

2021

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

210 호

2021 년 2 월 10 일 한류사업팀

구분	제목
 방송·영화	• [미국] '골든글로브 시상식' 후보 및 일정 발표 • [북경] 중국 인터넷 사용자 규모 9 억 8,900 만 명 • [북경] 춘절 당일 사전예매 박스오피스 규모 2 억 위안 초과 • [심천] 중국 '쇼트클립(短视频)' 이용자 수 8 억 돌파 • [일본] 넷플릭스 가입자 수 200 만 명 늘어... 위성 방송 'WOWWOW'는 주춤 • [일본] 한중일 아이돌 프로젝트 <걸스 플래닛 999> 'ABEMA'에서 공개 • [인니] '2020 틱톡 어워즈 인도네시아' 개최 • [베트남] '유튜브', 베트남 OTT 시장 주도
 게임·유희합	• [북경] 국가신문출판서, 2021 년 첫 중국산 게임 판호발급명단 발표 • [심천] 37 개 중국 모바일 게임 해외 시장 매출 1 억 달러 돌파 • [일본] '바이오하자드' 게임 시리즈의 브랜드 사이트 오픈 • [유럽] 프랑스국립영상센터, 천만 유로 규모 기술투자 조치 시행 예고 • [베트남] '포스' 김민철, 베트남 LoL 팀 '세베루스'로 이적
 애니·캐릭터	• [미국] '아기상어', 미국에서 큰 인기 • [미국] '소닉', 넷플릭스에서 애니메이션 제작
 만화·웹툰	• [유럽] 프랑스 만화 시장, 업계 불황과 코로나바이러스 위기에도 성장
 음악	• [일본] '마마무', 일본 지상파 첫 생방송 출연 화제 • [유럽] 프랑스 언론 분석: '케이팝은 엔터테인먼트의 미래?' • [유럽] 영국 뮤지션들, 브렉시트로 인해 유럽 내 활동 제약 우려 표명 • [인니] 한국어로 발표된 현지 대중가요
 패션	• [미국] 방탄소년단 뮤직비디오 의상 경매 참여
 통합(정책 등)	• [북경] 2021 년 중국 '양회(两会)' 개최일정 확정 • [일본] '도코모', 세계 최경량 스마트폰 연동 '디스플레이 안경' 공개 • [유럽] 2020 년 유럽 문화산업 분야 경제 규모와 전망 • [베트남] 베트남 제 13 차 전국공산당대회 폐막, 응웬푸쑹 서기장 3 연임 성공 • [베트남] "지난해 아시아 최고 경제는 중국 아닌 베트남", 미국 'CNBC' 평가 • [UAE] UAE, 'Global Entrepreneurship Index 2020'에서 중동 선두 • [UAE] 2021 년 사업 미래 전망



방송·영화



✓ [미국] '골든글로브 시상식' 후보 및 일정 발표 1)

KOCCA

- ✓ 3 일(현지 시간), '할리우드 외신기자협회(HFPA)'는 제 78 회 '골든글로브 시상식'의 최종 후보를 발표함. 영화 '미나리'는 외국어영화상의 후보로 지명됨. 해당 영화제는 팬데믹으로 인해 1 월이 아닌 2 월 28 일에 개최됨. 베버리힐스의 베버리힐튼에서 진행되며 NBC 를 통해 중계될 예정임.
- ✓ '골든글로브' 역사상 한 명 이상의 여성이 감독상 후보로 지명된 것은 처음임. 영화 '원 나이트 인 마이애미', '노마드랜드', '프라이싱 영 우먼'의 감독들이 후보에 오름. 데이비 드 핀처 감독의 넷플릭스 영화가 22 개 부문 후보에 올라 최다 후보를 기록함.
- ✓ 전 세계 권위 있는 음악 시상식인 '그래미어워드'는 코로나 19 로 인해 3 월 14 일로 연기됨. 지난해 발표된 바에 따르면, '방탄소년단'이 한국 가수 최초 'Best Pop Duo/Group Performance' 부문 후보에 오름. 2021 그래미는 시상자와 공연자만 현장에 참석하는 무관중 행사로 개최될 예정이며, 해당 시상식은 CBS 를 통해 생중계될 것임.
- ✓ 미국 영화업자와 영화예술 아카데미협회가 수여하는 미국 최대 영화상인 '아카데미시상식'은 4 월 25 일 돌비 극장에서 개최 예정임.
- ✓ <버라이어티(Variety)지>는 '미나리'가 미국 영화임에도 불구하고 외국어 영화상 후보에 오른 것에 대해 이해할 수 없는 결과라면서, "기이한 결정을 내렸다"고 촌평, '뉴욕타임즈(NYT)' 역시 같은 입장으로 "이미 수십 개의 비평가 단체상을 수상한 윤여정의 후보 지명 제외는 골든글로브의 가장 큰 실수"라고 밝힘.

✓ [북경] 중국 인터넷 사용자 규모 9 억 8,900 만 명

- ✓ 2 월 3 일, '중국인터넷정보센터(CNNIC)'가 발표한 제 47 차 <중국인터넷정보현황통계보고(中国互联网络发展状况统计报告)>에 따르면, 2020 년 12 월 중국 인터넷 사용자 규모는 9 억 8,900 만 명으로 2020 년 3 월보다 8,540 만 명 증가함. 인터넷 보급률은 전체 인구의 70.4% 수준임.
- ✓ 또, '쇼트클립'을 포함한 전체 인터넷 동영상 이용자는 9 억 2,700 만 명으로 작년 3 월 대비 7,633 만 명이 증가하여 전체 인터넷 사용자의 93.7%를 차지함. 이 중 '쇼트클립' 이용자는 8 억 7,300 만 명으로 전체 네티즌의 88.3%가 사용하고 있는 것으로 나타남.

1) 출처

- <https://www.nytimes.com/2021/02/03/movies/golden-globes-nominees-list.html>
- <https://variety.com/2021/music/news/grammy-awards-details-no-audience-1234897775/>
- <https://deadline.com/2021/01/oscar-2021-eligible-documentary-animation-international-categories-1234682643/>
- <https://variety.com/feature/2021-oscar-best-supporting-actress-predictions-1234769903/>

✓ [북경] 춘절 당일 사전예매 박스오피스 규모 2 억 위안 초과

- ✓ 중국 춘절 당일(2 월 12 일) 영화 사전예매 박스오피스 규모가 2 월 2 일 기준으로 2 억 위안(약 345 억 8,600 만 원)을 초과함. 작품별로는 영화 ‘당인가탐안 3(唐人街探案 3)’가 1 억 3,965 만 위안(약 241 억 4,967 만 원)으로 전체 중 69.8%를 차지하였으며, 그 다음으로는 영화 ‘Hi, Mom(你好, 李焕英)’이 2,674 만여 위안(약 46 억 원)으로 두 번째를 기록함.

✓ [심천] 중국 ‘쇼트클립(短视频)’ 이용자 수 8 억 돌파

- ✓ ‘중국인터넷정보센터(CNNIC)’에서 발표한 제 47 차 <중국 인터넷 발전 상황 통계 보고>에 의하면, 2020 년 12 월 기준, 중국 네티즌 규모는 9 억 8 천만 명에 달하였고 중국 네티즌 인당 인터넷 이용시간은 주당 26.2 시간에 달함.
- ✓ 데이터에 따르면, 중국 네티즌 사이에서 ‘쇼트클립’이 굉장한 인기를 얻고 있음. ‘쇼트클립’ 이용자를 포함한 중국 인터넷 동영상 이용자 수는 9 억 2 천만 명으로 2020 년 3 월 대비 7,633 만 명이 증가하였으며, 전체 네티즌의 93.7%를 차지함. 이중, ‘쇼트클립’ 이용자 규모는 8 억 7 천만 명이며, 2020 년 3 월 대비 1 억 명이 늘었고, 전체 네티즌의 88.3%를 차지함.
- ✓ ‘쇼트클립’은 ‘짧은 동영상’이라는 뜻으로 중국 SNS 에서 유행하는 동영상 형식이며, 5 분 이내의 짧은 동영상을 가리킴. 중국 ‘쇼트클립’ 업계는 4G 인터넷 보편화와 동시에 빠른 속도로 발전하였으며 더우인(抖音), 콰이쇼우(快手) 등의 우수 플랫폼을 탄생시켰음.
- ✓ ‘아이미디어 리서치(iiMedia Research)’에 따르면, 2020 년 중국 ‘쇼트클립’ 시장 규모는 1408 억 3 천만 위안에 달하였으며, 2021 년에는 2,000 억 위안에 달할 것으로 전망하고 있음. 코로나 19 는 ‘쇼트클립’ 시장 발전에 큰 영향을 줌. 2020-2022 년, ‘쇼트클립’ 시장의 경우 매우 빠른 속도로 성장할 것으로 전망되며, 연간 성장률 또한 44% 증가 될 것으로 예상됨. 2023-2025 년에는 연간 성장률 16%를 예상하고 있음.
- ✓ 중국 1, 2 선 도시(一二线城市)의 ‘쇼트클립’ 이용자 규모가 포화상태에 다다르면서, 많은 ‘쇼트클립’ 플랫폼이 해외시장에 진출함. 중국 국내뿐만 아니라, ‘쇼트클립’은 전 세계적으로 인기를 얻고 있음.

✔ [일본] '넷플릭스' 가입자 수 200 만 명 늘어... 위성 방송 'WOWWOW'는 주춤 2)

- ✔ 코로나 바이러스 확산으로 외식 및 관광 산업의 피해가 막대한 가운데 '넷플릭스' 등 월정액형 동영상 스트리밍 서비스는 가입자 수가 급증함. 특히 한국 드라마 '사랑의 불시착'과 '이태원 클라쓰'를 스트리밍 서비스한 '넷플릭스'는 2020 년 한 해 동안 가입자 수가 무려 약 200 만 명이 늘어나 총 일본 내 가입자는 약 500 만 명에 달함.
- ✔ 한편, '넷플릭스'와 같이 엔터테인먼트 동영상을 제공하는 일본의 BS 위성 사업자 중 하나인 유료 위성 방송 'WOWWOW'의 가입자 수는 감소 경향을 보임. 2020 년도 3 분기 결산보고서에 따르면 작년 12 월 말 시점 가입자 수는 278 만 1,000 건으로 지난 분기에 비해 약 7 만 4,000 명 정도가 감소한 것으로 나타남.
- ✔ 2014 년 및 2018 년에 US 오픈 테니스 대회에서 일본인 선수가 우승을 차지하는 등 일반인들의 테니스 대회 시청 확대에 의해 방영권을 가진 'WOWWOW'의 가입자 수가 대폭 증가했음. 그러나 2015 년도부터 월정액 요금이 800 엔에 콘텐츠 수도 수천 건이 넘는 '넷플릭스'가 등장하면서 3 개 채널 시청료가 월 2,300 엔 대인 'WOWWOW' 서비스에 대한 가입자 수 둔화세가 눈에 띈.

✔ [일본] 한중일 아이돌 프로젝트 <걸스 플래닛 999> 'ABEMA'에서 공개 3)

- ✔ 글로벌 걸 그룹 데뷔 프로젝트 <Girls Planet 999>가 'ABEMA'에서 한일 동시 공개됨. 이 프로젝트는 한국, 일본, 중국의 아이돌 지망생이 글로벌 무대에서 활동하는 것을 목표로 데뷔를 위한 도전을 펼침. 일본에서 큰 인기를 끈 드라마 '사랑의 불시착'을 제작했으며 영화 '기생충'의 투자 및 제작, 배급한 한국의 CJ ENM 의 새로운 오디션 프로젝트임.
- ✔ CJ 는 기존에도 'ENHYPEN'이 탄생한 <I-LAND>와 'IZ*ONE'과 'JO1'을 선발한 <PRODUCE>시리즈 등 오디션 프로젝트를 주최한 바 있음.
- ✔ 이번 프로젝트는 연내 스트리밍을 목표로 하고 있으며 언어와 문화가 다르지만 '아이돌 그룹 데뷔'라는 같은 꿈을 꾸는 한중일 젊은 참가자들의 성장 과정을 담을 예정.

2) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/61de83badf19a70823dd408fdc0dc79ea3683bc0>

3) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/cdfd61b7af72c2c488400120d5656917a39ddf5f>

✓ [인니] '2020 틱톡 어워즈 인도네시아' 개최

KOCCA

- 2021년 1월 30일 자카르타 RCTI+ 스튜디오에서 '2020 틱톡 어워즈 인도네시아(TikTok Awards Indonesia 2020)'를 개최함.
- 생방송으로 진행된 이번 행사는 현지 유명 MC 라피 아흐맛(Raffi Ahmad)과 니아 라마다니(Nia Ramadhani)가 진행을 맡은 가운데, 시상식 외 아그네스 모(Agnez Mo), 리즈키 페비안(Rizky Febian), 마리온 졸라(Marion Jola), 위어드 지니어스(Weird Genius), 티아라 안디니(Tiara Andini) 등 현지 인기 연예인들과 아쉬라프 자말(Asyraf Jamal), 제시카 붕아(Jessica Bunga) 등 크리에이터들과의 협업 무대로 구성함.
- 수상은 일반인 대상 모바일 투표와 심사위원 선정 등 두 부문으로 나누어 진행되었으며 심사위원은 산디아가 우노(Sandiaga Uno) 관광창조경제부 장관, 파비안 다르마완(Fabian Dharmawan) RCTI 제작본부장, 앙가 아누그라 부뜨라(Angga Anugrah Putra) 콘텐츠 운영 본부장 등이 참여함.

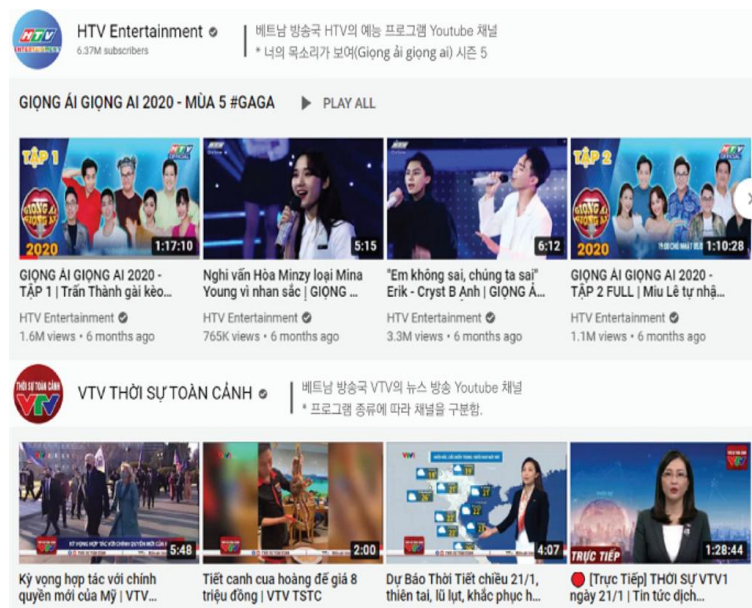
○ 〈2020 틱톡 어워즈 수상자〉

분류	No	수상 부문	수상자
일반 모바일 투표	1	올해의 크리에이터상	이브라 이스만(Ibra Isman)
	2	올해의 크리에이터상(연예인)	아놀드 푸르노모(Arnold Poernomo)
	3	올해의 인기노래상	코피 당뒳(Kopi Dangdut)
	4	올해의 신인상	렌시아 산비라(Rensia Sanvira)
	5	올해의 크리에이터상(뮤지션)	리즈키 페비안(Rizky Febian)
	6	올해의 인기 크리에이터상	메가 드위 짜야니(Mega Dwi Cahyani)
심사위원 선정	7	최우수 교육학습상	조크로 위만따라(Tjokro Wimantara)
	8	최우수 라이프 스타일상	르셉 DEBM(Resep DEBM)
	9	최우수 테크놀로지상	알도 아구스티노(Aldo Agustino)
	10	최우수 코미디상	패드란 할라오(Fadlan Halao)
	11	최우수 건강상	주마딜 무사(Jumadil Musa)
	12	최우수 게임상	페르디안 사부뜨라(Ferdian Saputra)
	13	최우수 퍼포먼스상	잇기타프(Idgitaf)
	14	최우수 패션뷰티상	자르나 바그와니(Jharna Bhagwani)

- 한편, 틱톡(TikTok)은 중국의 바이트댄스사가 서비스하는 소셜네트워크서비스(SNS) 앱으로, 15 초짜리 짧은 동영상 제작, 공유하는 기능을 제공하며 2018년 인도네시아에 진출하여 현재까지 큰 인기를 끌고 있음.

☑ [베트남] '유튜브', 베트남 OTT 시장 주도

- ☑ 베트남 호치민 무역관 보고서에 따르면 2020 년 '유튜브'는 베트남 OTT 시장의 성장을 견인했으며, 현 시점에도 시장을 주도하고 있는 플랫폼이라고 함. 특히, 소비자가 지불하는 결제액 없이 TV 방송을 비롯한 다양한 콘텐츠를 시청할 수 있는 강점이 OTT 플랫폼으로서 '유튜브(Youtube)'의 성장을 견인함.
- ☑ 베트남에서 '유튜브'는 현지 TV 방송사, 전문 영상 제작사·배급사 등이 이용하는 송출 플랫폼이기도 하며, 실제로 베트남 내 지상파 방송사 VTV 와 HTV, 기타 지역 방송사들은 TV 로 송출한 뉴스, 예능, 현지 스포츠 경기 등을 '유튜브'에 다시 게시하면서 부가수익을 창출함.
- ☑ 또한 베트남 OTT 시장에서 '유튜브'의 영향력은 웹 드라마의 인기에 힘입어 더욱 견고해졌는데, 웹 드라마(또는 웹 방송) 시장이 매년 양적, 질적인 발전을 거듭함에 따라 2017 년 전후 현지 밀레니엄 세대에게 깊이 스며든 OTT 콘텐츠로 자리 잡았음.
- ☑ 한편, 베트남 OTT 플랫폼 시장은 대부분 SVOD(구독 및 스트리밍 영상), AVOD(영상 시청 중 광고 포함), 또는 SVOD 와 AVOD 를 결합한 형태의 서비스가 점유하고 있는데, 유튜브(SVOD·AVOD 결합), 넷플릭스(SVOD), FPT Play(결합) 등이 대표적인 사례임.



[그림 1] 베트남 유튜브 게시 현지 TV 방송 프로그램

게임·융복합



✓ [북경] 국가신문출판서, 2021 년 첫 중국산 게임 판호발급명단 발표

- ✓ 2 월 2 일, '국가신문출판서(国家新闻出版署)'가 홈페이지를 통해 올해 첫 중국산 온라인게임 판호발급 명단을 공시함. 이번에 판호를 발급받은 총 84 종의 게임은 모두 모바일 게임이며, 이 중 42 종은 캐주얼 퍼즐게임으로 분류됨.

✓ [심천] 37 개 중국 모바일 게임 해외 시장 매출 1 억 달러 돌파

- ✓ 2020 년, '집콕 경제'로 인해 글로벌 모바일 게임 시장이 빠르게 성장함. 'Sensor Tower'에서 발표한 2020 년 중국 모바일 게임 해외 수입 랭킹을 살펴보면, 중국의 37 개 모바일 게임의 경우 해외 시장에서의 수입이 1 억 달러를 돌파함. 또한, 지난해 해외시장에서 1 억 달러 이상의 매출을 올린 중국 모바일 게임은 2019 년에 비해 12 개가 늘어남.
- ✓ 통계에 따르면, 중국 2020 년 해외 진출 게임 수입 랭킹 1-30 위에 진입한 게임의 경우 AppStore 및 GooglePlay 에서의 총수입이 92 억 4 천만 달러에 달하였으며, 2019 년에 비해 47% 증가함.
- ✓ 텐센트 산하 'PUBG MOBILE'은 10 억 6 천만 달러로 2020 년 중국 모바일 게임 해외 수입 랭킹 1 위를 차지함. 이뿐만 아니라, 'PUBG MOBILE'은 2018 년 출시 이후 해외 시장에서 총 21 억 달러의 수입을 창출하였으며, 총 다운로드 수는 6 억 9 천만 회를 기록함.
- ✓ 'PUBG MOBILE'에 이어 '릴리즈게임즈'의 '라이즈 오브 킹덤(万国觉醒)'과 '왕이(网易)'의 '황야행동(荒野行动)'이 각각 2, 3 위를 차지함. 또한, '취자(趣加)', '미하요(米哈游)', 'IGG', '주룡(祖龙娱乐)' 등 회사의 게임 콘텐츠도 중국 게임 해외 시장 수입 30 강에 진입함.
- ✓ 중국 게임의 해외 시장 매출이 상승 추세를 보임. '텐센트'의 경우, 2020 년 3 분기 모바일 게임 수입이 391 억 7300 만 위안을 기록 하였으며, 동기 대비 61% 증가함. 이뿐만 아니라, '텐센트' 인기 모바일 게임 '왕자영요(王者荣耀)'는 2020 년 일일 사용자수가 1 억 명을 넘었으며, 세계 최초로 일 사용자가 1 억 명을 넘은 게임으로 기록됨.

✓ [일본] '바이오하자드' 게임 시리즈의 브랜드 사이트가 오픈⁴⁾

- ✎ 한국에서는 '스트리트파이터' 등의 게임으로 유명한 일본의 게임 개발사 주식회사 '캡콤(株式会社カプコン, CAPCOM)'이 2월 1일, 인기 IP '바이오하자드' 시리즈 사이트를 비롯해 'RESIDENTEVIL.NET', 'CLUB96', '바이오 하자드 앰버서더' 등의 웹 서비스를 통합한 브랜드 사이트 'BIOHAZARD PORTAL'을 오픈함.
- ✎ 이제까지 별도의 웹 사이트에서 운영했던 게임 관련 굿즈의 판매나 이벤트 공지, 앰버서더 프로그램 등이 'BIOHAZARD PORTAL' 한 곳으로 통합되어 알고 싶은 정보에 더욱 간단하게 접속 할 수 있고 여러 게임에 대한 숨겨진 정보들도 알 수 있는 브랜드 포털 사이트로 재탄생함. '방문할 때마다 새로운 매력을 재발견하는 사이트'를 목표로 하고 있음.

✓ [유럽] 프랑스국립영상센터, 천만 유로 규모 기술투자 조치 시행 예고 ⁵⁾

- '프랑스국립영상센터(이하 CNC)'가 영화, 방송 및 게임 등 영상 제작 부문의 시설 및 디지털 경쟁력 보완을 위한 기술투자에 천만 유로 규모의 조치를 시행하겠다고 발표함.
- ✎ 'CNC'는 "코로나 바이러스 확산에 의한 업계 위기 및 수요가 급증하는 상황에 즉각적으로 대응하고 기업 경쟁력을 약화시키는 유동성 위기를 넘어 업계 기술에 대한 투자를 활성화하고 생산성을 증대할 수 있는 현대화 프로젝트를 진행할 계획"이라고 밝힘.
- ✎ 해당 지원 조치는 국제화 및 기업 구조 혁신에 직접적으로 연결된 아래 두 가지 주제 중 하나 이상에 해당하는 프로젝트를 가진 기업에 최대 80 만 유로까지 지원하게 됨.
 - 미래의 스튜디오: 2020 년 1 월 CNC 에서 출범한 '스튜디오 플랜'⁶⁾ 일환, 새로운 환경에서 경쟁력의 핵심 요소인 촬영 및 제작 스튜디오 현대화 프로젝트.
 - 디지털 기술 완성도 제고: 디지털 시각 효과, 애니메이션 및 비디오 게임 분야에서 디지털 스튜디오의 수준을 높일 수 있는 인재 양성 프로그램, 교육 기관, 전문 기술 지식 데이터 구축 프로젝트.

4) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/012564ecdb462528a51835d078047d43c870d7c9>

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/3705a6891d3b92aecace017b80818ed4bc3e2303>

5) 출처: CNC, 프랑스 국립영상센터

https://www.cnc.fr/professionnels/le-cnc-appelle-a-un-choc-de-modernisation-de-lappareil-de-production-et-lance-un-dispositif-de-soutien-ciblante-les-projets-techniques-les-plus-ambitieux_1378706

AFJV, 프랑스 게임진흥원

https://www.afjv.com/news/10472_le-cnc-lance-une-nouvelle-aide-temporaire-dotee-de-10-m.htm

6) CNC 가 2020 년 1 월 출범한 10 억 유로 규모의 영상 제작 및 촬영 환경 현대화 및 디지털화 지원 계획.

✓ [베트남] '포스' 김민철, 베트남 LoL 팀 '세베루스'로 이적

- ✓ 베트남 리그 소속 '세베루스(Cerberus) 게이밍'은 1 일 SNS 를 통해 '포스' 김민철의 영입을 공식 발표 함. 베트남 언론에 따르면 '포스' 김민철은 비자 문제로 2 달간의 준비 과정을 거쳐 팀에 합류했다고 함.
- ✓ 2017 년 챌린저스 코리아 소속 '리버스 게이밍'에서 데뷔한 김민철은 공격적인 플레이로 펜타 킬을 기록 하는 등 인상적인 활약을 펼쳤으며, 이후 중국 WE 에 입단해 화제가 되기도 함. 그러나 2020 년에는 현 한화생명 e 스포츠 소속 '모건' 박기태 선수에게 주전 경쟁에서 밀려 출전을 하지 못함.
- ✓ 한편, '세베루스'는 2018 년 창단한 베트남 e 스포츠팀으로, '플레이어언노운스 배틀그라운드', 'LoL', '아레나 오브 발러(중국명 왕자영요)'팀을 운영하고 있으며, 한국인 최초로 베트남 e 스포츠 업계에서 입 지를 다진 이인철 감독이 LoL 팀 지도자를 맡고 있어 국내에서도 인지도가 있는 팀.



[그림 2] 탑 라이너 '포스' 김민철 포스터

애니·캐릭터



✓ [미국] ‘아기상어’, 미국에서 큰 인기 7)

- ✓ 지난 20 일(현지 시간), ‘핑크퐁 시네마 콘서트: 우주대탐험(Pinkfong Baby Shark Space Adventure)’이 공개된 지 5 일 만에 미국 ‘넷플릭스’ ‘오늘의 TOP 10’ 영화 부문에서 5 위를 차지함. 미국뿐만 아니라, 영국, 아일랜드, 캐나다, 호주 등 17 개국 ‘오늘의 TOP 10’ 순위에도 5 일 연속 포함됨.
- ✓ 지난 12 월, 크리스마스를 맞아 특별 공개한 영상은 방영 첫 주에 북미 케이블 TV 유·아동 분야 주간 시청률 1 위를 기록함. 또한, 11 월에는 ‘Baby Shark Dance’영상이 세계 유튜브 조회 수 1 위에 오름. 현재 누적 조회 수 78 억 4200 만 회임. 동요 영상이 조회 수 1 위를 차지한 것은 유튜브 최초임.
- ✓ 지난해, ‘Baby Shark’는 ‘미국음반산업협회(RIAA)’에서 ‘Diamond’ 인증을 받음. 인증 기준은 유료 다운로드와 스트리밍을 합산하여 천만 회 이상의 기록임. ‘영국음반산업협회(BPI)’는 120 만 건 이상의 기록에 대한 더블 플래티넘 인증을 ‘BabyShark’에 수여함. 이는 사이의 ‘강남스타일’ 이후 처음임.
- ✓ ‘M&M’와 ‘Jelly Belly’ 등 브랜드에서 부활절을 맞이하여 해당 지식재산권(IP)을 활용한 제품 출시 예정임.

✓ [미국] ‘소닉’, 넷플릭스에서 애니메이션 제작 8)

- ✓ 2022 년, ‘세가(Seга)’의 캐릭터인 ‘소닉(Sonic)’ 애니메이션이 ‘넷플릭스’에서 공개될 예정임. ‘소닉 프라임(Sonic Prime)’이라는 제목으로 24 개의 에피소드가 제작될 것이라고 발표함.
- ✓ ‘소닉 프라임’은 넷플릭스, 세가, 벤투어 애니메이션 전문 제작사 와일드브레인 스튜디오가 참여할 예정임. 또한 디즈니 애니메이션 ‘빅히어로 6’와 카툰네트워크 만화 ‘벤 10’ 제작진이 참여함.
- ✓ ‘수퍼소닉(Sonic the Hedgehog)’은 1991 년 비디오 게임으로 시작하여 TV 프로그램, 만화책 그리고 영화까지 다양한 매체로 공개됨. 개봉된 실사 영화의 경우, 2020 년 북미 박스오피스 흥행작 3 위를 기록했는데 성공적인 결과에 따라, 파라마운트와 세가는 후속편을 준비 중이라고 발표함.
- ✓ ‘수퍼소닉’의 게임은 현재까지 11 억 4 천만 개 이상의 판매와 다운로드가 이루어짐.

7) 출처

- <https://www.licenseglobal.com/streaming-and-tv/pinkfong-debuts-baby-shark-movie-netflix>
- <https://www.licenseglobal.com/food-beverage/candyrific-unveils-easter-lineup>
- <https://www.licenseglobal.com/streaming-and-tv/baby-shark-bites-youtube-success>

8) 출처

- <https://www.licenseglobal.com/streaming-and-tv/sonic-slams-netflix-new-animated-series>
- <https://www.latimes.com/entertainment-arts/tv/story/2021-02-01/sonic-prime-multiverse-netflix-animated-series>
- <https://variety.com/2021/digital/news/sonic-the-hedgehog-series-netflix-1234897211/>

만화·웹툰



☑ [유럽] 프랑스 만화 시장, 업계 불황과 코로나바이러스 위기에도 성장⁹⁾

- 2020 년 프랑스 만화 출판업계가 출판업계 불황과 코로나바이러스 위기에도 불구하고, 안정적인 성장세를 보임.
 - ☑ 유럽 소비자 연구기관 'GfK'에 따르면, 지난 몇 년간 프랑스 출판업계에서 만화 부문은 가장 빠른 성장세를 보임.
 - ☑ 2020 년 프랑스에서 판매된 만화책은 총 5,310 만 권으로, 2016 년 대비 9% 증가함.
 - ☑ 매출은 6% 증가하여 총 5 억 9,100 만 유로를 기록했으며, 전체 출판시장에서 18%의 점유율을 차지함. 프랑스에서 판매되는 책의 다섯 권 중 한 권이 만화책인 셈. 반면, 전체 출판업계는 5%의 규모 감소를 기록함.
 - ☑ 특히, 이동제한으로 인한 비필수 사업장 폐쇄 조치 해소 이후 서점이 영업을 재개하면서 만화책 소비가 급증한 것으로 알려짐. 'GfK'에 따르면, 프랑스 판매 상위 20 개 만화책은 서점 영업 재개 이후 판매된 서적의 30% 이상을 차지할 정도임.

● 주요 결과

- ☑ 인기 장르
 - 특히 인기 있는 장르는 '원피스,' '나루토'와 같은 일본 장편 만화로, 매출이 18% 증가하였으며, 일본만화가 2020 년 프랑스 만화 부문 전체 매출의 42%를 차지함.
 - 그 외 장르 만화(27%), 어린이 만화(25%), 만화잡지(6%) 순의 매출 점유율을 보임.
- ☑ 연령대별 선호 장르: 프랑스 만화책의 주요 소비자는 30 세 미만의 젊은층임. GfK 연구에 따르면 2020 년 프랑스 만화책 구매자의 65%가 30 세 미만으로, 2019 년보다 6% 포인트 증가함.
 - 일본만화 구매자의 62%가 15~29 세
 - 만화잡지 구매자의 경우 15~29 세와 30~49 세 연령층 비율이 동일함 (각각 39%).
 - 장르 만화의 경우는 더욱 소비 연령층이 다양하여, 15~29 세/30~49 세/50 세 이상의 세 연령대의 비율이 동일한 것으로 밝혀짐.
 - 이에 대해 GfK 수석 컨설턴트인 Camille Oriot 는 "연령대별 분석을 통해 각 장르별 독자층을 파악할 수 있었으며, 전 연령대가 만화를 소비하고 있음이 확인되었다"고 평함.

9) 출처 : Les Échos, 프랑스 경제 전문 일간지

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/les-ventes-de-bd-resistent-a-la-crise-sanitaire-1285424>

음악



✓ [일본] '마마무', 일본 지상파 첫 생방송 출연 화제 10)

- ✓ 실력파 걸그룹 '마마무'가 2월 2일 방송되는 니혼테레비의 아침 정보방송 '슛키리(スッキリ)' 출연함. 마마무가 일본의 지상파 티비 방송에 생방송으로 출연하는 것은 처음임. '마마무'의 등장 전부터 트위터에 '마마무' 해쉬태그가 트렌드에 등장하는 등 화제가 됨.
- ✓ '마마무'가 등장하는 코너는 '슛키리' 방송 내 해외의 엔터테인먼트 정보를 소개하는 코너 'WE 뉴스'라는 코너임. 현재 일본에서는 외국인의 입국을 제한하고 있어 스튜디오 출연이 아닌 한국에서의 실시간 생방송 촬영을 중계하는 형태로 진행됨. 새 앨범 수록곡 중 하나인 'Dingga' 일본어 버전을 처음으로 선보임.



10) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/2d33187db002f97314fdd63878aadb12855e5295>

✓ [유럽] 프랑스 언론 분석: ‘케이팝은 엔터테인먼트의 미래?’¹¹⁾

- 프랑스 미디어 및 마케팅 전문 계간지 <L'ADN> 이 포스트 코로나 시대, 2021 년 이후 프랑스 경제 주요 20 개 산업 분야¹²⁾를 선정, 해당 분야의 기업 및 전문가와의 협업으로 펴낸 특별호 <Et Demain Notre ADN>에서 엔터테인먼트 분야 2021 년 새로운 경향 중 하나로 ‘케이팝’을 꼽음.
- « 2021, 엔터테인먼트의 새로운 경계 » 제하의 해당 기사는, 코로나바이러스의 전 세계적 확산에 따른 2021 년 엔터테인먼트 분야의 변화와 경향을 분석함.

La K-Pop est-elle le futur de l'entertainment ?

Et si le futur de l'entertainment était à chercher **au pays du Matin Calme** ? L'engouement pour la K-Pop et la Hallyu n'est certes pas nouveau, mais son dynamisme ne se dément pas, comme l'a démontré **l'entrée en bourse fracassante de Big Hit Entertainment**, l'organisation derrière BTS -groupe de K-Pop le plus streamé de l'année, selon Spotify.

Mais le cas d'aespa, lancé par SM Entertainment, label pionnier du genre, mérite aussi l'attention. **L'originalité de ce nouveau girls' band** ? Ses 4 membres - Karina, Winter, Ning Nang et Giselle - s'acoquinent de leurs doubles virtuels, et **ces avatars ne sont pas là pour faire de la figuration.**

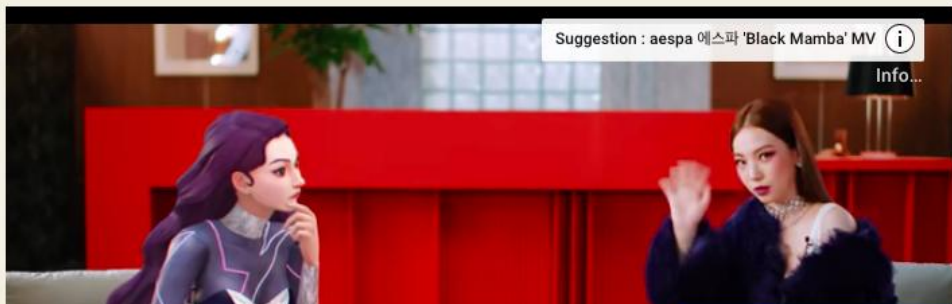


그림 3 | ‘K-Pop은 엔터테인먼트의 미래?’ 해당 기사 일부 캡처 사진

- 기사는 빅히트 엔터테인먼트의 주식시장 상장, 케이팝의 글로벌 음악 스트리밍 서비스 차트 석권 등을 예로 들며 “케이팝 열풍이 새로운 것은 아니지만 근래 더욱 강해지고 있는 역동성을 간과할 수 없다”고 평함.
- 특히 주목한 것은 SM 엔터테인먼트의 신인 그룹 ‘Aespa’ 멤버들의 아바타로, 인공지능 기술이 향후 엔터테인먼트 산업에 큰 역할을 하게 될 것으로 분석함.

11) 출처 : Et Demain Notre Adn 사이트

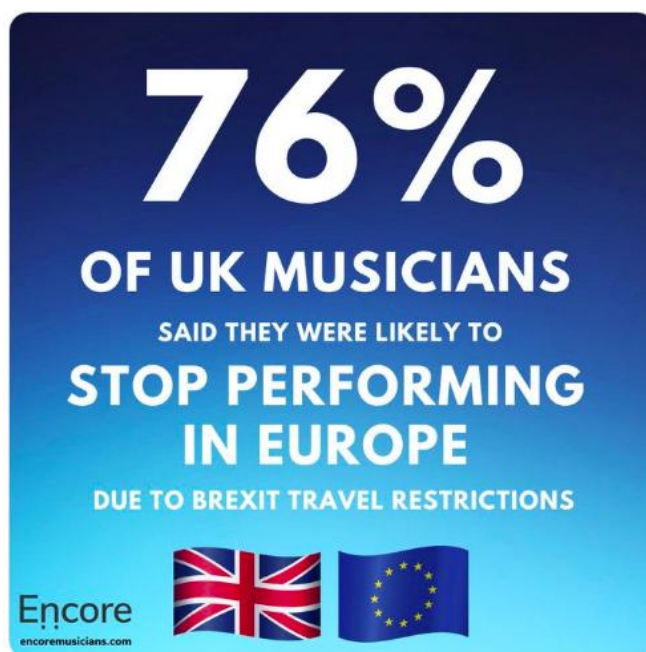
<https://demain.ladn.eu/secteurs/entertainment/covid-2021-tendances-divertissement-entertainment-streaming-musique-jeu-video/>

12) L'AND 이 꼽은 20 개 분야: 보험, 은행(금융), 뷰티, 건설, 문화, 유통, 교육, 에너지, 엔터테인먼트, 안티프래질, 홈데코, 미디어, 관계 맺기, 식품, 부동산, 공업, 명품, 자동차, 보건, 통신, 관광

- ✔ 기사는 인공 지능이 향후 엔터테인먼트 업계의 추진력이 될 것으로 전망함. 가상의 플랫폼을 통해 유명인의 아바타와 팬들의 관계가 MMORPG 형식의 새로운 커뮤니케이션 형태로 진화하는 동시에, 대중이 원하는 바를 예측할 수 있는 최대한의 데이터를 형성할 수 있다는 분석임.
- ✔ 그 외 <I'AND>이 꼽은 2021 엔터테인먼트 업계 주요 경향은 OTT, 음악 스트리밍 등의 서비스, 장르 간 크로스오버, 게임의 급부상 등임

✔ [유럽] 영국 뮤지션들, 브렉시트로 인해 유럽 내 활동 제약 우려 표명 13)

- 영국 최대 온라인 뮤지션 예약 사이트 'Encore Musicians'이 452 명의 영국 뮤지션들을 대상으로 브렉시트가 향후 활동에 미칠 영향에 대한 의견을 묻는 설문조사를 실시함.



[그림 4] 76%의 영국 뮤지션들이 브렉시트로 인한 유럽에서의 공연 제약에 우려를 표함 (출처: Encore Musicians)

- ✔ 그 결과, 상당수의 영국 뮤지션들이 브렉시트로 인해 유럽에서의 음악 활동에 큰 제약이 따를 것이라는 우려를 표명함.
- ✔ 유럽 공연의 기회와 수입 감소, 비용 증가, 유럽 시장이 복잡한 서류 작업을 피하기 위해 영국 뮤지션보다 EU 뮤지션을 선호할 위험 등이 그것임.

13) 출처 : Encore Musicians (<https://encoremusicians.com/blog/musician-brexit-survey/>)

● 주요 결과

- ✔ 91%의 응답자가 브렉시트가 영국 뮤지션들의 생계에 부정적인 영향을 미칠 것이라고 답함.
- ✔ 90%의 응답자가 영국 정부의 업계 관련 브렉시트 이후 뮤지션들의 영국-유럽간 이동 관련 협의에 대해 신뢰하지 못한다고 답함.
- ✔ 응답자의 76%가 브렉시트가 유럽에서의 음악 활동에 큰 제한을 주게 될 것이라고 생각함.
- ✔ 40%의 뮤지션은 이미 브렉시트로 인해 예정된 활동이 취소되었다고 응답함,
- ✔ 응답자의 3/4 은 브렉시트로 인한 영국-유럽간 이동 제한이 향후 유럽에서의 활동에 큰 제약을 주고 중요한 수입원을 차단할 것이라고 생각함. 현재 유럽을 무대로 활동하는 영국 뮤지션의 연평균 수입은 4,673 파운드임(2019 년 기준).

● 국가 경제에 미칠 영향 분석

- ✔ 88%의 뮤지션은 브렉시트가 영국 음악 산업의 가치를 낮출 것이라고 응답함.
- ✔ 영국 음악 산업은 영국 경제에 연간 52 억 파운드의 경제효과와 약 20 만 명의 고용을 창출함. 브렉시트 이후 영국-유럽 간 뮤지션 교류 사안 협상 결과에 따라 영국 경제에 영향을 미칠 가능성이 있음.

☑ [인니] 한국어로 발표된 현지 대중가요

KOCCA

- 코로나 19 팬데믹 상황에서 인도네시아의 한류 열풍이 지속되는 가운데 현지 유명가수 '노아(NOAH)'가 한국어 노래 '우리의 이야기'를 발표하여 눈길을 끌고 있음.

● 〈한국어 제작 현지 대중가요〉

	가수명	노래 제목	기타
1	노아(NOAH ft.Shakira Jasmine)	우리의 이야기 (Semua Tentang Kita)	2020년 12월에 발표된 '더 보이스 키즈 인도네시아(The Voice Kids Indonesia)' 출신인 신인 가수 샤키라 자스민(Shakira Jasmine)과의 듀엣곡임. 해당 곡은 현지 거주 한국인 장미영씨가 한국어 번역함.
2	로사(Rossa)	상처 받은 마음 (Hati yang Kau Sakiti)	2009년에 기 발표된 곡을 2020년 8월 한국어 버전으로 리메이크함. 드라마 '부부의 세계'가 현지에서 큰 인기를 끌 당시, 가수 로사는 해당 곡이 해당 드라마와 잘 어울릴 것 같다는 생각에 한국어로 번역하여 부른 노래를 유튜브 채널에 업로드함. 해당 영상은 200만회 이상 조회 수를 기록하여 큰 인기를 끌었음.
3	아프간(Afgan)	그만(Sudah)	2018년 2월 기 발표된 곡을 2019년 12월 한국어 버전으로 리메이크함. 2019년 11월 가수 아프간이 한국 'V LIVE 어워즈' 참석 당시, 관련 관계자들에게 한국 진출 방법에 대해 문의함. 이에 해당 관계자는 인기곡을 한국어 버전으로 번안하기를 제안하여 해당 곡이 탄생하게 됨.

패션



☑ [미국] 방탄소년단 뮤직비디오 의상 경매 참여 14)

- ☑ '줄리앙 옥션'에서 지난 31일(현지 시간) 베버리힐즈와 온라인을 통한 자선 경매를 개최함. 방탄소년단은 이 행사에 '다이너마이트' 뮤직비디오에서 착용한 옷과 신발 등을 내놓아 16만 2500달러에 팔림.
- ☑ 예상 금액보다 8배 이상의 금액으로 일본인 수집가 '유사쿠 메사'와 일본인 유튜버 '히카킨'이 낙찰함. 이들은 유튜브를 통해 방탄소년단 팬들에게 공개할 예정임을 밝힘.

14) 출처

- <https://www.billboard.com/articles/news/bts/9491533/bts-dynamite-costumes-auction/>
- <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/9519078/bts-dynamite-outfits-sold-auction/>
- <https://www.julienlive.com/m/lot-details/index/catalog/328/lot/132763>

- ✔ '줄리앙 옥션'은 '그래미 어워즈'를 주관하는 리코딩 아카데미 자선단체에서 진행하는 행사로, 코로나 19로 힘든 음악인들을 위한 기금을 조성하고자 열림.
- ✔ 방탄소년단은 2019년 줄리앙 옥션에 참여하여 마이크 7개를 8만 3200달러로 낙찰했었음. 이 마이크는 2017년 월드투어에서 사용한 것으로 각 멤버들의 자필 서명이 새겨진 것임.

통합(정책·기타)



✔ [북경] 2021년 중국 '양회(两会)' 개최일정 확정

- ✔ 올해 중국 '양회' 개최 시기가 '전국인민정치협상회의 제 13 회 전국위원회 제 4 차 회의(政协第十三届全国委员会第四次会议)'는 3월 4일, '제 13 회 전국인민대표대회 제 4 차 회의(第十三届全国人民代表大会第四次会议)'는 3월 5일로 확정됨. 올해는 코로나 19의 영향으로 북경 내 일부 국내외 언론 기사를 대상으로만 취재를 요청하고 주로 온라인과 동영상, 서면 등의 방식으로 인터뷰를 진행할 예정임.

✔ [일본] '도코모', 세계 최경량 스마트폰 연동 '디스플레이 안경' 공개¹⁵⁾

軽量ディスプレイグラス試作機

フロントアタッチメントはワンタッチで交換可能



- ✔ 'NTT 도코모'가 '경량 디스플레이 안경'의 시제품을 '도코모 오픈 하우스 2021'에서 공개한다고 발표함. 이 제품은 안경의 형태를 갖춘 웨어러블 기기로 약 29그램의 세계 최경량이라고 함.
- ✔ OLED 디스플레이 방식과 풀 HD 화상 해상도를 갖췄으며 마이크와 스테레오 스피커도 내장한 제품이라고 함. 또한 USB 단자가 탑재되어 손쉽게 안드로이드 스마트폰과도 접속이 가능함. 스마트폰에 저장되어 있는 콘텐츠를 큰 화면으로 감상할 수 있음과 동시에 디스플레이 자체는 투명하기 때문에 기기를 착용해도 주변의 시야가 확보 가능하다는 것이 장점임.

15) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/8647bb257ebbc5478cd4bc822877d7f67f457b6c>

✓ [유럽] 2020 년 유럽 문화산업 분야 경제 규모와 전망¹⁶⁾



[그림 5] 유럽 저작권협회총회 보고서 '유럽 재건: 코로나 전후의 유럽 문화창조산업경제 위기'

- '유럽 저작권협회총회(GESAC, Groupement européen des sociétés d'auteurs et compositeurs)'¹⁷⁾가 코로나 전후의 유럽 문화산업경제 연구 보고서를 발간함.

● 코로나 이전의 유럽 문화산업 개황

- ✓ 보고서에 따르면, 2019 년 유럽 문화산업 분야 경제 규모는 6,430 억 유로, 총 부가가치 2,530 억 유로로 EU 전체 GDP 의 4.4%, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 영국 총소득의 69%에 해당함.
- ✓ 2019 년 문화산업 종사자는 760 만 명으로 2014 년 대비 70 만 명(10%)의 고용 성장을 보이며 통신업계(telecommunication) 8.4 배에 달하는 인구가 해당 분야에 종사하는 등 유럽에서 고용창출에 가장 많이 기여하는 분야 중 하나였음.
- ✓ 2019 년 문화산업의 성장률은 유럽 평균 (2%)보다 더 빨랐으며 (2.6%), 86 억 유로의 무역 흑자를 기록함.
- ✓ 주요 문화산업 분야 성장률 (2014 ~ 2029 년)
 - 비디오 게임, 광고, 건축 및 음악 분야에서 연간 4% 이상.
 - 영상, 라디오, 시각 예술, 공연 예술 및 도서의 경우 0.5%~3%.
 - 문화 상품의 수출은 2017 년에 281 억 유로 이상으로 EU 수출의 1.5% 차지.
 - 문화 기업의 90% 이상이 중소기업이고 프리랜서가 인력의 33%를 구성하여 전체 유럽 경제 해당 수치 (14%)의 두 배.

16) 출처: GESAC, 유럽 저작권협회총회

<https://www.rebuilding-europe.eu/>

<https://authorsocieties.eu/op-ed-gesac-board-member-issue-urgent-creative-sector-warning/>

17) 유럽 저작권협회총회는, EU, 스위스, 노르웨이 등 유럽 각국 총 33 개 문화산업 분야 관련 협회로 구성되어 있으며 회원 수는 약 백 만명에 이름.

● 코로나 이후 유럽 문화산업 현황

- ☑ 반면 2020 년 유럽 문화산업 분야는 코로나바이러스로 인해 가장 큰 타격을 받은 분야 중 하나로 큰 위기를 겪고 있음.
- 2020 년 유럽의 문화산업 매출은 31% 감소하여 (4,440 억 유로) 관광 및 항공 운송과 함께 코로나바이러스 확산에 가장 큰 타격을 받은 분야 중 하나가 되었다는 총평.
- 그 중 음악 및 공연 예술은 매출액이 각각 58% 및 90% 감소하여 가장 영향을 많이 받는 활동 영역으로 조사됨. 이에 더해, 2021 년과 2022 년에는 저작권 수익이 35% 감소할 것으로 전망.

☑ [베트남] 베트남 제 13 차 전국공산당대회 폐막, 응웬푸쥑 서기장 3 연임 성공



[그림 6] 3연임에 성공한 응웬푸쥑 공산당 서기장

- ☑ 지난달 25 일 개막한 베트남 공산당 제 13 차 당 대회가 예정보다 하루 앞당겨 1 일 폐막. 이번 당 대회에서 압도적인 찬성으로 3 연임에 성공한 응웬 푸 쥑(Nguyễn Phú Trọng) 총서기장 겸 국가주석은 “이번 대회를 매우 성공적”이라고 평가함.
- ☑ 베트남 정치 최대 행사인 제 13 차 전국공산당대회를 위해 전국에서 모인 1,587 명의 대의원은 전당대회 종료 일정이 하루 앞당겨지자 지난 30 일 늦은 시간까지 공식 위원들의 선출을 이어감. 특히, 이번 당 대회에서는 제 13 기 중앙집행위원회 위원 200 명(공식 위원 180 명, 후보위원 20 명)을 선출했으며, 새 중앙집행위원회는 총서기장 외 정치국 중앙위원 18 명, 비서국 5 명, 감찰위원 19 명을 선출함.
- ☑ 재임하게 된 응우옌푸쥑(Nguyễn Phú Trọng) 당서기장 겸 국가주석 그리고 현 응우옌쑤언푹(Nguyễn Xuân Phúc) 총리가 연임에 성공하며 향후 5 년간의 베트남을 이어서 통치하게 됨.

✔ [베트남] “지난해 아시아 최고 경제는 중국 아닌 베트남”, 미국 ‘CNBC’ 평가

- ✔ ‘CNBC’가 아시아 국가의 공식자료(일부 국가는 미발표) 및 ‘국제통화기금(IMF)’ 등 주요 국제기관 자료를 분석해 내놓은 지표에 따르면, 베트남이 지난해 아시아 모든 국가 가운데 가장 좋은 성적표를 받은 것으로 나타남.
- ✔ ‘CNBC’에 따르면 지난해 베트남 경제는 전년 대비 2.9% 성장(정부 잠정치는 2.91%). 이는 중국의 성장률 2.3%를 뛰어넘는 것이자 한 분기도 마이너스 성장을 기록하지 않은 성적표. ‘CNBC’는 베트남을 지난해 아시아 최고의 경제국으로 ▲코로나 19 대응 ▲수출 증가 ▲서비스산업 회복이라는 세 가지 주요 부문을 잘 수행했다고 전함.
- ✔ 우선, 코로나 19 대응에 대해 ‘CNBC’는 “베트남은 적극적인 노력으로 코로나 19 대응에 대해 개도국의 롤 모델로 찬사받으며 빠른 경제 회복에 기여했다”라고 평가. 수출 부문에 대해 베트남은 거대시장과 연결되는 수많은 FTA가 발효되거나 체결돼 향후 수년간 수출이 큰 폭으로 늘어날 기회를 갖게 되었다고 전함. 서비스산업 회복과 관련, 베트남도 다른 나라와 마찬가지로 팬데믹 영향에서 자유로울 수 없었지만 강력한 내수 회복에 힘입어 빠르게 회복되고 있다고 분석함.
- ✔ 이런 기대를 반영, 주요 국내외 기관이나 은행들은 대부분 올해 베트남 경제가 6.5% 이상 성장할 것으로 전망하고 있으며 일부는 8%까지 예상하는 곳도 있음(올 베트남 정부의 경제성장률 목표치는 6.5%).

✔ [UAE] UAE, ‘Global Entrepreneurship Index 2020’에서 중동 선두¹⁸⁾

- ✔ ‘Global Entrepreneurship Monitor(GEM - NECI)’는 UAE가 ‘Global Entrepreneurship Index(GEI) 2020’에서 중동 지역 1위, 세계 4위를 차지했으며, 2019년에 비해 5위 상승, ‘Global Entrepreneurship Index’에서 미국, 캐나다, 영국, 호주, 유럽 연합 국가, 중국, 일본 및 한국을 포함한 여러 주요 세계 경제 국가를 능가했다고 밝힘.
- ✔ UAE는 2020년 버전의 일반 지수 구조에 포함된 많은 하위 지표에서 상위 순위를 획득했음. 특히 코로나 19 봉쇄에 대한 국가 정부의 대응과 기업 부문에 미치는 영향에서 2위를 차지함.
- ✔ Abdulla Bin Touq Al Marri UAE 경제부 장관은 “UAE가 추구하는 경제 정책의 접근 방식에 대한 건전성과 강점이 확인된 것이며 UAE의 ‘Global Entrepreneurship Index’에서의 세계 4위는 지난 10년간 국가의 기업이 정신 부문을 개발하고 경제 다각화 및 지속 가능성의 주요 동인으로서 중소기업의 프로젝트 모델을 강조하고 글로벌 경쟁력을 높이기 위한 국가적 노력의 성공을 나타낸다”고 언급함.
- ✔ ‘Global Entrepreneurship Index’는 경제부가 주관하는 ‘경쟁 지식 경제’를 축으로 하는 UAE Vision 2021 국가 의제의 지표 중 하나임.

18) 출처 : <https://www.sme10x.com/10x-industry/uae-leads-the-middle-east-in-global-entrepreneurship-index-2020>

- 이 지수는 금융, 정부 정책, 기업가를 위한 정부 프로그램, 연구 개발 및 지식 이전, 학교 및 대학 교육에서 기업가 정신 교육, 노동 시장 역학, 노동 시장 역학 등의 측면을 포함하는 유연한 구조 내에서 많은 하위 지표에서 대상 국가를 평가함.

✓ [UAE] 2021 년 사업 미래 전망 19)

- 모든 GCC 국가가 비즈니스를 돕기 위해 새로운 규정을 도입하고 엑스포 2020 이 시작되는 등 2021 년은 많은 가능성이 제시되고 있음. 아래는 2021 년 예상되는 트렌드임.
- 지속 가능한 사업
 - 지속 가능성은 모든 산업 분야에서 모든 기업에게 더욱 중요해지고 있음. 2020 년부터 서서히 회복되기 시작함에 따라 지속 가능한 비즈니스 관행은 사업 운영뿐만 아니라 'UNSDG(United Nations Sustainable Development Group)'와 조화를 이루는 관행으로 많은 중소기업이 생존 할 수 있도록 도왔음.
 - 성 평등에 대한 초점에서 적절한 폐기물 관리와 일치하는 지속 가능한 인프라, 건강 및 복지에 이르기까지 세계가 나아가고 있는 방향에 맞춰 사업 촉진 전략을 개발할 것임.
- 원격 작업
 - UAE 근로자들이 재택에서 사무실로 돌아와서 행복하지만 재택근무가 매우 효율적일 수 있다는 사실을 많은 사람들이 깨달았음.
 - 정식으로 채택하지 않을 수 있지만, 일주일에 며칠은 원격으로 작업하는 하이브리드 버전이 표준이 될 수 있음.
- F & B
 - 코로나 봉쇄가 시작되었을 때 가장 큰 타격을 입은 부문 중 하나인 식음료 산업은 재편되었음.
 - 코로나 19 로 인해 식량 안보가 더 강력한 역할을 하기 시작함에 따라 지속 가능한 식품 공급원, 더 많은 채식 옵션이 더 많이 채택될 것임.
 - 배달 앱이 보다 편리하게 통합되고 적어도 쿡 서비스는 레스토랑 부문 내에서 계속 성장 전망임.
- 핀테크
 - 2020 년 11 월 Connected Payments 보고서에 따르면 중동지역은 디지털 결제 산업에 상당한 성장 기회를 제시하고 있음. 디지털 결제는 더욱 보편화될 전망임.
 - 디지털 전용 은행의 출현과 성장이 예상됨. 앱, 디지털 결제 옵션, 블록체인 및 AI 를 사용하는 새로운 बैंकिंग 옵션 중 일부는 소규모 비즈니스에서 बैंकिंग 시스템을 보다 효율적이고 직관적이며 실행 가능하게 만들 예정임.

19) 출처 : <https://www.sme10x.com/10x-industry/business-in-2021-a-look-into-the-future>

- 핀 테크 전문가들은 블록체인이 특히 투자 부문에서 자체적으로 등장하여 거래의 승인 및 지불을 더 안전하고 민주적으로 만들 것이라고 예측함.

✔ 고객 서비스

- 하이브리드 디지털 전략의 변화와 채택은 다양한 분야에서 전자 상거래를 계속 수용함에 따라 발전할 것임.
- 고객이 더 똑똑해짐에 따라 온라인이든 오프라인이든 고객경험, 세부 사항에 대한 개인화 된 관심, 지불 및 처리는 물론 효율적인 사후 서비스를 지원하는 브랜드가 더 많이 요구될 것임.

✔ 과학 기술

- 기술은 디지털 전략 환경에서 기업이 생존할 수 있게 해주기 때문에 올해 다른 어떤 것보다 더 많은 분야를 지배할 것임. 이는 스마트 시티를 위한 5G 의 약속이 효율적인 비즈니스 수행 방법을 만들 뿐만 아니라 통신 방식, 산업 및 프로세스 자동화 방식을 변화시킬 것을 의미함.
- AI 알고리즘이 우리의 일상을 대신하기 시작했고 사업 프로세스와 고객과 비즈니스 생태계를 위한 더 나은 경험 제공을 위해 데이터를 관리하고 처리하는 방법이 점점 더 보편화될 것임.

	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