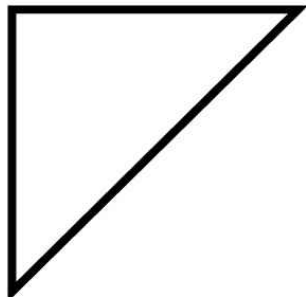


—
위클리
글로벌
2019.6.24.

Weekly Global

20

19



목 차

2019. 6. 24. 마케팅지원팀

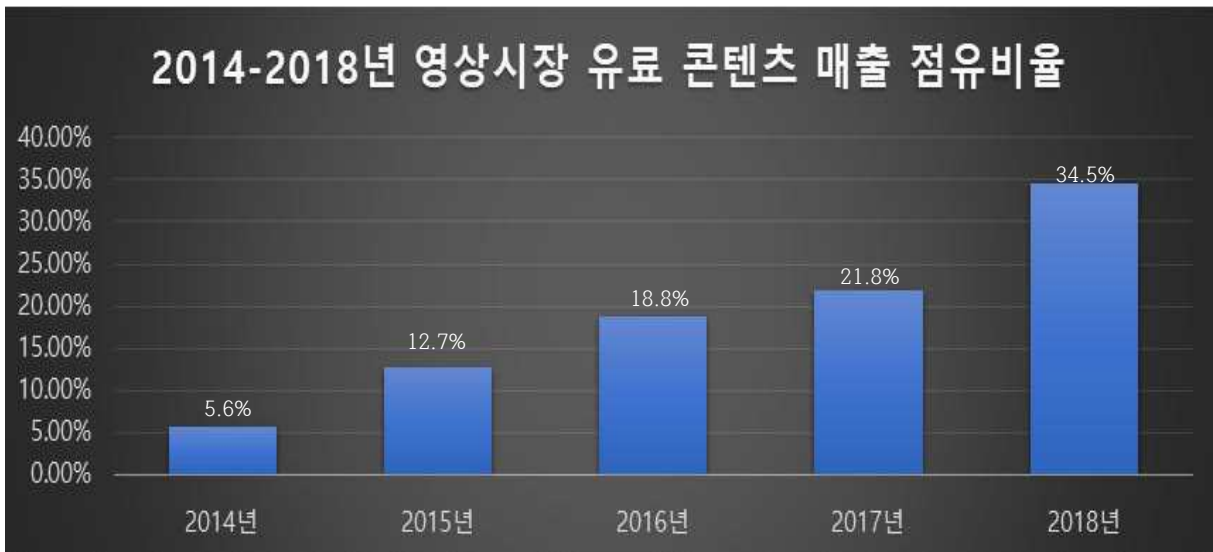
구 분	제 목
중국 북경	- (미디어) 2018년 중국 영상콘텐츠 매출 점유율 34.5% - (미디어) 중국 CCTV, 정식 뉴미디어 회사 설립
중국 심천	- 제1회 봉성(鹏城) 디지털 문화창의 포럼 개최 - 애니메이션 사업으로 성공한 기업 : 화창팡터(华强方特)
인도네시아	- 인니 창조경제위원회(BEKRAF), 스트리트 패션 행사 개최 - 인도네시아 애니메이션 <누사와 라라>, 말레이시아 진출
중동	- 아마존 프라임 아랍에미리트 런칭... 넷플릭스, 스타즈플레이 위협하나 - 슈퍼주니어 사우디아라비아 진출 초읽기... '젯다 시즌' 에서 초연 예정 - 아랍 스트리밍 비디오 시장... 넷플릭스, 스타즈플레이 등 경쟁 본격화

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 6. 24(월)/ 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터

□ [미디어] 2018년 중국 영상콘텐츠 매출 점유율 34.5%

- 2019 상하이 국제 TV·영화 페스티벌(上海国际电影电视节)의 부대행사인 인터넷 영상 포럼에서 <2019년도 영상 뉴미디어 청서(2019年度视听新媒体蓝皮书)>가 발표됨. 해당 자료에 따르면, 2018년 인터넷 영상 이용자는 7.25억 명으로 인터넷 사용자의 87.5%에 달하며, 인터넷 영상 유료회원 규모는 전체의 32% 이상인 2.3억 명으로 지난 3년간 연평균성장률(CAGR)이 119%에 달함.
- 또, 위 행사에서 함께 발표된 <2019년 중국 인터넷 영상 우수작품 연구 보고서(2019年中国网络视频精品研究报告)>에 따르면, 2018년 영상시장 유료 콘텐츠의 매출 점유율은 전체의 34.5%를 차지함.



□ [미디어] 중국 CCTV, 정식 뉴미디어 회사 설립

- 최근, 중국 언론을 통해 전해진 소식에 따르면, 중앙광과전시총대(CCTV)가 정식으로 뉴미디어 회사인 양시빈융매체발전유한공사(央视频融媒体发展有限公司)를 설립함. 해당 회사는 5월 30일 등록 되었으며, 등록자본은 10억 위안(약 1,698억 원)으로, 회사 지분의 90%는 CCTV, 나머지 10%는 CCTV international network가 소유하고 있음.
- 알려진 바에 따르면, 이 회사는 베이징에서 등록되었으며, 주요 업무는 CCTV의 시장화 작업 및 기술서비스 제공, CCTV 영상 뉴미디어센터와 공동으로 5G 뉴미디어 플랫폼을 구축하는 것임.

중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 6. 24.(월) / 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스센터

□ 제1회 봉성(鹏城) 디지털 문화창의 포럼 개최

- 6월 11일, 심천시 남산구(南山区) 문화광전관광체육국(文化广电旅游体育局) 주최로 제1회 봉성 디지털 문화 창의 포럼이 심천시 소프트웨어산업단지에서 개최되었음. 본 포럼은 봉성 문화 창의 산업연구원과 심천대학교 문화산업연구원, 남산구문화산업협회 등의 협력기관이 공동주관 하였음.
- 제1회 봉성 디지털 문화 창의 포럼에서는 남산구 디지털 창의 산업의 새로운 발전 형태 및 최신 트렌드에 주목하였음. 또한 문화산업 분야 기업 전문가와 학자들을 초청하여 '남산구 맞춤형 디지털 창의 산업 모델'을 주제로 강연 및 교류를 진행하였음.
- 본 포럼에서 7명의 문화산업 관계자 및 학계 전문가가 방송 산업 & 디지털, 문화+기술+관광의 신흥 산업모델, 5G 시대 하의 남산구 쇼트클립 산업 발전 동향, 월항오대만구(粤港澳大湾区)의 디지털 문화경제 등을 주제로 강연하였음.
- 본 포럼을 통해 남산구는 향후 정부, 기업, 고등 교육 기관, 연구 개발기구, 사용자그룹(user group) 5개 분야의 전문가를 섭외하여 문화산업 관리, 생산, 연구를 진행할 예정임. 특히 애니메이션, 영상, e-스포츠 게임, 디지털 전시 등을 비롯하여, 드론, 인공지능, 사물인터넷 등을 문화산업과 융합한 콘텐츠 분야를 중점적으로 발전시킬 예정이라고 밝힘.



* 이미지 출처 : 바이두(百度)

□ 애니메이션 사업으로 성공한 기업 : 화창팡터(华强方特)

- 화창팡터는 중국 문화엔터테인먼트 선두업체로 올해 9번째로 '전국 30대 문화기업'으로 선정됨. 최근 화창팡터는 '중국의 스토리 전달'을 주제로 중국 문화를 세계에 알리고 중국 애니메이션의 국제화를 위해 힘을 쏟고 있음.
- 첫 번째, 중국어와 영어 이중 자막을 제작할 뿐만 아니라 환경보호 주제 혹은 우정, 사랑, 용기, 꿈 등의 긍정적인 가치관을 전달하는 주제 선정 등 모두가 공감할 수 있는 소재를 채택함.
- 두 번째, 화창팡터 애니메이션 제작감독 왕창(王强)은 '곰 출몰'의 등장인물인 어린 늑대 '페이페이' 제작 시 캐릭터를 완벽하게 구현하고 정교함을 부각시키기 위해 제작부터 최종 완성까지 5개월의 시간을 소요하였음. 제작 과정에서 실제 늑대를 참고하였으며 '페이페이'의 털을 세부적으로 구현하기 위해 백만 개 이상의 가닥을 표현하였음.
- 세 번째, 애니메이션 제작 시 세계 최고 기술을 추구함. 화창팡터 애니메이션 제작팀은 제작초기부터 최고수준의 3D기술을 이용하여 애니메이션의 퍼포먼스기술과 생동감 있는 표현력을 강조하였음. 그 결과로 현재 '곰 출몰'은 100여개 국가에서 총 25만 분 넘게 방영되었음.



* 이미지 출처 : 바이두(百度)

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 6. 24(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

□ 인니 창조경제위원회(BEKRAF), 스트리트 패션 행사 개최

- 2019년 5월 26일, 자카르타 모노폴리 호텔(Monopoli Hotel)에서 인도네시아 창조경제위원회(BEKRAF) 주관, 블리블리닷컴(Blibli.com) 및 엑스엘 프리오리따스(XL Prioritas) 후원 하에 스트리트 패션행사 <2019 파라사이트(Para-Site 2019)>가 개최됨
- 인도네시아 국내외 스트리트 패션 브랜드가 참가한 가운데 패널 토론, 팝업 스토어 등 세부 프로그램이 운영됨
- 마리스(Maris), 엘하우스(Elhaus), 에이저리스 갤럭시(Ageless Galaxy), 안나스 트라이브(Annas Tribe), 페일러 페일러(Failure Failure), 닌디토 오피셜(Nindito Official), 크리즈라이버레이션(Krizliberation), 예스지(Yeszy) 등 인도네시아 로컬 스트리트 패션 브랜드가 참가함
- 이 외에도 예띠 아웃(Yeti Out), 데일리 페이퍼(Daily Paper), 우이(Woei), 험블 마인디드(Humble Minded), 리보르데아(Libordea), 샌달 보이즈(Sandal Boyz) 등 해외 스트리트 패션 브랜드가 참가함
- 패널 토론에서는 이번 행사에 참가한 인도네시아 국내외 브랜드사들이 <인터네셔널 브랜드의 경험(International Brand Experience)> 및 <당신의 브랜드를 발전시키는 법(How to Develop Your Brand)>이란 주제로 토론함
- 한편, 인도네시아 창조경제위원회(BEKRAF)는 지난 5월 23일부터 5월 26일까지 자카르타 스나얀 시티 몰(Senayan City Mall)에서 동 행사를 개최할 계획이었으나, 5월 22일 발생한 대선 불복 시위로 인해 행사규모를 축소하여 5월 26일 개최함



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

□ 인도네시아 애니메이션 <누사와 라라>, 말레이시아 진출

- 2019년 5월 15일부터 인도네시아 애니메이션 <누사와 라라(Nussa dan Rara)>가 말레이시아 방송사 아스트로 쓰리아(Astro Ceria)에서 방영됨
- 현지 애니메이션 제작사 4 Stripe Production과 The Little Giantz가 합작하여 제작한 해당 애니메이션은 지난 라마단(금식월) 기간 동안 현지 방송사 TV Nasional 및 NET TV에서 방영되어 큰 인기를 얻었음
- 특히, The Little Giantz는 덴마크, 중국, 한국, 말레이시아, 미국 등 해외 애니메이션 제작에 참여한 바 있음
- 애니메이션 <누사와 라라>는 오빠 ‘누사’와 여동생 ‘라라’의 일상생활을 다룬 이야기로, 매 회당 이슬람 교리와 교훈적이고 교육적인 내용을 담고 있음
- The Little Giantz 관계자 말에 따르면 일반적으로 애니메이션을 제작하는데 1~2년이 소요되는데 <누사와 라라> 같은 경우는 단 4개월 만에 제작 완료가 되었다고 함
- 한편, 애니메이션 <누사와 라라>는 2018년 11월 유튜브 채널(@Nussa Official)을 통해 첫 공개되어 1년이 채 안된 현재까지 누적 조회수가 무려 2,200만 이상으로 성공한 애니메이션 중의 하나로 손꼽힘



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

중동 콘텐츠 위클리 글로벌

2019. 6. 19(수) / 한국콘텐츠진흥원 UAE 마케터

□ 아마존 프라임 아랍에미리트 런칭...넷플릭스, 스타즈플레이 위협하나

- 5월 1일 아랍에미리트에 아마존 이커머스 서비스(Amazon.ae)¹⁾가 시작된데 이어 지난 12일에는 아마존 프라임 서비스가 연이어 런칭
- 아마존 프라임은 전 세계 17개국에서 1억 명의 구독자를 보유하고 있는 프리미엄 서비스로 아마존의 쇼핑 혜택과 더불어 비디오 스트리밍 등 콘텐츠 서비스도 제공하고 있음
- 이커머스 분야에서 세계 최고의 위치를 차지하고 있는 것과 달리 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video)는 UAE 및 걸프지역에서 시장 지배적 위치에 있는 넷플릭스, 스타즈플레이(StarzPlay)를 위협하기에는 다소 부족
- 현재 아마존 프라임 비디오에는 <The Man in the High Castle>, <The Marvelous Mrs. Maisel>, <Missing> 등과 함께 발리우드 콘텐츠가 다수 포함되어 있음
- 스타즈플레이 마즈 샤이크(Mazz Shaikh) 대표는 “아마존 프라임의 런칭은 UAE에서 비디오 스트리밍 시장이 성장하고 있다는 반증이다”라며, “비디오 스트리밍 시장은 2017년 말 430억 달러 규모의 전 세계 홈 비디오 시장에서 50% 이상을 차지하고 있으며, 2021년에는 70% 이상을 차지할 것으로 전망된다”고 말함
- 스타즈플레이에 따르면 시청자의 30%가 복수의 스트리밍 서비스를 구독하는 것으로 조사됐는데, 이는 시청자들은 보고 싶은 콘텐츠를 위해 다수의 플랫폼에도 돈을 지불할 용의가 있다는 것을 보여주는 것
- 산업 관계자는 “넷플릭스에 이은 2위 자리를 누가 차지하느냐가 큰 관건이다”라며, “디즈니, 훌루와 같은 플랫폼들이 등장할 것이나, 아마존은 콘텐츠 파생상품 배송 서비스 등의 장점을 보유하고 있다”라고 말함
- 아마존은 스타즈플레이 같은 여타의 스트리밍 플랫폼과 유사하게 현지 통신사와 파트너십을 통해 시장을 확대하려는 정책을 취하고 있는데, 이는 고객 확보의 측면과 더불어 용이한 결제 솔루션 확보 측면에서도 시장에서 중요한 전략임. 아마존은 UAE에서는 제2의 통신사 du와 파트너십을 맺고 있음
- 아마존 프라임 구독료는 월 16디르함(한화 약 5,000원)과 연 140 디르함(약 4만 5천원)으로 책정

1) 지난 2017년 6월 MENA 지역 최대의 이커머스 기업인 Souq.com을 6억 5천만 달러에 인수했으며 지난 5월 Amazon.ae로 전환 서비스 시작

□ 슈퍼주니어 사우디아라비아 진출 초읽기… ‘젯다 시즌’ 에서 초연 예정

- 전 세계를 강타하고 있는 K-Pop이 사우디아라비아에도 상륙을 앞두고 있음. 슈퍼주니어가 오는 7월 12 ~ 13일 사우디아라비아 젯다 Al Johara stadium에서 초연하는 것으로 알려짐
- 사우디아라비아의 젯다에서 열리는 문화주간 ‘젯다 시즌(Jeddah Season)’ 은 소셜 미디어에 이를 발표했다는데, 발표내용에 따르면 규현, 은혁, 여욱, 시원, 성민, 신동 등 9명의 멤버가 공연에 참여할 예정
- 발표 직후 현지의 슈퍼주니어 팬클럽 Everlasting Friends이 소셜미디어에 흥분된 환영 댓글을 남기는 등 현지의 반응이 뜨거운 상황
- 6월 8일부터 오는 7월 18일까지 진행되는 ‘젯다 시즌’ 은 아랍에미리트의 아흘람(Ahlam), 사우디아라비아의 모하메드 아브도(Mohammed Abdo) 등 현지 인기가수들의 공연을 비롯해 거리공연 등 총 250여개에 달하는 크고 작은 쇼케이스가 펼쳐질 예정
- 이와 더불어 WWE 프로레슬링 이벤트와 마이크 타이슨, 실베스터 스탤론 등이 참가하는 복싱 이벤트 등 스포츠 행사도 진행될 예정
- 젯다 시즌의 라에드 아부지나다(Raed Abuzinada) 슈퍼바이저는 “젯다는 메카로 향하는 순례 관광객들이 머무르는 관문의 도시이다” 라며 “순례 관광객들이 젯다에 더 오래 머무를 수 있도록, 더 나아가 젯다가 전 세계적으로 매력적인 관광도시가 될 수 있도록 노력하고 있다” 라고 강조

□ 아랍 스트리밍 비디오 시장…넷플릭스, 스타즈플레이 등 경쟁 본격화

- 넷플릭스가 최초의 아랍 오리지널 시리즈를 최근 런칭하며, 잠재적으로 시장성이 매우 높은 것으로 평가되는 중동의 스트리밍 시장의 경쟁이 본격화
- 최근 몇 년새 넷플릭스를 대항하는 로컬 사업자로 스타즈플레이(StarzPlay)와 웨이보(Wavo) 등이 등장했고, 사우디아라비아 자본의 중동 최대 방송사 MBC Group은 자사 스트리밍 서비스인 샤히드(Shahid)와 샤히드 플러스(Shahid Plus)를 통해 디지털 사업을 강화하고 있음. 최근 해외 콘텐츠 방영과 함께 오리지널 작품도 준비 중이라고 발표한 바 있음
- 수 백만명에 이르는 아랍 시청자들을 사로잡기 위한 플랫폼들 간의 경쟁이 치열한데, 특히 라마단(5.5~6.3)은 아랍 전통 드라마를 중심으로 시청률 전쟁이 펼쳐지는 시즌
- 이 시기에 시청률이 급등하는데, 금식을 마친 뒤 하는 저녁식사(iftar)아해가 뜨기 전에 먹는 식사(Suhoor)에 가족 간에 드라마 시청을 하는 것이 전통적인 관습이기 때문임

- 넷플릭스는 라마단 기간 내 걸프지역의 3개 작품와 시리아-레바논 1개 작품을 포함해 총 4개의 아랍어 시리즈를 방영했음. 넷플릭스 시청의 전형인 빈지와칭(binge-watching)과 달리 콘텐츠별 각 30개의 에피소드를 라마단 30일간 1일에 1편씩 공개하는 전략을 취함
- 넷플릭스의 중동·터키·아프리카 커뮤니케이션 담당자 아르탕 사바스(Artanc Savas)는 “라마단 기간에 보통 드라마를 고정된 시간 TV를 통해 보다가 넷플릭스를 통해 언제, 어디서나 자유롭게 시청할 수 있는 새로운 기회를 제공했다” 며 의미를 강조함
- 스타즈플레이는 3개 아랍 시리즈를 방영. 스타즈플레이의 마즈 샤이크(Maaz Shaikh) 대표는 “우리의 전략은 전통 TV와 경쟁하기 보다는 다양하고 적합한 아랍 콘텐츠를 시청자들에게 선보이는 것이다” 라고 말함
- 라마단 직후인 6월 13일 넷플릭스는 첫 번째 아랍 오리지널 시리즈인 <진(Jinn)> 공개



사진출처 : menabytes.com

- <진(Jinn)>은 초자연적인 인물을 소재로 요르단 페트라에서 제작된 드라마로 아르탕 사바스는 “<진(Jinn)>을 계기로 중동의 전통문화가 전 세계에 친숙해지는 계기가 될 것이다” 라고 말하며, “넷플릭스는 중동시장을 중요하게 인식하고 전략적으로 집중하고 있다” 라고 강조
- 왕따 여고생을 소재로 한 <Al Rawabi School for Girls>와 이집트 작가 아흐메드 칼레드 타우픽(Ahmad Khaled Tawfiq)의 동명소설을 극화한 <파라노말(Paranormal)> 등이 후속 아랍시리즈로 방영될 예정
- 역대 2위 사업자인 스타즈플레이는 할리우드 콘텐츠 뿐만 아니라 발리우드 콘텐츠, 아랍 콘텐츠 등 다양함 콘텐츠를 선보이고 있는데, 넷플릭스에서 볼 수 없는 콘텐츠로는 <빅뱅이론(The Big Bang Theory)>, <그레이아

나토미(Grey' s Anatomy), <마블(Marvel)> 등이 있음

- o 시장조사기관 프로스트앤설리번(Frost & Sullivan)에 따르면 중동지역의 85~90%가 TV를 시청하는 반면 25~30%가 스트리밍 서비스를 이용하고 있음

● 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처 ●

- 미국 비즈니스센터(LA) 김철민 센터장 : +1-323-935-2070 / cmkim@kocca.kr
- 중국 비즈니스센터(북경) 김상현 센터장 : +86-10-6501-9971 / willbe@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
- 인도네시아 비즈니스센터(자카르타) 김남걸 센터장 : +62-21-2256-2396 / girl94@kocca.kr
- 중동마케터(UAE 아부다비) 박상욱 과장 : +971-2-491-7227 / swpark@kocca.kr

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr