학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

후발국 문화산업 육성 전략의 유사성 연구
- 한국과 중국의 문화산업 정책을 중심으로 -

권기영 (인천대)

1. 서론

본 논문은 1990년대 후반 이래 한국과 중국 정부가 추진했던 문화산업 정책에 관한 비교 분석을 통해 후발국(late-developing countries)이 선진국의 문화산업을 추격(catch-up)하기 위하여 국가가 어떤 역할을 수행했으며, 그 특징은 무엇인지를 살펴보는데 목적이 있다. 그리고 이러한 목적을 위하여 본 논문은 한국과 중국의 문화산업 정책에 대한 비교 분석을 진행하고자 한다. 문화산업 초기 단계에서 한국과 중국의 정책적 경험은 다음과 같은 몇 가지 이유에서 여타 후발국들에게도 시사하는 바가 많을 것으로 생각된다.

첫째, 한국과 중국은 1990년대 중반 이후 후발국 가운데 문화산업을 전략산업으로 선정하고, 정부가 적극적으로 개입하여 문화산업 진흥을 추진했던 대표적인 국가였다.

둘째, 후발국의 문화산업 발전 과정에 있어서도 이른바 '동아시아 발전모델'이라는 가설이 성립할 수 있는가? 물론 '동아시아 모델'에 대해서도 다양한 견해가 존재하는데 가장 대표적인 것이 바로 '발전국가론(developmental states), 즉 정부 주도의 경제계획 수립, 특정 부문 집중 육성을 위한 산업정책, 기업에 대한 정부의 우위, 금융자원 배분에서 정부의 절대적 권한 행사 등을 강조하는 견해다.[1] 그런데 1990년대 후반 이후 한국과 중국의 문화산업 정책의 수립과 추진에는 '동아시아 발전국가'의 경험과 방식이 상당부분 반영되어 있는 것으로 보인다.

셋째, 동아시아 지역의 문화적 유사성과는 별도로 한국과 중국은 2차 세계대전 이후 각기 다른 정치 및 사회 체제를 구축해 왔다. 비록 냉전체제가 종식되었다고는 하나 자본주의와 사회주의적 전통은 여전히 한국과 중국의 사회 전반에 핵심적인 기초를 이루고 있으며, 국가의 정책 수립과 추진에도 결정적인 영향을 미치고 있다. 오랜 기간 동안 문화적 공감대를 형성해 온 동아시아 국가들에게 있어서 자본주의적 경험과 사회주의적 경험이 경제발전 및 문화산업 발전을 추진하는 데 있어서 어떤 역할을 하고 있는지에 관한 문제는 대단히 흥미로운 주제인데, 이와 관련하여 한국과 중국의 경험은 상당히 전형적인 비교 모델이 될 수 있다고 생각된다.

이러한 문제의식을 바탕으로 본 논문은 한국과 중국의 문화산업 정책을 정책 기능, 정책 대상, 정책 수단, 정책 방향이라는 4개의 영역을 중심으로 거시적 관점에서 비교 분석하되 특히 동아시아 발전 모델과의 유사점에 보다 주목하여 그 특징을 살펴보고자 한다.

---

1) 백승욱, 『세계화의 경계에 선 중국』, 창비, 2008. 230~231쪽.

www.kci.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

2. 정책 기능 : 기업가적 비전과 제도

신자유주의를 비판하면서 경제 발전에 있어서 국가의 역할을 강조하는 장하준은 후발국의 경제 발전 과정에서 가장 핵심적인 기여를 한 요소로써 국가의 기업가적 역할을 꼽았다. 그에 따르면 후발국들은 보통 5년이라는 중기적 단위로 입안되는 경제계획안과 '백서' 등의 보완적인 정책 문서를 통해 산업 구조를 고도화하는 방법을 설계했다.[2)]

한국의 경우 문화산업에 관한 최초의 장기발전계획은 1999년에 수립된 <문화산업발전 5개년 계획>인데, 이 계획은 2000년에 <문화산업비전 21>로 보완되었고, 다시 2001년에는 <콘텐츠코리아비전 21>로 보완되었다.

<한국의 역대 정부별 문화산업 진흥계획>

구 분	콘텐츠코리아비전 21 (2001년)	문화강국(C-KOREA) 2010 비전 (2005년)	콘텐츠산업진흥계획 (1차, 2011년)
비 전	21세기 문화대국·지식경제강국 구현	문화로 부강하고 행복한 대한민국	스마트콘텐츠 코리아 구현
목 표	2003년 문화콘텐츠 핵심생산국 진입기반 마련	세계 5대 문화산업 강국 실현	2015년 세계 콘텐츠산업 5대 강국 진입
전 략	①고품질 문화콘텐츠 개발 지원 ②문화콘텐츠산업 간 시너지효과 극대화 ③전략 콘텐츠산업 분야 집중 육성	①국제수준의 문화산업 시장 육성 ②문화산업 유통구조 혁신 ③저작권산업 활성화 ④한류세계화	①범국가적 콘텐츠산업 육성체계 마련 ②국가창조력 제고를 통한 청년 일자리 창출 ③글로벌 시장 진출 확대 ④동반성장 생태계 조성 ⑤제작·유통·기술 등 핵심기반 강화

이러한 국가의 기업가적 역할은 중국의 경우에도 동일하게 나타난다. 중국 정부는 21세기 초부터 다양한 형태로 문화산업 육성에 관한 정부 입장을 표명해 왔다. 그리고 이러한 중국 정부의 정책은 특히 문화산업 초기단계에 있는 후발국의 상황에서 대단히 중요한 산업구조 혁신의 동력으로 작용하게 된다.

<중국의 주요 문화산업 발전계획>

발표시기	정책 문건	문화산업 발전 목표
2003.9.4.	문화산업 발전을 지원하고 촉진하는 것에 관한 몇 가지 의견(문화부)	2010년까지 문화산업 발전에 유리한 정책법규체계 완비, 발달한 문화상품 생산 체계 및 문화시장 체계 형성,
2006.9.13.	국가 '115' 시기 문화발전계획 강요	11차 5개년 계획 시기 문화 및 관련 산업의 부가가치를 동시기 경제성장 속도보다 높게 하여 국내 총생산에서의 비중을 증대시킴
2009.9.10.	문화산업 발전 가속화에 관한 지도의견(문화부)	문화산업 발전 속도를 높여 국민경제 가운데 점유 비율을 높이고, 12차 5개년 계획 말에 문화산업 부가가치를 2007년의 2배가 되도록 육성
2009.9.26.	문화산업진흥계획	문화산업의 양질의 발전을 추동하여 문화산업을 국민경제의 새로운 성장점으로 육성

2) 장하준, 『국가의 역할』, 부키, 2010. 99~100쪽.

www.krm.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

2011.10.18.	문화체제개혁 심화와 사회주의 문화 대발전, 대번영을 추동하기 위한 중대 문제에 관한 결정	2020년까지 목표 : 문화산업을 국민경제 지주산업이 되도록 함. 총체적 실력과 국제 경쟁력 강화. 공유제를 주체로 다양한 소유제가 공동 발전하는 문화산업 체계 형성
2012.2.15.	국가 '125' 시기 문화개혁 발전계획 강요	2015년까지 목표 : 현대 문화산업체계와 문화시장체계를 건립. 문화산업 부가가치의 국민경제 비중을 제고. 문화산업을 국민경제 지주산업이 되도록 함
2012.2.23.	'125' 시기 문화산업 배증계획	12차 5개년 계획 기간 문화산업 평균 성장률을 20% 이상이 되도록 하고, 2015년에는 2010년의 2배가 되도록 함

물론 한국과 중국 정부는 이러한 비전의 제시에만 머문 것은 아니다. 비록 국가적 환경의 차이로 인한 속도와 방식의 차이는 있지만 양국 정부 모두 이러한 비전을 실현하기 위한 현실적인 제도적 장치 마련에도 주의를 기울였다. 문화산업 발전을 위한 국가의 제도 정비는 무엇보다 관련 법률·법규의 제정과 개정으로 나타났다.

한국의 경우 1962년 제정되었던 <영화법>이 1995년 <영화진흥법>으로 전면 개정되었고, 연이어 <문화산업진흥기본법>(1999) 제정, <음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률>(1999) 제정, <저작권법>(1999) 제정, <공연법>(1999) 제정, <방송법>(2000) 제정, <출판 및 인쇄진흥법>(2002) 제정, <온라인 디지털콘텐츠산업 발전법>(2002) 제정 등이 추진되었다. 이러한 법률들은 대체로 ①관련 산업 범위에 대한 규정, ②산업 진흥을 위한 정부의 역할 규정, ③정책 추진 기구의 설치 규정, ④산업 지원 근거 규정, ⑤산업단지 조성이나 산업진흥기금 설치 등에 관한 법적 근거를 마련함으로써 산업 진흥을 위한 종합적인 체계를 확립했다.

중국의 경우 법률보다는 문화시장 및 문화산업에 대한 체계적 관리를 위한 법규의 제정이 활발히 진행되었다. <방송TV관리조례>(1997), <인쇄관리조례>(2001), <영화관리조례>(2002), <출판관리조례>(2002), <음반영상제품관리조례>(2002) 등이 발표되었고, 특히 2000년에 국무원이 발표한 <중화인민공화국전신조례>와 <인터넷콘텐츠서비스관리방법>은 인터넷을 미디어가 아닌 하이테크산업으로 간주하고, 민간자본의 진입 문턱을 낮춤으로써 2000년대 중국 인터넷산업의 신속한 발전을 견인한 것으로 평가되었다.

이러한 사실들을 종합해 보면 문화산업 후발국의 경우 산업기반이 제대로 갖추어있지 않은 초기 단계에서 문화산업 시장의 형성과 발전, 기업의 진입과 투자의 확대를 도모하는데 국가의 역할이 중요하게 작동했음을 알 수 있다. 그리고 그러한 역할의 주요 내용은 기업가적 비전의 제시, 법제도의 정비, 산업인프라 구축 등 기업과 시장에게 신뢰성 있는 방향성을 제시하는 것이었다.

3. 정책 대상 : 국내산업 보호와 육성

후발국이 문화산업 정책을 수립하는 과정에서 직면하게 되는 가장 근본적인 문제는 바로 자국의 문화산업이 초보적 단계에 처해 있으며, 선진국과의 경쟁에서 비교우위를 갖고 있지 못하다는 점이었다. 사실상 이것이 바로 후발국 경제 추격의 출발점이라고 할 수 있는데, 19세기 영국뿐만 아니라 당시 후발국이었던 독일과 미국, 20세기 중반 이후 일본을 비롯한 동아시아 후발국들의 경제 추격 과정에서 당시 비교열위에 있던 자국 산업에 대한 보호

www.krm.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

정책이 핵심적 역할을 했다고 평가된다.

중국은 외국 문화산업의 진입에 대한 규제가 상대적으로 강한 나라에 속하는데 중국의 규제정책은 다음과 같은 몇 가지 특징을 보여준다.

첫째, 외국기업의 중국시장 진입에 대한 규제정책이다. 2005년에 발표된 <문화영역에서 외자 진입에 관한 몇 가지 의견>은 중국에서 외국기업의 경영활동에 대해 허가와 금지 사상을 명확하게 규정하고 있는데, 문화상품의 직접적 소비와 관련된 영역을 제외하고는 외국기업의 진입을 원천적으로 봉쇄하고 있음을 알 수 있다. 한국 역시 문화산업 분야에서 외국인 투자에 대해 제한업종을 두고 있다. 예컨대 신문발행업은 30% 미만, 잡지 및 정기간행물 발행업은 50% 미만, 라디오방송업과 지상파방송업은 미개방 분야이고, 프로그램 공급업은 49% 이하 등 외국인투자 비중에 제한을 두고 있다.[3)]

둘째, 수입콘텐츠의 수량에 대한 규제정책이다. <문화상품 수입 관리 강화에 관한 방법>(2005)은 방송프로그램, 영화, 드라마, 애니메이션, 온라인게임, 음반영상제품, 도서, 전자출판물 등의 수입에 있어서 수량을 조절할 것임을 분명히 하고 있다. 또한 방송 시간에 대한 규제도 명시하고 있는데 해외드라마는 황금시간대(19:00～22:00)에 방영을 금지하고 있고[4)], 해외 애니메이션 역시 17:00～21:00까지는 방영할 수 없도록 규정하고 있다. 사실 방송영역은 문화산업 영역 가운데 시장의 원칙만을 적용할 수 없는 특수한 영역에 속하며 한국 역시 규제정책을 시행하고 있다. 2012년에 개정된 <방송법시행령>에 따르면, 지상파 방송사업자는 전체 방송시간의 60%～80%를, 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 40%～70%를 국산 방송프로그램으로 편성하도록 하고 있다.[5)]

셋째, 해외 문화상품을 수입하는 자국 기업에 대한 규제정책이다. 중국 정부는 도서·기간물, 전자출판물, 음반영상제품, 영화, 드라마, 애니메이션과 방송프로그램 등 문화상품의 수입 업무는 반드시 문화부, 광전총국, 신문출판총서가 지정 혹은 허가한 국유문화기업에서 경영하도록 하였다. 국유기업에게 외국 문화상품에 대한 수입권을 독점하게 하는 정책은 WTO 가입 이후 개방이 불가피한 상황에서 통제권을 상실하지 않으려는 중국 정부의 전략적 선택에 따른 것으로 보인다. 여하튼 중국의 이러한 강력한 대외적 규제정책의 목적은 분명한 것이었다. 그것은 무엇보다 거대한 자본력과 기술력으로 무장한 초국가적 기업의 중국시장 지배를 제한함으로써 급속도로 확대되는 중국의 문화시장 공간을 국내 기업에게 우선적으로 제공함과 동시에 국내 기업의 국제적 경쟁력 제고를 위한 여건을 제공하려는 것이었다.

이처럼 한국과 중국의 문화산업 육성을 위한 정책은 국내 산업의 보호와 육성에 초점이 맞춰져 있었다. 그리고 이러한 정책은 동아시아 발전국가들이 과거 전략산업 육성을 위해 사용했던 정책들과 상당히 유사한 모습을 보여준다. 장하준이 분석한 바와 같이 동아시아 발전국가들은 유치산업을 대외 경쟁으로부터 방어하고, 기술 수입의 속도와 형태를 통제하며, 기술 자립 능력을 개발하기 위해 수입품과 외국인 직접투자에 대해 규제정책을 시행했고, 국내적으로도 산업 인허가제와 다른 형태의 진입 규제들을 부과함으로써 건강한 시장 창출을 위해 노력했던 것이다.[6)]

---

3) 정미경, 「콘텐츠산업 외국인직접투자(FDI) 동향」, 『통계로 보는 콘텐츠산업』 제14～21호(통권92호), 한국콘텐츠진흥원, 2014.11.30. 참조.

4) 广电总局, <境外电视节目引进 `播出管理规定>, 2004.9.23.

5) <방송법시행령>제57조, 2012.7.31.

www.krm.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

4. 정책수단 : 금융과 공기업(공공기관)

앞에서 언급한 바와 같이 후발국의 산업정책에서 가장 중요한 기능의 하나가 바로 '기업가적 비전'의 제시였다. 그런데 이러한 정부의 정책이 효과를 가지려면 그 집행에 있어서 금융을 비롯한 실물 자원에 대해 실질적으로 상당한 정도의 통제를 행사할 수 있어야 하며, 동아시아 발전 국가들의 경험에 비추어 볼 때 정부가 활용하는 가장 대표적인 통제 수단은 바로 금융과 공기업에 대한 통제였다.

일반적으로 문화산업 발전 초기단계에서 후발국이 직면하게 되는 가장 커다란 문제는 바로 자금력의 부족에 있었다. 1996년 한국 정부는 경제정책조정회의에서 문화산업의 경쟁력 강화를 위한 정책자금 조성을 위해 '문화산업진흥기금'을 조성하기로 결정했는데, 기금의 주요 사업은 크게 세 개의 영역에서 진행되었다. 첫째는 문화상품 개발 융자사업, 둘째는 유통구조 및 시설현대화 융자사업, 그리고 셋째는 문화산업전문투자조합 출자사업이다. 한국 정부의 이러한 금융지원 정책은 초기단계에서 문화산업을 활성화하는데 상당히 긍정적인 작용을 했던 것으로 평가된다. 이 외에도 한국 정부는 '문화산업 모태펀드' 조성, '특수목적회사(SPC; Special Purpose Company)'인 '문화산업전문회사'의 도입 등을 추진하였다.

중국 정부 역시 문화산업 육성을 위한 금융지원 정책에 많은 노력을 기울였다. 대표적인 정책이 바로 <문화산업 진흥과 발전 번영을 위한 금융지원에 관한 지도의견>(2010)인데, 이를 중심으로 살펴보면 중국 정부의 금융지원 정책은 대체로 다음과 같은 4개의 영역을 중심으로 추진되었다. 첫째는 문화산업의 특성에 적합한 신용대출상품 개발, 신용평가제도 개선, 문화소비에 편리한 대금지불방식 개선, 문화기업 외환관리 개선 등을 중심으로 한 금융서비스 체제 구축이다. 둘째는 다양한 측면의 자본시장을 발전시켜 문화기업의 직접적 융자규모를 확대하는 것이다. 셋째는 문화산업투자기금의 설립과 발전, 그리고 넷째는 문화산업 보험시장의 육성과 발전이었다.

이처럼 후발국은 성장 초기단계에 있는 문화산업을 진흥시키기 위해 금융수단을 매개로 관련 기업을 집중 육성하는 정책을 추진했다. 그런데 한 가지 주목할 만한 것은 중국의 금융지원 정책이 국유기업과 긴밀히 결합된 형태로 나타난다는 점이다. 중국의 경우 국유기업과 관련된 정책은 문화체제개혁을 통해 추진되었다. 그리고 지난 10여 년간 추진한 문화체제개혁의 핵심 과제는 새롭게 형성되는 문화시장에서 기존의 국유문화단위로 하여금 어떻게 경쟁력을 향상시키고 그 영향력을 지속시킬 수 있을 것인가의 문제에 있었다. 이와 관련된 중국 정부의 정책 방향은 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 중국 정부는 공익성과 경영성이라는 두 가지 기능에 근거하여 공익성 문화사업단위와 경영성 문화사업 단위로 구분하고, 둘째, 경영성 문화사업단위를 기업(주식회사) 형태로 전환하며, 셋째 국유기업의 대형화와 과점화를 통해 문화산업의 핵심기업을 육성하고자 하였다. 문화와 관련된 사업주체가 국유단위의 형태로 존재했던 중국에서 문화산업을 육성하기 위해 국유기업을 집중적으로 지원하는 것은 시장주체의 육성이라는 측면에서 대단히 효율적인 방식이라고 할 수 있다.

---

6) 장하준, 『국가의 역할』, 부키, 2010. 329쪽.

www.krm.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

한편 한국 정부는 문화산업 육성을 위해 한국문화콘텐츠진흥원과 같은 공공기관을 설립하여 활용했는데, 이것은 중국과 달리 한국은 문화산업과 관련된 기업이 민간기업 위주로 되어 있고, 공기업의 효율성에 대한 비판에 따라 공기업의 민영화를 추진하고 있던 당시 시대적 흐름을 반영한 것이었다. 이에 따라 한국문화콘텐츠진흥원은 문화산업 육성을 위한 정부의 정책을 종합적·전문적으로 대행하는 기능을 수행했으며, 동시에 정부에 대한 민간기업의 요구 또한 적극적으로 정책에 반영하는 역할도 수행했다.

5. 정책방향 : 해외수출과 클러스터

동아시아 발전국가들이 경제성장 과정에서 취했던 핵심전략의 하나는 바로 수출주도 산업화(Export-led Industrialization) 전략이었다. 그런데 한국과 중국 정부는 문화산업 육성 정책을 수립하면서 초기부터 문화상품의 해외시장 진출을 핵심 과제의 하나로 선정했다. 우선 한국 정부는 <문화산업진흥기본법>(1999)에서 정부가 해외시장 진출을 지원할 수 있는 법적 근거를 마련했고, 역대 정부별 문화산업 진흥 정책에서도 해외시장 진출을 핵심적 과제로 추진되었다.

<한국의 역대 정부별 해외진출 전략>

콘텐츠코리아 비전21 (2001)	문화강국(C-KOREA) 2010 비전 (2005)	콘텐츠산업진흥기본계획 (2011)
(과제5) : 전략적 마케팅으로 세계시장 진출 확대 ①전략지역에 해외시장 진출 거점 확보(해외사무소) ② 'Star Project' 발굴 및 집중 지원 ③세계적인 문화콘텐츠 행사 개최로 콘텐츠 배급 기지화 ④국제공동제작 프로젝트 지원	(과제4) : 한류 세계화를 통한 국가 브랜드파워 강화 ①Korea Plaza 설립 ②아시아문화동반자 1만명 확보 (유통) : 문화콘텐츠 수출정보 시스템(CEIS) 구축 (저작권) : 저작권 수출 활성화를 위한 지원체계 구축	(과제3) : 글로벌시장진출 확대 ①지역별 특성을 고려한 전략적 진출 강화 : 미국·유럽/아시아/중남미 지역의 특성에 따른 차별화 진출 전략 ②글로벌 네트워크 구축 ③글로벌 킬러콘텐츠 집중지원 : 글로벌 콘텐츠펀드 조성/킬러 콘텐츠 발굴·지원

중국 정부 역시 문화상품 및 서비스의 해외진출(走出去) 전략을 문화산업정책의 핵심 전략으로 추진했다. <문화산업진흥계획>(2009)은 5대 목표의 하나로 '문화상품과 서비스의 수출 확대'를 선정했고, <'125' 시기 문화산업 배증계획>(2012)은 10대 주요 임무의 하나로 '문화산업 해외진출 추동'을 꼽았다. 2010년 상무부 등 10개 부처는 연합으로 범정부적 차원에서 문화산업 해외진출에 대한 종합적 지원 방향과 내용을 발표했다[7]. 이러한 정책들은 주로 해외수출을 위한 국가재정지원, 금융지원, 글로벌 판매망 구축, 서비스 지원시스템 구축, 중점 수출기업 지원 등을 골자로 하고 있다.

이처럼 한국과 중국 정부는 문화산업의 해외진출을 지원하기 위해 다양한 정책을 추진했으며, 지원정책의 내용에 있어서도 상당히 유사한 모습을 보여준다. 이러한 정책의 유사성은 대체로 과거 한국과 중국 등 후발국이 추진했던 수출주도형 경제성장의 방식을

7) <关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目相关工作的指导意见>(商服貿發[2010]28号), 2010.2.

www.krm.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

문화산업에도 적용했기 때문이었다.

한편 해외진출과 함께 한국과 중국 정부가 추진한 또 다른 핵심전략은 바로 클러스터를 통한 문화산업 육성이었다. 한국의 경우 <문화산업진흥기본법>에 문화산업단지, 문화산업진흥시설 등에 대한 법적 근거를 마련했고, 2005년에는 지역문화산업 클러스터에 대한 체계적인 육성 및 지원체계 정립을 위해 문화산업 클러스터 지형도를 작성했다.

<한국의 문화산업 클러스터 하위영역>

구 분	문화산업단지	문화산업진흥지구	문화산업진흥시설
개 념	기업, 대학, 연구소, 개인 등이 공동으로 문화산업과 관련한 연구개발, 기술훈련, 정보교류, 공동제작 등을 할 수 있도록 조성한 토지·건물· 시설의 집합체	집적화를 통한 문화산업 관련기업 및 대학, 연구소 등의 영업활동・연구개발・인력양성・공동제작 등을 장려하고 이를 촉진하기 위하여 지정된 지역	문화산업 관련 사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 문화산업 관련 사업자의 활동을 지원하기 위한 시설
혜 택	각종부담금 면제(5종) 각종 인·허가 혜택(34종) 세제혜택(취득세, 등록세 면제, 재산세 50% 면제 등)	각종 부담금 면제(4종) 각종 인·허가 혜택(9종)	각종 부담금 면제(7종) 세제혜택(취득세, 등록세 면제, 재산세 50%면제)

중국 정부 역시 문화산업 클러스터 구축을 핵심 정책으로 추진했는데, 그 목적은 ①문화산업 인큐베이터 역할, ②각종 자원의 합리적 배치와 산업 분업 촉진, ③문화산업의 규모화, 집약화, 전문화 수준 제고 등을 통해 지역의 문화산업 발전을 독려하는 것이었다.[8] 중국 문화산업 클러스터의 형태로는 문화산업벨트(文化产业带), 문화산업파크(文化产业园区), 문화산업기지(文化产业基地) 등이 있고, 정책 추진 초기인 2005년 말에는 이미 전국에 2,500개가 넘는 문화산업 클러스터가 존재하고 있었다.[9] 그리고 이렇게 지정된 클러스터에 대해서는 재정, 금융, 세수, 토지, 공공서비스 등 각종 혜택과 지원이 주어졌다.[10]

6. 결론

본 논문은 한국과 중국 정부의 문화산업 육성 정책의 특징을 이른바 '동아시아 발전모델'과의 유사성을 중심으로 살펴보았다. 산업 초기단계에 있는 문화산업을 육성하기 위해 양국 정부가 추진했던 정책의 핵심 기능은 바로 '기업가적 역할'에 있었고, 이와 관련하여 다양한 제도적 장치를 마련하였다. 또한 양국의 정책은 무엇보다 국내산업을 보호하고 육성하는데 중점을 맞춘 것이었고, 이를 위해 추진했던 대외적 규제정책은 문화산업 초기단계에서 국내산업의 경쟁력 향상과 건강한 시장 확대를 위해 중요한 역할을 담당했다. 또한 한중 양국은 규제정책과 병행하여 세제혜택 등을 통한 민간투자 활성화,

8) <国家"十一五"时期文化发展规划纲要>(2006), <文化产业振兴规划>(2009), <国家"十二五"时期文化改革发展规划纲要>(2012) 참조.

9) 刘玉珠, 「关于文化产业园区建设的三点思考」, 『面向2020,中国文化产业新十年』, 金城出版社, 2011. 157~158쪽.

10) <关于加强文化产业<文化产业发展专项资金管理暂行办法>(2010), <关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见>(2010), 园区建设管理, 促进文化产业健康发展的通知>(2010) 등 참조.

www.krm.or.kr

학술활동 결과보고서는 교육·연구 등의 비영리 목적을 위하여 정당한 범위 내에서 출처를 명시하여 인용할 수 있습니다.

산업의 지속적 발전을 위한 기반시설 구축과 지원, 산업의 경쟁력 강화를 위한 인력양성 등 다양한 지원정책을 추진함으로써 문화산업의 경쟁력 강화에 노력했다.

한편 한국과 중국 정부가 활용한 주요한 정책수단은 바로 금융과 공기업(공공기관)이었는데, 이것은 후발국에서 전략산업을 신속히 성장시키고 산업의 발전 방향을 선도하는데 가장 강력하게 효력을 발휘할 수 있는 수단이기도 했다. 또한 한국과 중국 정부는 문화산업 정책의 초기단계부터 수출전략과 클러스터 전략을 주된 정책방향으로 설정했다는 특징도 보여주었다. 이처럼 한국과 중국이 추진했던 문화산업 육성 정책의 주요한 특징들은 과거 동아시아 발전국가들이 성공적으로 추진했던 경제추격 전략의 특징과 거의 일치하고 있음을 발견할 수 있다. 이것은 한국과 중국이 과거 성공적으로 추진했던 전략산업 육성정책의 방식을 문화산업 정책에도 대부분 적용하고 있다는 사실을 의미한다. 그리고 한국과 중국의 이러한 전략은 최소한 양적으로는 문화산업의 급속한 성장을 견인했음은 분명하다.

물론 문화산업 초기단계에서 한국과 중국 정부가 추진했던 정책이 여전히 유효한지에 관해서는 별도의 검토가 필요하다. 왜냐하면 한국과 중국의 문화산업은 이미 발전 초기단계를 넘어 성장기로 접어들었고, 국내외적 문화산업 환경의 변화에 따라 초기단계에서의 정책들이 한계를 드러내고 있기 때문이다. 다시 말해 한국과 중국이 문화산업 육성 정책을 추진하기 시작했던 2000년대 초반과는 달리 2000년대 후반 이후 문화산업에 대한 인식의 변화, 기술발전에 따른 융복합화, 네트워크 사회의 도래에 따른 소비자의 능동성 확대 및 글로벌화 등 다양한 요소들이 문화산업 환경 변화에 영향을 주기 시작했고, 이러한 환경 변화는 한국과 중국에서 산업 초기에 추진했던 정책적 특징들, 즉 산업정책적 접근의 편향, 상업적 가치에 대한 경도, 정부 육성 자체의 한계, 근시안적 접근의 반복 등으로부터 비롯된 문제점들을 드러내기 시작했다. 그럼에도 불구하고 상술한 바와 같은 한중 영국의 정책들은 적어도 문화산업 초기단계에서는 대단히 효과적인 것이었다고 보여진다.

www.krm.or.kr