

2020

WEEKLY GLOBAL

2020년 12월 22일 한류사업팀

구분	제목
 방송·영화	• [미국] 워너미디어, 2021년 신작 영화 OTT 동시공개 논란 • [미국] 디즈니, 마블(Marvel) 세계관 확장을 통해 독점콘텐츠 강화 발표 • [북경] 텐센트비디오, 다큐멘터리 영상 수익배분을 조정 • [일본] <2020년 넷플릭스 재팬 화제작 TOP10> 한국 드라마가 반 이상 랭크인 • [일본] <사랑의 불시착> 전시회, 일본 주요 도시에서 개최 • [베트남] 베트남 내 한류 열풍. 구글 검색 1위 드라마 '이태원 클라쓰', 영화 '기생충'
 게임·유희복합	• [유럽] 유튜브, 2020년 비디오 게임 콘텐츠 시청이 1,000억 시간 이상으로 집계 • [유럽] 카카오 게임즈 "엘리온", 유럽 홈페이지 열며 본격 유럽 진출 준비 • [유럽] 국제올림픽위원회, 가상현실 스포츠와 e스포츠에 대하여 논의 • [심천] AG e-스포츠클럽 산치후위(三七互娱) 간 투자유치 계약 진행 • [UAE] 아랍국가에서 인기 있는 게임장르
 애니·캐릭터	• [유럽] 프랑스 애니메이션으로 성공한 한국 캐릭터 « 물랑 », 시즌 4 개시
 만화·웹툰	• [인니] 웹툰 플랫폼 꼬윅꾸(Kwikku), <팔콘 스크립트 헌트> 결과 발표
 음악	• [북경] 2019년 중국 음악산업 규모 3,950억 위안, 전년대비 5.42% 증가 • [심천] <2020년 중국 음악산업발전보고> 발표 • [일본] NiziU, 데뷔곡이 빌보드 재팬 종합차트 1위 석권 • [일본] <도깨비>, <응답하라 1994> 등 인기 한국드라마 OST 앨범 발매 • [인니] 인니 관광창조경제부, 대표 관광지 연계 음악 콘서트 개최 • [UAE] 글로벌 스트리밍 플랫폼들이 아랍음악을 유료 스트리밍으로 이끄는 방법
 패션	• [유럽] 프랑스 브랜드 Balenciaga, 업계 최초 가상현실과 비디오 게임으로 2021 가을 컬렉션 공개
 통합(정책 등)	• [유럽] 트위터 프랑스, 2020년 트렌드 결산 • [북경] 광전총국, 재생시간 10분 이내 웹드라마에도 심사기준 적용 • [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 14- 스마트폰 형 게임의 배급사 별 매출 • [베트남] 페이스북, 베트남법 위반 게시물 대량 삭제 '전년 대비 400% 증가' • [베트남] 베트남, 아세안 창업 중심지로 발전하기 위해 디지털 전환 촉진
별첨	• KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('20.11)



방송·영화



❑ [미국] 워너미디어, 2021 년 신작 영화 OTT 동시공개 논란¹⁾

- ❑ 워너브러더스는 지난 3 일 2021 년 신작 17 편을 자회사이자 OTT 플랫폼인 HBO Max 에서 극장과 동시 공개하겠다고 밝혔으며, 이로 인하여 할리우드 영화인으로부터 거센 비판을 받고 있음
- ❑ 2021 년 개봉 예정인 신작에는 '더 수어사이드 스쿼드' 시퀄, '고질라 vs 콩', '들했', '매트릭스 4', 등의 블록 버스터 영화를 포함한 17 편의 작품들이 있는데, 이를 극장과 동시에 HBO Max 를 통해 공개할 것이라고 밝힘. 일반적으로 신작들은 극장 개봉 후 약 90 일간의 홀드백 기간을 가진 뒤 방송 및 OTT 등에 공개되지만, 이번 결정으로 인해 내년 워너브러더스에서 선보일 작품들은 극장 개봉 즉시 HBO Max 에도 공개됨
- ❑ 이에 대해 크리스토퍼 놀란, 드니 빌뇌브 감독 등 유명 감독들을 비롯한 할리우드 영화 관계자들의 반발 이 거셌. 특히 크리스토퍼 놀란 감독은 최근 미국 매체 할리우드 리포터에 보낸 서한에서 "현재 영화 산업 에서 가장 중요한 위치를 차지하는 감독 및 배우들이 전날까지만 해도 최고의 영화 스튜디오와 일을 했다고 생각하고 잠들었다가, 다음날 일어나 자신들이 최악의 스트리밍 서비스를 위해 일했다는 사실을 알게 됐다"며, 2021 년 신작을 자사 스트리밍 서비스인 HBO Max 를 통해 극장과 동시 공개하기로 한 워너 브러더스의 선택을 비판하였음
- ❑ 드니 빌뇌브 감독 역시 최근 버라이어티에 기고한 글에서 "이 같은 결정을 한 AT&T(워너브러더스의 모회사) 는 영화 역사상 가장 중요했고 선망 받던 영화 스튜디오 하나를 납치했다, 그곳에는 영화관에 대한 애 정도 관객에 대한 애정도 없었다"며 "오로지 1,500 달러 이상의 천문학적 부채를 진 통신 매머드의 생존 이슈 밖에 없었다"고 밝힘
- ❑ 이같은 비판에 대해, 워너미디어 CEO 제이슨 킬라르는 14 일(현지시간) 뉴욕 타임스와의 인터뷰에서 신작들의 HBO Max 공개 발표 이후 워너브러더스를 향해 쏟아지고 있는 비판에 대해 "고통스럽다"면서도 "모든 사람들이 일어나 박수를 치는 상황은 언제나 존재하지 않는다"고 언급함

1) 출처

- <https://variety.com/2020/film/news/jason-kilar-warnermedia-hbo-max-theaters-2021-1234854234/>
- <https://www.indiewire.com/2020/12/warner-bros-announced-hbo-max-shift-fears-news-leaking-1234605086/>
- <https://www.washingtonpost.com/arts-entertainment/2020/12/16/hbo-max-warner-bros-streaming-deal/>
- <https://www.vulture.com/2020/12/christopher-nolan-doubles-down-on-warner-bros-criticism.html>
- <https://observer.com/2020/12/warnermedia-jason-kilar-defends-hbo-max-movie-decision/>

✔ [미국] 디즈니, 마블(Marvel) 세계관 확장을 통해 독점콘텐츠 강화 발표²⁾

- ✔ 월트디즈니는 11 일(현지시각) 투자자 대상 발표회를 통하여 마블 세계관을 확장한 영화·드라마 제작 계획을 공개하였으며, 이를 통해 2024 년까지 온라인 동영상 서비스(OTT) 유료회원수를 3 억 5000 만 명 수준으로 끌어올리겠다는 계획을 발표함
- ✔ 글로벌 3 억 명 이상의 유료회원을 확보하기 위해 내놓은 전략은 ‘독점 콘텐츠’인데, 이번 투자자 대상 발표회의 핵심은 영화 어벤저스 시리즈로 유명한 ‘마블 영화 세계관(Marvel Cinematic Universe·MCU)’의 확장임
- ✔ 글로벌 27 억 9780 만 달러의 흥행수입을 기록한 ‘어벤저스 엔드게임’을 필두로, 극장가에서 높은 매출을 기록했던 마블 슈퍼 히어로 작품을 디즈니+ 독점 시리즈를 통해 세계관 확장을 이루겠다는 전략임
- ✔ 이는 영화 팬 입장에서는 극장에서 못 봤던 마블 슈퍼 히어로의 이야기를 안방 TV 를 통해 볼 수 있어 좋고, 또 월트디즈니 입장에서도 지식재산권(IP)은 물론 자사 콘텐츠 사업 확대에도 좋은 소재가 된다는 분석임
- ✔ 또한 이번 발표회를 통해 디즈니+ 독점 드라마 ‘완다비전’, ‘팔콘&윈터솔저’, ‘로키’, ‘호크아이’, ‘미즈 마블’을 2021 년 공개한다고 밝혔음

✔ [북경] 텐센트비디오, 다큐멘터리 영상 수익배분률 조정

- ✔ 12 월 15 일, 텐센트비디오(企鹅影视)는 다큐멘터리 콘텐츠에 대한 신규 수익배분 정책 및 협력방식에 대해 발표함. 텐센트는 플랫폼에서 콘텐츠를 대상으로 진행하던 기존 등급 제도를 폐지하고 회원의 유효 조회 수 단가를 기준으로 이용자의 선택에 따라 수익이 배분되도록 변경함
- ✔ 새로 조정된 수익배분 공식에 따르면, 회원 유효 조회 수는 편당 3 분의 재생시간 이상을 기준으로 하며 조회 수 당 단가는 1 위안(약 168 원)임. 수익배분율은 독점방영이 90%, 비독점방영이 50%로 작품의 업로드 일로부터 12 개월 주기로 배분함

2) 출처

- <https://www.marvel.com/articles/movies/new-marvel-cinematic-universe-movies-shows-disney-plus>
- <http://epicstream.com/news/NobelleBorines/Heres-Every-Marvel-Project-Update-Dropped-During-Disney-Investor-Day>
- <https://www.scoopwhoop.com/entertainment/marvel-just-dropped-3-amazing-trailers-2020-is-finally-looking-better/>
- <https://www.cnn.com/2020/12/10/disney-investor-day-2020-announcements.html>
- <https://www.fool.com/investing/2020/12/15/7-things-we-learned-at-disneys-investor-day/>

☑ [일본] <2020 년 넷플릭스 재팬 화제작 TOP10> 한국 드라마가 반 이상 랭크인³⁾



그림 1 | 일본 내 2020년 넷플릭스 화제작 TOP10

- ☑ 'NETFLIX'가 14 일 2020 년 일본 내에서 시청된 작품 리스트 '2020 년 넷플릭스 화제작 TOP10'을 발표함. '2020 년 일본에서 가장 화제가 된 작품 TOP10'의 1 위는 한국드라마 '사랑의 불시착'이 차지함.
- ☑ '사랑의 불시착' 외에도 '이태원 클라쓰'가 2 위, '사이코지만 괜찮아'가 6 위, '청춘 기록'이 8 위, '김비서가 왜 그럴까'가 9 위를 차지하며 한국드라마의 위력을 보임. 또한, 넷플릭스는 올해 일본 넷플릭스 상 한국드라마 시청이 작년과 비교해 6 배 이상 증가했다고 발표함.
- ☑ 드라마 부문뿐만 아니라 '일본에서 가장 화제가 된 다큐멘터리' 부문에서는 블랙핑크의 '블랙핑크: 세상을 밝혀라'가 2 위를 차지함.

☑ [일본] <사랑의 불시착> 전시회, 일본 주요 도시에서 개최 ⁴⁾

- ☑ '사랑의 불시착' 은 한국에서 방영을 시작한 지 1 년이 넘어갔음에도 일본 내에서 관련 굿즈가 판매되고 있음. 내년 1 월부터는 일본의 3 대 도시인 도쿄, 오사카, 나고야와 후쿠오카에서 전시회가 열릴 예정임.
- ☑ 극 중 '세리'와 '정혁'이 처음 만나게 되는 장소와 패러글라이딩 불시착 현장이 전시회 입구에 완벽하게 재현될 예정임. 또한, 미공개 컷 약 250 장을 포함해 450 장이 넘는 사진 및 영상, 실제 '리정혁'역의 헌빈이 착용한 군복 등의 의상도 전시될 예정.

3) 출처

-<https://mainichi.jp/articles/20201214/orc/00m/200/026000c>

-<https://note.com/netflix/n/na2da9b5f2062>

4) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/862c42802af169c75f1a8eb6e1a5e123456228be>



[그림 2] '사랑의 불시착' 재현 장면

- ❖ 불시착 로스(不時着ロス, 드라마를 전부 보고 난 후 느끼는 상실감을 이르는 말)라는 신조어가 생길 정도로 드라마의 팬이 많은 만큼, 드라마 장면을 완벽 재현한 포토존이나 세트가 전시되는 이번 이벤트의 파급력이 또 한 번 기대됨

❖ [베트남] 베트남 내 한류 열풍. 구글 검색 1 위 드라마 '이태원 클라쓰', 영화 '기생충'



[그림 3] 드라마 '이태원 클라쓰' 및 영화 '기생충' 장면

- ❖ 한국의 드라마와 영화가 베트남 구글 검색순위 해당 부문 1 위를 차지하는 등 최고 인기를 끌고 있음
- ❖ 구글 베트남 최근 발표 키워드 및 트렌드를 기반으로 집계한 15 개 카테고리별 검색량 순위에 따르면, 드라마 부문에서는 '이태원 클라쓰'가 1 위를 차지함. 상위 10 개 중 한국 드라마는 4 개로, '이태원 클라쓰'에 이어 '사랑의 불시착'이 2 위, '사이보그지만 괜찮아'가 5 위, '더킹·영원의 군주'가 10 위였고, 나머지 6 개는 중국 드라마가 차지함.
- ❖ 영화부문에서는 2019 년 칸 영화제 황금종려상과 지난 2 월 아카데미상 4 개 부문을 수상한 '기생충'이 1 위에 오름. 또한 '신과 함께·죄와 벌'은 8 위를 기록했으며 나머지는 베트남, 미국, 일본, 홍콩 작품이

차지함. 영화부문의 경우 개봉한 지 오래된 영화가 많았는데, 이는 코로나 19 로 인해 작품 활동이 멈췄거나 개봉이 미뤄졌기 때문으로 풀이됨

- 구글 베트남은 이번 검색량 순위에 대해 “한류열풍이 여전히 대단하다는 것을 보여준 것”이라며 “중국 드라마와 영화의 인기가 높아진 것은 대규모 자금을 투입해 사실감을 높였기 때문으로 보인다”라고 분석. 구글 베트남은 “드라마 카테고리에 베트남 작품이 하나도 없다는 것은 베트남 대중문화가 가야 할 길이 멀다는 것을 여실히 나타내준 것”이라며 “베트남 영상산업도 장기적인 발전계획을 가지고 수준 높고 대중적인 작품을 제작하기 위한 기반을 다져야 한다”고 지적함

게임·융복합



✓ [유럽] 유튜브, 2020 년 비디오 게임 콘텐츠 시청이 1,000 억 시간 이상으로 집계⁵⁾

- 유튜브(YouTube)의 최신 데이터에 따르면 게임 카테고리의 동영상은 1 월 이후 1,000 억 시간 이상 시청됨. 이는 2019 년 대비 2 배 증가한 수치임.

- ✓ 이 수치는 게임 산업에서 파생된 게임 관련 방송 시장이 게임 시장과 함께 발전하고 있다는 중요한 증거임.
 - 담당자는 이 수치에 아주 만족하며 공식 경쟁자인 아마존의 게임 스트리밍 서비스인 트위치(Twitch)와 나란히 선두를 지키고 있다고 생각한다고 언급함.
 - 라이브 게임 방송이 이 수치의 10% 이상 (약 100 억 시간)을 차지함.
- ✓ 4 천만 개 이상의 게임 방송 채널이 매일 혹은 거의 매일 활동하며, 이미 지난 몇 개월간 정기적으로 콘텐츠를 방송하고 있음.
- ✓ 올해에만 8 만 명 이상의 게임 콘텐츠 제작자가 구독자 수 10 만 명을 돌파하였으며, 상위권에 속한 300 명의 유튜버는 최근 각 구독자 수 천만 명을 돌파함.
- ✓ 게임 방송 시장에서 가장 인기 있는 게임은 마인크래프트 (Minecraft)로 2,100 억 회의 조회 수를 기록하여 1 위를 차지하였으며, GTA 5 (Grand Theft Auto V)가 700 억 뷰, 포트나이트 (Fortnite)가 670 억 뷰로 그 뒤를 따름.

✓ [유럽] 카카오 게임즈 “엘리온”, 유럽 홈페이지 열며 본격 유럽 진출 준비⁶⁾

- 12 월 10 일 한국에서 정식 서비스를 시작한 MMORPG⁷⁾ “엘리온”이 유럽 홈페이지를 열고 2021 년 이사 분기 서비스 개시 준비를 본격적으로 시작함.

- ✓ MMORPG 게임은 여러 가지 메커니즘을 바탕으로 운영됨.
 - 서로 매우 다른 세계들을 이어주는 여러 포탈을 포함하는 광대한 세계관, 퀘스트와 던전, 그리고 게임에서 가장 중요한 진영 대 진영(RvR)으로 이루어지는 전쟁 등임
 - 여러 가지의 게임 모드를 사용할 수 있지만, 일반적으로 게이머들에게는 진영전을 추천함.
- ✓ 카카오 게임즈는 한국에서의 게임 서비스 시작을 계기로 유럽에서 홈페이지를 오픈함.
 - 이 홈페이지는 프랑스어를 포함한 여러 가지 언어로 서비스됨. 방문자들이 “엘리온”에 대해서 게임 정보를 얻게

5) 출처 : 01net. 프랑스 IT 전문 웹사이트

(<https://www.01net.com/actualites/plus-de-100-milliards-d-heures-de-programmes-de-jeux-video-visionnees-sur-youtube-en-2020-2015937.html>)

6) 출처 : JeuOnLine. 인터넷 게임 전문 사이트

(<https://www.jeuxonline.info/actualite/58899/mmorpg-elyon-re-lance-site-officiel-occidental-notamment-francais>)

7) 대규모 다중 사용자 온라인 롤플레이팅 게임 (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game)

하는 것이 홈페이지의 목표임.

- 플레이 가능한 다섯 가지의 캐릭터, 다양한 역할, 다이내믹 전투 시스템, 능력치 관리 등의 정보를 제공함.
- 유럽 내 엘리온의 진행 상황을 알기 위해서 뉴스레터 가입도 가능함.

✔ [유럽] 국제올림픽위원회, 가상현실 스포츠와 e 스포츠에 대하여 논의⁸⁾

● 국제올림픽위원회 (IOC) 는 12 월 12 일 개최된 제 9 차 연례정상회의에서 비디오 게임과 e 스포츠에 대하여 중점적으로 논의함.

- ✔ 올림픽 연례정상회의는 국제 올림픽의 행사 내용과 미래에 대하여 논의하기 위해 매년 개최됨.
 - 반도핑을 포함한 다양하고 새로운 주제들이 토론되고 한 해 동안 진행된 스포츠에 대해서 결산하는 자리.
 - 이번 9 회 회의는 코로나 19 의 영향으로 온라인으로 개최됨.
- ✔ 최근 몇 년간 비디오 게임과 e 스포츠는 관계자들 사이에서 자주 오르내린 주제임. 올해는 공식 의제가 되어 회의에서 중점적으로 다루어짐.
- ✔ 국제 사이클 연맹(UCI) 회장이자 e 스포츠 연락 그룹(Esports Liaison Group)의 대표인 David Lappartient 가 한 해 동안의 e 스포츠 진행 상황과 최신 가상현실 스포츠와 게임에 대한 발표를 맡음.
- ✔ 이번 회의에서 “가상 스포츠 (물리적/비물리적)”와 “비디오 게임(경쟁/취미)”으로 구분을 지었다는 것이 주목할 만한 부분임.
 - 국제 연맹이 각각 물리적, 비물리적 형태의 가상 스포츠를 받아들인 것이 가장 중요한 부분임.
 - 예를 들어, 물리적 가상 스포츠는 Zwift 플랫폼을 통한 사이클링, 비물리적 가상 스포츠는 FIFA, NBA2K 등의 게임.
 - 경쟁 비디오 게임은 League of Legends, 취미 비디오 게임은 Super Mario 를 예시로 들음.
 - 가상현실 스포츠에서도 공정한 경쟁, 가상현실 스포츠의 가치 존중, 새로운 대중에게 개방하는 것이 필수적인 요소라고 동의.
 - 비디오 게임의 경우 어린 세대들의 물리적 활동과 스포츠 가치를 증진하기 위하여 게이머들과의 연락을 계속 유지하기로 함.
- ✔ 회의 결과, IOC 는 점진적으로 가상현실 스포츠와 e 스포츠의 도입을 준비하고 있는 것으로 보이나, 아직은 정확한 시기나 정식 종목 채택을 확신할 수는 없음.

✔ [심천] AG e-스포츠클럽 쑤치후위(三七互娱) 간 투자유치 계약 진행

- ✔ 12 월 15 일 쑤치후위와 AG e-스포츠클럽은 광저우에서 계약 체결식을 진행하였음. 쑤치후위는 AG e-스포츠클럽에 수천만 위안을 전략적으로 투자하기로 결정함.

8) 출처 : DH Les sports+, 벨기에 일간지

(<https://www.dhnet.be/sports/omnisports/esport/le-neuvieme-sommet-olympique-aborde-les-sports-virtuels-et-les-jeux-video-5fd6093fd8ad5844d1b3f88d>)

- ✔ AG e-스포츠클럽은 설립된지 20 여 년이 흘렀으며, 2009년에는 전문 프로 e-스포츠클럽을 설립하였음. 주로 e-스포츠 대회 관련 업무 및 행사 참가, e-스포츠 전문 인재 육성 등의 분야에 집중하였으며, 중국 내 1~2 위를 다투는 전통 e-스포츠 클럽으로 성장하였음. AG 클럽은 e-스포츠 업무 외에 새로운 분야의 많은 사업들을 추진하고 있으며, 예를 들어 'e-스포츠+엔터테인먼트', 'e-스포츠+음악' 등이 있음.
- ✔ AG e-스포츠클럽의 CEO 러커평은 싹치후위와의 합작 요인으로 두 가지를 말함. 첫 번째 싹치후위의 게임 분야의 영향력과 위치, 운영 능력을 중시하였음. 특히 최근 싹치후위 콘텐츠의 업계 영향력과 발전으로 중국 증시 A 주식시장에서도 선두적 위치를 차지하고 있음. 두 번째 싹치후위는 1 억 명 이상의 유저를 보유하고 있으며 AG 는 이를 활용하여 AG 의 시장 확대를 위한 인프라 확대와 영향력을 얻을 수 있기 때문임.
- ✔ 글로벌 시장 내 인지도가 있는 문화창의산업 상장회사인 싹치후위는 게임분야를 중심으로 영화, 음악, 연예매니지먼트, 애니메이션, VR/AR, 미디어, 문화건강 등 다양한 분야에 사업을 추진하고 있음.
- ✔ 양 측은 향후 이번 합작을 통하여 상호 장점을 융합하고 이를 통해 e-스포츠산업 발전 및 e-스포츠게임 연구개발, e-스포츠 프로팀 창설, e-스포츠대회 후원, e-스포츠 연계 사업을 통한 수익창출 등 사업의 다각화를 모색할 계획임.

✔ [UAE] 아랍국가에서 인기 있는 게임장르⁹⁾

- ✔ 아랍지역에서 게임 커뮤니티는 지난 10 년 초부터 상당히 빠르게 성장 발전해 왔음
- ✔ 비디오 게임은 지난 20 년 동안 엄청난 개발 과정을 거쳤으며 그 결과 사람들이 가질 수 있는 모든 취향과 선호도에 맞는 게임과 장르가 만들어졌음. 이 과정은 대부분 서구 국가에서 이루어졌으며 서구와 MENA 지역의 문화 차이로 모든 게임이 아랍 국가에서 호평을 받은 것은 아님
- ✔ MENA 지역에서 큰 성공을 거둔 PC 게임 장르
 - 롤 플레잉 게임 (RPG)
 - .. 위계 RPG 는 가장 열성적인 팬 기반을 가지고 있음. 아랍 RPG 플레이어는 전 세계의 다른 RPG 플레이어와 마찬가지로 평범한 삶에서 벗어나 드래곤, 퀘스트 및 전투의 땅에 빠지는 게임을 원함
 - .. The Witcher 3 는 아랍어 버전에 여전히 영어 대화가 남아있음에도 선호 받음. 더 많은 RPG 모바일 게임 퍼블리셔들이 MENA 지역에서 게임을 현지화하고 있음
 - 실시간 전략 게임 (RTS)
 - .. 이 장르는 다른 지역에서보다도 아랍 국가에서 더 많은 인기가 있음
 - .. 캐주얼 게이머든 하드 코어 게이머든 모든 사람들이 Red Alert II 에서 두 캠프를 모두 플레이 했음
 - .. 모바일 게임 Clash of Clans 은 전 세계를 휩쓸었고 MENA 지역에서도 상당한 성공을 거두었음

9) 출처 : <https://tamatem.co/most-popular-game-genres-in-arab-countries/>



[그림 4] 아랍국가에서 인기있는 게임 이미지 (출처 : tamatem Inc.)

- 멀티 플레이어 온라인 배틀 아레나 게임 (MOBA)
 - .. MOBA 게임은 지금 전체적으로 가장 많이 플레이 되는 게임임
 - .. MOBA 의 첫 번째 게임은 블리자드 스타크래프트의 커스텀 맵으로 만들어졌음. Aeon of Strife 라는 이름의 이 모드를 다른 플레이어들이 열광하면서 멀티 플레이어 온라인 배틀 아레나 게임이라는 별명이 붙었으며, MOBA 는 지난 10 년 동안 엄청난 인기를 얻으며 세계에서 가장 높은 수익을 올린 게임 장르 중 하나가 됨
 - .. LoL (League of Legends) 및 Dota 2 와 같은 인기 있는 PC MOBA 를 모델로 한 모바일 MOBA 는 MENA 지역에서 인기가 많음
 - .. UAE 에는 e 스포츠 리그와 토너먼트가 있으며, 사우디아라비아도 e 스포츠에 뛰어 들어 자체 토너먼트를 시작할 계획임
- 액션 게임
 - .. 액션 게임에는 두 가지 주요 하위 장르가 있음. 첫째는 격투 게임으로 대부분의 라운드는 처음부터 끝까지 매우 빠름. 이는 타 플레이어나 친구와 게임을 즐기기 좋음
 - .. 다른 유형의 액션 게임은 저격수 게임으로 1 인칭 슈팅 게임 (FPS)과 3 인칭 슈팅 게임 (TPS)이 세계적으로 인기가 높음. 액션 게임에서 얻는 아드레날린 러시 플레이어는 불가능한 뒤집기 또는 절벽에서 뛰어 내리기 위해 몸과 생명을 위험에 빠뜨릴 때 느끼는 익스트림 스포츠 플레이어와 비슷함
 - .. 휴대폰 슈팅 게임은 모든 슈팅 플레이어의 요구를 충족시키기 위해 최적화되고 있으며, 승리에 필요한 플레이 스타일과 전술이 다양하게 제공됨
- 배틀 로얄 게임
 - .. 가정, 사무실, 대중교통, 심지어 일부 체육관 등 모든 일상생활에 침투된 게임 장르임
 - .. PUBG 와 Fortnite 는 누구나 휴대 전화만 있으면 이를 몇 시간 동안 플레이할 수 있음
 - .. 이 게임 장르는 모바일 게임으로 나오자 엄청난 성공을 거두었음. MENA 지역에서 배틀 로얄 게이머로 구성된 거대한 커뮤니티를 찾을 수 있음

애니메이션·캐릭터



☑ [유럽] 프랑스 애니메이션으로 성공한 한국 캐릭터 « 몰랑 », 시즌 4 개시¹⁰⁾

- 한국 캐릭터 “몰랑”으로 애니메이션을 제작하여 세계적으로 큰 성공을 거둔 프랑스 스튜디오 Millimages의 애니메이션 “Molang”이 시즌 4로 돌아옴.
 - ☑ 한국 일러스트레이터 윤혜지의 캐릭터로 만든 프랑스 애니메이션 “Molang”은 시리즈 제작사 스튜디오 Millimages의 간판 프로그램임.
 - ☑ “Molang” 시리즈는 200개가 넘는 에피소드를 가지고 있으며 전 세계 200개 국가에서 방영되었음.
 - ☑ 새 시즌인 시즌 4는 카날 플러스(Canal+)에서 방영 후 11월부터 공영방송 떼에프영(TF1)에서 방영 중.
 - ☑ 한국 모바일 메시지 앱에서 프랑스의 애니메이션 스튜디오로 오게 됨.
 - 윤혜지 씨가 만든 캐릭터인 “몰랑”은 카카오톡에서 이모티콘으로 이용되고 있었음.
 - “Molang” 시리즈 제작 스튜디오 Millimages의 설립자인 Roch Lener가 캐릭터 저작권을 구매.
 - 캐릭터의 배경, 바탕, 이야기 없이도 캐릭터 자체가 아주 매력적이었다고 함.
 - “Molang” 시리즈의 제작자이자 감독인 Marie-Caroline Villand가 캐릭터의 배경을 만들고 이야기를 만들어서 애니메이션으로 제작함.
 - ☑ 전 세계에서 인기 있는 애니메이션으로 거듭남.
 - 행복, 우정, 공감 등의 세대를 아우르는 보편적 가치를 전달하며 언제나 웃음과 포용으로 끝나는 이야기 구조.
 - 각 에피소드는 3분 정도의 짧은 에피소드로 이루어지며 대사는 없음.
 - 미취학 아동을 대상으로 하는 애니메이션들의 주인공이 대부분 어린이이며 가족 이야기가 주를 이루지만 “몰랑”은 정형화되지 않은 캐릭터이므로 시청하는 어린이들이 자유롭게 투영할 수 있다는 것이 장점.
 - 100% 프랑스 내 스튜디오에서 제작함으로써 제작팀과 애니메이터들의 호흡이 잘 맞는 것 역시 장점이라고 제작자가 밝힘.
 - 시즌 4부터는 5분 정도의 긴 에피소드도 제작되었으며 이야기의 배경은 선사시대부터 중세시대 등 시간을 아우르는 에피소드들로 이루어진다고 함.
 - GIF 이미지를 제공하는 사이트 Giphy에서 100억 뷰 이상을 기록하는 등 뉴미디어 시장으로도 진출.
 - 설립자 Roch Lenerms “몰랑”이 무민(Moomins), 미피(Miffy), 헬로키티(Hello Kitty)의 뒤를 이어 장수하며 오랜 시간 사랑받는 캐릭터가 되길 희망함.

10) 출처 : 20minutes, 프랑스 일간지

(<https://www.20minutes.fr/arts-stars/television/2909587-20201116-molang-pourquoi-aussi-mignon-histoire-succes-francaise>)

만화·웹툰



☑ [인니] 웹툰 플랫폼 꼬윅꾸(Kwikku), <팔콘 스크립트 헌트> 결과 발표

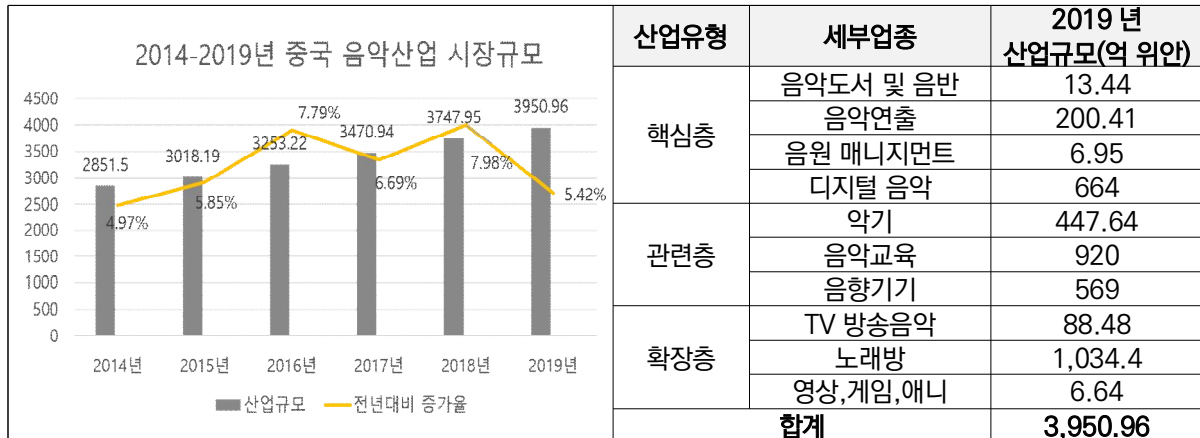
- ☑ 2020 년 11 월 30 일 웹툰 플랫폼 꼬윅꾸(Kwikku)는 영화 시나리오 공모전 <팔콘 스크립트 헌트(Falcon Script Hunt)> 결과를 발표함
- ☑ 꼬윅꾸(Kwikku)는 지난 9 월 1 일부터 11 월 15 일까지 '일대기'라는 테마로 현지 영화제작사 팔콘 픽처스(Falcon Pictures)와 협업하여 영화 시나리오 공모전을 개최하였음
- ☑ 파자 부스또미(Fajar Bustomi), 이빠 이반샤(Ifa Ifansyah), 다니알 리프키(Danial Rifki), 앙기 움바라(Anggy Umbara), 헤르윈 노비안또(Herwin Novianto), 인드라 구나완(Indra Gunawan), 라코 프리안또(Rako Prijanto) 등 유명 영화감독들이 심사위원으로 참여하여 수상작을 다음과 같이 선정함

	수상자	수상작	수상작 내용
1	아리 끌링 (Ari Keling)	내 천국을 뺏지마 (원제: Jangan Ambil Surgaku)	누가 나이든 어머니를 모시는 가에 대한 삼형제의 다툼을 다룬 이야기로, 영화감독 파자르 부스또미(Fajar Bustomi)가 촬영할 예정
2	안니사 디안다리 부뜨리(Annisa Diandari Putri)	언제 이사해? (원제: Kapan Pindah Rumah?)	주인공 루나(Luna)는 대가족과 함께 거주하여 사생활이 없어 독립을 하기 위해 고군분투하는 이야기로, 영화감독 헤르윈 노비안또(Herwin Novianto)가 촬영할 예정
3	마프리카 키빠니 (Mahfrizha Kifani)	색깔없는 무지개 (원제: Pelangi Tanpa Warna)	알츠하이머병을 겪는 주인공 키라나(Kirana)의 일상생활 이야기로, 영화감독 인드라 구나완(Indra Gunawan)이 촬영할 예정
4	구스티 아유 부스빠가티(Gusty Ayu Puspagaty)	마리오네트가 조종하는 사람을 찾는다 (원제: Kattok Mencari Dalang)	주인공 무나(Munah)의 엄마 비밀을 담고 있는 주인공이 만든 마리오네트(목각인형) 까뚝(Kattok) 이야기로, 영화감독 다니알 리프키(Danial Rifki)가 촬영할 예정
5	한 가가스 (Han Gagas)	미친 부부 (원제: Balada Sepasang Kekasih Gila)	주인공 부부 자룻(Jarot)과 라스뜨리(Lastri)의 이야기로, 영화감독 앙기 움바라(Anggy Umbara)가 촬영할 예정
6	히다야툴라 (Hidayatullah)	거짓말쟁이들의 일상기록 (원제: Catatan Harian Para Pembohong)	거짓말을 기록하는 천사 말리카(Malika)의 이야기로, 영화감독 라코 프리안또(Rako Prijanto)가 촬영할 예정
7	레빈 발롱 (Revin Palung)	살인자 (원제: The Murderer)	주인공 벤(Ben)의 어머니 실종사건을 다룬 이야기로, 영화감독 이빠 이스반샤(Ifa Isfansyah)가 촬영할 예정

음악



☑ [북경·심천] 2019 년 중국 음악산업 규모 3,950 억 위안, 전년대비 5.42% 증가



- ☑ 12 월 11 일, 중국전매대(中国传媒大学)가 주최한 제 7 회 음악산업포럼(第七届音乐产业高端论坛)에서 <2020 중국음악산업발전보고(2020 中国音乐产业发展报告)>가 공개됨. 해당 보고에 따르면, 2019 년 중국 음악산업 총규모는 3,950 억 9,600 만 위안(약 66 조 5,697 억 원)으로 전년대비 5.42% 증가하였으며, 발전 증가속도는 약간 완만해지는 경향을 보임. 하지만 디지털 음악 분야의 경우 고속 성장을 하였으며, 8%이상의 성장속도를 보이고 있음.
- ☑ 2019 년 이래 중국 음악산업은 세분화 되고 있으며 산업 규모면에서 살펴보면 TOP3 에 가라오케 산업, 음악교육 및 육성 산업, 디지털음악산업이 포함됨. 성장속도 측면에서 살펴보면 음악산업 내 핵심층으로 자리잡고 있는 음악저작권 운영관리 산업의 경우 27.29%, 음악연출산업 9.99%, 디지털음악산업 8.42%의 성장률을 보이고 있음.
- ☑ 2019 년 중국 음악산업의 발전 트렌드를 정의하면 '음악+산업경계를 탈피한 융복합 분야'로 말할 수 있음. 주요 사례를 살펴보면 아래와 같이 분류되고 있음.
- ☑ 창작음악+다원화
 - 창작가요의 경우 음악프로그램 내 중요 부분으로 자리를 잡았으며, 창작독립음악의 경우 디지털화, 사이버화, 멀티미디어화 등 신기술과 결합하여 일련의 문화상품 혹은 파생상품으로 재탄생되고 있음.
- ☑ 디지털음악+엔터테인먼트
 - 디지털음악 플랫폼의 다양화 추세를 보이고 있으며, 텐센트뮤직엔터그룹의 경우 중국 웨원그룹과 합작하여 방송영화, 오디오북을 중심으로 디지털음악을 연계, 디지털 음악을 활용한 생태계를 구축하였음. 알리바바의 주도하에 온라인쇼핑회원 88VIP 와 왕이뮤직은 전략적 합작을 체결하고 '음악플랫폼+온라인쇼핑' 시스템을 구축하여 운영하고 있음.
- ☑ 과학기술+산업변혁
 - 최근 음악 콘텐츠와 연계 된 과학기술 및 산업응용 현상은 새로운 시장을 창출하는데 중요한 역할을 하고 있음. 예를 들어 인공지능, 5G, 클라우드 기술과 디지털음악 간의 다양한 결합 생태계가 조성되고 있으며, 산업 경계를 초월하여 상호 시너지를 내고 있음. 향후 중국 음악시장 발전에 있어 중요한 원동력이 될 것으로 예상됨.

✓ [일본] NiziU, 데뷔곡이 빌보드 재팬 종합차트 1 위 석권¹¹⁾



[그림 5] NiziU의 'Step and a step'

- ✓ JYP 엔터테인먼트와 소니 엔터테인먼트의 협업으로 탄생한 글로벌 걸그룹 NiziU 의 데뷔 싱글 'Step and a step'이 빌보드 재팬 종합 차트에서 'JAPAN HOT 100', 'Top Singles Sales'에서 수위를 기록, 'Artist 100'에서도 1 위를 차지해 화제임.
- ✓ 데뷔 싱글의 뮤직비디오는 공개 첫날 조회 수가 1,000 만 회를 돌파해 현재 4,800 만 회를 돌파함. 또한, 일본 국내 각종 음악 스트리밍 사이트에서도 차트를 석권 중이며 데뷔 싱글의 첫 주 매출은 318,562 장으로 빌보드 재팬 차트 내 CD 판매 1 위를 달성함.
- ✓ 정식 데뷔 전인 프리 데뷔 싱글 곡이 각종 오리콘 차트에서 1 위를 기록하며 여성 아티스트 사상 첫 쾌거를 달성, 정식 데뷔전 일본 최대 연말 가요제인 '홍백가합전'에 출전을 내정 받으며 화제성에 더욱 가속도가 붙을 것으로 보임

✓ [일본] <도깨비>, <응답하라 1994> 등 인기 한국드라마 OST 앨범 발매¹²⁾

- ✓ 1 월부터 방영될 한국 원작의 일본 리메이크 드라마 '아는 와이프'부터 '도깨비', '남자친구' 등 총 18 개의 한국드라마 작품 내 인기 OST 36 곡이 담긴 'We LOVE 한국드라마~OST 히트 컬렉션' 앨범이 발매됨.
- ✓ 올해 일본에서는 코로나 19 로 인한 '집콕 시간'의 증가로 한류드라마에 관한 관심이 다시 한 번 과열되었음. 넷플릭스에서 시청 가능한 한국드라마들과, NHK 에서 방송된 '100 일의 낭군님' 등 현지에서 인기 있는 한국드라마의 주제곡도 포함되었음.

11) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/b84c2165b5953ceb116c69d74338c8affde68b54>

12) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/7775e7e3036820dc58e478b45c7d9be5c54b6133>



[그림 6] 'We LOVE 한국드라마~OST 히트 컬렉션' 앨범

- 이번 OST 모음집 발매를 기념하여 수록된 드라마들의 명장면을 편집한 다이제스트 특별 영상이 공개되었음. 또한, 앨범 소책자에는 전 곡의 한글 가사와 일본어 번역본 가사가 포함되어 있으며, 함께 노래를 부를 수 있도록 일본어로 한국어 발음을 기록한 가사도 수록됨.

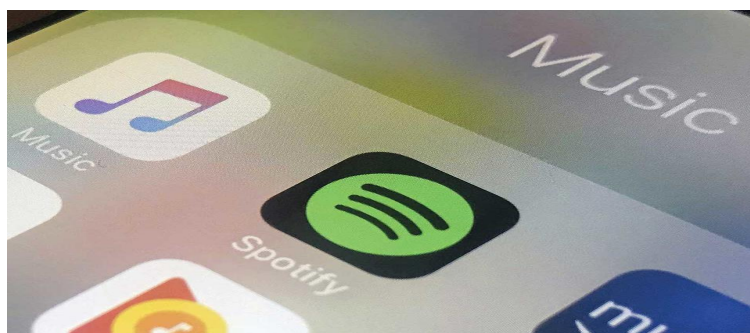
☑ [인니] 인니 관광창조경제부, 대표 관광지 연계 음악 콘서트 개최

- 2020년 12월 4일부터 6일까지 3일간 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)는 북부 수마트라의 토바 호수(Danau Toba), 동부 누사 땡가라의 라부안 바조(Labuan Bajo), 중부 자바의 보로부두르 사원(Candi Borobudur) 등 대표 관광지 3곳과 연계하여 음악 콘서트 <멋진 인도네시아로부터의 뮤직 매터스(Music Matters from Wonderful Indonesia)>를 개최함
- 본 행사는 시청자들에게 유튜브, 페이스북, IGTV 등을 통해 대표 관광지를 콘서트와 함께 가상으로 보여주며 생방송으로 진행됨
- 앤드메쉬 까말렝(Andmesh Kamaleng), 혼도(Hondo), 위얼드 지니어스(Weird Genius), 다닐라 리야디(Danilla Riyadi), 니코(Ni/Co), 이샤나 사라스와띠(Isyana Sarasvati), 파디 리본(PADI Reborn) 등 현지 인기 가수들을 비롯하여 미국의 커트 휴소 슈나이더(Kurt Hugo Schneider), 쥘르 오로라(Jules Aurora), 샘 츄이(Sam Tsui) 등 해외 가수들도 참여함
- 한편, <뮤직 매터스(Music Matters)>는 2007년부터 홍콩 이벤트 대행사(주)브랜디드(Branded)가 제작을 시작한 국제적인 음악 콘서트로, 올해 2020년 5월에는 싱가포르, 필리핀, 태국, 일본, 에스토니아, 호주 등 출신의 아티스트들이 참여한 시즌 1 편을, 6월에는 싱가포르 관광청과 협업하여 시즌 2 편을 제작하여 유튜브로 방영함

✓ [UAE] 글로벌 스트리밍 플랫폼들이 아랍음악을 유료 스트리밍으로 이끄는 방법¹³⁾

● 글로벌 스트리밍 수익은 2019 년에 22.9 % 성장한 114 억 달러로, 처음으로 음반 사업의 절반 이상을 차지

- ✓ 만연한 불법 복제, 무료 YouTube 동영상 클립, 오래된 채널 등으로 시달리는 아랍 음악 산업은 구식 비즈니스를 디지털 시대로 가져 오려는 글로벌 스트리밍 플랫폼들의 새로운 목표가 됨
- ✓ 유럽과 미주지역에서 성공한 온라인 음악 플랫폼은 MENA 지역의 신흥 시장에 투자하고 청소년 인구를 확보하려고 노력중임



[그림 7] 2018 년 중동에서 출시 된 스포티파이 (출처 : Arabian Business)

- ✓ 스트리밍 플랫폼 Spotify 는 유료 디지털 콘텐츠의 세계를 따라 잡지 못한 중동 음악 비즈니스가 바뀌길 바라며 "완전히 아랍어 서비스, 현지화 된 재생 목록 및 현지 팀으로 서비스를 시작함
- ✓ 국제 음반 산업 연맹 (International Federation of the Phonographic Industry)에 따르면, 글로벌 스트리밍 수익은 2019 년에 22.9 % 성장한 114 억 달러로 처음으로 음반 사업의 절반 이상을 차지했음
- ✓ 그러나 1990 년대와 2000 년대의 전성기 이후 아랍 팝 음악 산업은 지난 10 년 동안 아랍의 봄 반정부 봉기를 뒤따른 격변으로 쇠퇴했음
- ✓ 2018 년 중동에서 출시 된 Spotify 는 지역 인재들에게 플랫폼에서 글로벌 노출 기회를 제공함
- ✓ 국제 힙합은 중동지역의 Spotify 에서 가장 인기 있는 장르로 쿠웨이트의 래퍼 Queen G, 이집트의 Marwan Moussa 및 모로코의 Stormy 를 포함하여 가장 인기 있는 아티스트는 모두 국내에서 제작됨



[그림 8] 프랑스 스트리밍 서비스 Deezer (출처 : Arabian Business)

13) 출처 : <https://www.arabianbusiness.com/media/454764-global-giants-bring-middle-east-music-into-pay-per-stream-era>

- ✔ Deezer 는 2018 년 사업가이자 사우디 왕자 인 Alwaleed bin Talal 이 소유한 아랍지역 최대 음반사 인 Rotana 와 독점 계약을 체결로 중동지역에 진출함
- ✔ 1980 년대에 설립 된 Rotana 는 유튜브와 오래된 웹 사이트를 넘어선 디지털 존재가 거의 없었고, 많은 최고의 아티스트들이 떠남에 따라 빠르게 추진력을 잃어 가고 있음
- ✔ 독점계약 서명 당시 Rotana 의 상무 이사 인 Salem al-Hendi 는 의심 할 여지없이 "수익의 반환"이 있을 것이라고 말했지만 2 년 후 Rotana 는 주목할 만한 새로운 스타를 얻거나 제작량을 늘리지 못했음



[그림 9] 레바논 음악 스트리밍 플랫폼 Anghami (출처 : Arabian Business)

- ✔ Anghami 는 중동지역 취향과 문화에 대한 확고한 이해 덕분에 중동에서 인기를 얻고 있는 스트리밍 플랫폼으로, 음악의 디지털화는 뮤지션과 음반사들이 새로운 기술과 유료 플랫폼을 수용해야한다고 언급함
- ✔ Anghami 라이선스 책임자 인 Arun Sajjan 은 "대부분의 아티스트는 여전히 자신의 트랙을 유료화하기 보다는 YouTube 에 무료로 공개하는 것을 선호한다"고 밝힘. "중동지역 사용자는 여전히 음악을 듣기 위해 프리미엄 서비스 비용을 지불 할 준비가 되어 있지 않다"고 언급
- ✔ Anghami 는 중동지역 사람들이 결제 수단으로 신용 카드에 익숙하지 않기 때문에 모바일 사업자 가입자에게 유료서비스를 기대함

패션



☑ [유럽] 프랑스 브랜드 발렌시아가, 업계 최초 가상현실과 비디오 게임으로 2021 가을 컬렉션 공개¹⁴⁾

- 발렌시아가(Balenciaga)는 패션업계 최초로 330 명의 VIP 에게는 가상현실 런웨이를, 대중들에게는 비디오 게임의 형식으로 2021 가을 컬렉션을 선보임.



[그림 10] Afterworld : The Age of Tomorrow 게임 화면

출처 : Dezeen <https://www.dezeen.com/>

- ☑ 지난 12 월 6 일, 330 명의 VIP 에게 초대장과 함께 오쿨러스(Oculus)사의 VR 기기를 함께 보내어 가상현실 런웨이를 경험하게 함.
 - 발렌시아가가 최근 항상 패션쇼를 하던 장소인 Cité du cinéma de Saint-Denis 를 구현했음.
 - 초대된 사람들은 첫 줄에 앉아있고 뒤를 돌아보면 뒤로 두 줄 관객이 더 있는 구조로 배치. VR 체험자 주변에 다양한 나이와 인종의 사람들을 배치하여 다양성을 강조.
 - 이러한 구성이 각 VR 체험자에게 패션쇼의 좋은 자리에 초대받은 만족감을 느끼게 함.
 - 런웨이에는 실제 모델을 스캔한 남성과 여성의 모델이 등장하여 쇼를 펼침.
- ☑ 대중들에게는 특별히 제작한 « 애프터 월드: 더 에이지 오브 투모로우 (Afterworld : The Age of Tomorrow) »라는 비디오 게임으로 컬렉션을 공개함.
 - 2031 년을 배경으로 한 게임은 혼잡한 거리와 숲 등을 거닐며 마주치는 인물들을 클릭하면 입고 있는 컬렉션을 자세히 살펴볼 수 있음.
 - 총 50 개의 룩으로 구성됨.

14) 출처 : Le Monde, 프랑스 일간지

(https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2020/12/07/balenciaga-a-ose-le-defile-en-realite-virtuelle_6062519_4497319.html)

통합(정책·기타)



☑ [유럽] 트위터 프랑스, 2020 년 트렌드 결산¹⁵⁾

- 트위터 (Twitter) 프랑스가 2020 년 가장 많이 공유된 트윗, 단어, 해시태그(hashtag)의 결산 결과를 발표함. 'COVID19'가 1 위를 차지한 가운데 음악 부분에서는 'BTS'가 1 위를 차지함.

- ☑ 해시태그 #COVID19 는 전 세계적으로 거의 4 억 번 이상 사용되어 1 위를 차지하였으며, 프랑스에서도 예외 없이 1 위를 차지함.
- ☑ 전 세계적으로는 마블 세계의 슈퍼히어로 블랙 팬서 역할의 미국 배우 Chadwick Boseman 의 죽음을 알리는 트윗이 신기록을 세움.
 - 이 트윗은 2006 년 트위터가 생긴 이후에 가장 많이 리트윗되고 가장 많은 “좋아요”를 받은 트윗으로 기록됨.
- ☑ 정치적인 트윗들이 그 뒤를 따름.
 - 인종 차별에 반대하는 미국의 운동인 #BlackLivesMatter 이 150 만 트윗을 기록,
 - 중국 위구르족을 지원하는 해시태그 #UighursLivesMatter 도 만들어짐.
 - 그 뒤를 이어서 프랑스 대통령 #Macron, 노란 조끼를 뜻하는 #GiletsJaunes, 그리고 올봄에 치러진 지방선거 #Municipals2020 이 많이 공유됨.
 - 지난 11 월 흑인 음악 프로듀서 Michel Zecler 에 대한 경찰의 폭행 동영상은 7 만 7 천 번 공유되며 프랑스에서 가장 많이 공유된 트윗으로 기록.
- ☑ 게임, 엔터테인먼트, 음악 부분은 인기가 급증하였는데 특히 케이팝의 증가세가 두드러짐.
 - 그룹 BTS 는 프랑스에서 가장 많이 언급된 계정이라고 트위터가 밝힘.
 - 케이팝은 지난 12 개월 동안 전 세계적으로 61 억 개의 메시지를 기록함.
 - 프랑스는 트위터 내 케이팝에 대한 공유가 가장 활동적인 국가 20 위 안에 들었음.
 - 게임은 1 월과 3 월 사이에 메시지 숫자가 19 배 증가함.
 - 닌텐도사의 “모여봐요 동물의 숲 (Animal Crossing New Horizons)”이 3 월에 출시된 후, 1 월과 3 월 사이에 이 게임에 대한 언급이 56% 증가.
 - 텔레비전 부분에서는 두 번의 봉쇄령 기간에 방송된 TF1 의 간판 프로그램 “코-란타(Koh-Lanta)”가 1 위를 차지했음.
- ☑ 스포츠 부분은 축구와 관련된 내용이 리그 중단에도 불구하고 가장 많은 기록을 남김.
 - Neymar, Kylian Mbappé, Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Karim Benzema 등 다섯 명의 축구 선수가 프랑스에서 가장 많이 언급된 스포츠맨임.
 - 농구선수 Kobe Bryant 와 Diego Maradona 도 사망 이후 많은 공유물을 기록.
 - 스포츠 팀으로 보면 프랑스 프로 축구팀인 파리 생 제르맹(Paris Saint-Germain)이 1 위, FC 바르셀로나(FC Barcelona), 올림 피크드마르세유(Olympique de Marseille), 올림 피크리옹(Olympique Lyonnais), 유벤투스 FC (Juventus FC) 순으로 나옴.

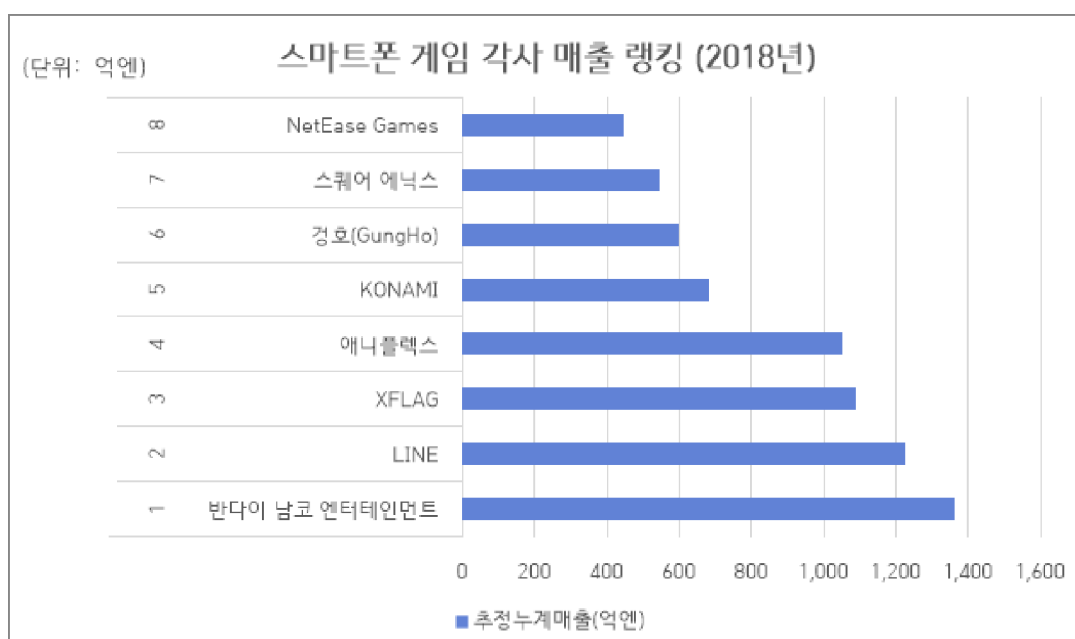
15) 출처 : Le Figaro, 프랑스 일간지

(<https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/covid-19-black-lives-matter-et-animal-crossing-twitter-france-dresse-le-bilan-de-l-annee-2020-20201208>)

☑ [북경] 광전총국, 재생시간 10 분 이내 웹드라마에도 심사기준 적용

- ☑ 12 월월 8 일, 광전총국(广电总局)은 <웹드라마 중 미단극 콘텐츠 심사관련 문제 통지(关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知)>를 통해 재생시간 10 분 이내의 웹드라마를 미단극(微短剧)으로 정의하고 심사기준, 심사절차 등에 대해 발표함. 광전총국은 9 월부터 미단극에 웹드라마 · 웹영화와 동일 기준을 적용하여 기획과 업로드 과정에서 두 번의 심사를 거치도록 함

☑ [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 14- 스마트폰 게임 매출¹⁶⁾



- ☑ 2018 년도 배급사별 스마트폰 게임의 매출을 집계한 결과, 반다이 남코 엔터테인먼트가 추정 매출 1,363 억 엔을 기록하며 점유율 10%로 시장점유율 1 위를 차지함. 2 위는 추정 매출 1,227 억 엔을 기록해 점유율 9%를 차지한 라인에 차지함. 1 위부터 8 위까지 점유율이 약 7% 이내의 차이를 보임.

☑ [베트남] 페이스북, 베트남법 위반 게시물 대량 삭제 '전년 대비 400% 증가'

- ☑ 글로벌 소셜미디어 기업 페이스북에 따르면, 연초부터 베트남 법령을 위반한 게시물 2,300 여 건을 플랫폼에서 삭제했다고 발표, 이는 지난해와 비교해 400% 늘어난 수치임
- ☑ 해당 정보는 온라인상에서 베트남에 대한 '악의적인 세력'의 잘못된 시각과 잘못된 표현들로, 정보통신부

16) 출처 : 휴먼미디어사 일본과 세계의 미디어콘텐츠시장 데이터베이스 2019, 오리콘 조사, 일본디지털콘텐츠백서, 모바일콘텐츠포럼,

가 지칭하는 '악의적인 세력'들은 온라인 환경, 특히 소셜네트워크를 이용해 유해 정보를 퍼뜨리고 정부와 각 부처 간부들의 명예를 훼손하며 베트남 정책을 왜곡하는 세력으로 정의함



[그림 11] '베트남 공산당 중앙 선교부' 가짜 계정

- ☑ 정보통신부는 최근 몇 년간 많은 강력한 조치를 시행, 페이스북과 구글과 같은 기업들이 부정확한 정보의 확산을 통제하고 근절하기 위한 사용자들에 대한 규제를 요구하고 있음. 페이스북은 올해 초 베트남 정부 요청에 따라 국가를 상대로 전파되는 가짜 개인 계정 290 개를 삭제한 바 있음. 또한 유튜브는 반 베트남 공산당 콘텐츠가 담긴 동영상 수천 건을 위반 영상으로 지정해 2 만 9,000 여 건의 영상물과 반 공산당 채널 24 개 이상을 차단해 삭제함
- ☑ 관련 기업들은 기술적으로 베트남 정부의 요구에 맞는 메커니즘을 구축하고, 정책에 대한 대책을 지속적으로 이행하면서 엄격한 제재 및 사이버 공간의 콘텐츠 통제를 강화하기 위해 국경을 넘는 서비스 제공업체와 협력할 예정이라고 밝힘

☑ [베트남] 베트남, 아세안의 창업 중심지로 발전하기 위해 디지털 전환 촉진



[그림 12] 지난 10월 베트남에서 개최된 아세안 스타트업 포럼

- ✔ 베트남은 기업을 위한 디지털 전환 프로그램과 아세안 국가들의 기업, 고위 지도자들 간의 대화를 통해 베트남을 혁신적이고 지속 가능한 창업 발전의 허브로 만들려고 노력해 왔음
- ✔ 베트남 정보통신부에 따르면 아세안 국가의 35 세 미만 인구의 약 60%가 창업 잠재력을 가지고 있다고 발표했고, 이에 따라 베트남은 아세안 2020 의장으로서 아세안 스타트업 포럼을 조직해 연합체 내 스타트업 협력 증진을 논의해왔음
- ✔ 최근 국영 통신사업자 VNPT 의 정보 기술 회사(VNPT-IT) 응오 디엔 히(Ngo Dien Hy) 총괄 이사는 VNPT(Viet Nam Post and Telecommunication Corporation)와 VCCI(베트남 상공회의소)가 베트남 자국 기업의 디지털 전환 구현 지원을 계약을 체결했다고 밝힘. 이번 협약에 따라 VNPT 는 VCCI, 아세안 비즈니스 자문위원회(ASEAN BAC)와 협력해 아세안 내 네트워크 연결 기술 스타트업 구축을 목표로 한 디지털 STARS 쇼케이스 2020 프로젝트를 시행하면서 경험의 교류, 파트너십 확대, 디지털 전환 촉진 등의 기회를 창출할 것으로 기대함

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('20.11월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	○ 빌보드 Hot 100(11월5주) - (1위) BTS(Life Goes On) - (3위) BTS(Dynamite) ○ 빌보드 200(11월5주) - (1위) BTS(Be) ○ 빌보드 Artist 100 - (5위) BTS	○ Google Top Movies - (1위) 기생충(Parasite)	○ 애플앱스토어(11.30) : 순위 없음 ○ 구글플레이(11.30) : 순위 없음	
동북아	중국	○ QQ뮤직 신규음원차트(12.3) - (6위) 에스파 (Black Mamba) ○ QQ뮤직 MV차트(12.3) - (3위) KAI (Mmmh) - (6위) 블랙핑크(Lovesick Girls) - (7위) 에스파(Black Mamba)	○ 아이치이(11.30) : 순위 없음 ○ 텐센트(11.30) : 순위 없음 ○ 유쿠(11.30) : 순위 없음	○ 17173 PC 게임(12.3) - (1위) 던전앤파이터 - (9위) 블레이드앤소울 ○ 17173 모바일 게임(12.3) - (1위) 블레이드앤소울 모바일	○ 콰이칸(웹툰, 12.3) - (2위) 나 혼자만 레벨업 - (3위) 끝이아닌시작 - (7위) 악역의 엔딩은 죽음뿐 - (9위) 괴물 공작가의 계약 공녀 - (10위) 악녀는 모래시계를 되돌린다
	일본	○ 오리콘 주간합산 앨범(11.29) - (1위) BTS(BE) ○ 오리콘 주간합산 싱글(11.29) - (4위) BTS(Dynamite) - (5위) NiziU(Step and a step) - (9위) NiziU(Make you happy) - (10위) BTS(Life Goes on)	○ 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (11.30) - (3위) 스타트업 - (4위) 사랑의 불시착 - (5위) 김비서가 왜그럴까 - (8위) 이태원클라스 - (10위) 청춘기록	○ 온라인 게이머(12.4) - (1위) 로스트아크 / (2위) 검은사막 - (6위) 라그나로크 온라인 - (8위) 마비노기 / (10위) 메이플스토리	○ 라인망가(12.4) - (1위) 여신강림 / (3위) 외모지상주의 - (4위) 싸움독학 / (10위) 인생존망 ○ 픽코마(12.4) - (1위) 그 악녀를 조심하세요 - (3위) 8서클 마법사의 환생 - (4위) 나 혼자만 레벨업 - (5위) 공작부인의 50가지 레시피 - (6위) 대마법사의 딸 - (7위) 악녀의 정의 - (9위) 갓오브 블랙필드
동남아	인도네시아	○ 스포티파이(11월 4주) - (1위) BTS (Life Goes On) - (2위) BTS (Dynamite) - (4위) BTS (Blue & Grey) - (5위) BTS (Fly To My Room) - (8위) BTS (Telepathy)	○ 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (11.30) - (1위) 범인은 바로 너 - (3위) 블랙핑크 세상을 밝혀라	○ 온라인게임(스마트빌링, PC방, 11월) - (1위) 포인트블랭크 - (3위) 로스트 사가 ○ 애플앱스토어(11.30) : 순위 없음 ○ 구글플레이(11.30) : 순위 없음	○ 라인웹툰(11월 4주) - (1위) 여신강림 - (3위) 터치터치 그대 - (6위) 그래서 나는 인터넷과 결혼했다 - (7위) 외모지상주의 - (8위) 약한영웅 - (10위) 싸움독학
	베트남	○ 스포티파이(11월 4주) - (1위) BTS (Life Goes On)	○ 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (11.30) - (1위) 스타트업	○ 애플스토어(11.30) - (3위) 카트라이더 러시+	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		- (5위) BTS (Dynamite) - o Zing K-pop chart(11.30) - (1위) 블랙핑크 (Lovesick Girls) - (2위) 악동뮤지션 (How can I love) - (3위) 아이유 (eight) - (4위) 블랙핑크 (How you like that) - (5위) 오마이걸 (Dolphin) - o 유튜브 MV chart(11.30) - (3위) BTS (Life Goes On)	- (2위) 콜 - (6위) 사생활	o 구글플레이(11.30) : 순위 없음	
유럽	영국	- o MTV 유럽 뮤직 어워즈 - Best song, Best Awards. Biggest fan, Best virtual live 4관왕(11.1) - o 영국UK SINGLES TOP 75 (11.30) - BTS Life Goes On 10위 - BTS Dynamite 37위 - BTS Blue & Grey 66위	o 넷플릭스 오늘의 TOP 30(11.30) : 순위 없음	- o 애플앱스토어(11.30) : 순위 없음 - o 구글플레이(11.30) : 순위 없음	
	프랑스	- o 프랑스FRANCE SINGLES TOP 100 (11.30) - BTS Dynamite 36위 - BTS Life Goes On 80위	o 넷플릭스 오늘의 TOP 30(11.30) : 순위 없음	- o 애플앱스토어(11.30) : 순위 없음 - o 구글플레이(11.30) : 순위 없음	
	독일	- o German Top 40 (11.27) - BTS Dynamite 34위 - BTS Dynamite 37위	o 넷플릭스 오늘의 TOP 30(11.30) : 순위 없음	- o 애플앱스토어(11.30) : 순위 없음 - o 구글플레이(11.30) : 순위 없음	
중동	UAE	- o 앙가미(사우디, 11.30) - (5위) BTS(Life Goes On) - o 앙가미(요르단, 11.30) - (6위) BTS(Life Goes On) - o 앙가미(이라크, 11.30) - (2위) BTS(Life Goes On) - (4위) BTS(Fly to My Room) - (6위) BTS(Blue & Grey) -(10위) 트와이스(I CAN'T STOP ME) - o 앙가미(쿠웨이트, 11.30) - (10위) BTS(Life Goes On) - o 앙가미(오만, 11.30) - (9위) BTS(Life Goes On)	- o 넷플릭스 UAE 오늘의 TOP 10(11.30) - (4위) 스타트업 - o 넷플릭스 사우디 오늘의 TOP 10(11.30) - (3위) 스타트업 - o 넷플릭스 쿠웨이트 오늘의 TOP 10(11.30) - (7위) 스타트업 - o 넷플릭스 오만 오늘의 TOP 10(11.30) - (5위) 스타트업	- o 애플앱스토어(UAE, 11.30) - (5위) 배틀그라운드 - o 애플앱스토어(사우디, 11.30) - (6위) 배틀그라운드 - o 애플앱스토어(오만, 11.30) - (4위) 배틀그라운드	

※ 주요 국가별 한류콘텐츠 인기 동향은 현지에서 공개되는 주요 차트 순위를 한국콘텐츠진흥원 해외거점에서 수시 모니터링을 통해 국가별, 분야별 차트 유무, 발표 시점 및 주기 등을 종합적으로 고려·집계하여 월간 단위로 정리한 것입니다.

※ 본 자료 작성 취지는 현지에서 인기를 얻는 특정 콘텐츠, 아티스트의 정확한 순위 보다는 전반적인 한류콘텐츠의 인기유지 및 점유 정도 등에 대한 **경향성**을 보기 위 함이므로 **참고용**으로만 활용하시기 바랍니다.

| 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
	베트남 비즈니스센터(하노이)홍정용 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjy@kocca.kr

발행인 _____ 김영준

발행처 _____ 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr