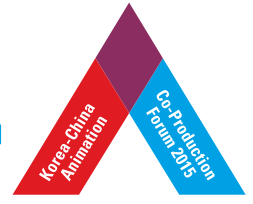


Korea-China
Animation Co-Production
Forum 2015



한-중 애니메이션 공동제작 포럼

2015. 10. 30(금) 14:00 ~ 16:50

서울 세종호텔 3층, 세종홀
Seoul Sejong Hotel 3F, Sejong Hall

주최:



Korea-China
Animation Co-Production
Forum 2015



한-중 애니메이션 공동제작 포럼

2015. 10. 30(금) 14:00 ~ 16:50

서울 세종호텔 3층, 세종홀
Seoul Sejong Hotel 3F, Sejong Hall

주최:



2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼

CONTENTS 목차

1. 개요 및 프로그램	04
2. 개회식	05
환영사 (영화진흥위원회 위원장 김세훈)	
축사 (중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장 마오위)	
3. 발제	11
한-중 공동제작(투자 및 관련 펀드 포함) 활성화를 위한 정책적 지원 방향: 중국_ 14	
한-중 공동제작(투자 및 관련 펀드 포함) 활성화를 위한 정책적 지원 방향: 한국_ 18	
중국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망_ 28	
한국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망_ 32	
4. 패널 소개	43

2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼

한-중 애니메이션 산업 및 제작현황 분석을 통한 양국 애니메이션 비즈니스에 대한 이해 도모

한-중 애니메이션 공동제작·투자 및 펀드 조성 등 실질적인 협력방안 모색

사업개요

사업명: 2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼

일시: 2015. 10.30(금) 14:00~16:50 (2시간 50분)

주최: 한국 영화진흥위원회 / 중국국가신문출판광전총국 전영관리국

장소: 서울 세종호텔 3층 세종홀

프로그램

구분		프로그램	
10. 30. (금)	14:00~14:20 (20분)	개회행사	<ul style="list-style-type: none"> ·행사 취지 및 내빈소개 ·환영사: 김세훈 (영화진흥위원회 위원장) ·포토 타임
	14:20~16:50 (2시간 30분)	한-중 애니메이션 공동제작 활성화 방안	
		한-중 공동제작(투자 및 관련 펀드 포함) 활성화를 위한 정책적 지원 방향	<ul style="list-style-type: none"> ·발제자 중국: 마오위 (중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장) 한국: 박재우 (영화진흥위원회 위원)
		양국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망	<ul style="list-style-type: none"> ·발제자 중국: 치엔지엔핑 (상하이미술영화제작소 소장) 한국: 김강덕 ((주)RG 애니메이션 대표)
		한-중 애니메이션 공동제작, 투자 펀드 조성 및 실질적인 계약, 협약 체결 등의 협력 방안 / 자유 토론 및 질의응답	<ul style="list-style-type: none"> ·중국 토론자 차이샤오둥 (광둥 아오페이 애니메이션 문화유한책임회사 총재) 쉬커 (상하이 허마 애니메이션 설계유한책임회사 CEO) 위조우 (라이트 체이서 스튜디오 Co-Founder) 후밍이 (헝디엔 영상그룹 영화사업부 대표) ·한국 토론자 강문주 ((주)엔팜 대표) 김일호 ((주)오콘 대표) 김형순 ((주)로커스 대표) 조경훈 ((주)애니멀 대표) ·모더레이터 김영재 (한양대 문화콘텐츠학과 교수)



개회식 OPENING

—환영사

김세훈 (영화진흥위원회 위원장)

—축사

마오위 (중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장)



『2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼』 환·영·사



김세훈
영화진흥위원회 위원장

안녕하십니까?

영화진흥위원회 위원장 김세훈입니다.

우선 오늘 ‘2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼’의 공동주최이시자 이번 포럼에 직접 패널로 참가하시는 중국국가신문출판광전총국 영화국의 마오위 부국장님을 비롯한 중국 대표단 여러분, 진심으로 환영합니다.

아울러 이번 행사의 성공적인 개최를 위해 적극적으로 도와주신 애니메이션제작자협회의 김영두 회장님, 한국애니메이션산업협회의 정극포 회장님, 그리고 우리나라 애니메이션 업계를 대표하여 이번 포럼에 패널로 참가하시는 한국 대표단 여러분께도 감사의 말씀을 드립니다.



최근 전 세계 애니메이션 산업은 디지털 기술의 발전에 힘입어 제작과 배급유통방식 등이 새로운 매체를 통한 환경에 적응하며 다양화되고 있습니다. 여전히 전 세계 애니메이션 시장은 미국과 일본이 60% 이상을 점유하여 큰 영향력을 행사하고 있으며, 매년 약 15% 이상 큰 폭으로 성장하고 있습니다. 무엇보다도 애니메이션은 일반적인 실사영화보다 지역성을 극복할 수 있는 콘텐츠라는 점에서 무한한 가능성을 가진 매우 매력적인 미래문화산업입니다.

이러한 점에서 앞으로 한-중 양국이 우수한 창작능력과 영상기술력을 바탕으로 공동제작과 새로운 유통 방법 등 실질적인 협력방안을 도출해 낸다면, 글로벌 시장에서 양국의 애니메이션이 새로운 지평을 열어 나갈 수 있으리라 확신합니다.

그렇기에 오늘 개최되는 '2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼' 이 양국 애니메이션 산업과 정책에 대한 더 깊은 이해와 더불어, 향후 양국 애니메이션 산업이 함께 글로벌 신시장을 개척해 나가는데 있어 중요한 시발점이 될 것으로 믿습니다.

양국의 애니메이션 정책분야 및 산업 현장의 전문가 분들이 참여한 오늘 포럼이 양국 애니메이션 산업 발전을 위한 열띤 토론의 장이 되기를 진심으로 기대합니다.

다시 한 번 이 자리에 참석해 주신 모든 분들을 환영하며 감사의 말씀을 드립니다.

감사합니다.



『2015 한-중 애니메이션 공동제작 포럼』 축사



마오위

중국국가신문출판광전총국
영화국 부국장

이번 2015년 한중 애니메이션 공동제작 포럼의 개최에 즈음해 저는 중국국가신문출판광전총국(中國國家新聞出版廣電總局) 영화국을 대표해 열렬한 축하의 인사를 드립니다.

최근 수년간 중국 애니메이션은 중화 문화의 옥토에 뿌리를 내리고, 풍부한 전통 스토리 자원을 부단히 개발하고, 창작과 제작, 배급, 방영의 측면에서 모두 양호한 발전 양상을 보여주고 있습니다. 최근 중국 관객은 다시 영화관을 찾기 시작하였고 자신들이 좋아하는 애니메이션 영화를 극장에서 관람하고 있습니다. 올해에 들어 10월까지를 기준으로 중국 애니메이션 영화의 입장료 수입은 20억 위안을 초과하였고, 이는 지난해에 비해 80% 이상 증가한 것으로 엄청난 성장 가능성을 보여주는 것입니다.

한국은 애니메이션 영화 분야에 우수한 인재가 모여 있고 기술력도 우수하고 정부도 애니메이션 영화 산업의 발전을 위해 양호한 지원 정책을 펼치고 있어 한국 애니메이션 영화는 매우 많은 측면에서 강점을 갖고 있습니다. 이러한 점들은 모두 한중 양국의 애니메이션 영화 합작과 발전을 위한 좋은 조건이 되고 있습니다.



이번 포럼은 양국의 애니메이션 영화인들이 한 자리에 모여 경험을 공유하고 교류를 통해 서로를 익히고 공동 발전을 추구하는 자리입니다. 이를 통해 향후 상호 이익이 되는 상생의 메커니즘을 마련하고 양국 애니메이션 영화를 새로운 단계로 끌어올릴 것으로 확실히 기대됩니다.

마지막으로 한중 애니메이션 영화 포럼을 축하하며 원만한 성공을 기원합니다!

마오위(毛羽)

중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장





발제

한-중 애니메이션 공동제작
활성화 방안

한-중 공동제작(투자 및 관련 펀드 포함) 활성화를 위한
정책적 지원 방향

발제

중국: 마오위 (중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장)

한국: 박재우 (영화진흥위원회 위원)

양국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망

발제

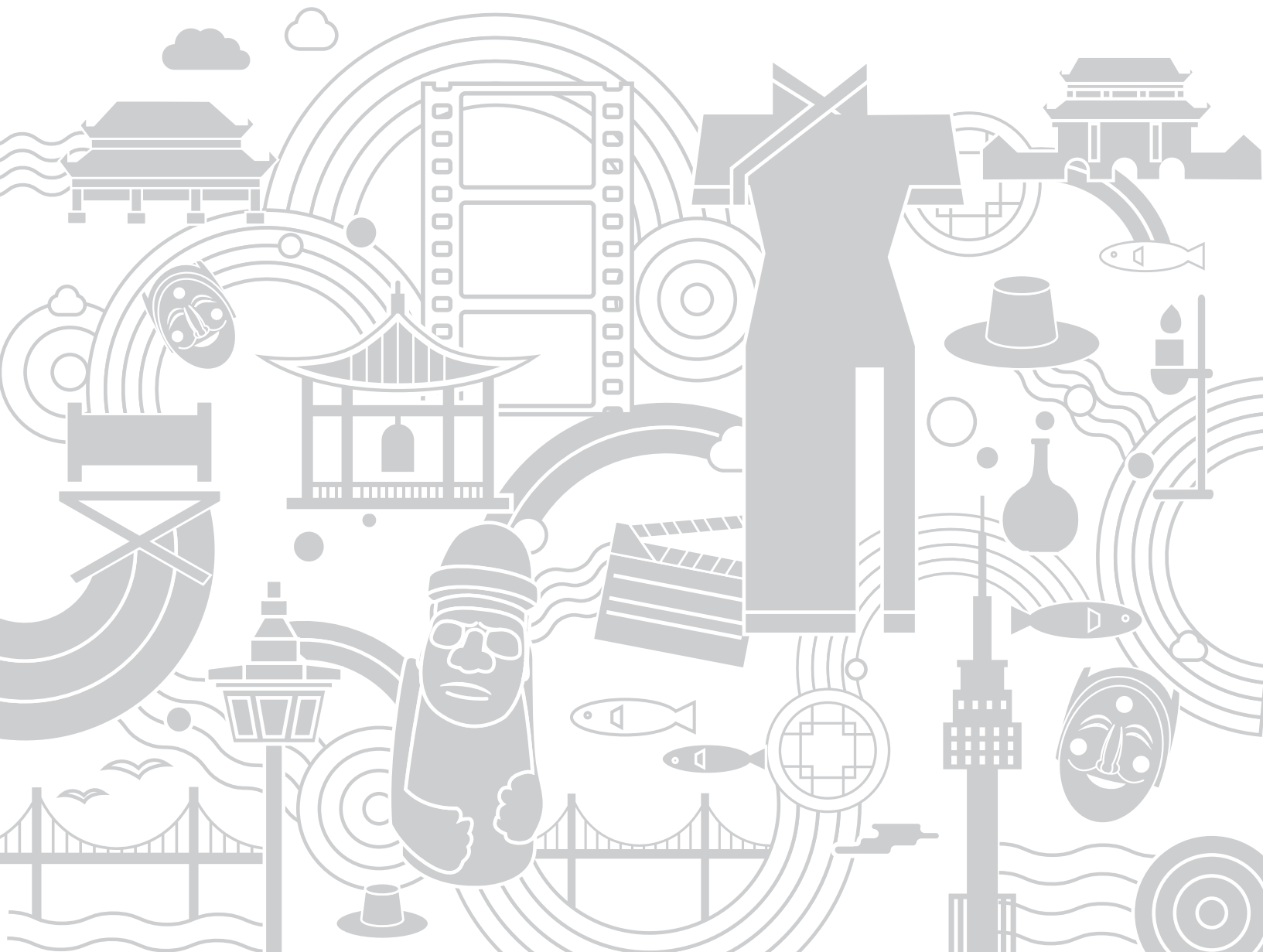
중국: 치엔지엔핑 (상하이미술영화제작소 소장)

한국: 김강덕 (RG 애니메이션 대표)





발제: **마오위** (중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장)
발제: **박재우** (영화진흥위원회 위원)



한-중 공동제작(투자 및 관련 펀드 포함) 활성화를 위한 정책적 지원 방향 발제



마오위
중국국가신문출판광전총국 영화국
부국장

이력

광전부 영화국 선발처 과원(广电部电影局宣发处科员), 부주임 과원(科员), 주임 과원, 부서장, 서장
2006년 6월 ~ 2008년 7월 광전총국 영화 디지털 프로그램 센터의 부주임
2008년 7월 ~ 2013년 11월 광전총국 영화 분당(广电总局电影分党组) 멤버, 부국장

소개

중국 영화 산업 발전 정책에 있어 깊은 연구를 했었고 중외 영화 합작 정책, 외국 영화 수입 정책과 중국 영화 시장의 할리우드 정책에 능숙하며 2012년 중미 영화 협정 협상에 참가함.



극장용 애니메이션 지원정책 및 한중 합작 애니메이션 활성화 방안

중국국가신문출판광전총국 영화국 부국장 마오위

존경하는 김세훈 위원장님, 이 자리에 참석해주신 한중 양국 영화계 여러분, 안녕하십니까?

올 봄, 베이징 국제영화제 기간에 김세훈 위원장님께서 중국국가신문출판광전총국(中國國家新聞出版廣電總局) 영화국을 방문하시고, 장홍썬(張宏森) 국장님과 올 가을에 중한 애니메이션 공동제작 포럼을 개최하여 애니메이션 영화 합작 메커니즘을 깊게 토의하고, 동양적 문화 색채가 짙은 중한 애니메이션이 아시아 및 세계로 진출할 길을 함께 모색하기로 합의했습니다. 먼저 저는 장홍썬 국장님의 위임을 받아 중국국가신문출판광전총국 영화국을 대표해 이번 포럼 개최를 진심으로 축하하고 참석하신 여러 인사들께, 그리고 개최를 준비하느라 애쓰신 한국 측에 진심으로 감사의 인사를 드립니다.

동방에 위치하는 공통점 덕분에 중한 양국 영화는 많은 문화 유전자를 공유하며 흡사한 발전 경로를 걷고 있습니다. 한국 영화는 시장 경쟁이라는 압박에 직면해 여러 노력을 거쳐 탁월한 성적을 거두었습니다. 이는 시장화, 산업화 개혁 초기로서 어렵게 길을 탐색 중인 중국 영화계에 많은 가르침과 자신감을 주고 있습니다. 현재 한국 영화는 산업화, 제작 기술, 관리 모델 등 방면에서 자신만의 특색을 확보하였고 많은 선진적 경험도 가지고 있어서 이것은 우리 중국이 배우고 참고할 가치가 있습니다. 또한 저는 중국 정부의 여러 정책에 힘입고 영화인들의 꾸준한 노력을 거쳐 중국 영화도 침체 상태를 벗어나 연속 수년간 건강하고 안정적이며 과학적으로 발전하는 양호한 상태가 이어지고 있음에 대해서도 여러분 모두에게 기쁘게 말씀 드립니다. 최근 수년간 중국의 영화 작품 수는 연간 600편 이상이고, 입장료 수입도 매년 30% 이상 빠르게 증가하여 올해 중국 영화 입장료 수입은 420억위안 수준에 달할 전망입니다. 2014년 중국 도시의 영화 관객은 연인원 8.3억 명에 달했고, 올해는 12억 명에 달할 전망입니다. 중국 영화관의 인프라 건설 역시 전면적으로 추진되고 있고, 중국 전체 스크린 숫자는 약 3만 개에 달합니다. 이러한 고무적인 통계 결과는 중한 양국 영화 합작 교류 및 공동 발전을 위한 양호한 기초로 작용할 뿐만 아니라 양질의 플랫폼을 제공할 것입니다.

중국 애니메이션은 중국 영화의 중요한 구성 부분이고, 그 장르가 생겨나기 시작했을 때부터 애니메이션 영화의 창작 과정은 중국 문화라는 비옥한 토양에 뿌리를 내리고 그 정수를 취해 우람하게 성장하였습니다. 한 예로, 상하이미술영화제작소(上海美術電影製片廠)에서 제작한 <대노천궁(大鬧天宮)>으로 대표되는 일련의 애니메이션 영화들은 중국 여러 세대의 동반자가 되었고, 여러 세대들의 삶에서 가장 망각하기 어려운 아름다운 추억으로 자리잡았습니다. 또한 중국 애니메이션 영화는 여러 국제영화제에서 수상을 했으며, 이 역시



국제적으로 중국 애니메이션 영화가 고유한 민족적 색채를 탐구해가는 과정에 대한 인정이었습니다.

20세기 말에서 21세기 초에 중국 애니메이션 영화의 생존과 발전은 시장의 도전에 직면하였습니다. 어떻게 더 많은 관객이 영화관을 방문해 관람하게 할 것인가, 이 문제의 해결을 위해 상하이미술영화제작소는 상업적 비즈니스 모델로 <보연등(寶蓮燈)>을 제작해 중국 관객으로 하여금 대형 스크린에서 중국 국내산 애니메이션 영화의 힘을 경험하고 느낄 수 있게 하기도 하였습니다. 그 후에 중국 영화 시장의 개방에 따라 점차 더 많은 제작사가 생기고, 점차 더 많은 젊은 애니메이션 엘리트 인력이 두각을 나타내게 되었습니다. 이에 따라 애니메이션 영화는 차츰 중국 아동들의 관심 대상으로 새롭게 자리를 잡게 되었고, 가족 모두가 좋아하는 영화 장르로 자리잡기 시작하였습니다. 2014년 중국 애니메이션 영화 제작 편수는 43편에 달하고, 그 가운데 32편은 극장에서 상영되었으며 입장료 수입은 11억 위안에 달하였습니다. 또한 관객은 전년에 비해 43.8% 증가한 연인원 8688만명에 달하였습니다. 올해 <대성귀래(大聖歸來)>를 대표로 하는 중국 애니메이션 영화는 더욱 시장의 관심거리가 되었고, 현재까지 애니메이션 영화의 입장료 수입은 20억 위안을 초과하였다.

이 가운데 <대성귀래>의 입장료 수입만 해도 9.55억 위안에 달하고 누적관객은 연인원 2756만 명에 달해 애니메이션 영화인들의 자신감을 크게 고무하고 있습니다. 전통 애니메이션 영화 제작사들 이외에, 최근 2년간 텡쉰(騰訊), 바이두(百度), 알리바바(阿裏巴巴) 등 중국의 가장 유명한 인터넷 기업들도 차례로 애니메이션 영역에 진출하고 있습니다. 이 인터넷 기업들은 스스로의 강력한 스토리 자원과 풍부한 자금력, 인터넷 영업 플랫폼 등을 활용해 중국 애니메이션의 생산력을 더욱 높이고, 새로운 단계에 도달하게 할 것입니다.

중국 정부는 애니메이션의 발전을 매우 중시하며, 지난 2006년에 이미 애니메이션 영화를 포함한 산업의 발전을 촉진하는 정책을 마련하였고 자금 투입, 세제 혜택, 인재 배양, 지적 재산권 보호 등 각 방면에서 분명한 지원책을 취하였습니다. 많은 지방 정부에서는 애니메이션을 경제 성장 방식의 전환에 있어 중요한 산업으로 여기고 매우 중시하며 적극적으로 지원하고 있습니다. 중국 영화산업 관리부서인 저희 영화국은 아이들의 상상력과 즐거움에 기여하는 애니메이션 영화에 대해 더욱 특별한 관심을 갖고 최근 수년간 지원을 강화하여 힘을 보태고 있습니다. 애니메이션이 시장에 더욱 어려움 없이 진입할 수 있도록 저희 영화국은 '굿모닝, 애니메이션'이라는 브랜드를 만들었고, 이를 통해 중국 전역의 영화관에서 공휴일 아침마다 애니메이션 영화를 방영하는 전용관을 마련하기를 희망하고 있습니다. 또한 중국 애니메이션 영화의 창의력, 스토리, 기술 구현, 홍보 마케팅 등 방면에서 능력을 키우기 위해서, 저희 영화국은 세계적으로 선진적인 업체들과 합작 협의를 체결하고 중국의 우수한 인력을 훈련시키고 있습니다. 또한, 저희는 중국 영화시장이라는 기초를 바탕으로 중국 애니메이션 영화 대표단을 조직해 세계 주요 영화제에 참가해 세계 애니메이션 영화 업체 및 인력과 소통 및 교류를 진행함으로써, 세계적인 안목과 수준을 갖추어서 국제적인 표현 방식으로 중국 애니메이션의 스토리를 전달하는 법을 익혔습니다.

존경하는 김위원장님, 존경하는 중한 양국 애니메이션 업계 인사 여러분, 이번 포럼을 성공적으로 개최하기 위해 저희 영화국은 다음과 같은 탁월한 5개 중국 업체를 선정해 향후 공동의 비즈니스라는 큰 목표를 추진하려 합니다. 이 5개 업체는 상하이미술영화제작소, 상하이허마애니메이션(上海河馬动画设计股份有限公司), 광둥아오페이애니메이션문화주식유한공사(广东奥飞动漫文化股份有限公司), 형띠엔영화공사, 라이트 체이서 스튜디오(追光动画)입니다. 이들 업체는 각각의 장점이 있고, 이번 회의의 교류 및 이후 합작 과정에 대해 기대와 자신감을 가지고 있습니다. 아래에서 저는 향후 중한 양국 애니메이션 영화 합작에 관해 다음과 같은 아이디어를 제안합니다.

첫째, 한중 양국 정부의 주무부처가 참여하는 애니메이션 영화 정기회의의 메커니즘을 마련하는 것입니다. 이번 중한 양국 정부 주무부처에서 개최한 양국 업계 포럼을 체계화하고 향후 매년 적당한 시기에 교차 개최하여 양국 애니메이션 업계의 교류와 소통의 플랫폼을 구축하는 것입니다. 회의에서는 지난 1년 동안의 양국의 합작 성과를 정리하고 새로운 합작 항목에 대해 토론을 전개하며, 또한 진행 과정에서 발생한 문제를 즉각적으로 해결해야 할 것입니다.



둘째, 양국 애니메이션 영화 합작 제작의 프로세스와 관련된 '녹색 통로'를 마련하는 것입니다. 중한 양국 업계에서 합작 제작의 의향을 가진 애니메이션이라면 중국은 확정, 심사 허가 등 프로세스의 효율을 높이고 중국영화합작제작편공사(中國電影合作制片公司)는 양질의 서비스 제공을 책임지는 전담 인력을 두고 영화의 순조로운 촬영을 보장해 줄 것입니다.

셋째, 애니메이션 영화의 중한 합작에 있어 평등한 메커니즘을 마련하는 것입니다. 중한 양국 공동 제작 협의 및 중한 양국 FTA 협정의 틀 안에서 양국 합작 영화 작품은 중국 국내 영화 작품과 동등하게 취급되며 중국 정부가 국내 작품에 대해 제공하는 특혜 정책을 합작 작품도 누릴 수 있게 될 것입니다. 또한 한국도 중한 공동제작 애니메이션 작품에 대해 한국 국내 작품과 동등한 대우를 해주길 기대합니다.

존경하는 김위원장님, 존경하는 양국 애니메이션 업계 인사 여러분, 중한 양국의 영화는 이미 서로가 만족할 만한 교류와 합작 성과를 거두고 있습니다. 저는 중한 양국 애니메이션 분야의 합작이 한국 영화진흥위원회와 중국 영화국의 전폭적인 지원 하에 멀지 않은 장래에 결실을 맺고 양국 관객, 나아가 세계 여러 나라의 관객에게 새로운 꿈과 즐거움을 선사할 수 있을 것으로 믿습니다.

이번 포럼의 원만한 성공을 진심으로 기원합니다.

다시 한번 여러분께 감사의 인사를 드립니다!

한-중 공동제작(투자 및 관련 펀드 포함) 활성화를 위한 정책적 지원 방향 발제



박재우

(주)모티프알엠씨 대표 / 프로듀서
영화진흥위원회 위원

이력

경희대학교 디지털콘텐츠학부 겸임교수

Anivision America, Inc. (Burbank, California) 프로듀서

장편 애니메이션 “다이노타임” 제작 / 기획 및 공동각본

소개

California Burbank에 위치한 Anivision America의 프로듀서로서 본격적인 애니메이션 프로듀서의 커리어를 시작하였다. “Son of the Mask - Mask II” (뉴라인씨네마), “Dark Fury - Chronicles of Riddick” (유니버설 홈엔터테인먼트) 등 메이저 스튜디오와의 다양한 협업을 하였으며, 2006년에는 Playhouse Disney의 히트시리즈 “Special Agent OSO”의 파일럿을 기획/제작하여 성공적으로 런칭시켰다. 이러한 풍부한 해외 경험을 기반으로 2007년 프로듀서 Jae Y. Moh와 함께 한국과 미국에 기획 / 비즈니스 / 법률 등 각 분야의 전문가 프로듀서 파트너로 구성된 Motif RMC (모티프알엠씨)를 설립하였다.

2008년에는 브리트니 스피어스 “Break the Ice”의 애니메이션 뮤직비디오 기획/제작을 하였고, 2012년부터 현재까지 북미, 유럽, 한국을 비롯한 전 세계 40여개국에 개봉된 3D 애니메이션 “다이노타임”의 기획/제작 및 공동각본을 맡았으며, 현재 다수의 실사 및 애니메이션 글로벌 프로젝트를 개발하고 있다. 2015년부터 영화진흥위원회의 위원으로 임명되었으며 한국 장편 애니메이션의 및 실사영화의 글로벌 시장 진출의 활성화를 위해 노력하고 있다.



극장용 애니메이션 지원정책 및 한중 합작 애니메이션 활성화 방안

영화진흥위원회 위원 박재우

목차

I. 서론

1. 한국 극장용 장편 애니메이션 시장 현황

II. 극장용 애니메이션 지원 정책

1. 애니메이션에 대한 공적 지원 현황 및 문제점
2. 극장용 장편 애니메이션 활성화를 위한
지원정책 개선방향
3. 추진전략

III. 한중 합작 애니메이션 활성화 방안

1. 한중 공동제작 협정 체결 개요
2. 한중 공동제작의 필요성
3. 한중 공동제작 활성화 방안
4. 목표 및 기대효과
5. 한중 공동제작 협정 체결에 따른 해결 과제

IV. 결론



I. 서론

1. 한국 극장용 장편 애니메이션 시장 현황 (2010년 ~ 2014년)

(1) 극장용 애니메이션 시장은 전체 극장시장의 약 8%대 규모

(관객수 연간 1,500만명 전후, 입장권 매출액 1,000억원~1,500억원대)

(2) 온라인시장 활성화 추세와 함께 전체 애니메이션 개봉편수 증가추세. 반면 한국 극장용 애니메이션 수는 제자리

(3) 한국 애니메이션 관객수는 전체 애니메이션 관객수의 6.8%에 불과

(4) 5개년 극장흥행 상위 10편 중 9편은 할리우드 애니메이션, 한국애니메이션 <마당을 나온 암탉> 1편

(5) 1990년도 이후 극장흥행 상위 10편 중 최근 5년 내 창작 애니메이션은 <마당을 나온 암탉>이 유일

연도	한국+외국 애니메이션			한국 애니메이션 (해외합작 포함)			외국 애니메이션		
	개봉 편수	관객수 애니+실사대비	입장권 판매액 애니+실사대비	개봉 편수	관객수 한국+외국대비	입장권 판매액 한국+외국대비	개봉 편수	관객수 한국+외국대비	입장권 판매액 한국+외국대비
2010	29	10,868,862 7.3%	100,627,661,400 8.6%	2	123,508 1.1%	798,986,500 0.8%	27	10,745,354 98.9%	99,828,674,900 99.2%
2011	52	18,030,512 11.3%	142,757,119,700 11.6%	8	2,333,378 12.9%	15,515,403,400 10.9%	44	15,697,134 87.7%	127,241,716,300 89.1%
2012	58	15,977,214 8.2%	123,727,016,965 8.5%	6	1,289,693 8.1%	11,388,825,800 9.2%	52	14,687,521 91.9%	112,338,191,165 90.8%
2013	103	14,734,342 6.9%	99,539,565,778 6.4%	2	953,715 6.5%	6,992,414,900 7.0%	101	13,780,627 93.5%	92,547,150,878 93.0%
2014	99	20,343,618 9.5%	127,134,370,414 7.6%	8	705,352 3.5%	3,797,486,600 3.0%	91	19,638,266 96.5%	123,336,883,814 97.0%
계	341	79,954,548 8.6%	593,785,734,257 8.4%	26	5,405,646 6.8%	38,493,117,200 6.5%	315	74,548,902 93.2%	555,292,617,057 93.5%

2010년 이후 극장시장 확대, 실사 한국영화 제작편수 및 매출 증대에도 불구하고,
한국 극장용 장편 애니메이션은 제작편수와 관객수가 극미한 규모로 제자리 걸음

→ 극장용 애니메이션 제작 - 유통 - 소비 생태계 조성 필요

→ 글로벌 시장으로 마켓을 확대해야 할 필요성 대두



II. 극장용 애니메이션 지원 정책

1. 애니메이션에 대한 공적 지원 현황 및 문제점

- (1) 극장용 애니메이션 지원은 2004년 이후 영화진흥위원회에서 한국콘텐츠진흥원으로 이관되었다가, 최근 극장용 애니메이션에 대한 일부 지원업무를 영화진흥위원회에서 다시 시작함
 - 영화진흥위원회는 1999년부터 애니메이션 지원을 시작하였으나 실사영화 위주의 지원사업으로 애니메이션 사업의 중요도는 상대적으로 낮았음
 - 2001년 출범한 한국콘텐츠진흥원은 문화콘텐츠 '산업' 을 지원하며 애니메이션이 OSMU 멀티플랫폼 전략을 실현하는 기초 콘텐츠라 판단, 애니메이션을 산업적 측면에서 집중 지원
 - 2004년 문화부와 애니메이션 주관기관을 한국콘텐츠진흥원으로 정함에 따라 영화진흥위원회의 애니메이션 지원사업은 축소 · 폐지 되었으나, 2012년 영화진흥위원회는 국고 사업으로 극장용 애니메이션 개봉지원, 해외개봉 애니메이션 더빙지원 사업 재개
 - 영화진흥위원회의 애니메이션 지원사업을 통해 2000년대 이후 주요 극장용 장편 애니메이션이 극장개봉됨: 〈마당을 나온 암탉〉 (장편 애니메이션 개발지원사업), 〈마리아이야기〉 (장편 애니메이션 제작지원사업) 〈오세암〉 · 〈뽀빠이의 머그잔 여행〉(예술영화제작 지원 애니메이션 쿼타)
- (2) 한국콘텐츠진흥원 애니메이션 지원의 수혜는 결과적으로 방송용 애니메이션에 집중됨
 - 극장용/방송용 구분 없이 지원대상자를 선정하고 있어서, 산업육성효과가 상대적으로 높은 유아방송용 애니메이션 작품, 회사가 지원 대상으로 선정
- (3) 서울애니메이션센터는 극장용 애니메이션을 주된 대상으로 지원하고 있으나, 지원액 및 편수가 제한적
 - 지원편수가 많지 않아 전반적 제작활성화 역할 수행이 어려움
 - 극장용 장편애니메이션에 대한 민간 투자가 매우 위축되어 있는 상황에서 민간 투자자의 투자리스크를 줄여줄 수 있을 정도의 지원액에 미치지 못함
- (4) 모태펀드 출자조합 (영화계정, 문화계정) 중 극장용 장편 애니메이션 투자 의무가 있는 투자조합 전무
 - 영화계정 투자조합 : 애니메이션 투자 의무 조합 없음
 - 문화계정 투자조합 : 센트럴투자파트너스 애니메이션 투자조합, 대교인베스트먼트 애니메이션 투자조합이 애니메이션 투자 의무가 있으나 '극장용 장편' 투자 의무 없음

제작지원, 투자조합 등 공적지원이 다양한 기관을 통하여 이루어지고 있음에도 불구하고,
극장용 애니메이션의 제작/유통/마케팅을 단순한 만화/애니메이션이 아닌
'영화' 의 한 산업으로서 이해하고 지원하는 제도가 부족함

극장용 애니메이션의 배급/마케팅/상영의 과정은 실사와 동일

따라서, 영화산업지원의 전문성을 가진
영화진흥위원회 주도 지원사업 일원화 필요성



2. 극장용 장편 애니메이션 활성화를 위한 지원정책 개선방향

문제점	현행	개선 방안
방송용 애니메이션이 공적 지원의 주 수혜 작품	<ul style="list-style-type: none"> • 방송용/극장용 구분없이 지원 <ul style="list-style-type: none"> – 방송용 극장용 구분 없이 콘텐츠 자체의 경쟁력을 기준으로 지원대상 선정 → 산업적 경쟁력이 높은 방송용 애니 선정 → 경쟁력이 약하고 흥행에 대한 기대치가 낮은 극장용 애니가 배제되는 결과 (콘진원 지원, 모태펀드 애니전문투자조합) 	<ul style="list-style-type: none"> • 영화진흥위원회 <ul style="list-style-type: none"> – 극장용 애니메이션 지원사업 주관 일원화 • 한국콘텐츠진흥원 <ul style="list-style-type: none"> – 방송용 또는 short format 지원사업 주관 일원화
중급예산 극장용 장편 애니메이션 지원 부족	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌콘텐츠 전문 투자조합 • 소규모 예산 지원사업의 규모상 한계 	<ul style="list-style-type: none"> • 중급 예산(순제작비 60억 이하) 애니메이션 기획개발 · 제작지원 확대
실사영화 투자사, 배급사의 극장용 애니메이션에 대한 투자 · 배급 미활성	<ul style="list-style-type: none"> • 상업성 있는 극장용 장편 작품에 대한 공적 지원사업 미비 	<ul style="list-style-type: none"> • 공적 투자조합의 투자확대로 실사영화 메이저 투자배급사의 위험 분산 • 제작비지원으로 메이저 투자배급사의 수익부담 완화

3. 추진전략

(1) 방송용 애니메이션과 극장용 장편 애니메이션 차별화, 분리 지원 육성

- 방송용 애니메이션은 한국콘텐츠진흥원이 담당
- 극장용 장편 애니메이션은 영화진흥위원회가 지원 육성 전담
 - 한국콘텐츠진흥원 예산 + 영화발전기금 애니메이션 수익부분 예산

(2) 극장용 장편 애니메이션 산업 생태계 조성을 위한 전격적 지원 (목표달성 전제 일몰지원)

- 실사영화 투자사, 배급사가 애니메이션 투자 · 배급을 실사영화와 동일한 위험부담을 지고 할 수 있는 환경 조성
- 순제작비 30억원~50억원 가량의 일반적 상업영화 규모 작품에 대한 민간 투자 · 배급 환경
 - 해당 예산규모 작품의 제작에 실질적 기여가 가능한 규모의 기획개발, 제작비 지원
 - 모태펀드 투자조합이 극장용 장편 애니메이션에 실질적으로 투자하게 되도록 출자사업 체계 조정

(3) 극장용 장편 애니메이션 산업에 대한 지원과 별개로, 독립 · 예술 애니메이션에 대한 지원 실시

- 실사 독립영화, 예술영화에 대한 제작비 · 개봉비 지원과 마찬가지로, 독립 · 예술 애니메이션에 대한 제작비 · 개봉비 지원
(문화예술과 산업의 상호보완적 관계, 고용과 생산에 대한 기여도와 더불어 표현과 예술로서 애니메이션 작품이 가지는 가치 존중)

(4) 진흥사업 개요

구분	기획개발	제작비지원	투자지원	배급상영지원	매치메이킹
애니메이션 영화 산업육성	① •트리트먼트 •시나리오 •애니메틱릴	② •제작비지원	③ •애니메이션영화 투자사무 조합 출자	금융기관 연계 글로벌시장 타겟 우수작품 P&A비용 지원	④ •작가, 연출자 •프로듀서, 제작사 •투자사, 배급사 •제작스태프/업체
독립 · 예술 애니메이션영화 창작지원		⑤ •단편 •장편 초저예산 •장편 저예산		⑥ •극장배급지원 •상영회(영화제) 지원	



III. 한중 공동제작 애니메이션 활성화 방안

1. 한중 공동제작 협정 체결 개요

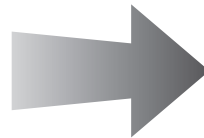
- (1) 한중 공동제작 활성화를 위한 법적 근거 마련
- (2) 합작영화의 심사 기준 완화 (30%→20%)

항 목	공동제작 승인신청 조건
연기적, 기술적, 기능적 기여 비율 (창의적 기여도)	최소 20% 조건 충족시
재정기여 비율	순제작비에서 현물 포함 최소 20% 투자조건 충족시

2. 한중 공동제작의 필요성

- (1) 최근 중국의 영화시장은 일본을 제치고 세계 2위 시장으로 급성장하였으며 2018년에는 미국을 제치고 세계 최대 시장이 될 것으로 전망
- (2) 또한 완다 그룹 등 중국의 대기업들이 대규모의 자본력을 바탕으로 북미시장의 대형 영화관 및 배급사들을 인수하여 북미시장으로 진출하고 있음
- (3) 따라서 기획력과 제작파이프라인이 강하지만, 상대적으로 자본력과 배급력이 약한 한국의 애니메이션이 북미를 비롯한 세계 시장으로 진출하기 위해서는 중국 업체와의 협력을 통하여 글로벌 시장에 진출하고 더불어 중국시장에도 진출하는 것이 필요함
- (4) Western Culture를 중심으로 한 할리우드식 아이디어를 탈피한 참신한 아이디어를 영화화하여 글로벌 관객에게 제공할 수 있는 기회임.
한·중의 풍부한 역사와 문화 및 지역적 특색을 트렌드와 결합하여 유럽과 북미 제작사와 차별화된 애니메이션 콘텐츠를 개발할 수 있는 기회

3. 한중 공동제작 활성화 방안



기획	•한·중 및 글로벌 진출이 가능한 극장용 애니메이션 프로젝트 공동 발굴 및 기획
투자	•한·중 공동제작 극장용 애니메이션에 투자할 한·중 투자 펀드 조성
제작	•한·중 극장용 애니메이션의 공동 제작을 위한 제작스튜디오의 설립
배급	•한국 및 중국의 전문배급사 참여 •북미 메이저 배급사 참여

(1) 효율적인 제작 인프라 구축

- 가. 국내 극장용 애니메이션 제작을 위한 공간 및 설비, 인력, 기술 제공
- 나. 국내 고유의 제작 관련 소프트웨어 개발 및 기술력 확보를 위한 R&D 지원
- 다. 프리프로덕션부터 포스트프로덕션까지 제작 전반에 필요한 하드웨어 장비 및 소프트웨어 프로그램들을 구축하여 지원



(2) 공동제작 투자펀드 조성 운영

가. 기존 모태펀드 투자조합 활용

○ 글로벌콘텐츠펀드, 애니메이션펀드

나. 한중문화콘텐츠펀드 활용

(3) 기획개발 활성화

(4) 국제공동제작 투자 · 계약 가이드라인 제작

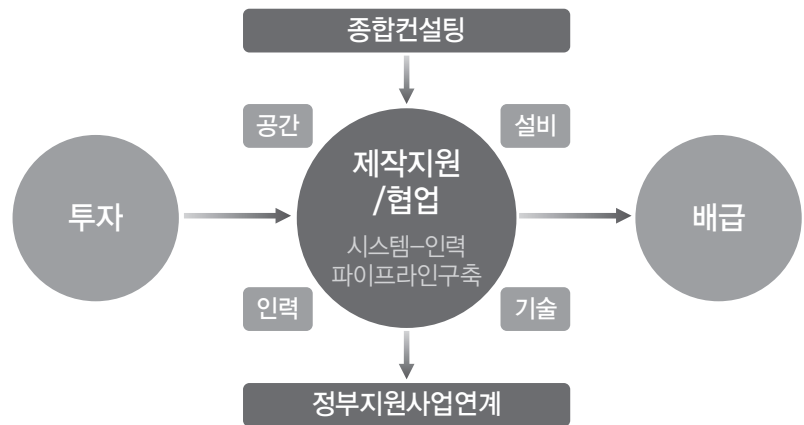
(5) 종합컨설팅

가. 기획, 제작, 배급의 각 영역에서

국내외 전문가 풀을 구성하여 정기적인 컨설팅

나. 글로벌 전문가 네트워킹

다. 전문가 자문그룹 운영원



“글로벌애니메이션제작센터” 설립 필요

- 한국과 중국의 우수한 프로젝트를 유치하여 센터를 중심으로 투자, 제작, 유통까지의 기능을 지원하여 글로벌 시장에서의 경쟁력을 확보 강화
- 열악한 환경의 국내의 극장용 애니메이션을 활성화하기 위해서는 중국과의 공동제작을 통해 급성장하는 중국 영화시장 진출 효과 기대와 중국과의 협업을 통한 북미 및 세계시장 진출을 위한 거점으로서의 역할을 수행할 수 있는 인프라 구축이 절실함

4. 목표 및 기대효과

- (1) 5년간 7개 글로벌 극장용 애니메이션 제작 및 지원
- (2) 프로젝트의 북미시장 및 글로벌시장 진출
- (3) 신규고용창출 300명 이상 고용

5. 한중 협정체결에 따른 해결 과제

- (1) 한중은 지역적, 문화적으로 가까운 양국이지만, 산업 및 기타 시스템의 차이가 존재
 - 따라서 원활한 공동제작의 기반을 마련하기 위한 민간/정부 합동의 다양한 노력
 - 한 · 중 애니메이션 제작사에게 공동제작 협정체결의 중요성 및 협정내용에 대한 적극적 홍보
 - 한 · 중 애니메이션 공동제작 협정을 바탕으로 한 표준계약서
 - 지적 재산권 공유, 법절차, 조세, 송금, 파이낸싱, 이익배당 등 각 분야의 표준화 또는 매뉴얼
 - 한 · 중 양국의 Creative 및 Business 인포메이션 공유 및 교류를 위한 다양한 형태의 포럼, 세미나, 워크숍 개최



IV. 결론

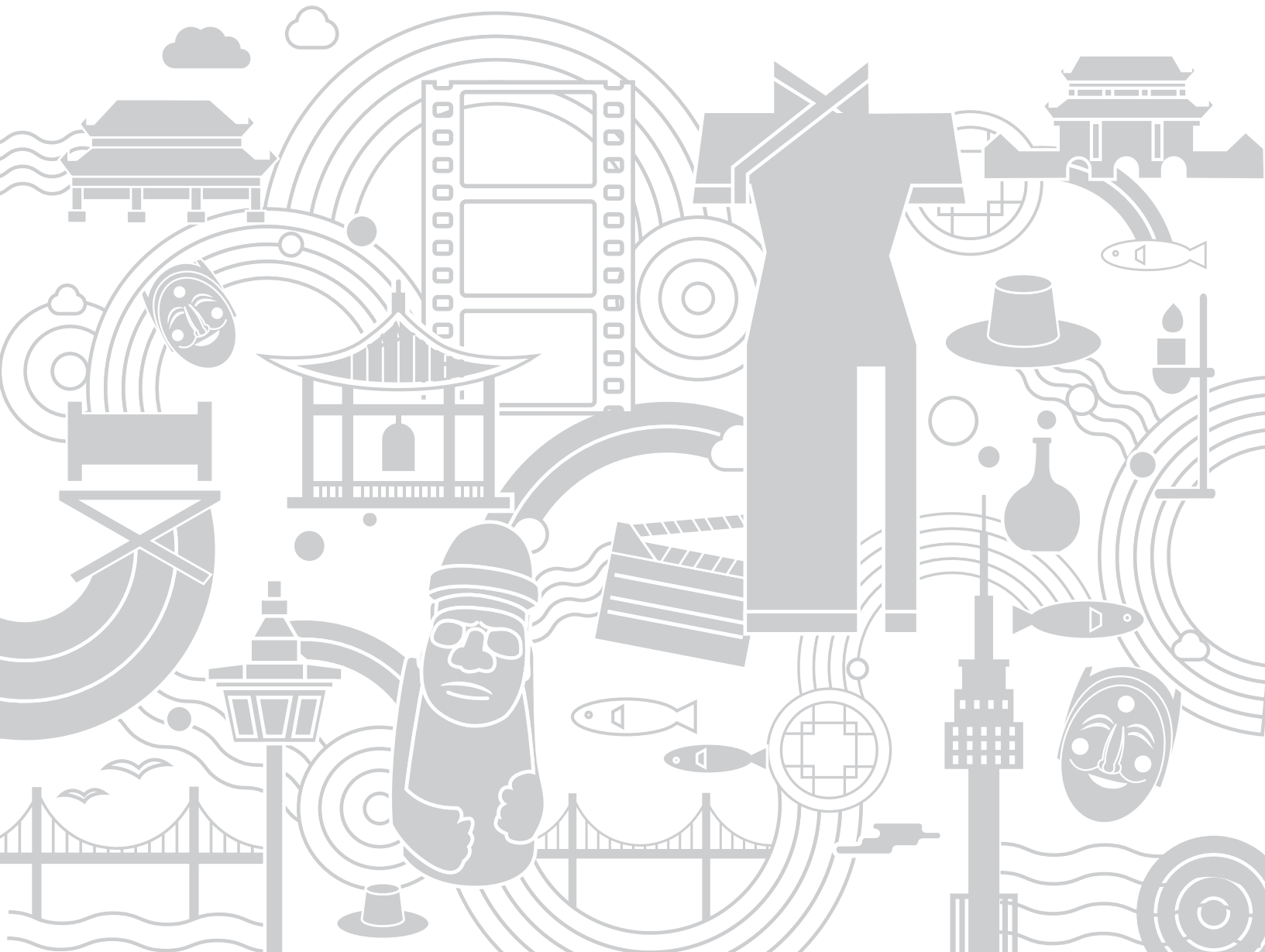
1. 현재 세계 극장용 애니메이션 시장은 북미 할리웃 애니메이션이 가장 큰 영역을 차지하고 있고 일본, 유럽 애니메이션 산업 순위
2. 한국과 중국이 각자의 장점을 활용하여 문화적, 정서적, 인종적 이질감을 가장 쉽게 극복할 수 있는 글로벌 장편 애니메이션을 공동 제작한다면, 아시아시장은 물론 북미 및 유럽시장까지 진출하여 문화적 영역을 넓힐 수 있는 가능성 있음
 - 머지않아 한국과 중국이 할리우드 장편 애니메이션과 어깨를 나란히 할 수 있는 시대 기대
3. 공동제작 협약을 바탕으로 하여 양국의 제도적 제약과 규제를 최소화하고, 제작사 친화적(Studio-friendly System)인 시스템을 안착 시킨다면 우수한 극장용 애니메이션을 제작할 수 있는 플랫폼 구축 가능
 - 극장용 애니메이션을 양국 엔터테인먼트산업이 글로벌 시장으로 진출 할 수 있는 미디어로 발전시킬 수 있음



양국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망

발제(중국): **치엔지엔핑** (상하이미술영화제작소 소장)

발제(한국): **김강덕** (RG 애니메이션 대표)



중국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망 발제



치엔지엔핑
상하이미술영화제작소 소장

이력

- 현) 상잉그룹(上影集团)의 창작 기획부 주임
- 현) 상하이디엔통(上影电通)부총경리
- 현) 상잉 큰 귀 투투 회사(上影大耳朵图图公司)의 상무이사
- 전) 상하이 동팡배급회사(上海东方发行公司)의 총재

소개

치엔지엔핑은 전부터 많은 영화의 총 기획 및 총 제작자를 맡은 바 있으며 수많은 큰 영화 프로젝트의 인솔자인 동시에 풍부한 영화 배급 경험과 중국 영상, 애니메이션 산업 체인의 발전에 풍부하고 남다른 견해를 갖고 있음. 십 수 년 동안의 사업 종사 경험과 영상 애니메이션 세 영역에서 활동하면서 발표한 주요 작품으로는 영화 <가오카오 1977 (高考1977)>(총 프로듀서), 극장 애니메이션 <대요천궁 3D(大闹天宫3D)>(기획, 프로듀서) 등이 있으며 TV 연속극 <지위루(焦裕禄)>(총 프로듀서), TV 애니메이션 시리즈 <큰 귀 투투(大耳朵图图)>(프로듀서) 등이 있음. 그 중 애니메이션 <대요천궁 3D>는 제 32회 하와이 국제 영화제 애니메이션 부문에서 공헌상을 받았으며, 세계지식재산기구의 "저작권금상(중국)", 작품상 및 중국 국제 애니메이션 페스티벌(中国国际动漫节)에서 "황금원숭이 상(金猴奖)", 최고 장편상(最佳长片奖) 등 국내외 5대 상을 받은 바 치엔지엔핑이 총 프로듀서 및 기획을 맡은 TV시리즈물 <지위루>는 중국 공산당 중앙 선전부(中宣部), 국가 광전총국(国家广电总局)등 중국 18대 당대회에 헌정하는 중점 프로그램이었으며, 그가 총 프로듀서를 맡은 영화 <사랑스러운 중국(可爱的中国)>은 중국 공산당 중앙 선전부의 오대일공정상의 우수 영화상을 받았음. 그는 올해 여름방학 시즌에는 <흑묘경장의 비취의 별(黑猫警长之翡翠之星)>의 총 프로듀서를 맡았으며, 7,000만 위안의 박스오피스 성적을 거두었음.



극장용 애니메이션 지원정책 및 한중 합작 애니메이션 활성화 방안

상하이미술영화제작소 소장 치엔지엔핑

상하이미술영화제작소(上海美影廠): 그 전통과 발전

1. 상하이미술영화제작소에 대해

1957년에 설립되어 중국 역사상 가장 오래된 상하이미술영화제작소는 작품 종류가 가장 다양할 뿐만 아니라, 가장 많은 창작 애니메이션 작품 수와 IP를 보유하고 있는 애니메이션 기업이다.

상하이미술영화제작소에서 제작한 애니메이션 작품의 전체 길이는 시간으로 3만여 분 분량이고, 2차원 스케치 애니메이션, 수묵 애니메이션, 전지 애니메이션, 종이 접기 애니메이션 등을 포함한 각종 애니메이션 작품은 300여 편에 달하며 제작소는 이를 통해 미술 형식에 대한 여러 가능성을 탐구, 실천하였다.

이처럼 중국 애니메이션은 중국 전통 문화에 기초해 그 내용은 물론이고 애니메이션 표현 형태도 풍부하고 다양하기 때문에 '중국학파' 라고 불릴 만큼 독특한 애니메이션 유파를 형성하였다. 여기서 말하는 '중국학파' 는 최소한 다음 3개 요소로 구성된다.

첫째, 치바이스(齊白石), 리커란(李可染), 한메이린(韓美林) 등 일련의 중국 저명 화가와 애니메이션 작가들이 결집되어 있다는 것이다.

둘째, 작품의 핵심 내용은 중국 문화의 고유한 유산에서 출발하였고, 대부분은 중국 고전 명저, 신화, 전설, 고사성어 등을 소재로 삼고 있다는 것이다. 그 사례로, 명저를 원작으로 한 <대노천궁(大鬧天宮)>, 신화 전설을 원작으로 한 <보연등(寶蓮燈)>, 민간 스토리를 원작으로 한 <신필(神筆)>, 고사성어에 기반한 <남곽선생(南郭先生)> 등이 있다.

셋째, 인물 캐릭터, 미술 분위기, 애니메이션 언어 등 대부분이 중국의 경극(京劇), 연화(年畵), 공필화(工筆畵), 인형 그림자극(皮影), 고전 건축(古典建築), 문지기신(門神), 진흙 조각품(泥塑), 전지(剪紙), 수묵화(水墨畵), 민간공예품(民間工藝品) 등에서 그 기원을 찾았고, 2차원 스케치 애니메이션, 수묵 애니메이션, 나무인형 애니메이션, 전지 애니메이션 등의 장르를 탐구, 창조 및 개발하였다는 것이다.

상하이미술영화제작소의 역사는 마치 중국 애니메이션 역사의 축소판처럼 중국 문화, 미술, 문학, 음악을 서로 결합해 고유의 체계를 가진 애니메이션 언어를 만들었다.



2. 상하이미술영화제작소의 애니메이션 대표 작품 및 그 특징

중국 애니메이션은 아주 일찍 시작되었고, 시간적으로 미국 디즈니에 바로 이어지고 아시아에서는 일본에 앞선다. 일본 애니메이션의 아버지로 불려지는 데츠카(手塚治蟲)의 대표작 <철권 아톰> 역시 중국의 초기 애니메이션 <철선공주(鐵扇公主)>에서 영향을 받았다. <철선공주>는 아시아 최초의 장편 애니메이션으로 1941년에 출품되었고 이는 디즈니의 <백설공주>에 비해서도 불과 4년 늦을 뿐이다.

<대노천궁>을 대표작으로 하는 2차원 스케치 애니메이션은 선을 회화 수단으로 하여 장식적인 미술 분위기와 결합한 것으로 2차원 애니메이션의 집대성이다.

<올챙이가 엄마를 찾아(小蝌蚪找媽媽)>를 대표작으로 하는 수묵 애니메이션은 중국 산수화의 묵선 필치(墨韻)와 영혼으로 생동감 있는 애니메이션을 만들어서 관객의 눈과 마음을 즐겁게 하는 시각 체험을 제공한다.

전지는 중국 민속 문화의 형식 가운데 하나인데 종이인형 그림자 극과 창화(窓花)와 유사하며 중국 민간에 광범위하게 전해지고 있었다. 색체가 선명하고 고상함과 속됨이 혼재되는 것이 그 특징이다. 예를 들면, <호리병형제(葫蘆兄弟)>등 작품이 전지 애니메이션 형식으로 완성된 것이다.

<아반티 이야기(阿凡提的故事)>는 대표적 나무인형 애니메이션으로 '우둔함' 과 '흥미' 를 특색으로 하여 관객들의 호평을 받았다. 이는 역시 중국의 장르화된 애니메이션 형식 가운데 하나이다.

<세스님(三個和尚)>, <9색사슴(九色鹿)>, <머저리와 말썽꾸러기(沒頭腦與不高興)>, <눈아이(雪孩子)>등 일련의 단편 예술 작품들은 상하이미술영화제작소가 애니메이션 예술 분야에서 탐구한 결정판이다. 이처럼 상하이미술영화제작소가 보유한 클래식 IP 이미지는 여러 세대와 함께 성장해온 것이다.

3. 발전 전략: 클래식 IP 활성화, 신규 IP 발전

우리의 발전 전략은, 한편으로 클래식 작품을 활성화시키는 것인데 구체적으로 영향력이 큰 IP를 새롭게 변화시켜 시리즈를 제작하는 것이다. 다른 한편으로는 새로운 애니메이션을 창작해 새로운 IP를 출시하는 것이다. 또한 애니메이션 제작을 기점으로 삼아 관련 산업 체인의 선순환적 발전을 형성하는 것이다.

<흑묘경장의 비취지성(黑貓警長之翡翠之星)>

1984년에 탄생한 TV 시리즈물 <흑묘경장(黑貓警長)>은 2015년에 극장판 애니메이션 작품 <흑묘경장의 비취지성>으로 제작되어 여름 시즌에 7,000만위안의 입장료 수입을 달성해 관객들이 <흑묘경장의 비취지성>을 다시 한번 주목하게 만들었다. 이 작품은 시리즈로 제작, 다음 시리즈에는 CG기술이 적용되어 세련된 작품으로 완성될 예정이다.

<아반티 신버전(阿凡提新傳)>

여전히 1980년대에 탄생한 <아반티 이야기(阿凡提的故事)>는 중국 민간에 전해지는 지혜로운 인물인 <아반티>의 지혜, 유머, 정의감 등을 소재로 삼고 있는 작품이다. 현재 제작 진행 중인 <아반티 신버전>은 나무인형 대신 CG 기술을 채택해 아반티의 아이콘과 캐릭터를 계승하고 중국 신장(新疆) 남북 지역의 아름다운 경관을 배경으로 삼는 작품이다.

이 작품은 2016년 말에 관객에게 선보일 예정이다.

<큰 귀 투투-미식에도 미치다(大耳朵圖圖之美食也瘋狂)>

<큰 귀 투투>TV 시리즈는 21세기에 들어 상하이미술영화제작소가 제작한 새로운 IP로서, 중국 CCTV 아동 채널(央視少兒頻道) 및 전국 카툰 채널(全國卡通頻道)을 통해 104부가 방영되어 많은 아동 및 학부모의 사랑을 받았다. 취학 전 아동 '투투'를 주인공으로 삼아 그가 즐겁게 성장하는 스토리를 담고 있다. <큰 귀 투투-미식에도 미치다>는 TV 시리즈의 업그레이드 버전으로 중국에서 폭넓은 시장 기반을 갖고 있다.

이 작품은 2016년 여름 시즌에 관객에게 선보일 예정이다.



〈손오공의 화염산(孫悟空之火焰山)〉

중국 저명 작품 〈서유기(西游記)〉에 기초한 〈대노천궁〉은 중국 애니메이션의 정점을 기록했었다. 〈손오공의 화염산〉은 〈서유기〉의 화염산 부분 스토리를 소재로 채택했는데, 중국에서 이 스토리는 남녀노소 모두 자세히 알고 있기에 이 작품은 중국 특색을 잘 살려 제작된 손오공 시리즈이다.

이 작품은 2017년 여름 시즌에 관객에게 선보일 예정이다.

〈반령비도(斑羚飛渡)〉

이 작품은 중국 전통 수묵 애니메이션을 계승한 작품이다. 이 작품 이전의 수묵 애니메이션은 모두 순수 예술 단편 작품이었고, 그 색채에 있어서도 기본적으로 중국화의 담채 특색을 계승한다. 〈반령비도〉는 중국화를 기초로 하고 컴퓨터 기술의 활용과 색채의 탐구, 영화 언어의 표현에 있어서 다층적이고 광범위한 탐구를 시도하였다. 또한 처음으로 수묵화 틀을 기초로 대형 스크린에 수묵 애니메이션을 창작하였고, 이는 어쩌면 전 세계적으로 첫 시도일 것이다.

이 작품은 2018년 관객에게 선보일 예정이다.

중국의 애니메이션 시장은 최근 수년간 급속히 발전하고 있고, 2015년 여름 시즌 극장에서 상영된 작품이 20편 이상이고, 한 해 전체로는 50여 편에 달하고 가장 흥행한 작품은 그 입장료 수입이 10억 위안에 근접하였다. 중국에서는 애니메이션 작품 창작의 열정도 높아지고 있다. 우리는 협력에 열린 마음을 가지고 있고 각 분야의 우수한 파트너와 합작해 우수한 작품을 창작할 수 있기를 희망한다. 한국 애니메이션 업계의 능력, 기술, 경험 등은 양국의 협력에 있어서 좋은 기초가 된다. 상호 교류와 이해를 강화해 한중 공동으로 애니메이션의 번영과 발전을 위해 노력하길 희망한다.

상하이미술영화제작소

2015년 10월 30일

한국 애니메이션 산업 및 제작 현황과 미래 전망 발제



김강덕
알지(RG) 애니메이션 스튜디오 대표

이력

- 2014. 現 한국애니메이션발전연대 집행위원장
- 2014. 現 한국방송아동콘텐츠협회 부회장
- 2002. 알지(RG) 애니메이션 스튜디오 설립
- 2002. 싸이퍼 엔터테인먼트 제작본부장
- 2000. (주)동우 애니메이션 3D 애니메이션 감독
- 1999. (주) B29 ENTERPRISE 3D 애니메이션 감독

소개

공동대표이자 프로듀서인 김강덕은 육군장교(육사 46기)로 복무하여 탁월한 리더쉽과 조직관리 능력을 갖고 있다. <철인사천왕> 3D 감독, <바스토프 레몬> 기획, <트랙시티 25화> 제작, 단편 <Angel>, <I Love Picnic>, <I Love Sky>, <Contact 2>, <Sheep in the island>, <his Lipstick>와 TV 시리즈 <빠꼼(Backkom) 5분x156편>과 장편 <빠꼼의 머그잔 여행(Mug Travel)>을 제작하였다.

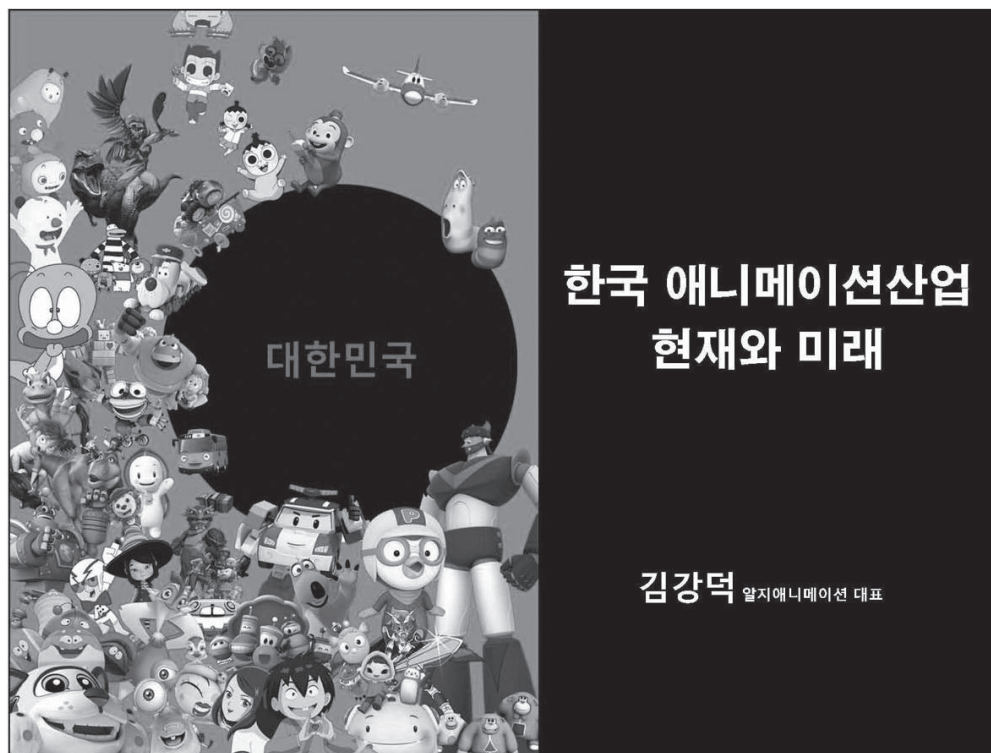
애니메이션 시나리오 <로봇 니콜>로 2011 대한민국 스토리 공모대전 우수상을 수상하면서 작가로서의 능력을 인정받았다.

탄탄한 기획력과 다양한 실 제작 경험을 바탕으로 효율적인 매니지먼트를 하고 있으며 그 외 캐릭터 비즈니스 사업을 함께 진행하고 있다.



한국 애니메이션산업 현재와 미래

알지(RG) 애니메이션 대표 김강덕





한국은 열악한 시장환경에도 불구하고 미국과 일본이라는 거대한 애니메이션 강국과 경쟁할 수 있는 세계적인 수준의 애니메이션을 만들고 있습니다.

한국 애니메이션 시장 현황



**한국 TV 애니메이션은
1 년에 61개의 새로운 타이틀이 방송된다.**



한국에서는 2013년 기준 1년에 61개의 새로운 TV시리즈 애니메이션이 만들어 집니다.

대단한 숫자입니다. 이 중 34개의 타이틀은 완전 신규작품이고, 21개의 타이틀은 인기 시리즈 후속작품들이며, 6개의 단편작품들 입니다.



한국 TV 애니메이션을 수용하는

유통 시장이 너무 **작다.**

- 라이선싱 시장 규모 1000억 원 대
- 시장 수용 캐릭터 5~10 개 내외
- 제작비의 10% 방영권료

하지만, 한국은 한국에서 만들어지는 TV 애니메이션을 수용할 수 있는 유통시장의 규모가 너무 작습니다. 전체 라이선싱 시장규모는 1000억원대입니다. 그렇다 보니 시장이 수용할 수 있는 캐릭터의 숫자는 5~10개 남짓입니다.

나머지 콘텐츠들은 세계적인 수준임에도 불구하고 시장에서 수익을 내지 못하고 명맥만 유지하고 있습니다.

또 방영권료가 제작비의 10%밖에 되지 않아 방영권료를 현실화 시켜야 하는 것이 업계의 가장 큰 숙원사업이 되었습니다.



한국 극장용 장편애니메이션

- 2014년 8편
- 2015년 13편 개봉될 예정
- 2016년 20편 개봉될 예정



한국의 극장용 장편애니메이션의 수입입니다. 2014년에는 8편, 2015년에는 13편 예정, 2016년에는 20편이 예정 되어있습니다. 2015년과 2016년에 개봉편수가 많아지고 있는데 이것은 IPTV에 방영을 목표로 한 저예산 작품들이 증가했기 때문이라고 생각합니다.



한국적 정서로 만든 극장용 장편애니메이션



한국의 극장용 애니메이션은 다양한 형태로 만들어지고 있습니다.

우선 한국적정서로 만든 극장용 장편으로는 <오세암>, <마당을 나온 암탉>, <여우비>, <효녀심청> 같은 작품들이 있습니다.

이중 <마당을 나온 암탉>은 전체 관객 220만명을 동원하여 한국애니메이션의 높은 가능성을 보여주었습니다.

이 작품은 지금 중국에서 상영된 <몽키킹>과 같은 훌륭한 작품으로 국내에서 큰 반향을 일으켰습니다.

북미시장을 겨냥한 극장용 장편애니메이션



북미시장을 겨냥해서 제작된 작품들도 있습니다.

<넛잡>은 미국에서 6400만달러, 전세계 1억 2,200만달러의 박스오피스 성적을 올렸습니다.



TV시리즈 후속 극장용 장편애니메이션



TV시리즈 작품들의 흥행에 힘입어서 만들어진 장편애니메이션 작품들도 있습니다.

저예산 극장용 장편애니메이션



저예산 극장용 장편애니메이션들도 있습니다.

연상호 감독님의 <돼지의 왕>은 반응이 좋아 2011년 부산국제영화제에서 3관왕을 차지했습니다.



다양하게 시도된 극장용 장편애니메이션



다양하게 시도된 극장용 장편애니메이션을 보면, 〈고스트 메신저는〉 OVA포맷의 작품들을 엮어서 하나의 장편으로 내어 놓은 것이고, 〈점박이〉는 실사와 CG가 결합된 장편애니메이션입니다.

극장용 애니메이션 관객수

전체 극장관객수 8 %
1,500 만 명
입장권매출액 1,500 억 원

한국 극장용 애니메이션 관객수:
전체 애니메이션관객수의 6.8 %

극장용 애니메이션의 관객수는 전체 극장 관객수의 8%인 1500만명, 입장권 매출액은 1,500억원입니다. 하지만, 한국 극장용 애니메이션의 관객 수는 전체 애니메이션 관객 수의 6.8% 정도 입니다.



한국 애니메이션 시장 **HOT** 이슈

한중 FTA체결에 따른 중국시장진출

- 가. 극장용 애니메이션 공동제작
- 나. 한중 공동제작기지 설립
- 다. 애니메이션 판권 판매
- 라. 중국자본투자유치
- 마. 현지화

지금 한국 애니메이션 시장의 가장 HOT한 이슈 중 첫째는, 한중 FTA체결에 따른 중국진출입니다.

이미 한국업체들은 FTA체결 이전에도 중국과의 많은 협력을 해왔지만, 이번 한중 FTA체결에 따른 중국과의 협력에 굉장한 관심을 보이고 있습니다.

먼저, 지금 현재 TV용 애니메이션의 공동제작은 중국 광전총국의 정책으로 인해 어렵지만, 극장용 애니메이션 공동제작은 정말 좋은 기회를 맞이했습니다. 이에 따라 한중 공동제작기지가 제주도에서 먼저 만들어져서 내년부터는 본격적으로 가동될 것입니다. 그리고 애니메이션 판권 판매, 중국자본 투자유치활동과 중국 현지화 작업이 활발하게 진행되고 있습니다.



토이 애니메이션 제작 증가

- 가. 영실업 또봇
- 나. 로이비주얼 로보카폴리
- 다. 현대자동차 카봇
- 라. 손오공 터닝메카드

두 번째는 캐릭터 애니메이션을 중심으로 만들어지던 애니메이션이 토이 애니메이션 제작 쪽으로 시선을 돌리고 있습니다. 이것은 영실업의 또봇과 로이비주얼의 로보카폴리, 그리고 현대자동차 카봇과 손오공의 터닝메카드의 성공에 힘입은 것입니다.

한중 애니메이션 협력 방안

저는 한국과 중국 애니메이션 협력방안을 이야기해보려고 합니다.



한중 영화공동제작협정서 체결

한국과 중국 극장용애니메이션 공동제작활성화를 위한 최고의 도우미

2014년 9월에 체결된 한중영화공동제작 협정은 한국과 중국 극장용 애니메이션 활성화를 위한 최고의 도우미가 될 것입니다. 하지만, 이 협정이 효과를 발휘하기 위해서 다음과 같이 한국과 중국 정부에 협력을 요청 드립니다.

한국과 중국 정부에 요청사항

1. 한중애니메이션공동제작활성화를 위한 정책입안.
2. 한중애니메이션공동제작을 위한 펀드구성.
3. 한중애니메이션산업교류활성화를 위한 단지조성.
4. 한중애니메이션공동제작을 위한 표준계약서 합의.

첫째는 한중애니메이션공동제작활성화를 위한 정책을 입안하는 것입니다.

둘째는 한중애니메이션공동제작을 위한 펀드를 만드는 것입니다.

셋째는 애니메이션산업교류활성화를 위한 단지가 조성되어야 합니다.

넷째는 한중애니메이션공동제작을 위한 표준계약서가 만들어져야 할 것입니다.

다섯째는 극장용 애니메이션 공동제작 성공사례를 통해 TV시리즈 애니메이션 공동제작활성화를 위한 정책 입안이 되었으면 하는 바램입니다.



**한국 애니메이션은
많은 시도와 실패를 통해
세계의 중심을 향해 가고 있습니다.**

**한국과 중국이 서로 협력한다면
일본과 미국을 뛰어넘는
애니메이션 강국이 될 수 있다고 확신합니다.**

마지막으로 한국 애니메이션은 많은 시도와 실패를 통해 세계의 중심으로 가고 있습니다. 한국 애니메이션의 미래가 〈몽키킹〉과 같은 훌륭한 작품을 만든 중국과 함께 한다면 한국과 중국은 일본과 미국을 뛰어넘는 애니메이션 강국이 될 수 있다고 확신합니다.

감사합니다.



패널 소개

한-중 애니메이션 공동제작, 투자 펀드 조성 및
실질적인 계약, 협약 체결 등의 협력 방안

자유 토론 및 질의응답

모더레이터

김영재 (한양대 문화콘텐츠학과 교수)

중국 토론자

차이사오둥 (광둥 아오페이 애니메이션 문화유한책임회사 총재)

쉬커 (상하이 허마 애니메이션 설계유한책임회사 CEO)

위조우 (라이트 체이서 스튜디오 Co-Founder)

후밍이 (헝디엔 영상그룹 영화사업부 대표)

한국 토론자

강문주 (㈜엔팝 대표)

김일호 (㈜오콘 대표)

김형순 (㈜로커스 대표)

조경훈 (㈜애니멀 대표)



모더레이터



김영재
한양대학교 문화콘텐츠학과 교수

이력

동우 A&E 부사장
영화진흥위원회 3기 위원

소개

삼성전자, 제일기획을 거쳐 Paramount Licensing Group, (주)돌꽃컴퍼니, 코오롱 카툰클럽 등에서 캐릭터 비즈니스, 극장용 애니메이션 제작, 영화수입/배급, 뮤지컬 제작에 참여하였다. 동우 A&E 부사장으로 다수의 해외 공동제작 애니메이션 프로젝트를 경험하였고, 현재는 한양대학교 문화콘텐츠학과 교수 및 ERICA 캠퍼스 창업센터장으로 재직중이다.

토론자(중국)



차이샤오둥

광둥 아오페이 애니메이션 문화
유한책임회사 총재

이력

창지양상업학원(长江商学院)인 EMBA를 졸업하였고, 현 광둥아오페이애니메이션문화유한책임회사(广东奥飞动漫文化股份有限公司)의 총재와 중국 장난감 및 아동용품협회의 부회장 전국 완구 표준 위원회 전문가조의 임원을 겸임하고 있음.

차오산(潮汕)사람 특유의 강한 의지를 가지고 있어 완벽하고 우수한 품질의 제품을 생산하기 위해 노력함. “채씨형제(蔡氏兄弟)”와 함께 아오페이애니메이션을 애니메이션문화산업의 선도자 자리까지 이끌어옴.

소개

광둥아오페이애니메이션문화주식유한공사(广东奥飞动漫文化股份有限公司) (SZ : 002292)는 현재 중국에서 가장 실력 있고 발전 가능성이 높은 애니메이션문화산업기업 중 하나임.

민족 애니메이션사업을 목표로 하고 있으며, 전 세계에 유쾌함 지혜로움과 꿈을 전달하는 것을 사명으로 가지고 있고, 중국애니메이션문화산업계의 선도자가 되기 위해 노력중임. 광둥아오디장난감실업유한회사(广东奥迪玩具实业有限公司)는 현재 아오페이유한책임회사로 거듭남.

광둥아오디완구실업유한공사는 1993년에 설립되었고 10여년의 발전 끝에 중국 장난감 업계를 이끌어나가는 브랜드로 거듭남. 2011년 5월 13일엔 제3회 “문화기업(文化企业) 30강”에 들었었음. 2015년 8월 11일 아오페이애니메이션을 9억 위안에 매입함.

토론자(중국)



쉬커

상하이 허마 애니메이션 설계
유한책임회사 CEO

이력

1990년 7월 중국 인민대학재정금융을 전공.

1992년 7월 미국 브리지포드 대학을 졸업, 경영관리석사 및 부전공인 컴퓨터공학 석사과정을 이수함.

2011년 귀국 후 상하이푸싱그룹투자은행(上海复星集团投资银行)의 부총지배인을 맡기 전까지 장기간 미국의 뉴턴 인터네셔널 그룹, JIT 그룹의 부총지배인을 맡은 바 있음.

소개

2003년 상하이신지송IT테크놀로지회사(上海信送计算机科技有限公司)를 창설, 중국 내에 처음 국제 최고의 MOCAP기술과 VICON MX40를 도입, 3D 입체 관련 개발과 Mocap기술을 돌파구로 앞장섰으며, 중국 내 신 매체의 고급 영역의 중요한 자리를 차지함. 2006년 1월, 중국 최초로 3D 애니메이션 기업인 상하이허마애니메이션기획유한책임회사를 세웠으며, 중국 내 유일한 3D 애니메이션 전 제작 체인을 보유한 업계 선두기업임. 중국 최초로 모션 캡처 기술, 3D 영상 시뮬레이션의 근육과 골격 귀속계통, 동작 시뮬레이션 기술, 3D공간을 나누는 기술 및 입체영상기술의 대규모 응용 산업을 시행하고 있음. 현재 회사는 오리지널 입체 애니메이션을 주도, 디지털 기술의 응집, 디지털 환경의 경영 및 영화제작과 배급, 파생상품의 개발 및 국내 새로운 사업의 통로를 개발에 앞서는 문화산업의 선두주자임. 쉬커는 중국 애니메이션 영역으로는 유일하게 중국공산당 중앙선전부(中共中央宣传部)계통의 발전에 도움이 되는 인재로 인정받았음.

토론자(중국)



위조우

라이트 체이서 스튜디오
Co-Founder

이력

난카이대학(南开大学) 컴퓨터학과 학사와 INSEAD의 MBA 학위를 보유하고 있으며, 각각 난징대학교(南京大学)와 Johns Hopkins 대학 중미센터를 졸업하였고, AT커니, 모토로라, 러셀 레이놀즈 등의 회사에서 근무를 한 경험이 있음. 라이트 체이서(追光)를 설립하기 전에 유쿠투더우그룹(优酷土豆集团)에서 고급부총재(高级副总裁), 투더우왕(土豆网)의 수석전략관의 직책에 있었음. 2013년 3월에 위조우는 연합으로 라이트 체이서 스튜디오(追光动画)를 설립하였고 그들의 첫 극장판 애니메이션인 <리틀 도어 갓(小门神)>의 프로듀서를 맡음.

소개

2012년 3월 유쿠(优酷)와 투더우(土豆)가 합병할 것이라는 계획을 발표한 후, 위조우가 유쿠투더우그룹(优酷土豆集团)의 고급부총재를 맡음. 2014년 1월에 유쿠와 투더우가 정식으로 합병한 후, 위조우는 유쿠 투더우에서 퇴사하여 왕웨이(王微)와 함께 라이트 체이서 애니메이션 스튜디오를 설립함. 또한 스튜디오의 첫 영화에서 프로듀서를 맡음.

라이트 체이서 애니메이션 스튜디오는 투더우의 창시자이자 전 CEO인 왕웨이가 2013년 3월에 북경에서 설립한 애니메이션 회사로서 중국문화특색을 갖추고 있으며 국제 일류수준에 드는 애니메이션을 제작하는 것에 뜻을 두고 있다. 이곳의 창업 팀은 국내외에서 앞서나가는 사업배경과 자원을 보유하고 있으며, 예술 창작방면에는 탄탄한 기초와 독특한 시각을 가지고 있음. 또한 회사관리와 비즈니스 운영방면의 경험이 풍부함.

토론자(중국)



후밍이

헝디엔 영상그룹 영화사업부 대표

이력

HG엔터테인먼트(横店影视制作有限公司), 영화사업대표, 프로듀서

북경대학국가발전연구원(北京大学国家发展研究院)EMBA2008

남경대학창업지도교수

소개

이그제큐티브 프로듀서 작품(监制作品):

2005년 영화<칠검(七剑)> 감독: 쉬커(徐克) (행정 이그제큐티브 프로듀서 맡음)

2012~14년 영화<더 데스 이즈 히얼(笔仙惊魂)>시리즈 감독: 관얼(关尔David Kuan)

프로듀서 작품:

2015년 영화 <아빠의휴가(爸爸的假期)>감독: 왕악륜(王岳伦)

2015년 3D애니메이션 <몽키킹:영웅의귀환(西游记之大圣归来)> 감독: 텐샤오펑(田晓鹏)

2016년 영화 <레드 클라우드(火烧云)> 감독: 반안자(潘安子)

2016년 영화 <몽키킹2(西游记之三打白骨精)> 감독: 정보서(郑宝瑞)

헝디엔영화제작유한공사는 헝디엔그룹지주유한회사 휘하의 브랜드의 핵심실행 기관임. 국가영화산업실험구 ("중국 할리우드" 헝디엔 소도시)에 위치하고 있으며, 헝디엔영화성유한공사, 헝디엔영화유한책임회사로 이루어진 "헝디엔영화" 브랜드임. 국가급 문화수출중점회사로서 중앙 선전부 문화부 상무부 재정부로 이루어져있는 국가신문출판광전총국이 승인한 " 헝디엔국제영화상품제작기지" (국가급 문화수출중점프로젝트)임.

토론자(한국)



강문주
(주)엔팜 대표이사

이력

現 (사)한국애니메이션제작자협회 이사/부회장
現 (사)서울국제만화애니메이션페스티벌 집행위원
前 (주)선우엔터테인먼트 사장
前 경희대학교 멀티미디어 창작과 겸임교수

소개

1999년 〈마일로의 대모험〉 시리즈를 시작으로 2001년 국내 최초의 한중 애니메이션 공동제작 작품인 〈스페이스힙합덕〉, 한개 공동제작 〈메타제트〉, 〈쿵푸공룡수호대〉, 〈믹스마스터〉 등 약 30여편의 국내 및 해외 공동제작 애니메이션을 기획/제작 총괄하였으며, 국산 애니메이션 역대 박스오피스 3위를 기록한 장편 애니메이션 〈천년여우 여우비〉의 제작 총괄을 하였다. 국산 애니메이션의 글로벌 시장 진출을 모색하기 위해 1998년부터 현재까지 매년 Mipcom, Mip-TV, Annecy, Kidscreen Summit, LIMA show 등의 마켓 참가를 통하여 Nickelodeon, Cartoon Network, Disney, Kabillion, DHX 등 글로벌 애니메이션 제작사 및 미디어 회사들과 거래를 하였고 이를 통한 애니메이션 시장의 글로벌 네트워크를 만들어 가고 있다.

현재 〈영동발랄 공순이〉, 〈갤럭시안〉, 〈그레이트후렛사〉 등 방송용 애니메이션을 제작 중이며 (주)리얼라이즈픽처스(〈미녀는 괴로워〉, 〈광해〉)와 함께 장편 애니메이션 〈프린세스〉를 공동 기획/제작 중에 있다.

토론자(한국)



김일호

(주)오콘 대표이사 / 크리에이터

이력

- 1994. 서울대학교 산업디자인과 공업디자인전공 졸업
- 1994 ~ 1996 LG전자 디자인 연구소 재직
- 1996 ~ 現 (주)오콘 설립 및 대표이사
- 2001 ~ 2003 성균관대학교 대학원 영상학부 겸임교수
- 2006 ~ 2008 콘텐츠코리아위원회 글로벌 위원장
- 現 창조경제 특별위원회 위원
- 2003 ~ 現 서울대, 고려대, 연세대, 카이스트 등 출강

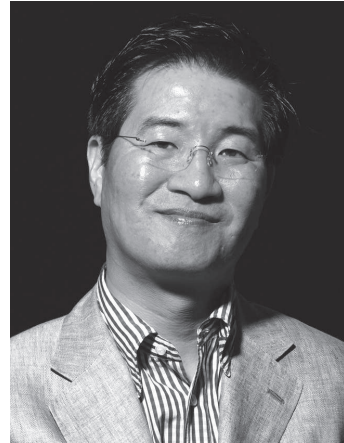
소개

서울대학교에서 산업디자인을 전공했으며 LG전자 디자인연구소를 거쳐 1996년 애니메이션 전문 스튜디오 '오콘'을 설립했다.

오콘 설립 후, 97년 실시간 애니메이션 시사만평 '나잘난 박사'를 개발하여 SBS에 방영을 시작으로 전세계적 히트작 '뽀로로'와 '디보'를 포함한 다양한 화제작들을 창작했고 크리에이터로서 국제지식 서비스포럼, ICSID(세계디자인단체연합 학술총회, GRAPHICS WORLD, WIPO(세계지적재산권협회) 등 디자인, 콘텐츠 관련 국제 컴퍼런스에서 기조 연설자로 참여하였다.

'뽀로로'는 Full 3D 기반 TV시리즈 애니메이션으로, 출시 후 세계 3대 애니메이션 영화제 동시 본선 진출, 2005년 프랑스 최대 국영방송 TF1의 시청점유율 최고 기록을 작성하는 등, 유럽 전역을 강타했고 현재 유럽/미주/아시아 등 전세계 110개국에 진출, 한해 캐릭터 상품매출이 1조원에 달하는 Global Long-run 브랜드로 자리매김 하고 있다. 이러한 '뽀로로'의 사례는 한국 콘텐츠산업을 실질적으로 세계화시킨 최초이자 최고의 역사적 사례로 평가되어, 공중파 3사의 뉴스/다큐멘터리로 제작되어 방영되기도 했다.

토론자(한국)



김형순

(주)로커스 대표이사 사장

(주)싸이더스 대표이사 사장

이력

(주)로커스, (주)싸이더스 창업 및 대표이사 사장
한국벤처기업협회 (KOVA) 부회장
한민족 글로벌 벤처 네트워크 (INKE) 초대 의장
이화여대 경영대 겸임교수

소개

(주)로커스를 통해 국내 최고 수준으로 인정받고 있는 CGI 제작역량을 바탕으로 CGI 애니메이션/캐릭터 사업 및 VFX 제작 사업을 수행하며, 현재 2010년 대한민국 스토리공모대전에서 대상을 수상한 <빨간 구두와 일곱난쟁이>로 전세계 배급을 목표로 하는 할리우드급 Full-3D 극장용 애니메이션을 제작하고 있다.

2000년 창업했었던 국내 최대 영화제작사 Sidus를 KT로부터 다시 인수한 후 마케팅, 게임, 광고 프로덕션을 차례로 설립하면서 각 분야의 전문 인력과 함께 다양한 콘텐츠를 포괄하고 시너지 효과를 창출하는 엔터테인먼트 집단으로써 자리매김하였으며, 중국 시장에 대한 심도높은 이해를 바탕으로 한-중 간 밀접한 파트너 네트워크를 구축하여 국내 콘텐츠의 대(對) 중국 진출 발판을 마련하였다.

1990년 (주)로커스 설립 이후 한국 벤처 1세대로서 한국벤처기업협회(KOVA) 부회장을 역임하는 등 국내 벤처산업계를 이끌어 왔음은 물론, 플레너스 엔터테인먼트 그룹(싸이더스, 시네마서비스, 넷마블 등 엔터테인먼트 분야 9개 계열사)을 설립하며 한국의 엔터테인먼트/콘텐츠 산업의 발전에 일조해왔다.



토론자(한국)



조경훈
(주)스튜디오 애니멀 대표이사

이력

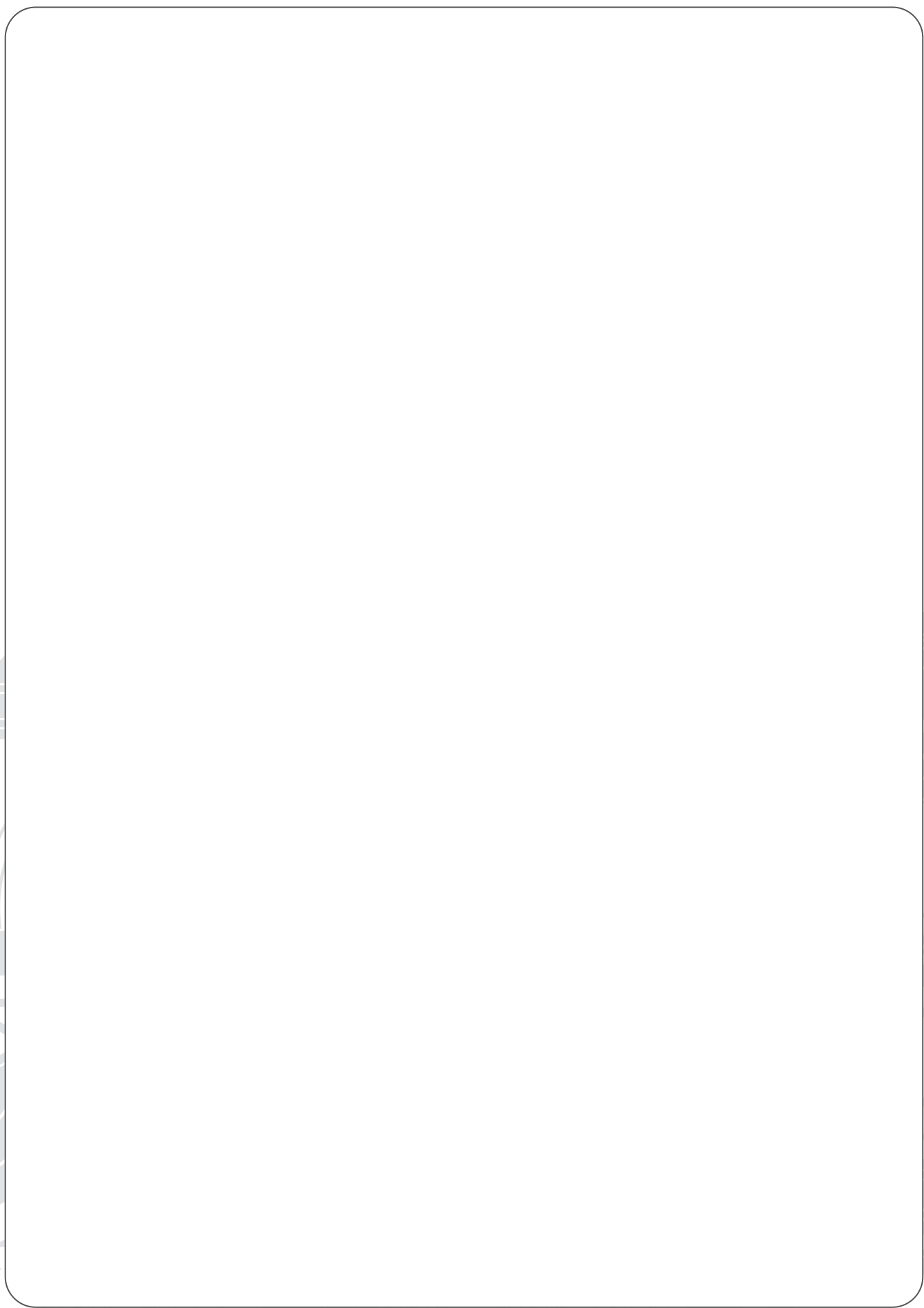
(주)스튜디오 애니멀 대표이사
(사)한국애니메이션산업협회 부회장
부천콘텐츠기업협의회 회장

소개

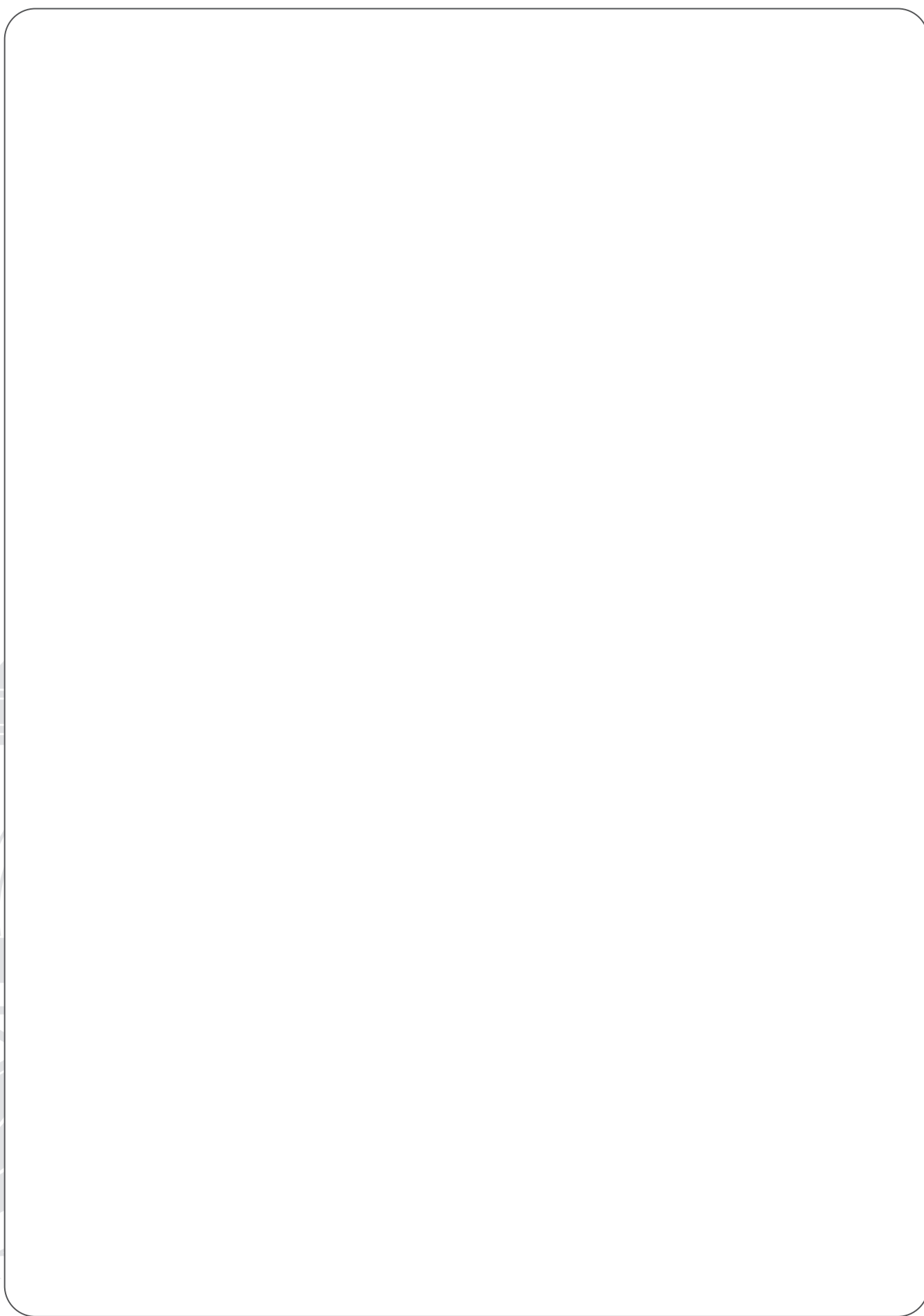
2000년 애니메이션 제작사 스튜디오 애니멀의 설립하여 TV시리즈, 극장용, 온라인 애니메이션, CF 등의 다양한 애니메이션을 제작해오고 있다.

대표 창작 작품으로는 국내 최초의 모바일 애니메이션 시리즈 <메디컬 아일랜드>와 15세 이상 매니아를 타겟으로 제작된 OVA <고스트 메신저>, 그리고 인기 웹툰을 원작으로 제작된 TV시리즈 <농지마 정신줄> 이 있다. 최근에는 한국과 중국에서 인기가 있는 웹툰 그리고 게임을 원작으로 하는 청소년 타겟의 2~3 가지의 프로젝트를 준비하고 있다.

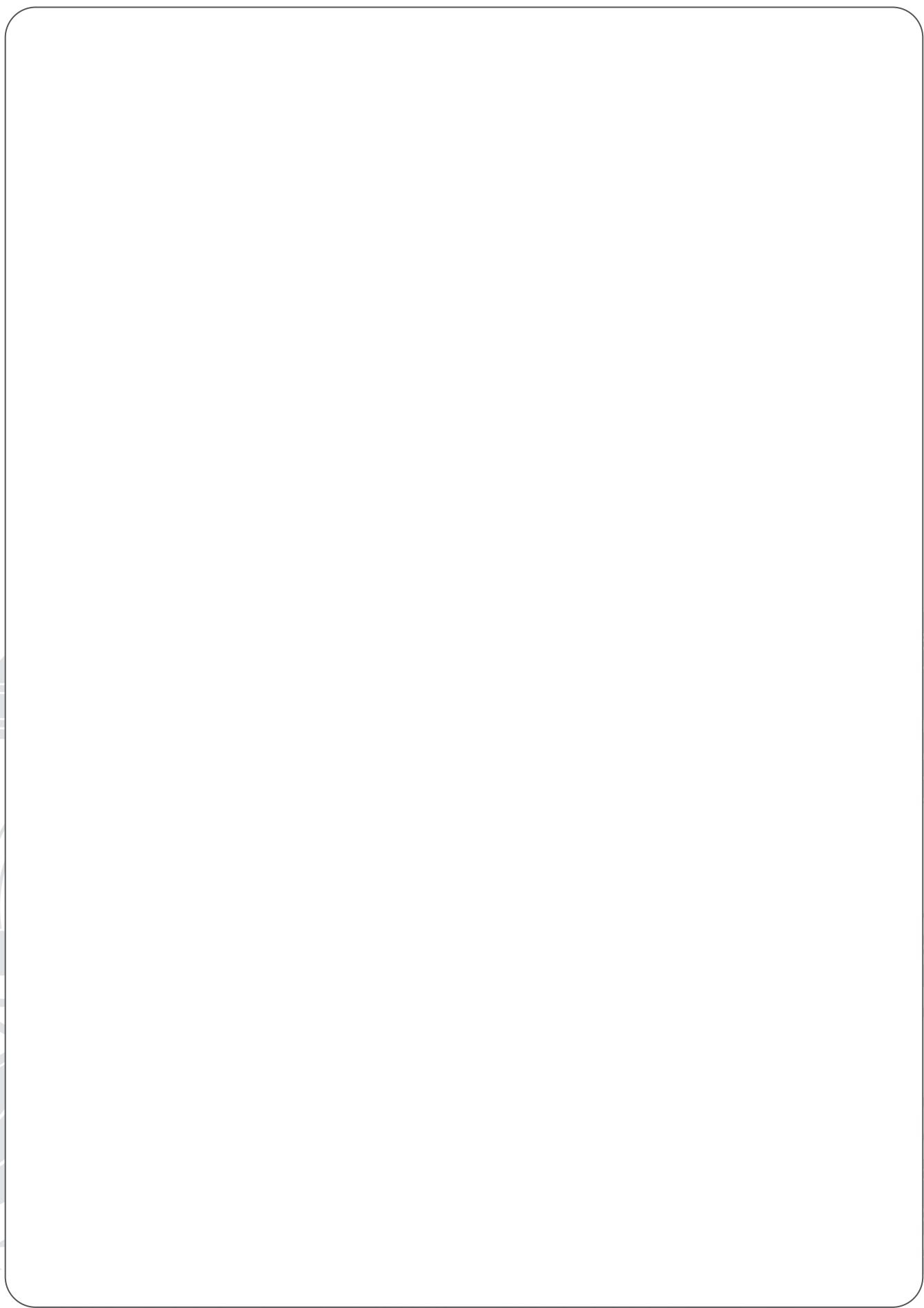
MEMO



MEMO



MEMO



MEMO

