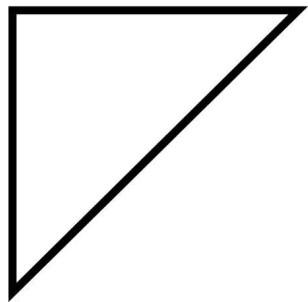


—
위클리
글로벌
2018.4.9.

Weekly Global

20

18



목 차

2018. 4. 9. 마케팅지원팀

구 분	제 목
미국	<ul style="list-style-type: none">- 미국 빌보드, 동방신기 컴백 집중 조명- 애플, 멀미 없애주는 자율주행 자동차 VR 시스템 특허 출원- 스티븐 스피버그의 최신작, <레디 플레이어 원> 박스오피스 1위 등극
중국	<ul style="list-style-type: none">- 문화여유부, 인터넷 콘텐츠 시장 관리감독 강화- <2018중국 드라마 산업 보/고서> 발표- 신러스즐지아 (新乐视智家), 텐센트와 전략적 협력 체결
심천	<ul style="list-style-type: none">- 2018 중국 광저우 국제 투자 연회 ‘주강(珠江) 음악문화산업창의특구’ 조성 첫 선을 보인다.- 중국은 IP 시대!!, 애니메이션 IP 하나로 산업 되는 시대이다.
일본	<ul style="list-style-type: none">- J:COM, 디지털동영상사업에 참여- <도라에몽>과 <코난> 극장판 영화가 인기있는 이유
유럽	<ul style="list-style-type: none">- SNS 광고 지출이 향후 영국에서 TV 광고 지출을 앞지를 것으로 예상- CGV, 500번째 4DX 상영관을 프랑스 파리에서 개관
인도네시아	<ul style="list-style-type: none">- 제7회 인도네시아 패션위크 개최- 인니 창조경제위원회, 창조경제 관련 통계 데이터 발표

미국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2018. 4. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 미국 비즈니스센터

□ 미국 빌보드, 동방신기 컴백 집중 조명

- 지난 29일(현지시간) 미국 유명 매체 빌보드는 홈페이지를 통해 동방신기의 새 앨범 'New Chapter #1: The Chance of Love'을 자세히 소개하며 동방신기의 국내 컴백을 집중 조명함
- 빌보드는 이번 앨범에 대해 한층 성숙하고 부드러워진 동방신기의 모습을 보여주며 K-POP 보이 밴드 대표주자의 공식 복귀를 의미한다고 소개함
- 이어, 현대적 느낌의 음악으로 구성된 이번 앨범은 'New Chapter' 라는 명칭에 걸맞게 동방신기의 새로운 시대를 반영한다고 호평하며 이번 앨범을 집중 소개함
- 동방신기의 새 앨범은 아이튠즈 종합 앨범 차트에서 일본, 말레이시아, 태국, 인도네시아, 대만, 베트남, 싱가포르, 홍콩, 마카오, 필리핀, 칠레, 에콰도르, 페루 등 전 세계 13개국 1위에 올라 글로벌한 인기를 다시금 증명함

□ 애플, 멀미 없애주는 자율주행 자동차 VR 시스템 특허 출원

- 2일(현지시간) IT매체 씨넷은 애플이 자율주행 자동차 멀미와 지루함을 완화시키는 VR(가상현실) 시스템에 대한 특허를 신청했다고 전함
- 이 기술은 VR 헤드셋, 컨트롤러, 프로젝터를 조합해 가상현실 환경에서 승객에게 시각적 신호를 제공해 멀미를 완화시키며 차 속에서 지루함을 달래주는 기능을 갖고 있음
- 다양한 센서가 탑승자의 신체 상태를 파악하게 되면서 맥박 수나 침 넘김 등의 신체 신호를 감지한 다음 멀미 증세를 포착하면 VR 시스템을 실행함
- 애플이 제공하는 VR 앱 테마로는 좀비 모험, 행글라이더 체험, 콘서트, 비즈니스 미팅 등이 있으며 이 중 행글라이더 체험 테마는 하늘 위 풍경을 볼 수 있는 앱으로 작년 9월에 특허 출원된 것으로 알려짐
- 이 기술은 애플이 개발 중인 자율주행차를 위한 것으로 보이지만, 일반 자동차나 교통 체증이나 긴 여행 중에도 활용될 수 있을 것이라고 씨넷은 전함

□ 스티븐 스피버그 <레디 플레이어 원> 1위 등극

- 미국의 영화흥행정보 사이트 박스오피스모조닷컴의 잠정 집계에 따르면 스티븐 스피버그 감독의 <레디 플레이어 원>은 지난 주말 3일간 (3월30일~4월1일) 4120만 달러를 벌며 개봉 첫 주말 북미 박스오피스 1위를 차지함
- <레디 플레이어 원>은 이로서 역대 스티븐 스피버그 감독의 연출작 중에선 북미지역 오프닝 5위에 이름을 올림

- 스티븐 스필버그 감독의 북미 지역 역대 최고 흥행작은 1982년 개봉된 <E.T.>이며 36년 전이었음에도 불구하고 당시에만 무려 4억3511만 달러의 흥행수익을 올렸음
- 한편 <레디 플레이어 원>는 2008년 <인디애나 존스 4> 이후 무려 10년만에 북미 박스오피스 1위에 오른 스피버그 감독의 작품이기도 함
- 스피버그 감독은 최근 3년여 사이 칠순 나이가 무색할 만큼 왕성한 창작 활동을 펼치고 있으며 <스파이 브릿지>(2015년)을 시작으로 블록버스터물 <마이 리틀 자이언트> (2016년), 그리고 최근 국내외 평단과 마니아들의 극찬을 받은 <더 포스트>(2017년) 등 매년 작품 활동을 꾸준히 하고 있음

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2018. 4. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 북경 비즈니스센터

정 책	<p>문화여유부, 인터넷 콘텐츠 시장 관리감독 강화</p> <p>4월 2일 문화여유부(文化和旅游部)는 중앙선전부(中宣部)의 온라인 게임 시장 관리 규범화와 온라인 문화 시장의 감독 강화를 위해 대표적인 사례들을 예로 들어 구체적인 단속 대상을 발표함. 문화여유부는 향후에도 온라인 문화 시장에 대한 관리감독을 지속적으로 강화 할 예정이며, 온라인 게임 업계의 구조조정을 추진하여 기능성 게임과 e스포츠의 발전을 독려할 예정이라고 밝힘.</p>
	<p>문화여유부 관리감독 주요대상</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 사행성 광고 및 저속한 내용의 온라인 게임. 2. 실명인증을 거치지 않거나 무작위(랜덤) 추첨 등의 방식으로 소비를 유도하는 등의 경영 위반 행위. 3. 홍색경전(紅色經典·사회주의 혁명정신에 관련된 책)이나 영웅인물을 악의적으로 패러디하는 등의 내용이 포함 된 동영상.
미 디 어	<p><2018중국 드라마 산업 보고서> 발표</p> <p>수도영상발전싱크탱크(首都影视发展智库)가 3월 26일에 발표한 <2018드라마 산업보고서(2018中国电视剧产业报告)>에 따르면, 2017년 중국 드라마 총 제작은 313편으로 2011년 이래 가장 적음. 지난 2003년부터 2014년까지 중국 드라마는 매년 400편 이상 제작이 유지 되었으나, 2015년 1월 1일, 황금시간대(19시~22시) 동안 1편의 드라마를 최대 2개 채널에서 동시방영이 가능하도록 제한하는 ‘일극양성(一剧两星)’ 정책 발표 이후 드라마 제작량이 줄어들기 시작함. 또한, 2017년 모바일 동영상 사용자는 5.48억 명으로 전년도 대비 9.7% 성장해 모바일을 사용한 동영상 시청이 보편화 되었으며, 2017년 상반기 동영상 조회 수 중 드라마 관련 동영상 점유율이 67%에 도달해 인터넷에서 선공개 후 TV에 방영하는 선망후대(先网后台)가 추세가 됨.</p>
	<p>신러스즐지아 [新乐视智家], 텐센트와 전략적 협력 체결</p> <p>3월 30일, 러스왕은 자회사인 신러스즐지아(新乐视智家)가 텐센트와 전략적 협력을 체결했다고 발표함. 이번 협력은 업무 분야에만 한정되어 신러스즐지아가 보유한 러스영상 단말기망에 텐센트 영상의 콘텐츠를 방영하여, 이를 통해 얻은 수익 중 일부를 텐센트에게 배분하는 방식임. 신러스즐지아는 이번 협력을 통해 콘텐츠 제공 방면에 있어 모회사인 러스왕에 대한 의존도를 낮추고 경영의 독립성을 확보함.</p>
기 업	

심천 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2018. 4. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스센터

□ 2018 중국 광저우 국제 투자 연회 ‘주강(珠江) 음악문화산업창의 특구’ 조성 첫 선을 보인다.

- 3월 28일 광저우 주강 문화그룹이 주최한 ‘국제적 시야, 음악문화융합&창의 산업 신생태계’ 라는 주제로 포럼이 개최됨.
- 이번 포럼을 통해 광저우 음악 산업 발전을 도모하고, 광저우의 국제적인 음악 육성 및 음악 도시화를 시키는 것이 주최 측의 설명임.
- 주강 음악 문화 산업 창의특구에 첫 선을 보인 것은 광저우의 음악 문화 아이디어 산업과 융합, 나아가 업그레이드된 국제적인 음악플랫폼을 만들어 나갈 계획임.
- 또한, 팝 음악, 대중화된 음악 등 다양한 음악 산업 아이템으로 창의적인 애니메이션, 방송, 광고, 매체, 패션 등과 협력해 광저우 음악 창의 생태계를 만들어 나갈 계획임.
- 현재 국제화된 콘텐츠 산업과 어우러져 광둥성뿐만 아니라 홍콩, 마카오 등과 협력하여 음악 문화 콘텐츠 산업 클러스터 조성에 힘쓰고 있음.
- 주최 측은 “광저우는 문화 창조 관련 산업의 융합을 촉진하고 창조적 역동성 및 새로운 성장 동력을 키우고, 광저우 문화 소프트 산업 경쟁력 등 광주 주강 음악문화 산업 단지 조성 등이 큰 계기가 됐다” 라고 말함.
- 이번 포럼에서는 각 분야 전문가 6명은 분야별로 디지털 음악의 패러다임 전환, 음악 문화와 창의 산업 융합, 음악 산업 신생태계 조성, 영상과 음악 산업의 융합 등 새로운 패러다임 등을 논의하며 광저우 음악 산업의 창의적인 발전에 일조함.
- 특히, 광저우 음악 산업의 창의적인 번영을 위해 음악 작품에 대한 견해를 공유하며, 함께 상생하는 비즈니스모델을 만드는데 노력의 의지를 나타냄.



※ 사진출처 : 신랑광서(新浪广西)

□ 중국은 IP 시대!!, 애니메이션 IP 하나로 산업 되는 시대이다.

- 현재 중국에서 《熊出没》 《那年那兔那些事》를 비롯해 다양한 IP애니메이션 콘텐츠가 확산되고 있음.
- 중국 사회 경제와 인터넷산업이 발달하면서 다양한 만화 플랫폼이 등장하면서 전국적으로 성장의 발판이 되고 있음.
- 이와 함께 웨이보, 웨이썬 등 소셜 네트워크 서비스(SNS)에서 만화가와 팬들 사이에 좋은 만남을 가지고 있고, 수많은 인터넷 만화가들의 팔로워 수가 1,000만 명에 육박함.
- 최근 들어 게임 콘텐츠와 애니메이션 IP 융합 산업 등 다양한 프로그램 및 비즈니스 모델을 개발해 상업적인 IP화를 꾀하고 있음.
- 심천 시는 “애니메이션 IP 영향력을 바탕으로 문화+브랜드+산업+플랫폼의 일원화를 이루는 새로운 창조 비즈니스 모델이 향후 IP산업의 기반”이라고 말함.
- 하지만, 중국 애니메이션 IP 산업이 호황을 누리고 있지만, 소비 시장과 자본 시장의 선호도가 높고, 급속한 IP산업화로 장기적인 발전 모델 부재와 산업화가 빠른 속도로 발전하고 있는 상황이 여전히 문제점으로 지적되고 있음.
- 문제점으로는 외국 애니메이션 이미지 캐릭터만 모방해 중국만의 특성을 살리는 자생적인 애니메이션 산업을 구축하는 데는 한계가 있음.
- 또한 애니메이션산업 지적 재산권 보호를 눈여겨보아야 한다는 지적이 일고 있으며, IP 애니메이션 산업이 호황을 누리면서, 불법적으로 유통되는 경우가 많음.
- 애니메이션 산업의 주요 경제 수입은 IP 파생 상품에서 비롯되므로, 향후 지적 재산권이 보장되지 않으면, 불법제품의 시장 유통이 더욱더 기승을 부릴 것으로 예측함.
- 현재 중국은 인터넷산업이 급속도로 발달하면서 고도의 경제성장을 이룬 황금기 시대에 기존의 산업 판도를 바꿔 놓았으며, 새로운 경제 시스템을 도입하면서, IP 애니메이션산업이 향후 중국의 중요한 산업이 될 것이라 전망됨.

일본 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2018. 4. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 일본 비즈니스센터

□ J:COM, 디지털동영상사업에 참여

- 슈퍼텔레콤(株式会社ジュピターテレコム, 이하 J:COM)은 2018년 4월 3일 동영상마케팅사업자 프룩스(株式会社プルクス)의 주식을 과반수이상 취득하였다고 발표함. 연결자회사화하여 디지털동영상 사업에 참여할 예정임
- 프룩스는 1,000명 이상의 크리에이터를 네트워크화하여 동영상제작, 동영상 마케팅사업을 전개하는 기업임. 온라인동영상 광고에 강점을 가지고 클라이언트의 문제해결을 목적으로 상류공정(설계·동영상기획)부터 하류(동영상제작·광고 전송)까지 모두 가능한 것이 특징임. 지금까지 3년간 대기업부터 벤처기업까지 약 500사, 2,500편 이상의 동영상 제작지원한 실적이 있음
- J:COM은 미디어사업의 성장전략으로, 동영상 광고 사업을 강화하여 유료 방송·동영상 전송 사업을 이을 계획임. 이번 연계를 통해 디지털미디어를 겨냥한 동영상제작·광고 전송분야에 광고사업 점유율을 확대하여 이후 주변영역으로 사업영역을 확대할 것을 검토할 예정임
- 이번 자본연계는 프룩스와 고품질 동영상제작과 J:COM이 가진 TV나 디지털미디어를 조합하여 확대하는 동영상 시장을 양사가 개척하고자 함임. 구체적으로는 (1) TV와 디지털을 연동시킨 동영상광고상품의 공동개발, (2) 기업이나 매체를 위한 마케팅지원, (3) 자사를 비롯한 그룹사의 콘텐츠 마케팅을 위한 동영상 제작지원 등임

□ <도라에몽>과 <코난> 극장판 영화가 인기있는 이유

- 영화산업에서 매년 안정된 성공을 보이는 콘텐츠가 <도라에몽>과 <명탐정 코난>임. 두 작품 모두 인기 있는 TV애니메이션임. <도라에몽>시리즈의 38번째 극장판 <극장판 도라에몽: 노비타의 보물섬>이 2018년 3월 3일 개봉, <명탐정 코난> 시리즈의 22번째 극장판 <명탐정 코난 제로의 집행인>이 2018년 4월 13일 개봉될 예정임
- 일본영화제작자연맹이 정리한 2017년 만화영화 흥행수입랭킹을 보면 <명탐정 코난 진홍의 연가>가 약 69억 엔으로 1위, <극장판 도라에몽: 친구의 남극 풍풍 대모험>이 약 44억 엔으로 2위였음
- 이 두 작품이 오랫동안 인기를 얻은 이유는 아이들의 부모 영향이 큼. 본래는 아이들을 겨냥한 콘텐츠이지만 부모도 함께 즐길 수 있다는 점이 큼
- <도라에몽>, <명탐정 코난> 두 작품 모두 ‘눈물이 나왔다’, ‘감동했다’ 등의 관람 후기를 볼 수 있음. 특히 <도라에몽>은 아이도 어른도 감동을 느끼는 영화로 유명함

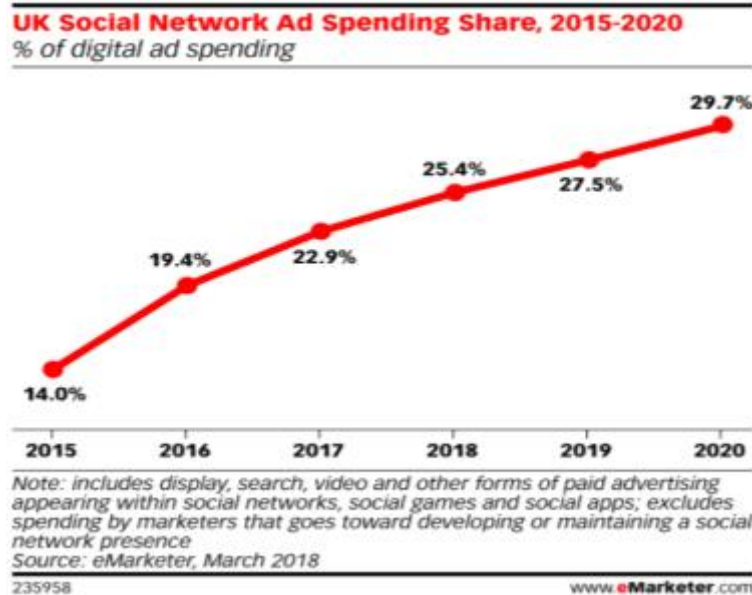
- 좋은 상품과 서비스를 만드는 것도 중요하지만, 언제나 접할 수 있는 효과적인 선전을 하여 폭넓게 많은 사람들을 대상으로 기존 고객을 확보하여 재구매를 유도하여 안정성을 확보하는 것. 이것이 성공비즈니스를 만드는 첩칙이며 <도라에몽>, <명탐정 코난>의 극장판 영화가 아이와 어른 모두 즐길 수 있는 구조를 만들었기 때문임

유럽 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2018. 4. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 유럽 비즈니스센터

□ SNS 광고 지출이 향후 영국에서 TV 광고 지출을 앞지를 것으로 예상

- 리서치사 eMarketer에서 발표한 자료에 따르면, 2020년도에 영국에서 SNS 광고 지출이 전체 미디어 시장 광고 지출의 20%를 차지하며 TV 광고 지출(17.8%)보다 높아질 전망
- 이미 SNS에 대한 광고 지출 금액은 TV를 뺀 영국의 다른 미디어 광고 지출 금액을 넘어섰으며, 앞으로도 계속 성장할 것으로 예상
- eMarketer가 예상한 2018년도 SNS 광고비는 33억 파운드(약 4조 9,277억 9,100만원)로 2017년도에 보다 24% 상승



※출처: eMarketer, March 2018

- SNS는 사용자 수가 계속 증가하고 있으며 인스타그램, 스냅챗 같이 동영상을 사용 하는 플랫폼들이 늘어나면서 더욱더 매력적인 미디어 시장으로 자리 잡고 있기 때문에 광고비도 함께 상승할 것으로 보임

□ CGV, 500번째 4DX 상영관을 프랑스 파리에서 개관

- CJ CGV가 프랑스 파리 외곽에 위치한 Thiais에 4DX 상영관을 개관함
- 해당 CGV 4DX는 프랑스 1위 극장 체인인 Pathe가 설치하였으며 운영 또한 Pathe에서 관리할 예정임
- 2009년 서울 상암 CGV에서 처음 선보인 CGV 4DX는 2010년 중국을 시작으로 세계 각지 극장 체인점과 제휴해 현재 프랑스를 포함한 미국, 일본, 러시아, 멕시코 등 세계 57개국에서 운용되고 있음

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2018. 4. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

□ 제7회 인도네시아 패션위크 개최

- 2018년 3월 28일부터 4월 1일까지 자카르타 컨벤션 센터(Jakarta Convention Center)에서 인도네시아 패션디자이너협회(Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia) 주최 하에 인도네시아 패션위크(Indonesia Fashion Week)가 개최됨
- 올해로 7회를 맞는 이번 행사는 인도네시아 창조경제위원회(BEKRAF), 인도네시아 국영기업 관리청(BUMN), 인도네시아 협동조합·중소기업부 등이 후원하고 <인도네시아 영 패션 디자이너 선발대회(Indonesia Young Fashion Designer Competition)> 등 다채로운 부대행사가 함께 열림
- 앤느 아반띠(Anne Avantie), 이땅 유나즈(Itang Yunasz), 아이 샤리프 1965(Ai Syarif 1965), 리아 미란다(Ria Miranda), 자스끼아 승까르(Zaskia Sungkar), 바르릴 아스마라(Barli Asmara), 이반 구나완(Ivan Gunawan), 라니 핫따(Rani Hatta), 디안 플라잉(Dian Pelangi) 등 현지 유명 디자이너들이 패션쇼에 참가하여 새로운 작품들을 선보임
- 특히 이번 패션쇼는 바딕 문화, 중부 자바 문화, 라부안 바조 문화 등 매일 각기 다른 인도네시아 지역 문화 콘셉트로 진행되어 참관객들의 눈길을 사로잡음
- 한편, 국내총생산(GDP) 중 패션산업이 차지하는 비율은 3.76%로 수출액은 132.9억 달러(1,329억 원)에 달함

Indonesia
Fashion
Week /D.
FW 2018



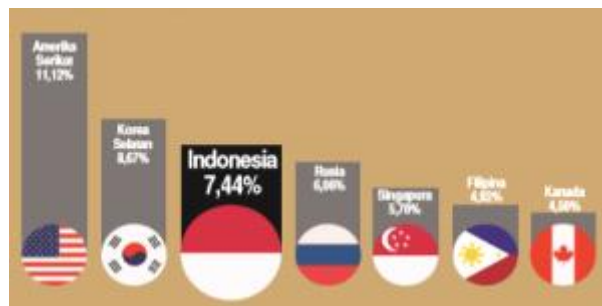
※ 이미지 출처 : 구글 이미지

□ 인니 창조경제위원회, 창조경제 관련 통계 데이터 발표

- 2018년 2월 말 인도네시아 창조경제위원회(BEKRAF)는 <인도네시아 창조경제 관련 통계 데이터>를 발표함
- 해당 통계 자료에 따르면, 2016년 국내총생산(GDP)에 창조경제 분야가 기여하는 부분은 7.44%로, 922.59조 루피아(약 73.8조 원 상당)에 달하며, 2015년 대비 4.95%가 성장함
- 창조경제 분야 GDP에 대한 기여도는 2010년부터 2016년까지 매년 평균 7%이상 꾸준히 증가하고 있으며, 2016년 기준 요식업(41.4%, 382조 루피아(약 30.56조 원)), 패션업(18.01%, 166조 루피아(13.28조 원)), 수공업업(15.4%, 142조 루피아(11.36조 원)), 방송업(8.27%), 출판업(6.32%) 등 순으로 창조경제 성장에 기여하고 있는 것으로 나타남
- 2016년 기준 창조경제 성장률이 높은 세부 분야로는 방송업(10.33%), 영화·애니메이션·비디오 산업(10.09%), 공연업(9.54%), 시각디자인업(8.98%), 게임·앱 개발업(8.06%) 등으로 나타남
- 또한, 2016년 기준 총 34개 주 중 5개 주(발리, 자카르타, 서부 자바, 동부 자바, 북부 수마트라)가 창조경제 분야 국내총생산(GDP)의 약 48%를 차지함
- 한편, 인도네시아 창조경제 분야 수출액은 2015년 194억 달러(약 1,940억 원), 2016년 200억 달러(약 2,000억 원)로 3.23%가 성장하였으며, 주요 수출 국가로는 미국(60.4억 달러(약 483.2억 원), 스위스(20.9억 달러(167.2억 원), 일본(13.6억 달러(약 108.8억 원), 싱가포르(12.3억 달러(약 98.4억 원), 독일(8.9억 달러(약 71.2억 원) 순임
- 인도네시아 창조경제 분야 인력 관련하여 2015년 1,596백만 명, 2016년 1,691백만 명으로 5.95%가 증가하였으며, 전체 인력 중 약 55%가 여성 사업가로 나타남
- 반면, 전체 사업체 중 약 1%만이 법인형태로 운영되고 있으며, 전체 사업체 중 92.6%는 연간 소득이 3억 루피아(약 2,400만원) 미만으로 나타남



<2010~2016년 창조경제분야 GDP 기여도>



<국가별 창조경제분야 GDP 기여도>

※ 이미지 출처 : 인도네시아 창조경제위원회 공식홈페이지(www.bekraf.go.id)

● 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처 ●

- 미국 비즈니스센터(LA) 김철민 센터장 : +1-323-935-2070 / cmkim@kocca.kr
- 중국 비즈니스센터(북경) 김기현 센터장 : +86-10-6501-9971 / gihun@kocca.kr
- 중국 비즈니스센터(심천) 남궁영준 센터장 : +86-755-2692-77971 / pinoky14@kocca.kr
- 일본 비즈니스센터(동경) 황선혜 센터장 : +81-3-5363-4511 / hwang216@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 과장 : +971-2-491-7227 / swpark@kocca.kr
- 남미마케터(브라질 상파울루) 박희란 과장 : +5511-2476-5120 / brazil@kocca.kr

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr