

**KOCCA**  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

# 2021

# WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

208 호

2021년 1월 27일 한류사업팀

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [미국] ‘스위트홈’ 2200 만 가구 시청</li> <li>• [미국] ‘범인은 바로 너’ 세상에서 가장 작은 광고 시행</li> <li>• [북경] 2020 년 중국 영상관련 신규 등록기업 전년 동기대비 15% 감소</li> <li>• [북경] 2020 년 중국 박스오피스 총 204 억여 위안</li> <li>• [일본] 2020 년도 츠타야연간 DVD 렌탈 랭킹, 영화 ‘기생충’ 및 한국드라마 인기여전</li> <li>• [유럽] 프랑스 2020 년 아동/청소년 영상 소비 관행 발표...‘SVOD 서비스’ 이용률 증가</li> <li>• [인니] 헌법재판소, SNS 라이브 스트리밍 금지 헌법소원 기각</li> </ul>
 게임·융복합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [심천] 2020 년 광동성 게임 수익 2,000 억 위안 돌파</li> <li>• [심천] 2021 년 리그오브레전드 월드 챔피언십(S11) 결승전 중국 심천에서 개최 확정</li> <li>• [유럽] 프랑스 ‘유비소프트’, 스타워즈 오픈 월드 게임 개발 발표</li> <li>• [베트남] 동남아 2 위 게임 시장 베트남, 인프라로부터 동력</li> <li>• [UAE] 코로나 19 봉쇄 기간 동안 Twitch 스트림 급증하면서 아랍 게임 붐</li> </ul>
 음악	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [미국] 빌보드, ‘CL’ 컴백 집중 인터뷰 진행</li> <li>• [일본] BTS ‘다이너마이트’, 일본레코드협회의 ‘플래티넘 인증’ 획득</li> <li>• [유럽] 독일 2020 년 음악 스트리밍 시장 급성장</li> </ul>
 패션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [일본] 패션브랜드 ‘SHE SAID THAT’ 쿠츠시타야(靴下屋)와 콜라보</li> </ul>
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [미국] 비아콤 CBS, ‘파라마운트 플러스’ 출시 예정</li> <li>• [일본] 데이터로보는 일본콘텐츠 산업 시리즈 19- 일본 콘텐츠의 해외권역별 소비비율</li> <li>• [유럽] 유럽 각국, 글로벌 거대 플랫폼 독과점 방지 및 과세 방안 시행 박차</li> <li>• [유럽] 영국 2020 년 유럽 스타트업 업계 선두 지켜</li> <li>• [인니] ‘까따뵐 자카르타(Katapel Jakarta)’ 개최</li> <li>• [베트남] 7 월부터 베트남 생산 스마트폰, 5G 지원 의무</li> <li>• [베트남] 베트남 통신부, 가짜뉴스 예방 센터 개설</li> </ul>
별첨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향(‘20.12)</li> </ul>



방송·영화



☑ [미국] '스위트홈' 2200 만 가구 시청 1)

KOCCA

- ☑ 20 일(현지 시간) 넷플릭스가 공개한 2020 년 4 분기 실적에 따르면, 전 세계 유료 구독 가구 수가 2 억을 돌파함. 전 분기 대비 약 850 만 개가 증가한 것임. 지난해 1 년 동안 발생한 가입자는 3,700 만 명으로 사상 최대치임.
- ☑ 4 분기 매출은 66 억 4,000 만 달러이며, 순이익은 5 억 4,220 달러임.
- ☑ 해당 발표에는 한국 창작자들과 함께 제작한 '스위트홈'의 성과가 포함됨. 지난해 12 월 18 일 공개 이후, 해외 13 개국 차트 1 위를 휩쓸고, 약 70 개 국의 Top10 에 포함됨. 첫 4 주 동안 전 세계 2,200 만 유료 구독 가구가 '스위트홈'을 시청함.
- ☑ 미국 종합 순위 3 위까지 갱신하며, 미국 넷플릭스 종합 순위 Top10 에 든 첫 번째 아시아 드라마 콘텐츠임. 비영어권 콘텐츠로 분류될 경우, 해당 차트에 들어간 작품은 시즌 5 까지의 제작이 확정된 스페인 드라마 '종이의 집'과 '스위트홈'으로 단 두 개임.
- ☑ 원작 웹툰은 영어, 프랑스어, 스페인어 등 9 개 언어로 서비스를 제공하여, 글로벌 누적 조회 수 12 억 뷰를 달성함.

☑ [미국] '범인은 바로 너' 세상에서 가장 작은 광고 시행 2)

KOCCA

- ☑ 21 일(현지 시간) 넷플릭스 코리아는 미국 유명 대중문화 잡지인 <버라이어티(Variety)>에 넷플릭스 예능인 '범인은 바로 너' 마지막 시리즈 포스터를 광고함. 해당 광고 크기는 가로 약 1.8 cm와 세로 약 2.4 cm로 게시되어, 세상에서 가장 작은 잡지 인쇄물로 기네스북 선정됨.
- ☑ 넷플릭스 코리아는 더 세밀한 부분에 초점을 맞추며, 인쇄물을 통한 새로운 시도를 하고자 이와 같은 광고를 시행함. 또한, 소셜 미디어에서 새로운 트렌드를 만들어 낼 원동력이라 생각함.
- ☑ '범인은 바로 너'는 한국 최초 넷플릭스 오리지널 예능 시리즈로, 22 일에 공개되는 시즌 3 까지 제작됨.
- ☑ 2018 년 시즌 1 을 공개한 후, 전세계 400 만명 해외 팬들이 투표하는 '숨피어워즈'에서 수상함. 시즌 2 의 경우, 세계 최대 GIF(애니메이션 기능이 포함된 이미지 파일) 플랫폼 '지피(GIPHY)'에서 공식 채널 조회 수가 9650 만을 기록함.

1) 출처

- <https://www.cnet.com/news/netflix-fourth-quarter-subscribers-soar-past-200-million-members-stock/>
- <https://www.investors.com/news/technology/netflix-stock-q4-2020-netflix-earnings/>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/the-crown-bridgerton-netflix-4th-quarter-viewing>
- <https://www.whats-on-netflix.com/news/netflix-k-drama-sweet-home-season-2-netflix-renewal-status-release-date/>

2) 출처

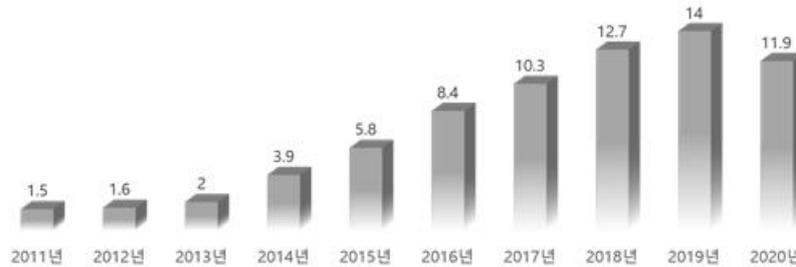
- <https://variety.com/2021/tv/news/netflix-korea-busted-world-record-variety-advertising-1234889551/>
- <https://www.hitc.com/en-gb/2021/01/21/busted-season-4-will-netflixs-south-korean-variety-be-renewed/>
- <https://www.theartistree.fm/entertainment/5746/korean-mystery-show-busted-returns-with-season-3/>

☑ [북경] 2020 년 중국 영상관련 신규 등록기업 전년 동기대비 15% 감소

KOCCA

- ☑ 중국 기업정보 플랫폼 ‘치차차(企查查)’ 데이터에 따르면, 현재 중국에는 63 만 8,000 여 개의 영상 기업이 등록되어 있으며, 2020 년 영상관련 신규 등록기업 수는 11 만 9,000 여 개로 전년 동기대비 15% 감소함. 이 중 2 분기에 등록된 기업 수가 3 만 6,000 여 개로 제일 많았음.

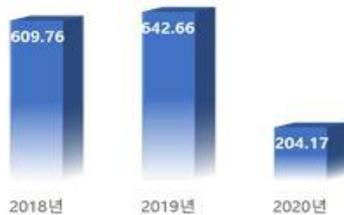
최근 10년간 중국 영상관련 신규 등록기업 수(단위 만)



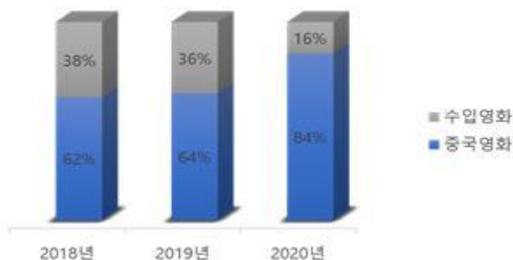
☑ [북경] 2020 년 중국 박스오피스 총 204 억여 위안

- ☑ 1 월 19 일, ‘endata(艺恩)’가 발표한 <2020 년 중국영화 연도보고(2020 年中国电影年度报告)>에 따르면, 2020 년 중국 영화시장 박스오피스는 204 억 1,700 만 위안(약 3 조 4,729 억 원)으로 2019 년 기록인 642 억 6,600 만 위안(약 10 조 9,316 억 원)보다 68% 감소함. 이번 박스오피스 기록은 2013 년<sup>3)</sup>과 비슷한 수준임.
- ☑ 2020 년 코로나 19 영향으로 수입산 영화가 대폭 감소하여 중국산 영화의 점유율은 역대 최고 수준인 84%임.

최근 3년간 중국영화시장 전체 박스오피스(단위 : 억 위안)



최근 3년간 수입영화 점유율 변화



3) 2013 년 중국 박스오피스 217 억 6,900 만 위안(약 3 조 7,029 억 원)

☑ [일본] 2020 년도 츠타야 연간 DVD 렌탈 랭킹, 영화 ‘기생충’ 및 한국 드라마 인기 여전 4)

- ☑ 2020 년도 츠타야 연간 DVD 렌탈 랭킹에서 영화 ‘기생충’이 해외영화 부문에서는 4 위, 종합 순위에서는 10 위를 차지함. ‘기생충’은 일본에서 DVD 를 출시한 한국 영화 가운데 유일하게 순위에 들.
- ☑ 한편, 일본아카데미상 한국인 최초로 최우수 여우주연상을 받은 심은경이 주연을 맡은 일본영화 ‘신문기자(新聞記者)’는 16 위를 차지함. 2019 년도 개봉 영화임에도 불구하고 2020 년 종합 렌탈 순위에서 상위권을 차지하고 있음.
- ☑ CD 판매 부문에서는 BTS 의 ‘MAP OF THE SOUL : 7~ THE JOURNEY~’가 7 위로 K-POP 아이돌로서는 유일하게 랭크인 함.
- ☑ ‘아시아 TV 드라마 현대극부문’ 렌탈은 상위 10 개 작품 모두 한국드라마가 차지하며 아시아권 작품 중 여전히 한국 드라마의 인기가 높은 것을 알 수 있음.

순위	작품명	국내 방송연도	일본 배급사	순위	작품명	국내 방송연도	일본 배급사
1	남자친구	2018-2019	NBC Universal Entertainment Japan	6	뷰티인사이드	2019-2020	NBC Universal Entertainment Japan
2	김비서가 왜 그럴까	2018	NBC Universal Entertainment Japan	7	도깨비	2016-2017	NBC Universal Entertainment Japan
3	그녀의 사생활	2019	TC Entertainment	8	황후의 품격	2018-2019	Happinet
4	태양의 후예	2016	NBC Universal Entertainment Japan	9	너도 인간이니?	2018	Happinet
5	일단 뜨겁게 청소하라	2018-2019	Happinet	10	보이스 시즌 3	2019	SPO Entertainment

- ☑ ‘아시아 TV 드라마 시대극부문’에서는 ‘동이’가 2010 년 방송된 작품임에도 불구하고 10 위를 차지함. (4 위, 7 위는 중국 드라마로 미작성)

순위	작품명	국내 방송연도	일본 배급사	순위	작품명	국내 방송연도	일본 배급사
1	100 일의 낭군님	2018	avex pictures	6	왕은 사랑한다	2017	TC Entertainment
2	해치	2019	Happinet	8	왕이 된 남자	2019	Happinet
3	나의 나라	2019	Pony Canyon	9	대군	2018	Pony Canyon
5	구르미 그린 달빛	2016	NBC Universal Entertainment Japan	10	동이	2010	VAP

4) 출처

- [https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574352/?\\_tap=on](https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574352/?_tap=on)
- [https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574353/?\\_tap=on](https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574353/?_tap=on)
- [https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574354/?\\_tap=on](https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574354/?_tap=on)
- [https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574362/?\\_tap=on](https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574362/?_tap=on)
- [https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574355/?\\_tap=on](https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574355/?_tap=on)
- [https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574356/?\\_tap=on](https://tsutaya.tsite.jp/news/store/41574356/?_tap=on)

☑ [유럽] 프랑스 2020 년 아동/청소년 영상 소비 관행 발표...‘SVOD 서비스’ 이용률 증가 5)

- ☑ 프랑스 미디어 그룹 M6 사의 마케팅 계열사인 ‘M6 Publicité’가 지난 2020 년 12 월 중순 발표한 연구 <Tendance Kids>에 따르면, 2020 년은 4~14 세의 ‘SVOD(Subscription Video On Demand)’ 이용 관행에 큰 전환점이 된 것으로 알려졌다. 6)
- ☑ 2020 년 ‘SVOD 서비스’ 구독을 통한 주문형 비디오 관람이 처음으로 다시보기 서비스 이용률을 넘어섰음. (66% vs 62%)
- ☑ 지난 9 월 조사에 따르면 아동이 있는 프랑스 가구의 76%가 적어도 하나의 ‘SVOD 서비스’에 가입한 것으로 조사되어 2019 년 대비 21% 증가함.
- ☑ 어린이 콘텐츠 부분에서 ‘SVOD 서비스’는 시장점유율이 실시간 방송에 훨씬 뒤쳐져 있으나 (2020 년 실시간 방송 시장점유율: 91 %, 2019 년 대비 1 % 포인트 하락), 평균 시청시간 측면에서 큰 성장세를 보였으며, 2020 년에 처음으로 스트리밍 플랫폼보다 SVOD 플랫폼에서 더 많은 시간을 보낸 것으로 밝혀짐.
- ☑ 매체별 평균 시청시간
  - 실시간 방송: 1 시간 55 분, 전년 대비 1 분 증가
  - SVOD: 33 분, 전년 대비 11 분 증가
  - 스트리밍: 27 분, 2019 년 대비 1 분 감소
- 아동/청소년의 시청각 매체 이용방법 다변화
  - ☑ 조사 대상 아동/청소년의 75%가 최소 한개 이상의 개인 영상 재생 기기를 소유하고 있음 (스마트폰의 비율이 가장 높음).
  - ☑ 조사대상 아동/청소년의 36%가 실시간 방송, 다시보기, 스트리밍 및 SVOD 를 동시에 이용하고 있다고 답했으며, 이는 1 년 전보다 11% 포인트 증가한 수치임
  - ☑ M6 그룹의 어린이 채널 ‘Gulli’ 의 마케팅 및 커뮤니케이션 관리자인 Perrine Paran 은 이에 대해 “프랑스도 다른 국가(영국, 독일, 미국, 일본)와 마찬가지로 어린이 영상 시청 시간의 70%를 실시간 방송 및 다시보기가 차지했는데, 이는 2019 년 통계 대비 약간 감소한 수치이다. 이것은 실시간 방송, 다시보기를 이용률이 감소한 것이 아니라 SVOD 를 추가로 소비하는 것.” 이라고 분석함.

5) 출처 : Stratégie, 프랑스 미디어 전문 언론

<https://www.strategies.fr/actualites/medias/4055027W/la-svod-s-installe-dans-le-quotidien-des-enfants.html>

« Tendance Kids 2020 » 보고서 원문 출처(M6 Publicité) <https://m6pub.fr/tendances-kids-2020/>

6) 이 연구는 프랑스 아동/청소년의 영상 소비 관행을 분석하기 위해 영상 서비스 유형 및 이용 방법 (실시간 방송, 다시보기, 스트리밍, SVOD, VOD)에 대해 4~14 세 사이 900 명의 어린이와 부모를 대상으로 실시한 설문조사 분석 결과임.

## ☑ [인니] 헌법재판소, SNS 라이브 스트리밍 금지 헌법소원 기각

- ☑ 2021년 1월 14일 인도네시아 헌법재판소는 INews TV 및 RCTI 측이 SNS 라이브 스트리밍 금지 관련하여 헌법소원을 한 것에 대해 기각함.
- ☑ 헌법소원자는 해당 방송사의 소유자인 하리 따누수디보(Hary Tanoesoedibjo)회장으로, ‘방송에 대한 2020년 제 32호 법률’ 제 1조 2항에서 다루고 있는 방송법의 모호성과 부정확성에 대해 헌법소원을 함.
- ☑ 현재 관련 법률에 따르면, 기존 전통적인 TV 방송 콘텐츠는 당국의 사전 허가를 통해 방영이 가능하나, OTT 콘텐츠 방영에 대한 사전 허가는 해당 법률에서 규정하고 있지 않음.
- ☑ 이에 따라 방송사들이 법률 ‘방영 지침 및 방송프로그램 표준화(P3SPS)’ 위반시, 인도네시아 방송위원회(KPI)는 법적 처벌을 가하고 있으나, OTT 사들은 법적 처벌 대상이 아님.
- ☑ 반면, OTT사에서 제공하고 있는 콘텐츠 중 해당 법률을 위반하고 있는 콘텐츠가 꽤 많음.
- ☑ 인도네시아 정보통신부(KEMENKOMINFO) 관계자는 “방송 서비스는 방송법에 의해 규제되나, 인터넷 통신망을 통한 OTT 서비스는 전기통신법에 의해 규제된다. 현재 인도네시아 OTT 산업은 지속적으로 성장하고 있으며, 가령 해당 헌법소원이 인정되면 이는 디지털 창조 경제 발전 속도를 저해할 것이다.”라고 밝힘.
- ☑ 한편, 2008년 인도네시아 국민을 대상으로 ‘닐슨(Nielsen)’이 조사한 결과에 따르면, 일별 TV 방송 시청시간은 평균 4시간 53분, OTT 시청시간은 3시간 14분으로 조사됨.

## 게임·융복합



### ☑ [심천] 2020 년 광둥성 게임 수익 2,000 억 위안 돌파

- ☑ 1 월 6 일, 광둥성 게임 산업 협회에서 주최한 ‘2020 광둥성 게임 산업 연회’ 및 ‘금찬방(金钻榜)행사’가 광저우에서 개최되었으며, 행사에서 <2020 년 광둥성 게임 산업 데이터 보고서> 및 <2020 년 광둥성 e-스포츠 산업 데이터 보고서>를 발표함. 2020 년 광둥성 게임 수익은 2,132.1 억 위안을 돌파하였으며, 중국 게임 수익의 76.5%를 차지함. 이번 광둥성 게임 수익의 경우 최초로 2,000 억 위안을 돌파하였으며, 이중 심천 게임 수익이 광둥성 게임 수익의 67.8%를 차지함.
- ☑ <2020 년 광둥성 게임 산업 데이터 보고서>에 따르면, 광둥성 온라인 게임의 경우 전 세계 온라인 게임 매출 규모의 24.9%를 차지함. 또한 통계에 따르면 광둥성 모바일 게임 수익의 경우 1,649.4 억 위안으로 동기 대비 39.5% 증가하였으며, 광둥성 전체 게임 수익의 77.4%를 차지하고 있음.
- ☑ 2020 년 중국 게임 기업 수는 코로나 19 및 자본 환경 등의 영향으로 감소하였지만, 광둥성의 경우 10,000 개가 넘는 게임 기업이 현재 운영 중에 있으며, 게임 기업 수는 중국 내 1 위임. 2020 년, 광둥성 내 게임 산업 수익의 경우 5 억 위안 이상 기업 25 개, 10 억 위안 이상 기업 10 개, 100 억 위안 이상 기업 ‘텐센트(腾讯)’; 왕이(网易); ‘싼치후위(三七互娱)’등 3 개 기업이 있음. 특히 광둥성 내 게임개발 기업은 주로 광저우, 심천에 위치하고 있음.
- ☑ 중국 내 상장된 206 개의 게임 기업 중, 광둥성에 23.8%, 즉 49 개를 보유하고 있으며, 광둥성 내에 심천의 경우 28 개의 게임 기업을 보유하고 있음.
- ☑ 최근 ‘재택경제’ 환경 하에 게임 산업은 빠르게 발전 하고 있으며, 2020 년 광둥성 온라인 게임 수출 수익은 317.6 억 위안으로 동기 대비 31.1% 증가함.

### ☑ [심천] 2021 년 리그오브레전드 월드 챔피언십(S11) 결승전 중국 심천에서 개최 확정

- ☑ 1 월 9 일, 라이엇게임즈는 올해 ‘리그오브레전드 월드 챔피언십(S11)’ 결승전을 중국 심천에서 개최한다고 공식 발표함. 이는 중국에서 열리는 3 번째 리그오브레전드 월드 챔피언십이며, 2020 년 상하이에서 개최된 S10 월드 챔피언십 결승전에 이어 2 년 연속 중국에서 리그오브레전드 월드 챔피언십이 열리게 됨. 코로나 19 상황이 호전되면서 2021 년의 경우 여러 도시를 순회하며 경기를 개최하는 방식으로 진행 될 예정이고, 역사상 최대 규모의 경기를 선보일 계획임.
- ☑ 라이엇게임즈 글로벌 e 스포츠 책임자인 John 은 “중국 내 가장 혁신적인 도시에서 세계 최고 규모의 e 스포츠 경기를 개최하는 것은 올바른 선택이다”라고 밝힘.
- ☑ 라이엇게임즈에서 발표한 2020 리그오브레전드 월드 챔피언십 데이터에 따르면, 38 개의 본선 경기를 시청하는 시청자는 1 억 6092 만 시간을 시청하여 동기 대비 61.76% 증가하였으며, 분당 시청자

수는 360 만 명으로 동기 대비 87.18% 증가함. 월드 챔피언십 결승전은 역대 최장 관전 시간인 10 억 시간을 기록 하였으며, 분당 시청자 수는 2,304 만 명으로 최대 기록을 달성함.

- ☞ e 스포츠는 신흥 스포츠로서, 젊은 층을 중심으로 한 유망 산업임. 심천 상주인구의 평균 연령이 32.5 세이며, 중국 내 가장 젊은 도시 중 하나임. 2019 년 심천의 스포츠 소비 규모는 인당 2,925 위안에 달 하였으며, 유럽 및 미국 등 선진국 수준의 스포츠 소비 지표에 이르렀음. 2020 년 말 기준으로, 심천 내 3 개 게임 기업이 글로벌 게임 기업 20 강에 진입하였음.

## ☑ [유럽] 프랑스 '유비소프트', 스타워즈 오픈 월드 게임 개발 발표 7)

- 프랑스의 글로벌 게임사 '유비소프트'가 스타워즈 신작 게임 개발을 발표함. 이에 유비소프트 주가가 5.46 포인트 상승하는 등 업계의 큰 기대를 불러 모으고 있음.
  - ☞ 프랑스의 글로벌 거대 게임사인 '유비소프트'가, 루카스 필름 게임즈 (Lucas film Games, 디즈니 소유)를 대신해 '스타워즈' IP 를 활용한 신작 오픈월드 게임을 제작할 예정이며, 이를 위해 제작사인 '베데스다(Bethesda, 2020 년 9 월 마이크로 소프트가 75 억 달러에 인수)'와 계약을 체결했다고 발표함.
  - ☞ 이에 대해 시장은 큰 기대를 보이고 있음. 2019 년 말에 EA 에서 출시한 스타워즈 게임 ' Star Wars Jedi : Fallen Order' 는 1,000 만 장 이상의 판매고를 올린 바 있음.
  - ☞ 이 게임의 크리에이티브 디렉터는 이미 1 억 유로에 달하는 개발비를 투자한 소위 '트리플 A' 프로덕션인 'The Division 2' 를 이끌고 있는 Julian Gerighty 가 맡게 될 것으로 보임.
  - ☞ 현재까지는 기획 초기 단계이며 마케팅 날짜는 언급되지 않았음. 그럼에도 이 소식에 따라 프랑스 주식시장에서 유비소프트의 주가가 5.46 포인트 상승했으며, 이로 인해 유비소프트의 자본화 규모는 1,031 억 유로에 달해 2019 년 5 월 이후 최고 수준에 이룸.

## ☑ [베트남] 동남아 2 위 게임 시장 베트남, 인프라로부터 동력

- ☞ 베트남은 전 세계 게임 시장 28 위, 동남아 2 위를 차지할 만큼 e 스포츠에 관심이 많은 국가로, 게임에 대한 베트남 젊은 세대의 관심을 엿볼 수 있는 곳은 바로 '유튜브'임. 베트남 대표 e 스포츠 채널 '베트남 이스포츠 TV(Vietnam Esports TV)'는 구독자 약 296 만 명으로 동영상 평균 조회 수 역시 65 만 건으로 매우 높고, 총 조회 건수는 19 억 건에 달함
- ☞ 베트남의 인터넷·모바일 성장률은 바로 베트남 e 스포츠 시장의 성장 동력으로 시장조사기관 '위아 소셜(We Are Social)'과 '훗 스위트(Hoot suite)'에 따르면, 지난해 베트남 인터넷 사용자는 약 6,800

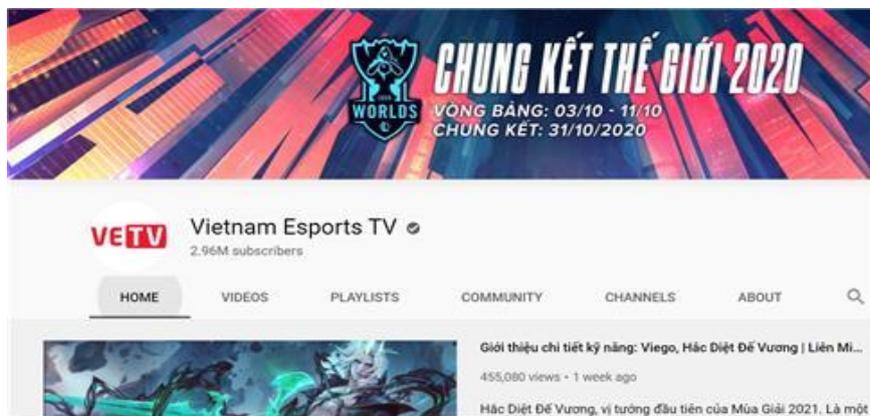
7) 출처 : Les Échos, 프랑스 경제 전문 일간지

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/le-francais-ubisoft-grimpe-en-bourse-apres-avoir-gagne-la-production-dun-jeu-video-star-wars-1280786>

프랑스 게임 진흥원 [https://www.afjv.com/news/10457\\_ubisoft-annonce-la-creation-d-un-nouveau-jeu-star-wars.htm](https://www.afjv.com/news/10457_ubisoft-annonce-la-creation-d-un-nouveau-jeu-star-wars.htm)

만 명, 모바일 인터넷 연결 속도는 30.39Mbps 하고 함. 베트남 인터넷 연결 속도는 매년 개선되고 있으며, 인터넷 인프라 면에서는 동남아에서 가장 빠른 속도로 성장하고 있는 국가 중 하나로 평가됨. 바로 이러한 인터넷 성장률이 베트남에서 e 스포츠 콘텐츠가 개발되고 유통되는데 적합한 환경을 만들고 있음

- 베트남 사람들의 게임 스트리밍에 대한 열정도 베트남 게임 시장을 확장하는 데 기여함. 베트남 대표 게임사 아포타(Appota)는 베트남 사람들이 하루에 약 402,000 시간을 게임 스트리밍에 사용한다고 밝힘. 또한, 아포타가 자체적으로 실시한 베트남 e 스포츠 설문조사 결과, 게임 스트리머의 절반 이상 (67%)은 매일 하루 한 시간 이상 게임 스트리밍을 하며, 37%는 스트리밍이 일상생활의 일부가 됐다고 응답. 베트남 게임 스트리밍 시간은 페이스북과 유튜브 플랫폼 모두에서 세계 정상 수준임



[그림 1] 베트남 이스포츠 TV(Vietnam Esports TV) 유튜브 사이트

### ☑ [UAE] 코로나 19 봉쇄 기간 동안 Twitch 스트림 급증하면서 아랍 게임 붐 8)

- 지난 3~4 월에 중동 지역의 코로나 19 봉쇄는 Twitch 스트리밍을 통해 아랍어 게임이 붐을 일으켰음.
- 아랍 지역의 국가들의 엄격한 사회적 거리두기 속에 사용자가 자신의 게임 플레이를 전 세계 팬들에게 실시간으로 방송 할 수 있는 Twitch 플랫폼을 통해 총 62,582 개의 게임 스트리밍이 활성화 됨. 이는 게이머들이 집에서 게임에 더 많은 시간을 보내는 것을 의미함.
- 코로나 19 유행이 시작된 3 월 동안 아랍어로 된 Twitch 스트리밍은 전년 대비 95.3 %, 전월 대비 36.9 % 증가했으며, 4 월에는 연간 증가율이 109.9 %였음.

8) 출처 :

[https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/Arabic\\_gaming\\_boom\\_as\\_Twitch\\_streams\\_surge\\_during\\_COVID19\\_lockdown-ZAWYA20200629103922/](https://www.zawya.com/mena/en/press-releases/story/Arabic_gaming_boom_as_Twitch_streams_surge_during_COVID19_lockdown-ZAWYA20200629103922/)

Twitch streams in Arabic language

Month	Active streams	Monthly growth	Yearly growth
Jan-20	24658	12.06%	58.11%
Feb-20	21894	-11.21%	46.63%
Mar-20	29965	36.86%	95.25%

Source: Twitch API

[그림 2] 코로나19 봉쇄기간 동안 아랍어 Twitch 스트리밍 (출처 : Twitch API)

- ✔ 이 수치는 사우디아라비아, UAE 및 바레인 출신의 상위 플레이어들을 포함한 중동 전역의 게임 급증을 나타냄.
- ✔ 4 월의 최고 인기 채널은 한 달 동안 44 시간 스트리밍으로 210,257 회를 기록한 사우디아라비아의 ixxYjYxxi 와 561,000 시간 이상의 시청 시간을 기록한 RakanooLive 였음.
- ✔ Cheesecake Digital 의 보고서에 따르면 중동지역의 또 다른 주요 스트리밍 플랫폼인 YouTube 을 통한 2 월 시청 시간이 1,000,000 시간이 조금 넘었지만 3 월에는 3,000,000 시간으로 크게 증가했음. 증가는 Minecraft 를 스트리밍하면서 911,000 시간의 시청 시간을 기록한 한 바레인 스트리머 덕분임.
- ✔ MENA 지역은 세계에서 가장 활발한 게임 커뮤니티를 보유하고 있으며 전년 대비 25 % 성장하여 세계에서 가장 빠르게 성장하고 있음.
- ✔ 바레인 경제 개발위원회(Bahrain Economic Development Board)의 공동 최고 투자 책임자인 David Parker 는 “세계에서 가장 빠르게 성장하는 게임 시장과 기술 생태계로 인해 중동은 게임 개발자를 위한 많은 기회를 제공하며, 오늘날의 세계화되고 분산 된 세상에서 진정으로 미개척 된 성장 시장은 점점 더 드물고 중동 게임시장이 제공하는 기회를 간과해서는 안 될 것”이라고 언급함.
- ✔ 코로나 19 봉쇄기간이었던 지난 3 월에 세계 최대 PC 게임 플랫폼 인 Steam 은 2 천만 명 이상의 플레이어가 동시에 플랫폼에서 게임을 하거나 채팅을 하는 기록을 세웠음.

음악



☑ [미국] 빌보드, 'CL' 컴백 집중 인터뷰 진행 9)

- ☑ 14 일(현지 시간) 빌보드는 'CL'의 이야기를 심층적으로 보도함. 어린 시절부터 독립 아티스트로 컴백한 현재의 이야기까지 다룸.
- ☑ 2012 년, 뉴욕, 뉴저지, 로스앤젤레스에서 월드 투어를 진행한 최초의 K-POP 걸그룹임. 2014 년, 2NE1 의 앨범이 당시 K-POP 차트 1 위와 빌보드에서 61 위에 오르며, K-POP 으로 가장 높은 순위였음. 2016 년, K-POP 아티스트 최초로 미국의 유명쇼 'The Late Late Show with James Corden'에서 공연함.
- ☑ 빌보드는 미국 버클리 대학교 프로페셔널 음악과 조교수 김해주의 말을 인용하여 K-POP 에 대한 'CL'의 영향력을 보도함.
- ☑ 지난 10 월에 공개된 앨범 '+HWA+'는 빌보드 월드 디지털 송 세일즈 차트에서 3 위를 차지함. 코로나 19 로 인해 국립현대 미술관 등을 배경으로 4 년 만에 제임스 코든 방송에 재출연함.
- ☑ 지난 18 일 에픽하이 신곡에 피처링으로 참여하였으며, 2021 년 상반기에 새 앨범 '+ALPHA+'를 발매할 예정임.

☑ [일본] BTS '다이너마이트', 일본레코드협회의 '플래티넘 인증' 획득 10)

- ☑ 일본 레코드 협회에서 발표한 2020 년 11 월 자(최신) 인정 음반에 BTS 의 '다이너마이트'와 NiziU 의 'Make you happy'가 '플래티넘 인증'을 획득함. '플래티넘 인증'은 음원 스트리밍 누적 횟수 1 억 회 달성을 기준으로 하고 있음.
- ☑ 일본레코드협회의 스트리밍 인증은 2020 년 4 월부터 시작되었으며 플래티넘 인증을 받은 가수는 현재까지 단 4 명임. 그 중 BTS 는 가장 단기간에 1 억 회 스트리밍을 달성해 플래티넘 인증을 받아 화제가 됨.
- ☑ 한편, 트와이스의 'What is Love?', 'YES or YES'를 비롯해 BTS 의 'DNA', 'Stay Gold'는 누적 스트리밍 5 천만 회를 기록해 '골드 인증'을 받았음. 2021 년 1 월 기준 골드 인증을 받은 곡은 9 곡이며 BTS 와 트와이스가 각각 유일하게 2 곡이 포함되어 눈길을 끄.

9) 출처

- <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9510948/cl-new-album-alpha-interview-k-pop-comeback/>
- <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/9474880/cl-performs-hwa-corden-video>
- [https://www.upi.com/Entertainment\\_News/2020/10/29/CL-performs-new-single-Hwa-on-The-Late-Late-Show/2391603991051/](https://www.upi.com/Entertainment_News/2020/10/29/CL-performs-new-single-Hwa-on-The-Late-Late-Show/2391603991051/)

10) 출처

- <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/st.html>
- <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000362.000010908.html>

☑ [유럽] 독일 2020 년 음악 스트리밍 시장 급성장 11)

- 2020 년 독일 음악 스트리밍 시장이 폭발적 성장세를 보임.
  - ☑ 2020 년 독일에서 발생한 음악 스트리밍은 총 1,390 억 회로, 이는 2019 년 1,070 억 회 대비 29.9%, 2018 년 795 억 회 대비 74.4% 성장한 것임.
  - ☑ ‘독일 음악산업협회(BVMI)’에 따르면, 독일에서 2020 년 1 월~6 월 말까지 6 개월간 ‘Spotify’ 및 ‘Apple Music’과 같은 오디오 스트리밍 서비스가 약 5 억 1,900 만 유로를 벌어들였으며, 이는 전년 대비 20.7% 증가한 수치임.
  - ☑ GfK 엔터테인먼트 전무이사인 Mathias Giloth 박사는, “2020 년 독일에서 (하루 동안) 가장 많은 음악 스트리밍이 재생된 날은 크리스마스 이브와 새해전야로, 각각 6 억 5,500 만 회와 5 억 5,300 만 회로 이전 기록을 경신했다고 함.”
  - ☑ 또한 음악 감상이 온라인에서 이루어지는 추세가 이어지고 있으며 이는 시장에도 반영된 것으로 밝혀짐. 2013 년 이후 독일에서 발생한 총 스트리밍 수는 총 4,570 억에 달함. 2020 년 첫 6 개월 동안 매출의 2/3 (65.7 %)는 다운로드 및 비디오 스트리밍과 함께 오디오 스트리밍 수익에서 발생했으며 이는 온라인 매출의 75%에 달함.
  - ☑ 2020 년 독일 음반 매출은 아직 공개되지 않았으나, 2019 년에는 전년 대비 8.2 % 증가하여 16 억 2,300 만 유로를 기록한 바 있음(소매 기준).

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

<https://culture.newstank.fr/fr/article/view/205267/Allemagne-139-milliards-streams-audio-comptabilises-2020-29-9.html>  
MBW, 음악 업계 전문 언론

<https://www.musicbusinessworldwide.com/germany-generated-139bn-music-streams-during-covid-hit-2020-nearly-a-third-more-than-in-2019/>

패션



☑ [일본] 패션브랜드 ‘SHE SAID THAT’이 쿠츠시타야(靴下屋)와 콜라보 12)



- ☑ 일본의 인기 양말 전문매장 ‘쿠츠시타야(靴下屋)’, ‘타비오(Tabio, タビオ)’를 운영하는 (주)타비오는 한국의 패션브랜드 ‘She Said That’과의 콜라보 양말을 1 월 22 일 공식 온라인 스토어를 통해 선 판매하며, 1 월 29 일부터 오프라인으로 쿠츠시타야 한정으로 매장에서 판매한다고 함.
- ☑ 한국 패션브랜드 ‘She Said That’은 가방이나 옷, 핸드폰 케이스 등을 주로 판매하는 패션 브랜드로 디자이너 이예지씨가 직접 디자인하고 있으며, 특유의 디자인과 색상으로 한국뿐만 아니라 일본에서도 큰 인기를 끌고 있는 신생 브랜드임.
- ☑ ‘She Said That’은 일본 인기 패션 편집숍 ‘Niko and...’와도 과거 콜라보를 진행했던 브랜드이며 ‘바이마(Buyma)’ 등 일본 대표 온라인 쇼핑몰에서도 꾸준히 인기를 끌고 있는 제품임. 이번 타비오와의 콜라보로 일본 내 인지도 상승이 더욱 기대됨.

12) 출처

-<https://www.sankei.com/economy/news/210115/prl2101150490-n1.html>

## 통합(정책·기타)



### ☑ [미국] 비아콤 CBS, '파라마운트 플러스' 출시 예정 13)

- ☑ 비아콤 CBS 는 미국 3 대 지상파 방송 중 하나인 CBS 방송과 '아이언맨', '트랜스포머' 등을 제작한 영화사 '파라마운트픽처스' 등을 보유한 '비아콤'이 지난해 합병한 미디어 업체임.
- ☑ 3 월 4 일 미국에서 스트리밍 서비스 '파라마운트플러스'를 출시할 것이라고 발표함. 이는 2014 년 기존의 'CBS 올 액세스' 스트리밍 서비스를 재정비한 것임. CBS 같은 날 라틴아메리카와 캐나다에서도 출시될 예정이며, 3 월 25 일에는 북유럽, 2021 년 중반에는 호주에 출시될 예정임.
- ☑ '파라마운트플러스'는 '환상특급'(The Twilight Zone), '굿 파이트'(The Good Fight) 등의 오리지널 시리즈를 포함해, 비아콤 CBS 소유의 채널 CBS, BET, MTV 등과 '파라마운트픽처스'의 시리즈 및 영화를 포함할 것임.
- ☑ 비아콤 CBS 가 보유한 케이블 TV 는 OTT 서비스에 밀려, 지난해 2 분기의 경우, 미국 전체 케이블 TV 가입자 중 200 만 가구가 서비스를 중단함. 반면, OTT 시장은 '넷플릭스' 이후, '디즈니플러스', 'HBO 맥스', '피콕' 등 새로운 업체가 등장함에 따라 경쟁이 치열해짐.

### ☑ [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 19- 일본 콘텐츠의 해외 권역별 소비 비율 14)

- ☑ 일본 콘텐츠를 소비하는 시장은 아시아가 55.2%로 과반수를 차지하고 있으며, 이어 북미가 25.5%, 유럽이 13.7%를 차지하는 등 여전히 아시아 지역에서의 인기가 높음.
- ☑ 아시아 지역에서 가장 많이 소비되는 콘텐츠는 '애니메이션'으로 총 5,792 억 엔 규모로 전체 소비 콘텐츠 중 59.6%를 차지하고 있으며, 다른 지역에서도 가장 많은 소비되고 있음.

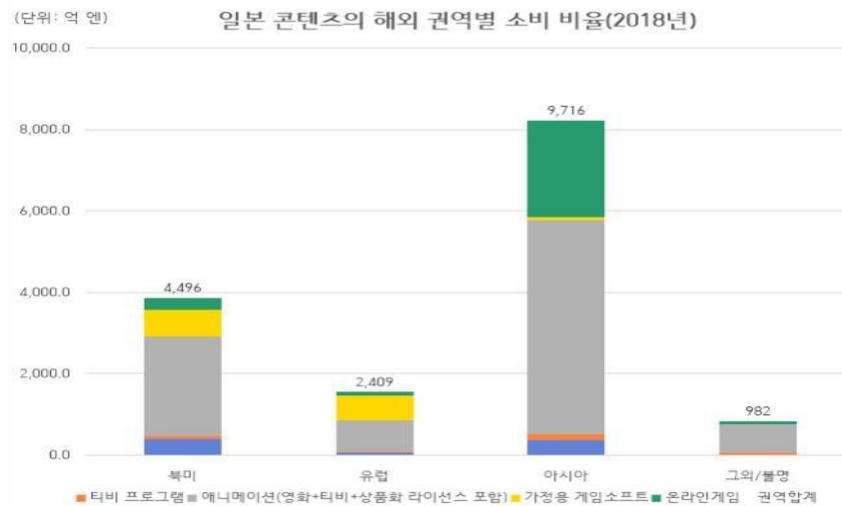
13) 출처

- <https://www.theverge.com/2021/1/19/22238502/paramount-plus-launch-date-cbs-all-access-streaming-event-shows-movies>

- <https://www.cnbc.com/2021/01/19/viacomcbs-paramount-streaming-service-launches-march-4.html>

- <https://www.cnn.com/2021/01/19/media/paramount-viacomcbs-date/index.html>

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



### ☑ [유럽] 유럽 각국, 글로벌 거대 플랫폼 독과점 방지 및 과세 방안 시행 박차 15)

- 구글, 아마존, 페이스북, 애플 등, 일명 'GAFA'로 통칭하는 글로벌 거대 플랫폼의 유럽 내 수익사업에 대한 유럽연합의 공동 과세 도입방안을 찾지 못하고 있는 상황에서 최근 프랑스, 독일이 관련 법안을 잇달아 발표하며 각국이 독자적 대응에 박차를 가하고 있음
- 프랑스: 아일랜드와 협정 통해 글로벌 플랫폼 과세 근거 마련
  - ☑ 프랑스는 2019년 7월 국회에서 연수익 7억 5,000만 유로 이상, 프랑스 수익 2,500만 유로 이상의 글로벌 IT 그룹에 대해 프랑스 연 매출 3% 과세 법안을 통과시킨 바 있음.
  - ☑ 이에 대해 2020년 프랑스-미국 양국 정상회담의 협상을 통해 과세를 2021년 1월까지 보류, OECD 차원 협상을 합의했음.
  - ☑ 조 바이든 대통령 당선 및 취임에 따라 미국은 신임 재무부 장관 Janet Yellen을 통해 트럼프 행정부의 구 노선과의 단절을 발표, 프랑스는 이에 환영하며 OECD 차원 협상이 올해 여름까지 마무리되기를 희망한다는 의사를 표명함.
  - ☑ 한편, 최근 프랑스 국무원이 '프랑스-아일랜드 간 협정'을 통해 아일랜드에 사업자를 두고 있는 기업의 프랑스 자회사를 '고정 사업장'으로 인정하면서 아일랜드에 서버 소재지를 둔 구글, 페이스북에 대한 과세 근거를 마련함.<sup>16)</sup>

15) 출처: Les Échos, 프랑스 경제 전문 일간지

<https://www.lesechos.fr/economie-france/budget-fiscalite/taxation-des-gafa-la-decision-de-justice-qui-change-la-donne-pour-le-fisc-1280590>

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/lallemagne-muscle-son-antitrust-face-aux-geants-du-net-1281316>  
EURACTIV, 유럽 독립 미디어 네트워크

<https://www.euractiv.com/section/digital/news/spains-new-google-and-tobin-taxes-to-generate-about-e1-billion-this-year/Challenges>, 프랑스 경제전문지

[https://www.challenges.fr/economie/bruno-le-maire-croit-a-un-accord-americain-sur-la-taxe-gafa\\_746814](https://www.challenges.fr/economie/bruno-le-maire-croit-a-un-accord-americain-sur-la-taxe-gafa_746814)

16) 국제 조세조약 상, 플랫폼 사업자는 고정 사업장인 '서버 소재지'가 있는 국가에 법인세 과세가 가능. 구글(아일랜드), 애플(룩셈부르)

- **독일: 글로벌 거대 플랫폼 독과점 방지 법안 채택**
  - ✔ 독일 하원이 지난 2021년 1월 14일(목) 글로벌 거대 플랫폼에 대한 독일 경쟁 당국 수사 및 제재 권한 강화 법안을 채택함.
  - ✔ 해당 법안을 준비한 뒤셀도르프 경쟁연구소장(전 경쟁위원회 소속) Justus Haucap는 이에 대해 “시장 정의 구현에 다가섰다”고 평했으며, 독일 연방독과점방지국(Bundeskartellamt)은 올해 안에 해당 규제 행동에 나설 것이라고 밝힘.
- **스페인: 디지털 서비스 세제 발효**
  - ✔ 2020년 10월 디지털 서비스 세제 관련, 일명 ‘구글세’ 법안 통과. 2021년 1월부터 발효.
  - ✔ 전 세계적으로 연간 7억 5,000만 유로 이상의 매출을 기록하며 그 중 스페인에서 300만 유로의 매출을 거두는 기업을 과세 대상으로 함. 스페인 정부는 이러한 기업의 1) 온라인광고 서비스 2) 온라인 중개 서비스 3) 사용자로부터 제공된 정보 판매로 인한 수익의 3%를 과세.
  - ✔ 미국과의 무역마찰에 대한 우려로 연말까지 징수를 연기하였으나, 관련 세수는 9억 680만 유로에 달할 것으로 전망.

### ✔ [유럽] 영국 2020년 유럽 스타트업 업계 선두 지켜 17)

- **브렉시트, 코로나 19 확산에도 불구하고 영국이 2020년 105억 달러의 자금을 유치, 프랑스 스타트업 진흥 정책인 프렌치테크의 선전에도 여전히 유럽 스타트업 시장 최대 규모를 유지했으며 언론은 앞으로도 영국이 유럽 스타트업 업계를 주도할 것으로 분석함.**
  - ✔ 테크산업 분석기관인 ‘딜룸(Dealroom)’의 발표에 따르면, 유럽 전체 벤처캐피탈 투자액 431억 달러 중 영국이 유치한 금액은 105억 달러로 독일(69억)과 프랑스(61억)를 크게 능가하는 것으로 알려짐.
  - ✔ 2020년 파리와 베를린의 유니콘 기업(기업 가치 10억 달러가 넘는 비상장 기업)은 11개인 반면, 런던은 43개 이상인 것으로 집계됨.
  - ✔ ‘딜룸(Dealroom)’은 향후 런던의 유니콘은 82개로 증가할 것으로 전망, 여전히 파리(42개)와 베를린(32개)을 합친 것보다 더 많을 것으로 분석함. 다만, 영국 자본은 투자 측면에는 2019년 수준(107억)보다 더 나은 성과를 거두지 못한 것으로 분석됨.
  - ✔ 또한 런던 스타트업 업계의 주요 이점은 투자의 다양성으로 분석됨.
    - 2020년 런던 스타트업이 유치한 투자의 36%는 미국과 캐나다 자본이며, 파리는 그 비중이 15%에 불과함. 그리고 런던에 투자된 자금의 최대 25%만이 영국 투자자로부터 나온 반면, 파리 자금의

크), 페이스북(아일랜드), 아마존(룩셈부르크) 등은 유럽 사업장을 조세회피 지역에 두고 있다는 비난을 받아 왔음.

17) 출처: Les Échos, 프랑스 경제 전문 일간지

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/londres-bataille-pour-preserver-le-leadership-europeen-du-financement-des-start-up-1281099>

40%는 프랑스 자본으로부터 나옴.

- ‘세쿼이아 캐피탈(SEQUOIA CAPITAL)’과 같은 미국의 대규모 펀드가 작년에 런던으로 이주하면서 이러한 추세는 더욱 가속화 할 것으로 보임.

### ☑ [인니] ‘까따뵐 자카르타(Katapel Jakarta)’ 개최

- ☑ 2020년 12월 20일부터 23일까지 자카르타 더 리츠 칼튼 호텔(The Ritz Carlton Jakarta Hotel)에서 콘텐츠 IP 관련 행사인 ‘까따뵐 자카르타(Katapel Jakarta)’가 온라인으로 개최됨.
- ☑ 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF) 및 자카르타 주 정부가 협업한 이번 행사는 ‘CHSE’ 기술 지도와 창작 IP 상업화를 주제로 무료로 개최됨.
- ☑ ‘CHSE’는 청결(Cleanliness), 건강(Health), 안전(Safety), 환경 지속가능성(Environment Sustainability)을 바탕으로 한 건강 프로토콜 적용을 의미함.
- ☑ 이번 행사 관련 담당자는 “이번 행사에 애니메이션, 게임, 만화, 패션, 그래픽 디자인, 광고 등 다양한 분야의 창작가 100여 명이 참여하였으며, ‘뉴노멀(New Normal)시대’에 발맞춰 창조산업이 더욱 경쟁력 있기를 바란다.”라고 밝힘.
- ☑ 한편, ‘까따뵐(Katapel)’은 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)가 운영하는 프로그램으로, 현지 콘텐츠 IP 상업화 플랫폼인 ‘까따뵐닷아이디(Katapel.id)’를 통해 IP 창작자들에게 교육 프로그램을 제공함.

### ☑ [베트남] 7월부터 베트남 생산 스마트폰, 5G 지원 의무



그림 3 | 작년 7월 빈스마트의 첫 5G폰인 V스마트(Vsmart)

- ☑ 오는 7월부터 베트남에서 판매되는 모든 휴대폰은 새로운 국가 표준에 따라 5G를 지원해야 함.
- ☑ 베트남 통신국(VNTA)의 ‘르엉 팜 남황(Luong Pham Nam Hoang)’은 7일 열린 포럼에서 “통신국은 정보통신부에 5G와 관련한 새로운 국가 표준을 제출했다”라며 “이는 7월부터 발효될 것”이라고 밝힘. 앞서 베트남 통신업체들은 2019년부터 5G를 테스트해 왔지만, 올해 6월부터 본격적인 서비스를 시작할 예정임. ‘르엉 팜 남황(Luong Pham Nam Hoang)’에 따르면 5G 서비스는 비용 절감을

위해 호치민, 하노이 등 대도시부터 단계적으로 배치될 계획이라고 함.

- ☞ 아울러 통신국은 ‘비엠텔’, ‘빈스마트’, ‘Bkav’, ‘VNPT’ 등의 통신회사들에게 5G 관련 부품 생산의 검토를 촉구했는데, 이는 자체 생산이 가능할 경우 수입보다 비용면에서 큰 이득이 있다는 판단. ‘베트남 통신국(VNPT)’에 따르면 베트남은 2030년까지 전국적으로 5G 서비스를 제공해 모든 시민에게 저렴한 가격으로 광대역 인터넷 연결 제공을 목표로 하고 있다고 밝힘.

## ☑ [베트남] 베트남 통신부, 가짜뉴스 예방 센터 개설



[그림 4] ‘베트남 가짜뉴스 방지 센터(VAFC)’ 홈페이지

- ☞ 지난 1월 12일 정보통신부는 온라인에 게시된 허위 정보를 근절하기 위해 설립한 기관인 ‘베트남 가짜뉴스 방지 센터(VAFC, Vietnam Anti-Fake News Center)’를 개소했다고 밝힘.
- ☞ 가짜뉴스 관리센터가 운영하는 정보포탈 사이트에서는 가짜뉴스 색출, 신고접수, 공개 및 경고, 삭제 및 처리 등 관리 전반을 담당하게 됨. 이 사이트에서 이용자들은 무엇이 가짜뉴스인지를 공개된 정보로 확인할 수 있으며, 이 사이트는 또한 거짓 정보를 퍼뜨린 사람들은 최대 1년까지 징역형을 받을 수 있음을 상기시켜줌.
- ☞ ‘베트남 가짜뉴스 방지 센터(VAFC)’는 정보부 산하의 ‘방송 및 전자 정보 기관(ABEI)’이 베트남 가짜뉴스 방지 센터(VAFC)의 관리를 받게 됨. ‘ABEI’의 Lưu Đình Phúc 이사는 "가짜뉴스는 인간에 의해 만들어지기 때문에 인간만이 그러한 거짓 정보를 감지하고 처리할 수 있다."라고 언급하면서, "센터는 가짜뉴스를 수신, 감지, 평가 및 라벨링 하면서 노출 및 수정할 것"이라고 덧붙임.
- ☞ ‘베트남 가짜뉴스 방지 센터(VAFC)’에 배정된 인원수는 확실하지 않지만, 그곳의 직원들은 온라인에서 널리 공유되는 정보를 식별하고, 그 유효성을 확인, 필요한 경우 부정확하다고 표시하고 네티즌에게 더 이상 공유하지 않도록 경고하는 임무를 수행하게 될 것임.

## KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향 ('20.12 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 빌보드 Hot 100(12 월 1 주)</li> <li>- (1 위) BTS(Life Goes On)</li> <li>- (3 위) BTS(Dynamite)</li> <li>- (13 위) BTS(Blue &amp; Grey)</li> <li>- (22 위) BTS(Stay)</li> <li>o 빌보드 200(12 월 1 주)</li> <li>- (1 위) BTS(Life Goes On)</li> <li>- (3 위) BTS(Dynamite)</li> </ul>	o 주요 차트 순위권 내 없음	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음</li> <li>o 구글플레이(12.31) : 순위 없음</li> </ul>	
		중국	<ul style="list-style-type: none"> <li>o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10(1 월 11 일 기준)</li> <li>- (6 위) Rain/박진영(나로바꾸자)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>o 17173 PC 게임 인기(1 월 11 일 기준)</li> <li>- (1 위) 던전앤파이터</li> <li>- (9 위) 블레이드 앤 소울</li> <li>- (15 위) 크로스파이어</li> <li>- (16 위) MU Online</li> <li>- (19 위) Mir 2</li> <li>o 17173 모바일게임 인기(1 월 11 일 기준)</li> <li>- (1 위) 블레이드 앤 소울 모바일</li> <li>- (10 위) 라그나로크 온라인</li> <li>- (12 위) 메이플스토리 모바일</li> <li>- (17 위) CF MOBILE FPS</li> <li>- (18 위) 드래곤네스트 모바일</li> </ul>
동북아	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 오리콘차트(12 월 4 주)</li> <li>1) 주간 싱글앨범 랭킹</li> <li>- (2 위) NiziU(Step and a step)</li> <li>- (4 위) BTS(Dynamite)</li> <li>2) 주간 디지털싱글 랭킹</li> <li>- (3 위) BTS(Dynamite)</li> <li>3) 주간 디지털앨범 랭킹</li> <li>- (6 위) BTS(BE)</li> <li>4) 스트리밍 랭킹</li> <li>- (1 위) BTS(Dynamite)</li> <li>- (8 위) NiziU(Make you happy)</li> <li>- (9 위) NiziU(Step and a step)</li> <li>o 오리콘차트(앨범/연간(2020))</li> <li>- (3 위) BTS(MAP OF THE SOUL:7~THE JOURNEY~)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 넷플릭스('20 년 12 월)</li> <li>- (4 위) 스타트업</li> <li>- (5 위) 사랑의 불시착</li> <li>- (8 위) 스위트홈</li> <li>o 넷플릭스(연간(2020))</li> <li>- (1 위) 사랑의 불시착</li> <li>- (3 위) 이태원 클라쓰</li> <li>- (5 위) 사이코지만 괜찮아</li> <li>- (8 위) 김비서가 왜 그럴까</li> <li>- (9 위) 스타트업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 온라인게이머, 인기순위('21. 1. 4.)</li> <li>- (1 위) 로스트아크</li> <li>- (3 위) 검은사막</li> <li>- (5 위) 라그나로크온라인</li> <li>- (7 위) 마비노기</li> <li>- (9 위) 메이플스토리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 라인망가('20. 12. 4.)</li> <li>- (1 위) 여신강림</li> <li>- (2 위) 외모지상주의</li> <li>- (3 위) 재혼후</li> <li>- (4 위) 싸움독학</li> <li>- (10 위) 인생전망</li> <li>o 픽코마('20. 12. 4.)</li> <li>- (1 위) 나 혼자만 레벨업</li> <li>- (2 위) 일년은 모래시계를 되돌린다</li> <li>- (3 위) 악역이 앤딩은 죽음뿐</li> <li>- (4 위) 4000 년만에 귀환한 대마도사</li> <li>- (5 위) 어느 날 공주가 되어버렸다</li> <li>- (7 위) 날것 공작의 히어로방역했습니다</li> <li>- (8 위) 황제와 여사</li> <li>- (9 위) 괴물 공작의 계약공녀</li> </ul>

		- (5 위) BTS(MAP OF THE SOUL:7) - (8 위) SEVENTEREN(24H)			- (10 위) 나혼자자동사냥
동남아	인도네시아	o 스포티파이(12 월 5 주) - (6 위) BTS (Life Goes On)	o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (12.31) - (1 위) 스위트홈 - (2 위) 사랑의 불시착 - (4 위) 으라차차 와이키키 2 - (5 위) 런 온 - (6 위) 사이코지만 괜찮아 - (9 위) 슬기로운 의사 생활	o 온라인게임(스마트빌링, PC 방, 12 월) - (1 위) 포인트블랭크 - (3 위) 로스트 사가 o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음	o 라인웹툰(12 월 5 주) - (1 위) 여신강림 - (3 위) 터치터치 그대 - (7 위) 외모지상주의
	베트남	o 스포티파이(12 월 5 주) - (16 위) BTS (Life Goes On) o Zing 차트 - Kpop 차트(12 월 5 주) - (1 위) Blackpink (Lovesick Girls) - (2 위) AKMU (어떻게 이별까지 사랑하겠어, 널 사랑하는 거지) - (3 위) Blackpink (How You Like That) - (4 위) Oh My Girl (Dolphin) - (5 위) 조정석 (Aloha)	o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (12.31) - (1 위) 스위트홈 - (3 위) 도시남녀의 사랑법 - (5 위) 스타트업 - (7 위) 경이로운 소문	o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : - (1 위) 언더월드오피스 (유료)	
유럽	영국	o 빌보드 유로 디지털 세일즈 차트(12 월 1 주) - (2 위) BTS(Life Goes On) - (5 위) BTS(Blue & Grey) o 빌보드 영국 디지털 세일즈 차트(12 월 1 주) - (2 위) BTS(Life Goes On) - (10 위) BTS(Blue & Grey)	o 넷플릭스 영국 TOP TV SHOWS 순위(12 월) - (19 위) 스위트 홈	o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음	o 네이버 영국 웹툰 TOP 10 (12 월) - (3 위) 여신강림
	프랑스	o 빌보드 프랑스 디지털 세일즈 차트(12 월 1 주) - (3 위) BTS(Life Goes On)	o 넷플릭스 프랑스 TOP TV SHOWS 순위(12 월) - (11 위) 스위트 홈	o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음	o 네이버 프랑스 웹툰 TOP 10 (12 월) - (1 위) 여신강림 - (6 위) 화이트 블러드
	독일	o 빌보드 독일 앨범 차트(12 월 1 주) - (4 위) BTS(BE)	o 넷플릭스 독일 TOP TV SHOWS 순위(12 월) - (13 위) 스위트 홈	o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음	
	이탈리아	o 빌보드 아태리 디지털 세일즈 차트(12 월 1 주) - (2 위) BTS(Life Goes On) - (5 위) BTS(Blue & Grey)	o 넷플릭스 아태리 TOP TV SHOWS 순위(12 월) - (22 위) 스위트 홈	o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음	
	스페인	o 빌보드 스페인 디지털 세일즈 차트(12 월 1 주) - (2 위) BTS(Life Goes On) - (10 위) BTS(Blue & Grey)	o 넷플릭스 스페인 TOP TV SHOWS 순위(12 월) - (9 위) 스위트 홈	o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음	o 네이버 스페인 웹툰 TOP 10 (12 월) - (1 위) 여신강림 - (9 위) 악마와 계약연애 - (10 위) 스위트 홈
중동	UAE	o 양가미 차트(12 월) - 순위 없음	o 넷플릭스 카타르 오늘의 TOP 10(12.30) - (2 위) 스타트업 o 넷플릭스 사우디 오늘의 TOP 10(12.30)	o 애플앱스토어(UAE, 12.30) - (1 위) 배틀그라운드	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- (3 위) 스타트업</li> <li>○ 넷플릭스 쿠웨이트 오늘의 TOP 10(12.30)</li> <li>- (9 위) 스위트홈</li> <li>○ 넷플릭스 오만 오늘의 TOP 10(12.30)</li> <li>- (10 위) 스타트업</li> <li>○ 넷플릭스 모로코 오늘의 TOP 10(12.30)</li> <li>- (5 위) 스타트업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 애플앱스토어(사우디, 12.30)</li> <li>- (1 위) 배틀그라운드</li> <li>○ 애플앱스토어(오만, 12.30)</li> <li>- (1 위) 배틀그라운드</li> <li>○ 애플앱스토어(이집트, 12.30)</li> <li>- (1 위) 배틀그라운드</li> </ul>	
--	--	---	---	--

※ 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 위함 이므로 **참고용**으로만 활용하시기 바랍니다.

 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