위클리 글로벌

2017. 3. 6. Vol.5

kocca
한국콘텐츠진흥원

목 차

2017. 3. 6. 해외사업진흥팀

구 분	제 목
미국	- 유튜브, 스트리밍 TV 생방송 서비스 개시 - 디즈니, 아이맥스와 2019년까지 배급 계약 연장
중국	- 문화부, 2016~2020년 중국 문화발전 개혁규획 발표 - 문화부, 중국 인터넷생방송시장에 대한 무작위 검사에 착수 - 소후・시나 잇따른 하락세, 왕이는 게임산업으로 급성장 - 텐센트, 미디어 제작자에 12억 위안 지원
일본	- 日 인터넷 광고, 1조 엔 초과 - 덴츠 「2016년 일본의 광고비」 발표 - 일본 정부, 쿨재팬 인재 육성 검토회에서 게임 개발자 양성 논의
유럽	- IMPEL, 2016년 온라인 로열티 60% 증가 발표 - 유럽의 시청각 미디어 지침 개정 시도가 많은 반발을 야기
인도네시아	- 모코식 페스티벌 개최, 도서와 음악이 하나로 - 2017 아세안 패션디자이너 쇼케이스(AFDS) 개최
7중동	- 이란 Cafe Bazaar, MWC 참가해 자국 모바일 산업 알려 - HTC, 두바이 기업 이마르와 VRZOO 운영 파트너쉽 체결
브라질	- 브라질 스타트업 <Instacarro>, R$ 3,300백만(약 122억 원)의 투자 받아 - 브라질, 약 7천만 명이 오프라인

미국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 미국 비즈니스센터

□ 유튜브, 스트리밍 TV 생방송 서비스 개시

- ㅇ 구글의 동영상 공유 사이트 유튜브가 매달 35달러에 지상파·케이블 방송을 시청할 수 있는 가입형 TV 스트리밍 서비스인 '유튜브 TV'를 개시
- ㅇ 유튜브 TV는 스마트폰 뿐 아니라 크롬캐스트를 사용해 PC나 TV를 통해서도 TV 콘텐츠를 이용할 수 있는 서비스임
- ㅇ 이 서비스로 CBS, ABC, 폭스, NBC 등 주요 방송사 프로그램과 ESPN, 폭스스포츠, NBCSN 등 10여개의 스포츠 채널을 포함한 40여개 채널을 생방송으로 시청 가능
- ㅇ 또한, 유튜브 TV는 경쟁 서비스와 달리 무제한 저장 용량 클라우드 DVR이 지원하고 구글 인공지능(AI)을 통해 TV 콘텐츠를 추천함
- ㅇ 1분마다 400시간 분량의 동영상이 업로드 되는 유튜브는 이용자 하루 동영상 시청 시간이 5년 만에 10배가 늘어난 10억 시간을 기록
- ㅇ 유튜브가 TV 생방송 서비스 기능까지 확장하게 되면 전통 케이블TV 제공사들의 입지가 작아질 수 있는 상황
- ㅇ 유튜브는 이번 서비스를 통해 수십억 명의 이용자를 유료 회원으로 전환시키는 것만으로도 수익창출에 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있음

□ 디즈니, 아이맥스와 2019년까지 배급 계약 연장

- ㅇ 디즈니가 아이맥스(IMAX)사와 2019년까지 디즈니에서 배급하는 영화를 아이맥스에 개봉한다는 계약을 연장함
- ㅇ 이에 2019년까지 디즈니와 픽사, 마블, 루카스 필름의 개봉 예정 영화들을 아이맥스 스크린에서 즐길 수 있음
- ㅇ 계약에 포함된 개봉 예정 영화로는, 픽사의 '인크레더블 2'와 '토이 스토리 4', '한솔로 스타워즈 필름', '스타워즈: 더 라스트 제다이', 마블의 '블랙 팬서', '앤트맨', '캡틴 마블', '어벤져스: 인피니티 워'와 이외 어벤져스 시리즈, 그리고 디즈니의 새 실사영화인 '미녀와 야수', '어 윙클 인 타임', '뮬란' 등이 있음
- ㅇ 작년에 상영된 디즈니 영화 3편인 '로그원: 스타워즈 스토리', '캡틴 아메리카: 시빌 워', '닥터 스트레인지', '정글북'은 아이맥스의 탑 10 글로벌 박스 오피스 순위에 기록됨
- ㅇ 새로운 리뉴 계약에는 디즈니와 아이맥스가 공동으로 아이맥스 마케팅 자료를 제작한다는 항목도 포함되었음

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 북경 비즈니스센터

□ 문화부, 2016~2020년 중국 문화발전 개혁규획 발표

○ **최근 중국 문화부는** <중화인민공화국 국민경제와 사회발전 제13차 5개년 규획 요강>과 <국가 "십삼오" 시기의 문화발전개혁규획 요강>에 기반을 하여, **2016년부터 2020년까지 중국 문화산업을 더욱 발전시키지 위해 <문화부 "십삼오" 시기의 문화발전개혁규획>을 발표**함

○ 특히 이번 규획에서 문화산업의 최적화 및 질적 향상과 효율 상승을 강조함. **"인터넷+" 을 통해 전통 문화산업영역을 개선하여 통합할 뿐만 아니라, 애니메이션·만화·게임·디자인·네트워크 문화 등 신형문화산업영역을 발전시켜야 한다는 가이드라인을 제시**

○ 또한 국가전략성 신흥산업의 하나로써 **디지털 기술·디자인 서비스·실물 경제와의 융합을 통해 새로운 비즈니스 모델을 개발**하고, 다른 산업영역과의 유기적인 결합을 진행할 예정임. 이로써 관련 가치사슬의 수준을 향상하여, 장기적인 문화소비환경을 조성 및 확대할 것을 요구함. 동시에 **이에 맞는 산업시장 감독 및 관리 강화를 촉구**함

□ 문화부, 중국 인터넷생방송시장에 대한 무작위 검사에 착수

○ **최근 중국 문화부는 인터넷생방송시장에 대한 무작위 검사에 착수하여, 검사 대상으로 관련 업체 50곳이 공개**됨. 이는 현재 중국 인터넷생방송시장에 진입한 전체 업체 중 50%에 해당하는 수치임. 이번 검사는 2016년 12월에 발표한 <인터넷방송경영활동관리방법>에 의거하여, **인터넷방송경영기업의 온라인문화경영허가증 보유와 인터넷방송인에 대한 실명 인증 여부 및 가치왜곡·외설·저속·봉건미신 등 금지 콘텐츠에 대해 중점적으로 단속할 예정**임

○ 작년 11월 말, 문화부는 **온라인게임경영기업** 200곳을 무작위로 선별하여 검사를 진행하였고, 그 중 **36곳이 콘텐츠의 음란성·사행성·범죄 유도 등을 이유로 불합격 판정**이 나와, 벌금 부과·불법 소득 몰수 등의 행정 처벌을 받음. 문화부는 온라인게임시장에 대한 무작위 검사를 지속적으로 실행할 것이며, 주요 게임 경영기업들의 경우 2년에 한 번 검사를 받게 될 것이라 밝힘

□ 소후·시나 잇따른 하락세, 왕이는 게임산업으로 급성장

○ **소후는 검색엔진·게임·기업메일·중문입력기·동영상사이트 등 여러 분야에 진출**함. 그러나 2016년 가장 많은 노력을 기울이 검색엔진 분야는 중국 최대 포털 바이두에 크게 뒤쳐짐

○ **시나는 중국 최대 SNS인 웨이보를 보유**하고 있으며, 이에 대한 의존도가 매우 높은 편임. **웨이보의 2016년 수익은 6억 6,000만 달러(약 7,467억 원)로, 시나 총수익의 60% 이상을 차지**함

○ **왕이는 시장가치가 239억 달러(약 27조 404억 원)에서 400억 달러(약 45조 2,650억 원)에 근접할 정도로 증가**하는 등 작년에 비해 2배 가까이 성장함. 2016년 약 381억 위안(약 6조 2,849억 원)의 **영업수익 중 73%를 온라인 게임이 차지했으며 2017년에도 40여개의 모바일게임을 출시 예정**

□ 텐센트, 미디어 제작자에 12억 위안 지원

○ 2017년 2월 28일, 텐센트는 <망종계획2.0(芒种计划2.0)>을 통해 **개인 미디어 콘텐츠 제작자들에게 12억 위안(약 1,992억 원)을 지원하겠다고 발표**함. 텐센트는 2016년 3월 1일 시행된 <망종계획> 1차를 통해 미디어와 개인 미디어에 2억 위안(약 332억 원)을 지원했음. 이번 <망종계획2.0>의 지원금은 오리지널 콘텐츠와 짧은 동영상 등 제작자들에게 집중되어있으며, 우수한 콘텐츠를 독려하기 위한 목적을 가짐

○ 또한 텐센트는 **'펭귄미디어 플랫폼(企鹅媒体平台)'을 통해 콘텐츠 업계에서의 유언비어와 표절 등을 막는데 힘써왔으며, 이를 위해 작년 하반기에만 총 7,000여 개의 글을 삭제**했음. 향후, 인터넷 권익보호 기능을 개방해 실시간 추적 및 제3자 플랫폼 접근 등의 방식으로 원작 보호에 더욱 노력할 것이라 밝힘

일본 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 일본 비즈니스센터

□ 日인터넷 광고, 1조 엔 초과 – 덴츠 「2016년 일본의 광고비」 발표

○ 덴츠는 2017년 2월 23일 일본의 총광고비와 매체별·업종별 광고비를 추정한 「2016년 일본의 광고비」를 발표

○ **2016년 일본의 총광고비는 6조 2,880억 엔 (전년 대비 101.9%)으로 5년 연속 증가**함

○ 2016년은 자연재해와 장래 불안 등으로 인한 일본 국내 소비 저조, 엔고 주가 하락 추세에 따른 기업 실적 저하, 국제테러 및 자국보호주의 대두 등으로 광고비 하락이 예상되었으나, 전반적인 일본 국내 경기는 완만한 폭으로 확대됨. **2016년 리우데자네이루 올림픽·장애인 올림픽, 이세시마 정상 회담, 인터넷 광고 확대 등을 통한 마케팅 활성화**가 확대 요인임

○ 매체별로 보면, 「신문 광고비」가 5,431억 엔 (전년 대비 95.6%), 「잡지 광고비」가 2,223억 엔 (전년 대비 91.0%)으로 전년 실적 이하였으나, **「라디오 광고비」가 1,285억 엔 (전년 대비 102.5%), 「TV 매체 광고비 (지상파 + 위성매체 관련)」가 1조 9,657억 엔** (전년 대비 101.7%)으로 전년 실적을 초과함

○ **「인터넷 광고비」는 처음으로 1조 엔을 넘어 1조 378억 엔** (전년 대비 112.9%)으로, 매체 비용과 광고제작비를 합산하면 1조 3,100억 엔 (전년 대비 113.0%)으로 업계를 견인함

○ 디바이스별로 보면 스마트폰 이용률이 증가하면서 모바일미디어 중심으로 이동되면서, PC포털계와 애드네트워크형이 감소함

○ **새롭게 주목할 점은 「TV스팟광고 × 운용형 동영상 연동」의 미디어 기획 수요의 증가**임. 한편 광고회사와 미디어랩에 의한 위치기반마케팅을 더욱 강화하는 등, 위치 정보뿐만 아니라 과거 체류정보를 바탕으로 한 기획이 증가하고 있음

※ 운용형 (광고) : 프로그램이 자동적으로 검색경로 등 빅데이터를 분석하여 이용자가 필요로 하는 광고를 띄워주는 기법

□ 일본 정부, 쿨재팬 인재 육성 검토회에서 게임 개발자 양성 논의

○ **일본 정부는 「쿨재팬」전략을 중심으로 일본문화를 해외에 소개하는 인재를 육성하는 검토위원회를 설치**함('17. 2. 24). 본 검토위원회는 **일본 음식문화와 애니메이션 등의 해외 진출에 힘입어 일본의 매력을 세계에 전달하는 인재 육성에 주력할 예정**임

○ 츠루호 요스케(鶴保庸介) 오키나와(沖縄)·북방장관(北方相)은 내각회의 후

기자 회견을 통하여, 게임 프로그래머와 음식점 경영자가 부족하다고 설명하며, 「경제 성장의 원동력이 되는 인재 육성을 적극적으로 추진할 것」이라고 전함

- ㅇ 2017년 3월 중순에 개최 예정인 제1회 검토회를 통해 전문가의 의견을 반영하고, 2017년 5월에 보고서를 작성할 방침임
- ㅇ 관련하여 일반인을 대상으로 2017년 2월 24일부터 약 한 달간 의견을 모집할 예정임
- ㅇ 일본 정부는 2015년 말 산업을 넘어 민관이 협력하는 조직을 구성하여 쿨재팬 전략을 추진해오고 있음

유럽 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 유럽 비즈니스센터

□ IMPEL, 2016년 온라인 로열티 60% 증가 발표

- ㅇ 독립 음악 퍼블리셔들을 위해 유럽에서 미국과 영국의 디지털 저작권을 총괄적으로 라이선싱하고 있는 독립 음악 퍼블리셔 e-라이선싱 (IMPEL : Independent Music Publisher e-Licensing)은 Apple Music, iTunes, Spotify 및 YouTube 등 온라인 플랫폼에서의 like수에 의한 온라인 로열티가 작년에 60% 증가했다고 밝힘
- ㅇ 이러한 IMPEL의 온라인 로열티의 성장은 최근의 음악스트리밍 성장에 따른 것임
  - ERA(Entertainment Retailers Association)의 자료에 따르면 2016년 영국 시장에서 스트리밍, 다운로드 등 디지털 음악 소매 매출은 6억 3,310만 파운드(약 8,958억 원)로 전년대비 15.8% 증가한 것으로 나타남
- ㅇ IMPEL은 Beggars Music, Imagem, SONGS Music Publishing, Bucks Music Group 등 46개의 회원사를 통해 엘비스프레슬리(Elvis Presley), 롤링스톤스(Rolling Stones), 데이비드보위(David Bowie), 드레이크(Drake), 마크론슨(Mark Ronson) 등 수많은 아티스트들의 음악을 레퍼토리로 보유하고 있음

□ 유럽의 시청각 미디어 지침 개정 시도가 많은 반발을 야기

- ㅇ 유럽연합은 최근 디지털 경제를 육성하기 위한 노력의 일환으로 시청각미디어서비스(AVMS: Audiovisual Media Service) 지침을 개정하기 위한 노력을 기울이고 있음
- ㅇ 그러나 유럽 상업 텔레비전 방송 연맹(ACT) 등 방송사들을 대표하는 다수의 협회에서 지침 개정의 위험성을 경고하는 공동 성명서를 발표
- ㅇ 많은 방송사들이 반발하는 이유는 첫째로 TV 광고에 대한 새로운 규제가 시도되고 있다는 점으로서 방송사들은 광고 규제가 상업 방송사들이 콘텐츠에 투자할 수 있는 역량을 약화시키고 온라인 비디오 플랫폼과의 형평성에도 맞지 않는다고 주장
- ㅇ 또한 방송사들은 유럽연합이 유럽 전체에 걸쳐 동일한 규제정책을 추진함으로서 지역별 규칙(규제)에 따라 움직이고 있는 지역 채널들의 경쟁력을 약화시킬 것이라고 주장하고 있음
- ㅇ 유럽연합 집행위원회에서는 지침 개정 추진 시 불필요한 규제를 신설하지 않겠다는 약속을 했기 때문에 업계에서는 유럽연합의 반응을 주목하고 있음

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

□ 모코식 페스티벌 개최, 도서와 음악이 하나로

- ㅇ **2017년 2월 12일부터 14일** 3일간, 족자카르타(Jogjakarta)에 위치한 족자엑스포센터(Jogja Expo Center)에서 **제1회 모코식 페스티벌(MocoSik Festival)**이 개최됨
- ㅇ 족자카르타에서 처음으로 열린 이 페스티벌은 **인도네시아 라자왈리 커뮤니케이션(Rajawali Indonesia Communication)과 현지 노동문학단체인 '깜뽕 부꾸 족자(Kampung Buku Jogja)' 가 주최함**
- ㅇ '읽다' 라는 뜻의 모코(Moco)와 '듣다' 라는 의미의 식(Sik)을 결합하여 명명하게 된 이번 모코식 페스티벌은 **도서와 음악을 통해 지역사회의 교육 수준을 향상시키고 공연의 새로운 패러다임을 선보임**
- ㅇ 이 행사에는 인도네시아 유명 토크쇼 진행자부터 뉴스 앵커, 작가, 가수 등 12명의 인도네시아 유명 인사들이 참여해 콘서트뿐만 아니라 토크쇼, 도서 박람회, 도서 기증식, 워크숍 등 **인도네시아 최대 규모의 페스티벌**로 자리매김 함
- ㅇ 페스티벌 관계자들은 방문자들이 **콘서트 표 대신 행사에 마련된 도서를 구매함으로써 유명 가수들의 콘서트를 관람할 수 있도록 하여** 보다 직접적으로 **도서에 대한 접근성과 관심을 높임**
- ㅇ 평일에 열린 콘서트임에도 불구하고, 주최 측에서는 100여 종류의 도서를 준비하여 선택의 폭을 넓혔고, 준비했던 수량의 80%가 판매되면서 행사가 성황리에 마무리 됨
- ㅇ 현지에서 큰 인기를 끌고 있는 여성가수 라이사(Raisa)가 마지막날 콘서트에 초대되어 더욱 많은 인도네시아인들이 이 행사에 참여할 수 있도록 독려함

□ 2017 아세안 패션디자이너 쇼케이스(AFDS) 개최

- ㅇ 2017년 2월 24일, 자카르타에 위치한 그란 멜리아 호텔(Gran Melia Hotel)에서 **동남아시아국가연합(ASEAN)에 속한 8명의 유명 디자이너들이 모여 VIP 대상 패션쇼를 개최함**
- ㅇ 이번 자카르타에서 열린 쇼에는 다음과 같은 8인의 대표 디자이너들이 참가함.
  ※ 레니 아구스틴(*Lenny Agustin*), 해리 하난토(*Harie Hananto*), 해이든 엥(*Hayden Ng*), 도리스 리(*Doris Lee*), 멜빈 샤(*Melvin Shah*), 유키 우나완과 유나(*Yuki Unawan Tangkaravakoon and Yuna*), 시루스 탄티야폰(*Sirus Tantiyapon*), 및 구옌 콕 빈(*Nguyen Quoc Binh*)
- ㅇ 이들이 속해 있는 아세안 패션디자이너 쇼케이스(ASEAN Fashion Designers Showcase)단체는 아세안에 속해있는 디자이너들의 모임으로 2015년 8월, 싱가포르 출신의 유명 디자이너 해이든 엥(Hayden Ng)에 의해 처음 설립됨. 현재 **싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 캄보디아, 베트남, 라오스를 대표하는 14명의 디자이너들이 참여**하고 있음
- ㅇ **2016년 4월 1일 싱가포르에서 개최된 패션쇼를 첫 시작으로, 이번 패션쇼는 4번째이자 인도네시아에서는 처음으로 열린 행사임.** 이번 패션쇼에서는 인도네시아 출신 디자이너 레니 아구스틴이 무슬림 여성들을 위한 웨딩드레스를 디자인해 화제를 모음
- ㅇ 인도네시아 디자인사업협회(APPMI) 회장을 역임하고 있는 따루나 꾸스마야디(Taruna K. Kusmayadi)가 참가해 이 행사의 지속된 발전을 독려함
- ㅇ 패션쇼가 끝난 뒤에는 다양한 팝업스토어를 설치하여 패션쇼에 참여한 디자이너들의 자체브랜드 상품들을 직접 보고 구매 할 수 있는 기회를 마련함
- ㅇ **오뜨꾸띄르(Houte Couture) 의상부터 실용(ready-to-wear) 의상까지 다양한 스타일을 선보인** 이번 패션쇼는 동남아시아지역의 문화를 서로 융합하고 변주하여 패션디자인으로 선보였다는 점에서 의미를 지님
  ※ 오뜨꾸띄르(Houte Couture) : 불어로 '고급상점'이란 뜻으로 보통 파리 꾸띄르 조합 가맹점에서 봉제하는 맞춤 고급 의류를 의미함
- ㅇ 2017년 2월 인도네시아 행사를 시작으로 싱가포르, 캄보디아, 라오스, 쿠알라룸프르 등 동남아시아 주요 도시에서 잇따라 쇼를 선보일 예정

ASEAN FASHION DESIGNERS SHOWCASE

중동 콘텐츠 위클리 글로벌

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 UAE 마케터

□ 이란 Cafe Bazaar, MWC 참가해 자국 모바일 산업 알려

- ㅇ 이란 기반의 안드로이드 마켓플레이스인 <Cafe Bazaar>가 지난 2월 27일부터 3월 2일까지 스페인 바르셀로나에서 열린 세계 최대 모바일 박람회 '모바일 월드콩그레스(MWC)'에 참가해 이란의 모바일 산업을 현지에 소개
- ㅇ <Cafe Bazaar>는 5년 전부터 운영되고 있는 이란의 대표적인 안드로이드 마켓으로 대부분의 이란 게임 개발자들이 이 플랫폼을 통해 게임을 유통
- ㅇ 이번 행사 참가를 통해 이란의 모바일 생태계와 더불어 이란 개발자들이 보유한 잠재력 등을 현지에 홍보하고, 이란 모바일 산업의 글로벌 시장 확대를 지원했음
- ㅇ 이란은 중동에서 가장 인터넷 사용률이 높은 국가 중 하나로, 특히 안드로이드의 사용률이 매우 높음
- ㅇ 이란 내 <Cafe Bazaar> 앱은 3천 2백만 대의 스마트폰에 설치, 10만 개의 앱이 <Cafe Bazaar>에 등록돼 있는 것으로 조사됐으며 지난 5년간 이 플랫폼을 통해 개발자들 2천 1백만 불의 수익을 올림
- ㅇ <Cafe Bazaar>은 플랫폼의 성장과 맞물려, 아프가니스탄(페르시아어 사용)으로 시장을 확대하고 이커머스 기능을 통해 개발자와 사용자의 사용환경을 개선할 예정
- ㅇ 한편, <Cafe Bazaar> 슈퍼셀(Supercell), 게임로프트(Gameloft) 등 글로벌 게임기업도 유치한 바 있음

□ HTC, 두바이 기업 이마르와 VRZOO 운영 파트너쉽 체결

- ㅇ 이마르 엔터테인먼트(Emaar Entertainment)는 HTC와 파트너쉽 계약을 체결하고 UAE 두바이에서 <VRZOO>를 운영한다고 발표
- ㅇ 이마르 엔터테인먼트의 모기업인 두바이 개발사 이마르 프로퍼티(Emaar Property) 소유의 두바이몰 수족관(Dubai Aquarium and Underwater Zoo)에서 운영되는 <VRZOO>를 위해 HTC의 VIVE 디바이스가 제공되며,
- ㅇ HTC가 개발한 VR 플랫폼 'Wevr'의 <theBlu: Season 1>이 적용돼 영상이 제작될 예정으로, HTC는 중동 최대기업의 Emaar와의 이번 협업을 통해 중동시장 진출이 확대될 것으로 기대
- ㅇ VRZOO는 라이브액션 영상과 CGI영상의 통해 멸종위기 동물보호 교육을 위한 VR체험 공간임

[브라질] 콘텐츠산업 주간 동향 보고

2017. 3. 6(월) / 한국콘텐츠진흥원 브라질 마케터

□ 브라질 스타트업 <Instacarro>, R$ 3,300백만(약 122억 원)의 투자 받아

- ㅇ 브라질 스타트업 <Instacarro> 앱은 온라인 자동차 경매 플랫폼으로 1시간 내에 중고차를 판매할 수 있는 시스템을 제공하고 있음
- ㅇ 사용자들은 판매하려는 자동차를 직접 지정된 정비센터(상파울루 시내에 7군데)에 가져가 상태를 점검 받은 후, 한 시간을 기다리면 온라인 경매를 통해 금액이 정해지고, 이에 동의할 경우 <Instacarro>로부터 금액을 수령하고 즉시 명의이전을 할 수 있게 됨
- ㅇ 판매가 이루어진 후 <Instacarro>는 실제 구매업체로부터 금액을 받게 되는데 처음에는 수금이 잘 안 되는 업체들이 있어 어려움을 겪었으나, 요즘은 수금이 안 될 경우, 플랫폼에서 퇴출되기 때문에 순조롭게 진행되고 있다고 Diego Ficher 대표자는 설명함
- ㅇ 현재 플랫폼에는 총 1,500개의 대리점과 딜러들이 등록되어 있으며 가입을 원하는 대리점들이 줄 서 있다고 전함
- ㅇ 실제 구매업체로부터 받는 커미션(%)에 대해서는 밝혀지지 않았으나, 2015년 12월부터 서비스를 시작한 <Instacarro>는 1년 동안 약 R$ 1억 (약 370억 원)의 수익을 기록하였음
- ㅇ 최근 R$ 3,300백만 (약 122억 원)의 투자를 받게 된 <Instacarro>는 올해 하반기에 Rio de Janeiro와 Belo Horizonte시에 사업을 확장할 계획이라고 밝힘

□ 브라질, 약 7천만 명이 오프라인

- ㅇ 최근 Internet.org와 The Economist에서 실시한 조사에 따르면 브라질은 오프라인 인구가 가장 많은 국가 랭킹 10위를 차지하였음
- ㅇ Facebook이 의뢰한 이번 조사는 저소득층과 고립된 지역의 주민들에게 인터넷을 연결해주고자 시작되었음
- ㅇ 브라질에서는 총 7,050만 명이 고정 또는 이동식 인터넷에 접속하지 못하고 있는 상황으로 밝혀짐
- ㅇ 가장 오프라인 인구가 많은 것으로 나타난 나라는 인도 (약 8억 6,470만 명)와 중국(약 6억6,090만 명)이었으며 인도네시아, 파키스탄, 나이지리아와 멕시코 등이 브라질보다 더 많은 오프라인 인구를 보유하고 있는 것으로 나타남
- ㅇ 이번 조사결과에 따르면 약 40억 명(전 세계 인구의 절반 이상)이 그 어떤 방법으로도 인터넷에 연결되지 않은 것으로 밝혀짐
- ㅇ 유럽의 국가들은 대부분 오프라인 인구가 약 20%에 달하며, 아프리카의 경우 75%가 오프라인에 속해있음

해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

- 미국 비즈니스센터(LA) 김철민 센터장 : +1-323-935-5001 / cmkim@kocca.kr
- 중국 비즈니스센터(북경) 김기헌 센터장 : +86-10-6501-9971 / gihun@kocca.kr
- 일본 비즈니스센터(동경) 이경은 센터장 : +81-3-5363-4511 / lke0801@kocca.kr
- 유럽 비즈니스센터(런던) 최윤수 센터장 : +44-20-7016-3333 / yschoi@kocca.kr
- 인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
- 중동마케터(UAE 아부다비) 박상욱 마케터 : +971-2-491-7227 / swpark@kocca.kr
- 남미마케터(브라질 상파울루) 박희란 마케터 : +5511-99906-1577 / brazil@kocca.kr