

# 왕홍의 끝은 어디? 왕홍 경제 5.0시대

라이브 방송과 동영상 시대로 재편

글. F&PLUS 지식연구소



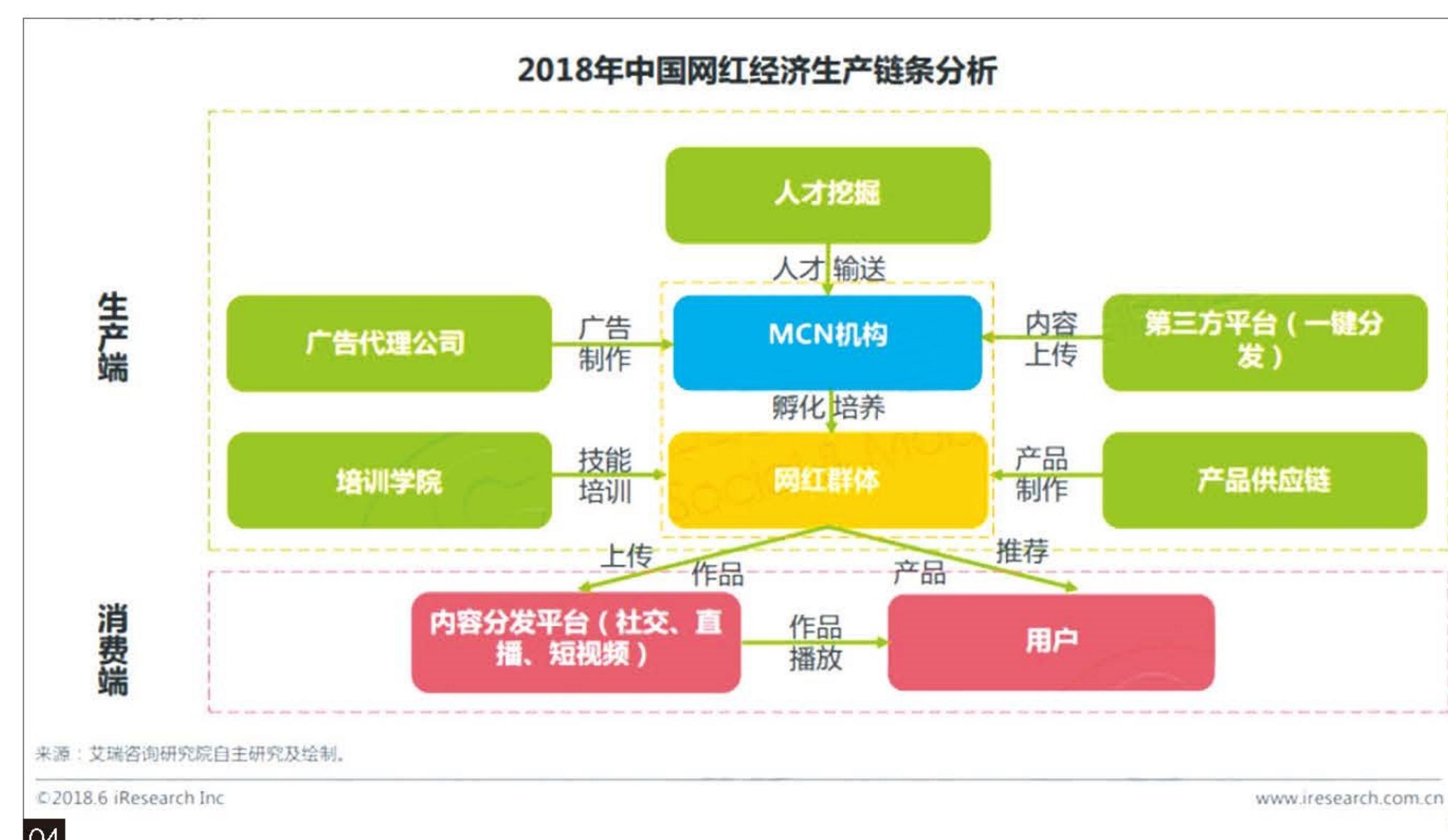
SIGNATURE ITEM SPECIAL EDITION >>



02



03

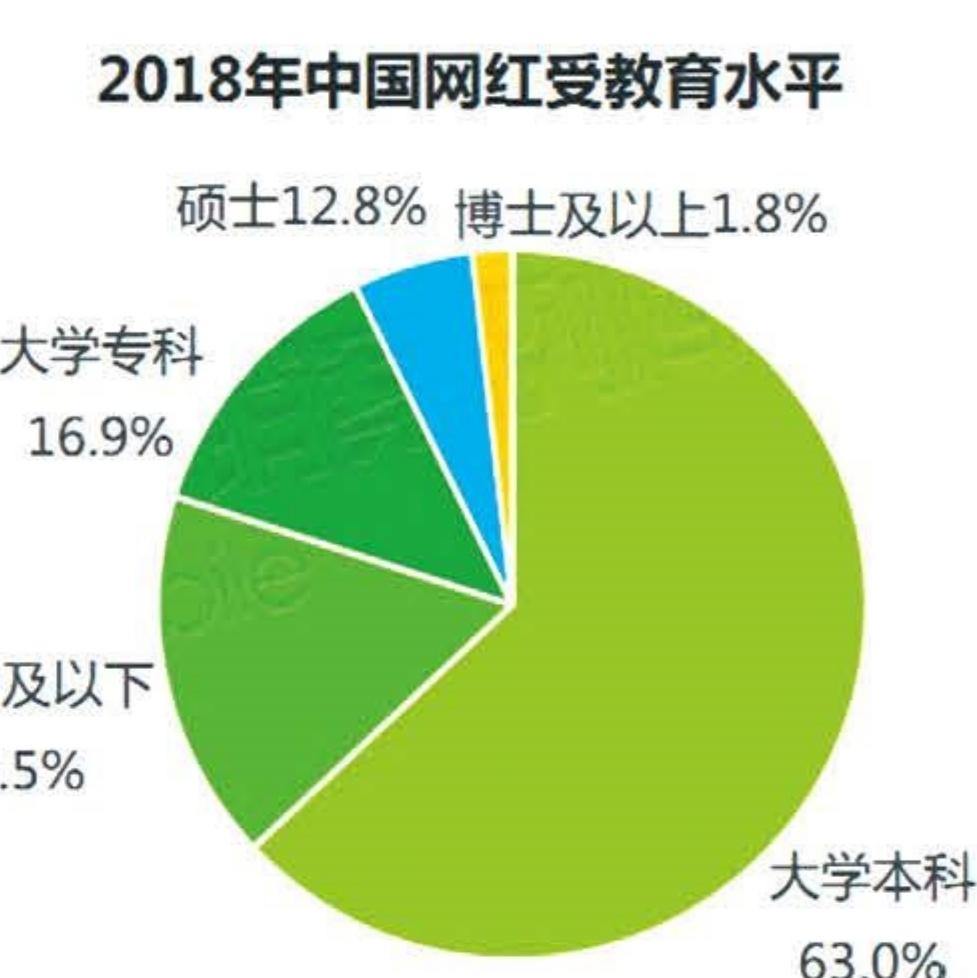


04

- - 
  -
01. 립스틱계의 신이라고 불리는 남성 뷰티 왕홍 리지아치
02. 1회 생방송으로 5억 위안을 파는 웨이아이 (薇娅), 사무실용 정수기를 이용하여 샤브샤브를 먹는 샤오예(小野), 전통의상을 입고 전통적인 방법으로 제조한 음식을 먹는 리즈치(李子柒)… 이들은 원래 모두가 일반인이었으나, 자신의 독특한 특징과 능력을 기반으로 인터넷에서 인기를 얻었고, 오늘날 중국 왕홍 경제를 이끄는 견인차 역할을 감당하고 있다.
- 독일 자유대학의 인터넷 경제학자인 트로이카 브로이어 교수는 중국을 방문하여 “중국은 세계



F&PLUS는 상하이에 본사를 둔 패션AI 전문기업으로서, 10년 이상의 중국 현지 경험을 토대로 생생한 중국 이야기를 독자 여러분에 전달합니다.  
 △중국 이커머스 마켓 △중국 소비자 변화와 신유통  
 △삶을 변화시키는 신기술과 빅데이터 응용 등 3가지 주제로 연재합니다.



05

인터넷 상의 주교류 플랫폼이었다. 이 단계에는 피즈차이(痞子蔡)、안니바오지엔(安妮宝贝)、닝차이선(宁财神) 등의 아이디를 사용한 왕홍들이 엄청난 인기를 누렸다.

2.0시대는 사진의 시대로, 인터넷 대역폭이 증가하고 속도가 빨라지면서 사진을 언제 어디서든 쉽게 업로드하고 전파를 할 수 있게 됐다. 국내 까지 알려진 ‘밀크티녀’라 불리는 장저티엔(章泽天)은 청순한 사진이 인터넷에 퍼지기 시작하면서 지금까지 유명세를 타고 있다.

3.0시대는 웨이보의 시대로, 사진이나 글이나 콘텐츠의 형식과 상관없이 웨이보에 올린 한 편의 내용으로 인기를 끄는 계기가 됐다. 웨이보의 발표에 따르면 올해 6월 파워SNS 사용자(팬수)가 50만 이상이거나 월 구독량이 1000만 이상인 사용자가 5.8만명에 달하고, 반년 만에 1.1만명이 증가했다고 한다.

4.0시대는 웨이신(위챗)과 공중하우의 시대이다. 웨이신의 거대한 사용자 수와 끈끈한 그룹간 생태계, 공중하우로 모바일 인터넷 시대의 최대 정보 플랫폼이 됐다.

라이브 방송과 클립 동영상이 떠오르면서 왕홍 5.0시대가 도래했다. 이른바 라이브 방송과 동영상의 시대가 됐다. 4G기술 보급과 함께 동영상은 편의성, 직관성, 낮은 문턱으로 많은 사용자와 생산자를 끌어당겼다.

중국에서 인터넷의 보급이 오래됨에 따라 네이트온과 왕홍의 나이와 자질 모두 점차 업그레이드되고 있다. 2018년 6월 아이리서치의 연구에 따르면 대학 본과와 그 이상의 학력을 가진 왕홍이 전체 왕홍의 77.6%에 달한다고 한다. 왕홍의 수준이 업그레이드되면서 콘텐츠 제작의 수준 또한 계속 향상되고 있다. 왕홍이 만들어 내는 콘텐츠의 내용도 매우 다양화되고 전문화되고 있다.

수 년의 시행착오와 발전을 걸쳐 왕홍경제 사슬은 점차 완벽해지고 있다. 각 부분의 위치와 기능도 점차 명확해지고 있고, 그 중에서도 MCN 기구가 핵심이라 할 수 있다. 수 많은 왕홍들에게 더 많은 트래픽과 노출 기회를 제공하는 동시에 광고주에게 더 높은 효율적인 결과와 더 원활한 투자방식을 가져다 주었고, 전 산업의 발전을 이끌어 나갔다. 왕홍 경제의 전문화와 MCN기구의 출현은 왕홍을 전문 직업으로 만들었고, 95后(주령허우) 청년들에게 새롭게 떠오르는 직업 중에 하나가 됐다.

매 초마다 몇 백개의 립스틱을 파는 리지아치(李佳琦), 1회 생방송으로 5억 RMB를 파는 웨이아이 (薇娅), 사무실용 정수기를 이용하여 샤브샤브를 먹는 샤오예(小野), 전통의상을 입고 전통적인

방법으로 제조한 음식을 먹는 리즈치(李子柒)… 이들은 원래 모두가 일반인이었으나, 자신의 독

특한 특징과 능력을 기반으로 인터넷에서 인기를 얻었고, 오늘날 중국 왕홍 경제를 이끄는 견인차 역할을 감당하고 있다.

동영상 생방송 전의 왕홍 발전은 4단계로 나눠 볼 수 있다.

1.0시대는 블로그와 게시판의 시대로 사람들간