

정책브리프 2021-09

포스트 코로나시대 문화산업 전망과 한중협력

Cultural Industry
in the Post-Corona Era
and Korea-China Cooperation

이정훈
jhoon@gri.re.kr
조진현



- I. 연구의 배경 및 필요성
- II. 문화산업 현황
- III. 포스트 코로나시대 문화산업
- IV. 문화산업 한중협력 현황과 방향
- V. 결론 및 정책 제언

정책제안

- **경기도 문화산업은 성남시(게임, 지식정보/콘텐츠솔루션), 파주시(출판), 고양시(영화/방송/광고), 안양시(게임), 부천시(만화/애니메이션/캐릭터) 등에 집중**
 - 경기도의 문화산업 사업체는 2019년 기준 21,336개로 전국의 20.5%를, 매출액은 27.8조 원으로 전국의 21.9%를 차지하고 있음
 - 매출액 기준 경기도의 비중이 높은 산업은 게임산업 6.1조 원(23.0%), 지식정보/콘텐츠솔루션 5.9조 원(22.3%), 출판 5.7조 원(21.6%)의 순으로 나타남
- **코로나 19의 발발과 장기화에 따른 사회적 거리두기로 인해 언택트 소비가 증가하였고, 비즈니스 활동의 언택트화가 진행되어 문화산업이 새로운 모델로 이행**
 - 한국도 2020년에는 코로나 19의 영향으로 영화, 애니메이션 등의 매출은 크게 하락했지만, 게임, 만화 등 디지털 소비가 중심인 부문은 매출이 증대됨
 - 2021년에 들어와서는 코로나 19에 대응하는 새로운 비즈니스 방식으로 비대면의 B2B/B2C 비즈니스를 강화하는 등 포스트 코로나시대의 비즈니스 모델로 이행중
- **문화산업의 한중협력을 위해서는 한한령이나 게임산업 규제 등 극복해야 할 과제를 안고 있으며, e스포츠 교류전, 인력교류프로그램 등 네트워킹 강화가 필요함**
 - (협력방안 1) 경기도와 허베이성이 주관하고 시군 및 각 기업이 참여하여 경(京)-허(湖) e스포츠 교류전을 추진함
 - 국제대회 최초로 e스포츠가 정식종목으로 채택된 2022 항조우 아시안게임을 계기로, 경기도와 허베이성의 청년에게 공통으로 익숙한 종목을 선정하여 한중 교류전을 추진
 - 정기 교류전과 함께 문화교류, 산업기술연수 프로그램 등 다양한 협력프로그램과 결합
 - (협력방안 2) 경기도와 허베이성의 교류 프로그램에 콘텐츠산업 진흥기관과 기업이 참여하는 워크숍을 개설하여 현장의 교류로 연결하고 실질적 지원방안 발굴
 - 경기도는 경기도 문화산업 지원기관인 경기콘텐츠진흥원(GCA)이 설립, 운영하고 있으며 지난 5년간(2016~2020) 942개 기업의 해외 진출 및 제작, 인력, 공간 지원을 실행함
 - 경기도-허베이성 교류에서 문화산업 전문 지원기관과 기업이 참여하여 상호 이해를 넓히고, 인력양성 협력, 시장개척 협력 등을 통해 문화산업의 한중협력 활성화에 기여
 - (협력방안 3) 양국의 문화산업 협력에 장애가 되는 규제, 제도를 정비하고 IP 보호 등을 강화하여 산업 육성의 토대 마련을 위해 협력함
 - 최근 한국의 엔씨소프트 등 게임 기업, 중국의 바이두, 알리바바 등 인터넷 기업들은 IP의 중요성을 명확하게 인식하고 있으며 IP의 확보 및 보호를 위해 노력하고 있음
 - 대부분의 규제, IP 보호 등 제도적 권한은 중앙정부에 있으므로 경기도-허베이성 차원에서 필요하다고 생각하는 부문을 도출하여 정부에 건의하고, 지방정부 차원의 해법을 마련함

I. 연구의 배경 및 필요성

1. 연구 배경 및 필요성

- 코로나 19 팬데믹 이후 언택트 생활과 언택트 산업의 활성화는 문화산업의 새로운 흐름을 불러일으키고 있음
 - 코로나 19 팬데믹의 확산을 저지하기 위한 봉쇄(락다운)와 사회적 거리두기의 영향으로 전시, 공연, 대규모 상영, 페어 등 현장과 대면 접촉이 주요 소비 및 비즈니스 방식이었던 문화산업에 위기와 변화를 불러일으킴¹⁾
 - 디지털 통신과 플랫폼을 활용한 문화산업제품의 비대면 소비와 온라인 페어와 같은 비대면 비즈니스 모델이 정착되면서 새로운 상황에 적응해가기 시작함
- 본 보고서에서는 코로나 19 팬데믹이 문화산업에 미친 영향 및 생산·소비 부문의 대응 현황을 살펴보고자 함
 - 문화산업통계를 바탕으로 한국과 경기도의 문화산업 현황을 살펴보고 부문별, 지역별 특성을 도출하고자 함
 - 특히 코로나 19 팬데믹 이후의 변화와 영향을 살펴봄으로써 향후 문화산업 변화의 방향을 전망하며 필요한 정책의 방향을 탐색하고자 함
- 특히 한국 문화산업의 주요 수요자이자 협력 파트너인 중국과의 협력을 위한 정책 방향을 모색함
 - 문화산업, 관광산업은 한한령 등 동북아시아 국가 간의 정치적, 외교적 관계의 적지 않은 영향을 받고 있음
 - 문화산업과 관광은 양국 간 이해를 깊이 하고 친선을 도모할 수 있는 중요한 행동이라는 점에서 정치적 영향을 최소화하고 원상회복하기 위한 노력이 필요함
 - GRI-허베이성 사회과학원 교류협력 세미나를 통해 한중협력방안을 공유하고 발전시키기 위한 자료로 활용하고자 함
- 한중간 수출이나 정책협력 등 문화산업에서의 한중간 교류협력 현황을 살펴 보고 코로나 19 이후 변화 동향을 반영한 한중협력 방향을 제시하고자 함
 - 구체적인 한중협력 방안에 대해서는 향후 허베이성 사회과학원 등 중국 측과의 논의와 구체적 기업 수요조사 등을 토대로 발전시킬 필요가 있음
 - 본 연구는 그러한 향후의 작업을 준비하기 위한 예비적 연구의 성격을 가짐

1) 김규원(2020). "코로나 19의 도전과 바뀌는 문화예술", 이영한 외. 『포스트 코로나 대한민국』, 한올아카데미, 서울.

2. 연구의 범위 및 용어 정의

- (문화산업과 콘텐츠산업) 문화산업은 콘텐츠산업을 포함하는 광의의 개념으로 활용되고 있으며, 한국은 산업 육성의 측면에서 통계작성이나 정책 지원 등에서 협의의 개념인 콘텐츠산업을 더 많이 사용하고 있음²⁾
 - 해외에서는 ‘문화산업(cultural industry)’ 개념을 보다 보편적으로 사용하며, UNESCO는 문화산업을 ‘유·무형의 예술적·창조적인 결과물을 생산하는 산업으로서 문화자산을 활용하고, 지식기반의 재화와 서비스 생산을 통해 부를 창출하고 소득을 형성하는 잠재성을 지닌 산업’으로 정의함
- 문화산업진흥기본법에 따르면 문화산업은 ‘문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업’으로 정의됨
 - 콘텐츠산업은 문화산업 중 ‘경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업’을 말함³⁾
 - 콘텐츠산업에서 ‘콘텐츠’란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말함
 - 이상의 정의로부터 통계자료 작성 등 실용적 측면에서 문화산업 중 콘텐츠산업에 속하는 분야는 ‘출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 공연’ 등 문화산업의 주요 부문을 포함함
- 본 연구에서는 문화산업 분야 중 콘텐츠산업의 주요 부문에 초점을 두고자 함
 - 콘텐츠산업 중에서도 해외에서 한류를 바탕으로 수요가 늘고 있는 음악, 드라마, 게임, 만화애니메이션 등의 분야에 중점을 두고 살펴보고자 함

2) 이하 문화산업, 콘텐츠산업의 정의와 분류체계에 대해서는 김소연(2020). 『콘텐츠산업분야 통계체계구축 및 발전방안 연구』, 한국문화관광연구원을 참조함.

3) 법제처(2012). “콘텐츠산업진흥법”.

II. 문화산업 현황

1. 문화산업 현황

- 한국 전체와 경기도의 문화산업 현황과 특성을 문화산업통계와 경기도 콘텐츠산업통계조사보고서의 자료를 토대로 살펴보고자 함

[콘텐츠산업 지역별 사업체 수 현황]

(단위: 개)

| | 콘텐츠산업 전체 | | | | | 비중(%) | |
|------|----------|---------|---------|---------|---------|--------|------|
| | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | | |
| 서울 | 33,762 | 34,946 | 34,440 | 34,725 | 33,928 | 32.6 | |
| 7개 시 | 부산 | 6,583 | 6,444 | 6,433 | 5,885 | 5,772 | 5.5 |
| | 대구 | 5,236 | 5,340 | 5,305 | 5,195 | 5,002 | 4.8 |
| | 인천 | 4,901 | 4,884 | 4,753 | 4,709 | 4,696 | 4.5 |
| | 광주 | 3,515 | 3,499 | 3,516 | 3,319 | 3,323 | 3.2 |
| | 대전 | 3,552 | 3,473 | 3,605 | 3,536 | 3,463 | 3.3 |
| | 울산 | 2,206 | 2,237 | 2,249 | 2,164 | 2,109 | 2 |
| | 세종 | | | 282 | 318 | 311 | 0.3 |
| 소계 | 25,993 | 25,878 | 30,792 | 25,125 | 24,677 | 23.7 | |
| 9개 도 | 경기 | 20,525 | 20,310 | 20,307 | 20,802 | 21,336 | 20.5 |
| | 강원 | 2,565 | 2,619 | 2,564 | 2,752 | 2,650 | 2.5 |
| | 충북 | 2,761 | 2,768 | 2,837 | 2,851 | 2,756 | 2.6 |
| | 충남 | 3,416 | 3,369 | 3,185 | 3,347 | 3,235 | 3.1 |
| | 전북 | 2,855 | 2,926 | 2,942 | 2,993 | 2,972 | 2.9 |
| | 전남 | 2,689 | 2,606 | 2,642 | 2,400 | 2,395 | 2.3 |
| | 경북 | 4,454 | 4,352 | 4,353 | 4,193 | 4,173 | 4 |
| | 경남 | 4,972 | 4,992 | 5,006 | 4,998 | 4,899 | 4.7 |
| | 제주 | 1,021 | 1,026 | 1,045 | 1,113 | 1,104 | 1.1 |
| | 소계 | 45,258 | 44,966 | 44,881 | 45,449 | 45,520 | 43.7 |
| 합계 | 105,013 | 105,790 | 105,464 | 105,299 | 104,124 | 100 | |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 경기도 콘텐츠산업 사업체는 21,336개소로 전국 대비 20.5%를 차지하고 있으며 서울 33,928개(32.6%)에 이어 전국 두 번째로 많으며 서울 이외 7개 시 콘텐츠사업체를 모두 합친 수에 근접함
- 이는 콘텐츠산업이 수도권과 같은 대도시권에 집중되는 입지 특성이 있는 도시형 산업임을 나타냄

- 2019년 기준 전국 사업체 수는 2015년과 비교하여 큰 변화를 보이지 않고 있음
- 지역별로는 경기도의 사업체 수가 4년간 811개(3.95%) 증가하였고 반면에 2019년 기준 서울시의 사업체가 전년도 대비 797개 감소(-2.3%)한 것을 제외하면 의미 있는 변화는 나타나지 않고 있음

[콘텐츠산업 지역별 매출액 현황(2019년)]

(단위: 백만 원)

| | 출판 | 방송 | 광고 | | 합계 | 비중 | |
|-----|------------|------------|------------|-----------|-------------|------------|------|
| 서울 | 12,143,400 | 18,019,526 | 14,908,183 | | 81,125,945 | 64.1 | |
| 7개시 | 부산 | 512,774 | 254,045 | 587,648 | | 2,788,633 | 2.2 |
| | 대구 | 453,853 | 152,697 | 349,064 | | 2,071,339 | 1.6 |
| | 인천 | 449,399 | 111,540 | 93,342 | | 1,749,997 | 1.4 |
| | 광주 | 323,653 | 95,095 | 170,091 | | 1,142,480 | 0.9 |
| | 대전 | 270,960 | 104,111 | 207,724 | | 1,511,823 | 1.2 |
| | 울산 | 146,446 | 81,660 | 47,299 | | 591,086 | 0.5 |
| | 세종 | 31,956 | 21,611 | 10,388 | | 92,123 | 0.1 |
| | 소계 | 2,189,041 | 820,760 | 1,465,555 | | 9,947,481 | 7.9 |
| 9개도 | 경기 | 5,881,778 | 1,097,858 | 1,268,226 | | 27,751,991 | 21.9 |
| | 강원 | 73,540 | 125,427 | 31,971 | ... | 616,220 | 0.5 |
| | 충북 | 104,547 | 97,272 | 61,228 | | 879,431 | 0.7 |
| | 충남 | 191,162 | 78,137 | 43,826 | | 858,489 | 0.7 |
| | 전북 | 116,984 | 98,555 | 81,107 | | 721,140 | 0.6 |
| | 전남 | 60,121 | 100,546 | 28,657 | | 482,114 | 0.4 |
| | 경북 | 271,605 | 145,569 | 70,630 | | 1,138,412 | 0.9 |
| | 경남 | 263,947 | 187,147 | 144,314 | | 1,687,330 | 1.3 |
| | 제주 | 45,049 | 72,215 | 30,148 | | 1,376,139 | 1.1 |
| | 소계 | 7,008,734 | 2,002,726 | 1,760,107 | | 35,511,265 | 28.1 |
| 합계 | 21,341,176 | 20,843,012 | 18,133,845 | | 126,584,691 | 100 | |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 경기도 콘텐츠산업 매출액은 27.8조 원으로 한국 전체 매출액 126.6조 원의 21.9%를 차지하고 있음
- 서울은 81.1조 원으로 전국의 64.1%를 차지하여 서울과 경기도의 비중이 80%를 넘어, 사업체 수보다 매출액의 비중이 높은 것으로 나타남
- 이는 서울과 경기도의 기업이 규모가 크다는 것을 말해줌

[콘텐츠산업 지역별 수출액 현황(2019년)]

(단위: 천 달러)

| | 중화권 | 일본 | 동남아 | 북미 | 유럽 | 기타 | 합계 |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|-----------|
| 출판 | 24,048 | 38,495 | 22,340 | 81,953 | 12,244 | 35,641 | 214,732 |
| 만화 | 4,920 | 12,295 | 9,431 | 6,001 | 12,496 | 867 | 46,010 |
| 음악 | 117,542 | 389,484 | 129,674 | 80,456 | 22,488 | 16,554 | 756,198 |
| 게임 | 3,663,741 | 684,948 | 742,982 | 607,709 | 399,499 | 558,898 | 6,657,777 |
| 영화 | 12,000 | 4,711 | 3,936 | 4,133 | 3,762 | 9,335 | 37,877 |
| 애니메이션 | 16,543 | 36,703 | 3,989 | 96,523 | 36,172 | 4,218 | 194,148 |
| 방송 | 54,732 | 91,767 | 32,468 | 77,315 | 1,947 | 44,057 | 302,286 |
| 캐릭터 | 172,051 | 73,974 | 123,819 | 183,180 | 158,618 | 79,696 | 791,338 |
| 지식정보 | 56,712 | 252,520 | 281,426 | 31,671 | 13,087 | 14,207 | 649,623 |
| 콘텐츠 솔루션 | 30,174 | 73,837 | 44,947 | 25,932 | 27,805 | 25,186 | 227,881 |
| 합계 | 4,152,463 | 1,658,734 | 1,395,011 | 1,194,873 | 688,118 | 788,659 | 9,877,869 |
| 비중 | 42.0 | 16.8 | 14.1 | 12.1 | 7.0 | 8.0 | 100.0 |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 우리나라 콘텐츠산업 수출액은 98.8억 달러(약 11.5조 원)임
- 분야별로는 게임이 66.6억 달러(약 7.7조 원)로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 다음으로는 캐릭터(7.9억 달러), 음악(7.6억 달러), 지식정보(6.5억 달러)의 순으로 나타남
- 수출대상 지역별로는 중화권(중국, 홍콩, 대만 3개국)이 42.0%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 다음으로 일본(16.8%), 동남아(14.1%), 북미(12.1%)의 순임

[콘텐츠산업 지역별 연도별 수출액 현황(2017년~2019년)]

(단위: 천 달러)

| | 중화권 | 일본 | 동남아 | 북미 | 유럽 | 기타 | 합계 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|-----------|
| 2017년 | 3,837,216 | 1,655,975 | 1,304,363 | 811,593 | 522,459 | 457,853 | 8,589,464 |
| 2018년 | 3,441,766 | 1,842,614 | 1,254,700 | 1,488,111 | 678,061 | 647,186 | 9,352,437 |
| 2019년 | 4,152,463 | 1,658,734 | 1,395,011 | 1,194,873 | 688,118 | 788,659 | 9,877,869 |
| 전년대비 증감률(%) | 20.6 | -10.0 | 11.2 | -19.7 | 1.5 | 21.9 | 5.6 |
| 연평균 증감률(%) | 4.0 | 0.1 | 3.4 | 21.3 | 14.8 | 31.2 | 7.2 |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 2017~2019년 동안 수출대상 국가별 수출액의 연평균 증감률을 보면 북미 21.3%, 유럽 14.8%, 중화권 4.0%의 순으로 나타남
- 중화권에 대한 수출액이 경우는 북핵 문제 등 동북아시아의 지정학적 불안 정성에 의해 증가 폭이 제한을 받는 것으로 판단됨

[콘텐츠산업 지역별 수입액 현황(2019년)]

(단위: 천 달러)

| | 중화권 | 일본 | 동남아 | 북미 | 유럽 | 기타 | 합계 |
|------------|---------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|
| 출판 | 75,610 | 34,339 | 19,171 | 73,941 | 69,801 | 2,545 | 275,426 |
| 만화 | 58 | 6,014 | 58 | 224 | 133 | 91 | 6,578 |
| 음악 | 138 | 2,355 | 55 | 2,981 | 7,961 | 277 | 13,766 |
| 게임 | 132,546 | 47,154 | 192 | 49,737 | 22,364 | 46,134 | 298,129 |
| 영화 | 2,925 | 4,838 | | 18,182 | 8,967 | 3,520 | 38,432 |
| 애니메이션 | 73 | 8,556 | 55 | 94 | | | 8,778 |
| 방송 | 1,276 | 9,936 | 49 | 79,030 | 4,566 | 606 | 95,463 |
| 캐릭터 | 74,017 | 14,848 | 40,332 | 21,026 | 8,997 | 7,724 | 166,945 |
| 지식정보 | 53 | 678 | 39 | 5,784 | 1,633 | 721 | 8,909 |
| 콘텐츠 솔루션 | 45 | 127 | 26 | 12,405 | | 810 | 13,414 |
| 합계 | 286,741 | 128,845 | 59,978 | 263,405 | 124,421 | 62,429 | 925,840 |
| 비중 | 31.0 | 13.9 | 6.5 | 28.5 | 13.4 | 6.7 | 100.0 |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 우리나라 콘텐츠산업 수입액은 9.3억 달러(약 1.8조 원)임
- 분야별로는 게임이 2,981억 달러로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 다음으로는 출판(2,754억 달러), 캐릭터(1,670억 달러)가 큰 비중을 차지함
- 수입대상 지역별로는 중화권이 31.0%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 다음으로 북미(28.5%), 일본(13.9%), 유럽(13.4%) 순임

[콘텐츠산업 지역별 연도별 수입액 현황(2017년~2019년)]

(단위: 천 달러)

| | 중화권 | 일본 | 동남아 | 북미 | 유럽 | 기타 | 합계 |
|----------------|---------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|
| 2017년 | 199,323 | 214,086 | 58,229 | 256,648 | 117,896 | 27,796 | 873,991 |
| 2018년 | 209,592 | 285,625 | 56,919 | 249,224 | 81,560 | 37,917 | 920,858 |
| 2019년 | 286,741 | 128,845 | 59,978 | 263,405 | 124,421 | 62,429 | 925,840 |
| 전년대비 증감률(%) | 36.8 | -54.9 | 5.4 | 5.7 | 52.6 | 64.6 | 0.5 |
| 연평균 증감률(%) | 19.9 | -22.4 | 1.5 | 1.3 | 2.7 | 49.9 | 2.9 |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 2017~2019년 동안 수입대상 국가별 수입액의 연평균 증감률을 보면 중화권이 19.9%로 높으며 일본은 -22.4%로 급격하게 감소함
- 일본으로부터 수입이 급격하게 감소한 것은 일본의 대한국 수출규제에 대한 대일 여론의 악화에 기인한 것으로 판단됨

[콘텐츠산업 수출방법]

(단위: %)

| 수출방법 | | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 전년대비 증감 (%p) |
|------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|
| 직접수출 | 해외 전시회 및 행사 참여 | 24.5 | 25.7 | 21.9 | 21.9 | 21.8 | △0.1 |
| | 해외 유통사 접촉 | 23 | 21.5 | 26.5 | 27.1 | 29.7 | 2.6 |
| | 온라인 해외 판매 | 2.8 | 3.1 | 3.1 | 3.2 | 3.6 | 0.4 |
| | 해외 법인 활용 | 6.2 | 6.8 | 6.7 | 6.7 | 6.7 | 0.0 |
| 간접수출 | 국내 에이전트 활용 | 21.8 | 20.4 | 21.3 | 21.4 | 19.2 | △2.2 |
| | 해외 에이전트 활용 | 20.5 | 21.5 | 19.1 | 18.5 | 18.9 | 0.4 |
| 기타 | | 1.0 | 1.0 | 1.4 | 1.3 | - | -1.3 |
| 합계 | | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | - |

자료: 문화센터. "http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 콘텐츠산업 수출방법은 해외 유통사 접촉(29.7%), 해외 전시 및 행사 참여 (21.8%), 국내 에이전트 활용이 19.2%, 해외 에이전트 활용이 18.9%를 차지함
- 2014년에는 해외 전시회 및 행사 참여 방법이 24.5%로 가장 높았으나 2018년에는 해외 유통사 접촉이 29.7%로 가장 높게 나타남
 - 수출방법 중 해외 전시회와 행사 참여가 높은 비중을 보였으나 코로나 19 팬데믹의 영향으로 온라인 전시 등 비대면 방법이 속속 도입되면서 변화가 일어남

2. 경기도 문화산업 현황과 특성

- 경기도의 문화산업 현황을 6대 콘텐츠산업 분류별, 주요 도시/지역별로 살펴보고자 함

[경기도 콘텐츠산업 사업체 수(2018년)]

(단위: 개)

| | 출판 | 음악 | 게임 | 만화/ 애니메이션/ 캐릭터 | 영화/방송/ 광고 | 지식정보/ 콘텐츠솔루션 |
|-------|-------|-------|-------|----------------------|--------------|-----------------|
| 합계 | 4,308 | 7,493 | 3,167 | 2,225 | 1,406 | 2,382 |
| 고양 | 745 | 704 | 237 | 229 | 272 | 225 |
| 부천 | 256 | 585 | 201 | 212 | 130 | 117 |
| 성남 | 283 | 647 | 535 | 217 | 151 | 429 |
| 수원 | 401 | 771 | 284 | 212 | 108 | 186 |
| 의정부 | 101 | 314 | 107 | 68 | 42 | 51 |
| 안양 | 221 | 397 | 189 | 114 | 73 | 199 |
| 시흥 | 104 | 324 | 109 | 59 | 29 | 63 |
| 파주 | 602 | 242 | 90 | 102 | 79 | 76 |
| 동부 지역 | 359 | 681 | 297 | 255 | 141 | 247 |
| 서부 지역 | 606 | 1,425 | 543 | 359 | 206 | 367 |
| 남부 지역 | 390 | 977 | 423 | 271 | 113 | 329 |
| 북부 지역 | 240 | 426 | 152 | 127 | 62 | 93 |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 경기도 콘텐츠산업 사업체 20,981개 중 고양시에 2,412개(11.5%), 성남시 2,262개(10.8%), 수원시 1,962개(9.4%) 등 3개 시에 약 3할가량의 업체가 집중되어 있으며, 다음으로 부천시 1,501개(7.2%), 안양시 1,193개, 파주시 1,191개로 각각 5.3%를 차지하고 있음
- 콘텐츠산업의 분야별로 사업체가 집중된 상위 3개 시군을 살펴보면 다음과 같음
 - 출판 (총 4,308개) : 고양(745개, 17.3%), 파주(602개, 14.0%), 수원(401개, 9.3%)
 - 음악 (총 7,493개) : 수원(771개, 10.3%), 고양(704개, 9.3%), 성남(647개, 8.6%)
 - 게임 (총 3,167개) : 성남(535개, 16.9%), 수원(284개, 9.0%), 고양(237개, 7.5%)
 - 만화/애니메이션/캐릭터 (총 2,225개) : 고양(229개, 10.3%), 성남(217개, 9.8%), 부천과 수원(각 212개, 각 9.5%)
 - 영화/방송/광고 (총 1,406개) : 고양(272개, 19.3%), 성남(151개, 10.7%), 부천(130개, 9.2%)
 - 지식정보/콘텐츠솔루션 : 성남 (429개, 18.0%), 고양(225개, 9.4%), 안양 (199개, 8.4)

- 이상에서 경기도에서 콘텐츠산업이 집적된 도시는 고양(2,412개, 11.5%), 성남(2,262개, 10.8%), 수원(1,962개, 9.4%)으로 나타났으며 다음으로 부천(1,501개, 7.2%), 안양(1,193개, 5.7%), 파주(1,191개, 5.7%)에 집적되어 있음

[경기도 콘텐츠산업 매출액(2018년)]

(단위: 백만 원)

| | 출판 | 음악 | 게임 | 만화/ 애니메이션/ 캐릭터 | 영화/방송/ 광고 | 지식정보/ 콘텐츠솔루션 |
|-------|-----------|-----------|-----------|----------------------|--------------|-----------------|
| 합계 | 5,724,093 | 1,027,062 | 6,105,288 | 4,357,091 | 3,377,808 | 5,914,842 |
| 고양 | 926,548 | 139,540 | 153,540 | 266,150 | 1,108,942 | 262,504 |
| 부천 | 247,239 | 71,787 | 174,534 | 376,428 | 166,880 | 173,076 |
| 성남 | 172,948 | 118,159 | 4,257,593 | 456,620 | 593,202 | 4,259,133 |
| 수원 | 225,944 | 87,644 | 182,131 | 136,451 | 195,488 | 113,683 |
| 의정부 | 10,523 | 32,026 | 24,157 | 238,048 | 106,310 | 117,700 |
| 안양 | 232,218 | 36,670 | 553,789 | 219,755 | 133,951 | 331,298 |
| 시흥 | 59,480 | 30,800 | 60,998 | 49,465 | 60,184 | 4,854 |
| 파주 | 2,533,130 | 93,421 | 58,760 | 667,336 | 182,819 | 70,248 |
| 동부 지역 | 284,065 | 84,021 | 97,488 | 524,998 | 185,896 | 69,226 |
| 서부 지역 | 563,127 | 162,918 | 313,836 | 815,128 | 381,315 | 151,759 |
| 남부 지역 | 314,798 | 128,106 | 190,061 | 376,497 | 182,048 | 311,016 |
| 북부 지역 | 154,074 | 41,971 | 38,400 | 230,216 | 80,773 | 50,345 |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색)

- 경기도 콘텐츠산업 매출액은 약 26.5조 원이며 분야별로는 게임 6.1조 원 (23.0%), 지식정보/콘텐츠솔루션 5.9조 원(22.3%), 출판 5.7조 원(21.6%)의 비중이 높음
- 지역별로 보면 성남시 9.9조 원(37.2%), 파주시 3.6조 원(13.6%), 고양시 2.9조 원(10.8%), 안양시 1.5조 원(5.7%), 부천시 1.2조 원(4.6%) 등의 순으로 높음
- 성남시의 경우 사업체 수의 비중은 10.8%로 고양시에 이어 두 번째 규모이지만 매출액은 37.2%로 비중이 크게 높아져서 규모가 큰 기업이 집적되어 있다는 것을 나타냄
 - 성남시에서 사업체 수와 비교하여 매출액이 두드러지게 큰 것은 판교테크노밸리 등의 게임, IT 업종의 규모가 큰 기업의 영향으로 판단됨
 - 게임과 지식정보 콘텐츠솔루션 업종의 성남시에 있는 기업의 매출액 비중이 각각 70.8%, 72.0%로 절대적임
- 이외에 출판 분야는 파주시 입지 기업의 비중이 44.3%, 영화/방송/광고는 고양시 입지 기업의 비중이 32.8%로 높음

[경기도 콘텐츠산업 수출액(2018년)]

(단위: 백만 원)

| 구분 | | 총 수출액 | 평균 수출액 |
|-------------|--------------|-----------|--------|
| 합계 | | 3,890,343 | 10,788 |
| 산업 | 출판 | 74,287 | 1,158 |
| | 음악 | 57,959 | 2,871 |
| | 게임 | 1,072,722 | 14,443 |
| | 만화/애니메이션/캐릭터 | 204,131 | 2,739 |
| | 영화/방송/광고 | 66,193 | 2,499 |
| | 지식정보/콘텐츠솔루션 | 2,415,051 | 23,922 |
| 지역 | 고양 | 104,682 | 3,120 |
| | 부천 | 18,034 | 534 |
| | 성남 | 3,552,306 | 22,489 |
| | 수원 | 1,089 | 101 |
| | 의정부 | - | - |
| | 안양 | 42,413 | 1,371 |
| | 시흥 | 15,341 | 1,852 |
| | 파주 | 46,527 | 1,426 |
| | 동부 지역 | 4,453 | 564 |
| | 서부 지역 | 33,507 | 2,167 |
| | 남부 지역 | 36,908 | 1,669 |
| | 북부 지역 | 35,082 | 4,857 |
| | 매출액 규모 | 1억 미만 | 96 |
| 1억~10억 미만 | | 14,521 | 151 |
| 10억~100억 미만 | | 230,887 | 1,572 |
| 100억 이상 | | 3,644,839 | 33,545 |
| 종사자 규모 | 5인 미만 | 104,675 | 980 |
| | 5~10인 미만 | 36,626 | 864 |
| | 10~20인 미만 | 40,516 | 680 |
| | 20~50인 미만 | 139,757 | 1,900 |
| | 50인 이상 | 3,568,769 | 45,617 |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 경기도 콘텐츠산업 기업의 수출액을 분야별로 살펴보면 지식정보/콘텐츠 솔루션 2.4조 원, 게임 1.1조 원, 출판 7천4백억 원, 영화/방송/광고 6천6백억 원 등의 순임
- 지역별로 보면 성남이 3.6조 원으로 경기도 총 수출액의 91.3%를 차지하고 있어, 절대적인 우위를 보임
- 매출액 통계에서 보았듯이 성남에 게임, IT 등 규모도 크며 수출을 주도하는 국제 경쟁력이 높은 규모가 큰 기업이 집적되어 있음

[R&D 조직 인력 현황(2018년)]

(단위: 명, R&D 조직 보유업체)

| 구분 | | 남자 | 여자 |
|--------|--------------|-------|-----|
| 합계 | | 2,265 | 474 |
| 산업 | 출판 | 277 | 105 |
| | 음악 | 33 | 14 |
| | 게임 | 528 | 42 |
| | 만화/애니메이션/캐릭터 | 174 | 39 |
| | 영화/방송/광고 | 143 | 24 |
| | 지식정보/콘텐츠솔루션 | 1,111 | 249 |
| 지역 | 고양 | 269 | 105 |
| | 부천 | 256 | 40 |
| | 성남 | 745 | 107 |
| | 수원 | 111 | 20 |
| | 의정부 | 31 | - |
| | 안양 | 254 | 32 |
| | 시흥 | 17 | - |
| | 파주 | 92 | 37 |
| | 동부 지역 | 79 | 6 |
| | 서부 지역 | 187 | 62 |
| | 남부 지역 | 203 | 65 |
| | 북부 지역 | 21 | - |
| 매출액 규모 | 1억 미만 | 139 | 33 |
| | 1억~10억 미만 | 775 | 205 |
| | 10억~100억 미만 | 1,089 | 218 |
| | 100억 이상 | 263 | 19 |
| 종사자 규모 | 5인 미만 | 570 | 201 |
| | 5~10인 미만 | 430 | 47 |
| | 10~20인 미만 | 618 | 117 |
| | 20~50인 미만 | 495 | 74 |
| | 50인 이상 | 151 | 35 |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 기업의 혁신과 미래 성장을 결정하는 부문인 R&D 조직 인력은 지식정보/콘텐츠솔루션 1,360명, 게임 570명으로 다른 부문에 비해 규모가 큼
- R&D 조직 인력의 규모는 산업의 매출, 수출 규모가 큰 부문과 비례해서 크게 나타나고 있음
- 산업의 장기적 성장과 혁신을 위해서는 R&D 부문에 대한 강화가 필요하며, 1인기업이나 벤처 창업을 활성화하여 기존 기업의 혁신에 활용될 수 있는 콘텐츠산업 혁신 생태계의 구축을 위한 지원 정책을 강화할 필요가 있음

[지식재산 서비스 활용 분야(2018년) - 복수응답]

(단위: %, 지식재산 서비스 활용 업체)

| 구분 | 법률 대리 | 평가/ 임대 및 중개 | 유통 | 정보 서비스 | 컨설팅 교육 및 홍보 | 금융보험 | 창출지원 및 출판시설 운영 | |
|-----------|------------------|-------------------|-----|-----------|-------------------|------|-------------------------|------|
| 합계 | 76.7 | 0.7 | 1.7 | 10.6 | 4.8 | - | 6.0 | |
| 산업 | 출판 | 61.8 | - | - | 12.7 | - | - | 25.4 |
| | 음악 | 79.0 | - | - | - | 21.0 | - | - |
| | 게임 | 68.8 | - | - | 8.6 | 24.2 | - | - |
| | 만화/애니메이션 /캐릭터 | 69.3 | 5.7 | 13.0 | 11.9 | - | - | - |
| | 영화/방송/광고 | 91.3 | - | - | 8.7 | - | - | - |
| | 지식정보 /콘텐츠솔루션 | 87.8 | - | 0.8 | 11.4 | 0.7 | - | - |
| 지역 | 고양 | 96.1 | - | - | 3.9 | - | - | - |
| | 부천 | 73.8 | - | 26.2 | - | - | - | - |
| | 성남 | 87.9 | 0.7 | 0.7 | - | 10.7 | - | - |
| | 수원 | 67.8 | - | - | 32.2 | - | - | - |
| | 의정부 | 100.0 | - | - | - | - | - | - |
| | 안양 | 21.7 | - | - | 31.5 | 7.8 | - | 42.3 |
| | 시흥 | 100.0 | - | - | - | - | - | - |
| | 파주 | 96.1 | 3.9 | - | - | - | - | - |
| | 동부 지역 | 70.0 | - | - | 30.0 | - | - | - |
| | 서부 지역 | 64.4 | - | - | 35.6 | - | - | - |
| | 남부 지역 | 95.4 | - | - | 4.6 | - | - | - |
| 북부 지역 | 70.5 | - | - | 29.5 | - | - | - | |
| 매출액 규모 | 1억 미만 | 65.2 | - | - | 34.8 | - | - | - |
| | 1억~10억 미만 | 32.5 | 2.0 | 7.0 | 27.0 | 4.0 | - | 28.5 |
| | 10억~100억 미만 | 81.7 | 0.9 | 1.0 | 1.9 | 15.5 | - | - |
| | 100억 이상 | 98.9 | - | - | 1.1 | - | - | - |
| 종사자 규모 | 5인 미만 | 36.4 | 1.4 | 4.0 | 25.3 | 12.8 | - | 20.1 |
| | 5~10인 미만 | 67.7 | - | - | 23.8 | 8.5 | - | - |
| | 10~20인 미만 | 56.7 | - | 7.8 | 35.5 | 6.7 | - | - |
| | 20~50인 미만 | 81.0 | 6.2 | 6.7 | 6.2 | 6.2 | - | - |
| | 50인 이상 | 99.6 | - | - | 0.4 | - | - | - |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 기업 전체에서 지식서비스를 이용하고 있는 비율은 2.1%를 보였으나, 매출액 100억 이상이면 57.7%, 종사자 50인 이상이면 90.8%의 이용률을 보인다는 점에서 규모가 클수록 지식서비스 이용률이 높음
- 지식서비스 활용 분야를 보면 법률대리 76.7%, 정보서비스 10.6% 순으로 높은 비중을 차지하고 있음

- 법률대리의 경우 규모가 작은 기업도 작지 않은 비중으로 활용하고 있어서 기업 규모와 상관없이 기업 경영에 법률 서비스가 중요한 역할을 하는 것으로 보임
- 이러한 점에서 벤처 창업 등 일정 규모 이하의 기업에 대한 창업 지원에서 법률 서비스에 대한 지원책을 마련할 필요가 있음

[지식재산 서비스 이용 경로(2018년) - 복수응답]

(단위: %, 지식재산 서비스 활용 업체)

| 구분 | 민간 전문기업 | 변리사무소 | 공공기관 | |
|-------------|--------------|-------|------|------|
| 합계 | 26.6 | 64.5 | 8.9 | |
| 산업 | 출판 | 53.5 | 46.5 | - |
| | 음악 | 51.3 | 48.7 | - |
| | 게임 | 17.0 | 58.8 | 24.2 |
| | 만화/애니메이션/캐릭터 | 7.9 | 78.4 | 13.7 |
| | 영화/방송/광고 | 37.2 | 62.8 | - |
| | 지식정보/콘텐츠솔루션 | 11.6 | 77.8 | 10.7 |
| 지역 | 고양 | 21.3 | 78.7 | - |
| | 부천 | 4.0 | 60.3 | 35.8 |
| | 성남 | 10.1 | 79.2 | 10.7 |
| | 수원 | 33.9 | 66.1 | - |
| | 의정부 | 33.3 | 66.7 | - |
| | 안양 | 76.5 | 20.1 | 3.4 |
| | 시흥 | - | 33.3 | 66.7 |
| | 파주 | 10.5 | 81.5 | 8.0 |
| | 동부 지역 | 60.0 | 40.0 | - |
| | 서부 지역 | 54.9 | 41.9 | 3.2 |
| | 남부 지역 | 13.5 | 86.5 | - |
| | 북부 지역 | 31.1 | 39.3 | 29.5 |
| | 매출액 규모 | 1억 미만 | 40.7 | 56.9 |
| 1억~10억 미만 | | 51.2 | 39.3 | 9.5 |
| 10억~100억 미만 | | 41.6 | 40.2 | 18.2 |
| 100억 이상 | | 1.6 | 93.6 | 4.8 |
| 종사자 규모 | 5인 미만 | 44.0 | 41.6 | 14.4 |
| | 5~10인 미만 | 18.7 | 42.1 | 39.3 |
| | 10~20인 미만 | 22.7 | 64.5 | 12.8 |
| | 20~50인 미만 | 12.3 | 32.3 | 55.4 |
| | 50인 이상 | 19.4 | 80.6 | - |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 지식서비스 이용 경로는 변리사무소 64.5%, 민간기업 26.6%를 차지하고 있으며 공공의 서비스는 8.9%로 나타남

- 기업 규모가 큰 매출액 100억 이상 기업과 종사자 50인 이상 기업은 변리사 사무소를 활용하는 기업이 각각 93.6%, 80.6%의 높은 비중을 보임
- 소규모 기업은 민간 전문기업 활용 비중이 높으며 공공의 지원은 매출 10억~100억 사이, 종사자 20~50인 사이의 중규모 기업의 비중이 높음
- 분야별로는 게임 24.2%, 만화/애니메이션/캐릭터 13.7%, 지식정보/콘텐츠 솔루션 10.7% 순이며 출판, 음악, 영화/방송/광고 분야는 활용하지 않는 것으로 나타남
- 규모별로 매출액 1억 미만, 고용자 수 5인 미만의 경우 공공기관의 지식서비스를 활용하는 비중이 각각 2.4%, 14.4%로 낮음
 - 소기업의 성장을 지원하기 위해서는 이에 대한 원인을 찾아보고 필요할 때 서비스 접근성을 증진하는 방안을 마련할 필요가 있음

III. 포스트 코로나시대 문화산업

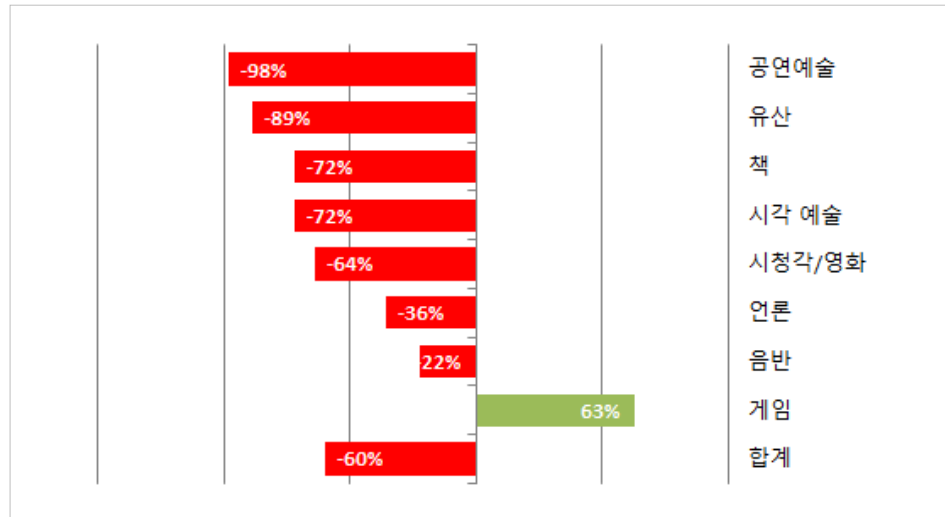
1. 코로나 19에 의한 문화산업에 대한 영향과 변화 : 유럽 사례

- 2020년 1월 발발한 코로나19의 대유행에 대해 각국 정부는 도시의 ‘봉쇄’와 사회적 거리두기를 통해 대응하였으며 그 결과 일상적 대면 활동이 대폭 축소됨
 - 코로나 19 확산을 방지하기 위한 락다운과 사회적 거리두기로 일, 소비, 여가에서 비대면 활동의 비중이 급격하게 증가하면서 문화산업에 대해서도 심대한 영향을 미침
- 유럽의회의 의뢰로 수행된 정책연구에서 코로나 19에 대응한 대규모 봉쇄 조치 시기와 봉쇄 이후 시기의 문화산업의 변화를 분석하고 있음⁴⁾
- 코로나 19 발발 초기 단계인 2020년 3월 대규모 봉쇄조치로 문화산업부문은 대면을 통한 소비에 크게 제한을 받았고 비대면에 대한 준비가 이루어지지 못하여 생산, 매출, 고용의 심각한 감소를 초래함
 - 프랑스의 경우 게임산업을 제외한 문화산업 전 부문에서 수익이 감소했으며 평균 감소 비율은 60%로 매우 큰 충격을 받았음
 - 공연예술 -98%, 문화유산 -89%, 도서 -72%, 시각예술 -72%, 영화/시청각 -64% 등 감소하였으며 게임산업은 디지털 비대면화의 영향으로 63% 증가함
 - 2020년도 전체 예상 수익은 평균 -25%의 감소세를 보였으며, 공연예술 부문이 -72%이고 나머지 부문은 -10%~-30%의 감소세를 보임
 - 수익의 악화로 문화산업 부문의 도산, 해고, 전직, 재정난 등이 일어남
- 이러한 가운데에 온라인상에서 이루어지는 디지털 문화콘텐츠에 대한 소비가 증가하게 되었고, 기존의 대면 서비스 부문은 관객에게 다가가기 위한 새로운 비즈니스 모델을 실험하기 시작함
 - 2020년 5월 대규모 봉쇄가 완화된 이후 시기에도 사회적 거리두기는 여전히 이루어졌으며, 문화산업 부문은 봉쇄조치의 영향을 덜 받는 방식으로 전환을 모색함
 - 새로운 상황에 대한 적응 노력의 결과 디지털 기술의 활용이 늘어났고 부문 간 협력을 통해 비즈니스 모델의 혁신이 이루어졌음

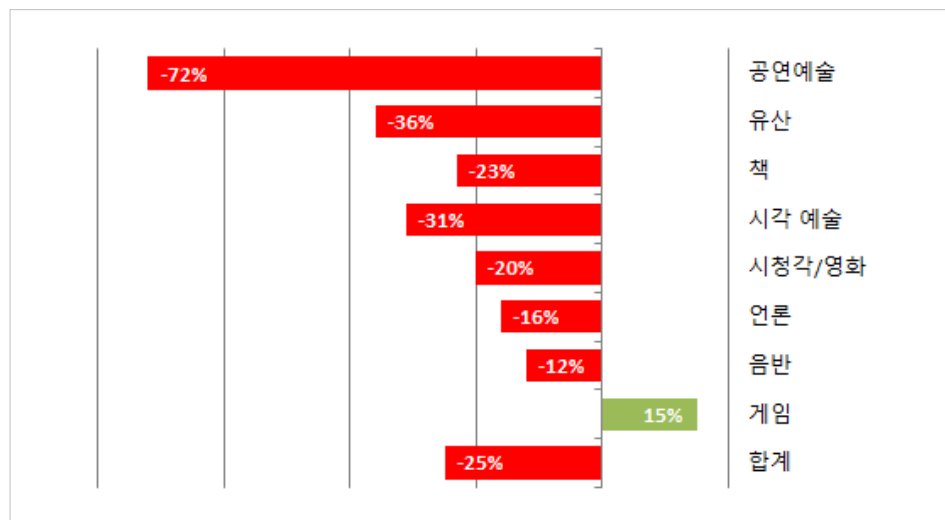
4) European Parliament(2021). *Cultural and creative sectors in post COVID-19 Europe – Crisis effects and policy recommendations.*

- 도서, 갤러리, 박물관, 문화유산 공간은 가상 공간을 통해 방문객을 맞이하였고 도서관, 서점은 전자구매 프로그램을 구축하였고 극장, 콘서트홀은 실시간 스트리밍 공연을 실행함

[프랑스 문화산업 각 부문에 대한 코로나 19의 영향(2020. 5)]
대봉쇄의 수익에 대한 영향 (2019년 4월 대비 2020년 4월 수익)

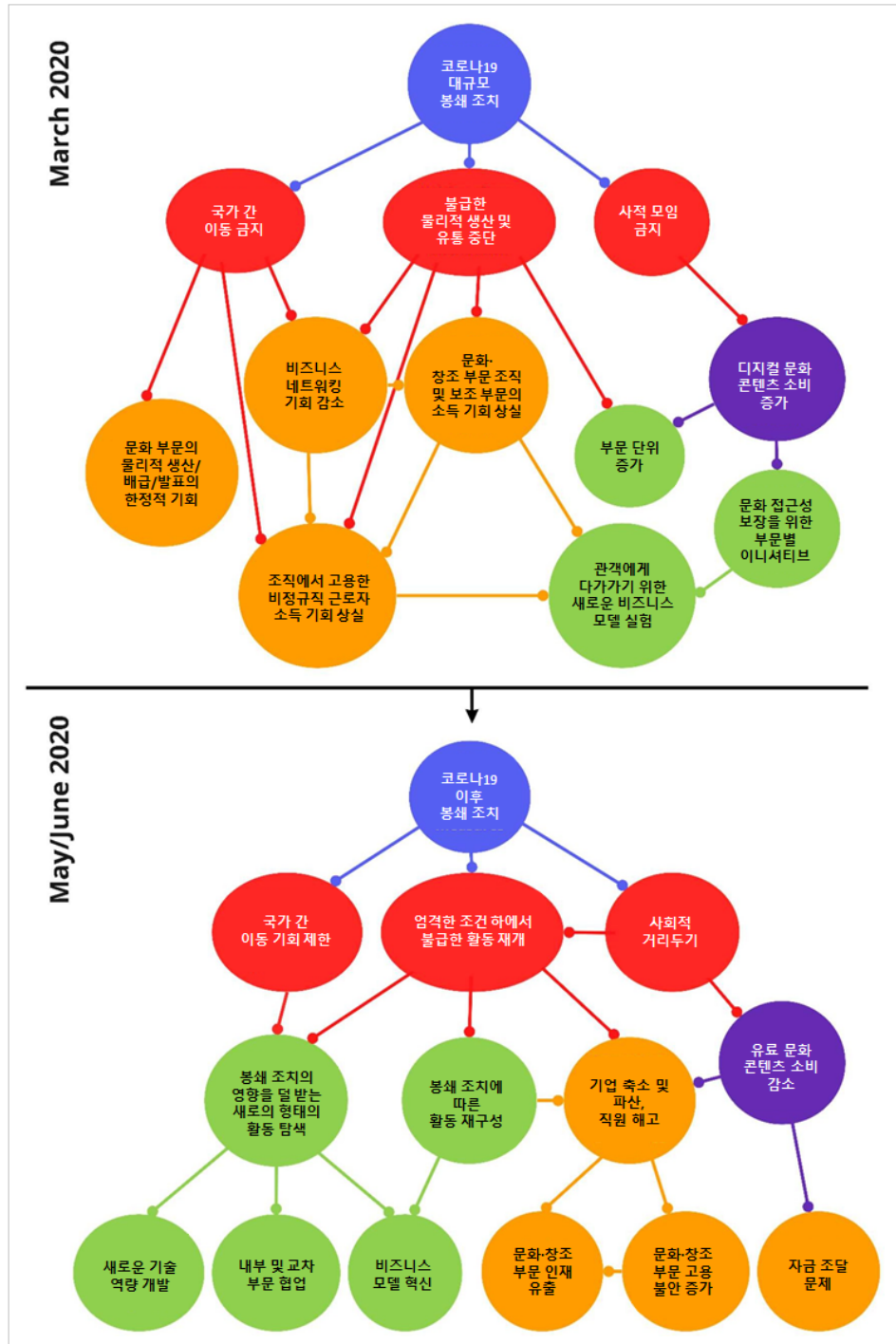


연간 수익에 대한 영향 (2019년 대비 2020년 수익 변화)



자료: EU Parliament(2021)

[코로나 19로 인한 락다운과 락다운 이후 시기 문화산업에 대한 영향]



자료: EU Parliament(2021)

2. 코로나 19에 따른 경기도 문화산업의 영향과 변화⁵⁾

- 2020년 한국 콘텐츠산업은 코로나의 영향으로 전년도에 대비하여 매출이 상승한 부문과 하락한 부문이 분명히 나타남⁶⁾
 - 콘텐츠산업 매출이 상승한 부문은 만화(21.2%), 게임(12.8%), 지식정보(12.8%) 등으로 비대면 1인 소비 콘텐츠 성장의 영향을 받음
 - 콘텐츠산업 수출이 상승한 부문은 출판(61.1%), 영화(43.0%), 만화(40.9%) 등으로 OTT⁷⁾, 스마트 디바이스에 적합한 콘텐츠 수출 증가, 칸, 아카데미 수상에 따른 영화 매력도 상승 등의 영향으로 판단됨
 - 매출 하락부문은 영화(-51.8%), 애니(-17.5%), 광고(-11.3%), 음악(-9.6%) 등으로 사회적 거리두기로 인한 관객과 청중 감소의 영향으로 판단됨
- 2020년 경기도 콘텐츠 기업 중 경기도(경기콘텐츠진흥원)의 지원을 받은 528개 기업을 대상으로 조사해본 결과 총 매출이 8,176억 원으로 55.8%의 실적률을 기록함
 - 수출의 경우 2억3,278만 달러를 계약하여 전년 대비 -41%의 감소세를 보임
 - 수출 감소의 주요 원인으로는 코로나 19로 인한 수출 관련 B2B 행사 취소 혹은 축소, 해외 마켓 및 전시회 참가 불가 등으로 나타남
- 코로나 19와 같은 감염병에 대비가 되어 있지 않아 매출 감소 등 부진했던 2020년도와 달리 2021년도에는 새로운 환경에 맞는 비즈니스 방식과 사업 모델을 도입하여 적응하고 있음
- 2020년에는 취소되거나 축소되었던 해외 마켓 행사가 속속 재개되고 있고, 비대면으로 전환된 행사도 다수 나타나 비대면의 B2B/B2C를 강화하고 있음
 - 애니메이션 캐릭터 분야의 경우 지커넥션 2021 등 자체 개최 B2B 행사를 비대면 세션으로 전환하여 해외 바이어 7개국을 포함한 35개사 참가 행사를 개최함
 - 음악 분야에서는 멈추지마인디뮤직페스티벌/인디스땅스 등 공연행사 온라인 전환이 이루어짐
 - 기존에는 해외 현지 오프라인으로 열렸던 게임산업 글로벌 수출지원 행사가 B2B 온라인으로 개최되어 원활히 이루어졌고, 오프라인으로는 만나기 힘들었던 남미/유럽 바이어와 미팅을 진행하는 등 비용절감과 접촉범위 확대라는 성과를 거둠

5) 경기콘텐츠진흥원 미래산업본부(2021). “포스트 코로나시대 경기 콘텐츠산업 동향” (미간행 내부자료) 자료를 참조하였고, 최윤식 본부장, 김성현 게임문화팀장과의 토론 내용을 토대로 함.

6) 한국콘텐츠진흥원(2021). 『2020년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』.

7) OTT는 over-the-top 서비스의 약자임. top은 TV 셋톱 박스(set-top box)를 뜻함. OTT 서비스는 초기에 셋톱 박스를 통해 케이블 또는 위성 방송 서비스를 제공하는 것을 의미하였음. 그러나 광대역 인터넷과 이동통신의 발달로 스트리밍 서비스가 가능해져 PC, 스마트폰 등 다양한 기기로 OTT 서비스가 확장됨. 대표적인 서비스로 미국의 넷플릭스(Netflix)와 훌루(Hulu), 국내 지상파 방송사의 푸q(pooq) 등이 있음. [네이버 지식백과] 오버더톱 서비스 [Over-The-Top] (UHD 방송과 VR, 2017. 12. 30., 한국정보통신기술협회)

- 이상에서 살펴본 바와 같이 포스트 코로나시대의 콘텐츠산업은 비대면의 일상화와 제작방식의 변화, 콘텐츠 유통 플랫폼의 강화로 요약할 수 있음
 - 각국의 콘텐츠 마켓이 비대면으로 전환으로 비즈니스 방식이 변화하여 중소기업의 마켓 참가가 활성화되는 효과를 가져옴
 - 콘텐츠 개발 및 제작과정에서 재택근무가 일상화됨에 따라 개발 기간, 개발기법 등의 재편이 진행되고 있음
 - 사회적 거리두기의 영향으로 유튜브 등 영상플랫폼의 확대와 1인 창작이 활성화되고 있음
 - 디지털 기술의 발전으로 홈레코딩 및 스트리밍 활용 음원 홍보·배포가 늘어나 세계 스트리밍 시장에서 인디 음악인/레이블 시장 점유율이 31.5%로 증가하고 있음
- 사회적 거리두기의 장기화에 따라 WHO는 가정에 머무는 시간을 소비하는 방법으로 게임플레이를 권장하며 ‘플레이어파트투게더’ 운동에 나선
 - 코로나 19 이후 게임이용자의 게임 시간, 비용 모두 증가함

[코로나 19 이후 게임이용자의 게임이용시간 및 비용]

| 구분 | 모바일 게임 | PC 게임 | 콘솔 게임 |
|------|--------|--------|----------------------------|
| 이용시간 | +47.1% | +45.6% | +41.4% |
| 비용 | +40.8% | +38.7% | +40.5%(기기), +41.6%(타이틀) |

자료: 한국콘텐츠진흥원(2021). 『2020년 게임이용자 실태조사』.

- 사회적 거리두기는 극장 등 현장에서의 콘텐츠 소비를 제약하고 OTT, 모바일 게임 등의 역할을 증대시킴
 - 영화 <승리호>는 극장 개봉을 포기하고 넷플릭스 오리지널로 공개했으며 오징어게임은 넷플릭스를 통해 전 세계에서 선풍적 인기를 끌고 있음

IV. 문화산업 한중협력 현황과 방향

1. 문화산업 한중협력 현황

1) 문화산업 수출 현황

○ 문화산업에서 중국에 대한 수출 현황을 살펴보면 아래 표와 같음

[주요 수출국가(2018년) - 복수응답]

(단위: %, 수출업체 기준)

| 구분 | 중국, 홍콩, 대만 | 일본 | 동남아 | 북미 | 중남미 | 유럽 | 중동 | 오세아니아 | 기타 | |
|-------|--------------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|-----|
| 합계 | 21.6 | 22.9 | 38.9 | 28.0 | 1.2 | 20.3 | - | 5.5 | 1.8 | |
| 산업 | 출판 | 6.5 | 10.1 | 54.8 | 22.9 | - | 18.3 | - | 14.6 | - |
| | 음악 | 14.8 | 41.9 | 54.9 | 25.4 | - | 7.4 | - | - | - |
| | 게임 | 22.4 | 63.5 | 22.5 | 22.0 | - | 4.0 | - | - | - |
| | 만화/애니메이션/캐릭터 | 32.3 | 8.8 | 10.1 | 39.2 | 4.4 | 51.9 | - | - | 6.6 |
| | 영화/방송/광고 | 23.1 | 10.4 | 69.4 | 7.5 | - | - | - | - | - |
| | 지식정보/콘텐츠솔루션 | 30.4 | 25.4 | 56.4 | 34.9 | - | - | - | 11.5 | - |
| 지역 | 고양 | 20.0 | 17.7 | 48.7 | 27.9 | - | 24.3 | - | - | - |
| | 부천 | 22.7 | 22.6 | 62.8 | 24.0 | - | - | - | - | - |
| | 성남 | 20.7 | 35.8 | 22.0 | 18.7 | - | 19.0 | - | - | - |
| | 수원 | 41.7 | - | 64.5 | 35.5 | - | 35.5 | - | - | - |
| | 의정부 | | | | | | | | | |
| | 안양 | 25.7 | 24.8 | 22.4 | 52.8 | - | 69.4 | | | |
| | 시흥 | | | | 13.7 | | | | 86.3 | |
| | 파주 | 16.4 | 18.7 | 53.3 | 37.3 | - | 18.7 | | | |
| | 동부 지역 | 47.8 | 47.8 | | 100.0 | | | | 47.8 | |
| | 서부 지역 | 30.3 | 29.6 | 55.6 | 43.7 | 19.7 | 19.7 | | | |
| 남부 지역 | 8.6 | | 91.4 | | | | | | | |
| 북부 지역 | | | | | | | | | 100.0 | |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 경기도 기업의 수출대상 국가는 동남아 38.9%, 북미 28.0%, 일본 22.9%, 중화권 21.6% 등의 순임
- 본 연구의 주요 협력대상인 중화권에 대한 수출 비중이 높은 분야는 만화/애니메이션/캐릭터 32.3%, 지식정보/콘텐츠솔루션 30.4%, 영화/방송/광고 23.1%, 게임 22.4%, 음악 14.8% 등의 순임
- 지역별로는 수원 41.7%, 안양 25.7%, 부천 22.7%, 성남 20.7% 등의 순임

[신규수출 희망국가(2018년) - 복수응답]

(단위: %, 수출업체 기준)

| 구분 | 중국, 홍콩, 대만 | 일본 | 동남아 | 북미 | 중남미 | 유럽 | 중동 | 오세아니아 | 기타 | 추가 없음 | |
|-------|--------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| 합계 | 27.6 | 17.6 | 19.2 | 32.3 | 12.3 | 26.3 | 2.7 | 1.7 | 1.8 | 28.1 | |
| 산업 | 출판 | 30.9 | | 20.3 | 57.5 | 35.0 | 22.4 | 4.7 | - | 7.7 | |
| | 음악 | 65.5 | 27.1 | 7.4 | 7.4 | 22.9 | 7.4 | | - | 7.4 | |
| | 게임 | 4.0 | | | 6.3 | | 10.3 | 4.0 | - | 89.7 | |
| | 만화/애니메이션/캐릭터 | 23.7 | 25.9 | 7.0 | 34.1 | 5.8 | 34.4 | 7.4 | - | 29.8 | |
| | 영화/방송/광고 | 24.5 | 22.4 | 40.0 | - | 6.1 | 44.4 | | 6.1 | - | 17.2 |
| | 지식정보/콘텐츠솔루션 | 34.3 | 36.6 | 48.5 | 44.1 | | 30.4 | | - | 17.6 | |
| 지역 | 고양 | 12.0 | 20.7 | 19.1 | 56.1 | 28.7 | 35.4 | | - | 7.4 | |
| | 부천 | 77.4 | 37.1 | 53.3 | 33.4 | | 9.5 | | - | - | |
| | 성남 | 21.1 | 27.0 | 28.4 | 31.6 | | 23.3 | 1.7 | - | 41.9 | |
| | 수원 | 19.8 | 23.2 | 12.7 | 19.8 | | 67.5 | 19.8 | - | - | |
| | 의정부 | | | | | | | | - | - | |
| | 안양 | | | | | | | | - | 100.0 | |
| | 시흥 | | | | 86.3 | | | | - | 13.7 | |
| | 파주 | 44.3 | | 9.4 | 35.1 | 18.6 | 62.7 | 27.9 | - | 9.4 | |
| | 동부 지역 | | | | | | | | - | 47.8 | |
| | 서부 지역 | | | | 52.2 | 52.2 | | | - | 27.8 | |
| | 남부 지역 | 61.6 | 10.6 | 28.5 | 19.7 | - | 19.7 | | - | 8.6 | |
| 북부 지역 | 91.4 | | | | 71.4 | | | - | 100.0 | | |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 경기도 기업의 신규 수출희망 국가는 북미 32.3%, 중화권 27.6%, 유럽 26.3%, 동남아 19.2% 등으로 나타나 실제 수출에 비해 높은 희망도를 보이는 국가는 북미와 중화권임
- 수출 희망분야별로 살펴보면 중화권의 경우 음악 65.5%, 지식정보/콘텐츠솔루션 34.3%, 출판 30.9% 순으로 나타남
- 실제 수출 비중과 비교하면 음악, 출판 분야의 수출 희망이 크게 높으며 게임은 상대적으로 낮았음
- 지역별로 수출 희망지역을 보면 부천 지역의 기업이 77.4%, 파주 지역의 기업이 44.3%의 높은 비중으로 중화권으로의 진출을 희망하고 있음

[해외수출 경로(2018년) - 복수응답]

(단위: %, 수출업체 기준)

| 구분 | 전시회 참여 | 해외 유통사 접촉 | 온라인 해외판매 | 해외법인 활용 | 국내 에이전트 활용 | 해외 에이전트 활용 | |
|-------|--------------|-----------|----------|---------|------------|------------|------|
| 합계 | 14.5 | 21.5 | 14.5 | 6.2 | 44.9 | 6.3 | |
| 산업 | 출판 | 32.7 | 2.3 | 15.9 | 2.4 | 59.6 | 7.1 |
| | 음악 | 22.9 | 7.4 | 25.4 | - | 24.7 | 19.7 |
| | 게임 | 4.0 | 14.6 | 4.0 | 7.8 | 63.3 | 6.3 |
| | 만화/애니메이션/캐릭터 | 12.3 | 39.8 | 8.7 | 5.7 | 36.2 | 4.4 |
| | 영화/방송/광고 | - | 28.7 | 22.6 | 7.5 | 41.2 | 8.1 |
| | 지식정보/콘텐츠솔루션 | - | 32.6 | 23.3 | 15.0 | 29.0 | - |
| 지역 | 고양 | 30.1 | 7.1 | 20.8 | 9.3 | 39.4 | 14.1 |
| | 부천 | | 25.1 | 21.6 | - | 65.1 | - |
| | 성남 | 3.7 | 16.6 | 17.0 | 10.3 | 51.3 | 3.0 |
| | 수원 | - | - | - | - | 100.0 | - |
| | 의정부 | - | - | - | - | - | - |
| | 안양 | - | 100.0 | - | - | 16.5 | - |
| | 시흥 | - | - | - | - | 100.0 | - |
| | 파주 | 18.7 | - | 36.9 | 18.6 | 25.8 | 16.4 |
| | 동부 지역 | 52.2 | 47.8 | - | - | - | - |
| | 서부 지역 | - | 27.8 | 23.9 | - | 28.5 | 30.3 |
| | 남부 지역 | 71.4 | 8.6 | - | - | 20.0 | - |
| 북부 지역 | - | 100.0 | - | - | - | - | |

자료: 경기통계. "https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html" (2021. 8. 9. 검색).

- 기업의 수출 경로는 국내 에이전트 활용 44.9%, 해외 유통사 접촉 21.5%, 전시회 참여 14.5%, 온라인 판매 14.5%의 순임
- 분야별로 보면 국내 에이전트 활용이 고르게 높은 비중을 차지하고 있으며 출판과 음악은 전시회 참여가 각각 32.7%, 22.9%로 높으며 해외 유통사 접촉을 많이 활용하는 분야로는 만화/애니메이션/캐릭터 39.8%, 지식정보콘텐츠솔루션 32.6%, 영화/방송/광고 28.7%임
- 한편 온라인 해외판매에 유의미한 비중을 두고 있는 분야로 음악 25.4%, 지식정보/콘텐츠솔루션 23.3%, 영화/방송/광고 22.6% 임
- 기업이 선호하는 수출 경로를 체계적으로 형성해주는 방식의 해외 활동에 대한 정책적 지원이 필요함

2) 최근 중국의 문화산업 정책과 한중협력관계

- 최근 중국 당국은 외국 콘텐츠 유입과 팬덤에 대한 규제 등 문화산업에 대한 국가의 규제를 강화하고 있음
 - 특히 코로나 19 이후 중국은 게임을 아편과 같다고 규정하고 청소년의 게임 시간을 주 3시간으로 제한하고 있음
 - 한한령에서 비롯된 한국기업의 중국 진출 판로에 대한 제한을 지속하고 있어 현재 국내 콘텐츠의 직접적 중국 수출은 어려운 상황에 있음
 - 한 예로 크래프톤에서 개발한 히트작 ‘배틀그라운드’를 중국 기업 텐센트가 모바일판으로 변형하여 중국 서비스를 진행하였으며, 이에 대해 크래프톤은 제품 수출이 아닌 기술서비스 지원 명목으로 현재까지 약 28억 달러의 누적 로열티를 받고 있음
- 이러한 어려운 환경에도 불구하고 한국과 중국은 아시아의 문화적 친근성을 바탕으로 긴밀한 문화산업 협력관계를 유지할 필요가 있음
 - 그러나 중국의 경우 국가의 정책이 민간부문에 적지 않은 영향을 미치기 때문에 문화산업에 대한 정부의 규제는 민간기업 단독으로 풀어가기 어려울 수 있음
 - 따라서 국가나 지방정부 간 교류협력의 과정에서 문화산업이 역할을 하고, 이를 매개로 문화산업 활성화를 위한 협력방안을 마련할 수 있을 것으로 보임

2. 문화산업 한중협력 방향⁸⁾

- 문화산업 한중협력을 위해서는 한한령과 최근 중국 당국은 외국 콘텐츠 수입과 팬덤에 대한 규제 등이 점차 완화되는 것이 바람직함
- 그러나 정책의 변경 이전에 이를 벗어나 한중간 문화교류를 활성화하는 방안을 찾는 것 또한 중요함
- 직접적인 민간기업 간 비즈니스보다는 지방정부 간 문화 및 인력교류 차원에서 협력을 추진하는 것이 효율적일 것으로 판단됨
 - 한국과 중국의 젊은 세대가 선호하는 e-스포츠를 활용하여 지자체 간 교류전을 개최하는 등의 방식으로 상호 교류와 이해를 넓혀나갈 수 있음
 - 문화산업에 종사하는 젊은 인력이 한국과 중국의 환경을 서로 경험함으로써 양국의 문화에 대한 이해를 깊이 있게 하고 창의성을 함양하는 등 장기적인 역량 강화 프로그램 운영 등의 방안을 마련할 필요가 있음
- e스포츠는 코로나시대에도 온라인으로 중단 없이 진행된 유일한 스포츠로 '2020 리그오브레전드 월드챔피언십' 온라인 동시 시청자 수가 4,595만 명으로 IOC가 긴장했다는 후문임
 - e스포츠산업 시장 규모는 2019년 1조 532억 원에서 2023년에는 1조 7,794억 원으로 급성장할 것으로 전망되고 있음
 - 메르세데스 벤츠, 레드불, 마스터카드, 루이비통 등 기성산업이 20-30세대를 위한 홍보 채널로 e스포츠를 활용하고 있음
- (협력방안 1) 경기도와 허베이성이 주관하고 시군 및 각 기업이 참여하여 경-허 e스포츠 교류전을 추진할 수 있음
 - 마침 2022년 항저우 아시안게임⁹⁾에는 e-스포츠가 정식종목으로 채택되어 게임산업의 저변 확대에 기회가 될 것으로 보임
 - 대회에 채택된 종목중 배틀그라운드 모바일은 경기도 소재 기업 크래프톤의 원천기술을 중국의 텐센트가 수입하여 중국에 보급한 것임
 - 경기도와 허베이성의 청년에게 공통으로 익숙한 종목을 선정하여 정기 교류전과 함께 문화교류, 산업기술연수 프로그램 등 다양한 협력프로그램과 결합할 수 있음

8) 경기콘텐츠진흥원 미래산업본부(2021). "포스트 코로나시대 경기 콘텐츠산업 동향" (미간행 내부자료) 자료를 참조하였고, 최윤식 본부장, 김성현 게임문화팀장과의 토론 내용을 토대로 함.

9) "e스포츠, 2022년 항저우 아시안게임 정식종목 채택", 조선비즈(2020. 12. 17.).

[LCK(League of Legend Champions Korea) 아레나 전경]



자료: "e스포츠, 2022년 항저우 아시안게임 정식종목 채택", 조선비즈(2020. 12. 17.).

- (협력방안2) 경기도와 허베이성(경기연구원 - 허베이 사회과학원)의 교류 프로그램에 콘텐츠산업 진흥기관과 기업이 참여하는 워크숍을 개설하여 실제 현장의 교류로 연결하고 정책적 지원방안을 건의하도록 함
 - 경기도에는 경기콘텐츠진흥원(GCA)이 문화산업기업에 대한 지원과 지원공간 운영프로그램을 전담하고 있음
 - GCA는 경기도와 함께 2016년부터 2020년까지 총 942개사의 게임 기업을 지원하는 등 다양한 문화산업에 대한 지원을 수행하고 있음
 - GCA와 경기도는 130개사의 창업을 지원하였고 840명의 고용을 지원하는 등 게임산업 생태계 안정화를 위해 노력함

[경기콘텐츠진흥원의 게임산업 기업 지원 현황]

| 지표 | 계 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------|-------|------|------|------|------|------|
| 지원기업수 | 942개사 | 144 | 187 | 195 | 195 | 221 |
| 신규고용 | 840명 | 100 | 96 | 188 | 216 | 240 |
| 창업지원 | 130개사 | 18 | 28 | 28 | 27 | 29 |

자료: 경기콘텐츠진흥원 미래산업본부(2021.10.). "포스트 코로나시대 경기 콘텐츠산업 동향" (미간행 내부자료).

- 경기도-허베이성(연구기관) 교류에서 이러한 기관과 기업이 참여하여 상호 이해를 넓히고, 인력양성 협력, 시장개척 협력 등 협력방안을 마련한다면 문화산업의 한중협력을 활성화하는데 이바지할 수 있음

[경기콘텐츠진흥원 수출지원 대상 기업 및 제품]

검은사막(펄어비스)



- 지속적인 글로벌 시장 진출지원
2013 ~ 2016 도쿄 게임쇼 / 게임스컴 / E3
- 2018년 3700억 매출
- 7년간 400여명 고용

헬로히어로(핀콘)



- 2017 글로벌 시장 상용화 지원
- 필리핀 출시 출시 5일만에 앱스토어 5위, 13일만에 매출1위(2018. 1)

배틀그라운드(블루홀)



- 2016년 글로벌게임제작지원
- 2017년 배틀그라운드 출시 이후 매출 6665억
- 크래프톤 설립(2018. 11)

티타이니온라인(티니스튜디오)





- 2019 글로벌시장상용화지원
- 2020년 스마일게이트 퍼블리싱 계약 20억 및 투자유치 15억

자료 : 경기콘텐츠진흥원 미래산업본부(2021.10.), “포스트 코로나시대 경기 콘텐츠산업 동향” (미간행 내부자료).

- (협력방안3) 양국의 문화산업협력에 장애가 되는 규제, 제도를 정비하고 IP 보호 등을 강화하여 산업 육성의 토대 마련을 위해 협력
 - 대부분의 규제, 제도의 권한은 중앙정부에 있으므로, 경기도-허베이성 차원에서 필요하다고 생각되는 부문을 도출하여 정부에 건의하며, 지방정부 차원에서 해결 가능한 방안을 적극적으로 모색함
 - 한중 양국과 주요 기업들은 IP 보호가 문화산업 육성에서 매우 중요한 과제라는 점에 의견을 같이하고 있음
 - 중국의 경우 바이두, 알리바바, 텡쉰 등 인터넷 대기업의 영화투자가 늘어나면서 IP의 중요성이 주목받고 있음
 - 최근 5년간 한국산 IP가 해외에서 불법 유통된 건수는 40만 건 이상으로 파악되고 있는 상황으로 영상물(방송, 영화) 15만5,135건(32.5%), 웹툰 8만 8,352건(33.7%), 음악 4,644건 등임

- 중국 정부는 지난 8월30일에 미성년자의 경우 금요일을 제외한 평일에는 게임이 금지되며, 오후 8~9시 하루 한 시간으로 제한하는 섯다운제도를 발표하였으나 게임 수요층이 대부분 20세 이상이라는 점에서 시장에서는 게임산업에 대한 부정적 영향은 크지 않을 것으로 판단하고 있음
- 제도적 개선이 이루어지기 이전이라도 양 지역의 정부가 관계자들과 소통을 통해 실제적 개선이 이루어질 수 있도록 캠페인을 전개할 수 있음

[경기콘텐츠진흥원 기업공간 지원]

| 슈퍼탱크대작전 (루미디아게임즈) | 마녀의 샘 (키위웍스) |
|---|---|
|  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> - 2015년 제2회 게임창조오디션 3위/입주지원 - 154개국 글로벌 런칭 - 1,000만 다운로드 - 스마일게이트 투자유치 | <ul style="list-style-type: none"> - 2016년 제3회 게임창조오디션 1위/입주지원 - 국내외 마녀의 샘 시리즈로 100만 다운로드 - 구글플레이/앱스토어 추천게임(연매출 20억) - 인디 게임의 IP사업 성공(캐릭터, OST 등) |

자료: 경기콘텐츠진흥원 미래산업본부(2021.10). "포스트 코로나시대 경기 콘텐츠산업 동향" (미간행 내부자료).

V. 결론 및 정책 제언

1. 연구내용의 요약

- 경기도에서 문화산업이 집적된 지역은 매출액 기준으로 성남시(게임, 지식정보/콘텐츠솔루션), 파주시(출판), 고양시(영화/방송/광고), 안양시(게임, 지식정보/콘텐츠솔루션), 부천시(만화/ 애니메이션/ 캐릭터) 순임
- 경기도의 문화산업 사업체는 2019년 기준 21,336개로 전국의 20.5%를, 매출액은 27.8조 원으로 전국의 21.9%를 차지하고 있음
 - 경기도는 전국 17개 광역 시도 중 서울의 33,928개(32.6%)에 이어 두 번째로 문화산업이 집적된 지역임
- 매출액을 기준으로 문화산업 중에서도 특히 경기도의 비중이 높은 산업은 게임산업 6.1조 원(23.0%), 지식정보/콘텐츠솔루션 5.9조 원(22.3%), 출판 5.7조 원(21.6%)의 순으로 나타남
- 지역별 매출액을 보면 성남시 9.9조 원(37.2%), 파주시 3.6조 원(13.6%), 고양시 2.9조 원(10.8%), 안양시 1.5조 원(5.7%), 부천시 1.2조 원(4.6%) 등의 순임
- 코로나 19의 발발과 장기화에 따른 락다운과 사회적 거리두기로 인해 언택트 형식의 디지털 콘텐츠 소비가 증가하였고, 제작이나 마케팅 등 생산 및 비즈니스의 언택트화가 빠르게 진전되면서 문화산업의 새로운 생산-소비 모델로 이행중
- 프랑스의 경우 코로나 19 발발 이후 게임산업을 제외한 문화산업 전 부문에서 평균 -60%의 감소세를 보여 큰 충격을 받았으나 점차 디지털 기술을 활용하여 기존의 공연, 전시 등 대면 서비스를 비대면 서비스로 전환하고 있음
- 한국도 2020년에는 코로나 19의 영향으로 영화, 애니메이션 등의 매출은 크게 하락했지만, 게임, 만화 등 디지털 소비가 중심인 부문은 매출이 증대됨
- 2021년에 들어와서는 코로나 19에 대응하는 새로운 비즈니스 방식으로 비대면의 B2B/B2C 비즈니스를 강화하고 있어 마케팅 비용 감소 및 마케팅 대상 국가의 확대 등과 같은 긍정적 효과도 보이는 등 포스트 코로나시대의 비즈니스 모델로 이행하고 있음

2. 정책제언

- 문화산업의 한중협력은 한한령이나 게임산업 규제 등 극복해야 할 과제를 안고 있으며, 지방정부 차원의 e스포츠 교류전, 문화산업 지원기관 및 인력 교류프로그램 등을 통해 양국 간 이해의 증진과 네트워킹 강화가 필요함
- (협력방안 1) 경기도와 허베이성이 주관하고 시군 및 각 기업이 참여하여 경(京)-허(河) e스포츠 교류전을 추진함
 - 국제대회 최초로 e스포츠가 정식종목으로 채택된 2022 항조우 아시안게임을 계기로, 양국에서 유행하는 주요 종목을 선정하여 교류전을 추진할 수 있는 분위기가 형성될 수 있음
 - 정기 교류전과 함께 문화교류, 산업기술연수 프로그램 등 다양한 협력프로그램과 결합할 수 있음
- (협력방안 2) 경기도와 허베이성 (경기연구원-허베이 사회과학원)의 교류 프로그램에 콘텐츠산업 진흥기관과 기업이 참여하는 워크숍을 개설하여 실제 현장의 교류로 연결하고 실질적 도움이 되는 정책적 지원방안을 발굴하도록 함
 - 경기도는 경기도 문화산업 지원기관인 경기콘텐츠진흥원(GCA)이 설립, 운영하고 있으며 지난 5년간(2016~2020) 942개 기업의 해외 진출 및 제작, 인력, 공간 지원을 실행함
 - 경기도-허베이성(연구기관) 교류에서 이러한 기관과 기업이 참여하여 상호 이해를 넓히고, 인력양성 협력, 시장개척 협력 등 협력방안을 마련한다면 문화산업의 한중협력을 활성화하는데 이바지할 수 있음
- (협력방안 3) 양국의 문화산업 협력에 장애가 되는 규제, 제도를 정비하고 IP 보호 등을 강화하여 산업 육성의 토대 마련을 위해 협력함
 - 대부분의 규제, 제도의 권한은 중앙정부에 있으므로 경기도-허베이성 차원에서 필요하다고 생각하는 부문을 도출하여 정부에 건의하고, 지방정부 차원의 해법을 마련함
 - 제도적 개선이 이루어지기 이전이라도 양 지역의 정부가 관계자들과 소통을 통해 실제적 개선이 이루어질 수 있도록 캠페인을 전개할 수 있음
- (향후 과제) 앞에서 살펴보았듯이 최근 한중간 문화산업 교역과 협력은 규제나 제도적 장벽으로 인해 유럽, 북미 등 지역과 비교하면 성장하지 못하고 있는 상황으로 이에 관한 추가적 연구가 필요함
 - 추후 실제 한중간 문화산업교류에서 규제 등 제도적 장벽이 미치는 영향을 더 세밀하게 분석하고 구체적 대안 마련을 위한 연구의 수행이 필요함
 - 높아지는 IP의 중요성에 대응하여 IP의 보호 장치 마련을 위한 실천적 연구가 필요함

참고문헌

경기콘텐츠진흥원 미래산업본부(2021.10.). “포스트 코로나시대 경기 콘텐츠산업 동향” (미간행 내부자료).

경기통계. “<https://stat.gg.go.kr/statgg/main.html>” (2021. 8. 9. 검색).

김규원(2020). 『코로나 19의 도전과 바뀌는 문화예술』.

김소연(2020). 『콘텐츠산업분야 통계체계구축 및 발전방안 연구』, 한국문화관광연구원.

법제처(2012). “콘텐츠산업진흥법”.

이영한 외. 『포스트 코로나 대한민국』, 한울아카데미, 서울.

문화센터. “<http://stat.mcst.go.kr/mcst/WebPortal/public/main/main.html>” (2021. 8. 9. 검색).

한국콘텐츠진흥원(2021). 『2020년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서』.

European Parliament(2021). *Cultural and creative sectors in post COVID-19 Europe - Crisis effects and policy recommendations.*