KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2025

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

453 호

목차

위클리글로벌 | 453 호

2025 년 10 월 27 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
방송·영화·OTT	• [심천] 중국시청각빅데이터(CVB), 2025 년 1~3 분기 숏폼드라마의 위성 TV 채널 방영 결산 • [인니] 'Madani International Film Festival 2025' 성황리에 폐막 • [태국] 영화 〈티욧 3〉 흥행과 귀신의 집 • [태국] 당신을 사로잡을 다음 K-드라마는... • [싱가포르] 말레이시아 영화 2 편, 인도-아세안 영화제에 상영 초청 • [LA] 워너브라더스 디스커버리, 매각 검토 착수 • [LA] 〈블랙폰 2〉, 북미 2,730 만 달러 오프닝으로 블룸하우스 흥행 반등 • [프랑스] 프랑스 미디어시장의 변화: TV 와 유튜브, 협력 관계 확대 • [뉴욕] 워너브라더스 디스커버리 x 씨제이 이엔엠, K-드라마 글로벌 동맹 체결 • [독일] 도이체 텔레콤, 2026 월드컵·2028 유로 독일 내 중계권 확보 • [캐나다] 캐나다 대표 영화관 기업 'Cineplex', 디지털 사업 정리로 본업 강화 • [캐나다] Disney+, 캐나다에서 Hulu 통합 및 구독료 인상 발표 • [영국] 채널 4 의 첫 AI 진행자 • [스웨덴] Youtube 에서 스웨덴 고전 영화 무료 시청 • [스웨덴] Disney+, 스웨덴 드라마 〈Koka björn〉 공개 • [이탈리아] 영화 관객은 증가, 1 인당 관람 빈도는 감소 • [이탈리아] 2025 년에 볼만한 이탈리아 Netflix 시리즈 7 편 • [이탈리아] 〈굿뉴스〉, 뉴스 조작을 다룬 올해 최고의 한국 영화 • [브라질] 〈K 팝 데몬 헌터스(Guerreiras do K-Pop)〉, 브라질 전국 극장에서 특별 상영 • [멕시코] 〈K 팝 데몬 헌터스〉, 멕시코 극장 개봉 확정 • [멕시코] 연방 문화부, 영화 산업 진흥을 위한 중장기 계획 수립
게임·융복합	• [북경] 국가신문출판서, 10 월 중국산 · 외산 신규 게임 판호발급 명단 발표 • [도쿄] 대일본인쇄, 11 월 XR 콘텐츠 스튜디오 개소… 미래 성장동력 확보 • [인니] 동남아시아 최초 국가 게임 등급 제도(IGRS) 발표, 내년부터 모든 게임 적용 • [UAE] 사우디아라비아 · UAE, 아동 보호 우려로 미국 게임 플랫폼 로블록스 규제 합류 • [호주] 'SXSW Sydeny 2025', 아시아 · 태평양 창의 산업의 허브로 개막 • [싱가포르] T1, 말레이시아에 팝업 카페 개장 • [프랑스] 프랑스 게임 스튜디오 퀀틱 드림, 신작으로 경쟁 게임 시장 도전 • [프랑스] 프랑스, 연간 게임 인구 4 천만 명 돌파하며 주류 문화로 부상 • [독일] 게임, 독일인의 정신건강에 긍정적 효과 • [스페인] 비디오게임 산업, 창의성과 책임을 바탕으로 유럽 내 주도적 성장세 • [캐나다] 캐나다 게이머 절반이 여성으로… 모바일 중심 게임 문화 확산 • [스웨덴] 스웨덴 게임산업 중심 행사 'For Devs 2025' 개최 • [스웨덴] 엠바크 사, 신작 〈Arc Riders〉 무료 테스트 진행 • [스웨덴] 〈Battlefield 6〉 시리즈 역사상 최대 판매 기록 경신

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

목차

위클리글로벌 | 453 호

2025 년 10 월 27 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
게임·융복합	• [이탈리아] 게임이 주는 정신적 이점에 대한 새로운 시각 • [이탈리아] 이탈리아 최대 코믹콘, Lucca Comics&Games 10 월 29 일 개막 • [브라질] 브라질 게임 산업, 남미 게임 시장 주도하며 2025 년 창조경제 핵심으로 부상 • [브라질] 브라질, 닌텐도를 비롯한 글로벌 게임 산업의 전략 시장으로 • [멕시코] 폭력적 비디오게임에 대한 세금이 게임 문화에 미치는 경제적 영향 • [멕시코] GAMACON, 게임 개발 산업 활성화 위한 공식 일정 및 활동 발표
애니·캐릭터	• [심천] 라인프렌즈, 〈제 6 회 중국 라이선스 써밋〉 상하이에서 개최 • [태국] 제 5 회 방콕 일러스트레이션 페어 • [태국] 애니메이션 영화 〈연의 편지〉 개봉 기대 • [싱가포르] 싱가포르 애니메이션 네이션 축제, 프랑스 애니메이션 영화제 개최 • [싱가포르] 팝마트, 싱가포르에서 테마파크 팝업 POP LAND 운영 • [프랑스] 실뱅 쇼메(Sylvain Chomet) 감독의 마르셀 파뇰의 전기 애니메이션 〈마르셀과 무슈 파뇰〉 개봉 • [스페인] 스페인, '세계 애니메이션의 날'을 맞아 여성 개척자들을 조명하며 산업의 과거와 미래를 잇다 • [스웨덴] 스톡홀름 애니메이션 영화제 REX 개최 예정
만화·웹툰·스토리	• [도쿄] 훌루, 〈명탐정 코난〉 등 인기작 앞세워 전자 만화 서비스 출시 • [인니] 지식재산권총국, 통신정보부에 웹툰 저작권 침해 사이트 41 곳 폐쇄 요청 • [영국] 인간 창작 도서에 대한 인증 절차 출시 • [영국] 〈죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어〉 백세희 작가 별세 보도
음악	• [도쿄] 주식회사 레코초쿠, 카카오엔터테인먼트와 음원 유통 서비스 계약 체결 • [베트남] 한국콘텐츠진흥원, 베트남서 〈코리아 스포트라이트 2025〉 개최 • [태국] K 팝 콘서트와 공연여행 트렌드 • [싱가포르] 트립닷컴-라이브 네이션, 싱가포르 등 아시아 콘서트 관광 개척 • [독일] 워너뮤직, 중부 유럽 조직 재편 • [스페인] 〈K 팝 데몬 헌터스〉: 넷플릭스에서 스크린으로, 팬이 만든 글로벌 이벤트 • [이탈리아] 이탈리아의 K 팝 스타 Shorelle, 서울에서 콘서트 개최
패션	• [인니] 인도네시아 최대 모디스트 패션 행사 'IN2MOTIONFEST 2025' 성료 • [UAE] 사우디 패션위원회, 망가 프로덕션과 MOU 체결 • [독일] 경기둔화 속 '바지 전문 브랜드'가 독일 패션을 살린다 • [스웨덴] 스웨덴 패션 브랜드 Stylein, 영국과 독일 시장 본격 진출 • [스웨덴] H&M, 글렌 마르텐스(Glenn Martens)와 콜라보 컬렉션 출시 • [이탈리아] 밀라노를 기반으로 하는 브랜드 Halfboy, 한국에 첫 팝업 오픈

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY
K-콘텐츠와 세계로 미래로

목차

위클리글로벌 | 453 호

2025 년 10 월 27 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
통합(정책 등)	• [북경] 2025 년 상반기 AIGC 사용자 규모 5 억 1,500 만 명 • [심천] 웨원그룹, 〈2025 년 웨원 창작 콘퍼런스〉 개최, 숏폼 애니메이션 진출 선언 • [베트남] 디지털 시대, 글로벌 시장 진출을 위한 베트남 영화 저작권 보호 강화 • [태국] 소프트파워는 방치되고 있음 • [싱가포르] 싱가포르, 온라인 구제 및 책임 법안 상정 • [싱가포르] 말레이시아, 13 세 미만 아동 소셜미디어 사용 전면 금지 추진 • [뉴욕] KOOM 페스티벌, K-컬처와 스타트업 결합으로 글로벌 확장 모색 • [스페인] 스페인-라틴아메리카 공동제작, 영화산업의 핵심 전략으로 부상 • [스웨덴] 스웨덴 유대인 영화제 취소 논란 • [이탈리아] 2026 년도 예산안 초안에서 영화·시청각 산업 예산 삭감 논란

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

방송·영화

[심천] 중국시청각빅데이터(CVB), 2025 년 1~3 분기 미단극의 위성 TV 채널 방영 결산 1)

- **중국시청각빅데이터(中国视听大数据, CVB)에 따르면, 2025 년 1~3 분기 위성 TV 채널의 숏폼드라마 방영작 수와 시청 규모가 모두 증가하였으며, 작품 수준이 높고, 현실 소재를 다룬 작품 중심으로 시청률이 높은 것으로 나타남. 또 위성 TV 채널과 온라인 동영상 플랫폼이 숏폼드라마를 동시 방영하여 숏폼드라마의 폭넓은 확산을 촉진한 것으로 나타남**
  - 2025 년 1~9 월 위성 TV 채널에서 방영된 숏폼드라마 총 방영 편수는 94 편으로 전년 동기 대비 261.5% 증가하였고, 숏폼드라마를 방영한 위성 TV 채널 수는 31 개로 전년 동기 대비 287.5% 증가함. 그중 둥팡위성 TV(东方卫视), 베이징위성 TV(北京卫视), 후난위성 TV(湖南卫视), 베이징지스커쟈오(北京纪实科教) 등 4 개 채널에서 각각 10 편 이상을 방영한 것으로 나타남
  - 전체 위성 TV 채널에서 방영된 숏폼드라마의 누적 시청 규모는 21 억 6,000 만 명으로, 전년 동기 대비 3 배 이상에 달함. 모든 TV 프로그램 중에서 숏폼드라마의 시청시간이 방송시간보다 10.7% 높게 나타났는데, 숏폼드라마는 공급이 수요를 따라가지 못할 정도로 성장 잠재력이 큰 것으로 풀이됨
  - 4k 초고화질 등 우수한 화질을 적용하고, 소재별로는 현실 소재를 다룬 숏폼드라마를 중심으로 높은 시청률을 기록하였으며, 구체적으로 문화·관광, 가족, 무형문화재 소재 순으로 높은 인기를 끎
  - 국가광전총국(国家广播电视总局)의 정책 기조에 힘입어 여러 위성 TV 와 온라인 동영상 플랫폼에서 숏폼드라마 동시 방영을 추진하여 더욱 풍성한 성과를 거둘 수 있었던 것으로 보임

[인니] 'Madani International Film Festival 2025' 성황리에 폐막 2)

- **'2025 년 마다니 국제 영화제(Madani International Film Festival)'가 지난 12 일 일요일 밤 단편 영화 경쟁 부문 시상식과 함께 공식 폐막함. 올해로 제 8 회를 맞이한 이번 영화제는 10 월 8 일부터 12 일까지 5 일간 자카르타 메트로폴 XXI 등 여러 곳에서 24 개국의 95 편의 영화가 상영됨**
  - 이번 행사에는 8 개국에서 1,470 편의 작품이 출품되어 치열한 경쟁을 펼쳤으며, 15 편의 작품이 최종 본선에 오름. 영국, 호주, 싱가포르 출신 심사위원들의 엄격한 심사를 거쳐 이란의 '오스카(Oscar)'가 대상을, 인도네시아의 '아포칼립스 마트(Apocalypse Mart)'가 2 위, 이탈리아의 '삼사(Samsa)'가 3 위를 차지함
  - 영화제 주요 관계자는 "이번 영화제는 단순한 영화제가 아니라 IDEAS 프로그램을 통한 아이디어 교류의

1) 출처 : https://mp.weixin.qq.com/s/tv5dmJMIKkorJTcfGQgExQ
2) 출처 : https://megapolitan.antaranews.com/berita/450121/madani-fest-2025-resmi-ditutup-ahad-malam-dengan-umumkan-pemenang-kompetisi-film-pendek#:~:text=Madani%20Fest%202025%20resmi%20ditutup,umumkan%20pemenang%20kompetisi%20film%20pendek

장"이라며 "국내외 정치적 혼란과 팔레스타인의 고통이 지속되고 있는 어둠 속에서 밝고 평온한 공간을 제공하고자 했다"라고 밝힘. 개막작으로는 팔레스타인 여성 감독 체리엔 다비스(Cherien Dabis)의 〈All That's Left of You〉가 상영되어 팔레스타인 청소년과 이스라엘 군인의 대치를 통해 3 세대에 걸친 역사적 상처와 희망을 그려냄

- 이번 영화제는 아프리카 사헬 고원(Sahel Plateau) 지역을 올해의 포커스 국가로 선정함. 영화제 큐레이터는 "그동안 제한적이었던 아프리카에 대한 이해를 넓히기 위해" 부르키나파소, 세네갈, 말리, 나이지리아의 영화 5 편을 특별 상영함
- 마다니 페스티벌은 단순히 연례행사에 그치지 않고 'Jamaah Sinema(영화 회중)' 프로그램을 통해 연중 다양한 도시에서 영화 상영과 토론회를 개최하며 지속 가능한 문화 활동을 이어가고 있음

|그림 1| '2025년 마다니 국제 영화제' 대상 수상작 'Oscar'

[태국] 영화 〈티욧 3〉 흥행과 귀신의 집 3)

10 월 1 일 개봉한 태국 영화 〈티욧 3(Death Whisperer)〉이 〈티욧 1〉, 〈티욧 2〉에 이어 흥행 신기록을 쓰고 있음

- 태국의 방학기간을 맞아 전국 극장에서 동시 개봉한 영화 〈티욧 3〉은 개봉 5 일 만에 2 억 바트(약 86 억 원)의 수입을 기록하고 있음
- 한편 영화 〈티욧〉은 태국 최초로 싱가포르 유니버설 스튜디오에서 열리는 '제 13 회 핼러윈 호러나이츠 페스티벌 2025'에 진출했으며, 제작사 엠 스튜디오(M STUDIO)는 10 월 2 일 방콕의 대형 쇼핑센터인 시컨 방캐(Seacon Bangkhae)에 '티욧 귀신의 집(Thee Yod Haunted House)'을 개장했음
- 방문객들은 영화 속에 등장하는 거대한 반얀트리와 교실, 숲 등을 무대로 공포체험을 할 수 있음
- 입장료는 무료이고 10 월 19 일까지 운영됨

3) 출처 : https://www.bangkokbiznews.com/news/news-update/1201624

|그림 2| 티욧 귀신의 집

[태국] 당신을 사로잡을 다음 K-드라마는... [4)]

- **방콕포스트는 '당신을 사로잡을 다음 K-드라마는...'이라는 제목으로 드라마 〈북극성〉을 분석하고 월트디즈니 아시아 · 태평양오리지널콘텐츠전략부사장과의 인터뷰 내용을 10 월 8 일 라이프 12 면 전면기사로 게재했음. 다음은 요약문**
  - 드라마 〈북극성〉의 첫 장면부터 시청자들은 정치 공작, 숨겨진 첩보원, 그리고 깨질 것 같은 신뢰의 세계에 즉시 빠져들게 됨. 바로 한국 드라마를 유명하게 만든 그 위험한 스토리텔링임
  - 디즈니플러스핫스타에서 독점 공개한 〈북극성〉은 그 수위를 한층 더 높였음. 〈눈물의 여왕(2024)〉 김희원 감독과 〈작은 아씨들(2022)〉 정서경 작가가 만나서 만든 이 9 부작 드라마는 한국 최고의 스타 전지현과 강동원을 캐스팅해 국제 스파이와의 애절한 로맨스를 선보이고 있음. 그 결과 정치적으로 폭발적이고, 감정적으로 강렬한 작품이 탄생했음
  - 이렇게 복잡하고 감정적으로 얽힌 이야기가 어떻게 탄생했는지 이해하려면 디즈니플러스가 한국 스토리텔링에 투자하는 방식을 살펴봐야 함. 캐럴 최 월트디즈니 아시아 · 태평양 오리지널콘텐츠전략부사장은 "〈북극성〉은 올해 우리의 핵심 오리지널 콘텐츠입니다."라고 말했음
  - 최 부사장은 "〈북극성〉은 액션, 음모, 로맨스를 절묘하게 조화시켜 장르를 넘나드는 스파이 로맨스 서사를 중심으로 하고 있습니다. 다른 성공적인 글로벌 히트작들처럼 풍부한 문화적 특수성을 담아내면서도 권력과 야망, 진실과 신뢰 사이의 보편적인 갈등을 탐구합니다."라고 말했음
  - 이러한 균형, 즉 세계적 연관성에 뿌리를 둔 한국적 감성이 바로 한국 콘텐츠를 국제 스트리밍 시장에 선두를 달리게 하는 원동력임. 디즈니는 이 생태계에서 역할을 꾸준히 확장해 왔으며, 2023 년 〈무빙〉, 2024 년 〈킬러들의 쇼핑몰〉 그리고 올해 〈나인퍼즐〉을 포함한 다양한 작품들로 아시아태평양 차트 정상을 차지했음
  - 최 부사장은 "한국에서 제작하는 스토리와 프로젝트들은 세계 최고 수준입니다. 스토리라인은 풍부하고 구체적이며 전 세계 시청자들에게 공감을 불러일으키는 보편적 가치로 엮여 있습니다."라고 말했음
  - 이어 최 부사장은 디즈니의 참여가 단순히 작품 확보에만 그치지 않고, 협력과 창작의 성장을 촉진하는 데 중점을 두고 있다고 강조했음. 최 부사장은 "우리는 한국 스토리텔링의 장기적인 잠재력을 믿으며 지난

4) 출처 : https://www.bangkokpost.com/life/arts-and-entertainment/3117573/your-next-kdrama-obsession

30 년 동안 한국 창작 커뮤니티의 중요한 일원이 되어 왔습니다."라고 말했음

- 이러한 문화 소통은 〈북극성〉의 캐스팅에서도 드러남. 한국인 주연배우 이외에도 한국계 미국인 배우 존 조가 출연해 드라마의 국제적인 매력을 더욱 증폭시킴. 존의 참여는 국경을 초월하는 스토리텔링, 즉 하나의 서사 속에 다양한 관점을 담아내려는 디즈니의 의지를 반영함
- 최 부사장은 이러한 프로젝트를 추진할 때 스토리텔링이 핵심이라고 강조하며, "궁극적으로 가장 중요한 고려 사항은 스토리가 얼마나 매력적이고 독창적인가, 그리고 창작자 팀의 역량입니다. 우리의 역할을 창작자들의 예술적 비전을 지원하고, 그들이 최고의 작품을 만들어낼 수 있는 환경을 조성하는 것입니다." 라고 말했음
- 창작자들에 대한 이러한 신뢰는 〈북극성〉의 핵심 주제, 즉 동료와 연인 그리고 스토리텔러와 시청자들 간의 신뢰를 반영하는 듯함. 한국 엔터테인먼트 산업은 성장을 거듭할수록 경쟁이 치열해지지만 혁신에 대한 욕구는 여전히 강함
- 디즈니플러스에게 〈북극성〉은 단순한 글로벌 출시 이상의 의미를 지님. 〈북극성〉은 디즈니플러스가 아시아 · 태평양 지역 스토리텔링의 미래를 어떻게 구상하는 지 보여주는 기준이자 증거임
- 최 부사장은 "아시아 · 태평양 지역은 전 세계 스토리텔러들에게 영감을 주는 새롭고 혁신적인 트렌드의 선두에 있습니다. 시청자들이 정교한 줄거리와 풍부한 감성을 지닌 캐릭터의 등장을 어떻게 받아들일지 지켜보는 것은 매우 흥미로운 일입니다. 〈북극성〉은 이 모든 것을 담고 있습니다."라고 덧붙였음

[싱가포르] 말레이시아 영화 2 편, 인도-아세안 영화제에 상영 초청 5)

인도-아세안 관광의 해 기념 문화 교류 선봉

- 말레이시아 영화 〈Walid〉와 〈Mencari Ramlee〉이 10 월 16 일부터 18 일까지 인도 첸나이에서 열린 '인도-아세안 영화제 2025'에 말레이시아 대표작으로 참가함. 이 행사는 '아세안-인도 관광의 해'를 기념하며, 영화를 통해 아세안과 인도 간의 문화적 협력 및 인적 연결성을 강화하려는 목적하에 진행됨
- 해당 영화제는 말레이시아 총영사관이 아세안 의장국 자격으로 인도 외교부, 인도 관광청 등과 협력하여 주최함. 행사는 첸나이의 Avichi College 에서 개최되었으며, 약 200 명의 외교관, 학생, 산업 관계자들이 참석하여 아세안 대표들의 문화 공연을 관람함
- 영화제에서는 말레이시아 영화 이외에도 인도 영화 〈12th Fail〉, 태국 영화 〈Time to Fly〉, 싱가포르 영화 〈Ah Boys to Men〉 등이 상영됨. 이를 통해 아세안과 인도 영화의 발전과 다양성을 선보임
- 첸나이 주재 말레이시아 총영사 사라바나 쿠마르(K. Saravana Kumar)는 아세안 2025 의장국으로서 이번 영화제가 영화인들의 창의성을 기리는 것뿐만 아니라, 아세안-인도 파트너십 프레임워크 하에 문화 외교를 촉진하고 지역 협력을 증진하려는 지속적인 의지를 강조하는 계기가 된다고 밝힘

5) 출처 :
https://www.thestar.com.my/lifestyle/entertainment/2025/10/17/039walid039-039mencari-ramlee039-to-represent-malaysia-at-india-asean-film-festival-2025#goog_rewarded

|그림 3| 인도-아세안 영화제에서 상영된 말레이시아 영화 〈Walid〉 (출처: The Star)

[LA] 워너브러더스 디스커버리, 매각 검토 착수 6)

파라마운트·컴캐스트 등 다수 인수 의향자 등장

- 워너브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery, 이하 WBD)가 회사 매각을 포함한 전략적 대안 검토를 공식 발표함. CNN 의 모회사이자 미디어 대기업인 WBD 는 다수의 잠재적 인수 제안을 받았으며, 회사 전체 매각·분사·합병 등 다양한 시나리오를 동시에 검토 중이라고 밝힘
- 앞서 파라마운트(Paramount)가 WBD 전체 인수를 시도했으나, 이사회가 "저가 제안(lowball offer)"이라며 첫 제안을 거부함. 그럼에도 파라마운트 신임 CEO 데이비드 엘리슨(David Ellison)은 인수 압박을 이어가고 있으며, 업계 내 물밑 경쟁이 가속화되고 있음
- 한편, 컴캐스트(Comcast) 또한 WBD 자산 검토에 착수한 것으로 알려졌으며, 넷플릭스(Netflix) 역시 HBO Max 와 워너브라더스 스튜디오(Warner Bros. Studio) 등 스트리밍·콘텐츠 부문에 관심을 보인다는 관측이 있음. WBD 는 두 개의 상장사(워너브라더스·디스커버리 글로벌)로 분할하는 기존 계획과 매각 가능성을 병행 검토 중임
- WBD CEO 데이비드 재슬라브(David Zaslav)는 "다수의 인수 제안을 받은 만큼, 포괄적 검토를 통해 자산 가치를 극대화할 최적의 경로를 모색 중"이라며, "결정에는 수주에서 수개월이 소요될 것"이라고 밝힘. 발표 직후 WBD 주가는 정오 거래 기준 11% 이상 급등함

[LA] 〈블랙폰 2〉, 북미 2,730 만 달러 오프닝으로 블룸하우스 흥행 반등 7)

확장된 세계관과 디지털 캠페인으로 공포 장르 신기록 경신

- 블룸하우스(Blumhouse)와 유니버설(Universal)의 신작 〈블랙폰 2(Black Phone 2)〉가 북미 개봉 첫 주말 2,730 만 달러의 흥행 수익을 기록하며 시리즈 최고 오프닝을 달성함. 전작의 인기를 잇는 동시에

6) 출처 : https://www.cnn.com/2025/10/21/media/warner-bros-wbd-sale-paramount-skydance-suitors
7) 출처 :https://deadline.com/2025/10/box-office-black-phone-2-1236590286/

'고비용 마케팅 없는 순수 콘텐츠의 힘'을 입증했다는 평가를 받음

- 이번 흥행으로 2025 년 미국 내 공포 영화 누적 수익은 12 억 달러를 돌파하며, 2017 년의 최고 기록(11 억 6 천만 달러)을 경신함. 유니버설 측은 "스콧 데릭슨(Scott Derrickson) 감독과 블룸하우스가 다시 한번 관객을 사로잡았다"라며 자사의 대표 공포 프랜차이즈로서의 위상을 강조함
- 〈블랙폰 2〉는 1 편의 생존자 '피니(Finney)'의 이후 이야기와 새로운 희생자들의 시점을 교차해 전개하며, 전작보다 확장된 세계관과 심리적 서사(트라우마)를 강화한 연출로 주목받음. 또한 에단 호크(Ethan Hawke)가 다시 '그래버(The Grabber)'로 등장해 전편의 미스터리한 설정을 이어감
- 특히, 유니버설은 디지털 중심의 체험형 마케팅 전략을 통해 젊은 관객층 공략에 성공함. '죽음은 단지 단어일 뿐(Dead Is Just A Word)' 문자 티저, CCXP 멕시코 현장 공개, 틱톡(TikTok)·스포티파이(Spotify) 등 주요 플랫폼 전면 광고, '할로윈 호러 나이트' 연계 이벤트 등을 통해 총 3 억 3 천만 회 이상의 노출을 기록함

[프랑스] 프랑스 미디어시장의 변화 : TV 와 유튜브, 협력 관계 확대 8)

- 프랑스 미디어 시장에서 전통 TV 방송과 유튜브의 관계가 단순 경쟁을 넘어, 서로에게서 영향을 주고받는 협력적 경쟁 관계로 진화하고 있음. TF1 대표가 유튜브를 "우리의 주요 경쟁자"라고 공식적으로 언급할 만큼 시청 시간과 광고 수익을 둘러싼 주도권 다툼은 치열하지만, 동시에 두 플랫폼의 경계가 허물어지며 콘텐츠와 인재를 교류하는 새로운 협력 모델이 확산되는 추세임
- 이러한 변화는 TV 가 젊은 시청자층을 확보하기 위해 유튜브의 창의성과 형식을 적극적으로 수용하는 흐름에서 뚜렷하게 나타남. 유튜브에서 인기를 끈 포맷이 TV 프로그램으로 정식 편성되거나, 이녹스타그(Inoxtag), 스퀴지(Squeezie)와 같은 최상위 유튜버가 제작한 콘텐츠가 TF1 이나 프랑스 2 같은 주요 방송 채널의 프라임타임에 방송되는 사례가 늘고 있음. 이제 유튜브는 새로운 방송 아이디어를 시험하고 대중성을 검증하는 중요한 테스트베드 역할을 하고 있음
- 하지만 이러한 협력 이면에는 근본적인 차이점도 명확히 존재함. 유튜브는 '편집자'가 아닌 '호스팅 사업자'로서 방송사와 동일한 수준의 규제나 콘텐츠 제작에 대한 재정적 리스크를 지지 않음. 특히 광고 수익 모델에서 큰 격차를 보이는데, TV 플랫폼의 광고 단가(CPM)가 유튜브보다 월등히 높아 여전히 전통 미디어가 높은 가치를 인정받고 있음. 이는 두 플랫폼이 협력하면서도 서로 다른 비즈니스 모델과 시장 내 위상을 가지고 공존하고 있음을 보여줌

8) 출처 :
https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/entre-fascination-et-rivalite-les-passerelles-se-multiplient-entre-la-television-et-youtube-2192882

[뉴욕] 워너브라더스 디스커버리 × 씨제이 이엔엠, K-드라마 글로벌 동맹 체결 9)10)

- 워너브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery)가 씨제이 이엔엠(CJ ENM)과 손잡고, K-드라마를 중심으로 한 다년간의 전략적 파트너십을 체결. 이번 협약은 한국 콘텐츠의 글로벌 확장을 가속화하는 핵심 사례
- 워너브라더스는 아시아·태평양 지역 스트리밍 플랫폼(HBO Max 등)을 통해 씨제이 이엔엠 및 티빙(TVING) 오리지널 콘텐츠를 독점 공개하거나, K 콘텐츠 전용 허브를 신설할 예정
- 두 기업은 차세대 K-드라마 및 예능의 공동 개발·제작에 나서며, 글로벌 배급 네트워크도 함께 구축. 첫 공동작품은 드라마 시리즈 〈Dear X〉, 오는 11 월 6 일 첫 공개 예정
- 씨제이 이엔엠 은 "이번 협약이 K 콘텐츠 글로벌 확장의 전환점이 될 것"이라 강조하며 자사 IP 를 활용한 글로벌 OTT 협력 구조를 확장함
- 워너브라더스는 "한국 창작자들의 독창적 스토리텔링을 통해 아시아 시장의 경쟁력을 강화할 것"이라고 밝힘
- 이번 파트너십은 워너브라더스가 아시아 시장 내 한국 콘텐츠 강화 전략의 첫 사례로 평가되며, 글로벌 스트리밍 경쟁 속에서 로컬 제작사와의 협업을 통한 현지화 및 콘텐츠 다양성 확보를 목표

[독일] 도이체 텔레콤, 2026 월드컵·2028 유로 독일 내 중계권 확보 11)

- **도이체텔레콤(Deutsche Telekom)은 자사 플랫폼 '마젠타 TV(MagentaTV)'를 통해 2026 년 FIFA 월드컵과 2028 년 UEFA 유로 대회의 모든 경기를 생중계하며, 일부 경기는 독점 중계로 편성할 계획**
  - 구체적인 계약 금액은 공개되지 않았으나, ARD·ZDF 와의 서브라이선스 계약을 통해 일부 경기를 지상파에서도 무료 중계할 예정
  - 이에 따라 ARD 와 ZDF 는 2026 년 월드컵 경기 각 30 경기, 2028 년 유로 경기 각 17 경기를 무료 공중파로 방송할 예정임
  - 마젠타 TV 는 월드컵 104 경기 전부, 유로 51 경기 전부를 중계하며, 그중 월드컵 44 경기·유로 17 경기는 독점 중계임
  - 독점 경기에는 각 대회 16 강 3 경기, 8 강 2 경기가 포함되어 있음
  - 2026 년 월드컵은 미국·캐나다·멕시코에서 개최되며 경기 수가 104 경기로 확대됨
  - 2028 년 UEFA 유로 대회는 영국과 아일랜드 공동 개최로, 마젠타 TV 는 모든 경기를 생중계함
  - 마젠타 TV 는 조별리그 단계에서 여러 경기를 동시에 중계하며, 시청자가 실시간으로 경기들을 오가며 시청할 수 있는 '컨퍼런스 모드(Conference Mode)' 기능을 다시 제공할 예정임.

9) 출처 : https://deadline.com/2025/10/warner-bros-discovery-korea-cj-enm-k-drama-deal-1236587792
10) 출처 : https://variety.com/2025/tv/news/warner-bros-discovery-cj-enm-partnership-k-content-1236554309
11) 출처 : https://www.broadbandtvnews.com/2025/10/07/deutsche-telekom-secures-tv-rights-to-football-world-cup-2026-and-euro-2028

- 도이체텔레콤 TV 부문 책임자 아르님 부첸(Arnim Butzen)은 "마젠타 TV 가 독일 내 주요 축구대회의 중심 플랫폼으로 자리 잡고 있다"라고 강조함
- 또한 도이체 텔레콤은 2027 브라질 여자 월드컵 전 경기(64 경기)를 마젠타 TV 독점으로 스트리밍할 예정임

[캐나다] 캐나다 대표 영화관 기업 'Cineplex', 디지털 사업 정리로 본업 강화 12)

- 캐나다 최대 영화관 운영사 'Cineplex' 가 자회사 'Cineplex Digital Media(CDM)'를 미국의 디지털 사이니지 전문기업 'Creative Realities'에 7 천만 달러(USD)에 매각한다고 발표함. 이번 거래는 규제 승인 및 절차 완료 후 향후 수주 내 마무리될 예정임
- Cineplex Digital Media 는 2009 년 설립된 디지털 사이니지 부문으로, 소매점·은행·레스토랑 등 다양한 업종을 대상으로 디지털 디스플레이 솔루션을 제공해 왔음. 이번 매각으로 Creative Realities 는 캐나다 전역의 사이니지 네트워크를 인수하게 되며, Cineplex 는 국내 디지털 옥외 광고(Digital Out-of-Home) 네트워크의 광고 영업권을 유지함
- Cineplex 의 CEO 엘리스 제이콥(Ellis Jacob)은 이번 매각이 재무 건전성을 강화하고, 자사주 매입·부채 상환 등 향후 투자 재원 확보에 도움이 될 것이라고 밝힘. 그는 "이번 거래는 장기간 논의 끝에 성사된 것으로, 유동성 확보와 새로운 투자 기회를 모색하기 위한 전략적 결정"이라고 설명함
- Cineplex 는 최근 몇 년간 핵심 사업 재정비를 위해 비핵심 사업 구조조정을 지속적으로 추진해왔음. 2024 년 2 월에는 디지털 렌털 사업을 CosmoBlue Media 산하 자회사에 매각했으며, 이번 CDM 매각으로 마지막 B2B(기업 대상) 사업 부문을 정리하게 됨
- 한편 Cineplex 는 2009 년 스트리밍 서비스 확산으로 영화관 수익이 감소하자 디지털 미디어 및 복합 엔터테인먼트 사업(Rec Room, Junxion 등)으로 다각화를 시도했으나, 최근 다시 극장 및 오프라인 엔터테인먼트 중심의 전략으로 회귀하는 추세임
- 이번 매각은 Cineplex 가 핵심 영화·엔터테인먼트 사업에 집중하기 위한 재편의 일환으로 평가되며, 업계에서는 디지털 사이니지 시장 확대 속에서 북미 기업 간 인수·합병이 활발해질 것으로 전망됨

[캐나다] Disney+, 캐나다에서 Hulu 통합 및 구독료 인상 발표 13)

- 스트리밍 플랫폼 Disney+가 캐나다에서 Hulu 브랜드를 통합하고, 광고 없는 요금제 가격을 인상한다고 발표함. 이번 조치는 2025 년 11 월부터 적용되며, 캐나다를 포함한 미국·영국 등 주요 시장에서도 동일하게 시행될 예정임
- 새 요금제에 따르면 광고 없는 스탠다드(HD) 요금제는 월 12.99 달러에서 15.99 달러로 3 달러 인상,

12) 출처 : https://www.ctvnews.ca/business/article/cineplex-selling-cineplex-digital-media-to-us-company-creative-realities-for-us70m
13) 출처 : https://www.cbc.ca/news/entertainment/hulu-disney-plus-prices-1.7652519

프리미엄(4K) 요금제는 월 15.99 달러에서 16.99 달러로 1 달러 인상됨. 반면, 광고 포함 요금제는 기존과 동일하게 8.99 달러로 유지됨

- 이번 인상은 광고 기반 요금제(Ad-supported tier) 이용을 유도하기 위한 전략의 일환으로, 넷플릭스·애플 TV 플러스 등 주요 스트리밍 기업들이 올해 잇따라 요금 조정을 단행한 흐름과 맞물림. 광고형 요금제는 구독료는 낮지만 광고 수익을 통해 플랫폼의 총매출을 높이는 모델로 자리잡고 있음
- 또한 Disney+는 기존의 'Star' 브랜드를 폐지하고 'Hulu'로 대체하기로 결정함. 이는 캐나다 시장을 미국 및 글로벌 Disney+ 서비스 구조와 일원화하기 위한 조치로, 콘텐츠 구성에는 변화가 없다고 밝힘
- 디즈니는 4 년 연속 구독료를 인상하고 있으며, 이번 개편은 플랫폼 간 브랜드 통합 및 수익성 강화 전략의 일환으로 평가됨. 한편, 지난 9 월에는 자사 방송사 ABC 의 진행자 지미 키멜(Jimmy Kimmel) 관련 논란으로 일시적인 소비자 보이콧이 발생하기도 했음
- 이번 Hulu 통합과 가격 인상은 광고 기반 수익모델 확대와 글로벌 브랜드 정비를 통한 경쟁력 강화를 목표로 하는 디즈니의 장기 전략으로 해석됨

[영국] 채널 4 의 첫 AI 진행자 [14)]

- 영국 공영방송 채널 4(Channel 4)의 TV 프로그램 〈디스패치〉(Dispatches)는 지난 10 월 20 일 'AI 가 일자리를 뺏을 것인가'에 대한 주제를 다룸. 영국 일간지 가디언(The Guardian)은 이에 대한 분석 기사를 게재함
- 프로그램에 따르면, 영국에서만 8 백만 개의 일자리가 AI 에 의해 대체될 위기에 처해 있음. 전화 상담 요원, 번역가, 그래픽 디자이너 등 대부분의 직업 종사자는 시간이 지날수록 더욱 정교해지는 기술 때문에 일자리를 잃게 될 것임
- 해당 에피소드는 아이샤 가반(Aisha Gaban)이라는 AI 기자가 진행함. 기자는 진행자가 컴퓨터로 만들어진 존재임에도 꽤 설득력 있었고 어느 정도 인간적으로 보였다고 함
- 프로그램은 의사, 변호사, 음악가, 사진작가 등 네 명의 전문가를 AI 기술과 비교함. 결론은 인간이 더 뛰어나지만, AI 기술이 더 빠르고 저렴하다는 것임. 기자는 모든 산업의 원동력이 탐욕이기에 우려된다고 밝힘
- 기자는 일부 기술은 도입이 타당해 보인다고 함. 기존보다 절반의 시간으로 환자를 진단할 수 있는 도구는 이미 포화상태인 인간 의료진을 지원할 잠재력이 있음. 기자는 AI 의 핵심이 삶에서 고된 노동을 없애는 것이지 창의성을 자동화하는 것이 아니라고 하면서 AI 사진작가의 존재에 의문을 표함
- 프로그램에서 AI 의 환경 비용은 언급되지 않음. 기자는 AI 진행자 생성으로 발생한 물 사용량을 밝혀야 했다고 함
- 기자는 AI 가 발전하는 속도를 고려하면 상황은 더 악화할 것이라고 함. 3 년 후에 챗지피티(ChatGPT)가 AI 진행자 프로그램에 대해 AI 가 생성한 비판을 핵심 요약해 주는 동안, 우리는 일자리를 찾고 있을 수 있다고 함

14) 출처 : https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2025/oct/21/channel-4-first-ai-presenter-dispatches

[스웨덴] Youtube 에서 스웨덴 고전 영화 무료 시청 15)

- 스웨덴 영화제작사 SF Studios 가 자사 고전 영화를 무료 스트리밍 서비스로 제공함. 이 회사는 새로운 유튜브 채널 'SF Studios Classics'를 통해 스웨덴 및 전 세계 이용자들이 자국의 영화 역사를 접할 수 있도록 할 계획
- 채널 개설과 함께 공개된 첫 라인업에는 빅토르 쇠스트롬 감독 1915 년작 〈The Price of Betrayal〉을 비롯해 1916 년작 〈The Wings〉, 그리고 1950 년작 〈While the City Sleeps〉 등이 포함돼 있음. SF Studios 의 라이선스 및 권리 부문 책임자 헬레나 헤르츠는 보도자료를 통해 'SF Studios Classics'를 통해 스웨덴 영화 역사를 보다 접근 가능하고 살아 있는 콘텐츠로 만들고자 한다. 유튜브는 영화 애호가와 새로운 세대 모두에게 이상적인 플랫폼이다."라고 말함
- 이 채널은 향후 매주 새로운 작품을 추가해 고전 영화의 다양성과 접근성을 강화할 예정임. 지금까지는 주로 극장 개봉이나 유료 스트리밍을 통해 접할 수 있었던 작품들을 무료로 제공함으로써 문화 유산으로서의 가치가 재조명된다는 평가를 받음
- 영화계 관계자들은 이번 전략이 "과거 명작의 재발견"이라는 의미를 지닐 뿐만 아니라, 글로벌 시장에서 스웨덴 영화의 위상을 높이는 계기가 될 수 있다고 보고 있음. 또한 이용자들이 부담 없이 고전 작품을 접할 수 있게 됨으로써 교육적·문화적 효과도 기대됨
- 한편, 일부에서는 무료 공개가 저작권 및 수익 모델에 미칠 영향에 대해 주목하고 있음. 다만 SF Studios 측은 기존 유료 채널과 병행 운영하며, 고전 영화들의 경우 디지털 보존과 접근성 확대가 우선이라는 입장

|그림 4| 1925년 그레타 가르보와 모리츠 스틸러

[스웨덴] Disney+, 스웨덴 드라마 〈Koka björn〉 공개 16)

- 스웨덴을 대표하는 배우 구스타프 스카르스고르드(Gustaf Skarsgård)가 주연을 맡은 TV 시리즈 〈Koka björn〉(곰을 삶다)가 스트리밍 플랫폼 Disney+에 10 월 15 일 공개되었음. 이 제목은 단순한

15) 출처: https://www.svd.se/a/wg725d/svenska-filmklassiker-laggs-ut-gratis-pa-youtube
16) 출처: https://www.svd.se/a/QMdzXP/koka-bjorn-med-gustaf-skarsgard-pa-disney

'곰'에 대한 이야기라기보다는, 자연과 인간, 전통과 폭력, 야생과 문명 사이의 긴장감이 담긴 메타포로 작용하고 있음

- 중세 19 세기 스칸디나비아 북부 토르네달렌(현 스웨덴 국경 인근)의 황량하고 빈곤한 마을을 배경으로, 어느 날 한 소녀가 죽은 채 발견되면서 '곰에게 잡혔나, 아니면 마을에 살인자가 있는가?'라는 미스터리가 펼쳐지는 내용. 구스타프 스카르스고르드는 새로 부임한 목사 라르스 레비 라에스타디우스(Lars Levi Laestadius) 역을 맡아 이 사건의 실마리를 추적함. 주연 배우 스카르스고르드는 인터뷰에서 "저는 앞으로도 속편이 있다면 당연히 열린 마음입니다."라고 언급해 후속 시즌 가능성도 열어두었음
- 이번 작품은 스웨덴어로 제작된 대형 드라마 프로젝트로, Disney+에서의 첫 스웨덴어 드라마 대형 작품이라는 점에서 이목을 끌고 있음
- 또한 이 시리즈는 스웨덴 현지에서 촬영된 풍부한 영상미와 역사적 배경의 결합으로, 스웨덴 내에서뿐 아니라 글로벌 스트리밍 시장에서도 주목을 받고 있음. 한편 플랫폼 내에서 비(非)영어권 언어 드라마의 확대 기조 속에서 이번 작품은 스웨덴 문화 콘텐츠의 해외 진출 가능성에도 긍정적인 영향을 미치고 있음

|그림 5| Gustaf Skarsgård

[이탈리아] 영화 관객은 증가, 1 인당 관람 빈도는 감소 17)

- **이탈리아 영화·시청각 산업 협회(ANICA)는 2024 년부터 2025 년 상반기 기간 동안 데이터를 연구, 영화관 관객 수는 증가했으나 1 인당 평균 관람 횟수는 감소했으며 관객의 연령대는 낮아지고 콘텐츠 소비 방식이 변화했다고 발표함**
  - 2025 년 상반기 영화관 입장객은 1,800 만 명 이상이지만, 관객 1 인당 평균 관람 횟수는 2 회 미만으로 집계되어 관람객의 충성도 하락, 장기 관람객 하락, 단발성 관람객이 220 만 명 증가한 것으로 집계됨
  - 2024 년의 경우, 2023 년 대비 200 만 명 이상이 한 번 이상 극장을 찾았지만 전체 관람 횟수는 200 만회가 줄어 관객 1 인당 평균 관람 횟수는 2.8 회로 집계되며 단발성 관객 증가가 관찰된 바 있음
  - 그럼에도 불구하고 3 세 이상 인구의 42%가 1 년에 최소 한 번은 극장을 찾고 있어 관객층은 넓어졌지만

17) 출처 : https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2025/10/09/cinema-aumentano-gli-spettatori-ma-il-pubblico-e-meno-assiduo_d9b1dde5-e982-4c53-a61b-c2e738ce3362.html

빈도는 줄어든 모습이 관찰됨

- 관객 연령 구성의 변화 양상은 3~14 세 어린이와 15~24 세 청년층 관람이 11% 증가했으며, 25 세 미만은 전체 인구의 20%에 불과하나 관람 횟수는 전체의 43%를 차지함. 반면 50 세 이상은 전체 인구의 50%를 차지함에도 관람 횟수는 22%에 불과했으며 이들 중 60 세 이상은 관람 빈도는 여전히 낮은 편임
- ANICA 는 이번 결과에 대해 관람객이 다시 영화관으로 돌아오고 있는 경향은 뚜렷하게 관찰되며 특히 젊은 세대의 증가를 고무적으로 평가함. 콘텐츠를 선택하고 소비하는 방식이 달라져 젊은이들이 인터넷에만 몰두해 영화관에는 가지 않는다는 인식이 틀렸으며 오히려 영화소비를 떠받치는 핵심이 젊은 층임을 반증한다고 분석함
- 아울러 ANICA 는 이런 긍정적인 경향을 공고히 하기 위해 작품의 품질, 다양성을 확보하고 신인을 발굴하고 젊은 세대를 포함할 수 있는 포용적 콘텐츠 제작에 대한 투자가 이어져야 할 것이라고 결론지었음

[이탈리아] 2025 년에 볼만한 이탈리아 Netflix 시리즈 7 편 [18)]

- **2017 년 이후 Netflix 는 이탈리아 내 존재감을 확대하며 정치, 역사, 범죄를 다룬 다양한 작품을 선보여왔음. 올해 Netflix 에서는 이탈리아의 문화와 복잡한 사회 현실을 묘사한 7 편의 시리즈가 주목받고 있으며 해당 작품들은 이탈리아어 학습자들에게도 유익한 작품으로 평가됨**
  - 〈Suburra: Sangue a Roma〉 2017 년 첫 공개된 Netflix 최초의 이탈리아 오리지널 시리즈로 2020 년까지 총 3 시즌이 제작됨. 로마 정계와 기업가를 휩쓸었던 Mafia Capitale 스캔들에서 영감을 얻은 작품으로 범죄, 부패, 인종차별 및 성 문제를 묘사하는 작품임
  - 〈Baby〉 2020 년 첫 방영된 작품으로 나폴리 청소년 교도소를 배경으로 범죄조직 출신 청소년과 새로운 삶을 꿈꾸는 청소년의 이야기를 그리고 있으며 올해 다섯 번째이자 마지막 시즌이 공개됨
  - 〈Ragazza del Vaticano〉 2022 년 공개된 다큐멘터리 시리즈로, 1983 년 바티칸에 거주하던 소녀 에마누엘라 오를란디(Emanuela Orlandi)의 실종 미결 사건을 다룸
  - 〈Il caso Yara Gambirasio〉 2024 년에 공개된 다큐멘터리 시리즈로 2010 년 발생한 10 대 소녀 야라 감비라지오(Yara Gambirasio)의 납치·살인 사건을 재조명함. 범인은 체포되었지만 재판 과정과 증거 논란이 여전히 이어지고 있는 사건으로 이탈리아 사법제도의 작동 방식을 이해하는데 유용한 작품임
  - 〈Il leopardo〉 2025 년 공개된 영화로, 주세페 토마시 디 람페두사(Giuseppe Tomasi di Lampedusa)의 동명 소설을 원작으로 하는 작품임. 루키노 비스콘티(Luchino Visconti)의 고전영화 〈Il gattopardo〉를 새롭게 각색했으며 19 세기 이탈리아 통일기의 시칠리아 귀족 사회를 화려하게 그려냄
  - 〈Il mostro di Firenze〉 2025 년 10 월 22 일 공개 예정인 미니시리즈로 1960~80 년대 피렌체 일대에서 벌어진 연쇄 살인사건을 다룸. 최소 16 명을 살해한 범인은 끝내 밝혀지지 않았음. 〈Gomorra〉를 연출한 스테파노 솔리마(Stefano Solima)가 감독을 맡았으며 촬영은 피렌체에서 진행됨

18) 출처 : https://italianismo.com.br/it/sete-series-italianas-da-netflix-para-assistir-ainda-em-2025

[이탈리아] 〈굿뉴스〉, 뉴스 조작을 다룬 올해 최고의 한국 영화 19)

- **Netflix 에서 10 월 17 일 공개된 유쾌하고 대담하며 복잡한 정치 풍자 블랙 코미디인 〈굿뉴스〉는 부산국제영화제에서 선공개되었으며, 올해 최고의 한국 영화로 평가받고 있음**
  - 1970 년대, 남북한의 냉전 시기에 일본항공 여객기 한 대가 일본 적군파에 의해 북한으로 납치되는 실화에서 영감을 받은 영화로 정치 스릴러의 외피를 쓴 날카로운 풍자극임
  - 일본 정부는 납치 사태를 해결하려고 허둥대며, 한국 정부는 모든 책임을 회피하고, 현대의 언론 조작, 자본주의의 부패, 권력층의 위선을 냉소적인 시선으로 파헤치는 작품임
  - 여러 개의 챕터로 구성된 영화는, 각 장마다 스릴러, 코미디, 시대극, 풍자극 등 다른 장르의 스타일로 연출되나 모든 장면은 한 가지 주제, 즉 진실이 어떻게 조작되어 편리한 허구로 변하는가를 다룸
  - 일본, 한국, 미국, 북한 모두를 풍자의 대상으로 삼는 이 작품에는 한국과 일본의 명배우들이 등장, 강렬한 앙상블을 이루며 이들의 연기를 통해 영화는 언론이 퍼뜨린 거짓이 곧 새로운 진실이 된다는 한 가지 진실을 보여줌
  - 과거를 배경으로 하고 있으나 현대 사회의 뉴스 조작과 정보 왜곡에 대한 강렬한 경고를 던지며, 지금 이 순간, 이러한 왜곡이 얼마나 위험하고 보편적인 현상인지 묻는 작품임

[브라질] 〈K 팝 데몬 헌터스(Guerreiras do K-Pop)〉, 브라질 전국 극장에서 특별 상영 20)

- **넷플릭스 흥행작 〈K 팝 데몬 헌터스〉, 브라질 극장가서 특별 상영됨**
  - 넷플릭스 애니메이션 〈K 팝 데몬 헌터스(Guerreiras do K-Pop)〉가 브라질 전역의 주요 멀티플렉스 극장에서 10 월 31 일부터 11 월 2 일까지 3 일간 한정 상영됨
  - 이번 상영은 할로윈 주말에 맞춰 기획된 특별 이벤트로, 관객 참여형 '싱어롱(Sing-Along)' 버전으로 진행됨
  - 영화 속 노래 장면마다 가사가 화면에 함께 표시되어 관객이 함께 부를 수 있는 형식임
- **예매 일정 및 관객 참여형 '싱어롱' 상영**
  - 이번 행사는 Cinemark, Kinoplex 등 브라질 대표 극장 체인을 중심으로 진행되며, 일부 지역 상영관도 참여를 검토 중임
  - 단 3 일간의 한정 상영으로, 상영 여부와 시간표는 도시별로 상이하며 일부 상영관은 일반 버전 상영으로만 운영되므로, 관람 전 상영 버전과 일정을 확인할 필요가 있음
  - 브라질 내 예매는 10 월 17 일(금)부터 주요 극장 앱을 통해 시작되며, 상영 기간이 짧고 참여형 이벤트 성격이 강해 조기 매진이 예상됨

19) 출처 : https://www.wired.it/article/good-news-film-netflix-trama-racconto-manipolazione-notizie-corea-nord-sud
20) 출처 : https://www.otempo.com.br/opiniao/diego-almeida/2025/10/16/guerreiras-do-k-pop-vai-aos-cinemas-no-brasil-tudo-o-que-voce-precisa-saber

- 싱어롱 버전에서는 영화 속 K 팝 곡들의 가사가 실시간으로 자막에 표시되어, 관객이 주인공들과 함께 노래하며 즐길 수 있음. 응원과 함성이 허용되는 참여형 상영 문화로 자리 잡으며, 팬들이 음악과 스토리를 동시에 체험할 수 있는 기회를 제공함

글로벌 흥행과 K-콘텐츠 확산

- 2025 년 6 월 공개된 〈K 팝 데몬 헌터스〉는 넷플릭스 최고 시청 기록을 세운 화제작임
- K 팝 걸그룹 헌트릭스(Huntr/x)가 비밀리에 악마를 사냥하며 라이벌 그룹 사자 보이즈(Saja Boys)와 맞서는 이야기를 담은 액션 뮤지컬 애니메이션임
- OST 는 빌보드 Hot 100 차트에 4 곡이 동시에 진입했으며, 주제곡 'Golden'은 8 주 연속 1 위를 기록함
- 넷플릭스와 소니는 후속편 제작을 협의 중이며, 이번 브라질 상영은 K-콘텐츠의 현지화와 팬덤 확산 전략의 일환으로 해석됨

|그림 6| K팝 데몬 헌터스

[멕시코] 〈K 팝 데몬 헌터스〉, 멕시코 극장 개봉 확정 [21]

- K 팝 열풍이 이번엔 대형 스크린에서 펼쳐질 예정으로 넷플릭스에서 대기록을 세운 애니메이션 영화 〈K 팝 데몬 헌터스〉가 멕시코 극장에서 단 3 일간 한정 상영되며 팬들의 기대를 모으고 있음
- 10 월 31 일(금)부터 11 월 2 일(일)까지, 현지 최대 규모의 영화 체인인 Cinépolis 와 Cinemex 에서만 상영되며, 전 세계 싱어롱 캠페인의 일환으로 진행될 예정임
- 〈K 팝 데몬 헌터스〉는 2025 년 6 월 20 일 넷플릭스를 통해 처음 공개된 이후, 누적 시청 수 2 억 3,600 만 회로 플랫폼 역대 최고 기록을 세우며, 기존 1 위였던 〈레드 노티스〉(2021)를 뛰어넘었고, 사운드트랙 역시 대성공을 거둠
- 이번 상영은 Sing-Along(싱어롱) 버전으로, 관객이 직접 노래를 따라 부를 수 있도록 가사가 화면에

21) 출처 : https://www.elfinanciero.com.mx/entretenimiento/2025/10/21/cuando-se-estrena-kpop-demon-hunters-en-cines-de-mexico

자막으로 등장하는 참여형 포맷으로 실시됨

- 마치 극장 속 노래방처럼, 팬들은 주인공 루미, 미라, 조이와 함께 'How It's Done', 'Golden', 'Soda Pop', 'Takedown', 'Free' 등의 히트곡을 따라 부르며 극장을 콘서트처럼 즐길 수 있음
- 예매는 10 월 17 일부터 이미 시작되었으며, 각 영화관 앱 및 공식 웹사이트를 통해 진행되고 있음
- 가격은 일반관 기준 성인 100 페소(약 7,800 원), 어린이 75 페소(약 5,800 원)로 판매되며, 두 영화관 모두 스페인어 더빙 및 영어 자막 상영을 제공할 계획임
- 여전히 넷플릭스에서 영화 관람이 가능하지만, 이번 극장에서의 3 일간 상영은 단체 관람의 즐거움과 콘서트 분위기를 함께 느낄 수 있는 특별한 집단적 경험으로 여겨지고 있음

[멕시코] 연방 문화부, 영화 산업 진흥을 위한 중장기 계획 수립 [22)]

- 멕시코 연방 문화부는 2025 년부터 2030 년까지의 멕시코영화진흥원(Imcine) 및 추루부스코 촬영 스튜디오(Estudios Churubusco Azteca)의 기관별 중장기 계획을 관보를 통해 발표함
- 이번 계획은 문화 다양성의 진흥, 영화산업의 강화, 문화 접근의 민주화, 국가 경제 발전에 기여하는 것을 주요 목표로 삼고 있음
- Imcine 의 2025-2030 년 기관계획은 멕시코 영화 정책의 구체화를 향한 중요한 발걸음으로 평가되는데, 본 계획은 영화 제작·유통·관람 등 영화 활동 전반에 대한 불평등 해소를 핵심 전략으로 삼으며, 특히 사회적·지리적으로 소외된 집단의 참여를 확대하는 데 중점을 두고 있음
- 계획에 따르면, 출신, 성별, 언어, 나이, 사회적 조건과 무관하게 누구나 영화의 창작, 공유, 감상의 권리를 보장받는 포용적인 시청각 생태계를 조성하는 것이 궁극적인 목표임
- 또한, 멕시코 영화의 국내외 배급 및 상영 확대를 위해 영화관은 물론 대안 공간, 페스티벌, 국제 마켓 등에서도 상영을 촉진할 계획임
- 문서에서는 국산 영화가 상영관, 디지털 플랫폼, 대안 배급망에서 저조한 상영률을 보이는 이유를 분석하며 소수 민간 유통사가 시장을 장악하고 있어 스크린 확보가 어렵다는 점, 고예산 해외 작품과의 경쟁력 부족을 주요 원인으로 지목함
- 또한 문화 소비에 대한 지역 간·계층 간 경제적 격차도 하나의 제약 요인으로 지적되었고, 이에 따라, 본 계획은 지역 정부 및 커뮤니티, 시민사회단체 등과의 협력을 통해 각 주(州) 단위의 시청각 산업 발전도 적극 추진할 예정임
- 연방 문화부는 이번 계획을 통해 2030 년까지 멕시코를 중남미 대표 영화 강국으로 도약시키는 것을 목표로 하고 있으며, 공정한 공공 자원 배분과 다양한 창작 활성화를 통해 영화 제작 기반을 강화하겠다는 비전을 밝힘
- 추루부스코 촬영 스튜디오의 기관계획 또한 함께 발표되었는데, 이 계획은 해당 스튜디오의 현대화 및 기능

22) 출처 :
https://www.jornada.com.mx/noticia/2025/10/21/espectaculos/publica-el-imcine-su-programa-institucional-20252030

강화를 위한 것으로, 제작 및 후반작업 인프라 개선, 기술력 향상, 품질 표준 제고 등이 주요 과제로 포함됨

- 또한 기관 간 협업, 전략적 파트너십, 다양성을 반영한 콘텐츠 제작, 문화적 기억과 권리 보장을 위한 체계 구축을 목표로 하며, 이를 위해 촬영소, 저장소, 사무 공간 및 후반작업 시설을 개방하고, 역사적으로 배제된 창작자 집단에게도 문을 열어야 한다고 강조함
- 계획에 포함된 전략 중 하나는 공공·지역·전문 커뮤니티 간 협업 네트워크 구축으로, 이를 통해 공동 창작 프로젝트 개발과 생산 및 후반작업 서비스 접근성 향상을 도모하게 됨
- 궁극적으로 2030 년에는 추루부스코 스튜디오가 국민을 위한 현대화된 공공 문화 인프라의 상징으로 자리매김하길 목표로 하며, 이와 같은 모든 활동은 연방 예산 지침에 따른 승인된 예산 범위 내에서 수행될 예정임

게임·융복합

[북경] 국가신문출판서, 10 월 중국산·외산 신규 게임 판호발급 명단 발표

- **10 월 22 일, 국가신문출판서(国家新闻出版署)가 공식 홈페이지를 통해 〈2025 년 10 월 중국산 온라인게임 판호허가 명단(2025 年 10 月份国产网络游戏审批信息)[23]〉 및 〈2025 년 외산 온라인게임 판호허가 명단(2025 年进口网络游戏审批信息)[24]〉을 각각 발표함**
  - 이번에 판호를 발급받은 게임은 중국산 159 종[25], 외산이 7 종[26]으로 올해 8 월 합계 총 173 종에 이어 두 번째로 많은 수치임
  - 외산 게임 명단에는 한국 게임사 그라비티의 〈라그나로크 3(仙境传说 3)〉 1 종이 포함됨. 당국은 올해 총 86 종의 외산 게임에 판호를 발급하였으며, 이 중 14 종이 한국 게임으로 전체 외산 게임의 약 16%를 차지함

2025 년 10 월 판호취득 한국산 게임 명단

구분	게임명	플랫폼	문서번호	출판번호
1	라그나로크 3 (仙境传说 3)	모바일 / PC 게임	国新出审〔2025〕 2098 号	ISBN 978-7-498-15873-4

** 한국게임 포함 여부는 중국 포털 서비스 등 에서 중문 게임명을 기준으로 확인하였으며, 추후 변동 가능성이 있음*

[도쿄] 대일본인쇄, 11 월 XR 콘텐츠 스튜디오 개소… 미래 성장동력 확보 [27]

- **대일본인쇄(大日本印刷)는 오는 11 월 도쿄 이치가야의 자사 부지에 XR(확장현실) 콘텐츠 제작을 지원하는 스튜디오를 개설할 것을 발표함**
  - 콘텐츠 제작에 필요한 최첨단 설비를 완비하고 및 제작 지원을 위한 전담 인력을 상시 배치할 예정이며, 이용 접수는 지난 20 일부터 시작하였음
  - 대일본인쇄는 영상 제작사와 광고주 등 폭넓은 기업이 해당 스튜디오를 이용할 것으로 기대하고 있으며, 오는 2029 년까지 2 억 엔의 매출을 올리는 것을 목표로 하고 있음
  - 인체의 움직임을 디지털 데이터로 변환하는 모션 캡처 시스템이나 대형 LED 디스플레이, 영상 합성용 크로마키 배경 등 주요 시설 뿐만 아닌 언리얼 엔진(Unreal Engine)과 유니티(Unity) 등 게임 엔진을 활용한 3D 영상의 실시간 합성 기능 또한 지원할 예정임

---

23) 출처 : https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/gcwlyxspxx/202510/t20251022_936311.html
24) 출처 : https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/jkwlyxspxx/202501/t20250121_883081.html
25) 모바일게임 143 종, PC 게임 4 종, 멀티플랫폼 지원 게임(모바일・PC 7 종 / 모바일・PC・웹 1 종 / 모바일・웹 4 종)
26) 모바일게임 3 종, 멀티플랫폼 지원 게임(모바일・PC 2 종 / 모바일・웹 2 종)
27) 출처 : https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC215OD0R21C25A0000000

- 이를 통해 현장에서 즉시 완성된 최종 영상을 확인하며 촬영할 수 있는 공간을 제공할 예정임
- 또한 생성형 인공지능을 활용해 배경 생성 및 렌더링 작업을 효율화하는 등 콘텐츠 기획부터 최종 작업까지 전 공정을 지원할 수 있다는 점이 특징임
- 스튜디오에는 전담 프로듀서와 기술 인력이 상주하고 있어 XR 콘텐츠를 처음 제작하는 기업도 안심하고 이용할 수 있도록 지원할 예정임
- 스튜디오는 모션 캡처 기능을 활용한 가상 라이브나 애니메이션 콘텐츠 제작, 3D 영상과 실사를 합성한 영상 콘텐츠 제작 등 다양한 콘텐츠 제작에 큰 도움이 될 것으로 기대됨

|그림 7| DNP XR STUDIO 이미지

[인니] 동남아시아 최초 국가 게임 등급 제도(IGRS) 발표, 내년부터 모든 게임 적용 28)

- **인도네시아 통신정보부는 2025 년 10 월 11 일 발리에서 열린 인도네시아 게임 개발자 교류(IGDX) 2025 행사에서 연령 기반 게임 분류 시스템인 IGRS(Indonesia Game Rating System)을 공식 출범함**
  - IGRS 는 동남아시아 최초의 국가 게임 등급이며 해당 규정은 2026 년부터 인도네시아에 출시되는 모든 게임에 적용 예정이며 인도네시아에서 운영되는 모든 게임은 2026 년까지 적정 등급을 취득해야 함
  - 이 시스템은 3 세 이상, 7 세 이상, 13 세 이상, 15 세 이상, 18 세 이상과 같은 플레이어의 연령대를 기준으로 게임을 분류하며 개발자는 게임 콘텐츠에 따라 연령 등급을 포함해야 함
  - 본 조치는 인도네시아 게임 산업을 지원하는 동시에 어린이를 연령에 맞지 않는 콘텐츠에 노출되지 않도록 보호하는 것을 목표로 함
  - 향후 정기 점검을 통해 등급 불일치 발견 시 조정 요구, 불법 콘텐츠(도박·음란물) 포함 시 차단 조치 시행을 예고함

28) 출처 : https://en.antaranews.com/news/385605/govt-launches-igrs-official-national-game-rating-system

|그림 8| IGRS 연령등급제 출범식 장면, 출처: 통신정보부

[UAE] 사우디아라비아·UAE, 아동 보호 우려로 미국 게임 플랫폼 〈로블록스〉 규제 합류 [29]

- **사우디아라비아와 아랍에미리트(UAE)가 아동 보호 문제를 이유로, 미국 기반의 인기 게임 플랫폼 〈로블록스(Roblox)〉에 대한 규제에 들어감**
  - 걸프 각국의 조치는 범위가 다르며, 일부 기능 제한에서 부분적 금지, 우려사항 검토를 위한 일시적 정지까지 다양함
  - 사우디 국영방송 알-에크바리야(Al-Ekhbariya)는 목요일, 사우디아라비아 영상·음향미디어위원회(General Commission for Audiovisual Media)가 로블록스에 텍스트 및 음성 채팅 기능을 비활성화하고 콘텐츠 모니터링을 강화할 것을 명령했다고 전함
  - 해당 위원회 전자게임 부서장 하탄 타왈리(Hattan Tawaili)는 채팅 기능 중단은 "사용자 보호를 위한 규제 도구를 개선·개발하고 안전한 게임 환경을 강화하기 위한 임시적 조치"라고 설명함
  - 사우디 통신·우주·기술위원회(Communications, Space and Technology Commission)의 2024 년 보고서에 따르면 〈로블록스〉는 사우디 내 모바일 게임 다운로드 순위에서 2 위를 차지한 바 있음
  - UAE 의 통신·디지털정부규제청(Telecommunications and Digital Government Regulatory Authority) 역시 〈로블록스〉와 협력하여 사용자, 특히 어린이를 위한 디지털 안전을 강화하는 새로운 개정안을 도입했다고 발표함
  - 성명에 따르면 이번 변경에는 "어린 연령층 보호를 위한 예방 조치의 일환으로 게임 내 채팅 등 일부 커뮤니케이션 기능의 일시적 비활성화"가 포함됨. 또한 아랍어 콘텐츠 모더레이션 강화, 부모 통제 도구 개선, 추가 안전 기능 도입 등이 병행됨
  - 쿠웨이트, 카타르, 오만 역시 〈로블록스〉를 공식적으로 차단한 바 있음
  - 〈로블록스〉는 무료 인터랙티브 게임 플랫폼으로, 전 세계 아동과 청소년들 사이에서 큰 인기를 끌고 있음. 플랫폼의 핵심 기능은 사용자가 간단한 프로그래밍 도구로 가상 세계를 설계하고, 모험을 떠나며, 다른 이용자와 협력하고, 실시간으로 교류할 수 있게 하는 것

29) 출처 : https://www.aa.com.tr/en/middle-east/saudi-arabia-uae-join-gulf-states-in-restricting-roblox-gaming-platform/3679106

- 영국 가디언(Guardian)의 5 월 보도에 따르면, 로블록스의 이용자는 약 8,500 만 명이며, 이 중 40%가 13 세 미만으로 미국에서는 2023 년에만 1 만 3 천 건 이상의 아동 착취 사례가 보고되었고, 이 중 1,200 건은 로블록스에 직접 신고됨
- 또한 블룸버그(Bloomberg)는 2024 년 보도를 통해, 2018 년 이후 로블록스를 통해 피해자를 유인하거나 학대한 혐의로 최소 24 명이 미국 경찰에 체포되었다고 전함

[호주] 'SXSW Sydney 2025', 아시아·태평양 창의 산업의 허브로 개막

기술·음악·영화·게임이 어우러진 아시아·태평양 최대 창의 산업 축제

- 세계 최대 창의 산업 축제 사우스 바이 사우스웨스트 시드니(SXSW Sydney 2025) 가 2025 년 10 월 13 일부터 19 일까지 시드니 전역(달링하버·치펜데일·브로드웨이 일대)에서 개최됨
- 올해 행사는 미국 오스틴에서 시작된 SXSW 의 아시아·태평양 버전으로, 기술(Tech), 음악(Music), 영화(Screen), 게임(Gaming), 비즈니스 및 혁신(Startup & Innovation) 을 아우르는 복합형 산업 축제로 진행되었음

한국 기업 5 곳 참가, 현지 혁신 기술 선보여

- 올해 SXSW Sydney 2025 에는 총 1,600 여 개 세션과 공연, 100 여 개 혁신 기업 부스가 운영되었음
- 그중 한국 기업 5 곳(Netstream, Soundwolf, Insphere, Waego, Team Pearl) 이 Art Korea Lab 공동관을 통해 호주 관객에게 AI·음악·메타버스·AR/VR 융합 체험형 전시를 제공함[30)]

아시아 협력과 기술 융합이 키워드

- SXSW Sydney 2025 는 'AI 혁신', '아시아 콘텐츠 협력', '지속 가능한 테크 생태계'를 핵심 주제로, AI·디지털 전환부터 콘텐츠 비즈니스와 ESG 까지 아우르는 논의가 이루어지며 아시아·태평양 창의 산업의 중심 허브로 자리매김함
- 이번 성과를 기반으로 'SXSW Sydney 2026'은 한국을 포함한 아시아권 기업·기관의 공동관 참여 확대와 글로벌 협력 프로젝트 발굴을 목표로, 한층 강화된 네트워킹 플랫폼으로 준비될 예정임

|그림 9| AR·VR 융합 체험 (출처: 아시아경제)

30) 출처 : https://www.asiae.co.kr/article/2025102011215999522

[싱가포르] T1, 말레이시아에 팝업 카페 개장 31)

- **동남아시아 팬들과의 문화적 교류 확대에 나선 한국 인기 이스포츠팀**
  - 국내 유명 리그 오브 레전드(LoL) E 스포츠팀 T1 이 10 월 18 일에 말레이시아와 태국에 테마 팝업 카페를 개장함. 이는 T1 의 팬 카페 콘셉트를 한국 외 지역으로 확장한 첫 번째 사례로, 동남아시아 지역 팬들에게 T1 문화의 일부를 경험할 수 있는 특별한 기회를 제공함
  - 팝업 카페는 말레이시아 쿠알라룸푸르의 라라포트 BBCC 와 태국 방콕의 MBK 센터에 위치했으며, 모두 주요 팝 컬처 아이콘을 테마로 하는 디멘션 팝타운(Dimension Poptown) 브랜드 하에 운영됨. 팝업 카페 개장은 T1 이 현재 중국에서 리그 오브 레전드 월드 챔피언십 2025 에 출전하는 시기에 맞춰 발표되어 글로벌 팬층의 관심이 더욱 집중됨
  - 최근 한국 이스포츠 업계가 오프라인 팬 행사를 적극적으로 진행하고 있음. 인기 팀 Gen.G 는 지난 6 월 서울에 복합 문화 게이밍 공간 'GGX'를 개관했으며, T1 역시 팬들에게 물리적 공간과 경험을 제공하기 위한 노력을 이어가고 있음. 이번 팝업은 특히 국제 팬층을 대상으로 했으며, T1 엔터테인먼트 & 스포츠가 확보한 3,500 만 달러(약 500 억 원) 규모의 투자금을 일부 활용해 추진됨
  - 말레이시아와 태국에서 열린 T1 팝업 카페는 음식·문화·게임을 결합해, 그동안 멀리서 팀을 응원해온 동남아시아 팬들에게 T1 과 가까워질 수 있는 기회를 제공함. 이번 행사는 T1 은 이스포츠 구단의 팬 참여 방식에 새로운 시대를 연 사례로 큰 호응을 얻음

|그림 10| T1 말레이시아 팝업 카페 (출처: The Smart Local)

[프랑스] 프랑스 게임 스튜디오 퀀틱 드림, 신작으로 경쟁 게임 시장 도전 32)

- 프랑스 파리의 게임 스튜디오 퀀틱드림(Quantic Dream)은 미국 샌디에이고 트위치콘(TwitchCon)에서 신작 〈스펠캐스터스 크로니클스(Spellcasters Chronicles)〉를 발표하였음. 이 게임은 PC 용 무료 멀티

31) 출처 : https://www.shanethegamer.com/esports-news/t1-cafe-malaysia-thailand
32) 출처 : https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/le-studio-francais-quantic-dream-surprend-avec-spellcasters-chronicles-un-jeu-video-eloigne-de-son-adn-20251016

플레이어 게임으로, 내년 공식 출시를 앞두고 베타 테스트를 진행할 예정임. 2022 년 중국의 넷이즈(NetEase)에 인수된 이후 첫 신작으로, 2018 년작 〈디트로이트: 비컴 휴먼(Detroit: Become Human)〉 이후 약 6 년 만의 복귀작임

- 기존 〈헤비 레인(Heavy Rain)〉, 〈비욘드: 투 소울즈(Beyond: Two Souls)〉 등 영화적 연출과 선택 중심 서사로 유명했던 퀀틱드림은 이번 작품을 통해 경쟁형 멀티플레이 시장(〈리그 오브 레전드〉, 〈발로란트〉, 〈포트나이트〉 등) 에 진출함. 신작게임은 3 대 3 팀전 구조로, 약 30 분간 상대 진영을 파괴하는 방식으로 진행되며, 마이크로트랜잭션은 아바타 외형만 변경하는 '비전투형 요소'로 구성됨
- 스튜디오 설립자 데이비드 케이지(David Cage)는 "이번 게임은 우리 팬들에게 놀라움을 줄 것이며, 완전히 새로운 시도"라고 언급하며, 플레이어의 선택이 게임 세계에 영향을 미치는 특징을 유지할 것이라 강조했음. 또한 향후 커뮤니티 투표를 통해 캐릭터 이름 등 일부 콘텐츠 방향을 결정할 수 있는 시스템도 도입할 예정임

[프랑스] 프랑스, 연간 게임 인구 4 천만 명 돌파하며 주류 문화로 부상 [33]

- 프랑스 게임 소프트웨어 제작자 연합(Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs, SELL)과 여론조사 기관 메디아메트리(Médiamétrie)가 공동으로 실시한 최신 조사에 따르면, 2025 년 한 해 동안 최소 한 번이라도 게임을 한 프랑스인은 4,020 만 명으로 집계되었음. 2000 년대 초반의 1,200 만 명에서 세 배 이상 증가한 수치이며, 지난 1 년 사이에도 80 만 명이 새로 유입된 것으로 나타났음
- 게임 플랫폼 다양화가 두드러지며, 플레이어는 평균 2.2 개의 기기를 병행 사용하고 있음. 콘솔(PlayStation, Xbox, Nintendo 등)이 58%로 여전히 중심을 차지하고, PC 는 40%를 차지함. 특히 65~80 세 연령층의 49%도 게임을 즐기는 것으로 나타나 세대 간 격차가 줄어들고 있음을 보여줌. 평균 연령은 40 세로, 25~34 세의 90%, 35~49 세의 75%가 게이머로 조사됨. 인기 장르는 캐주얼(39%), 전략(28%), 레이싱(27%), 롤플레잉(27%), 플랫폼(26%) 순으로 나타남
- 프랑스 게이머의 연평균 소비액은 119 유로로 전년 대비 13% 증가했으며, 1,780 만 명이 Xbox Game Pass 나 PlayStation Plus 등 구독 서비스를 이용하고 있으며, 67%는 여전히 '패키지 게임'을 선호하는 것으로 나타났는데, '소장 가치'와 '재판매 가능성'이 이유였음. 응답자 중 81%는 게임 산업을 "혁신적인 분야"로, 77%는 "예술적 창작물"로 평가했으며, 62%는 "게임이 기술이나 사고력을 개발하는 데 도움이 된다"라고 응답했음. 보고서는 게이머의 성비가 거의 1:1(남성 51%, 여성 49%)로 균형을 이루며 게임 산업이 명실상부한 대중 문화로 진화했음을 보여준다고 분석하였음

33) 출처 : https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/autrefois-railles-les-jeux-video-seduisent-aujourd-hui-la-grande-majorite-des-francais-20250924

[독일] 게임, 독일인의 정신건강에 긍정적 효과 34)35)

- **국제 공동 연구 「Power of Play 2025」에 따르면, 독일 게이머 10 명 중 7 명은 게임이 스트레스 완화와 정서적 안정에 도움을 준다고 응답했으며, 게임이 사회적 연결감과 정신적 회복력에 기여하는 것으로 나타났음**
  - 「Power of Play 2025」는 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(ESA, Entertainment Software Association)가 주도했으며 비디오게임스유럽(Video Games Europe) 및 독일게임산업협회(game – Verband der deutschen Games-Branche)을 포함한 글로벌 파트너들이 공동으로 실시한 대규모 국제 연구임
  - 이 연구는 21 개국에서 24,216 명의 16 세 이상 게이머들을 대상으로 진행된 설문조사를 바탕으로 하고 있으며 참가자들은 모두 주당 최소 1 시간 이상 게임을 하는 '활성 플레이어'로 정의되었음
  - 독일 응답자는 1,012 명이며 이 중 67%가 게임이 일상 속 건강한 균형을 제공한다고 응답함
  - 전체의 55%는 스트레스 해소, 57%는 행복감 상승, 52%는 어려운 시기 극복에 도움, 51%는 외로움 완화 효과를 경험했다고 답함
  - 보고서는 게임이 단순한 오락을 넘어 정신적 웰빙, 사회적 연결, 창의력·비판적 사고력 향상에 기여한다고 분석함
  - 독일게임산업협회 대표 펠릭스 팔크(Felix Falk)는 "게임은 다른 어떤 매체보다 사람들을 연결하고, 긴장을 완화하며, 소속감을 높인다"라고 강조함
  - ESA 는 해당 연구를 세계 정신건강의 날(World Mental Health Day) 에 맞춰 발표했으며, 게임이 긍정적 사회·심리적 효과를 지닌 매체임을 강조

[스페인] 스페인 비디오게임 산업, 창의성과 책임으로 유럽의 미래를 이끈다 36)

- 유럽의회에서 열린 비디오게임 산업 관련 회의에서 스페인 국민당(PP) 소속 유럽의회 의원 수사나 솔리스(Susana Solís)가 스페인 비디오게임 산업의 성장과 책임 있는 발전을 강조함
- 이번 행사는 스페인비디오게임협회(AEVI) 와 Video Games Europe 이 공동 주최했으며, 유럽연합 집행위원회 관계자와 함께 Activision Blizzard, Microsoft, PEGI 등 업계 대표들이 참여함
- 솔리스 의원은 "스페인 비디오게임 산업은 빠르게 성장하는 동시에, 유럽의 기술·창의·문화의 미래를 만들어가고 있다"라고 평가하며, 산업계의 품질과 혁신, 창의성, 그리고 책임 의식을 높이 평가함
- 2024 년 스페인의 비디오게임 산업 매출은 24 억 800 만 유로(전년 대비 3% 증가) 로, 독일과 프랑스에 이어 유럽연합 내 3 위 시장으로 자리하고 있음

---

34) 출처 : https://www.theesa.com/resources/the-global-power-of-play-report
35) 출처 : https://www.game.de/gaming-hilft-durch-schwierige-zeiten
36) 출처 :
https://www.eppgroup.eu/es/lo-que-hacemos/with-eu-countries/espana/el-pp-arropa-a-la-industria-espanola-del-videojuego-por-su-compromiso-con-la-creatividad-y-la-responsabilidad

- 현재 스페인에는 2,200 만 명의 게이머, 1 만 7 천 명의 종사자, 815 개의 개발 스튜디오, 그리고 103 개의 전문 교육기관이 운영 중임
- Electronic Arts(EA) 는 마드리드에, Activision Blizzard 는 바르셀로나에 유럽 본부를 두고 있으며, 이는 스페인의 높은 기술력과 인재 경쟁력을 보여주는 사례로 평가됨
- 솔리스 의원은 "국제 기업들이 스페인을 주요 거점으로 선택하는 것은 우리나라가 가진 혁신 역량과 인적 자원의 질을 증명하는 일"이라고 주장함
- 솔리스 의원은 산업계의 책임성과 자율규제 노력을 높이 평가하며, "비디오게임 산업은 PEGI 시스템, 보호자 통제 기능, 교육 프로젝트 The Good Gamer 등을 통해 책임 있는 사용 문화를 스스로 정립해 왔다"라고 밝힘
- PEGI(유럽 게임 등급제도) 는 2003 년 도입 이후 현재 38 개국에서 3 만 개 이상의 타이틀에 적용되고 있으며, 연령별 적합성과 콘텐츠 유형을 명확히 제시해 가족 단위 소비자 보호에 기여하고 있음
- 또한, 보호자 통제 시스템(Parental Controls) 은 모든 콘솔과 모바일 기기에서 작동하며, 게임 접근, 이용 시간, 인앱 결제 및 온라인 접속을 제한할 수 있는 기능을 제공하고 있음
- 솔리스 의원은 현재 스페인 의회 법무위원회에서 심의 중인 「디지털 환경 내 미성년자 보호법안」 과 관련하여, 일부 조항이 시장의 파편화를 초래할 수 있다고 지적함
- 특히 보호자 통제 시스템의 기본 설치 의무화, '루트박스(loot boxes)' 금지 등의 조항이 유럽 단일 시장의 통합성을 약화시킬 우려가 있다고 경고함
- 이에 대해 스페인비디오게임협회(AEVI) 는 "국가별 상이한 규제는 유럽 게임 유통의 일관성을 해치고, 일부 인기 타이틀의 출시를 어렵게 할 수 있다"라며 우려를 표명함
- 솔리스 의원은 "미성년자 보호는 필수적이지만, 산업의 경쟁력과 혁신을 저해하지 않는 방향으로 EU 차원의 조화된 규제 체계가 마련되어야 한다"라고 강조함
- 솔리스 의원은 비디오게임 산업의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 세제 혜택 도입의 필요성을 제기하며, "다른 유럽 국가들과의 경쟁에서 뒤처지지 않기 위해 스페인도 구체적인 세제 인센티브 정책을 도입해야 한다"라고 주장했으며 국민당(PP) 또한 해당 정책을 적극 지지하고 있음을 재확인함
- 나아가, 비디오게임 산업은 단순한 오락 산업이 아니라 유럽 창의성의 대표적 표현이자 미래 핵심 산업으로 자리 잡고 있으며, 고용 창출과 기술 혁신, 문화 교류를 동시에 이끌고 있다고 평가함
- 향후 EU 차원의 통합된 규제 체계 구축과 정부의 제도적 지원 확대가 이루어진다면, 스페인은 유럽 내 비디오게임 산업의 중심 허브로 도약할 것으로 보임

[캐나다] 캐나다 게이머 절반이 여성으로… 모바일 중심 게임 문화 확산 37)

- 캐나다 엔터테인먼트 소프트웨어 협회(ESAC)가 발표한 글로벌 보고서 「Power of Play(놀이의 힘)」에 따르면, 캐나다 전체 게임 이용자의 51%가 여성, 49%가 남성으로 나타나며 성별 격차가 사실상 해소된 것으로 조사됨. 특히 퀘벡주는 여성 이용자 비율이 53%로 더 높게 나타남
- 연령대별로는 35~54 세가 37%, 55 세 이상이 35%, 16~34 세가 27%를 차지하며, 중·장년층의 참여가 두드러짐. 게임이 특정 세대에 한정된 취미가 아니라 전 연령층으로 확산된 문화 활동으로 자리잡고 있음을 보여줌
- 가장 인기 있는 플랫폼은 모바일 기기(52%)로, 콘솔·VR(25%)과 컴퓨터·노트북(22%)을 압도함. 응답자의 76%는 "모든 사람을 위한 게임이 존재한다"고 응답해, 게임이 일상적 여가 수단으로 정착했음을 시사함
- 장르별로는 퍼즐 게임(59%)이 가장 인기가 높으며, 이는 글로벌 평균(50%)보다 높은 수치임. 액션 게임(39%)이 그 뒤를 이음. 퀘벡주의 경우 퍼즐(46%)과 액션(40%)이 비슷한 수준으로 나타남
- 캐나다 게이머의 주된 게임 목적은 '즐거움(72%)'이지만, 동시에 정신 건강과 사회적 유대에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남. 68%는 "게임이 스트레스 해소에 도움이 된다"라고 응답했으며, 70%는 "게임을 하면 더 행복해진다"라고 답함. 또한 80%는 "휴식과 긴장 완화를 위해 게임을 한다"라고 응답했고, 57%는 "게임이 인생의 어려운 시기를 극복하는 데 도움이 되었다"라고 밝힘
- 사회적 측면에서도, 74%의 게이머가 "게임이 다양한 배경의 사람들을 연결한다"라고 인식했으며, 62%는 "게임을 통해 공동체 의식을 느낀다"라고 응답함. 43%는 게임을 통해 친구나 연인을 만난 경험이 있으며, 51%는 친구·가족과의 연락을 유지하는 수단으로 게임을 사용한다고 답함
- 이번 조사는 전 세계 12 개국 16 세 이상 게이머 24,216 명(캐나다 1,521 명 포함)을 대상으로 실시되었으며, 주 1 시간 이상 게임을 하는 이용자를 표본으로 선정함
- 이번 결과는 캐나다 게임 시장이 성별·연령·플랫폼의 경계를 허무는 포용적 생태계로 발전하고 있음을 보여줌. 특히 모바일 중심의 접근성과 정신적·사회적 효용성은 향후 캐나다 게임 산업의 주요 성장 동력으로 작용할 것으로 분석됨

[스웨덴] 스웨덴 게임산업 중심 행사 'For Devs 2025' 개최 38)

- 스웨덴 게임산업의 중심 행사 'For Devs 2025'가 10 월 22 일(수) 스톡홀름 목세바케 토르그에서 열림. 이번 행사는 게임업계 개발자를 위한 전문 컨퍼런스로, 단순한 전시회나 비즈니스 피치보다 현장의 실무자들에게 영감과 실제 도구(툴셋)를 제공하는데 초점을 맞춤
- 이번 컨퍼런스에서는 "온라인 혐오 폭풍의 대상이 된다는 것은 어떤 경험인가", "6 주 만에 만들어진 게임이

37) 출처 : https://theesa.ca/forget-stereotypes-the-power-of-play-report-shows-canadian-video-gamers-are-more-diverse-and-mobile-than-ever
38) 출처 : https://dataspelsbranschen.se/nyheter/2025/10/10/for-devs-2025

1 천만 명 플레이어를 기록한 비결", "모션캡처와 포토그래메트리를 활용한 프로토타이핑", "수천 개 레벨에서 플레이어 관심을 유지하는 방법" 등 다양한 주제의 강연이 진행됨

- 본 행사의 공식 프로그램이 끝난 뒤에는 뒤이은 네트워킹·파티 행사인 'Night of the Devs'도 함께 열림. 주최 측은 "작년에는 Kim Belair(Sweet Baby Inc. CEO), Peter Zetterberg(Xbox Game Camp Head), Anton Johnsson(King 수석 레벨 디자이너), Lydia Andrew(EA DICE 스튜디오 헤드) 등 다양한 업계 리더들이 연사로 참여해 큰 반향을 일으켰다"라고 밝혔음. 행사 참석자에게는 최신 개발 기법 및 실무 적용 가능한 툴셋 습득은 물론, 업계 관계자들과의 교류 기회까지 제공된다는 점을 강조
- 이번 For Devs 2025 는 글로벌 게임 개발자 커뮤니티에 스웨덴이 제공하는 실전형 개발자 이벤트라는 점에서 주목받음. 행사 후 네트워킹 파티까지 이어지는 구조는 낯선 환경에서도 업계 동료 및 리더들과 직접 소통할 수 있는 장을 마련했다는 평가

|그림 11| For Devs 2025

[스웨덴] 엠바크 사, 신작 〈Arc Riders〉 무료 테스트 진행 39)

- 스웨덴 게임 개발사 Embark(엠바크, 스톡홀름 소재)이 자사의 새 게임 〈Arc Riders〉의 10 월 말 출시에 앞서 무료 테스트 버전을 제공함. '서버 슬램(server slam)' 형태의 테스트는 PC, 플레이스테이션 5 및 엑스박스 시리즈 X/S 플랫폼에서 등록 없이 이용 가능
- 참가자들은 맵 'Dam Battlegrounds'에서 솔로 플레이 또는 최대 3 인 협동 형태로 게임을 체험할 수 있음. 게임은 PvPvE(Player vs Player vs Environment) 방식으로, 플레이어끼리 경쟁하고 동시에 AI(인공지능) 제어 적과도 대결하는 구조
- 게임의 배경은 지구가 기계화된 위협 'ARC'에 의해 황폐화된 미래이며, 엠바크 측은 이 작품을 오는 10 월 30 일 공식 출시할 예정이라고 밝혔음. 무료 테스트에 참여하는 사용자에게는 특별한 배낭(백팩) 아이템이 게임 내 지급됨
- 이번 무료 테스트 제공은 개발사가 서버 안정성과 사용 환경을 미리 점검함과 동시에 유저들의 피드백을

39) 출처 : https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/spela/a/W0QwAg/chans-att-gratistesta-svenskspelet-i-helgen

수집하기 위한 전략으로 보이며 유저 입장에서는 정식 출시에 앞서 게임을 무료로 경험해 볼 수 있는 기회가 마련된 셈

|그림 12| Arc Riders

[스웨덴] 〈Battlefield 6〉 시리즈 역사상 최대 판매 기록 경신 40)

- 스웨덴의 게임 개발사 DICE 가 개발하고 EA 가 배급한 신작 전쟁 게임 〈Battlefield 6〉가 출시 첫 주말 동안 700 만 장 이상 판매되며 시리즈 역사상 최대 판매 기록을 경신했음. 이는 앞서 Alinea Analytics 가 추정한 650 만 장을 초과하는 수치로, 출시 첫 주말 동안의 판매량으로는 전례 없는 성과임
- EA 의 부사장인 빈스 젬펠라(Vince Zampella)는 "이러한 순간을 당연하게 여기지 않으며, 전 세계 Battlefield Studios 와 열정적인 커뮤니티에 진심으로 감사드린다"라고 밝혔음
- 〈Battlefield 6〉는 스웨덴 스톡홀름의 DICE 본사를 포함한 4 개 스튜디오가 협력하여 개발한 작품으로, 멀티플레이어 모드에 중점을 두고 있음. 특히, 출시 첫 주말 동안 1 억 7,200 만 회의 온라인 매치가 진행되었으며, 시리즈 역사상 가장 많은 동시 접속자를 기록했음
- 이러한 성공은 이전작 〈Battlefield 2042〉의 부진 이후 DICE 가 신뢰를 회복하고, 팬들의 기대에 부응하는 방향으로 개발에 집중했기 때문으로 분석됨. DICE 의 유럽 총괄이자 Criterion 및 DICE 의 부사장인 레베카 코타즈(Rebecka Coutaz)는 "이번 작품은 지금까지 출시된 Battlefield 중 가장 큰 규모의 게임이 될 것"이라고 자신감을 나타냈음
- 〈Battlefield 6〉의 멀티플레이어 모드는 무기 반동, 음향 효과, 전투의 몰입감 등에서 높은 평가를 받고 있으며, 약 45%의 플레이어가 이전작을 경험하지 않은 신규 유저로 나타났음
- 이번 성과는 스웨덴 게임 산업의 역량을 세계에 알리는 중요한 이정표로, 향후 게임 산업의 발전에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대됨

40) 출처 : https://www.svd.se/a/Gyodnx/battlefield-6-slar-miljonrekord

|그림 13| Dice의 유럽 GM 겸 부사장인 Rebecka Coutaz와 Dice의 수석 프로듀서인 David Sirland

[이탈리아] 게임이 주는 정신적 이점에 대한 새로운 시각 41)

- **24,000 명의 글로벌 조사에서 이탈리아인의 71%는 스트레스 해소를 게임의 주된 이유로 꼽는 등 큰 차이를 나타낸바, 게임이 현대인의 정신건강에 미치는 주요 효과에 대한 해석과 효용에 주목할 필요가 있음**
  - 업무, 가정, 경제적 불안 등으로 현대 사회에서 스트레스가 급증하는 가운데, 이탈리아 게이머 10 명 중 7 명은 긴장 완화를 위해 게임을 한다고 응답함. 비디오게임은 몰입감과 상호작용성 덕분에 현실에서 벗어나 독서나 음악 감상과 유사한 심리적 휴식을 제공함
  - 비디오게임이 단순한 오락을 넘어, 불안과 우울을 완화하는 도구로 주목받는 가운데 이탈리아인 60%는 불안 해소를 위해 게임을 하며, 54%는 게임 덕분에 더 행복해졌다고 응답함
  - 신경과학 연구 역시 이런 현상을 뒷받침하는데, 게임을 통해 코르티솔 감소, 행복감 상승, 동기 강화 등을 통한 엔도르핀 분비를 촉진해 긍정적 정서를 강화하는 것으로 분석됨
  - 조사에 따르면 이탈리아인의 49%는 외로움을 줄이기 위해 게임을 하며, 특히 팬데믹 시기에 온라인게임 플랫폼은 사회와의 중요한 연결 통로 역할을 했음. 멀티플레이어·소셜 게임에서는 협동과 경쟁을 통해 가상공간의 관계가 실제 심리적 지지로 이어지는 현상이 뚜렷했음
  - 조사에서 가장 흥미로운 결과 중 하나는 게임과 직업 간의 연관성으로, 이탈리아 게이머의 34%는 게임 경험이 직업적 성장에 실제로 도움이 되었다고 응답함. 이는 게임이 현대 직장인이 요구받는 문제 해결력, 비판적 사고, 팀워크와 리더십, 자원 관리 및 의사소통 능력, 변화에 대란 적응력 등 핵심 역량을 기를 수 있게 하기 때문임
  - 국제 연구에 따른 적절한 게임 활용은 정신건강과 직장 생활 모두에 긍정적 영향을 주며, 디지털 산업에서는 팀 빌딩, 브레인스토밍 등 창의적 회의 수단으로 게임을 도입하기도 함. 이탈리아 직장인들의 사례에서도 게임을 통해 기른 집중력, 결단력, 협업 경험이 업무 생산성과 의사 결정력 향상으로 이어지는 것으로 나타남

41) 출처 : https://edunews24.it/ricerca/sette-italiani-su-dieci-sceglie-i-videogiochi-per-combattere-lo-stress-studio-rivela-nuove-prospettive-sui-benefici-videoludici

- 이탈리아 게이머층은 10 대부터 50 대 이상까지 폭넓으며 남성 52%, 여성 48%로 성비가 비슷한 특징이 있음. 지리적으로는 북부 비중이 약간 높지만, 남부 및 도서 지역의 게이머 수도 꾸준히 증가하고 있음
- 이는, 스마트폰 보급, 리터러시 향상, 이탈리아산 오리지널 게임 증가가 시장 확장을 이끌고 있기 때문이며, 비디오게임은 더 이상 시간 낭비가 아닌 건강한 취미이자 일상의 일부로 빠르게 자리 잡고 있음
- 일부 심리학자들은 디지털 세계에만 몰입해 사회적 고립 심화, 청소년층의 현실과 가상의 혼동, 타 활동에 대한 흥미 저하 등 위험 요소를 경고하나, 전문가들은 플레이 시간과 게임의 질을 관리하고 비판적 사고와 창의력을 자극하는 게임을 선택할 것을 권함

[이탈리아] 이탈리아 최대 코믹콘, Lucca Comics & Games 10 월 29 일 개막 [42][43]

- **금년도 공식 테마는 French Kiss 를 통해 문화 간 접촉을 표현, 감각·장르·매체 간 융합을 표방하고 있으며 예술성과 대중성, 유럽과 아시아, 창작자와 관객이 모두 한데 어우러지는 글로벌 크리에이티브 허브로 진화한 첫해가 될 예정임. 역대 최대 규모의 아시아 작가 참석이 예정되어 있으며 글로벌 다양성과 포용성을 위해 중동, 남미, 오세아니아 작가가 참여할 예정임**
  - 전체 참가 작가 중 아시아권 비율이 역대 최대(일본 10 명, 대만 5 명, 중국 3 명 및 한국에서는 변덕, 광진, 나윤희 작가 등 3 명)인 이번 행사에서는 공식 테마 French Kiss 의 포스터를 그린 프랑스 일러스트레이터 Rebecca Dautremer 를 중심으로 한 프랑스 중심의 유럽 예술적 감성과 아시아의 만화·게임 영향력이 함께 부각됨
  - 레바논의 Mazen Kerbaj 작가를 비롯, 남미(아르헨티나·브라질), 오세아니아(호주) 작가까지 참여해 지리적·문화적 확장을 꾀하며, 팔레스타인 문제, 젠더·정체성, 기후 위기 등 현대 사회 의제를 다루는 작품이 증가해 Lucca Comics & Games 는 단순한 팝문화 축제에서 예술·인권·창의성의 포럼으로 진화 중이라는 평가임
  - COAMIX Inc. 가 Lucca Comics & Games 역사상 첫 일본 출판사로 참가하며, 일본의 거장 하라 테츠오(Hara Tetsuo) 개인전과 Japan Town 내 부스 두 공간에서 전시를 계획 중임
  - 2025 년 행사는 예술, 만화, 게임, 영화, 음악, 요리까지 아우르는 이탈리아 최대 규모의 종합 문화 페스티벌로, 프랑스와 아시아 작가의 참여 확대, Rebecca Dautreme 의 아트 레지던시, Hideo Kojima, Luc Besson 감독, Stranger Things 팀의 방문 등으로 역대급 라인업을 선보일 예정임

[브라질] 브라질 게임 산업, 남미 게임 시장 주도하며 2025 년 창조경제 핵심으로 부상 [44]

- **브라질 게임 산업, 창조경제의 성장 동력으로 부상함**
  - 2025 년 글로벌 회계법인 PwC 보고서에 따르면 브라질은 라틴아메리카 게임 산업 전체 수익의 47.4%를 차지함

42) 출처 : https://www.lospaziobianco.it/un-mondo-di-fumetti-a-lucca-comics-games-2025
43) 출처 : https://fumettologica.it/2025/09/ospiti-giappone-corea-cina-taiwan-lucca-comics-2025
44) 출처 : https://trilhosjornalismo.com/2025/06/20/mercado-de-games-no-brasil-entenda-o-crescimento-do-setor-em-2025

- Dentsu 의 'State of Gaming 2024'는 전 세계 게임 시장 규모를 1,840 억 달러로 추산하며, 이는 영화(339 억 달러)와 음악(286 억 달러)을 합친 것보다 큼
- 2025 년 PGB(브라질 게임 시장 조사-Pesquisa Game Brasil) 조사 결과, 브라질 인구의 82.8%가 게임을 이용하며, 88.8%가 게임을 주요 여가 활동으로 인식함. 이는 조사 이래 최고 수치임

10 년간 7 배 성장한 브라질 게임 산업

- 브라질게임개발자협회(Abragames)에 따르면, 2014 년 150 곳이던 개발 스튜디오 수가 2024 년 1,042 곳으로 늘어나며 10 년간 약 7 배 성장함
- 이러한 성장은 창의 산업 육성 정책과 디지털 인프라 확충의 결과로 평가됨
- 브라질 정부는 게임을 포함한 창조경제를 "문화·경제·사회 발전의 핵심 축"으로 규정함

인디 게임의 성장과 브라질의 다양성 반영

- 브라질 게임 시장의 주요 특징은 인디(Indie) 게임의 비약적 성장임
- 소규모 개발사들이 창의적 내러티브와 지역 정체성을 반영하며, 글로벌 경쟁력을 갖춘 게임을 제작하며, 대표작으로는 〈Árida: Backland's Awakening〉과 〈Mullet Madjack〉 등이 있음
- 전문가들은 브라질 게임이 문화적 다양성과 지역별 서사의 반영을 통해 차별화된 경쟁력을 확보한 '게임 강국'으로 전환 중이라고 평가함

제도적 기반 강화를 바탕으로 한 게임 산업의 성숙 단계 진입

- 2024 년 5 월, 대통령 루이스 이나시우 룰라 다 시우바(Lula)는 '전자게임 기본법(Lei 14.852 / Marco Legal dos Jogos Eletrônicos)'에 서명함
- 전자 게임 기본법은 게임의 제작·유통·투자·상업화 환경을 제도적으로 보호하며, 창의적 기업가 정신을 국가 경쟁력의 원동력으로 명시함
- 법안의 주요 조항에는 게임 산업을 국가 경제·사회 발전의 핵심 축으로 인정하고, 창의적 기업 활동을 통한 일자리 창출과 경쟁력 강화, 청소년 보호 및 소비자 권익·개인정보 보안 강화 등의 내용이 포함됨. 또한 사행성·도박성 게임은 법 적용 대상에서 제외됨

산업·지자체 협력 통한 게임 산업 생태계 확장

- 리우데자네이루시는 2022 년 브라질 최초로 '게임·이스포츠 조정실(Coordenação de Games e eSports)'을 신설함
- 해당 기관은 게임 산업 기반 사회 프로젝트, 청소년 교육, 장애인 포용을 목표로 함
- 이러한 공공 주도의 참여가 브라질 게임 산업의 제도적 성장 단계 진입을 상징하며 지속 가능한 정책 지원과 민간 투자 확대가 병행될 경우, 브라질은 라틴아메리카를 넘어 글로벌 시장의 중심 국가로 부상할 전망임

|그림 14| 브라질 북동부의 생존 이야기를 그린 인디게임 〈Árida: Backland's Awakening〉 — 브라질 내 문화·지역 다양성을 조명한 작품

[브라질] 브라질, 닌텐도를 비롯한 글로벌 게임 산업의 전략 시장으로 45)

- **브라질, 라틴아메리카 게임 산업의 중심으로 부상함**
  - 2025 년 PGB(브라질 게임 조사–Pesquisa Game Brasil)에 따르면 브라질 인구의 82.8%가 정기적으로 게임을 즐기며, 88.8%가 게임을 주요 오락 활동으로 인식함
  - 2024 년 Grand View Research 는 브라질 게임 산업 규모를 28 억 달러(약 1,560 억 헤알)로 추산하고, 2030 년까지 연평균 9.9% 성장해 50 억 달러를 돌파할 것으로 전망함
  - 전문가들은 "브라질이 라틴아메리카를 넘어 글로벌 시장의 '전략적 거점'으로 자리 잡고 있다"라고 평가함
- **닌텐도, 브라질을 글로벌 전략의 핵심 시장으로 설정함**
  - 브라질 게임쇼(BGS) 2025 에서 닌텐도 아메리카의 피랄 푸에블리타(Pilar Pueblita)는 "브라질은 닌텐도의 핵심 비즈니스 시장 중 하나이며, 2025 년은 이를 실현하는 전환점"이라고 밝힘
  - 닌텐도는 '닌텐도 스위치 2(Nintendo Switch 2)'를 6 월 5 일 미국·유럽·일본과 동시에 브라질에 출시함. 이는 닌텐도 콘솔이 글로벌 동시 출시된 첫 사례임
  - 푸에블리타는 "이제 브라질은 단순한 소비 시장이 아니라 닌텐도의 성장 전략에서 빠질 수 없는 중심 국가"라고 강조함
  - 닌텐도는 2020 년 이후 현지 파트너십을 통해 공급망과 서비스 체계를 정비하고, 글로벌 시장과 동시에 신작을 출시할 수 있는 유통 구조를 마련함
- **현지화 강화와 팬 커뮤니티 중심의 시장 전략**
  - 닌텐도는 브라질 전용 eShop(디지털 상점)을 중심으로 현지 결제 시스템과 지역 맞춤형 콘텐츠 제공을 확대함
  - 브라질을 포함한 남미 6 개국(멕시코·칠레·아르헨티나·콜롬비아·페루)에 개별 eShop 을 운영하며,

45) 출처 : https://tecnologia.ig.com.br/2025-10-10/brasil-se-torna-prioridade-de-negocios-no-mercado-de-games-na-bgs.html

온라인 유통망의 자립적 구조를 완성함

- 현지 인플루언서와 게임 전문 기자들과 협력해 '스위치 2' 사전 체험·언박싱 콘텐츠를 공개, 팬덤 참여를 유도하며 '즐거움과 접근성' 중심의 팬 경험을 강화하고 있음
- "모두에게 미소를 주는 경험"이라는 회사의 모토 아래, 'Metroid Prime 4 Beyond'를 비롯한 주요 신작들을 글로벌 시장과 동시에 브라질에서도 선보일 예정임
- 이는 닌텐도사가 브라질을 남미 시장의 거점이자 글로벌 확장의 핵심 축으로 육성한다는 전략임

|그림 15| 닌텐도 부스 전경, 브라질 게임쇼(BGS) 2025

[멕시코] 폭력적 비디오게임에 대한 세금이 게임 문화에 미치는 경제적 영향 46)

- 최근 멕시코 하원에서 폭력적 콘텐츠를 포함한 비디오게임에 8%의 소비세를 부과하는 법안이 통과됨
- 이는 2026 년부터 시행될 특별생산·서비스세(IEPS) 확대 방안의 일부로, 디지털 오락 산업과 사용자 커뮤니티 간에 뜨거운 논쟁을 불러일으키고 있음
- 멕시코 정부는 이번 조치로 추가적인 재원을 확보함과 동시에, 이른바 "폭력적/강도 높은" 콘텐츠의 소비를 억제하려는 목적을 밝히고 있음
- 시장조사 기관 The Competitive Intelligence Unit(The CIU)에 따르면, 멕시코에는 약 7,260 만 명의 게이머가 존재하며, 이는 만 6 세 이상 인구의 61.4%에 해당함
- 이로 인해 멕시코는 라틴아메리카에서 가장 큰 게임 시장 중 하나로 자리 잡고 있으며, 게임 한 편당 평균 소비는 약 757 페소(약 58,800 원), 콘솔의 평균 가격은 약 7,024 페소(약 546,000 원)로 집계됨
- 이는 게임 산업이 단순한 여가를 넘어 경제 및 문화적으로 상당한 영향력을 지닌 분야임을 시사하며, 실제로 수천 개의 일자리가 게임 개발, 유통, 마케팅 등과 관련하여 직·간접적으로 형성되어 있음
- 하지만 이번 세제 개편은 업계에 여러 가지 구체적인 부담과 과제를 안기는데, 먼저 비용 측면에서 개발사와 유통사, 온·오프라인 상점들 모두 새로운 세금 부담을 소비자 가격에 반영할 수밖에 없게 됨

46) 출처 : https://codiceinformativo.com/codice_economico/efecto-economico-en-la-cultura-gamer-en-mexico-por-impuestos-a-videojuegos-violentos

- 가격 인상으로 인해 사용자들이 비공식 채널(불법 복제, 해외 직구 등)로 눈을 돌릴 가능성이 커지며, 이는 정부의 세수 확보에 역효과를 낳고 업계의 공식 유통 구조를 위협할 수 있음
- 또한 게임을 담배나 설탕음료처럼 사회·건강 위해 요소로 분류하는 듯한 조치는, 창작 콘텐츠의 일부를 낙인찍는 결과를 초래할 수 있어 업계의 우려를 사고 있음
- 이에 대해 한 하원 의원은 “The Last of Us 에서 좀비로부터 살아남는다고 범죄자가 되지 않으며, 모탈 컴뱃에서 필살기를 쓴다고 해서 범죄자가 되는 것도 아니고, 포켓몬을 잡는다고 해서 마약상이 되는 것도 아니다.”라며 새 조세 정책에 대해 "퇴행적이고, 단순히 세금만 걷으려는 조치이며, 금지주의적 성격" 이라고 평가함
- 이러한 주장에 대해 정부는 청소년 보호와 공공 보건 및 치안 향상을 위한 정책이라고 반박했으나, 게이머 커뮤니티는 해당 발언을 한 의원을 적극 지지하며, 소수지만 게이머의 권리를 대변했다고 평가함
- 한편, 전문가들은 정부의 의도와 달리 폭력적 게임과 현실 세계의 폭력성 사이에 명확한 인과관계가 존재하지 않으며, 실질적인 효과는 경제적 부담 증가, 합법적 소비 감소, 비공식 시장 활성화로 나타날 수 있다고 경고함
- 결국 멕시코 게임 산업은 새로운 세금 환경에 적응하는 동시에, 소비자에게 그 영향을 잘 설명하고, 국제 경쟁력을 유지하기 위한 전략 마련이 시급함
- 이번 논쟁은 단지 경제적인 문제를 넘어, 폭력과 문화, 창의성 사이의 복합적 균형을 둘러싼 정체성과 표현의 자유 문제로도 이어지고 있음
- 또한, 게이머들에게 이 논쟁은 단순한 가격 문제가 아니라, 창조적 산업으로서의 게임의 정당성과 문화적 가치를 지키는 싸움이기도 함

[멕시코] GAMACON, 게임 개발 산업 활성화 위한 공식 일정 및 활동 발표 47)

- 비디오 게임, 애니메이션, 만화, 코믹스 관련 컨벤션인 GAMACON 은 비디오 게임 산업 개발을 위한 북서부 멕시코의 주요 플랫폼 2008 년에 시작되어 명성 높은 게임 행사로 자리 잡음
- 올해 11 월 5 일부터 7 일까지 개최 될 2025 년 에디션은 국내외 인재를 집결시키고 멕시코 게임 개발 산업의 비즈니스 측면을 강화하는 데 중점을 두고 있음
- GAMACON 조직위원회는 보도자료를 통해 “게임 개발 인재가 세계적 기회를 만나는 곳”이라는 슬로건을 걸고 2025 년 공식 일정을 발표함
- 개최 장소는 멕시코 바하칼리포르니아주 멕시칼리의 Workaholic 비즈니스 허브로 정해졌으며, 이곳에서 개발자, 퍼블리셔, 투자자들이 한자리에 모여 교류할 예정임
- 행사는 본래 목적에 충실하게 게임 산업의 연결점으로서 기획되었고, 이에 게임을 창작하는 개발자, 퍼블리싱 및 유통을 담당하는 전문가, 그리고 투자자들이 진행 중인 프로젝트를 소개하거나 새로운 비즈니스 기회를

47) 출처 : https://www.levelup.com/noticia/gamacon-2025-anuncia-fecha-oficial-y-actividades-para-impulsar-a-la-industria-del-desarrollo-de-videojuegos-en-mexico

발굴할 수 있도록 도울 계획임

- 2025 년의 하이라이트 중 하나는 Microsoft Gaming (Xbox)의 공식 참여로 볼 수 있는데, Xbox 는 이번 행사에 ID@Xbox 프로그램을 통해 공식 후원사로 참여할 예정임을 밝힘
- 행사 기간 동안 다양한 산업 내 상호작용을 유도하는 프로그램들이 준비되어 있으며, 개발자들이 대중, 투자자, 산업 관계자 앞에서 직접 프로젝트를 발표하는 Video Game Elevator Pitch 세션, 멕시코 및 세계 각국의 개발자, 아티스트, 교육기관, 지역 위원회, 경제 개발 관련 정부 기관과의 교류 모임인 Business Mixer 외에도 전문 컨퍼런스, 토론, 네트워킹 및 소셜 이벤트 행사가 준비되어 있음

애니·캐릭터

[심천] 라인프렌즈, 〈제 6 회 중국 라이선스 써밋〉 상하이에서 개최 48)

- **최근 라인프렌즈는 〈제 6 회 중국 라이선스 써밋(中国授权大会, IPX Summit)〉을 상하이에서 개최하여 600 여 명의 내빈이 참석한 자리에서 2026 년 사업 전략을 공개함**
  - 구체적으로 2026 년에는 다양한 IP 로 구성된 생태계 구축, 젊은층에서 인기를 끄는 분야 강화, 클래식 IP 가치 재구성을 핵심 전략으로 내세워 중국 IP 시장을 공략하겠다고 밝힘
  - 이를 위해 중국에서 주요 소비층으로 부상한 Z 세대의 개성 표현과 정서적 인정을 중시하는 소비시장의 흐름에 발맞춰 높은 공감을 얻을 수 있는 IP 콘텐츠를 지속적으로 선보이고, 더욱 입체적이고 다층적인 IP 라인업을 구축해 나갈 방침임
  - 신규 IP 라인 중에서는 쎄봉 작가의 오리지널 캐릭터 IP 쎄봉라마(SSEBONGRAMA)와 당사의 또 다른 오리지널 캐릭터 IP 두햄빠!(DOOHAMBBA!)를 중국 IP 시장에 정식 런칭하고, 2024 년 중국에 출시한 IP 조구만(JOGUMAN)으로는 일상적인 직장 생활을 중심으로 한 그래픽 및 숏폼 영상 시리즈 콘텐츠를 출시하며, 사무용품, 생활용품 등의 카테고리로 확장하고, 조구만을 감정 변화의 폭이 크지 않은 직장인 이미지로 강화해나갈 예정임. 현지화를 거친 콘텐츠 IP 〈씰룩(SEALOOK 海豹看看)〉의 경우 애니메이션 시즌 1 이 온라인 플랫폼 재생 수 6 억 회를 돌파한 가운데, 2026 년에는 파트너사와 협업하여 협업 제품 및 테마 공간 개발을 추진할 예정임
  - K 팝, 중국 예능 프로그램, 서브컬처 문화 등 중국 Z 세대가 정서적으로 가장 몰입하는 3 대 분야를 중심으로 몰입성, 인터랙티브성, 공감성을 모두 갖춘 IP 체험을 구축할 것임. 라인프렌즈는 이날 써밋에서 올해 연말부터 2026 년 초까지 중국 팬들의 IP 에 대한 정서적 유대감과 체험감을 강화하기 위해 중국 시장에 라인프렌즈와 지드래곤이 공동으로 출시한 캐릭터 IP 조앤프렌즈(ZO&FRIENDS) 팝업스토어를 개점할 것이라고 공식 발표함

[태국] 제 5 회 방콕 일러스트레이션 페어 49)

- **작년에 이어 제 5 회 방콕 일러스트레이션 페어(BKKIF2025: Bangkok Illustration Fair 2025)가 10 월 23 일부터 26 일까지 센트럴월드 펄스 7 층에서 개최될 예정임**
  - 이 행사는 일러스트레이션 분야의 재능 있는 태국 아티스트를 세계무대에 선보이고 국제 협력을 강화하는 것을 목표로 태국전시컨벤션뷰로(TCEB)와 디지털경제진흥원(depa)이 개최하는 동남아시아 최대 규모 박람회임

48) 출처 : https://baijiahao.baidu.com/s?id=1846584918716331612&wfr=spider&for=pc
49) 출처 : https://www.thaipr.net/life/3651221

- 주최 측은 26 개국에서 610 개의 작품을 접수받아 이중 200 명을 BKKIF2025 아티스트로 선정했음. 132 명은 태국작가, 68 명은 16 개국(한국 · 일본 · 중국 · 이탈리아 · 뉴질랜드 · 네덜란드 · 인도네시아 · 필리핀 · 대만 · 말레이시아 · 싱가포르 · 베트남 · 방글라데시 · 브루나이 · 러시아 · 그리스) 작가임
- 한국의 일러스트코리아(IK) 박람회를 비롯해 이탈리아 · 말레이시아 · 대만 · 싱가포르 · 인도네시아 · 중국의 7 개국 파트너, 8 개 단체와 협력이 진행되었음
- 또한 올해는 한국 · 대만 등에서 6 명의 유명 아티스트가 게스트로 참여할 예정임. 한국은 일러스트레이터 NOMA 가 초청되었음
- 티켓은 Eventpop 을 통해 구매할 수 있으며, 가격은 150 바트(약 6,500 원)임. 현장 구매 시 가격은 200 바트(약 9,000 원)임

|그림 16| 행사포스터 / 기자회견

[태국] 애니메이션 영화 〈연의 편지〉 개봉 기대 [50]

- **매니저 온라인, 타이 PR, 브릭인포 TV 등 다수 현지 언론들은 한국 애니메이션 영화 〈연의 편지〉를 소개했음. 다음은 매니저 온라인 기사 전문**
  - 태국의 영화 배급업체인 차이쌩 애드 벤처스(Shine Saeng AD.Venture Co., Ltd.)는 최신 한국 애니메이션 영화 〈연의 편지(Your Letter)〉를 10 월 30 일 개봉해 태국 관객들의 마음을 따뜻하게 할 준비를 마쳤음
  - 새로운 학교로 전학 오게 된 한 소녀가 책상 서랍에서 익명의 편지 한 통을 발견함. 여기에는 다음 편지를 읽고 싶다면 계속해서 편지를 찾으라는 내용이 담겨 있음. 이어지는 편지를 따라서 곳곳을 누비던 소녀는 마지막 종착지에서 우정의 의미를 깨닫게 됨
  - 이 영화는 아시아 전역에서 인기를 얻은 조현아 작가의 동명 웹툰을 원작으로 하고 있음
  - 시선을 사로잡는 영상미와 따뜻한 사운드트랙 그리고 줄거리의 힘까지 갖추고 있음. 그래서 웹툰이나 한류 팬들 뿐만 아니라 글을 통한 소통의 힘을 믿는 모든 이들에게 완벽한 작품임
  - 김용환 감독의 이 영화는 제 26 회 부천국제애니메이션페스티벌에서 3 관왕(장편심사위원상, 한국애니메이션 산업협회장상, 코코믹스 음악상)을 달성했음

50) 출처 : https://mgronline.com/game/detail/9680000093901

[싱가포르] 싱가포르 애니메이션 축제 네이션, 프랑스 애니메이션 영화제 개최 51)

온 가족이 함께 즐길 수 있는 무료 프랑스 애니메이션 영화제

- 싱가포르 영화 협회(Singapore Film Society)와 인스티튜트 프랑세(Institut Francais)가 공동 주최한 애니메이션 네이션(Animation Nation) 축제가 10 월 10 일부터 19 일까지 진행됨. 이 행사는 프랑스 애니메이션을 중심으로 애니메이션 스토리텔링의 예술성을 기념하기 위해 마련됨
- 모든 상영회는 무료로 진행되었으며, 어린이뿐 아니라 성인과 가족 단위 관객들에게도 큰 인기를 끌었음. 상영작에는 〈A Magnificent Life〉, 〈The Songbird's Secret〉, 〈Maya, Give Me a Title〉 등 유명 애니메이션 작품이 포함되었으며, 싱가포르에서 최초 상영됨
- 행사 둘째 날인 10 월 11 일에는 싱가포르 난양공과대학(Nanyang Technological University) 예술·디자인·미디어학과(ADM) 학생들이 지난 20 년간 제작한 애니메이션들이 소개됨. ADM 학생들이 제작한 영상 중 세계 각국의 유명 영화제에서 수상하거나 기술적 다양성을 인정받은 12 편의 단편 애니메이션이 공개됨
- 10 월 11 일과 18 일에는 프랑스 작품 〈The Songbird's Secret〉 상영 이후 체험형 워크숍이 진행됨. 워크숍은 싱가포르 라살 예술대학교(LASALLE College of the Arts) 미술치료 석사과정 학생들이 주최했으며, 참가자들은 영화를 테마로 한 콜라주 등 예술 체험뿐 아니라 싱가포르 대중과의 교류 기회를 가짐

|그림 17| 애니메이션 네이션 상영관 (출처: Timeout)

[싱가포르] 팝마트, 싱가포르에서 테마파크 팝업 POP LAND 운영 52)

베이징 테마파크를 축소 재현한 몰입형 팝업 운영

- 중국 유명 피규어 회사 팝마트(POP MART)가 10 월 15 일부터 26 일까지 싱가포르 부기스+(Bugis+) 몰에서 최초의 테마파크 팝업인 POP LAND 를 운영함. 이는 베이징에 위치한 세계 최초의 팝마트 테마파크 POP LAND 를 해외 시장에 선보이는 첫 번째 사례임

51) 출처 : https://www.timeout.com/singapore/film/animation-nation
52) 출처 : https://www.travelandleisureasia.com/in/news/limited-duration-pop-mart-activation-debuts-in-singapore

- 이번 팝업은 놀이기구나 워터파크 대신 캐릭터와의 만남, 여권 스탬프 랠리, 생생한 리테일 카운터 등 몰입형 엔터테인먼트에 초점을 맞춘 미니 테마파크 형식으로 운영됨. 특히 라부부(Labubu), 몰리(Molly), 디무(Dimoo) 등 전 세계 팬들이 사랑하는 팝마트의 대표 캐릭터들을 활용한 포토 부스가 마련됨
- 팝업에서는 MOKOKO Sweetheart, Twinkle Fairy Tale 등 캐릭터의 싱가포르 한정판 상품들이 판매됨. 또한, 팝업 스토어 또는 다른 팝마트 매장에서 68 달러(한화 약 75,000 원) 이상 구매한 고객에게는 베이징 POP LAND 입장권과 왕복 항공권 추첨 응모 기회가 주어지는 등, 중국 본사 매장과의 직접 연계 프로모션도 함께 진행됨
- 이번 행사는 사전 예약제로만 운영되며, 10 월 17 일 기준 모든 예약이 조기 마감될 정도로 큰 호응을 얻음. 이번 팝업은 싱가포르 현지에서 팝마트 브랜드의 높은 인지도와 팬덤의 열기를 입증한 사례로 분석됨

|그림 18| 싱가포르 Pop Land에 마련된 라부부(Labubu) 포토존 (출처: CNA Lifestyle)

[프랑스] 실뱅 쇼메(Sylvain Chomet) 감독의 마르셀 파뇰의 전기 애니메이션 〈마르셀과 무슈 파뇰〉 개봉 53)

- 〈벨빌의 세 쌍둥이(Triplettes de Belleville)〉로 유명한 실뱅 쇼메 감독(Sylvain Chomet) 이 프랑스 문화계의 거장 마르셀 파뇰의 삶을 조명한 신작 애니메이션 〈마르셀과 무슈 파뇰(Marcel et Monsieur Pagnol)〉을 지난 10 월 15 일 선보였음. 최근 유행하는 전기 영화와는 다르게, 애니메이션이라는 독창적인 기법으로 파뇰이라는 인물을 새롭게 그려내며 긍정적인 평가를 받고 있음
- 특히 대사가 거의 없는 연출로 유명한 쇼메 감독이 언어와 대사를 중시했던 파뇰을 다루면서, 대사가 중심이 되는 영화를 만들었다는 점이 주목할 만함. 영화는 명성의 정점에서 창작의 고뇌에 빠진 노년의 파뇰 앞에 어린 시절의 자신이 나타나 대화를 나누는 독특한 구성을 통해, 그의 유년 시절부터 예술적 성공, 2 차 세계대전 당시의 일화까지 인생의 주요 단계를 따라감
- 영화는 파뇰에 대한 존경과 애정을 담으면서, 위대한 이야기꾼으로서의 면모를 유머러스하게 기리는 동시에, 창작자로서 겪는 불안과 의심, 고독 등 인간적인 고뇌를 섬세하게 탐구하였음. 감독 스스로를 '애니메이션 장인'으로 여기듯, '글의 장인'이었던 파뇰에게 바치는 감동적인 헌사라고 할 수 있음

53) 출처 : https://www.lesechos.fr/weekend/cinema-series/marcel-et-monsieur-pagnol-sylvain-chomet-la-gloire-de-son-pair-2192174

[스페인] 스페인, '세계 애니메이션의 날'을 맞아 여성 개척자들을 조명하며 산업의 과거와 미래를 잇다 54)

- 스페인 마드리드 지방정부가 주최하는 '세계 애니메이션의 날(Día Mundial de la Animación)' 행사가 오는 10 월 20 일부터 22 일까지 스페인 영화아카데미(Academia de Cine) 에서 개최됨
- 이번 행사는 스페인 애니메이션 산업의 기틀을 다진 여성 개척자 파카 모레노(Paca Moreno) 와 카르멘 첸사(Carmen Chenza)를 기리는 헌정 프로그램을 중심으로, 국내외 애니메이션 업계 주요 인사들이 한자리에 모여 산업의 역사와 현재, 그리고 미래를 논의할 예정임
- '세계 애니메이션의 날'은 스페인뿐 아니라 전 세계 애니메이션계가 함께 축하하는 행사로, 올해 마드리드에서는 과거의 선구자들과 현대의 창작자들이 함께 무대에 오르며 세대 간 대화의 장을 열 예정임
- 주최 측인 마드리드주 문화·관광·체육청(Consejería de Cultura, Turismo y Deporte) 은 이번 행사를 통해 "스페인 애니메이션의 예술성과 다양성을 기념하고, 특히 여성 창작자들의 목소리를 조명하는 것이 핵심 목표"라고 밝힘
- 행사의 중심에는 스페인 애니메이션의 역사에 이름을 남긴 두 명의 여성 개척자, 파카 모레노(Paca Moreno) 와 카르멘 첸사(Carmen Chenza) 가 있음
- 1950 년대 후반 스튜디오 Estudios Moro 에 입사한 파카 모레노는 스페인 최초의 여성 애니메이터 중 한 명이자, 당시 회사의 유일한 여성 연출가로 자리 잡음. 그녀는 다수의 광고 애니메이션뿐 아니라 미국의 Hanna-Barbera 스튜디오와 협업하며 〈플린스톤(Los Picapiedra)〉, 〈요기 베어(El oso Yogi)〉, 〈스쿠비 두(Scooby-Doo)〉 등 세계적으로 사랑받은 시리즈의 제작에도 참여함
- 함께 조명되는 카르멘 첸사(Carmen Chenza)는 단편, 장편, TV 시리즈를 아우르며 〈돈키호테(Don Quijote)〉, 〈브레멘의 음악대(Los Músicos de Bremen)〉, 〈걸리버 여행기(Los Viajes de Gulliver)〉 등 스페인 애니메이션의 황금기를 이끌었던 대표적인 여성 애니메이터임
- 이번 행사에서 그녀는 25 년 경력의 교수이자 교육행정 전문가 필라르 예베네스(Pilar Yébenes)와의 대담을 통해 당시 제작 현장의 현실과 여성 창작자로서의 경험을 나눌 예정임
- 올해 행사는 과거의 개척자뿐 아니라 현대 애니메이션의 새로운 세대도 함께 조명할 예정임
- 독일의 감독 니나 벨스(Nina Wels) 는 신작 장편 〈Tafiti, Across the Desert〉의 제작 비하인드를 소개하며, 기술과 서사가 결합된 새로운 형태의 가족 애니메이션을 논의할 예정임
- 스페인 출신 일러스트레이터 클라라 데 프루토스(Clara de Frutos) 는 〈Wolfwalkers(2020)〉, 〈My Father's Dragon(2021)〉, 〈La Furgo(2025)〉, 〈El Tesoro de Barracuda(2025)〉 등 국제 공동 제작 애니메이션에 참여한 경험을 바탕으로, 2D 애니메이션에서의 배경 디자인과 공간 연출의 중요성을 다룰 예정임
- 또한 로사나 지아코멜리(Rossana Giacomelli) 는 각본과 제작을 맡은 단편 〈Carmen y la cuchara

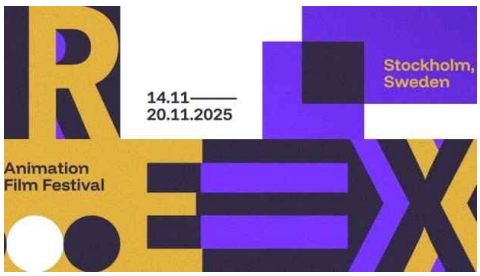
54) 출처 :
https://cimamujerescineastas.es/la-celebracion-del-dia-mundial-de-la-animacion-incluira-un-homenaje-a-pioneras-de-esta-tecnica-en-espana-como-paca-moreno-y-carmen-chenza

de palo〉의 성공 사례를 공유하며, 해당 작품을 장편으로 확장 중인 프로젝트의 과정을 공개할 예정임

- 이와 함께 누리아 곤살레스 블랑코(Nuria González Blanco) 는 BAFTA, 골든글로브, 오스카 등 다수의 국제 영화상 후보에 오른 경험을 바탕으로, 스페인 애니메이션의 글로벌 전략과 제작 시스템의 변화에 대해 발표할 예정임
- 이번 행사에서는 젠더 평등과 리더십 강화를 주제로 한 세션도 함께 진행될 예정임
- 데이지 크루즈(Daysi Cruz) MIA 회장은 여성 창작자 네트워크 구축과 교육 기회 확대 방안을 제시하며, 세실 호크스(Cecile Hokes) 와 이사벨 마르티네스(Isabel Martínez) 는 국제 공동제작 및 첨단 VFX 기술의 발전 사례를 공유할 예정임
- 또한 루시아 마르티네스(Lucía Martínez) 는 여성 주도 제작사의 국제 경쟁력 강화를 위한 전략을 발표해, 스페인 애니메이션 산업의 포용성과 혁신성 강화를 모색할 예정임
- 이번 세계 애니메이션의 날 행사는 스페인 애니메이션 산업이 단순한 창작 영역을 넘어 문화적 포용, 기술 혁신, 젠더 균형을 함께 실현하는 산업적 생태계로 진화하고 있음을 보여주는 계기가 될 것으로 전망됨
- 여성 리더들의 적극적인 참여와 국제 교류를 통한 협력 확대는 향후 스페인이 유럽 애니메이션의 중심 허브로 도약하는 기반이 될 것으로 기대됨

[스웨덴] 스톡홀름 애니메이션 영화제 REX 개최 예정 [55]

- 스웨덴 스톡홀름에서 열리는 REX 애니메이션 영화제(REX Animation Film Festival)가 오는 2025 년 11 월 17 일부터 22 일까지 제 11 회를 맞아 개최될 예정. 이번 영화제는 스톡홀름의 대표적인 영화관인 Zita Folkets Bio 에서 진행되며, 유럽을 중심으로 한 다양한 국가의 애니메이션 작품들을 선보일 예정
- 영화제의 공식 프로그램은 아직 공개되지 않았지만, 주최 측은 "올해도 뛰어난 국제 애니메이션 작품들을 소개할 계획"이라고 밝혔음. 영화제는 Northern Animation Network 와 EUNIC 스톡홀름의 지원을 받아 진행되며, 스톡홀름 시와 지역 정부의 후원도 받고 있음
- REX 애니메이션 영화제는 2015 년에 시작되어 매년 개최되고 있으며, 유럽 애니메이션의 최신 동향을 소개하고, 관객과의 소통을 강화하는 데 중점을 두고 있음. 특히, 애니메이션 산업 종사자들과의 네트워킹 기회를 제공하며, 다양한 워크숍과 Q&A 세션도 마련되어 있어 업계의 기대를 받고 있음



|그림 19| REX 애니메이션 영화제

55) 출처 : https://www.awn.com/event/rex-animation-film-festival-2025

만화·웹툰·스토리

[도쿄] 훌루, 〈명탐정 코난〉 등 인기작 앞세워 전자 만화 서비스 출시 [56]

- **동영상 스트리밍 서비스 훌루(Hulu)가 이달 15 일부터 자사 애플리케이션과 웹사이트에서 전자 만화 서비스를 선보임**
  - 지난 2011 년부터 일본에서 동영상 스트리밍 서비스를 시작한 훌루는 다양한 애니메이션, 드라마, 영화 등 작품에 대한 서비스뿐만 아니라 자체 제작 드라마와 예능 프로그램 등을 제작하는 등 활발한 활동을 이어가고 있음
  - 최근 원작 만화의 애니메이션화, 실사화 작품의 시청이 증가함에 따라 원작을 함께 보고 싶다는 시청층의 요구에 발맞춰 지난 15 일부터 전자 만화에 대한 서비스를 새롭게 시작할 것을 발표함
  - 10 월부터 TV 및 훌루 서비스를 통해 공개되는 〈나의 히어로 아카데미아(僕のヒーローアカデミア)〉와 새롭게 시즌 29 가 공개 중인 〈명탐정 코난(名探偵コナン)〉 등 인기 작품의 전자 만화 원작이 공개되며 큰 기대를 끌고 있음
  - 향후 훌루는 대여 및 구매 콘텐츠 이용 시 포인트 적립 캠페인을 통해 동영상 작품뿐만 아니라 전자 만화 구매 시에도 해당 포인트를 이용할 수 있도록 할 예정임

[인니] 지식재산권총국, 통신정보부에 웹툰 저작권 침해 사이트 41 곳 폐쇄 요청 [57]

- **인도네시아 법무인권부 산하 지식재산권총국(DJKI)이 검증 회의를 거쳐 위법 사실이 입증된 웹툰 저작권 침해 사이트 41 곳에 대한 폐쇄를 통신정보부에 요청했다고 밝힘. 이번 조치는 국내 사단법인 저작권해외진흥협회(COA)의 신고를 받아 이루어진 것으로, 인도네시아 내에서 무단으로 K-웹툰을 유통하던 불법 사이트들이 대거 차단될 예정임**
  - 인도네시아 내 K 웹툰의 인기가 높아지면서 불법 복제와 무단 번역 사이트들도 급증하는 추세임. 특히 인도네시아는 인터넷 이용자의 63%가 불법 콘텐츠를 이용할 정도로 저작권 인식이 낮아 웹툰 작가들의 피해가 심각한 상황임. 인도네시아 지식재산권총국의 이번 검증 작업은 한국과 인도네시아 양국 간 저작권 보호 협력이 강화되고 있음을 보여주는 사례임
  - 한편 카카오엔터테인먼트의 불법유통대응팀은 올해 1 분기 월 방문 수 1,800 만 회에 달하는 동남아시아 최대 웹툰 불법 사이트 '망가쿠(Mangaku)'를 폐쇄하는 성과를 거둠. 2008 년부터 약 17 년간 운영되며 인도네시아를 중심으로 한국 웹툰 수백 편을 무단으로 유통해온 망가쿠는 운영자 신원이 특정되지 않아 단속이 어려웠으나, 카카오엔터테인먼트가 자체 기술로 운영자를 추적하고 경고를 전달하자 일주일 만에

56) 출처 : https://thetv.jp/news/detail/1300150
57) 출처 : https://biz.kompas.com/read/2025/10/17/094654228/djki-verifikasi-penutupan-41-situs-pelanggar-hak-cipta-atas-laporan-coa-webtoon#:~:text=DJKI%20Verifikasi%20Penutupan%2041%20Situs,Cipta%20Atas%20Laporan%20COA%20Webtoon

자진 폐쇄함

- 이번 지식재산권총국의 조치와 카카오엔터테인먼트의 적극적 대응은 인도네시아 내 K 웹툰 저작권 보호 환경이 개선되고 있음을 시사함. 한국저작권보호원은 올해 6 월 동남아시아 국가들과 국제 공조 회의를 개최하며 저작권 침해 대응을 위한 협력 체계를 구축하고 있음. 전문가들은 양국 정부와 민간 기업의 지속적인 협력을 통해 저작권 인식 개선과 제도적 보호 장치가 마련되어야 웹툰 작가들의 정당한 권리를 보호하고 건전한 콘텐츠 생태계를 조성할 수 있을 것으로 전망하고 있음

[영국] 인간 창작 도서에 대한 인증 절차 출시 58)

- 영국의 한 스타트업이 AI 가 제작 도서의 급증에 맞춰 인간이 쓴 작품을 검증하고 인증을 돕는 시도가 이뤄짐
- 북스 바이 피플(Books By People)은 일부 독립 출판사와 협력해 '유기적 문학'(Organic Literature) 인증을 시작함. 인간이 쓴 작품에 유기적 문학 라벨을 붙이는 방식이며, AI 는 포맷 맞추기와 아이디어 구상과 같은 작업에만 제한적으로 사용할 수 있다고 함
- 해당 스타트업은 희귀 도서 전문가인 에스메 데니스(Esme Dennys)가 콘래드 영(Conrad Young)과 개빈 존스턴(Gavin Johnston)과 설립했으며, 2026 년 사업을 전 세계로 확장한다고 함
- 첫 인증 작품은 곤잘로 C. 가르시아(Gonzalo C Garcia)의 〈텔레노벨라〉(Telenovela)로 갤리 베거 프레스(Galley Beggar Press)에서 올 11 월에 출간될 예정임
- 갤리 베거의 공동대표이자 북스 바이 피플의 자문위원인 샘 조디슨(Sam Jordison)은 이 인증이 출판사, 작가, 독자들에 매우 중요하며, 책의 품질을 보증하는 동시에 인간성을 보장하는 것이라고 말함
- 출판사는 인증 기준을 준수하고 매년 점검을 약속하면 인증 자격을 얻을 수 있음. 수수료는 출간 도서 수에 따라 달라진다고 함
- 이번 출시는 창의 산업과 AI 기업 간의 긴장이 고조되는 시점에 이뤄짐. 올초, 앤트로픽(Anthropic)은 챗봇 훈련에 저작물을 불법 복제하여 사용했다고 주장한 작가들에 15 억 달러(한화 약 2 조 8,500 억 원)를 지급하기로 합의함
- 최근 아마존 마켓플레이스 등 온라인 업체에서 AI 생성 콘텐츠에 대한 감시가 강화되고 있음. 전문가들은 AI 생성 텍스트에 대한 규제가 부족해 온라인 업체가 여전히 무법지대에 있다고 경고했으며, 이에 따라 잘못된 정보가 퍼져 위험에 처할 수 있다고 밝힘
- 출판협회(Publishers Association)의 대표 댄 콘웨이(Dan Conway)는 인간 저자를 강조하려는 자발적인 노력을 환영하지만, 업계가 현재 의무적인 라벨링을 추진하고 있지는 않다고 밝힘. 그는 온라인 업체에 AI 가 작성한 저품질 콘텐츠에 대해 더욱 강력히 조처할 것을 촉구하고 있다고 덧붙임

58) 출처 : https://www.theguardian.com/books/2025/oct/15/books-by-people-for-people-publishers-launch-certification-human-written-ai

[영국] 〈죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어〉 백세희 작가 별세 보도 59)

- 영국 일간지 가디언(The Guardian)은 지난 10 월 17 일 백세희 작가의 별세를 보도함
- 인기 자서전 〈죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어〉(I Want to Die But I Want to Eat Tteokbokki)의 저자 백세희 작가가 35 세 나이로 별세함
- 한국장기조직기증원은 백세희 작가는 심장, 폐, 간과 양쪽 신장을 기증해 다섯 명의 생명을 구했다고 밝힘
- 작가의 작품을 영어로 번역한 안톤 허 작가는 그의 독자들은 그가 글로 수백만 명의 삶에 영향을 미쳤다는 것을 알 것이라고 함
- 2018 년 한국에서 출간된 후 2022 년 영국 블룸즈버리에서 출간된 〈죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어〉는 작가가 우울 증상이 지속되는 기분부전증으로 정신과 의사와 나눈 대화를 옮긴 에세이임
- 후속작인 〈죽고 싶지만 떡볶이는 먹고 싶어 2〉(I Want to Die but I Still Want to Eat Tteokbokki)는 작년 영국에서 출간됨. 백 작가가 가장 좋아하는 음식인 떡볶이는 매콤한 소스에 떡을 볶아 만든 한국요리임
- 첫 번째 책은 한국에서 약 60 만 부가 팔렸고, 전 세계 25 개국 이상에서 출판되어 100 만 부가 넘게 팔림
- 1990 년생인 작가는 대학에서 문예 창작을 전공한 후 출판사에서 5 년간 일함
- 작가는 10 년간 정신과 치료를 받음. 블로그에 치료 기록을 올린 것이 긍정적인 피드백을 받으면서 회고록을 쓰게 되었다고 함. 마치 삶의 어둠에 빛과 같다는 댓글이 있었다고 인터뷰에서 밝힘
- 그는 인터뷰에서 책 집필이 버킷리스트였고, 어느 정도 설득력 있게 쓸 수 있는 주제가 우울증이었다고 함. 글을 쓰는 것이 자신을 다른 각도에서 입체적으로 바라보는 방법이 될 수 있다고 밝힘
- 작가의 동생은 성명을 통해 그가 글을 통해 사람들과 마음을 나누고 희망의 꿈을 키우길 희망했다며, 아무도 미워하지 못하는 착한 그 마음을 알기에 이제는 하늘에서 편히 잘 쉬길 바란다고 말함
- 작가의 사망 원인은 아직 공개되지 않음

59) 출처 :
https://www.theguardian.com/books/2025/oct/17/baek-se-hee-author-of-i-want-to-die-but-i-want-to-eat-tteokbokki-dies-aged-35

음악

[도쿄] 주식회사 레코초쿠, 카카오엔터테인먼트와 음원 유통 서비스 계약 체결 60)

- **카카오엔터테인먼트와 주식회사 레코초쿠(株式会社レコチョク)가 음원 유통 서비스 계약을 체결했음을 발표함**
  - 이번 계약을 통해 일본 내 음악 저작권자는 레코초쿠 그룹의 플래글(FLAGGLE) 서비스를 통해 카카오엔터테인먼트의 음악 플랫폼인 멜론(Melon)에 음원을 배포할 수 있게 됨
  - 멜론 서비스를 통한 음원 배포는 2026 년 상반기부터 본격화될 전망임
  - 주식회사 레코초쿠는 지난 7 월부터 음악 저작권자를 대상으로 음원 유통 솔루션 서비스 플래글을 제공하고 있음
  - 플래글은 일본 내 음악 시장 확대를 지원하는 음원 유통 솔루션을 지향하며, 국제 표준의 유통 환경을 일본어 기반으로 제공하고 있음
  - 이번 계약은 최근 많은 아티스트가 아시아 시장, 특히 한국 시장에 진출한다는 점을 고려하여 한국 음악 스트리밍 서비스와 협력을 통한 시장 확대 등을 위해 체결하게 됨
  - 또한 이번 계약을 통해 인디 아티스트 또한 레코초쿠의 자회사인 주식회사 에그스(株式会社エッグス)의 음원 유통 플랫폼인 에그스 패스(Eggs Pass)를 통해 멜론 서비스를 통해 음원 배포가 가능해짐
  - 이번 계약을 통해 다양한 일본 아티스트의 한국 진출이 본격화될 수 있을 것으로 기대됨

音楽は、夢を見る。
レコチョク®

|그림 20| 주식회사 레코초쿠의 공식 로고

[베트남] 한국콘텐츠진흥원, 베트남서 〈코리아 스포트라이트 2025〉 개최 61)

- **오는 10 월 31 일, 음악 행사 〈코리아 스포트라이트 2025〉가 베트남 호치민시 캐피탈 극장에서 개최됨. 이번 행사는 문화체육관광부가 주최하고 한국콘텐츠진흥원이 주관하며, 베트남 현지 기업 Viet Han JSC 가 공동으로 협력함**
  - 이번 행사는 한-베트남 수교 33 주년을 기념한 문화교류의 장으로 마련됐으며, 양국 간 포괄적 전략적

60) 출처 : https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001802.000002747.html
61) 출처 : https://baotintuc.vn/giai-tri-sao/korea-spotlight-2025-gop-phan-ket-noi-van-hoa-viet-han-qua-am-nhac-20251014155618451.htm

동반자 관계를 더욱 공고히 하려는 취지임. 한국콘텐츠진흥원은 "이번 〈코리아 스포트라이트〉의 베트남 개최는 동남아 콘텐츠 산업 및 엔터테인먼트 시장에서 베트남의 위상이 확대되고 있음을 보여주는 사례"라고 밝힘

- 2017 년 시작된 〈코리아 스포트라이트〉는 독일, 일본, 멕시코, 스페인 등 세계 여러 나라에서 개최되어 왔으며, 한국 아티스트들이 글로벌 관객과 만나는 주요 플랫폼으로 자리매김함. 이번 공연에는 약 1,500 명의 관객이 참석할 예정으로, 비투비(BTOB), 디피알 크림(DPR CREAM), 디피알 아틱(DPR ARTIC), 아르크(ARrC), 드래곤 포니(Dragon Pony) 등 다양한 장르의 인기 아티스트들이 무대에 오름. 이들은 K 팝, 힙합, 인디 팝 등 여러 장르를 아우르며 현대 음악과 한국 문화의 정체성이 어우러진 무대를 선보일 예정임

|그림 21| 〈코리아 스포트라이트〉 공식 포스터

[태국] K 팝 콘서트와 공연여행 트렌드 62)

- **10 월 24 일부터 26 일까지 열릴 '블랙핑크 월드투어 〈데드라인〉 인 방콕' 콘서트를 앞두고 주변 호텔의 객실이 만실을 기록하자 태국관광청(TAT)은 공연여행(긱 트리핑: Gig-Tripping) 활성화를 기대하고 있음**
  - 공연이 열리는 라차망갈라 스타디움 인근에 위치한 알렉산더 방콕 호텔의 피티 총지배인은 블랙핑크 월드투어 콘서트 기간 동안 300 개의 객실이 90%의 객실 점유율을 기록했다고 밝혔음
  - 피티 총지배인은 콘서트 기간 중 평소보다 높은 단가로 객실을 판매할 수 있으며, 콘서트 당일 예약 없이 방문하는 고객을 위해 여러 객실을 남겨 놓았다고 말했음. 또한 투숙객을 위해 콘서트 전후 공연장까지 무료 셔틀버스를 운행한다고 덧붙였음
  - 파타라아농 나 치앙마이 태국관광청(TAT) 아시아남태평양마케팅 부청장은 "태국을 방문하는 아티스트와 팬들은 동남아시아 및 글로벌 행사의 목적지로서 태국의 이미지를 강화하는데 도움이 됩니다."라고 말했음
  - 파타라아농 부청장은 지난달 아이콘시암 쇼핑센터에서 열린 추영우 배우 태국 첫 팬미팅에는 한국 · 일본 · 싱가포르 · 대만 · 말레이시아 · 중국에서 온 팬들이 전체의 15%를 차지했다고 덧붙였음
  - 아딧 태국여행사협회(ATTA) 명예사무총장은 공연여행이 이제 세계적인 트렌드이며 태국은 젊은 층과 틈새시장을 유치할 잠재력이 있다고 말했음
  - 이 상품을 운영하는 태국 여행사들은 거의 없으며, 방문객들의 90% 이상은 온라인여행사를 이용해 호텔 · 차량 등을 예약한 자유여행객으로 파악됨

62) 출처 :
https://www.bangkokpost.com/business/general/3116626/bangkok-hotels-packed-thanks-to-blackpink-concerts

[싱가포르] 트립닷컴-라이브 네이션, 싱가포르 등 아시아 콘서트 관광 개척 선언 63)

- **싱가포르·한국·중국 등 5 개 시장 연합한 음악 관광 상품 출시**
  - 글로벌 여행 서비스 기업인 트립닷컴(Trip.com) 그룹이 세계적인 라이브 엔터테인먼트 기업 Live Nation Asia 와 다년간의 전략적 파트너십을 체결하며 아시아 콘서트 관광 혁명을 선언함. 이 파트너십은 홍콩·마카오, 싱가포르, 태국, 한국, 중국 등 아시아 주요 시장을 대상으로 콘서트 관람과 여행 계획을 통합하려는 시도임
  - 이번 협력을 통해 팬들은 콘서트 티켓 선구매 권한과 호텔 예약, 항공편, 그리고 현지 체험 등이 결합된 독점적인 콘서트 여행 패키지를 이용할 수 있음. K-Pop 상품의 경우 걸그룹 트와이스(TWICE)의 홍콩 월드 투어 독점 패키지나 블랙핑크(BLACKPINK)의 싱가포르 및 홍콩 투어 번들 등 공연에 맞춰 출시될 예정임
  - 아시아·태평양 지역 여행객의 66%가 콘서트를 위해 해외여행을 고려할 정도로 라이브 공연에 대한 수요가 높으며, 대형 공연은 개최 도시의 숙박·외식·관광산업에 큰 경제적 효과를 미치는 것으로 나타남. 이에 트립닷컴과 라이브네이션 아시아는 콘서트를 현지 문화·관광 체험과 결합함으로써 예약률을 높이는 동시에, 콘서트 개최 도시의 전반적인 관광 매력도를 강화할 계획이라고 밝힘
  - 이번 파트너십은 음악과 여행을 매끄럽게 결합하여 팬들에게 더욱 의미 있는 경험을 제공하는 문화적 변화를 반영함. 특히 Z 세대와 밀레니얼 세대의 수요를 충족시키는 맞춤형 패키지를 제공함으로써, 아시아 전역의 관광 성장을 촉진하는 미래 여행 모델을 제시함

[독일] 워너뮤직, 중부 유럽 조직 재편 64)

- **워너뮤직 그룹이 DACH(독일·오스트리아·스위스)와 베네룩스(네덜란드·벨기에·룩셈부르크) 지역을 통합하며 조직을 개편, 닐스 왈부머스(Niels Walboomers)를 신임 사장으로 임명함**
  - 워너뮤직 그룹(Warner Music Group)은 2025 년 10 월, DACH(독일·스위스·오스트리아)와 베네룩스(네덜란드·벨기에·룩셈부르크) 지역의 음반 사업을 통합해 '워너뮤직 센트럴 유럽(Warner Music Central Europe)'으로 재편함
  - 이에 따라 공동대표(Co-Presidents) 로 재직하던 도린 쉼크(Doreen Schimk) 와 파비안 드레베스(Fabian Drebes)가 4 년 임기를 마치고 퇴임
  - 새 대표로는 닐스 왈부머스(Niels Walboomers) 가 임명되어, 암스테르담·베를린·함부르크 등지에서

63) 출처 :
https://www.travelandtourworld.com/news/article/now-singapore-hong-kong-macau-south-korea-and-china-unite-to-create-new-era-for-concert-travel-and-music-tourism-across-asia
64) 출처 :
https://www.musikwoche.de/recorded-publishing/umbruch-bei-warner-music-schimk-und-drebes-gehen-walboomers-uebernimmt-9b4be09b9bb4f8d9cc18bc547ab8118f

활동할 예정이며, 워너뮤직 EMEA 레코드 부문 사장 사이먼 롭슨(Simon Robson) 에 직속 보고함

- 왈부머스는 "6 개국 통합으로 탄생한 이 지역은 워너뮤직 내 가장 영향력 있는 시장 중 하나가 될 것"이라며, "아티스트들에게 더 크고 역동적인 기회를 제공하겠다"라고 밝힘
- 그는 기존 베네룩스 지역 레코드·퍼블리싱 부문 사장으로 재직했으며, 향후 최고사업책임자(CBO) 마르쿠스 홀츠헤어(Markus Holzherr) 와 함께 조직을 이끌 예정임
- 워너뮤직은 이번 개편을 "아티스트의 글로벌 도달 범위를 확대하기 위한 전략적 통합"이라고 설명하며, 독일과 베네룩스 시장이 모두 수출형 댄스·강력한 힙합 신·국제적 팝 수요 등 공통점을 가진다고 언급함
- 이번 인사 개편은 워너뮤직 그룹 CEO 로버트 킨슬(Robert Kyncl) 이 발표한 3 억 달러 규모의 비용 절감 및 인력 구조조정 계획의 연장선상으로 분석됨
- 독일 내 워너 채펠 뮤직(Warner Chappell Music Germany)은 나타샤 아우구스틴(Natascha Augustin)이 계속 이끌며 글로벌 CEO 가이 무트(Guy Moot) 에게 보고함
- 워너뮤직은 이번 통합을 "잠재력 있는 아티스트의 글로벌 도달 범위를 확장하고, 유럽 내 활동을 미래 지향적으로 강화하기 위한 대담한 조치"라고 설명함

[스페인] 〈K 팝 데몬 헌터스〉: 넷플릭스에서 스크린으로, 팬이 만든 글로벌 이벤트 65)

- 넷플릭스의 애니메이션 영화 〈Las guerreras K-pop(K 팝 데몬 헌터스)〉가 전 세계 극장 상영으로 다시 돌아옴
- 이번 상영은 팬들의 강력한 요청에 따른 이벤트성 프로젝트로, 2025 년 10 월 31 일부터 11 월 2 일까지 3 일간 한정 상영됨
- 상영 형식은 관객이 직접 노래를 부를 수 있는 싱어롱(Sing-along) 버전으로 진행됨
- 화면에 자막이 함께 제공되어 노래를 따라 부를 수 있는 '참여형 상영'이 특징임
- 이 버전은 'Canta con las guerreras K-pop(K 팝 데몬 헌터들과 함께 노래하기)'라는 콘셉트로 기획되었음
- 스페인에서는 Kinépolis, Odeon, Mk2, Ocine, UCC 등 주요 체인에서 예매가 이미 시작됐으며, 일부 극장은 조기 매진 사례도 있음
- 넷플릭스는 핼러윈 주간을 겨냥해 이번 상영을 배치했으며, 공포물 중심의 기존 라인업 대신 K 팝과 애니메이션의 결합으로 차별화를 시도함
- 경쟁작으로는 〈Together〉, 〈Esa cosa con alas〉(베네딕트 컴버배치 출연) 등이 있음
- 〈Las guerreras K-pop(K 팝 데몬 헌터스)〉은 현재 넷플릭스 역사상 가장 많이 시청된 작품으로 기록되어 있음
- 올해 8 월 미국 극장 개봉 당시에는 박스오피스 1 위를 차지하며 넷플릭스의 첫 극장 흥행 성공 사례로 평가받음
- 이번 재상영은 이러한 흥행 성과에 대한 연장선으로 진행됨

65) 출처 : https://www.ecartelera.com/noticias/las-guerreras-k-pop-estreno-cines-espana-82132
https://elpais.com/cultura/2025-10-17/las-guerreras-k-pop-saltan-desde-netflix-a-los-cines-para-celebrar-halloween-con-sus-fans.html

- 넷플릭스는 이번 행사를 통해 OTT 중심의 배급 방식에서 벗어나 '극장 선공개 후 스트리밍 공개'라는 하이브리드 전략을 실험 중임
- 이는 향후 〈Narnia〉 리부트와 〈Stranger Things〉 마지막 화의 극장 공개 검토 사례와도 연결됨
- 따라서 이번 상영은 단순 이벤트가 아니라, 넷플릭스 배급 모델 변화의 전조로 평가됨
- 현재 넷플릭스는 〈Las guerreras K-pop(K 팝 데몬 헌터스)〉의 후속편 제작을 진행 중임
- 이번 3 일간의 극장 흥행 결과에 따라 정식 개봉 확대나 장기 극장 상영이 검토될 가능성도 있음
- 한편, 본작은 스페인을 비롯해 유럽과 아시아 지역에서도 첫 극장 공개가 이루어질 예정임
- 넷플릭스는 이번 상영을 통해 단순한 팬 이벤트를 넘어 글로벌 팬덤 기반의 새로운 상영 모델을 구축하고 있음
- OTT 플랫폼이 극장 상영을 병행하는 시도가 점차 늘어나는 가운데, 〈Las guerreras K-pop(K 팝 데몬 헌터스)〉는 K-콘텐츠가 글로벌 대중문화의 중심으로 자리 잡고 있음을 상징하는 사례로 평가됨

[이탈리아] 이탈리아의 K 팝 스타 Shorelle, 서울에서 콘서트 개최 66)

- **주한 이탈리아문화원은 제 25 회 세계 이탈리아어 주간(Settimana della Lingua Italiana nel Mondo)의 일환으로 10 월 19 일 서울 스퀘어에서 열리는 Shorelle 의 콘서트를 주관함**
  - 가수 Shorelle 의 본명은 린다 쿠에로(Linda Quero)이며 이탈리아 비첸차(Vicenza) 출신이나 현재는 한국에 거주 중임
  - 문화원은 콘서트 외에도 서울 야외도서관과 함께 서울 스퀘어 현장에서 전 연령층이 참여할 수 있는 이탈리아 부스를 운영, 애니메이션 낭독회, 인터렉티브 게임, 이탈리아 애니메이션 상영회 등 다양한 프로그램을 마련할 예정임

66) 출처 : https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/news_dagli_istituti_di_cultura/2025/10/16/shorelle-star-italiana-del-k-pop-in-concerto-a-seul_8d975df9-7b39-45a7-a83c-fb028fc9f5de.html

패션

[인니] 인도네시아 최대 모디스트 패션 행사 'IN2MOTIONFEST 2025' 성료 [67]

- **인도네시아 최대 모디스트(무슬림) 패션 행사인 '인도네시아 국제 모디스트 패션 페스티벌(IN2MOTIONFEST) 2025'가 10 월 8 일부터 12 일까지 자카르타 JIEXPO 컨벤션센터에서 성공리에 개최됨**
  - '인도네시아 샤리아 경제 페스티벌(ISEF) 2025'의 일환으로 열린 이번 행사는 "하나의 비전, 하나의 운동: 시너지와 협력을 통한 인도네시아 모디스트 패션 발전"을 주제로 진행됨
  - 이번 페스티벌에는 국내외 214 명의 디자이너가 참가해 총 1785 개의 패션 컬렉션을 선보임. 인도네시아 디자이너 외에도 태국, 방글라데시, 필리핀, 말레이시아, 터키 등 11 개국에서 온 해외 디자이너들이 참여해 행사의 국제적 위상을 높임
  - 이번 행사의 비즈니스 매칭 프로그램을 통해 89 억 루피아(약 7.7 억 원) 이상의 계약이 체결됐으며, 특히 전통 직물 중소기업 100 개가 참여한 섬유 비즈니스 매칭이 큰 성과를 냄. 전시장에는 5 일간 9 만 955 명의 관람객이 방문했으며, 전시 판매를 통한 거래액은 72 억 루피아(약 6.2 억 원)를 넘어섬. 올해 처음 시도된 '자선을 위한 세일' 프로그램은 1 억 5,000 만 루피아(약 1,291 만 원) 이상의 기금을 모으는 데 성공함. 행사 기간에는 트렌드 예측, 혁신 및 비즈니스 전략을 주제로 한 세미나와 포커스 그룹 토론(FGD)도 열려 업계의 미래 방향을 모색하는 시간을 가짐

|그림 22| 'IN2MOTIONFEST 2025' 현장 사진

[UAE] 사우디 패션위원회, 망가 프로덕션과 MOU 체결 [68]

- **2025 년 9 월 25 일(수), 사우디아라비아 패션위원회(Fashion Commission)는 모하메드 빈 살만 재단(Misk) 산하 망가 프로덕션(Manga Productions)과 패션 산업과 창작 콘텐츠 간 협력 강화를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다고 밝힘**

67) 출처 : https://beritakota.id/sukses-besar-in2motionfest-2025-raih-omzet-162-miliar-rupiah
68) 출처 : https://english.aawsat.com/fashion/5189979-fashion-commission-manga-productions-sign-mou-support-saudi-fashion-sector

- 이번 협약은 사우디 비전 2030 의 창의경제 및 문화 교류 확대 목표에 발맞춰, 망가, 애니메이션, 게임 등의 창작 콘텐츠를 활용해 사우디 패션 산업을 국내외로 알리고 인재를 육성하기 위한 틀을 마련하는 데 목적이 있음
- 이번 MOU 는 사우디 정체성을 드러내는 콘텐츠 및 비주얼 스토리텔링, 사우디 인재를 위한 교육·멘토링·제작 기회 제공, 일본 및 아시아 시장 중심의 글로벌 공동 홍보 등 세 가지 핵심 축을 중심으로 진행
- 첫 번째 협력 프로젝트로는 일본 독자를 대상으로 제작된 '사우디 패션 산업 2025 현황 보고서' 망가 특별판이 출시됨
- 이 콘텐츠는 2025 년 9 월 5 일 도쿄 패션위크 기간 중 열린 투자 로드쇼에서 공개됐으며, 일본 및 아시아 지역의 투자자와 창의 산업 관계자들이 참석한 가운데 큰 주목을 받음
- 사우디 패션위원회 CEO 부라크 차크막(Burak Cakmak)은 "사우디의 문화 정체성을 세계에 알릴 새로운 방식들을 계속해서 탐색하고 혁신할 것"이라며, "망가 프로덕션과의 협업은 창의 산업 간 통합의 새로운 모델로, 일본 망가 예술과 사우디 패션이 만나 사우디의 젊은 재능을 세계에 소개하는 계기가 될 것"이라고 전함
- 망가 프로덕션 CEO 에삼 부카리(Dr. Essam A. Bukhary)는 "망가, 애니메이션, 게임 등의 창작 콘텐츠를 통해 사우디 문화와 창의 생태계를 지원하는 중요한 첫걸음"이라며, 이번 협력이 "패션 산업과 콘텐츠 산업의 경계를 허물고, 사우디 인재들이 글로벌 무대로 진출하는 넓은 창을 여는 계기가 될 것"이라고 덧붙임
- 사우디는 앞으로도 비주얼 콘텐츠, 디지털 플랫폼, 글로벌 캠페인을 아우르는 창의 생태계 조성에 박차를 가할 예정임

[독일] 경기둔화 속 '바지 전문 브랜드'가 독일 패션을 살린다 69)

- **독일 패션 산업이 전반적으로 침체된 가운데, 브락스(Brax), 캄비오(Cambio), 맥(Mac) 등 '바지 전문 브랜드'들이 품질·핏·기능성으로 지속 성장을 이어가고 있음**
  - 독일 패션업계 전반이 경기 둔화와 소비 위축으로 어려움을 겪고 있으나, 바지 전문 브랜드들은 예외적으로 꾸준한 성장을 유지하고 있음
  - 함부르크 브랜드 클로즈드(Closed)는 1980 년대 '페달 푸셔(Pedal Pusher)' 진으로 인기를 얻었으나, 제품 다각화와 시장 침체 속에 파산함
  - 반면 브락스(Brax), 맥(Mac), 캄비오(Cambio), 라파엘로 로시(Raffaello Rossi), 세덕티브(Seductive), 엔젤스(Angels) 등은 바지 단일 품목에 집중하며 안정적 매출 확대
  - 브락스는 2024 년 3 억 6,100 만 유로 매출로 사상 최대 실적을 기록, 맥은 연간 600 만 벌 이상 판매로 여성 팬츠 부문 시장 점유율 1 위 유지
  - 엔젤스는 3 년 만에 매출 3 천만 유로 → 5 천만 유로로 성장
  - 라파엘로 로시, 세덕티브 등의 브랜드를 소유한 세라그룹(Schera Group)은 2015~2024 년 2,050 만

69) 출처 : https://www.faz.net/aktuell/stil/mode-design/warum-hosen-von-deutschen-marken-so-beliebt-sind-accg-110702745.html

→ 5,550 만 유로로 성장

- 특히 세라그룹의 유니섹스 브랜드 로시(Rossi)는 젠더 방향 전환에 힘입어 2024 년 250 만 유로 → 2025 년 400 만 유로 달성
- 브랜드들의 공통 성공 요인은 기능성, 품질, 그리고 정교한 핏으로 요약됨
- 캄비오 CEO 다비드 간스뷜러(David Gansbühler)는 "바지의 핏이야말로 정밀한 재단 기술과 경험이 핵심"이라 언급
- 소비자는 좋은 핏의 바지에 더 많은 돈을 지불할 의향이 향상되고, 크기의 일관성과 편안함이 브랜드 충성도를 향상시킴
- '바지 시장'은 독일 여성복 매출의 약 25%를 차지하며, 프랑스·이탈리아 등에는 유사한 단일 품목 전문 브랜드가 거의 없어 독일만의 경쟁 우위를 형성

[스웨덴] 스웨덴 패션 브랜드 Stylein, 영국과 독일 시장 본격 진출 70)

- 스웨덴의 여성 패션 브랜드 Stylein 이 유럽 시장 확대의 일환으로 영국에 이어 독일 시장 진출을 공식화했음. 2024 년부터 영국의 럭셔리 백화점들인 Selfridges, Harrods, Liberty London 등에 입점한 후, 이번에는 독일 베를린에 본사를 둔 백화점 그룹 KaDeWe Group 과 협업해 독일 주요 도시의 플래그십 매장에 제품을 선보이기로 했음. 판매 초기에는 베를린의 KaDeWe, 함부르크의 Alsterhaus, 뮌헨의 Oberpollinger 등에서 론칭 예정
- Stylein 의 설립자 에린 아렘다르(Elin Alemdar)는 "독일 시장에서 본격적으로 활동하게 되어 매우 흥분된다. 여기서의 잠재력은 엄청나다"라고 말했음. 독일 진출은 지난해 파리 패션위크에서 Stylein 을 발견한 KaDeWe 바이어들이 먼저 테스트 단계에서 높은 반응을 보인 뒤 결정된 것으로 알려졌음
- 회사는 북유럽 국가들에 기반을 둔 브랜드로서 그간 도매 매출의 약 80%를 국내외 북유럽에 의존해 왔으나, 최근 6 개월 동안 국제 고객 수가 전년 대비 두 배 이상 늘었으며, 2026 년 봄·여름 시즌 주문 이후 도매 매출이 65% 증가했다는 성과도 발표
- 아렘다르는 "우리가 지금 국제무대에 나설 준비가 되었다고 본다. 브랜드의 미학과 디자인이 글로벌 청중에게 어필하고, 고품질 소재와 합리적 가격대가 일상 여성들에게도 어필 가능하다는 점이 새로운 지평을 개척하는 데 도움이 됐다"라고 분석했음
- Stylein 은 독일 시장 진출 후 2026 년 봄 / 여름 시즌부터 독일 유통망 확대를 위한 협업도 진행 중이며, 독일 스투트가르트의 백화점 Breuninger 이 2026 년 플래그십을 통해 브랜드 입점을 추진 중. 이번 움직임은 스웨덴 중견 패션 브랜드가 북유럽 시장을 넘어 본격적인 유럽 시장 확장에 나서고 있음을 보여주는 사례로 스웨덴 패션 산업 전반에 있어 의미 있는 신호로 평가됨

70) 출처 : https://fashionunited.com/news/retail/swedens-stylein-expands-into-the-uk-and-germany/2025100668572

|그림 23| Stylein의 2026년 스프링 크레딧

[스웨덴] H&M, 글렌 마르텐스(Glenn Martens)와 콜라보 컬렉션 출시 [71]

- 글렌 마르텐스(Glenn Martens)는 프랑스 파리 브랜드 Y/Project 에서 11 년간 크리에이티브 디렉터로 활동한 뒤, 현재는 Maison Margiela 와 Diesel 에서도 주요 역할을 맡고 있음
- H&M 은 그의 "미친 듯이 기발하고, 개성 넘치며, 동시에 착용 가능한 디자인"을 대중 시장으로 확장하겠다는 목표로 이번 협업을 기획했고. Martens 는 "기존 디자인 아카이브로 남겨뒀던 아이디어들을 다시 꺼내 새로운 형태로 풀어냈다"라고 말함. 컬렉션의 슬로건처럼 "정답처럼 보여도 틀릴 수 있고, 틀릴 것 같지만 옳을 수 있다"라는 역설적 매력을 담아냈음
- 일상적인 H&M 의 베스트셀러 아이템(트렌치코트, 기본 데님, 셔츠 등)을 Martens 특유의 시선으로 재해석했음. 예컨대, 금속 포일 처리된 소재, 변형 가능한 와이어 구조, 트롱프 뢰유(trompe-l'œil) 프린트 등이 눈에 띔
- 캠페인 이미지 또한 영국 왕실을 풍자하는 가족 구조를 연출했는데, 배우 조애니 럼레이(Joanna Lumley) 와 리처드 E. 그랜트(Richard E. Grant)이 '왕실 족보판' 역할을 맡아, 통속적인 왕실 이미지를 비틀어 컬렉션의 장난기와 반항적 정신을 시각화했음. Martens 는 "옷 한 벌 한 벌이 하나의 대혼란 속에서 마치 거대한 가족의 일원처럼 기능하길 바랐다. 약간은 이상해 보여도, 어딘가 서로 연결돼 있는 느낌"이라고 설명
- 이번 협업은 고급 디자이너 감성과 대중 브랜드의 접근성을 결합한 대표 사례로 평가되고 있는데 디자이너 글렌 마르텐스는 자신의 고급 브랜드 경험을 더 많은 사람들이 접할 수 있도록 '가격의 민주화'를 중요하게 여기고 있음
- 패션 업계에서는 이 협업이 "하이스트리트(High Street) 브랜드들이 어떻게 하이엔드 디자이너 감성을 흡수하느냐"의 다른 형태로 해석하고 있음. H&M 측은 "이번 컬렉션을 통해 브랜드 고유의 베이식함(basics)이 새롭게 재해석되고, 소비자는 일상 속에서도 디자인 실험을 할 수 있게 될 것"이라고 밝혔음

71) 출처 :
https://fashionunited.com/news/fashion/glenn-martens-gives-h-m-bestsellers-a-new-twist/2025101768754

|그림 24| H&M와 디자이너 글렌 마르텐스의 콜라보 컬렉션

[이탈리아] 밀라노를 기반으로 하는 브랜드 Halfboy, 한국에 첫 팝업 오픈 72)

- **2019 년 밀라노에서 설립, 알리체 모라스키니(Alice Moraschini) 가 이끄는 Halfboy 는 강남의 편집샵 분더샵에 첫 팝업 스토어를 오픈함**
  - Halfboy 는 9 월말부터 10 월 14 일까지 이어진 팝업 스토어를 통해 해외시장 확대 전략을 지속하며 한국 시장과 관계를 강화하려는 노력을 하고 있음
  - 한국은 실험성과 아방가르드가 공존하는 독창적 패션 감각으로 전 세계 트렌드를 선도하며 국제적으로 한국만의 스타일을 발산하는 중요한 패션 허브로 평가받는 시장임
  - Halfboy 는 한국 유명인과 트렌드세터들이 가장 사랑하는 브랜드 중 하나로, 블랙핑크의 제니와 로제, 화사, 정호연, 카리나, 고소영 등이 착용하며 한국 내 브랜드의 인기를 입증하고 있음

72) 출처 : https://www.5starselitemagazine.it/halfboy-annuncia-il-primo-pop-up-in-corea

통합(정책·기타)

[북경] 2025 년 상반기 AIGC 사용자 규모 5 억 1,500 만 명

- **10 월 18 일, 중국인터넷정보센터(中国互联网络信息中心)가 발표한 〈생성형 인공지능 응용 발전 보고서 2025(生成式人工智能应用发展报告(2025))[73]〉에 따르면, 올해 6 월 기준 생성형 인공지능 사용자 규모는 5 억 1,500 만 명으로 보급률은 36.5%에 달함**
  - 이는 상반기 동안 2 억 6,600 만 명이 신규 유입된 수치로 전년 말 대비 106.6% 증가함. 주요 이용자는 40 세 이하 중·청년층과 대졸 이상 고학력층으로 각각 전체의 74.6%, 37.5%를 차지함
  - 올해 8 월 기준, 생성형 AI 서비스 538 종과 응용 프로그램・기능 263 종이 당국에 등록을 완료하였으며, 주요 활용 분야는 콘텐츠 생성, 지능형 검색, 업무 지원, 스마트 하드웨어 등임. 또한 4 월 기준 인공지능 관련 특허 출원 수는 157 만 6,000 건으로 전 세계 출원의 38.58%를 차지함

[심천] 웨원그룹, 〈2025 년 웨원 창작 콘퍼런스〉 개최, 숏폼 애니메이션 진출 선언 [74]

- **호우샤오난(侯晓楠) 웨원그룹(阅文集团) CEO 겸 사장은 10 월 16 일 열린 〈2025 년 웨원 창작 콘퍼런스(2025 阅文创作大会)〉에서 '창작 파트너 계획'을 발표했으며, IP, 자금, 기술, 생태계를 중심으로 숏폼 애니메이션 제작을 지원하여 '숏폼 애니메이션' 생태계를 구축할 것이라고 밝힘**
  - 이를 위해 웨원그룹은 현재까지 쟝유동만(酱油动漫), 치샹(奇想), 즈싱(知行) 등 여러 주요 숏폼 애니메이션 제작업체와 깊은 파트너십 관계를 구축함. AI 숏폼 애니메이션 제작 분야 선도기업인 쟝유동만과는 향후 3 년간 매년 최소 400 편의 숏폼 애니메이션을 출시할 예정이며, 출시 예정작 중 50% 이상을 웨원그룹 IP 기반으로 제작할 예정임. 양사가 협업하여 출시한 〈매마반주, 아반수양성팔익치천사(魅魔叛主, 我反手养成八翼炽天使)〉는 단일 플랫폼에서 재생수 1 억 5,000 만 회를 넘겨 화제작으로 떠오른 바 있음
  - 2025 년 상반기 웨원의 숏폼드라마 히트율은 60%를 넘긴 가운데, 한 분기 만에 30 편의 숏폼 애니메이션 재생수가 1,000 만 회를 돌파하였고, 특히 〈대명현서(大明贤婿)〉, 〈쇄폭무활모의계통(刷爆无敌模拟系统)〉 등 작품은 재생수 1 억 회를 돌파하며 차트에서 여러 차례 1 위를 차지함
- **구둬데이터(骨朵数据)의 데이터에 따르면, 2024 년 온라인 플랫폼에서 가장 큰 인기를 끌었던 애니메이션 상위 20 위 중 14 개 작품이 웨원그룹 IP 기반으로 제작되었을 정도로 웨원그룹 IP 는 애니메이션 산업에서 중요한 콘텐츠 공급원으로 활용됨**
  - 온라인 문학 IP 가 보유하고 있는 탄탄한 세계관과 풍부한 캐릭터 설정은 숏폼 애니메이션이 필요로 하는 방대한 이야기에 대한 니즈를 충족시켜, 온라인 문학 IP 를 각색한 숏폼 애니메이션은 논리적으로 완전하고

73) 출처 : https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/1020/c326-11388.html
74) 출처 : https://baijiahao.baidu.com/s?id=1846124316236496598&wfr=spider&for=pc

매끄러운 스토리와 흥미진진한 줄거리, 원작 팬의 유입 측면에서 성공률과 영향력을 크게 높일 수 있음

- 한편, 2025 년 상반기 숏폼 애니메이션 공급량은 83%의 복합 성장률을 기록할 만큼 크게 성장하였으나, 양질의 콘텐츠 공급은 미비한 실정임
- 업계에서는 숏폼 애니메이션 산업이 빠르게 성장하면서 온라인 문학을 운영하는 기업들의 라이선스 사업 분야의 성장을 견인할 것이며, 자체 제작 방식으로 온라인 문학 IP 의 상업화가 빠르게 추진되고 있는 것으로 보아 숏폼 애니메이션이 앞으로 웨원그룹의 새로운 성장동력으로 부상할 것으로 내다보고 있음

[베트남] 디지털 시대, 글로벌 시장 진출을 위한 베트남 영화 저작권 보호 강화 75)

- **문화산업이 창조경제의 새로운 축으로 부상함에 따라 베트남 영화산업이 본격적인 도약의 기회를 맞고 있음**
  - 영화는 강력한 파급력을 통해 국가 이미지를 대외적으로 홍보할 뿐 아니라, 관광·문화산업 등 연관 분야의 활성화에도 크게 기여하고 있음. 특히 문화산업은 베트남 정부가 지속 가능한 성장을 이끌 핵심 동력으로 중점 육성 중인 분야이기도 함
  - 최근 베트남 영화의 배급 경로는 디지털 플랫폼, OTT, 소셜미디어 등으로 다양화되면서 접근성과 영향력이 한층 확대되고 있음. 그러나 동시에 저작권 침해 사례도 급격히 증가해 제작자, 감독, 그리고 창작 생태계 전반에 심각한 피해를 초래하고 있음. 문화체육관광부 산하 저작권국에 따르면, 매년 수천 건의 불법 링크가 적발되고 있는 것으로 나타났음
  - 이러한 현실을 인식한 정부는 영화산업의 지속 가능한 발전을 위해 다각적인 정책을 추진하고 있음. 대표적인 예로 2045 년 장기 비전을 포함한 '2030 년 문화산업 발전 전략', 문화산업 및 저작권 관련 홍보 계획, 문화예술 분야의 저작권료 제도 도입을 위한 법률안 마련 등을 들 수 있음. 이들 정책은 창작자·예술가·제작사의 권익 보호를 위한 중요한 진전으로 평가됨
  - 앞으로는 법·제도 전반의 체계적 정비와 함께 디지털 권리 관련 규정을 강화하고, 국경을 초월한 저작권 침해 대응 체계를 확립해야 함. 아울러 제작자·플랫폼·창작자 간 투명하고 공정한 수익 분배 구조를 구축하는 것도 필수적임. 베트남 영화가 국가를 대표하는 문화 대사로 확고히 자리 잡기 위해서는 저작권 보호를 모든 문화정책의 최우선 과제로 삼아야 함

[태국] 소프트파워는 방치되고 있음 76)

- **정부가 교체되어 내각이 바뀌고 이전 정부 정책의 연속성이 확실하지 않은 가운데, 10 월 4 일자 방콕포스트는 '소프트파워는 방치되고 있다'라는 제목의 사설을 게재했음. 다음은 사설 전문**
  - 정부의 변화는 쇄신과 흥분을 불러일으킬 수 있음. 내각의 새로운 얼굴들과 새로운 정책들은 국민들에게

75) 출처 : https://baotuyenquang.com.vn/van-hoa/202510/bao-ho-ban-quyen-de-dien-anh-viet-nam-hoi-nhap-trong-ky-nguyen-so-c5c4311
76) 출처 : https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/3115398/soft-power-left-idle

공공행정과 서비스 개선에 대한 희망을 안겨줌. 이러한 상황에서 기존 정책들이 이미 상당한 예산을 소모하고 있음에도 불구하고 종종 무시되고 있음

- 이전 프어타이당 정부는 스포츠와 예술을 포함해 창의성과 문화, 인재들의 잠재력을 상품화하는 데 중점을 둔 소프트파워 프로젝트를 추진했음. 패텅탄 친나왓 전 총리는 이러한 소프트파워 사업의 주창자였음
- 실제로 프어타이당 정부는 관광 · 음식 · 영화 · 패션 · 축제 · 스포츠 · 음악 · 예술 · 디자인 · 게임 · 문학 · 웰빙 · 공연의 13 개 핵심 사업을 육성하기 위한 국가소프트파워전략위원회를 설립했음. 그리고 관련 분과위원회와 창의문화진흥원(THACCA)이 이러한 사업 추진을 위해 설립되었음. 작년 소프트파워 사업은 50 억 바트(약 2,150 억 원)의 예산을 확보했음
- 대표적인 사업 중 하나는 One Family One Softpower(OFOS)로 연간 소득 20 만 바트(약 860 만 원)의 2 천만 개 일자리 창출을 목표로 했음
- 예술가와 영화 제작자에게 보조금을 지급하고 미술품 수집가들을 위한 세제 혜택 제공 등 유망한 사업들도 있었음
- 지금 가장 큰 관심사는 차기 정부가 이러한 사업을 어떻게 활용할 것인가 임
- 지난주 국회의원들은 소프트파워에 대한 의문을 제기했으며 국민당 아피싯 의원은 정부에 소프트파워 예산 점검을 요청했음. 그는 OFOS 같은 일부 사업이 목표치를 달성하지 못했다고 주장했음
- 지금까지 아누틴 정부는 이러한 소프트파워 계획에 대해 명확한 정책을 밝히지 않았음
- 앗타껀 씨리랏타야껀 신임 관광체육부장관은 현지음식 · 무에타이 · 태국공예와 같은 소프트파워 아이디어를 관광 유치 및 홍보 수단에 포함시키지 않았음
- 또한 싸비다 타이셋 신임 문화부장관은 전 총리이자 문화부장관이었던 패텅탄이 추진했던 수많은 사업에 대한 구체적인 계획을 아직 밝히지 않았음
- 물론 국회는 예산 지출을 검토해야 함. 하지만 이러한 검토는 공정해야 하며 정치적인 의도에 좌우되어서는 안 됨
- 초기에 창조경제로 불렸던 소프트파워가 효율적으로 운영된다면 태국 국민들에게 새로운 소득원과 경제적 기회를 창출할 수 있음
- 물론 이러한 소프트파워 정책의 중복성에 대한 우려도 여전히 존재함. 입찰과정에서 부정행위가 있었다는 불만들이 제기되고 있으며, 납세자들의 세금으로 운영되는 이러한 사업들이 과연 목표를 달성했는지에 대한 의문이 제기되고 있음
- 정부와 국회가 해야 할 일은 단순히 이전 정부에서 시행했다는 이유만으로 이러한 사업들을 포기하는 것이 아니라, 부정행위를 조사하고 사업을 개선하는 것임

[싱가포르] 싱가포르, 온라인 구제 및 책임 법안 상정 77)

- **신설 위원회에 온라인 유해 콘텐츠 차단 권한 부여, 민사적 구제책 제공 목표**
  - 싱가포르 정부는 10 월 15 일 온라인 안전 구제 및 책임 법안(Online Safety Bill)을 국회에 상정함. 이 법안은 온라인상의 피해자들에게 신속한 구제 수단을 제공하고, 가해자에게 책임을 묻기 위한 민사적 소송 근거를 마련하는 등 디지털 안전에 대한 국가적 대응을 강화하는 조치임
  - 법안의 핵심은 유해 온라인 콘텐츠의 제거 및 계정 규제를 명령할 수 있는 권한을 가진 온라인 안전 위원회(OSC)를 설립하는 것임. OSC 는 성희롱, 스토킹, 독싱, 친밀한 이미지 남용, 아동 이미지 기반 학대 등 5 가지 유형의 온라인 피해에 대해 플랫폼에 구속력 있는 지침을 내릴 수 있음
  - OSC 가 내릴 수 있는 지침은 유해 콘텐츠 삭제 및 접속 제한, 가해자 계정 비활성화 및 정지, 피해자의 반박 게시 허용 등 광범위하며, 플랫폼이 지침을 따르지 않을 경우 플랫폼 접속 차단 명령이나 앱 스토어에서 앱 제거 명령과 같은 추가적인 조치를 취할 수 있음
  - 이 법안은 또한 '법정 불법행위(Statutory Torts)' 체계를 도입하여 유해 콘텐츠 유포자, 온라인 공간 관리자, 플랫폼 등 온라인 생태계 참여자들의 민사적 의무와 책임을 명확히 함. 이는 피해자가 가해자의 익명성을 해제하고 배상금을 청구하는 등 실질적인 구제책을 확보할 수 있도록 지원함

[싱가포르] 말레이시아, 13 세 미만 아동 소셜미디어 사용 전면 금지 추진 78)

- **온라인 안전 강화를 위해 모든 플랫폼에 전자 신원 확인 의무화 방침**
  - 10 월 15 일 말레이시아 통신·디지털부 장관 파미 파질(Fahmi Fadzil)은 모든 소셜 미디어 플랫폼에 전자적 신원 확인(eKYC) 시스템 도입을 의무화할 방침임을 밝힘. 이 조치는 13 세 미만 아동의 소셜 미디어 계정 보유를 금지하는 동시에, 온라인 사기 및 유해 콘텐츠 억제를 목표함
  - 파질 장관은 지난달 소셜 미디어 플랫폼 대표들과의 회의에서 13 세 미만 아동 계정 생성을 막기 위한 신원 확인 의무화 방침을 전달했으며, 해당 요구사항의 정확한 시행 시기를 확정하여 내각에 보고한 후 발표할 예정임. 또한 말레이시아 통신 멀티미디어 위원회(MCMC)는 다음 주에 소셜 미디어 기업들과 이행을 위한 즉각적인 단계를 논의할 예정임
  - 이 조치는 최근 10 대 소년의 살인 사건을 포함하여 학생들을 둘러싼 학교 폭력 및 강력 범죄의 증가에 따라 소셜 미디어의 악영향에 대한 비판이 고조된 것과 관련이 있음. 정부는 이러한 심각한 사회 문제에 대응하고 온라인 통제를 강화하려는 국민적 요구를 반영함
  - 전문가들은 eKYC 구현이 위조 프로필 생성을 어렵게 하고 당국이 불법 계정을 추적하는 데 도움이 될 수

77) 출처 : https://www.reuters.com/business/media-telecom/new-singapore-law-empowers-commission-block-harmful-online-content-2025-10-15
78) 출처 : https://5pillarsuk.com/2025/10/16/malaysia-set-to-ban-children-under-13-from-social-media

있다고 보고 있으나, 개인 정보 보호 및 대형 플랫폼과의 시스템 통합 비용 문제 등 시행상의 어려움과 논란도 일고 있음

[뉴욕] KOOM 페스티벌, K-컬처와 스타트업 결합으로 글로벌 확장 모색 79)80)

- 뉴욕 꿈 페스티벌 (KOOM Festival)은 2025 년 10 월 16 일부터 18 일까지 미국 뉴욕 브루클린에서 개최된 한국 스타트업과 문화가 결합된 행사로, 한국 창업자,투자자, 브랜드, 아티스트 등이 한자리에 모여 글로벌 진출을 모색
- 주최는 United Korean Founders(UKF)으로, 한국-미국 스타트업 네트워크를 기반으로 기획, 행사에는 약 1 만 명 이상이 참여
- 낮 시간에는 창업자 피치 세션, 투자자 패널, 브랜드 쇼케이스 등이 열리고, 밤에는 K 팝 공연과 라이프스타일 체험존이 운영되어 문화와 비즈니스가 교차하는 독특한 구조를 갖춤
- 참가자들은 음식, 패션, 뷰티, 기술 등 다양한 산업의 한국 기업 및 스타트업으로, 꿈 페스티벌은 단순한 문화 축제가 아닌 "한국의 생활 방식을 세계 시장에 수출하는 장"으로 인식
- 특히, 이번 페스티벌은 한국 콘텐츠가 단순히 엔터테인먼트로 소비되는 단계를 넘어, 브랜드, 창업 모델, 투자 생태계로 확장되는 흐름을 보여줌
- Forbes 는 이를 "K-컬처 붐이 단순한 트렌드가 아닌, 지속 가능한 산업 기반으로 진화하는 신호"로 분석

[스페인] 스페인-라틴아메리카 공동제작, 영화산업의 핵심 전략으로 부상 81)

- 스페인과 라틴아메리카 간 영화 공동제작이 최근 몇 년간 급격히 확대되고 있음
- 양 지역은 언어와 문화적 기반을 공유하고 있으며, 제도적 지원이 강화되면서 공동제작이 이베로아메리카 영화산업 성장의 핵심 축으로 자리 잡고 있음
- 스페인 영화진흥기구(ICAA) 국장 이그나시 카모스(Ignasi Camós) 는 "라틴아메리카와의 공동제작은 현재와 향후 몇 년간의 최우선 전략 과제"라고 밝힘
- 스페인은 ALCOCI(라틴아메리카 영화 공동제작 협정) 와 CONICI(이베로아메리카 영화통합 협약)을 비롯해, 아르헨티나·멕시코·칠레·브라질·쿠바·콜롬비아 등 10 여 개국과 양자 협정 체결 중이며, 최근 콜롬비아와 새로운 협약을 맺고 파라과이·페루와의 협상도 진행 중임
- 2022 년부터 2024 년까지 총 88 편의 공동제작이 승인되어 2019~2021 년의 70 편보다 증가세를 보이고 있으며, 이 중 아르헨티나가 28 편으로 가장 많고, 멕시코·페루·도미니카공화국 등이 뒤를 잇고 있음
- 공동제작 영화는 47 편이 스페인 주도, 41 편이 상대국 주도이며, 장르별로는 극영화가 61 편으로 가장

79) 출처 : https://www.forbes.com/sites/annahaines/2025/10/09/new-york-korean-festival-koom-celebrates-the-k-culture-boom
80) 출처 : https://www.chosun.com/english/industry-en/2025/10/22/RDN33BDXE5FHHKEFRD4I3LV45M
81) 출처 : https://www.latamcinema.com/especiales/latinoamerica-y-espana-la-coproduccion-esta-en-el-adn

많고 다큐멘터리, 애니메이션, 실험영화 순임

- 다만 남성 감독 비율이 75%를 넘는 등 젠더 불균형이 여전히 존재함
- 제도적으로는 1989 년 체결된 ALCOCI 와 2006~2007 년 개정된 CONICI 가 다자 협력의 법적 기반을 제공하고 있으며, 스페인 영화법 시행령(Real Decreto 1084/2015)에 따라 공식 협정이 없는 국가와도 상호 인정 방식으로 공동제작이 가능함
- 또한 1995 년 설립된 Ibermedia 프로그램이 2024 년까지 1,209 개 프로젝트에 약 1 억 3,400 만 달러를 투자하며 공동제작의 핵심 엔진 역할을 하고 있음
- 산세바스티안 국제영화제의 유럽-라틴아메리카 공동제작 포럼과 마드리드의 Iberseries & Platino Industria 포럼은 산업적 네트워크의 중심으로, 수백 개의 프로젝트를 세계 영화제로 이끌며 실질적인 협력의 장을 제공함
- 스페인 내에서는 Wanda Films, Septembro Cine, Morena Films, Filmax, El Deseo, Tornasol 등 주요 제작사들이 활발히 참여하고 있으며, 이들은 공동제작이 언어와 문화의 유대 속에서 창의성과 시장 확장성을 동시에 높이는 수단이라고 평가함
- 그러나 최근 스페인 내 행정 및 방송사의 지원이 줄고 있다는 점은 과제로 지적됨. 현재 개정 중인 스페인 「영화 및 시청각 문화법」은 공동제작 확대, 젠더 평등, 인재 육성, 국제 경쟁력 제고 등을 주요 목표로 하고 있으며, 이를 통해 글로벌 시장에서의 경쟁력을 강화하려는 움직임이 가속화되고 있음
- 종합적으로 볼 때, 스페인-라틴아메리카 공동제작은 단순한 재정적 협력이 아니라 문화적·정치적 연대의 표현이자, 이베로아메리카 영화산업이 세계 무대에서 영향력을 넓혀가는 핵심 전략으로 작동하고 있음

[스웨덴] 스웨덴 유대인 영화제 취소 논란 [82]

- 스웨덴 남부 말뫼(Malmö)에서 열릴 예정이던 유대인 영화제가 안전 문제를 이유로 취소되자, 파리사 릴리에스트란드(Parisa Liljestrand) 문화장관이 "사회에 있어 절대적인 참사"라며 강하게 비판. 릴리에스트란드 장관은 18 일 스웨덴 공영방송 SVT 와의 인터뷰에서 "우리 사회의 한 구성원이자 국가적 소수집단인 유대인 공동체가 자신들의 문화를 표현하는 자리조차 위협받는다면, 그것은 민주사회가 기능하지 못하고 있다는 신호"라고 지적
- 문제가 된 행사는 '유대인 국제영화제(JIFF·Jewish International Film Festival)'로, 유대인의 역사와 문화를 주제로 한 다양한 영화를 소개하기 위해 기획되었음. 당초 말뫼 시내 여러 극장에서 개최될 예정이었으나, 행사 주최 측은 "협력 예정이던 영화관들이 안전상의 이유로 상영을 거부했다"라며 최근 취소 결정을 내렸음. 영화제 관계자는 "관객과 관계자의 안전을 최우선으로 고려한 결정이었지만, 결과적으로 유대인 문화 행사가 도시에서 설 자리를 잃게 된 점은 유감"이라고 말함
- 릴리에스트란드 장관은 이번 사태를 두고 "표현의 자유와 문화적 다양성이 스웨덴 사회의 근간"이라며, 특정 집단이 불안 때문에 문화 행사를 열 수 없는 현실을 "절대적인 사회적 재난(absolut katastrof)"이라고

82) 출처 : https://www.svt.se/kultur/kulturminister-parisa-liljestrand-m-en-absolut-katastrof-for-samhallet

표현하면서 "이것은 단순히 영화 한 편의 문제가 아니라, 우리 사회가 얼마나 포용적인가를 묻는 문제"라며 "정부는 이런 상황을 결코 용납하지 않을 것"이라고 덧붙였음

- 말뫼는 스웨덴 내에서도 유대인 인구 비율이 높은 도시이지만, 동시에 반유대주의 관련 사건이 자주 발생해 사회적 논란이 이어져 왔음. 최근 몇 년간 이스라엘-팔레스타인 갈등이 격화되면서, 현지 유대인 공동체에 대한 위협과 증오 발언이 증가했다는 보고도 있으며, 이에 따라 공공기관과 문화단체들이 유대인 관련 행사를 추진할 때 보안 문제를 이유로 취소하거나 축소하는 사례가 늘고 있음
- 스웨덴 정부는 이번 사안을 면밀히 검토하고, 문화 행사 개최 시 안전 확보 방안을 강화할 방침. 릴리에스트란드 장관은 "민주사회에서 예술과 표현은 결코 두려움에 의해 제한돼서는 안 된다"라며 "모든 시민이 자신들의 정체성과 문화를 자유롭게 표현할 수 있도록 정부가 책임을 다할 것"이라고 말함

[이탈리아] 2026 년도 예산안 초안에서 영화·시청각 산업 예산 삭감 논란 83)

- **2026 년도 예산안 초안에 따르면 영화·시청각 산업 기금은 2026 년에 1 억 9 천만 유로, 2027 년부터는 2 억 4 천만 유로가 삭감될 예정임. 그동안 사실상 무제한이던 세제 공제의 상한이 동 기금에 흡수되어, 총 한도액이 약 5 억 유로 수준으로 제한될 것으로 예상되어 업계가 반발함**
  - 이번 삭감안 발표의 배경에는 2025 년 6 월, 동거인과 딸을 살해한 혐의로 체포된 Francis Kaufman 이, 제작도 하지 않은 영화로 86 만 3 천 유로의 세제 혜택을 받은 사건이 있음. 동 사건으로 문화부가 검찰에 관련 문서를 제출했고 Nicola Borrelli 영화산업국장이 사임하는 사태가 발생해 세제 혜택 제도가 부패의 온상이라는 이미지로 번졌음
  - 이에 문화부가 유령 영화에 대한 부당 이득을 없애겠다면서 2020~2024 년간 작품에 대한 전수조사를 실시하고 강화된 사전 심사 절차를 발표하는 등 엄격한 관리가 예고되었음에도 이러한 분위기 속에서 결국 세제 혜택 상한 설정이라는 정치적 조치가 정당화됨
  - 기존의 세제 혜택 제도는 문화성, 제작 규모, 이탈리아 내 지출 비율 등 일정 요건 충족시, 해당 세액 공제를 자동으로 받을 수 있었음. 심사를 통과할 경우 은행을 통해 공제액을 현금화해 배우·스태프·후반작업비를 지급할 수 있었고, 제작 일정도 안정적으로 계획할 수 있었음
  - 하지만 연간 고정 상한이 설정되어 정부가 지원 우선순위를 메기게 되었는데, 예를 들어, 파올로 소렌티노(Paolo Sorrentino) 감독의 작품 Parthenope 는 한 편만으로 약 1,100 만 유로의 세제 혜택을 받은 바 있어 고비용 영화가 많아질수록 한정된 재원은 빠르게 소진되고, 작품의 질과는 무관하게 중·저예산 영화들이 밀려나는 구조가 될 수밖에 없음
  - 한도가 조기 소진될 경우, 이후 제작되는 영화들은 다음 해를 기다릴 수밖에 없게 되고 자연스럽게 금융 비용이 증가하게 되며 자금력이 없는 독립영화는 기다릴 여력이 없어 시장에서 도태될 수밖에 없다는 것이 영화계의 입장임

83) 출처 :
https://www.cinematografo.it/riflettori/tagliare-non-basta-cosa-sta-davvero-succedendo-al-cinema-italiano-iq4h1sd9

- 이에, 예산안 초안 발표 이후 이탈리아 제작사, 배급사, 관련 단체 등 업계는 루치아 보르곤조니(Lucia Borgonzoni) 영화 담당 문화부 차관을 중심으로, 세부 항목별 상한 분리, 분기별 신청 접수, 투명한 순번제 운영, 이미 촬영이 시작된 경우에는 보호 조항 설정 등 정부에 구제책을 요구하고 있음
- 이탈리아 영화·디지털 산업 협회(ANICA)는 성명을 통해 2026 년 제작 취소 및 2027 년 프로젝트 연기 또는 중단을 우려하며 강력히 반발했고 야권 역시 즉각 철회를 요구함

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('25.9 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	o 빌보드 Hot 100 - (43 위) ROSE & Bruno Mars (APT.) - (50 위) JEONGYEON, JIHYO & CHAEYOUNG of TWICE (Takedown) - (51 위) Twice (Strategy) - (52 위) Ceremony (Stray Kids) - (78 위) BLACKPINK (Jump) o 빌보드 200 - (3 위) Stray Kids (Karma: The 4th Album) - (38 위) CHAEYOUNG (Lil Fantasy, Vol.1) - (91 위) Twice (This Is For) - (153 위) JENNIE (Ruby) o 스포티파이 Weekly Top Songs USA - (42 위) Jimin (Who) - (50 위) JEONGYEON, JIHYO & CHAEYOUNG of TWICE (Takedown) - (53 위) TWICE (Strategy((from the Netflix film Kpop Demon Hunters)) - (121 위) Jimin (Be Mine) - (130 위) BLACKPINK (JUMP) - (132 위) The Weeknd, JENNIE, Lily-Rose Depp (One Of The Girls) - (137 위) ROSE & Bruno Mars (APT.) o 스포티파이 Weekly Top Albums USA - (84 위) Jimin (Muse) - (178 위) TWICE (THIS IS FOR)	o Netflix - (8 위) Bon Appétit, Your Majesty	o Google Play - (9 위) THE KING OF FIGHTERS AFK - (9 위) Snake Clash!	o Webtoon - (3 위) Rules for dating trash - (5 위) Tears on a Withered Flower - (8 위) The Remarried Empress - (9 위) Operation: True Love - (10 위) Omniscient Reader

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
동북아	중국	o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 - (1 위) aespa〈Rich Man〉 MV(aespa) - (2 위) 우기(YUQI)1st Single[Mativation] 'M. O.' M/V (宋雨琦 YUQI) - (3 위) IVE 'XOXZ' MV(IVE) - (4 위) 5, 4, 3 (Pretty woman) (feat. Lay Bankz) (CxM(SEVENTEEN)/Lay Bankz) - (6 위) 우기(YUQI)1st Single[Mativation] '아프다' Official Music Video (宋雨琦 YUQI) - (7 위) 우기(YUQI)1st Single[Mativation] '还痛吗' SPECIAL CLIP 宋雨琦 YUQI - (8 위) [REPLAY HIGH SCHOOL] 00 班级 SONGHA (REPLAY HIGH SCHOOL) - (9 위) JUMP (JUMP)		o 17173 PC 게임 인기 - (1 위) 던전앤파이터 - (4 위) 리니지 - (11 위) 크로스파이어 - (13 위) Aion - (14 위) 운명방주 - (15 위) 메이플스토리 - (16 위) 블레이드&소울 - (17 위) MU Online o 17173 모바일게임 인기 - (1 위) 전투파검령(블레이드 앤 소울 모바일) - (5 위) 메이플스토리 모바일 - (8 위) 검은사막 모바일 - (9 위) 크로스파이어 모바일	o 콰이칸웹툰 - (8 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐
	일본	o 오리콘차트 1) 주간 합산싱글랭킹(9 월 4 주) - (10 위) ILLIT (시간아 멈춰라) 2) 주간 합산앨범랭킹(9 월 4 주) - (3 위) TREASURE (LOVE PULSE) - (4 위) Stray Kids (KARMA) - (5 위) ZEROBASEONE (NEVER SAY NEVER) - (6 위) CORTIS (COLOR OUTSIDE THE LINES) - (7 위) aespa (Rich Man) - (10 위) RIIZE (ODYSSEY) 3) 월간 앨범 랭킹(9 월) - (1 위) Stray Kids (KARMA) - (2 위) TWICE (ENEMY) - (4 위) TOMORROW XTOGETHER(The Star Chapter:TOGETHER) - (6 위) BOYNEXTDOOR(No Genre) - (7 위) NCT DREAM (Go Back To The Future)	o 넷플릭스 MOVIE 인기 랭킹 - (5 위) 케이팝 데몬 헌터스(KPop Demon Hunters) - (10 위) 케이팝 데몬 헌터스(KPop Demon Hunters) sing Alone o 넷플릭스 KIDS SHOWS 인기 랭킹 - (6 위) 베베핀(Bebefinn) o 넷플릭스 KIDS SHOWS 인기 랭킹 - (1 위) 케이팝 데몬 헌터스(KPop Demon Hunters) - (3 위) 케이팝 데몬 헌터스(KPop Demon Hunters) sing Alone	o 온라인게임 인기순위 - (5 위) 라그나로크 온라인	o 라인망가 - (1위) 나 혼자 만렙 뉴비 - (2위) 김부장 - (3위) 시든 꽃에 눈물을 - (4위) 입학용병 - (5위) 재혼황후 - (6위) 흔한 빙의물인 줄 알았다 - (7위) 아카데미의 천재칼잡이 - (8위) 시간을 돌아온 황후의 납치결혼 - (9위) 못 잡아먹어서 안달 - (10위) 미스 펜들턴 o 픽코마 스마툰 - (2 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐 - (3 위) 갓 오브 블랙필드 - (4 위) 이번 생은 가주가 되겠습니다 - (5 위) 우리가 가족이 될 수 있을까요 - (6 위) 회귀검가의 서자가 사는 법 - (8 위) 갓 오브 블랙필드 - (9 위) 흑표 가문의 설표 아기님
동남아	인도네시아	o 유튜브 뮤직 - (4 위) HUNTR/X (Golden) - (6 위) Saja Boys (Soda Pop) - (30 위) HUNTR/X (How It's Done) - (32 위) Saja Boys (Your Idol) - (52 위) 하츠투하츠 (Pretty Please) - (71 위) 하츠투하츠 (STYLE)	o 넷플릭스 오늘 TOP 10 - (1 위) 폭군의 셰프 - (4 위) 사마귀: 살인자의 외출 - (5 위) 퍼스트레이디 o 아마존 프라임의 TOP 10 - (1 위) 컨피던스맨 KR - (5 위) 견우와 선녀	o 구글플레이스토어 - (14 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 모바일 - (25 위) 세븐나이츠 리버스 - (76 위) 라그나로크 M : 클래식 - (79 위) 서머너즈워 X TEKKEN 8 - (80 위) 로드나인 : 인피니트 클래스	o 라인웹툰 - (1 위) 울어 봐, 빌어도 좋고 - (2 위) 세레나 - (3 위) 옆집에 호랑이가 산다 - (4 위) 아빠, 나 이 결혼 안 할래요! - (5 위) 소녀의 세계 - (6 위) 입학용병

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		- (76 위) 트와이스 (Takedown) - (80 위) 블랙핑크 (뛰어) - (82 위) Rumi, Jinu, EJAE, Andrew Choi (Free) o 스포티파이 뮤직 - (56 위) 진 (Don't Say You Love Me) - (137 위) HUNTR/X (Golden)	- (6 위) 굿보이 - (7 위) 내 남편과 결혼해줘 - (8 위) 월수금화목토 o Viu(뷰)의 TOP 10 - (1 위) 백번의 추억 - (2 위) 마이 유스 - (4 위) 금쪽같은 내 스타 - (5 위) 달까지 가자 - (6 위) 신사장 프로젝트 - (7 위) 보이즈 II 플래닛 - (8 위) 런닝맨	- (81 위) 쿠키런: 킹덤 - (82 위) 라인 Let's Get Rich (모두의 마블) - (92 위) 메가 히트 포커 : 텍사스 홀덤 o 애플앱스토어 - (4 위) 세븐나이츠 리버스 - (17 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 모바일 - (34 위) 라인 Let's Get Rich (모두의 마블) - (36 위) 고스트 M 글로벌 - (40 위) 라그나로크 M : 클래식 - (43 위) 쿠키런: 킹덤 - (59 위) 라그나로크 오리진 글로벌	- (7 위) 일렉시드 - (8 위) 외모지상주의 - (9 위) 작전명 순정 - (10 위) 킬러 배드로 - (11 위) 재혼 황후 - (14 위) 참교육 - (15 위) 버려진 나의 최애를 위하여 - (16 위) 대가는 너희의 모든 것 - (18 위) 놀이감 - (19 위) 두 번 빼앗긴 남편 - (21 위) 흔한 빙의물인줄 알았다 - (22 위) 황제의 아이를 숨기는 방법 - (24 위) 쓰레기의 법칙 - (25 위) 나노마신 - (26 위) 상태창 보는 아기 황녀님 - (27 위) 바람피워요, 나랑 - (29 위) 문제적 왕자님 - (30 위) 대공님의 신부는 지옥의 전사
	베트남	o 베트남 스포티파이 탑 50 - (1 위) JungKook (Seven) - (3 위) JungKook (3D) - (6 위) Jin (Don't Say You Love Me) - (13 위) JungKook (Standing Next to You) o Zing 차트 - Kpop 차트 - (1 위) HUNTR/X (Golden) - (2 위) BLACKPINK (JUMP) - (3 위) Saja Boys (Soda Pop) - (4 위) WOODZ (Drowning) - (5 위) ALLDAY PROJECT (FAMOUS) o 빌보드 베트남 핫 100 - (2 위) JungKook (Seven) - (15 위) HUNTR/X (Golden) - (21 위) JungKook (3D) - (22 위) Jin (Don't Say You Love Me) - (49 위) Saja Boys (Soda Pop) - (51 위) ROSÉ, Bruno Mars (APT) - (70 위) JungKook (Standing Next to You) - (77 위) Jennie (One Of The Girls)	o 넷플릭스 TV 탑 10 - (2 위) 폭군의 셰프 - (3 위) 사마귀 - (4 위) 퍼스트 레이디		

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
	태국	o 태국 스포티파이 탑 100 - (17 위) Jung Kook (Seven) - (35 위) K Pop Demon Hunters (Golden) - (39 위) Jimin (Who) - (40 위) Jin (Dont's Say You Love Me) - (49 위) aespa (Rich Man) - (57 위) TEN (STUNNER)	o 넷플릭스 TV 탑 10 - (2 위) 폭군의 셰프 - (6 위) 에스콰이어: 변호사를 꿈꾸는 변호사들		o 라인웹툰 탑 10 - (1 위) 놀이감 - (2 위) 시든 꽃에 눈물을 - (3 위) 쓰레기의 법칙 - (4 위) 킬러 배드로 - (5 위) 두 번 빼앗긴 남편 - (6 위) 참교육 - (8 위) 프리즌러브 - (9 위) 작전명 순정 - (10 위) 역대급 영지 설계사
유럽	프랑스	o 유튜브 음악차트 100 - 9 월 1 주차: (3 위) 헌트릭스 (Golden) (14 위) 사자보이즈 (Soda pop) (17 위) 블랙핑크 (뛰어) (22 위) 로제 (APT) (46 위) 사자보이즈 (Your Idol) (41 위) 헌트릭스 (How it's done) (72 위) 트와이스 (Take down) (75 위) 스트레이키즈 (Ceremony) (77 위) 헌트릭스 (What it sounds like) (85 위) 헌트릭스 (Free) - 9 월 2 주차: (2 위) 헌트릭스 (Golden) (9 위) 사자보이즈 (Soda pop) (17 위) 블랙핑크 (뛰어) (25 위) 로제 (APT) (39 위) 헌트릭스 (How it's done) (47 위) 사자보이즈 (Your Idol) (52 위) 트와이스 (Take down) (68 위) 헌트릭스 (What it sounds like)	o 넷플릭스 SERIES - 9 월 1 주차: (9 위) 폭군의 쉐프 o 넷플릭스 MOVIES - 9 월 1 주차: (1 위) 케이팝 데몬 헌터스 - 9 월 2 주차: (1 위) 케이팝 데몬 헌터스 - 9 월 3 주차: (2 위) 케이팝 데몬 헌터스 - 9 월 4 주차: (2 위) 케이팝 데몬 헌터스 - 9 월 5 주차: (2 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 구글플레이 매출 100 위 - (24 위) 서머너즈워 - (27 위) 세븐나이츠 리버스 - (39 위) 배틀그라운드 모바일 - (77 위) 세븐 데들리 신즈 o 애플 앱스토어 매출 100 위 - (30 위) 배틀그라운드 모바일 - (39 위) 서머너즈워 - (51 위) 세븐나이츠 리버스 - (53 위) 서머너즈워 : 러쉬 - (56 위) 세븐 데들리 신즈	o 네이버 프랑스 웹툰 TOP 5 - (1 위) 쓰레기의 법칙 - (2 위) 개짓 - (4 위) 작전명 순정 o 레진 프랑스 웹툰 TOP 5 - (1 위) 악당 공작가의 실세 막내딸입니다 - (2 위) 당신의 이해를 돕기 위하여 - (3 위) 쉬고 싶은 레이디 - (4 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐 - (5 위) 결혼장사

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		(80 위) 헌트릭스 (Free) (95 위) 스트레이키즈 (Ceremony) - 9 월 3 주차: (2 위) 헌트릭스 (Golden) (11 위) 사자보이즈 (Soda pop) (18 위) 헌트릭스 (How it's done) (20 위) 블랙핑크 (뛰어) (23 위) 로제 (APT) (53 위) 트와이스 (Take down) (55 위) 사자보이즈 (Your Idol) (79 위) 헌트릭스 (What it sounds like) (80 위) 헌트릭스 (Free) - 9 월 4 주차: (2 위) 헌트릭스 (Golden) (11 위) 사자보이즈 (Soda pop) (19 위) 로제 (APT) (20 위) 블랙핑크 (뛰어) (22 위) 헌트릭스 (How it's done) (40 위) 사자보이즈 (Your Idol) (42 위) 트와이스 (Take down) (83 위) 헌트릭스 (What it sounds like) (84 위) 헌트릭스 (Free) - 9 월 5 주차: (2 위) 헌트릭스 (Golden) (12 위) 사자보이즈 (Soda pop) (19 위) 헌트릭스 (How it's done) (25 위) 로제 (APT) (29 위) 블랙핑크 (뛰어) (49 위) 사자보이즈 (Your Idol) (54 위) 트와이스 (Take down) (81 위) 헌트릭스 (What it sounds like)			

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		o 유튜브 인기아티스트 100 - 9 월 첫째주: (7 위) KpopDemon hunter's cast (18 위) 헌트릭스 (27 위) EJAE (39 위) 스트레이 키즈 (48 위) 블랙핑크 (79 위) 사자보이즈 - 9 월 둘째주: (6 위) KpopDemon hunter's cast (17 위) 헌트릭스 (22 위) EJAE (49 위) 스트레이 키즈 (50 위) 블랙핑크 (60 위) 사자보이즈 - 9 월 셋째주: (6 위) KpopDemon hunter's cast (12 위) EJAE (16 위) 헌트릭스 (51 위) 블랙핑크 (55 위) 스트레이 키즈 (67 위) 사자보이즈 - 9 월 넷째주: (6 위) KpopDemon hunter's cast (18 위) EJAE (20 위) 헌트릭스 (59 위) 블랙핑크 (60 위) 스트레이 키즈 (62 위) 사자보이즈 - 9 월 다섯째주: (7 위) KpopDemon hunter's cast (20 위) EJAE (21 위) 헌트릭스 (61 위) 블랙핑크 (62 위) 스트레이 키즈 (78 위) 사자보이즈			

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		o Spotify 50 - (15 위) 헌트릭스 (Golden) - (33 위) 블랙핑크 (뛰어)			
중동	UAE	o 스포티파이 Daily Top Song 50 - (1 위) 진 (Don't Say You Love Me) - (2 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Golden) - (4 위) 캣츠아이 (Gabriela) - (10 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Soda Pop) - (18 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Your Idol) - (24 위) 제니, The Weekend (One of The Girls) - (27 위) 로제, Bruno Mars (APT.) - (30 위) 케이팝 데몬 헌터스 (How it's Done) - (36 위) 정국 (Seven (Explicit Ver.)) - (49 위) 케이팝 데몬 헌터스 (What It Sounds Like) o 앙가미 차트 International 50 - (4 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (8 위) 케이팝데몬헌터스 (Soda Pop) - (9 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (12 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done) - (15 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (18 위) 케이팝데몬헌터스 (What It Sounds Like) - (24 위) 케이팝데몬헌터스 (Takedown) - (31 위) 케이팝데몬헌터스 (Free) - (32 위) 캣츠아이 (Gabriela)	o 넷플릭스 UAE TOP 10 Show - (3 위) 폭군의 셰프 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (3 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (3 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile	
	사우디	o 스포티파이 Daily Top Songs 50 - (2 위) 진 (Don't Say You Love Me) - (9 위) Katseye (Gabriela) - (26 위) 케이팝 데몬 헌터스 (Golden) - (30 위) 제니, The Weekend (One of The Girls) - (43 위) 제니 (like JENNIE) o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (4 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (23 위) 캣츠아이 (Gabriela)	o 넷플릭스 사우디 TOP 10 - (2 위) 폭군의 셰프 o 넷플릭스 사우디 TOP 10 Movie - (5 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (1 위) PUBG Mobile	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		- (24 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (33 위) 제니, The weekend (One of the Girls)			
	카타르	o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (2 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (6 위) 케이팝데몬헌터스 (Soda Pop) - (7 위) 로제, 브루노마스 (APT) - (13 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (14 위) 케이팝데몬헌터스 (Takedown) - (18 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done) - (49 위) 캣츠아이 (Gabriela)	o 넷플릭스 카타르 TOP 10 - (2 위) 폭군의 셰프 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (3 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (3 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile	
	이집트	o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (11 위) 케이팝데몬헌터스 (Golden) - (39 위) 로제, 브루노마스 (APT.) - (45 위) 제니, The weekend (One of the Girls) - (47 위) 케이팝데몬헌터스 (How It's Done) - (49 위) 케이팝데몬헌터스 (Your Idol) - (50 위) 케이팝데몬헌터스 (Soda Pop)	o 넷플릭스 이집트 TOP 10 - (3 위) 폭군의 셰프 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (2 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (6 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile	
	모로코	o 앙가미 차트 인터네셔널 50 - (43 위) 로제, 브루노마스 (APT.)	o 넷플릭스 모로코 TOP 10 - (3 위) 폭군의 셰프 o 넷플릭스 UAE TOP 10 Movie - (8 위) 케이팝 데몬 헌터스	o 애플앱스토어 Top Grossing - (2 위) PUBG Mobile o 구글플레이 Top Grossing - (3 위) PUBG Mobile	

※ 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 경향성을 보기 위함이므로 참고용으로만 활용하시기 바랍니다.

해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

[미국] 비즈니스센터(LA)	+1-323-935-2070	bizcenter_la@kocca.kr
[미국] 비즈니스센터(뉴욕)	+1-201-518-6706	koccany@kocca.kr
[프랑스] 비즈니스센터(파리)	+33-1-42-93-02-84	koccaeurope@kocca.kr
[중국] 비즈니스센터(북경)	+86-10-6501-9971	gihunkim@kocca.kr
[중국] 비즈니스센터(심천)	+86-755-2692-7797	sophia@kocca.kr
[일본] 비즈니스센터(도쿄)	+81-3-5363-4510	gracie@kocca.kr
[일본] 비즈니스센터(오사카)	+81-6-6732-8247	luciabaek@kocca.kr
[인니] 비즈니스센터(자카르타)	+62-21-252-3151	innerbus@kocca.kr
[베트남] 비즈니스센터(하노이)	+84-39-226-4093	imksman@kocca.kr
[UAE] 비즈니스센터(두바이)	+971-4-269-1566	yppy01@kocca.kr
[태국] 비즈니스센터(방콕)	+82-10-4323-4584	just@kocca.kr
[영국] 비즈니스센터	+44-7494-198601	uk@kocca.kr
[인도] 비즈니스센터(뉴델리)	+91-11-4334-5045	ho@kocca.kr
[멕시코] 비즈니스센터(멕시코시티)	+52-55-8043-9946	mexico@kocca.kr
[아르헨티나] 비즈니스센터	+54-11-5047-2454	argentina@kocca.kr
[싱가포르] 비즈니스센터(싱가포르)	+65-8181-9739	swpark@kocca.kr
[호주] 비즈니스센터(시드니)	+61-6215-6645	yhnom@kocca.kr
[스웨덴] 비즈니스센터	+46-79-058-72-66	sweden@kocca.kr
[이탈리아] 비즈니스센터	+39-3344-565804	italy@kocca.kr
[스페인] 비즈니스센터(마드리드)	+31-634-74-88-45	spain@kocca.kr
[캐나다] 비즈니스센터	+1-437-557-0363	canada@kocca.kr
[브라질] 비즈니스센터(상파울로)	+55-11-4040-0576	brasil@kocca.kr
[튀르키예] 비즈니스센터(이스탄불)	+82-10-2812-9266	turkiye@kocca.kr
[독일] 비즈니스센터	+49-1520-2353372	germany@kocca.kr

발행인 유현석(원장직무대행)
발행처 한국콘텐츠진흥원
ISSN 2733-578X
전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)
1566-1114
www.kocca.kr

OPEN 공공누리
출처표시 상업용금지 변경금지
공공저작물 자유이용허락