- 드라마 배급 시장에 대한 규제가 강화되면서 배급이 해마다 감소하고 있지만, 드라마 품질의 지속적인 향상을 촉진한 데 힘입어 투자 규모가 안정적으로 성장함. 또한, 드라마 판권 거래 시장이 호황을 누리면서 판권 거래액이 계속 증가하는 등 드라마 시장이 양보다 질적 향상을 추구하는 새로운 단계에 접어듦.



|그림 2| 2018~2020년 드라마 투자 규모(단위: 억 위안)  
(출처: ENDATA)



|그림 3| 2018~2020년 배급 허가증을 취득한 드라마 편수 및 드라마 판권 거래액<sup>2)</sup>  
(출처: 광전총국, ENDATA 추산)

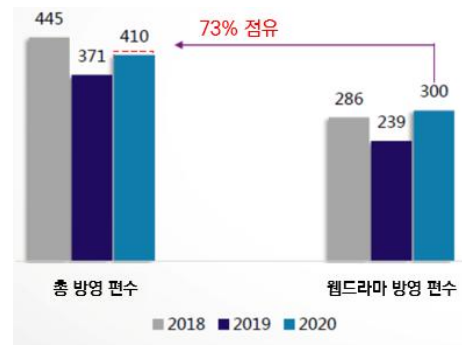
2) 배급 허가증을 취득한 드라마 통계 자료의 출처는 광전총국이며, 2020년 데이터는 예측값.

❖ 중국 드라마 송출 규모 소폭 증가, 웹 드라마는 증가세 뚜렷

- 지난 해 드라마 송출 규모는 전년에 비해 소폭 증가함. 중국 5대 위성 채널 중 후난(湖南)위성, 베이징(北京)위성, 장쑤(江苏)위성은 송출 규모가 늘고 상하이동팡(上海东方)위성은 비슷한 수준을 유지했으나, 저장(浙江)위성은 무려 11.11%나 감소한 것으로 나타남. 이 중 TV 드라마는 2019년에 비해 16.6% 감소한 110편만 송출함.

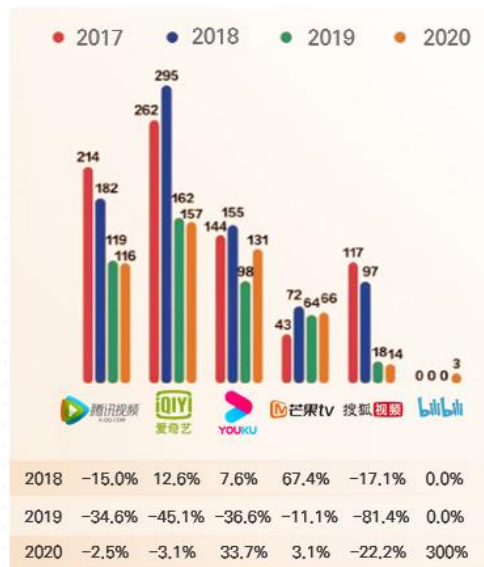


[그림 4] 2020년 5대 위성채널 드라마 송출 편수 및 증감율 (출처: 2020 텐센트 오락백서<sup>3)</sup>)



[그림 5] 2018~2020년 드라마 총 송출 편수 및 웹 드라마 방영 편수 (출처: ENDATA)

- 웹 드라마 송출 규모가 전체 드라마의 70% 이상을 차지해 TV 드라마에 비해 증가세가 훨씬 뚜렷함. 중국 6대 동영상 플랫폼의 드라마의 송출 규모를 살펴보면 업계 선두 아이치이(iQiyi, 爱奇艺)를 비롯해, 텐센트(Tencent, 腾讯), 망고 TV(Mango TV, 芒果 TV), 소후(Sohu, 搜狐)는 전년에 비해 미세한 등락이 있었으나, 유쿠(Youku, 优酷)는 나홀로 33.7%나 성장함. 지난해 업계에 진출한 빌리빌리(bilibili, 哔哩哔哩)는 드라마 3편을 송출함.

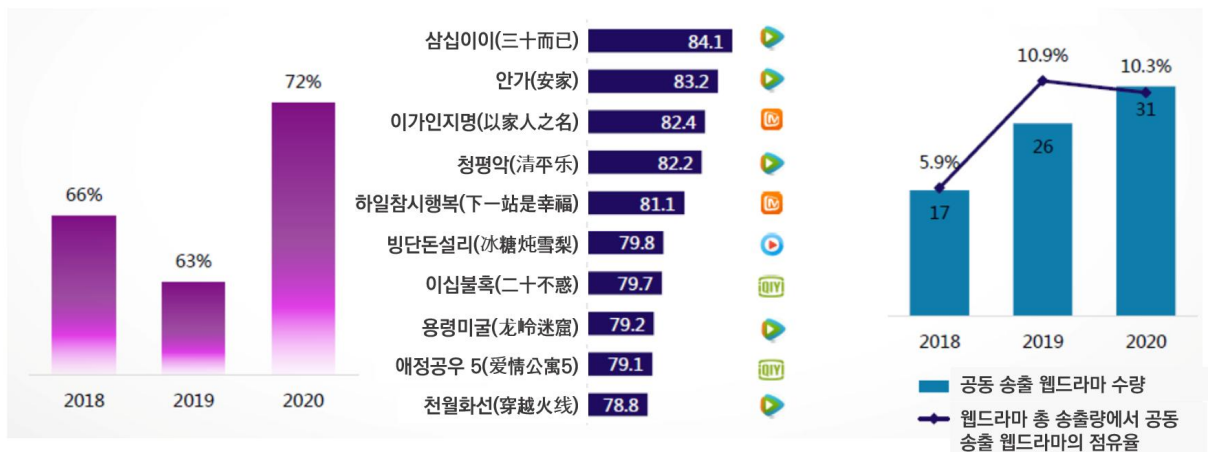


[그림 6] 2017~2020년 6대 동영상 플랫폼의 드라마 송출 규모 및 증감율 (출처: 2020 텐센트 오락백서)

3) 출처: '2020' 텐센트 오락백서'. 2020년 드라마 통계 자료 범위는 1월1일부터 12월20일까지

☑️ 위성 채널 드라마 공동 송출 일반화, 웹 드라마는 독점 송출에서 공동 송출로 점차 전환

- 위성 채널 '황금 극장'<sup>4)</sup> 시간대 프로그램의 편성을 보면, 독점 송출을 꾸준히 지키는 후난위성을 제외하면 공동 송출이 일반적임. 지난 해 27 편의 드라마를 위성 채널에서 공동 송출함. 코로나 19 극복을 소재로 한 드라마 <자이이치(在一起, 20년 9월)>는 5대 위성 채널(베이징 위성, 상하이동팡위성, 장쑤위성, 저장위성, 후난위성)에서 공동 송출했고 빈곤 퇴치 소재의 드라마 <석두개화(石头开花, 2020년 11월)>는 장쑤위성, 상하이동팡위성, 광둥위성, 저장위성에서 공동 송출함. 공동 송출한 드라마 총 편수는 2019년과 비슷한 수준을 유지함.
- 웹 드라마의 경우 지난 해 독점 송출이 전체의 72%를 차지하며 비중이 더 늘어남. 텐센트 동영상 플랫폼에서 송출한 <삼십이이(三十而已, 2020년 7월)>가 대표적인 예. 이와 함께, 콘텐츠의 제작 원가와 높은 재고량의 영향으로 웹 드라마의 공동 송출도 늘어나는 추세임. <아시여환수(我是余欢水, 2020년 4월)>, <고동국중국 2(古董局中局 2, 2020년 5월)>를 비롯하여 중국 최대 문화 콘텐츠 리뷰 사이트인 더우반(豆瓣) 평점 7점 이상을 받은 웹 드라마는 대부분 여러 플랫폼에서 공동 송출함. 고품질 웹 드라마가 공동 송출의 인기 프로그램으로 자리 잡음. 독점 송출 시장의 선두 주자인 텐센트 비디오는 지난 해 중국산 웹 드라마(총 31편) 공동 송출의 65%를 차지하는 등 이 부문에서도 앞서가고 있음.



[그림 7] 2018~2020년 독점 송출 드라마 비중

[그림 8] '2020년 ENDATA 종합 방영지수' TOP10인 독점 송출 드라마 (출처: ENDATA)

[그림 9] 2018~2020년 공동 송출 웹 드라마 수량 및 비중

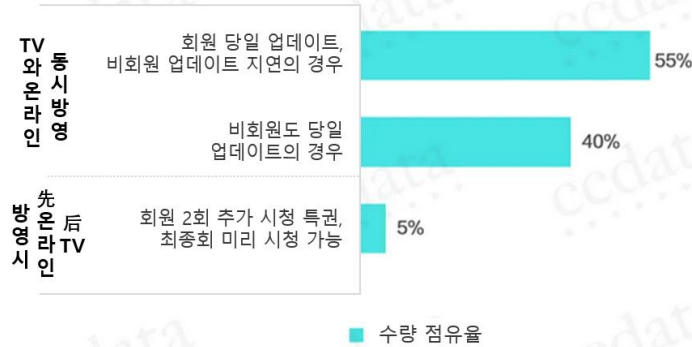
☑️ 선 온라인 후 TV, 초전점보(超前点播)<sup>5)</sup>: TV 채널과 온라인 플랫폼 간 협력 증대

- 2020년 상위권 위성 채널에서 저녁 시간대에 송출하는 드라마는 텐센트, 아이치이, 유쿠, 망고TV 등 온라인 플랫폼과 긴밀하게 협력해 송출하며 '선 온라인, 후 TV'의 시간차가 점차 줄어들음. 이는 양질의 콘텐츠를 지향하기 때문으로 풀이됨. <삼십이이>는 '초전점보'를 도입한 최초의 TV 드라마로 온라인과 오프라인 공동 송출의 시작을 알렸으며, 이를 계기로 TV 채널과 온라인 플랫폼의 협력이 증대함. 하지만 온라인 플랫폼에서

4) 위성채널 황금 극장 시간대: 19시 30분~24시 00분.

5) 초전점보(超前点播)란, 동영상 사이트에서 드라마 내용 일부를 유료로 선공개해 이를 결제하면 일반 회원보다 먼저 시청이 가능하게 한 서비스.

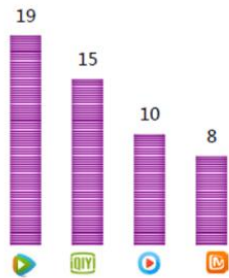
판권을 보유하고 있는 드라마를 CCTV와 위성채널 등에서 송출 할 경우, 방영 시 여전히 '선 온라인, 후 TV'의 모델을 따라야 함. '회원 우선 시청', '초전점보' 등으로 온라인과 오프라인의 협력 방식을 더 보완해야 함.



[그림 10] 2020년 저녁 시간대 드라마 TOP20 : 송출 방식 대조 (출처: CCDData)

중국 드라마 수준 향상, 웹 드라마 고품질화 추세 뚜렷

- 중국 국내 드라마는 양과 질에서 모두 성장한 가운데, 텐센트 동영상 플랫폼이 콘텐츠 시장 선두 자리를 차지함. '2020년 ENDATA 종합 방영지수'<sup>6)</sup> TOP30 드라마 중 텐센트가 총 19편을 차지했으며, 이중 독점 드라마 2편, 공동 송출 드라마 1편이 TOP3를 차지함.



[그림 11] 2020년 각 플랫폼 중 ENDATA 종합 방영지수 TOP30 드라마 송출 수량(단위: 편)



[그림 12] 2020년 ENDATA 종합 방영지수 TOP10 드라마

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터<sup>7)</sup>)

- '2020년 ENDATA 종합 방영지수' TOP100 드라마에 대한 더우반 평균 평점은 6.4 점에 달했고, 7점 이상의 화제성 중국 드라마가 전체의 17%를 차지하는 등 양질의 작품이 점점 늘어남. 이 중 웹 드라마의 경우, 더우반 평점 7점 이상의 작품이 전년 대비 41%나 증가함. 출연진부터 제작진까지 기존 TV 드라마와 견줄 정도의 고품질화, 전문화의 단계로 들어섬. '2020년 ENDATA 종합 방영지수' TOP50 드라마 중 웹 드라마의 점유율도 2019년의 38%에서 46%로 늘었으며, 고품질 웹 드라마 역시 갈수록

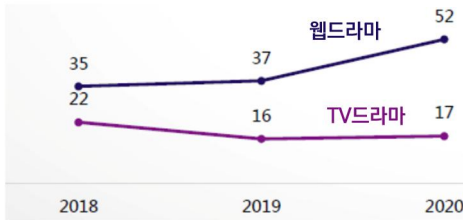
6) 'ENDATA 동영상 콘텐츠 종합 방영지수'는 영화, 드라마 등 영상물을 송출한 후, 콘텐츠 가치에 대한 종합 평가를 반영함. '미디 어 인기지수', '사용자 인기 지수', '호평 지수', '시청 지수' 등 데이터를 통합하여 도출한 것으로 모니터링 범위는 영화, 인터넷 영화, TV 드라마, 웹 드라마, TV 예능 프로그램, IP 예능 프로그램, 국내외 연재 애니메이션을 포함함.

7) 본 보고서에서 인용한 'ENDATA 동영상 빅데이터(艺恩视频智库)'에서 2020년 관련 데이터 통계 시간은 2020년 12월 25일까지 임.

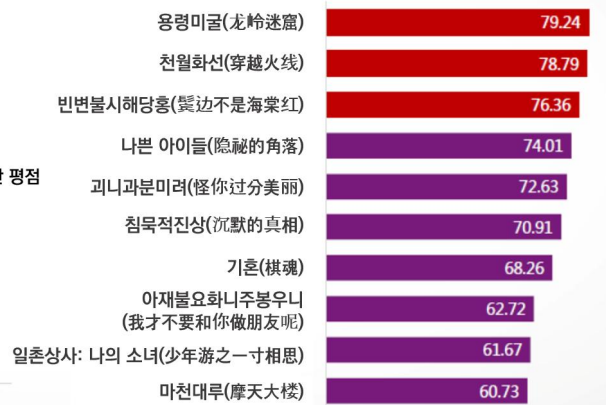
늘어나는 추세임. 이 중에서 특히 <용령미굴(龙岭迷窟, 2020년 4월)>, <은비적각락(국내 방영명: 나쁜 아이들, 隐秘的角落, 2020년 11월)>과 같은 미스터리 웹 드라마는 2020년도 인기 장르로 꼽힘.



[그림 13] 2018년~2020년 종합방영지수 TOP100 드라마 평균 도우반 평점



[그림 14] 2018~2020년 도우반 7점 이상 TV·웹 드라마 수량(편)

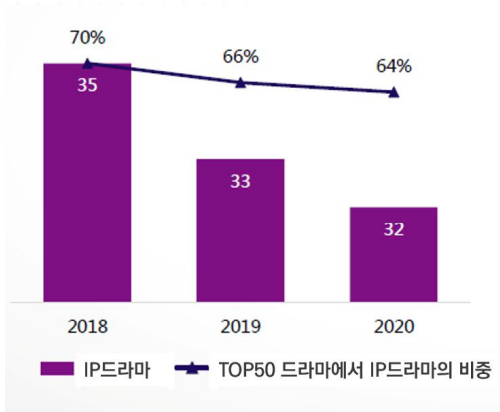


[그림 15] 2020년 4대 동영상 플랫폼 도우반 8점 이상 '2020 ENDATA 종합 방영지수' TOP10 웹 드라마

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

❖ IP 드라마 수는 줄었으나, 여전히 드라마 시장의 주류

- 지난 해 인기 상위권에서 IP 드라마 수는 줄었지만, 여전히 TOP50의 60% 이상을 차지하는 등 시장의 주류 자리를 지킴. 이는 IP 드라마의 활용도가 높고 산업간 연계 가치가 뛰어나 자본화에 유리하기 때문임. '2020 ENDATA 종합 방영지수' TOP10 IP 드라마 리스트에 선두 업체인 텐센트가 6편을 올림. 도시, 사극, 미스터리, 로맨스, 여성 등 다양한 IP 유형을 커버함.



[그림 16] 2018~2020년 TOP50 드라마에서 IP 드라마의 수량 및 비중(단위: 편)



[그림 17] '2020 ENDATA 종합 방영지수' TOP10 IP 드라마

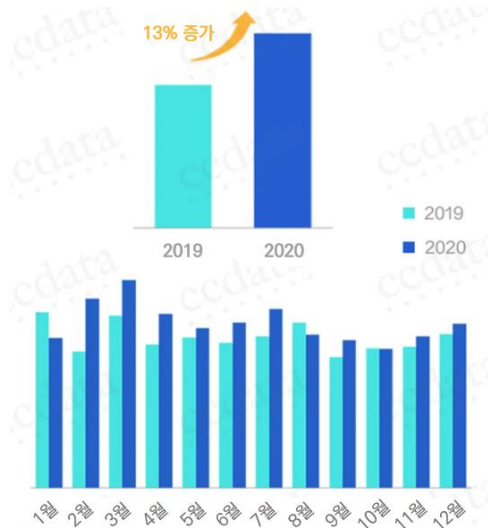
(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)



## 2. TV·웹 드라마 시청 현황

### ✔ 코로나 19의 영향과 우수 드라마 송출에 힘입어 지난 해 시청률 급상승

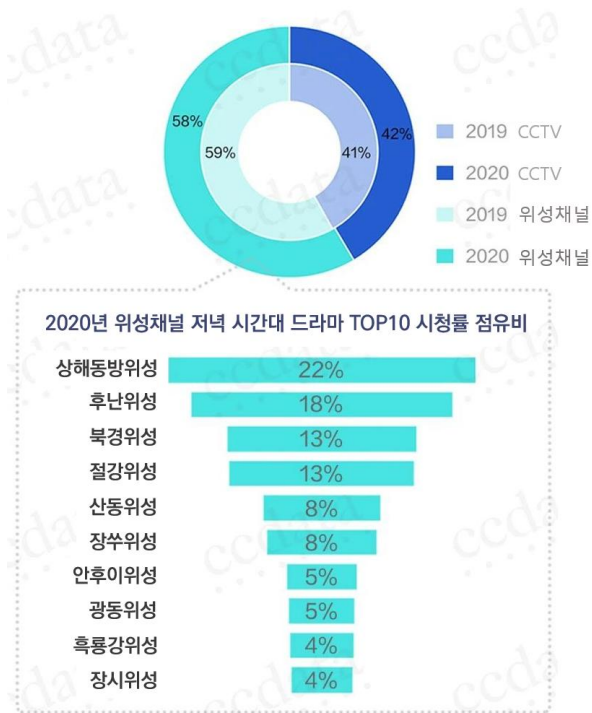
- 지난해 TV 드라마 시청률이 전년 대비 13%나 올라 큰 폭의 상승세를 보임. 월별 시청률로는 3월이 가장 높았음. 이는 코로나 19의 영향으로 집에 머무는 시간이 많았기 때문으로 보임. 하반기는 우수 드라마가 시청률의 상승을 이끈 것으로 풀이됨.



[그림 18] 2019년~2020년 드라마 시청률 및 월별 대비  
(출처: CCDData)

### ✔ 위성 채널 높은 시장 점유율 유지, CCTV는 전년 대비 1% 성장

- 지난 해 저녁 시간대에 드라마를 편성한 33개 위성 채널의 시청률은 58%, 6개 CCTV의 시청률은 42%로 집계됨. CCTV 시장 점유율은 전년보다 1% 늘어남.
- 위성 채널 중 상하이동팡위성의 저녁 시간대 시청률이 22%로 가장 높게 나타남. 산둥위성의 경우, 비(非)황금시간대 드라마 송출 전략으로, TOP5에 올랐음.



[그림 19] 2019~2020년 위성 채널 TV 드라마 시청률 점유율 (출처: CCDData)

✔ 드라마 품질 향상, 위성 채널 저녁 시간대 드라마 60 편 시청률 1% 이상 기록

- 위성 채널이 저녁 시간대에 송출한 드라마 중에서 시청률 1% 이상을 기록한 작품은 모두 60 편으로 전년 보다 22.4%나 늘어남. 후난위성이 21 편으로 가장 많았고, 베이징위성 15 편, 상하이동팡위성 13 편, 저장위성 8 편, 장쑤위성 3 편 순으로 집계됨.



[그림 20] 2019년~2020년 위성채널 저녁 시간대 시청률 1% 이상 드라마 수

순위	드라마	방송국	온라인 플랫폼
1	안가(安家)	상하이동방위성	텐센트비디오
2	완미관계(完美关系)	후난위성	아이치이, 텐센트비디오, 망고TV
3	여과세월가회두 (如果岁月可回头)	상하이동방위성	아이치이, 유쿠, 텐센트비디오, 망고TV
4	렵호(猎狐)	상하이동방위성	유쿠, 아이치이, 텐센트비디오
5	이가인지명(以家人之名)	후난위성	망고TV
6	정영을사(精英律师)	상하이동방위성	아이치이, 텐센트비디오
7	신세계(新世界)	상하이동방위성	텐센트비디오, 아이치이
8	삼십이이(三十而已)	상하이동방위성	텐센트비디오
9	순회검찰조(巡回检查组)	후난위성	유쿠
10	하일참시행복 (下一站是幸福)	후난위성	망고TV
11	안가(安家)	베이징위성	텐센트비디오
12	애적리미(爱的厘米)	후난위성	망고TV, 텐센트비디오
13	명풍화(大明风华)	후난위성	유쿠
14	애아취별상태다 (爱我就别想太多)	상하이동방위성	유쿠
15	신세계(新世界)	베이징위성	텐센트비디오, 아이치이
16	정영을사(精英律师)	베이징위성	아이치이, 텐센트비디오
17	행복, 촉수가슴! (幸福触手可及)	후난위성	유쿠, 아이치이, 텐센트비디오
18	렵호(猎狐)	베이징위성	유쿠, 아이치이, 텐센트비디오
19	상고밀약(上古密约)	후난위성	망고TV, 아이치이
20	청평악(清平乐)	후난위성	텐센트비디오

[그림 21] 2020년 위성 채널 저녁 시간대 드라마 TOP20 (출처: CCDData)

✔ 2020년 중국 TV·웹 드라마 시청률, 인기도, 평점 TOP10 리스트

- 사회적 이슈에 대한 ‘감정적인 공감대’가 지난 해 드라마 트렌드에 여전히 핵심 역할을 함. 민감한 사회 문제를 주제로 다룬 <안가(安家, 20년 2월)>, <이가인지명(以家人之名, 2020년 8월)> 등 현실주의 드라마가 인기를 끌면서 시청률 TOP10 리스트에 많이 들어섬.

2020년 시청률 TOP10 드라마(쿠운EYE)			
순위	프로그램	시청률	방송국
1	안가(安家)	1.78%	상해동방위성
2	이가인지명(以家人之名)	1.72%	후난위성
3	완미관계(完美关系)	1.52%	후난위성
4	하일참시행복(下一站是幸福)	1.29%	후난위성
5	여과세월가회두(如果岁月可回头)	1.12%	상해동방위성
6	삼십이이(三十而已)	1.11%	상해동방위성
7	렵호(猎狐)	1.03%	상해동방위성
8	신세계(新世界)	1.01%	상해동방위성
9	애적리미(爱的厘米)	0.94%	후난위성
10	행복, 촉수가급!(幸福,触手可及!)	0.88%	후난위성

(출처: 쿠운 EYE, '2020 텐센트 오락백서')

- <삼십이이>가 인기지수 TOP10에서 1위를 차지해, 시청자가 현실주의 드라마를 가장 선호한다는 것을 증명함.

2020년 인기지수 TOP10 드라마				
순위	프로그램	인기지수	온라인 플랫폼	방송국
1	삼십이이(三十而已)	94.59	텐센트비디오	상해동방위성
2	나쁜 아이들(隐秘的角落)	89.40	아이치이	/
3	안가(安家)	89.17	텐센트비디오	북경/상해동방위성
4	청평악(清平乐)	86.90	텐센트비디오	후난위성
4	자이이치(在一起)	86.90	텐센트비디오/ 아이치이/유쿠	상해동방위성/광둥/ 장쑤/절강위성
6	이가인지명(以家人之名)	85.08	망고TV	후난위성
7	유리미인살(琉璃)	82.90	유쿠/망고TV	/
8	중생(重生)	82.05	유쿠	/
9	애정공우5(爱情公寓5)	79.62	아이치이	/
10	천월화선(穿越火线)	79.12	텐센트비디오	/

(출처: '2020 텐센트 오락백서')

- 방역 드라마 <자이이치>는 2020년 최고 평점을 얻음. <나쁜 아이들(은비적각락)>, <침묵적진상(沉默的真相, 2020년 9월)>을 비롯한 미스터리 장르물도 인기와 함께 다양한 화제를 불러일으킴.

2020년 평점 TOP10 드라마		
순위	프로그램	호평지수
1	자이이치(在一起)	85.31
2	나쁜 아이들(隐秘的角落)	84.54
3	삼십이이(三十而已)	80.28
4	침묵적진상(沉默的真相)	79.51
5	은비어위대(隐秘而伟大)	78.43
6	용령미골(龙岭迷窟)	76.56
7	탐정 당임(唐人街探案)	75.53
8	풍견소년의 하늘(风犬少年的天空)	72.88
9	괴니과분미려(怪你过分美丽)	72.20
10	아시여환수(我是余欢水)	71.90

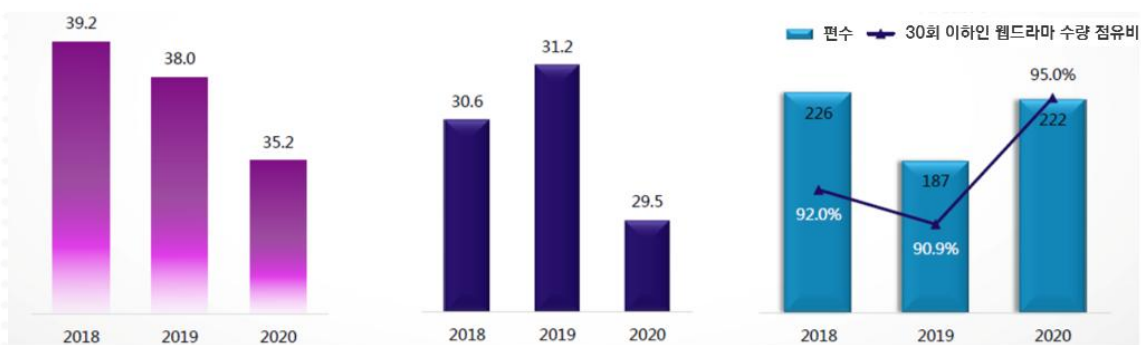
(출처: '2020 텐센트 오락백서')

### III 변화 : 단편 드라마의 급성장과 장르 세분화 추세 >>>

#### 1. 드라마 회차 축소: 단편 드라마 시장 급성장

##### ✔ 정부에서 단편 드라마 제작 장려, 단편 웹 드라마가 제작의 새로운 트렌드로

- 지난 해 광전총국에서 발표한 10호 문서에서, 30회 이하의 드라마 창작을 장려한다고 밝힘. 이에 따라 텐센트, 아이치이, 유쿠 등 3대 동영상 플랫폼은 6대 제작 회사와 함께 '한마음 한뜻으로 난관을 극복하는 자구책 행동 제안서(关于开展团结一心 共克时艰 行业自救行动倡议书)'를 발표하고 정부가 선도하는 산업 발전 방향에 적극적으로 호응함. 정부와 업계의 합심으로 단편 드라마가 발전하기 시작해, 등록 드라마의 편당 회차 수가 점차 줄고 있으며 이미 송출된 드라마의 편당 평균 회차도 30회 이하로 축소함.



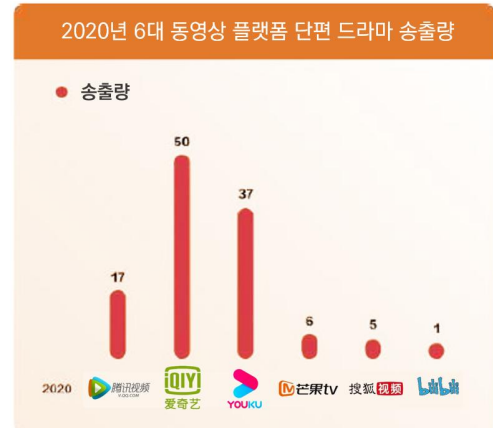
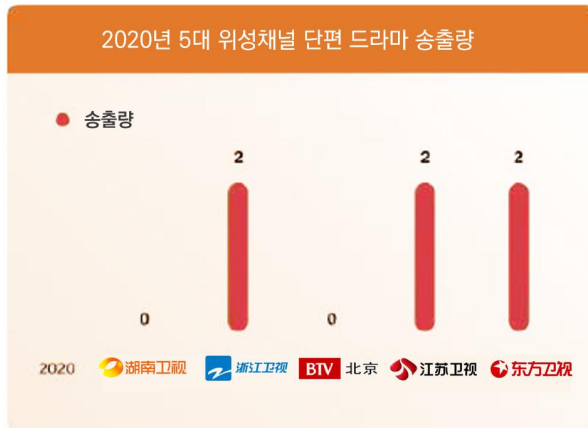
|그림 22| 2018~2020년 등록 드라마 편당 회차 변화

|그림 23| 2018~2020년 송출 드라마 편당 회차 변화

|그림 24| 2018~2020년 30회 이하인 드라마 편수 및 웹 드라마 점유율

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

- 장편 드라마를 선호하는 5대 위성 채널도 장편 일색에서 벗어나 단편을 도입하기 시작함. 온라인 동영상 플랫폼은 단편 드라마를 더 선호해, 지난 해 송출한 웹 드라마 중 편당 30 회 이하가 95%에 달함. 이는 전년에 비해 4% 늘어난 수치임. 또한 아이치이, 유쿠, 텐센트 등에서 송출한 편당 20 회 이하 드라마도 무려 103 편이나 됨.



(출처: '2020 텐센트 오락백서')

- 단편 드라마의 수가 폭발적으로 증가하는 동시에 고품질 단편 드라마도 많이 제작되고 있음. 2020년 평점 TOP20 드라마에서 단편이 30%를 차지하고 있으며, 특히 미스터리 장르물이 상위권 대부분을 차지함.



2020년 평점 TOP10 단편 드라마

순위	프로그램	호평지수
1	자이이치(在一起)	85.31
★2	나쁜 아이들(隐秘的角落)	84.54
★3	침묵적진상(沉默的真相)	79.51
★4	용령미골(龙岭迷窟)	76.56
★5	탐정 당임(唐人街探案)	75.53
6	풍견소년의 하늘(风犬少年的天空)	72.88
7	아시여환수(我是余欢水)	71.90
★8	재검난도(在劫难逃)	68.55
★9	십일유희(十日游戏)	68.31
★10	백색월광(白色月光)	64.05

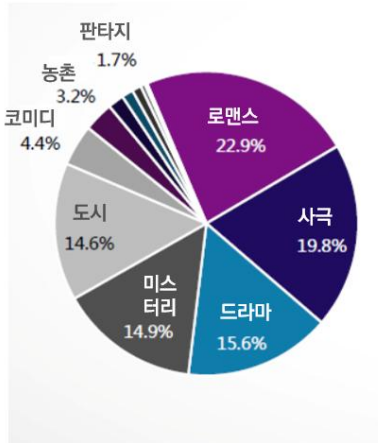
(출처: '2020 텐센트 오락백서' 8)

8) 별표(★) 드라마가 미스터리 유형에 속함.

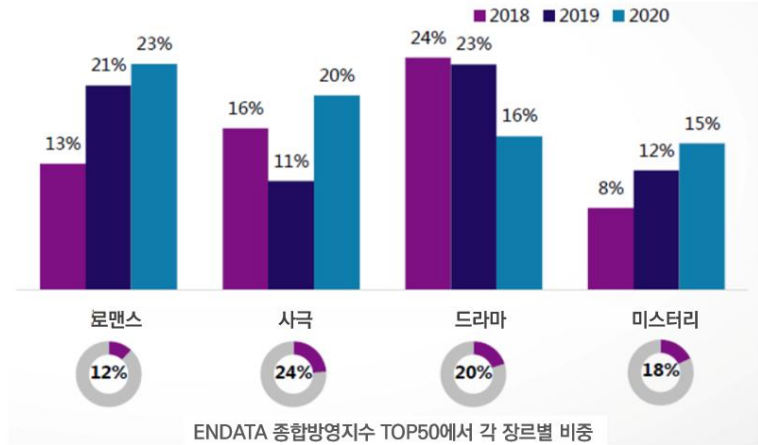
## 2. 장르의 분화: 드라마 시장의 세분화 추세 명확

### 2020년 4대 인기 장르: 로맨스, 사극, 드라마<sup>9)</sup>, 미스터리

- 2020년 중국 드라마는 세분화된 장르별로 급성장함. 로맨스, 사극, 드라마, 미스터리가 4대 인기 장르로 자리 잡았으며, 송출된 전체 드라마의 73%를 차지함. 인기 장르인 로맨스와 미스터리는 최근 3년간 안정적 성장세를 보임. <삼생삼세침상서(三生三世枕上书, 2020년 1월)>가 81억 8만 시청 수를 기록하는 등 사극도 큰 인기를 얻고 있으며 '2020년 ENDATA 종합 방영자수' TOP50에서 두 번째로 큰 비중을 차지함.



[그림 25] 2020년 중국산 드라마 장르별 점유율



[그림 26] 2018~2020년 로맨스, 사극, 드라마, 미스터리 4대 장르별 작품 수와 점유율 비교

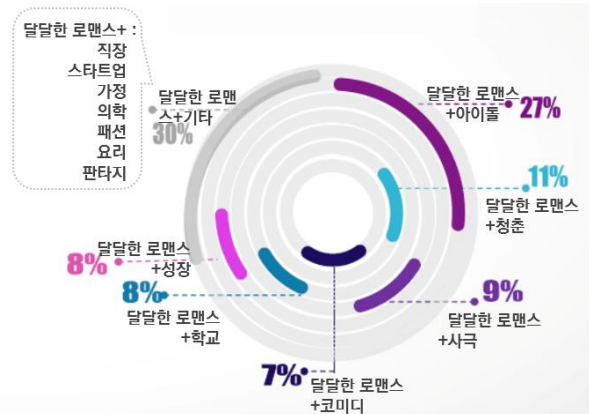
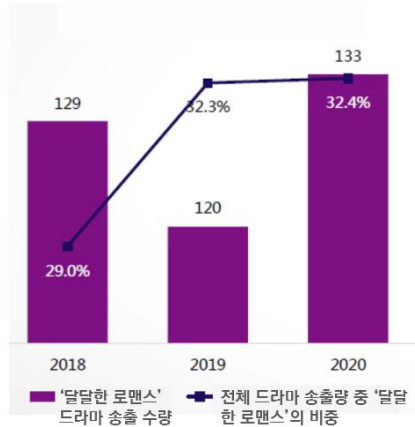
(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

### 로맨스: 여성 시청자 취향 저격, '달달한 로맨스(甜宠剧, 티엔충쥬)'<sup>10)</sup> 주요 장르로 자리 잡아

- '달달한 로맨스' 장르가 온라인에서 지속적 인기를 얻고 있음. '달달한 로맨스'는 시청자들에게 가볍고 따뜻한 느낌과 함께 위안까지 선사하며 특히 젊은 여성 시청자들로부터의 큰 호응을 얻어 제작과 송출 수량이 해마다 증가하고 있음.
- 퓨전 드라마의 형식으로 '달달한 로맨스' 소재의 폭 확대. 지난 해 '달달한 로맨스'는 아이돌, 청춘, 학교 등 자주 등장하는 소재 외에 직장, 가족, 의학 등 다양한 분야로 소재를 확장해 동질화, 반복화, 저연령화의 문제점을 해소함.

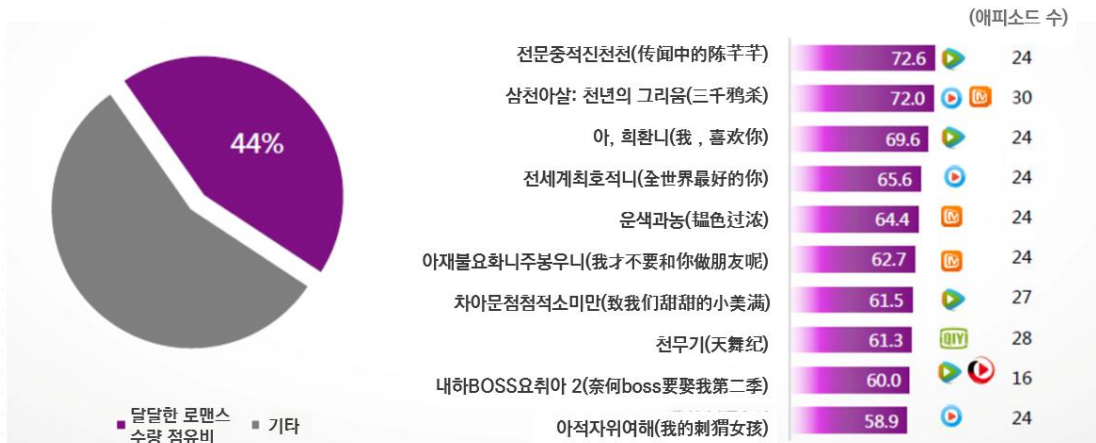
9) 여기서 말하는 '드라마'는 영화, 드라마 등 영상물의 장르를 구분할 때 몰입도가 높은 현실주의 작품의 유형을 가리킴.

10) '달달한 로맨스(甜宠剧)'는 로맨스 장르 중 하나로, 현실과 다소 거리가 먼 달콤한 연애 이야기를 주로 다룸.



[그림 27] 2018~2020년 '달달한 로맨스' 송출 수량 및 비중 [그림 28] 2020년 '달달한 로맨스' 소재별 비중 (출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

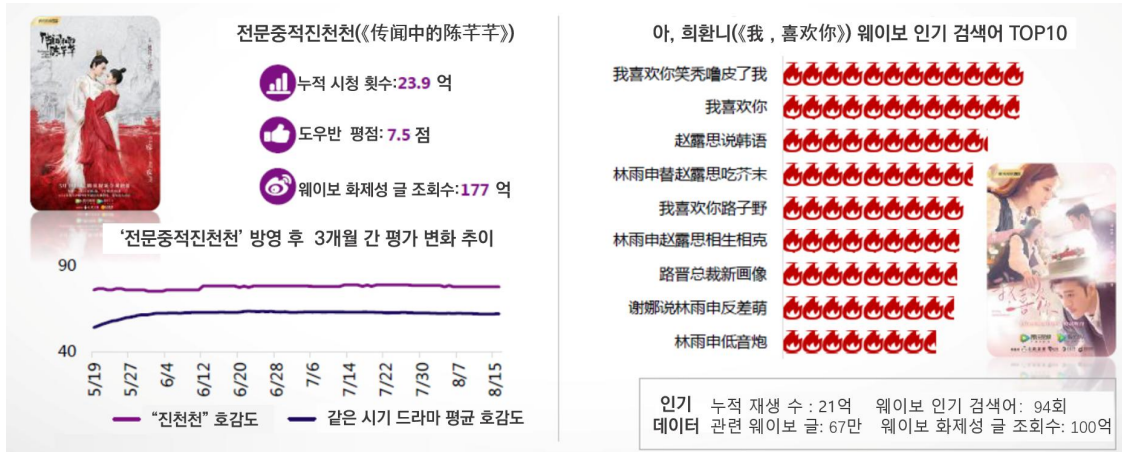
- '달달한 로맨스'가 웹 드라마의 주요 장르로 자리 잡음. '달달한 로맨스'는 주로 저예산으로 제작하며 빨리 투자액을 회수할 수 있음. 또 시청자가 많고 충성도가 높아 출연자가 스타덤에 오르기 쉽다는 장점이 있음. 2020년 방영된 웹 드라마의 44%를 차지하며 주요 장르로 자리 잡음.
- 30 회 이하로 제작되는 '달달한 로맨스'는 <전문중적진천천(传闻中的陈芊芊, 20년 5월)>처럼 24 회 편성 형식이 거의 표준이 됨. 드라마 형식은 간소하지만 몰입도가 높아 인기와 화제성의 두 마리 토끼를 잡음.



[그림 29] 2020년 웹 드라마 총 송출량에서 '달달한 로맨스'가 차지하는 비중 [그림 30] 2020년 30회 이하 회차의 '달달한 로맨스' ENDA 종합 방영지수 TOP10 (출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

- 코믹 드라마 <전문중적진천천>, <아, 희환니(我, 喜欢你, 20년 9월)>는 '달달한 로맨스'의 다크호스 임. 코믹 사극 <전문중적진천천>은 예상을 뒤엎는 반전 설정으로 더우반 평점 7.5 점을 받으면서 같은 시기의 드라마 호감도 평균보다 높은 성적을 기록함. <아, 희환니>는 코믹 터치로 시청자의 인기를 끌면서 '웨이보 화제성 글'의 조회 수가 100 억을 기록함. 2021년 2월 4일부터 한국 'FashionN' 채널에서 저녁 7시에 <아, 희환니> 송출을 시작했고 한국 온라인 플랫폼 '왓챗'에서도 동시 송출 중임.

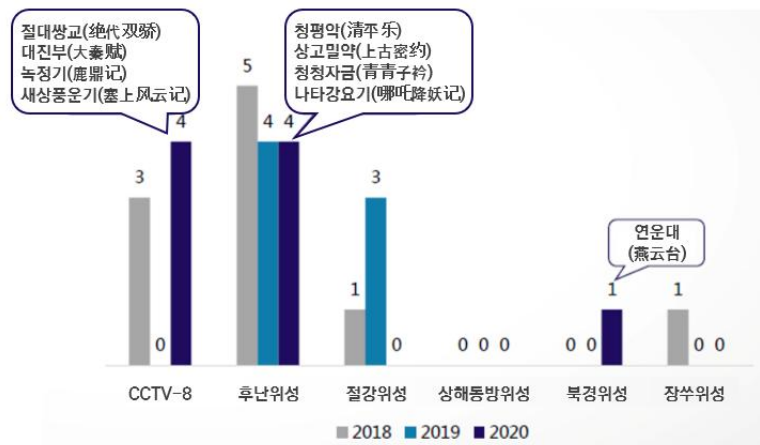




(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

❖ 사극: 정부의 편성 규제로 TV 사극은 10 편 이하로 감소, 웹 사극의 인기는 여전

- 광전총국의 드라마 편성 규제로 지난 해 사극은 후난위성과 CCTV-8에서 각 4 편, 베이징위성에서 1 편만을 송출하고, 저장위성, 상하이동팡위성, 장쑤위성은 아예 편성을 하지 않는 등 전체 송출 편수가 10 편 이하로 떨어짐. <청평악(清平乐)>, <연운대(燕云台)>, <대진부(大秦赋)>, <녹정기(鹿鼎记)>는 인기 TOP50 리스트에 이름을 올렸고, 이 중 <청평악>은 TV 사극 시장을 선도함.



[그림 31] 2018~2020년 'CCTV+5대 위성 채널' 사극 편성 수량 (단위: 편)

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

- 이와 달리, 아이치이, 텐센트, 유쿠, 망고 TV 등 동영상 플랫폼의 신규 사극 편수와 인기는 여전함. <삼생삼세침상서(三生三世枕上书)>, <전문중적진천천(传闻中的陈芊芊)>, <무심법사 3(无心法师 3)>, <유리미인 살(琉璃)>은 각각 회당 재생 수 8 천만 회를 기록하면서 웹 드라마 사극 시장을 선도함.

2020년 사극 장르 TV·웹 드라마 재생 수 TOP10

순위	작품명	방영 시작 시간	송출 플랫폼	누적 재생 수 (억)	회차 (회)	1 회당 재생 수 (만)	더우반 평점	주연 배우
1	삼생삼세 침상서 (三生三世枕上书)	20년 1월 22 일	텐센트	81.8	56	14,607	6.8	디리리바(迪丽热巴) 가오위이광(高伟光)
2	전문중적진천천 (传闻中的陈芊芊)	20년 5월 18 일	텐센트	23.3	24	9,708	7.5	짜오루스(赵露思) 딩위시(丁禹兮)
3	무심법사 3 (无心法师 3)	20년 3월 3 일	아이치이 텐센트 유쿠	23.9	28	8,531	6.4	한동진(韩东君) 천야오(陈瑶)
4	유리미인살(琉璃)	20년 8월 6 일	유쿠 망고 TV	47.2	59	7,996	7.7	청이(成毅) 위안빙연(袁冰妍)
5	청평악(清平乐)	20년 4월 7 일	텐센트	52.2	70	7,457	6.5	왕카이(王凯) 장수잉(江疏影)
6	금수난가 (锦绣南歌)	20년 7월 1 일	텐센트	33.5	53	6,321	5.7	리진(李沁) 친하오(秦昊)
7	월상중화 (月上重火)	20년 5월 28 일	아이치이 텐센트 유쿠	29.9	48	6,229	5.8	뤄윈시(罗云熙) 천위치(陈钰琪)
8	량세환: 두 개의 인연(两世欢)	20년 2월 21 일	아이치이	22.2	36	6,171	5.3	위몽롱(于朦胧) 천위치(陈钰琪)
9	대당여법의 (大唐女法医)	20년 2월 14 일	아이치이 텐센트 유쿠	19.9	36	5,533	4.4	저우제이충(周洁琼) 리청빈(李程彬)
10	장야 2(将夜 2)	20년 1월 13 일	텐센트	23.0	43	5,349	5.3	왕허디(王鹤棣) 송이런(宋伊人)

(출처: 도우반시청률연구센터)<sup>11)</sup>

☑️ 드라마: 위성 채널에서 현실주의 드라마 대 인기

- 광전총국의 ‘현실주의 드라마 창작 장려’ 정책에 힘입어 지난 해 현실주의 드라마의 송출 편수가 전년 대비 17% 늘어나 전체 드라마의 78%를 차지하면서 위성 채널에서 확고한 자리를 차지함. 방역, 빈곤 퇴치, 직장, 여성, 가족 등 다양한 주제로 사회 문제를 다뤄 시청자들의 주목을 끄. 텐센트가 위성 채널과 협력하여 공동 송출한 <삼심이>, <은비이우대(隱祕而伟大)>, <안가> 등 7 편의 우수 드라마가 현실주의 드라마 시장을 선도함.

11) 통계 시점: 2020년 10월 28일.



[그림 32] 2018년~2020년 현실주의 드라마 송출 수량과 비중



[그림 33] 『2020년 ENDATA 종합 방영지수』 TOP10 현실주의 드라마

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

- 지난 해 방역, 빈곤 퇴치, 항일전쟁 승전 75주년 등 굵직한 사회적 이슈에 맞춰 드라마들이 제작됐으며, 코로나 19를 소재로 한 <자이이치>, <최미역행자(最美逆行者)>, 빈곤 퇴치를 소재로 한 <녹수청산대소안(绿水青山带笑颜)>, <석두개화(石头开花)>, 혁명을 소재로 한 <은비이위대>, <신세계(新世界)> 등의 완성도 높은 드라마를 송출함.



[그림 34] 2020 현실주의 드라마 세분소재 및 대표작품

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

- 광전총국 '드라마사'(电视剧司)는 지난 해 시대적 특수성을 담은 신개념 장르 '시대보고극'<sup>12)</sup> 제작을 제안함. 광전총국과 관련 부서의 협업으로 <자이이치>, <최미역행자>, <석두개화> 3편의 시대보고극을 제작, 송출하였음. 기획과 준비 단계를 거쳐 제작 완료까지 6개월밖에 걸리지 않았으며 기획, 창작, 촬영을 동시에 진행하는 독창적 방법으로 중국 TV 드라마의 새로운 가능성을 보여줌. 또한, 지지부진한 이야기 전개와 억지스러운 설정을 해소하기 위하여 시리즈물 형식으로 촬영함.

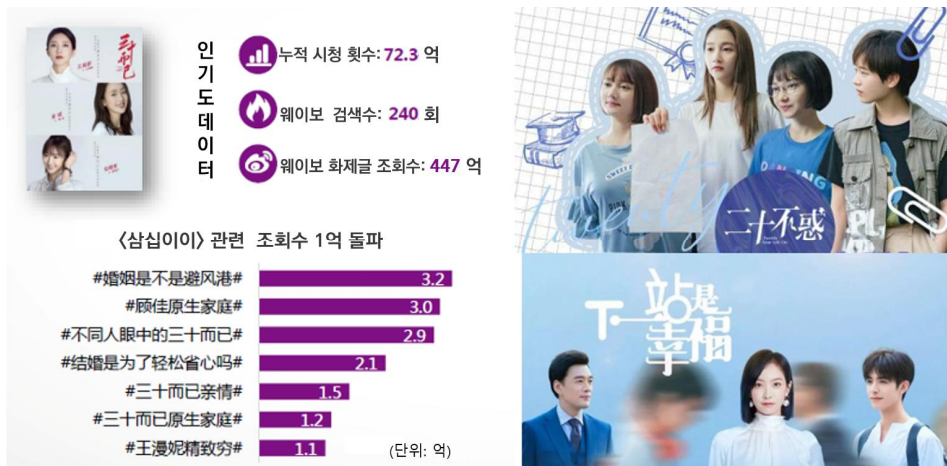
12) '시대보고극'은 실화를 바탕으로 실제 사건을 시효에 맞게 기록하는 소재로 단기간 내에 제작한 장르임.

2020년 시대보고극 리스트

프로그램	방영 시작일	방송국
 <b>최미역행자 (最美逆行者)</b>	2020.09.17	CCTV-1(황금시간대)
 <b>자이이치(在一起)</b>	2020.09.29	상해동방위성, 절강위성, 장쑤위성, 광둥위성(황금시간대) 북경위성, 후난위성 (부차 황금시간대)
 <b>석두개화(石头开花)</b>	2020.11.17	상해동방위성, 장쑤위성, 절강위성(황금시간대) 북경위성, 절강위성, 후난위성, 광둥위성(재방송)

(출처: '텔레비전 지침(电视指南)' 잡지)

- 지난 해 도시·여성 소재 드라마도 주목받음. <삼십이이>는 30대 도시 여성의 위기와 성장의 이야기를 여성의 시각으로 풀어냈으며, <이십불혹>(二十不惑)은 20대 사회 초년생의 모습을 그렸고, <하일참시행복>(下一站是幸福)은 여성의 사회적 위상, 직장 문제, 노후 준비, 덩크(DINK, Double Income No Kids) 등 다양한 현실적 고민을 다룸.



(출처: ENDDATA 동영상 빅데이터, 바이두)

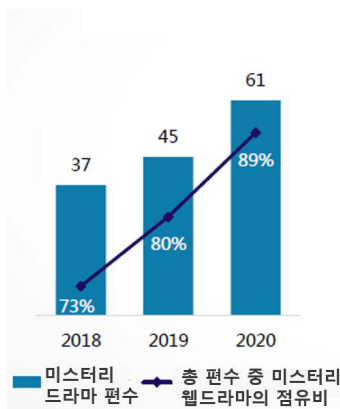
- 과거의 직장 드라마는 소위 '직장의 탈을 쓴 로맨스'라는 평가를 받았지만, 올해 방영한 <결승법정(决胜法庭)>, <완미관계(完美关系)>, <안가>, <평범적영요(平凡的荣耀)>, <료불기적아과의생(了不起的儿科医生)> 등은 기존 편견을 뒤엎어 놓음. 현재 직장 소재는 의학, 법무, 항공, 비즈니스, 과학 기술 등의 전문직 분야로 확장됨. <완미관계>는 위기관리 분야, <결승법정>은 검찰, <안가>는 부동산 중개업, <평범적영요>는 금융 투자업의 소재를 다룸. 직장 소재 드라마는 직장인의 사실적인 성장 과정에 초점을 맞추고 따분하기 쉬운 전문 지식에 흥미 넘치는 전개를 가미함.



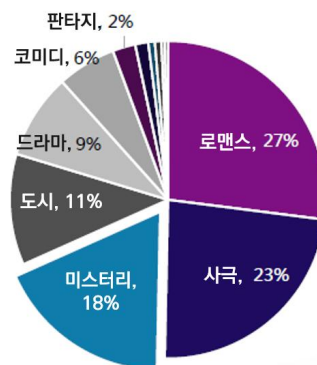
[그림 35] <결승법정>, <완미관계>, <안가>, <평범적영요>, <료블기적아과의생>의 홍보 포스터  
(출처: 바이두)

❖ **미스터리: 미스터리는 웹 드라마의 4 대 장르 중 하나로 성장**

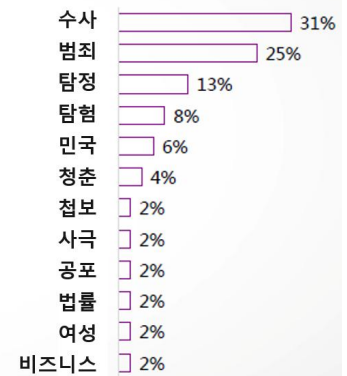
- 지난 해까지 최근 3년 동안 미스터리물의 송출 수량은 해마다 증가하고 있으며, 특히 온라인으로 방영한 미스터리물의 시장 점유율이 지속 성장세를 보임. 웹 드라마의 장르별 시장 분포는, 미스터리가 로맨스와 사극 다음으로 3 번째로 많음. 미스터리 웹 드라마는 양적 확대와 함께 다른 소재와 융합하는 세분 단계로 접어 들었으며 수사, 범죄, 탐정 등은 2020년 미스터리물의 3대 인기 소재가 되었음.



[그림 36] 2018~2020년 미스터리물 송출 수량 및 웹 드라마 점유율



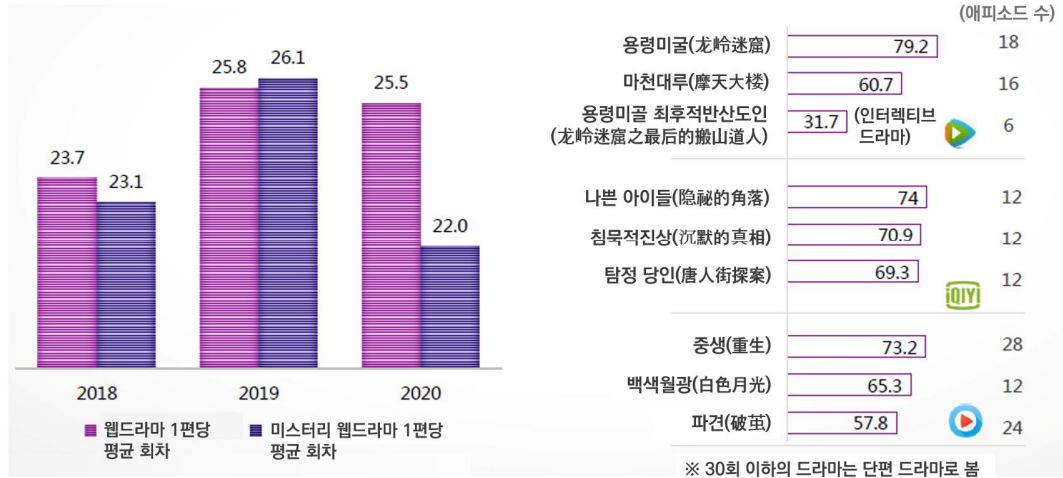
[그림 37] 2020년 장르별 웹 드라마 송출 수량 분포  
(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)



[그림 38] 2020년 미스터리 웹 드라마 세분화 소재 및 비중

- 드라마 장편화 규제와 동영상 플랫폼의 장르 다양화에 힘입어 웹 드라마의 단편화 추세가 분명하게 나타남. 이 중 미스터리물의 경우, 2020년 편당 평균 화차가 전년 동기 대비 16%가 줄었고, <용령미굴(龙岭迷窟)>, <나쁜 아이들(隐秘的角落, 은비적각락)>을 대표로 하는 20회 이하의 우수 단편 미스터리물도 대거 등장.
- 온라인 플랫폼이든 TV 채널이든 '미스터리+단편'이 새로운 트렌드로 자리 잡음. 아이치이는 '미스티 극장(迷雾剧场)' 코너에서 12회 분량의 미스터리물을 5편 연속 송출함. 그 중 <나쁜 아이들(은비적각락)>, <침묵적진상> 등은 높은 화제성을 보여 미스터리물 전용 코너의 성공적 모델이 됨. 유쿠도

미스터리물 방영 코너를 만들었고, 텐센트 역시 시장에 맞추어 전략을 기획하고 있으며, 후난위성과 망고TV도 '시즌 극장'을 오픈하여 단편 드라마를 전문 송출할 예정임.

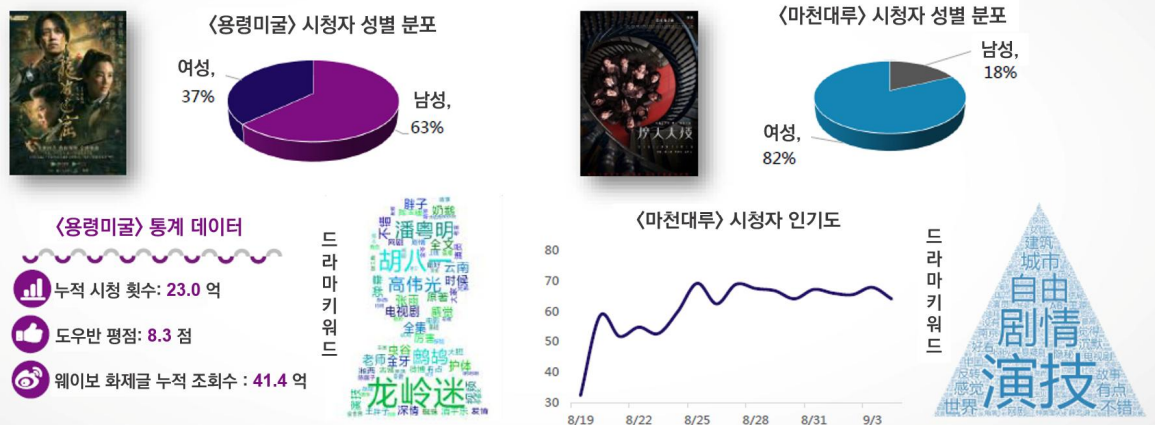


[그림 39] 2018~2020년 웹 드라마와 미스터리물 편당 회차 수

[그림 40] 2020년 3대 동영상 플랫폼에서 독점 송출한 'ENDATA 종합 방영지수' TOP3 단편 미스터리물

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

- 명품 IP <귀취등(鬼吹灯)>을 확장해 각색한 <용령미굴>의 경우 '남성향' 드라마로 제작하는 등, 웹 드라마 미스터리물이 시청자 타겟을 세분화해 제작되고 있음. 반대로 여성으로 눈길을 돌린 <마천대루(摩天大楼)>, <백색월광(白色月光)> 등 양질의 '여성향 미스터리물'들도 큰 주목을 끌고 있음.



(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)

### 3. 동영상 플랫폼의 주력 콘텐츠 장르의 변화

#### ☑️ 상위권 동영상 플랫폼, 자체 경쟁력을 바탕으로 콘텐츠 세분화에 주력

- 텐센트의 경우, 인기작을 잇달아 선보이면서 ‘유명 IP+달달한 로맨스’가 주류로 자리 잡음. 텐센트는 막강한 자본력으로 지난 해 LINMON PICTURES(柠萌影业), DAYLIGHT ENTERTAINMENT(正午阳光), Youhug(耀客传媒), Seventh impression(7印象影业) 등 상위권 제작 회사의 인기 작품을 확보했으며, 또한 자체 보유 IP의 장점을 최대한 활용하고 있음. 텐센트 산하의 ChinaLiterature(阅文) 그룹은 수많은 웹 소설 판권을 보유하고 있고 텐센트 동영상 플랫폼도 창작 애니메이션 판권을 보유해 드라마 소재를 지속해서 제공하고 있음. 인기작 <귀취등> 시리즈와 <삼생삼세> 시리즈, <연운대> 등은 모두 유명 IP를 각색한 것임.
- 아이치이는 소재 확장과 보완을 통한 최고의 창작력을 자랑함. <애정공우5(爱情公寓5)>는 뮤지컬 형식을 시도했고 <괴니과분미려(怪你过分美丽)>는 단순한 로맨스에서 직장 드라마로 극중 소재 전환을 시도했음. ‘미스티극장’과 <탐정 당인(唐人街探案)>이 미스터리물의 이용자 규모를 키워 ‘2020년 아이치이 인기지수’ TOP10 독점 송출 드라마에서 미스터리물이 절반 이상을 차지함.

2020년 텐센트비디오 인기도 TOP10 독점 송출 드라마			2020년 아이치이 인기도 TOP10 독점 송출 드라마		
순위	프로그램	인기 지수	순위	프로그램	인기 지수
1	사십이(三十而已)	94.59	1	나쁜 아이들(隐秘的角落)	89.40
2	안가(安家)	89.17	2	애정공우 5(爱情公寓5)	79.62
3	청평악(清平乐)	86.90	3	이십불혹(二十不惑)	74.18
4	천월화선(穿越火线)	79.12	4	탐정 당인(唐人街探案)	73.74
5	전문중적진천천(传闻中的陈芊芊)	76.22	5	침묵적진상(沉默的真相)	73.63
6	용령미궁(龙岭迷窟)	73.15	6	빈번불시해당홍(鬓边不是海棠红)	70.15
7	연운대(燕云台)	72.89	7	괴니과분미려(怪你过分美丽)	67.13
8	아, 희환니(我, 喜欢你)	71.53	8	중계지극해청뢰(重耳之极海听雷)	66.38
9	삼생삼세 침상서(三生三世枕上书)	71.37	9	민국기탐(民国奇探)	64.65
10	민국기탐(民国奇探)	65.45	10	반시밀당반시상(半是蜜糖半是伤)	62.84

(출처: ‘2020 텐센트 오락백서’)

- 유쿠는, 블록버스터가 많지 않으며 로맨스에 주력하고, 수익 배분형 드라마가 많은 편임. 작품 구매와 제작 투자를 줄인 탓에 중소 규모의 제작비를 들인 ‘달달한 로맨스’가 가장 많음. 또한 ‘장쯔이(章子怡)’가 출연한 <상양부(上阳赋)>를 비롯해 지난 2년동안 구입한 블록버스터급 드라마를 송출하고 있음.
- 후난위성과 망고TV는 긴밀한 협업을 통해 ‘청춘’, ‘선협(仙侠, 도교 세계관을 기반으로 하는 무협물)’, ‘달달한 로맨스’ 등의 소재에 주력하고 있지만 예외적 경우도 있음. 망고TV는 2020년말 CCTV-1 황금 시간대에 <장대(装台)>의 독점 온라인 판권을 구입, 송출하면서 ‘남성’, ‘성숙’, ‘북방 지역’ 시청자 수를 늘려 시청자의 범위 분포를 확장함.

- ‘청춘’ 드라마 3편을 독점 송출한 소후(搜狐) 동영상 플랫폼은, 송출 편수는 적지만 특정 시청자층을 타깃으로 한 수직적 특징이 있음. <풍견소년적천공(风犬少年的天空)>을 통해 웹 드라마 시장에 진입한 bilibili는, 첫 작품부터 인기를 얻으면서 시청자를 늘려감.

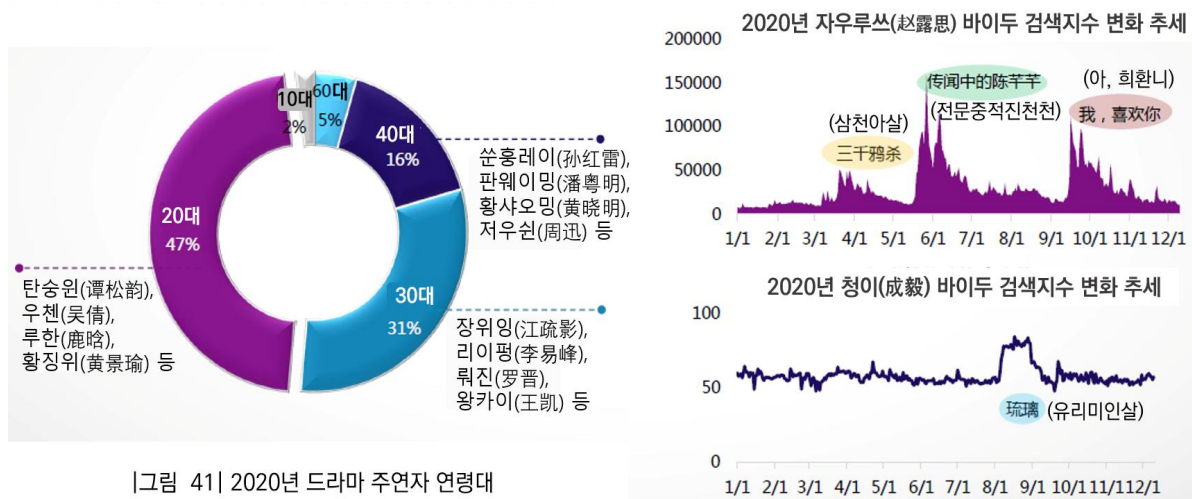
2020년 유쿠 인기도 TOP10 독점 송출 드라마			2020년 망고TV 인기도 TOP10 독점 송출 드라마		
순위	프로그램	인가지수	순위	프로그램	인가지수
1	중생(重生)	82.05	1	이가인지명(以家人之名)	85.08
2	빙당둔설리(冰糖炖雪梨)	77.35	2	장대(装台)	73.45
3	향촌애정 12(乡村爱情12)	67.58	3	친애적자기(亲爱的自己)	72.59
4	평범적영요(平凡的荣耀)	64.31	4	하일참시행복(下一站是幸福)	68.96
5	전세계최호적니(全世界最好的你)	58.93	5	종결혼개시연애(从结婚开始恋爱)	62.21
6	백색월광(白色月光)	56.75	6	운색과농(晕色过浓)	60.86
7	애아취별상태다(爱我就别想太多)	55.44	7	아재불요하니주봉우니(我才不要和你做朋友呢)	56.73
8	친애적마양가(亲爱的麻洋街)	54.35	8	향양이생(向阳而生)	55.34
9	열혈동행(热血同行)	53.94	9	시광여니도혼침(时光与你都很甜)	55.00
10	아적자위여해(我的刺猬女孩)	48.41	10	리인심상(离人心上)	49.60

(출처: ‘2020 텐센트 오락백서’)

#### 4. 출연진 구성의 변화

##### 20 대 배우가 주력으로, 웹 드라마는 '스타 등용문'

- ‘탄송윈(谭松韵)’, ‘우치엔(吴倩)’을 대표로 하는 20 대 배우들이 지난 해 주연 자리 절반을 차지하면서 드라마의 주력으로 성장함.
- 웹 드라마는 스타덤에 오르는 중요한 루트가 됨. ‘자우루쓰(赵露思)’가 <전문중적진천천>, <아, 희환니>, <삼천아살(三千 鸦杀)>을 통해, ‘칭이(成毅)’가 <유리미인살>을 통해 일약 스타로 떠오르는 등 우수한 웹 드라마가 신인 배우들의 스타 등용문의 역할을 하고 있음.



[그림 41] 2020년 드라마 주연자 연령대

(출처: ENDATA 동영상 빅데이터)



❖ **고품질화와 현실주의 소재가 올해 중국 드라마 발전의 주요 요소가 될 것**

- 지난 해 <은비이우대>를 대표로 한 중국산 명품 드라마가 늘어남. <나쁜 아이들(은비적격루)>, <마천대루> 등 우수 미스터리물은 고정 팬을 넘어 큰 대중적 인기를 얻었고, <전문중적진천천> 같은 드라마는 해외 수출까지 성사되는 등 드라마 시장이 급성장중.
- 주무 부서의 영화, 드라마 창작 주제에 대한 정책 방향이 분명하고 <삼십이이>, <안가>를 비롯한 현실주의 드라마가 시장을 이끌면서 혁명, 전쟁, 빈곤 퇴치, 직장 등의 소재를 활용한 드라마가 올해 제작, 배급, 송출의 중심이 될 것으로 보임.

❖ **화제 마케팅과 쇼트 클립(Short Clip)이 마케팅 주요 수단으로**

- 지난 해 대표 인기작은 아이치이의 <나쁜 아이들(은비적격루)>과 텐센트와 상하이동팡위성에서 공동 송출한 <삼십이이>이며, 모두 여름 방학 중에 방영함. 두 편 모두 화제성이 매우 높았지만 회차가 더 많은 <삼십이이>의 화제 지속 시간이 좀 더 길었음. 또한, 텐센트와 상하이동팡위성, 베이징위성에서 공동 송출한 <안가>, 후난위성과 망고 TV 에서 송출한 <이가인지명(以家人之名)>도 상당한 인기를 얻음. 그 외에도 ‘달달한 로맨스’, ‘무협’, ‘미스터리’ 등의 장르에서 고정 팬을 보유한 인기작이 다수 있음.
- 객관적 지수를 종합해 보면, 지난 해 최고 화제작은 단연 <삼십이이>이었음. <삼십이이> 방영 기간 동안 화제 마케팅을 통해 웨이보 인기 검색어 리스트를 휩쓸었고, 쇼트 클립 노출을 통해 틱톡(抖音, 더우인)과 bilibili 이용자 상당수를 시청자로 끌어들이. 쇼트 클립 노출이 주요 마케팅 수단으로 자리한 가운데 ‘달달한 로맨스’는 그 효과가 가장 두드러지게 나타남. 다만, 장편 동영상과 쇼트 클립은 여전히 경쟁적 관계에 있어, 앞으로 마케팅 방식의 변화가 어떻게 귀결될지 단정 짓기 힘든 상황임.

❖ **다시 주목받는 CCTV, 브라운관과 온라인의 협력이 대세**

- 기존 성(省)급 위성 채널이 힘든 시기에 접어들면서 지방 방송국과 제작사의 역량이 크게 줄어들음. 갈수록 더 많은 블록버스터 드라마가 CCTV로 눈을 돌리고 있으며, CCTV에서 출품하고 책임지며, 동영상 플랫폼에서 자체 제작하는 모델이 드라마 산업의 핵심축으로 자리 잡음. 이 모델은 ‘자원 설정’, ‘경제 가치’, ‘대중 영향력’ 등 여러 측면에서 경쟁력이 뛰어나 이미 시장의 절반을 차지하고 있음.
- 동영상 플랫폼들이 세분화된 소재의 드라마를 집중 편성해 잇달아 성공함. 이에 따라 ‘미스터리물’, ‘달달한 로맨스’ 등 단독 코너를 만들어 우수 장르물을 대규모로 송출하며 집중 관리하고 있음. 플랫폼의 콘텐츠 자원 통합과 효율화를 통해 콘텐츠의 브랜드화, 산업화를 촉진함.

- 동영상 플랫폼별 발전 상황을 보면, 텐센트 플랫폼은 막강한 자본력으로 통합 사이트를 구축했고, 아이치이는 창작력을 기반으로 팬을 지속적으로 끌어들이고 있음. 유쿠와 망고 TV는 비슷하게 발전 중이며, 알리바바는 최근 '망고슈퍼미디어(芒果超媒)'에 투자해 두 회사의 협업이 큰 관심사로 떠오름.

❖ **인터랙티브(쌍방향) 형태의 드라마로 제작 기술 혁신**

5G 기술의 보급과 업계 기술 표준의 완비, 그리고 신산업 투자 증대에 힘입어 <용령미궁 최후적반산도인>(龙岭迷窟之最后的搬山道人)과 같은 게임과 드라마를 결합한 '인터랙티브(쌍방향) 드라마'가 급성장할 것으로 전망됨. 동영상 생태권의 고도화와 기술 혁신을 통해 향후 훨씬 더 다양한 형식의 드라마가 등장할 것이며 미래 시청자들에게 새로운 시청 체험을 선사할 것으로 보임.

※ 본 보고서는 ENDATA(艺恩数据)가 작성한 '2020년 중국산 드라마 시장 연구보고(2020年国产剧集市场研究报告)', 텐센트뉴스(腾讯新闻)가 발표한 '2020 텐센트 오락백서(2020腾讯娱乐白皮书)', CCDData(海量融源收视)가 작성한 '2020년도 시청조사-드라마편(2020年度收视盘点-电视剧专题)' 및 광전총국 소관 '텔레비전 지침(电视指南)' 잡지에서 발표한 '2020년 드라마 시장 조사 보고(2020年电视剧调查报告)'를 종합해 정리하였습니다.



## 장르별 차트

### 작성순서

1. 드라마 시청률 TOP10
2. 예능 시청률 TOP10
3. 박스오피스 시청률 TOP10
4. 온라인·모바일 게임 TOP10
5. 음원1 TOP10

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

## I. 드라마 시청률 TOP10

### 3월 넷째 주 '황금시간'대 드라마 시청률 TOP10

순위	프로그램	편수	방송국	시청률(%)
1	엄마는 기다리고 있어(妈妈在等你)	16-35편	CCTV-8	1.862
2	경산력해(经山历海)	1-8편	CCTV-1	1.078
3	약니안호편시청천(若你安好便是晴天)	7-19편	상하이동팡위성	0.542
4	애적이상생활(爱的理想生活)	34-45편	후난위성	0.530
5	유리미인살(琉璃)	55-59편	장쑤위성	0.431
6	두만강을 건너(跨过鸭绿江)	20-33편	산둥위성	0.365
7	나양분방(那样芬芳)	33-34편	랴오닝위성	0.306
8	묘준(瞄准)	8-21편	광둥위성	0.244
9	애재성공하(爱在星空下)	6-17편	저장위성	0.241
10	해양지성(海洋之城)	1-8편	장쑤위성	0.236

※ '황금시간'대는 중국 시간으로 19시30분~21시50 분을 가리킴

※출처: '중국시청대수치'(中国视听大数据) 위챗 공식 계정

## II. 예능 시청률 TOP10

### 4월 예능 시청률 TOP10

(4월 3일 토요일 기준)

순위	프로그램	방송국	시청률(%)
1	금곡청춘(金曲青春)	상하이등파위성	2.147
2	위가이잔(为歌而赞)	저장위성	2.024
3	두근두근 스위치(非诚勿扰)	장쑤위성	2.014
4	과계희극왕(跨界喜剧王)	베이징위성	1.711
5	과계희극왕 절상시각(跨界喜剧王巅峰时刻)	베이징위성	1.553
6	환락희극인7 전전(欢乐喜剧人7前传)	상하이등파위성	1.044
7	쾌락대본영 관전 포인트(快乐大本营精彩抢先看)	후난위성	0.901
8	쾌락대본영(快乐大本营)	후난위성	0.794
9	두근두근 스위치(非诚勿扰)-재방송	장쑤위성	0.695
10	평연재심동(怦然再心动)	후난위성	0.442

※ 출처: CSM59

## III. 박스오피스 TOP10

### 3월 넷째 주 박스오피스 TOP10

순위	프로그램	상영날짜	누적 티켓수입 (만 위안)
1	고질라 VS. 콩(哥斯拉大战金刚)	2021년 3월 26일	45,927
2	아바타(阿凡达)	2021년 3월 12일	167,680
3	안녕, 이환영(你好, 李焕英)	2021년 2월 12일	537,255
4	인파홍용(人潮汹涌)	2021년 2월 12일	74,927
5	당인가탐안3(唐人街探案3)	2021년 2월 12일	451,459
6	페르시아인 레슨스(波斯语课)	2021년 3월 19일	2,290
7	21 브릿지: 테러 셋다운(21座桥)	2021년 3월 19일	2,567
8	라야와 마지막 드래곤(寻龙传说)	2021년 3월 5일	12,187
9	척살소설가(刺杀小说家)	2021년 2월 12일	103,186
10	평안중국지수호자(平安中国之守护者)	2021년 3월 19일	600

※ 출처: 예은미디어(艺恩)

IV. 온라인·모바일 게임 TOP10

4월 온라인·모바일 게임 TOP10

순위	온라인게임	모바일 게임
1	던전앤파이터(地下城与勇士)	구양진경3D(九阳真经3D)
2	몽환서유(梦幻西游)	하스스톤(炉石传说)
3	패스 오브 엑자일(流放之路)	전투파검령(战斗吧剑灵)
4	League of Legends(英雄联盟)	클래시 로얄(皇室战争)
5	신천룡팔부(新天龙八部)	마인크래프트(我的世界)
6	원신(原神)	청룡팔부모바일(天龙八部手游)
7	검망3(剑网3)	클래시 오브 클랜(部落冲突)
8	마력보배(魔力宝贝)	왕자영요(王者荣耀)
9	블레이드 소울(剑灵)	메이플스토리 모바일(冒险岛手游)
10	하스스톤(炉石传说)	선경전설 RO: 수호영항적애 (仙境传说RO: 守护永恒的爱)

※ 출처: 17173

V. 음원1 TOP10

4월 음원(전체) TOP10

(4월 12일 화요일 기준)

순위	곡명	아티스트
1	위니아수냉풍취(Live)(为你我受冷风吹(Live))	송야췌/허진린(宋亚轩/贺峻霖)
2	귀엽게 입력해봐 숫자 5번(Live) (输入法打可爱按第五(Live))	미카/까오칭천/우위형/쉐바이/장썬터/정한장/쥘징이 (米卡/高卿尘/吴宇恒/薛八一/张星特/曾涵江/鞠婧祎)
3	늦었다(嫌晚)	서즈췌(徐梓淳)
4	별이 총총한 하늘에 향하여(奔赴星空)	윤희미엔(尹昔眠)
5	#0000FF	차이췌(蔡徐坤)
6	귀엽게 입력해봐 숫자 5번(输入法打可爱按第五)	(2위과 같음)
7	별의 윤곽(Live)(星空剪影(Live))	장벽신(张碧晨)
8	도마단(Live)(刀马旦(Live))	송야췌/옌하오상(宋亚轩/严浩翔)
9	일월성공불급니(日月星空不及你)	하경헌(贺敬轩)
10	대풍취(Live)(大风吹(Live))	류석군/왕허야(刘惜君/王赫野)

※ 출처: QQ뮤직(QQ音乐)

3 월 음원(한국) TOP10

(2021년 3월 26일-4월 1일 기준)

순위	곡명	아티스트
1	Like Water	웬디(WENDY)
2	When This Rain Stops	웬디(WENDY)
3	Tomorrow	찬열(CHANYEOL)
4	Film out	방탄소년단(BTS, 防彈少年團)
5	UNNATURAL	우주소녀(WJSN, 宇宙少女)
6	Why Can't You Love Me?	웬디(WENDY)
7	Spider	호시(HOSHI, 虎示)
8	Best Friend(with SEULGI(슬기))	웬디(WENDY)
9	도레미파솔(Feat. 창모)	박봄/창모
10	Gone	로제(ROSÉ)

※ 출처: QQ 뮤직(QQ 音乐)



## 센터안내

### I. 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 소개

#### 1 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 안내



##### ☑ 운영 목적

- 한국 콘텐츠 기업의 중국 진출에 필요한 현지 시장 정보 · 전문가(법률) 자문 · 회의 통역
- 현지 기업 정보 조회 지원 등 맞춤형 현지 종합 서비스 제공

##### ☑ 시설 구성(상설 전시관)

- 상설 전시 공간 : 방송 · 애니메이션 · 캐릭터 · 게임 · 실감 콘텐츠 등 한국 콘텐츠 상품 전시
- 회의실 : 북경 현지에서 필요한 회의 공간 지원(2개)



상설 전시 공간

##### ☑ 예약 및 문의 (※ 세부 문의 사항은 언제든지 연락주시기 바랍니다)

- 김영빈 주임 (전화: +86 10 6501 9787, 이메일: ybkim@kocca.kr)

## 2 북경비즈니스센터 현지 통역 서비스 지원 안내

>>>

### ✔ 추진 목적

- 한국 콘텐츠 기업의 중국 진출에 필요한 통역 서비스 지원

### ✔ 통역 지원 내역

- 통역원 현황 : 총 6명
  - 북경 인근 대학에서 재학 중인 한국인 유학생
- 지원횟수 : 월 2회, 회당 3일 무료 지원, 추가 지원 요청 시 소요 비용 기업 부담
- 지원지역 : 북경비즈니스센터 내 혹은 외부(북경시 한정), 온라인인 경우 장소 제한 없음
- 지원사항 : 통역지원, 1:1 비즈니스 미팅 혹은 행사 참여 시
- 운영방식

(신청방식) 이메일 신청. 이향옥 과장 [hiangok@kocca.kr]에게 제출

※ 지원희망일자 2일 전까지만 신청 가능, 이메일 신청 시 통역유형 · 지원일정 · 참가인원 · 콘텐츠에 대한 전달 必

(통역원 확정) 기업 수요에 따라 통역 가능한 통역원 확정

(콘텐츠 공유) 통역 지원 2일 전 관련 콘텐츠 사전 공유 必

(통역 지원) 지원 당일 통역 지원

(지원 완료) 통역일지 작성 및 사후 관리 추진

- 통역비용 : 무료 지원

### ✔ 문의 사항

- 이향옥 과장(전화: +86 10 6858 9361, 이메일: hiangok@kocca.kr)



3 2020 중국 문화 산업 비즈니스 가이드



❖ 목적

- 중국 진출 콘텐츠 사업자를 위한 중국 최신 비즈니스 동향 및 비즈니스 가이드 제공
- 제1장 중국 문화 산업 비즈니스 준비
  - 단계별 진출 방식 : 진출 준비 단계 / 협상 단계 / 현지화 단계
  - 진출사례 : 라이선스 계약, 대표처 설립, 투자법인 설립, 인수합병(M&A) 사례
  - 각 진출 방법의 구별 및 장단점 분석
  - 사업 확장 및 철수 방식 분석
- 제2장 중국 문화 콘텐츠 시장 진출 방법
  - 방송, 음악, 애니메이션, 게임, 공연, 뉴미디어, 영화, 웹툰, 패션 등 9개 산업의 시장 현황, 진출 방안, 주의 사항
- 제3장 중국 문화 콘텐츠 산업 관련 법률
  - 저작권법, 상표권법, 세법, 노동법 및 사례
- 제4장 한국콘텐츠진흥원 해외 지원 사업
  - 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터, 정기적인 행사 리스트 소개

❖ 한 장으로 쉽게 보기 머리말



※ KOCCA 홈페이지 [www.kocca.kr](http://www.kocca.kr) - 콘텐츠지식 - 보고서에서 무료 다운로드 가능

❖ 문의 사항

- 이단단 주임(전화: +86 10 6501 995, 이메일: [lidandan@kocca.kr](mailto:lidandan@kocca.kr))

## 4 재중국한국콘텐츠사업자협의회 회원 가입 안내



- 안녕하세요, 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 김상현입니다.
- 2015년 2월 12일 한국 콘텐츠 사업자의 중국 진출 활성화를 위한 『재중국한국콘텐츠사업자협의회』를 설립하였습니다. 앞으로 협의회는 한국과 중국의 콘텐츠 관련 민간 사업자간의 협력을 확대해 나가고, 새로운 중국의 한류를 위하여 다양한 노력을 펼쳐나갈 계획입니다. 중국 진출에 관심이 있는 한국 콘텐츠 사업자들의 많은 지원 바랍니다.

- 다 음 -

1. 명 칭 : 재중국한국콘텐츠사업자협의회
2. 회원자격 : 중국에 이미 진출하였거나 혹은 진출하려는 한국 콘텐츠 산업 종사자
3. 회원혜택 : 중국 진출 핵심 정보 교류 / 한중 협력 사업 참여 / 중국 진출 컨설팅 등
4. 모집기간 : 연간 상시 모집
5. 접수방법 : 이메일 접수.  
(입회 원서 작성하여 김상현 센터장 [willbe@kocca.kr] 및 채우진 주임 [caiyc@kocca.kr]에게 제출)
6. 협의회 현황
  - 임원구성
    - 회 장 : 북경751라이브탱크 문화 창의 전시공연장 박철홍 대표
    - 부회장 : GH E&M 차영희 대표
  - 회원 현황 : 총 183명 (2021년 2월 기준)

# 입 회 원 서

사무국장	회장

성 명	한글	생년월일	성 별	<input type="checkbox"/> 남 <input type="checkbox"/> 여
	漢字			
	영문			
현거주지	<input type="checkbox"/> 중국 <input type="checkbox"/> 한국	E-Mail		
연 락 처	<input type="checkbox"/> Tel:	<input type="checkbox"/> Mob:		
회 사 명		업 종		
설 립 일		사업자구분	<input type="checkbox"/> 개인 <input type="checkbox"/> 법인	
회사주소				
주요실적				
<p>본인은 귀 협의회의 설립목적에 동의하고 협회 회칙에 명시된 콘텐츠에 따라 회원의 의무와 준수사항을 성실히 이행할 것을 서약하면서 회원으로 가입하고자 입회원서를 제출합니다.</p>				
<p>20    년    월    일</p>				
신청인:				(인)
<p><b>재중국한국콘텐츠사업자협의회 회장 귀하</b></p>				

5 한국콘텐츠진흥원 북경현지자문단 운영 안내



☑ 자문단 개요

- 명칭 : 한국콘텐츠진흥원 중국현지자문단
- 임기 : 2021년 1월 ~ 2021년 12월(위촉일로부터 1년)
- 분야 : 마케팅/법률/회계/방송/게임 5개 분야
- 구성 : 북경 현지 전문가 17명

지역	분야	성명	소속 / 직위	비고
중국	법률	김성훈	북경국연컨설팅/대표	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	임훈기	인베스트베이징컨설팅/동사장	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	허욱	울촌법무법인/대표	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	金燕(김연)	북경시경도변호사사무소/파트너변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	金玉(김옥)	법무법인(유한)태평양/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	법률	李婕(리제)	Hylands로펌 베이징/변호사	중국 프로젝트 법률 고문
	마케팅	이병규	(전)아이코닉스 콘텐츠기획팀/상무	중국시장 진출컨설팅(만애개)
	마케팅	차영희	GH E&M/대표	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	박철홍	751 Live Tank/대표	중국시장 진출 컨설팅(전시)
	마케팅	박준석	카카오 IX 차이나/대표이사	중국시장 진출 컨설팅(애니)
	마케팅	김현철	MBC/상해지사장	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	김영찬	(전)CJ E&M China 전략지원팀/부장	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	이승원	게임전문가/(전)4시33분 중국대표	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	김두일	차이나랩/대표	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	박용석	컴투스 차이나/총경리	중국시장 진출 컨설팅(게임)
	마케팅	冷淞(령송)	사회과학원/박사	중국시장 진출 컨설팅(방송)
	마케팅	许东雪(허동설)	북경애니게임협회/부주임	중국시장 진출 컨설팅(게임)

☑ 자문단 운영방식

- 신청대상 : 한국 중소 콘텐츠 기업 및 예비 창업자
- 상담방법 : 온라인 상담, 북경비즈니스센터 내 대면 상담
- 신청방법 : welcon.kocca.kr 회원 가입 → 신청서 작성 → 문의 콘텐츠 검토 및 확인
- 상담비용 : 무료
- 문의 : 북경비즈니스센터 이단단주임 86-10-6501-9951, lidandan@kocca.kr

6 북경비즈니스센터 위챗 공식 계정 운영 안내



❖ 목적

- 중국 최대 SNS인 위챗에 북경비즈니스센터 공식 계정을 개설해 한국 콘텐츠 포스팅을 통하여 홍보를 돕고 향후 한국 콘텐츠 기업의 중국 시장 진출 마케팅 플랫폼으로 구축

❖ 주요콘텐츠

- 방송, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 융복합 등 각 장르별 콘텐츠 기업 소개 회사 개요, 연락처, 기본정보 및 최신 콘텐츠 소개
  - <게임> : 작품 소개, 회사 소개, 연락처 등
  - <음악> : 회사 소개, 주요 가수 및 앨범 소개, 연락처 등
  - <드라마> : 시나리오 소개, 제작사, 배급사, 감독, 주연배우 등 소개, 연락처 등
  - <애니/캐릭터> : 작품 소개, 회사 소개 및 연락처 등
- 이벤트 행사 및 주요 마켓 한국 공동관 운영 소개
  - 스토리피칭, 상하이 차이나조이, 북경도서전, 상하이 라이선싱 엑스포, 항주애니메이션, 상하이 TV페스티벌, KBEE 마켓 행사 및 공동관 참가작 소개 등
  - 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 내 행사 소개
  - 재중국 한국 콘텐츠사업자 협의회 회원사 기업소개 및 소식
  - 기타 한중 마켓, 공연, 스타 소식 및 이벤트 등

❖ 적용 예시



※ K-Content 공식 계정에 프로젝트 및 회사소개를 원하시면, 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터 이단단 주임(전화: 86-10-6501-9951, 이메일: lidandan@kocca.kr)에게 연락주시길 바랍니다.

북경 비즈니스센터 담당자 연락처

김상현 센터장	+86-10-6501-9971	willbe@kocca.kr
이향옥 과장	+86-10-6501-9355	hiangok@kocca.kr
이단단 주임	+86-10-6501-9951	lidandan@kocca.kr
김영빈 주임	+86-10-6501-9787	ybkim@kocca.kr
채우진 주임	+86-10-6501-9973	caiyc@kocca.kr

중국(북경) 콘텐츠 산업동향

2021년 6호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 김상현 북경 비즈니스센터장 채우진 주임

번역자 김림

발행인 정경미 (원장직무대행)

발행일 2021년 7월 22일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”