

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2021

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

209 호

2021년 2월 3일 한류사업팀

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> • [미국] '너의 목소리가 보여' 시즌 2 방송 예정 • [심천] 더우인(抖音), 2021년 중국 춘완(春晚) 인터티브 이벤트 단독 공식 협력 파트너로 확정 • [일본] '사랑의 불시착' 도쿄 전시회, 긴급 사태 선언에도 불구하고 인기 화제 • [일본] 드라마 '쌈머가이즈', 'ABEMA' 앱에서 한·일 동시 방영 결정 • [유럽] 'ViacomCBS', 프랑스에 AVOD 서비스 'Pluto TV' 출범 • [유럽] 칸 '국제영상콘텐츠마켓(MIPTV)' 2021년 행사 계획 발표 • [유럽] 2020년 유럽 텔레비전/OTT 기업 매출 순위 발표... '넷플릭스' 2위 • [인니] OTT 가입자 수 현황 • [UAE] 2021년에 놓치지 말아야 할 한국 드라마
 게임·융복합	<ul style="list-style-type: none"> • [유럽] 2020년 프랑스 모바일 애플리케이션 이용 성향 분석 • [베트남] 베트남 e 스포츠 시장 급성장, 작년 온라인게임 시장 전년 대비 16% 증가
 애니·캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> • [북경] 2020년 중국 TV 애니메이션 제작등록 작품 수 총 571편
 만화·웹툰	<ul style="list-style-type: none"> • [일본] '카카오재팬'의 웹툰 앱 '픽코마', 일본 국내 앱 매출 연간 1위 • [유럽] 프랑스 만화 전문출판사 'Delcourt', 웹툰 플랫폼 'Verytoon' 출범 • [베트남] (주)더코믹스, 베트남 시장 내 파생상품 사업 확장
 음악	<ul style="list-style-type: none"> • [미국] 에픽하이, 타임스퀘어 전광판 장식 • [미국] '빌보드(Billboard) 뮤직 어워드' 개최 일정 공개 • [일본] 랭킹사이트 '2021년 히트할 것 같은 아티스트', 'NiziU' 랭크인 • [일본] YG 신인 그룹 '트레저'의 애니메이션 엔딩곡 음원차트 1위 화제
 패션	<ul style="list-style-type: none"> • [미국] 한국 디자이너 '박소희', '카디비'와 협업하여 '빌보드(Billboard)' 커버 장식
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> • [미국] '스포티파이(Spotify)', 오디오북 시장 진출 • [북경] '국가인터넷정보판공실', 온라인 공식계정 정보관리규정 개정판 발표 • [심천] 도우위(斗鱼) KPL(왕자영요 프로리그) 팀 DYG 심천 입주 • [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 20-일본영화 해외수출액 • [인니] 인니 관광창조경제부, '2021 홍콩 국제 라이선싱 쇼' 참가 • [베트남] 호치민 시, 아시아에서 가장 투자하기 좋은 도시 5위 선정





☑ [미국] '너의 목소리가 보여' 시즌 2 방송 예정 1)

KOCCA



(출처: '폭스(FOX)')

- ☑ 지난 27 일(현지 시간), 미국 지상파 채널 '폭스(FOX)'는 '너의 목소리가 보여(I Can See Your Voice)' 시즌 2 를 준비하고 있음을 발표함.
- ☑ 시청률조사기관 '닐슨(Nielsen)'에 따르면, 시즌 1 은 2020 년 최고 데뷔작 중 하나로 뽑혔으며, 18-49 세 시청자들 사이에서 2020-2021 시즌 새로운 예능 프로그램 1 위로 선정됨. 또한, 시청자 점수 평균 1.3 점과 총 6 백만 여 명의 시청으로 방송 시리즈 중 세 번째로 높은 시청률을 보임.
- ☑ 시즌 1 의 경우, 수요일 밤 9 시 프라임타임에 편성되어 동시간대 시청률 1 위를 기록하였고, 미국 유명 업계 전문지 '버라이어티(Variety)'는 "코로나 19 로 개인 시청률이 감소하는 상황임에도, 첫 회부터 견고한 점유율을 보였다"며 긍정적으로 평가함.
- ☑ '너의 목소리가 보여'는 지난 2018 년 KOCCA USA 에서 진행된 'K-format at LA Screenings'를 통해 미국 방송 관계자들에게 소개되어 계약되었으며, 본 행사를 통해 한국의 우수한 포맷이 미국 방송 시장에 진출하고 있음 .

1) 출처

- <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/i-can-see-your-voice-renewed-fox>

- <https://www.billboard.com/articles/news/television/9517216/i-can-see-your-voice-renewed-season-2-fox/>

- <https://deadline.com/2021/01/i-can-see-your-voice-renewed-season-2-fox-ken-jeong-1234681518/>

☑ [심천] 더우인(抖音), 2021 년 중국 춘완(春晚) 인터랙티브 이벤트 단독 공식 협력 파트너로 확정

- ☑ 1 월 26 일, 중국중앙텔레비전춘절연환야회(央视春晚)(이하“춘완”)에서 ‘더우인(抖音)’을 2021 년 춘완(春晚) 홍bao(红包) 인터랙티브 이벤트 단독 협력 파트너로 공식 발표함. 이는 2019 년에 이어 더우인이 춘완과 진행하는 두 번째 협력 사업임.
- ☑ 2019 년, ‘더우인’은 춘완의 단독 공식 소셜 미디어 커뮤니케이션 플랫폼으로 춘완에 참여하였으며, 공동으로 ‘또 행복한 한 해’ 프로젝트를 진행하여 시청자에게 새해인사를 전하였음. 프로젝트는 좋은 성과를 얻었으며, 관련 영상은 247 억뷰를 달성함.
- ☑ 소개에 따르면, ‘더우인’은 이번 춘완 생중계 방송 기간 내에 12 억 위안의 홍bao 나눔 이벤트를 진행할 예정이며, 시청자는 춘완 시청과 동시에 사회자가 알리는 암호를 통해 홍bao를 획득할 수 있음.
- ☑ 북경바이트댄스(北京字节跳动) CEO 인 장난(张楠)은 “쇼트클립을 통해 새해인사를 전하는 것은 새로운 새해 풍속이 될 것이다. ‘더우인’은 중국 국내 우수 영상 플랫폼으로서, 춘절기간 내 명절의 특색을 반영한 영상 촬영 방식을 출시하여 춘절 분위기를 고무시킬 예정이며, 사용자들은 ‘더우인’ 영상 촬영을 통해 새해 인사를 전할 수 있다”라고 밝힘.
- ☑ 춘완 홍bao 이벤트 외에도 ‘더우인’은 춘절기간 내에 다양한 이벤트를 진행할 예정임. 예를 들어, ‘클라우드 만남’, ‘온라인 모임’을 주제로 이벤트를 진행하여 코로나 19 로 인해 고향에 돌아가지 못하는 사용자들을 위해 가족들과의 ‘모임’을 실현할 계획임.
- ☑ 인터랙티브 이벤트 외에도, 올해 춘완은 ‘더우인’, ‘진르투타오(今日头条)’, ‘시과비디오(西瓜视频)’ 등의 플랫폼에서 생중계할 예정임.

☑ [일본] ‘사랑의 불시착’ 도쿄 전시회, 긴급 사태 선언에도 불구하고 인기 화제 2)

- ☑ 코로나 감염확대로 일본 주요 도시에는 긴급 사태 선언이 내려진 가운데 ‘사랑의 불시착’ 전시회가 큰 인기를 끌어 유명 방송작가 야마다 미호코(山田美保子)는 이번 전시회를 코로나 사태 속 엔터 계를 이끄는 공로자라고 칭함.
- ☑ 전시회에서는 미공개 컷 250 점을 포함한 450 여 점의 소품과 사진을 전시했으며 포토존을 설치해 팬들이 현장감을 느낄 수 있게 함. 이번 도쿄에서의 개최를 기념하여 주인공 윤세리 역을 연기한 배우 손예진의 일본 팬들을 향한 스페셜 동영상도 마련됨.
- ☑ 또한 오리지널 굿즈 등도 판매하고 있으며 전시회 음성 가이드 녹음에는 평소에도 ‘사랑의 불시착’ 팬이라고 언급해 화제가 되었던 유명 텔런트 쇼후쿠데이 쓰루베(笑福亭鹤瓶)와 아이돌 노기자카 46

2) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/ba561adf342fe6b3abe6391fb2d77495f40ad24c>
-<https://news.yahoo.co.jp/articles/f14a90c5a8b30a7d6467f855b95ffd933a3d7c4f>

의 사이토 아스카(齋藤飛鳥)가 참여함. 전시회는 도쿄에서 2월 27일까지 개최되며 이후 오사카, 나고야, 후쿠오카까지 일본 전역에서 개최할 예정.



✔ [일본] 드라마 ‘쌘머 가이즈’, ‘ABEMA’ 앱에서 한일 동시 방영 결정 3)

- ✔ 씨엔블루 멤버 이정신, 전 아이오아이 멤버 강미나와 임나영 등 인기 K-POP 아티스트들이 출연하는 청춘 로맨스 드라마 ‘쌘머 가이즈’가 3월 30일부터 한일 동시 방영하는 것으로 결정됨.
- ✔ 일본에서의 방송은 일본어 자막을 붙여 동영상 스트리밍 앱인 ‘ABEMA’에서 독점 무료 스트리밍을 개시한다고 함. 한국에서도 처음 방영되는 신작 드라마 작품을 일본에서도 동시에 방영하는 것은 이번 ‘쌘머가이즈’와 ‘ABEMA’가 최초임.

✔ [유럽] ‘ViacomCBS’, 프랑스에 AVOD 서비스 ‘Pluto TV’ 출범 4)

- ‘ViacomCBS(이하 비아컴)’가 오는 2월 8일부터 자사 AVOD 스트리밍 서비스인 ‘Pluto TV(이하 플루토 TV)’의 프랑스 출범을 발표함.
 - ✔ 2013년 설립된 ‘플루토 TV’는 100개 이상의 채널을 보유한 무료 광고기반 스트리밍 서비스로, 2019년 ‘비아컴’에 인수되었음. 2020년 빠르게 서비스를 확장하며 브라질을 포함한 라틴 아메리카 국가에서 광범위하게 서비스 중이며, 전 세계적으로 3대륙 24개국에서 3,600만 명의 이용자를 보유하고 있음.
 - ✔ 프랑스에서 서비스될 ‘플루토 TV’의 채널은 40여개로 알려졌으며, 상당량의 현지 콘텐츠를 포함한 것으로 밝혀짐.

3) 출처

-<https://abematv.co.jp/posts/13550632>

4) 출처 : TBI Vision

<https://tbivision.com/2021/01/21/viacomcbs-to-launch-pluto-tv-into-france-marking-avod-first-for-the-country/>

- ☑ 프로그램 세부 정보는 아직 공개되지 않았으나 출시 시점에 제공되는 채널은 ‘플루토 TV’ Ciné, Action, Drama 등임. 어린이 콘텐츠, 애니메이션, 리얼리티, 수사물, 코미디, 스포츠, 다큐멘터리 등 폭넓은 방송 콘텐츠가 포함된 것으로 알려짐.
- ☑ ‘Pluto TV’는 프랑스에서 서비스되는 최초의 광고기반 무료 방송 스트리밍 (AVOD) 플랫폼으로, 성공 여부에 따라 향후 프랑스 시장에서의 해당 서비스 경쟁력을 확인할 수 있을 것으로 전망.
- ☑ 또한, 유럽/중동/아프리카 및 아시아 SPV 인 Olivier Jollet 는 프랑스 출시가 유럽에서 플루토 TV 의 입지를 다지는데 중요한 단계라고 평함.

☑ [유럽] 2020 년 유럽 텔레비전/OTT 기업 매출 순위 발표... ‘넷플릭스’ 2 위 5)

- 미디어 전문연구기관 ‘Ampere Anlysis’가 2020 년 유럽 텔레비전/OTT 매출에 따른 기업 순위를 발표함.6)



[그림 1] 2020년 유럽 텔레비전 미디어 기업 매출 분포

- ☑ 유럽 전역에 서비스되는 영국의 유료 TV 서비스인 ‘Sky’를 소유한 ‘Comcast’가 12%로 1 위, ‘넷플릭스’가 6.1%로 2 위, 독일 공영방송 ‘QRD’가 5.7%로 3 위에 올랐으며, 유럽 전체 방송 매출의 6%가 스트리밍 서비스에서 나온 것으로 밝혀짐.

5) 출처 : ZDNET, 프랑스 IT 전문 인터넷 언론

<https://www-zdnet-fr.cdn.ampproject.org/c/s/www.zdnet.fr/amp/blogs/digital-home-revolution/netflix-deuxieme-groupe-media-en-europe-39916235.htm>

TVB Europe, 유럽 방송업계 전문 언론

<https://www.tvbeurope.com/media-delivery/netflix-now-the-second-largest-tv-group-in-europe>

6) ‘매출’은 광고 수익료, VoD 수익, 공공기금 및 유료 방송 서비스 구독 수입 등을 포함함.

- ☑ ‘Ampere Analysis’의 수석 분석가 Tony Maroulis 는 “넷플릭스가 유럽 전역에서 성공을 거둔 반면 현지 방송사들은 전례 없는 어려움에 처해 있다. 향후 몇 년 동안 넷플릭스는 더 많은 매출을 올릴 것으로 전망하며, 그 규모는 대부분의 로컬 경쟁 기업들이 따라 올 수 없는 고품질 콘텐츠를 대량으로 제작할 수 있음을 의미한다. 이러한 글로벌-로컬 불균형은 온라인 시청 전환을 더욱 가속화 할 것이며, 현재는 이 현상은 젊은 층뿐만 아니라 노년층 인구로 까지 확대되기 시작하고 있다”고 평함.

☑ [유럽] 칸 ‘국제영상콘텐츠마켓(MIPTV)’ 2021 년 행사 계획 발표 7)

- 2021 년 제 58 회 칸 ‘국제영상콘텐츠마켓(이하 MIPTV)’의 일정 및 계획이 발표됨.



[그림 2] 2021 칸 ‘국제영상콘텐츠마켓(MIPTV)’ 공식 웹사이트 (MIPTV.com)

- ☑ ‘MIPTV’는 전통적으로 프랑스 칸에서 일주일간 진행되며 전 세계 배급사, 제작사, 바이어 및 커미셔너들이 모여 드라마, 다큐멘터리 어린이 콘텐츠 및 포맷을 선보이는 비즈니스 미팅, 콘퍼런스 및 글로벌 네트워킹 등의 행사로 이루어짐.
- ☑ 그러나 2020 년 행사는 코로나바이러스 확산으로 인해 온라인으로 변경된 바 있으며, 올해 행사 역시 ‘MIPTV ONLINE+’ 제하 온라인상에서 오는 4 월 12 일 ~ 16 일 개최가 확정됨.
- ☑ 올해 행사에서 주목할 점은 전통적으로 ‘MIPTV’에 앞서 열리는 다큐멘터리 스크리닝 마켓(MIPDoc)과 세계 최대 포맷 전문 마켓인 ‘MIPFormats’를 온라인 플랫폼을 통해 처음으로 통합, 동시 진행한다는 것임. 한편, 주최 측(Reed MIDEM)은 제 4 회 칸 국제시리즈페스티벌(Canneseries)을 오프라인으로 병행할 예정이라고 밝힘(4 월 9 일 ~ 14 일).

● 참가방법

- ☑ 공식 웹사이트를 통해 세 가지 참가 레벨을 제공함.
 - ‘디지털 패스’ 레벨: 전체 기간, 장르 마켓, 스피드 미팅, 멘토링 워크숍, 콘퍼런스, 네트워킹 등 모든 행사참가가 가능

7) 출처 : TBI Vision, 방송업계 전문 언론 (<https://tbivision.com/2021/01/22/reed-midem-announces-digital-miptv-details/>)

- ‘One-to-One Distribution Market’ 레벨: 4 월 13~15 일, 다큐멘터리, 포맷, 팩추얼 배급사와 바이어 접근 가능
- ‘One-to-One Coproduction & Development Forum’ 레벨: 4 월 13~15 일, 다큐멘터리, 포맷, 팩추얼 제작사, 배급사, 바이어 및 커미셔너 접근 가능
- ☑ 주요 프로그램으로 Fresh TV, 주요 참가자 기조연설, MIPDrama buyers 스크리닝, MIP Sustainable Development Goals Award 등이 예정되어 있음.

☑ [인니] OTT 가입자 수 현황

KOCCA

- ☑ 2021 년 1 월 16 일 ‘미디어 파트너스 아시아(Media Partners Asia, MPA)’는 보고서 <2020 아시아 태평양 온라인 비디오&초고속인터넷(Asia Pacific Online Video&Broadband Distribution 2020)>을 발표함.
- ☑ ‘미디어 파트너스 아시아(MPA)’는 홍콩, 싱가포르, 인도를 기반으로 하는 미디어 조사기관으로, 이번 보고서를 통해 호주, 중국, 홍콩, 인도, 인도네시아, 일본, 한국, 말레이시아, 뉴질랜드, 필리핀, 싱가포르, 대만, 태국, 베트남 등 14 개국 대상 125 개 VOD 서비스 현황에 대해 조사함.
- ☑ 해당 보고서에 따르면, 2021 년 1 월 기준 인도네시아 OTT 가입자 순위는 1 위 ‘디즈니플러스(Disney+)’ 700 만 명, 2 위 ‘뷰(Viu)’ 150 만 명, 3 위 ‘비디오(Vidio)’ 110 만 명, 4 위 ‘넷플릭스(Netflix)’ 85 만명 순으로 나타남.
- ☑ 2020 년 9 월 인도네시아에 진출한 ‘디즈니플러스(Disney+)’는 현지 통신사 1 위인 ‘텔콤셀(Telkomsel)’과 협업하여 패키지 상품을 저렴하게 출시하고 현지 인기 영화를 제공하고 있으며 경쟁력 있는 가격과 차별화된 콘텐츠 제공으로 단숨에 인도네시아 OTT 시장에서 1 위를 차지한 것으로 조사됨.
- ☑ 반면, 2016 년 1 월 인도네시아에 진출한 ‘넷플릭스’는 ‘텔콤셀(Telkomsel)’과 협력 관계를 유지하지 못해, 2020 년 7 월 들어 ‘넷플릭스’ 사이트 접속이 차단됨.
- ☑ 또한, ‘뷰’는 ‘고페이(GoPay)’, ‘오보(OVO)’ 등 현지 주요 디지털 페이사와 협업하여 고객이 손쉽게 결제할 수 있도록 하여 고객 확보에 나서는 반면, ‘넷플릭스’는 여전히 신용카드 결제를 통해서만 구독 가능함.
- ☑ ‘미디어 파트너스 아시아(MPA)’ 관계자는 “인도네시아 OTT 시장은 중국, 인도 다음으로 아시아 에서 큰 시장으로 손꼽힌다. 현재 OTT 가입자 수는 총인구의 3% 불과하며 이는 가정주부 수의 10%에 해당하는 수치”라고 밝힘.
- ☑ 최근 2 년간 ‘아이플릭스(iFlix)’, ‘훅(HOOQ)’ 등이 현지 서비스를 중단하며 인도네시아 전체 OTT 시장이 하락하는 추세를 보였으나, ‘디즈니플러스(Disney+)’, ‘아이치이(iQIYI)’, ‘위티비(WeTV)’ 등 신규 서비스 사업자가 진출하며 다시 상승세 유지함.
- ☑ 한편, 인도네시아는 약 1 억 9,600 만 명의 인터넷 사용자를 보유하여 미국 및 중국 OTT 사업자들에게 성장 잠재력이 뛰어난 시장으로 분류되고 있음.

☑ [UAE] 2021 년에 놓치지 말아야 할 한국 드라마 8)

- ☑ 최근 한국 드라마가 중동지역에서 인기가 높아지고 있으며 많은 아랍 채널들이 드라마 시리즈의 방송 권을 얻기 위해 경쟁하고 있음.
- ☑ 양국 문화의 융합으로 중동 국가 중 특히 사우디아라비아에서 한국 드라마를 가장 많이 시청함.
- ☑ 2021 년에 놓쳐서는 안 될 최고의 한국 드라마 시리즈 소개

• 프라이빗 라이프



(출처 : The Swoon)

• 스타트업



(출처 : The Swoon)

8) 출처 :

<https://www.alyuwm.com/%D9%85%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%8A%D8%AC%D8%A8-%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%83-%D9%85%D8%B4%D8%A7%D9%87%D8%AF%D8%AA%D9%87%D8%A7-%D9%81%D9%8A-2021/>

- 구미호뎐



(출처 : VIKI)

- 도도솔솔라라솔



(출처 : The Swoon)

- 보건교사 안은영



(출처 : The Swoon)

- 비밀의 숲 시즌 2



(출처 : The Swoon)

- 청춘기록



(출처 : The Swoon)

- 우리, 사랑했을까



(출처 : The Swoon)

- 신입사관 구해령



(출처 : The Swoon)

- 60 일, 지정생존자



(출처 : The Swoon)

- 좋아하면 울리는



(출처 : The Swoon)

- 나 홀로 그대



(출처 : The Swoon)

☑ 다음 한국 드라마 시리즈도 추천

- 봄밤
- 타인은 지옥이다
- 더킹 : 영원의 군주
- 슬기로운 의사생활
- 쌍갑포차
- 알함브라 궁전의 추억
- 사랑의 불시착
- 배가본드
- 하이 바이 마마
- 머니 게임
- 본 대로 말하라
- 이태원 클라쓰
- 날씨가 좋으면 찾아가겠어요
- 마음의 조작
- 상속자들
- 푸른 바다의 전설
- 가을동화



☑ [유럽] 2020 년 프랑스 모바일 애플리케이션 이용 성향 분석 9)

☉ ‘프랑스게임진흥원(AFJV)’이 2020 년 프랑스인들의 모바일 애플리케이션 이용 성향 조사 결과를 발표함.

- ☑ 2020 년 프랑스에서는 모바일 애플리케이션에 대한 지출이 20 억 6 천만 달러에 이르렀고, iOS 및 Google Play 에서 21 억 5 천만 회의 다운로드 수를 기록함.
- ☑ 또한, 일 평균 1 인당 약 2.9 시간으로 2019 년보다 45 % 더 많은 시간을 소비했으며, 총 모바일 이용시간은 35.160 시간에 달함.(Android 기준)

☉ 주요 결과

- ☑ 프랑스 모든 세대에서 모바일 사용 시간 증가
 - Z 세대는 ‘Twitch’를 가장 많이 사용했으며, ‘Discord’와 ‘Snapchat’가 그 뒤를 이음.(Android 기준)
 - 밀레니얼 세대는 중고 마켓인 ‘Leboncoin’, ‘LinkedIn’ 및 ‘AliExpress’순으로 가장 많이 이용함.
 - X 세대의 경우 ‘ORAGEMSG’ 애플리케이션을 가장 많이 사용했으며, 2020 년 모바일 사용 시간이 약 19% 증가함.
- ☑ 2021 년 모바일 게임 시장 전망
 - 전 세계 모바일 게임에 대한 소비자 지출은 2021 년에 1,200 억 달러를 넘어설 것으로, 전망으로 모바일 게임은 콘솔 및 컴퓨터 시장을 합친 것의 1.5 배 규모에 이룸.
 - 코어 게임은 모바일 게임 사용자 지출의 66%를 차지하며, 캐주얼 및 카지노 게임은 각각 24%와 11%임. 캐주얼 게임은 iOS 와 Google Play 에서 78%의 점유율로 다른 애플리케이션보다 훨씬 더 많은 다운로드 수를 기록함.
 - 2019 년과 2020 년 사이에 캐주얼 아케이드 게임 소비 시간이 300% 증가하여 Android 에서 총 42 억 시간에 달하여 1 위를 차지함.
- ☑ 프랑스 모바일 게임 순위
 - 최다 다운로드 순: Coin Master, Between Us, Brain Out, Brain Test 및 Scrabble Go
 - 최대 지출 순: Coin Master, The Seven Deadly Sins, State of Survival, Gardenscapes, Call of Duty Mobile
 - 최다 소요시간 순: Coin Master, Scrabble Go, Roblox, The Seven Deadly Sins, Between Us, Call of Duty Mobile
- ☑ 금융 애플리케이션 사용자 수 증가

9) 출처 : AFJV, 프랑스게임진흥원

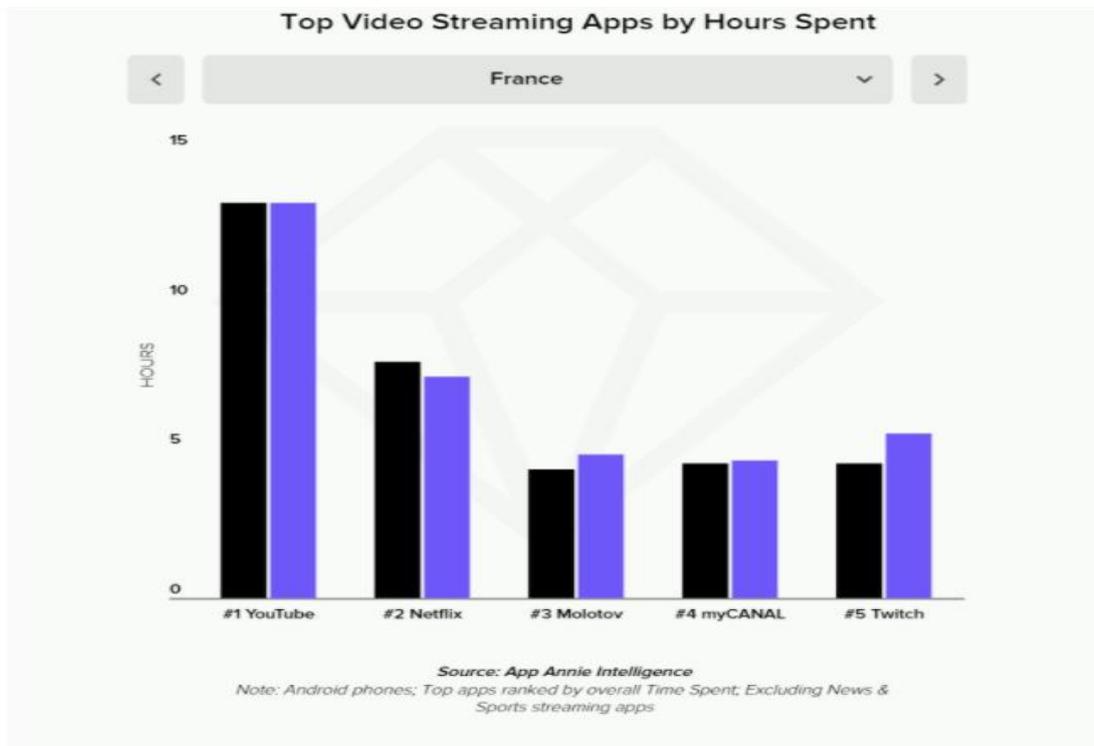
https://www.afjv.com/news/10463_les-francais-ont-depense-2-06-milliards-en-appli-mobiles-en-2020.htm

- 2020 년에 중국을 제외한 전 세계적으로 금융 앱에 2019 년 대비 45% 더 많은 시간을 소비했으며, 프랑스에서는 25% 증가함.
- 프랑스에서 Android 의 투자 및 거래 애플리케이션에 사용 시간은 2019 년에서 2020 년까지 1 년 새 270% 증가함.
- 2020 년 프랑스에서 가장 많이 사용된 금융 애플리케이션 순위는 La Banque Postale(프랑스 우체국 은행), Le Crédit Mutuel(프랑스 시중은행), Boursorama Banque(프랑스 인터넷 은행), Ma Banque(프랑스 인터넷 은행), MetaTrader

☞ 이동통제 조치로 인한 모바일 이용 행태 다변화 및 이용 시간 비약적 성장

1. 스트리밍 애플리케이션

- 2020 년 전 세계적으로 모바일 스트리밍 시간이 40% 증가함 (Android 핸드폰 기준).
- 프랑스 Android 사용자는 ‘유튜브’에서 월 13.2 시간, ‘넷플릭스’에서 7.4 시간, ‘Twitch’에서 5.5 시간, ‘Molotov’에서 4.8 시간, 마지막으로 ‘My Canal’에서 사용자당 월 4.6 시간 사용함.



[그림 3] 프랑스 스트리밍 애플리케이션 사용 시간 순위

2. 쇼핑 애플리케이션

- 프랑스인들은 쇼핑 애플리케이션 이용에 2019 년 12 월 1,120 만 시간, 2020 년 11 월 말 1,700 만 시간을 할애했음.
- 주요 쇼핑 애플리케이션은 ‘LeBoncoin’, ‘Vinted’, ‘AliExpress’임.

3. 음식 배달 애플리케이션

- 2020 년 프랑스에서는 음식 배달 앱 이용수가 2020 년 1 월 12 일 주 2,300 만에서 12 월 6 일 주 4 천 5 백만으로 거의 두 배 증가함.
- 가장 많이 이용된 배달 앱은 ‘Uber Eats’, ‘Deliveroo’, ‘Phenix courses anti-gaspi’ 순임.

4. 그 외: 피트니스, 비즈니스, 교육 애플리케이션 이용 증가

- 프랑스에서는 2019 년에서 2020 년 사이에 피트니스 및 건강 애플리케이션에 대한 지출이 65% 증가함. (전 세계적으로 30% 증가, 지출 20 억 달러)
- 또한, 'Zoom' 등의 비즈니스 애플리케이션에서 보낸 시간이 2019 년 1 분기 1,800 만 시간에서 2020 년 4 분기 4,400 만 시간으로 증가함.
- 더불어 'Mon compte Formation', 'Picture This', 'Google Classroom' 등 원격 교육 애플리케이션 이용률이 크게 증가함.

✔ [베트남] e 스포츠 시장 급성장, 작년 온라인게임 시장 전년 대비 16% 증가

- ✔ 베트남 올해 e 스포츠 시장 규모는 더욱 성장할 것으로 전망. 스트리밍 분석 사이트 'e 스포츠 차트 (Esports Charts)'는 지난 2020 년 '아레나 챔피언십(AIC)' 국제경기의 전 세계 스트리밍으로, 동시 접속 1,700 만 시간 중 베트남 시청률 68.5%라는 대기록을 세웠다고 밝힘. 이는 베트남 e 스포츠 마니아들의 해당 e 스포츠 경기 실시간 스트리밍에서 태국의 23%와 비교해 압도적으로 높은 스트리밍 시청률을 보인 것임.
- ✔ 베트남에서 e 스포츠를 즐기는 인원은 해마다 늘어, 독일의 데이터 포털 '스타티스타(Statista)'는 "지난 2020 년 세계에서 성인 게이머 수가 가장 많았다"라고 밝힘. '스타티스타(Statista)' 조사에 따르면 베트남의 경우 지난해 국내 온라인게임 수입은 전년인 2019 년보다 16% 증가해 1 천만 달러를 넘어선 것으로 추산된다고 전함.
- ✔ 한편, 'e 스포츠 차트'는 해당 게임에 대해 "아레나 챔피언십 경기는 멀티플레이어 배틀 아레나 게임으로 평균 12~18 분 동안 진행되는 경기에서 승부를 가리게 된다"라고 설명함.



[그림 4] e스포츠 베트남 프로 플레이어 경기 모습

애니·캐릭터



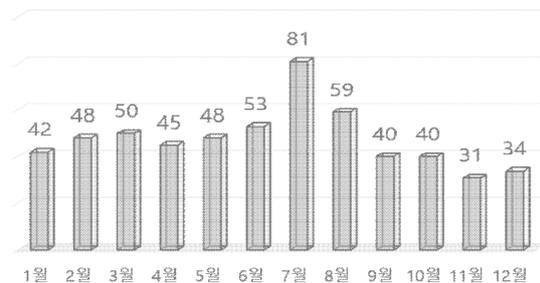
☑ [북경] 2020년 중국 TV 애니메이션 제작등록 작품 수 총 571 편

- ☑ 최근, '국가신문출판광전총국(이하 광전총국)'이 발표한 공시 내용에 따르면, 2020년 제작등록을 마친 중국산 TV 애니메이션 작품은 총 571 편으로 2015년의 약 4 배 수준임. 해당 애니메이션 작품을 장르로 구분하면 동화가 207 편(36%), 교육이 184 편(32%)으로 가장 많은 비율을 차지함.

최근 3년간 중국 TV애니메이션
등록제작 및 발행 작품수



2020년 중국 TV애니메이션 월별
제작등록 작품수



※ 2020년 제작발행 TV애니메이션 작품 수 미발표

※ 제작발행은 애니메이션 제작 완료 후 광전총국의 심사를 거쳐 발행을 허가받은 작품

만화·웹툰



☑ [일본] '카카오재팬'의 웹툰 앱 '픽코마', 일본 국내 앱 매출 연간 1 위 10)

- ☑ '카카오재팬'이 운영하는 전자 만화/소설 앱 '픽코마'가 2016년 4월 서비스 개시 이래 첫 현지 만화 앱 서비스 부문인 앱 스토어(책 카테고리)와 구글 플레이(만화 카테고리)에서의 판매 수치가 연간 1위를 달성했다고 알려짐. 동시에 동 부문 전 세계 랭킹에서도 글로벌 연간 매출 1위를 달성해 화제임.

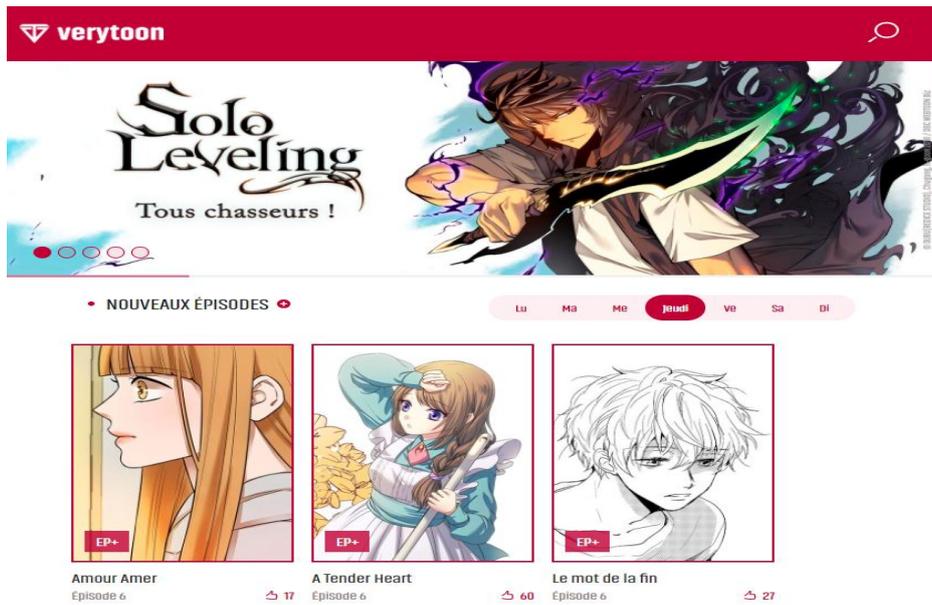
10) 출처: <https://gamebiz.jp/?p=286420>

年間セールスランキング推移



☑ [유럽] 프랑스 만화 전문출판사 ‘Delcourt’, 웹툰 플랫폼 ‘Verytoon’ 출범 11)

- 프랑스 만화 전문출판사 ‘Delcourt’가 1월 25일부터 웹툰 플랫폼 ‘Verytoon(이하 베리툰)’ 서비스를 개시함. 현재 연재되는 작품 수는 20여 개로, 주로 한국 웹툰을 중심으로 서비스를 시작했으며 2021년 말까지 70개 작품 연재를 목표로 하는 것으로 알려짐.



[그림 5] 베리툰 웹사이트 메인페이지 (1월 25일 오픈)

- 이에 대해 프랑스 국영 라디오 방송 채널 ‘프랑스앵포(Franceinfo)’가 홈페이지를 통해 < 한국발 만화 열풍 웹툰에 프랑스 출판사들이 열광하는 이유> 제하 심층 분석 기사를 게재함.

11) 출처: Franceinfo

https://www.francetvinfo.fr/culture/bd/delcourt-lance-a-son-tour-sa-plateforme-de-webtoon-verytoon-pourquoi-les-editeurs-francais-misent-ils-sur-ce-phenomene-bd-venu-de-coree_4259269.html

Verytoon 사이트 <https://www.verytoon.com/>

- ☞ 기사는 웹툰에 대해 ‘이 현상은 한국에서 발명되어 큰 인기를 끌면서 프랑스를 뒤흔들기 시작했다’며, ‘웹툰이란 무엇인가? 독자층은 누구이며 프랑스 출판사가 웹툰에 배팅하는 이유는 무엇인가?’ 등을 테마로 관계자 인터뷰 등을 통해 웹툰의 기원과 발전, 프랑스 시장 현황과 전망 등을 심층 분석하고 있음.
- ☞ 기사는 한국콘텐츠진흥원 2020년 자료를 인용, ‘웹툰은 한국에서 탄생했고 인쇄만화시장을 따라잡을 정도로 성장했다. 한국 웹툰 업계의 2019년 매출은 총 6,400억 원으로, 전년 대비 37.3% 증가했다’고 한국 웹툰 시장 현황을 소개함.

● 프랑스 출판사들이 웹툰에 배팅하는 이유는?

- ☞ ‘베리툰’ 설립자이자 ‘Delcourt’ 출판사 사장인 Guy Delcourt는 이에 대해 “나는 수년 동안 만화와 디지털의 진정한 만남을 추구하고 있었다. 물론 웹툰 이전에도 디지털 만화책은 존재했으나, 단순히 인쇄 만화책을 화면으로 옮긴 수준이었다. 2018년 서울을 방문해 웹툰을 접하면서 확신을 얻었다”고 밝힘.
- ☞ 프랑스/벨기에 기반 만화 전문출판사인 ‘Dupuis’가 운영하는 웹툰 플랫폼 ‘Webtoon Factory’의 편집장인 Cédric Robert는 “몇몇 드문 경우를 제외하고 프랑스/벨기에 만화는 국제적으로 인기를 얻는 경우가 드물다. 그러나 웹툰은 전통적인 만화와는 달리 문화 간 장벽이 없다. 우리가 웹툰에 배팅한 이유는 프랑스/벨기에의 만화를 수출하기에 웹툰이라는 장르가 적합하다고 생각했기 때문이다. 그래서 우리는 보유 작품들을 웹툰 작가들과 함께 각색하는 작업을 가장 먼저 진행하고 있다”고 그 이유를 밝힘.

● 웹툰 타겟 독자층과 운영 방식

- ☞ 기사는 ‘웹툰은 만화를 대체하지 않으며 서로 다른 타겟층을 상호 보충한다’고 설명함. 이에 대해 Cédric Robert는 프랑스 웹툰의 독자층을 디지털 시대에 태어난 사람들, 즉, ‘디지털 네이티브’로 특정함. “오늘날 10대들은 스마트폰으로 하루에 약 15가지 포맷을 소비하거나 생산한다. 웹툰은 그들을 위해 만들어진 포맷이며, 15~27세가 ‘Webtoon Factory’의 목표 연령층”이라고 밝힘.
- ☞ ‘한국에서는 대표적인 플랫폼에서 연재 중인 웹툰을 대부분 무료로 제공한다. 대부분 거대 포털들이기 때문에 감당이 가능한 것이다. 예를 들어 네이버 웹툰은 네이버 포털 서비스 이용자에 대한 콘텐츠 제공의 목적이 강했다. 반면 프랑스는 웹툰만을 위한 고유 플랫폼이 대부분이므로 무료 서비스로는 운영에 어려움이 있다’고 한국과 프랑스 웹툰 서비스 기반의 차이에 따른 운영 방식을 비교함.

● 작가들의 새로운 놀이터이자 실험실

- ☞ 기사는 ‘웹툰은 만화에서 감당할 수 없었던 특정 자유를 제공하는 새로운 놀이터’라고 평하기도 함. 에피소드의 말미에 있는 ‘Chiffhanger’(오픈 엔드)는 TV 시리즈와 매우 흡사한 모델로, 독자들이 다시금 플랫폼을 돌아오도록 하는 힘이 있으며, 매주 한편씩 연재하는 방식이 프랑스 만화에서는 존재하지 않던 방식이므로 작가들에게는 매우 호응이 빨라 힘든 측면도 있으나 보수 측면에서는 출판만화보다 낫다고 평함. 또한, 댓글을 통한 독자와 상호작용이 향후 에피소드, 시리즈 전개에 영향을 줄 수 있다는 점에서 작가들에게 새로운 창작방식이면서 도전이기 때문에 신선하다는 평.

☑ [베트남] (주)더코믹스, 베트남 시장 내 파생상품 사업 확장



TIVI truyện tranh - Webtoon

TheComicsVina Truyện tranh ★★★★★ 2.239

Thanh thiếu niên

Cho phép mua hàng trong ứng dụng

✕ Không dùng được ứng dụng này trên mọi thiết bị của bạn

Thêm vào danh sách mong muốn



[그림 6] 구글플레이 (주)더코믹스의 웹툰 플랫폼 (tivi webtoon)

- ☑ 베트남 시장에서 한국 웹툰 콘텐츠를 공급하고 현지에서 웹툰 플랫폼을 직접 개발 및 운영 중인 (주)더코믹스는 한국 웹툰 IP 기반의 2 차 저작물 사업을 확대한다고 밝힘.
- ☑ (주)더코믹스는 (주)디앤씨미디어의 자회사로 2019 년 7 월 베트남 웹툰 사업을 위해 설립되었으며, 또한 현지에서 자체 웹툰 플랫폼을 개발 및 운영하고 있음. 특히 베트남 1 위 이동통신사인 비엠텔 (Viettel)이 운영하는 모바일 엔터테인먼트 포털 'Mocha'에 한국 웹툰을 독점 제공 및 웹툰 서비스를 공동 운영하고 있음.
- ☑ 다양한 2 차 저작물 중 이번 '비주얼 웹툰' 사업은 (주)더코믹스가 운영 중인 베트남 현지 웹툰 플랫폼 (Tivi webtoon)에서 서비스되고 있는 '샤크(Shark)'라는 작품을 롯데엔터테인먼트 베트남에서 비주얼 웹툰으로 직접 제작 및 퍼블리싱까지 하는 최초의 사례임. 제작된 비주얼 웹툰은 롯데엔터테인먼트 베트남의 공식 유튜브 채널을 통해 독점 유통될 예정이며, 예고편만으로도 현지 사용자들로부터 뜨거운 반응을 불러일으키고 있음.
- ☑ (주)더코믹스 이진우 대표는 "이번 롯데엔터테인먼트 베트남과의 비주얼 웹툰 업무 협력은 앞으로 베트남의 합법적인 유료 웹툰 시장 확대와 2 차 저작물들의 올바른 유통 구조 확립에 큰 도움이 될 것이라 생각한다"라고 함.



☑ [미국] 에픽하이, 타임스퀘어 전광판 장식 12)



|그림 기 출처: 에픽하이 소속사 아워즈

- ☑ 지난 25 일(현지시간), 세계 최대 음원 스트리밍 플랫폼 ‘스포티파이(Spotify)’가 발표한 톱 데뷔 앨범 차트(Top Debut Albums Charts)에 따르면, 에픽하이 정규 10 집이 미국 차트에서 8 위, 글로벌 차트에서 19 위를 차지함. 해당 차트는 한 주 동안 발매된 전 세계 아티스트의 신보 중 가장 반응이 뜨거운 앨범 순위를 나타낸 차트임.
- ☑ ‘스포티파이(Spotify)’는 정규 10 집 ‘Epik High Is Here 上’을 명반으로 인정하여 이를 뉴욕 타임스퀘어 메인 전광판에 광고하는 선물을 제공한 것이라고 밝힘.
- ☑ 타이틀곡 ‘로사리오(Rosario)’는 빌리 아일리시, 애덤 리바인 등 유명 해외 가수들과 함께 ‘스포티파이(Spotify)’ 대표 플레이리스트인 ‘뉴 뮤직 프라이데이(NEW music friday)’에 수록됨. 또한, 뮤직 비디오는 ‘유튜브’의 트렌딩 월드와이드에 올라 주목을 받음.
- ☑ 이러한 메인 전광판 광고는 지난 11 월 ‘스포티파이(Spotify)’는 청하와 DJ 리햐(R3HAB)의 컬래버레이션을 프로모션하고자 진행되었으며. 스타 팬투표 애플리케이션 덕킹 투표를 통해 3 개월 간 1 위를 차지한 임영웅과 영탁도 전광판을 장식함.

12) 출처

- <https://abcnews.go.com/Entertainment/wireStory/album-epik-high-endures-south-korea-music-scene-75421700>
- <http://www.mtv.com/news/3173560/epik-high-is-here-tablo-interview/>
- <https://www.rollingstone.com/music/music-features/epik-high-cl-and-zico-rosario-song-review-1116351/>

☑ [미국] ‘빌보드(Billboard) 뮤직 어워드’ 개최 일정 공개 13)



|그림 8| 출처: Billboard

- ☑ 지난 25 일(현지시간), ‘빌보드 뮤직 어워드’(2021 Billboard Music Awards)는 공식 SNS 를 통해 본 행사를 5 월 23 일 에 진행할 것을 발표함. 동부 기준 오후 8 시, 서부 기준 오후 5 시에 미국 NBC 채널을 통해 생중계될 예정임.
- ☑ 본 행사는 ‘아메리칸 뮤직어워드(American Music Awards)’, ‘그래미 어워드(2021 Grammy Awards)’와 미국 3 대 음악 시상식으로, 방탄소년단이 2017 년부터 4 년 연속 수상했었음.
- ☑ 후보와 수상자는 앨범 및 디지털 노래 판매, 스트리밍, 라디오 방송, 투어, 소셜 영향력 등을 지표로 데이터 파트너들이 결정함. 2021 년 노미네이트, 공연 및 운영 방식 등에 관해서는 추후 공개될 예정임.
- ☑ 2020 년의 경우, 코로나 19 로 인해 5 월이 아닌 10 월에 진행됨. 방탄소년단은 톱 듀오/그룹 부문과 톱 소셜 아티스트 부문 후보로 올라 톱 소셜 아티스트 부문 수상자로 선정됨. 해당 후보에는 엑소와 갓세븐도 포함됨. 당시 미국 LA 돌비 극장에서 개최되었지만, 코로나 확산을 우려하여 비대면 무관중 공연으로 생중계됨

13) 출처

- <https://variety.com/2021/music/news/2021-billboard-music-awards-date-may-1234891147/>
- <https://deadline.com/2021/01/nbc-date-2021-billboard-music-awards-1234679494/>
- <https://www.billboard.com/articles/news/bbmas/9515747/2021-billboard-music-awards-date/>

☑ [일본] 랭킹 사이트 ‘2021 년 히트할 것 같은 아티스트’에 ‘NiziU’ 랭크인 14)



- ☑ 일본의 랭킹 전문 웹사이트 ‘랭킹(ランキンゲー!)’에서 10 대~30 대 남녀 2467 명을 대상으로 한 <2021 년 제일 화제가 될 것 같은 아티스트 랭킹>을 발표함. 랭킹 순위 1 위에는 JYP 엔터테인먼트가 프로듀싱에 공동 참가한 ‘NiziU’가 선정됨.
- ☑ 한일 공동 글로벌 오디션 <Nizi Project>로부터 탄생한 아이돌 그룹 ‘NiziU’는 프리 데뷔곡 ‘Make you happy’가 데뷔 전임에도 불구하고 큰 인기를 끌어 ‘MTV Video Music Awards Japan 2020’에서 최우수 댄스 비디오 상을 수상, 12 월 2 일 데뷔 싱글 ‘Step and a step’을 발매한 후에는 일본 최대 연말 가요제인 ‘홍백가합전’에도 처음 참가하는 등 큰 인기로 화제임.
- ☑ 무엇보다 데뷔 전 오디션 프로그램을 통해 경쟁하는 모습부터 대중들에게 보였기 때문에 팬을 포함해 많은 사람에게 용기와 밝은 힘을 주는 이미지로 2021 년에는 더욱 본격적으로 히트할 것으로 예상한다는 것이 투표 참여자들의 선정 이유라고 함.

14) 출처

-<https://article.yahoo.co.jp/detail/56acc3fc70ed06a5ec92c5f6887970aca15335dc>

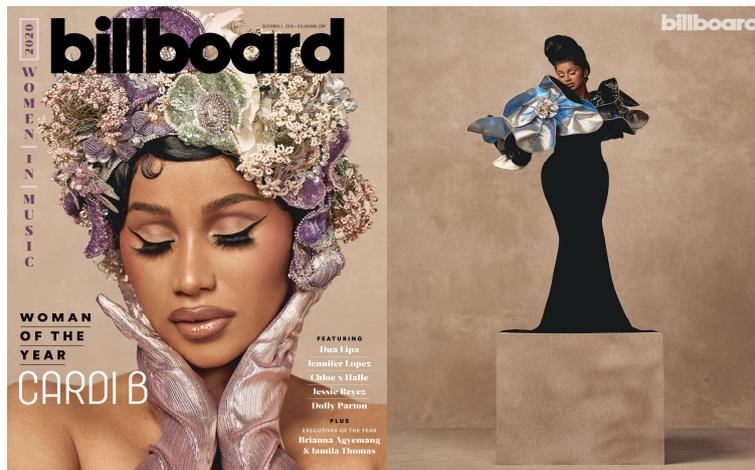
✔ [일본] YG 신인 그룹 ‘트레저’의 애니메이션 엔딩곡 음원차트 1 위 화제 15)

- ✔ YG 신인 그룹 ‘TREASURE(트레저)’가 엔딩곡 가수로 참가한 애니메이션 ‘블랙 클로버(ブラッククローバー)’의 엔딩 주제곡이 주요 음원 차트인 ‘라인뮤직(LINE 뮤직)’의 실시간 음원 차트와 ‘라쿠텐뮤직(楽天ミュージック)’의 실시간 종합 차트에서 1 위를 차지해 화제임.
- ✔ 22 일 일본에서 발매된 ‘트레저’의 신곡 ‘BEAUTIFUL’은 주간 소년 점프의 인기 연재작품 ‘블랙 클로버’의 애니메이션 엔딩 주제곡으로 ‘트레저’의 첫 일본 오리지널 곡이기도 함. 방송을 통해 음원이 공개된 직후에는 “#BlackClover_with_TREASURE”이라는 문구가 전 세계 트위터 실시간 트렌드 1 위를 차지하기도 했을 정도로 해외에서의 영향력이 대단한 것으로 보임.

패션



✔ [미국] 한국 디자이너 ‘박소희’, ‘카디비’와 협업하여 ‘빌보드(Billboard)’ 커버 장식 16)



|그림 9| 출처: Billboard

15) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/7adf1861ea67bfdd697f225e446b1e162bc584bc>

16) 출처

-<https://www.billboard.com/articles/news/women-in-music/9492018/cardi-b-woman-of-the-year-billboard-cover-story-interview-2020/>

-<https://www.billboard.com/articles/news/women-in-music/9497670/cardi-b-2020-billboard-women-in-music-speech-woman-of-the-year/>

-<https://www.billboard.com/articles/news/women-in-music/9497560/cardi-b-billboard-woman-of-the-year-honor-breonna-a-taylor-mom-tamika-palmer/>

- <https://woman.donga.com/3/all/12/2377879/1>

- ☑ 지난 12 월 10 일(현지 시간), ‘카디비’는 ‘빌보드 우먼 인 뮤직(Billboard Women In Music)’에서 올해의 여성 아티스트(Woman of the Year)로 선정됨. 이는 여성들에게 긍정적인 영향을 미친 아티스트에게 수여하는 것으로 ‘카디비’의 ‘빌보드(Billboard)’ 1 위 순위, 스포츠 브랜드 ‘리복’과 협업, 적극적인 정치적 메시지 등의 활동이 반영되었다고 함.
- ☑ ‘카디비’의 ‘빌보드(Billboard)’ 수상과 함께 레드카펫 대신 발행하는 ‘빌보드(Billboard)’ 잡지 화보 촬영을 위해 한국 디자이너 ‘박소희’의 브랜드 ‘MISS SOHEE’와 협업함.
- ☑ ‘MISS SOHEE’는 한국인 오트 쿠튀르 디자이너 ‘박소희’ 씨의 브랜드임. 유수의 디자이너들이 졸업한 영국 런던의 명문 패션 스쿨인 센트럴 세인트 마틴을 졸업을 앞둔 ‘박소희’씨는 코로나로 인해 졸업 발표회 작품을 인스타그램에 업로드했는데, 이 과정에서 입소문을 타고 널리 알려지게 됨.
- ☑ ‘MISS SOHEE’는 영국 패션 잡지 ‘LOVE’의 커버를 장식하고, 미국 유명 가수 ‘마일리 사이러스(Miley Cyrus)’가 정규 앨범과 영국 BBC 인기 토크쇼 ‘Midnight Sky’에 입고 등장했음. 또한, 미국 ‘크리스찬 코완’과 같이 준비한 ‘뉴욕 패션 위크’ 의상을 미국 모델 ‘벨라 하디드’와 가수 ‘그웬 스테파니’가 입어 주목을 받음. 현재는 ‘아리아나 그란데’의 드레스를 준비 중임.

통합(정책·기타)



☑ [미국] ‘스포티파이(Spotify)’, 오디오북 시장 진출 17)



[그림 10] 출처: Spotify

17) 출처

- <https://www.hollywoodreporter.com/news/spotify-tests-audiobooks-with-frankenstein-jane-eyre-and-other-literary-classics-exclusive>
- <https://www.billboard.com/articles/news/9515833/spotify-tests-audiobooks/>
- <https://www.cnet.com/news/spotify-tries-out-audiobooks-with-help-from-some-celebrity-narrators/>
- <https://www.theverge.com/2021/1/25/22248393/spotify-audiobook-exclusive-recordings-david-dobrick-hilary-swank>

- ✔ 전 세계 1억 4천만여 명의 유료 구독자를 확보한 ‘스포티파이(Spotify)’가 음악 스트리밍과 ‘팟캐스트’를 넘어 오디오북 시장 진출을 준비하는 중임. ‘스포티파이(Spotify)’는 고전 작품을 녹음하기 위해 포레스트 휘태커, 힐러리 스웱크, 데이빗 도브릭 등 유명 인사가 읽는 9개의 오디오북을 공개함.
- ✔ ‘스포티파이(Spotify)’는 오디오북 콘텐츠를 발전시키기 위해 하버드대학교 글렌다 카르피오 교수와 각 책에 대한 역사를 탐구하고 청취자들과 주제를 선정하여 소통하는 시리즈를 만들어 그 영역을 확장할 예정이라 발표함.
- ✔ 미국 시장조사기관인 ‘그랜드뷰리서치’에 따르면, 미국 오디오북 시장의 가치는 약 27억에 달함. ‘스포티파이(Spotify)’의 오디오북 시장과 아마존의 ‘오더블(audible)’이 경쟁하며 더욱 성장할 것이라 예상함.
- ✔ 코로나 이후 세계적으로 미디어 콘텐츠 이용이 급증함에 따라, OTT 서비스를 포함한 콘텐츠 이용이 크게 증가함. ‘스포티파이(Spotify)’는 2019년부터 팟캐스트에 집중, 애플-아마존과 함께 치열하게 경쟁함. 시장조사 업체 ‘리서치앤마켓츠’는 세계 팟캐스트 시장이 연평균 성장률 24.6% 상승했다고 발표함.
- ✔ 2021년 한국 서비스 론칭 계획을 공식적으로 발표했는데, ‘스포티파이(Spotify)’ 플래그십 캠페인 ‘랩드(Wrapped)’는 2014년 K-POP 허브 플레이리스트를 선보이고 청취 비중은 2,000% 이상 증가하며, 1800억 분 이상 스트리밍되어 1억 2천만 개 이상의 플레이리스트가 생성되었다고 밝힘.

✔ [북경] ‘국가인터넷정보판공실’, 온라인 공식계정 정보관리규정 개정판 발표

- ✔ 1월 22일, ‘국가인터넷정보판공실(国家网信办)’은 <인터넷 사용자 공식계정 정보서비스 관리규정(互联网用户公众账号信息服务管理规定)> 개정판을 발표함. 이번 개정판은 2017년 10월 8일부터 시행된 원 규정의 18개 조항에서 23개로 늘어났으며, 공식계정 플랫폼과 계정 운영자의 책임, 콘텐츠 심사 시스템 등에 초점이 맞춰졌으며 콘텐츠 관리감독에 대한 부분이 추가됨.
- ✔ 추가된 내용에 따르면, 공식계정 정보서비스 플랫폼은 검측평가 시스템을 구축하여 구독수·이용자 관심도·열람수·공유량 등의 데이터 조작행위를 방지해야 하며, 공식계정 운영자는 다수 플랫폼 계정을 이용하여 동일정보 콘텐츠를 대량으로 발송하거나 허위데이터 생성, 여론조작 등의 행위를 할 수 없음.

☑ [심천] 도우위(斗鱼) KPL(왕자영요 프로리그) 팀 DYG 심천 입주

- ☑ 2021년 1월 23일, 텐센트 e 스포츠 2021 티미 e 스포츠 프로젝트 계획 발표회가 심천 화룬 빌딩 예술 센터(深圳华润大厦艺术中心)에서 개최 됨. 발표회에서 도우위(斗鱼) 산하의 ‘DYG e 스포츠 클럽’은 심천시 남산구 입주를 공식 발표함. 또한, ‘DYG e-스포츠 클럽’은 심천 입주와 동시에 ‘심천 DYG e 스포츠 클럽’(이하 ‘심천 DYG’)으로 이름을 변경함. 도우위 창시자인 진소결(陈少杰), 텐센트 인터랙티브 모바일 e 스포츠 업무 담당 총경리, KPL 리그 주석인 장이가(张易加)는 KPL 관련 전략적 MOU 를 체결하였으며, 2021 KPL 봄 경기 시즌에 심천 남산 문화관을 정식 개장할 예정이라고 밝힘.
- ☑ 최근 ‘DYG’팀은 동절기 기간동안 우수한 성적을 거두었으며, 이와 더불어 많은 팬덤을 확보하였음. 또한, ‘DYG’ 소속 팀원과 코치는 1월 24일에 개최된 2020 왕자영요 시상식에서 “2020 왕자영요 KPL 베스트 코치 상”등의 상을 수상하였음.
- ☑ 이번 ‘DYG’의 심천 입주는 지역 홈그라운드에서의 새로운 발전이라고 볼 수 있음. 현재 e 스포츠의 영향력이 확대되면서 많은 지역들이 e 스포츠 산업 촉진 관련 발전 전략을 세우고 있음. 또한, 심천은 중국 소프트웨어 및 과학기술 산업이 발달되어있을 뿐만 아니라 글로벌 게임 콘텐츠 기업과 e 스포츠 콘텐츠 플랫폼을 다수 보유하고 있음. 2020년 말 기준, 심천에 위치한 게임 기업 수는 4,000 개가 넘었으며, 이중 27 개의 기업이 상장 하였고, 글로벌 게임 기업 20 강 중 3 개가 심천에 위치하고 있음.
- ☑ 심천의 지리적 장점을 활용하여, IP 연동, 인터랙티브 이벤트, 생방송 경기와 같은 운영 방식을 통해 더 많은 사용자를 확보할 계획이며, 이번 ‘DYG’ 입주를 통해 심천만의 문화 가치를 창출할 계획임.

☑ [일본] 데이터로 보는 일본 콘텐츠 산업 시리즈 20- 일본영화 해외 수출액 18)



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

- ☑ 일본 영화 제작자 연맹사 쇼치쿠, 토호, 토에이, 카도카와(松竹・東宝・東映・KADOKAWA) 4사의 해외 수출 실적을 추정한 결과 2019 년도 수출액은 32 억 7,787 천 달러로 2012 년도 수출액의 약 6 배 이상의 규모에 달함.
- ☑ 이 금액에는 각 회사의 애니메이션도 포함되며 영화와 관련된 권리(영화/TV 영상 해외배급권/해외상영권/리메이크권/해외방송권/영화·TV 캐릭터 상품화권 등)를 이용해 얻은 수입을 집계한 것임.

☑ [인니] 인니 관광창조경제부, '2021 홍콩국제라이선싱쇼' 참가

KOCCA

- ☑ 인도네시아 관광창조경제부(KEMENPAREKRAF)는 2021 년 1 월 11 일부터 15 일까지 '2021 홍콩국제라이선싱쇼(Hong Kong International Licensing Show 2021)'에 온라인 참가함.
- ☑ 지난 2020 년 12 월 10 일부터 20 일까지 현지 콘텐츠 IP 소유자 20 명을 모집한 가운데 참가조건은 18 세 이상 인도네시아 국적자로 게임, 애니메이션, 만화 분야의 IP 보유자이면서 해당 IP 의 상업화 준비가 완료된 자로 한정함.
- ☑ 타히랄랏(Tahilalats), 가유다야나(Gayudayana), 코믹 가 즐라스(Komik Ga Jelas), 음악 매딕(Emak Matic), 망우니 스쿼드(Manguni Squad), 구국!(Gugug!), 고스티스(Ghosty's), 민찬(Mintchan), 시주끼(Si Juki), 부미랑잇(Bumilangit), 두두(Dudu), 카림&카릴(Kareem&Khaleel), 댄!아이러브인도네시아(Damn! I Love Indonesia), 메이플 헤븐(Maple Haven), 펀 찌짤(Fun Cican), 고스트 파라다이드(Ghost Parade), 웨얼이즈마이캣?(Where is My Cat?), 와르가넷 라이프(Warganet Life), 멩(Meng), 니온(Nion) 등 총 20 개 현지 콘텐츠 기업이 해당 선발 절차를 통해 최종 참가사로 선정됨.
- ☑ 인도네시아 관광창조경제부 관련 담당자는 "홍콩 콘텐츠 IP 시장은 아시아 시장에서 규모가 크고 지리적으로 중국과 가까워 경제 발전 가능성이 높아 핵심시장으로 손꼽힌다. 이번 행사를 통해 많은 인도네시아 콘텐츠 IP 가 수출되기를 희망하고 인도네시아 창조경제 발전에 일조하기를 바란다."고 밝힘.
- ☑ 한편, '홍콩국제라이선싱쇼'는 지난 2002 년부터 매년 1 월 홍콩에서 개최되는 20 년 역사의 캐릭터 라이선싱 마켓임.

☑ [베트남] 호치민 시, 아시아서 가장 투자하기 좋은 도시 5 위 선정

- ☑ 베트남 경제도시 호치민 시가 아시아에서 가장 투자하기 좋은 도시 중 하나로 이름을 올림. 지난 1 월 26 일 베트남 현지 매체 VN 익스프레스에 따르면, 부동산 서비스업체 'CBRE'가 아시아 태평양 지역 투자자 490 명 이상을 대상으로 조사한 결과, 호치민 시는 일본 도쿄, 싱가포르, 한국 서울, 중국 상하이 다음으로 투자하기 좋다는 평가를 받음.
- ☑ 호치민 시가 이와 같은 평가를 받은 이유는, 공급사슬 망이 다양한 관계로 제조업과 물류 등의 투자가 몰리고 있는 데다 부동산 투자 시 높은 수익률이 기대되기 때문임. 호치민 시는 최근 들어 투자자들의

관심을 받고 있는데, 동남아에서 사업을 고려하고 있는 투자자들이라면 가장 먼저 관심을 갖게 되는 도시 중 하나로 꼽힘.

- ☞ 베트남 정부는 한국, 일본, 싱가포르 등 외국인의 투자 자금을 적극적으로 유치하며 빠른 경제성장을 이어가고 있음. 지난해 285 억 달러에 달하는 외국인 직접투자(FDI)를 유치했는데, 이중 싱가포르가 42%로 절반 가까이 차지했고, 중국(10.8%), 대만(10.3%), 홍콩(8.7%), 한국(8.2%), 일본(5.4%) 등의 순으로 나타남. 데스몬드 심 CBRE 동남아연구팀 총괄은 “최근 동남아 사업을 고려하는 투자자들 사이에서 호치민 시에 대한 관심이 커지고 있다”라고 설명함.

	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