

# 2024

## WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

375 호

| 구분                                                                                            | 제목                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>방송·영화    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• [미국] 파라마운트 &lt;탑건&gt; 저작권 소송 승소</li> <li>• [북경] 제 29 회 상해 TV 페스티벌 개최 일정 공식 발표</li> <li>• [프랑스] 프랑스 언론, &lt;기생수: 더 그레이&gt; 주목</li> <li>• [프랑스] 유럽 내 OTT 서비스 매출 55% 증가 전망 추세</li> <li>• [베트남] 2024 년 호찌민 국제 영화제 개막</li> <li>• [태국] 영화 &lt;파묘&gt;, 태국 일간지 칼럼 게재</li> <li>• [인도] OTT 플랫폼 지난해 콘텐츠 구입 비용 52% 급증, 스포츠 전송권 영향</li> <li>• [인도] 스트리밍 플랫폼, 가입자 유지를 위해 주간 에피소드 전략 채택</li> <li>• [멕시코] 국가 영화 제작 및 배급 투자 프로젝트 세금 부양책, 24 년 멕시코 영화계의 이정표</li> <li>• [멕시코] 양대 영화관, 씨네멕스와 씨네폴리스 영화 티켓 가격 비교</li> <li>• [멕시코] 영화 관람의 색다른 방식, 서프라이즈 영화 상영 행사</li> </ul>         |
| <br>게임·윙복합 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• [북경] 국가신문출판서, 올해 두 번째 외산게임 판호 발급명단 발표</li> <li>• [북경] 블리자드, 1 년여 만에 중국시장 복귀, 넷이즈와 갱신계약 체결</li> <li>• [심천] 텐센트의 첫 모바일 오픈월드 레이싱 게임 &lt;NEED FOR SPEED&gt; 여름 시즌 출시 확정</li> <li>• [프랑스] &lt;나 혼자만 레벨업: 어라이즈&gt;, 누적 사전 등록자 5 백만 명 달성</li> <li>• [프랑스] &lt;스텔라 블레이드&gt;, 프랑스 내 올해 가장 기대되는 게임으로 선정</li> <li>• [인니] Lokapala, 이스포츠 토너먼트 'Ksatriya Mahardhika' 개최</li> <li>• [태국] 가레나티일랜드, 콘텐츠 현지화에 우선순위</li> <li>• [인도] 2023 년 기준 세계 최대 게임시장은 인도</li> <li>• [인도] 대법원, 온라인 게임 GST 관련 소송 통합 청문 지시</li> <li>• [멕시코] 아동청소년 보호를 위한 비디오게임 캠페인, '그것은 게임이 아닙니다'</li> </ul> |
| <br>애니·캐릭터 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• [심천] 콘진원, '2024 심천국제레이선싱박람회'에서 한국공동관 운영</li> <li>• [일본] DNP, 美 샌프란시스코에 '도쿄애니메이션센터' 설립</li> <li>• [태국] 한-태-일 아트토이 전시 개최</li> <li>• [태국] '2024 토이 엑스포' 개최</li> <li>• [러시아] 한국과 러시아의 애니메이션 접근 방식의 차이</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <br>음악     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• [베트남] 슈퍼주니어-L.S.S, 베트남 콘서트 성료</li> <li>• [베트남] &lt;더 컬러 오브 빈딘&gt;, 태민과 빌리 퍼포먼스로 팬들 열광</li> <li>• [러시아] K 팝 테마 카페 인기</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <br>패션     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• [UAE] 중동 명품 소비 시장 성장세 지속</li> <li>• [인도] 최고 패션 업체 CEO 가 바라보는 New-age 패션 브랜드 전략</li> <li>• [멕시코] 멕시코에서 가장 많이 수출되는 패션 상품은 바지</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |



| 구분                                                                                            | 제목                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>통합(정책 등) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• [미국] 할리우드, 인공지능 저작권 공개법 도입에 적극지지</li> <li>• [북경] 올해 1 분기 중국 공연시장 티켓 판매액 108 억 위안</li> <li>• [일본] 1 만 명 규모의 '라라 아레나 도쿄베이' 오픈</li> <li>• [프랑스] 프랑스 디지털 세대 협회, 메타와 인공지능 관련 캠페인 시행</li> <li>• [인니] 콘진원, 관계부처 해외홍보관 추진협의회 합동 이벤트 'K-NGABUBURIT di KOREA 360' 개최</li> <li>• [UAE] 베니스비엔날레에서 선보일 'Shifting Sands: A Battle Song'</li> <li>• [태국] 'S20 송끄란 뮤직페스티벌' 3 억 바트 수입 기대</li> <li>• [인도] 한류의 인기로 한국 대학에 유학을 희망하는 인도 학생 수 증가</li> <li>• [인도] 인공지능 분야의 새로운 시장, 인도</li> <li>• [인도] 미디어 · 엔터테인먼트 산업의 인공지능 활용법</li> <li>• [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신</li> </ul> |



## 방송·영화



### ✓ [미국] 파라마운트, <탑건> 저작권 소송 승소 1)

#### ● <탑건> 저작권 소송에서 파라마운트 픽처스의 승소

- ✓ 2022 년 톰 크루즈(Tom Cruise) 주연의 할리우드 블록버스터 <탑건:매버릭(Top Gun: Maverick)>이 1986 년 개봉한 원작 <탑건(Top Gun)>에 대한 저작권 소송에서 승소함. <탑건>의 토대가 된 잡지 기사를 쓴 언론인 '에후드 요네이'의 유족은 새로운 허거나 협상 없이 블록버스터 속편을 제작한 것에 대해 제작사 파라마운트를 고발함
- ✓ 지난 5 일, 퍼시 앤더슨(Percy Anderson) 미국 지방법원 판사는 영화에 등장하는 줄거리, 주제, 설정 및 대화 등 몇몇 요소들이 원작자의 기사와 '대체로 다르다'는 사실을 발견함. 또한 두 작품이 전투기 조종사 훈련 학교를 중심으로 전개되는 한, 법원은 중복되는 사실적 유사성은 저작권법의 보호를 받지 못한다고 결론 내림
- ✓ 파라마운트는 문제의 기사가 논픽션의 작품이며 액션 블록버스터와 유사성이 없기 때문에 새로운 라이선스를 취득할 필요가 없었다고 강조하며, 속편도 기존 라이선스가 종료되기 이전에 제작이 완료되었다고 주장함
- ✓ 최종적으로 법원은 주로 두 작품 사이의 보호할 수 없는 사실적 유사성 때문에 기각된 것으로 보고 무죄를 선고함. "기사와 속편의 줄거리 모두 탑건과 다양한 졸업생 및 강사들이 등장하지만, 탑건은 실제 전투기 조종 학교이며 기사에서 언급된 졸업생 및 강사들은 실제 사람들이다."라고 명시함

### ✓ [북경] 제 29 회 상해 TV 페스티벌 개최일정 공식 발표 2)

#### ● 4 월 9 일, 상해 TV 페스티벌(第 29 届上海电视节) 개최 일정이 주최 측 공식 홈페이지를 통해 공개됨

- ✓ 올해 개최되는 제 29 회 행사는 6 월 24 일부터 28 일까지 5 일간 개최되며, 개막식, 마켓, 포럼, 시상식 등의 프로그램으로 구성됨
- ✓ 올해 상해 TV 페스티벌 매그놀리아 어워드(白玉兰奖)에는 전세계 57 개 국가·지역의 작품들이 참가하며, 이 중 다큐멘터리 부문의 작품은 약 340 편으로 전체 해외 참가작품의 60%를 차지함. 해외 드라마 참가 작품 편수는 약 170 편으로 전년대비 53.7% 증가함
- ✓ TV 마켓은 6 월 24 일부터 26 일 상해전시센터(Shanghai Exhibition Center)에서 개최될 예정으로 세계 각국의 영상제작사, 방송사, 촬영기지, 후반제작사 등이 참가할 예정임

1) 출처 :

<https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/paramount-wins-top-gun-copyright-lawsuit-1235868773>

2) 상해 TV 페스티벌 공식 홈페이지 : <https://www.stvf.com/content?aid=101240409103012547329035538010117496>



[그림 1] 상해 TV 페스티벌 마켓 소개페이지

### ✓ [프랑스] 프랑스 언론, <기생수 : 더 그레이> 주목 3)

#### ○ 프랑스 언론사 르 파리지앵(Le Parisien)에서 한국 넷플릭스 시리즈 <기생수 : 더 그레이> 를 주목함

- ✓ 1988 년 히토시 이와아키(Hitoshi Iwaaki)의 만화 원작으로 2002 년부터 프랑스에 알려지기 시작한 <기생수>는, 2014 년과 2015 년에 각각 영화와 애니메이션 시리즈로 제작되었으며, 현재는 한국 드라마 시리즈로 넷플릭스에 상영 중이라 언급함
- ✓ 언론은 특히 연상호 감독과 류용재 감독의 협력으로 재탄생했다는 점에서 기생수 시리즈의 흥행이 기대 된다고 평함. 이는 과거 연상호 감독의 넷플릭스 영화 <정이>와 시리즈 <지옥>의 성공은 물론, 류용재 감독과의 협업으로 제작된 영화 <부산행>과 <반도>의 흥행에서 비롯된 기대라 전함
- ✓ 더불어 작품 속 주요 인물 정수인과 설강우의 이야기는 특별한 상황에 놓인 평범한 사람들의 이야기로 연상호 감독이 가장 좋아하는 소재라고 소개함. 또한, <지옥>에서와 같이 종교적인 소재를 다루는 연상호 감독만의 독특한 방식을 다시금 눈여겨보게 되는 기회라 언급함

### ✓ [프랑스] 유럽 내 OTT 서비스 매출 55% 증가 전망 추세 4)

#### ○ 영국 미디어 조사기관 디지털 TV 리서치(Digital TV Research)에 따르면, 2029 년 서유럽권 국가의 방송 및 영화 OTT 서비스 매출은 2023 년 대비 55% 증가한 480 억 달러에 달할 것으로 예상됨

- ✓ 이러한 전반적인 수익 증가는 광고 기반의 스트리밍 서비스의 성장에 기인하며, 넷플릭스와 디즈니+는 2029 년 각각 9 억 달러의 VOD 광고 수익을 창출할 것으로 예상되는 등 전반적인 OTT 서비스 시장은

3) 출처 :

<https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/series/parasyte-the-grey-sur-netflix-les-extraterrestres-envahissent-la-coree-du-sud-05-04-2024-JNAFZFLZBEAXPTZPSP3WJFFSU.php>

4) 출처 :

<https://the-media-leader.fr/les-revenus-ott-de-la-television-et-des-films-en-europe-devraient-augmenter-de-55>

향후 10 년 간 더욱 확대될 것으로 전망됨

- ☑ 특히, 넷플릭스는 서유럽에서 총 107 억 달러의 매출을 기록하며 전체 OTT 서비스 중 가장 큰 규모를 유지할 것으로 예상됨. 디즈니 +는 총 매출 49 억 달러로 그 뒤를 이을 것으로 예상되며, 그중 구독 수익이 40 억 달러를 차지할 것으로 예측됨
- ☑ 디지털 TV 리서치의 수석 애널리스트 사이먼 머레이(Simon Murray)는 넷플릭스, 디즈니 +, 맥스, 파라 마운트 +가 2029 년까지 총 24 억 달러의 SVOD 수익을 증대시킬 것이라고 언급함

### ☑ [베트남] 2024 년 호찌민 국제 영화제 개막 5)

#### ○ 지난 4 월 6 일 호찌민시 1 군에 위치한 시립 극장에서 제 1 회 호찌민 국제 영화제 (HIFF 2024)가 개막되었음

- ☑ 제 1 회 호찌민 국제 영화제가 4 월 6 일~13 일까지 개최되며 200 명의 국내외 유명한 영화인들이 참석함. 이번 영화제에서 동남아시아 최우수 영화상, 최우수 청년 감독상, 최우수 단편 영화상, 호찌민시 영화상 등 주요 상을 시상할 뿐만 아니라 각 감독, 배우, 촬영자, 편집자 등의 상들도 시상함
- ☑ 또한, 시상식 외에도 영화 상영, 감독들과 교류 행사, 시나리오 소개 행사, 영화에 대한 학술 세미나 등 다채로운 활동들도 진행함
- ☑ 홍 아인(Hong Anh) 감독은 베트남에서 국제급 영화제를 개최하는 것은 영화 정책 입안자들의 관심을 촉진할 수 있고 이를 통해 영화가 문화일 뿐만 아니라 경제 발전에 도움이 되는 분야라는 것을 보여줄 수 있다고 밝혔음
- ☑ 개막식에서 호찌민시 인민위원회 즈엉아잉득(Duong Anh Duc) 부위원장은 영화제작 인력이 많고 매년 다양한 장르로 제작되는 영화 수도 많기 때문에 호찌민시가 영화 제작 및 배급 분야의 큰 시장으로 간주된다고 하면서 영화 산업은 베트남의 8 개 핵심 산업 중에 하나이며, 연평균 성장률이 약 12%이고 매출 5 조 동을 돌파한다고 발표했음. 이번 호찌민 국제 영화제의 다양한 활동으로 영화 산업뿐만 아니라 문화산업에 투자유치를 강화하며 호찌민시의 경제성장에 기여할 것으로 기대됨
- ☑ 특히, 베트남 경제 중심지인 호찌민시를 ‘영화 도시’로 만들고 유네스코 창의도시가 선정되는 동시에 호찌민시 영화산업을 진흥시키는 것을 목표로 하고 있다고 밝혔음
- ☑ 그리고 한국에서는 온 배우 이레, 김혜영 감독, 송원석 PD 가 영화 <괜찮아 괜찮아 괜찮아!>로 영화제에 참석하였음

5) 출처 :

<https://baotintuc.vn/van-hoa/khai-mac-lien-hoan-phim-quoc-te-thanh-pho-ho-chi-minh-nam-2024-20240406222009662.htm>



[그림 2] 제1회 호치민 국제 영화제 개막식

## ✔ [태국] 영화 <파묘> 태국 일간지 칼럼 게재 6)

### ● 태국 최대 일간지 타이랏은 ‘역사를 발굴’이란 제목으로 영화 <파묘> 칼럼을 게재함

- ✔ 영화 <파묘>는 아기를 괴롭히는 악령을 처지하기 위해 미국으로 건너간 이화림(김고은 역)과 윤봉길(이도현 역)의 이야기로 시작함. 아기의 아버지 박지용(김재철 역)의 문제는 생각보다 심각했고, 이에 그는 한국으로 돌아와 풍수지리 전문가 김상덕(최민식 역)과 장의사 고영근(유해진 역)에게 도움을 요청함. 하지만 박지용의 할아버지가 묻혀있는 묘는 최악의 악지로 이득고 스릴 넘치는 이야기와 마주하게 됨
- ✔ 처음에 파묘만 하는 것으로 이야기가 끝난 줄 알았음. 하지만 영화는 박지용의 할아버지가 조선시대에 나라를 팔아먹은 사람 중 한 명이었던 사실을 드러냈음. 그리고 할아버지의 무덤 밑에는 일본 사무라이의 무덤이 수직으로 묻혀 있었음. 문제는 더욱 심각해지고 이들은 맞서 싸우기 힘든 맹렬한 적을 만나게 됨
- ✔ 일본과의 아픈 역사는 한국인들이 주로 거론하는 주제이기도 함. 영화에서도 일본 사무라이의 관이 수직으로 박혀 있다는 점이 주목됨. 이는 일본이 한국의 풍수를 깨뜨리고 발전을 저해하기 위해 쇄말뚝을 박아놓은 것임. 영화 속에서 태국어로 번역된 ‘여우가 호랑이를 배신한다(여우는 일본, 호랑이는 한국)’가 관객들에게 조금 혼란스러울 수도 있지만 이것은 일본이 호랑이(한국)의 척추를 부러뜨리는 것임
- ✔ 탐마삿대학교 한국학과에서 개최한 ‘영화 <파묘>로 알아보는 한국 사회와 문화’ 학술토론회에서는 일본 점령에 맞서 싸우는 배우들의 이름이 실제 독립투사들의 이름에서 따온 것이라는 흥미로운 사실이 있었음. 영화 내의 박씨 가문의 이름도 이완용, 이근택, 권중현, 이지용, 박제순 5 명의 매국노 대신 이름에서 따온 것임. 매국노들이 나라를 팔아먹은 1905 년 을사조약으로 조선은 일본의 지배를 받게 되었음. 조선의 왕이 서명하지 않았기 때문에 조약은 한국에서 인정되지 않았음. 이것은 1910 년 이완용이 한일합방을 체결하기 이전의 일로 한국을 완전히 일본의 지배하에 두려던 사건임

6) 출처 : <https://www.thairath.co.th/news/foreign/2777128>

## ✔ [인도] OTT 플랫폼 지난해 콘텐츠 구입 비용 52% 급증, 스포츠 전송권 영향 7)

### ○ 전문가들 “스포츠로 모은 구독자 유지 위해 비스포츠 오리지널 콘텐츠 투자 필요” 조언

- ✔ 인도 OTT 플랫폼들의 콘텐츠 관련 지출이 2023 년에 52% 급증한 것으로 나타남. 인도상공회의소연맹 (Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry)와 언스트&영(EY) 미디어 및 엔터테인먼트 보고서에 따르면, 이는 스포츠 관련 권리 금액이 두 배 이상 급등한 결과로, OTT 플랫폼들의 콘텐츠 전체 콘텐츠 관련 지출인 16 억 7,000 만 달러 규모의 약 51%를 차지했음
- ✔ 이와 함께 OTT 플랫폼들은 24%의 비용을 영화 권리를 확보하는 데 할당했으며, 오리지널 콘텐츠에는 이 가운데 4 분의 1 만 사용했음. 그러나 정작 소비자들이 콘텐츠 소비에 쓴 시간은 크게 늘지 않아 2022 년 수준인 3,000 시간을 유지했음
- ✔ 스포츠 권리는 많은 비용을 지출하지만 이를 수익화하는 것은 한정되며, 시청자가 특정 범주·선수·경기 등에 걸쳐 얹게 흠어지는 계절성을 가지고 있음. 상대적으로, 오락·영화 프로그램과 같은 비스포츠 오리지널 콘텐츠 제작에는 최소한의 비용만 투입하고 있음
- ✔ 이에 따라 업계 전문가들은 연중 꾸준한 수익을 창출하기 위해서는 중요한 스포츠 시즌 전후에 더욱 매력적인 콘텐츠를 제작, 배치하는 방향으로 투자 전략을 수정해야 한다고 말함
- ✔ 한 인도 OTT 플랫폼의 최고경영자는 “스포츠는 선수 연봉, 이벤트 개최 비용 등으로 높은 투입 비용이 따르는 분야지만, 어떤 종목에 관심을 갖는가, 누구 혹은 어느 팀이 경기하는가에 따라 시청자가 극명하게 나뉘는 등 상당한 변수가 존재한다”면서 “스포츠가 가입자를 크게 늘리기는 것은 사실이지만 수익성을 위해서는 다른 엔터테인먼트 콘텐츠들이 필요하다는 사실을 고려하면 이를 위해 쓰는 비용은 스포츠와 비교할 때 아무것도 아니다”라고 지적함
- ✔ 전문가들은 Disney-Reliance 합작 법인이 스포츠에 집중할 것으로 예상되지만, 엔터테인먼트 콘텐츠의 가치도 충분히 높이는 역할을 해야 한다고 보고있음
- ✔ Deloitte India 관계자는 “OTT 플랫폼들이 스포츠에 관해서는 콘텐츠를 확보하던가 아니면 포기하던가 하는 명확한 전략을 가진다는 점에서 스포츠 장르에서 입지를 구축하기 위한 경쟁은 깔끔하지만, 자금은 한정되어 있고 스포츠에 투자하면 오리지널 콘텐츠나 영화를 확보하기 위한 여유가 줄어들기 마련”이라면서 “스포츠는 순간적이지만 오리지널 콘텐츠와 영화는 플랫폼에 시청률과 장기적인 구독자 충성도 관점에서 확실한 일관성을 제공한다”라고 말함
- ✔ FICCI-EY 보고서에 따르면, 프리미엄 크리켓 방송을 유료 결제가 아닌 무료로 제공하자, Disney+ Hotstar 의 유료 구독자 수는 약 1,900 만 명 감소했음. 2023 년 인도의 유료 OTT 사용자는 8,600 만 ~ 1 억 800 만 명으로 추정되는데, 이는 전년 예상치보다 낮은 것으로 유료 구독자의 감소와 특정 플랫폼들의 비밀번호 공유에 대한 단속 때문이라고 보고서는 분석하고 있음

7) 출처 :

<https://www.livemint.com/industry/media/ott-content-spending-surges-52-in-2023-driven-by-sports-rights-11711269287331.html>

- ✔ 보고서는 그러나 다른 엔터테인먼트 카테고리에는 여전히 희망이 있다고 말함. 지역 OTT 서비스가 번창하고 확장됨에 따라, 또 변두리 지역 시청자들을 위한 더빙이나 자막 콘텐츠가 늘어남에 따라 일상 언어 콘텐츠의 비중이 전체 제작 콘텐츠의 55%까지 높아지고, 이에 따라 지역 언어 콘텐츠의 제작비가 늘어날 것으로 기대함. 또한 요금은 낮고 에피소드는 많은 TV 플러스 모델의 등장으로 플랫폼들은 스포츠 때문에 가입한 구독자들을 유지할 수 있을 것으로 보고 있음
- ✔ Reliance-Disney 협력이 진행되는 가운데, 스포츠 권리는 이에 대한 경쟁자가 줄어듦에 따라 그 가격이 현실화 될 가능성이 높음

## ✔ [인도] 스트리밍 플랫폼, 가입자 유지 위해 주간 에피소드 전략 채택 8)

### ● 유료 구독 증가 정세기에 구독자, 플랫폼 충성도 유지 전략

- ✔ 인도크리켓프리미어리그(IPL) 인도 스트리밍 플랫폼들이 구독자 유지를 촉진하기 위한 전략으로 한 시즌의 모든 에피소드를 한 번에 발표하는 대신에 프로그램을 연속적으로 방영하기 시작했음. 전통적인 스트리밍 모델은 가입자들이 한 번에 프로그램의 전 시즌을 시청할 수 있게 해주는 방식. 최근 일부 플랫폼은 특정 시간과 날짜에 한 에피소드씩 발표하는 방식을 실험하고 있음
- ✔ 예를 들어, Netflix 는 Kapil Sharma 의 새 코미디 쇼를 매주 토요일 저녁에 최초 공개할 예정이며, SonyLIV 는 최신 오리지널인 Raisinghani vs Raisinghani 에 이 형식을 채택했음. Disney+ Hotstar 는 〈Criminal Justice〉 시즌 3, 〈Aakhri Sach〉, 〈Lootere〉 등 프로그램을 주간 형식으로 소개했으며, TVF(The Viral Fever)의 최신 쇼 〈Very Parivarik〉은 YouTube 채널에서도 주간으로 제공될 예정임
- ✔ 미디어 및 엔터테인먼트 산업의 전문가들은 이 접근 방식이 시청자들로 하여금 정기적으로 서비스를 방문하도록 하기 위한 것이라 말함. 이는 유료 구독이 둔화된 시기에 구독자를 유지하는 데 도움이 됨. 과거에도 〈Game of Thrones〉와 그 프리퀄 〈House of the Dragon〉과 같은 국제 프로그램이 주간 에피소드 방식으로 소개됐음
- ✔ ‘TV+’라고 불리기 시작한 이 모델은 오래 지속되는 문화 관련 대담 프로그램뿐만 아니라 논픽션 콘텐츠에 특히 효과적임. 그러나 콘텐츠가 가치 있거나 흥미로운 것으로 여겨지지 않는 경우 시청자들의 관심을 잃을 위험이 있음. 스트리밍 서비스들은 이제 50~100 에피소드의 시리즈를 찾고 있으며, 이는 전통적인 TV 와 OTT 플랫폼 간의 다리 역할을 함
- ✔ Disney+ 관계자는 “일정한 날짜에 방송되는 예전 TV 방식과 가입자 요구에 맞춘 OTT 방식을 결합한 TV+ 방식은 24 시간 내내 가입자의 관심과 참여를 일으킬 수 있다”라면서 “이 방식을 적용한 프로그램들이 오랫동안 시청자들의 관심을 끄는 긍정적인 결과를 얻고 있다”라고 말함
- ✔ 미디어 컨설팅 업계의 관계자도 “OTT 업체들은 구독을 유지하고 플랫폼 충성도를 지키기 위한 전략을

8) 출처 :

<https://www.livemint.com/industry/streaming-platforms-opt-for-weekly-episode-drops-to-boost-user-retention-11711527063996.html>

고민하고 있다”라면서 “OTT 서비스가 특정 날짜의 고정된 시간에 특정 에피소드를 방영하는 것은 OTT 플랫폼들이 전통적인 선형 TV와 싸우는 전략으로 보인다”라고 분석함

- ✔ 일부 OTT 들의 장르물보다 가족 친화적이고 전통적 TV 스타일의 콘텐츠를 선호하는 주요 고객층을 염두에 두고, 스트리밍 서비스들이 이들을 대상으로 한 전통적 TV 스토리텔링으로 이들의 향수를 자극하고 있음
- ✔ SonyLIV 의 관계자는 “이는 인도인들이 익숙한 스토리텔링에 더 가까운 프로그램 범주”라면서 “OTT 플랫폼 등 스트리밍 서비스들에 가입해 집에서 가족들과 함께 콘텐츠를 시청하는 구독자들에게 이러한 방식은 분명한 소구점이 있다”라고 말했음
- ✔ 그는 “50 개~100 개의 에피소드가 포함된 쇼는 한 번에 모두 보는 것이 아니라 시간을 두고 조금씩 시청하는 것을 염두에 두고 기획된 것”이라며 “그러나 전통 TV와 같이 끝없이 계획되는 것이 아니라 명확한 시작과 끝을 가지고 4~5 개월 동안 진행해 규칙적인 시청 패턴을 촉진게 된다”라고 지적함
- ✔ SonyLIV 는 <Raisinghani vs Raisinghani>를 이런 방식으로 방영해 긍정적인 반응을 받았으며 다음 달에는 <Adrishyam>이라는 다른 프로그램을 최초로 공개할 예정임
- ✔ 업계 전문가들은 이러한 전략이 새로운 유료 구독자 확보가 점점 어려워지고 있는 현실에 부분적으로 대응한 결과라고 강조함. 이런 상황에서 중요한 것은 구독자를 유지하고 이들을 계속 플랫폼에 관심을 갖도록 하는 것임
- ✔ Yuvaa 라는 미디어 스타트업 관계자는 “정기적으로 새로운 에피소드가 방송되는 이런 프로그램들은 일주일 내내 시청자들의 대화 주제가 되고 새로운 에피소드가 인기 있으면 옛날 에피소드를 다시 보기도 한다”라면서 “우리 회사는 향후 프로그램도 이런 방식을 따를 것”이라고 말함

#### ✔ [멕시코] 국가 영화 제작 및 배급 투자 프로젝트 세금 부양책, 2024 년 멕시코 영화계의 이정표 9)

- 최근 멕시코 영화계에서는 국가 영화 제작 및 배급 투자 프로젝트 세금 부양책(Eficine)의 적용을 확대하기 위해 기관 간 위원회로부터 세금 부양책을 받을 수 있는 프로젝트 목록을 발표한 것이 영화 산업에 이정표를 세웠다고 평가되고 있음
  - ✔ 해당 목록에 포함된 119 개 영화 제작 프로젝트와 53 개의 배급 프로젝트로 인해 현지 영화 제작자들의 전망은 밝아 보임
  - ✔ 이 중 여성 감독이 제작하는 작품은 33 편, 남성 감독의 작품은 80 편이고, 공동 연출은 6 편이라는 점이 눈에 띄는데, 이러한 균형은 여성 인재가 수년간 합당한 인정과 활동을 추구해 온 분야에서 성평등을 향한 상당한 진전이 있었음을 반영함
  - ✔ 유통 측면에서도 다양한 프로젝트들이 관찰되는데 상업 영화관 순회 상영 17 개, 문화 공간 순회 상영 14 개, 혼합 순회 상영 22 개를 목표로 하고 있어 상업 영화관에서 대안 문화 공간까지 이르며 멕시코 영화의 광범위하고 다채로운 보급이 이루어질 예정임
  - ✔ 아직 출자 파트너가 없는 프로젝트들은 올해 4 월 7 일부터 30 일까지 예정된 세금 평가 기간 동안 하나

9) 출처 : [https://nvinoticiaschiapas.com/cultura/08/04/2024/98508/#google\\_vignette](https://nvinoticiaschiapas.com/cultura/08/04/2024/98508/#google_vignette)

이상의 회사와 파트너십을 맺을 수 있는 기회도 갖게 됨

- ☑ 해당 정책은 영화 제작 프로젝트를 위해 6 억 5 천만 페소, 유통 프로젝트를 위해 5 천만 페소의 연간 자금을 보유하고 있으며 두 번의 공모 기간에 걸쳐 실시됨
- ☑ 영화 제작 및 배급 지원에 관심이 있는 회사는 소득세의 최대 10%까지 세금 공제 혜택을 지원받을 수 있음
- ☑ 결론적으로 동 세금 부양책에 대상이 될 프로젝트 발표는 재정적 혜택을 통한 영화 산업의 발전뿐 아니라 멕시코 영화계를 특징짓는 다양한 콘텐츠와 영화인들의 재능이 펼쳐질 장이 마련되는 것이라 할 수 있음

### ☑ [멕시코] 양대 영화관 씨네멕스와 씨네폴리스 영화 티켓 가격 비교 10)

#### ● 멕시코 영화 산업을 주도하고 있는 양대 영화관 체인인 씨네멕스와 씨네폴리스에는 한 해 수백만 명의 관객이 찾고 있음

- ☑ 요즘 현지 영화 티켓의 높은 가격으로 영화 관람이 감당하기 어려운 활동이라는 의견이 있음
- ☑ 국립영화산업회의소(Canacine)에 따르면 2023 년 멕시코의 영화관 관람객은 33% 증가했고, 씨네폴리스에는 총 4,127 개의 극장이 추가되었으며, 씨네멕스(Cinemex)는 2,866 개가 증설됨
- ☑ 양 영화관은 리클라이닝 좌석, 프리미엄 메뉴, 충전기 등 상위 편의 시설과 서비스를 갖춘 상영관을 운영하며, 이들은 각각 씨네폴리스 VIP, 씨네멕스 플래티넘이라고 불림
- ☑ 티켓 가격은 영화 종류, 요일, 극장 위치, 극장 형태 등 여러 요소에 따라 달라지며 전반적으로 씨네멕스가 씨네폴리스보다 저렴하고, 씨네폴리스는 더 다양한 종류의 프리미엄 상영관을 갖추고 있음
- ☑ 일반 티켓의 가격은 씨네멕스의 경우 48~77 페소(4,000~6,400 원), 씨네폴리스는 60~75 페소(5,000~6,200 원)이고, 프리미엄 상영관의 경우 씨네멕스는 220 페소(18,300 원), 씨네폴리스는 215 페소(17,900 원)의 입장료를 받고 있으며, 씨네멕스에서 운영하지 않는 씨네폴리스 VIP 라운지 서비스는 445 페소(37,000 원)으로 이용가능함

### ☑ [멕시코] 영화 관람의 색다른 방식, 서프라이즈 영화 상영 행사 11)

#### ● 멕시코의 대형 영화관 체인 씨네폴리스는 10 개 주에서 서프라이즈 영화 상영 행사를 개최할 예정이라 알림

- ☑ 영화의 연령 분류만 사전 고지되고 관객들은 출연 배우, 제작 연도, 영화의 장르에 대한 정보 없이 무작위로 상영되는 영화를 관람하게 됨
- ☑ 서프라이즈 영화 상영 행사의 티켓은 4 월 16 일부터 판매될 예정이며 행사 개최지로 선정된 지역은 멕시코시티, 멕시코주, 과달라하라, 모렐리아, 케레타로, 살티요, 푸에블라, 메리다, 티후아나, 칸쿤이라고 발표됨
- ☑ 씨네폴리스는 영화팬들이 색다른 방식으로 영화를 즐길 수 있도록 다양한 시대, 장르별로 엄선한 영화 목록을 바탕으로 이런 실험적인 행사를 기획하였으나 행사의 연속 개최 여부는 아직 결정하지 않았다고 함

10) 출처 : <https://diariodelyaqui.mx/nacional/cinemex-vip-o-cinepolis-donde-estan-mas-baratos-los-boletos/81478>

11) 출처 : <https://www.prensa-latina.cu/2024/04/07/mexico-emociona-al-publico-con-iniciativa-de-peliculas-sorpresa>

## 게임·융복합

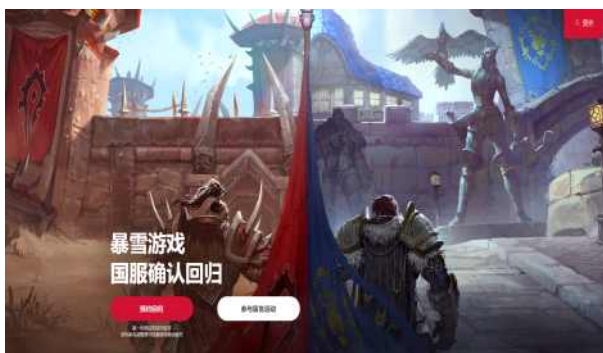


### ✓ [북경] 국가신문출판서, 올해 두 번째 외산게임 판호 발급명단 발표 12)

- 4월 8일, 국가신문출판서(国家新闻出版署)가 공식 홈페이지를 통해 올해 두 번째 외산게임 판호 발급명단을 발표함
  - ✓ 이번 명단에 포함된 게임은 총 14 종으로 각각 모바일게임 6 종, PC 게임 4 종, 콘솔게임 3 종, 멀티지원(모바일·PC) 1 종임
  - ✓ 지난 2월 2일 총 32 종의 외산게임에 판호를 발급한 이후 2개월 만으로, 지난번 명단에는 하이드어의 <고양이와 스프(猫咪和汤)>, 넥슨의 <던전앤파이터 오리진(地下城与勇士：起源)>, 넷마블네오의 <더 킹 오브 파이터즈 올스타(拳皇全明星)> 한국산 게임 3 종이 포함되어 있었으나 이번 명단에는 한국 게임이 포함되지 않은 것으로 확인됨

### ✓ [북경] 블리자드, 1년여 만에 중국시장 복귀, 넷이즈와 갱신계약 체결

- 4월 10일, 넷이즈게임즈(网易游戏)가 웨이보 공식계정을 통해 블리자드 엔터테인먼트와 피트니스를 발표하고 갱신된 계약에 따라 올해 여름부터 <월드 오브 워크래프트>, <하스스톤>, <오버워치>, <디아블로>, <스타크래프트> 등 게임 서비스의 순차적 재개를 예고함
  - ✓ 넷이즈게임즈는 이 밖에도 마이크로소프트 게이밍과 Xbox 콘솔 및 기타 플랫폼에 넷이즈 게임의 출시 방안을 모색하는데 합의함
  - ✓ 넷이즈는 2008년 8월부터 블리자드 엔터테인먼트의 중국 현지 퍼블리셔로 다수 게임을 서비스해 왔으나 2022년 11월 양사의 라이선스 계약갱신 협상 실패로 2023년 1월부터 중국 내 블리자드 게임의 모든 서비스를 공식 중단한 바 있음



[그림 3] 블리자드 게임 서비스 예약 홈페이지 화면 / 넷이즈 게임즈 공식 웨이보 계정

12) 국가신문출판서 공식 홈페이지 : [https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/jkwlyxspxx/202402/t20240202\\_831561.html](https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/jkwlyxspxx/202402/t20240202_831561.html)

✓ [심천] 텐센트의 첫 모바일 오픈월드 레이싱 게임 <NEED FOR SPEED> 여름 시즌 출시 확정 13)

- 텐센트가 개발한 첫 모바일 오픈월드 레이싱 게임 'NEED FOR SPEED(极品飞车：集结)'가 4 월 6 일 올해 여름 출시를 확정함
  - ✓ 현재 개발된 월드의 규모는 1 억 제곱미터로 12 개의 스타일과 30 개의 다양한 트랙을 지원하며, 500 개의 오픈월드 플레이 포인트를 제공하고, 플레이어는 게임속에서 레이스, 추격자 등 다양한 역할을 경험할 수 있음
  - ✓ 해당 게임은 람보르기니, BMW, 아우디, 메르세데스 벤츠, 샤오펑 모터스(小鹏), 홍치(红旗), 니오(蔚来) 등 브랜드의 차량을 제공할 예정이며, 향후 중국 국내 브랜드 2 개와 일본 브랜드 1 개를 추가할 계획임



[그림 4] 텐센트 신작게임 <NEED FOR SPEED>(极品飞车：集结) 장면

✓ [프랑스] <나 혼자만 레벨업 : 어라이즈>, 누적 사전 등록자 5 백만 명 달성 14)

- 프랑스 게임 전문 언론사가 프랑스 내 출시 예정인 한국 게임 <나 혼자만 레벨업 : 어라이즈>의 누적 사전 등록자 수가 5 백만 명에 달했다고 보도함
  - ✓ 해당 게임의 플레이 방식은 <블랙클로버>나 <7 개의 대죄 : GRAND CROSS>와 같은 턴제 RPG 방식보다는 <원신>의 액션 롤플레이팅 방식에 더욱 가깝다는 점이 특징적임
  - ✓ 현재 캐나다에서 해당 게임의 베타 테스트를 진행 중이며, 프랑스에서는 PC, 안드로이드, IOS 로 출시될 예정이라 밝힘. 더불어 게임 내 캐릭터 코스튬 및 아이템과 같은 간단한 사전등록 보상이 있다고 전함

13) 출처 : <https://www.ithome.com/0/760/281.htm>

14) 출처 :

<https://www.jeuxvideo.com/news/1871128/pre-inscription-solo-leveling-arise-comment-bien-se-preparer-pour-la-sortie.htm>

## ✓ [프랑스] <스텔라 블레이드>, 프랑스 내 올해 가장 기대되는 게임으로 선정 15)

- 프랑스 언론사 프랑스엔포(Franceinfo)가 소개한 4 월 출시 게임 기대작 중 하나로 한국 게임 개발사 SHIFT UP 이 제작한 <스텔라 블레이드>(Stella Blade)가 선정됨

- ✓ 본 게임은 80 년대 발간된 일본 만화 <총몽>(Gunm) 혹은 <블레이드 러너>(Blade Runner)와 같은 공상 과학 영화에서 영감을 받아 제작됨. 괴물에게 지구를 뺏긴 최후의 인류가 우주 정거장으로 피난을 간다는 설정의 해당 게임에서는 히로인 ‘이브’가 지구를 탈환하기 위해 다양한 괴물들과 싸우는 모습을 볼 수 있을 것이라 언급함
- ✓ 플레이스테이션 독점 게임인 <스텔라 블레이드>는 환상적인 설정의 여성 캐릭터가 돋보인다는 점에서 올해 가장 기대되는 게임으로 꼽히고 있음. 또한, 소니(Sony)가 해당 게임 개발사와 독점 계약을 체결하고 <스텔라 블레이드> 개발과 홍보에 대규모 지원을 제공했다는 점 역시 주목할 만함

## ✓ [인니] <Lokapala>, 이스포츠 토너먼트 ‘Ksatriya Mahardhika’ 개최 16)

- 인도네시아 게임 개발사 Anantarupa Studios 의 <Lokapla>는 자국 개발 게임으로써 최초로 인도네시아 안드로이드 앱스토어에서 100 만 다운로드 수를 돌파하고 인니 전국체전 이스포츠 정식 정목으로 채택된 바 있음

- ✓ <Lokapala>는 족자카르타에 위치한 보로부드르(Borobudur) 사원 외곽 벽에 새겨진 8 세기 군도의 문화적 가치에서 영감을 받아 제작된 인도네시아 최초 MOB 게임임
- ✓ 인도네시아 이스포츠 산업의 지속적인 발전을 위해 <Lokapla>는 매년 인도네시아 전체국제전(PON, Pekan Olahraga Nasional)과 프래지던트컵(Piala Presiden) 등의 대회에 참여하고 있으며, 올해 학생부 토너먼트 ‘Ksatriya Mahardhika’ 에 인도네시아 전국 15 개 지역(자카르타, 서부 자바, 중부 자바, 동부 자바, 족자카르타, 발리, 남부 술라웨시, 남부 칼리만탄, 서부 칼리만탄, 북부 칼리만탄, 남부 수마트라, 서부 수마트라, 리아우주, 말루쿠, 파푸아 등) 학교의 학생들을 초청하여 개최하였음

15) 출처 :

[https://www.francetvinfo.fr/culture/jeux-video/stellar-blade-top-spin-2k25-sand-land-ales-of-kenzera-zau-on-joue-a-quoi-en-avril\\_6452957.html](https://www.francetvinfo.fr/culture/jeux-video/stellar-blade-top-spin-2k25-sand-land-ales-of-kenzera-zau-on-joue-a-quoi-en-avril_6452957.html)

16) 출처 :

<https://www.medcom.id/teknologi/esports/0kpPZ6nk-turnamen-lokapala-ksatriya-mahardhika-digelar-ajak-sekolah-di-15-wilayah-indonesia>

## ✓ [태국] 가레나타일랜드, 콘텐츠 현지화에 우선순위 17)

- 인터넷 쇼핑몰 쇼피(Shopee), 씨머니(SeaMoney) 등을 보유하고 있는 싱가포르발 글로벌 기업 씨(Sea Limited)의 자회사 가레나(Garena)는 태국 정부의 소프트파워 정책에 맞춰 콘텐츠 현지화에 우선순위를 두겠다고 발표함
  - ✓ 끄릿 가레나 타일랜드 수석이사는 “2024 년 태국의 게임 · 이스포츠 산업은 긍정적인 신호를 보이고 있으며, 점차 젊은 세대들의 여가로 발전하고 있습니다”라고 말함
  - ✓ 가레나타일랜드의 올해 사업 방향은 ① 참여도 증가(Grow Engagement) ② 가용성 확대(Broaden Availability) ③ 커뮤니티 강화(Empower Community)임
- 태국 디지털경제진흥원(depa)는 지난해 태국의 게임 · 이스포츠 산업이 전체 디지털콘텐츠 산업의 85%를 차지하는 345 억 바트(약 1 조 3,110 억 원) 규모로 집계함
  - ✓ 가레나의 주 수입원은 게임 내 충전이며, 태국은 상위 5 위 시장에 위치하고 있음
  - ✓ 디지털 2024 태국 보고서에 따르면, 가레나의 <프리 파이어(Fire Fire)>와 <펜타스톰(Arena of Valor)>은 태국에서 가장 많이 다운로드 된 모바일 게임 1, 2 위를 차지했음

## ✓ [인도] 2023 년 기준 세계 최대 게임시장은 인도 18)

- '23 년 기준 게이머 5 억 6,800 만 명, 다운로드 95 억 건, 연평균 성장률 14%, 모바일 게임 비중 90%
  - ✓ 인도는 2023 년 기준 5 억 6,800 만 명의 게이머와 95 억 건 이상의 게임 앱 다운로드를 자랑하는 세계 최대의 게임 시장이라고 최근 발표된 'Robust Fundamentals to Power Continued Growth'라는 보고서가 밝힘
  - ✓ 해당 보고서에 따르면, 인도는 세계 총 모바일 게임 다운로드의 약 20%를 차지하고 있으며, 이는 다음 순위인 미국과 브라질의 합산 다운로드를 능가함
  - ✓ 인도의 게임 산업은 모바일을 중심으로 14%의 연평균 성장률(CAGR)로 빠르게 성장하고 있음. 모바일은 미국과 중국이 자국 게임시장에서 각각 약 37%와 62%를 차지하는 데 비해 인도는 90%를 차지하고 있음
  - ✓ 다양한 앱과 게임에 지역 언어와 인도 테마를 도입함으로써 대상 사용자 층을 비영어 소비자 집단으로까지 확대하고 있음. 현재 인도의 인터넷 성장은 도시 지역의 4% 대비 13%를 차지하는 농촌 지역의 새로운 사용자들이 주도하고 있으며, 이들은 지역 언어 콘텐츠를 선호함
  - ✓ 인도 게임시장을 수익 모델별로 보면, 약 20%의 게이머가 유료 사용자로, 이들에게는 캐주얼과 코어 게임이 가장 인기 있음. 앱 내 구매는 캐주얼 및 코어 장르에 걸친 유료 사용자의 증가에 따라 약 35%의 연평균 성장률(CAGR)로 늘 것으로 예상됨

17) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/tech/gadget/1120550>

18) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/life/technology-india-next-big-playground-for-ai-samsung-vc-amp-ceo-3434622>

## ✓ [인도] 대법원, 온라인 게임 GST 관련 소송 통합 청문 지시 19)

### ○ 연방정부, 법 개정으로 온라인 게임 '전체 가치'에 28% GST 부과 시도...전체 가치 정의, 소급 여부 쟁점

- ✓ 인도 대법원은 온라인 게임기업에 대해 28%의 상품·서비스세(Good and Service Tax)를 부과하는 방안에 이의를 제기한 27 개의 소송을 통합해 청문 절차를 공동으로 진행할 것이라고 발표함. Chandrachud 대법관을 주심으로 3 명의 판사로 구성된 지난 금요일 청문회에서 대법원은 전국 11 개 고등법원에 산재 되어 있는 27 개의 소송을 통합하라고 명령함. 이에 따라 이들 소송은 Gameskraft 가 제기한 소송과 EGF 및 Play Games24x7 이 제기한 소송과 함께 묶여 청문 절차가 진행될 예정
- ✓ 대법원은 또한 연방정부에게 모든 소송에 대한 반대서류를 3 주 안에 제출하도록 요청했음. 통합된 최종 청문 절차는 4 월 말에 진행될 예정임. 여기서는 오랫동안 끌어온 온라인 게임 분야에 대한 세금부과 문제가 결론이 나고, 이번 소송들의 결론이 운에 의해 결판이 날지, 소송 능력에 의해 결판이 날지가 결정될 것으로 보임
- ✓ Games 24x7, Head Digital Works 등 여러 온라인 게임기업들은 GST 부과가 부당하다며 대법원에 소송을 제기했음. 이에 앞서, 대법원은 게임 회사에 대한 세금 통지를 임시 유예해 달라는 가처분 신청을 인용하지 않는다고 결정했음. 또 Gameskraft 소송에서 대법원은 28 억 달러에 달하는 GST 통지를 취소하라는 Karnataka 고등법원의 판결을 정지시켰음
- ✓ 이 문제는 지난해 8 월 인도 GST 위원회가 온라인 게임의 "전체 가치"에 대한 28% 세금을 강제로 시행 하도록 법을 개정하면서 시작됐음. 세금 부과는 지난 10 월부터 효력을 발휘할 예정이었음. 이와 관련, 게임 기업들은 28% 세금이 10 월 1 일부터 적용되어야 한다고 주장하는 반면, 정부는 개정으로 기존의 법이 명확해진 것이므로 정부가 부과한 세액은 소급적용한 것이 아니라고 주장하고 있음. 기업들은 또 반복적인 플레이 금액에 대해 세금을 청구해선 안 된다고 주장함
- ✓ 지난 9 월 27 일 한 언론은 인도 GST 총국이 지난 5 개 회계연도에 대해 200 억 달러에 이르는 GST 를 소급적용하는 것과 관련, 온라인 게임업체들에게 통지 절차를 진행하고 있다고 보도한 바 있음
- ✓ 이 사안에 대한 이전 청문회에서 게임 산업을 대변하는 Harish Salve 변호사는 상금 풀 또는 온라인 게임의 총 운영 가치를 '부과 대상'으로 분류하는 것에 반대했음. 그는 지난 5 개 연도 동안 기업들이 보고한 이익 보다 세금 청구액이 훨씬 많아 영세한 스타트업들은 파산의 위기로 몰 것이라고 강조했음

19) 출처 :

<https://www.livemint.com/industry/sc-directs-collective-hearing-for-online-gaming-gst-cases-11712299872017.html#:~:text=NEW%20DELHI%20%3A%20The%20Supreme%20Court,petitions%20to%20be%20heard%20together.>

## ✔ [멕시코] 아동청소년 보호를 위한 비디오게임 캠페인, ‘그것은 게임이 아닙니다’ 20)

- 멕시코 3 대 통신사 중 하나인 모비스타는 비디오 게임의 책임감 있는 이용에 대한 사회적 인식을 높이기 위해 캠페인 '그것은 게임이 아닙니다(ESTO NO ES UN JUEGO)'를 선보임
  - ✔ 동 캠페인은 이용자들이 비디오 게임에 대해 숙고하고 통제력을 갖도록 장려하며, 아동과 청소년을 위한 안전한 디지털 환경 조성의 중요성에 대해 시사함
  - ✔ 캠페인 영상에서는 비디오 게임 이용자들이 인터페이스를 통해 알지 못 하는 프로필과 교류할 때 직면할 수 있는 위험 상황들을 시청각적으로 묘사함
  - ✔ 아동청소년 보호를 위한 국가시스템(SIPINNA) 사무국에 의하면 미성년자들이 온라인상 상호작용하는 다양한 프로필 중 33%만이 신원을 알고 있는 경우로, 이들이 직면한 위험은 대부분 대면 만남 제안과 관련이 있어 곧 신체적 위협, 그루밍, 인신매매, 강제 노동, 납치 등으로 이어진다고 함
  - ✔ 모비스타는 디지털 블랙아웃, 로맨스스캠 등 기존에 실시한 캠페인의 연장선상에서 '그것은 게임이 아닙니다' 캠페인을 선보이며, 테크놀로지의 긍정적인 면모들이 작용할 수 있도록 이용자들의 책임감 있는 활동을 강조함



|그림 5| 캠페인 영상 일부분

20) 출처 :

<https://www.periodicopublicidad.com/articulo/spots/movistar-presenta-es-juego-campana-tomar-control-gaming-seguro/20240411094930140886.html>

## 애니·캐릭터



### ✓ [심천] 콘진원, '2024 심천국제라이선싱박람회'에서 한국공동관 운영 21)

- 한국콘텐츠진흥원은 지난 8일부터 10일까지 삼일간 중국 심천에서 열린 '2024 심천국제라이선싱박람회 (2024 国际授权及衍生品 (深圳) 展览会)'에서 한국공동관 운영을 통해 <쥔비덤>, <안녕 자두야>, <유후와 친구들>, <브레드 이발소>, <캐리와 친구들>, <프렌즈>, <에스더 버니>, <프루티 디노>, <굿나잇 파자말>, <반지의 비밀일기> 등 한국 IP의 참가를 지원함
  - ✓ 이밖에 'IP 라이선스 및 파생상품, 아트토이 및 소장용 완구'를 테마로 한 이번 심천국제라이선싱박람회에는 포켓몬, 울트라맨, 나루토, Yeloli(叶罗丽), 마블, 디즈니, 부니베어(熊出没), 주주샤(猪猪侠), 헬로카봇 등과 중국 국풍과 우주 문화를 대표하는 IP들이 총출동함
  - ✓ 한편, '2024 심천국제라이선싱박람회'를 비롯해 이와 함께 열린 '심천 국제 완구 및 교육용품 박람회(国际玩具及教育产品 (深圳) 展览会)', '심천 국제 유모차 및 유아용품 박람회(国际童车及母婴童用品(深圳)展览会)'는 올해 중국에서 첫 번째로 개최된 대규모 완구 전시회로 총 4,900여 개의 부스가 꾸러졌고, 1,400개 이상의 중국 국내외 기업이 참가해 역대 최대 규모로 진행되었으며, 한국, 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 미얀마 등 해외 바이어들에게 뜨거운 관심을 받음



[그림 6] '2024 심천국제라이선싱박람회' 전시장 현장

### ✓ [일본] DNP, 美 샌프란시스코에 '도쿄애니메이션센터' 설립 22)

- DNP(대일본인쇄 주식회사)는 자사 미국법인 DNP Imagingcomm America Corporation을 통해서 샌프란시스코에 <도쿄애니메이션센터 in SAN FRANCISCO>를 지난 13일 오픈함
  - ✓ 이는 도쿄 시부야에 위치한 <도쿄애니메이션센터>의 첫 해외 진출이며, 애니메이션·만화 등 일본 콘텐츠의 매력을 전달하기 위한 상설 홍보매장임

21) 출처 : [https://www.sznews.com/news/content/2024-04/09/content\\_30855402.htm](https://www.sznews.com/news/content/2024-04/09/content_30855402.htm)

22) 출처 : <http://animationbusiness.info/archives/15684>

- ✔ 매장 내에는 애니메이션 포토 부스, 캡슐완구 등이 설치되어 있으며 시부야 센터에서 진행 중인 기획전 및 전시품 일부도 소개할 예정으로, DNP 의 기술을 살린 오리지널 상품도 판매함
- ✔ 시설은 샌프란시스코 시내 중심부 서쪽 재팬타운 지역의 쇼핑몰인 <Kinokuniya Mall>에 위치하고 있음. 재팬타운은 본래 일본 문화와 연고가 있는 지역으로, 근처에 일본 대중문화를 알리는 <NEW PEOPLE>이라는 시설도 존재하여 일본 문화 전파에 있어 시너지 효과를 낼 것으로 보임
- ✔ <도쿄애니메이션센터>는 2006 년에 도쿄 아키하바라 UDX 빌딩에 첫 오픈하였으며, 이후 이치가야의 <DNP 플라자>로 이전하였으나, 2021 년부터는 시부야의 <시부야모디(渋谷モディ)> 2 층으로 거점을 옮기고 <도쿄애니메이션센터 in DNP PLAZA SHIBUYA>로 명명하여 DNP 와 일본동화협회(AJA)가 공동 운영 중임. 인기 애니메이션을 주제로 한 전시회 등을 통해 전 세계 팬들로부터 인기를 얻고 있음
- ✔ 일본 애니메이션 · 만화는 해외에서도 인기가 많기 때문에 방일 해외관광객 유치 및 해외에서의 일본 문화 진흥을 수행하는 거점을 일본 국내가 아니라 해외에 둔다는 것이 <도쿄애니메이션센터 in SAN FRANCISCO>의 설립 의의라고 할 수 있음
- ✔ DNP 는 앞으로도 일본 애니메이션 · 만화 시장 확대가 기대되는 북미에서 일본 콘텐츠 비즈니스 가속화를 목표로, 미국에서의 자사 콘텐츠 관련 서비스 검증과 현지 기업과의 협업도 계획하고 있음



[그림 7] '도쿄애니메이션센터' in SAN FRANCISCO 이미지

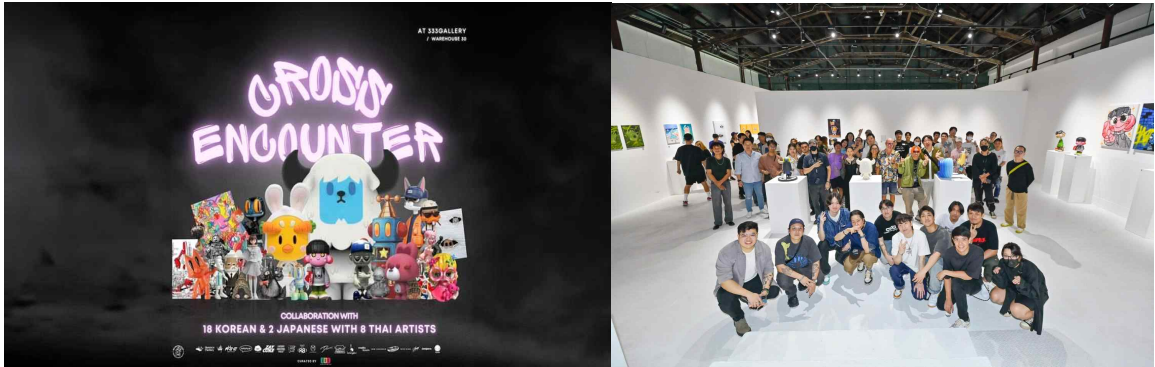
### ✔ [태국] 한-태-일 아트토이 전시 개최 23)

- 방콕에 위치한 웨어하우스형 복합문화공간 '333 갤러리'는 '교차 만남(Cross Encounter)'이라는 주제로 한-태-일 공동 아트토이 전시를 개최함
  - ✔ 18 명의 한국 예술가, 8 명의 태국 예술가, 2 명의 일본 예술가가 참여해 3 개국의 100 개 이상의 아트토이와 그림을 함께 전시함

23) 출처 :

<https://www.bangkokpost.com/life/social-and-lifestyle/2773324/explore-a-world-of-cross-cultural-imagination-at-333gallery>

- ✔ Uptempo, 이동재, LoserWorks, Dding, 한국 아트토이 전문업체 핸드인팩토리의 AONE 등이 참여함
- ✔ 이번 교류전을 통해 각 작품들은 각 나라의 장인 정신과 문화적 연결성을 보여주고 있으며, 각 아티스트와의 만남도 진행함
- ✔ 전시는 4월 6일부터 5월 5일 매주 화~일 11시부터 18시까지 운영함



[그림 8] 아트토이 전시 포스터 / 참여작가 단체 사진

#### ✔ [태국] '2024 토이 엑스포' 개최 24)

- 방콕시와 태국 전시컨벤션뷰로(TCEB)는 2012년부터 시작된 태국 최대 장난감 엑스포 '제 12 회 타일랜드 토이 엑스포(Thailand Toy Expo)'를 4월 4일부터 7일까지 방콕 센트럴월드 쇼핑센터에서 개최함
- ✔ '새로운 동화(New Fairy Tale)'라는 주제로 열린 이번 행사에서는 한국·태국·일본 포함 14개국 200개 이상의 브랜드 장난감과 수집품을 전시 및 판매함
- ✔ 소비자 대상 주요 이벤트로 슈퍼카 페인팅 쇼 라이브 관람, 운세 보기, 희귀 포켓몬 카드 이벤트 증정, 한정판 소장품 자선 경매, 코스프레 콘테스트 등을 진행함

#### ✔ [러시아] 한국과 러시아의 애니메이션 접근 방식의 차이 25)

- 한국과 러시아의 애니메이션 접근 방식의 차이
- ✔ 러시아는 100년의 애니메이션 역사를 지닌 세계 최고 수준의 애니메이션 생산국가임
- ✔ 하지만 아직 TV와 극장 상영에 모든 초점이 맞춰져 있음. 한국 유튜브 최고 조회수를 자랑하는 <아기상어>의 경우 애니메이션 없이 캐릭터가 먼저 인기를 끌었음
- ✔ 그리고 <여신강림>처럼 웹툰, 드라마, K 팝, 게임, 화장품, 애니메이션으로 이어지는 다양한 마케팅도 가능함. 한국에서는 애니메이션을 지적재산권을 위한 홍보 도구로 보는 경향이 있을 정도임. 러시아도 애니메이션을 예술로만 보지 말고 비즈니스적인 관점에서도 바라봐야 함

24) 출처 : <https://www.ryt9.com/s/prg/3507682>

25) 출처 : <https://tass.ru/opinions/20456695>

음악



✔ [베트남] 슈퍼주니어-L.S.S, 베트남 콘서트 성료 26)

- 지난 3 월 23 일 슈퍼주니어-L.S.S 의 ‘더쇼: 쓰리 가이즈’ 콘서트가 호찌민시에 위치한 락미우(Rach Mieu) 스타디움에서 개최되었음
  - ✔ 2 시간 동안 이특, 신동, 시원의 완벽한 호흡이 돋보이는 다채로운 무대로 2 천 명의 팬들과 함께 잊지 못할 추억을 만들었고 뜨거운 호응을 얻었음
  - ✔ 이날 콘서트에서 이특, 신동, 시원은 20 년 동안 항상 응원해주는 팬들에게 감사한 마음을 전달하기 위해 스탠드 지역으로 내려가서 팬들과 적극적으로 소통했으며 가벼운 악수를 했음
  - ✔ 게다가, 슈퍼주니어-L.S.S 는 Ceremony, Old Skool, Suit Up, 질러(C'MON), 조크든요(JOKE) 등 특유의 유쾌한 에너지를 느낄 수 있는 무대들을 선보여 현장을 뜨겁게 달궜으며 팬들이 콘서트 내내 폭발적인 함성과 떼창은 물론, 슬로건과 팬라이트를 흔드는 등 콘서트를 열광적으로 즐겼음
  - ✔ 콘서트를 마친 슈퍼주니어-L.S.S 는 여러가지 준비하고 있으며 베트남에 꼭 다시 돌아올 거라고 밝혔음. 특히, 리더 이특은 오늘 콘서트 끝나자 바로 한국에 돌아가야 되는데 솔직히 말하면 떠나가고 싶지 않다고 소감을 전했다



[그림 9] 슈퍼주니어-L.S.S 팬들과 사진 촬영

26) 출처 :

[https://tuoitre.vn/super-junior-l-s-s-cham-tay-fan-viet-mo-hoi-da-do-ra-nhu-tam-ma-khong-muon-ve-2024032325949687.htm?fbclid=IwAR2x8c5aIQSnI ZZwQxquTGM63YZ\\_L1hXgVAXwNMuJS5Faf8ZH99xmAtQteA\\_aem\\_Acy-Q7apH3yrGzvKLm3\\_G1ThAUtZ7qiSpP-5\\_pyvd\\_Oj-Do65flG5CaBpuOhDujlU9LzSUUDsGIj7S81UY-xu9io](https://tuoitre.vn/super-junior-l-s-s-cham-tay-fan-viet-mo-hoi-da-do-ra-nhu-tam-ma-khong-muon-ve-2024032325949687.htm?fbclid=IwAR2x8c5aIQSnI ZZwQxquTGM63YZ_L1hXgVAXwNMuJS5Faf8ZH99xmAtQteA_aem_Acy-Q7apH3yrGzvKLm3_G1ThAUtZ7qiSpP-5_pyvd_Oj-Do65flG5CaBpuOhDujlU9LzSUUDsGIj7S81UY-xu9io)

## ✓ [베트남] 〈더 컬러 오브 빈딘〉, 태민과 빌리 퍼포먼스로 팬들 열광 27)

- 지난 3 월 30 일 〈어메이징 빈딘 페스티벌〉(Amazing Binh Dinh Festival)에서 국내외 정상급 가수들 출연한 〈더 컬러 오브 빈딘〉(The Colors Of Binh Dinh) 음악 공연이 개최되었음
  - ✓ 특히, 이번 공연에서 태민(샤이니)은 일식(Black Rose), Move, Guilty, Criminal, 최면(Hypnosis) 등 강렬한 에너지를 터뜨린 무대를 선보여 현장을 찾은 팬들의 눈과 귀를 모두 사로잡았고 팬들의 마음속에 깊은 인상을 남겼음
  - ✓ 게다가, 태민뿐만 아니라 한국에서 온 7 인조 걸그룹 빌리(Billie)도 출연하여 뛰어난 퍼포먼스로 현장을 뜨겁게 달궜음. 특히 빌리는 베트남 틱톡의 핫 트렌드 댄스를 커버하여 팬들에게 폭발적인 반응을 얻었음



[그림 10] 〈더 컬러 오브 빈딘〉 출연한 태민

## ✓ [러시아] K 팝 테마 카페 인기 28)

- 러시아 제 2 의 도시인 상트페테르부르크에 K 팝 카페가 오픈함
  - ✓ 이는 한류를 도시에서 최초로 공식적으로 선보이는 행사이며 이 프로젝트는 유명한 블로거인 Victoria Portfolio 에 의해 시작되었음. 트렌디한 카페와 K 팝 아동복, 액세서리 매장이 결합된 첫 번째 핫스팟이 갤러리야 쇼핑센터에 오픈함

27) 출처 :

[https://phunuso.baophunuthudo.vn/taemin-shinee-tro-lai-viet-nam-chieu-dai-fan-loat-hit-mot-nhan-vat-quyen-luc-nha-sm-bat-ngo-den-ung-ho-193240331084622127.htm?fbclid=IwAR1UUg2K-Y060CU6S5IX8Mt2kpOu9iASbIM1GhZPRL01LyNf2h3V\\_rKfcfw\\_aem\\_AYj7LzJXXhFEFQ-50Ugmi9EV49p9n8gnEcYBTRc7eTLd6pmylbRo2U8\\_3ouZGkNRy7tIPKAkrNEnelUMWRK\\_inTi](https://phunuso.baophunuthudo.vn/taemin-shinee-tro-lai-viet-nam-chieu-dai-fan-loat-hit-mot-nhan-vat-quyen-luc-nha-sm-bat-ngo-den-ung-ho-193240331084622127.htm?fbclid=IwAR1UUg2K-Y060CU6S5IX8Mt2kpOu9iASbIM1GhZPRL01LyNf2h3V_rKfcfw_aem_AYj7LzJXXhFEFQ-50Ugmi9EV49p9n8gnEcYBTRc7eTLd6pmylbRo2U8_3ouZGkNRy7tIPKAkrNEnelUMWRK_inTi)

28) 출처 :

[https://spb.plus.rbc.ru/partners/66138e1e7a8aa98638799131?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=mobile&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D](https://spb.plus.rbc.ru/partners/66138e1e7a8aa98638799131?utm_source=yxnews&utm_medium=mobile&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D)

[https://people.onliner.by/2024/04/10/rostovye-figury-kumirov-i-korejskaya-eda-v-minske-otkroetsya-pervaya-k-pop-kofejnya?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=mobile&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D](https://people.onliner.by/2024/04/10/rostovye-figury-kumirov-i-korejskaya-eda-v-minske-otkroetsya-pervaya-k-pop-kofejnya?utm_source=yxnews&utm_medium=mobile&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D)

- ✔ 또한, 벨라루스 수도 민스크 최초의 K 팝 카페가 오픈함. 방탄소년단의 멤버들이 모두 군 복무 중인 가운데, 팬들은 공식 앨범을 구매하고 커피 한 잔을 들어 건강을 챙기는 공간이 될 예정임. 다양한 커피와 시그니처 디저트 외에도 세 가지 재료를 선택할 수 있는 김밥 등 다양한 아시아 별미도 선보임. K 팝 아이돌들의 실물 크기 피규어와 커피숍의 디자이너 굿즈가 전시된 포토존을 꾸며 K 팝 팬들의 눈길을 사로잡음



[그림 11] K팝 테마의 러시아 카페

## 패션



### ✓ [UAE] 중동 명품 소비 시장 성장세 지속 29)

#### ● 코로나 팬데믹 완화 이후 급성장한 전 세계 명품 소비 시장의 최근 성장세가 둔화하는 가운데 중동 명품 소비 시장은 지속 성장 중

- ✓ 펜디, 생로랑, 쇼메 등을 포함한 글로벌 명품 브랜드를 중동 지역에 유통하는 두바이 기반의 Chalhoub Group 에 따르면 2023 년 역내 명품 소비 시장은 전년 대비 11% 성장하며 견고한 성장세 유지 중임
- ✓ 중동 소비자들의 피부 관리 수요 증가로 명품 미용 부문 성장률이 10~12%를 기록하고 패션 부문은 6~8% 성장함
- ✓ 중동 전자상거래 시장 성장 및 두바이 외에 사우디, 바레인에도 대형 쇼핑몰이 들어서며 온·오프라인 채널을 통한 명품 소비는 지속될 것으로 예상됨

### ✓ [인도] 최고 패션 업체 CEO 가 바라보는 New-Age 패션 브랜드 전략 30)

#### ● 덴마크 패션 그룹 Bestseller 의 인도 최고경영자 Vineet Gautam, 가치 평가 아닌 가치 창조에 초점 뒀아

- ✓ Vineet Gautam 은 덴마크 패션 및 라이프스타일 그룹 Bestseller 의 인도 최고 경영자로, Jack & Jones, Vero Moda, Only, Selected Homme 등의 다양한 브랜드를 감독하고 있음. Gautam 은 2010 년 1 월에 Bestseller 에 합류했으며, 이후 Bestseller India 는 인도의 번창하는 패션 및 라이프스타일 시장에서 강력한 위상을 갖추었으며, 현재 15 년 전보다 1,600 개 이상의 매장을 운영하고 있음
- ✓ Gautam 은 인도 언론과의 인터뷰에서 계속되는 소매업 경기 둔화, Bestseller India 의 디지털 전환, 인도의 패션 및 라이프스타일 업계에서 D2C 패션 브랜드의 등장 및 현재 산업을 괴롭히는 브랜드의 심층 할인 패턴에 대해 이야기함

#### ● <주요 질의응답>

- ✓ Q) 많은 소매업자들이 지속적인 둔화에 대해 이야기하고 있음. 얼마나 오래 갈 것으로 예상하나?
- ✓ A) 코로나 이전부터 현재까지의 시기와 전반적인 성장 부분에서 이를 살펴봐야 한다고 생각함. 그 시나리오에서 괜찮은 성장을 이루었음. 코로나 이전부터 코로나 후까지 많은 패션 비즈니스가 엄청난 성과를 거두었음. 이를 그 관점에서 바라보면 여전히 성장 가능성이 있음. 지난해는 조금 힘들었지만, 이는 전반적인 인플레이션이 아니라 소매업의 인플레이션 때문이었음. 이자율 사이클이 정점에 도달했음. 전반적으로, 라이프스타일 분야에 대한 가처분 소득에 영향을 미치고 있음. 게다가 코로나 이후 소비자들의 라이프

29) 출처 : <https://www.arabnews.pk/node/2482501/business-economy>

30) 출처 :

<https://www.livemint.com/specials/indie-comic-books-are-no-longer-just-kids-stuff-11711185656687.html>

스타일도 변화했음. 그들은 더 많은 경험을 원함. 그래서 경험하는 것에 지갑을 열고 있으며, 이 때문에 패션은 약간의 둔화를 겪고 있음

- ✔ Q) 경험하는 것은 여행 같은 것을 의미하는가?
- ✔ A) 여행, 외식 등 사람들은 다른 경험에 돈을 쓰고 있음. 돈의 일부는 건강 및 라이프스타일, 그리고 집 개선에 들어가고 있음. 이자율 사이클은 낮았음. 그래서 코로나 후 부동산 가격이 낮아졌으므로 사람들이 주택을 구입했음. 약 2 분기 정도 후에는 더 회복될 것으로 예상하며, 제 생각에는 디왈리가 계기가 될 것임
- ✔ Q) 어떤 기업들이 현금을 보유를 늘리고 있다고 하고, 어떤 기업들은 확장을 억제하거나 재고를 줄이고 있다고 함. 이러한 상황에서 귀사는 무엇을 하고 있나?
- ✔ A) 경기 둔화는 이 사업에 어떤 효율성을 가져올 수 있을지 되돌아 볼 좋은 시간임. 나를 포함한 모든 패션 소매업자들이 코로나 이후 큰 성장을 보았음. 우리는 많이 확장했고, 새로운 비즈니스, 새로운 기회, 새로운 범주를 살펴보았음. 또 이런 것들을 내재화하고 무엇이 옳은지를 살펴보고 있음. 이와 함께, 디지털 혁신과 디지털 전환을 많이 할 수 있는 좋은 시기임. 이것이 우리가 지금 이 산업에서 보고 있는 것이며, 이것이 현재 우리가 시간을 투자하는 것임. 더 많은 효율성을 가져오고 비즈니스의 기초를 개선하는 좋은 시간임
- ✔ Q) 당신은 어떤 디지털 전환을 진행했나?
- ✔ A) 많은 오프라인 매장을 완전히 온라인으로 전환했음. 100% 옴니채널임. 또한 많은 프로세스를 디지털화 하고 있음. 우리의 옴니채널은 실시간임
- ✔ Q) 공급망도 디지털화되었나?
- ✔ A) 공급망의 큰 부분을 이전에도 디지털화했고, 도입한 다른 도구들을 가지고 향상시키려고 노력했음. 현재는 어떤 의미에서 소매 경험을 디지털화하려고 노력하고 있음
- ✔ Q) 많은 뉴에이지 패션 및 라이프스타일 브랜드들이 훌륭한 제품을 얻고 있는 반면, 다른 브랜드들은 가치 평가 게임에 빠져있는데, 이는 결국 더 큰 패션 생태계에 해를 끼치고 있음. 이에 대해 어떻게 생각하는가?
- ✔ A) 산업으로서, 평가는 새로운 규범(new norm)이 되었음. 그리고 지난 몇 년간 현금 자본이 편드나 기타 투자를 통해 쉽게 사용 가능했기 때문에 비즈니스의 기초가 많은 사람들에게 잊혀졌다고 생각함. 이것이 우리가 현금을 그렇게 많이 평가하지 않는 이유임. 그리고 모든 비즈니스에서 현금의 항상 왕임. 누군가 현금을 올바르게 평가하기 시작하면, 영업을 올바르게 할 수 있음. 결국, 좋은 기본 비즈니스는 장기적인 것임. 빠른 성장, 나쁜 기본 비즈니스는 짧은 기간 동안 좋은 평가를 받을 수도 있음. 그러나 결국 가치 창출이 없음. 사람들은 가치 창출과 평가를 혼동하고 있음. 사람들은 브랜드 관점, 제품 관점 등 많은 관점에서 가치 창출을 바라보기 시작해야 함. 당신이 최종 소비자, 회사 및 투자자를 위해 어떤 가치를 창출하고 있는지에 대해 집중해야 함. 이것이 사람들이 집중해야 할 곳임. 그러나 모든 산업이 이런 경험을 거치고 있으며, D2C 가 갑자기 크게 나타나고 있기 때문에 우리도 이런 경험을 하고 있음
- ✔ Q) 칭찬할 D2C 브랜드가 있나?
- ✔ A) D2C 에서 많은 사람들이 좋은 일을 하고 있지만, 여기서는 어떤 이름도 언급하고 싶지 않음. 좋은 점은 다른 브랜드도 그들로부터 배울 수 있다는 것임. 모두가 배우고 있음. 패션계는 사업할만한 공간임. 알아야 할 것은 올바른 기본을 가지고 어떻게 배우고 어떤 일을 하느냐임. 베끼기만 하고 같은 방식으로 일을 하는

것이 모두에게 효과가 나는 것은 아님. 중요한 것은 조직이고 그 안에 있는 문화와 DNA 임. 브랜드는 중요한 무언가를 나타내야 함. 그저 가위질하고 베낀 다음에 저들이 이 일을 하고 있고 그것도 잘 하고 있으니, 나는 내일 이 일을 해야지라고 말해서는 안 됨. 사업에서 얻은 것을 기반으로 혹은 브랜드와 상품을 위해 브랜드 안에서 혁신해야 함. 방안에 있는 코끼리에 대한 얘기를 하자면, 할인은 널리 그리고 일년 내내 진행됨. 게다가 기업들은 거대한 재고 더미에 앉아 있음. 자본을 쉽게 쓸 수 있어 많은 제품을 쌓아 놓고 있으면, 할인 압력이 높아짐. 이것이 올바른 근본을 구축하는 게 중요하다고 말한 이유임. 필요한 재고 범위는 얼마나 되는가? 얼마나 많은 재고 회전이 필요한가? 이것들은 패션의 기본 용어임. 지난 몇 년 간 이 점을 잊고 있었음. 재고 회전율은 가장 큰 성과 지표 중 하나임. 우리는 이에 관련한 무자비함. 왜냐하면 돈이 회전하지 않으면, 당신은 돈을 깔고 앉아서 막고 있는 것임. 패션 계에서 오늘 팔리지 않은 것은 내일 같은 가격에 팔리지 않음. 그렇게 재고를 축적함으로써 판매 주기를 연장하기 때문에 할인은 증가하는 것임

- ✔ Q) 그래서 가능한 한 빨리 떨어내기 정책을 따르자는 것인가?
- ✔ A) 우리는 떨어내기 관련 명확한 글로벌 정책을 가지고 있음. 우리는 재고를 관리하고, 이는 좋은 압력으로 작용함. 또한 이는 힘들지만, 이제 재고를 올바르게 관리하는 방법을 알고 있음. 이게 중요함

### ✔ [멕시코] 멕시코에서 가장 많이 수출되는 패션 상품은 바지 31)

- 국립섬유산업회의소(Canaintex)의 가장 최근 수출 보고서에 따르면 2023 년 1 월부터 12 월까지 멕시코 의류 업계의 해외 출하에서 바지가 22%의 점유율로 가장 큰 비중을 차지하는 제품이었음
  - ✔ 보고서는 2023 년 동안 바지 수출은 최대 16 억 5 천만 달러에 이르렀고, 이는 2020 년과 2021 년의 기록을 초과하는 수치지만, 총 17 억 6,100 만 달러를 수출한 2022 년보다는 적은 수치라고 함
  - ✔ 2023 년 해외시장 출하량에서 두각을 나타낸 또 다른 제품은 티셔츠로 의류업계 해외수출량 중 15%를 점유하며 누적 11 억 2,100 만 달러를 기록함
  - ✔ 섬유산업에서는 부직포 부문이 수출액 2 억 7,400 만 달러, 점유율 17%로 가장 우세했음

31) 출처 :

<https://mx.fashionnetwork.com/news/Los-pantalones-repiten-como-el-producto-de-moda-mas-exportado-por-mexico,1621915.html>

## 통합(정책·기타)



### ✓ [미국] 할리우드, 인공지능 저작권 공개법 도입에 적극 지지 32)

#### ● 아담 쉬프, AI에 대한 "윤리적이고 투명한" 법안 도입

- ✓ SAG-AFTRA(배우·방송인 노동조합), IATSE(전미 연극무대 근로자연맹), WGA(미국작가조합)와 DGA(미국감독조합)가 합심하여, 최근 AI 콘텐츠 사용에 가이드라인을 세우려는 입법 조치에 적극 지지를 표명함
- ✓ 아담 쉬프(Adam Schiff) 하원의원이 지난 118 회 의회에 제안한 '생성형 인공지능 저작권 공개법'에 따르면, 생성형 인공지능으로 만들어진 콘텐츠는 공개하기 전 학습된 데이터셋의 출처를 밝혀야만 함
- ✓ 이 법안은 위반 시 5,000 달러의 과태료를 부과하며, 대형 스튜디오에게 사실상 큰 영향을 미치지는 않겠으나 오늘날 콘텐츠 분야 노동자들의 현실을 고려했을 때 법안 발의 자체에 큰 상징적 의미가 있음
- ✓ AI 콘텐츠 잠식에 대한 우려는 실제로 지난해 WGA와 SAG-AFTRA의 파업으로 이어지기도 했으며, 궁극적으로 인간의 창의성과 지적 재산권이 보호되어야 하는 방향의 지지로 해석됨
- ✓ WGA의 메리디스 스티엄(Meredith Stiehm)은 "이 법안은 생성형 AI 시스템을 훈련시키기 위해 저작권이 있는 자료를 전례 없이 무단으로 사용하는 것을 해결하기 위한 중요한 첫 단계이며, 작가와 다른 창작가를 보호하기 위해서는 AI를 둘러싼 더 큰 투명성과 가드레일이 필요하다"라고 강조함
- ✓ 아담 쉬프는 인공지능 저작권 공개법에 대해 "이는 인공지능 시대의 창의성을 존중하고 기술 발전과 공정하게 결혼하는 것에 관한 것"이라고 밝힘

### ✓ [북경] 올해 1분기 중국 공연시장 티켓 판매액 108억 위안 33)

#### ● 4월 10일, 중국공연산업협회(中国演出行业协会)가 공식 홈페이지를 통해 <2024년 1분기 중국 공연시장보고(2024年一季度全国演出市场简报)>를 발표함

- ✓ 내용에 따르면, 올해 1분기 중국에서 개최된 상업공연(오락시설 공연 제외) 횟수는 11만 9,000여 회로 전년 동기대비 72.71% 증가하였으며, 티켓 판매액은 108억 위안(약 2조 376억 원)으로 전년 동기대비 116.87% 증가함. 해당기간 동원된 관객 수는 총 3,887만 명임
- ✓ 협회는 올해 1분기 공연시장 규모 증가가 춘절(春节) 연휴기간 개최된 공연의 흥행성공, 대형공연 개최 수 증가, 해외 아티스트 공연 증가 등의 영향을 받은 것으로 분석함

32) 출처 : <https://deadline.com/2024/04/ai-legislation-hollywood-unions-adam-schiff-1235879601>

33) 중국공연산업협회 공식 홈페이지 : <https://www.capa.com.cn>

✓ [일본] 1 만 명 규모의 ‘라라 아레나 도쿄베이’ 오픈 34)

- IT 기업 므시(MIXI)와 미쓰이부동산이 지바현 후나바시시(船橋市)에 위치한 다목적 아레나 ‘라라 아레나 도쿄베이(LaLa arena TOKYO-BAY)’를 4 월 17 일에 완공한다고 발표함
  - ✓ ‘라라 아레나 도쿄베이’는 총 4 층 건물로 연면적 31,000 ㎡로 약 1 만 명 수용이 가능하며, 프로농구팀 ‘지바 제츠(千葉ジェッツ)’의 홈 경기장으로도 사용될 예정임
  - ✓ 외관은 <라라포트(LaLaport)><sup>35)</sup>의 ‘포트(항구)’와 ‘지바 제츠’ 팀 명의 유래인 ‘제트기’에서 영감을 얻어, 배의 물살과 제트 기류를 형상화한 알루미늄 유공 패널로 제작, 내부는 절구형태로, 약 423 인치의 승강식 LED 스크린과 아레나를 둘러싼 길이 120m 의 전광판이 설치되어 있음
  - ✓ 이 밖에도 4 개의 음식점, 전용 출입구 및 식사 및 관전을 동시에 즐길 수 있는 VIP 구역 19 개실과 3 개소 등을 마련하고 있음
  - ✓ 아레나 개관을 기념하여 5 월 29 일에는 게스트 초청 토크쇼와 지바 제츠 선수 방문 등 개관 행사가 예정되어 있고, 계열사인 ‘미쓰이쇼핑파크 포인트’ 회원 등 1,000 여 명을 초청할 계획으로 상세 내용은 4 월 중 웹 사이트를 통해 공개할 예정임
  - ✓ 개관 행사 외에도 완공 후 첫 아티스트 공연으로는 7 월 6 일~7 일 일정으로 ‘Mr.Children tour 2024 miss you arena tour’를 개최할 예정임



[그림 12] ‘라라 아레나 도쿄베이(LaLa arena TOKYO-BAY)’ 이미지

34) 출처 : <https://travel.watch.impress.co.jp/docs/news/1582803.html>

35) <라라포트(LaLaport)>는 미쓰이부동산이 일본 전국에 운영 중인 상업 시설로 1 호점이 바다를 메운 매립지 위에 세워졌기에 프랑스어로 ‘항구’를 의미하는 ‘la port’에서 유래함

✓ [프랑스] 프랑스 디지털 세대 협회, 메타와 인공지능 관련 캠페인 시행 36)

- 프랑스인들의 디지털 서비스 사용법 교육을 목적으로 하는 프랑스 디지털 세대 협회와 메타가 협력하여 생성형 인공지능에 대한 인식을 높이기 위한 캠페인을 진행함
  - ✓ 해당 캠페인은 두 명의 전문 콘텐츠 크리에이터를 선정하여 과학과 기술의 대중화를 주제로 짧은 교육용 동영상을 제작하는 형식으로 진행될 예정임
  - ✓ 선정된 두 명의 크리에이터는 기술적 후원과 재정적 지원을 받아 생성형 인공지능과 작동 방식, 생성형 인공지능의 사용 사례, 사용 모범 사례, 기술의 한계, 생성형 인공지능 시대의 정보와 콘텐츠를 주제로 동영상을 제작하게 됨. 이후, 제작된 동영상은 인스타그램과 페이스북을 통해 배포될 예정임

✓ [인니] 콘진원, 관계부처 해외홍보관 추진협의회 합동 이벤트 'K-NGABUBURIT di KOREA 360' 개최 37)

- 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터는 지난 3 월 23 일부터 29 일까지 자카르타 롯데 몰에 위치한 관계부처 해외홍보관(KOREA 36)에 추진협의회 합동 이벤트 'K-NGABUBURIT di KOREA 360'을 개최함
  - ✓ 세계 최대 무슬림 국가이며 3 월 12 일부터 시작된 인도네시아의 라마단 기간을 맞이하여 KOREA 360 을 찾는 인도네시아 시민들과 함께 다양한 볼거리와 먹거리 체험 등 다채로운 프로그램('한식용어' 만들기 대회 및 한식문화상자 체험 전시, 한국·인니 퀴즈쇼 with KITA, K-도시락 꾸미기 클래스, '한국 할랄 식당 가이드' 전시, KOREA 360 포토존 및 SNS 이벤트 등)이 진행되었음
  - ✓ 행사의 준비와 운영은 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터가 주관하고 주인도네시아 한국문화원, 한국관광공사, 한국농수산식품유통공사, 한국무역협회 등 총 5 개 기관이 함께 하였음



[그림 13] 관계부처 해외홍보관 추진협의회 합동 이벤트 'K-NGABUBURIT di KOREA 360' 현장 (출처: 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터)

36) 출처 :

<https://the-media-leader.fr/meta-et-generation-numerique-lancent-un-appel-a-candidatures-pour-democratiser-lia-generative>

37) 출처 : <https://inni-today.com/agency/2024-gov-social-26>

## ✓ [UAE] 베니스비엔날레에서 선보일 'Shifting Sands: A Battle Song' 38)

- 올해 4월 개막 예정인 제 60 회 베니스비엔날레 사우디 국가관에서 사우디 여성들의 지위 변화를 다룬 미디어아트 'Shifting Sands: A Battle Song'이 공개될 예정임
  - ✓ 베니스비엔날레는 2년마다 개최되는 국제미술전으로 세계 각국 현대미술 작품이 전시되고 89 개의 국가관이 운영('24년 예정)되며 규모와 내용 면에서 전 세계 미술계에서 가장 영향력 있는 전시회 중 하나로 여겨짐
  - ✓ 사우디 국가관에서는 자국 여성 작가 Manal AlDowayan 의 미디어 아트 'Shifting Sands: A Battle Song'이 공개될 예정이며 1,000 명이 넘는 사우디 여성들이 노래와 토론 등 실제 목소리로 직접 참여하여 현대 사우디 사회의 여성 지위 변화를 표현했다는 점에서 전 세계의 주목을 받을 것으로 예상됨

## ✓ [태국] 'S2O 송끄란 뮤직페스티벌' 3억 바트 수입 기대 39)

- 태국 최대 규모의 일렉트로닉 댄스 뮤직(EDM) 페스티벌로 꼽히는 'S2O 송끄란 페스티벌(Songkran Electronic Dance Music Festival)', 올해 규모를 더욱 확대해서 개최할 예정
  - ✓ 주최측(S2O Factory)은 올해 송끄란 기간인 4월 13일부터 15일까지 3일 동안 진행되는 축제에 7만 5천 명이 방문해 3억 바트(약 114억 원)의 수입을 거둘 것으로 예상됨
  - ✓ 하루 25,000 명을 수용할 수 있는 '라이브 파크 라마 9(Live Park Rama9)'를 장소로 섭외함
  - ✓ 이외에도 주최 측은 물놀이 안전성 확보와 함께 암표 거래 단속에도 만전을 기하겠다고 밝힘
- 우티턴 'S2O 송끄란 뮤직페스티벌' 창립자는 연내 뉴욕을 비롯해 전 세계로 'S2O 송끄란 페스티벌'의 진출을 확대할 것이라고 말함
  - ✓ 'S2O 송끄란 뮤직페스티벌'은 영국의 음악잡지 'DJ MAG TOP 100 페스티벌'에서 태국 1위, 전 세계 55위로 선정된 바 있음
  - ✓ 우티턴 'S2O 송끄란 뮤직페스티벌' 창립자는 2015년 최초 개최 이후 프랜차이즈 판매를 통해 그동안 한국(2022년 이후)·일본(2018년 이후)·중국·대만(2019년 이후)·홍콩·베트남에서 행사가 열리면서 송끄란 문화를 수출하고 태국 소프트파워를 발전시켰다고 말함
  - ✓ 우티턴 창립자는 올해 'S2O 송끄란 뮤직페스티벌' 창립 10주년을 맞아 뉴욕에도 진출할 계획이며, 호주, 두바이, 남미 등으로 확대를 진행할 예정임을 밝힘

38) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/life/culture/saudi-pavilion-to-showcase-manal-aldowayans-shifting-sands-a-battle-song-at-venice-biennale-bnwgucn8>

39) 출처 :

<https://forbesthailand.com/news/marketing/songkran-s-2-o-2024-ticket-sales-revenue-300-million-baht-ready-to-n-ewyork-market>



[그림 14] S20 송끄란 뮤직 페스티벌

## ✔ [인도] 한류의 인기로 한국 대학에 유학을 희망하는 인도 학생 수 증가 40)

### ○ 공학, 인문학, 예능 등이 인기 학과...포괄적 장학 프로그램, 안전한 환경, 높은 생활수준 등은 인기 요인

- ✔ 대한민국을 고등교육을 받기 위한 유학 대상 국가로 생각하는 인도 학생들이 증가함에 따라, K-대학들이 K 팝, K-드라마 등 한류 목록에 추가될 것 같다고 인도의 교육 컨설턴트들이 말함
- ✔ 경영 컨설팅 회사의 한 관계자는 “2024 년 남한으로 향하는 인도 학생 수가 2 년 전에 비해 2 배 증가할 것으로 예상된다”라면서 “지난 2 년 간 한국의 최고 대학들이 매력적인 장학 프로그램으로 인도 학생들을 환영하고 있다”라고 말함
- ✔ 올해 한국으로의 유학을 고려하고 있는 인도 학생들의 숫자는 약 2,000 명으로, 이는 전통적으로 인기 있는 미국, 영국, 캐나다, 호주 등을 고려하는 인도 학생에 비하면 일부에 불과함. 그러나 동아시아의 기술 허브인 한국은 영어로 강의되는 과목이 많고, 발전된 시장과 풍부한 인턴십 및 취업 기회, 국제 학생 정책, 경쟁력 있는 비용과 함께 정부의 해외 학생 유치 노력으로 인해 인도 학생들의 대안적인 목적지로 급속히 떠오르고 있음
- ✔ 교육 컨설팅 업체 관계자는 “한국으로 가는 인도 학생들의 증가는 주로 Z 세대(1997 년부터 2012 년 사이에 태어난 사람들)에 특히 공감대가 있는 한류와 K 팝의 전 세계적 확산과 관련이 있다”라면서 “비용 측면에서도 서양 국가의 경우는 한국보다 두 배에서 다섯 배까지 높다”라고 말함
- ✔ 공학(전기, 건축, 기계 등), 자연과학(물리학, 생물학, 화학 등), 인문학(언어, 역사, 예술) 및 예능(연기, 안무, 음악)이 인기있는 과목에 포함됨. “삼성, 현대 등 다국적 대기업들을 보유하고 있는 한국은 교육 수준이 높은 인구, 정교한 직장 문화 및 98%의 문해율로 인도 학생들이 선호하는 국가가 되었다”라고

40) 출처 :

<https://economictimes.indiatimes.com/nri/study/the-east-asian-tech-hub-k-college-the-latest-rage-in-k-pop-krazy-gen-z-universe/articleshow/108738462.cms?from=mdr>

해외 교육 플랫폼의 대표는 말함

- ✔ 전문가들은 서울대학교, 한국과학기술원(KAIST)를 포함해 총 40 개 한국 교육기관들이 세계 대학 평가에 포함됐으며, 이런 사실이 학력이 높은 해외 학생들에게 한국을 매력적인 유학 목적지로 만든다고 분석함. 이와 함께, 포괄적인 장학 프로그램, 양자 협정, 영어로 강의되는 프로그램, 안전한 환경, 높은 생활 수준 등도 한국이 해외 학생들 사이에서 인기를 끄는 이유가 된다고 말함
- ✔ 2023 년 여름 한국 교육부가 발표한 ‘300K 프로젝트’는 2027 년까지 30 만 명의 국제 학생들을 유치하는 것을 목표로 하고 있으며, 문화·엔터테인먼트 산업에 관심이 있는 외국 학생들을 위해 한국 정부는 ‘Hallyu 비자’를 도입할 계획임
- ✔ 이에 따라, 온라인 유학 플랫폼 중 한국이 가장 인기 있는 나라로 나타나는 곳도 있음. 실제로 한국 정부는 정규 D-2 비자를 소지한 학생들에게 학교 기간에 주당 최대 20 시간까지 일할 수 있는 권한을 부여하고 있으며, 졸업 후에는 D-10 취업자 비자를 신청하여 즉각적인 취업 활동을 할 수 있음
- ✔ 한국어 프로그램이 자와할랄 네루 대학교, 델리 대학을 비롯한 많은 대학교들은 물론, 인도 전역의 학교 수준에서도 도입되었다는 점도 한국에 유리한 요인 중 하나임

## ✔ [인도] 인공지능 분야의 새로운 시장, 인도 41)

### ○ ‘공개 협업’ 모델로 AI 민주화 추구...뭄바이에 자사 AI 및 연결된 다비이스 생태계 체험 매장 개장

- ✔ 삼성은 최근 인도가 인공지능(AI) 분야에서 새로운 시장으로 부상함에 따라 현지 소비자들에게 AI 와 초연결성(Hyperconnectivity) 서비스를 제공하기 위해 헌신할 것이라고 밝힘
- ✔ 삼성전자 디바이스경험(DX) 부문 한종희 부사장 겸 CEO 는 JH 한은 뭄바이 Bandra Kurla Complex 의 Jio World Plaza 에 위치한 삼성스토어에 방문한 자리에서 “AI 는 연결된 기술이 비침투적인 상태에서 전면에 나서지 않으며 사람들의 일상생활을 개선하도록 해줄 것”이라며 이렇게 말했음
- ✔ 한 부사장의 발언은 스마트폰 기업들이 기기에 AI 기능을 탑재할 뿐아니라 이를 프리미엄화 하고 있는 시기에 나온 것임. 삼성은 인도 스마트폰 시장에서 최대 점유율인 18%를 차지하고 있으며, 실제로 ‘AI for All’ 비전의 일환으로 1 월 프리미엄 AI 기능을 탑재한 갤럭시 S24 스마트폰 시리즈를 공개했음
- ✔ 한 부사장은 이날 “인도는 전 세계에서 가장 클뿐 아니라 가장 빠르게 성장하는 시장으로 삼성에게 엄청난 기회를 제공한다”라면서 “특히, 인도의 청년 소비자들은 기술에 민감해 우리를 혁신하도록 영감을 주고 있다”라고 강조함
- ✔ 그는 이어 “인도의 수천 명에 이르는 창의적 인재들은 AI 와 같은 최첨단 기술을 세계에 선보이기 위해 삼성의 연구·개발 센터에서 일하고 있고 우리는 이를 자랑스럽게 생각한다”라면서 “삼성엔 ‘공개 협업’ 모델을 통해 AI 를 민주화하고 모든 소비자에게 연결성을 제공하고자 한다고”라고 강조함
- ✔ 이번 KBC 에 개장한 연결된(Connected) 라이프스타일 체험 매장은 삼성의 최신 AI 기술과 자사 디바이스들끼리 매끄럽게 연결되는 생태계로 대표되는 ‘One Samsung’을 경험할 수 있는 곳임

41) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/life/technology-india-next-big-playground-for-ai-samsung-vc-amp-ceo-3434622>

## ✔ [인도] 미디어·엔터테인먼트 산업의 인공지능 활용법 42)

### ● 콘텐츠 창작부터 맞춤형 추천까지 다양한 영향...생산성 높이고 비용 절약, 마케팅 전략 최적화에도 적용

- ✔ 최근 10 년 동안 인공지능(AI)은 제조업, 은행업, 호텔업, 의료, 교육 및 물론 미디어 및 엔터테인먼트 산업을 비롯한 모든 주요 산업에 스며들었음. 주로 열정에 의해 주도되는 창의산업에서, AI 는 미디어 및 엔터테인먼트 분야에서 혁명적인 변화를 가져왔음. 그 영향력은 점점 더 두드러지며, 콘텐츠 창작부터 맞춤형 추천까지 업계의 다양한 측면에 영향을 미치고 있음
- ✔ 이러한 변화로 영화, 쇼, 시리즈 및 게임 형태의 비디오 콘텐츠 수요가 크게 증가했음. 모든 장르를 고려한 콘텐츠를 만들고, 그 장르 내에서도 다양한 선택지를 만들어 내려면 많은 프로세스를 자동화해야 함
- ✔ 오늘날 클라우드 기반 플랫폼을 통해, 사진 제작이나 사후 제작은 사람들이 전 세계 어느 지역에 있건 끊임 없이 진행될 수 있음. 편집자는 한 곳에서 영화를 편집할 수 있고, 또 다른 곳에서 같은 프로젝트에 접근할 수 있기 때문에 다른 편집자가 일을 대신할 수도 있으며, 감독들이 자신의 시각대로 진행되고 있는지 확인할 수 있음. 특수효과(VFX)도 다른 곳에 앉아 있는 다른 사람이 추가할 수 있어서 여행 시간과 비용을 절약할 수 있음
- ✔ 이렇게 해서 콘텐츠는 전 세계의 거장들에 의해 만들어질 수 있음. 가상제작의 이러한 용이함은 업계가 우수한 품질의 작품을 생산할 수 있도록 했음. 가상제작 기술은 이미 영화에서 볼 수 있으며, 이는 더욱 발전될 것으로 예상됨. AI 기술은 영화, TV 및 기타 매체에서 창의성의 경계를 넓히고 있음
- ✔ AI 는 콘텐츠 창작을 혁신하는 것 외에도 무한한 가능성을 가지고 있음. AI 는 스크립트 작성, 그래픽 디자인 등의 직관적인 도구를 제공함으로써 콘텐츠 생성 프로세스를 재구성함. 워크플로우를 최적화하고 효율성을 향상시킴으로써 창작자들이 전례 없는 편리성과 창의성으로 아이디어를 구현할 수 있도록 해줌. 생성형 AI 는 업계에서 광범위하게 사용되고 있음. AI 를 활용해 이야기, 대본, 검토, 광고 카피, 영상 등을 제작할 수 있는 한편, 생산성을 높여 전체 과정의 비용을 낮춰줌. 많은 AI 알고리즘은 작가들을 도와 아이디어를 생산하고, 구성을 제안하며, 대사의 내용을 제안해 줌. 이러한 협력적인 접근은 전 세계 관객을 위한 창의성과 혁신을 일으키며 이야기를 더욱 풍부하게 만들고 있음
- ✔ 또한, 그것은 그래픽 디자인을 효율적으로 최적화함. AI 기술을 이용한 간소화된 그래픽 디자인 작업을 통해 홍보 자료, 로고 디자인 및 시각 효과를 만드는 것이 훨씬 더 쉽고 빨라졌음. 오늘날, 이러한 도구들의 도움으로 그래픽 디자이너들은 시간과 자원을 절약하면서 창의성을 발휘할 수 있음. 창의성과 혁신을 떠받치는 AI 기술은 엔터테인먼트 산업에서 창작자들에게 경계를 넓히고 관객들을 사로잡을 수 있는 AI 기반 도구와 통찰력을 제공함
- ✔ 미디어 및 엔터테인먼트 산업은 콘텐츠 생성뿐만 아니라 마케팅 전략 최적화에도 AI 를 활용하고 있음. AI 통찰력을 활용해 관객 데이터와 트렌드를 분석하여 마케팅 전략을 최적화할 수 있음. 마케터들은 대상

42) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/business/digital-transformation-the-influence-of-ai-in-the-entertainment-industry-from-content-creation-to-personalised-recommendations-3434316>

관객과 공감하도록 캠페인을 조정하여 참여도를 증가시키고 영향을 극대화할 수 있음. 이러한 맞춤형 캠페인은 개인화된 콘텐츠 추천으로 이어짐. AI 는 사용자 선호도와 시청 습관을 분석하여 개인별 콘텐츠를 추천해 줌. 이는 사용자 경험을 향상시키고 참여도를 증가시켜 관객과 엔터테인먼트 플랫폼 간의 강한 연결을 촉진함

- ☑ 미디어 및 엔터테인먼트의 모든 분야에서 AI 가 활용되고 있기 때문에 변화하는 시대에 맞춰 기술을 적절히 채택하는 것이 중요함. 미디어 및 엔터테인먼트 업계에서는 수많은 일상적인 작업들이 사라질 것임. 그러나 AI 가 창의성을 대체하지 않는다는 점은 잊지 말아야 함. AI 는 콘텐츠 창작과 분석 프로세스를 자동화하는 플랫폼을 제공할 것임. 이러한 플랫폼들은 엔터테인먼트 업계에 최적화된 혁신적 AI 솔루션으로 여행의 개념을 변화시키고, 창작자들과 마케터들에게 힘이 되어줄 것임. 이러한 솔루션과 함께 맞춰가면 더욱 빠르게 성장하고 창의적인 걸작을 만들어 낼 수 있음

#### ☑ [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신 43)

##### ● BTS 지민, <Like Crazy>로 한국 솔로 최초 스포티파이 10 억 스트리밍 돌파 / Times Now News

- ☑ BTS 지민의 데뷔 앨범 'Face'의 리드 싱글 곡 <Like Crazy>가 빌보드 핫 100 에서 1 위를 기록한지 며칠만에 스포티파이에서도 10 억 스트리밍을 돌파했다면서 이는 한국 솔로 곡 중 가장 빠른 기록이라고 보도함

##### ● <눈물의 여왕>, <응답하라 1988> 제치고 tvN K 드라마 시청률 3 위 / Pinkvilla

- ☑ K 드라마 <눈물의 여왕>이 전국 평균 19.0%의 시청률을 기록하며 명작 <응답하라 1988>을 제치고 한국의 tvN 에서 시청률 3 위에 올랐으며 이에 앞서는 시청률을 기록한 드라마는 <도깨비>, <사랑의 불시착> 뿐이라고 소개함

##### ● 배우 문강민 “인도 요리도 먹어보고 팬들도 만나고 싶다” / Hindustan Times

- ☑ K 드라마 <슈룹>에서의 좋은 연기로 인도에서도 인기를 끌고 있는 배우 문강민이 “인도에서 팬덤이 커지고 있는 것은 무척 감사할 일”이라며 “기회가 되면 인도 요리를 맛보고 팬들도 만나고 싶다”고 인도에 대한 사랑을 표현했다고 보도함

43) 출처 :

<https://www.timesnownews.com/entertainment-news/korean/bts-jimin-makes-history-as-like-crazy-becomes-first-korean-solo-song-to-surpass-1-billion-streams-on-spotify-article-109045046>

<https://www.pinkvilla.com/entertainment/queen-of-tears-surpasses-reply-1988-to-claim-3rd-highest-rated-tvn-k-drama-trailing-behind-these-two-smash-hits-1293351>

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

|                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  미국 비즈니스센터(LA) 박병호 센터장     |  +1-323-935-2070  jackone@kocca.kr       |
|  유럽 비즈니스센터(파리) 김문주 센터장     |  +33-1-42-93-02-84  kmj@kocca.kr         |
|  중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장    |  +86-10-6501-9971  hyyoon8591@kocca.kr |
|  중국 비즈니스센터(심천) 심계진 센터장   |  +86-755-2692-7797  sophia@kocca.kr  |
|  일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장   |  +81-3-5363-4511  yhlee@kocca.kr     |
|  인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장 |  +62-21-252-3151  yskim@kocca.kr     |
|  베트남 비즈니스센터(하노이) 성임경 센터장 |  +84-39-226-4093  imksman@kocca.kr   |
|  UAE 비즈니스센터(두바이) 박영일 센터장 |  +971-2-491-7227  yppy01@kocca.kr    |
|  태국 비즈니스센터(방콕) 박웅진 센터장   |  +66-2-853-3903  wjpark@kocca.kr     |
|  러시아 마케터(모스크바) 김시우 과장    |  +7-968-943-4571  cu@kocca.kr        |

발행인 ————— 조현래

발행처 ————— 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr



공공누리

공공 저작물 자유이용허락