

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

싱가포르

코로나19 특집호

COVID-19

COVID-19 SPECIAL ISSUE

01. 싱가포르 코로나19 상황	03
1. 싱가포르 산업 전반 코로나19 영향	
2. 코로나19로 인한 경제적 파급	
02. 싱가포르 정부 정책	08
1. 정부 지원 정책	
2. 미디어 관련 지원	
3. 디지털 전환 지원 및 사회적 거리두기 독려	
4. 2단계 완화조치 이후의 미디어 산업	
03. 코로나19 관련 마케팅 트렌드	13
1. 소비 트렌드의 변화	
2. 디지털 광고	
04. 콘텐츠별 코로나19 상황 대응	17
1. OTT 서비스	
2. 영화/방송	
3. 음악	
4. 게임/e-스포츠	
5. 패션	



01

싱가포르 코로나19 상황



싱가포르 산업 전반 코로나19 영향

- 7월 29일 기준 싱가포르 코로나19 확진자는 51,531명으로 1월 23일 첫 확진 이후 6개월 만에 확진자 5만 명을 넘어섬. 싱가포르 인구가 580만 명임을 고려할 때, 약 인구 100명 중 1명은 코로나 확진 판정을 받은 정도의 수치임. 확진자의 90% 이상이 기숙사에서 생활하는 이주노동자들이어서 싱가포르 정부는 해당 이주노동자 30만 명에 대한 전수조사를 8월 초까지 진행할 예정
- 싱가포르 정부는 2020년 4월 6일부터 6월 1일까지 필수산업을 제외한 모든 사업장 폐쇄 등을 포함한 국가방역 조치인 '서킷브레이커(Circuit Breaker)'를 실시하였음. 서킷브레이커 종료 이후에는 3단계로 나누어 순차적으로 완화된 조치를 시행할 계획이라고 발표
- 1단계(Safe re-opening)는 최소 4주의 기간이며, 일부 매장 영업을 재개하고 각 가정은 하루 2인까지 가족 손님을 받을 수 있으며 유치원은 6월 10일부터 재운영, 개인 기도실 개방, 10인까지 참석하는 결혼식을 허용함
- 2단계(Safe Transition)는 수 개월간 지속 예정이며 요식업, 헬스장, 모든 학교 출석 가능, 야외 스포츠 시설 운영 재개가 가능함
- 3단계(Safe Nation)는 뉴노멀의 시기로 기한은 백신 및 치료제 개발까지이며 사회적, 문화적, 종교적, 사업적 행사가 제한적으로 진행될 수 있음
- 현재 6월 19일 이후로 제한 완화조치가 2단계에 진입하면서 요식업 외 일반 소매상점도 영업을 재개하게 됨. 매장 내 식사, 야외 스포츠 시설 운영, 5명 이내의 친목 활동도 가능해짐
- 하지만 참가인원을 제한한 행사 및 오락 유흥시설이 허용되는 최종 3단계까지는 앞으로도 수개월의 시간이 필요할 것으로 전망됨. 이에 따라 음악 콘서트, 패션쇼, e스포츠 토너먼트 등의 오프라인 행사는 당분간 취소되거나 연기될 전망
- 국경 봉쇄와 관련하여, 싱가포르는 외국인 노동자를 중심으로 코로나19가 확산하고 있어 항공기를 통한 입국 제한조치를 일부 유지 및 강화하고 있음. 6월 17일부터 한국, 호주, 일본을 포함한 코로나19 감염 확산이 억제되는 일부 국가에 한하여 의무 시설격리에서 자가 격리로 완화조치를 취하였음. 또한 7월 21일 싱가포르와 말레이시아 양국은 8월 10일부터 5개월간 이어진 육상봉쇄를 해제하기로 합의하면서 점진적인 인적 물적 교류를 통한 경제 회복을 위한 조치들을 취하고 있음
- 작년 4월 싱가포르 외국인 방문자는 160만 명이었으나 올해는 750명에 그쳤음. 뉴욕시보다도 작은 규모의 싱가포르는 여타 관광지를 개방할 수 없기에 싱가포르 도심의 코로나19 상황이 호전되지

않는 이상 관광업 재개는 어려울 전망

- ❖ 지난해 싱가포르는 1,810만 명의 방문객을 유치하였으며 관광수입은 277억 싱가포르 달러(약 24.6조 원 상당)에 달하였음. 그러나 코로나19로 관광객 방문이 급감하면서 관광업에 종사하는 65,000명의 생계와 국내 총생산의 4%를 차지하는 관광부문에서 경제적 피해가 이어질 것으로 보임. 전문가들은 2022년까지 관광업의 완전한 회복을 기대하기 어려울 것으로 전망

표 1 싱가포르 주요 시기별 코로나19 현황

시기	누적 확진자(명)	상황/조치
2020.01.23.	1	- 싱가포르 내 첫 코로나19 확진자 발생
		- 코로나19 타격이 가장 큰 5개 산업(관광, 항공, 운송, 소매, 요식)의 일자리 유지와 기업 현금 흐름 지원 (40억 싱가포르 달러, 약 3.5조 원 상당)
2020.02.19.	84	- 가정 생활비 부담 완화 지원 (16억 싱가포르 달러, 약 1.4조 원 상당)
		- 코로나 19 대책 앞선 기관 지원 (8억 싱가포르 달러, 약 2,600억 원 상당)
2020.03.04.	112	- 최근 14일 이내 대한민국, 중국, 이탈리아(북부), 이란 방문 여행객의 싱가포르 입국 및 경유 금지
2020.03.23	509	- 단기 외국인 방문자의 싱가포르 입국 및 경유 금지
		- 1차 지원책(64억 싱가포르 달러, 약 5.6조원 상당)에 이어 2차 지원책 (484억 싱가포르 달러, 약 42.4조원 상당) 발표하여
2020.03.26	683	- 전체 GDP의 약 11%의 재정적 지원을 피해 대응에 투입
		- 3월 26일부터 4월 30일까지 오락 및 유흥업 영업 중지 및 10명 이상의 종교, 교육 모임 중단 권고
		- 4월 3일 긴급 담화문을 통해 4월 7일부터 5월 4일까지 4주간 필수시설 외 모든 사업장을 폐쇄하는 국가방역 조치
		- 서킷브레이커 실시
2020.04.07.	1,481	- 모든 친목 모임 금지 및 적발 시, 최대 1~2만 싱가포르 달러(약 868~1,737만원 상당) 벌금 및 6개월 ~ 1년 징역 부과
		- 3차 지원책 (51억 싱가포르 달러)으로 일자리 유지지원(40억 싱가포르 달러, 약 3.5조원 상당), 싱가포르 국민 일회성 현금 보조금(11억 싱가포르 달러, 약 9,555억원 상당) 편성
2020.04.20	8,014	- 서킷브레이커, 6월 1일까지 4주 연장 시행
2020.05.26.	32,343	- 4차 지원책(330억 싱가포르 달러, 약 28.7조원 상당)으로

		40~50대를 중심으로 일자리 지원
		- 1~4차 총합 1,000억 달러 지원(GDP 20% 규모)
2020.06.19	41,615	- 서킷브레이커 이후 완화조치 2단계(Safe Transition) 실시
2020.07.21.	48,434	- 8월 10일부터 검역 조건을 충족하는 근로자의 통행을 조건으로 싱-말 육상봉쇄 해제 예정

출처: 인도네시아 비즈니스센터 자체 조사, 2020.07

- 4~5월 기간의 확산세에 비교하면 코로나19 전파 속도는 현재 감소 추세에 있음. 그럼에도 불구하고 7월을 기준으로 여전히 200~400명 수준의 신규 확진자가 지속해서 발생하고 있음
- 7월 7일 기준으로 누적 확진자 45,140명 중 42,554명이 외국인 노동자 기숙사 거주자이며 해외유입은 604명, 지역사회 감염은 1,982명으로 집계됨. 외국인 노동자 거주지에 대한 집중적인 관리가 코로나19 추가 확산을 막는 데 결정적일 것으로 예상



코로나19로 인한 경제적 파급

- 통상산업부(MTI)는 지난 3월 26일 싱가포르의 2020년 1/4분기 경제성장률이 -2.2%를 기록하였다고 밝히며 코로나19의 여파로 올해 경제성장률 전망치를 기존 -0.5~1.5%에서 -4.0~-1.0%로 하향 조정하였음
- 이어 통상산업부는 지난 5월 올해 경제성장률 전망치를 하향 재조정하였음. 즉, 싱가포르 2020년 경제전망으로 -7~-4%를 기록할 것으로 예측했는데, 이는 1965년 독립 이후 역대 최저치의 경제성장률임. 이는 코로나19 확산 여파로 인한 미국 및 유로존의 경제활동 감소에 기인한다고 밝힘
- 싱가포르 경제가 마이너스 성장률을 기록한 것은 2001년 닷컴 버블이 터지면서 마이너스 1% 성장한 이후 19년 만에 처음 있는 일
- 4월 싱가포르 PMI¹⁾는 44.7로 2008년 글로벌 금융위기 이래 최저치를 기록하였음. 그러나 5월 PMI는 46.8, 6월 PMI는 48.0 포인트로 2개월 연속 상승하였음. 이는 제조업 부문의 회복력을 보여주는 것으로 싱가포르 경기가 점진적으로 회복될 것으로 평가됨. 반면, 글로벌 공급망 단절, 미·중 무역갈등 등으로 인한 불확실성 지속으로 경기 부진에 대한 전망도 꾸준히 제기되고 있음
- 코로나19에 따른 이동 제한 및 대내외 수요감소로 인하여 당초 예상보다 더 큰 폭의 경제성장률 하락을 경험하고 있으며, 싱가포르의 2/4분기 경제성장률이 1분기에 이어 연속 마이너스 성장을 기록하며 경기침체가 현실화되고 있음

1) 구매관리자지수(Purchasing Manager's Index)로 매달 제조업 동향에 대한 설문을 시행해 산출하는 제조업 분야의 경기 지표. 50 미만이면 경기 수축, 50 이상이면 경기팽창을 의미

- ❖ 지난 2개월간 강력한 봉쇄조치를 진행함에 따라 싱가포르 2/4분기 GDP 성장률이 지난해 같은 기간보다 -12.6%(전기 대비 -41.2%)를 기록하여 2009년 이후 최초로 기술적 침체에 진입함. 싱가포르 통화청은 하반기 경기회복을 예상하나 실업 및 기업 파산의 증가 가능성을 언급하면서 경기회복은 앞으로 더디게 진행될 것으로 전망
- ❖ 싱가포르 2분기 근로자 수는 12만 1,800명 하락하며 역대 최대 감소율을 기록하였음. 2분기 실업률은 2.9%로 10년 만에 최고치를 기록하였음. 이는 외국인 근로자 수가 대폭 감소하고 관광업을 중심으로 한 대규모 정리해고를 진행한 데 기인함
- ❖ 싱가포르 부총리는 코로나19로 인해 싱가포르 실업자가 10만 명을 초과할 것이며 2019년 실업률 2.4%와 비교하여 2020년의 연간 실업률은 3.5~4%에 달할 것으로 전망하였음
- ❖ 싱가포르는 6월 7일부터 6차례에 걸쳐 코로나 19 이후 대응과제 및 추진 계획에 대한 연설을 진행하였음. 리셴룽 총리는 향후 수년간 싱가포르 기업은 인력 구조조정을 포함한 사업 모델 변화의 과정을 거쳐야 하고, 노동자들은 고용 유지를 위해 새로운 기술 습득을 요구받는 등 모두에게 어려운 시기가 될 것이라고 강조
- ❖ 마지막 연설을 한 싱가포르 부총리 겸 재무장관 헝스위킷(Heng Swee Keat)은 최우선 과제로서 일자리를 보전하기 위해 타격이 큰 업종과 저임금 근로자의 일자리 유지를 위한 지원책을 강화하고 경제 전환을 통해 더 나은 일자리 창출을 위해 노력할 것이라 밝힘



02

코로나19 관련 싱가포르 정부 정책



정부 지원 정책

- ❖ 싱가포르 정부는 경기회복을 위해 다양한 경제적 지원책을 마련하고 있으며, 2월 실시한 1차 지원책에서 64억 싱가포르 달러(약 5.6조원 상당) 규모의 부양책을 통해 코로나19로 인해 손해를 입은 산업 및 가계를 지원하였음. 3월에는 484억 싱가포르 달러(약 42.4조원 상당) 규모의 추가 부양책을 통해 기업의 해고를 막고 기업과 자영업자의 법인세 유예, 싱가포르 국민에게 현금 지급 등을 지원함. 이후 4월 6일에 일자리 및 가계의 경기충격 완화를 위한 3차 경기부양책을 발표하였으며 5월 26일에는 특히 40~50대의 일자리 보전과 창출을 중점에 둔 330억 싱가포르 달러(약 28.7조원 상당) 규모의 4차 경기부양 지원책을 발표하였음
- ❖ 1~4차를 포함한 총 부양책 규모는 1000억 싱가포르 달러(약 86.9조원 상당)로, 싱가포르 국내 총생산(GDP)의 20% 규모임. 불과 100여 일 사이에 네 차례에 걸쳐 경기부양책을 실시한 것은 역사상 처음
- ❖ 코로나19로 인해 사업장 유지가 어려워짐에 따라 고용감축, 무급휴직 등의 사례가 잇따르면서 고용 안정성이 급격히 나빠지자 싱가포르 정부에서는 고용 지원제도(Jobs Support Scheme)를 운용하여 코로나 피해가 막심한 산업을 대상으로 싱가포르 시민권자, 영주권자의 월 임금의 25~75%를 보전해주고 있음
- ❖ 외국인 근로자 부담금(Foreign Worker Levy) 면제 조치를 통해 중소기업 고용주는 4~5월 외국인 근로자 부담금이 면제됨. 본국에서 휴가를 보내고 있는 외국인 근로자의 고용 부담금을 최대 90일간 지급 면제 신청할 수 있게 됨에 따라 약 6만여 개의 기업이 혜택을 받을 것으로 전망
- ❖ 통상산업부는 6월 3일 보도자료를 통해 국가 일자리위원회(National Jobs Council)를 출범하며 향후 12개월간 10만 개의 일자리 창출을 위한 구체적인 계획 및 실행을 감독해 나갈 예정
- ❖ 이와 같은 조치의 일환으로 4월에는 재정적 도움이 필요한 45만 명 이상에게 500 싱가포르 달러(약 48만원 상당)을 일회성으로 현금 지원하였음. 5월 초부터는 실직 또는 상당한 임금삭감이 이뤄진 근로자 59,000여 명에게 3개월간 매달 800싱가포르 달러(약 77만 원 상당)을 지급하고 있음



미디어 관련 지원

- ❖ 코로나19는 운송, 관광, 소매 및 식음료에 이르는 광범위한 산업 영역에서 부정적 영향을 미치고 있으며 미디어 산업 또한 예외가 아님

- ❖ 사회적 거리 두기가 시행되면서 자택에서 지내는 시간이 길어지고 미디어 소비는 증가하였음. 그러나 오프라인 콘텐츠 제작에는 어려움을 겪으면서 제작자들은 힘든 시기를 보내고 있음
- ❖ 싱가포르 영화 전문가 협회(SAMPP)의 최근 조사에 따르면, 미디어 전문가의 53.2%가 코로나19의 영향을 크게 받고 있다고 응답하였으며, 응답자의 3/4은 기존의 프로젝트 중에서 많은 부분이 취소되거나 연기되어 소득에 영향을 미칠 것으로 예상한다고 응답하였음
- ❖ 싱가포르 정보통신미디어개발청(IMDA)은 싱가포르 영화전문가협회의 코로나19 구호기금에 20,000 싱가포르 달러(약 1,700만원 상당)를 기부하여 프로젝트 취소 및 연기로 영향을 받는 미디어 전문가들을 지원하였음
- ❖ IMDA는 코로나19로 피해를 본 산업 일자리를 보호하고 콘텐츠 제작을 지속하기 위하여 현지 미디어 파트너(Mediacorp, Singapore Press Holdings, Viddsee 등)와 협력하여 800만 싱가포르 달러(약 69.5억원 상당) 규모의 공공 서비스 콘텐츠(Public Service Content) 펀드를 구성하였음
- ❖ 동 펀드는 4월 23일을 기점으로 제안서를 제출 받았음. 각 참가자는 10분 미만의 길이, 6개 카테고리의 공공 서비스 방송 목표, 4가지 공식 언어 중 하나의 언어 사용, PG13 등급과 같은 기준을 충족해야 하며 서킷브레이커 기간 이후에 작업을 시작할 수 있음
- ❖ 또한 IMDA는 미디어 분야에 종사하는 자영업, 프리랜서를 지원하기 위하여 기술훈련 수강비의 최대 90%를 지원하고 코스당 최대 3,000 싱가포르 달러(약 260만원 상당)를 지원하고 있음. 일부 과정에서는 훈련 수당도 지원하고 있음
- ❖ 정보통신부 장관 이스와란(S. Iswaran)은 미디어 회사와 미디어업계 종사자들을 지원하여 콘텐츠를 통해 싱가포르 국민의 영감을 끌어내고 서로를 하나로 이어줄 수 있도록 지원할 것이며, 미디어 회사를 위한 다양한 신규 프로젝트 기회, 운영비용 감소를 위한 지원과 미디어 종사자들을 위한 교육 훈련 보조를 통해 현 상황에서 기술을 연마하는 데 도움이 되도록 지원할 것이라고 밝힘. 이러한 일련의 계획은 싱가포르 국민의 직업과 생계를 보호하고자 하는 국가적 노력의 일환이며 이를 통해 불확실한 시기를 극복하여 강자로 부상하자고 밝힘
- ❖ 현지 인재의 역량 강화를 위하여 IMDA는 해당 기업의 전문지식을 활용해 CPP(Capabilities Partnership Programme)를 운영한다고 밝힘. 대형 미디어 파트너인 워너미디어(WarnerMedia), 비아콤(ViacomCBS Networks) 등과 현지 미디어사를 연계하여 '메이드 인 싱가포르(Made in Singapore)' 콘텐츠를 개발할 예정으로, 5월부터 6월까지 최대 3개의 지역 콘텐츠를 개발할 계획임. 향후 12개월 이내에 총 80~100개 이상의 현지 미디어 회사가 혜택을 누릴 것으로 예상
- ❖ 서킷브레이커 기간 동안 미디어사들의 운영비용을 절감하는 데 도움이 되고자 4월 17일부터 추가

통지가 있을 때까지 영화 전시회 및 배포에 관한 신규 라이선스 신청 및 기존 라이선스 갱신 비용, 비디오 게임 라벨 비용, 공개 전시회 및 영화 배급 등의 일부 수수료를 면제 조치함



디지털 전환 지원 및 사회적 거리두기 독려

- ✔ 3월 26일부터 싱가포르 정보통신 미디어개발청(IMDA)은 싱가포르 기업에 ‘Stay Healthy, Go Digital’을 주문하며 코로나19 사태를 극복하기 위한 다양한 조치들을 시작하였음
- ✔ 이에 대한 일련의 조치 중 하나로 싱가포르 중소기업 디지털화 프로그램(SMEs Go Digital)을 운영 중임. 디지털 전환 솔루션 지원, e-청구서 등록 보조금 지원 등의 다양한 디지털 솔루션 채택을 위한 보조금을 지원받을 수 있음
- ✔ 생산성 솔루션 지원(PSG, Productivity Solution Grant) 프로그램에는 온라인 협업 도구, 가상회의 및 전화 도구, 대기열 관리 도구, 체온 점검 솔루션 등이 포함되어 있으며 4월 1일부터 12월 31일까지 비용의 최대 80%까지 보조받을 수 있음
- ✔ 고급 디지털 솔루션도 지원받을 수 있으며 물리적 접촉을 최소화하는 빌딩 보안 및 시설관리 시스템, 전자거래를 지원하는 통합 B2B 시스템 등 기존 인프라를 교체하거나 확장하는 비용을 총당할 수 있도록 지원할 예정
- ✔ 싱가포르 정부는 저소득층 가정, 노인과 어린이를 포함한 취약계층이 일상적인 업무 및 사교 활동을 온라인으로 진행할 수 있도록 지원하고 있음
- ✔ 정보통신부 장관 이스와란은 모든 싱가포르 국민이 상호 연결되어 즐겁고 생산적으로 지낼 수 있도록 돕고자 한다고 밝히며 통신산업과 협력하여 네트워크 용량을 강화하는 등의 일련의 조치를 취하고 있음. 또한 무료 방송, 케이블, OTT 플랫폼 등과 협업하여 더 다양한 콘텐츠를 제공하고 노트북/PC와 인터넷 연결이 필요한 저소득층 학생의 가정학습을 지원하기 위해 국가적으로 지원할 계획이라고 밝힘
- ✔ 이에 대한 일련의 후속 조치로, 유료 TV 채널을 운영 중인 싱텔(Singtel)은 무료 미리보기 채널 수를 30개로, 스타hub(Starhub)은 무료 미리보기 채널을 32개로 확대하였음



2단계 완화조치 이후의 미디어 산업

- ✔ 각 기업은 사업장 내 직원들 간 1m 이상의 물리적 안전거리를 확보해야 하며, 모든 직원과 방문객의

출입을 기록해야 함. 해당 조치를 취하지 않는 사업장은 운영이 중단될 수 있으며 사업장을 재개하는 사업체는 2주 이내에 'Go Business' 포털을 통해 인력 정보를 제출해야 함

- ✔ 대규모의 인력 동원이 필요한 방송 프로그램 제작과 디지털 미디어 관련 회사(TV 광고, 숏 내러티브, 다큐멘터리, 영화 등)에는 30인 이상이 한 장소에 위치할 수 없음. 마스크를 벗은 상태에서 화면에 송출되는 출연진은 어떠한 상황에서도 10인을 초과할 수 없으며 촬영 전 IMDA에 사전등록하여야 함
- ✔ 기타 영상 제작과 관련된 회사들은 한 장소에 10인을 초과할 수 없으며, 마스크를 착용하지 않은 출연자는 5인 미만이어야 함
- ✔ 라이브 음악 프로그램의 경우 해당 장소에 10인 미만이어야 함. 5인 이상의 가수 혹은 연주자를 배치할 수 없으며 각 연주자는 2m 이상의 안전거리를 유지하여야 함
- ✔ 영화관은 7월 13일부터 재개되며, 영화관은 필수 안전관리조치를 따라야 함. 최대 5명의 고객(친구, 가족 등)이 1m 거리 제한 없이 함께 앉기 위해 영화관람 표를 구매할 수 있으며, 영화관 당 최대 50명까지 수용할 수 있음. 음식과 음료를 먹을 때를 제외하고 모든 고객은 영화관 내에서 마스크를 착용해야 함
- ✔ 모든 행사 및 단체 모임(컨퍼런스, 전시회, 축제, 콘서트, 스포츠 경기, 무역 박람회 등)은 그 규모나 입장권의 발권 여부와 상관없이 추가 공지가 있을 때까지 취소되거나 연기되어야 함
- ✔ 해당 조치들로 일정 부분 미디어 활동이 재개되어 방송 및 영상 프로그램 제작은 큰 차질 없이 진행될 것으로 보이나 외부 행사에서는 여전히 인원수 제한 등이 존재함. 또한 영화관을 제외한 전시회, 극장, 스포츠 경기 등은 여전히 행사 개최에 어려움을 겪고 있음. 따라서 해당 산업 종사자들은 행사를 온라인으로 전환하거나 행사 일정을 연기 혹은 취소해야 할 것으로 보임



03

코로나19 관련 마케팅 트렌드

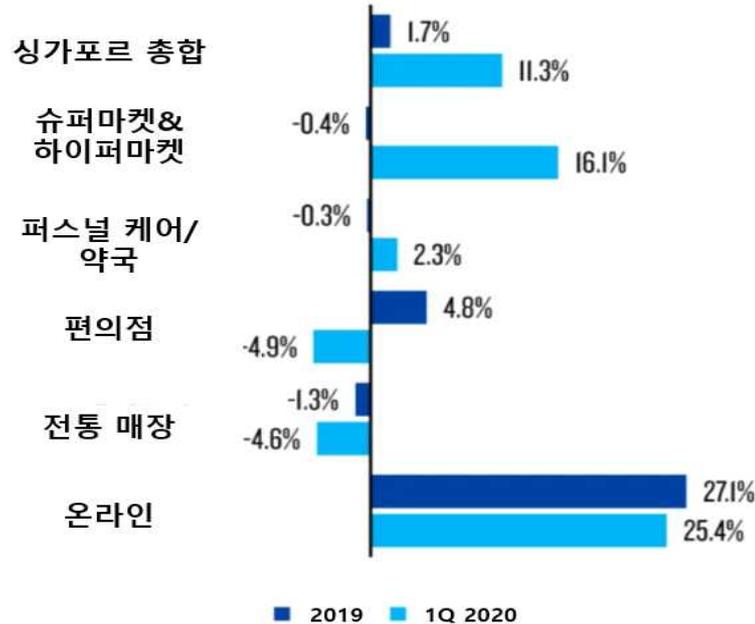


소비 트렌드의 변화

- ❖ 미디어 조사업체 닐슨(Nielsen)의 3월 조사에 따르면 싱가포르 응답자의 54%가 향후 12개월 이내에 경기침체에서 회복되리라 생각한다고 응답하였음. 이로써 향후 경제 상황을 긍정적으로 전망하고 있고, 코로나19의 확산을 막기 위한 싱가포르 정부의 조치를 긍정적으로 평가한 것으로 볼 수 있음
- ❖ 4월 이후 코로나19 상황이 개선되지 않고 확진자가 지속해서 늘어나면서 소비자들은 식료품 구매와 관련하여 예산을 제한하는 것으로 나타남. 닐슨의 2020년 5월 보고서에 따르면, 응답자의 8/10 이상의 소비자가 식품 가격이 계속 상승하고 있으며 앞으로도 계속 상승할 것으로 예상하였으며, 이에 쇼핑객의 45%는 필수품목만 구매하였음. 구매자의 22%는 총 구매 수량을 줄였으며 19%는 더욱 저렴한 브랜드로 전환하였다고 밝힘
- ❖ 반면 지난 4월 조사에 의하면, 코로나19로 인하여 건강 및 웰빙 제품에 대한 소비는 빠르게 성장하고 있음. 싱가포르 응답자의 26%는 코로나19 기간 중 건강보조식품을 처음 구매하였다고 응답하였음. 또한 향후 12개월 이내에 재구매 의사가 83%에 달해 코로나19 상황이 회복되어도 건강에 관한 관심은 지속해서 커질 것으로 전망
- ❖ 또 다른 측면으로, 싱가포르인 37%는 코로나19 기간 동안 온라인 쇼핑을 이전보다 더 많이 한다고 응답하였음. 특히 1/4은 코로나19 상황이 회복된다고 하여도 지금의 온라인 쇼핑 정도를 유지할 것이라고 응답하여 코로나19 사태로 발발된 온라인으로의 전환이 소비자의 구매습관에도 영향을 미친 것으로 보임
- ❖ 구글 인사이트(Google Insight)의 4월 설문 자료에 따르면 서킷브레이커 기간에 유입된 온라인 쇼핑객의 24%는 이전에 온라인 구매를 해본 적이 없는 신규고객이며 해당 신규고객 중 74%는 서킷브레이커 이후에도 온라인 쇼핑을 계속하겠다고 응답하였음
- ❖ 코로나19 상황이 장기화되면서 온라인 쇼핑 구매는 지속해서 증가할 것으로 보이며, 온라인 매장의 배송 편의성, 재고관리 등이 유입된 고객을 유지하는 핵심 역량이 될 것으로 보임

표 2 싱가포르 소매시장 증가율

소매시장 증가폭
2019 vs 1Q 2020



출처: 닐슨, 2020.03



디지털 광고

- ✔ 코로나19 전염병은 외부활동을 제한하면서 소비자의 온라인 쇼핑 사용 증가와 더불어 미디어 사용량 증가에 결정적 영향을 미치고 있음
- ✔ 많은 제조업체가 매장 내 프로모션 및 BTL²⁾ 예산을 디지털로 전환하거나 비접촉, 비대면으로 진행할 방법을 찾으려고 노력하고 있는 상황임. 이로 인해 온라인 광고, 배너 및 기타 형태의 디지털 광고에 대한 투자수익(ROI)이 상승할 것으로 기대할 수 있음
- ✔ 구글 인사이트에 따르면 지난 4월, 5월 두 달간 싱가포르에서 가장 많이 시청한 유튜브 동영상 광고는 싱가포르 무슬림 온라인 미디어 플랫폼 무슬림SG(MuslimSG)의 라마단 관련 동영상 <Jauh di mata, dekat di hati>로 나타남. 이 동영상은 코로나19로 인해 멀리 떨어진 타지에서 물리적 접촉 없이 지내야 하는 말레이계 무슬림들의 라마단 기간의 풍경을 그렸는데, 120만 회가 넘는 뷰를 기록하며 큰 호응을 끌어냈음

2) BTL(Below the line)은 미디어를 매개하지 않는 프로모션으로 대면 커뮤니케이션을 활용하는 것을 지칭

- 이외에도 6월에 가장 많이 시청한 유튜브 광고는 싱가포르 정부의 공익광고 〈Onward Singapore〉로, 싱가포르 국가 ‘Majulah Singapura’를 배경음악으로 각자의 위치에서 묵묵히 일하는 시민들의 모습을 담았음. 해당 공익광고는 많은 이들의 긍정적 피드백을 받으며 총 116만 회의 조회수를 기록하였음

그림 1 코로나19 기간 싱가포르 유튜브 광고 예시



출처: 구글 유튜브 광고 리더보드



04

콘텐츠별 코로나19 상황 대응



OTT 서비스

- 3월에 상당한 비율의 근로자들이 재택근무를 시작한 이후로 싱가포르 인터넷 제공업자인 마이리퍼블릭(Myrepublic)은 주간 네트워크 트래픽이 60% 증가하였으며, 뷰퀘스트(ViewQwest)는 전반적으로 30% 증가하였다고 밝혔음. 미국의 다국적 컨설팅 기업 액센츄어(Accenture)의 6월 보고서에 따르면, 코로나19 이후 지난 5개월간 통신(모바일, 광대역 인터넷, 홈 엔터테인먼트 서비스)에 대한 접속량은 평균 29% 증가하였음
- 이는 비단 재택근무로 인한 트래픽뿐만 아니라 재택기간이 길어지면서 유튜브, 넷플릭스를 비롯한 미디어 콘텐츠 소비증가에 기인한 것으로 추정됨
- 글로벌 가격 비교 리서치 업체 파인더(finder.com)의 자료에 따르면 싱가포르에서 2월부터 3월까지의 기간에 스트리밍 사이트 접속은 총 35% 증가하였음
- 플랫폼별로 살펴보면 ‘HBO Go’가 94.4% 증가하여 가장 큰 폭으로 성장하였으며, 그 뒤를 이어 ‘미와치(Mewatch)’가 49.64%, ‘넷플릭스’가 40%를 차지하였음. ‘싱텔’ 또한 페이지 조회수가 31% 증가하여 5위를 기록함

그림 2

2월 대비 3월간 OTT 서비스 이용 증가량

싱가포르 OTT 서비스 증가폭

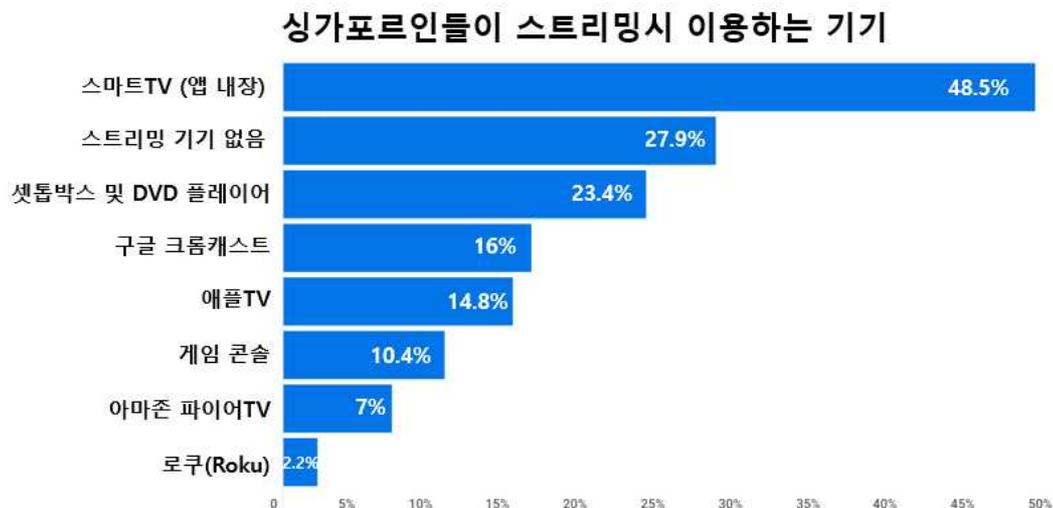


온라인 트래픽 증가량, 2020년 2월 vs 2020년 3월

출처: Finder.com

- ✔ 구글 트렌드의 검색량 비교에 따르면 넷플릭스가 해당 기간에 가장 많은 검색량을 보유하고 있으며 싱텔과 스타협이 그 뒤를 이었음. 서비스 증가대비 뷰(viu)와 아마존프라임비디오의 검색량 수치는 많이 증가하지 않음
- ✔ 싱가포르인의 39%가 코로나19 기간 중 스트리밍을 통해 TV를 시청하고 있다고 응답하였으며, 19%는 코로나19 기간에 스트리밍 서비스를 특히 더 많이 시청하게 되었다고 응답하였음
- ✔ 스태티스타의 2019년 자료를 기반으로 싱가포르 OTT 이용자를 연령별로 살펴보면 25~34세 사용자가 33.4%로 가장 많음. 또한 35~44세가 24.6%, 18~24세가 21.2%를 차지하여 45세 미만 인구가 총 79.2%를 차지하였음
- ✔ 소득 비중으로 보았을 때 저소득층이 47.73%로 가장 많은 비중을 차지하였고 중간소득 25.11%, 고소득 27.17%로 나타남. 따라서 싱가포르에서는 OTT 서비스 구독료가 저소득층에 큰 부담으로 작용하지 않는 것으로 추측됨
- ✔ 스트리밍 기기로는 스마트TV가 48.5%를 차지하여 대형화면에서 시청하는 인원이 가장 많은 것으로 조사되었음. 그 뒤를 이어서 셋톱박스가 27.9%, 구글 크롬캐스트 16%, 애플TV 14.8% 등의 순으로 나타남

표 3 OTT 스트리밍 시 사용하는 기기



출처: Finder.com



영화/방송

- ✔ 지난 3월 27일부터 싱가포르 내 모든 영화관은 영업을 중단하였으나 싱가포르 정부와 영화계의 협의를 통해 7월 13일부터 싱가포르 내 영화관 운영을 재개하였음
- ✔ 7월 13일 영화관 상영 재개를 앞두고 역대 한국 영화 중 가장 많은 싱가포르 관객을 모은 <부산행>의 속편인 <반도>가 7월 15일 한국과 싱가포르에서 동시 개봉하였음
- ✔ 박스오피스 총액 5백 35만 싱가포르 달러를 벌어들인 <부산행>의 흥행으로 인한 높은 기대 속에 <반도>는 97개 스크린에서 상영되었음. <반도>는 상영 첫날 147,000 싱가포르 달러(약 1.3억원 상당), 7월 16일부터 7월 19일까지 총 96만 2천 싱가포르 달러를 벌어들여 박스오피스 1위를 차지하였으며 7월 30일까지 박스오피스 1위를 유지하고 있음. 박스오피스 2위 또한 한국의 <침입자>가 차지하였음. 이처럼 코로나 이후 재개장한 싱가포르 영화관들에서 한국 영화들이 좋은 성적을 거두고 있음

그림 3

싱가포르 영화관 재개장 이후 표를 사는 관람객들



출처: 스트레이츠타임스

표 4 싱가포르 7월 30일 박스오피스 순위

순위	영화 제목	장르	국가
1	반도(Train To Busan: Peninsula)	좀비, 스릴러	한국
2	침입자(Intruder)	미스터리, 스릴러	한국
3	아츰(A Choo)	로맨스	대만
4	여귀교(The Bridge Curse)	공포, 미스터리	대만
5	빅풋 패밀리(Bigfoot Family)	애니메이션	벨기에 외
6	프리즌 이스케이프 (Escape From Pretoria)	스릴러, 미스터리	호주, 영국
7	마이 스파이(My Spy)	액션, 코미디	미국
8	렌탈(The Rental)	스릴러, 공포	미국
9	블러드샷(Bloodshot)	액션, 모험	미국
10	비바리움(Vivarium)	SF, 미스터리	프랑스

출처: 스트레이치타임스

- ❖ 이외에도 주싱가포르 대한민국 대사관에서는 7월 16일부터 8월 9일까지 K드라마 온라인 페스티벌을 개최하기로 하였음. 좋아하는 드라마의 한 장면을 골라 한국어로 말해보거나 영어로 패러디 영상을 만들어 게재하는 방식으로 진행됨. 코로나19 유행으로 집에 머무르는 기간이 길어진 만큼 K드라마를 소재로 가족과 즐겁게 지내며 코로나19를 함께 이겨내자는 취지임
- ❖ 90초 이내의 영상으로 자신의 SNS에 #KdramaSGFest 해시태그와 함께 게재하는 방식으로 우수자에게는 ‘한국어 특별상’도 별도 시상할 예정
- ❖ 싱가포르에서 넷플릭스 등을 통해 방영되는 한국 드라마가 항상 상위권에 자리하며 인기를 얻고 있는 만큼 해당 행사를 기점으로 다양한 문화 행사가 개최된다면 한국 드라마가 싱가포르 국민에게 조금 더 친숙해지는 계기가 마련될 것으로 예상



음악

- 구글은 6월 20일, 전 세계인들이 코로나19 유행에 대응하기 위해 온라인 비디오를 시청하는 방식을 조사한 자료를 발표하였음. 음악 콘서트, 라이브 스트리밍, 종교의식에 이르기까지 다양한 오프라인 활동들이 유튜브를 매개로 온라인에서 새롭게 이용되고 있다고 밝힘
- 온라인 음악 행사들이 취소된 음악 행사의 빈자리를 빠르게 대체하고 있으며, 사람들이 음악을 계속 즐길 수 있는 방식으로 자리 잡고 있음. 일례로, BTS는 6월 14일 온라인 콘서트 ‘방방콘’을 미국의 라이브 스트리밍 업체 ‘키스위 모바일(Kiswe Mobile)’과의 협업으로 개최하여 107개 국가에서 시청자를 유치함. 그 결과 동시접속자 75만 6600여 명, 총 5천만 회 이상의 시청을 기록하며 역대 최대 온라인 콘서트가 되었음
- 싱가포르에서는 3월 15일부터 ‘버추얼 합창’이 제목에 포함된 1,500개 이상의 비디오가 올라왔으며, 총 900만 회 이상의 시청을 기록하였음. 예시로, 총 26개 국가에 퍼져있는 싱가포르 국민 900명이 함께 부른 ‘Home’ 영상이 4월 14일 게재되었음. 이 영상은 시청자들의 공감대를 끌어내며 40만 회가 넘는 뷰를 기록함

그림 4 싱가포르 버추얼 합창 영상



900-Strong Singapore Virtual Choir sings Home (Dick Lee)

조회수 408,347회 · 최초 공개: 2020. 4. 14.

6.8천 122 공유 저장 ...

출처: 보이스 오브 싱가포르(Voices of Singapore) 유튜브 채널

- 서킷브레이커 이후 싱가포르는 코로나 대응 완화조치 2단계로 진입하였으나, 아직 오프라인 행사 및 콘서트 개최는 불투명하여 월드투어 개최 예정이던 K팝 가수들 및 싱가포르 음악 행사들이 온라인 라이브 방식으로 전환되고 있음

- 7월 이후로 개최되는 싱가포르 온라인 음악 행사로는 ‘재즈 인 줄라이(Jazz in July)’, ‘SSO 내셔널 데이 콘서트(SSO National Day Concert)’ 등이 있음. 인디 밴드 등 다양한 음악가들이 참여했던 서킷브레이커와는 달리 ‘재즈 인 줄라이(Jazz in July)’는 클래식 및 재즈 행사 등이 주를 이루고 있음

표 5 코로나19로 인해 온라인으로 전환한 콘서트 목록

행사명	일정	출연진	특징
Jazz in July	7월 8일~31일	Sarah Chew, Ramu Thiruyanam, Christy Smith, Jeffrey Tan	싱가포르 에스플러네이드에서 연례로 열리는 재즈 행사
DEBUSSY & DVOŘÁK: SERENADE AND DANCE	8월 1일	싱가포르 심포니 오케스트라	자율요금제 방식으로 티켓 판매
MONSTA X LIVE FROM SEOUL WITH LUV	8월 8일	몬스타X	올해 예정이었던 월드투어 대신 온라인 글로벌 콘서트로 개최
BEYOND LIVE - TWICE: WORLD IN A DAY	8월 9일	트와이스	V라이브 앱을 통해 방영
SSO NATIONAL DAY CONCERT	8월 15일	싱가포르 심포니 오케스트라	국가기념일을 맞아 개최되는 행사로 싱가포르 클래식 연주 예정

출처: 인도네시아 비즈니스센터 자체조사

- 노래방은 재개장까지 시간이 더 필요한 상황으로, 30년째 운영 중인 싱가포르의 대형 노래방 체인 테오 헝 KTV(Teo Heng KTV) 또한 지난 몇 달간 수입이 없어 전체 14개의 업소 중 7곳을 영구적으로 폐쇄하였음
- 노래방뿐만 아니라 음식점이나 바 등에서 노래하며 생계를 이어가는 가수들 또한 일자리가 없어지면서 생계를 걱정해야 하는 상황에 처함. 음악 산업 종사자 다수가 코로나19 상황이 종식될 때까지 어려운 시기를 보낼 것으로 예상



게임/e-스포츠

- ❖ 독일 쾰른에서 열리는 세계 최대 게임행사 게임스컴(Gamescom)의 아시아 버전인 게임스컴 아시아(Gamescom Asia) 1회가 올해 10월 14일부터 17일까지 싱가포르에서 개최될 예정이었으나 주최 측은 코로나19 상황이 진전되지 않아 개최 일정을 내년까지 연기한다고 밝힘
- ❖ 싱가포르 e-스포츠 연합(SGEA)은 서킷브레이커 기간에 #SGPlaysTogether을 슬로건으로 코로나19 기간 중 집에서 게임을 즐기자는 메시지를 전달하고자 함. 이를 위해 싱가포르 사이버 스포츠 및 온라인게임협회(Scoga)와 커뮤니티 토너먼트를 운영하고 10개 이상의 학교에서 게임 토너먼트 행사를 진행한다고 밝힘
- ❖ SGEA는 세부 정보를 포함한 온라인 제안서를 제출한 최대 10개의 커뮤니티에 3,000~5,000 싱가포르 달러(약 260~430만원 상당)에 해당하는 바우처 및 상품을 지원할 예정
- ❖ 7월 17일, 싱가포르 만도팝 가수 JJ Lin은 싱가포르인으로만 구성된 e스포츠 팀을 결성한다고 발표하였음. 해당 팀은 2017년에 결성된 e스포츠팀 SMG에 속해있으며 ‘발로란트’를 주력 게임으로 훈련을 이어갈 예정이며 7월 27일에 열리는 ‘Rise of Legion:Valorant’에서 기타 동남아 국가들과의 토너먼트를 통해 데뷔할 예정



패션

- ❖ 디자인 오차드(Design Orchard)는 2019년 1월부터 오차드 거리에 활력을 불어넣고 떠오르는 현지 디자이너들을 부양하고자 하는 정부 계획의 하나로 시작된 프로젝트임. 여기에는 약 60여 개의 지역 브랜드가 입점해 있음
- ❖ 현지 디자이너를 위한 가장 큰 플랫폼으로 명성을 쌓은 멀티라벨 소매 체인 나이스(Naiise)가 2022년 1월까지 디자인 오차드의 1층 공간을 큐레이팅하고 운영하도록 임명되었음. 그러나 코로나19 상황 이후 현금흐름에 문제가 생기면서 ‘디자인 오차드’ 운영계약을 조기에 해지하기로 하였음
- ❖ 7월 14일 싱가포르 관광청(STB)은 섬유패션연합(TaFF)이 9,000제곱피트의 디자인 오차드(Design Orchard)를 나이스(Naiise)로부터 인수하기로 하였으며, 섬유패션연합의 국내 및 지역 네트워크를 활용하여 현지 브랜드에 더 많은 기회를 창출하길 바란다고 밝힘
- ❖ 코로나19의 영향으로 26년간 지속하여온 ‘그레이트 싱가포르 세일(GSS)’이 9월 9일부터 10월 10일까지 800여 개의 브랜드와 함께 온라인으로 개최됨. 해당 세일에서 가상 쇼룸, 상호작용 게임, 개인화된 카탈로그 등이 제공될 예정

- ✔ eGSS는 싱가포르 가구산업회(SFIC), 섬유패션연합(TaFF), 싱가포르 관광지연합(ASA)가 공동으로 구성함. 반년 이상 수요가 감소한 지역 라이프 스타일 및 관광산업 강화를 위해 9개월에 걸쳐 4,500만 싱가포르 달러(약 391억원 상당)가 투입되는 ‘SingapoRediscovered’ 캠페인의 하나로 진행될 예정
- ✔ 싱가포르의 백화점 쇼핑몰 등 전통적인 소매점 또한 디지털로 전환하고 있음. 일례로, 싱가포르의 백화점 BHG 싱가포르는 26년 만에 전자상거래 상점을 개설하여 170개가 넘는 국내 및 해외 브랜드의 온라인 판매를 시작하였음
- ✔ 또 다른 백화점 로빈슨(Robinsons) 및 영국 의류기업 막스 앤 스펜서(Marks & Spencer)는 지난 4월 온라인 쇼핑몰 플랫폼 라자다(Lazada)에 입점하였음
- ✔ 라자다는 1월부터 5월까지 작년과 비교하면 최대 8배 이상의 판매자들이 등록하였으며 특히 백화점들의 등록이 특히 눈에 띈다고 밝힘



코로나 19 특집호(싱가포르)

발행인	김영준(한국콘텐츠진흥원장)
발행처	한국콘텐츠진흥원 전라남도 나주시 교육길 35 (T.1566-1114)
집필자	신진세 대표 (PT. EPIN) 이수연 과장 (PT. EPIN)
편집위원	김남걸 (KOCCA 인도네시아 비즈니스센터 센터장)
기획편집	KOCCA 인도네시아 비즈니스 센터
내용문의	KOCCA 인도네시아 비즈니스 센터 E. girl94@kocca.kr
발행일	2020년 10월 19일
서명	코로나 19 특집호 - 싱가포르편
I S B N	978-89-6514-944-6(95600)
기관번호	KOCCA 20-02

