

# 한국과 중국의 웹툰 IP 활성화 전략 비교

자오권\* 윤기현\*\*

- I. 서론
  - 1. 연구 배경 및 목적
  - 2. 연구방법 및 범위
- II. 한국과 중국의 웹툰 IP
  - 1. 콘텐츠와 IP의 가치
  - 2. 한국 웹툰의 발전
  - 3. 중국 웹툰의 발전
- III. 한·중 웹툰 플랫폼 IP 활성화
  - 1 한국 웹툰 플랫폼 IP 활성화
  - 2 중국 웹툰 플랫폼 IP 활성화
- IV. 한·중 웹툰 IP 활성화 비교분석
  - 1. 한국 웹툰 플랫폼 IP 활성화 전략
  - 2. 중국 웹툰 플랫폼 IP 활성화 전략
  - 3. 한·중 웹툰 플랫폼 IP 비교분석
- V. 결론

## 국문 요약

콘텐츠 산업의 핵심으로 떠오르고 있는 IP 산업은 잠재적인 막대한 상업적 가치가 있으며 그중에서도 웹툰은 중요한 IP 소스 중 하나로 주목받고 있다. 따라서 본 연구에서는 한국과 중국의 웹툰 IP 활성화 전략에 관한 연구를 하고자 하며 비교분석을 통해 웹툰 IP 활성화에 시사점을 남기고자 한다. 우선 IP의 중요한 가치를 제시하고, 한국과 중국 웹툰의 발전상과 각

\* 부산대학교 대학원 박사과정

\*\* 부산대학교 교수

각의 현황을 서술하였으며 IP 활성화 측면에서 한국과 중국 웹툰 플랫폼의 특성을 비교하였다. 마지막으로 한국과 중국의 웹툰 플랫폼의 발전 상황과 특성, 그리고 플랫폼의 특성에 맞는 다양한 전략을 비교·분석하였다. 한·중 양국은 콘텐츠 창작에 있어 창작자 육성 프로그램뿐만 아니라 관련 업체 인수합병 등을 통해 IP 생태계의 발전을 촉진하고 있다. 나아가 한국과 중국은 IP 2차 제작에 영상화나 테마 이벤트 등을 통해 웹툰 IP를 확장하고 있으며 한국 웹툰 IP 전략은 웹툰 콘텐츠 IP를 기반으로 영상 콘텐츠 제작과 다각화 산업 사슬을 추구하고 있다. 또한 세계 시장에도 인수합병 및 웹소설과의 연계 등 꾸준히 다양한 확장을 시도하고 있다. 중국의 경우 사용자 인구가 상대적으로 많기 때문에 웹툰 플랫폼은 중국 시장 위주의 전략이 가장 큰 특징이다. 즉 ‘엔터테인먼트의 범용화 시대’라는 목적에 맞게 작품의 질을 꾸준히 향상시키고 각종 영상화 및 이벤트에 주력하고 있다. 그러나 현재 글로벌적인 측면에서는 한국이 중국보다 우위에 선점해 있다.

**주제어 : 한·중 웹툰, 시장 전략, 웹툰 IP 활성화, 웹툰 IP**

## I. 서론

### 1. 연구 배경 및 목적

최근 몇 년 동안 만화 산업은 전통적인 미디어에서 온라인 미디어로 빠르게 이동하고 있으며 디지털 만화가 주를 이루게 되었다. 또한 디지털 만화 콘텐츠의 제작과 온라인 미디어 커뮤니케이션 기술이 유기적으로 융합하면서 잠재 시장 수요를 크게 활성화하고 웹툰의 발전을 촉진하게 되었다. 특히 웹툰은 원작산업으로서의 매력적인 요소가 있으므로 대개의 웹툰 관련 기업들은 게임, 영화, 애니메이션, 캐릭터 상품 등의 다양한 활용 즉, IP 마케팅에 주력하고 있다. 산업생태계의 중심이 되고 다문화 영역을 융합하는 IP산업의 고도성장은 잠재적인 막대한 상업적 가치로 인해 많은 투자가 이루어졌으며 웹툰은 중요한 IP의 원천 중 하나로서 큰 발전기회와 성장을 거듭하고 있다. 이에 대기업들은 웹툰 IP에 자본을 투자하고, 다양한 문화산업생태계를 만들고 웹툰에 적합한 IP 개발과 운영모델을 적극적으로 모색하고 있다. 한국 웹툰은 2000년대부터 활성화되어 현재 세계 시장에서 매우 활발하게 유통되고 있다. 중국 웹툰의 경우 다소 늦은 2010년 이후부터 발전해 왔으며 시장 전망이 매우 높은 콘텐츠이다. 본 연구의 목적은 한국과 중국의 서로 다른 웹툰 플랫폼 IP 활성화의 특징을 비교하여 앞으로의 미래 가능성에 관해 탐구하고자 한다.

### 2. 연구방법 및 범위

본 연구는 한국의 웹툰 플랫폼인 네이버웹툰과 카카오웹툰, 중국의 웹툰 플랫폼인 콰이칸(快看), 텐센트동만(腾讯动漫), 빌리빌리만화(哔哩哔哩漫画)의 IP 활성화 특징에 대해 비교 분석하고자 한다. 여기에서는 주로 IP 활성화 전략, 웹툰 콘텐츠, 웹툰 IP 보호, 웹툰 IP 2차 제작, 글로벌 시장 상황에 대해 비교 분석하였다. 본 연구에서는 콘텐츠와 IP의 가치를 제시하

고 한국과 중국의 웹툰 발전 상황에 대해 알아본 후 나라별 웹툰 플랫폼의 IP 활성화 특징을 비교하고자 한다. 마지막으로 한국과 중국의 웹툰 플랫폼 IP 활성화 특징을 살펴보았으며 본 연구를 통해 한·중 웹툰 IP 활성화에 시사점이 되고자 한다.

## II. 한국과 중국의 웹툰 IP

### 1. 콘텐츠와 IP의 가치

중국 정부 국가 광전총국의 보고서(中国网络漫画出版发展报告, 2017)에 따르면 IP산업은 원작단계(誕生層), 확산단계(擴大層), 수익단계(現金化層)로 구분하고 있다.<sup>1</sup> [표 1]에서 알 수 있듯이 많은 문화산업 콘텐츠 중 원작단계에 소설과 만화는 IP의 원천소스에 속하며 적은 제작비로 가성비 좋은 콘텐츠를 제작할 수 있다는 특징이 있다. 즉 영화, 게임, 애니메이션 및 파생상품의 원천 콘텐츠로서 큰 잠재적인 가치가 있는 것으로 소설과 만화는 여타의 콘텐츠에 비해 수익 규모는 작지만 상대적으로 작품의 수는 매우 많다. 따라서 선택의 폭이 넓고 보다 큰 수익의 IP를 탄생시킬 수 있다. 확산 단계에 위치한 드라마, 영화, 애니메이션 등은 높은 수익, 큰 제작비 및 리스크가 매우 크다는 특징을 갖고 있다. '엔터테인먼트의 범용화 시대(중국식 표현, 泛娱乐)'<sup>2</sup>에서는 콘텐츠에 대한 수요가 매우 크며 IP를 확대하고 콘텐츠의 영향력을 확대할 수 있다. 수익단계에 위치한 만화 굿즈(부가 상품)는 IP 성공을 검증하는 중요한 지표 중 하나로 높은 부가가치를 달성할 수 있으며 팬덤을 양산할 수 있다.

---

1 国家新闻出版广电总局规划发展司(2017). <中国网络漫画出版发展报告>. 社会科学文献出版社, pp. 53.

2 아이돌 팬덤 산업을 기반으로 OSMU (원소스멀티유즈) 식 산업 확장을 일컫는다.

| 구분                 | 콘텐츠                | 특징                                       | 작용              |
|--------------------|--------------------|--|-----------------|
| 원작 단계<br>(誕生層, 상)  | 소설, 만화             | 생산 원가가 낮고 주기가 짧음                         | 문화 산업에서 IP의 원천  |
| 확산 단계<br>(擴大層, 중)  | 영화, 드라마, 애니메이션, 게임 | '엔터테인먼트의 범용화 시대' 추세에 따라 콘텐츠에 대해 큰 수요가 있음 | IP의 확대 및 영향력    |
| 수익 단계<br>(現金化層, 하) | 굿즈                 | IP 성공을 나타내는 지표 중 하나                      | 부가가치 창출 및 팬덤 생성 |

표 1. IP 제품 형태별 특성과 주요 역할<sup>3)</sup>

이와 같은 흐름 속에서 만화와 다른 형식의 콘텐츠는 더욱 긴밀하게 협력 이 진행되고 있으며 IP는 만화산업 시술의 핵심이다. 전체 만화산업은 현재, 만화와 웹툰 IP를 중심으로 전개되며 주요 연결 고리에는 애니메이션과 영화, 게임 및 각종 파생상품 등이 포함되어 있다.

## 2. 한국 웹툰의 발전

1990년대 말부터 한국 웹툰(Webtoon)은 비약적인 발전을 거듭하여 왔다. 컴퓨터와 인터넷의 보급으로 더욱 가속화되었으며 무료 콘텐츠, 댓글 등의 커뮤니케이션 활성화, 인터넷 주요 콘텐츠로 빠르게 성장하여 현재는 세계 인터넷 만화의 표준이 되고 있다. 2009년 이후 한국 웹툰은 스마트폰 등 스마트기기의 등장으로 PC에서 스마트폰으로의 사용자 전환이 이루어 졌으며 2011년 이후부터 비약적인 성장을 하게 되었다.<sup>4)</sup> 시장 규모는

3) 国家新闻出版广电总局规划发展司(2017). <中国网络漫画出版发展报告>. 社会科学文献出版社, pp. 53.

4) HANA(2018). <韩国新媒介产业发展及其动因研究>. 박사학위 논문, 상하이대

2022년 현재 1조 5,600억 원 정도<sup>5</sup>로 세계 시장에 활발하게 진출하고 있으며 유료화 모델이 성공함으로써 시장에서는 더욱 열풍이 불게 되었다.

| 년도 | 1990~2002<br>년    | 2003~2008<br>년                    | 2009~2010<br>년       | 2011년 이후                          |
|----|-------------------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------------|
| 시기 | 초창기               | 발전기                               | 확장기                  | 성숙기                               |
| 내용 | PC-인터넷으로 한국 웹툰 탄생 | 포털 다음, '만화 속 세상' 개설, 네이버 웹툰 사업 시작 | 사용자들이 PC에서 스마트폰으로 이동 | 웹툰 유료화 등장, 중국 웹툰 시장 포화, 해외 진출 본격화 |

표 2. 한국 웹툰의 발전단계

### 3. 중국 웹툰의 발전

2009년부터 2012년에 이르러 중국 웹툰은 기존 출판만화 시장을 초월하여 새롭게 확장되었다. 또한 이후 온라인 콘텐츠가 활성화되고 2013년부터 시나 웨이보(新浪微博) 플랫폼의 등장으로 많은 만화가 등장하게 되었다. 2015년부터 2017년까지 웹툰은 비약적인 성장을 거듭하였고 여타의 만화플랫폼들이 점차 증가하여 더욱 광범위한 사용자를 끌어들이게 되었다.<sup>6</sup> 중국의 경우 초창기부터 IP '엔터테인먼트의 범용화 시대' 개념이 활성화되었고 기획 단계에서부터 IP 마케팅을 염두에 두고 기획되었다는 것이 중국 웹툰산업의 가장 큰 특징이라고 할 수 있다.

| 년도 | 2009~2012<br>년 | 2013~2014<br>년 | 2015~2017<br>년 | 2018년<br>이후 |
|----|----------------|----------------|----------------|-------------|
| 시기 | 초창기            | 발전기            | 확장기            | 성숙기         |

하교 대학원, pp.278-279.

5 이지경제, <웹툰시장 연매출 1.5조 돌파...5년새 4배 성장> <http://www.ezyeconomy.com>(검색일자: 2023.11.10.)

6 艾瑞咨询(2016). <2016年中国漫画行业报告>. pp. 5.

|    |             |  |                                    |                      |
|----|-------------|--|------------------------------------|----------------------|
| 내용 | 일본 만화 수입 위주 | 새로운 플랫폼인 요우야오치(有妖气漫画), 텐센트동만(腾讯动漫) 등 대형 플랫폼 잇따라 생성 | 웹툰 플랫폼 증가, IP번역터테인먼트화 개념 활성화 및 상업화 | 웹툰 콘텐츠 질적 향상, IP 활성화 |
|----|-------------|--|------------------------------------|----------------------|

표 3. 중국 웹툰의 발전단계

### Ⅲ. 한·중 웹툰 플랫폼 IP 활성화

한국의 《2023 만화산업백서》에 따르면 2022년 한국의 사용자가 웹툰 서비스를 사용할 때 가장 많이 이용하는 플랫폼은 네이버와 카카오인 것으로 나타났다. 중국은 관엔바오카오왕(观研报告网, 2022) 보고서에 따르면 중국 웹툰 플랫폼 시장 규모는 [그림 2]과 같이 콰이칸(快看)이 45.7%, 텐센트동만(腾讯动漫)이 17.2%, 웨이보동만(微博动漫)이 10.7%, 빌리빌리만화(哔哩哔哩漫画)가 8.9%, 칸만화(看漫画)이 9.8%를 차지하는 것으로 나타났다. 웨이보 동만(微博动漫)은 빌리빌리만화보다 1.8% 높는데 이는 빌리빌리만화가 후발주자이지만 동영상 전문 플랫폼으로써 젊은 사용자층을 많이 확보하고 있기 때문이다. 또한 빌리빌리만화는 웨이보동만에 비해 IP 산업을 더욱 잘 구축하고 있으며 빌리빌리만화는 만화, 애니메이션 팬들이 모이는 곳으로 유명한 종합 플랫폼으로 IP 산업의 발전 잠재력이 크다. 웨이보동만은 웨이보 소셜 플랫폼에 의존하며 광범위한 사용자 기반을 가지고 있지만 IP 산업 체인은 완벽하지 않다.

본 연구에서는 한국 웹툰 플랫폼인 네이버 웹툰, 카카오, 중국 웹툰 플랫폼인 콰이칸, 텐센트동만, 빌리빌리만화 등 총 5개 플랫폼에 대한 IP 활성화 연구를 진행하였다. 구체적으로는 플랫폼 전반의 IP 활성화 전략, 웹툰 콘텐츠, 웹툰 IP 보호, 웹툰 IP 2차 제작, 글로벌 시장 상황을 통해 연구를 진행

하였다.

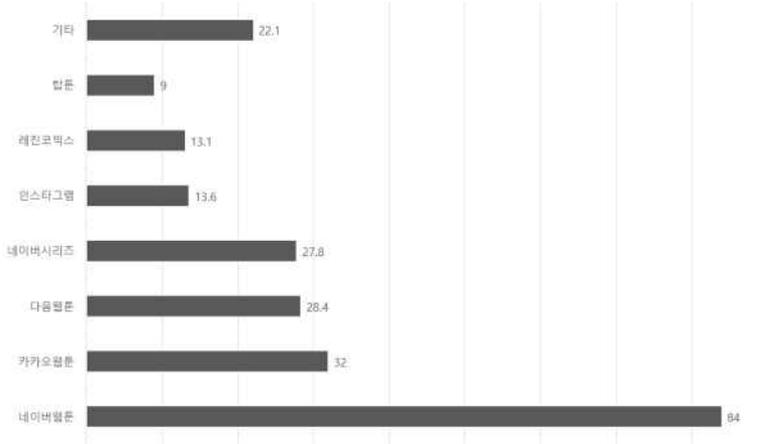


그림 1. 한국 웹툰 중 이용 서비스<sup>7</sup>

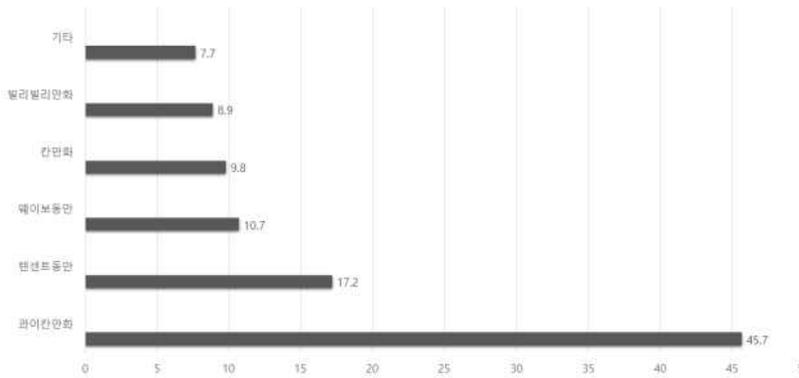


그림 2. 중국 웹툰 플랫폼 시장 점유율<sup>8</sup>

7 한국콘텐츠진흥원(2023). 《2023 만화산업백서》, 한국콘텐츠진흥원, p. 99.(Base : 웹툰 이용자, 중복응답, 단위 : %(1+2+3순위 기준)

8 한국콘텐츠진흥원(2023). 《2023 만화산업백서》, 한국콘텐츠진흥원, pp. 170.

## 1. 한국 웹툰 플랫폼 IP 활성화

### (1) 네이버 웹툰

네이버 웹툰은 한국의 IT 회사인 네이버의 자회사에서 운영하는 웹툰 플랫폼으로 2004년 6월 23일 정식 출시된 중국 최대의 웹툰 플랫폼이다. 네이버 웹툰에서의 장르는 주로 판타지, 일상, 추리, 스릴러, SF 등이 있다. 또한 2015~2016년 이후에는 19금, 학원물 등 선정적이고 자극적인 소재가 큰 인기를 끌고 있다.<sup>9</sup> 2013년 네이버의 해외 웹툰 플랫폼인 라인은 라이선스가 부여된 만화를 구매할 수 있는 일본 만화 서비스를 처음 시작하였다. 2022년 11월 만화 플랫폼 사용자 수를 살펴보면,<sup>10</sup> 라인망가(LINEマンガ)의 경우 웹툰 플랫폼 사용자 수가 1,380만 명으로 가장 많은 사용자를 보유한 것으로 나타났다.

주요 특징으로는 첫째, 네이버 웹툰은 초기 '도전 만화/베스트 도전 코너'를 통해 아마추어 활동 영역을 만들어 웹툰 작가로 성장할 수 있는 공간을 만들었다. 또한 도전만화와 베스트 도전인 웹툰으로 이어지는 레벨 상승 시스템을 구축하여 프로 웹툰작가로 성장할 수 있는 환경을 제공하였다. 둘째, PPS인 페이지 수익 공유(Page Profit Share)에서 파트너 이익 공유(Partners Profit Share)를 유도하고<sup>11</sup> IP커머스를 통한 수익은 창작자의 계약에 따라 전체 수익의 50~70%가 창작자에게 돌아가는 구조이다. 이처럼 네이버 웹툰은 단순히 작품을 유통하는 것이 아니라 IP 확대를 위해 '파트너 전략'을 택하였다. 셋째, 네이버 웹툰 AI팀은 '오토 페인팅'과 '필선 떼기'를 통해 스케치에서 필선을 생성한 뒤 자동으로 페인팅할 수 있는 자동 그리기 기술을 사용할 수 있도록 하였다. 아이디어만 있으면 누구나 이미지

<sup>9</sup> 서울신학대학학보사. <네이버웹툰과 카카오페이지, 무엇을 볼까?> <http://www.stupress.co.kr/news/articleView.html?idxno=532> (검색일자: 2023.12.1.)

<sup>10</sup> 한국콘텐츠진흥원(2023). 《2023 만화산업백서》, 한국콘텐츠진흥원, pp. 182.

<sup>11</sup> 한국콘텐츠진흥원(2023). 《2023 만화산업백서》, 한국콘텐츠진흥원, pp. 19.

형의 스토리텔링 콘텐츠를 만들 수 있도록 하는 AI 기술 기반 오토 드로잉 등의 제작 도구를 준비 중이라고 밝혔다.<sup>12</sup>

2021년 네이버 웹툰은 중국 최대 규모의 웹소설 전문 플랫폼 '문피아'를 인수하여 웹소설 콘텐츠 IP 원천소스를 확대하고 IP 보호와 관련하여서는 TONRADAR 기술 웹툰에 사용자 식별 정보를 심어 불법 업로드를 하면 10분 내에 유출자 적발 및 재접속 차단 등의 기술도 사용하여 불법 복제 및 유통을 차단하고 있다. 또한 세계 시장에서는 북미 기반의 글로벌 시장을 구축하고자 하는 전략을 추구하고 있으며, 현지 창작자를 적극적으로 발굴하고 '로컬 크리에이터 생태계'를 구축해 글로벌 IP 확보에 주력하고 있다. 뿐만 아니라 2021년 북미 최대 웹소설 플랫폼 Whatpad를 인수해 만화 콘텐츠의 지속적인 해외 진출을 모색 중이다. 2021년 6월에는 웹툰 스튜디오와 왓패드 스튜디오를 통합한 글로벌 IP영상 스튜디오 '왓패드 웹툰 스튜디오'를 설립하여 IP의 영상화를 적극적으로 추진하고 있다. IP의 영상화 분야에서는 미국 Vertigo, Rooster Teeth Studios, Bound Vertigo 등과 협력하여 드라마와 애니메이션에 제작도 지속적으로 추진하고 있다.

## (2) 카카오

카카오 페이지는 2013년 4월 9일에 만들어졌다. 카카오 페이지와 카카오 웹툰은 각각 다른 플랫폼으로써 카카오 웹툰은 카카오엔터테인먼트가 '다음 만화 속 세상'을 인수하면서 이름을 바꿔 재탄생되었다. 모회사가 같으므로 카카오 페이지의 인기작은 카카오 웹툰에서도 연재하는 경우가 많은데 카카오는 웹툰 장르가 웹소설을 기반으로 하는 스튜디오 창작형 개념으로 주 장르로 판타지, 로맨스 등이 있다.<sup>13</sup> 픽코마(ピッコマ, Piccoma)는 카카오의

<sup>12</sup> BRUNCH STORY. <네이버가 웹툰 IP를 확장하는 방법>. <https://brunch.co.kr/@webtoon1031/19>(검색일자: 2023.12.1.)

<sup>13</sup> 온라인 자료 <http://www.stupress.co.kr/news/articleView.html?idxno=532>(검색일자: 2023.12.1.)

자회사 '카카오 픽코마'가 운영하고 있는 일본의 웹툰, 출판 만화, 웹소설을 서비스하는 애플리케이션 및 웹사이트이다. 2016년 4월에 서비스 시작했으며 주로 다음 웹툰(Daum Webtoon)과 카카오페이지(KakaoPage)의 웹툰을 일본어로 번역 및 유료 서비스를 제공하고 있다. 카카오는 보유한 IP를 플랫폼이나 영상제작사의 역할을 수행하여 중개하고, 나아가 영상업체와 협력하거나 제작에 공동 참여하며 IP 확장에 주력하고 있다. 경쟁력 있는 IP를 발굴하면 카카오 영상 콘텐츠 투자, 제작 및 배급을 주요 사업으로 하는 자회사를 통한 영상화 등 다각적인 IP 업무를 빠른 시간 내에 윈스톱으로 실행해 가치사슬을 구축하고자 하고 있다. IP 보호와 관련해 카카오엔터테인먼트는 2021년 해외 콘텐츠 불법유통 대응팀 '피콕'을 만들어 언어권별 불법유통 키워드 모니터링, 불법유통 키워드 검색 차단, 경고장 발송 및 불법유통 신고·삭제 등 단계를 통해 불법 콘텐츠 전파를 막기 위해 노력하고 있다. 또한 대원씨아이, 학산문화사, 디앤씨미디어, 미스터블루 중국 대표 만화 기업들에 투자를 활발히 진행하고 있으며, 지속적으로 웹툰 IP를 확보하고 있다.<sup>14</sup>

꾸준히 글로벌 진출을 추진하고자 '슈퍼 IP 유니버스 프로젝트'를 만들었다. 이를 통해 더욱 적극적인 투자 및 영상 콘텐츠 제작 시스템으로써 작품성, 확장성, 대중성 등을 바탕으로 슈퍼 IP를 선정하고 IP를 다양한 콘텐츠로 확장하여 유니버스 중심의 선순환 구조를 구축하고자 하는 전략이다. 즉 세계 시장을 겨냥한 '글로벌 슈퍼 IP 프로젝트'를 위해 글로벌 웹툰·웹소설 플랫폼을 인수하고 글로벌 제작사를 인수해 IP 확장에 박차를 가하고 있다. 가장 큰 특징으로는 첫째, Tapas(웹툰)와 Radish, WuxiaWorld(웹소설) 등의 북미 웹툰, 웹소설 플랫폼 인수를 통해 글로벌 사업 확대를 꾀하고 있다는 점을 들 수 있다. 둘째, 일본 굴지의 만화업체 Kadokawa와 만화, 애니메이션, 영화, 게임, 잡지, 소설을 연계해 Kadoka Corporation의 최대 주

14 서울신학대학보사. <네이버웹툰과 카카오페이지, 무엇을 볼까?>. <https://brunch.co.kr/@webtoon1031/40>(검색일자: 2023.12.1.)

주가 되었다.<sup>15</sup>

## 2. 중국 웹툰 플랫폼 IP 활성화

### (1) 콰이칸(快看)

중국 최대의 웹툰 플랫폼인 콰이칸은 다양한 국산 웹툰 콘텐츠를 통해 많은 00세대(2000년 이후 출생 세대) 사용자층을 유치하고자 하고 있다. 특히, 젊은 층을 대상으로 하는 웹툰 콘텐츠를 통해 'IP+' 취미 문화 커뮤니티를 구축하기 위해 노력하고 있다. 이는 대화형 콘텐츠로 통해 공통 관심사의 커뮤니티를 만들어 사용자들의 콘텐츠 수요를 충족시키고 사용자의 충성도와 플랫폼의 영향력을 높이고자 하는 전략이다. 콰이칸은 여성 사용자에게 집중하기 위해 주로 다수의 청춘물, 연애, 아이돌 장르에 주력하고 있다.<sup>16</sup>

콰이칸은 '2023 콰이칸발표회·제2회 콰이칸 랜드 KKWorld 2023'에서 부티크화, 전문화, 글로벌화 전략을 제시하여 양질의 만화 작품을 육성하고 운영하는데 자원을 집중<sup>17</sup>하고 있다고 밝혔다. 즉 콘텐츠와 기술의 통합을 촉진하고 콘텐츠 생산 및 IP 인큐베이션의 효율성을 높이고 유료 및 상업화의 공간을 개선하여 웹툰 산업이 긍정적인 순환의 좋은 생태계에 더욱 빠르게 진입할 수 있도록 하는 것이 주요 목표이다.

콘텐츠 측면에서 첫째, 콰이칸은 우수한 IP를 만들기 위해 새로운 아키텍처(Architecture, 설계 및 운영구조)를 가동하고 있으며, 각각 선택 센터, 시나리오 센터, 제작 센터를 만들어 체계적으로 전체적인 콘텐츠 생산에 초점을 맞추고 있다. 이는 만화 작품이 인기를 끌 수 있도록 만든 시스템이다.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> MTN뉴스. <카카오, 日 콘텐츠 공룡 '카도카와' 최대주주 등극>. <https://news.mtn.co.kr/news-detail/2021012600393597643>(검색일자: 2023.12.1.)

<sup>16</sup> 个人图书馆. <2020年快看漫画: 新上作品约1600部, 新作累计收藏数1.1亿>. [http://www.360doc.com/content/12/0121/07/73379559\\_957250975.shtml](http://www.360doc.com/content/12/0121/07/73379559_957250975.shtml)(검색일자: 2022.12.1.)

<sup>17</sup> 百度\_三文娱. <第三届原创条漫大赛举行, 快看为漫画创作者打造职业进阶之路>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1771822147379694521&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)

둘째, 콰이칸은 창작자에 대해 'KK 샷별 오리지널 투고 지원 프로그램(KK 新星原创投稿扶持计划)', '독자만화 콘테스트(条漫大赛)', '3S 프로젝트(3S 计划)'를 통해 창작자가 양질의 만화 콘텐츠를 지속적으로 창작할 수 있도록 보장하고 있다. 또한 KK 샷별 오리지널 투고 지원 프로그램 중 'KK아카데미(KK学院)'는 정기적으로 만화 창작자, 소설 작가를 초청하여 만화 및 시나리오 공유하고 신인 만화 창작자가 신인 만화 창작자에서 직업적인 만화가가 될 수 있도록 지원하고 있다. 또한 '3S 프로젝트'를 제안하며 향후 3년 동안 창작자에게 상임 의료 보험, 연간 신체검사 및 기타 복지를 위해 5억 위안의 지원 자금을 제공하여 만화가를 안정적인 직업이 될 수 있도록 지원하겠다고 발표하였다. 동시에 2021년에는 새로운 '3S 프로젝트'가 발표하며 향후 3년 동안 10억 위안의 자금을 투자할 예정이라고 밝혔다.

콰이칸은 초기에 드라마, 애니메이션, 영화, 도서, 주변 파생상품, 게임 등을 포함한 다양한 IP 개발 시스템을 구축하였고 2021년 '만화극(漫剧)' 개념을 처음 만든 킥뷰(영상) 만화 IP 영상화를 만들었다. 뿐만 아니라 "향후 3년 동안 10억 위안을 들여 오리지널 만화를 지원하고, 10억 위안을 투자하여 관련 파트너와 함께 만화 드라마 제작에 참여하겠다."<sup>19</sup>고 발표했다. '만화극(漫剧)'은 출시 2개월 만에 15억 위안 이상의 조회 수를 기록하였고 그 중에서도 콰이칸 앱 내 누적 조회 수는 1억, 누적 구독자 수는 300만 명에 달하였다.<sup>20</sup> 또한 2022년에는 총 200편 이상의 작품이 애니메이션, 영화 및 기타 형식의 리메이크 할 것을 승인하였으며 단행본 출간도 병행하여 이

18 腾讯网\_东西文娱. <快看首提“盈利”目标：内容、商业、技术三位一体，提升漫画行业天花板>. <https://new.qq.com/rain/a/20230719A02Y7N00>(검색일자: 2023.12.1.)

19 百度\_三文娱. <第三届原创条漫大赛举行，快看为漫画创作者打造职业进阶之路>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1716782875088650975&wfr=spider&or=pc>(검색일자: 2023.12.1.)

20 Bilibili\_三文娱. <腾讯视频公布104部动画项目，快看投10亿做视频漫剧>. <http://www.bilibili.com/read/cv12566872/>(검색일자: 2023.12.1.)

미 중국 최대 만화책 출판사로 자리 잡았다. 연간 500만 부 이상의 초판 인쇄 계약을 체결했으며,<sup>21</sup> 수십 편의 작품이 다국어 해외 단행본으로 계약되어 독일, 이탈리아, 브라질, 프랑스, 러시아, 일본 등 만화 출판 시장에 성공적으로 진출하였다. 마지막으로 IP 오픈 전략에서는 영화사 연맹과 협력하는 방식을 취하고 있다. 즉 IP가 잠재력이 있다고 판단되면 IP 개발부서에서 연구, 판단, 평가 체계로 작품의 가치를 인정된 후 IP를 대대적으로 홍보하는 방식을 취하고 있다. 예를 들어 스타에게 명확한 작품 지향성을 가진 만화 홍보를 부탁하여 많은 사람의 관심을 끄는 것 등이 있다.<sup>22</sup> 또한 실제로 IP 개발부서가 앞장서 영화사와 협의해 분기마다 10개의 IP를 영화사에 추천하고 있다.

이밖에 IP 오프라인 이벤트를 열어 콰이칸 만화책들을 KKWorld 오프라인 만화 테마파크를 개최하고 있다. 2011년 콰이칸 '콜럼버스 프로젝트(哥伦布计划)'를 발표하여 글로벌 시장 진출을 본격화하였다. 단적인 예로 2023년 콰이칸은 일본 만화 플랫폼 픽코마(piccoma)와 전략적 제휴를 맺고 한국 대형 엔터테인먼트사인 CJ 계열사인 CJ올리브네트웍스와 만화 드라마 해외 배급 제휴를 추진하였다.<sup>23</sup> 그러나 아직 콘텐츠를 해외로 수출 수준에 머물고 있으며, 네이버와 카카오와 같은 외국과의 연계된 프로젝트는 아직 초기 단계 수준이다.

## (2) 텐센트동만(腾讯动漫)

텐센트동만은 2012년에 설립되었으며 '엔터테인먼트의 범용화 시대' 전

21 搜狐网\_砍柴网. <漫画IP生产体系领跑, 快看构筑行业护城河>. [https://acg.sohu.com/a/654076531\\_104421](https://acg.sohu.com/a/654076531_104421)(검색일자: 2023.12.1.)

22 界面新闻\_影视前沿. <成功操盘《快哥》“三连击”快看漫画的IP运营攻略>. <http://m.jiemian.com/article/2397959.html>(검색일자: 2023.12.1.)

23 百度\_东西文娱. <快看漫画“哥伦布”计划: 国际化战略纵深下, 国漫出海的模式创新>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1688287197174080544&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)

략을 고수하며 전체 산업체인 운영 사고를 기반으로 전체 산업생태계를 만  
들기 위해 노력하고 있다.<sup>24</sup> 2023년 12월 인기랭킹에 따르면 주로 열혈,  
판타지 어드벤처, 원더우먼 및 기타 주제를 다루고 있으며 남성 유저가 상  
대적으로 많은 것이 특징이다. 또한 텐센트 게임 분야의 독점 지적 재산권  
을 다른 파생 상품 분야로 통합 및 확장을 거듭하고 있으며 애니메이션, 문  
학, 도서 및 기타 파생 상품 콘텐츠 산업에 대한 지속적인 권한을 부여하고  
있다. 이를 통해 점차적으로 전체 애니메이션 산업 체인의 발전 경로를 형  
성하고 지적 재산권의 가치를 최대한 활용하고자 하는 전략을 취하고 있다.

콘텐츠 창작 측면에서 텐센트동만은 '100번 프로젝트(百番计划)', '마이  
크로 라이트 프로젝트(微光计划)' 등 문화 강국의 꿈을 실천(闪光新国漫,  
踐行文化强国梦)' 하는 등의 신인 발굴 및 고품질 콘텐츠 창작을 독려하  
며 창작자가 더 많은 고품질 만화를 만들도록 장려하고 있다. 2017년에는  
수익 분배와 현금 인센티브를 통해 만화 작가들의 창작을 자극하는 '마이  
크로 라이트 프로그램'을 출시하였다. 또한 홍보 및 지원, 데이터 분석, 자원  
협력 및 불법 복제 방지를 지원하여 운영 강도를 높이고 작품 성장을 가속  
화 하여 작가의 수익은 높이고 고품질 작품의 창작을 장려하고 있다.<sup>25</sup>

2018년 6월, 텐센트영상(腾讯影视)에서는 중국 공산주의 청년단과 대  
학교 및 웹툰 플랫폼과 함께 '새로운 국가 만화를 빛내고 문화 강국의 꿈을  
실천(政校企三方跨界合作, 让国漫闪光 实践文化强国梦)'하는 프로젝트를  
내세웠다. 이를 위해 전국 대학생 만화 창조 시즌, 만화 관련 분야의 인재  
발굴, 업계 대학의 저명한 교수, 제작자를 초청하여 텐센트 영상 프로젝트  
멘토단을 구성하였다. 수상 학생을 대상으로 맞춤형 교육 및 지도를 실시하  
여 중국 오리지널 웹툰 혁신 역량을 육성하는 것을 목표로 하고 있다.

텐센트동만은 글로벌 시장 진출을 위해 미국 샌프란시스코의 디지털 출  
판사 Apas Media)와 손잡고 북미 만화 시장에 뛰어들었으며 영문판 중

<sup>24</sup> 徐行(2015). <腾讯动漫平台发展研究>. 석사학위 논문, 지양시제경대학 대학원, pp. 18.

<sup>25</sup> 百度\_三文娱. <现金激励, 推广扶持, 腾讯动漫推出微光计划能为行业带来什么?>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1577622481873473750&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)

국 만화책을 내놓기로 합의하였다. 2018년 동남아시아에서 만화 앱 <WeComics>를 출시했지만, 큰 반응을 얻지 못했다. 이처럼 전반적으로 일부 만화 작품이 세계 시장에 출시만 된 초기 단계에 머물고 있다.

### (3) 빌리빌리만화(Bilibili, 哔哩哔哩漫画)

빌리빌리는 2018년 10월 설립된 영상 플랫폼으로 중국 버전의 Youtube라고 볼 수 있다. 빌리빌리는 2018년 12월 넷이즈 코믹스(网易漫画)를 인수하고 2021년 요우야오치(有妖气)와 합병하여 일본 만화 등 해외 만화의 IP, 인기 소설 IP를 원작으로 한 플랫폼 기반의 고품질 만화 플랫폼을 만들었다. 작품의 주제가 다양하고 다수의 만화 마니아가 이용하는 것이 빌리빌리만화의 특징이다.

빌리빌리만화는 콘텐츠 측면에서 창작자를 양성하는 데 주로 다음과 같은 특징이 있다. 첫째, 웹툰 창작자에게 창작과 현금 보상제도를 지원한다. 웹툰 창작자가 플랫폼을 통해 고품질의 작품을 창작하도록 장려하고 이에 상응하는 인센티브와 보상을 제공하기 위해 창작 계획과 활동을 발표하였다. 또한 웹툰 창작자는 광고, 유료 구독 및 가상 선물을 통해 경제적 보상을 받을 수 있다. 둘째, 웹툰 창작자에게 풍부한 파생상품 개발과 협업 기회를 제공한다. 빌리빌리만화 플랫폼에서 인기 있는 만화 작품은 종종 음악 제작, 게임 개발, 굿즈 등과 같은 관련 파생상품으로 파트너의 관심을 끌 수 있으므로 웹툰 창작자에게 더 많은 비즈니스 협력 기회를 제공하고 있다.<sup>26</sup> 셋째, IP 구축 능력을 높이고 해외 만화 작품에 대한 의존도를 줄이기 위해 창작자 육성 전략을 채택하였다. 예를 들어 2022년 상반기에는 연말까지 소설/시나리오 공모전을 개최하였으며 모집 범위는 남성향과 여성향으로 다양하며, 동시에 우수한 작품을 각색하겠다고 밝혔다.

최근 몇 년 동안 애니메이션, 소설, MCN 및 기타 회사를 인수했다. 2021년 중국의 유명 2차원 애니메이션 회사 에몽 애니메이션(绘梦动画)을 인수했고<sup>27</sup> 2022년에는 가상 아이돌 제조사인 치엔이 인터넷(迁誉网

26 网易\_王氏教育佳晴老师. <漫画设计学校, 国内哔哩哔哩对漫画行业有什么帮助>. <https://www.163.com/dy/article/IDCQA0B8055646EA.html> (검색일자: 2023.12.1.)

络) 인수 및 MCN 기관인 웨이옌웨이(歪研会), 라이트 노벨 읽기·쓰기 플랫폼 SF 라이트 노벨(SF轻小说)에도 투자를 진행하였다.

해외판 버전은 2021년 4월에 출시되었으며 현재 500여 편의 작품이 있고 중국 웹툰과 일부 한국 웹툰을 포함하여 모두 빌리빌리 관련 작품이다. 일부 작품은 인도네시아어판, 프랑스어판으로도 출시되었다. 월간 사용자는 1,500만 명이 넘으며 한·중·일 이외 영어시장에서는 82만 4,000명으로 가장 큰 영향력이 있다. 최대 인기 콘텐츠는 동명의 소설을 원작으로 한 티엔관츠후(天官賜福, Heaven Official's Blessing), 애니메이션판은 Funimation, Netflix 등의 해외 스트리밍 플랫폼에서 상영되고 있다.

#### IV. 한·중 웹툰 IP 활성화 비교분석

##### 1. 한국 웹툰 플랫폼의 IP 활성화 전략

첫째, 네이버 웹툰과 카카오는 콘텐츠 창작에 있어 창작자에게 성장할 수 있는 공간과 수익을 보장한다. 이 중 네이버 웹툰은 AI 기술을 활용하여 창작자에게 편리한 그래픽 기술을 제공함으로써 창작자가 빠르게 콘텐츠를 완성할 수 있도록 지원하고 있다. 둘째, 웹툰 IP를 기반으로 자회사인 영상 제작사를 인수하여 콘텐츠를 영상화하고 영상제작사와 매니지먼트사의 협업을 통해 영상을 제작한다. 또한 자사 플랫폼뿐만 아니라 커머스, 메타버스 등 다양한 디지털 영상 플랫폼에 영상물을 공급해 부가 수익을 확대하는 등 콘텐츠 제작과 유통 플랫폼을 수직계열화해 콘텐츠 생태계를 확장하고 있다.

웹툰 세계 시장은 웹툰 IP 기반의 영화, 드라마, 게임을 포함한다면 관련 규모는 최대 100조 원까지 커질 것으로 전망되며<sup>28</sup> 글로벌 시장 진출을 통해 만화 IP를 확장하고 더욱 큰 수익을 낼 수 있다. 따라서 한국을 대표하

27 澎湃. <6年投资24家动漫公司, B站的国创野望>. [https://m.thepaper.cn/baijiahao\\_11766374](https://m.thepaper.cn/baijiahao_11766374) (검색일자: 2023.12.1.)

28 ZDNET KOREA. <네이버-카카오, 글로벌 플랫폼 구축하고 콘텐츠IP 확보에 주력>. <https://zdnet.co.kr/view/?no=20210426171712> (검색일자: 2023.12.1.)

는 IT 콘텐츠 기업 네이버와 카카오는 일본, 동남아, 유럽, 북미 등 전 세계 각 지역에서 웹툰 시장을 점유하기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있다.<sup>29</sup> 네이버는 미국의 영상제작사 인수를 통해 영어 문화권을 대상으로 웹툰 IP의 영상화 작업을 목표로하고 있고 카카오는 일본에 영상제작사를 설립하여 영상화 작업을 진행할 계획이다. 네이버는 시장 규모가 큰 영어권 시장을 목표로 삼았지만, 카카오는 영향력 확대가 용이한 일본 시장을 선택했다는 점에서 전략적인 차이가 있다. 또한 현지 플랫폼을 인수하는 것이 공통적인 특징으로 이는 세계 시장 점유율을 높이기 위한 전략이라고 할 수 있다.

종합하면 네이버 웹툰은 웹툰 콘텐츠 IP를 기반으로 영상 콘텐츠를 제작하고, 그중에서도 영화와 드라마 제작에 집중함으로써 현지 이용자들의 취향에 맞는 콘텐츠를 개발하기 위해 현지 콘텐츠를 제작할 수 있는 기반을 마련하고자 하고 있다. 반면, 카카오는 사업 다각화에 더욱 많은 투자를 지속하면서 영상 콘텐츠 제작사는 물론 엔터테인먼트 회사와 콘텐츠 기획사를 인수하는 등의 적극적인 투자 행보를 보이고 있다.

## 2. 중국 웹툰 플랫폼의 IP 활성화 전략

중국의 특징으로는 첫째, 콘텐츠 창작 측면에서 창작자를 위한 다양한 육성 프로그램을 시행하고 창작자의 이익을 더 보장하고 양질의 웹툰 IP를 많이 탄생시키는 선순환 구조에 집중하고 있다. 텐센트동만은 텐센트의 고품질 자원을 활용하여 만화 콘텐츠에 대한 독자의 피드백을 실시간으로 모니터링하여 후속 만화 콘텐츠를 제작할 때 적극적으로 반영하고자 하고 있다. 빌리빌리만화는 외국 만화를 적극적으로 활용한다는 점에서 중국 내 플랫폼과 차이가 있다.

두 번째 특징으로는 콰이칸은 텐센트동만, 빌리빌리만화에 비해 규모가 작으므로 주로 외부 투자를 많이 제공받고 있다. 대기업인 텐센트와 빌리빌리는 자체적인 콘텐츠 생태계를 구축하고 있어 주로 다양한 콘텐츠 제작사

<sup>29</sup> ZDNET KOREA. <네이버-카카오, 글로벌 플랫폼 구축하고 콘텐츠IP 확보에 주력>. <https://zdnet.co.kr/view/?no=20210426171712>(검색일자: 2023.12.1.)

를 인수하며 세력을 넓히고 있다. 셋째, IP 2차 제작 측면에서 콰이칸은 영상화된 '만화'를 선보이고 있는 등 새로운 콘텐츠를 개발하여 사용자의 다양한 요구를 충족시키고자 한다. 텐센트동만과 빌리빌리만화는 비교적 완성형의 산업 사슬을 가지고 있으며 IP 2차 제작은 주로 애니메이션과 게임을 주 대상으로 하고 있다. IP 오프라인 테마 이벤트와 더불어 글로벌 시장으로 진출하기 위한 웹툰 앱을 출시하는 등의 초기 단계에 접어들었다.

콰이칸은 고품질의 풍부한 오리지널 콘텐츠를 생산하기 위한 전문 만화 플랫폼으로 IP의 적극적 발굴에 더욱 많은 관심을 기울이고 있다. 또한 텐센트동만은 텐센트 산하 웹툰 플랫폼으로 자체 산업 체인의 특성과 팬 엔터테인먼트 레이아웃에 의존하고 있으며 텐센트는 비교적 성숙한 산업시스템 및 자원우위 및 높은 트래픽이 강점이다. 빌리빌리만화는 동영상 플랫폼의 강점을 활용하여 일본 만화의 IP 도입 및 인기 소설을 만화 웹툰으로써의 제작하는 등의 영역 확대에 힘쓰고 있다.

### 3. 한·중 웹툰 플랫폼 IP 활성화 비교분석

한국과 중국의 주요 웹툰 플랫폼의 IP전략은 이른바 양성 시스템으로 네이버와 콰이칸, 빌리빌리 등에서 아미추어 창작자를 양성하는 데 중점을 두고 있다. 반면 카카오와 텐센트는 전문 만화 창작자들을 양성하고 이를 적극적으로 활용하는 데 중점을 두고 있으며 이를 위해 네이버는 신기술 활용(AI)을 활용하고 있기도 하다. 둘째, IP 보호도 매우 중요한 정책으로 네이버 웹툰은 터레이터 기술을 활용하고 불법 복제를 억제함으로써 네이버 웹툰의 저작권을 보장하고 있다. IP 효과 모니터링 측면에서 텐센트동만은 빅데이터를 사용하여 만화 콘텐츠를 감지하고 콘텐츠 창작자에게 실시간 피드백을 제공하여 독자의 의견에 따라 콘텐츠를 수정할 수 있도록 하고 있다. 빅데이터를 통해 독자의 선호도를 파악하여 마케팅 또는 2차 제작을 결정함으로써 IP 개발 후의 리스크를 방지하고 있다. 셋째, IP 2차 제작에서 한국은 주로 웹툰 IP 영상화를 목표로 하고 있으며, 중국은 주로 영상화 및 관련 이벤트(전시, 콜라보 형태 등)에 주력하고 있다. 넷째, 한국의 경우에는 이미 글로벌 시장에 진출을 시작하였고 중국은 아직 초기 단계에 있다.

요약하면 한국과 중국 모두 웹툰 IP 활성화에 많은 노력을 기울이고 있지만, 한국은 세계 시장에서 영역을 확장하는데 더욱 중점을 두고 있다. 중국의 시장에 초점을 맞추고 완전한 산업 생태계를 갖춘 전문 웹툰 플랫폼을 구축하기 위해 노력하고 있다.

| 국가        | 한국  |   | 중국  |                   |                                |             |
|-----------|-----|---|---|-------------------|--------------------------------|-------------|
|           | 플랫폼 | 네이버 웹툰                                      | 카카오   | 콰이칸               | 텐센트동만                          | 빌리빌리만화      |
| IP 활성화 전략 |     | 1) '로컬 크리에이터 생태계' 구축<br>2) 북미 기반의 글로벌 시장 구축 | 1) 슈퍼 IP 유니버스 프로젝트<br>2) 일본을 기반으로 한 글로벌 시장 구축 | 부티크화, 전문화, 세계화 전략 | '엔터테인먼트의 범용화 시대' 전략, 전체적인 산업사슬 | 이차원적 생태계 구축 |

표 4. 한국과 중국의 웹툰 플랫폼 IP 활성화 전략

## V. 결론

본 연구는 한국과 중국 웹툰 플랫폼의 IP 활성화 전략, 웹툰 콘텐츠, 웹툰 IP 보호, 웹툰 IP 2차 제작, 글로벌 시장 상황에 대해 분석하고자 하였다. 이를 위해 우선 한국 웹툰 플랫폼 네이버와 카카오의 IP 활성화 특징을 비교 분석하였으며 다음으로, IP 활성화에서 중국 웹툰 플랫폼 콰이칸, 텐센트동만, 빌리빌리만화의 특징에 대해 비교하였다. 마지막으로 웹툰 플랫폼 IP 활성화를 위한 한국과 중국의 특징을 제시하였으며 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 한국 웹툰 플랫폼 IP 활성화의 특징으로 네이버는 웹툰 콘텐츠 IP를 기반으로 영상 콘텐츠를 제작하고, 그중에서도 영화와 드라마 제작에 집중하여 현지 사용자 취향에 맞는 콘텐츠를 제작하기 위한 기반을 마련하였다. 반면 카카오는 사업 다각화에 많은 투자를 하여 영상 콘텐츠 제작사 및 배우와 가수를 보유한 콘텐츠 기획사를 인수하였다.

둘째, 중국 웹툰 플랫폼 IP 활성화의 특징으로 콰이칸은 전문 만화플랫폼으로서 고품질의 풍부한 장르의 오리지널 콘텐츠를 생산하기 위해 IP의

심도 있는 발굴에 더욱 중점을 두고 있다는 것이 두드러진 특징 중 하나이다. 텐센트동만은 텐센트 산하 웹툰 플랫폼으로 전반적인 산업 체인의 특성과 팬 엔터테인먼트 레이아웃에 의존하고 있다. 텐센트의 완성형의 생태학적 지원과 고품질 자원 및 트래픽 우위가 강점이라고 할 수 있다. 빌리빌리만화는 2차원 문화 집결지인 동영상 플랫폼으로 일본 만화 등 해외 만화의 IP 도입과 인기 소설 IP를 원작으로 한 만화 등으로 구성되어 있다. 또한 빌리빌리만화는 빌리빌리의 자원에 의존하고 있으며 완전한 2차원 생태계 구축에 중점을 두고 있다.

셋째, 한국과 중국의 웹툰 플랫폼 IP 활성화를 비교 분석한 결과 한국과 중국의 웹툰은 IP 2차 제작에 있어서 차이점이 있다. 한국은 오리지널 만화를 통해 드라마, 영화, 애니메이션, 게임 등으로 확장되는 OSMU 모델을 구축하고 있지만 중국의 경우 주로 영상화와 테마 만화 전시회를 위주로 하고 있다. 최근 몇 년 동안 중국 웹툰 플랫폼에서는 매년 테마 만화 전시회를 개최하여 웹툰 플랫폼에서 IP 플랫폼으로 전환을 꾀하고 있다. 둘째, 한국과 중국 웹툰 플랫폼은 IP 활성화 전략 방면에서 차이점이 있다. 한국 웹툰은 주로 시장 확대와 IP 발굴을 목표로 하고 있는데 중국 시장에서는 충분히 기반을 다졌으므로 더욱 큰 수익창출을 위해 글로벌 시장으로의 진출을 거듭하고 있다. 네이버는 북미 기반의 글로벌 시장을, 카카오는 일본 기반의 세계 시장을 구축하고 있다. 반면 중국은 전체 산업 체인을 목표로 하고 있으며 중국 웹툰은 한국보다 출발은 늦었으나 상대적으로 인구수가 많기 때문에 한국에 비해 더욱 큰 시장 규모를 가지고 있다. 이러한 차이 때문에 양국은 웹툰 플랫폼에서의 IP 활성화 전략에서 차이점이 있다. 마지막으로 AI 기술을 적극적으로 활용하고 있다는 점이다. 네이버 웹툰은 AI 기술을 활용해 IP를 보호하고 그래픽 방식을 제공하여 창작자가 보다 효율적으로 만화 작품을 완성할 수 있도록 돕고 있다. 중국 텐센트동만은 AI 기술을 사용하여 웹툰 콘텐츠에 대한 독자의 반응을 모니터링하고 독자의 피드백을 즉각적으로 수용할 수 있도록 하고 있다. 또한 AI 빅데이터를 활용하여 IP에 대한 사람들의 선호도를 감지하여 사람들이 좋아하는 IP를 재생산하는 전략을 쓰고 있다. 한국과 중국의 만화 웹툰 IP 전략은 나날이 변화하고 있으며 이는 한중 웹툰 성장에 중요한 시사점이라고 할 수 있다.

## 참고문헌

### 단행본

- 한국콘텐츠진흥원(2023), 《2023 만화산업백서》, 한국콘텐츠진흥원.
- 国家新闻出版广电总局规划发展司(2017), 《中国网络漫画出版发展报告》, 社会科学文献出版社.
- HANA(2018), <韩国新媒体产业发展及其动因研究>. 上海大学 博士学位论文.
- 徐行(2015), <腾讯动漫平台发展研究>. 江西财经大学 硕士学位论文.

### 온라인 자료

- 서울신학대학보사. <네이버웹툰과 카카오페이지, 무엇을 볼까?><http://www.stupress.co.kr/news/articleView.html?idxno=532>(검색일자: 2023.12.1.)
- 이지경제. <웹툰시장 연매출 1.5조 돌파...5년새 4배 성장>. <http://www.ezyeconomy.com>(검색일자: 2023.12.1.)
- BRUNCH STORY. <네이버가 웹툰 IP를 확장하는 방법>. <https://brunch.co.kr/@webtoon1031/19>(검색일자: 2023.12.1.)
- BRUNCH STORY. <카카오가 웹툰 IP를 확장하는 방법>. <https://brunch.co.kr/@webtoon1031/40>(검색일자: 2023.12.1.)
- MTN뉴스. <카카오, 日 콘텐츠 공룡 '카도카와' 최대주주 등극>. <https://news.mtn.co.kr/news-detail/2021012600393597643>(검색일자: 2023.12.1.)
- ZDNET KOREA. <네이버-카카오, 글로벌 플랫폼 구축하고 콘텐츠IP 확보에 주력>. (2021.4.27.), <https://zdnet.co.kr/view/?no=20210426171712> (검색일자: 2023.12.1.)
- Bilibili\_三文娱. <腾讯视频公布104部动画项目, 快看投10亿做视频漫剧>. <https://www.bilibili.com/read/cv12566872/>(검색일자: 2023.12.1.)
- 百度\_东西文娱. <快看首提盈利目标: 内容, 商业, 技术三位一体, 提升行业天花板>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1771822147379694521&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)
- 百度\_东西文娱. <快看漫画“哥伦布”计划: 国际化战略纵深下, 国漫出海的模式创新>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1688287197174080544&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)

- 百度\_三文娱. <现金激励, 推广扶持, 腾讯动漫推出微光计划能为行业带来什么?> <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1577622481873473750&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)
- 百度\_三文娱. <第三届原创条漫大赛举行, 快看为漫画创作者打造职业进阶之路>. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1716782875088650975&wfr=spider&for=pc>(검색일자: 2023.12.1.)
- 界面新闻\_影视前沿. <成功操盘《快哥》“三连击”快看漫画的IP运营攻略>. <https://m.jiemian.com/article/2397959.html>(검색일자: 2023.12.1.)
- 个人图书馆. <2020年快看漫画: 新上作品约1600部, 新作累计收藏数1.1亿>. [http://www.360doc.com/content/12/0121/07/73379559\\_957250975.shtml](http://www.360doc.com/content/12/0121/07/73379559_957250975.shtml)(검색일자: 2023.12.1.)
- 澎湃. <6年投资24家动漫公司, B站的国创野望>. [https://m.thepaper.cn/baijiahao\\_11766374](https://m.thepaper.cn/baijiahao_11766374)(검색일자: 2023.12.1.)
- 搜狐网\_砍柴网. <漫画IP生产体系领跑, 快看构筑行业护城河>. [https://acg.sohu.com/a/654076531\\_104421](https://acg.sohu.com/a/654076531_104421)(검색일자: 2023.12.1.)
- 网易\_王氏教育佳晴老师. <漫画设计学校, 国内哔哩哔哩对漫画行业有什么帮助>. <https://www.163.com/dy/article/IDCQA0B8055646EA.html>(검색일자: 2023.12.1.)
- 艾瑞咨询. 2016年中国漫画行业报告. 2016.

## ■ Abstract

### Comparison of Korean–Chinese Webtoon IP Activation Strategies

Zhao, Jun (Busan University), Yoon, Ki-Heon (Busan University)

The rapid growth of the use of known IPs into the core of the entertainment industry has revealed the enormous commercial potential of the IP industry, leading to webtoons attracting attention as an important source of IPs. A comparative analysis of research on the differing promotion and utilization strategies of webtoon IPs in Korea and China may have implications for the usage of webtoon IPs. First, we will display the importance and value of IPs, describe how Korean and Chinese webtoons have been developed and the current situation of both countries, and then compare the characteristics of webtoon platforms in Korea and China through the lens of IP utilization. Finally, we will compare and contrast the development and characteristics of webtoon platforms in Korea and China, and the accompanying strategies implemented by those platforms. When it comes to content creation, both Korea and China are attempting to nurture the IP ecosystem through creator training programs and mergers and acquisitions of related companies. In addition, Korea and China are expanding webtoon IP through secondary IP production, video production, and themed events. Additionally, both countries are seeking to expand the influence of their

webtoon IPs through film or television adaptations, themed events, and other means. Accordingly, Korea is pursuing a strategy of adapting webtoon IP contents into video content formats and diversifying business chains.

The global market is also constantly expanding through mergers and acquisitions, links to web novels, and other strategies. Because China's webtoon platforms have such a comparatively large userbase, their main strategy is to focus on the domestic market. In line with the purpose of 'the era of commoditization of entertainment,' we are continuously improving the quality of our works and focusing on various video productions and events. They are constantly seeking to improve the quality of their products, as well as focusing on various video adaptations and events, in order to fulfill their purpose of 'the era of commoditization of entertainment.' However, the reality is that Korea is ahead of China from a global perspective.

(Key Words: Korean-Chinese webtoons, webtoon IP activation, webtoon IP)

논문투고일 : 2023년 12월 10일

심사완료일 : 2023년 12월 22일

수정완료일 : 2023년 12월 28일

게재확정일 : 2023년 12월 28일