

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2020

**WEEKLY
GLOBAL**

위클리글로벌

178 호

2020년 7월 1일 한류사업팀

구분	제목
 방송/영화	<ul style="list-style-type: none"> • [일본] <사랑의 불시착>, 'NHK 컬처' 에서 단독 강좌 개설 • [일본] TV 지상파, BTS 특별방송 <BTS JOURNEY> 결정 • [베트남] 베트남 디지털 광고 시장, 글로벌 매체의 점령
 게임/유희복합	<ul style="list-style-type: none"> • [심천] 7월부터, 중국 애플 앱스토어 無판호 게임 등록 불가 • [인니] 인니 관광창조경제부, 코로나 19 예방 기능성게임 경진대회 개최 • [베트남] 유비소프트, 베트남 다낭에 사무소 개설
 음악	<ul style="list-style-type: none"> • [일본] 엔터테인먼트 대표 순위 <오리콘 차트>, K-POP 맹활약 • [인니] 코로나 19 관련 음반 현황 • [베트남] Son Tung M-TP(선퐁 엠티피)의 다큐멘터리 콘서트, 네티즌 사이 큰 인기
 패션	<ul style="list-style-type: none"> • [심천] 터부(特步), 웨이판샤오빙(微软小冰)과 맞춤형 의류 디자인 생산 및 소매 플랫폼 구축 • [일본] 한류, 현지 10대 최신 유행 트렌드에 큰 영향
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> • [미국] 애플 '세계개발자회의(WWDC)' 22일 온라인으로 진행 • [북경] 문화와여유부, 코로나 19 대응 문화시설 개방지침 수정본 발표 • [북경] 국가인터넷정보판공실, 10개 라이브방송 플랫폼과 면담 진행 • [북경] 문화와여유부, 2019년 문화 및 여행분야 통계 발표



방송·영화



☑ [일본] <사랑의 불시착>, ‘NHK 컬처’ 에서 단독 강좌 개설

- ☑ 드라마 <사랑의 불시착>의 작품 해설과 함께, 연출을 담당한 이정호 피디와의 인터뷰를 바탕으로 한 제작 비하인드 스토리를 소개하는 온라인 강좌가 ‘NHK 컬처’ 주관으로 7 월 4 일 교토에서 개최할 예정이다. 강사는 한국문화 전문기자 나리카와 아야 (成川 彩)임.
- ☑ 한국 관련 강좌는 한국어 강좌나 요리교실이 일반적인 ‘NHK 컬처’ 에서, 한국콘텐츠의 작품 해설과 제작 뒷얘기 등 드라마 한 작품을 단독으로 진행되는 강좌는 흔치 않음. <사랑의 불시착>이 일본 현지에서의 화제성을 실감하기에 충분함.
- ☑ ‘NHK 컬처’ 는 NHK 방송프로그램에 관련된 강좌뿐만 아니라 건강, 전통 예술 등 다양한 분야의 강좌들을 제공하는 문화 센터임. 현재 일본 전국에 39 개 강좌를 설치, 연간 약 68 만 명의 회원이 수강중임.
- ☑ 코로나 바이러스의 영향으로 온라인 강좌를 병행하고 있음.

☑ [일본] TV 지상파, BTS 특별방송 <BTS JOURNEY > 결정

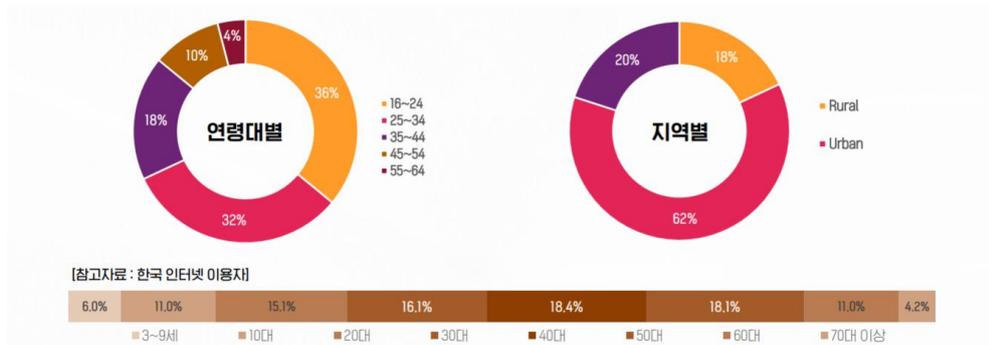
- ☑ BTS 의 일본 4 번째 앨범 <MAP OF THE SOUL : 7 -THE JOURNEY->의 발매를 기념하고, BTS 의 매력을 소개하는 특별방송 <BTS JOURNEY-7 명의 여행->이 7 월 5 일 지상파 TV 도쿄(계열사 6 개의 방송국 포함)에서의 방영이 결정됨.
- ☑ 브라우저 Brave 의 특설 페이지에서는 스페셜 뮤비 <BTS MUSIC JOURNEY>를 공개함. 약 24 분의 동영상으로, 7 년간 BTS 활동을 하며 느낀 멤버 각각의 생각이나, 새로운 앨범에 대한 인터뷰 등이 담겨 있음.
- ☑ 6 월 22 일에는 지상파 TBS <CDTV 라이브!라이브!>의 4 시간 특별방송에 출연해서 신곡 <STAY GOLD>의 무대를 최초 공개함. BTS 가 <CDTV 라이브!라이브!>에 출연하는 것은 처음으로, 코로나로 인해 특별히 한국에서 녹화를 진행했다고 함.



|그림 1| 출처:
<https://btsbantan.com/bts-journey-tv/>

☑ [베트남] 베트남 디지털 광고 시장, 글로벌 매체의 점령

- ☑ 베트남 디지털 광고 시장은 스마트폰의 전국적 보급과 용이한 와이파이 환경의 영향으로 성장이 계속되고 있음
- ☑ 베트남 소셜미디어 이용률은 한국보다 높는데, 이는 페이스북 메신저를 주요 소통 수단으로 활용하고 있는데 기인. 40 대 이하 및 도시 거주자 이용률이 높고, 특히 16~24 세 사이 젊은이들의 인터넷 이용률이 36%로 인터넷을 가장 많이 사용하는 것으로 나타났으며, 25~34 세의 경우 32%로 적지 않게 나타남



|그림 2| 베트남의 인터넷 사용률

- ☑ 베트남인의 경우 일 평균 6.5 시간, 일주일 약 45 시간 인터넷을 이용하면서 주로 소셜네트워크, 검색, 영상 등을 이용하고 있는 것으로 나타남. 최초 인지 이후 디지털을 통해 정보를 검색하는 비율이 급증하고 있으며, 특히 소셜미디어를 통한 2 차 정보 습득과정이 점차 중요시됨
- ☑ 베트남에서는 현재 페이스북(facebook), 유튜브(youtube), 구글(google) 등 글로벌 매체와 Zing.vn, VnExpress 등 뉴스사이트가 두드러지게 시장을 주도. 특히 페이스북의 사용 빈도가 현저하게 높으며, 베트남 전체 광고비의 70% 이상이 이와 같은 글로벌 매체, 이중 페이스북이 47%를 차지함

게임·융복합



☑ [심천] 7월부터, 중국 애플 앱스토어 無판호 게임 등록 불가

- ☑ 6월 18일, 애플은 중국 앱스토어 내 등록되어 있는 게임 판호 발급 여부에 대한 엄격한 내부 검사를 실행할 예정이라고 발표하였음. 또한 2016년 6월 2일 광전총국이 발표한 <모바일 게임 출판 서비스 관리에 관한 통지>를 기반으로 올해 7월부터 판호가 없는 신규 게임의 경우 애플의 내부 심사를 통과할 수 없을 뿐만 아니라 중국 앱스토어 내에 등록될 수 없다고 밝혔음.
- ☑ 향후 국내외 유료 다운로드 게임, 그리고 일부 모바일 게임의 경우 중국 게임 배급사를 통한 서비스 혹은 판호 신청 절차를 거치지 않으면 중국 내 출시할 수 없다는 것을 의미함. 하지만 캐주얼 미니 게임의 경우 판호 발급 요구 범위에 포함되지 않으며 중국 애플 앱스토어 플랫폼 내 계속 정상적으로 운영될 수 있다고 발표함.

☑ [인니] 인니 관광창조경제부, 코로나 19 예방 기능성게임 경진대회 개최

- ☑ 2020년 5월 27일 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)는 코로나 19 예방 기능성게임 경진대회인 <Game Lokal Kreasi Indonesia(Gelora) 2020>를 개최한다고 발표함
- ☑ 이번 행사는 코로나 19를 예방하고 극복하기 위한 방안 중의 하나로, 행사 참가자들은 인도네시아 보건부가 발표한 코로나 19 예방수칙 관련한 게임을 개발하는 것임
- ☑ 이번 행사 참가조건은 게임 출시 경험이 있는 게임개발사로, 총 직원 중 인도네시아 국적의 직원 수가 최소 50%이상의 법인형태이어야 하며, 온라인 발표 평가에 반드시 참여해야함
- ☑ 평가에 의해 선발된 참여기업은 에두카 스튜디오(Educa Studio), 긴보 스튜디오(GINVO Studio), 아노만 스튜디오(Anoman Studio), 슬랩 게임즈(SLAB Games), 아르사네시아(Arsanesia), 위사게니 스튜디오(Wisageni Studio), 짜야오 게임즈(CIAYO Games) 등으로 총 7개사임
- ☑ 선발된 참여기업은 게임 개발을 진행하는 동안 인도네시아 청년의사단체인 주니어 닥터스 네트워크 인도네시아(Junior Doctors Network Indonesia)로부터 의료 지식 관련 조언을 받게 될 예정임
- ☑ 한편, 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)는 정확한 예산을 밝히지 않았지만, 게임 개발에 수반되는 모든 비용을 지원할 예정임

☑ [베트남] 유비소프트, 베트남 다낭에 사무소 개설

- ☑ 세계 4대 비디오 게임 회사 중 하나인 유비소프트(Ubisoft)는 지난 6월 8일 베트남 다낭에 지사를 개설함. 유비소프트는 프랑스 몽트뢰유에 본사를 둔 컴퓨터 비디오 게임 개발사로, 2009년 발매한 리듬 게

임 '저스트 댄스(Just Dance)'는 전 세계적인 열풍을 불러왔고 2018년부터는 한국에서 '저스트 댄스' 경연대회까지 열릴 정도로 인기를 끌었음

- ✔ 오렐리엔 팔라세(Aurelien Palasse) 유비소프트 다낭 지사 상무 이사는 “최근 베트남, 특히 다낭은 IT 분야에서 호황을 누리고 있는 지역으로 활발한 투자가 이루어지고 있다고 함. 또한 “동남아시아의 게임 시장은 전 세계에서 가장 빠르게 성장하는 게임 시장 중 하나로 발전 가능성이 높다”며 기대감을 드러냄
- ✔ 유비소프트는 향후 3년간 약 100 명의 직원을 모집하여 다낭 지사 확장에 노력을 기울일 것이고 2021년 초 첫 번째 작품을 소개할 계획이라고 덧붙임



[그림 3] 다낭 유비소프트 사무소

음악



✔ [일본] 엔터테인먼트 대표 순위 <오리콘 차트>, K-POP 맹활약

- ✔ BTS 의 한국 4 번째 앨범 <MAP OF THE SOUL : 7>이 <오리콘 상반기 랭킹 2020 작품별 매출 수 부문>의 <앨범 랭킹>에서 1 위를 획득함. 해외 가수가 앨범 랭킹 1 위를 차지 한 것은 1984 년의 마이클 잭슨의 <스릴러> 이후 36 년 만. 남성 아티스트로서는 2017 년의 SMAP 의 <SMAP 25 년>이후, 3 년만 임.
- ✔ TWICE 의 한국 9 번째 앨범인 <MORE&MORE>이 6 월 16 일 발표 된 <최신 오리콘 주간 앨범 랭킹>에서 등장 2 주 만에 첫 1 위를 획득함. 머라이어 캐리와 공동 2 위였던 <해외 여성 아티스트 앨범 1 위 획득 작품 수> 부문에서 머라이어 캐리를 제치고 단독 2 위로 오름.
- ✔ TOMORROW X TOGETHER 가 <오리콘 상반기 랭킹 2020 아티스트 별 세일즈 부문>에서 신인 3 위를 획득함.

☑ [인니] 코로나 19 관련 음반 현황

☑ 전 세계적으로 코로나 19가 장기적으로 대유행되고 있는 가운데, 다수의 인도네시아 뮤지션들은 코로나 19를 예방하고 극복하자라는 의미로 다음과 같은 음반을 발매함

	뮤지션명	비고
1	프로젝트 팝 (Project Pop)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 코로나 때문에(Gara Gara Corona) • 기존 인기곡인 <까히나 때문에(Gara Gara Kahitna)>를 패러디한 곡으로, 인도네시아 코로나 19 사태 발생이후의 이야기를 담은 곡임
2	로마 이라마 (Rhoma Irama)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 코로나 바이러스(Virus Corona) • 코로나 19 사태로 인한 슬픔, 두려움 등에 대해 노래한 곡으로 유튜브 조회 수가 590 만이 넘는 인기곡임
3	빔보 (Bimbo)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 코로나(Corona) • 가수 빔보(Bimbo)가 직접 작사 및 작곡하여, 인도네시아 재난관리청(BNPH)에 곡을 헌사함
4	주디까 (Judika)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 친구한테 웃자(Tersenyumlah Sobat) • 코로나 19 의료진들의 힘을 북돋는 내용으로, 가수 주디까(Judika)가 직접 작사하여 노래한 곡임
5	아리 라소 (Ari Lasso)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 인도네시아는 반드시 할 수 있다(Indonesia Pasti Bisa) • 코로나 19에 대항하여 힘내자라는 내용을 담은 노래로, 라데모스 스튜디오(Lademoss Studio)가 제작함
6	슬랭크 (Slank)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 길거리 영웅(Pahlawan Jalanan) • 코로나 19 사태 속에서도 길거리에서 열심히 일하는 고젝(GoJek) 기사들에게 영감을 받아 쓴 곡으로, 먹고 살기 위해 불굴의 의지로 일하는 일용직 근로자들에 대한 곡임
7	샌디 케네스터 (Sandy Canester)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 집에 있자(Di Rumah Aja) • 건강을 지키기 위해 집에 머무는 것을 권유하는 곡으로, 코로나 19 의료진들을 위해 기도하는 내용을 담음
8	왈리 (Wali)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 마스크를 쓴 영웅의 전설(Kisah Pahlawan Bermasker) • 음반제작사 나가스와라(Nagaswara)가 제작한 곡으로, 코로나 19 의료진들의 헌신과 열정을 노래한 곡임
9	알리야 마싸이드 (Aaliyah Massaid)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 서로 주의를 기울이자(Saling Peduli) • 서로에게 관심을 갖고 주의를 기울이는 중요성에 대해 노래한 곡으로, 메이드 엔터테인먼트(Made Entertainment)가 제작함
10	아그네즈 모 (Agniez Mo)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 약속(Promises) • 인도네시아 대표 유명가수인 아그네즈 모(Agniez Mo)가 발표한 곡으로, 코로나 19 어려움 속에서도 사랑의 중요성을 강조한 노래임

11	가수 8 명의 협업 (Kolaborasi 8 Penyanyi)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 어둠 속의 밝음(Cahaya Dalam Kegelapan) • 수실로 밤방 유도요노(Susilo Bambang Yudhoyono) 전 대통령이 작사한 곡으로, 코로나 19 사태 속 고군분투하는 의료진과 국민들을 위해 희망을 전달하는 내용임. 유니 샤라(Yuni Shara), 아르요 와하(Aryo Wahab), 조이 토빙(Joy Tobing), 산디 손도로(Sandhy Sondoro), 이따 부르나마사리(Ita Purnamasari), 랄라 까르멜라(Lala Karmela), 안디 리프(Andi RIF), 이랑 빠르다나(Irang Perdana) 등 가수 8 명이 참여함
12	뮤지션 13 명의 협업 (Kolaborasi 13 Musisi)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 세상을 지키자(Menjaga Dunia) • 안지(Anji), 주디까(Judika), 티티디제이(Titi DJ) 등 뮤지션 13 명이 참여한 가운데, 사회적 거리를 지키며 코로나 19 확산을 예방하자라는 주제로 노래함
13	공인 50 명의 협업 (Kolaborasi 50 Public Figure)	<ul style="list-style-type: none"> • 곡명 : 모든 것은 지나가리라(Semua Kan Berlalu) • 연기자, 가수, 방송인, 유튜버, 인플루언서, 게이머, 개그맨, 사업가, 작가 등 공인 50 명이 참여하여 노래와 뮤직 비디오를 발표함

☑ [베트남] Son Tung M-TP(선통 엠티피)의 다큐멘터리 콘서트, 네티즌 사이 큰 인기

- ☑ 베트남에서 작사, 작곡, 프로듀싱까지 담당하는 만능 아티스트이자 가수인 선통 엠티피(Son Tung M-TP)는 베트남 내 가장 유명한 가수 중 한명으로, 1 년 만에 “Sky Tour Movie”라는 자신의 “Sky tour” 콘서트의 다큐멘터리를 바탕으로 제작된 영화로 컴백 예정
- ☑ 자신의 페이스북 티저 업로드 후 몇 시간 만에 5 만 7 천 개의 리액션, 8000 개 공유, 수천 개의 댓글을 보이는 등 “Sky Tour Movie”는 6 월 12 일 전국 극장 개봉을 계기로 큰 사랑과 관심을 받고 있음
- ☑ 한편, 지난 2019 년 세계적인 래퍼 스눕독(Snoop Dogg)과 함께 촬영한 'Hay trao cho anh(나에게 줘)' 뮤직비디오는 3 일 만에 유튜브 4 천만 뷰를 넘어서며 화제를 모음



[그림 4] Sky Tour Movie 포스터

패션



☑ [심천] 터부(特步), 웨이완샤오빙(微软小冰)과 맞춤형 의류 디자인 생산 및 소매 플랫폼 구축

- ☑ 6월 22일, 중국 메이저 스포츠 용품 기업인 터부 그룹은 웨이완샤오빙과 MOU를 체결하였으며 웨이완샤오빙의 인공지능 제조기술을 기반으로 한 맞춤형 의류 디자인 생산 및 소매 플랫폼을 구축할 예정이라고 발표하였음.
- ☑ 소비자 대상 맞춤형 그래픽 디자인 서비스를 제공하고 소비자 개인의 수요를 만족시키기 위하여 신형 AI 기술 관련 응용 모델을 공동으로 모색할 계획임. 이 플랫폼은 7월 초 구축이 완료될 예정이며 이벤트를 통하여 소비자의 취향에 따라 맞춤 제작 및 판매를 진행할 예정임.
- ☑ 전통 방식의 디자인 생산 모델의 프로세스는 복잡하고, 원가가 많이 들며, 비효율적이고, 수많은 소비자의 수요를 충족시킬 수 없다는 단점이 있음. 이러한 단점을 개선하기 위하여 웨이완샤오빙은 인공지능 기술을 바탕으로 최신 패션 트렌드 및 소비자의 요구를 충족시키는 디자인 작업을 진행할 예정임.

☑ [일본] 한류, 현지 10대 최신 유행 트렌드에 큰 영향

- ☑ 일본 10대 여자 청소년들의 종합 미디어 <마이ナビ 틴즈>가 <2020년 상반기, 10대가 선정한 트렌드 순위>를 발표함.
- ☑ 13세에서 19세의 여성 504명을 대상으로 설문조사를 실시, 그 결과를 전함. <화제의 사건> 장르에서는 2위에 달고나 커피가 51.0%의 투표율로 순위권에 진입함. <화제의 인물> 장르 7위에 JO1(11.5%)이 차지함.
- ☑ 일본 국내 최초 <Z세대>를 연구 대상으로 하는 싱크 탱크 조직인 <Z총연>은 Z세대의 <화장품>에 대해 조사를 함. 그 결과, 응답자 중 90%가 한국 화장품을 소유하고 있으며, 그 중 한국 화장품을 자주 사용하고 있다고 대답한 응답자는 70%를 차지함.
- ☑ 저렴한 가격과 귀여운 디자인 등이 일본의 Z세대가 한국 화장품을 구매하는 원인이라고 지적함. 최근 일본에는 K-POP이나 한국 문화에 관심이 없는 사람이라도 한국 화장품을 사용하거나 한국 음식을 자주 즐기는 사람이 늘어나고 있음. 일본 Z세대의 최신 유행 트렌드는 한류의 영향을 많이 받고 있다고 볼 수 있음.



|그림 5| 출처:

<https://www.sankei.com/economy/news/200618/prl2006180479-n1.html>

통합(정책·기타)



☑ [미국] 애플 '세계개발자회의(WWDC)' 22 일 온라인으로 진행

- ☑ 애플의 연례 개발자 행사인 WWDC 가 현지 시간으로 22 일 온라인으로 대체되어 열림. 약 2 시간에 걸쳐 CEO 팀 쿡은 애플의 최신 운영체제인 iOS14 를 비롯, 새로운 개발 생태계에 대한 내용을 발표함¹⁾
- ☑ 가장 화제가 된 부분은 하드웨어 프로세서로, 지난 15 년간 맥 시리즈에 사용되어 온 인텔의 중앙처리장치 (CPU)를 애플의 자체 칩 '애플 실리콘'으로 완전 대체하겠다고 발표함. 인텔과의 결별 선언으로 인하여 각 제품군 간의 호환성이 극대화된 '애플만의 독자 생태계'가 한층 강화되었다고 평가받음
- ☑ 홈 화면 변화, 맞춤형 위젯 기능 등 다양한 변화가 적용된 iOS14 도 함께 발표되었는데, 앱 보관함과 화면 속 화면(Picture-in-Picture), 앱 클립(App Clips), 디지털 자동차 키 등 미래의 일상을 풍요롭게 만드는 새로운 기능들로 채워짐
- ☑ iOS 와 함께 MacOS 인 '빅서(Big Sur)'도 공개되었는데, iOS 를 닮은 듯한 디자인에 추가된 위젯, 개선된 메시지 기능 등이 적용되어 있음. 팀 쿡은 iOS 와 MacOS 간의 호환성을 더욱 높일 것이라고 설명함. 애플의 필 실러 월드와이드 마케팅 부사장은 "앱스토어의 생태계는 어느 때보다 다양하고 역동적이며 성공적이지만 우리는 더 나은 것을 만들기 위해 함께해야 할 일이 많다는 것을 알고 있다"며, "이를 위해 온라인 앱스토어 앱을 출시하고 개발자 설문조사를 확대, 개발자의 의견을 적극적으로 수렴한다"고 말함. 이

날 애플의 주가는 2.6% 오른 358.87 달러로 최고 기록을 경신하였고, 이는 미국 증시가 코로나-19 2차 유행의 우려로 다시 영향을 받는 모습과는 대비됨

- ☑ 애플은 현재 아이폰 핵심 부품의 42%를 만들고 있는데, 이는 8% 수준이었던 5년 전부터 지속적으로 끌어올린 결과임. 자체 프로세서로의 전환은 향후 2년에 걸쳐 이뤄질 예정이며, 팀 쿡 CEO는 이날 행사를 마감하며 “하드웨어와 소프트웨어를 통합하는 게 우리가 하는 일의 기본”이라 밝힘

☑ [북경] 문화와여유부, 코로나 19 대응 문화시설 개방지침 수정본 발표

- ☑ 6월 22일, 문화와여유부(文化和旅游部)는 코로나 19 대응 방역조치를 위해 연출장소(극장 등)·인터넷 서비스 영업장·엔터테인먼트 시설에 대한 3개의 개방지침 수정본을 발표함. 이번 수정본은 코로나 19 이후 업계 정상화 단계 진입에 초점을 맞춰 현재 감염병 확산 추세변화 및 하절기에 적합한 문화시설 운영지침을 제시함.
- ☑ 해당 지침에는 유흥업소 및 PC방 고객별 이용시간 2시간 이하 제한, 클럽이나 룸 형태 시설을 갖춘 영업장 정원의 50% 수용, 극장 등 연출장소의 관객수를 좌석수의 30% 수준으로 제한하는 등의 내용이 포함됨.

☑ [북경] 국가인터넷정보판공실, 10개 라이브방송 플랫폼과 면담 진행

- ☑ 최근, 국가인터넷정보판공실(国家互联网信息办公室)이 관련 부문(部门)과 공동으로 중국내 31개 주요 라이브방송 플랫폼 콘텐츠에 대한 모니터링을 진행하고 저속콘텐츠 등의 문제가 적발된 후야(虎牙), 더우위(斗鱼), bilibili(哔哩哔哩) 등 10개 플랫폼의 책임자들을 소환해 면담을 진행함.
- ☑ 판공실은 이번에 면담한 기업들의 규정위반 정도에 따라 각각 주요채널 업데이트 중지·신규이용자 가입 중지, 기한 내 시정, 책임자 배치 등을 차등 조치하였으며, 규정을 위반한 BJ의 타 플랫폼 활동을 제한할 수 있도록 블랙리스트를 작성하도록 함.

☑ [북경] 문화와여유부, 2019년 문화 및 여행분야 통계 발표

- ☑ 6월 20일, 문화와여유부(文化和旅游部)는 <2019년 문화 및 여행 발전통계 공보(中华人民共和国文化和旅游部 2019年文化和旅游发展统计公报)>를 발표함. 내용에 따르면, 2019년 중국 전역에서 활동하는 400개 주요 예술단이 연출한 예술공연 작품 수는 총 816편이며, 이 중 신작공연이 523편, 재공연이 228편, 리메이크가 65편임.
- ☑ 2019년 연말기준 중국내 예술공연장은 총 2,716개로 전년대비 238개

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

KOCCA

 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	 gir194@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

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr