

2020

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

190 호

2020 년 9 월 22 일 한류사업팀

구분	제목
 방송/영화	• [미국] 에미상 제작분야 시상식 ‘크리에이티브 아츠 에미 어워즈’ 온라인 개최 • [미국] 숏폼 플랫폼 ‘퀴비(Quibi)’, 오리지널 시리즈 ‘Wireless’ 로 새로운 시도 • [유럽] 프랑스 2019 년 텔레비전 프로그램 수출액 18% 증가 기록 • [유럽] 팬데믹 이후 첫 오프라인 주요 국제 영화제인 베니스 영화제 폐막 • [일본] 연말 최대 가요제 ‘홍백가합전’ 무관객 개최 결정 • [인니] 디즈니플러스, 인도네시아 상륙 • [베트남] 주식회사 아들과 딸, ‘정글 비트 더 무비’ 18 일 베트남 개봉 • [UAE] OSN, 첫 오리지널 제작물 ‘Aa’det Rigala’ 시즌 3 공개 예정 • [UAE] 중동 최대 미디어 그룹 MBC, 자체(In-house) 광고 조직으로 영업권 이전
 게임/유희복합	• [유럽] 유럽연합, 게임 내 확률형 아이템이 게이머에 미치는 영향 연구 결과 발표 • [일본] ‘로스트 아크’, 일본 시장 출시 앞두고 CF 방영 등 본격 홍보 나서 • [일본] 넷마블 첫 콘솔 게임 ‘세븐나이츠’로 닌텐도 스위치와 콜라보 • [UAE] 사우디아라비아 게임시장, 2019 년 8 억 3,700 만 달러 가치 기록 • [UAE] 아부다비 기반 twofour54, 게임 교육 및 개발 센터 런칭 • [UAE] VR 게임 아케이드, UAE 두바이 Al Khawaneej 에 문을 열다
 음악	• [심천] 텐센트뮤직 신규 플랫폼 출시 발표, B 단 음악 기업 대상 • [일본] BTS, 대형 가요제 참가해 한국어 퍼포먼스 선보여 • [인니] 드라이브 인 콘서트, 자카르타에서 첫 개최 • [UAE] 사우디아라비아, 90 번째 국경일 기념으로 첫 포스트 코로나 콘서트 개최
 패션	• [유럽] 밀라노 패션위크 온·오프라인 동시 개최 • [유럽] 프랑스, 코로나 19 로 인한 프리미엄 패션 제품 소비성향 변화 조사 발표 • [일본] 사랑의 불시착 인기로 <손예진 향초> 덩달아 판매량 급증
 통합(정책 등)	• [유럽] 영국 정부, 디지털 부문 개혁정책 ‘National Data Strategy’ 발표 • [북경] 문화와여유부, 공연시장 발전촉진 관련 통지 발표 • [북경] 중국영화배급방영협회, 영화관 방역 지침 세 번째 버전 발표 • [북경] 북경시광전국, TV 프로그램 관련 허가증 온라인 발급 개시 • [심천] 텐센트 위챗 키즈판 출시 예정 • [일본] NHK 인터넷 사업 확대, 민간 방송국의 거센 반발 예상 • [베트남] 중국 틱톡과 베트남 VNG 분쟁. 베트남 내 음악 저작권 보호 확대? • [베트남] 디지털 엑스포, 베트남 최초 온라인 개최 • [UAE] UAE-이스라엘 평화협정의 산업 내 영향



방송·영화



✓ [미국] 에미상 제작분야 시상식 ‘크리에이티브 아츠 에미 어워즈’ 온라인 개최¹⁾

- ✓ 지난 15 일 오후 5 시(LA 현지시간), 방송계의 아카데미 시상식이라 일컫는 제 72 회 에미상(E Emmy Awards)의 제작 분야 사전 시상식인 ‘크리에이티브 아츠 시상식(Creative Arts Emmy Awards Show)’이 온라인을 통해 개최되었음
- ✓ 지난해 LA 마이크로소프트 극장에서 개최되었으나, 올해는 사회적 거리두기(Social-distancing)의 일환으로 에미상 공식 홈페이지를 통하여 생중계 되고 있음. 에미상 본상 시상식은 20 일 ABC 방송을 통해 생중계 될 예정임
- ✓ 크리에이티브 아츠 시상식은 15 일부터 20 일까지 5 일에 걸쳐 진행되며, 각 날짜별로 ‘Reality and Non-Fiction’, ‘Variety’, ‘Scripted Night One’, ‘Scripted Night Two’ 등으로 나뉘어 총 100 개 분야에 대하여 시상함
- ✓ 온라인 행사이지만, 주최 측은 생동감 있는 행사를 구현하기 위해 로스앤젤레스 스테이플스 센터(Staples Center)에 시상식 본무대를 두고, 전 세계 140 곳을 라이브로 연결하는 형태로 행사를 진행하기로 함
- ✓ 현재까지 새터데이 나잇 라이브(Saturday Night Live), 라스트 위크 투나잇 위드 존 올리버(Last Week Tonight with John Oliver), 루 폴즈 드랙 레이스(Ru Paul’s Drag Race)등의 수상작들이 발표되고 있으며, 최종 리스트는 홈페이지를 통해 확인할 수 있음

1) 출처

- <https://www.vulture.com/2020/09/all-the-winners-from-night-two-of-the-creative-arts-emmys.html>
- <https://www.billboard.com/articles/news/awards/9449587/saturday-night-live-wins-3-primetime-emmys-extends-record>
- <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-8733627/Apollo-11-RuPauls-Drag-Race-lead-way-night-Creative-Emmy-Awards.html>
- <https://deadline.com/2020/09/creative-arts-emmy-awards-review-night-1-review-nicole-byer-tv-academy-coronavirus-apollo-11-queer-eye-1234576618/>
- <https://www.eonline.com/news/1187927/creative-arts-emmys-2020-see-the-complete-list-of-winners>

✓ [미국] 숏폼 플랫폼 ‘퀴비(Quibi)’,オリジナル 시리즈 ‘Wireless’ 로 새로운 시도2)



[그림 1] Quibiオリジナル 시리즈 ‘Wireless’ (출처 : Quibi)

- ✓ 퀴비는 올해 가장 주목받는 인터넷 서비스 중 하나로 손꼽히며, 지난 4 월 정식 서비스를 시작한 이래 지금까지 50 편이 넘는 자체 제작 콘텐츠를 포함 뉴스, 다큐멘터리, 드라마, 영화 등 다양한 장르의 영상 콘텐츠를 제공하고 있음
- ✓ 퀴비는 특히 자체 콘텐츠 제작에 큰 공을 들이는 것으로 알려져 있는데, 스티븐 스필버그, 샘 레이미 등 할리우드 유명 감독과 리즈 위더스푼, 덴젤 워싱턴등 블록버스터급 배우들이 출연하는 6 분~10 분 이내 단편 영화와 드라마를 만드는 등 영화, 드라마, 다큐, 뉴스를 포함해 총 175 편, 8,500 개의 에피소드가 있음
- ✓ 최근 발표한オリジナル 시리즈 ‘Wireless’는 그중에서도 특별한데, 퀴비가 자랑하는 ‘턴스타일 테크놀로지 (Turnstyle Technology: 화면을 가로, 세로 디스플레이로 이동하며 각각 다른 정보를 스트리밍할 수 있는 기술)’을 작품 내에 적극적으로 사용했기 때문임
- ✓ 와이어리스(Wireless)는 오로지 퀴비의 턴스타일 테크놀로지를 통해서만 제대로 감상할 수 있는 작품으로, 주인공 앤디(Andy)가 콜로라도 산에 좌초되어 살아남는 과정에서 아이폰을 사용하는 것이 핵심임
- ✓ 이 때, 관객들이 화면을 가로로(Landscape Mode)로 두느냐, 세로로(Portrait Mode)로 두느냐에 따라 일반적 동영상이 나오거나, 작품 내 앤디가 사용하는 구글 맵, 페이스 타임, 인스타그램 등 앱 화면이 실시간으로 나오며 추가적인 정보 및 실마리를 보여주는 등 인터랙티브한 관객의 개입을 가능케 함
- ✓ 이와 관련 현지 관객들은 “새로운 영상의 시도로서 신선하다”, 혹은 “아직은 실험적인 경험에 불과하다” 등의 반응을 보이며 앞으로 숏폼 콘텐츠가 어디까지 진화할 수 있을지 가능성을 주목하고 있음

2) 출처

- <https://www.theverge.com/2020/9/16/21436822/quibi-wireless-ty-sheridan-turnstyle-technology-portrait-landscape-streaming>
- <https://www.news18.com/news/movies/phone-flip-new-quibi-series-wireless-empowers-the-viewer-2882453.html>
- <https://www.techradar.com/news/how-to-watch-wireless-stream-the-2020-survival-thriller-online-today>
- <https://abcnews.go.com/Entertainment/wireStory/phone-flip-quibi-series-wireless-empowers-viewer-73048667>
- <https://quibi.com/shows/wireless-568/>

✓ [유럽] 프랑스 2019 년 텔레비전 프로그램 수출액 18% 증가 기록³⁾

- 프랑스 애니메이션과 다큐멘터리의 인기에 힘입어, 2019 년에 프랑스 TV 프로그램에 대한 외국인 투자와 해외 매출이 18 % 증가한 3 억 2500 만 유로 (3 억 8400 만 달러)로 역대 세 번째로 높은 수치를 기록함.
 - ✓ 이 수치는 9 월 7 일 프랑스 국립 영화위원회와 프랑스 텔레비전 프로그램 국제 배급 프로모션을 담당하는 국가기구인 테베프랑스앵테르나시오날(TV France International)이 공동으로 발표한 보고서에 따른 것임.
 - ✓ 이 보고서에 따르면, 프랑스 프로그램의 해외 매출만 12.8% 증가한 2 억 1,100 만 달러를 기록하였고, 글로벌 거래는 지난 5 년 동안 3 배 증가한 5 천만 달러를 기록함.
 - ✓ 애니메이션, 다큐멘터리, 픽션 시리즈의 글로벌 거래가 가장 증가함. 특히 애니메이션 프로그램과 다큐멘터리의 타국과의 공동 제작이 가장 크게 증가(44%)하여 지난 10 년간의 기록을 경신함.
 - ✓ 애니메이션 매출 급증
 - 사전 판매를 포함한 국제 투자는 7.6 % 증가함. 프랑스 애니메이션은 해외 매출 사상 최대인 9,140 만 달러를 기록했으며, 전체 매출의 40%를 차지함.
 - 미국이 2019 년 1,400 만 달러로 프랑스 애니메이션의 가장 큰 시장이었으며, 독일이 그 뒤를 이음.
 - 카툰부터 〈몰랑〉, 〈Simon〉, 〈Ladybug〉, 〈PJ Mask〉 등의 미취학 아동대상 프로그램에 이르기까지 장르의 다양성과 국제적인 인기 덕분에 애니메이션 매출이 강세를 보임.
 - ✓ 다큐멘터리의 인기
 - 2019 년 프랑스 프로그램의 또 다른 인기 장르인 다큐멘터리는 매출액 5,200 만 달러로 전년 대비 44 % 증가함.
 - 역사, 여행, 과학 및 탐사를 다루는 다큐멘터리는 스트리밍 플랫폼뿐만 아니라 공공 및 민간 방송사에 광범위하게 판매됨.
 - 가장 많이 판매된 타이틀은 〈War Crime Dealers〉, 〈Humans: The Future of Our Senses〉 및 〈The Real War of Thrones〉 등임.
 - ✓ 픽션 시리즈 유럽 외 수출 증가
 - 픽션 시리즈의 판매는 2019 년 매출 5,480 만 달러로 10 년 만에 최고 수준을 유지했으나, 2018 년에 비해 6% 감소함.
 - 서유럽이 전체 프랑스 픽션 판매량의 절반을 차지함. 프랑스 범죄 및 스릴러 시리즈는 유럽, 특히 2019 년 프랑스 드라마 1 위 구매국인 이탈리아에서 높은 매출을 기록함.
 - 가장 높은 매출을 기록한 작품은 스릴러 〈Philharmonia〉와 〈The Bureau〉, 판타지 십대드라마 〈Find M〉 등.
 - 서유럽 이외의 국가에서도 점점 더 많은 프랑스 콘텐츠를 구매하고 있으며, 특히 미국이 3 위에 오름. 중국 또한 애니메이션계 대형 공급자인 Tencent Video, iQIYI, Youku 와 같은 VOD 서비스에 힘입어 1,000 만 유로의 매출을 올림.

3) 출처: Variety 엔터테인먼트전문 언론 (<https://variety.com/t/tv-france-international/>)

✓ [유럽] 팬데믹 이후 첫 오프라인 주요 국제 영화제인 베니스 영화제 폐막⁴⁾

- 팬데믹 이래 관객에 개방된 최초의 주요 국제 영화제인 제 77 회 베니스 영화제가 9 월 12 일 폐막함. 총 18 편의 영화가 경쟁 부문에 초청되었고, 그 외 19 편과 단편 12 편이 비경쟁 부문에 초청됨.

● 코로나 19 로 인한 타격

- ✓ 작품작 선정에 큰 난항을 겪음. 할리웃 대작들의 개봉과 아카데미 시상식이 봄으로 연기되고, 미국 스튜디오와 넷플릭스가 영화제에 작품을 포기했기 때문.
- ✓ 이에 대해 현지 영화관계자들은 ‘미국 블록버스터의 부재는 게임 체인저였다. 이번 베니스 영화제는 덕분에 상업성이 약했으며, 오스카상을 위한 발판이 아닌 새로운 영화제의 지평을 열었다’고 평가하기도 함.
- ✓ 예년 12,000 명의 절반에 못 미치는 5,000 명의 영화 전문가가 참가함. 해외에서 온 450 명과 텔레비전 제작진 200 명을 포함해 1,500 명의 언론인이 축제를 취재함. 상영관의 수용 인원이 50%로 줄고, 작년 42,000 장의 절반 미만인 2 만장의 티켓이 판매됨.

● 엄격한 코로나 19 관련 조치 시행

- ✓ 참가자들은 이탈리아 입국 및 영화제 입장을 위해 다양한 조치에 응해야 했음. 개인 건강파일 작성 및 생 겐 지역 외 국가에서 도착하는 사람들은 의무적으로 Covid-19 테스트를 받아야 했으며, 이탈리아 정부의 블랙리스트에 오른 국가의 축제 참가자 중 일부는 이탈리아 입국을 위해 제 3 국을 경유하기도 했다고 알려짐.
- ✓ 영화제 입장에 앞서 온도 측정용 열화상 카메라를 통과 의무화함. 이때 37.5 ° C 이상일 경우 입장이 거부되며 2 주간의 자가격리 조치를 시행함. 모든 관객이 추적 가능성을 극대화하기 위해 온라인으로 번호가 매겨진 좌석을 예약해야 했고, 영화관 내부 마스크 착용에 대한 감시를 강화함.
- ✓ 영화제 장소 외에도 파티 및 만남의 장소를 없애고 여러 사람이 모이는 것을 금지하여 모든 곳에서 사회적 거리두기 원칙을 준수함
- ✓ 레드 카펫은 허가받은 사진가 외에는 접근이 불가능 하도록 높이 2m 의 흰색 벽으로 가려 대중과 분리되어 최소한으로 축소됨.

● 황금사자상은 중국계 미국인 클로이 자오(Chloe Zhao)에게 돌아감.

- ✓ 그의 영화 노마드랜드(Nomadland)는 미국 경제 불황기 트럭을 타고 미국 서부를 유목민으로 떠도는 60 대 여성의 실제 삶을 그린 로드무비임. 황금사자상 수상에 따라 클로이 자오 감독은 Sofia Coppola, Mira Nair, Agnès Varda 및 Margarethe von Trotta 에 이어 베니스에서 황금사자상을 수상한 5 번째 여성 감독이 됨.

4) 출처:

- Cineuropa 유럽영화산업정보 플랫폼 (<https://www.cineuropa.org/fr/newsdetail/392540/>)
- Franceinfo 프랑스 공영라디오방송(https://www.francetvinfo.fr/culture/cinema/nous-avons-fait-office-de-laboratoire-pour-les-autres-festivals-la-mostra-de-venise-s-acheve-samedi-sans-que-le-covid-19-n-ait-gache-la-fete_4103551.html)
- Le Figaro 프랑스일간지(<https://www.lefigaro.fr/culture/privee-des-americains-la-mostra-fait-son-cinema-avec-les-europeens-20200903>)

✔ [일본] 연말 최대 가요제 ‘홍백가합전’ 무관객 개최 결정⁵⁾

- ✔ NHK 에서 매년 12 월 31 일 개최하는 일본 연말 최대 가요제 ‘홍백가합전’이 올해 무 관객 공연으로 진행된다고 마에다 테루노부(前田晃伸)NHK 회장이 정례 회견에서 발표함.
- ✔ 무관객으로 진행되는 만큼 공간을 최대한 유용하게 활용해 연출을 더욱 극대화할 것을 검토 중임과 동시에 출연자들과 스태프의 거리 확보 등을 철저히 할 계획이라고 함.
- ✔ 방송 시간은 매년 12 월 31 일 오후 7 시 반부터 1 월 1 일 오전 00 시까지 진행되었던 것과 다르게 올해는 31 일 오후 11 시 45 분까지로 15 분 단축한다고 발표함. 또한, 매년 12 월 31 일까지 3~4 일에 걸쳐 이루어지는 리허설 보도를 위해 보도차량들이 방송국 앞에 대기하였지만 이 또한 사회적 거리 확보를 위해 다른 방식으로 대체할 것이라고 발표함.
- ✔ 이에 앞서 NHK 는 8 월 8 일 ‘위드 코로나 프로젝트’로 진행된 <라이브 엘>을 NHK 메인 공연장인 NHK 홀에서 무관객 생방송으로 실시했음. 이때 사회적 거리 확보를 위해 방송국 내 다른 스튜디오를 사용하는 등 기존에는 없던 새로운 연출 구성 등을 시도했음.

✔ [인니] 디즈니플러스, 인도네시아 상륙

- ✔ 2020 년 8 월 5 일 글로벌 OTT 기업인 디즈니플러스 핫스타(Disney+ Hotstar)가 인도네시아에 공식적으로 진출함. 디즈니플러스 핫스타는 2019 년 11 월 월트 디즈니가 출시한 OTT 플랫폼으로, 구글 플레이 스토어 및 앱 스토어를 통해 무료 다운로드가 가능하며 또는 웹 브라우저를 통해 접속이 가능함
- ✔ 동남아시아 지역에서 처음으로 인도네시아 OTT 시장에 진입한 디즈니플러스 핫스타는 넷플릭스(Netflix), 뷰(Viu), 에이치비오 고(HBO Go) 등과 같은 기존 OTT 기업들과 경쟁을 펼칠 예정임
- ✔ 관련 담당자의 말에 따르면, 디즈니플러스 핫스타의 콘텐츠는 넷플릭스와 달리 디즈니 및 픽사 등 월트 디즈니 산하의 애니메이션 스튜디오 작품을 비롯하여 마블 스튜디오, 스타워즈, 내셔널 지오그래픽, 20 세기 폭스 등의 작품으로, 오리지널 콘텐츠도 제작하여 해당 플랫폼에서만 시청이 가능하도록 할 예정임
- ✔ 현재 인도네시아에서 500 여 편의 외국 영화와 7,000 여 편의 디즈니, 픽사, 마블, 스타워즈, 내셔널지오그래픽 작품 뿐 만 아니라, 300 여 편의 인도네시아 영화도 제공 중임
- ✔ 이에 따라 디즈니플러스 핫스타는 현지 영화제작사인 엠디 픽처스(MD Pictures)와 팔콘(Falcon)과 협업하여 2020 년 연말까지 인도네시아 영화 13 편을 첫 상영할 예정임
- ✔ 이 외에도 현지 영화제작사인 자갓 시네마 부미랑잇(Jagat Sinema Bumilangit)과도 협업하여 해당 제작사 작품의 영화관 상영이 종료되면, 디즈니플러스 핫스타에서 시청이 가능하도록 함

5) 출처

-<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200910/k10012611371000.html>

-https://article.auone.jp/detail/1/5/9/17_9_r_20200911_1599772483298124

- 특히, 디즈니플러스 핫스타는 국영 통신사인 텔콤셀(Telkomsel)과도 협업하여 핸드폰 데이터 결합 상품을 제공하고 텔콤셀을 통해 더 저렴하게 OTT 상품을 제공 중임

	디즈니플러스 핫스타 공식 플랫폼을 통한 가입	텔콤셀을 통한 가입
1 개월	39,000 루피아(약 3,100 원) ※ 데이터 요금 불포함	25,000 루피아(약 2,000 원) ※ 33GB 데이터 요금 포함
12 개월	199,000 루피아(약 16,000 원) ※ 데이터 요금 불포함	145,000 루피아(약 11,500 원) ※ 66GB 데이터 요금 포함

☑ [베트남] 주식회사 아들과 딸, ‘정글 비트 더 무비’ 18 일 베트남 개봉



[그림 2] ‘정글 비트 더 무비(Jungle Beat The Movie)’ 이미지

- 주식회사 아들과 딸은 장편 애니메이션 ‘정글 비트 더 무비(Jungle Beat The Movie)’를 다가오는 18 일 베트남에서 개봉한다고 발표
- ‘정글 비트 더 무비’의 주요 캐릭터인 외계인 프넵(Fneep), 코끼리 트렁크(Trunk), 원숭이 멍키(Munki), 고슴도치 험프(Humph) 등 모험심이 강하고 엉뚱한 정글 속 동물들의 좌충우돌 모험 이야기 그려냄. 이 정글 비트 애니메이션 단편 시리즈는 이미 유튜브 채널에서 350 만 명이 넘는 구독자와 누적 조회 수 16 억 뷰, 나아가 한 달에 1 억 뷰씩을 기록한 바 있음
- 한편 아들과 딸은 이번 영화 개봉뿐 아니라 베트남 국영 방송사 VTVcab 을 통한 미디어 사업도 준비하고 있음. 그리고 정글 비트 원제작사인 ‘선 라이즈 프로덕션’ 및 윤 선생 유아 콘텐츠 개발유통사인 ‘이노브릿지’와 업무 계약을 체결, 라이선싱 사업 본격화를 위해 정글 비트 캐릭터 상품 제작 및 유통을 베트남, 말레이시아, 중국 등에 수출 및 현지 판매 진행 예정임

✓ [UAE] OSN, 첫 오리지널 제작물 ‘Aa’det Rigala’ 시즌 3 공개 예정⁶⁾



[그림 3] Aa’det Rigala를 진행하는 아랍권 셀레브리티
Qays Sheikh Najib, Nicolas Mouawad, Khaled Selim

● 드라마, 영화를 넘어 토크쇼까지 ‘오리지널’ 제작물 … 중동 지역 자체 콘텐츠 제작역량 높아져

- ✓ 중동 지역 17 개국에 유료 방송 서비스를 제공하는 Pay TV 서비스 사업자인 OSN 이 첫 오리지널 토크쇼 제작물 ‘Aa’det Rigala : Season 3’를 다가오는 9 월 26 일, 자체 스트리밍 서비스인 ‘OSN Streaming’과 OSN Ya Hala Al Oula 채널을 통해 공개한다고 밝혔음
- ✓ 본 토크쇼는 지난 시즌 1, 시즌 2 를 통해 중동 지역에서 선풍적인 인기를 모은 바 있으며, 현재 구독자 수만 6 천만 명에 이름
- ✓ ‘Aa’det Rigala’의 지속적인 인기는 지난 2019 년 넷플릭스가 공개한 오리지널 시리즈 <Jinn>(요르단 제작), 곧 공개를 앞둔 오리지널 시리즈 <Paranomal>(이집트 제작)과 더불어 중동 지역의 자체 콘텐츠 제작역량이 강화되고 있음을 시사하는데, 이는 OSN 이 추구하는 ‘현지화’, ‘문화적 관계성이 높은 콘텐츠의 제공’ 이라는 목표와 맞닿아 있음
- ✓ OSN 의 임시 콘텐츠 최고책임자인 Rolla Karam 은 “우리는 우리의 아랍 청중들에게 더욱 딱 맞는 콘텐츠를 제공하고자 하는 OSN 의 임무를 완수하기 위해 더 새로운 아이디어와 다양한 주제들을 담았다”며, “앞으로도 본 오리지널 프로덕션은 이러한 목표를 더욱 공고히 해 나가는 역할을 해 갈 것이다”라고 밝힘

6) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/osn-to-premiere-its-first-original-production-aadet-rigala-on-september-26/>

✔ [UAE] 중동 최대 미디어 그룹 MBC, 자체(In-house) 광고 조직으로 영업권 이전⁷⁾

● 5 년간의 외주 계약 종료...방송광고 시장의 경쟁 구도 변동 예상

- ✔ 중동지역 최대 미디어 그룹인 MBC(Middle East Broadcasting Center)가 지난 5 년간 그룹의 광고를 맡아왔던 Choueiri Group Company 산하 Arabian Media Services 와의 계약을 종료하고, 자체 광고 조직인 MBC Media Services 를 내년 초 출범하기로 했다고 밝혔음
- ✔ MBC Group 은 중동 최대의 무료 위성 채널로, 중동 지역을 대표하는 뉴스채널인 MBC 1 을 비롯, 영화 채널(MBC 2), 여성 채널(MBC 4), 드라마 채널(MBC Drama) 등을 보유하고 있음. MBC 그룹의 채널 들은 대부분의 역내 유료 방송 제공사(OSN, STC 등)에서 무조건 재송출할 정도로 그 인기가 상당함
- ✔ 이러한 거대 미디어 그룹의 방송 광고 체계 변화는, 중동 지역 전반의 광고시장에 큰 지각변동을 가져올 것으로 전망됨. 특히, 광고조직의 출범과 함께 EHG(Engineer Holding Group)과의 제휴를 밝힌 것은 주목할 만한데, EHG 가 옥외 광고로 유명한 Al Arabia Advertising 을 소유하고 있는 기업이기 때문임
- ✔ MBC 그룹의 사장인 Waleed bin Ibrahim 의 발표에 따르면 이러한 자체 조직의 출범·EHG 와의 제휴 는 빠르게 변화하는 광고 시장에 대응하기 위한 것으로, 그간의 전통적인 광고 시스템을 넘어 여러 미디어를 넘나드는 통합 솔루션(Integrated Solutions, TV - Digital - OTT 플랫폼)을 제공하려는 목표 하에 추진된 것임
- ✔ MBC 는 OTT 플랫폼들의 점유 확대에 맞서 무료 VOD 서비스인 'Shahid'를 출범하여 성공적인 성장세를 이어오고 있는데, 이번 광고 체계의 변화는 무료 VOD 서비스의 주요 수익원인 광고에 그룹의 역량을 더욱 집중하기 위함으로 보임

7) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/mbc-to-launch-in-house-ad-and-sales-unit-ends-contract-with-choueiri-group/>

게임·융복합



☑ [유럽] 유럽연합, 게임 내 확률형 아이템이 게이머에 미치는 영향 연구 결과 발표⁸⁾

● 유럽의회 산하 ‘내수시장, 소비자보호위원회(IMCO committee, Internal Market and Consumer Protection)’는 업계에서 일명 ‘루트박스’로 통칭되는 ‘확률형 아이템’의 존재가 게임 소비자, 특히 미성년 게이머들에 미치는 영향을 주제로 한 연구 보고서를 발표함.

- ☑ ‘온라인 게임의 확률형 아이템이 게임 소비자, 특히 어린이에게 미치는 영향’ 제하의 이 보고서는, 지난 2020년 4월 6일부터 7월 3일까지 해당 분야 전문가(유럽비디오게임심의등급 단체 범유럽게임정보 PEGI 회원, 전 게임개발자 등), 연구원, 소비자 보호협회 등이 참여하여 작성됨.
- ☑ 게임 내 확률형 아이템과 관련하여 2017년 공론화 이후 현재 유럽 각국에서 다양한 조치를 시행 중임.
 - 벨기에와 네덜란드는 비디오 게임에서 확률형 아이템을 도박으로 간주, 금지하기로 결정.
 - PEGI가 정한 경고 문구 ‘Includes Paid Random Items’ 표기, 광고 제한, 확률형아이템 당첨 확률에 대한 정보 표기, 미성년자 결제 제한 시스템, 결제 시스템 수정 등, 유럽 차원에서 소비자에 대한 정보 제공이 의무화되었음.
- ☑ 보고서 주요 내용 및 결론
 - 확률형 아이템의 존재와 도박 행위 사이의 연관성을 확인했으나, 확률형 아이템에 지출하는 것이 도박 행위로 간주될 수는 없음.
 - 일부 확률형 아이템은 소비자에게 도박 중독이나 통제 불가능한 지출과 같은 심리적, 재정적 결과를 포함하는 부정적 영향을 초래할 가능성이 있음
 - 조사 결과, 6~15세 아동·청소년의 76%가 비디오 게임을 하고 있으며, App Store 또는 Google Playstore에서 다운로드 가능한 게임의 60%가 확률형 아이템을 포함하고 있음.
 - 결론적으로, 각 정부가 비디오 게임에 국한되지 않고 소비자 보호의 측면에서 확률형 아이템이 미칠 수 있는 부정적 영향을 통제하는 것을 제안함.
 - 플레이어, 특히 미성년자의 확률형 아이템 및 유사 구매 시스템 이용으로 인한 잠재적 문제로부터 보호할 수 있는 제도적 장치를 마련해야 하며, 시행에 앞서 그 효과를 체계적으로 검증할 필요 있음.
- ☑ 이에 대해 스위스 게임산업연합회(SIEA, Swiss Interactive Entertainment Association) 부회장 Nicolas Akladios는 칼럼을 통해 다음과 같이 분석함
 - 어린 플레이어들은 성인 플레이어보다 확률형 아이템의 메커니즘에 더 많은 영향을 받는 것이 분명한 것으로 드러났음.
 - 어린이들은 어떤 형태의 자극(종종 게임은 빠르고 수많은 보상을 제공함)에 더 민감하고, (승리의)확률을 이해하는 데 어려움을 겪고 있으며, 지연된 만족감을 덜 느끼는 경향이 있음.
 - 이에 따라 미성년자에게 확률형 아이템이 미치는 실질적인 영향에 대한 추가 연구가 필요함.

8) 출처: 프랑스게임진흥원 사이트(https://www.afjv.com/news/10335_de-l-impact-des-loot-boxes-sur-les-gamers.htm)
 Gameblog 게임정보플랫폼 (<http://www.gameblog.fr/news/91890-loot-boxes-un-rapport-du-parlement-europeen-les-juge-problem>)
 유럽의회 연구보고서 전문 ([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf))

✔ [일본] ‘로스트 아크’, 일본 시장 출시 앞두고 CF 방영 등 본격 홍보 나서 9)



[그림 4] LOST ARK CF 광고 장면

- ✔ 주식회사 게임온은 오는 2020 년 9 월 23 일에 오픈 및 서비스 개시 예정인 게임 ‘로스트 아크’를 홍보하기 위해 ‘모든 사람에게 바치는 온라인 RPG 게임’이라는 컨셉에 맞춰 CF 를 제작함. 130 초 분량의 ‘이 세계는 청춘과 같다’ 편과 30 초 분량의 ‘일격에 사로잡히다’ 편을 함께 공개함.
- ✔ 로스트 아크는 기존의 온라인 RPG 게임 유저들은 물론 간단하면서도 즐기기 쉬운 게임 설계를 가지고 있기 때문에 처음 시도해보는 사람들도 폭 빠질 수 있는 그야말로 ‘모든 사람에게 바치는 온라인 RPG 게임’이라는 컨셉의 새로운 뉴 온라인 RPG 게임임.
- ✔ 이번 CF 동영상에는 온라인 RPG 게임에 대해 ‘과거에 시도해 본 경험이 있는 사람’, ‘좋아하지만 일이 바빠 최근 즐기지 못했던 사람’, ‘관심은 없었지만 시작해보고 재미있어서 폭 빠진 사람’ 등 다양한 게임 플레이어들이 어떻게 로스트 아크에 빠지게 되었는지에 대한 스토리가 그려져 있다고 함.
- ✔ 특히 ‘과거에 시도해 본 경험이 있는 사람’들의 인터뷰에서는 영화/드라마/유튜브 등에서 폭넓게 활동 중인 배우 모가미 모가(最上もが)가 캐스팅됨. “온라인 RPG 게임을 10 년 정도 하고 있다”며 자신의 에피소드를 밝혀 더욱 화제가 됨.

✔ [일본] 넷마블 첫 콘솔 게임 ‘세븐나이츠’로 닌텐도 스위치와 콜라보 10)

- ✔ 넷마블의 첫 닌텐도 스위치판 게임 ‘세븐나이츠: 타임원더러’를 공식 사이트에서 공개함. 현재 앱스토어 및 구글 플레이에서 배포 중인 모바일판 실시간 경연 게임 ‘세븐나이츠’의 시리즈 작품으로 ‘세븐나이츠’IP 를 활용한 넷마블의 첫 콘솔 시장 진출 타이틀임.

9) 출처 : <https://www.sankei.com/economy/news/200911/prl2009110418-n1.html>

10) 출처 : <https://www.sankei.com/economy/news/200911/prl2009110327-n1.html>



[그림 5] '세븐나이츠: 타임 원더러'

- ✔ 원작인 모바일판 게임 '세븐나이츠'는 2014 년 3 월 한국에서 공개된 이후 현재 150 개국 이상에서 배포되고 있으며 지금까지 6 년간 누적 6,000 만 다운로드를 달성한 세계적인 인기를 누리고 있는 작품임.
- ✔ '세븐나이츠: 타임원더러'는 모바일판 '세븐나이츠'를 베이스로 한 실시간 선회 제 RPG 게임으로 조작 시스템이나 배틀 시스템을 새롭게 해 가정용 게임기에 최적화 된 콘텐츠를 탑재하고 있다고 함. 닌텐도 스위치판 한정 스토리를 베이스로 한 싱글 플레이 RPG 로 진행되며 플레이어는 뽑기로 캐릭터를 고르는 모바일판과 다르게 모험을 통해 새로운 캐릭터를 모을 수 있는 등 같은 시리즈지만 다른 매력을 느낄 수 있는 게임임.
- ✔ 올해 한국 주요 게임 산업계 기업의 콘솔 타이틀이 연달아 출시되는 가운데 2017 년 3 월 출시되어 세계적인 반향을 일으킨 닌텐도 스위치와 한국의 인기 모바일 게임 '세븐나이츠'와의 협업이 더욱 주목됨.

✔ [UAE] 사우디아라비아 게임 시장, 2019 년 8 억 3,700 만 달러 가치 기록¹¹⁾

● UAE 는 매출이 세계에서 35 번째로 큰 게임 시장

- ✔ Frost & Sullivan 보고서에 따르면 GCC 는 2025 년까지 세계 게임 시장 매출의 약 1.5 %를 차지할 것이라 전망
 - 사우디 아라비아는 2019 년 매출 기준, 세계에서 19 번째로 큰 게임 시장으로 2019 년에 8 억 3,700 만 달러로 추정되었으며 2019-2025 년에 CAGR 22.5 % 성장을 할 것으로 예상
 - UAE 는 2019 년 매출 기준으로 세계에서 35 번째로 큰 게임 시장으로, UAE 의 게이머들은 모바일 게임에 하루 평균 30 분을 소비하는 성장 잠재력을 보이고 있음
- ✔ 사우디 아라비아와 UAE 는 점차 게임과 e 스포츠의 지역 허브로 부상 중
 - SAFEIS (사우디 아라비아 전자 및 지적 스포츠 연맹)는 General Sports Authority 와 함께 e 스포츠 생태계 개발을 위해 노력
 - UAE 정부도 e 스포츠 홍보에 앞장서고 있으며 Dubai Future Foundation 은 지역 최초의 e 스포츠 전용 경기장

11) 출처 : <https://gulfbusiness.com/saudi-arabia-gaming-market-valued-at-837m-in-2019-study/>

인 X-Stadium 을 건설 할 계획임

- ✔ 전 세계적으로 게임 시장은 2018 년에 비해 9.6 % 성장, 2019 년 1,522 억 달러로 추정
- ✔ 게임 산업은 2003 년에 음악과 영화 산업의 규모를 넘어 섰고, 2017 년에 음악과 영화 산업을 합친 규모의 두 배 규모로 커짐. 이는 인구 통계학적 변화, 소비자 수요 증가, 기술의 지속적 발전으로 성장하고 있고, 길어진 배터리 수명과 보다 저렴한 강력한 스마트 폰 및 태블릿의 확산은 모바일이 다른 플랫폼 중에서 선두 위치를 유지하는 데 도움이 되고 있음
- ✔ 게임 산업 비즈니스 모델도 전통적인 프리미엄 비즈니스 모델에서 추가로 게임 라이브, 코스메틱 아이템, 파워 업, 프리미엄 게임 내 통화 등과 같은 소액 거래를 가능하게 하는 구독 및 부분 유료화 기반 비즈니스 모델로 점차 진화하고 있음

✔ [UAE]아부다비 기반 twofour54, 게임 교육 및 개발 센터 런칭¹²⁾

● 게임 퍼블리싱 플랫폼 Unity Technologies 와 협력



[그림 6] 미디어 및 엔터테인먼트 허브 twofour54 전경

- ✔ 미디어 및 엔터테인먼트 허브 twofour54 는 Unity Technologies 와 협력하여 지역 신생 기업과 학생들이 게임 업계에서 성공하는 데 필요한 기술을 배울 수 있는 게임 '우수 센터'를 런칭
 - 교육 이니셔티브에는 개발자를 위한 보조금 패키지가 함께 제공
 - 스타트업에서 기존 기업에 이르기까지 모든 규모의 게임 개발 회사를 수용 할 것으로 예상하며 Unity 가 제공하는 기술 및 비즈니스 지원 서비스의 혜택을 누릴 수 있음
 - 게임 제작 서비스, 사업 개발 지원 및 학업 교육 외에도 센터는 인재 육성 및 새로운 경력 시작을 위한 교육 및 기업가적 플랫폼 역할을 할 것임
- ✔ 대화형실시간 3D(RT3D) 콘텐츠를 제작하고 운영하기 위한 플랫폼 Unity 를 보유한 Unity Technologies 와 함께 twofour54 보조금 프로그램인 Unity 아카데미 프로그램은 게임개발을 위한 Unity 인증 게임 전문가들을 배출할 예정

12) 출처 : <https://gulfbusiness.com/abu-dhabi-twofour54-launches-gaming-training-and-development-centre/>

- ✔ Global Data 의 연구에 따르면, 비디오 게임 시장은 모바일 게임 및 클라우드 게임과 같은 혁신적인 제품 성장에 힘입어 2025 년까지 3,000 억 달러 규모의 산업으로 급성장할 것으로 전망됨

✔ [UAE] VR 게임 아케이드, UAE 두바이 AI Khawaneej 에 문을 열다¹³⁾

- Hub Zero 의 Arcade 는 Justice League, Batman 등과 같은 팬이 좋아하는 VR 버전 제공



[그림 7] 두바이 VR게임센터 The Arcade 내부모습

- ✔ 9 월 17 일 문을 연 가상현실 게임 센터 The Arcade 는 벽돌로 된 낙서벽에 선명한 조명을 설정하여 전통적인 아케이드 게임 분위기를 재현하고 인공 지능, 가상현실 또는 모션 캡처 장르에서 선택할 수 있는 50 개 이상의 다양한 게임과 Justice League, Batman 또는 Mario Kart 와 같은 팝컬처 히트 비디오 게임, Pacman 및 Space Invaders 와 같은 레트로 클래식을 제공
- ✔ 게임에는 키네틱 소프트웨어를 사용하는 Soccer Star 가 포함되어 있어 플레이어가 물리적으로 플레이 하면서 가상에서 친구와 경쟁할 수 있음

13) 출처 : <https://gulfbusiness.com/abu-dhabi-twofour54-launches-gaming-training-and-development-centre/>

음악



☑ [심천] 텐센트뮤직 신규 플랫폼 출시 발표, B 단 음악 기업 대상

- ☑ 9 월 14 일, 텐센트뮤직엔터테인먼트그룹(이하 TME) 산하 BtoB 음악 통합 서비스 플랫폼인 아이팅쥐웨(爱听卓乐)는 새롭게 줬웨윈(卓乐云)을 출시한다고 공식 발표하였음.
- ☑ 줬웨윈은 클라우드를 기반으로 한 디지털 음악 통합 서비스이며 음악 콘텐츠 및 솔루션 제공을 통하여 중국 내 음악 기업들을 대상(BtoB)으로 맞춤형 클라우드 음악 통합 서비스를 제공함.
- ☑ 본 플랫폼을 통하여 스마트폰, 스마트카, IoT 스마트하드웨어, 모바일앱, 오프라인 매장, 개인 개발자, 동영상 PGC 이용자, 뮤지션 등을 주요 서비스 대상으로 함으로써 음악 라이선스, 콘텐츠 유통, 음악 배급, 판권 모니터링 등의 다양한 솔루션을 제공할 예정임.
- ☑ TME 수석 전략 책임자인 예취둥(叶卓东)은 “최근 2 년간 중국 내 음악 콘텐츠 이용자들의 경우 엔터테인먼트 방면에 대한 수요가 가속화되고 있다. 메이저 음악 기업으로서 음악 콘텐츠를 통하여 이용자의 다양한 니즈가 충족될 수 있도록 구축해 나갈 예정이다”고 언급함.
- ☑ 이밖에 2020 년의 경우 오디오북, BGM 등의 분야에도 사업 프로젝트를 집중 배치하여 여러 톱 브랜드와 전략적 제휴를 통한 음악 콘텐츠의 산업적 가치를 제고할 예정임. 또한 음악 콘텐츠와 테크놀로지의 융복합 발전을 강화하여 음악 콘텐츠의 통합 서비스 능력을 향상 시키는 동시에 TME 오디오 사업의 레이아웃을 확장할 예정임.

☑ [일본] BTS, 대형 가요제 참가해 한국어 퍼포먼스 선보여 14)



[그림 8] FNS 가요제에 출연한 BTS

14) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/6306774f31c35669c841fa583165942caf0c345e>
-<https://korea.kaigai-drama-board.com/posts/1199?p=1>

- ❖ BTS 가 지난 8 월 26 일에 방송된 후지테레비 계열 대형 가요제 'FNS 가요제 여름'에 출연해 두 곡의 무대를 진행함. 한국에서 미리 녹화된 퍼포먼스 영상을 내보냈으며 밤 9 시 무대에서는 지난 달 발표와 동시에 세계 차트를 석권한 일본 오리지널 곡 'STAY GOLD'를 일본어로 불렀으며, 10 시 무대에서는 2017 년 발표한 'MIC DROP'을 한국어로 부름.
- ❖ 8 월 21 일 신곡 'Dynamite'가 발표된 뒤 멤버들의 새로운 모습을 볼 수 있는 첫 일본 방송 무대였기 때문에 더욱 주목을 받음. 일본이 인기 배우 다케우치 료마(竹内涼真)는 BTS 의 공연이 끝난 직후 자신의 트위터에 감탄이 담긴 무대 감상평을 남겨 화제가 됨.
- ❖ 9 월 12 일에는 니혼테레비 계열 대형 가요제 'THE MUSIC DAY'에 참가함. 'FNS 가요제'와 같이 본 무대는 사전 녹화 방송을 방송했으나 무대와 무대 사이의 인터뷰를 인터넷을 이용해 실시간 생방송으로 진행함. 또한, 일본에서 최초로 신곡 'Dynamite'의 무대를 선보여 화제가 됨.

❖ [인니] 드라이브 인 콘서트, 자카르타에서 첫 개최

- ❖ 2020 년 8 월 29 일~30 일 양일간 자카르타 국제 엑스포(JiExpo)에서 드라이브 인 콘서트 <뉴 라이브! 익스피리언스(New Live! Experience)>가 첫 개최됨
- ❖ 현지 행사대행사인 버리안 엔터테인먼트(Berlian Entertainment), 마따 엘랑 프로덕션(Mata Elang Production), 마하카 라디오 인테그라(Mahaka Radio Integra)사가 주관한 이번 행사는 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)가 후원하고 인도네시아 정부의 코로나 19 안전수칙을 준수한 가운데 진행됨
- ❖ 이번 콘서트는 까히тна(Kahitna), 프로젝트 에이(Project A), 아르만드 마울라나(Armand Maulana), 아프간(Afgan) 등 현지 유명가수들이 참여하였으며, 저녁 9 시 30 분부터 2 시간 동안 개최됨
- ❖ 공연장에는 저녁 7 시부터 차량 입장이 가능하였으며, 일 300 대의 차량을 수용함. 주최 측은 입장 차량에 대한 외관 소독, 관람객 체온 검사, 이외에 모든 관람객들에게 이산화탄소(CO2) 감지 모니터를 빌려주어 콘서트가 진행되는 동안 차량 내 산소가 부족하면 센서가 작동하여 곧바로 자동차 시동을 끄게 하고 차량에서 하차하도록 다양한 안전 조치를 취함
- ❖ 이 외에도 배기가스 분출이 높은 차량 및 높이 2m 이상의 차량은 입장이 제한되었으며, 모든 관람객은 행사 이틀 전 온라인을 통해 자가 건강진단양식을 작성하여 행사 주최 측에 제출해야 당일 입장이 가능하였음
- ❖ 이번 콘서트 티켓은 티켓아빠사자닷컴(tiketapasaja.com)을 통해서만 판매되었으며, 실버, 골드, 플래티늄 등 총 3 종류로 구성되어 티켓 가격은 462,000~2,100,000 루피아(약 37,000~167,000 원)였음
- ❖ 해당 티켓은 한 장당 차량 1 대 기준 관람객 2 명 입장이 가능하고, 동일 차량에 관람객 1 명이 추가될 때 마다 추가 입장료가 부과됨
- ❖ 한편 코로나 19 팬데믹 이후, 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)가 지원한 콘서트는 족자카르타 <프람바난 재즈(Prambanan Jazz)/ 2020.7.18.>, 족자카르타 <컨템포러리 문화 페스티벌(Festival Seni Kontemporer Tahunan ArtJog 2020)/2020.8.8.~10.10>, 발리 <드라이브 인 발리 리바

이별 2020(Drive-in Bali Revival 2020)/2020.8.16.~8.17>가 있음

✓ [UAE] 사우디 아라비아, 90 번째 국경일 기념으로 첫 포스트 코로나 콘서트 개최¹⁵⁾

● Ahlam, Amr Diab, Majed Al Mohandes 등의 라인업으로 개최



- ✓ 사우디아라비아는 이달 9 월 국가의 90 번째 국경일을 기념하여 코로나 19 바이러스 발생 이래 첫 콘서트를 개최함.
- ✓ 콘서트는 9 월 22 일 화요일 제다에서 UAE 가수 Ahlam 의 공연을 시작으로 전국적으로 열릴 예정임. King Abdullah Sports City 스타디움에서 공연하게 되는 Ahlam 은 MBC 방송 Arab Idol 의 전 심사위원이기도 함.
- ✓ 사우디아라비아의 국경일인 9 월 23 일, Abadi Al-Jawhar 와 Dalia Mubarak 이 같은 장소에서 공동 콘서트를 열고 이어서 9 월 24 일에는 Angham 과 Tamer Ashour 의 공연이, 9 월 25 일에는 이집트 가수 Mohamed Hamaki, 9 월 26 일은 Amr Diab 의 공연이 있을 예정
- ✓ 수도 리아드에서도 9 월 23 일 King Fahd Cultural Center 에서 이라크 가수 Majed Al Mohandes 를 시작으로 국경일 축하 행사의 일환으로 일련의 콘서트가 개최될 예정
- ✓ 콘서트는 코로나 19 프로토콜에 따라 개최되며 공연장의 제한된 좌석 수로 사회적 거리를 확보하고 건강 및 안전조치를 준수해야 함. 집에서 관람할 수 있도록 라이브 스트리밍도 제공될 예정임.

15) 출처 : <https://www.thenational.ae/arts-culture/music/saudi-arabia-to-host-first-post-covid-concerts-to-celebrate-90th-national-day-1.1077433>

패션



✓ [유럽] 밀라노 패션위크 온·오프라인 동시 개최¹⁶⁾

- 팬데믹으로 런던, 뉴욕 패션위크 등 세계적인 패션 행사들이 주로 디지털 형식으로 전환된 이후, 오프라인 런웨이 비중이 높은 첫 번째 주요 국제 패션 이벤트임.

- ✓ 이탈리아국립패션협회(CNMI)는 '64 개 이상의 패션쇼가 계획되어 있으며, 그 중 23 개는 오프라인으로, 41 개는 온라인으로 진행 된다'고 발표함. 또한 온라인 플랫폼을 통해 159 개의 모든 프로그램을 상시 관람 가능하도록 할 것이라고 밝힘.
- ✓ 패션쇼 외에도 오프라인 37 개, 온라인 24 개를 포함한 61 개의 프레젠테이션, 12 개의 프레젠테이션(예약), 13 개의 오프라인 및 9 개의 온라인 이벤트를 포함한 22 개의 특별 이벤트가 예정되어 있음.
- ✓ 구찌가 불참을 결정한 가운데, 다수의 이탈리아 주요 패션 하우스가 참가 예정임. 돌체앤가바나는 런웨이 첫날인 23 일 수요일에 20 년 만에 처음으로 공식 여성 컬렉션에 복귀하며, 같은 날에는 2 월 패션 위크에 불참한 블루마린도 복귀할 것으로 예상됨. 27 일에는 발렌티노 또한 복귀 이벤트가 개최될 예정임.
- ✓ 조르지오 아르마니와 같은 일부 런웨이쇼는 26 일에 이탈리아 채널인 La7 에서 오후 9 시 15 분에 TV 로 생중계 될 예정이며, 프라다는 24 일에 인터넷 방송 예정.
- ✓ 대형 럭셔리 브랜드의 오프라인 런웨이 개최 일정은 다음과 같음.
 - (23 일) Fend, Alberta Ferretti, N°21 (24 일) Max Mara, Etro (25 일) 보스, 베르사체 (26 일) Philosophy, 살바토레 페라가모
- ✓ 또한 5 개의 새로운 브랜드가 런웨이쇼 일정에 참가함
 - 온라인에서 Redemption, Sindiso Khumalo, MM6 Maison Margiela, Ji Won Choi, 오프라인에서 Tommaso Aquilano, Roberto Rimondi, shi.RT 가 새롭게 밀라노 패션위크에 참가함.
- ✓ CNMI 는 또한 Rinascente 등 대형백화점의 쇼윈도에 디자이너의 작품을 전시하는 등 젊은 디자이너들을 지원하기 위한 다양한 부수적 프로젝트를 시행한다고 밝힘.
- ✓ 또한 8 월 베이루트를 황폐화시킨 화재 이후 레바논을 지지하는 캠페인 <레바논 디자이너 스포트라이트 - 새로운 세대의 레바논 재능을 지원하는 CNMI>를 통해 7 명의 레바논 디자이너가 디지털 콘텐츠를 통해 패션 위크에 참가 예정임.

16) 출처: Fashion Network 패션산업동향정보 플랫폼(<https://fr.fashionnetwork.com/news/La-fashion-week-de-milan-redemarre-en-grand,1242330.html>)

☑ [유럽] 프랑스, 코로나 19 로 인한 프리미엄 패션 제품 소비성향 변화 조사 발표¹⁷⁾

- 프랑스 인터넷전문은행 Cofidis 가 여론 조사 회사 OpinionWay 와 함께 ‘코로나 19 사태가 프리미엄 패션 제품 소비에 미친 영향’ 제하, 설문조사 결과를 발표함. ‘프리미엄 패션 제품’은 품목당 150 유로 이상의 의류 및 액세서리 제품을 의미함.
 - ☑ 그 결과 프리미엄 패션 소비는 코로나 19 에도 타격입지 않은 것으로 밝혀짐. 프랑스인의 약 1/4 (23%) 이 2020 년에 소위 프리미엄 패션 아이템(150 유로 이상)을 하나 이상 구입 한 것으로 조사되었으며, 이는 2019 년의 26%와 크게 다르지 않기 때문.
 - ☑ 프리미엄 브랜드 소비자 프로필
 - 구매자 성별은 균형 잡힌 분포를 보임: 여성 52%,남성 48%
 - 주로 고소득층이 많음: 설문조사 대상 중 프리미엄 패션 아이템을 구매했다고 밝힌 사람 중 38 \%가 프랑스의 소득 상위 직업군을 의미하는 CSP+에 속하며, 그 외 직업군은 27%를 차지함.
 - 도시 거주자가 많음: 구매자의 32%는 인구 10 만 명 이상 도시에 거주하며, 그 중 22%가 광역 파리지역에 거주함.
 - 젊은층 비율이 다소 높음: 35 %가 35 세 미만인 것을 조사됨.
 - ☑ 디지털, 특히 SNS 의 영향력 확인
 - 프리미엄 패션 소비자들 중 74%는 SNS 서비스를 이용하며, 32%는 고가 브랜드, 럭셔리 브랜드 또는 인플루언서를 직접 팔로우한다고 답함.
 - 인플루언서 계정을 구독하는 사람들의 70 %가 그들의 포스팅을 보고 구매하게 되었다고 밝힘
 - ☑ 구매 품목
 - 프리미엄 패션은 주로 기성복(구매자의 51%, 코트와 신발 제외), 시계 및 귀금속 제품 (구매자의 42%), 가죽 제품 (구매자의 29%) 및 스킨케어 제품(구매자의 26%)을 구매하는 것으로 알려짐.
 - ☑ 코로나 19 로 인한 변화
 - 프리미엄 제품 생산에 대한 요구 사항 강화 : 대부분 프랑스산 제품을 선호하고 (87%), 제품 제조 환경 (81%)과 원산지(80%)에 대해 까다롭게 따져보는 것으로 밝혀짐.
 - 구매경로의 변동: 이동금지로 인해 매장 구매 감소 (69%, 2020 년 1 월 이후 8 포인트 하락), 온라인 판매 증가(47%, 9 포인트 상승), 개인판매자 선호(77%) 경향 보임.
 - ☑ 온라인 구매 경향
 - 구매 경로 관련, 62%는 브랜드의 e-shop 에서 이루어지며 37%는 마켓 플레이스(Place des Tendances, La Redoute, Galerie Lafayette 등) 에서 이루어 짐. 23%는 중고거래 사이트 또는 애플리케이션을 이용한다고 밝힘(Vinted, Vide Dressing, Vestiaire Collective 등)
 - 결제 방식 관련, 프리미엄 패션 아이템 구매자의 대부분은 구매 시 3 ~ 4 회 할부 결제 (59%)를 하며, 그중 특히 25~34 세 (72%)의 연령층이, 그리고 온라인 구매 시 할부 서비스를 이용하는 것으로 조사됨(65%). 10 회 할부 서비스 또한 이용률이 높음. 조사 대상자중 42%, 특히 가장 낮은 연령대(18/24 세의 60%)에서 많이 이용하는 것으로 밝혀짐.

17) 출처: Fashion Network 패션산업동향정보 플랫폼

(<https://fr.fashionnetwork.com/news/Portrait-type-de-l-acheteur-de-mode-premium-a-l-ere-de-la-crise-sanitaire,1241699.html>)

✔ [일본] 사랑의 불시착 인기에 <손예진 향초> 덩달아 판매량 급증 18)



[그림 9] <사랑의 불시착>에 등장하는 '수향' 향초

- ✔ 일본의 패션 미디어 STYLE HAUS 에서 운영하는 인터넷 쇼핑몰 BUYMA 에서 코로나바이러스 19 의 영향으로 인한 외출 자제 요청이 끝난 6~7 월 사이의 여성 소비자 생활 의식 및 구매 동향 변화를 조사함.
- ✔ BUYMA 의 회원 750 만 명의 구매 데이터를 이용해 조사한 결과 TOP 10 순위 2 위에 '향초'가 랭크인 함.
- ✔ 올해 4 월부터 시작된 일본 정부의 외출 자숙 요청 이후 넷플릭스에서 스트리밍된 한국 드라마 '사랑의 불시착'이 큰 인기를 얻은 결과, '사랑의 불시착'에서 손예진의 애장품으로 등장한 한국 '수향'의 향초가 화제가 되었으며, 외출 자숙 기간과 비교해 구매율이 331% 증가함
- ✔ 또한 인터넷 주문 채널과 함께 6 월 25 일에는 도쿄 이케부쿠로의 세이부 백화점에서 'SoohyangX 사랑의 불시착'이라는 이름으로 특별 판매전을 실시해 화제가 된 바 있음. 더불어 에뛰드, 클리오 등 한국 화장품 브랜드의 아이섀도 팔레트도 눈에 띄게 구매율이 증가함.

18) 출처

-<https://www.sankei.com/economy/news/200908/prl2009080767-n1.html>
-<https://stylehaus.jp/articles/15499/>

통합(정책·기타)



☑ [유럽] 영국 정부, 디지털 부문 개혁정책 ‘National Data Strategy’ 발표¹⁹⁾

- 영국 정부가 9 월 9 일 보도 자료를 통해 데이터 기반 서비스의 광범위한 적용과 사용 촉진을 위해 ‘국가 데이터 전략(National Data Strategy)’ 정책의 출범을 발표함.

- ☑ 영국 디지털문화언론체육부 장관 올리버 다우든은 ‘영국은 이미 선도적인 디지털 국가이다. 영국의 데이터 기반 서비스 수출은 2019 년에 2,430 억 파운드로, 전체 서비스 수출의 75%에 달한다 (중략) 이 전략은 영국 경제 전반에 걸쳐 데이터의 가치를 높이고 코로나 바이러스로부터의 회복을 위해 필요한 정책’이라며 정책 기초를 밝히고, 이와 관련, 5 개 우선 과제를 발표함
- ☑ 2021 년까지 공공데이터 분야 전문가 500 명 육성
 - 정부 내 분석부서 디지털부서, 통계청(ONS)의 데이터사이언스캠퍼스(Data Science Campus)를 통해 2021 년까지 공공데이터사이언스 분야 전문가 500 명 양성 목표.
- ☑ 정부 최고 데이터 책임자 임명, 데이터 사용 혁신하여 효율성을 제고하고 디지털 공공서비스 개선
 - 새로운 정부 최고 데이터 책임자는 정부 디지털 서비스 감독/ 정부의 혁신 및 디지털 전환 전략 수립·제공 임무를 맡게 될 예정임
- ☑ 스마트 데이터 이니셔티브 활성화를 위한 기본 법률 도입으로 개인 및 중소기업간 데이터 공유 안정성과 효율성 제고
- ☑ 온라인 피해 감소를 위한 260 만 파운드 규모 프로젝트 수립
 - 260 만 파운드 규모의 시범 프로젝트인 온라인피해데이터인프라구축 프로그램(Online Harms Data Infrastructure)을 시행하여 데이터 공유 및 데이터 상호 운용성을 위한 시스템을 개선하여 안전한 온라인 환경을 구축하고 디지털 비즈니스가 용이하게 만드는 것이 목표임.
- ☑ 디지털 서비스 혁신 연구비 지원 프로그램
 - 디지털 혁신을 지원하기 위해 최대 10 개의 연구비 지원 프로그램을 시행하여 영국 내 상위 10 개의 데이터 사이언스 팀 및 디지털 서비스 네트워크와 협력할 수 있도록 할 것.
 - 연구비 지원은 12~24 개월간 진행되고, 이를 통해 양성된 인재는 정부 고위 디지털 및 기술 담당자로 선발할 것.

19) 출처:

- Asset Finance Tinternational 영국경제전문지(<https://www.assetfinanceinternational.com/index.php/technology/technology-archive/technology-articles/19669-uk-government-promotes-digitalisation-with-new-national-data-strategy>)
- 정부보도자료 전문(<https://www.gov.uk/government/news/government-publishes-new-strategy-to-kickstart-data-revolution-across-the-uk>)

✓ [북경] 문화와여유부, 공연시장 발전촉진 관련 통지 발표

- 9 월 14 일, 문화와여유부(文化和旅游部)는 <심화‘방관복’개혁, 공연시장 번영발전 촉진 관련 통지(关于深化“放管服”改革 促进演出市场繁荣发展的通知)>를 발표함. 이번 통지는 개방 확대, 관리 강화, 서비스 제고를 뜻하는 ‘방관복(放管服)’ 개혁의 심화를 위한 것으로 상업 환경을 개선해 공연시장 발전을 촉진 시키려는 목적으로 작성됨
- 통지에는 연출시장 사업자설립 및 영업성 공연활동 허가를 온라인으로 간소화해 한번 허가를 받으면 첫 공연일 부터 6 개월 안에 장소를 추가하더라도 중복허가를 받지 않아도 되는 등 심사허가 절차에 대한 효율을 높이는 대신 랩이나 일렉트로닉 음악 공연에 대한 관리감독은 강화한다는 내용 등이 포함됨

✓ [북경] 중국영화배급방영협회, 영화관 방역 지침 세 번째 버전 발표

- 9 월 15 일, 중국영화배급방영협회(中国电影发行放映协会)는 <영화방영장소 운영재개 방역통제지침(电影放映场所恢复开放疫情防控指南)> 세 번째 버전을 발표함. 이번 지침에서는 관객 수용률을 기존 상영관 좌석 수의 50%에서 75%로 늘렸으며, 여전히 영화가 상영되는 동안 음식 섭취는 불가하지만 기존 영화관에서 음식을 판매할 수 없다는 내용은 삭제됨
- 한편, 중국 기업정보 플랫폼 텐엔차(天眼查)의 데이터에 따르면, 코로나 19 로 중단되었던 중국 전역의 영화관이 재개방된 7 월 20 일 이후부터 9 월 14 일까지 전국 박스오피스는 총 50 억 위안(약 8,607 억 원)을 초과하였으며, 해당 기간 총 1 억 4 천만 명의 관객이 동원됨

✓ [북경] 북경시광전국, TV 프로그램 관련 허가증 온라인 발급 개시

- 최근, 북경시광전국(北京市广播电视局)이 처음으로 정부 영역에서의 전자 허가증 발급을 시작함. TV 프로그램 제작경영 허가증, 국산 드라마 발행허가증을 포함한 7 개 항목은 시스템 심사 후 자동으로 허가증이 생성되며, 신청자는 온라인으로 조회 후 전자허가증 다운로드가 가능함. 전자허가증은 종이허가증과 동등한 법률 효력을 가짐

✓ [심천] 텐센트 위챗 키즈판 출시 예정

- 최근 위챗 키즈판을 출시하겠다는 소식이 텐센트 내부 관계자에 의하여 확인되었으며, 현재 위챗 키즈판의 경우 내부 테스트 단계에 들어갔음.
- 텐센트는 2020 년 코로나 19 의 영향으로 학생들의 온라인 자택 수업이 대폭 증가하였으며 일부 학부모들의 의견 가운데 텐센트 미니 프로그램 및 미니 게임이 없는 위챗 키즈판을 개발하였으면 좋겠다는 의견을 수렴하여 개발함.

- ✔ 텐센트가 발표한 2020 년도 2 분기 재무보고에 따르면 중국 국내 버전 위챗과 해외 버전 Wechat 의 MAU 가 총 12 억 명이 넘어섰으며, 이 가운데 미성년자가 다수 포함되어 있어 미성년자의 안전한 위챗 사용에 대한 관심이 증가하였음.
- ✔ 위챗 키즈판의 출시에 대한 의견의 경우 '키즈 버전'이 개발되면 어린이들이 위챗을 정상적으로 사용하면 서 각종 유해 게임으로부터 보호 받을 수 있을 것으로 보는 반면 어린이들을 대상으로 위챗을 보급하는 것은 휴대전화를 보급하는 것으로 일련의 부정적인 영향을 가져올 것으로 보는 의견으로 나뉘고 있음.
- ✔ 텐센트의 경우 키즈 버전을 출시하는 전략은 위챗 이용자 수의 확대 및 미래의 소셜 소프트웨어 시장 내 마이크로크레디트를 위한 '예비군'을 키우는 두 가지 이유가 있음.

✔ [일본] NHK 인터넷 사업 확대, 민간 방송국의 거센 반발 예상²⁰⁾

- ✔ 일본 최대 국영방송 NHK 는 15 일 텔레비전 방송을 방송과 동시에 인터넷으로도 배포하는 서비스 'NHK 플러스'를 포함한 인터넷 관련 사업비에 대해 수신료 수입의 2.5% 이내로 제한했던 안을 폐지하 겠다고 발표 후 총무성에 인가 신청 중임.
- ✔ 지금까지 텔레비전 방송의 '보완'점으로서 자리 잡아 온 인터넷 사업을 확대함을 목표로 하는 계획으로 민간 방송국의 반발은 필수적일 것이라고 예상됨.
- ✔ NHK 는 4 월부터 'NHK 플러스'를 하루에 18 시간 스트리밍하고 있으며 앞으로는 생방송을 중심으로 한 심야나 아침 시간대까지 시간의 폭을 더욱 늘리겠다는 계획임.
- ✔ 인터넷 관련 사업비에 대해서 NHK 는 작년 송신료 수입의 최대 3.8%까지 확대하는 계획을 총무성에 신 청했지만 민간 방송사에서 "민간사업을 압박한다"라는 반발이 거세 결과적으로 올림픽 외의 방송에 관해 서는 2.5% 이내로 제한한 경위가 있음.

✔ [베트남] 중국 틱톡과 베트남 VNG 분쟁. 베트남 내 음악 저작권 보호 확대?

- ✔ 베트남 VNG 의 틱톡(TikTok) 상대 저작권 침해 소송 제기는 베트남 내 음악 저작권 보호 확대에 크게 기 여할 것으로 전망
- ✔ 베트남 유니콘 기업 VNG 가 중국 기반 소셜네트워크 플랫폼 '틱톡'을 상대로 VNG 의 자회사 징(Zing) 소유 오디오 트랙을 불법으로 사용한 혐의로 소송을 제기했다는 소식이 전해지면서, 현지 관련 업계가 들 끓고 있다고 전함. 호치민시 인민법원에 제출된 신청서에 따르면, VNG 는 이러한 침해에 대해 약 1,000 만 달러(약 118 억 6,200 만 원)의 손해배상을 청구함
- ✔ 틱톡은 VNG 권고에 대한 문서 회신업무를 법률대행기관인 인도치네 카운슬링(Indochine Counsel)에

20) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/4e6fd9985d01652ea5c37b1797fc9150788b86bc>

위탁하면서 자신의 저작권 위반에 대한 책임을 거부함. 하지만 무죄 주장에 대한 치밀한 논리를 만들지 못한 채, 틱톡이 발췌한 곡을 합법적으로 사용할 수 있는 권리를 획득했다고 주장함

- ☑ 베트남의 상당수 법조 전문가들은 “VNG 가 합법적으로 자신의 권익을 보호하기 위해 틱톡(TikTok)을 고소할 수 있는 법적 근거가 있다”고 언급하면서, “개인과 조직은 자신의 저작권 보호에 대해 더 많은 관심을 갖는 한편 타인의 저작권을 더 존중해야 한다”는 의견들을 제시함
- ☑ 그러나 저작권 소송에서의 승소 건수는 아직도 적은 상태임. 따라서 이번 VNG 와 틱톡의 분쟁이 세밀하고 만족스럽게 해결된다면, 이후 발생 될 유사 사례의 중요한 선례가 되어 저작권 보호 정책과 관련 시장에서 중대한 발전의 계기를 가져올 것으로 전망됨

☑ [베트남] 디지털 엑스포, 베트남 최초 온라인 개최



[그림 10] 온라인 엑스포로 개최 된 The Macfrut Digital Trade Show 이미지

- ☑ 지난 9 월 8 일부터 10 일까지 베트남 사상 최초로 온라인 디지털 엑스포를 개최함.
- ☑ 연초 예정된 많은 행사가 코로나 19 로 취소된 상태에서, 그 대안으로 온라인 ‘The Macfrut Digital Trade Show(맥 프루트 디지털 트레이드 쇼)’ 디지털 엑스포가 개최되며, 신선하고 질 좋은 베트남 과일·야채류를 유럽을 비롯한 수백 개 글로벌 공급자에게 제공하는 기회를 마련함.
- ☑ 온라인 플랫폼 나트 라이브에는 농업생산, 무역, 기계, 온실과 관개 시스템, 양묘장과 종자, 수정제와 바이오 시뮬러, 물류와 저장 등 다양한 분야의 사업체가 참여함
- ☑ 이번 행사에는 30 개국 600 여 명의 바이어 겸 전시자들이 참가하였으며, 방문객들은 macfrutdigital.com 에 접속, 무료 등록을 통해 가상의 부스 방문 후 상품 탐색, 주최 측에 정보 요청 및 전시업체와 교류 등을 통해 필요한 물품을 구매하기도 함

✓ [UAE] UAE-이스라엘 평화협정의 산업 내 영향

● GCC 최초, 아랍국가로서는 세 번째로 이스라엘과 외교 관계 수립, 신산업분야 육성에 청신호

- ✓ 지난 8 월 13 일 아랍에미리트(UAE)와 이스라엘은 도널드 트럼프 미국 대통령 중재 하에 외교 관계 정상화에 합의함. UAE 는 GCC 최초이자 아랍국가로서는 이집트(1979 년)와 요르단(1994 년)에 이어 세 번째로 이스라엘과 외교 관계를 수립한 국가로, 향후 양국이 항공과 투자, 관광, 안보, 기술, 에너지 등 다양한 분야 내 협력을 이어갈 것이라 밝힘



- ✓ 이번 대표단에 포함된 이스라엘 재무부 및 금융당국 관료들도 UAE 중앙은행 등과 회담을 진행했으며, 구체적으로 압둘하미드 사이드 알-함디 UAE 중앙은행장과 로넨 페레즈 이스라엘 총리실장이 은행과 금융 및 투자부문 공동위원회(Bilateral Committees)와 실무자 협의체(Working Groups) 구성을 위한 협정에 서명함. 양국은 해당 협정을 통해 상호 간 투자 걸림돌을 제거하고 자본시장 내 공동투자를 촉진할 수 있을 것으로 기대되며, 향후 국방과 항공, 통상, 관광 등 다양한 부문으로 확대될 것으로 보임²¹⁾
- ✓ 미국·이스라엘 대표단이 UAE 를 방문한 9 월 1 일 Abu Dhabi Investment Office 는 이스라엘 투자진흥기관인 Invest In Israel 과 원격회의를 진행했으며, 양국 기업들이 상호 이익을 도모할 수 있도록 혁신 기술 분야 내 파트너십과 투자 활성화 방안에 대해 논의함



- ✓ 회의는 ADIO 의 국제협력을 총괄하고 있는 Monira Hisham Al-Kuttab 와 Invest In Israel 대표 Jiva Eger 가 양 기관을 대표해 진행함²²⁾

21) 출처 : <https://www.arabnews.com/node/1727931/business-economy>

22) 출처 : <https://www.wam.ae/en/details/1395302866492>

- ✔ ADIO 청장 Taruq Bin Hendi 는 “중동지역 R&D 와 기술산업의 중심지인 아부다비는 혁신의 최전선에서 이스라엘 기관·기업과 협력할 수 있을 것이다”, “향후 이스라엘 기업들이 아부다비가 보유한 모든 것들을 이용할 수 있게 되길 바라며 Invest In Israel 측과 양국 기업의 상호이익 증진의 기회를 모색할 것이다”고 두 기관의 협력에 대해 긍정적 입장을 밝힘
- ✔ 9 월 1 일에 체결된 금융·은행 협약을 시작으로 UAE 와 이스라엘 양국의 협력 분야는 향후 항공, 관광, 무역, 국방 등 다양한 분야로 확대될 예정임. 이스라엘은 첨단농업과 환경기술과 헬스케어, 에너지 부문 내 선도적인 기술과 경험을 보유하고 있어 양국의 협력이 본격화된다면 이는 UAE 가 추진 중인 산업 육성과 탈석유 산업다각화 정책에도 긍정적 요소로 작용할 것으로 예측됨

| 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	 +86-755-2692-7797	 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 부장	 +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