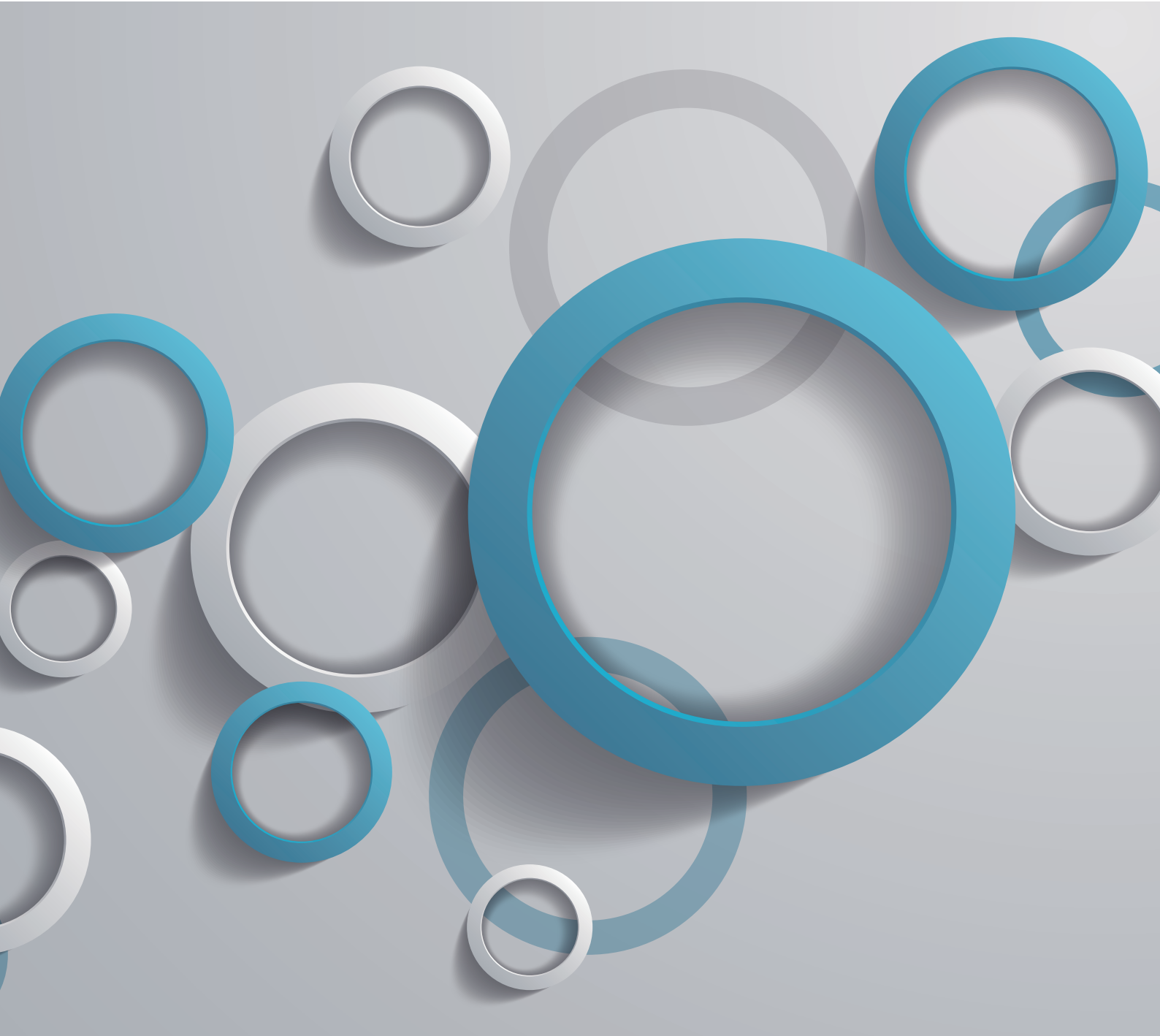


글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2016

104호



CONTENTS_

2주간 한류핵심 이슈	04
I 국내 한류 동향	06
II 권역별 한류 동향_ 아시아	09
III 권역별 한류 동향_ 미주	12
IV 권역별 한류 동향_ 유럽	14
V 권역별 한류 동향_ 기타	16
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	17
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	18

▣ 조사 개요

조사 지역 : 총 12개국

- 아시아(한국, 중국, 일본, 베트남, 홍콩)
- 미주(미국)
- 유럽(독일, 프랑스, 폴란드, 스페인, 스위스)
- 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

- 2016.1.14~2016.1.28(2주)
- ※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)
- ※ 발행인 : 김덕중 사무국장
- ※ 편집위원 : 남상현 박사, 김아영 연구원, 류설리 연구원

2주간 한류 핵심 이슈

○ 문화체육관광부, 세계 속의 한류 영토 구축 방안 발표('16.1.18)

- 문화체육관광부, 2016년 대통령 업무보고 '문화융성을 통한 경제체질 개선' 방안 제시
 - 빅데이터 기반 수출정보 플랫폼 구축, 해외 한류 커뮤니티, 해외통신원 확대(37명→50명) 등 한류 네트워크 강화
 - 엠넷 뮤직 어워드, 케이콘 등 민간 한류 행사에 콘텐츠·전통문화상품·중소기업제품·정보통신기술(ICT) 등을 집적한 한국공동관 운영
 - 중국·일본 등 국가별 전략 마케팅 강화, 한류산업 연계 비자* 신설 통한 한류 관광객 입국 확대 기반 마련
- * 한류산업 연계 비자 : 한류 콘텐츠(한류 콘서트·패션·미용·뷰티·문화체험 등) 연계, 단기 방문 중국인에 대해 신청요건 간소화 비자 발급

○ SM엔터테인먼트, 문화기술(Culture Technology) 신규 프로젝트 공개('16.1.27, SMTOWN 코엑스 아티움)

- 프리젠테이션 쇼 'SMTOWN: New Culture Technology, 2016' 개최
- 'NCT'(Neo Culture Technology)라는 브랜드 아래 전 세계 각 도시를 베이스로 각각의 팀 공개 예정, 한류 현지화의 신 모델 탄생 기대

KOFICE NOTE

이수만 SM엔터테인먼트 총괄 프로듀서는 2016년 신인 프로젝트 'NCT'를 발표하고, 지구촌을 주무대로 삼을 대형 신인 탄생을 천명. 네오 컬처 테크놀로지의 약자인 NCT는 개방성과 확장성을 특징으로 함. 서울을 중심으로 일본, 중국, 라틴 아메리카, 타 대륙을 거점 삼아 신인 그룹들이 등장하며, 하나의 좋은 곡을 각 나라의 언어로 동시에 발표한다는 것. 이수만 프로듀서는 프레젠테이션을 통해 "다양한 음악적, 문화적 시도와 함께 진정한 의미의 한류 현지화를 이뤄내겠다"는 포부를 밝힘.

향후 SM은 ① 새로운 디지털 음원 공개 채널 'STATION' 론칭, ② EDM 레이블 설립 및 페스티벌 개최, ③ SM 모바일 어플리케이션 서비스 강화, ④ SM 신인 프로듀싱 참여 가능한 앱 오픈, ⑤ 셀러브리티가 직접 참여하는 MCN 콘텐츠 및 플랫폼 사업 등 5개 신규 프로젝트를 진행할 예정. 또한 이번 프로젝트를 통해 해외 현지에 적합한 가수 발굴 및 로열티(상표 사용료) 기반의 수익을 창출하는 엔터테인먼트 플랫폼 회사로 발전할 것으로 예측(이기훈 하나금융투자연구원, 2016.1.28)

○ 한류 동호회, 전 세계 86개국 1493개 3559만 명 돌파('16.1.26)

- 국제교류재단, '2015 지구촌 한류현황' 발표
- '14년 79개국 1229개 2182만 명 대비, '15년 1370만 명 이상 증가
- 아시아 대양주 2620만 명, 아메리카 지역 758만 명, 유럽지역 162만 명, 아프리카·중동지역 17만 명 순
- 차세대 한류 콘텐츠로 웹드라마, 김합(한국형 힙합), 한식 등 지목
- 한류 장르의 다양화, 새로운 콘텐츠 개발을 통한 글로벌 경쟁력 강화 필요

○ 엔터테인먼트사, 외식업을 통한 사업다각화 활발('16.1.28)

- SM엔터테인먼트, '08년 '이-테이블', '12년 '치맥', '15년 '숨'에 이어 SM F&B 디벨롭먼트*, 레스토랑 'SMT서울'*** 오픈 ('16.1.21, 청담동)
- YG '삼거리 푸줏간', JYP '더스트리트', 큐브엔터 '큐브카페' 등 외식업을 중심으로 한 엔터사 경쟁 확대
- '엔터테인먼트 산업의 불안정성 해소' VS '리스크 확대' 의견 양분

* SM F&B 디벨롭먼트 : SM엔터테인먼트 자회사

** 펌·카페 '플레이그라운드'(1·2층), 레스토랑 '펜트하우스'(3·4층)로 구성

KOFICE NOTE

'빅3' 엔터테인먼트사(SM, YG, JYP)의 사업 확장을 위한 주요 분야는 단연 외식 사업. 3사 중 가장 공격적으로 외식 사업에 진출 중인 YG는 CJ 브랜드전략 고문으로 활동한 노희영 대표를 영입해 '15년 6월 외식 브랜드 '삼거리 푸줏간'을 오픈. 이들은 '04년 흥대 '삼거리 포차'를 세워 외식업 분야의 노하우를 쌓아 왔으며, 최근 35억 원을 출자해 신 규법인 YG푸드를 설립.

반면 SM엔터테인먼트는 '08년 한식 레스토랑 '이-테이블', '12년 캐주얼 레스토랑 '치맥'을 론칭했으나 사실상 실패로 막을 내림. 이후 프리미엄 카페와 레스토랑 'SUM', 'SMT SEOUL'을 오픈해 아시아와 미국 시장까지 진출할 계획. JYP 역시 '14년 말부터 카페 겸 비스트로 '더 스트리트'를 운영 중이며, 큐브엔터테인먼트의 '큐브 카페', 브레이브 엔터테인먼트의 레스토랑 '1979' 등 엔터사의 외식업 진출이 가속화 되고 있음(일요신문, 2015.11.23).

다수 전문가들은 엔터사의 외식업 진출 요인으로 '사업 다각화'를 지목. 소속 스타들의 출연료 및 공연 수익만으로는 재투자자 힘든 상황에서, 연예 콘텐츠를 기반으로 집객 효과를 거둘 수 있는 분야가 바로 외식 사업이라는 것. 외식 뿐만 아니라 패션, 뷰티 등을 통한 연예기획사의 사업 다각화가 엔터 산업 자체의 불안정성을 상쇄하는 무기가 될지, 혹은 신규 사업 진출에 따른 리스크를 확대하는 위험요인이 될지 귀추가 주목됨

I. 국내 한류 동향

1 한류 업계 및 한류스타

○ 한류스타들 해외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 9회* 공연 개최

* 해외 진출 : 일본 6회, 중국 2회, 대만 1회

○ 엔터테인먼트사, 외식업을 통한 사업다각화 활발('16.1.28)

- SM엔터테인먼트, '08년 '이-테이블', '12년 '치맥', '15년 '숨'에 이어 SM F&B 디벨롭먼트*, 레스토랑 'SMT서울'*** 오픈 ('16.1.21, 청담동)

- YG '삼거리 푸줏간', JYP '더스트리트', 큐브엔터 '큐브카페' 등 외식업을 중심으로 한 엔터사 경쟁 확대

- '엔터테인먼트 산업의 불안정성 해소' VS '리스크 확대' 의견 양분

* SM F&B 디벨롭먼트 : SM엔터테인먼트 자회사

** 펍·카페 '플레이그라운드'(1·2층), 레스토랑 '펜트하우스'(3·4층)로 구성

KOFICE NOTE

‘빅3’ 엔터테인먼트사(SM, YG, JYP)의 사업 확장을 위한 주요 분야는 단연 외식 사업. 3사 중 가장 공격적으로 외식 사업에 진출 중인 YG는 CJ 브랜드전략 고문으로 활동한 노희영 대표를 영입해 ‘15년 6월 외식 브랜드 ‘삼거리 푸줏간’을 오픈. 이들은 ‘04년 흥대 ‘삼거리 포차’를 세워 외식업 분야의 노하우를 쌓아 왔으며, 최근 35억 원을 출자해 신 규법인 YG푸드를 설립.

반면 SM엔터테인먼트는 ‘08년 한식 레스토랑 ‘이-테이블’, ‘12년 캐주얼 레스토랑 ‘치맥’을 론칭했으나 사실상 실패로 막을 내림. 이후 프리미엄 카페와 레스토랑 ‘SUM’, ‘SMT SEOUL’을 오픈해 아시아와 미국 시장까지 진출할 계획.

JYP 역시 ‘14년 말부터 카페 겸 비스트로 ‘더 스트리트’를 운영 중이며, 큐브엔터테인먼트의 ‘큐브 카페’, 브레이브 엔터테인먼트의 레스토랑 ‘1979’ 등 엔터사의 외식업 진출이 가속화 되고 있음(일요신문, 2015.11.23).

다수 전문가들은 엔터사의 외식업 진출 요인으로 ‘사업 다각화’를 지목. 소속 스타들의 출연료 및 공연 수익만으로는 재투자자 힘든 상황에서, 연예 콘텐츠를 기반으로 집객 효과를 거둘 수 있는 분야가 바로 외식 사업이라는 것. 외식 뿐만 아니라 패션, 뷰티 등을 통한 연예기획사의 사업 다각화가 엔터 산업 자체의 불안정성을 상쇄하는 무기가 될지, 혹은 신규 사업 진출에 따른 리스크를 확대하는 위험요인이 될지 귀추가 주목됨

○ 네이버 동영상 라이브 스트리밍 서비스 'V앱', 한류 콘텐츠로 성장('16.1.28)

- '15년 9월 정식 서비스 시작, 누적 재생 수 1억 4000만, 댓글 수 4130만 건, 채널 수 100여 개('15.12.4 기준)
- 엑소·빅뱅 등 한류 스타 일상 및 콘서트 중계, 셰프·뷰티 크리에이터를 비롯한 스타 창작자들 방송 진행 활발
- 해외 다운로드 비중 60% 이상, 영어자막 제공 중
- 대만·태국 등 라인(LINE) 인기 지역과 연계한 서비스 수출 확대 필요

2 한류-산업 연계

○ SM엔터테인먼트, 문화기술(Culture Technology) 신규 프로젝트 공개('16.1.27, SMTOWN 코엑스 아티움)

- 프레젠테이션 쇼 'SMTOWN: New Culture Technology, 2016' 개최
- 'NCT'(Neo Culture Technology)라는 브랜드 아래 전 세계 각 도시를 베이스로 각각의 팀 공개 예정, 한류 현지화의 신모델 탄생 기대

KOFICE NOTE

이수만 SM엔터테인먼트 총괄 프로듀서는 2016년 신인 프로젝트 'NCT'를 발표하고, 지구촌을 주무대로 삼을 대형 신인 탄생을 천명. 네오 컬처 테크놀로지의 약자인 NCT는 개방성과 확장성을 특징으로 함. 서울을 중심으로 일본, 중국, 라틴 아메리카, 타 대륙을 거점 삼아 신인 그룹들이 등장하며, 하나의 좋은 곡을 각 나라의 언어로 동시에 발표한다는 것. 이수만 프로듀서는 프레젠테이션을 통해 “다양한 음악적, 문화적 시도와 함께 진정한 의미의 한류 현지화를 이뤄내겠다”는 포부를 밝힘.

향후 SM은 ① 새로운 디지털 음원 공개 채널 'STATION' 론칭, ② EDM 레이블 설립 및 페스티벌 개최, ③ SM 모바일 어플리케이션 서비스 강화, ④ SM 신인 프로듀싱 참여 가능한 앱 오픈, ⑤ 셀러브리티가 직접 참여하는 MCN 콘텐츠 및 플랫폼 사업 등 5개 신규 프로젝트를 진행할 예정. 또한 이번 프로젝트를 통해 해외 현지에 적합한 가수 발굴 및 로열티(상표 사용료) 기반의 수익을 창출하는 엔터테인먼트 플랫폼 회사로 발전할 것으로 예측(이기훈 하나금융투자연구원, 2016.1.28)

3 한류-관광 연계

○ 부산시-팬엔터테인먼트, 중국 프로그램 방한 촬영 협조('16.1.22~24)

- 중국 버라이어티 프로그램 <하이 마이 스타>(Hi, My Star) 부산 촬영
- 부산시, 제작사와 중국 현지 제작발표회 및 기자회견 공동 추진, 중국 주요 도시 대상으로 부산 관광 설명회 개최
- 향후 여행사·관련 업계와 협력, 촬영지 연계 관광상품 개발·판매 계획

4 한류-전통문화

○ 평창군, '2016 평창 겨울연희 대축전' 개최('16.1.22~24, 대관령 눈꽃축제장)

- '한류 K-Culture 콘텐츠 경쟁력 강화사업'* 일환('15~'18년, 사업비 16억 원 투입)
- 사물놀이 김덕수 명장(예술 총감독) 진행 하에, 소리꾼 남상일·오정해, 한울림예술단, 일렉트릭사물놀이 등 공연 진행
- 전통연희 활성화를 통한 한류 콘텐츠 경쟁력 강화 노력 필요

* 평창 방문객 대상, 한국 문화 홍보 및 한국적 콘텐츠 개발을 위한 올림픽 특구 사업

5 기타

○ 한류 동호회, 전 세계 86개국 1493개 3559만 명 돌파('16.1.26)

- 국제교류재단, 2016년 대통령 업무보고 '2015 지구촌 한류현황' 발표
- '14년 79개국 1229개 2182만 명 대비, '15년 1370만 명 이상 증가
- 아시아 대양주 2620만 명, 아메리카 지역 758만 명, 유럽지역 162만 명, 아프리카·중동지역 17만 명 순
- 차세대 한류 콘텐츠로 웹드라마, 킥합(한국형 힙합), 한식 등 지목
- 한류 장르의 다양화, 새로운 콘텐츠 개발을 통한 글로벌 경쟁력 강화 필요

구분 연도	동호회(개)		증가	동호인(명)		증가
	2014	2015		2014	2015	
아시아·대양주	267	310	43	17,674,090	26,213,832	8,539,742
아메리카	715	804	89	2,676,962	7,581,117	4,904,155
유럽	182	306	124	1,363,037	6,625,271	262,234
아프리카·중동	65	73	8	108,313	170,341	1,620,283
계	1,229	1,493	264	21,822,402	35,590,561	768,159

○ 문화체육관광부, 세계 속의 한류 영토 구축 방안 발표('16.1.18)

- 문화체육관광부, '문화융성을 통한 경제체질 개선' 방안 제시
- 빅데이터 기반 수출정보 플랫폼 구축, 해외 한류 커뮤니티, 해외통신원 확대(37명→50명) 등 한류 네트워크 강화
- 엠넷 뮤직 어워드, 케이콘 등 민간 한류 행사에 콘텐츠·전통문화상품·중소기업제품·정보통신기술(ICT) 등을 집적한 한국공동관 운영
- 중국·일본 등 국가별 전략 마케팅 강화, 한류산업 연계 비자* 신설 통한 한류 관광객 입국 확대 기반 마련

* 한류산업 연계 비자 : 한류 콘텐츠(한류 콘서트·패션·미용·뷰티·문화체험 등) 연계, 단기 방문 중국인에 대해 신청요건 간소화 비자 발급

II. 권역별 한류 동향 - 아시아

1 중국

드라마 · 예능

○ 한국 드라마 사전 제작 형태의 중국 진출 사례 증가('16.1.19)

- 한·중 동시 방영을 위한 100% 사전 제작 활발
- 제작사 NEW, 해외 수출·방영·간접광고·주문형비디오 수입 통해 방영 전 제작비 120억 원 회수
- 사전 제작을 통한 대(對)중국 수출가 상승, '쪽대본', '생방 촬영' 등 드라마 제작 관행 문제 해결 예상

2016년 방영 예정인 사전 제작 드라마

제목	제작사	방영시기(예정)	방송사	주연
태양의 후예	NEW	2월 말	KBS	송혜교, 송중기
함부로, 애뜻하게	삼화네트웍스·IHQ	6월		수지, 김우빈
사임당, 더 허스토리	그룹에이트	9월	SBS	이영애, 송승헌
화랑: 더 비기닝	오보이프로젝트	하반기	KBS	박서준, 고아라
보보경심: 려	바람이 분다, 유니버설	하반기		아이유, 이준기

KOFICE NOTE

그간 드라마 제작 환경에 대한 문제점이 끊임없이 제기됐으나 '생방송 드라마'는 쉽사리 개선되지 않았음. 막대한 자본이 투입되는 드라마 산업에서 사전 제작은 '복불복'이 될 수 있기 때문. 그러나 최근 tvN의 <치즈인더트랩>, <시그널> 등이 50% 사전 제작 방식을 택했고, '16년 지상파의 사전 제작 드라마가 역대 최다인 다섯 편을 기록하면서 변화가 가속화. '15년 폭락했던 한국 드라마의 대(對)중국 수출 가격도 회복세로 돌아서는 상황.

KBS 2TV와 중국 포털 아이치이에서 동시 방영하는 NEW엔터테인먼트의 <태양의 후예>는 중국 수출·한국 방영 각 40억 원, 간접광고 30억 원 등 110억 원에 타 국가 수출과 주문형비디오(VOD) 수입을 포함, 총 제작비 120억 원을 이미 회수한 상태. 한편 <사임당, 더 허스토리>, <화랑: 더 비기닝>에 각각 홍콩, 미국 자본이 투입되어 사전 제작이 진행 중. 드라마의 사전 제작은 급락한 중국 수출 가격을 끌어올린다는 점에서 긍정적이거나, 대중 의견을 즉각적으로 반영하기 어려워 흥행성에서 약점을 보일 수 있음(예: '08년 SBS <비천무>, MBC <탐나는 도다>, '10년 MBC <로드 넘버원>, '11년 <파라다이스 목장>). 국내 방송·제작사들의 공격적인 중국 콘텐츠 시장 진출에 대해 "또 다른 한류", "중국 자본에 의한 잠식" 등 의견이 분분하나, '쪽대본', '생방 촬영' 등 드라마 제작 관행의 고질적 병폐가 점차 해소될 것으로 예상. 무

엇보다 사전제작 드라마 이외 드라마 저작권의 대부분이 지상파에 귀속되어왔다는 점에서, 위 흐름이 지상파와 외주제작사 간 불공정거래 관행을 해결하고, 동반 상생을 이끄는 기폭제가 될 것으로 보임

○ 김영희 PD 첫 연출 중국 프로그램 <폭풍효자>* 시청률 1위 기록('16.1.23)

- 후난TV 첫 방송, 전국 시청률 1.59% 기록
- 중국 정상급 스타 황샤오밍, 쩡상, 뚜춘 등 출연
- “제작진의 프로 정신이 존경스럽다”, “프로그램 내용과 편집이 자연스럽고 좋았다” 등 현지 시청자 호평
- * 폭풍효자 : 성인 자녀(연예인)가 부모의 고향 또는 성장기를 보낸 집에서 부모 중 1명과 5박 6일을 보내는 예능 프로그램

○ YG엔터테인먼트, NBC 유니버설과 함께 <보보경심 : 려> 공동 제작 투자('16.1.27)

- 중국 소설을 원작으로 제작되는 국내 첫 드라마이자, NBC 유니버설이 아시아 드라마에 투자하는 첫 사례

작품명	감독/출연	내용
보보경심: 려(麗)	<ul style="list-style-type: none"> • 연출 : 김규태 • 출연 : 이준기, 아이유 	중국소설 보보경심을 원작으로 현대 여성이 과거 시대로 타임슬립하면서 벌어지는 이야기

○ 배우 주원*, 중국 첫 데뷔작 드라마 <애정야포유> 캐스팅('16.1.27)

작품명	출연	내용
애정야포유(爱情也包邮)	<ul style="list-style-type: none"> • 출연 : 주원, 교진우 등 	-

* 주원 : 심엔터테인먼트 소속, 대표작 드라마 <옹팔이>, <각시탈> 등

○ <무한도전> 표절 프로그램 <극한도전> 극장판 개봉('16.1.15)

- 동방TV, 유사 제목·에피소드 짜깁기 등 표절 논란 기사화 불구, 방학을 겨냥한 극장판 <극한도전> 제작 및 개봉
- 상하이 시즌2 촬영 돌입, 관련 소송 등 방송사 및 정부의 적극 대응 필요

영화

○ 배우 이영훈*, 중국 영화 <속세화식> 캐스팅('16.1.21)

작품명	출연	내용
속세화식(爱情也包邮)	<ul style="list-style-type: none"> • 출연 : 이영훈 	-

* 이영훈 : 초이스굿 엔터테인먼트 소속, 대표작 영화 <공모자들>

2 기타

○ (베트남) 다수 현지 언론, 2015년도 한국 드라마 동향 및 인기 드라마 결산(‘16.1.7)

- XaLuan*, ‘2015년 한국 드라마의 뜨거운 동향’이라는 제목으로 <킬미힐미>, <하이드 지킬, 나>, <풍문으로 들었소> 등 다수 드라마 소개
- RingRing**, ‘2015년 최고 열풍의 한국 드라마’라는 제목의 기사 게재, <프로듀사>, <냄새를 보는 소녀>, <너의 목소리가 들려> 등 언급
- 인터넷을 통한 유통 활발, 다양한 테마·한류 스타의 출연 등이 한국 드라마의 인기 요소로 작용
 - * 사회적 토론(XaLuan) : 베트남 온라인 언론사. 사회·경제·스포츠·문화 등 보도
 - ** 링링(RINGRING) : 베트남 온라인 언론사. 사회·스포츠·생활 기사 제공

※ 베트남 언론, 2015년도 한국 드라마 동향 및 인기 드라마 결산 보도 주요 내용

- ① XaLuan: 다중인격 환자를 테마로 한 드라마 <킬미힐미>, 현빈·한지민 주연의 <하이드 지킬, 나>, 혼전 임신으로 일어난 사랑 이야기를 다룬 <풍문으로 들었소>, 그밖에 <앵그리맘>, <슈퍼대디 열>, <블러드>, <오렌지 마말레이드> 소개
- ② RingRing: K-Pop 스타와 스태프를 다룬 인기 “블록버스터” <프로듀사>, 박유천·신세경 주연의 <냄새를 보는 소녀>, 이종석·박신혜의 사랑 이야기를 다룬 <피노키오> 언급. 그밖에 SNS를 통해 베트남 팬들에게 화제가 된 <그녀는 예뻐다>, <용팔이>, <응답하라 1998>, <육룡이 나르샤> 소개.
- ③ Hàñmớ: <용팔이>, <드림하이>, <미세스캅> 등 언급
- ④ 현지 3개 언론에서 공통적으로 지목한 인기 한국 드라마는 <용팔이>, <응답하라 1998>, <킬미힐미>, <프로듀사>, <육룡이 나르샤>임. <용팔이>, <킬미힐미>, <프로듀사>는 참신한 소재를 선보인 드라마로 인기를 얻었으며, 시대극인 <응답하라 1998>, 사극으로 분류되는 <육룡이 나르샤>는 가족극으로서 주목을 받음
- ⑤ 이들 대부분은 인터넷을 통해 현지 유통되고 있으며, 다양하고 신선한 테마, 한류 스타 출연 등이 한국 드라마의 주 시청 요인으로 분석됨

○ (일본) 영화 <일대일>·<뷰티 인사이드>, 현지 개봉*(‘16.1.16/‘16.1.22)

작품명	감독/출연	내용
일대일	• 감독 : 김기덕 • 출연 : 마동석, 김영민 등	한 여고생이 잔인하게 살해당한 뒤 살인 용의자 일곱 명과 그림자 일곱 명의 대결을 그린 작품
뷰티 인사이드	• 감독 : 백감독 • 출연 : 한효주, 김대명 등	자고 일어나면 매일 다른 모습으로 변하는 남자 우진이 여자 홍이수를 사랑하게 되면서 일어나는 이야기

○ (홍콩) 경기콘텐츠진흥원*, ‘홍콩국제라이선싱쇼** 2016’서 1045만 달러 계약(‘16.1.11~13, 홍콩종합전시장)

- 경기도 캐릭터 기업 11개사, 중국·대만·이탈리아·스페인 등 전 세계 바이어와 250건의 비즈니스 상담 진행
- 캐릭터 ‘똥’ 제작사 ‘디자인설’, 대만 ‘Pyi Pyi Family’사와 5억 원 규모의 계약 체결, 캐릭터 ‘토리양’ 제작사 ‘토리디자인’, 중국 화장품 유통사 ‘성마국제유한공사’와 캐릭터 마스크팩 100만 장 수출 계약 체결
 - * 경기콘텐츠진흥원, ‘15년 152개 도내 콘텐츠 기업 지원, 7229만 달러(한화 약 875억 원) 수출 계약 추진 실적 기록
 - ** 홍콩국제라이선싱쇼(Hong Kong International Licensing Show) : 캐릭터, 애니메이션 등 라이선싱 관련 전문 바이어가 참가하는 아시아 최대 비즈니스 전문 행사. ‘16년 14회째

Ⅲ. 권역별 한류 동향 - 미주

1 미국

K-Pop

○ 싸이 <대디> 뮤직비디오, 유튜브 조회 수 1억 건 돌파('16.1.20)

- <강남스타일>, <젠틀맨>, <행오버>*에 이어 4곡 뮤직비디오 연속 역대 조회 수 반열, 국내 가수 중 최초 기록
- CNN·AP통신·빌보드·영국 BBC 등 주요 외신 주목
- 해외 팬 패러디 영상·댄스 커버·리액션 비디오 다수 등장, 싸이만의 유쾌한 에너지, 익살스러운 호평
- * <강남스타일> 25억 뷰, <젠틀맨> 9억 2114만 뷰, <행오버> 2억 4133만 뷰 기록

기타

○ NBC, 한국 화장품 관련 기사 보도('16.1.6)

- Bao Ong 기자, “한때 아무것도 아니었던 한국 화장품, 미국 주류 사회에 입성(Korean Beauty Products, Once Niche, Are Entering the U.S. Mainstream)”이라는 제목으로 기사 게재
- 예쁜 포장뿐만 아니라, 주름 개선·미백·모공수축·여드름 치료 등 기능성 제품을 한국 화장품의 강점으로 지목

※ NBC, 한국 화장품 관련 기사 보도 주요 내용

- ① '15년 엘리자베스 아덴사의 새로운 사장으로 취임한 주에왕(Jue Wong)은 “하루 12종의 화장품을, 마치 종교의식을 치르듯 아침·저녁으로 얼굴에 바르는 한국 여성들 못지않게 피부를 관리하는 중”이라고 밝혔으며, 그의 발언은 한국 화장품의 우수성과 미국 주류 사회 내 위상을 방증(傍證)
- ② 지난 수년간 토너부터 마스크팩까지 다수 한국 화장품이 미국 화장품 소매점에서 성장세를 거둬. 현지 뷰티 블로거를 중심으로 한국 화장품이 알려지자, 세포라, 로레알 등 주류 화장품 회사들이 한국 제품에 관심을 보이기 시작
- ③ 한국은 각각 '14년 18억 달러, 10억 4천만 달러의 수출 및 수입을 기록. '15년에는 세포라에서 K-beauty 제품 광고를 시작했으며, 에스티로더 브랜드 크리닉은 한국 제품에 영감 받아 쌀겨와 석류 추출물이 함유된 로션을 개발
- ④ 현지 전문가들은 “한국 화장품은 예쁜 포장뿐만 아니라, 주름 개선, 미백, 모공 수축, 여드름 치료 등 아름다움과 치료를 동시에 해결할 수 있어 용이하다”고 밝힘
- ⑤ 화장품 편집샵 세포라 내 인기 한국 화장품은 개당 가격이 150달러(한화 약 18만 원)에 육박. 주에왕은 “심플만을 강조하던 미국 여성들이 한국 화장품 체험 후 소비 성향을 바꾸게 된다”고 언급해 '16년 K-뷰티가 다시 한 번 주목 받을 것으로 보임

○ 노스캐롤라이나주립대, '한국의 맛' 행사 개최('16.1.19, 노스캐롤라이나주립대 파운튼 다이닝 홀)

- 재학생 및 임직원 약 2,000명 참석
- 갈비, 비빔밥, 불고기, 잡채, 된장찌개, 돼지고기 바비큐 등 시식
- 다수 현지인, "미국 음식을 섞지 않은 전통적인 맛"으로 한식 호평

IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

1 독일

영화

- 윤가은 감독 <우리들>, '제66회 베를린영화제' 제너레이션 부문* 진출('16.1.13)

작품명	감독/출연	내용
우리들	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 윤가은 • 출연 : 최수인, 설혜인 등 	엄마보다 친구가 더 좋은 열한 살 소녀 선이의 고민스러운 인간관계를 다룬 작품

* 베를린국제영화제(Berlin International Film Festival) : 영화 비평가, 감독 위주 영화제로 독일 베를린에서 매년 개최. '51년 시작

기타

- 2016 예술가박람회*, 한국 예술에 주목('15.1.8~11)

- 대전시-드레스덴예술가협회 파트너십 일환**

- 한국 관련 영상 'IT'S ALL KOREAN TO ME' 상영, '분단된 나라에서의 예술작품'을 주제로 공개 토론회 진행

* 예술가박람회(Kunstlermesse) : 독일 드레스덴예술가협회가 주관하는 행사. 미술가, 디자이너, 조각가, 사진가 등 전 세계 다양한 분야의 예술가들이 모이는 박람회

** 대전시, 드레스덴예술가협회와 2010년부터 교류 시작. 2016 예술가박람회에 한국 작가 6명 초청

2 기타

- (프랑스) 민영 방송사 TF1*, 다수 한국 드라마 방영('16.1.4)

- TF1 채널 신규 플랫폼 MYTF1 XTRA**, <킬미힐미>·<힐러>·<별에서 온 그대>·<드림하이> 방영, 한국 드라마 팬 형성 기회 확보

- 편당 방송시간 및 현지인 정서를 고려한 콘텐츠 개발 필요

* TF1 : 프랑스 최대 규모의 민영 텔레비전 채널이자 가장 오래된 채널. 1935년 4월 개국한 'Radio-PTT Vision'을 전신으로 함

** 웹, 모바일, 태블릿, IPTV 통해 젊은 세대들이 관심을 보이는 디지털 콘텐츠 공급

KOFICE NOTE

‘11년 제11회 국제방송영상견본시(Broadcast worldwide, BCWW)에 참석한 프랑스 배급사 대표 뱅상 데포르즈주(Vincent Deforges)는 ‘한국 드라마의 해외 진출 전망과 성공 전략’ 세미나를 통해 “한국 드라마의 프랑스 방송 진출은 아직 어렵다”라는 견해를 밝힘.

그 이유 중 첫 번째로 한국 드라마의 편당 방송 시간을 언급. 프랑스에서 방영되는 드라마는 자체 제작 드라마 혹은 미국 드라마가 대부분을 차지. 반면 한국 드라마의 편당 방송시간은 이들 드라마에 비해 상당히 길며, 일반적인 드라마 방영 시간대에 맞춰 한국 드라마를 소개하기 위해서는 반드시 편집 과정이 필요. 따라서 편집 시 원 콘텐츠의 가치가 보존되어야 한다는 어려움이 존재. 두 번째로 한국 드라마의 내용이 프랑스인의 정서와 달라 공감대를 형성하기 어렵다는 문제가 제기됨.

드라마는 해당국의 문화, 사상, 사회, 언어 등 다양한 문화코드의 이해를 수반한다는 점에서 프랑스 현지 정서를 고려한 스토리 기획 및 제작이 필요. 또한 기 진출 장르이자 현지에서 인기를 얻고 있는 K-Pop을 활용, K-Pop 스타 출연 드라마의 프랑스 수출 등 다각도의 방안 모색 필요

○ (폴란드) 공영 방송국 TVP info, 한국 음식 관련 보도(‘16.1.8)

- 식품 전문 잡지 <Gault&Millau> 편집장 유스티나 아담츠크, “김치와 같은 한식이 이탈리아 음식, 일본 스시를 대체할 것으로 전망
- 발효식품, 라면 등 현지 인기 기대

○ (스페인) RTVE, 스페인 가족의 한국 탐방기 소개(‘16.1.10)

- <배낭을 멘 가족, 달리다(Mi familia en mochila, family run)>, 출연자 안토니오 가족의 한국 여행기 방영(매주 일요일 저녁)
- 남산 한옥마을, 홍대, 파주 비무장지대(DMZ), 수원 화장실박물관 해우재, 삼성이노베이션뮤지엄 등 방문 기록 소개
- 페이스북 계정 통해 약 4000명 네티즌 정보 공유

※ <배낭을 멘 가족, 달리다(Mi familia en mochila, family run)>, 한국 여행 탐방기 방영 주요 내용

- ① 열쇠를 이용하는 스페인과 달리 번호 보안키를 사용하는 한국 가옥 시스템, 스페인에 비해 비싼 식료품 가격 등 언급
- ② 당구장, DVD방, 스티커 사진기 등 한국 오락 문화 소개. “맛집에 대한 정보가 없을 때는 사람이 많은 식당에 가면 성공한다”, “한국 공중 화장실 이용 시 휴지와 물티슈를 챙겨라” 등 생생한 한국 체험기 소개
- ③ 안토니오 씨는 페이스북 계정을 통해 “한국은 여행자들에게 잘 알려지지 않은 국가 중 하나이지만, 여행을 통해 건강적인 한식의 우수성을 알게 됐으며, 영어가 잘 통해 어려움이 없었다”고 밝힘

○ (스위스) 싸이·2NE1 홀로그램 콘서트 상영(‘16.1.19, 다보스 Morosani Schweizerhof 호텔)

- 전국경제인연합회, 2016 다보스포럼 ‘한국의 밤’* 행사 개최 일환
- 싸이 <강남스타일>, 2NE1 <Fire> 홀로그램 콘서트 진행, 문화·기술 융복합 콘텐츠 시연을 통한 K-Culture 홍보
- 약 650명 글로벌 정·재계 리더 참석

* 한국의 밤(Korea Night) : 정·재계, 학계, 언론계 글로벌 리더들이 모이는 다보스포럼의 주요 행사. ‘제주 PLAY KPOP’ 운영사 NIK(넥스트인터랙티브케이코리아) 후원. '09년 시작

V. 권역별 한류 동향 – 기타

1 기타

○ (호주) 비즈니스 주간지, 서울 유명 관광지 소개('15.12.29)

- 호주인 John Walker씨, 기자 Greg Earl과 인터뷰, 'Australian Financial Review Weekend'에 '서울에서 가보면 좋은 9곳' 소개
- 광화문광장, 강남, 삼청각, 홍대, 북촌, 이태원 등 언급
- 양국 간 자유무역협정에 따른 관광 정보 수요 확대 예상, 전략적 홍보 방안 필요

※ Australian Financial Review Weekend, 서울 관광지 소개 주요 내용

- ① 광화문광장 : 그랜드플라자를 거쳐 경복궁으로 가는 메인 게이트. 초기 비즈니스 지역의 변화와 함께 인왕산과 북악산으로 둘러싸인 고궁을 볼 수 있는 매력적인 곳
- ② 강남 : 가수 사이의 <강남스타일>로 세계적인 유명세를 얻은 지역. 강남은 서울에서 세 번째로 넓은 지역이며, 인기 패션 동향을 알 수 있는 한국의 심장부. 뿐만 아니라 대형 기업의 건물과 유명 브랜드숍, 최신 아티스트와 디자이너의 작품을 볼 수 있는 지역. 세로수길에 위치한 식당 'Pier 17', 명품 가방점 '0914' 소개
- ③ 삼청각 : 1972년 건축된 삼청각은 적십자사가 주관한 남북한 비밀회담이 열린 곳. 2000년부터 서울시가 관리를 시작했으며, 다양한 전통문화 공연이 진행 중
- ④ 그밖에 강남 테헤란로에 위치한 포스코 본사, 남산, 홍대, 북촌, 이태원, 청담동 맛집 'Mingles' 소개

[부록 1] 해외 한류 공연 현황

('16.1.16~1.25)

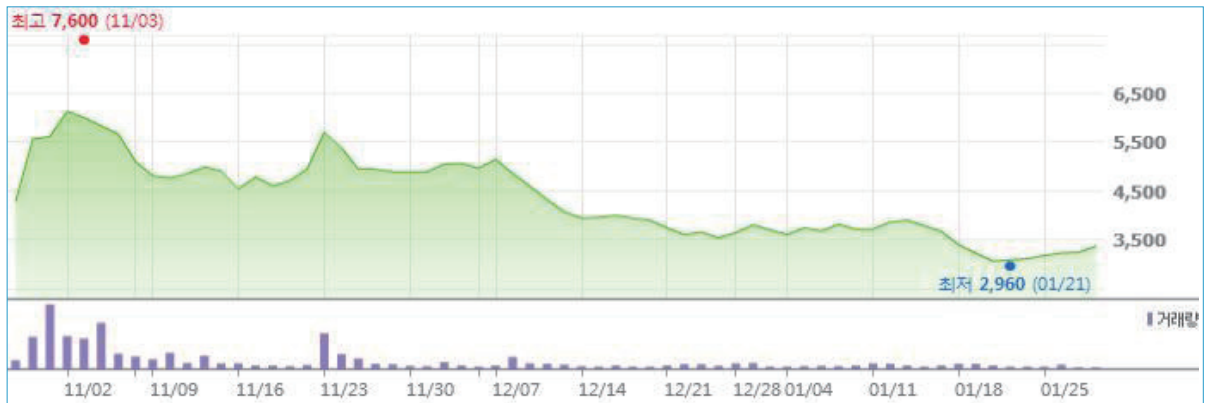
한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
블락비 (콘서트)	'16.1.9	일본 (도쿄, Tokyo Dome)	JPY 9800 (한화 약 9만 9천 원)	• 총 2회 공연 • 약 4만 석 규모
	'16.1.11			
	'16.1.16	일본 (Orix Theater)		• 총 2회 공연 • 약 2천4백 석 규모
	'16.1.17			
비아이지 (콘서트)	'16.1.16	일본 (시부야, Tower Records)	JPY 7300 (한화 약 7만 4천 원)	• 약 1천 명 규모
이홍기(콘서트)	'16.1.17	대만 (타이베이, TICC)	TWD 2800~6000 (한화 약 10만 원~21만 7천 원)	• 약 1천 명 규모
	'16.1.23	중국 (상하이, QSW Culture Centre)	CNY 399~999 (한화 약 7만 2천 원~18만 2천 원)	• 약 1천5백 석 규모
	'16.1.24	중국 (항저우, Hangzhou Red Star Theater)	CNY 399~1280 (한화 약 7만 2천 원~23만 3천 원)	• 약 1천 석 규모
이민호 (팬미팅)	'16.1.25	일본 (요코하마, Pacifico Yokohama)	JPY 12000 (한화 약 12만 2천 원)	• 약 1만 명 참석

[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

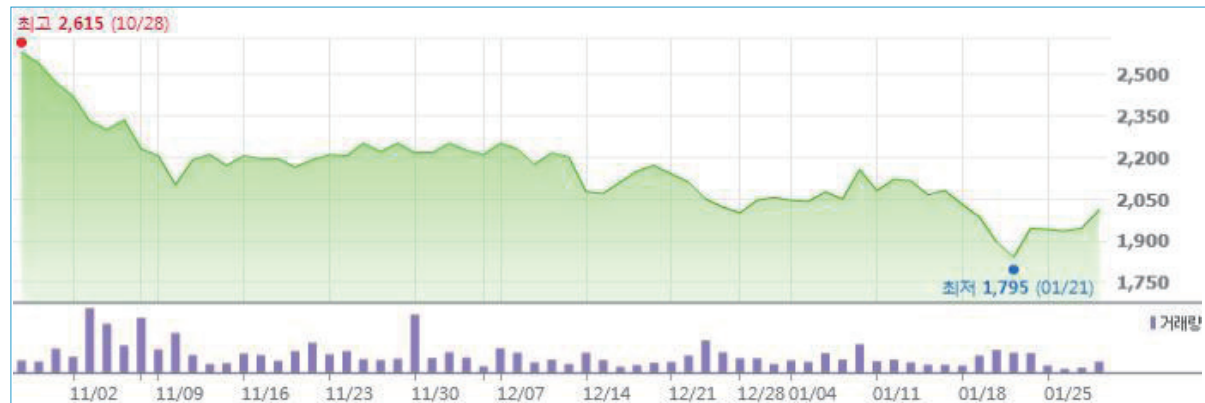
(’15.11.2~’16.1.25)

엔터테인먼트 업계 (11개사)

초록뱀



IHQ



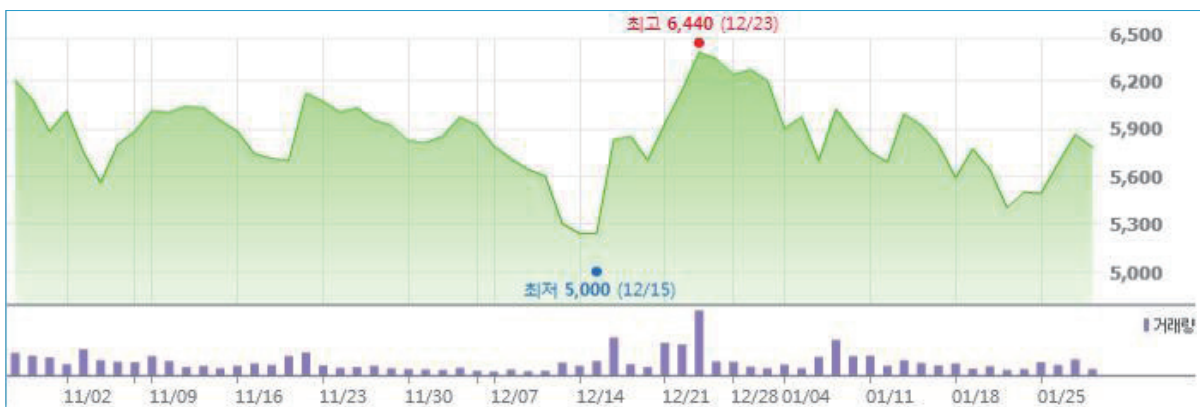
키이스트



CJ E&M



팬엔터테인먼트



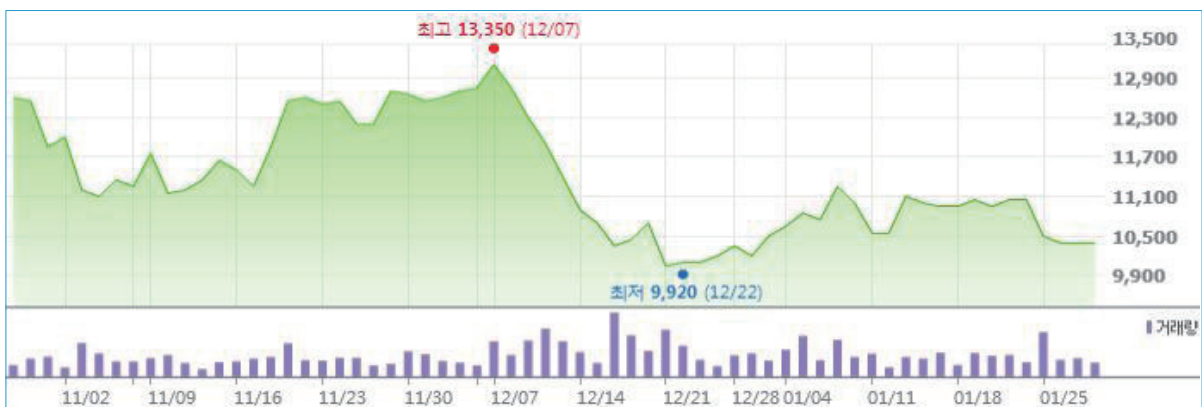
SBS콘텐츠허브



FNC엔터테인먼트



NEW엔터테인먼트



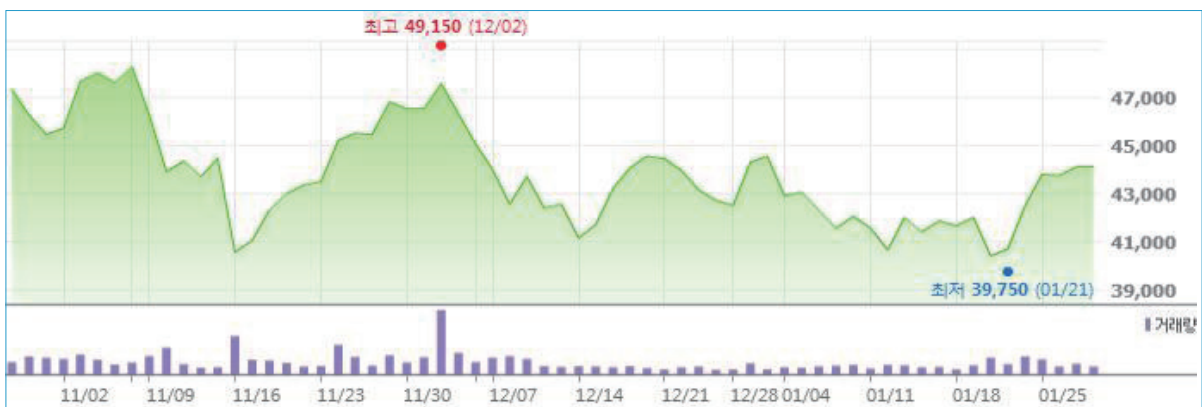
JYP엔터테인먼트



SM엔터테인먼트



YG엔터테인먼트



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