

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2021

**WEEKLY
GLOBAL**

위클리글로벌

212 호

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> [미국] CNN, K-Drama 위상과 중요도 보도 [북경] 중국 춘절연휴 총 박스오피스 78 억 2,500 만 위안 [북경] '아이치이' 2020 년 매출액 297 억 위안 [심천] '콰이쇼우(快手)', 중국 최초 상장 쇼트클립 플랫폼 [일본] 전시회 개최 기념, '사랑의 불시착' 주연 배우 출연작 3 주 연속 TV 방영 [유럽] 프랑스 2021 년 주요 국제 시리즈 페스티벌 일정 발표 [인니] 현지 드라마 '사랑의 끈(Ikatan Cinta)' 시청률 신기록 세워 [UAE] 두바이 스튜디오 시티가 15 년 후, UAE 를 글로벌 영화지형도에 올려놓을 것
 게임·유희합	<ul style="list-style-type: none"> [베트남] '모바일게임협회'와 '엑사이엔엠', 국산 게임 베트남 진출 지원 [베트남] KeSPA, 베트남 e 스포츠협회와 교류 활성화 협약
 애니·캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> [일본] 넷플릭스, 일본 애니메이터 육성 지원 사업 실시
 음악	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 'CL', 한국 여자 솔로 가수 최초 미국 TV 광고 모델 [미국] '빅히트', 유니버설 뮤직그룹과 함께 미국 현지 오디션 진행 [일본] '백현', 'TXT'가 앨범 발매 11 일 만에 일본레코드협회 '골드 인증' 획득 [유럽] UMG, 국내 엔터사와 라이브 스트리밍 플랫폼 VenewLive 출범 [유럽] '프랑스국립음악센터', 라이브 스트리밍 산업 현황 보고서 발간 [UAE] 음악 스트리밍 서비스 Anghami, 아부다비에 본사, R & D 허브 설립
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 한국과 미국 기업의 디지털 라이브 스트리밍 플랫폼 등장 [미국] 디즈니 플러스 구독자 빠른 성장 추세 [북경] 국가 인터넷정보판공실 등, 인터넷 라이브방송 관리강화 관련 통지 [심천] 2020 중국 문화산업 계열 지수 발표 [일본] 소프트뱅크와 'NiziU'가 협업, 최신 기술 활용한 새로운 실감형 콘텐츠 공개 예정 [일본] '시스코시스템즈', 일본 정부와 연계해 '디지털사화' 지원 가속 예고 [유럽] 프랑스, 2020 년 온라인 문화 콘텐츠 소비 크게 증가 [유럽] 프랑스 2021 년 최고 스타트업 'Next 40-French Tech 120' 선정 [인니] '쇼피', K-Pop 아이돌 '오마이걸' 노래 무단도용 [베트남] 베트남 기업이 선호하는 디지털 마케팅 [UAE] Mohammed bin Salman 왕세자, 사우디아라비아 Neom 에 새로운 도시 출범 [UAE] 아부다비, 예술·유산·미디어 및 게임 분야의 전문가들을 위한 크리에이티브 비자 출시
별첨	<ul style="list-style-type: none"> KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향 ('21.01)



방송·영화



✓ [미국] CNN, K-Drama 위상과 중요도 보도 1)

- ✓ 4 일(현지 시간), CNN 비즈니스는 넷플릭스의 아시아 시장 성장에 한국 드라마가 주요 요인 중 하나임을 보도함. 넷플릭스 한국 오리지널 콘텐츠 ‘킹덤’ 등이 한국을 넘어 해외에서 성공하며 아시아 지역 시청률이 전년 대비 4 배 증가하는 등 시장 확대를 견인했다고 보도함.
- ✓ 2020 년 넷플릭스의 아시아 태평양 지역 신규 유료 구독자는 930 만 명으로 2019 년 대비 65% 상승함. 해당 지역의 수익은 약 62% 급등함. 이는 유럽, 중동, 아프리카 지역이 40% 증가한 것보다 훨씬 높은 수치임.
- ✓ 이러한 결과에 따라 넷플릭스는 아시아에서 넷플릭스 오리지널 콘텐츠를 제작하기 위한 예산을 두 배 가까이 확대할 예정임을 밝힘. 반면, 중국은 현재 출입이 통제되어, 예산 규모를 밝히지 않음.
- ✓ 넷플릭스 콘텐츠 총괄 디렉터 김민영은 CNN 과의 인터뷰에서 지난 해 동남아 지역의 Top10 순위를 한국 드라마가 장악을 하고, 한국 지역 시청률이 2019 년 대비 두 배로 증가함이 넷플릭스가 한국에 주목하는 큰 이유 중 두 가지 임을 밝힘.
- ✓ 아시아 구독자들은 TV 를 많이 시청함에 따라 인도네시아, 필리핀, 대만에서는 합리적인 가격의 ‘mobile-only plan’을 제공하고 있음. 지난 달 인도에 론칭한 Amazon Prime 도 이와 같은 전략을 선보임.

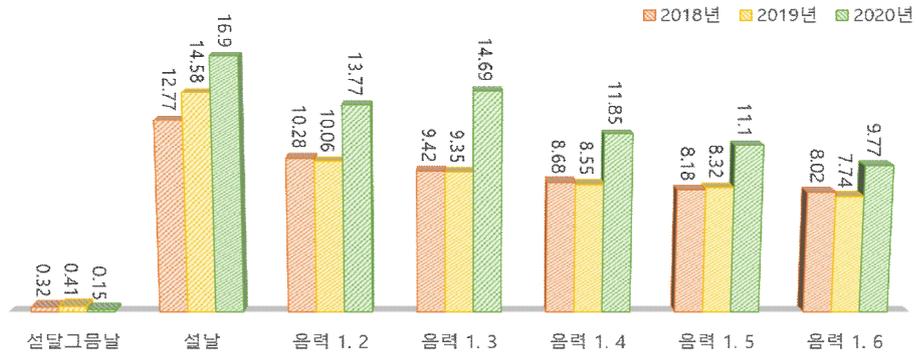
✓ [북경] 중국 춘절연휴 총 박스오피스 78 억 2,500 만 위안

- ✓ 중국 박스오피스 사이트 ‘마오옌(猫眼)’의 데이터에 따르면, 2021 년 중국 춘절연휴기간 총 박스오피스는 78 억 2,500 만 위안(약 1 조 3,434 억 원)으로 전년 동기대비 32.5% 증가함. 코로나 19 감염병 예방을 위해 전국 모든 영화관 좌석점유율 75%로 제한(북경 50%)이 있었음에도 중국 영화시장 역사상 처음으로 1 일 기준 박스오피스 10 억 위안(약 1,716 억 원) 이상이 5 일 동안 유지됨.
- ✓ 영화 작품별로는 <당인가탐안 3(唐人街探案 3)>이 박스오피스 35 억 5,500 만 위안(약 6,102 억 원), <Hi, Mom(你好, 李焕英)>이 27 억 2,400 만 위안(약 4,676 억 원)으로 각각 1 위와 2 위를 기록하였으며, 3 위를 기록한 <Assassin in Red(刺杀小说家)>의 5 억 3,800 만 위안(약 923 억 원)과 큰 차이를 보임.

1) 출처

- <https://www.cnn.com/2021/02/03/media/netflix-asia-expansion-intl-hnk/index.html>
- <https://variety.com/2021/biz/asia/netflix-opening-studio-facilities-in-korea-1234880370/>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-expands-south-korean-footprint-leasing-two-production-facilities>
- <https://www.cnbc.com/2020/11/09/netflix-nflx-its-strategy-in-asian-markets-like-india-indonesia.html>
- <https://hypebeast.com/2021/1/netflix-700-million-usd-korean-content-investment-info>

최근 3년 춘절연휴 일별 박스오피스 현황 (단위 : 억 위안)



❖ [북경] '아이치이' 2020년 매출액 297억 위안

- ❖ 2월 18일, '아이치이(爱奇艺)'가 발표한 2020년 재무보고에 따르면, 작년 '아이치이'의 매출액은 297억 위안(약 5조 879억 원)으로 전년대비 2% 증가함. 작년 4분기 말 기준 '아이치이'의 유료 회원 수 규모는 1억 170만 명임.

❖ [심천] '콰이쇼우(快手)', 중국 최초 상장 쇼트클립 플랫폼

- ❖ 2월 5일, 쇼트클립 플랫폼 '콰이쇼우(快手)'²⁾가 홍콩 증권 거래소에 상장 되었으며, 이를 통해 중국 최초 상장 쇼트클립 플랫폼으로 거듭남.
- ❖ '콰이쇼우'는 상장과 동시에 주가가 193.91% 상승하였으며, 시가 총액도 1조 3,800억 홍콩달러(약 1조 1,600억 위안)를 돌파하였고, 텐센트, 알리바바 등의 기업에 이어 중국 5위안에 드는 상장 인터넷 기업으로 거듭남.
- ❖ '콰이쇼우'는 2020년 첫 11개월 동안의 총 매출액은 525억 위안으로 2019년 연간 매출액을 넘어섰으며, 그중 3분기의 매출은 154억 위안에 이르렀음. 이뿐만 아니라, 2017년부터 2019년까지 콰이쇼우의 연간 매출은 각각 93억 위안, 203억 위안, 391억 위안이었으며, 빠른 성장 추세를 보임.
- ❖ '콰이쇼우' 라이브 방송이 현재 콰이쇼우가 수익을 창출하는 주요 방식이지만 그 비율이 감소하고 있으며, 반면 전자상거래 및 온라인 게임 등의 사업을 통해 창출된 수익이 늘어나고 있음. 이는 전자상거래가 라이브 방송에 이어 콰이쇼우의 새로운 주요 사업으로 떠오르고 있음을 의미함.

2) 콰이쇼우(快手)회사는 2011년에 설립되었으며 2012년부터 쇼트클립 플랫폼으로 발전하여 현재 총 7억 명의 사용자 보유.

☑ [일본] 전시회 개최 기념, '사랑의 불시착' 주연 배우 출연작 3 주 연속 TV 방영 3)

- ☑ 작년 유행어 대상 상위 10 위에 들 만큼 현지에서 큰 인기를 끌었던 드라마 '사랑의 불시착'의 전시회도 교에 이어 간사이지방 대표 도시인 오사카에서도 3 월 5 일부터 개최될 예정임. 이를 기념해 간사이 TV (関西テレビ)는 20 일부터 3 주 연속으로 주연 배우 현빈과 손예진이 출연한 영화를 방송한다고 발표.
- ☑ <'사랑의 불시착 전시회 개최 기념' 한국 영화의 밤>이라는 제목으로 2 월 20 일에는 손예진 주연의 '지금 만나러 갑니다'가, 27 일에는 현빈 주연의 '꾼'이 방송될 예정이며 3 월 6 일 자 방송 작품은 미정임.

☑ [유럽] 프랑스 2021 년 주요 국제 시리즈 페스티벌 일정 발표 4)

- 프랑스에서 매년 개최되는 칸 국제 시리즈 페스티벌 'Canneseries'와 릴 국제 시리즈 페스티벌 'Series Mania'의 개최 일정이 발표됨.
- 두 행사 모두 매년 4 월 개최되나, 코로나바이러스 확산 여파로 각각 10 월과 8 월로 연기되었으며, 오프라인 행사를 목표로 하고 있음.



[그림 1] (좌)제 4회 칸 국제 시리즈 페스티벌 (우)제 12회 릴 국제 시리즈 페스티벌

3) 출처: <https://news.yahoo.co.jp/articles/677d46e075064b94d57387a4c77d49581d683c3e>

4) 출처: TBI Vision, 방송 산업 전문 언론

<https://tbivision.com/2021/02/11/canneseries-postponed-will-run-alongside-mipcom-in-october/>

Écran total, 프랑스 영상 업계 전문 언론

<https://ecran-total.fr/2021/02/12/series-mania-se-tiendra-finalement-fin-aout/>

칸 국제 시리즈 페스티벌 공식 웹사이트

<https://canneseries.com/fr/news/canneseries-saison-04-nouvelles-dates-du-8-au-13-octobre/>

릴 국제 시리즈 페스티벌 공식 웹사이트

<https://seriesmania.com/apel-a-series-2021/>

○ 칸 국제 시리즈 페스티벌(Canneseries)

- ✔ 당초 4월 9~14일 'MIPTV'와 동시 개최 예정이었던 제 4회 칸 국제 시리즈 페스티벌 'Canneseries'가 코로나바이러스 여파로 2년 연속 일정을 연기함.
- ✔ 연기된 일정은 오는 10월 8~13일로, 100% 온라인으로 진행된 작년 행사와 달리 오프라인 개최를 목표로 하고 있으며, 10월 11~14일로 예정된 국제 방송영상콘텐츠마켓 MIPCOM과 병행할 것으로 알려짐. 세부 일정은 추후 공개 예정.

○ 릴 국제 시리즈 페스티벌(Series Mania)

- ✔ 2010년 파리에서 시작 2018년부터 프랑스 북부 도시 릴에서 개최되고 있는 국제 텔레비전 방송 시리즈 축제 'Series Mania'가 2021년 행사 일정을 발표함.
- ✔ 매년 4월 개최되는 해당 행사는 올해 5월 28일부터 6월 5일까지로 연기했으나 코로나바이러스 확산의 영향으로 8월 26일부터 9월 2일까지로 한 차례 더 일정을 연기하고 오프라인 개최를 목표로 하고 있음.
- ✔ 행사 연기에 따라 출품 기한 또한 5월 10일 까지로 연장되었으며, 선정 발표는 7월 1일로 예정되어 있음. 행사는 100회 이상의 상영회, 시사회, 마스터 클래스, 컨퍼런스, 전시 등으로 구성됨.

✔ [인니] 현지 드라마 '사랑의 끈(Ikatan Cinta)' 시청률 신기록 세워

- ✔ 2020년 10월 19일부터 RCTI에서 첫 방영된 현지 드라마 '사랑의 끈(Ikatan Cinta)'이 매회 시청률 신기록을 갱신하고 있음.
- ✔ 매일 저녁 7시 30분에 방영하는 해당 드라마는 첫 방영 시 동시간대 시청률이 13.9%에 불과했으나, 2021년 1월 25일 138회는 동시간대 시청률 48.3%를 기록.
- ✔ 유명 배우 아만다 마노포(Amanda Manopo)는 여자 주인공 안딘(Andin) 역할을, 배우 아리아 살로카(Arya Saloka)는 남자 주인공 알데바란(Aldebaran) 역할을 맡아 큰 인기를 얻었음.
- ✔ 드라마 주요 스토리를 소개하면, 대학교수 조교인 주인공 안딘은 건설분야 사업가 니노(Nino)와 결혼을 했으나 안딘의 이복자매인 엘사(Elsa)는 과거부터 니노를 흠모하여 안딘과 니노의 결혼을 받아드리지 못함. 또한, 안딘의 전 남자친구인 로이(Roy) 역시 여전히 안딘이 다시 돌아오기를 바라며 이들 커플의 결혼을 부정하였음. 안딘과 니노의 결혼식 당일, 로이와 엘사는 그 괴로움을 술로 달래며 이 둘은 음주 상태에서 선을 넘어 엘사가 임신을 하게 됨. 이에 엘사는 로이에게 책임을 물었으나 로이는 낙태를 권하고, 이 같은 결정에 화가 난 엘사는 로이를 살해함. 엘사는 살인죄를 안딘에게 뒤집어 씌워 안딘은 구속되고 니노에게도 이혼을 당하게 됨. 감옥에서 니노의 자녀를 출산하였으나 엘사는 안딘 몰래 그 아이를 고아원에 버림. 4년 후, 출옥한 안딘은 니노와 결혼한 엘사를 마주하게 됨. 한편, 로이의 친형인 알데바란은 안딘이 친동생을 죽였다고 생각하여 안딘과 결혼을 하여 복수 계획을 세움.
- ✔ 이 드라마의 흥행 요인은 첫째, 기존 현지 드라마와 달리 드라마 전개 과정에 대한 추측이 어려워 궁금증을 유발한다는 점과 둘째, 단지 흥미 위주의 이야기 외에도 감동적이면서 로맨틱한 사랑이야기를 포함하는 등

젊은 층에게 소구하는 스토리를 복합적으로 배치하고 있다는 점임. 셋째, 수려한 외모의 주인공들의 궁합이 볼거리이지만 특히 남자 주인공의 촌데레 성격이 주 시청자 층인 인도네시아 여성들의 마음을 사로잡음. 넷째, 해당 드라마의 작가인 안니사 라마와띠(Annisa Rahmawaty)는 K-Pop 및 K-Drama 를 좋아하는 젊은 작가로 해당 드라마 대사 속에 K-Pop/Drama 분위기를 녹여낸다는 평을 받고 있음.

- ☞ 한편, 최근 3 년간 드라마 시청률 신기록을 갈아치운 드라마 <사랑의 끈(Ikatan Cinta)> 방영 이전까지 시청률이 높았던 현지 드라마로는 RCTI 의 ‘거리의 아이들(Anak Jalanan)’ 44.6%, RCTI 의 ‘뒤바뀐 딸(Putri Yang Ditukar)’ 43.9%, SCTV 의 ‘피뜨리의 사랑(Cinta Fitri)’ 39.2%, RCTI 의 ‘길거리 죽장사꾼의 하지 여행(Tukang Bubur Naik Haji)’ 30.9% 등이 있음.

☑ [UAE] 두바이 스튜디오 시티가 15 년 후, UAE 를 글로벌 영화지형도에 올려놓을 것⁵⁾

- 두바이 스튜디오 시티에서 지난 3 년 동안 총 예산 4 억 AED 를 초과하는 4,000 개 이상의 작품이 제작됨
 - ☞ 두바이 스튜디오 시티는 2005 년에 설립 된 영화 및 TV 제작을 위한 비즈니스 커뮤니티로 중동과 북아프리카에서 가장 큰 사운드 스테이지, 18 개 건물과 7 개의 워크샵에 걸쳐있는 부티크 스튜디오를 가짐.
 - ☞ 두바이 스튜디오 시티는 두바이 미디어 시티 및 두바이 프로덕션 시티와 함께 StarzPlay, MBC, Dubai Media Incorporated, Discovery Networks Central & Eastern Europe, MENA 등 34,000 명의 전문가를 고용 한 3,000 개 회사가 있는 완전한 생태계를 형성함.
 - ☞ 현재까지 두바이 스튜디오 시티는 Star Trek Beyond, 탐 크루즈의 Mission Impossible, 성룡의 Vanguard 및 Kung Fu Yoga 를 비롯한 글로벌 프로덕션과 Master Chef Arabia 및 The Cube 와 같은 여러 인기 TV 프로덕션을 유치했음.
 - ☞ 두바이 스튜디오 시티가 지원하는 가장 최근 작품은 배우 Maysa Maghrbi 와 Majed Fawaz 가 출연하는 아랍어 영화 321 Action 임. 이 영화는 두바이 스튜디오 시티 사운드 스테이지와 기술, 미디어 및 디자인 스타트업 을 위한 인큐베이터 in5 에서 촬영되었으며 UAE 의 상징적인 장소를 배경으로 함.
 - ☞ 두바이 스튜디오 시티의 전무 이사 Majed Al Suwaidi 는 “두바이 스튜디오 시티는 글로벌 프로덕션, 방송 및 엔터테인먼트 허브가 되기 위한 두바이의 비전에 중추적 역할을 하기 위해 설립되었다. 지난 15 년 동안 우리가 이룩한 것을 자랑스럽게 생각하며, 최고의 인프라와 영화 제작 시설을 제공하여 지역 및 글로벌 인재를 육성 할뿐만 아니라 미디어 및 크리에이티브 산업을 홍보하는 길을 계속 이어갈 수 있기를 기대한다. 활기찬 비즈니스 커뮤니티가 성숙되면서 더 많은 UAE 성공 스토리의 촉매제가 될 것이며 많은 할리우드 및 볼리우드 블록버스터의 전략적 위치가 될 것”이라고 밝힘.
 - ☞ 두바이 스튜디오 시티는 영화 및 TV 제작의 장을 넘어 The Big Bad Wolf Book Sale, Arab Hope Makers 및 3 일간의 영화, 비디오 게임 및 음악 축제 On.DXB 를 비롯한 주요 행사들을 개최했음.

5) 출처 :

<https://www.arabianbusiness.com/media/455930-15-years-on-how-dubai-studio-city-has-put-the-emirate-on-global-movie-map>

게임·융복합



☑ [베트남] ‘모바일게임협회’와 ‘엑사이엔엠’, 국산 게임 베트남 진출 지원

- ☑ 지난 15 일 ‘한국모바일게임협회’는 ‘엑사이엔엠(EXAENM)’과 상호 협력을 위한 업무협약을 체결했다고 밝힘.
- ☑ ‘엑사이엔엠’은 국내 게임사의 글로벌 서비스 지원을 목적으로 설립된 기업으로, 베트남 국영방송사 VT Vcab, 인도네시아 국영 통신사 PT. Telkom Group 등과의 계약을 바탕으로 PC 및 모바일 게임 퍼블리싱, 애플레이어 사업 등을 추진하고 있음.
- ☑ 이번 협약을 통해 양 기관은 PC 및 모바일 게임을 게임개발사와 협력해 베트남 현지 시장에 직접 서비스 하며, VTVcab 이 보유하고 있는 방송서비스를 게임과 접목해 e 스포츠화 하는데 상호 협력하기로 합의.
- ☑ ‘엑사이엔엠’ 박준범 대표는 “한국모바일게임협회와의 협약을 통해 한국 게임개발사의 베트남 시장 진출을 위한 교두보를 확보하고 안정적인 게임 서비스를 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있음. 또한, 중소/중견/인디 개발사의 베트남 시장 진출을 지원하고 게임 판호 획득과 e 스포츠 시장 저변확대를 위해 최선의 노력을 다할 것을 약속한다”는 소감을 밝힘.



[그림 2] 한국모바일게임협회(Korea Mobile Game Association) 로고

☑ [베트남] KeSPA, 베트남 e 스포츠협회와 교류 활성화 협약

- ☑ ‘한국 e 스포츠협회’는 아시아권 e 스포츠 협회와의 업무협약을 통해 아시아 대륙 내 연대를 강화하고 있는데, 특히 지난 9 일 베트남 e 스포츠협회와 업무협약을 체결했다고 밝힘.
- ☑ ‘베트남 e 스포츠협회(VIRESA)’는 자국 국가 올림픽 위원회(National Olympic Committee)의 인정을 받은 공신력 있는 e 스포츠 단체. 한국 e 스포츠협회는 베트남 e 스포츠협회와 베트남의 e 스포츠 교육 활성화, e 스포츠 산업 지원 강화, 양국 e 스포츠 교류 활성화, 미디어 파트너십 강화, 유망주 육성 등의 협력을 약속함.
- ☑ 이를 위해양국 협회를 통해 교류를 희망하는 e 스포츠 유관 기업들을 적극 지원 지원하고, 협회가 진행 중인 KeSPA 글로벌 e 스포츠 교육사업(캠프, 아카데미)과 연계해 인력파견, 베트남 현지화 등을 적극 협력 할 계획이라 밝힘.

- ☑ 한편, '한국 e 스포츠협회'는 올해 초 '아시아 e 스포츠 연맹(AESF)'과도 협약을 맺은 바 있는데, 한국형 e 스포츠 교육시스템 및 선수 권익 보호 제도를 아시아권에 전파하고, 아시아 e 스포츠 단체와의 교류·연대를 강화할 예정이라 밝힘.



|그림 3| 한국 e스포츠협회 - 베트남 e스포츠협회 업무협약

애니·캐릭터



☑ [일본] 넷플릭스, 일본 애니메이터 육성 지원 사업 시행 6)

- ☑ 넷플릭스가 12 일 일본에서 애니메이터 육성 지원을 시작한다고 발표. 지원 대상자는 넷플릭스와 제휴를 맺고 있는 애니메이션 제작사와 애니메이션 '진격의 거인' 등을 제작한 위트 스튜디오(WIT STUDIO, ウィットスタジオ)에서 4 월 개강하는 애니메이터 육성학원에서 수업을 받게 되며, 졸업 후 넷플릭스 오리지널 애니메이션 제작 참여가 가능해진다고 함.
- ☑ 또한, 넷플릭스는 수업이 진행되는 6 개월간 수강생에게 월 15 만 엔의 생활비와 60 만 엔의 수업료를 전액 지원하며 대상자는 일본에 거주 중인 고졸 이상의 18 세부터 25 세까지의 성인으로 한정하고 있음.
- ☑ 육성학원 졸업 후에는 넷플릭스 오리지널 애니메이션을 제작하는 애니메이션 제작사에 취업할 수 있으며 넷플릭스는 이번 프로그램과 더불어 폭넓은 애니메이터 육성 관련 교육 사업을 더 확대 및 지속해 나갈 예정이라고 발표.

6) 출처

- <https://www.nikkei.com/article/DGXZQODZ101RC0Q1A210C2000000/>

음악



☑ [미국] 'CL', 한국 여자 솔로 가수 최초 미국 TV 광고 모델 7)

- ☑ 가수 'CL' 소속사 '팀베리체리'에 따르면, 지난 14 일(현지 시간) 미국 프랜차이즈 음식점 '타코벨(Taco Bell)' TV 광고에 'CL'이 모델로 등장함. 이는 한국 여자 솔로 가수 최초의 미국 TV 광고 모델임.
- ☑ 해당 광고는 미국 전역에 방송되며, 배우 노아 센티네오(Noah Centineo), 틱톡 스타 나바로스(Nava Rose), 드래그 퀸 오닉스 블랙(Onyx Black) 등 다양한 분야의 유명 인사들이 대거 참여함.
- ☑ 지난 해 'CL'은 미국 팝 가수 비욘세(Beyonce)의 의류 브랜드 '아이비파크(Ivy Park)'와 스포츠 브랜드 '아디다스(Adidas)'의 협업 광고 모델로 영상을 촬영함. 해당 광고는 비욘세의 제안에 따라 진행하였음을 밝힘.
- ☑ 가수 'CL'은 지난 해 앨범으로 제임스 코든 방송에 출연하고, 빌보드 차트에 오르며 주목을 받음. 2021 년 상반기에 새로운 앨범 '+ALPHA+'를 발매할 예정임.

☑ [미국] '빅히트', '유니버설 뮤직그룹'과 함께 미국 현지 오디션 진행 8)

- ☑ 방탄소년단 소속사 '빅히트엔터테인먼트'는 미국 '유니버설 뮤직그룹'과 협업하여 현지 오디션을 통해 K-POP 시스템의 아이돌보이그룹을 만들 것이라고 밝힘.
- ☑ 해당 발표를 통해 세계적으로 활동할 새로운 그룹의 멤버들은 미국 내 미디어 파트너사와 2022 년 방영 을 목표로 오디션 프로그램을 진행되어 선발될 예정임을 공개함.
- ☑ 빅히트의 팬 플랫폼 '위버스(Weverse)'에는 유니버설 뮤직그룹에 소속된 미국 가수들이 합류할 예정 임. 위버스는 2019 년 K-POP 아티스트와 팬이 소통하는 어플임. 네이버 브이라이브와 통합하여 새로 운 글로벌 팬커뮤니티 플랫폼으로 확장할 것이라고 발표함.
- ☑ 위버스와 유사한 플랫폼으로 지난 1 월 '유니버스(Universe)'가 등장함. 리니지 등으로 유명한 엔씨소프트와 CJ ENM 이 MOU 를 통해 만들어진 팬덤 플랫폼으로 강다니엘, 몬스타엑스, 아이들 등 유명 K-POP 아티스트와 소통하는 어플임. 지난 달 28 일에 출시되었으며, 사전 예약자가 186 개국에서 100 만명을 돌파함.

7) 출처

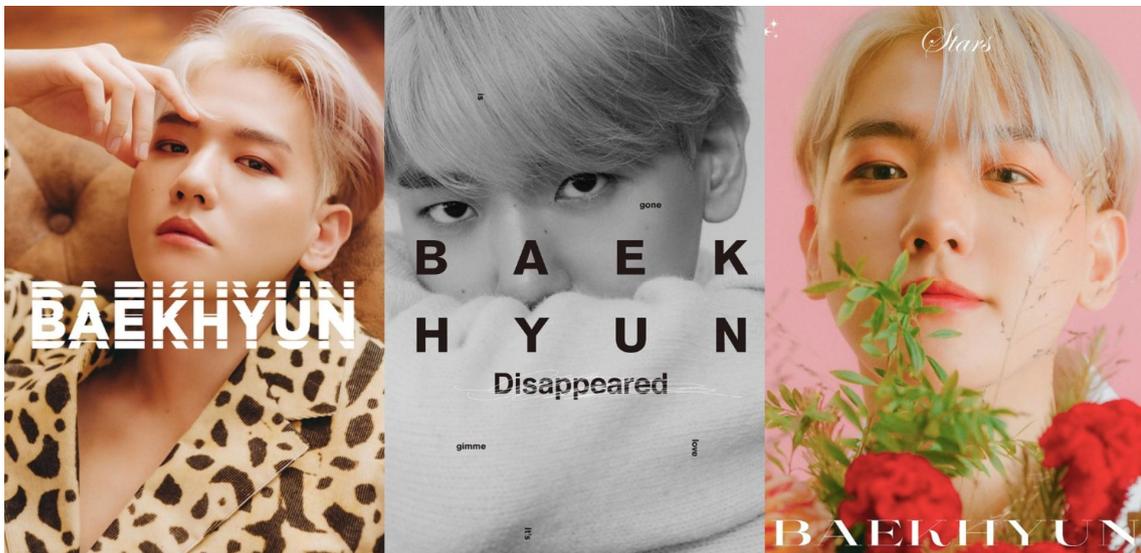
- <https://www.usatoday.com/story/money/food/2021/02/02/taco-bell-cravings-box-combo-deal-rewards-members/4344486001/>
- <https://www.shethepeople.tv/shestars/taco-bell-commercial-cl-k-pop/>
- <https://www.billboard.com/articles/news/9524171/umg-yg-invest-big-hit-live-streaming-platform>

8) 출처

- <https://www.billboard.com/articles/news/international/9527217/big-hit-universal-music-tv-show-bts>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/universal-music-group-and-big-hit-records-partnering-to-debut-new-boy-group>
- <https://variety.com/2021/music/news/big-hit-bts-universal-music-1234909832/>
- <https://www.forbes.com/sites/jeffbenjamin/2021/02/17/big-hit-entertainment-universal-music-deal-expanded-partnership-for-boy-band-tech-offerings/?sh=32b4e535df>

✔ [일본] '백현', 'TXT'가 앨범 발매 11 일 만에 일본레코드협회 '골드 인증' 획득 9)

- ✔ K-POP 가수 '백현'과 'TXT'의 일본 발매 앨범이 누적 10 만 장 이상 판매함으로써 일본레코드협회의 '골드디스크 인증'에서 골드 인증을 획득함.
- ✔ '골드디스크 인증'은 일본레코드협회가 1989 년부터 실시하고 있는 사업으로, 싱글 CD, 앨범 CD, 뮤직비디오 DVD 작품에 대하여 발매일로부터 누계출하매수의 일정수를 넘을 경우 기준에 따라 인증하고 있는 사업임.
- ✔ '백현'의 'BAEKHYUN' 앨범과 'TXT'의 'STILL DREAMING' 앨범은 나란히 1 월 20 일 발매된 후 11 일 만에 누적 10 만 장 이상 발매해 골드 인증을 받음.
- ✔ 한편, '백현'의 일본 첫 미니앨범인 'BAEKHYUN'은 1 월 18 일부터 1 월 20 일까지 진행된 선 판매 예약 집계가 7 만 장을 넘겨 빌보드재팬 앨범 세일즈 집계 1 위를 차지해 화제임.



9) 출처

- <https://www.nikkei.com/article/DGXZQODZ101RC0Q1A210C2000000/>
- <https://news.kstyle.com/article.ksn?articleNo=2160804>
- <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html>

✔ [유럽] '유니버설 뮤직 그룹(UMG)', 국내 엔터사와 라이브 스트리밍 플랫폼 VeneuLive 출범 10)

- 프랑스 미디어 그룹 비방디 산하 '유니버설 뮤직 그룹(UMG)'이 빅히트 엔터테인먼트와 미국 키스위(Kiswe Mobile) 11)의 합작법인 'KBYK Live'의 일부 지분을 YG 와 공동 인수, 글로벌 라이브 스트리밍 플랫폼 'VeneuLive(이하 베뉴라이브)' 사업에 합류함. 지분 인수 금액 조건은 공개되지 않은 것으로 알려짐.
 - ✔ '베뉴라이브'는 지난해 6 월과 10 월 BTS 온라인 라이브 콘서트 "BANG BANG CON The Live"와 "MAP OF THE SOUL ON:E"을 성공적으로 개최했으며, 각각 756,000 명, 993,000 명의 동시 관람을 기록한 바 있음.
 - ✔ '유니버설 뮤직 그룹(UMG)'은 최근 음악 스트리밍 산업의 성장에 직접적으로 영향을 받은 매출 증가로, 2020 년 53 억 유로의 수익을 올린 바 있음 (2019 년 대비 5.1% 상승). 언론은 이번 지분 인수로 현재 전 세계적으로 주목받고 있는 케이팝을 활용, 스트리밍 사업의 확장을 꾀하는 것으로 분석함.
 - ✔ 또한, 현지 언론은 "글로벌 음악 업계의 주요 플레이어들의 협업과 확실한 신규 투자가 관련 기술 혁신 및 산업 전체의 성장에 영향을 줄 것으로 기대한다"고 평함.

✔ [유럽] '프랑스국립음악센터', 라이브 스트리밍 산업 현황 보고서 발간 12)

- 프랑스국립음악센터(CNM)가 코로나바이러스 확산으로 인해 큰 타격을 받고있는 대중음악공연시장 재활성화 목적 및 라이브 스트리밍 산업의 부상에 따라 업계 및 대중의 이해를 돕고자 기관 웹사이트 내에 관련 특별 카테고리를 신설함.
- CNM 은 해당 페이지를 통해 업계 현황 자료 보고서, 업계를 위한 라이브 스트리밍 활용 방법 및 관련 제도 안내, 온라인 매거진 등을 주기적으로 업데이트 할 전망.

10) 출처: MBI Worldwide, 음악 산업 전문 언론

<https://www.musicbusinessworldwide.com/universal-teams-with-big-hit-and-yg-entertainment-to-invest-in-global-live-streaming-platform/>

BFM Business, 프랑스 경제 전문언론

https://www.bfmtv.com/economie/vivendi-envisage-une-cotation-en-bourse-d-universal-music-groupe-en-2021_AD-202102130204.html

11) 키스위 모바일은 라이브 스트리밍 원천 기술과 클라우드 서버를 기반으로 한 멀티채널 융합 기술을 보유한 미국 회사로, 한국인 박종훈 박사가 2013 년 설립함.

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

<https://culture.newstank.fr/fr/article/view/208119/centre-national-musique-creation-mini-site-dedie-livestream.html>
CNM 웹사이트 해당 페이지

<https://cnm.fr/le-centre-national-de-la-musique-met-en-ligne-son-minisite-dedie-au-livestream/>

○ 산업 현황 보고서 주요 내용

1. 시장 현황

- ☞ 보고서는 현재 글로벌 라이브 스트리밍 시장의 성장이 코로나바이러스 위기 이전부터 성장세를 보이던 두 분야인 라이브 공연과 비디오 스트리밍의 결합에서 출발한다고 분석함.
 - 기업 컨설팅 회사인 PwC의 분석에 따르면 전 세계 라이브 음악 공연 산업은 2019년에 280억 달러에 이르는(입장권 판매 수익 220억 달러 포함).
 - 시장 분석 기관 Grand View Research에 따르면 세계 비디오 스트리밍 시장은 2019년 426억의 매출을 올렸으며 이 중 60%인 254억 달러는 라이브 스트리밍을 통해 발생한 것임.
- ☞ 코로나바이러스 확산 이후 라이브 공연 산업이 디지털 전환을 지속하고 있음.
 - 디지털 티켓팅 테크 기업들(예: Shotgun, Yurplan, DICE, Seated 등)이 라이브 스트리밍 유료 입장 시스템을 최초로 도입한 이래로, 티켓마스터와 같은 업계 대표 또한 이 시스템을 활용. 라이브 스트리밍 콘서트를 개최하고 있음.
 - 콘서트 애그리게이터 플랫폼(예: Bandsintown)이나 DtoC2 플랫폼(예: Bandcamp) 또한 라이브 스트리밍 콘서트 서비스를 제공하기 시작함.
 - 일부 엔터테인먼트 에이전시들이 자체적으로 라이브 스트리밍 서비스를 출범하는 경향도 생겨남(예: 빅히트 엔터테인먼트 Weverses)

2. 라이브 스트리밍 산업의 재구조화와 그에 따른 과제

- ☞ 코로나바이러스 위기로 인해 라이브 스트리밍의 사용이 크게 증가함.
 - 영상 스트리밍 플랫폼 트위치의 음악 및 공연 카테고리는 2019년 7월에 총 360만 시간, 2020년 1월에 약 500만 시간, 3월에 약 800만으로 치솟음.
 - 2020년 8월 Bandsintown이 실시한 설문조사에 따르면, 응답자의 73%가 이미 라이브 스트리밍을 시청한 적이 있는 것으로 드러남.
 - 2020년 11월 13일 프랑스 파리 국립 오페라 극장은 페이스북 라이브 스트리밍 Facebook Live로 유료관객 8,500명을 모은 바 있으며, 뉴욕 메트로폴리탄 오페라는 « Met Stars Live in Concert » 제하 유료 오페라 공연 시리즈를 제공하는 등 라이브 스트리밍의 영역이 대중음악공연의 경계를 넘어서고 있음.
- ☞ 라이브 스트리밍 콘서트 티켓 판매 매출의 경제 효과는 현재까지는 산출이 어려움.
 - 미국 플랫폼 LiveXLive는 2020년 8월에 71개 라이브 스트리밍 콘서트를 개최, 32,000장의 티켓을 판매했음. 평균 구매 가격은 27달러로, 총 수익은 최소 1백만 달러에 이를 것으로 추산.
 - 현재 가장 많은 수익을 올린 단일 이벤트는 2020년 6월 BTS의 콘서트로 74만장(팬클럽 회원 23유로/비회원 31유로)을 판매, 2천만 유로의 매출을 올림
- ☞ 프랑스 라이브 스트리밍 콘서트 티켓의 평균 금액은 17유로인 것으로 조사됨.
- ☞ 최근 조사에 따르면, 유료 라이브 스트리밍 콘서트에 대한 높은 수요가 감지됨.
 - Weezevent와 IFOP의 2020년 5월 조사 결과, 1천 명의 조사 대상 중 20%가 디지털 콘서트에 비용을 지불할 의사가 있다고 응답함.
 - 또한, Bandsintown이 자사 라이브 스트리밍 콘서트 관람객에게 행한 설문조사에 따르면 응답자의 70%가 이동제한 해제 후에도 해당 서비스를 이용할 것이라고 답했고, 80%는 어떤 방식으로든 콘서트에 비용을 지불할 의향이 있다고 답함.

● 결론

- ☞ 보고서는 '라이브 스트리밍 형식에 대한 요구가 점차 증가하고 있고 앞으로 일반적인 콘서트 형식의 하나로 자리 잡을 수 있을 것으로 보인다'며, '이 현상이 점차 확산된다면, 기획 방법, 상연 시간, 출연자, 청중, 재정 및 운영 측면에 이르기까지 대중음악공연산업의 스탠다드 자체가 완전히 달라질 가능성이 있다. 즉, 라이브 스트리밍은 개념, 관련 제도, 기능 등 공연이라는 문화 콘텐츠 형식에 대한 근본적인 질문을 던지게 만들고 있다'고 평함.

☑ [UAE] 음악 스트리밍 서비스 Anghami, 아부다비에 본사, R & D 허브 설립 13)

● 'Abu Dhabi Investment Office 와 MENA 의 첫 번째 음악 스트리밍 플랫폼, 파트너십 발표.

- ☞ 음악 스트리밍 서비스 Anghami 는 아부다비 투자청 (ADIO)과 파트너십을 맺고 레바논에 있는 본사를 UAE 수도 아부다비로 이전할 예정임.
- ☞ 아부다비 투자청이 최근 발표 한 20 억 AED (5 억 5,500 만 달러) 혁신 프로그램의 첫 번째 파트너십으로 음악 스트리밍 플랫폼 Anghami 의 R & D 센터를 아부다비에 설립하게 됨.
- ☞ Anghami 의 공동설립자 Eddy Maroun 는 Anghami 본사 이전장소로 아부다비를 선택한 데에는 "테크 허브로서의 아부다비의 포지셔닝이 인프라 및 생태계 관점에서 세계적 수준이며 매우 중요한 고품질 인재를 만날 수 있고 아부다비 투자청으로부터 받은 큰 지원도 추가되었다"고 언급함.
- ☞ "아부다비는 항상 미디어에 많은 관심을 기울 였고 Anghami 는 기술 회사이자 미디어 회사이기도합니다. 앞서 언급 한 모든 것과 함께 Anghami 의 현지 각도, 우리가 보유한 아랍 콘텐츠, 지역 및 전 세계 아랍인들의 선택 플랫폼이 되고자하는 우리의 야망이 모두 아부다비를 우리의 선택으로 만들었다 고 믿습니다. " 그는 덧붙임.
- ☞ 아부다비 투자청은 Anghami 가 아부다비의 Creative Cluster 의 성장과 여러 부문의 기술 채택에 기여할 것이라고 밝힘. 아부다비 투자청은 계속해서 투자를 다각화하고 있으며 건강 및 생명 공학, 핀 테크 및 창조 경제 분야 투자를 면밀히 검토하고 있음.
- ☞ 아부다비 정부의 Ghadan 21 액셀러레이터 프로그램의 이니셔티브인 아부다비 투자청의 혁신 프로그램은 ICT, 금융 서비스, 관광, AgTech, 건강 서비스 및 바이오 제약을 포함한 고성장 분야의 혁신적인 비즈니스에 인센티브를 제공함. 이 프로그램은 혁신적인 비즈니스의 기회를 가속화하고 성장 지원, 아이디어 제공을 목표로 함.
- ☞ 자산 관리 및 투자 은행 플랫폼 Shuaa Capital 은 기술 관련 투자에 대한 집중 확대의 일환으로 Anghami 에 대한 투자를 발표했음.

13) 출처

- <https://www.arabianbusiness.com/media/457927-music-streaming-service-anghami-to-set-up-hq-rd-hub-in-abu-dhabi>

- ☑ 2019 년 Anghami 플랫폼에서 100 억 개의 음악 스트림이 제공된 것이 확인됐고 최근 연구에 따르면 글로벌 음악 스트리밍 시장은 지속적인 성장을 보일 것으로 예상되며 전 세계적으로 17.8 % 성장대비 MENA 지역은 2020 년부터 2027 년까지 21 % 이상의 복합 연간 성장률을 달성할 것으로 예상됨.



|그림 1| Anghami 공동설립자 Eddy Maroun (출처 : Arabian Business)

통합(정책·기타)



☑ [미국] 한국과 미국 기업의 디지털 라이브 스트리밍 플랫폼 등장 14)

- ☑ '빅히트'는 '키스위'와 합작하여 설립한 KBYK Live 에 'YG'와 'UMG(유니버설 뮤직 그룹)'이 공동 투자함을 밝힘.
- ☑ '키스위'는 라이브 스트리밍 원천 기술과 클라우드 기반의 멀티 채널 융합기술을 보유한 회사로 전 세계 디지털 관객과 커뮤니티를 참여시킴. Universal Music Group 은 세계 3 대 메이저 레이블로 손꼽히며, 소속 아티스트로는 테일러 스위프트, 카네 웨스트, 레이디 가가 등 있음. 산하 레이블로 비틀스, 샘스미스 등 유명 가수들이 속함.
- ☑ 지난해, 라이브 스트리밍 콘서트 서비스 플랫폼인 VenewLive 를 출범하여 6 월과 10 월에 방탄소년단의 온라인 콘서트를 진행함. 최고 동시 접속자 수가 약 76 만 명과 99 만 명임에도 안정적인 스트리밍을 제공함.

14) 출처

- <https://variety.com/2021/digital/news/universal-music-big-hit-entertainment-bts-yg-kiswe-kbyk-venewlive-1234904543/>
- <https://variety.com/2021/biz/asia/bts-agency-big-hit-entertainment-invest-in-yg-1234893216/>
- <https://www.billboard.com/articles/news/9524171/umg-yg-invest-big-hit-live-streaming-platform>

- ✔ VenewLive 는 고화질 영상, 다각도 멀티뷰, 라이브 채팅, 응원봉 연동 등 다양한 공연 요소를 제공함.
- ✔ 'YG'와 'UMG(유니버설 뮤직 그룹)'이 공동 투자를 통해, 각 회사의 글로벌 아티스트 라인업과 공연 콘텐츠를 확보하고 다채로운 요소를 추가함으로써 디지털 공연만의 플랫폼으로 자리매김하기를 기대함.

✔ [미국] 디즈니 플러스 구독자 빠른 성장 추세 15)

- ✔ 디즈니가 발표한 2020년 4분기 실적에 따르면, 디즈니의 동영상 스트리밍 서비스 총 가입자 수는 약 1억 4600만 명임. 이 중, 디즈니 플러스 가입자가 약 9500만 명으로, 출시 후 약 14개월 만에 확보된 구독자수임. 디즈니가 가진 동영상 스트리밍 서비스는 디즈니 플러스, 훌루, ESPN 플러스가 있음.
- ✔ 특히, 디즈니 플러스는 타 플랫폼에서 시청이 불가능한 독점 콘텐츠가 전체의 89%로, 가장 높은 비중을 차지함.
- ✔ 2019년 11월 출시하여 첫날 가입자가 천만 명에 달했음. 지난해 12월의 신규 가입자가 약 810만 명임. 팬데믹의 영향으로 빠르게 신규 유료 구독자를 확보함을 밝힘. 2024년까지 최대 2억 6000만 명의 구독자를 모을 계획임을 발표함. 2021년 여름, 한국에 서비스를 출시할 예정임.
- ✔ 반면, 디즈니의 테마파크, 리조트, 레저 등이 제한됨에 따라, 디즈니 전체 매출은 손실을 보임.



|그림 4| 출처: 디즈니 플러스

15) 출처

- <https://www.hollywoodreporter.com/news/the-mandalorian-soul-push-disney-subscribers-to-95-million>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/disney-leans-on-streaming-with-pandemic-related-costs-expected-to-hit-to-1-billion>
- <https://deadline.com/2021/02/disney-plus-streaming-94-million-subscribers-revenue-per-user-hotstar>
- <https://variety.com/2021/digital/news/disney-plus-pops-to-95-million-paid-subscribers-1234906356/>

☑ [북경] 국가 인터넷정보판공실 등, 인터넷 라이브방송 관리강화 관련 통지

- ☑ 2월 9일, 국가 인터넷정보판공실(国家互联网信息办公室)은 공업과정보화부(工业和信息化部), 공안부(公安部) 등 6개 부문과 연합하여 <인터넷 라이브방송 관리강화 관련 지도의견(关于加强网络直播规范管理工作的指导意见)>을 발표함. 내용에는 기존 라이브방송 관련 플랫폼과 BJ의 법률적 책임을 명확히 하고 이용자들이 합리적 소비와 건전한 사용으로 법규를 준수할 수 있도록 촉구함.
- ☑ 이번 지도의견에는 BJ 후원금에 대해 중점적으로 다루었는데 BJ 계정의 등급별 분류, 후원금 서비스 및 유료광고 관리시스템 구축을 통해 계정 등급별 방송 회차별 후원금 상한액과 방송시간, 방송 횟수 등의 제한하도록 하는 내용이 포함됨.

☑ [심천] 2020 중국 문화산업 계열 지수 발표 16)

- ☑ 중국 인민대학 문화 과기원(中国人民大学文化科技园), 중국 인민대학 문화산업 연구원(中国人民大学文化产业研究院)에서 '2020 중국 문화산업 계열 지수'를 발표함. 이번 발표회는 온라인상에서 개최되었으며, 2020년 중국 성(省)시(市) 문화산업 발전 지수, 2020년 중국 성(省)시(市) 문화산업 자산 활성화 지수, 2020년 중국 성(省)시(市) 문화산업 투자 유치 지수 등의 내용이 발표됨.
- ☑ 중국 인민대학 문화 과기원 및 문화산업 연구원은 중국 문화산업의 발전을 이끌기 위해 노력해 왔으며, 매년 '중국 성(省)시(市) 문화산업 발전 지수'를 발표하고 있음.
- ☑ 연구원은 기존 지수 체계를 바탕으로, 2020년 '중국 성(省)시(市) 문화산업 발전 지수' 체계를 구축하였으며, 기존 체계에 비해 3가지 방면에서 변화를 보임:
첫째, 문화산업 기업의 합법적 신뢰도, 자금 활성화, 투자 흡인력, 융합 능력 등의 지표를 추가하여 사회적 효과 및 이익, 문화사업 발전 추세에 더 많은 관심을 기울였음.
둘째, 데이터 소스를 확대함. 빅 데이터 기술을 활용하여 10,000개가 넘는 문화산업 데이터를 추가 도입해 종합적인 지수 결과를 산출함.
셋째, 평가 대상을 세분화함. 성(省)급 문화산업 지수 평가 대신 구(区)현(县)급 문화산업 발전 상황에 대한 모니터링 및 지표 평가를 실시함.
- ☑ 종합 지수 결과에 의하면, 북경(北京), 절강(浙江), 광둥(广东), 상하이(上海), 산둥(山东), 강소(江苏), 호북(湖北), 허난(河南), 사천(四川), 안휘(安徽) 등의 지역이 중국 2020년도 종합 지수 랭킹 1-10위에 진입함. 또한, 제 13차 5개년 계획 기간 동안 북경은 5년 연속 1위를 유지했으며, 절강성은 3년 연속 2위를 차지함. 북경, 절강, 광둥, 상하이, 산둥은 훌륭한 산업 생산력, 영향력 및 추진력을 선보임. 이외에, 호북, 충칭(重庆), 헤이룽장(黑龙江) 등의 지역도 큰 발전을 보임. 이중 호북성은 지난 3년 동안 처음으로 상위 10위에 진입함.

16) 출처: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1690665293730048636&wfr=spider&for=pc>

- ☑ 2020 년 ‘중국 성(省)시(市) 문화산업 자금 활성화 지수’의 경우, 헤이룽장, 충칭, 강소, 산둥, 하이난(海南), 섬서(陝西), 광서(广西), 산시(山西), 천진(天津), 후난(湖南)이 랭킹 1-10 위에 진입함.
- ☑ 2020 년 ‘중국 성(省)시(市) 문화산업 투자 흡인력 지수’의 경우, 광둥, 상하이, 절강, 복건(福建), 북경, 서장(西藏), 강서(江西), 산둥(山东), 사천, 호북이 랭킹 1-10 위에 진입함. 이중 광둥, 상하이, 절강, 복건, 북경은 투자 흡인 주요 지역이며, 투자를 통해 더 많은 우수 문화 콘텐츠 및 서비스가 제공될 예정임.

☑ [일본] 소프트뱅크와 ‘NiziU’가 협업, 최신 기술 활용한 새로운 실감형 콘텐츠 공개 예정 17)

- ☑ 소프트뱅크는 자사 통신 서비스 이용자 한정으로 제공되는 최신 기술을 활용한 자체 OTT 실감 콘텐츠 서비스 ‘5G LAB’에서 글로벌 걸그룹 ‘니쥬(NiziU)’와 협업한 새로운 프로젝트 <NiziU LAB>을 2021 년 2 월 10 일부터 공개한다고 발표.
- ☑ 이러한 협업 TV 광고 <NiziU 의 모든 것을 즐기자(NiziU を楽しみつくそう)> 편을 일본 전국 방영과 함께 소프트뱅크 가입자 중 추첨으로 7000 명을 뽑아 온라인 이벤트에도 초청하는 행사도 진행 중임.
- ☑ <NiziU LAB>에서는 신곡 <Poppin' Shakin'>을 주제곡으로 채용한 니쥬 첫 XR 오리지널 콘텐츠를 선보이고 있다고 함.
- ☑ <NiziU LAB>의 주요 콘텐츠로는 AR 기술을 활용해 아티스트가 자신과 같은 공간에 등장하는 <어디에든 니쥬(どこでも NiziU)>, VR 기술을 활용해 아티스트가 눈앞에서 춤추고 있는 것 같은 가상 체험이 가능한 <초근접 시어터(超接近シアター)>, FR 기술을 활용해 여러 대의 카메라가 촬영한 영상에서 자신이 보고 싶은 앵글의 영상을 선택해 여러 시점의 영상을 즐길 수 있는 콘텐츠 <멀티 앵글 시어터(マルチアングルシアター)>가 있음.



17) 출처

- <https://news.yahoo.co.jp/articles/7a150710895bf126fe744f016030d33834ec2bb5>

✔ [일본] '시스코시스템즈', 일본 정부와 연계해 '디지털사회화' 지원 가속 예고 18)

- ✔ 미국 소재의 네트워킹 하드웨어, 보안 서비스 등을 제공하는 글로벌기업인 '시스코시스템즈'가 약 40 개국에서 추진 중인 <Country Digitalization Acceleration(CDA)> 프로그램을 바탕으로 일본 정부의 본격적인 디지털화 추진을 지원하는 협업 형태를 더욱 가속할 것이라고 발표.
- ✔ <Country Digitalization Acceleration(CDA)> 프로그램이란 시스코시스템즈가 각국의 정부, 교육기관, 민간기업과의 협업을 통해 디지털화 추진을 지원하고 그 나라와 사회 과제 해결이나 경제 성장에 공헌하는 것을 목적으로 하는 프로그램으로, 경제 성장, 고용 창출 등을 토대로 한 투자 활동을 전개하고 있으며, 보다 구체적인 중점 주제는 각국의 현황 및 과제에 따라 설정됨.
- ✔ 일본의 중점 주제는 (1)안전하고 안심할 수 있는 공공 인프라, (2)교육의 디지털화, (3)재택근무의 추진과 고도화, (4)신형 코로나 대책·원격의료, (5)공급망 대책, (6)규제개혁과 디지털 사회로, 그 기반이 되는 5G 인프라의 제공을 통해 일본의 디지털화를 지원하는 것이 최종 목표라고 함.
- ✔ 또한, 코로나 19 와 같이 주기적으로 발생할 수 있는 감염증 팬데믹에 대응하는 복원 가능한 사회상 등도 함께 모색해 나간다고 함.

✔ [유럽] 프랑스, 2020 년 온라인 문화 콘텐츠 소비 크게 증가 19)

- 지난 2 월 11 일 프랑스의 대표적인 불법복제 방지를 위한 국가기관이자 인터넷상의 지식재산권 유통 및 보호를 위한 국가기관 'Hadopi(Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet)'가 2020 년 프랑스인들의 온라인 문화 콘텐츠 소비 행태 분석 보고서를 발간함.
- 주요 결과
 - ✔ 2020 년 프랑스의 인터넷 사용자의 83%가 온라인상에서 영상, 음악, 도서, 게임 등의 문화 콘텐츠를 소비한 것으로 밝혀졌으며, 이는 약 4 천만 명에 해당하는 수치로, 2019 년에 비해 2% 증가한 것임.
 - ✔ 특히 지난봄 첫 번째 이동통제 기간 중 4 월 한 달간 89%가 디지털 문화 콘텐츠를 소비하여, 연간 최고 수치를 기록함.
 - ✔ 51%가 영화를, 46%가 TV 시리즈를 시청했다고 밝혀 영상 콘텐츠가 가장 큰 비율을 차지함.
 - ✔ 온라인 게임은 36%로 가장 큰 증가율을 보임. 이는 2018 년 대비 12% 증가한 수치임.

18) 출처: <https://news.yahoo.co.jp/articles/a99e78232d585c0d525821860e11a673920634eb>

19) 출처: Hadopi 보고서 '2020 년 온라인 문화 콘텐츠 소비 통계

<https://www.hadopi.fr/actualites/barometre-de-la-consommation-de-biens-culturels-dematerialises-2020>
Écran total, 프랑스 미디어 전문 언론

<https://ecran-total.fr/2021/02/12/31-des-francais-ont-augmente-leur-consommation-de-biens-culturels-en-ligne-avec-le-confinement/>

- ✔ 62%가 유료 구독 서비스에 가입함. (2019 년 대비 6% 증가). 46%는 VOD 서비스, 23%는 인터넷 TV 서비스, 19%는 음악 스트리밍 서비스임. 유료 구독 서비스에 대한 평균 지출액은 30 유로인 것으로 밝혀짐.
- ✔ 또한, 보고서는 불법 유통 콘텐츠 소비 감소 신호가 감지되었다고 분석함.
 - 26%가 불법 콘텐츠를 소비한다고 밝혔으며 이는 2018 년부터 동일한 수치임.
 - 그러나 불법 콘텐츠를 소비하는 가장 중요한 이유인 '비용' 과 '콘텐츠 다양성' 의 비율이 2017 년 69%에서 45%, 49%에서 39%로 크게 감소함.
- ✔ 2021 년 1 월에 이루어진 조사에서는 31%가 두 번째 이동통제 기간보다 더 많은 온라인 문화 콘텐츠를 소비하고 있다고 밝혔으며, 65%가 영화관, 극장, 공연장 등 오프라인 문화 시설이 재개된다면 다시 방문할 것이라고 답함.

✔ [유럽] 프랑스 2021 년 최고 스타트업 'Next 40-French Tech 120' 선정 20)

- 2020 년 프랑스 마크롱 대통령 주도로 출범, 큰 성장세를 보이는 주요 스타트업 기업에 라벨을 부여하는 정책 'French Tech 120(이하 FT120)'이 지난 2 월 8 일 올해 선정 업체 리스트를 발표함.

	매출 30~100 억 유로 기업	매출 100 억 유로 이상 기업
매출 증가율 (전체의 50%)	매출 증가율 50% (공차 40%)	매출 증가율 25% (공차 20%)
투자금 (전체의 50%)	지난 2 년간 투자금 200 억 유로 이상 유치	
지역	상기 두 기준에 상응하는 지역별 상위 2 개 기업 자동 선정	
공통	기업 연령 15 년 이하일 것 혁신 기업일 것	매입된 기업이 아닐 것 본사가 프랑스에 소재할 것

표 1 | FT120 선정 기준

- ✔ 선정된 업체는 프랑스 스타트업 진흥 정책 기관 FT120 으로부터 적극적인 지원을 받게 됨.
- ✔ 그중 상위 40 개 스타트업은 'Next 40' 라벨을 수여, 총 10 억 원 상당의 상금, 주요 투자금 유치 1 순위 자격 부여 등의 혜택을 받게 됨.
- ✔ 2020 년 출범 시 123 개의 스타트업이 FT120 에 선정되었으며 (Next 40 포함), 올해는 33 개 기업이 신규 진입, 120 개 기업이 선정됨. 신규 진입한 33 개 기업 중 12 개가 'Next 40'에 선정됨.

20) 출처: Les Échos, 프랑스 경제 전문 일간지

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/next-40-et-french-tech-120-qui-sont-les-nouveaux-champions-de-la-tech-tricolore-1288404>

Usine digitale, 프랑스 디지털 업계 전문 언론

<https://www.usine-digitale.fr/article/la-seconde-edition-des-ft120-et-next-40-accueille-30-nouveaux-entrants.N1058469>

프렌치 테크 웹사이트

<https://lafrenchtech.com/fr/la-france-aide-les-startups/french-tech-120-2/>

- ☑ 선정 업체 총매출액은 88 억 5 천만 유로로 작년 대비 55% 증가함.
- ☑ 또한, 해당 120 개 기업은 26,000 명을 고용하고 있으며 이는 작년 17,700 명 대비 약 10,000 명의 신규 고용을 창출한 것임.
- ☑ 분야별 선정 스타트업 갯수 및 자금 규모 (단위 : 억 유로)
 - 애드테크(3 개, 1,930), HR(7 개, 5,110), 엔터테인먼트(8 개, 9,800), IoT 기술(5 개, 7,240), 클린테크(4 개, 90), 물류(3 개, 1,640), 건설 기술(1 개, 560), Mar(디지털 마케팅)-Tech(1 개, 340), Data-IA-Cloud-SaaS(19 개, 19), 운송(3 개, 1,900), 유통 및 전자상거래(7 개, 12 억), 핀테크-인슈어테크(14 개, 9,420), 보안(1 개, 810), 푸드-아그리테크(7 개, 4,580), 여행(6 개, 5,860), 건강-생명-의학 기술(20 개, 13) 등.

French Tech Next40/120 2021



[그림 5] 2021년 FT120 선정 스타트업 (붉은색으로 표기된 기업이 Next40) 출처: French Tech

- ☑ 선정 기업 혜택
 - 2021 년 FT120 에 선정된 기업들은 프렌치 테크로부터 긴밀한 지원을 받게 되며, 세금, 투자 유치, 해외 공식 행사 대표단 합류 등의 혜택을 받게 됨. 참고로, 작년 엠마누엘 마크롱 대통령 중국 순방에 FT120 기업 대표들이 동행한 바 있음.

☑ [인니] '쇼피(Shopee)', K-Pop 아이돌 '오마이걸' 노래 무단도용

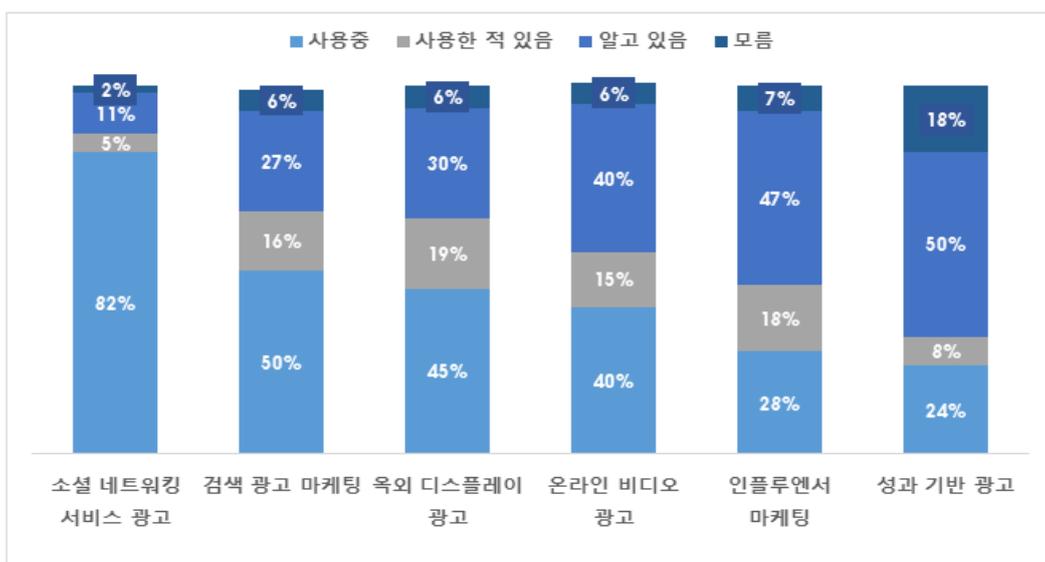
KOCCA

- ☑ 2021 년 2 월 8 일 '쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)'는 <Shopee 3.3 Fashion Sale> 할인 프로모션의 일환으로 K-Pop 아이돌 '오마이걸'의 노래 '돌핀(Dolphin)'을 무단 도용하여 큰 논란을 일으킴.
- ☑ 해당 프로모션은 2 월 8 일부터 3 월 31 일까지 약 2 개월 동안 진행되었는데 인기 배우인 니키타 윌리(Nikita Willy)와 아디빠띠 돌큰(Adipati Dolken) 등을 홍보모델로 기용하여 대대적인 마케팅을 펼치고 있는 가운데 K-Pop 아이돌 '오마이걸'의 인기곡 '돌핀(Dolphin)'을 개사하여 마케팅 홍보활동에 무단 사용함.

- ☞ 이에 대해 현지 K-Pop 팬들은 “쇼피는 현재 오마이걸과 상업적인 계약관계가 아님에도 불구하고 그들의 노래를 무단도용했다. 이는 매우 부끄러운 일이다.”라며 항의함.
- ☞ 이에 맞서 한디카 위구나(Handhika Wiguna) 쇼피 인도네시아 대표이사는 “해당 광고는 저작권을 침해하지 않았으며, 오마이걸의 ‘돌핀(Dolphin)’과 노래와 비슷해 보이거나 다르다.”라고 반박하며 “고객들의 의견을 반영하여 해당 광고 노래를 변경하겠다.”라고 입장을 밝힘.
- ☞ 한편, 유튜브, 트위터, 인스타그램 등에 업로드 되었던 해당 영상은 바로 삭제 조치됨.

☑ [베트남] 베트남 기업이 선호하는 디지털 마케팅

- ☞ 베트남 하노이무역관의 베트남 디지털 마케팅 보고에 따르면, 2020년 한 해 베트남 디지털 마케팅의 시장 규모는 약 2억 8,995만 달러, 베트남 인구의 67% 이상은 소셜 네트워킹 서비스를 이용한다고 전함. 이는 베트남 기업들이 Facebook, Instagram, YouTube 등의 소셜 네트워킹 서비스 기업계정과 검색 광고 마케팅(SEM) 등을 통해 기업 홍보에 도움이 되고 있다 전함. 이에 따라 현재 소셜 네트워킹 서비스 플랫폼에 광고하는 베트남 기업의 비중은 거의 70%에 달함.
- ☞ 2020년 시장조사기관인 ‘Q&Me’는 베트남의 172개 기업을 대상으로 조사한 결과, 82%의 기업은 소셜 네트워킹 서비스를 가장 인기 있는 마케팅 플랫폼으로 선정했으며, 이어 검색 광고 마케팅(SEM) 50%, 옥외 디스플레이 광고 45%, 온라인 비디오 광고 40%의 순으로 응답함.
- ☞ 특히 Facebook은 최대 규모의 사용자 기반과 이용자 연령대 및 사용 패턴 구분 알고리즘으로 인해 93%의 기업에서 가장 효과적인 광고 효과를 주는 소셜 네트워킹 서비스로 선정됐고, 뒤를 이어 YouTube 기업 계정(63%), Instagram 비즈니스 계정(39%), Zalo (37%) 순으로 기업의 광고 효과가 높은 것으로 나타남.



[그림 6] 2020년 베트남 디지털 마케팅 플랫폼 인기 순위 (Q&ME)

☑ [UAE] Mohammed bin Salman 왕세자, 사우디아라비아 Neom 에 새로운 도시 출범 21)

● 'The Line' 계획은 인구 100 만 명을 수용하는 완전 보행자 전용 도시

- ☑ 사우디아라비아 왕세자 Mohammed bin Salman 은 홍해 해안의 Neom 메가 프로젝트에서 새로운 도시 계획을 발표함.
- ☑ 100 만 명을 수용하는 보행자 전용 도시 계획은 자연을 보존하고 "탄소 배출 제로" 의 자동차 없는 거리에 재생 가능 에너지로 100 % 가동 되는 도시로 공사는 3 월 말 이전에 시작될 예정임.
- ☑ 사우디 언론은 이 도시가 "초고속 교통 및 자율 이동 솔루션"을 특징으로 하는 "초고속 미래 커뮤니티의 170km 벨트"가 될 것이라고 밝힘.



[그림 2] Neom 의 170km 벨트 (출처 : Neom)

- ☑ Neom 은 사우디아라비아의 탄화수소 의존도를 줄이기 위한 비전 2030 으로 알려진 석유 후 다변화 계획의 주력 프로젝트임. 공공 투자 기금이 감독하며 수십만 개의 일자리 창출과 사우디아라비 GDP 에 수 천 억 달러 기여할 것으로 예상됨.
- ☑ Neom 의 면적은 26,500 평방 킬로미터로 마을과 도시, 항구 및 기업 구역, 연구 센터, 스포츠 경기장, 엔터테인먼트 지역 및 관광지가 포함되어 있음 . 2030 년까지 100 만 명의 거주자를 수용하는 것을 목표로 향후 10 년 동안 건축될 것임.

21) 출처

- <https://www.thenationalnews.com/business/crown-prince-mohammed-bin-salman-launches-new-city-at-saudi-arabia-s-neom-1.1143800>

☑ [UAE] 아부다비, 예술·유산·미디어 및 게임 분야의 전문가들을 위한 크리에이티브 비자 출시 22)

- ☑ 예술 및 디자인 분야를 전문으로 하는 개인에게 제공하는 새로운 크리에이티브 비자를 UAE 문화 관광부의 아부다비 관광청(DCT)이 발표함.
- ☑ 이 비자는 문화 유산, 공연 예술, 디자인, 게임, e 스포츠, 미디어 및 출판 분야의 전문가들을 포함하여 다양한 사람들에게 열려 있으며 아부다비에서의 거주 및 취업 기회를 늘리는 동시에 UAE 의 창의적인 현장을 강화하는 것을 목표로 함.
- ☑ Mohamed Khalifa Al Mubarak 아부다비 관광청장은 “아부다비는 창의적인 인재 육성뿐만 아니라 우리의 자원을 지역 및 전 세계의 혁신가들에게 확장하기 위해 최선을 다하고 있음. 크리에이티브 비자가 아부다비의 세계적 수준의 시설과 인프라를 제공할 뿐만 아니라 개인과 가족을 위한 매력적이고 안전한 생활 및 작업 환경을 제공하기 때문에 아부다비에 선구적인 아이디어와 창의성을 끌어들이 것”이라고 밝힘.
- ☑ 크리에이티브 비자로 아부다비에 거주하는 전문가들은 세계적 수준의 박물관과 공연 예술 센터를 이용할 수 있고 풀뿌리 예술 공동체와 글로벌 문화 센터를 발견하게 될 것임. 아부다비는 미디어, 엔터테인먼트, 문학 및 출판 부문도 역동적이며 빠르게 성장하고 있음.
- ☑ 아부다비는 또한 창의적인 사업을 시작하고자하는 창업가들은 벤처에 대한 자금, 지원 및 인센티브를 받을 수 있으며 스타트업 친화적인 환경을 활용할 수 있다고 아부다비 관광청은 언급함.

22) 출처

- <https://gulfnews.com/uae/abu-dhabi-launches-creative-visa-for-those-in-arts-heritage-media-and-gaming-1.77194338>

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향 ('21.01 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 Hot 100 <ul style="list-style-type: none"> - (5 위) BTS(Dynamite) o 빌보드 200 <ul style="list-style-type: none"> - (21 위) BTS(BE) - (36 위) nct(Resonance, Pt. 1) - (91 위) 블랙핑크(The Album) - (110 위) BTS(MAP OF THE SOUL : 7) 	<ul style="list-style-type: none"> o Google <ul style="list-style-type: none"> - (4 위) 기생충 o Netflix (12.25) <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 스위트홈 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(12.31) : 순위 없음 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o Netflix (1.20) <ul style="list-style-type: none"> - (5 위) 핑크퐁 시네마 콘서트: 우주대탐험
	중국	<ul style="list-style-type: none"> o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 (1.29) <ul style="list-style-type: none"> - (7 위) 에스파 (Black Mamba) o 쿵고우(酷狗)뮤직 좋은음악공유차트 TOP 10 <ul style="list-style-type: none"> - (9 위) 에스나 (아랫입술물고) 		<ul style="list-style-type: none"> o 17173 PC 게임 인기(1.29) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 던전앤파이터 - (9 위) 블레이드 앤 소울 - (13 위) MU Online - (15 위) 크로스파이어 - (20 위) Mir 2 o 17173 모바일게임 인기(1.29) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 블레이드 앤 소울 모바일 - (8 위) 라그나로크 온라인 - (9 위) 메이플스토리 모바일 - (13 위) CF MOBILE FPS - (17 위) 드레곤네스트 모바일 	<ul style="list-style-type: none"> o 와이칸웹툰(1.29) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 나 혼자만 레벨업 - (2 위) 어느 날 공주가 되어버렸다 - (3 위) 백작가의 망나니가 되었다 - (5 위) 끝이 아닌 시작 - (7 위) 악녀의 엔딩은 죽음뿐
동북아	일본	<ul style="list-style-type: none"> o 오리콘차트(1 월 4 주) <ol style="list-style-type: none"> 주간 디지털싱글 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (6 위) BTS(Dynamite) 주간 디지털앨범 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (8 위) BTS(BE) 주간 스트리밍 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (4 위) BTS(Dynamite) - (8 위) NiziU(Make you happy) - (9 위) NiziU(Step and a step) o 오리콘차트(1 월) <ol style="list-style-type: none"> 월간 싱글 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (5 위) NiziU(Step and a step) 월간 앨범 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (4 위) TXT(STILL DREAMING) - (5 위) 백현(BAEKHYUN) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 TV 프로그램(1 월) <ul style="list-style-type: none"> - (2 위) 사랑의 불시착 - (4 위) 이태원 클라쓰 - (6 위) 런온 - (7 위) 스타트업 o 오리콘 드라마 DVD 판매 순위(1 월) <ul style="list-style-type: none"> - (8 위) 태양의 후예 - (9 위) 구르미 그린 달빛 	<ul style="list-style-type: none"> o 온라인게이머, 인기순위(1. 25.) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 로스트아크 - (4 위) 검은사막 - (5 위) 라그나로크온라인 - (7 위) 마비노기 - (9 위) 메이플스토리 	<ul style="list-style-type: none"> o 라인망가('21. 1. 25.) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 여신강림 - (4 위) 재혼황후 - (5 위) 외모지상주의 - (7 위) 싸움독학 o 픽코마('21. 1. 25.) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 나 혼자만 레벨업 - (2 위) 악녀는 모래시계를 되돌린다 - (3 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐 - (5 위) 그악녀를 조심하세요! - (6 위) 어느 날 공주가 되어버렸다 - (10 위) 악당의 엄마가 되어버렸다
동남아	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> o 스포티파이(1 월 4 주) <ul style="list-style-type: none"> - (9 위) BTS (Life Goes On) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (1.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 결혼작사 아흔작곡 	<ul style="list-style-type: none"> o 온라인게임(스마트빌링, PC 방, 1 월) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 라인웹툰(1 월 4 주) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 여신강림

			<ul style="list-style-type: none"> - (2 위) 도시남녀의 사랑법 - (3 위) 범인은 바로 너 - (4 위) 위대한 유학자 - (5 위) 낭만닥터 김사부 - (6 위) 내 아이디는 강남인 - (7 위) 학교 2017 - (8 위) 아름다웠던 우리에게 - (9 위) 인간 수업 - (10 위) 18 어게인 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(12.31) - (2 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 o 구글플레이(12.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 터치터치 그대 - (6 위) 외모지 상주의 - (8 위) 소녀의 세계 - (9 위) 싸움독학 - (10 위) 살인스타그램
	베트남	<ul style="list-style-type: none"> o 베트남 스포티파이 탑 50 (1 월 4 주) - (23 위) BTS (Dynamite) - (39 위) BTS (Life Goes On) o Zing 차트 - Kpop 차트(1 월 4 주) - (1 위) Blackpink (Lovesick Girls) - (2 위) AKMU (어떻게 이별까지 사랑했어, 널 사랑하는 거지) - (3 위) Treasure (My Treasure) - (4 위) Changmo (Meteor) - (5 위) Blackpink (How You Like That) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (1.28) - (2 위) 경이로운 소문 - (6 위) 18 어게인 - (8 위) 도시남녀의 사랑법 - (10 위) 범인은 바로 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(1.28) : 순위 없음 o 구글플레이(1.28) : 순위 없음 	
유럽	영국	o 주요 차트 순위권 내 없음	o 주요 차트 순위권 내 없음	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(1.31) : 순위 없음 o 구글플레이(1.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 영국 웹툰 TOP 10 (1 월) - (2 위) 여신강림
	프랑스	o 주요 차트 순위권 내 없음	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 프랑스 TOP TV SHOWS 순위 (1 월) - (26 위) 스위트 홈 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(1.31) : 순위 없음 o 구글플레이(1.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 프랑스 웹툰 TOP 10 (1 월) - (1 위) 여신강림 - (6 위) 화이트 블러드
	독일	o 주요 차트 순위권 내 없음	o 주요 차트 순위권 내 없음	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(1.31) : 순위 없음 o 구글플레이(1.31) : 순위 없음 	
	이태리	o 주요 차트 순위권 내 없음	o 주요 차트 순위권 내 없음	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(1.31) : 순위 없음 o 구글플레이(1.31) : 순위 없음 	
	스페인	o 주요 차트 순위권 내 없음	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 스페인 TOP TV SHOWS 순위 (1 월) - (27 위) 스위트 홈 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(1.31) : 순위 없음 o 구글플레이(1.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 스페인 웹툰 TOP 10 (1 월) - (1 위) 여신강림 - (9 위) 스위트 홈
중동	UAE	<ul style="list-style-type: none"> o 앙가미 차트(1.30) - 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10(1.30) - 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플스토어(UAE, 1.30) - (1 위) 배틀그라운드 o 애플스토어(사우디, 1.30) - (1 위) 배틀그라운드 o 애플스토어(오만, 1.30) - (1 위) 배틀그라운드 o 애플스토어(이집트, 1.30) - (1 위) 배틀그라운드 	

※ 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 위함입니다. **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