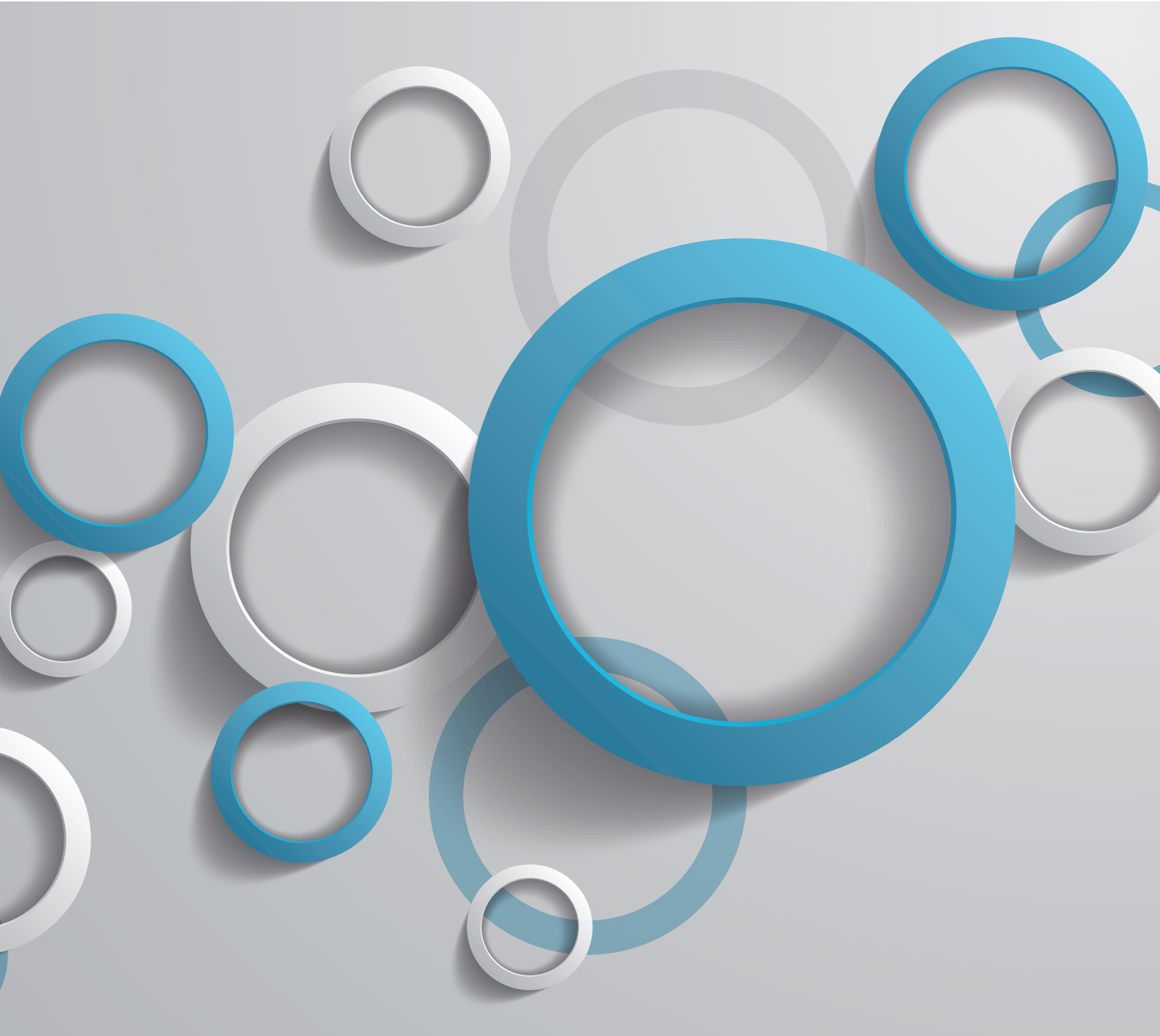


# 글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

92호



**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>	13
IV 권역별 한류 동향_ <b>유럽</b>	16
V 권역별 한류 동향_ <b>기타</b>	18
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	19
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	20

## ▣ 조사 개요

### 조사 지역 : 총 16개국

- 아시아(한국, 중국, 대만, 베트남, 일본, 홍콩)
- 미주(미국, 멕시코, 브라질, 캐나다)
- 유럽(프랑스, 폴란드, 스위스, 영국, 독일)
- 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

- 2015.7.30 ~ 2015.8.13(2주)

※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)

※ 발행인 : 김덕중 사무국장

※ 편집위원 : 남상현 박사, 김아영 연구원, 김노영 연구원, 권문정 연구원

## 2주간 한류 핵심 이슈

### ○ ‘서울 그레뱅 뮤지엄’\* 개관식 개최(‘15.7.29, 서울시청 을지로별관)

- 파리, 몬트리올, 프라하에 이어 4번째 도시로 서울 선정
- 지하 1층~지상 5층, 연면적 4천444㎡ 규모로 조성(관람시간 1시간 30분)
- 싸이, 비, 지드래곤, 배용준, 김수현, 박신혜, 이민호 등 한류스타 20여 명 및 국내외 유명인사 포함 총 80개 밀랍인형 전시
- \* ‘13년 서울시-프랑스 CDA(Compagnie des Alpes, 그레뱅 뮤지엄의 지주회사) 간 업무협약 일환

#### KOFICE NOTE

그레뱅 뮤지엄의 지주회사인 CDA(Compagnie des Alpes)는 서울 뮤지엄 설립을 위해 5년 전부터 서울시와 접촉해 옴. 도미니크 마르셀 CDA그룹 대표는 아시아 진출에서 서울을 첫 번째로 선택한 이유로 “영화, 음악, 디지털, 화장품 등 한국의 문화산업 콘텐츠가 탁월하기 때문”이라고 언급했으며, “특히 K-팝(Pop) 한류는 아시아 전역에 퍼져 있으므로 서울이 아시아 관광에서 가장 중요한 목적지가 되고 있다고 생각한다”고 밝힘.

서울 그레뱅 뮤지엄에는 건물 리모델링과 함께 총 190억 원 규모의 외국투자가 이루어짐(아시아경제, 2015.7.31) 특히 한류스타 밀랍인형이 다수 제작된 이번 전시회를 통해 관광객 유치, 일자리 창출 등 긍정적 효과가 이뤄질 것으로 보임.

그러나 연간 10억 원이 넘는 임대료 손실이 문제점으로 지적되고 있음. 서울시가 을지로청사를 빌려주고 박물관으로부터 받는 연간 임대료는 14억 5,000만 원인 반면, 청사 내 부서를 다른 건물로 이전하면서 지불해야 하는 임대료는 약 25억 원에 이룸(JTBC, 2014.12.16).

서울 그레뱅 뮤지엄 유치의 종래 목표인 관광 콘텐츠의 다양화, 방한객 유입뿐만 아니라 밀랍인형 제작기술의 국내 전수, 활용 분야 다각화, 타사업과의 연계 프로그램 개발 등 뮤지엄을 활용한 장기적 로드맵 구축 필요

### ○ 웹드라마 전문 국제영화제 ‘K웹페스트’\* 개최(‘15.7.30~31, 더케이호텔 서울)

- LA웹페스트 창립자 마이클 아자퀴 등 세계 각국 웹페스트 관계자 참석, 워너 브러더스 케네스 디슨, TV쇼 작가 브룩스 웨이첼 강연
- <우리 헤어졌어요> 강승윤, <닥터 이안> 산다라 박, 각각 남·여 주연상 수상
- 박병환 감독 베스트 감독상, 작가공작소 이현숙 대표 베스트 시나리오상 수상
- \* 동북아 지역 최초로 개최, 외국 웹시리즈 영화제 수상작 80여 편, 국내 초청작 10편, 국내 공모작 20편 등 총 110편 소개
- ※ (주최) JS탐엔터테인먼트, KWEB FEST 조직위원회
- (주관) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 서초구청, GB보스톤창업투자

# I. 국내 한류 동향

## 1 한류 업계 및 한류스타

### ○ 한류스타들 국외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 12회\* 공연 개최

\* 해외 진출 : 일본 3회, 중국 2회, 베트남·멕시코·브라질·칠레·싱가포르·말레이시아·필리핀 각 1회

### ○ 웹드라마 전문 국제영화제 ‘K웹페스트’\* 개최(‘15.7.30~31, 더케이호텔 서울)

- LA웹페스트 창립자 마이클 아자퀴 등 세계 각국 웹페스트 관계자 참석, 워너 브러더스 케네스 덕슨, TV쇼 작가 브룩스 웨이첼 강연

- <우리 헤어졌어요> 강승윤, <닥터 이안> 산다라 박, 각각 남·여 주연상 수상

- 박병환 감독 베스트 감독상, 작가공작소 이현숙 대표 베스트 시나리오상 수상

\* 동북아 지역 최초로 개최, 외국 웹시리즈 영화제 수상작 80여 편, 국내 초청작 10편, 국내 공모작 20편 등 총 110편 소개

※ (주최) JS탐엔터테인먼트, KWEB FEST 조직위원회

(주관) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 서초구청, GB보스톤창업투자

### KOFICE NOTE

웹드라마의 성장 배경에는 OTT(Over The Top) 동영상 서비스의 확산과 이를 시청할 수 있는 스마트TV, 모바일 기기 보급 확대, 그리고 최근 수년간에 걸친 국내 온라인 동영상 시청자들의 ‘시청행태 변화’가 자리 잡고 있음. 특히 젊은 층을 중심으로 PC와 모바일 단말에서의 동영상 시청이 증가하면서 이러한 시청행태에 특화된 콘텐츠 수요가 증가 웹드라마는 회당 3분에서 30분 분량의 짧고 유동적인 러닝타임, 다양한 소재, 한 시즌당 6회 정도의 작품 구성 등 기존 방송 콘텐츠와의 차별화를 보임. 그러나 웹드라마 형식에 걸맞은 작품 스타일의 부재, 제작비 부족 등이 문제점으로 지적되고 있는 상황. 보통의 드라마는 광고와 PPL(간접광고)을 통해 부족한 제작비를 충당하지만, 웹드라마는 광고를 통한 수익이 상대적으로 취약. 콘텐츠 재생 전후에 광고를 삽입하여 발생하는 광고수익 또한 서비스를 제공하는 포털사이트 플랫폼과 분배(한국경제, 2014.11.15)해야 하므로 총 제작비 대비 광고수익 규모는 미미한 수준. 문화 콘텐츠와 디지털과의 화학적 결합을 선보인 웹드라마의 지속 성장을 위해서는 저예산으로 인한 콘텐츠 품질 저하, 투자 회피, 산업 축소로 이어지는 악순환을 개선할 수 있는 방안(웹드라마 유료화 등)들이 모색되어야 함

○ **배우 지창욱\* 팬사인회 개최**(‘15.8.2, 강남관광정보센터)

- 중국, 일본, 프랑스, 이탈리아, 러시아, 이집트 등 세계 각지 팬 다수 참석
- 강남관광정보센터 2층 한류체험관 내 ‘지창욱 전시회’ 오픈 일환(‘15.8.15)
- \* 지창욱 : 글로리어스 엔터테인먼트 소속. 드라마 <기황후>, <힐러> 등으로 중화권 내 인기. ‘08년 데뷔

○ **‘썸머 K팝 페스티벌(Summer K-Pop Festival)’ 개최**(‘15.8.4, 서울광장)

- ‘방한 시장 회복 100일 작전’ 일환, 인피니트·티아라·유키스·갯세븐 등 정상급 한류스타 K-Pop 콘서트 진행
- 에버랜드, 롯데월드, 비밥 등 방한객 감소로 어려움을 겪고 있는 주요 관광업체 참가, 현장 홍보활동 전개
- \* 메르스 종식 이후, 안전한 한국 이미지 홍보 및 침체된 방한 시장 조기 회복 목적

○ **드라마 <오 나의 귀신님>\*, 8개국 방영권 판매**(‘15.8.6)

- 미국, 일본, 대만, 홍콩 등 해외 8개국 판매 완료
- 미국 내 동영상 스트리밍 사이트 드라마피버, 훌루 내 인기
- \* 오 나의 귀신님 : tvN 금토 드라마. (연출) 유제원 (극본) 양희승, 양서윤 (출연) 조정석, 박보영 등 (제작) 초록뱀미디어

○ **‘인피니트\*, ‘2015 코리아브랜드 & 한류상품박람회’\*\* 홍보대사 위촉**(‘15.8.6)

- 인피니트, 중국 내 K-Pop 한류 열풍을 선도하는 그룹으로 인기몰이 중
- 한·중 문화산업 교류, 국내 기업의 중국 진출 위한 다양한 홍보 활동 진행 예정
- \* 인피니트 : 국내 남성 7인조 그룹. 울림엔터테인먼트 소속. ‘10년 데뷔
- \*\* 한류상품박람회(KBEE) : 문화콘텐츠, 제조업, IT 등 국내 대표 융합 한류 브랜드를 소개하는 한류상품 전시회. ‘10년 시작

## 2 한류-관광 연계

○ **‘서울 그레뱅 뮤지엄\* 개관식 개최**(‘15.7.29, 서울시청 을지로별관)

- 파리, 몬트리올, 프라하에 이어 4번째 도시로 서울 선정
- 지하 1층~지상 5층, 연면적 4천444㎡ 규모로 조성(관람시간 1시간 30분)
- 싸이, 비, 지드래곤, 배용준, 김수현, 박신혜, 이민호 등 한류스타 20여 명 및 국내외 유명인사 포함 총 80개 밀랍인형 전시
- \* ‘13년 서울시-프랑스 CDA(Compagnie des Alpes, 그레뱅 뮤지엄의 지주회사) 간 업무협약 일환

## KOFICE NOTE

그레뱅 뮤지엄의 지주회사인 CDA(Compagnie des Alpes)는 서울 뮤지엄 설립을 위해 5년 전부터 서울시와 접촉해 옴. 도미니크 마르셀 CDA그룹 대표는 아시아 진출에서 서울을 첫 번째로 선택한 이유로 “영화, 음악, 디지털, 화장품 등 한국의 문화산업 콘텐츠가 탁월하기 때문”이라고 언급했으며, “특히 K-팝(Pop) 한류는 아시아 전역에 퍼져 있으므로 서울이 아시아 관광에서 가장 중요한 목적지가 되고 있다고 생각한다”고 밝힘.

서울 그레뱅 뮤지엄에는 건물 리모델링과 함께 총 190억 원 규모의 외국투자가 이루어짐(아시아경제, 2015.7.31) 특히 한류스타 밀랍인형이 다수 제작된 이번 전시회를 통해 관광객 유치, 일자리 창출 등 긍정적 효과가 이뤄질 것으로 보임.

그러나 연간 10억 원이 넘는 임대료 손실이 문제점으로 지적되고 있음. 서울시가 을지로청사를 빌려주고 박물관으로부터 받는 연간 임대료는 14억 5,000만 원인 반면, 청사 내 부서를 다른 건물로 이전하면서 지불해야 하는 임대료는 약 25억 원에 이름(JTBC, 2014.12.16).

서울 그레뱅 뮤지엄 유치의 종래 목표인 관광 콘텐츠의 다양화, 방한객 유입뿐만 아니라 밀랍인형 제작기술의 국내 전수, 활용 분야 다각화, 타사업과의 연계 프로그램 개발 등 뮤지엄을 활용한 장기적 로드맵 구축 필요.

#### ○ 서울시, ‘서울 한류관광명소’\* 시민 공모전 개최(‘15.7.31~10.31)

- 신청 대상, ‘14년 이후 방영된 국내 드라마·예능 프로그램 촬영지, 한류스타의 단골 명소, 한류스타 본인이나 가족이 운영하는 장소 등
- 11월 중 명소 확정, 서울 한류관광 웹페이지(<http://hallyu.visitseoul.net>) 소개
- \* ‘13년 드라마 <별에서 온 그대> 촬영지인 메밀국수집 유림면 포함 38곳 명소로 선정

#### ○ 가수 이루\* 제주도 홍보대사 위촉(‘15.8.11)

- 인도네시아 한류스타 이루 통한 제주 관광 홍보 활성화 목적
- 이루, 원희룡 제주도지사과 함께 제주 관광 마케팅 위해 인도네시아 방문, 현지 내 다양한 이벤트 개최 예정
- \* 이루 : 이루엔터테인먼트 소속. 인도네시아 최고 한류스타. ‘05년 데뷔

#### ○ 고양시, 신한류 문화관광도시로 도약(‘15.8.19)

- ‘고양 관광특구’ 지정, 킨텍스-한류월드-호수공원-라페스타-웨스턴돔 일대 3.94km<sup>2</sup>(여의도의 1.4배)
- K-Pop 상설공연장, 도심형 캠핑장 등 관광시설 확충, K-뷰티 및 의료 연계 관광상품 개발, 관광 축제 등 계획
- 한류와 마이스산업을 테마로 한 관광산업 활성화 기대

## 4 기타

### ○ 한국콘텐츠진흥원, ‘방송 포맷 수출입 현황 조사연구’ 보고서 발간(‘15.8.27)

- 한국 방송 포맷 수출입 현황과 유통 현주소 파악, 장기적 발전 방안 제시
- 최근 5년간 포맷 수출 단가 60% 상승(‘13년 약 1,911달러), 포맷 제작의 리얼리티 장르 쏠림 현상, 대형 방송사 중심의 제작구조 극복 필요

#### ※ ‘방송 포맷 수출입 현황 조사연구’ 보고서 주요 내용

- ① 2011년부터 2013년까지 국내 방송 포맷 수출 규모가 비약적으로 늘어나 연평균 약 105%의 성장률을 보임. 특히 2013년 포맷 수출액은 전년대비 139% 성장한 309만 9,000달러를 기록. 같은 해 수출 편수도 2011년 445편에서 4배 가까이 증가한 1,622편을 기록
- ② 최근 5년간 포맷 수출 단가 역시 약 60% 상승해 2013년 국내 포맷 수출 단가는 약 1,911달러에 이룸. 중국을 비롯한 아시아 국가에 제한됐던 주요 수출국도 지난해부터 영국, 프랑스, 터키, 네덜란드, 미국 등으로 다변화됨
- ③ 포맷 수입은 2011년을 정점으로 감소세를 보임. 이는 2011년 4개에 불과하던 포맷 제작 수가 2013년 36개로 획기적으로 늘어난 데에 기인한 것으로 국내 포맷 산업의 경쟁력이 강화되고 있음을 방증
- ④ 국내 포맷 산업은 한계점도 보이고 있는 것으로 나타남. 글로벌 시장 트렌드를 반영한 결과이긴 하나, 포맷 제작의 리얼리티 장르 쏠림 현상, 대형 방송사 중심의 제작구조는 극복이 시급한 과제로 밝혀짐. 또한 중동, 남미 등지로 확대되고 있는 한류 시장을 따라 국내 포맷의 해외 시장 역시 확대할 필요성도 제기
- ⑤ 방송사 차원의 포맷 전담 부서 확충과 포맷 바이블 제작을 위한 투자 확대가 요구됨. 정부의 모바일·온라인 플랫폼을 위한 포맷 개발 지원, 제작원 다원화를 위한 지원 확대 등 필요

### ○ 한국무역협회, ‘한류 현주소와 확산 방안’ 보고서 발간(‘15.8.12)

- 새로운 수출 성장 동력인 한류 콘텐츠 산업의 적극적 육성 방안 제시
- 현지 문화와 한류 간 접점 활용, 업종 간 연계 마케팅 등 전략적 접근 필요

#### ※ ‘한류 현주소와 확산 방안’ 보고서 주요 내용

- ① 세계 검색엔진 시장의 90% 이상을 차지하는 구글 검색량(K-Pop, 영화)과 한류 관련 동호회 활동을 통해 아시아(중국, 일본, 베트남), 중남미(브라질, 아르헨티나, 멕시코, 칠레), 중동(UAE, 사우디아라비아), 유럽(프랑스, 헝가리)의 한류 상황을 살펴본 결과 중국, 중남미 일부 나라를 제외하고 한류 붐이 하락 또는 정체로 나타남
- ② 한류의 경제적 파급 효과를 분석한 결과 문화콘텐츠 산업의 부가가치 및 고용유발효과는 제조업을 크게 앞섬. 고용과 자본을 고려한 생산유발효과(RS 생산유발)도 제조업의 1.3배에 달함
- ③ 문화콘텐츠 수출 상위 30개국의 2000~2014년 데이터 분석 결과 문화콘텐츠 수출 10% 증가 시 전체 소비재 수출은 0.18% 늘어남. 이에 따른 외국 관광객 유입 규모는 약 0.22% 상승한 것으로 집계됨
- ④ 한류의 경제적 파급 효과가 큰 만큼 한류 붐을 지속적으로 확산시켜 문화콘텐츠 산업을 새로운 수출 동력으로 육성해야 함. K-Pop 경연대회 개최, 현지 방송국 PD의 한국 초청연수 등 한류 업계와 현지 문화와의 접점 활용과 등의 전략적 접근이 필요
- ⑤ 더불어 영세 한류 업체를 위한 정부 지원(세제 및 금융 지원 확대), 대형 공연장 등 문화 인프라 확충, 해외 진출 시 현지국 규제 완화 개선 등 다양한 조치가 요구됨



## II. 권역별 한류 동향 - 아시아

### 1 중국

#### 드라마 · 예능

##### ○ 배우 홍종현\*, 중국 웹드라마 <상아탑> 캐스팅('15.8.3)

작품명	출연	내용
상아탑	• 출연 : 홍종현 등	중국 명문 대학 베이징예술대학에서 펼쳐지는 청춘 로맨틱 코미디

\* 홍종현 : 위드메이 소속. 대표작 영화 <위험한 상견례2>. '07년 모델로 데뷔

##### ○ 워너 김진우\*, 한·중 합작 드라마 <마법의 핸드폰> 캐스팅('15.8.7)

작품명	연출/출연	내용
마법의 핸드폰(가제)	• 연출 : 권남기 • 출연 : 김진우, 박민지 등	아이돌 걸그룹 스타와 평범한 청년의 사랑을 다룬 드라마

\* 김진우 : YG엔터테인먼트 소속. 그룹 WINNER 보컬. '13년 데뷔

### 2 대만

#### 드라마

##### ○ 한국 드라마, 방송 프로그램 방영 현황('15.7월)

방영 채널	비고	한국 드라마, 쇼 프로그램 명
빠따 방송국	대만 3대 드라마 채널	힐러, 냄새를 보는 소녀, 미생, 가족의 비밀, 동이, 연애 말고 결혼, 닥치고 패밀리, 순금의 땅, 뼈꾸기 등지, 사랑만 할래, 천번의 입맞춤

웨이라이 방송국	대만 3대 드라마 채널	별에서 온 그대, 관찮아 사랑이야, 마마, 귀부인, 미녀의 탄생, 엄마의 정원, 넝쿨째 굴러온 당신, 하얀 거짓말
동선 방송국		기황후, 아빠! 어디가, 애정 만만세, 예쁜 남자, 아름다운 그대에게, 피노키오, 궁중잔혹사-꽃들의 전쟁, 사랑했나봐, 전설의 마녀
웨이쓰 방송국	STAR TV, Fox International Channels 소속 채널	킬미힐미

## 영화

### ○ 최시원 주연 홍콩 영화 <파풍>, 대만 개봉('15.8.7)

배우	작품명	감독/출연	내용
최시원	파풍 (破風)	<ul style="list-style-type: none"> <li>감독 : 임초현</li> <li>출연 : 최시원, 팽우안 등</li> </ul>	젊은 남성 사이클 선수들이 고난을 극복하고 꿈을 향해 전진해 나가는 이야기

## 기타

### ○ 씨앤블루, 대만 유명 의류 브랜드 스테이리얼\* 광고 모델 발탁('15.8.5)

- 씨앤블루의 깔끔한 비주얼, 젠틀한 매너 등을 선정 요인으로 지목

\* 스테이리얼(STAYREAL) : 대만 인기 밴드 오월천(五月天)의 보컬 아신이 운영하는 의류 브랜드. 타이베이, 베이징, 상하이, 광저우, 홍콩 등 다수 지점 운영 중

## 3 베트남

## 드라마

### ○ 베트남 TV 내 한국 드라마 위축, 인도 드라마 약진('15.8.6)

- 주간무역, 베트남 안방에서 사라지는 한국 드라마 관련 보도

- 공동제작, 협력 마케팅 등 한국 드라마의 현지화 노력과 더불어 불법유통으로 인한 수익 저하를 해소하기 위한 전략 필요

### ※ 베트남 TV 내 한국 드라마 위축 관련 보도 주요내용

- ① 1986년 베트남의 개혁·개방 정책인 ‘도이모이’와 함께 베트남 젊은이들의 세련된 문화에 대한 갈증이 늘어나면서 한국 드라마가 인기를 얻기 시작. 1990년대 후반부터 2000년대 초까지 <첫사랑>, <의가형제>, <겨울연가>, <대장금>, <파리의 연인> 등 다수 한국 드라마를 통해 한류 열풍이 이어짐
- ② 베트남인들의 한국에 대한 동경, 한국의 성숙한 엔터테인먼트 산업, 우수한 드라마 품질 등은 베트남 프로덕션들이 한국 드라마 저작권을 수입하는 중요한 요인이 됨. 그러나 VTV, HTV, 빈롱, 투데이TV, E-채널 등의 유료, 무료 인기채널에서 한국 드라마의 비중은 크게 줄어들음. 베트남 TV 채널에서 한국 드라마가 한 편도 편성되지 않는 채널도 적지 않음
- ③ 반면 인도, 대만, 홍콩, 필리핀, 태국, 터키 드라마가 새로 진입해 인기를 얻고 있음. 주요 한국 드라마 방영 채널로 알려졌던 HTV3는 현재 12편의 인도 드라마를 방영하고 있음. 현지 드라마 제작사 골든웨이브프로덕션의 부티비치리엔 대표는 “최근 3년간 인도 드라마의 점유율이 지속적으로 높아져 현재 한국 드라마를 앞질렀으며, 인도 드라마에서 창출되는 이익이 계속 늘고 있어 향후 전망도 매우 밝다”고 언급
- ④ 한국 드라마 방영 감소의 가장 큰 이유는 현지 드라마 수입업자들의 수익성 보장이 불확실하다는 점임. 한국 인기 드라마는 회당 3,000~4,000달러에 수입되지만, TV 방영 이전에 이미 온라인 사이트에 무료로 유통 공개되어 현지 수입업자들의 이익이 줄어들고 있음. 베트남 스마트폰 사용률이 52%에 달해 TV에 대한 의존도마저 약화되고 있는 실정
- ⑤ 국내 제작사와 현지 제작사 간 협력을 통해 제작기술, 마케팅 노하우를 공유하고, 프로그램 공동제작 등 베트남 대중에게 다가가기 위한 노력을 기울여야 할 것임

## 기타

### ○ 베트남 포털 사이트 Zing.vn, 베트남 내 한국 스타 모방 관련 보도

- Zing.vn, “베트남에서 DJ소다의 복제 스타 출연”(15.6.19), 베트남에서 CL(2NE1)을 복제한 가수 등장”(15.7.11)이라는 제목의 기사 게재
- 한류스타 모방을 통한 베트남 스타의 현지 인지도 상승

### ※ 베트남 내 한국 스타 모방 관련 기사 주요 내용

언론사	주요 내용
Zing.vn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “베트남에서 DJ소다의 복제가 출연(Xuất hiện bản sao của DJ Soda tại Việt Nam)”이라는 제목의 기사 소개</li> <li>- ‘판 트란 찌에우’라 불리는 호치민의 DJ는 베트남 하우스 음악, EDM, 일렉트로 등을 전문으로 함. DJ소다의 헤어스타일을 모방한 이후 그와 한국의 DJ소다를 혼동한 많은 사람들이 관심을 보였으며, 온·오프라인을 넘나드는 인기를 얻고 있음</li> </ul>
Zing.vn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “베트남에서 CL(2NE1)을 복제한 가수 등장(Xuất hiện bản sao ca sĩ CL (2NE1) tại Việt Nam)”이라는 제목의 기사 보도</li> <li>- 베트남 ‘9X’라는 댄서의 이미지가 한국의 2NE1 리더 CL(“대중음악의 선두주자”)와 유사하게 보여 그의 모습이 온라인 커뮤니티에서 많이 공유되고 있음</li> <li>- 네티즌들은 ‘9X’에 대해 슬림한 얼굴과 눈, 눈꺼풀, 그리고 대담한 스타일의 힙합으로 한국 음악계를 이끄는 가수(CL)과 “쌍둥이 자매”라고 평함</li> </ul>

## 4 기타

### ○ (일본) 김수현, 드라마 <프로듀사>\* 이벤트 개최('15.8.7, 도쿄 메르파르크홀 / '15.8.8, 오사카 오릭스 극장)

- 한·중·일 아시아 팬 약 5,000명 참석
- '15년 10월 일본 내 <프로듀사> 방영 프로모션 일환
- 드라마 비하인드 스토리 토크, 이심전심 퀴즈게임, 볼링스코어 게임, 추첨 통한 비빔밥 시식 기회 등 다양한 이벤트 제공
- \* 프로듀사 : KBS2TV 금·토 드라마. (연출) 표민수·서수민 등 (극본) 박지은·김지선 (제작) 프로듀사문화산업전문회사·초록뱀미디어

### ○ (홍콩) 엠펙러엔터테인먼트코리아\*, 드라마 <사임당>에 100억 원 투자('15.8.11)

- 총 1억 달러(한화 약 1,100억 원) 투자
- 홍콩 본사 엠펙러그룹의 지원과 <사임당> 제작사 그룹에이트, 배우 이영애·송승헌 참여를 통한 시너지 효과 기대
- \* 엠펙러엔터테인먼트코리아(EEK) : 성룡, 이연걸, 유덕화, 주윤발 등 중국 최고 배우들의 영화 제작 및 배급사인 엠펙러 그룹의 자회사. '00년 설립

## III. 권역별 한류 동향 - 미주

### 1 미국

#### K-Pop

##### ○ 가수 윤미래, 세계적인 DJ 보이즈 노이즈\*와 콜라보레이션 앨범 발표('15.7.31)

- 콜라보 싱글 앨범 <#Capture The City> 공개
- 출퇴근 시간의 교통정체, 지하철 소리, 사무실에서 키보드 두드리는 소리 등 서울 어디에서나 들을 수 있는 소리를 음악으로 제작

\* 보이즈 노이즈(BOYS NOIZE) : 가수 겸 DJ. 독일 출신. '08년 데뷔

##### ○ 밴드 혁오\*, 4주 연속 빌보드 월드 앨범 차트 톱 10 진입('15.7.31)

- '15년 5월 발표한 미니 앨범 <22>, 최신 월드 앨범 차트 6위 기록

\* 밴드 혁오 : 하이그라운드 소속. 오혁, 임동건, 임현제, 이인우 4인으로 구성. '2015 무한도전 영동고속도로 가요제' 출연으로 인기몰이 중

##### ○ 포미닛\*, 한국 아티스트 최초 미국 라디오 방송 출연('15.8.2)

- 미국 위성 라디오 '시리어스XM(SiriusXM)'의 채널 셰이드45(Shade45) 음악 프로그램 '홀리우드 셔플\*\*' 내 인터뷰
- 멤버 현아와 가수 사이의 협업, 포미닛 활동을 배경으로 한국 문화, K-Pop 현상 논의

\* 포미닛(4minute) : 큐브엔터테인먼트 소속 여성 걸그룹. '09년 데뷔

\*\* 홀리우드 셔플(Whoolywood Shuffle) : 채널 셰이드45의 간판 음악 프로그램이자 현지 힙합 음악 팬들이 즐겨 찾는 유명 라디오 프로그램. (진행) Dj Whoo Kid

#### 영화

##### ○ '제3회 귀넷국제영화제'\*, <오 한 리버, 히드 마이 스토리> 상영('15.7.31~8.2, 조지아 주 델루스)

작품명	감독	내용
오 한 리버, 히드 마이 스토리 (Oh Han River Hid My Story)	• 감독 : 아속 타파 마갈	한국에서 일하는 외국인 이민자들이 고국으로 돌아가게 되면서 벌어지는 이야기를 한강을 소재로 풀어낸 다큐멘터리

\* 귀넷국제영화제(Gwinnett International Film Festival) : 미국 조지아주 귀넷카운티에서 열리는 국제영화제. '13년 시작

○ 배우 이용범\*, 한·미 합작영화 <환생> 캐스팅(15.8.7)

작품명	감독/출연	내용
환생 (Dead Again)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 감독 : 데이브 실버맨</li> <li>• 출연 : 김동준, 이용범 등</li> </ul>	사랑에 집착하는 한 인물의 파멸을 그린 공포 호러물

\* 이용범 : 퍼즐엔터테인먼트 소속. 대표작 드라마 <비정성시> 출연

## 기타

○ CJ E&M, 'KCON 2015 USA'\* 개최(15.7.31~8.2, 미국 LA 스테이플스 센터, LA 컨벤션센터/15.8.8, 뉴욕 프루덴셜센터)

- 'K콘 비즈니스 컨퍼런스' 개최, 한인 배우 및 감독과의 만남, 한국 중소기업 부스 설치, M.net 음악 방송 <엠카운트다운>\*\* 개최 등
- 입장권 약 50~800달러(한화 약 5만 8천 원~93만 원, 참가 일수 및 좌석 등급에 따른 차등)
- 4일간 7만 5천여 명 방문, 경제적 가치 5,500억 원으로 추정
  - \* 소녀시대, 틴탑, VIXX, AOA 등 출연, 약 8천 명 참석. 관람객 90% 이상 미국인
  - \*\* KCON : 한국 문화를 테마로 공연, 음식, 미용, 자동차, 뷰티, 엔터테인먼트 산업과 서비스를 결합한 융복합 문화축제. '12년 시작

### KOFICE NOTE

케이콘은 단순한 K-Pop 콘서트 개최를 넘어 한국의 문화 및 서비스, 제품 시장을 결합한 대형 컨벤션(전시회)으로 전 세계 무대에서 활약 중. 전문가들은 'KCON 2015 USA'의 경제적 가치를 '14년 2,800억 원보다 약 2배 가까이 증가한 5,500억 원으로 추정. 한국 기업 제품의 수출 증가 효과가 약 4,514억 원, 한국을 찾게 되는 관광객들로 인한 관광 유발 효과는 548억 원으로 추산. 여기에 NBC, CBS, LA타임스, 뉴욕타임스를 비롯한 전 세계 150개 이상의 해외 매체들이 문화를 넘어선 한류 열풍을 보도함으로써 얻는 홍보 효과 역시 400억 원을 넘어설 것으로 기대(머니투데이, 2014.8.9)

특히 41개 중소기업을 초청해 중소기업의 글로벌 진출을 지원하는 KCON은 해외 판로 개척에 어려움을 겪는 중소기업들에게 해외 진출 창구 역할을 통해 그 역할을 담당하고 있음. 본 행사에서는 한국 메이크업 및 스타일링 클래스와 한국 뷰티 체험 코너가 큰 인기를 얻었으며, 비빔밥을 만들어 보는 쿠킹클래스와 불고기 등을 판매하는 푸드트럭에 인파가 몰림(연합뉴스, 2015.8.9). 이처럼 KCON은 한류를 매개로 한식, 화장품, 관광 등 유관 산업에 부가가치를 창출하고, 중소기업과의 상생을 통해 한국의 국가 브랜드 가치를 제고하는 플랫폼으로 자리매김하고 있음. 컨벤션을 무대로 한류의 낙수효과 혜택을 받는 중소기업들이 확대되고, 문화와 ICT 융합을 통한 부가가치가 창출될 수 있도록 더욱 세부적인 문화융성 및 창조경제 전략이 마련되어야 할 것임

## 2 기타

### ○ (멕시코) Foro TV\*, 한국 K-Pop 관련 보도('15.7.29)

- "K-Pop은 한국을 대표하는 효자 상품"으로 타 산업 분야의 소비를 견인
- K-Pop 스타의 사생활 부재, 걸그룹 멤버의 결혼 후 퇴출 등 문제점 지적
- \* 포로 TV(Foro TV) : 스페인어권 최대 미디어뉴스 민영 채널

#### ※ 한국 K-Pop 관련 보도 주요 내용

- ① 한국의 K-Pop은 116억 달러(한화 약 13조 6천억 원)의 수익을 올리는 한국의 대표 효자 상품. K-Pop은 음악뿐만 아니라 스타들의 음식, 메이크업, 패션, 비디오 게임등 연관 상품들의 소비를 증가시킴
- ② 2000년부터 시작된 한류는 사이의 <강남스타일>이 인터넷과 SNS를 통해 전 세계적으로 성공한 이후 지속적으로 도약했으며, 현재 '한류=K-Pop'으로 통용될 만큼 성장. 한편 지난 7월 29일 현지 공연에 참석한 방탄소년단, 오마이걸, CLC 등 다수 K-Pop 그룹을 소개
- ③ 하루에 12시간씩 노래, 안무 연습, 외국어 공부까지 진행하며 오랜 기간 연습생 생활을 거쳐 스타가 된 이들의 도전과 노력을 칭찬. K-Pop 스타가 된 후 개인 사생활이 없다는 점, 걸그룹의 경우 결혼 후 퇴출되는 경향이 있다는 것이 K-Pop의 현실임을 지적

### ○ (브라질) 한류 사랑 모임 '비바 코레이아' 출범('15.7.29, 상파울루 가제타 극장)

- 한류 팬클럽 회원, 한국문화원 명예기자단, 상파울루 대학(USP) 한국어학과 대학생, 한국문화강좌 수강생 등 700여 명 참석
- '2015 K-Pop 경연대회' 브라질 예선 개최, 한국 식품 맛보기 부스 설치, K-Pop 스타 핸드프린팅 전시 등 부대행사 마련
- 2016년 리우데자네이루 하계올림픽의 성공적 개최, 한-브라질 양국 대표선수단 선전을 위한 다양한 활동 참여 예정
- \* 아니마문디(ANIMA MUNDI) : 남미대륙 최대 국제 애니메이션영화제. 매년 브라질 리우데자네이루, 상파울루서 개최. '92년 창설

### ○ (캐나다) 영화 <돌연변이>, 토론토국제영화제\* 초청('15.8.12)

작품명	감독/출연	내용
돌연변이 (Collective Invention)	• 감독 : 권오광 • 출연 : 이광수, 박보영 등	신약 개발 부작용으로 생선인간이 된 청년 박구가 세상의 관심으로 일약 스타가 됐다가 제약회사의 음모로 퇴출될 위기에 처하는 이야기

\* 토론토국제영화제(Toronto International Film Festival) : 북미 시장을 겨냥한 다양한 영화들을 소개하는 영화제. '76년 시작

## IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

### 1 프랑스

#### 영화

##### ○ 홍상수 감독 <자유의 언덕> 프랑스 개봉, 현지 영화비평가 호평(‘15.8)

- 장 미셸 프로동\*, “극도로 단순하면서도 흥미진진한 복잡성을 함께 지닌, 정말 훌륭한 작품이다” 극찬
- 프랑스 40여 개 극장 개봉, 현지 관객 및 영화비평가 호평

\* 장 미셸 프로동(Jean-Michel Frodon) : 프랑스 영화평론가 앙드레 바쟁이 1947년 창간한 영화전문지 ‘카이에 뒤 시네마(Cahiers du Cinema)’의 전 편집장

#### 기타

##### ○ 프랑스 한류커뮤니티 연합 프로젝트, ‘Hallyu Com-On Soirée\*\*\*’ 개최(‘15.8.8, 주프랑스 한국문화원)

- 프랑스 문화와 한류를 접목한 한-불 문화교류 행사
- K-Pop 공연 및 퀴즈, 한식 체험, 부채 만들기, 윷놀이 등 진행
- 현지 한류팬 약 200명 참석

\* 수와레(Soirée) : 프랑스인들이 친목을 도모하는 전형적인 모임을 일컫는 말

\*\* Hallyu Com-On(한류컴온) : 한국문화산업교류재단(KOFICE)이 주최하는 해외 한류커뮤니티 연합 프로젝트 브랜드. 한류 커뮤니티 활동은 현재 진행 중(Communities Activity On), 한류 커뮤니티가 한자리에 모임(Come On)이라는 이중적 의미를 담음. ‘15년 시작

※ (주최) 한국문화산업교류재단 (주관) Bonjour Corée, Kajian

### 2 기타

##### ○ (폴란드) ‘2015 바르샤바 K-Pop 페스티벌’ 개최(‘15.7.29, 주폴란드 한국문화원)

- ‘한류기획단’\*이 주최하는 8월 주요 행사로 해외 한류행사 개최를 통한 메르스 안심국가 홍보 및 해외 관광객 유치 확대 도모
- 39개 팀 온라인 예선 통과, 10개 팀 본선 경연
- K-Pop 커버댄스 경연대회, 아이돌 그룹 ‘보이프렌드’ 공연, K-Pop 클럽 서머 나이트 등 다양한 행사 진행



\* 한류기획단 : 한류의 지속가능한 성장방안을 모색하는 문화체육관광부 산하 민간 협력 협의체. 6개 정부부처, 방송 3사, 콘텐츠 기업, 화장품·패션 등 소비재 기업 총 31개 기관 참여. '15년 6월 출범

※ (주최) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 주폴란드 한국문화원

○ (스위스) 홍상수 감독 <지금은 맞고 그때는 틀리다>, '제68회 로카르노영화제'\* 초청('15.8.5, 스위스 로카르노)

부문	작품명	감독/출연	내용
경쟁부문	지금은 맞고 그때는 틀리다	<ul style="list-style-type: none"> <li>감독 : 홍상수</li> <li>출연 : 정재영, 김민희 등</li> </ul>	영화감독 함춘수와 화가 윤희정의 만남과 헤어짐에 관한 이야기

\* 로카르노영화제(Locarno International Film Festival) : 스위스영화협회가 주관하여 매년 8월경에 스위스 로카르노에서 개최하는 국제영화제. '46년 창설

○ (영국) 종합문화행사 '런던 코리안 페스티벌' 개최('15.8.9, 런던 트라팔가 광장)

- 한국 문화·예술·관광·콘텐츠 등 소개, 관람객 약 5만 명 참석
- K-스타일 패션쇼, 전통예술 및 K-Pop 공연, 문화관광·한식체험존, 애니메이션, 게임, 웹툰 등 한류콘텐츠존 전시체험관으로 구성
- 유럽 관광 및 언론을 대상으로 한국 관광 홍보, 국가 이미지 제고 및 방한 수요 회복 기대
- ※ (공동주관) 한국콘텐츠진흥원, 한국관광공사, 주영한국문화원

**KOFICE NOTE**

2015 런던 코리안 페스티벌에서는 한류 콘텐츠 전시 및 공연뿐만 아니라 한류 수용자들이 직접 참여하는 행사가 성황리에 진행됨. <유니언 커뮤니티 프로젝트>(한국문화산업교류재단, 주영한국문화원 공동 주관)는 현지 한류 커뮤니티들이 자발적으로 협력해 그들만의 프로그램을 기획하고 진행함으로써 한류 문화 서포터즈단 육성 계기를 마련함. 'Hallyu Com-On' 프로젝트의 리더 타미 제인(Tammy Jane) 양은 "현재 영국 내에 활동 중인 DGC, Treason 팀 이외 다양한 커뮤니티들과 협력해 현지 K-Pop 팬들이 한국 문화 축제에 함께 참여해 즐길 수 있도록 초점을 두고 기획"했다고 밝힘. 또한 'K-Dance 워크숍'에 런던 코리안 페스티벌 비보이 공연 팀인 '진조크루'가 스페셜 게스트로 참여해 현지 K-Pop 팬들로부터 많은 관심을 얻음.

한국 관광 홍보와 국가 이미지 제고와 같은 거시적인 목표에 앞서 해당 프로젝트가 개별 한류 팬들에게 영국 내 한류 정보와 교류의 기회를 제공했다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있음. 본 행사는 향후 영국 내 한류 커뮤니티 활성화뿐만 아니라, 영국 한류 확산을 위한 주춧돌 역할을 담당할 것으로 보임

○ (독일) YG엔터테인먼트, '레드 닷 디자인 어워드 2015'\*서 5개 작품 본상 수상\*\*('15.8.10)

- '커뮤니케이션 디자인 어워드' 패키지 부문 수상
- 워너 데뷔 브랜딩, 패션 브랜드 론칭 콘셉트를 아티스트의 데뷔 콘셉트에 차용한 최초의 프로젝트로 그 독창성을 인정받음
- \* 레드 닷 디자인 어워드(Red Dot Design Award) : 미국 'IDEA 어워드', 'iF 디자인 어워드'와 함께 세계 3대 디자인 어워드 중 하나. '95년 시작
- \*\* 워너 데뷔 브랜딩, 2NE1 2집 <CRUSH>, 태양 2집 <RISE>, 'YG FAMILY CONCERT IN SEOUL LIVE' CD, YG-우리은행 콜라보레이션 패키지 디자인 등

## V. 권역별 한류 동향 - 기타

### 1 기타

○ (호주) ‘제6회 호주 한국영화제’\* 개최(‘15.8.12~27, 브리즈번, 멜버른, 캔버라, 퍼스, 애들레이드)

- 한국 영화 홍보 및 한국-호주 예술가 간 교류 목적
- 6개 도시, 6천220명 관객 참여
- 개막작 <개를 훔치는 완벽한 방법>, 폐막작 <마돈나>, <끝까지 간다>, <명량>, <화장>, <위로공단> 등 최신 한국 영화 20편 상영

\* 호주 한국영화제(KOFFIA) : 호주 주요 지역을 순회하며 다양한 한국 영화 상영. ‘10년 시작

※ (주최) 주시드니 한국문화원

## [부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.7.9~8.13)

한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
하이포 (콘서트)	'15.7.9	일본 (도쿄, Raforet museum)	-	• 약 6백 명 참석
피에스타 (콘서트)	'15.7.15	베트남 (호치민, Riverside Palace)	VND 1,000,000~2,500,000 (한화 약 5만 원~12만 5천 원)	-
빅뱅 (콘서트)	'15.7.18~19	싱가포르 (싱가포르, Singapore Indoor Stadium)	SGD 168~368 (한화 약 14만 원~31만 원)	• 약 1만 2천 석 규모
	'15.7.24~25	말레이시아 (쿠알라룸푸르, Putra Stadium)	RM 288~798 (한화 약 8만 8천 원~24만 4천 원)	• 약 1만 6천 석 규모
	'15.7.30	필리핀 (마닐라, Mall of Asia Arena)	PHP 2,650~13,250 (한화 약 6만 8천 원~34만 원)	• 약 2만 석 규모
	'15.8.7	중국 (선전, Shenzhen bay sports center)	CNY 680~1,880 (한화 약 12만 5천 원~34만 5천 원)	• 약 2만 석 규모
	'15.8.9	중국 (난징, Nanging Olympic Gymnasium)	CNY 580~1,780 (한화 약 10만 6천 원~32만 6천 원)	• 약 1만 3천 석 규모
방탄소년단 (콘서트)	'15.7.29	멕시코 (멕시코시티, Palacio de los Deportes)	MXN 1,500~2,800 (한화 약 10만 9천 원~20만 3천 원)	• 약 2만 석 규모
	'15.7.31	브라질 (상파울로, Audio Club)	BRL 165~250 (한화 약 5만 4천 원~8만 2천 원)	• 약 1만 2천 석 규모
	'15.8.2	칠레 (산티아고, Movistar Arena)	CLP 15,000~90,000 (한화 약 2만 5천 원~약 15만 3천 원)	• 약 1만 6천 석 규모
준호* (콘서트)	'15.8.4~8.5	일본 (고베, Kobe World Hall)	JPY 8,000~9,000 (한화 약 7만 4천 원~약 8만 3천 원)	• 약 8천 석 규모
비투비 (콘서트)	'15.8.13	일본 (도쿄, Maihama Amphitheater)	-	• 약 2천 석 규모

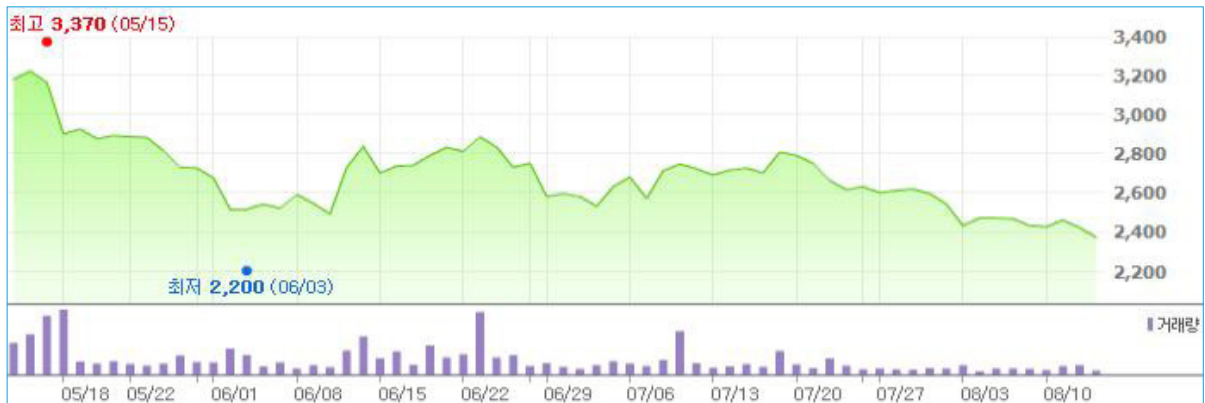
\* 준호 : JYP엔터테인먼트 소속 남성그룹 2PM 멤버. '08년 데뷔

# [부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

(‘15.5.13~8.13)

## 엔터테인먼트 업계 (11개사)

### 초록뱀



### IHQ



### 키이스트



### CJ E&M



### 팬엔터테인먼트



### SBS콘텐츠허브



### FNC엔터테인먼트



### NEW엔터테인먼트



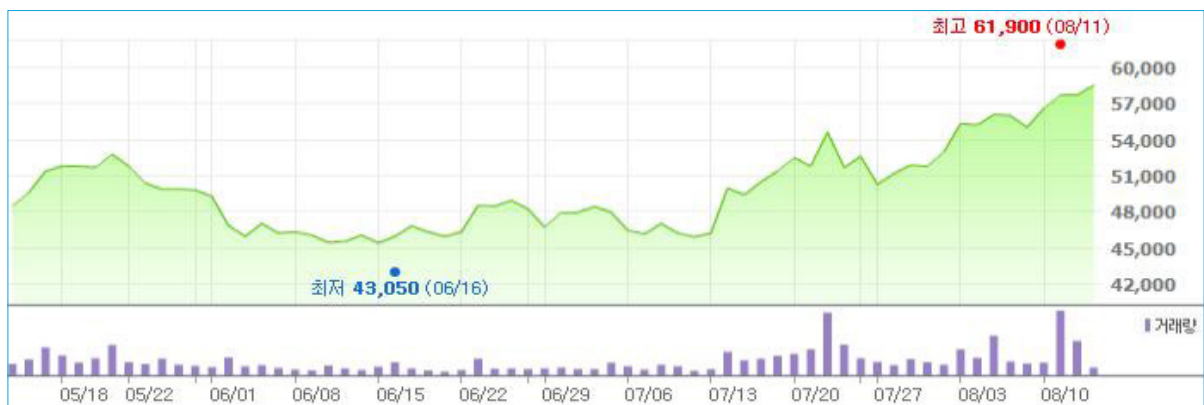
### JYP엔터테인먼트



### SM엔터테인먼트



### YG엔터테인먼트



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