

2023

WEEKLY GLOBAL

구분	제목
 방송·영화	[미국] 할리우드 스튜디오들의 환경 지속가능성에 대한 움직임 [북경] 콰이쇼우, 재무보고 발표 2022 년 매출액 941 억 위안 [심천] 중국, 2022 년 온라인 시청 유저 10 억 명 돌파 [인니] 인니 OTT 플랫폼 Vidio, 미국 문맥 엔터테인먼트와 협력 계약 체결 [베트남] 조회 수 30 억 회를 돌파하며 국민 프로그램으로 자리 잡은 베트남 버전 <1 박 2 일> [태국] 상무부, '홍콩 필름마켓'에서 태국 콘텐츠 상담액 13 억 바트 돌파 밝히 [러시아] 서방 콘텐츠가 사라지고 한국 콘텐츠가 성장하는 러시아 시장
 게임·유희복합	[심천] 중국, 인공지능에 의해 제작된 첫 모바일 게임 캐릭터 탄생 [인니] 국영 통신사 텔콤, 자사 디지털 플랫폼 GameQoo 와 클라우드 게임 확장 협력 [베트남] VTVcab 과 V Gaming, 베트남 개발 촉진 협력 [베트남] 4 월 초 베트남 게임 축제 개최 예정 [태국] 문화진흥국, 게임업체 가레나온라인타일랜드와 업무협약 체결
 애니·캐릭터	[미국] 디즈니, 정리하고 발표 [유럽] 웹툰 <나 혼자만 레벨업> 애니메이션, 프랑스에서 공개 [UAE] 중동 최대 방송사 MBC 그룹, 애니메이션 제작과 투자 목적의 MBC Anime 설립
 음악	[미국] 워너 뮤직 그룹, 메이저 음반사 최초 정리하고 진행 [유럽] 프랑스 언론, K 팝 강력한 팬덤 문화 조명 [유럽] 프랑스 언론, K 팝 걸그룹 뉴진스 집중 조명 [유럽] 프랑스 언론, 최고의 K 팝 앨범 선정 [베트남] 베트남에서 K 팝 <Click The Star> 오디션 개최 [태국] 태국 걸그룹 프렛젤, 뉴진스의 <디토> 태국어 커버 음원 공개
 패션	[유럽] 명품 브랜드와 협업, 패션 트렌드 이끄는 BTS [유럽] 영국 패션 전문지, 한류가 유럽 패션시장에 미치는 영향력 주목
 통합(정책 등)	[북경] 시장감독총국, <인터넷 광고 관리방법> 개정 발표 [북경] 국가판권국, 2022 년 중국 저작권 등록현황 발표 [심천] <중국공상과인터넷문화백서(2022)> 발표, SF 인터넷 문학 빠른 속도로 발전 [일본] 마이보이스컴, <정액제 서비스 관련 조사> 결과 발표 [일본] 야노경제연구소, Vtuber 관련 조사 결과 발표 [UAE] 사우디 리서치 앤 미디어 그룹, 새로운 벤처 캐피털인 SRMG 벤처스 발표 [태국] 태국 엔터테인먼트산업 해외진출 가능한가? [태국] 민간 부문, 태국 소프트파워위원회 설립 촉구 [태국] 4 인의 경제 전문가, 태국의 미래를 말하다 [태국] '2 천만 개의 소프트파워 일자리 창출' 공약 내건 프어타이당



방송·영화



☑ [미국] 할리우드 스튜디오들의 환경 지속가능성에 대한 움직임 1)

KOCCA

● HBO 그린

- ☑ HBO 그린은 HBO 와 HBO 맥스에서 행해지는 모든 제작과정에 탄소배출량을 줄이고 환경 지속가능성을 고려하는 것으로, <유포리아>, <석세션>, <화이트 로투스> 등 모든 드라마 제작이 촬영 장소에 관계없이 HBO 그린 프로그램을 준수하고 있다고 함
- ☑ HBO 그린의 강조하는 6 개의 카테고리는 연료, 에너지, 폐기물, 자재, 커뮤니티, 스크린으로 일회용 제품을 사용하지 않고, 퇴비화 시스템 사용, 세트장 음식과 재료 기부, 연료·에너지 배출량 감소에 힘쓰고 있다고 함. 특히 연료·에너지 배출을 줄이기 위해 발전기를 전기배터리로 교체하고 있으며, 비영리단체인 '쿨 이펙트'와의 협력으로 진행한 온실가스 배출을 방지하는 프로젝트로 2021 년, 2022 년 제작된 쇼의 96%가 탄소배출량을 크게 줄이는데 성공했다고 전함. 뿐만 아니라, 시리즈 내에서 물병을 들고 다니고, 비건 레스토랑을 등장시키고, 주인공이 전기차 또는 대중교통을 이용하는 모습을 보여주는 등 시청자들에게 지속가능성 메시지 전달을 위해 노력 중이라고 밝혔음

● 소니

- ☑ 소니는 2010 년 환경 지속가능성 프로젝트인 '로드 투 제로'를 발표함. '로드 투 제로'는 2050 년 탄소발자국 배출 '0'을 목표로 생물 다양성, 화학 물질, 자원보존, 기후 네 가지에 초점을 맞추고 있다고 함
- ☑ 2012 년 소니가 콘텐츠 제작에도 지속가능성을 적용하기 시작 한 후 현재 제작되는 쇼의 75%는 지속가능한 생산 상태를 달성했다고 말했으며, 소니 스튜디오의 자체 내부 표준과 업계 전반에 대한 외부 표준을 모두 충족하기 위해 힘쓰고 있다고 밝힘
- ☑ 소니픽처스는 <스파이더맨: 노 웨이 홈> 촬영 당시, 비영리 단체인 '트리스 애틀랜타'와 협력하여 촬영지에 나무를 심고, 지역 서식지 보존을 위한 침입 종을 방지하는 등 지역사회 활동을 했다고 전해짐

● 아마존스튜디오

- ☑ 아마존 스튜디오는 에너지 기술 회사인 'Moxion'과 협력을 통해 촬영장 내 퇴비화, 태양열 차량 이용을 진행해 왔으며 최근 시리즈 제작에 새롭게 개발된 배터리를 사용하기 시작했다고 전함
- ☑ 새로운 배터리는 기존 디젤 발전기 보다 소음이 덜하고, 비수기 동안 충전이 가능해 촬영장 순환이 빨라졌으며, 케이블 사용량이 적어 촬영장 내 안전에도 큰 역할을 하고 있다고 함. 새로운 배터리를 사용하면 1 년 동안 발생하는 32 대의 자동차의 배기가스 양 만큼을 감소할 수 있다고 함
- ☑ 아마존 스튜디오는 올해 말부터 새로운 배터리를 확장할 계획을 가지고 있다고 밝힘

1) 출처 : <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/amazon-studios-hbo-green-sony-pictures-sustainability-efforts-1235358067>

✓ [북경] 콰이쇼우, 재무보고 발표 2022 년 매출액 941 억 위안

KOCCA

○ 콰이쇼우, <2022 년 4 분기 및 연간 재무보고(2022 年第四季度及全年财报)>

- ✓ 3 월 29 일, 콰이쇼우(快手)가 발표한 <2022 년 4 분기 및 연간 재무보고(2022 年第四季度及全年财报)>에 따르면, 콰이쇼우의 2022 년 매출액은 941 억 8,300 만 위안(17 조 7,864 억 5,955 만 원)으로 전년 대비 16.2% 증가함
- ✓ 또한, 동기간 일 평균 사용자 수는 전년대비 15.4% 증가한 3 억 5,570 명이며, 월 평균 사용자 수는 전년대비 12.6% 증가한 6 억 1,270 명임. 이용자별 일 평균 앱 사용시간은 129.2 분으로 전년대비 15.9% 증가함

✓ [심천] 중국, 2022 년 온라인 시청 유저 10 억 명 돌파 2)

KOCCA

○ 지난 3 월 29 일, 제 10 회 중국 인터넷 오디오 및 비디오 컨벤션(China Internet Audio&Video Convention, 中国网络视听大会)에서 <2023 중국인터넷시청발전연구보고서(2023 中国网络视听发展研究报告)>가 발표되었음

- ✓ 보고서에 따르면, 2022 년 12 월까지 중국 인터넷 시청 유저는 10 억 4,000 만 명의 규모를 달성하였음. 또한, 인터넷 사용자의 인터넷 시청 이용률이 97.4%에 달하였으며, 동기 대비 1.4% 상승하며 안정적인 성장을 보였음
- ✓ 2022 년 중국의 범인터넷시청산업의 시장규모는 약 7,274 억 위안이며, 전년 대비 4.4% 증가하였음. 그 중에서 숏폼 동영상 분야는 2,928 억 3,000 만 위안의 시장규모로 전체 시장규모의 40.3%를 차지하여 산업이 성장하는데 큰 역할을 하였음. 인터넷 라이브 방송 분야도 1,249 억 6,000 만 위안으로 전체 시장규모의 17.2%를 점하며 인터넷 시청 산업 시장 규모 성장을 이끄는 중요 동력으로 작용함

✓ [인니] 인니 OTT 플랫폼 'Vidio', 미국 문벅 엔터테인먼트와 협력 계약 체결

KOCCA

○ 동남아 시장 확장을 위해 문벅 엔터테인먼트는 인도네시아 최대 OTT 플랫폼인 Vidio 와 지난 2 월 미국에서 가장 인기 있는 주문형 비디오 구독 서비스 SVoD(Subscription Video On Demand) 협력 계약을 맺음

- ✓ 최대 미디어 그룹 EMTEK 의 자회사 Vidio 는 지난 2 월 6 일 자사 플랫폼에 문벅 엔터테인먼트 콘텐츠 프로그램 방영을 시작함. 이번 협력은 인도네시아에서 가장 규모가 큰 스트리밍 협력임
- ✓ Vidio 에서 방영되는 모든 문벅 엔터테인먼트 콘텐츠는 인도네시아와 영어 두 가지 언어로 제공됨. 문벅 엔터테인먼트의 인기 IP <코코멜론>과 <블리피>는 물론 <로봇 알포> 시리즈, <고 버스터>, <렐로비 시티 팜>, <모르피>, <리틀 엔젤 및 오두막> 등 아이들이 좋아하는 콘텐츠들이 방영됨
- ✓ 문벅 엔터테인먼트 APAC 권역 켈리 쿡 이사는 문벅이 세계 모든 가족에게 최고의 엔터테인먼트 콘텐츠를 제공하기 위해 최선을 위해 노력하고 있으며, 이번 Vidio 와의 협력을 통해 새로운 인도네시아 고객들을

2) 출처 : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1761744950993394407&wfr=spider&for=pc>

에게 새로운 콘텐츠를 제공할 수 있도록 노력하겠다 함

- ☑ 인도네시아 시청자들은 오리지널 제작 콘텐츠에 대한 선호도가 높으며 다양하고 완성도 높은 오리지널 콘텐츠 컬렉션을 보유하고 있는 Vidio 플랫폼이 이번 협력 상대로 선택된 이유임
- ☑ Vidio 는 이번 문벅 엔터테인먼트와의 협업을 통해 다수의 고품질 프로그램을 포함, 충성 고객을 위한 교육 콘텐츠와 어린이 엔터테인먼트 컬렉션을 확장하여 가족시청자들에게 제공할 수 있는 기회를 얻음

☑ [베트남] 조회수 30 억 회를 돌파하며 국민 프로그램으로 자리 잡은 베트남 버전 <1 박 2 일> ³⁾ KOCCA

○ 최근 베트남 예능 프로그램 <1 박 2 일>은 총 31 편 방송 후 그동안의 달성성과를 총 정리하는 수치를 공개함

- ☑ 특히 방송 9 개월 만에 SNS 조회 수 30 억 뷰를 돌파하며 총 31 편이 방송된 지 얼마 안 되어 유튜브 인기 급상승 동영상에 진입하게 됨
- ☑ 또한 2020 년 소셜 네트워크 트렌드 1 위, 2023 년 1 월 소셜 네트워크 소통량이 가장 높은 키워드 2 위 에 오르는 등 <1 박 2 일>의 영향력과 전파력은 매우 강력하며, 이 프로그램에 대한 기사는 약 2000 개 이상으로 화제성을 자랑함
- ☑ 게다가 <1 박 2 일>은 2022 년 아시아 지역 콘텐츠 제작사 300 곳이 추천한 아시아 최고 인기 프로그램 8 위에 이름을 올렸는데, 이 모든 수치는 국민 프로그램의 위상을 확고히 하는 데 기여함



[그림 1] '1박 2일' 예능프로그램의 성과

☑ [태국] 상무부, '홍콩 필름마켓'에서 태국 콘텐츠 상담액 13 억 바트 돌파 밝혀 ⁴⁾ KOCCA

- 상무부 국제무역진흥국(Department of International Trade Promotion, 이하 DITP) 푸싯 랏따나꾼 세 리령릿(ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์) 국장은 “지난 13 일부터 16 일까지 열렸던 ‘2023 홍콩 국제영화 및 TV 시장 (이하 FILMART)’에 참가한 21 개 태국업체가 527 건의 상담과 13 억 바트(약 490 억 원) 이상의 무역 가

3) 출처 : <https://viez.vn/tong-ket-2-ngay-1-dem-hon-3-ty-view-lot-top-chuong-trinh-duoc-yeu-thich-quoc-te-dUzF31IV9xld.html>

4) 출처 : <https://www.thaipost.net/economy-news/349558>

치를 창출했다”라고 밝힘

- ☑ 할로프로덕션(Halo Productions)은 중국과 시즌별 10 회로 2 개 시즌을 제작하는 제작 협상을 마쳤고, 레티나 펄프로덕션(RETINA FILM PRODUCTION)은 올 11 월 태국에서의 촬영을 희망하는 영국업체와 협상을 함
- ☑ 중국의 OTT 플랫폼 기업들은 특히 중국인 시청자들에게 사랑받고 있는 태국 공포물 콘텐츠 구매 협상을 위해 큰 노력을 기울임. 이번 행사 참여는 DITP 가 문화부, 관광체육부와 함께 세계 시장에서 태국 엔터테인먼트 및 콘텐츠 사업의 경쟁력을 높이기 위해 추진한 정책 중 하나로, 전반적인 영화산업 확장은 물론 태국 콘텐츠 사업자들이 세계 주요 생산업체로서 자리매김하는 데 영향을 미칠 것으로 기대됨
- ☑ 올해 FILMART 에는 영화제작 및 배급사, 영화제작 및 후반작업 관련사, TV 콘텐츠 및 드라마 제작사, 다큐멘터리 제작사 등 21 개의 태국 기업이 참가함
- ☑ 한편 FILMART 는 엔터테인먼트 산업 관계자들이 가장 많이 찾는 3 대 영화시장 중 하나로, 아시아 최대의 콘텐츠 거래 시장임. 매년 8,000 명 이상의 업계 관계자들이 참가하며, 영화산업에서 수익을 창출하고 세계 시장으로 진출하기 위해 도움이 되는 중요한 행사임
- ☑ 올해에는 전 세계 30 개국 700 개 이상의 영화 관련 기업이 참여했으며 중국기업이 330 개로 가장 많이 참여했고, 다수의 새로운 프로젝트가 공개됨. 특히 홍콩영화는 지난해 좋은 작품을 많이 내놓았으며, 이는 아시아 시장이 회복되고 있음을 나타내는 좋은 사례임

☑ [러시아] 서방 콘텐츠가 사라지고 한국 콘텐츠가 성장하는 러시아 시장 5)

KOCCA

● 러시아 영화관과 OTT 기업은 한국 콘텐츠로 서방의 제재를 극복하고 있음

- ☑ 러시아 최대 영화관 ‘K a p o’의 회장은 한국의 <비상선언>, <늑대사냥>, <헤어질 결심>이 박스 오피스 1 위를 달리고 있으며 <올빼미>, <미혹>, <리턴 투 서울>을 개봉할 예정이라고 밝힘
- ☑ 러시아 주요 OTT 인 ‘OKKO’는 한국 콘텐츠의 양이 1 년 동안 두 배 증가했으며 TV 쇼의 시청시간은 모든 기록을 경신했다고 보고함. 또 다른 OTT 인 ‘IVI’에서는 곧 KBS 의 드라마를 독점 방영을 하여 볼 수 있을 것이라고 전함
- ☑ 러시아에서는 4 월에만 3 개의 한국영화가 개봉할 예정임. <미드나이트>는 4 월 13 일, <올빼미>는 4 월 20 일, <미혹>은 4 월 27 일 각각 개봉할 예정임

5) 출처 : <https://www.kommersant.ru/doc/5899881>

<https://infinica.ru/rossiyskie-kinoteatryi-rasshiryayut-katalogi-aziatskogo-kino.php>

<https://telesputnik.ru/materials/trends/news/videoservisy-rasshiryayut-katalogi-aziatskogo-kino>

<https://daily.afisha.ru/news/74211-v-rossiyskiy-prokat-vyhodit-koreyskiy-triller-ne-slyshu-zla-publikuem-treyler>

<https://portal-kultura.ru/articles/news/349243-koreyskiy-istoricheskiy-triller-nochnaya-sova-vyydet-v-rossii>

<https://rg.ru/2023/03/22/vyshel-russkij-trejler-misticheskogo-korejskogo-trillera-prizrak-u-ozera.html>

게임·융복합



✓ [심천] 중국, 인공지능에 의해 제작된 첫 모바일 게임 캐릭터 탄생 ⁶⁾

KOCCA

- 최근 거인인터넷(巨人网络)이 산하 모바일 게임 <태공행동(太空行动)>에서 중국 AI 기술로 제작한 첫 캐릭터 'SPACE SHARK'를 출시하였음
 - ✓ 캐릭터 'SPACE SHARK'는 거인인터넷(巨人网络)에서 바이두(百度)와 기술 협력을 통해 출시한 게임 캐릭터임. 캐릭터의 전체 기획, 게임 내 개발 및 응용은 거인인터넷(巨人网络)에서 맡았으며, 캐릭터의 인공지능 훈련과 같은 인공지능 기술 부분은 바이두(百度) 원신 빅 모델 어니(文心大模型, Big Model ERNIE)팀에서 지원하였음
 - ✓ 거인인터넷(巨人网络) 관계자는 "모바일 게임 <태공행동(太空行动)>은 바이두(百度)의 인공지능 기술에 기반하여, 캐릭터 외에 게임방법, 캐릭터 기술, 스킨 등 다양한 UGC(User Generated Contents) 창작에 운용할 예정"이라고 함

✓ [인니] 국영 통신사 텔콤, 자사 디지털 플랫폼 GameQoo 와 클라우드 게임 확장 협력 KOCCA

- 국영 통신사 텔콤은 자회사 PT Nuon Digital Indonesia 의 디지털 플랫폼 GameQoo 는 클라우드 게임 기술을 사용하여 게임 스트리밍 서비스를 제공함. GameQoo 는 다운로드 과정 없이 사용자가 전화를 통해 다양한 장르의 게임을 쉽게 플레이할 수 있음
 - ✓ GameQoo 는 텔콤과 협력하여 최대 30 일 동안 GameQoo 의 AAA 콘솔 게임과 PC 에 자유롭게 액세스할 수 있는 인터넷 패키지에 보너스 인터넷 용량을 추가하여 제공함. 텔콤 통신사 고객은 텔콤셀 어플리케이션 또는 웹에서 해당 인터넷 패키지(GameQoo Bundling Basic, GameQoo Bundling Advance, Topping DP GameQoo)를 구매할 수 있음
 - ✓ PT Nuon Digital Indonesia 의 아리스 수데워 사장은 이번 텔콤과의 번들링 패키지 협업을 통해 인도네시아 게임 개발 생태계 중 하나로 클라우드 게임 시장을 확장할 수 있다고 언급
 - ✓ 더불어 텔콤의 디지털 라이프스타일 니르완 레스마나 부사장은 PT Nuon Digital Indonesia 와의 협력으로 고객들의 GameQoo 접속이 더욱 편리해졌음을 인정하며 텔콤셀이 제공하는 GameQoo 인터넷 패키지를 통해 텔콤 고객들 또한 다양한 양질의 엔터테인먼트를 즐길 수 있기를 바램
 - ✓ GameQoo 는 600 개 이상의 게임을 제공하고 있으며 AAA 의 고품질 게임을 비싼 장비없이 즐길 수 있음. 다운로드 없이 플레이가 가능해 최신 하드웨어로 업그레이드 하는 번거로움이 없음. GameQoo 에는 Disney, F1, LEGO, Kingdom Come 등과 같은 다양한 게임 등이 있으며 <https://gameqoo.id> 링크에서 바로 시작할 수 있음

6) 출처 : <https://finance.sina.com.cn/jjxw/2023-03-28/doc-imynmvfy8554747.shtml>

☑ [베트남] VTVcab 과 V Gaming, 베트남 이스포츠 개발 촉진 협력 7)

KOCCA

- 지난 3 월 24 일 베트남 케이블방송사 VTVcab 과 V Gaming 은 베트남 이스포츠 개발 촉진을 위한 전략적 협력을 체결함
 - ☑ 이 협력에 따라 VTVcab 과 V Gaming 은 국내외 이스포츠 경기 및 전국 학생을 대상으로 하는 이스포츠 경기를 포함, 이스포츠 관련 종목의 개최, 콘텐츠 제작, 홍보 및 개발을 협력할 계획
 - ☑ 한편 지난 2020 년 V Gaming 이 설립한 모바일 아레나오브발러(Lien Quan Mobile)팀은 현재까지 2021 봄 명예의 전국 대회에서 3 위, 국제 모바일 아레나오브발러 2021 AIC 대회에서 2 위, 특히 2022 AIC 대회에서 우승을 차지한 바 있음. VTVcab 의 경우 SEA Games 32 의 이스포츠를 포함한 스포츠 콘텐츠를 제작하고 방송하는 주무 방송사로 전통적인 스포츠에서 신규 이스포츠에 이르기까지 스포츠 콘텐츠 분야에서 두각을 나타냄



[그림 2] VTVcab과 V Gaming의 전략적 협력 체결식

☑ [베트남] 4 월 초, 베트남 게임 축제 개최 예정 8)

KOCCA

- 정보통신, Vn 익스프레스 (Vn Express) 신문사, 베트남 게임 축제 연합 등이 공동으로 개최하는 2023 호찌민 베트남 게임 축제 페스티벌이 오는 4 월 1-2 일 푸토 (Phu Tho) 체육관에서 개최되며, 관련 게임업계 최고 전문가 등 약 1 만 5,000 여 명이 참여할 것으로 예상됨
 - ☑ 4 월 1 일 오전 9 시 30 분부터는 국가 총괄관리기관의 리더, 퍼블리셔, 게임 스튜디오, 유명 게이머 등이 참여하는 게임포럼토론회가 개막되는데, 주요 토론 내용은 이 분야의 '어려움 공유, 과제 예측'과 '트렌드 예측, 미래 예측' 등의 두 가지 주요 세션으로 구성됨
 - ☑ 행사가 진행되는 동안 차례로 프로게이머 KOLs 와 등록 게임구독자를 대상으로 한 2 개의 대회와 함께 게임 아레나(Game Arena) 활동이 진행됨. 베트남 게임 페스티벌 행사의 하이라이트는 4 월 1 일 저녁에 열리는 게임 어워즈(Game Awards) 2023 발표식으로, 조직위원회는 우수 출판사, 제품, 서비스, 커

7) 출처 : <https://vtv.vn/the-thao/vtvcab-v-gaming-hop-tac-thuc-day-phat-trien-esports-viet-nam-20230324202655994.htm>

8) 출처 : <https://vnexpress.net/ngay-hoi-game-viet-nam-dien-ra-dau-thang-4-4582863.html>

뮤니티, 팀, 게이머 등 14 개 부문을 발표할 예정임



[그림 3] 베트남 게임 축제 조직위원회

☑ [태국] 문화진흥국, 게임업체 가레나온라인타일랜드와 업무협약 체결 9)

KOCCA

- 문화부 산하 문화진흥국(DCP) 꼬릿 파까맛(โกวิท วัฒนา) 국장은 인터넷 서비스회사로 게임회사 가레나, 온라인쇼핑몰 쇼피(Shopee), 디지털 금융서비스 씨머니(Seamony)를 소유한 sea(Thailand)의 수석이사 겸 가레나온라인(타일랜드)의 대표 싸룻 와닛판(สรุต วาณิชพันธ์) 박사와 게임을 통한 문화 홍보·전파 교류에 협력하기 위한 업무협약을 체결함

- ☑ 문화진흥국은 오래전부터 한국과의 교류를 통해 얻게 된 한국 게임산업에 대한 지식과 노하우를 태국에 적용할 수 있었고, 태국 정부는 이를 바탕으로 8 가지 주요 정책을 추진해 옴. 그 중 세 번째가 문화·예술·종교에 관한 항목으로 '제 3 조 1 항 문화 및 국가 정체성 증진에서 태국 정부는 품격 있고 도덕성을 갖춘 행복한 사회를 만들기 위해 종교를 바탕으로 다양하고 우수한 예술 문화를 보존·복구하며 전통을 계승하는 것을 포함해 각 사회기관이 좋은 가치와 문화를 함양할 수 있도록 장려한다'고 명시됨
- ☑ 문화부의 패러다임 시프트(Paradigm Shift) 방침에 따라 문화의 관점을 확고하고 지속 가능한 움직임으로 전환함. 문화진흥국은 한국 정부와 민간기구와 협의를 통해 도출한 내용을 도입해 게임산업을 통해 태국적 가치와 문화를 창출하고 확산시켜 소프트파워를 발전시키고자 함
- ☑ 꼬릿 국장은 "문화진흥국은 2020 년부터 한국의 게임물관리위원회(GRAC)와 업무협약을 체결했으며, 같은 해 11 월 19 일부터 23 일까지 서울과 부산을 방문해 '2022 지스타(G - Star)' 박람회를 참관하고 게임에 대한 지식과 정보를 교류해왔다"라고 언급하며 "태국 게임산업을 선도하는 회사와 협력하게 돼 기쁘고, 게임을 통해 태국 문화를 배우고, 어린이·청소년·대중들이 지식을 쌓고 역량을 키워 직업으로 이어질 수 있기를 바란다"며 소감을 전함

9) 출처: <https://www.mcot.net/view/wRI49GBV>

- ✔ 싸룻 대표는 “오늘날 일상생활에서 온라인 기술이 폭넓게 사용되고 있다. 통계에 따르면 태국에 최대 3천만 명의 게이머가 있다. 재미와 여가를 위해 게임을 하기도 하고, 이스포츠 프로선수들은 각종 국제대회에 참가해 국가의 위상을 높이기도 한다”라고 언급함
- ✔ 그는 또 “태국과 전 세계에 이스포츠 관중이 많으므로 이를 통해 다양한 콘텐츠를 전달할 수 있으며 이는 효과적인 홍보 방법이 될 것이다. 게임을 통해 태국의 소프트파워를 알리고 가치 있는 좋은 게임을 홍보하는 캠페인을 벌인다면 이를 통해 이익을 얻게 되는 많은 사람이 생길 것이며 전체 게임산업 생태계가 성장할 것이다”라고 의견을 밝힘
- ✔ 이번 업무협약은 두 기관의 전문지식을 활용한 창의력을 기술과 결합해 새로운 차원의 태국 문화를 선보이는 중요한 시작이 될 것으로 기대됨



[그림 4] 업무협약 체결식에 참여한 문화부 문화진흥국 꼬윳 파까맛(우측) 국장과 가레나온라인타일랜드 싸룻 와닛판 대표

애니·캐릭터



✓ [미국] 디즈니, 정리해고 발표 10)

KOCCA

● 디즈니 첫 정리해고 발표

- ✓ 디즈니는 올해 초 기업전체의 비용 삭감의 이유로 총 7,000 명의 인력 축소 계획을 밝힌 후, 이번 주 디즈니의 첫 정리해고가 예고됨
- ✓ 디즈니는 '넥스트 제너레이션 스토리텔링 & 고객 경험 그룹'의 해체를 발표하였으며 메타버스를 담당하던 총 50 명의 직원이 정리해고 될 것이라고 함
- ✓ 전 디즈니 CEO 밥 차펙에 의해 진행 되어온 메타버스 사업은 테마파크뿐만 아니라 다른 사업들에 걸쳐 디즈니의 중요한 요소가 될 것이라며 투자를 이어왔지만 메타버스 사업은 수익을 내지 못하고 있었다고 전해짐
- ✓ 디즈니는 이번 주부터 올해 여름까지 세 차례에 걸쳐 모든 정리해고 계획이 발표될 예정이며 소유 중인 스트리밍 서비스인 '홀루'의 매각을 고려중이라고 밝혔음. 미국에서는 이번 달에만 아마존, 메타, 오디오 회사 시리우스 XM 등 다양한 기업들의 정리해고가 이어져 오고 있음

✓ [유럽] 웹툰 <나 혼자만 레벨업> 애니메이션, 프랑스에서 공개 11)

KOCCA

● 인기 웹툰 <나 혼자만 레벨업>의 애니메이션이 프랑스에서 공개된다고 밝힘

- ✓ <나 혼자만 레벨업>은 대한민국 소설가 추공이 2016 년부터 2018 년까지 연재했던 인기 판타지 장르 웹소설로 2018 년부터 장성락 작가에 의해 웹툰화되었음. 이후, 일본 소니 산하의 애니메이션 제작사 A-1 픽처스와 애니메이션 전문 플랫폼 크런치롤(Crunchyroll)이 협력하여 애니 화를 추진하였다고 밝힘. 크런치롤 공식 사이트를 통해서 티저 공개 소식을 전함



[그림 5] <나 혼자만 레벨업> 애니메이션 티저 (출처 : Crunchyroll)

10) 출처 : <https://deadline.com/2023/03/disney-unplugs-metaverse-unit-layoffs-bob-chapek-bob-iger-1235311536>
<https://www.nbc.com/2023/03/28/disney-reportedly-cuts-metaverse-division-under-igers-restructuring.html?&qsearchterm=Disney%20job%20cuts>
 11) 출처 : 프랑스 언론, MGG, Konbini, Bleach-Mx
<https://www.millennium.org/news/401264.html>
<https://www.konbini.com/popculture/lanime-solo-leveling-annonce-sa-date-de-sortie-dans-un-teaser-qui-promet-du-lourd>
<https://bleachmx.fr/solo-leveling-premier-trailer-officiel-du-tant-attendu-anime>

✓ [UAE] 중동 최대 방송사 MBC 그룹, 애니메이션 제작과 투자 목적의 MBC Anime 설립 ¹²⁾koCCA

- MBC 그룹은 MBC Anime 설립을 통해 애니메이션의 홍보, 라이선싱, 제작뿐만 아니라 양질의 애니메이션에 투자 또한 계획하고 있다고 발표함
 - ✓ MBC 그룹은 최근 자체 아랍어 콘텐츠 플랫폼인 샤히드(Shahid)의 애니메이션 콘텐츠를 확대함과 동시에 MBC Anime 의 설립을 통한 애니메이션 제작 투자 펀드에 대해 발표함
 - ✓ MBC Anime 는 미국의 만화 전문 배급사인 도쿄팝 (Tokyopop)의 CEO 인 스튜 레비(Stu Levy)와 손을 잡고 이끌어 나갈 예정임
 - ✓ 첫 번째 투자 기간인 향후 몇 년간은 일본의 주요 애니메이션 스튜디오와 파트너십을 구축하여 다양한 프로젝트에 지원과 투자를 아끼지 않을 예정이며 이후에는 투자 규모를 더욱 확대하겠다는 포부를 보임
 - ✓ 현재 중동과, 북아프리카, 특히 사우디아라비아 내 애니메이션과 일본 만화의 인기가 매우 높으며 관련 행사와 액티비티 또한 급증하였음



[그림 6] MBC그룹과 도쿄팝 CEO의 계약 체결 모습

12) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/mbc-group-announces-mbc-anime-initiative-with-tokyopop>

음악



✓ [미국] 워너 뮤직 그룹, 메이저 음반사 최초 정리해고 진행 13)

KOCCA

○ WMG 정리해고 발표

- ✓ 에드 시런, 카디비, 브루노 마스 등 세계적인 뮤지션들이 소속된 세계 3 대 뮤직그룹 중 하나인 워너 뮤직 그룹 (Warner Musci Group:WMG)이 전 세계 직원 6,200 명의 약 4%인 270 명의 정리해고 계획을 발표함
- ✓ WMG 의 정리해고는 메이저 음반사에서 처음 진행된 정리해고라고 알려짐
- ✓ 이번 정리해고는 음악 사업 내 끊임없이 변화 속 아티스트 및 작곡가 개발과, 새로운 기술 개발의 필요성을 강조하며 단순한 비용 절감 차원이 아니라 성장을 위한 조직개편이며, 각 레이블, 부서, 기술, 우선순위를 고려한 결정이었다고 전함
- ✓ WMG 는 음악 불법 다운로드와 같은 음악 사업의 피해를 줄이고 스포티파이, 애플 뮤직과 같은 음악 스트리밍 서비스·플랫폼 개발에 앞장설 것이며, 신기술 개발과 새로운 아티스트와 작곡자 투자를 통해 최대의 수익을 얻을 수 있도록 하겠다고 함
- ✓ WMG 는 지난 해 4 분기 발표한 매출이 전년도에 비해 8% 감소하며 '힘든 시기'라 표현한 적이 있으며, 올 해 말 카디비, 에드 시런 등 인기 아티스트의 앨범 출시를 계획 중이라며 높은 수익에 대한 기대감을 보여줌

✓ [유럽] 프랑스 언론, K 팝 강력한 팬덤 문화 조명 14)

KOCCA

○ 기획사들의 디지털 마케팅은 팬들을 열정적으로 만드는 토대가 된다고 밝힘

- ✓ 디지털 기술로 무장한 팬 플랫폼에서 활발하게 활동하는 K 팝의 팬덤 문화를 조명함. K 팝 문화는 2012 년 사이의 '강남스타일'이 유튜브에서 최초로 10 억 뷰를 기록하며 전 세계적인 현상으로 발전됐다고 전함. 2014 년 BTS 가 '상남자'로 글로벌 진출하면서 6 개의 싱글로 빌보드 핫 100 의 1 위를 기록하는 기염을 토하며 소프트웨어 강국이 된 한국의 위상을 새롭게 증명함
- ✓ K 팝 팬들은 노래의 흥행을 위해 단순히 음악을 듣는 것에 그치는 것이 아니라 틱톡이나 인스타그램 같은 SNS 를 통하여 안무 커버 영상을 올리며 K 팝 콘텐츠를 즐길 수 있는 숏폼 플랫폼의 기능을 적극적으로 활용한다고 언급함. 아이돌의 콘서트 표를 구하기 위해 100 유로 이상을 지불하기도 하며, 랜덤 사진 카드를 수집하는 등 아이돌에 대한 높은 충성심과 열정을 보여준다고 함. 그 결과 BTS 는 강력한 글로벌 팬덤(ARMY)을 갖게 되었다고 덧붙임

13) 출처 : <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/warner-music-layoffs-1235363023>
<https://www.billboard.com/pro/warner-music-group-layoffs-wmg-ceo-memo-staff>

14) 출처 : 프랑스 잡지, Capital, Madame Figaro
<https://www.capital.fr/economie-politique/ici-comment-les-fans-de-k-pop-influencent-les-resultats-des-elections-politiques-a-travers-la-1463979>
<https://madame.lefigaro.fr/celebrites/musique/dans-l-hysterie-des-fans-de-la-k-pop-prets-a-tout-pour-leurs-idoles-20230326>

- ☑ K 팝 팬덤은 더 나아가 시민운동에도 참여하여 사회적 영향력을 행사함. 미국에서 K 팝 팬들이 델러스 시 경찰이 시위대 참석자들의 신원을 확인하기 위해 만든 애플리케이션을 해킹하거나 인종주의적 폭력 희생자 가족이나 시민운동가들을 위해 모금 운동을 하는 등 상징적인 활동을 통해 'Black Lives Matter' 운동에 영향을 끼쳤다고 전함. 또한, K 팝 팬들은 트럼프 미국 전 대통령의 미팅 장소 티켓을 싸쓸이 예약한 후 참석하지 않는 수단으로 그를 난처하게 만들기도 했던 일화를 언급함

☑ [유럽] 프랑스 언론, K 팝 걸그룹 뉴진스 집중 조명 15)

KOCCA

○ 데뷔한 지 1 년도 채 되지 않은 어도어의 첫 걸그룹 '뉴진스'의 글로벌 버전 EP 앨범 소식을 전하며 집중 조명함

- ☑ 2022 년 7 월 21 일 데뷔한 뉴진스는 티저 없이 바로 스페인에서 촬영한 <Attention> 뮤직비디오를 공개하며 아이돌 성공 공식의 새로운 방향을 제시했다고 전함. 뉴진스는 방탄소년단이 소속되어 있는 대형 기획사 하이브에 아트디렉터 민희진이 이적하면서 레이블 ADOR(어도어)의 CEO 가 된 후 탄생한 걸그룹이라고 전함. 2021 년 민희진 대표가 설립한 독립 레이블 ADOR(어도어)는 2019 년 9 월부터 16 개의 국내 지역에서 오디션을 통해 민지, 하니, 다니엘, 해린, 헤인까지 총 5 명의 멤버를 모집하였다고 함
- ☑ 데뷔 이래로 <Attention>, <Hype Boy> 및 <Hurt> 곡들을 통해 뉴진스 열풍은 식지 않고 있으며 2023 년 3 월 24 일부터 첫 솔로 앨범 글로벌 버전이 나온다고 전함

☑ [유럽] 프랑스 언론, 최고의 K 팝 앨범 선정 16)

KOCCA

○ 21 세기 글로벌 음악 산업에서 K 팝은 하나의 장르로 여겨지면서 현재 국제적으로 급격하게 성장하며 성공가도를 달린다고 언급함

- ☑ 다른 장르 음악들과 구분되는 하나의 독립된 음악 장르로서 K 팝은 음악 산업계에서 필수 요소가 되었다고 전하며 15 개의 최고의 K 팝 앨범을 선정함. 블랙핑크의 <THE ALBUM>과 <SQUARE UP>, BTS 의 <MAP OF THE SOUL : 7>, 트와이스의 <Feel Special>, NCT127 의 <Neo Zone - The 2nd Album>, 빅뱅의 <MADE>, 2NE1 의 <CRUSH>, EXO 의 <DON'T MESS UP MY TEMPO>, (G)I-DLE 의 <I burn>, MAMAMOO 의 <TRAVEL>, Rosé 의 <R>, SHINee 의 <Don't call me>, DREAMCATCHER 의 <Piri ~ Fue wo Fuke ~>, 레드벨벳의 <Really Bad Boy>, Stray Kids 의 <GO 生>을 언급함

15) 출처 : 프랑스 언론, L'Éclairer Fnac
<https://leclairer.fnac.com/article/cp59019-newjeans-precocite-k-pop>

16) 출처 : 프랑스 언론, L'Éclairer Fnac
<https://leclairer.fnac.com/selection/cp51711-le-top-des-meilleurs-albums-de-k-pop>

✓ [베트남] 베트남에서 K 팝 〈Click The Star〉 오디션 개최 17)

KOCCA

- 〈클릭 더 스타(Click The Star)〉는 글로벌 K 팝 여자 아이돌 그룹 선발을 위한 대규모 아이돌 선발 프로그램으로, 이 프로그램은 32 개국에서 오디션을 개최하며, 특히 동남아시아 지역 중 베트남, 태국, 인도네시아 등에서 오디션을 개최할 예정
- ✓ 베트남에서는 VTVcab 과 월드케이팝센터가 글로벌 K 팝 여자 아이돌 그룹에 합류할 가장 우수한 얼굴들을 선발하고자 〈클릭 더 스타 시즌 1〉을 공동으로 개최함. 선발 프로그램은 오디션, 본선, 20 인 본선, 그리고 데뷔를 위한 서바이벌 프로그램 등으로 구성되어 온라인 오디션은 2023 년 3 월 23 일부터 4 월 16 일까지 진행될 예정임



[그림 7] 〈Click The Star〉 프로그램 포스터

✓ [태국] 태국 걸그룹 프렛젤, 뉴진스의 〈디토〉 태국어 커버 음원 공개 18)

KOCCA

- 태국 4 인조 걸그룹 프렛젤(Pretzelle)이 한국 걸그룹 뉴진스의 〈디토(Ditto)〉를 태국어로 번역한 커버 음원을 공개하며 컴백함
- ✓ 뉴진스의 〈디토〉는 짝사랑하는 사람의 속마음이 궁금하다는 내용임. 그 사람 앞에서 사랑을 용감하게 표현하려고 노력했고, 그도 나와 같은 생각이길 기대하며 상대방에게 첫눈에 반한 사람의 마음을 표현한 곡임
- ✓ 프렛젤은 귀엽고 밝은 느낌으로 이 곡을 소화했고, 팬들은 그들만의 스타일로 가사를 매끄럽게 번역한 프렛젤에게 아낌없는 칭찬과 응원을 보냄

17) 출처: <http://dichvu.vtvcb.vn/chuong-trinh-noi-bat/phim-tren-vtvcb/casting-click-the-star-tai-viet-nam-ban-muon-tro-thanh-idol-k-pop>

18) 출처: <https://workpointtoday.com/pretzelle-ditto/>

패션



✓ [유럽] 명품 브랜드와 협업, 패션 트렌드 이끄는 BTS 19)

KOCCA

- 최근 몇 년 동안 BTS 는 가요계는 물론 광고계까지 섭렵하며 전 세계적으로 존재감을 펼치고 있다고 전함
 - ✓ BTS 는 현재까지 Samsonite, Seoul Tourism, Louis Vuitton, PUMA, FILA, Formula E, LG, 현대 등 많은 브랜드 광고에 참여하며 팬덤은 물론 소비자들의 관심까지 집중시키고 있음. 2021 년 보고서에 따르면 BTS 은 한국 브랜드와의 광고 협업으로 450 만 달러 이상을 벌어들였다고 밝힘. 명품 브랜드와의 협업에서는 이보다 더 높은 수익의 성과를 냈다고 언급함
 - ✓ 명품 브랜드가 BTS 와의 협업에 열광하는 이유에 대하여 조명함. 이들의 뒤에는 충성도가 높은 거대한 규모의 팬덤 아미(ARMY)가 있다는 점을 언급함. 강력한 팬층 외에도 BTS 의 음악과 그 안에 담긴 메시지는 연령대와 문화적 배경을 불문하고 다양한 청중들에게 공감을 불러일으키며 매력적으로 다가온다는 점을 덧붙임. 더불어 BTS 의 스트리트 웨어와 하이패션을 결합한 패션 감각은 젊고 세련된 대중에게 주목받는 요소라고 함. 많은 사회 운동과 자선 활동을 통한 BTS 의 영향력도 언급함
 - ✓ 현재 BTS 멤버는 각각 지민은 디올과 티파니코, 제이홉은 루이비통, 슈가는 발렌티노, V 는 SimInvest 멤버서더로 활동하고 있다고 전함. BTS 멤버들이 솔로 활동을 통해 두각을 드러내며 다른 명품 브랜드 또한 방탄소년단과 계속 협업하기를 원한다고 함. 명품 브랜드에게 있어서 BTS 와의 협업은 브랜드 영향력을 넓히고 좀 더 젊은 소비층을 끌어 모으기 위한 좋은 전략 조건이라고 함

✓ [유럽] 영국 패션 전문지, 한류가 유럽 패션시장에 미치는 영향력 주목 20)

KOCCA

- 이번 파리와 밀라노 패션위크를 통해 한류의 존재감이 확고해졌다고 밝힘. 패션위크장 앞을 가득 채운 열광적인 팬들을 통해 소위 ‘아이돌’이라 불리는 K 팝 스타들의 인기와 한류의 영향력을 확인할 수 있음
 - ✓ 문화 전략가 니코 가비노(Nico Gavino)는 한류의 발전과 인기를 역사적 배경을 통해 설명함. 한때 전쟁으로 폐허가 되었던 한국이 문화생산과 정보 기술에 중점을 둔 현대화와 산업화 추진을 통해 경제 혼란에서 벗어났다고 설명함. 더해서 한류는 소셜 미디어의 발전과 동시에 엄청난 성공을 거두기 시작했다고 밝힘
 - ✓ 가비노는 BTS 정국이 착용한 모든 명품 제품은 품절되는 현상을 예로 들며 럭셔리 브랜드에서 한류의 영향력에 주목함. 럭셔리 브랜드들은 인기가 많은 K 팝 스타들을 브랜드 멤버서더로 채택하고 패션위크에 초청함으로써 홍보 효과를 노림. 브랜드 소비 조장은 물론, 아이돌 팬덤에게 브랜드 이미지를 각인시킴으로써 그들을 잠재적 소비자로 만들
 - ✓ 마지막으로 기사는 한국 패션이 한국 뷰티가 그랬던 것처럼 전 세계적으로 유명해질 것으로 전망함. 케이

19) 출처 : 프랑스 잡지, Essential Homme
<https://www.essentialhomme.fr/bts-phenomene-collaborations-marques-de-luxe>

20) 출처 : 영국 언론, fashionuntied UK
<https://fashionuntied.uk/news/business/how-the-korean-wave-took-over-the-western-fashion-world/2023032468652>

팝 등 한국문화를 보고 자란 세대가 주 소비자층이 되며 한국 전통 패턴과 색상 등이 서양 패션 시장에서 큰 인기를 끌 것으로 전망함

통합(정책·기타)



✓ [북경] 시장감독총국, <인터넷 광고 관리방법> 개정 발표 21)

KOCCA

- 3월 24일, 시장감독총국(国家市场监督管理总局)이 공식 홈페이지를 통해 <인터넷광고 관리방법(互联网广告管理办法)> 개정판을 발표함

- ✓ 이는 지난 2016년부터 발표·시행한 <인터넷광고 임시 관리방법(互联网广告管理暂行办法)>을 보완한 것으로, 올해 5월 1일부터 시행될 예정임
- ✓ 당국은 해당 <방법>이 중국 인터넷광고 업계 발전에 따른 특징과 추세 등을 적용했으며, 관리감독 규칙 신설 및 경영책임 세분화로 시장의 질서유지와 디지털 경제 지속 발전에 중요한 의의가 있다고 밝힘

주요 개정내용

1. **광고 관련 경영 주체 책임 강조** : 광고주, 인터넷 광고 경영 및 배포 책임자 및 인터넷 정보서비스 제공자에 대한 책임 사항 명시
2. **광고 유형에 따른 규범 제시** : 팝업형 광고, 슬라이드형 광고, 인공지능을 통해 배포된 광고 등 광고 유형에 대한 규범 제시
3. **관리 감독 규정 세분화** : 기사형식의 PR 광고, 링크형 인터넷 광고 가격 순위 경쟁 광고, 알고리즘 추천 광고, 인터넷 라이브 방송 중 송출되는 광고, 형식만 변형 후 재심사를 통과한 광고 등 중점 영역에 대한 규정의 세분화
4. **광고 모델 관련 내용 추가** : 광고모델의 소속 및 관할과 관련된 내용 추가

✓ [북경] 국가판권국, 2022년 중국 저작권 등록현황 발표 22)

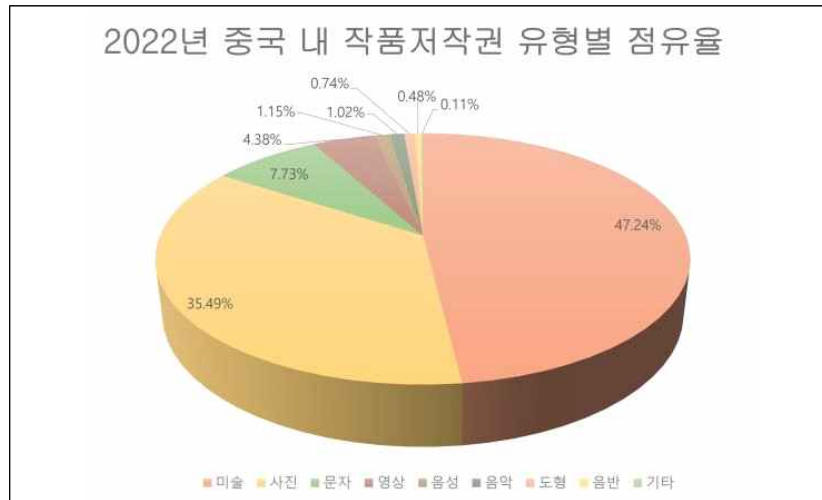
KOCCA

- 3월 21일, 국가판권국(国家版权局)이 공식 홈페이지를 통해 발표한 <2022년 전국 저작권 등록현황(2022年全国著作权登记情况的通报)>에 따르면, 작년 중국 전역에 등록된 저작권 건수는 총 635만 3,144건으로 전년대비 1.42% 증가함

- ✓ 이 중 작품 저작권은 전년대비 13.39% 증가한 451만 7,453건으로 미술·사진·문자·영상 분야가 순서대로 가장 많은 비중을 차지했으며, 작품 저작권 전체의 94.84%를 차지함
- ✓ 이 밖에, 컴퓨터 소프트웨어 저작권은 총 183만 5,341건, 질권은 총 350건으로 전년대비 19.5%, 5.91% 각각 감소함

21) 시장감독총국 홈페이지 : https://www.samr.gov.cn/xw/zj/202303/t20230324_354097.html

22) 국가판권국 홈페이지 : <https://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/12228/357527.shtml>



[그림 8] 2022년 중국 내 작품 저작권 유형별 점유율

☑ [심천] <중국공상과학인터넷문학백서(2022)> 발표, SF 인터넷 문학 빠른 속도로 성장 ²³⁾KOCCA

- 지난 3월 25일, <과환세계(科幻世界)>는 사천대학중국공상과학연구원(四川大学中国科幻研究院)과 공동으로 <중국공상과학인터넷문학백서(2022)(中国科幻网络文学白皮书 2022)>를 발표하였음
 - ☑ 백서에 따르면, 2022년 기점중문망(起点中文网)에서 42,080편의 공상과학 인터넷문학 작품을 발표하였으며, 계약한 오리지널 공상과학 인터넷문학 작품 수량이 30% 증가하였음
 - ☑ 또한 공상과학 인터넷 문학 영역에서 우수한 작품을 지속적으로 수출하며, IP 관련 산업 사슬이 점점 성숙해짐에 따라 공상과학 인터넷 문학 영역에도 비교적 안정적이고 견고한 비즈니스 모드가 자리를 잡아가고 있음
 - ☑ 공상과학 인터넷 문학의 주제도 다양화해지고 있음. 작가들은 더 이상 단순히 공상과학 요소를 모방하고 응용하는 창작 방향에 국한되지 않고 새롭게 융합된 창작 방향으로 미래세계, 우주문명, 초과학기술 등 세분 장르를 탄생시켰음

☑ [일본] 마이보이스컴, '정액제 서비스 관련 조사' 결과 발표 ²⁴⁾

KOCCA

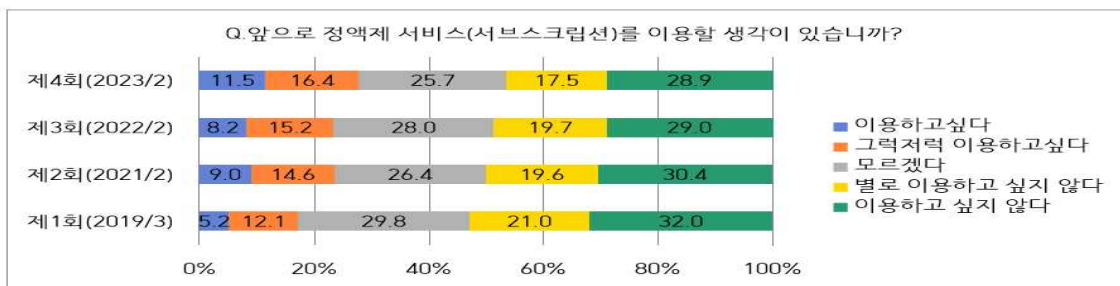
- 리서치 전문회사 마이보이스컴은 '정액제 서비스(서브스크립션) 관련 조사'를 실시. 최근 1년간 이용한 무제한 서비스에 대한 질문에 '정액제 OTT 서비스(Netflix, hulu 등)'라 회답한 비율이 68.5%로 가장 높았음
 - ☑ 다음으로 '정액제 음악 스트리밍 서비스(Spotify, Apple Music 등)'라 회답한 비율이 24.2%, '정액제 전자서적·잡지, 전자만화'가 13.4%로 뒤를 이었음
 - ☑ 최근 1년간 정액제 서비스를 이용한 사람은 31.6%로 과거 조사결과보다 증가 경향을 보였으며, 이용한 서비스 타입은 '정액요금으로 조건 내에서 서비스 무제한 사용'이 26.8%로 가장 많았음
 - ☑ '대여 무제한 서비스', '정기배송 서비스'의 이용 상황 관련 질문에는 '대여 무제한 서비스'는 가전이

23) 출처 : <https://finance.sina.com.cn/jjxw/2023-03-28/doc-imynmvfy8554747.shtml>

24) 출처 : <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2303/20/news079.html>

2.2%, 자동차, 중고차가 1.8%였음. '정기배송 서비스'는 피부관리 제품, 화장품 등이 5.6%, 음식 재료 · 식품이 4.7%인 것으로 나타남

- ☑ 향후 정액제 서비스 이용 의향을 묻자 '이용하고 싶다'와 '그럭저럭 이용하고 싶다'라고 답한 사람이 전체의 27.9%로, 젊은 층에서 높은 경향을 보였으며 10~30 대에서 약 4~50%를 차지했음
- ☑ 정액제 서비스를 이용할 때 중시하는 점은 '요금에 맞는 내용(제값을 하는)'이 79.6%로 가장 높았고, '월간요금'이 76.6%, '상품 및 서비스 품질', '상품 및 서비스의 종류'가 각각 30%대로 나타남
- ☑ 최근 1년간 서비스를 이용하지 않은 사람은 '무료체험 충실 정도'와 '쉬운 해약 방법, 쉬운 해약 절차'를 중시하고 있는 경향이 높은 것으로 나타남



[그림 9] 향후 정액제 서비스 이용 의향 조사결과

☑ [일본] 야노경제연구소, Vtuber 관련 조사 결과 발표 25)

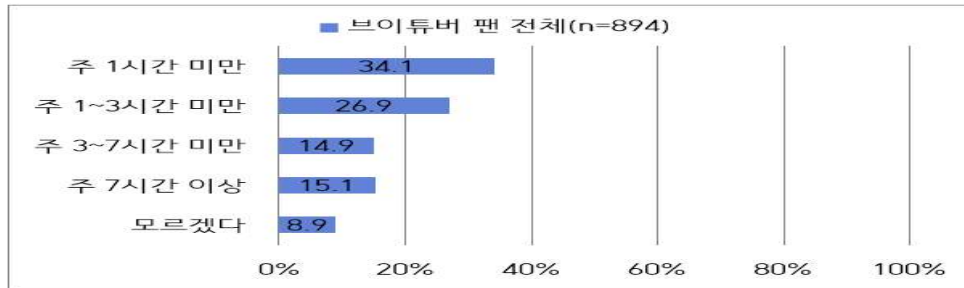
KOCCA

- 야노경제연구소는 지난 3월 20일, Vtuber 팬의 30%가 일주일에 3시간 이상 관련 동영상을 시청한다는 조사결과를 발표함. 또한, Vtuber 소속사 인지도 조사에서는 '니지산지(にじさんじ)'와 '홀로라이브(ホロライブ)'가 압도적으로 높은 수치를 기록함
 - ☑ Vtuber 소비자 양케이트 조사를 통해 'Vtuber에 관심이 있다'라고 대답한 15~39세 남녀 894명에게 관련 동영상 시청시간을 질문하자 '주 1시간 미만'이 34.1%로 가장 많았고, '1~3시간 미만'이 26.9%로 뒤를 이었음
 - ☑ '3~7시간 미만'은 14.9%, '7시간 이상'이 15.1%로 나타나 총 30%의 팬들이 주 3시간 이상 라이브 방송이나 아카이브, 클립영상과 같은 관련 동영상을 시청하고 있는 것으로 나타남
 - ☑ 한편, 일주일에 20시간~30시간 이상 시청하고 있다고 대답한 사람도 일부 존재했다고 함
 - ☑ Vtuber 소속사 및 프로젝트 11곳을 들어 인지도 및 팬 활동에 대해서도 질문한 결과 '니지산지'의 인지도가 89.6%, '홀로라이브'가 86.9%에 이름
 - ☑ '버추얼 유튜버'호칭을 만들어낸 '키즈나아이'가 소속된 '키즈나 AI'는 58.4%, '브이스포!'가 54%, '아오기리고교'는 51.3%였음
 - ☑ 소니뮤직엔터테인먼트 산하 Vtuber 소속사 'VEE'는 2021년 7월에 활동을 개시한 후발주자이지만

25) 출처 : <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2303/20/news160.html>

21%의 인지율을 보였음

- ☑ 아노경제연구소는 자본력을 바탕으로 한 대기업의 추격에 따라 Vtuber 소속사의 판도는 앞으로 변화해 나갈 것으로 보인다고 전함



[그림 10] 브이튜버에 관심 있는 대상자의 동영상 시청시간 조사결과

☑ [UAE] 사우디 리서치 앤 미디어 그룹, 새로운 벤처 캐피탈인 SRMG 벤처스 발표 26) KOCCA

- 사우디 리서치 앤 미디어 그룹 (SRMG (Saudi Research & Media Group))은 SRMG 벤처스를 통해 사우디아라비아 내 스타트업과 신흥 기술에 투자 예정임
 - ☑ 투자는 초기 시드부터 시리즈 B 단계까지를 목표로 하고 있으며, 투자 영역으로는 미디어 크리에이터, 디지털 미디어, 미디어 인에이블러, 관련 툴 및 실감/교류형 엔터테인먼트가 선정됨
 - ☑ SRMG 는 SRMG 벤처스를 통해 지역 인재를 지원하고 역량을 강화시켜 빠르게 진화하는 미디어 산업을 더욱 성장시키겠다는 포부를 밝힘
 - ☑ SRMG 벤처스는 사우디아라비아에 기반을 둔 현지 엔터테인먼트 콘텐츠 전문 스튜디오인 텔파즈 일레븐(Telfaz11)과 VR 지원 SNS 앱인 버즈(Vuz)와의 첫 번째 투자 및 파트너십을 체결함
 - ☑ 중동과 북아프리카 내 미디어 및 엔터테인먼트 산업은 현재 대비 9% 성장하여 2026 년까지 200 억 달러를 초과할 것으로 예상됨. 특히 사우디아라비아의 경우 2022 년 벤처캐피탈 자금이 연 8.3% 증가한 30 억 달러를 돌파하였으며, 사우디아라비아 스타트업 업체들은 2021 년 대비 72% 상승한 9 억 8700 만 달러를 확보한 바 있음



[그림 11] SRMG 벤처스 로고

26) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/saudi-research-media-group-launches-new-venture-capital-arm>

☑ [태국] 태국 엔터테인먼트산업 해외 진출 가능한가? 27)

KOCCA

- 지난 27 일에 반딧비즈니스대학교(มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 이하 DPU)에서 쫄라롱껀대학교 아시아연구소와 DPU 미디어학부가 공동으로 ‘태국 엔터테인먼트 세계와 해외 진출’을 주제로 국가 학술 세미나를 개최했고, DPU 미디어학부 학장인 씨와낫 흥쁘라운(ศิวณารณ หงษ์ประยูร) 조교수가 개회식을 주재함
 - ☑ 쫄라롱껀대학교 아시아연구소의 타나웃 로팟타나논(ฐณยศ โล่ห์พจนานนท์) 박사는 ‘세계 엔터테인먼트 시장과 태국 엔터테인먼트 관리 방향’에 대해 발표하며, 세계 엔터테인먼트 산업이 2026 년 2 조 9,000 억 달러(약 3,778 조 원)에 이를 것으로 전망함
 - ☑ 타나웃 박사는 미디어를 활용해 해외시장으로 진출하게 되면 전례 없는 새로운 소비가 일어날 기회가 열리게 되며, 태국 엔터테인먼트산업은 경쟁력을 높이기 위해 각 지역의 독특한 특성을 연구해야 하고, 차세대 산업 분야의 핵심 자원이 될 창조적 공동체를 만들기 위해 창의성은 시민 사회에서 나와야 한다고 발표함
 - ☑ DPU 미디어학부 워라락 끌라쑤콘(วรลักษณ์ กล้าสุคนธ์) 교수는 ‘해외 엔터테인먼트 산업에서 스트리밍의 역할’이라는 주제로 다음과 같은 내용을 발표함
 - 세계에서 스트리밍 서비스를 통해 영화를 가장 많이 소비하는 나라는 인도, 브라질, 한국이며, 이 3 개국에서 가장 많이 사용하는 플랫폼은 넷플릭스, 프라임비디오, 디즈니플러스로 이들이 내부에서 경쟁하면서 노동수요가 발생함. 또한, 위 3 개국의 문화전파도 플랫폼을 유지하기 위한 작품 제작 비율에 따라 움직임. 만약 어떤 작품이 해외에서 상영 허가를 받는다면 라틴아메리카문화가 엔터테인먼트 플랫폼을 통해 미국에 전파되는 문화적 소통을 보여주는 분명한 사례라고 할 수 있음. 태국은 이 기회를 교훈 삼아 현실에 맞는 전략을 개발해야 함
 - ☑ 문화부 완나씨리 모라꾼(วรรณสิริ โมรากุล) 차관보는 ‘엔터테인먼트 차원에서의 국제협력’에 대해 “문화부는 영화제작 지원예산을 책정했으며, 엔터테인먼트 매체를 통한 소프트파워 홍보예산 15 억 바트(약 57 억 원)도 신청했음, 선거 후 정부의 승인만 남은 상태이다. 문화부는 영화제작에 있어 외국과의 협력을 중요하게 보고 있다.”라고 언급하며 “문화부는 예산을 마련해 한국과 프랑스 영화제작에 태국 기업을 소개하는 중요한 협력 프로그램을 추진, 문화부는 문화역사고고학 분야에 관심이 있는데, 이는 시간을 들여 자료를 찾고 세심하게 연구해야 할 필요가 있다.”라고 전함

☑ [태국] 민간 부문, 태국 소프트파워위원회 설립 촉구 28)

KOCCA

- 민간 부문에서는 소프트파워를 국정과제로 격상하고, 개발을 직접 관리할 위원회 설립을 촉구함
 - ☑ 탐마삿대학교 경제학회가 주최한 세미나에서 엔터테인먼트 프로그램 제작회사 우디월드(Woody's World Co.)의 우띠턴 미린타찐다(วิฑิตร์ มลิณทจินดา) 대표는 “태국에는 세계 시장에서 소프트파워의 가치를 높일 엄청난 기회가 있으며, 이를 달성하기 위해 태국은 미디어·사람·문화를 통한 발전을 도모해야 하고, 이는 여행, 숙박, 상품 및 서비스에 긍정적인 영향을 미칠 것”이라고 언급함
 - ☑ 또한, “소프트파워 개발 가속화를 위해서는 효과적인 국가 계획과 이를 직접 감독할 국가 브랜딩 부처 설

27) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1060203>

28) 출처 : <https://www.bangkokpost.com/business/2534109/private-sector-seeks-thai-soft-power-board>

립이 필요하며 더 중요한 것은 이 문제가 국가 의제로 다뤄질 수 있도록 해야 할 것”이라고 언급함

✔ [태국] 4 인의 경제 전문가, 태국의 미래를 말하다 29)

KOCCA

- 태국 비즈니스 매체 「쁘라차차투라깃」은 태국개발연구원(TDRI)과 함께 오는 5 월 14 일 있을 선거에서 태국의 미래를 설계하고 국가 운영을 맡게 될 새 정부에 과제를 제시하기 위해 TDRI 의 공공정책연구 결과를 제안하고, 태국 경제에 기여하고 있는 대기업 및 신생 기업인들을 초청해 태국이 당면하고 있거나 시급히 해결해야 할 공공정책에 대한 의견을 수렴함
 - ✔ TDRI 쏘끼얏 땅깃짜와닛(สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์) 원장은 “태국은 절대 희망이 없지 않다. 국민들이 더 많은 소득을 얻을 수 있도록 국가를 발전시키고 더 높은 경제성장을 이뤄내지 못했으며, 소득불균형을 제대로 해결하지 못했다. 또한 좀 더 환경친화적인 사회로 만들어야 한다. 그런 사회로 나아가기 위해 정치적 도움이 필요하다”고 언급함
 - ✔ IT 서비스 제공업체 MFEC 최고 책임자 씨리왓 웅짜루꾼(ศิริวัฒน์ วงศ์จารุกร)은 “태국은 아직 희망이 있다. 젊은 세대들이 잘해주고 있지만 사회적 균형을 맞추는 문화를 만들어내지 못했다. 기존의 문화가 3~4 년 동안 정체돼서 이대로 계속 간다면 후퇴할 수밖에 없다. 우리의 오래된 문제에 새로운 사회문제가 더해지면 회복이 어려울 것”이라고 의견을 밝힘
 - ✔ 반면 까씨껀뱅크(농민은행)의 계열사 KBTG 그룹 최고 책임자 르엉쑤 폰폰(เรืองโรจน์ พูนผล)은 “사람들에게 희망을 주는 것이 정부의 역할이다. 태국인들의 희망은 점점 줄어들고 있다. 다들 나에게 태국의 미래를 묻는다. 아직 기차에 올라타지도 못했는데 이미 문이 닫히고 기차는 승강장을 벗어나고 있는 상태와 같다. 그렇다고 해서 기차가 없는 것은 아니다. 하지만 기차를 타기 어렵다고 3 등 기차를 타면 안 된다. 미래를 위해 시간에 맞춰 정확한 자리에 있어야 한다. 태국인들은 싸울 준비가 돼 있다. 지난 시간 어렵고 힘들었지만, 태국인들이 희망을 품고 미래를 바라본다면 다시 일어설 수 있을 것”이라고 언급함
 - ✔ CP 그룹 수파차이 짜라와논(ศุภชัย เจียรวนนท์) 회장은 “태국은 여러 면에서 꽤 잘했지만, 농업이 발전하지 못해 세계의 식품 창고가 돼 GDP 5,000 억 바트에서 1 조 바트(약 38 조 원)로 갈 수 있었던 엄청난 기회를 놓친 것이 아쉽다. 시장은 농업, 식량 안보, 부가가치 창출, 태국 음식, 태국 상품 등을 요구하고 있다. 다수가 베트남을 경쟁자로 보고 있지만, 우리가 정치나 세계정세에 얽매이지 않고 이익을 가장 높일 수 있는 중립적 위치에 있으므로 정치적 안정을 찾는다면 동남아시아의 중심지가 될 가능성이 더 높다”라고 언급함

✔ [태국] ‘2 천만 개의 소프트파워 일자리 창출’ 공약 내건 프어타이당 30)

KOCCA

- ✔ 지난 24 일 원스테이디움에서 프어타이당(พรรคเพื่อไทย) 소속으로 이번 방콕 하원의원에 출마 의사를 밝힌 전직 배우 안카랏 니띠폰(อรรพรัตน์ นิตติพน)이 ‘모든 태국인을 위한 새로운 직업’이라는 주제로 연설에 나서
 - ✔ 그는 “지난 20 년 동안 중소기업에 종사하면서 국내외 많은 기업인의 의견을 접할 수 있었고, 프어타이당

29) 출처: <https://www.prachachat.net/opinion-column-10/news-1238388>

30) 출처: <https://www.voicetv.co.th/read/HT54B4ocl>

이 태국인들의 더 나은 삶을 위한 새로운 소득 창출과 사업에 대한 정책을 제안했을 때 국가발전에 이바지할 기회라 생각했다”라고 언급함

- ☑ 또한, “태국에는 새로운 변화가 필요하고 세계를 뒤흔드는 새로운 지식을 창출할 수 있는 시스템을 마련해야 하며 기술을 받아들여 태국 중소기업과 스타트업이 가진 좋은 아이디어가 수익으로 창출될 수 있도록 해야 한다. 이에 태국콘텐츠진흥원(Thailand Creative Contents Agency)을 설립해 1 가정 1 소프트웨어 정책을 펴 연간 최소 20 만 바트(약 750 만 원)의 수입을 올릴 수 있는 2 천만 개의 일자리를 만들고, 태국을 아시아의 디지털 허브, 푸드파라다이스로 만들어 관광 축제를 통해 태국문화와 음식, 상품들을 발전시키며 새로운 일자리를 창출할 것이다”라고 언급함

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

	미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장	 +1-323-935-2070	 shju@kocca.kr
	유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 yoosungghoon@kocca.kr
	중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hgyoon8591@kocca.kr
	중국 비즈니스센터(심천) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 hmkim@kocca.kr
	일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
	인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-2256-2396	 yskim@kocca.kr
	베트남 비즈니스센터(하노이) 홍정용 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjy84@kocca.kr
	UAE 비즈니스센터(두바이) 오현전 센터장	 +971-2-491-7227	 ho@kocca.kr
	태국 마케터(방콕) 박웅진 부장	 +66-2-017-2856	 wjpark@kocca.kr
	러시아 마케터(모스크바) 김시우 과장	 +7-968-943-4571	 cu@kocca.kr

발행인 ————— 조현래

발행처 ————— 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr