

**KOCCA**  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

# 2021

## WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

213 호

2021년 3월 4일 한류사업팀

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> <li>[미국] 영화 '부산행' 리메이크 감독 논의 중</li> <li>[북경] 중국 3대 OTT 2021년 춘절 기간 영화 수익 배분 통계</li> <li>[북경] 중국중앙방송총국(CMG), KBS와 협력협정 체결</li> <li>[유럽] 유럽 VOD 시장 수익, 10년간 30배 성장 &lt;유럽시청각연구소 보고서&gt;</li> <li>[UAE] 중동 최대 방송사 MBC 그룹 Shahid VIP 재브랜딩</li> </ul>
 게임·유통합	<ul style="list-style-type: none"> <li>[심천] 텐센트 '화평정영(和平精英)' 클라우드 게임' 단독 APP 출시</li> <li>[심천] '바이트댄스(字节跳动)' 산하 게임 플랫폼(웹사이트) 정식 출시</li> <li>[일본] '소니' PlayStation, VR 시스템 개발 발표</li> <li>[유럽] 프랑스 디지털 소비 행태 보고서 '2021 프랑스 디지털 리포트' 발간</li> <li>[베트남] 베트남 MCN 크리에이토리, 게임 인플루언서 활용 추천</li> <li>[UAE] Webedia 아라비아 그룹, 'SaudiGamer.com' 인수</li> </ul>
 만화·웹툰	<ul style="list-style-type: none"> <li>[일본] 웹툰 '11년 후 우리는' 3개월간 매출 250배 증가 화제</li> <li>[인니] '데이터스크립 웹툰 경연대회' 개최</li> </ul>
 음악	<ul style="list-style-type: none"> <li>[미국] '방탄소년단' MTV 라이브 공연 프로그램 출연</li> <li>[일본] BTS 새 앨범 'BE', 일본 발표 동시에 오리콘 차트 1위 석권</li> <li>[유럽] '유니버설뮤직그룹', Big Hit Enter와 함께 '미국판 BTS' 제작 발표</li> <li>[유럽] 프랑스 문화부, 오는 3월 '테스트 콘서트' 시행 확정</li> </ul>
 패션	<ul style="list-style-type: none"> <li>[일본] JYP 프로듀스 '니쥬', H&amp;M 글로벌 엠버서더로 발탁</li> <li>[유럽] 2020년 유럽 글로벌 패션 브랜드 매출 대폭 하락</li> <li>[베트남] 더벤처스, 베트남 온라인 스트리트 패션 플랫폼 '도시인'에 투자</li> </ul>
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>[미국] 뉴욕 영화관 재개 예정</li> <li>[미국] '스포티파이(Spotify)' 팟캐스트 콘텐츠 집중</li> <li>[미국] '넷플릭스' 올해 한국에 5억 달러 투자</li> <li>[북경] 국가시장감독관리총국, 무분별한 드라마 댓글삭제는 위법</li> <li>[일본] 국민메신저 'LINE' 무제한 사용가능한 온라인 전용 통신사 'LINEMO' 출범</li> <li>[유럽] 프랑스 정부, 2021년 하절기 음악 축제 개최 관련 계획 발표</li> <li>[인니] 토코페디아(Tokopedia) VS 쇼피(Shopee)</li> <li>[베트남] 베트남 국민, 해외송금에 가상화폐 적극 활용</li> </ul>



방송·영화



☑ [미국] 영화 '부산행' 리메이크 감독 논의 중 1)

- ☑ 할리우드 매체 '데드라인(Deadline)'에 따르면, 영화 '부산행'(2016)의 리메이크 감독으로 티모타잔토와 논의 중임.
- ☑ 티모타잔토는 최근 넷플릭스 영화 '밤이 온다'를 연출하였으며, 호러와 스릴러 장르로 '브뤼셀판타스틱 영화제', '시체스영화제' 등에서 호평을 받고 수상한 바 있음.
- ☑ 해당 영화 판권이 시장에 나온 즉시 '유니버설픽처스', '파라마운트픽처스', '라이언스게이트' 등이 참여하여 치열한 경쟁을 보였음.
- ☑ 영화 '부산행'은 한국 역대 박스오피스 19 위를 기록하며 누적관객 1,156 만 명을 넘어서고 '칸국제영화제'에 초청되며 해외 185 개국 선판매를 달성하는 등 세계적으로 사랑을 받음.
- ☑ 후속작 영화 '반도'(2020)의 경우, 1 차 예고편을 공개한 지 5 일 만에 누적 조회 수 1,000 만을 넘어서며 한국 영화 최초로 트위터블루룸 라이브에 출연하며 글로벌 팬들과 실시간으로 소통함. 2020 년 칸 국제 영화제 공식 초청작으로 선정됨.

☑ [북경] 중국 3 대 OTT 2021 년 춘절 기간 영화 수익 배분 통계

- ☑ 중국 춘절기간인 2 월 11 일부터 17 일까지 텐센트비디오(腾讯视频)·아이치이(爱奇艺)·요쿠(优酷)의 일별 순위 Top10 이 온라인 영화 수익배분 규모 4,873 만 6,000 위안(약 83 억 원)을 기록함.
- ☑ 2 월 5 일, 광전총국(国家广电总局) 온라인 시청프로그램관리사(司)의 주도하에 중국 영화가협회 인터넷영화 업무위원회(中国电影家协会网工委)와 3 대 플랫폼이 연합하여 춘절 기간을 겨냥한 온라인 영화 43 편을 발표함.

1) 출처

- <https://deadline.com/2021/02/new-lines-train-to-busan-timo-tjahjanto-1234696403/>
- [https://www.yahoo.com/lifestyle/train-busan-remake-lands-action-001900051.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS88&guce\\_referrer\\_sig=AQAAABYNI7Isvllkbn1QK1f2DugheMDVx3QDk2x-acshysDcmzRNPvBi733eCZaGuFJRjQt3A3gnxOrlLzYJr7UHKJz\\_043-W\\_KUkq3PD-ki9\\_J4M5F4gav9hGOQF5ahCi0\\_Ph1zR0AKoRHh0RN6cCXarQshlPQJ6gXROfwDk37bNU](https://www.yahoo.com/lifestyle/train-busan-remake-lands-action-001900051.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS88&guce_referrer_sig=AQAAABYNI7Isvllkbn1QK1f2DugheMDVx3QDk2x-acshysDcmzRNPvBi733eCZaGuFJRjQt3A3gnxOrlLzYJr7UHKJz_043-W_KUkq3PD-ki9_J4M5F4gav9hGOQF5ahCi0_Ph1zR0AKoRHh0RN6cCXarQshlPQJ6gXROfwDk37bNU)
- <https://www.nme.com/news/film/south-korean-blockbuster-train-to-busan-is-getting-a-us-remake-2884836>
- <https://hypebeast.com/2021/2/train-to-busan-remake-james-wan-producer-timo-tjahjanto-director-info>

2021년 춘절기간 3대 OTT 플랫폼 온라인 영화 수익배분 통계

통계범위 : 일별 수익배분 TOP10

구분	아이치이	요쿠	텐센트비디오	비고
2월 11일	220.6	107.5	346.4	
2월 12일	270.4	161.1	364.3	
2월 13일	206.2	113.1	250.6	
2월 14일	184.1	101.3	264.8	이상 데이터는 공개된 자료를
2월 15일	173	100.7	572.4	참고하였으며, 별도 유료결제
2월 16일	209.4	73.1	456.9	형식의 영화는 데이터에 미포함됨
2월 17일	241.5	181	275.2	
합계	1,505.2	837.8	2,530.6	
<b>총 계 4,873.6 만 위안</b>				

출처 : zongyiweekly(综艺报) 위챗 공식계정

❖ [북경] 중국중앙방송총국(CMG), KBS 와 협력협정 체결

- ❖ 2월 22일, 한중문화교류의 해를 맞아 중국중앙방송총국(CMG, CCTV 모그룹)과 KBS 가 온라인 화상으로 협력협정을 체결함. 이번 협정으로 양사는 뉴스를 비롯한 프로그램 제작과 미디어 기술, 콘텐츠 시장 개척을 위한 사업 분야 등에서 전면적으로 협력하기로 함.

❖ [유럽] 유럽 VOD 시장 수익, 10년간 30 배 성장 <유럽시청각연구소 보고서> 2)

- 유럽시청각연구소(European Audiovisual Observatory, EAO)가 최근 EU 27 개국 및 영국을 포함한 유럽 28 개국의 유료 VOD 시장 분석 보고서를 발행함.
  - ❖ 보고서에 따르면, 유럽 28 개국의 유료 VOD 시장 매출이 2010년 3억 8,880만 유로에서 2020년 116억 유로로 30 배 증가한 것으로 밝혀짐.
  - ❖ 보고서는 유럽 VOD 시장은 28 개국 전체 영상 시장 매출 1,145억 유로의 7%로 현재까지 전체 시장에서 차지하는 규모는 작으나, 코로나바이러스로 인해 가속화된 영상 콘텐츠 업계 지각변동으로 인해 향후 그 비중을 점차 늘려갈 것으로 분석함.
  - ❖ SVOD 시장 수익 증가는 지난 10년간 여러 서비스의 출시 및 유럽에서의 수요 증가에 따른 것임. 유럽 28 개국 OTT 서비스 가입자는 2010년 30만 명에서 2020년 1억 4천만 명으로 증가함.
  - ❖ 여러 VOD 서비스 중 넷플릭스가 가장 높은 수익을 올린 것으로 밝혀짐. 넷플릭스는 28 개국 중 26 개국에서 시장 점유율 1위를 차지함.
  - ❖ TVOD 시장은 판매 및 렌탈 수익이 2010년 3억 7,700만 유로에서 2020년 18억 7천만 유로로 꾸준히 성장했으며, 판매 수익은 최근 영화의 스트리밍 플랫폼 개봉 경향에 따라 더욱 증가하여 렌탈 수익을 능가할 것으로 전망.

2) 출처 : TVB Europe, 유럽 방송 산업 전문 언론

<https://www.tvbeurope.com/business/analyst-european-vod-revenues-increased-30-fold-between-2010-2020>

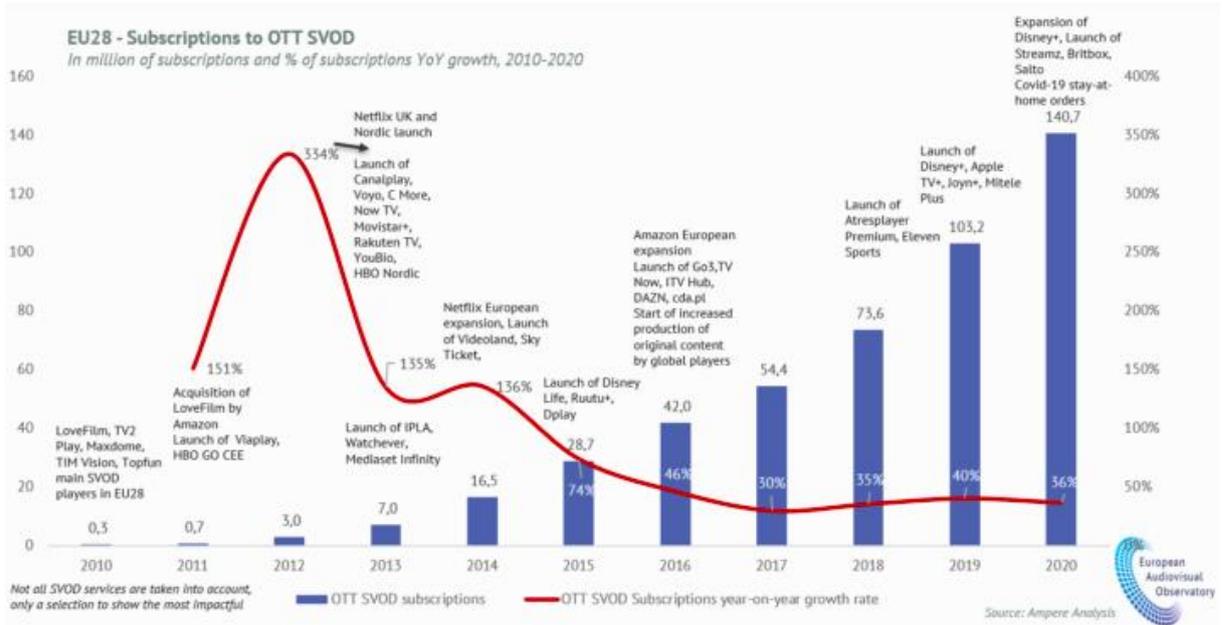


그림 1 | 2010~2020년 유럽 28개국 OTT 서비스 확산 및 가입자 수

- ☞ 또한 보고서는 유럽에서 AVOD 및 BVOD 시장이 여전히 초기 단계에 있고 수익 면에서도 상업 방송 광고 시장에 비해 미미한 수준이나 향후 급격한 성장이 기대된다고 덧붙임. 최근 관련 서비스의 유럽 시장 진출이 늘어나고 있으며, 인터넷상의 영상 소비가 증가하는 추세에 따라 광고주들이 온라인 시장으로 눈을 돌릴 가능성이 크기 때문.

### ☑ [UAE] 중동 최대 방송사 MBC 그룹 Shahid VIP 재브랜딩 3)

- ☞ 중동 최대의 무료 방송사인 사우디 소유 MBC 그룹은 새롭게 개편된 'Shahid SVOD' 스트리밍 서비스 출시함.
- ☞ 코로나 바이러스 전염병 봉쇄, 아랍 시청자들의 성수기인 라마단 시즌의 고급 아랍어 제작을 위한 MBC의 노력으로 기존 'Shahid TV' 고객 기반으로 재브랜딩 된 'Shahid VIP'는 2020년 1월 구독자수 10만 명에서 7개월 만에 140만 명의 유료 고객으로 늘어났다고 발표함. 지난 12월 MBC 대표로 선임된 Marc Antoine d'Halluin은 2024년까지 500만 구독자를 달성하는 것이 목표라고 언급함.
- ☞ Ampere 리서치 Guy Bisson에 따르면 사우디아라비아의 넷플릭스 구독자 수는 157,000명, UAE는 242,000명, 이집트는 396,000명으로 추정되며 MBC는 구독자 수에 대한 지역별 분류를 제공하지 않지만 Shahid가 넷플릭스를 추월할 것으로 전망함.
- ☞ Bisson은 중동이 "매우 젊은 인구를 가지고 있기 때문에 스트리밍에 있어 강력한 시장이며 지역의 인구 통계에 따르면 Shahid VIP에서 시청되는 콘텐츠의 70%가 휴대 기기를 통해 이루어진다"고 밝힘.

3) 출처

- <https://variety.com/2020/streaming/global/mbc-group-shahid-netflix-middle-east-1234720035/l-movie-map>

- ☑ Ampere 데이터에 따르면 Shahid VIP 와 넷플릭스의 주요 차이점은 콘텐츠의 42%가 현지 아랍어 콘텐츠인 반면, 지역 넷플릭스의 아랍어 콘텐츠 비율은 이집트에서 1%, 사우디아라비아에서 1%에 불과하다는 것임. 할리우드 콘텐츠는 이집트와 UAE 에서 Shahid VIP 제공의 29 %, 사우디아라비아에서 24 %를 차지함. 이집트, UAE 및 사우디아라비아의 넷플릭스에서 할리우드 콘텐츠가 전체 서비스의 49% 를 차지함.
- ☑ Shahid VIP 의 월별 요금은 사우디아라비아와 UAE 에서 \$5 임. 넷플릭스는 요금제 유형에 따라 해당 지역에서 월 \$8- \$15 사이임.
- ☑ D' Halluin 은 MBC 가 광고와 구독을 결합한 이중 수익 모델로의 전환으로 교차 프로모션을 할 수 있는 것 외에도 Shahid 의 프리미엄 아랍 쇼를 주요 성장 동인으로 지적함. 최근 히트작으로는 아랍 걸프 지역에 살고 있는 유대인들의 역사적 유대를 탐구하고 사우디아라비아와 이스라엘 사이의 정상화에 대한 논쟁을 불러일으키는 사회 드라마 'Umm Haroun', 영국인 Tony Jordan 이 쓴 아랍 범죄 시리즈 'Blood Oath' 등이 있음. 그리고 더 많은 아랍물에 MBC 스튜디오가 자금을 조달하고 있음.
- ☑ Ampere 에 따르면 넷플릭스는 Shahid 보다 더 많은 서비스를 제공함. 사우디아라비아 넷플릭스에서는 21,813 시간의 콘텐츠를 제공하는 반면, Shahid VIP 의 콘텐츠는 16,354 시간을 제공함. 넷플릭스 아랍어 오리지널 작품은 이집트에서 3 개, 요르단에서 1 개로, Shahid 가 아랍어 현지 콘텐츠 제공에 우위를 점하고 있음.

## 게임·융복합



### ☑ [심천] 텐센트 '화평정영(和平精英)' 클라우드 게임 단독 APP 출시

KOCCA

- ☑ '화평정영(和平精英)' 클라우드 게임 단독 APP 이 출시됨. 정보에 따르면, '화평정영'은 텐센트(상하이)유한회사에서 개발하였으며, 출시 한 달 만에 다운로드 수 22 만 회를 달성함.
- ☑ 텐센트는 수개월 전부터 '선유(先游)'라는 클라우드 게임 테스트 플랫폼을 출시하여 '왕자영요(王者荣耀)', '화평정영' 등 인기 게임의 클라우드 버전을 테스트함.
- ☑ 이번 단독 APP 의 출시는 텐센트에서 게임 클라우드화 초기 테스트를 완료했다고 볼 수 있으며, 단독 APP 의 형식으로 이용자 테스트를 진행하여 클라우드 서비스를 발전시킬 예정임.
- ☑ '화평정영'의 정식 출시로 텐센트는 클라우드 게임 시장을 탐색하며 향후 '왕자영요' 등의 단독 APP 출시를 위해 경험을 쌓아갈 계획임. 또한, 텐센트는 인기 게임의 클라우드화를 통해 클라우드 게임 시장 진입을 가속화할 계획임.

## ✔ [심천] '바이트댄스(字节跳动)'<sup>4)</sup> 산하 게임 플랫폼(웹사이트) 정식 출시

- ✔ '바이트댄스' 산하의 게임 웹사이트 '조석광년(朝夕光年)'이 최근에 정식 출시됨. 게임 웹사이트에 대한 소개에 의하면, '조석광년'은 글로벌 이용자 및 개발자를 상대로 서비스를 제공하는 게임 개발 및 배급회사이며, 최고급 게임 제공 및 게이머 커뮤니티 구축을 통해 이용자의 체험감을 확대시킬 계획임.
- ✔ '조석광년'은 2019년 1월에 설립되었으며, 웹사이트로 정식 출시되기 전에는 '바이트댄스' 산하의 게임 배급 및 제작 기구였음. 이번 출시를 통해 '조석광년'이라는 브랜드명을 정식으로 선보임.
- ✔ 2019년부터, '바이트댄스'는 게임 시장 진출을 위해 준비해 왔음. 게임 영역에 진출하기 위해, '바이트댄스'는 여러 게임 스튜디오를 인수했을 뿐만 아니라, 다수 게임의 독점 라이선스도 확보함. 2020년 4월 기준, '바이트댄스' 게임 부서의 인원 규모가 1,000명이 넘었으며, 연말에는 1,000명이 추가되어 규모가 2,000명을 돌파함.
- ✔ 현재 '조석광년'은 북경, 상하이, 항저우, 심천에 여러 개의 게임 스튜디오를 운영하고 있으며, SNK, 표인(镖人), 나루토 등 IP의 라이선스를 확보함.

## ✔ [일본] '소니' PlayStation, VR 시스템 개발 발표 <sup>5)</sup>

- ✔ '소니인터랙티브엔터테인먼트(ソニー・インタラクティブエンタテインメント)'는 23일, 블로그를 갱신. 'PlayStation5(PS5)'용 차세대 VR 시스템을 개발 중이라고 밝혔다. 아직 개발 중으로 연내 발매 미정이지만, 차세대 VR을 기대하는 플레이어들에게 먼저 소식을 전하고자 발표했다고 함.
- ✔ PS5를 위한 차세대 VR 시스템은 비약적인 진화를 이루어 궁극의 엔터테인먼트 체험 실현을 목표로, 새로운 VR 시스템의 헤드셋을 장착하면 현실성과 몰입감을 더욱 느낄 수 있을 것이라며 개발 중인 시스템에 관해 설명.
- ✔ 또한 해상도나 시야각도, 위치 추적이나 조작 방법 등 이전 PS4용 VR 시스템에서 쌓아 온 지식을 차세대 VR 시스템에 활용할 것이라 발표.
- ✔ 새로운 VR 컨트롤러도 듀얼센스의 무선 컨트롤러 기능을 탑재한 인체공학적인 디자인으로 업그레이드될 예정이며, 컨트롤러 외에도 소니가 지향하는 차세대 VR 게임과 체험, 그 비전 실현을 위해 현재 다양한 기술을 개발하고 있다고 발표해 플레이스테이션 팬들의 기대감을 높임.

4) 바이트댄스(字节跳动): '틱톡'의 모기업.

5) 출처

- <https://news.yahoo.co.jp/articles/0c3fd2991f822cdfff04fa3d124be3b55d0aac59>

☑ [유럽] 프랑스 디지털 소비 행태 보고서 ‘2021 프랑스 디지털 리포트’ 발간 6)

- SNS 전문 분석 에이전시 ‘We Are Social’이 프랑스 디지털 콘텐츠 소비 행태 보고서 <Digital 2021 France>를 발간함. 해당 보고서는 16~60 세 프랑스인들의 웹, SNS, 모바일, 게임, 전자상거래 등의 사용 행태 관련 최신 데이터의 분석을 포함하고 있음 (2021 년 1 월 기준).



그림 2 | 2021 프랑스 디지털 소비 행태 분석 보고서 <Digital 2021 France> 인포그래픽 일부 (출처: We Are Social)

● 분야별 주요 결과

1. 웹

- ☑ 프랑스인의 91%(5,937 만 명)가 인터넷을 사용하고 있음. 이는 작년 동기 대비 140 만 명 (+2.5%) 증가한 것임.
- ☑ 일 평균 인터넷 사용 시간은 5 시간 37 분이며, 이 중 86.1%가 모바일 기기를 이용하는 것으로 밝혀짐.
- ☑ 방문자 수 상위 5 개 사이트는 구글(21 억 회), 유튜브(8 억 9 천만 회), 페이스북(6 억 7,100 회), 위키피디아(6 억 500 만 회), 아마존(4 억 4,200 만 회) 순임.
- ☑ 인터넷을 통해 가장 많이 소비하는 콘텐츠는 영상(89.65%), 음악 스트리밍(52.8%), 라디오 방송(32.3%), 팟캐스트(25.1%), 브이로그(28.35) 순으로 집계됨.

6) 출처: Stratégies, 프랑스 미디어 전문 언론

<https://www.strategies.fr/blogs-opinions/sites-favoris/4056860W/vous-saurez-tout-sur-le-digital.html>  
보고서 전문(We Are Social)

<https://wearesocial.com/fr/blog/2021/02/digital-report-france-2021>

7) 2021 년 1 월 기준 프랑스 인구는 6,535 만 명임.

## 2. SNS

- ✔ 프랑스의 인터넷 이용자의 76%(4,960 명)가 SNS 를 이용하고 있으며, 이는 작년 동기 대비 560 만 명 (+13%) 증가한 것임.
- ✔ 대부분이 모바일 기기를 이용해 SNS 에 접속하고 있으며 (96.1%, 4,767 만 명), 일 평균 이용 시간은 1 시간 41 분인 것으로 집계됨.
- ✔ 점유율 상위 5 개 SNS 는 유튜브(79.6%), 페이스북(73.9%), 페이스북 메신저(58.1%), 인스타그램(49.3%), 왓츠앱(49.1%) 순임.
- ✔ SNS 를 검색에 활용하는 비율이 점차 증가하고 있으며, 이 중 28%는 상품 브랜드 검색에 SNS 를 사용하고 있는 것으로 밝혀짐.

## 3. 모바일

- ✔ 2021 년 1 월 프랑스에서 발생한 모바일 접속 수는 6,721 만건으로, 이는 프랑스인 인구의 102.8%에 해당하는 수치이며 작년 동기 대비 15 만 건 (+0.2%) 증가한 것임.
- ✔ 주 사용기기는 스마트폰으로, 전체 인구의 96%가 보유하고 있음.
- ✔ 2020 년 프랑스 모바일 이용 시간은 총 351 억 분으로 30% 증가했으며, 모바일 앱 다운로드 횟수는 21 억 5 천만 회, 소비액은 20 억 유로에 이룸.
- ✔ 이용률에 따른 분야별 모바일 애플리케이션 순위는 SNS(87.2%), 채팅(82.4%), 엔터테인먼트 및 영상(68.3%), 지도(61.5%), 게임(51.9%), 음악감상(47.6%) 등임.

## 4. 전자상거래

- ✔ 프랑스 인터넷 이용자의 86.4%가 온라인 쇼핑물에 방문한 적이 있다고 답했으며, 74.4%는 온라인에서 상품 구매 경험이 있는 것으로 밝혀짐(4,616 만 명).
- ✔ 프랑스 전자상거래 시장 규모는 543 억 4 천만 유로로 작년 대비 18% 성장했으며, 개인당 연평균 1,177 달러를 지출하는 것으로 조사됨.
- ✔ 전자상거래에서 가장 많이 지출한 분야는 1 위: 여행 및 숙박(174 억), 2 위: 패션 및 뷰티(171 억), 3 위 : 전자기기 및 실물 미디어(101 억) 등이나, 성장률 기준으로 1 위: 음악(25.3%), 2 위: 음식 및 퍼스널 케어(25%), 3 위: 게임(22.6%)으로 전혀 다른 양상을 보임.<sup>8)</sup>

8) 지출액에 따른 전자상거래 분야별 순위 5~8 위: 음식 및 퍼스널 케어(72 억), 가구 및 가전(90 억), 장난감, DIY 및 취미(108 억), 게임 (23 억 6 천만), 음악 (6 억 4,900 만), 단위: 달러.

## ☑ [베트남] 베트남 MCN ‘크리에이토리’, 게임 인플루언서 활용 추천

- ☑ ‘크리에이토리(CREATORY)’는 2015년 창업한 베트남 MCN 스타트업으로, 성공적인 베트남 인플루언서 마케팅을 선도하고 있음. MCN의 주사업분야는 인플루언서 발굴, 육성 및 매니지먼트로 현재 30명의 전속 크리에이터와 120명의 임직원이 일하고 있음. 현재까지 누적 8,000만 명의 구독자와 월간 10억 뷰의 비디오 재생수를 달성하고 있음.
- ☑ 베트남 MCN 크리에이토리 양정호 이사의 베트남 게임 시장과 인플루언서 마케팅 활용에 대한 인터뷰에 따르면, 만약 베트남에서 게임 론칭 계획을 가지고 있다면 게임 인플루언서를 적극적으로 활용하는 것을 추천한다고 함.
- ☑ 베트남 게임 라이브 방송 시장은 잠재력이 큰 매력적인 시장이며, 많은 인플루언서와 시청자들이 있는 거대 시장으로 성장 중. 다만, 후원 문화는 초기 단계 플랫폼의 결제 시스템으로 인하여 시장 성장에 비해 많이 더딘 편이며, 유튜브는 후원이 불가능. 특히 게임의 경우 기존 매체가 약하기 때문에, 온라인 방송(생방송, VOD)에서 대부분의 트렌드가 만들어지고 있다고 함.
- ☑ 한편, 크리에이토리 창업 초기에는 인플루언서라는 개념이 베트남에 정착되지 않았고, 당시 게임 스트리머를 중심으로 시장이 형성되고 있었기 때문에, 크리에이토리는 그들을 중점적으로 발굴하여 육성했음. 소속 인플루언서들이 성장하는 과정에서 게임뿐만이 아닌 다른 영역에서의 재능을 확인하고, 적극적으로 투자 지원한 결과, 현재 푸드, 뷰티, 음악, 교육 등 여러 분야의 인플루언서를 확보함.



[그림 3] 베트남 MCN 크리에이토리 인플루언서

## ✔ [UAE] Webedia 아라비아 그룹, 'SaudiGamer.com' 인수 9)

- ✔ Newzoo 게임 보고서에 따르면 사우디아라비아는 세계에서 19 번째로 큰 게임시장으로 10 억 9 천만 달러 매출을 기록하고 전년 대비 41.1% 성장했음.
- ✔ Webedia e 스포츠 에이전시의 중동 지사인 Webedia 아라비아 그룹이 게임 및 e 스포츠를 위한 선도적인 플랫폼 중 하나인 'SaudiGamer.com'을 인수함.
- ✔ 2020 년에 'SaudiGamer.com'은 200 만 명 이상의 사용자와 250 만 명의 YouTube 구독자가 9 백만 이상의 페이지 뷰를 기록했고 2020 년 11 월과 12 월에만 160 만 페이지 뷰 (전년 대비 220 % 성장), 400,000 명의 신규 사용자, Instagram 의 170 만 팔로워, Twitter 의 50 만 팔로워를 기록했음.
- ✔ Webedia 아라비아 그룹 이사회 회장이자 UTURN 의 설립자인 Kaswara Al Khatib 은 “사우디아라비아의 게임 및 e 스포츠 산업은 광속으로 확장되고 있으며 리야드와 제다 시즌 모두 게임수요를 촉진함. Saudi Vision 2030, SAFEIS, GEA 및 NEOM 과의 제휴를 통해 많은 사람들에게 비즈니스 기회 및 일자리 제공 기회를 향상시킬 것이며 SaudiGamer.com 은 게임, e 스포츠 엔터테인먼트에 대한 관심을 불러일으키는 데 중추적인 역할을 했다”고 밝힘.

## ● 만화·웹툰



## ✔ [일본] 웹툰 '11 년 후 우리는', 3 개월간 매출 250 배 증가 화제 10)

- ✔ 네이버 웹툰 플랫폼 'COMICO' 일본판에 실린 다음 웹툰 '11 년 후 우리는'이 최근 일본 웹툰 팬 사이에서 큰 인기를 끌어 화제가 되고 있음. 2017 년 10 월 완결된 지 3 년이 지났지만 'COMICO'외 타 사업자 플랫폼에도 작품을 서비스한 결과 각각 플랫폼의 개별 광고 효과에 힘입어 매출이 급증하였음. 2020 년 12 월 월간 매출이 약 2.5 억 엔으로 3 개월 전 매출 100 만 엔과 비교해 250 배 증가했다고 함.
- ✔ 'COMICO'의 편집부도 애니메이션이나 드라마화된 것도 아닌 작품이 완결 후 3 년 뒤 갑자기 히트한 경우는 드물다고 설명. 또한, 타 사업자 플랫폼의 광고 효과와 더불어 11 년간 연애 중인 커플들의 현실적인 이야기와 여자 주인공과 비슷한 연령대로 주인공의 마음에 공감하는 독자가 많았다는 점도 인기 요인이 라며, 실제로 이 웹툰의 독자층은 여성이 90% 이상이며 20 대가 50%, 30 대가 30%를 차지한다고 함.

9) 출처

- <https://www.sme10x.com/whats-the-deal/webedia-arabia-group-acquires-saudigamercom>

10) 출처

- <https://news.yahoo.co.jp/articles/cc2d897d9ff032c225779da31669e747c80af5fe>



☑ [인니] '데이터스크립 웹툰 경연대회' 개최

KOCCA

- ☑ 2020년 12월 7일부터 2021년 1월 17일까지 '데이터스크립 웹툰 경연대회(Datascrip Online Comic Competition)'이 개최됨.
- ☑ 이번 행사는 코로나 19 팬데믹 속 인도네시아 만화가들의 창의력을 향상시키고 지원하기 위해 '(주)데이터스크립(PT.Datascrip)'이 주최.
- ☑ 출품작은 1080×1350 픽셀 기준 4~10 페이지(1 페이지당 최대 8 컷)의 웹툰으로, 중등부, 고등부, 대학생부 등 총 3개 부문으로 나뉘어 이스 유니아르또(Is Yuniarto), 기따 주위따(Gita Juwita), 하르야디 기(Haryadi Gee) 등 전문 만화가들이 우승작을 선정.
- ☑ 우승작은 중등부 케네지아(Kenezhia), 고등부 칸사아(Khansa A.), 대학생부 아유 솔리르띠요(Sulistyo)이며 부상으로 그래픽용 태블릿 PC 왓콤 인투오스(Wacom Intuos)를 수여.
- ☑ 한편, (주)데이터스크립(PT.Datascrip)은 1969년 설립된 디지털 기기, 사무용 가구, 문구용품 등 토탈 사무용품 판매 기업으로 현재 일본산 그래픽용 태블릿 PC <와콤(Wacom)>을 공식 수입하고 있으며 2014년부터 만화 경연대회를 개최하고 있음.



☑ [미국] '방탄소년단', 'MTV' 라이브 공연 프로그램 출연 11)



|그림 4| 출처: MTV

- ☑ 지난 23 일 22 시 'MTV 채널'에서 'MTV Unplugged Presents: BTS'에 출연하여 약 30 분 동안 공연을 함.
- ☑ 방탄소년단은 해당 프로그램의 특별편으로 편성되어 앨범의 타이틀곡, 수록곡을 비롯하여 5 곡을 선보임.
- ☑ 방탄소년단이 커버한 노래 'Fix you'는 영국 밴드 '콜드플레이'의 곡임. 방탄소년단의 커버 영상이 유튜브에 공개된 이후, 미국 실시간 급상승 3 위에 올랐으며 '콜드플레이'는 트위터를 통해 방탄소년단의 커버에 반응함.
- ☑ 'MTV Unplugged'는 어쿠스틱 사운드를 기반으로 하는 라이브 쇼 음악 프로그램임. 해당 프로그램에는 에릭 클랩튼, 밥 딜런, 손 멘데스, 마일리 사이러스 등 유명 가수들이 출연했었음.

11) 출처

- <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/9530375/bts-mtv-unplugged-best-moments>
- <https://www.billboard.com/articles/news/9530656/coldplay-react-bts-cover-fix-you/>
- <https://www.billboard.com/articles/news/international/9529949/bts-best-live-performances/>
- <https://variety.com/2021/music/news/bts-coldplay-mtv-unplugged-1234913661/>
- <https://www.cnn.com/2021/02/24/entertainment/bts-mtv-unplugged-trnd/index.html>

✔ [일본] BTS 새 앨범 'BE', 일본 발표와 동시에 오리콘 차트 1 위 석권 12)



- ✔ 2월 19일 발표된 오리콘 최신 차트에 따르면 BTS의 새 앨범 'BE(Essential Edition)'가 92,111 장을 판매하며 오리콘 데일리 차트에서 1위를 기록.
- ✔ 작년 11월에 발매되었던 같은 앨범의 디럭스 에디션 'BE(Deluxe Edition)'이 약 191,000 장을 판매하며 12월 7일자 오리콘 주간 차트에서 1위를 기록한 데 이어 약 2달 만에 또 한 번 오리콘 차트의 정상에 서게 됨.

✔ [유럽] '유니버설뮤직그룹', Big Hit Enter와 함께 '미국판 BTS' 제작 발표 13)

- 프랑스 미디어 그룹 비방디 산하 음악 기업 '유니버설뮤직그룹(UMG)'이 '빅히트 엔터테인먼트'와 손잡고 미국 시장에 선보일 케이팝 보이 그룹 제작 계획을 발표함.
  - ✔ 이번 프로젝트는 'UMG' 소유 미국 기반 음반사인 Geffen Records와 빅히트가 함께 새로운 음반 레이블을 설립, 미국 시장을 직접 겨냥한 새로운 케이팝 기반 보이 그룹을 출범하는 것임.

12) 출처

- <https://news.yahoo.co.jp/articles/99d11564db1399d7d34dfc0eb72ac385467ee34e>

13) 출처: MBW, 음악 산업 전문 언론

<https://www.musicbusinessworldwide.com/big-hit-and-universal-music-group-jointly-launching-new-k-pop-label-as-part-of-expanded-partnership/>

New Tank Culture, 프랑스 문화 전문 언론

<https://culture.newstank.fr/fr/article/view/209014/umg-partenariat-label-coreen-big-hit-entertainment-lancement-groupe-k-pop.html>

- ✔ 그룹 멤버는 2022년부터 시작되는 글로벌 오디션 프로그램을 통해 선발될 예정이며, 이 과정은 미국 주요 미디어 기업들과 공동으로 진행될 전망이다. 현재까지 소니 뮤직 캐나다 법인 산하 음반사 JV label 이 전략적 제휴 형식으로 협력하여 Weverse, VenueLive 를 포함한 플랫폼 사업에 참여할 것으로 알려졌다.
- ✔ 이 ‘미국판 BTS’ 프로젝트에서 빅히트 엔터테인먼트는 전문성을 활용하여 신인 아티스트 발굴, 교육, 팬 콘텐츠 제작 프로세스, Weverse 를 통한 팬 커뮤니케이션 관리 등을 담당하게 됨.
- ✔ Lucian Grainge 측은 오디션 프로그램 제작을 위한 미국 내 미디어 기업과의 협력, 음반 제작, 마케팅, 국제 유통 등을 담당할 예정.
- ✔ ‘UMG’ 회장이자 CEO 인 Lucian Grainge 은 “빅히트 엔터테인먼트는 훌륭한 음악이 언어와 문화 장벽을 뛰어넘을 수 있음을 보여줌으로써 경이적인 국제적 성공을 거둔 세계에서 가장 혁신적인 음악 기업임. 이번 협력 프로젝트를 통해 글로벌 문화 현상으로서의 케이팝 확산을 가속화 할 것”이라는 포부를 밝힘.
- ✔ 또한, 이 소식을 전한 언론은 “대중음악산업의 역사를 다시 쓸 사건이다”고 평하기도(MBW) 함.

✔ [유럽] 프랑스 문화부, 오는 3월 ‘테스트 콘서트’ 시행 확정 14)

- 프랑스 문화부 로슬린 바셀로(Roslyne Bachelot) 장관은 공중파 채널 LCI 와의 인터뷰를 통해 ‘문화 행사 및 시설 재개관을 위한 실험으로써 ‘테스트 콘서트’를 시행하겠다고 공식 발표함.



|그림 5| 2월 15일(월) 프랑스 문화부 장관 인터뷰 장면 (출처: LCI)

- ✔ 해당 인터뷰를 통해 장관은 “심각한 재난 상황이 발생하지 않는다면, 오는 3월 말과 4월 초 마르세이유와 파리에서 콘서트를 열 것”이라고 공식적으로 확인함.

14) 출처: LCI, 프랑스 공중파 텔레비전 채널

<https://www.lci.fr/culture/coronavirus-covid-19-pandemie-musique-roselyne-bachelot-confirme-des-concerts-tests-a-marseille-et-paris-en-mars-avril-iam-indochine-2178457.html>

- 3 월 말에는 마르세이유 소재 8,500 석 규모의 대형 공연장 ‘르 돔(Le Dôme)’에서 1,000 석 규모의 지정 좌석 공연 형식으로 두 차례 테스트 콘서트를 개최 예정이며, 4 월 초에는 파리 소재 대규모 공연장 ‘아코르 아레나(Accord Arena)’에서 4 월 초 5,000 명 규모 스탠딩 공연이 있을 예정.
- 장관은 해당 행사의 방역 조치 관련, “프랑스 국립보건의학연구소(Inserim) 및 파리 및 수도권 공립 종합병원 연합체인 AP-HP 와 공동으로 모든 관중에 대해 입장 전후 코로나 테스트를 시행할 것이며, 확진자 또한 입장 가능할 것이다. 마스크를 착용을 의무화할 것이며 손 세정제를 제공할 것이다”고 밝힘.

※ 테스트 콘서트

- 지난 2020 년 12 월 스페인 바르셀로나에서 코로나 비확산 실험 콘서트, 일명 ‘테스트 콘서트’가 처음으로 실시된 데 이어, 덴마크, 네덜란드, 독일, 룩셈부르크 등 유럽 각국에서 이와 같은 형식의 콘서트가 시행 또는 계획 중에 있음.
- 2020 년 12 월 12 일 바르셀로나 아폴로 콘서트홀에서 진행된 해당 행사는 물리적 거리 두기 없이 463 명의 관중이 참여한 스탠딩 콘서트임. 관중은 코로나바이러스 음성 확진 결과 제출, 관람 중 FFP2 마스크 착용이 의무화되었음. 주최 측은 행사 8 일 후 관람자 453 명 모두에 재검사를 시행하였으며, 모두 음성 판정을 받은 것으로 알려짐.

패션



15) [일본] JYP 프로듀스 ‘니쥬’, H&M 글로벌 엠버서더로 발탁



- 올해 2 월 H&M 의 글로벌 엠버서더로 ‘니쥬’가 기용된 것을 기념으로 <H&M♡NiziU (エイチ・アンド・エム ラブズ ニジュー)> 아시아 한정 컬렉션이 발매됨.

15) 출처

- <https://news.yahoo.co.jp/articles/b192f92de4a6f02c1afe3eb4697da50e2e6876a0>

- ☑ 일본에서 기획된 H&M 의 캠페인 중에서는 사상 최대 규모의 협업이라고 하며 H&M 재팬 뿐만 아니라 중국 과 대만, 홍콩, 말레이시아, 베트남, 싱가포르 등 아시아 8 개국 약 500 점포에서 진행될 예정이라고 함.
- ☑ 2 월의 첫 번째 협업에 이어 3 월 18 일부터는 두 번째 협업이 진행될 예정으로, 의류가 중심이었던 첫 번째 협업과는 다르게 ‘니쥬’ 팀 로고를 모티브로 한 액세서리들도 발매될 예정이라 팬들의 기대를 모으고 있음.

### ☑ [유럽] 2020 년 유럽 글로벌 패션 브랜드 매출 대폭 하락 16)

#### ● 지난 2 월 17 일 이탈리아 은행 Madiobanca 가 2020 년 전 세계 및 유럽의 글로벌 주요 패션 기업 매출을 분석한 보고서를 발간함.

- ☑ 보고서에 따르면, 2020 년 1~3 분기에 세계적인 글로벌 패션 브랜드의 매출 하락폭은 21.8%, 동기간 공업 분야 글로벌 기업 마이너스 성장률 -4.3%의 다섯 배에 달하는 수치임.
- ☑ 이는 코로나바이러스로 인한 전 세계적 봉쇄 조치에 따른 것으로, 상점 폐쇄, 국가 간 이동 제한 및 관광 산업의 붕괴가 직접적인 원인인 것으로 파악됨.
- ☑ 2020 년 1~9 월 기간 유럽 패션 시장 매출 감소폭은 23.7%로 아시아 시장 10.1%(일본 제외)의 두 배에 달함. 동기간 온라인 매출은 60% 성장했으나 전체 수익 감소를 상쇄하지 못한 것으로 분석됨.
- ☑ 2019 년 연 매출 10 억 유로 이상의 80 개 글로벌 패션 기업의 매출 합계는 4,710 억 유로로 전년 대비 4.9%, 2015 년 대비 26.5% 성장함. 그중 38 개가 유럽 기업이며 이탈리아는 10 개로 최다 보유, 프랑스가 총 매출의 36%로 최대 수익을 낸 것으로 집계됨.

#### ● 향후 유럽 패션 산업 전망

- ☑ 보고서는 글로벌 대형 패션 기업이 이끄는 유럽 패션 시장이 점차 회복세를 보일 것으로 전망.
- ☑ 유럽 기반 글로벌 패션 기업의 2020 년 4 분기 매출이 3 분기 대비 17% 증가했으며, 2020 년 글로벌 패션 기업 매출 상위 5 개 중 4 개가 유럽 기업인 점을 근거로 삼음.
  - 1 위: 프랑스 LVMH-537 억 유로, 2 위: 미국 나이키-333 억 유로, 3 위: 스페인 Inditex(자라 소유기업)-283 억 유로, 4 위: 독일 아디다스-236 억 유로, 5 위: 스웨덴 H&M)-223 억 유로

16) 출처: Fashion United, 패션 산업 전문 언론

<https://fashionunited.fr/actualite/business/la-mode-internationale-trinque-en-2020-sous-l-effet-du-virus/2021021726006>

☑ [베트남] ‘더벤처스’, 베트남 온라인 스트리트 패션 플랫폼 ‘도시인’에 투자

- ☑ ‘더벤처스’는 베트남 시장을 대상으로 한 온라인 스트리트 패션 플랫폼 ‘도시인(DOSIIN)’을 운영하고 있는 ‘도시 그룹(DOSI GROUP)’에 지난 23 일 스프링캠프, 무신사 파트너스와 함께 투자를 진행했다고 밝힘.
- ☑ 도시인은 스트리트 패션 브랜드를 발굴하고, 브랜드 스토리텔링을 더해 판매할 수 있는 베트남 내 유일한 온라인 스트리트 패션 플랫폼. 자사 플랫폼에 입점한 브랜드들이 제품 개발 및 생산에만 집중할 수 있도록 판매, 마케팅, 브랜드 스토리텔링 등을 모두 대행함.
- ☑ 약 1 조 원대로 평가되는 베트남 패션 시장은 90% 이상이 오프라인 기반으로 형성되어있음. 베트남 패션 시장은 MZ 세대<sup>17)</sup>를 중심으로 한 최신 트렌드에 맞는 패션 브랜드 구매 욕구를 충족시키지 못하였고, 또한 베트남 내 다양한 스트리트 패션 브랜드들은 오프라인 외의 마케팅 창구가 없어 어려움을 겪고 있었음. 그러나 도시인은 누구나 쉽고 편하게 스트리트 패션 브랜드를 검색하고 구매할 수 있도록 온라인 쇼핑몰을 만들고, 브랜드 콘텐츠를 디지털화하여 제공함으로써 이러한 문제점을 해결함.
- ☑ 특히, 도시인은 60 만 이상의 팔로워를 보유한 자체 SNS 채널 운영과 최신 패션 트렌드 및 라이프스타일 정보를 제공하는 온라인 매거진 발행을 통해 ‘자발적 커뮤니티 형성과 콘텐츠 공유’에 집중. 고객들의 실제 제품 착용 사진을 기반으로 공유되는 사용자 후기는 온라인을 통한 자체적인 제품 구매를 통해 바이럴 효과로 이어지고 있고, 이에 따라 도시인에 입점 브랜드 수는 매월 빠른 속도로 증가하고 있음.



[그림 6] 스트리트 패션 플랫폼 ‘도시인(DOSIIN)’ 홈페이지

17) MZ 세대 : 1980년대 초~2000년대 초 출생한 ‘밀레니얼 세대’와 1990년대 중반부터 2000년대 초반 출생한 ‘Z세대’

## 통합(정책·기타)



### ☑ [미국] 뉴욕 영화관 재개 예정 18)

- ☑ 지난 22 일(현지 시간), 뉴욕 주지사 앤드류 쿠오모가 3 월 5 일부터 뉴욕 영화관 재개장을 허가함.
- ☑ 영화관은 최대 수용 인원의 25%를 허가하여 최대 50 명을 수용하는데 지난 10 월부터 뉴욕 주의 다른 도시는 재개장을 진행함. 그러나 280 개 영화관 중 62 개 영화관에 불과함.
- ☑ 최근 주지사는 “매디슨스퀘어가든과 바클레이스 센터 등 실내 경기장의 개장을 허가했으며 야외 놀이 공원은 4 월 9 일부터 재개될 예정인데 결혼식과 같은 특별 행사는 3 월 15 일에 재개될 것”이라고 덧붙임.
- ☑ 미국의 로스앤젤레스에 이어 두 번째로 큰 시장을 가진 뉴욕은 약 1 년 동안 폐쇄되어 이번 발표에 관련 주식이 급등했는데 특히 미국 최대 체인점이자 뉴욕 최대 영화관 전시업체 ‘AMC 엔터테인먼트’는 3 월 5 일 뉴욕의 13 개소를 모두 개장할 것이라고 밝힘.
- ☑ 현재 북미 지역의 극장 중 38%만이 운영되고 있음.

### ☑ [유럽] 프랑스 정부, 2021 년 하절기 음악 축제 개최 관련 계획 발표 19)

- 지난 2 월 18 일 프랑스 문화부는 올해 하절기 프랑스 전역에서 개최 예정인 음악 축제들의 취소를 보류하고, 시행안 및 지원 계획을 발표함.
  - ☑ 2021 년 여름 프랑스 전역에 예정되어있는 음악 축제는 254 개에 달함. 코로나바이러스 위기로 2020 년 대부분의 여름 음악 축제들이 취소되어 해당 업계가 큰 위기에 처해있는 가운데, 지난 2 월 2 일 프랑스 문화부 장관은 음악 축제 연합회 대표단과 회담을 갖고, 구체적인 시행안과 지원 계획을 논의함.
  - ☑ 현 상황이 지속되어 올해 여름 큰 위기가 없을 경우, 예정된 음악 축제는 계획대로 개최될 전망이다.
  - ☑ 행사 별 제한 인원은 5,000 명 이내로, 실외에서만 개최하며 관객별 좌석을 지정하고 거리두기 및 마스크 착용 등의 기본 수칙을 중심으로 할 것으로 예상됨.
  - ☑ 관중 간 제한 거리, 케이터링 서비스, 음료 판매 부스 등의 허가 여부는 현재까지는 명확히 정해지지 않음.

18) 출처

- <https://www.hollywoodreporter.com/news/new-york-city-movie-theaters-to-reopen-at-25-percent-capacity>

- <https://www.nytimes.com/live/2021/02/22/world/covid-19-coronavirus>

- <https://deadline.com/2021/02/new-york-city-movie-theaters-buzz-brewing-that-governor-andrew-cuomo-might-give-ok-to-open-five-boroughs-1234698454/>

- <https://variety.com/2021/film/box-office/new-york-city-movie-theaters-reopen-coronavirus-1234912569/>

19) 출처: New Tank Culture, 프랑스 문화 전문 언론

<https://culture.newstank.fr/fr/article/view/208939/festivals-2021-jauge-limitee-5000-personnes-configuration-assise-45-aides.html>

- ✔ 장관은 “상황이 악화될 경우 해당 수칙은 조정될 것이며, 완화될 경우 제한 인원의 상향 조정 또한 가능할 것이다”고 덧붙임.
- ✔ 또한, 문화부는 음악 축제에 대한 3 천만 유로 규모의 지원금을 확보, 1. 강제 취소된 행사에 대한 손실 보전, 2. 수용 인원 축소, 디지털 전환 등 개최 방식 조정으로 인한 손실 보전 등 두 가지 방향의 재정 지원을 약속함.
- ✔ 또한, 확보된 3 천만 유로 중 1 천 5 백만 유로는 음악 축제, 공연, 연극 등의 라이브 스트리밍 또는 인터넷 방송으로의 전환을 위한 지원금으로 사용하겠다고 밝힘.

### ✔ [미국] ‘스포티파이(Spotify)’ 팟캐스트 콘텐츠 집중 20)

- ✔ 버락 오바마 전 대통령이 미국 유명 록 가스 브루스 스프링스틴과 함께 ‘스포티파이(Spotify)’ 팟캐스트에 등장함.
- ✔ ‘배신자들: 미국에서 태어나다(Renegades: Born in the USA)’라는 프로그램명으로 두 진행자는 우정, 인종, 결혼, 현대 남성, 미국의 현황 등 다양한 주제를 다루며 8 부작 에피소드로 첫 번째 시즌을 구성함.
- ✔ 해당 팟캐스트는 오바마 전 대통령과 부인 미셸 오바마 여사가 운영하는 제작사 하이퍼그라운드(Hyperground)의 두 번째 프로젝트로 22 일 ‘스포티파이(Spotify)’에서 독점 공개됨.
- ✔ 지난 여름 워너브라더스와 ‘스포티파이(Spotify)’가 파트너십을 맺음. 이에 따라, DC 슈퍼히어로 세계관과 관련한 팟캐스트가 등장함. 파트너십에 의하면, ‘스포티파이(Spotify)’는 콘텐츠 제공 배급과 마케팅을 담당하고, 콘텐츠 제작 등 전반적 진행은 DC 코믹스 IP 를 보유한 워너브라더스가 맡음.
- ✔ 지난 22 일(현지 시간), ‘스포티파이(Spotify)’가 진행한 글로벌 라이브스트리밍 행사를 통해 85 개 글로벌 시장 진출 계획을 발표함. 김 카다시안과 독점 출연 계약을 밝히면서 팟캐스트 서비스를 대거 강화하여 광고 수익을 낼 것이라고 언급함.
- ✔ 해당 행사에는 블랙핑크, 빌리 아일리시, 저스틴 비버 등 유명 아티스트와 더불어, 팟캐스트 크리에이터들도 참여함. 올해 하반기에는 무손실 음원을 제공하는 ‘하이파이(HiFi)’ 구독 서비스를 특정 소비자들에게 선보임으로써 고품질 스트리밍에 대한 수요에 응답하고자 함.

20) 출처

- <https://www.hollywoodreporter.com/news/barack-obama-bruce-springsteen-launch-spotify-podcast>
- <https://www.nytimes.com/2021/02/22/arts/obama-springsteen-podcast-spotify.html>
- <https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/dc-plans-wonder-woman-superman-podcasts-with-spotify>
- <https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/dc-plans-wonder-woman-superman-podcasts-with-spotify>
- <https://variety.com/2021/music/news/spotify-hifi-5-billion-royalties-1234912311/>

☑ [미국] ‘넷플릭스’ 올해 한국에 5억 달러 투자 21)

- ☑ 지난 25일 넷플릭스 비대면 행사 ‘See What’s Next Korea 2021’에서 김민영 한국 및 아태지역 콘텐츠 총괄 VP는 2021년 한 해 동안 한국 콘텐츠에 5500억 원을 투자할 것이라고 밝힘. 이는 아시아태평양 콘텐츠 예산 10억 달러 중 절반 가까이를 차지하는 비율임.
- ☑ 지난 5년간 넷플릭스의 한국 투자금액은 7700억 원이었음. 최근 ‘킹덤’, ‘인간수업’, ‘보건교사 안은영’, ‘스위트 홈’ 등 K-Wave와 그것의 중심인 스토리텔링을 언급함.
- ☑ 해당 행사에서 넷플릭스는 오리지널 영화를 포함하여 13편의 새로운 콘텐츠를 발표함. ‘미장센 단편영화제’에서 주목을 받을 최항용 감독의 영화를 드라마로 각본된 ‘고요의 바다’, 인기 웹툰을 원작으로 만들어진 영화 ‘D.P.’와 ‘지옥’, 킹덤 시리즈의 스페셜 에피소드 ‘킹덤: 아신전’, 넷플릭스 오리지널 스탠드업 코미디 ‘이수근의 눈치코치’ 등 다양한 장르의 콘텐츠가 포함됨.



|그림 기 출처: 넷플릭스

21) 출처

- <https://variety.com/2021/streaming/asia/netflix-korean-content-spending-1234914743/>
- <https://variety.com/2021/streaming/asia/netflix-disney-plus-taking-different-tracks-in-asia-pacific-report-1234913991/>
- <https://www.cnbc.com/2021/02/25/netflix-nflx-to-spend-500-million-in-south-korea-in-2021.html>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-to-spend-nearly-500-million-on-korean-content-this-year>

## ☑ [북경] 국가시장감독관리총국, 무분별한 드라마 댓글삭제는 위법

- ☑ 2월 20일, 국가시장감독관리총국(国家市场监督管理总局)이 홈페이지에 게재한 민원인 질문 답변에 따르면, OTT 플랫폼 영상콘텐츠의 동영상 댓글자막(弹幕)을 무분별하게 삭제하여 평가를 조작할 경우 <반부정당경쟁법(反不正当竞争法)>에 해당되며, <시장감독관리 신고처리 임시방법(市场监督管理投诉举报处理暂行办法)>에 따라 플랫폼 운영자 소재지에 신고 가능하다고 함.
- ☑ 지난 9일, 해당 기관 홈페이지에 한 민원인이 OTT 플랫폼 드라마에 허위로 된 우호적인 댓글만 남기고 객관적인 내용의 평가 댓글은 바로 삭제되었다면서 합법 여부를 문의하였고 11일 만인 20일 관련 답변이 게재됨.

## ☑ [일본] 국민메신저 'LINE' 무제한 사용 가능한 온라인전용 통신사 'LINEMO' 출범 22)

- ☑ 소프트뱅크가 온라인 전용 통신사 브랜드 'LINEMO(라인모)'를 2021년 3월 17일부터 서비스한다고 발표함.
- ☑ 'LINEMO(라인모)'는 일본의 소위 국민 메신저 앱인 'LINE(라인)'의 음성 및 영상통화 등 다양한 서비스를 데이터 소진 없이 무제한 사용할 수 있는 'LINE 기가 프리' 제공이 특징이며, 월 20기가 데이터 제공에 2,480엔의 요금제임. 또한 700만 종류의 이모티콘 LINE 스탬프를 무제한으로 사용할 수 있다고 함.
- ☑ 온라인 전용 브랜드답게 서비스 계약 등 모든 절차를 온라인상에서 간단하게 끝낼 수 있다는 점도 특징임. 온라인 전용 브랜드지만 메인 브랜드인 소프트뱅크나 Y!모바일과 같은 네트워크와 같은 품질로 각종 서비스를 이용 가능하다고 함.
- ☑ 한편, 'LINEMO(라인모)'의 모델이기도 한 소프트뱅크의 기존 온라인 전용 브랜드 '라인 모바일'은 서비스는 지속하지만 신규 계약은 올해 3월부터 중지한다고 발표함.

## ☑ [인니] '또꼬페디아(Tokopedia)' VS '쇼피(Shopee)'

KOCCA

- ☑ 2021년 2월 9일 '아이프라이스(iPrice)'는 인도네시아 e 커머스 시장에 대한 조사 결과를 발표.
- ☑ 말레이시아 가격비교사이트인 '아이프라이스(iPrice)'는 인도네시아 e 커머스 시장을 '또꼬페디아(Tokopedia)'와 '쇼피(Shopee)'로 양분화되어 있다고 밝힘.
- ☑ '또꼬페디아'는 2020년 기준 월간 평균 방문자 수가 8,000만 명 이상으로, 2020년 4분기에는 무려 방문자 수가 매월 1억 1,500만 명 이상임. 또한, 애플 앱스토어에서 다운로드 2위, 안드로이드 플레이 스토어에서는 다운로드 3위를 차지.

22) 출처

- <https://news.yahoo.co.jp/articles/9d6aa5416ebbf97164c5ff7b18fc5b2176a1748b>
- <https://k-tai.watch.impress.co.jp/docs/news/1297336.html#d33834ec2bb5>
- [https://www.softbank.jp/corp/news/press/sbkk/2021/20210218\\_04/](https://www.softbank.jp/corp/news/press/sbkk/2021/20210218_04/)

- ☑ 반면, ‘쇼피’는 인도네시아뿐만 아니라 동남아시아 전역 대상의 e 커머스 플랫폼으로 2020 년 기준 월간 평균 방문자 수가 9,000 만 명 이상으로 2020 년 4 분기 방문자 수가 매월 1 억 3,000 만 명 이상을 기록함. 또한, 애플 앱스토어 및 안드로이드 플레이스토어에서 각각 다운로드 1 위를 차지.
- ☑ 한편, 해당 조사결과에 따르면 인도네시아 e 커머스 시장은 점진적으로 성장하고 있는 단계로 코로나 19 팬데믹 상황에서 일 평균 인터넷 사용시간은 4.7 시간으로 이는 코로나 19 이전 3.6 시간보다 30% 증가한 수치임.

### ☑ [베트남] 베트남 국민, 해외송금에 가상화폐 적극 활용

- ☑ 베트남 국민은 해외송금 과정에서 가상화폐를 적극 활용하는 것으로 나타남. 베트남 현지 매체 베트남 뉴스에 따르면, 데이터서비스업체 ‘스태티스타’는 전 세계 74 개국을 대상으로 조사한 결과, 지난해 가상화폐 사용률이 가장 높은 국가는 나이지리아로 약 30%대 수준을 보인 데 이어 베트남이 21%로 두 번째였다고 밝힘.
- ☑ 가상화폐 사용률이 높다는 것은 가상화폐를 보유하고 있거나 사용한 경험이 있는 국민이 많다는 의미. 베트남의 가상화폐 사용률을 끌어올린 요인 중 하나는 해외송금인데, 해외에서 일하는 베트남 이주 노동자들이 고국에 살고 있는 가족에게 돈을 보내는 과정에서 가상화폐가 많이 활용됨.
- ☑ 베트남에서는 그동안 가상화폐에 부정적인 태도를 보인 바 있는데, 지난 2018 년 베트남 정부는 가상화폐를 불법이라고 규정했고, 중앙은행은 가상화폐를 자산처럼 보유하는 것은 위험하다고 경고. 하지만 지난해 5 월 베트남 금융부는 가상화폐 관리에 필요한 정책을 연구하는 팀을 구성하는 등 새로운 변화에 대비하는 모습을 보임.



|그림 8| 가상화폐 비트코인 모형

 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) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 momo@kocca.kr
 일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
 인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-2256-2396	 splyskim@kocca.kr
 베트남 비즈니스센터(하노이) 홍정용 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjy@kocca.kr
 중동마케터(UAE 아부다비) 오현전 부장	 +971-2-491-7227	 oh@kocca.kr

발행인 \_\_\_\_\_ 김영준

발행처 \_\_\_\_\_ 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr