

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2021

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

207 호

2021 년 1 월 21 일 한류사업팀

구분	제 목
 방송·영화	• [미국] 한국 최초 우주 SF 영화 ‘승리호’ 넷플릭스 공개 • [미국] 영화 ‘미나리’ 다양한 영화제 장악 • [북경] 영화 ‘A Little Red Flower’ 박스오피스 10 억 위안 초과 • [일본] 영화 ‘반도’ 해외영화 박스오피스 랭킹 개봉 후 4 일 연속 1 위 • [유럽] 영국 정부, 방송/OTT 업계 대상 브렉시트 이후 업무 지침 발표 • [인니] 급성장하고 있는 인도네시아 OTT 시장 • [UAE] 사우디아라비아의 영화 93%가 현지에서 촬영, 스태프 72%가 청년층
 게임·유희합	• [심천] Bilibili eSports 1 억 8 천만 위안 투자 유치 완료 • [유럽] 영국, 코로나 바이러스로 인한 모바일 게임 인구 증가 전 세계 최고 • [유럽] 유럽인들이 게임을 선택하는 가장 중요한 조건은 ‘가격’ • [UAE] e 스포츠로 사우디아라비아의 Hala Yalla 가 위기에서 기회를 만든 방법
 애니·캐릭터	• [인니] 라인 인도네시아, 캐릭터 상품 기부 행사 개최
 음악	• [미국] 세븐틴, 켈리 클락슨 쇼 등장 • [일본] ‘오리콘 연간 랭킹 2020’ TOP 10, K-POP 아이돌 다수 포함 • [유럽] 2020 년 영국 전체 음반 시장 매출 15 억 파운드... 스트리밍 약진 • [베트남] Woo!ah!, ‘Bad Girl’ 베트남 NCT 뮤비 차트 7 주 연속 1 위 등극
 패션	• [일본] ‘한국 메이크업’을 전문으로 한 방송 프로그램 제작 • [베트남] 베트남 내 전통 의상, 복고 열풍
 통합(정책 등)	• [미국] CES 2021, 한국 참가규모 2 위 • [북경] 인터넷정보판공실, ‘인터넷정보서비스관리방법’ 의견수렴 초안 발표 • [북경] 요쿠와 바이두의 ‘삼생삼세십리도화’ 방영권 침해소송 항소 기각 • [심천] 웨강아오 대만구 지역 5G 심층 통합 1 조 위안 규모 산업 클러스터 형성 촉진 • [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 18-일본 콘텐츠의 해외시장 소비 추이 • [유럽] 프랑스 문화부 장관, 문화 시설/행사 재개 가이드 라인 제시 • [베트남] 롯데, 베트남 전자지갑 결제 서비스 도입



방송·영화



❏ [미국] 미국 최초 우주 SF 영화 ‘승리호’ 넷플릭스 공개 1)

- ❏ 2월 5일, 조성희 감독의 한국 최초 우주 SF 블록버스터 영화 ‘승리호’가 넷플릭스에서 190여 개국에 31개 언어의 자막과 함께 전 세계 동시 공개될 예정. 여름과 추석을 지나 코로나 19 여파로 개봉이 연기되다 넷플릭스를 선택함.
- ❏ 지난해 넷플릭스는 한국 오리지널 콘텐츠를 강화하며, 영화는 극장이 아닌 넷플릭스를 선택하여 독점 공개를 진행하였음. 미국 본사는 한국 콘텐츠가 크게 기여함을 직접 발표하였음. 2015년 이후, 한국의 콘텐츠 공동 제작 등에 약 7억 달러를 투자해왔음.
- ❏ 지난 9월 넷플릭스 한국 유료 가입자는 약 33만명. 전 세계 유료 가입자는 1억 9500만 명 돌파했음을 발표. 신규 유료 가입자 220만 명 중 46%는 한국과 일본에서 발생함. 한국 창작자가 제작한 작품이 70편을 넘긴 후, K-콘텐츠의 영향력을 인정함.
- ❏ 컨슈머인사이트에 따르면, OTT 플랫폼 이용 경험자는 46%로, 2년 사이 무려 16% 급증함. OTT 플랫폼 이용자 중 약 52%가 넷플릭스 사용자로 추정. 이를 이어, 유튜브 프리미엄 이용자 수가 15%로 나타나며, 넷플릭스를 이어 2위를 차지함.
- ❏ 2020년 넷플릭스에서 가장 많이 본 영화와 드라마 25개 중, 한국 콘텐츠는 ‘살아있다’와 ‘사이코지 만 괜찮아’가 포함되어 있음. 특히, 영화 ‘살아있다’는 미국 넷플릭스에서 가장 많이 시청한 외국 영화 10개 중 4위에 자리 잡음. 아시아권 영화 중 가장 높은 순위임. 공개 이틀 만에, 35개국 무비 차트에 1위를 차지하며, 한국 영화 최초로 글로벌 무비 차트 1위를 차지함.

❏ [미국] 영화 ‘미나리’ 다양한 영화제 장악 2)

- ❏ 희망을 찾아 미국으로 이민 간 한국인 가족의 이야기로, 정이삭 감독의 자전적 경험을 반영하여 각본을 쓰고 연출한 작품임. 감독은 선댄스영화제의 최고상을 시작으로 작품상 3관왕과 각본상 4관왕을 달성함.

1) 출처

- <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-sets-release-for-south-korean-sci-fi-movie-space-sweepers/>
- <https://bgr.com/2021/01/09/new-netflix-movies-2021-space-sweepers-trailer-korean-star-wars/>
- <http://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=785700>
- <https://www.newsweek.com/netflix-shows-tv-series-most-watched-best-2020-crown-queens-gambit-emily-paris-1554833>

2) 출처

- <https://www.economist.com/prospero/2021/01/13/minari-sets-off-a-debate-about-awards-and-foreign-language-films>
- <https://www.vulture.com/2021/01/oscar-predictions-could-globes-controversy-benefit-minari.html>
- <https://www.hollywoodreporter.com/race/inside-the-golden-globes-minari-controversy>
- <https://www.theguardian.com/film/2020/dec/26/hollywood-minari-american-film-golden-globes>

- ☑ 영화에 나오는 윤여정 배우는 미국영화협회 등이 주최하는 시상식을 포함하여 LA, 보스턴, 노스캐롤라이나, 오클라호마, 그레이터웨스턴 뉴욕 비평가협회, 미국 여성 영화 기자협회, 선셋 필름 서클 어워즈 등을 석권하며 11 관왕으로 등극함. 미국 영화 전문 매체 <버라이어티>는 아카데미 시상식의 유력한 여우조연상 후보로 윤여정 배우를 언급함. 한예리 배우 또한 미국 영화 전문지 <콜라이더>에 의해 오스카 여우주연상 예상 후보로 거론됨.
- ☑ 지난 13 일(현지 시간), 미주 한인의 날을 기념하며 영화 특별 온라인 시사회를 개최함. 배우 산드라 오가 진행하고, 한국계 연방 하원의원인 앤디 김과 메릴린 스트릭랜드도 참여함. 온라인 시사회 신청자가 몰림에 따라, 관객은 추첨을 통해 선정함.
- ☑ 해당 영화는 배우 브래드 피트가 운영하는 제작사 플랜 B 가 제작을 맡고, A24 스튜디오가 배급하며, 미국 국적의 감독이 만든 영화임에도 골든글로브 시상식을 주최하는 할리우드 외신 기자 협회는 영화 속 한국어 비중이 많다는 이유로 외국어 영화로 분류함. 영화 전문매체 버라이어티는 2021 오스카 작품상, 감독상, 각본상, 주연상 등 주요 부문 유력 후보로 ‘미나리’를 언급함.
- ☑ 아카데미 국제 장편 영화상은 각 나라마다 한 편만 선정되어 출품이 가능하여 영화진흥위원회는 ‘남산의 부장들’을 선정함. 1979 년 중앙정보부장이 대한민국 대통령 암살사건을 버리기 전 이야기를 다룬 영화임. 국내 개봉 후, 2 주 연속 박스 오피스 1 위를 기록하며 475 만 관객을 동원함.

☑ [북경] 영화 ‘A Little Red Flower’ 박스오피스 10 억 위안 초과

- ☑ 1 월 10 일, 중국 액션 판타지 영화 ‘A Little Red Flower(送你一朵小红花)’가 2021 년 처음으로 박스오피스 10 억 위안(약 1,698 억 원)을 초과함. 이로써 중국 영화 역사상 박스오피스 10 억 위안을 초과한 79 번째 영화가 됨

☑ [일본] 영화 ‘반도’ 해외영화 박스오피스 랭킹 개봉 후 4 일 연속 1 위 3)



3) 출처

-<https://news.kstyle.com/article.ksn?articleNo=2159627>

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/f9d0957b5933f9037cfa07c3bcd5360b75b3e675>

-<https://www.atpress.ne.jp/news/243134>

- ✔ 영화 ‘부산행’의 4 년 후 이야기를 그린 영화 ‘반도’가 일본에서 1 월 1 일 공개와 동시에 해외영화 랭킹 1 위를 기록하며 4 일 연속 1 위를 유지. 개봉 후 3 일간 누적 관객 수는 약 96,000 명을 기록, 전체 영화 순위에서도 7 위를 차지하는 등 2 주 연속 TOP 10 순위에 들고 있음.
- ✔ 코로나의 영향 속에서도 ‘반도’는 오히려 전작인 ‘부산행’의 2017 년 개봉 당시 첫 주 기록을 뛰어넘으며, ‘부산행’보다 55% 증가한 수치를 기록해 화제임.
- ✔ 영화 ‘반도’는 현지 개봉을 기념하여 ‘고베제약주식회사(神戸製薬株式会社)’와 ‘좀비 마스크’를 협업 제작, 잡화점 ‘스핀즈(SPINNS-スピンス-)’을 통해 12 일부터 판매 개시했다고 함. ‘반도’를 관람할 때 해당 마스크를 착용하여 ‘좀비에게 감염되는 것을 방지한다.’라는 광고 문구로 이목을 끌고 있음.

✔ [유럽] 영국 정부, 방송/OTT 업계 대상 브렉시트 이후 업무 지침 발표 4)

- 영국 디지털문화미디어스포츠부(DCMS)가 영국 방송/OTT 업계 대상 브렉시트 이후 EU-영국 업무 지침을 발표함.
- 브렉시트로 인한 영국-EU 간 방송 사업 관련 주요 규정의 변화
 - ✔ 브렉시트로 인해 2021 년 1 월 1 일부터 EU 로 송출되는 영국발 방송 서비스에 EU 의 ‘시청각 미디어 지침의 원산지 원칙(Country of Origin principle of the European Audio Visual Media Services Directive, AVMSD)’이 적용되지 않게 되며, 대신 ECTT(European Convention on Transfrontier Television) 정책을 따르게 됨.
- AVMSD 과 ECTT 정책
 - ✔ AVMSD 에 따라 EU 가입국 소재 방송사가 서비스 제공 국가의 규제 요건을 충족하고 방송 면허 취득 시 EU 전역에서 방송할 수 있도록 허용함.
 - 예를 들어, BBC 는 영국 Ofcom 으로부터 면허를 부여 받았으므로, 유럽 연합에 방송하기 위해 다른 국가에 따로 면허 신청을 할 필요가 없었음.
 - ✔ 영국 정부는 영국에서 발원한 작품은 전환기 종료 후에도 시청각 미디어 서비스 지침(AVMSD)에 따라 여전히 유럽 작품으로 간주될 것이라고 분명히 했으며 EU 역시 시청각 미디어 서비스 ‘이해당사자들에게 보내는 통지서’를 통해 이를 확인함.
 - ✔ 이는 유럽위원회(the Council of Europe)의 ‘트랜스프런티어 텔레비전 협약(the European Convention on Transfrontier Television: ECTT)’에 관한 유럽협약이 2021 년 이후에도 여전히 적용되기 때문.

4) 출처: 영국 디지털문화미디어스포츠부 등

<https://www.gov.uk/guidance/broadcasting-and-video-on-demand-services-between-the-uk-and-eu>

<https://www.wiggin.co.uk/insight/government-publishes-updated-guidance-on-broadcasting-and-video-on-demand-services-between-the-uk-and-eu/>

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-releases-guidelines-video-sharing-platforms-and-guidelines-european-works>

<https://dtg.org.uk/about-avmsd-and-ectt/>

- ✔ ECTT 에 관한 유럽협약은 ECTT 에 가입한 국가에서 시작된 서비스는 가입된 모든 국가에서 수신자의 자유를 허용해야 한다고 규정하고 있고, EU 27 개국 중 20 개국이 가입되어 있음.
- ✔ 따라서 영국이 EU 를 탈퇴 하더라도 여전히 ECTT 가입국이므로 ECTT 20 개국 안에서 영국 콘텐츠는 유럽 작품으로 인정받아 어떠한 조건 변경 없이 방영이 가능함.

● 영국 정부가 방송/OTT 사업자에 제시하는 브렉시트 이후 EU 국가 대상 업무 지침

1. 라이선스가 유효한지 확인할 것

- ✔ 사업자의 서비스가 ECTT 에 비준한 20 개 EU 국가 중 한 국가에서 이용 가능한 경우, 수신자의 자유가 허용됨. 국내법의 ECTT 적용 방법을 현지 법률자문을 통해 확인할 것.
- ✔ Ofcom 라이선스는 여전히 유효하나, 해당 프로세스는 국내법에 따라 달라질 수 있음. EU 의 미디어 규제 기관 목록도 참조할 것.
- ✔ 서비스가 7 개 비 ECTT 국가 (벨기에, 덴마크, 그리스, 아일랜드, 룩셈부르크, 네덜란드 및 스웨덴) 중 하나 이상에서 제공되는 경우 AVMSD 관할을 준수하여 종료일에 서비스 라이선스가 올바르게 부여 되었는지 확인할 것.

2. VOD 서비스에 대한 현지 법률 자문을 받을 것

- ✔ ECTT 는 주문형 비디오 서비스에 대한 수신자의 자유를 제공하지 않음. 즉, AVMSD 관할 규칙을 준수해야 함. 주문형 비디오 서비스의 규제 및 승인은 현지에서 결정되므로, 서비스 상황에 대해 현지 법률자문을 구할 것.
- ✔ 미 조치 시, EU 에 방송하는 제 3 국 방송사로 간주 될 수 있음. AVMSD 에 따르면 이는 EU 국가가 ECTT 자체의 규정에 따라 국내법을 통해 해당 영토로 서비스를 전송하는 데 추가 조건을 자유롭게 부과할 수 있음을 의미함.

3. AVMSD 관할권에 대한 자격

- ✔ 영국에 본사를 두고 있더라도 조건에 따라 EU 회원국에서 AVMSD 관할권을 계속 받을 수 있음.
- ✔ AVMSD 에 따라 제공 업체의 편집 결정(editorial decision)이 EU 국가에서 내려진 경우/ 해당 인력의 상당 부분이 해당 국가에 있는 경우 제공 업체는 해당 국가의 관할권에 속하는 것으로 간주 됨.
- ✔ 사업자가 AVMSD 에 따라 EU 국가 내에 설립되었는지 확인하는 방법
 - EU 국가 내에 서비스 제공 업체가 본사를 두거나 편집에 대한 결정이 이루어지는 경우.
 - 본사가 EU 외 국가에 소재하나 다른 EU 국가에서 편집 결정이 내려진 경우, 설립 국가 판단 시 인력의 상당 부분이 위치한 사무실의 위치를 기반으로 함.
 - 인력의 상당 부분이 두 국가 모두에 있는 경우, 설립은 본사 위치를 기준으로 함. 예를 들어, 본사가 EU 국가에 있으나 편집 결정이 다른 EU 국가에서 이루어지고 인력의 상당 부분이 두 EU 국가에 있는 경우 본사가 있는 국가가 관할권을 가짐.

4. 해당 EU 국가의 설립 요건에 대한 현지 법률 자문을 구할 것. EU 국가 내에 상당한 인력이 없는 경우 시청각 미디어 서비스 지침(AVMSD) 2 (4)조에 명시된 대로 기술 기준이 계속 적용될 수 있음.

- ✔ EU 국가에서 위성 업링크를 통해 서비스가 제공되는 경우 관할권은 해당 국가에 속함.
 - 업링크가 두 개 이상인 경우 관할권은 첫 번째 업 링크가 설정된 EU 국가에 속함.
 - 업링크가 영국에 있는 경우 관할권은 관련 위성 용량을 운영하는 EU 국가에 속함.
 - 대부분의 경우 위성 업링크는 룩셈부르크 또는 프랑스에 있음. EU 방송 위성의 대부분은 이 두 국가에서 운영되기 때문임. 이들 국가는 서로 다른 시스템을 가지고 있으므로, 현지 규제 요건을 확인하려면 현지 규제 기관에 문의 할 것.

✔ [인니] 급성장하고 있는 인도네시아 OTT 시장

- ✔ 세계 최대 콘텐츠 전송 네트워크(CDN) 기업 아카마이(Akamai)는 최근 <인도네시아: 급성장하는 시장에서의 수익 창출의 과제(Indonesia: The Challenge of Monetizing in a Fast-Growing Market)>라는 보고서를 발간함
- ✔ 해당 보고서는 코로나 19 팬데믹(pandemic)이 본격적으로 시작된 시기인 2020 년 3 월부터 5 월까지 3 개월간 진행한 조사 결과를 바탕으로 작성된 것으로, 코로나 19 사태에 따른 온라인 사용 급증에 대해 분석함
- ✔ 해당 보고서에 따르면, 2020 년 1 분기 인도네시아 인터넷 사용량은 전분기 대비 73%가 증가하였으며, 2020 년 2 분기는 전분기 대비 무려 139%나 증가함
- ✔ 이어 인터넷 사용자 중 약 98%는 OTT 시청을, 50%는 공중파 TV 라이브 방송 시청을, 46%는 온라인 게임 접속을, 36%는 온라인 게임 해설 방송 시청을, 17%는 e 스포츠 경기 시청을 한다고 조사됨
- ✔ 매튜 린(Matthew Lynn) 아카마이(Akamai) 남아시아지역 본부장은 “코로나 19 팬데믹으로 인해 인터넷 및 콘텐츠 서비스 수요량이 급증하는 유례없는 상황이 발생하고 있다. 특히 인도네시아 OTT 산업 시장은 매우 급성장하고 있는 중이다.”라고 언급함
- ✔ 덧붙여 “현지 관련 사업자들은 수익 창출을 위해 제공 콘텐츠 규모를 확대하고, 소비자 행태가 온라인으로 변경됨에 따라 그에 맞는 수요를 충족시키기 위해 다양한 상품군을 제공해야 한다.”라고 밝힘
- ✔ 한편, 아카마이(Akamai)는 1998 년 미국에서 설립된 콘텐츠 전송 네트워크(CDN) 기업으로, 인도네시아 주요 미디어 그룹인 텔린(Telin), 미디어콥(MediaCorp), 엠엔씨 미디어(MNC Media), 폭스텔(Foxtel), 까요 스포츠(Kayo Sports), 비디오닷컴(Vidio.com) 등과 협업한 바 있음

✔ [UAE] 사우디아라비아의 영화 93 %가 현지에서 촬영, 스태프 72 %가 청년층 5)

- ✔ UAE 사우디아라비아의 영화 제작 기술에 대한 조사에 따르면 응답자 43%가 향후 5 년 동안 업계의 성장에 가장 큰 장애물이 자금 조달, 13%가 숙련 된 인력, 11%가 영화 교육 및 교육에 대한 접근성이 라고 답변함
- ✔ 많은 응답자들이 제작진을 고용하는 것이 영화사의 주요 문제라고 느꼈으며 설문 조사에 참여한 응답자의 절반 이상이 어려움을 겪었고, 41%는 기술 부족이 고용에서 가장 큰 문제라고 답함. 인건비 38%, 지원자 부족이 13%로 그 뒤를 이었음
- ✔ 주 사우디아라비아 영국 문화원이 실시한 이 조사에서 영화부문 참가자 422 명 중 영화 제작자 40 %, 학생 30 %, 영화사 직원 17 %가 포함됨
- ✔ 조사 목적은 현재 사우디아라비아 영화 산업을 평가하는 것으로 사우디아라비아가 더 많은 자국 영화를 제작할 가능성이 있음을 시사함
- ✔ 사우디아라비아 영화 부문의 가장 큰 장점 관련, 응답자 35%는 영화에 출연하는 배우와 재능이 사우디아라비아 영화 부문의 가장 중요한 특징이라고 답했으며, 19 %가 영화 사이트 가용성, 17 %가 시장 잠재력과 관객 수요라고 답함
- ✔ 조사에 따르면 사우디아라비아 영화 소비자들은 자국 문화를 묘사한 영화를 선호하기 때문에 사우디아라비아에서 사우디아라비아 영화는 엄청난 경제적 잠재력을 가짐. 조사 결과에 따르면 모든 사우디아라비아 영화사의 93%가 현지에서 자국 문화를 묘사하며, 영화 부문의 3 분의 1 이상인 39 %가 사우디아라비아 리야드에 거주하고 29%가 제다와 메카시에 거주하고 있다고 답함
- ✔ 현재 사우디아라비아 영화 상영의 형태는 77% 가 라이브 온라인, 46%가 영화제, 25%가 특별 프로그램, 7%가 영화관 상영 순임
- ✔ 인구통계학적 측면에서 영화 부문은 30 세 미만의 젊은이들로 구성된 노동력이 특징임. 조사 참가자의 전체 평균 연령은 26 세로, 이들 중 약 3/4 이 30 세 미만이었고 이 중 1/3 이 여성으로 34 %였음

5) 출처 : <https://www.okaz.com.sa/variety/na/2043352>

게임·융복합



☑ [심천] Bilibili eSports 1 억 8 천만 위안 투자 유치 완료

- ☑ 1 월 14 일 Bilibili eSports 는 Zhejiang Creative Cultural Fund (浙江创想文化基金)가 주도하는 1 억 8 천만 위안의 투자유치를 완료하였으며 Tianfu Cultural Investment(天府文投)와 Borui Communication(博瑞传播)이 투자 파트너로 추가 투입되었음
- ☑ 투자 유치가 완료된 후 Bilibili eSports 는 이번 투자를 바탕으로 향후 지속적으로 e 스포츠 IP 콘텐츠 관련 개발, 연구를 추진 할 것이라고 밝힘
- ☑ Bilibili eSports 는 2018 년 10 월에 설립 되었으며, League of Legends, 배틀그라운드, OVERWATCH 등 다수의 e 스포츠 팀을 보유하고 있음. 현재 e 스포츠 클럽, 경기운영, 제작 및 방송, 에이전시 및 경기중계 등을 중심으로 비즈니스 생태계를 구축하고 있음
- ☑ 2020 년 8 월 1 일, Bilibili 는 2020 년부터 2022 년까지 3 년 동안 League of Legends 의 글로벌 경기라이브 방송 권한을 성공적으로 획득했음. 또한 게임 MCN 에 대해서도 많은 투자를 진행하고 있으며 인기 게임 e 스포츠 앵커 역시 스카웃을 통하여 업무를 확장하고 있음

☑ [유럽] 영국, 코로나 바이러스로 인한 모바일 게임 인구 증가 전 세계 최고 6)

- Facebook 이 코로나 바이러스에 따른 사회적 거리 두기로 인해 최고치를 기록한 2020 년 3 월 모바일 게임 플레이어 행태 분석에 대한 최신 보고서를 발표함.7)



[그림 1] 2020년 3월 모바일 게임 인구 증가율 (출처: Facebook IQ보고서 '포스트 코로나 19 모바일 게임 이용 행태')

6) 출처: Gameindustry.biz, 게임 산업 전문 언론

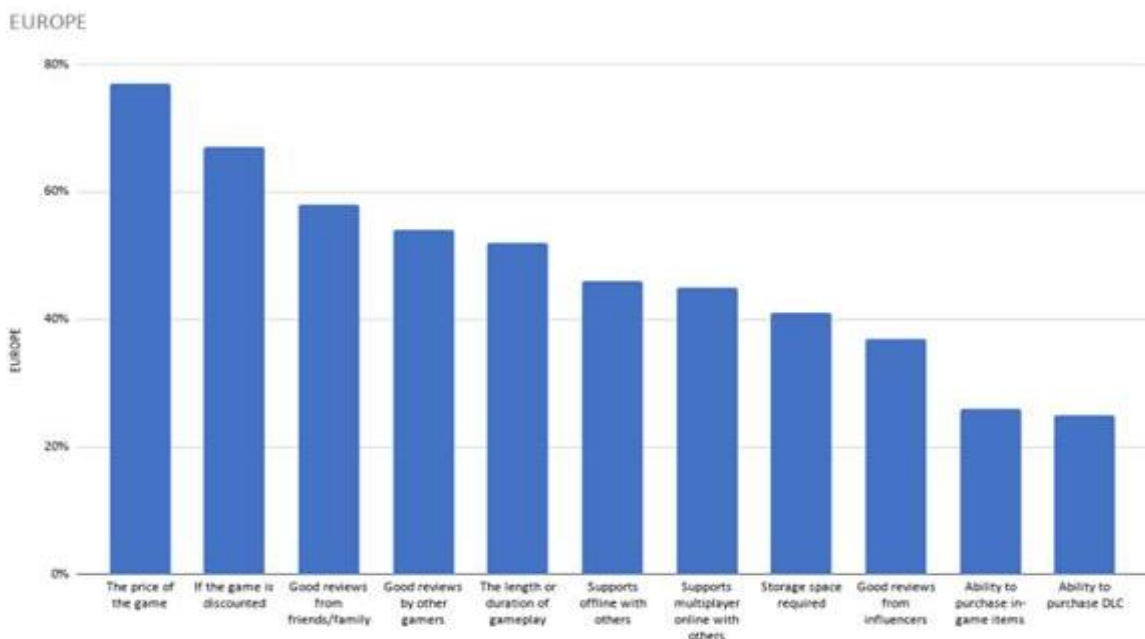
<https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-01-07-number-of-mobile-gamers-increased-50-percent-in-the-uk-due-to-covid-19>

7) 해당 연구는 미국, 영국, 캐나다, 프랑스, 독일, 한국, 일본, 베트남 및 브라질의 13,246 명의 모바일 게임 이용자의 답변을 분석한 것으로, 10 월에 데이터가 수집된 브라질을 제외하고 2020 년 7 월에 수집되었음. 발표된 보고서는 독일, 한국, 미국, 영국의 수치만을 다룸.

- ☑ 보고서에 따르면, 독일, 한국, 미국, 영국 모두 2020 년 3 월과 7 월 사이에 모바일 게임 이용자가 크게 증가함. 모바일 플레이어 수의 증가는 독일, 미국, 한국에서 25~34% 사이로 다양했지만, 영국 50%로 가장 큰 성장을 보였으며, 이는 860 만 명의 신규 모바일 게임 인구 유입을 나타냄
- ☑ 이 연구는 신규 유입 이용자⁸⁾가 기존 이용자보다 지출 가능성이 더 높고 지출하는 경향이 더 많다고 보고함. 예를 들어, 미국에서 신규 플레이어의 41%가 기존 플레이어 대비 (23%) 더 많은 월간 지출이 있었다고 답함. 신규 플레이어의 월평균 지출액은 27.20 달러였고, 기존 플레이어의 경우 17 달러였음.
- ☑ 다른 국가에서는 신규 이용자의 월평균 지출액이 현저히 낮으며 영국의 신규 이용자는 기존 이용자보다 4.20 달러 적은 16.62 달러에 불과함.
- ☑ 독일의 경우 신규 이용자의 경우 월 평균 32.45 달러, 기존 플레이어의 경우 17.21 달러로 더 많이 지출한 경향이 있음.

☑ [유럽] 유럽인들이 게임을 선택하는 가장 중요한 조건은 ‘가격’⁹⁾

- 게임산업 전문 인터넷 언론 Gameindustry.biz 가 2020 년 3 분기 실시한 설문조사를 통해 게이머의 게임 구매 결정에 영향을 미치는 10 가지 요인을 발표함.



[그림 1] 게임 구매에 영향을 미치는 10가지 요인 항목별 응답 비율 그래프 (출처: <https://www.gamesindustry.biz/>)

8) 이번 연구에서 신규 게임 이용자는 "코로나 바이러스 대유행이 최고조에 도달하기 전에 모바일 게임을 하지 않았고, 현재 일주일에 최소 한 시간을 플레이 하는"사람들로 정의된 반면, 기존 플레이어는 "코로나 바이러스가 최고조의 이르기 전과 후 모든 기간 일주일에 최소 한 시간 모바일 게임을 하는" 사람들로 정의됨

9) 출처: Gameindustry.biz, 게임산업 전문 언론

<https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-01-05-european-consumers-say-price-is-the-most-important-factor-when-choosing-games>

- ✔ 조사는 영국, 프랑스, 독일, 스페인, 이탈리아 11 ~ 64 세 중 지난 12 개월 동안 형식에 관계없이 게임을 구매 및 플레이한 적이 있다고 답한 응답자를 대상으로 함.
- ✔ 이탈리아 제외 모든 조사 국가에서 응답자의 71 ~ 79 %가 가장 중요한 요소는 가격이라고 응답함.
 - 이탈리아 게이머들에게는 가격이 두 번째로 중요한 요소였으나, 여전히 비용과 매우 밀접한 관련이 있는 ‘무료 게임이거나 할인된 경우’가 가장 중요한 요소로 꼽힘
- ✔ ‘무료 게임이거나 할인된 경우’는 각 시장에서 62 ~ 76 %의 응답자에게 중요한 요인으로 간주 되었으며 조사 대상 유럽 시장 전체에서는 67%가 중요하다고 답함. 이탈리아를 제외한 모든 시장에서 두 번째로 중요한 요소였음
- ✔ 세 번째로 중요한 요소는 게임의 평판인 것으로 나타남. ‘게임에 대해 친구 / 가족이 좋게 평가한 경우’는 각 시장 응답자의 49 ~ 63 %, 설문조사에 참여한 응답자의 58%가 중요하다고 간주함.
- ✔ 네 번째로 중요한 요소 또한 평판과 관련이 있음 ‘게임이 다른 게이머들로부터 좋은 리뷰를 받은 경우’는 모든 조사 시장에서 응답자의 54%가 중요하다고 답함.
- ✔ 반면, ‘인플루언서의 좋은 리뷰가 있는 경우’가 중요하다고 응답한 비율은 32%로 8 위를 기록함, 게임 구매 시 인플루언서 보다 다른 게이머 또는 지인의 평가를 더 신뢰한다는 것을 의미함.
- ✔ 해당 설문조사에서 가장 덜 중요한 것으로 꼽힌 두 가지 요소는 출시 이후 추가 콘텐츠 계획과 게임 내 아이템 구매 가능성임.
- ✔ ‘추가 다운로드 가능한 콘텐츠 (DLC) 구매’ 기능은 응답자의 34 ~ 51 % 사이에서 덜 중요하다고 간주 되었으며, 설문조사에 참여한 응답자의 44%가 덜 중요한 요소로 간주하여 10 위를 기록함.

✔ [UAE] e 스포츠로 사우디아라비아의 Hala Yalla 가 위기에서 기회를 만든 방법 10) KOCCA

- ✔ 사우디아라비아의 Hala Yalla 는 디지털 스포츠 티켓팅 및 이벤트 회사로 코로나 바이러스 관련 안전 조치로 인해 모든 대면 엔터테인먼트 이벤트가 취소되어 심각한 타격을 입은 스타트업 중 하나였음
- ✔ Hala Yalla 는 1 백만 명의 등록 사용자와 1 천만 명의 라이브 스트리밍 시청자를 보유한 디지털 플랫폼으로 코로나 바이러스로 심각한 타격을 입은 후 온라인 스포츠와 이벤트를 병합하는 등 빠르게 다각 화했음
- ✔ Hala Yalla 는 코로나 봉쇄를 극복하는 데 큰 역할을 한 e 스포츠와 게임으로 빠르게 전환하여 Kafu Games 라고 하는 Hala Yalla 의 e 스포츠 게임으로 Stay At Home 토너먼트를 운영함. 모든 기술 수준의 플레이어는 FIFA, Fortnite, PUBG, OVERWATCH 등의 여러 토너먼트에서 상금을 놓고 경쟁했음
- ✔ 이어 사우디 전자 및 지적 스포츠 연맹(Saudi Federation of Electronic and Intellectual Sports)과 협력하여 가장 큰 글로벌 e 스포츠 대회 중 하나인 국경없는 게이머 시즌 2020 를 개최함

10) 출처 :

<https://www.arabianbusiness.com/media/455357-how-e-sports-turned-crisis-into-an-opportunity-for-saudis-hala-yalla>

- ✔ Hala Yalla 공동 설립자 Nadeem Bakhsh 은 e 스포츠와 게임은 이미 엔터테인먼트 분야에서 빠르게 성장하는 산업이었지만 코로나 바이러스 전염병으로 인해 그 성장은 가속화되었음. 코로나 봉쇄가 끝났지만 이벤트 및 엔터테인먼트 산업이 코로나 이전 시대로 돌아가는 데는 시간이 좀 걸릴 것으로 보이며 코로나 19 의 유행 첫 몇 달 동안 인기가 급증했던 '가상 경험'의 추세는 실제로 계속 될 것으로 전망함

애니·캐릭터



✔ [인니] 라인 인도네시아, 캐릭터 상품 기부 행사 개최

- ✔ 2020 년 12 월 말, 라인 인도네시아(LINE Indonesia)는 2021 년 새해맞이 캐릭터 상품 기부행사 (LINE Berbagi Kebahagiaan)를 개최함
- ✔ 라인 인도네시아는 SOS 어린이 마을(SOS Children's Village), 엄마의 날개재단(Yayasan Sayap Ibu), 자카르타, 반둥, 스마랑, 메단, 족자카르타 등 인도네시아 전역의 고아아동을 대상으로 약 1,800 여개의 인도네시아 아동암 재단(Yayasan Kanker Anak Indonesia) 등 현지 아동복지재단들과 협업하여 캐릭터 상품을 기부함
- ✔ 해당 캐릭터 상품은 브라운 인형, 라인 프렌즈 목베개 등으로, 캐릭터 브라운은 인도네시아에서 인기가 높은 캐릭터 중 하나임
- ✔ 한편, 라인 인도네시아(LINE Indonesia)는 2012 년 중반 인도네시아에 진출하여 라인 메신저 및 라인 웹툰 등을 현지에 런칭 하였음

음악



✓ [미국] 세븐틴, 켈리 클락슨 쇼 등장 11)

KOCCA

- ✓ 지난 13 일(현지시간) 미국 NBC 인기 TV 쇼 켈리 클락슨 쇼(The Kelly Clarkson Show) 출연하여 지난 해 밀리언셀러를 달성한 미니 7 집 타이틀곡 'Left & Right' 무대로 공연함. 지난 해 몬스타엑스 다음으로 출연한 두 번째 한국 가수임.
- ✓ 미국 데이터에 따르면 해당 쇼는 TV 그래미상을 세 차례 수상한 이력이 있으며, 미국인들의 관심도가 높은 토크쇼임. 드웨인 존슨, 존 레전드, 두아 리파 등 유명 인기 스타들이 출연하는 쇼임.
- ✓ 세븐틴은 지난 6 일(현지시간) 미국 CBS 토크쇼 제임스 코든쇼(The Late Late Show with James Corden)에 출연하여 두 번째 밀리언셀러의 스페셜 앨범의 'Home;Run'을 공연함. 해당 퍼포먼스 영상이 하루 만에 100 만 뷰를 돌파. 세븐틴 퍼포먼스 방영과 동시에, 제임스 코든쇼 구글 트렌드 검색량이 급증.
- ✓ 지난 해, 세븐틴은 미국 LA 에서의 월드투어를 공연하며 약 1 만여 명의 좌석이 매진되는 파급력 입증. 뉴저지, 시카고, 댈러스, 휴스턴 등에 북미 전역에 걸쳐 월드투어를 개최함.

✓ [일본] '오리콘 연간 랭킹 2020' TOP10 에 K-POP 아이돌 다수 포함 12)

- ✓ 2020 년 아티스트별 판매부문 총판매량 랭킹 TOP10 에 K-POP 가수 'BTS', '트와이스', '세븐틴'이 랭크인 함. 그 중 'BTS'는 총 매출금액 1,074 억 엔을 기록하여 2 위를 차지함.
- ✓ 올 한해 일본에서 발매한 싱글 'LIGHTS', 'BOYS WITH LUV', 앨범 'MAP OF THE SOUL:7~THE JOURNEY', DVD 'BTS MEMORIES OF 2019', 디지털 싱글 'DYNAMITE'의 매출을 합계한 기록임. 그 외에도, '트와이스'가 약 384 억 엔을 기록하며 8 위를 차지, '세븐틴'은 약 358 억 엔을 기록하며 10 위를 차지함.
- ✓ 2020 년 디지털 앨범 랭킹에서는 JYP 엔터테인먼트가 공동 제작에 참여한 글로벌 걸그룹 'NiziU'가 프리데뷔 싱글 'Make you happy'로 2 위를 차지하였음.

11) 출처

- <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/9510811/seventeen-left-and-right-performance-kelly-clarkson-show-video>
 - <https://talentrecap.com/fans-are-obsessed-with-k-pop-group-seventeens-performance-on-the-kelly-clarkson-show-video/>
 - <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/9508161/seventeen-late-late-show-james-corden-video/>
 - <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/9362538/seventeen-interview-ode-to-you-tour>

12) 출처

- <https://www.oricon.co.jp/special/55632/2/>

✓ [유럽] 2020 년 영국 전체 음반 시장 매출 15 억 파운드...스트리밍 약진 13)

- 영국 엔터테인먼트 소매협회(ERA, Entertainment Retailers Association)에 따르면 2020 년 영국 음반 소매 시장 매출이 15 억 5 천만 파운드로 전년 대비 6.8%) 성장했으며 이는 2006 년 이후 최고 수준인 것으로 밝혀짐.
 - ✓ 그중 가장 두드러지는 부문은 스트리밍으로 총 수익은 12 억 파운드에 이르며 전년 대비 15.5% 성장하여 전체 시장의 8%를 차지함.
 - ✓ 그에 반해 2020 년 전체 음반 시장에서의 실물 음반 시장 규모는 2019 년 17%보다 하락하여 14.6% (2 억 7,160 만 파운드)를 차지하는 것으로 밝혀짐.
 - ✓ 이러한 하락세에도 불구하고, LP 매출은 13.3% 증가한 1 억 1 천만 파운드를 기록, 전체 실물음반 시장의 40%를 차지하며 강한 성장세를 보임.
 - ✓ 음원 다운로드 부문은 2019 년 8 천 970 만 파운드에서 7 천 220 만 파운드로 매출이 26.8% 감소함.
- 더불어 ERA 의 발표에 따르면 영국 전체 엔터테인먼트 시장(음악, 비디오, 게임)의 2020 년 매출은 90 억 파운드에 달함. 2019 년 대비 16.8% 증가한 것으로 이는 코로나 바이러스로 인한 문화시설 및 행사의 감소로 인한 디지털 문화 콘텐츠 수요 증가에서 기인한 것으로 분석됨.

✓ [베트남] Woo!ah!, 'Bad Girl' 베트남 NCT 뮤비 차트 7 주 연속 1 위 등극

- ✓ 최근 베트남에서 한국 신인 걸 그룹 '우아!(woo!ah!)'의 인기가 나날이 높아지고 있음. '우아'의 소속사 엔브이(NV) 엔터테인먼트는 지난 12 일 "우아!(woo!ah!)의 싱글 2 집 타이틀곡 'Bad Girl'이 베트남 최대 뮤직 플랫폼 'NCT(Nhac Cua Tui)' 한국 뮤직비디오 차트에서 7 주 연속 1 위를 차지했다", "또 후속곡 'I Don't Miss U'도 3 위로 신규 진입했다"라고 밝힘. 'NCT(Nhac Cua Tui)'가 발표한 2021 년 1 주차(1 월 4 일 ~ 1 월 10 일) 뮤직비디오 차트에 따르면, '우아!(woo!ah!)'의 'Bad Girl' 뮤직비디오는 7 주 연속 1 위를 지키고 있음
- ✓ 앞서 'Bad Girl'은 지난해 11 월 30 일 베트남 스트리밍 시장 점유율 40%를 차지하고 있는 베트남 최대 음악 플랫폼 'NCT(Nhac Cua Tui)'가 발표하는 뮤직비디오 48 주차 차트 진입과 동시에 1 위를 차지. 특히 트와이스, 블랙핑크, 에스파 등 쟁쟁한 걸그룹들을 제치고 거둔 결과라 놀라움을 자아냄. 이후 두 달 가까이 '우아!(woo!ah!)'의 베트남 내 인기는 계속 이어지고 있음
- ✓ 뮤직비디오 차트 Top 10 중 두 자리를 차지함으로써 '우아!(woo!ah!)'는 베트남 현지에서 인기 돌풍을 일으키고 있는 K-POP 한류 걸 그룹임을 증명. 소속사 엔브이(NV) 엔터테인먼트 관계자는 "베트

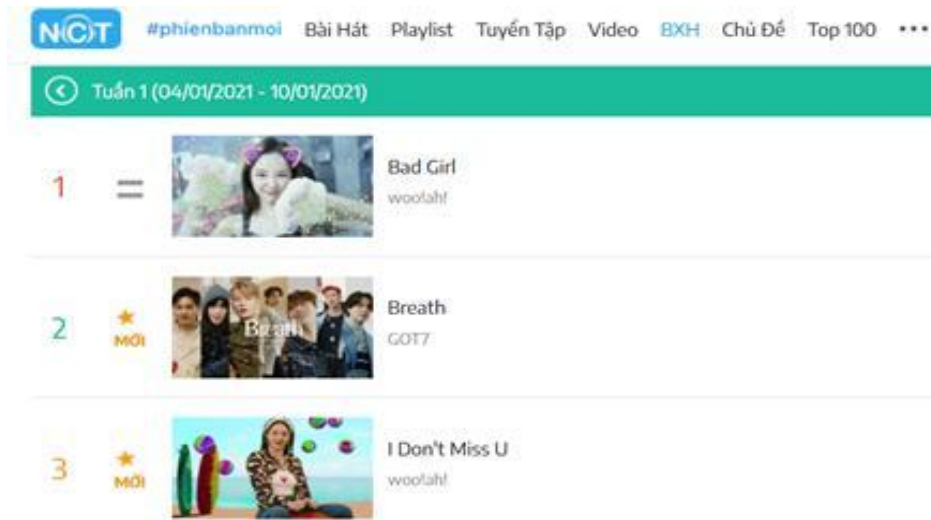
13) 출처: 영국 엔터테인먼트 소매협회

<https://eraltd.org/news-events/press-releases/2021/lockdown-streaming-drives-entertainment-sales-to-9bn-and-fastest-growth-rate-since-records-began/>

News Tank Culture, 프랑스 문화 전문 언론

<https://culture.newstank.fr/fr/article/view/204580/royaume-uni-1-5-md-marche-musique-2020-7-15-streaming-era.html>

남 팬들이 '우아!(woo!ah!)'에게 꾸준히 관심과 사랑을 보내주셔서 감사할 따름이다"라며, "우아!(woo!ah! 멤버들은 베트남 팬들을 만날 날을 기다리고 있고, 그때까지 지금 자리에서 최선을 다하는 걸 그룹이 되겠다"라고 전함



[그림 2] 베트남 NCT 한국 뮤비 차트 (2021년 1주차)

패션



✓ [일본] '한국 메이크업'을 전문으로 한 방송 프로그램 제작 14)

KOCCA



14) 출처

-<https://pick.nanda.tokyo/enta/125421/>

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/58a43c4514bfd863f9e17ed59dbc5aa7e58edb9f>

- ✔ ‘한국 화장품’에 특화된 메이크업 쇼 프로그램 ‘Qosmetic8’이 1 월 23 일부터 동영상 스트리밍 서비스인 ‘ABEMA SPECIAL 채널’에서 공개될 예정임. 일본의 유명 탤런트 시게모리 사토미(重盛さと美), 류체르(りゅうちえる), 유우코스(ゆうこす, 菅本裕子) 등 3 명이 MC 로 등장하며 추가로 8 명의 뷰티 유튜버 및 인플루언서가 출연한다고 함.
- ✔ 한국 화장품에 초점을 맞춘 메이크업 방송을 주제로 하는 본 방송은 8 명의 뷰티 인플루언서들이 한국 화장품을 사용해 각자의 메이크업 기술을 선보이며 경쟁하는 콘텐츠가 주가 될 것으로 보임. 총 8 회를 예정하고 있으며, 각 회마다 다른 주제를 한국 화장품을 사용해 선보여야 함.
- ✔ 제품을 선보이는 것뿐만 아니라 제품을 이용한 메이크업까지 선보이는 방송으로, 최근 현지에서 화제인 한국 화장품에 관한 관심이 더욱 커질 것으로 기대됨.

✔ [베트남] 베트남 내 전통 의상, 복고 열풍

- ✔ 최근 베트남에서는 전통 의상 복고풍이 상당한 인기를 끌게 됨으로써 오락 프로그램과 여러 가지 활동을 통해 사회 공동체에 상당한 영향을 미치고 일정한 취향이 형성되고 있음. 사람들 특히 젊은이들이 전통 의상에 대한 관심을 더 갖게 되고 더욱 많이 입으려 하고 있음
- ✔ 지난 12 월 Vietnam Centre 기업은 베트남 의복의 변화를 보여주려는 목적으로 '1,000 년 베트남 의복(1,000 Years of Vietnamese Fashion - Người Việt Xa Lạ)' 프로젝트를 시작하면서 젊은이들로부터 많은 관심과 주목을 받음
- ✔ 1,000 년 베트남 의복이라는 제목의 멋진 영상은 베트남 문화에 대한 소개와 더불어 수년 동안 유튜브에 게시된 비슷한 스타일의 역사 프로젝트와 비슷한 취지의 영상으로, 11 세기 리(Lý) 왕조를 시작으로 20 세기 말 응우옌(Nguyễn) 왕조까지의 과거 작품, 역사 텍스트 및 일화로 묘사된 복장을 통해 베트남 의복 변화를 알려줌. 사용된 재료와 재봉 기술은 왕조와 사회 계층에 따라 다르지만 미(美)의 기준이었던 검은 치아, 맨발, 헤어번 등은 일부 비슷함을 유지
- ✔ 한편, Vietnam Centre 는 베트남의 문화를 전 세계에 알리기 위해 설립된 베트남 젊은 창작자와 학자들의 모임으로, 이 단체는 베트남의 역사적 의상에 대한 전시를 준비하는 것 외에도 이 주제에 대한 예술 서적인 ‘왕국을 세우다(Weaving a Realm - Dệt Nên Triều Đại)’를 성공적으로 클라우드 펀딩하고 출판



NGƯỜI VIỆT XA LẠ?!? | 1000 Years of Vietnamese Fashion - 1000 Năm Việt...

[그림 3] Vietnam Centre의 1,000년 베트남 의복 영상 포스터

통합(정책 등)



✓ [미국] CES 2021, 한국 참가규모 2 위 15)

- ✓ 전체 2 천여개의 참가 기업 중, 한국이 345 개로 미국을 이어 두 번째로 큰 규모를 보여줌. KOTRA, 중소기업부 K-스타트업관, 서울시, 경기콘텐츠진흥원 등 기관이 한국 기업 참가를 지원함.
- ✓ 1967 년 이래 처음 온라인으로 진행함에 따라 행사 규모가 축소됨. 참가 기업 수는 지난해 (4 천 4 백 여 개) 대비 절반 이상 (1 천 9 백여 개) 감소함. 오프라인 박람회의 체험과 비용 대비 효과 추정이 어려움. 지난해 큰 규모를 자랑한 중국의 경우, 미국과의 무역 갈등 장기화 등의 영향으로 참가 기업이 약 7 배 감소함.
- ✓ 주최 측이 선정하는 혁신상의 약 4 분의 1 을 한국 기업이 수상함. 국내 대기업(68 개)을 포함해 중견·중소·스타트업체(32 개)까지 혁신상 수상함.
- ‘CES 2021’은 약 130 개국, 2 천여개 업체가 참가하였으며, 345 개의 한국 업체가 참여하여 미국에 이어 두 번째로 높은 참여도를 보임. ‘CES 2021’은 1 월 11 일(현지시간)부터 14 일까지 온라인으로 개최됨에 따라, 홈페이지와 유튜브(YouTube)를 통해 기조연설, 세미나, 컨퍼런스 등을 시청할 수 있음.

15) 출처

- <https://www.prnewswire.com/news-releases/k-startup-pavilion-set-up-in-ces-2021-online-exhibition-hall-301204851.html>
- <https://www.cnet.com/pictures/all-the-smart-home-products-at-ces-2021/>
- <https://www.businesswire.com/news/home/20210112005325/en/South-Korean-Startup-biosensingIntroduces-the-Smallest-Radar-for-a-Health-Monitoring-System-at-CES-2021>
- <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=001&oid=029&aid=0002648882>

✓ [북경] 인터넷정보판공실, ‘인터넷정보서비스관리방법’ 의견수렴 초안 발표

- ✓ 1월 8일, 국가인터넷정보판공실(国家互联网信息办公室)은 ‘인터넷정보서비스관리방법(互联网信息服务管理办法)’ 의견수렴을 위한 초안을 발표함. 해당 초안은 인터넷 정보서비스의 건전한 발전 촉진과 공민(公民)·법인·기타조직의 합법적 권익과 국가안전·공공이익을 위해 제정됨
- ✓ 초안에는 인터넷 정보서비스 제공 업무를 하기 전 전기통신(电信) 주관 부문의 영업허가 또는 등록을 진행해야 하는 등 설립에 관한 내용과 운영·관리감독·법률 책임에 대한 내용이 포함됨. 의견 수렴은 2021년 2월 7일까지 진행될 예정임

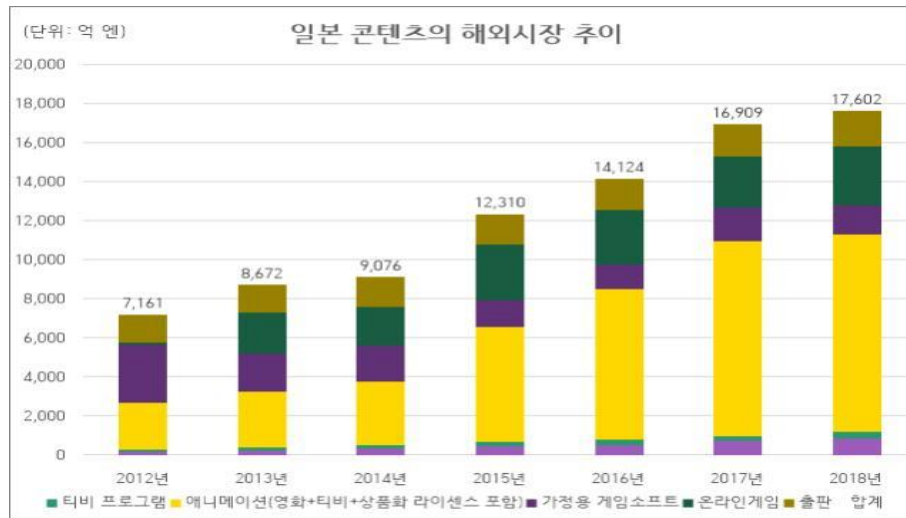
✓ [북경] 요쿠와 바이두의 ‘삼생삼세십리도화’ 방영권 침해소송 항소 기각

- ✓ 1월 6일, 북경법원재판정보망(北京法院审判信息网)에 요쿠가 바이두에 제기한 중국 드라마 ‘삼생삼세십리도화(三生三世十里桃花)’의 온라인 방영권 침해 소송 2심 판결문이 공개됨. 요쿠는 바이두가 운영하는 클라우드 서비스를 통해 무단으로 업로드 된 해당 드라마의 링크가 제3자가 운영하는 기타 다수 홈페이지에 공유되었고 관련 사실을 인지한 이후에도 차단 조치 등을 하지 않아 책임이 있다며 소송을 제기하였고 1심 법원은 이를 받아들여 100만 위안(약 1억 7,001만 원)의 손해배상과 3만 위안(약 510만 원)의 배상판결을 내림
- ✓ 이에 요쿠와 바이두는 각각 항소하였으나 2심 법원은 1심 판결을 유지하고 항소를 기각함

✓ [심천] 웨강아오 대만구 지역 5G 심층 통합 1조 위안 규모 산업 클러스터 형성 촉진

- ✓ 최근 5G 기술을 기반으로 웨강아오 대만구 지역 내 인프라를 조성할 예정이며 1조 위안 규모의 5G 산업 클러스터를 형성 할 것으로 예상됨.
- ✓ 웨강아오 대만구 주요 지역을 살펴보면, 홍콩의 경우 이미 전 지역을 커버하는 5G 신호가 기본적으로 구축되어 있으며, 중국 내륙과도 연결되어 있음. 또한 마카오의 경우 5G 기술을 통한 경제 회복을 모색하고 있으며, 광둥에서는 5G 망 기술을 사용하여 각 분야에 적용할 수 있도록 진행하고 있음.
- ✓ 중국공정원의 우허첸의 발표에 따르면, 향후 웨강아오 대만구 지역 내 1조 위안 규모의 전자 정보 산업 클러스터와 첨단 산업 제조 기업을 유치하고 발전시킬 예정이라고 언급함.
- ✓ R&D, 생산, 애플리케이션을 통합 한 5G 산업 체인을 구축, 정비하여 향후 웨강아오 대만구 지역 내 5G 산업 클러스터 조성 및 '디지털 광둥'을 슬로건으로 웨강아오 대만구 지역 개발을 추진할 예정임.

☑ [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 18- 일본 콘텐츠의 해외시장 소비 추이 16) KOCCA



- ☑ 일본 콘텐츠의 해외 수출규모는 2012 년 7,161 억 엔대에서 2018 년 1 억 7,602 억 엔대로 6 년 사이 1 억 엔 규모가 성장함.
- ☑ 특히, 해외시장에서의 일본 온라인 게임 시장 규모가 2012 년 134 억 엔 규모에서 2018 년 3,067 억 엔 규모로 급증하였음.

☑ [유럽] 프랑스 문화부 장관, 문화 시설/행사 재개 가이드 라인 제시 17)

- 프랑스 문화부 장관 로슬린 바셀로(Roselyne Bachelot)는 지난 1 월 8 일 라디오 방송 프랑스앵포(Franceinfo)와의 인터뷰를 통해 공연장, 영화관, 극장 등의 문화시설 및 축제 등의 문화 행사 재개의 가이드라인을 제시함.
 - ☑ 시설 점검을 통해 바이러스 비확산 가능성(환기, 온도 등)이 일정 수준 이상인 경우 라벨 부여 재개장 허가 및 스페인 바르셀로나에서 시험적으로 운영되었던 ‘테스트 콘서트’ 형식 허가 검토 등의 방안을 제시함.
 - ☑ 테스트 콘서트
 - 2020 년 12 월 12 일 바르셀로나 아폴로 콘서트홀에서 진행된 해당 행사는 물리적 거리두기 없이 463 명의 관중이 참여한 스탠딩 콘서트임. 관중은 콘서트 참여를 위해 코로나 바이러스 음성 확진

16) 출처 : 휴먼미디어, 일본과 세계의 미디어콘텐츠시장 데이터베이스, 2019

17) 출처: 프랑스앵포, 프랑스 라디오 정보 방송 등

https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/8h30-fauvelle-dely/lieux-culturels-toujours-fermes-date-de-reouverture-festivals-dete-le-8h30-franceinfo-de-roselyne-bachelot_4232205.html

<https://culture.newstank.fr/fr/article/view/204537/pistes-explorees-ministre-culture-reouvertures-lieux-culturels.html>

<https://www.lefigaro.fr/musique/covid-19-aucun-resultat-positif-detecte-apres-un-concert-test-a-barcelone-20210107>

https://www.iq-mag.net/2021/01/danish-live-industry-to-hold-series-of-test-events/#X_wMPulKjBI

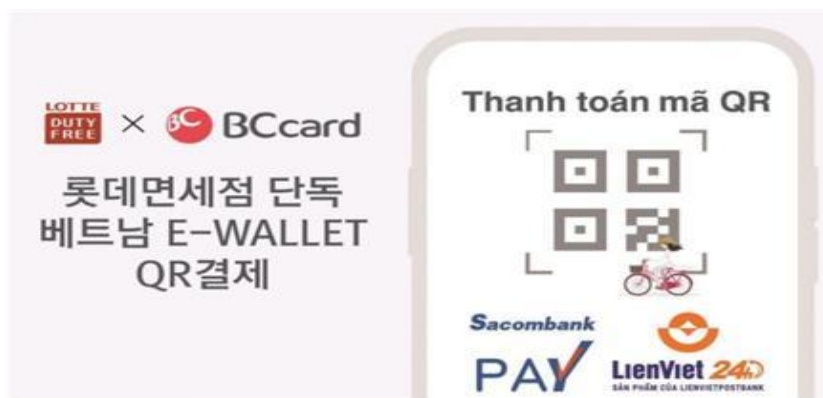
https://www.iq-mag.net/2020/12/dutch-gov-gives-green-light-for-january-pilot-events/#X_wMtOKjBI

결과 제출, 관람 중 FFP2 마스크 착용이 의무였음.

- 주최 측은 행사 8 일 후 관람자 453 명 모두에 재검사를 실시하였으며 모두 음성 판정을 받은 것으로 알려짐. 이에 덴마크, 네덜란드 또한 같은 형식의 테스트 콘서트 실시를 예고했으며, 프랑스 문화부 장관 또한 긍정적 검토 예정인 것으로 인터뷰를 통해 밝힌 바 있음.
- 고무적인 결과에 따라, 덴마크, 네덜란드 또한 같은 형식의 테스트 콘서트 실시를 예고한 바 있음
- ✔ 현재 프랑스는 최소 1 월 말까지 공공문화시설의 폐장이 결정되어 있으며, 추후 재개장 여부는 1 월 20 일 발표 예정.

✔ [베트남] 롯데, 베트남 전자지갑 결제서비스 도입

- ✔ 롯데면세점이 면세업계 최초로 베트남에서 급속도로 사용이 증가하고 있는 베트남 전자지갑 (e-Wallet) 결제서비스인 '사콤뱅크 페이(Sacombank Pay)'와 '리엔비엣 24h(Liên Việt 24h)'를 도입한다고 밝힘
- ✔ 이번에 도입하는 전자지갑은 QR 코드를 활용한 베트남인 전용 간편 결제 서비스로 베트남에선 전자 지갑 결제수단 이용 비율이 약 21%로 젊은 층에선 신용카드만큼 보편적인 결제수단임. 12 월 29 일 부터 한국에 방문하는 베트남인 관광객들은 롯데면세점 전 지점에서 별도의 환전 과정 없이 모바일로 편리하게 구매할 수 있으며 베트남 현지 은행에서 운영하는 간편 결제 어플리케이션인 '사콤뱅크 페이(Sacombank Pay)'와 '리엔 비엣 24h(Liên Việt 24h)' 이용자라면 누구나 사용 가능함
- ✔ '사콤뱅크 페이(Sacombank Pay)'는 400 만 명, '리엔 비엣 24h(Liên Việt 24h)'는 300 만 명의 베트남 회원을 보유하고 있는 플랫폼. 각 어플리케이션에 접속하여 한국에서 사용 가능한 BC 카드 QR 코드를 생성 후 스캔 만하면 바로 결제가 되는 방식. 해외에서 카드사용 시 발생하는 해외결제 수수료가 없는 것이 가장 큰 장점
- ✔ 이에 향후 코로나 19 종식 시점에 맞춰 베트남 전자지갑 이용 고객 대상으로 다양한 결제 혜택과 프로모션도 진행할 계획. 또 지난 8 월부터 운영 중인 롯데인터넷 면세점 베트남어 사이트에서도 올해 상반기에는 전자지갑 결제서비스를 이용할 수 있도록 준비하고 있으며, 베트남 현지 은행과의 제휴 또한 확대할 예정이라고 밝힘



[그림 4] 롯데 전자지갑 결제서비스 포스터

	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