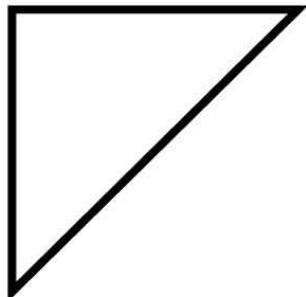


—  
위클리  
글로벌  
2019.12.9.

Weekly Global

20

19



# 목 차

2019. 12. 9. 마케팅지원팀

구 분	제 목
중국	<ul style="list-style-type: none"><li>- (정책) 광전총국 등 3개 부문, 온라인 시청각정보서비스 관리 관련 규정 발표</li><li>- (정책) 국가신문출판서 등 3개 부문 각각 정책 유지·폐지목록 발표</li><li>- (미디어) 2019년 10월 모바일 온라인영상 활성이용자 점유율</li></ul>
중국 심천	<ul style="list-style-type: none"><li>- ‘지적재산권 강화에 관한 3대 의견’ 발표</li><li>- 비리비리만화(哔哩哔哩漫画), 왕이만화(网易漫画) 인수</li></ul>
인도네시아	<ul style="list-style-type: none"><li>- &lt;인도네시아 음악 시상식(AMI)&gt; 개최</li><li>- 만화 관련 종합공간, 코넥툰(Connectoon) 오픈</li></ul>
중동	<ul style="list-style-type: none"><li>- 사우디아라비아서 日 애니메 엑스포 성공적 개최</li><li>- UAE 소비자는 온라인 결제를 선호하나?</li></ul>
베트남	<ul style="list-style-type: none"><li>- 다낭, 2045년까지 스마트 시티로 거듭난다</li><li>- 베트남 기업, 소셜광고 가장 선호 [대기업 94%, 소기업 79%]</li><li>- 은행계좌 보유한 15세 이상 베트남인 4,000만명 이상</li></ul>

# 중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 12. 04(수) / 한국콘텐츠진흥원 중국비즈니스센터

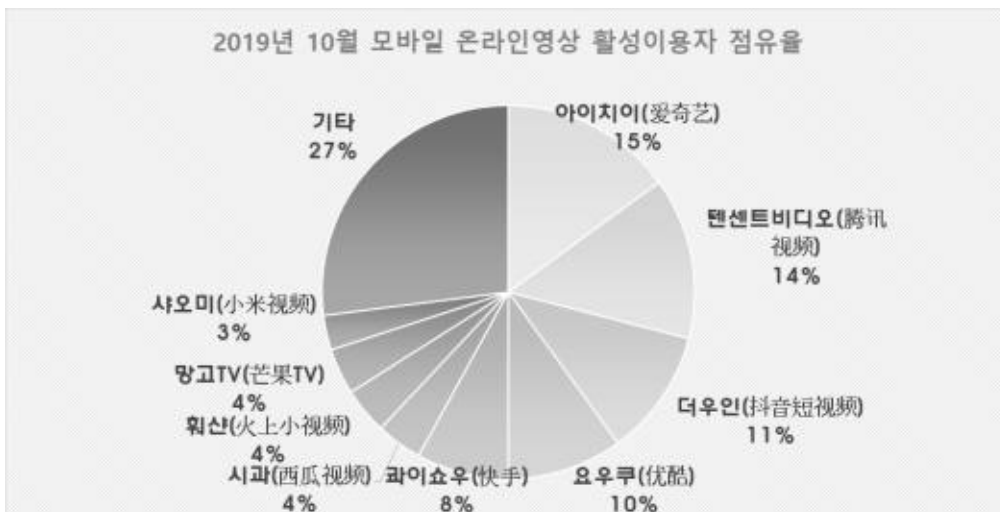
## □ [정책] 광전총국 등 3개 부문, 온라인 시청각정보서비스 관리 관련 규정 발표

- 11월 18일, 광전총국(国家广播电视总局) · 인터넷정보관공실(国家互联网信息办公室) · 문화와여유부(文化和旅游部)가 연합하여 <온라인 시청각정보서비스 관리규정(网络音视频信息服务管理规定)>을 발표함. 규정에는 온라인 시청각정보서비스 제공자가 합법적인 절차에 따라 관련 자격을 취득해야 한다는 내용 등이 명시됨.
- 이 외에도 온라인 시청각정보서비스 제공자의 의무와 관련분야 관리감독기관 및 적용 법률 등이 포함되었으며, 해당 규정은 2020년 1월 1일부터 시행될 예정임.

## □ [정책] 국가신문출판서 등 3개 부문 각각 정책 유지 · 폐지목록 발표

- 11월 15일, 국가신문출판서(国家新闻出版署) · 국가판권국(国家版权局) · 국가영화국(国家电影局)은 각각 유효성을 유지하거나 폐지할 규범성 문건목록을 발표함. 해당 목록은 2015년 12월 국무원과 중국공산당 중앙위원회가 발표한 <법치정부건설실시강령(法治政府建设实施纲要 (2015—2020年))>을 근거로 작성되었으며, 신문출판 · 판권 · 영화 분야에서 현재 시행되고 있는 행정규범성 문건을 대상으로 함.
- 폐지목록은 주로 새로운 규정이 만들어졌거나 사회발전에 적합하지 않은 문건들로 국가신문출판서 35건, 국가판권국 1건, 국가영화국 5건이 각각 포함됨.

## □ [미디어] 2019년 10월 모바일 온라인영상 활성이용자 점유율



출처 : QuestMobile  
艾瑞指数

# 중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 12. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터

## □ '지적재산권 강화에 관한 3대 의견' 발표

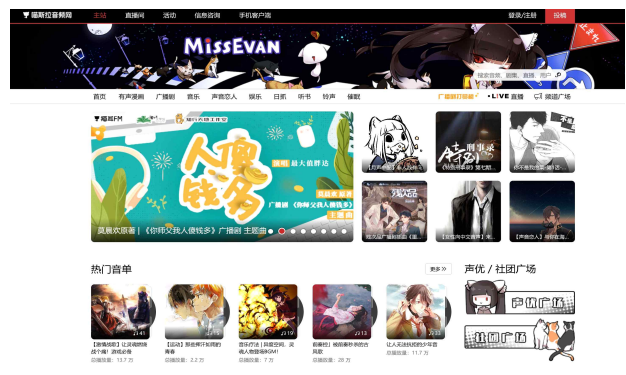
- 중국은 최근 '지적재산권 보호 강화에 관한 3대 의견'을 발간하여 중국의 지적재산권 보호 강화를 추진하기로 함. 지적재산권 보호 강화에 관한 3대 의견으로 '더욱 엄격한 집행 및 관리, 지적재산권 침해 배상 기준 확립, 권익 보호 및 유지'를 발표하였음. 중국은 최근 몇 년 동안 지적재산권 보호를 지속적으로 강화하여 2018년 중국의 지적재산권 만족도는 76.88점으로 사상 최고점을 기록하였음.
- 세계 지적재산권 기구의 '2019세계혁신지수' 보고서에 따르면 중국은 국가 순위 14위로 상승하여 중위소득 경제권에서 1위를 차지함. 세계은행의 '2020 비즈니스 환경보고서' 내 중국 비즈니스 환경은 전 세계 순위 중 31위를 기록함. 하지만 국가 지적재산권국은 “중국의 지적재산권 침해 관련 배상 기준은 아직도 낮은 편으로 지적재산권 침해 관련 법 제정이 필요한 현황이며 지적재산권 보호 강화, 지적재산권 정책 가이드 확립, 지적재산권 보호 및 관리 시스템을 구축해야 한다.”라고 언급함.
- '인터넷+'의 지적재산권 침해 실시간 모니터링을 통해 보다 더욱 편리하고 효율적인 지적재산권 보호 및 유지 시스템을 제공할 예정임. 알리바바(阿里巴巴) 그룹 부회장은 “지적재산권 보호 시스템은 정부와 전자상거래 플랫폼 등을 포함한 관련기관 및 기업들이 지적재산권 보호를 위해 공동으로 협력해야 한다.”고 언급하였음. 또한 지적재산권 통합서비스 제공을 위해 현재 전국에 25개의 지적재산권 보호 센터를 설립하고 원스톱 서비스를 제공할 예정임.
- 국내외 및 해외 지적재산권 관련 분쟁 조정 해결 시스템 구축 및 지적재산권 협력을 위해 중국은 세계지적재산권 관련 기구에 가입함. 이를 통해 전 세계 60여 개 국가 및 지역의 조직과 다양한 협력 체결 및 50개의 세계 지적재산권 기구 회원국들과 공식적인 협력관계를 수립함.

## □ 비리비리만화(哔哩哔哩漫画) 왕이만화(网易漫画) 인수

- 왕이만화는 비리비리만화가 왕이만화를 인수함에 따라 2019년 12월 31일 12시 이후 플랫폼 운영을 영구 정지할 예정이라고 공지함. 비리비리와 왕이는 APP/인터넷사이트 내 만화관련 및 그에 관한 권익, 인터넷 만화 자산 인수 관련 계약을 체결함. 현재 비리비리만화는 왕이만화 작품을 비리비리만화 플랫폼 내에 업로드 하는 작업을 진행 중임.
- 비리비리만화는 2019년 1분기부터 묘이(猫耳)만화의 모바일 MAU 수치를 비리비리만화 MAU 재무보고 통계에 포함시켜 올해 3분기에는 비리비리만화와 묘이의 MAU 통계를 합쳐 610만 명의MAU를 기록하였음. 또한 비리비리만화가 왕이만화 인수를 완료하게 되면 비리비리의 유저 수는 더욱 증가할 것으로 전망됨.
- 최근 발표된 비리비리의 3분기 실적에 대해 비리비리가 우수한 성과를 거둘 수 있었던 이유는 '방대한 콘텐츠 라이브러리'와 '효율적인 유저 유치 전략' 덕분이라고 언급하였음. 또한 3분기의 비리비리MAU는 전 분기보다 1,750만 명 증가하여 3,760만 명을 기록하였음. 이는 비리비리 역사상 가장 많은 증가치를 기록한 수치이며 평균 DAU도 전년 동기 대비 40% 증가하여 3,760만 명으로 가장 높은 수치를 기록하였음.
- 아이루이컨설팅(艾瑞)에 의하면 현재 중국 온라인 엔터테인먼트 시장의 소비자 62%가 90-00년대 생으로 평균나이 21.5세임. 또한 중국 동영상 플랫폼 광고의 경우 텐센트 동영상(腾讯视频) 광고는 45초, 유쿠(优酷)는 70초, 아이치이(爱奇艺)는 90초에 이름. 텐센트 동영상, 아이치이, 유쿠, 망고TV(芒果TV), 소후 동영상(搜狐视频), 텐센트 스포츠 등 9대 동영상 플랫폼의 회원 요금, 회원 서비스 방면 조사 결과, 동영상 플랫폼 회원의 83.3%가 광고를 스킵하기위해 회원가입을 하는 것으로 밝혀졌음.



왕이만화 플랫폼 운영을 영구 정지 공지



묘이만화 플랫폼

\*이미지 출처 : 바이두(百度)

# 인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 12. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

## □ <인도네시아 음악 시상식(AMI)> 개최

- 2019년 11월 27일 자카르타 RCTI+ 및 MNC Studios에서 <인도네시아 음악 시상식 (Anugerah Musik Indonesia, AMI)>이 개최됨
- 올해로 개최 22회를 맞는 이번 행사는 인도네시아 팝, 락, 재즈, R&B, 당뒏(Dangdut, 인도네시아 트로트), 동요 등 각 장르별 50개 카테고리에 따라 총 71개의 상을 수여함
- 수상후보작은 2018년 7월부터 2019년 6월까지에 한하며, 주요 시상 내역은 다음과 같음

No.	시상 부문	수상자/수상작
1	최우수 여자 솔로 가수	붕아 찌뜨라 레스따리(Bunga Citra Lestari)
2	최우수 남자 솔로 가수	안메쉬 까말롱(Andmesh Kamaleng)
3	최우수 락밴드	꼬딱(Kotak)
4	최우수 R&B 그룹	라이사(Raisa), 디파 바루스(Dipha Barus)
5	최우수 아역 솔로 가수	나우라(Naura)
6	최우수 어반 솔로 가수	툴루스(Tulus)
7	최우수 합작 작품	요비 위디안또(Yovie Widianto), 툴루스(Tulus), 글렌 프레들리(Glenn Fredly) / 아두 라유(Adu Rayu)
8	최우수 보컬그룹 음악	오늘의 음악(Lagu Hari Ini)
9	최우수 음반제작자	요비 위디안또(Yovie Widianto) / 아두 라유(Adu Rayu)
10	최우수 신인 가수	나딘 아미자(Nadin Amizah)
11	최우수 앨범	꾼또 아지(Kunto Aji) / 만뜨라 만뜨라(Mantra Mantra)
12	특별 공로상	에빗 게 아데(Ebiet G Ade), 빔보(Binbo)&이인 빠르리나(lin Parlina)



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

## □ 만화 관련 종합공간, 코넥툰(Connectoon) 오픈

- 2019년 10월 23일 자카르타 블록엠(Blok M)지역 엠블록 스페이스에(M Bloc Space) 만화 관련 종합공간인 코넥툰(Connectoon)이 오픈함
- 엠블록 스페이스(M Bloc Space)는 2019년 9월 음악가, 건축가, 영화 종사자 등 총 6명이 세운 청소년들을 위한 팝컬처, 음악, 만화 관련 창조공간으로, 이전에 인도네시아 조폐공사 건물이 있던 자리임
- 해당 건물은 총 2채로 구성되며, 앞 건물은 패션, 화장품, 만화 관련 업체들이 입주하고, 뒷 건물은 약 500여명을 수용 가능한 음악 공연장으로 운영됨
- 엠블록 스페이스(M Bloc Space)의 입주자 중 하나인 코넥툰(Connectoon)은 짜야오 코믹스(Ciayo Comics), 코스믹(Kosmik), 피오니콘(Pionicon) 등 현지 유명 만화·웹툰 총 3개사가 협업하여 설립함
- 코넥툰(Connectoon)은 현지 만화책과 관련 상품을 판매하고 만화·웹툰 관련 수업을 들을 수 있는 공간이자 코워킹 스페이스로 활용됨
- 이 곳에서는 매주 토요일 및 일요일, 정기적으로 토크쇼가 무료로 개최되며 주로 만화·웹툰 및 IP 관련 업계 관계자들이 토크쇼에 참여함
- 이 외에도 현지 유명 웹툰 작가들이 참여하는 드로잉쇼도 주기적으로 개최됨
- 코넥툰(Connectoon) 설립자이자 피오니콘(Pionicon)사의 CEO인 파자메영(Faza Meonk)은 “그동안 자카르타에 팝컬처 팬들이 모일 수 있는 공간과 만화책만을 위한 가게가 없었다. 코넥툰(Connectoon)은 현지 만화책을 판매하는 곳 뿐 만 아니라 만화 커뮤니티들이 모일 수 있는 공간이다.” 고 언급함



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

# 중동 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 12. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 UAE 마케터

## □ 사우디아라비아서 日 애니메 엑스포 성공적 개최

- 지난 11월 사우디아라비아에서 진행된 중동지역 최대의 문화축제 <리야드 시즌>에서 일본의 애니메를 포함한 음악공연 등 다양한 일본문화를 선보이는 엑스포가 성공적으로 개최되며 현지에서의 인기를 입증
- 엑스포에서는 일본의 인기 시리즈를 소개하는 애니메 부스가 운영됐는데 <진격의 거인>의 캐릭터 에렌 예거를 비롯해 <나루토>, <드래곤볼> 등 시리즈의 유명 캐릭터가 실물크기로 전시
- 또한 <캡틴 츠바사> 축구게임, <명탐정 코난>의 추리게임과 직접 <나루토> 주인공이 되어 즐길 수 있는 볼링 게임 등 다양한 체험거리들이 선보여 참관객들의 인기를 끌었음
- 애니메 팬들을 위해 토에이 애니메이션의 신지 시미즈 감독 겸 제작자, 소년점프 매거진의 요시히사 헤이시 전편집장이 출연하는 특별 토론세션도 마련됐는데, 여기서 차기 <원피스> 시즌에 대한 정보도 일부 공개돼 관심이 집중
- 요시히사 헤이시 전편집장은 “사우디팬들의 사랑에 놀랐다”며 “<원피스>의 결말을 공개할 수는 없지만 전체 스토리 중 반이 남았기 때문에 앞으로도 기대할 것들이 많다”고 말함
- 그외에도 엑스포에서는 <아메리칸 갓 텔런트 시즌 10> 준결승 진출 팀인 테크노 댄스크루 Siro-A의 인터랙티브 댄스공연을 비롯해 DJ, 힙합 아티스트, <진격의 거인>의 오프닝 테마곡을 부른 록 그룹 링크드 호라이즌 등이 참여해 음악공연을 펼침

## □ UAE 소비자는 온라인 결제를 선호하나?

- 아랍에미리트(UAE)는 온라인 쇼핑을 즐기는 젊은 테크 세비(tech-savvy)\*들이 늘어남에 따라 이커머스 산업이 성장기를 맞이하고 있으나, 소비자들의 온라인 결제에 거부감 아직까지 존재하고 있으며, 배송후 현금결제(Cash-on-delivery)를 대체하는 확실한 대안이 필요한 상황

\* IT기기를 다루는데 능숙한 사람들을 일컫는 신조어

- 지난 6월 비자(Visa)카드사가 실시한 조사에 따르면, 63%의 UAE 인터넷 사용자가 온라인 쇼핑을 즐기며, 사용자들의 평균소비액은 연 1,648 달러로 나타남. 평균 거래액은 144 달러로 신흥시장 평균액인 26 달러의 6배에 달함
- 그러나, 평균거래액이 높은 것은 소비자들이 아직까지 일반상품을 사는데

온라인보다는 오프라인 상점을 이용한다는 반증이며, 정부서비스, 교육, 항공권, 교통, 통신 등 무형의 서비스에 주로 온라인을 이용하는 경향을 보이고 있음. 이커머스 매출 중 6%만이 일반상품 매출이 차지하고 있는 것으로 조사됨

- 배송되는 일반상품 구매를 위한 온라인 결제는 상대적으로 적은 편으로, 구글과 Bain & Co.가 실시한 조사에 따르면 44%의 UAE 온라인 소비자가 배송후 현금결제를 선호하는 것으로 나타남. 이는 영국에 비해 5% 높은 수준
- 이러한 배송 후 현금결제는 상품 배송이전에는 결제된 것이 아니기 때문에, 소비자의 변심 등 최종구매에 영향을 주는 다양한 요인이 상존해 이커머스 사업자에게 위협요인으로 작용하고 있음
- 소비자 불만에 따른 은행의 변제제도 또한 배송후 현금결제를 선호하게 되는 요소로 작용하고 있는데, 변제를 위해 이커머스 사업자가 아닌 소비자가 스스로 모든 것을 증명해야하고, 환급까지 장기간이 소요되는 점도 작용
- 이집트의 Sawari Ventures의 Ahmed El Alfi 회장은 “이커머스 사업자에게 결제방식은 큰 위협요소이다” 라며 “MENA 지역은 물류·결제체계에 대한 개선이 필요한 상황이다” 라고 말함
- 이에 대한 대안으로 배송 시 POS기기를 통해 카드 결제하는 방식 또는 통신사 청구(direct carrier billing)를 통한 쉬운 결제방식이 활용되고 있음
- 통신사 청구방식은 신용카드 대비 온라인 전환률의 10배를 기록하며, 디지털 콘텐츠 시장을 확장시키고 있음. 또한 최근 모바일월렛도 배송후 현금결제 경향을 해소하는 요소로 등장
- 두바이 소재의 Network International 사는 구독기반으로가상의 온라인 상점과 결제 솔루션을 제공하는 Go-online 서비스를 출시해 소규모 이커머스 사업자들에게 각광을 받고 있으며, 왓다 캐피탈이 투자한 스타트업 Tabbysms ‘선구매 후결제’ 를 개념으로 한 플랫폼을 출시하고도 했음
- 한편, 비자카드사와 두바이경제부가 공동으로 실시한 조사에서는 UAE온라인 소비자 73%가 카드 결제를 선호한다는 결과도 있음
- 소비자는 인증로그인(63%), 고객센터(61%), 소비자후기(49%)에 결제에 영향을 미치며, 42%는 결제 시 OTP를 선호하는 것으로 나타남

# 베트남 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 12. 9.(월) / 한국콘텐츠진흥원 베트남 마케터

## □ 다낭, 2045년까지 스마트 시티로 거듭난다

- 다낭시 당국과 유엔개발프로그램(UNDP)측의 MOU에 따르면, 2045년까지 다낭을 녹색 스마트 도시로 발전시키기 위한 여러 프로젝트 수행 약속
- 첫째로, 다낭시의 사회 및 경제발전을 가속화하고, 지속가능한 개발목표의 달성을 촉진하는 혁신적인 솔루션을 제시, 이에 대한 공동학습과 탐색 및 실현을 용이하게 하기 위해 도시실험실(City Lab)을 오픈하기로 함
- 둘째, UNDP는 시정부와 긴밀히 협력하여 캄레(Cam Le)지역에서 다낭시 최초의 폐기물 분류실험실을 오픈, 체계적으로 폐기물 관리를 추진함
- 한편, 다낭시는 2030년까지 다낭을 스마트 시티로 만들기 위해 2조동(8,600만\$)를 지출하기로 했으며, 지역주민을 위한 의료 및 교통관리 등 기본서비스를 디지털화하는 웹사이트 및 시스템을 구축한 바 있음

## □ 베트남 기업, 소셜광고 가장 선호 [대기업 94%, 소기업 79%]

- 시장조사업체 Q&Me는 소셜광고야 말로 규모에 관계없이 베트남 기업에게 가장 선호되는 디지털 마케팅 도구라고 밝힘
- 보고서에 따르면, 베트남 내 135개 기업조사 결과, 이중 82%의 기업들이 소셜광고를 사용하고, 그다음으로 검색광고(46%), 디스플레이(44%), 온라인 비디오광고(39%), 인플루언서 마케팅 등을 이용했으며, 특히 직원 수 50명 이상인 중/대기업의 경우 94%, 소규모 업체는 79%가 소셜미디어 이용
- 한편 페이스북은 디지털 마케팅 분야에서 가장 인기 있는 소셜미디어로, 96%의 기업들이 이 매체를 사용하고 있으며, 그 뒤를 유튜브(75%), 인스타그램(49%), 자로(Zalo, 32%) 등의 순으로 인기가 있음

## □ 은행계좌 보유한 15세 이상 베트남인 4,000만명 이상

- 베트남 국가은행은 2019년 10월 기준 은행계좌를 보유한 15세 이상의 베트남인 수가 4,000만명 이상에 도달했다고 밝힘. 또한 인터넷 뱅킹을 이용하고 있는 조직은 78개, 모바일 뱅킹 이용단체는 44개로 늘었다고 함
- 세계은행이 2018년 발표한 보고서에 따르면, 베트남의 비현금 결제비율은 4.9% 정도에 그쳐 중국 26.1%, 태국 59.7%, 말레이시아 89%에 비해 최저수준이라고 함
- 베트남 정부는 최근 불법거래와 부패방지, 절차 간소화 등으로 이어질 비현금결제를 적극 권장하고 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
- 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