

2024

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

382 호

2024 년 6 월 3 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
 방송·영화	• [미국] 미 박스오피스, 여름 시즌 저조한 흥행 출발 • [일본] NHK 국제방송, '광고료 수입' 도입 검토 시작 • [프랑스] 프랑스 언론, 넷플릭스 드라마 <The 8 Show> 주목 • [베트남] 한국 드라마 <비밀>, 베트남 버전 첫 방송 확정 • [멕시코] 멕시코 배우, 제 77 회 칸 국제영화제서 여우주연상 공동 수상 • [인도] 2024 년 칸 영화제에서 인도 영화, 영화인들 큰 활약 • [인도] 인도 작품들, 2023 년 넷플릭스에서 10 억 이상 조회수 기록
 게임·융복합	• [북경] 중국인터넷협회, 미성년자 온라인게임 서비스 관련 요구사항 초안 발표 • [심천] '2024 년 4 월 중국 게임산업 월간 보고' 발표 • [심천] 텐센트 게임 쇼케이스 '스파크 2024' 개최 • [프랑스] 프랑스 게임 기업 유비소프트, 시작 출시로 수익성 회복 기대 • [UAE] 중동 게임 산업의 미래와 발전 전략을 위한 B2B 컨퍼런스 개최 • [멕시코] 비디오 게임 스튜디오 '할버드 스튜디오'와의 인터뷰 • [인도] 게임 산업 통합 생태계 구축의 잃어버린 퍼즐, 숙련된 퍼블리셔
 애니·캐릭터	• [인니] 애니메이션 산업 발전을 위한 페스티벌 'BEAST' 개최 • [러시아] <유미의 세포들> 극장판 개봉 • [러시아] 영실업, <도봇> 저작권 침해 소송
 만화·웹툰	• [프랑스] 프랑스 웹툰 회사 시티툰, 올림픽 및 패럴림픽 주제로 한 웹툰 제작 • [인니] 한국 웹소설 <연애보다 결혼>, 인니 웹툰 <아워 시크릿 매리지>로 각색
 음악	• [북경] 중국 주요 음악플랫폼 유료 가입자 규모 1 억 5,000 명 이상 • [베트남] 빅뱅 대성, 호찌민 7 월 팬데이 콘서트 개최 예정 • [UAE] K 팝 그룹 MCND, 한-카타르 수교 50 주년 기념 공연 • [멕시코] 스포티파이 내 멕시코 독립형 아티스트들의 수입 • [아르헨티나] BTS 와 SEVENTEEN, 여전한 인기 • [인도] 'Viva' 이후 22 년 만에 처음으로 새로운 걸그룹 'W.i.S.H' 탄생 • [인도] Z 세대, 디지털 스트리밍과 다양성 통해 음악 산업 변화
 패션	• [태국] 컨깸 지방과 공공기관 · 대학 협업으로 타이실크 세계화 도모 • [인도] Luxury 패션, Street 웨어가 공존하며 패션 시장 주도



2024 년 6 월 3 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
 통합(정책 등)	• [미국] 오픈 AI, PwC 와 Chat GPT 엔터프라이즈 사용 계약 체결 • [북경] 국가발전개혁위원회 등, 문화관광 분야 설비 관련 실행계획 발표 • [심천] 빌리빌리, 1 분기 매출액 56 억 6,000 만 위안 달성 • [일본] 지식재산전략본부, '쿨 재팬' 기초산업 선정 및 새로운 전략 공개 • [프랑스] LVMH, 고객 경험의 디지털화 강화를 위해 중국의 알리바바와 연합 • [프랑스] 유럽 최대 기술 스타트업 박람회 비바테크, AI 기술 집중 조명 • [베트남] '코리아 트래블 페스타 2024' 성황리 개최 • [UAE] 중동 클라우드 기반 기술 도입과 디지털 전환 가속화 • [태국] 태국 최초 국제 소프트파워 박람회 '스플래쉬' 개최 • [태국] 역대 최대 규모의 '방콕 프라이드 페스티벌' • [태국] 태국 전자상거래의 큰 부분을 차지할 '쇼퍼테인먼트' • [아르헨티나] 비에드마시에서 한국이동문화센터 개관 • [인도] 미디어 · 엔터테인먼트 산업 관계자들, 방송 정책에서 OTT · 음악 등 제외 촉구 • [인도] 언론 보도에 비친 한류



방송·영화



✓ [미국] 미 박스오피스, 여름 시즌 저조한 흥행 출발 1)

● 메모리얼 데이(Memorial Day) 연휴 영화 수입, 29 년만에 최저치 기록

- ✓ 데이터 분석업체 컴스코어(Comscore) 자료에 따르면, 이번 메모리얼 데이 연휴(24 일~27 일) 박스오피스 수입은 지난 해 같은 기간에 비해 37% 줄어들었음. 이번 연휴의 박스오피스 수입은 총 1 억 2,830 만 달러 (약 1,741 억 원)를 기록하였으며, 이는 1995 년 개봉했던 <꼬마 유령 캐스퍼> 이후 가장 저조한 기록임
- ✓ 미국의 여름 영화 시즌은 매년 5 월 말 메모리얼 데이 연휴부터 9 월 첫째 주 노동절까지 약 3 개월간 이어지는데, 이때 미국 전체 영화 매출의 40%가 발생함. 즉, 영화업계의 최대 매출 시즌인 여름에 부진한 성적이 계속 된다면 올해 박스오피스 전체 성적에도 영향을 줄 확률이 높음
- ✓ 지난 해 여름에는 <인어공주>, <오픈하이머>, <바비> 등이 많은 관객들의 이목을 끈 반면, 올해는 개봉 첫 주말 박스오피스 수입 1 억 달러를 넘긴 영화가 아직 나오고 있지 않음. 지난 주 박스오피스 정상을 차지한 <퓨리오사: 매드맥스 사가>는 개봉 첫 주말 3,200 달러를 벌어들이는 데 그침
- ✓ 전문가들은 올 여름 미국 박스오피스 매출은 30 억 달러를 간신히 넘길 것으로 예상하고 있으며, 이는 작년 41 억 달러에 비해 4 분의 1 줄어든 수준임
- ✓ 이러한 부진한 성적의 배경엔 할리우드 파업의 여파가 있다고 분석되는데, 지난해 미국 작가조합과 배우 조합은 스트리밍 업체들을 향해 공정한 수입 분배와 더 나은 근무 조건을 요구하며 파업을 진행하였고 이로 인한 영화 제작 지연이 이어지고 있음
- ✓ 오는 6~7 월에 개봉할 영화들로 흥행 반전을 이룰 수 있을지 관객들의 관심이 집중되고 있으며, <슈퍼배드 4>, <인사이드아웃 2>, <데드풀과 울버린> 등이 기대작으로 꼽히고 있음

✓ [일본] NHK 국제방송, '광고료 수입' 도입 검토 시작 2)

- 일본 총무성 전문가회의인 <공공방송워킹그룹> 회의가 23 일 개최, 현재 무료로 방송 중인 NHK 국제방송 (국내에서는 NHK WORLD 로 수신되고 있는 방송)에 광고료 수입을 도입하는 방안에 대한 논의가 시작됨.
- ✓ 민영방송국과 공동으로 인터넷 스트리밍 플랫폼을 만들어 일본 콘텐츠의 해외 송출 강화를 위한 비용 충당이 목적임
- ✓ NHK 는 방송법에 따라 기업 등의 광고를 방송해서는 안 된다고 규정하고 있으며, 국제방송은 기본적으로 수신료와 국가 보조금으로 충당되고 있음. 광고료 수입 도입 검토의 배경에는 해외 스트리밍 플랫폼 사업자와의

1) 출처 :

<https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/furiosa-box-office-garfield-worst-memorial-day-1235909084>

2) 출처 : https://www.asahi.com/articles/ASS5R3D1LS5RUCVL02ZM.html?iref=pc_ss_date_article

경쟁 등이 있음. 워킹그룹은 청문회 및 의견 교환을 거쳐 올해 9 월에 최종안을 작성할 예정이라 밝힘

- ☑ NHK 고이케 히데오(小池英夫) 전무이사는 이날 회의에서“광고 송출에 대한 필요성 등을 감안한 논의가 필요하다고 생각하며, 중장기적인 관점에서 신중한 논의를 부탁한다.”라고 의견을 전함



[그림 1] NHK 방송국 이미지

☑ [프랑스] 프랑스 언론, 넷플릭스 드라마 <The 8 Show> 주목 ³⁾

○ <The 8 Show>, 5 월 넷플릭스 공개 후 프랑스 순위권 내 빠르게 진입

- ☑ 언론은 <머니게임>이라는 텔레비전 리얼리티 쇼에 초대된 돈이 필요한 여덟 명의 등장인물이 미스터리한 8 층 건물 방에 갇히는 이야기를 극적으로 다루고 있다고 소개함
- ☑ <오징어게임>과 겉모습은 같지만 전혀 다른 드라마라고 평가하며, 두 드라마는 반 자본주의에 대한 경험을 잔인하게 표현하며 강한 인상을 주지만, <오징어게임>이 창작 시나리오를 기반으로 제작된 반면 <The 8 Show>는 한국의 유명 웹툰 <머니게임>이 원작이라고 언급함
- ☑ 또한, 이 드라마는 “시간이 돈이다”라는 표현을 통해 영화 <더 플랫폼>처럼 불평등을 강조하며, 이를 위한 연출로 실제 자본주의 세계의 사회적 불평등을 모든 것이 가짜인 리얼리티 쇼에서 매우 구체적이고 극단적으로 재현하고 있다고 말함
- ☑ 특히 시즌 마지막 화는 1 층 캐릭터를 통해 ‘더 높은 계층으로의 이동’에 관한 환상을 보여줌. 그러나 <The 8 Show>는 리얼리티 쇼 <오징어게임: 더 챌린지>가 보여주는 것처럼, “모든 사람이 노력함에도 불구하고 자본주의가 결국 승리한다”라는 것이 시리즈의 주요 재미라고 분석함

3) 출처 :

<https://www.numerama.com/pop-culture/1746794-the-8-show-vs-squid-game-on-compare-ces-2-series-coreenne-s-netflix.html>

✔ [베트남] 한국 드라마 <비밀>, 베트남 버전 첫 방송 확정 4)

● Vion 이 제작한 <7 년 연애 후 결혼 안 하면 헤어질거야> 드라마는 오는 6 월 6 일 첫 방송 예정임

- ✔ 이 드라마는 한국 드라마 <비밀>의 리메이크작이며, 응웬호앙아잉(Nguyen Hoang Anh) 감독이 연출 및 극본을 맡아 25 부작으로 제작된 멜로 드라마임. 이 드라마는 순진하지만 강인한 여자와 사랑에 빠지는 나쁜 재벌 남자의 이야기를 그려내며, 특히 이 여자는 그의 전 여자친구의 사망과 관련이 있음
- ✔ 공개된 <7 년 연애 후 결혼 안 하면 헤어질거야> 드라마의 첫 공식 포스터는 한국의 원작인 <비밀>과 큰 차이를 보임. <7 년 연애 후 결혼 안 하면 헤어질거야> 드라마 포스터는 파란색과 노란색을 주요 색상으로 활용하여 평화롭고 신선한 해변가의 분위기를 자아냄. 파란색은 고요함을 상징하며, 노란색의 햇빛은 따뜻함, 희망, 치유를 상징함. 반면에 원작인 <비밀>의 포스터는 어둡고 긴장감 넘치며 비극적이며서도 신비로운 배경을 표현하는 흰색과 회색을 주요 색상으로 활용했음
- ✔ 특히 한국 원작 <비밀>은 배신, 복수, 사랑에 관한 복잡한 관계를 주로 다룬 반면, 베트남 버전은 새로운 시작에 대한 메시지를 중심으로 제작되었음
- ✔ 이러한 차이점은 응웬호앙아잉 감독이 의도한 포인트점 중 하나임. 응웬호앙아잉 감독은 리메이크 버전은 베트남 문화와 시대에 맞게 많은 변경을 했지만, 사랑을 위한 희생에 대한 원작의 아름다운 메시지를 온전히 유지한다고 밝혔음



[그림 2] <7년 연애 후 결혼 안 하면 헤어질거야> 드라마의 첫 공식 포스터

4) 출처 :

https://dantri.com.vn/giai-tri/vieon-an-dinh-ngay-phat-song-phim-7-nam-chua-cuoi-se-chia-tay-20240517154820806.htm?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMATAAR14LPEWY3tepra1kQvaWbhK1MluGugDp99rl6p9Gp7rNNsXrxS76zpBpU_aem_ASOGAc5aqq2aHPVBCE4uUsBC8FOJiZ5h6jtFzmNY6aTBddxtsl4-roN8_r6IDmjQghNjxAjN4oQRwzPksQZ54GqT

✓ [멕시코] 멕시코 배우, 제 77 회 칸 국제영화제서 여우주연상 공동 수상 5)

- 칸 영화제 심사위원단은 영화 <에밀리아 페레즈(Emilia Perez)>의 여배우 4 명을 여우주연상 수상자로 공동 선정함
 - ✓ 이에 멕시코 배우 아드리아나 파즈(Adriana Paz), 스페인 배우 카를라 소피아 가스콘(Karla Sofía Gascón), 도미니카 배우 조 살다냐(Zoe Saldña) 및 미국 배우 셀레나 고메즈(Selena Gomez)가 여우주연상을 수상함
 - ✓ 동일한 영화에서 두 명 이상의 여배우가 칸 영화제의 상을 수상한 것은 단 5 번뿐이며, 이번 결과가 더욱 특별한 이유는 동시에 이렇게 많은 라틴계 여배우들이 수상한 적이 없기 때문이라고 할 수 있음
 - ✓ <에밀리아 페레즈>는 멕시코를 배경으로 한 프랑스-멕시코 공동제작물로 칸 심사위원상이라는 또 다른 상을 수상하며 기쁨을 더함
 - ✓ 영화는 멕시코 마약 밀매범의 이야기를 다룬 뮤지컬 영화로 프랑스의 자크 오디아드 감독이 감독함
 - ✓ 그러나 고전적인 액션 영화와는 거리가 멀고, 주인공이 어떻게 성 전환 과정을 거치기로 결정하는지를 보여주며 혁신적인 주제와 내러티브 장르로 큰 기대를 불러일으킴

✓ [인도] 2024 년 칸 영화제에서 인도 영화, 영화인들 큰 활약 6)

- <All We Imagine As Light> 그랑프리, 아나수야 센 굽타 여우주연상 수상 등 국제적 인정
 - ✓ 올해 프랑스 칸 영화제에서 인도의 영화가 그랑프리를 수상하고 인도 출신 배우가 여우 주연상을 차지하는 등 인도 영화와 영화인들이 큰 활약과 성과를 이루며 국제적으로 그 가치를 인정받았음
 - ✓ 인도 감독 파알 카파디아는 77 회 칸 영화제에서 인도인으로서는 처음으로 황금종려상 다음으로 높은 그랑프리를 수상했음. 카파디아의 영화 <All We Imagine As Light>는 뭄바이로 이주한 두 말라얄리 간호사들의 삶, 사랑, 자매애를 탐색하는 드라마임. 이 영화는 30 년 만에 칸 영화제 메인 경쟁 부문에 출품된 첫 번째 인도 영화임
 - ✓ 일부 사람들은 주인공 프라바(카니 쿠수티)와 그녀의 무슬림 남자친구(흐리두 하룬) 사이의 로맨스를 묘사한 것이 나라가 종교적으로 양극화되고 있는 상황에서 특히 대담하다고 평가했음
 - ✓ 영화 <더 샤물리스>로 칸 영화제에서 인도 배우로는 처음으로 여우주연상을 수상한 아나수야 센굽타도 큰 주목을 받았음. 그녀는 영화에서 레누카 역을 맡아 '주목할 만한 시선' 부문에서 트로피를 수상했음
 - ✓ 또한, <Sunflowers Were the First Ones to Know>와 <Bunnyhood>가 La Cinef Selection 에서 각각 1 위와 3 위를 차지했음
 - ✓ <Sunflowers Were the First Ones to Know>는 영화텔레비전연구소 학생인 Chidananda S Naik 이

5) 출처 :

<https://www.vanidades.com/entretenimiento/cannes-2024-premian-actriz-mexicana-adriana-paz-pelicula-emilia-perez>

6) 출처 : <https://edition.cnn.com/2024/05/27/style/payal-kapadia-india-cannes-grand-prix-intl-hnk/index.html>

<https://www.ndtv.com/entertainment/anasuya-sengupta-on-becoming-first-indian-to-win-best-actress-award-at-cannes-couldn-t-believe-it-5747703>

<https://www.vogue.com/article/indian-films-cannes-2024>

감독한 15 분짜리 단편 영화로, 운명, 믿음, 인간의 절망을 다룸. 이 영화는 한 여자가 마을의 소중한 수탉을 훔쳐오면서 마을이 영구적인 어둠에 빠지는 칸나다 전래 동화에 기반을 두고 있음

- ☑ <Bunnyhood>는 Mansi Maheshwari 감독의 애니메이션 영화로, "악한 토끼"의 전형을 활용했음. 이 영화는 감독의 어린 시절 경험을 바탕으로 사람들의 거짓말과 그 결과를 탐구함. Maheshwari 는 영화의 모든 장면을 A5 용지에 볼펜으로 그린 뒤 영국 국립영화텔레비전학교에서 스캔해 작품을 완성했음. 공포와 코미디를 결합하는 실험적인 작품이라는 평가를 받음

☑ [인도] 인도 작품들, 2023 년 넷플릭스에서 10 억 이상 조회수 기록 7)

○ <Jaane Jaan> 가장 많이 시청된 영화, <The Railway Men> 최고 인기 시리즈

- ☑ 2023 년 인도 영화와 시리즈가 넷플릭스에서 10 억 이상의 조회수를 기록했음. 넷플릭스가 발표한 두 번째 참여 보고서에 따르면, <Jaane Jaan>이 가장 많이 시청된 영화이고, <The Railway Men>이 가장 많이 시청된 시리즈임. 이 보고서는 2023 년 7 월부터 12 월까지의 시청 데이터를 기반으로 작성됐음
- ☑ 2023 년 하반기 동안 전 세계 넷플릭스 구독자들은 약 900 억 시간의 콘텐츠를 시청했음. 그 가운데, 인도에서는 Sujoy Ghosh 의 <Jaane Jaan>이 2,020 만 건의 조회수를 기록하며 가장 많이 시청된 영화로 꼽혔음. 뒤를 이어 Shah Rukh Khan 의 <Jawan>이 1,620 만 건, Vishal Bhardwaj 의 <Khufiya>가 1,210 만 건의 조회수를 기록했음
- ☑ 다른 인기 있는 작품으로는 <OMG 2> (1,150 만), <Lust Stories 2> (920 만), <Dream Girl 2> (820 만), 진실 범죄 다큐멘터리 <Curry & Cyanide> (820 만) 등이 있음
- ☑ 시리즈 중에서는 1984 년 Bhopal 가스 유출 사건을 배경으로 Kay Kay Menon, Babil Khan, Divyenndu 가 주연한 <The Railway Men>이 1,060 만 조회수로 가장 많이 시청되었음. 그 외에도 Suvinder Vicky 와 Barun Sobti 가 주연한 <Kohraa> (640 만), Raj 와 DK 의 <Gun and Gulaabs> (640 만), <Kaala Paani> (580 만 조회수) 등이 인기를 끌었음
- ☑ 보고서에 따르면, 전 세계적으로 넷플릭스에서 영어 이외의 언어로 제작된 콘텐츠가 매우 인기가 높았음. 독일의 <Dear Child> (5,300 만 조회수), 폴란드의 <Forgotten Love> (4,300 만), 멕시코의 <Pact of Silence> (2,100 만 조회수), 한국의 <Mask Girl> (1,900 만), 일본의 <Yu Yu Hakusho> (1,700 만), 스페인의 <Berlin> (1,100 만 조회수) 등임
- ☑ 넷플릭스에서 가장 많이 시청된영화는 이단 호크와 줄리아로버츠 주연의 <Leave the World Behind>로 1 억 2,100 만 조회수를 기록했으며, 아담 샌들러의 애니메이션 영화 <Leo>가 9,600 만 조회수를 기록했음. 시리즈 측면에서는 만화를 원작으로 한 라이브액션 시리즈 <One Piece>가 7,200 만 조회수를 기록했음
- ☑ 보고서는 또한 2023 년에도 <Wednesday>, <Red Notice>, <Squid Game> 등 팬들이 좋아하는 원작 콘텐츠가 수백만 회의 조회수를 기록했다고 강조함

7) 출처 :

<https://economictimes.indiatimes.com/industry/media/entertainment/indian-movies-shows-clock-over-1-billions-views-on-netflix-in-2023-says-streamer-in-new-report/articleshow/110388153.cms?from=mdr>

게임·융복합



✓ [북경] 중국인터넷협회, 미성년자 온라인게임 서비스 관련 요구사항 초안 발표 8)

- 5월 28일, 중국인터넷협회(中国互联网协会)가 공식 홈페이지를 통해 <중국인터넷협회단체표준관리방안(中国互联网协会团体标准管理办法)>의 관련 규정에 따라 <미성년자 온라인게임 서비스 소비관리 요구사항(未成年人网络游戏服务消费管理要求)>에 대한 단체표준 의견수렴 초안을 발표함
 - ✓ 해당 문건에는 온라인게임 서비스 제공자, 보호자 및 기타 과실 당사자는 각자의 과실에 따라 상응하는 책임을 져야 하며, 과실이 있는 당사자는 그로 인해 발생한 경제적 손실을 상대방에게 배상하고 모든 당사자가 과실이 있는 경우, 보호자와 온라인게임 서비스 제공자는 각자의 책임을 져야 한다는 내용이 포함됨
 - ✓ 해당 초안의 의견수렴은 올해 6월 27일까지 진행될 예정

✓ [심천] '2024년 4월 중국 게임산업 월간 보고' 발표 9)

- 중국오디오·비디오및디지털출판협회 게임출판공작위원회(中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会)가 5월 24일 발표한 '2024년 4월 중국 게임산업 월간 보고'에 따르면 4월 중국 게임시장 매출액은 224억 3,200만 위안으로 전월 대비 4.21% 하락했고, 전년 동기 대비 0.27% 하락한 것으로 나타남
 - ✓ 모바일 게임 시장 매출액은 159억 500만 위안으로 전월 대비 6.18% 하락했고, 전년 동기 대비 1.93% 하락함. PC 게임 시장 매출액은 56억 4,200만 위안으로 전월 대비 2.06% 증가했고, 전년 동기 대비 1.47% 증가함
 - ✓ 중국산 게임의 중국 내수 시장 매출액은 181억 1,600만 위안으로 전월 대비 4.77% 하락했고, 전년 동기 대비 3.86% 하락함. 중국산 게임의 해외 시장 매출액은 14억 1,800만 달러로 전월 대비 0.65% 하락했고, 전년 동기 대비 7.03% 증가함
 - ✓ 중국 이스포츠 게임 시장 매출액은 111억 4,200만 위안으로 전월 대비 2.07% 하락했고, 전년 동기 대비 16.42% 증가함

✓ [심천] 텐센트 게임 쇼케이스 '스파크 2024' 개최 10)

- 텐센트는 5월 28일 자사의 온라인 쇼케이스 '스파크 2024(SPARK2024 腾讯游戏发布会)'를 통해 13개의 신작을 비롯한 34개의 게임에 대한 최신 업데이트 현황을 공개함
 - ✓ 이번 행사에서 발표된 라인업에 <왕자영요(王者荣耀)>, <화평정영(和平精英)>, <리그 오브 레전드(英雄联盟)>

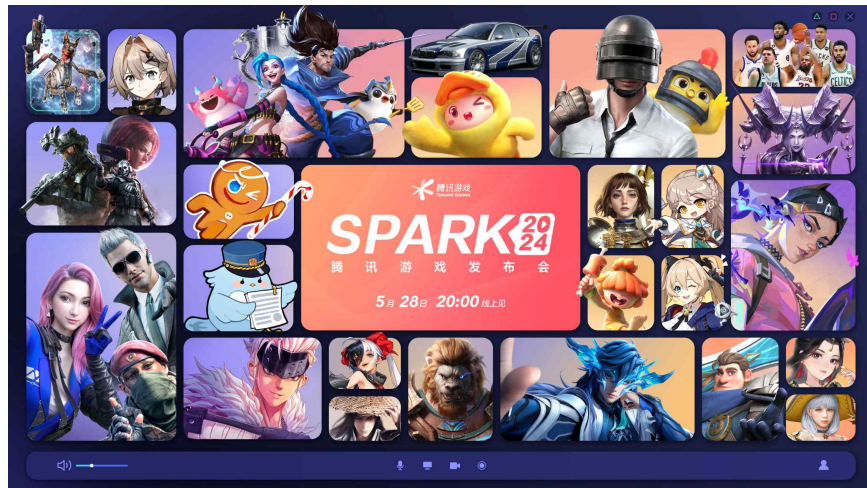
8) 중국인터넷협회 홈페이지 : <https://www.isc.org.cn/article/20891286499618816.html>

9) 출처 : https://mp.weixin.qq.com/s/hfXRFUGl9J_qOcH1GgaEfg

10) 출처 : https://game.qq.com/web202405/start/pages_detail.shtml?newsid=18436279

联盟)), <블레이드앤소울 2(剑灵 2) 등 IP 기반 모바일 게임과 <던전앤파이터 모바일(地下城与勇士 : 起源)>과 <원몽지성(元梦之星)> 등이 포함됨

- ☑ 텐센트는 <니드 포 스피드(极品飞车 : 集结)>가 7 월 출시를 앞두고 있고, 유니버스 샌드박스 게임 <실리콘 유니버스(硅基宇宙)>가 공식 홈페이지에서 예약 페이지를 오픈했으며, <타리스랜드(塔瑞斯世界)>의 경우 6 월 21 일 글로벌 출시할 예정이라고 발표했으며, 이외 모바일 전쟁 전략 게임 <세계계원(世界启元)>, 콘솔 급 액션 어드벤처 RPG 게임 <검은사막> PC 버전 등이 공개됨



[그림 3] 텐센트가 '스파크2024' 쇼케이스에서 발표한 2024년 게임 라인업 이미지(사진 출처: 텐센트게임즈 공식 홈페이지)

☑ [프랑스] 프랑스 게임 기업 유비소프트, 신작 출시로 수익성 회복 전망 11)

● 유비소프트, 2023 년을 기점으로 다양한 게임 출시에 따른 수익 창출 가속화

- ☑ 올해 출시 될 예정인 <어쌔신 크리드 새도우즈>(Assassin's Creed Shadows), <스타워즈 아웃로>(Star Wars Outlaw), <엑스디파이언트>(XDefiant), 세 게임이 24~25 년 수익 창출에 이바지할 것으로 예상됨
- ☑ 22~23 년 18% 매출이 감소하며 어려운 시기를 맞았던 유비소프트는 지난 한 해 동안 33.3% 증가한 23 억 2 천만 유로를 기록하며 다시 정상 궤도에 오름. 이는 다양한 게임을 출시함에 따른 수익 창출로 추정됨
- ☑ 특히 지난 분기에는 예상 시장 기대치 7 억 7,230 만 유로를 크게 웃도는 8 억 7,300 만 유로를 기록함. 이에 재무 이사 프레데릭 뒤게(Frédéric Duguet)는 유비소프트가 다시 한번 수익성 있는 성장의 길에 들어섰다고 언급함
- ☑ 올해 출시될 해당 게임들은 향후 유비소프트의 주력 상품이 될 것으로 예상되며, 이번 게임들을 통해 넷 부킹(Net Booking)의 견고한 성장과 영업 이익의 소폭 증가를 목표로 하고 있다고 밝힘

11) 출처 :

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/apres-le-deroute-de-lan-dernier-le-poids-lourd-francais-du-jeu-vide-o-ubisoft-a-releve-la-tete-2094980>

✓ [UAE] 중동 게임 산업의 미래와 발전 전략을 위한 B2B 컨퍼런스 개최 12)

- 지난 4 월 29 일~30 일 2 일간 개최된 게임 산업 B2B 컨퍼런스 ‘Gaming Matters Dubai’가 두바이 미래 박물관에서 개최됨
 - ✓ 이번 행사는 두바이 미래 재단이 추진하는 ‘Dubai Program for Gaming 2033’의 일환으로, 2033 년까지 두바이를 글로벌 게임 산업 상위 10 개 도시로 발전시키고 3 만 개 이상의 신규 일자리 창출을 목표로 함
 - ✓ 두바이 미래 재단과 함께 두바이 미래 박물관, 두바이 경제 관광부 등 부문별 정부 부처가 공동 주최한 이번 행사는 중동 지역 게임 전문가 및 관계자들이 모여 두바이의 게임과 이스포츠 산업을 개발하고 역량을 강화하기 위한 세부 계획을 논의함. 또한 중동 지역의 게임 산업 최신 동향과 기술 혁신에 관한 토론, 게임 산업 마케팅 플랫폼 활용 방안 등 다양한 인사이트가 제공된 것으로 평가
 - ✓ ‘Gaming Matters Academy’와 같은 추가 행사도 함께 개최되었는데, 이는 각 분야 전문가들이 게이머, 콘텐츠 개발자들을 대상으로 멘토링 및 교육을 통해 역량 강화 프로그램
 - ✓ 이번 행사에 참여한 주요 파트너들은 게임 산업과 디지털 혁신이 두바이에서 차지하는 중요성을 강조하면서, ‘Gaming Matters Dubai’가 중동 지역의 게임 및 이스포츠 산업에서 인재 육성을 위한 강력한 촉매 역할을 할 것으로 기대한다고 언급하기도 함
 - ✓ 앞으로 주기적으로 개최될 ‘Gaming Matters Dubai’에는 다양한 기업 후원도 추가 될 것으로 예상되며, 이는 중동 지역의 게임 산업 종사자와 게이머, 개발자 및 애호가들에게 가장 중요한 행사로 자리매김하고 향후 게임 산업 발전에 이바지할 수 있을 것으로 전망됨

✓ [멕시코] 비디오 게임 스튜디오 ‘헬버드 스튜디오’와의 인터뷰 13)

- 게임 <마리아치 레전드(Mariachi Legends)>를 출시할 예정인 멕시코 비디오 게임 개발 스튜디오 헬버드 스튜디오(Halberd Studios)가 그간 게임 업계에서 활동하며 배운 교훈을 공유하는 인터뷰를 가짐
 - ✓ 할리스코 주 사포판 시에 위치한 헬버드 스튜디오는 2023 년 PC 및 닌텐도 스위치용에 <나인 이어즈 오브 섀도우(9 Years of Shadows)>를 출시하여 대기업 진출의 꿈을 이룸
 - ✓ 동 게임은 <캐슬바니아(Castlevania)>의 테크닉, 예술적 디자인에서 영감을 얻었으며, 이용자와 여러 해외 게임 전문 언론으로부터 호평을 받고 특히 미국, 멕시코, 브라질 시장에서 성공을 거둠
 - ✓ 해당 게임 작업을 완료하기 전 이미 다음 프로젝트인 <마리아치 레전드(Mariachi Legends)>를 준비 중에 있었으며 동 게임은 올해 닌텐도 스위치와 스팀에 출시될 예정
 - ✓ <나인 이어즈 오브 섀도우>는 미학적인 측면과 게임 플레이 측면에서 <캐슬바니아>와의 유사성을 지녀

12) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/press-release/events-and-conferences/gaming-matters-dubai-elevating-gaming-discourse-in-mena-fv2t8bd1>

13) 출처 : <https://expansion.mx/tecnologia/2024/05/23/mariachi-legends-halberd-studios-entrevista-2024>

인디 게임 팬들 사이에서 큰 인기를 누리는 등 잠재적인 시장이 존재했었음

- ✔ 반면, <마리아치 레전드>는 설정, 캐릭터, 음악에서 생생한 멕시코 문화를 느낄 수 있으며 멕시코 혁명 전후 현지의 전통과 친숙한 모습 등을 볼 수 있음
- ✔ 게임 관계자는 한 문화에서 영감을 받은 정체성을 게임에 부여한다고 해서 잠재 시장이 제한되는 것은 아니며 시각적인 부분은 요소일 뿐 인류 보편적인 가치로 다른 문화권에서도 게임을 찾을 수 있을 거라 함
- ✔ 헬버드 스튜디오는 게임 제작과 출시 등 업계 활동과 관련하여 아래와 같은 단계를 거쳐야 한다며 경험과 의견을 공유함
- ✔ 1 단계: 프로젝트 구상, 논의, 개발, 조정에 수년이 걸리며, 출시 후 대중의 의견을 듣는 것까지가 게임 개발의 시작 단계라 할 수 있음. 전문 매체뿐만 아니라 국제적 네트워크, 이용자들의 의견을 듣는 것은 매우 중요하며, 게임은 업데이트 패치 기능이 있어 언제나 상호 교류하는 활발한 작품이기에 질적 향상을 위해 늘 열심히 해야 함
- ✔ 2 단계: 비디오 게임 제작과 출시는 제작자의 꿈보다 실제 사업에 가까움을 명심해야 함. 급여를 주고, 사무실을 관리하고, 출판계와의 좋은 관계를 맺으며, 대중의 지원이 중요함. 게임 제작 자금 조달 및 성공을 위해 이들을 설득해야 함
- ✔ 3 단계: 자금 조달은 필수. <나인 이어즈 오브 새도우>와 <마리아치 레전드>는 킥스타터를 통해 제작 자금을 모았고, 목표 모금액을 초과했음에도 불구하고 총 제작비에는 미치지 못했기에, 자금 조달과 함께 수익성을 높이는 것이 큰 과제였음. 특히, 대기업의 지원을 받는 것이 프로젝트의 성공 및 수익성으로 연결될 가능성을 높이므로 대기업에 접근하는 것이 중요함. 헬버드 스튜디오의 게임들 또한, 닌텐도에 연락을 취하고, 쉽지 않은 긴 과정을 거쳐 출시하게 됨
- ✔ 4 단계: 다음 레벨로 계속 전진. 게임 산업은 신기술의 도입뿐만 아니라 비즈니스 모델의 변화로 인해 지속적인 성장을 하고 있다는 점을 인지하고, 단순 유희성 서비스 제공 혹은 미학적인 내용을 보여주는 것이 아닌 발전하는 사업에 발맞춰 성장해야 함



[그림 4] <마리아치 레전드> 트레일러: <https://youtu.be/9KpumumDEPA>

✓ [인도] 게임 산업 통합 생태계 구축의 잃어버린 퍼즐, 숙련된 퍼블리셔¹⁴⁾

● 재정 자원, 전문 지식 활용해 게임의 성공 담당...미국, 중국 퍼블리셔가 주도해 포괄적 성장 저해

- ✓ 전 세계 게임 산업은 놀라운 성장을 이루어 12 억 명 이상의 플레이어를 확보했음. 인도 역시 이 성장에서 중요한 역할을 했음. 2023 년까지 인도는 5 억 명의 활발한 게이머를 보유하게 되었으며, 그중 2 억 명은 게임 경험을 향상시키기 위해 돈을 쓸 의향이 있는 게이머들임
- ✓ 하지만 인도는 통합된 게임 생태계를 육성하는 데 있어 독특한 도전에 직면해 있음. 활발한 개발자 커뮤니티에도 불구하고, 숙련된 퍼블리셔의 부족이 인도 내에서 게임 산업 성장의 중요한 장애물로 작용하고 있음. 고품질 게임 퍼블리셔의 부재는 인도의 게임 산업에서 잃어버린 퍼즐 조각임. 이 격차는 개발자들이 배포 문제를 효과적으로 해결하고 목표 고객에 도달하는 데 방해가 됨
- ✓ ‘게임 퍼블리셔의 필요성’ – 비디오 게임 퍼블리셔는 게임의 배포를 담당하며, 이는 내부적으로 개발되었든 외부에서 개발되었든 상관없이 이뤄짐. 퍼블리셔는 상당한 재정 자원과 배포 전문 지식을 활용하여 다양한 소비자 그룹과 장르에 대한 깊은 이해를 바탕으로 뛰어난 재정적 결과를 이끌어냄. 퍼블리셔는 다양한 게임 전반에 걸쳐 네트워크와 사용자 기반을 교차 활용함으로써 배포하는 게임의 도달 범위와 영향을 증폭시킴
- ✓ 개발자들은 자본 요건과 내부 배포 능력의 부족으로 글로벌 게임 홍보에 어려움을 겪고 있음. 퍼블리셔는 재정적 힘, 업계 연결망, 섹터 전문 지식을 활용하여 게임을 효과적으로 배포하고 목표 고객에게 도달함으로써 이러한 부담을 덜어줌. 그 대가로 퍼블리셔는 수익 공유를 선택하거나 전체 지적 재산권(IP)에 대한 통제권을 획득할 수 있음. 또한 퍼블리셔는 개발 단계에서도 선불 개발 비용과 입력을 제공하여 인디 스튜디오가 더 넓은 관객에게 도달할 수 있도록 지원함
- ✓ ‘인도 게임 퍼블리셔 생태계’ – 인도의 퍼블리셔 생태계는 여전히 초기 단계에 있으며, 스튜디오를 위한 효과적인 게임 배포 및 수익화를 촉진하는 플랫폼이 많이 없음. Jio Games, MPL, Winzo, Nazara 와 같은 회사들이 큰 진전을 이루었지만, 특히 미드코어 게임 장르에 초점을 맞춘 퍼블리셔는 눈에 띄는 부족함. 이러한 격차는 종종 국내 개발자들이 하이퍼 캐주얼 및 캐주얼 게임에 집중하게 하여 전체 산업 성장을 저해함
- ✓ 2022 년에는 인도 고객의 지출 중 단 6%만이 국내 제작자들에게 돌아갔고, 대부분인 41%는 미국과 중국 퍼블리셔들의 몫이었음. 이는 미국과 중국과 같은 성숙한 게임 시장에서 국내 퍼블리셔가 현지 지출의 더 큰 부분을 차지하는 것과 대조됨. 2020 년 11%에서 2022 년 6%로 감소한 인도 퍼블리셔의 점유율은 이 부문의 상당한 잠재력을 보여줌
- ✓ ‘인도 성장에서 퍼블리셔의 역할’ – 2 세대 스튜디오가 등장하면서 인도에서 퍼블리셔의 필요성이 점점 더 절실해지고 있음. 장르별, 지역별로 전문 지식을 갖춘 인도 퍼블리셔는 다음과 같은 방식을 통해 인도 게임 산업의 포괄적인 성장에 중요한 역할을 할 수 있음:

14) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/business/brandwagon-the-missing-puzzle-piece-building-a-holistic-ecosystem-in-the-indian-gaming-industry-3502879>

- 투자 기회: 퍼블리셔는 재정적 지원, 투자 또는 자금 기회를 제공하여 개발자가 재정적 제약 없이 창의성과 혁신에 집중할 수 있게 함
- 전략적 파트너십: 고품질 퍼블리셔는 개발자와 전략적 파트너십을 형성하여 게임 품질, 마케팅 전략 및 전체 시장 위치를 개선하는 데 기여함
- 글로벌 시장 접근: 국제 배포를 촉진할 수 있는 네트워크와 자원을 가진 퍼블리셔는 인도 게임이 글로벌 시장에 진출하고 더 넓은 관객에게 도달할 수 있도록 도와줌
- 장르 다변화: 다양한 게임 장르에 초점을 맞춘 전문 퍼블리셔는 하이퍼 캐주얼 및 캐주얼 게임을 넘어 다양한 플레이어 선호도에 맞출 수 있음
- 인재 성장: 퍼블리셔는 인재를 육성하고, 지적 재산을 관리하며, 업계의 이익을 대변하고, 혁신을 촉진하며, 문화적 표현을 홍보함으로써 개발자를 발전시킬 수 있음
- ✔ 최근 몇 년 동안, 인도 개발자들은 EA와 Ubisoft와 같은 주요 스튜디오의 설립으로 눈에 띄는 성장을 경험했음. "Raji"와 "Asura"와 같은 성공적인 타이틀로 인해 인도의 게임 개발 환경은 중요한 전환점에 있음
- ✔ 산업을 더욱 발전시키기 위해서는 고객 심리에 대한 깊은 이해를 갖춘 지역 퍼블리셔가 등장하여 인도 시장에 맞춘 대담한 이니셔티브를 구현할 수 있어야 함. 이러한 퍼블리셔는 또한 인도 관객의 가치 중심적인 사고방식에 맞춘 혁신적인 수익 모델을 도입할 수 있음

애니·캐릭터



✓ [러시아] 애니메이션 산업 발전을 위한 페스티벌 ‘BEAST’ 개최 15)

- 인도네시아 애니메이션 산업을 더욱 발전시키기 위한 노력의 일환으로 지난 25 일 반둥 홀리데이 인 파스퇴르에서 ‘Bengkel Animasi Digital Art & Creative Festival(BEAST)’ 행사가 개최되었음
- ✓ ‘BEAST’ 페스티벌은 인도네시아의 모든 애니메이션 및 컴퓨터그래픽(CG) 업계이해 관계자들이 한자리에 모여 통찰력과 정보를 교환하는 워크숍으로 매년 개최됨
- ✓ 인도네시아애니메이션협회(AINAKI) 연구 자료에 따르면 인도네시아 애니메이션 산업은 지난 6 년 동안 26%의 성장률을 보였으며 애니메이션 스튜디오는 연간 200% 성장하였다 함

✓ [러시아] <유미의 세포들> 극장판 개봉 16)

- 인기 웹툰 원작으로 이미 TV 로 각색되어 러시아를 비롯한 전 세계 시청자들에게 큰 인기를 끌었음. 드라마 <유미의 세포들>에서는 배우 김고은, 배우 안보현이 주연으로 등장함
- ✓ 극장판 <내 머리속의 세계(THE WORLD IN MY HEAD)>는 아시아 문화 팬뿐만 아니라 자신의 머릿속에서 무슨 일이 일어나고 있는지 알고 싶어하는 모든 시청자의 관심을 끌 수 있는 독창적인 아이디어가 담긴 매력적인 애니메이션 영화임. 여주인공의 삶의 순간들이 놀라운 솔직함과 유머로 표현되며, 대형 화면에서 밝고 표현력이 풍부한 3D 영상은 관객들에게 영화 관람을 매우 즐거운 경험으로 다가옴

✓ [러시아] 영실업, <또봇> 저작권 침해 소송 17)

- 한국 기업인 YOUNG TOYS, INC 는 로스토프 지역의 기업가들을 상대로 상표 독점권 침해에 대한 보상을 받기 위해 여러 건의 소송을 제기했음
- ✓ 현재 법정에서는 총 170 만 루블이 넘는 세 건의 청구가 검토되고 있으며 사건 파일에는 상표권과 수십 명의 또봇 장난감 캐릭터, 기타 한국 애니메이션의 대표자들이 포함되어 있음
- ✓ 저작권 보유자에 따르면 기업가들은 소매점과 IT 리소스를 통해 회사 로고를 사용하여 장난감 로봇을 변형시키는 위조품을 판매함. 2024 년 영토이즈는 또봇 상표의 불법 사용에 대해 러시아 연방 중재 법원에 100 건이 넘는 소송을 제기함

15) 출처 : <https://mediaindonesia.com/ekonomi/672161/dukung-industri-animasi-beast-digelar-25-mei>

16) 출처 : <https://fbm.ru/novosti/kultura/25-ijulja-v-prokat-vyjdet-animacionnyj-film-mir-v-moej-golove.html>

17) 출처 : <https://rostov.rbc.ru/rostov/freenews/66561ce99a79475ba80e8d54>

만화·웹툰



☑ [프랑스] 프랑스 웹툰 회사 시티툰, 올림픽 및 패럴림픽 주제로 한 웹툰 제작 18)19)

- 2024 파리 올림픽 및 패럴림픽을 맞아 프랑스 전역에서 개최되는 스포츠와 문화가 어우러진 특별 행사 <문화 올림피아드>의 일환으로 프랑스 웹툰 회사 시티툰(Citytoon)이 젊은 소비자층을 대상으로 한 문화 및 교육 웹툰을 제작함
 - ☑ 시티툰은 프랑스 누벨 아키텐 지역 문화국(Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) de Nouvelle-Aquitaine)의 지원을 받아 해당 지역 협의회와 지역 올림픽 및 스포츠 위원회, 패럴림픽 메달리스트 모임이 공동 설립한 엠비션 2.24(Ambition 2.24)와 파트너십을 맺고 웹툰 제작 프로젝트를 진행함
 - ☑ 해당 프로젝트는 5 월과 6 월에 열리는 워크숍, 콘퍼런스, 전시회를 통해 올림픽 종목과 지역 스포츠인들을 조명함으로써 예술과 스포츠 사이의 다리 역할을 할 것으로 보임
 - ☑ 시티툰은 2022 년부터 누벨 아키텐 지역의 스포츠 및 예술 발전을 위한 활동을 진행 중으로, 올림픽 펜싱 선수에서 화가로 변신한 발레리 갈리(Valérie Galli)와 같은 지역 선수들의 이야기를 바탕으로 한 웹툰 제작을 위해 일러스트레이터와 시나리오 작가 등 지역 예술가들을 고용하고 있음
 - ☑ 라로셴(La Rochelle)에 본사를 둔 이 회사는 웹툰이란 새로운 형태의 미디어를 통해 청소년과 청년을 하나로 묶고, 지역 주민들의 스포츠에 대한 인식을 고취하는 것을 목표로 하고 있으며, 스포츠 클럽 및 협회와 협력하여 작품을 배포 중임

☑ [인니] 한국 웹소설 <연애보다 결혼>, 인도네시아 웹툰<아워 시크릿 매리지>로 각색 20)

- 인도네시아 작가 카이루니사(Chairunnisa)는 일러스트레이터 VBi 와 한국 웹소설 <연애보다 결혼>을 각색하여 지난 2 월부터 네이버웹툰 인도네시아 서비스에 웹툰 <아워 시크릿 매리지(Our Secret Marriage)> 연재를 시작하였음
 - ☑ 작가 카이루니사와 VBi 는 과거에도 함께 작업한 사이로 <Matahari ½ Lingkar>, <JOYful Delight> 등의 작품으로 현지 독자들로부터 유명함
 - ☑ 웹툰 <아워 시크릿 매리지>는 현재 한국에서 유행하는 로맨스 판타지와 달리 부조리한 요소를 모두 제거 하고 실제 남자 주인공과 여자 주인공이 현실에서 서로에 대한 감정을 키워가는 상황을 연출함

18) 출처 :

<https://www.culture.gouv.fr/regions/DRAC-Nouvelle-Aquitaine/Actualites/olympiade-culturelle-le-webtoon-met-ses-baskets>

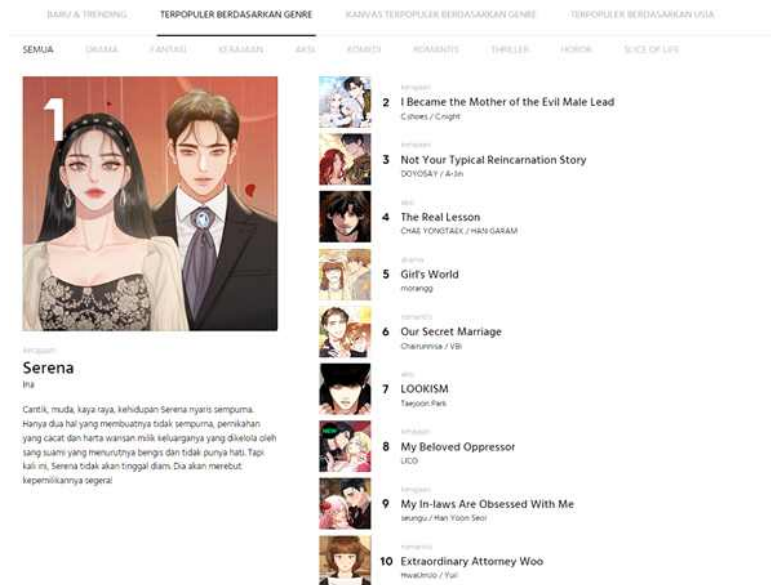
19) 출처 : <https://www.nouvelleaquitaine2024.com/qui-sommes-nous/a-propos>

20) 출처 :

https://www.kompas.com/hype/read/2024/05/09/165527166/diadaptasi-dari-novel-web-populer-korea-webtoon-our-secret-marriage-kini#google_vignette

https://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=23780

- ☑ 라인인도네시아 디타 하니파 PD 는 스토리 전개 속도를 높이기 위해 인도네시아 웹툰 작가들에게 글로벌 웹툰 트렌드에 맞춰 이야기 전개 속도를 높여 각색하였다고 전함
- ☑ 〈아워 시크릿 매리지〉 웹툰의 평점은 9.84 점으로 현지 인기순위 6 위, 요일 연재작 1 위, 조회수 450 만 회, 좋아요 수는 24 만 3 천 명에 달함. 인기에 힘입어 인도네시아 외에도 중국, 태국 등 아시아, 동남아 시장까지 수출될 예정임



[그림 5] 〈아워 시크릿 매리지〉 웹툰

음악



✓ [북경] 중국 주요 음악플랫폼 유료 가입자 규모 1 억 5,000 명 이상

- 5 월 28 일, 텐센트 뮤직 엔터테인먼트그룹(TME) 산하 텐센트음악연구원(腾讯音乐研究院)이 2023 년 중국 디지털음악 연간백서(2023 华语数字音乐年度白皮书)를 발표함

- 해당자료에 따르면, 2023 년말 기준 중국 주요 음악 플랫폼의 유료 가입자 수는 전년대비 약 19% 증가한 1 억 5,082 만 명으로 2020 년보다 2 배 이상 늘어난 것으로 나타남

✓ [베트남] 빅뱅 대성, 호찌민 7 월 팬데이 콘서트 개최 예정 ²¹⁾

- 대성은 최근 공식 소셜 미디어 계정을 통해 ‘대성 팬데이 투어:D’s Road’ 아시아 투어 신규 일정을 공지하는 포스터를 공개했음

- 공개된 포스터에 따르면, 대성의 팬데이 콘서트는 오는 7 월 6 일 호찌민에서 개최되며 장소와 티켓 가격 등 구체적인 내용은 추후 공개될 예정임. 이 포스터가 공개된 후 베트남 팬들을 열광시켰음
- 대성은 빅뱅의 멤버로서 국제적인 인기를 끌고 있으며, 그의 강력한 보컬 실력과 독특한 무대 매너로 많은 사랑을 받고 있음. 이번 팬데이 콘서트에서는 대성이 팬들과 가까이에서 소통하며, 특별한 무대 공연과 다양한 이벤트를 통해 팬들과의 추억을 쌓을 예정임
- 베트남 팬들은 이번 팬데이 콘서트를 통해 대성과의 만남을 손꼽아 기다리고 있으며, 그의 라이브 공연과 팬들과의 소통을 기대하고 있음



[그림 6] 대성 팬데이 아시아 투어 포스터

21) 출처 :

https://thanhvien.vn/daesung-bigbang-bat-ngo-cong-bo-concert-tai-viet-nam-185240517091810994.htm?fbclid=IwZ3Xh0bgNhZW0CMTAAAR3JMjhBILzPgNcvgOP8VwO6G9by_Wpqwhf5kU4Sq4CWdG3dmTAdlZXdf9o_aem_ASohMFzcKkXG2ot9ljwEYHyjiQsDAU_bU6nFi9cHbYlkxoCxi1JhscUBuJAE4uBmbxvAHgjdTu8dayKPSWrQvINj

✓ [UAE] K 팝 그룹 MCND, 한-카타르 수교 50 주년 기념 공연 22)

- 지난 5 월 10 일 카타르의 수도 도하의 최대 쇼핑 센터 몰 오브 카타르(Mall of Qatar)에서 한-카타르 수교 50 주년 기념으로 개최된 ‘대한민국 관광문화의료페스티벌(Korea Tourism, Culture & Medical Festival)’에 5 인조 K 팝 보이그룹 MCND 가 출연함
 - ✓ MCND 는 카타르국기를 연상시키는 버건디 컬러로 포인트를 준 무대의상으로 등장해 인기곡 〈#MOOD〉와 데뷔곡 〈ICE AGE〉를 선보이며 화려하게 공연을 시작, 연이어 히트곡 〈ODD-VENTURE〉, 〈떠(Spring)〉, 〈풍악을 울려(Play Pungak)〉, 〈우당탕(Crush)〉, 〈아직 끝난 거 아니다(Not Over)〉로 폭발적인 라이브와 K 팝 특유의 칼군무를 선보이며 현장 분위기를 뜨겁게 달구었다고 함
 - ✓ MCND 의 공연은 현지 팬들과 주민들 외에도 인도, 탄자니아 등 중동 아프리카 지역 다양한 국적의 팬들이 모여들어 인산인해를 이루었음
 - ✓ 18 년 동안 카타르에 거주한 인도 국적의 K 팝 팬은 ‘지난 카타르 월드컵의 BTS 정국 공연 이후 꾸준히 한류 행사가 개최되고 현지에서 한국의 인기가 점차 증가하고 있는 것을 실감한다며 한국과 카타르의 활발한 문화 교류로 양국에 각 나라의 고유 문화가 널리 알려질 기회가 되길 기대’한다고 현지 일간지와 인터뷰하기도 함
 - ✓ MCND 멤버들은 공연 외에도 카타르 및 인근 지역 전통 음식인 Mandi, Warakenab, Kebab 과 Shawarma 요리법을 공유하며 팬들과 소통하며 서로의 문화를 이해하기 위한 다양한 프로그램에 직접 참여하며 앞으로 더 많은 음악과 다양한 무대로 다시 찾아오겠다는 열망을 나타내기도 함

✓ [멕시코] 스포티파이 내 멕시코 독립형 아티스트들의 수입 23)

- 최근 세계 최대 음악 서비스인 스포티파이(Spotify)는 2023 년 멕시코 아티스트의 수입과 그들이 국가 경제에 어떻게 기여했는지에 대한 데이터를 공개함
 - ✓ 2022 년 스포티파이에서 멕시코 아티스트가 창출한 수입은 40 억 페소(약 3,246 억 8,000 만 원)를 넘어섰는데, 이는 5 년 전보다 3.5 배 이상 늘어난 수치임
 - ✓ 2023 년에는 현지 아티스트가 창출한 로열티가 53 억 페소(약 4,302 억 100 만 원)에 이르러 2017 년 수익의 5 배가 되는 등 더 커진 경제적 영향력을 보여줌
 - ✓ 놀랍게도 이러한 로열티의 60%가 독립 아티스트와 레이블에서 발생했으며, 이는 독립 아티스트들의 재능을 보여줄 뿐만 아니라 주요 음반사의 지원 없이도 상당한 성공을 이룰 수 있다는 점을 시사함
 - ✓ 2022 년에는 50 만 페소(약 4,058 만 5,000 원) 이상의 수입을 올린 멕시코 아티스트 중 3 분의 1 이

22) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/life/entertainment/k-pop-group-mcnd-performs-hit-songs-in-qatar-amid-korean-culture-showcase-kyqrkuk3>

23) 출처 :

<https://www.infobae.com/mexico/2024/05/16/cuanto-dinero-ganan-los-artistas-mexicanos-independientes-en-spotify>

스포티파이에서 독립적으로 음악을 배포했었음

- ✔ 2023 년 전세계적으로 독립 아티스트들은 스포티파이에서 두각을 나타냈으며, 멕시코에서도 이러한 추세가 반영이 되었다고 보여짐
- ✔ 또한, 사용자가 지속적으로 새로운 음악을 발견할 수 있도록 돕는 기능 덕에 2023 년에는 신규 사용자가 멕시코 아티스트를 77 억 번 이상 발견했으며, 5,400 명 이상의 멕시코 아티스트가 플랫폼의 편집 재생 목록에 추가됨
- ✔ 이러한 노출은 전 세계적으로 멕시코 음악의 로열티와 인기를 높이는 데 중요한 역할을 했고, 스페인어로 노래하는 멕시코 아티스트의 로열티는 2017 년 이후 416% 증가했음
- ✔ 2023 년에는 멕시코 상위 50 위 일간 목록에 포함된 노래의 55% 이상이 현지 아티스트의 것으로, 이는 멕시코에서 음악 청취가 크게 붐을 이루었음을 반영함
- ✔ 이러한 성장은 뮤지션뿐만 아니라 멕시코 경제 전반에도 도움이 되는데, 스포티파이와 같은 플랫폼을 통해 창출된 로열티와 수입은 국가 음악 부문의 경제 발전에 기여하여 새로운 인재와 업계 종사자들을 육성함
- ✔ 따라서 스트리밍이 멕시코 음악 경제에 미치는 영향은 부인할 수 없고, 특히 독립 아티스트와 레이블의 경우 더욱 그렇다고 할 수 있음

✔ [아르헨티나] BTS 와 SEVENTEEN, 여전한 인기 24)

● BTS 와 SEVENTEEN, 현재 아르헨티나 iTunes K 팝 차트에서 가장 많이 재생되는 아티스트

- ✔ 애플의 디지털 다운로드 및 구매를 기반으로 한 iTunes K 팝 랭킹은 매일 아르헨티나를 포함한 39 개국에서 업데이트됨. K 팝은 세계적으로 중요한 산업으로 자리를 잡음. 이를 증명하는 것은 코로나 바이러스 팬데믹조차도 주요 엔터테인먼트 기관들은 수십억 달러의 수익을 얻을 수 있었음
- ✔ 예를 들어, BTS 의 대표적인 곡인 〈Dynamite〉만으로도 한국 경제에 14 억 달러의 수입을 올렸으며 문화, 스포츠 및 관광부가 발표한 데이터가 이를 뒷받침함. BTS 의 비디오는 24 시간 동안 1 억 1,100 만 조회수를 기록하여 음악 산업의 다양한 기록을 세우고 있으며 현재까지 유튜브 플랫폼에서 10 억 회 이상의 조회수를 기록함
- ✔ 전 세계적으로 K 팝에 대한 관심이 높아지고 있음에 따라 음악 산업과 관련된 주요 플랫폼들이 더 많은 공간을 제공하고 있음. 예를 들어, 빌보드가 제작한 랭킹이나 팬덤을 인정하기 위한 다양한 시상식, 스포티파이의 "ON!"과 같은 인기 플레이리스트 등이 있음. iTunes 도 이에 뒤지지 않고 아르헨티나를 비롯한 최소한 39 개국에서 매일 가장 인기 있는 K 팝 노래를 집계하고 있음

24) 출처 :

<https://www.infobae.com/noticias/2024/05/05/estos-son-los-artistas-mas-reproducidos-hoy-en-el-top-de-k-pop-d-e-itunes-argentina>

✓ [인도] 'Viva' 이후 22 년 만에 처음으로 새로운 걸그룹 'W.i.S.H' 탄생 25)

○ 'Viva' 이후 22 년 만에 처음으로 새로운 걸그룹 'W.i.S.H' 탄생

- ✓ 여성 밴드 Viva 이후 22 년 만에, 인도에서 새로운 걸 그룹이 탄생했음. 이 그룹은 소니뮤직인디아와 유명 프로듀서 마이키 맥클리어리의 협력으로 태어났음. W.i.S.H 라는 이름의 이 밴드는 리(리아 두갈), 심(심란 두갈), 조(조이 싯다르트)와 수치(수치타 셔크) 등 네 명의 멤버로 구성돼 있음. W.i.S.H 의 데뷔 싱글 제목은 <Lazeez>이며, 2025 년 3 월 1 일에 출시될 예정임
- ✓ 프로듀서 마이키 맥클리어리는 “라인업은 제대로 된 조합을 찾을 때까지 여러 번의 오디션을 거쳐 여러 번 변경됐다”라면서 “모두 다재다능하고, 좋은 가수, 좋은 댄서지만 가장 중요한 것은 각자 개성을 가지고 있다는 점”이라고 강조했다
- ✓ 그는 이어 “앞으로 5 개월 동안 콘텐츠와 팬 베이스를 만든 뒤 쇼 시즌을 시작하고 인도 전역의 대학과 콘서트에서 공연할 것”이라면서 “멤버 모두 한 집에 살면서 팬들이 그들 생활을 드라마처럼 볼 수 있는 TV 리얼리티 쇼도 만들 계획”이라고 밝힘

✓ [인도] Z 세대, 디지털 스트리밍과 다양성 통해 음악 산업 변화 26)

○ 유튜브 통해 '비정통 장르'에도 관심, 앱.플랫폼에서 플레이리스크 만들어 음악 소비

- ✓ 디지털 스트리밍 서비스를 받아들이고 다양한 장르를 선도하는 Z 세대는 인도 전역에서 음악을 발견하고 공유하며 경험하는 방식을 혁신적으로 바꾸고 있음
- ✓ <인터넷의 영향> - 인터넷은 인도와 전 세계에서 음악 콘텐츠의 제작, 배포, 소비 방식에 지대한 영향을 미쳤음. 지난 10 년 동안 유튜버, 틱톡커, 소셜 미디어 인플루언서와 같은 용어가 일반화되었으며, 점점 더 많은 사람들이 스트리밍 시대를 받아들이고 있음. 애플뮤직, 스포티파이와 같은 플랫폼을 통해 '침실 팝'을 듣는 사람들이 증가하고 있음
- ✓ <비정통적 장르> - 2017 년에 처음 플래시업을 했을 때 사람들은 그러한 소리가 존재한다는 것에 놀랐음. 글로벌 음악 시장의 변화하는 트렌드가 아니었다면 그러한 곡들이 전 세계적 인기를 끌기는 쉽지 않았을 것임. 대부분의 사람들이, 특히 젊은이들이 음악을 위해 유튜브를 이용하기 때문에 이를 이용해야 했음. 두 번째 플래시업인 #MagicMomentsFlashup 은 일주일 만에 350 만 뷰를 기록하며 엄청난 반응을 얻었음
- ✓ <새로운 방식으로 주목받기> - 과거에는 많은 신인 아티스트들이 줄을 서서 큰 기회를 기다려야 했음. 오늘날에는 잘 알려진 아티스트의 곡을 놀랍도록 커버하여 온라인에 게시함으로써 두각을 나타내는 독립 음악 프로듀서들이 많이 있음이 가수들은 Z 세대라는, 준비된 온라인 청중이 있기 때문에 이를 할 수 있는 것임

25) 출처 : <https://mirchi.in/stories/music/w-i-s-h-indias-latest-girl-pop-group/108061469>

26) 출처 :

<https://punemirror.com/entertainment/unwind/gen-z-s-influence-transforming-india-s-music-scene-through-digital-streaming-and-diversity/cid1716374074.htm>

- ✔ <앨범보다 플레이리스트> - 플레이리스트는 한 아티스트의 10 곡 이상의 CD 를 소유하는 것보다 디지털 장치에서 좋아하는 노래 목록을 폴더에 결합하여 만드는 것임. 이 무한한 목록은 음악 앱과 플랫폼을 사용하여 헤드폰으로 가장 잘 즐길 수 있는 방법임
- ✔ <다양성이 게임의 이름> - 다양한 음악에 무제한으로 접근할 수 있음. Forbes 의 2018 년 음악 소비 연구에 따르면, Z 세대의 90% 이상이 정기적으로 다섯 개 이상의 음악 장르를 듣고 있음. 노래가 어디에서 왔는지는 중요하지 않음. 트렌디하거나 온라인 커뮤니티에서 추천되거나 '온라인' 친구가 공유한 것이라면 어떤 장르든 상관없음

패션



☑ [태국] 칸깐 지방과 공공기관·대학 협업으로 타이실크 세계화 도약 27)

- 태국 전시컨벤션뷰로(TCEB)와 태국 창조경제진흥원(CEA)은 태국 동북부에 위치한 칸깐 주의 칸깐 타이실크 및 식물협회, 칸깐대학교, 이싼 라차망갈라 기술대학교와 양해협약(MOU)을 체결하고 창의적 생태계를 구축해 타이실크의 세계진출을 준비할 것이라고 밝힘
- ☑ 씨룻 태국 창조경제진흥원 과장은 칸깐 주가 1970 년부터 시린톤 공주의 타이실크 프로젝트를 진행해 왔으며, 현재 8 만 6 천 가구가 종사하고 66 억 바트(약 2,508 억 원) 규모로 성장했다고 함. 그 결과 태국 농업에 종사하는 주부들의 연간 소득은 평균 33,000 바트(약 125 만 원)이지만, 실크 생산으로 추가 32,000 바트(약 122 만 원)의 수익을 창출할 수 있게 되었다고 말함
- ☑ 품폰 칸깐 타이실크 및 식물협회 회장은 태국 북동부 지방의 실크가 품질은 좋으나 디자이너의 부족으로 패턴개발에 어려움을 겪고 있었으며, 이번 대학교들과의 협업으로 다양한 제품 생산을 기대한다고 함
- ☑ 칸깐 타이실크는 태국 전시컨벤션뷰로의 박람회 참가 전문지식을 활용해 올해 프랑스 리옹 실크 축제(Silk in Lyon), 호주의 세계면화의 날(World Cotton Day) 등에도 참가할 계획임

☑ [인도] Luxury 패션, Street 웨어가 공존하며 패션 시장 주도 28)

- 독자적 영역서 번창하며 소비자 트렌드에 큰 영향...각 부문 브랜드 사이 협업 증가하며 경계 흐려져
- ☑ 인도의 패션 시장은 럭셔리와 스트리트웨어가 조화를 이루며 각각 독자적인 영역에서 번창하고 있으며, 소비자 트렌드에 큰 영향을 미치고 있음
- ☑ 인도의 럭셔리 패션 시장은 루이비통, 샤넬과 같은 국제 브랜드뿐만 아니라 사비야사치, 리투 쿠마르와 같은 인도 디자이너들이 이끌고 있음. 이 시장은 주로 대도시의 부유한 고객을 대상으로 하며, 특히 인도 결혼식을 위한 맞춤형 고급 의류가 인기를 끌고 있음. 그러나 위조품 문제와 가격 민감도는 여전히 큰 과제로 남아 있음
- ☑ 한편, 스트리트웨어는 젊고 트렌드를 중시하는 소비자들 사이에서 인기를 얻으며 강력한 입지를 구축했음. 이 분야는 글로벌 트렌드와 현지 스트리트 문화를 반영하며, Off-White, 발렌시아가 같은 국제 브랜드와 Jaywalking, Countrymade 같은 인도 브랜드가 두각을 나타내고 있음. 스트리트웨어는 개성과 편안함을 강조하며, 현지 브랜드의 성장은 이러한 패션을 더 저렴하고 접근 가능하게 만들고 있음
- ☑ 흥미롭게도, 럭셔리와 스트리트웨어의 경계가 점점 흐려지고 있으며, 고급 패션 하우스와 스트리트웨어 브랜드 간의 협업이 일반화되고 있음. 이러한 융합은 창의적인 표현을 가능하게 하고, 보다 넓은 고객층에게 어필함

27) 출처 : <https://www.dailynews.co.th/news/3459787>

28) 출처 :

https://www.thestatesman.com/lifestyle/luxury-fashion-booms-in-india-despite-challenges-1503303440.html#google_vignette
<https://www.harpersbazaar.in/fashion/story/streetwear-continues-to-cement-its-status-in-india-1010561-2024-05-24>

통합(정책·기타)



✓ [미국] 오픈 AI, PwC 와 Chat GPT 엔터프라이즈 사용 계약 체결 29)

● 최신 AI 모델 사용뿐 아니라 재판매도 가능

- ✓ 지난 29 일(현지시간), Chat GPT 개발사 오픈 AI(OpenAI)는 글로벌 빅 4 회계법인 프라이스워터하우스 쿠퍼스(PwC)와 'Chat GPT 엔터프라이즈(Enterprise)' 사용 및 재판매에 대한 계약을 체결함
- ✓ Chat GPT 엔터프라이즈는 작년 8 월 기업을 대상으로 보안을 강화한 기업용 버전 AI 로, 이번 계약을 통해 PwC 의 약 10 만 여 명의 회계 분야 근로자들이 이를 이용할 것으로 예상됨
- ✓ PwC 는 블로그 게시물을 통해 "이번 계약을 통해 기술 생태계를 확장하고 생성형 AI 를 더 깊이 도입하는 것은 물론, 기업 전반에 걸쳐 AI 기능을 확대함으로써 고객 영향력을 가속화할 수 있도록 지원할 것"이라 강조함
- ✓ 추가로, 오픈 AI 는 PwC 가 고객들에게 Chat GPT 엔터프라이즈를 재판매할 수 있도록 허용하였는데, 자사의 제품을 가공하여 재판매할 수 있도록 허용한 계약이 처음이라는 점에서 주목을 받음
- ✓ 다만 두 기업은 더 구체적인 계약 조건은 공개하지 않았는데, 앞서 PwC 는 지난해 4 월 AI 역량 확대를 위해 3 년에 걸쳐 총 10 억 달러를 투자하겠다고 발표한 점으로 보아 이번 계약 역시 이러한 투자의 일환으로 해석됨

✓ [북경] 국가발전개혁위원회 등, 문화관광 분야 설비 관련 실행계획 발표 30)

- 5 월 24 일, 국가발전개혁위원회(国家发展和改革委员会), 주택도시농촌건설부(住房和城乡建设部), 문화여유부(文化和旅游部), 국가영화국(国家电影局), 국가광전총국(国家广播电视总局), 국가문물국(国家文物局)이 공동으로 <문화관광 분야 설비 업그레이드 촉진을 위한 실행계획(推动文化和旅游领域设备更新实施方案)>을 발표함
- ✓ 해당 계획은 고화질 및 초고화질 설비 업그레이드 조치를 8 대 핵심 과제 중 하나로 설정하고, 다음 두 가지 요구사항을 제시함. 첫째, 초고화질 채널의 제작 · 방송 · 송출 커버리지 역량 강화, 일부 조건이 갖춰진 성(省)과 부성급(副省级) 도시에는 4K 초고화질 채널 개설과 중국 전역 커버리지 달성. 둘째, 콘텐츠 제작 · 방송 · 전송 · 송출 장비의 업그레이드 가속화함

29) 출처 :

<https://www.forbes.com/sites/roberthart/2024/05/29/openai-inks-deal-with-pwc-to-resell-chatgpt-to-businesses-as-firms-race-toward-ai/?sh=704f7f3717d8>

30) 중국정부망 홈페이지 : https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202405/content_6953464.htm

✓ [심천] 빌리빌리, 1 분기 매출액 56 억 6,000 만 위안 달성 ³¹⁾

- 빌리빌리가 발표한 올해 1 분기 재무제표 기준으로 매출액은 56 억 6,000 만 위안으로 전년 동기 대비 12% 증가했으며, 광고와 부가가치 서비스 부문 매출이 큰 폭으로 증가해 올해 1 분기 전체 매출 신장을 견인함
 - ✓ 부가가치 서비스 부문 매출액은 전년 대비 17% 증가한 25 억 3,000 만 위안, 광고 부문 매출액은 전년 대비 31% 증가한 16 억 7,000 만 위안, 게임 부문 매출액은 9 억 8,000 만 위안으로 집계됨
 - ✓ 일일 활성이용자 수(DAU)는 전년 동기 대비 9% 증가한 1 억 200 만 명, 일일 평균 사용시간은 105 분으로 사상 최고치를 기록했으며, 지식, 게임, 영상 엔터테인먼트 등 콘텐츠 카테고리의 일일 평균 재생량은 전년 동기 대비 20% 증가한 것으로 나타남

✓ [일본] 지식재산전략본부, ‘쿨재팬’ 기초산업 선정 및 새로운 전략 공개 ³²⁾

- 일본 정부기관인 지식재산전략본부(본부장: 기시다(岸田) 총리)가 6 월에 편성할 새로운 ‘쿨재팬 전략’의 원안을 공개함
 - ✓ 애니메이션과 게임 등 쿨재팬 관련 분야를 ‘기초산업’으로 규정하고 해외 진출을 추진하겠다는 방침을 명시하였으며, 농림수산물 수출 등에 대해서 중국 의존을 벗어나겠다는 방침도 포함하고 있음
 - ✓ ‘쿨재팬 전략’의 개정은 2019 년 이후 5 년 만에 이루어짐. 원안에서는 코로나 19 가 종식되면서 인바운드(방일 외국인 관광객)가 증가하는 한편, 미중 대립 등 국제 정세가 엄중해지고 있는 점을 언급하며 ‘쿨재팬 전략을 재시작해야 할 시기가 왔다’라고 강조함
 - ✓ 애니메이션 등 콘텐츠 산업의 해외 진출은 사상 최대치인 4.7 조 엔(22 년)에 달하며 철강산업(5.1 조 엔)에 버금가는 규모로 성장함. 젊은 창작자와 아티스트들의 해외 진출을 위해 ‘수년에 걸쳐 탄력적이고 지속적인 지원을 실시하겠다.’라고 명시함
 - ✓ 또한 일본 문화 및 학술 관련 자료의 디지털화는 새로운 가치 창출로 이어질 수 있다며, 26 년도 이후 전략을 수립할 방침도 밝혔음
 - ✓ 그 외에 도쿄전력 후쿠시마 제 1 원자력발전소 오염수(일본 정부 명칭 ‘처리수’) 해양 방류에 따른 중국 · 러시아의 일본산 수산물 수입 금지 조치도 해결해야 할 과제로 꼽으며, 농림수산물의 수출처 다각화 및 신규 개척에 힘쓰겠다고 밝힘. 인바운드에 대해서도 ‘특정 국가 및 지역에 지나치게 의존하는 것을 지양한다’라고 언급함

31) 출처 : https://mp.weixin.qq.com/s/5_ny5Li5GATXyO3FVOW6VQ

32) 출처 : <https://www.yomiuri.co.jp/politics/20240525-OYT1T50007>

새로운 쿨 재팬 전략 원안 포인트	
	애니메이션 및 게임 등 쿨 재팬 관련 분야를 기초산업으로 규정
	수년에 걸쳐 젊은 창작자 및 아티스트의 해외 진출 지원
	문화 및 학술 관련 자료의 디지털화 추진, 2026년도 이후의 전략 수립
	중국 및 러시아의 수입 규제 대응을 위한 농림 수산물 수출처 다변화
	방일 국가 중 특정 국가 및 지역에 지 나친 의존 지양

[그림 기 지식재산전략본부 '새로운 쿨재팬 전략 원안 포인트' 이미지

☑ [프랑스] LVMH, 고객 경험 디지털화 강화를 위해 알리바바와 연합 33)

- 거대 럭셔리 기업 LVMH 는 중국의 전자상거래 및 클라우드 기업인 알리바바의 AI 프로그램을 사용하여 고객을 더 효과적으로 표적화하고 공급망을 최적화하기 위해 파트너십을 연장함
 - ☑ 5 년간 보장되는 이 협정은 제 8 회 <비바테크놀로지>에서 발표됨. 구체적으로 LVMH 는 알리바바의 대규모 언어 모델(LLM) 큐원(Qwen)과 AI 를 애플리케이션에 적용하는 플랫폼인 모델 스튜디오(Model Studio)를 사용하고자 함
 - ☑ 75 개의 LVMH 브랜드 중 30 개가 이미 알리바바의 주요 전자상거래 사이트 중 하나인 티몰(Tmall)에 입점해있으며, 소비자에게 더욱 몰입적이고 혁신적인 구매 경험을 제안하는 것이라고 전함. 또한 AI 를 사용하여 재고관리와 같은 업무의 프로세스 최적화를 기대함
 - ☑ 2019 년 이후 중국에서 LVMH 데이터의 대부분은 알리바바 클라우드에서 호스팅(hosting) 되며, 중국 이외의 국가에서는 구글의 AI 와 클라우드 혹은 국가에 따라 다른 호스팅을 사용함. 그러나 중국이 공산주의 정권의 규제 하에 자율적인 AI 생태계의 구축 시 LVMH 는 알리바바 없이 중국 내 서비스가 힘들어질 것으로 보임

33) 출처 :

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/intelligence-artificielle-lvmh-sassocie-a-alibaba-en-chine-pour-digitaliser-encore-plus-l'experience-client-2096145>

✔ [프랑스] 유럽 최대 기술 스타트업 박람회 비바테크, AI 기술 집중조명 34)

○ 2024 년 제 8 회 <비바테크놀로지(Viva Technology)>의 중심 주제로 AI 기술이 다루어짐

- ✔ 프랑스 디지털 담당 국무장관 마리나 페라리(Marina Ferrari)는 “AI 의 가속과 함께, 우리는 인생술의 발명, 전기의 발명과 비교할만한 혁신의 시기에 살고 있음”이라고 언급
- ✔ 또한, AI 위원회의 최근 보고서에 따르면, 향후 10 년간 인공지능은 프랑스 GDP 를 2,500 억 ~ 4,300 억 정도로 늘릴 수 있다고 함. 본 행사는 또한 LVMH 의 베르나르 아르노(Bernard Arnault) 회장, 오랑주(Orange)의 CEO 인 크리스텔 하이데만(Christel Heydemann), 유럽 집행위원인 티에리 브르통(Thierry Breton), 그리고 유럽 이사회 의장인 샤를 미셸(Charles Michel)의 토의도 포함되었음

✔ [베트남] '코리아 트래블 페스타 2024' 성황리 개최 35)

○ 지난 5 월 25~26 일 한국 문화체육관광부와 한국관광공사가 메가 그랜드 월드 오션시티 K-타운(Mega Grand World, Ocean City, K-town) 야외광장에서 개최한 '코리아 트래블 페스타 2024'가 성황리에 마무리되었음

- ✔ 행사장에는 한국문화원, 한국콘텐츠진흥원, 한국저작권보호원, 우리은행, 현대자동차, LG 전자 등 하노이에 소재하고 있는 공공·유관 기관 및 한국기업들이 함께 참여하여 40 개 이상의 부스를 운영하며 다양한 체험 프로그램 및 최신 관광, 트렌드 정보를 제공했음
- ✔ 또한 베트남 젊은이들에게 선풍적 인기를 누리고 있는 리그 오브 레전드(LoL) 이스포츠의 한국 프로 리그인 리그 오브 레전드 챔피언스 코리아의 무대 이벤트 및 특별부스도 마련되어 주목을 끌었음. 데프트와 베릴, 쇼메이커, 루시드, 모건 등 리그 최정상 한국 선수 5 명은 한국 관광과 이스포츠를 주제로 한 토크쇼를 진행하고 베트남 유명 게임 인플루언서들과 현장에서 게임 대결도 펼쳤음
- ✔ 이 외에 개막식 행사에서는 인기 K 팝 그룹 하이라이트와 한국 댄스 크루 원밀리언이 폭발적인 공연 무대를 선보여 베트남 팬들에게 뜨거운 호응을 얻었음



[그림 8] 하이라이트 공연 무대

34) 출처 : <https://the-media-leader.fr/lia-au-coeur-de-la-8eme-edition-de-vivatech>

35) 출처 :

https://svn.vn/dan-sao-han-cung-hang-van-tin-do-hallyu-khuynh-dao-trung-tam-han-quoc-moi-tai-ha-noi-1716712861.html?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAR086j0eNelL0zo0voWG51SmltXZmcu8B9mGU5yB2f1ThZmcbpUXMF-ZuEE_aem_AZJdl2JlZD1YOqmFyByMs6rPfvFoAXMI9Vv6wfegxUAFTrPM7y1b9G4i6WYdcDvDUmBiPe_cqzqgiO1OKhA0PTQR

✔ [UAE] 중동 클라우드 기반 기술 도입과 디지털 전환 가속화 36)

- 현지 경제 전문지 Gulf Business 와 EMEA 클라우드 비즈니스 설문조사에 따르면 중동 지역 기업의 68%가 2023 년부터 2 년 이내 기업 운영을 클라우드 기반으로 이전할 계획이라고 응답
 - ✔ 원격근무 도입, 데이터 분석 및 사이버 보안 강화, 효율적이고 탄력적인 공급망 구축 등 다양한 이유로 전 세계 기업들이 클라우드 기술을 빠르게 도입하고 있으며 중동의 경우 특히 사우디와 UAE 를 중심으로 클라우드 기술 기반으로 디지털 전환 가속화 추세
 - ✔ 사우디아라비아는 공공부문 클라우드 서비스에 대한 연간 지출이 연평균 23.4% 성장해 2027년에는 39 억 달러에 달할 것으로 예상되며, 사우디는 이러한 성장을 지원하기 위해 각종 규제 인프라 기반을 도입하고 생태계를 조성해 현재 29 개의 클라우드 서비스 제공 업체가 사우디 정부에 등록된 것으로 조사됨
 - ✔ 현지 기업들은 자사 데이터를 클라우드로 이전하는 것을 넘어 인공지능과 결합한 새로운 솔루션 개발에 투자하고 있으며 클라우드 포트폴리오 다각화로 효율성과 보안 최적화를 목표로 함
 - ✔ 구글, 마이크로 소프트 등 글로벌 클라우드 제공 기업들이 사우디에 데이터 센터 설립 투자하는 등 중동 지역 클라우드 인프라 확대로 디지털 기반 경제 발전의 토대가 될 것으로 기대

✔ [태국] 태국 최초 국제 소프트파워 박람회 ‘스플래쉬’ 개최 37)

- 5 월 24 일, 패팅탄 소프트파워전략위원회 부위원장은 제 5 차 국가소프트파워전략위원회 회의를 열고 태국 정부가 올해 처음으로 개최하는 소프트파워 박람회 ‘태국콘텐츠진흥원 스플래쉬(THACCA SPLASH: The New Creative Culture Power)’ 추진계획을 발표했음
 - ✔ 6 월 28 일부터 30 일까지 쿤시리킷국립컨벤션센터에서 개최하며 SPLASH 비저너리(Visionary) 존, SPLASH 창조문화전시관(Creative Culture Pavilion), SPLASH 마스터클래스(Master Class), SPLASH 활동라운지(Activation Lounge)의 총 4 개 섹션으로 구성할 예정임
 - SPLASH 비저너리(Visionary) 존은 체험관으로 비전무대(Vision Stage), 진로무대(Pathway Stage), 공연무대(Performance Stage), 팟캐스트 스튜디오(Podcast Studio)로 구성
 - SPLASH 창조문화전시관(Creative Culture Pavilion)은 전시장으로 태국콘텐츠진흥원 전시관, 11 개 소프트파워 분과별 전시관(음식·관광·축제·스포츠·디자인·예술·패션·서적·영화음악·게임) 및 국제관으로 조성
 - SPLASH 마스터클래스(Master Class)에서는 정부·민간·창작자들을 위한 20 개 이상의 업스킬(Upskill) 강의와 워크숍이 열릴 것임
 - SPLASH 활동라운지(Activation Lounge)에서는 콘텐츠 업계 비즈니스 교류와 함께 기자단이 자리하는 공간으로 구성
 - ✔ 패팅탄 부위원장은 3 일 동안 열리는 태국 최초 국제 소프트파워 행사에 20 만 명이 참가할 것으로 예상하며, 계속해서 태국 소프트파워를 전 세계로 전파하고 세계지도에 태국을 표시하겠다고 다짐함

36) 출처 : <https://gulfbusiness.com/regional-insights-the-future-of-cloud-adoption>

37) 출처: <https://www.thairath.co.th/news/politic/2788160>

✓ [태국] 역대 최대 규모의 '방콕 프라이드 페스티벌' 38)

- 5월 31일부터 6월 내내 한 달 간 방콕 중심가에서 '축하: 사랑할 권리(The Celebration: Right to Love)'라는 제목으로 성소수자들의 인권과 평등을 위한 '방콕 프라이드 페스티벌'이 진행될 예정임
 - ✓ 태국은 지난 3월 동남아시아 최초의 동성결혼 합법화 법안을 하원에서 압도적인 찬성으로 통과시켰으며, 올해 안에 법안이 제정될 것으로 예상되고 있음
 - ✓ 태국 동성결혼 합법화를 기념하고 관광 진흥을 위해 정부와 민간은 올해 전국 곳곳에서 프라이드 페스티벌을 성대하게 개최하겠다고 발표함
 - ✓ 5월 31일부터 6월 4일까지 메인행사인 방콕 프라이드 페스티벌이 국립경기장-시암파라곤-시암센터-시암디스커버리-센트럴월드가 있는 시암과 라차브라송 일대에서 진행되며, 방콕시 측은 20만 명 이상의 참가자들이 행렬에 참여할 것으로 예상함
 - ✓ 태국 총리도 행사장에 방문할 예정인 6월 1일에는 태국 역대 가장 긴 200미터의 무지개 천이 일대를 뒤덮을 예정임
 - ✓ 방콕 카오산 거리에서는 6월 한 달간 매주 금요일마다 카오산 프라이드 프렌들리 2024(Khao San Pride Friendly 2024) 페스티벌이 진행될 예정임
 - ✓ 푸켓에서는 6월 29일 디스커버 푸켓 프라이드 2024 맷 올드타운(Discover Phuket Pride 2024@Old Town)이 진행될 예정이며, 이미 300명 이상의 참가자들이 등록을 마친 상황임
 - ✓ 이밖에 5월 25일부터 6월 30일까지 치앙마이 컬러풀 프라이드 2024(Chiang Mai Colorful Pride 2024), 6월 24일부터 29일까지 프라이드 네이션 사무이 인터내셔널 페스티벌(Pride Nation Samui International Festival)도 계획 중임
 - ✓ 태국 대형 유통 기업 '센트럴(Central Pattana)'은 6월 내내 전국 24개 센트럴 백화점 등에서 'Pride for All'이라는 주제로 기념행사를 개최할 것이라고 발표함
 - ✓ 기자회견에 참여한 패팅탄 태국 국가소프트파워전략위원회 부위원장은 태국 정부가 23년간의 노력 끝에 동남아시아 최초로 결혼평등법을 제정하는 등 모든 시민의 평등과 다양성 존중에 노력하고 있다고 말하며, 외국인 관광객들에게도 매달 태국을 여행할 수 있는 축제를 제공할 것이라고 함
 - ✓ 타빠니 태국관광청장은 성소수자(LGBTQ+)들의 구매력이 일반 관광객들에 비해 40%가량 높다는 통계를 인용하며, 이번 방콕 프라이드 페스티벌이 86만 명의 방문객을 유치하고 약 40억 바트(약 1,520억 원)의 경제효과를 가져올 것으로 예상한다고 발표함
 - ✓ 타빠니 청장은 또한 이번 행사를 성공적으로 마무리 해 앞으로 '인터프라이드 월드컨퍼런스(InterPride World Conference 2025)'와 '월드 프라이드 2030(World Pride 2030)'을 개최할 수 있는 기반을 만들려 한다고 덧붙임

38) 출처: https://www.matichon.co.th/lifestyle/social-women/news_4591938



[그림 9] 행사 기자회견 / 전년도 페스티벌 모습

✓ [태국] 태국 전자상거래의 큰 부분을 차지할 ‘쇼퍼테인먼트’ 39)

- 틱톡(TikTok) 타일랜드에 따르면 엔터테인먼트와 온라인 쇼핑을 결합한 ‘쇼퍼테인먼트(Shoppertainment)’가 태국에서 뜨거운 트렌드로 자리잡고 있음
 - ✓ 틱톡과 보스턴컨설팅그룹(BCG)이 발표한 쇼퍼테인먼트 리포트에 의하면, 내년 태국의 전자상거래 규모는 124 억 달러까지 성장할 가능성이 있음
 - ✓ 독일 리서치 전문기관 스태티스타(Statista) 조사에 따르면, 2024 년 태국의 전자상거래 시장 규모는 116 억 3 천만 달러로 2027 년까지 연평균 15.4% 성장을 이룰 것으로 예상됨
 - ✓ 촌티차 틱톡 클라이언트 파트너십 책임자는 태국인들이 새로운 것에 개방적이고 창조경제의 생태계가 준비되어 있다는 점을 쇼퍼테인먼트의 성장 요인으로 진단함
 - ✓ 태국은 300 만 명 이상의 콘텐츠 크리에이터가 있고, 이 중 240 만 명 이상이 틱톡 플랫폼을 통해 경제적 수혜를 보고 있음. 또한 태국은 매달 70 만 명 이상이 틱톡 라이브를 이용하고 7,000 명 이상의 유명 인플루언서들이 활동하고 있음
 - ✓ 주로 음악 · 춤 · 라이프스타일 · 게임 · 요리 콘텐츠를 좋아하며, 가장 인기 있는 활동 시간대는 20 시~24 시임
 - ✓ 틱톡과 미국의 다국적 경영 컨설팅 기업 액센추어(Accenture) 공동 조사에 따르면 태국 소비자들은 콘텐츠의 영향을 아래와 같이 받는 것으로 조사됨. 태국 소비자의 88% 이상이 비광고성 콘텐츠의 영향을 받는 것으로 나타남. 97%는 동일한 플랫폼에서 제품을 검색하고 구매함. 소비자의 60% 이상이 그들이 참여한 커뮤니티에 영향을 받고 있음
 - ✓ 틱톡은 태국 패션산업이 국제적으로 성장할 수 있도록 태국 틱톡샵 2 주년 기념 최초의 오프라인 패션쇼를 개최하고 온라인으로만 상품을 판매하겠다고 밝힘
 - ✓ 패션쇼는 6 월 5 일 17 시 30 분부터 21 시까지 엠스피어(Emsphere) M 층에서 개최하며 실시간 스트리밍으로도 시청할 수 있음

39) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/tech/gadget/1128112>

- ✔ 틱톡은 패션쇼와 연계해 총 11 개 태국 대표 패션 브랜드의 의류·가방·액세서리 등을 최대 80%까지 할인해서 판매하며, 6 월 3 일부터 6 일까지 무료 배송과 최대 50% 할인 쿠폰도 제공하겠다고 발표함

✔ [아르헨티나] 비에드마시에서 한국이동문화센터 개관 40)

○ 한국과 아르헨티나 간의 문화 교류를 촉진하고 강화하는 것을 목표로 한국이동문화센터 개관

- ✔ 아리오 네그로 주 정부와 현지 지자체 및 아르헨티나 한국 문화원은 청소년들을 대상으로 한 한국 이동 문화 센터를 개장했음
- ✔ 이 센터는 5 월 29 일 수요일까지 리오 네그로 주 수도에 머무르며 전시 및 가상 현실 체험을 제공함. 이번 계획은 리오 네그로 주 문화청과 비에드마 지자체, 아르헨티나의 한국 문화원이 함께 추진하여 한국과 아르헨티나 문화 간의 교류를 촉진하고 강화하는 것을 목표로 함
- ✔ 개막식에는 리오 네그로 주의 문화부 장관 Juan Pablo Muena, 문화비서 Martín Fraile Milstein, 비에드마의 문화 부서장 Fernando Mántaras, 그리고 아르헨티나 한국 문화원 한보화 원장이 참석했음
- ✔ 해당 전시는 5 월 29 일까지 진행했으며 Alejandro Vigilante 가 BTS 의 팝 아트 스타일인 'Love Myself' 전시회를 포함한 K 팝 밴드에 대한 전시와 가상 현실 체험을 제공함. 또한 한국의 관광 명소와 상징적 장소에 대한 전시 및 가상 현실 체험도 제공됨

✔ [인도] 미디어·엔터테인먼트산업 관계자들, 방송 정책에서 OTT·음악 등 제외 촉구 41)

○ 통신규제청에 “TV·라디오는 Push 매체, OTT 는 Pull 기반...기능적으로 구별되고 생태계 달라” 주장

- ✔ 인도통신규제청(TRAI)의 국가방송정책(NBP) 최종 확정이 임박한 가운데, 미디어·엔터테인먼트 산업의 이해관계자들이 TRAI 에 권고 사항을 방송 부문 내부로만 제한할 것을 촉구했음. 이들은 OTT, 온라인 게임, 영화 및 음악 같은 비방송 문제를 TRAI 의 관할권 밖에 해당한다고 주장함
- ✔ NBP 는 제안되자 한동안 이해관계자들 사이에서 논쟁을 불러일으켰음. 이 정책은 방송 부문의 성장을 목표로 하고 있지만, 일부 이해관계자들은 규제 대상에 융합, 해적 행위, OTT 서비스를 포함시킨 것에 대해 우려를 표명하고 있음
- ✔ 최근 열린 공개 토론회에서 Broadband India Forum 의 Debashish Bhattacharya 는 방송 정책의 범위를 방송 부문으로 제한하고 OTT 서비스를 제외할 것을 촉구했음. 그는 “OTT 서비스는 콘텐츠와 전달의 결합을 포함하는 텔레비전 및 라디오 방송과 기능적으로 구별되기 때문에 방송 생태계의 일부가 아니다”라고 주장했음. 또한 텔레비전은 푸시 기반 매체로서 소비자가 방송사가 결정한 시간과 일정에 따라 콘텐츠를 시청하는 반면, OTT 는 소비자가 시간과 콘텐츠를 결정하는 풀 매체라는 점에서 구별된다고 덧붙였다

40) 출처 : <https://prensa.rionegro.gov.ar/articulo/49500/viedma-quedo-inaugurado-el-centro-cultural-movil-de-corea>

41) 출처 :

<https://www.storyboard18.com/television/me-stakeholders-urge-trai-to-exclude-ott-online-gaming-and-music-from-broadcasting-policy-32130.htm>

- 4 월에 TRAI 는 이해관계자들로부터 의견을 요청하고 NBP 2024 의 작성에 대한 의견을 구하는 상담 문서를 웹사이트에 게시한 바 있음. 이 정책은 인도를 글로벌 콘텐츠 허브로 만들기 위한 목표를 가지고 있음
- 작년 7 월, 정보방송부는 TRAI 에게 NBF 에 대한 심도 있는 의견을 제공할 것을 요청했음. 첫 번째 단계로, TRAI 는 9 월 정책을 작성할 때 고려해야 할 문제를 결정하기 위해 사전 상담 문서를 발행했음. 이후, 서면으로 제출되거나 회의에서 강조된 문제를 검토하고, 다양한 언론 및 산업 보고서, 공공 문서, 국제 관행 및 정부 이니셔티브를 연구한 후 상담 문서를 발표했음

✓ [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신

○ 제주 해녀 전시회, K-드라마 팬들을 매료시키다 / Times of India ⁴²⁾

- K-드라마 <웰컴 투 삼달리>에서 보여준 아무런 도구 없이 다양한 해산물을 채취하는 제주 해녀의 삶을 보여주는 특별전이 주인도한국문화원에서 진행 중이라며 이 전시회에서 해녀들의 해산물 채취 도구, 사회적 교류, 물질하는 모습, 가족의 생계에 기여하는 모습 등을 볼 수 있다고 보도

○ 21 살에 한국 영화에 데뷔한 Anushka Sen / Wion ⁴³⁾

- 현재 첫 한국 영화 <아시아>를 촬영하고 있는 인도 배우 Anushka Sen 은 K-드라마는 한 번 보기 시작하면 거부할 수 없는 매력이 있고 이런 K-드라마에 대한 깊은 애정이 자신의 결정에 크게 작용했다면서 한국과 인도 문화의 유사점, 특히 도덕과 가족 가치에 대해 강조했다고 보도

○ GoT7 의 잭슨 왕부터 BTS 정국까지, 인도를 사랑하는 K 팝 스타들 / Dainik Jagran ⁴⁴⁾

- 많은 K 팝 아이돌이 인도 노래와 영화의 열렬한 팬이며 인도 팬들에 대한 존경심을 공개적으로 표현한다는 사실에 인도 케이팝 애호가들은 감격할 것이라면서 GOT7 의 잭슨 왕은 인도의 풍부한 문화를 칭찬하며 방문하고 싶다는 의사를 밝힌 바 있고, BTS 정국은 인도 영화와 노래를 자주 칭찬하며 힌디어로 팬들에 대한 애정을 표현해왔으며, 마마무의 리더 솔라는 인도 영화 <당갈>에 대한 자세한 감상평을 남기고 팬들에게 추천하기도 했다고 보도

○ 인도에서 한식 사랑 증가, 가장 많이 검색된 해외 음식 2 위 / NDTV ⁴⁵⁾

- 생동감 넘치는 맛으로 사랑받는 한식은 인도에서 두 번째로 많이 검색된 해외 음식으로 꼽혔다면서 매콤한 맛이 균형 있게 어우러진 한식은 인도의 2, 3 선 도시에서 검색의 5%를 차지하며 큰 인기를 끌었다고 보도

42) 출처 :

<https://timesofindia.indiatimes.com/entertainment/events/delhi/an-exhibition-on-female-divers-from-jeju-attracts-k-drama-fans/articleshow/110425375.cms>

43) 출처 :

<https://www.wionews.com/entertainment/anushka-sen-on-landing-a-korean-film-at-21-i-manifested-my-way-into-it-exclusive-725851>

44) 출처 :

<https://english.jagran.com/entertainment/kpop-stars-who-love-india-got7-jackson-wang-to-bts-jungkook-latest-korean-pop-news-10163212>

45) 출처 : <https://www.ndtvprofit.com/nation/korean-cuisine-second-most-searched-international-option-in-india>

● BTS 진, 콜드플레이와 컬래버레이션 가능성 / Hindustan Times ⁴⁶⁾

- ✔ 영국 밴드 콜드플레이가 작곡했고 BTS 의 진이 군 입대 전 발표한 솔로 곡 〈디 애스트로넛(The Astronaut)〉의 디자인이 인스타그램에 다시 등장하고 콜드플레이도 소셜미디어 프로필 사진을 진의 별명인 달로 변경했다면서 진이 군 제대 후 콜드플레이와 컬래버레이션을 할지도 모른다고 보도

46) 출처 :

<https://www.wionews.com/entertainment/bts-army-speculate-collaboration-between-bts-jin-and-coldplay-post-his-ret-urn-726576>

| 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