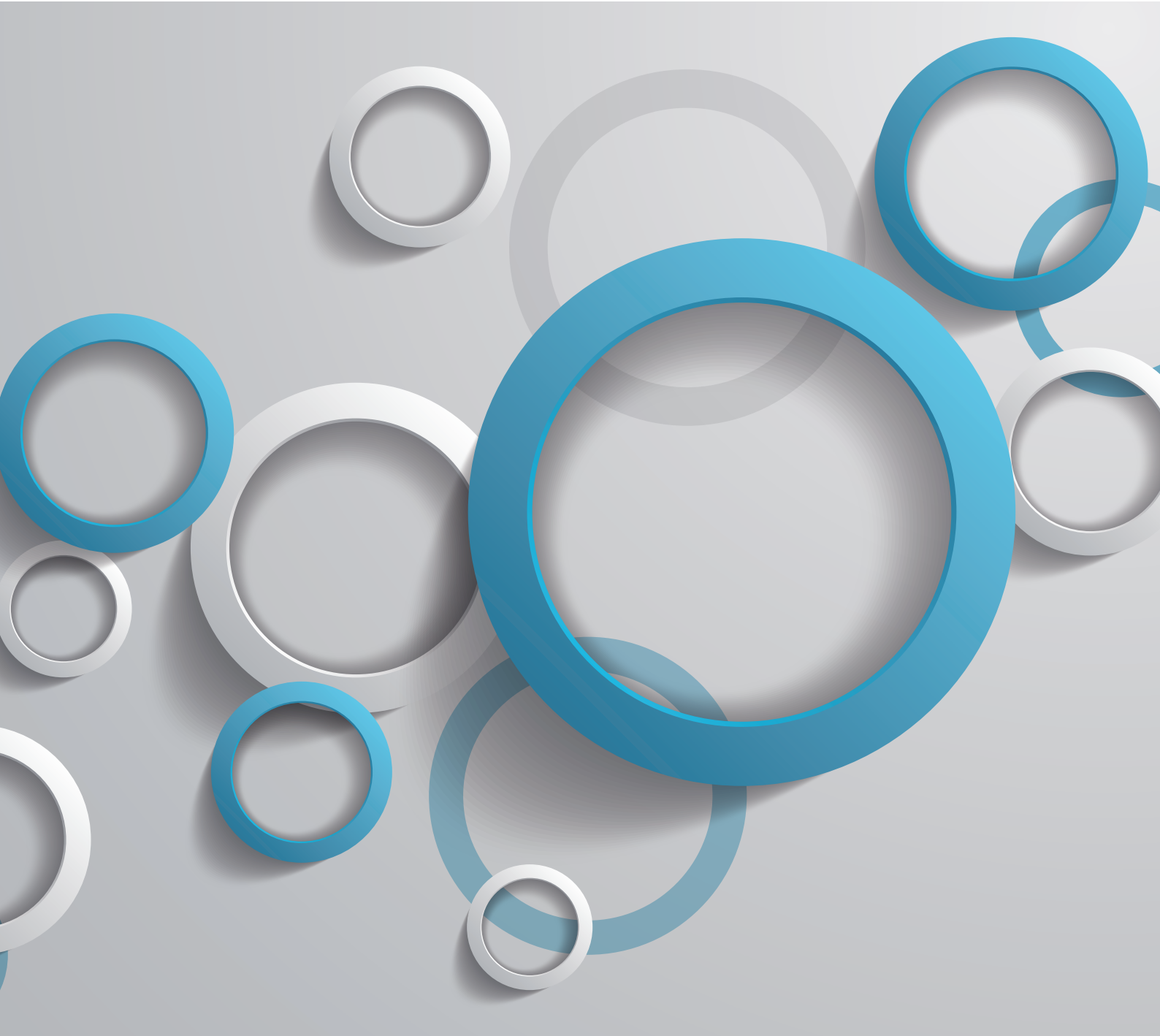


# 글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

90호



**KOFICE**

(재)한국문화산업교류재단  
Korea Foundation for International Culture Exchange

# CONTENTS\_

---

2주간 한류핵심 이슈	04
I 국내 한류 동향	05
II 권역별 한류 동향_ <b>아시아</b>	09
III 권역별 한류 동향_ <b>미주</b>	14
IV 권역별 한류 동향_ <b>유럽</b>	17
V 권역별 한류 동향_ <b>기타</b>	19
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	20
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	21

## ▣ 조사 개요

### 조사 지역 : 총 12개국

- 아시아(한국, 중국, 베트남, 일본, 대만, 우즈베키스탄)
- 미주(미국, 멕시코)
- 유럽(영국, 벨기에, 프랑스)
- 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

- 2015.7.2 ~ 2015.7.16(2주)

※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)

※ 발행인 : 김덕중 사무국장

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

## 2주간 한류 핵심 이슈

### ○ 문화체육관광부, 메르스 대응 및 관광업계 지원 방안 마련('15.7.15)

- 메르스 여파로 위축된 관광업계 지원, 관광 수요 정상화 목적

#### ※ 문화체육관광부, 메르스 대응 및 관광업계 지원 방안 주요 내용

- ① 문체부는 현재 메르스 극복과 관광산업 정상화 등을 위해 추경예산을 마련. 공연 티켓 구매 시 한 장 더 제공하는 '원플러스원' 등 공연계 지원에 300억 원, 소외계층 문화 순회 사업 지원에 200억 원, 관광업계 용자에 3천억 원, 관광마케팅 지원에 200억 원 배당
- ② 또한 줄어든 관광 수요 재창출을 위해 비수기에 실시했던 '코리아 그랜드세일' 행사를 앞당기고, 김수현 등 한류스타를 활용한 '안전한 한국관광' 홍보물 제작, 드라마 <프로듀사> 촬영지 관광 상품 등 우수커를 위한 상품 개발 추진
- ③ 관광객(취업비자 제외)이 한국 체류기간('15.6.22~'16.6.21) 중 메르스 확진을 받을 경우 이를 보상하는 안심보험 개발을 위해 보험사와 협의 중
- ④ 업계 애로사항 해결을 위해 문체부·관광협회·여행업협회 등 3개 기관 내 원스톱 상담창구 운영, 영세업체 대상으로 기존 여행업공제회 중심의 공제제도 확대 방안 추진

### ○ 엔터 업계의 면세점 시장 진입을 통한 인바운드 한류시장 활성화('15.7.10)

- 관세청, 국내 기업-엔터테인먼트 기업 서울 시내 면세점 사업자로 선정
- HDC신라면세점(호텔신라-현대산업개발 합작법인), SM엔터테인먼트와 함께 한류관광과 쇼핑이 복합적으로 어우러진 DF(Duty Free)랜드 조성
- SM면세점(하나투어 컨소시엄), 김우빈·비스트·포미닛 등 IHQ·큐브엔터테인먼트 소속 아티스트를 활용한 한류 콘텐츠 개발 계획

#### KOFICE NOTE

HDC신라면세점, 한화면세점, 하나투어 SM면세점 3곳이 서울 시내 신규 면세점 사업자로 선정된 가운데 이들이 향후 어떤 모습을 갖추게 될지 관심이 집중되고 있음.

먼저 HDC신라면세점은 SM엔터테인먼트와 협력해 1천500평 규모의 한류 공연장을 조성할 예정. 한화갤러리아 면세점 역시 63빌딩에 한류 패션 뷰티 상품을 판매할 계획이며, SM면세점은 IHQ·큐브엔터테인먼트 소속 한류스타의 이름을 건 '스타상품'을 판매하고, 스타의 일상을 가상 체험하는 '스타라운지'를 조성할 예정.

신규 면세점 사업자들의 계획을 살펴볼 때, 이들을 관통하는 키워드가 '한류'임을 확인할 수 있음. 이들 면세점은 향후 한류사업과의 시너지 효과를 통해 국내에 유입된 우수커들의 수요를 충족하는 데 일정 역할을 담당할 것으로 보임. 또한 명동, 동대문 일변도의 면세점에서 벗어나 용산(HDC신라면세점), 여의도(한화면세점) 등을 거점으로 한 신(新) 관광수요 창출 및 지역경제 활성화를 기대해 볼 수 있음

# 1. 국내 한류 동향

## 1 한류 업계 및 한류스타

### ○ 한류스타들 국외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 14회 공연 개최

※ 해외 진출 : 일본 7회, 중국·호주 각 2회, 말레이시아·태국·홍콩 각 1회

### ○ 유튜브, 2015 상반기 가장 인기 있는 국내 유튜브 채널 및 K-Pop 뮤직비디오 순위 발표('15.7.2)

- 2015년 상반기 가장 인기 있는 국내 채널 1위 SM TOWN, 2위 빅뱅, 3위 원더케이

- 2015년 상반기 가장 많이 본 K-Pop 뮤직비디오 1위 EXO <CALL ME BABY>\*

2015 상반기 가장 인기 있는 국내 유튜브 채널 Top 10		2015 상반기 K-Pop 뮤직비디오 Top 10	
1위	SM TOWN	1위	Call Me Baby
2위	BIGBANG	2위	Loser
3위	1theK	3위	Bae Bae
4위	Eugenie Kitchen	4위	뱅뱅뱅
5위	KBS World	5위	미쳐
6위	official PSY	6위	다른 남자 말고 너
7위	김이브님	7위	Catch Me If You Can
8위	JYP Entertainment	8위	Ice Cream Cake
9위	정성하	9위	아예
10위	토이푸딩 TV	10위	어머님이 누구니

\* 조회수 5,230만 뷰, 한국어 버전 4,062만 1247뷰, 중국어 버전 1,176만 6,282뷰('15.7.2 기준)

### ○ 개그팀 웅알스\*, 제주도 내 '쇼타임 웅알스 극장' 오픈('15.7.6)

- 쇼타임엔터테인먼트\*\*와 함께 제주도 조천읍에 극장 조성(첫 공연, '15.8.8)

- 영국·호주·캐나다 등 해외 활약에 따른 전용관 개관, 년별 한류공연 확장 기대

\* 웅알스 : 국내 년별 퍼포먼스 팀. 채경선, 조준우, 조수원, 최기섭, 하박, 이경섭, 최진영, 김국진 8인으로 구성. '07년 데뷔

\*\* 쇼타임엔터테인먼트 : 개그맨 전문 기획사. 오나미, 이동운, 노우진 등 소속. '08년 설립

### ○ IHQ, SMG Pictures\*와 엔터테인먼트 비즈니스 분야 양해각서 체결('15.7.8)

- IHQ, SMG Pictures가 중국 상하이·베이징에 설립 추진 중인 연기 아카데미를 위한 강사진 육성 및 트레이닝에 필요한 커리큘럼 제공
- 소속 연예인의 한·중 공동 매니지먼트, 드라마 및 영화 합작 예정, 중국 내 엔터테인먼트 비즈니스 확장을 위한 교두보 마련
- \* SMG Pictures : '01년 설립한 상하이미디어그룹의 자회사

## 2 한류-관광 연계

### ○ 엔터 업계의 면세점 시장 진입을 통한 인바운드 한류시장 활성화('15.7.10)

- 관세청, 국내 기업-엔터테인먼트 기업 서울 시내 면세점 사업자로 선정
- HDC신라면세점(호텔신라-현대산업개발 합작법인), SM엔터테인먼트와 함께 한류관광과 쇼핑이 복합적으로 어우러진 DF(Duty Free)랜드 조성
- SM면세점(하나투어 컨소시엄), 김우빈·비스트·포미닛 등 IHQ·큐브엔터테인먼트 소속 아티스트를 활용한 한류 콘텐츠 개발 계획

#### KOFICE NOTE

HDC신라면세점, 한화면세점, 하나투어 SM면세점 3곳이 서울 시내 신규 면세점 사업자로 선정된 가운데 이들이 향후 어떤 모습을 갖추게 될지 관심이 집중되고 있음.

먼저 HDC신라면세점은 SM엔터테인먼트와 협력해 1천500평 규모의 한류 공연장을 조성할 예정. 한화갤러리아 면세점 역시 63빌딩에 한류 패션 뷰티 상품을 판매할 계획이며, SM면세점은 IHQ·큐브엔터테인먼트 소속 한류스타의 이름을 건 '스타상품'을 판매하고, 스타의 일상을 가상 체험하는 '스타라운지'를 조성할 예정.

신규 면세점 사업자들의 계획을 살펴볼 때, 이들을 관통하는 키워드가 '한류'임을 확인할 수 있음. 이들 면세점은 향후 한류사업과의 시너지 효과를 통해 국내에 유입된 외국인들의 수요를 충족하는 데 일정 역할을 담당할 것으로 보임. 또한 명동, 동대문 일변도의 면세점에서 벗어나 용산(HDC신라면세점), 여의도(한화면세점) 등을 거점으로 한 신(新) 관광수요 창출 및 지역경제 활성화를 기대해 볼 수 있음

### ○ 드라마 <사임당 The Her Story>\*, 한류관광객 유치를 위한 업무협약 체결('15.7.13, 강원도청)

- 이영애 출연 드라마 <사임당 The Her Story> 제작 지원 및 협력 목적
- 한국관광공사, 강원도, 춘천·강릉시, 평창·정선군, KT&G, 제작사 (주)그룹에이트 간 업무협약 체결

\* '16년 상반기부터 30부작 방영. (연출) 윤상호 (제작사) 그룹에이트

## KOFICE NOTE

배우 이영애의 출연으로 주목을 받고 있는 드라마 <사임당 The Her Story>는 사임당의 역사가 깃든 강원도 일대에서 촬영을 앞둔. 한국관광공사는 '제2의 대장금 열풍'을 목표로 해당 드라마 촬영지를 관광 상품으로 개발하고, 해외 유명 언론매체 및 여행업자 초청을 통한 홍보 행사를 추진할 계획.

또한 <사임당 The Herstory>의 주요 촬영지가 강원도에서 진행됨에 따라 2018 평창동계올림픽과 연계한 국내외 홍보 마케팅도 추진될 예정. 드라마 <대장금>으로 전 세계 한류 열풍을 일으킨 이영애가 11년 만의 복귀작인 <사임당 The Her Story>를 통해 드라마 한류를 재점화시킬 수 있을지 귀추가 주목됨

### ○ 문화체육관광부, 메르스 대응 및 관광업계 지원 방안 마련('15.7.15)

- 메르스 여파로 위축된 관광업계 지원, 관광 수요 정상화 목적

#### ※ 문화체육관광부, 메르스 대응 및 관광업계 지원 방안 주요 내용

- ① 문체부는 현재 메르스 극복과 관광산업 정상화 등을 위해 추경예산을 마련. 공연 티켓 구매 시 한 장 더 제공하는 '원플러스원' 등 공연계 지원에 300억 원, 소외계층 문화 순회 사업 지원에 200억 원, 관광업계 용자에 3천억 원, 관광마케팅 지원에 200억 원 배당
- ② 또한 줄어든 관광 수요 재창출을 위해 비수기에 실시했던 '코리아 그랜드세일' 행사를 앞당기고, 김수현 등 한류스타를 활용한 '안전한 한국관광' 홍보물 제작, 드라마 <프로듀사> 촬영지 관광 상품 등 우수커를 위한 상품 개발 추진
- ③ 관광객(취업비자 제외)이 한국 체류기간('15.6.22~'16.6.21) 중 메르스 확진을 받을 경우 이를 보상하는 안심보험 개발을 위해 보험사와 협의 중
- ④ 업계 애로사항 해결을 위해 문체부·관광협회·여행업협회 등 3개 기관 내 원스톱 상담창구 운영, 영세업체 대상으로 기존 여행업공제회 중심의 공제제도 확대 방안 추진

## 3 기타

### ○ 한국고용정보원, '한류문화 산업의 인력 수요전망' 보고서 발표('15.7.4)

- '17년까지 한류문화 산업 관련 종사자 8,000명 신규 수요 기대
- 한류 인력 양성을 위해 해외 인적 네트워크 구축, 관련 법제도 정비, 콘텐츠 제작인력의 실무능력 향상 필요

#### ※ ‘한류문화 산업의 인력 수요전망’ 보고서 주요 내용

- ① 한류문화 산업(음악, 게임, 방송, 영화) 시장의 성장에 따라 관련 종사자는 ‘12년 24만 5,084명에서 ‘17년 25만 3,152명으로 늘어날 것으로 추산(연평균 0.18% 증가율)
- ② 분야별로는 종사자 비중이 40%에 육박하는 게임 분야에서 연평균 0.35%씩 증가할 전망. 게임 분야 종사자는 ‘13년 9만8296명에서 ‘17년 10만50명으로 10만 명대를 넘어설 것으로 예상
- ③ 음악 분야는 8만 1,356명에서 8만 2,313명으로 연평균 0.23% 늘어날 것으로 추산되며, 영화분야는 3만 1,472명에서 3만 1,967명으로 0.31%의 증가율이 기대됨. 한편 방송 부문은 3만 9,766명에서 3만 8,822명으로 줄어 매년 0.48% 감소세 예상
- ④ 한류문화 산업 시장에서 ‘17년까지 8,000명의 신규 수요가 발생할 것으로 보이나 인력활용과 양성에 어려움이 존재
- ⑤ 정부는 한류 인력 양성을 위해 관련 법제도 정비, 순수 예술의 진흥 등 인프라 구축에 초점을 맞춰야 함. 특히 마케팅 인력의 역량 강화, 해외 인적네트워크 구축, 콘텐츠 제작인력의 실무능력 배양, 인력의 다양성 확보 등이 필요



## II. 권역별 한류 동향 - 아시아

### 1 중국

#### 드라마

##### ○ 가수 비, <다이아몬드 러버>로 첫 중국 드라마 진출('15.6.12)

작품명	방송사	출연	내용
다이아몬드 러버	저장TV, 안후이TV	• 감독 : 천밍장 • 출연 : 비, 탕옌 등	못생긴 여자가 빛나는 다이아몬드가 되는 과정에서 행복을 찾아가는 이야기를 그린 로맨스 드라마

#### 영화

##### ○ 배우 남궁민\*, 중국 영화 <월색유인> 캐스팅('15.7.8)

작품명	감독/출연	내용
월색유인	• 감독 : 하강 • 출연 : 남궁민 등	결혼한 남녀가 한 사건에 연루돼 벌어지는 미스터리 장르

\* 국내 남성 배우. 935엔터테인먼트 소속. 대표작 <냄새를 보는 소녀>, <마이 시크릿 호텔>, <우리 결혼했어요> 등

##### ○ 배우 이정재, 한·중 합작 영화 <역전의 날>\* 캐스팅으로 중국 진출('15.7.10)

작품명	감독/출연	내용
역전의 날	• 감독 : 리준 • 출연 : 이정재, 종한량 등	한·중 축구 경기 중 폭발사고를 배경으로 벌어지는 범인과 경찰 간 심리 추격전

\* 중국 국영 영화사 차이나필름과 하이룬, 국내 영화사 두타연 공동제작

##### ○ 배우 강지환\*, 한·중 합작 영화 <천강대가> 현지 개봉('15.7.11)

작품명	감독/출연	내용
천강대가	• 감독 : 송방송 • 출연 : 강지환, 장위안 등	한국 톱스타가 우연히 중국을 찾아 새로운 사람을 만나면서 자신감과 용기를 얻어가는 이야기

\* 국내 남성 배우. 심엔터테인먼트 소속. 대표작 <빅맨>, <내게 거짓말을 해봐> 등

## 기타

### ○ 삼련생활주간\*, 한국 대중문화 관련 보도(‘15.6.18)

- 지드래곤을 표지모델로 한국 대중문화산업 집중 분석

#### ※ 삼련생활주간, 한국 대중문화산업 관련 보도 주요 내용

- ① <말춤과 광장춤>, <스타 메이킹 뒤의 상업왕국>, <별로에서 대단해지기까지: ‘한류’는 얼마나 멀리 갈 수 있는가>, <한류 스타 2.0 시대: 스타의 양성과 제작 그리고 소비>, <한국 예능: ‘임무’가 왔다>, <화장을 지운 뒤의 한국 드라마>, <뮤지컬: ‘한류’의 새로운 상품> 6편의 기획 기사를 통해 한국 대중문화산업 집중 분석
- ② ‘말춤’과 ‘광장춤’은 한·중 문화를 상징적으로 보여 줌. ‘말춤’은 세계를 열광시킨 싸이의 춤이며, 세계 속 한국 대중문화의 역량을 함축적으로 나타냄. 반면 ‘광장춤’은 남을 고려하지 않는 중국인들만의 춤으로 보임
- ③ 베이징의 수많은 광장과 공원에서는 아침·저녁으로 적게는 4~5명, 많게는 수십 명이 함께 부채춤·위그르춤을 추는 장면을 쉽게 목격할 수 있음. 남의 시선을 신경 쓰지 않고, 자신의 흥취에 빠져 춤을 추는 중국인들의 모습을 본 외국인들은 이를 매우 흥미로운 시선으로 바라보고 있으나 호의적이지는 않음
- ④ 중국은 세계가 무엇을 좋아하는지 잘 모르며, 이를 알려고 노력하지도 않는 반면, 한국은 한국적이지 않은 한국 문화 상품을 만들어 내고 이를 성공시킴. 이런 차이를 만들어 낸 데에는 다양한 요인이 있으나, 가장 중요한 것은 ‘문화에 대한 이해’임

\* 삼련생활주간 : 중국 삼련출판사에서 발행하는 종합 잡지. 매호 약 80만 부 발행

### ○ 한·중 공동제작 오디션 프로그램 <슈퍼아이돌>\* 제작발표회 개최(‘15.7.2, 베이징 노동인민문화궁)

- MBC 플러스미디어, 하이영미디어 호후난 주식유한회사, 안후이방송국 등 한·중 콘텐츠 기업 관계자 다수 참석
- 가수 더원·김종국 심사위원으로 고정 출연, 첫 심사위원 특별 게스트로 채연·장우혁·하하·싸이 등 출연

\* 슈퍼아이돌 : 한·중 합작 아이돌 오디션 프로그램. (공동제작) 한국 MBC뮤직·중국 TV ZONE. 안후이 방송국, MBC뮤직에서 각각 ‘15.7.10, ‘15.7.14 첫 방영

### ○ 한국무역협회-중소기업청, ‘2015 한류 우수상품 & 서비스 대전’ 개최(‘15.7.2~4, 베이징 CIEC 전시장)

- 한·중 자유무역협정\* 발효 전, 양국 기업들의 새로운 비즈니스 기회 발굴 및 지원 목적
- K-Food(음식), K-Culture(문화), K-Baby(유아), K-Beauty(뷰티), K-Health(헬스) 등 130여 개 중소기업 참여
- 한식 쿠킹클래스, 한류 연예인들의 뷰티 비법을 알려주는 메이크업·헤어쇼 등 개최, 한국 중견기업의 중국 시장 진출의 장 마련

\* 한·중 자유무역협정(FTA) : ‘15.2.25 가서명. 양국 의회의 심의·비준을 거쳐 ‘15년 말 혹은 ‘16년 초 발효 예정

## 2 일본

### 기타

- **한·일 합작 연극 <강신일과 나>\* 오사카서 상연**(‘15.7.10~12, Bar Yoshida)
  - 오사카를 중심으로 활동하는 연극 유닛 <DRAMA MISSION Z 호>의 작품
  - 한국어 대사 부분에 일본어 자막을 올리는 독특한 연출 방식으로 진행
  - ‘15년 한·일 수교 50년에 따른 양국 간 교류 활성화 기대
  - \* 강신일과 나 : 주인공 이케다와 무명 연극배우 강신일이 만난 1988년과 2007년의 여러 사건을 그림. 한국과 일본의 유사점과 차이점, 변하지 않는 것에 대한 이야기를 다룸
- **한국관광공사, 일본 동북지역 내 한국관광 캠페인 추진**(‘15.7.13~17)
  - 한국관광 정상화 추진을 위한 일본지역 마케팅 일환

#### ※ 한국관광공사, 일본 동북지역 내 한국관광 캠페인 주요 내용

- ① 아시아나항공 센다이노선 취항 25주년 및 대한항공 아오모리노선 취항 20주년 기념
- ② 아오모리(13일) 1,300명을 비롯, 히로사키(14일) 1,300명, 센다이(16일) 1,200명 등 약 3,800명을 초청해 ‘한국 관광 교류의 밤’ 행사 개최
- ③ 참가자 대상으로 난타, 드로잉쇼 등 한국의 대표적 년버벌 상설 공연 및 일본 지방 문화공연단의 공연을 선보일 예정
- ④ 일본에서 한국 전통음식 요리연구가로 활동 중인 조선옥 선생의 한국요리 교실 진행, 현지 오피니언 리더들을 대상으로 한국 음식 홍보에 나섬

## 3 베트남

### 드라마

- **Thế Giới Văn Hóa\***, 드라마 <프로듀사> 관련 보도(‘15.6.13)
  - ‘프로듀사-한국에서 가장 높은 시청률의 드라마’라는 제목의 기사 게재
  - 한국 TV 프로그램의 제작 현장과 음악·리얼리티 쇼를 담은 독특한 소재, 유명 제작진 및 배우·아이돌 연기자 출연 등을 성공 요인으로 지목
  - \* Thế Giới Văn Hóa(세계문화) : 베트남 온라인 언론사

### ※ Thế Giới Văn Hóa, ‘Bộ phim truyền hình đang có tỉ suất người xem cao nhất Hàn Quốc(프로듀사-한국에서 가장 높은 시청률의 드라마)’ 보도 주요 내용

- ① 예능이라는 소재로 펼쳐지는 이 “낮선” 드라마는 베트남에서 현재 방영 예정인 작품으로서, 유명 출연배우들로 인해 많은 팬들이 가장 궁금해하는 드라마
- ② <프로듀사>는 남녀 간의 갈등이나 사랑에 초점을 맞추지 않고 <온에어>(2008), <드림하이>(2011)와 비슷한 느낌으로 색다른 시도를 했으며, 좋은 드라마나 TV프로그램 제작을 위한 밤샘회의, 종일촬영 등 현장의 생생한 모습을 잘 전달
- ③ 한국 드라마가 16~20개의 에피소드로 방영되는 것과 달리, <프로듀사>는 12개의 에피소드를 주제화 함. 드라마 초반에는 다소 느린 전개와 색다른 코멘트 형식 등 새로운 시도로 시작했으나, 이후 독특한 시나리오, 블록버스터급 카메오 출연과 같은 요소들이 복합적으로 어우러져 많은 시청자들을 확보
- ④ 드라마 속 <뮤직뱅크>와 <1박 2일>은 KBS가 제작한 아시아의 인기 프로그램이며, <프로듀사>는 이 프로그램들의 제작환경을 90% 이상 보여 줌으로써 화려하지만 결코 장밋빛이 아닌 예능 TV 제작 환경을 여실히 보여 줌
- ⑤ <프로듀사>는 한국 드라마에서 보기 드문 여성 PD 서수민이 연출했으며, 그는 코미디쇼 <개그콘서트>와 시즌 리얼리티 쇼 <1박 2일>을 제작한 연출자임. 또한 <내조의 여왕>(2009), <넝쿨째 굴러온 당신>(2012), <별에서 온 그대>(2013) 등 인기 드라마를 성공하게 한 스타작가 박지은이 <프로듀사>의 성공에 일조
- ⑥ <프로듀사>는 높은 도전 정신으로 드라마와 리얼리티 TV를 결합했을 뿐만 아니라 베테랑 배우 및 스타들(박진영, 강승윤, 산다라박 등)이 카메오로 출연해 재미가 배가됨. <프로듀사>에는 아시아 한류 팬들이 좋아할 만한 요소들이 많아 향후 성공 가능성이 높음

## K-Pop

### ○ Zing\*, 홀로그램이 음악산업에 미치는 영향 관련 보도(‘15.6.5)

- 소녀시대, 싸이, 2NE1 등 홀로그램을 접목한 K-Pop 스타의 공연 소개
- 첨단 정보기술과 대중문화 콘텐츠 융합을 통한 지구촌 실시간 공연 확대, 차세대 문화산업으로서의 가능성 확인

\* Zing : 베트남 주요 언론사

### ※ Zing, ‘팝 공연을 보고 싶게 하는 3D 기술(Những mỹ nhân lấy chồng sớm trên màn ảnh)’ 보도 주요 내용

- ① 홀로그램은 음악산업이 세계로 이동할 수 있는 도구가 되고 있음. 특히 K-Pop은 독특한 기술을 사용하는 음악산업의 개척자 중 하나임
- ② ‘13년 1월 소녀시대(SNSD)는 정규 4집 앨범 발매를 기념해 서울 강남역에서 홀로그램 콘서트를 열었으며, 이 가상공연을 보기 위해 온·오프라인에서 수많은 팬들이 몰려듦. 소녀시대에 이어 ‘13년 5월 싸이, ‘13년 11월 2NE1도 홀로그램 콘서트 개최
- ③ ‘14년 2월, YG가 상설 홀로그램 서비스인 Klive를 통해 빅뱅의 인기곡 ‘Fantastic Baby’와 ‘Bad Boy’를 보여 주었으며, 한국 대표 엔터테인먼트 기업인 SM, YG는 홀로그램 기술을 활용해 중국에 진출. ‘15년 1월 SM엔터테인먼트의 첫 번째 뮤지컬 홀로그램 <School OZ>에는 최강창민, 윤아, 이특 등 소속 아이돌 스타들이 참여
- ④ ‘15년 1월 송성각 한국콘텐츠진흥원장은 한국의 한 언론사와의 인터뷰를 통해 홀로그램의 중요성을 언급, 홀로그램을 활용한 K-Pop 콘서트는 무한한 가능성을 지님

## 4 대만

### 드라마

#### ○ 2015년 하반기, 대만 내 방영 중인 한류 드라마(‘15.7.6)

- <프로듀사>, <전설의 마녀>, <청담동 스캔들> 등 인기리에 방영
- 웹사이트, 스마트폰 앱 등 대만 내 한류 드라마 시청 방식의 다각화 진행

콘텐츠 이용 경로	방영 채널	드라마명
TV	ETTV	아름다운 그대에게, 청담동 스캔들, 전설의 마녀
	GTV	힐러, 냄새를 보는 소녀, 고교처세왕, 장미빛 연인들, 호텔킹, 미생, 닥치고 패밀리
스마트 단말기 APP	FOX International	킬미 힐미, 펀치
	LINE TV	프로듀사
웹사이트(www.2lovetvshow.com), Youtube	-	후아유 2015, 상류사회, 너를 기억해, 화정, 복면검사, 맨도롱또뚝, 가면, 여왕의 꽃

### 영화

#### ○ 엘버트 신 감독\* <인 허 플레이스(In Her Place)>\*\* , ‘제17회 대만 타이베이영화제’ 수상 (‘15.7.1 대만)

- 국제신인경쟁 부문 심사위원 특별상 수상

작품명	감독/출연	내용
인 허 플레이스	• 감독 : 엘버트 신 • 출연 : 윤다경, 길해연 등	몰래 신생아를 입양하려는 중년의 불임 여성과 의도치 않게 임신한 10대 시골 소녀, 딸의 미래를 위해 아기를 입양 보내려는 소녀의 어머니에게 벌어지는 비극을 그린 영화

\* 엘버트 신(Albert SHIN) : 한국계 캐나다인. <인 허 플레이스>는 엘버트 신의 두 번째 장편영화

\*\* 인 허 플레이스(In Her Place) : 교포 2세 감독의 첫 번째 한국어 영화로 충남 예산에서 촬영. 국내 배급사 마운틴픽처스의 한국 배급 계약 체결로 ‘15년 하반기 개봉 예정

## 5 기타

#### ○ (우즈베키스탄) 세종학당, 월드프렌즈 IT 봉사단과 함께 여름방학 특별 프로그램 진행(‘15.7.6~8.1)

- 월드프렌즈 IT 봉사단 ‘보하팀’, 홈페이지·어플리케이션 게임 제작 수업 및 윗놀이·딱치치기 등 한국 문화 수업, 한국어 교실 등 진행
- 한국어 교육, 봉사활동을 통한 한류 활성화 기반 마련

# Ⅲ. 권역별 한류 동향 - 미주

## 1 미국

### K-Pop

#### ○ 빌보드, K-Pop 가수 컴백 관련 보도('15.7.2)

- '누가 올 여름 K-Pop 컴백 대전에서 승리했는가?'라는 제목의 기사 게재
- 씨스타, AOA, 방탄소년단, 틴탑 등 4개 팀 컴백 소식 보도
- 7월 1째주 월드 앨범 차트를 기반으로 AOA의 선전 언급

#### ○ MTV IGGY\*, '상반기 베스트 앨범 25'에 한국 가수 다수 선정('15.7.2)

- EXO <EXODUS>, 샤이니 <ODD>, MFBTY\*\* <WONDALAND> 3팀 선정
- \* MTV IGGY : 미국 MTV의 음악 전문 매체
- \*\* MFBTY : 타이거JK, 윤미래, 비지(Bizzy)의 프로젝트 그룹

#### ※ MTV IGGY 선정, '2015년 상반기 베스트 앨범 25(Mid-Year Review: 25 Best Albums of 2015)' 보도 주요 내용

- ① 한국과 중국인 멤버로 구성된 EXO는 '15년 상반기 <EXODOUS>를 선보였으며, 힙합과 R&B를 결합한 'Lady Luck'이라는 곡은 본 앨범의 보석과도 같음
- ② 샤이니는 <ODD>를 통해 올드하고 새로운 사운드를 실험했고, K-Pop의 한계를 초월해 더욱 진화된 앨범을 만들어 냈
- ③ MFBTY의 앨범에는 유희열부터 방탄소년단의 랩몬스터까지 한국 음악계의 다양한 신(scene)에서 활약 중인 아티스트들이 대거 참여함. 전통적인 사운드에서 벗어나 새로운 무언가를 추구했다는 점에서 이들의 앨범은 걸작이라 평가할 수 있음

### 영화

#### ○ LA필름 페스티벌, 영화 <서울서칭>\* 시사회 및 갈라쇼 개최('15.6.30, 리갈 시네마 LA 라이브)

- 배우 차인표·저스틴 전·제시카 반·데오 등 출연진 및 한인 2세 벤슨 리 감독, 팬들과의 만남 개최
- 영화 전문지 '버라이어티'(Variety), 온라인 잡지 '크레이브온라인'(CraveOnline), 일간지 '로스엔젤레스 데일리 뉴스'(LA Daily News) 등 다양한 현지 언론에 소개

- \* 서울서칭 : 1980년대 중반 미국·독일·브라질 등에서 정부의 모국 체험캠프에 참여한 6명의 10대 소년·소녀가 한인으로서의 정체성을 찾아가는 과정을 그리는 영화

## 기타

- 한류 전파 축제 ‘Connet 2 Korea SF 페스티벌’ 개최(‘15.7.11, 샌프란시스코 골든게이트파크)
  - K-Pop 경연대회, 한국 사진전, 한복 행사, 전통놀이 체험 등 진행
  - ‘Korea Innovative Product Zone’을 통해 쿠팡, 배달의 민족 등 한인 벤처기업과 투자기관 소개, 벤처 한류를 위한 다양한 공간 마련
  - ※ (공동주최) 한미문화교류재단(KORUS Foundation), 샌프란시스코 총영사관

## 2 멕시코

### K-Pop

- ‘2015 K-Pop 월드 페스티벌’\* 멕시코 예선대회 개최(‘15.7.5, 멕시코시티 메트로폴리탄 극장)
  - 예선 참가 접수 168팀 중 15개 팀 공연, 약 3,000명 관객 참석
  - EXO 〈Mama〉, 〈Call Me Baby〉, 오렌지카라멜 〈My Copy Cat〉 우승곡으로 선정
  - \* K-Pop 월드 페스티벌 : 매년 10월 창원서 개최되는 커버댄스 페스티벌. ‘15년 5회째
  - ※ (공동주최) 문화체육관광부, 외교부, KBS, 주멕시코 한국문화원 (후원) 삼성전자

#### KOFICE NOTE

멕시코시티, 과달라하라, 베라크루스 등 멕시코 전역에서 많은 젊은이들이 참가한 K-Pop World Festival Mexico 2015는 ‘13년에 비해 예선 참가자 비율이 14% 이상 상승했으며, 전 세계 87개 공관이 개최한 지역 예선 중 최대 규모로 치러짐. 이에 멕시코 다수 언론은 성공적으로 개최된 본 행사의 관련 소식을 잇달아 보도.

멕시코 내 TV 프로그램 비평가이자 한류 예찬가인 알바로 쿠에바는 현지 유명 일간지 <밀레니오>를 통해 “멕시코는 물론 전 세계에서 가장 성공적인 수출품이자 한류 대표 주자는 K-Pop”임을 언급(밀레니오, 2015.7.7.)

한편 <라 카피탈>은 이번 행사 참가자인 26세 치과과사 라우라 씨와의 인터뷰를 통해 “한국 K-Pop은 J-Pop과 일본 만화를 접하면서 알게 됐으며, 안무와 노래를 위해 끊임없이 노력하는 K-Pop 스타들의 모습이 내 삶의 방식이 됐다”고 밝힘. 또한 <엘우니베르살>은 K-Pop World Festival을 “국가의 지원 하에 한국의 문화 상품을 적극적으로 홍보하는 장”으로 소개하면서 “멕시코 TV 방송국이나 언론을 통해 K-Pop을 만나기는 어려운 반면, 오프라인 페스티벌 참여를 통한 K-Pop 체험은 인기를 얻고 있다”고 언급.

멕시코 내 K-Pop 페스티벌은 단순한 ‘아이돌 따라하기’를 넘어 한류의 새로운 문화 트렌드로 자리 잡고 있음. 따라서 K-Pop 대회를 통한 현지 가수 데뷔 기회가 확대되고, 이를 통해 K-Pop이 자연스럽게 회자되어 또 다른 유행을 낳는 선순환 구조가 구축되어야 할 것임

## 기타

- 주멕시코 한국문화원, ‘대한민국의 아름다움과 그 자연’ 사진전 개최(‘15.6.19~8.31, 멕시코시티 에르미따역)
  - 한국의 풍경과 자연, <시크릿 가든>, <내 이름은 김삼순>, <피노키오> 등 대표 한류 드라마 포스터, 빅뱅 포스터 등 67개 사진작품 전시
  - 외교사절단, 멕시코 한류팬 및 현지인 500여 명 참석
  - 지하철 에르미따(Ermita)역, 싸빠따(Zapata)역 내 전시를 통해 다수 현지인과의 접점 확보, 멕시코 내 한류 문화 전파 기대
  - ※ (공동주최) 주멕시코 한국문화원, 멕시코시티 지하철본부



# IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

## 1 영국

### 기타

#### ○ 영국 미디어, 한국 대중문화 관련 보도

- 가디언지\*, 'The playlist: new bands - CL, Shades, Sextile and more'라는 제목의 기사 게재, 2NE1 멤버 씨엘 집중 소개('15.6.22)
- BBC, 'Korean food finds global appetite'라는 제목으로 한국 식품사업 관련 소개('15.6.24)
- \* 가디언지(The Guardian) : 영국의 유력 일간지. 발행부수 약 40만 부

#### ※ 영국 미디어, 한국 대중문화 언급 관련 주요 내용

언론사	주요 내용
가디언지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 걸그룹 2NE1의 리더 씨엘은 뛰어난 아티스트이며, "2NE1은 영국의 보이그룹 One Direction보다 더 큰 영향력을 지녔다"고 소개</li> <li>- 씨엘은 미국인 제작자 스쿠터브라운과 함께 '15년 말 솔로 앨범을 발표할 예정. 또한 미국 프로듀서 Diplo의 말을 인용해 "씨엘은 현재 가장 멋진 여성가수"라 언급</li> </ul>
BBC	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BBC는 런던의 젊은이들 사이에서 인기를 끌고 있는 한국인 셰프 "Jinjuu"(최진주)를 소개하며, "최진주 씨는 영국뿐만 아니라 홍콩에도 진출해 세계인의 입맛을 사로잡고 있다"고 보도</li> <li>- 런던 한인타운인 뉴몰든(New Molden)을 배경으로 영국에서 가장 거대한 유통망을 가진 한국 식품업체 H-Mart는 영국인들의 먹거리에 큰 영향을 주고 있음</li> <li>- H-Mart는 현재 영국 전역(런던, 버밍엄, 에딘버러, 맨체스터)에 걸쳐 체인점을 보유하고 있으며, 한국 식품이 영국인의 입맛을 사로잡는 데 일조</li> </ul>

#### ○ 'K-Pop World Festival in 창원'\* 영국 예선전 개최('15.7.5, 런던 센트럴)

- 영국 K-Pop 동호회 회장 Tammy 등 다수 현지 전문가 심사
- 총 14팀 예선 참가, 빅뱅 <Bang Bang Bang>, 소녀시대 <Into the New World>, 포미닛 <Crazy> 우승곡으로 선정
- \* K-Pop 월드 페스티벌 : 매년 10월 창원시 개최되는 커버댄스 페스티벌. '15년 5회째
- ※ (공동주최) KBS, 창원시 (후원) 주영국한국문화원

## 2 기타

### ○ (벨기에) Hidden Power\*, K-Pop 댄스 공연 'Life is Good' 개최('15.6.28, 브리셀 Theatre Zinnema)

- Hidden Power 멤버 25명, 카라 <Mamma Mia>, 미스에이 <Bad Girl Good Girl>, 박재범 <So Good> 등 10여 곡 댄스 공연
- 입장료 12유로(한화 약 1만 5천 원), 300석 매진

\* Hidden Power : 벨기에 비영리 힙합댄스 스쿨

### ○ (프랑스) 홍상수 감독 <자유의 언덕>, 프랑스 40여 개 극장 개봉('15.7.8 프랑스)

- 현지 배급사 Les Acacias\* 프랑스 전역 배급

\* Les Acacias : 프랑스 영화 배급사. 홍상수 감독작 다수 배급

작품명	감독/출연	내용
자유의 언덕	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 감독 : 홍상수</li> <li>• 출연 : 카세료, 문소리 등</li> </ul>	몸이 아파 잠시 요양한 후 복귀한 여강사와 그런 여강사를 짝사랑하며 매일같이 편지를 보내는 일본어 강사의 이야기

## V. 권역별 한류 동향 - 기타

### 1 호주

#### ○ 시드니 한국문화원, 영화제 ‘Cinema-K’ 개최(‘15.6.18, 시드니 한국문화원)

- 매주 목요일, 한국 영화에 관심 있는 현지인 대상으로 영화 상영
- 현지 영화평론가 Russell Edwards 초청, 한국 영화에 관한 특별 강연 진행

#### ※ 시드니 한국문화원, ‘Cinema-K’ 내 Russell Edwards 강연 주요 내용

- ① 6월 18일에 열린 Russell Edward의 첫 강의 ‘Korean Cinema’s struggle to survive(한국 영화의 생존을 위한 투쟁)’에서는 한국 영화의 시작부터 1988년 서울올림픽 이전까지의 한국 영화 역사에 대해 다룸. 일제 강점기, 대부분의 한국 영화감독들은 일본에서 유학했으며, 1926년 항일 민족정신을 주제로 제작된 나운규 감독의 영화 <아리랑>의 경우 기술적 측면에서 일본의 영향을 많이 받음
- ② 일제로부터의 해방 직후 최초로 제작된 영화는 1946년 최인규 감독의 <자유만세>이며, 신상옥 감독의 영화 <지옥화>는 전쟁 직후 어수선했던 시대 상황을 배경으로 함. 1960대 대표작으로는 배우 안성기가 아역으로 출연했던 김기영 감독의 <하녀>가 있으며, 1980년대는 한국 명감독 임권택의 <씨받이>가 대표작임
- ③ 6월 25일에 열린 두 번째 강의 ‘The Korean Blockbuster(한국 영화 블록버스터)’에서는 관객 113만 명을 동원해 한국 영화의 새로운 경지를 연 임권택 감독의 <서편제>가 소개됨. 박정희 정부 당시 1967년부터 시행되어 온 스크린쿼터제는 영화산업 보호정책으로서 한국 영화 발전의 한 축을 담당
- ④ 스크린쿼터제라는 보호정책의 영향으로 1996년 CJ E&M이 설립됐으며, 이들은 1999년 Daewoo Entertainment사를 인수하면서 대규모 영화제작사로 성장. 2002년 영화 <쉬리>는 해외 여러 언론의 주목을 받으며 한류의 시작을 알림
- ⑤ 이후 한국 영화의 흥행 역사는 <공동경비구역 JSA>(박찬욱 감독), <친구>(곽경택 감독), <실미도>(강우석 감독), <왕의 남자>(이준익 감독), <괴물>(봉준호 감독) 등으로 이어지고 있으며, 한국 영화는 나날이 성장하고 있음

## [부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.6.28~7.12)

한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
권상우 (팬미팅)	'15.6.28	일본 (고베, Kobe International House)	JPY 11,800 (한화 약 10만 5천 원)	• 약 2천5백 명 참석
	'15.6.30	일본 (나고야, Kariya Cultural Center)		• 약 2천5백 명 참석
	'15.7.1	일본 (도쿄, Shibuko)		• 약 2천5백 명 참석
런닝맨* (콘서트)	'15.7.3	홍콩 (홍콩, Asia World Expo)	HKD 480~1,680 (한화 약 6만 9천 원~약 24만 2천 원)	• 약 1만 석 규모
이범수 (팬미팅)	'15.7.4	일본 (요코하마, Yokohama Arena)	-	• 약 2백 명 참석
FT아일랜드 (콘서트)	'15.7.4	중국 (상하이, Zhangning International Gymnastic Arena)	CNY 480~1,280 (한화 약 8만 7천 원~23만 2천 원)	• 약 4천 석 규모
씨앤블루 (팬미팅)	'15.7.4	말레이시아 (쿠알라룸푸르, Mid Valley Megamall)	RM 100~250 (한화 약 3만 원~7만 5천 원)	-
	'15.7.10	호주 (시드니, UNSW Round House)	AUD 89~199 (한화 약 7만 5천 원~16만 7천 원)	• 약 2천 석 규모
	'15.7.12	호주 (멜버른, Melbourne Covention and Exhibition Centre)	AUD 99~159 (한화 약 8만 3천 원~13만 4천 원)	• 약 3만 석 규모
SM타운 (콘서트)	'15.7.5~6	일본 (도쿄, Tokyo Dome)	JPY 13,500 (한화 약 12만 4천 원)	• 약 1만 명 참석
세븐 (팬미팅)	'15.7.7	일본 (도쿄, Nakano Sun Plaza)	JPY 9,500 (한화 약 8만 7천 원)	• 약 2천 석 규모
신화 (콘서트)	'15.7.11	중국 (다롄, DaLian ZhongSheng Center)	CNY 280~1,380 (한화 약 5만 1천 원~25만 2천 원)	• 약 1만 8천 석 규모
빅뱅 (콘서트)	'15.7.11~12	태국 (방콕, Impact Arena)	THB 1,500~8,500 (한화 약 4만 9천 원~28만 원)	• 약 1만 석 규모
박유천** (팬미팅)	'15.7.11~12	일본 (나고야, Nippon Gaishi Hall)	JPY 10,000 (한화 약 9만 2천 원)	• 약 1만 8천 명 참석

\* SBS 예능 프로그램 런닝맨 출연진 참여. 하하, 김종국, 지석진, 송지호 등

\*\* 드라마 &lt;트라이앵글&gt; 팬미팅

# [부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

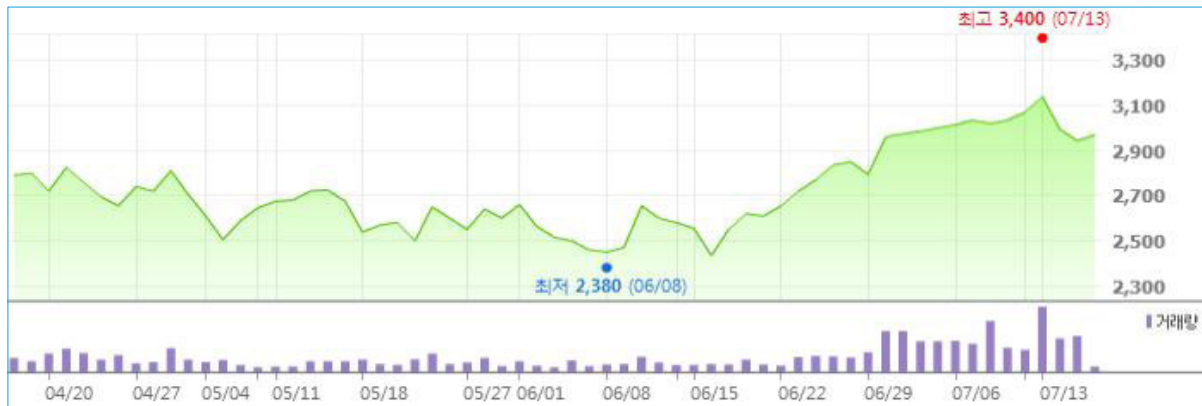
(‘15.4.14~7.14)

## 엔터테인먼트 업계 (11개사)

### 초록뱀



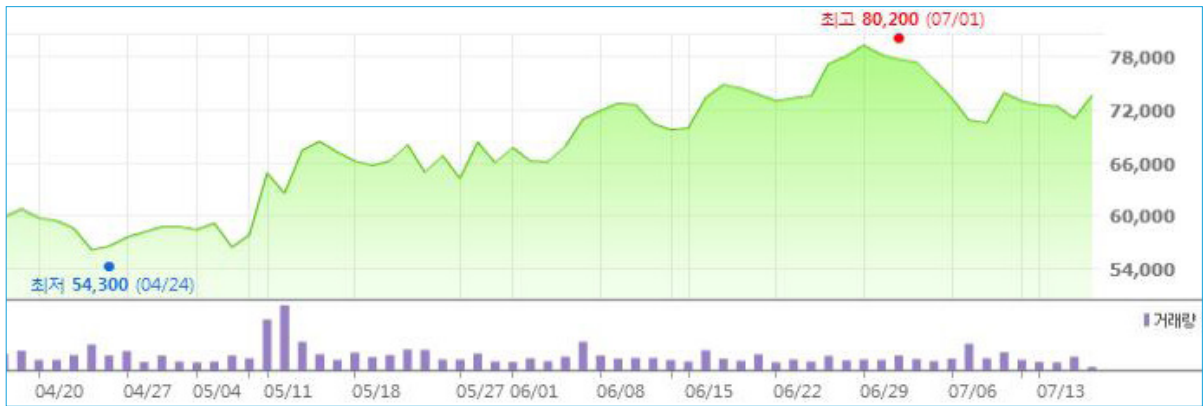
### IHQ



### 키이스트



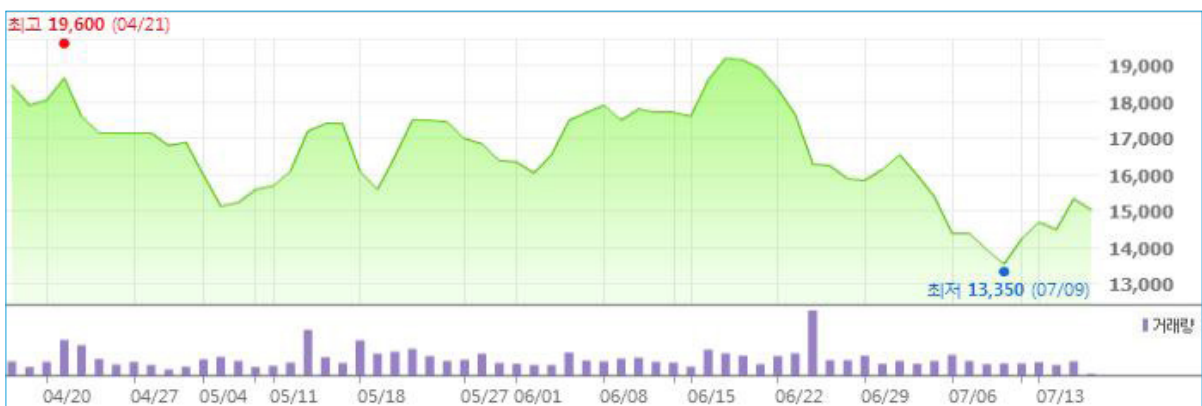
### CJ E&M



### 팬엔터테인먼트



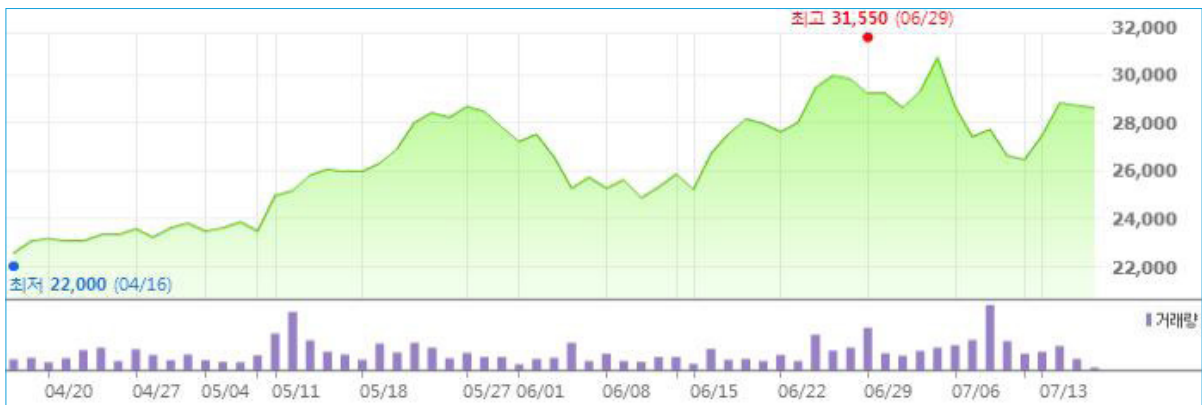
### SBS콘텐츠허브



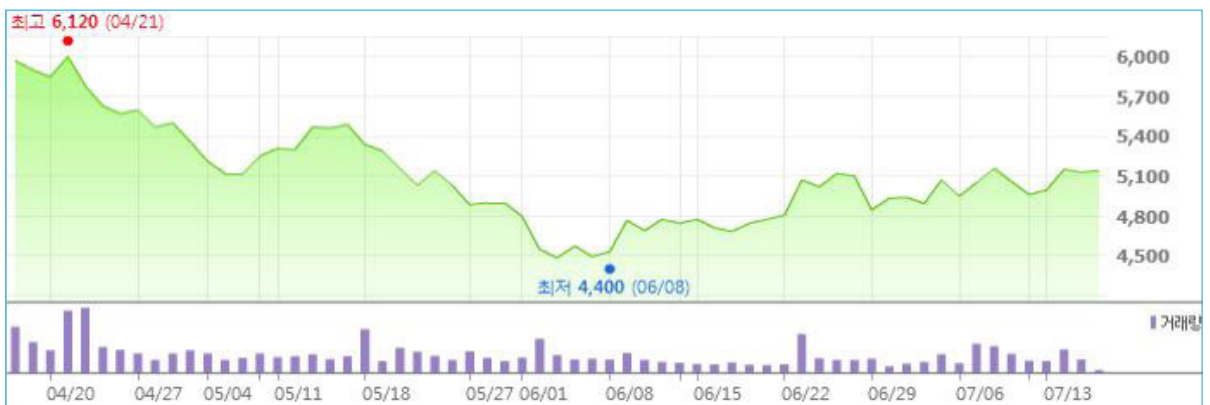
### FNC엔터테인먼트



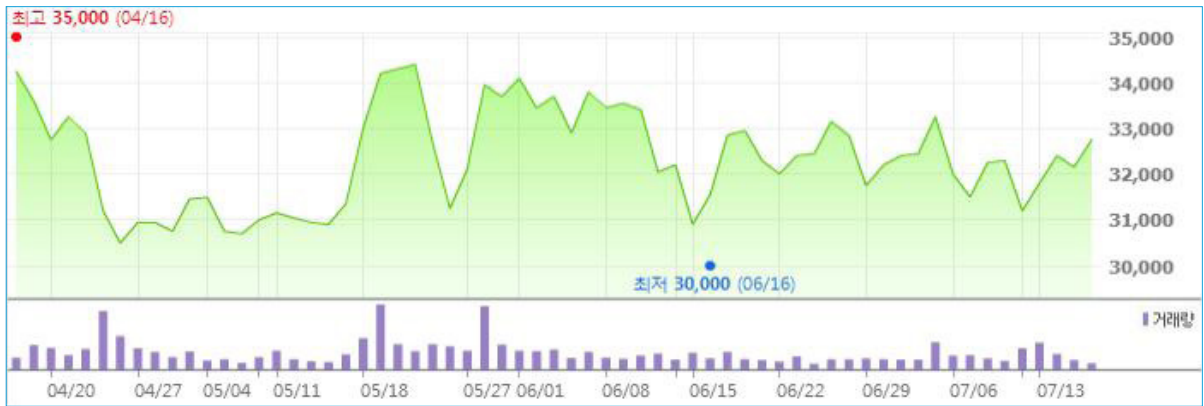
### NEW엔터테인먼트



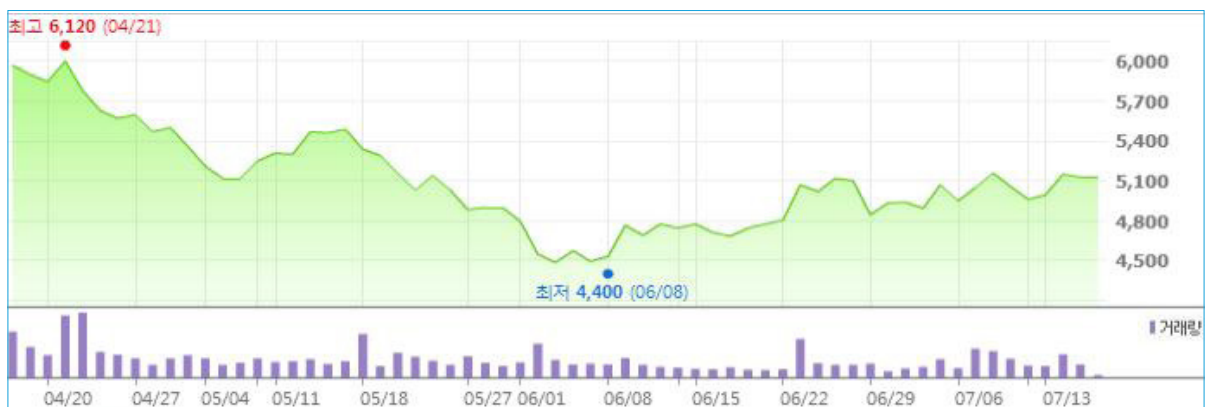
### JYP콘텐츠허브



### SM엔터테인먼트



### YG엔터테인먼트



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