—

위클리 글로벌

2019.11.25.

Weekly Global

Vol 147

2019

목 차

2019. 11. 25. 마케팅지원팀

구 분	제 목
중국	- (정책) 광전총국, 블록체인기술 TV 및 인터넷 방송 적용 추진 - (미디어) 비리비리, 2019년 3분기 총 매출액 18억 6천만 위안 - (미디어) 2019년 3분기까지 중국시장 광고비 전년 동기대비 8% 감소
중국 심천	- 텐센트 뮤직 엔터테인먼트 그룹 3분기 재무 보고 - 바이두(百度) 번락(番乐) 출시 및 중국 쇼트클립 업계의 향후 트렌드
인도네시아	- 트위터, 인도네시아 게임 생태계 관련 조사결과 발표 - 애니메이션 페스티벌 <BEAST 2019> 개최
중동	- 사우디아라비아 청년재단 ‘미스크’ 12개 기업과 MOU 체결 - UAE 스트리밍 격전지…콘텐츠가 관건 - UAE 미랄사 1억 달러 규모의 엔터테인먼트단지 조성
베트남	- 베트남 토종 눈 ‘로터스’ - 베트남, 인터넷 경제 시장 선도국 - 베트남대규모 ‘한-베 비즈니스 서밋’ 개최

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 11. 25.(월) / 한국콘텐츠진흥원 중국비즈니스센터

□ [정책] 광전총국, 블록체인기술 TV 및 인터넷 방송 적용 추진

○ 11월 18일, 광전총국(广电总局) 당조(党组)회의에서 TV방송 및 인터넷 방송 영역에 블록체인 기술 적용을 적극적으로 추진한다는 내용이 언급됨. 블록체인 기술의 발전현황과 추세에 맞춰 관련 기술의 운용 및 관리능력을 제고시켜 미디어와 블록체인의 융합·5G방송분야 발전·TV방송 품질향상 등을 유도한다고 함.

○ 이에 앞서 지난 13일에는 광전총국의 과학기술사(司)와 융합미디어발전사(司)가 공동으로 블록체인 기술 방송영역 응용포럼(区块链技术在广电领域应用研讨会)을 개최해 블록체인 기술을 활용한 미디어융합발전방안과 미디어융합 상품 제작 관련 연구개발과 운영 등에 대한 주제로 토론을 진행함.

□ [미디어] 비리비리, 2019년 3분기 총 매출액 18억 6천만 위안

○ 비리비리(bilibili)가 발표한 2019년 3분기 재무보고에 따르면, 해당 기간 총 매출액은 18억 6,000만 위안(약 3,109억 원)으로 전년 동기대비 72% 증가함. 비리비리의 활성 이용자수는 전년 동기대비 38% 늘어난 1억 2,800만 명임. 이 중, 월 평균 모바일 이용자 수는 1억 1,400만 명, 유료이용자 수는 795만 명을 기록해 각각 전년 동기대비 43%, 124% 증가함.

□ [미디어] 2019년 3분기까지 중국시장 광고비 전년 동기대비 8% 감소

○ 11월 21일, 중국 리서치회사 CTR(央视市场研究股份有限公司)이 발표한 시장조사 보고서에 따르면 2019년 3분기까지 중국시장 광고비 규모는 전년 동기대비 8% 감소함. 엔터테인먼트 및 레저 분야의 광고비용은 전년 동기대비 15.7% 하락함

중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 11. 25.(월) / 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터

□ 텐센트 뮤직 엔터테인먼트 그룹 3분기 재무 보고

○ 텐센트 뮤직 엔터테인먼트 그룹은 2019년 9월 30일 3분기 재무보고를 발표함. 텐센트 뮤직 그룹 2019년 3분기 총 영업수입의 경우 전년 동기 대비 31% 증가한 65억1,000만 위안(9억1000만 달러)달성하였음. 지배 주주 순이익 10억3,000만 위안(1억4,400만 달러)을 기록하였음.

○ 데이터보고에 따르면 텐센트 뮤직 그룹은 3분기에 매우 우수한 성과를 거두었음. 콘텐츠 자원 통합 이외에, 플랫폼의 콘텐츠 선발력 강화, 콘텐츠에 대한 깊은 이해와 통찰, 방대한 유저 그룹 유치, 뮤지션과 팬 사이의 장기적이고 안정적인 팬 경제 활동 구축 등의 비즈니스 모델을 통해 우수한 플랫폼을 구축 및 우수한 성과를 거두었음.

○ 또한 주걸륜(周杰伦)의 새 싱글 곡인 '슈어하오부쿠(说好不哭)'가 히트를 치면서 소셜 플랫폼이 더욱 활성화되었음. 대표적으로 온라인노래방 앱 열풍이 일어나면서 슈어하오부쿠 노래는 발매 열흘 만에 전국민 K가(全民k歌) 내에서 사람들이 총 1,200만 번을 불렀음. 동시에, 텐센트그룹은 세계적인 뮤지션을 홍보하여 테일러 스위프트의 새 앨범 '러버'는 텐센트뮤직 플랫폼에 발매된 후 24시간 동안 600만곡의 판매량을 기록하였음. 또한 최근 중국 아이돌 TFBOYS 6주년 콘서트를 온라인 라이브방송으로 촬영하여 라이브방송 내 팬들의 '가상 선물 증정'이라는 새로운 수익모델을 구축하였음.

○ 현재 중국 음악은 새로운 발전 단계에 있으며, '인터랙티브' 형식을 통해 음악 산업 자원을 활성화하고 음악 산업생태계를 보완하고 있음. 텐센트 뮤직 그룹은 중국의 선도적인 온라인 음악 엔터테인먼트 플랫폼으로서, 유저와 콘텐츠 발굴 및 유치에 초점을 맞추고, 음악 포지셔닝 모델 탐색을 통해 좋은 음악을 더 많은 유저에게 제공하고 콘텐츠, 테크놀로지, 서비스, 채널 등에서 자원과 더욱 혁신적인 선발 모델을 모색하여 음악의 가치를 창출하고 중국 음악 산업생태계를 형성할 예정임.

□ 바이두(百度) 쇼트클립 앱 '번락(番乐)' 출시 및 중국 쇼트클립 업계의 향후 트렌드

○ 바이두(百度)는 곧 쇼트클립 앱 '번락(番乐)'을 출시할 예정임. 번락의 유저 타켓 주로 18세-24세의 젊은 세대이며 30초-5분 분량의 쇼트클립 업로드가 가능함. 바이두는 최근 2년 동안 하오칸 동영상(好看视频), Nani쇼트클립과 전국민 쇼트클립(全民视频) 3종을 차례로 출시하였음. 번락은 4번째로 출시되는 쇼트클립 앱으로 현재 앱 스토어 내에서 심사를 진행 중임.

○ 데이터보고에 따르면 2018년 중국 쇼트클립 앱 가입자 규모는 5억100만 명으로 향후 중국 동영상 업계 및 시장규모는 지속적으로 성장할 전망임. 또한 2019년 쇼트클립 업계의 시장규모는 250억 위안을 초과할 것으로 전망됨. 5G 전면 상용화로 동영상업계와 다른 업종과의 융합이 심화되고 있으며 이를 통해 업계 규모가 지속적으로 증가하고 있는 추세임. 2019년 현재 쇼트클립 플랫폼 중 더우인(抖音)과 콰이쇼우(快手)의 유저 수는 각각 26,008만 명과 24,158만 명을 육박하여 1위와 2위를 기록하였으며 수박 동영상(西瓜视频)과 화산 동영상(火山小视频) 유저는 각각 7,677만 명과 5,064만 명으로 3위와 4위를 기록하였음.

○ 중국 쇼트클립 업계의 향후 트렌드

▲ 쇼트클립 시장 규모 지속적으로 고속 성장할 전망

iiMedia Research보고에 따르면 쇼트클립 플랫폼이 더욱 규범화되고 콘텐츠 제작의 퀄리티가 향상됨에 따라 쇼트클립은 각 업계와의 융합하는 등 새로운 비즈니스 모델 개척을 통해 시장 규모 고속 성장 태세를 유지할 것으로 전망됨.

▲ 안정적인 비즈니스 모델이 관건

현재, 대부분 쇼트클립 플랫폼의 유저는 이미 확립된 상태이며 향후 유저 수의 폭발적인 증가는 어려움. 안정적인 비즈니스 모델 구축을 통해 유저를 발굴 및 관리해야함.

▲ 신흥기술을 통해 쇼트클립 플랫폼 운영비용 절감, 유저 체험 퀄리티 향상

5G등의 신흥기술을 통해 쇼트클립 업계가 더욱 빠르게 성장하고 있음. 쇼트클립 플랫폼의 운영 효율성 향상, 운영비용 절감, 유저 체험 퀄리티 향상뿐만 아니라 유저관리, 비즈니스 프로세스를 더욱 빠르고 편리하게 진행할 수 있게 되었음.

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 11. 25.(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

□ 트위터, 인도네시아 게임 생태계 관련 조사결과 발표

○ 2019년 11월, 트위터는 약 4,000여명의 인도네시아 트위터 사용자를 대상으로 1월달에 진행한 게임 관련 조사 결과를 발표함

○ 해당 조사는 주로 사용하는 게임 플랫폼, 가장 좋아하는 게임 장르, 게임이용시 평균 소비액, 트위터에서 주로 언급되는 게임 관련 이슈 등에 대한 것으로, 그 조사 결과는 다음과 같음

	조사내용	조사결과
1	게임이용 기기	인도네시아 트위터 사용자 중 73%는 모바일, PC, 콘솔 등을 활용하여 비디오 게임을 하는 것으로 조사됨. 이 중 67%는 1개 이상의 기기를 활용하여 게임을 하며, 게임 이용기기는 스마트폰 86%, PC 45%, 콘솔 18%, 게임기기 6%인 것으로 조사됨(중복 선택 포함). 특히 대부분의 게임 플랫폼 운영체제는 안드로이드인 것으로 나타남
2	인기 게임장르	PC 게임 이용자들은 주로 액션게임(56%), 전략게임(52%)을, 모바일 게임 이용자들은 주로 액션게임(48%), 전략게임(45%), 퍼즐게임(44%)을 하는 것으로 조사됨(중복선택 포함)
3	게임 관련 소비	PC 게임 이용자들이 주로 소비를 하며, 이 중 9%는 매월 150,000루피아(약 12,000원)이상을 게임을 위해 소비하는 것으로 나타남. 이들이 주로 구매하는 것은 게임 스킨, 무기 등 게임 아이템인 것으로 조사됨
4	게임정보 습득	대부분의 게임 이용자들은 트위터를 통해 게임관련 정보를 습득하는 것으로 조사됨

○ 상기 조사결과를 종합하면, 인도네시아 게임 이용자들은 주로 모바일을 통해 게임을 하며 액션 및 전략게임을 선호함. 또한 게임이용시 지불하는 금액에 크게 신경을 안 쓰며, 트위터를 통해 게임 관련 정보를 습득하는 것으로 나타남

○ 한편, Statistica 자료에 따르면 인도네시아 모바일 게임 매출액은 2019년 기준 6억 2,400만 달러(약 7,333억 원)로, 인도네시아 정부 측은 게임산업을 디지털 경제 핵심 산업으로 분류하여 게임산업을 부흥시키고자 함

※ 이미지 출처 : 구글 이미지

□ 애니메이션 페스티벌 <BEAST 2019> 개최

- ㅇ 2019년 11월 16일 땅그랑 BSD 인도네시아 컨벤션 전시회장(ICE)에서 애니메이션 페스티벌 <벵켈 애니메이션 씨지 페스티벌(Bengkel Animasi CG Festival, BEAST) 2019>가 개최됨
- ㅇ 본 행사는 인도네시아 산업부, 시나르마스 랜드(Sinarmas Land), 벵켈 애니메이션(Bengkel Animation) 협업 하에 애니메이션/게임 스튜디오, 관련교육기관, 관련정부기관, 학생 등 인도네시아 애니메이션 및 컴퓨터 그래픽 산업 관계자들이 모여 정보를 공유하는 자리로, 컨퍼런스, 전시회, 패널 토론, 마스터클래스 등의 세부 프로그램으로 구성됨
- ㅇ 이번 행사에 Infinite Studios, The Little Giantz, Brown Bag Films Bali, Brandonville by Lemon Sky, Studio SHOH Entertainment, Agate International, Bunnydog Studio, Maxx Animation, Caravan Studio, One Animation Indonesia 등 현지 유명 애니메이션 스튜디오사들이 대거 참가
- ㅇ 이번 행사 입장료는 100,000~150,000루피아(약 8,500~13,000원)이며 마스터클래스를 수강할 경우는 250,000~300,000루피아(약 21,000~25,000원)를 추가로 지불해야 함
- ㅇ 본 행사에 앞서 2019년 11월 3일부터 12일까지 사전 행사로 다양한 애니메이션 전문가들이 참가한 공개강의 로드쇼가 개최되어 현업 실무자들과 대학생들의 만남의 기회가 주어짐
- ㅇ 한편, 벵켈 애니메이션(Bengkel Animation)은 온라인으로 운영되는 애니메이션 전문가 양성 기관으로, 영화 <어벤져스: 앤드게임(Avengers: End Game)>의 애니메이터인 로니 가니(Ronny Gani)가 2014년 설립하여 운영 중임

※ 이미지 출처 : 구글 이미지

중동 콘텐츠 위클리 글로벌

2019. 11. 25.(월) / 한국콘텐츠진흥원 UAE 마케터

□ 사우디아라비아 청년재단 '미스크' 12개 기업과 MOU 체결

o 사우디 청년들의 경제적 사회적 참여를 지원하기 위해 설립된 미스크 이니셔티브 센터(MISK Initiatives Center)가 리야드에서 개최된 미스크 글로벌 포럼에서 국내외 12개 기업과 MOU를 체결하며 청년 재능 개발 사업에 박차

o 중국의 대표 통신사 화웨이(Huawei), 프랑스 석유회사 토탈(Total), UAE 청년부, 사우디아라비아 경제부 등과 체결된 이번 MOU는 사우디의 비전 2030 및 국가 혁신 프로그램 2020과 연관된 정보통신 기술 분야 개발을 위한 협업을 주로 하고 있음

o UAE 청년부와 MOU를 통해서 청년재능 개발을 위한 협력과 지원을 받을 예정이며, 일자리 창출을 위해 협업할 예정

o 프랑스 토탈(Total)사와는 에너지 기술 분야 스타트업의 생태계 조성 및 창업관련 교육 프로그램을 제공하는 것에 대해 합의

o UAE 아부다비 소재 기술 스타트업 지원센터 Hub71을 비롯해 및 글로벌 스타트업 액셀러레이터 500스타트업, 시드스타와의 MOU로 스타트업 비즈니스 지원을 위한 환경제공 및 액셀러레이팅 등 관련 협력하기로 함

o 글로벌 리더쉽 교육센터(Public Institution for Education and Global Leadership)와는 청년들의 기업가정신을 고취시키기 위한 교육 및 기업가정신 월드컵 관련 협력에 동의함

o 그 외에도 ▲사우디산업개발펀드(Saudi Industrial Development Fund)와 교육 프로그램 관련 협력 ▲이슬람교육과학문화재단(Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization(ISESCO))과 교육관련 기술개발 협력 ▲킹압둘라 과학기술대학교와 교육 커리큘럼 및 혁신 프로그램 개발 관련 MOU 등을 체결

o 미스크는 사우디 왕세자 모하메드 빈 살만(HRH Prince Mohammed bin Salman)이 사우디 내 청년들에게 재능을 개발하고, 국제적 수준의 리더쉽 교육 제공을 위해 2016년 약 413억 달러를 투자해 만든 비영리 단체임

□ UAE 스트리밍 격전지…콘텐츠가 관건

o 최근 애플과 디즈니의 온라인 스트리밍 시장 진출로 UAE 시청자들의 선택이 폭이 넓어질 것으로 보이며, 콘텐츠가 승부의 관건이 될 것으로 전망

o 스타즈 플레이(Starz Play)의 대니 베이츠(Danny Bates) CCO는 “역내 구독자들은 미국에서 방영되는 시리즈를 동시간대에 시청하고 싶어 한다”며 “시청자들이 보고 싶은 특정 시리즈를 위해 OTT에 가입을 하고, 또 다른 시리즈를 시청하기 위해 쉽게 다른 OTT로 이동하는 경향을 보인다”고 말함

o 또한 “케이블방송과 같이 계약에 묶여 있을 필요가 없고, 구독료가 월 30~50 디르함(약 1만원 ~ 1만 5천원)이기 때문에 2개 이상의 OTT를 구독하는 경우도 있다”고 말함

o 애플 TV 플러스가 월 4.99 달러라는 낮은 가격에 출시됐고, 디즈니 플러스(월 6.99 달러), HBO Now(월 14.99 달러)가 뒤이어 나올 예정이므로 기존의 넷플릭스, 스타즈 플레이, 아마존 프라임과 함께 UAE는 OTT의 격전지가 될 것으로 전망

o 대니 베이츠는 “해지를 한 시청자들도 새로운 쇼를 위해 다시 돌아오게 마련이다”라며, “시청자 유지에 너무 집착할 필요가 없다”라고 말함

o “스타즈 플레이는 36~37개의 시리즈를 미국과 동시에 독점 방영하며 구독자를 확보하고 있다”고 강조함

<구독료가 관건>

o 애플은 4.99 달러의 저렴한 가격과 함께 기기구매에 따른 무료구독 혜택을 제공하고 있고, 아마존은 무료배송서비스와 음악 스트리밍 서비스를 동시에 제공하고 있으나, 대니 베이츠는 “무료배송서비스 등이 스트리밍 시장에 큰 영향을 끼치지는 못할 것이다”라며 “콘텐츠가 가장 중요하다”라고 강조

o 또한 인도 서비스 사업자인 ZEE5의 아르차나 아난드(Archana Anand) CBO(Chief Business Officer)는 “우리는 불법 콘텐츠를 사용하는 시청자들을 염두에 둔 저가전략을 펼치고 있다”라며, “시청자들이 합법적 콘텐츠 사용으로 전환하면서 느끼는 부담을 최소화하고 매달 구독료에 대한 가치를 느낄 만큼 값이 싸야 한다”라고 말함

o ZEE5는 지난해 10월 글로벌 사용자 수의 증가 중 중동시장의 성장이 가능 큰 것으로 나타났음. 한편 MENA 지역에 약 1천만 명이상의 스트리밍 서비스 구독자가 있는 것으로 조사됨

<불법콘텐츠 여전한 화두>

o 역내 TV, 케이블 사업자가 겪었던 불법 콘텐츠 사용이 감소하기는 했지만 아직까지 시장을 위협하고 있는 상황

o 대니 베이츠는 “수백만 달러를 투입해 플랫폼 서비스를 하고 있으나, 한편에서는 불법 콘텐츠가 횡횡하고 있다”며, “특히 사우디아라비아는 저작권법에 대한 철저한 관리가 필요한 시점이다”라고 강조함

<차세대콘텐츠 스포츠>

o 모든 스트리밍 앱들이 엔터테인먼트 콘텐츠에 투자를 하고 있는 추세 속에서 스포츠쇼가 화두로 등장

o 대니 베이츠는 "시청자들의 결제를 부르는 핵심은 할리우드 콘텐츠가 분명하다"라며, "그러나 차세대 콘텐츠로 스포츠가 화두로 떠오르고 있는 것이 사실이다"라고 말함

o 그러나 "스포츠 콘텐츠는 스트리밍 서비스의 새로운 트렌드가 될 수는 있지만, 구매한 금액만큼 수익이 창출되지 않을 수 있으므로 구매에 신중해야 한다"고 강조

<인도 시청자들 확보>

o 중동에는 약 1천 5백만명의 인도 및 남아시아 출신 이주민들이 거주하고 있으며, 이들을 대상으로 한 마케팅 전쟁이 치열

o 넷플릭스와 아마존 프라임이 할리우드 중심의 플랫폼이라면, ZEE5의 인도 콘텐츠 중심 플랫폼으로 자리매김을 하고 있음

□ UAE 미랄사 1억 달러 규모의 엔터테인먼트단지 조성

o 아부다비의 대형 부동산 투자사인 미랄(Miral)의 스포츠·레저 단지 조성 프로젝트 클라임 아부다비(Clymb Abu Dhabi) 가 11월 29일 아부다비 야스 섬에 오픈

o 클라임 아부다비는 약 43m 높이로 세계에서 가장 높은 실내 암벽 체험 랜드마크이며, 고공 낙하체험 등 다양한 엔터테인먼트 단지 조성을 위하 1억 달러를 투입할 예정

o 미랄의 모하메드 칼리파 알 무바락(Mohamed Khalifa Al Mubarak) 회장은 "클라임 아부다비가 야스 섬에 새로운 관광지로 추가 되어 매우 기쁘다"라며 "세계에서 가장 전도유망한 관광지중 하나인 아부다비가 중동의 엔터테인먼트 허브로 자리 잡길 기대한다."라고 말함

o 클라임 아부다비는 UAE의 울퉁불퉁하고 산이 많은 지형에 영감받아 제작됐으며, 크리스탈 형태로 외형이 만들어져 방문자들에게 새로운 경험을 제공할 것

o 알 무바락 회장는 "가족, 여행가, 스포츠광 모두를 아우르는 넓은 폭의 시설을 제공함으로써 야스 섬을 세계적으로 인정받는 엔터테인먼트 지구로 만들 것이다"라고 덧붙임

o 이 새로운 시설은 다양한 식음료와 소규모 파티, 소셜 이벤트를 위한 장소를 제공할 뿐만 아니라 페라리 월드와 연결된 실내 통로를 통해 시설로 편리한 이동이 가능

<클라임 아부다비 사진>

베트남 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 11. 25.(월) / 한국콘텐츠진흥원 베트남 마케터

□ 베트남 토종 SNS '로터스'

o 베트남의 토종 소셜네트워크 서비스인 로터스가 9월 16일 공식 출시되었음. 로터스는 모든 사람이 콘텐츠 제작자가 될 소셜네트워크이며, 다양한 분야의 명사들로부터 더 많은 콘텐츠를 제공받는다는 방침을 취함으로써 교육, 경제, 라이프스타일 등 분야에 걸쳐 500여 명의 콘텐츠 제작자들과 협력하고 있음.

o 다양하고 양질의 콘텐츠를 통해 6,000만 명의 이용자를 유치할 계획이며 광고계열사인 애드아이크로부터 수익을 창출할 계획으로 로터스가 안정적으로 가동을 시작한 지 한 달 내에 수익을 창출할 것으로 전망.

o 로터스를 보유하는 VCCorp가 7,000억 동 (~3010만 달러)를 투자하였으며 로터스의 지속적이고 정기적인 발전을 위해 5000억 달러의 추가 투자를 요청하고 있음.

□ 베트남, 인터넷 경제 성장 선도국

o 베트남의 인터넷 경제는 2019년 120억 달러의 가치에 도달해 2015년 이후 연평균 38%의 성장률을 보이고 있으며, 2025년에는 430억 달러로 급증할 것으로 예상. 2019년 베트남에서 인터넷을 통해 거래된 상품총액이 국내총생산(GDP)의 5% 이상을 차지하게 되면서 아세안 전체경제 중 가장 디지털화된 국가로 부상.

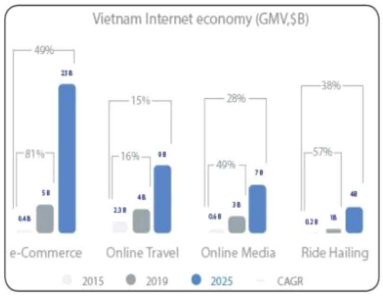
o 베트남 전자상거래는 인터넷채널 및 업체인 센도(Sendo), 티키(Tiki), 라자다(Lazada), 텐센트 홀딩스(Tencent Holdings) 등을 통해 급속도로 활성화되고 있는 상태이며 2019년 약 6100만 명의 베트남인들이 인터넷에 접속하였으며 평균적으로 베트남인들은 매일 3시간 12분을 스마트폰과 같은 모바일 기기로 인터넷을 사용하였음. 이 같은 상황에서 2025년까지 베트남의 디지털 경제가 국내총생산(GDP)의 20%를 차지할 것으로 전망.

□ 베트남대규모 '한-베 비즈니스 서밋' 개최

o 코트라 (KOTRA)는 베트남상공회의소 (VCCI)와 협력하여 양국 간 경제교류 증진을 위해 신남방정책특별위원회 및 VCCI와 함께 지난 11월 9일 베트남 중부 꽝남성(Quang Nam) 쭈라이복합단지 (Chu Lai)에서 '한-베 비즈니스

서밋’ 이라는 대규모 비즈니스 컨퍼런스를 개최하였음.

o 이 컨퍼런스에는 한국기업 1500여 개와 수백 개의 베트남 기업 대표, 정부 기관 관계자, 경제전문가 등 500여 명이 참가하였으며 한-베트남의 향후 경제협력 전략, 땀기(Tam Ky)의 스마트도시 프르젝트를 위한 중앙 개발계획, 한-베트남 협력 및 투자 기회에 대한 설명회와 토론, 상담들이 이루어졌음. 참가자들은 한국과 베트남의 성공적인 비즈니스 협력 경험을 공유하고 양국의 기업들은 스마트도시, 첨단기술, 녹색기술, 신재생에너지, 스타트업 등 다양한 분야에서 협력 강화할 것으로 기대.



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
- 베트남마케터(하노이) 홍정용 부장 : +84-39-226-4093 / hongiy@kocca.kr

발행인 김영준
발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길35(빛가람동 351)
전화 1566-1114
www.kocca.kr