

2023

WEEKLY GLOBAL

구분	제목
 방송·영화	• [미국] 코난 오브라이언, 삼성 TV 플러스와의 협업 발표 • [미국] 뉴욕, 영화 및 TV 산업 세제 지원 확대 조치 • [심천] 텐센트 비디오 단편 극장모드 'X 극장' 출시 • [심천] 중국 2022 년 방송영상 업계 총 수입 12,419 억 위안 초과 • [일본] NTT&요시모토흥업, 영상제작사 설립 <프로듀스 101>시즌 3 제작 • [유럽] 프랑스가 주목하는 한국 드라마의 성공 비결 • [유럽] 유럽 언론, 넷플릭스의 한국 콘텐츠 제작을 위한 대규모 투자에 주목 • [베트남] 한국어 가르치는 베트남 방송 <즐거운 한국어 공부> 네이버 검색 상위권 진입 • [베트남] VieON, <가면의 여왕> 단독 방영 • [베트남] 2023 칸 국제 영화제에서 베트남 영화 개봉 • [UAE] MBC 그룹, 리얼리티쇼 <밀리언달러랜드(Million Dollar Land)> 중동버전 론칭 • [태국] 중국시장에서 몸집 키우는 태국 영화 • [태국] DITP, 칸 국제영화제에서 태국 엔터테인먼트산업 잠재력 끌어 올린다 • [러시아] 영화관의 몰락과 한국 콘텐츠가 러시아 OTT 성장에 끼친 영향
 게임·융복합	• [북경] 2023 년 1 분기 게임시장 매출액 675 억 위안 규모 • [심천] 미호요 최신 게임 <붕괴: 스타레일> 출시 첫날 중국 iOS 베스트셀러 1 위 달성 • [유럽] 엔씨소프트, <아이온 클래식> 유럽 진출 • [태국] 플레이워드, 태국 모바일 게임시장 본격 공략 • [태국] 'Game Talent Showcase 2023' 성료
 애니·캐릭터	• [유럽] 한국 웹툰 <더 복서>와 <고수>, 애니메이션으로 재탄생 • [베트남] 베트남에서 제작된 두 편의 애니메이션, TV 방영
 만화·웹툰	• [유럽] 카카오페이지 유럽법인, 김형래 대표 인터뷰 전격 공개
 음악	• [유럽] 음악 축제 '코첼라(Coachella)' 출격, 온라인을 뜨겁게 달군 블랙핑크 • [태국] 뮤직비디오 촬영지로 주목받고 있는 태국
 패션	• [유럽] 루이비통, <오징어 게임> 황동혁 감독과 협업 • [유럽] 네이버 제페토, 프랑스 브랜드 '아미(Ami)'와 협력하여 가상공간 패션 상품 독점 출시 • [인니] 인도네시아 패션 디자이너기업협회(APPMI), 'Ramadhan Runway2023' 성료 • [태국] '멧 갈라 2023'에 등장한 태국 패션계 아이콘



2023 년 5 월 8 일 해외교류협력팀

구분	제목
 통합(정책 등)	• [미국] 스냅챗, 스폰서링크 서비스를 포함한 새로운 광고 상품 발표 • [북경] 문화여유부, 공연시장 관리감독 강화에 대한 통지 발표 • [북경] 2023 년 1 분기 중국 문화엔터 매출액, 전년동기대비 48.5% 증가 • [일본] 인공지능학회, Chat GPT 등 AI 관련 성명 발표 • [유럽 오디오 비주얼 콘텐츠 산업 내 생성형 인공지능 활용 사례 • [인니] 인도네시아 AI 산업 동향 • [태국] 한국 콘서트 티켓 가격 상승에 움직이는 태국 소비자들



방송·영화



✓ [미국] 코난 오브라이언, 삼성 TV 플러스와의 협업 발표 1)

KOCCA

● 삼성전자 아메리카, 코난 오브라이언의 <Conan> 하이라이트 독점 제공

- ✓ 미국의 유명 코미디언인 코난 오브라이언이 본인의 이름을 딴 채널을 삼성 TV 플러스에 론칭하고, 코난 오브라이언의 에미상 수상 프로그램인 <Conan>의 하이라이트를 삼성 TV 플러스에 독점적으로 제공할 것임을 발표함
- ✓ 삼성 TV 플러스는 전 세계 24 개국에서 약 2,000 개의 무료 채널을 제공하고 있으며, 미국에서는 삼성 스마트 TV 와 삼성 갤럭시 스마트폰에서 이용 가능한 250 개 이상의 라이브 채널과 뉴스, 스포츠, 엔터테인먼트, 코미디, 리얼리티, 영화 등을 다양하게 제공하고 있음
- ✓ 코난 오브라이언은 2021 년, 11 년간 프로그램을 진행하던 TBS 를 떠나 HBO 의 스트리밍 플랫폼인 HBO 맥스로 자리를 옮기려 했으나 성사되지 못하였는데, 이 프로그램은 코난의 첫 스트리밍 채널로, 짧은 길이의 코미디 에피소드와 유명 게스트의 30 분 길이의 인터뷰 등을 24 시간동안 무료로 선보일 예정임
- ✓ 또한, 삼성 TV 플러스를 통해 'Triumph the Insult Dog'와 'Clueless Gamer' 같은 코난 오브라이언 팬들이 가장 좋아하는 코너를 볼 수 있으며, 코난의 정기 출연자인 앤디 릭터, 조든 술렌스키, 소나 모브세 시안 등도 출연할 예정이라고 밝힘
- ✓ 초반 출시를 위해 코난 오브라이언 TV 는 약 100 시간 길이의 프로그램을 제공하며, 이후 몇 달 내에 추가 콘텐츠를 탑재할 예정임

✓ [미국] 뉴욕, 영화 및 TV 산업 세제 지원 확대 조치 2)

KOCCA

● 뉴욕, 영화 및 TV 산업의 세금 인센티브 프로그램에 중대한 변화 준비 중

- ✓ 뉴욕 주가 뉴저지와 조지아 등의 다른 주들과 영화 제작 유치 경쟁을 위해 연간 4 억 2 천만 달러에서 7 억 달러로 영화 세제 지원 예산을 대폭 증액할 예정이며, 세제 지원 비율은 25%에서 30%로 인상해 2034 년까지 지속할 예정이라고 함
- ✓ 뉴욕 주지사 호컬은 세제 지원 혜택이 뉴욕 내에서 5 만 7 천개 이상의 일자리를 창출·지원했다고 하며 뉴욕 주가 세제 혜택을 줄이면 주요 제작사가 뉴저지 등의 다른 주로 이주할 것이 예상되는 등 세제 지원 확대 필요성을 주장했음. 뉴욕 주 입법자들 역시 세제 지원금이 뉴욕 주의 경쟁력을 유지하는데 필수적이라고 주장하며 영화 비즈니스를 유치하고 유지하는 것을 우선순위로 두고 있다고 밝힘

1) 출처 : <https://variety.com/2023/digital/news/conan-obrien-samsung-tv-plus-fast-free-streaming-channel-1235600149>

2) 출처 : <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/new-york-changes-tax-incentive-program-1235406052>
<https://www.politifact.com/article/2023/may/03/how-much-of-an-economic-impact-do-film-and-tv-prod>
<https://variety.com/2023/film/news/new-york-film-tax-incentive-700-million-1235570424>
<https://variety.com/2023/film/news/california-film-tax-credit-diversity-phil-ting-1235581208>

- ☑ 이 세금 혜택은 뉴욕의 특정 지역에서 촬영할 경우 10%, 추가 혜택 자격을 갖춘 경우 최대 40%까지 상승할 수 있다고 함
- ☑ 뉴욕 주는 이미 최대 연간 4.2 억 달러까지의 세금 인센티브를 제공하여 감독과 스튜디오가 뉴욕에서 촬영하도록 유인했으며, 이 프로그램은 2029 년까지 적용된다고 함
- ☑ 한편, 뉴저지 주는 인종 다양성 고용에 대한 인센티브를 포함하여 30%에서 39%까지 변동 가능한 세금 인센티브를 제공하고 있음. 캘리포니아 주는 3 억 3 천만 달러의 인센티브가 2025 년까지로 승인되어있고, 이의 추가 연장을 추진하고 있으나 산업의 인종 다양성 문제에 가로막혀 난항을 겪고 있다고 함

☑ [심천] 텐센트 비디오 단편 극장모드 'X 극장' 출시 3)

KOCCA

● 최근 텐센트 비디오(腾讯视频)에서 단편 드라마 극장모드 'X 극장(X 剧场)'을 출시함

- ☑ 텐센트는 'X 극장(X 剧场)'을 새롭고 창의적인 주제 및 다양한 장르의 중국 단편 드라마를 취합하여 방영하는 극장모드라 설명함
- ☑ 텐센트 비디오(腾讯视频)는 'X 극장(X 剧场)'을 통해 좋은 콘텐츠로 콘텐츠 크리에이터들을 유인하고 우수한 크리에이터와의 연결을 강화시킬 것이라고 밝혔으며, 또한 콘텐츠의 가능성을 발굴하여 훌륭한 콘텐츠를 지속적으로 수출할 예정이라고 함
- ☑ 'X 극장'에서 방영한 첫 단편 드라마는 <나쁜아이들(隐秘的角落)>을 연출했던 신상(辛爽)감독의 신작인 미스터리 드라마 <만장적계절(漫长的季节)>임. 지난 5 월 1 일 <만장적계절(漫长的季节)> 종영 당일, 해당 드라마는 중국의 최대 SNS 웨이보(微博)에서 실시간 검색 1 위에 올랐으며, '만장적계절' 최종회' 또는 드라마 대사 "앞에 봐, 되돌아보지 마" 등 드라마 관련 화제가 이슈였음. 12 부작인 단편 드라마 <만장적계절(漫长的季节)>은 중국 최대 문화 콘텐츠 평점 플랫폼인 더우반(豆瓣)에서 9.5 점으로 최근 5 년 간 중국 드라마 중에 최고 평점을 기록함

☑ [심천] 중국 2022 년 방송영상 업계 총 수입 12,419 억 위안 초과 4)

KOCCA

- 지난 4 월 27 일 중국국가광파전시총국(中国国家广播电视总局)은 <2022 년전국광파전시업계통계공보(2022 年全国广播电视行业统计公报)>를 발표함. 발표된 자료에 따르면, 2022 년 중국 전역 방송영상 업계의 총 수입은 12,419 억 3,400 만 위안이며, 동기대비 약 8% 증가하였음. 그중 방송영상 및 인터넷시청 업무의 실제 수입은 2021 년 대비 10.29% 성장한 10,668 억 5,200 만 위안임
- ☑ 인터넷시청 업무 중에서 유료시청, TV 프로그램 판권 등 서비스의 수입이 대폭 증가하여 약 1,209 억 위안의 수입을 기록하였으며 동기 대비 24.16% 상승함. 숏클립, 전자상거래 라이브 커머스 등 기타 수입도 빠른 속도로 성장하였으며, 전년 대비 22.51% 증가하여 약 3,210 억에 달함
- ☑ 콘텐츠 제작 분야의 경우, 2022 년 중국에서 총 160 편, 5,283 회의 드라마를 제작 방영하였으며, 동기

3) 출처 : <https://new.qq.com/rain/a/20230503A02P3100>

4) 출처 : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1764318505282123968&wfr=spider&for=pc>

대비 17.53% 감소하였음. 또한 중국 전역에서 제작 배급한 TV 애니메이션은 총 331 편, 89,100 분의 분량임. 아동 TV 프로그램은 총 64 만 시간 3,300 분의 분량이 방영되었으며, 전년 대비 2.75% 증가함

✔ [일본] NTT & 요시모토흥업, 영상제작사 설립 <프로듀스 101> 시즌 3 제작 5) KOCCA

○ NTT 도코모와 요시모토흥업홀딩스는 24 일, 엔터테인먼트 사업 확대를 목표로 업무제휴를 체결하고 새로운 영상 제작 회사를 설립한다고 발표함

- ✔ NTT 도코모는 요시모토흥업 관계회사 'FANY Studio'에 출자하고 회사명을 5 월 1 일부터 'NTT 도코모·스튜디오&라이브'로 변경함
- ✔ 'NTT 도코모·스튜디오&라이브' 사업은 영상콘텐츠 제작, 라이브 사업, 아티스트 개발 등 3 개 분야가 주 사업축을 이룸. 일본 콘텐츠를 세계에 알리고 세계 무대 진출을 꿈꾸는 크리에이터들이 모이는 생태계를 구축하여 콘텐츠 개발부터 팬과의 교류가 이루어지는 플랫폼 제공까지 원스톱으로 진행할 수 있는 모델 구축을 목표로 진행한다고 함
- ✔ 신규 회사 설립 후 첫 번째 사업으로는 요시모토 관계회사 LAPONE Entertainment 가 주최하는 오디션 프로그램 <프로듀스 101 재팬 시즌 3(PRODUCE 101 JAPAN SEASON 3)> 영상 콘텐츠 제작에 임할 예정임. 이번 <프로듀스 101 재팬 시즌 3>은 처음으로 여성을 대상으로 참가자를 모집하고, 오디션을 통해 글로벌에서 활약할 수 있는 걸그룹 결성을 목적으로 하고 있음. 오디션 진행 상황은 방송콘텐츠로 제작되어 NTT 도코모의 신규 OTT 서비스 'Lemino'에서 방송예정임

NTT
docomo
Studio&Live

[그림 1] NTT도코모·스튜디오&라이브 로고

✔ [유럽] 프랑스가 주목하는 한국 드라마의 성공 비결 6) KOCCA

○ 코로나 19 로 인하여 비대면 콘텐츠가 급격히 확산되면서 한국 문화 콘텐츠에 대한 해외 소비량 역시 크게 증가하였다고 함. 골든 글로브와 에미상을 받은 <오징어 게임>을 비롯하여 스트리밍 플랫폼에서 상위 10 위권에 진입한 한국 드라마 소식을 접하는 것은 드문 일이 아니라고 전함

- ✔ 최근에도 <더 글로리>, <지금 우리 학교는>, <사내 맞선>, <소년 심판> 같은 한국 드라마가 누적 조회 수 천만 뷰를 기록하였다고 밝힘. 넷플릭스와 더불어 전 세계 온라인 동영상 서비스인 디즈니플러스, 애플 티비에서도 한국 오리지널 콘텐츠를 제공하고 있다고 전함. 특히 장르의 다양성을 포함하여 영상미, 마케팅

5) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/ac48762858be65f9353edd52c06414c5b1c3cf72>

6) 출처 : 프랑스 미디어, Konbini
<https://www.konbini.com/popculture/pourquoi-aime-t-on-autant-les-dramas-coreens>

팅 외에도 유럽 시청자들을 매료시키는 요소에 주목함

- ✔ 한국 드라마의 성공 비결 첫째로 학교 폭력, 사회적 불평등 같은 문제들을 정면으로 다룬 점을 꼽음. <오징어 게임>에 나타난 잔인한 생존 경쟁 장면을 통해 치열한 자본주의 사회를 통렬히 비판했다고 평함
- ✔ 또 다른 성공 요인으로 드라마에 나타난 사랑의 묘사와 남성성에 대한 표현 방식을 거론함. 예시로 <도깨비>를 언급하며 로맨틱하고 미적인 연출과 함께 기존의 남성 캐릭터에서 탈피한 새로운 남성상의 모습을 제시하였다고 전함. 더불어 선정성을 강조하는 것이 아닌 애정적 유착과 친밀성에 중점을 둔 것이 큰 요인으로 작용했다고 언급함

✔ [유럽] 유럽 언론, 넷플릭스의 한국 콘텐츠 제작을 위한 대규모 투자에 주목 7)

KOCCA

- 미국을 방문한 윤석열 대통령과 워싱턴에서 만남을 가진 넷플릭스 공동 CEO 테드 사란도스(Theodore Sarandos)는 성명을 통해 향후 4 년 동안 한국 시리즈, 영화, 언스크립티드 쇼 제작을 포함한 한국 콘텐츠 제작에 25 억 달러(약 23 억 유로)를 투자할 것이라 발표함
- ✔ 이는 넷플릭스가 2016 년 한국에 플랫폼을 론칭한 이후 한국 시장에 투자한 총금액의 2 배라고 밝히며, 훌륭한 작품을 만드는 것을 넘어 콘텐츠 제작에 참여하는 한국 기업과 함께 성장하는 '선순환'을 만들기 위한 투자라 강조함. 넷플릭스는 2015 년에서 2021 년까지 6 년 동안 한국 콘텐츠 개발에 7 억 5 천만 달러(약 6 억 7,800 만 유로) 이상을 지출한 바 있음
- ✔ 한국 콘텐츠의 성공 요인으로 최근 몇 년 동안 전 세계적 인기를 누린 <기생충>, <오징어 게임>, <더 글로리>와 리얼리티 쇼 <피지컬: 100> 등을 언급하며 한국 크리에이터들의 매력적인 스토리 덕분이라 언급함. 또한, 현재 한국 콘텐츠는 글로벌 문화의 중심에 있다고 이야기하며, 이번 회담을 통해 한국 엔터테인먼트 산업과 한류 확산에 대한 윤석열 대통령의 전폭적인 지원 의지에 감명받았다 전함

✔ [베트남] 한국어 가르치는 베트남 방송 <즐거운 한국어 공부> 네이버 검색 상위권 진입 8) KOCCA

- 한국어를 가르치는 방송프로그램 <즐거운 한국어 공부>는 3 In Communication 이 제작해서 곧 방송할 예정 프로그램임
- ✔ 이 프로그램은 7~2 세의 베트남 어린이를 대상으로 하며, 간단한 춤과 노래, 게임을 통해 한글을 재미있게 공부할 수 있게 함. 어린이들은 새로운 언어를 배우면서 전국의 또래 친구들을 만날 수 있음
- ✔ 이 프로그램은 총 12 회로 제작됨. 어린이들은 듣기, 읽기, 말하기 수업을 통해 한국어를 자연스럽게 배우며, 수업과 관련된 춤을 추고 노래도 부를 수 있음
- ✔ <즐거운 한국어 공부>는 6 월 초부터 매주 토요일 아침 9 시 HTV2-Vie Chanel 에서 방영될 예정

7) 출처 : 영국 언론 NME, 프랑스 언론 Le Figaro

<https://www.nme.com/news/music/netflix-invest-us2billion-make-new-korean-content-3435129>

<https://www.lefigaro.fr/flash-eco/netflix-va-investir-2-5-mds-de-dollars-dans-des-contenus-sud-coreens-20230425>

8) 출처 : <https://saostyle.vn/tu-khoa-tieng-han-that-vui-bat-ngo-lot-top-tim-kiem-cua-naver-han-quoc>



그림 2 | <즐거운 한국어 공부>에 참가하는 어린이들

✔ [베트남] VieON, <가면의 여왕> 단독 방영 9)

KOCCA

- 베트남 자국 시청자들의 높아진 엔터테인먼트 수요에 부응하기 위해 베트남 OTT 회사 비온(VieON)은 한국, 중국, 유럽, 미국 등의 외국 인기 드라마 및 애니메이션의 저작권을 구매하여 방영하고 있음
 - ✔ 특히 배신과 복수를 주제로 한 김선아 주연의 드라마 <가면의 여왕>은 캐릭터마다 개성 넘치는 실력파 배우들이 참여해 다양한 투자를 받은 드라마임
 - ✔ 이 드라마는 한국의 방송 날짜와 병행하여 4월 24일부터 매주 월, 화 단독 방송되고 있음



그림 3 | <가면의 여왕> 드라마 포스터

9) 출처 : <https://vnexpress.net/vieon-chieu-nu-hoang-mat-na-va-thanh-guom-diet-quy-phan-3-4597390.html>

✓ [베트남] 2023 칸 영화제에서 베트남 영화 개봉¹⁰⁾

KOCCA

- 제 76 회 칸 국제영화제는 오는 5 월 6 일부터 27 일까지 프랑스 칸에서 열림. 칸 영화제는 유수의 국제영화제 중 가장 권위가 있고 세계 영화 팬들의 주목을 받는 영화제로 손꼽힘
- ✓ 지난 4 월 18 일 버라이어티(Variety)는 올해 칸 국제영화제 내 감독주간 행사에서 <Ben trong to ken (노란 고치 껍질 안에서)>이 개봉될 거라고 보도한 바 있음. 20 개국 이상의 약 4,000 개의 작품을 제치고 팜 티안 안(Pham Thien An) 감독의 <노란 고치 껍질 안에서>와 19 편의 다른 작품이 프랑스 감독 협회로 엄선되었음. 이 작품은 심리와 판타지를 혼합한 장르에 속하며, 베트남의 신비한 농촌을 배경으로 인물 티엔(Thien)의 여정을 다룸



[그림 4] 제 76회 칸 국제영화제에서 개봉된 <Ben trong to ken> 영화 포스터

✓ [UAE] MBC 그룹, 리얼리티쇼 <밀리언달러랜드(Million Dollar Land)> 중동버전 론칭¹¹⁾ KOCCA

- MBC 그룹은 네덜란드에서 제작된 <밀리언 달러 아일랜드(Million Dollar Island)>를 기반으로 하는 새로운 모험 리얼리티 TV 경쟁 프로그램인 <Ard Al-Million(또는 밀리언 달러 랜드)>의 출시를 발표
- ✓ 네옴(Neom)에서 방영하는 이 프로그램은 MBC 그룹이 블루 엔진 스튜디오(Blue Engine Studios)와 협력하여 제작함
- ✓ 리얼리티 쇼의 아랍어 버전에서는 아랍 전역에서 총 100 명의 경쟁자가 100 만 달러의 상금을 놓고 경쟁하며 사우디 배우 모하메드 엘 셰리(Mohamed El Shehri)가 진행할 예정임
- ✓ 밀리언 달러 랜드는 MBC 그룹의 TV 채널인 MBC1 과 MBC IRAQ 에서 방송될 예정임
- ✓ 동맹, 친밀한 우정, 비밀 협정 및 기타 사회적 전략 게임에서 밀리언 달러 랜드 모든 참가자에게 대상을 받을 수 있는 기회를 제공하며 참가자들이 사회적 실험 스타일의 환경에서 정신적, 육체적 도전을 어떻게

10) 출처 : <https://zingnews.vn/phim-viet-duoc-cong-chieu-tai-lien-hoan-phim-cannes-2023-post1423155.html>

11) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/mbc-group-launches-mid-east-version-of-reality-tv-show-million-dollar-land>

받아들이느냐에 승패가 달려 있음

- ✔ 프로그램은 사우디아라비아의 네옴(Neom)에 100 명의 사람들이 떨어져 40 일 동안 살아남아야 함. 각 참가자는 네옴에 도착하면 \$10,000 상당의 번호가 매겨진 팔찌를 받게 됨
- ✔ 회차별 구체적인 출발 횟수는 없고, 이러한 불규칙성이 방송을 더욱 흥미롭게 만들게 됨. 예를 들어 일부 에피소드에서는 세 사람이 출발하는 것을 볼 수 있으며 다른 에피소드에서는 여덟 명이 출발하는 것을 볼 수 있음. 도전을 위한 출발을 결정하는 것은 참가자 개인에게 달렸음
- ✔ <밀리언 달러 랜드>의 지난 만두르(Jinan Mandour) 감독은 네옴에서 촬영하는 것의 중요성과 스튜디오나 사운드 스테이지가 아닌 야외 장소가 시청자에게 새로운 현실 경험을 제공하는 방법을 강조했다

✔ [태국] 중국시장에서 몸집을 키우는 태국 영화 12)

KOCCA

- 중국 영화관에서 상영된 마지막 태국 영화는 2017 년에 제작된 <배드지니어스>로, 저예산 영화였음에도 중국에서 2 억 7100 만 위안(약 520 억 원)의 흥행수익을 올려 중국에서 가장 많은 수익을 올린 태국 영화로 기록됨
- ✔ 중국 신화통신은 지난달 22 일~29 일 열린 제 13 회 베이징국제영화제에서 태국 영화가 다시금 주목받고 있다고 30 일 보도함
- ✔ 이 행사에 참석한 텡캄필름사(Thongkham Films)의 태국인 감독 리 텡캄(ลี ทองคำ)은 “지난 5 년간 중국 영화사를 비롯해 영상물 제작사, 감독들과 호흡을 맞추며 많은 것을 배웠다. 중국의 풍부한 자원을 활용해 공동제작의 수준을 높였다. 지난해 태국에서 개봉한 중국 업체와 합작해 제작한 영화가 올여름 중국 관객을 만나기 위해 홍보가 한창이다. 이들과의 협력의 기회를 찾고자 이 자리에 참석했다”라고 소감을 밝힘
- ✔ 텡캄필름외에 6 개의 태국 영화사가 이번 영화제의 베이징필름마켓에 참석함. 태국 관광체육부 산하 태국영화사무소(Thailand Film Office) 자료에 따르면 2022 년 해외 제작팀은 태국에서 348 개의 영화와 미디어 영상물 제작 프로젝트를 진행해 64 억 바트(약 2,500 억 원)의 기록적인 수익을 올렸다고 함
- ✔ 태국은 인기 있는 영화 촬영지로 각광받고 있으며 <로스트인타일랜드(Lost in Thailand)>, <디텍티브차이나타운(Detective Chinatown)> 등 많은 중국 유명 영화들이 태국에서 촬영됨
- ✔ 2009 년에 설립돼 100 개 이상의 태국 영화를 중국에 수출한 아트탑미디어(Arttop Media) 장리양(จางลี่หยิง)은 “중국 영화제작팀은 태국에서의 촬영을 선호하고 있으며, 많은 프로젝트가 협상 중이거나 촬영이 진행되고 있다. 또한 수년 동안 태국 영화가 중국에서 저작권 판매를 잘해왔다. 그러나 요즘 중국 극장에서 상영되는 태국 영화는 거의 없으며, 대부분은 새로운 미디어 채널을 통해 배포되고 있다”라고 언급함
- ✔ 현재 중국인들은 아이치이(iQiyi), 텐센트(Tencent) 및 빌리빌리(Bilibili) 등과 같은 플랫폼을 통해 태국 영화를 시청하고 있으며, 이 채널들은 태국 시장에 진출해 많은 중국 영화와 TV 프로그램을 태국 시장에 전달하는 역할을 하고 있음
- ✔ 한편 짧은 영상 플랫폼 사업을 하는 바이밍그룹(Baiming Group)은 이번 영화제를 통해 태국 영화 제작사와 영화촬영 협업관계를 구축해 새로운 영화와 드라마를 홍보할 것으로 기대함

12) 출처 : <https://mgronline.com/china/detail/9660000040078>

- ☑ 바이밍그룹의 비즈니스 매니저인 씨총쑤왕(สีทองสว่าง)은 “태국 영화와 TV 드라마의 접근 방식은 중국과 가깝고, 영화의 장르와 배우 캐스팅도 다른 시장의 영화보다 중국 관객의 취향에 더 부합한다.”라고 전함

☑ [태국] DITP, 칸 국제영화제에서 태국 엔터테인먼트산업 잠재력 끌어 올린다 13) KOCCA

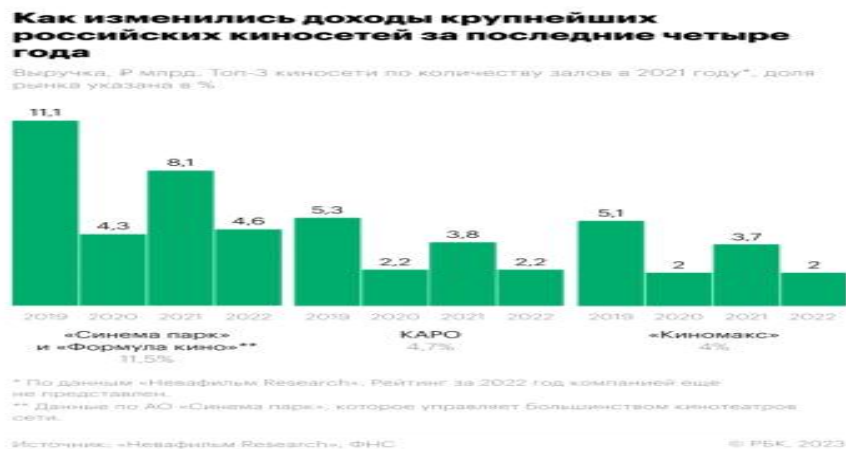
- 상무부 국제무역진흥국(DITP) 푸쉴 랏따나꾼 세리령릿(ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์) 국장은 “오는 16일부터 23일까지 열리게 될 ‘2023 칸영화제’ 기간 동안 ‘태국의 밤’ 행사를 개최한다”라고 밝힘
 - ☑ 이번 행사는 ‘Thailand Transformed’이라는 주제로 전문 인력, 아름다운 촬영지, 첨단 제작기술 등 태국 영화산업이 발전한 모습과 잠재력을 보여줄 예정임
 - ☑ 우본랏뜨랏차간야 씨리왓따나판나와디(อุบลราชธานี ศรีวิไลวัฒนาพานะวัต) 공주가 이 행사의 단장을 맡아 투자자, 제작자, 감독, 영화 구매자 및 언론 등 해외 영화 관계자들에게 태국의 경험과 성공을 알리고, 향후 무역 동반자가 될 수 있도록 협력관계를 구축하며, 태국의 소프트파워를 홍보하는 기회로 삼기 위해 지원에 나섬
 - ☑ DITP는 상무부의 영화산업 육성정책의 하나로 Benetone Films, BrandThink, Film Frame Productions, GDH559, Halo Productions, Kantana Motion Pictures, M Pictures, Right Beyond, Sahamongkolfilm International, Yggdrasil Group 등 10개 태국 영화사의 작품을 전시하고, 세계 주요 영화계 인사들과 네트워크를 형성해 비즈니스를 이어갈 수 있도록 기회를 제공함
 - ☑ 코로나 19 위기 속에서도 태국 영화산업은 빠르게 적응하고 성장해 현재 태국 콘텐츠는 전 세계적으로 인기가 높아지고 있음. 콘텐츠 외에도 태국은 영화 촬영지로 주목받고 있어 태국을 촬영 장소로 선택하는 외국 영화사들이 증가하고 있음
 - ☑ 최근 태국에서 촬영된 영화를 보면 가렛 에드워즈(Gareth Edwards) 감독의 <고질라>, <로그원>, <트루 러브>와 넷플릭스의 <태국동굴구조작전>, 파라마운트플러스의 <더블루>가 있으며, HBO의 <더심퍼사이저(The Sympathizer)>, <더화이트로터스(The White Lotus)>가 개봉을 앞두고 있음
 - ☑ 관광체육부 해외영화영상사업부의 자료에 따르면, 2022년 태국에서 384편의 영화와 TV 프로그램이 제작돼 1억 8,200만 달러(약 2,430억 원) 역대 최고의 이익을 거둔 것으로 나타남
 - ☑ 영화산업에 있어 태국의 매력은 자연환경, 기술, 인프라, 영화산업에 대한 우호적인 정책에서 비롯됨. 지난 3월 정부는 세금 환급률을 기존의 2배 이상 상향 조정해 1억 5,000만 바트(약 59억 원)까지 지원 받을 수 있도록 했으며, 촬영비용 관련 세제 혜택도 30%로 인상함

13) 출처 : <https://bangkok-today.com/ditp-พร้อมจัดงานใหญ่ชูศักยภาพ>

✓ [러시아] 영화관의 몰락과 한국 콘텐츠가 러시아 OTT 성장에 끼친 영향 14)

KOCCA

- 우크라이나 사태 이후 할리우드의 이탈로 영화관 사업은 큰 타격을 받은 것에 비해 OTT 기업은 대체 수입처를 통해 성장을 거듭하고 있음
 - ✓ 할리우드 영화의 이탈 이후 러시아 최대 영화체인인 Fomula Kino 와 Cinema Park 은 2022 년 매출의 43.2%를 잃어 코로나 팬데믹 기간과 비슷한 손실을 입었음. 또 다른 영화체인인 Karo 는 41.8%, Kinomax 는 46.6% 그리고 Cinema Star 는 44.2%의 수익 감소를 겪고 있음
 - ✓ 반면 러시아 최대 OTT 인 <Kinopoisk>의 경우 2022 년 수익이 2.1 배 증가한 152 억 4 천만 루블을 기록했음
 - ✓ OTT 는 한국을 비롯한 터키, 중국, 인도 등에서 콘텐츠를 공급하고 있음. 특히 한국 드라마는 러시아인들 사이에서 매우 인기가 많고 OKKO, Start, Premier, Kion 같은 OTT 업체는 한국 콘텐츠를 구매할 준비가 되었다고 함



[그림 5] 4년간의 러시아 영화 네트워크 수입

14) 출처 : https://www.rbc.ru/technology_and_media/27/04/2023/6448f2f19a79476750fd7cd1
<https://www.interfax.ru/business/897492>
<https://www.ntv.ru/novosti/2760072>

게임·융복합



✓ [북경] 2023 년 1 분기 게임시장 매출액 675 억 위안 규모

KOCCA

- 4 월 29 일, 게임 시장조사업체 CNG(伽马数据)가 발표한 <2023 년 제 1 분기 게임산업보고(2023 年第一季 (1—3 月) 游戏产业报告)>에 따르면, 올해 1 분기 중국 게임시장 총 매출액은 675 억 900 만 위안 (약 13 조 515 억 원)으로 전분기대비 15.61% 증가, 전년도 동기대비 15.06% 감소함
- ✓ 해당 보고서는 게임시장 매출액의 전분기대비 상승 원인을 1 분기에 있었던 춘절 연휴 및 신제품 출시로 분석함. 전체 매출액 중 모바일게임이 486 억 9,400 만 위안(약 9 조 4,096 억 원)으로 가장 큰 비중을 차지했으며, PC 게임 매출액은 165 억 2,600 만 위안(약 3 조 1,934 억 원)을 기록함



[그림 6] 분기별 중국 게임시장 매출액 규모

✓ [심천] 미호요 최신 게임 <붕괴: 스타레일> 출시 첫날 중국 iOS 베스트셀러 1 위 달성¹⁵⁾KOCCA

- 지난 4 월 26 일 미호요(米哈游)의 최신 게임 <붕괴: 스타레일(崩坏：星穹铁道)>이 출시됨
- ✓ 해당 게임은 출시 첫날에 중국 iOS 베스트셀러 순위 1 위, 미국, 일본, 한국 iOS 베스트셀러 순위 3 위에 올랐을 뿐만 아니라, 현재는 총 46 개 국가 및 지역의 iOS 베스트셀러 순위 TOP10 에 진입함
- ✓ <붕괴: 스타레일>은 출시 전 중국내에서 사전 예약 2,000 만 명을 돌파하였으며 이는 당초 <원신>의 1,000 만 사전 예약자 수의 약 2 배임. 해외의 경우, <붕괴: 스타레일>은 <원신>의 100 만 사전 예약자 수의 10 배인 1,000 만 명을 기록함

15) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2023/04/515899>

✓ [유럽] 엔씨소프트, <아이온 클래식> 유럽 진출 16)

KOCCA

- 엔씨소프트에서 개발한 PC 온라인 MMORPG(대규모 다중접속 역할 수행 게임) <아이온 클래식> 유럽 서비스가 4월 12일부터 시작됐다고 밝힘
 - ✓ 유럽 서비스는 독일의 비디오 게임 개발 및 유통업체인 게임포지(Gameforge)가 맡았다고 함
 - ✓ 영어·프랑스어·독일어·이탈리아어·스페인어 등 다양한 언어로 변환돼 유럽지역에서 서비스를 즐길 수 있다고 전함. 한편 유럽 버전 <아이온 클래식> 비즈니스 모델은 한국 버전에서 채택한 것이라고 발표함

✓ [태국] 플레이위드, 태국 모바일 게임시장 본격 공략 17)

KOCCA

- 한국 게임회사 플레이위드(Playwith) 김학준 대표는 “2017년 3월 <씰온라인(Seal online)> 게임 출시 이후부터 태국 게임시장은 높은 성장세를 보여왔다. 6년이 지난 지금 태국을 비롯해 동남아시아 사용자들을 위해 모바일을 기반으로 한 <씰엠(Seal M)>을 개발하게 돼 기쁘게 생각한다. 이달 11일 정식 출시를 앞두고 있다”라고 밝힘
 - ✓ <씰온라인> 게임은 현재 전 세계 약 천만 명이 즐기고 있으며, 주요 시장은 중국·미국·동남아시아임. 태국에는 5만여 명의 플레이어들이 있고, 동남아시아 시장에서는 1위의 위치에 있음
 - ✓ 이 게임은 공개된 지 한 달 만에 앱스토어와 플레이스토어를 통해 이미 100만 다운로드를 기록했고, 1년 안에 500만 다운로드를 달성해 2억 5천만 바트(약 98억 원)의 수익을 올릴 것으로 예상됨
 - ✓ 플레이위드는 그동안 사용자들이 보내준 성원에 보답하기 위해 게임에서 사용할 수 있는 토큰(PLWI Token)을 제공할 예정이며, 이 게임이 태국의 게이머들을 포함해 동남아시아 플레이어들이 만족할 수 있도록 잘 준비된 서비스를 제공한 후 게임 내 콘텐츠를 빠르게 업데이트할 계획임



[그림 7] 지난달 27일 방콕에서 열린 플레이위드 <씰엠(Seal M)> 출시 미디어간담회 모습

16) 출처 : 프랑스 게임 전문 커뮤니티, JeuxOnLine

<https://aion.jeuxonline.info/actualite/62718/aion-classic-europe-prepare-lancement-note-patch-pre-telechargement>

17) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/tech/gadget/1065830>

✓ [태국] 'Game Talent Showcase 2023' 성료 18)

KOCCA

- 태국게임소프트웨어산업협회(TGA)는 지난해에 이어 정부 교육기관 업계관계자들과 협력해 게임산업을 육성하고 학생들에게 게임개발 기회를 제공하기 위해 4 월 7 일부터 시작했던 'Game Talent Showcase 2023' 프로젝트를 성공적으로 마치고, 지난 달 29 일 디지털경제진흥원(depa)에서 시상식과 함께 작품 전시회를 개최함. 총 7 개 부문의 본상과 2 개 부문의 특별상이 수여됨
- ✓ 올해 수상팀에게는 5 만 바트(약 200 만 원)의 상금 외에 depa 에서 주관하고 있는 프로페셔널 10 개 팀이 결과물을 발표하며 경쟁하는 '게임엑셀러레이터 프로그램 배치 3'에 자동 출전할 수 있는 특전이 주어짐

18) 출처 : <https://www.gamingdose.com/news/game-talent-showcase-2023>

애니·캐릭터



✓ [유럽] 한국 웹툰 <더 복서>와 <고수>, 애니메이션으로 재탄생 19)

KOCCA

- 최근 웹툰 <나 혼자만 레벨 업>, 웹소설 <귀환자의 마법은 특별해야 합니다>를 원작으로 하는 애니메이션의 잇따른 제작 발표 소식에 이어, 4월 17일 웹툰 <더 복서>와 <고수>가 애니메이션으로 재탄생된다는 소식이 전해짐
- ✓ 애니메이션 스튜디오 엑스툼은 <더 복서>를, 스튜디오엔은 <고수>의 애니메이션화를 공식 웹사이트를 통해 발표함. 두 작품의 공식 개봉일은 미정이며, <더 복서>의 애니메이션 첫 시즌은 24분씩 총 12개의 에피소드로 구성될 예정이라고 밝힘. 액션, 모험, 무술, 드라마 장르를 혼합한 만화 <고수>는 네이버웹툰에서 연재되어 232화로 2월 23일 종영된 작품이라 소개하며 14억에 육박하는 조회 수를 기록한 인기작이라 전함



웹툰 <고수>, <더 복서> 이미지 (출처: 네이버 웹툰, 엑스툼)

✓ [베트남] 베트남에서 제작된 두 편의 애니메이션, TV 방영 20)

KOCCA

- 지난 4월 6일부터 SCTV 시스템에서는 매일 두 편의 애니메이션 시리즈인 <Fairy Tales>과 <Doll Crafts>가 공식적으로 방영되었음. 이 애니메이션 시리즈들은 모두 Sconnect가 제작하고 저작권을 보유하고 있으며, 국제 시장의 다양한 엔터테인먼트 플랫폼에서 방송되었음
- ✓ 게다가 2023년 Sconnect와 스튜디오 반달은 한국콘텐츠진흥원 베트남 비즈니스센터(KOCCA 베트남)의 지원으로 MOU를 체결해 애니메이션 산업에 대한 협력과 학습의 기회를 연바 있음
- ✓ 앞으로 이와 같은 한-베 애니메이션기업 간 협력은 지속적으로 확대될 것으로 전망됨

19) 출처 : 프랑스 컬처테크 전문 사이트, Fredzone

<https://www.fredzone.org/le-webtoon-the-boxer-va-etre-adapte-en-anime-rmn458>

<https://www.fredzone.org/le-webtoon-gosu-va-recevoir-une-adaptation-en-anime-rmn458>

20) 출처 : <https://vtc.vn/hai-phim-hoat-hinh-make-in-vietnam-len-song-truyen-hinh-ar765155.html>



|그림 8| 〈Doll Crafts〉 애니메이션의 캐릭터

만화·웹툰



✓ [유럽] 카카오픽코마 유럽법인, 김형래 대표 인터뷰 전격 공개 ²¹⁾

KOCCA

● 네이버 웹툰에 이어 두 번째로 프랑스에 진출한 카카오의 자회사인 카카오픽코마를 소개함

- ✓ 카카오픽코마는 2022 년 3 월부터 프랑스 시장 진출을 시작했다고 함. 픽코마는 넷플릭스나 스마툰처럼 모두에게 개방된 플랫폼을 지향한다고 밝힘
- ✓ 인터뷰에 따르면 프랑스 스마툰 시장은 아직 초기 단계에 있다고 언급했지만, 수익성과 발전 잠재성이 큰 만큼 개발에 동참하며 시장에 투자한다고 밝힘. 현재 프랑스에서 서비스하고 있는 작품 수는 700 개에 이르며 매달 30 개의 새로운 에피소드가 추가되고 있고 그 결과 100 만 명이 넘는 이용자를 보유한 플랫폼이 됐다고 함

21) 출처 : 프랑스 만화 전문 미디어, ActuaBD

<https://www.actuabd.com/Kim-Hyung-Rae-Piccoma-Europe-Plus-il-y-a-d-acteurs-pour-faire-grandir-le-marche>

음악



☑ [유럽] 음악축제 ‘코첼라(Coachella)’ 출격, 온라인을 뜨겁게 달군 블랙핑크 22) KOCCA

- 최근 북미 최대 음악 축제 ‘코첼라(Coachella)’에서 헤드라이너로 K 팝의 새 역사를 쓴 블랙핑크의 무대를 언급하며 온라인에서의 세계적 인기를 집중 조명함
 - ☑ 블랙핑크 공식 유튜브 채널을 통해 생중계됐던 공연은 2 억 5 천만 명의 시청자를 기록했으며, 주말 동안 코첼라를 언급한 1,000 만 개의 온라인 게시물 중 78%가 블랙핑크에 대한 것이었다고 전함. 틱톡에 업로드된 블랙핑크에 관련된 수천 개 동영상의 해시태그 누적 조회 수 2,000 억 회 이상을 기록했다고 언급하면서 블랙핑크의 프로듀서가 내세우는 전략에 주목함
 - ☑ 각 멤버는 자신들만의 고유한 정체성을 가지고 있으며 이는 영국의 전설적인 걸그룹 스파이스 걸스를 연상시킨다고 강조함. 또한, 그룹 홍보 동영상을 1 년에 한 번씩 공개하는 등의 마케팅 전략을 취하면서 다른 아이돌 스타와 차별성을 둔다고 함. 블랙핑크는 미국 문화 코드를 받아들이면서 글로벌 팝 문화의 아이콘으로 등극했다고 전함

☑ [태국] 뮤직비디오 촬영지로 주목받고 있는 태국 23) KOCCA

- 태국에서 팬 미팅이나 대규모 콘서트를 열기 위해 몇 달씩 기다리는 한국 아티스트들이 많아짐. 또한 뮤직비디오 촬영을 위해 K 팝 밴드들은 여전히 태국을 찾고 있음. 불과 15 일 사이에 세 팀이 태국에서 촬영한 뮤직비디오를 공개함
 - ☑ 첫 번째로 NCT 의 멤버 도영, 재현, 정우가 유닛을 결성해 데뷔와 함께 태국에서 촬영한 첫 미니앨범 〈퍼퓸(Perfume)〉의 뮤직비디오를 4 월 17 일 공개함. 이 뮤직비디오는 Acts Studio 와 The Manor Studio 에서 촬영됐으며 태국 스태프들도 참여함
 - ☑ 이어 방탄소년단 멤버인 슈가가 어거스트디(Agust D)라는 이름으로 뮤직비디오 〈해금〉을 공개함. 태국 스태프들도 라인 프로듀서로 합류하였으며, 스태프들부터 공동 출연자들까지 뮤직비디오에 이름이 올라 화제가 됨
 - ☑ 그리고 지난 1 일 유명 걸그룹 르세라핌이 태국 나컨빠툼에서 〈언포기븐(Unforgiven)〉 뮤직비디오 촬영을 위해 입국함. 뮤직비디오에 주차된 차들 사이에서 춤추는 장면, 활을 겨누고, 헬리콥터, 말을 타는 장면 등 많은 네티즌이 인터랙티브한 세팅 장면에 열광하고 있으며, 태국 택시도 등장함. 팬들은 수쿰윗 55 지역의 고급 호텔 앞, 전선과 교통 체증 장면 등 100% 태국에서 촬영된 것이라고 언급함

22) 출처: 프랑스 공영 라디오 방송사, Radio France

<https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/veille-sanitaire/veille-sanitaire-du-vendredi-21-avril-2023-1233574>

23) 출처 : https://www.matichon.co.th/entertainment/news_3954029

패션



✓ [유럽] 루이비통, <오징어 게임> 황동혁 감독과 협업 24)

KOCCA

- 프랑스 명품 브랜드 루이비통은 4월 29일 서울 한강 잠수교에서 여성 프리폴(Prefall) 패션쇼를 개최했다는 소식을 전함. 루이비통에 따르면 오징어 게임의 황동혁 감독이 크리에이티브 어드바이저를 맡아 쇼 콘셉트에 참여했다고 밝힘
 - ✓ 이번 행사는 루이비통이 한국과의 관계를 더욱 공고히 할 수 있던 기회이며, 서울시 및 한국관광공사와 파트너십을 체결하여 다양한 행사를 통해 서울을 홍보하고, 추후 협력 관계를 전폭적으로 확대할 예정이라고 언급함

✓ [유럽] 네이버 제페토, 프랑스 브랜드 '아미(Ami)'와 협력하여 가상공간 패션 상품 독점 출시 25) KOCCA

- 지난 6월에 아미의 디자이너 알렉산드르 마티우스(Alexandre Mattiussi)가 파리 몽마르트에서 선보인 컬렉션을 네이버 제페토의 메타버스 플랫폼을 활용하여 디지털 형태의 부티크를 오픈했다고 전함. 2018년 출시된 제페토는 사용자들이 가상공간에서 3D 아바타를 통해 소통할 수 있는 플랫폼 서비스임
 - ✓ 가상 부티크에는 작년 몽마르트 쇼에서 공개된 2023 봄-여름 컬렉션의 실제 15가지 의상을 디지털로 구현하여 판매함. 결제는 애플리케이션에서 사용되는 가상 화폐 젬(Zem)으로 이루어진다고 함. 더불어 아미는 플랫폼상에 새로운 페이지를 마련하여, 아바타가 실제 판매하는 상품을 착용한 모습을 선보인다고 함
 - ✓ 한편, 4월 14일 출시된 제페토의 아미 메타버스 플랫폼은 출시된 지 나흘 만에 방문자 수 50만 명을 돌파했다고 전함



[그림 9] 제페토 내에 구현된 아미 파리스 월드 모습(출처: 아미 공식 웹사이트)

24) 출처 : 프랑스 언론 BFMTV, 프랑스 이벤트 전문 매거진 IDMedia Cannes
https://www.bfmtv.com/luxe/louis-vuitton-fait-appel-au-realisateur-de-squid-game-pour-son-prochain-defile_GN-202304240552.html
<https://idmediacannes.com/?p=182749>

25) 출처 : 프랑스 패션 전문 저널, Fashion Network
<https://fr.fashionnetwork.com/news/Ami-paris-ouvre-une-boutique-virtuelle-sur-le-metavers-zepeto,1507257.html>

✓ [인니] 인도네시아 패션디자이너기업협회(APPMI), 〈Ramadhan Runway 2023〉 성료 KOCCA

- 인도네시아 패션디자이너기업협회(APPMI)는 이번 4 월 12 일부터 4 월 30 일까지 남부 자카르타에 위치한 Kota Kasablanka 쇼핑몰에서 인도네시아 여러 유명 모디스트 패션 디자이너들과 ‘Ramadhan Runway 2023’를 개최
 - ✓ 이번 ‘Ramadhan Runway 2023’은 행사는 ‘Dazzling Mubarak(빛나는 르바란)’라는 주제로 라마단의 아름다움이 빛날 수 있기를 바라는 메시지가 담겨있음. 아울러 이번 행사기간동안 ‘Indonesia Fashion Prenuer Competition(IFPC)’ 경연대회와 인도네시아 중소기업청 UMKM 의 전시회가 함께 개최됨. APPMI 는 행사 기간 동안 약 65 억 루피아(약 한화 5 억 9 천만 원) 규모의 매출을 달성했다고 밝힘
 - ✓ 인도네시아 패션디자이너기업협회 파피 다르소노 회장은 이번 ‘Ramadhan Runway 2023’가 코로나 19 팬데믹 이후의 경제 부흥을 지원하기 위해 개최됐으며 인도네시아 패션산업에서 젊고 글로벌 자질을 갖춘 인도네시아 기업가들의 탄생을 장려하는 것을 목표로 하는 IFPC 2023 우승자의 발표로 막을 내림
 - ✓ IFPC 는 지난 4 년 동안 ‘Ramadhan Runway 2023’ 행사와 개최해 왔으며 올해 경연대회에는 총 60 명의 참가자가 지원함. 참가자들은 최소 1 년 이상 패션사업 운영 경험을 보유해야만 참가 자격이 주어 짐. 총 60 명 중 10 명이 선발되어 런웨이에 자신의 작품을 소개할 수 있음
 - ✓ 10 명의 참가 브랜드 중 ‘Kurantaka’가 1 위, ‘Sanaya’가 2 위, ‘Label Hwa’가 3 위로 선정됨. 최종 우승자는 IFPC 파트너사와 협업의 기회가 주어짐. 그 중 하나로 인도네시아에서 가장 큰 의류 및 액세서리 기업 카리스마(Charisma)임. 이 외에 팝업스토어, 상점, 전자상거래 판매, 바자회 등으로 상금 3 천만 루피아와 6 억 루피아 규모의 사업자금이 지급됨

✓ [태국] ‘멧 갈라 2023’에 등장한 태국 패션계 아이콘 26)

KOCCA

- 지난 2 일 미국 뉴욕 메트로폴리탄 미술관에서 미국 최대 패션 이벤트 ‘멧 갈라 2023(MET GALA 2023)’이 열림. 올해의 드레스 코드는 세계적인 패션 거장 고(故) 칼 라거펠트(Karl Lagerfeld)를 기리는 의미로 ‘칼에게 경의를 표하며 (In honor of Karl)’였으며 흑백이 주를 이루는 의상을 선보임
 - ✓ 태국 패션계의 아이콘이자 세계 최고의 패션·이미지 컨설턴트인 니차팻 쉰팜(นิชาพัทธ์ ชุนภาพ)은 유일한 태국인으로 루이비통이 그녀를 위해 옷을 재단해주었다고 해서 화제가 됨

26) 출처 : <https://www.tnnthailand.com/news/trueinside/145167>

통합(정책·기타)



☑ [미국] 스냅챗, 스폰서링크 서비스를 포함한 새로운 광고 상품 발표 27)

KOCCA

● 스냅챗, '마이 AI'를 통한 스폰서링크 서비스를 포함한 광고 상품 발표

- ☑ 스냅챗이 챗 GTP 를 기반으로 만든 챗봇 '마이 AI'를 통한 스폰서링크 서비스를 발표함
- ☑ 스폰서링크는 챗봇과 대화하는 사용자의 검색 기록을 기반으로 맞춤형 광고를 전달하는 기능임
- ☑ 예를 들어, 스냅챗 사용자가 어디에서 저녁식사를 해야 할지 물으면 My AI 는 지역 레스토랑 또는 음식 배달 앱에서 후원하는 링크를 전달하고, 주말 여행에 대해 이야기하고 있다면 항공사나 호텔에서 후원하는 링크를 전달하는 형태임
- ☑ 마이 AI 챗봇은 아직 초기 단계이지만, 이 AI 챗봇 기능을 통해 앱 전반에 걸쳐 소비자들에게 그들과 더욱 관련성 높은 콘텐츠 및 경험을 제공할 수 있는 잠재력이 있다고 설명함
- ☑ 스냅챗은 안전성 검사(Safety Check) 를 실행하여 남용, 정책 위반 및 콘텐츠 민감성을 감지하여 '마이 AI'의 광고 자격이 있는지 여부를 결정한다고 밝혔으며, 광고주들에게 새로운 광고 상품을 제공함으로써 모바일 앱 내에서 광고를 삽입할 수 있는 다양한 기회를 찾으면서 수익 증가를 기대하고 있음

☑ [북경] 문화여유부, 공연시장 관리감독 강화에 대한 통지 발표 28)

KOCCA

● 4 월 26 일, 문화여유부(文化和旅游部)는 공식 홈페이지를 통해 <공연시장 관리규범 및 질서 강화에 대한 통지(文化和旅游部办公厅关于进一步加强演出市场管理规范演出市场秩序的通知)>를 발표함

- ☑ 이는 중국 정부의 방역정책 완화로 침체되었던 공연시장이 최근 빠르게 회복되면서 발생하는 각종 안전 사고와 암표문제를 해결하기 위한 문서로 총 7 가지 요구사항이 포함됨

주요 업무 내용

1. 엄격한 시장 진입 제도 시행 : 예술공연단, 공연매니지먼트사에 대한 적법한 행정허가 발급. 공연장소 운영자 등록 심사 시 면밀한 조건 검토
2. 공연활동 심사 및 관리 강화 : 농촌마을 공연 및 순회공연을 상업공연 범위에 포함시켜 동일한 심사허가 기준 적용
3. 공연장소에 관리감독 유지 : 공연장소의 소방안전시설 정기 검사. 관중 입장 시 가연성 물질 또는 폭발 위험이 있는 물건 휴대 금지
4. 공연현장 관리감독 강화 : 뮤직 페스티벌 등 대형 공연에 대한 현장감독 실시. 주최 측의 공연 허가 및 아티스트-공연 콘텐츠 확인. 아티스트 및 공연 콘텐츠 임의 변경 또는 립싱크 금지
5. 티켓시장 질서 규범화 : 암표 또는 불공정한 판매가 인지될 경우, 주최 측 및 티켓 판매사는 즉각적으로 대응해야 함
6. 주최 측의 책임의식 제고 : 공연 주최 측은 공연내용, 티켓 판매, 아티스트 선정 등 전반적인 상황을 파악해야 하며, 제일 책임자로서 관리 감독에 적극적으로 협조해야 함
7. 상업공연 시장 관련 법 집행 강화 : 허가를 받지 않은 상업 공연 관계자 등에 대한 단속·처벌

27) 출처 : <https://variety.com/2023/digital/news/snap-my-ai-sponsored-links-first-story-takeover-ad-newfronts-1235600066>
<https://techcrunch.com/2023/05/02/snap-announces-tests-of-sponsored-links-in-my-ai-new-ad-products-for-spotli>

28) 문화여유부 홈페이지 : https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/scgl/202304/t20230426_943424.html

☑ [북경] 2023 년 1 분기 중국 문화엔터 매출액, 전년동기대비 48.5% 증가 ²⁹⁾

KOCCA

- 4 월 29 일, 국가통계국(国家统计局)이 발표한 자료에 따르면, 2023 년 1 분기 기준 중국 내 7 만 1 천 여 개 규모이상³⁰⁾ 문화 및 관련 산업 기업들의 총 매출액은 전년 동기대비 4% 증가한 2 조 8,816 억 위안(55 조 7,013 억 2,800 만 원)을 기록함
- ☑ 업종별로 보면 문화엔터테인먼트 분야는 코로나 19 의 영향으로 2022 년 연간 매출액이 전년대비 14% 감소했었으나 올해 1 분기에는 총 매출액이 전년 동기대비 48.5% 대폭 증가하며 342 억 위안(6 조 6,115 억 4,400 만 원)을 기록함

구분	절대액 (억 위안)	전년 동기 대비 증감률(%)	점유비율(%)
총 계	28,816	4.0	100.0
업종별			
뉴스정보서비스	3,674	12.5	12.8
콘텐츠창작생산	6,456	5.8	22.4
디자인설계 서비스	4,499	3.9	15.6
문화전파채널	3,746	14.0	13.0
문화투자운영	126	12.1	0.4
문화엔터테인먼트서비스	342	48.5	1.2
문화보조생산 및 중개서비스	3,519	-4.6	12.2
문화설비생산	1,346	-7.9	4.7
문화소비클라이언트 생산	5,108	-2.4	17.7
산업유형별			
문화제조업	9,483	-4.6	32.9
문화도소매업	5,028	5.1	17.4
문화서비스업	14,305	10.2	49.6
영역별			
문화핵심영역	18,843	8.8	65.4
문화관련영역	9,973	-3.9	34.6
지역별			
동부지역	22,320	4.6	77.5
중부지역	3,781	-0.1	13.1
서부지역	2,464	5.0	8.6
동북지역	251	6.0	0.9

29) 국가통계국 홈페이지 : http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202304/t20230429_1939130.html

30) 규모 이상은 <문화및관련산업분류 2018(文化及相关产业分类 2018)>에서 규정한 범위 기준으로 연 매출액 2 천만 위안의 공업기업, 연 매출 2 천만 위안 이상의 도매기업 혹은 5 백만 위안 이상의 소매기업, 직원 50 인 이상 혹은 연 매출액 1 천만 위안 이상의 서비스기업, 이 중 문화 및 엔터테인먼트 업종은 5 백만 위안 이상이 포함됨

✔ [일본] 인공지능학회, Chat GPT 등 AI 관련 성명 발표 31)

KOCCA

- 최근 이용이 확대되고 있는 Chat GPT 등 ‘대규모 생성모델’로 불리는 AI 와 관련하여 지난 25 일 일반사단법인 인공지능학회(회장:츠모토 슈사쿠(津本周作) 시마네대학 교수)는 앞으로 어떻게 대응해야 하는지를 제안하는 성명문을 발표
 - ✔ 대규모 생성 모델은 대량 학습을 통해 사람과 같은 자연스러운 문장과 영상을 만들어 낼 수 있는 AI 를 뜻함
 - ✔ 인공지능학회는 성명에서 ‘문장 생성이나 상담, 검색 용도 등 실로 여러 방면에서 활용할 수 있으며 아이디어 창출이나 효율화 등에서 유용성이 높은 AI’라고 소개함
 - ✔ 다만 개발 진행 중인 기술이기 때문에 사회 규범이나 윤리에 맞지 않는 결과물을 생성할 가능성이 있다는 지적도 있어 결과물을 곧이곧대로 받아들이지 말고 장단점을 숙지한 후 이용하는 것이 중요하다고 발표함
 - ✔ 교육 현장에서는 ‘Chat GPT 에 대한 일률적인 이용 금지는 비생산적이며 활용을 검토할 것을 권장’하는 한편, ‘스스로 생각하지 않고 답만 얻어내려는 용도로 사용해서는 안 된다’고 이용을 금지해야 할 상황에 대해서는 교육 관계자들이 심사숙고해야 할 중요한 안건이라고 지적함
 - ✔ 또한, 과학, 연구 분야에서는 ‘AI 를 만드는 측이라는 자각을 가지고 야심차면서도 절도 있는 연구 개발을 희망한다’는 기대를 내보임
 - ✔ 아울러 논문 집필 시 연구자의 창조적 작업에 근거하는 것이 당연하다고 말하며, 생성물을 그대로 복사하는 등의 이용은 삼가도록 호소함

人工知能学会としての大規模生成モデルに対してのメッセージ

投稿日 : 04/25/2023 | 最終更新日時 : 04/25/2023

人工知能学会としての大規模生成モデルに対してのメッセージ

2023年4月25日

一般社団法人 人工知能学会
会長 津本周作／倫理委員会

ChatGPTをはじめとする大規模生成モデル(Foundation Model:生成AIの基盤となる技術)は、将来において実現されるであろう高い自律性と汎用性を持つ、より完成された「人工的な知能」としてのAIに近づく大きな技術的進歩であり、可能性は極めて大きいと考えます。

[그림 10] 일본 일반사단법인 인공지능학회 성명 발표 홈페이지 화면

31) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/961dd858194aa201a85274fa58b67a2b09626c3f>

✓ [유럽] 오디오 비주얼 콘텐츠 산업 내 생성형 인공지능(Generative AI) 활용 사례 ³²⁾ KOCCA

● 다양한 기업에서 대화형 인공지능 ChatGPT와 텍스트를 입력하여 이미지를 생성하는 미드저니(Midjourney) 같은 생성형 인공지능을 채택하고 있다고 함

- ✓ 프랑스 광고 대행사 BETC의 사장이자 커뮤니케이션 에이전시 협회(AACC)의 공동 회장인 베르틸 톨레나도(Bertille Toledano)는 “오늘날 우리 에이전시의 모든 크리에이티브 팀은 생성형 인공지능을 사용하고 있으며, 특히 35세 미만의 팀원들이 적극적으로 활용한다”라고 언급했다. 생성형 인공지능의 열풍이 향후 기업에 혁명을 가져다줄지, 메타버스나 VR 안경처럼 과대광고에 불과할지 주목하고 있다고 함
- ✓ 생성형 인공지능의 영향을 많이 받는 업계는 이미지·비디오·오디오 콘텐츠를 활용한 창작 관련 산업이며, 이 기술의 활용에 대한 업계 종사자들의 의견은 다양하게 나타남. 그 예로 생성형 인공지능을 통해 얻은 이미지가 사전 작업에 사용되며, 사용된 이미지가 실제 촬영으로 이어지기도 함
- ✓ 생성형 인공지능은 비용과 시간 절약 측면에서 효율적이기 때문에 이미 제작단계에서 사용되기 시작했다고 전함. 그러나 국제 애니메이션이나 비디오 게임 스튜디오에서는 비윤리적이고 지속 불가능함을 이유로 최종 제작단계에서 인공지능으로 생성된 이미지를 사용하는 것을 금지하고 있다고 함

✓ [인니] 인도네시아 AI 산업 동향

KOCCA

● 인도네시아에서 인공지능(AI)의 사용은 1980년대부터 시작되었음. 그러나 당시에는 비용도 고가였을 뿐만 아니라 석유·가스, 항공 및 물류와 같은 특정 분야에서만 적용되어 매우 제한적이었음

- ✓ 2020년 싱가포르 교육 개발부 산하 투자자 EDBI와 Kearney 컨설팅사가 실시한 연구 결과에 따르면 AI 산업이 동남아시아에서 지속 성장하여 2030년에는 인도네시아 전체 GDP가 약 3,660억 달러로 증가할 것으로 예상됨. 인도네시아는 상당히 많은 AI 관련 과학 출판물을 보유하고 있는 동남아시아 최대 국가임
- ✓ 최근 인도네시아 방송 tvOneNews 채널에서 최초로 AI 프리젠티가 뉴스 진행을 선보임. AI 프리젠티는 나디라(Nadhira), 사샤(Sasya), 보미(Bhoomi)로 총 3명임. 또한 람퐁(Lampung) 지방 사립대학 Universitas Teknokrat Indonesia(이하 UTI)는 최초로 AI 강사를 출시했으며 인도네시아어로 텍스트 마이닝에 대한 강의를, 영어로 교육 통계에 대한 강의와 한국어로 멀티미디어에 대한 강의 자료 등 다양한 언어로 제공함
- ✓ 이런 AI 기술 발전이 음악 분야에도 적용되면서 ‘AI Cover Song’이라는 것이 인도네시아사람들에게 주목받고 있음. AI Cover Song은 AI를 사용하여 아티스트가 직접 부르지는 않았지만 부른 것처럼 아티스트 목소리로 곡을 커버하는 것임. 최근 인도네시아를 떠들썩하게 만들었던 조코위 대통령의 목소리로 커버한 가수 Soegi Bornean의 곡 Asmalibration과 이 외에도 BTS의 정국 목소리로 인도네시아 유명 발라드 커버 곡들이 공개되면서 인도네시아 국민들에게 신선한 충격을 안겨줌

32) 출처 : 프랑스 언론, Le Monde

<https://www.mondofr.com/fr/actualites/indonesia-les-generatives-ai-678333.html#:~:text=Le Monde,2025,page 11,PMF-4883936>



[그림 11] tv One 최초 AI뉴스 프레젠테이션 사샤 (출처: tvOneNews 유튜브 채널)

✓ [태국] 한국 콘서트 티켓 가격 상승에 움직이는 태국 소비자들 33)

KOCCA

- 한국 아이돌 군단이 태국을 방문하며 K 팝 산업이 태국에서 호황을 누리고 있지만, 한국 콘서트 티켓 가격이 30% 이상 상승하면서 팬들은 콘서트주최자가 팬클럽을 이용해 과도한 이익을 취하고 있다며 소비자보호법 창구를 열어 달라고 요청함
 - ✓ 인터넷 매체 ‘더매터(The MATTER)’는 태국에서 공연한 한국 아티스트들의 콘서트 평균 티켓 가격의 변화를 보여주는 기사를 실음. 2013 년 평균 3,302 바트(약 13 만 원)에서 2023 년 5,270 바트(약 21 만 원)로 상승함
 - ✓ 올 초 한 팬클럽이 ‘라이브네이션테로엔터테인먼트(LIVE NATION TERO ENTERTAINMENT)’가 주최한 ‘스트레이키즈의 두 번째 월드투어’ 티켓 가격에 불만을 제기함. 태국소비자보호청(OCPB)은 티켓 가격이 너무 비싸다고 보고, 상무부 소속 태국국내무역부(Department of Internal Trade, 이하 DIT)로 이 사안을 전달함
 - ✓ 국내무역부 짝끄라 얌마니(จักรา ยอดมณี) 부국장은 이 사건을 공연 관람료를 과다 청구해 발생한 일종의 서비스 불만사항이라고 명시하고, 피청구인은 소비자들에게 이 사항에 대해 자세히 밝히라고 사건을 조정한 바 있음
 - ✓ OCPB 우란 씨우짜른(อุฬาร จิวเจริญ) 부청장은 “태국에는 콘서트 티켓 가격을 규제하는 법이 없으며, 가격 결정은 공급자와 소비자의 합의에 달려있다. 콘서트 티켓 가격이 수요에 따라 엄청나게 치솟았다는 것을 인정해야 한다. 5 월 27 일부터 28 일까지 방콕 라자망갈라 스타디움에서 열릴 블랙핑크 앙코르 콘서트의 VIP 티켓 가격은 14,800 바트(약 70 만 원)로 가장 높았다”라고 언급함
 - ✓ 이 문제에 대해 총리 후보에 나선 프어타이당 쉿타 타위썬(เศรษฐา ทวีสิน)은 자신의 트위터를 통해 “이는 수요와 공급의 문제로 콘서트를 주최하는 공급자들에게 인센티브 혜택을 줘 더 많은 공연이 열린다면 가격이 낮아질 수 있을 것으로 본다”라고 해결책을 제시함
 - ✓ 또한 그는 “법의 테두리 안에서 계약자유원칙에 따라 이행된 계약에 대해서 국가가 개입하지 않기 때문에 현실적으로 어려움이 있다. 계약자 사이에 힘이 있는 쪽이 지나치게 많은 이익을 취할 수 있어 법의 허점을 채울 수 있는 구조개선이 필요하다”라고 덧붙임

33) 출처 : <https://mgronline.com/daily/detail/9660000039483>

- ✔ 그러나 콘서트 행사 관계자들은 티켓 가격 상승 원인을 후원 규모의 변화 때문이라고 봄. 후원사 측에서는 콘서트보다 다른 쪽에 비용을 지출하는 것이 낫다고 판단해 10 년 전 70%에 달하던 후원 규모를 지난 7~8 년 동안 평균 30% 이하로 줄였기 때문이라고 설명함
- ✔ 마히돈대학교 음악사업학과 프리팁 분앰(ตริทิพ บุญแย้ม) 교수는 한국 아티스트를 좋아하는 태국 팬을 분석한 결과 팬층은 15 세에서 50 세 사이로 광범위하다고 밝힘. 한국 아티스트 콘서트는 그들과 깊은 유대감을 바탕으로 애정을 표현하는 것이라 여겨 고가의 티켓을 구매하는 성향이 있음
- ✔ 콘서트 가격에 관한 문제뿐만 아니라 지난 2 월 11 일 NCT DREAM 콘서트 티켓팅 피해 단체 대표들이 1,300 바트(약 5 만 원)의 비용을 내고 SMTrue 멤버십에 가입했으나 NCT DREAM THE DREAM SHOW2 in BKK 콘서트 티켓을 받지 못한 것에 대해 티켓팅 공정성을 요구하며 OCPB 에 고발장을 제출한 사례가 있음
- ✔ 이어 5 월 13 일부터 14 일까지 2 회 공연 예정인 레드벨벳 콘서트는 SMTrue 멤버십으로 문제없이 티켓팅이 이뤄졌으나, 공연 규모가 너무 작고 스탠딩 관람 구역을 지나치게 촘촘하게 배치하는 등 팬들의 요구를 충족시키지 못해 비판의 소리가 있음. 하지만 주최 측이 얼마나 수용할지는 미지수임

| 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	 hyyoon8591@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(심천) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 hmkim@kocca.kr
 일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
 인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-2256-2396	 yskim@kocca.kr
 베트남 비즈니스센터(하노이) 홍정용 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjiy84@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