

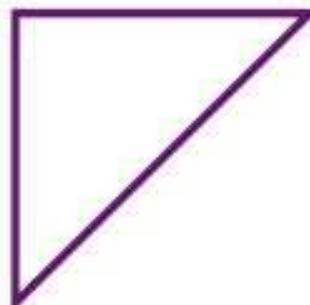
위클리 글로벌

2020. 5. 18.

Weekly Global

20

20





목 차

2020. 5. 18. 한류사업팀

구 분	제 목
미국	- 유튜브·트위치·줌 등 라이브 스트리밍을 활용한 온라인 뮤직 페스티벌(Virtual Concert) 트렌드의 부상
중국 북경	- (정책) 재정부·국가영화국, 국가영화사업발전 프로젝트 관련 정책 발표 - (정책) 국무원, 극장·영화관 등 밀폐식 오락시설 개방 허가 - (기업) 텐센트 2020년 1분기 각 분야 유료서비스 이용 계정 총 1.97억 개 - (기타) 상해 디즈니랜드 5월 11일부터 재개장
중국 심천	- 중국 9대 메이저 기업, 영상산업 정상화 운영 추진 제안서 발표 - 심천시문화광전관광체육국, <문화산업의 혁신적 발전 가속화 관련 실시의견> 발표 (요약편)
일본	- 코로나19 감염확대, 일본 엔터테인먼트 업계 현황 1 - 라이브, 무대 - 코로나19 감염확대, 일본 엔터테인먼트 업계 현황 2 - 영화 - 코로나19 감염확대, 일본 엔터테인먼트 업계 현황 3 - 방송 - K-POP, 온라인 사인회 및 페이스톡 이벤트 등 SNS 활용 특특히 - 닛케이 트렌드, 2020 상반기 엔터테인먼트 히트 대상, <기생충> 입상
인도네시아	- 현지 e스포츠팀 <EVOS Esports>, <Lazada>와 협업 - 금식월 맞아, 인니 뮤지션들 종교음악 발표
베트남	- 넷플릭스, 코로나 여파로 인기 더 올라가 - Top 10 콘텐츠 순위 공개 - - 베트남, 관광산업 회복을 위한 준비에 착수 - 베트남, IT 기업 90% 이상이 엔지니어 추가 고용 예정

미국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 유튜브·트위치·줌 등 라이브 스트리밍을 활용한 온라인 뮤직 페스티벌(Virtual Concert) 트렌드의 부상

- 올해 상반기 계획되었던 음악 공연 및 페스티벌의 잇따른 취소 및 연기에 따라, 온라인 플랫폼을 활용한 뮤직 페스티벌들로 대체됨
- 빌보드 매거진(Billboard Magazine)의 5월 13일자 분석에 따르면, 클래식 오케스트라에부터 대중가수의 공연까지 올해 기획되었던 이벤트들이 대다수 유튜브 플랫폼으로 이동하였으며 이는 분명한 트렌드로 부상하는 중임
- 유튜브 오리지널스는 BTS, Lady Gaga, Alicia Keys 등 인기 아티스트들의 무대를 온라인으로 선보이는 <Dear Class of 2020>를 기획한다고 발표하였으며, 구체적인 라인업은 5월 17일 선보일 예정임
- 이는 유튜브 플랫폼이 실시간 관객 채팅창 및 기부·펀드레이징 기능, 효율적인 트래픽 관리 등 기존의 오프라인 공연을 대체할 만한 적절한 인지도 및 퀄리티를 갖추었기 때문으로 분석됨
- EDC 2020 등 DJ 중심 일렉트로닉 음악 페스티벌 역시 대거 취소사태 이후 유튜브 플랫폼으로 옮겨왔으며, 특히 하우스파티(Houseparty) 플랫폼에서는 자체적으로 DJ 파티를 정기적으로 열며 기존 음악 콘텐츠 소비자들과의 소통을 이어가고 있음
- 이외에도 인스타그램 라이브, 트위치, 줌, 페이스북 라이브, SiriusXM 등 라이브 스트림 플랫폼이 기존의 음악 공연 콘텐츠를 대거 흡수하면서, 미국 내에서는 거의 매주 이와 같은 Virtual Concert가 이루어지고 있음
- 버라이어티 지의 보도에 따르면, 지난 4월 25일 게임 마인크래프트(Minecraft) 내에서 이루어진 음악 페스티벌은 10만 여 명의 동시 접속자를 기록하였음
- 사우스 바이 사우스웨스트(SXSW)를 패러디한 블록 바이 블록웨스트라는 이름으로 성황리에 개최된 이 온라인 음악 페스티벌은, 코로나-19 특수로 인한 이례적 현상이 아닌 하나의 엄연한 트렌드라고 언급하였음
- 이러한 현상에 발맞추어, 대형 음반사인 워너 뮤직 그룹(Warner Music Group) 역시 브루노 마스, 그린데이, 콜드플레이, 워저 등 인기 아티스트들의 온라인 페스티벌을 유튜브 플랫폼을 통해 개최함
- 자택격리 명령의 무기한 연장 등 코로나-19사태의 장기화로 인하여, 올해 하반기에도 이러한 온라인 뮤직 페스티벌은 지속될 것으로 예상됨
- Virtual Concert 대부분은 무료로 진행되며, 접속한 이용자들이 자발적으로 기부(Donation)를 하는 시스템으로 운영이 일반화되고 있음

* 자료 출처

- <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9335531/coronavirus-quarantine-music-events-online-streams>

- <https://variety.com/2020/music/news/all-about-minecraft-music-festivals-1234598970/>

- https://www.theoklandpress.com/entertainment/music-festivals-benefits-fill-the-online-landscape-this-weekend/article_d1541f4c-83d6-11ea-98e6-97ee518de5fchtml

- <https://www.macleans.ca/culture/arts/an-online-music-festival-during-the-coronavirus-pandemic/>

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ [정책] 재정부·국가영화국, 국가영화사업발전 프로젝트 관련 정책 발표

- 5월 14일, 재정부(財政部)와 국가영화국(國家電影局)이 공동으로 국가영화사업발전 프로젝트 자금 임시 징수면제 정책(暫免征收國家電影事業發展專項資金政策)을 발표함. 내용에 따르면, 후베이성은 2020년 1월 1일부터 12월 31일까지 국가영화사업발전 프로젝트 자금 징수가 면제되며, 기타 성(省)·자치구(自治區)·직할시(直轄市)는 8월 31일까지 적용됨.

※ 국가영화사업발전 프로젝트 자금(國家電影事業發展專項資金) : 국무원이 발표한 <영화관리조례(電影管理條例)>에 따라 설립된 일종의 기금으로 중국 현금 이상의 영화관 매표수입의 5%를 징수하며 영화제작, 도시 영화관 보수 및 소수민족지구 영화기업 지원 등에 사용됨

□ [정책] 국무원, 극장·영화관 등 밀폐식 오락시설 개방 허가

- 5월 8일, 중국정부망(中國政府網)에 따르면 국무원(國務院)은 코로나19 대응 정상화 방역작업 관련 지도의견을 각 성·자치구·직할시 인민정부 등에 발송함. 해당 문건에는 방역 조치가 완료된 쇼핑몰·슈퍼·호텔·식당 등 생활 시설을 전면 개방하고 공원·체육시설·도서관·영화관·극장 등 밀폐식 오락시설은 예약이나 유동량 제한 등의 방식으로 제한적 개방하도록 함. 또, 필요한 회의나 전시행사 등도 개최를 허가하도록 함.

□ [기업] 텐센트 2020년 1분기 각 분야 유료서비스 이용 계정 총 1.97억 개

- 5월 13일, 텐센트(騰訊)가 발표한 분기 실적보고에 따르면, 텐센트의 2020년 1분기 매출액은 1,080억 6,500만 위안(약 18조 원)으로 전년도 동기대비 26% 증가하였으며 순이익은 294억 300만 위안(약 5조 원)을 기록함. 항목별 데이터에 따르면, 같은 기간 텐센트 유료 부가서비스를 이용하는 계정 수는 전년도 동기 대비 19% 증가한 1.97억 개로 대부분이 동영상과 음악 서비스 구매 회원임.
- 이 중에서 텐센트 비디오의 유료서비스 이용 계정은 전년도 동기대비 26% 증가한 1.12억 개이며, 유료 음악 서비스 회원 수는 4,300만 명 이상임.

□ [기타] 상해 디즈니랜드 5월 11일부터 재개장

- 5월 11일, 상해 디즈니랜드가 운영 중단 107일 만에 재개장함. 이는 코로나19 확산 이후 폐쇄된 전 세계 디즈니랜드 중에서 처음으로 운영이 재개된 것으로 지난 8일 온라인 입장권 판매가 시작되고 한 시간 만에 일주일치 표가 매진됨. 공원 내에는 시설 간 이용자 분산을 위해 유동량을 제한하고 있으며 일부 시설은 운영하지 않고 있음.

중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 중국 9대 메이저 기업, 영상산업 정상화 운영 추진 제안서 발표

- 코로나19 기간 동안 약 60개의 제작업체가 촬영을 중단하고 100개의 프로젝트가 진행이 지연된 것으로 집계되었으며 올해 드라마 생산량의 경우 2019년 대비 30% 감소될 것으로 예상됨. 이에 따라 2020년 5월 7일, 텐센트 영상, 아이치이, 유쿠 등 9대 영상산업 메이저 업체들은 <코로나19 기간 중 위축되어 있던 영상산업 정상화 운영 추진 제안서(关于开展团结一心共克时艰行业自救行动的倡议书)>를 공동으로 발표하였음.

*3개 영상 플랫폼 : 텐센트 영상, 아이치이, 유쿠

*6개 영상 제작 기업 : 쩡우양광(正午阳光), 화처영상(华策影视), 닝멍영상(柠萌影业), 츠원미디어(慈文传媒), 신리미디어(新丽传媒)

- 드라마 제작 및 분량에 대한 규범화 관리 제안 : 영상 드라마 제작 관련 정책 내용을 바탕으로 30회 이내의 단편 드라마 제작을 장려함.
- 드라마, 예능 프로그램 제작 관련 소요 예산을 조정하고 출연자의 출연료 관리 강화 : 출연자의 출연료는 노무계약에 따라서 정해진 비용만 포함하며, 투자자는 별도의 요구에 의한 어떠한 비용도 지불할 필요가 없음.
- 영상산업 비리 사건 발생 방지를 위한 블랙리스트 체계 구축 : 직무 편의를 이유로 파트너사 및 기타 관계자에게 부당한 이익을 요구할 수 없음. 즉, 현금, 쇼핑 카드, 선물, 지분, 커미션, 유가증권 또는 기타 비물질적 부당 이익을 요구할 수 없으며, 발각 시 상응하는 조치를 취함.



* 이미지 출처 : 바이두

□ **심천시문화광전관광체육국,
<문화산업의 혁신적 발전 가속화 관련 실시의견> 발표 [요약편]**

- 심천시 문화산업의 발전 및 운영 활성화 시스템 구축을 추진하기 위하여 심천시문화광전관광체육국은 <문화산업의 혁신적 발전 가속화 관련 실시의견 (关于加快文化产业创新发展的实施意见)>을 발표하였음.
- **과학기술 분야 관련 혁신적 운영 체계 강화** : 빅 데이터, 클라우드 컴퓨팅, AR/VR, 인공지능, 사물인터넷과 5G, 4K/8K 등 선진 기술 개발과 문화산업에서의 활용을 지원함. 디지털 문화산업 육성에 박차를 가하고, 국가급 문화 및 과학 기술 융합 시범 기지 건설에 주력함.
- **뉴미디어와 온라인 문화 콘텐츠 집중 육성** : 5G/4K/8K 기술을 바탕으로 문화 콘텐츠를 핵심으로 하는 디지털 미디어 산업을 중점적으로 발전시킴. 콘텐츠 기업 내 창작, 연구개발, 제작 능력을 높이며, 영상, 애니메이션 파생상품 개발과 판권거래 서비스를 강화함. 특색 있는 중국 창작 게임 개발을 지원하여 대형 e-스포츠 경기 개최 및 고품질 게임 IP 파생상품의 개발 및 수출을 지원함.
- **지적재산권 서비스 플랫폼 건설 지원** : 첸하이(前海)국가저작권혁신기지, 판권 시범단지, 중국판권보호센터 등 지적재산권기구를 건설하여 판권수출·등록·보호·거래 서비스를 제공함.
- **문화와 금융의 융복합 발전 추진** : 금융 감독 규정에 부합한다는 전제하에 금융자본, 사회자본과 문화산업자원의 융복합 발전을 장려함. 상업은행은 문화특화은행을 설립하여 문화산업 기업을 대상으로 전문적인 금융 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 담보기관이 문화산업 기업 대상 담보 서비스를 제공할 수 있도록 지도함.
- **전문성 있는 문화 인재 유치 관련 정책 보완** : 대학, 과학연구기관, 문화산업 기업 자원 등을 활용하여 문화산업 인재육성기지 건설을 강화함. 해당 산업 지원 정책 내용에 따라 문화산업 인재에게 활성화된 연구 환경을 제공함.

일본 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 코로나19 감염확대, 일본 엔터테인먼트 업계 현황 1 - 라이브, 무대

- 코로나 바이러스 감염확대로 일본은 <긴급사태선언>이 전국으로 확대, 대부분 상업시설은 휴업 상태에 진입
- 콘서트나 연극과 같은 라이브 엔터테인먼트 업계는 <긴급사태선언> 이후 모든 이벤트가 중지되었으며, 5월 이후 이벤트도 연기·중지를 공지함, 3월 이후 약 110여개 콘서트 공연이 연기·중지
- 피아총연의 3월 말 조사 결과에 따르면, 중지 및 연기에 인한 콘서트나 스포츠 등의 공연은 약 8만 1,000편으로 5월 말까지 긴급사태선언이 지속될 경우 15만 3,000편으로 확대, 약 3,300억 엔의 입장료 수입 적자가 발생, 2019년 전체 수익이 9,000억 엔의 시장규모의 약 40% 차지
- 상품(굿즈) 수익에도 큰 영향을 미침. 오프라인 숍의 임시 휴업과 팬들의 외출 자제로 상품 구매력이 현저히 떨어져, 아티스트 사이에는 DVD나 Blue-Ray 발매 연기 잇따름
- 한편 공연장과 라이브 하우스 사업 업계에 대한 지원으로 <music unites against covid-19> 등의 사이트가 개설, 등록된 라이브 하우스가 제공하는 악곡 데이터를 구입하는 것으로 지원금이 전달되는 지원 사이트
- 라이브 하우스나 극장 등 매상 급락에 대해 보조금을 희망하는 서명 활동인 <SaveOurSpace>, 악곡 무료 제공하는 <origami PRODUCTIONS> 등 라이브 하우스나 아티스트 지원 왕성

□ 코로나19 감염확대, 일본 엔터테인먼트 업계 현황 2 - 영화

- 일본 주요 영화관 'TOHO 시네마' 는 3월 매출이 전년대비 58.8% 감소했다고 발표, 다른 영화관도 비슷할 것으로 추측
- 4월 4일, 5일에 일본 국내 영화 10개 작품의 흥행수입은 전년도와 비교해 약 90% 감소. TOHO 시네마에서 개봉을 연기한 작품은 3월 9편, 4, 5월 합치면 약 19편에 달함
- 각 영화 제작사에서는 개봉 연기 움직임이 왕성하며 5월 역시 흥행 수익은 그다지 밝지 않을 것으로 봄. 6,7월 공개 작품들까지 연기된 상황으로 특히 외국 영화는 전 세계 동시 개봉작들이 많기 때문에 코로나가 세계적으로 수습되지 않는 이상 공개가 불가능할 것임
- 소극장의 타격은 대극장 못지않음. 경영 규모가 작기 때문에 휴업 영향이 크며 지원책도 등장. 소극장은 지금까지 공개했던 작품들을 인터넷 서비스하거나, 극장 개봉과 동시에 인터넷 개봉 시도

- 영화 <Fukushima50>는 300개의 영화관 공개 도중에 인터넷으로 서비스도 시행, 전대미문의 전개라고 꼽음
- 관서지역의 소극장을 지원하기 위해 티셔츠를 구입 금액을 기부하는 <Save our local cinemas>, 동영상 서비스 사이트 <애플링크(アップリンク)>에서는 온라인 상영 제공

□ **코로나19 감염확대, 일본 엔터테인먼트 업계 현황 3 - 방송**

- TV 방송 현장에서는 드라마나 버라이어티 등 많은 사람들이 모이는 촬영이나 스튜디오에서의 녹화가 각 방송국마다 중지, 4월부터 방영한 신작 드라마는 도중 중단하고 대신 과거 드라마를 재방송하는 상황
- 한 작품 당 3개월 편성인 일본 드라마 제작국은 7월 방송 예정인 드라마 역시 촬영이 원활하게 이루어지지 않음
- 지역 이동 자제로 인해 각 지역 방송국에서는 타 지역 연예인 출연을 삼가, 특히 타 지역 연예인의 스튜디오 출연은 철저하게 금지
- 드라마, 버라이어티 등의 프로그램뿐만 아니라 TV애니메이션 제작현장도 코로나 19 파문이 큼. 특히 성우 녹음 제작을 할 수 없어 4월 마지막 주부터 신작 애니메이션은 방송 중지, 지금까지 방영한 것을 재편집하는 것으로 조율
- 반면, TV CM 효과를 분석하는 ‘스위치 미디어 랩’은 외출 자제로 인해 재택 시간이 장기화되고 이어 TV 시청자체가 길어졌다고 전함. 조사 결과에 따르면 20~34세 남녀의 시청이 눈에 띄게 늘(남자 평일 19%, 주말 24%, 여자 평일 18%, 주말 30% 증가)
- 14만 이상 드라마와 영화 인터넷 서비스 플랫폼 ‘U-NEXT’의 경우 3월 월간 이용자 수가 2007년 서비스 개시 이래 최대 기록, 인터넷 동영상 플랫폼의 성장과 존재감은 점점 높아질 것으로 추정

* 자료 출처 : ‘닛케이 엔터테인먼트 2020년 6월호’ <INSIDE REPORT, 신형 코로나 바이러스 감염확대로 대 타격, 감염 확대에 의한 엔터테인먼트업계에의 영향>

□ **K-POP, 온라인 사인회 및 페이스북 이벤트 등 SNS 활용 특특히**

- 코로나19 확산 방지를 위해 대부분 콘서트 및 이벤트가 취소, 연기되는 상황에서 K-POP 그룹 중심으로 온라인 이벤트가 속속들이 등장
- 보이그룹 NTB(엘민, 서웅)가 5/2 생중계 온라인 사인회 개최, 당시 사인한 상품이 직접 집으로 배송되는 등 팬 사이의 반응은 대호평, 뒤를 이어 재하, 효빈의 온라인 사인회가 5/23 개최 예정. 이번엔 팬과의 1:1 대면형식의 온라인 사인회 개최로 주목, 전 5/15에는 무관객 콘서트 영상도 서비스 예정 중
- 신인그룹 아르곤(ARGON)은 1:1 대면형식의 온라인 사인회를 5/16 개최 예정
- 5인조 그룹 AB6IX도 데뷔 1주년 기념 온라인 팬미팅 영상을 일본어 자막으로 제작, 한국과 동시에 생중계할 예정

- 인기 걸그룹 마마무의 리더 솔라의 온라인 팬 사인회가 5/16 개최, 공식 온라인 숏에서 싱글 앨범을 구입 대상으로 추첨으로 50명을 선정
- 보이 그룹 SNUPER가 온라인 페이스 북 회 개최를 결정, 소속사에 따르면 일본 7번째 싱글 <OXYGEN> 앨범을 예약한 팬 중 추첨을 통해 참가자를 선정
- 반면 배우들은 온라인 이벤트는 눈에 띄지 않음. 팬미팅, 팬사인회 등 대체로 이 이벤트가 중지, 4월 팬미팅 예정의 하지원과 진세연은 2020년 하반기로 연기

□ 닛케이 트렌드, 2020 상반기 엔터테인먼트 히트 대상, <기생충> 입상

- “히트 대상”은 전체 13개의 상품 장르에서 2020년 상반기 (2019년 10월 ~ 2020년 3월)에 히트를 선정, <상반기 히트>로 지정
- <팔림세 (매상의 크기나 점유율의 높음 정도)>, <신규성 (지금까지 없었던 획기적인 기능이나 특징이 있었는가)>, <영향력 (소비자의 생활 스타일을 바꾸었는가)>의 평가 항목을 기준으로 대상을 선정, 하반기에 주목할 신상품이나 서비스, 매출이 폭발할 것으로 예상되는 <하반기 히트 예측>도 지정

수상 내역	이름 (배급사/출판사)	장르	수상 기준			비고
			팔림세	신규성	영향력	
2020년 상반기 히트 대상	요괴의 검 (집영사, 集英社)	만화	3	2	3	연재 3년 만에 히트 누적발행 4000만 부 돌파
상반기 히트	어린이 육법 (홍문당, 弘文堂)	서적	2	2	1	어린이가 알아야 할 법률 지식 대학 등에서도 교과서로 활용
상반기 히트	테세우스의 배 (TBS)	드라마	2	1	2	법인 변경을 예고로 시청자를 모음 제10화 실시간 시청률 19.6% 달성으로 종합시청률 1위 달성
상반기 히트	나는 노란색에 하얀색에 조금 파란색 (신조사, 新潮社)	서적	2	1	1	논픽션 대상 수상
상반기 히트	한자 드릴 (타카라시마사, 宝島社)	책	1	2	1	인터넷 서점 중심으로 판매 폭발, 현재 3만 부 발매
상반기 히트	사랑은 계속된다, 어디까지나 (TBS)	드라마	2	1	2	젊은 세대가 대상, SNS상에서 화제
상반기 히트	기생충	영화	2	2	2	아카데미 4연패, 일본 흥행수입 40억 돌파 (일본 국내 한국영화 흥행수입 1위)

※ 엔터테인먼트 장르

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 현지 e스포츠팀 <EVOS Esports>, <Lazada>와 협업

- 2020년 4월 15일, 라자다(Lazada)는 인도네시아 유명 e스포츠팀인 <이보스 이스포츠(EVOS Esports)>와 1년간 협업한다고 공식적으로 발표함
- 이번 협업은 인도네시아 정부가 e스포츠 산업 발전에 적극적으로 지원하고 있는 가운데, 동남아시아 최대 전자상거래 기업인 라자다(Lazada)도 인도네시아 밀레니얼 세대 및 Z세대 대상 모바일 게임과 e스포츠의 발전에 공헌할 계획임
- 이에 라자다(Lazada)는 플랫폼 내 EVOS 공식 채널을 개설하여 관련 상품을 판매할 예정임. 이에 앞서 2020년 4월 10일부터 17일까지 소프트 런칭을 통해 게임 및 무료 배송 바우처 지급 등의 프로모션을 진행한 바 있음
- 상품 판매 외에도 해당 플랫폼을 통해 e스포츠 경기의 라이브 스트리밍, 게임 등의 서비스를 제공함
- <이보스 이스포츠(EVOS Esports)>는 2016년 8월 창단된 인도네시아 e스포츠 팀으로, <2019 태국 프리 파이어 월드컵(Free Fire World Cup 2019 Thailand)>, <2019 말레이시아 모바일 레전드 월드 챔피언십(Mobile Legend World Championship 2019 Malaysia)>, <2019 인도네시아 AOV 스타 리그 시즌 2(AOV Star League Season 2)> 등 국내외 경기에 출전하여 우승을 거둠
- 한편, 게임 전문 리서치 업체인 뉴주(Newzoo)가 2019년에 발표한 보고서에 따르면, 인도네시아 스마트폰 이용자는 약 8,200만 명이고, 이 중 모바일 게임 이용자는 5,200만 명임. 또한, 인도네시아 내 모바일 게임 이용자 수는 전 세계 17위에 해당되는 수치임



* 이미지 출처 : 구글

□ 금식월 맞아, 인니 뮤지션들 종교음악 발표

- 2020년 4~5월 금식월을 맞아 다수의 인도네시아 뮤지션들이 종교음악을 발표함. 해당 앨범(곡)은 다음과 같음

	뮤지션명	앨범(곡)명	비고
1	라피카 두리 (Rafika Duri)	알라신의 이름으로 (Bismillah)	1995년 가수 라피카 두리가 기발매한 곡을 2020년 버전으로 리메이크함
2	아들라니 람베 (Adlani Rambe)	알라신 예언자의 아내, 아이샤 (Aisyah Istri Rasulullah) 바달의 기도문 (Shalawat Badar)	아들라니 람베가 발표한 첫 종교곡으로, 예언자 무하마드 (Muhammad)의 아내인 아이샤가 느끼는 알라신을 향한 사랑에 대한 곡임
3	인카 크리스티 (Inka Christie)	저의 죄를 사해주세요 (Ampuni Dosaku)	-
4	델리아 셉티안티 (Delia Septianti)	마음 속 깊은 사랑 (Muhasabah Cinta)	2008년 종교음악 밴드인 <edCoustic>에 의해 기발매된 곡을 전자기타와 전자키보드 반주를 추가하여 리메이크한 곡임
5	웅우 (Ungu)	웅우의 히트 종교음악 (Top Hits Religi UNGU)	해당 앨범에 그동안 인기가 많았던 종교곡 12곡을 수록함
6	노비 아일라 (Novi Ayla)	신의 부르심 (Panggilan Tuhan)	가수 노비 아일라가 직접 작사 및 작곡한 곡임
7	썬띠아 라무수 (Cynthia Lamusu)	알라신에 대한 믿음 (Tawakal)	가수 썬띠아 라무수가 직접 작사 및 작곡한 곡임
8	샤유키 마아루프 아민 (Syauqi Ma' aruf Amin)	그리운 달 (Bulan Dirindu)	현 부통령 마아루프 아민 (Ma' aruf Amin)의 아들인 구스 샤유키(Gus Syauqi)가 작사 및 작곡한 곡임
9	사비안 (Sabyan)	라마단 (Ramadan)	가수 나기따 슬라비나 (Nagita Slavina)와 함께 작업한 듀엣곡
10	아니사 라흐만 (Anisa Rahman)	알라신에게 귀환을 마침 (Berakhir Dalam Taubat) 리 캄사툼: 전생의 죄인가, 알라신이 나를 시험하는 것인가 (Li Khamsatun: Antara Azab dan Ujian)	-

- 한편, 인도네시아에서는 매년 금식월을 맞아 무슬림인 인도네시아 유명 가수들이 알라신에 대한 신실한 신앙심과 열렬한 사랑을 담은 종교음악을 발표하여 한달 간 금식을 하는 일반 이슬람 신자들의 신앙심을 북돋음

베트남 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 넷플릭스, 코로나 여파로 인기 더 올라가 - Top 10 콘텐츠 순위 공개 -

- 전 세계가 코로나19에 휩싸이고 하노이도 ‘사회적 격리’ 정책이 계속되면서 야외활동 금지 등 수많은 경제활동에 제약이 생겼지만, 이 와중에도 오히려 수혜를 입은 업종이 바로 온라인 스트리밍 서비스. 이 중 세계 1위를 달리고 있는 넷플릭스가 세계적인 코로나 팬데믹 사태에서 베트남 사람들의 많은 사랑을 받고 있음
- 넷플릭스는 올해 2월 말부터 나라마다 많이 보는 영화, 드라마를 선정하여 10위까지 순위를 발표하는 <Top 10> 서비스를 제공. 넷플릭스는 전날 고객들이 2분 이상 시청한 자료를 기준으로 <Top 10> 영상을 매일 업데이트할 것이라고 밝히며, '오늘의 Top 10 콘텐츠' 순위 발표를 통해 화제의 콘텐츠를 쉽고 빠르게 접하는 방법을 지속적으로 개발하고 있다고 함

< 오늘의 베트남 Top 10 콘텐츠 > (2020.5.6. 기준)

순번	국가	제목	유통 채널
1	한국	더킹:영원의군주(TheKing:EternalMonarch)	SBS 드라마
2	한국	인간수업(Extracurricular)	넷플릭스 드라마
3	미국	Extraction	영화
4	한국	응답하라1988(Reply1988)	tvN 드라마
5	미국	Too Hot To Handle	넷플릭스 리얼리티
6	한국	슬기로운의사생활(HospitalPlaylist)	tvN 드라마
7	미국	Into the night	넷플릭스 TV시리즈
8	스페인	Money Heist	넷플릭스 드라마
9	한국	루갈(Rugal)	OCN 영화
10	한국	부산행(TrainToBusan)	영화



< Netflix - 오늘의 베트남 Top 10 콘텐츠 >

□ 베트남, 관광산업 회복을 위한 준비에 착수

- 베트남 문화체육관광부(이하 ‘문화부’)는 코로나19가 종식되는 대로 관광산업을 신속히 회복시킬 계획이라고 발표
- 문화부는 관광시장 활성화를 위해 항공권, 숙박비, 입장료 등을 인하하도록 항공사, 운송회사, 여행사들과 조율하는데 주력할 예정. 또 단계적으로 아시아 국가 전염병 종식 단계에서는 “베트남 NOW - 안전과 미소” 라는 캠페인을 벌이고, 세계적인 종식 단계에서는 다양한 관광 홍보와 부양책으로 관광 활성화를 추진할 예정. 관광업계는 특히 사업, 출장 수요에 초점을 맞추고, 관광산업을 디지털화할 수 있는 스마트관광 운영센터를 건립할 예정
- 문화부는 현재 기업이 직면한 어려움을 타개할 수 있는 실질적인 해결책이 우선 필요하다고 지적하면서, 정부에 홈스테이 소유주, 중소기업, 해고된 관광 노동자에게 62조 VND(약 26억 달러)의 금융 패키지를 제공해 달라고 제안함



< 베트남 하장(Ha Giang) 마피랭 패스(Ma Pi Leng Pass) >

□ 베트남, IT 기업 90% 이상이 엔지니어 추가 고용 예정

- 호치민 소재 채용기업 나비고스(Navigos)가 최근 354명의 IT 근로자와 45명의 고용주를 대상으로 진행한 설문에서, 베트남 IT 기업 중 약 91%가 내년까지 엔지니어를 추가로 고용하고 사업을 확장할 것으로 응답함
- 이직 관련 조사 결과, 60%의 엔지니어는 1~3년 동안 현재 회사에서 일할 계획이고, 15%는 4년 이상 계속 근무하겠다고 응답함. 이직 사유로는 급여, 처우 불만이 45%로 가장 높았고, 경력 관리나 승진 문제(40%), 스카우트(38%), 일과 개인 생활의 불균형(33%) 등의 순이었음
- 한편, 고용주들은 급여 면에서 숙련된 엔지니어들에게 월 700~1,000달러를 지급하고 있어 다른 업종 평균 250~700달러에 비해 높다고 응답함. 특히 고급 기술에 대한 수요가 많고, 코로나19 상황에서 업무 지원 애플리케이션

선 개발이 더 중요해진 상태에서 진행된 조사. 베트남 정보통신부 응우옌 만 흥 장관은 최근 한 포럼에서 베트남이 디지털 전환을 본격 추진하기 위해서는 5만여 개의 IT 회사가 더 필요할 것이라고 말했다



< 베트남 IT 기업 엔지니어 >

● 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처 ●

- 미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장 : +1-323-935-2070 / thinkju@kocca.kr
 - 유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장 : +33-1-42-93-02-84 / misterx1@kocca.kr
 - 중국 비즈니스센터(북경) 김상현 센터장 : +86-10-6501-9971 / willbe@kocca.kr
 - 중국 비즈니스센터(심천) 남궁영준 센터장 : +86-755-2692-77971 / pinoky14@kocca.kr
 - 일본 비즈니스센터(동경) 황선혜 센터장 : +81-3-5363-4511 / hwang216@kocca.kr
 - 인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
 - 중동마케터(UAE 아부다비) 오현전 차장 : +971-2-491-7227 / oh@kocca.kr
 - 베트남마케터(하노이) 홍정용 부장 : +84-39-226-4093 / hongiy@kocca.kr
-

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr