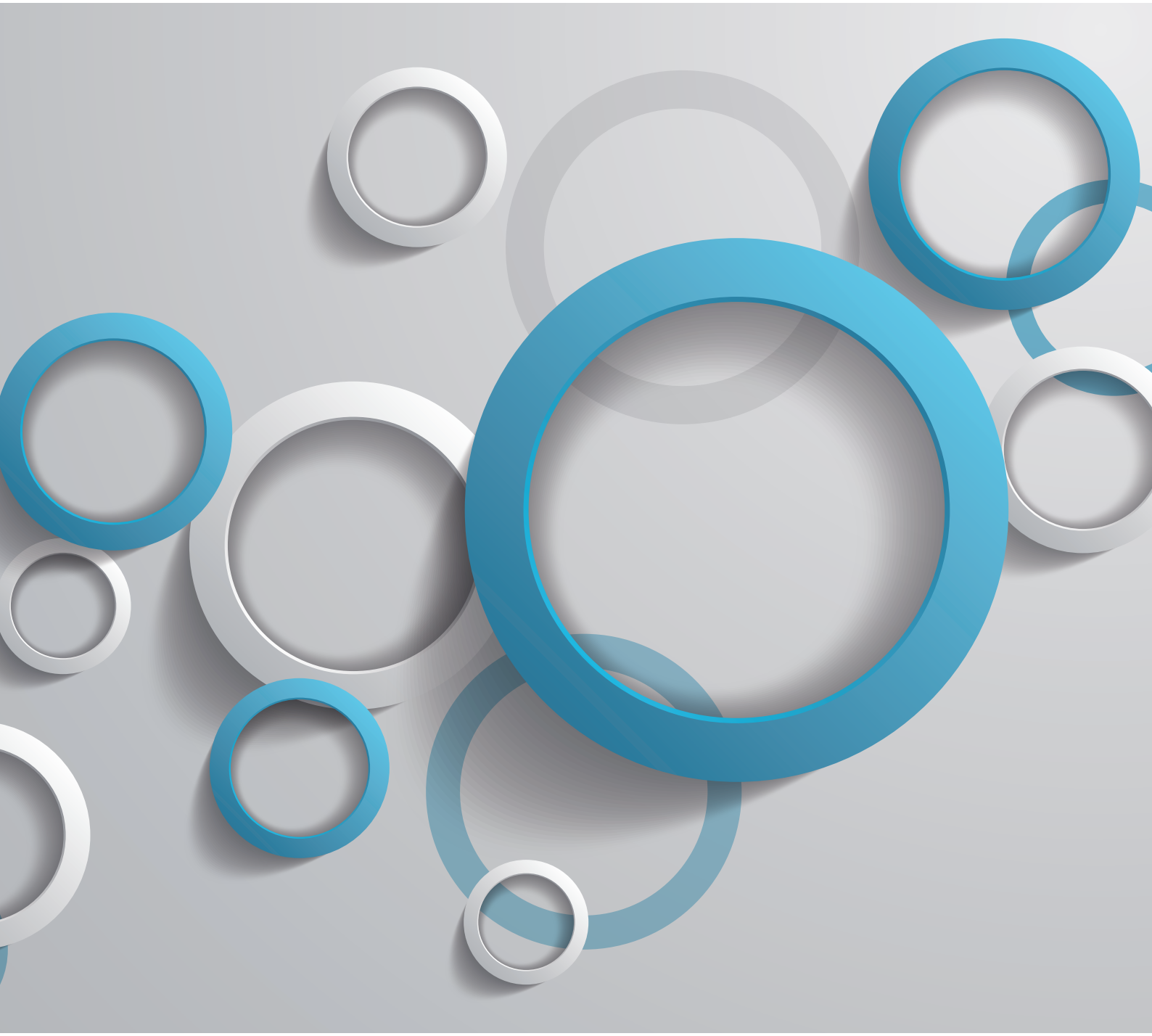
글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

91호



KOFICE
(재)한국문화산업교류재단
Korea Foundation for International Culture Exchange

CONTENTS_

2주간 한류핵심 이슈 ——— 04

I 국내 한류 동향 ——— 05

II 권역별 한류 동향_ 아시아 ——— 09

III 권역별 한류 동향_ 미주 ——— 14

IV 권역별 한류 동향_ 유럽 ——— 18

V 권역별 한류 동향_ 기타 ——— 19

[부록 1] 해외 한류 공연 현황 21

[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황 23

▣ 조사 개요

조사 지역 : 총 14개국

- 아시아(한국, 중국, 일본, 베트남, 홍콩, 말레이시아)
- 미주(미국, 캐나다, 브라질)
- 유럽(프랑스)
- 기타(남아프리카공화국, 호주, 인도, 이집트)

조사 방법

- 재단 해외 통신원 소식, 국내·외 언론 보도, 기타 보고서 등

조사 내용

- 드라마, K-Pop, 영화, 한류-관광, 한류-경제, 한류-문화예술, 한류-전통문화 등

조사 기간

- 2015.7.16 ~ 2015.7.30(2주)

※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)
※ 발행인 : 김덕중 사무국장
※ 편집위원 : 박성현 연구팀장, 김아영 연구원, 김노영 연구원, 권문정 연구원

2주간 한류 핵심 이슈

ㅇ 중국 정부, TV 예능프로그램 규제 강화('15.7.23)

- 중국 광전총국*, TV 예능프로그램 규제 실시
- 중국 내 인기리에 방영 중인 한국 예능프로그램의 수입 차단 우려

* 국가광파전영전시총국(国家广播电影电视总局) : 중국 라디오, TV 영화산업 등 미디어산업 전반에 걸쳐 규제를 담당하는 국무원 직속기구(한국의 방송통신위원회 격)

KOFICE NOTE

중국 당국은 텔레비전 예능프로그램의 규제 이유로 "무분별하게 스타를 내세운 예능프로그램이 현실과는 동떨어져 '리얼리티'가 부족"함을 내세움. 그러나 현재 최신 한국 프로그램 리메이크작이 중국 예능프로그램의 다수를 차지하고 있어 본 규제의 이면에는 한국산 예능프로그램의 수입을 제한하기 위한 목적이 있는 것으로 보임.

'13년 중국판 나는 가수다 <워스거서우>(我是歌手)가 큰 성공을 거두자 중국 방송사들은 앞다퉈 <런닝맨>, <무한도전> 등 한국 원작 판권을 사들여 리메이크했으며, 해당 프로그램 출연진의 출연료와 광고비가 급등함. 일부 출연자는 한 시즌 출연료로 1,000만 위안(한화 약 18억 원)을 받는가 하면, <빠빠취날 시즌3>(爸爸去哪儿)에 예약된 광고액은 5억 위안(약 900억 원)에 달함. 이와 관련해 관영 매체들은 "리얼리티 프로그램이 '돈잔치'로 변질되고 있다"고 지적(매일경제, 2015.7.23.).

중국은 10년 전 드라마 <대장금> 이후 한국산 드라마 수입이 급증하자 규제에 나선 바 있음. '13년부터 중국 안방을 석권해 온 예능 한류의 타격 우려가 제시되고 있어 이를 타개하기 위한 한·중 공동제작, 동시 방영 등 새로운 형태의 예능 한류 활로를 모색해야 할 것임

ㅇ '2015년 인도 K-팝 콘테스트' 개최('15.7.24, 미조람대학교 다목적체육관)

- 동북부 지역 예선 일환, 댄스 부문 9개 팀·노래 부문 7개 팀 참가
- 가수 정혜민 축하 공연, 현지 한류팬 3,000명 운집, 현지 언론 〈미조람포스트〉 내 주요 기사로 보도

KOFICE NOTE

인구 12억 500만 명의 인도는 지금까지 한류의 불모지로 여겨져 왔으며, 다수 언론은 인도 내 한류 성공 가능성이 희박하다는 결론을 내린 바 있음. 그러나 '2015년 인도 K-팝 콘테스트'는 인도 내 한류의 잠재력을 보여 줌. 본 행사를 위해 3,000여 명의 팬들이 몰렸으며, 공연장에 들어가지 못한 1,000여 명은 프로젝트 화면으로 행사를 지켜봄.

'14년 말 아이돌 그룹 엔소닉의 공연에 이어 발리우드의 도시 뭄바이의 한 연예기획사가 한류에 관심을 보이면서 '15년 하반기 뭄바이 내 한류 관련 행사가 다수 개최될 예정이며, SM엔터테인먼트 역시 인도 진출을 검토 중(아시아투데이, 2015.7.26.). 오는 8월 제아제이, 임펙트가 참여하는 '2015년 인도 K-팝 콘테스트' 결선과 '필코리아 인 뉴델리 K-팝 콘테스트 인디아' 공연 개최가 인도 내 한류 확산에 중요한 역할을 할 것으로 기대

Ⅰ. 국내 한류 동향

1 한류 업계 및 한류스타

○ 한류스타들 국외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 21회* 공연 개최

  * 해외 진출 : 일본 9회, 미국 4회, 호주 2회, 중국·대만·싱가포르·말레이시아·태국·멕시코 각 1회

○ 한국저작권단체연합회, 한류 콘텐츠 불법복제물 모니터링 강화('15.7.15)

- 유튜브, 데일리모션, 포쉐어드 등 3개 웹사이트 모니터링 실시, 총 1만 2,227점 한류 콘텐츠 불법복제물 삭제
- 한류 콘텐츠 저작권 침해가 심각한 Fc2, 비메오·베오·비디오·사운드클라우드 등 북미 및 아시아 5개 웹사이트 추가 모니터링 실시
- 해외 저작권 침해 적극 대응, 한국 콘텐츠 기업의 한류 확산 토대 구축

사이트명		Fc2	베오	비디오	비메오	사운드 클라우드
서버 소재지		미국	미국	싱가포르	미국	미국
침해	장르	음악, 영화, 방송	음악, 영화, 방송	음악, 영화, 방송	음악, 영화, 방송	음악
	형태	스트리밍	스트리밍	스트리밍	스트리밍, 다운로드	스트리밍
세계 트래픽 순위		52위	5,429위	12,987위	176위	177위
트래픽 발생 주요 국가		일본, 대만	일본, 미국, 인도	인도네시아, 싱가포르	미국, 인도, 영국	미국, 영국, 인도
서비스 언어		한국어 등 11개 국어	영어 등 5개 국어	영어	영어	영어

○ 넥스트인터렉티브케이코리아*, 제주 내 세계 최대 홀로그램 공연장 조성('15.7.22)

- 약 1,300평 규모의 K-Pop 디지털 테마파크 'PLAY K-POP' 오픈
- 싸이, 빅뱅, 2NE1 등 YG 아티스트들의 홀로그램 공연 상영
- 일본, 동남아시아 등 해외 시장 진출 예정, 글로벌 콘텐츠 허브 역할 기대

  * 넥스트인터렉티브케이코리아(NIK) : ㈜디스트릭트홀딩스, YG엔터테인먼트, KT, 파라다이스그룹이 설립한 합작회사. 실감형 콘텐츠 제작 및 배급

KOFICE NOTE

앞서 2013년 7월 용인의 에버랜드 'K팝 홀로그램관'에서 싸이와 2NE1의 홀로그램 공연이 관객들에게 첫선을 보인 가운데 2014년 1월과 올해 4월 동대문 '케이라이브(KLIVE)'를 통해 빅뱅과 지드래곤의 홀로그램 콘서트가 상영되며 국내외 관객들로부터 큰 호응을 얻음. 또한 지난 5월 중국 취저우와 베이징에 문을 연 'PLAY KPOP'에서도 싸이, 빅뱅, 2NE1의 홀로그램 콘서트가 개최되었으며, K-Pop과 한류 콘텐츠를 해외 시장에 알리는 K-Pop 디지털 테마파크의 첫 수출 사례로 주목을 받음. 향후 홀로그램 콘서트를 통해 첨단 정보기술과 대중문화 콘텐츠 융합을 통한 지구촌 실시간 공연이 확대될 것으로 보이며, 차세대 음악산업 경쟁 동력으로서의 활용을 위한 전략적 검토 필요

○ **배우 이민호*, 문화체육관광부가 선정한 '한류 대표 얼굴'로 발탁**('15.7.28)
- 메르스 여파로 침체에 빠진 관광 시장 회복을 위한 영상광고 프로젝트 제작
- '코리아 렛 유어 스토리 비긴(Korea. Let your Story Begin)'을 테마로 청계천·서촌·삼청동·명동 등 국내 주요 관광지 소개
- 한국 박명천 감독, 대반 웨인펑(Wayne Peng) 감독 공동 촬영, 15년 8월 초 한국 아리랑TV, 미국 CNN, 중국 CCTV, 유튜브 등 방영

* 이민호 : 스타하우스엔터테인먼트 소속. 대표작 드라마 <상속자들>, <신의> 출연

2 한류-관광 연계

○ **'방한시장 회복 100일 프로젝트' 일환, 중화권 주요 언론매체 대규모 초청**('15.7.29~8.1)
- 한국관광공사, 메르스 사태 종식 선언을 위한 초청 행사로 중화권 언론사 관계자 150명 초청*
- 라인 프렌즈 스토어, KLIVE, 코엑스몰 등 한류 연계 관광자원 현장 방문

* 중국 CCTV, 대만 TVBS 등 주요 TV매체 및 중국 환구시보, 대만 중국시보, 홍콩 대공보 등 주요 언론

※ (주최) 한국관광공사 (후원) 강원도, 경기도, 인천국제공항공사, 경기관광공사

3 한류-산업 연계

○ **국내 방송포맷 수출 규모 총 309만 9천 달러 기록**('15.7.27)
- 한국콘텐츠진흥원, 〈방송 포맷 수출입 현황 조사연구〉 보고서 발간
- 방송사 포맷 전담 부서 확충, 포맷 바이블 제작 위한 투자 확대 필요

※ <방송 포맷 수출입 현황 조사연구> 주요 내용

① 보고서에 따르면, '11년부터 '13년까지 국내 방송 포맷 수출 규모가 비약적으로 늘어나 연평균 약 105%의 성장률을 보임. 특히 '13년 포맷 수출액은 전년대비 139% 성장한 309만 9,000달러를 기록. 같은 해 수출 편수도 '11년 445편에서 4배 가까이 증가한 1,622편을 기록

② 최근 5년간 포맷 수출 단가 역시 약 60% 상승해 '13년 국내 포맷 수출 단가는 약 1,911달러에 이르렀으며, 중국을 비롯한 아시아 국가에 제한됐던 주요 수출국도 지난해부터 영국, 프랑스, 터키, 네덜란드, 미국 등으로 다변화됨(포맷 수출 규모 및 수출 단가 통계는 '2014 방송산업 실태조사' 인용)

③ 국내 포맷 산업의 한계점들이 나타남. 포맷 제작의 리얼리티 장르 쏠림 현상, 대형 방송사 중심의 제작구조 등은 극복이 시급한 과제. 또한 중동, 남미 등지로 확대되고 있는 한류 시장에 발맞춰 국내 포맷의 해외 시장 역시 확대될 필요가 있음

④ 이러한 한계를 극복할 방안으로 방송사 차원의 포맷 전담 부서 확충과 포맷 바이블 제작을 위한 투자 확충이 요구됨. 정부 역시 모바일·온라인 플랫폼을 위한 포맷 개발 지원 및 제작원 다원화를 위한 지원 확대를 고려할 필요가 있음

4 기타

ㅇ **'2015 제1차 K-뮤직포럼' 개최**('15.7.17, 강남구 일지아트홀)

- '음악, 진화하고 융합하다' 주제 하에 '진화하는 음악 프로그램', '음악과 관광을 연계한 한류 확산 전략' 2개 세션 진행
- 〈슈퍼스타K-4〉 준우승 딕펑스, 〈K팝스타-3〉 TOP 6 한희준, 〈보이스코리아-1〉 준우승 유성은 등 스페셜 공연, 업계 및 학계 전문가, 일반인 다수 참석

※ (주최) 문화체육관광부 (주관) 한국콘텐츠진흥원, 한국음악산업학회

※ '2015 제1차 K-뮤직포럼' 주요 내용

① 그동안 한류를 외국인 관광객의 국내 유인을 위한 수단으로 활용하려는 다양한 시도들이 존재. 그러나 문화관광은 문화와 관광 중 어느 곳에 방점이 찍히는가에 따라 다른 형태로 나타남. 문화를 매개로 관광을 늘리는 것과 관광을 통해 문화를 발전시키는 것은 다름. 관광 경험이 장소체험, 탈일상체험, 관계체험의 구성요소를 가진다면, 음악관광은 좀 더 창의적일 수 있는 요소(성균관대 김재범 교수)

② TV는 음악을 소개하는 가장 중요한 채널이라는 사실에 변함이 없음. 아무리 다양한 매체가 존재한다고 해도 가장 영향력 있는 채널은 텔레비전임. 음악 프로그램은 시청자가 음악을 감상하는 것뿐만 아니라, 음악인 자체를 알리는 게 가장 중요. 기본에 충실하면서도 시청자들에게 보다 가깝게 다가갈 수 있는 소통의 장이 되어야 함(피키캐스트 권석정 음악콘텐츠 전문기자)

③ 음악프로그램은 투자대비 수익률이 낮고 순위프로그램은 콘텐츠가 동일하나 무대만 다르므로 대체재가 많음. 게다가 가수들의 음악 포맷이 비슷해서 대중이 식상함을 느낌(KBS <뮤직뱅크> 김호상 CP)
④ 최근 KBS2 <불후의 명곡>, MBC <복면가왕> 등 경연을 통해 주목받는 가수들이 늘어나고 있음. 김호상 PD는 "자신의 노래로 뜨기는 힘든 상황이다. 비교 대상이 있는 다른 가수의 노래를 불러서 이름을 알리는 것도 좋은 전략"이라 언급(KBS <뮤직뱅크> 김호상 CP)
⑤ K-Pop이 아이돌 위주에서 더 나아가 다양한 음악들을 소개할 수 있도록 발전해야 함. 이와 함께 마니아 층을 타깃으로 삼아 다양한 시도를 한다면 K-Pop은 더욱 발전할 수 있음(메이커스 김홍기 이사)

ㅇ 한류트레이닝센터*, '2015 글로벌 K팝 캠프' 개최('15.7.27~8.15, 경기영어마을 파주캠프)
- 'Dream of Global Musician'을 주제로 미래 K-Pop 스타 및 글로벌 뮤지션을 꿈꾸는 중·고등학생 다수 참여
- 개인별 음원 레코딩 및 프로필 제작 참여, 캠프 교육 후 데뷔 기회 제공

* 한류트레이닝센터(Global K Center) : 경기영어마을 내 한류 교육·체험 공간. K-Pop 체험, 전문트레이닝 교육과정 포함. 연간 약 2만 명 수용 가능

※ (주최·주관) 한류트레이닝센터 (후원) 서울문화홍보원, 별똥별스타도네이션

ㅇ '2015 중국 방송시장 진출 포럼 및 수출상담회' 개최('15.7.29, 디지털매직스페이스 다목적홀)
- 중국 내 콘텐츠 규제에 따른 진입 장벽 극복, 한국 방송콘텐츠의 수출 활로 모색

※ (주최) 문화체육관광부 (주관) 한국콘텐츠진흥원

※ '2015 중국 방송시장 진출 포럼 및 수출상담회' 주요 내용

① '중국 방송 시장의 최근 변화와 전망'을 주제로 빠르게 성장하고 있는 중국 방송 시장 동향, 해외 방송콘텐츠의 수입과 편성에 대한 신규 규제 현황, 국산 방송콘텐츠의 중국 진출 향후 전망 제시(CJ E&M의 권익준 중국미디어사업국장)
② '중국 방송 시장 진출을 위한 비즈니스 전략 수립'을 주제로 중국 시장에서 성공 또는 실패한 기업의 최근 사례를 통해 중국 진출을 위한 비즈니스 전략 및 가이드라인 제공(아시아홈엔터테인먼트 김원동 대표)
③ JTBC 정일훈 부장의 사회로 국내 중국방송 전문가들이 참여하는 종합토론 진행. 중국 포털사이트 소후닷컴(sohu.com), 한국콘텐츠 사업담당 관영(Guanyong)을 비롯해 한중문화예술포럼 유재기 회장, 중국방송 정책전문가 이지혜 박사 등이 현지 진출에 대한 정책과 비즈니스 전략 논의
④ 한콘진 콘텐츠해외진출지원센터의 중국 법률·비즈니스 전문가들이 국내 업체 관계자들을 대상으로 중국 진출을 위한 일대일 맞춤형 수출 상담 및 컨설팅 진행(KL&Associates 이승환 변호사, 김원동 대표, HB엔터테인먼트 김연성 이사)

Ⅱ. 권역별 한류 동향 - 아시아

1 중국

드라마 · 예능

ㅇ 배우 이동건*, 중국 웹드라마 <노사만상호> 캐스팅('15.7.16)

작품명	방송사	출연	내용
노사만상호 (老師晚上好)	아이치이 (웹사이트)	• 감독 : 천밍장 • 출연 : 이동건, 관효동 등	우연한 사건으로 얽힌 고등학교 교사와 제자 간에 일어나는 에피소드를 그림

* 이동건 : FNC엔터테인먼트 소속. 대표작 드라마 <슈퍼대디 열>, <청담동 111> 등 출연

ㅇ 중국 정부, TV 예능프로그램 규제 강화('15.7.23)

- 중국 광전총국*, TV 예능프로그램 규제 실시
- 중국 내 인기리에 방영 중인 한국 예능프로그램 수입 차단 우려

* 국가광파전영전시총국(国家广播电影电视总局) : 중국 라디오, TV, 영화산업 등 미디어산업 전반에 걸쳐 규제를 담당하는 국무원 직속기구(한국의 방송통신위원회 격)

중국 내 리메이크 방영 중인 한국 예능 프로그램		
한국 원작	중국판 제목	중국 TV
우리 결혼했어요	위먼상아이바(我们相爱吧)	장쑤위성
아빠 어디가	빠빠취날(爸爸去哪儿)	후난위성
슈퍼맨이 돌아왔다	빠빠훼이라이러(爸爸回来了)	저장위성
나는 가수다	워스거서우(我是歌手)	후난위성
진짜 사나이	쩡정난즈한(真正男子汉)	후난위성
비정상회담	스제칭넨숴(非正式会谈)	장쑤위성
런닝맨	번파오바슝디(奔跑吧, 兄弟)	저장위성

KOFICE NOTE

중국 당국은 텔레비전 예능프로그램의 규제 이유로 “무분별하게 스타를 내세운 예능프로그램이 현실과는 동떨어져 ‘리얼리티’가 부족”함을 내세움. 그러나 현재 최신 한국 프로그램 리메이크작이 중국 예능프로그램의 다수를 차지하고 있어 본 규제의 이면에는 한국산 예능프로그램의 수입을 제한하기 위한 목적이 있는 것으로 보임.

‘13년 중국판 나는 가수다 <워스거서우>(我是歌手)가 큰 성공을 거두자 중국 방송사들은 앞다퉈 <런닝맨>, <무한도전> 등 한국 원작 판권을 사들여 리메이크했으며, 해당 프로그램 출연진의 출연료와 광고비가 급등함. 일부 출연자는 한 시즌 출연료로 1,000만 위안(한화 약 18억 원)을 받는가 하면, <빠빠취날 시즌3>(爸爸去哪儿)에 예약된 광고액은 5억 위안(약 900억 원)에 달함. 이와 관련해 관영 매체들은 “리얼리티 프로그램이 ‘돈잔치’로 변질되고 있다”고 지적(매일경제, 2015.7.23.).

중국은 10년 전 드라마 <대장금> 이후 한국산 드라마 수입이 급증하자 규제에 나선 바 있음. ‘13년부터 중국 안방을 석권해 온 예능 한류의 타격 우려가 제시되고 있어 이를 타개하기 위한 한·중 공동제작, 동시 방영 등 새로운 형태의 예능 한류 활로를 모색해야 할 것임

○ <출발 드림팀>*, 중국 <심천위성TV>와 함께 <한중 드림팀> 제작 협력(‘15.7.24)

- 총 10부작 중 한·중 공동제작 4부, 중국 자체제작 6부 진행
- (한국) 전진·채연·조권·닉쿤·하늬, (중국) 루이·궈징페이·이엔이쾬·푸신보·장저 등 양국 인기스타 다수 참여
- 한·중 동시 방영 최초 사례, 새로운 예능 한류 기대

* 출발드림팀 : KBS 2TV 예능프로그램. (연출) 전진학, 임덕순 등. ‘99년 1월 첫 방송

KOFICE NOTE

<출발 드림팀>은 한·중 합작 프로그램이자 양국 동시에 방영된다는 점에서 그간 중국에 진출한 예능프로그램과 차별적 특성을 보임. 과거 한국 포맷을 중국에 수출할 경우, 한국 제작진이 직접 중국으로 이동해 제작에 참여하는 인적 지원 방식(플라잉 피디 등)이 주를 이뤘으며, 양국 출연진의 동시 녹화 동시 방영은 전무했음.

전문가들은 이를 가능하게 한 요인으로 <출발 드림팀>이 ‘스포츠 예능’이라는 점을 지목함. 먼저 <출발 드림팀>은 토크의 비중이 최소화되어 있으며, 참가자들의 스포츠 대결이 주를 이룸. 또한 ‘게임적 리얼리즘’에 중점을 둔 SBS <런닝맨>과는 달리 다종다양한 경기를 보여 주는 ‘운동’에 초점을 맞췄다는 점에서 그 차이점을 발견할 수 있음.

‘15년 하반기 방영을 앞둔 <출발 드림팀>은 스케일 및 경기 규모와 관련해 최대의 면모를 드러낼 것으로 보이며, ‘드림팀’의 역사상 전무후무의 명작이 탄생될지 그 귀추가 주목됨

○ 배우 이종석*, 중국 인기 예능프로그램 <쾌락대본영> 출연**(‘15.7.27)

- 쾌락대본영 부산 특집 편, 한국 배우 단독 출연
- 드라마 〈너의 목소리가 들려〉, 〈닥터 이방인〉, 〈피노키오〉 등 흥행에 따른 결과
- 중국 유명 MC 우신 두하이타오와 함께 부산 로케이션 촬영 및 중국 창사 호남위성TV 스튜디오 방문 예정(‘15.8)

* 이종석 : ‘10년 드라마 <검사 프린세스> 데뷔. 웰메이드예당 소속

** 쾌락대본영(快乐大本营) : 중국 호남TV 인기 버라이어티 프로그램. ‘97년 시작

영화

○ **CGV*, 청소년 영화창작교육 프로그램 '토토의 작업실'** 진행**('15.7.25~8.1, 심양CGV진롱중신)

- 중국 배우 웨이다쉰 멘토로 참여, 편집 및 영화 마케팅 교육 실시
- 국내 문화 공적개발원조(ODA)의 활성화 및 중국 영화산업의 역량 제고

* 중국 내 47개 극장, 373개 스크린 보유('15.7.28 기준)

** 토토의 작업실 : 멘토와 함께 영화를 제작하는 CJ CGV의 문화공헌 프로그램. '08년 시작, '11년부터 국가 수를 확대해 중국, 베트남, 인도네시아에서 매년 개최 중

2 일본

영화

○ **영화 <야간비행>, 제24회 도쿄국제레즈비언게이영화제* 상영**('15.7.11~7.20)

작품명	감독/출연	내용
야간비행	• 감독 : 이송희일 • 출연 : 곽시양, 이재준 등	서울대 진학을 목표로 한 우등생 용주와 학교 내 폭력서클의 우두머리 기웅이 엇갈린 학창시절을 보내며 벌어지는 이야기

* 도쿄국제레즈비언게이영화제(Tokyo International Lesbian & Gay Film Festival) : 성적 소수자의 이야기를 담은 작품을 보여 주는 국제영화제. '92년 설립

기타

○ **한류스타, '한·일 국교정상화 50주년' 기념행사 개최**('15.7.20, 도쿄 오다이바 퍼시픽호텔)

- 양국 전통 예술-무예 및 초신성 공연, 권상우 토크쇼 진행
- 기시다 후미오 일본 외상, 유흥수 주일 한국 대사, 오공태 민단중앙본부 단장 등 50여 명 참석

* 초신성 : 국내 남성 6인조 그룹. 마루기획 소속. '07년 데뷔

※ (주최) 일한국교정상화 50주년 기념행사 실행위원회 (후원) 주일한국대사관, 일본 외무성 등

3 베트남

K-Pop

ㅇ 베트남 언론, 걸그룹 '밤비노' 관련 다수 보도('15.6.25 / 7.7)

- 〈24h〉·〈Soha News〉, 밤비노 멤버 은솔의 섹시 이미지와 이를 활용한 현지 팬들의 활발한 SNS 활동 소개
- SNS는 베트남 현지 내 대중 스타를 양산하는 주요 채널이자 '직캠'(팬이 직접 촬영한 영상)을 통한 선정성이 부각되는 통로로 기능

※ 베트남 언론, 걸그룹 '밤비노' 관련 기사 주요내용

언론사	주요 내용
24h	- "K-Pop을 '화끈'하게 하는 섹시한 댄서(Nữ vũ công nóng bỏng, khêu gợi 'gây sốt' K-Pop)" 라는 제목의 기사 소개 - 유튜브(youtube) 내 밤비노 멤버 은솔의 공연 모습을 담은 영상을 보기 위해 많은 사람들이 몰려들고 있음
Soha News	- "귀여운 한국 소녀는 소셜네트워크를 많이 이용했다(Cô gái Hàn quá xinh bị "lợi dụng" nhiều nhất mạng xã hội)"라는 제목의 기사 보도 - 은솔의 섹시한 사진은 팬페이지(fanpage)와 같은 곳에서 좋아요(like)의 수단으로 많이 사용됨. 은솔은 한국을 비롯한 많은 아시아 국가에서 가장 많이 검색되는 이름 중 하나이며, 밤비노의 공연을 담은 팬영상(fancams)을 통해 은솔의 인기 상승 - 한편 은솔은 공연 의상과 관련해 '란제리 비판'에 직면하여 베트남 내 논란의 대상으로 부각

ㅇ 베트남 음악 전문 매체 Yan, 'K-Pop의 20년사' 관련 보도

- 현재 V-Pop(베트남 대중음악)은 K-Pop의 20년 전과 유사
- 20여 년의 역사를 지닌 K-Pop은 전 세계적으로 환영받는 문화 중 하나로 소개

※ 베트남 언론 Yan(Yêu Âm Nhạc), 'K-Pop의 20년 돌아보기(Kpop cách đây 20 năm trông như thế nào?)' 보도 주요 내용

① 기사 내 영상을 통해 한국 대중음악의 20년(1994~2015)이라는 주제 소개. 김건모 <잘못된 만남>(1994)을 시작으로 H.O.T <캔디>(1996), 원더걸스 <Tell Me>(2007), 브라운아이드걸스 <아브라카타브라>(2009), 소녀시대 <GEE>(2009), 슈퍼주니어 <쏘리 쏘리>(2009), 2NE1 <내가 제일 잘 나가>(2012), 싸이 <강남스타일>(2012), 빅뱅 <Fantastic Baby>(2012), 크레용팝 <빠빠빠>(2013), EXO <으르렁>(2013), 오렌지캬라멜 <까탈레나>(2014), 2PM <미친거 아니야?>(2014), 악동뮤지션 <200%>(2014) 등이 한국 음악의 역사를 보여 줌

② 20여 년의 발전 역사를 지닌 K-Pop은 전 세계적으로 환영받는 문화 중 하나임. 그 첫 번째 아이돌은 H.O.T이며, 이들을 시작으로 세계 최대 규모의 음악산업이 태동

③ 베트남 언론의 K-Pop 분석은 한국 대중음악에 대한 관심의 확장을 증명하며, 나아가 K-Pop 분석을 통한 V-Pop의 비상을 목적으로 함

4 기타

○ **(홍콩) 한국 방송 프로그램 방영 현황**(‘15.7월)

– 총 25편, 드라마 16편, 예능 9편

방송사	한국 드라마, 쇼 프로그램
TVB*	내일도 칸타빌레, 피노키오, 닥터 이방인, 내 연애의 모든 것, 가족의 비밀, 아이두 아이두, 인생은 아름다워, 상속자들, 런닝맨, K-POP, TOP 매직, 정글의 법칙, 내 생애 봄날, 하이드 지킬, 나, 아이언 맨, 트라이앵글, 신의, 한식대첩, 테이스티로드, 마스터셰프 코리아, 웃어라 동해야, 꽃보다 남자, 최지우의 딜리셔스 코리아
ATV*	이웃집 웬수, 팝스 인 서울

* TVB, ATV : 홍콩 2대 TV 방송국

○ **(말레이시아) ‘2015 한국의 날’ 행사 개최**(‘15.7.17~19, Mid Valley Megamall 3층 전시장)

– ‘충남 국악단’ 국악 연주 및 전통춤 공연, ‘김치 크루’ K-Pop 공연

– 김치, 전, 비빔밥, 불고기, 떡볶이 등 한국 요리교실 진행

※ (주최) 재마한인회 (후원) 충남 부여군 외 11곳

Ⅲ. 권역별 한류 동향 - 미주

1 미국

드라마

ㅇ 미국 네티즌, '2015 한국 드라마 트렌드' 관련 보도('15.7.21)

– "2015년 한국 드라마 트렌드 5(5 Hot Korean drama trends of 2015)"라는 제목의 글 게재
– 드라마피버(Dramafever.com) 등 한국 드라마 사이트 및 한류 사이트 내 해당 기사 약 5만 건 인용

※ Western Girl Eastern Boy, '2015년 한국 드라마 트렌드 5' 주요 내용

- 작가 : Jennifer Gabriel(텍사스 내 유명 블로거)

① '15년 가장 인기 있는 한국 드라마 트렌드는 <밀회>에서 보여 준 연상 여인과의 로맨스, <응급남녀>와 같은 이혼 드라마, <너희들은 포위됐다>에 나타난 범죄 액션 스릴러임

② '15년 한국 드라마의 첫 번째 트렌드는 바로 인격 장애(Personality Disorders). <킬미, 힐미>, <하이드 지킬, 나> 두 편의 드라마가 이에 해당

③ 두 번째 트렌드는 혼외 임신(Out-of-wedlock Pregnancy). <풍문으로 들었소>, <호구의 사랑>이 이에 속함. <밀회>의 제작팀이 만든 <풍문으로 들었소>는 어둡고 위험한 분위기를 드러냈으며, <호구의 사랑>은 가슴 따뜻하고 행복한 이야기를 다룸

④ 세 번째 트렌드는 고등학교의 왕따 현상(High School Bullying). <앵그리맘>, <후아유: 학교 2015>는 한국에서 성장한다는 것이 얼마나 힘든 일인지를 보여 줌. 또한 학교는 콘크리트로 만들어진 정글이자 생존하기 위해 싸워야 하는 장소임을 그림

⑤ 네 번째 트렌드는 전 남자친구와 여자친구(Exes). <구여친클럽>, <슈퍼대디 열>이 이에 속함

⑥ 마지막 트렌드는 뱀파이어(Vampires). <블러드>, <오렌지 마말레이드>, <밤은 걷는 선비>가 이에 해당

ㅇ 월스트리트저널*, 워너 브라더즈의 한국 드라마 스트리밍 사이트 인수 관련 보도('15.7.17)

– 워너브라더스, '드라마피버'** 운영권 입찰 경매
– 드라마피버 매각은 비즈니스 협상의 한계를 드러냄

* 월스트리트저널(Wall Street Journal) : 미국 주요 경제지. 1889년 창간

** 드라마피버(DramaFever) : 한인 1.5세 설립. 드라마 라이센싱 계약 통해 미국, 캐나다 내 드라마 스트리밍 서비스를 제공. 이용자 75%가 비아시아인. '08년 시작 www.dramafever.com

※ 월스트리트저널, 한국 드라마 스트리밍 사이트 '드라마피버' 인수(Warner Bros. Bids for Control of Korean Soap Opera Site DramaFever) 관련 주요 내용

① 타임워너 그룹의 워너 브라더스 스튜디오가 최근 드라마피버(DramaFever)의 입찰 경매에 참여함

② 드라마피버는 박석, 박현 형제와 그의 대학 후배들이 '08년 뉴욕에서 설립한 회사. 전 세계 젊은 층, 특히 10대 소녀들이 주 이용자이며, 이들은 영어 자막이 처리된 한국 방송 프로그램, 영화를 보기 위해 스트리밍 사이트 드라마피버를 찾음

③ 드라마피버의 비즈니스 모델은 훌루(Hulu)와 유사. '14년에 진입하면서 드라마피버는 엄청난 성장세를 기록. 미국 디지털 미디어 분석기관인 컴스코어(ComScore)에 따르면 드라마피버를 찾는 월 방문객은 200만 명 이상으로 집계됨

④ 여러 불법 사이트들이 난무하는 가운데 드라마피버가 성공을 거둘 수 있었던 요인은 저작권자들과 라이센스 계약을 맺은 합법적인 고화질의 콘텐츠 업로드, 콘텐츠 검색이 쉽도록 디자인된 사이트, 정확한 영어 자막 서비스 제공 등에 있음

⑤ 지난해 가을 드라마피버를 인수했던 소프트뱅크는 향후 소수의 주식만 유지할 계획으로 알려짐. 인수 후, 드라마피버의 월평균 방문자 수는 약 절반 정도 하락한 118만 명에 그침(ComScore 분석)

⑥ 드라마피버의 매각은 비즈니스 협상의 한계를 보여 줌. 승승장구하던 스트리밍 사이트 드라마피버의 귀추가 주목됨

K-Pop

ㅇ 빌보드, K-Pop 최강 보이 그룹 선정('15.7.13)

※ '당신이 알아야 할 정상의 K-pop 남성 밴드 10개(Top 10 K-Pop Boy Bands You Need To Know)' 보도 주요 내용

- 기자 : Jeff Benjamin, Jessica Oak

① 빅뱅부터 H.O.T에 이르기까지, 보이 밴드들은 K-Pop의 세계화에 지대한 영향을 미침. 걸그룹의 영향력을 간과할 수는 없으나, 보이 밴드가 없었다면 오늘날의 K-Pop이 가능할 수 있을지 의문

② K-Pop의 폭발적 인기는 3인조 보이 밴드 '서태지와아이들'로부터 시작

③ K-Pop 최강 보이 그룹 Top10은 서태지와 아이들(Seo Taiji & The Boys), H.O.T, 젝스키스(Sechs Kies), 신화(Shinhwa), 동방신기(TVXQ!), 빅뱅(BIGBANG), FT아일랜드(FTISLAND), 인피니트(INFINITE), 비스트(Beast), 지오디(g.o.d.)

ㅇ 빅뱅 <BANG BANG BANG>, 가장 많이 본 K-Pop 뮤직비디오 선정('15.7.22)

- 빌보드, '15년 6월 전 세계에서 가장 많이 본 K-Pop 뮤직비디오로 빅뱅 〈BANG BANG BANG〉 선정
- 〈WE LIKE 2 PARTY〉, 〈맨정신〉 뮤직비디오 각각 3위, 9위 랭크

영화

ㅇ 제14회 달라스아시아영화제*, 한국 영화 5편 초청('15.7.16~7.23, 텍사스 주)

- 정주리 감독 〈도희야〉**, 김성호 감독 〈개를 훔치는 완벽한 방법〉, 최호 감독 〈빅매치〉, 김학순 감독 〈연평해전〉, 이민우 감독 〈발레리노〉 상영

* 달라스아시아영화제(Asian Film Festival of Dallas) : 미국 남부 지역에서 열리는 최대 규모의 아시아계 미국인 영화 축제. '02년 설립

** <도희야>는 폐막작에 해당하는 'MATURE AUDIENCES ONLY CLOSING NIGHT FILM'에 선정, 특별 상영됨

ㅇ 미국 내 한국문화원, 7월 한국 영화 상영작('15.7)

- 워싱턴 한국문화원, 한국 영화 홍보 위한 'K-Cinema' 정기영화제 개최(7월 9일·23일)

작품명	감독/출연	내용
해운대	• 감독 : 윤제균 • 출연 : 설경구, 하지원 등	대마도와 해운대를 둘러싼 동해에 사상 최대 쓰나미가 덮쳐 시민들을 위협하면서 벌어지는 이야기

- 뉴욕 한국문화원, 여름특집 한국 영화 상영(7월 28일)

작품명	감독/출연	내용
마담뺑덕	• 감독 : 임필성 • 출연 : 정우성, 이솜 등	불미스러운 오해에 휘말려 지방 문학 강사로 내려온 학규와 처녀 덕이 간의 사랑과 복수를 다룬 영화

기타

ㅇ 서울, 아시아 패션 중심지로 부상('15.6.2~11.14, Fashion Institute of Technology 박물관)

- 'Global Fashion Capitals'* 전시회서 소개된 아시아 패션 중심지 16개** 중 서울 선정
- 이상봉 디자이너, Big Park(박윤수) 작품 전시
- PRNewser, 아시아 패션 메카로 부상한 서울 관련 보도

* Global Fashion Capitals : Fashion Institute of Technology 박물관에서 진행되는 전시회. 16개 패션 중심지의 스타일과 대표작 소개. 세계화와 동시에 새로운 패션의 도시로 주목받는 지역의 현 트렌드와 꾸뛰르(couture) 발전 역사 전시

** 서울, 도쿄, 이스탄불, 라고스, 파리, 밀란, 뉴욕, 상하이, 시드니, 베를린, 모스크바, 스톡홀름, 멕시코시티, 상파울루, 뭄바이, 앤트워프

※ **PRNewser, 'Global Fashion capitals' 관련 보도 주요 내용**

① '서울'은 정부 차원의 홍보가 눈에 띔. 한국 정부는 패션, K-Pop을 홍보, 수출할 뿐만 아니라 적절한 시기에 마케팅 활동을 펼쳐 서울을 새로운 패션 중심지로 떠오를 수 있도록 뒷받침함

② 싸이, 네이마(Neymar), 락 밴드 아바(Abba)의 공통점은 새로 떠오르는 도시와 국가 출신이라는 사실

③ 싸이의 인지도는 '서울'을 알리는 데 큰 공을 세움. 아시아 국가 중에서는 도쿄, 상하이, 서울, 뭄바이가 선택됐으며, 이는 뉴욕 패션 업계뿐만 아니라 세계적인 패션 도시들이 서울을 아시아의 새로운 패션 중심지로 인정했다는 점을 보여 줌

○ **북미 최대 아시아 음식 페스티벌 'Taste of Asia'* 개최**('15.6.26~28, 뉴욕 타임스퀘어)

- 한국인 쉐프 에스더 최(Esther Choi)**의 한식 요리 시연, '한국의 소리(Sounds of Korea)' 공연, 사물놀이 공연 등 진행
- 한국 식재료 마트에서 판매 중인 김치, 홍초, 부침개 가루 등 제공

* Taste of Asia : 캐나다 내 중국 커뮤니티가 진행하는 음식문화 축제. 매년 약 10만 명 참여. '13년 11회째

** 첼시마켓 내 먹바(Mokbar) 운영 중. 라면, 떡볶이, 호떡 등 한국 분식점식 메뉴 판매

2 기타

○ **(캐나다) 'Korea Festival' 개최**('15.7.17~18, 오타와 역사박물관)

- 영화 〈국제시장〉 상영, '잔칫날'을 테마로 한식 시식 및 체험 진행
- 사물놀이, 한류 공연, 전통 혼례식 등 진행, 현지인 약 1,000 명 참석
- K-Pop Dance Festival 개최, 약 500명 참석

○ **(브라질) 제23회 브라질 국제애니메이션영화제 '아니마문디'*, 한국 애니메이션 초청**('15.7.10~7.15 상파울루)

- 학생 애니메이션 부문 〈애프터눈클래스〉·〈HER〉·〈The Old Story〉, 국제프로그램 부문 〈의자 위의 남자〉, 단편 부문 〈환〉, 〈자니 익스프레스〉 등 총 6편 상영

* 아니마문디(ANIMA MUNDI) : 남미대륙 최대 국제애니메이션영화제. 매년 브라질 리우데자네이루, 상파울루서 개최. '92년 창설

Ⅳ. 권역별 한류 동향 - 유럽

1 프랑스

기타

○ **'제3회 유러피언 아마추어 소리꾼 선발대회' 개최**('15.6.20, 파리 태양극장)

- 영국, 벨기에, 독일 등 15명 참가, 한류 영향에 따른 판소리 애호가 증가
- 참가자 2명 한국 초대, 세계문화유산 판소리 현장 체험 및 한양대 국악 전공자들과 협연 자격 부여

※ (주관) 파리 한국 소리 페스티벌 조직위원회(K-Vox) (후원) 파리 한국문화원, 한양대학교 한양융합예술센터, 연세대학교 국학연구원 HK 사업단, 프랑스 파리 인문과학 대학연구소(MSHPN) 등

○ **'제5회 케이팝 떠오르는 별' 경연대회 개최**('15.7.4, 파리 아디야르극장)

- 총 53개 팀 예선, 10팀 본선 진출
- 2NE1 〈Lonley〉, 태양 〈눈, 코, 입〉, 레드 벨벳 〈행복〉, 소녀시대 〈Catch me if you can〉, EXO 〈Love me right〉 등 10여 곡 경연
- 수상자, 8월 네티즌 온라인 투표 거쳐 'K-Pop World Festival in 창원' 참가 여부 결정

※ (주최) 주프랑스 한국문화원

Ⅴ. 권역별 한류 동향 - 기타

1 기타

○ **(남아프리카공화국) 프리토리아 뉴스*, 한식 관련 기사 보도**('15.7.15)

* 프리토리아 뉴스(Pretoria News) : 남아프리카공화국 수도 유력 일간지

※ Pretoria News, 한식 소개 기사 주요 내용

- 기자 : Diane de Beer

① 김밥, 잔치국수, 비빔국수, 만두, 된장국, 부대찌개, 삼겹살 등 한식 소개

② 한식은 그 가치에 비해 가장 덜 알려진 음식이며, 맛과 건강을 위해 남아공 음식문화에 한식을 접목할 필요가 있음

③ 아직까지 남아공 내 한식이 널리 보급되어 있지 않으나, 주남아공대사관이 지난해부터 공공·문화외교의 주요 수단으로 한식을 적극적으로 활용하고 있는 것은 고무적인 일('14년 Global Taste of Korea 남아공 예선전, Korean Film and Food Festival 개최, 현지인 1,500명 참석)

④ 남아공대사관 관계자에 따르면 올해 한식 행사는 '14년 시도했던 행사에 비해 한 단계 업그레이드될 전망. 한국의 전문 쉐프를 초빙해 고급 호텔 시니어급 쉐프, 푸드저널리스트, 조리학교 학생들을 대상으로 한국 식문화를 보다 전문적으로 소개할 예정. 또한 한식 시연·시식뿐만 아니라 음식을 함께 만드는 자리를 마련할 계획

○ **(호주) 영화 <연평해전> 호주 개봉**('15.7.16, Top Ryde Event Cinemas)

- 현지 영화 배급사 CineAsia, 〈연평해전〉 수입
- 호주·뉴질랜드 12개 영화관 동시 상영 중

작품명	감독/출연	내용
연평해전	• 감독 : 김학순 • 출연 : 김무열, 진구 등	2002년 6월 29일 연평도를 지키던 해군 고속정 참수리호에 대한 북한군의 기습 공격으로 개시된 실제 해전을 재구성

○ **(인도) '2015년 인도 K-팝 콘테스트' 개최**('15.7.24, 미조람대학교 다목적체육관)

- 동북부 지역 예선 일환, 댄스 부문 9개팀·노래 부문7개 팀 참가
- 가수 정혜민 축하 공연, 현지 한류 팬 3,000명 운집, 현지 언론 〈미조람포스트〉 내 주요 기사로 보도
- 푸 랄탄하울라 주총리, 식전 행사로 한국 측 주요 인사 초청, 한류·한국과 미조람주의 관계·미조람의 향후 계획 등 설명

KOFICE NOTE

인구 12억 500만 명의 인도는 지금까지 한류의 불모지로 여겨져 왔으며, 다수 언론은 인도 내 한류 성공 가능성이 희박하다는 결론을 내린 바 있음. 그러나 '2015년 인도 K-팝 콘테스트'는 인도 내 한류의 잠재력을 보여 줌. 본 행사를 위해 3,000여 명의 팬들이 몰렸으며, 공연장에 들어가지 못한 1,000여 명은 프로젝트 화면으로 행사를 지켜봄.
'14년 말 아이돌 그룹 엔소닉의 공연에 이어 발리우드의 도시 뭄바이의 한 연예기획사가 한류에 관심을 보이면서 '15년 하반기 뭄바이 내 한류 관련 행사가 다수 개최될 예정이며, SM엔터테인먼트 역시 인도 진출을 검토 중(아시아투데이, 2015.7.26). 오는 8월 제아제이, 임펙트가 참여하는 '2015년 인도 K-팝 콘테스트' 결선과 '필코리아 인 뉴델리 K-팝 콘테스트 인디아' 공연 개최가 인도 내 한류 확산에 중요한 역할을 할 것으로 기대

○ **(이집트) 이집트 K-Pop 숍, 'We are different' 인기**('15.7.28, 카이로 독키)

- 이집트 K-Pop팬 자이단 나드린, '14년 12월부터 'We are different' 운영
- 한국 가수 포스터, 사진첩, 액세서리, 음악 CD, 책, 티셔츠, 가방 등 판매
- 러시아, 일본, 독일 국적의 한류 팬 다수 현지 숍 방문
- 'We are different' 페이스북 팔로워 1만1천 명 상회, 카이로 도심 내 K-Pop 한류 활성화 기대

[부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.7.9~7.26)

한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
엠티플 (콘서트)	'15.7.9	일본 (도쿄, Show Box)	-	• 약 1천 명 참석
방탄소년단 (콘서트)	'15.7.10	호주 (시드니, UNSW Round House)	AUD 129~199 (한화 약 11만 원 ~ 17만 원)	-
	'15.7.12	호주 (멜버른, Convention and Exhibition Centre)		-
	'15.7.16	미국 (뉴욕, Best buy Theatre)	USD 155~205 (한화 약 18만 2천 원~약 23만 8천 원)	• 약 2천 석 규모
	'15.7.18	미국 (달라스, Verizon Theatre)		• 약 6천 석 규모
	'15.7.24	미국 (시카고, Rosemont Theatre)		• 약 4천4백 석 규모
	'15.7.26	미국 (로스앤젤레스, CLUB NOKIA)		• 약 2천3백 석 규모
	'15.7.29	멕시코 (멕시코시티, Pabellon Oeste)	MXN 1,500~2,800 (한화 약 10만 7천 원~약 20만 원)	-
지창욱 (팬미팅)	'15.7.18	일본 (도쿄, TOYOSU PIT)	JPY 11,880 (한화 약 11만 원)	• 약 3천 명 참석
EXO (콘서트)	'15.7.18~19	중국 (베이징, Beijing MasterCard Center)	CNY 780~1,280 (한화 약 14만 3천 원~23만 4천 원)	• 약 1만 8천 석 규모
빅뱅 (콘서트)	'15.7.18~19	싱가포르 (싱가포르, Singapore Indoor Stadium)	SGD 168~368 (한화 약 14만 2천 원~31만 2천 원)	• 약 1만 3천 석 규모
	'15.7.24	말레이시아 (쿠알라룸푸르, Putra Indoor Stadium)	MYR 288~798 (한화 약 8만 7천 원~24만 2천 원)	• 약 1만 6천 석 규모
송재림 (팬미팅)	'15.7.19	대만 (타이베이, Att Show Box)	TWD 2,000~3,800 (한화 약 7만 4천 원~약 14만 1천 원)	• 약 1천 석 규모
크레용팝 (팬미팅)	'15.7.22	일본 (가와사키, Lazona Kawasaki Plaza)	무료	• 약 2천 명 참석
	'15.7.24	일본 (도쿄, Tokyo Dome City LaQua Garden stage)		• 약 2천 명 참석
	'15.7.25	일본 (가와사키, Tokyo Dome City LaQua Garden stage)		-

크레용팝 (팬미팅	‘15.7.26	일본 (가와사키, Hankyu Nishinomiya Gardens 4 floor Sky Garden)	무료	-
박유천 (팬미팅)	‘15.7.22~23	일본 (요코하마, Yokohama Arena)	JPY 10,000 (한화 약 9만 2천 원)	• 약 2만 4천 명 참석
전효성 (팬미팅)	‘15.7.25	일본 (시부야, Mt.Rainier hall)	JPY 7,800 (한화 약 7만 3천 원)	• 약 2백 석 규모
강민혁 (팬미팅)	‘15.7.25	태국 (방콕, Central Plaza Ladprao)	THB 1,500~5,000 (한화 약 5만 원~16만 6천 원)	• 약 3천8백 명 참석
SM타운* (콘서트)	‘15.7.25~26	일본 (Osaka, Kyocera Dome)	JPY 13,500 (한화 약 12만 7천 원)	• 약 9만 명 참석

* 일본 전국 130개 영화관 생중계

[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

('15.4.30~7.30)

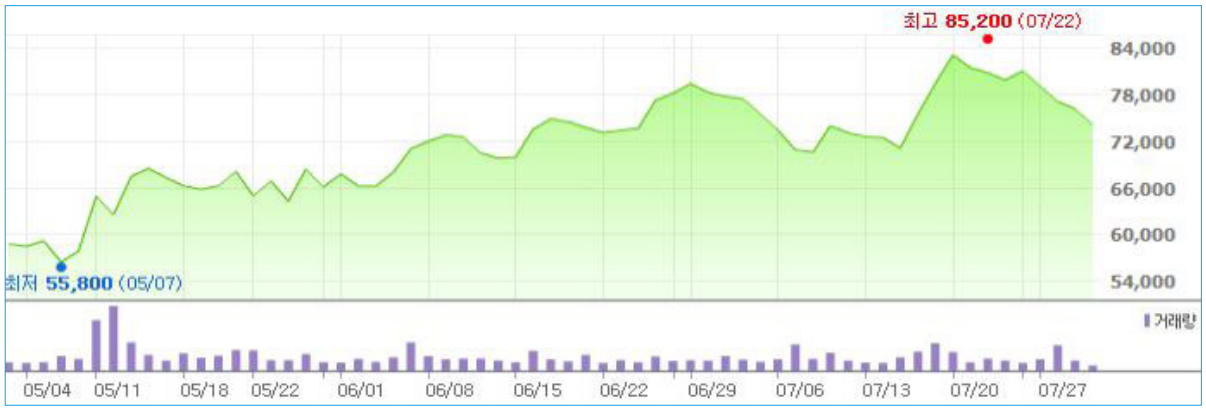
엔터테인먼트 업계 (11개사)

초록뱀

IHQ

키이스트

CJ E&M



팬엔터테인먼트

SBS콘텐츠허브

FNC엔터테인먼트

NEW엔터테인먼트

JYP콘텐츠허브

SM엔터테인먼트

YG엔터테인먼트

※ 출처 : 네이버금융(http://finance.naver.com)