

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2021

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

221 호

2021년 4월 28일 한류사업팀

구분	제목
 방송·영화	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 배우 마동석, 미국 드라마 제작 참여 [북경] 중국 주요 미디어기업 2021년 1분기 실적 예고 [심천] YOUKU 중국판 '싱어게인(Sing Again)' 제작 예정, 중국 독점 판권 받음 [일본] 2020년도 일본 영화 흥행 통계 [유럽] 유럽위원회, 프랑스 SVOD 관련 디지털 법률 제정에 제동 [베트남] KT, 베트남 케이블방송에 음원 스트리밍 사업모델 수출 [UAE] StarzPlay, BluTV 애드온으로 콘텐츠 통합 전략 강화 [UAE] 사우디아라비아, AIUa의 역사적인 아름다움으로 할리우드 프로듀서를 유혹
 게임·유희합	<ul style="list-style-type: none"> [심천] 중국 넷캐스트 유저 9억 명 돌파, 숏 클립은 업계의 변혁을 촉진함 [심천] 액티비전 블리자드, 비리비리와 전략적 협력 발표 [유럽] 게임 산업: COVID-19로 인한 재택근무, 게임 쇼 취소, 시리즈 출시 지연
 애니·캐릭터	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 애니어워드 시상식 개최 [인니] 아이디오소스 엔터테인먼트, 애니메이션 사업 확장
 만화·웹툰	<ul style="list-style-type: none"> [일본] 'VR 데빌맨 전시회'가 VR 플랫폼에서 개최 [유럽] 프랑스 웹툰 플랫폼 '베리툰', 한국 웹툰 '나 혼자만 레벨업' 만화책으로 선보여 [인니] <2021 꼬워꾸 페스티벌> 개최
 음악	<ul style="list-style-type: none"> [일본] JYP 소속 Stray Kids의 일본 발매 첫 싱글, 일본레코드협회서 골드 인증
 패션	<ul style="list-style-type: none"> [베트남] 블랙핑크 로제, 베트남 디자이너 쵸찌 의상으로 뮤직비디오 촬영
 통합(정책 등)	<ul style="list-style-type: none"> [미국] 소니픽처스, 디즈니와 새로운 계약 체결 [미국] 아마존 프라임 구독자 2억 명 돌파 [미국] 딜로이트, 2021 디지털 미디어 동향 조사 결과 발표 [북경] 광전총국, 2020년 중국 방송산업 통계 발표 [북경] 북경 인터넷법원, 2020년 저작권소송 28,946건 접수 [심천] 2021년 중국 문화산업 발전 현황 및 시장 구조 분석 [일본] 오사카에 한국 음식점을 집결한 '우메다 한국 빌딩' 오픈 [일본] VR 공간에서 '가상 판매회' 개최 [유럽] 예술 서비스를 위한 5가지 기술적인 솔루션 [베트남] 무역협회-코엑스, 베트남에 제2 코엑스 진출 [UAE] UAE 산업 전략 'Operation 300bn' [UAE] 사우디아라비아, 비영리 부문 투자 펀드 출시 예정
별첨	<ul style="list-style-type: none"> KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향 ('21.03)



방송·영화



☑ [미국] 배우 마동석, 미국 드라마 제작 참여 1)

- ☑ 배우 마동석이 미국 드라마 ‘트랩(The Club)’의 주연 배우이자 공동 제작자로 역할하게 됨.
- ☑ ‘트랩’은 2019년 한국 OCN에서 방영한 드라마임. 미국에서 리메이크하게 된 해당 드라마 작가 중 한 명은 ‘워킹데드(The Walking Dead)’를 집필한 잭 로귀디치(Jack LoGiudice)임.
- ☑ 드라마 ‘트랩(The Club)’에서 그는 한국계 베테랑 형사역을 맡았으며, 한국 드라마에서는 성동일이 해당 배역을 맡음.
- ☑ 배우 마동석은 영화 노마드랜드(Nomadland)의 감독 클로이 자오(Chloe Zhao)가 연출한 마블 영화 ‘이터널스(Eternals)’에서 길가메시역으로 등장함. 당초 개봉일이 지난 해 11월에 예정이었으나 코로나로 올해 11월로 연기됨.

☑ [북경] 중국 주요 미디어기업 2021년 1분기 실적 예고

기업명	2021년 1분기 예상순이익	전년 동기실적	손익상황
완다필름(万达电影)	5억 ~ 5.8억	-5.99억	흑자전환
퍼펙트월드(完美世界)	4.4억 ~ 4.8억	6.14억	흑자유지
화처미디어(华策影视)	1.15억 ~ 1.37억	1.1억	흑자유지
알파그룹(奥飞娱乐)	2,200만 ~ 2,700만	-3,930만	흑자전환
화루바이나(华录百纳)	1,900만 ~ 2,000만	1,989만	흑자유지
진이시네마(金逸影视)	1,000만 ~ 1,500만	-1,53억	흑자전환
츠원미디어(慈文传媒)	-1,500만 ~ -2,500만	-1,538만	적자유지
베이징컬처(北京文化)	-2,200만 ~ -2,800만	-1,923만	적자유지
창청미디어(长城影视)	-3,000만 ~ -4,000만	-2,474만	적자유지

(단위: 위안)
출처: zongyiweekly(综艺报)

1) 출처

- <https://variety.com/2021/tv/news/don-lee-produce-and-star-the-club-korean-series-adaptation-1234954536/>
- <https://deadline.com/2020/04/black-widow-mulan-artemis-fowl-marvel-movies-release-date-changes-box-office-coronavirus-1202900118/>
- <https://deadline.com/2021/04/train-to-busan-don-lee-develop-star-adaptation-korean-mystery-drama-starlings-television-1234739195/>

☑ [심천] YOUKU 중국판 ‘싱어게인(Sing Again)’제작 예정, 중국 독점 판권 받음



그림 11 <싱어게인> 포스터

- ☑ 4월 15일, ‘2021 Youku Annual Conference’가 공식적으로 열렸음. Youku는 고품질 콘텐츠에 대한 투자를 더욱 늘리고 전체 구성을 개선할 것이라고 발표했으며 드라마, 예능, 인문(人文), 애니메이션의 4개 주요 콘텐츠 섹션에서 총 130개의 프로젝트가 공개되었음.
- ☑ Youku는 한국 예능 ‘싱어게인’의 중국 독점 저작권을 획득했다고 발표했으며, ‘싱어게인’의 중국판 Give Me A MIC(给我一支麦)을 만들 예정임. ‘Give Me A MIC’은 TOP급 뮤지션들과 음악계의 신예들을 모아 미처 알아보지 못한 음악 실력자들을 발굴하는 프로그램임.
- ☑ 지난 회계 연도에 Youku는 우수 콘텐츠 적중률과 운영 효율성을 크게 향상시켰으며, 유저 수는 계속해서 빠르게 증가하고 있음. 데이터에 따르면 2021년 1분기에는 드라마 ‘산하령(山河令)’을 포함한 8편의 드라마, 예능, 다큐멘터리 등 영상이 Douban(豆瓣)에서 평점 8.5점 이상을 기록하고 있으며, 종합영상 플랫폼에서 1위를 차지했음.

☑ [일본] 2020년도 일본 영화 흥행 통계 2)

- ☑ 일본영화제작자연맹(日本映画製作者連盟)이 2020년도 일본 영화 흥행 데이터를 발표함. 영화관 관객은 2019년 약 1억 9천만 명에서 2020년 1억 명으로 크게 줄었으며 흥행수익 또한 2019년 2천 6백억 엔에서 2020년 1천 4백억 엔대로 현저히 감소하였음. 상영 영화 편수 또한 2019년 1,278편에서 2020년 1,017편으로 200편 정도 감소하였다고 함.
- ☑ 2020년 일본에서 가장 흥행한 자국 영화는 <극장판 귀멸의 칼날:무한열차 편>으로 365.5억 엔의 수익을 거뒀으며 2위의 <오늘부터 우리는!!>의 흥행 수입인 53.7억 엔의 약 7배에 달하는 흥행 수익을 기록해 화제임.
- ☑ 해외 영화의 흥행 수익은 <스타워즈:라이즈 오브 스카이워커>가 73.2억 엔을 기록해 1위를, <기생충>이 47.4억 엔으로 2위를 기록함.

2) 출처

-<http://www.eiren.org/toukei/index.html>

✔ [유럽] 유럽위원회, 프랑스 SVOD 관련 디지털 법률 제정에 제동거나? 3)

- 유럽위원회는 유럽 규정 내 주문형 비디오 플랫폼(넷플릭스, 아마존 프라임, 디즈니+)에 대한 의무세 부과에 관한 내용을 프랑스 국내법으로 시행하려는 프랑스 정부의 계획에 대해 우려를 표함.

☞ 2014년, 프랑스에서 넷플릭스 서비스가 시작됨에 따라, 프랑스 의회는 넷플릭스에 세금을 부과할 수 있는 법안을 통과시킴. 외국에 법인을 두고 프랑스에서 사업을 하는 주문형 비디오(VOD), 월정액 가입형 주문형 비디오(SVOD) 사업자에게도 프랑스에서 발생한 수익의 2%를 프랑스 픽션물 제작에 투자할 의무를 부여하는 내용임.

- ✔ 하지만 EU 집행위원회가 다른 회원국에 법인이 있는 기업에 대해 세금을 부과할 수 있는 선례를 남긴다는 점에서 허용하지 않아, 실제로 세금 징수는 이루어지지 않음.
- ✔ 2014년 통과한 법률이 실질적 효력을 발휘하지 못하자, 2016년 프랑스 하원은 VOD, SVOD 사업자에 국한한 것이 아니라 구글, 애플, 페이스북, 아마존을 대상으로 한 세금 부과 법안을 발의함. 프랑스에서 사업을 하는 모든 플랫폼 사업자에 대해 수익의 2%를 세금으로 부과하는 내용으로 이 법률을 통해 거둬들이는 세금은 프랑스 국립영화센터(CNC)가 최대 7,000만 유로까지 관리하고, 그 이상 금액은 정부로 귀속 되도록 함.
- ✔ 구체적으로, 프랑스 정부는 유럽 사업 제안서에 SVOD 서비스는 프랑스 사업자의 85%가 VOD는 80%가 포함되어야 한다는 프랑스 규정 제안을 검토 중이라고 밝힘.
- ✔ 유럽위원회는 또한 유럽 영화 제작사들이 프랑스에서 개봉된 영화가 같은 해에 플랫폼 서비스되는 경우, 수익의 25%까지 기여금을 부과할 것을 우려함. 동 금액은 약 5%로 제한되는 다른 유럽 국가의 금액을 초과하는 것이라고 NPA Council은 밝힘.
- ✔ 한편, 프랑스 미디어 규제 기관인 CSA는 3월 말, SMAD 관련 법 제정 초안에 대해 긍정적인 의견을 발표하면서, 본 계획은 현대 방송 콘텐츠 부문에 있어 긍정적 변화이며, 자금 조달에 '중요한 단계'라고 주장함.

✔ [베트남] KT, 베트남 케이블방송에 음원 스트리밍 사업모델 수출

- ✔ 지난 4월 9일, KT는 베트남 정부 중앙방송 베트남 텔레비전(VTV)의 케이블방송 자회사인 베트남 텔레비전 케이블(VTV 케이블)과 음원 스트리밍 사업 추진을 위한 양해각서(MOU)를 맺음.
- ✔ 양사는 음원 스트리밍 사업모델 및 연계 서비스 기획, 플랫폼 설계 및 운영 시스템 구축, 케이팝 음원 유통 및 지적 재산권(IP) 관리 등을 위해 특별 전담 태스크포스(TF)를 구성하기로 함. KT는 그룹사인

3) 출처: L'observatoire du qatar, 프랑스 일간지
-<https://www.observatoire-qatar.com/la-commission-europeenne-traite-les-regles-francaises-prevues-en-matiere-de-svod-digital-tv-europe/>

지니뮤직의 플랫폼 사업모델을 현지 음원 소비 수요에 맞게 최적화하고, 케이팝 음원을 유통하기 위한 전략을 수립했으며, 또한 인공지능(AI) 기술을 통한 음원 플랫폼의 개인화, 고객 빅데이터 기반 사용자경험(UX) 적용, 음악 메타(Meta) 데이터베이스(DB) 구축, 음원 유통 및 지적 재산권(IP) 관리를 위한 시스템 운영 등 지니뮤직의 사업 노하우를 전수할 계획이라 밝힘.

- ☑ 양사는 앞으로 IPTV와 OTT 등 미디어 콘텐츠 사업으로 협력 범위를 확대할 계획. 문성욱 KT 글로벌사업본부장은 “이번 제휴를 계기로 KT의 디지털 플랫폼 경쟁력을 글로벌 미디어 콘텐츠 시장에서 입증했다”라고 말함. 조훈 지니뮤직 대표는 “베트남 정부 방송과 다양한 플랫폼 사업 협력을 추진해 케이팝 콘텐츠 플랫폼의 가치를 세계에 알리고 신한류를 확산하겠다”라고 전함.



[그림 2] KT와 VTV 케이블의 온라인 MOU 체결식

☑ [UAE] StarzPlay, BluTV 애드온으로 콘텐츠 통합 전략 강화 4)



[그림 1] BluTV의 Yarim Kalan Aşklar를 StarzPlay에서 시청가능 (출처 : Broadcast Pro)

4) 출처

-<https://www.broadcastprome.com/news/starzplay-strengthens-content-aggregation-strategy-with-new-blutv-add-on>

- ✔ StarzPlay 가입자는 BluTV 애드온을 사용하여 아랍어로 더빙 된 터키어 콘텐츠를 첫 3 개월 동안 무료로 시청할 수 있음.
- ✔ 터키의 MISTCO 및 Calinos 와의 파트너십에 이어 StarzPlay 는 터키 최초이자 최대 규모의 주문형 비디오 서비스인 BluTV 와 협력, BlueTV 의 터키 콘텐츠를 StarzPlay 에서 추가 기능으로 제공 될 예정임
- ✔ 이 파트너십은 StarzPlay 의 구독자 기반의 다양한 콘텐츠 제공을 위한 확장 전략으로 올해 초 글로벌 스트리밍 서비스 브랜드 인 Discovery + 및 UFC 와도 제휴하여 서비스를 시작했음.

✔ [UAE] 사우디아라비아, AIUla 의 역사적인 아름다움으로 할리우드 프로듀서를 유혹 5)

- AIUla 왕립위원회는 관광지에서 촬영을 지원하고 촉진하기 위해 Film AIUla 부서를 설립함.



[그림 2] 리야드에서 1,100km 떨어진 곳에 위치한 AIUla 는 22,561 제곱 킬로미터의 면적의 오아시스 계곡, Lihyan 왕국과 Nabataean 왕국의 고대 문화 유산 (출처 : Arabian Business)

- ✔ 사우디아라비아의 비전 2030 의 일환으로 AIUla 에서 영화 촬영 및 제작 분야의 여러 정부 기관과 협력하여 지역 제작을 지원하는데 중점을 둔 AIUla 의 첫 번째 마스터 플랜을 마련함.
- ✔ 사우디아라비아에서 제작되는 영화가 AIUla 지역의 Bayn Al-Rimal 과 Noura 에서 촬영 될 예정임.
- ✔ 영화 산업을 AIUla 로 끌어들이려는 사우디아라비아의 움직임은 코로나 19 바이러스 전염병 전반에 걸쳐 시행 된 봉쇄에도 불구하고 전국에서 1,200 만 개 이상의 영화표가 팔렸기 때문임.
- ✔ 2018 년 General Authority for Audiovisual Media 에 의해 금지가 해제 된 이후, 사우디아라비아의 6 개 행정 구역 내 12 개 도시에서 34 개의 영화관이 개장했음. 342 개의 스크린과 35,000 개 이상의 좌석이 추가 되었고, 9 개의 국제 라이선스 회사를 포함하여 전국에서 11 개의 영화 운영 전문 회사가 운영되고 있음.
- ✔ 영화 AIUla 발표는 사우디 아라비아 북서부에서 AIUla 개발을 위한 첫 번째 마스터 플랜이 공지 된 후 발표됨.

5) 출처

-https://www.arabianbusiness.com/media/462490-saudi-arabia-tempts-hollywood-producers-with-historic-beauty-of-alula?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=arabianbusiness_newsletters&utm_email=oh@kocca.kr

- ☑ 살아있는 박물관으로 구상 된 이 계획은 15 개의 새로운 문화재, 9km 의 활기 넘치는 문화 오아시스, 1,000 만 평방 미터의 녹지 및 열린 공간, 46km 의 저탄소 트램 길이 포함되며 호텔 이 들어설 예정임.
- ☑ 시간을 통한 여정 마스터 플랜 (The Journey Through Time Masterplan)으로 명명된 이 15 년 프로그램 은 2035 년까지 3 단계로 구현되며 첫 번째 단계는 2023 년까지 완료 될 예정임.
- ☑ 2035 년에 완전히 완료되면 AIUla 의 인구가 130,000 명으로 증가하고 38,000 개의 일자리가 창출되어 사우디아라비아 GDP 에 1,200 억 SR (320 억 달러)이 기여할 것으로 예상됨.

게임·융복합



☑ [심천] 중국 넷캐스트 유저 9 억 명 돌파, 숏 클립은 업계의 변혁을 촉진함

- ☑ 2018 년 하반기에는 숏 클립 애플리케이션의 일 평균 사용 시간이 통합 영상 애플리케이션을 초과하여 넷캐스트(网络视听) 애플리케이션 분야에서 첫 번째가 되었음. 2020 년 6 월의 데이터에 따르면 숏 클립은 1 인당 하루 110 분씩 사용하는 것으로 Instant Messaging 을 초과하며 넷캐스트 산업 중 짧은 동영상의 시장 규모는 1,302 억 4,000 만 명으로 전년 동기 대비 178.8% 증가했음.
- ☑ 숏 클립은 전자 상거래, 생방송, 교육 등 다양한 분야에 지속적으로 침투 해 영향력이 심화되면서 넷캐스트 산업의 변화를 촉진 하고 있음. '숏 클립은 더 이상 단순한 오락이 아니라 중첩되어 다양한 분야에 침투 하여 전체 넷캐스트 산업뿐만 아니라 국민 경제에도 영향을 미칠 것임.' 라고 중국 넷캐스트 프로그램 서비스 협회 사무비서장 Zhou Jie 가 밝힘.

☑ [심천] 액티비전 블리자드, 비리비리와 전략적 협력 발표



[그림 3] 출처(바이두)

- ✔ 2021년 4월, 비리비리닷컴 산하 비리비리(哔哩哔哩) e-스포츠와 액티비전 블리자드 게이밍이 전략적인 협력을 공식 발표하였으며, 다년 계약을 체결함.
- ✔ 비리비리 e-스포츠는 <오버워치 리그> 중국 대륙 지역의 전략적 협력 파트너로서, 2021 시즌부터 중국 대륙 지역 경기에 대한 콘텐츠 제작 및 중계를 담당하고, 상업적 사업에 대한 개발 및 중국 대륙 지역에서의 경기 홍보를 추진시킬 계획임. 또한, 비리비리 e-스포츠는 협력 기간 동안 중국 내 오버워치 리그 독점 라이브 방송 및 매체 저작권, 배포 권한을 획득함.
- ✔ 이번 협력에 대해, 액티비전 블리자드 e 스포츠 수석 부사장 겸 CCO 인 Brandon Snow 는 “오버워치 리그는 중국에서 훌륭한 팬층을 보유하고 있으며, 비리비리 e 스포츠와 같은 성숙하고 경험이 많은 운영사와 협력하여 미래의 콘텐츠, 방송 운영, 이벤트 등에서 새롭고 창의적인 방식으로 팬들에게 다가갈 수 있을 것이다”라고 표현함.
- ✔ 비리비리 e 스포츠 사장인 진요요(陈悠悠)는 “오버워치는 e 스포츠 속성이 매우 강한 게임이고 오버워치 리그는 중국에서 매우 전문적인 e 스포츠 사용자들을 보유하고 있다. 이번 전략적 협력을 통해 비리비리 e 스포츠는 액티비전 블리자드와 함께 오버워치 리그의 중국 현지화 발전을 도울 것이다”라고 밝힘.

✔ [유럽] 게임 산업: COVID-19 로 인한 재택근무, 게임 쇼 취소, 시리즈 출시 지연 6)

- COVID-19 로 인한 프랑스 봉쇄 기간, 대중들이 집에서 머무는 시간이 늘어남에 따라, 게임 수요가 증가하였으나, 코로나로 인한 게임 산업 종사자들의 원격 근무와 게임 쇼 취소는 게임 개발 과정과 출시일에 영향을 미침.
 - ✔ 프랑스의 첫 번째 봉쇄 조치 시행 후, 1년이 지나면서 많은 스튜디오가 게임물 완성을 위해 여전히 고군분투하고 있음. 출시 일정이 정기적으로 변경됨.
 - 몇 주 전, Grand Turismo 7, Back 4 Blood, Deathloop 의 일정 연기가 있었음.
- 생산성 20% 손실
 - ✔ 프랑스게임협회(Syndicat National du Jeu Vidéo: SNJV) 대표 Julien Villedieu 는 작년 4월 르몽드와의 인터뷰에서 “2020년 프랑스 게임 부문은 폭발적인 성장(11.3% 증가)을 경험했다. 하지만 제작 환경을 고려했을 때, 긍정적인 면만이 있는 것은 아니다.”라고 밝힘. “회사 수준에서 게임물 생산성이 매우 저하되었고, 일부 스튜디오에서는 직원 수가 20~30% 감소했다.”라고 말하면서도, “게임 산업 고용 시장은 1년 만에 근본적으로 재편되었다. 이전에는 (인력 수급을 위해) 회사가 다른 경쟁력 있는 회사들이 밀집된 곳에 자리를 잡았지만, 이제는 모든 것이 원격으로 이루어지고 있기 때문에 전 세계적으로 인재를 채용할 수 있다. 이는 새로운 현상이다”라고 전함.

6) 출처: 르몽드, 프랑스 일간지

-https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/04/15/teletravail-salons-annules-retards-en-serie-l-industrie-du-jeu-vid-eo-encore-a-tatons-un-an-apres-le-debut-de-la-pandemie_6076939_4408996.html

● 게임은 집단이 만들어내는 창작물

- ✔ COVID-19 이전에도 소수의 독립 스튜디오에서는 이미 여러 지역, 심지어는 타 국가에 팀이 분리되어 원격 근무를 시행한 바 있음. 이러한 바를 경험한 적 있는 Accidental Queens (A Normal Lost Phone 의 제작사)는 “우리는 소규모 팀이며, 많은 구성원이 프리랜서로 원격 근무 중이다. 그러나 COVID-19 로 인해 게임 아이디어를 내기 위한 정기적 대면 회의의 기회가 더욱 부족해졌고, 다음 게임의 사전 제작이 지연되었다.”라고 전함.

● 게임 쇼 - 만남의 기회 감소

- ✔ 작년, 최대 게임 쇼 E3(미국 로스앤젤레스에서 개최), Gamescom(독일 쾰른에서 개최)과 같은 주요 이벤트 취소(2021 년 온라인 행사로 전환)는 게임 산업의 흐름을 바꾸는 계기가 됨. 프랑스게임협회 대표 Julien Villedieu 는 “게임 산업은 이벤트 시기에 많은 사람을 만나야 하므로, 대면 접촉이 매우 중요한 산업이다. COVID-19 로 인해 화상 회의를 진행하지만, 이를 통한 계약서 서명 및 비즈니스 회의가 더욱 복잡해졌다.”라고 전함.
- ✔ 프랑스 게임 제작 스튜디오 Accidental Queens 의 경우, Lille Game Camp 와 Game Connection 행사 취소로 인해, 다음 게임의 초기 버전을 다른 팀이나 출판사에 공개하는 일자를 변경하였음.

● 재택근무가 초래한 새로운 현상

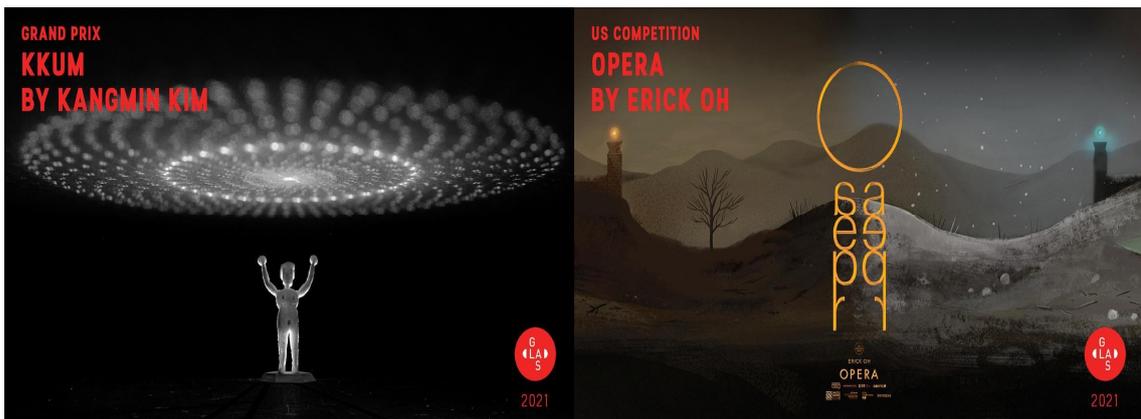
- ✔ 프랑스 게임 개발사 및 배급사인 Dotemu 의 대표인 Cyrille Imbert 는 “온종일 사무실에서 근무하는 시기는 끝났다. 나를 포함하여, 직원들도 더는 원하지 않으며, 재택근무는 삶의 편안함을 느끼게 한다.”고 전함.
- ✔ 프랑스 소프트웨어 회사 Amplitude 의 인사팀 소속 Marina Cabley 는 “모든 사람이 재택근무가 계속 가능할 것이라 믿고 있지만, 우리는 걱정 점을 찾기 위해 단계적으로 노력할 것이다. 또한, 근무 상황을 원상 복귀시키지 않는다면, 우리의 능력을 유지하거나 다른 인재를 끌어오는 것이 더 어려울 것이다.”라고 밝힘.

애니·캐릭터



☑ [미국] 애니어워드 시상식 개최 7)

- ☑ 지난 16 일(현지 시간), 제 48 회 애니어워드(Annie Awards) 시상식이 비대면 방식으로 개최됨.
- ☑ 애니어워드는 국제 애니메이션 협회(Association Internationale du Film d'Animation)가 주최하며 애니메이션계에서 권위 있는 시상식임.
- ☑ 픽사의 영화 '소울(Soul)'이 애니메이션 최우수 작품상을 포함한 7 개 부문에서 수상하고, 애플티비의 '울프워커스(Wolfwalkers)'는 인디(독립) 애니메이션 최우수 작품상과 감독상을 포함한 5 개 부문에서 수상함.
- ☑ 한편, 지난 5 일부터 11 일까지 약 일주일간 개최된 '글래스 2021 어워드(GLAS 2021 Awards)'에서는 김강민 감독의 단편 애니메이션 '꿈(Kkum)'과 에릭 오 감독의 단편 애니메이션 '오페라(Opera)'가 수상함. 또한 올해 심사위원 중 한 명은 정다희 감독임. 정다희 감독의 작품 '의자 위의 남자'는 안시 애니메이션 페스티벌에서 한국인 최초로 단편 부문 대상을 수상한 바 있음.



[그림 4] 출처: GLAS Animation 페이스북

☑ [인니] 아이디오소스 엔터테인먼트, 애니메이션 사업 확장

- ☑ 라마단 금식 첫째 날인 2021 년 4 월 13 일 아이디오소스 엔터테인먼트(Ideosource Entertainment)는 유튜브 공식 채널 및 인스타그램 공식계정을 통해 애니메이션 <부디씨(Ini Budi)>를 처음으로 공개함.

7) 출처

-<https://variety.com/2021/film/awards/soul-wolfwalkers-annie-awards-1234953449/>

-<https://www.hollywoodreporter.com/news/soul-wolfwalkers-wins-annie-awards-in-features>

-<https://www.hollywoodreporter.com/behind-screen/opera-helmer-erick-oh-on-why-his-film-doesnt-follow-the-conventional-narrative-format>

-<https://deadline.com/2021/04/annie-awards-2021-winners-list-livestream-animation-1234734559/>

- ✔ 동시에 현지 영화 투자회사인 아이디오소스 엔터테인먼트(Ideosource Entertainment)는 애니메이션 분야로 사업을 확장한다고 발표함.
- ✔ CEO 안디 부디만(Andi Boediman)은 지난 10 년 동안 인도네시아 애니메이션산업은 점차 발전했으며 향후에도 괄목상대한 성장을 기대한다고 밝힘.
- ✔ 이에 올 초부터 현지 젊은 애니메이터들을 활용하여 애니메이션 <부디씨(Ini Budi)>의 지식재산권(IP)을 확장시키고 있다고 덧붙여 언급함.
- ✔ 해당 애니메이션은 현지 재벌기업인 인디카 그룹(Indika Group)의 계열사인 인디카 파운데이션(Indika Foundation)과 협업하여 제작되었으며 1980 년대 인도네시아 교과서에서 자주 언급된 학생 이름인 부디(Budi)를 작품 제목으로 선정함.
- ✔ 해당 애니메이션의 주요 줄거리는 출신 지역, 문화, 언어, 종교 등이 각기 다른 주인공 부디(Budi), 이완(Iwan), 와띠(Wati), 베타(Beta), 니 누(Ni Nuh)라는 이름의 9 세 또래 어린이들의 우정을 다룸.
- ✔ 한편, 아이디오소스 엔터테인먼트(Ideosource Entertainment)는 2011 년에 설립된 IT 기업인 (주) NFC Indonesia(PT.NFC Indonesia)의 계열사로 2018 년부터 본격적으로 현지 영화 <뜨마라 가족(Keluarga Cemara)>, <군달라(Gundala)>, <자유(Bebas)>, <백스테이지(Backstage)> 등에 투자하기 시작하였으며 핵심 비즈니스 분야는 영화 투자 및 제작, 디지털 마케팅 대행 등임.

만화/웹툰



✔ [일본] 'VR 데빌맨 전시회'가 VR 플랫폼에서 개최 8)

- ✔ 토에이에이전시(東映エージェンシー)와 소니뮤직솔루션즈의 협업으로 진행된 'VR 데빌맨 전시회'가 가상공간 갈라쇼 플랫폼 'VU Virtual Utopia'에서 4 월 28 일부터 5 월 31 일까지 개최될 예정임.
- ✔ 만화 <데빌맨>은 <마징가 Z>로 유명한 일본 만화계의 거장 '나가이 고(永井豪)'의 작품으로 1972 년부터 시작해 애니메이션, 만화, 영화 등 다양한 매체로 공개된 유명작임. 2018 년에는 넷플릭스에서 <데빌맨:크라 이베이비>라는 이름의 애니메이션으로 공개된 바 있음.
- ✔ 이번 전시회는 원작 만화에서의 <데빌맨>과 TV 애니메이션 버전의 <데빌맨> 그리고 넷플릭스 버전 <데빌맨>의 3 가지 <데빌맨>을 비교할 수 있는 무료 앱을 통한 이벤트임. VR 헤드셋 등 전용기도 필요하지 않다고 함.
- ✔ 본 전시회의 개최 플랫폼인 'VU'는 소니의 입체 음향 기술과 사운드 엔진을 활용하여 체험할 수 있도록 구성되었다고 함.
- ✔ 전시는 총 11 개 구역으로 구성되어 있으며, 각각 데빌맨의 인상적인 장면을 모티브로 재구축된 가상공간으

8) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/5c1be73dc8bd77fab28934da7c27874c50288cce>



그림 5 | <데빌맨> 일러스트

로 꾸며져 있음. 전시장 중 일부는 특정 전시를 관람한 사람에게 한정하여 접근할 수 있도록 한 숨겨진 공간으로 구성되어 팬들의 기대를 모으고 있음.

☑ [유럽] 프랑스 웹툰 플랫폼 ‘베리툰’, 한국 웹툰 ‘나 혼자만 레벨업’ 만화책으로 선보여 9)

- 2000년대부터 본격적으로 제작되기 시작한 웹툰 산업은 지속해서 성장하고 있으며, 전 세계적으로 점점 더 많은 독자층을 확보하고 있음.
- 프랑스에서는 2016년 Delitoon을 시작으로, 2018년 웹툰 팩토리(Webtoon Factory), 2019년 네이버 라인의 자회사인 Webtoons.com, 2020년 투믹스(Toomics), 2021년 베리툰(Verytoon)이 서비스를 시작하며, 웹툰 열풍이 진행 중임.
- ‘나 혼자만 레벨업’ 인기 상승중
 - ☑ 이 작품은 본래, 한국 소설가 ‘추공’이 쓴 판타지 소설로, 게임 Hunter x Hunter에서 영감을 받아 한국 웹툰으로 제작되었음. 현재 전 세계의 충성도 높은 독자층을 확보함.
 - ☑ ‘나 혼자만 레벨업’은 프랑스 웹툰 플랫폼 ‘베리툰’에서 서비스 중이며, 프랑스 내 웹툰 매니아 사이에서 입소문이 남.



© Solo leveling © DUBU(REDICE STUDIO), Chugong, h-oon 2018 / D&C WEBTOON

그림 6 | ‘나 혼자만 레벨업(Solo leveling)’ (출처: D&C WEBTOON)

9) 출처: L’internaute, 프랑스 주요 뉴스 사이트
-<https://www.linternaute.com/livre/mangas/2541932-solo-leveling-le-titre-etendard-du-webtoon/>

- ☑ 문화 및 전자 제품 매장 Fnac 에서도 만나볼 수 있도록, 만화책 형태로 60,000 부가 제작되어 사전 주문 기록을 세움.
- ☑ 현재 베리툰의 'K-books'라는 단독 카테고리에도 올라, Fnac 온라인 매장에서 소비자들도 손쉽게 구매할 수 있도록 만들어 놓음.
- ☑ 베리툰 에디터에 따르면, '나 혼자만 레벨업' 만화책 출시는 K-Book 에 있어 첫 번째 단계에 불과하다며, 5 월에는 webtoon.com 의 '노블레스'와 '김 비서가 왜 그럴까?'가 출시 될 예정이라고 밝힘.

☞ 베리툰(Veritytoon)

- ☑ 2021 년 1 월 말, 출판사 Delcourt 에 의해 출시된 웹툰 플랫폼인 Veritytoon 은 2 개월 만에 10,000 명 이상의 독자를 확보하였으며, 이용 가능한 30 개 웹툰 시리즈를 100,000 회 이상 완독시킴.
- ☑ Delcourt 의 책임자 Thierry Rodriguez 에 따르면, Veritytoon 이 다른 플랫폼들과 차별화되는 점은, '문화적 접근법('approche culturelle)'이라고 밝힘. 플랫폼 론칭을 위해 K-Pop 그룹 '드림 캐쳐'의 라이브 콘서트를 진행했으며, 한국 문화를 홍보하기 위한 다양한 행사를 진행함. 단순히 웹툰을 넘어, 교육목적의 웹툰 제공과 고객의 충성도에도 큰 중점을 두고 있음.
- ☑ 또한, 다음 목표는 이러한 열풍에 힘입어, 웹툰 시리즈 제작 속도를 높이는 것이라고 밝히며, 특히 '나 혼자만 레벨업'과 같은 주력 시리즈를 비롯하여, "연말까지 매일 2~3 배 많은 웹툰 시리즈가 게재되도록, 70 개 이상의 웹툰 콘텐츠를 업로드 시킬 것"이라고 의지를 나타냄.

☑ [인니] <2021 꼬윅꾸 페스티벌> 개최

- ☑ 2021 년 4 월 2 일부터 4 월 11 일까지 웹툰, 웹소설, 영화 행사인 <2021 꼬윅꾸 페스티벌(Kwikku Fest 2021)>을 온라인으로 개최함.
- ☑ 이번 행사는 영화배우, 영화감독, 작가, 콘텐츠 크리에이터, 인플루언서 등 약 80 여 명이 참여한 가운데, 영화 토론회, 영화 상영회, 도서 출판회, 북 토크쇼 등 세부 프로그램으로 구성됨.
- ☑ 꼬윅꾸(Kwikku) 함디(Hamdi) CEO 는 이번 행사는 일반인들에게는 다양한 크리에이터들의 작품을 감상할 수 있는 기회로 창작자들과의 만남과 소통의 기회로 참가자 전원이 다채로운 프로그램을 통해 역량을 개발할 수 있는 계기가 되었으면 한다고 밝힘.
- ☑ 한편, 꼬윅꾸(Kwikku)는 2013 년 9 월에 설립된 현지 소셜미디어 플랫폼으로 2019 년부터 본격적으로 MZ 세대를 타깃으로 사업을 개편하여 2020 년부터 웹툰, 웹소설, 소셜 미디어, 노우(Know(Kwikku Now)) 등의 콘텐츠를 제공하기 시작함.

음악



10) [일본] JYP 소속 Stray Kids 의 일본 발매 첫 싱글, 일본레코드협회 골드 인증 10)

- ☞ JYP 엔터테인먼트 소속 8 인조 남자 아이돌 그룹 ‘Stray Kids(스트레이키즈)’가 작년 6 월 일본에서 발매한 첫 번째 싱글 <TOP>으로 일본레코드협회에서 골드 인증을 받음. 골드 인증은 발매일부터 싱글 앨범의 누계 출하 매수가 10 만 장을 넘은 작품에 수여됨.
- ☞ ‘TOP’은 네이버웹툰 원작을 애니메이션화해 지난해 현지에서 방송된 <신의 탑-Tower of God->의 오프닝 주제곡과 엔딩 테마곡이 함께 수록되어있어 화제가 되었던 앨범임. 두 곡의 작사, 작곡, 편곡에 그룹 내 유닛인 일명 ‘3RACHA’가 참여해 팬들의 기대를 모았던 싱글 앨범임.
- ☞ 스트레이키즈는 지난해 3 월 베스트 앨범 <SKZ2020>으로 일본에 데뷔함. 데뷔하기 약 4 개월 전인 2019 년 12 월에는 도쿄에서 개최한 팬클럽 회원 한정 이벤트에 약 8,000 명의 관객을 동원하여 이슈가 되었음.
- ☞ 한편 스트레이키즈는 최근 Mnet 을 통해 한일 동시 방영 중인 남자 아이돌 서바이벌 프로그램 <킹덤: 레전더리 워>에 출연하고 있음.

패션



10) [베트남] 블랙핑크 로제, 베트남 디자이너 공찌 의상으로 뮤직비디오 촬영

- ☞ 아이돌 그룹 블랙핑크의 멤버 로제는 최근 발표한 뮤직비디오에서 베트남 유명디자이너 공찌(Cong Tri) 의 의상을 착용하여 베트남에서 큰 화제가 되고 있음.
- ☞ 지난 5 일 공개된 블랙핑크 로제의 솔로 서브타이틀 곡 ‘곤(Gone)’ 뮤비는 이날 오후 2 시경 조회 수 1000 만 회를 넘어설 정도로 뜨거운 관심을 받음. 베트남에서도 로제의 뮤비는 큰 인기를 끌고 있는데, 이는 블랙핑크 자체의 인기뿐만이 아님. 로제가 착용한 의상이 디자이너 공찌가 2019 년 9 월 뉴욕패션위크에서 선보인 ‘2020 SS(봄여름) 컬렉션’의 한 작품이라는 것이 알려지자 누리꾼들은 이 사실을 앞다퉈 공유하며 더 큰 관심을 불러 모았음.
- ☞ 지난달, 로제는 첫 솔로 신곡 앨범 ‘R’을 발표하며 선보인 타이틀곡 ‘온더 그라운드(On The Ground)’ 뮤비에서 공찌가 디자인한 의상을 착용한 바 있으며 이에 대해 공찌 측은 “1 월부터 로제 측에서 데뷔작 뮤비에 착용할 의상에 관해 자문을 요청해 왔다”라고 밝힘.

10) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/f3fa976dc8ad3fea091eddf18ef53894dbadac92>

- ☑ 1978년생인 공씨는 뉴욕패션위크 이후부터 유명해지기 시작. 지난해 제 62 회 그래미상 시상식에서 ‘베스트 팝 솔로 퍼포먼스 상’을 수상한 가수 리조(Lizzo)와 켈리 롤랜드(Kelly Rowland), 그 외 산드라 오(Sandra Oh), 마고 로비(Margot Robbie)와 같은 할리우드 배우와 세계적 셀럽들이 그의 의상을 선택할 정도로 이제는 세계적 유명한 디자이너가 됨.



[그림 기 공씨 의상을 착용한 로제의 뮤직비디오

통합(정책·기타)



☑ [미국] 소니픽처스, 디즈니와 새로운 계약 체결 11)

- ☑ 지난 21 일(현지시간) 디즈니 보도 자료에 따르면 소니픽처스와 디즈니가 영구 독점 공급 계약을 체결함.
- ☑ 소니픽처스와 디즈니의 새로운 계약이 성사됨에 따라 넷플릭스 스트리밍 이후, 2026년부터 개봉하는 콘텐츠는 디즈니 계열 플랫폼에서 영구적으로 독점 공개하게 됨.
- ☑ 지난 주, 소니픽처스는 향후 5년 간 영화 제작 및 배포 관련한 독점권을 넷플릭스에 넘김. 해당 계약의 내용에 따르면, 2022년부터 소니픽처스 콘텐츠를 극장에서 개봉한 동시 또는 그 이후 넷플릭스에서 독점 스트리밍함. 각 콘텐츠당 공개 기간은 18개월임.
- ☑ 특히 디즈니는 마블 세계관 히어로 중 소니픽처스에 넘긴 스파이더맨과 베놈을 재합류시킴.

11) 출처

-<https://www.hollywoodreporter.com/news/disney-nabs-post-pay-1-rights-for-sonys-feature-films>

-<https://deadline.com/2021/04/disney-sony-streaming-spider-man-disney-plus-1234741215/>

-<https://variety.com/2021/tv/news/disney-sony-marvel-spiderman-movie-deal-1234957207/>

-<https://www.cnbc.com/2021/04/21/disney-signs-deal-to-stream-spider-man-other-sony-films-.html>

-<https://www.cnbc.com/video/2021/04/22/sony-pictures-ceo-on-massive-movie-deals-with-disney-netflix.html>

✔ [미국] 아마존 프라임 구독자 2억 명 돌파 12)

- ✔ 현 아마존 CEO 제프 베조스(Jeff Bezos)는 2020년 아마존 프라임 서비스 구독자가 2억 명 이상임을 밝힘.
- ✔ 아마존 프라임(Amazon Prime)은 빠른 무료 당일 배송뿐만 아니라 영화와 음악, 전자책 등을 무료로 대여해주는 유료 서비스임. 해당 서비스 운영을 위해 북미 지역에 물류센터와 배송망을 개발하고, 대도시 공항에 항공기 화물물류센터를 구축함.
- ✔ 2017년 미국 미식축구 독점 중계권을 확보하고 지난 해 110억 달러를 아마존 오리지널 콘텐츠 제작에 투자함. 2019년의 78억 달러보다 41% 증가함.
- ✔ 아마존 프라임의 구독자는 2020년 1월의 1억 5천만 명의 구독자는 2020년 12월, 2억 명의 구독자로 현저히 증가함.
- ✔ 아마존은 유명 인기 영화 ‘반지의 제왕’의 판권을 소유하고 있어 이를 통해 오리지널 시리즈를 제작할 계획임을 밝힘. 첫 시즌 제작비는 무려 4억 6,500만 달러이며 뉴질랜드 정부의 협조와 1억 6,000만 달러의 지원금도 발표함. 해당 시리즈는 시즌 5까지 예상하고 있으며 스핀오프 시리즈도 제작될 예정이라고 밝힘.

✔ [미국] 딜로이트, 2021 디지털 미디어 동향 조사 결과 발표13)

- ✔ 지난 18일(현지 시간), 미국 회계 및 컨설팅 업체 딜로이트(Deloitte)는 ‘2021 디지털 미디어 동향 조사(Digital Media Trends, 15th Edition)’를 발표함. 이번 조사는 Z세대의 엔터테인먼트 선호도에 집중함.
- ✔ 미국의 Z세대 소비자 중 26%가 비디오게임을 가장 선호하며, 매일 또는 매주 게임함. 이어서 음악 감상이 14%, 인터넷 검색이 12%, SNS가 11%를 차지함. 집에서 TV 또는 영화를 시청하는 소비자는 10%임.
- ✔ Z세대를 제외하고는 집에서 TV 또는 영화를 시청하는 비율이 가장 크게 나타남.
- ✔ 미국 소비자들은 평균적으로 4개의 유료 OTT 서비스를 이용함. 적어도 하나의 유료 OTT

12) 출처

-<https://variety.com/2021/digital/news/amazon-prime-200-million-jeff-bezos-1234952188/>
 -<https://variety.com/2021/film/news/amazon-content-spending-2020-1234952704/>
 -<https://www.hollywoodreporter.com/news/amazon-prime-passes-200-million-subscribers>
 -<https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/amazons-lord-of-the-rings-cost-465-million-one-season>
 -<https://www.cnbc.com/2021/03/18/nfl-media-rights-deal-2023-2033-amazon-gets-exclusive-thursday-night.html>

13) 출처

-<https://variety.com/2021/tv/news/gen-z-survey-deloitte-tv-movies-ranking-1234954207/>
 -<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey-summary.html>

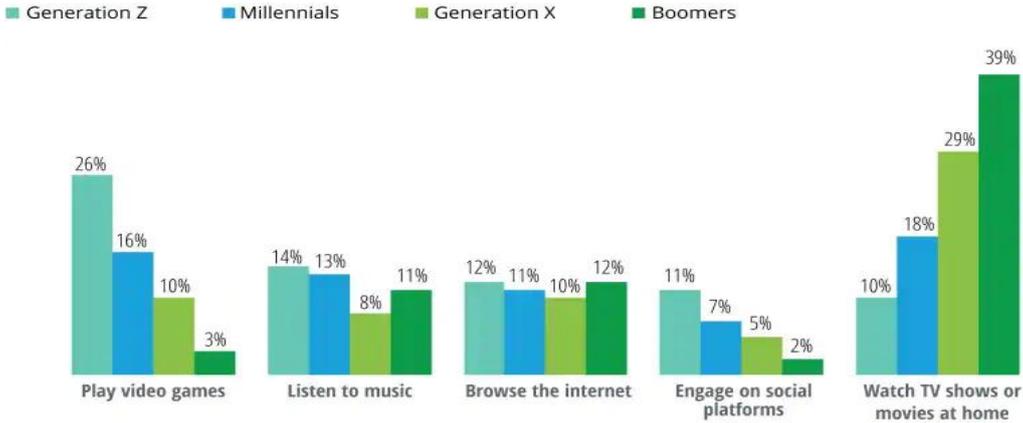
서비스를 가입한 사람이 전체의 82% 해당함.

- ☑ 새로운 유료 스트리밍 서비스 가입 결정에 가장 중요한 요소는 비용(46%)과 콘텐츠(35%)임
- ☑ Z 세대 절반이 소셜 미디어를 통해 뉴스를 소비하는 반면, 베이비붐 세대 소비자 중 58%가 케이블 TV와 인터넷을 통해 뉴스를 찾음.

FIGURE 2

Generation Z may not be "video first"

Respondents across generations ranked their favorite entertainment activity



Source: Digital media trends, 15th edition.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

[그림 8] 출처: 딜로이트(Deloitte)

☑ [북경] 광전총국, 2020년 중국 방송산업 통계 발표

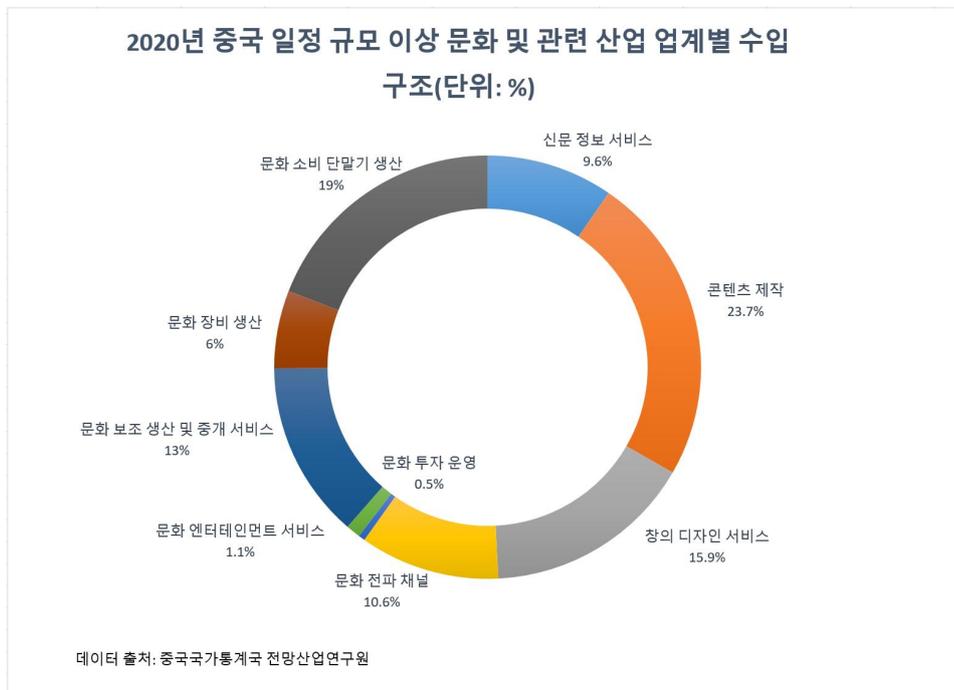
- ☑ 4월 19일, 국가광전총국(国家广播电视总局)은 홈페이지를 통해 <2020년 전국 방송산업 통계공보(2020年全国广播电视行业统计公报)>를 발표함. 해당 공보에 따르면, 2020년 중국 방송산업 분야 총 매출액은 9,214억 6,000만 위안(약 158조 7,030억 원)으로 전년대비 13.66% 증가함.
- ☑ 코로나 19의 영향으로 2020년 중국에서 제작·배급된 TV 드라마는 202개 작품 7,476편으로 전년대비 20.47% 감소하였으며, 작년 한해동안 웹영화 745편, 웹드라마 211개 작품, 웹애니메이션 112편, 웹다큐멘터리 25편, 웹예능 251편이 방영허가를 받음.

☑ [북경] 북경 인터넷법원, 2020년 저작권소송 28,946건 접수

- ☑ 4월 20일, 북경 인터넷법원(北京互联网法院)이 개최한 온라인 저작권 소송심리 현황 기자회견에서 발표한 내용에 따르면, 2020년 북경 인터넷법원이 접수받은 저작권 사건은 28,714건이며, 이 중 27,925건을 종결하여 종결률 96%에 달함.
- ☑ 종결된 사건의 78%인 21,714건이 조정 또는 소송철회로 종결되었으며, 나머지 22%는 판결 등 기타방식으로 종결됨.

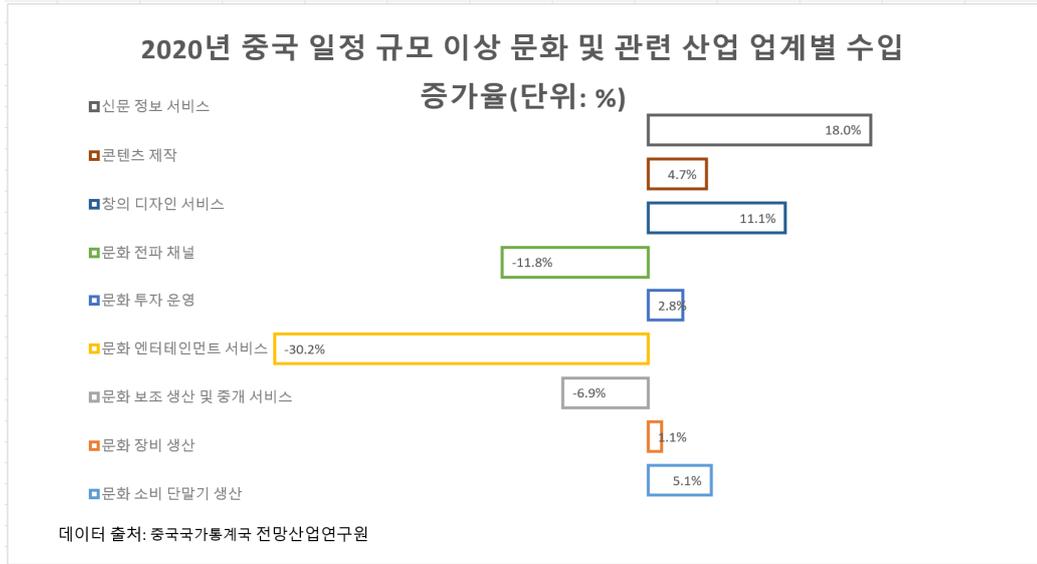
☑ [심천] 2021 년 중국 문화산업 발전 현황 및 시장 구조 분석

- ☑ 중국국가통계국(国家统计局)이 중국 6 만개의 일정 규모 이상인 문화 및 관련 산업 기업을 조사한 결과, 2020 년 중국 일정 규모 이상인 문화 및 관련 산업 기업은 9 조 8514 억 위안의 수입을 창출하였으며, 2019 년 동기 대비 2.2% 증가함.
- ☑ 업계별로 수입을 살펴보면, 2020 년 신문 정보 서비스 영업 수입 9,382 억 위안, 창의 디자인 서비스 15,645 억 위안, 문화 소비 단말기 생산 18,808 억 위안, 콘텐츠 창작 23,275 억 위안, 문화 투자 운영 451 억 위안, 문화 장비 생산 5,893 억 위안, 문화 엔터테인먼트 서비스 영업 수입 1,115 억 위안, 문화 전파 채널 영업 수입 10,428 억 위안, 문화 보조 생산 및 중개 서비스 영업 수입 13,219 억 위안임.



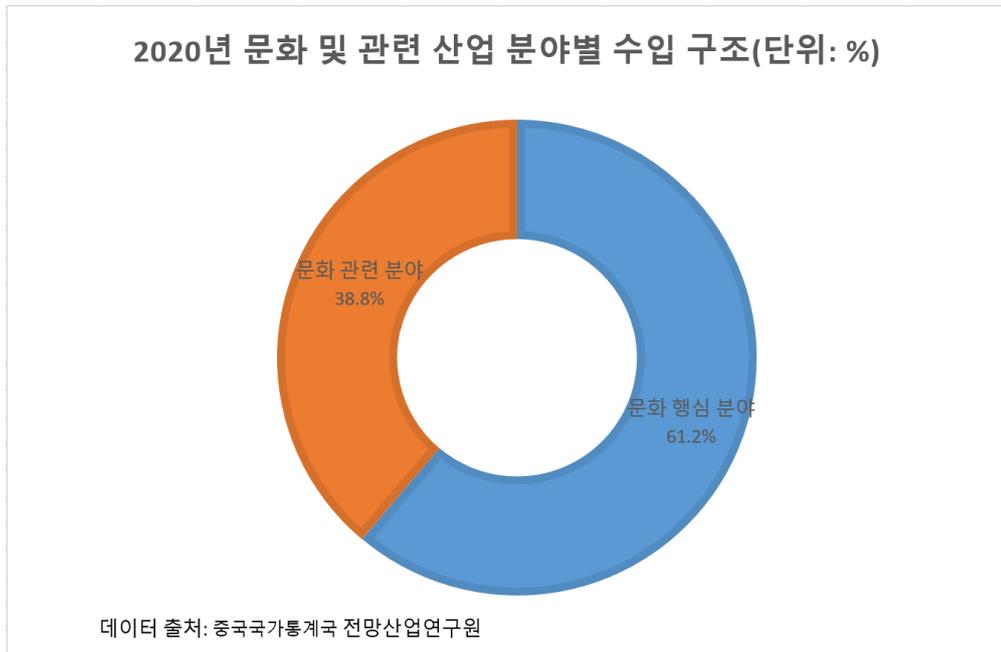
[그림 9] 2020년 중국 일정 규모 이상 문화 및 관련 산업 업계별 수입 구조

- ☑ 9 개의 문화 및 관련 산업 업계 중, 신문 정보 서비스, 창의 디자인 서비스 영업 수입의 증가율이 각각 18.0%, 11.1%이며, 문화 소비 단말기 생산, 콘텐츠 제작, 문화 투자 운영은 각 5.1%, 4.7%, 2.8% 증가함.



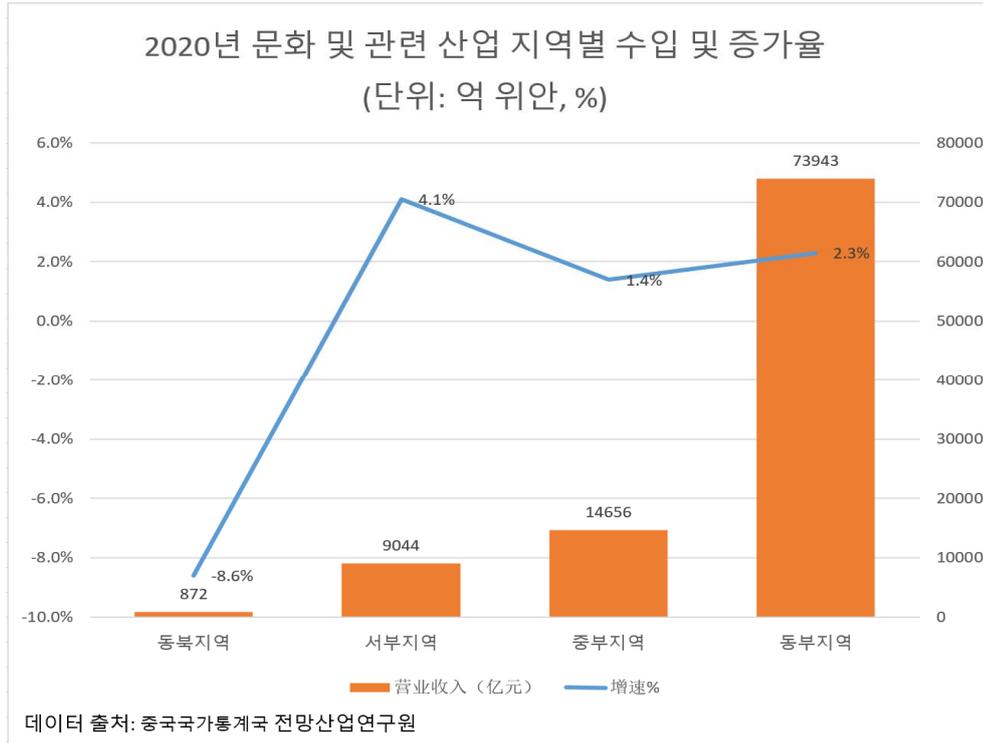
[그림 10] 2020년 중국 일정 규모 이상 문화 및 관련 산업 업계별 수입

- ☑ 분야별로 살펴보면 2020년 문화 핵심 분야 영업 수입은 60,295억 위안으로 동기 대비 3.8% 증가함. 문화 관련 영역 수입은 38,220억 위안으로 동기 대비 0.1% 하락함.



[그림 11] 2020년 문화 및 관련 산업 분야별 수입 구조

- ☑ 2020년 중국의 문화 기업 경영 수입의 경우, 서부지역은 9,044억 위안에 달하였으며, 동부지역은 73,934억 위안, 중부지역은 14,656억 위안, 동북지역 872억 위안에 달함.



[그림 12] 2020년 문화 및 관련 산업 지역별 수입 및 증가율

☑ [일본] 오사카에 한국 음식점을 집결한 '우메다 한국 빌딩' 오픈 14)



[그림 13] 오사카(大阪)에 위치한 '우메다 한국 빌딩' 내부

- ☑ 오사카(大阪) 변화가 중 한 곳인 히가시우메다(東梅田)에 최근 한국 음식점이 잇달아 오픈하고 있어 화제임. 4월 16일에는 히가시우메다의 중앙 상점가인 '한큐 히가시 중앙거리 상점가(阪急東中通商店街)'에 한국풍 네온사인으로 외관을 장식한 '우메다 한국 빌딩(梅田韓国ビルディング)'이 오픈함.

14) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/283b76df633271bc4a9de2dd2fd4ce2bd770b885>

- ☞ 한국 식당들이 한 빌딩에 집결해있어 여러 종류의 한국 음식을 즐길 수 있으며 빌딩 곳곳이 한국 거리를 연상시키는 인테리어로 꾸며져 마치 한국 여행을 하는 기분을 느낄 수 있다고 하여 화제임.

☞ [일본] VR 공간에서 '가상 판매회' 개최 15)



[그림 14] 가상 판매회 포스터

- ☞ XR 업체 Gugenka 가 VR 공간인 'DOOR'를 활용한 가상 판매회를 4 월 24 일~25 일에 개최함. 이번 가상 판매회 플랫폼인 'DOOR'는 사회적 거리를 두면서도 경제활동이 가능한 가상공간으로 일본 통신 대기업 NTT 가 2020 년 11 월부터 제공하고 있는 서비스임.
- ☞ 개인 크리에이터나 가상의 유튜버 일명 'V Tuber' 등이 160 개 이상의 점포를 출점한다고 하며, '크래프트(CRAFT, 수공예)'를 주제로 직접 만든 3D 모델이나 일러스트 등을 판매할 예정임.
- ☞ 출전 및 입장료는 무료이며 출품자들은 VR 공간에 자신의 부스를 만들어 작품을 전시할 수 있으며, 일반 참가자는 행사장을 돌아다니며 원하는 작품을 찾거나 구매할 수 있음.

15) 출처

-<https://news.yahoo.co.jp/articles/4363a5efd91fc31490c0589c9ebf28521df4d175>

☑ [유럽] 예술 서비스를 위한 5 가지 기술적인 솔루션 16)



[그림 15] COVID-19로 인해 폐관 상태인 루브르 박물관 (출처: Thierry David / SUD OUEST)

- COVID-19 상황 속에서, 예술 활성화를 위해 루브르 박물관 포함한 일부 박물관은 전체 컬렉션 또는 일부를 대중에게 공개하였음.
- 약 1 년 동안 프랑스 내 봉쇄령으로 인해 박물관이 문을 닫았고, 전시회와 문화 유적지 방문 기회가 부족했음. Tiqets 가 발표한 설문 조사에 따르면, 봉쇄령 해제 시 프랑스인의 79.4 %가 박물관을 방문 할 계획임.
- 그동안 일부 전시장에서는 가상 투어를 제공함. 다수의 분야와 마찬가지로 문화·예술 분야도 새로운 기술의 도래를 피하지 못했음. 즉, 예술가를 대체하는 것과 거리가 먼 것 같은 기술이 예술에 전적으로 기여 하는 상황이 생김. 다음 5 곳의 스타트업은 위 상황을 증명함.
- 1. RendR - 다른 시대 여행하기
 - ☑ RendR 은 가상 현실 기술을 이용하여 일반인이 접근할 수 없는 건물을 되살리거나 파괴하여 사용자를 다른 시대로 이동시킬 수 있음.
 - ☑ 이 스타트업은 가상 현실 헤드셋, 건물의 건축, 수세기 전의 라이프 스타일 및 관습을 통해 사람들을 시간 여행으로 안내함. 또한, 역사적인 그림을 삽입하여 중세의 성 위를 날거나 바이킹 전투를 재현하여 과거를 다른 방식으로 탐험하는 기회를 제공함.
- 2. Timescope - 시간 거슬러 올라가기
 - ☑ Timescope 는 3D 와 가상 현실 기술로 사람들에게 과거에서의 두 번째 삶을 경험하게 해줌. 이 회사는 아카이브를 사용하여 3D 영화를 만든 다음, 고객의 요청에 따라 도시나 관광지에 설치된 Timescope 와 가상 현실 단말기에 통합함.

16) 출처: maddyness, 프랑스 스타트업 전문 매거진
-<https://www.maddyness.com/2021/04/14/5-startups-tech-art-iconem-timescope/>

- ☑ 이 회사는 Blois 의 Royal Castle, Paris, Arras 의 Citadel 에 키오스크를 설치하였음. 이 솔루션은 개발 또는 계획 프로젝트를 관리하는 데도 사용됨.

3. Iconem - 잊혀질 위기에 처한 문화유산 보호하기

- ☑ Iconem 의 창립자들은 멸종 위기에 처한 세계 유산을 캡처하여 보호하는 임무를 시작했음. 2013 년에 설립된 이 회사는, 3D 국제기구, 정부, 유네스코와 함께 문화유산을 디지털화함. 이러한 디지털 복제물 중 일부는 가상 현실 체험 전시회에서 공개됨.

4. MuseoPic - 스마트 폰을 비주얼 가이드로 바꾸기

- ☑ MuseoPic 은 문화 매개에 새로운 차원을 제공함. 시각적 인식, 위치 정보 및 증강 현실 시스템을 이용하여, 스마트폰을 근처 예술품에 대한 추가 정보를 제공하는 휴대용 가이드로 탈바꿈함. 작품이 인식되면 MuseoPic 은 방문자에게 텍스트, 이미지, 오디오 콘텐츠, 비디오 등 다양한 방법으로 정보를 제공함.

5. UMA - 사이트 내 가상 전시회 구성 및 제공하기

- ☑ UMA(Universal Museum of Art)는 기관 및 미술관과 협력하여 100 % 온라인 전시회를 제공하며, 이를 통해 전 세계 어디서나 무료로 관람할 수 있음. 플랫폼에서는 세계 명작을 모은 여러 전시회를 일시적 또는 영구적으로 제공함. 박물관에 들어가는 것처럼, 한 작품에서 다른 작품으로 넘어가는 것을 경험할 수 있음. 몇 번의 클릭만으로 그림, 화가 및 작품 역사에 대한 추가 정보를 얻을 수 있음.

☑ [베트남] 무역협회-코엑스, 베트남에 제 2 코엑스 진출

- ☑ 한국무역협회와 코엑스는 지난 3 월 베트남 투자개발공사 베카멕스(BECAMEX)와 베트남 최대 규모로 개관하는 ‘빈중 신도시 전시장(WTC Binh Duong New City Expo)’ 운영계약을 체결하며 글로벌 마이스(MICE)¹⁷⁾ 시장으로의 사업 확장을 시작함.

- ☑ 빈중성은 호치민시 중심에서 약 25 km 떨어진 남부 핵심 경제구역에 자리 잡고 있으며, 약 3,200 여 개의 글로벌 기업과 800 여 개의 국내 기업이 입주한 최대 규모의 산업 도시임. 베트남 정부 주도로 지난 2 월 완공된 전시장은 면적은 약 2 만 2,000 m²로, 1 만 1,679 m²의 실내 전시장과 7,935 m²의 옥외 전시장 등을 갖추고 있음.

- ☑ 코엑스는 전시회 개최와 시설 운영 분야의 현장 경험과 노하우를 갖춘 관리자급 직원들을 베트남에 파견해 업무를 시작할 계획이라 밝힘. 무역협회와 코엑스는 베트남 진출을 계기로 전시회에 참가하는 기업과 바이어와의 성과를 극대화할 수 있도록 전시회 콘텐츠를 확충할 계획. 온라인 기술과 결합한 하이브리드 전시회와 온라인 비즈니스 상담회는 물론, 증강현실(AR)·가상현실(VR) 등의 정보기술(IT)을 활용해 경쟁력을 키울 방침이라 밝힘.

- ☑ 코엑스 강호연 전무는 “빈중 신도시 전시장 진출은 코엑스의 베트남 사업 확대뿐만 아니라 대한민국 MICE

17) MICE 산업 : 대규모 회의장이나 전시장 등 전문시설을 갖추고 국제회의, 전시회, 인센티브 투어와 이벤트를 유치하여 경제적 이익을 실현하는 산업으로 숙박, 교통, 관광, 무역, 유통 등 여러 관련 산업과 유기적으로 결합한 고부가가치 산업

산업의 해외 진출을 통한 코로나 이전으로 조속히 회복하는 시발점으로서 우리 수출과 경제 활성화에 기여할 수 있는 산업생태계를 혁신해 나갈 것”이라고 밝힘.



[그림 16] 빈중 신도시 전시장 전경 사진

☑ [UAE] UAE 산업 전략 ‘Operation 300bn’ 18)

- ☑ 산업 전략 ‘Operation 300bn’은 지속 가능한 국가 경제의 원동력이 되는 산업 부문을 강화하여 GDP에 대한 기여도를 현재 1,330억 AED에서 2031년까지 3,000억 AED로 늘리는 것을 목표로 하는 10년 종합 전략임.
- ☑ 이 전략을 주도하는 산업 기술부는 13,500개의 산업 중소기업(SME)을 지원하는 프로그램과 계획을 선보일 것임.
- ☑ 이 전략은 첨단 기술과 4차 산업 혁명(4IR) 솔루션 및 응용 프로그램을 구현하는 미래 산업을 중심으로 국가 경제 발전과 지속 가능한 발전에 기여하는 방향으로 작용할 것임.
- ☑ 글로벌 수준에서 현지 상품을 개선 및 홍보하고 현지 및 해외 투자자가 생산성을 높일 수 있는 매력적인 비즈니스 환경을 구축하여 국내 가치를 높이는 것을 목표로 함. 이 계획은 UAE를 전 세계의 인재, 개발자 및 전문가를 유치하는 글로벌 산업 허브로 포지셔닝 할 목적으로 경쟁력 있는 시설 및 인센티브 패키지를 제공함.
- ☑ 산업 부문의 수익 극대화를 추구하는 Operation 300bn의 전략 비전은 활성화 매커니즘과 도구를 강화하고 가장 탄력적인 물류 및 입법 프레임 워크를 구축하기 계획임. 산업 부문에 대한 외국인 투자 유치를 목표로 전례 없는 시설, 인센티브 및 관세 면제 패키지를 제공하여 세계적 수준의 산업 생태계를 만들 계획임.
- ☑ 통합 산업 브랜드 아이덴티티에 따라 통합된 국가 표준을 통해 우수성을 추구하고 UAE에서 제조된 제품의 고유한 기능과 우수한 품질을 강조하여 국가의 산업 제품에 UAE의 정체성을 반영하는 것으로 전환하여

18) 출처

-<https://u.ae/en/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/federal-governments-strategies-and-plans/the-uae-industrial-strategy>

국가 제품의 경쟁력을 높이고 인지도를 높여 수요를 장려하고 국제적으로 홍보하는 것을 목표로 함.

☑ 산업 전략 'Operation 300bn'의 네 가지 주요 목표

- 첫 번째는 산업법을 개정하여 현지 기업가들을 지원하고 외국인 직접 투자를 유치함으로써 산업 분야의 현지 및 국제 투자자를 위한 매력적인 비즈니스 환경을 조성하는 것임. 이 법안에는 중소기업과 산업체에 기회를 제공하는 동시에 외국인이 산업 시설의 100 %를 소유 할 수 있는 유연한 조건이 포함됨.
- 두 번째는 GDP 에 대한 기여도를 높이고 수출을 늘리고 새로운 시장을 찾는 것을 목표로 국내 가치를 높이고 UAE 제품에 대한 수요를 늘리는 프로그램을 시작하여 산업 발전을 촉진하고 국가 경제를 활성화하는 것임.
- 세 번째는 상업성을 보장하는 모든 요소를 고려하여 혁신적인 제품의 개발을 가속화하기 위한 첨단 기술 의제를 설정함으로써 혁신, 첨단 기술 및 4 차 산업 혁명 (4IR) 솔루션의 채택을 장려하는 것임. 이 목표 전략은 우선 산업의 생산성을 높이기 위한 4IR 솔루션을 채택하는 프로그램을 설계하는 것임.
- 네 번째는 UAE 가 선도적인 비즈니스 및 기술 허브로서의 위상을 확립할 계획을 설계하여 미래 산업의 선도적인 글로벌 허브로서의 입지를 강화할 강력한 기반을 구축하는 것임.



[그림 17] Operation 300bn 출범 (출처 : WAM)

☑ [UAE] 사우디아라비아, 비영리 부문 투자 펀드 출시 예정 19)

- ☑ Jadwa 투자사와 사우디아라비아 정부부처 Ministry of Human Resources and Social Affairs 는 비영리 단체를 위한 2 개의 펀드 출시 계약을 체결함.
- ☑ 두 투자 펀드의 설립을 통해 Jadwa 와 사우디아라비아 정부는 모든 허가 된 비영리 단체에 Shariah 준수 투자 플랫폼을 제공하여 장기적으로 자본을 보존하고 성장시킬 계획임.
- ☑ Jadwa 투자사는 사우디아라비아의 수도 리야드에 본사를 둔 투자 관리 및 자문 회사로 총 고객 자산이 600 억 SR 임.

19) 출처

-<https://www.arabianbusiness.com/wealth-management/462285-saudi-arabia-to-launch-investment-funds-for-non-profit-sector>

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향 ('21.03 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"> - (34 위) BTS(Dynamite) - (70 위) Rose(On The Ground) o 빌보드 200 <ul style="list-style-type: none"> - (7 위) BTS(BE) - (100 위) BTS(MAP OF THE SOUL : 7) - (148 위) 블랙핑크(The Album) o 스포티파이 Top200 <ul style="list-style-type: none"> - (69 위) BTS(Dynamite) - (74 위) Rose(On The Ground) 	<ul style="list-style-type: none"> o Google <ul style="list-style-type: none"> - (8 위) 기생충 o Amazon <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 미나리 o iTunes <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 미나리 o Fandango <ul style="list-style-type: none"> - (10 위) 미나리 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어 <ul style="list-style-type: none"> - (64 위) PUBG MOBILE 3RD ANNIVERSARY o 구글플레이 <ul style="list-style-type: none"> - (69 위) PUBG MOBILE HUNDRED RHYTHMS 	
동북아	중국	<ul style="list-style-type: none"> o QQ 뮤직 상승차트 TOP10 (3.30) <ul style="list-style-type: none"> - (9 위) 강승윤 (아이아) o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 (3.29-4.4) <ul style="list-style-type: none"> - (2 위) ROSÉ (On The Ground) - (6 위) 강승윤 (아이아) - (7 위) IU (리얼락) - (9 위) 현아 (I'm Not Cool) 		<ul style="list-style-type: none"> o 17173 PC 게임 인기(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 던전앤파이터 - (9 위) 블레이드 앤 소울 - (12 위) MU Online - (13 위) 크로스파이어 - (20 위) 미르 2 o 17173 모바일게임 인기(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (3 위) 블레이드 앤 소울 모바일 - (9 위) 라그나로크 온라인 - (10 위) 메이플스토리 모바일 - (15 위) CF MOBILE FPS - (20 위) 드래곤네스트 모바일 	<ul style="list-style-type: none"> o 라이카웹툰(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 나 혼자만 레벨업 - (2 위) 끝이 아닌 시작 - (6 위) 약녀의 엔딩은 죽음뿐 - (7 위) 어느 날 공주가 되어버렸다 - (10 위) 악당의 아빠를 꼬셔라
	일본	<ul style="list-style-type: none"> o 오리콘차트(3월 5주) <ul style="list-style-type: none"> 1) 주간 디지털 싱글 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) BTS(Film out) 2) 주간 스트리밍 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (2 위) BTS(Film out) - (7 위) BTS(Dynamite) o 오리콘차트(월) <ul style="list-style-type: none"> 1) 월간 싱글 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (4 위) 김재중(BREAKING DAWN(Japanese Ver.)Produced by HYDE) - (8 위) MONSTA X(WANTED) 2) 월간 앨범 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (6 위) TREASURE(THE FIRST STEP:TREASURE EFFECT) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 TV 월간 인기 랭킹 <ul style="list-style-type: none"> - (4 위) 사랑의 불시착 - (8 위) 빈센조 o 오리콘 월간 드라마 DVD 판매 순위 <ul style="list-style-type: none"> - (8 위) 남자친구 	<ul style="list-style-type: none"> o 온라인게이머 인기순위('21. 3. 29.) <ul style="list-style-type: none"> - (2 위) 로스트아크 - (5 위) 라그나로크온라인 - (7 위) 마비노기 - (9 위) 테일즈위버 - (10 위) 소울워커 	<ul style="list-style-type: none"> o 라인망가('21. 3. 29) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 여신강림 - (3 위) 재홍황후 - (4 위) 외모지상주의 - (5 위) 싸움독학 o 픽코마('21. 3. 29) <ul style="list-style-type: none"> - (1 위) 약녀는 모래시계를 되돌린다 - (2 위) 나 혼자만 레벨업 - (3 위) 룩사나 :여주인공의 오빠를 지키는 방법 - (5 위) 약녀의 엔딩은 죽음뿐 - (6 위) 목표는 금수저로 무병장수하기입니다 - (7 위) 4000년 만에 귀환한 대마도사 - (8 위) 스킬포인트가 나를 레벨업 시킴 - (9 위) 갓 오버 블랙필드 - (10 위) 악당의 엄마가 되어버렸다

동남아	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> o 스포티파이(03월 4주) : <ul style="list-style-type: none"> - (5위) On The Ground - Rose - (7위) Gone - Rose 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (03.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 빈센조 - (3위) 시지프스: The Myth - (9위) 18 어게인 - (10위) 응답하라 1988 	<ul style="list-style-type: none"> o 온라인게임(스마트빌링, PC 방, 03월) : 순위 없음 o 애플앱스토어(03.31) <ul style="list-style-type: none"> - (3위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 o 구글플레이(03.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 라인웹툰(03월 4주) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 여신강림 - (3위) 터치터치 그대 - (5위) 금시야 - (6위) 외모지상주의 - (7위) 악한영웅 - (8위) 어느 날 공주가 되어버렸다 - (10위) 입학용병
	베트남	<ul style="list-style-type: none"> o 베트남 스포티파이 탑 50 (3월 4주) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) ROSE (On The Ground) - (6위) ROSE (Gone) - (23위) BTS (Dynamite) - (43위) BTS (Life Goes On) o Zing 차트 - Kpop 차트(3월 4주) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) ROSE (On The Ground) - (2위) Kang Daniel (Paranoia) - (3위) ROSE (Gone) - (4위) Chungha (Bycicle) - (5위) iKon (Why Why Why) 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 (03.30) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) VINCENZO - (4위) 시지프스 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(03.30) : 순위 없음 o 구글플레이(03.30) : 순위 없음 	
유럽	영국	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 차트 100 (3월 마지막 주) <ul style="list-style-type: none"> - (26위) BTS : Dynamite o Spotify 200 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 주요 차트 순위권 내 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(03.31) : 순위 없음 o 구글플레이(03.31) : 순위 없음 	
	프랑스	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 차트 100 (3월 마지막 주) <ul style="list-style-type: none"> - (26위) BTS : Dynamite o Spotify 200 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 주요 차트 순위권 내 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(03.31) : 순위 없음 o 구글플레이(03.31) : 순위 없음 	
	독일	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 차트 100 (3월 마지막 주) <ul style="list-style-type: none"> - (26위) BTS : Dynamite o Spotify 200 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 주요 차트 순위권 내 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(03.31) : 순위 없음 o 구글플레이(03.31) : 순위 없음 	
	이태리	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 차트 100 (3월 마지막 주) <ul style="list-style-type: none"> - (26위) BTS : Dynamite o Spotify 200 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 주요 차트 순위권 내 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(03.31) : 순위 없음 o 구글플레이(03.31) : 순위 없음 	
	스페인	<ul style="list-style-type: none"> o 빌보드 차트 100 (3월 마지막 주) <ul style="list-style-type: none"> - (26위) BTS : Dynamite o Spotify 200 : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 구글플레이 (3월) <ul style="list-style-type: none"> - (14위) 영화 가생충 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(03.31) : 순위 없음 o 구글플레이(03.31) : 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 네이버 스페인 웹툰 TOP 10 (3월) <ul style="list-style-type: none"> - (4위) 재혼황후 - (7위) 여신강림
중동	UAE	<ul style="list-style-type: none"> o 앙가미 차트(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - 순위 없음 	<ul style="list-style-type: none"> o 넷플릭스 UAE TOP 10(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (3위) 빈센조 o 넷플릭스 사우디 TOP 10(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (3위) 빈센조 o 넷플릭스 쿠웨이트 TOP 110(3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (4위) 빈센조 o 넷플릭스 오만 TOP 10(11.30) <ul style="list-style-type: none"> - (4위) 빈센조 	<ul style="list-style-type: none"> o 애플앱스토어(UAE, 3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 배틀그라운드 o 애플앱스토어(사우디, 3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 배틀그라운드 o 애플앱스토어(오만, 3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 배틀그라운드 o 애플앱스토어(이집트, 3.31) <ul style="list-style-type: none"> - (1위) 배틀그라운드 	

※ 주요 국가별 한류콘텐츠 인기 동향은 현재에서 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 현재에서 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