

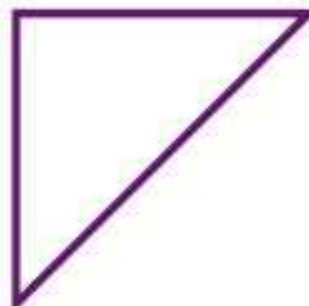
위클리 글로벌

2020. 3. 2.

Weekly Global

20

20





목 차

2020. 3. 2. 한류사업팀

구 분	제 목
중국 북경	- (정책) 광전총국, 드라마 생산관리 업무강화 관련 통지 발표 - (정책) 광전총국, 드라마 업계 제작업무 복귀 추진 지시 - (정책) 중국 인터넷영상프로그램서비스협회, 웹 예능 콘텐츠 표준세칙 발표
중국 심천	- 코로나19 확산에 따른 온라인 마케팅 전략 강화 - <2019년도 웹소설 발전 보고서> 발표
인도네시아	- <2020 글로벌 게임잼>, 9개 도시에서 개최 - KFC에서 <꼬마버스 타요> DVD 판매 시작
베트남	- 세계에서 가장 빠르게 성장하는 100대 브랜드 비텔(Viettel) - 베트남 대기 오염, 해외투자 줄여 GDP 5% 경제적 손실 - 하노이, 1월 68건의 외국인 직접투자 허가

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ [정책] 광전총국, 드라마 생산관리 업무강화 관련 통지 발표

- 2월 6일, 광전총국(国家广播电视总局)은 <드라마와 웹드라마 창작생산 관리업무 강화관련 통지(关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知)>를 발표함. 내용에 따르면, 등록공시 신청 시에 제작사는 TV방송 관련 주관부문에 완성된 대본에 대한 승인을 받아야하며, 정치나 군사 등 민감한 콘텐츠는 촬영제작 등록공시 신고 전에 반드시 성·자치구·직할시 이상의 인민정부의 관련 부서로부터 서면 동의를 받아야함.
- 또, 드라마 편수를 작품당 40회를 넘길 수 없도록 제한하고 작품당 30회 이하의 단극(短剧, 재생시간이 짧은 드라마) 제작을 장려한다고 함. 이 밖에 작품당 모든 배우의 출연료는 총 제작비의 40%를 초과할 수 없으며, 이 중 주연배우의 출연료는 배우 전체 출연료의 70% 이하로 제한됨. 출연료 제한은 재작년 8월, 작품수 제한은 작년 9월 관련 내용이 비공식적으로 전해진 적이 있으나 이번 통지를 통해 공식화 됨.

□ [정책] 광전총국, 드라마 업계 제작업무 복귀 추진 지시

- 2월 26일 소식에 따르면, 국가 광전총국 드라마사(司)가 주최한 인터넷 화상회의에서 드라마 업계가 코로나19로 부터의 안전을 전제로 방역중점지역 이외의 장소에서 드라마 제작·생산 업무에 복귀 할 수 있도록 하는 방안을 강구하고 추진하도록 지시함.

□ [정책] 중국 인터넷영상프로그램서비스협회, 웹 예능 콘텐츠 표준세칙 발표

- 2월 21일, 중국 인터넷영상프로그램서비스협회(中国网络视听节目服务协会)는 CCTV(央视网)·망고TV(芒果TV)·텐센트비디오(腾讯视频)·요쿠(优酷) 등과 연합하여 제정한 <웹예능프로그램 콘텐츠심사표준세칙(网络综艺节目内容审核标准细则)>을 발표함. 세칙에는 토크쇼·토크쇼·리얼 버라이어티·육아 등 각종 웹예능 프로그램 유형을 대상으로 출연멤버선정, 출연인원 언행, 문자언어사용, 프로그램 후반작업 등에 대한 표준이며 총 94개 조항으로 구성됨.

중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 코로나19 확산에 따른 온라인 마케팅 전략 강화

- 코로나19로 인해 중국 내 백화점, 음식점, 관광업체, 오락시설, 오프라인 교육 등의 업종이 심각한 타격을 받고 있음. 이에 대한 대응으로 각종 업체에서는 온라인 마케팅 전략을 집중적으로 마련하고 있음.
- 코로나19로 폐쇄된 오프라인 매장은 이벤트 특가 상품정보를 위챗 단체방과 모멘트에 공개하여 판매하는 방식으로 매출을 올리고 있음. 이밖에 코로나 19로 인하여 중국 내 많은 관광지의 경우 잠정적으로 영업을 중지하였음. 이에 대한 대응으로 최소 20여 개 도시, 1,000여 곳의 관광지에 대하여 온라인 관광 서비스를 제공하기 시작하였음. 각 지역 관광지의 경우 온라인 관광플랫폼과 하이테크 업체와 협업하여 VR 기술을 통한 가상관광 프로그램을 선보이고 있음.
- 국내 여행관련 업체들은 코로나19 확산으로 인한 경제적 타격을 극복하기 위해 다양한 대응 조치를 마련하였음. '통칭귀뤄(同程国旅)' 여행사는 전자상거래 플랫폼인 미띠안(咪店)과 합작하여 여행상품 외에 '여행+먹고 마시고 즐기는' 슬로건으로 입체적인 서비스를 제공하고 있음. 이번 합작을 통해 '통칭귀뤄' 소속 여행가이드들의 1일 매출 총액은 천만 위안을 초과한다고 밝혔음.
- 사람들이 집에 머무는 시간이 점점 길어지면서 '클라우드 헬스', '클라우드 DJ', '클라우드 콘서트' 등 '클라우드+' 인터랙티브 콘텐츠의 인기가 높아지고 있음. 최근 비리비리(哔哩哔哩), 콰이쇼우(快手), 틱톡, 창바(唱吧), 타오바오 라이브(淘宝直播), 화자오 라이브(花椒直播) 등의 플랫폼에서 '클라우드 DJ' 캠페인이 시작되었음. 방송량 및 조회 수가 많을수록 라이브 방송 앵커들의 수입도 많이 상승하고 있음.

□ <2019년도 웹소설 발전 보고서> 발표

- 위예원그룹(阅文集团)이 중국사회과학연구원(中国社会科学院)과 공동으로 발표한 <2019년도 웹소설 발전 보고서> 내용에 따르면, 중국 웹소설 산업 시장은 지속적으로 발전하고 있음. 웹소설 관련 업체들은 웹소설 IP 확보, 드라마 제작/게임 개발, 콘텐츠 배급까지 '콘텐츠 밸류체인' 구축에 주력하고 있음. 이에 따라 웹소설 콘텐츠 IP가 문화산업의 새로운 성장 동력이 될 것으로 보임.
- 조사 결과에 따르면 웹소설 구독자 중 95后(95년 이후 출생자) 독자가 54.5%, 유료 구독자의 경우 90后(90년대생)가 66%를 차지한다고 밝혔음. 또한 00后(2000년 이후 출생자) 중 좋아하는 사이버 콘텐츠(웹소설, 애니메이션, 게임 등 캐릭터/IP)가 있다고 말하는 사람이 48%를 차지하며 사이버 콘텐츠를 자신이 좋아하는 아이돌로 생각하는 사람이 17.2%를 차지함.
- 콘텐츠 유통에 있어 웹소설 산업이 점차 글로벌화 현상을 보여주면서 지속적인 확대 추세가 나타나는 것으로 보임. 위예원그룹 산하의 해외 웹소설 플랫폼인 Webnovel의 데이터에 따르면, Webnovel 플랫폼 내 2019년까지 해외 라이선스 작품이 700여 편, Webnovel 온라인 커뮤니티의 1일 리뷰가 4만 건을 넘었다고 기록되었음. 2018년 해외 참여 작가의 경우 5만 2,000명을 넘었으며 약 9만 편의 작품을 게재하였음.
- 또한, 웹소설 콘텐츠 IP를 드라마로 제작하는 작업도 지속적으로 추진하고 있음. 2019년 연말 인기 IP 작품 '경여년(庆余年)'의 경우, 더우반(豆瓣) 평점 7.9점을 받았으며 '텐센트 동영상(腾讯视频)' 플랫폼 내 조회 수가 67억 회를 돌파하였음. 드라마 방영 기간 동안, 원작 웹소설 구독자 수뿐만 아니라 온라인 구독 수입 또한 50배 가량 증가하였음.
*더우반 : 문화 콘텐츠에 대한 의견을 서로 공유하는 소셜 커뮤니티 사이트.
- 웹소설 콘텐츠 생산, 유통, 수입 창출 등 콘텐츠 IP 산업 체인의 운영에 있어 위예원그룹을 필두로 웹소설 관련 업체들은 고퀄리티 콘텐츠 제공, 콘텐츠 가치 확대를 통해 활성화된 웹소설 비즈니스 체계를 구축할 것으로 판단됨.

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ <2020 글로벌 게임잼>, 9개 도시에서 개최

- 2020년 1월 31일부터 2월 2일까지 인도네시아 발리, 족자카르타, 반둥, 수라바야, 말랑, 팔렘방, 땅그랑, 살라띠가 등 9개 도시에서 <2020 글로벌 게임잼(Global Game Jam 2020)>이 개최됨
- <글로벌 게임잼(Global Game Jam)>은 국제게임개발협회(International Game Developers Association)가 주최하여 공모전의 형태를 띠는 인디게임 페스티벌로 참가한 사람들과 팀을 형성하여 48시간 안에 게임을 기획하고 제작하는 행사임
- 올해로 개최 6회를 맞는 이번 행사에는 프로그래머, 게임 디자이너 등 게임 제작 관계자들 235명이 참가한 가운데 총 65개의 게임이 출품됨
- 이번 행사의 테마는 ‘수리(Repair)’로, 게임 제작의 형태는 디지털 게임, 보드 게임 등 제한이 없음
- 매년 본 행사를 통해 출품되는 게임 아이디어가 실제로 게임 출시로 이어지거나 플랫폼에 판매되는 경우가 꽤 있으며, 매년 참가자들 중 50%는 신규참가자임
- 한편, 이번 행사는 인도네시아 게임협회(Asosiasi Game Indonesia), 인디고 게임 스타트업 인큐베이터(Indigo Game Startup Incuvator), 아가페 아카데미(Agate Academy), 미라클 게이츠 아카데미(Miracle Gates Academy), 두니아 게임즈(Dunia Games) 등과 협업하여 개최됨



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

□ KFC에서 <꼬마버스 타요> DVD 판매 시작

- 2020년 2월 6일 이모션(E-Motion)과 JSMI(Jogonya Musik dan Sport Indonesia)은 인도네시아 전역 KFC에서 <꼬마버스 타요> DVD를 판매한다고 공식적으로 발표함
- 2019년 11월부터 실질적으로 판매된 해당 DVD는 약 50만 개에 달하며, 이 수치는 현재까지 JSMI가 판매한 DVD 중 최다 판매량 DVD로 기록됨
- 애니메이션 <꼬마버스 타요>는 2018년부터 인도네시아 방송사 RTV에서 첫 방영되어 현재까지 인도네시아 어린이 시청자들에게 많은 인기를 얻고 있음
- 이모션(E-Motion)의 아르놀드 제이 리마스넥스(Arnold J Limasnax) CEO는 “<꼬마버스 타요>를 DVD로 제작하게 된 계기는 해당 애니메이션은 어린이들에게 교육적이고 교훈을 주기 때문이며, 자녀들에게 고급 어린이용 콘텐츠를 제공하려는 부모들이 점점 증가하고 있어 해당 DVD의 판매율은 여전히 높다.” 라고 밝힘
- 해당 DVD는 KFC 슈퍼스타 콤보 패키지를 구입하면 무료로 제공받으며, 해당 패키지 가격은 84,000~95,000루피아(약 7,000~8,000원 상당)임
- 한편, 이모션(E-Motion)은 종합 엔터테인먼트사로 인도네시아와 싱가포르에서 캐릭터 <꼬마버스 타요> 라이선스를 보유하고 있으며, JSMI(Jogonya Musik dan Sport Indonesia)는 2015년에 설립된 인도네시아 음반제작사로, KFC 인도네시아 측에 음반을 제공하는 공식 공급사 중의 하나임
- 또한, 1979년 인도네시아에 첫 진출한 KFC는 2019년 6월 기준 인도네시아 163개 도시 708개 점포를 보유하고 있음



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

베트남 콘텐츠산업 위클리 글로벌

□ 세계에서 가장 빠르게 성장하는 100대 브랜드 비텔(Viettel)

- 브랜드 가치가 2014~2019년 61%의 성장률을 보인 비텔은 브랜드 파이낸스 (Brand Finance)의 창업 보고서에서 최근 5년간 세계 100대 브랜드로 급성장한 브랜드 49위에 올랐음. 비텔의 순위가 높은 것은 베트남을 포함한 11개 시장 전체의 지속적인 성장률과 안정적인 브랜드 건강 지수, 향후 매출 전망, 그리고 지난 5년간 지속적으로 브랜드 가치가 상승했기 때문이라고 이 보고서는 언급함
- 비텔은 지난해 베트남 통신 수입의 60%를 차지하는 100억 달러의 매출을 달성했음

□ 베트남 대기 오염, 해외투자 줄여 GDP 5% 경제적 손실

- 세계에서 가장 안 좋은 수준인 베트남의 대기 오염이 국내총생산(GDP)의 5%에 달하는 경제적 손실을 끼칠 수 있다는 주장이 제기됐음. 미우라 노부후미 베트남 일본상공회의소(JCCI) 회장은 “투자가 줄어들면 결국 경제 성장이 한층 더뎈다”며 이같이 밝혔음. 그는 또 대기 오염뿐만 아니라 수질오염도 해외 투자자들이 우려하는 부분이라며, 공장은 물론 가정에서도 오염 물질 배출이 증가하고 있기 때문이라고 지적했음
- 베트남의 양대 도시인 호찌민과 하노이는 지난해 연무로 도시가 질식하다시피 한 경우가 잦았음. 대기오염지수(US AQI)가 인체에 위험한 수준을 기록하는 경우가 다반사였고, 특정 시간대에는 세계 최악 수준을 보이기도 했음

□ 하노이, 1월 68건의 외국인 직접투자 허가

- 올해 1월 하노이시는 총 3,020만 달러 규모의 68개 신규 외국인 직접투자 (FDI) 프로젝트를 허가했다고 기획투자부가 밝힘
- 기존 프로젝트 추가투자 7건 7,140만 달러, 베트남 기업 지분인수 4,000만 달러에 이룸. 지난해 하노이는 84억 5,000만 달러의 투자를 유치하여 외국인 직접투자 규모에 있어 지역별 선두를 차지했으며, 하노이 유입된 FDI는 2019년 베트남 총 FDI의 22.2%를 차지함
- 하노이 계획투자부는 하노이가 올해 베트남 총 FDI 유입 23%에 해당하는 35~45억 달러 상당의 FDI 유치를 목표로 하고 있다고 함

● 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처 ●

- 미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장 : +1-323-935-2070 / thinkju@kocca.kr
 - 유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장 : misterx1@kocca.kr
 - 중국 비즈니스센터(북경) 김상현 센터장 : +86-10-6501-9971 / willbe@kocca.kr
 - 중국 비즈니스센터(심천) 남궁영준 센터장 : +86-755-2692-77971 / pinoky14@kocca.kr
 - 일본 비즈니스센터(동경) 황선헌 센터장 : +81-3-5363-4511 / hwang216@kocca.kr
 - 인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
 - 중동마케터(UAE 아부다비) 오현전 차장 : +971-2-491-722 / oh@kocca.kr
 - 베트남마케터(하노이) 홍정용 부장 : +84-39-226-4093 / hongiy@kocca.kr
-

발행인 김영준 발행처 한국콘텐츠진흥원 전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351) 전화 1566-1114 www.kocca.kr
--