KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2023

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

350 호

위클리글로벌 | 350 호

목차

2023 년 10 월 23 일 해외교류협력팀

구분	제목
방송·영화	• [미국] 할리우드 노조들, AMPTP 에 배우 노조와의 협상 즉시 재개 요청 • [북경] 2023 년 중국 내 방송중단 TV · 라디오 채널 리스트 • [북경] 9 월 중국 내 웹드라마 · 웹영화 제작등록 현황 • [일본] 日 미디어 30 사, 퀄리티미디어선언 발표 • [유럽] 프랑스 르 피가로, 넷플릭스 한국 리얼리티쇼 〈데블스 플랜〉 소개 • [유럽] 프랑스 알로씨네, 넷플릭스 영화 〈발레리나〉 주목 • [유럽] 제 18 회 파리한국영화제 개최 • [인니] 주인도네시아문화원, 'K-BOOK, 한류의 미래를 보다' 개최 • [베트남] '2024 년 제 1 회 베트남 호치민 국제 영화 페스티벌' 선포식 성료 • [UAE] OSN, 고객 경험 서밋 개최 • [UAE] Kurdmax, 이라크에서 터키 시리즈 〈Legacy〉 방영권 획득 • [UAE] MBC, 사우디아라비아에 일본 드라마 제작 예정 • [UAE] OTTera 와 TV5Monde, MENA 지역에서 FAST 채널 출시
게임·융복합	• [북경] '2023 년도 게임 IP 생태 대회' 행사 개최일정 확정 • [심천] 상하이 한하이싱총, 모바일 게임 〈유랑지구〉의 독점 운영권 획득 • [인니] '〈라그나로크 온라인〉 스타즈(ROS) 2023' 인도네시아에서 성공적 개최 • [태국] 디지털경제진흥원, 점보점스와 태국 정체성 강화를 위한 게임 제작 • [태국] 소프트파워를 발휘해 창조경제를 이뤄낼 수 있을까 • [러시아] 서방 제재를 우회한 온라인 콘텐츠 지불 방식 출시
애니·캐릭터	• [일본] MMD 연구소, '한미일 만화 · 웹툰 · 애니메이션 이용 동향조사' 결과 발표 • [유럽] 웹소설 〈나 혼자만 레벨업〉, 애니메이션 제작 확정 • [인니] Playin Mersion, 인니 최초 이머시브 연극 〈Digital Puppet World〉 선보여
만화·웹툰	• [태국] 올해 두 번째 '방콕만화예술출제#2' 개최 • [러시아] 러시아에서 급성장 중인 아시아 만화
음악	• [심천] 2022 년 중국 디지털음악시장 규모 1,554 억 9,000 만 위안, 전년비 16.8% 증가 • [유럽] 파리의 주말을 K 팝으로 뜨겁게 달군 엠카운트다운 • [베트남] 베트남에서 개최된 블랙핑크 콘서트 매출 아시아에서 6 위 달성 • [태국] 세븐틴 콘서트 티케팅에 비친 팬덤 현상
패션	• [인니] 인도네시아 Jakarta Muslim Fashion Week 2024 개최 • [태국] 국제무역진흥국, 가상세계에서 패션 경험할 수 있는 공간을 열다
통합(정책 등)	• [미국] 디즈니와 틱톡, 새로운 파트너십 체결 • [심천] 〈삼체〉를 통해 본 2022 년 중국 공상과학 산업 규모 • [태국] 창의성-커머스-커뮤니티를 연결한 플랫폼으로 나아가는 틱톡

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

방송·영화

[미국] 할리우드 노조들, AMPTP 에 배우 노조와의 협상 즉시 재개 요청 1)

KOCCA

- **주요 할리우드 노조들이 AMPTP 에 배우 노조와의 협상을 재개하고, 공정한 계약을 이행하도록 촉구함**
  - 미국 작가 조합, 미국 감독 조합을 포함한 주요 할리우드 노조들이 배우 노조와의 협상이 미루어짐에 따라 업계의 노동자들이 일자리를 찾지 못해 고통을 겪고 있다는 것을 언급하며 영화 및 텔레비전 프로듀서 연합(AMPTP)에 협상을 즉시 재개하도록 요청함. 가장 최근의 미국 노동 통계국 보고서에 따르면 처음 파업이 시작된 5 월 이후 엔터테인먼트 부문 종사자들은 4 만 5 천 개의 일자리를 잃었다고 함
  - 주요 노조들은 스튜디오들과 영화 및 텔레비전 프로듀서 연합이 협상이 효율적인 방향으로 나아가기 위해서는 단순히 다른 조합들과의 협상 조항을 복제하는 것뿐만이 아니라, 영화 및 텔레비전 프로듀서 연합이 배우 노조의 특별한 요구를 해결하기 위해 노력하며, 공정한 계약을 이행해야 한다고 주장하는 성명을 발표함. 이들은 영화 및 텔레비전 프로듀서 연합이 다른 노조들과의 계약에서 협상된 조항을 반복하며 다른 노조의 계약에서 협상된 조항을 강제로 적용하려 하고, 패턴 협상을 강요하고 있다고 주장하기도 함
  - 이 성명서는 파업이 길어지면서 새로운 계약에 관한 협상을 중단하기로 결정한 것이 노조가 아닌 스튜디오들이었다는 배우 노조의 주장이 제기된 지 얼마 안 되어서 발표됨
  - 한편, 영화 및 텔레비전 프로듀서 연합은 자신들과 배우 노조 간의 의견 차이가 너무 크다는 것이 명백하며, 대화가 더 이상 생산적인 방향으로 나아가지 않고 있기 때문에 협상이 잠시 중단되어야 할 필요가 있다고 밝힘

[북경] 2023 년 중국 내 방송중단 TV · 라디오 채널 리스트 2)

KOCCA

- **10 월 13 일, 중국 영산현(英山县) 융합미디어센터(融媒体中心)가 10 월 18 일부터 영산방송국 문화여유채널의 방송을 공식 중단한다고 발표함. 중국 CMNC(传媒内参)가 보도한 내용에 따르면, 올해 중국 내 방송을 공식 중단한 채널은 총 14 개로 이 중 TV 채널은 10 개, 라디오 채널은 4 개임**
  - 광전총국(广电总局)은 2020 년 8 월 중국 내 TV·라디오 채널 간소화 작업을 추진하겠다고 발표하였으며, 올해 5 월 공식 홈페이지를 통해 지난 2 년에 거쳐 130 여 개의 TV 채널과 20 여 개 라디오채널의 철수를 승인하였다고 발표한 바 있음

1) 출처 : https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/amptp-should-resume-sag-aftra-negotiations-immediately-1235617794
2) 광전총국 공식홈페이지 : https://www.nrta.gov.cn/art/2020/8/21/art_114_52554.html
광전총국 공식홈페이지 : http://www.nrta.gov.cn/art/2023/5/23/art_114_64355.html

구분	채널명	방송중단 일자
1	영산방송국 문화여유채널(英山电视台文化旅游频道) – TV	10.18
2	호북성방송국 운서칠석문화여유채널 (湖北省广播电视局 鄖西七夕文化旅游频道) – TV	09.16
3	아커쑤지구방송국 AKSTV-2 생활채널(AKSTV-2 生活频道) – TV	07.19
4	우한방송국 소아채널(武汉广播电视台少儿频道) – TV	06.12
5	강소방송국 정장채널(江苏电视台靓妆频道) – TV	05.31
6	소관시방송국 녹색생활채널(韶关市广播电视台绿色生活频道) – TV, 교통여유채널(交通旅游广播) – 라디오	05.15
7	광동방송국 광동부동산채널(广东房产频道) – TV	04.27
8	내강방송국 공공채널(内江广播电视台公共频道) – TV	02.28
9	핑향시방송국 교육채널(萍乡市广播电视台教育频道) – TV	02.06
10	북경방송국 이야기채널(北京广播电视台故事广播) – 라디오, 외어채널(外语广播) – 라디오, 청년채널(青年广播) – 라디오, 청년채널(青年频道) – TV	01.01

[북경] 9 월 중국 내 웹드라마·웹영화 제작등록 현황 KOCCA

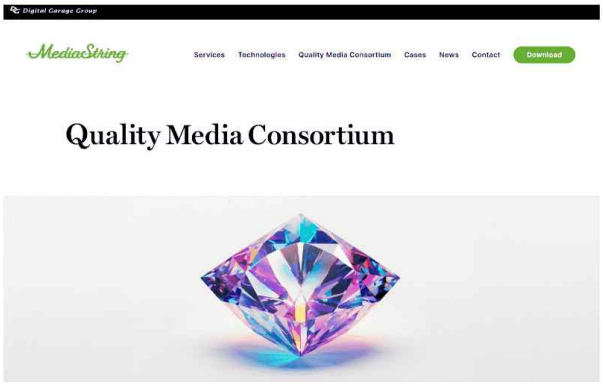
- **국가광전총국((国家广播电视总局))의 '주요 온라인 영상물 정보등록 시스템(重点网络影视剧信息备案系统)'정보에 따르면, 지난 9 월, 온라인 영상프로그램 제작 관련 규정을 준수하여 해당 시스템에 등록된 작품 수는 웹드라마 31 편, 웹영화 34 편인 것으로 나타남**
  - 시기별로 분류하면 1978 년 중국 개혁개방 이후 시기를 가리키는 당대(当代) 배경의 작품이 웹드라마 20 편, 웹영화 26 편으로 가장 많은 비중을 차지함

[일본] 日 미디어 30 사, 퀄리티미디어선언 발표 3) KOCCA

- **日 미디어 30 사와 디지털개러지 자회사 BI.Garage 는 현재 공동 운영하는 '콘텐츠미디어컨소시엄' 명칭을 '퀄리티미디어컨소시엄'으로 변경하고 일본의 디지털 광고 품질 개선을 지향해 나갈 예정임.**
  - 이에 따른 새로운 활동지침으로 지난 17 일 '퀄리티미디어선언'을 발표함
  - 디지털 광고는 지속적으로 성장하고 있으나 '신뢰성'에 대한 문제로 애드플라우드(로봇이 클릭), 브랜드 세이프(유해 사이트에 광고 게재), 스텔스 마케팅(불법 광고 표현) 등의 문제에 더해 생성형 AI 를 이용한 광고사기 등을 목적으로 한 페이크 웹사이트가 등장하는 등 혼란이 가중될 것으로 예측됨
  - '퀄리티미디어컨소시엄'은 오리지널 콘텐츠이자 광고 매체의 퀄리티, 게재 광고의 퀄리티를 추구할 수 있는 유일한 프라이빗 시장(광고 스트리밍 네트워크)으로서 최고 품질의 광고 제공을 강화해 나갈 예정임
  - 이번 '퀄리티미디어선언'에서는 콘텐츠 가치 추구와 함께 광고 가치를 추구하는 미디어 네트워크임을 선언하고 건전한 인터넷 환경 창출에 이바지해 나갈 것이라 전함

3) 출처 : https://news.yahoo.co.jp/articles/07d2a67d648dc6eaf7804f1567b6ea231317f598

- BI.Garage 는 2020 년 미디어 각 사와 함께 콘텐츠미디어컨소시엄을 창설하였고 프리미엄 콘텐츠 미디어로서의 고부가가치 광고사업을 전개해 왔으며 앞으로는 새로운 표현이 풍부한 광고 모델 개발을 추진해 광고효과와 사용자 수용성이 높은 광고상품의 제공을 예정하고 있음



|그림 1| 퀄리티미디어컨소시엄 웹사이트 화면

[유럽] 프랑스 르 피가로, 넷플릭스 한국 리얼리티 쇼 〈데블스 플랜〉 소개 [4] KOCCA

프랑스 언론, "〈데블스 플랜〉은 참신한 한국 리얼리티 쇼/예능"

- 언론은 본 작품이 12 명의 참가자가 7 일간 합숙하며 최고의 브레인을 가리는 서바이벌 예능으로 올해 초 방영된 〈피지컬 100〉에 이어 새롭게 구독자를 사로잡을 것이라고 전함
- 또한, 오직 본 촬영만을 위해 600 평이 넘는 스튜디오에 제작된 큰 규모의 생활동과 게임동이 굉장히 인상 깊다고 언급함
- 끝으로, 참가자가 우승을 위해 개인의 이익을 생각하면서도 다른 참가자와 연합하는 이타성을 보여야 하는 출연자의 복잡미묘한 감정과 게임 진행 방식이 본 프로그램만의 차별성이라고 언급하며, 경쟁, 연합, 배신의 서사가 시청자의 손에 땀을 쥐게 하는 몰입감을 선사한다고 평함

[유럽] 프랑스 알로씨네, 넷플릭스 영화 〈발레리나〉 주목 [5] KOCCA

프랑스 알로씨네가 넷플릭스에서 10 월 6 일 공개된 한국 액션 영화 〈발레리나〉를 주목함

- 매체는 본 작품의 특징은 93 분의 상대적으로 짧은 러닝타임이며, 간결하고 단순한 이야기 전개로 시청자를 액션 장면에 더 몰입할 수 있게 한다고 전함. 그리고 영화 제목이 〈발레리나〉인 만큼 복수의 과정이 마치 완벽하게 연출된 발레의 한 장면 같다고 평함
- 한편, 이충현 감독은 젊은 나이임에도 불구하고 액션 영화의 핵심을 완벽히 이해하고 있으며, 자신의 창의력을 시각적으로 표현하는 방법이 아주 뛰어나다고 언급함

4) 출처 : 프랑스 일간지, Le Figaro
https://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/tele-realite/a-l-epreuve-du-diable-la-telerealite-revolutionnaire-de-netflix-venue-de-coree-du-sud-20231010
5) 출처 : 프랑스 영화 전문 언론, Allociné
https://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=1000045879.html

- 또한, 언론은 현재 본 작품이 넷플릭스에서 프랑스에서 가장 많이 본 영화 TOP 10 에서 3 위를 차지하고 있다고 전하며, 시즌 2 에 대한 기대를 드러냄

[유럽] 제 18 회 파리한국영화제 개최 6)

KOCCA

프랑스 영화 및 드라마 전문 매체가 오는 10 월 31 일부터 11 월 8 일까지 프랑스 파리에서 개최되는 제 18 회 파리한국영화제를 소개함

- 본 영화제는 프랑스에서 개봉되지 않은 다수의 한국 영화 신작을 관람할 수 있는 기회로 한국 영화 팬들에게는 놓칠 수 없는 행사이며, 독립 영화와 상업 영화 사이의 균형감 있는 구성으로 참가자들이 다양한 영화를 즐길 수 있도록 한다고 전함
- 특히, 올해는 넷플릭스 작품도 상영되어 〈독전 2〉의 시사회가 있을 예정이며, 해외 스크린을 통해 상영되는 것은 본 영화제가 유일할 것이라고 언급함
- 이 외에도 다양한 상영작이 있으며, 영화 〈끝까지 간다〉와 〈터널〉을 연출한 김성훈 감독의 〈비공식 작전〉을 비롯하여, 〈달짝지근해〉, 〈천박사 퇴마 연구소: 설경의 비밀〉, 〈콘크리트 유토피아〉 등이 공개된다고 전함
- 끝으로, 매체는 위 영화제가 한국 영화 장르의 다양성을 보여주기 위한 '페이자쥬(Paysage)' 프로그램을 준비했다고 소개함. 총 11 편의 작품 중 이웃집 아파트에서 깨어난 주인공이 침대 밑에 놓인 시체를 발견하면서 시작되는 이야기를 그린 코미디 스릴러물 〈옆집사람〉을 추천함

[인니] 주인도네시아한국문화원, 〈K-BOOK, 한류의 미래를 보다〉 개최 7)

KOCCA

주인도네시아한국문화원 제 577 돌 한글날 기념행사 〈K-BOOK, 한류의 미래를 보다〉를 지난 10 월 13~14 일 동안 자카르타 한류상설홍보관 KOREA 360 에서 개최

- K-문학 홍보 및 출판 한류의 확산을 위해 주인도네시아한국문화원이 주최하고 한국출판문화산업진흥원이 후원하는 이번 행사는 오프라인과 온라인 라이브 송출을 통해 진행됨
- 현지 한국문학 애호가들을 대상으로 한국문학 번역도서 500 권 전시, 〈구름 껴도 맑음〉 배성태 작가와 번역가 Listya Ayunita Wardadie 초청 행사, 한글날 기념 이벤트, 네임택 만들기 등의 프로그램을 운영하여 참가자들이 한국문학을 즐길 수 있는 체험활동을 제공하였음

6) 출처 : 프랑스 영화 및 드라마 전문 매체, CinéSérie
https://www.cineserie.com/news/cinema/une-grosse-avant-premiere-netflix-au-festival-du-film-coreen-a-paris-6003475
7) 출처 : https://id.korean-culture.org/ko/1525/board/232/read/126192

|그림 2| 〈K-BOOK, 한류의 미래를 보다〉 포스터 (출처: 주인니한국문화원)

[베트남] '2024 년 제 1 회 베트남 호치민 국제 영화 페스티벌' 선포식 성료 [8] KOCCA

- **지난 10 월 9 일 저녁 제 28 회 부산국제영화제 일환인 'Vietnam Night' 행사에서 '2024 년 제 1 회 베트남 호치민 국제 영화 페스티벌(HIFF)' 선포식이 성황리 개최됨**
  - 'Vietnam Night'는 국제 영화제 감독과 제작진, 연예인 등 600 명의 국제 관람객을 유치했으며, 감독 응우옌 판 꼬앙 빈(Nguyen Phan Quang Binh), 인기 MC 부부 쩐 타인(Tran Thanh)과 하리원, 인기 모델 응우옌 툭 투이 띠엔(Nguyen Thuc Thuy Tien) 등 베트남 연예인들도 참석했음
  - 2024 년 제 1 회 개최되는 베트남 호치민 국제 영화 페스티벌(HIFF)에 대한 기대가 큼

|그림 3| 부산국제영화제 일환인 'Vietnam Night' 행사

8) 출처 : https://dantri.com.vn/van-hoa/lien-hoan-phim-quoc-te-tphcm-ra-mat-tai-han-quoc-20231010192712303.htm

[UAE] OSN, 고객 경험 서밋 개최 9)

KOCCA

- **처음으로 열린 커스터머 익스피리언스 서밋(Customer Experience Summit)에서 MENA 지역 미디어 및 스트리밍의 미래에 대해 논의함**
  - OSN 은 최근 유료 TV, 스트리밍 및 기술 전반에 걸쳐 집중 토론을 위해 구글, Mobily KSA, 삼성, 애플, 버진, du 및 Etisalat 을 포함한 기업 100 명이 넘는 주요 업계 이해관계자들을 초청함
  - 이번 서밋에서 OSN 은 지난 한 해 동안 OSN 의 변혁과 OSN 플랫폼 참여도가 전년 대비 40% 증가했는지 간략하게 설명하고 콘텐츠 비용 상승부터 기술 및 엔터테인먼트 산업에 영향을 미치는 주요 추세에 대해 논의했음
  - 콘텐츠 경제의 압박, 기술의 이점과 함정, 통합 기회를 통해 지속 가능한 비즈니스를 구축하여 MENA 지역 및 그 이상의 지역에 대한 전망에서 볼 수 있는 긍정적인 성장을 요약했음

[UAE] Kurdmax, 이라크에서 터키 시리즈 〈Legacy〉 방영권 획득 10)

KOCCA

- **터키 시리즈가 최근 추가된 이라크를 포함해 55 개국 이상에 방송 중임**
  - 이라크 채널 Kurdmax 는 터키 드라마 〈Legacy〉를 방송하기 위해 Night Train Media 의 소유인 Eccho Rights 와 계약을 체결했음
  - 이번 계약을 통해 〈Legacy〉는 이제 55 개국 이상에 진출하게 되었음. 이 시리즈는 이번 달 말 터키에서 네 번째 시즌을 시작하여 254 개의 에피소드를 추가로 방영할 예정임
  - 시리즈는 Kanal 7 을 위해 이스탄불 제작사 Karamel Yapim 에서 제작되었음

[UAE] MBC, 사우디아라비아에 일본 드라마 제작 예정 11)

KOCCA

- **일본 Nippon TV 의 히트 시리즈 중 두 개가 아랍어로 각색**
  - 파트너십은 모리셔스 시청자에게 국제 엔터테인먼트와 인기 스포츠 이벤트를 제공하려는 모리셔스 텔레콤의 노력의 일환으로 모리셔스 텔레콤의 서비스를 확대하여 축구 및 스포츠 팬에게 더욱 매력적인 시청 경험을 제공하는 것을 목표로 함
  - 일본 멀티 플랫폼 엔터테인먼트 하우스 Nippon TV 는 자사의 성공적인 대본 포맷인 Mother and Woman – My Life for My Children 이 MBC 에서 아랍어로 각색될 것이라고 발표했음
  - Nippon 은 터키에 본사를 둔 Medyapim 에 아랍어 각색 권한을 부여했음

9) 출처 : https://www.broadcastprome.com/news/osns-hosts-customer-experience-summit-to-discuss-trends-and-challenges
10) 출처 : https://www.broadcastprome.com/news/kurdmax-acquires-rights-to-air-turkish-series-legacy-in-iraq
11) 출처 : https://www.broadcastprome.com/news/japanese-series-to-be-adapted-for-mbc-saudi-arabia

[UAE] OTTera 와 TV5Monde, MENA 지역에서 FAST 채널 출시 12)

KOCCA

- **두 채널은 선별된 무료 광고 지원 TV 채널을 갖춘 MENA 지역을 대상으로 하는 최초의 FAST 플랫폼인 Tarfeeh TV 에서 시작될 예정임**
  - TV5Monde 와 OTTera 는 파트너십을 맺고 MENA 지역에 2 개의 FAST(무료 광고 지원 TV) 채널을 출시함. 두 채널은 올해 말까지 OTTera 와 SAWA Rights Management 의 합작 회사인 Tarfeeh TV 를 통해 출시될 예정임
  - Tarfeeh TV 는 선별된 무료 광고 지원 TV 채널 목록을 통해 MENA 지역을 대상으로 전 세계적으로 사용할 수 있는 최초의 FAST 플랫폼임
  - 첫 번째 채널인 TV5Monde Voyage 는 트렌드, 여행, 패션, 디자인 등의 분야에서 엄선된 최고의 라이프스타일 시리즈와 프로그램을 방송할 예정임
  - 두 번째 채널은 〈요리의 세계〉와 〈Papilles〉 및 〈Epicerie Fine〉과 같은 인기 방송 프로그램을 방송할 예정임. 두 채널 모두 아랍어 자막이 포함된 프로그램을 제공함
  - OTTera 와 TV5Monde 의 파트너십은 MENA 지역 시청자에게 다양한 라이프스타일 관련 콘텐츠를 제공함. 또한, OTTera 와 TV5Monde 의 협력으로 FAST 프로그래밍 배급이 촉진되어 시청자가 좋아하는 콘텐츠를 주문형으로 편리하게 즐길 수 있음

12) 출처 : https://www.broadcastprome.com/news/ottera-and-tv5monde-launch-fast-channels-in-the-mena-region

게임·융복합

[북경] '2023 년도 게임 IP 생태 대회' 행사 개최일정 확정 KOCCA

- **10 월 16 일, 중국음상및디지털출판협회(中国音像与数字出版协会)가 각 회원기업 및 기관을 대상으로 발송한 통지문에 따르면, 해당 협회가 주최하는 〈2023 년도 게임 IP 생태대회(2023 年度游戏 IP 生态大会)〉가 11 월 9 일에서 10 일까지 양일간 중국 쑤저우 캠핀스키호텔(苏州金鸡湖凯宾斯基大酒店)에서 개최될 예정임**
  - 해당 행사는 게임과 영상, 온라인 문학, 문화창의 등 산업 간의 융합 촉진을 목적으로 하며, 올해는'가능성 증가와 상호공생(赋能升级互联共生)'을 주제로 1 개 주제회의와 3 개 테마회의로 구성됨

[심천] 상하이 한하이싱쵱, 모바일 게임 〈유랑지구〉의 독점 운영권 획득 [13] KOCCA

- **상하이 한하이싱쵱(瀚海星穹)은 상하이신바오(上海散爆)가 개발한 모바일 게임 〈유랑지구〉의 글로벌 독점 운영권을 획득했다고 10 월 16 일 밝힘**
  - 〈유랑지구〉는 중국풍 SF 전략 모바일 게임으로, 플레이어가 던전 지휘관이 되어 주민들을 데리고 최후에 재난 위기를 맞이하는 스토리로 구성됨. 태양계 소멸의 위기를 맞은 플레이어는 자신을 관리하고 동맹과 연합해 지구 표면에 엔진을 달아 지구를 태양계 밖으로 옮기는 유랑여행을 하면서 인류의 새로운 보금자리를 찾아 나섬
  - 오리지널 IP 라이선스를 획득한 모바일 게임 〈유랑지구〉는 소설 〈유랑지구〉의 원작자 류츠신(刘慈欣) 작가가 게임 제작의 책임자 및 세계관 디자이너로 참여했으며, 2023 년 6 월 게임 판호를 획득함
  - 한편, 상하이 한하이싱쵱은 조만간 모바일 게임 〈유랑지구〉의 정식 운영을 개시하기에 앞서 10 월 18 일부터 22 일까지 중국 청두에서 열린 〈2023 년 세계 SF 대회〉에 류츠신과 함께 참가해 해당 게임 최신 버전을 현장에서 시연함

[심천] '〈라그나로크〉 온라인 스타즈(ROS) 2023' 인도네시아에서 성공적으로 개최 [14] KOCCA

- **2023 년 10 월 7 일(토), PC 온라인 게임 '〈라그나로크 온라인〉'의 글로벌 이스포츠 대회 '〈라그나로크 온라인〉 스타즈(ROS) 2023'가 인도네시아 자카르타에 위치한 간다리아 시티에서 개최됨**
  - '〈라그나로크 온라인〉 스타즈(ROS) 2023'을 개최한 그래비티(Gravity)의 인도네시아 지사 그래비티 게임 링크(Gravity Game Link, GGL) 최성욱 공동사장은 올해부터 〈라그나로크〉 PC 및 모바일 버전 모두에서 대규모 길드대회를 부활시킬 계획이라고 밝힘

13) 출처 : http://www.myzaker.com/article/652d55017f780b6e3e000008
14) 출처 : https://www.antaranews.com/berita/3768456/ragnarok-stars-2023-sukses-digelar-di-indonesia
https://www.liputan6.com/tekno/read/5420905/tim-esports-milk-wakili-indonesia-di-turnamen-ragnarok-stars-2023-ini-hasilnya?page=3

- 최성욱 공동사장은 성명에서 “우리는 이 계획이 길드 커뮤니티 간의 경쟁을 증가시키고, 길드에 소속된 인원들간의 결속력과 스포츠맨십을 높이며 〈라그나로크〉 이스포츠 생태계를 키울 수 있다고 믿는다”라고 밝힘
- 또한 그는 지속적인 경쟁을 통해 〈라그나로크〉 커뮤니티가 인도네시아 및 전 세계 팬들을 위해 〈라그나로크〉 IP 를 발전시키겠다고 밝힘
- '〈라그나로크 온라인〉 스타즈(ROS) 2023'에는 개최국 인도네시아를 대표하는 Milk, 대만을 대표하는 Enthusiasim Galant, 태국을 대표하는 Destration, 말레이시아를 대표하는 Alpha, 필리핀을 대표하는 Last Nightmare, 한국을 대표하는 Icarus 등 6 개의 온라인 대표가 참가해 승부를 벌임
- 그랜드 파이널 라운드에서는 대만의 Enthusiasm Gallant 와 태국의 Destration 이 치열한 접전을 벌였고, 결국 태국의 Destration 이 승리를 거두며 우승을 거둠
- '〈라그나로크 온라인〉 스타즈(ROS) 2023'는 현장을 찾은 관람객들을 위해 토너먼트 외에도 축하공연, 코스프레, 미니게임 및 포토부스를 운영함

[태국] 디지털경제진흥원, 점보점스와 태국 정체성 강화를 위한 게임 제작 15) KOCCA

- **디지털경제진흥원(이하 depa)는 20 일 시리낏국립컨벤션센터에서 태국 게임개발업체 점보점스(JUMBO JUMPS)와 함께 ‘소프트파워 업(Softpower Up!)’ 세미나를 개최함**
  - ‘프로젝트 레굴러스(Project REGULUS)’는 태국 게임 사업자들이 세계적인 경쟁력을 갖출 수 있도록 능력 개발을 장려하고 지원하기 위해 추진되며, 이와 함께 어린이-청소년-게임산업에 관련 인력의 전문성을 구축해 젊은 세대들의 게임산업에 대한 기술과 지식을 높이고, 태국 게임산업의 지속적인 성장 기회를 이끌 예정임
  - 이번 세미나에서는 애니메이션 판타지 그래픽 스타일의 턴베이스 액션 RPG 게임 ‘프로젝트 레귤러스(Project REGULUS)’를 채택하였음. 해당 프로젝트를 통해 점보점스는 애니메이션 콘텐츠 전문기업인 도쿄 TV 와 협력해 글로벌 태국 게임을 개발하게 됨. 또한, 이번 세미나에서는 태국 게임 시장을 주제로 한 다양한 특별 강연이 이어짐

[태국] 소프트파워를 발휘해 창조경제를 이뤄낼 수 있을까 16) KOCCA

- **태국은 디지털경제진흥원(depa)이 태국게임소프트웨어협회(TGA)와 협력해 체계적인 정보를 수집하면서 게임산업을 주목하기 시작함**
  - 게임-애니메이션-캐릭터가 포함된 태국 콘텐츠산업 시장 가치는 405 억 1,800 만 바트(약 1 조 5,000 억 원)이며, 이중 게임이 80% 345 억 5,600 만 바트(약 1 조 2,800 억 원)를 차지함. 이중 해외에서 수입된 게임이 336 억 5,700 만 바트(약 1 조 2,500 억 원)인 데 반해 해외로 수출된 태국 게임은 3 억 4,000 만 바트(약 126 억 원)에 불과함

15) 출처 : https://www.naewna.com/entertain/762524
16) 출처 : https://www.prachachat.net/ict/news-1415055

- 또한 캐릭터산업도 수입액이 9 억 9,600 만 바트(약 370 억 원)이고, 수출액은 6,900 만 바트(약 2 억 5,000 만 원) 밖에 되지 않음. 태국 디지털콘텐츠산업은 '만드는 것보다 더 많이 사용하는데' 문제가 있어서 수입에 막대한 돈이 들어가고 있음. 유통업자가 산업 생태계를 보완하는 역할을 하고 있으나, 태국 콘텐츠 지식재산권가(IP Owner)는 2%에 불과함
- 아시아태평양 지역의 게임 플레이어의 숫자는 전체 55%인 16 억 1,500 만 명으로 다른 지역에 비해 많음. 그러나 총 플레이어의 숫자가 1/4 에도 미치지 못하는 유럽과 북미가 전체 수익의 40% 이상을 가져감
- 다국적 게임업체가 주목하고 있는 시장은 잠재력이 높은 중국-인도-동남아시아임. 태국의 경우, 게임산업의 가치는 2017 년부터 연평균 15%씩 상승하고 있음. 2020 년 게임산업의 가치는 29 억 2,900 만 바트(약 1 조 원)이며, depa 의 조사에 따르면 2021 년에는 약 300 억 바트(약 1 조 1,000 억 원)의 가치를 기록할 것으로 전망됨
- 통계 전문사이트 스태티스타(Statista)의 자료에 따르면 2021 년 게임산업은 223 억 2,000 만 바트(약 8,300 억 원) 매출을 기록할 것으로 예상되며, 특히 모바일 부문에서의 매출은 91 억 5,800 만 바트(약 3,410 억 원)에 달할 것으로 봄. 또한 2025 년에는 1,160 만 명이 게임을 즐길 것으로 예상함
- 2022 년 중반부터 현재까지 디지털콘텐츠산업, 특히 게임산업 진흥을 위한 다양한 시도가 있었음. de-pa 는 태국 게임산업을 국제화하기 위해 '게임 액셀러레이터 프로그램(Game Accelerator Program)'을 통해 태국게임소프트웨어협회-가레나온라인타일랜드-인포페드(INFOFED)등 여러 파트너와 협력해 소프트웨어개발자와 기업을 연결하는 비즈니스 매칭을 추진함
- 태국 통신 대기업 트루(True)는 자회사 트루액시온인터렉티브(True Axion Interactive)를 통해 자체 IP 게임 개발을 진행함. 콘텐츠 개발 전문업체인 일본의 TV 도쿄코퍼레이션(TV Tokyo Corporation)과 많은 유명한 애니메이션을 게임 플랫폼으로 전환하기 위한 새로운 디자인을 설계하는데 협력하고, '프로젝트 레귤러스(Project Regulus)'를 통해 2024 년 초 출시할 예정임. 아시아에서 해외 시장을 공략하기 위해 특별히 고안된 소프트웨어게임과 캐릭터가 개발된 것을 확인할 수 있을 것임
- 동남아시아의 선도적인 온라인 게임 서비스 제공업체인 아시아소프트코퍼레이션(AsiaSoft Corporation)과 같은 온라인 게임의 왕국은 '애스피어 이노베이션스 (Asphere Innovations)'로 리브랜딩하고 '비트컵 캐피털그룹홀딩스(Bitkub Capital Group Holdings)'를 인수해 웹 3.0 시대의 새로운 게임산업의 발전 방향을 포착하기 위해 블록체인 기술과 대체불가토큰(NFT)을 게임에 적용함
- 한편 태국의 유명한 게임 회사 익드라질그룹(Yggdrazil Group)의 공포게임 〈홈스위트홈(Home Sweet Home)〉은 태국 유령 캐릭터를 전 세계적으로 유명하게 만듦. 태국의 공포 콘텐츠가 해외 시장에서 적지 않은 인기를 얻고 있어 문화적 영향력을 잘 포착한 것으로 볼 수 있음. 최근 이 게임이 태국의 신앙과 문화적 뿌리를 바탕으로 상상의 이야기를 전달하는 데 초점을 맞춘 영화 시나리오 작업에 착수했다는 소식이 있음

[러시아] 서방 제재를 우회한 온라인 콘텐츠 지불방식 출시 17)

KOCCA

- **MTS 은행은 해외 콘텐츠를 지불할 수 있는 디지털지갑을 출시함**
  - 우크라이나 사태 이후 대부분의 서방 콘텐츠 기업은 러시아에서 철수했을 뿐만 아니라 러시아 국내 이용자가 유료결재 할 수 없도록 조치했음. 더불어 러시아 은행에서 발행한 마스터, 비자 등 국제신용카드 또한 해외에서 사용할 수 상황임
  - 바우처를 구입해 충전하는 형태의 디지털 지갑은 30 개 이상의 해외 온라인 콘텐츠에 지불할 수 있음. (넷플릭스, 스포티파이, 스팀, 플레이스테이션, 엑스박스, 닌텐도, EA 플레이, 로블록스, 마인크래프트, 포트나이트, 트위치, 디스코드, 바이버 등)
  - 사실 이러한 서비스는 '회색 영역' 이었지만 이미 형성된 서비스 시장이었음. M.Video-Eldorado, DNS 와 같은 서비스는 CIS 지역을 우회한 결재 서비스를 제공하고 있음

17) 출처 : https://overseas.mofa.go.kr/ru-ko/index.do

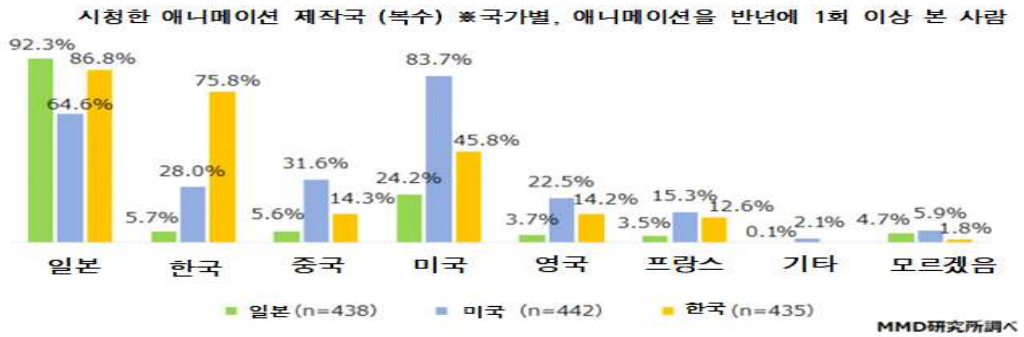
애니·캐릭터

[일본] MMD 연구소, '한미일 만화·웹툰·애니메이션 이용 동향조사' 결과 발표 18) KOCCA

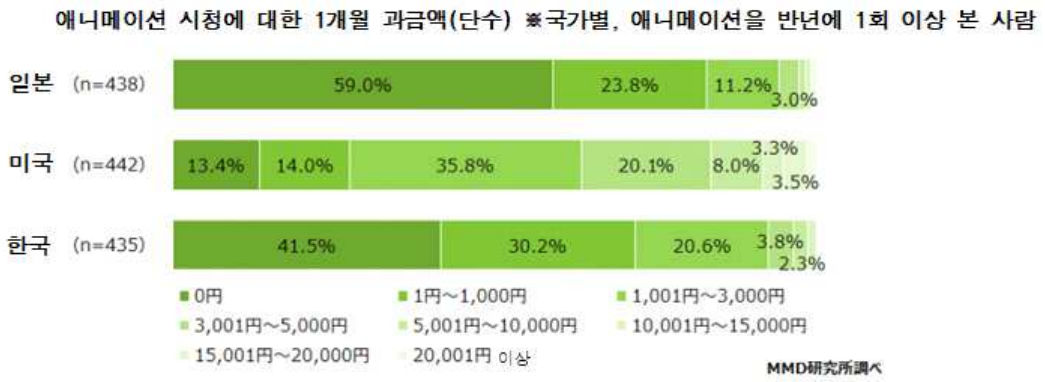
- **MMD 연구소는 GMO 리서치가 제공하는 해외 패널을 이용하여 일본, 미국, 한국에 거주하는 20~39 세 남녀를 대상으로 예비조사를 실시함**
  - 본 조사에서는 반년에 1 회 이상 만화를 읽거나 애니메이션을 보는 사람을 대상으로 '한미일 비교: 만화·웹툰·애니메이션에 관한 동향조사'를 실시하여 그 결과를 발표하였음
  - 또한, 예비조사에서는 일본 671 명, 미국 568 명, 한국 576 명에게 설문조사를 실시하고 인구분포에 따라 가중치 집계를 시행하였음
  - 본 조사에서는 반년에 1 회 이상 만화를 읽거나 애니메이션을 보는 사람(일본 484 명, 미국 452 명, 한국 475 명)을 대상으로 조사를 실시, 그 예비조사 결과를 바탕으로 가중치 집계를 실시하였음
  - 한국, 미국, 일본에 거주하고 스마트폰, 태블릿, PC 중 한 개의 단말기 이상을 보유하고 있는 20~39 세 남녀(일본 655 명, 미국 566 명, 한국 576 명)를 대상으로 애니메이션(일본 애니메이션에 국한하지 않음)을 보는 빈도를 묻자, 월 1 회 정도 이상 본다고 대답한 사람의 비율이 일본(n=655) 60.4%, 미국(n=566) 72.7%, 한국(n=576) 58.0%로 나타남
  - 애니메이션을 반년에 1 회 이상 보는 사람 중 일본 애니메이션 작품 시청경험이 있는 사람은 미국 64.6%, 한국 86.8%였음
  - 예비조사에서 추출한 반년에 1 회 이상 만화를 읽거나 애니메이션을 보는 20~39 세 남녀 (일본 484 명, 미국 452 명, 한국 475 명)를 대상으로 애니메이션을 보는 빈도를 묻자, 반년에 1 회 이상 본다고 대답한 사람의 비율은 일본(n=484) 90.5%, 미국(n=452) 97.9%, 한국(n=475) 91.6%로 나타났음
  - 다음으로 반년에 1 회 이상 애니메이션을 보는 20~39 세 남녀 (일본 438 명, 미국 442 명, 한국 435 명)를 대상으로 시청한 애니메이션 제작 국가를 묻자, (복수 응답 가) 일본(n=438)은 '일본' 92.3%로 가장 많았고, 그 다음으로 '미국' 24.2%, '한국' 5.7%로 나타났음
  - 미국(n=442)은 '미국'이 83.7%로 가장 많았고, 그 다음으로 '일본' 64.6%, '중국' 31.6%로 나타남
  - 한국(n=435)은 '일본'이 86.8%로 가장 많았고, 그 다음으로 '한국' 75.8%, '미국' 45.8%로 나타남
  - 반년에 1 회 이상 애니메이션을 보는 20~39 세 남녀 (일본 438 명, 미국 442 명, 한국 435 명)을 대상으로 애니메이션 시청에 대한 1 개월 과금액을 묻자, 일본(n=439)은 '0 엔'이 59.0%로 가장 많았고 뒤를 이어 '1 엔~1,000 엔'이 23.8%로 나타났음
  - 미국(n=442)은 '1,001 엔~3,000 엔'이 35.8%로 가장 많았고, 다음으로 '3,001 엔~5,000 엔'이 20.1%로 나타났음.(1 달러=140.8 엔으로 계산)

18) 출처 : https://news.yahoo.co.jp/articles/4bd7a28f15d7358aa3250fc7271723d566184e64?page=1

- 한국(n=435)은 '0 엔'이 41.5%로 가장 많았고, 다음으로 '1 엔~1,000 엔'이 30.2%였음.(1 원=0.1 엔으로 계산)
- 또한, 일본 만화를 읽거나 애니메이션을 보는 20~39 세 남녀 (미국 309 명, 한국 415 명)을 대상으로 일본 만화·애니메이션 콘텐츠 시청을 계기로 나타난 행동에 대한 질문에는 (복수 응답 가) 미국(n=309)은 '친구와 가족에게 콘텐츠를 추천했음'이 41.2%로 가장 많았고, 다음으로 '만화와 애니메이션 관련 상품을 구입했음'이 38.3%로 나타났음
- 한국(n=415)은 '친구와 가족에게 콘텐츠를 추천했음'이 26.7%로 가장 많았고, 다음으로 '애니메이션에 사용된 음악을 알아봄'이 25.7%로 나타났음



|그림 4| 시청한 애니메이션 제작국(복수) 비율



|그림 5| 애니메이션 시청에 대한 1개월 과금액 비율

[유럽] 웹소설 〈나 혼자만 레벨업〉, 애니메이션으로 제작 예정 19)

KOCCA

프랑스 게임 전문 매체가 2024 년 1 월 방영 예정인 웹소설 원작의 애니메이션 〈나 혼자만 레벨업〉을 소개함

- 매체는 본 작품이 작가 추공의 웹소설로 2016 년 카카오페이지에서 연재를 시작하였고, 웹소설이 흥행하여 2018 년 웹툰으로 각색되었으며, 2020 년대 가장 영향력 있는 웹툰이라고 언급함
- 최근 몇 년간 웹툰이 선풍적인 인기를 끌며, 웹툰을 원작으로 한 애니메이션 제작이 증가하고 있다고 전

19) 출처 : 프랑스 게임 전문 매체, JeuxVideo
https://www.jeuxvideo.com/news/1807330/apres-one-piece-solo-leveling-va-enfin-etre-adapte-en-serie-live-action-c-est-le-webtoon-le-plus-populaire-du-monde.htm

함. 특히 애니메이션 스트리밍 플랫폼 크런치롤(Crunchyroll)이 처음 애니메이션 제작을 시도한 〈갓 오브 하이스쿨〉. 〈노블레스〉가 큰 성공을 거두며 플랫폼 시장은 이러한 전략을 취하는 추세라고 밝힘

- 〈나 혼자만 레벨업〉 애니메이션은 내년 1 월 크런치롤에서 공개되며, 웹툰 라이선스 소유사 디앤씨웹툰 비즈에 따르면 실사판 드라마도 제작된다고 발표함

[인니] Playin Mersion, 인니 최초 이머시브 연극 〈Digital Puppet World〉 선보여 20) KOCCA

- **인도네시아 애니메이션 디지털 플랫폼 기업 PT Gruppo Playin Mersion 가 〈Digital Puppet World〉 작품으로 국내 최초 어린이를 위한 이머시브(Immersive) 연극을 선보임**
  - 〈Digital Puppet World〉 이머시브 연극에서 판타지 동물 여우 루비(Ruby)와 순록 럭시(Ruxy)가 주인공으로 등장해 캐릭터들의 모험으로 구성된 이야기들로 현장에서 아이들과 실시간으로 함께 춤과 노래하며 소통하는 시간을 가질 수 있음
  - 〈Digital Puppet World〉 연극의 첫 번째 공연은 이번 10 월 10 일부터 11 월 15 일까지 자카르타 간다리아 시티 쇼핑몰에서 한 달간 운영하고 2025 년 초까지 인도네시아의 다른 도시 10 곳을 더 방문할 계획이라고 밝힘

|그림 6| 이머시브 연극 〈Digital Puppet World〉 포스터 (출처 : tiket.appsku.id)

20) 출처 : https://rm.id/baca-berita/life-style/192100/usung-konsep-animasi-imersif-playin-mersion-rilis-teater-digital-puppet-world
https://mediaindonesia.com/teknologi/620308/digital-puppet-world-dunia-dongeng-yang-berubah-ke-digital

만화·웹툰

[태국] 올해 두 번째 '방콕만화예술출제#2' 개최 21)

KOCCA

- **디지털 아트 매거진 「BKK 언진(BKK Unzine)」은 주태국벨기에대사관-태국 벨기에 대사관, 왈로니-브뤼셀 인터내셔널(Wallonie-Bruxelles International)-문구·사무용품기업 사쿠라(SAKURA)의 지원을 받아 동남아시아연구재단 SEA 정션(SEA Junction)과 함께 이달 10 일부터 22 일까지 방콕아트컬쳐센터 5 층에서 올해 두 번째로 '방콕만화예술축제(BKK Comics Art Festival #2)'를 개최함**
  - 이 축제는 아티스트에게는 전시 기회를, 독자들에게는 아티스트와 소통할 기회를 제공하며 만화를 사랑하는 모두를 위한 축제의 자리임
  - 이 전시회에서는 아피찻 럿왓따나꾼(อภิชาต รอดวัฒนกุล), 똣 꼬쑴피싸이(โต้ด โกสุมพิสัย), 남싸이 케이(Namsai K), 핑 싸씨난(Ping Sasinan) 등 태국 만화계의 베테랑 만화가와 젊은 예술가들이 참여함. '방드 데시네(Bande Dessinées)'로 알려진 유럽 만화를 대표하는 프랑스-벨기에 예술가들의 작품을 비롯해 미국과 대만 작가의 작품도 전시됨. 2 주 동안 열리는 전시회 외에 14~15 일에는 예술가들이 관람객과 만나 소통할 수 있는 자리도 마련됨
  - 또한 전국의 대학생을 대상으로 개최된 'BKK Unzine X 사쿠라 코믹 스토리텔링 공모전'과 '뉴케임롯 컬러링 콘테스트(New Camelot COLORING CONTEST)'의 본선 진출작도 전시됨

|그림 7| 방콕만화예술축제#2 포스터

21) 출처 : https://www.bangkokpost.com/life/arts-and-entertainment/2665646/a-celebration-of-the-art-of-comics#group=nogroup&photo=0

[러시아] 러시아에서 급성장 중인 아시아 만화 22)

KOCCA

- **아시아 만화가 러시아인들 사이에서 급속도로 인기를 얻고 있음**
  - Read City 에서는 2023 년 상반기에 만화 부문의 신제품 수가 아시아 타이틀로 인해 21% 증가하였음. Mann, Ivanov 및 Ferber(MIF)는 이 카테고리에서 매출이 50% 증가했음
  - 1910 년부터 1945 까지 일제치하 기간 동안 한국 예술가들은 특정한 정치적 이념을 홍보하기 위해 일러스트레이션과 단편 소설 캡션을 사용함. 만화의 '새시대'는 1960~70 년대에 시작되었음. 한국 만화는 유럽 전통에 가깝기 때문에 왼쪽에서 오른쪽으로 읽음
  - 오늘날에는 만화의 디지털 버전인 웹툰이 인기를 얻고 있음. 긴 '스크롤' 형식으로 세로 형식으로 게시되므로 휴대폰에서 해당 만화를 읽을 수 있음. 웹툰의 또 다른 특징은 캐릭터의 분위기와 감정을 전달하는 본격적인 일러스트임. 이제 웹툰은 익숙한 장르로 구분됨. 로맨스, 호러, 판타지, SF, 삶의 단면, 즉 캐릭터의 일상을 묘사하는 장르도 있음
  - 현재 러시아에 출판되어 주목할 만한 한국 만화로는 〈악역의 엔딩은 죽음뿐〉 , 〈신난다〉, 〈마왕일기〉가 있음

22) 출처 : https://www.mn.ru/smart/rossiyane-podseli-na-aziatskie-komiksy-chto-takoe-manga-man-hua-i-manhva-i-kak-ih-pravil-no-chitat

음악

[심천] 2022 년 중국 디지털음악시장 규모 1,554 억 9,000 만 위안, 전년비 16.8% 증가 [23] KOCCA

- **지난 10 월 11 일 중국 샤먼에서 열린 〈2023 년 중국 디지털음악산업 대회〉에서 발표된 〈2022 년 중국 디지털음악산업 보고서〉에 따르면, 중국 디지털음악 시장 규모는 전년 대비 16.8% 증가한 1,554 억 9,000 만 위안으로 집계됨**
  - 그중 스트리밍 음악 시장규모는 전년대비 12.8% 증가한 180 억 2,000 만 위안, 음악 관련 숏폼 시장규모는 전년대비 19.8% 증가한 410 억 3,000 만 위안, 뮤직 라이브방송 시장규모는 815 억 2,000 만 위안, 온라인 노래방 시장규모는 전년대비 다소 하락해 149 억 2,000 만 위안으로 나타남
  - 중국 디지털 음악 이용자 수는 2022 년 말 기준 약 8 억 4,800 만 명에 달하고, 전체 인터넷 이용자의 79.5%의 비중을 차지함

[유럽] 파리의 주말을 K 팝으로 뜨겁게 달군 엠카운트다운 [24] KOCCA

- **프랑스 매체는 지난 10 월 15 일 프랑스 파리 라 데팡스 아레나(Paris La Defense Arena)에서 진행된 국내 방송사 엠넷의 음악 프로그램 엠카운트다운의 성료 소식을 보도함**
  - 본 공연은 엠카운트다운의 첫 유럽 공연으로, 공연장은 프랑스 팬뿐만 아니라 유럽 각지에서 모인 2 만 2 천여 명의 K 팝 팬으로 인산인해를 이루었다고 전함
  - 또한, 수천 명의 팬들이 한국어로 된 가사를 따라 불렀으며, 출연 가수가 준비한 프랑스어 인사말, 팬의 이름 불러주기 코너 등 유럽 팬들과의 소통을 위한 다양한 이벤트로 언어의 장벽을 느낄 수 없던 축제였다고 언급함. 한국 문화와 음악이 점점 더 많은 전 세계 팬의 관심을 받는 와중, 위 공연으로 한류 열풍을 다시 한 번 증명했다고 전함

[베트남] 베트남에서 개최된 블랙핑크 콘서트 매출 아시아에서 6 위 [25] KOCCA

- **지난 7 월 베트남 하노이에서 개최된 블랙핑크의 〈BORN PINK〉 콘서트는 67,443 장의 티켓을 판매했으며, 커버리지는 100%, 매출은 약 1,370 만 달러에 달했다고 발표함**
  - 미국 매체 투어링 데이터(Touring Data)에 따르면, 아시아를 기준으로 베트남에서 개최된 콘서트의 티켓 판매량은 8 위, 매출은 6 위를 기록, 이 결과는 한국 문화 산업의 전통적 요충지 시장인 중국과 일본 대비 높은 수준임

23) 출처 : https://www.ithome.com/0/724/299.htm
24) 출처 : 프랑스 행사 전문 매체, Sortir à Paris
https://www.sortiraparis.com/scenes/concert-musique/articles/302875-mcountdown-in-france-a-paris-la-defense-on-y-etait-on-vous-raconte
25) 출처 : https://vnexpress.net/concert-blackpink-tai-viet-nam-thu-ve-hon-300-ty-dong-4664289.html

- 한 대행사 대표는 “이는 이벤트 매니지먼트계에서 인상적인 매출”이라고 평가함. 위의 수치는 베트남에서 엔터테인먼트 행사를 개최한 사상 최고일 가능성이 높음

Địa điểm	Số đêm diễn	Lượng vé bán ra	Tỷ lệ lấp đầy (%)	Doanh thu (USD)
Singapore	2	97.977	100	18.452.183
Jarkata (Indonesia)	2	113.740	100	17.199.546
Sân vận động Rajamangala, Bangkok (Thái Lan)	2	81.108	100	15.380.701
Đài Loan (Trung Quốc)	2	101.096	100	14.182.363
Bulacan (Philippines)	2	92.720	100	14.174.292
Hà Nội (Việt Nam)	2	67.443	100	13.660.064
Sân vận động Suphachalasai, Bangkok (Thái Lan)	2	66.211	100	12.393.129

1 / 2

|그림 8| 블랙핑크 콘서트의 아시아 투어 매출 순위

[태국] 세븐틴 콘서트 티켓팅에 비친 팬덤 현상 [26] KOCCA

- **지난 13 일 11 시 보이그룹 세븐틴 콘서트 티켓이 공식 팬클럽 ‘캐럿’에 선판매된 후 14 일 4 시 일반인들에게 티켓이 판매됐으나 몇 시간 만에 매진됨. 올티켓닷컴(allticket.com) 사이트를 확인한 결과 현재 예약 가능한 좌석은 없음**
  - 회원과 일반으로 나눠 2 차례 걸쳐 콘서트 티켓을 판매하는 동안 이번 콘서트의 해시태그 ‘#SVTinBKK’는 태국 트위터에 실시간 검색에 오름. #SVTinBKK 에 올라온 게시물은 티켓팅에 성공한 팬들의 기쁨과 그렇지 못한 팬들의 아쉬움을 볼 수 있었음. 또한 평소보다 더 많은 티켓 수요가 있을 것으로 보고 신뢰할 수 없는 사기성 계정이 올라와 팬들에게 경각심을 일깨우기도 함
  - 태국에서 공식 유통채널을 통한 구매가 자리를 잡긴 했으나 많은 팬과 사용자들이 이미 예매가 끝난 콘서트 티켓 판매 게시물을 트위터에 계속 올리고 있어서 장외 거래가 수그러들 기미를 보이지 않고 있음
  - 회원들은 일반인들에게 판매되는 좌석도 구매 가능해서 정가보다 높은 가격으로 판매하는 ‘딜 카드(deal card)’그룹과 9,900 바트(약 37 만 원)의 VIP 티켓을 20,000 바트(약 75 만 원) 새로운 가격으로 판매하는 ‘업 카드(Up Card)’ 그룹이 대거 등장함. 이 밖에도 콘서트 관련 사업자들은 #SVTinBK 해시태그를 이용해 모바일 대여 사업이나 응원 용품 판매 등 자신들의 상품이나 서비스를 홍보하고 판매함
  - 많은 팬은 과거에 비해 상승한 콘서트 티켓 가격을 비롯, 다양한 문제에 대해 콘서트 주최 측의 의견 표명을 요하고 있음.
  - 일부 지역에서만 예약이 가능한 사전 통지 없는 회원권 판매나 콘서트 티켓에 구매자의 이름이 표기되지 않는 익명성은 팬클럽의 수요를 악용할 소지가 있음. 티켓판매업체는 봇-로봇(bot-robot)을 사용한다고 주장하고 있지만 문제가 명확히 처리되지 않는 등 취약점이 드러남

26) 출처 : https://www.prachachat.net/spinoff/entertainment/news-1415830

패션

[인니] 인도네시아 Jakarta Muslim Fashion Week 2024 개최 27)

KOCCA

- **현지 패션 강화에 초점을 맞춘 Jakarta Muslim Fashion Week 2024(이하 'JMFW')가 무역 박람회 Trade Expo Indonesia(TEI)와 연계하여 개최될 예정**
  - JMFW 는 이달 10 월 19 일~21 일, TEI 는 10 월 18 일~22 일 BSD 에 위치한 ICE 컨벤션센터에서 진행되며, 인도네시아섬유협회(API), 인도네시아화장품협회(Perkosmi), 화장품기업협회(PPAK), 인도네시아 패션 상공회의소(IFC), 인도네시아 쇼핑센터 입주자협회(Hippindo) 및 인도네시아 소매업협회(Aprind), 여성 커뮤니티 Rahasia Gadis 등이 함께 참여함
  - 무역부 국가수출개발국장 Didi Sumedi 는 JMFW 2024 킥오프 행사에서 이번 행사는 정부와 기업인, 학계, 협회, 언론 등 이해관계자 간 협력의 아이콘이라고 말하며, 세계에서 가장 패셔너블한 리더가 되겠다는 인도네시아의 선언을 실현하기 위한 첫걸음으로 이야기함
  - 인도네시아 상무부 서비스 및 창의적 제품 수출개발국장 Miftah Farid 는 인도네시아를 세계 패션 메카로 만들겠다는 열정을 갖고 있으나, 실제로는 시장 경제력에서 성공하지 못하였으며, 이에 패션계 환경이 강화되어야 한다고 말함. 또한, 인적 자원, 정부의 기타 지원 산업과 언론의 지지가 필요하다고 이야기함
  - 더불어 Mitrah 는 올해 패션쇼에 약 200 개의 국내 브랜드와 150 명의 패션 디자이너가 참여할 예정이며, 올해 JMFW 주제는 "Indonesian Excellent"로 이미 인큐베이션 과정을 거친 고품질의 제품을 전시한다고 설명함. 더불어 다양한 지역에서 선정된 30 명의 현지 디자이너들의 품질 좋은 제품들은 현지 소비자를 보유하며, 이를 활용하여 국제시장을 유인할 수 있는 자질을 갖추고 있다고 평가함
  - 또한, 인도네시아 반둥에 위치한 이슬람 패션 연구소를 중심으로 2 개월간 진행되는 인큐베이션 과정은 관광창조경제부와 협력해 진행하며, JMFW 의 단기적 거래 목표는 250 만 달러임. 10 월 JMFW 이후에도 국내 소매업체와 해외 바이어들에게 피칭하여, 온라인 비즈니스 매칭 계속해서 진행하는 애프터 이벤트가 더 중요하다"라고 밝힘
  - 이번 JMFW 쇼에서 인도네시아 Modest Fashion 제품의 목표 시장 국가는 중동, 여러 동남아시아 국가 및 유럽이며 JMFW 기간 패션쇼에는 90 개 브랜드 바이어를 초청할 것이고 밝힘

27) 출처 : https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5423233/jmfw-2024-terselenggara-jelang-asa-deklarasi-indonesia-jadi-kiblat-modest-fashion-dunia?page=4
https://www.medcom.id/gaya/your-fashion/0kpPLjEk-perkuat-ekosistem-modest-fashion-nasional-pemerintah-gandeng-beberapa-pihak-di-jmfw

|그림 9| JMFW 2024 킥오프행사

[태국] 국제무역진흥국, 가상세계에서 패션 경험할 수 있는 공간을 열다 28) KOCCA

- **상무부 산하 국제무역진흥국(이하 DITP) 푸씻 랏따나꾼 세리렁릇(ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์) 국장은 "패션상품 산업은 가치와 고용 측면에서 태국에 매우 중요하다. 2021 년 3,900 억 바트(약 14 조 5,000 억 원)의 수익을 올렸고, 패션 제품 수출은 2,200 억 바트(약 8 조 1,000 억 원) 이상 연간 75 만 명의 고용을 창출했다. 이는 BCG 모델을 기반으로 태국 사업자들의 제품 개발 촉진 정책에 따른 것으로 세계 시장에서 인정받을 수 있도록 태국 제품을 브랜드화하는 것도 포함된다"며 "중소기업을 국제적으로 발전시키고 육성하기 위해 디지털 상거래에 초점을 맞추고 있으며, 전자 상거래와 플랫폼 경제의 촉진과 함께 사업자들이 온라인 상거래를 통해 새로운 무역 채널로 진입할 수 있도록 후원한다"고 밝힘**
  - 이에 DITP 는 패션 제품을 전시할 수 있는 온라인 플랫폼 '더부티크(The Boutique)'를 구축해 태국 패션 사업자들을 홍보하고, 2024 년 패션 트렌드에 맞춰 지속 가능한 패션(Fashion for BCG), 스트리트 패션(Street Fashion), 해변 및 리조트 패션(Beach & Resortwear)을 주요 테마로 '2023 년 패션 사업자 준비 프로젝트(2023: A Co-Design Special Collection)'에 참가한 기업의 제품을 전시함
  - 30 개 브랜드가 이 프로젝트에 따라 특별 컬렉션을 위한 공동개발 패션 작품을 선보임. 이를 통해 태국 사업자들의 무역 채널을 늘리고, 국내외 바이어는 온라인 플랫폼을 방문해 관심 있는 브랜드와 접촉해 사업을 이어갈 수 있음
  - 또한 '2023 큐레이티드패션프로젝트(Qurated Fashion Project 2023)'는 잠재력 분석-패션 트렌드 분석-해외 바이어 선호도 분석-브랜드 방향-지속가능한 패션 수요 전망-디지털 마케팅 등 종합적인 패션 상품을 개발하는 프로젝트로 '클로셋(KLOSET)'의 패션·액세서리 디자이너 낫 망캉(ณฏฐ์ ม่งค่ง)-'싸란(SARRAN)'의 디자이너 싸란 유콩디(ศรณญ อยู่คงดี)-'씨얌 셀렉티드(SIAM SELECTED)' 빠리싸 시리까셈릇(ปารีสา สิริเกษมเลิศ) 대표 등 태국 최고의 패션 전문가가 자문을 맡아 새로운 기술사용을 제안함

28) 출처 : https://siamrath.co.th/n/485454

|그림 10| DITP가 만든 온라인패션플랫폼 '더부티크'

통합(정책·기타)

[미국] 디즈니와 틱톡, 새로운 파트너십 체결 29)

KOCCA

- **디즈니와 틱톡이 새로운 파트너십 체결을 발표함**
  - 디즈니의 100 주년을 기념하여, 디즈니와 틱톡이 새로운 파트너십 체결을 발표함. 이는 다음 주부터 적용될 예정이며, 두 브랜드가 더 많은 관심과 공감을 얻는 사용자 경험을 만들어내도록 돕는 영리한 협력 관계임
  - 파트너십이 체결된 4 주 동안 틱톡 사용자들은 틱톡에서 디즈니의 비디오 클립과 음악, 효과를 사용하여 자신만의 비디오 콘텐츠를 만들 수 있게 될 것임
  - 틱톡은 48 개 이상의 디즈니 관련 채널을 운영 중이며, 팔로워는 1 억 5 천만 명 이상임
  - 디즈니는 이 파트너십을 통해 여러 콘텐츠와 지적재산(IP)을 전시할 수 있는 기회를 얻게 되며, 젊은 팬들과 다음 세대를 디즈니의 확장된 지적재산을 이용하여 연결하고, 유대감을 굳건히 하는 데 큰 도움이 될 것으로 보임
  - 또, 디즈니는 '바이럴 음악' 트렌드에 탑승하기를 희망하고 있음. 틱톡은 디즈니 카탈로그에서 가장 인기 있는 곡을 포함한 'Disney100 플레이리스트'를 큐레이션함
  - 이를 통해 디즈니와 관련된 사용자 생성 콘텐츠(UGC)가 부흥한다면, 디즈니의 미래 콘텐츠들에 대한 더 넓은 브랜드 인지도를 제공하며 더 큰 브랜드 파워를 구축할 수 있을 것임

[심천] 〈삼체〉를 통해 본 2022 년 중국 공상과학 산업 규모 30)

KOCCA

- **중국의 공상과학 소설작가 류츠신(刘慈欣)의 SF 대작이자 중국 공상과학 장르의 벤치마킹 대상으로 불리기도 하는 소설 〈삼체〉는 출간 이후 글로벌 19 개 언어로 출판되어 현재까지 2,900 만 부 이상의 판매 기록을 세움**
  - 중국 공상과학 장르에서 최정상급 IP 로 부상한 〈삼체〉에서 파생된 소비시장의 가치는 20 억 위안을 넘어섬
- **중국 공상과학 문학을 세계적 수준으로 끌어올렸다는 평가를 받은 〈삼체〉가 독자들을 SF 의 세계로 끌어들이는 동안 중국 공상과학 산업도 호황을 맞이함**
  - 〈2023 년 중국 공상과학 산업 보고서〉에 따르면 중국 공상과학 산업은 현재 주로 도서, 영상, 게임, 파생상품, 문화관광 등 5 가지 분야를 포괄하고 있으며, 그중 높은 비중을 차지하는 상위 3 개 분야는 게임, 문화관광, 영상 분야임
    - 2022 년 중국 공상과학 산업의 총 영업이익은 877 억 5,000 만 위안으로 안정성인 성장세를 보임. 그중 SF 도서산업은 전년대비 12.6% 증가한 30 억 4,000 만 위안, SF 영상산업은 전년대비 16.1% 증가한 83 억 5,000 만 위안, SF 게임산업은 전년 대비 15.7% 하락한 565 억 위안, SF 파생상품산업은 전년대비 20.4%

29) 출처 : https://www.socialmediatoday.com/news/tiktok-announces-new-partnership-disney-includes-range-app-activations/696626
30) 출처 : http://www.cnci.net.cn/content/2023-10/16/content_30527629.htm

하락한 48 억 3,000 만 위안, SF 문화관광산업은 150 억 3,000 만 위안으로 나타남[31)]

- SF 장르 게임 시장은 삼체우주(三体宇宙)가 선점했으며, 삼체우주는 해외 유저들이 중국 공상과학의 창의력을 체험할 수 있는 기회를 제공하기 위해 2022 년 2 월 넷이즈와 함께 개발한 〈황야행동(荒野行动)〉의 테마 버전을 해외에 출시하기도 함

[태국] 창의성-커머스-커뮤니티를 연결한 플랫폼으로 나아가는 틱톡 32) KOCCA

중국기반의 동영상 플랫폼 틱톡(TikTok)은 '#ForYouSummit 2023' 행사에서 실질적인 비즈니스 성과를 내기 위해 참여를 유도하고, 앞으로 창조적인 아이디어를 상거래와 결합해 활용하겠다고 거듭 강조함

- 틱톡은 창의성을 원동력으로 다양한 콘텐츠가 만들어져 공유되는 새로운 콘텐츠의 시대 흐름을 읽음. 태국의 경우, 매달 수백만 개 이상의 동영상이 플랫폼에 올라오고, 각각의 콘텐츠는 브랜드 검색이나 판매로 이어지며, 다양한 브랜드에 대한 디지털 경험을 가능하게 함. 틱톡 콘텐츠는 시청자의 행동에 영향을 미치고 구매 결정을 유도함. 틱톡과 BCG 가 실시한 '상거래의 미래(Future of the Commerce)'라는 연구 결과에 따르면 10 명 중 7 명이 틱톡에서 다양한 콘텐츠를 볼 때 소비 의욕을 느끼는 것으로 나타남
- 틱톡은 콘텐츠 시대로 접어들면서 창의성이 브랜드 캠페인 성공에 기여하고, 47%의 매출을 촉진하는데 50% 이상 도움이 된다고 밝힘. 틱톡은 광고회사 TBWA 와 함께 '창조적 신(新)르네상스 시대를 위한 스토리텔링(The Storytelling in the Next Creative Renaissance)'이라는 보고서를 작성함. 앞으로 갖가지 이야기들을 플랫폼에 옮겨놓을 수 있도록 리컷(Recut), 리믹스(Remix), 리이매진(Reimagine)의 3R 기술을 통해 창의성과 기술을 융합한 새로운 솔루션을 제시함으로써 창의력을 다양한 콘텐츠로 끌어올리고자 함
- 틱톡은 태국에서 쇼핑 콘셉트를 쇼퍼테인먼트[33)] 형태로 제공해 120 억 달러(약 16 조 원)의 가치 창출 기회를 만들고, 콘텐츠가 상거래와 결합해 크고 작은 사업에도 많은 기회를 제공함. 제품 이용 후기를 올리는 '#TikTokMadeMeBuyIt' 캠페인은 736 억 뷰의 조회 수를 '#TikTokป้ายยา'는 40 억 뷰의 조회 수를 기록하며 상거래 촉진에 엔터테인먼트콘텐츠가 도움이 됨
- 쇼퍼테인먼트는 많은 비즈니스 기회를 창출하는 트렌드로 아시아·태평양 전역에서 1 조 달러 이상의 비즈니스 가치를 제공함. 태국의 경우 2025 년까지 최대 120 억 달러 성장 가능성이 있다고 예측됨
- 틱톡과 액센추어(Accenture)가 실시한 아시아·태평양 지역의 '소비자와 상업의 미래(The Future of Consumers & Commerce)'라는 연구에 따르면 소비자의 비즈니스 마케팅 접근 방식에 영향을 미치는 3 가지 주요 행동 변화가 있음.
- '고려(소비자의 90%가 제품 이용 후기콘텐츠가 구매에 주요한 영향을 준다고 봄)', '소비(소비자의 70%는 브랜드가 소셜 미디어나 플랫폼에서 콘텐츠를 만들어 재미를 제공하고 플랫폼에서 주문 가능할 것으로 예상함)', '연결(소비자의 75%는 커뮤니티에 참여해 의견을 나타내거나 제품 사용 후기를 남기고 싶

31) 출처 : https://baijiahao.baidu.com/s?id=1767482658898211795&wfr=spider&for=pc
32) 출처 : https://www.matichon.co.th/lifestyle/tech/news_4236939
33) 엔터테인먼트와 교육을 1 순위로 추구하는 동시에 콘텐츠와 커뮤니티를 결합하여 몰입도 높은 쇼핑 경험을 만드는 콘텐츠 중심의 커머스 (출처 : https://newsroom.tiktok.com/ko-kr/shoppertainment-report-kr)

어 함)'의 3 가지 주요 행동 변화가 존재한다고 함

- 2024 년 쇼퍼테인먼트 트렌드는 계속될 것이며, 기업은 참여에 초점을 맞춘 콘텐츠를 제작하거나 고객과 깊이 있는 연결고리를 만드는 데 집중해야 함

| 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	yoosunghoon@kocca.kr
중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	+86-10-6501-9971	hjyoon8591@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	+62-21-252-3151	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

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락