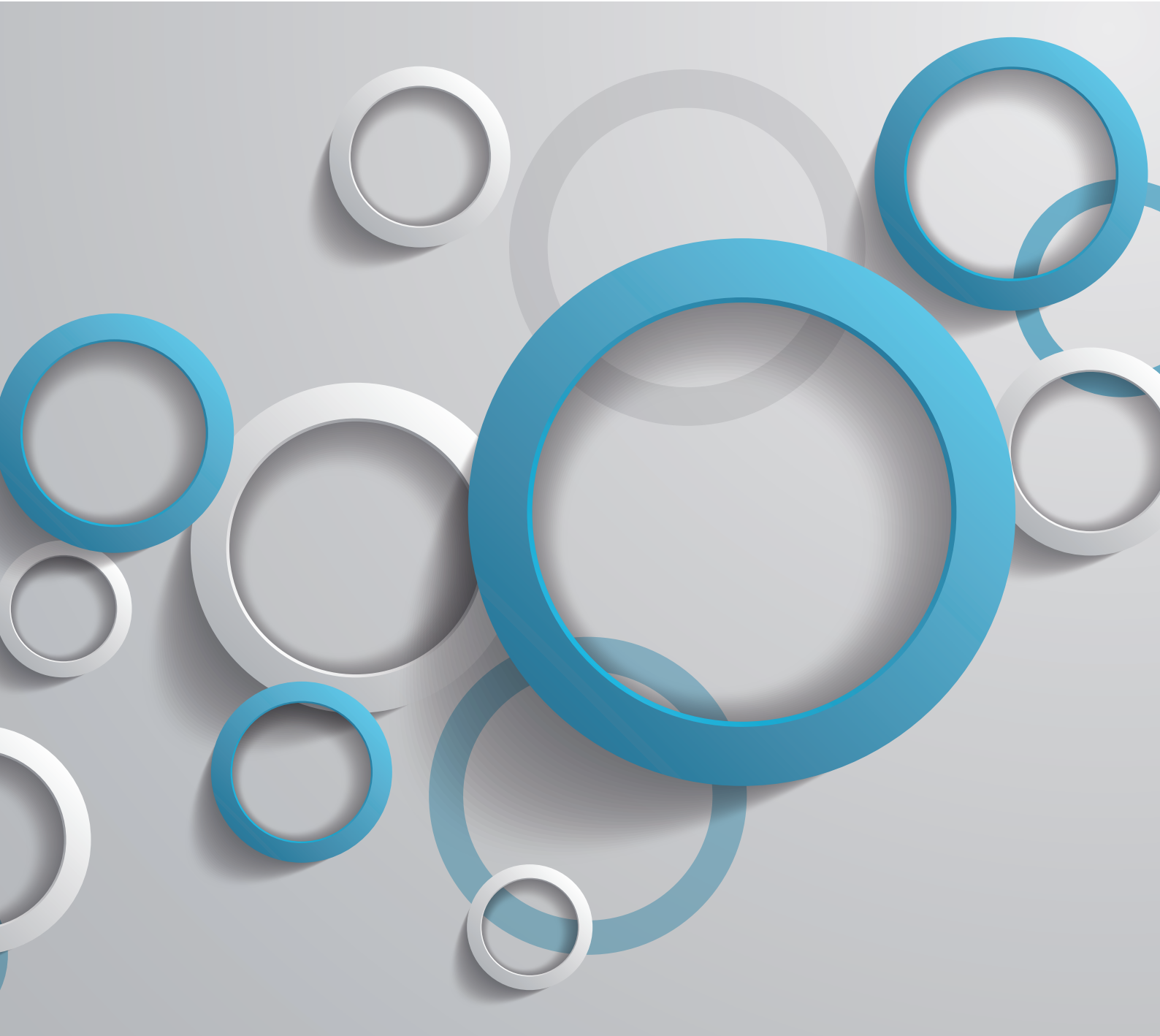


# 글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

88호



**KOFICE**

(재)한국문화산업교류재단  
Korea Foundation for International Culture Exchange

# CONTENTS\_

---

2주간 한류핵심 이슈	04
I 국내 한류 동향	06
II 권역별 한류 동향_ <b>아시아</b>	10
III 권역별 한류 동향_ <b>미주</b>	13
IV 권역별 한류 동향_ <b>유럽</b>	15
V 권역별 한류 동향_ <b>기타</b>	20
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	21
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	22

## ▣ 조사 개요

### 조사 지역 : 총 14개국

- 아시아(한국, 중국, 베트남, 몽골)
- 미주(미국, 칠레)
- 유럽(영국, 독일, 벨기에, 폴란드, 프랑스, 스페인)
- 기타(터키, 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

- 2015.6.4~2015.6.18(2주)

※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)

※ 편집위원 : 박성현 연구팀장, 김아영 연구원, 김노영 연구원, 권문정 연구원

## 2주간 한류 핵심 이슈

### ○ 국내 엔터테인먼트 업계에서 가장 영향력 있는 인물 톱10 발표('15.6.12)

- 1위 이수만 SM엔터테인먼트 대표, 2위 양현석 YG엔터테인먼트 대표, 3위 나영석 CJ E&M PD 순으로 나타남

※ (주최) 한국일보 (대상) 엔터테인먼트업계 종사자 101명

순위	이름	총점
1	이수만 SM엔터테인먼트 대표	678
2	양현석 YG엔터테인먼트 대표	672
3	나영석 CJ E&M PD	571
4	김수현 배우	286
5	김태호 MBC PD	260
6	이미경 CJ그룹 부회장	249
7	김우택 NEW 총괄대표	222
8	김성수 CJ E&M 대표	189
9	유재석 개그맨	173
10	박지은 방송작가	156

#### KOFICE NOTE

1위를 차지한 이수만 프로듀서는 내부 크리에이팅 시스템으로 아이돌 제국을 형성한 국내 엔터테인먼트산업의 개척자임. 한편 2위에 오른 양현석 대표는 소속 아티스트 간 깊은 음악적 유대를 통해 패밀리즘(Familism) 경영철학을 선보이며 승승가도를 달리고 있음. 이 두 대표 간 영향력 지수 차이가 매우 근소하게 나타난 사실을 통해 한국 엔터테인먼트 업계의 양강 구도를 읽어 낼 수 있음. 또한 본 조사에서는 엔터테인먼트업계 대표, 스타뿐 아니라 PD, 작가 등도 다양하게 포함되어 산업 현장에서의 전문성이 중시되고 영향력이 확장되고 있음을 시사함

### ○ BBC, K-Pop 스타 관련 우호적 보도('15.6.2)

- 한국 엔터테인먼트의 스타 시스템 및 해외 진출 관련 보도

※ BBC, '세계 정복을 위한 싸이와 K-Pop 스타들의 노력에 어떤 일이 있었나?(Whatever happened to Psy and K-pop's bid to conquer the world?)' 보도 주요 내용

- 기자 : Omid Scobie

① 미국의 슈퍼볼 광고, 플래시몹, TV 채널의 퍼포먼스나 벨소리 등 전 세계 어느 곳이든 싸이의 <강남스타일>이 흘러나올 정도로 지난 2012년은 싸이의 바이럴 히트에 사로잡힘

- ② 한국의 보이그룹 빅뱅은 2013년 런던의 웹블리 아레나를 포함해 전 세계 48개의 공연장에서 무대를 선보임. 이는 영국에서 공연을 개최한 한국 가수 중 최대 규모의 월드투어로 기록됨
- ③ 영국의 보이그룹 One direction이 2014년 한 해 동안 벌어들인 수익이 4백만 달러인 반면 빅뱅이 벌어들인 수입은 7천1백만 달러로, 빅뱅의 수입은 아주 예외적인 일이라고 밝힘
- ④ 아직 K-Pop을 잘 모르는 팬들이 있다면 스쿠터 브라운이 발굴한 씨엘이 많은 변화를 가져다 줄 것임. 씨엘은 저스틴 비버, 켈달 제너, 아리아나 그란데와 같은 젊은 할리우드 스타와 함께 칼리 레이 켈슨의 'I really like you'의 커버 비디오에 등장했으며, 지난 4월에는 디플로, 리프 라프, 오지 마코와의 콜라보레이션 곡 '닥터 페퍼(Doctor Pepper)'를 발매함
- ⑤ 씨엘은 15세에 트레이닝을 시작함. 매일 진행되는 이 트레이닝에는 노래, 춤, 연기, 언어 수업이 포함되며, 필요한 경우 성형수술이 이뤄짐. 한국 엔터테인먼트사는 가수들에게 7년~13년 동안 황금수갑(golden handcuff, 훌륭한 인재를 장기적으로 확보하기 위한 회사의 우대 조건)을 채우는 것으로 알려짐
- ⑥ 최근 세계적인 명품 브랜드 루이비통이 YG 엔터테인먼트에 8천만 달러를 투자한 바 있음. 이처럼 한국 음악산업은 미국의 대중음악 관계자뿐만 아니라 전 세계적으로 이목을 끌고 있음

#### KOFICE NOTE

세계 최대 규모의 공영방송 BBC가 K-Pop 가수의 미국 시장 데뷔와 한국 음악산업에 대해 상세히 보도. 그간 BBC는 K-Pop 보도와 관련해 스타 육성 시스템에 대해 대부분 비판적인 시각을 견지해 왔으나, 이번 기사에서는 중립적 관점을 반영함. 이를 통해 문화산업의 종주국 영국이 한국 대중문화 제작 시스템에 대해 변화된 시선을 일으키고 있음을 알 수 있음. 나아가 K-Pop이 한국 대중음악에 대한 인기를 넘어 세계 시장이 관심을 갖는 새로운 음악산업으로 자리매김하고 있음을 보여 줌

# I. 국내 한류 동향

## 1 한류 업계 및 한류스타

### ○ 한류스타들 국외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 11회 공연 개최
- ※ 해외 진출 : 일본 4회, 미국 2회, 중국·홍콩·캐나다·브라질·말레이시아 각 1회

### ○ 한국연예매니지먼트협회\*, 해외 불량 브로커 난립 방지를 위한 ‘해외분과위원회’ 설립(‘15.6.4)

- 검증되지 않은 해외 에이전시 난립 해소 및 불합리한 교섭 관행 개선 목적

#### ※ 한국연예매니지먼트협회, 해외분과위원회 창설 관련 주요 내용

- ① 중화권 에이전시들은 드라마, 광고, 영화와 관련해 한국 배우의 출연을 교섭하는 과정에서 불합리한 관행을 일삼고 있음. 일례로 작품성, 촬영 조건 및 환경, 계약에 대한 세부 내용과는 무관하게 중복 캐스팅이 벌어지고 있으며, 이에 따라 배우와 제작자의 이미지가 타격을 입음
- ② 어렵게 성사된 출연 계약에 있어서도 계약금 등의 용역비용을 제대로 지급하지 않고 잠적하는 등 여러 가지 문제들이 도출
- ③ 연매협은 위와 같은 불합리한 사항을 척결하기 위해 해외분과를 신설. 이들은 중화권 광고·드라마·영화·팬미팅·콘서트 행사의 신속한 정보 전달, 불투명하고 비합리적인 개런티 요구 금지 등을 주요 업무로 설정
- ④ 또한 중화권 현지 클라이언트와 소속사 간 직접계약 추진, 해외 합작 및 비즈니스 교류 지원, 해외 진출을 위한 신인 발굴 및 육성 등을 계획 중
- ⑤ 문화와 엔터테인먼트 시스템의 차이, 언어 문제로 인한 충돌 제거를 통해 한류스타의 해외 진출과 투명한 문화 교류의 활성화 도모

\* 한국연예매니지먼트협회 : 연예매니지먼트 업계의 건전한 시스템 정립을 위해 ‘07년 설립된 사단법인

### ○ 인스타그램\*, ‘국내 스타들의 인스타그램 영향력’ 자료 발표(‘15.6.11)

- 지난 1년간 국내 한류스타들의 계정 내 데이터 분석(‘14.5.25~‘15.5.25)
- 영향력 있는 한국 스타로 엑소 찬열, 빅뱅 지드래곤 등 지목

\* 인스타그램(Instagram) : 온라인 사진 공유 및 소셜네트워킹 서비스. 케빈 시스트롬, 마이크 크리거 공동 개발. ‘10년 10월 런칭

### ※ ‘국내 스타들의 인스타그램 내 영향력’ 주요 내용

- 조사 기간 : ‘14.5.25~’15.5.25(1년간)
- 조사 내용 : 국내 스타들의 전 세계 팔로워 수, 가장 많은 ‘좋아요’와 댓글을 받은 스타, 최단 시간 가장 많은 팔로워를 기록한 스타, 한류 스타의 전 세계 팬 분포도 등
- ① EXO 찬열은 조사 기간 동안 154개의 사진을 통해 9천700만 건의 댓글과 ‘좋아요’를 기록하며 가장 높은 영향력을 보임. EXO 세훈, 빅뱅 지드래곤, 슈퍼주니어 희철, 포미닛 현아, 슈퍼주니어 시원, 2NE1 산다라박, 소녀시대 티파니·태연이 그 뒤를 이음
- ② 가장 많은 팔로워 수를 가진 스타는 빅뱅의 지드래곤(450만)으로 나타났으며, 소녀시대 태연(410만), EXO 찬열(410만), 세훈(380만), 백현(350만), 타오(330만), 슈퍼주니어 동해(260만), 2NE1 산다라박(250만), EXO 레이(250만), 빅뱅 태양(240만)으로 집계
- ③ 국내 스타들은 국내 외 지역 중 인도네시아에 가장 많은 인스타그램 팬을 보유하고 있으며, 이 외에도 태국, 미국, 말레이시아, 일본, 필리핀, 대만, 홍콩, 베트남 등 아시아를 비롯해 전 세계 각지에 있는 팬들과 인스타그램을 통해 활발히 소통 중

### ○ 밀랍인형 박물관 마담투소\*, 서울 특별 전시관 개관(‘15.6.13~10.31, 잠실 롯데월드)

- 한류스타 동방신기·송승헌·김현중, 해외 유명인사 오드리 햅번·스티브 잡스·안젤리나 졸리 등 밀랍인형 22여 점 전시
- 일반인 인기 투표로 제작 대상 선정, 입장권 1만 원
- \* 마담투소(Madame Tussauds) : 테마파크사 멀린 엔터테인먼트 그룹의 브랜드 중 하나. 역사적 인물이나 정계 인사, 영화배우, 가수, 스포츠 스타 등 다양한 셀러브리티들의 밀랍인형 전시 공간. 미국, 영국, 태국, 중국 등 전 세계 20여 개 지점 운영 중. ‘00년 8월 개관

## 2 한류-산업 연계

### ○ 한국무역협회\*, 한류 수출 지원 전담부서 ‘서비스정책지원팀’ 신설(‘15.5.6.4)

- 한류콘텐츠, 게임·IT, 의료·관광 등 서비스산업 활성화 및 수출 지원
- 한·중 FTA 시대 대비, 콘텐츠 산업·의료서비스의 중국 내수시장 진출 전략 마련
- \* 한국무역협회(Korea International Trade Association) : 무역 진흥, 민간 통상협력 활동 및 무역 인프라 구축을 위한 무역 진흥 서비스 기관. ‘46년 창립

### 3 한류-관광 연계

#### ○ 한국관광공사, '2015 한-러 관광포럼' 개최('15.6.12, 서울 코엑스)

- '2014-2015 한-러 상호방문의 해' 추진이 관광산업 및 교류에 미친 영향 분석
- 문화체육관광부, 한국관광공사 관계자, 인바운드 주요 여행사 및 러시아 관광업계 사절단 30여 명 참석
- ※ (주최) 한국관광공사 (후원) 문화체육관광부

#### ※ '2015 한러 관광포럼' 주요 내용

- ① 지난해 1월 시행된 한국과 러시아 간 '무비자 제도'와 '2014-2015 한러 상호방문의 해' 추진으로 지난해 한국을 찾은 러시아 관광객 수는 사상 최대인 214,366명(전년대비 22.2% 증가), 러시아를 찾는 한국인은 135,676명(전년대비 25.7% 증가)을 기록
- ② 한국과 러시아의 관광상품 개발 및 판촉을 위한 양국의 관광 특성, 러시아 시장 대상 신규 방한상품 및 한국 관광 트렌드 변화, 한국 의료관광의 인기 증가에 대한 주제 발표와 토론 진행

### 4 한류-기타

#### ○ 고려대 스페인·라틴아메리카 연구소, '중남미 한류의 현장과 한국 관광산업의 미래' 워크숍 개최('15.6.5, 고려대학교)

- 최광식 전 문화체육관광부 장관, 한국문화관광연구원 박광무 원장, MBC 정길화 PD 등 관련 업계 전문가 다수 참석
- 중남미 내 한류 확산과 한국 관광의 향후 발전 과제 논의
- ※ (주최) 학문소통연구회 (주관) 고려대 스페인·라틴아메리카 연구소 (후원) GKL 사회공헌재단, 고려대학교 연구처

#### ※ '중남미 한류의 현장과 한국 관광산업의 미래' 워크숍 주요 내용

- ① 중국은 한류 관광의 최대 시장이나, 이제 양적 관광이 아닌 질적 관광으로의 전환이 필요함. 또한 중남미뿐만 아니라 몽골, 러시아, 실크로드 국가에 이르기까지 한국 문화관광의 전개를 넓혀야 함(박광무 한국문화관광연구원 원장)
- ② 중남미 한류는 K-Pop이 대세이며, 그 근간은 현지 팬클럽임. 중남미 국가 중 한류 동호회가 20개 이상인 국가는 파나마(124), 베네수엘라(85), 칠레(79), 멕시코(78), 페루(73), 과테말라(43), 엘살바도르(41), 브라질(37), 아르헨티나(22), 코스타리카(25), 콜롬비아(20) 등임. 한국 음악과 드라마가 현지를 지나가면 국가브랜드가 달라지나, 단기간의 성과에 집중하는 것은 금물임. 향후 현지 커뮤니티와 한국 커뮤니티 간 공조와 시너지 효과가 요구됨(정길화 MBC 시사제작국 PD)



### ○ 국내 엔터테인먼트 업계에서 가장 영향력 있는 인물 톱10 발표('15.6.12)

- 1위 이수만 SM엔터테인먼트 대표, 2위 양현석 YG엔터테인먼트 대표, 3위 나영석 CJ E&M PD 순으로 나타남
- ※ (주최) 한국일보 (대상) 엔터테인먼트업계 종사자 101명

순위	이름	총점
1	이수만 SM엔터테인먼트 대표	678
2	양현석 YG엔터테인먼트 대표	672
3	나영석 CJ E&M PD	571
4	김수현 배우	286
5	김태호 MBC PD	260
6	이미경 CJ그룹 부회장	249
7	김우택 NEW 총괄대표	222
8	김성수 CJ E&M 대표	189
9	유재석 개그맨	173
10	박지은 방송작가	156

#### KOFICE NOTE

1위를 차지한 이수만 프로듀서는 내부 크리에이팅 시스템으로 아이돌 제국을 형성한 국내 엔터테인먼트산업의 개척자임. 한편 2위에 오른 양현석 대표는 소속 아티스트 간 깊은 음악적 유대를 통해 패밀리즘(Familism) 경영철학을 선보이며 승승가도를 달리고 있음. 이 두 대표 간 영향력 지수 차이가 매우 근소하게 나타난 사실을 통해 한국 엔터테인먼트 업계의 양강 구도를 읽어 낼 수 있음. 또한 본 조사에서는 엔터테인먼트업계 대표, 스타뿐 아니라 PD, 작가 등도 다양하게 포함되어 산업 현장에서의 전문성이 중시되고 영향력이 확장되고 있음을 시사함

### ○ CJ그룹-중국 전국인민대표대회, 문화 사업 협력 방안 논의('15.6.12, 상암동 CJ E&M센터)

- 손경식 CJ그룹 회장, 장더장 중국 전문인민대표대회 상무위원장, 배우 이영애, 윤제균 감독, 나영석 PD 등 국내외 인사 다수 참석
- 양국 문화콘텐츠 사업 발전 방향 및 정부 간 협력 방안 모색

## II. 권역별 한류 동향 - 아시아

### 1 중국

#### 드라마

##### ○ 배우 이상엽\*, 중국 예능프로그램 진출로 현지 활동 시작('15.6.9)

- <전임공략(前任攻略)>, <변신꽃미남(变身花美男)> 등 중국 영화·드라마 출연으로 현지 인기

배우	프로그램명	방송사	출연	비고
이상엽*	한오성동태 (韩娱星动态)	상하이TV	• 출연 : 이상엽 등	중국 인기 예능프로그램 (매주 고정 시청 인구 약 3억 명)

\* 이상엽 : 국내 남성 배우. 토비스미디어 소속. 대표작 드라마 <파랑새의 집>. '07년 데뷔

##### ○ 배우 정일우, 한·중 합작\* 웹드라마 캐스팅('15.6.12)

작품명	출연	내용
아무도 모르는 고품격 짝사랑(가제)	• 출연 : 정일우 등	누구나 한 번쯤 꿈꿔 봤을 법한 사랑 이야기를 그린 로맨틱 코미디 드라마

\* 김중학프로덕션, 소후닷컴(중국 포털사이트) 공동제작

#### 영화

##### ○ 배우 이민호, 한·중 합작영화 <바운티 헌터스> 캐스팅('15.6.8)

작품명	감독/출연	내용
바운티 헌터스*	• 감독 : 신태라 • 출연 : 이민호, 종한량 등	한국, 중국, 홍콩, 태국 등 아시아 여러 도시를 배경으로 현상금 사냥꾼의 이야기를 다룸

\* 한국·중국·홍콩 자본 동시 투입. 350억 원 규모

## 기타

### ○ 키이스트\*, 중국 추콩\*\*, 판다코리아닷컴\*\*\*과 ‘김수현 모바일 게임’ 제작(‘15.6.8)

- (추콩) 게임 제작, (키이스트) 콘텐츠 제공, (판다코리아닷컴) 투자·마케팅
- 스타를 모델로 하는 캐주얼 게임(간단한 조작으로 짧은 시간 동안 즐길 수 있는 게임), 스타의 게임 캐릭터를 돌보고 성장시키는 육성 게임 제작 예정
- 게임 내 김수현 캐릭터 관련 MD 상품 판매 계획(‘15년 말 출시 예정)
  - \* 키이스트 : 배용준이 설립한 엔터테인먼트사. 김수현, 김현중 등 소속
  - \*\* 추콩 : 일일 사용자 1억 명을 보유한 중국 국민 모바일 게임 ‘피싱조이’ 제작사
  - \*\*\* 판다코리아닷컴 : 중국인 대상 역(逆)직구 온라인쇼핑몰 업체. ‘14년 2월 설립

### KOFICE NOTE

중국 모바일 게임사 추콩은 지난 3월 4일 다음카카오와 달콤소프트가 공동 개발한 ‘슈퍼스타 SM타운’ 게임을 퍼블리싱한 바 있음. 이는 SM엔터테인먼트 소속 연예인인 보아, 동방신기, 슈퍼주니어, EXO 등의 IP(Intellectual Property, 지적재산권)를 기반으로 한 모바일 게임이자 팬덤과 게임의 결합 사례로 주목을 받았으며, 국내 구글 플레이스토어와 애플 앱스토어에서 큰 인기를 얻은 바 있음. 이어 지난 4월 YG엔터테인먼트 역시 국내 게임사 한빛소프트와 함께 모바일 리듬 댄스 게임을 선보였고, 키이스트가 김수현 모바일 게임 제작으로 도전장을 내밀면서 엔터테인먼트 업계의 게임 사업 진출이 가속화되고 있음. 엔터 업계와 게임사 간 콜라보레이션은 게임사의 해외 시장 공략의 새로운 접근법일 뿐만 아니라 엔터 업계의 신사업 동력이라는 점에서 그 귀추가 주목됨

### ○ 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, ‘한·중 방송 비즈니스 교류회’ 개최(‘15.6.9~11, 상해 컨벤션센터)

- ‘상하이 텔레비전 페스티벌 2015’\* 참가 일환, 포맷 쇼케이스 및 네트워킹 세션 진행, 한국공동관 운영 통한 공공제작·수출상담 지원
- 주요 방송사 포맷 17개, 한국콘텐츠진흥원이 제작 지원한 포맷 3개 현지 소개, 한중 방송관계자 100여 명 참석
- \* 상하이 텔레비전 페스티벌(Shanghai TV Festival, STVF) : 중국 최대 방송영상 콘텐츠 마켓. ‘14년 기준, 전 세계 50개국, 1,424명 바이어 및 172개 전시사 참여, 관람객 약 2만 명 참석

#### ※ ‘한·중 방송 비즈니스 교류회’ 주요 내용

- ① 쇼케이스 세션에서는 MBC <복면가왕>, SBS <아빠를 부탁해> 등 주요 방송사의 포맷 17개 작품\*과 <지구 반대편에서 온 낯선 여행가>, <지혜의 한수 회초리>, <러브싱크로> 등 한국콘텐츠진흥원이 제작 지원한 포맷 3편이 현지에 소개됨
- ② 포맷 소개를 통한 수출 촉진, 양국 관계자 간 비즈니스 교류와 네트워킹을 진행함으로써 중국의 콘텐츠 규제 등으로 인해 경직된 한·중 관계 개선을 도모함

참가사	프로그램
MBC	<마이 리틀 텔레비전>, <복면가왕>, <드림키즈>

KBS	<나를 돌아봐>, <레이디 액션>, <연애의 발견>, <힐러>
SBS	<아빠를 부탁해>, <쌈남쌈녀>, <룸메이트>, <동상이몽, 괜찮아 괜찮아>, <잘 먹고 잘 사는 법, 식사하셨어요?>
CJ E&M	<한식대첩>, <삼시세끼>, <잉여공주>, <칠전팔기 구해라>, <견김에 왕까지>
KOCCA 지원작	<지구 반대편에서 온 낯선 여행가>, <지혜의 한수 회초리>, <러브싱크로>

## 2 기타

### ○ (베트남) CGV, 청소년 영화창작교육 프로그램 ‘토토의 작업실’\* 진행(‘15.6.9, 호치민 CGV 비보시티)

- 배우 유인나·현지 영화인 8명 멘토로 참여, 64명 현지 청소년과 함께 5분 분량의 단편영화 완성
- 국내 문화 공적개발원조(ODA)의 활성화 및 베트남 영화산업의 역량 제고

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

### ○ (몽골) ‘한-몽골 수교 25주년 K-Pop 콘서트’ 개최(‘15.6.13, 울란바토르)

- 크레용팝·마마무·K-Much 공연, 몽골 가수 간바·오노르줄, 몽골 국립오케스트라, 전통 무용팀 공연
- 몽골 주요 인사 약 300명, 일반인 약 3,000명 참석

※ (주최) 주한몽골대사관 (주관) 몽골 UBS 방송국

### KOFICE NOTE

몽골 한류는 1998년 드라마 <모래시계>, 2002년 <겨울연가>, 2003년 <대장금>이 현지에 본격적으로 방영되면서 부터 시작됨. K-Pop의 경우 싸이, 빅뱅, 소녀시대 등이 높은 인기를 얻고 있으며, 전국적으로 보급 중인 인터넷을 통해 K-Pop이 현지 청소년들에게 수용되고 있음. 한국 아이돌 그룹의 블로그 회원 수, 1일 접속 건수도 급속한 증가 추세를 보이고 있으나 공식적인 통계는 집계된 바 없음(지구촌한류현황, 2014).

몽골은 90년대 초 공산주의 계획경제에서 민주주의 시장경제로 체제를 탈바꿈하고, 지난 10년간 연평균 10%에 이르는 고도성장을 이룩했다는 점에서 한류의 매력적인 투자처로서의 가능성이 있음. 향후 해당국의 분야별 한류 현황 정보를 구축하고, 한국의 날 행사를 통한 K-Pop 공연을 지속적으로 개최해 몽골 내 한류 진출을 위한 교두보를 마련해야 할 것임

## Ⅲ. 권역별 한류 동향 - 미주

### 1 미국

#### K-Pop

- 빅뱅 신곡, 빌보드 '월드 디지털 송' 차트 내 인기('15.6.11)
  - 〈BANG BANG BANG〉, 〈WE LIKE 2 PARTY〉 각각 1, 2위 석권
  - 싸이 〈강남스타일〉, 〈젠틀맨〉에 이어 한국 가수로는 2번째 기록

#### 영화

- '제14회 뉴욕아시아영화제', 명필름\* 특별전 개최('15.6.12)
  - (주제) Pioneers and Women Behind the Camera in Korean Film(한국 영화 카메라 뒤의 개척자와 여성)
  - 〈카트〉, 〈그때 그 사람들〉, 〈와이키키 브라더스〉, 〈섬〉 등 상영
  - \* 명필름 : '95년 설립된 영화사. 대표 심재명(영화기획자)

- 벤슨 리 감독 <서울서칭>, LA필름 페스티벌 갈라 스크리닝\* 부문 상영('15.6.15)
  - 영화진흥위원회의 로케이션 인센티브 지원 작품

작품명	감독/출연	내용
Seoul Searching	• 감독 : 벤슨 리 • 출연 : 차인표, 강별 등	미국, 독일, 멕시코 등 각지에서 한국을 찾은 재외국민 자녀들이 캠프 룸메이트로 배정되며 벌어지는 이야기를 그림

\* 갈라 스크리닝 : 영화제 초청작 중 화제작을 선정해 상영하는 주요 섹션

- 뉴욕 한국문화원, 6월 한국영화 상영작('15.6.16, 아시아 소사이어티)
  - 6월 말부터 9월까지, 한국 영화의 밤 '여름특집' 프로그램 기획

작품명	감독/출연	내용
나의 사랑 나의 신부	• 감독 : 임찬상 • 출연 : 조정석, 신민아 등	4년 연애 끝에 결혼한 커플이 결혼 후 권태기를 맞는 이야기를 그린 영화

## 기타

### ○ 멘도시노 팜즈\*, K-Town 불고기 샌드위치 인기('15.6.5)

- 고추장 소스, 파무침 등 한국 요리법을 응용한 샌드위치 인기

#### ※ '멘도시노 팜즈, K-Town 불고기 샌드위치 인기' 주요 내용

- ① 샌드위치 전문 체인점 멘도시노 팜즈는 이탈리아, 프랑스, 영국은 물론 한국, 중국, 일본, 베트남의 요리 재료들을 샌드위치에 활용하고 있음
- ② 창립자인 마이로 델 페로와 엘렌 첸, 작년까지 한인 오너 세프였던 주디 한 씨는 한국과 아시아 여러 나라의 신선한 아이디어를 가미한 음식들을 멘도시노 팜즈에서 선보이고 있음. 그중 주디 한 씨의 레시피를 적용한 K-Town 불고기 샌드위치가 인기를 얻고 있음
- ③ K-Town 불고기 샌드위치(Korean Bulgogi Ribeye Sandwich)는 불고기 양념을 한 립아이(house-marinated bulgogi ribeye steak)에, 깨소금을 뿌려 식초에 무친 당근과 파무침(Korean sesame-carrot-scalion slaw in rich vinaigrette), 고추장 소스(Gochujang aioli)를 롤빵에 넣고 파니니 스타일로 누른 것(panini-pressed sweet roll)으로 1인분에 12달러 45센트(한화 약 1만 3,800원)에 판매 중임
- ④ 고객 인터뷰 결과, “지금까지 먹어 본 샌드위치 중 최고예요(Best sandwich ever made!)”, “정말 맛나요(It's super tasty)”라는 반응이 이어짐. 이는 한국 음식이 미국 주류 사회의 입맛을 서서히 접수해 나가고 있는 긍정적인 신호로 볼 수 있음

\* 멘도시노 팜즈(Mendocino Farms) : 캘리포니아주 북부에 위치한 샌드위치 전문 레스토랑

## 2 기타

### ○ (칠레) 애니메이션 <소중한 날의 꿈>, 현지 상영회 개최('15.6.13, 산티아고 국립도서관 극장)

- '14년 7월 현지 케이블 방송 ETC TV에 소개된 후, 칠레 청소년들의 재방영 요청에 따라 특별 상영회 개최
- 약 100석 규모의 국립도서관 극장에 청소년 약 1,800명 관람 신청
- ※ (주최) 씨네 나비(Cine Navi) : 한국 영화를 사랑하는 현지 동호인들의 모임

## IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

### 1 영국

#### K-Pop

##### ○ BBC, K-Pop 스타 관련 보도('15.6.2)

- 한국 엔터테인먼트의 스타 시스템 및 해외 진출 관련 보도

#### ※ BBC, '세계 정복을 위한 싸이와 K-Pop 스타들의 노력에 어떤 일이 있었나?(Whatever happened to Psy and K-pop's bid to conquer the world?)' 보도 주요 내용

- 기자 : Omid Scobie

- ① 미국의 슈퍼볼 광고, 플래시몹, TV 채널의 퍼포먼스나 벨소리 등 전 세계 어느 곳이든 싸이의 <강남스타일>이 흘러나올 정도로 지난 2012년은 싸이의 바이럴 히트에 사로잡힘
- ② 한국의 보이그룹 빅뱅은 2013년 런던의 웹블리 아레나를 포함해 전 세계 48개의 공연장에서 무대를 선보임. 이는 영국에서 공연을 개최한 한국 가수 중 최대 규모의 월드투어로 기록됨
- ③ 영국의 보이그룹 One direction이 2014년 한 해 동안 벌어들인 수익이 4백만 달러인 반면 빅뱅이 벌어들인 수입은 7천1백만 달러로, 빅뱅의 수입은 아주 예외적인 일이라고 밝힘
- ④ 아직 K-Pop을 잘 모르는 팬들이 있다면 스쿠터 브라운이 발굴한 씨엘이 많은 변화를 가져다 줄 것임. 씨엘은 저스틴 비버, 켈달 제너, 아리아나 그란데와 같은 젊은 할리우드 스타와 함께 칼리 레이 잼슨의 'I really like you'의 커버 비디오에 등장했으며, 지난 4월에는 디플로, 리프 라프, 오지 마코와의 콜라보레이션 곡 '닥터 페퍼(Doctor Pepper)'를 발매함
- ⑤ 씨엘은 15세에 트레이닝을 시작함. 매일 진행되는 이 트레이닝에는 노래, 춤, 연기, 언어 수업이 포함되며, 필요한 경우 성형수술이 이뤄짐. 한국 엔터테인먼트사는 가수들에게 7년~13년 동안 황금수갑(golden handcuff, 훌륭한 인재를 장기적으로 확보하기 위한 회사의 우대 조건)을 채우는 것으로 알려짐
- ⑥ 최근 세계적인 명품 브랜드 루이비통이 YG 엔터테인먼트에 8천만 달러를 투자한 바 있음. 이처럼 한국 음악산업은 미국의 대중음악 관계자뿐만 아니라 전 세계적으로 이목을 끌고 있음

**KOFICE NOTE**

세계 최대 규모의 공영방송 BBC가 K-Pop 가수의 미국 시장 데뷔와 한국 음악산업에 대해 상세히 보도한 것은 매우 이례적인 일임. 그간 BBC는 K-Pop 보도와 관련해 스타 육성 시스템에 대해 대부분 비판적인 시각을 견지해 왔으나, 이번 기사에서는 중립적 관점을 반영함. 이를 통해 문화산업의 종주국 영국이 한국 대중문화에 대해 변화된 시선을 일으키고 있음을 알 수 있음. 나아가 K-Pop이 한국 대중음악에 대한 인기를 넘어 세계 시장이 관심을 갖는 새로운 음악산업으로 자리매김하고 있음을 보여 줌

**기타**○ **BBC, 한국 ‘먹방’ 문화 집중 보도**(‘15.6.5)

- 아프리카TV ‘먹방’ BJ 인터뷰, ‘먹방’의 인기 요인 소개

※ **BBC <The Travel Show>의 먹방 소개 주요 내용**

- ① 런던의 젊은이들 사이에서 한국 대중문화와 음식이 새로운 트렌드로 떠오름. 한국 스타일의 후라이드 치킨이 서양식 팬케익과 만나 새로운 브런치 메뉴로 떠오르는가 하면, SNS를 통해 한국 음식을 먹는 사진을 게재하는 일이 화제가 되고 있음
- ② 특히 아프리카TV는 엄청난 수의 ‘먹방’을 방영하고 있음. 아프리카TV는 ‘Any Free Broadcasting’이며, 이는 전통적인 방송과는 달리 누구나 제작에 참여할 수 있음
- ③ 한국의 인기 먹방 BJ(Broadcast Jockey) 디바 씨와 인터뷰를 시도하고, 한국 음식을 만드는 현장부터 방송 진행까지의 전 과정을 소개함
- ④ 한국의 ‘먹방’ 인기는 한국 사회의 변화를 방증함. 과거 음식을 함께 먹는 전통에서 벗어나, 사회가 분업화되고 젊은 1인 가구가 증가하면서 ‘먹방’이 생겨남. 이는 한국 젊은이들의 단순한 유행을 넘어 사회의 변화와 맞물린 현상임
- ⑤ 한국의 ‘먹방’은 거대한 도시 속 원자화된 개인이 각자의 공간에서 친밀함을 맺는, 새로운 ‘관계맺기’ 방식으로 볼 수 있음

**2 독일****기타**○ **독일 지역 일간지, K-Pop의 긍정적 사례 관련 보도**(‘15.5.18)

- 슈베리너폴크스짜이퉁(Schweriner Volkszeitung)\*의 청소년 섹션에 게재



- K-Pop에 대한 관심이 한국 문화 전반으로 이어지는 사례 보도

\* 슈베리너폴크스짜이퉁(Schweriner Volkszeitung) : 독일 동북부 메클렌부르크-포어포메른주 슈베린시의 지역일간지

#### ※ 슈베리너폴크스짜이퉁, ‘음악은 국가를 결합한다(Musik verbindet Nationen)’ 보도 주요 내용

- ① 독일 청소년 제테(Jette) 양은 팬클럽 활동을 통해 독일뿐만 아니라 전 세계 K-Pop팬들과 친구가 되었고, SNS를 통해 한국 청소년들과 소통하게 됨
- ② 그는 한국 청소년들과 대화하기 위해 독학으로 한국어를 배우기 시작했으며, K-Pop에서 나아가 예능, 드라마, 영화 등 한국 대중문화 전반을 파악하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있음
- ③ 제테 양은 K-Pop을 통해 한국을 이해하게 됐으며, 향후 한국 방문 및 한국어를 전공을 희망한다고 밝힘

#### ○ 독일 함부르크대학교\* 내 한국 자료실 ‘한국관’ 개관(‘15.6.14)

- 아시아아프리카학부 도서관 내 한국 역사·문화 자료를 전시·홍보하는 ‘한국관(Korea Corner)’ 개관(33㎡ 규모)

- 현지인들에게 한국을 소개하는 공공외교 장소로서의 역할 기대

\* 함부르크대학교 : 북부 독일 최대 규모의 대학교. 학생 수 4만여 명. 1919년 개교

## 3 기타

#### ○ (벨기에) RTL\*, 벨기에 왕실 K-Pop 공연 관련 보도(‘15.6.5)

- 벨기에 댄스 스쿨 ‘Hidden Power’의 K-Pop 공연 소식 기사화

\* RTL : 룩셈부르크서 탄생한 민간 방송. ‘83년 벨기에 진출

#### ※ RTL, ‘벨기에 왕실에서 K-Pop 공연을 개최한 Hidden Power’ 인터뷰 주요 내용

- ① Hidden Power는 벨기에 정부로부터 공식 비영리단체(ASBL)로 인정받은 댄스 스쿨임. 댄스 강습뿐만 아니라 소속 댄서들의 다양한 활동을 기획·지원함
- ② ‘Made in Asia’라는 아시아 문화 박람회는 Hidden Power에게 K-Pop 커버댄스 경연대회를 제안했으며, 설립 초반 진행했던 플래시몹을 발전시켜 현재 매월 정기적으로 ‘Street Dance Show’라는 길거리 공연 개최
- ③ 많은 한국 가수들이 유럽 프로모션을 진행하고 있으나, 벨기에를 방문하는 일은 전무함. 벨기에에는 티켓 구매력을 가진 한류 팬들을 충분히 보유하고 있으므로 K-Pop 관련 행사가 개최될 경우 상당한 파급효과를 불러일으킬 것으로 보임
- ④ 현재 벨기에에서는 전문 역량을 지닌 K-Pop 댄스 강사를 구하기 힘든 상황. 따라서 Hidden Power는 해외에 있는 K-Pop 댄스 커뮤니티들과 활발한 교류 희망
- ⑤ 현지 한류 팬들은 브뤼셀 내 한국 기관들과 소통이 원활하지 않아 다소 불편한 사항이 존재. Hidden Power는 “한국을 사랑하고, 한류 전도사가 되기를 자처하는 현지인들의 열정을 쉽게 다루지 않았으면 좋겠다”고 전함

### ○ (폴란드) 브보르차 비즈\*, 한국 문화산업 관련 특집 기사 보도('15.6.5)

- 가수 싸이, 드라마 <겨울연가> 등 한류의 인기 소개
- 한국 문화산업의 세계 진출에 따른 영향력 보도
- \* 브보르차 비즈(Wyborcza Biz) : 폴란드 경제 전문 일간지

#### ※ 브보르차 비즈, ‘한국 드라마, 케이팝, 컴퓨터 게임이 세계를 지배한다(Seriale, K-Pop i gry komputerowe z Korei Po udniowej podbijaj wiat)’ 주요 보도 내용

- ① 싸이(Psy)는 멀고 먼 동양의 한 작은 나라를 대표함. 한국은 50년 전 국민소득이 가나 수준에 불과했지만, 현재 전 세계 15위의 경제력을 보유하고 있으며, 할리우드에 도전장을 던지고 있음. 한국 영화, 음악, 드라마는 아시아 내부에서 미국산을 대체하고 있음
- ② 2004년 <겨울연가> 주인공 배용준의 일본 방문 시 수천 명의 중년 일본 여성들이 공항에 포진될 정도로 폭발적인 인기 구가. 이를 두고 일본 고이즈미 전 총리는 “총리보다 한국 배우가 더 인기 있다”고 언급
- ③ K-Pop은 SM엔터테인먼트 대표 이수만이 고안한 아이디어. 브보르차비즈는 더 이코노미스트의 말을 인용하며, “지난 10년간 한국은 아시아의 문화적 트렌드를 결정했다. 지금은 세계를 정복하기 위해 움직이고 있다”라고 전함
- ④ 또한 “한국은 카자흐스탄과 같은 나라에 K-Pop과 드라마를 판다. 삼성 스마트폰으로 좋아하는 배우를 보던 카자흐스탄 시청자들이 향후 한국의 팬이 될 것이기 때문이다”라고 덧붙임

### ○ (프랑스) 국제음악박람회 ‘미뎀(MIDEM)\*’서 K-Pop 쇼케이스 개최('15.6.6, 칸)

- 케이팝 나이트 아웃(K-Pop Night Out)\*\*통해 로로스, 고래야, 바버렛츠, 로큰롤 라디오 등 국내 대중음악 뮤지션 4팀 소개
- 음악산업 관계자 및 현지 관객 약 800명 참석
- \* 미뎀(MIDEM) : ‘67년부터 매년 1월, 프랑스 칸에서 펼쳐지는 세계 최대 뮤직 마켓
- \*\* 케이팝 나이트 아웃(K-Pop Night Out) : K-Pop의 해외진출 지역 확대 및 장르 다양화를 위해 세계 3대 음악마켓(SXSW, Music Matters, Midem)에서 개최하는 B2B 쇼케이스
- ※ (공동주최) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원

#### KOFICE NOTE

올해 49회를 맞이한 미뎀은 세계 음반시장의 새로운 경향을 주도하는 행사로 자리매김함. 한국 최초의 미뎀 출품작은 1994년 가수 이영훈의 <이영훈의 볼쇼이1>으로, 이는 해당 수록곡을 러시아 볼쇼이 심포니 오케스트라의 연주로 녹음한 연주 음반임. 이후 미뎀은 유명 K-Pop스타뿐만 아니라 잘 알려지지 않은 실력파 뮤지션들을 위한 플랫폼으로 자리매김하고 있음. 한편 미뎀에 맞선 한국의 대표적인 대중음악 축제는 자라섬 재즈 페스티벌, 인천 펜타포트 록 페스티벌 등이 있으며, 이들은 미뎀, SXSW와 같이 음악을 즐기는 장을 제공함과 동시에 지역경제 활성화를 도모한다는 측면에서 긍정적인 평가를 얻고 있음. 향후 각 지역의 대중음악 정책 및 인프라를 마련하고, 문화공연 기획자를 위한 다양한 교육 프로그램을 제공한다면, 도시의 브랜드 파워 강화와 지역경제 활성화, 국내 뮤지션의 해외진출과 같은 긍정적인 결과들이 뒤따를 것으로 예상됨

○ (스페인) 영화 <한공주>, 현지 언론 주목('15.6.11)

- '메디아트레스 에스튜디오'\*를 통해 스페인 전역에 DVD로 판매 중

\* 메디아트레스 에스튜디오(Mediatres Estudio) : 스페인의 아시아 영화 배급사

\*\* RTVE : 스페인 공영방송. '56년 창립

※ 영화 <한공주>에 대한 현지 언론 반응

매체 및 평론가	내용
RTVE**	① 어린 피해자의 시선으로 바라본 위선적인 사회의 모습은 우리의 의식에 강편치를 날림 ② 가사가 있는 OST 대신 주인공의 상황과 감정을 극대화할 수 있는 음악을 적절하게 사용함으로써 극의 집중도를 높임 ③ 천우희는 공감하기 어려운 배역을 뛰어난 감정 연기를 통해 잘 소화해 낸 뛰어난 여배우임
이스라엘 파레데스 (Israel Paredes)	① 남성중심적인, 불공평하고 병들어 있는 사회에서 자신의 자리를 찾아가려 애쓰는 주인공 '한공주'는 희생자이며, 어린 주인공을 통해 잘못된 사회구조를 역설하기보다는 있는 사실 자체를 보여 주는 이 작품은 '날것' 그대로의 느낌이 남 ② 이수진 감독은 한국 영화계의 최근 트렌드를 완벽하게 이해하면서도 화려함과 소박함을 절충하는 능력이 뛰어남. 과거와 현실을 드나드는 내레이션과 주인공을 개인적으로 따라가면서도 거리를 두는 촬영기법을 활용했으며, 이는 관객들로 하여금 주인공을 매우 가까우면서도 신비한 존재로 느끼도록 함

## V. 권역별 한류 동향 - 기타

### 1 기타

- (터키) 한류행사 ‘2015 K-Lover Dream Festival’ 개최(‘15.5.9, 이스탄불대학 Dr. Cemil Bilsel 컨퍼런스 홀)
  - 한국학 특강 및 한국 전통문화 워크샵 진행
  - 현지 대학생 자원봉사자 40여 명 포함, 약 800명 참석
  - ※ (공동주최) 주이스탄불 총영사관, 한국국제교류재단 (후원) 한국관광공사, LG, 대한항공

#### ※ ‘2015 K-Lover Dream Festival’ 주요 내용

- ① 터키 한류 팬 및 한국 문화에 관심을 보이는 이들을 대상으로 한국 교수진의 한국학 특강 및 한국 전통문화 워크샵 진행
- ② 한국 경제 및 한국 문화 관련 학술 세미나(1부), K-드라마·K-Pop 비디오 상영 및 한류 팬들의 K-Pop 공연(2부), 숙명여대 가야금 공연단과 비보이 드리프터즈 크루 공연(3부)으로 구성
- ③ 행사장 외부에는 이청초 선생의 붓글씨 체험 코너와 한복 입어보기 코너, 한류 팬들이 직접 그린 한류스타 초상화와 한복 디자인 전시 코너를 마련함

- (이집트) ‘제1회 세종학당 말하기대회’ 개최(‘15.5.31, 주이집트 한국문화원 아람홀)
  - 초급반 6명, 중급반 4명 등 현지인 참가
  - 한국 문화에 대한 체험, 한국을 사랑하게 된 계기, 이루고 싶은 소망 등 다양한 주제 발표 진행
  - ※ (주최) 한국문화원, 세종학당

## [부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.6.4~6.18)

한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
이적 (콘서트)	'15.6.4~5	일본 (도쿄, Cinema Club)	JPY 8,000 (한화 약 7만 원)	-
김범수 (콘서트)	'15.6.5	브라질 (상파울루, Espaco das Americas)	BRL 250~550 (한화 약 8만 9천 원~19만 7천 원)	• 약 1천 명 참석
빅뱅 (콘서트)	'15.6.5~6	중국 (베이징, Beijing MasterCard Center)	CNY 580~1,880 (한화 약 10만 3천 원~33만 5천 원)	• 약 3천 명 참석
	'15.6.12~14	홍콩 (홍콩, AsiaWorld-Expo)	HKD 488~1,888 (한화 약 7만 5천 원~27만 원)	• 총 3회 공연 • 약 3만 6천 명 참석
에픽하이 (콘서트)	'15.6.5	미국 (달라스, South Side Music Hall)	USD 80~200 (8만 6천 원~21만 7천 원)	• 약 1천5백 석 규모
	'15.6.12	미국 (뉴욕, Best Buy Theater)	USD 85~125 (한화 약 9만 2천 원~13만 5천 원)	• 약 2천1백 석 규모
	'15.6.14	캐나다 (토론토, Danforth Music Hall)	CAD 30~250 (한화 약 2만 6천 원~22만 원)	• 약 1천1백 석 규모
초신성 (콘서트)	'15.6.5~6	일본 (오사카, Osaka Festival Hall)	JPY 9,600 (한화 약 8만 8천 원)	• 약 2천7백 석 규모
			JPY 9,600 (한화 약 8만 8천 원)	• 약 2천7백 석 규모
	'15.6.9~10	일본 (요코하마, Pacifico Yokohama National Convention Hall)	JPY 9,600 (한화 약 8만 8천 원)	• 약 5천 석 규모
방탄소년단 (콘서트)	'15.6.6	말레이시아 (쿠알라룸푸르, Mega Star Arena)	RM 328~628 (한화 약 9만 8천 원~18만 8천 원)	-
B.I.G (콘서트)	'15.6.17~18	일본 (도쿄, Astro-hall)	JPY 6,800 (한화 약 6만 원)	• 총 4회 공연

# [부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

(‘15.3.18~6.18)

## 엔터테인먼트 업계 (11개사)

### 초록뱀



### IHQ



### 키이스트





### CJ E&M



### 팬엔터테인먼트



### SBS콘텐츠허브



### FNC엔터테인먼트



### NEW엔터테인먼트



### JYP콘텐츠허브

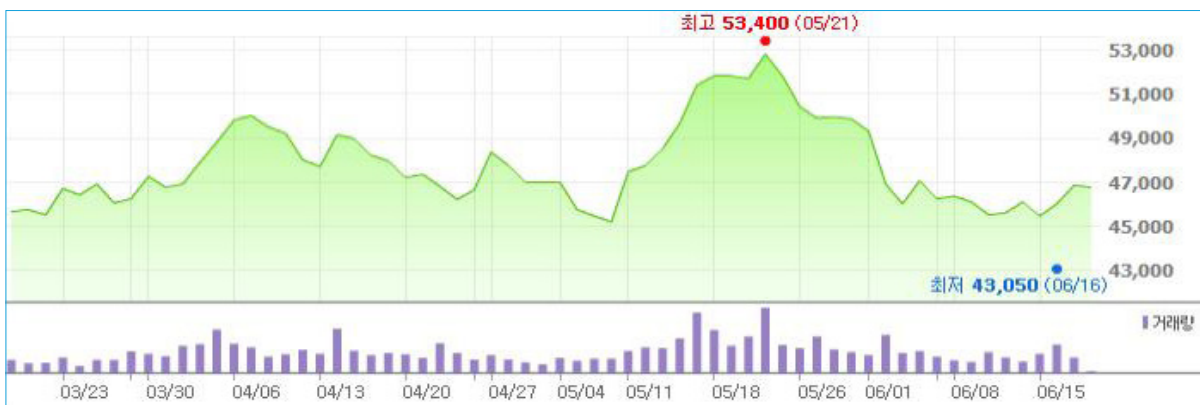




### SM엔터테인먼트



### YG엔터테인먼트



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