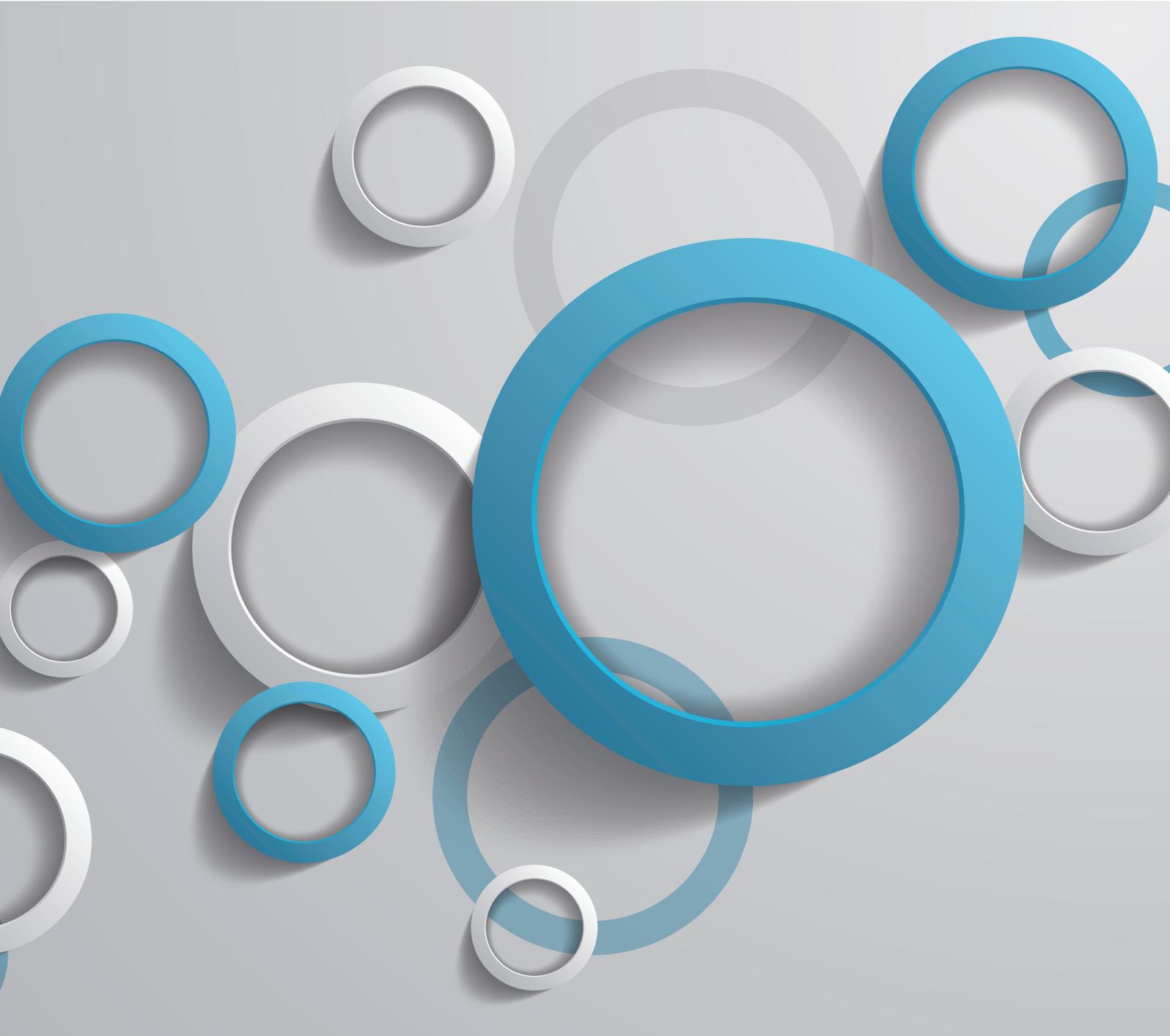


글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

100호



KOFICE

(재)한국문화산업교류재단
Korea Foundation for International Culture Exchange

CONTENTS_

2주간 한류핵심 이슈	04
I 국내 한류 동향	06
II 권역별 한류 동향_ 아시아	11
III 권역별 한류 동향_ 미주	17
IV 권역별 한류 동향_ 유럽	19
V 권역별 한류 동향_ 기타	22
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	23
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	24

▣ 조사 개요

조사 지역 : 총 17개국

- 아시아(한국, 중국, 일본, 베트남, 태국, 대만, 인도, 인도네시아, 우즈베키스탄, 투르크메니스탄)
- 미주(중남미, 브라질)
- 유럽(폴란드, 러시아, 스페인, 헝가리)
- 기타(호주)

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

- 2015.11.19~2015.12.3(2주)
- ※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)
- ※ 발행인 : 김덕중 사무국장
- ※ 편집위원 : 남상현 박사, 김아영 연구원, 류설리 연구원, 김노영 연구원

2주간 한류 핵심 이슈

○ ‘차이나 머니’, 한류 콘텐츠 유입 활발(‘15.11.23)

- 한·중 단순 합작에서 경영권 인수로, 제조업에서 한류 콘텐츠로 변화 가속화
- FNC엔터, 씨그널엔터 중국 기업으로부터 각 330억, 1,000억원 투자 유치
- 중국 자본의 역습 대(對) 상생 구도를 통한 전략적 교두보 마련 등 다양한 관점 제기

KOFICE NOTE

뉴노멀(New Normal) 시대 변화상이 대중국 사업을 전개하는 한국 기업들에게 고민을 안겨 주고 있는 가운데, 최근 중국의 거대 자본 업체들이 한류 콘텐츠에 뜨거운 관심을 보여 주목을 받음. 일례로 개그맨 유재석, 그룹 씨엔블루 등 한류스타들이 대거 소속된 FNC엔터테인먼트는 중국 최대 민영기업 쑤닝유니버설미디어로부터 336억 9,000만 원 규모의 투자를 유치. 이는 FNC엔터가 제3자 배정 유상증자를 통해 쑤닝유니버설미디어로부터 운영자금을 받는 형태. 한편 씨그널엔터테인먼트그룹은 최근 중국 현지 위성방송 채널과 함께 1,000억 원 규모의 영상펀드를 조성하기로 합의했으며, 초록뱀미디어는 제3자 배정 유상증자 납입 완료로 최대주주가 주나인터내셔널에서 홍콩 DMG그룹으로 변경됨.

중국 자본의 과감한 투자 배경은 중국의 경제와 산업 정책의 변화에서 기인. 리커창 총리는 2015년 양회에서 “산업 지형이 인터넷, 콘텐츠 관련 산업으로 이동 중”이라고 밝힘. 이에 한국 미디어 콘텐츠 기업 역시 중국 정부의 각종 규제를 피하기 위해 현지 업체 지분 투자 혹은 합작법인(조인트벤처·JV)을 설립(매일경제, 2015.11.23)

이러한 패러다임 변화는 위기이자 기회로 작용. 일각에서는 한국이 중국 자본의 하청기지 또는 인력 공급기지가 되는 게 아닌가 하는 우려를 보임. 반면 한중 FTA 발효로 대중국 수출 둔화를 최소화하고, 중국을 제2의 내수시장으로 접근해야 한다는 주장이 힘을 얻고 있음. 향후 합종협력 또는 공동제작을 활용, 새로운 아이템 및 신인 발굴의 기회를 얻고, 중국 수출길에 숨통을 틔워 양국 간 전략적 동반자 관계를 구축해야 할 것으로 보임

○ 문화체육관광부·외교부, ‘2015 중남미 문화콘텐츠 카라반’ 파견(‘15.11.18~28, 멕시코/페루/브라질)

- 중남미 3개국에 민·관 합동 경제사절단* 파견, 중남미 국가들과의 협력 기반 강화, 문화콘텐츠 분야의 교류 협력 확대 목적
- 한국 기업의 해외 진출 시 민·관의 협력을 통한 융합 한류 가속화 기대

* 경제사절단 : 나라를 대표해 일정 사명(경제 교역 및 투자 등)을 띠고 외국에 파견되는 사람들

파견 국가(일시)	주요 활동
멕시코 칸쿤 (‘15.11.18~‘15.11.19)	<ul style="list-style-type: none"> • 칸쿤 시장 면담(문체부) • ‘MIP CANCUN 2015’ 수출상담회(콘진원) • 한류 공연 ‘SHOW KACE’ 개최(아리랑TV)
페루 리마 (‘15.11.20~‘15.11.25)	<ul style="list-style-type: none"> • 한-페루 방송 분야 MOU 후속조치 실무협의(아리랑TV) • 한-페루 문화예술 협력 MOU 체결(문체부) • 한류 공연 ‘Noche de K-POP’(K-Pop Night) 개최(아리랑TV) • 1:1 수출상담회 개최(콘진원, 코트라)
브라질 상파울루 (‘15.11.23)	<ul style="list-style-type: none"> • 1:1 수출상담회 개최(콘진원, 코트라) • 한-브라질 방송 분야 MOU 후속조치 실무협의(아리랑TV)

KOFICE NOTE

박근혜 대통령의 중남미 순방 후속사업 중 하나인 이번 카라반 행사는, 1,000억 달러에 달하는 문화콘텐츠 시장으로 부상 중인 중남미 국가들과의 협력을 목적으로 마련. 본 카라반에는 문화체육관광부, 외교부 대표단, 한국콘텐츠진흥원, 대한무역투자진흥공사, 국제방송교류재단, 방송·게임·애니메이션·캐릭터 등 문화콘텐츠 기업 16개사, 플랜트·건설·전력·기자재 기업 38개사가 참여해 수출상담회 및 한류 공연을 개최.

특히 정부는 범부처 및 유관 기관 협업을 기반으로 플랜트, 건설, 전력 기자재 등 연관 산업과의 동반 진출을 추진함으로써 향후 한국 기업의 중남미 진출 시 민·관의 협력을 통해 한류 융합을 가속화시키는 계기를 마련.

1990년대 후반부터 활성화되기 시작한 각료급 사절단 파견은 경제, 문화 등 다양한 분야의 교류를 통한 실질적 성과를 극대화한다는 전략에서 비롯됨. 경제사절단은 기업의 해외 수출과 투자 계약의 새로운 활로를 개척하고, 기업의 현지 신용을 얻는 데 긴요한 역할을 담당. 가시적인 성과 창출에 앞서 본 경제사절단이 한국과 중남미 민간기업 간 체계적인 협력을 도모하는 유용한 채널로 발전할 수 있도록 정부의 지속적인 지원이 뒷받침되어야 할 것

○ 문화체육관광부·산업통상자원부, ‘자유무역협정(FTA) 저작권 협상 전략회의’ 개최(‘15.11.19, 한국저작권위원회 서울사무소)

- 한-중미 자유무역협정 및 역내 포괄적 경제동반자 협정(RCEP)의 저작권 협상 전략 관련 전문가 논의
- 저작물 이용 환경 변화에 따른 저작권 침해 대응 방안 모색

※ 문화체육관광부·산업통상자원부, ‘자유무역협정(FTA) 저작권 협상 전략회의’ 주요 내용

- ① 아세안 등 신흥시장 내 인터넷 및 휴대폰 보급이 확산되면서 저작물 이용 환경이 빠르게 변화하는 중
- ② 이에 따라 신흥시장 내 한류 콘텐츠 유통 역시 인터넷, 휴대폰을 통해 이뤄지고 있음. 인터넷상 반복적인 저작권 침해에 대응할 수 있는 조치 마련과 함께 저작물 접근통제 장치에 대한 보호 강화가 필요
- ③ 전문가들은 신흥시장에서 저작권 침해에 관련된 민·형사 절차가 명확하게 규정될 경우, 한류 콘텐츠 보호가 한층 강화될 수 있다는 데 의견을 같이 함
- ④ 특히, 민사 소송의 경우 침해자에게 침해 관련 정보를 제출하도록 명령하는 제도가, 민·형사 소송의 경우에는 저작권자 추정 제도 등이 자유무역협정을 통해 상대국에 도입되면, 우리 권리자가 현지에서 진행되는 저작물 침해 관련 소송에서 큰 도움을 받을 수 있음

I. 국내 한류 동향

1 한류 업계 및 한류스타

○ 한류스타들 국외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 10회* 공연 개최

* 해외 진출 : 중국 4회, 일본·필리핀 2회, 말레이시아·멕시코 각 1회

○ 신화망* 한국채널 출범식 개최('15.11.24, 롯데호텔 크리스탈볼룸)

- 후이런뉴미디어·한강문화미디어·제우 C&M 3사 기사 및 광고 송출 공동 운영

- 한국 정치·경제·사회·문화·과학기술 뉴스와 함께 패션·뷰티·연예·관광 등 엔터테인먼트 분야 콘텐츠 제공 예정

* 신화망 : 중국 국영매체 신화통신이 지난 '97년 창설한 온라인 뉴스포털 사이트. 1일 평균 방문자 2억 5,000만 명, 페이지뷰 3억 1,000만 건

2 한류-산업 연계

○ 문화체육관광부·산업통상자원부, '자유무역협정(FTA) 저작권 협상 전략회의' 개최('15.11.19, 한국저작권위원회 서울사무소)

- 한-중미 자유무역협정 및 역내 포괄적 경제동반자 협정(RCEP)의 저작권 협상 전략 관련 전문가 논의

- 저작물 이용 환경 변화에 따른 저작권 침해 대응 방안 모색

※ 문화체육관광부·산업통상자원부, '자유무역협정(FTA) 저작권 협상 전략회의' 주요 내용

- ① 아세안 등 신흥시장 내 인터넷 및 휴대폰 보급이 확산되면서 저작물 이용 환경이 빠르게 변화하는 중
- ② 이에 따라 신흥시장 내 한류 콘텐츠 유통 역시 인터넷, 휴대폰을 통해 이뤄지고 있음. 인터넷상 반복적인 저작권 침해에 대응할 수 있는 조치 마련과 함께 저작물 접근통제 장치에 대한 보호 강화가 필요
- ③ 전문가들은 신흥시장에서 저작권 침해에 관련된 민·형사 절차가 명확하게 규정될 경우, 한류 콘텐츠 보호가 한층 강화될 수 있다는 데 의견을 같이 함
- ④ 특히, 민사 소송의 경우 침해자에게 침해 관련 정보를 제출하도록 명령하는 제도가, 민·형사 소송의 경우에는 저작권자 추정 제도 등이 자유무역협정을 통해 상대국에 도입되면, 우리 권리자가 현지에서 진행되는 저작물 침해 관련 소송에서 큰 도움을 받을 수 있음

○ 수출입은행·한국콘텐츠진흥원, 한류 콘텐츠 산업 관련 업무협약 체결('15.11.27)

- '콘텐츠산업 금융생태계 조성 및 해외 진출 지원을 위한 업무협약' 체결
 - 콘텐츠가치평가제도* 활성화 협력, 해외 진출 콘텐츠 기업에 대한 금융·비금융 지원 강화, 콘텐츠 산업정보시스템 공유 및 공동 지원사업 발굴
 - 협약에 따른 첫 공동사업 발굴 성과물로 드라마 <사임당 더 히스토리> 지원
 - 문화콘텐츠 가치 평가 및 지원 기준의 투명화·체계화 위해 정부·금융 간 협력 필요
- * 콘텐츠가치평가제도 : 무형의 문화콘텐츠 상품 가치를 눈에 보이는 금전적 가치로 환산해 주는 장치

3 한류-관광 연계

○ 한·중 합작 한류 복합문화단지, 용인시에 조성('15.11.18)

- 호박덩쿨*, 중국 오인제작유인회사와 업무협약 체결
 - 한류 콘텐츠 제작 위한 협업 및 대중문화예술 교류 활성화 목적
 - 드라마 체험장 및 한식문화 체험장 등 조성**
- * 호박덩쿨 : 국내 드라마 제작사. 대표작 <파리의 연인>, <아내의 유혹>
- ** 용인시 남사면 일원, 12만여㎡ 규모, '17년 완공 예정

○ 서울시, 유커 유치 활성화 위해 '바이두'*와 업무협약 체결('15.11.20)

- 바이두 내 '서울 여행' 정보 검색 편의성 제고 및 서울 명소, 축제, 한류체험 프로그램, 각종 이벤트 홍보 계획
 - 관광 트렌드 변화, 외래관광객 실태조사, 관광 불편 신고 내용 등 지속적 분석, 관광객 체감도 높은 분야부터 개선책 마련 예정
- * 바이두 : 중국 대표 포털 중 하나. '05년 미국 나스닥 상장, '08년 일본 서비스 시작

○ 마포구, 한류문화 체험공간 '신한류플러스' 개관('15.11.23)

- 한류 뷰티 체험 및 쇼핑 공간으로 조성된 'K-뷰티관', '한류카페' 등 입점
- 중소기업 MD 상품 홍보 전시관, 트래블센터, 미술작품 전시, 토크 콘서트 및 회의실 활용을 위한 갤러리 라운지 설치 예정

4 한류-한국문화 연계

○ 문화체육관광부, ‘한국다움’ 찾기 낱말 이벤트 진행(‘15.11.19)

- 광복 70년 맞이, 국민 문화적 자긍심 향상, 한국다움의 핵심가치 수집 목적
- ‘현재 낱말’, ‘미래 낱말’에서 ‘K-Pop’ 공통 도출
- ‘한국에 대한 경험’ 관련 질문을 통해 한국 문화콘텐츠의 중추적 역할 확인

※ 문화체육관광부, ‘한국다움’ 찾기 낱말(키워드) 이벤트’ 주요 내용

- 조사 기간 : 2015.9.1~2015.11.30(약 2달 간)
- 표본 : 국내외 117개국 총 1,26만 8,348건 접수
 - * 국문 1,24만 3,743건, 영문 1만 5,833건, 중국어, 일본어, 인도네시아어 등 다양한 언어로 된 낱말 수집
 - ** 연령대는 20대(61.6%), 성별은 여성(78%)이 다수 차지
- 조사 방법 : 온라인 공식 홈페이지, 찾아가는 이벤트 등
 - ① 접수된 전체 낱말 중 ‘전통 낱말’은 한글, 아리랑, 한복, 김치, 역사, 아름다움 등 문화적 자산과 이를 표현한 낱말 등이 상위 차지
 - ② ‘현재 낱말’은 열정, 한글(훈민정음), 아리랑, 김치, 한복, 케이-팝, 아이티(IT) 강국, 한류 등 의식주를 넘나드는 다양한 분야에서 수집됨. 한편 ‘미래 낱말’로는 통일, 희망, 열정, 기대, K-Pop 등의 순서로 나타남
 - ③ 전체 낱말을 분석한 결과, 열정, 희망, 사랑, 아름다움 등 ‘가치’(38.9%)를 나타내는 낱말과 한글, 아리랑, 한복, K-Pop 등 ‘문화콘텐츠’(23.8%)를 나타내는 낱말들이 대부분을 차지
 - ④ 특히, 본 조사의 각 분야 10위 안에 문화콘텐츠 관련 낱말(16개)이 절반 이상 포함됨. ‘한글’은 ‘전통’, ‘현재’, ‘미래’ 낱말에서 모두 높은 순위 차지
 - ⑤ 한편 ‘한국에 대한 당신의 경험(Tell us your experience of Korea.)’에 대한 응답으로 케이-팝(K-Pop), 음식(food), 문화(culture), 케이-드라마(K-drama) 등이 도출됨. 따라서 한국 경험 시 한국 문화콘텐츠가 중추적 역할을 담당함을 알 수 있음

○ ‘2015 한류패션페스티벌’ 개최(‘15.11.28, 인천국제공항 1층 밀레니엄홀)

- 한복패션·공항패션·명사패션쇼, 미용 홍보·체험부스 운영
- 팝페라 식전공연, 퓨전 국악공연, 케이팝(K-Pop) 피날레공연 진행
- 한류와 패션·뷰티 융합 행사를 통한 신한류 붐 조성, 지역관광 콘텐츠 육성 기회 제공
 - ※ (공동주최) 문화체육관광부, 인천국제공항공사, 인천관광공사

5 한류-전통문화 연계

○ 종로구, 천자문 노랫가락 통한 국악한류 음악회 개최('15.11.5, 종로구민회관 대강당)

- 한문 문장을 노래조로 읊는 송서(誦書), 한시를 노래로 들려주는 율창(律唱)을 주제로 음악회 개최(송서·율창의 대중화 목적)
- 주요무형문화재 57호인 경기민요 전수조교이자 서울시 무형문화재 41호 송서 예능보유자 유 창 총감독 및 국악인 50여 명, 이정순 무용단 공연

KOFICE NOTE

종로구는 일반인들에게 생소한 송서와 율창 음악회를 통해 국악의 본산인 옛 전통을 이어 새로운 문화상품으로 키울겠다는 계획. 나아가 종로구는 우리 음악 계승과 정체성 확립을 위해 '17년 국악로(창덕궁 돈화문~종로3가 사거리)의 종로 1~4가 동주민센터 내 우리 음악 도서관을 조성할 예정. 본 도서관에는 국악 관련 서적과 국악기가 비치되며, 국악 공연과 악기 체험이 가능한 공간으로 꾸러질 계획.

한편 서울시 역시 남산국악당으로부터 국악로를 거쳐 북촌에 이르는 구간을 '국악벨트'로 조성해 새로운 한류상품으로 육성한다는 계획. 국악벨트가 인사동 전통문화축제와 어우러질 경우 국악로 일대가 새로운 관광명소로 주목받을 수 있을 것으로 보임.

본 음악회가 1회성 공연을 넘어 한류문화를 견인하는 문화상품으로 자리 잡을 수 있도록 경제적인 지원뿐만 아니라 종로구, 국악인, 대중들의 많은 관심과 참여가 요구됨

○ 평창군* 성공적인 문화올림픽 개최를 위한 전통연희 대축전 개최('15.11.22)

- '2018평창동계올림픽' 대비, 평창군-(사)한국전통연희단체총연합회 협약 체결
- '한류경쟁력 강화사업' 추진, '17년 하반기까지 용평면 장평리에 전통민속상설공연장, 진부면에 평창송어종합체험장 건립
- 전통 민속 공연 및 다양한 한류 공연 개최 예정
- * 특히 평창군은 '16년 1월 '평창 겨울연희대축전'을 열어 유네스코에 등재된 문화유산을 활용, 다양한 전통연희 공연, 지역 민속공연, 전통연희 교육 및 민속문화 체험프로그램 등을 운영할 계획

6 한류-기타

○ 미래창조과학부, '방송콘텐츠 해외 유통 방안 세미나' 개최('15.11.27, 방송회관)

- 방송채널사용사업자(PP) 시장 개방, 글로벌 동영상플랫폼 영향력 확대에 따른 방송콘텐츠 해외 유통의 새 패러다임 모색 목적
- 방송콘텐츠 저작권 전담 관리 기구로 '신탁관리단체' 마련 요구

※ ‘방송콘텐츠 해외 유통 방안 세미나’ 주요 내용

- ① 현재 한국 방송콘텐츠의 인기는 동남아 지역 위주로 주춤하는 상황. 대일·대중 수출도 일본 과거사 문제, 중국의 문화보호 정책 등으로 위축
- ② 국내 중소 방송채널사용사업자(PP)나 제작사의 경우, 콘텐츠 판매 시 해외 유통·배급망이 없어 글로벌 경쟁력이 취약. 콘텐츠 기획 및 개발 단계부터 제작·유통까지 현지 시장 중심으로 접근하는 전략 필요
- ③ 그러나 방송콘텐츠가 어렵게 해외 진출에 성공한다 해도 개별 방송사가 불법 유통되는 콘텐츠의 저작권을 모두 관리하기에는 어려움이 따름
- ④ 이에 ‘신탁관리단체’ 마련이 요구됨. 이는 방송콘텐츠 저작권만을 전문적으로 관리하는 단체로, 방송사와 독립제작사는 제작에 집중하는 한편 저작권에 따른 수익관리는 신탁관리단체에 일임하는 역할을 의미

II. 권역별 한류 동향 - 아시아

1 중국

드라마 · 예능

○ 이준기*, <남신을 만나다>** 첫 게스트 출연('15.11.28)

- 경북궁, 인사동 등 한국의 정서가 담겨있는 핫플레이스 중심으로 촬영

* 이준기 : 나무엑터스 소속. 대표작 <밤을 걷는 선비>, <조선 총잡이>. 중국 후난위성 예능프로그램 <쾌락대본영> 출연('14.5.11), 시청률 1위 기록

** 남신을 만나다 : 한·중 문화 교류 및 소통을 목적으로 한류스타와 중국스타들이 함께 출연하는 예능 프로그램. '15.11.28 안후이 위성TV 첫 방송

○ 크리스탈*, 중국 드라마 <졸업시즌> 캐스팅('15.11.28)

배우	작품명	내용
크리스탈*	졸업시즌(가제)	패션계의 이야기를 다룬 로맨스 드라마

* 크리스탈 : SM엔터테인먼트 소속. 그룹 f(x) 멤버. 대표작 시트콤 <하이킥! 짧은 다리의 역습>, SBS <상속자들> 등

기타

○ '한시쿠러*', 중국 잡지 '아이런'**과 함께 중국 내 통합발행 계약 체결('15.11.20)

- 신속·정확한 최신 한류 소식 현지 제공, 중국 광고시장 직접 접촉을 통한 자율적 네트워크 확보

- 양사 협력을 통한 신(新) 비즈니스모델 구축 기대

* 한시쿠러 : 티브이데일리가 발행하는 중국판 한국잡지. '15년 4월 창간

** 아이런 : '93년 5월 창간된 여성잡지. 북경, 서안, 상해 중심으로 판매 중

○ '차이나 머니', 한류 콘텐츠 유입 활발('15.11.23)

- 한·중 단순 합작에서 경영권 인수로, 제조업에서 한류 콘텐츠로 변화 가속화

- FNC엔터, 씨그널엔터 중국 기업으로부터 각 330억, 1,000억 원 투자 유치

- 중국 자본의 역습 대(對) 상생 구도를 통한 전략적 교두보 마련 등 다양한 관점 제기

KOFICE NOTE

뉴노멀(New Normal) 시대 변화상이 대중국 사업을 전개하는 한국 기업들에게 고민을 안겨 주고 있는 가운데, 최근 중국의 거대 자본 업체들이 한류 콘텐츠에 뜨거운 관심을 보여 주목을 받음. 일례로 개그맨 유재석, 그룹 씨엔블루 등 한류스타들이 대거 소속된 FNC엔터테인먼트는 중국 최대 민영기업 쑤닝유니버설미디어로부터 336억 9,000만 원 규모의 투자를 유치. 이는 FNC엔터가 제3자 배정 유상증자를 통해 쑤닝유니버설미디어로부터 운영자금을 받는 형태. 한편 씨그널엔터테인먼트그룹은 최근 중국 현지 위성방송 채널과 함께 1,000억 원 규모의 영상펀드를 조성하기로 합의했으며, 초록뱀미디어는 제3자 배정 유상증자 납입 완료로 최대주주가 주나인터내셔널에서 홍콩 DMG그룹으로 변경됨.

중국 자본의 과감한 투자 배경은 중국의 경제와 산업 정책의 변화에서 기인. 리커창 총리는 2015년 양회에서 “산업 지형이 인터넷, 콘텐츠 관련 산업으로 이동 중”이라고 밝힘. 이에 한국 미디어 콘텐츠 기업 역시 중국 정부의 각종 규제를 피하기 위해 현지 업체 지분 투자 혹은 합작법인(조인트벤처·JV)을 설립(매일경제, 2015.11.23)

이러한 패러다임 변화는 위기이자 기회로 작용. 일각에서는 한국이 중국 자본의 하청기지 또는 인력 공급기지가 되는 게 아닌가 하는 우려를 보임. 반면 한중 FTA 발효로 대중국 수출 둔화를 최소화하고, 중국을 제2의 내수시장으로 접근해야 한다는 주장이 힘을 얻고 있음. 향후 합중협력 또는 공동제작을 활용, 새로운 아이템 및 신인 발굴의 기회를 얻고, 중국 수출길에 숨통을 틔워 양국 간 전략적 동반자 관계를 구축해야 할 것으로 보임

○ 한국경제·시나그룹, ‘한류중심 어워즈’ 출범(‘15.11.25)

- ‘2015 한류중심 어워즈’ 개최, 중국 소비자들에게 사랑받은 10개 기업* 시상
- 한국경제·시나닷컴**, 자유무역구 한류중심***을 매개로 양국 엔터테인먼트 분야의 폭넓은 교류 추진 예정
 - * 패션리류(삼성물산), 패션잡화(세정), 뷰티(LG생활건강), 엔터테인먼트(SM엔터테인먼트), 가전유통(에스아이에스리테일), 헬스(한국인삼공사), 유아(해피랜드F&C), 생활가전(휴롬), 푸드(CJ제일제당), 라이징엔터테인먼트(FNC엔터테인먼트)
 - ** 시나닷컴 : 중국 대표 포털사이트. ‘88년 설립, ‘09년 웨이보 서비스 시작
 - *** 자유무역구 한류중심(FTZ KOREA PLAZA) : 중국 4대 자유무역구(상하이, 톈진, 푸저우, 광저우)에 위치한 한국관의 공식 명칭. 한국 상품 전용 쇼핑몰, 한류 상설 공연장, 지자체관으로 구성

2 베트남

드라마

○ “영원한 사랑”을 주제로 한국 드라마 관련 보도(‘15.11.6)

- ‘Dân trí(국민지식)’, “영원한 사랑의 포로를 만드는 한국 드라마 장면(Bộ tranh tứ bình về “tình yêu vĩnh cửu” của màn ảnh Hàn)”라는 제목의 기사 게재
- <가을동화>, <겨울연가>, <여름향기>, <봄의 왈츠> 소개

※ “영원한 사랑의 포로를 만드는 한국 드라마 장면(Bộ tranh tứ bình về “tình yêu vĩnh cửu” của màn ảnh Hàn)” 관련 보도 주요 내용

- ① 먼저 2002년 <가을동화(Trái tim mùa thu)>에는 송승헌, 송해교, 원빈이 출연. 이는 한국 드라마 로맨스의 개척자이며, 1990년대 후반부터 시작된 한류의 물결을 연장시킴
- ② 두 번째는 2002년의 <겨울연가(Bản tình ca mùa đông)>. 배우준, 최지우 주연의 본 드라마는 다수 아시아 국가에서 한류를 더욱 강력하게 만드는 데 영향을 끼침. 특히 일본, 필리핀 시청자를 한류팬으로 끌어올리는 중요한 역할을 함. 또한 음악, 소설 등 파생상품을 생성시켜 한국 관광 산업의 수익성에도 긍정적인 영향을 끼침
- ③ 세 번째는 송승헌, 손예진, 류진, 한지혜가 출연한 2003년 <여름향기(Hương mùa hè)>. 네 번째는 2006년 방영한 <봄의 왈츠(Điệu valse mùa xuân)>이며, 한효주, 다니엘 헤니, 이소연 등 신인 연기자들이 캐스팅되어 인기를 얻음

기타

○ Zing.vn, 한국 매니저 관련 기사 보도(‘15.11.15)

- “매니저는 한국스타의 성공에 어떻게 기여하는가?”라는 제목의 기사 보도
- 아이돌의 일정부터 연애 관리까지 스타와 함께하는 매니저의 일상 소개

※ Zing.vn, “매니저는 한국스타의 성공에 어떻게 기여하는가?” 보도 주요 내용

- ① 매니저의 주 업무는 계획대로 일정이 진행되는가를 확인하는 일이며, 스타의 식사, 집안일, 화보 촬영, 음악프로그램 출연과 같은 활동에 모두 동행할 뿐만 아니라, 아이돌의 수면을 보장하고, 가족에 대한 문의까지 도맡음
- ② 매니저는 아이돌의 비밀 데이트가 들키지 않도록 해야 함. 예를 들어 샤이니의 종현과 신세경, 비스트의 용준형과 카라의 구하라의 연애 장면이 매니저에 의해 발견됐으나, 결국 이들의 연애는 소속사의 승낙 후 인정됨
- ③ 한국 스타의 매니저는 일반적으로 남성임. 여성 솔로 가수, 여성 그룹 담당 매니저 영입 시 남성을 주로 채용하며, 이들은 늦은 스케줄을 소화하고 귀가하는 여성 아이돌의 안전을 보호
- ④ 한편 엑소, 샤이니, 소녀시대, 레드벨벳 등 여타 그룹들의 경우, 매니저가 무력으로 팬들을 “무시”하는 일이 있었음. 물론 한국 매니저들의 위협적인 태도도 문제이나, 일부 팬들의 도를 넘은 행동 역시 문제로 지적됨

3 인도

기타

○ 한국학연구자·한류팬 공동모임 ‘프리아 코리아 클럽’ 출범(‘15.11.19, 자와할랄네루대)

- 한국어·한국학 교수 및 학생 약 200명 참석, 한식 페스티벌, 부채춤 공연, 서예 전시 등 문화행사 진행
- 강연·문화 행사 등 오프라인 모임 외, ‘Priya Korea’라는 이름으로 페이스북 커뮤니티 운영을 통한 인도 내 한류 관심층의 저변 확대 예정

○ 민·관 협력 한류 축제 ‘2015 코리아 페스티벌’ 개최(‘15.11.28, 셀렉트 시티워크 야외광장)

- 주인도 한국대사관·전라북도 공동 주최, 인도 의원, 전라북도, 코트라, 주인도한국문화원, 재인도 한인회장 인사 및 관객 500명 참석
- 힌디어 ‘나마스테’ 퍼포먼스, 전국도립국악원 무용단 부채춤, 코믹무술공연 점프, 케이타이거즈 시범 등 진행
- LG전자, 롯데제과, 세라젯, 이랜드 등 한국 기업 및 재인도한인회, 한국관광공사 등 20여 개 부스 운영

4 기타

○ (투르크메니스탄) ‘제5차 한·중앙아 카라반 행사’ 개최(‘15.11.9~13, 일두스 대극장)

- 중앙아 국가들과의 상호 이해, 포괄적 협력 증진을 목적으로 정치·경제·문화 분야를 아우르는 복합 공공외교 목적*
- 제2차 한-투르크 정책협의회, 제1차 한-투르크 민간 경제협력위원회(무역협회), 한-투르크 공동 학술회의(양자관계, 역사, 문화 분야), 문화공연(대한태권도협회, 태권도·전통무용·비보잉 등) 진행
- 문화체육관광부, 외교부, 무역협회, 기업인 및 학계 인사 80여 명 참석
- * ‘12년 우즈베키스탄, ‘13년 키르기스스탄, ‘14년 우즈베키스탄서 개최

KOFICE NOTE

투르크메니스탄은 중앙아시아 4개국 중 이란과 우즈베키스탄을 국경으로 카스피해에 속하며, 사랑스러운 마을이라는 뜻을 지닌 수도 ‘아슈하바트’를 가진 나라. ‘10년 개설된 국립아자디세게언어대학교의 한국어학과는 1회 졸업생 배출 후 지속적으로 한국어 학습자와 투르크메니스탄 내 한국어 교육자를 양성하기 위해 노력 중. 올해 5회를 맞이한 한국어능력시험도 초기 100여 명 미만에서 점차 응시자가 증가해 각광받는 인기 학과로 자리 잡고 있음.

한국어 학습 동기는 단연 한류. <대장금>, <주몽>, <해신> 등 사극에서부터 최신 드라마까지 현지에서 인기를 얻고 있으며, K-Pop 역시 주요 인기 장르임.

또한 최근 몇 년간 주투르크메니스탄 대사관에서 주관하는 <한국영화주간>은 투르크메니스탄 남녀노소 모두에게 인기가 많은 것으로 알려짐. 최근 <건축학 개론>, <내 생애 가장 아름다운 일주일>, <신세계>, <말아톤> 등이 선보여 큰 호평을 받음

무엇보다 현지인들에게 인기 있는 한국 드라마와 영화는 폭력성, 선정성 대신 마음 속 깊이 전해지는 아름다운 사랑 이야기를 다룬다는 점에서 해당 내용을 담지한 한류 콘텐츠 제작과 진출이 필요할 것으로 보임

○ (인도네시아) 코트라, 한·인니 콘텐츠 분야 협력 확대에 합의(‘15.11.17, 자카르타)

- 현지 미디어 그룹 MNC*의 한류 콘텐츠 및 기술개발 도입, 인도네시아 미디어 콘텐츠 제작 기술 개발 지원 등에 합의
- * MNC(Media Nusantara Citra) : RCTI, MNC TV 등 인도네시아 점유율 1, 2위 공중파 방송국과 다수 케이블 방송사를 보유한 최대 미디어 기업. 한국계 애니메이션 감독 채용, 한국 홈쇼핑과 제휴 방송 진행 중

○ (대만) 현지 한식당, 한류스타 활용 마케팅 활발('15.11.19)

- '14년 드라마 <별에서 온 그대> 종영 이후, 한류스타 내세운 경영 전략 흥행
- '15년 국내 식품업계의 대만 진출 활성화

※ '대만 한식당의 전문화, 차별화 전략' 주요 내용

- ① '15년 'Triple A burger', '신마포 갈매기살 전문점', '강호동 678 백정 구이점', '청담동 숯불구이', '공룡 닭 한마리', '포차' 등 국내에 전국적인 가맹점을 가지고 있는 요식업계가 현지에 상륙
- ② 또한 현지에서 '타이거 떡볶이', '런닝맨 이광수 음식점'이라고 잘 알려진 국내 기업 주홀딩스는 한식의 인기 메뉴인 불고기 사업에 뛰어듦
- ③ 현지 언론사 TVBS는 국내 기업 주홀딩스가 타이베이 101빌딩 근처에 위치해 있는 ATT 4 FUN에 '타이거 불고기' 점포를 개점했으며, 중국과 협력해 성공한 'Zoo Coffee'를 현지에 진출시켜, 이랜드 그룹의 'Café Lugo'와 치열한 경쟁을 벌일 것이라고 전함
- ④ 현지 유명 숯불구이 전문점인 '청담동 숯불구이'는 오는 12월 아이돌 스타 '포미닛'을 초청해 팬 미팅 행사를 마련하고, 식당을 찾은 손님들에게 포미닛 팬 미팅 행사에 참여할 수 있는 이벤트와 10% 할인된 팬 미팅 입장권을 판매할 예정
- ⑤ 이처럼 한식 문화와 한류스타를 접목한 경영 전략이 붐을 이루고 있으며, 한류스타의 인지도를 이용, 현지 대중의 소비 심리를 겨냥한 경영전략이 지속될 것으로 예상

○ (우즈베키스탄) '한식으로 배우는 한국어 교실' 진행('15.11.23, 타슈켄트 세종학당)

- 타슈켄트 세종학당 수강생, 김밥·비빔밥·떡볶이·대파 육개장, 시금치무침 등 한식 요리 수강
- '입에 맞다', '구수하다', '싱겁다', '담백하다', '아삭거리다' 등 한국어 맛 표현의 의미를 배우는 장으로 활용
- * 우즈베키스탄, '지구촌 한국의 맛 콘텐스트'서 연속 3위 입상자 배출

○ (태국) PPTV Thailand, 가장 인기 있는 한국 식품 10선 보도('15.11.26)

- 고급스런 포장, 색다른 맛을 현지 인기 원인으로 지목
- 동원 F&B '양반김', 롯데제과 '아몬드빼빼로', 오리온 '리얼브라우니', 빙그레 '바나나맛 우유', 농심사 '신라면' 등 소개

※ PPTV Thailand, "가장 인기 있는 한국 식품(과자) 10선" 보도 주요 내용

- ① 동원 F&B 양반김은 한국을 다녀오는 여행객마다 선물로 사 들고 옴. 태국에서 스낵으로 판매되는 튀김 스낵김은 기름기가 많아 금세 느끼함을 맛보게 됨. 반면 한국산 김은 바삭하고 담백하며 건강에도 좋음
- ② 태국 내 일본 과자 그룹 Glico사에서 생산하는 'POCKY'가 있음에도 불구하고, 한국 예능프로그램이나 드라마에서 소개됐던 '빼빼로 데이'(11.11)로 더욱 유명해진 롯데제과 '아몬드 빼빼로'는 태국 한류팬들에게 인기. 특히 초록색 박스는 압도적으로 매력적인 상품
- ③ 한 입 베어물면 진한 초콜릿의 달콤함을 느낄 수 있는 '리얼브라우니'는 달콤한 디저트를 좋아하는 태국인의 사랑을 받기 위해 탄생한 과자. 태국인들은 오리지널 뿐만 아니라 푸른색 포장의 블론디도 선호

- ④ ‘바나나맛 우유’는 태국 메이저 우유회사인 Meiji사, Foremost사에서도 생산하지만, 빙그레 바나나맛 우유와 비교할 수 없음. 이제 6개월 유통기한이 가능한 UHT(Ultra High Temperature) 살균우유로 수입되어 태국 슈퍼마켓에서 쉽게 만나볼 수 있음
- ⑤ 농심 ‘신라면’은 매콤한 국물, 쫄깃한 면발로 그 누구도 흉내낼 수 없음. 한편 송림제과 ‘크런치편치’는 10가지 맛을 보유하고 있으며, 이는 중화권에서 인기가 높음. 또한 해태사 ‘맛동산’, 오리온사 ‘붕어빵’, ‘초코파이’, ‘리얼치즈칩’ 등이 현지인의 즐겨 찾는 과자로 자리매김함

○ (일본) 한효주*, 일본 영화 <서툰지만, 사랑> 캐스팅(‘15.11.30)

- 한효주의 첫 일본 스크린 진출작, ‘15.12.10 현지 개봉

작품명	감독/출연	내용
서툰지만, 사랑	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 이누도 잇신 • 출연 : 한효주, 아이바 마사키 등 	서로 다른 곳을 바라보는 네 남녀의 서툰 사랑 이야기

* 한효주 : BH엔터테인먼트 소속. 대표작 드라마 <동이>, 영화 <뷰티 인사이드> 등

III. 권역별 한류 동향 - 미주

1 기타

○ 문화체육관광부·외교부, ‘2015 중남미 문화콘텐츠 카라반’ 파견(‘15.11.18~28, 멕시코/페루/브라질)

- 중남미 3개국에 민·관 합동 경제사절단* 파견, 중남미 국가들과의 협력 기반 강화, 문화콘텐츠 분야의 교류 협력 확대 목적
- 한국 기업의 해외 진출 시 민·관의 협력을 통한 융합 한류 가속화 기대

* 경제사절단 : 나라를 대표해 일정 사명(경제 교류 및 투자 등) 띠고 외국에 파견되는 사람들

파견 국가(일시)	주요 활동
멕시코 칸쿤 (‘15.11.18~‘15.11.19)	<ul style="list-style-type: none"> • 칸쿤 시장 면담(문체부) • ‘MIP CANCUN 2015’ 수출상담회(콘진원) • 한류 공연 ‘SHOW KACE’ 개최(아리랑TV)
페루 리마 (‘15.11.20~‘15.11.25)	<ul style="list-style-type: none"> • 한-페루 방송 분야 MOU 후속조치 실무협의(아리랑TV) • 한-페루 문화예술 협력 MOU 체결(문체부) • 한류 공연 ‘Noche de K-POP’(K-Pop Night) 개최(아리랑TV) • 1:1 수출상담회 개최(콘진원, 코트라)
브라질 상파울루 (‘15.11.23)	<ul style="list-style-type: none"> • 1:1 수출상담회 개최(콘진원, 코트라) • 한-브라질 방송 분야 MOU 후속조치 실무협의(아리랑TV)

KOFICE NOTE

박근혜 대통령의 중남미 순방 후속사업 중 하나인 이번 카라반 행사는, 1,000억 달러에 달하는 문화콘텐츠 시장으로 부상 중인 중남미 국가들과의 협력을 목적으로 마련. 본 카라반에는 문화체육관광부, 외교부 대표단, 한국콘텐츠진흥원, 대한무역투자진흥공사, 국제방송교류재단, 방송·게임·애니메이션·캐릭터 등 문화콘텐츠 기업 16개사, 플랜트·건설·전력·기자재 기업 38개사가 참여해 수출상담회 및 한류 공연을 개최.

특히 정부는 범부처 및 유관 기관 협업을 기반으로 플랜트, 건설, 전력 기자재 등 연관 산업과의 동반 진출을 추진함으로써 향후 한국 기업의 중남미 진출 시 민·관의 협력을 통해 한류 융합을 가속화시키는 계기를 마련.

1990년대 후반부터 활성화되기 시작한 각료급 사절단 파견은 경제, 문화 등 다양한 분야의 교류를 통한 실질적 성과를 극대화한다는 전략에서 비롯됨. 경제사절단은 기업의 해외 수출과 투자 계약의 새로운 활로를 개척하고, 기업의 현지 신용을 얻는 데 긴요한 역할을 담당. 가시적인 성과 창출에 앞서 본 경제사절단이 한국과 중남미 민간기업 간 체계적인 협력을 도모하는 유용한 채널로 발전할 수 있도록 정부의 지속적인 지원이 뒷받침되어야 할 것

○ (브라질) 브라질 미술제, 한국 미술 작가에 주목(‘15.12.4, 쿠리치바시)

- 3D 드로잉 작가 최정문, ‘2015 쿠리치바 비엔날레’ 참가
- 브라질 문화예술계, 브라질 한국문화원, 상파울루 총영사, 정·재계 주요 인사 다수 참석
- 작품 ‘In. visible-Fold’ 통해 3차원 공간에 대한 재인식 시도

KOFICE NOTE

본 행사가 개최된 도시 쿠리치바는 브라질의 대표적인 생태도시이자 지난 50년간 혁신적인 계획도시로 성장. 브라질 제2 도시 리우데자네이루에서 지난달 5일 개막한 ‘트리오비엔날레 2015’에는 한국 한호 작가가 프랑스 다니엘 뷔랭, 중국 아이 웨이웨이와 함께 초청됨. 본 비엔날레에서 선보인 한 작가의 작품은 남북으로 분단된 한반도의 아픔과 치유의 과정을 회화, 미디어아트, 설치의 융·복합 예술로 담아내 주목을 받음(2015.10.5, 연합뉴스). 브라질 유명 비엔날레에 한국 작가들이 잇따라 초청받은 것은 한류 확산을 위해서도 고무적인 일이며, 한국의 다양한 한국 문화를 현지에 알리는 좋은 계기가 됨

IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

1 폴란드

드라마

○ 드라마 <기황후>, 폴란드 방영('15.11.18)

- '10년 폴란드 케이블 방송서 심야 시간대에 방영한 <추노>, <아이리스> 이후, 황금 시간대 한국 드라마 최초 편성
- 폴란드 청소년들의 전유물이던 한류 드라마, 폴란드 안방 진출

작품명	감독/출연	방송사·방영일	내용
기황후	연출 : 한희, 이성준 출연 : 하지원, 주진모 등	TVP2('15.11.9~)	원나라의 지배자로 군림하는 고려 여인의 사랑과 투쟁을 다룬 이야기

영화

○ 폴란드 내 아시아 영화제 개최('15.11.9~20, 무라누프 극장/키노테카/현대미술박물관)

- 폴란드 유일 아시아 영화제 '페스티벌 피엥치 스마쿠프' 개최
- <도희야>, <마녀>, <이웃집 좀비>, <더 웹툰: 예고살인> 등 한국영화 상영
- '아시아 여성과 페미니즘', '외국인 혐오의 상대주의' 등 주제 강연 진행

2 러시아

기타

○ 국제교류재단(KF), '제2차 한·러 인문교류포럼' 개최('15.11.15, 모스크바)

- 한·러 수교 25주년 기념, 양국 학자, 만화가, 영화인, 방송인 다수 참석, 교류 확대 방안 모색
- '07년 김연수 작가의 <소녀왕, 러시아 제국(ЮнаякоролеваДжун)>을 시작으로 현재까지 39종 한국 만화 현지 출판
- '러시아 한류 팬과 한러 인문교류 활성화', '러시아 시장에서의 한국 TV 프로그램 진출 가능성' 등 발표 및 토론 진행

※ 국제교류재단, '제2차 한·러 인문교류포럼' 주요 내용

- ① 한국 만화는 일본 애니메이션에 대한 관심으로부터 출발. 러시아 출판업자들이 한국 문화 시장에 관심을 갖게 된 이유는 일본 만화와 한국 만화의 그림이 유사했기 때문. '07년 김연주 작가의 <소녀왕> 이후 오랫동안 휴지 기간이 이어졌는데, 만화 번역가가 부족한 것이 그 원인
- ② 러시아에서의 한국 만화 확장은 근 10년간 계속되고 있으며, 만화를 비롯해 한국 TV 프로그램, K-Pop에 대한 관심 증대로 현재 많은 번역가들이 한국 문화 콘텐츠 번역을 전문 직업으로 선택하고 있음
- ③ 러시아에 소개된 한국 코믹스는 150종 이상. 특히 '07년부터 '11년 사이 한국 만화 출판 분야는 큰 성장세를 보임. '10년과 '11년 러시아 출판 시장이 침체기를 겪었지만, '10년 발행된 만화 출판물 약 26만 권 중 20%가 아시아권 국가의 만화였음. 그러나 '12년 글로벌 경제위기와 러시아 출판 시장이 어려워지면서 러시아 시장 내 만화를 비롯한 아시아 코믹물 출판율이 하락세를 보이기 시작(러시아만화출판사 대표 알렉산드라 볼코바)
- ④ 유럽 만화는 신화를 모티프로 한 판타지 계열이 다수를 차지하며, 일본의 망가와 많이 다름. 한국도 과거 애니미즘, 토테미즘의 영향을 많이 받았다는 점에서 유럽 만화와의 연관성을 찾을 수 있음. 동서양 문화권이 나뉘어 있지만, 만화라는 예술에 이러한 공통점이 있다는 것은 흥미로운 경험
- ⑤ 만화를 '9번째 예술'이라고 하는 만큼 러시아뿐만 아니라 세계 여러 나라들과의 만화 교류 활성화가 필요하며, 세계 만화 흐름이 웹툰으로 기울고 있다는 점에서 그 가능성은 더욱 긍정적(<안녕 자두야> 작가 이빈)

○ 국제교류재단, '제8회 한국어 말하기 대회' 개최('15.11.21, 모스크바 세종학당)

- 작문, 듣고 따라 읽기 등 수준별 시험 통해 본선 진출자 10명 선발
- 주러 한국문화원 원장, LG 러시아법인 정용재 상무, 하준수 모스크바 KBS 특파원 심사위원으로 참석
- 한국문화 콘텐츠를 통한 언어 학습 활성화 방안 모색 필요

3 기타

○ (스페인) 일간지 'El pais' 블로그 내 '먹방'에 열광하는 한국 소개('15.11.12)

- 호세 카를로스 카펠*, "Mukbang "food porn" en las pantalls?(먹방, 스크린 앞의 먹음직스러운 음식들?)"이라는 제목의 기사 게재
- 서구 사회에서는 '먹방'을 "이해할 수 없는 독특한 문화"로 인식
- * 호세 카를로스 카펠 : 'El Pais'의 음식비평가이자 세계적인 음식박람회 '마드리드 퓨전'의 대표

※ El pais, ‘Mukbang ’food porn‘ en las pantalls?’ 기사 주요 내용

- ① ‘먹방’은 인터넷이라는 플랫폼이 탄생시킨 새로운 디지털 현상. 요리사, 음식평론가도 아닌 평범한 젊은이들이 자신들의 방에 앉아 음식을 먹는 모습을 전국의 많은 사람들에게 생중계하는 게 먹방의 기본
- ② 먹는 모습을 생중계하는 주인공들을 일컬어 VJ라고 부르는데, 주로 아프리카 TV에 소속된 이들의 방송을 ‘먹방’으로 간주. 이들은 최대 10,000 달러 이상(한화 1,170만 원)의 수익을 벌어들이고 있음
- ③ 카메라 앞에서 음식을 먹고 또 그걸 즐겁게 지켜보는 사람들이 있는 것도 신기한데, ‘먹방’이 큰 수익을 창출한다는 건 더 놀라운 일. 무엇보다 영상 구독자들이 채널에 접속해 영상을 보는 동안 노출되는 광고물 수와 구독자 수에 따라 수익이 결정되는 구도가 흥미로움
- ④ 명지대학교 문신일 교수의 말을 인용, 먹방의 기본적인 성공 요인은 한국 청소년들이 인터넷, 스마트폰 등을 통해 고독을 즐기게 된 데 있음. 심리학적으로는 동물이 특정 움직임을 행하거나 다른 개체의 움직임을 관찰할 때 활동하는 신경세포인 ‘거울신경세포’를 들어 “‘먹방’을 지켜보며 관찰자 자신이 스스로 행동하는 것처럼 느끼는 것”이라고 설명
- ⑤ 더불어 그는 “‘먹방’은 한국의 ‘독특한 문화’임에 분명하지만 서구 사회의 시각으로는 잘 이해되지 않는 현상”이라고 밝혔으며, 본 기사에 대한 스페인 네티즌들의 반응도 크게 다르지 않음

○ (헝가리) ‘2015 한국영화 페스티벌’ 개최(‘15.11.30, 우라니아)

- 부다페스트·데브레첸·세게드·페치 등 헝가리 전역서 개최, 약 55,000명 방문
- <해적 : 바다로 간 산적>, <누구의 딸도 아닌 해원>, <도둑들>, <7번 방의 선물>, <수상한 그녀>, <도희야>, <신세계>, <최종병기 활>, <방황하는 칼날>, <신의 한 수> 등 상영
- 주요 관객층 30~40대 여성, 10대 관객은 한류스타 김수현 주연의 <은밀하게 위대하게>를 주로 관람

V. 권역별 한류 동향 - 기타

1 기타

○ (호주) 시드니모닝헤럴드*, 싸이 새 앨범 발매 관련 보도('15.11.3)

- “Gangnam Style star Psy to release first album in three years”라는 제목의 기사 게재
- ‘12년 <강남스타일> 이후, “뿌리**로 돌아가 새 앨범으로 다시 돌아오겠다(Go back to his roots)”는 의지를 담은 앨범으로 부각

* 시드니모닝헤럴드(Sydney Morning Herald) : 호주 시드니에서 발행하는 지역 일간지이자 호주에서 가장 오래된 신문. 1831년 창간

** <강남스타일> 이전부터 비속어가 섞인 도발적인 노랫말과 한국 술 ‘소주’로 꾸며지는 무대 퍼포먼스로 인해 명성을 얻은 싸이 본래의 특성을 표현하는 단어

[부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.11.17~11.28)

한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
인피니트 (콘서트)	'15.11.7	필리핀 (마닐라, Mall of Asia Arena)	PHP 3,000~8,000 (한화 약 7만 4천 원~19만 7천 원)	• 약 1만 6천 석 규모
이루마 (콘서트)	'15.11.7	말레이시아 (쿠알라룸푸르, Kuala Lumpur Convention Centre)	RM 288~588 (한화 약 8만 7천 원~16만 7천 원)	• 약 3천 석 규모
Rain(비) (콘서트)	'15.11.7	중국 (창사, Hunan International Conference & Exhibition Center)	CNY 480~1,680 (한화 약 8만 7천 원~30만 5천 원)	• 약 2만 석 규모
	'15.11.14	중국 (선진, Shenzhen Bay Sport Center Gymnasium)		
B1A4 (콘서트)	'15.11.11	멕시코 (멕시코시티, 360e venue)	MXN 810~2,700 (한화 약 5만 7천 원~19만 원)	-
진이한 (팬미팅)	'15.11.11	일본 (도쿄, Nit Show Hall)	-	-
EXO (콘서트)	'15.11.13 ~15	일본 (오사카, Kyosera Dome Osaka)	-	• 약 3만 명 규모
GOT7 (팬미팅)	'15.11.14	필리핀 (마닐라, Smart Araneta Coliseum)	PHP 2,000~7,500 (한화 약 5만 원~19만 원)	• 약 1만 1천 석 규모
런닝맨 (콘서트)	'15.11.20	중국 (난징, Nanjing Olympic Sports Center)	CNY 480~1,680 (한화 약 8만 6천 원~30만 2천 원)	• 약 1만 3천 명 규모
유니크 (팬미팅)	'15.11.28	중국 (베이징, MasterCard Center)	-	• 1만 8천 석 규모

[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

(‘15.9.7~11.30)

엔터테인먼트 업계 (11개사)

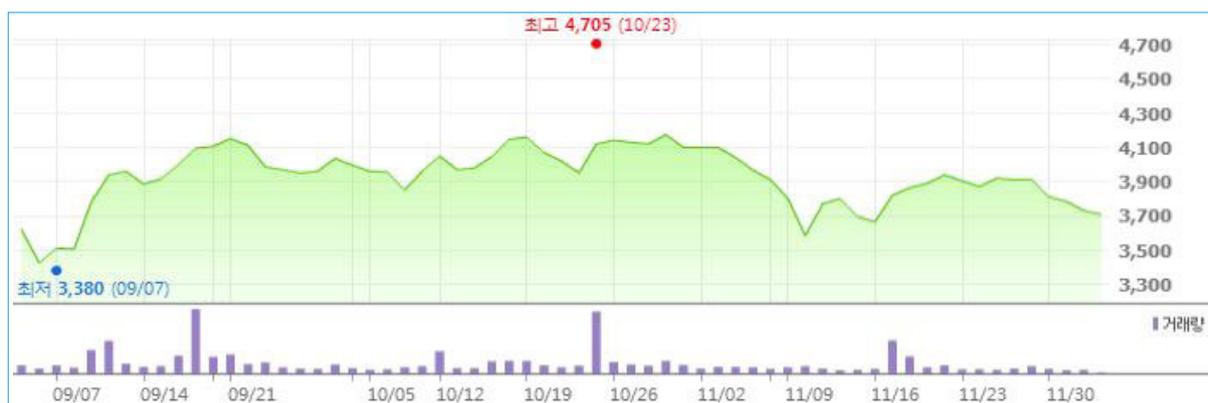
초록백



IHQ



키이스트



CJ E&M



팬엔터테인먼트



SBS콘텐츠허브



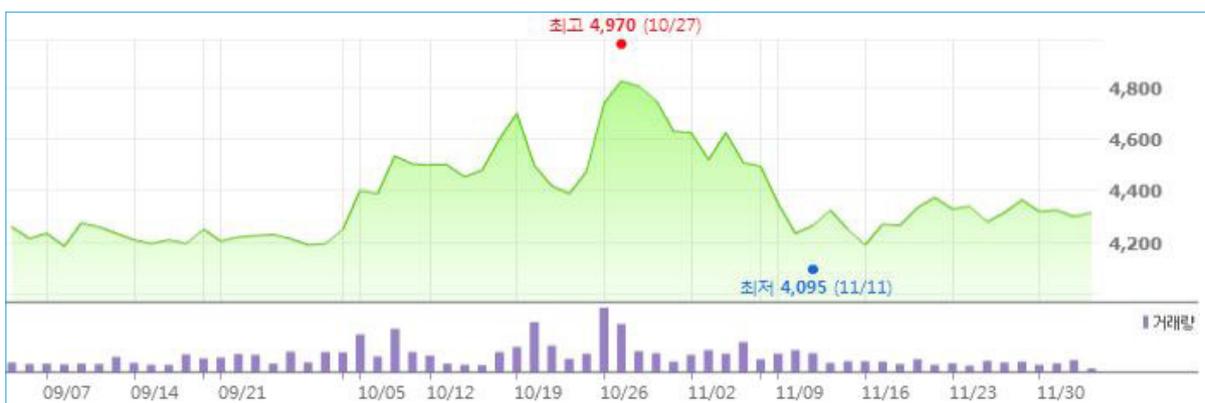
FNC엔터테인먼트



NEW엔터테인먼트



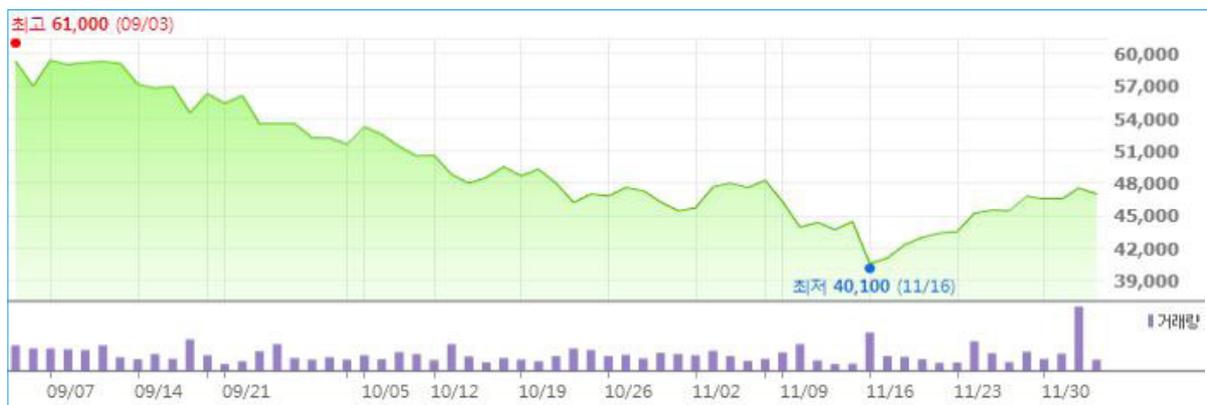
JYP엔터테인먼트



SM엔터테인먼트



YG엔터테인먼트



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