

2019
04 -

Vol. 292

GLOBAL TREND

중국 온라인 생중계 시장 현황 및 전망

Index

글로벌 주요 이슈

중국 온라인 생중계 시장 현황 및 전망

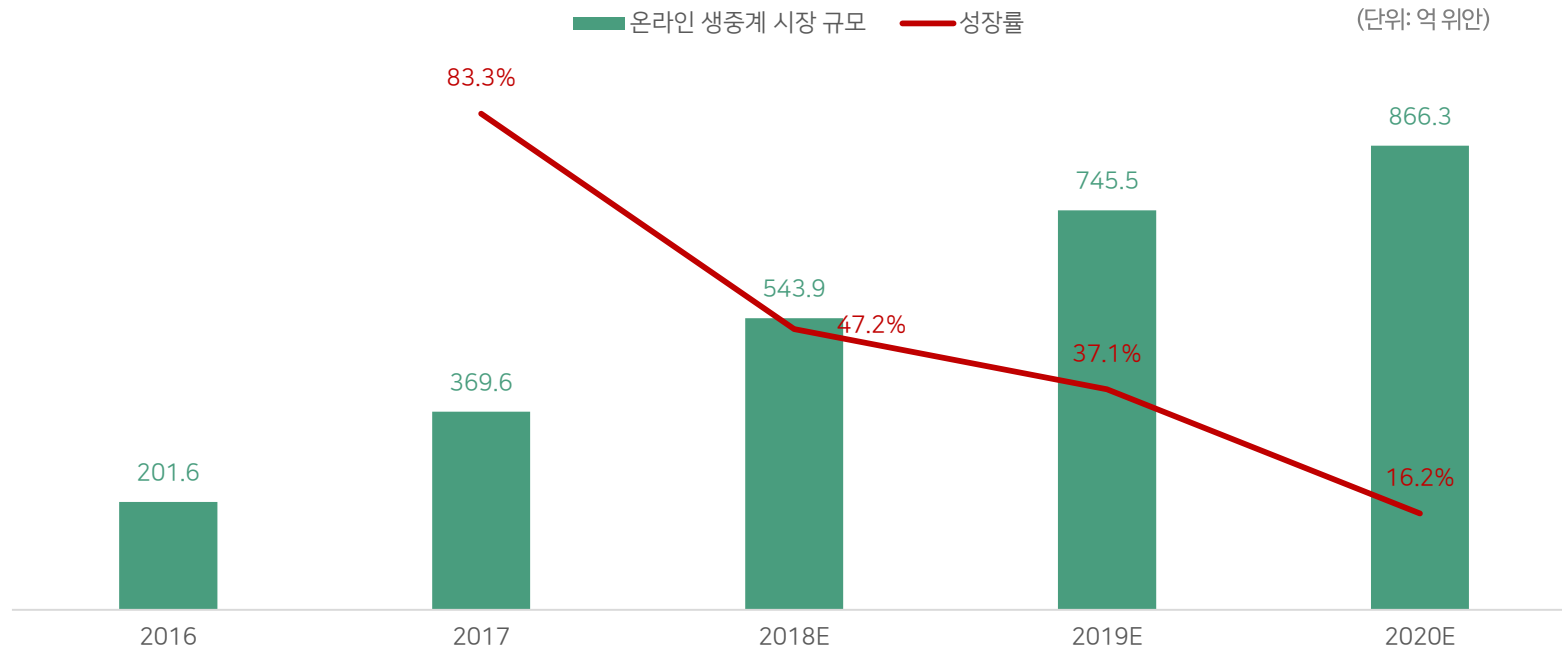
- 중국 온라인 생중계 시장 규모
 - 중국 온라인 생중계 이용 현황
 - 중국 게임 생중계 시장 현황
 - 중국 쇼·오락 생중계 시장 현황
 - 중국 모바일 생중계 시장 현황
 - 중국 모바일 생중계 이용 현황
 - 중국 모바일 생중계 APP 이용 타겟
 - 중국 온라인 생중계 주요 플랫폼
 - APPENDIX. 빌리빌리 광고 상품 소개서
-

※ 본 자료는 중국산업정보원 및 KOTRA 보도자료를 기반으로 정리 및 재가공한 자료임을 알립니다.

※ 국내 시장 현황과는 다소 차이가 있을 수 있음을 밝힙니다.

중국 온라인 생중계 시장 규모

중국 온라인 생중계 시장 규모 및 성장률 추이

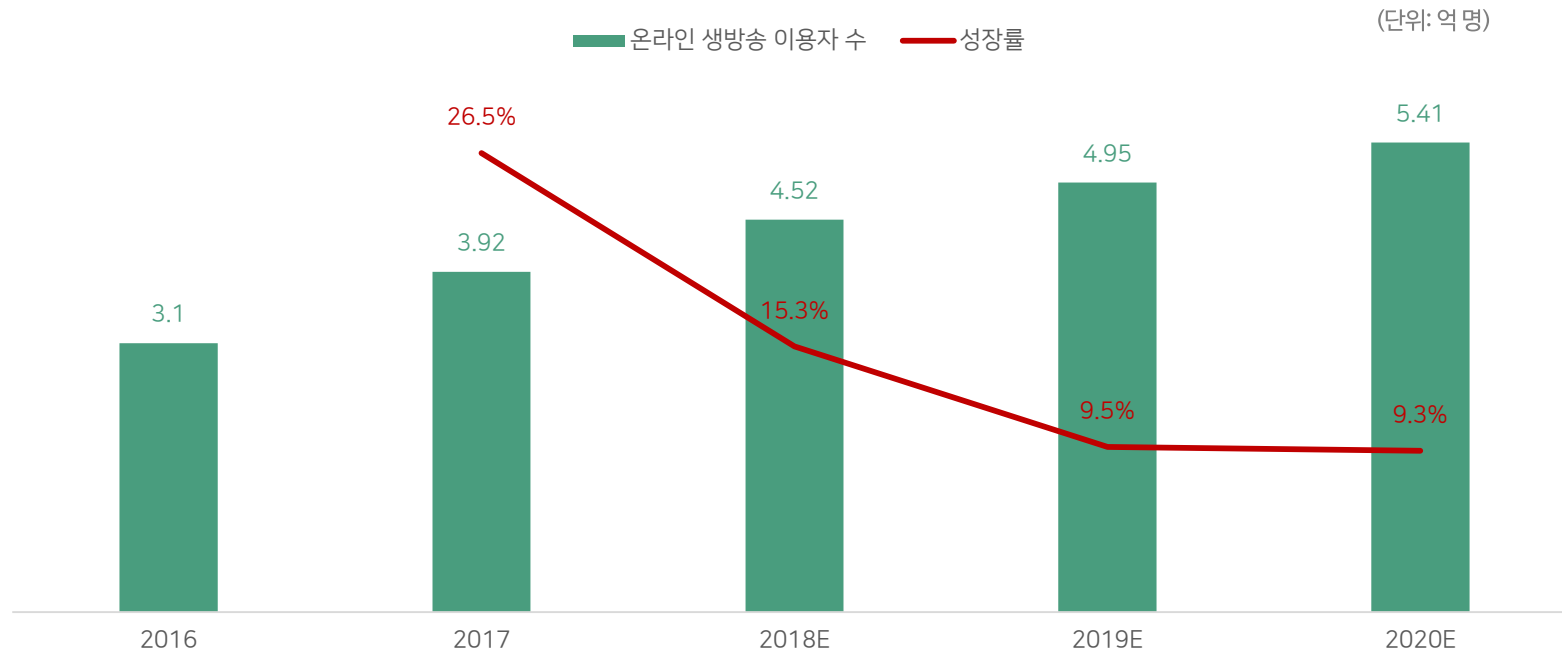


* Source: 중국산업정보원, KOTRA 보도 자료

- 2018년 중국 온라인 생중계 시장규모는 543억 9,000만 위안(한화 약 9조 1,700억 원)으로 2020년 850억 위안을 돌파할 것으로 전망
- 딜로이트가 2017년 발표한 'Live thrives in an online world' 보고서에 따르면 중국의 온라인 생중계 시장은 2016년 이후 세계 최대규모를 유지하고 있음

중국 온라인 생중계 이용 현황

중국 온라인 생중계 이용자 수 및 연간 증가율 추이

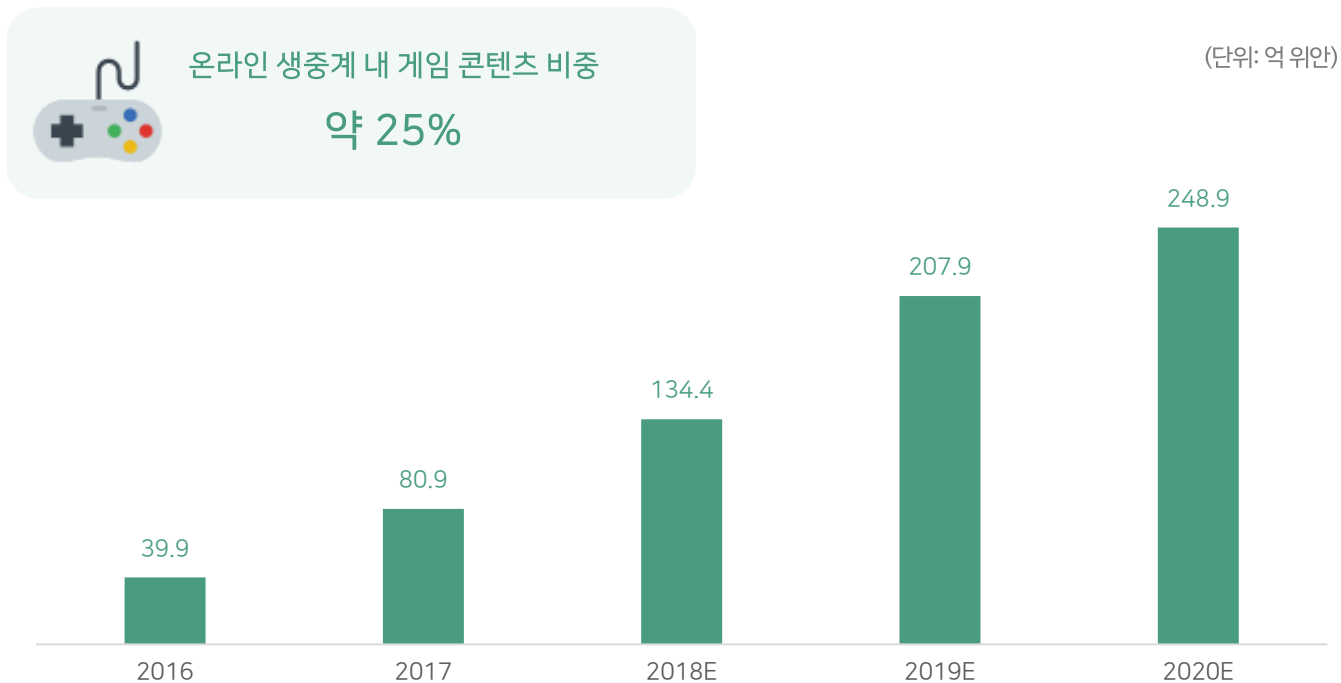


* Source: 중국산업정보원, KOTRA 보도 자료

- 2018년 중국 온라인 생중계 이용자 수는 4억 5,200만 명으로 예상되며, 2020년에는 5억 명을 돌파할 것으로 전망
- 온라인 생중계 시장이 성숙기에 접어들면서 이용자 수 증가속도는 다소 둔화될 것으로 보이나, 기존 이용자의 콘텐츠 소비는 지속적으로 증가할 것으로 전망

중국 게임 생중계 시장 현황

중국 게임 생중계 시장 규모 추이

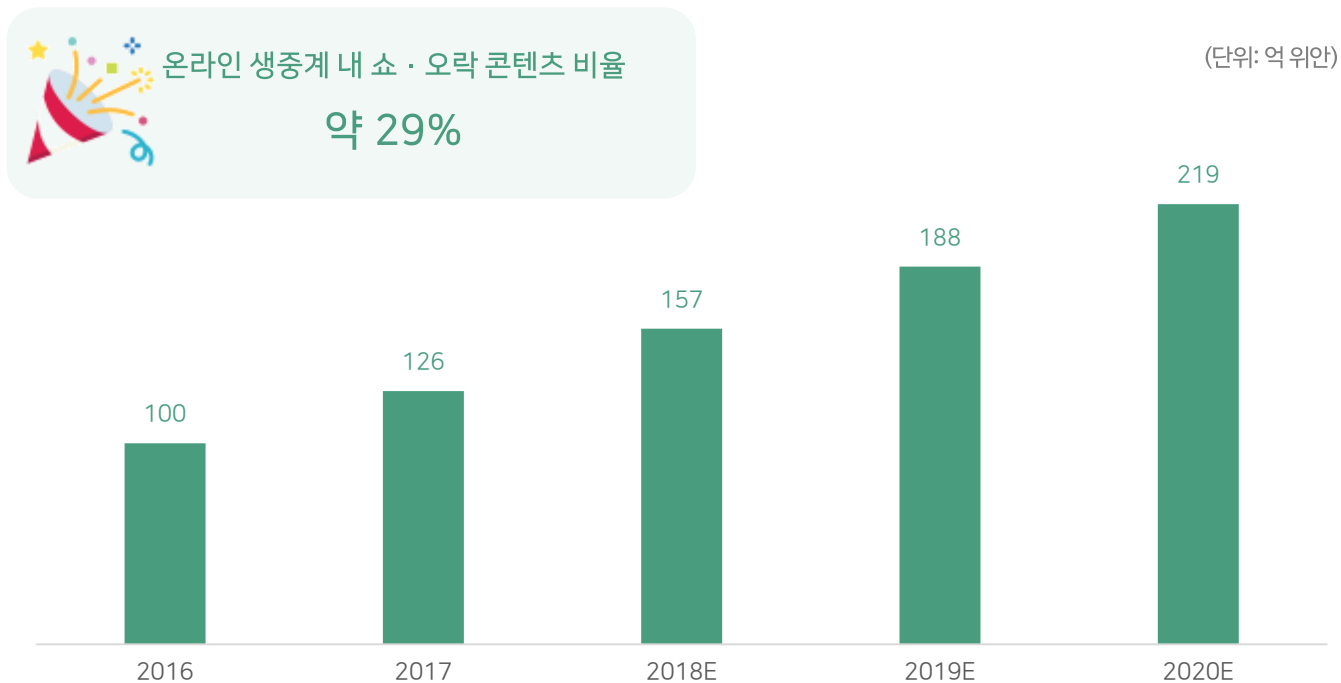


* Source: 중국산업정보원, KOTRA 보도 자료

- 2018년 기준 온라인 생중계 시장 내 게임 콘텐츠가 차지하는 비중은 약 25%
- 게임 생중계 시장규모는 2018년 기준 약 134억 4000만 위안(한화 약 2조 2,600억 원)으로 전년 대비 약 66% 성장
- 중국 주요 생방송 플랫폼 관계자들은 2019년 중국 생중계 시장의 발전 방향으로 게임 및 쇼·오락 콘텐츠의 전문화, 예능 콘텐츠의 가속 성장을 지목함

중국 쇼·오락 생중계 시장 현황

중국 쇼·오락 생방송 시장 규모 추이

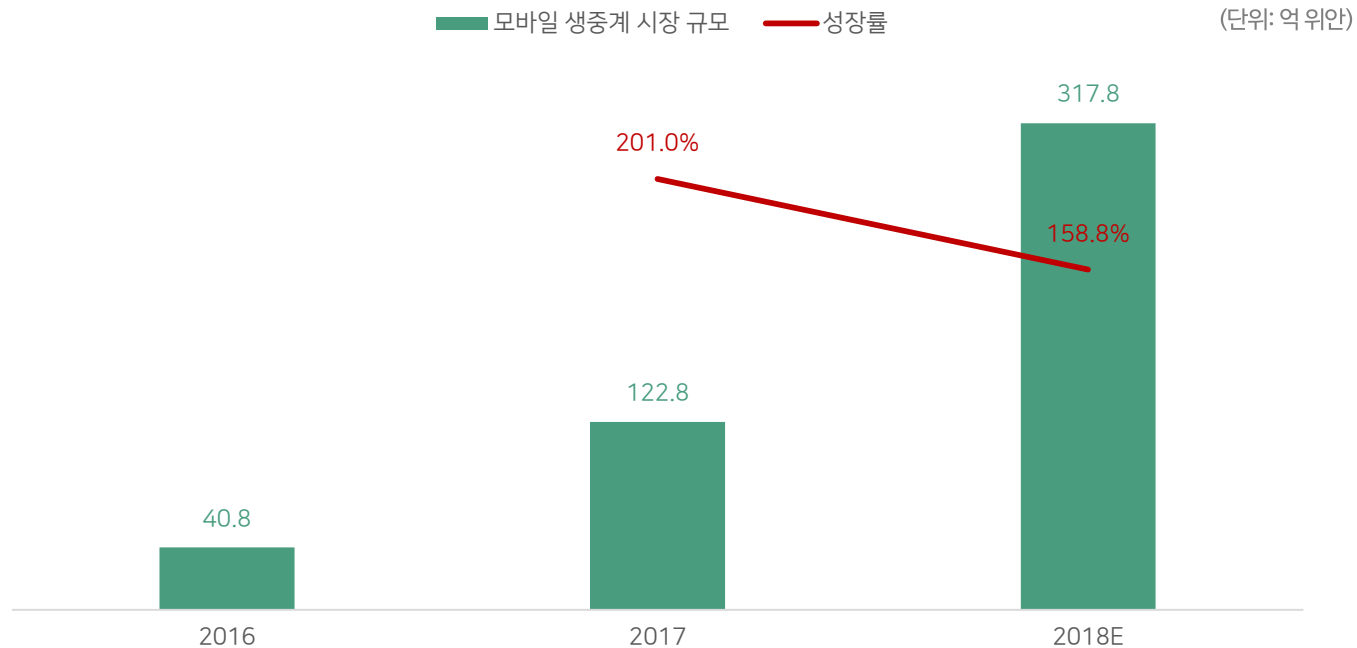


* Source: 중국산업정보원, KOTRA 보도 자료

- 중국 온라인 생중계 시장 내 쇼·오락 생중계 콘텐츠 비중은 2018년 기준 약 29% 규모가 될 것으로 보임
- 2018년 쇼·오락 생중계 시장 규모는 157억 위안(한화 약 2조 6,400억 원)으로 2020년 200억 위안을 돌파할 것으로 전망

중국 모바일 생중계 시장 현황

중국 모바일 생중계 시장 규모 및 성장률 추이

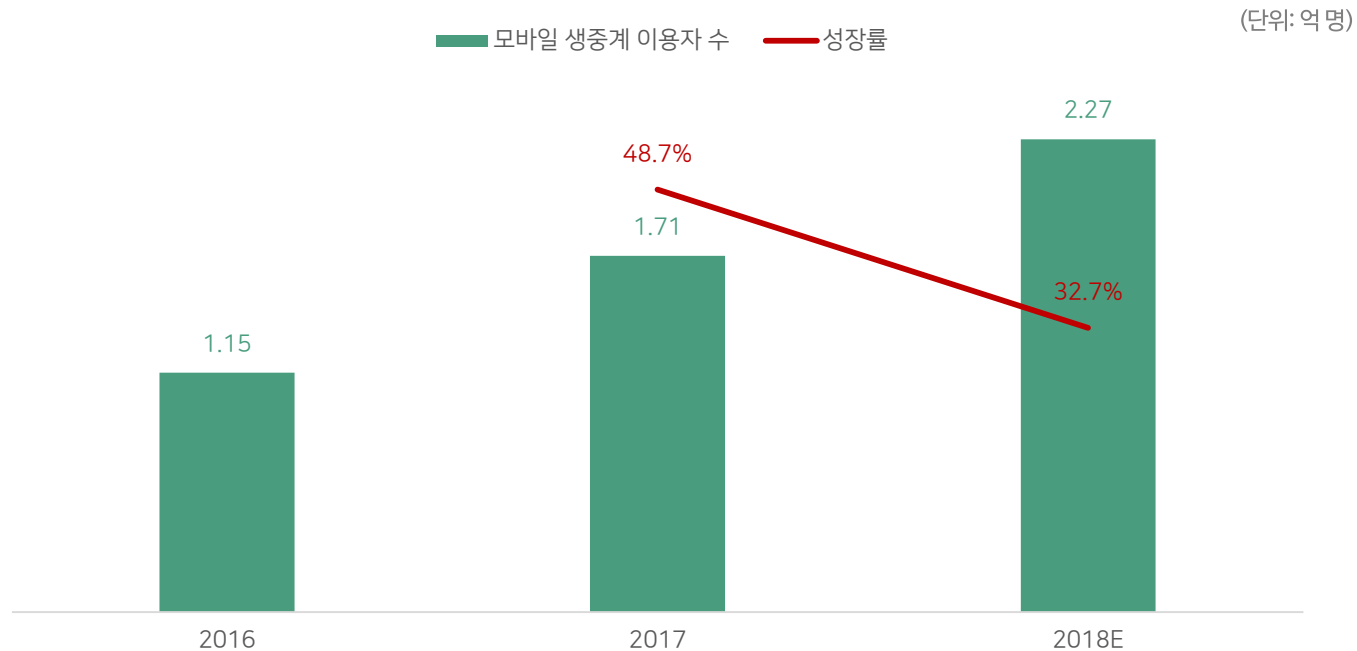


* Source: 중국산업정보원, KOTRA 보도 자료

- 2018년 중국 모바일 생방송 시장규모는 317억 8,000만 위안(한화 약 5조 3,600억 원)규모로 전망되며, 전년 대비 158.8% 큰 폭으로 성장이 예상됨
- 중국 모바일 생중계 시장의 급속한 성장에 따라 온라인 생중계 내에서 모바일 생중계가 차지하는 비중은 지속적으로 확대될 것으로 전망됨

중국 모바일 생중계 이용 현황

중국 모바일 생중계 이용자 수 및 증가율 추이

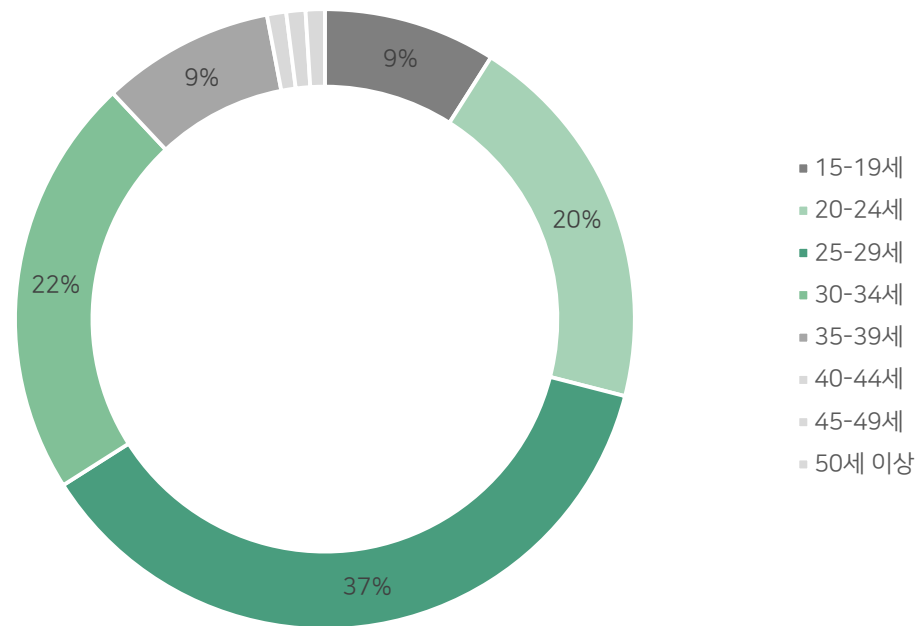


* Source: 중국산업정보원, KOTRA 보도 자료

- 2018년 중국 모바일 생중계 이용자 수는 '17년 대비 32.7% 증가한 2억 2,700만 명 규모로 전망됨
- 매년 중국의 스마트폰 보급률 및 모바일 네트워크 서비스 이용자수가 증가하고 있어 모바일 생중계 이용자 수도 지속적인 증가가 예상됨

중국 모바일 생중계 APP 이용 타겟

모바일 생중계 어플리케이션 이용자 연령 분포



* Source : 지광빅데이터, KOTRA 보도 자료

- 중국 모바일 생중계 APP 이용의 핵심 연령층은 20-34세(바링허우&주링허우) 연령층으로 전체 생중계 APP 이용자의 약 79%를 기록함
- 중국의 1가구 1자녀 정책 실시 후 태어난 바링허우(80년대생)와 주링허우(90년대생)는 디지털 미디어 및 인터넷 활용에 익숙한 세대로 해당 세대를 중심으로 중국의 모바일 생중계 APP 이용률은 지속적인 성장이 예상됨

중국 온라인 생중계 주요 플랫폼

중국 생중계 서비스 주요 플랫폼



빌리빌리
(哔哩哔哩)

- 2009.6.26. Mikufans로 설립, 2010.1.24. bilibili로 개명
- 국내 및 해외 커뮤니티에서 중국의 유튜브라는 별칭이 있음
- 2010년 이후부터 지속적으로 일본 애니메이션 판권을 구입해 이용자 수 확대



도우위
(斗鱼)

- 2014.1.1. 설립
- 중국에서 가장 일찍 게임 생중계를 시작한 플랫폼
- 게임 생중계 중심 스포츠, 개인방송, 엔터테인먼트 등 다양한 콘텐츠 보유



후야
(虎牙直播)

- 2014.11.24. 설립
- 생방송 서비스기업 환취시대(欢聚时代) 산하의 생중계 플랫폼
- 게임 생중계를 중심으로 먹방, 개인방송, TV생중계 등 다양한 콘텐츠 보유



롱주
(龙珠直播)

- 2015.2.1. 설립
- 한국 e스포츠협회 산하의 7대 프로 선수팀의 중국 내 독점방영권을 획득
- 한국 유명 프로선수 초청, BJ 개인방송 방영 등 한국과 가장 많은 교류 진행

* Source : KOTRA 보도 자료

APPENDIX. 빌리빌리 광고 상품 소개서



빌리빌리(哔哩哔哩)

텐센트가 투자한 애니메이션 특화 중국 동영상 매체로 애니메이션 및 UGC 콘텐츠 위주로 구성
약 100개 상당의 문제를 통과해야 가입이 가능하여 액티브 유저 비중이 상대적으로 높음

매체 현황

- 특징 / 25세 이하가 90% 이상 이용하고 있으며 대졸 이상의 고학력자 이용 비중이 50% 이상.
1,000만 개 이상의 UGC 동영상 콘텐츠를 보유
유저 자체 편집 및 제작 동영상 비중 68%.
일본 애니메이션 판권 다수 보유.

- 매체력 / 연 1.5억 액티브 유저 보유
- 형태 / PC, APP
- 판매 방식 / CPM, CPP

주요 상품



CPP 상품

- PC: 상단 슬라이스 배너, 중간 배너 / MO: 상단 슬라이드 배너
- 부킹리스크 존재로 빠른 부킹 필요
- 경쟁사 광고(예:만화, 생방송 앱 등) 집행 불가, 메인 페이지 배너 2개 이상 부킹 불가
- 위 영역 외 기타 추가 상품 별도 문의

CPM 상품

- PC: 상단 슬라이드 배너, 중간 배너 / MO: 네이티브 동영상 및 배너
- 경쟁사 광고(예:만화, 생방송 앱 등) 집행 불가
- 지역/성별/나이/OS/콘텐츠 주제에 따른 타겟팅 가능
(타겟팅 적용 시 할증 있음/광고 상품별 최대 2개 타겟팅만 적용 가능)
- 위 영역 외 기타 추가 상품 별도 문의

* 나스미디어를 통해 집행 시 협의 후 별도 혜택 적용 가능

* Source : 나스미디어 내부 자료

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청