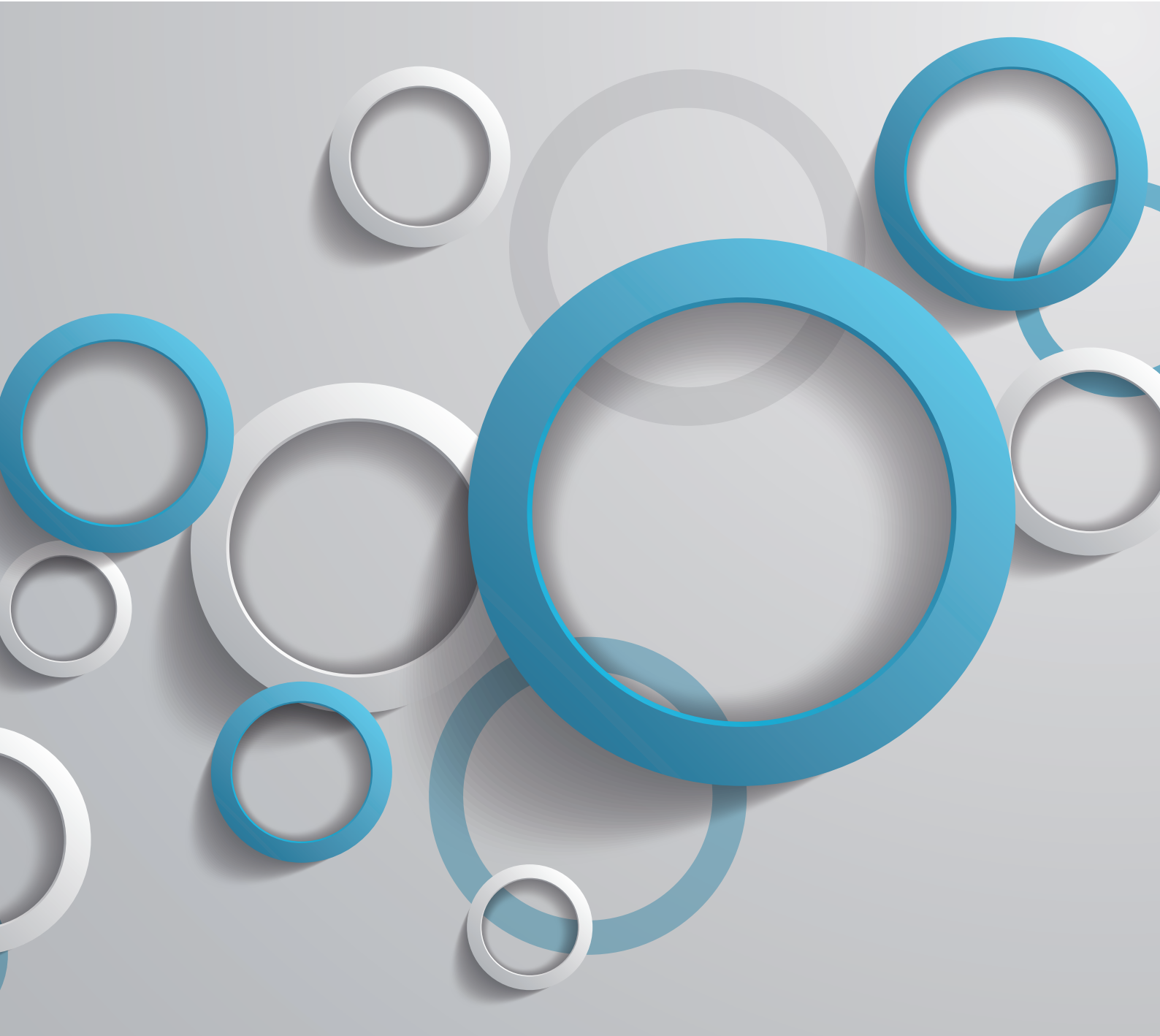


격주한류리포트

글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2016

113호



CONTENTS_

Hallyu Special

- 03 한류산업 Pick
- 05 한류스타 Pick
- 09 한류예술 Pick

Inside Hallyu

- 12 한류-산업
- 14 한류-관광
- 16 한류-문화

Global Hallyu

- 17 아시아
- 22 미주
- 25 유럽
- 27 아프리카

격주한류리포트
글로벌한류동향

2016년 6월 113호

- 발행일 2016년 6월 2일
 - 발행처 한국문화산업교류재단
 - 발행인 김덕중 사무국장
 - 작성·감수 남상현 팀장, 김아영 연구원, 류설리 연구원
 - 문의의 한국문화산업교류재단 조사연구팀
- Tel. 02.3153.1786 Email. ahyoung@kofice.or.kr

Hallyu Special_

한류산업 Pick

글 **고재석** 시사비즈 산업부 기자

■ YG x 텐센트, 서로가 서로를 원했다

- YG엔터테인먼트가 중국 최대 IT기업인 텐센트와 중국 모바일 티켓팅 1위 업체 웨이으로부터 약 1000억 원의 투자를 유치. YG는 지난달 27일 금융감독원 공시를 통해 상하이 평잉 비즈니스 컨설턴트 파트너십과 텐센트 모빌리티를 대상으로 5500만 달러 규모의 제3자 배정 유상증자(보통주) 결정
- 상하이 평잉 비즈니스는 웨이 지분 100%를 보유한 특수목적회사로 최대주주 양현석, 양민석의 3000만 달러 규모의 구주도 양보. 텐센트와 웨이는 이를 대상으로 각각 3000만 달러, 5500만 달러를 투자하기로 결정했으며, 이는 우리 돈 약 1011억 원 규모
- 웨이의 투자금액이 많지만 사실상 이번 투자의 핵심 플레이어는 텐센트. 웨이는 본래 텐센트의 유명 SNS플랫폼인 위챗 내에서 티켓팅 앱을 개발·운영하다가 독립한 회사. 현재도 텐센트가 2대 주주여서 사실상 텐센트의 영향권 안에 있는 회사인 셈
- 장민지 연세대 영상학 박사는 “텐센트가 운영하는 위챗과 QQ뮤직 등은 중국 대다수 소비자가 일상적으로 사용하는 플랫폼”이라며 “이를 통해 콘텐츠 생산 유통이 자유자재로 이루어지기 때문에 YG콘텐츠의 중국 내 확산이 용이해질 것”이라고 설명
- 최근 텐센트는 세계 시장에서 사업을 확장. 이는 텐센트 입장에서 콘텐츠기업 YG가 파트너로서 유용한 이유. ‘16년 5월 23일 미국 월스트리트저널은 텐센트가 핀란드의 게임회사 슈퍼셀 인수 추진에 나섰다’고 보도. 슈퍼셀은 ‘클래시오브클랜’으로 크게 성공한 유력 게임업체이며, ‘15년 매출은 3조 원 수준



- 슈퍼셀 인수는 복합적 이득을 가져올 수 있음. 게임 산업에 정통한 장민지 박사는 “중국 게임은 남미 쪽에서도 엄청난 인기를 구가하고 있다”고 전함. 슈퍼셀 인수가 유럽 외 영토까지 매출 규모를 늘릴 수 있는 도구가 될 수 있다는 얘기
- 결국 텐센트의 목표는 콘텐츠와 플랫폼을 아우르는 종합엔터테인먼트 기업이 되는 것으로 보임. 이미 텐센트의 플랫폼은 다양함. 위챗(메시징앱), QQ뮤직(음악), 텐센트 비디오(동영상)가 대표적이며, 결국 부족한 콘텐츠를 YG(음악)와 슈퍼셀(게임)로 우선 채우려는 모양새
- YG 입장에서조차 최적의 파트너를 만났다는 분석이 등장. '16년 5월 31일 서울 하얏트 호텔에서 열린 협약식 자리에서 양민석 YG 대표이사는 “지난 2년간 중국에 YG의 음악과 콘텐츠를 효과적으로 전달할 방법을 고민한 결과, 텐센트와 웨이 등 최적의 파트너와 함께 시너지를 만들 수 있다는 확신이 들었다”고 밝힘. 또 증권업계에서는 웨이를 통해 티켓팅을 하게 되면 프로모터를 중간에 꺼야 했던 YG의 중국 콘서트 사업이 크게 나아질 것이라 전망
- 텐센트와 웨이는 이번 투자를 통해 YG의 지분을 각각 4.5%(텐센트), 8.2%(웨이) 확보. 지분 비율로 치면 YG의 3, 4대 주주로 올라선 것. YG의 2대 주주는 루이비통모에헤네시(LVMH) 그룹 엘 캐피탈 아시아(L Capital Asia 2 Pte. Ltd.). YG의 주요 주주가 모두 외국 업체로 채워진 점은 숙제로 남음

■ 칸에서 실속 챙긴 <아가씨>, CJ E&M 영화 실적도 살릴까

- 박찬욱 감독의 국내 복귀작 <아가씨>가 칸 국제영화제 경쟁 부문에서 수상에 실패. 하지만 도리어 실속은 챙겼다는 평가. <아가씨>는 칸 국제영화제 마켓에서 전 세계 176개국에 판매되며 종전 <설국열차>의 167개국 판매 기록을 넘어섬
- 투자배급사인 CJ E&M에 따르면 지난달 14일 <아가씨> 공식상영회 이후 해외 바이어들의 구매 문의가 늘었다고 전함. 칸에서만 56개국 바이어와 계약을 체결. <아가씨>는 필름마켓을 적극 활용하고 있는 모습. 지난해 11월 아메리칸 필름 마켓(American Film Market), 올해 2월 유로피안 필름 마켓(European Film Market), 올해 3월 홍콩 필름 마트(Hong Kong Film Mart) 등을 통해 120개 국가와 선판매 계약을 체결



- 국내외 개봉 시점도 가시화. 국내 개봉은 6월 1일. 개봉 첫날 예매율 50.9%를 기록해 <엑스맨>(15.5%), <곡성>(6%), <미 비포 유>(5%)를 멀찌감치 따돌리고 흥행에 질주. 해외에서는 5월 24일 대만 개봉에 이어 오는 10월 5일 프랑스 개봉 확정. 이외에도 호주, 러시아, 홍콩, 뉴질랜드서 잇달아 여름 개봉을 앞두고 있음. 주요 관심 국가는 미국. CJ E&M에 따르면 9~10월경 아마존 스튜디오를 통해 미국 개봉 확실시 된다고 함
- <아가씨> 흥행은 CJ E&M 영화사업부 입장에서도 중요한 분수령. '16년 1분기 영화 성적이 기대에 미치지 못했기 때문. 1분기 개봉한 영화 <나를 잊지 말아요>와 <좋아해줘>는 각각 43만 명, 85만 명 관객 동원에 그침. <탐정 홍길동>이 초반에 선전했지만 결국 142만 명으로 스코어가 마무리 됨. 이 때문에 150억 원을 들인 <아가씨>의 흥행이 중요
- 전망은 긍정적. 흥세종 신한금융투자 연구원은 리포트를 통해 "2분기 실적 발표일(8월 초 예상)을 전후로 주가 상승 모멘텀을 강화할 가능성이 높다"며 "영화 부문 영업이익은 2분기 3억 원, 3분기 91억 원을 기대한다"고 내다봄

한류스타 Pick

글 정진영 아주경제 아주스타부 기자

■ <아가씨> 칸 영화제 수상 불발... '영화 한류'는 청신호

- 5월 22일(현지시간) 제69회 칸 국제영화제 폐막식이 열림. 이번 칸 국제영화제에는 박찬욱 감독의 영화 <아가씨>가 경쟁 부문에 오름. 영화 <올드보이>와 <박쥐>로 칸 영화제에서 수상한 바 있는 박찬욱 감독*의 신작이라 수상이 기대됐으나 아쉽게 최종 수상 불발



- 영화진흥위원회가 칸 국제영화제 필름마켓에 설치한 한국영화 종합홍보관에 9개 업체가 부스를 마련, 수출 상담을 진행. 계약금액만 400만 달러에 달함. 박찬욱, 나홍진 등의 감독이 유럽 영화 시장에서 이미 유명한 ‘한류 감독’인 점이 수출에 긍정적 요인으로 작용했다는 평가. 할리우드 배우 리암 니슨이 출연하는 <인천상륙작전> 등의 대작도 바이어들의 많은 관심을 받았다는 후문
- 비록 한국 영화의 수상은 실패했지만, 박찬욱 감독, 연상호 감독, 배우 하정우, 조진웅, 김태리, 공유, 정유미, 김수안 등 여러 스타들이 영화제에 참석해 한국 영화 해외 바이어들에게 깊은 인상을 남겼다는 평가. 드라마에 비해 한류 화력이 비교적 약했던 영화가 이번 칸 영화제를 계기로 활기를 찾을 거라는 분석

■ 인도네시아, 새 한류 개척지 될까… 한류 현지화 전략의 가능성

- 세계 4위(약 2억 5천만 명)의 인구대국 인도네시아가 신(新) 한류 시장으로 각광받고 있음. 단지 잠재 소비자 규모가 크다는 이유만으로 인도네시아를 차세대 한류 개척지로 지목하는 것은 아님. 한류의 동남아시아 진출을 위한 거점으로서의 역할이 기대되기 때문
- 인도네시아를 포함한 동남아시아 국가들은 창조문화산업에 대한 국가 차원의 지원을 추진 중. 아세안경제공동체(AEC)의 주역으로 성장 중인 다수 동남아시아 국가에서는 대중문화 콘텐츠에서 시작한 한류붐이 K-뷰티, K-푸드 등으로 확대되고 있음
- 특히 인도네시아에서는 중국과 유사하게 한류스타들의 현지 진출 수요가 늘어나는 추세. 이러한 상황에서 인도네시아 시장을 겨냥한 맞춤형 진출 전략 수립은 한류스타들의 주요 과제
- 인도네시아 시장에서 큰 성과를 거둔 대표적인 아티스트는 가수 이루. 지난 ‘12년 인도네시아 영화 <헬로우 굿바이>에 이루의 ‘까만안경’이 OST로 삽입되어 큰 인기를 얻음. 이를 기반으로 현지에서 세 차례의 단독 콘서트를 개최했으며, 현지 음악 프로그램에서 1위를 차지. 나아가 인도네시아에 진출한 한국 스타 최초로 한국어 음반을 발매하기도 함
- 최근에는 인도네시아 지상파 방송국인 RTV에서 개국 21주년 기념 방송에 이루를 초대해 이



루의 현지 활동기를 담은 스페셜 프로그램을 제작. 이루의 성과는 인도네시아에 대한 철저한 분석과 현지화 전략에서 비롯됐다는 게 관계자들의 중론

- 한류스타의 현지화는 안정적인 해외 진출을 위한 가장 효과적인 전략으로 주목 받고 있음. 중국을 대상으로 한 국내 엔터테인먼트 기업들의 현지화 전략이 좋은 예. 해외 현지에 법인을 세워 제작에 참여하거나, 댄스, 보컬 등 교육프로그램을 개설해 관여도를 높이거나, 현지 예능, 드라마, 영화 등에 직접 참여하는 등의 현지화 전략들이 주요. 최근 SM에서 시도한 NCT(New Culture Technology) 프로젝트의 경우 초기단계이므로 선불리 성과를 논하기는 어려우나 현지화의 획기적인 시도임은 분명
- 이와 같은 현지화 전략은 최근 국가 간 경계가 낮아지고, 미디어 교류가 실시간으로 이뤄지는 상황에서 그 효과가 극대화 될 가능성이 높음. 인도네시아의 높은 잠재력, 중국과 유사한 한류 소비 환경, 가수 이루의 사례를 종합적으로 고려할 때 현지화 전략은 한류 진출의 중요한 무기가 될 것으로 기대
- 인도네시아 조코 위도도 대통령은 '16년 5월 17일 MBC를 방문해 한국의 방송제도와 콘텐츠의 해외 진출 형태, 콘텐츠산업의 경제 유발효과 등에 대한 관심 표명. 이는 인도네시아가 국가적으로도 한류 콘텐츠에 대한 관심이 막대함을 보여줌. 이 같은 좋은 분위기를 잇기 위해서는 이루와 같은 현지화 전략을 펼치는 한류스타들의 탄생이 필요



한류예술 Pick

글 박경린 전시기획자

■ 스토리가 만드는 새로운 시장, 달아오르고 있는 웹툰 한류

- 5월 25일 태국 방콕 시암 스퀘어(Siam Square) 쇼핑몰에 NHN 엔터테인먼트 웹툰서비스 코미코의 태국 진출 기념행사에 현지 인파가 대거 몰림. 이날 태국에서 인기가 많은 웹툰 <플라워보이 화랑>의 김신화 작가가 무대 인사에 나섬
- 네이버는 지난 '14년부터 자체 제작한 글로벌 웹툰 플랫폼인 '라인웹툰'을 통해 400여 편의 웹툰을 영어, 중국어, 태국어, 인도네시아로 서비스 시작. 다음(DAUM)도 지난해부터 중국의 대표적 포털 사이트 '큐큐닷컴'과 'U17', '열독기지' 등을 통해 50여 편의 웹툰을 서비스하고 있음
- 한국과 중국을 비롯해 동남아시아 시장의 스마트폰의 보급률이 확대되면서 웹툰 시장도 덩달아 지속 확장 중. 1주일에 1~2회로 나눠 무료 연재하는 방식으로 현지 소비자 유입이 꾸준하게 이어짐
- 아시아 한류 바람에 올라 탄 웹툰의 인기는 드라마, 영화 등으로 제작되면서 선순환 효과를 거둠. 웹툰 제작단계에서부터 영상화를 염두에 둔 작가들이 대부분이고, 국내뿐 아니라, 중국, 일본, 영국의 영화, 드라마 및 연극 공연 등 다양한 국가 및 여러 형태를 고려한 콘텐츠가 제작되면서 높은 부가가치 창출 기대
- 일례로 <치즈인더트랩>은 200만 달러(약 24억 원)에 중국 최대 동영상 사이트인 유쿠(優酷)와 투더우(土豆)에 판매됐으며, 드라마 주인공 박해진을 주연으로 중국에서 영화로 다시 제작될 예정
- 웹툰 콘텐츠는 신선한 스토리, 실험적 소재를 큰 제약 없이 구현할 수 있다는 점에서 기존 드라마, 영화 제작자들에게 자극이 되는 원천 소스를 제공하는 주역. 웹툰을 기반으로 한



OSMU는 매년 새로운 소재를 발굴해야 하는 창작자들에게 더할 나위 없이 좋은 기회로 작용하며, 그 파급효과도 큼

- 저작권 문제는 웹툰 한류를 위협할 수 있어 국가 간 협조를 기반으로 한 불법 저작물 단속이 필요. 더불어 한국 웹툰의 글로벌 인기로 걸맞은 다국가 지역 서비스 루트를 확보해 국내 웹툰 시장을 지속적으로 확대해나가는 노력을 병행해야 할 것

■ 뉴욕, 홍콩 미술시장에서 잇따른 단색화 주목에 이어 김환기의 '무제', 홍콩서 활약

(‘16.5.29, 홍콩 그랜드하얏트, 서울옥션 제19회 홍콩 세일 등)

- 김환기의 '무제'가 홍콩 그랜드하얏트 호텔에서 열린 '서울옥션 제19회 홍콩 세일' 경매에서 45억 6000만 원에 낙찰되며 역대 3위를 기록. 그 전에 이루어진 'K옥션 홍콩 경매'에서도 김환기의 또 다른 작품이 'Untitled'로 10억 1893만 원에 낙찰
- 김환기뿐 아니라 이우환의 작품이 시대별로 출품되어 높은 기록으로 낙찰됐으며, 한국 단색화의 흐름을 주도하는 박서보, 정상화, 정창섭, 윤형근의 작품을 비롯 그 이후 한국 현대미술의 흐름을 주도했던 민중미술계열의 작품 또한 높은 낙찰률을 기록하면서 현지 시장의 뜨거운 관심을 확인
- 미술시장 전문 사이트인 아트넷(www.artnet.com)은 지난 5월 18일 온라인에서 K옥션과의 인터뷰 및 19일 서울옥션 이학준 대표와의 인터뷰를 게재하면서 한국 단색화의 조명과 홍콩에서 좋은 성과를 내고 있는 한국 미술의 부상을 눈여겨봄
- 뉴욕 도미니크 레비 갤러리에서는 정상화 작가를, 뉴욕 프리즈(5회)에서는 서울의 국제갤러리와 뉴욕의 티나 김 갤러리의 주도로 이우환, 박서보, 하종현, 권영우 등의 작가를 소개. 여기에 양혜규, 함경아, 마이클 주, 박찬경과 같은 동시대 미술을 함께 소개함으로써 한국 미술의 다양한 단면을 소개하여 좋은 반응을 얻음
- 전 세계적인 명성을 가지고 프랑스 파리를 중심으로 활동하는 엠마뉴엘 패로탱 갤러리* 또한 서울 팔판동에 지점 개소를 앞둬. 경제위기 이후 많은 갤러리들이 규모를 축소하거나 아시아 중 홍콩을 중심으로 활동하는 반면, 엠마뉴엘 패로탱 갤러리가 서울에 지점을 마련함



로써 한국 현대미술 작가들의 국제적인 활동이 확장될 것으로 보임

- 약 2년 전부터 시장에서 다시 주목받기 시작한 한국의 단색화가 국내를 넘어 국외 주요 미술 시장에서 좋은 반응을 얻기 시작한 것은 고무적. 그러나 시장 중심의 작가만을 중심으로 주목받는 것은 경계할 필요가 있음
- 이미 검증된 국내의 예술가들을 소개하는 것도 중요하나, 젊은 작가와 다양한 장르의 작가를 함께 프로모션함으로써 장르와 컬렉터의 확대를 도모해야 함

* 엠마뉴엘 페로탱 갤러리: 파리를 중심으로 가장 두드러지는 활동을 하는 갤러리로 파리의 가고시안이라 불릴 정도로 국제적인 명성을 확보하며 타카시 무라카미(Takashi Murakami), 마우리치오 카텔란(Maurizio Cattelan), Wim 델보예(Wim Delvoye) 등의 외국 작가뿐 아니라 자비에 베일한(Xavier Veilhan), 소피 칼(Sophie Calle), 베르나드 프리즈(Bernard Frize) 등의 프랑스 작가들을 소개하며 명성을 쌓아가고 있음

Inside Hallyu_

한류-산업

■ ‘2016 아시아모델어워즈’* 개최(‘16.5.21, 수원실내체육관)

- 아시아 20개국 최고 톱모델 및 배우, 가수, 패션·뷰티 관련 산업 관계자 참석, 유명 브랜드 패션쇼, 뷰티갈라쇼, K-Pop 공연 개최
- 아시아스타상 배우 부문 박해진, 모델 부문 장신위안, 한류 특별상 케이윌, 인기 스타상 진구·오연서, 인기 가수상 세븐틴, 아시아특별상 배우 부문 정일우·홍수아, 모델특별상 패셔니스타상 이동휘·서인영, 모델특별상 가수상 아이오아이·NCT-U 등 수상

* 아시아모델어워즈 : 아시아의 대표 모델 관련 축제. '06년 시작

※ (주최) 수원시, 한국모델협회 (주관) 한국모델협회, 한국대중문화예술산업총연합, 수원문화재단 (후원) 문화체육관광부, 한국문화산업교류재단, 한국방문위원회 (주관 언론) MK스포츠, MBN스타

■ SM엔터테인먼트·종로학원하늘교육, ‘K-Pop 국제학교’ 공동 설립(‘16.5.27)

- SM엔터가 예술 교육과정(실용음악·댄스)에 대한 기획 운영을, 종로학원하늘교육이 정규교육과정(국어·영어·수학 등) 및 진학 지도, 국내 대학 입학 컨설팅 담당
- 재학생 규모 약 300~400명, 재학생의 70%는 외국인 유학생들로 구성되며 30%는 한류스타를 꿈꾸는 국내 연예인 지망 청소년을 선발할 계획
- 연예인을 지망하는 국내 청소년들의 지속적인 학업과 공부와 연예 활동을 병행하고자 하는 해외 유학생 수요 충족, 향후 해외 현지에 글로벌 예술 국제학교 설립 추진 예정



■ KDB산업은행-KBS, 1000억 원 규모의 문화융성펀드* 출범(16.5.30, 여의도)

- 정부의 창조경제 및 문화융성 분야 정책금융 80조 원 지원 일환, 문화융성펀드 출범식 개최, 김종덕 문화체육관광부 장관, 임종룡 금융위원장, 최성준 방송통신위원장 등 정부 관계자 다수 참여
- 산업은행-KBS, '15년 8월 한류콘텐츠 산업 발전을 통한 창조경제 구현이라는 기치 아래 양해각서 체결, 펀드 공동운용사로 산업은행-KBS 이외 수출입은행, KDB캐피탈, 중국 평안은행 등 국내외 기관투자자들이 주요 투자자로 참여
- 향후 5년간 드라마·예능·영화·게임·키즈프로그램·웹드라마 등 다양한 콘텐츠에 대규모 자금 투자, 글로벌 경쟁력을 갖춘 한류콘텐츠 제작 지원 계획

* 문화융성펀드 : 산업은행과 KBS가 한류콘텐츠의 글로벌 진출 지원을 위해 조성한 한류 콘텐츠 투자전문 사모펀드(PEF)

KOFICE NOTE

- 이번 출범식은 정부의 문화융성 지원계획(창조경제 및 문화융성 분야 정책금융 80조 원 지원) 후속 조치의 일환. 문화융성펀드는 제작기업의 영세함과 작품성 및 흥행 가능성을 쉽게 예측하기 힘든 문화콘텐츠의 특성상 민간자금 유입에 어려움을 겪는 영세 기업을 대상으로 한 실질적 지원책
- 정책금융을 통해 올해 안에 약 7조 2천 억 원 수준의 자금을 공급하는 한편, 문화콘텐츠에 대한 전문 평가가 가능한 한국콘텐츠진흥원의 문화콘텐츠 가치평가 심사 체제를 구축
- 또한 금융위원회는 IBK 기업은행을 통해 영화, 뮤지컬 등 문화콘텐츠 프로젝트에 대한 크라우드펀딩 투자 촉진을 위해 100억 원 규모의 마중물 펀드(가제)를 조성. 이는 문화콘텐츠 분야에 업체별로 전체 투자액 중 약 10%를 지원하는 정책으로, 민간자금을 유치하는 마중물 역할을 할 것으로 기대
- '기업투자정보마당' 홈페이지에는 향후 영문 기업R 정보를 추가로 제공해 유망 창업중소기업이 해외투자자와도 연결될 수 있도록 지원을 확대해 나갈 방침. 본 플랫폼이 세계 최대 크라우드펀딩 플랫폼 '킵스타터'와 같이 창업기업의 마케팅과 자금 조달을 지원하는 역할을 해 나갈 수 있을지 귀추가 주목됨



■ tvN <디어 마이 프렌즈>*, 아시아 5개국 수출('16.6.1)

- 홍콩, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 필리핀 수출 확정
- 신구, 김영옥, 김혜자, 나문희, 주현, 고두심 등 중년 배우들이 주역이 돼 소소한 일상을 다룬 드라마로 작품성을 무기로 이뤄낸 성과라는 평가

* "끝나지 않았다. 여전히 살아있다"고 외치는 '황혼 청춘'들의 인생 찬가를 그린 드라마. '16.5.13~방송 중 (연출) 홍종찬 (극본) 노희경

한류-관광

■ 서울 남대문시장, 글로벌 명품시장을 위한 한류축제 개최('16.5.23)

- 서울 중구청 '2016~2018년 한국 방문의 해를 맞아 외국인 관광객 유치를 위한 남대문시장 글로벌 페스티벌' 개최, '2016 국제로타리 세계대회'('16.5.28~6.1)의 3K 평화의 걷기에 참가하는 회원 5000여 명을 남대문시장 방문으로 유도해 남대문시장 홍보 목적
- 남대문시장 중앙로 사거리를 중심으로 한류 문화와 남대문시장 쇼핑을 접목시켜 볼거리, 먹거리, 살거리 등에 초점을 맞춘 임시 한류체험 공간 '글로벌센터' 운영
- 한류 드라마 패션을 남대문 시장 판매제품으로 재현해 저렴한 가격으로 판매, 사진촬영을 위한 'K-스타일 ZONE', <태양의 후예> 드라마를 본뜬 군용식단 식단체험 및 밀리터리 패션 전시, 스타팬 사인회가 제공되는 'K-밀리터리 ZONE', 한류 아이돌 가수의 뮤직비디오와 노래방 부스가 마련된 K-팝 ZONE 등 운영
- 한국 전통연희 '사물놀이', 한류 대표 창작공연 난타, K-Pop 공연, 퓨전국악 등 진행, 외국



인 관광객의 쇼핑 편의를 위해 글로벌센터에서 구매상품을 해외 거주지로 안전하게 배송해주는 임시 배송시스템 지원, 방한 외국인의 필수 관광코스로의 도약 기대

* (주최) 중소기업청, 소상공인지원공단, 서울시, 중구청, 신세계 (주관) 남대문시장 글로벌명품시장 육성사업단, 남대문시장 상인회, 남대문시장

■ 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, ‘지역특화 콘텐츠 개발 지원’을 위한 협약 체결

(‘16.5.26, 서울 양재동 aT센터)

- 신한류 이끌 국내 지역콘텐츠 산업 활성화 지원을 목적으로 16개 지역기관과 협약 체결
- 부산과 중국을 배경으로 한 웹드라마 <온리 유(Only You)>, 광주 주요 명소를 배경으로 K-Pop 스타를 꿈꾸는 청소년의 이야기를 다룬 애니메이션 <매직아이돌 시즌2>*, 조선왕조 실록을 지켜낸 전주 사람들의 이야기에 3D 워터스크린, 인터랙션 영상기술을 접목한 ‘실록을 탐하다’ 등 다양한 프로젝트들 지원과제로 대거 선정
- 총 예산 80억 원 투입, 콘텐츠 제작 지원부터 라이선싱 교육, 실무워크숍 개최, 투자 유치, 국내외 마켓 참가 등 원스톱 지원
- 지역의 전통적·역사적 창조자산과 지역 상징성을 소재로 한 경쟁력 있는 콘텐츠 육성 및 경제적 부가가치 창출 예상

* SM엔터테인먼트·CJ E&M 참여, 중국 광둥알파애니메이션엔컬처 투자



한류-문화

■ '2016 K-Pop 커버댄스 페스티벌'* 개최(16.6.3~5, 동대문디자인플라자)

- 52개 국가의 1966개 팀 참여, 미국, 홍콩, 러시아, 중국, 일본 등 국가별 결선을 거쳐 선발된 13팀이 서울에서 최종 결선
- 13개 팀 중 본선 진출팀(4~6개 팀)을 확정하는 준결승전은 중구 동대문디자인플라자(DDP) 어울림 마당 특설무대에서 3일 오후 개최, 결선은 4일 오후 5시부터 상암동 서울월드컵경기장에서 '2016 드림 콘서트' 사전행사로 진행
- 결선무대에는 미국의 'D2'와 태국의 '디피 그로스', 중국의 '미니시스터', 러시아의 '인스피릿' 등 4팀이 올랐으며, 러시아의 여성 8인조 '인스피릿' 최종 우승, 세계 각국의 한류 문화 확산 기대

* K-Pop 커버댄스 페스티벌 : 세계 최초, 최대 K-Pop 온·오프라인 대회, '11년 시작

※ (주최) 서울신문사 (후원) 서울시, 경상북도, 한국관광공사, 한국연예제작사협회, Allkpop 등

Global Hallyu_

아시아

■ 2016 코리아브랜드&한류상품박람회* 개최('16.5.19~21, 충칭)

- 애니메이션, 게임, 방송 등 K-콘텐츠를 비롯해 K-뷰티, K-푸드, K-패션 등 국내를 대표하는 130개 업체 참가, 400여 개 중국 바이어·투자사들과 1:1 수출 상담회 진행
- 영화제작사 '에픽캔', 콘텐츠 제작·투자사 '반키기업 충칭지원고원문화전파유한공사'와 웹드라마 <ONLY YOU>의 공동제작 계약 체결, 이외 총 1385건의 상담 실적, 18건 계약 및 MOU 체결
- 전시관에서는 <태양의 후예> 등 인기 한류 콘텐츠를 테마로 한 포토존 설치, 키네틱 게임 및 웹툰 체험코너, 한국 유명 관광지를 360도 영상으로 관람할 수 있는 VR기기, 입어 보고 싶은 옷을 내 몸에 딱 맞춰서 보여 주는 가상 의류 피팅 시스템 체험
- KBEE 2016 홍보대사 블락비(Block B) 축하공연, 추자현 인터뷰·팬 사인회 비롯해 인기 애니메이션 '라바', '고롤라즈' 상영회 개최, 현지 관람객 1만 5000명 방문

* 영문명 : Korea Brand & Entertainment Expo 2016 in Chongqing(KBEE 2016), '10년 방콕, '11년 파리, '12년 오사카, '13년 런던, '14년 상파울루, '15년 상하이서 개최

※ (주최) 산업통상자원부, 문화체육관광부 (주관) 대한무역투자진흥공사, 한국콘텐츠진흥원

■ 한국문화산업교류재단, 아이오아이와 함께 중국서 '착한 한류' 프로젝트 진행

('16.5.25~23, 쓰촨 성 청두 시/마오 현)

- 대규모 지진으로 어려움을 겪고 있는 쓰촨성 지역 어린이들을 위한 교육환경 개선, 한류문화 체험 기회를 제공



- 걸그룹 아이오아이(I.O.I), 중국 어린이들 대상으로 ‘꿈 키움 음악교실’ 진행, K-Pop 체험 교실, 한글교실 개최, 멀티미디어 체험환경 조성을 통한 한류문화 인프라 구축
- 한국문화산업교류재단, CJ 중국 본사, CGV, CJ나눔재단, 중국우호평화발전기금회, 중국한국우호협회, 쓰촨성 인민대외우호협회와 함께 ‘16년 3월부터 민관 협력 프로젝트 개시
- 민관 협업 사회공헌 ‘착한 한류’ 실천으로 국가 간 우호 관계 구축 및 긍정적 국가이미지 제고

※ (후원) 문화체육관광부 (공동주최) 한국문화산업교류재단, CJ E&M

■ 한국관광공사, ‘2016 타이베이 국제관광박람회’서 대만 관광객 유치 총력전 펼쳐

(‘16.5.22, 타이베이시 국제무역관)

- 여름 성수기를 겨냥, ‘16년 상반기 양국 간 항공편이 매주 기준 137편에서 209편으로 늘어난 점에 착안해 대만 소비자들에게 한국 관광 홍보
- 한류스타 소지섭*과 함께 ‘한국-대만’ 항공 증편 캠페인인 ‘즐거라 한국행, 매일매일 이지 고 (easy go)’ 홍보 이벤트 개최
- 한국관광 홍보관에는 부산광역시, 경기도를 비롯한 11개 지방자치단체 및 힐니스 캠프, 물레길 카누체험 등 새로운 체험을 테마로 하는 우수 창조관광기업(www.tourventure.or.kr) 9개 업체를 초청, 창조관광기업들의 홍보 활동 진행
- 한국관광공사 타이베이지사, 대만 현지 21개 여행사와 공동으로 경기 파주 ‘캠프 그리브스’ 및 드라마 <태양의 후예> 주요 촬영지 코스를 활용한 특별상품 판매 계획

* 한국관광공사 타이베이 코리아플라자에서 실시한 ‘가장 한국 여행을 함께 가고 싶은 연예인’ 설문조사에서 1위(42%) 차지

■ 중국 세종학당서 한류 아카데미 운영(‘16.5.25~29)

- 문화체육관광부·세종학당재단, 매주 수요일 항저우 세종학당서 ‘세종문화아카데미’ 운영



- 국악인 박애리 판소리 무대, 동아방송예술대 K-Pop 공연, 세종학당 홍보대사인 아이돌그룹 비투비 축하 영상 상영
- ‘한국의 사회문화, 드라마로 읽기’, ‘한국의 대중가요, 세계를 춤추게 하다’, ‘한식, 그릇에 자연을 담다’, ‘한국의 미와 숨겨진 비밀’ 등의 특별 강연

■ 중국 웹드라마, 한류스타 캐스팅 활발(*16.5.23)

- 배우 임시완·인피니트 멤버 엘, 웹드라마 <검은 고양이>(가제) 주인공으로 캐스팅
- 배우 이현우, 중국 인기 동명소설을 원작으로 한 청춘 로맨스물 <가장 아름다운 첫 만남> 차기작으로 확정, <성형>, <다이아몬드러버> 등을 통해 감각적인 연출력을 인정받은 오강(吳強) 감독이 메가폰을 잡음
- <검은 고양이>는 중국 케이블을 통해, <가장 아름다운 첫 만남>은 중국 포털사이트 텡쉰왕(騰訊網), 동방위성TV(東方卫视TV)에서 ‘16년 하반기 방영 예정

■ 중국판 <정글의 법칙> 현지 첫 방송(*16.6.2)

- SBS 예능프로그램 <정글의 법칙> 포맷을 수입해 제작한 <우리들의 법칙>* ‘16년 6월 11일 중국 안후이 위성TV에서 첫 방송
- 남미 에콰도르, 아프리카 남동부 마다가스카르, 오세아니아 바누아트 등 세계 각지를 오가며 촬영, 제작비 2억 위안(한화 약 360억 원)이 투입된 블록버스터
- 김병만이 한국 족장 자격 게스트로 참여했으며, 타이완 가수 겸 배우 우치룽(오기룽), 배우 리야핑(리아빙), 남자 인기가수 샤오선양(소선양) 등 출연
- SBS, 중국판 <런닝맨>인 저장 위성TV의 <달려라 형제>에 이은 예능한류 이어갈 전망

* 우리들의 법칙 : 안후이 위성TV와 SBS 공동 제작. SBS 변진선, 김용권 PD와 중국 제작진과 공동 연출



■ 중국 시안에서 K-푸드 페어* 개최, 신(新) 한류몰이 나서('16.6.4, 리자춘 완다광장)

- 시안에서 열린 주요 20개국(G20) 농업장관회의와 연계해 역대 최대 규모의 '케이푸드 페어' 개최, '아름다운 실�크로드, 케이푸드로 풍요롭고 운택하게'를 슬로건으로 삼계탕, 홍삼 등 건강식품과 쌀, 김치, 유아식품 등 한국 농식품 소개
- '16.6.2~3일 시안 윈덤호텔에서 중국 측 바이어 40개사와 일대일 상담 진행, 삼계탕, 김치, 홍삼 등 전략 수출품목과 스낵, 음료 등 인기품목을 중심으로 국내 업체 25개사 참가
- 박근혜 대통령과 <태양의 후예> 주인공 송중기의 삼계탕 홍보영상 상영, 한·중 정부 삼계탕 중국 수출을 위한 검역·위생 협상 완료, '16년 6월 수출 시작 예정
- 사물놀이 공연, 난타 등 축하공연과 함께 한국 음식과 한류 문화를 직접 체험할 수 있는 다양한 특별홍보관 마련, 서북 내륙지역 내수시장에 한국 농식품 진출 확대 기반 조성

* 2016 케이푸드 페어 : 시안을 시작으로 '16년 8월 중국 청두(成都), 말레이시아, 9월 중국 우한(武漢), 베트남, 10월 인도네시아, 태국 등에서 개최될 예정

※ (주최) 농림축산식품부 (주관) 한국농수산물유통공사(at센터)

■ 태국국제식품박람회에 진출한 한국 먹거리('16.5.25~29, 방콕 임팩트전시센터)

- 무역협회, 한국 농수산 가공식품 중소제조업체 38개사 태국에 파견, 즉석식품, 건강 관련 제품에 관심이 높은 현지시장 특성에 맞춰 현지 바이어를 상대로 집중 홍보
- at센터 한국관 운영, 경기·강원·경남·충북 등 지방자치단체와 국가식품클러스터, 57개 업체 참여. 남해군 흑마늘의 경우, 온라인 마케팅을 통해 태국 바이어에게 분말 샘플을 미리 보내 호평을 받았으며, 본 행사에서 10만 달러의 수출 계약 체결
- 태국 전문 셰프들이 참여하는 K-푸드 경연대회 및 K-푸드를 주제로 한 퀴즈 이벤트 진행, 닭갈비, 비빔밥, 충무김밥 등 시식코너 운영
- 한식이 글로벌 시장에서 태국 음식에 고전하는 이유는 표준화의 미비에 있음(한국경제, 2016.4.22). 태국 내 한국 식재료 유통 확대뿐만 아니라 태국 현지 체인 레스토랑 및 한식당

을 대상으로 한식 메뉴 교육, 조리법의 보편화 필요

※ (주)관 aT(한국농수산물유통공사)

■ 인도네시아에 진출한 한국 초코파이(*16.5.11)

- 오리온, 약 5천억 원 규모의 인도네시아 제과시장 진출. 인도네시아 제과기업 델피와 각각 지분 50% 투자, 현지 합작법인 ‘델피-오리온’(가칭) 설립 계약 체결
- 인도네시아 전국에 유통망을 갖춘 현지 1위 기업 델피(‘84년 페트라푸드 설립, ‘16년 사명 변경)는 인도네시아뿐만 아니라, 싱가포르, 필리핀, 말레이시아, 태국 등에 진출한 유명 제과(초콜릿) 회사로 글로벌 매출 약 1조 6000억 원 기록. 델피 산하 SilverQueen 브랜드 제품군의 경우 프리미엄 이미지로 많은 충성 고객층 보유
- <태양의 후예>로 아시아 각국에서 인기몰이 중인 배우 송중기가 과거 베트남에서 인터넷판 초코파이 CF로 인기를 얻은 후 해당 CF를 인도네시아어로 더빙해 지상파 광고를 진행했으나, 소비로 연결되지 못한 상황. 본 계약을 계기로 향후 파이, 스낵, 비스킷, 껌 등 진출 확산 기대

KOFICE NOTE

- 인도네시아 제과시장은 ‘10년 이후 5년간 연평균 4%씩 성장하고 있으며, 델피를 비롯한 현지 기업들이 시장의 80%를 차지. 전 세계의 음료 시장을 석권하다시피 한 코카콜라나 일본의 거대 제과 회사들도 인도네시아 시장에서는 그 존재감을 나타내지 못하는 경우가 자주 있음. 섬이 많고 내륙 운송비용이 높아 유통망 형성이 어렵기 때문
- 오리온은 베트남 공장에서 생산된 초코파이와 카스타드가 한류 열풍을 타고 인도네시아 젊은이들 사이에서 인기를 얻자 현지 진출을 결정(서울경제, 2016.5.12). 해외 한류 인기와 함께 내수시장 침체라는 외부요인에 따라 식품업계의 해외 진출이 더욱 가속화 될 전망. 향후 인도네시아 내 글로벌 기업들에 맞선 현지화가 성공의 관건이 될 것으로 예측



■ ‘2016 한국-베트남 저작권 포럼’서 양국 저작권 발전 방향 논의(‘16.6.2, 하노이 그랜드플라자 호텔)

- ‘한국-베트남 자유무역협정(FTA) 체결에 따른 양국 저작권 발전 방향 모색’이라는 주제로, 한·베 FTA 체결과 양국 저작권 법제 및 정책 변화, 음악·방송콘텐츠·저작권 유통 및 보호 기술의 변화 및 방향 등 다양한 주제 발표 및 토론 진행
- 양국 정부기관, 베트남 음악저작권보호센터, 케이플러스(K+)방송, 한국 음악실연자협회와 KBS미디어 등 저작권 분야 주요 관계자들과 베트남 진출 한국 콘텐츠 업계 종사자, 학계 전문가 등 약 100명 참석
- 문화체육관광부, 저작권위원회와 함께 ‘06년부터 중국 등 아시아 주요 한류 국가와 양해각서 체결, 정부 간 회의 개최 등 긴밀한 협력 통로 구축
- ‘15년 12월 20일 한-베 자유무역협정 체결에 이후 5개월 만에 개최된 본 포럼이 베트남 정부가 저작권 분야의 합의사항을 이행하는 데 자극제가 될 것으로 예측

미주

■ 쿠바에서 열린 제3회 한국영화제(‘16.5.26~6.2, 아바나 인판타 극장)

- 쿠바영화예술·산업위원회(ICAIC), 한-쿠바교류협회 공동 주관, 쿠바 유명 배우 미르타 이바라, 김동호 부산국제영화제 위원장 등 현지인 약 200명 참석
- 오동진 영화평론가, 영화제 개막작인 이선균·조진웅 주연의 <끝까지 간다> 해설, <피비우스>, <싸이보그지만 괜찮아>, <우리별 일호와 얼룩소>, <미녀는 괴로워>, <차이나 타운>, <신세계> 등 상영



- 관객 레일라 텔라오 씨는 연합뉴스와의 인터뷰에서 “지난해 처음으로 한국의 한 전쟁영화를 접했는데 무척 재밌게 본 터라 오늘 극장을 찾았고 역시 실망하지 않았다”고 밝힘, 사회주의 미수교국에서의 한국 영화 교류 활성화 기대

■ 미국 영화 전문 잡지 ‘버라이어티(Variety)’, 일제 강점기를 배경으로 한 한국 영화 소개(16.5.11)

- 일제 강점기를 배경으로 한 영화들은 박스오피스 성적에서 고전을 면치 못했으나 ‘15년 이후 <암살>이 크게 성공하면서 <동주>, <귀향> 등이 연이어 제작됨
- <동주> 프로듀서 신연식 씨, “한국 사회가 민족적 트라우마로부터 점차 회복 중”이라고 언급, <밀정>, <덕혜옹주> 등 향후 일제 강점기를 배경으로 한 한국 영화 다수 개봉 예정

* 버라이어티, ‘Korea Grapples With Films Set in Japanese Colonial Era’ 주요 내용

- 영화의 인기를 가늠할 수 있는 가장 좋은 좌표는 박스오피스 흥행 성적. 한국 박스오피스 흥행 기록에 따르면 아나키스트(2000), <청연(2005)>, <라디오 데이즈(2007)>, <모던 보이(2008)> 등 일제 강점기를 배경으로 한 영화들은 100만 관객 동원에 실패. 김재원 감독의 <좋은 놈, 나쁜 놈, 이상한 놈(2008)>만이 669만 관객을 동원해 시대물 중에서는 매우 드문 성공을 거둠
- 그러나 ‘15년부터 이런 금기는 깨지고 있음. 최동훈 감독의 대형 액션물 <암살>을 포함, 일제 강점기를 배경으로 한 영화가 엄청난 성공을 거두자 이준익 감독의 저예산 흑백영화 <동주>, 그리고 종군위안부 여성들의 이야기를 다룬 <귀향> 등 여러 영화가 붓물 터지듯 제작됨
- 특히 <동주>와 <귀향>은 할리우드 블록버스터인 <데드풀>, <주토피아>와 같은 시기에 개봉돼 더욱 고무적. <동주>의 작가이자 프로듀서인 신연식 씨는 “일제 강점기 연출 시 세트와 의상이 멋지고 역사적으로 극적인 사건들이 가득하나, 과거 영화제작자들은 한국의 슬픈 역사를 배경으로 하는 작품을 만들려는 의지가 많지 않았다. 그러나 최근 한국 사회는 민족적 트라우마로부터 점차 회복하고 있는 것으로 보인다”고 밝힘
- 박찬욱 감독의 칸 경쟁작 <아가씨>, 김재원 감독의 스파이 영화 <밀정>, 허진호 감독의 로맨스 영화 <덕혜옹주> 등 일제 강점기를 배경으로 한 고(高)예산 영화들이 개봉을 앞두고 있음



■ 캐나다 한류 팬들, 한국 방문 희망 확대^(16.5.28)

- 한국관광공사 토론토지사, 샤이니 콘서트(16.5.6, 에너케어센터), VIXX, GOT7, 데이식스, 여자친구 등 콘서트(16.5.20~22, 토론토컨벤션센터)에서 현지인 612명을 대상으로 설문조사 진행*
- 응답자의 10%는 한국을 방문한 적이 있으며, 한국 관광에서 쇼핑(31.1%), 역사문화유적 탐방(29.5%), 음식(18%)을 선호. 여행지 결정 시 이용하는 매체는 인터넷(64%), 스마트폰·태블릿(23.5%), TV(7.2%) 순
- 조사 대상자는 25세 미만이 84.8%, 여성이 92%를 차지하는 젊은 세대임에도 불구하고 단체 여행(45.7%)이 개별자유여행(35.7%)보다 높은 수치를 보임
- 미방문자의 99%는 향후 한국 방문을 희망하는 것으로 나타났으며, 한류 문화의 확산이 방한 관광객 유치에 중요한 역할을 할 전망

* 한국 드라마 시청 빈도는 주 1~3회(21.1%)가 1위. 선호하는 한식은 비빔밥(29.8%), 불고기(26.4%), 김치(20.4%)로 조사됨

■ 브라질에서 열린 '제33회 다국가 축제'*서 소개된 한국 문화^(16.5.11~15, 피라시카바 시)

- 한국을 포함해 미국, 일본, 영국, 아프리카, 네덜란드, 아랍국가연합, 스페인, 뉴질랜드, 독일, 포르투갈, 이탈리아, 멕시코 브라질 지역 세 곳(북동부, 남부, 피라시카바시) 등 총 15개 국가 및 지역구 참여
- 한국 문화관, 한복 및 전통 놀이 체험, 서예로 한글 이름쓰기 행사 진행, 투호놀이와 같은 전통놀이 현지서 인기
- '15년과 동일하게 K-Pop 공연, 태권도 시범, 비보이 공연 등을 선보였으며, 행사를 개최한 피라시카바 시장 부부 한국관 방문, 관람객 약 9만여 명으로 집계

* 다국가 축제(Festa das nações) : 브라질의 대표적인 축제이자 중요한 관광상품으로 자리매김. (주최) 피라시카바 시청 과 사회연대기금(FUSSP). (주관) 브라질 다국가 축제 문화협회(Fenapi)

유럽

■ 한-불 수교 130주년, 대규모 한국 문화 행사 진행(*16.6.1~7)

- 파리, 니스, 칸드 등 프랑스 9개 주요 도시에서 한류스타 공연 및 한국 전통문화 전시, 심포지엄 등 5개 분야 14개 프로그램 진행
- ‘케이콘(KCON) 2016 프랑스’*, K콘텐츠, K투어, K푸드, K에듀케이션 등 테마별 전시 체험 공간, 판소리 갈라쇼, ‘연암 박지원과 18세기 동아시아 지성’, ‘한국 판소리의 세계화와 보편성’ 등 한국 고전 심포지엄 운영
- ‘미뎀(MIDEM) 2016’ 행사에 국카스텐, 에고핑션에러 등 다수 한국 뮤지션 참여, 리용에서는 한국 국립무용단이 8일과 9일 한국 전통의 수묵화와 서예에서 영감을 받은 창작 작품 공연 ‘묵향’을 선보일 예정

* 프랑스를 포함해 영국, 독일 등 유럽 각지에서 모두 1만 3500명 한류팬 방문. 방탄소년단, 블랙비, 샤이니, FT아일랜드, f(x), 아이오아이(I.O.I), 에프엑스, 샤이니, 슈퍼주니어 등 출연

KOFICE NOTE

- 프랑스 한류는 ‘93년 퐁피두센터에서 개최된 초대형 한국 영화 특별전을 계기로 2000년대를 거쳐 서서히 정착. 이후 영화, 드라마, K-Pop뿐만 아니라 한국 방송까지 그 장르가 확대되고 있음. 일례로 한국 방송의 대프랑스 수출액은 ‘12년 6만 6천 달러에서 ‘13년 30만 4천 달러, ‘14년 64만 3천 달러로 지속적 증가
- 프랑스 문화정책의 핵심은 ‘문화다양성’. 국민의 1/6에 해당하는 이민자들로 구성된 프랑스 사회의 근본적 성격을 감안할 때, 현지에서의 한국 문화 수용 가능성이 확대될 전망. 또한 ‘17년 정식 개원을 앞둔 한국관광문화센터* 설립에 따라 향후 K-뷰티, K-푸드 등 한류 확산이 점차 가속화 될 것으로 예측

* ‘16년 6월 2일 한국관광문화센터의 프리 오픈식 개최(‘17년 말 정식 개원). 150석 규모의 공연장과 한류체험관 조성, 주프랑스 한국문화원, 한국교육원, 한국관광공사, 한국콘텐츠진흥원 지사가 함께 입주해 기관 간 시너지 효과를 거둘 것으로 기대



■ 독일 오버하우젠 국제단편영화제*에서 권하운 감독의 <489 years> 주목(16.5.5~10)

- <489 years> 국제경쟁 부문에 등극, 독일 언론 Die Welt는 “프랑스 파리에 살고 있는 한국인 권하운 감독의 이야기가 11분짜리 애니메이션 영화로 제작된 <489 year>는 세계에서 가장 엄격하게 감시되고 있는 한국의 비무장지대를 그렸다”고 소개
- 권하운 감독 작품은 제작 국가가 프랑스에 속해 ‘한국 영화’로 출품되지 못했으나, 한국의 분단 혹은 북한을 다룬 작품이 북한과의 외교관계를 가진 독일 현지에 소개됐다는 점에서 의미가 있음

* 오버하우젠 국제단편영화제(Internationale Kurzfilmtage Oberhausen) : 세계 3대 단편영화제 중 하나이자 세계에서 가장 오래된 영화제. 정치, 사회적 이슈를 다룬 강렬한 단편 영화들이 모이는 곳

■ 독일 베를린 ‘다문화 카니발’*서 K-Pop 댄스 퍼레이드 선보여(16.5.13~16)

- ‘강남 스타일, 코리아 스타일’을 주제로 한국 전통문화와 현대문화 소개, 독일 내 K-Pop 커뮤니티 K-Base Germany와 함께 퍼레이드 기획
- 베를린 지역방송인 알렉스, “한국의 대중음악 규모는 매우 크며, 일본의 영향을 받은 K-Pop은 하나의 현상이 되고 있다”고 소개, 특히 K-Pop의 ‘칼 군무’에 대해 놀라움을 표현

* 카니발 데어 쿨투렌(Kanival der Kulturen) : 세계 각국 민족이 모여 자국의 문화를 선보이는 베를린 최대 문화 축제로 매년 오순절 개최. '16년 18회째

■ 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 영국 K-Pop 쇼케이스 성공리에 마쳐

(16.5.19~21, 영국 브라이튼)

- 영국 ‘The Great Escape 2016*’서 한국의 실력과 뮤지션을 세계 시장에 소개하는 K-팝 쇼케이스 ‘K-Pop 나이트 아웃(K-Pop Night Out)’ 성황리에 개최
- 2015년 제12회 한국대중음악상 최우수 록 음반상을 수상한 록밴드 ‘단편선과 선원들’, 리듬



앤 블루스 스타일(두왁)을 선보이는 ‘바버렛츠(The Barberettes)’ 등이 무대에 올라 현지 관객 및 관계자 300여 명 호응

- 장르의 벽을 허물고 새로움에 도전하는 뮤지션들의 해외 진출 지원 확대 기대

* The Great Escape(TGE) : 매년 5월 영국 브라이튼에서 진행되는 음악페스티벌. '06년 시작

아프리카

■ 문화체육관광부, 아프리카 3개국에 한류 전파(*16.5.25, 주남아공대사관 다목적홀)

- 에티오피아·우간다·케냐 등 아프리카 3개국에서 새롭게 추진되는 이동형 개발 협력 프로젝트 ‘코리아 에이드(Korea Aid)’ 출범 기념, 문화공연 및 부대행사 개최
- 에티오피아에서는 국립국악원 민속악단의 사물놀이 공연, K스포츠재단의 태권도 시범공연 개최. 우간다에서는 한국 대표 비보이그룹 ‘진조크루’ 공연, 우간다 전통공연, 태권도 시범공연, 한국 탈춤을 LED 조명과 미디어 예술을 활용해 현대적으로 재해석한 융복합 공연 ‘광탈’ 소개. 케냐에서는 K스포츠재단의 태권도 공연과 더불어 록밴드 그룹 ‘엔프라이밍’의 K-Pop 공연 진행

* 코리아에이드(Korea Aid) : 화물차에 영상 상영시설을 설치해 한국 문화·관광·평창동계올림픽대회·K-Pop과 함께 보건위생 교육 등의 홍보 내용 재생하는 영상 트럭. 대통령 순방 기간 중 국가별 시범사업으로 진행. '17년 위 3개국에서 월 1회 정기 운영 후 '18년 해당 국가에 양도해 자체 운영

KOFICE NOTE

- 에티오피아에는 '13년 처음으로 한류 팬클럽이 결성된 바 있으며, 수도인 아디스아바바를 중심으로 KBS-World, 아리랑TV, 유튜브 등을 통해 꾸준히 한류 문화를 접하고 있음. 아디스아바바 대학에서는 '12년 하반기에 한국학 강좌가 개설돼 매 학기 120여 명의 학생이 수강 중
- '13년에는 에티오피아 내에서 개별적으로 활동하던 현지 팬들이 모여 K-팝 팬클럽(Ethio K-Pop Fans)까지 결성. 이 동호회의 SNS 페이스북 회원 수는 약 1300명, K-팝에 대한 정보와 소식을 공유할 뿐만 아니라 매년 두 차례씩 자체 행사를 개최
- 우간다는 에티오피아에 비해 한국 문화에 대한 전반적인 인지도가 낮으나, 국립 마케레레 대학에 한국어 강좌가 개설되는 등 한국에 대한 관심이 점차 높아짐. 케냐 역시 한류 인지도가 낮은 편이나 한국의 전자제품, IT 기술을 높이 평가해 한국에 대한 호감도가 높으며(문화일보, 2016.6.3) 국립 나이로비 대학에 한국학과가, 조모케냐타 대학에 태권도학과가 각각 개설
- 아프리카 3개국 모두 사이의 <강남스타일> 전파 이후 한류 열기가 고조되고 있는 것으로 보이며, 박근혜 대통령의 순방을 계기로 현지 한류 확산이 가속화 될 것으로 예측