

베트남 콘텐츠 산업동향

2023년 02호

2023년 베트남 콘텐츠 주요 이슈



KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

베트남 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2023년 02호

구분(장르)	제 목	Key Word
테마리포트	2023년 베트남 콘텐츠 주요 이슈 2023년 장르별 베트남 콘텐츠산업 현황 및 예측 콘텐츠산업의 성공사례 분석 베트남 콘텐츠산업 전망	장르 예측/ 성공사 례/ 콘텐츠산업 전 망

작성 | 한국콘텐츠진흥원 베트남비즈니스센터

배포 | 2023.03.09



테마리포트

I. 2023년 베트남 콘텐츠 주요 이슈

작성순서

1. 2023년 장르별 베트남 콘텐츠산업 현황 및 예측

- 1) 게임
- 2) 드라마
- 3) 예능프로그램
- 4) 애니메이션
- 5) 음악

2. 콘텐츠산업의 성공사례 분석

- 1) KBS <세상에서 제일 예쁜 내 딸> 드라마 리메이크: 햇빛 비추는 사랑스러운 날(Thuong Ngay Nang Ve)
- 2) MBC <복면가왕> 예능프로그램 리메이크: 베트남 복면가왕(Ca Si Mat Na)

3. 베트남 콘텐츠산업 전망

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 2023년 장르별 베트남 콘텐츠산업 현황 및 예측



1. 게임

✔ 동남아시아 지역의 게임 잠재시장 중 하나

- 최근 과학기술의 눈부신 발전과 더불어 게임산업은 베트남은 물론 글로벌 시장에서 점점 더 많은 관심을 받고 있는 분야 중 하나가 되었음. 코로나 19는 2020년 온라인 게임 시장에 큰 영향을 미쳤으며, 특히 모바일게임 수요가 전 세계적으로 크게 증가됨. 베트남은 2019년에 비해 다운로드 수 및 게임 수가 모두 크게 증가함으로써 동일한 추세를 보였음. 베트남 라디오·방송·전자정보국의 통계에 따르면, 2022년 11월 30일 기준으로 G1 온라인 게임 서비스 제공 허가서를 받은 기업은 총 248개. 게임 콘텐츠가 승인된 비디오게임의 수는 1,327개인데, 그중 시장에서 유통 중인 게임이 856개, 유통 중단된 게임이 471개임. G2, G3, G4 게임 서비스 제공 허가서를 받은 기업은 143개이며, G2, G3, G4 게임 콘텐츠 승인된 게임은 12,141개임으로 나타남¹⁾
- 또한, 게임 콘텐츠에 지불할 베트남 게임 플레이어 비율도 동남아에서 1위를 차지함.

1) 베트남 라디오·방송·전자정보국, 2022년 전자정보 활동 평가 및 2023년 비전 제시

앱애니(App Annie)²⁾에 의하면 베트남은 ‘동남아시아의 게임 강국’으로 불림. 2021년에 발표된 앱애니(App Annie)의 보고서³⁾에 따르면, 베트남 게임 출판사는 동남아시아의 구글 플레이와 앱스토어에서 가장 많은 다운로드 수를 기록한 10 위권 안에 5개 기업이 들게 되었으며, 그중 아마노테스(Amanotes)와 원네소프트(Onesoft)가 1, 2위를 차지한 것으로 나타남

순위	업체	국가	순위	업체	국가
1	Amanotes	베트남	6	IEC	호주
2	OneSoft	베트남	7	GoKids!	싱가포르
3	Sea	싱가포르	8	VNG	베트남
4	Gamejam	베트남	9	Halfbrick	호주
5	Imperial Arts	호주	10	Arrasol	베트남

[표 1] ANZSEA(호주, 뉴질랜드, 동남아시아) 지역의 게임 출판사 TOP 10

※출처 : App Annie

- 게다가, 앱애니(App Annie)는 베트남이 모바일 게임 시장을 발전시키는 인프라가 확실히 충분하다고 밝힘. 베트남 인구는 약 9,780만 명(세계 15위)으로 인구수가 많기도 하고, 젊은 국가이기도 함. 베트남의 평균 연령은 32.7세로 태국의 평균 연령보다 7.6세, 미국에 비해 5.7세 낮은 편임. 현재 베트남은 스마트폰 사용자가 약 6,800만 명으로, 그중 64%가 3G, 4G 또는 5G를 사용하고 있음. 베트남즈(Viettimes) 전자 잡지⁴⁾에 따르면, 베트남의 온라인 게임 플레이어 수는 거의 2,900만 명에 달하며, 모든 게임 유형을 즐기는 사람은 약 5,000만 명으로써 베트남 인구의 약 50%를 차지하여 동남아시아에서 가장 높은 수준⁵⁾. 하루 평균 게임 시간은 3.9시간으로 미국의 같은 지수에 비해 10% 이상 높음. VNG Games는 2022년 전 세계 게임산업 규모가 1,840억 달러에 달한다고 밝혔는데, 이 중 세계 시장의 절반이 아시아 태평양 지역의 시장점유율이라고 함. 위의 이유로 베트남은 현재 게임산업 발전을 위한 잠재력이 있는 시장이라고 말해도 과언이 아님

❖ 폭발적인 분야는 과연 <비디오게임>

- 2022년 We Are Social⁶⁾ 보고서⁷⁾에 따르면, 베트남 사람의 92%가 적어도 하나의 장치에서 게임을 해본 적이 있으며, 이는 베트남 생활에서 디지털 게임의 인기를 보여줌. 또한, 스타티스타(Statista)에 따르면, 베트남은 전자기기에서 게임을 하는 18~64세 사이의 성인 비율이 세계에서 가장 높음. Adsota의 2020년 보고서⁸⁾에 따르면, 매일 게임을 하는 베트남 사람의 비율은 4위를 차지하여 브라질, 싱가포르, 일본, 미국, 영국, 한국 등 조사 대상국 가운데 매주 새로운 게임을 찾는 플레이어가 1위를 차지함. 게다가, 스마트폰을 사용하는 동안 게임을 하는 시간은 23%로 가장 많이 차지함⁹⁾. 페이스북(Facebook), 잘로(Zalo), 구글(Google), 쇼피(Shopee) 등 베트남 내 인기 소셜 네트워크 플랫폼에서 비디오게임 서비스가 제공되어 있기

2) 게임, 어플 등과 해당하는 시장 분류·분석 플랫폼

3) App Annie, Vietnam: Quick Look A Mobile Market of Opportunity

4) 베트남 디지털미디어협회 소속 기관

5) Viettimes, '잠재 많은 게임 시장에 다양한 기회, 베트남 어떻게 이용하나?' 기사

6) Vietnamplus, '베트남 게임 개발사에 많은 기회가 들어온다' 기사

7) 미국 뉴욕에 본사를 두고 사회 미디어 분야에서 활동하고 있는 기업

8) Appota 속하며 모바일 기기에서 광고 서비스를 제공하는 기업

9) ThinkZone, 세계와 베트남 디지털 게임 산업 분석 보고서

때문에 베트남 인터넷 사용자는 게임에 더 쉽게 접할 수 있음. 구글 플레이에 따르면, 인기 게임으로는 'PUBG 모바일 VN'(1,000 만 다운로드), 'Free Fire'(10 억 이상 다운로드), 'Genshin Impact'(5,000 만 이상 다운로드) 등이 있음. 이어서 비디오게임은 베트남 사용자에게 매우 인기 있는 분야 중 하나라는 것을 알 수 있음

❖ 고매출·저세금의 게임 시장

- 센서 타워(Sensor Tower¹⁰)의 모바일 게임 전문 보고서에 따르면, 현재 세계 게임 시장에 출시된 베트남 게임 개발사의 매출은 연간 수천만 달러에 달함. 앱스토어와 구글 플레이의 매출액 통계¹¹)에 따르면, 2021년 VNG 매출액은 8천 7백만 달러(PUBG 5백만 달러), Onesoft는 6,000만 달러(1945-Airplane Shooting Games 1,900만 달러), Amanotes는 1,700만 달러(Magic Tiltle 3 1,000만 달러) 등으로 기록했음. 그러나 이 보고서는 디지털 플레이 광고 수익은 미포함해 앱스토어와 구글 플레이의 유료 사용자 매출액을 집계할 뿐임. 국내 한 게임 업체 대표자에 따르면 광고 수익까지 합치면 위 매출액이 4~5배가 될 수 있다고 함. 5년 추후 베트남 e스포츠 시장이 28% 성장하여 동남아시아에서 가장 높은 성장률을 보일 것으로 예상되며, 게임산업은 유망한 산업이 될 것임
- 베트남에서 개발되고 세계 시장에 출시된 게임의 매출은 연간 2억 달러에 달함. 그러나 베트남 국가에 대한 세금 납부액은 50%에 불과하며, 나머지는 개인 또는 업체들이 주로 싱가포르에서 외국에 세금을 납부함. 많은 게임 전문가들은 베트남 게임산업이 이미 많은 이익을 창출하고 있지만 매년 수억 달러에 달하는 세수를 잃었다는 의견이 적지 않음. 게다가 베트남 국내 게임 개발사는 아직 하드코어 게임(hardcore)¹²) 게임의 강점을 발휘하지 못하고 있음. 이 게임 유형은 주로 중국 게임 개발사가 출시한 게임이며 베트남 업체가 개발하고 출시한 게임의 비율이 15%에 불과함. 현재 베트남에서 인기 있는 게임도 대부분 해외 게임임
- 한편, 베트남 게임 개발사는 현재 단독적으로 발전하고 있으며, 국내 게임 시장을 공동 개발하기 위한 협력은 많지 않음. 또 다른 장벽 하나는 인터넷과 전자결제의 발전으로 베트남 게임 시장에서 유통하는 해외 게임의 매출액이 감소하고 있음에도 불구하고 외국 게임 개발사가 국경을 넘어 베트남 게임 시장에 진입함으로써 베트남 국가가 세금을 징세하지 못하기도 하고, 베트남 국내 게임 개발사가 작은 시장점유율과 불공평한 경쟁 등 시련을 겪고 있는 것임. 게다가, 많은 베트남 게임 개발사가 해외 프로젝트에서 자원을 분산시켜 베트남 게임산업을 주도하고 건설하는 것이 어려워지고 있음. 이는 어떻게 하면 해외로 역류하고 있는 베트남 게임산업으로부터 수억 달러에 이르는 세금을 베트남으로 당길 수 있는가? 큰 문제를 제시함

❖ e스포츠

- 베트남 e스포츠는 500만 명 이상의 플레이어(MZ세대 다수)¹³)로 매우 잠재적인 분야임. 2009년 베트남 e스포츠협회(VIRESA) 공식 협회가 설립되면서 게임 플레이어, 스트리머, 게임경기 해설자, 시청자 등 해당하는 광범위한 공동체를 형성하는 데 도움이 되었음. 베트남은

10) 샌프란시스코에서 본사를 두고 모바일 어플에 대한 깊은 지식을 가지면서 시장조사 서비스를 제공하는 선도적 기업

11) '모바일 게임의 국제 생산과 출시에서 세계 1위 안에 든 베트남' 기사

12) 난이도가 높은 게임

13) Jobhopin, '개척할 잠재력 많은 베트남 e스포츠 시장' 기사

Vietnam Championship Series¹⁴⁾, 2022 Wild Rift Icons Global Championship¹⁵⁾, PMPL¹⁶⁾ 등 대결할 만한 시상으로 대형 대회를 개최한 적 많음. 또한 현재 베트남은 게임 플레이어와 고수 게이머를 많이 보유하고 있으며, 이 중, 게이머의 55~70%가 e스포츠 게임이라는 발전가능성이 높은 장르인 컴퓨터 게임에 프로로 전향하려고 하여 과연, 베트남은 e스포츠 발전에 많은 잠재력을 가진 시장이라고 평가됨

- 또한 e스포츠가 상당한 성과를 올렸다는 것도 부인할 수 없음. 베트남 e스포츠 팀은 제 31 회 동남아시아 경기대회에서 베트남 스포츠팀이 획득한 총 31 개의 금메달 중 4 개의 금메달을 가져왔음¹⁷⁾. ‘League of Legends: Wild Rift’ 종목에서 베트남 선발팀은 모든 라운드에서 경쟁 팀을 3-0 으로 연달아 이기면서 베트남에 첫 번째 e스포츠 금메달을 획득했음. 곧이어 ‘PUBG Mobile’, ‘League of Legends(PC)’, ‘Cross Fire’ 3 종목에서도 금메달을 땀음. 그 외에 베트남 e스포츠 선발팀은 남은 e스포츠 종목에서 2 위부터 자치하고 은메달 3 개 모두를 획득했음. 2017 MSI¹⁸⁾에서 ‘League of Legends’ 종목의 베트남의 e스포츠 팀인 GAM Esports 는 1 위로 조별리그를 마쳤음. 또한, Team Flash 는 국제 경기장에서 가장 많은 성적을 거둔 베트남 모바일 연합군 팀 중 하나이며 지속적으로 베트남 e스포츠 명예의 트로피를 안겨줌
- 그러나 e스포츠는 아직 신생되고 미숙한 분야이고, 선발팀과 프로선수가 주로 게임 테크닉 전문 개발에 초점을 맞추고 있기 때문에 e스포츠 시장에 접근하는 것은 개발사와 후원 기업에 큰 도전임. 한편, 후원 기업은 소셜 네트워크, 미디어와 제품 홍보에 더 많은 관심을 가지고 있음. e스포츠 프로선수들이 전문성과 홍보 미디어 사이에서 균형을 맞추기 어렵고, 후원 기업이 오랜 기간에 e스포츠 선발팀과 동행할 수 있는 경우는 거의 없음. 또한 게이머에 대한 편견은 베트남 사회에 여전히 존재함. 이는 어느 정도 젊은 게이머가 가족의 지지와 허락을 받지 못했기 때문에 자신의 능력을 개발하는 것을 방해함

❖ 미래 게임 트렌드인 클라우드 게임(Cloud Game)

- 클라우드 게임(Cloud Game)은 대형 게임 개발사에서 약 3년 동안 출시, 최근 몇 달 동안 확장되고 있는 클라우드 플랫폼에서 제공하는 게임 서비스. 많은 플레이어가 메모리 용량 걱정 없이 1,000 만 동 of 가격으로 중형 사양 컴퓨터를 구입해도 게임이 가능하기 때문에 클라우드 게임은 인기가 많음. 그러나 사용자 기기는 Windows 10, iOS 14.4, Android 6 설치, 인터넷 연결 등의 조건을 충족해야 함. 클라우드 게임은 베트남의 게임 시장의 호황으로 성장할 수 있는 좋은 조건을 갖추고 있음. 또한, 개발도상국인 베트남 사람들의 생활수준과 일치. 게임 플레이어는 너무 현대적이고 비싼 장비를 구입할 필요가 없고, 평균 가격이 여전히 클라우드 게임을 할 수 있기 때문임. 그러나 클라우드 게임은 아직 베트남 시장에서 서비스를 제공하지 않고 있어 게임 플레이어가 VPN 을 이용해 IP 주소를 위조하고 제 3 자로부터 계정을 구입해야 연결이 가능하기 때문에 불편함이 있기도 하고 사기극으로 이어지기 쉽기도 함

14) 베트남 League of Legends e스포츠 대회

15) 2022 세계 League of Legends: Wild Rift Icons 대회

16) 베트남에서 PUBG Mobile을 출시한 VNG가 개최하는 선도적 e스포츠 대회

17) Sport5.vn, ‘베트남 e스포츠 팀은 제31회 동남아시아 경기대회에서 4 개의 금메달을 가져왔다’ 기사

18) 2017년 시즌중반 국제 친선 경기 대회

2. 드라마

✔ 베트남의 드라마 시장 현황

- 최근 몇 년 동안 베트남 드라마 제작자들은 눈에 띄는 베트남 시리즈로 시청자의 마음을 사로잡았는데, 대표적으로는 ‘판사(Nguoi Phan Xu)’가 있음. 해외 콘텐츠에서 베트남 현지화로 개작하여 신선한 편집된 드라마 ‘판사’는 오랫동안 시청자에게 큰 인기를 끌었음. 심지어 지금까지도 이 드라마 속 명대사들은 소셜 네트워크상에서 일정한 영향력을 갖고 있음. 또 다른 인기 드라마는 ‘인형 퀴잉(Quynh Bup Be)’은 프엉 오앙(Phuong Oanh), 투퀴잉(Thu Quynh), 도안 꾸억 담(Doan Quoc Dam) 등 현재 인기 배우들의 중견이 된 작품임. ‘집으로 돌아와라(Ve Nha Di Con)’는 2011년 7월 구글 트렌드의 검색 주제에서 3위를 차지하여 큰 성공을 거둔 히트 드라마. 2022년 드라마 ‘햇빛 비추는 사랑스러운 날(Thuong Ngay Nang Ve, KBS의 <세상에서 제일 예쁜 내 딸>)’와 드라마 ‘어머니의 꿈(Giac Mo Cua Me, KBS의 <부탁해요, 엄마>)’ 두 개의 리메이크¹⁹⁾ 드라마는 방송된 후 핫한 화제가 되었음
- 베트남 드라마의 시청률도 주목할 만한 수치임. Kantar²⁰⁾의 2021년 통계에 따르면 베트남 드라마의 시청률은 특히 황금시간대(21시)²¹⁾ 방송되는 드라마 시청률은 높은 것으로 나타남

드라마	채널	시청률(%)	시청자(명)
우리가면(Mat Na Guong)	VTV3	4.8	541,000
11개월 5일(11 Thang 5 Ngay)	VTV3	4.7	559,000
다시 돌아온 꽃계절(Mua Hoa Tim Lai)	VTV3	4.4	541,000
사랑한다고 말해줘(Hay Noi Loi Yeu)	VTV1	4.4	545,000
햇볕 역의 해바라기(Huong Duong Nguoc Nang)	VTV3	4.1	486,000
(악어 플로필)Ho So Ca Sau	VTV3	3.8	483,000
가족의 가치(Huong Vi Tinh Than)	VTV1	2.9	308,000
우리 시어머니 커플링 해줘(Kiem Chong Cho Me Chong)	HTV7	2.8	352,000
안녕! 행복(Xin Chao Hanh Phuc)	VTV3	2.8	363,000
Mr.Mau 빵집(Banh My Ong Mau)	HTV7	2.7	332,000

[표 2] 4개 대도시 15~54세의 시청자를 대상으로 조사된 베트남 인기 드라마 TOP 10(2021년 10월 기준)

※출처 : Kantar Media Vietnam

- 또한, 유튜브 플랫폼에서 드라마, 드라마 속 스틸컷 또는 드라마 예고편 등 동영상 조회 수는 큰 수치를 기록함. 드라마 ‘가족의 가치(Huong Vi Tinh Than)’ 제 47회 예고편은 460만 뷰, 드라마 ‘잊지 못한 날들(Nhung Ngay Khong Quen)’의 아이нг 쩌엉(Anh Duong) 캐릭터의 순간을 종합한 스틸컷은 540만 뷰, ‘집으로 돌아와라(Ve Nha Di Con)’ 제 68회의 스틸컷은 840만 뷰, ‘찹쌀몹쌀(Gao Nep Gao Te)’ 제 69회는 930만 뷰, ‘꽃피는 사과나무(Cay Tao No Hoa)’는 제 1회는 1,000만 뷰 등 기록함. 특히, 드라마 ‘꽃피는 사과나무(Cay Tao No Hoa)’는 방송 33회 만에 1억 뷰를 돌파함. 이 수치들은 베트남 드라마에 대한 베트남 시청자의 열기를 증명했고, 베트남 드라마는 미래에 더 발전할 수 있는 완전히 많은 잠재력을 가지고 있음
- 베트남 드라마의 장점 중 하나는 배우의 질임. 현재 베트남 텔레비전은 여러 세대에 걸쳐 훌륭한

19) 리메이크된 드라마는 원래 드라마에서 등장한 줄거리와 캐릭터를 기반으로 제작되었으며, 개봉 상황에 맞게 캐릭터의 세부 사항만 수정하거나 표현 방식을 변경하는 작품임

20) 칸타 미디어(Kantar Media)는 인사이트와 데이터 제공, 시장 연구의 글로벌 전문가인 칸타(Kantar) 그룹 소속임

21) Hanoimoi, ‘베트남 수준으로 백만 뷰의 드라마에 믿음’ 기사

배우들을 보유하고 있음. 탄퀴(Thanh Quy), 중안(Trung Anh), 민화(Minh Hoa), 투웬(Thu Uyen) 등 뛰어난 연기 경력을 가진 베테랑 배우들과 만쯔엉(Manh Truong), 투퀸(Thu Quynh), 란프엉(Lan Phuong), 느언푹빈(Nhan Phuc Vinh) 등 직업의 성숙기에 있는 배우들과 투퀸(Thu Quynh<퀸 쿨(Quynh Kool)>), 빅응옥(Bich Ngoc), 응옥훤(Ngoc Huyen) 등 신선한 젊은 배우들은 협력해서 다양한 연기의 정체성을 가짐. 특히, 아역 배우로는 드라마 ‘햇별 역의 해바라기(Huong Duong Nguoc Nang)’ 속 추 지엵 아잉(Chu Diep Anh), 드라마 ‘햇빛 비추는 사랑스러운 날(Thuong Ngay Nang Ve)’ 속 삼(Sam) 역 바오린(Bao Linh)과 소(So) 역 투안푹(Tuan Phong), 드라마 ‘도시의 소녀들(Nhung Co Gai Trong Thanh Pho)’ 속 하안(Ha Anh), 드라마 ‘왼쪽 가슴에 꽃힌 장미(Hoa Hong Tren Nguc Trai)’ 속 풍응이(Phung Nghi), 드라마 ‘어머니를 화나게 하지 마세요(Dung Lam Me Cau)’ 속 안느옌(An Nhien) 등이 있음. 대부분의 베트남 TV 황금시간대 드라마는 연기의 질로 큰 매력을 창출하는 배우 세대 간 잘 맞는 협력을 가지고 있음

- 주로 젊은 배우들을 출연한 드라마로는 ‘발라냐 하숙집(Nha Tro Balanha)’과 ‘다시 돌아오는 꽃의 계절(Mua Hoa Tim Lai)’, ‘꽃으로 가는 길(Loi Ve Mien Hoa)’ 등이 있음. 그때 이후 모든 드라마에는 새로운 얼굴들이 등장하기 시작함. 젊은 배우의 강점은 아름다운 외모, 젊음, 신선함, 자연스러움, 창의적인 연기력 등. 그러나 부족한 점은 연기 경험, 깊고 개성 있는 역할로 연기하는 ‘변신’ 실력. 새로운 얼굴을 선정하는 것은 시청률에 영향을 미칠 수 있기 때문에 감독과 제작자에게는 고민되는 결정임. 그러나 베테랑 배우들의 두터운 존재는 항상 드라마의 질을 보증. 또한 최근 2년 동안 드라마에서 등장한 젊은 배우들이 시청자를 충분히 설득했으며, 2021~2022년 드라마 시상식에서 카응언(Kha Ngan), 탄선(Thanh Son), 판탄훤(Phan Thanh Huyen) 등 젊은 배우들이 연기 우수상을 수상까지 해서 이는 선명한 증거임
- 그러나 베트남 드라마는 대본이라는 두드러진 약점이 여전히 존재함. 베트남 드라마 제작자는 드라마 시나리오의 질을 높이려고 노력했지만, 베트남 드라마 시나리오는 아직 풍성하지 않다는 평가를 받았음. 한국, 중국, 일본 등 다른 국가는 파탄, 초자연, 직업 전문성, 학교폭력, 상류사회, 사극 등 다양한 드라마 주제를 발굴하여 드라마를 제작하는데 베트남 드라마 제작자는 사랑, 가족 사랑, 형사 영화, 결혼 생활 등 주제를 주로 다루고 있음. 또한, 드라마 시나리오는 젊은 층 아닌 나이든 시청자를 대상으로 주로 창작되는 작품임. ‘오늘도 청춘(Tuoi Thanh Xuan)’, ‘내 첫사랑(Moi Tinh Dau Cua Toi, MBC의 <그녀는 예뻐다>), ‘발라냐 하숙집(Nha Tro Balanha, JTBC의 <오라차차 와이키키>’ 등 다소 젊은 시청자를 대상으로 제작된 드라마는 모두 한국과 공동제작 작품이나 한국 드라마 리메이크 작품임. 또한, 베트남 드라마 시나리오는 예측하기 쉬운 약점이 하나 더 있으며, 보통 드라마의 절반만 보면 다음 장면을 예측할 수 있음. 한국 드라마는 종종 갑작스러운 상황 변화로 시청자에게 인기를 끌 수 있지만, 베트남 드라마는 아직 이러한 수준에 이르지 못함. 많은 베트남 드라마는 대부분 초반부의 콘텐츠가 매우 매력적이지만 뒤로 갈수록 더 널리 퍼지고 희미하게 끝났음으로써 호랑이를 그리려다가 고양이를 그린 작품이 되어버렸음
- 인기 해외 드라마를 리메이크한 일부 베트남 드라마는 높은 평가를 받지 못했음. 베트남 문화와

다른 국가 문화가 다르기 때문에 원작의 정신을 유지하면서 베트남 문화에 맞게 교묘하게 리메이크하는 것도 난제임. 한국판 ‘하이킥’은 한국과 베트남에서 모두 흥행한 드라마지만 이 드라마가 베트남 현지화된 후 시청자는 람치(Lam Chi, 한국판 해리)라는 캐릭터의 성격이 베트남인의 도덕적 잣대에 반할 뿐만 아니라 원작보다 더 적당하지 않은 부분도 있음. 부적절한 배우 선정, 미숙한 연기력, 비현실적인 대사 편곡 등도 리메이크 드라마가 대중들에게 받아들여지지 않는 원인임

✔ 드라마 시장 발전에 대한 기회 및 애로사항

• <기회>

- 최근 몇 년 동안 베트남 드라마는 지속적으로 출시되고 계속 발전하는 기회를 점점 더 많이 열고 있음. 베트남 드라마는 여전히 베트남 국내 시청자의 사랑을 받고 있음을 알게 됨. ‘판사(Nguoi Phan Xu)’, ‘집에 돌아와라(Ve Nha Di Con)’, ‘잊지 못한 날들(Nhung Ngay Khong Quen)’, ‘11 월 5 일(11 Thang 5 Ngay)’ 등 아직도 깊은 인상을 남고 사랑받은 드라마임. ‘햇별 역의 해바라기(Huong Duong Nguoc Nang)’, ‘악어 프로필(Ho So Ca Sau)’ 새 에피소드 기대된다는 댓글은 이들 드라마에 대한 시청자의 관심이 더욱 입증되었음. 베트남 드라마의 시청률은 여전히 높은 수준을 유지하고 있음. 드라마 예고편이나 드라마 스틸컷의 동영상 조회 수는 현재 안정적인 수준으로 유지함. 또한, 드라마 토론 포럼에서 베트남 드라마에 대한 논의 주제는 여전히 뜨거운 주제이며 시청자들의 관심을 끌었음
- 베트남 국내 드라마에서는 아름다운 외모, 다양한 연기력 등 다양한 배우들의 장점은 활발하게 되어 있음. 번쥁(Van Dung), 광탕(Quang Thang), 치쥁(Chi Trung), 콩리(Cong Ly), 흥번(Hong Van), 타이화(Thai Hoa), 흥안(Hong Anh) 등 오랜 경력을 가진 베테랑 배우들은 여전히 실력 있고, 자연스럽고, 감성적인 연기로 시청자에게 사랑과 존경을 받고 있음. 만쯔영(Manh Truong), 흥당(Hong Dang), 흥찌엠(Hong Diem), 투퀸(Thu Quynh), 느언푹빈(Nhan Phuc Vinh) 등 차세대 배우들도 시청자들에게도 호평을 받고 있음. 투퀸(Thu Quynh<퀸 쿨(Quynh Kool)>), 수언응이(Xuan Nghi), 콩뜨영(Cong Duong), 르엉탄(Luong Thanh), 응옥훤(Ngoc Huyen) 등 젊은 배우들은 재능 덕에 빠르게 시청자들의 신뢰를 얻음. 특히 안느옌(An Nhien), 추지엵안(Chu Diep Anh), 뚜언푹(Tuan Phong) 등 신동인 실력 있는 아역 배우는 드라마에서 등장하여 베트남 드라마 제작자의 뛰어난 장점이 됨

• <애로사항>

- 첫째, 베트남 영화가 일반적으로 수백억 동에 달하는 투자를 받는 데 반해 드라마 투자는 여전히 그 정도로 발전되지 않음. 베트남 드라마는 주로 일상생활에 대한 현대적인 배경의 작품이기 때문에 장소, 기술, 이미지에 대한 투자는 높이 평가되지 않는다는 것이 사실임. 우선 드라마 포스터에 대한 투자를 살펴보면 베트남방송국에서 제작한 드라마 포스터는 종종 시청자들이 콘텐츠상과 미술상 둘 다 좋지 않고 시청자들에게 흥미와 호기심을 유발하지 않는다는 평가를 받음. 또한, 현대 생활 드라마를 주로 만들기 때문에 베트남 드라마에 대한

이미지에 많은 관심을 받지 않음. 이미 허황한 기교와 아름답고 진솔한 전투로 유명한 중국 드라마, 캐릭터의 의상, 장면 투자로 시청자의 사랑을 받고 있는 한국 드라마, 아름다운 그래픽을 가진 초자연적인 장면으로 대중을 사로잡은 일본 드라마 등에 비하면 베트남 드라마는 대부분 관심을 충분히 받지 않음. 특히 베트남 드라마는 시나리오에 더 초점을 두어야 함. 베트남 드라마 시나리오는 아직 다양한 주제를 개발하지 않았고, 젊은이들과 가까운 주제가 많지 않고, 안정적인 시나리오를 잘 구축하지 못했기 때문에 초반부의 콘텐츠가 매우 매력적이지만 뒤로 갈수록 더 널리 퍼지고 희미하게 끝나는 상황이 돼버렸음
 .. 둘째, 현행 베트남 영화법은 삶의 현실에 많은 낙후된 점을 드러내고 있음. 새롭게 개정된 영화법은 국영방송사와 극장에서 방송하는 콘텐츠를 대상으로 규정하며, 베트남 시청들을 위한 국경 간 네트워크 플랫폼에서 제공하는 콘텐츠에 대한 규제가 없음

✔ 베트남 내 국가별 드라마 선호도

- 베트남에서 드라마가 가장 인기 있는 나라는 베트남, 중국, 한국 등 3개국임. 베트남 드라마는 과연 베트남 드라마의 목표인 나이든 시청자, 특히 주부에게 인기가 많음. 중국과 한국 드라마는 베트남의 젊은 층과 나이든 시청자 모두에게 인기가 있음. 중국의 검투사, 무림, 역사 인물에 대한 드라마는 옛날부터 여러 세대의 베트남 가족이 좋아하는 드라마라고 할 수 있지만, 중국의 고전, 현대 감정, 사극은 젊은이들의 사랑을 받고 있음. 한국 드라마 경우는 가족애에 대한 드라마가 모든 연령대의 베트남 시청자가 열광함. 이 장르의 드라마는 베트남방송국의 채널에서 자주 방영되며, 베트남 시청자들이 더 쉽게 접근할 수 있도록 도와줌. 오늘날 생존, 상류, 추리 등 주제로 제작된 한국 드라마는 드라마틱하고 매력적인 점에서 지속적으로 선보여 베트남 관객의 마음속에 자리 잡게 했음

3. 예능프로그램

✔ 예능프로그램 제작 동향

- 예능 방송 프로그램은 오랫동안 베트남 사람들의 여가 생활에 적지 않은 기여해 왔음. 베트남에선 예능프로그램은 보통 힘든 일주일의 근무 후 각자 휴식을 취하고 즐기는 주말에 방송됨. 따라서 예능프로그램 콘텐츠는 엔터테인먼트를 시키는 경향이 있음. 대표 인기 프로그램으로는 ‘달려라 뭐 기다려?(Chay Di Cho Chi, 런닝맨 시즌 1)’, ‘1 박 2 일’, ‘이 세상에 너 있다(On Gioi Cau Day Roi!)’, ‘복면가왕(Ca Si Mat Na)’ 등이 있음. 이것들은 모두 예능감이 높은 프로그램들이고, 호스트들은 코미디언이며, 시청자들에게 유머러스하고 즐거운 분위기를 줌. 특히 ‘런닝맨 베트남’과 ‘1 박 2 일’의 성공 이후 현재 제작자들에게 즐거움과 체험의 프로그램이 대세임. 위의 프로그램들의 장점은 재미있고 새로운 게임들이 스포츠 정신, 긍정적인 정신, 즐거움을 준다는 것임
- 지적 콘텐츠는 항상 예능프로그램 제작에 관심의 대상이 되어 왔음. ‘베트남어의 왕(Vua Tieng Viet)’과 ‘번개처럼 빠른(Nhanh Nhu Chop)’은 이 부문에서 두 개의 인기 있는 프로그램이라고 할 수 있음. ‘번개처럼 빠른(Nhanh Nhu Chop)’은 처음에는 연예인 등장으로 인기가 있었지만, 나중에는 웃음과 지식 전달의 조합으로 인기를 얻었음. 반면 ‘베트남어의 왕(Vua Tieng Viet)’은

연예인이 등장하지 않지만, 수언박(Xuan Bac) 배우의 진행과 재미있는 포맷으로 지금까지 시청자들이 가장 좋아하는 예능프로그램 중 하나가 되었음

- 현재 방송 프로그램이 없어서 안 될 장르는 커플링, 데이트 프로그램임. 데이트 프로그램은 등장한 지 3년밖에 되지 않아도 프로그램 자체 유행으로 그 3년 동안 수많은 데이트 프로그램이 제작되어 시청자들의 관심을 끌었음. ‘데이트를 하고 싶어?(Ban muon hen ho)’와 ‘그대는 누구인가?(Nguoi Ay La Ai?)’는 두 개의 가장 대표적인 프로그램임. 지금까지 이 두 프로그램의 열기는 떨어질 기미를 보이지 않고 있으며, 데이트 프로그램들이 계속 제작될 전망

☑ 대표 인기 예능프로그램

예능프로그램	내용	소개
 <p>베트남 런닝맨</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제작진: 호치민방송국, SBS 방송국, Lime Entertainments, Madison Media Group(시즌 1), Dong Tay Promotion(시즌 2) • 방송 횟수: 15회(시즌 1), 16회(시즌 2) • 방송 분량: 75분 • 방송 기간: 2019~2022 	<p>‘런닝맨 베트남(Running Man Vietnam)’은 대한민국의 예능프로그램에서 베트남 현지화로 리메이크된 리얼리티 텔레비전 프로그램임. 여기서 고정 멤버와 게스트는 최종 승리를 위해 프로그램이 정한 미션 수행에 함께 참여할 것임</p>
 <p>1박 2일</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제작진: 호치민방송국, Dong Tay Promotion • 방송 횟수: 27회 • 방송 분량: 75~90분 • 방송 기간: 2022~현재 	<p>1박 2일은 베트남 유명 장소에서 1박 2일간의 여행 일정을 기록한 리얼리티 예능임. 참가자들은 자유하고 일어서 한다는 슬로건으로 일상생활을 경험하고 각 지역 사람들과 문화를 배우는 기회를 가질 것임</p>
 <p>복면가왕</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제작진: Vie Channel VieOn • 방송 횟수: 27회 • 방송 분량: 110~150분, 결승전 180분 • 방송 기간: 2022~현재 	<p>15 명의 참가자는 A 조, B 조, C 조 3 개 조로 나뉘어 복면 아래 공연을 펼침. 가면 뒤에 숨은 인물은 모두 연예인인데 프로그램의 자문단은 가면 뒤에 숨겨진 가수가 누구인지 추측해야 할 것임</p>
 <p>베트남어 왕</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제작진: 베트남방송국 • 방송 횟수: 42회(시즌 1,2) • 방송 분량: 45~60분 • 방송 기간: 2021~현재 	<p>베트남어 왕은 모든 연령대의 참가자가 참가 가능한 방송 프로그램임. 참가자는 베트남 속담 노래, 문법, 어휘와 관련된 퀴즈에 참여할 기회를 갖게 됨</p>

[표 3] 베트남 내 대표 인기 예능
※출처: OCD 자체 조사

☑ 대표 예능 제작사

구분	제작사	대표 예능	내용
	 Dat Viet VAC	<ul style="list-style-type: none"> • 복면가왕 • Rap Viet • 베트남 런닝맨 • 1박 2일 • 시절이 다 됐다 • 기쁜 기억 • 번개처럼 빠름 • 봄 미소 7 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: Dat Viet VAC 은 베트남의 거대하고 선도적인 미디어 회사 중 하나임. Vie Channel, VietOn, Dong Tay Promotion, Dat Viet Media, Dat Viet OOH, TKL, M&T Pictures, NOMAD MGMT Vietnam 등 자회사를 설립하여 베트남 사람들의 실제 생활에 유용한 '여부'의 예능 제작하는 기업 • 설립일: 1994 년 • 본사: 호치민 • 웹사이트: https://datvietvac.vn/
베트남 대형 기업	 CattienSa Cat Tien Sa	<ul style="list-style-type: none"> • The Voice Vietnam • Sing My Song • The Heroes • The Face (2016~2017) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: 베트남에서 방송 프로그램, 음악쇼, 광고, 행사 등을 전문으로 하는 미디어 기업 • 설립일: 1999 • 본사: 호치민 • 웹사이트: https://cattienSa.com/
	 BHD	<ul style="list-style-type: none"> • Vietnam Idol • Vietnam Got Talent • Master Chef • The Amazing Race 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: Binh Hanh Dan, 약칭: BHD 은 1996 년에 설립되었고 미디어와 방송 제작 분야에서 활동하는 베트남 최초의 민간 기업 중 하나임. BHD 는 스타 BHD Star Cineplex 영화관 구축에 투자하기도 함 • 설립일: 1996 • 본사: 하노이 • 웹사이트: https://www.bhd.com.vn/
최신 등장, 큰 성과 창출	 Dien Quan	<ul style="list-style-type: none"> • 개그맨과의 도전 • 너의 목소리 보여 • 음식 천국 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: Dien Quan Media & Entertainment 는 방송 프로그램 제작부터 광고, 행사 개최, 미디어 컨설팅, 마케팅까지 다양한 서비스를 제공하는 기업 • 설립일: 2008 • 본사: 호치민 • 웹사이트: http://dienquan.com/
	 Multimedia JSC	<ul style="list-style-type: none"> • Vietnam's Next Top Model • The Face(2018) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: MultiMedia JSC 은 미디어, 방송 프로그램 제작과 베트남 지역의 40 개 이상의 방송사에 방송 판권을 배포하는 전문 회사임 • 설립일: 2005 • 본사: 호치민
최신 등장, 아직 분발 필요	 Man Hinh Cong	<ul style="list-style-type: none"> • Top Chef Vietnam • 백억 구출 예능 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: Vega Coporation 소속사이자 2004 년 설립되어 미디어 솔루션과 예능, 드라마 등 방송 프로그램 제작 또는 판권 인수 서비스를 제공하는 기업 • 설립일: 2004 • 본사: 하노이와 호치민 • 웹사이트: https://manhinhcong.com/
	 Golden Screen Production - Golden Adgroup	<ul style="list-style-type: none"> • 음식의 미미 전쟁 • Your Face Sounds Familiar (Kids Version) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: Golden Screen 회사는 Golden Communication 그룹에 소속함 • 설립일: 1998 • 본사: 호치민 • 웹사이트: https://goldenadgroup.vn/

표 4 베트남 내 대표 예능 제작 민간 기업

※출처: OCD 자체 조사

✔ **베트남 예능프로그램의 장단점**

- 베트남 제작자들의 오랜 예능프로그램 제작 경험과 점점 더 많은 예능 프로그램들이 받아들여지고 있음에 따라, 확실히 베트남 예능프로그램에는 일정한 장점이 있음. 생산된 프로그램은 점점 더 품질을 높이고, 체계적으로 투자되며, 심지어 수십억 동까지 투자됨. 제작자들은 새롭고도 친근한 프로그램 콘텐츠와 효과적이고 지능적인 대중매체 덕에 시청자들에게 친근한 프로그램을 제공하는데 잘 해냈음. 베트남의 예능프로그램을 보면 베트남 이미지, 베트남 문화와 사람들이 매우 능숙하게 전파되었다는 것을 쉽게 알 수 있는 장점이 있음. 일반적으로 가장 최근의 두 가지의 프로그램인 ‘런닝맨 베트남’과 ‘1 박 2 일’을 언급할 수 있음. 베트남의 명소에서 촬영, 베트남 민속놀이, 베트남 음식 감상, 베트남 문화 체험 등은 베트남의 이미지를 국내와 국제 시청자 모두에게 분명하게 보여줌. 위의 프로그램들은 베트남 여행 잠재력을 더 많이 발굴하고 국제적으로 널리 소개하는 데 도움이 됨
- 그러나 베트남 예능프로그램은 여전히 특정 단점을 가지고 있으며 향후 더 발전할 수 있도록 조기에 극복해야 함. 시청자들은 베트남 프로그램이 마찰, 갈등 등 많은 아슬아슬한 상황을 만드는 것을 이용했다는 것을 쉽게 알 수 있음. 물론 이런 상황을 만든 것도 시청자에게 호기심과 흥미를 불러일으켰지만 센스가 없는 지나친 남용은 오히려 역효과를 만들었음. 너무 많은 재미있는 상황을 만드는 것은 현재 베트남에서 예능프로그램을 제작하는 데 문제가 되고 있음. 코미디 프로그램은 점점 더 많이 생산되지만, 전문성의 질은 떨어지고 전문성 프로그램도 너무 많은 코미디 요소를 포함하고 있음. 시청자는 헛소리와 무의미한 코미디에 점점 만족하지 않고 심지어 다른 사람들의 특징과 외모에 대한 비판도 자주 코미디에 노출되고 있음
- 예능프로그램 제작에 있어 실수는 일반적으로 불가피하며, 특히 개발도상국으로서 예능프로그램 제작의 성공적인 초기 단계임. 그러나 더 나아가기 위해, 제작자들은 여전히 시청자에게 최상 오락의 순간을 제공하기 위해 약점을 개선하기 위해 끊임없이 노력할 필요가 있음

4. 애니메이션

✔ **베트남 내 애니메이션 인기도**

- 애니메이션은 여전히 많은 세대의 베트남 사람들이 좋아하는 장르임. 시청자들에게 아름다운 그래픽, 인간적이고 의미 있는 콘텐츠, 긍정적인 마인드로 애니메이션은 다양한 장르의 베트남 시장에서 확고한 입지를 가지고 있음. ‘드래곤 길들이기’, ‘빅히어로 6’, ‘토이 스토리’, ‘슈퍼배드’, ‘도라에몽’, ‘센과 치히로의 행방불명’ 등 독특한 캐릭터가 등장하는 코믹한 애니메이션은 베트남 시청자들에게 큰 매력 있음. 투슬리스(드래곤 길들이기), 베이맥스(빅히어로 6), 우디와 버즈(토이 스토리), 미니언즈(슈퍼배드), 도라에몽 등의 캐릭터가 베트남에서 큰 인기를 끌고 있음
- 왕자와 공주를 주제로 한 애니메이션은 영화제작자뿐만 아니라 베트남 관객들에게도 오래된 주제가 된 적이 없음. ‘백설공주와 일곱 난쟁이’(1937), ‘신데렐라’(1950), ‘슬리핑 뷰티’(1959) 등이 오래전 제작된 작품이었지만 지금까지 전 세계 수백만 명의 아이들에게 사랑을 받고 있으며, 그중 베트남에서도 예외가 아님. 로커스 코퍼레이션(Locus Corporation)²²⁾에서 제작한

애니메이션 '레드슈즈'가 베트남에서도 인기를 끌자 현대 왕자와 공주들도 못지않게 매력을 느꼈음. 게다가, '공주 오리'와 '새벽의 연화'는 베트남에 많은 관심을 받는 두 편의 연속 공주 애니메이션임

- 감정은 현실 영화뿐만 아니라 애니메이션 영화에서도 인기 있는 장르임. 이러한 감정은 가족 사랑, 우정, 커플 사랑, 동물 사랑 등일 수 있음. 어느 쪽이든 사랑이라는 소재는 많은 시청자의 마음을 사로잡고 있음. '니모를 찾아서', '코코' 또는 가장 최근에 나온 'Spy x Family'는 베트남과 세계적으로 가족 사랑의 메시지를 강력하게 전달하는 영화임. '릴로와 스티치', '몬스터 주식회사', '보롱보롱 보로로' 등 우정을 주제로 제작된 베트남 내 한국 애니메이션임. '페이퍼맨', '너의 이름은', '하울의 움직이는 성' 등 사랑을 주제로 제작된 애니메이션도 베트남 시청자의 높은 평가를 받고 있음. 그 애니메이션 속에서 연애 이야기는 다양한 연령대를 위해 매우 능숙하게 전달됨
- 베트남에서 인기 있는 또 다른 애니메이션 장르는 슈퍼맨, 영웅 캐릭터를 대상으로 초자연적이고 판타지 장르임. 이런 장르는 어린이들뿐만 아니라 어른들까지 사로잡음. '팅커벨', '가이언스', '한여름의 전쟁' 등 베트남에서 SF 판타지 장르로 흥행한 애니메이션임

✔ 베트남 애니메이션 시장 현황

- 지금까지 베트남은 연간 15~17 편 규모의 애니메이션이 700~800 편 제작되었으며²²⁾, 그중 거의 100 편이 황금연꽃(Bong Sen Vang), 은연꽃(Bong Sen Bac), 황금연(Canh Dieu Vang), 은연(Canh Dieu Bac) 등 국내와 국제상을 수상됨. 베트남은 확정하는 민간 기업, 다양한 제품, 풍부한 인적 자원, 유연한 사업 방식 등 덕에 그 수치에 달함. 베트남 애니메이션 산업은 기술, 그래픽과 콘텐츠 측면에서 점점 발전하고 있음. 애니메이션 시나리오와 콘텐츠가 점점 진보하고 다양화되어 시청자에게 관심을 이끌었음. 사회심리학을 주제로 'Bad Luck', 동화와 요정을 주제로 'WOA Fairy Tails', 재미있고 유머러스한 삶의 주제로 'Wolfoo Family', '토끼 칠색(Tho Bay Mau)' 등은 다양하게 제작되고 있음
- 그러나 베트남 애니메이션은 민간 업체가 참가하지 않는 채 국내 영화제에만 참가함. 이것은 베트남 영화제작자들이 잘 살펴봐야 함. 베트남 애니메이션은 국제상을 가지고 있지만, 국제 시장에서 베트남 애니메이션의 커버리지는 여전히 매우 낮음. 애니메이션 산업에서는 대중들은 디즈니, 픽사, 일본 애니메이션 등 떠오르고 심지어 베트남 시청자까지도 국내 애니메이션보다 훨씬 더 국제 애니메이션을 떠올리는 경향이 있음
- 베트남이 직면하고 있는 또 다른 현실은 애니메이션이 영화의 매출에 포함되지 않고 극장만 상영한다는 것임. 최근 몇 년 동안 애니메이션은 영화 매출의 10~15%를 가져가는 강력한 성장세를 보이고 있음. 세계를 보면 일본 등 국내 애니메이션 산업은 애니메이션과 관련 작품의 기여도가 GDP의 5~6%를 차지함
- 베트남 애니메이션은 주로 엔터테인먼트 플랫폼에서 방영되는 장편 영화이지만, 크고 긴 시간이 있고 영화관에서 상영할 만한 애니메이션이 모자람. 베트남 애니메이션 스튜디오는 매년

22) 한국 애니메이션 스튜디오

23) 영화국, '베트남 애니메이션의 제작 능력과 국제 협력' 세미나

30~35 편 이상의 작품을 만들지만, 여전히 10~15 분짜리 단편 애니메이션이고, 일부 30 분짜리 작품은 제작하긴 하지만 수는 여전히 제한되어 있음. 한편, 최소 60 분 이상짜리 작품이어야 극장 상영 가능하며, 다른 국가에서 온 애니메이션은 베트남 박스오피스에서 높은 수익을 올렸다는 원인이 됨

- 일본은 도라에몽과 키티, 미국은 미키마우스, 한국은 보로로, 중국은 호두까기 형제 각 국가의 애니메이션을 상징하는 세계적인 인기 캐릭터를 보유하고 있는데 베트남은 아직 국내 애니메이션의 상징적 캐릭터가 없음. 이것은 베트남 애니메이션의 인지도를 다른 국가에 비해 여전히 훨씬 떨어지게 만들. 게다가 시나리오 창작의 발전에도 불구하고 다른 나라에서 온 애니메이션만큼 새롭고 독특한 시나리오를 만들지 못했음

❖ 애니메이션 시장 발전에 대한 기회 및 애로사항

• <기회>

- 베트남은 애니메이션을 발전시킬 수 있는 전환점에 앞두고 있음. 애니메이션은 삶의 메시지, 인간적인 메시지를 퍼뜨리는 데 좋은 효과가 있기 때문임. 애니메이션은 단순히 오락적인 의미를 갖는 것이 아니라 각 작품 속에서 삶에 대한 좋은 메시지를 전달하고, 사람들이 자신을 완성하는 데 도움이 됨. 애니메이션은 교육시키는 데 좋은 도구이기도 함. 애니메이션 ‘울푸 가족(Gia Dinh Wolfoo)’ 속에서 아이들에게 숫자를 세고, 주중에 요일과 입체 도형에 대해 배우며, 베트남 역사에 대한 애니메이션은 젊은 세대들이 민족의 역사에 대해 더 많이 이해할 수 있도록 도와줌. 애니메이션은 또한 국가 문화의 가치로 콘텐츠를 창작함. 베트남 애니메이션 채널과 애니메이션 스튜디오의 애니메이션 채널은 베트남의 역사, 베트남 문화, 베트남 사람들의 생활방식, 베트남 사람들의 행동 문화, 그리고 베트남 민족의 역사를 이해하는 데 도움이 되었음. 베트남의 성을 담은 애니메이션은 베트남 이미지를 홍보하고 국가의 힘과 국가 브랜드를 구축하는 데 도움이 됨
- 최근 몇 년 동안 창업 열풍과 같이 점점 더 많은 베트남 애니메이션 스튜디오가 설립되어 수년간의 운영 후에도 계속 유지되어 점차 국내외 시장에서 명성을 쌓았음. 특히 Colory Studio, Red Cat Motion, Thundercloud Studio 등 3D 및 모션 그래픽 분야에서 대표적으로 부상하는 기업임. 최근에는 DeeDee Animation Studio, WOA, F.Studio 등 2D 애니메이션 제작에도 참여하고 있음. 애니메이션 제작의 민간 부문이 많다는 것은 다양한 제작진에 의해 다양한 시각, 주제, 콘텐츠를 제작할 수 있음. 또한, 베트남 애니메이션 산업에 젊고 신선한 바람을 불어넣는 젊은 영화제작자가 많은 국가임. 베트남 애니메이션 스튜디오에서 제작한 작품은 큰 인기를 끌었음 ‘울푸 가족(Gia Dinh Wolfoo)’과 ‘이상한 은하수의 몬타(Monta Trong Dai Ngan Ha Ki Cuc)’는 조회 수가 수십만 건, ‘귀신과 인연(Duyen Am)’은 페이스북에서 230 만 건, ‘Bad Luck 시즌 1 은 전체 조회 수는 1,100 만 건을 기록했음

• 애로사항

- 베트남은 애니메이션을 발전시킬 잠재력을 가지고 있지만, 베트남의 애니메이션 제작은 여전히 많은 어려움에 직면하고 있음. 현재 애니메이션 제작은 국부적이고, 개인적이며,

선봉이 부족하고, 철저한 인도가 없음. 이것은 애니메이션 제작자들이 한국과 일본 같은 다른 선진국들로부터 배울 필요가 있음. 제작자는 장면 시나리오 작성부터 애니메이션 제작, 촬영, 사운드, 조명 등 전문 제작 경험이 아직 부족함

- 베트남의 애니메이션 제작은 국영기업뿐만 아니라 애니메이션 공동개발을 위한 민간 기업과의 정책적 지원이 부족함. 세계 국가들, 특히 일본과 미국에서는 애니메이션이 매우 발달하고 있는데, 이는 기업 간의 연결성이 있고 정부로부터 지원을 받고 있으며, 국제사회와의 신뢰와 유대감을 형성하기 때문임. DeeDee Animation Studio²⁴⁾의 설립자이자 매니저는 베트남 애니메이터의 수준과 기술이 세계와 동등하다고 확인함. 이 회사는 오랫동안 디즈니, 워너브라더스 등 대형 제작사와 공동 제작해 '도라에몽' 등 대형 애니메이션 제작에 참여해 온 시청자가 만족함. 현재 베트남 애니메이션 제작사들은 제품을 세계에 출시할 때 전문성과 경영진의 동반자를 얻지 못하고 있음. 만약 국가의 지원을 받는다면, 베트남 애니메이션은 세계에 나갈 때 훨씬 더 많은 관심을 받을 것임. 애니메이션 제작사는 현재 애니메이션 축제나 국제 박람회에 자발적으로 참가하고 있음. 다른 많은 국가에는 자국 정부가 운영하는 국가의 소개 부스가 있으며 관련 기업들이 국제 파트너에게 브랜드와 제품을 홍보할 수 있도록 지원함. 그래서 베트남 애니메이션은 국제 시장뿐만 아니라 국내 시장에서도 발전하기 위해 국가의 지원과 홍보가 절실히 필요함
- 베트남의 애니메이션 제작자들은 전문성이 뛰어나지만, 주로 직업적인 측면에 관심이 많고 정책의 영향에 관심이 적음. 물론 그들도 정책적인 요구는 있었지만, 기업 발전을 돕는 정책들을 가질 수 있는 것은 아직 치열하지 않음. 정부의 정책과 메커니즘은 베트남 애니메이션의 이름을 더 멀리 알리는 데 크게 기여하는 요소임. 애니메이션 제작자들은 모두 전문성, 경험, 기술이 높고 베트남 화가가 매우 재능이 있지만, 그들이 아직 자신의 권리를 보호하고 제품을 개발하기 위한 적절한 정책은 아직 마련하지 못하고 있음
- 베트남 애니메이션은 아직 단기간 작품이고, 엔터테인먼트 플랫폼에서 방영되고 있으며, 베트남 애니메이션은 영화 수준에 맞는 작품이 아직 단 한 편도 없었음. 지금까지 30분짜리 미만의 애니메이션을 제작하는 것에 익숙했던 베트남 애니메이션 스튜디오에는 여전히 큰 도전임. 극장에서 영화를 상영하기 위해서는 시간, 내용, 그래픽 요구 사항을 충족시켜야 하기 때문임

24) 베트남 애니메이션 스튜디오

☑ 대표 인기 애니메이션 스튜디오

애니메이션 스튜디오	대표 작품	내용
 베트남 애니메이션 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> • 삶의 선물(Qua Tang Cuoc Song) • 진묘한 순간(Khoang Khac Ky Dieu) • 형과 동생(Anh Va Em) • 보람된 여름 방학(Ky Nghi He Y Nghia) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: 베트남에서 가장 규모가 크고 가장 오래된 애니메이션 제작사 • 설립일: 1959 • 본사: 하노이
 DeeDee Animation Studio	<ul style="list-style-type: none"> • 이온실버 별동부대(Biet Doi IOn Bac) • 영광 사명(Su Menh Vinh Quang) • Awaken • 말세: 이전 이야기(Tan The: Tien Truyen) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: 미디어 분야에서 활동하고 애니메이션과 홍보용 애니메이션 제작하는 기업 • 설립일: 2016 • 본사: 하노이
 Animost Studio	<ul style="list-style-type: none"> • Moonlight Sculptor • King's Raid X • Monkey Cannon Short Film 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: 속도나 퀄리티를 바탕으로 작업을 하는 애니메이션 스튜디오 • 설립일: 2014 • 본사: 하노이
 Vintata	<ul style="list-style-type: none"> • 이상한 은하수의 몬타(Monta Trong Dai Ngan Ha Ki Cuc) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: VinTaTa는 빈그룹에 소속 애니메이션 스튜디오이자 첫 번째 제품을 가지고 있으며 계속해서 국제적인 베트남 애니메이션을 출시할 계획을 하고 있는 기업 • 설립일: 2016 • 본사: 하노이
 Sun Woft Animation Studio	<ul style="list-style-type: none"> • 토끼 칠색(Tho Bay Mau) • 제비(En) 	<ul style="list-style-type: none"> • 개요: 베트남 민속 문화의 미학에 영감을 받아 애니메이션을 제작하는 베트남 애니메이션 스튜디오 • 설립일: 2013 • 본사: 하노이, 호치민

[표 5] 베트남 대표 애니메이션 스튜디오
※출처 : OCD 자체 조사

5. 음악

☑ 음악 시장 현황

• 음원 스트리밍 발전 현황

· 음악은 여전히 활발하고 활기차며 발전하는 시장 중 하나임. 또한 스트리밍의 발전은 아티스트와 음악 청취자의 권리, 상품 저작권과 밀접하게 연결되어 있기 때문에 진보한 음악 환경 구축에 기여함. 베트남에서 스트리밍은 인구의 72% 이상이 스마트폰을 사용하며 하루 평균 음악 스트리밍 시간은 약 1시간 11분으로써 잠재력이 크고 발전하고 있음²⁵⁾. 따라서 미 탐(My Tam), 선 퉁 엠티피(Son Tung MTP), 담 빈 흥(Dam Vinh Hung), 레 꾸엔(Le Quyen) 등과 같은 베트남 가수는 점차 스트리밍에 접근하여 디지털 음악에서 수익을 얻기

25) 청년신문(Tuoi tre online)의 '베트남 디지털 음악, 새로운 시대로 진입' 기사

시작하였고, 2021년 좋은 결과로 스트리밍에 진입하였음. 특히 2021년 4월 에스 머니(S-Money) 통계에 따르면, 뎀 바우(Den Vau)와 민(Min)의 'Bai nay chill phet' 노래는 베트남 스포티파이(Spotify)에서 수익이 가장 높은 음악이 됨. 구체적으로 이 노래가 스포티파이(Spotify)에서 벌어들인 금액은 총 1,350만 스트림으로 5만 2,103.06달러(약 12억 동)임²⁶. 스트리밍 시대가 실제로 열렸으며 베트남 가수와 아티스트에게 희망찬 미래를 가져오고 있음

• 한국 음악의 영향

- 한국 미디어의 영향력은 막대함. 한국은 로맨틱 드라마로 인기를 얻은 이후 대중음악에 계속 투자해 왔음. 1995년부터 현재까지 일련의 유명 가수와 그룹이 지속적으로 데뷔하면서 K 팝은 베트남을 비롯한 전 세계에 영향을 미쳤음. 최근에는 'K 팝 콘텐츠에 시간을 얼마나 보내신가'라는 질문으로 약 6천 명을 대상으로 설문조사를 진행하며 결과는 스탯시타(Statista)²⁷ 사이트에서 게시됨. 이 조사는 한국 외에 K 팝 노출 빈도가 가장 높은 17개국을 대상으로 진행되며 베트남은 월평균 22시간으로 3위를 기록하였음²⁸. 이는 2020년 설문조사이며 현재는 한국 음악이 베트남 사람에게 점차 더 많은 영향을 미치고 있기 때문에 22시간에서 멈추지 않겠음. 최근 중앙일보의 유튜브 조회 수 10억 이상 K 팝 아티스트 탑 8(2021년 2월~2022년 3월) 통계에 따르면 베트남은 상위 8개 중 5개의 아티스트에게 가장 높은 조회 수에 기여한 상위 10개 국가에 포함되었음²⁹. 한국 음악은 많은 카페, 식당, 슈퍼마켓에서 한국 음악을 많이 틀거나 사람들이 거리에서 K 팝 커버댄스 그룹을 쉽게 볼 수 있으므로 베트남 사람 생활 속 나타남

• 현대 음악과 민속 음악의 결합

- 최근 몇 년간 폭발적으로 증가하지만, 현대 음악과 민속 음악, 전통 소재 간의 결합은 황 투이 린(Hoang Thuy Linh) 가수의 일련의 성공적인 노래 덕분에 점차 인기 있는 경향이 되었음. 베트남 음악은 민족 문화의 전통적 가치가 담는 역사적·문화적 소재에서 영감을 받은 일련의 노래를 출시한 이후 눈부신 변화를 이루었음을 볼 수 있음. 황 투이 린(Hoang Thuy Linh) 가수는 민속 소재를 사용하여 '반 쯔이 느역(Banh troi nuoc)', '주엔 엄(Duyen am)' 등과 같은 일련의 노래를 출시하였음. 가장 특별한 것은 황 투이 린(Hoang Thuy Linh)이 2019년 '공헌(Cong hien)' 뮤직 어워드에서 4개의 부문을 수상하며, 기록을 세우는 데에 도움이 되는 노래인 '말해 줄게(De Mi noi cho ma nghe)'임. 최근 황 투이 린(Hoang Thuy Linh)은 2022년 란 성 사잉(Lan song xanh) 뮤직 어워드³⁰에서 '올해의 가수', '올해의 노래', '올해의 앨범'(CD LINK) 3개 부문에서 수상하였음. '지에어 꾸애(Gieo que)', '시 덩(See tinh)', '버 시 버(Bo Xi Bo)' 등과 같은 노래는 매우 성공적인 노래임. 이

26) 화 혁 쩌(Hoa hoc tro)신문의 '스포티파이에서 가장 높은 디지털 음악 수익을 올린 V팝 노래는 파오(Phao)나 선 동 MTP(Son Tung Mp-TP) 아닌!' 기사

27) 독일 소비자 데이터 및 시장조사 회사

28) 띠 응악(Tinnhac) 신문 'K팝을 시청하는 데에 가장 많은 시간을 보내는 10개국' 기사

29) 켕14(Kenh 14)신문의 '블랙핑크, 방탄소년단, 아이유, 에스파... 유튜브 조회수를 가장 많이 '끌어내'는 나라는? 베트남의 위치에 놀랐?' 기사

30) 1997년부터 호치민시 인민 라디오 방송이 개최한 음악상

노래들은 심지어 외국 연예인들이 '시 딩(See tinh)' 노래 커버 댄스를 함으로 국제무대에서 매우 유명함. 또는 더 히어로즈(The Heroes) 프로그램에서 에릭(Erik) 가수는 베트남 최초의 독립 선언인 '남국산하(南國山河, Nam Quoc Son Ha)'라는 시에서 작곡된 '남국산하(Nam Quoc Son Ha)' 노래로 깊은 인상을 남겼음. 이 노래는 전통적인 샐티(Chanty)와 영웅적인 멜로디, 잘 들리는 비트의 아름다운 조합임

☑ 대표 음원 스트리밍 어플

어플	발행사	장점	단점
 스포티파이	스포티 파이 AB (Spotify AB, 스웨덴)	<ul style="list-style-type: none"> • 대규모 저작권 음악 보관함, 빠른 업데이트 • 고품질 음악 • 사용자의 음악 감상 경험 개인화 	<ul style="list-style-type: none"> • 광고 많음 • 데이터 유출 쉬움 • 허위 정보 저장
 징 MP3	VNG 주식회사 소속 VNG 코퍼레이션 (베트남)	<ul style="list-style-type: none"> • 사용하기 쉬운 인터페이스 • 검색 항목별로 정렬 • 음악 지속 업데이트 • 온라인과 오프라인 모두 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 저질 노래 많음 • 국제 음악 제한
 NCT(Nhaccuatui)	NCT 주식회사 - NCT 코퍼레이션 (베트남)	<ul style="list-style-type: none"> • 사용하기 쉬운 인터페이스 • 빠르고 지속 업데이트 • 온라인과 오프라인 모두 가능 • 여러 기기에서 계정 동기화 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 피드백 느림 • 광고 많음 • 저작권 보호 없음
 애플뮤직	애플(미국)	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 노래 보관함 • 전 세계의 온라인 라디오 채널 • 온라인과 오프라인 모두 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 수수료 높음

표 6 | 베트남 내 대표 디지털 음악 플레이어 어플

※출처 : OCD 자체 조사

- 그중 스포티 파이(Spotify)는 베트남 사람에게 가장 인기가 있지만, 이는 외국 애플리케이션임. 이는 베트남 애플리케이션 제조업체가 사용자 수를 증가시키기 위하여 애플리케이션의 품질을 개선해야 함

☑ 음악 시장에 대한 기회 및 애로사항

• <기회>

- 현재 베트남은 디지털 음악 시장을 발전시키는 데에 많은 이점을 가지고 있음. 우선, 베트남은 젊은 인구와 인구 밀도가 높은 국가임. 이는 젊은 세대는 열정적이고 새로운 것에 민감하며, 음악 트렌드를 빠르게 업데이트하고 특히 음악 및 저작권 문제에 관심이 많기 때문에 큰 이점이 있음. 젊은 세대는 베트남에서 음악 스트리밍의 대부분을 차지하는 대상이기도 함
- 그다음은 베트남 음악 시장에 디지털 음악 애플리케이션이 많고 이러한 애플리케이션의 다운로드 수도 최대 수익 회에 달할 정도로 매우 높음. 이러한 애플리케이션은 베트남 사람이 양질 음악 보관함을 체험할 뿐만 아니라 사람들에게 자신의 취향에 맞는 노래를 소개하며, 아티스트의 저작권을 보호하고 아티스트가 디지털 음악 수입을 증가시키는 데에 도움이 됨

- 활발하고 현대적인 젊은 연예인과 가수들이 등장함으로 베트남 음악산업은 부상하고 있음. 흐어 김 뚜옌(Hua Kim Tuyen), 부이 공 남(Bui Cong Nam), 땅 주이 떤(Tang Duy Tan), 미 아인(My Anh), 황 중(Hoang Dung) 등이나 최근에 가장 인기가 있는 모노(Mono)는 모두 창의적인 음악적 사고를 가진 젊고 대단한 연예인으로 베트남 음악에 신선한 색깔을 불어넣음. 신인 가수의 음악 제품도 체계적으로 투자하고, 세심하게 작성하며 그들의 이름이 대중에게 더 가까이 갈 수 있도록 미디어와의 결합하는 것임
- <애로사항>
 - 기회에도 불구하고 베트남 음악 시장은 여전히 많은 애로사항에 직면하고 있음. 저작권 문제는 소유자가 직접 게시한 많은 노래가 저작권으로 신고당함으로 음악 발전에 걸림돌이 됨. 가장 대표적인 사례는 장 선(Giang Son) 음악가의 인기가 많은 명곡인 '낮의 꿈(Giac mo trua)'이며, 장 선(Giang Son) 음악가가 개인 유튜브에 곡을 올리자 저작권 침해 신고를 당하였음. 이러한 일로 베트남 음악가협회가 팜 뚜옌(Pham Tuyen), 쯙 다이(Trong Dai), 판 후인 디우(Phan Huynh Dieu), 반 까오(Van Cao) 등 유명 음악가를 위하여 투자 및 제작한 작품 865 개에 해당하는 76 장의 앨범이 유튜브에서 저작권 소유자를 인증하기 위하여 BH 미디어(BH Media)에서 사용하고 있음을 밝혀졌음. 많은 음악가의 히트곡이 불법적으로 사용되며 연주되고 있음. 최근에 우옌 린(Uyen Linh) 가수가 땅 주이 떤(Tang Duy Tan)의 '총각 위에(Ben tren tang lau)'라는 곡을 작가의 허락없이 사용하여 수익을 얻었다는 경우가 있음. 반 마이 흐엉(Van Mai Huong)은 레이디 가가(Lady Gaga)의 히트곡을 저작권 없이 커버하며, 호아이 람(Hoai Lam)의 '색깔 없이 꽃이 핀다(Hoa no khong mau)'라는 노래를 부를 때도 허락이 없기 때문에 논란에 휩싸였음. 저작권 분쟁도 현재 논란이 되는 문제임. 가장 최근의 사건은 응웬 콰(Nguyen Khoa)와 카이 쩐(Kay Tran) 사이의 '땃 덩 데이(Tet dong day)' 노래의 저작권을 분쟁하는 것임. 따라서 가수와 음악가의 권리를 보호하기 위한 정책을 마련하고 동시에 남의 두뇌를 무시하는 행위를 근절해야 함
 - 또한 베트남 음악 시장은 많은 가수가 자격이 없거나 충분한 자질, 도덕성이 없지만, 여전히 예술 활동에 자유롭게 참여함으로 다른 어려움에 직면해야 함. 예를 들면 피 프엉 아인(Phi Phuong Anh)은 무의미하고 거부감이 있는 콘텐츠가 많은 노래가 있다고 함. 피 프엉 아인(Phi Phuong Anh)뿐만 아니라 지 뿌(Chi Pu)의 '사시미(Sashimi)', 응오 기옌 휘(Ngo Kien Huy)의 '모두 가만히 있어(Tat ca dung im)', 황 옌 지비(Hoang Yen Chibi)의 '응! 미안(U! Thi em xin loi)' 등과 같은 노래의 내용부터 가사까지 무의미하고, 심지어 저속하고 일탈적이라고 하기 때문에 시청자를 실망시킴. 또한 히옌 호(Hien Ho)나 잭(Jack) 등과 같은 스캔들에 휩싸였던 가수가 잠시 공백기를 갖고 연예 활동에 복귀하며, 심지어 이 두 가수는 여전히 일부 팬들과 동료들의 지지를 받을 수 있음. 이는 베트남 시청자의 일부가 여전히 가수와 관련된 직업윤리 문제에 너무 관대하다는 점에서 해결해야 할 문제를 제기함

2 콘텐츠산업의 성공사례 분석



1. KBS <세상에서 제일 예쁜 내 딸> 드라마 리메이크: 햇빛 비추는 사랑스러운 날(Thuong ngay nang ve)

☑ 개요

- '햇빛 비추는 사랑스러운 날'은 베트남 드라마 센터(Vietnam Television Film Center)와 베트남방송국이 제작한 드라마로 2021년 11월에 방송됨. 이 드라마는 2019년에 방송된 한국 드라마인 '세상에서 제일 예쁜 내 딸'을 각색하며, 부이 띠엔 휘(Bui Tien Huy)와 우수 예술인 부 쩡영 코아(Vu Truong Khoa)가 공동 감독하는 것임. '햇빛 비추는 사랑스러운 날'은 시즌 1은 33회와 시즌 2는 54회로 총 87회로 두 시즌이 있음. 드라마의 엑스트라 스토리 일부는 2022년 2월 2일(즉 설날 2일) VTV고(VTV Go)와 VTV 엔터테인먼트(VTV Giai tri) 애플리케이션에서 상영 시간이 28분으로 방송됨
- '햇빛 비추는 사랑스러운 날'은 엄마가 주인공인 가족영화임. 이 드라마는 똑똑하지 않은 남동생과 세대가 다른 여성과 어머니인 맏언니 번 칸(Van Khanh), 입양된 딸인 번짱(Van Trang), 그리고 막내 번 번(Van Van) 세 딸과 함께 사는 응아(Nga) 부인에 대한 이야기임. 남편은 일찍 세상을 떠났고, 응아(Nga) 부인은 분리에우(bun rieu)를 팔아 부지런히 아이들을 키웠음. 60세에 접어든 응아(Nga) 부인은 세 딸이 다 컸지만, 삶에 늘 고민으로 가득 차 있기 때문에 마음이 여전히 편하지 않음. 수다스럽고 잔소리 많고 급한 편이지만 희생정신과 무한한 사랑으로 응아(Nga) 부인은 형제와 딸들에게 튼튼한 버팀목이 됨. '햇빛 비추는 사랑스러운 날'은 가족 사랑에 대한 이야기뿐만 아니라 사랑, 업무 등에서 우여곡절을 겪는 세 딸의 관계를 둘러싼 다양한 삶의 단면을 시청자에게 제공함. 많은 우여곡절을 겪으면서도 결국 사랑, 보호의 필요성, 가족을 위한 온전하고 가장 좋은 것을 주는 점에서 만났음

☑ 드라마의 성공요인

- 세부 사항에서 메시지까지 뛰어난 영화 제작 기술을 가짐. 친숙한 가족애 주제이지만, 디테일을 교묘하게 처리한 기술로 '햇빛 비추는 사랑스러운 날'의 매화는 궁금증을 자아내며, 시청자를 매료시켜 다음 회차를 기대하게 만들음. 드라마를 만든 세부 사항은 가족 간의 갈등, 연애 문제, 직장에서의 겪은 어려움 등 삶의 문제에서 모은 일상적인 이야기임. 선풍적이나 까다로운 사건이 필요하지 않고 이러한 단순한 세부 사항 덕분에 시청자가 마치 자신이 있는 것처럼 느끼게 됨. 따라서 그들은 드라마에 생긴 문제를 해결하는 방법에 대해 궁금하여 계속 드라마를 따라감
- 시청자에게 깊은 인상을 남기고자 하면 드라마에 명확한 메시지가 있어야 함. 드라마에서 응아(Nga) 캐릭터는 까칠하고 급한 편이며, 아이들을 꾸짖고 아이들이 그녀를 구식이고 강압한 편 어머니로 보게 만드는 여성이지만, 아이가 아플 때, 지칠 때, 온 세상이 등을 돌릴 때, 그녀는 언제나 그 자리에 있어 '괜찮아, 엄마가 있어! 집에 가자'라고 하며 아이를 위로하고 지켜줌. 이는 가족이 각 사람을 위로하고 보호하며 긍정적인 에너지를 만들어내는 곳임을 확인하면서 전달해야 할 메시지를 명확하게 보여준 '햇빛 비추는 사랑스러운 날'의 성공임



그림 1 | 가족을 소재로 한 감동적인 드라마 '햇빛 비추는 사랑스러운 날'

※출처: OCD 자체 조사

- 이 드라마는 시청자로부터 많은 긍정적인 반응을 얻었음. '이 드라마가 너무 감동적이고 진실하다', '왜 영화를 보는데 현실의 삶과 같다'라고 하는 것과 같은 댓글은 '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마에 대한 수천 명의 관객 댓글 중 일부임. '햇빛 비추는 사랑스러운 날'은 가족애에 대한 친근하고 감동적인 콘텐츠뿐만 아니라 배우들의 안정적인 연기로 높은 평가를 받았음. 따라서 드라마의 매회는 VTV 고(VTV Go)와 VTV 엔터테인먼트(VTV Giai tri) 등과 같은 플랫폼에서 수십만 조회 수를 기록하였음. 아울러 2022년 07월에 '햇빛 비추는 사랑스러운 날'이라는 키워드가 베트남 구글(Google)의 매일 검색된 콘텐츠 상위 5위에 진입하였음. 이에 따라 드라마는 방송을 계속하는지 안 하는지, 드라마의 결국을 둘러싼 질문도 시청자의 관심을 끌어들이
- 제작진의 최선의 노력과 시청자의 사랑과 뜨거운 격려로, '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마는 많은 수상을 통하여 인정받았음. 2021년에는 '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마 시즌 1은 연상(Canh Dieu)³¹⁾을 수상하며 부이 띠엔 휘(Bui Tien Huy) 감독이 드라마 최우수 감독상을 수상됨. 2022년에도 이 드라마는 VTV 인상상(An Tuong VTV)³²⁾을 수상하며, 번 팡(Van Trang) 캐릭터를 연기한 판 민 후옌(Phan Minh Huyen)은 인상적인 여배우상을 수상됨. 또한 번 카인(Van Khanh)의 시어머니 역인 란 흐엉(Lan Huong) 인민 예술가는 2022년 공연 예술 분야의 우수 예술가상에서 올해 우수 드라마 여배우상을 수상됨. 이는 1년여의 노력과 고생 끝에 '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 제작진에게 달콤한 성과임

📌 성공 패턴

- 예상치 못한 매력적인 대본을 창출하는 것은 매우 필요하다. 드라마는 시청자의 호기심을 자극하고 시청률을 유지하기 위하여 의외의 요소를 만들어야 함. 이를 위하여 대본을 작성하는 작가의 논리적 사고와 진지한 두뇌 투자가 필요하다. '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마는 캐릭터에 맞게 공감하고 캐릭터와 울고 웃게 만들며, 모성애가 고조되는 데에 성공하였음
- 시청자들에게 배우가 드라마의 주체이자 중심이기 때문에 배우를 선택하는 것은 매우 중요하다. '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마에는 젊은 배우부터 베테랑 배우까지 아름답고 내력을 가진 배우들은 드라마의 성공을 이루었음. 응아(Nga) 부인 역인 타인 꾸이(Thanh Quy) 인민 예술가가

31) 베트남 영화 협회의 연례 영화상임. 이는 베트남 영화 산업에서 가장 크고 유명한 상 중 하나임

32) 한 해 동안 VTV의 많은 시청자를 유치하고 지원한 인상적인 TV 제품, 엠시(MC), 편집자와 드라마를 인정하고 기린 베트남 방송국의 연례 텔레비전 상임

심리적 무게감이 있는 역에 대한 '보증인'임. 연기하지 않은 듯한 연기로 타인 퀴(Thanh Quy) 인민 예술가는 캐릭터를 진실하게 부각하며, 많은 시청자를 감동하게 만들. 또한 홍 당(Hong Dang), 판 민 후옌(Phan Minh Huyen), 란 프엉(Lan Huong), 응웬 딘 투(Nguyen Dinh Tu), 도안 꾸옥 담(Doan Quoc Dam) 등 젊은 배우도 캐릭터의 감정을 명확하게 연기하였다고는 평가를 받음

- 배우들의 연기뿐만 아니라 아름다운 배경도 드라마 속 인상적인 장면을 만드는 데에 중요한 역할을 함. '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마의 메인 감독, 화가와 영상감독은 여러 장소, 기숙사, 집 등에서 장면과 적합한 곳으로 골라 보지만 이야기의 색깔이 나타낼 수 없기 때문에 아늑한 공간을 만들기 위하여 제작진은 이 가족을 위한 별도의 설정으로 스튜디오에 한 장면을 만들기로 하였음. 드라마에 과거 시간의 소박하고 목가적인 시골 풍경부터 날씨가 맑은 날에 촬영한 호양 주이(Hoang Duy)와 번 쩡(Van Trang)의 결혼식의 로맨틱 장면까지 제작진의 사려 깊음과 철저함, 투자를 보일 수 있음
- 배경 외에 아름다운 의상도 시청자 눈을 끄는 데에 도움이 되는 요소임. 캐릭터의 성격, 취향, 업무에 따라 의상을 선택하는 것은 지루하지 않고 캐릭터의 이미지를 생생하게 함. '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마의 스타일리스트인 쿡 만 꾸언(Khuc Manh Quan)은 주인공들을 위한 한 회당 2~3벌의 의상을 준비한다고 함. 80회가 넘는 기간 동안 드라마의 의상 수는 엄청난. 의상에 대한 세심한 투자 덕분에 시청자들을 항상 캐릭터의 스타일에 만족시켰음
- 현재 리메이크 영화 제작에 대한 투자는 베트남의 추세임. 이는 영화제작자에게 안전한 선택이 될 수도 있음. 감독과 극작가는 새로운 이야기를 만들 필요가 없음. 동시에 리메이크 영화를 만들 때 이미 수용할 준비가 된 잠재 시청자가 있었음. 원작 영화의 내용과 결말을 미리 알고 있음에도 불구하고 시청자는 여전히 새로운 분위기로 다시 체험하거나 리메이크 작품의 다른 점을 기다릴 수요가 있음. '햇빛 비추는 사랑스러운 날' 드라마는 마지막 회에서 전환점을 만들어 시청자를 터트리게 하였음. 어머니 캐릭터가 한국 원작과 같은 슬픈 운명을 겪지 않아 아름다운 결말이 있음. 감독과 극작가의 창의성 덕분에 베트남판은 찬란하게 마무리되며 시청자를 만족시켰음

2. MBC의 <복면가왕> 예능프로그램 리메이크: 베트남 복면가왕(Ca Si Mat Na)

☑ 개요

- '베트남 복면가왕(Ca si mat na, The Masked Singer Vietnam)'은 2022년 7월부터 방송된 음악에 대한 리얼리티 TV 쇼임. 이는 비에 채널(Vie Channel) 주식회사가 한국 TV 프로그램 '복면가왕'에서 판권을 인수한 프로그램임. 호스트 역할은 응오 끼엔 휘(Ngo Kien Huy)이며 쩐 타인(Tran Thanh), 락 락 락(Toc Tien), 와위(Wowy)(이후 득 폭(Duc Phuc)) 등을 포함한 자문위원회와 함께 프로그램 내내 참여하고 각 회에 멘토 역할을 담당하는 연예인 게스트가 있음
- 프로그램에 참여하는 참가자는 가창력이 있는 연예인임. 오랫동안 무대에 오르지 못한 레전드 가수나 최근 젊고 유망한 가수일 수도 있음. 각 연예인은 프로그램에서 제공하는 마스크트 세트에 분장하며, 프로그램 참여하는 동안 참가자의 신원은 비밀로 유지됨. 인트로 영상과 현물, 참가자의 목소리를 통하여 제공된 단서를 바탕으로 자문단은 참가자의 성함을 예측할 수 있도록

캐릭터에 대한 더 많은 정보를 캐내기 위하여 질문을 할 권리가 있음. 첫 3회가 끝난 후 자문단과 시청자는 가장 마음에 드는 캐릭터 투표를 하고 투표율이 가장 낮은 캐릭터는 가면을 벗고 신원을 밝히며 게임을 중단해야 함. 참가자들의 경쟁 외에 시즌별 우수 멘토에게는 쇼의 '골든 귀' 컵이 수여됨

❖ **방송 프로그램의 성공요인**

- 프로그램 포맷이 매력적이며 시청자의 호기심을 불러일으킴. 해외에서는 이러한 포맷이 많이 사용되었지만, 베트남에서는 가수가 정교한 마스크트 뒤에 숨어 노래하는 것이 아직도 낯설. 신원이 비밀로 유지되고, 오디오 처리된 목소리와 연예인의 목소리 변화 기술은 자문 위원회와 시청자를 혼란시킴. 다음 경연에 더 들어갈수록 프로그램에서 더 많은 힌트를 제공함. 이는 가면 뒤에 숨은 연예인의 신원에 대하여 게스트와 시청자의 호기심을 자아내며 꼭 예측하는 이유임. 그뿐만 아니라 시청자가 '복면가왕'과 자문단 간의 대담으로 폭소하게 되거나, '어디선가 익히 들었는데' 가수의 이름을 추측할 수 없을 때 눈살을 찌푸릴 수 있거나, 훌륭하게 처리하는 히트곡의 아름다움에 빠져 기막힐 정도로 감탄할 때도 있다. 독특하면서 유머러스하고 재미있는 규칙의 변화는 '복면가왕'을 매주 주말 방송될 때 시청자들에게 매력적인 정신적인 활동이 됨
- '복면가왕'은 베트남 연예계의 파워풀한 보컬리스트를 끌어모았음. 프로그램을 시청하는 시청자는 연예인이 가면 뒤에서 립싱크를 하는 것이 아닌가 하는 의심이 들 정도로 수준 높은 음악 무대를 즐길 수 있음. 그러나 실제로 그것은 연예인의 실력임. 보시다시피 이 프로그램은 하 응이(Ha Nhi), 미라 쩐(Myra Tran), 투이 지(Thuy Chi), 쩡 꾸언(Trung Quan) 등과 같은 잠재적인 젊은 가수를 유치할 뿐만 아니라 우옌 린(Uyen Linh), 르엉 빅 후우(Luong Bich Huu), 하 쩐 디바(Diva Ha Tran), 응옥 마이(Ngoc Mai) 등과 같은 '난적' 보컬도 끌어들이. 이는 프로그램 제작자에게 큰 성공이자 행복임



|그림 2| '복면가왕', 실력파 가수 대거 참여

※출처: OCD 자체 조사

- 프로그램의 메시지는 인문주의적인 의미로 가득 차 있음. 프로그램 내내 시청자는 경기의 본질에 지는 것보다 경쟁이 아닌 연예인의 음악에 빠지고 승화한 분위기를 느낄 수 있었음. 그 의미는 연예인을 빛내주는 순간인 마스크트를 벗어날 때에서 가장 명확하게 드러남. 가면을 벗는 것은 시청자가 승패 아닌 연예인을 만나고 싶다는 것을 보여줄 뿐임. 쩌 타인(Tran Thanh) 연예인은 개인 페이지에서 '복면가왕'은 그 가수가 누구인지 세상에 알리기 위한 목적이 아니라, 더 훌륭한 것은 프로그램이 '화려한 외모, 패션, 메이크업, 의상을 무시할 때 연예인에게 빛나는 것은 목소리뿐이다'라는 메시지를 전달하고자 함. 또한 오랜 시간 동안 어떤 이유로 자신을 숨기거나

참해야 하는 연예인은 가면 뒤에 있을 때에만 진정한 개성으로 살고, 표현하고, 노래할 수 있는 것 같음. 그들을 고민 없이 승화시키는 순간 일생일대의 명작을 감상하는 시간이기도 함

- 시청자는 긍정적으로 받아들임. 이 프로그램은 방송할 때부터 독특하고 새로운 포맷으로 시청자의 관심을 유치하였음. 구체적으로 프로그램의 회당 조회 수는 수백만 뷰를 기록하며, 16 회의 모두 유튜브 탑 트렌딩 1 위를 차지하고, 그중 6 개의 회가 첫 24 시간 내 유튜브 트렌드 상위권에 올라 언론과 소셜미디어에서 토론의 초점임. 주최 측에 따르면 '복면가왕'은 16 개의 회를 방송한 이후 여러 플랫폼에 조회 수가 10 억 뷰 이상을 기록하며, 1 년 만에 최다 팔로워 수를 기록하고 비에온(VieON), 유튜브, 페이스북, 틱톡 등에서 1 위를 차지함. 또한 프로그램이 2022 년 11 월 19 일 호치민시 푸토(Phu Tho) 스타디움에서 개최한 올스타 콘서트(All-star Concert)도 2 만 명 이상의 참가자를 유치하였음
- '복면가왕'은 2022 년 큰 상을 받았음. '복면가왕' 프로그램은 2022 년 제 28 회 마이 방상(Giai Mai Vang)³³⁾ 시상식에서 '디지털 및 텔레비전 플랫폼 프로그램' 부문에 빛남. 동시에 응오 끼엔 휘(Ngo Kien Huy) 엠시는 '텔레비전 프로그램 엠시' 부문에서 수상함. 제작자의 세심한 투자와 제작팀의 노력으로 2022 년 '복면가왕' 프로그램이 거둔 달콤한 성과임

❖ 성공의 패턴

- 정교하고 세심한 투자가 필수임. 베트남의 텔레비전 프로그램 간의 치열한 경쟁으로 인하여 두각을 나타내려면 제작자가 진지하게 투자해야 함. '복면가왕'은 캐릭터부터 출연진의 무대 설계까지 2022 년 가장 공을 들인 프로그램 중 하나라고 할 수 있음. 매회 방송될 때마다 15 명의 마스크트가 화려한 의상을 입고 등장하며 다음 회 마스크트는 전회를 비해 더 정교하게 업그레이드됨. 제작자에 따르면 마스크트 의복에 대한 디자인 투자는 총비용이 최대 수십억 동에 달하며 전체 팀의 1 년 과정임. 또한 디자이너는 해외에서 재료를 수입하여 의상을 많이 붙였으나 가렵지 않고, 타이트하고 신축성이 있어 연예인이 가장 편하게 느낄 수 있도록 함
- 또한 음악의 품질은 '복면가왕' 제작진이 치중하는 요소 중 하나임. '음악 마녀'라고 불리는 호아이 사(Hoai Sa) 밴드는 쇼에 매우 뛰어난 리믹스 비트를 제공하여 오늘날의 음악에 새로운 바람을 불어넣음. 쇼에서 만들어진 새로운 리믹스 비트의 수는 100 개를 넘어, 이는 모든 음악가의 꿈임. '복면가왕'의 성공적인 리믹스 비트의 대표전인 사례는 파이어 피닉스(Phuong Hoang Lua)의 '색깔 없이 꽃이 핀다(Hoa no khong mau)' 노래임. 호아이 람(Hoai Lam)의 원곡에 뒤지지 않고 파이어 피닉스(Phuong Hoang Lua)의 리믹스 본도 매우 예쁘다는 댓글이 많음. 또는 록의 숨결과 파워풀한 보컬을 가진 '층각 위에(Ben tren tang lau)'의 새로운 리믹스 비트와 같이 파란 눈표범(Bao mat biec)의 무대는 새로운 '채찍질'을 만들어내며 시청자의 찬사를 받았음. 이 프로그램은 밴드 외에도 많은 밴드 외에도 많은 가수가 모든 무대에 동행할 수 있도록 신뢰를 얻는 합창 그룹인 캐딜락(Cadillac)을 초대하였음. 호아이 사(Hoai Sa) 밴드와 캐딜락(Cadillac) 합창 그룹 덕분에 마스크트 캐릭터의 무대가 더욱 승화되었음
- 또한 프로그램 무대도 정교하게 설계되어 매우 아름다운 소리와 빛으로 화려함. '복면가왕'은 시청자에게 재미있는 시간을 가져줄 뿐만 아니라 연예인에게 거대한 규모인 음악 무대도

33) 1995년부터 노동자신문이 개최한 베트남의 문화 및 예술 활동에 긍정적인 기여를 한 예술가를 기리기 위한 연례 시상식임

제공하며, 마스코트 캐릭터가 대중에게 다가갈 수 있는 기회를 제공함

- 양질의 음악을 즐기고자 하는 수요는 여전히 매우 많음. 음악 시장의 급속한 발전과 함께 음악의 변질과 혼성화에 대한 고민도 많아짐. 현재 상업과 광고 목적으로 많은 노래와 음악 프로그램이 저질이지만 여전히 텔레비전 채널과 대중매체에 소개되고 홍보되므로 음악 생활은 표면적으로 활발하지만, 깊이가 부족하고 지속 가능한 가치가 부족함. '복면가왕'의 매력은 시청자가 좋은 가창력을 가진 가수와 음악이 핵심인 음악 프로그램에 대한 '갈증'이 남아 있음을 보여줌. '복면가왕' 시즌 1에 참여하는 15 명의 가수는 모두 유명 가수라 해도 과언이 아닐 만큼 아름답고 양질의 목소리를 소유하고 있으며 음악은 대중의 마음에 자리를 잡고 있음. 시청자는 누가 더 노래를 잘하는지 비교하기 위해서 뿐만 아니라 주로 각 가수의 음악 기술을 명철하고 전문적으로 처리하는 방법을 즐기기 위하여 쇼를 봄. 그들은 최고 수준의 음악을 즐기고자 하며, 프로그램은 사기가 아닌 완벽한 음악으로 시청자를 이끌어냄

3

베트남 콘텐츠산업 전망



1. 인구 증가와 경제 성장

- 유엔 자료에 따르면 베트남의 인구는 2022년 12월 3일 기준 99,270,682 명에 달하였음. 베트남은 국가 및 영토의 인구 순위에서 세계 15 위임³⁴⁾. 통계청의 2019년 인구 및 주택 총조사 자료³⁵⁾에 따르면, 베트남에는 15~49 세 연령대가 전체 인구의 52% 이상을 차지함. 인구가 증가함에 따라 젊은 층과 근로 연령층이 대다수를 차지하므로 과학 및 기술 발전을 빠르게 접수할 수 있으며, 많은 창의적이고 혁신적인 콘텐츠를 접수할 준비가 되어 있음
- 접수할 뿐만 아니라 현재 베트남 젊은이들은 콘텐츠, 특히 틱톡(TikTok), 페이스북(Facebook), 유튜브(YouTube) 등과 같은 디지털 플랫폼의 콘텐츠를 만드는 경향이 있음. 일정한 콘텐츠 제작 경험과 기존 청중으로 젊은 콘텐츠 제작자는 콘텐츠 제작자가 협력 수요가 있을 때 좋은 파트너 또는 후보자가 될 수 있음
- 인구 외에도 지난 10년 동안 베트남의 국내총생산(GDP)은 증가하지만, 2020년과 2021년에는 코로나 19 팬데믹의 파기가 경제에 큰 영향을 미쳤음

34) 뚜옌꽁(Tuyen Quang)성 당위원회 웹사이트 포털의 '빠르고 지속 가능한 국가 개발을 위한 베트남 인구의 질 향상' 기사

35) 통계청의 '2019년 4월 1일 0시 인구 및 주택 총조사 결과' 기사



그림 3 | 2012~2022 국내총생산(GDP) 성장률

※출처: 베트남 통계청

- 2022년 베트남의 국내총생산(GDP)은 8.02%로 증가하여 지난 11년 동안 가장 높은 성장률에 도달함. 2022년 1인당 GDP는 현재 가격으로 1인당 9,560만 동으로 추산되며, 이는 2021년에 비하여 393달러 증가한 4,110달러에 해당함³⁶⁾. 따라서 베트남의 1인당 GDP는 20년 후 여러 번 증가하였음. 경제가 성장함에 따라 인민의 소득이 점차 증가하고 음악, 영화 등과 같은 엔터테인먼트 콘텐츠에 대한 지출 수요도 증가시킬 것임

2. 다양한 엔터테인먼트 수요, 특히 디지털 플랫폼의 엔터테인먼트

- 각 사람의 스트레스를 받은 공부나 작업 이후 엔터테인먼트 수요는 필수임. 성별, 연령 및 개인의 엔터테인먼트 수요의 차이로 인하여 점차 더 다양하고 독특한 엔터테인먼트 콘텐츠가 필요함. 예를 들면 같은 게임에 대한 수요가 있지만, 감정을 풀어주기 위하여 슈팅 게임을 좋아하는 사람이 있고, '배틀그라운드(PUBG)'나 '검협정연(劍俠情緣)' 등과 같은 롤 플레이 게임을 좋아하는 사람도 있음. 한편, 다른 사람은 '마인크래프트(Minecraft)'나 '스도쿠(Sudoku)' 등과 같은 지적으로, 창의적으로 또는 예리하게 자신을 개발하기 위하여 게임을 할 필요가 있음
- 현재 스마트 전자 기기와 연계된 디지털 플랫폼에서의 엔터테인먼트는 삶에서 빠질 수 없는 정신적 활동이 됨. 특히 코로나 19 팬데믹 이후 사람들은 격리되고 이동이 제한되었으므로 디지털 플랫폼에서의 엔터테인먼트에 대한 수요가 폭발적으로 증가시켰음. 디지털 플랫폼의 엔터테인먼트가 많은 젊은 사람들이 즐기는 이유는 다양하고 풍부한 콘텐츠 외에 능동적이고 편리한 것이 높이 평가되는 두 가지 요소임. 과거에는 텔레비전 엔터테인먼트에 상호 작용이 없었고 시청자는 콘텐츠를 수동적으로 접수하였음. 현재 그 관계는 쌍방향 상호 작용으로 변경하며, 고객으로서 시청자는 자신이 좋아하는 엔터테인먼트 채널을 구매하고 필요할 때 언제든지 즐길 수 있는 권리가 있음. 텔레비전뿐만 아니라 디지털 플랫폼의 모든 엔터테인먼트 서비스는 젊은 사람들의 활발하고 현대적인 생활방식에 적합한 주동성과 편리성을 사용자에게 제공하고 있음

36) 통계청의 '4분기 및 2022년 사회경제 상황' 보고서

3. 인터넷 사용자의 비율 증가

- 정보통신부 통계에 따르면, 지난 20년 동안 베트남의 인터넷 사용자 수는 기하급수적으로 증가하여 2002년 300만 명에서 2022년 7,200만 명으로 국가 인구의 72%를 차지함. 이 숫자로 베트남은 전 세계적으로 인터넷 사용자 수가 12위를 차지하며, 아시아 35개의 국가 및 영토 중 6위를 차지함. 베트남 사용자는 하루 평균 7시간을 인터넷 관련 활동에 참여하며, 베트남의 매일 인터넷 사용자 비율은 최대 94%임³⁷⁾. 수년에 걸쳐 인터넷 사용자 수가 빠르게 증가함에 따라 디지털 플랫폼은 콘텐츠 제작자가 계속 투자하고 활용할 수 있는 잠재적 시장임

4. 콘텐츠 유통 플랫폼 만발

- 현재 페이스북(Facebook), 유튜브(You Tube), 틱톡(Tik Tok), 인스타그램(Instagram) 등은 많은 젊은 사람들이 접근하고 콘텐츠를 창출하고 있는 인기 플랫폼임. 시청자가 좋아하는 콘텐츠를 표시하는 알고리즘을 통하여 제작자가 짧은 콘텐츠를 만들어 광고하고 시청자를 자신의 사이트로 유치하기 위해 기회이자 애로사항이기도 함
- 한편, 각 플랫폼에는 콘텐츠 제작자가 적합한 플랫폼을 선택하기 위하여 주의를 기울여야 하는 고유한 기능이 있음. 구체적으로 페이스북(Facebook)은 정보, 기사, 이미지 공유에서 짧은 비디오 게시에 이르기까지 많은 기능을 제공하며, 유튜브(You Tube)는 사용자가 장시간 및 대용량 비디오를 업로드할 수 있도록 하고, 틱톡(Tik Tok)은 사용자가 최대 길이 10분의 동영상을 업로드할 수 있음
- 미래에는 콘텐츠 제작 플랫폼은 사용자에게 다양한 새로운 기능을 제공함으로써 점차 완벽해질 것임. 이는 플랫폼 간의 경쟁과 압력을 증가시킬 것임. 따라서 기존 플랫폼에 의존하거나 새로운 플랫폼을 만드는 것은 콘텐츠 제작자가 신중하게 고려해야 할 문제가 될 것임

37) 젊은 사업가(Doanh nhan tre) 신문의 '베트남은 인터넷 사용자 에 대한 세계 12위' 기사

베트남 비즈니스센터 담당자 연락처

홍정용 센터장	+84-39-226-4093	hongjy84@kocca.kr
부 마이 치 주임	+84-93-457-9927	maichi0714@kocca.kr

(자체보고서용 판권지) 연구명

2023년 2호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	홍정용 센터장 (베트남 비즈니스센터)
집필자	Tang Van Khanh/ OCD Management Consulting Consultant
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2023년 03월 09일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”