Vol. 9

베트남 콘텐츠 산업동향

Content Industry
Trend of Vietnam

2019

베트남 콘텐츠산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2019년 9호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	▶ 『베트남 한류 현황』 ⇒ 2015년 베트남과 한국의 FTA 체결로 인하여 교역 규모가 갈수록 증가하고 있으며 2020년에는 미국을 넘어 한국의 2번째 수출 대상국으로 부상할 것으로 전망. 한국의 주요 전자회사 및 의류봉제 산업의 외국인 투자로 인하여 현재에는 자본자와 중간재의 수출이 큰 비중을 차지하고 있지만 현지 소비 수준의 향상에 소비재의 수출도 점차 증가하고 있음. 베트남 내 한류는 1990년대 후반 시작된 K-드라마 방영으로 시작되었으며 이후 온라인 게임, 영화, 음악, 패션 등으로 보폭이 넓어지면서 현재에는 화장품, 식품, 소매 유통점, 각종 온라인/인터넷 콘텐츠 등 다양한 분야로 한류의 범위가 확대되고 있음. 스타트업 붐과 더불어 현지에서 한국계 스타트업도 많이 출현하고 있으며 한국 VC들이 현지의 스타트업에 현지 스타트업 투자도 늘어나고 있음. 성장하는 베트남의 경제와 함께 영향력을 확대해가고 있는 각 분야의 한류를 살펴보고자 함	베트남 한국 K-콘텐츠 한류

2019.11.25.

한국콘텐츠진흥원

인도네시아 비즈니스센터

심층이슈

『베트남 내 한류 현황』

◉ **작성취지**

- 2015년 베트남과 한국의 FTA 체결로 인하여 교역 규모가 갈수록 증가하고 있으며 2020년에는 미국을 넘어 한국의 2번째 수출 대상국으로 부상할 것으로 전망. 한국의 주요 전자회사 및 의류봉제 산업의 외국인 투자로 인하여 현재에는 자본재와 중간재의 수출이 큰 비중을 차지하고 있지만 현지 소비 수준의 향상에 소비재의 수출도 점차 증가하고 있음. 베트남 내 한류는 1990년대 후반 시작된 K-드라마 방영으로 시작되었으며 이후 온라인 게임, 영화, 음악, 패션 등으로 보폭이 넓어지면서 현재에는 화장품, 식품, 소매 유통점, 각종 온라인/인터넷 콘텐츠 등 다양한 분야로 한류의 범위가 확대되고 있음. 스타트업 붐과 더불어 현지에서 한국계 스타트업도 많이 출현하고 있으며 한국 VC들이 현지의 스타트업에 현지 스타트업 투자도 늘어나고 있음. 성장하는 베트남의 경제와 함께 영향력을 확대해가고 있는 각 분야의 한류를 살펴보고자 함

◉ **작성순서**

- 베트남 - 한국 교류 관계
- 베트남 내 한류 현황

1. 베트남 - 한국 교류 관계

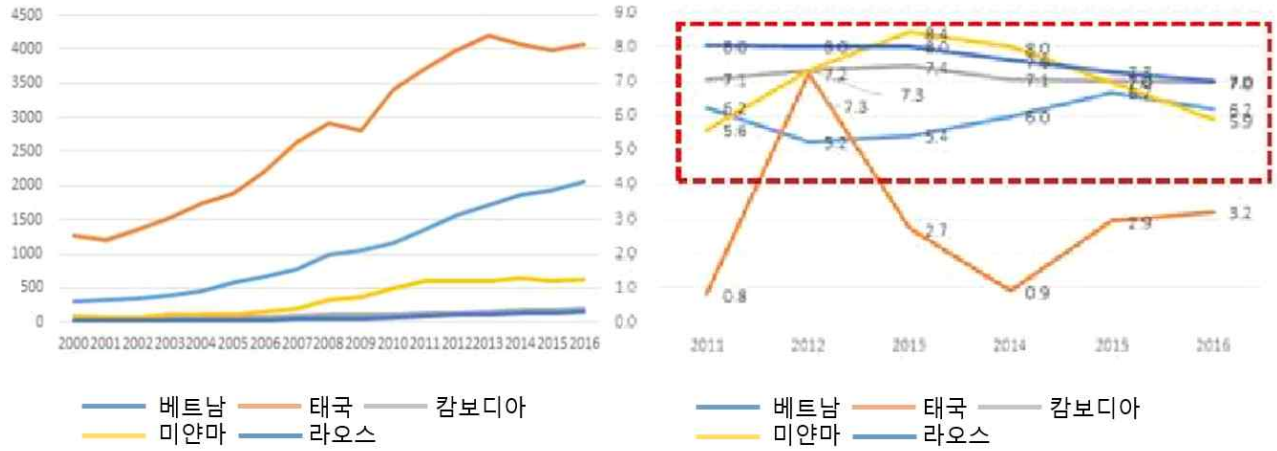
● 베트남 경제 개요

- 2018년 베트남은 7.08%의 경제 성장률을 기록하여 연초 설정한 6.7%의

경제성장목표를 달성함은 물론 2011년 이래 가장 좋은 경제성장율을 기록한 바 있음. 이는 세계(3.7%), 한국(2.7%) 및 동남아시아 이웃 국가인 태국(3.9%), 인도네시아(5.17%)에 비하여 훨씬 높은 경제 성장률을 기록하고 있음[1)]

- 개방 직후인 1985년부터 약 20년간 4~10%의 높은 경제성장률을 유지하고 있으며 이에 따라 2018년 GDP는 $2,427억 달러로 1985년의 $141억 달러와 비교하여 약 17배 증가하였음
- 현재 동남아시아 권역 내에서 베트남의 GDP 규모는 6위권[2)] 이지만 베트남은 오랜 기간 높은 경제 성장률을 구가하고 있고 1억에 육박하는 인구 규모를 가지고 있어 동남아시아 지역의 주요 국가로 자리매김할 가능성이 매우 높음

[표 1] 연도별 베트남 GDP 변화(좌) 및 베트남 GDP 증가율



※ 출처 : 세계은행 2019

- 2035년까지 베트남의 GDP는 약 1조 달러에 이를 것으로 예상되며, 베트남 인구 절반 이상이 하루 15달러 이상을 소비 할 수 있는 중산층으로 성장하면서 내수 시장이 베트남 경제 성장의 또다른 동력이 될 것으로 예상하고 있음
- 베트남의 경제 성장을 주도하고 있는 외국인직접투자액수가 둔화되지 않고

1) 출처 : IMF 세계 계제 전망

2) 1위 인도네시아 $1조 205억 달러, 2위 태국 $4,328억 달러, 3위 필리핀 $3,297억 달러, 4위 말레이시아 3,098억 달러, 5위 싱가포르 2,918억 달러 (출처 국제통화기금 2019년)

지속되고 있으며, 제조업이 꾸준한 성장 추세를 보이고 있음. 베트남 정부에서도 사회간접 자본에 꾸준히 투자하면서 성장 기조를 높이고 있으며 베트남과 EU 국가들간의 FTA(Free Trade Agreement)[3] 발효 및 미국과의 TPP(Trans-Pacific Partnership)[4] 협상 재개로 수출 및 외국인 투자가 증가할 수 있는 상승 요인을 가지고 있음. 다만 국내 정치적인 문제로 인하여 베트남 국영 기업의 민영화 및 구조개혁이 늦어질 가능성이 제기되고 있으며 국제적으로 보호무역주의가 확산되면서 미국을 비롯한 선진국이 베트남 제품에 대한 수입 제한 조치 등을 통해 수출 기조가 둔화될 가능성도 같이 가지고 있음

● 베트남 한국 교류 관계

- 베트남은 2014년만 해도 한국의 6위 수출국이었지만 2015년 4위, 2020년에의 2대 수출국에 올라설 것으로 예상. 베트남 현지에서 완제품을 생산하기 위한 중간재 수출에 치중되어 있고 소비재는 4%에 불과하기 때문에 향후 베트남의 높은 경제성장, 중산층 확대, 가처분 소득의 증가에 따라 콘텐츠 산업을 비롯한 소비재의 수출이 증가할 수 있는 여력을 가지고 있음
- 2015년 ~ 2017년 동안 한국의 세계 수출이 $5,727억 달러에서 $5,737억 달러로 0.2% 증가하는 동안 베트남 수출은 $223억 달러에서 $477억 달러로 2배 이상 증가하였으며 동 기간 수입 수출 증가율은 기타 국가의 수입 수출 증가율을 큰 폭으로 뛰어넘고 있음
- 한국과 베트남은 지난 2015년 12월 20일에 FTA를 발효하였으며 이후 베트남 수출입이 크게 증가하여 양국 간의 FTA가 무역 증가에 크게 기여하였음. 현재 한국은 베트남으로의 중간재 수출이 큰 비중을 차지하고 있어 베트남이 협의 중에 있는 기타 국가와의 FTA 체결에서도 연계를 통한 수출 극대화가 가능

3) 자유무역협정, 국가 간 상품의 자유로운 이동을 위하여 무역 장벽을 완화하거나 제거하는 협정

4) 환태평양경제동반자협정, 아시아 태평양 지역의 관세 철폐와 경제 통합을 목표로 추진된 협력체제

- 최대 수출 품목은 반도체 및 무선통신기기 관련 부품으로 베트남 수출에서 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 수입 품목은 현지에서 조립된 휴대폰, 의류, 신발 등 현지의 한국투자회사로부터 수입하는 완제품들의 비중이 높은 편. 삼성전자를 비롯한 주요 전자 제조업체들이 생산 기지를 베트남으로 이전하면서 베트남에서 생산된 휴대폰의 국내 수입이 크게 증가하고 있음
- 현재까지 한국의 베트남 투자는 낮은 인건비에 기반을 둔 투자 중심이었으나 시간이 지날수록 고부가 가치를 생산하는 투자로 이동하고 있으며 제조업 뿐만 아니라 금융, 소매 유통, 콘텐츠 산업 등 부가가치가 높은 서비스 산업으로 다양화하고 있음

2. 베트남 내 한류 현황

● 베트남 한류 개요

- 베트남에서의 한류는 한국 드라마의 진출과 함께 시작되었으며 1998년 방영된 드라마 <의가형제>는 현지 공중파 HTV7에서 방송된 이후 HTV, 다낭TV, VTV3에서도 재방송되며 큰 인기를 끈 바 있음. 이러한 인기를 바탕으로 한국 드라마는 베트남 진출이 빠르게 확대되었으며, 한국과 같은 유교문화권이라는 공통점으로 인해 한국적 소재의 드라마에 대해 큰 공감대를 형성하고 있음
- 베트남 온라인 게임 시장은 한국산 게임의 보급과 함께 시작되었을 정도로 한국 게임의 인기가 높은 편으로 2000년대 초반 한국 웹젠의 뮤(Mu)가 큰 인기를 얻으면서 시작. 이후 T3 엔테터인먼트 오디션(2006년), 스마일게이트의 크로스파이어(2008년), 네오위즈의 피파 온라인 2, 크래프톤 배틀그라운드 등이 큰 성공을 거두었음. 현재 크로스파이어와 배틀그라운드 모바일 등은 현지 국민 게임으로써 많은 게이머들이 즐기고 있음
- K-Pop의 인기도 매우 높은 편으로 주요 음원 스트리밍 사이트에서는 서구권 Pop, 베트남 국내 가요, K-Pop 등 세 개의 음원 카테고리로 구분한

순위를 발표하고 있으며 이 중에서 종합 순위 최상위권은 주로 K-pop으로 구성되어 있음. 최근에는 한국 가요들이 음원 스트리밍 사이트를 통하여 한국과 시차없이 현지에 소개되면서 동방신기, 소녀시대, 슈퍼주니어, 빅뱅 등 슈퍼스타로 꼽힐 수 있는 가수 이외에도 한국 음악계의 주류에서 비주류까지 폭넓게 팬층이 형성되어 있는 것이 특징임. 이러한 인기와 더불어 한국 가수들의 베트남 콘서트 공연도 자주 개최되고 있으며, 그 종류도 K-Pop 스타들의 단독 콘서트 공연, 합동 공연, MAMA(Mnet Asian Music Awards)[5], MBC <쇼! 음악중심>, KBS <뮤직뱅크 in 호치민> 등 다양하게 진행되고 있음

[그림 1] 한국 관련 제품 매장 및 광고

※ 출처 : 인도네시아 비즈니스 센터 직접 촬영

5) CJ ENM이 주최하는 음악시상식으로 아시아 각국의 인기 가수들이 시상식에 참여하는 대형 공연 행사. 현재까지 서울, 마카오, 싱가포르, 홍콩, 호치민, 요코하마, 사이타마에서 개최

- 호치민 지역의 1인당 GDP는 $5,000 달러 중반으로 추산되고 있어 공산품의 품질과 깨끗하고 건강한 제품에 대한 수요가 늘어나고 있음. 한류 인기와 더불어 품질이 우수한 한국산 소비재에 대한 선호도가 커지면서 한국산 제품을 취급하는 유통망이 대도시를 중심으로 늘어나고 있음
- 전체적으로 한국 콘텐츠의 베트남 진출은 드라마, 온라인 게임, 영화, 음악 순으로 이루어졌으며, 현재는 패션, 화장품, 식품, 영화관, 유통매장 등 다양한 분야로 한류의 범위가 확대되고 있음. 2000년대 초반 한류가 베트남에 막 소개되었을 당시에는 인터넷 인프라의 부족으로 인하여 한류 콘텐츠를 접할 수 있는 방법이 텔레비전 방송 밖에 없었으나 인터넷 및 스마트폰 이용자가 늘어나면서 한류 콘텐츠 접근 방식 또한 다양하게 진화하였음

[그림 2] 한구-베트남 최초 합작 드라마 <오늘도 청춘> 포스터

※ 출처 : 오늘도 청춘(Tuổi thanh xuân) 공식 페이스북

● 분야별 한류 개요 : 방송

- 한국 드라마가 가장 높은 비중을 차지하였던 2006년에는 전체 드라마 방영의 41%를 차지할 정도로 큰 인기를 얻었으며 그 후에도 연간 10편 이상의 한국 드라마가 상영되면서 꾸준한 상승세. 드라마의 인기에 따라

주연 배우들의 인지도도 매우 높은 편

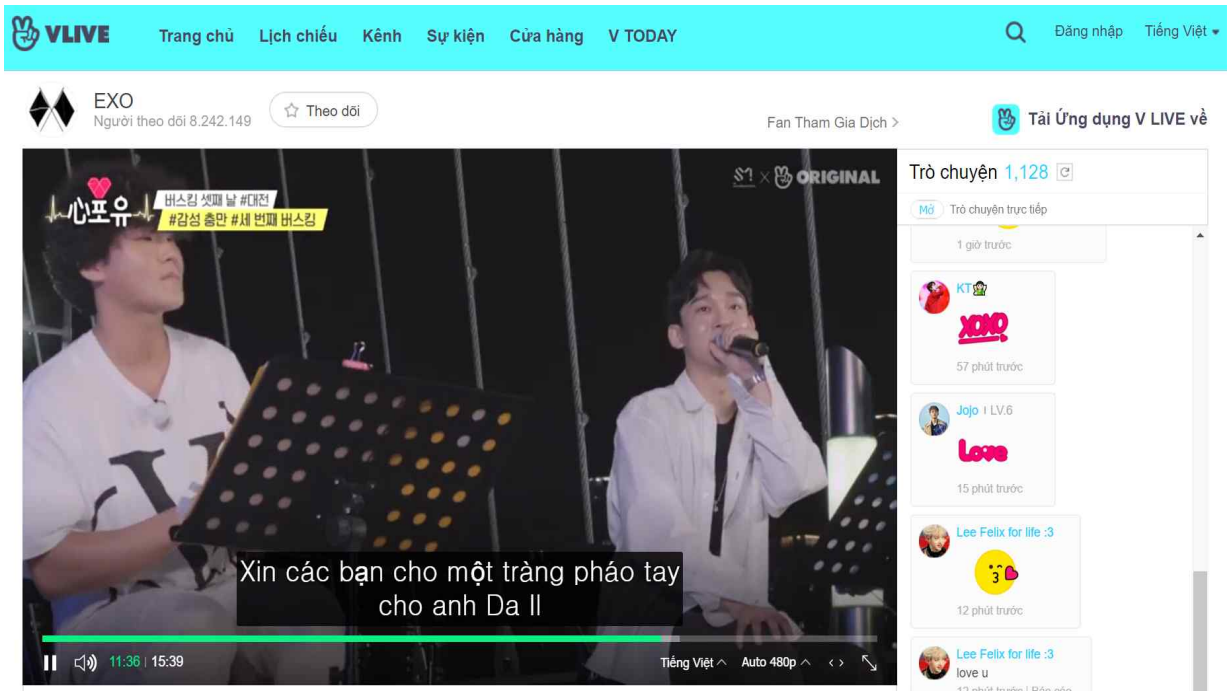
- 최초로 상영된 한국 드라마는 1997년 VTV3에서 방영된 <첫사랑>으로 이후 <모델>, <의가형제>, <가을동화>, <겨울연가>, <천국의 계단>, <대장금>, <상속자들>, <별에서 온 그대>, <도깨비>, <태양의 후예> 등이 신드롬급 인기를 누린 바 있음
- 베트남 정부에서는 현지 국산 드라마의 진흥을 위하여 국영 지상파방송인 VTV에서 황금 시간대에는 베트남 드라마만을 상영할 수 있도록 규제하였으며, 이에 따라 2014년 12월부터 2015년 5월까지 한국-베트남 최초의 합작 드라마[6]인 <오늘도 청춘(Tuổi thanh xuân)>이 상영되면서 큰 인기를 얻은 바 있음. <오늘도 청춘>의 인기에 따라 2016년 말에는 <오늘도 청춘> 시즌 2가 방영되었음
- 최근에는 한국 드라마의 인기 뿐만 아니라 <런닝맨>, <슈퍼맨이 돌아왔다>, <강심장>, <해피투게더>, <진짜사나이> 등의 한국 예능 프로그램들이 큰 인기를 얻고 있음. 2015년 GiaitriTV가 <1박 2일>, <승승장구> 등의 예능 프로그램을 현지어로 더빙처리하여 방영하면서 인기가 확산되었으며 최근에는 케이블, OTT 서비스, 인터넷 방송을 통해서도 한국 예능을 쉽게 접할 수 있음
- 한국 방송 프로그램의 저작권을 구입하여 현지화된 프로그램을 제작, 방영하는 경우가 늘어나고 있음. 성형 수술을 테마로 VTV2의 체인지 라이프(Change Life, 한국 Let’s Beauty), VTV3의 리틀 사커 플레이어(Little soccer Player, 한국 날아라 슛돌이) 등으로 시작된 현지화된 프로그램 제작은 SBS가 포맷 수출한 <런닝맨>으로 가장 큰 인기를 누리고 있음. <런닝맨>은 <짜이디쪼찌(Chạy đi chỗ chi)>라는 이름으로 현지 공중파 방송사인 HTV7[7]에서 방영되었으며 지난 6월 29일에 처음 방영을 시작한 이래 7월 20일까지 총 15개 에피소드가 방영되면서 시즌 1이 종영. 기본 <런닝맨> 포맷에 베트남 현지화를 바탕으로 베트남 유명 연예인 7명이 출연한 <짜이디쪼찌>는 2019년 상반기 최고 프로그램으로 오르면서

6) CJ E&M 베트남 법인과 베트남 방송국이 공동 제작

7) Ho Chi Minh City Television, 호치민 지방 정부 산하의 국영 방송사

마지막회 방송은 시청률 1위를 기록. 한국의 <히든싱어> 역시 베트남에 포맷 수출되어 베트남 방송사 THVL1[8]에서 제작되어 현재까지 시즌2까지 방영되었음

[그림 3] 엑소(EXO) 브이 라이브 베트남 채널



※ 출처 : 브이라이브(Vlive) 엑소 베트남 채널

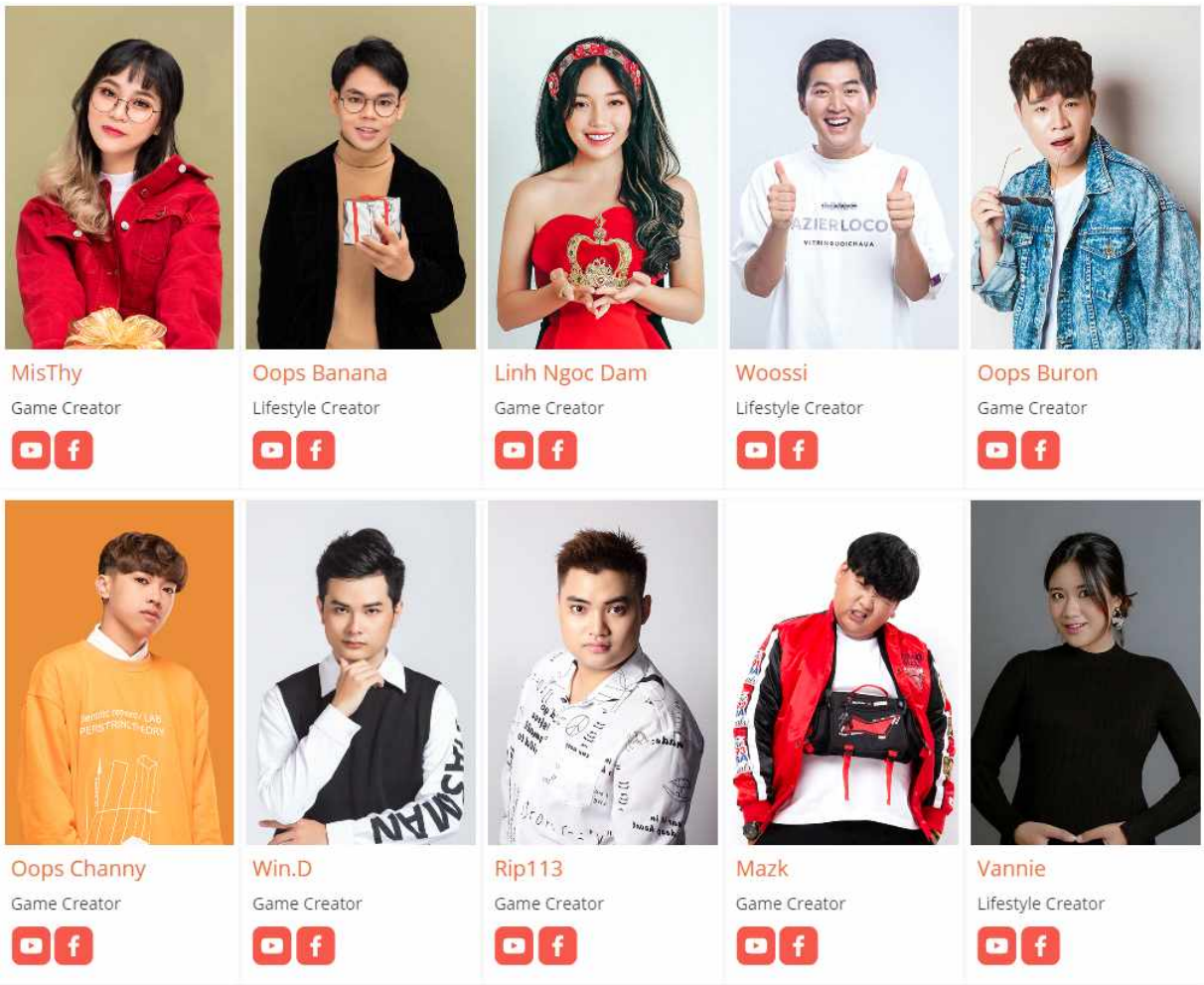
● 분야별 한류 개요 : 인터넷 콘텐츠

- 온라인 게임을 통해 베트남에 처음으로 진입한 인터넷 콘텐츠는 현재 웹툰, 모바일 어플리케이션, 모바일 게임, 모바일 방송, MCN 서비스 등 그 영역이 크게 확대되고 있음
- 크로스파이어와 배틀그라운드 모바일 게임은 베트남 게임 시장의 폭발적인 성장과 함께 동 게임을 즐기는 현지 게임 인구가 크게 늘어났으며 베트남 게임 시장이 e스포츠 시장으로 확대되면서 정기적인 대회 개최, 크로스파이어 및 배틀그라운드 e스포츠단 창단, 전문 게임 스트리머 등의 주변 산업으로 확대 재생산되고 있음
- 한국 인기 콘텐츠 제품 중 하나인 웹툰 서비스 또한 베트남에서도 큰

8) Vinh Long Radio Television, 빈롱 지방 정부 산하의 국영 방송사

인기를 얻고 있음. 2018년 4월 한국업체인 모비코가 비나툰(Vinatoon) 서비스를 출시하면서 현지에서 웹툰 서비스가 처음 도입되었으며, 이외에 한국 토리웍스의 토리코믹스 등이 현지에서 서비스를 운영하고 있음. 이후 베트남 현지 업체인 코미콜라(Comicola), 중국에서 들어온 망가툰(Mangatoon) 등이 웹툰 초기 시장에서 경쟁하고 있으며 코미콜라에서는 한국의 디앤씨미디어, 투유드림, 미스터블루, 피플앤스토리, 드림커뮤케이션, 다음웹툰, 더간지 등의 한국 웹툰을 주력으로 서비스하면서 시장 점유율을 높여가고 있음

[그림 4] 베트남 인기 유튜버 (한국계 MCN 크레아토리 소속)



※ 출처 : 크레아토리 홈페이지(www.creatory.vn)

- 인터넷 인프라의 개선과 스마트폰의 보급에 따라 현지 동영상 미디어의 소비 습관이 젊은 층을 중심으로 빠르게 변화하고 있으며 이에 따라 한국 네이버의 브이라이브(V Live)도 좋은 반응을 얻고 있음. 한류 연예인을 기반으로 한 라이브스트리밍 및 웹드라마, 뷰티쇼, 연예정보 등 기존 OTT 및 라이브스트리밍 서비스와 차별화된 서비스를 제공하는 브이라이브는 현지 공식 음원 차트인 V하트비트(V Heartbeat) 등으로 진화하면서 젊은 층을 대상으로 큰 인기
- 밀레니얼 세대[9]의 온라인 게임 및 e스포츠에 대한 선호는 게임 중계를 쉽게 할 수 있는 인터넷 기반의 라이브스트리밍 플랫폼 인기로 이어졌으며 중계를 위한 1인 크리에이터가 급부상하게 되었음. 1인 크리에이터가 양질의 콘텐츠를 만들 수 있도록 도와주는 MCN[10] 및 아카데미가 성장하고 있으며 한국계 MCN인 크레아토리(Creatory)는 정상급 유튜버들을 상당수 보유하면서 1세대 MCN으로 자리메김하고 있음
- 인터넷과 모바일 디바이스를 기반으로 하는 베트남의 스타트업 생태계가 떠오르면서 한국의 VC들이 현지의 스타트업을 대상으로 공격적인 투자에 나서고 있음. 지난 7월에는 한국투자파트너스, 미래에셋벤처투자, 키움인베스트먼트, 서울투자파트너스가 현지 게임 퍼블리싱 회사인 아포타(Appota)에 $7,500,000 달러를 투자하였으나 이 중 한국투자파트너스와 미래에셋벤처투자는 2016년말 $5,000,000 달러 규모의 시리즈 C투자에 이어 두 번째 투자임. 한국 GS Shop과 미국 500스타트업(500 Startup)은 현지에서 스타트업 육성 프로그램을 2019년에 런칭하였으며 본엔젤스는 잠자(Jamja, 식당 등 오프라인 서비스 시간대 별 할인 서비스), 엔코어벤처스는 사모미디어(Samo Media, 보험, 대출 등 금융 상품 비교 서비스), 한국정보인증은 크레아토리(Creatory, 현지의 한국계 MCN) 등에 투자

9) Millennial, 1980년대 초반 ~ 2000년대 초반 출생한 세대를 가르키는 말로 IT 기술에 능통하며 청소년때 부터 인터넷 및 스마트폰을 사용하여 모바일, 소셜네트워크 등 정보 기술에 능통하다는 특징을 지니고 있음

10) Multi Channel Network(다중 채널 네트워크), 프로그램 기획, 동영상 제작 지원, 파트너 관리, 디지털 저작권 관리, 수익 창출 및 잠재 고객 개발 등의 서비스를 1인 크리에이터에게 지원하는 회사

하였음. 또한 미래에셋과 네이버 아시아그로쓰펀드(Asia Growth Fund)는 비나캐피탈벤쳐스(Vina Capital Ventures)와 제휴하여 현지 스타트업 투자를 위한 1억 달러 규모 자금 조성에 대해 합의하였음

인도네시아 비즈니스센터 담당자 연락처

- 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
- 주윤지 주임 : +62-21-2256-2396 / juliajoo@kocca.kr

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr