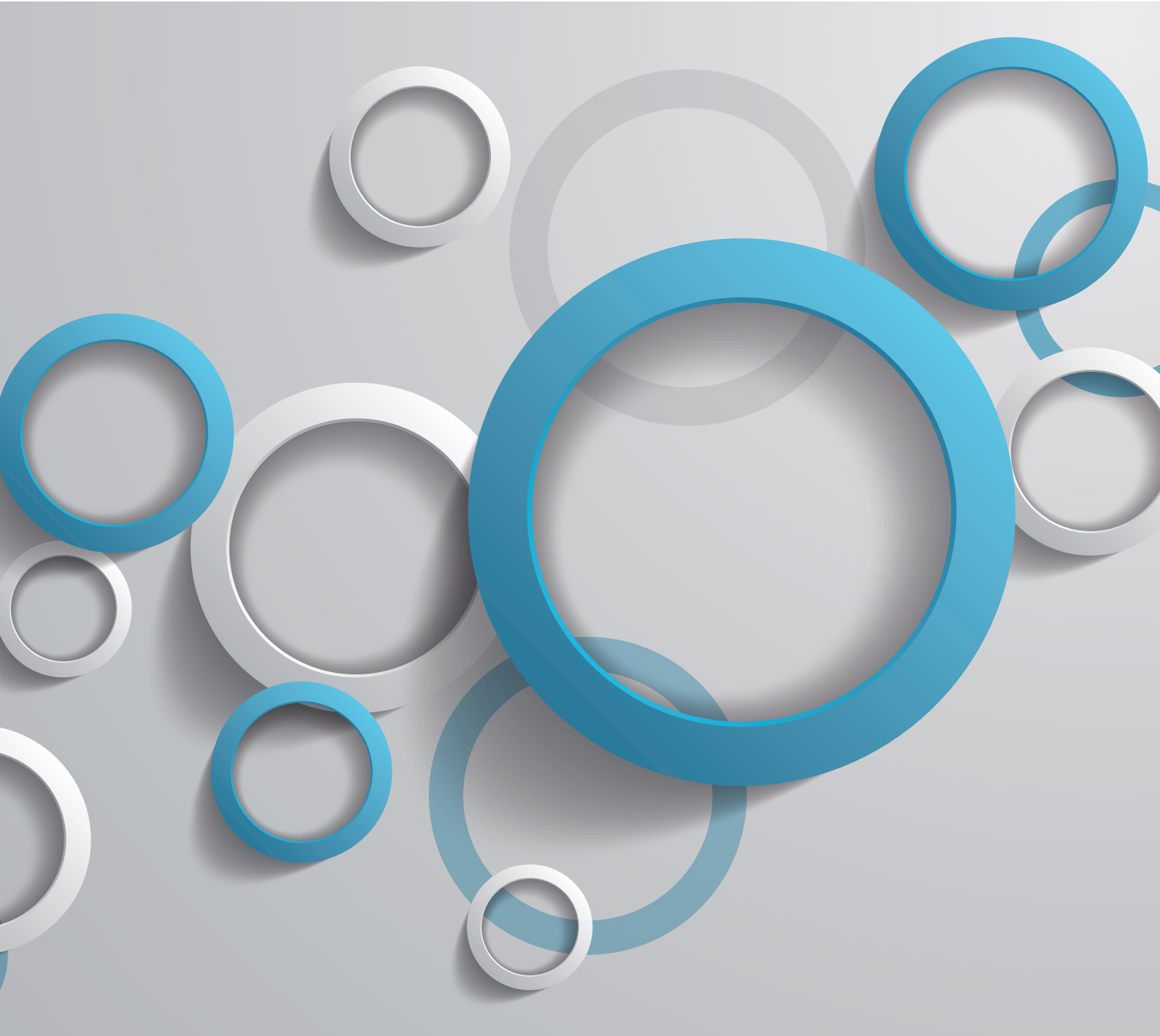


글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

94호



KOFICE

(재)한국문화산업교류재단
Korea Foundation for International Culture Exchange

CONTENTS_

2주간 한류핵심 이슈	04
I 국내 한류 동향	05
II 권역별 한류 동향_ 아시아	09
III 권역별 한류 동향_ 미주	16
IV 권역별 한류 동향_ 유럽	20
V 권역별 한류 동향_ 기타	21
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	22
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	23

▣ 조사 개요

조사 지역 : 총 15개국

- 아시아(한국, 중국, 일본, 베트남, 말레이시아, 카자흐스탄, 홍콩, 태국, 필리핀)
- 미주(미국, 캐나다)
- 유럽(프랑스)
- 기타(인도, 이집트, 남아프리카공화국)

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

- 2015.8.27 ~ 2015.9.10(2주)

※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)

※ 발행인 : 김덕중 사무국장

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

2주간 한류 핵심 이슈

○ 방송콘텐츠를 활용한 한류 테마파크 ‘MBC 월드’ 오픈(‘15.9.5, 상암 신사옥)

- MBC의 드라마·예능 프로그램 등 한류 콘텐츠를 직접 체험하는 테마파크
- 첨단 정보통신기술(ICT)을 사용한 가상현실(VR) 체험관, 한류스타 홀로그램 극장, 트릭아트 기법을 활용한 사진 촬영 등으로 구성
- 한류 콘텐츠를 활용한 ‘케이투어’를 통해 한류 관광의 새로운 지평 확대 기대

KOFICE NOTE

한류의 영향에 따라 해외 관광객이 매년 30% 이상 증가하고 있음. 그러나 쇼핑 이외에 즐길 만한 문화가 많지 않다는 맹점이 외국인 재방문을 하락으로 이어지고 있는 상황. MBC는 이를 타개하기 위한 목적으로 ‘MBC 월드’를 설립. ‘MBC 월드’는 빅뱅, 싸이 등 한류스타의 홀로그램 콘서트, 모델 유승옥을 비롯한 머슬마니아 수상자들의 홀로그램 공연 등을 통해 첨단 정보통신기술(ICT)을 사용한 콘텐츠를 마련. 또한 가상현실(VR) 체험관에서는 MBC <무한도전> 멤버들과 함께하는 공포체험장, 사극 주인공의 의상 체험, 아이돌 스타와 함께하는 댄스 체험, 보도국 체험 등 다양한 프로그램을 기획. MBC 측은 “유료 입장으로 외국인 관광객을 유치해 경제적 효과를 높이고, 그 수익은 다시 다양한 콘텐츠 제작에 활용할 예정”이라고 밝힘. ‘MBC 월드’를 통해 매년 관광객 13만 명, 100억 원 이상의 가치를 창출할 것으로 예측

○ 미국 온라인 웹사이트 ‘밋업’* 내 한류 팬 모임 활발(‘15.8.25)

- 한국 문화 및 한국어 관련 만남을 위한 밋업 그룹 ‘Korean Language and Culture Exchange in Midtown NYC’** 행사 활발
- 현지인의 한류콘텐츠 수용이 한국 문화 전반에 대한 자발적 향유로 이어지는 전형적 사례
 - * 밋업(MeetUp) : 다양한 취미나 관심사를 가진 사람들의 친목을 도모하는 만남의 장. 북미, 유럽, 아시아 전역 내 활성화
 - ** ‘14년 2월 18일 결성. ‘15년 8월 25일 기준 75번의 밋업 행사 개최. 뉴욕 정보 서비스 및 유학 전문회사 ‘뉴욕 독서실’서 행사 장소 후원

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 10회, 중국 1회

○ YG 글로벌 오디션, ‘2015 YG AUDITION NEXT GENERATION’ 개시(‘15.9.5, 서울/‘15.9.12, LA/‘15.9.19, 뉴욕)

- 11~23세 남성 지원자를 대상으로 진행되는 리미티드 오디션으로 보컬, 랩, 댄스 중 최대 2개 부문 지원 가능
- YG 소속 보이그룹 워너, 아이콘을 이을 차세대 주자 선발 목적

○ 방송콘텐츠를 활용한 한류 테마파크 ‘MBC 월드’ 오픈(‘15.9.5, 상암 신사옥)

- MBC의 드라마·예능 프로그램 등 한류 콘텐츠를 직접 체험하는 테마파크
- 첨단 정보통신기술(ICT)을 사용한 가상현실(VR) 체험관, 한류스타 홀로그램 극장, 트릭아트 기법을 활용한 사진 촬영 등으로 구성
- 한류 콘텐츠를 활용한 ‘케이투어’를 통해 한류의 새로운 지평 확대 기대

KOFICE NOTE

한류의 영향에 따라 해외 관광객이 매년 30% 이상 증가하고 있음. 그러나 쇼핑 이외에 즐길 만한 문화가 많지 않다는 맹점이 외국인 재방문을 하락으로 이어지고 있는 상황. MBC는 이를 타개하기 위한 목적으로 ‘MBC 월드’를 설립. ‘MBC 월드’는 빅뱅, 싸이 등 한류스타의 홀로그램 콘서트, 모델 유승옥을 비롯한 머슬마니아 수상자들의 홀로그램 공연 등을 통해 첨단 정보통신기술(ICT)을 사용한 콘텐츠를 마련. 또한 가상현실(VR) 체험관에서는 MBC <무한도전> 멤버들과 함께하는 공포체험장, 사극 주인공의 의상 체험, 아이돌 스타와 함께하는 댄스 체험, 보도국 체험 등 다양한 프로그램을 기획. MBC 측은 “유료 입장으로 외국인 관광객을 유치해 경제적 효과를 높이고, 그 수익은 다시 다양한 콘텐츠 제작에 활용할 예정”이라고 밝힘. ‘MBC 월드’를 통해 매년 관광객 13만 명, 100억 원 이상의 가치를 창출할 것으로 예측

○ 방통융합 한류 축제, '2015 DMC페스티벌' 개막('15.9.5~13, 상암문화광장)

- 'ICT와 함께하는 K-Pop 슈퍼콘서트', '나는 가수다 레전드', '도시의 칸타빌레', '서울드라마어워즈 2015', '특별생방송 여러분의 선택! 복면가왕' 등 다양한 행사 및 공연 진행
- 네이버 동영상 플랫폼 '브이(V)', 중국 '망고TV' 통해 온라인 생중계

프로그램	K-ICT와 함께하는 2015 DMC 페스티벌	서울드라마어워즈	2015 DMC 페스티벌	AM네트워크
세부 프로그램	K-ICT와 함께하는 개막식 및 K-Pop 슈퍼콘서트, K-ICT VR FESTIVAL 2015, Giga 네트워크 실증단지 체험전시	TV영화제 & 셀럽시네마, 드라마뮤직콘서트, 서울드라마어워즈	DMC 음악축제, DMC 거리축제, DMC 행복나눔장터	아시아뮤직네트워크, AMN 쇼케이스, AMN 컨퍼런스, AMN 네트워크 파티

※ (공동주관) MBC, 서울산업진흥원 (후원) 미래창조과학부, 문화체육관광부, 정보통신산업진흥원, 한국정보화진흥원, 한국전파진흥협회, 마포구 (협찬) 현대, 삼성, LG, SK텔레콤, KB금융그룹, IBK기업은행, 두산 등

2 한류-산업 연계

○ BC카드, 한류콘서트 'kt-BC카드와 함께하는 더 케이 페스티벌' 개최('15.8.31, 인천 아시아드주경기장)

- BC카드가 메인 협찬사로 참여하는 대형 한류 콘서트
- '15년 8월 BC카드 사용 고객 추첨 통해 6,000명 초대 이벤트 진행
- 메르스로 인해 침체된 국내 관광 산업 회복 기대
- * 중국, '13년 8.8%에서 '15년 19.4%로 증가 / 홍콩, 같은 기간 12.4%에서 28.1%로 증가

○ 롯데면세점 · 부산시, '2015 Family Concert On The Beach' 개최('15.9.4~5, 광안리 해수욕장)

- 배우 김수현, 아이돌 그룹 2PM, 원더걸스 등 한류스타 출연
- 중국 · 일본 롯데면세점 해외사무소, 현지 여행사와 함께 여행상품 공동 기획, 부산 방문 외국인 관광객 6,000여 명 기록
- 부산시 창조경제혁신센터와 연계, 관람객 대상으로 12개 지역 중소기업 제품 60품목 홍보 및 판매, 지역 경제 활성화 기대

3 한류-관광 연계

○ 서울시, 'SM타운 코엑스 아티움' 내 K-Pop 체험 프로그램 운영('15.8.30~11.24, 매주 월 · 화, 총 30회 진행)

- 전문 가이드, 안무가, 외국어 통역 코디네이터를 통해 'SM타운 스튜디오 둘러보기', K-Pop 댄스 배우기 등 진행
- '15년 시범운영, '16년부터 서울 시내 다수 지역으로 확대 운영 예정

KOFICE NOTE

2014년 한국관광공사의 ‘방한 잠재 관광객을 대상으로 한 설문조사’ 결과, ‘한국’ 하면 떠오르는 콘텐츠로 과반수(50.2%) 이상이 ‘한류’를 선택. 그러나 국내 관광인프라 중 한류 체험이나 즐길거리가 부족한 실정. 본 체험 프로그램은 이러한 문제의식을 기반으로 진행됨.

SM타운 스튜디오를 둘러본 러시아의 엘레나 씨는 “샤이니의 히트곡 <뷰(View)> 안무를 배웠다며 샤이니와 같은 공간에서 춤을 추게 됐다는 게 믿기지 않고, 러시아에 돌아가서 K-Pop 동호회 친구들에게 본 프로그램을 널리 알릴 계획”이라는 소감을 밝힘(뉴시스, 2015.8.30). 이번 프로그램은 서울을 방문한 외국인 관광객에게 한류를 몸소 체험할 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 보임

○ 한국 관광 회복을 위한 ‘그랜드 K-Pop 페스티벌’ 개최(‘15.9.4, 잠실종합운동장)

- 소녀시대, 써앤블루, 비투비, 비스트, 블라비, EXO(첸), 샤이니(태민), EXID 등 인기 한류스타 8팀 출연
- 한국관광공사, 19개국 30개 해외지사 마케팅 활동 통해 단체관광객 유치
- 행사 당일 유튜브, 다음카카오를 활용한 인터넷 생중계 진행

4 기타

○ 한국무역협회, ‘PPL을 활용한 한류마케팅 전략 설명회’ 개최(‘15.8.18, 삼성동 트레이드타워)

- ‘PPL을 활용한 한류 브랜딩’, ‘웹드라마 뉴미디어 분야’, ‘예능 PPL 성공방안과 해외진출’ 등 다양한 주제 발표 진행
- 화제성 있는 PPL과 함께 단계적 해외 진출 목표 설정 필요

※ 무역협회, ‘PPL을 활용한 한류마케팅 전략 설명회’ 주요 내용

- ① PPL의 성공 비결은 ‘화제성’이며, 이를 한류 마케팅에서 활용할 필요가 있음. 드라마 <별에서 온 그대>의 경우 ‘치맥’이 큰 성공을 거뒀으나, 정식 수출된 콘텐츠가 아니므로 ‘치맥’을 활용한 마케팅은 미흡했음. 화제성 있는 PPL과 함께 단계적인 해외 진출 목표를 설정해야 함(골든썸픽처스 최혁신 PD)
- ② 온·오프라인 통합 마케팅 필요. 방송에 노출된 콘텐츠를 통해 소비자별 타깃 마케팅을 펼치는 한편 드라마에 등장하는 모델을 온라인 커머스에 활용해 제품의 신뢰도를 높여 나가야 함(데일리케이미디어 한성호 대표)
- ③ 에피소드 단위로 방영되는 예능 프로그램의 특성상 제품 자체의 브랜드 스토리를 개발하고, 이에 맞는 전략적 콘텐츠를 선택하는 것이 중요. 중국에서 큰 인기를 끌고 있는 한국 예능 프로그램은 궁극적으로 한국 콘텐츠 자체가 마음을 사로잡았기 때문. <런닝맨> 이후의 전략적 예능이 요구됨(하우투펀 김경석 차장)
- ④ PPL을 활용한 해외 진출 전략은 IT 기술과 문화, 제품이 융합된 최고의 마케팅 수단. 다만 중국이 드라마 사전 심의 제도를 확대하는 등 제약 요인이 있으므로 향후 콘텐츠 분야의 비관세 장벽을 제거하기 위해 전방위로 노력해야 함(무역협회 김춘식 무역정책지원본부장)

○ **KTX 광명역세권, 방송·한류 문화 중심지로 조성**(‘15.9.8)

- 광명시, 태영건설·SBS A&T 등과 함께 'KTX 광명 역세권 미디어 아트밸리 조성을 위한 양해각서' 체결
- 태영건설 컨소시엄 1조 2천억 원 투자, 광명 역세권에 한류미디어타워 건설(연면적 7만4천여㎡ 규모)*, 약 2,500명 고용 창출 및 300억 원 세수입 예상

* K-Pop·e-sports 다목적 공연장, 미디어타워, 방송제작지원센터, 영상미디어 콘텐츠제작업체 등 입주 예정

II. 권역별 한류 동향 - 아시아

1 중국

드라마

○ 배우 김희선* · 빅토리아**, 중국 드라마 <환성> 캐스팅('15.9.8)

- 김희선, <신화-진시황릉의 비밀> 이후 10년 만의 중국작 출연

작품명	출연	내용
환성(幻城)	• 출연 : 김희선, 빅토리아 등	5000만 독자를 보유한 동명의 베스트셀러를 드라마화 한 작품

* 김희선 : 한지엔터테인먼트 소속. '93년 '꽃게랑' CF로 데뷔

** 빅토리아 : SM엔터테인먼트 소속. 걸그룹 f(x)의 중국인 멤버. '09년 데뷔

영화

○ 배우 윤소희* 한 · 중 합작영화 <목숨 건 연애> 캐스팅('15.9.2)

- 하지원, 천정명에 이은 한국 배우 캐스팅

배우	작품명	감독/출연	내용
윤소희	목숨 건 연애	• 감독 : 송민규 • 출연 : 윤소희, 하지원, 진백림 등	연쇄 살인 사건을 둘러싼 세 남녀의 오싹한 로맨틱 코미디

* 윤소희 : SM C&C 소속. 대표작 예능프로그램 <학교 다녀오겠습니다>, 영화 <장수상회>

○ 이환경 감독, 한중합작 영화 <대단한 부녀> 제작('15.8.11)

- 이환경 감독, 헝사곤 미디어*와 한중합작 계약 체결

* 헝사곤 미디어: 중국 콘텐츠 전문 제작 기업. 중국 CCTV1(종합 채널)과 CCTV6(영화 채널)에 프로그램을 제작 · 방영하는 등 중국 현지 사업에 주력

○ **최동훈 감독, <암살> 중국 프로모션 개최**(‘15.9.8, 베이징)

- 감독 최동훈, 배우 이정재·하정우 중국 방문 및 현지 팬과의 만남 진행
- 9월 17일 중국 개봉 예정

작품명	감독/출연	내용
암살	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 최동훈 • 출연 : 전지현, 이정재 등 	1933년 상하이와 경성을 배경으로 친일파 암살 작전을 둘러싼 독립군, 임시정부대원, 청부살인업자 간 엇갈린 선택과 예측할 수 없는 운명을 그림

기타

○ **한·중 방송문화교류기념식 개최**(‘15.8.28, 상하이 르네상스 호텔)

- 한국콘텐츠진흥원 제작비 1억 5천만 원 지원, 한류에 대해 조명하는 다큐멘터리 <찰리우드를 가다>* 제작
- 중국인 연습생의 아이돌그룹 도전기, 중국 내 K-Pop 열풍의 현주소 점검, 한·중 엔터테인먼트 산업 동반성장 모색 등 소개
- * 찰리우드를 가다 : 한·중 공동제작 다큐멘터리. ‘10월 중 양국 공동 방영(상하이미디어그룹(SMG), 다큐차이나TV, MBC) (제작) 미디어푸르메

KOFICE NOTE

<찰리우드를 가다>는 지난 20여 년간 이어져 온 한류의 태동과 과정, 재미있는 일화를 공유하고자 기획됨. 탕젠 상하이미디어그룹 다큐차이나 부사장은 “한국과 중국이 힘을 합치면 동양문화가 서양에 진출하는 데 좋은 성과가 있을 것”이라며, “이번 다큐멘터리 공동제작이 그 시작”이라고 밝힘.

지난 5년간 전 세계 콘텐츠 시장 규모는 20.5% 증가한 가운데 중국과 한국은 각각 72.7%, 37.1%로 폭발적인 성장을 거침. 윤태용 문화체육관광부 문화콘텐츠산업실장은 “양국 정부 간 협력을 한층 강화하고 있다”며 “2013년부터 한·중 문화산업포럼을 정례화했고, 올해 안에 양국이 각각 400억 원씩 한·중 문화산업 공동발전 펀드를 조성할 계획”이라고 언급(연합뉴스, 2015.8.28.). 한류의 기원과 발전 과정을 정리하고, 신한류를 조명하는 본 다큐멘터리의 중국 방영은 한국의 이미지와 국가브랜드를 제고하는 데 기여할 것으로 보임

○ **‘2015 코리아 브랜드&한류상품 박람회(KBEE)’* 개최**(‘15.8.27~29, 중국 Intex Shanghai 전시장 1층)

- 중화권 바이어 400개사, 국내 107개사 문화콘텐츠 기업 참가
- 박람회 홍보대사인 방송인 이광수, 아이돌그룹 인피니트 참석
- 1:1 비즈니스 상담회, 기업 홍보 및 IT 융복합 체험관, K-Pop 쇼케이스, 한류 CSR 등 진행
- * 코리아브랜드 한류상품박람회 : 해외 주요 전략시장에서 매년 개최되는 한류상품 박람회. ‘15년 6회째
- ※ (공동주최) 문화체육관광부, 산업통상자원부 (주관) 대한무역투자진흥공사, 한국콘텐츠진흥원

※ '2015 코리아 브랜드&한류상품 박람회(KBEE)' 주요 내용

- ① 올해로 6회를 맞이한 한류상품박람회는 국내 기업 107개사, 중국 바이어, 투자가 550개사가 참가해 역대 최대 규모로 진행됐으며, 중국에서의 개최는 처음
- ② 한국콘텐츠진흥원, 한식문화재단, 한국문화예술위원회 등 7개 국내 유관기관과의 협업을 통해 한류 유망 상품관, 한류 패션관, 프랜차이즈관 등 다양한 문화콘텐츠 및 소비재 전시, 홍보, 체험에 주력
- ③ 국내 기업은 소비재, 콘텐츠, 프랜차이즈 등 중국 시장 진출 유망기업으로 구성됐으며, 중국 바이어로는 텐센트(Tencent), 쑤닝(Suning), 제이디닷컴(JD.com) 등 유력 온오프라인 유통기업이 참가

[KBEE 개최 현황]

회차	개최일시	개최지	비고
1회	'10.10.22~24	방콕	2,285㎡/한국 45개사, 태국 15개사 관람객 25,000여 명
2회	'11.12.1~3	파리	5,005㎡/한국 71개사, 유럽 208개사 관람객 20,000여 명
3회	'12.11.14~16	오사카	6,728㎡/한국 105개사, 일본 805개사 관람객 30,000여 명
4회	'13.11.4~6	런던	5,340㎡/한국 50개사, 유럽 254개사 관람객 20,000여 명
5회	'14.8.14~16	상파울루	4,000㎡/한국 50개사, 중남미 277개사 관람객 20,000여 명

* 자료원 : KOTRA

○ 대한출판문화협회, '2015 베이징국제도서전'* 내 한국관 운영('15.8.26~30, 베이징 국제전람중심 신관)

- 한국 도서 최대 수출 시장인 중국 출판시장 정보 확보 및 이해, 중화권 시장 대상으로 한류 콘텐츠 수출 교류 가속화 목적
- 교원, 도서출판 길벗, 넥서스, 미래엔, 창비 등 국내 출판사 및 저작권 에이전시 27개사 참가 및 위탁도서 전시
- 아동도서, 실용서 위주 수출에서 문학 분야 등 시장 확대를 위한 다양한 콘텐츠 개발 필요

* 베이징국제도서전(Beijing International Book Fair) : 중국도서진출구총공사가 주최하는 아시아 최대 규모 도서전. 매년 세계 70개국 2,000여 개 출판사 참가. '86년 시작

2 일본

영화

○ 강지영*, 영화 <그곳의 하늘은 어떤 하늘입니까?> 주인공 캐스팅('15.9.9)

작품명	감독/출연	내용
그곳의 하늘은 어떤 하늘입니까?	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 나가사와 마사히코 • 출연 : 강지영 등 	-

* 강지영 : 스위트파워 소속. 그룹 카라의 전 멤버. '08년 데뷔

기타

○ 초신성 멤버 성모*, 첫 솔로앨범 기념 행사 개최('15.7.27~8.23, 일본 전역)

- 〈Tiramisu love〉 발매 기념, '미니 라이브 & 약속회' 개최
- 센다이, 후쿠오카, 오사카, 나고야, 도쿄, 사이타마, 치바 등 8개 도시에서 진행

* 성모 : 마루기획 소속. 그룹 초신성으로 '07년 데뷔. 솔로 데뷔 앨범 오리콘 차트 1위 기록('15.8.5 기준)

3 베트남

기타

○ 주베트남 한국문화원, '2015 한·베트남 애니메이션 축제' 개최('15.8.13, 하노이 대우호텔)

- 한국 애니메이션 역사·제작기법 공유 워크숍, 애니메이션 개발 상담회 진행
- 한국 애니메이션 대표작 무료 상영 및 애니메이션 캐릭터 전시

○ 베트남 포털사이트 VietNamNet, 한국 애니메이션 관련 보도('15.7.27)

- 한국의 사회문화 현상으로 자리잡은 '라바' 소개
- 베트남 내 공식 출시된 〈애벌레 라바의 장난 이야기〉의 현지 인기 기대

※ 베트남넷, “Hiện tượng hoạt hình của Hàn Quốc đến Việt Nam(베트남의 한국 애니메이션 현상)” 보도 주요 내용

- ① 2011년 3월 튜바엔터테인먼트(TUBA Entertainment)에 의해 <애벌레 라바의 장난>의 만화 시리즈 이름이 탄생. 본 만화의 출시는 곧 한국의 사회문화 현상으로 자리함
- ② 만화 <애벌레 라바의 장난>은 도시의 하수구에서 노란색, 빨간색 애벌레와 다른 주민들의 삶을 중심으로 8개의 에피소드가 포함
- ③ 전 세계 수백만의 사람들이 사랑하는 <애벌레 라바의 장난 이야기>는 베트남 내 공식 출시됐으며, 특유의 유머와 위트로 베트남의 모든 독자들에게 상쾌함을 선사할 것으로 기대

○ 베트남 포털 사이트 ngoisao.net, 한국의 낭만적인 장소 관련 보도('15.9.8)

- 한국에서 촬영된 아름다운 영상(드라마 등)을 통해 한국 관광 인기 상승
- 남산타워, 제주도, 광화문, 한국민속촌, 뷔띠프랑스, 벽초지 수목원 등 소개

※ ngoisao.net, “6 địa điểm lãng mạn liên tục xuất hiện trong phim Hàn”(한국 영상에 등장하는 낭만적인 장소 6곳) 보도 주요 내용

- ① 한국 영상에 지속적으로 등장하는 첫 번째 장소는 남산타워(Tháp Namsan)이며, 이는 서울을 대표하는 상징적 장소
- ② 두 번째는 제주도(Đảo Jeju). 사랑스럽게 펼쳐진 해안과 용머리, 표선 해비치 호텔, 승마장 근처 등대, 꽃길 등 다수의 명소들이 드라마 촬영지로 등장. 드라마 <추노>, <아이리스>, <꽃보다 남자(유성화원)>, <내 이름은 김삼순>, <대장금> 등의 촬영지
- ③ 세 번째는 광화문(Gwanghwamun). 조선왕조를 포함해 한국의 600년 역사를 가진 장소이자 세종대왕과 이순신 동상이 있어 한국 여행객이라면 누구나 한 번쯤 방문하는 곳. 광화문광장에는 랜드마크인 세종대왕의 동상을 볼 수 있으며, 드라마 <아이리스>, <인현왕후의 남자> 등이 촬영된 장소
- ④ 네 번째는 한국민속촌(Làng dân gian Hàn Quốc). 조선시대를 배경으로 주민들의 생활을 알아볼 수 있으며, 역사극의 촬영지로 자주 활용. 드라마 <주몽>, <성균관스캔들>, <해를 품은 달> 등 촬영
- ⑤ 다섯 번째는 뽀띠 프랑스(Petite France). 동화 <어린왕자>의 이야기에서 영감을 얻은 장소이며, 프랑스 스타일의 아름다운 정원과 마을 분위기로 언덕 위에 건축됨. 또한 24개 객실, 최대 200명의 방문자 수용 가능. 더불어 프랑스의 상징인 ‘갈루스’(닭과 갈리아족, 즉 프랑스인을 의미) 닭 모양의 콜렉션을 판매하는 상점들이 입점. 드라마 <시크릿 가든>, <베토벤 바이러스(운명 교향곡)>, <별에서 온 그대> 등 촬영
- ⑥ 여섯 번째는 벽초지 수목원(Vườn bách thảo Byeokchoji). 한국의 희귀식물뿐만 아니라 세계 여러 나라의 식물종을 보존. 아름답고 눈부신 자연 경관으로 인해 드라마 <미남이시네요>, <49일>, <시티헌터> 등이 촬영됨

4 말레이시아

기타

○ 메신저 ‘위챗’* 내 한류스타 스티커 상품 인기(‘15.8.13)

- 드라마 <모던파머> 주인공 이홍기 · 이하늬 · 박민우, EXO 전 멤버 루한 등 다양한 스타들의 스티커 상품 판매
- 메신저 대화에 등장하는 한류 스타들의 스티커를 통해 현지인의 일상생활 속 한류 콘텐츠 접근 강화

* 위챗 : 중국 최대 인터넷 및 게임 서비스 전문 기업 텐센트(tencent)가 제공하는 어플리케이션. 말레이시아 스마트폰 유저의 90% 이용 중. ‘12년 출시

○ 가수 박재범*, 말레이시아 코치(Coach) 매장 오픈 행사 초청(‘15.8.25)

- 박재범 페이스북 팬 페이지 ‘Jaywalkers’ 통해 공지, 현지 엔터테인먼트 관련 웹사이트 ‘hype’에 소개
- 선착순 30명 비공개 행사로 기획, 행사 당일 현지 팬 100명 참석

* 박재범 : 전 2PM 멤버. ‘13년 설립된 힙합 레이블 AOMG 대표

5 카자흐스탄

기타

○ 아리랑 콩쿠르 ‘노래-민족의 얼’ 개최(‘15.8.14, 카자흐스탄 국립고려극장)

- 카자흐스탄 14개 주 실시, 예선 및 본선 거쳐 진출한 15개팀 경합
- 경연 규칙으로 K-Pop 노래, 카자흐어 노래 각 1곡 적용, 관객 약 200명 참석
- ※ (공동주최) 카자흐스탄고려인협회, 고려극장, 청년연합

KOFICE NOTE

구소련 국가들 중 대표적인 다민족국가로서 ‘소비에트 문화’가 강하게 남아 있는 카자흐스탄에서는 <올인>, <꽃보다 남자>, <대장금>, <주몽> 등 다양한 한국 드라마들이 지상파를 통해 방영되면서 한류열풍이 일기 시작

한편 2000년대 이후 오일 달러의 유입으로 매년 두 자릿수의 경제성장을 지속해 왔던 카자흐스탄에는 젊은 층을 중심으로 인터넷 사용자가 폭발적으로 증가했으며, 인터넷 속도 또한 매우 빨라짐. 이러한 사회·경제적 환경의 변화는 유튜브, SNS 등의 활성화와 함께 K-Pop 팬의 증가로 연결됨

현지 한국 문화 전문가 강 게오르기 교수에 따르면 “카자흐스탄 사람들도 ‘MUZZON’ 등 전문 채널 혹은 인터넷을 통해 실시간으로 K-Pop 신곡을 접하고 있으며, K-Pop이 다양성을 갖춘다면 지속적인 인기를 누릴 수 있을 것”이라고 언급. 본 아리랑 콩쿠르 본선 진출자 중 고려인보다 카자흐스탄 진출자가 많았다는 사실을 통해 한국 문화에 대한 현지인의 관심이 증가하고 있는 것을 확인할 수 있음

○ 한국 문화 행사, ‘K-Culture day’ 개최(‘15.8.25, 알마티 고리끼 공원)

- 광복 70주년 기념 일환, 한국-카자흐스탄 민족회의 및 고려인협회, 알마티시 관계자 등 500명 참석
- 조선시대 왕의 행차 재연, 태권도 시범, K-Pop 공연 등 진행
- ※ (공동주최) 알마티고려문화중앙 (후원) 고려극장, 고향(문화단체) 등

6 기타

○ (홍콩) 서인국, 드라마 <너를 기억해>* 프로모션 참석(‘15.8.23, 홍콩 메트로 프라자)

- <명보>, <동방일보>, <애플데일리> 등 홍콩 4대 일간지 1면에 보도
- * 너를 기억해 : KBS 2TV 월·화 드라마. (연출) 노상훈, 김진원 (극본) 권기영 (기획) KBS (제작) CJ E&M

○ (태국) 태국 내 한국 화장품 브랜드 인기('15.8.25)

- 설화수, 라네즈, 마몽드 등 다양한 한국 브랜드 판매 활발
- 화장품 관련 기사 내 세계 유명 화장품과 함께 추천대상으로 언급

※ 태국 내 한국 화장품 인기 현황 주요 내용

- ① 뷰티 잡지 <CLEO>의 태국판 8월 호 첫 장에 설화수 광고 삽입. 설화수는 고가에도 불구하고 방콕 센트럴백화점 주요 6개 지점과 The mall 백화점 방카피 지점, 명품 브랜드위주의 Emporium 백화점, 외국인이 많이 찾는 고급 쇼핑명소 시암파라곤 등 총 9개 직영매장 보유. 또한 타 브랜드와의 차별화 전략으로 매장 내 스파 운영 중
- ② 마몽드는 타 해외브랜드 화장품의 판매 방식과 같이 Watson, Boots 등의 대형 드러그스토어(drugstore)에 스텝인숍 형태로 입점. 한편 이니스프리는 '12년부터 해외 진출을 시작했으며, 현재 중국 내 100개 매장을 운영 중. 특히 태국의 명동이라 불리는 시암스퀘어 입구에 대형 매장이 위치
- ③ 2014년 8월 Central Plaza에서 개장한 더페이스샵은 태국 전자기업인 TFS가 운영권을 인수한 후 로드샵 형태로 리노베이션됨. TFS 부사장은 한국 화장품의 잠재성을 높게 평가하고 있으며, 배우 김수현을 모델로 내세워 여심을 공략
- ④ 기능성 화장품 비교 기사 또는 뷰티 팁 기사 속 한국 화장품은 세계의 유명 화장품과 함께 추천 대상으로 언급되고 있음. 태국 여성들은 한국의 기능성 화장품이 동양계 여성을 위해 만들어졌다고 판단

KOFICE NOTE

지난 2010년 1월부터 발효된 한-아세안 FTA로 인해 헤어 및 면도 제품에 대한 수입 관세는 2012년에 폐지. 한국 화장품 수입 시 FORM AK(AK FTA, 원산지증명서)를 사용할 경우 메이크업, 크림, 로션 등의 품목은 2015년 현재 6%로 양허관세 혜택을 받게 되며, 매년 3%씩 인하되어 2017년을 기점으로 모든 관세가 철폐될 예정.

태국에서는 Gray market(암시장)뿐만 아니라 페이스북 등 각종 SNS를 통해 여전히 많은 한국 화장품이 거래되고 있으며, K-WAVE에 힘입어 K-BEAUTY가 더욱 주목받기 시작. 따라서 FTA를 적절히 활용할 경우 한국 화장품이 태국 화장품 시장에서 큰 성장을 거둘 수 있을 것으로 예측

○ (필리핀) '2015 PINOY K-POP STAR' 개최('15.9.4, SM Mall of Asia)

- 총 10팀 참가, 댄스* 및 노래 부문 경연, 현지인 약 1,000명 참석
- 가수 더윈의 <겨울사랑>을 부른 헐지 만루코트(Hergie C. Manlucot)팀 우승
- * 댄스팀 우승자, 한국방문위원회 <K-Pop Festival> 본선에 필리핀 대표로 참석

III. 권역별 한류 동향 - 미주

1 미국

드라마

○ 헤드라인 할리우드*, 한국계 배우 비중 · 역할 확대 관련 보도('15.9.7)

- 소수인종 배우들의 부상에 대한 언급

* 헤드라인 할리우드(Headline Hollywood) : 미국 연예뉴스 웹진

※ 헤드라인 할리우드, 한국계 배우 비중 · 역할 확대 관련 보도 주요 내용

- ① 영화와 드라마에서 소수인종 배우들의 부상은 불과 몇 년 전만 해도 상상할 수 없었던 일이며, 아시아계(한국계) 배우들의 출연은 혁명적인 변화
- ② 할리우드 영화보다는 TV 드라마에서 인종 다양성이 두드러짐. 이 같은 흐름에는 ABC 방송의 <프레스 오프 더 보트(Fresh Off the Boat)>가 기폭제로 작용
- ③ 지난해 말 영화 <인터뷰>에서 김정은 북한 국방위 제1위원장 역을 맡은 랜달 박이 <프레스 오프 더 보트>의 주연을 맡아 화제가 됨. 이 시트콤이 기대 이상의 시청률을 거두자 ABC 방송은 후속 작품으로 한국계 배우 켄 정이 제작·주연을 맡은 메디컬 코미디 드라마 <닥터 켄(Dr. Ken)>을 정식으로 편성
- ④ 아시아·태평양 미국인 미디어연합의 덴 마에다 공동 대표는 “할리우드 영화와 TV 드라마에서 유색인종을 다룬 작품이 늘어난 것은 소수계 미국인들이 SNS를 통해 이를 이슈화한 것과 무관치 않다고 밝힘(연합뉴스, 2015.9.8)

영화

○ 배우 태미*, 할리우드 액션영화 <블러드 브라더> 캐스팅('15.9.4)

- 중국 인터넷 전자상거래 포털사이트 알리바바의 첫 제작 드라마

작품명	감독/출연	내용
블러드 브라더 (Blood Brothers)	• 감독 : 아이삭 플로렌틴 • 출연 : 태미, 마이클 제이 화이트, 척 노리스 등	미국과 아프리카 보츠와나 지역을 오가며 펼쳐지는 액션롤러코스터

* 태미 : K타이거즈 엔터테인먼트 소속. '07년 세계태권도품새선수권대회 1위. 예능 프로그램 <정글의 법칙>, <스타킹> 등 출연. 데뷔작 영화 <더킥>

기타

○ 한국 웹툰 콘텐츠 북미 시장에 소개('15.9.8~10.16, 맨해튼 갤러리코리아)

- 뉴욕한국문화원, 네이버·롤링스토리*와 협력해 웹툰을 원작으로 한 한국 영화 상영회 마련
- 윤태호 <이끼>, 강풀 <이웃사람>, 최종훈 <은밀하게 위대하게> 등 3편 웹툰 소개 및 윤태호 작가 '관객과의 대화' 진행
- * 롤링스토리 : 글로벌 웹툰 매니지먼트 및 플랫폼 운영사. '14년 설립

○ 뉴욕 플라마켓 'LIC Flea & Food' 내 한식 판매('15.8.13)

- 현지 한식 푸드트럭 <Seoul Pancake>, 김치볶음밥, 치즈김치전 등 퓨전 한식 요리 판매
- "어린이들이 먹어도 맵지 않은 맛을 제공한다"는 현지 SNS 평가 이어짐

○ 광복 70주년 특별전시회 <기리다 그리다 새기자> 개최('15.8.14~21, Space Gabi)

- 뉴욕 디자이너 그룹 KREATE·Group Y 공동 기획, 서울 갤러리 뚝과 뉴욕 스페이스 가비에서 동시 전시
- 태극기를 활용한 작품을 통해 한국 역사와 문화 소개
- ※ (주최 및 주관) 그룹와이, KREATE (후원) 서울특별시

○ 미국 온라인 웹사이트 '밋업'* 내 한류 팬 모임 활발('15.8.25)

- 한국 문화 및 한국어 관련 만남을 위한 밋업 그룹 'Korean Language and Culture Exchange in Midtown NYC'** 행사 활발
- * 밋업(MeetUp) : 다양한 취미나 관심사를 가진 사람들의 친목을 도모하는 만남의 장. 북미, 유럽, 아시아 전역 내 활성화
- ** '14년 2월 18일 결성. '15년 8월 25일 기준 75번의 밋업 행사 개최. 뉴욕 정보 서비스 및 유학 전문 회사 '뉴욕 독서실'서 행사 장소 후원

KOFICE NOTE

뉴욕 밋업 행사인 'Korean Language and Culture Exchange in Midtown NYC'에는 '한류'라는 공통 관심사를 통해 현지 20~30명의 뉴요커들이 참여 중. 밋업은 개개인의 관심사와 소통은 물론 새로운 테마와 아이디어로 한국 문화에 대해 깊이 이해하고 소통하는 장으로 기능. 특히 본 행사는 미국 현지인들이 주요 멤버로 참여해 한국 문화와 한국어를 알리는 데 주력하고 있으며, 미국 내 한국 문화 교류의 발판이 되고 있음.

밋업 멤버들은 지난 8월 19일 현지의 한국 음식 브랜드 중 하나인 '초립동이'의 후원을 받아 '쌍팔년도 떡볶이'를 함께 만들며, 드라마에서 보던 한국의 대표 길거리 음식을 맛보는 시간을 가짐. 참가자 대부분은 친구나 한국어 공부를 통해 한식, 한국 드라마, K-Pop과 같은 인기 한국 문화에 몰입하게 되었으며, 지속적인 참여 의사를 밝힘. 밋업 활동은 한류콘텐츠 수용이 현지인들로 하여금 한국 문화 전반에 대한 자발적 향유로 이어지는 전형적인 사례로서 한류 현상의 본질을 파악하는 데 도움을 줌

○ Variety, 강풀 작품 <마녀> 관련 보도('15.8.31)

- 한국 영화계 최초로 동일 카툰 저작권 공동 구매
- 한국 김대우* 감독, 중국 레스트 첸** 감독, <마녀>를 원작으로 각기 다른 영화 제작
 - * 김대우 : 국내 영화 감독. <인간중독>, <방자전>, <음란서생> 등 연출
 - ** 레스티 첸 : 대만 영화 감독. <20세여 다시 한 번>(영화 '수상한 그녀'의 중국어판) 등 연출

※ 버라이어티, “Kang Full Web Cartoon ‘The Witch’ To Get Chinese, Korean Adaptations” (강풀의 웹 카툰 ‘마녀’, 한국판 · 중국판 두 편의 액션 영화로 제작) 관련 보도 주요 내용

- ① 8월 31일(월), 서울에 위치한 영화 투자 및 배급사인 NEW(New Entertainment World)에 따르면 <마녀>의 한국어판은 Our Joyful Young Days Film Co와 아이언팩키지 영화사(Iron Package Films)가 공동 제작할 계획
- ② 이번 프로젝트는 기획 단계에서부터 NEW와 Huace Films & TV가 양국 현지에서 최적화된 두 영화 제작을 목표로 원작 판권을 구매한 첫 사례
- ③ <마녀>의 한국어판 연출은 김대우 감독, 중국어 버전은 타이완 출신의 레스트 첸(Leste Chen, 친정다오) 감독이 각각 맡음. 이들은 각자 한국과 중국, 두 나라의 정서와 분위기에 맞도록 영화를 연출할 계획
- ④ 강풀은 한국의 웹 카툰 작가 1세대이며, 그의 전작들 중 몇 편은 이미 영화화됨. NEW의 CEO 김우택은 “중국 실정에 맞는 영화를 만들기 위해 그 무엇보다도 로케이션에 신경을 쓸 계획”이라고 밝힘

2 캐나다

영화

○ 김성훈 감독 <끝까지 간다>, ‘제19회 판타시아국제영화제’* 수상('15.7.14~8.5 캐나다 몬트리올)

- 베스트 아시아 영화 부문 은상 수상

부문	작품명	감독/출연	내용
베스트 아시아 영화	끝까지 간다	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 김성훈 • 출연 : 이선균, 조진웅 등 	한 순간의 실수로 절체절명의 위기에 처한 형사가 자신이 저지른 사건을 은폐하기 시작하며 벌어지는 이야기를 그린 범죄 액션

* 판타시아국제영화제(Fantasia International Film Festival) : 북미지역 최대 규모 영화제 중 하나. 캐나다 몬트리올 서 개최. '97년 시작

○ **‘제39회 몬트리올국제영화제’* 개막, 한국 영화 3편 초청**(‘15.8.27~9.7 캐나다 몬트리올)

- 김세연 감독 <하프>, 포커스 온 월드 시네마 부문 초청
- 장문일 감독 <돼지 같은 여자>, 소재익 감독 <참 친절하시네요> 비경쟁 신작 섹션 초청
- * 몬트리올세계영화제(Montreal World Film Festival) : 북미 최대 영화제이자 세계 8대 영화제 중 하나. ‘77년 창설

기타

○ **한류 사이트 ‘소주 웨이브’*, 현지 인기**(‘15.9.4)

- 바(Bars), 레스토랑(Restaurants), 편(Fun), KCCA 토론토 한인회 등으로 구성
- 1일 평균 방문자 수 800여 명, 캐나다 주류 사회와 소통하는 창구 역할
- * 소주 웨이브(sojuwave.com) : 캐나다 내 한류 사이트. 토론토 위성도시인 미시소거에 거주하는 현지인 디웅 송가 씨가 개설·운영

IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

1 기타

○ (프랑스) 프랑스 인기 패션 브랜드 ‘메종 키츠네’*, 태극기 활용 제품 출시(‘15.9.8)

- F/W 컬렉션명 ‘K.I.M’, 태극기 문양 활용한 의류·가방·모자 등 출시
- 한국 전통 문화의 가치와 가능성 확인, 적극적 홍보 및 마케팅 필요

* 메종 키츠네(Maison Kitsune) : 음악과 패션의 연결을 콘셉트로 내세운 프랑스 브랜드. ‘02년 창립. ‘08년 파리 버뉴 팔레 드 도쿄(Paris venue Palais de Tokyo) 내 숍 오픈

V. 권역별 한류 동향 - 기타

1 기타

영화

- (인도) '2015 Feel Korea in New Delhi' 개최('15.8.29~30, 뉴델리 시리포트 공연장)
 - 턱탑, 제아 제이, 100%, 베스트, 알맹 등 국내 아티스트와 인도 힙합가수 보르킹 후랑카울 참석, K-Pop 공연 및 팬사인회 진행
 - K-Pop Contest India 2015 결선과 연계, 우수 참가자와 합동 공연 개최, 한국어교실, 메이크업교실 등 운영
 - 인도 내 한류 접화, 한-인도 간 상생·협력 교두보 마련
 - ※ (주최) 한국문화산업교류재단 (후원) 문화체육관광부, 주인도한국대사관

- (이집트) 드라마 <별에서 온 그대> 방영('15.8.29~30)
 - 한-이집트 수교 20주년 기념 일환
 - 2004년 드라마 <가을동화> · <겨울연가>, 2006년 <대장금>, 2008년 <내 이름은 김삼순>에 이은 4번째 방영*
 - * 현지 공휴일인 금요일 제외, 주 6회 오후 8시 방영

- (남아프리카공화국) <KOREA IN YOUR EYES> 콘테스트 개최('15.9.8)
 - 남아공 츠와네 기술대학 교수 1인, 프리토리아 사진커뮤니티 Pretoria Steet phorography 회장 심사위원으로 위촉
 - 총 48명 참가, 사진 198장 응모, 한국의 눈을 담은 풍경 사진 1위
 - 'Old and New'라는 테마 하에 서울의 고궁, 한옥과 최신식 빌딩을 대조한 사진 다수 출품
 - ※ (주최) 주남아프리카공화국 대사관

[부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.8.21~9.8)

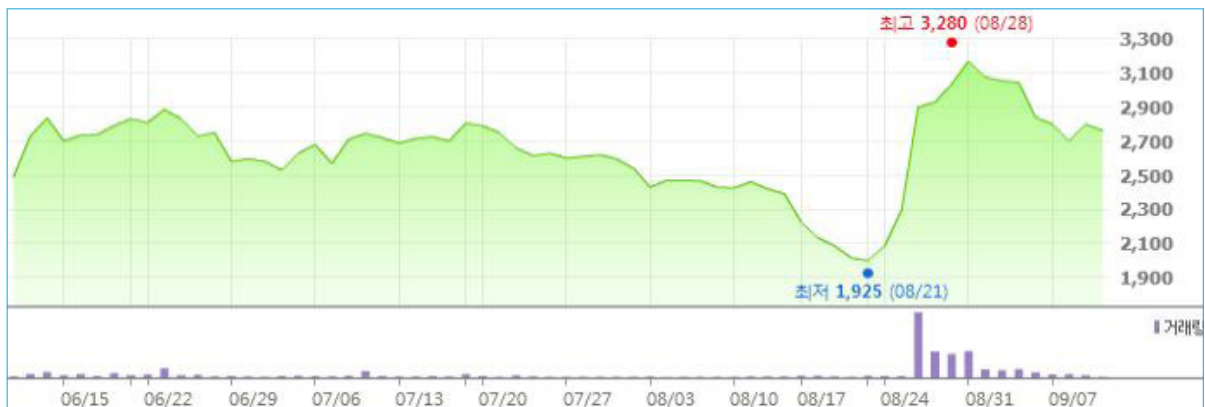
한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
BTOB (콘서트)	'15.8.13~14	일본 (도쿄, Tokyo International Forum A Hall)	JPY 7,800 (한화 약 7만 7천 원)	•약 5천 석 규모
	'15.8.21~22	일본 (오사카, Osaka International Convention Center)		•약 2천 석 규모
걸스데이 (콘서트)	'15.8.21~23	일본 (오사카, Hoop Open Air Plaza)	-	•약 4천 명 참석
카라 (콘서트)	'15.9.1	일본 (오사카, Zepp Namba Osaka)	JPY 9,200 (한화 약 9만 1천 원)	•약 2천 석 규모
김태우 (콘서트)	'15.9.5	일본 (도쿄, NIKKEI Hall)	JPY 10,800 (한화 약 10만 7천 원)	•약 7백 석 규모
더원 (콘서트)	'15.9.5	중국 (상하이, Shanghai Grand Stage)	CNY 280~1,680 (한화 약 5만 원~31만 원)	•약 1만 석 규모
에이핑크 (콘서트)	'15.9.3	일본 (나고야, Nagoya Congress Center)	-	•약 3천 명 참석
	'15.9.5	일본 (후쿠오카, Fukuoka Sunpalace Hotel)		•약 5천 명 참석
허영생 (팬미팅)	'15.9.5	일본 (도쿄, Allatheater)	JPY 9,800 (한화 약 9만 7천 원)	-
위너 (콘서트)	'15.9.6	일본 (시가, Biwako Hall)	JPY 7,900 (한화 약 7만 8천 원)	•약 1천8백 석 규모
	'15.9.8~9	일본 (도쿄, Nagano Sun Plaza)		•약 2천 석 규모

[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

(‘15.6.15~9.7)

엔터테인먼트 업계 (11개사)

초록뱀



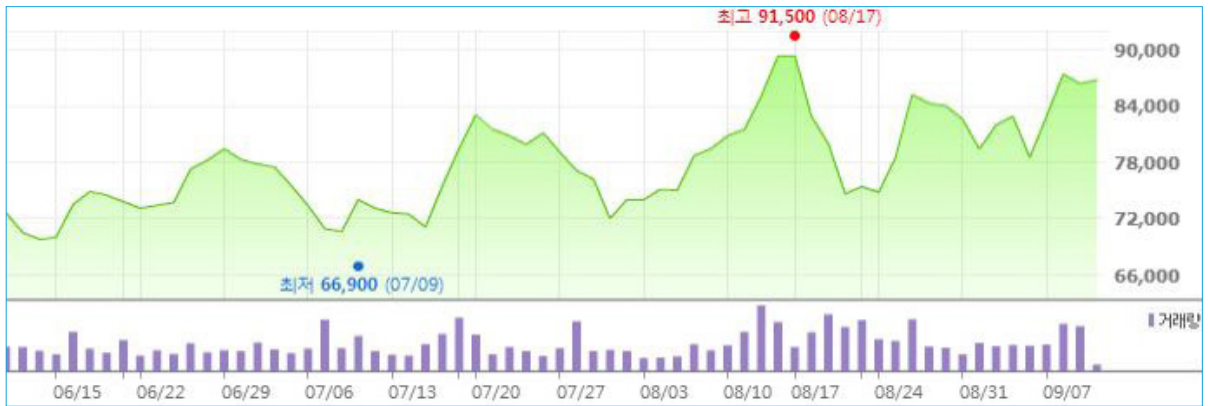
IHQ



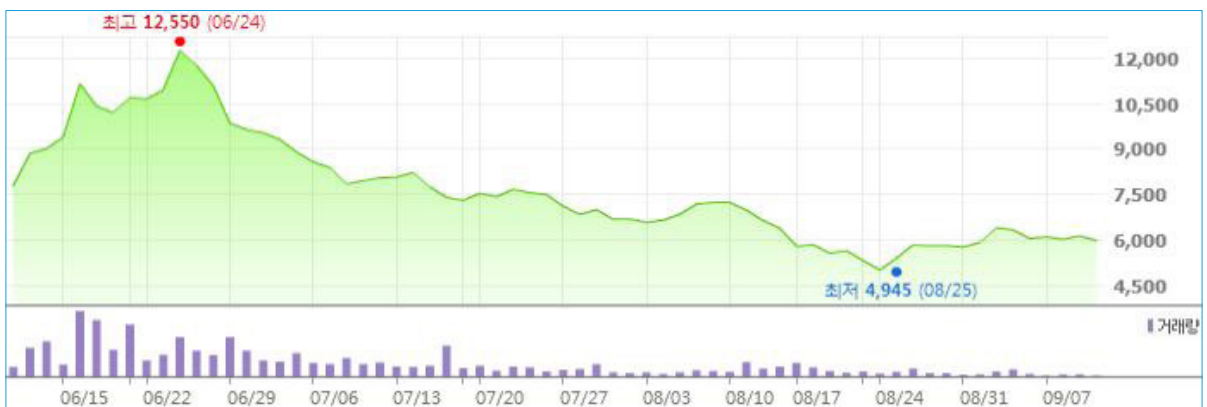
키이스트



CJ E&M



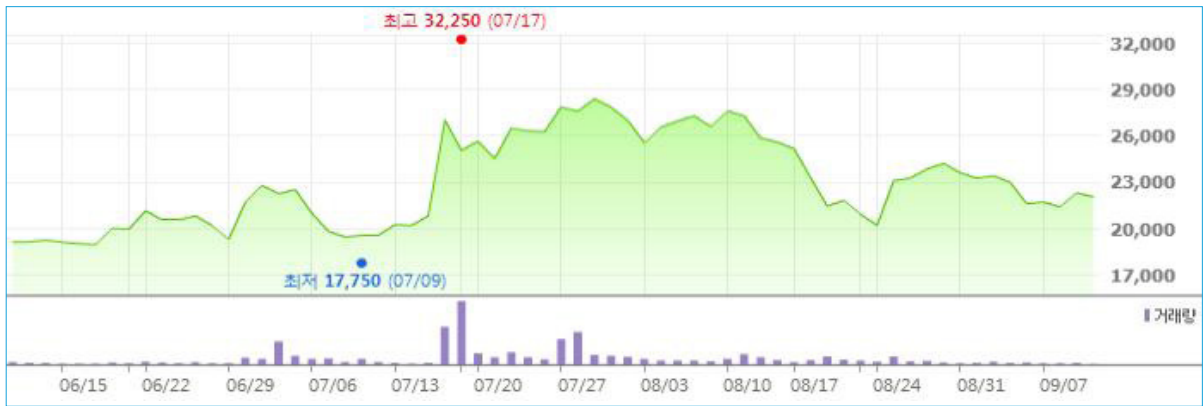
팬엔터테인먼트



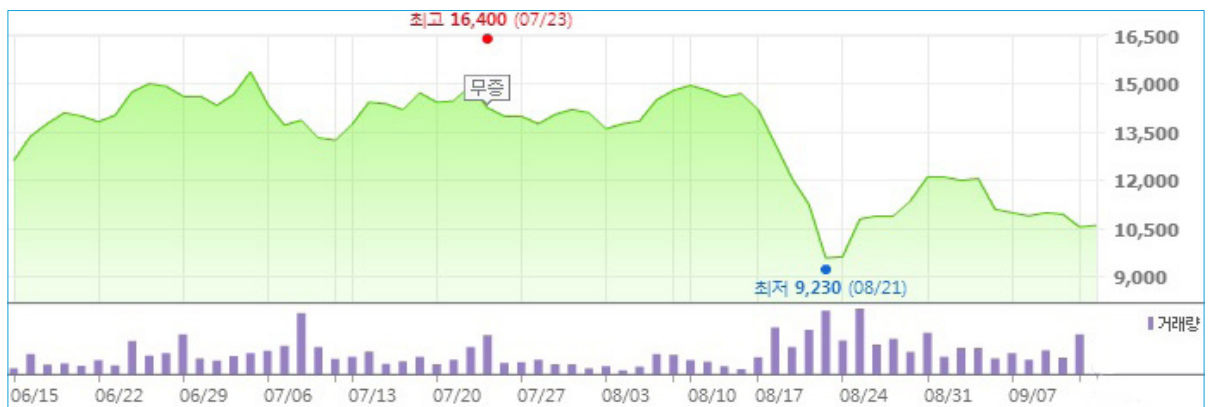
SBS콘텐츠허브



FNC엔터테인먼트



NEW엔터테인먼트



JYP엔터테인먼트



SM엔터테인먼트



YG엔터테인먼트



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