

2024

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

389 호

구분	제목
 방송·영화	• [미국] <파친코> 시즌 2, 8 월 공개 예정 • [북경] 광전총국, 올해 상반기 발행허가 중국산 드라마 총 41 편 • [일본] <트롯 걸즈 재팬> 출연진, 후지 TV <오다이바 모험왕> 출연 확정 • [프랑스] 홍상수 감독의 2023 년 개봉작 <물 안에서>, 프랑스서 재조명 • [프랑스] 프랑스 K 드라마 팬들의 기대를 받고 있는 디즈니+ 신작, <폭군> • [베트남] 제 2 회 다낭 아시아영화제, <마이> 3 관왕 - <페이스오프 7: 소원> 2 관왕 달성 • [베트남] <Call Me By Fire> 베트남판, 국영 방송국 1 위 등극 • [UAE] 요르단 암만 국제영화제에서 56 편의 중동 영화 상영 • [UAE] 카타르 최초의 첨단 시네마 박물관 건립 추진 • [태국] 태국 국영방송을 아리랑 TV 처럼 발전시켜 소프트파워 홍보 • [인도] 할리우드 길 따라 '시네마틱 유니버스' 구축 중인 인도 영화 프랜차이즈 • [아르헨티나] Flow, 후안 페론 사망 50 주년 기념 다큐멘터리 시리즈 제작 • [아르헨티나] 아르헨티나 영화의 어려운 상황
 게임·유통	• [북경] 위챗 미니게임 월 활성 이용자 규모 5 억 명 이상 • [심천] 2024 년 6 월 중국 모바일게임 배급사 글로벌 매출액 순위 TOP30 • [심천] 빌리빌리, 향후 5 년 게임 사업 로드맵 발표 • [일본] 국립국회도서관, 관내 게임 소프트웨어 이용 저조 발표 • [인니] <배틀그라운드 모바일>, 인니 모바일 게임 인기순위 상위권 진입 • [태국] 맘모시스, '갤럭시티:어스-방콕'에서 실시간 메타버스 도시 데이터 공개 • [인도] 온라인 게이머 수 4 억 4,200 만 명, 24FY 게임산업 규모 253 억 달러 • [인도] 전문가들이 게임 과몰입 방지 위한 이용 제한이 효과가 없다고 보는 이유
 애니·캐릭터	• [프랑스] 프랑스, <전지적 독자 시점>의 애니메이션 제작 소식 발표에 관심 집중
 만화·웹툰	• [프랑스] 프랑스 재팬 엑스포에서 화제가 된 네이버 웹툰 • [태국] THACCA SPLASH 에 참여한 삼 웹툰 작가 인터뷰
 음악	• [프랑스] BTS 진, 2024 파리 올림픽 성화 봉송 참여 • [인니] '자카르타 뮤직 콘 2024', 음악산업 발전을 위한 네트워크의 장 마련 • [태국] 시선을 사로잡은 슈퍼주니어 콘서트 • [러시아] K 팝 공연 이어져
 패션	• [인도] 빠르게 성장 중인 인도 패스트 패션, 향후 7 년 내 500 억 달러 달성 예상 • [인도] 패션 스토어, 전통 소매업체 넘어 커뮤니티 모임의 새로운 핫스팟으로



2024 년 7 월 22 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
 통합(정책 등)	• [미국] 구글, 사이버 보안업체 '위즈'와 인수합병 추진 • [북경] 중앙인터넷정보판공실, 미성년자 인터넷 환경 개선 특별조치 개시 • [심천] 2024 년 상반기 중국 상업공연 티켓 판매액 190 억 1,600 만 위안, 13.24% 증가 • [태국] 각 도시 주재 상무관을 이용한 중국시장 공략 • [인도] 중앙 정부, 새로운 방송 규제 법안에 OTT 와 콘텐츠 제작자 포함 시도 • [인도] 언론에 비친 한류 단신 • [아르헨티나] 밀레이 정부, 공영 통신사 텔람을 광고 기관으로 전환시킴



방송·영화



✓ [미국] <파친코> 시즌 2, 8 월 공개 예정 ¹⁾

● Apple TV+ 통해 8 편의 에피소드 공개

- ✓ 지난 15 일(현지시간) 엔터테인먼트 스트리밍 서비스 애플 TV(Apple TV)가 <파친코(Pachinko)> 시즌 2 론칭 소식을 전함. <파친코>는 금지된 사랑에서 시작해 한국과 일본, 미국을 오가며 전쟁과 평화, 사랑과 이별 등 잊을 수 없는 연대기를 그린 작품으로 로튼 토마토 지수 97%를 기록하며 전 세계로부터 많은 사랑을 받은 작품임
- ✓ 일제강점기부터 1980 년대까지 4 대의 걸친 한국인 이민자 가족의 대서사시를 그린 <파친코> 시즌 1 은 크리스티스 초이스 어워즈(Critics Choice Awards) 최우수 외국어 드라마 부문과 고담 어워즈(Gotham Awards) 획기적인 시리즈-40 분 이상 장편 부문 작품상, 인디펜던트 스피릿 어워즈(Independent Spirit Awards) 최고 앙상블 캐스트 상 등 세계 유수 시상식을 휩쓸며 작품성을 입증한 바 있음
- ✓ '시즌 1'에서는 1900 년대 초 부산 영도에 새로 온 중개상 '한수'(이민호)와의 만남을 시작으로 격변하는 시대 속에서 가정을 지키고자 하는 주인공 '선자'의 일생을 조명함. 오는 8 월 공개될 시즌 2 에서는 두 아이의 어머니로서 강인한 정신력과 생활력으로 삶의 터전을 다져 나가는 '선자'와 가족들의 이야기로 다시 한 번 전 세계에 강렬한 울림을 선사할 예정임
- ✓ 총 8 편의 에피소드로 구성된 '파친코' 시즌 2 는 한국어, 일본어, 영어로 제작되었으며, 8 월 23 일 첫 번째 에피소드 공개를 시작으로 10 월 11 일까지 매주 한 편의 에피소드를 Apple TV+를 통해 공개할 예정임

✓ [북경] 광전총국, 올해 상반기 발행허가 중국산 드라마 총 41 편

- 7 월 12 일, 광전총국(국 4 家广播电视总局)이 공식 홈페이지를 통해 2024 년 2 분기 중국산 드라마 발행 허가 현황(2024 年第二季度全国国产电视剧发行许可情况)을 발표함. 해당기간 발행을 허가받은 드라마 작품 수는 총 24 편 731 화임
- ✓ 당국이 올해 4 월 발표한 1 분기 현황과 종합하면, 올해 상반기 발행을 허가받은 드라마는 총 41 편 1,255 화로 현실소재(现实题材) 드라마가 가장 많은 비중을 차지함

1) 출처 : <https://deadline.com/2024/05/pachinko-season-2-premiere-date-photos-trailer-1235944859>

✔ [일본] <트로트 걸즈 재팬> 출연진, 후지 TV <오다이바 모험왕> 출연 확정 2)

- 국내에서 큰 인기를 누리고 있는 음악 장르 ‘트로트’를 주제로 새로운 가희(歌姫)³⁾를 발굴하는 일본 오디션 프로그램 <트로트 걸즈 재팬>의 출연진들이, 7 월 20 일부터 8 월 25 일까지 개최되는 후지 TV 의 오프라인 이벤트 <오다이바 모험왕(お台場冒険王)>에 출연한다고 발표
- ✔ 후지 TV 본사 1 층 <오다이바 모험왕(お台場冒険王)> 무대에서 1 주일간 연속으로 멤버들이 출연할 예정이며, 8 월 24 일(토)에는 약 4,500 명 수용 가능한 ‘아일랜드 스타디움(アイランド スタジアム)’에서 <트로트 걸즈 재팬> 멤버 전원이 출연하며 피날레를 장식할 예정임
- ✔ <트로트 걸즈 재팬> 멤버들은 올해 2 월 오디션 종료 후 곧바로 한국으로 건너가 MBN 오디션 프로그램에서 우승한 한국 가수들과 뜨거운 경합을 펼치는 음악 예능 프로그램 <한일가왕전>에 출연함. 트로트의 본고장인 한국에서 약 8 주에 걸쳐 방영된 <한일가왕전>은 국내에서는 15%에 가까운 시청률을 기록하였고, <트로트 걸즈 재팬> 멤버들도 한국 내에서 이름을 널리 알리는 계기가 되었음. 또한 동 프로그램은 일본에서 <트로트 걸즈 재팬> 오디션 실행위원회에 참가했던 위성채널 ‘WOWOW’와 VOD 서비스 ‘ABEMA’를 통해 방영되어 큰 호응을 얻었음
- ✔ 국내 MBN 이 기획한 한일 트로트 가수 오디션 프로그램을 통해 국내뿐만 아니라 일본으로도 인기를 모으며 일본 뉴스 및 신문, 라디오 등의 매체에 소개되면서 무명가수였던 <트로트 걸즈 재팬>에 뽑힌 멤버들이 후지 TV 가 주최하는 오프라인 이벤트 <오다이바 모험왕>에 연일 출연할 정도로 일본에서도 인기를 얻고 있음
- ✔ 이번 <오다이바 모험왕>의 무대에는 <트로트 걸즈 재팬> 및 <한일가왕전>에서 불렀던 곡들을 중심으로 공연할 예정으로 누구나 알 수 있는 추억의 일본 명곡들을 선보일 예정임. 또한 8 월 24 일 ‘아일랜드 스테이지’에서는 스페셜 게스트의 출연과 <트로트 걸즈 재팬>에서 파생된 유닛의 첫 무대도 예정되어 있음



[그림 1] <트로트 재팬 걸즈> 출연진 이미지

2) 출처 : <https://www.cdjournal.com/main/news/-/111820>

3) 歌姫(うたひめ): 뛰어난 노래 실력을 가진 여성 가수를 가리키는 표현

✓ [프랑스] 홍상수 감독의 2023 년 개봉작 <물 안에서>, 프랑스서 재조명 4)

- 2023 년에 개봉된 홍상수 감독의 작품 <물 안에서>가 프랑스에서 재조명됨. 해당 영화는 평범한 몇 분의 장면에서 감독의 삶을 재현하며 우리의 다양한 감정을 포착함
 - ✓ 프랑스 언론은 오늘날의 영화가 선명하지만 공허한 이미지와 지속적이고 공격적인 내러티브가 보편화되어 있는 반면, 홍상수 감독은 평화로운 영화적 소재를 통해 선동적이고 인위적인 요소로 인해 발생하는 소외의 위험에 과감히 맞선다고 평함
 - ✓ <물 안에서>는 관조, 우정, 침묵을 찬미하는 급진적인 작품으로, 작은 시선조차도 예기치 않은 영감의 원천이 될 수 있음을 보여줌. 홍상수 감독은 로케이션 촬영 시퀀스에 소프트 포커스를 적용하여 이미지와 사운드의 본질, 그리고 그것들이 영화적 서사에서 차지하는 역할에 대해 의문을 제기함. 그는 삶과 사실을 고정하기보다는 인상파 화가들의 감성과 자유로움을 추구하며, 전통적인 학문적 틀에서 벗어난 새로운 접근을 시도함
 - ✓ 또한, 언론은 홍상수 감독이 이미 존재하는 이미지를 재현하는 것에 대한 두려움을 느끼는 불확실한 주인공처럼, 시각적 본질과 그 한계를 탐구하고 실험하려는 노력을 기울이고 있다고 평함

✓ [프랑스] 프랑스 K 드라마 팬들의 기대를 받고 있는 디즈니+ 신작, <폭군> 5)

- 8 월 14 일 디즈니+에서 4 부작으로 공개될 예정인 액션 및 서스펜스 장르의 시리즈 <폭군>이 프랑스 언론의 주목을 받고 있음
 - ✓ 해당 드라마는 박훈정 감독이 연출한 작품으로, 박훈정 감독은 과거 <마녀>와 <신세계>를 통해 평론가들의 호평을 받은 바 있음. 영화 비평 사이트 로튼 토마토에서 <마녀>는 89%, <신세계>는 63%의 점수를 기록함. 박훈정 감독의 첫 번째 시리즈 작품인 <폭군>은 프랑스 K 드라마 팬들에 큰 관심을 받고 있음
 - ✓ 차승원, 김선호, 김강우 등이 출연하는 <폭군>은 스릴 넘치는 미니 시리즈로, 액션과 긴장감을 선사할 예정임

4) 출처 : <https://www.ladepeche.fr/2024/07/10/in-water-film-sud-coreen-de-hong-sang-soo-12073164.php>

5) 출처 : <https://www.jeuxvideo.com/news/1904432/par-le-realisateur-de-la-saga-the-witch-cette-serie-coreenne-disney-n-a-rien-a-envier-a-james-bond-en-2024.htm>

☑ [베트남] 제 2 회 다낭 아시아영화제, <마이> 3 관왕 - <페이스오프 7: 소원> 2 관왕 달성⁶⁾

- 지난 7 월 6 일 제 2 회 다낭 아시아영화제가 개최되어, 아시아 등 각국 영화배우 및 베트남 유명 영화배우, 전문가들을 한 곳에 모았음
 - ☑ 첫 번째 영화제와 마찬가지로 올해 영화제도 두 가지 주요 부문에는 아시아 영화와 베트남 영화가 포함되었으며, 각 부문에는 총 6 개의 상이 포함됨. 올해 영화제에 참여한 영화는 총 63 편으로, 그중 <마이>(Mai), <페이스오프 7: 소원>(Lat Mat 7: Mot Dieu Uoc), <악마개>(Quy Cau) 등 높은 수익을 올린 작품 및 <쿨리 절대 울지 않아>(Cu Li Khong Bao Gio Khoc), <황금누에고치 내부>(Ben Trong Vo Ken Vang) 등 해외 영화제에서 수상한 국내 작품이 포함됨
 - ☑ 베트남 영화 부문에서 쩐타인(Tran Thanh) 감독의 <마이> 영화는 최고의 작품상을 수상했음. 또한 수익 5,200 억 동을 돌파한 <마이> 영화로 쩐타인(Tran Thanh) 감독은 리하이(Ly Hai) 감독, 부응옥당(Vu Ngoc Dang) 감독 등 다른 후보를 제치고 최고의 감독상을 수상했으며, <마이>의 주연배우 프엉아인다오(Phuong Anh Dao) 배우도 여우주연상을 수상함
 - ☑ 그 외 <페이스오프 7: 소원> 영화는 NETPAC 심사위원단이 선정한 우수 베트남 영화 작품상 및 최우수 출연진상 총 2 개 상을 수상했음. 또한 타이호아(Thai Hoa) 배우는 <그녀의 남편을 찾아서>(Con Nhot Mot Chong) 영화에서 폭발적인 연기력으로 남우주연상을 수상함
 - ☑ 아시아 영화 부문에는 팜응옥란(Pham Ngoc Lan) 감독의 <쿨리 절대 울지 않아> 영화가 다른 해외 영화를 제치고 최고의 작품상을 수상하였으며 <황금누에고치 내부> 영화 감독 팜티엔안(Pham Thien An) 감독은 최고의 감독상을 수상했음



[그림 2] 쩐타인 감독 최고의 감독상 수상

6) 출처 :

<https://kenh14.vn/lhp-chau-a-da-nang-2024-mai-cua-tran-thanh-thang-phim-viet-nam-hay-nhat-lat-mat-7-gianh-2-giai-quan-trong-2024070618213616.chn>

✔ [베트남] 〈Call Me By Fire〉 베트남판, 국영 방송국 1 위 등극 7)

● 높은 시청률 및 유튜브 트렌딩 차트 상위권 진입으로 〈Call Me By Fire〉는 요즘 가장 핫한 예능프로그램으로 간주됨

- ✔ 〈Call Me By Fire〉는 중국으로부터 저작권을 수입한 예능 프로그램이며 다양한 분야에서 활동하는 30 대 이상 남성 연예인들이 경연을 거쳐 폭발적인 퍼포먼스를 선보이며 관중들의 투표를 통해 최종적으로 팀을 결성해 데뷔함
- ✔ 첫 방송 후 소셜 미디어에서 큰 화제가 되었고 시청자들의 많은 긍정적인 반응을 얻었음. 1 회에 나오는 노래들이 음악차트와 실시간 검색 차트 상위권을 차지하고 국영 방송국의 시청률 1 위를 기록했음
- ✔ 1 회에는 남성 연예인 33 명이 8 팀으로 나눠 감성이 넘치는 무대들을 선사했음. 이 프로그램을 통해 시청자들은 멋진 무대들을 볼 수 있을 뿐만 아니라 남성 연예인들의 재미있는 이야기들도 알 수 있어서 무척 흥미로움



[그림 3] 〈Call Me By Fire〉 국영 방송국의 비청률 1위 달성

✔ [UAE] 요르단 암만 국제영화제에서 56 편의 중동 영화 상영 8)

● 7 월 개최된 요르단 암만 국제영화제에서 9 일간 사우디, 모로코, 이집트 등 28 개국 56 편의 영화가 상영됨

- ✔ 유괴 사건에 휘말린 가족 이야기를 다룬 모로코 영화 〈Hounds〉, 네 번째 아이를 임신했지만 생활고로 낙태 결정을 내리는 과정을 그린 예멘 영화 〈The burdened〉가 수상하며 주목을 받음
- ✔ 이 외에도 레바논 영화 〈Q〉는 아랍 장편 다큐멘터리 경쟁 부문에서 블랙 아이리스 상을 받았고, 요르단-아르메니아 다큐멘터리 〈My Sweet Land〉는 다큐멘터리 부문에서 세 개의 상을 받음
- ✔ 이번 영화제는 “우리의 이야기를 하다(Telling our stories)”를 주제로 개최되었으며, 삶의 어려움 속에서도 자신을 표현하는 것이 필요하다는 메시지를 강조함
- ✔ 또한 요르단 암만 국제영화제는 2021 년부터 1,633 그루의 나무를 심어 탄소 배출 절감에도 이바지하고 있으며 특히 올해부터는 팔레스타인 가자지구까지 나무 심기 프로젝트를 확대할 예정임

7) 출처 :

<https://kenh14.vn/dan-mang-ran-ran-ung-ho-anh-trai-vuot-ngan-chong-gai-vi-la-hang-real-mua-ban-quyen-20240704105536292.chn>

8) 출처 : <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/2024/07/12/amman-film-festival-2024-winners>

✔ [UAE] 카타르 최초의 최첨단 시네마 박물관 건립 추진 9)

- 카타르 박물관(Qatar Museum)과 카타르 시네마(Qatar Cinemas Co.)는 MOU 를 통해 1972 년 개장한 도하 최초의 영화관 걸프 시네마 복합단지(Gulf Cinema Complex)에 최첨단 시네마 박물관(Cinematique Museum) 건립을 추진한다고 발표함
 - ✔ 이번 MOU 는 첨단 기술을 활용해 영화관의 역사적 가치를 훼손하지 않고 재활성화를 촉진하는 것을 목표로 함. 영화관 복원 외에도 시네마 박물관, 스튜디오 공간, 미디어/영화 도서관, 극장, 레스토랑 등 편의시설을 포함할 예정임
 - ✔ Doha Film Institute 는 전문 지식과 프로그램을 제공하며 이번 프로젝트에 참여 예정이며, 카타르 박물관은 소장하고 있는 영화 컬렉션을 제공하여 시네마 박물관 개발에 참여함
 - ✔ 이번 MOU 및 시네마 박물관 건립 프로젝트는 관련 기관들의 주도로 현지 영화 문화의 중심이었던 걸프 시네마 복합단지를 되살리는 데 의의가 있으며 현대 영화 및 미디어 산업의 요구에 부응하는 중요한 단계로 여겨짐

✔ [태국] 태국 국영방송을 아리랑 TV 처럼 발전시켜 소프트파워 홍보 10)

- 7 월 11 일 패팅탄 국가소프트파워전략위원회 부위원장은 태국국영방송 NBT(National Broadcasting Services of Thailand) 36 주년 기념행사에 참석해, NBT 를 아리랑 TV 처럼 국가소프트파워 홍보를 위한 전문채널로 육성하겠다고 발표했다
 - ✔ 패팅탄 부위원장은 전 세계 107 개국 1 억 4,600 만 가구가 시청하고 있는 한국의 아리랑 TV 가 한국의 전통과 현대문화를 반영하는 드라마 · 버라이어티쇼 · 뉴스 · 다큐멘터리 등 다양한 프로그램을 방영해 세계와 소통하고 있다고 언급하며, NBT 도 일본의 NHK 나 영국의 BBC 와 같은 반열에 오를 수 있다고 말했다
 - ✔ 이어 패팅탄 부위원장은 NBT 가 더 많은 시청자들을 확보하기 위해 태국어와 영어 이외에도 중국어 · 일본어 · 프랑스어와 같은 다른 언어 자막을 제공해야 한다고 했음
 - ✔ 지라폰 총리실 장관은 NBT 가 국민들에게 유익한 뉴스나 다큐멘터리 프로그램을 최소 70% 이상 방송해야 하는 방송통신위원회의 규정을 따라야 하기 때문에, 다른 상업채널에 비해 대규모 시청자를 유치하지 못할 수도 있다고 말했다
 - 태국 디지털텔레비전방송협회(Association of Digital Television Broadcasting)에 따르면 NBT 는 6 월 TV 시청률 부문에서 20 개 중 19 위를 차지했으며, 분당 평균 시청자 수는 9,000 명으로 TV 와 스트리밍 플랫폼을 통틀어 980 만 명의 시청자에게 도달했음

9) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/life/culture/first-of-its-kind-state-of-the-art-cinematique-museum-to-be-built-in-qatar-at-gulf-cinema-complex-s5hykz1h>

10) 출처 : <https://www.bangkokpost.com/business/general/2827589/nbt-singled-out-to-promote-thai-soft-power-exports>

- ❖ 지라폰 총리실장관은 NBT 가 10 월 1 일부터 소프트파워 관련 콘텐츠를 뉴스 프로그램에 통합하고, 태국의 문화 · 음악 · 음식 · 스포츠 등 소프트파워를 홍보하는 프로그램이 허용될 수 있도록 편성을 조정할 것이라고 밝혔음

❖ [인도] 할리우드 길 따라 ‘시네마틱 유니버스’ 구축 중인 인도 영화 프랜차이즈 11)

○ “가치 있는 투자” 전문가 평가 불구하고 팬층 구축 어려움, 높은 제작 비용 등 도전 산재

- ❖ 인도 영화 프랜차이즈는 여러 영화와 캐릭터가 서로 교차하는 할리우드 모델, 특히 마블 시네마틱 유니버스에서 영감을 받아 확장하고 있음. Yash Raj Films 는 Alia Bhatt 가 주연하는 스파이 유니버스에 <Alpha>라는 새로운 타이틀을 추가한다고 발표했으며, 호러 코미디 유니버스는 <Stree>와 <Bhediya>와 함께 <Munjya>가 새로운 히트를 기록했음. 감독 Rohit Shetty 의 경찰 유니버스의 최신작 <Singham Again>에는 Deepika Padukone 과 Tiger Shroff 가 새로운 캐릭터로 합류했음
- ❖ 전문가들은 이러한 대규모의 화려한 영화들이 사람들을 극장으로 유인하기 위해 필요하지만, 할리우드 영화가 기존 만화책을 기반으로 하는 것과 달리, 인도 프로젝트와 캐릭터는 참조할 만한 것이 없어 팬층을 처음부터 구축해야 하며 쉽게 인기를 얻지 못할 수 있다고 말함. 또한 최신 마블 영화의 박스 오피스 수익은 너무 많은 스핀오프가 관객에게 과다 공급이 될 수 있음을 이미 증명했음
- ❖ 시네마틱 유니버스의 일부인 영화는 항상 높은 비용과 특수 효과가 필요하며, 액션 및 기타 제작 측면에서 많은 투자가 필요함
- ❖ 독립 전시자 Vishek Chauhan 은 “할리우드에서 마블 시네마틱 유니버스는 블랙 위도우, 아이언맨 등의 캐릭터가 만화책이라는 참조점을 가지고 있기 때문에 강력한 지원을 받고 있다”라며, “인도의 시네마틱 유니버스의 도전 과제는 경로가 완전히 새로워서 캐릭터와 관련될 이유가 없다는 것”이라고 덧붙였다
- ❖ 2017 년에 배우 Taapsee Pannu 는 2015 년 히트작 <Baby>의 스파이 역할을 재연한 전편 영화 <Naam Shabana>에 출연했음. Chauhan 은 이 액션 스릴러가 박스 오피스에서 인기를 끌지 못했음을 지적하며, 인도 영화에서도 이러한 교차 시도가 있었지만 큰 성공을 거두지 못했다고 말함
- ❖ 또한 인도 관객은 이미 세계적인 수준의 외국 및 현지 영화의 스텐트를 접하고 있어 액션이 더 이상 새롭지 않음. YRF 의 스파이 유니버스는 Salman Khan 이 주연한 마지막 작품 <Tiger 3>가 3 억 달러 이상의 예산으로 단지 2 억 6 천만 달러를 벌어들이며 이미 수익이 감소하기 시작했음
- ❖ 독립 배급사이자 전시자인 Akshaye Rath이 는 시네마틱 유니버스가 여러 영화와 수십 년에 걸쳐 투자할 가치가 있는 것으로 간주된다면 할리우드에서처럼 인도에서도 번성할 수 있다고 지적함. 그는 “프랜차이즈는 규율과 헌신이 필요하며, 인제는 한 번의 히트 후에 별도의 수수료가 과도하게 올라가지 않는 합리적인 비용으로 제공될 수 있어야 한다”면서 “제작자와 배우는 더 많은 지적 재산(IP)을 만들기 위해 형평성과 팬 층의 이점을 현실적으로 바라보아야 한다”고 말함. 인도 영화에서는 주연 배우가 제작 예산의 상당

11) 출처 :

<https://www.livemint.com/industry/indian-cinematic-franchises-follow-the-hollywood-route-to-expand-but-challenges-remain-11721200959515.html>

부분을 차지하고 천문학적인 요금을 요구하는 것이 일반적이며, 이는 종종 대규모 예산 영화가 경제적으로 실행 가능하지 않게 만들

- ☞ 그럼에도 불구하고 대부분의 엔터테인먼트 산업 전문가들은 시네마틱 유니버스를 구축하는 데 가치를 두고 있음. 멀티플렉스 극장을 운영하는 Miraj Entertainment의 전무 이사 Amit Sharma는 팬데믹 이후 가장 큰 히트작들은 〈KGF: Chapter 2, Bhool Bhulaiyaa 2〉 또는 〈Avatar 2〉와 같은 속편들이었다고 말함
- ☞ 엔터테인먼트 플랫폼 BookMyShow의 극장 부문 최고 운영 책임자 Ashish Saxena는 “인도 시네마틱 유니버스는 다양한 장르에서 엄청난 가능성을 보여주며 상승 궤도에 있다”면서 “〈War〉, 〈Pathaan〉, 〈Ek Tha Tiger〉와 같은 히트작과 다가오는 〈Alpha〉와 함께 〈YRF〉 스파이 유니버스, 〈Vikram〉, 〈Leo〉, 〈Kaithi〉를 특징으로 하는 남부 중심의 Lokesh 시네마틱 유니버스, 〈Bhediya〉, 〈Munjya〉, 〈Stree〉와 그 속편 〈Stree 2〉를 포함하는 호러 코미디 유니버스와 같은 프랜차이즈가 전국적으로 관객을 사로잡고 있다”라고 예를 든 뒤 “캐릭터 개발과 설득력 있는 내러티브에 대한 지속적인 강조는 인도에서 시네마틱 유니버스의 확장을 위해 중요하다”라면서 “인도 영화 제작자가 다양한 장르와 내러티브를 탐구함에 따라, 국제적 동료와 함께 극장에 관객을 끌어모을 수 있는 독특하고 기억에 남는 프랜차이즈를 창출할 수 있는 환경이 조성되고 있다”라고 말함

☑ [아르헨티나] Flow, 후안 페론 사망 50주년 기념 다큐멘터리 시리즈 제작¹²⁾

○ 누가 페론의 손을 훔쳤나, 미스터리한 사건을 파고드는 다큐멘터리

- ☞ 현대 아르헨티나 역사상 가장 불가사의한 미스터리를 파고드는 다큐멘터리 〈HERMES IAI와 13인: 페론의 손 도난 사건〉을 Flow에서 시청할 수 있음. 이 작품은 후안 도밍고 페론의 서거 50주기를 맞아 7월 1일부터 Flow의 스트리밍 플랫폼 및 온디맨드 라이브 TV에서 시청 가능함
- ☞ 1974년 7월, 아르헨티나 20세기 정치의 중심 인물인 후안 도밍고 페론이 사망함. 13년이 지난 1987년의 어느 겨울밤, 범죄자들이 라 차카리타 공동묘지(el Cementerio de la Chacarita)에 있는 그의 무덤을 약탈하고 시신에서 손을 탈취해가는 사건이 발생함. 사건 발생 며칠 후, 자칭 'Hermes IAI과 13인'이라 칭하는 단체가 손을 반환하는 대가로 800만 달러를 요구하는 편지를 보냄. 그러나, 관련자들은 흔적도 없이 사라짐
- ☞ 바스킴(Vaskim)이 제작하고 후안 페르난데스 게바우어(Juan Fernández Gebauer)와 로라 두란(Laura Durán)이 감독한 이 다큐멘터리는 4개 챕터로 구성되어 있음. 작품은 사건 해결을 위해 몸 바쳤던 판사 하이메 파 сау(Jaime Far Sau)의 궤적을 따라감. 수사의 복잡한 퍼즐을 풀기 위해 기록 자료, 증언, 법원 문서 등을 활용함
- ☞ 다큐 시리즈의 각 챕터에서는 도난 사건에 대한 주요 가설을 다룸. 이탈리아 마피아와 연계된 프리메이슨 교단의 복수설, 아메리카에서 나치의 금을 찾겠다는 수색설, 독재정권의 전직 요인들이 수행한 정보작전설

12) 출처 :

<https://www.infobae.com/que-puedo-ver/2024/06/27/quien-robo-las-manos-de-peron-el-documental-que-investiga-el-misterioso-caso>

등이 그것임. 이 작품은 모독 행위 뒷면에 숨겨진 정치사회적 의미를 깊게 탐구함

- ✔ 이 다큐멘터리에는 기자, 역사학자, 신비주의자, 전문가, 후안 도밍고 페론과 판사 파 사우의 가족 등 30 명이 넘는 인터뷰가 등장함. 그들의 증언은 사건을 보는 다각적이고 풍부한 시선을 제공함
- ✔ 다큐 시리즈는 도난 사건의 세부사항 뿐만 아니라 후안 도밍고 페론을 둘러싼 역사, 정치적인 맥락과 그에게 영향을 미친 다양한 사건을 함께 탐구함. 작품은 그의 집권부터 사망까지, 그리고 사후의 논란에 이르기까지 아우르며 현대 아르헨티나에 가장 크게 영향을 미친 사건 중 하나를 포괄적이고도 자세하게 다룸

✔ [아르헨티나] 아르헨티나 영화의 어려운 상황 13)

○ 얼마 되지 않는 국내 생산과 기록적인 소비 감소, 아르헨티나 영화의 복잡한 사정

- ✔ 경제 위기에 국립영화영상위원회(INCAA)를 해체시킨다는 정부의 결정까지 더해져 영화 산업이 심각한 타격을 받음
- ✔ 핀들링 위원장에 따르면, 현재까지 촬영된 아르헨티나 영화는 7 편이며 올해 말에는 10 편이 될 예정임. 그는 "이런 상황이라면 작가주의 영화는 기껏해야 1, 2 개 작품만 나올 것입니다. INCAA 가 없으면 방도가 없습니다. 영화는 매우 상업적으로 변할 것이며 중단기적으로 정체성을 잃을 것입니다"라고 말함. 또한, "작가주의 영화나 신진 제작자에게 상황이 희망적이지 않지만, 이 폭풍우를 헤쳐나가야 한다"라고 말함
- ✔ 까리나 로드리게스(Carina Rodríguez) 울트라씨네(ultracine) 에디터는 "2023년에는 박스오피스의 최대 흥행작 무차초스(Muchachos)나 악이 도사리고 있을 때(Cuando acecha la maldad)와 같은 현상이 있었지만, 지금은 찾아볼 수가 없다"라며 아르헨티나 영화가 순위에서 사라졌다고 말함
- ✔ 핀들링 위원장은 제작, 배우, 감독 및 제작자의 측면에서 국가 산업의 수준을 강조하면서, 산업을 부흥시키기 위해 이러한 재능을 활용할 필요성을 제기함. "정부가 문화적 측면을 육성한다면 우리는 이를 발전시킬 잠재력을 갖고 있습니다. 하지만, 정부에서는 시청각 및 제작 서비스를 위해 투입할 많은 돈을 잃고 있다는 사실을 깨닫지 못하고 있습니다"라고 덧붙임
- ✔ 이러한 상황은 특히 아르헨티나 국내의 불황과 함께 더욱 악화됨. 2024 년 상반기에는 이전 연도 같은 기간과 대비해 25%가 감소했으며, 이는 2023 년 입장권 21,715,618 장에 비해 17,386,664 장만 판매된 것으로 해석할 수 있음. 이러한 현상을 설명하는 다양한 변수가 있음
- ✔ 서비스 요금 상승: 이는 영화관 체인에 크게 영향을 미친 주요 문제임. 전기 요금 상승은 큰 여파를 남겼고, 요금 납부가 힘들어진 여러 영화관이 문을 닫거나 상영 횟수를 줄이거나 또는 매일 상영하지 못하게 됨. 이러한 상황은 수도권에서만 나타나는 것이 아님
- ✔ 티켓 가격: 다른 활동과 비교하면 티켓 가격이 비교적 감당가능하다고 말할 수 있음(주요 영화관의 경우 6,500~7,200 페소 사이). 이러한 의미에서 로드리게스는 "아무도 오지 않으리라는 것을 알기에" 업체에서 각 서비스 요금의 인상을 입장권 가격에 전가할 수 없다고 설명함. 그는 "아르헨티나에서 가격이 인플레이션에

13) 출처 :

<https://tn.com.ar/sociedad/2024/07/09/poca-produccion-nacional-y-una-baja-historica-en-el-consumo-el-complejo-panorama-del-cine-en-la-argentina>

따라 인상되지 않은 것은 이것이 소비를 억제해 반대 효과가 발생토록 한다는 것을 알기 때문"이라고 덧붙임

- ✔ 공급의 매력도 하락: 매우 주관적이기는 하나, 관객을 끌어들이는 데 있어 박스오피스에 어떤 선택지가 있는지도 큰 영향을 끼침. 작년에는 바비나 오픈하이머 같은 영화가 즉각적인 돌풍을 일으켰으며, 이는 최종 수치에 반영되었음
- ✔ 이례적인 한 해와 대비되는 급격한 하락: 이러한 수치는 2023 년 상황과 격차가 크기에 더욱 두드러짐. 작년은 아르헨티나가 전 세계 산업의 추세에 역행한 한 해였음. 팬데믹 이전과 비교하더라도 더 우수한 수치를 기록한 바 있음
- ✔ 그러나, 디즈니-픽사의 최신 영화 '인사이드아웃 2'가 개봉한 후 6 월부터 상황이 반전되기 시작함. 6 월에는 입장권 6,524,678 장이 팔리면서 박스오피스를 살리고 역대 최고 기록을 세웠음. 핀들링에 따르면 "〈인사이드아웃 2〉와 〈슈퍼배드 4〉 덕분에 상반기의 입장권 손실을 회복할 수 있었다"라고 전함
- ✔ 영화계는 〈데드풀과 울버린〉(마블), 〈플라이 미 투 더 문〉(소니), 〈트위스터스〉(워너 브라더스)가 추가되는 겨울방학 기간을 기대하고 있음

게임·융복합



❑ [북경] 위챗 미니게임 월 활성 이용자 규모 5 억 명 이상

- 7 월 16 일, 위챗 미니게임 개발자 컨퍼런스(微信小程序开发者大会)에서 위챗 미니게임팀이 공개한 데이터에 따르면, 위챗 미니게임의 이용자 규모는 10 억 명을 초과하였으며 월 활성 이용자 수는 5 억 명 이상임. 지난 1 년간 플랫폼에 애플리케이션을 등록한 40 만 이상의 개발자 팀 중 80% 이상이 30 인 이하로 구성된 것으로 나타남
- 위챗 미니게임 월 활성 이용자 5 억 명의 분포로는 남성보다 여성의 사용률이 더 높으며, 전체 사용자의 50% 이상이 3 선 도시에 거주하고 있는 것으로 조사됨



[그림 4] 위챗 미니게임 개발자 컨퍼런스 발표장면

❑ [심천] 2024 년 6 월 중국 모바일게임 배급사 글로벌 매출액 순위 TOP30 14)

- 센서타워에 따르면 지난 6 월 '글로벌 모바일게임 배급사 매출액 순위 TOP100' 중 중국 게임 업체 38 곳이 랭크됐으며, 총 20 억 4,000 만 달러의 글로벌 매출액을 달성하여 전체의 39.2%를 차지함
- 텐센트, 넷이즈, 미호요는 '중국 모바일게임 업체 글로벌 매출액 순위 TOP30'에서 나란히 1·2·3 위를 기록함
- 중국 모바일게임 업체 중 월매출 1 위를 차지한 텐센트의 경우 자사가 서비스를 맡은 '던전앤파이터 모바일 (地下城与勇士: 起源)'이 5 월 21 일 오픈 베타 테스트(OBT)를 실시한 5 월 21 일 이후 38 일 연속 중국 아이폰 전체 순위와 모바일게임 베스트셀러 순위에서 1 위를 유지한 바 있으며, 7 월 11 일 기준으로 중국 iOS 시장에서 올린 매출액은 4 억 달러를 돌파한 것으로 나타남
- 글로벌 모바일게임 배급사 글로벌 매출 순위 24 위, 중국내 배급사 글로벌 매출 순위 8 위를 기록한 쿠로

14) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2024/07/548949>

게임즈(库洛游戏)의 월매출액은 전월 대비 106% 증가한 가운데 해외시장 매출액이 80% 이상을 차지함. 자사 게임 '명조(鸣潮)'는 6월 중국 모바일게임 글로벌 매출 순위에서 '붕괴: 스타레일(崩坏: 星穹铁道)'에 이어 2위를 차지하는 등 해외 시장에서 꾸준히 성장 중임

- ❑ 빌리빌리는 자사가 출시한 첫 SLG 모바일게임 '삼국: 천하제패(三国: 谋定天下)'가 지난 6월 13일 출시 당일 아이폰 모바일게임 베스트셀러 순위에서 3위를 기록해 당월 매출액이 전월 대비 380% 증가했으며, 처음으로 '중국 모바일게임 배급사 글로벌 매출 순위 TOP30'에서 10위권 안에 이름을 올림

2024년6월中国手游发行商收入TOP30 | 全球 App Store + Google Play



以上榜单来源于Sensor Tower 2024年5月全球App Store及Google Play商店之手游收入估算。

[그림 5] 2024.6 중국 모바일게임 배급사 글로벌 매출 순위 TOP30

❑ [심천] 빌리빌리, 향후 5년 게임 사업 로드맵 발표 15)

- 올해 창사 15주년을 맞이한 빌리빌리는 최근 당사가 개최한 '투자자 포럼'에서 각 사업부가 현재 추진 중인 업무와 연결 지어 회사의 최근 성과와 향후 계획을 소개하였으며, 특히 게임과 관련된 사업에 대해 중점적으로 분석하고 공유함
 - ❑ 빌리빌리는 게임사업 진출 이후 10년 동안 모바일, 인터넷과 서브컬처 게임의 변화 사이클을 관찰하고 분석함. 2013년부터 2015년까지는 서브컬처 문화 및 게임이 폭발적으로 성장했다면, 2016년부터 2020년까지는 흥행작과 흥행 장르가 등장했고, 2020년부터 2023년까지는 산업 확장 및 방향성 상실의 단계에 진입함. 이 사이클은 향후 10년 동안 계속될 것으로 내다보고 있으며, 서브컬처 분야에서 선두를 지키며, 앞으로 최소 10년간 게임사업을 운영할 방침이라고 밝힘
 - ❑ 5년 로드맵에는 향후 10년 동안 젊은층이 좋아하는 게임을 꾸준히 개발하고, 젊은층 수요를 만족시키는 제품과 더 젊은 유저층을 유입시킬 기회를 포착하는 데 중점을 둘 것이며, 게임 개발과 함께 에이전트의 역할을 병행하는 성장전략을 유지할 것이라는 주요 내용이 담겨 있음
 - ❑ 빌리빌리는 더 젊은 유저층을 흡수하기 위한 게임 장르 연구를 장기적인 중점사업으로 삼고, 자체 개발 게임, 에이전트 게임, 제휴 게임을 포괄하는 게임 라인업을 완비하는 것을 목표로 하고 있음. 자체 개발 게임은

15) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2024/07/549257>

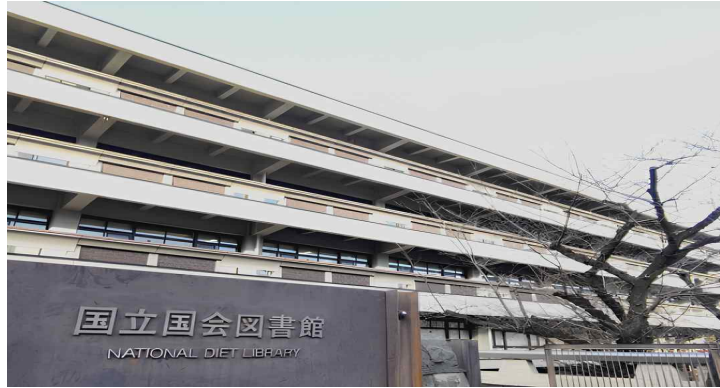
장기적인 운영과 글로벌화에 주력하며, '삼국: 천하제패'와 같은 전략 장르 게임 개발을 시도함. 자체 개발 게임에 대한 리스크를 이해하고 게임 개발을 입증하기 위해 단계별 추진 방식으로 게임 사업을 진행 중임

- ❖ 빌리빌리는 '삼국: 천하제패'가 흥행에 성공한 첫 번째 이유에 대해서 지금까지 SLG 장르 대작으로는 넷이즈의 '솔토지빈(率土之濱)'과 같은 오래된 게임이 있으나, 지난 5 년 동안 SLG 장르에서는 새로운 인기작이 없었고, 유저층 구조와 인식에 변화가 있는 상황에서 신제품을 출시하기에 좋은 시기라고 판단했던 것이 적중한 덕분이었다고 풀이함. 두 번째는 SLG 장르가 흥행에 성공하는데 있어 어려운 지점을 발견하고, 기존에 이탈한 SLG 장르 유저와 수요가 있는 젊은 유저를 대상으로 시간과 과금 부담을 주지 않으면서 혁신적인 게임 플레이를 제공했기 때문이라고 설명함. 여기에 더해 빌리빌리 플랫폼 이용자의 수요와 특성을 잘 고려했던 것도 한 몫 했다고 밝힘. 매년 1 억 명 이상의 이용자가 빌리빌리 플랫폼 내에서 게임 콘텐츠를 소비하고 유저들은 연간 6,700 만 건 이상의 게임 영상을 제작해 업로드하고, SLG 장르 대표 크리에이터가 플랫폼 내에서 활발히 활동 중임. 또 플랫폼 내에 전략게임 유저가 많고, 빌리빌리 서버 플레이어 중 상당수가 최근 6 개월 이내에 전략 게임을 한 적이 있을 정도로 인기가 있음. 이에 빌리빌리는 충분한 시장조사를 거쳐 전략 게임에 대한 잠재력과 이점이 많다는 것을 확인하고 이에 주력하고 있음

❖ [일본] 국립국회도서관, 관내 게임 소프트웨어 이용 저조 발표 16)

- 국립국회도서관(도쿄도 지요다구)이 납본제도를 통해 수집한 게임 소프트웨어의 관내 이용이 2 년간 16 건으로 저조함을 밝힘
 - ❖ 국립국회도서관법에 의해 출판사 등이 책을 출판할 때 국립국회도서관에 납본을 의무화하고 있으며, 2000 년 해당 법의 개정으로 시중에 판매 중인 게임 소프트웨어도 대상에 포함되었음. 국립국회도서관은 2022 년 6 월 납본 수가 늘어난 점 등을 고려해 소장 게임 중 약 3,300 개를 시범적으로 도서관 내에서 플레이할 수 있도록 하였으나, 공개 당시 홍보를 거의 하지 않아 이용 건수가 올해 7 월 13 일까지 약 2 년간 16 건에 그쳤음. 현재 국립국회도서관은 게임의 이용 목적을 조사나 연구로만 한정시키고, 그 이용자에게 어떤 방식으로 조사 및 연구 결과를 발표할 것인지 확인하고 있음
 - ❖ 국립국회도서관은 공개 당시 플레이스테이션(PS)1~3 밖에 없었던 게임기에 PS4 와 PSP 을 추가했으나, 조사 및 연구 목적 외 이용을 확대할 계획은 없다고 밝힘. 그 이유로 소프트웨어 개발자 등의 이익을 부당하게 해치지 않도록 하는 내용의 합의서를 관련 단체와 체결한 것을 들 수 있으며, 또한“(일반인 자유이용으로 공개시) 게임센터처럼 활용될 우려도 있음”이라고 설명함
 - ❖ 이에 만화가 겸 게임 개발 경력이 있는 아카마쓰 겐(赤松健) 참의원은 “크리에이터가 고전 게임을 플레이 함으로써 새로운 아이디어를 창출하기도 한다”라고 지적하며, 개발 목적으로도 이용할 수 있도록 국회에서 요구함. 또한 게임 연구자인 후쿠다 가즈후미(福田一史) 리쓰메이칸대학 부교수는 “레크리에이션에 기여하는 것이 도서관의 목적 중 하나이며 게임은 그 중요한 역할을 수행한다”라고 강조함

16) 출처 : <https://www.yomiuri.co.jp/culture/subcul/20240716-OYT1T50038>



[그림 6] 국립국회도서관 이미지

✓ [인니] <배틀그라운드 모바일>, 인니 모바일 게임 인기순위 상위권 진입 17)

- 온라인 서바이벌 슈팅 게임 <배틀그라운드 모바일(이하 PUBG 모바일)>이 2024 년 7 월 11 일 업데이트를 시작한 지 하루 만에 앱스토어에서 모바일 게임 인기순위 상위권에 진입함
 - ✓ 이번 업데이트에서는 전례 없는 수중 전투 테마를 구현하여 멋진 바다 풍경과 더불어 삼지창, 빛나는 가오리, 물방울 수류탄 등 독특한 전투 기능을 탑재함. 이렇듯 <PUBG 모바일>은 사실적인 고품질 그래픽의 게임으로 알려져 있을 뿐만 아니라 업데이트마다 다양한 테마를 도입하는 등 트렌드를 따르는 게임으로도 유명함
 - ✓ 또한, 향후 3 년간 총상금 300 만 달러(한화 약 41 억 원)의 'PUBG 모바일 월드컵(PMWC)'을 개최하여 많은 플레이어들의 관심을 모으고 있음. 올해 PMWC 는 7 월 19 일부터 28 일까지 사우디아라비아 리야드에서 개최되며 인도네시아에서는 BOOM Esports, Talon Esports, Team Pandum 총 3 개 팀이 참가할 예정임
 - ✓ 이중 BOOM Esports 는 올해 6 월 'PUBG 모바일 슈퍼리그 동남아시아(PMSL)' 2024 여름시즌에서 우승하며 PMSL 4 시즌 연속 챔피언이라는 기록을 세움. 동남아시아 지역 디펜딩 챔피언이라는 타이틀과 43,800 달러(한화 약 6 천만 원)의 상금 외에도 BOOM Esports 는 사우디아라비아에서 열리는 'PUBG 모바일 월드컵(PMWC)'와 중국에서 열리는 'PUBG 모바일 리저널 클래식(PMRC)'의 참가 티켓을 획득함. 동남아시아 지역에서 위 2 개 경기 모두 참가하는 팀은 D'Xavier(베트남), Yodo Alliance(말레이시아), Talon Esports(인도네시아), Vampire Esports(태국) 총 4 개 팀임

17) 출처 :

<https://koranindopos.com/jakarta-music-con-2024-membangun-jaringan-dan-ekosistem-kreatif-musik-indonesia>
<https://www.antaranews.com/berita/4196052/jakarta-music-con-2024-hadirkan-diskusi-musik-dan-hiburan-menarik>
<https://www.intipseleb.com/lokal/98646-hangat-dan-meriahnya-jakarta-music-con-2024?page=2>

✔ [태국] 맘모시스, ‘갤럭시티:어스-방콕’에서 실시간 메타버스 도시 데이터 공개¹⁸⁾

- 7월 8일, 한국의 메타버스 플랫폼 개발사 맘모시스(대표 유철호)는 실시간 도시 데이터를 메타버스 공간에 통합하는 태국 서비스 ‘갤럭시티:어스-방콕(Galaxy: Earth Bangkok)’을 업데이트했다고 밝혔음¹⁹⁾
 - ✔ 맘모시스는 전 세계 유명 도시를 디지털 XR 메타버스로 구현하는 ‘갤럭시티 어스’ 프로젝트를 진행 중임. 그 중 세계 최고의 관광지로 꼽히는 첫 번째 도시 방콕이 태국에서 개발되어 소프트 런칭 되었음. 현재 구글 플레이스토어와 애플 앱스토어에서 다운로드가 가능함
 - ✔ 새롭게 통합된 도시 데이터에는 ‘시간과 날씨’가 포함됨. 이제 사용자들은 실제 방콕처럼 메타버스 내에서도 동일한 시간의 흐름을 경험할 수 있음. 날씨와 기온 정보가 동기화되어 사용자들은 마치 실제 도시에 있는 것처럼 즉시 상황을 확인하고 하늘이 어두워지고 비가 내리는 등 메타버스 내 다양한 변화를 목격할 수 있음
 - ✔ 이번 업데이트는 기온차가 심한 방콕의 뚜렷한 낮과 밤의 분위기를 독특하게 포착했음. 예를 들어 카오산거리의 디지털 트윈 지역은 낮에는 사람이 거의 없는 조용한 거리로 묘사되었다가, 밤이 되면 밝은 조명과 노점상이 즐비한 변화한 지역으로 현실처럼 변함
 - ✔ 맘모시스 유철호 대표는 “최근 메타버스의 트렌드가 게임 같은 별도의 가상공간에서, 현실과 공존하고 상생·발전하는 유익한 소통공간으로 진화하고 있습니다. 강수량·인구밀도·교통상황 등 추가 도시정보를 통합한 AI 시뮬레이션을 통해 잠재적인 사고를 예방하는 스마트시티 플랫폼으로 발전시킬 계획입니다”라고 밝혔음



[그림 7] 방콕 카오산거리를 구현한 맘모시스의 ‘갤럭시티:어스-방콕’

18) 출처 : <https://www.nationthailand.com/business/tech/40039510>

19) 연관내용: 위클리글로벌 363 호 - [태국] 한국 게임 개발사, ‘갤럭시티:어스-방콕’ 출시 예정

☑ [인도] 인도 온라인 게이머 수 4 억 4,200 만 명, 25FY 게임산업 규모 253 억 달러 ²⁰⁾

● 리얼머니게임(RMG)이 주요 수익 창출원...GST 도입 불구 투자자 분위기 긍정적

- ☑ 인도의 Thornton Bharat 와 E-Gaming Federation 이 발표한 "Guardians of Safe Play: Ethical Gaming for Vibrant Bharat" 보고서에 따르면, 현재 인도는 4 억 4,200 만 명의 온라인 게이머를 보유하고 있어 중국에 이어 세계에서 두 번째로 큰 게임 시장을 자랑하고 있음. 이 산업은 2025 회계연도까지 20% 성장하여 253 억 달러에 이를 것으로 예상됨. 이 보고서는 게임 산업의 지속 가능한 발전을 위해 강력한 행동 강령과 자율 규제 중요성을 강조했다
- ☑ 리얼머니게임(RMG) 부문은 주요 수익 창출원으로 강조되었으며, 사용자는 2022 회계연도에 주당 평균 8.5 시간을 소비했음. 2023 년 정부의 28% GST 도입으로 인한 어려움에도 불구하고, RMG 부문에 대한 투자자들의 긍정적인 분위기는 여전했음
- ☑ 이 보고서는 주로 리얼머니게임(RMG) 부문을 규제하는 규제 프레임워크를 심층적으로 다루며, 기술 게임과 확률 게임을 명확하게 구분했음. 공공 도박법과 정보 기술(중개자 가이드라인 및 디지털 미디어 윤리 코드)과 같은 주요 입법 이정표를 개관하며 현재 RMG 정책에 영향을 미친 법적 주요 사항들을 설명했음. 또 RMG 부문의 복잡성을 효과적으로 관리하기 위해 법률을 업데이트하고 명확하고 일관된 지침을 마련할 필요성을 강조했다
- ☑ 정부의 28% GST 도입으로 인해 여러 틈새 게임 스타트업이 지난해 문을 닫았음에도 불구하고, 게임 산업은 상당한 성장을 경험했음. 다음과 같은 사항이 이러한 붐과 관련한 요인으로 지적됨:
 - 1. 인도의 디지털 인프라 확장: 인도는 스마트폰에 대한 광범위한 접근을 포함한 디지털 인프라의 급속한 확장을 목격했으며, 이는 사람들이 이전보다 훨씬 쉽게 휴대폰으로 게임을 즐길 수 있게 하여 인도 게임 산업의 성장을 크게 촉진했음
 - 2. 게임 커뮤니티의 출현: 활기찬 게임 커뮤니티의 존재는 항상 산업의 진정한 게임 체인저였음. 예를 들어, STAN 은 인도에서 가장 빠르게 성장하는 커뮤니티 스타트업으로, STAN 클럽에서 함께 비디오를 보고, 게임을 즐기며, 보상을 받을 수 있는 기회를 제공함. 이러한 소셜 커뮤니티는 폭넓은 관객에게 호소하여 빠른 성장과 확장을 촉진함
 - 3. 정부 지원: 디지털 인디아와 같은 정부 이니셔티브는 인도를 디지털로 권한을 부여받은 사회 및 지식 경제로 전환하는 데 중요한 역할을 했음. 또한 Invest India 보고서에 따르면, 인도 정부는 온라인 게임 부문에 100% 외국인 직접 투자(FDI)를 허용하여 투자자들에게 매력적인 제안이 되었음. 이러한 지원은 산업 발전과 확장에 중요한 역할을 함
- ☑ 전문가들은 또한 플레이어를 사이버 위협, 사기 및 기타 불공정한 관행으로부터 보호하기 위한 규제 메커니즘의 중요성을 강조하며 이를 위한 게임 산업을 위한 행동 강령과 자율 규제의 구현이 필요하다고 강조함

20) 출처 :

<https://indiantelelevision.com/iworld/gaming/india-boasts-442-million-online-gamers%3A-thornton-bharat-%26-e-gaming-federation-report-240715>

❖ [인도] 인도 전문가들이 게임 과몰입 방지를 위한 이용 제한이 효과가 없다고 보는 이유 21)

❖ “중국 · 한국 사례, 성인에게는 효과 부족...증거 기반의 세심한 규제 프레임워크 필요”

- ❖ 최근 인도 정부가 온라인 리얼머니게임에 시간과 금액 제한을 두는 방안을 고려 중이라는 뉴스가 보도되었음. 이는 2021 년 정보기술(중개자 가이드라인 및 디지털 미디어 윤리 코드) 규칙에 따라 도입된 공동 규제 체계에서 벗어나 새로운 온라인 게임 규제를 고려하는 방향임. 이는 아동과 청소년의 과몰입에 대한 우려로 인해 논의되고 있음. 2023 년 4 월 게임 규칙이 공지된 이후 운영에 대한 명확성이 부족하여 인도의 디지털 경제 성장 산업에 불확실성이 증가하고 있음
- ❖ 온라인리얼머니 게임에 시간과 금액 제한을 도입하려는 계획은 게임 규칙에 명시된 인증 접근 방식의 업그레이드로 여겨지고 있음. 따라서 이러한 정책 개입이 실질적으로 원하는 목표를 달성할 수 있는지 평가하는 것이 중요함. 이 움직임은 뉴스 보도에서 언급된 바와 같이 중국의 온라인 게임 규제 모델에 영향을 받은 것으로 보이므로, 온라인 리얼머니게임에 시간과 금액 제한을 도입하여 중독 행동을 억제하는 효과를 평가하기 위해 국제 관할 구역을 먼저 살펴보는 것이 좋음
- ❖ <국제적 관점> - 중국은 인터넷 규제에 대한 엄격하고 제한적인 접근 방식으로 잘 알려져 있음. 따라서 중국이 게임 산업에 대한 금지적 규제 개입을 시도한 것은 놀라운 일이 아님. 2019 년 중국 국가출판광전 총국(NPPA)은 미성년자의 게임 플레이 시간을 평일에는 1.5 시간, 주말과 공휴일에는 3 시간으로 줄이고, 게임은 주간에만 할 수 있도록 조치했음. 2021 년에는 규제를 더욱 강화하여 미성년자가 금요일, 주말 및 공휴일에만 하루 1 시간 동안 게임을 할 수 있도록 게임 접근 시간을 줄였음
- ❖ 이후 기존 온라인 게임 규제를 통합하고 새로운 조치를 도입하기 위해 NPPA 는 2023 년 12 월에 공공 의견 수렴을 위한 ‘온라인 게임 관리 조치’ 초안을 발표했음. 초안의 대부분은 기존 규정을 단순히 재확인하는 것이었지만, 특히 제 18 조 삽입은 논란이 되었음. 제 18 조는 온라인 게임 운영자가 사용자 지출 한도를 설정하고 게임 플레이를 유도하는 보상/기능을 금지하도록 요구했음. 이는 결코 처음이 아니었으며, 미성년자에게만 적용되던 지출 한도를 성인에게도 적용하도록 요구했음. 이러한 규제 접근 방식은 중국 내에서도 과도한 개입으로 간주되었고, 결국 초안은 공식 웹사이트에서 내려졌음
- ❖ 반면, 2011 년 한국은 이른바 ‘신데렐라법’으로 불리는 청소년 보호법 개정안을 통과시켜 16 세 미만의 개인이 자정부터 오전 6 시까지 온라인 게임에 접근하는 것을 금지했음. 이 법은 건강한 수면 습관을 촉진하고 게임 과몰입 관련 문제를 해결하기 위해 제정되었음. 그러나 2021 년 8 월, 한국 국회는 신데렐라법 조항이 청소년의 자율성을 저해하고 게임 사용자와 개발자의 권리를 침해한다는 이유로 청소년 보호법에서 신데렐라법 조항을 폐지했음. 이에 따라 한국은 금지 정책에서 자율적인 ‘선택 허가’ 시스템으로 전환했음
- ❖ 따라서 위의 논의에서 넓게 도출된 결론은 다음과 같음:
 - 첫째, 중국을 제외하고는 제한적인 국가들만 시간과 금액 제한을 도입하고 있음. 또한, 그러한 제한적 정책 개입은

21) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/sustainability-2/sustainability-and-online-gaming-the-collaboration-of-the-future/3543117>

주로 미성년자에게만 적용되고 있음

- 둘째, 시간과 금액 제한과 같은 제한적 개입 조치가 원하는 결과를 달성했다는 증거가 부족함. 중국의 시간 제한 정책의 효능을 분석한 연구자들은 국가의 엄격한 게임 시간 정책이 미성년자의 과도한 게임을 줄였다는 신뢰할 수 있는 증거가 없다고 제안하며, 이러한 국가 통제 개입에 의문을 제기하고 있음
- 셋째, 규제 접근 방식으로서의 금지 조치는 게임 과몰입 및 장애 문제를 해결하는 데 효과적이지 않으며, 사람들의 자율성과 개인적인 의사 결정권을 침해하는 것으로 나타났음. 마지막으로, 국가의 정치 경제는 기술 정책 접근 방식을 결정함. 법률 및 사회 시스템과 기존 정치 설정은 기술의 작동 및 규제에 큰 영향을 미침. 따라서 다른 관할 구역의 정책을 적절한 고려 없이 복사-붙여넣기하는 것은 신중해야 함
- ✔ <미래의 길> 세계경제포럼에 따르면 인도는 글로벌 소비 환경 중 가장 역동적인 소비 환경 중 하나로 발전하고 있음. 이는 저렴한 인터넷의 광범위한 이용 가능성, 소득 증가 및 소비재 구매 급증과 같은 요인에 의해 주도되고 있음. 결과적으로 더 많은 인도인이 온라인에서 시간을 보내고 있음
- ✔ 2022 년, 인도는 모바일 앱 사용 시간 면에서 세계 8 위를 차지했으며, 이 사용 시간의 82%는 엔터테인먼트에 사용되었음. 소셜 미디어 앱은 이 사용 시간의 약 50%를 차지했고, 온라인 게임은 6%를 차지했음. 이러한 추세는 향후 인도가 2030 년까지 세계에서 세 번째로 큰 소비자 시장이 될 것으로 예상되며 더욱 강화될 것임
- ✔ 이 급격한 성장에 따라 사용자 피해의 위험이 높아지고, 새로운 위험이 등장하며, 더 복잡한 문제가 발생할 것임. 일반적으로 온라인 게임 과몰입은 인터넷 과몰입이라는 더 넓은 우려의 한 측면에 불과함. 전 세계 전문가들은 이를 효과적으로 다루기 위한 방법을 막 모색하기 시작했음
- ✔ 최근 여러 연구에 따르면 과몰입을 억제하기 위한 첫 번째 단계인 금지 조치는 효과가 없는 것으로 나타났음. 반대로 균형 잡힌 접근 방식을 지지하는 증거가 증가하고 있음. 영국 도박 위원회가 실시한 평가에 따르면 2018-22 년 동안의 해악 감소를 목표로 한 균형 잡힌 자율적 노력은 문제적 게임 및 중간-저위험 게임 행동의 감소로 이어졌음. 이러한 조치는 효과적인 개입 도구로 떠오르고 있을 뿐만 아니라, 개인의 자율성에 뿌리를 두고 있음
- ✔ 따라서 과몰입을 최소화하거나 해를 줄이기 위한 조치는 증거 기반 연구에 뿌리를 둔 세심하게 작성된 규제 프레임워크의 긴급한 필요성을 강조함. 이를 위한 첫 번째 단계는 과몰입을 유발하는 요인을 강화하고 이러한 과몰입 성향을 효과적으로 다루는 방법을 이해하는 것임. 그러나 인도에서는 이 주제에 대한 연구가 거의 없거나 전무함. 전 세계 국가는 이 분야의 연구 부족이 적절한 조치를 방해하고 있음을 인식하고 있음. 따라서 이 연구 격차를 메우는 것이 시급함
- ✔ 온라인 게임 부문 규제에 대한 명확성도 필요함. 이미 통지된 게임 규칙을 운영하는 것이 최적이며, 이는 사용자 피해 및 과몰입과 관련된 일부 측면을 처리할 것임. 그 후, 적절한 정책 조치를 게임 규칙과 일치하여 시행할 수 있음. 그러나 온라인 리얼 머니 게임에 대한 시간 및 금액 제한 제안은 규제 체제의 대체물이 될 수 없음. 또한 제한적 정책의 도입이 불법 활동인 도박 및 내기를 조장하지 않도록 해야 함. 이는 가속 페달을 밟기 전에 고려해야 할 모든 합법적인 고려 사항임

애니·캐릭터



✓ [프랑스] 프랑스, <전지적 독자 시점>의 애니메이션 제작 소식 발표에 관심 집중 22)

- 프랑스 언론은 웹툰 작가 슬리피-C의 인기 웹툰 <전지적 독자 시점>의 애니메이션 제작 소식을 보도함. 이는 7월 4일부터 8일까지 로스앤젤레스에서 열린 애니메이션 엑스포 2024(Anime Expo 2024)에서 공식 발표됨
 - ✓ 일본의 애니메이션 제작 및 유통사인 애니플렉스(Aniplex)와 미국의 애니메이션 스트리밍 플랫폼인 크런치롤(Crunchyroll)이 공동 제작한 애니메이션의 아트웍과 티저 영상에 많은 팬들의 주목을 받음
 - ✓ 전 세계적으로 3억 6,300만 명 이상의 독자를 보유한 슬리피-C의 작품은 프랑스에서도 큰 인기를 끌고 있음. 2024년 1월부터 프랑스 만가 출판사 피카(Pika)에서 출판되고 있는 <전지적 독자 시점>은 총 3권이 출간되었으며, 10월 9일에 4권이 출간될 예정임. 해당 웹툰의 출판물은 현재까지 총 23,000부가 판매됨

22) 출처 : <https://actualitte.com/article/118163/edition/le-webtoon-omniscient-reader-s-viewpoint-adapte-en-anime>

만화·웹툰



✓ [프랑스] 프랑스 재팬 엑스포에서 화제가 된 네이버 웹툰 23)

- 프랑스 파리 근교의 빌팡트(Villepinte)에서 개최된 재팬 엑스포 2024(Japan Expo 2024)에서 네이버 웹툰 부스가 많은 팬들의 주목을 받음
 - ✓ 행사 기간 동안에는 네이버 플랫폼에서 조회수 2,200 만 회를 기록한 <사랑할 수 없으니까>(Because I can't love you)의 작가 리에프(Lief) 등 여러 프랑스 크리에이터들이 참석하는 사인회를 열어 팬들과 소통하는 자리가 마련됨
 - ✓ 프랑스에서 네이버 웹툰은 2019 년 말 플랫폼이 런칭 이후 큰 인기를 끌고 있음. 해당 플랫폼의 프랑스 개발 매니저인 에밀 쿨드라(Emilie Coudrat)는 프랑스가 일본에 이어 두 번째로 큰 만화 소비국임을 강조하며, 프랑스 시장의 잠재력에 대해 언급함
 - ✓ 프랑스 시장에서 웹툰은 젊은 층을 중심으로 큰 인기를 끌고 있으며, 앞으로도 그 인기는 계속될 것으로 보임

✓ [태국] THACCA SPLASH 에 참여한 삼 웹툰 작가 인터뷰 24)

- 7 월 11 일, 태국 데일리뉴스 온라인은 태국 국제소프트파워박람회 THACCA SPLASH 한국공동관에 참여한 웹툰 <하루만 네가 되고 싶어>의 삼 작가를 인터뷰한 기사를 게재함
- 인터뷰에서 삼 작가는 태국의 웹툰 잠재력을 높게 평가하며, 한국콘텐츠진흥원을 언급하고 본인도 콘진원이 진행한 'K 웹툰 아카데미'의 수혜를 보았다고 말함. 다음은 인터뷰 요약문
 - ✓ [기자] 삼 작가님은 태국의 어떤 면에 특별한 관심을 갖고 계신가요?
 - ✓ [삼 작가] 진지하게 말씀드리면, 이번 행사에 와서 매우 놀랐습니다. 이렇게 큰 규모로, 이렇게 큰 장소에서, 이렇게 많은 관람객들이 찾아온다는 사실에 놀랐습니다. 참여업체도 정말 많았습니다. 제 철학은 준비된 자에게 기회가 찾아온다는 것입니다. 태국은 소프트파워 측면에서 기회도 있고 준비도 되어있으며, 국가의 힘으로 발전할 수 있다고 생각합니다
 - ✓ [기자] 삼 작가님이 전문 웹툰 작가의 길을 선택한 이유는 무엇인가요?
 - ✓ [삼 작가] 웹툰이 독자들에게 꿈을 키워주기 때문에 이 직업을 선택했습니다. 개인적으로 독자들에게 웹툰을 통해 꿈을 전하고 싶습니다
 - ✓ [기자] 웹툰 작가가 되기 위한 장애물과 어려움은 무엇인지?

23) 출처 :

<https://www.cnews.fr/culture/2024-07-12/japan-expo-le-webtoon-la-bd-numerique-sud-coreenne-qui-cartonne-en-france-1526629>

24) 출처 : <https://www.dailynews.co.th/articles/3628684>

- ✔ [삼 작가] 웹툰 작가의 가장 어려운 점은 혼자 일해야 한다는 것입니다. 웹툰은 보통 일주일에 한 편씩 연재됩니다. 이는 매주 평가를 받아야 하는 것과도 같습니다. 하지만 동료 작가들로부터 격려도 받고 작품이 공개되면 독자들로부터의 격려도 받습니다
- ✔ [기자] 웹툰 산업은 민간 부문인가요? 아니면 정부 부문인가요? 그리고 어떤 지원이 제공되었나요?
- ✔ [삼 작가] 한국에는 한국콘텐츠진흥원이라는 기관이 있습니다. 관심 있는 사람은 누구나 자신의 포트폴리오를 한국콘텐츠진흥원에 보낼 수 있습니다. 콘진원은 다양한 장르가 포함된 'K 웹툰 아카데미' 과정을 수강할 인재들을 선발합니다. 저는 모든 과정을 공부할 수 있는 기회를 가졌습니다. 앞으로 제가 바라는 것은 웹툰 작가에 관심이 있는 사람들에게 더 많은 기회를 제공할 수 있도록 'K 웹툰 아카데미'가 더욱 많은 지원을 받는 것입니다
- ✔ [기자] 소프트파워에서 웹툰이 얼마나 많은 역할을 한다고 생각하시는지?
- ✔ [삼 작가] 사실 태국 웹툰을 접할 기회가 있었고 숨겨진 엄청난 능력을 보았습니다. 그리고 제가 태국 작가들에게 지지 않도록 더욱 열심히 해야겠다는 생각이 들었습니다. 태국 작가들의 잠재력을 바탕으로 머지않아 태국 작품들이 전 세계 독자들의 사랑을 받을 것입니다. 아니면 한국 웹툰보다 더 인기 있을 수도 있습니다
- ✔ [삼 작가] 창조를 향한 길은 매우 길고, 그 중 가장 어려운 것은 첫 번째 단계입니다. 하지만 이번 행사에서 태국인들의 관심과 함께 나아가고자 하는 용기를 보았습니다. 그것은 마치 보석과도 같습니다. 아름다운 보석이 되기 위해서 연마해야 합니다. 그리고 저는 여기에 많은 보석들이 있다고 믿습니다. 기회가 된다면 태국 웹툰 작가들을 만나보고 싶습니다. 함께 힘낼 수 있도록 격려해 주고 싶습니다
- ✔ [기자] 마지막으로 웹툰 작가를 꿈꾸는 후배들에게 한마디
- ✔ [삼 작가] 사실 제 가족들은 처음 웹툰 작가가 되고 싶다고 했을 때 반대했습니다. 하지만 지금은 매우 자랑스러워합니다. 당시 제가 부모님 말을 들었다면 지금의 저는 없었을 것입니다. 그래서 저는 모두가 자신의 꿈을 진심으로 믿기를 바랍니다



|그림 8| 삼 작가 데일리뉴스 인터뷰

음악



✓ [프랑스] BTS 진, 2024 파리 올림픽 성화 봉송 참여 ²⁵⁾

- 7 월 14 일 방탄소년단의 진이 루브르(Louvre) 박물관 앞에서 프랑스 안무가 마리 클로드 피에트라갈라 (Marie-Claude Pietragalla), 펜싱 선수 (Enzo Lefort), 아티스트 JR 과 함께 올림픽 성화 봉송에 참여함. 루브르 박물관 앞은 진을 보기 위해 몰려든 많은 팬들로 인산인해를 이룸
 - ✓ 2019 년 프랑스 방문 이후로는 처음 방문하는 진을 보기 위해 수백 명의 프랑스와 외국인 팬들이 태극기와 진의 이름을 쓴 종이 하트를 들고 루브르 박물관 앞으로 모임. 이 순간을 놓치지 않기 위해서 오전 9 시부터 기다린 사람들도 있었으며, 이들은 성화 봉송보다는 진을 보기 위해 이곳에 왔다고 인터뷰를 하기도 함
 - ✓ 진은 성화를 들고 루브르 박물관으로 들어갔으며, 이후 안무가 마리 클로드 피에트라갈라가 이를 이어 나감

✓ [인니] '자카르타 뮤직 콘 2024', 음악산업 발전을 위한 네트워크의 장 마련 ²⁶⁾

- '자카르타 뮤직 콘 2024' 행사가 2024 년 7 월 13~14 일 자카르타 M Bloc Space 에서 개최됨. 이 행사는 인도네시아 음악 산업 종사자들의 교류와 협업을 장려하기 위한 것으로, '컨퍼런스', '뮤직 페스티벌', '크리에이티브 마켓'이라는 3 가지 프로그램으로 구성됨
 - ✓ '컨퍼런스' 프로그램에서는 국내외 음악산업의 전문가들이 음악 트렌드, 뮤지션 커리어 개발 전략 등 다양한 사례 연구에 대해 논의하는 시간이 마련됨. 이어 '뮤직 페스티벌'에서 국내외 다양한 장르의 뮤지션들의 공연이 펼쳐졌으며 '크리에이티브 마켓'에서 뮤지션, 공연기획사 등이 자신의 작품과 프로젝트를 홍보할 수 있는 기회를 가짐
 - ✓ '자카르타 뮤직 콘 2024'의 프로그램 디렉터인 쿠쿠 리잘은 "이번 행사는 인도네시아 음악산업의 모든 종사자들이 같은 업계의 동료들과 만나 협업할 수 있는 기회"의 장"이라며 "뮤지션과 업계 전문가뿐만 아니라 일반 팬들도 참여할 수 있어 더욱 뜻깊은 자리"라고 밝힘
 - ✓ 인도네시아 공연기획사 '안타라 수아라'의 CEO 이자 본 행사의 이벤트 디렉터인 안드리 베라닝 아유는 "뮤지션, 공연기획사, 공연장 관계자 등이 서로 교류하고 팬들과 소통함으로써 향후 글로벌 성공을 거둘 수 있는 기회를 갖게 될 것"이라고 덧붙임

25) 출처 :

https://www.lemonde.fr/sport/live/2024/07/14/en-direct-flamme-olympique-a-paris-le-relais-est-passe-au-bataclan-pour-un-hommage-avant-d-arriver-au-louvre-dans-la-soiree_6249938_3242.html

26) 출처 : <https://www.antaranews.com/berita/4195398/pubg-mobile-masuk-dalam-jajaran-gim-mobile-terpopuler>

<https://www.antaranews.com/berita/4134471/indonesia-cetak-rekor-juara-pubgm-asia-tenggara-empat-musim-beruntun>

✔ [태국] 시선을 사로잡은 슈퍼주니어 콘서트 27)

● 7월 11일, 수위차 차이윙(Suwitcha Chaayong) 방콕포스트 라이프섹션 기자는 슈퍼주니어 콘서트를 취재한 뒤 ‘시선을 사로잡은 콘서트’라는 기사를 게재함

- ✔ 슈퍼주니어는 데뷔 19 주년을 기념해 댄스 싱글 〈쇼타임(Show Time)〉을 발매하고, 한국·태국·싱가포르·베트남·말레이시아·대만·홍콩·인도네시아 8 개국 아시아 투어 ‘2024 슈퍼주니어 〈슈퍼쇼 스펀오프: 하프타임〉’을 개최했음
- ✔ iMe 타일랜드가 주최한 이번 콘서트는 지난 주말 므엥텡타니 임팩트 챌린저 홀 1 에서 열렸음. 쇼는 한국의 유명 TV 진행자 강호동이 8 명의 멤버를 한 명씩 소개하는 영상으로 시작되었음
- ✔ 쇼의 주제는 슈퍼볼 하프타임 쇼에서 영감을 받은 것 같았음. 8 명의 멤버들은 남색과 흰색의 운동복을 입고 무대에 등장해 〈쇼타임(Show Time)〉, 〈원더보이(Wonder Boy)〉, 〈댄싱 아웃(Dancing Out)〉 3 곡을 연달아 불렀음
- ✔ 슈퍼주니어의 메인 콘서트 투어 〈슈퍼쇼〉가 앨범 발매 후 홍보를 위해 기획된 반면, ‘2024 슈퍼주니어 〈슈퍼쇼 스펀오프: 하프타임〉’은 〈쇼타임(Show Time)〉 단 한국만 발매한 이후 진행된다는 점에서 다른 콘서트와 다름. 이번 공연은 차트 상위권을 장식했던 〈미인아〉, 〈미스터 심플〉, 〈섹시, 프리 앤 싱글〉과 같은 일반적인 곡 대신 다른 접근 방식을 선택했음
- ✔ 이번 공연에서 슈퍼주니어는 영화 〈꽃미남 연쇄 테러사건〉의 OST 곡 〈원더보이(Wonder Boy)〉, 드라마 〈신데렐라 언니〉의 〈너 아니면 안돼(It Has To Be You)〉, 드라마 〈하이에나〉의 〈한 사람만을(The One I Love)〉 뿐만 아니라 〈SPY〉, 〈오페라(Opera)〉, 〈갈증(A Man In Love)〉과 같은 거의 부르지 않는 노래들에 집중하며 관객들에게 파격적인 경험을 선사했음
- ✔ 많은 K 팝 그룹에서 멤버들 각자는 보컬리스트·래퍼·댄서 등 자신만의 포지션을 갖고 있음. 멤버 개개인의 특화된 능력과 재능을 선보일 수 있지만, 때때로 래퍼는 노래실력을 보여주지 못하고, 보컬리스트는 댄스 실력을 보여주지 못하는 등 그 기회가 제한될 수도 있음
- ✔ 하지만 ‘2024 슈퍼주니어 〈슈퍼쇼 스펀오프: 하프타임〉’에서는 래퍼와 보컬리스트가 함께 발라드를 선보이며 이러한 장벽을 허물었음. 이들은 노래 〈광화문에서〉, 〈어린왕자〉, 〈너 아니면 안돼〉 등을 선보였음. 이 곡들은 원래 세 명의 메인보컬인 규현·려욱·예성이 각각 부른 곡이었음
- ✔ 콘서트에서는 매력적인 노래뿐만 아니라 유머 감각도 돋보였음. 신동은 과거 멤버들이 장난스럽게 다루는 재미있는 코믹영상 세편을 제작했음. 또한 제임스 본드 테마에서 영감을 받은 〈SPY〉를 포함한 여러 댄스 곡을 선보였음. 시원은 제임스 본드처럼 매끈한 검정색 양복을 등장했음. 그는 다른 멤버들이 무대에 오르기 전에 무대로 내려와 관객들을 향해 가짜 총을 발사했음. 명곡을 모티브로 한 〈SPY〉에서 카리스마 넘치는 안무를 사로잡았음. 멤버들은 나이가 36~40 세임에도 불구하고 어려운 댄스곡 〈오페라(Opera)〉에서 유연한 움직임을 보여 주었음

27) 출처 : <https://www.bangkokpost.com/life/arts-and-entertainment/2827208/a-show-stopping-concert>

- ☑ 은혁은 팬들에게 작별인사를 하기 전 태국 드라마 <두엥자이태와프롬(Duangjai Deva Phrom)>에 나왔던 태국어 문장을 인용했음. 그는 태국어로 “저는 당신이 제 속임수에 빠지는 것을 원하지 않습니다. 저는 당신이 저와 사랑에 빠지기를 원합니다.”라고 말했음. 그는 또한 태국 가수 람야이 하이통캄의 태국 트로트 노래 <야이 램>에 맞춰 춤을 추었음. 태국 노래가 나오자 다른 멤버들도 은혁과 함께 춤을 쳤고 팬들의 큰 함성이 쏟아졌음. 슈퍼주니어는 그들이 팬을 믿고, 팬들도 그들을 믿는다는 뜻을 표현한 마지막 곡 <Believe>로 쇼를 마무리했음
- ☑ ‘2024 슈퍼주니어 <슈퍼쇼 스피노프: 하프타임>’은 역대 최고의 콘서트였음. 여러 요소가 완벽하게 어우러져 멤버 각자의 보컬 능력이 골고루 발휘되었음. 안무는 매혹적이었고, 멤버들의 유머가 영상과 관객들과의 소통을 통해 드러났음. 이들의 콘서트는 힐링 경험이 되고 스트레스 해소에도 도움이 될 수 있음. 이 그룹이 언제까지 함께 할지는 아무도 모르지만, 그들의 재능과 매력으로 인해 팬들은 계속해서 충성심을 유지할 것이 확실함



[그림 9] 슈퍼주니어 공연 관련 방콕포스트 기사

☑ [러시아] K-Pop 공연 이어져 28)

● 러시아 모스크바에서는 K 팝 공연이 이어지고 있어 팬들의 관심이 집중되고 있음

- ☑ 7 월 13 일 러시아 최대 SNS 기업인 VK 에서 주최하는 VK 페스티벌에서 한국 그룹 ‘W24’이 공연에서 러시아어 노래를 열창하여 많은 사랑을 받음
- ☑ 7 월 23 일에는 MTS 라이브 섬머에 ‘LIGHTSUM’이 처음으로 러시아에서 공연할 예정이며 8 월 3 일에는 前 스트레이키즈 멤버인 김우진의 모스크바 단독공연임 예정되어 있으며 9 월 14 일에는 VK 팬덤 페스트에 TIOT 가 헤드라이너로 등장할 예정임

28) 출처: <https://iz.ru/1727056/2024-07-13/uchastniki-keipop-gruppy-w24-na-vk-fest-priznalis-v-liubvi-k-rossii>
<https://www.km.ru/muzyka/2024/07/01/muzykalnye-festivali-v-rossii/911638-zvezdy-k-pop-stseny-lightsum-vpervy-e-vystupya>
https://atmo.moscow/kim_woojin
<https://portal-kultura.ru/articles/news/362420-k-pop-gruppa-stanet-khedlaynerom-fandom-festa-v-moskve>

패션



✓ [인도] 빠르게 성장 중인 인도 패스트 패션, 향후 7 년 내 500 억 달러 달성 예상 29)

○ 젊은층의 새로운 트렌드 실험, 소셜미디어 활용 덕분...신속한 공급망 구축은 과제

- ✓ 2024 회계연도에 패스트 패션을 선호한 젊은 남성들은 오버사이즈 티셔츠, 그래픽 티, 프린트 셔츠 및 카고 팬츠를 입었음. 다음 주요 패션 트렌드는 코디 세트와 올타임 재킷이 될 가능성이 높음
- ✓ 밀레니얼 및 GenZ 여성들은 FY24 에 드레스, 코디 세트 및 와이드 레그 바지를 구매했으며, 웨이크웨어가 다음 큰 트렌드가 될 것이라고 Redseer Strategy Consultants 의 새로운 보고서는 말함
- ✓ FY24 에 인도의 패스트 패션 부문은 전체 의류 카테고리의 둔한 6% 성장에 비해 30-40% 성장했음. 현재 100 억 달러 규모인 인도의 패스트 패션 부문은 7 년 내에 500 억 달러에 도달할 것이라고 보고서는 말함
- ✓ 패스트 패션은 계절에 따라 연간 3-4 개의 컬렉션을 출시하는 일반 또는 전통 패션 브랜드와 다름. 패스트 패션은 트렌디한 옷을 빠르게 시장에 내놓는 것을 의미함. 보고서는 패스트 패션 회사들이 연간 50 개 이상의 컬렉션을 출시하고 있으며, 디자인과 스타일을 최신 상태로 유지하기 위해 끊임없이 생산 모드에 있다고 말함
- ✓ Redseer Strategy Consultants 의 어소시에이트 파트너인 Kushal Bhatnagar 는 “현재 패스트 패션이 패션 산업의 성장 동력”이라며 “Zara 와 H&M 같은 글로벌 브랜드 외에 Tata 그룹의 자회사 Zudio 가 앞장서고 Newme, Urbanic 및 Snitch 와 같은 온라인 브랜드가 뒤를 받치고 있다”라고 말함
- ✓ 온라인 여성 의류 브랜드 Newme 의 공동 창립자 Sumit Jasoria 는 “글로벌 브랜드인 Shein 과 Fashion Nova 의 성공은 패스트 패션을 주류로 만들었다”라면서 “Shein 은 초고속 패션으로 다른 회사들이 두 달 걸리는 것을 7 일 만에 해낸다”라고 밝힘. Shein 은 곧 Reliance Retail 과 함께 인도에 진출할 예정임
- ✓ 패스트 패션의 극적인 성장은 젊은 소비자들이 새로운 트렌드와 브랜드를 실험하려는 성향에 힘입음. GenZ 는 외출용 옷과 소셜 미디어에 사진을 게시하기 위해 더 많은 옷을 쇼핑하고 있음. 인도에는 3 억 6 천 2 백만 명의 Instagram 사용자가 있으며, 대다수는 젊은이들임. “그들은 온라인에서 글로벌 패션 트렌드를 검색하고 릴을 시청하면서 패스트 패션에 대한 열풍을 일으키고 있다”고 Newme 의 Jasoria 는 말함
- ✓ 지난달, 영국의 인기 패션 전자상거래 업체인 Urbanic 은 인도의 GenZ 를 위한 또 다른 브랜드인 Savana 를 출시했으며, 이 브랜드는 무제한 컬렉션과 스타일을 제공할 것이라고 창립 파트너 Rahul Dayama 는 말함
- ✓ Urbanic 은 온라인으로 전국에서 판매하고 있지만 1 급 및 2 급 도시를 중심으로 하고 있음. Dayama 는 “우리 브랜드는 나이와 도시의 인구 통계를 넘어 심리 통계를 적극 반영하고 있다”라면서 “50 세이지만

29) 출처 :

<https://www.hindustantimes.com/cities/mumbai-news/fast-fashion-grows-quicker-than-traditional-apparel-brands-101720724354616.html>

18 세처럼 느끼는 사람들, 3 급 도시에서 1 급 생활을 하는 소비자들은 주된 소비층이 될 수 있다”라고 말함

- ✔ 그러나 패스트 패션 사업의 성공에는 많은 도전이 있음. 가장 큰 도전은 신속하고 민첩한 공급망을 구축하여 신흥 패션 트렌드를 의류로 변환하고 시장에 먼저 도달하는 것임. Newme 는 매주 온라인에 500 개의 디자인을 출시함
- ✔ 그러나 온라인 브랜드 The Souled Store 의 공동 창립자인 Vedang Patel 은 패스트 패션 산업의 주요 도전은 모든 사람이 같은 제품과 디자인을 가지고 있는 것처럼 보이는 현실이라고 지적함. 그는 “예를 들어, 크로세 티셔츠를 한 번 보면 어디서나 볼 수 있을 것”이라면서 “패스트 패션은 새로운 트렌드의 뒷받침으로 더 빠르게 성장하지만, 유행이 지나가면 재고가 남을 수도 있다”라고 분석함
- ✔ The Souled Store 는 남성, 여성, 어린이를 위한 10 년 된 캐주얼 웨어 브랜드임. Patel 은 “우리는 패스트 패션에 속하지 않지만 여전히 연간 60% 성장하고 있다”라면서 “팝 문화를 판매하고 있으며 우리의 캐주얼웨어는 시대를 초월한다”라고 말함
- ✔ 소비자들이 이미 가득 찬 옷장 때문에 신중한 선택을 할 수도 있음. 하지만 Dayama 는 패스트 패션이 동력을 잃을 것으로 보지 않음. 모든 소셜 미디어 플랫폼이 성장하고 있음. Instagram 은 새로운 사용자를 추가하고 있음

✔ [인도] 인도 패션 스토어, 전통적 소매업체 틀 넘어 커뮤니티 모임의 새로운 핫스팟으로 30)

● 음악공연 · 전시회 등 이벤트 통해 고객과 연결 강화...브랜드 정체성 반영하며 문화 중심 역할

- ✔ 일요일 밤, 뭄바이의 반드라 지역. 핑크빛 형광등이 반짝이는 가운데, 테크노, D&B, 디스코 음악이 어우러진 공간에서 음료와 대화가 오가는 한복판에 서 있음. 여기는 지역 바나 공연장이 아닌, 뭄바이의 Capsul 개념 패션 스토어에서 열린 Sound Sessions 이라는 폐쇄형 파티임
- ✔ 이 브랜드는 물리적 매장을 문화적 발견의 공간으로 재창조하며 커뮤니티를 모으는 신흥 로컬 브랜드 중 하나임. 다양한 소매 옵션의 폭발적인 증가, 즉시 배송을 제공하는 온라인 플랫폼의 부상, 인도 시장에 유입된 국제 럭셔리 브랜드들과 맞서기 위해 패션 스토어들은 이제 전통적인 소매업체의 틀을 넘어 음악 공연, 예술 전시회, 음식 투어 등 색다른 이벤트를 기획하고 있음
- ✔ “우리 가게에 들어오면 정말 멋진 지하실이나 미술 갤러리에 있는 것처럼 느끼게 하고 싶다”고 Capsul 공동 창업자 Bhavisha Dave 가 설명했다. 브랜드 마케터였던 Dave 와 Meenakshi Singh 가 설립한 Capsul 은 뭄바이, 방갈로르, 아메다바드 전역의 매장에서 타투 워크숍, 비보이 쇼케이스, 심지어 스시 이벤트까지 정기적으로 개최하고 있음. “우리 이벤트를 통해 우정과 심지어 러브 스토리도 시작됐다”라고 그는 덧붙였음
- ✔ 수년간 전 세계의 브랜드들이 Hermès 의 체육관, Dior 의 애프터눈 티 서비스, Gucci 의 서점 등 패션과 연관된 라이프스타일을 제공하기 위해 체험 마케팅을 사용해 왔음. 이러한 몰입형 활동은 목표 고객층

30) 출처 :

<https://www.vogue.in/content/why-fashion-stores-across-india-are-becoming-the-new-hotspot-for-community-gatherings>

사이에서 화제를 모으고 매장 방문을 늘리기 위한 중요한 전략임. 하지만 그 핵심은 브랜드의 정신을 반영하면서 지역 문화를 축하하는 커뮤니티 공간을 만드는 내재된 욕구임

- ❖ “커뮤니티는 오늘날 패션 브랜드가 존재해야 하는 이유의 핵심”이라고 델리 기반 브랜드 Almost Gods의 창립자이자 크리에이티브 디렉터인 Dhruv Khurana는 말함. 인도 장인 정신을 통해 권력 역학을 탐구하는 이 브랜드의 경우, 강렬한 건축 양식, 반원형 게이트웨이, 콘크리트 벽에서 솟아오르는 거대한 그리핀은 예술 세계로 들어가는 감각적인 포털 역할을 하고 있음. 올해 이들은 인도 아트 페어와 협력해 젊은 예술 수집가를 위한 감성적인 전시회 ‘Sold Out’을 개최했으며, 최근 인디 영화 사이트 Mubi와 협력해 매장에서 400명을 초대해 영화 밤을 열었음
- ❖ “이러한 문화 활동은 오랫동안 부자들에게만 열려 있었기 때문에 우리 같은 브랜드가 대화를 시작할 수 있는 공간을 만들어야겠다고 생각했다”라고 그는 말했음. Dhan Mill 위치는 예술적으로 호기심 많은 사람들을 끌어들이기 위해 신중하게 선택됨
- ❖ 사실, 매장의 지리적 위치는 이벤트 기획을 안내하는 나침반이 되었으며, 특히 글로벌 여행객들이 주로 찾는 도시에서 더욱 그러함. 여기서 현지와 방문객 모두에게 지역의 문화 정체성에 대한 새로운 관점을 제공하는 방법이 됨
- ❖ 복원된 포르투갈 빌라 내에 위치한 Fort Kochi의 다중 디자이너 매장 One Zero Eight은 매달 한 번 밝고 햇빛이 드는 공간의 문을 열어 ‘Paithrika Yogam’을 개최함. Kochi Heritage Project와 협력해 다양한 배경의 사람들이 모여 케랄라의 문화적 이야기를 강조하는 일련의 대화 시리즈임. 창립자 Ramesh Menon은 “Fort Kochi는 포르투갈, 영국, 네덜란드, 중국, 심지어 유대인과 같은 공동체의 수세기 오래된 다문화 영향력을 볼 수 있고 느낄 수 있는 인도의 몇 안 되는 장소 중 하나”라고 설명함
- ❖ 한편, 과거를 기리고 미래를 바라보는 브랜드 Jaipur Modern에서는 지역의 미세 요리를 재해석하는 음식 투어에서부터 바이닐 레코드 청취 파티까지 다양한 이벤트를 찾을 수 있음. “사람들이 자이푸르 같은 도시에서 시도해 볼 수 없는 것들을 시도할 수 있는 옵션을 제공하는 것이 우리와 그들과 더 깊은 수준에서 연결하는 데 정말 도움이 된다”라고 브랜드 창립자 Shaan Agarwal이 전함
- ❖ 최근 박물관과 콘셉트 스토어를 결합한 The Palace Atelier를 오픈한 자이푸르 기반 PDKF의 경우, 이벤트는 목적을 위해 지지를 모으는 강력한 방법이 되었음. 작년부터 이 새로운 시도는 쇼와 파티를 주최하는 인기 장소가 되었음
- ❖ 인도 자체 브랜드 Lovebirds는 개념 스토어와 협력해 Jaigarh 요새에서 쇼를 열어 전국의 패션 언론을 초대해 이 순간을 목격하게 했음. 지난 12월, Gauravi Kumari는 Ralph Lauren과 협력해 좌식 저녁 식사와 조용한 경매를 열었으며, 이 경매에서는 Wimbledon 코트사이드 좌석부터 PDKF가 지원하는 여성들과의 상호작용적인 공예 체험까지 모든 것이 경매에 부쳐졌음
- ❖ 이를 통해 Ralph Lauren은 현지의 미식가들과 강한 유대를 형성하면서, PDKF의 라자스탄의 불우한 여성들을 장인 정신을 통해 지원하는 미션을 위해 자금을 모았음. 이 브랜드는 또한 디자이너 Anita Dongre와 협력해 자이푸르의 상징적인 City Palace에서 자연과 코끼리 보전 노력을 위해 열린 몰입형 패션 모금 행사 ‘Rewild ‘23’를 개최했음

- ✔ 패션 스토어에서 이러한 이벤트를 주최하는 것은 브랜드가 커뮤니티 내에서 새로운 협력자를 발견하고 육성하는 양방향 길이 되기도 함. Diwali 파티, 핸드포크 타투 및 피어싱 팝업, 핸드 블록 프린팅 워크숍 등의 이벤트를 현지 예술가 및 홈 셰프와 긴밀히 협력해 생동감 있게 만드는 Goa 기반의 의식적인 패션 스토어 Yellow House Parra 도 같은 목적임
- ✔ Longform Digital 파트너 Mitwa Sharma 는 “이벤트에서는 다섯 가지 감각을 모두 참여시키는 방법과 그 공간에서 느낄 수 있는 영향을 창출하는 것이 중요하다”라면서 “사람들이 그들을 통해 누군가 흥미로운 사람을 만나거나 새로운 것을 발견하면 [브랜드를] 기억할 것이며, 그 경험을 통해 기억을 남기고 뭔가를 팔려고 한다는 느낌이 아닌 것으로 떠날 것”이라고 말함

통합(정책·기타)



✓ [미국] 구글, 사이버 보안업체 '위즈'와 인수합병 추진 ³¹⁾

● 역대 규모 인수합병으로 클라우드 컴퓨팅 영역 키운다

- ✓ 지난 14 일(현지시간) 월스트리트저널(WSJ)은 구글의 모기업 알파벳(Alphabet)이 미국의 클라우드 보안 스타트업 '위즈(Wiz)'를 인수하기 위해 협상을 진행 중이라고 밝힘. 인수 금액은 약 230 억 달러(약 31 조 8,000 억 원)로 구글 창사 이래 최대 규모의 인수합병(M&A)이 될 전망이다
- ✓ 이번 인수합병은 공격적인 M&A 로 클라우드 경쟁사 아마존·마이크로소프트를 따라잡고 구글이 고전 중인 클라우드(가상 서버) 컴퓨팅 시장에서의 입지를 강화하기 위한 전략으로 풀이됨. 월스트리트저널은 "클라우드 컴퓨팅은 중요한 성장 사업이지만, 알파벳은 경쟁사에 뒤처져 있다"며 "이번 인수는 알파벳의 컴퓨팅 사업에 도움이 될 것"이라고 보도함
- ✓ '위즈'는 2020 년 설립된 클라우드 보안 스타트업으로 인공지능(AI)을 활용해 보안 위협을 자동으로 감지하고 제거해주는 서비스를 제공함. 위즈의 시장가치는 올해 초 120 억 달러(약 16 조 6,000 억 원)로 평가받으며 '데카콘(가치 100 억 달러 이상의 스타트업)'으로 인정받음
- ✓ 알파벳은 오랜 기간 검색 광고 시장에서 반독점 조사와 규제로 어려움을 겪어온 탓에 다른 빅테크 기업과 달리 M&A 에 소극적인 태도를 취해왔음. 2012 년 모토로라 모빌리티를 125 억달러에 인수한 이후 역대 최대 규모의 인수합병 계획이나 외신은 최근 빅테크를 향해 강화된 미국 당국의 반독점 조사로 인수 거래가 무산될 가능성이 있다고 보았음

✓ [북경] 중앙인터넷정보판공실, 미성년자 인터넷 환경 개선 특별조치 개시 ³²⁾

- 7 월 13 일, 중앙인터넷정보판공실(中央网络安全和信息化委员会办公室)은 공식 홈페이지를 통해 올해 여름방학 기간 미성년자의 건전한 인터넷 조성을 위해 <청량·2024 년 여름 미성년자 인터넷 환경 개선(清朗·2024 年暑期未成年人网络环境整治)> 특별 조치를 2 개월간 진행한다고 발표함

<청량·2024년 여름 미성년자 인터넷 환경 개선> 특별조치 주요 사안

구분	대상	내용
1	숏폼 / 라이브 방송 플랫폼	- 고전 애니메이션, 동요 중 폭력적인 콘텐츠 - 학폭 동영상 촬영을 통한 폭력행위 엔터테인먼트화 - 아동 인플루언서를 통한 수익 발생 등

31) 출처 : <https://www.wsj.com/tech/googles-wiz-deal-wont-ease-on-down-the-road-4b7d5216>

32) 중앙인터넷정보판공실 공식 홈페이지 : https://www.cac.gov.cn/2024-07/13/c_1722551300716785.htm

2	SNS	- 악의적으로 저속한 인터넷 유행어를 만들어 미성년자에게 불량 가치관 전파 - 특정 주제, 그룹 등을 만들어 악의적인 조작 사진을 만들고 부모와 자녀, 교사와 학생간 대립 선동 등
3	전자상거래 플랫폼	- 미성년자에게 성적인 문구, 애니메이션 굿즈 등 판매 - 아동 모델의 성적 암시 자세를 통한 마케팅 행위 - 돈을 받고 대리 욕설 행위 등
4	앱스토어	- 미성년자가 좋아하는 앱을 모방하여 유해정보 전파 등
5	아동 스마트 기기	- 기기에 설치된 자체 앱에 미성년자의 신체적, 정신적 영향을 미칠 수 있는 콘텐츠 - 별도 검열을 거치지 않은 써드파티 앱
6	미성년자 모드	- '가상 모드'를 제공하여 플랫폼 내 콘텐츠 소비 제한 등

✔ [심천] 2024 년 상반기 중국 상업공연 티켓 판매액 190 억 1,600 만 위안, 13.24% 증가³³⁾

- 중국공연산업협회(中国演出行业协会)가 공식 홈페이지를 통해 공개한 '2024 년 상반기 중국 공연시장 발전 보고'에 따르면 올해 상반기에 중국 내에서 개최된 상업공연(오락시설에서 개최된 공연은 제외함) 횟수는 25 만 1,700 회로 동기 대비 30.19% 증가했으며, 티켓 판매액은 190 억 1,600 만 위안으로 동기 대비 13.24% 증가, 관객 수는 7,910 만 1,300 명으로 동기 대비 27.10% 증가함
 - ✔ 콘서트, 음악축제 부문 티켓 판매액이 동기 대비 134.73% 증가했고, 해당 공연 관객 수는 63.35% 증가함. 한 공연당 5,000 명 이상의 관객을 동원한 대형 콘서트 부문이 공연시장 성장의 견인차 역할을 하였으며, 주로 1~2 선 도시에서 개최된 것으로 나타남
 - ✔ 음악 축제 부문에서는 축제를 운영하는 능력이 전반적으로 향상되었으며, 유명 음악 축제 IP 나 탄탄한 출연진을 확보하거나 행사 운영능력을 갖춘 음악 축제의 티켓 판매액이 작년 동기 대비 높게 나타남
 - ✔ 여러 예술 분야에서 중국산 오리지널 작품 수가 증가했으며, 새로운 공간³⁴⁾에서 시도되는 공연 콘텐츠와 더 많은 예술 장르에서 몰입형 공연이 시도되는 등 형식도 다양해지고 있음. 전문 극장, 소극장, 새로운 공간에서 열린 공연 횟수는 동기 대비 32.21% 증가함
 - ✔ 다양한 중국 오리지널 공연이 해외에 진출해 호평을 받았으며, 이외에 중국 예술 무대 공연의 고화질 영상도 해외 시장에서 출품되고 있음

33) 출처 : <https://mp.weixin.qq.com/s/zQyWX9KLOEicsdNc-Xapjg>

34) 새로운 공간이란 상업단지, 업무용 빌딩, 서점이나 노후화된 공장을 리모델한 한 공간과 같은 새로운 유형의 공연장을 말함

✓ [태국] 각 도시 주재 상무관을 이용한 중국시장 공략 35)

- 푸킷 태국 상무부 국제무역진흥국장은 올해 하반기 중국 시장 수출 확장을 위한 5 F(Food·Fruits·Fashion·Film·Fairs) 전략 실행을 위해, 중국과 홍콩 각 도시에 주재하는 상무관들에게 지시했다고 발표함
 - ✓ 태국상무부는 올해 하반기 중국 시장 수출 확장을 위한 5F 시행계획을 다음과 같이 발표했음
 - ✓ 영화(Film): 9 월 중국에서 개봉 예정인 태국 영화 <란마(How to make Millions before Grandma dies)>³⁶⁾ 홍보를 위해 수입업체와 회의 추진
 - ✓ 패션(Fashion): ① 9 월 9 일~13 일까지 방콕 쿤시리킷국립컨벤션센터에서 개최될 '제 70 회 방콕 보석박람회' 홍보 ② 8 월 상하이에서 태국 패션 및 장식 홍보 행사인 '갈라나이트(Gala Night)' 조직 ③ 9 월 4 일~7 일 홍콩 패션박람회 센터스테이지(CENTRESTAGE)에 태국 전시관 및 패션쇼 참여
 - ✓ 박람회(Fairs): ① 7 월 6 일~10 일 '제 30 회 란저우 투자무역박람회' ② 7 월 23 일~28 일 '타이 브랜드 쿤밍(Thai Brands Kunming)' ③ 9 월 24 일~28 일 '중국-아세안 엑스포(China-ASEAN Expo)' ④ 11 월 5 일~10 일 상하이 '제 7 회 중국국제수입박람회(China International Import Expo)' 참가
 - ✓ 음식(Food): ① 태국 상무부 인증 레스토랑인 '타이셀렉트(Thai Select)' 홍보를 위해 홍콩·난닝·샤먼·상하이·칭다오·쿤밍에서 홍보행사 조직 ② 칭다오 맥주축제, 상하이 여름 축제에 참가
 - ✓ 과일(Fruits): ① 중국인들이 좋아하는 5 가지 열대과일 두리안·망고스틴·야자·포멜로·용안을 홍보하는 태국 과일 여름 축제 조직 ② 상하이의 11 개 타이셀렉트 레스토랑과 협력해 태국 과일이 포함된 특별 메뉴 제작

✓ [인도] 인도 중앙 정부, 새로운 방송 규제 법안에 OTT 와 콘텐츠 제작자 포함 시도 37)

- 방송 전체의 법적 프레임워크 통합 목표...디지털 방송, 정보방송부 규제 예정
 - ✓ 인도 정보방송부는 OTT 플랫폼과 사용자 생성 콘텐츠를 방송서비스규제(BSR) 법안의 범위에 포함시키려 하고 있음. 이는 소셜 미디어 기업, 시민 사회 단체, 스트리밍 회사들의 반대에도 불구하고 진행되고 있음. 중앙 정부는 이 분야의 규제를 위해 차별화된 접근 방식을 채택할 것이며, 몇 주 내로 법안의 초안을 이해 관계자들과 공유할 예정임
 - ✓ <새로운 방송 법안의 목적> - 2023 년 11 월에 제안된 이 법안은 기존의 모든 정책을 대체하고 전체 방송 부문을 위한 법적 프레임워크를 통합하는 것을 목표로 하고 있음. 최근 열린 회의에서 정보방송부는 새로운 초안 법안이 선형 방송 서비스와 주문형 방송 서비스 간의 고유한 차이를 인식할 것이라고 명확히 했음. 선형 방송 서비스에는 현재 1995 년 케이블 텔레비전 네트워크 규제법에 의해 규제되는 케이블 네트워크가 포함됨

35) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1135801>

36) 연관내용: 위클리글로벌 381 호 - [태국] 태국 영화 <란마>, 인도네시아를 울음바다로

37) 출처 :

https://www.business-standard.com/industry/news/centre-to-bring-ott-content-creators-under-broadcasting-regulations-124071300462_1.html

- ❖ <새로운 법률 하에서 디지털 미디어의 규제> - 새로운 규정이 발효되면 디지털 방송은 정보방송부에 의해 규제될 것임. 현재 소셜 미디어 플랫폼과 Netflix, Amazon Prime 과 같은 스트리밍 사이트의 큐레이션된 콘텐츠는 전자정보기술부의 IT 규칙 2 부 및 3 부에 의해 규제되고 있음. 부처는 또한 "어떠한 개체도 MIB 가 통지하지 않는 한 TRAI 법에 따라 면허를 받은 것으로 간주되지 않을 것"이라고 명확히 했으며, 이는 통신 규제 기관의 우선 규제 권한이 흡수될 것임을 의미함
- ❖ 보고서에 따르면, 플랫폼과 콘텐츠 제작자를 규제하는 데 필요한 제안된 기준은 1 백만 명일 수 있으며, 이는 이해관계자들이 높지 않은 기준이라고 믿고 있음. 초안 법안은 6 개의 장, 48 개의 조항 및 3 개의 스케줄로 구성되어 있으며, 이는 작년 11 월 10 일 중앙 정부가 발표한 보도 자료에 의해 확인됨. 미디어 보고서는 산업계가 이 초안 법안에 대해 14 개의 반대를 제기했다고 언급했음

❖ [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신

● K 팝, K 드라마서 영감 받은 한식, 인도서 인기 / Money Control ³⁸⁾

- ❖ 최근 인도의 소셜(Social) 레스토랑 체인 '코레야 페스티벌'은 특별한 한식 메뉴와 한식 음료를 선보이고 K 팝 노래방과 한국 워크숍 등의 문화 활동도 함께 진행했다면서, 향신료 · 발효 재료 · 다양한 식감 등 한식의 대담한 맛은 인도인의 입맛과 잘 맞아 인도 셰프들이 한국 떡 · 김 · 김치 · 고추장 · 소주 · 라면 등 음식을 메뉴에 포함시키는 등 인도에서 인기를 끌고 있다고 보도함

● 중국 샤오미, 인도 스마트폰 시장에서 한국 삼성 제쳐 / Hindustan Times ³⁹⁾

- ❖ 인도 스마트폰 시장에서 샤오미가 6 월 분기 점유율 18%로 올랐고, Vivo 가 그 뒤를 이었으며 다른 두 중국 브랜드인 Realme 와 Oppo 는 각각 12%와 11%의 점유율로 4 위와 5 위를 차지한 것으로 나타나 출하량이 8% 감소한 삼성을 제치고 1 위에 올라섰다고 보도함

❖ [아르헨티나] 밀레이 정부, 공영 통신사 텔람을 광고 기관으로 전환시킴 ⁴⁰⁾

● 하비에르 밀레이 정부, 공영 통신사 텔람(Telam)을 광고 기관으로 전환할 것을 명령

- ❖ 지난 월요일 하비에르 밀레이(Javier Milei) 정부는 공영 통신사 텔람(Telam)을 내각 수석장관실(la Jefatura de Gabinete de Ministros) 산하의 광고 기관으로 전환할 것을 명령함
- ❖ 관보에 게재된 법령에 따라 텔람은 Apesau(Agencia de Publicidad del Estado Sociedad Anónima Unipersonal)로 탈바꿈하여 아르헨티나 및 해외에서 국내외 광고 자료를 개발, 제작, 마케팅 및 배포하는 광고 및 선전 기관으로 운영될 것임

38) 출처 :

<https://www.moneycontrol.com/lifestyle/korean-cuisine-inspired-by-k-pop-and-k-drama-gains-steam-in-indian-article-12769697.html>

39) 출처 :

<https://www.hindustantimes.com/business/chinas-xiaomi-overtakes-south-koreas-samsung-in-indias-smartphone-market-101721359759721.html>

40) 출처 : <https://efe.com/economia/2024-07-01/argentina-milei-telam-medio-publicidad>

- ✔ 상기 법령은 텔람의 법인 목적이 통신사에서 광고 및 선전 기관으로 바뀌는 것을 "장기적으로 성장 및 수익성 측면에서 가장 큰 기회를 제공하는 영역에 회사의 자원을 집중"하면서 "새로운 전략적 초점에 맞추어 회사의 운영을 조정해야 할 필요성"에 따른 것으로 설명함
- ✔ 텔람은 언론 및 통신사 서비스, 인력, 동산 및 부동산, 상표, 등록, 특허 및 기타 무형 자산과 법령 시행일까지 언론 및 통신사 서비스 사용에 영향을 받았던 모든 자산을 공공 매체 및/또는 제 3 자에게 양도하게 됨
- ✔ 밀레이 행정부는 지난 2 월 1 년간의 텔람 개입을 선언했고 3 월에 편집국을 폐쇄했으며, 770 명의 직원 중 최소 340 명이 수락한 희망퇴직을 통해 인력 감축을 독려함. 희망퇴직을 받아들이지 않는 직원들은 텔람 본사 정문에서 118 일간 야영을 이어가고 있음

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

 미국 비즈니스센터(LA) 박병호 센터장	 +1-323-935-2070	 jackone@kocca.kr
 유럽 비즈니스센터(파리) 김문주 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 kmj@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hgyoon8591@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(심천) 심계진 센터장	 +86-755-2692-7797	 sophia@kocca.kr
 일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
 인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-252-3151	 yskim@kocca.kr
 베트남 비즈니스센터(하노이) 성임경 센터장	 +84-39-226-4093	 imksman@kocca.kr
 UAE 비즈니스센터(두바이) 박영일 센터장	 +971-2-491-7227	 yppy01@kocca.kr
 태국 비즈니스센터(방콕) 박웅진 센터장	 +66-2-853-3903	 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



공공누리

공공 저작물 자유이용허락