

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2022.8.5.285

JCCT 2022-9-35

중국 미술관 발전과정 및 현황 연구

A study on the development process and current status of Chinese art museums

邹安娜*, 许静怡**, 崔명철***

AnNa Zou*, JingYi Xu**, MyeongCheol Choi***

요약 중국의 급속한 발전에 따라 중국예술과 미술관도 빠르게 부상하고 있다. 본 연구는 중국미술관의 역사와 발전 과정을 분석하여 중국미술관의 근대에서 현대에 이르는 발전과정을 정리하고, 최근 현황과 트렌드를 분석하고자 하였다. 중국 미술관은 서방 선진국 미술관과 격차가 있지만, 그 격차가 점차 좁혀지고 있는 것으로 분석됐다. 양과 질적인 면에서 중국 미술관은 빠른 성장을 보여주고 있고, 최근 미술관의 트렌드를 반영하여 변화하고 있다. 이러한 성장에도 불구하고, 자금 부족으로 인한 운영난을 겪고 있고, 제도와 지원 미비와 이로 인한 발전에 대한 저항, 전문인재의 부족 등의 문제점들이 있다. 최근 세계적 관심을 받고있는 중국미술관에 관한 연구는 매우 부족하기 때문에, 본 연구는 한국의 중국미술관 연구에 기여할 수 있다. 본 연구를 통해 중국미술관의 발전과정과 현황, 문제점 등을 이해할 수 있으며, 이를 바탕으로 한국 미술관의 발전에 시사점을 주고자 한다.

주요어 : 중국 미술관, 발전과정, 미술관 현황, 중국문화산업

Abstract With China's tremendous expansion, Chinese art and art museums are also rapidly growing. The purpose of this study was to arrange the growth process of Chinese art museums from modern times to modern times, as well as to examine the present state and tendencies. Although there is a disparity between Chinese art museums and those in Western nations, it is being observed that the gap is steadily closing. Chinese art museums are rapidly expanding and adapting to match current art museum trends, both in terms of number and quality. Despite this expansion, it is suffering operating challenges owing to a lack of cash, as well as issues such as insufficient system and support, opposition to progress, and a lack of professional staff. Since research on the Chinese art museum, which has lately attracted international attention, is limited, this study can add to research on the Chinese art museum in Korea. It is feasible to comprehend the development process, present condition, and challenges of Chinese art museums via this study, and based on this, we intend to provide implications for the development of Korean art museums.

Key words : Chinese Art Museum, Development Process, Current Status, Chinese Cultural Industry

*준회원, 가천대학교 경영학과 박사과정 (제1저자)
**준회원, 가천대학교 경영학과 박사과정 (제1교신저자)
***정회원, 가천대학교 경영학과 부교수 (제2교신저자)
접수일: 2022년 7월 31일, 수정완료일: 2022년 8월 25일
게재확정일: 2022년 9월 8일

Received: July 31, 2022 / Revised: August 25, 2022
Accepted: September 8, 2022

**Corresponding Author: 396868445@qq.com
Ph.D, Department of Business, Gachon Univ., Korea
***Corresponding Author: oz760921@gachon.ac.kr
Associate Professor, Department of Business, Gachon Univ., Korea

I. 서론

중국은 그동안 빠른 경제성장을 이루어 왔으며, 국민들의 생활 수준도 꾸준히 향상되어 왔다. Maslow가 욕구계층이론에서 저차원 욕구에서 고차원 욕구로 욕구가 상승한다고 설명한 것처럼 중국에서 정신적 및 고차원 욕구를 추구하는 사람이 늘고 있다. 사회환경의 영향을 받아 미술도 비약적으로 발전하였고, 중국 미술은 국력과 사회 가치관의 변화에 따라 발전하여 왔다. 고대 당나라 시대에 중국의 국력이 강성하며 개방적 문화를 지님으로 중국미술은 전성기를 누렸으나, 이후 쇠국 정책을 취하면서 쇠퇴하게 되었다.

제1차 아편전쟁 때 ‘박물관(博物館)’이라는 단어가 중국에 전해지면서 현대적 의미인 ‘박물관’과 ‘미술관’에 대한 관심이 일기 시작했다. 미술전람회의 다양한 전파와 각종 수단이 중국 미술시장을 개방시켰고, 미술작품이 고대 수묵화에서 다양한 창작형태를 띤 현대미술로 발전하면서 사립미술관 수는 세계 4위로 등극했다. 중국 미술관의 빠른 발전은 세계 각국의 중국 미술관에 대한 관심과 연구를 일으켰고, 중국 미술관은 세계적인 미술관 경쟁에 뛰어들었다.

전통적인 관념에서 미술관은 그림·조각이 가득한 큰 공간처럼, 거리를 두면서 작품을 관람한다. 현대적 미술관은 예술작품이 눈에 보이는 것뿐만 아니라 듣고, 맡고, 만지고, 심지어 맛볼 수 있어서 기존의 관념을 뒤집으며, 예술작품은 2차원적 개념이 아니라 공간과 시간의 개념으로 확장되었고, 전시관람 방식은 단순히 전시장 산책만이 아니라 몸짓과 언어소통으로 다가가 마치 그 상황에 있는 듯 관객과 예술작품이 하나가 되어 관객이 예술의 일부가 되는 것이다. 이러한 미술관의 혁신은 인터넷과 스마트화에 기인하고 있으며, 사람들의 인식과 생활양식을 대폭 바꾼 과학기술 혁명 바람이 미술계의 구석구석을 휩쓸고 있다. 뉴미디어 예술품과 디지털 예술품이 발전하면서 미술관은 대중에게 새로운 경험을 선사하고 있다. 이러한 중국 미술관의 급속한 확장에 많은 관심이 쏠리고 있다(박근태, 2018). 국내의 적으로 중국미술관에 대한 연구가 매우 부족하기에, 본 연구는 중국미술관의 발전과정을 분석하고, 중국미술관의 현황과 경쟁력을 연구하여, 이를 기반으로 중국 및 한국 미술관 업계에 시사점을 제공하고자 한다.

II. 중국 미술관의 발전과정

1949년 신중국 설립 초기 25개에 불과했던 공공미술관은 2021년 5788개가 넘어 세계 4위이다. 1980년대 중반 이후 중국에서 공립미술관 건립 붐이 일면서, 미술관은 많은 지역에서 건설되고 있다. 미술기법의 급속한 발전으로 미술관이 단일 전시진열의 기능을 넘어서서 점차 국제화되고 첨단화된 미술관 형태를 갖추고 있으며, 최근 풍부하고 다양한 전시를 보여주고 있다. 1990년대 말부터 중국 미술관의 성격이 바뀌어 사립(민영) 미술관 건설의 실험이 시작된 시기, 제 1세대의 대표 미술관은 청두상하미술관과 선양동우미술관으로 당대 예술가의 작품을 소장하고 있지만 초기여서 그런지 시행착오가 제법 있었다. 이어 2002년 중국미술관 제 2세대에 진입하면서 중국 미술품 시장이 크게 활성화되고, 각종 명목의 사립미술관이 늘어나면서 베이징 쑹좡(宋庄)에 8개의 사립미술관이 새로 들어서고, 베이징투데이미술관, 상하이 증대 현대예술관, 선전 OCT 컨템포러리 등이 이 시기의 산물이다. 중국의 산업전환 정부가 예술 발전을 지원하고, 민영자본이 대거 개입하면서 사립미술관이 무분별하게 증가됐기 때문이다. 2007년 이후 중국 미술관은 베이징 798 유렌스 현대 아트센터, 상하이 용 미술관, 사천 청성산 미술관, 정원미술관 등 제 3세대에 해당한다. 2010년 전국민영미술연맹이 설립돼 민영미술관의 성장세가 이어지고 있다.

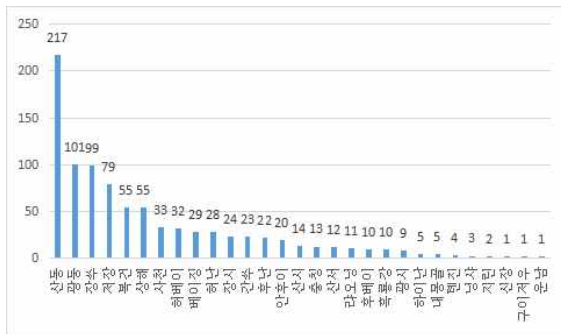
국제적으로 미술관을 공립/국립미술관(정부 소유)과 사립미술관(기업 또는 개인 소유)으로 구분한다. 그러나 중국에서 미술관은 서양 전통과 비슷한 개념으로 정부 지원으로 운영되는 ‘국가미술관’ 또는 ‘공립미술관’으로 불리는 박물관과 유사하며, 일반인에게 예술작품을 공개 전시한다. 두 번째는 사립/민영기업 미술관으로 개인/기업이 소유하거나 이사회를 두고 있는데, 이들 미술관은 주로 공공복리를 증진한다는 취지로 기업이나 수집가들에게 예술작품을 판매하는데, 모두 민정부(民政部)에 등록되어 있다. 마지막으로 ‘사립미술관’은 티베트인들이 소장품을 전시하는 장소다. 이들 기관은 개인적 동기에서 출발해 예술교육 등 사회활동으로 폭을 넓히며 운영해 왔다. 중국에서 미술관의 소장품은 미술관의 소유가 아닌 설립자나 어느 예술재단에 속하는 것이 일반적이다. 이런 점에서 법과 제도상 서양 사립미술관과 다르다.

중국에서 국유미술관(공공미술관)과 민영미술관(사립미술관)의 발전은 모두 세 단계를 거쳤다. 1단계는 전시를 중심으로 한 초기단계, 2단계는 전시를 병행한 발전단계, 3단계는 소장·진열·연구·교육 중심의 예술박물관을 건립하는 성장단계이다. 중국미술관은 외국 선진 미술관과의 격차를 줄이고 미술관의 디지털화를 적극 추진하여, 디지털 미술관, 가상전시실, NFT 등으로 전통미술관의 정의를 바꾸고 있다.

III. 중국 미술관의 현황과 문제점

3.1 미술관 현황 개관

중국미술관의 성장세는 날로 거세지고 있고 미술관 수도 매년 증가해 2019년 11월 30일 현재 중국 지역에서 '미술관'이라는 이름으로 '민영 비기업 단위'에 신청하는 데 성공한 수는 859개이며, 중국문화관광부에 따르면 2020년 현재 중국 국유미술관 수는 618개에 불과해 중국 민영미술관은 국유미술관보다 성장 속도가 빠른 것으로 집계되는 등 빠른 성장세를 보이고 있다.



출처: 첨단산업연구원 2020년 11월
<https://www.163.com/dy/article/FQOR8C9H051480KF.html>

그림 1. 중국 사립미술관의 수
 Figure1. Number of private art museums in China

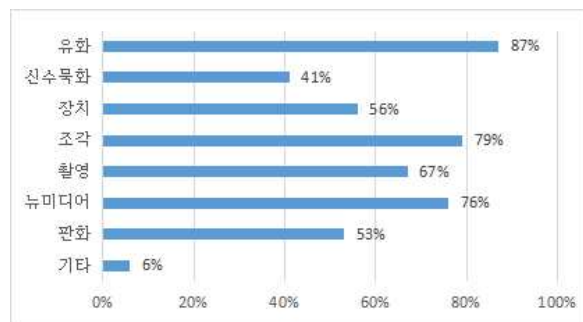
최근 미술관, 박물관 등 문화시설을 찾는 관람객이 늘고 있으며 2019년 중국미술관 관람객은 4136만 명으로 2018년보다 415만 명, 전년 대비 11.15% 증가했다. 코로나19 여파로 하락한 2020년 중국미술관 관람객 약 2186만 7600명으로 2019년 대비 1949만 2400명, 47.13% 감소했지만 여전히 중국미술관의 성장세를 막지 못하고 있다. 2018년 중국 국유미술관 수는 528개, 2019년 중국 국립미술관 수는 559개다. 2020년 국립미술관 수는 618개, 2019년 대비 5.88% 증가했다.



출처: Ministry of Culture and Tourism of China
http://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202107/t20210705_926206.html

그림 2. 2016-2020년 중국미술관 관람객 통계
 Figure 2. Statistics on the number of visitors to the National Art Museum of China from 2016 to 2020

특히 뉴미디어 아트에 소장 비중이 갈수록 커지고 있다. 정확히 정의하기 어려운 예술 형태인 뉴미디어 아트는 장치 예술, 비디오 예술, 멀티미디어 예술, 행위 예술 등 전통적인 회화 형식과는 다른 새로운 재료를 사용한다. 상그너 갤러리(香格納畫廊)의 15분짜리 비디오 뉴미디어 미술품의 경우 가격이 보통 20만~30만원에서 시작한다. 전통예술의 한계를 뛰어넘어 관람객이 직접 조작해 골라 볼 수 있는 뉴미디어 아트에 대해, 가오청(高曾) 미술관장은 "미래에는 멀티미디어 아트가 현대예술의 중요한 장르가 될 것으로 판단한다"고 말했다. 사립미술관의 최신 소장품에는 사람과 기계가 협업하는 과정에서 탄생한 새로운 형태의 뉴미디어와 영상물들이 포함되어 있으며, 동시에 세상을 좀 더 구현한 다차원적인 존재에 대한 이해를 돕게 될 것이다.



출처: Artron Art Market Monitoring Center(AMMA), 기간: 2018년 1월 1일 ~ 2018년 12월 31일
www.invest-data.com/eWebEditor/uploadfile/20200724224406292704.pdf

그림 3. 2018년 중국 국립미술관 소장품 비중
 Figure3. Proportion of collections in National Art Museum of China in 2018

3.2 미술관 전시 방식

미술관은 민중의 정신문화적 소양을 높이고 예술문화적 지식을 전파하는 역할을 해왔다. 그러나 지식을 무미건조하게 보여주면 지식 전파효과는 커녕 민중의 위화감을 증폭시켜 관람객을 줄이고 나아가 미술관의 운영과 생존을 저해할 수 있다. 그래서 미술관의 전시 방식과 민중의 관람체험은 전시효과에 직접적인 영향을 미친다. 미국 박물관 사업의 총괄자인 찰스 윌슨 필(Charles Willson Peale)은 ‘이성의 즐거움’이라는 개념을 제창하면서 즐거운 관람체험이 전시효과를 높이는 데 도움이 될 수 있음을 시사했다. 미국 최초의 박물관이자 지금의 펜실베이니아 미술아카데미를 창립한 찰스는 ‘이성의 즐거움’이 단순한 소일 오락과는 달리 감상하고 깨우치는 의미가 있다고 여겼다. 대중의 정서와 체험을 적극적으로 끌어낼 수 있을 때 비로소 본래의 미와 취지에 도달하지만, 이는 미술관의 전시방식과 구현에 대한 높은 효과를 요구하고 있다.

중국 미술관의 주요 전시방식은 세 가지이다. 첫째, 장면 복원식 전시는 미술관 특정지역의 대규모 재현장 모습을 일컫는다. 수도박물관에서 개최하는 ‘올드 베이징 민간전’은 골목길, 서해원 등 베이징 특유의 문화를 현실감 있게 복원했다. 관람객들은 전시를 보면서 옛 베이징의 생활환경과 생활양식을 직접 느낄 수 있다. 두 번째는 VR로 불리는 가상현실식 전시로, 디지털·정보화·전자화 시물레이션을 통해 생성된 3D 가상공간으로 예술품 실체를 데이터·영상 등으로 재현하고 다양한 감각과 함께 작용해 전시감각을 느낄 수 있도록 하는 전방위적 차원의 체험이다. 썬리톤 필하모닉 아레나에서 상영하는 ‘종이학’과 같이 전시실에서 애니메이션 내 장면을 재현하고 VR 애니메이션 ‘종이학’을 체험하는 과정에서 관람객들이 맨손으로 상호작용하는 방식과 ‘손짓 인식’ 기술을 접목해 종이학의 콘텐츠와 연계할 수 있다. 세 번째는 인터랙티브 체험형 전시로, 예술 작품과 창작환경을 직접 체험해 보는 관객이 현장감과 즐거움을 더하는 전시방식이다. 예술전시관 내 인터랙티브 체험장치는 ‘교육적’과 ‘실험적’ 두 가지로 나뉘는데, ‘교육적’ 인터랙티브는 전시의 문답 코너로 관람객들이 전시 후의 지식 습득 정도를 스스로 평가하도록 한다. 예를 들어 상하이 박물관 민족의상 전시장의 퍼즐 게임과 질의응답 등 인터랙티브 문제는 교육적인 면에 더 치우쳐 있다. ‘실험적’ 인터랙티브는 관람객이 직접

조작하면 전시물이 서로 다른 효과를 나타내며 관람객들이 중국 대운하박물관이 설계한 ‘지식전시+방탈출’ 인터랙티브 체험으로 대운하 역사 연혁, 수공 과학기술 등을 알 수 있고, 게임에서는 운하의 뚝단배 조작 방식을 정확히 파악해야 방을 통과할 수 있다. 관중은 전시 관람에서 배우고 체험한다.



출처: 작가 촬영

그림 4. 작가 본인이 베이징에서 체험한 ‘종이학’ VR 전시장면. 2021년 12월

Figure 4. The author experienced the VR exhibition scene of Paper Crane in Beijing, which was filmed in December 2021

3.3 중국 미술관의 문제

3.3.1 자금 부족과 미술관 운영난

미술관의 자금난은 전 세계적인 문제이고 중국에서, 특히 사립미술관은 재정난이 더욱 두드러진다. 중국 사립미술관의 운영비는 주로 운영자들이 자체적으로 유지하고 있지만 개인 자금이 한정되어 있어 장기적으로 거액을 감당하기 어렵다. 경제가 호황이면 사립미술관은 자금이 부족하지 않을 수 있고, 전시, 행사 등을 개최하여 수입을 창출하여 미술관을 계속 운영할 수 있다. 그러나 경기가 침체되면 사립미술관은 큰 타격을 받고 발전에 병목현상이 일어나며, 미술관의 기본적인 생존을 위해서는 전시장을 임대하거나 상업전시회를 개최해야 한다.

현재 미술관은 문화 창작품을 통해 일시적으로 일부 재정 문제를 완화했다. 예를 들어 2017년 자금성의 문화 창작품 판매 수익은 15억 위안에 달했으며, 약 788만 위안으로 문제를 효과적으로 해결했다. 또한 미술관에서도 인기 전시회, 브랜드 활동 후원, 브랜드 프랜차이즈 등을 통해 자금 조달 문제를 해결하기 위해 노력하여 일정한 성과를 거두었지만 중국 미술시장은 아직

성숙하지 못하고 미술관의 자기조정작용에 대해 더 많은 노력과 연구가 필요하다.

3.3.2 제도 미비와 미술관 발전에 대한 저항

중국 국유 미술관은 정부의 자금 지원과 지원을 받아 운영되는 비영리 조직으로, 주요 자금 출처는 정부 지원이다. 국유미술관의 기본 책임은 문화와 예술을 전시하고 공공 예술을 대중화하는 것이다. 그 결과 예산과 운영 체제의 유연성이 낮고 미술 시장화에서 어려움을 겪고 있다.

사립미술관은 개인과 사립기관이 소유·관리하고 있으며 소유주나 기업집단에 소속되어 운영은 민간투자에 의존하고 있다. 그리고 개인소장품을 전시하거나 기업 이미지를 구축하는 데 이용되고 있다. 중국에서 사립미술관은 공공미술재단의 지원도, 사적 기부 및 후원의 전통도 없고, 사유재산을 존중하고 보호할 수 있는 조세지원 정책과 합리적인 법제도가 없다. 이런 이유로 미술관 운영이 어렵다. 2007년 중국 재정부와 국세청은 “문화 소득세 우대정책 추진에 관한 고시”를 공포했는데, 문화사업을 후원하는 기부자에게 제공되는 면세는 상대적으로 적다. 추가세금 납부는 기부자의 동기를 감소시킨다.

서양에는 세계적 수준의 박물관은 구겐하임 미술관, 뉴욕 메트로폴리탄 미술관, 로스앤젤레스 게티 미술관 등 사립미술관이 많다. 사립 박물관이지만 국가지원을 받고 있다. 예를 들어, 여러 세금이나 상속세를 줄이기 위해 미술관에 기부하는 관행은 보편화된 시스템이다. 서구 국가들은 막대한 상속세가 있기 때문에 많은 사람들이 미술품과 운영비를 미술관에 세금 공제로 기부하기로 선택하고 기부 후 미술관 평의회 의원이 될 수도 있다. 이 제도는 국가적 관점에서는 어느 정도 세금을 경감할 수 있으며, 사회적 관점에서 국가 문화사업의 발전을 촉진하는 데 긍정적인 역할을 해왔다.

3.3.3 전문인재의 부족

미술관의 전문성은 예술의 발전 추세에 대한 예리한 통찰력을 갖고 전문성이 강한 고품질의 전시를 기획하고 잠재적인 작가와 가치 있는 작품을 선별할 수 있는 지에 대한 예술적 판단에서 먼저 드러난다. 관객의 다차원적인 요구, 우수한 미술관 전문가는 시장과 예술, 큐레이션과 관리, 교육과 운영 모두를 이해해야 하는데,

현재 이러한 전문적이고 복합적인 인재는 매우 부족하다. 미술관의 입지가 명확하지 않고 소장품, 전시물, 전문인력이 부족하며, 미술관의 운영 효율성에도 부정적인 영향을 미치게 된다.

사립미술관이든 공립미술관이든 전문인재는 핵심요소이며 미술관 운영과정에서 실무자는 학술연구, 전시 기획, 공교육 효과, 문화교류 등 여러 측면을 고려해야 한다. 중국에는 그런 전문적이고 우수한 인재풀이 매우 부족하다. 그 이유는 중국인들이 어릴 때부터 자녀들의 미술교육에 관심을 두지 않고 사회가 미술감상과 미적 능력에 거의 관심을 기울이지 않기 때문이다. 그리고 대학에서 실습하고 배운 것을 학생들은 활용할 수 없다.

둘째, 미술관의 복지혜택은 타 산업에 비해 상대적으로 취약하고, 사립미술관의 불안정성은 전문인재 유치의 어려움을 가중시킨다. 선진국 부모는 어린 시절부터 자녀의 미술교육에 관심을 기울였으며 국가와 사회도 시민의 예술적 자질을 키우는 데 큰 노력을 기울이고 있다. 예를 들어 미국의 하버드대학은 정치, 법학, 경영학 전공자에게 음악, 미술, 문학 과목을 이수하게 하여, 높은 문학적, 예술적 소양을 배양하고 있다.

IV. 결 론

미술관 산업은 많은 국가에서 중요한 문화산업이다. 미술관의 경쟁력을 평가하기 위해 다차원으로 분석해야 한다. 중국국립미술관의 운영방식과 산업체인은 서구 선진국에 비해 여전히 격차가 있지만, 꾸준히 발전해왔으며 시스템은 지속적으로 개선되고 있다. 중국 미술관의 발전은 중국의 종합적인 국력향상과 밀접한 관계가 있다.

현재 중국 미술관의 수는 급격히 늘고 있다. 관람객이 해마다 증가하다. 뉴미디어 소장품과 디지털 소장품이 대량으로 출현하다. 미술관의 전시 방식도 디지털 기술의 등장에 따라 크게 달라졌다. 대부분의 전시는 전통 전시와 디지털 전시를 결합한 방식이다. 예술작품을 완전 가상 전시 형태로 전시하는 미술관도 있다. 관람객은 게임을 즐기는 방식으로 전시를 관람할 수 있다. 중국 미술관의 변신이 눈에 띄게 진전되고 있지만 여전히 다음과 같은 문제점이 있다. 첫째, 자금 부족으로 인한 미술관 운영의 어려움이다. 둘째, 정책이 미술관의 속도를 따라가지 못해 미술관 업계의 발목을 잡고

있다. 셋째, 중국 미술관의 급격한 확장에 따른 인재 부족 문제가 불거졌다.

중국 미술관의 발전 현황과 경쟁력에 대한 연구를 통해 미술관 산업 발전에 대한 전망을 내놓았고, 기술의 발전과 함께 새로운 형태의 미술관이 등장했다. 박물관을 예로 들자면 WebGL 기술을 통해 개발된 중국의 온라인 미술관은 자동으로 전시를 설정하고 가상공간을 자유롭게 돌아다닐 수 있다. 빠른 움직임이 가능할 뿐만 아니라 선명하고 부드러운 화질을 제공하여 기존의 온라인 미술관을 압도하고 있으며, 여기에 지속적인 기술 업데이트로 경쟁력을 강화하고 있다.

앞으로 미술관 산업은 미술산업에서의 경쟁뿐만 아니라 게임 및 기술 산업과도 경쟁할 수 있다. 향후 세계적으로 미술관 업계의 경쟁도 점차 국가 간 과학기술과 문화 경쟁으로 발전할 것으로 예상된다.

References

- [1] Bai Qian. "Art Museum Model under the State-owned Private System. Xi 'an Academy of Fine Arts", 2016.
- [2] Guo Shuo, "Website construction and social functions of museums," *History of Heilongjiang*, Vol.18, p.112, 2014.
- [3] Cao Yiqiang, "Recent development of foreign art disciplines," *Art Studies*, Vol.5, pp.3-40, 2011.
- [4] Yan Liu. "The development of contemporary art galleries needs a standardized curator system," *Art Observation*, Vol.3, pp.18-19, 2014.
- [5] Su Fen. *Art Museum-Diversified Exhibition Space*. Nanjing Art Institute, 2012.
- [6] Li Han, "It's hard to make a profit! Why private art galleries are booming," *Economy*, Vol.6, pp.106-108, 2018.
- [7] Liu Anji, "Research on Social Education Function of Private Art Museum," *Beauty and Times (Middle)*, Vol.3, pp.101-103, 2018.
- [8] Peng, Yi Qiongjuan. "Problems and prospects of the "big" era of private art galleries," *Yihai*, Vol.2, pp.128-130, 2019.
- [9] Yu Jia, "database of this journal. When China's private art museum is turning. Collection," *Auction*, Vol.9, pp.20-23, 2019.
- [10] Li Hong. "Giving full play to the publicity of art galleries-serving the sustainable development of society. Museology Committee of China Museum Association. Proceedings of the 2015 Symposium on Museums Committed to Sustainable Development of Society of China Museum Association," *Museology Committee of China Museum Association*, Vol.5, 2015.
- [11] Tang Shuyi, "Research on the Transformation of Art Museum under the Background of Media Convergence," Southeast University, 2018.
- [12] Li Wanwan. "History of Art Museum," Jiangxi Fine Arts Publishing House, 2016.
- [13] 박근태. "중국의 박물관 확장 속 광저우 사례. 광동과학센터와 시대미술관," *현대사와 박물관*, Vol.1, pp.99-109, 2018.
- [14] Wei, F.-P., Choi, M.-C., & Shang, X.-F. "A study on the corporate culture of Dianping," *International Journal of Advanced Culture Technology*, Vol.7, No.4, pp.69 - 75, 2019.
- [15] Yang, H., Lee, J., & Ryu, D. "Market depth, domestic investors and price monotonicity violations," *Applied Economics Letters*, Vol.25, No.10, pp.688 - 692. 2018.
- [16] Yi, J. & Oh, Y. K. "Does brand type affect what consumers discuss? A comparison of attribute-based reviews of value and premium brands of an innovative product," *Internet Research*, Vol.32, No.2, pp.606 - 619, 2021.
- [17] Yi, J., Yuan, G., & Yoo, C. "The effect of the perceived risk on the adoption of the sharing economy in the tourism industry: The case of Airbnb," *Information Processing & Management*, Vol.57, No.1, 102108, 2020.
- [18] Lee, Jeongmin, Yi, J., Kang, D., & Chu, W. "The effect of travel purpose and self-image congruency on preference toward airline livery design and perceived service quality," *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.23, No.6, pp.532 - 548, 2018.
- [19] Lee, Y., Yi, J., & Kim, S.-H. "Reciprocal relationship between movies and the movie-themed mobile games," *Korean Journal of Marketing*, Vol.35, No.2, pp.39 - 53, 2020.
- [20] Han, H., Yi, J., Jun, S., & Ahn, S. "How do followers infer the motives behind an influencer's advertising disclosures?," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol.33, No.5, pp.1159 - 1174, 2020.
- [21] Lee, Jeongmin, Yi, J., Kang, D., & Chu, W. "The effect of travel purpose and self-image congruency on preference toward airline livery design and perceived service quality," *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.23, No.6, pp.532 - 548, 2021.