Vol 132

위클리 글로벌

2019.8.12

Weekly Global

2019

목 차

2019. 8. 12. 마케팅지원팀

구 분	제 목
중국	- (정책) 중앙선전부, 카드·낚시 등 소재 게임에 대한 관리강화 예고 - (정책) 국가영화국, 중국 영화작품 및 영화인 대만영화제 참가금지 - (게임) 넷이즈, 상해 e스포츠 생태구역 조성에 50억 위안 투자예정
중국 심천	- 오디오북 플랫폼 '란런팅슈(懒人听书)' 투자유치 성공 - 중국, 디지털 콘텐츠산업 발전 추진 제안 발표
인도네시아	- 인니센터, 상반기 K-콘텐츠 인기투표 실시 - 인니 인기 게임 유튜버, 노출의상으로 물의

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 8. 12(월)/ 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터

□ [정책] 중앙선전부, 카드 · 낚시 등 소재 게임에 대한 관리강화 예고

○ 8월 1일, 중국 상해에서 개최된 2019 중국국제디지털오락산업대회(中国国际数字娱乐产业大会)에서 중국 중앙선전부 출판국(中宣部出版局局) 곽의강(郭义强) 국장 은 올해 국가신문출판서가 사회적으로 큰 영향을 미치는 카드놀이나 낚시 등 도박성 게임과 궁중암투나 관료사회 등을 소재로 한 게임에 대해 심의를 강화 할 것이라고 발표함.

○ 매년 개최되는 이 대회는 중국 게임 산업계에 방향을 제시하는 일종의 풍향계로, 업계 전문가들은 중앙선전부가 관리감독의 목표를 확실히 제시한 만큼 향후 관련 소재를 메인으로 다루는 게임 기업에 많은 영향을 미칠 것으로 보고 있음.

□ [정책] 국가영화국, 중국 영화작품 및 영화인 대만영화제 참가금지

○ 8월 7일, 중국 국가영화국(国家电影局)은 11월 대만에서 열리는 대만의 주요 영화제인 제56회 타이베이 금마장(金马影展)에 중국 본토의 영화작품과 영화인들의 참가를 잠정 중단한다고 공지함. 아직까지 이번 참가중단 이유에 대해서는 알려지지 않고 있으며, 중국 본토 영화인 <남방차점적취회(南方车站的聚会)>와 <지구천장(地久天长)>이 이번 영화제에 참가 등록을 마쳤다는 소식이 언론을 통해 전해졌으나 해당 작품의 영화사 측은 곧바로 이를 부인하였음.

□ [게임] 넷이즈, 상해 e스포츠 생태구역 조성에 50억 위안 투자예정

○ 8월 3일, 중국 게임최대 게임쇼 차이나 조이 행사에서 넷이즈 게임(网易游戏)은 50억 위안(약 8,564억 원)의 자본을 투입해 상해시 청포구(青浦区)에 넷이즈 e스포츠 생태구역을 조성한다고 발표함. 이 구역에서는 제품연구개발 · e스포츠경기장 · 팀 육성 · 사용자 체험 등을 위한 시설이 들어설 예정이며, 계획 중에는 중국 최대 규모의 대형 경기장 건설이 포함됨. 알려진 바에 따르면, 해당 프로젝트의 1단계 작업이 이미 진행 중이라고 함.

중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019.08.12.(월) / 한국콘텐츠진흥원 심천 비즈니스센터

□ 오디오북 플랫폼 '란런팅슈[懒人听书]' 투자유치 성공

○ 오디오북 플랫폼인 란런팅슈는 최근 기석투자회사(基石投资公司)와 삼천투자회사(三千投资公司)로부터 억 위안 대의 투자유치에 성공하여 기업가치 20억 위안 평가를 받았음. 투자받은 자본은 주로 콘텐츠 도입 및 저작권 확보, 플랫폼 구축 강화, 3D 오디오 기술발전에 사용될 예정임.

○ 란런팅슈는 다른 오디오북 플랫폼에 비해 보유하고 있는 도서 작가 판권이 비교적 풍부한 편이며 인터넷 문학텍스트 가운데 85퍼센트의 오디오 변환 관련 저작권을 보유하고 있음. 현재 위에원그룹(阅文集团)과 시대출판그룹(时代出版集团), 장웨문학(掌阅文学), 쭝헝중원왕(纵横中文网), 톈야(天涯) 등의 국내 웹 소설 플랫폼뿐만 아니라 전국 500개 출판사와도 장기적인 협력관계를 맺고 있음.

○ 또한 란런팅슈는 1,000여 명이 넘는 성우와 계약하여 구매한 콘텐츠에 대해 음성 녹음을 실시하고 있으며 성우는 하루 평균 2-3편을 녹음함. 현재 란런팅슈 내의 PGC 콘텐츠는 2만 개 이상, UGC 콘텐츠는 5만 개 정도임. 이용자의 구독 지불비율 또한 작년 대비 4.5% 안팎으로 상승하였음.

○ <2018 중국 모바일 오디오 업계 발전 현황> 데이터 보고서에 따르면 2018년 12월까지 히말라야(喜马拉雅), 청정FM(蜻蜓FM), 리치FM(荔枝FM) 등 중국 내 대표 오디오북 플랫폼은 매일 1,000만 이상의 구독수를 기록한 것을 나타내고 있음. 또한 각 플랫폼마다 수익 창출 구조에는 차이점이 있는데 대표적으로 히말라야의 경우, 보유하고 있는 지식정보 관련 콘텐츠를 이용하여 구독자를 유치해 수익을 창출하고 리치FM의 경우는 구독자 간의 소통 및 교류를 통하여 수익을 창출함.

*이미지출처 : 란런팅슈 웹 사이트

□ 중국, 디지털 콘텐츠산업 발전 추진 제안 발표

○ 8월1일, 중국공산당중앙선전부출판국 국장 곽의창(郭义强)은 2019차이나조이(ChinaJoy)에서 중국 디지털콘텐츠산업 발전 추진을 위한 제안을 발표하였음. 최근 중국 디지털콘텐츠산업은 지속적으로 발전중이며 중국 내 디지털 콘텐츠산업의 영향력도 이전에 비해 많이 향상되었음. 하지만 창의력/콘텐츠 소재/콘텐츠 작품 부족, 사회적 책임감 결여 부분에 있어 여전히 해결 방안이 필요한 상태임. 이에 따라 중국은 디지털콘텐츠산업을 활성화시키기 위해 4가지 추진 방안을 제시하였음.

○ 첫째, 중국 우수 문화 및 우수 콘텐츠/스토리 발굴
올바른 정치 역사관, 민족관, 국가관, 문화관을 적극적으로 홍보함. 또한 중국문화 분야에서 영향력이 있는 우수작품을 보다 더 많이 제작하며, 중국 우수 스토리 글로벌 진출을 추진함.

○ 둘째, 고 퀄리티의 디지털 콘텐츠 제작
디지털 콘텐츠산업은 퀄리티 향상에 주력함. 창의적 아이디어 창출, 우수 기술 육성, 고 퀄리티 콘텐츠 제작 등의 방면에서 양적성장 뿐만 아니라 퀄리티 측면에서의 발전을 추진하기 위해 전반적인 구조 개혁을 심도 있게 추진 할 필요가 있음. 또한 중국 정부는 매년 긍정적 사회효과, 중국 문화를 소재로 한 우수 게임 작품을 선발하고, 우수 작품 제작에 대한 지원 사업을 제공할 것임.

○ 셋째, 디지털콘텐츠 기업으로서 사회적 책임감 강조
디지털 콘텐츠 기업들은 연구개발, 제작, 배급에 이르기까지 사회적 책임에 대한 고려가 필요함. 예를 들어 최근 몇 년 미성년자의 게임중독과 과도한 게임아이템 소비문제에 대한 관심도가 높아진 만큼 게임업계는 이에 대한 문제를 더욱 자각하고 규범화하여 자발적으로 청소년 게임 중독 문제에 대한 조치 방안을 꾸준히 모색해야 함.

○ 넷째, 우수 콘텐츠 IP 및 기술 IT 융복합을 통한 창의적인 콘텐츠 조성
디지털 콘텐츠산업은 오리지널 콘텐츠 IP의 발굴, 생산, 개발 과정에서 우수 기술 IT와의 융복합을 통하여 콘텐츠 유형 및 발전 모델을 활성화시켜야함. 신흥 기술의 발전 트렌드를 파악, 심도 있게 연구하고 신기술을 충분히 활용하여 발전 방향을 개척해야함.

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 8. 12(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

□ 인니센터, 상반기 K-콘텐츠 인기투표 실시

○ 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터는 2019년 7월 27일~28일 양일간 자카르타 센트럴 파크 몰에서 개최된 <2019 K-푸드 페어 자카르타(K-Food Fair Jakarta 2019)>에서 K-콘텐츠 홍보관을 운영함

○ 이번 K-콘텐츠 홍보관은 홍보부스, K-캐릭터 포토존(꼬마버스 타요), K-캐릭터쇼(꼬마버스 타요) 및 팬미팅, 현장 인기투표 등으로 구성됨

○ K-콘텐츠 홍보관 참관객 500여명을 대상으로 실시한 K-Pop 그룹/드라마/캐릭터/배우 현장 인기투표 결과는 다음과 같음

	조사 내용	1위	2위
1	인기 K-Pop 걸그룹	블랙핑크 (45.4%)	레드벨벳 (27.5%)
2	인기 K-Pop 보이그룹	BTS (32.5%)	EXO (27.1%)
3	인기 드라마	SKY 캐슬 (25.9%)	백일의 낭군님 (25.1%)
4	인기 여자배우	박신혜 (25.1%)	박민영 (24.8%)
5	인기 남자배우	도경수 (26.9%)	이종석 (25%)
6	인기 캐릭터	라바 (41.1%)	뽀로로 (26.6%)

○ 특히, 이번 투표 결과를 통해 인기 K-Pop 그룹은 블랙핑크와 BTS, 인기 캐릭터는 라바가 현지에서 독보적으로 선호도가 높은 것으로 나타남. 이 외에도 인기 남자배우로 도경수가 새롭게 선정되어 눈길을 끌음

○ 한편, 향후 하반기 K-콘텐츠 인기투표는 2019년 10월 3일부터 10월 6일까지 자카르타 센트럴파크 몰에서 개최되는 <2019 인도네시아 K-콘텐츠 엑스포>를 통해 진행될 예정임

※ 이미지 출처 : 구글 이미지

□ 인니 인기 게임 유튜버, 노출의상으로 물의

- ㅇ 2019년 7월 24일 인도네시아 정보통신부(KOMINFO)는 인도네시아 인기 게임 유튜버 키미 히메(Kimi Hime)의 유해 동영상 콘텐츠 3건을 차단시킴
- ㅇ 해당 동영상은 <스트립 챌린지, 게임 캐릭터가 죽으면 옷 벗음(원제: Strip Challenge Mati Satu Kali=Buka Baju)>, <긴장했더니만 XX이 나왔네?(원제: Lagi Tegang Eh Keluar Putih-Putih)>, <신나게 놀아볼까? 이 여자에게서 XX가 나왔네?(원제: Keasikan Bermain, Gadis ini Mengeluarkan Cairan Lengket)> 등의 자극적인 제목을 달고 온라인에 유통됨
- ㅇ 이는 도덕성을 침해하는 내용유포에 관한 인도네시아 법률 26조 1항 및 유해 콘텐츠 또는 포르노그래피에 관한 인도네시아 법률 2016년 19호 45조 1항을 위반한 것으로, 이를 위반시 벌금형 10억 루피아(약 85,000,000원) 또는 징역형 6년 이상에 처함
- ㅇ 본명이 킴벌리 코(Kimberly Khoe)인 유튜버 키미 히메는 2019년 8월 초 기준 약 230만명의 구독자를 보유하고 있는 게임 인기 유튜버로, 매번 노출의상을 입고 콘텐츠를 제작하여 네티즌들 사이에서 섹시 유튜버로 통함
- ㅇ 관련 업계에 알려진 바에 따르면, 유튜버 키미 히메는 매월 약 2,400~38,800달러 상당(2,900,000~47,000,000원)의 고수익을 올리고 있음
- ㅇ 한편, 2019년 8월 초 기준 인도네시아 인기 유튜버 순위는 다음과 같음

순위	유튜브 채널명	구독자 수	순위	유튜브 채널명	구독자 수
1	Atta Halilintar (일상생활, 음악)	18,189,067명	6	YtCrash (최신 정보)	8,096,311명
2	Ricis Official (일상생활)	16,091,782명	7	Saaihalilintar (일상생활, 가족)	7,701,195명
3	Gen Halilintar (일상생활)	11,532,446명	8	The Shiny Peanut (최신 정보)	7,558,120명
4	Galon Sarjana (교육, 최신 정보)	11,118,738명	9	Raditya Dika (일상생활, 코미디)	7,364,738명
5	Rans Entertainment (일상생활)	9,337,956명	10	Baim Paula (일상생활)	6,815,847명

※ 이미지 출처 : 구글 이미지

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