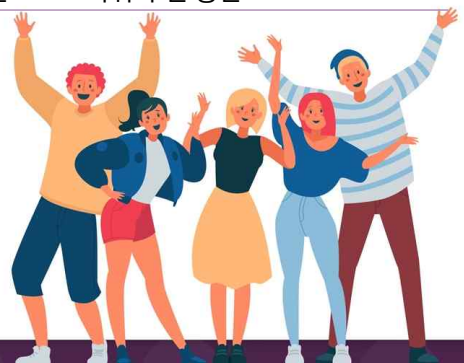


2023

WEEKLY GLOBAL

구분	제목
 방송·영화	[미국] 파라마운트+, 모바일 전용 구독 요금제 출시 [베트남] 베트남 시각효과팀, <더 글로리> 시즌 2 에 제작 참여 [UAE] 중동 최대 방송사 MBC 그룹, NBC 유니버설과 라이선스 계약 연장 [UAE] 사우디아라비아, 영화 부문 자금 지원 프로그램 실시 [태국] 3 년만에 돌아온 태국 버전 <복면가왕>, <마스크싱어 12>
 게임·유희합	[미국] 넷플릭스, 올해 40 개의 게임 출시계획 발표 [북경] 국가신문출판서, 외산·중국산게임 판호 발급명단 발표 [심천] 중국 2023 년 2 월 국내 게임시장 규모 약 216 억 위안, 동기 대비 22.72% 하락 [유럽] 엔씨소프트 신작 MMORPG 게임 <쓰론 앤 리버티> 서방 시장 진출 [유럽] 프랑스 강타한 컴투스 MMORPG 게임 <서머너즈 워: 크로니클> 흥행 [인니] 인도네시아, MWC 2023 에서 메타버스 연구센터 MREC 공식 출범 [UAE] 중동과 북아프리카, 떠오르는 이스포츠 산업의 섯별 [태국] 웹툰 <여신강림> 기반 모바일 게임, 태국어 버전 출시 [러시아] 메타버스의 대안으로 떠오른 한국과 K 팝
 애니·캐릭터	[심천] 애니메이션 영화 <거니적도(去你的島)>, 인공지능(AI) 활용해 제작할 예정 [유럽] 영국을 사로잡은 애니메이션 <신의 탑> 시즌 2 조명
 만화·웹툰	[인니] 인니 콘텐츠 플랫폼 스타트업 TipTip, 디지털 만화 대회 <Komikin di TipTip> 성료
 음악	[미국] 스포티파이, 팟캐스트 크리에이터들을 위한 서비스 출시 [북경] 텐센트 뮤직, 2022 년 총 매출액 283 억 위안 달성 [유럽] 한류 이끄는 한국 엔터테인먼트 산업의 소프트파워 주목 [베트남] 글로벌 연예인들의 베트남 상륙 소식 [베트남] 사이버 가수 '안(Ann)', 베트남 시장에서 데뷔 [태국] 한·태 아티스트 합동 콘서트, '사운드 체크 페스티벌 2023' 성료 [태국] 경쟁자에서 파트너로...GMM 그라미-RS 합작회사 설립
 통합(정책 등)	[북경] 공연산업협회, <온라인 공연 생방송 및 쇼트클립 용어> 발표 [북경] 2023 년 1 월 중국 모바일 인터넷 및 앱 사용 통계 [일본] 日 소비자청, 고교생의 소비 실태 조사 결과 발표 [일본] Z 세대 시간·비용대비 효과, 정기구독 의식조사 결과 발표 [유럽] EU, 메타버스 규제 검토 필요 [베트남] 베트남, 전 세계 한류 팬덤 3 위 차지 [UAE] UAE, 한국에 300 억 달러 투자 계획 발표 [UAE] KBIPA 와 성남시, UAE DMCC 와 MOU 체결 [태국] 게임·미디어·통신산업을 주도하는 최대 클라우드 투자국가 [태국] 내각, 엔터테인먼트 매체를 활용한 소프트파워 추진 승인



방송·영화



✓ [미국] 파라마운트+, 모바일 전용 요금제 출시 ¹⁾

KOCCA

● 파라마운트+, 모바일 전용 구독요금제

- ✓ 미국의 스트리밍 서비스 파라마운트+는 멕시코, 브라질 두 개의 국가에 모바일 전용 요금제를 출시한다고 발표함. 모바일 전용 요금제는 기존 요금제보다 1 달러 정도 저렴한 2.80 달러에서 4.20 달러 수준으로 출시한다고 함
- ✓ 파라마운트에서 조사한 바에 따르면, 멕시코, 브라질 시장 이용자들의 50%가 시리즈 및 영화를 시청하는데 모바일기기 사용을 선호한다는 결과가 나왔다고 전해지며, 증가하는 모바일 콘텐츠 소비에 따라 모바일 전용 요금제를 출시하여 더 많은 소비자의 이용을 유도하고자 한다고 함
- ✓ 이번 결정은 파라마운트+가 글로벌 진출을 시도하며 피콕, HBO 맥스와 같은 스트리밍 서비스들과의 경쟁에 더 많은 구독자를 유도함으로써 소비자들에게 다양한 선택지를 제공하기 위함이며, 파라마운트+의 글로벌 시장 확장의 일부분이라고 전함
- ✓ 파라마운트+는 지난 해 4 분기 글로벌 히트를 친 <탑건: 매버릭>의 인기에 힘입어 990 만 명의 구독자를 추가했고, 파라마운트+는 전체 구독자수 5,600 만 명을 기록했으며, 지난 달 영국 통신사와 배급 계약을 체결하기도 함

✓ [베트남] 베트남 시각효과팀, <더 글로리> 시즌 2 에 제작 참여 ²⁾

KOCCA

● 베트남 시넵스 스튜디오 시각효과팀에 소속된 제작진 약 20 명이 <더 글로리> 시즌 2 제작에 참여함

- ✓ 베트남인이 해외 영상 제작 프로젝트의 시각효과에 참여하는 것은 새로운 일이 아님. 또한, 베트남인이 제작에 참여한 이 드라마는 <스위트홈>에 이어 이도현 배우가 출연하는 2 번째 드라마임
- ✓ 현재 <더 글로리> 시즌 2 는 가장 주목받는 한국 드라마로, 아시아 전역의 SNS 를 휩쓸고 있으며 국제 평론가들로부터 높은 평가를 받고 있음



<더 글로리> 시즌 2 의 14 회 엔딩 크레딧에 나온 베트남인 이름

1) 출처 : <https://deadline.com/2023/03/paramount-launches-first-ever-mobile-only-plan-yellowstone-yellowjackets-1923-1235301463>

2) 출처 : <https://kenh14.vn/tu-hao-vi-nguoi-viet-nam-duoc-neu-ten-o-the-glory-2-gop-phan-dia-phim-noi-danh-toan-chau-a-20230312101859166.dn>

✔ [UAE] 중동 최대 방송사 MBC 그룹, NBC 유니버설과 라이선스 계약 연장³⁾

KOCCA

- MBC 그룹은 NBC 유니버설과의 라이선스 계약을 연장함으로써 중동 내 유니버설 픽처스의 할리우드 영화와 드림웍스 애니메이션을 계속해서 방영할 수 있게 됨
 - ✔ 이번 계약 연장으로 MBC 그룹과 NBC 유니버설의 협업관계는 20 년을 넘어 양사에 의미가 큼
 - ✔ 박스오피스 히트작인 <분노의 질주 9>, <보스 베이비 2>, <크루즈 패밀리 2>, <투명인간>이 영어 영화 채널인 MBC2 에서 무료로 소개될 예정이며 <제이슨 본>, <슈퍼배드>, <쥬라기공원>, <미이라>와 같은 유명 시리즈 영화 및 애니메이션 또한 방영될 예정임
 - ✔ MBC 그룹의 아랍어 콘텐츠 스트리밍 플랫폼인 샤히드 (Shahid)는 <슈렉>, <쌍>, <트롤>, <마이펫의 이중생활>, <미니언즈>, <샤크> 등의 인기 있는 전체관람가 가족 애니메이션을 방영할 예정임

✔ [UAE] 사우디아라비아, 영화부문 자금 지원 프로그램 실시⁴⁾

KOCCA

- 사우디아라비아 문화발전기금 (Cultural Development Fund (CDF))는 영화산업 자금 지원 프로그램 (Film Sector Financing Programme)을 통해 내년 중 2 억 3,400 만 달러를 투자 유치할 계획
 - ✔ 해당 프로그램은 사우디아라비아 영화산업의 성장과 현지 영화산업에 대한 민간 투자를 후원하기 위한 목적으로 기획됨
 - ✔ CDF 는 영화 산업 관련 기업들을 위한 재정적 방안 제공과 더불어 영화 프로젝트의 재정적 지속 가능성 확립, 건강한 마켓 유지를 위해 전국의 금융 기관들과 전략적 파트너십을 맺게 되었다고 밝힘
 - ✔ 자금 지원 기회는 사우디 영화산업에 종사하는 국내외 기업들에게 열려있으며 중소기업의 민간 업체의 경우 사우디아라비아 내 현지 콘텐츠 지원과 국내 영화 제작 촉진을 위해 마련된 지원금을 제공받을 수 있음
 - ✔ 프로그램은 대출과 투자, 두 가지로 구성되며 대출 부문은 현재 CDF 웹사이트를 통해 신청 가능함. 투자 부문의 경우 올해 말부터 신청 가능하게 될 것으로 예상됨

✔ [태국] 3 년 만에 돌아온 태국 버전 <복면가왕>, <마스크싱어 12>⁵⁾

KOCCA

- 한국 프로그램 <복면가왕>은 2016 년 말 태국 버전 <더마스크싱어(The Mask Singer)>로 제작되며 방송사 워크포인트(WorkPoint) 사상 최고 시청률 13.4%를 기록했고, 유튜브와 페이스북을 통한 생방송 시청자가 10 만 명을 넘어선 최고의 예능프로그램이었음
 - ✔ 연예인이나 유명 인사들이 가면을 쓰고 정체를 숨긴 뒤 노래 경연을 펼치는 이 새로운 프로그램에 화려한 입담을 자랑하는 개성 넘치는 드림팀 판정단과 시청자가 함께 가면 속의 주인공 맞추기에 참여하며 열광함

3) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/mbc-group-extends-licensing-agreement-with-nbcuniversal>

4) 출처 : <https://www.broadcastprome.com/news/saudis-cultural-development-fund-launches-film-sector-financing-programme>

5) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/entertainment/1058003>

- ✔ 태국 과일 두리안 가면을 쓰고 시즌 1 에서 우승했던 가수 잇싸라 끼짜닛치(อิศรา กิจนิตยชีว์)와 캥거루 가면을 쓰고 준결승까지 진출했던 팔릿촉 아이야나붓(พลิตชล อายนบุตร)은 전국에 팬클럽이 생기며 가요계를 주도함
- ✔ 시즌2 는 시즌 1 보다 성공하지는 못했으나, 시즌 전체 평균 시청률이 7.3%로 당시 같은 시간대 방영된 드라마보다 높았음. 이에 제작진은 시즌 3, 시즌 4, 프로젝트 A(팀별 경연) 등을 연이어 제작했으나 시청률은 계속해서 하락함
- ✔ 프로젝트 A 가 끝날 무렵 제작진은 시청자들의 관심을 되돌리기 위해 노래, 의상, 악기 등에 있어 태국적인 것을 가미했고, 이는 좋은 반응을 얻어 시청률이 3 위까지 회복됨. 이에 태국 문학, 문화, 전통 등 태국 정체성을 추구하며 프로그램을 구성함. 별자리를 주제로 한 <더마스크 짝까라씨(The Mask จักรราศี)>, 진짜 가수를 찾아내는 <더마스크미러(The Mask Mirror)> 만이 다른 포맷이었음
- ✔ 하지만 마지막 시즌에는 실력 있는 가수들이 참여했음에도 평균 시청률은 1.4%로 가장 낮았음. 4 개의 시즌은 태국 노래로 구성했기 때문에 다양성과 신선함이 부족했고, 시청자들은 새로운 가면을 기억하지 못해 결국 막을 내림
- ✔ 2020 년 9 월 3 일 팬들의 아쉬움을 뒤로하고 종영됐던 프로그램이 이달 15 일 3 년 만에 <Mask Singer12> 라는 이름으로 방영을 재개함. 12 개의 새로운 복면가수와 함께 판정단이 맞추지 못하면 참가자들은 가면을 벗지 않는다는 새로운 규칙이 생겼고, 시청자들이 보고 싶어 하는 12 명의 역대 가왕들이 출연할 예정임. 이번 시리즈에 어떤 의외의 인물들이 가면을 쓰고 등장해 새로운 현상을 일으키게 될지 귀추가 주목됨

게임·융복합



✓ [미국] 넷플릭스, 올해 40 개의 게임 출시계획 발표 6)

KOCCA

○ 넷플릭스가 2023 년 게임 출시 계획을 발표함

- ✓ 넷플릭스는 2021 년 11 월 퍼즐게임부터 다양한 장르의 게임들을 공개하였고, 스트리밍 서비스 가입자는 추가 요금 부담 없이 제공된 게임을 즐길 수 있도록 하고 있음
- ✓ 넷플릭스는 2021 년 게임즈의 출시 이후 55 개의 게임을 공개하였고, 올해는 40 개 게임을 공개할 계획이라고 함. 넷플릭스 게임즈는 현재 파트너사와 함께 70 개, 인기게임 <오버워치>의 제작자가 참여하는 자체 스튜디오에서 16 개의 게임을 추가 개발 중이라고 밝히며, 게임 서비스에 대한 의지를 보여줌
- ✓ 출시된 게임 중 넷플릭스의 인기 리얼리티쇼 <투혼!>을 토대로 만든 롤플레이팅 게임이 100 만 번 이상의 다운로드 수를 기록하며 가장 인기가 많은 게임 중 하나 꼽혔으며, 게임 스튜디오인 나노비트와 파트너십을 맺어 게임 <투혼!>의 시즌 2 를 출시할 예정이라고 밝힘
- ✓ 넷플릭스 게임즈는 프랑스 게임회사 유비소프트와 파트너십으로 올해 3 개의 게임을 제작할 예정이며 이 외에도 유스투게임즈, 슈퍼 이블 메가코프 등 다양한 게임사들과 파트너십을 맺어 게임 개발에 힘쓰고 있음
- ✓ 넷플릭스는 구독자 모두가 만족할 수 있는 다양한 게임을 출시할 것이라고 밝혔으며, 현재 출시된 모든 게임이 모바일 전용이지만 향후 TV 와 PC 에서도 게임을 제공할 수 있도록 하겠다고 전함

✓ [북경] 국가신문출판서, 외산·중국산게임 판호 발급명단 발표 7)

KOCCA

○ 3 월 20 일과 23 일, 국가신문출판서(国家新闻出版署)가 공식 홈페이지를 통해 외산 및 중국산 게임판호 발급명단을 각각 발표함. 이번에 판호를 발급받은 총 113 종의 게임 중 27 종이 외산, 86 종이 중국산임. 이 중 외산게임 명단에는 한국산 모바일게임 3 종이 포함됨

- ✓ 외산게임은 작년 12 월 44 종 게임에 판호발급 허가 이후 약 3 개월 만으로 그 이전 외산게임 판호허가 발표 시기가 2021 년 6 월이었던 것과 비교하면 발표 간격이 현저하게 단축됨. 연간 외산게임 판호허가 수가 2020 년 97 종, 2021 년 76 종, 2022 년 44 종으로 매년 감소하고 있는 추세인데 2023 년에는 어떤 변화가 있을지 주목됨

6) 출처 : <https://variety.com/2023/digital/news/netflix-games-too-hot-to-handle-2023-1235556922>

3) 국가신문출판서 공식 홈페이지 : <https://www.nppa.gov.cn/nppa/contents/318/106487.shtml>

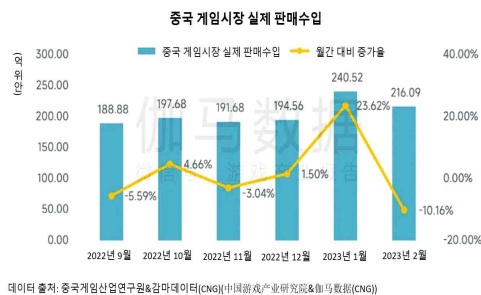
2023년 3월 판호취득 한국산 게임 명단

구분	게임명	플랫폼	문서번호	출판번호
1	오디션 : 모두의 파티 (중국어명: 劲舞团 : 全民派对)	모바일	国新出审[2023]375 号	ISBN 978-7-498-12124-0
2	블루 아카이브 (중국어명: 蔚蓝档案)	모바일	国新出审[2023]364 号	ISBN 978-7-498-12113-4
3	쿠키런 : 킹덤 (중국어명: 冲呀! 饼干人 : 王国)	모바일	国新出审[2023]360 号	ISBN 978-7-498-12110-3

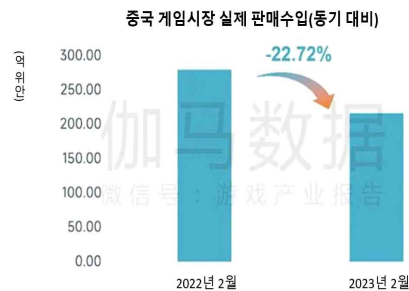
☑ [심천] 중국 2023년 2월 게임시장 규모 약 216억 위안, 동기 대비 22.72% 하락⁸⁾ KOCCA

- 감마데이터(伽马数据)에서 발표한 <2023년 2월 게임산업보고서(2023年2月游戏产业报告)>에 따르면, 2023년 2월 중국 게임시장의 실제 판매수입은 216억 900만 위안이며, 지난 1월 대비 10.16% 하락하였고 전년 2월 대비 22.72% 하락함

- ☑ 지난 1월 중국 게임시장의 실제 판매수입이 동기 대비 16.89% 감소한 데 이어 2023년 중국 게임 산업 규모가 계속 감소하고 있는 것으로 보임
- ☑ 그중에서 2월 중국 모바일 게임의 실제 판매수입은 154억 8600만 위안에 달하며, 월간 대비 12.11% 감소하였고 동기 대비 28.4% 하락하였음. 또한 2월 중국 단말기 게임의 실제 판매수입은 53억 2600만 위안이며, 월간 대비 5.75% 감소하였음



[그림 1] 중국 게임시장 실제 판매수입



[그림 2] 중국 게임시장 실제 판매수입(동기 대비)

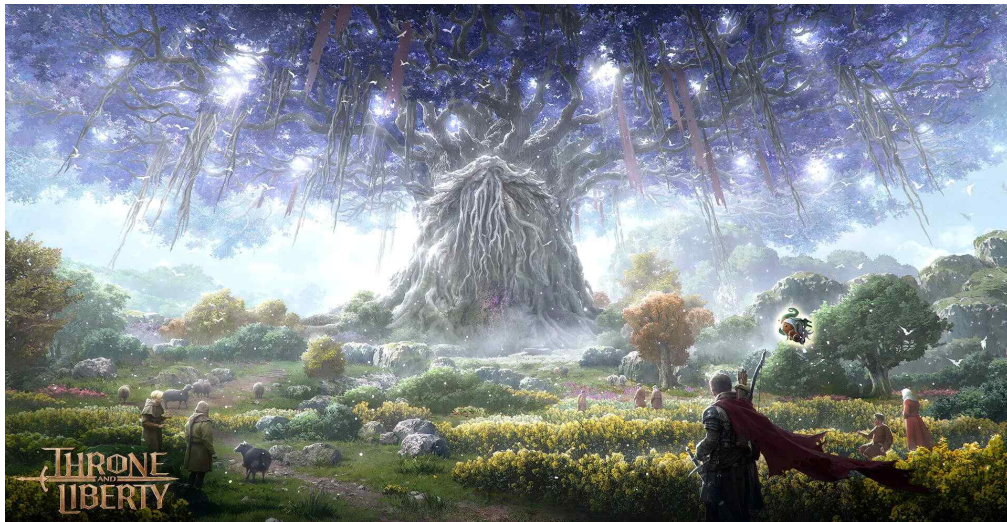
8) 출처 : <http://www.gamelook.com.cn/2023/03/513189>

✓ [유럽] 엔씨소프트 신작 MMORPG 게임 <쓰론 앤 리버티> 서방 시장 진출 9)

KOCCA

● 엔씨소프트의 신작 MMORPG <쓰론 앤 리버티>

- ✓ 펠어비스의 검은 사막, 엔씨소프트의 블레이드앤소울 같은 다중 접속 역할 게임(Massively Multi-Online Role Playing Game, MMORPG) 장르의 인기가 꾸준하면서, 미국 아마존게임즈와 글로벌 퍼블리싱 계약을 체결한 엔씨소프트의 신작 MMORPG 게임 '쓰론 앤 리버티'가 북미와 남미, 유럽은 물론 일본에도 퍼블리싱 발표 소식을 전함. 현재 '쓰론 앤 리버티'는 PC, PS5, XSX 플랫폼에서 출시된다고 밝힘



[그림 3] <쓰론 앤 리버티> 디렉터스 프리뷰 영상 스틸컷 (출처 : 엔씨소프트 유튜브 채널)

✓ [유럽] 프랑스 강타한 컴투스 MMORPG 게임 <서머너즈 워: 크로니클> 흥행 10)

KOCCA

- ✓ 모바일과 PC 모두에서 지속적 상승세를 보이는 컴투스의 MMORPG 게임 <서머너즈 워: 크로니클>을 조명함
- ✓ <서머너즈 워: 크로니클>은 유럽 시장 진출을 본격적으로 추진하고 있으며 현재 스팀, 구글 플레이, 앱 스토어, 크로스 플레이, 구글 플레이 게임 등의 플랫폼으로 3 월 9 일부터 서비스되고 있다고 전함
- ✓ 실제로 <서머너즈 워: 크로니클>은 출시 전부터 사전예약 200 만 명을 달성하면서 많은 주목을 받았다고 밝힘. 지난 3 월 12 일 동시 접속자 10 만 명을 돌파하며 게임 열풍을 선도하고 있고 게임 전체 글로벌 누적 이용자 수가 5 백만을 넘어섰다고 언급함
- ✓ <서머너즈 워: 크로니클>은 글로벌 PC 플랫폼 스팀에서 <선즈 오브 더 포레스트(Sons of The Forest)>, <호그와트 레거시(Hogwarts Legacy)>를 제치고 글로벌 자체 최고 순위 1 위를 기록하며 인기를 입증했다고 전함

9) 출처 : 프랑스 언론, Playscope

<https://www.playscope.com/2023/03/13/le-mmorpg-croen-throne-and-liberty-sortira-en-occident-et-au-japon-grace-a-amazon-games>

10) 출처 : 프랑스 언론, Gameblog.fr

<https://www.gameblog.fr/jeu-video/ed/news/summoners-war-chronicles-le-mmo-fait-un-carton-en-france-et-depasse-tout-419338>

	Summoners War: Chronicles	10 nov. 2022	Free-to-play
	Big Ambitions	10 mars 2023	-10% 22,99€ 20,69€
	Sons Of The Forest	23 fevr. 2023	28,99€
	Apex Legends™	5 nov. 2020	Free-to-play
	Hogwarts Legacy : L'Héritage de Poudlard	10 fevr. 2023	59,99€
	Lost Ark	11 fevr. 2022	Free-to-play
	Counter-Strike: Global Offensive	21 août 2012	Free-to-play
	WWE 2K23	17 mars 2023	59,99€
	Destiny 2	1 oct. 2019	Free-to-play
	Total War: WARHAMMER III	17 fevr. 2022	-33% 59,99€ 40,19€
	Contraband Police	8 mars 2023	-12% 19,50€ 17,16€

[그림 4] 랭킹 (출처 : 디지털 관리 멀티플레이어 플랫폼 스템)

✓ [인니] 인도네시아, MWC 2023 에서 메타버스 연구센터 MREC 공식 출범

KOCCA

- 인도네시아는 이번 3 월 1 일 스페인 바르셀로나에서 개최된 세계 모바일 박람회 MWC 2023 에서 메타버스 기술 분야의 협업 연구, 혁신 및 개발 촉진을 위한 메타버스 연구센터 MREC(Metaverse Research and Experience Center) 프로그램을 공식 출범함
 - ✓ 이번 행사에는 주인도네시아 대사관, 인도네시아 정보통신부(Kominfo)등 주요 인도네시아 정부 대표단과 텔콤(Telkom) 대학교, 세계 최대 통신사업자 모임 GSMA(Global System for Mobile Communications Association)의 리더 그룹 Indosat Ooredoo Hutchison, XL Axiata, Smartfren, Alita, Techbros, Meta, Telkom Infra Project 등이 참석
 - ✓ 해당 프로그램은 국가적 이익을 위해 디지털 세계에서 인도네시아의 국가 정체성을 알려 경제 성장과 혁신을 촉진하고 교육을 발전시킬 수 있는 잠재력을 보유함. 아울러 민간 기업들과 메타버스 기술 협업, 연구, 혁신 및 개발을 강화할 수 있는 프로그램 형태로 다년간 진행될 예정
 - ✓ 메타버스 센터는 텔콤 대학 캠퍼스에 위치하고 있으며, 학계, 연구자, 연결 서비스 제공업체, 산업 제휴업체 및 정책 입안자 간의 협업 및 네트워킹 지원 시설과 장비를 제공할 것임. 이번 업계 리더들과 공공 부문의 협업을 통해 메타버스 분야의 인도네시아 투자 계획이 촉진되어 인도네시아가 디지털 경제의 선도적인 혁신 센터로 자리매김 할 것으로 기대됨

✓ [UAE] 중동과 북아프리카, 떠오르는 이스포츠 산업의 섯별 11)

KOCCA

- 한국이 여전히 이스포츠의 주요 플레이어로 남아 있는 가운데 중동과 북아프리카(MENA)가 최근 주요 수익 창출 지역으로 부상하고 있음

11) 출처 : <https://www.ghanabusinessnews.com/2023/03/20/the-rise-of-esports-in-the-middle-east-and-north-africa>

- ☑ 게이밍을 통한 프로 선수들과 팀의 수익이 높아짐에 따라, 게임산업은 매년 성장하고 있으며 특히 이스포츠 시장은 2026년까지 28억 달러의 수익을 추가로 창출할 것으로 예상됨
- ☑ MENA 지역 내 국가들은 게임 개발을 위한 소프트웨어 사업, 초고속 인터넷 등의 인프라, 젊은 게이머들을 위한 트레이닝에 투자하는 등 이스포츠 개발에 있어 중요한 역할을 맡고 있음
- ☑ 2022년 MENA 지역의 이스포츠 수익은 약 18억 달러였으며 2026년에는 28억 달러에 달할 것으로 예상됨. 이토록 빠른 성장의 주 요인은 게임 산업에 대한 투자 범위와 새로운 게임 회사의 대거 출현이며 특히 사우디아라비아 정부는 2023년 게임 및 이스포츠 시장에 4억 8,800만 달러를 투자하고 향후 5년간 33억 달러를 추가로 투자할 계획을 발표했음
- ☑ 그 외에도 2026년까지 8,800만 명에 이를 것으로 예상되는 MENA 지역 내 게이머 수의 증가, 높은 젊은 인구층 비율, 스마트폰과 모바일 게임의 광범위한 사용 등이 요인으로 손꼽힘

☑ [태국] 웹툰 <여신강림> 기반 모바일 게임, 태국어 버전 출시 12)

KOCCA

- 라인스튜디오는 라인웹툰과 함께 유명 웹툰 <여신강림>을 바탕으로 한 모바일 퍼즐게임 <여신의 비밀> (ความลับของนางฟ้า)이라는 이름으로 태국어 버전을 공개하고 이달 초부터 사전등록을 시작함
- ☑ 모바일 게임 <여신의 비밀>은 상대방과 같은 보드를 사용해야 하는 퍼즐게임으로, 팬들에게 친숙한 주인공들이 캐릭터로 등장해 포인트 획득, 잠금 해제 아이템 수집 등 다양한 모드로 즐길 수 있음. 레벨이 올라갈 때마다 캐릭터들의 외모를 꾸미거나 업그레이드시킬 수 있으며, 게임 내에서 다양한 이벤트에 참여할 수 있음. 사전등록자들에게는 한정판 초록색 교복 아이템이 선물로 제공됨
- ☑ 라인스튜디오는 글로벌 모바일 플랫폼 라인의 캐주얼게임 개발사로 대만, 태국, 홍콩 등 주요 시장에 <라인레인저>, <라인버블 2>, <라인세프> 등 다양한 히트 게임을 선보인 바 있으며, 전 세계 1억 명 이상의 사용자들을 보유하고 있음



[그림 5] 모바일 게임 <여신의 비밀> 태국어 버전 중 한 장면

12) 출처 : <https://www.prachachat.net/public-relations/news-1223121>

✓ [러시아] 메타버스의 대안으로 떠오른 한국과 K 팝 13)

KOCCA

● 메타버스의 화제성이 점차 떨어지고 있는 가운데, 한국과 K 팝이 대안으로 떠오름

- ✓ 카카오와 넷마블은 지난 1 월 가상 걸그룹 “MAVE:” 를 선보였고 뮤직비디오 조회 수는 2 천만에 달할 정도로 큰 화제를 일으킴
- ✓ MAVЕ:의 출시는 1 년 반 전에 메타버스에 열의를 보였던 주요 기술 기업들이 메타버스에 대한 관심을 잃어가는 시점에 이루어짐. 대표적으로 Meta 는 과거 수백억 달러를 메타버스 사업에 투자하였지만 지금은 투자를 축소하고 있음. 하지만 한국정부는 1 억 7,000 만 달러를 메타버스 개발에 투자할 예정임
- ✓ 한국의 거대 기술기업인 카카오는 엔터테인먼트와 기술의 결합을 통해 메타버스에 진입하고 있음. 예를 들어 메타버스 뮤직쇼 '소녀 리버스'를 선보였을 뿐만 아니라 한국 최대의 엔터테인먼트 회사인 SM 을 인수하기도 했음
- ✓ 미국의 전문가는 "한국과 같은 나라는 종종 미래에 일이 어떻게 진행될 것인지에 대한 실험적 모델로 여겨진다. 어떤 흐름이 미국으로 전이된다면 그런 출발점이 될 수 있는 가장 유력한 대안으로 한국을 분류하겠다"라고 말함

13) 출처 : <https://www.kommersant.ru/doc/5885992>

애니·캐릭터



✓ [심천] 애니메이션 영화 <거니적도(去你的島)>, 인공지능(AI) 활용해 제작할 예정 14) KOCCA

- 지난 3월 22일, 광선전매(光线传媒)에서 소설 <거니적도(去你的島)>를 애니메이션 영화로 각색할 것이라고 공식발표하며, 인공지능에 의해 제작된 애니메이션 영화 <거니적도(去你的島)>의 첫 홍보 화보를 공개하였음
 - ✓ 광선전매(光线传媒)에서 인공지능은 홍보 화보 제작 외에 애니메이션 영화 <거니적도(去你的島)> 개발 및 제작에도 깊숙이 참여할 예정이라고 공개하였음. 인공지능을 심도있게 활용하여 제작하는 애니메이션 영화는 <거니적도(去你的島)>가 최초임

✓ [유럽] 영국을 사로잡은 애니메이션 <신의 탑> 시즌 2 조명 15)

KOCCA

- SIU(이종희) 동명의 한국 웹툰을 원작으로 한 애니메이션 <신의 탑> 시즌 2에 대한 정보를 제공하며 시즌 1을 통하여 전 세계 시청자들의 높은 관심을 받았던 <신의 탑> 애니메이션을 조명함
 - ✓ 새로운 시즌 <신의 탑 : 파트 2 왕자의 귀환>은 2022년 8월 제작이 공식 발표되었고 맥에너리 컨벤션 센터(Crunchyroll Expo)에서 스트리밍 서비스 출시를 확정하였다고 전함. 정확한 날짜는 아직 공식적으로 공지되지 않았지만 2023년 방영될 예정이라고 밝힘
 - ✓ 한편, 신의 탑은 신비롭고 신화적인 분위기 속에서 우정, 배신, 야망이라는 테마를 다루는 독특하고 매력적인 만화라고 소개함



[그림 6] 네이버 시리즈온 오리지널 애니메이션 <신의 탑> 영상 스틸컷 (출처 : 네이버 시리즈온)

14) 출처 : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1761049870437624863&wfr=spider&for=pc>

15) 출처 : 영국 잡지, Landscape Insight
<https://landscapeinsight.com/entertainment/tower-of-god-season-2-release-date/49019>

만화·웹툰



✓ [인니] 인니 콘텐츠 플랫폼 스타트업 TipTip, 디지털 만화 대회 <Komikin di TipTip> 성료 KOCCA

- 동남아 지역의 크리에이터 콘텐츠를 위한 통합 플랫폼인 'TipTip'은 지난 1 월 6 일부터 2 월 6 일까지 한 달 간 최초의 디지털 만화 대회<Komikin di TipTip>을 개최
 - ✓ 이 대회에서는인도네시아 만화가들이 자신들의 작품을 디지털로 전시하고 그들이 가진 창의적인 아이디어를 쏟아낼 수 있으며,수상자들의 상금은 총 3,500 만 루피아(약 300 만 원)의 상당임
 - ✓ 이번 디지털 만화 대회는 TipTip 이 주최하는 인도네시아 만화 커뮤니티 '코미킨 아자(Komikin Ajah)'와 협력한 캠페인임. TipTip 은 지난 2022 년 7 월에 대중에게 공식적으로 출시됨. TipTip 은 경쟁의 매개체일 뿐만 아니라 그들의 작품을 출판하고 판매하는 공간으로 활용 가능함
 - ✓ TipTip 의 파울리나 푸르노모와띠(Paulina Purnomowati) 최고 마케팅 책임자는 "이번 캠페인을 통해 인도네시아의 만화 크리에이터들이 작업하는 데 더 열정적이기를 바란다."라고 전함
 - ✓ 3 월 초에 발표된 만화 대회 수상작품은 총 3 개이며 Yan Baptista Teguh Patrainto 만화가의 작품 <Membagi Haha, Menggapai Asa>가 1 위로 상금 2 천만 루피아, Dzulmar Ismail Ahmad Zetya 만화가의 작품 <Kupon Mama>가 2 위로 상금 1 천만 루피아, 마지막으로 3 위는 Khyarina 만화가의 작품 <Ekspektasi>가 5 백만 루피아의 상금을 차지함



디지털 만화 대회 수상작품 (출처: Tiptip 공식 홈페이지)

음악



✓ [미국] 스포티파이, 팟캐스트 크리에이터들을 위한 서비스 출시 16)

KOCCA

○ '스포티파이 포 팟캐스터' 출시

- ✓ 팟캐스트 사업을 진행하고 있는 스포티파이가 2023 년 팟캐스트 사업 개편으로 팟캐스트 크리에이터들을 위한 새로운 서비스 출시를 발표함. 새로운 서비스 '스포티파이 포 팟캐스터'는 스포티파이가 2019 년 인수한 팟캐스트 제작 서비스 앵커의 콘텐츠 제작 기능을 스포티파이에 통합해 제공하는 서비스임
- ✓ '스포티파이 포 팟캐스터'는 팟캐스터로 가입한 모든 이용자들은 팟캐스트를 제작, 편집, 관리를 한 곳에서 할 수 있는 기능을 제공하는 서비스로 Q&A·설문창을 통한 청취자와의 소통 기능, 청취자 인구 통계 분석 기능, 비디오 팟캐스트와 대화창 기능 등 다양한 기능을 추가함
- ✓ 뿐만 아니라, 스포티파이는 크리에이터들을 위한 세계적인 팟캐스트 스튜디오들과 팟캐스트 전문가들과 함께하는 워크숍인 '스포티파이 랩스', 팟캐스트 콘텐츠 제작을 위한 교육 페이지 등을 개설하며 크리에이터 개발에도 힘쓰고 있는 것으로 보임
- ✓ '스포티파이 포 팟캐스터'의 모든 기능은 무료로 사용이 가능함. 스포티파이는 새로운 기능을 제공해 더 좋은 품질의 팟캐스트를 제작하고 청취자를 늘리는 등 팟캐스트 사업을 활성화 하고자하고 있음
- ✓ 스포티파이는 팟캐스트 출판사와 독립 크리에이터들을 광고주와 연결해주는 네트워크를 진행해왔는데, 2021 년 네트워크를 시작한 이후 광고주 참여도가 500% 증가했으며, 서비스를 이용하는 독립 크리에이터 수는 2 년 동안 700%가 증가했다고 발표하며 크리에이터의 수익에 대한 스포티파이의 노력을 보여줌

✓ [북경] 텐센트 뮤직, 2022 년 총 매출액 283 억 위안

KOCCA

- 3 월 21 일, 텐센트 뮤직(Tencent Music)이 발표한 2022 년 4 분기 및 연간 재무보고에 따르면, 작년 중국 내 총 매출액은 283 억 3,900 만 위안(약 5 조 3,461 억 원)으로 전년대비 9.3% 감소한 반면, 순이익은 47 억 5,000 만 위안(약 8,954 억 원)으로 전년대비 14.4% 증가함

✓ [유럽] 한류 이끄는 한국 엔터테인먼트 산업의 소프트 파워 주목 17)

KOCCA

- 최근 <더 글로리> 시즌 2 의 세계 순위 정상 기록을 전하면서 몇 년 동안 글로벌 콘텐츠 시장을 선점하고 있는 한국 드라마와 한국 영화에 주목하며 1990 년대부터 현재까지 이어지는 한국 소프트 파워의 발전사를 소개함. 소프트파워를 강화하는 요인으로 첫째 '한국 드라마 작품 수 증가'를 언급함

16) 출처 ; <https://newsroom.spotify.com/2023-03-08/new-spotify-for-podcasters-podcast-features>

17) 출처 : 프랑스 언론, Portail de l'IE

<https://portail-ie.fr/analysis/4310/lessor-de-lindustrie-du-divertissement-ou-le-soft-power-coreen-par-la-hallyu-partie-12>

- ✔ 2016 한국 드라마가 프랑스에 처음 상륙한 이후 스트리밍 플랫폼을 통한 시청이 늘며 한국 드라마 제작 투자가 확대됐다고 전함. 넷플릭스는 2022 년 7 월 22 일 80 개 이상의 한국 영화와 드라마를 제작하였고 경쟁사 디즈니 플러스 또한 2022 년에 12 편의 새로운 한국 드라마와 영화 20 편의 투자 계획을 밝힌 적이 있으며 한국 콘텐츠에 향후 투자할 계획도 있다고 밝힘
- ✔ 1991 년 드라마 <사랑이 뭐길래>가 중국에서 선보이며 한류의 효시가 된 이래로 한국 상품 수출이 강화되면서 경제발전을 뒷받침했다고 분석함. 한류는 소프트 파워 전략적 요소로서 한국 드라마를 통해 한글, 음식, 한복, 전통 가옥 등 한국 문화를 전파하면서 한국 문화 확산을 도모하고 있다고 함. DVD, 인터넷 발달을 시작으로 Youtube, Deezer, Amazon Prime 등의 온라인 플랫폼을 통해 콘텐츠가 제공되면서 한국 콘텐츠 해외 진출을 촉진하고 있다고 언급함

✔ [베트남] 글로벌 연예인들의 베트남 상륙 소식 18)

KOCCA

- 2023 년 CL(2NE1), 효연(SNSD), 슈퍼주니어(Super Junior), 체인스모커스(The Chainsmokers) 등 해외 스타들이 베트남에서 대거 공연을 했고, 이런 성공적인 공연을 통해 관객들은 BTS, 블랙핑크, 트와이스와 같은 인기 그룹이 가까운 장래에 베트남을 방문할 것으로 기대함
- ✔ 동시에 하 아잉 뚜안(Ha Anh Tuan), 미뎀(My Tam) 등과 같은 자국 가수들의 객석을 가득 채울 라이브 쇼도 베트남 음악 청취자들이 음악에 비용을 지불할 준비가 되어 있음을 보여줌
- ✔ 한편, 세계적인 주요 음반사들도 베트남 음악 시장에 진출하기 시작했으며, 베트남 아티스트와 해외 아티스트 간의 국경 없는 협업을 촉진하고 있음
- ✔ 글로벌 아티스트의 콘서트를 통해 베트남 음악 산업이 음악 쇼를 기획·조직하는 데에 도움 될 수 있음. 또한, 베트남 아티스트 또한 세계적인 음악 트렌드를 배울 수 있는 기회가 될 것임



|그림 7| 베트남 슈퍼주니어 콘서트 2023

18) 출처 : https://viev.vn/ghe-si-quoc-te-do-viet-nam-tin-hieu-wi-xn4feA07U6hm?tidichwAF8_3E_m6MU0PGHhz13+Tt-S+QpdUK-wM6DKHrUg7KpPA

✓ [베트남] 사이버 가수 ‘안(Ann)’, 베트남 시장에서 데뷔 19)

KOCCA

- 사이버 가수 ‘안(Ann)’은 짝사랑을 주제로 한 <당신에게 사랑하는 말 어떻게 할까(Lam sao noi thuong anh)> 뮤직비디오를 선보이며 베트남 음악 시장에 첫 등장함
 - ✓ 지난 3월 14일, ‘안’을 개발한 보보당(BOBO Dang)은 18세의 동양인 여자 가수를 발굴하였다고 호찌민시 기자회견에서 밝힘. 보보당은 음색 선택, 디지털 처리, 녹음 기술 결합 등 여러 단계를 거쳐야 한다며 숨소리와 같은 인간의 자연스러운 소리를 많이 사용하여 진실성을 부여했다고 밝힘
 - ✓ 응우옌 피 부(Nguyen Phi Vu) 프로듀서는 AI를 필터로 활용하여 빅데이터에 담긴 음성을 연결하였으며 안의 목소리는 한 명의 목소리가 아닌, 여러 명의 목소리를 추출해 개발하였다고 설명함
 - ✓ 제작진에 따르면 안은 발라드 노래로 데뷔했지만, 향후 음색은 록-베이비(귀엽고 밝은 음색으로 록을 부르는 목소리)로 변화할 계획임. 또한, 안은 아이돌뿐만 아니라 영화, 패션, 비즈니스 등 다양한 분야에서 활동할 예정임



[그림 8] 사이버 가수 ‘안(Ann)’

✓ [태국] 한태 아티스트 합동 콘서트 ‘사운드 체크 페스티벌 2023’ 성료 20)

KOCCA

- 25일 므엥팅타니 썬더돔에서 태국 마이스(MICE) 기업²¹⁾ CMO Pcl의 자회사 CM 라이브(CM LIVE)가 주최한 ‘Sound Check Festival 2023’ 음악 축제가 개최됨
 - ✓ 한국과 태국의 핫한 아티스트 7팀이 참여함. 한국 아티스트로는 비투비, 에스파, AKMU, 카드(KARD)가, 태국에서는 트리니티(TRINITY), 러스(LUSS)가 6시간 동안 팬들과 함께 뜨거운 무대를 만들

19) 출처 : <https://vnexpress.net/ca-si-ao-gia-nhap-thi-truong-viet-4581347.html>

20) 출처 : <https://mgronline.com/entertainment/detail/9660000026164>

21) 기업회의(Meeting), 포상관광(Incentive Travel), 컨벤션(Convention), 전시(Exhibition)의 줄임말(편집자 주)

✓ [태국] 경쟁자에서 파트너로...GMM 그램미-RS 합작회사 설립 22)

KOCCA

- 최근 GMM 그램미(이하 GMM)의 소비즈니스 부문 윗타나 분엄(ยุทธนา บุญอ้อม) 부사장이 ‘다시 없을 역사적인 일이 일어나다’라는 문구와 함께 GMM 과 RS 의 로고가 게재된 포스터를 공개하면서 음반산업이 활기를 띠기 시작했고 소셜미디어에서는 화제가 됨
 - ✓ 흥미로운 점은 이 2 개 회사가 공식적으로 ‘어크로스더유니버스조인트벤처(ACROSS THE UNIVERSE JOINT VENTURE)’ 설립을 위해 중요한 협력관계를 맺었다는 것으로, 많은 이들이 태국 엔터테인먼트업계의 양대 산맥 GMM 과 RS 의 움직임을 주시하고 있음
 - ✓ GMM 뮤직 파웟 찢뜨라껀(ภาวิฑ จิตธกร) 대표와 RS 그룹 최고 재무 책임자 위타왓 เวทชาตบุตร(วิฑฐ เวทชาตบุตร)은 태국 소프트파워의 잠재력을 음악산업을 통해 알리게 될 전략적 사업계획과 회사 설립을 결정하게 된 이유, 목표 및 전망을 밝힐 예정임
 - ✓ 세계 음반시장이 20 년 만에 성장세로 돌아서면서 타격을 입었던 음반기업이 수익을 낼 기회를 만들. 앞으로 다양한 행사와 콘서트를 함께 진행해 나갈 것임
 - ✓ 콘서트 시장 전체와 실내 및 야외에서 개최되는 뮤직 페스티벌의 가치는 50 억 바트(약 1,900 억 원)에 달함. 두 회사는 오랜 기간 선두 자리를 지켜왔고, 힘을 모을 때 더 높은 시장 점유율을 차지할 수 있다는 점에서 상호 협력하기로 함. 더 자세한 소식은 3 월 28 일 발표될 예정임

22) 출처 : <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1059004>
<https://thestandard.co/follow-up-grammy-x-rs-concerts>

통합(정책·기타)



☑ [북경] 공연산업협회, <온라인 공연 생방송 및 쇼트클립 용어> 발표

KOCCA

- 3월 22일, 중국공연산업협회(中国演出行业协会)는 공식 홈페이지를 통해 <온라인 공연 생방송 및 쇼트클립 용어(网络表演直播与短视频术语)>를 발표함

- 해당 문서는 <인터넷 스트리머 행위 규범(网络主播行为规范)>, <문화 및 여행 표준화 업무관리방법(文化和旅游标准化工作管理办法)> 등 규정과 정부 주관부문 주도로 협회와 회원기업이 작성함
- 해당 문서는 온라인 공연 분야의 생방송 및 쇼트클립 플랫폼·에이전시·스트리머와 관련된 용어를 정의한 것으로 언어의 표준화를 통해 업계 교류과정에서 발생하는 오해 방지를 목적으로 함

☑ [북경] 2023년 1월 중국 모바일 인터넷 및 앱 사용 통계

KOCCA

- 3월 21일, 시장조사기구 Questmobile 이 발표한 <2023 전경생태트래픽 춘계보고(2023 全景生态流量春季报告)>에 따르면, 올해 1월 기준 중국 내 모바일 인터넷 사용자 규모는 12억 800만 명이며 월별 1인당 평균 사용 앱 수는 26.8개로 나타남

- 사용량이 가장 많은 10개 영역(메신저, 전자상거래, 쇼트클립, 모바일 결제, 지도, 동영상 스트리밍, 뉴스, SNS)의 앱 중 8개 영역의 1위 앱은 60% 이상의 높은 점유율을 기록함



[그림 9] 2023년 1월 모바일 앱 종류별 사용자 규모 TOP 10

✓ [일본] 日 소비자청, 고교생의 소비 실태 조사 결과 발표 23)

KOCCA

● 日 소비자청은 도쿠시마현 고교생 (유효응답 수 4,627 건)과 고등학교 교직원 (유효응답 수 38 건)을 대상으로 실시한 고교생과 소비실태 관련 조사 결과를 지난 13 일 발표함

- ✓ 주요 결과로는 ‘플리마켓 애플리케이션 이용자가 피해를 본 경험이 많음’, ‘피해를 본 적이 있는 사람은 리터러시 테스트 점수가 낮음’, ‘소비자 교육을 시행한 학교의 학생은 피해가 적음’이라는 내용을 알 수 있었음. 또한, 소비 교육 시행 상태나 리터러시의 유무, 인터넷 주문 이용 건수와 피해 상황에 대해서도 조사하였음
- ✓ 피해 내역은 ‘불량 상품 도착’, ‘성능이 엉망’, ‘대금 지불 후 상품 미도착’, ‘사기 피해’의 네 가지 항목이었음
- ✓ 대금 지불 후 상품이 도착하지 않았다고 대답한 학생은 전체의 약 5.9%(271 명)이었으며 한 학급 인원 30 명 중 2 명 정도에 해당하는 수치임. 사기 피해로 대금을 지불한 학생은 약 3.2%(146 명)로 한 학급 당 1 명에 해당하는 비율로 나타남
- ✓ 게임이나 애플리케이션, 라인 스탬프를 구입한 적이 없는 학생 중 금전 피해를 본 학생은 4.4%에 그친 것에 비해 1 주일에 1 회 이상 구입한 학생은 12.4%가 금전 피해를 본 적이 있는 것으로 나타남
- ✓ 플리마켓 애플리케이션에서도 사용한 적이 없는 학생의 피해비율은 4.5%, 주 1 회 이상 사용하고 있는 학생의 경우는 22.8%로 큰 차이를 보였음
- ✓ 소비생활 관련 퀴즈(10 문제, 10 점 만점) 점수와 피해 상황에 대해서도 비교한 결과 ‘대금 지불 후 상품 미도착’경험이 ‘전혀 없음’이라 대답한 학생의 평균점수는 6.2 점, ‘여러 번 있었음’이라 대답한 학생은 4.6 점이었음. ‘사기 피해로 속아서 지불했음’이라는 경험에 대해 ‘전혀 없음’이라고 대답한 학생의 평균 점은 6.1 점, ‘여러 번 있었음’이라 대답한 학생은 3.7 점이었음
- ✓ 소비자 교육과 피해 관계 조사에서는 외부 강사 초빙으로 수업을 시행한 학교와 그렇지 않은 학교를 비교 하였음. 상품 대금 지불 후 미도착 피해를 받은 학생의 비율은 수업을 시행한 경우 5.5%, 그렇지 않은 경우 7.2%로 나타남. 사기 피해자 비율도 수업을 시행한 경우 2.8%, 그렇지 않은 경우 4.4%로 나타남
- ✓ 또한, 게임 형식 교재를 사용한 소비자 교육을 시행하면 실시 횟수가 많을수록 피해 비율이 낮아진다는 결과도 얻을 수 있었음
- ✓ 이와 같은 결과를 통해 日 소비자청은 “추가 검증이 필요하지만, ‘외부 강사를 초빙한 수업 시행’, ‘게임 형식의 교재 이용’과 같은 소비자 교육 시행에 관한 연구는 특히나 학생들의 심각한 피해를 방지하는 효과가 있을 가능성도 시사하고 있다.”라고 밝힘

23) 출처 : <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2303/13/news147.html>



[그림 10] '심각한 소비자 문제' 경험자 수

☑ [일본] Z 세대 시간·비용대비 효과, 정기구독 의식조사 결과 발표 24)

KOCCA

● 인터넷 정보서비스 업체 빅글로브(BIGLOBE)는 일본 내 18~25 세 남녀 500 명을 대상으로 <Z 세대 시간·비용대비 효과, 정기구독 의식조사>를 실시하고 결과를 발표함

- ☑ '일상생활에서 시간·비용 대비 효과를 의식하고 있는지'에 대한 질문에 '의식하고 있음/약간 의식하고 있음'이라 대답한 비율이 '시간 대비 효과'에서 56.2%, '비용 대비 효과'에서 69.2%로 반수 이상을 차지했음
- ☑ '현재 등록 중인 정기구독 종류'를 질문한 결과(복수 응답 가능), Z 세대가 '동영상'이라고 답한 비율이 49%로 나타나 약 절반에 해당하는 인원이 정기구독 서비스를 이용 중인 것으로 나타났음
- ☑ 한편, Z 세대 이외의 세대에서는 같은 질문에 가장 높은 비중으로 해당하는 '동영상'이라 해도 31.8%에 그쳤으며, '특별히 등록 중인 정기구독은 없음'이라는 회답이 약 60%를 차지했음
- ☑ 정기구독을 등록 중인 사람(Z 세대:318 명, 그 외 세대:202 명)에게 정기구독 월간요금을 묻자, '1,000 엔 미만'이라고 회답한 사람이 가장 많았고 Z 세대가 36.2%, 그 외 세대가 48.5%라는 결과로 나타났음
- ☑ OTT 정기구독 이용자 245 명에게 서비스 이용 이유를 질문하자 '원하는 시간에 볼 수 있어서'가 '그렇다/그런 편이다'로 대답한 사람의 비율이 91%로 가장 많았음. '장소에 구애받지 않고 볼 수 있어서'와 '바로 다음 동영상을 볼 수 있어서', '관심 있는 장르만 볼 수 있어서'가 근소한 차이로 뒤를 이었음
- ☑ '시간을 할애해도 좋다고 생각하는 것'과 '비용을 들여도 괜찮은 것'을 질문한 결과 '취미·오락'이라 답한 사람이 가장 많았음
- ☑ Z 세대는 '취미·오락' 다음으로 '식사', '공부', '건강' 순으로 답했으며 그 외 세대에서는 '건강'이라 대답한 사람이 '취미·오락' 다음으로 두 번째로 많았으며 근소한 차이로 '식사'가 뒤를 이었음
- ☑ 또한, '일상생활에서 비용을 들이지 않고 즐기는 것이 있다'라고 답한 사람 (Z 세대:211 명, 그 외 세대:185 명)에게 그 내용을 질문한 결과 '시간을 들여도 된다고 생각하는 것', '비용을 들여도 되는 것'과 마찬가지로 둘 다 가장 많았던 대답은 '취미·오락'이라는 결과로 나타났음

24) 출처 : <https://news.yahoo.co.jp/articles/9e4c7dc4ac2deca62efc1021a89f2e851e46a90e?page=1>

- ☑ 이어서 Z 세대는 ‘SNS’가 약 40%, 그 외 세대는 ‘건강(산책과 달리기, 집에서 스트레칭)’과 ‘SNS 이외의 인터넷’이 약 40%로 나타났음. 세대와 관계없이, 인터넷과 관련된 것이 ‘비용을 들이지 않고 즐길 수 있다’라는 것이 밝혀짐

[그림 11] Z세대 일상생활 시간·비용 대비 효과 의식조사

☑ [유럽] EU, 메타버스 규제 검토 필요 25)

KOCCA

- 유럽연합(EU) 경쟁담당 집행위원 ‘마르그레테 베스타게르’(Margrethe Vestager)는 독점이 발생하지 않으려면 면밀한 조사가 필요하며 규제 마련을 촉구해야 한다고 언급함
 - ☑ 2021년 페이스북 CEO가 사명을 ‘메타(Meta)’로 변경하면서 가상현실(VR) 사업을 강화할 것이라고 공포했다고 전함. 이러한 움직임은 특정 기업 메타버스 시장 독점이 우려된다고 밝힘. 이어서, 베스타게르는 디지털 시장에 대한 규제 조사가 지난 3년 동안 전 세계적으로 강화되었으며 더욱 면밀한 규제 검토가 필요하다고 전함. EU는 이미 ChatGPT와 같은 AI 기반 시스템이 디지털 공간의 변화를 야기하는 속성을 조사하기 시작했다고 덧붙임
 - ☑ PwC 컨설팅에 따르면, 2023 메타버스 사업 전망을 예측했는데 다음과 같음. 첫째로, ‘엔터프라이즈 애플리케이션’이 주력이 될 것이라고 함. 기업들은 현재부터 향후 3년까지 계속해서 메타버스 활용 계획을 추진 중인데, 3D 디자이너와 아티스트에게 기술을 발전시킬 좋은 발판이 될 것이라고 전함. 마지막으로, 몰입형(AR/VR) 경험에 대한 구축을 촉진할 것으로 예측함
 - ☑ 이러한 예시로, 웹 디자이너와 인공지능이 협업하여 탄생한 한국 걸그룹 ‘메이브’를 언급하며 메타버스가 엔터테인먼트 산업 생태계에 야기할 변화를 보여주는 신호라고 평함

25) 출처 : 프랑스 언론, Tech Tribune France

<https://france24.com/news/europe/20220929-eu-commissioner-vestager-metaverse-regulation/>

✓ [베트남] 베트남, 전 세계 한류 팬덤 3 위 차지 26)

KOCCA

- 한국국제교류재단(KF)이 최근 발간한 ‘2022 지구촌 한류 현황’ 보고서에 따르면, 2022 년 12 월 기준 전 세계 한류 팬(동호인) 수는 1 억 7,800 만 명에 달한다고 발표함
 - ✓ 이는 지난 2012 년, 926 만 명에 비해 18 배 증가한 수치임. 한류 동호회 수의 가장 규모가 큰 지역은 전체 한류 팬 73.4%가 속한 아시아 - 대양주 지역. 그중 아시아는 가장 안정적인 한류 팬덤을 보유한 지역이며, 국가별로는 중국이 8,430 만 명으로 단연 1 위였으며, 뒤이어 태국 1,680 만 명, 베트남 1,330 만 명으로 3 위를 차지함
 - ✓ KF 에 따르면, 전 세계 한류 열풍은 주로 K-pop 아이돌 그룹의 멋진 춤, 노래 가사 속의 의미 있는 메시지 등에 힘입은 바가 크다고 하며, 또한 패션, 문화, 한국의 경제성장 모델 등도 한류의 매력을 더해 주는 요인으로 분석함



[그림 12] 지구촌 한류 현황 그래픽(전 세계 동호회 수 변화 추이)

✓ [UAE] UAE, 한국에 300 억 달러 투자 계획 발표 27)

KOCCA

- UAE 는 양자 무역과 투자 관계를 강화를 위해 향후 몇 년에 걸쳐 한국에 최대 300 억 달러를 투자할 계획임
 - ✓ UAE 외교통상부 장관인 타니 알 제유디 (Dr Thani Al Zeyoudi) 박사는 두바이에서 한국의 안덕근 외교통상 부 장관을 만나 한국과의 전략적 파트너십을 더욱 강화하고 주요 경제 분야를 확대할 필요가 있음을 강조함
 - ✓ UAE 와 한국의 무역 및 경제 관계는 수년간 지속적으로 성장해왔으며 2022 년 두 국가 간의 비석유 무역액이 총 53 억 달러로 2021 년보다 14% 증가함
 - ✓ 지난해 UAE 의 한국 수출액은 17.5% 증가해 28 억 달러를 넘어섰고, 한국 기업의 외국인 해외직접투자를 통한 UAE 투자액 역시 2013 년보다 73% 증가한 22 억 달러에 육박하였음. 이에 따라 UAE 정부는

26) 출처 : <https://tuoitre.vn/me-lan-song-han-nguoi-viet-chi-sau-trung-quoc-thai-lan-2023031214370072.htm>

27) 출처 : <https://www.thenationalnews.com/business/2023/03/16/uae-plans-to-invest-30bn-in-south-korea-over-next-few-years>

한국의 파트너사들과의 긴밀한 협력을 통해 다양한 분야에서의 무역 협력을 증진함으로써 향후 더욱 발전성 있는 기회를 창출하게 될 것으로 기대함

- ☑ 양국은 무역뿐만 아니라 미래 기술과 디지털 전환 등의 우선 분야에서 공동으로 투자할 수 있는 기회를 모색 중임

☑ [UAE] KBIPA 와 성남시, UAE DMCC 와 MOU 체결 28)

KOCCA

● UAE DMCC (Dubai Multi Communities Center)는 전 세계 웹 3 비즈니스의 허브로 성장하고자 한국블록체인산업진흥협회 (KBIPA) 그리고 성남시와 MOU 를 체결함

- ☑ DMCC 는 2022 년 전년 대비 23% 증가한 3,049 개의 신규 기업의 설립을 유치한 UAE 정부 소속 프리존으로써 전체 등록 사업체 수가 최근 2 만 2,000 개를 넘어섰음
- ☑ 이번 MOU 는 국내에서 개최된 Made for Trade Live 행사 기간 동안 체결되었으며 KBIPA 와 성남시는 한국 웹 3 업체들의 DMCC 크립토 센터와 게임 센터 내 법인 설립을 지원함으로써 중동에서의 성장 기회를 제공하고자 함
- ☑ 성남시는 메타버스 기술 분야에서 활동하는 수많은 한국 기업들의 사업 기회를 넓힘으로써 성남시와 두바이 간의 상호 이익을 확대하겠다고 발표함. DMCC 는 지난 2022 년 부산시와도 파트너십을 체결한 바 있으며 현재 80 개의 한국 업체가 등록되어 있음

☑ [태국] 게임 · 미디어 · 통신 산업을 주도하는 최대 클라우드 투자국가 29)

KOCCA

● 작년 9 월부터 10 월 사이 실시된 알리바바 클라우드(Alibaba Cloud)와 그룹 내 주요 인텔리전스 기관이 조사한 바에 따르면, 대부분의 아시아 기업들은 올해 ▲태국 95% ▲인도네시아 94% ▲필리핀 91% ▲홍콩 83% ▲싱가포르 83% 순으로 클라우드 투자계획을 늘릴 계획임

- ☑ 클라우드 투자가 가장 많았던 업종부터 살펴보면, 게임-미디어-통신-인터넷 기술-금융서비스업 순임. 또한 84% 이상의 기업이 2 년 이내에 전체 운영을 클라우드로 완전히 이전할 준비가 됨
- ☑ 지난 2 년간 코로나 19 의 확산으로 전 세계 비즈니스 및 업무 환경에서 변화가 일어남. 많은 기업이 주요 사업 운영을 온라인으로 전환하고, 효율적 업무수행을 위해 데이터 분석 및 인공지능(Data Analyst-AI) 53%, 클라우드컴퓨팅(Cloud Computing) 52%, 자동화 46% 등 기술사용에 더 많은 관심을 기울임
- ☑ 이미 클라우드 서비스를 사용하고 있는 아시아 기업들은 프라이빗 클라우드(Private-Cloud), 퍼블릭 클라우드(Public-Cloud), 하이브리드 클라우드(Hybrid-Cloud) 등 다양한 유형의 클라우드 투자를 늘려 신속하고 안전하게 디지털 방식으로 운영되는 인프라를 보완할 계획임
- ☑ 전체 조사 기업의 84%가 2024 년까지 전체 운영을 클라우드로 전환할 준비를 하고 있고, 36%의 기업

28) 출처 : <https://www.zawya.com/en/press-release/companies-news/dmcc-partners-with-key-south-korean-entities-in-blockchain-and-metaverse-industries-q387can>

29) 출처 : <https://www.thairath.co.th/business/other/2659153>

이 6 개월 이내에 완전히 전환할 것으로 예상됨

- ✔ 프라이빗 클라우드는 아시아에서 40%로 여전히 높은 인기를 얻고 있으며, 퍼블릭 클라우드가 27%로 뒤를 이음. 또한 비즈니스 사용자의 요구에 따라 특정 서비스를 선택할 수 있는 하이브리드 클라우드가 24%로 인기가 높아지는 추세임

✔ [태국] 내각, 엔터테인먼트 매체를 활용한 소프트파워 추진 승인 30)

KOCCA

● 내각은 국가 경제, 상품 및 서비스를 홍보하는 수단으로 엔터테인먼트 매체를 활용해 소프트파워를 추진하는 것을 승인함

- ✔ 지난 21 일 정부청사에서 내각회의가 끝난 후 총리실 부대변인 티파난 씨리차나(ทิพานัน ศิริชนะ)는 “내각 회의에서 태국의 경제적 이익을 증대를 위해 문화부가 제안한 소프트파워를 통해 국가문화를 제시하는 진행상황 보고서를 채택하기로 결의했다”고 발표함
- ✔ 이는 소프트파워의 특징을 지닌 엔터테인먼트 매체를 통해 국가 이미지를 높인다는 측면에서 진전을 보이고 있음. 국가 이미지 제고 소위원회(국가 영화 및 영상 위원회)를 발족해 연구, 분석, 정책 제안을 위한 전략 및 계획수립, 운영지원 방안 및 지침 등이 포함된 국가 이미지 제고 방안 초안을 작성함
- ✔ 엔터테인먼트 매체를 국가의 경제, 상품 및 서비스를 발전시키고 홍보하는 수단으로 활용하기 위해 세제 감면 혜택이나 자원 마련 대책을 추진해 제조, 서비스업과 국가 이미지 제고 전략을 추진하는 민간기업이 혜택을 받을 수 있게 함
- ✔ 앞서 언급한 초안은 3 단계로 추진되는데, 국가 영화 및 영상 위원회와 국가 이미지 진흥 정책 위원회도 포함됨. 2022 년 11 월 10 일과 29 일 회의에서 소프트파워가 원칙적으로 승인됐으며, 내각회의의 제안 단계절차가 진행 중이었음
- ✔ 소프트파워 정책, 목표 및 추진 전략을 수립해 문화상품과 서비스의 사회적 경제적 가치를 높이고, 세계 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해 국가문화위원회 내에 소프트파워 추진 소위원회를 발족함. 또한, 지역 사회 문화예술산업 종사자들의 삶의 질을 포함해 태국 경제와 사회를 발전시키기 위해 문화적 차원에서 소프트파워 추진계획 초안을 작성함(2023 년~2027 년)
- ✔ 소프트파워 추진에 대한 발판을 마련하고 교육하며, 대중의 눈높이에 맞추기 위해 태국에 대한 외국인들의 생각을 조사하고, 잠재력 있는 태국 문화상품 및 서비스의 동향과 시장에 관해 연구할 예정임

30) 출처: <https://www.prachachat.net/politics/news-1238372>

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('23.2 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	o 빌보드 Hot 100 - (74 위) NewJeans (OMG) - (82 위) NewJeans (Ditto) - (84 위) TWICE (Moonlight Sunrise) o 빌보드 200 - (1 위) TOMORROWXTOGETHER(The Name Chapter: Temptation (EP)) - (15 위) ATEEZ (Spin Off : From The Witness) - (91 위) BTS (Proof) o 스포티파이 Weekly Top Songs USA - (14 위) NewJeans (OMG) - (19 위) NewJeans (Ditto) - (71 위) TOMORROWXTOGETHER (Sugar Rush Ride) - (85 위) TAEYANG Featuring Jimin (Vibe) - (88 위) New Jeans (Hype Boy) - (99 위) TWICE (MOONLIGHT SUNRISE) - (102 위) LE SSERAFIM (ANTIFRAGILE) - (132 위) BLACKPINK (Shut Down) - (138 위) Coldplay, BTS (My Universe) - (143 위) BTS (Boy With Luv(feat, Halsey) - (149 위) Jung Kook (Dreamers) - (181 위) BLACKPINK (Pink Venom) o 스포티파이 Weekly Top Albums USA	o 넷플릭스 시리즈 - (5 위) 피지컬:100 - (8 위) 연애대전	o App Store - (4 위) PUBG MOBILE: Aftermath o Google Play - (7 위) PUBG MOBILE: Aftermath	

	- (8 위) BTS (Proof) - (36 위) BLACKPINK (BORN PINK) - (54 위) BTS (Love Yourself 'Answer') - (66 위) BTS (MAP OF THE SOUL:7) - (189 위) BTS (MAP OF THE SOUL: PERSONA) - (122 위) RM (Indigo)			
중국	o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 - (2 위) BSS/이영지 (파이팅 해야지) - (3 위) NewJeans (Ditto) - (4 위) j-hope/J. Cole (j-hope 'on the street) - (7 위) TOMORROWXTOGETHER (Sugar Rush Ride) - (8 위) NewJeans (Ditto) - (9 위) NCT DREAM (Candy)	o 텐센트, 유쿠, 아이치이 플랫폼 - 순위권 내 한국콘텐츠 없음	o 17173 PC 게임 인기 - (1 위) 던전앤파이터 - (12 위) Aion - (13 위) MU Online - (17 위) 블레이드 앤 소울 - (18 위) 메이플스토리 o 17173 모바일게임 인기 - (5 위) 전투파검령(블레이드 앤 소울 모바일) - (9 위) 메이플스토리 모바일 - (11 위) 검은사막 모바일	o 콰이칸웹툰 - (3 위) 나 혼자만 레벨업
동북아	o 오리콘차트 - 주간 합산싱글랭킹(2 월 4 주) - (1 위) NewJeans (OMG) - 주간 합산앨범랭킹(2 월 4 주) - (2 위) Stray Kids (THE SOUND) - 월간 앨범 랭킹(2 월) - (1 위) Stray Kids (THE SOUND) - (5 위) NCT 127 (Ay-Yo:NCT 127 Vol.4 Repackage) o 유튜브차트/인기아티스트 - (2 위) TWICE - (4 위) BTS	o 넷플릭스 TV 월간 인기 랭킹 - (1 위) 일타 스캔들 - (2 위) 사랑의 이해 - (3 위) 연애대전 - (6 위) 악의 꽃 - (7 위) 낮과 밤 - (9 위) 트롤리	o 온라인게이머,인기순위 - (4 위) 라그나로크온라인	o 라인망가 - (1 위) 내 남편과 결혼해줘 - (2 위) 여신강림 - (3 위) 싸움독학 - (4 위) 간을 빼앗긴 아내 - (5 위) 입학용병 - (6 위) 반드시 해피엔딩 - (7 위) 외모지상주의 - (9 위) 나 혼자 만렙 뉴비 - (10 위) 시월드가 내게 집착한다 o 픽코마 스마툰 - (1 위) 템빨 - (2 위) 로열 셰프 영애님 - (4 위) 여보, 나 파업할게요 - (5 위) 갓 오브 블랙필드 - (6 위) 저 같은 정령에게 집착하지 마세요! - (7 위) 가짜 성녀인데 신들이 집착한다 - (8 위) 도굴왕

동남아	인도네시아	o 스포티파이 - (13 위) NewJeans (OMG) - (14 위) NewJeans (Ditto)	o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - TV - (1 위) 일타 스캔들 - (2 위) 철인왕후 - (3 위) 모범택시 - (4 위) 여신강림 - (5 위) 연애대전 - (6 위) 아무것도 하고 싶지 않아 - (7 위) 피지컬: 100 - (9 위) 더 글로리 o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - TV - (2 위) 스마트폰을 떨어뜨렸을 뿐인데	o 애플앱스토어 - (5 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드	- (9 위) 아슬레앙 공작의 계약 결혼 o 라인웹툰 - (1 위) 내 남편과 결혼해줘 - (2 위) 여신강림 - (4 위) 반드시 해피엔딩 - (5 위) 언 s 이번생은 - (6 위) 외모지상주의 - (7 위) 참교육 - (8 위) 물어보는 사이 - (9 위) 존잘주의 - (10 위) 약한 영웅
	태국	o 태국 스포티파이 탑 100 - (2 위) NewJeans (OMG) - (4 위) NewJeans (Ditto) - (8 위) BLACKPINK (Shut Down) - (13 위) TAEYANG (VIBE) - (16 위) BLACKPINK (Pink Venom) - (27 위) BTS (FAKE LOVE) - (28 위) NewJeans (Hype Boy) - (51 위) LISA (MONEY) - (68 위) NewJeans (Attention) - (72 위) Jung Kook (Dreamers) [Music from the FIFA World Cup Qatar 2022 Official Soundtrack] - (73 위) j-hope (Future) - (83 위) LISA (LALISA) - (93 위) NewJeans (Hurt) - (99 위) BTS (Outro : Ego)	o 넷플릭스 TV 탑 10 - (2 위) 일타스캔들 - (3 위) 여신강림 - (4 위) 연애대전 - (5 위) 철인왕후 - (6 위) 환혼 - (7 위) 피지컬: 100		o 라인웹툰 탑 10 - (1 위) 내 남편과 결혼해줘 - (2 위) 외모지상주의 - (7 위) 참교육 - (8 위) 버려진 나의 최애를 위하여 - (9 위) 존잘주의 - (10 위) 입학용병
	베트남	o 베트남 스포티파이 탑 50 - (1 위) Jung Kook, BTS (Dreamers) - (33 위) NewJeans (OMG) - (43 위) NewJeans (Ditto) o Zing 차트 - Kpop 차트 - (1 위) TAEYANG, Jimin (VIBE)	o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - (1 위) 모범택시 - (2 위) 철인왕후 - (3 위) 일타 스캔들 - (4 위) 피지컬:100 - (5 위) 여신강림 - (6 위) 연애대전	o 애플앱스토어 - 무료: 순위 없음 - 유료: 순위 없음 o 구글플레이 - 무료: 순위 없음 - 유료: 순위 없음	

		- (2 위) IVE (After LIKE) - (3 위) Younha (Event Horizon) - (4 위) IVE (LOVE DIVE) - (5 위) (G)I-DLE (Nxde)	- (8 위) 더 글로리 빨간풍선 - (9 위) 아무것도 하고 싶지 않아		
유럽	영국	o 유튜브 음악차트 100 - 순위 없음 o 유튜브 인기 아티스트 100 - (78 위) BTS o Spotify 50 - 순위 없음	o 넷플릭스 - (9 위) 피지컬: 100 o 디즈니+ : 순위 없음 o 아마존 : 순위 없음 o 구글플레이 : 순위 없음	o 애플앱스토어 매출 - 순위 없음 o 구글플레이 매출 - (28 위) PUBG MOBILE	o 네이버 영국 웹툰 TOP 10 - (1 위) 순정빌런 - (2 위) 국왕과 성기사의 약탈혼 - (6 위) 또 다시, 계약 부부 - (10 위) 로맨틱 그래피티
	프랑스	o 유튜브 음악차트 100 - 순위 없음 o 유튜브 인기 아티스트 100 - (85 위) BLACKPINK - (90 위) BTS o Spotify 50 - 순위 없음	o 넷플릭스 - (6 위) 피지컬: 100 o 디즈니+ : 순위 없음 o 아마존 : 순위 없음 o 구글플레이 : 순위 없음	o 애플앱스토어 매출 - 순위 없음 o 구글플레이 매출 - (21 위) PUBG MOBILE	o 네이버 프랑스 웹툰 TOP 5 - (1 위) 내 남편과 결혼해줘 - (2 위) THE 런웨이 - (3 위) 오빠집이 비어서 - (4 위) 전지적 독자시점 - (5 위) 여신강림 o 프랑스 베리툰(verytoon) TOP 3 - (1 위) 나 혼자만 레벨업 - (2 위) 버림받은 황비 - (3 위) 만화 날것 o 프랑스 델리툰(delitoun) TOP 5 - (1 위) 능력 있는 시녀님 - (2 위) 토템의 영역 - (3 위) 골든타임 (빛과 그림자) - (4 위) 다정한 그대를 지키는 방법 - (5 위) 다정한 공작님의 비밀
	독일	o 유튜브 음악차트 100 - 순위 없음 o 유튜브 인기 아티스트 100 - (64 위) BTS - (70 위) BLACKPINK o Spotify 50 - 순위 없음	o 넷플릭스 - (7 위) 피지컬: 100 o 디즈니+ : 순위 없음 o 아마존 : 순위 없음 o 구글플레이 : 순위 없음	o 애플앱스토어 매출 - 순위 없음 o 구글플레이 매출 - (22 위) PUBG MOBILE	o 네이버 독일 웹툰 TOP 3 - (1 위) 더 챌린저
중동	UAE	o 양가미 차트 - (37 위) Jung Kook, BTS (Dreamers)	o 넷플릭스 UAE TOP 10 - (1 위) 여신강림	o 애플앱스토어 (UAE) - (1 위) 배틀그라운드	

- (2 위) 피지컬: 100
- (5 위) 철인황후
- (7 위) 일타 스캔들
- o 넷플릭스 사우디 TOP 10
 - (1 위) 여신강림
 - (3 위) 일타 스캔들
 - (4 위) 피지컬: 100
 - (7 위) 철인황후
 - (10 위) 연애대전
- o 넷플릭스 이집트 TOP 10
 - (1 위) 여신강림
 - (5 위) 피지컬: 100
 - (10 위) 철인황후
- o 넷플릭스 오만 TOP 10
 - (1 위) 여신강림
 - (3 위) 피지컬: 100
 - (5 위) 철인황후
 - (6 위) 일타 스캔들
- o 애플앱스토어 (사우디)
 - (2 위) 배틀그라운드
- o 애플앱스토어 (오만)
 - (2 위) 배틀그라운드
- o 애플앱스토어 (이집트)
 - (3 위) 배틀그라운드

※ 주요 국가별 한류콘텐츠 인기 동향은 현지에서 공개되는 주요 차트 순위를 한국콘텐츠진흥원 해외거점에서 수시 모니터링을 통해 국가별, 분야별 차트 유무, 발표 시점 및 주기 등을 종합적으로 고려 · 집계하여 월간 단위로 정리한 것입니다.

※ 본 자료 작성 취지는 현지에서 인기를 얻는 특정 콘텐츠, 아티스트의 정확한 순위 보다는 전반적인 한류콘텐츠의 인기유지 및 점유 정도 등에 대한 **경향성**을 보기 위함이므로 **참고용**으로만 활용하시기 바랍니다.

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

 미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장	 +1-323-935-2070	 shju@kocca.kr
 유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 yoosunghoon@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hgyoon8591@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(심천) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 hmkim@kocca.kr
 일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
 인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-2256-2396	 yskim@kocca.kr
 베트남 비즈니스센터(하노이) 홍정웅 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjy84@kocca.kr
 UAE 비즈니스센터(두바이) 오현전 센터장	 +971-2-491-7227	 ho@kocca.kr
 태국 마케터(방콕) 박웅진 부장	 +66-2-017-2856	 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

