

베트남 콘텐츠 산업동향

2023년 01호

코로나19 이후 베트남 콘텐츠 시장동향 및 2023년 전망



KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

베트남 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2023년 01 호

구분(장르)	제 목	Key Word
테마리포트	코로나19 이후 베트남 콘텐츠 시장동향 및 2023년 전망 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠산업 동향과 소비성향 2023 베트남 콘텐츠산업 전망 포스트코로나 이후 콘텐츠기업이 주목해야 하는 콘텐츠 개정법	포스트코로나 / 콘텐츠 동향 및 전망 / 콘텐츠 개정법

작성 | 한국콘텐츠진흥원 베트남비즈니스센터

배포 | 2023.03.09



테마리포트

I. 코로나19 이후 베트남 콘텐츠 시장동향 및 2023년 전망

작성순서

1. 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠산업 동향과 소비성향

- 1) 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠산업 동향
- 2) 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠 실시간 검색 TOP 5

2. 2023 베트남 콘텐츠산업 전망

- 1) 텔레비전과 영상 콘텐츠 전망
- 2) 방송 콘텐츠 강화를 위한 기회
- 3) SNS 플랫폼 콘텐츠에 대한 소비성향 강화
- 4) 게임 콘텐츠에 대한 소비성향의 지속 확대
- 5) 법적 장애, 시장 변동에도 불구하고 블록체인 게임과 플레이 투 언(Play-to-Earn) 게임의 폭발

3. 포스트코로나 이후 콘텐츠기업이 주목해야 하는 콘텐츠 개정법

- 1) 2022년 개정 지적재산권법 통과
- 2) 2022년 개정 영화법 통과
- 3) 기타 개정·시행된 법적 규정

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠산업 동향과 소비성향



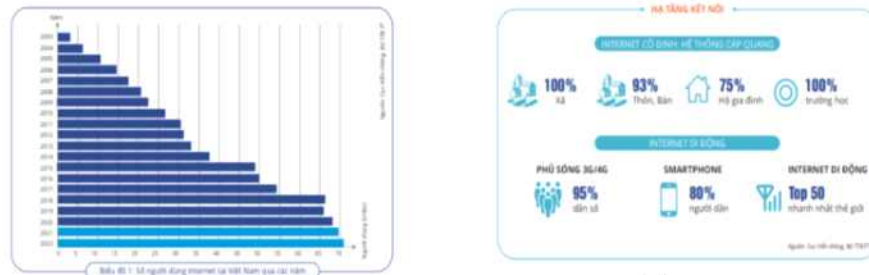
1. 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠산업 동향

- 지난 2022년 베트남은 콘텐츠 산업발전에 대한 커다란 잠재력을 가진 국가로서의 모습을 강하게 보여줌. 베트남은 글로벌 시장통합 과정에서 다른 동남아 국가에 비해 출발은 늦었지만, 지난 25년 만에 기술, 정보, 통신 면에서 권역 내 및 세계 각국 수준으로 따라붙게 됨. 현재에도 첨단 기술과 높은 인터넷 보급률로 통신 인프라 시설 면에서 높은 평가를 받는 국가가 됨. 베트남 정보통신부 팜득롱(Pham Duc Long) 차관은 현재 일상생활에서 인터넷을 사용하고 있는 사람이 약 7,210만 명(인구의 73.2%)으로 세계 13위를 차지한다고 언급¹⁾. 세부적으로는 모바일 광대역 인프라가 전국의 99.73%, 광케이블을 가진 가구는 약 1,979만 가구로 72.4%를 차지한다고 발표. 광케이블 인프라는 면, 구, 읍 등은 100%, 촌락은 91%, 학교는 100%까지 설치되었음. 스마트폰을 사용하는 휴대전화 가입자는 9,420만 명, 모바일 광대역 가입자는 8,220만 명으로 인구의 74.3%를 차지함. 특히 이러한 수치로 베트남의 모바일

1) 베트남 정보통신부, '인터넷 데이, 베트남 인터넷 서비스 개국 25주년 그리고 11주년' 기사, 2023.02 접속

인터넷 발전 속도는 세계에서 가장 빠른 50 개국 안에 속하며, IPv6²⁾로의 인터넷 전환 속도는 심지어 세계 상위 10 개국 안에 들었음. 또한, 베트남은 ".vn" 도메인이 약 564,000 개가 넘으며 이는 아세안 2 위, 아시아·태평양 지역 상위 10 개국에 해당됨. 또 IP 활용도(IPv4, IPv6)는 전 세계 상위 20~30 개국에 속함

- 정보통신기술과 인터넷 기반 구조가 급속히 발전하고 있는 위의 수치는 베트남이 엔터테인먼트 미디어와 온라인 서비스 및 제품을 소비하는 큰 수요를 가지고 있는 국가임을 보여주는 것으로, 콘텐츠 국내외 기업들에게도 관심이 높은 큰 시장이기도 함



[그림 1] 베트남 인터넷 기술기반과 인터넷 사용자에 대한 관련 수치(2022년)

※출처: 베트남 정보통신부

- 한편, 베트남 콘텐츠산업의 잠재력은 인터넷 연결 장치와 서비스를 사용하는 소비자 비중에서도 나타남. 2023 년 1 월 발표된 〈We are social〉의 새로운 연구³⁾에 따르면, 베트남의 인터넷 사용자 수는 2022 년⁴⁾에 비해 약 7,210 만 명에서 7,793 만 명으로 베트남 인구의 거의 80%를 차지한다고 함



[그림 2] 베트남 인터넷 연결 장치와 서비스 사용자 통계
(2023년 1월 기준)

※출처: We are social

- 한편 베트남 소비자는 소셜 네트워크, 인터넷, 엔터테인먼트 채널 등에서 콘텐츠 상품과 서비스를 자주 소비해 왔으며, 이러한 소비성향은 엔터테인먼트 애플리케이션과 웹사이트의 조회 수로 가장 뚜렷하게 나타남. SEMRush⁵⁾ 2022 년 12 월 기준의 통계에 따르면, 베트남 내 가장 많이 나온 실시간 검색으로는 정보 검색·학습, 소셜 네트워크(SNS), 웹툰 웹사이트, 전자 신문

2) IPv6 주소(Internet protocol version 6)는 IPv4 주소를 대체하기 위해 설계된 새로운 버전의 인터넷 주소. IPv4 주소는 32비트 길이로, 예를 들어 203.119.9.0의 소수점 군집 형태로 표현됨. IPv4는 최초의 인터넷 주소 버전이며, 20년 이상 인터넷 폭발로 발전해 왔음. 32비트의 길이를 가진 IPv4 공간은 전세계 네트워크 활동을 위한 약 40억 개의 주소를 포함함

3) We are social, Digital 2023 Local country headlines, 2023

4) We are social, Digital Vietnam, 2022

5) SEMrush, Top Websites ranking - Most Visited Websites in Vietnam, 2022

등에 대한 웹사이트 주소가 대부분임

순위	웹사이트	구분	월간 조회 수
1	 google.com	정보 검색	1,015,660,253
2	 youtube.com	SNS	833,595,257
3	 facebook.com	SNS	173,845,032
4	 vnexpress.net	전자 신문	143,660,816
5	 truyenfull.vn	웹툰	89,566,640
6	 24h.com.vn	전자 신문	59,602,441
7	 zingnews.vn	전자 신문	53,819,849
8	 lazada.vn	전자 상거래	44,776,688
9	 wikipedia.org	공부	44,626,413
10	 shopee.vn	전자 상거래	40,757,520

표 1 | 조회 수가 가장 높은 베트남 웹사이트 TOP 10(2022년 12월 기준)
※출처: SEMrush

- 심지어 이러한 추세는 앞으로도 계속 증가할 것으로 예상됨. 코로나 19와 객관적 원인으로 발생한 많은 경제적 어려움에도 불구하고, 2022년 베트남은 예상 밖에 GDP 성장률이 목표 6~6.5%⁶⁾보다 약 8% 이상⁷⁾ 달성하면서 아세안 지역 선진 디지털 인프라를 구축한다는 목표도 달성했음



그림 3 | 연간 베트남 GDP 성장률(2022년 기준)
※출처: 베트남 통계청

- 세계적으로 경제는 여러 어려움에 직면하여 많은 불황 위험을 내포하고 있는 반면, 베트남의 경제 성장은 2022년 초 이후 긍정적인 회복세를 보임. 베트남 통계청의 보고서⁸⁾에 따르면, 2022년 1~3분기 GDP 성장률은 각각 5.05%, 7.72%, 13.67%를 기록했으며, 2022년

6) 베트남 통계청, 2022 4분기 베트남 경제·사회 현황 리포트, 2022

7) 베트남 정부 전자 신문, '연간 GDP 성장률은 8%로 어려운 상황에서 목표치를 상회할 것으로 예상된다' 기사, 2022

8) 베트남 통계청, 2022 1~3분기 베트남 경제·사회 현황 리포트, 2022

9 월까지 경제성장률은 2021~2022 년 9 개월 만에 최고치인 8.83%로 성장하였음으로써 목표치를 상회할 것으로 나타남⁹⁾. 위에서 추산한 8.02%의 GDP 성장률도 수년 만에 베트남의 가장 높은 성장률로, GDP 성장은 높은 예산 수입 증가에 기여할 것임.

- 베트남 재무부의 통계¹⁰⁾에 따르면, 2022 년 말까지 베트남 국가 총예산은 1,803 조 6,000 억 동으로 추정되며, 이는 미리 계산했던 지수보다 127.8% 높아진 수치로 2021 년에 비해 15% 증가할 것으로 예상됨. 이것은 예산을 배정한 지출 정책과제에 대한 충분한 자원을 확보하는 동시에 여러 재정 정책을 시행하면서 베트남의 성장, 안정 및 생활 향상을 지원하는 정책을 전개하는 데 큰 기여를 함. 이와 같이 세계 경제가 불안정하고 예측하기 어려운 상황에서 높은 인플레이션과 많은 거래가 감소했지만, 베트남의 경제 성장은 여전히 긍정적인 성장을 이루었음
- 또한, 코로나 19 의 악영향에도 불구하고 베트남은 디지털 경제 성장과 디지털 소비에서 동남아의 선두 국가가 됨. 구글(Google), 테마섹(Temasek), 베인앤컴퍼니(Bain & Company) 등에 따르면¹¹⁾, 2022 년 베트남 전체 경제물가는 230 억 달러(~28 조 9,340 억 원¹²⁾)로 2021 년보다 약 28% 증가해 성장을 면에서도 동남아를 주도함. 정통부 자료에 따르면, 2022 년 디지털 산업 매출은 1,480 억 달러(~186 조 1,840 억 원)로 2021 년보다 10% 이상 증가했음¹³⁾. 한편 산업통상부 자료¹⁴⁾에 따르면, 2022 년 말 베트남 전자상거래는 성장을 세계 5 위를 올라가 경제발전 동력 창출, 기업 내 디지털 전환 유도에 기여함. 2022 년 베트남 소매 전자상거래 시장 규모는 164 억 달러(약 20 조 6,312 억 원)로 전국 소비재 및 서비스 매출의 7.5%를 차지했고, 연평균 20%의 성장률로 베트남은 eMarketer 에서 세계 전자상거래 성장을 상위 5 개 국가로 분류됨¹⁵⁾
- 일반적으로 베트남은 2022 년 다시 정상화된 직후 경제가 회복되었을 뿐만 아니라 코로나 19 이전과 비교하면 긍정적인 성장세를 보였고, 베트남 경제와 콘텐츠 산업에 많은 변화와 추세가 형성되었음. 2022 년 콘텐츠 산업의 동향과 추세는 아래에서 자세히 설명함

2. 포스트코로나 이후 베트남 콘텐츠 실시간 검색 TOP 5

❖ 문화·예술·콘텐츠 행사·대회의 재개

- 베트남은 수천 년 전통으로 유구한 문화를 가진 국가임. 현재 베트남에는 박물관 총 166 군데 보유하고 있으며, 그중 국가박물관 4 군데에 약 3 백만 개 이상의 유물이 있음. 구체적으로는 3,486 개의 국립 기념물, 1,626 개의 역사 유적, 105 개의 특별 국립 기념물, 288 개의 국립 무형 문화유산(하노이는 21 문화유산)을 보유하며, 세계 문화유산은 27 개의 국가 기념물이 유네스코에 등록되어 있음. 특히 박닌성에만 민요(Dan ca quan ho)와 까쭈(Ca tru)라는 두 개의 세계 문화유산을 보유¹⁶⁾하고 있는데, 이는 전통적인 문화, 예술, 창작 활동을 통한 삶에

9) 베트남 통계청, 2022 1~3분기 베트남 경제·사회 현황 리포트, 2022

10) 베트남 회계감사 포털, '베트남 국가 총 예산은 1,803조 6,000억 동으로 추정되며 이는 미리 계산했던 지수와 127.8% 높아 2021년에 비해 15% 증가할 것으로 예상된다' 기사, 2023

11) Google, Bain & Company, Temasek, SEA e-Conomy Report, 2022

12) 2023년 2월 06일 기준 환율, 1USD=1,255.50 KRW, 1 KRW=18.69 VND

13) 베트남 공산당 전자 신문, '디지털 산업 매출은 2022년 1,480억 달러 달성' 기사, 2022

14) 통상 신문, '베트남 전자상거래는 성장을 세계 5위를 올라간다' 기사, 2022

15) Insider Intelligence eMarketer, Here's where ecommerce sales will grow the fastest in 2022, 2022.

투영된 결과로 보임. 한편 코로나 19의 악영향으로 오랜 시간 동안 위의 문화 활동은 거의 중단되었는데, 2022년 3월 베트남 정부가 공식 활동을 재개한 직후 베트남 전역에서 다양한 문화·예술 행사가 펼쳐짐. 예를 들면 2022년 제4회 베트남 창조&디자인 페스티벌(Vietnam Festival of Creativity & Design) 행사는 '변화: 창의적 도전(The Creativity Challenge)'¹⁷⁾ 주제로 공식 재개했는데, 이는 베트남에서 유네스코 창의 도시 네트워크 확대를 통해 전국적으로 '창의 벨트' 형성을 지원하는 행사 중의 하나로, 창조경제 전반과 콘텐츠 산업의 진흥과 발전에 기여하고 있음

- 2022년 개최된 인기 문화 행사로는 일본 가나가와 축제, 일본 만화 축제(Manga Festival), 제11회 국제 사진 공모전, 베트남·일본 문화 교류 축제, 2022 아세안 음악 페스티벌 등임



[그림 4] 2022 후에 페스티벌 주간 개막식

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 지난 2022년 베트남과 한국 간의 문화 교류 행사가 대대적으로 열리면서 큰 주목을 받음. 특히 2022년은 베트남과 한국의 수교 30주년이 되는 해이기도 함. 구체적으로, 베트남과 한국문화교류행사는 아래 표에서 나열함

순서	행사	장소
1	2022 한·베 관광문화축제	하노이
2	2022 한·베 등불문화축제	하노이
3	2022 팡닌 한국문화의 날	팡닌
4	2022 팡남 한국문화의 날	팡남
5	한국대사관 돌담길 축제	하노이
6	K-EXPO Vietnam 2022	하노이
7	KPOP, I LOVE 2022 대회	하노이, 다낭, 호치민
8	K-POP Lovers Festival 2022	하노이
9	Meet Korea 2022	빈쯔엉
10	K-Culture & Content EXPO 2022	빈쯔엉
11	'한국과 팡응아이 간의 협력 및 발전' 사진전	팡응아이
12	2022 한·베 저작권 세미나: 방송 영역에서의 음악 창작가 저작권 보호	하노이
13	2022 한·베 페스티벌	다낭
14	2022 다랏 꽃 페스티벌 제9회 안의 한·베 문화·예술 교류	람동
15	2022 한·베 문화 교류	하노이
16	Meet Korea 2022	탄화

[표 2] 2022 베트남과 한국 간의 대표 문화교류행사

※출처 : DTM Consulting 자체 조사

16) 응웬 푸 쩡(Nguyen Phu Trong), '베트남 문화의 정체성 보존과 발휘를 위한 도전', 공산잡지 979회 p.13

17) An Ninh Thu Do, '2022 제4회 베트남 창조& 디자인 페스티벌 촉진' 기사, 2022

- 한편, 일부 베트남 도시에서는 문화 공간개발 촉진 활동도 추진되기 시작함¹⁸⁾. 예를 들어, 전국의 문화, 예술, 창의적 공간은 다시 활발해져서, 지방에서는 도시의 문화공간이 건설되고 발전하고 있음. 대표적으로는 나종(Nha Rong) 정거장과 호치민 박물관을 합친 호치민시 유형 문화공간, 하노이 내 서북 문화공간¹⁹⁾, 박닌 민요 문화공간, 서부고원지방의 쩡찌엡(쨍과리 및 징) 문화공간 등 들 수 있음
- 일반적으로 지난 2022 년 베트남 사람들은 다양한 문화·예술 프로그램, 행사, 대회 등에 참여할 수 있는 기회를 가졌는데, 이는 베트남의 문화·콘텐츠 산업 발전을 위한 긍정적인 회복 단계임

❖ 게임과 e 스포츠 콘텐츠의 지속적인 시장지배력

- 2021 년에 이어 일상생활이 정상으로 돌아오면서 베트남의 게임 소비 수요는 여전히 매우 큰 편임. Similarweb 2023 년 1 월까지 자료²⁰⁾에 따르면, 안드로이드와 iOS 운영체제에서 제공되는 무료 및 유료 엔터테인먼트 어플들은 모두 게임, 사진기, 동영상 찍기, 소셜 네트워크 등 엔터테인먼트 콘텐츠 서비스를 제공하는 어플들임

App	Publisher	Category
1. DopeGo Go - Meme, Match 3 Tiles	Rox Interactive Technology Limited	Games / Board
2. Save the Ooze	WONDER GROUP	Games / Puzzle
3. Rubika	Rubika Corporation	Games / Adventure
4. Talking Juan	Luxi, Dev	Games / Simulation
5. Magic Phoenix: Dress Up Games	Yoko Dress Up Games	Games / Casual
6. Football League 2023	MOBILE SOCCER	Games / Sports
7. Gamma Live Quiz Mobile	Gamma Mobile Provider	Games / Action
8. CapCut - Video Editor	Bytedance Pte. Ltd.	Video Players & Editors
9. TikTok	TikTok Pte. Ltd.	Video Players & Editors
10. Vang Quay Sai Khien	LA Quach	Entertainment

App	Publisher	Category
1. whoo - a location sharing app	UNQ, K.K.	Social Networking
2. Messenger	Meta Platforms, Inc.	Social Networking
3. CapCut - Video Editor	BYTEDANCE PTE. LTD.	Photo & Video
4. TikTok	TIKTOK PTE. LTD.	Entertainment
5. Zalo	VNG ONLINE CO., LTD.	Social Networking
6. Facebook	Meta Platforms, Inc.	Social Networking
7. BFF: Find My Friends & Phone	Mixbox Inc.	Social Networking
8. YouTube: Watch, Listen, Stream	Google LLC	Photo & Video
9. VnExpress - Vi của Gie đình	VNEXPRESS	Finance
10. Google Maps	Google LLC	Navigation

[그림 5] 베트남 내 인기 엔터테인먼트 어플(2023년 1월 기준)

※출처: Similarweb

- 게다가, 지난 게임 흥행에 이어 베트남 게임은 2022 년 지속적으로 두드러진 성과를 거둠. 2022 년 11 월 구글 플레이에서 베트남의 Gun & Dengeons 게임은 2022 년 구글 플레이어가 선정한 가장 인기 게임을 후보로 지명²¹⁾되었는데, 구글 플레이어에서 Gun & Dungeons 는 현재 다운로드 수는 50 만 건 이상, 평균 4.4 점의 만족도를 약 10,000 건 이상의 평가를 받음. 이는 Gun & Dengeons 가 모든 연령대의 게이머를 위한 게임임을 보여주는 반증임
- 한편, 지난 2022 년 베트남에서는 게임에 대한 일련의 행사와 세미나가 열렸음. 예를 들어, 유튜브 주최 '유튜브 게이밍 서밋(YouTube Gaming Summit'²²⁾, VnExpress 와 OnePad 가 주최 '2022 베트남 게임 포럼'²³⁾, VNG 캠퍼스에서 열린 '베트남 게임 시장 확대와 협력 과제: 세계와 어깨를 나란히 하게' 세미나²⁴⁾, '게임 유이티 해커톤(Game UIT Hackathon)' 대회²⁵⁾,

18) 공산 잡지, '호치민시 호치민 주석에 대한 문화공간 건설 솔루션' 기사, 2022

19) 인민, '하노이 내 서북 문화공간', 2022

20) Similarweb, Top Apps Ranking Most Popular Apps in Vietnam, 2023

21) 정보기술과 미디어, '베트남 게임은 구글에서 2022 인기 게임으로 선정' 기사, 2022

22) Bao Thanh Nien, YouTube Vietnam Gaming Summit 2022: 게임은 그냥 취미가 아님' 기사, 2022

23) VNExpress, '베트남 게임산업 2022 세미나' 기사, 2022

24) VNG, 'VNG Games는 베트남이 세계 게임 산업의 "겨울"을 극복하는 것을 돕는 것을 개척했다' 기사, 2022

25) Bao Thanh Nien, '제6회 Game UIT Hackathon 하이라이트: 기술과 환경 같이 병행' 기사, 2022

- ‘2022 OCD 아시아 게임 시장’ 컨퍼런스²⁶⁾, ‘2022 년 게임 페스트(Gamefest 2022)’ 행사²⁷⁾ 등이 있음. 또한 e 스포츠 분야에서도 지난 2022 년 국내외 수많은 게임 대회를 개최하였음
- 특히, 2022 년 베트남 게임 산업의 이정표로 여겨지는 주목할 만한 사건으로는 베트남이 e 스포츠를 제 31 회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)의 공식 종목으로 채택한 것임. 이는 게임에 대한 부정적인 인식과 관점이 변화했음을 보여주는 증거로, 게임은 이제 베트남에서 정식 종목이 됨. 베트남 게임인들은 2022 년 05 월 13 일부터 22 일까지 베트남, 하노이의 국가회의센터(National Convention Center)에서 개최된 제 31 회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)에 e 스포츠 토너먼트를 목격하는 경험도 하게 됨²⁸⁾. 이는 IOC 승인 멀티스포츠 대회에서 메달을 따는 행사로서 e 스포츠가 두 번째가 되는 순간임. 이 종목에 참가한 선수들에게 수여된 8 개 게임의 10 개 종목으로 10 세트의 메달이 수여되는데, 아시아 이스포츠연맹(Asian Electronic Sports Federation, AESF)에서 인정하고 베트남 정보통신부에서 출시 허가를 발급함²⁹⁾. 제 31 회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)에서는 11 개국 중 최대 10 개국이 485 명의 선수와 코치가 참가하였으며, 약 70 명의 국제 심판도 활약함. 베트남은 e 스포츠 종목을 전통 스포츠 종목과 마찬가지로 중시하게 됨. 실제로 시청자에게 최고 서비스를 제공하기 위하여 e 스포츠 경기의 내용을 영어 해설로 참가국에 전송하거나 현지 해설자를 위한 특별 저작권으로 방송함. 추측성 보도이지만, 여러 국가에서는 축구 경기의 시청률보다 시청자 수가 더 많다고도 함



[그림 6] 제31회 동남아시아 경기대회(SEA Games 31)에 ‘모바일 레전드: Bang Bang(Mobile Legends: Bang Bang) e스포츠 경기 시청률 통계
※출처: Eschart.com

- 제 31 회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)에서 베트남 e 스포츠 팀은 951 명의 선수 중 72 명의 선수가 참가하여 베트남 스포츠 대표단에서 육상에 이어 2 위를 차지함. 특히, 제 31 회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31)가 끝난 이후 베트남 e 스포츠팀은 금메달 4 개, 은메달 3 개로 전체 팀 1 위에 오름. 이는 2019 년 필리핀에서 개최된 제 30 회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 30)에서 3 개의 동메달을 획득한 것보다 훨씬 우수한 성적임

26) Bao Thanh Nien, ‘CBO OneUniverse: 베트남 내 게임산업 발전 희망’, 2022

27) 2022 Summer Game Fest

28) 제31회 동남아시아 경기 대회 조직위원회(VIESGOC)의 2022년 ‘e스포츠 기술책’

29) 베트남라디오방송 산하 VOV 신문의 ‘제31회 동남아시아 경기 대회(SEA Games 31): e스포츠는 10개의 경기 콘텐츠로 8개의 종목이 있다’ 기사

- 이에 따라서 이러한 성과를 통해 베트남 게임 시장은 엔터테인먼트 수요를 충족시키는 것 외에도 현재 베트남 경제와 사람의 삶에 많은 측면에서 기여하는 산업으로 인식됨

❖ 방송 산업의 활발한 재개

- TV 소비 행태와 같이 2022년에는 베트남 드라마가 대거 출시돼 베트남 시청자의 호평을 받음. 코로나로부터 다시 정상화된 직후, 수많은 드라마와 예능프로그램이 출시되었고, 많은 시청자가 관심을 가지게 되었음. 실제로 2022년에는 베트남에서 제작한 드라마가 가장 인기를 끌었으며, 2022년 대표 인기 드라마는 다음과 같음

드라마	제작자	장르	성적
형사 시리즈: 은밀한 태풍(Canh Sat Hinh Su: Bao Ngam)	프엉 상(Phuong Sang) 드라마 제작 스튜디오 및 호앙 짜미(Hoang Tra My) 회사	심리 형사 범죄	• 응오이 사오 썬(Ngoi Sao Xanh) 시상식: 최우수 인기 드라마, 최우수 감독, 최우수 드라마 여자 배우 수상, 최우수 드라마 남자 배우 후보 • 마이 방(Mai Vang) 시상식: 드라마 남자 배우, 드라마 여자 배우, 우수 드라마 후보 • 시청률: 4.6%의 시청률을 기록하며 수개월 연속 5.3%의 시청률을 이어갔음³⁰⁾
숙명적 인연(Duyen Kiep)	Mega GS	사회·심리 가정	• 마이 방(Mai Vang) 시상식: 우수 드라마 후보
형사 시리즈: 기싸움(Canh Sat Hinh Su: Dau Tri)	VFC 및 베트남 공간부	형사 정론	• VTV 인상 시상식: 우수 드라마 후보 • 마이 방(Mai Vang) 시상식: 드라마 남자 배우 후보 • 시청률: 높은 편이고, 첫 5회 하노이에 8.5%³¹⁾, 최고 시청률은 9.0%까지 기록했음. 전국 최고 시청률 드라마 톱 10³²⁾ • 2022 VTV 어워즈: TOP5 인기 드라마 수상³³⁾
행복한 주차장(Gara Hanh Phuc)	VFC	로맨스 코미디 청년기	• 3.5%의 시청률을 기록하며 전국에서 가장 많이 시청된 프로그램 10 위권 안에 들었음³⁴⁾ • 2022 VTV 어워즈: TOP5 인기 드라마 수상³⁵⁾
어머니의 꿈(Giac Mo Cua Me) - KBS의 〈부탁해요, 엄마〉 리메이크	Vie Channel 및 VieON	심리 가정	• 마이 방(Mai Vang) 시상식: 최우수 인기 드라마, 우수 영화·드라마 남자 배우 수상 • DAN Movie & TV Pick 시상식: 네티즌 선정 인기 드라마 주연 여자 배우 수상 • DAN Movie & TV Pick 시상식: 네티즌 선정 인기 드라마 남자·여자 신인상, 네티즌 선정 인기 커플상, 네티즌 선정 인기 드라마 후보
정의의 여정(Hanh Trinh Cong Ly) - 구칭: 전와이프(Nguoi Vo Cu)	VFC	형사 혼인 생활 법률	• 2022 VTV 어워즈: TOP5 인기 드라마 수상³⁶⁾ • 2.3%의 시청률로 전국에서 가장 높은 시청률을 기록한 드라마³⁷⁾
허수아비 어머니(Me Rom) - 구칭: 햇빛 비추는 마음(Trai Tim Toa Nang)	VFC	가정 농촌 생활	• VTV 인상 어워즈: 우수 드라마 후보 • 2.3%의 시청률로 전국에서 가장 높은 시청률을 기록한 드라마³⁸⁾

30) Vietnamnet, '〈Bao ngam〉 제작진, 설득력을 가진 평가 부탁' 기사, 2022

31) Tienphong, '코로나19에 관련 험한 이슈 반영, 드라마 〈Dau tri〉 높은 시청률 기록' 기사, 2022

32) Thuong hieu va Phap luat, '드라마 〈Roi 30 Nam Sau: 전국 시청률 1위 연속 유지' 기사, 2022

33) VTV, '2022 VTV 어워즈: TOP 5 인기 드라마 정체 밝힘' 기사, 2022

34) SGGP, '옛날 드라마 여전히 인기' 기사, 2022

35) VTV, '2022 VTV 어워즈: TOP 5 인기 드라마 정체 밝힘' 기사, 2022

드라마	제작자	장르	성적
바람이 머무는 곳(Noi Ngon Gio Dung Chan)	M&T Pictures	사회·심리·가정	- 응오이 사오 썬(Ngoi Sao Xanh) 시상식: 최우수 드라마, 최우수 감독, 최우수 드라마 남자·여자 배우 후보 - 시청률: 전국에서 가장 높은 시청률을 가진 드라마 TOP 10 안에 들었으며, 전국 4.2% 시청률을 기록했음³⁹⁾
30년 후(Roi 30 Nam Sau)	M&T Pictures	사회·심리·가정	- 응오이 사오 썬(Ngoi Sao Xanh) 시상식: 최우수 드라마, 드라마 인기 여자 배우, 발전 가능성 방송 얼굴상 수상 - 응오이 사오 썬(Ngoi Sao Xanh) 시상식: 최우수 감독, 최우수 감독, 최우수 드라마 남자·여자 배우 후보 - 마이 방(Mai Vang) 시상식: 최우수 드라마 후보
죽살이 업보 4부(Nghiep Sinh Tu 4)	Vinh Long 라디오·방송국	로맨스·사극	3.2%의 시청률로 전국에서 가장 높은 시청률을 기록한 드라마⁴⁰⁾
사돈은 외나무다리에서 만난다(Thong Gia Ngo Hep)	VFC	코미디·가정	2.4%의 시청률로 전국에서 가장 높은 시청률을 기록한 드라마⁴¹⁾

[표 3] 2022 베트남 내 대표 인기 드라마

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 특히 드라마 ‘행복한 주차장(Gara Hanh Phuc)’가 방송된 뒤 쯡짜우(Trung Trau) 캐릭터가 말했던 ‘He so lo ho so ly ly(영문: Hello honey)’ 대본은 틱톡, 페이스북, 유튜브 등 다양한 소셜 네트워크 서비스(SNS) 플랫폼에서 젊은 층이 자주 이용해 콘텐츠 트렌드가 됨



[그림 7] SNS 플랫폼에서의 인기 대본 관련 콘텐츠

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 또한 베트남 드라마 외에도 베트남 시청자들은 여전히 한국과 중국에서 온 드라마를 매우 좋아하고 응원함. 특히 구글이 발표한 ‘2022년 베트남 대유행 실시간 검색’ 통계⁴²⁾에 따르면 10위 상위권을 차지하고 있는 드라마는 한국 5개, 중국 4개 드라마가 포함됨

36) VTV, ‘2022 VTV 어워즈: TOP 5 인기 드라마 정체 밝힘’ 기사, 2022

37) 노동 신문, ‘베트남 드라마 시청률 현황: <Noi Ngon Gio Dung Chan>가 <Thuong Ngay Nang Ve>를 초월’ 기사, 2022

38) 노동 신문, ‘베트남 드라마 시청률 현황: <Noi Ngon Gio Dung Chan>가 <Thuong Ngay Nang Ve>를 초월’ 기사, 2022

39) 노동 신문, ‘베트남 드라마 시청률 현황: <Noi Ngon Gio Dung Chan>가 <Thuong Ngay Nang Ve>를 초월’ 기사, 2022

40) To quoc, ‘현재 전국에서 가장 높은 시청률을 기록한 4개의 베트남 영화: 놀라운 2위’ 기사, 2022

41) 노동 신문, ‘베트남 드라마 시청률 현황: <Noi Ngon Gio Dung Chan>가 <Thuong Ngay Nang Ve>를 초월’ 기사, 2022

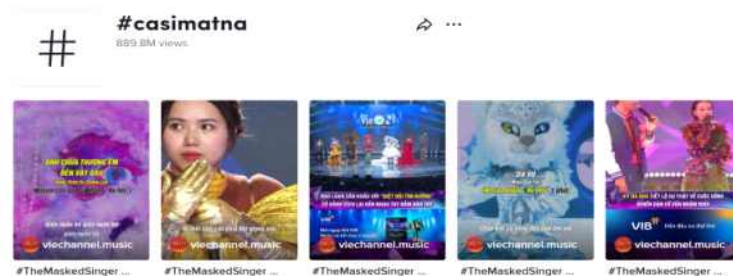
42) Google Trends, 2022 베트남 대유행 실시간검색, 2022

순위	드라마	국가
1	사내 맞선	한국
2	빅마우스	한국
3	설상화: Snowdrop	한국
4	성한찬란	중국
5	The Lighter and the Princess Gown	중국
6	침향여설	중국
7	F4 Thailand: Boys Over Flowers	태국
8	창란결	중국
9	지금 우리 학교는	한국
10	그해 우리는	한국

[표 4] 2022 베트남 내 가장 많이 검색한 드라마 TOP 10

※출처 : Google

- 한국 드라마의 매력 이외에 한국이 원작인 예능프로그램도 베트남 시청자에게 호평을 받고 잘 받아들이고 있음. 실제로 2022년에는 베트남 예능프로그램 시장이 괄목할 만한 실적을 냈음. 예를 들어, 2022년에 새로 출시된 한국에서 판권을 구입한 두 개의 ‘복면가왕(The Masked Singer)’와 ‘1 박 2 일’은 많은 사람의 관심을 갖게 됨. 특히 ‘복면가왕’은 16 회의 방송으로 총 10억 뷰 가까이 기록하며 2022년 가장 많은 조회 수를 기록한 음악 프로그램 1위에 오름⁴³⁾. 이 프로그램은 VieON, YouTube, Facebook, TikTok 등 디지털 플랫폼에서도 선두 위치를 차지함



[그림 8] 틱톡에서의 베트남 ‘복면가왕’ 관련 콘텐츠

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 마찬가지로 예능 ‘1 박 2 일’은 첫 방송 때 유튜브에서만 1,900만 뷰, 틱톡에서만 10억 뷰⁴⁴⁾ 이상의 조회 수를 기록하며 큰 인기를 끌었음



[그림 9] ‘1박 2일’ 제1회의 유튜브 조회 수

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 심지어 2022년 8월, ‘1 박 2 일’ 멤버 6명 중 4명이 소셜 미디어에서 두드러진 활동을 한 영향력 있는 10위 안에 들었음. 그중 레쯔엉바오람(Le Duong Bao Lam)은 Son Tung

43) VNEconomy, ‘예능프로그램과 은행 브랜드 간의 협력 성공 해석’ 기사, 2022

44) 2023년 2월 기준으로 수치

M-TP(선동 엠티피)에 이어 2위에 올라 큰 인상을 남겼음⁴⁵⁾. 현재 이 예능의 매력은 방송 직후 많은 사람이 관심을 가지고 있음. 예를 들어, 방송 직후 수백만 명의 조회 수로 유튜브에서 유행하는 상위권에 올랐음



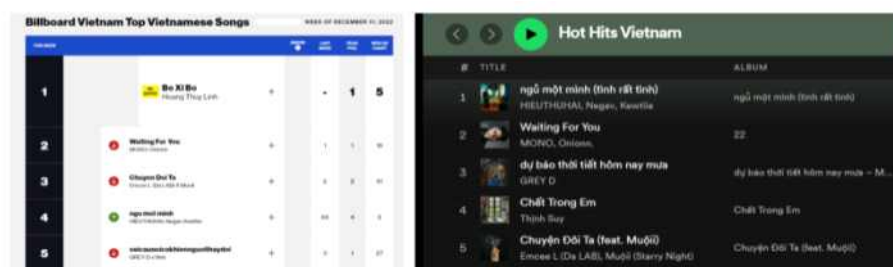
[그림 10] '1박 2일' 예능의 유튜브 조회 수(2023년 2월 기준)

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 2022년에 베트남 텔레비전은 새로운 예능이 많이 등장했음. 여전히 외국에서 판권을 인수하는 예능일 뿐이지만 많은 프로그램이 큰 인상을 남겼으며, 베트남 시청자에게 관심을 이끌었다는 성공을 한 것은 사실임

❖ 음악산업의 제작 트렌드

- 2022년 베트남 음악 시장은 다양한 장르, 스타일과 독특한 색채, 메시지 등을 가진 음악 작품과 함께 제작자, 젊은 세대 연예인 관련 주제를 주로 다룸. 실제로 대중에게 알려져 있는 미아인(My Anh), 프엉 미 치(Phuong My Chi) 등의 젊은 가수부터 티린(Tlinh), 모노(Mono) 등과 같은 신인가수까지 새로운 바람을 불러일으키며 베트남 청취자들에게 강한 인상을 남김. 그들의 음악 작품을 통하여 많은 언어(베트남, 영어 등)와 결합된 새롭고 창의적인 음악 스타일을 볼 수 있으며, 그 작품들은 어린 나이와 미숙함에도 불구하고 가수가 자신감 있게 연주하였음
- 한편, 세계의 정보와 트렌드를 빠르게 파악할 수 있기 때문에 신인가수가 음악시장의 흐름과 잘 어우러지는 모습을 보여줌. 2023년 2월 온라인 음악 스트리밍 플랫폼 스포티파이(Spotify)의 통계⁴⁶⁾와 베트남 빌보드 핫 100(Billboard hot 100) 차트에 따르면, 현재 베트남에서 인기 있는 노래는 모두 다양한 음악 장르로 연주된 젊은 가수의 노래들로 나타남



[그림 11] 스포티파이(Spotify)와 빌보드(Billboard)의 베트남 인기가요 통계

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 특히 2000년생 모노(Mono, Viet Hoang) 가수는 데뷔 앨범 '22'에 수록된 11곡은 모두 그가 작사 또는 공동 작사함으로 반향을 일으킨 2022년 한 해를 보냄. 어니언(Onionn) 제작자의 도움을 받아 EDM 색깔과 약간의 K팝을 입힌 음악은 젊은 시청자에게 크게 어필함. 그중

45) Buzzmetrics, BSI Top 10: 2022년 8월 SNS 순위표, 2022

46) Spotify, Hot hits Vietnam, 2022

'당신을 기다리겠다(Waiting for you)'는 대단한 히트곡으로 2,000 년생 가수로서 데뷔 3 개월 만에 큰 화제를 모음. 이 곡의 뮤직비디오는 하루 만에 100 만 뷰 이상을 기록하고, 유튜브에서 7,600 만 뷰⁴⁷⁾를 달성, 많은 포럼, 음악 행사, 소셜 네트워크 플랫폼에서 소개됨

- 한편 미 아인(My Anh) 가수는 세심하고 체계적으로 제작한 '너를 볼 때마다(Moi khi anh nhìn em)' 뮤직비디오를 출시하였고, 이 젊은 가수가 평생 추구하는 알앤비(R&B)/소울(Soul) 정신을 명확히 반영함. 또한 그레이디(Grey-D) 가수는 '오늘은 비 예보(Du bao thoi tiet hom nay mua)' 뮤직비디오도 소개하였고, MCK 가수는 유튜브에 '빠져들음(Chim sau)'(4,900 만 뷰), '왜 그런가(Tai vi sao)'(2,000 만 뷰) 등 올해 음악시장에서 성공적인 솔로 작품을 출시한 드문 래퍼가 됨. 한편, 미 땀(My Tam)의 '허무에서 약속(Hen uoc tu hu vo)'(6,800 만 뷰), 호 응옥 하(Ho Ngoc Ha)의 '소파에 외로운(Co don tren sofa)'(1,200 만 뷰), 락 락(Toc Tien)의 '906090' 등과 같은 고참 가수는 각자의 장르와 음악 스타일, 메시지에 따라 뮤직비디오와 노래를 연주하기 때문에 꾸준한 반향을 일으킬 수 있음
- 특히 올해 가장 인상적인 성적은 미우 레(Miu Le), 카릭(Karik)과 저우 당 코아(Chau Dang Khoa)의 '엄마가 헤어지라고 하니까(Vi me anh bat chia tay)' 뮤직비디오임. 2022 년 6 월 중순 출시 이후 세계에서 가장 인기 있는 뮤직비디오 6 위, 베트남에서 한 달 동안 트렌딩 음악 1 위에 오르며, 아이튠즈(iTunes), 애플뮤직(Apple Music), 징차트(Zing Chart), NCT 리얼타임(NCT Realtime) 등 각종 차트에서 최 상위권을 유지함. 이런 음악 작품의 성공은 편한 멜로디는 간단하지만 매력적인 랩 부분 등 여러 요소가 결합되었기 때문임. 이는 베트남 청취자가 인기 있는 가수 간의 협업 음악작품을 선호하기 때문. 동시에 이 노래의 커버리지를 유지하고 확산을 촉진하기 위하여 미우 레(Miu Le) 가수는 다른 가수와 협업하여 EDM 비트에서 볼레로와 남부 민요로 표현된 다양한 버전의 노래를 만들기도 함
- 2022 년에도 많은 프로젝트와 뮤직비디오가 등장하지만, 황 투이 린(Hoang Thuy Linh) 가수는 현대적인 소재와 민요 음악을 결합한 노래를 통해 여전히 청취자들의 마음속의 심금을 울림. 이런 뮤직비디오는 세심하게 제작하게 되며, '시 땡(See tinh)', '점을 보다(Gieo Que)' 등과 같은 매력적인 멜로디와 친근하고 친숙한 가사, 심지어 조금 '유치'한 노래도 있고, 창의적인 실험 작품인 '뱃 비에(Bat via)', '보 시 보(Bo xi bo)', '내기(Danh do)' 등과 같은 노래도 있음
- 한편, 히트 영화 'Em va Trinh' 개봉 이후 Trinh Cong Son 작가가 작곡했던 노래를 다시 부르는 젊은 가수들이 생기며, 그들이 재능 있는 뮤지션의 독특한 작품에 '새로운 정신'을 불어넣고 작품들에 대한 새로운 청취 방법을 제시하면서 특별한 재미를 가져옴
- 또한, 2022 년에는 음악 공연은 많은 관심을 가지게 되었음. 예를 들어, 달랏, 호치민, 다낭 등 관광지에서 개최된 Ho Ngoc Ha 의 'Love Songs - Love Vietnam' 콘서트, 2022 년 개최했던 Ha Anh Tuan 의 '아름다운 상처들' 콘서트와 2023 년 개최할 '빛나는 지평선' 콘서트⁴⁸⁾ 등을 들 수 있음. 가장 주목할 만한 공연은 하노이 미딩 국립경기장에서 3 만 명 이상의 관객으로 개최했던 My Tam 의 '지음(知音)' 콘서트

47) 2023년 2월 기준으로 집계된 수치

48) Zing News, 2022 베트남 음악산업, 하이라이트와 스캔들, 2022



[그림 12] 하노이에서 개최했던 My Tam의 '지음(知音)' 콘서트

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 게다가, 베트남 음악은 이런 시장경향에 맞춰 2022 년 'HOZO 국제 음악제'에 Michau 와 Damsan 의 가상 가수가 출연하기도 함. 이 가상 가수 Michau 와 Damsan 은 베트남의 동화, 서사시에서 영감을 받고 제작된 캐릭터임
- 따라서 2022 년은 베트남 음악의 매우 활기차고 다채로운 해로 볼 수 있음. 2022 년 베트남 뮤지션이 프로젝트와 음악 작품 출시를 통해 자신을 표현할 수 있는 기회를 갖게 되었으며, 대부분 시청자로부터 긍정적이고 따뜻한 환영을 받았음

✔ 짧은 영상(숏폼) 트렌드 및 영상 콘텐츠의 영향

- 2022 년, 소셜 네트워킹의 급속한 확산과 같이 '짧은 동영상'(숏폼) 콘텐츠의 소비성향은 새롭게 전개됨. SNS 사용자는 다른 사용자가 창작한 콘텐츠의 짧은 동영상 형식을 항상 접하게 됨. 실제로 현재 베트남 대부분의 인기 SNS 플랫폼은 동영상 포맷을 가지고 있음. 예를 들어 페이스북은 Facebook Watch, Instagram 은 Reels, Tiktok 은 이미 동영상 숏폼 플랫폼이고, 최고의 비디오 엔터테인먼트 플랫폼인 YouTube 도 유튜브 Shorts 를 출시하면서 이들을 빠르게 따라잡았음

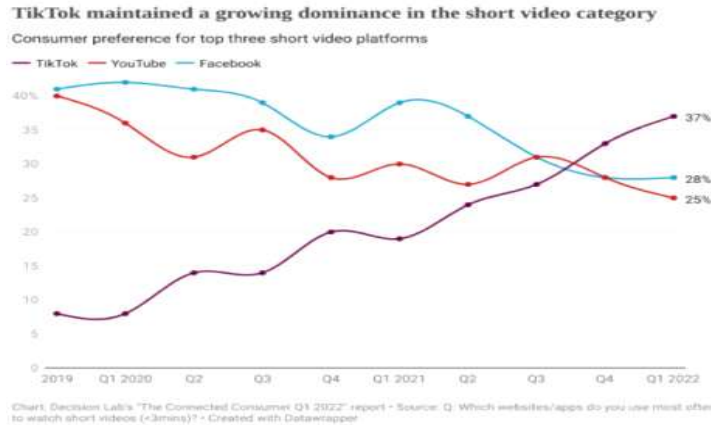


[그림 13] 베트남 내 SNS 플랫폼의 짧은 동영상의 인터페이스

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- Statista 와 Decision Lab 이 2022 년에 실시한 통계⁴⁹⁾에 따르면, 틱톡은 현재 37%로 짧은 비디오를 시청하는 최고의 소셜 네트워크 애플리케이션임. 한편 이들 중 28%가 페이스북을 비슷한 목적으로 사용하고 있음. 또한, 2021 년 2 분기 이후 다른 플랫폼이 어려움을 겪고 있는 가운데 틱톡은 여전히 꾸준한 진입률을 유지하고 있으며 향후 증가 추세가 기대됨

49) Decision Lab, The Connected Consumer Q1 2022, 2022



[그림 14] 베트남 내 짧은 동영상의 사용에 대한 틱톡의
시장지배력(2022)

※출처: Decision Lab

- 한편, 이러한 새로운 콘텐츠 포맷의 인기와 소비성향에 대해 Dan Tri, VNExpress 등 베트남의 일부 주요 언론사는 이러한 형태의 콘텐츠를 ‘중독’으로 표현하면서 부정적인 영향에 대해 경고해야 할 정도로 베트남의 사용자들에게 인기가 높다고 지적함. 심지어 이러한 페이지를 스크롤할 때 적지 않은 베트남 사용자들도 위의 문제를 겪고 있다고 말함



[그림 15] 2022 베트남 인터넷 사용자에게 짧은 동영상 중독의 악영향에 대해 댓글

※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 또한 베트남에서 폭발적인 짧은 동영상 형식 외에도 동영상 콘텐츠 자체가 베트남 인터넷 사용자가 선호하는 콘텐츠임. 영상 콘텐츠는 베트남 인터넷 사용자 생활에서도 중요한 역할을 하고 있음. 이것은 현재 베트남에서 가장 인기 있는 비디오 소셜 네트워크인 유튜브 소비 행위에서 가장 명확하게 볼 수 있음. Ipsos 2022의 'Why Video' 조사⁵⁰⁾⁵¹⁾에 따르면, 베트남

50) Google/Ipsos에서 18~24세의 Z세대를 대상(1,738명)으로 2022년 5월 20일~29일 실시한 'Why Video Vietnam'

51) Vietnamnet, YouTube remains top choice of Vietnamese for video content, 2022

시청자의 77%는 인터넷에 연결된 TV에서 유튜브를 보면 유튜브가 전통 TV 기능과 비슷하고, 절반은 다른 기기에서 볼 때 유튜브를 보면 유튜브가 전통 TV 기능과 비슷하고 답함. 특히 Z세대 사용자 대상은 92%의 응답자가 어떤 비디오 콘텐츠를 보려면 처음 떠오르는 플랫폼이 유튜브라고 답했다고 밝힘

- 또한, 베트남에는 Z세대 10명 중 9명이 내년에는 유튜브가 문화를 가장 잘 반영하는 플랫폼이 될 거라고 답변함. 베트남은 3,000만 명 이상이 유튜브를 시청하는 가장 많은 나라 중 하나임. 심지어 유튜브는 짧은 비디오 소비 수요를 파악했기 때문에 시청자들이 Connected-TV에서 Shorts를 체험할 수 있게 함. 이는 베트남 시청자의 오락, 힐링, 학습 등 다양한 요구를 충족시키며 크리에이터와 기업 간의 연결에 대한 선택과 기회를 보완하기도 함. 따라서 일부 부정적인 영향에도 불구하고 그동안 베트남 사용자에게 짧은 동영상 콘텐츠의 인기를 부인할 수 없다는 것은 분명함

2 2023 베트남 콘텐츠산업 전망

>>>

1. 텔레비전과 영상 콘텐츠 전망

- 칸타 미디어(Kantar Media) 2021 년 보고서⁵²⁾에 따르면, TV 와 인터넷은 베트남에서 가장 많이 사용된 2 개의 대중 매체라고 함. 그중 인터넷이 조사 응답자의 95% 이상이 '어제 인터넷을 사용했다'라고 응답하며, 하루에 거의 5 시간을 사용함으로 1 위를 차지했고, TV 가 약 80%로 그 뒤를 이었음. 또한 베트남에서 텔레비전 콘텐츠 유형, 주문형 비디오(VOD, Video On Demand) 콘텐츠와 온라인 비디오(Online Video) 등의 사용자와 사용 시간에 대한 성장률도 높은 수준임. 예를 들면 수도권 시청자의 70% 이상이 전날 위 콘텐츠를 시청했고, 시청자의 이러한 콘텐츠 시청 시간도 82 분(2020 년 초)에서 112 분(2021 년 2 분기 기준)으로 35%를 증가했다고 함. 특히 코로나 19 기간 중 소비자가 인터넷 사용과 인터넷에 다양한 유형의 엔터테인먼트 미디어 콘텐츠 및 쇼핑으로 전환하도록 촉진됨. 또한 스마트폰은 97%로 인터넷에 접속하기 위한 가장 인기 있는 장치가 되며, TV 가 75%(2021 년 2 분기 기준)로 그 뒤를 이음
- 최신 스태티스타(Statista) 2022 년 11 월 보고서⁵³⁾에 따르면, 미디어 시장의 매출은 2023 년까지 36 억 달러(약 4 조 5,198 억 원)에 달할 것으로 예상됨. 시장의 가장 큰 부문은 2023 년에 26 억 8,000 만 달러(약 3 조 3,647 억 4 천만 원)의 시장 규모를 가진 TV 와 비디오임. 한편, 전 세계 시장 규모에서는 매출이 대부분 2023 년 4,469 억 달러(약 561 조 830 억 원)로 미국에서 창출된 성과이며, 미디어 시장에서는 2027 년까지 총매출의 35%가 디지털 미디어를 통하여 창출할 것으로 전망됨



[그림 16] 베트남 전통 미디어 채널과 디지털 미디어 채널 매출 점유율(2022년 11월 기준)

※출처: Statista

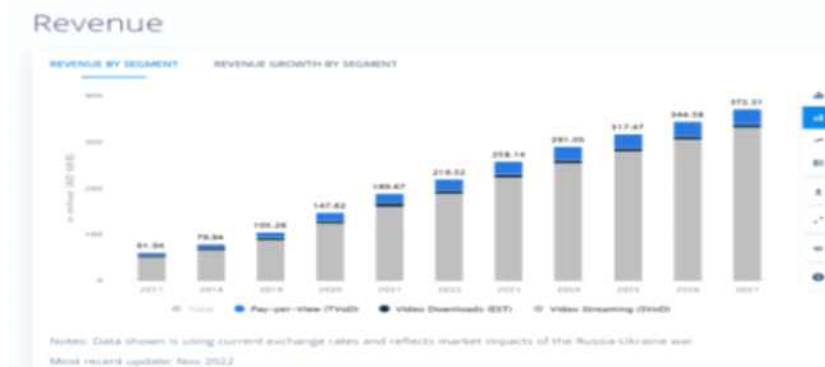
52) 칸타 미디어(Kantar Media) 2021년의 'Media Landscape form COVID-19 to the new normal' 보고서

53) 스태티스타(Statista) 2022년의 'Media - Vietnam' 보고서



[그림 17] 2022 베트남 미디어산업 부문별 사용자당 평균 매출
※출처: Statista

- 동시에 이 보고서에 따르면, 'TV와 비디오' 부문은 비디오 게임 뒤에만 2023년 베트남에서 강력하고 주류적인 발전 추세를 유지할 것으로 예상됨. 모바일 인터넷 접속의 확장과 연결 속도의 증가로 모바일 장치와 스트리밍 장치의 수가 점차 증가하는데, 이는 모든 유형의 디지털 미디어에 대한 수요의 안정적인 성장을 일으킴. 그 이유는 코로나 19로 인해 미디어 수요와 디지털화 수요가 급증한 것으로 설명됨. 전통적인 미디어는 전반적으로 지연되거나 쇠퇴할 가능성이 높지만, 미디어 시장의 증가는 주로 'TV와 비디오' 부문에서 이루어짐. 이러한 긍정적인 효과는 더 많은 성장을 만들지만, 미디어 시장의 디지털 미디어 부문은 팬데믹 이후에도 우세할 수 있음. 특히 주문형 비디오(VOD)는 지속적인 성장이 예상되며, 스태티스타(Statista)에 따르면 2022년 11월까지⁵⁴⁾ 주문형 비디오 시장의 매출이 2023년에 2억 5,820만 달러(약 3,248억 1,560만 원)에 달할 것으로 예상됨. 그중 가장 큰 부문은 2023년 2억 2,280만 달러(약 2,802억 8,240만 원)의 시장 규모를 가진 구독형 주문형 비디오(SVoD)임



[그림 18] 2017~2027 베트남 주문형 비디오 시장 매출과 예상(2022년 기준)
※출처: Statista

- 베트남 정보통신부 산하 방송전자정보국⁵⁵⁾에 따르면 2022년 2분기까지 베트남 유료 TV 시장은 2021년 같은 기간 대비 9.5%의 매출 성장을 기록함. 특히 인터넷을 통하여 직접 제공된 텔레비전 서비스인 OTT TV 서비스의 매출은 2021년 동기 대비 약 300% 성장함
- 따라서 장래에는 혁신 기술과 새로운 미디어 소비 방식이 사용자의 소비 증가에 잘 맞추며, 안정적인 성장을 보일 것으로 예상됨. 예를 들면 메타버스의 등장으로 미디어 시장은 소비자가

54) 스태티스타(Statista) 2022년의 'Video on Demand in Vietnam' 보고서

55) 비엠티넷(Vietnamnet) 2022년의 'OTT TV 매출 3배 증가. 다국적 플랫폼을 '긴급' 관리' 기사

새로운 소비 가능성에 접근하며 이를 창출할 수 있는 새로운 측면에 직면하게 될 것임. 전반적으로 미디어 시장에서 보일 수 있는 것은 전통 신문이나 비디지털 미디어 등에서 디지털 형태의 미디어로 전환하는 것처럼 전통 미디어의 전환임. 이 효과는 전체 시장과 모든 지역에서 보편화될 것으로 예상됨

2. 방송 콘텐츠 강화를 위한 기회

- 주문형 TV와 비디오 산업의 발전과 함께 텔레비전 산업, 특히 인터넷 텔레비전 산업은 2023년에 폭발적으로 성장할 것으로 예상됨. 베트남 정보통신부 산하 방송전자정보국의 최신 보고서⁵⁶⁾에 따르면, 가입자와 서비스 매출의 정체로 전통 텔레비전 서비스의 포화를 보여주는 데 반해 인터넷 텔레비전 서비스(OTT TV)는 큰 성장할 여지가 있음. 2022년 내내 유료 TV 서비스 매출은 2021년 9조 2,000억 동(약 4,920억 원)을 비해 소폭 증가한 약 9조 3,000억 동(약 4,980억 원)에 도달할 것으로 예상됨. 한편, 2022년 국내 OTT TV의 예상 매출은 전년도 약 2,000억 동(약 107억 원)을 비해 폭발 증가한 7,400억 동(약 400억 원)에 달할 것으로 예상됨. 베트남은 현재 2021년 같은 기간에 비해 1개의 기업이 증가한 유료 TV 서비스 제공 허가를 받은 기업이 38개 있음. 국내 유료 TV 시장에는 허가를 받고 법에 따라 운영되는 기업 외에 넷플릭스(Netflix), 애플 티비(AppleTV), 위 티비(WeTV), 이치이(IQIYI) 등과 같은 다국적 OTT TV 서비스를 제공하는 여러 외국 기업도 참여하고 있음. 현재 OTT TV는 약 360만 명의 가입자에 도달하고 약 1,900억 동(약 101억 원)의 매출을 기록하는 것으로 시장의 20%를 점유하며 폭발 성장하고 있음. OTT TV는 프로그램 채널 외에도 최대 20,000시간의 주문형 비디오 콘텐츠(VOD)를 제공하며, 이 중 모든 종류의 영화가 60%를 차지함. 전통적인 유료 TV 시청 습관이 인터넷 텔레비전(IPTV, OTT)로 전환되는 것과 통신 서비스 제공업체의 존재로 인하여 유료 TV 경쟁률을 증가시킴
- 한편, 지난 2022년에 베트남 국회는 2022년 영화법⁵⁷⁾을 통과시키며 이 법은 2023년 1월 1일부터⁵⁸⁾ 발효됨. 이 법에서 텔레비전 산업, 영화 보급 및 보관, 출시 영화 관리, 사이버 공간과 공공장소 보급, 분류 규칙 및 분류 기준 표시, 영화 콘텐츠 경고 등과 같은 법에 추가해야 할 여러 가지 새로운 문제를 극복하였음. 새로운 규정은 영화 제작 및 영화 제작 서비스의 국제 공동제작을 촉진하기 위한 것임. 이는 국내외 기업이 베트남 시장에서 영화를 투자하며 제작하는 데에 지속적으로 진출하는 기반임
- 베트남에서 허가를 받고 법에 따라 운영되는 기업 외에 국내 유료 TV 시장에는 넷플릭스(Netflix), 애플 티비(AppleTV), 위 티비(WeTV), 이치이(IQIYI)⁵⁹⁾ 등과 같은 다국적 OTT TV 서비스를 제공하고 큰 시장점유율을 차지하는 외국 기업도 참여하고 있음. 이는 구체적인 프로그램 채널 없이 주로 여러 유형의 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 영화 등 주문형 비디오(VOD) 콘텐츠를 제공하는 플랫폼임. 또한 이러한 플랫폼에는 리얼리티 TV 쇼, TV

56) 방송전자정보국(2022년)의 '인터넷 방송 서비스는 가까운 장래에 발전 여지가 있다' 기사

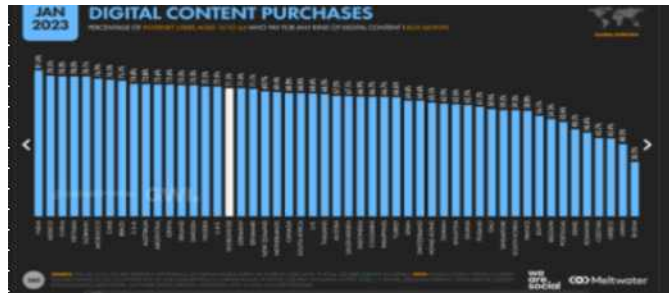
57) 베트남 영화법 규정에 따르면 '영화' 개념은 영화를 제작하기 위하여 시청각 기술과 창작 방법을 적용하는 종합 예술 산업이며, '영화 활동' 개념은 영화 제작, 영화 출시, 영화 배급, 영화 홍보 및 촉진, 영화 납본 및 보관, 영화 인적 자원 교육 등을 포함함

58) 문화체육관광부(2022년)의 '영화 부문의 법 집행 강화' 기사

59) 스탯ISTA(Statista) 2022년의 'Video on Demand in Vietnam' 보고서

게임(게임 쇼 등)도 있음

- 동시에 사용자가 콘텐츠 제품, 특히 디지털 콘텐츠에 더 많이 소비하고 지출한다는 것은 베트남 텔레비전 산업의 발전을 촉진하는 요인임. 위아소셜(We Are Social) 2023년 연구⁶⁰⁾에 따르면, 베트남 사용자는 현재 78.2%로 디지털 콘텐츠를 매월 지불하는 상위 국가 중 하나임



[그림 19] 2023년 베트남 인터넷 사용자의 디지털 콘텐츠에 대한
지불 동향(2023년 1월 기준)

※출처: We Are Social

- 향후 베트남 텔레비전 산업의 각광을 만드는 데에 기여하는 또 다른 요소는 2023년 01월부터 조국 방송국과 베트남 조국 전자 신문이 'FTA와 문화' 토크쇼를 공식적으로 방송할 것이라는 점임. 'FTA와 문화' 토크쇼는 발효된 자유 무역 협정(FTA)의 이행 및 효과적인 활용을 강화하기 위한 제 38/2017/CT-TTg 호의 정부 지침에 따라 문화, 예술 분야의 비즈니스 커뮤니티와 예술가를 위한 경제에 대한 국제협약을 전파하기 위한 베트남 문화체육관광부의 창의 중 하나임. 'FTA와 문화' 토크쇼는 광고, 미술, 엔터테인먼트 프로그램 제작, 문화·예술 행사 개최, 영화 배급 등과 같은 서비스 그룹을 위한 05개의 개별 주제가 포함됨⁶¹⁾

3. SNS 플랫폼 콘텐츠에 대한 소비성향 강화

- 위아소셜(We Are Social)의 2023년 디지털 보고서⁶²⁾에 따르면, 베트남은 현재 인구의 79%(9,853만 명)를 차지하는 거의 7,800만 명의 인터넷 사용자가 있으며, 하루 평균 6시간 23분을 인터넷에서 보냄. 그중 94.5%의 사용자가 모바일 장치를 통하여 인터넷에 접속함. 또한 이 보고서에 따르면, 베트남은 접속된 웹 사이트의 비율에서도 세계 1위를 차지하며, 모바일 브라우저를 사용하여 웹 사이트에 접속하는 비율은 86.6%임. 동시에 인터넷 사용자의 70% 이상이 베트남에 7천만 명의 사용자를 보유한 소셜 네트워크 사용자임. 평균적으로 각 베트남 사용자는 현재 7개 이상의 서로 다른 소셜 네트워크 플랫폼을 동시에 사용함. 이는 사용자 수와 인터넷, 소셜미디어 채널 이용 시간 모두 세계 평균 대비 상당히 높은 수준으로 평가되는 것임

60) 위아소셜(We Are Social) 2023년의 'Digital 2023: Global Overview Report' 보고서

61) VOV(2023년)의 통합 시대에 '예술 거래' 기사

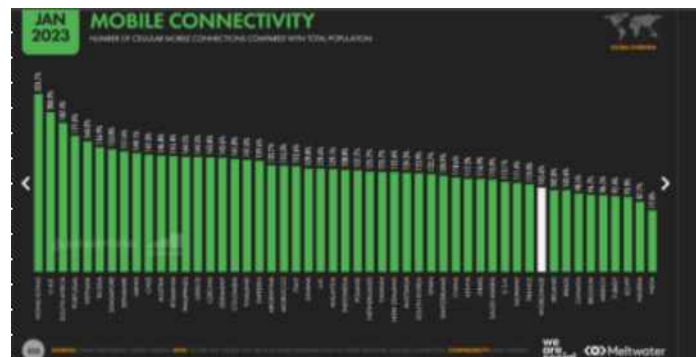
62) 위아소셜(We Are Social) 2023년의 'Digital 2023: Global Overview Report' 보고서



[그림 20] 연결 기기와 서비스의 활용 및 사용 개요(2023년 1월 기준)

※출처: We Are Social

- 그러나 베트남 사용자의 소비 행위와 목적은 주목할 만한 것임. 위 보고서에 따르면 베트남의 소셜 네트워크 사용자는 58.9%가 브랜드에 대한 정보를 검색하기 위한 채널로, 49.2%가 정보 소스로, 49.1%가 업무를 위한 채널로 소셜 네트워크를 사용함. 한편, 2022년 AJ 마케팅(AJMarketing) 통계⁶³⁾에 따르면, 베트남 사용자는 57% 이상이 구매 결정을 내리기 전에 인터넷에서 브랜드를 검색함으로, 46.9%는 온라인 쇼핑하기 전에 브랜드 웹 사이트를 방문하여 제품과 서비스를 검색함으로 연구 및 정보 검색을 위하여 온라인 채널을 많이 사용함. 이는 콘텐츠의 유형과 유통 방법이 점차 중요해지고 있음을 보여줌. 동시에 그 영향은 웹 사이트에 제한하지 않고 소셜미디어와 배너 광고, 브랜드 앱(Branded Mobile Applications)의 상호 작용에도 영향을 미침



[그림 21] 전 세계 총인구 대비 모바일 연결(2023년 1월 기준)

※출처: We Are Social

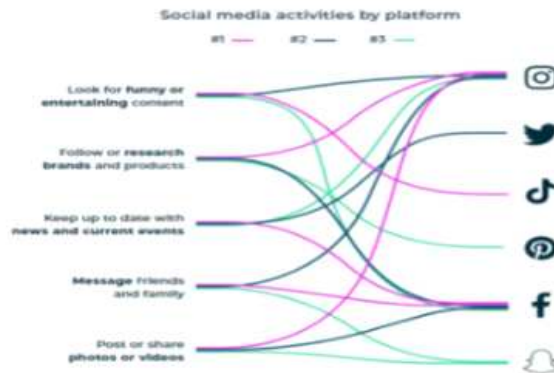
- 위에서 언급한 바와 같이 위아소셜(We are social, 2023)⁶⁴⁾에 따르면, 베트남 사용자는 현재 일상 활동에서 여러 소셜 네트워크 플랫폼을 동시에 사용하고 있음. 홉스위트(Hootsuite) 2022년에서 실시한 연구⁶⁵⁾에 따르면, 틱톡(TikTok) 사용자의 84% 이상이 페이스북(Facebook)도 사용하고 트위터(Twitter) 사용자의 거의 88%가 인스타그램(Instagram)도 사용함. 사람들은 서로 다른 네트워크에서 서로 다른 유형의 콘텐츠를 보일 수 있을 뿐만 아니라 서로 다른 목적을 위하여 서로 다른 소셜 네트워크를 사용함. 예를 들면 페이스북(Facebook)에서 그들은 다른 곳에서 친구를 만날 수 있고, 비슷한 관심사나 취향을 가진 많은 그룹에 가입하며 연결할 수 있음. 트위터(Twitter)에서 그들은 당일의 핫뉴스를

63) AJ마케팅(AJMarketing) 2022년의 'Digital Marketing in Vietnam 2023' 보고서

64) 위아소셜(We Are Social) 2023년의 'Digital 2023: Global Overview Report' 보고서

65) 홉스위트(Hootsuite) 2022년의 'Social media trends 2023' 보고서

업데이트할 수 있음. 또한 틱톡(TikTok)에서 최신 바이럴 콘텐츠 트렌드를 검색하면서 웃음을 찾고 새로운 것도 배울 수 있음



[그림 22] 플랫폼별 소셜 미디어 활동(2022년 기준)

※출처: Hootsuite

- 따라서 소셜미디어 채널에서 다양한 유형의 콘텐츠에 대한 수요가 매우 크고, 이러한 소비 추세는 특히 소셜 네트워크 사이트가 사용자를 유치하고 유지하기 위하여 더 많은 체험을 제공한다는 상황에서 장래에도 계속 폭발적으로 성장할 것으로 예상됨

4. 게임 콘텐츠에 대한 소비성향의 지속 확대

- 베트남은 현재 세계 게임 시장, 특히 e 스포츠 시장에서 각광을 받은 곳으로 간주될 수 있음. 베트남 정보통신부의 공식적인 보고서에 따르면, 2021 년 베트남 게임 산업의 총 매출은 2020 년 대비 11%를 증가하여 14 조 5,000 억 동(약 7,728 억 5,000 만 원)으로 추산됨. 2021 년과 2022 년에 베트남은 블록체인을 활용하는 게임, NFT 게임⁶⁶⁾과 액시 인피니티(Axie Infinity)와 같은 수십억 달러의 시가총액을 가진 베트남 개인 또는 기업이 출시한 일련의 게임으로 부상 함⁶⁷⁾. 센서 타워(Sensor Tower)의 2022 년 모바일 게임 현황(State of Mobile Gaming) 보고서⁶⁸⁾에 따르면, 베트남은 2022 년 1 분기 어플 설치 수는 전년동기 대비 21% 증가한 8,000 만 회 이상 증가함으로 아시아 태평양 지역에서 모바일 게임 어플 다운로드가 상위 2 위로 성장 하였음. 베트남의 게임 시장은 여전히 잠재력이 높을 것으로 예상되며 전 세계 추세에 따라 계속 성장할 것임. 첫 번째 이유는 게임 산업은 국경이나 지리적 영역에 제한되지 않은 특정 산업이기 때문임. 한편, 베트남 전체 인구 대비 게임을 하는 사용자의 비율은 매우 큼. 위아소셜(We are social, 2023) 보고서⁶⁹⁾에 따르면, 베트남에서 최대 93.1%의 인터넷 사용자가 게임을 하고 있으며 이는 전 세계적으로 3 위임. 따라서 베트남에서 게임은 모든 연령대와 성별의 사람들이 알고 선택하는 대중적인 엔터테인먼트 활동이 되었음을 보일 수 있음⁷⁰⁾. 특히, 모바일 게임은 베트남에서 거대하고 잠재적인 시장 부문임. 모바일 어플에 대한 사용자 데이터를 제공하는 플랫폼인 센서 타워(Sensor Tower) 2021 년 보고서⁷¹⁾에 따르면, 모바일 게임 다운로드 조회 수에서 베

66) NFT(Non-fungible token)는 블록체인 기술을 바탕으로 개발된 대체할 수 없는 디지털 자산임

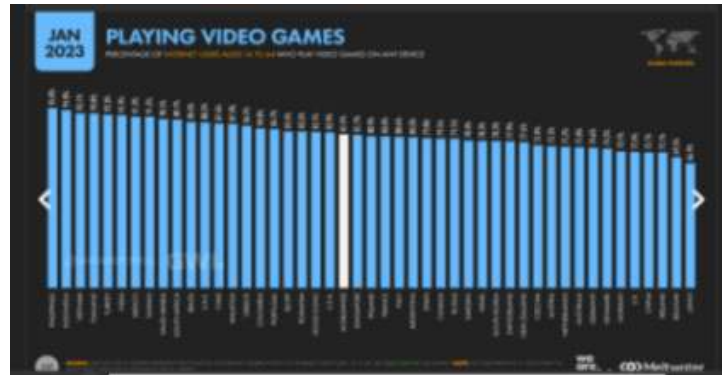
67) Messari.io (2023년), Axie Infinity

68) 센서타워(Sensor Tower) 2022년의 'State of Mobile Gaming' 보고서

69) 위아소셜(We Are Social) 2023년의 'Digital 2023: Global Overview Report' 보고서

70) 실크(Silk)와 파트너(2016년)의 'Digital gaming culture in Vietnam: an exploratory study' 연구

트남은 17 억 다운로드로 동남아시아에서 2 위를 차지함



[그림 23] 베트남 게임 소비 수요(2023년 1월 기준)

※출처: We Are Social

- 한편, 42 매터스(42matters)에 따르면, 2023 년 2 월까지⁷²⁾ 구글 플레이(Google Play)에서 베트남 출판사의 모바일 게임 평균 등급은 별 5 개 중 3.99 개이며, 일반적으로 모바일 게임의 전체 평균 별점 3.93 개보다 더 좋음. 동시에 모바일 데이터 분석 회사인 앱 애니(App Annie) 2021 년 보고서⁷³⁾에 따르면, 베트남은 ANZ SEA(호주, 뉴질랜드 및 동남아시아 국가 포함)의 상위 10 개 게임 출판사 중 5 개가 있음. 따라서 베트남은 게임과 어플 출판사가 많고 모바일 기기를 선호하는 소비자가 많기 때문에 거대하며 활발한 시장임
- 이러한 게임 산업의 큰 잠재력에 직면하여 지난해 베트남 정부는 베트남에서 게임 산업을 구축하며 발전시키기 위해 많은 노력을 기울임. 예를 들면 2022 년 베트남 정보통신부는 2022 년부터 2027 년까지 게임 부문 개발을 위한 5 개년 로드맵을 구축하고 있으며, 게임 우대 정책 구축 및 해외에서 위치한 회사를 베트남으로 다시 끌어들이기, 게임 시장 관리, 국내 게임 회사와 투자 펀드와 관리 기관 간의 협력 및 투자 교류 및 거래를 위한 행사를 개최하여 공통점 찾기, 베트남 사람 자신에 의하여 주체할 수 있도록 게임 산업 인재 양성을 지원하기 등 주요 문제 해결에 집중함⁷⁴⁾
- 한편, 베트남 정부의 법률체계 개선과 게임 산업 개발 촉진에 대한 노력으로 베트남 게임 시장을 계속 폭발적으로 발전할 것으로 예상됨. 동시에 베트남 게임 시장은 베트남 게임 출판사의 전문화 추세를 형성할 것을 약속함
- 그러나 게임 산업에 사업 활용의 잠재적인 시장임에도 불구하고 베트남은 수년 동안 세계 주요 게임 출판사의 '아웃소싱' 장소만 간주됨. 프리파이어(Free Fire), 캐러밴 전쟁(Caravan War), 게임 7554(Game 7554), 아이 스쿼드(I Squad), 아레나 어프 서바이버(Arena of Survivors) 등 100%의 베트남 개발자가 제작한 유명한 게임이 많음. 또 한 가지 한계점은 베트남 정보통신부가 불법 게임을 제공하는 사이트에 대한 접근을 적극적으로 검토 및 차단하고 앱 스토어에 차단 및 제거를 요청하였지만, 불법·도박·폭력 게임의 국가간 공급이 여전히 증가하고

71) 센서타워(Sensor Tower) 2021년 시나(Sina)에 'Sensor Tower : 2021年东南亚移动游戏市场洞察' 기사

72) 42매터스(42matters) 2022년의 'Vietnam Mobile Gaming' 기사

73) 앱 애니(App Annie) 2021년의 'Vietnam: Quick Look A Mobile Market of Opportunity' 보고서

74) 비엠티넷(Vietnamnet) 2022년의 '베트남 게임 산업은 아웃소싱 대신 주체하자' 기사

있다는 점임

- 애플 스토어(Apple Store)와 구글 플레이(Google Play) 앱스토어를 통하여 출시된 수많은 무허가 게임의 국가간 공급의 등장은 베트남 게임 시장에 큰 피해를 일으킴. 이에 따라 '밀수' 게임의 매출은 전체 게임 시장 매출의 약 30%를 차지함. 이는 베트남 기업과 외국 기업이 베트남에 진출할 때 불공정 경쟁, 매출과 이윤 감소, 고객 손실에 직면해야 함⁷⁵⁾. 이는 베트남 게임 부문에서 사업을 하는 기업에게도 주목할 만한 것임

5. 법적 장애와 시장 변동에 불구하고 블록체인 게임과 플레이 투 언(Play-to-Earn) 게임 폭발

- 액시 인피니티(Axie Infinity) 게임의 폭발적인 인기를 얻은 이후 단기간 내에 베트남에서 일련의 블록체인 게임 프로젝트가 나타남. 동시에 이 게임은 완전히 새로운 기술과 게임 플레이로 베트남에서 새로운 부문을 형성하고 있음
- 전통적인 게임 장르와 달리 베트남의 블록체인 게임은 크립토 게임(암호화폐), NFT 게임 등 익숙한 이름으로 알려짐. 블록체인 게임은 블록체인 기술을 게임에 접목한 게임임. 일반적으로 이러한 게임은 게임 내 암호화폐 토큰 또는 NFT 토큰의 형태임. 블록체인 게임에서 블록체인은 거래를 통하여 실제 자산과 같은 게임 내 자산의 소유권을 다른 사람에게 이전할 수 있는 권한이 있는 반면에 전통 게임에서는 플레이어는 일반적으로 현실 세계에서 게임 내 자산을 거래할 수 없음. 한편, 게임의 아이템은 고유하기 때문에 대부분의 다른 게임처럼 위조하거나 복제할 수 없음. 따라서 베트남의 블록체인 게임은 기존 게임을 할 때 지불하는(Pay-to-Play) 대신 게임을 하고 돈을 버는(Play-to-Earn) 트렌드를 만들었음. 출시된 각 블록체인 게임에는 일반적으로 플레이어가 돈을 버는 방법과 가상 화폐에 대한 별도의 규정이 있을 것임. 플레이어는 게임 내에 미션이나 도전 등을 완료하여 아이템, 가상 화폐를 얻을 수 있음
- 따라서 전통적인 게임에서 플레이어가 게임에서 아이템을 소유한다는 것은 출판사로부터 해당 아이템을 대여하는 형태일 뿐이며, 이는 플레이어에게 많은 위험을 일으킴. 반면에는 NFT 게임의 탄생이 이러한 아이템을 플레이하고 소유하는 모델을 완전히 변경하며, NFT 게임에 있는 자산은 전적으로 플레이어에게 속하는 것임

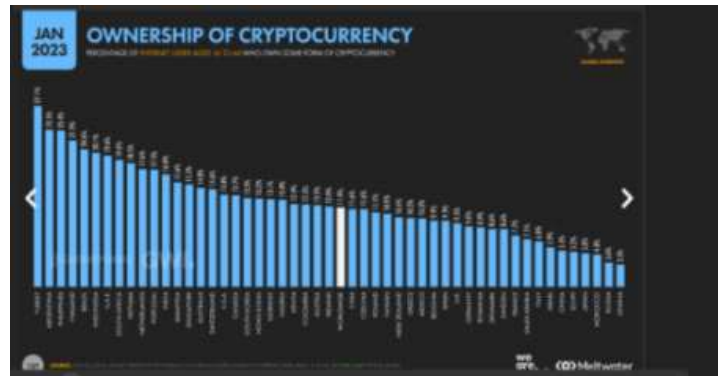


[그림 24] 2022년 상반기 액시 인피니티(Axie Infinity) 플레이어 통계
※출처: Activeplayer

- 동시에 현재 비트코인과 같은 디지털 통화를 개발하는 추세와 탈중앙화 금융

75) 비엠티플러스(Vietnamplus) 2023년 '베트남 게임 개발사에게 많은 기회 열어' 기사

플랫폼(Decentralized Finance, DeFi)의 탄생은 개발사, 출판사와 사용자 수요 측면에 블록체인 게임의 발전을 더욱 촉진함. 위아소셜(We Are Social) 2023년 보고서⁷⁶⁾에 따르면, 베트남은 전 세계적으로 암호화폐를 소유한 인터넷 사용자 수가 가장 많은 상위 10개국 중 하나임. 가상 화폐를 소유한 사용자 수를 통하여 베트남에서 NFT 게임 유형에 대한 수요가 매우 크다는 것을 보일 수 있음



[그림 25] 2023년 베트남 및 전 세계 일부 국가에 암호화폐를 소유한 인터넷 사용자 비율

※출처: We Are Social

- 한편, 2022년 NonFungible Corporation의 보고서⁷⁷⁾에 따르면, 2021년 NFT의 시가총액(Market capitalization)은 약 169억 달러(약 21조 2,602억 원)로 2020년 대비 4,440배 증가한 3억 7,200만 달러(약 4,679억 7,600만 원)를 기록함. 뵐엔이코노미(VnEconomy)의 e마거진(eMagazine) 전자 잡지에서 진행된 인터뷰에 따르면 '히어로버스(HeroVerse)', '타이탄 헌터(Titan Hunter)' 등과 같은 NFT 게임 프로젝트 자문 경험이 있는 릿케이소프트(Rikkeisoft) 주식회사의 따선 둥(Ta Son Tung) 회장은 베트남이 현재 많은 NFT 게임 프로젝트가 시장에 출시되고 출시될 예정이며, NFT 게임 개발 추세에서 세계를 선도하고 있다고 함. 동시에 베트남에서 NFT 게임 개발의 '열풍'은 코로나 19 전염병의 영향으로 인하여 재택근무 추세가 급격히 증가시키기 때문일 수 있어 게임을 하고 새로운 게임 모델을 찾는 것은 NFT 게임 장르의 획기적인 성장으로 이어짐. 새로운 게임 플레이어의 이점으로 플레이어가 높은 이윤을 올릴 수 있는 기회를 제공함으로써 NFT 게임은 현재 게이머의 최고의 선택이 되었음⁷⁸⁾
- 한편, 2022년은 베트남이 암호화폐 채택에 대하여 세계를 선도하는 2년 연속임. 블록체인 분석업체인 체이널리시스(Chainalysis)의 2022년 전 세계 암호화폐 수락 지수에 대한 통계⁷⁹⁾에 따르면, 베트남은 증가하는 위험과 잠재적 위험에도 불구하고 인민의 암호화폐 채택에 대하여 146개국 중 선두 국가임. 실제로 2022년 3분기에 카스퍼스키(Kaspersky)의 연구원들은 크립토마이닝 맬웨어(암호화폐 채굴 악성 코드)가 작년 동기 대비 230% 증가하여 현재 150,000개를 넘어섰다는 것을 발견하였음⁸⁰⁾

76) 위아소셜(We Are Social) 2023년의 'Digital 2023: Global Overview Report' 보고서

77) NonFungible Corporation(2022년)의 'Yearly NFT Market Report 2021: How NFTs affect the world' 보고서

78) 뵐엔이코노미(Vneconomy) 2022년의 'NFT 게임 열풍과 '십억 달러 파이' 기사

79) 체이널리시스(Chainalysis) 2022년의 '2022 Global Crypto adoption index' 보고서

- 그러나 베트남의 법률체계가 완성되지 않기 때문에 블록체인 게임 산업은 현재 법적 측면에 공식적으로 허용되지 않음. 동시에 현재(2023년 02월)까지 베트남 중앙은행은 가상 화폐를 베트남에서 통화 또는 법적 결제 수단으로 허용하지 않음. 이를 결제 수단으로 사용하여 발행, 비장, 공급하는 경우 형사 처벌을 받을 수 있음. 이는 베트남 게임 회사가 블록체인 게임을 개발할 때 해외(예를 싱가포르)에서 본사를 위치하며, 온라인 환경을 통하여 다국적 사업을 수행하는 경향으로 일으킴

- 2022년에는 문화·콘텐츠 산업을 지원하는 많은 새로운 규정과 법률이 베트남 정부에 의하여 승인되며 시행되었음. 베트남 정부의 2030년까지 문화 발전 전략 구현을 위하여 2022년에는 문화·콘텐츠 산업 발전을 위한 많은 규정과 법률이 제정됨. 이는 국내외 기업이 베트남의 콘텐츠 부문에 참여할 수 있는 기회임. 핵심적이고 중요한 사항과 함께 적용해 온 일부 규정과 정책은 다음과 같음

1. 2022년 개정된 지적재산권법 통과

- 2022년 6월 16일 회기에서 15대 국회 3차 회의는 2023년 1월 1일부터 공식적으로 발효되는 지적재산권법의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 법률을 통과하였음⁸¹⁾. 구체적으로 새로운 규정에 따라 개정된 지적재산권법은 국제관례에 적합하도록 한 약속 체계화와 내부화, 창 의 장려 및 안정성, 일관성, 획일화, 투명성, 실행 가능성 등을 보장하는 방향으로 지적재산에 관한 체제 보완, 지적재산권 효과적 보호 및 시행, 동시에 지적재산에 대한 국가 관리의 효율성 향상 및 국가의 경제·문화·사회 발전 촉진에 기여 등을 위해 하는 것임. 저작권과 관련 권리 신청 절차 및 특허권(Patent right) 설정 절차를 용이하게 하기 위하여 법에는 조직과 개인이 저작권 및 관련 권리에 대한 온라인 등록 법적 근거 마련, 신청 심사 과정의 속도를 높이기 위한 제3자 의견 분류, 산업 디자인 설명서 단순화, 발명품에 대한 보안 통제 제한, 산업 디자인 신청서의 발표 지연 허용, 특허권 부문의 불만 해결 절차에 대한 특히 조항 추가 등과 같은 몇 가지 주목할 만한 새로운 사항이 있음
- 또한, 재산권 보유자(소유자, 저작자, 연주자)의 식별과 관련된 규정을 보다 명확하고 구체적으로 명시하여 재산권 양도, 양도 계약의 사용권 양도, 저작권 및 관련 권리 양도 등과 같은 과정을 용이하게 함. 초안 법률의 뛰어난 점은 저작물의 이름 변경 또는 컴퓨터 프로그램 수정·업그레이드 수요가 있는 경우 같은 지난 시간 동안 존재하는 문제를 해결하기 위하여 저작권 부문의 특성에 맞게 협정(작명, 작품 수정)에 따라 몇 가지 저작인격권(著作人格權)을 양도할 수 있도록 허용하는 것임
- 또한 이 법은 주최 조직에게 발명품, 산업 디자인, 배치설계, 국가 예산을 사용하는 과학 및 기술 작업의 결과인 식물 품종 등에 대한 권리를 자동적이고 변상없이 부여함. 동시에 당 중앙집행위원회 제6차 대회의 제20-NQ/TW호 의결의 정신에 따라 국가, 주관기관, 작가 사이에 이익을 합리적으로 분배하는 체계를 마련함. 이 규정은 국가가 투자한 지적재산권 대상의 등록 및 활용에 대한 현재의 애로사항을 극복할 뿐만 아니라, 과학·기술 임무를 진행하는 주체가 발명품, 산업 디자인, 배치설계, 생성된 식물 품종을 적극적으로 등록하고 활용하며, 제품 개발 및 연구를 위한 기술 이전, 상업화 및 더 많은 투자 자본 유치를 위하여 기업과의 협력을 촉진하도록 장려하는 채찍질이기도 함. 이를 통하여 많은 경제적 이익을 거두고 사회보장 목표를 달성할 것임

81) 베트남 공산당 온라인 신문(2022년), 2023년 1월 1일부터 발효된 지적 재산권에 관한 2022년 6월 16일자 제 07/2022/QH15호의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 법률

2. 2022년 개정된 영화법 통과

- 2022년 6월 22일 베트남 국회는 영화에 관한 법률(개정)을 통과하며, 2023년 1월 1일부터 발효됨⁸²⁾. 영화법(개정)은 32개의 조항을 수정·보완하여 계승하며, 2006년 영화법 대비 18개의 새로운 조항을 규정하고 그중 주목한 새로운 기본 사항은 10개가 다음과 같음
 - 첫째, 개념에 대하여 새로운 법은 2006년 영화법에 명시된 개념과 용어를 계승·수정·보완하며, '영화 산업', '영화 분류', '베트남 영화', '영화 촬영소', '공공 영화관' 등과 같은 용어를 추가함. 특히, '영화' 개념의 수정·보완은 중요한 역할을 하며, 이를 통하여 영화법에서 수정된 시청각 부문의 제품 유형을 명확하게 확정할 수 있음
 - 둘째, 영화와 영화 산업 발전(제5조)에 대한 국가정책임. 2022년 영화법은 영화 활동에 대한 국가정책의 유연성을 만들기 위하여 투자와 지원에 관한 것을 한 조항(제5조 2항)에만 규정함. 이 법은 영화와 영화 산업의 투자 및 발전을 위하여 모든 자원을 조달하기 위한 국가 체제와 조치를 더욱 명확하게 보여주며, 투자와 국가 예산에 관한 법률 규정에 접합하고 논리를 보장하기 위하여 정책 그룹에 따라 재정리하면서 영화 활동의 향상 및 사회화를 장려함
 - 셋째, 영화 활동에서의 금지된 내용 및 행위(제9조)에 관한 것임. 법은 영화 활동에서 금지되는 내용과 행위를 상세하게 규정하여 법을 준수하는 데에 도움이 됨
 - 넷째, 영화 제작(제2장)에 관한 법률에 명시된 중요한 새로운 사항은 베트남에서 촬영 장면을 이용한 서비스 제공 활동(제13조)을 포함함. 법은 2006년 영화법에 규정된 전체 영화 대본 대신 허가 발급 신청 서류가 베트남에서 촬영한 부분의 영화 요약 대본과 세부 대본만 요청함. 또한 국가 예산을 활용한 영화 제작(제14조)은 입찰의 형식만을 규정한 2006년 영화법과 달리 양도, 발주, 입찰의 3가지 형식으로 이루어짐. 이 법은 또한 국가 예산을 활용하는 영화 제작 투자자의 대상을 부처, 부처급 기관, 정부 산하 기관, 정치 단체 기관, 중앙의 사회·정치·직업 단체, 중앙직할시와 성의 인민위원회 등으로 확대함
 - 다섯째, 베트남 영화 제작 서비스를 사용하는 외국 단체에 대한 혜택(제41조)과 관련된 것임. 이는 영화 제작진의 전문성 향상, 국가와 베트남 사람의 이미지 홍보, 영화, 관광 및 기타 관련 서비스 산업의 발전 촉진 등을 위하여 법에 명시된 새로운 내용임
 - 여섯째, 영화 출시(제3장)에 관련하여 법에서는 영화 출시 부문에 대한 투자 및 사업을 촉진하기 위하여 영화 출시를 조건부 업종으로 규정하지 않음
 - 일곱째, 영화 배급(제4장)과 사이버 공간에서의 배급(제21조)에 관하여 법은 사이버 공간에서 배급할 수 있는 주체를 명확히 규정하며, 동시에 정부 규정에 따른 영화 분류 조건 충족, 사이버 공간에서 영화를 배급하기 전에 배급할 영화 목록 및 분류 결과를 베트남 문화체육관광부에 제출하는 것과 같이 보장해야 하는 요청 및 조건을 추가 규정함. 2022년 영화법은 모든 배급 형태로 상영되는 영화에 적용되는 연령 분류, 영화 등급 표시, 영화 콘텐츠 경고 등에 대해 규정함

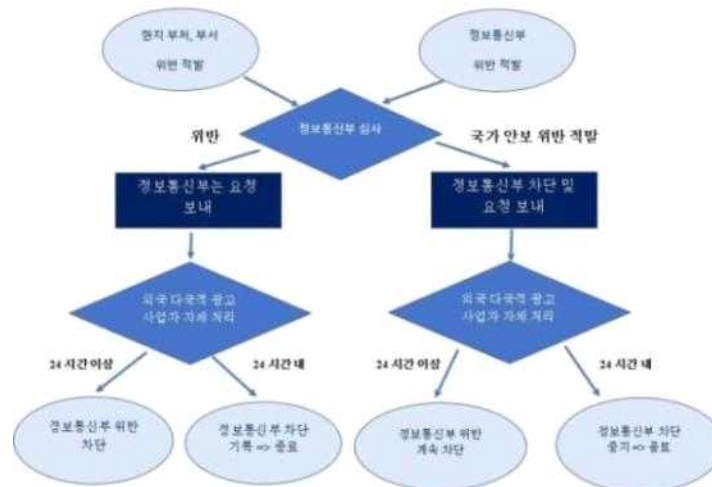
82) 정부 문서(2022년) 국회의 제05/2022/QH15호 영화법

- 여덟째, 영화 납본 및 보관(제 5 장)에 대하여 영화의 기술적 포맷이 셀룰로이드 필름(Celluloid film) 소재에서 디지털 필름으로 변경됨에 따라 법은 영화 기술에 맞게 새로운 규정을 추가함. 예를 들면, 수입 영화의 납본 기간은 베트남에서 배급된 저작권 기간을 기준으로 하며, 국가 예산으로 제작된 베트남 영화는 코드가 없는 영화 납본과 대본 및 첨부 문서를 영화 보관 기관에 제출해야 하고, 납본 기간 만료 시 납본을 제출한 기관에게 납본을 반납하는 것임. 영화 소유자는 관한 국가 기관의 요청에 따라 비교 및 검사를 위하여 영화 코드를 잠금 해제해야 함
- 아홉째, 베트남의 영화제, 영화상, 영화 대회, 영화 프로그램과 영화 주간(제 38 조)에 관하여 2006 년 영화법을 비해 2022 년 영화법은 국내 영화를 홍보하고 빛내는 데에 사회적 자원을 조달하기 위하여 영화제를 개최하는 주체를 확대함
- 열째, 영화발전지원금과 관련하여 2006 년 영화법을 비해 법은 가능성 향상을 위하여 기금의 목적(제 44 조)과 기금의 운영 원칙(제 45 조)을 보완하며 밝혔음

3. 기타 개정·발행된 법적 규정

- 2022 년 3 월 16 일에 베트남 정보통신부는 광고법의 몇 가지 시행의 세부 규정에 대한 제 181/2013/NĐ-CP 호 의정서의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 2021 년 7 월 20 일자 제 70/2021/NĐ-CP 호 의정서 시행에 대한 안내 세미나를 개최하였음⁸³⁾. 의정서의 주요 내용은 다국적 플랫폼의 광고 활동 관리를 명시함. 다국적 광고 활동을 담당하는 국가 관리 기관은 위반 정보의 관리 및 수신을 위한 초점을 일관하기 위하여 베트남 문화체육관광부에서 베트남 정보통신부로 이전함. 의정서는 또한 베트남에서 다국적 광고 활동에 참여하는 국내외 단체와 개인의 권리와 의무를 추가하며, 다국적 플랫폼에서 침해 광고를 수신·검사·처리하는 절차를 구축하고, 탈법 행위를 방지하기 위하여 위반 행위, 특히 매일, 매시간 기술 어플로 검사된 광고 콘텐츠 관리에 대한 처리 제재를 추가하였음

83) 정보통신부(2022년), 수정된 제70/2021/NĐ-CP호 의정서 시행 안내 세미나



[그림 26] 2021년 7월 20일자 제70/2021/NĐ-CP호 의정서에 따른
다국적 광고 사업자의 위반 처리 절차
※출처: DTM Consulting 자체 조사

- 한편, 2022년 7월 20일 베트남 정보통신부는 허가증과 사이버 정보 보안 제품 수입 허가증 발급절차, 서류 등에 따라 수입되는 사이버 정보보안 제품목록 규정에 대한 2018년 10월 15일자 제 13/2018/TT-BTTTT 호 일부를 수정·보완하는 제 10/2022/TT-BTTTT 호 시행령을 발행함⁸⁴⁾. 제 10/2022/TT-BTTTT 호 시행령은 수입 허가증 발급 신청 서류에 있는 '사이버 정보 보안 제품 및 서비스 사업허가증'의 무효화가 명시됨. 수입 허가 발급 서류를 온라인으로 제출하는 경우 공공 서비스 포털인 <https://dichvucong.mic.gov.vn> 에서 제출함. 특히, 수입 허가 발급 신청서의 심사 및 결과 발표 시간은 근무일 기준 7일에서 5일로 단축되었음. 제 10/2022/TT-BTTTT 호 시행령은 2022년 9월 15일로부터 발효함
- 또한 2022년 10월 1일 베트남 정부는 방송 서비스 관리, 제공 및 사용에 대한 2016년 1월 18일자 제 06/2016/NĐ-CP 호 의정서의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서를 발행함⁸⁵⁾. 이 의정서로 국내 OTT 서비스 제공업체는 다국적 기업과 평등하게 경쟁할 수 있음. 수정·보완된 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서는 4개 조항을 포함함. 그중 제 1조에는 14개 조항을 수정하며, 제 06/2016/NĐ-CP 호 의정서의 1개 조항을 추가함. 수정·보완된 규정은 서비스 관리, 특히 인터넷 방송 서비스에 대하여 주문형 서비스 패키지(OTT VOD)만 제공하며 프로그램 채널을 제공하지 않는 것과 서비스에서 제공된 콘텐츠(주문형 콘텐츠, 프로그램, 프로그램 채널 등 포함) 관리에 대한 규정을 구체화하는 데에 중점을 둠. 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서의 제 2조는 허가 발급과 증명서 발급 서류 수령 및 처리 시간에 대한 규정을 수정하고 보완함. 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서의 제 3조와 제 4조는 시행 효력과 시행 책임에 대해 규정함. 또한 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서는 다음

84) 정부(2022년), 베트남 정보통신부는 허가증과 사이버 정보 보안 제품 수입 허가증 발급의 절차, 서류 등에 따라 수입되는 사이버 정보 보안 제품 목록 규정에 대한 2018년 10월 15일자 제13/2018/TT-BTTTT호 시행령의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 제10/2022/TT-BTTTT호 시행령

85) 정부(2022년), 방송 서비스 관리, 제공 및 사용에 대한 2016년 1월 18일자 제06/2016/NĐ-CP호 의정서의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 제71/2022/NĐ-CP호 의정서

조항을 보완함. 주문형 방송 콘텐츠와 부가 가치 서비스 콘텐츠는 합법 저작권을 증명하는 문서가 있고, 프로그램 채널의 이름과 로고를 포함하여 채널에서 방송되는 프로그램과 영화의 무결성을 보장하고, 계약이나 저작권 계약서 준수 및 편집, 분류 후 프로그램 콘텐츠의 무결성을 보장하는 것 등과 같은 저작권에 대한 요구 사항을 충족해야 함

- 정보통신부는 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서의 가장 기본적인 내용이 베트남 사용자에게 국경 간 서비스를 제공하는 외국 기업을 포함하여 OTT VOD 서비스의 관리 관점을 강조하는 것이라고 함. 따라서 베트남에 국경 간 OTT 서비스를 제공하는 외국 기업은 허가를 받아야 함. 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서는 국내 기업과 외국 기업이 일치한 법적 근거로 서비스를 사업할 수 있도록 하며, 국내 기업과 외국 기업 간의 공정성을 보장하고, 동시에 행정 절차를 추가하지 않음. OTT 서비스 유형에 대하여 기업은 2 가지 서비스 제공 모델을 선택할 수 있음
 - 온라인 채널과 주문형 콘텐츠(VOD)를 모두 제공할 수 있는 OTT TV
 - VOD(OTT TV VOD)만 제공하는 OTT TV
- OTT TV VOD 서비스의 경우 기업은 계획을 작성하는 대신 정보통신부의 양식에 따라 신고하기만 함(제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서의 제 1 조 4 항). 이 규정은 외국 기업과 일치한 기술 조건을 가진 국내 기업이 서비스 제공에 참여할 수 있도록 기회를 제공함. 장에 참여하고자 하는 외국 기업도 국내 기업과 같은 절차를 시행해야 함
- 베트남 정보통신부에 따르면 제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서의 또 다른 중요한 점은 VOD 콘텐츠의 편집, 분류, 번역에 관한 규정에 대한 제 06/2016/NĐ-CP 호의 제 20a 조를 추가한 것임(제 71/2022/NĐ-CP 호 의정서 제 1 조 11 항). 이에 따라 VOD 콘텐츠는 3 개 그룹으로 분류됨. 뉴스와 시사 프로그램, 또는 정치, 국방, 안보, 경제, 사회 등의 프로그램에 대한 첫 번째 그룹은 서비스에 제공하기 전에 방송 허가증을 가진 언론사에서 제작하고 편집해야 함. 영화에 대한 두 번째 그룹은 기업이 베트남 정부 규정에 따른 영화 분류 조건을 충족하는 경우 문화체육관광부에서 정한 영화 분류 기준에 따라 영화 분류 활동을 주동적으로 진행할 수 있으며 분류 결과에 대하여 책임을 져야 함
- 영화법 몇 가지 조항의 세부 규정에 대한 정부의 제 131/2022/NĐ-CP 호 의정서⁸⁶⁾와 함께, 베트남 정부는 영화 위반 행위와 관련 처벌에 대한 규정을 수정·보완하기 위하여 발행하는 제 128/2022/NĐ-CP 호 의정서가 사이버 공간에서 영화 배급을 엄격하게 관리하기 위한 중요한 법률체계로 간주됨. 구체적으로 베트남 정부는 관광, 스포츠, 저작권과 관련 권리, 문화와 광고 등과 같은 부문의 행정 위반 처벌을 규정하는 의정서의 몇 가지 조항 수정·보완에 대한 정부의 2021 년 12 월 30 일자 제 129/2021/NĐ-CP 호 의정서가 수정·보완된 문화와 광고 부문의 행정 위반 처벌 규정에 대한 정부의 2021 년 03 월 29 일자 제 38/2021/NĐ-CP 호 의정서의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 제 128/2022/NĐ-CP 호 의정서를 발행하였음. 제 128/2022/NĐ-CP 호 의정서는 2023 년 02 월 15 일에 공식적으로 발효됨⁸⁷⁾. 이에 따라

86) 정부(2022년), 2022년 12월 31일에 발행된 영화법의 몇 가지 조항 세부 규정에 대한 정부의 제131/2022/NĐ-CP호 의정서, 2023년 01월 01일부터 발효

87) 정부(2022년), 관광, 스포츠, 저작권과 관련 권리, 문화와 광고 등과 같은 부문의 행정 위반 처벌을 규정하는 의정서의 몇

제 128/2022/NĐ-CP 호 의정서의 제 4 항 제 1 조는 관광, 스포츠, 저작권과 관련 권리, 문화와 광고 등과 같은 부문의 행정 위반 처벌을 규정하는 의정서의 몇 가지 조항 수정·보완에 대한 정부의 2021 년 12 월 30 일자 제 129/2021/NĐ-CP 호 의정서가 수정·보완된 문화와 광고 부문의 행정 위반 처벌 규정에 대한 정부의 2021 년 3 월 29 일자 제 38/2021/NĐ-CP 호 의정서의 제 10 조 제 1 절 제 2 장을 수정·보완하는 것임. 그중 제 7 항 제 10 조 제 1 절 제 2 장은 사이버 공간에서의 영화 배급 위반 행위 중 하나에 대하여 과태료를 규정함. 과징금 부과와 함께 위반자들이 시행해야 할 대책은 해당 영화를 사이버 공간에서 강제 제거하는 것임

가지 조항 수정·보완에 대한 정부의 2021년 12월 30일자 제129/2021/NĐ-CP호 의정서가 수정·보완된 문화와 광고 부문의 행정 위반 처벌 규정에 대한 정부의 2021년 3월 29일자 제38/2021/NĐ-CP호 의정서의 몇 가지 조항을 수정·보완하는 제 128/2022/NĐ-CP호 의정서

베트남 비즈니스센터 담당자 연락처

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

(자체보고서용 판권지) 연구명

2023년 1호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 홍정용 센터장 (베트남 비즈니스센터)

집필자 Nguyen Thi Hoang Yen / DTM Consulting Marketing 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”