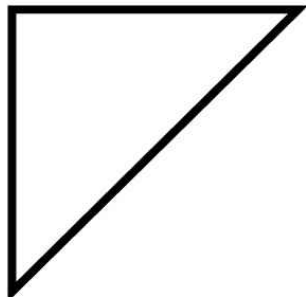


—
위클리
글로벌
2019.9.2.

Weekly Global

20

19



목 차

2019. 09. 02. 마케팅지원팀

구 분	제 목
중국	- (정책) 중앙선전부 등 6개부문 문화과학기술융합 추진관련 의견 발표 - (음악) 텐센트뮤직 반(反)독점으로 관련기관의 조사 진행 중 - (미디어) 중국 건국 70주년 기념 우수드라마 백일기획방송 시작
중국 심천	- 중국 범 엔터테인먼트 플랫폼 2019년 2분기 결과 보고 - 위예원(阅文) 작품 : '첸즈가오셔우(全职高手)'원작, 애니메이션영화로 개봉
인도네시아	- 인니 정보통신부(KOMINFO), 1,000개사 디지털 스타트업 육성 프로그램 실시 - NET TV, 경영효율화를 위한 희망퇴직 실시
중동	- Twofour54, MBC 그룹, 이미지네이션 첫 합작 소프 오페라 제작 - 사우디아라비아 TV에서 모바일 영상으로 소비 트렌드 변화

중국 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 09. 02.(월) / 한국콘텐츠진흥원 북경비즈니스센터

□ [정책] 중앙선전부 등 6개 부문 문화과학기술융합 추진관련 의견 발표

- 8월 13일, 중앙선전부(中央宣传部)·광전총국(广播电视总局) 등 6개 부문은 문화와 과학기술 융합의 촉진을 위해 공동으로 연구 제정한 <문화와 과학기술 융합촉진에 관한 지도의견(关于促进文化和科技深度融合的指导意见)>을 발표함.
- 내용에 따르면, 국가가 인터넷 강국 건설을 위해 디지털경제 발전에 대해 인터넷의 발전 및 디지털화·네트워크화·지능화를 적극적으로 추진하고 있음을 언급하고 2025년까지 100곳 이상의 국가문화와 과학기술융합 시범 기지를 세우고 200개 이상의 관련 경쟁력이 강한 기업을 육성하겠다고 함.

□ [음악] 텐센트뮤직 반(反)독점으로 관련기관의 조사 진행 중

- 8월 27일, 중국 언론보도에 따르면, 텐센트뮤직이 중국반독점기관의 조사를 받고 있으며, 이번 조사결과에 따라 텐센트뮤직이 유니버설뮤직·소니뮤직·위너뮤직 등 전세계 최대음반회사들과 체결한 독점 라이선스 협의가 중지 될 가능성이 있다고 전해짐.
- 텐센트 뮤직은 전세계 3대 음반회사인 유니버설뮤직·소니뮤직·위너뮤직이 보유한 대부분의 음원 독점권을 매입하여 다시 경쟁사들에 사용허가를 내주고 있으나, 음원을 높은 가격에 구매한 비용을 경쟁사들이 부담하게 하여 업계에 심각한 위협이 되고 있다는 지적을 받고 있음.

□ [미디어] 중국 건국 70주년 기념 우수드라마 백일기획방송 시작

- 8월 25일, 광전총국(国家广播电视总局)이 중국 칭다오동방영도대극원(青岛东方影都大剧院)에서 개최한 ‘우수 드라마 백일 기획방송(我爱你中国——优秀电视剧百日照播活动)’ 개막식을 개최하였으며, 행사에는 이번 기획방송에 선발된 드라마 86편의 드라마 관계자 500여 명이 참석함.
- 행사 다음날인 26일, CCTV 및 성급 위성방송에서는 <위대적전절(伟大的转折)>·<노주관(老酒馆)>·<육전지왕(陆战之王)> 등 선발된 작품들이 방송을 시작함. 선발된 86편의 작품은 신중국의 발전변화 및 사회 변천사 등 다양한 소재를 다루었으며, 광전총국은 백일 기획방송이 진행되는 동안 오락성이 강한 드라마 등의 상영을 금지하고 있음.

중국[심천] 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 09. 02.(월) / 한국콘텐츠진흥원 심천비즈니스센터

□ 중국 범 엔터테인먼트 플랫폼 2019년 2분기 결과 보고

- 아이치이(爱奇艺)가 최신 분기보고서를 발표함. 수입매출의 경우, 2019년 2분기 아이치이 매출은 전년대비 15% 증가한 71억 위안(한화 약 1조2,006억 8,100만원)에 달함. 이 중 회원 서비스를 통한 수입이 34억 위안(한화 약 5,750억 원), 온라인 광고를 통한 수입은 22억 위안(한화 약 3,720억 4,200만원), 콘텐츠 배급을 통한 수입은 5억 1,790만 위안(한화 약 875억 8,207만원)임.
- 회원규모의 경우, 아이치이는 지난 2분기 '파빙행동(破冰行动)', '동물관리국(动物管理局)', '나는 창작인이다(我是唱作人)', '밴드의 여름(乐队的夏天)', '차이나 랩 2019(中国新说唱)' 등의 인기 예능프로그램 방영을 통해 신규가입자를 유치함. 아이치이 회원 수는 2019년 2분기 말 현재 1억 500만 명으로 전년 동기 대비 50% 증가함.
- 또한, 글로벌 범 엔터테인먼트 분야 주요 기업인 아이치이, 스포티파이(Spotify), 텐센트동영상(腾讯视频), 텐센트뮤직(腾讯音乐), 넷플릭스(Netflix)의 2019년 2분기 회원 수 규모도 모두 전년 대비 높은 증가율을 기록함. 그 중, '텐센트그룹'과 '텐센트뮤직' 2019년 2분기 회원 수는 전년대비 각각 30%, 28% 증가함. 또한 현재 북미시장에서 가장 환영받고 있는 온라인 동영상 스트리밍 서비스 플랫폼 '넷플릭스'와 음악 스트리밍 서비스 플랫폼 '스포티파이'의 2분기 회원 수 보고에 따르면 현재 넷플릭스 회원은 1억 5,000만 명, 스포티파이 회원은 1억 800만 명임.
- 아울러, 아이치이 창업가이자 CEO인 공우(龚宇)는 “중국배우의 출연료가 하락함에 따라, 플랫폼이 구매하는 드라마 한 회당 저작권료 또한 1,500만 위안(한화 약 25억 3,600만원)에서 800만 위안(한화 약 13억 5,240억)으로 하락했다. 따라서 아이치이 플랫폼 운영지출액의 비율도 1년 반 동안 약 10% 감소했다.”라고 밝혔음.

□ 위에원(阅文) 작품 : '첼즈가오셔우(全职高手)'원작, 애니메이션영화로 개봉

- 8월 16일, 원작 '첼즈가오셔우'가 이번에는 '첼즈가오셔우즈디엔펑룽야오(全职高手之巅峰荣耀)'라는 애니메이션영화로 개봉되었음. 영화 개봉 전부터 30만 명의 사람들이 '좋아요'를 눌렀으며 당일 시사회 박스오피스는 1,000만 위안(한화 약17억) 이상을 기록하였음.
- 원작소설 '첼즈가오셔우'의 장수비결은 바로 '고 퀄리티'에 있음. 도서 플랫폼 내에서 최초로 100억 회에 육박하는 조회수는 물론, 인터넷 문학 역사상 최초로 가장 많은 팬 층을 보유한 등급(千盟书:천맹서)을 달성하였음.
- '첼즈가오셔우'는 중국 젊은 연령층의 현실 장르 문학 작품에 대한 선호도를 입증했음. 위에원그룹의 주도하에 원작소설 '첼즈가오셔우'는 애니메이션, 드라마, 애니메이션영화 등 다양한 장르로 제작되었음. 이미 많은 팬 층을 보유한 원작소설을 애니메이션영화로 제작하여 팬 층을 더욱 확대하였음. 현재는 온라인 게임으로도 개발 중임. 새로운 장르로 제작될 때마다 새로운 팬 층을 형성시키고 IP의 영향력은 점차 확대되어가고 있음.
- 위에원CEO'오문(吴文)'은 이전에 "이러한 전략을 이용하여 콘텐츠(IP)를 기반으로 하는 콘텐츠산업생태계를 구축할 것이다."라고 밝힌 적이 있음. 이와 함께 판권판매와 공동투자, 자체개발이라는 세 가지 운영방식을 강화하여 위에원은 이미 완전한 작품선정 및 OSMU시스템을 구축하였음. 특히 이전의 단순한 IP 라이선싱을 담당하던 위에원은 현재 '라이선싱+공동투자/제작사'로 발전하였음.



원작소설 '첼즈가오셔우'



애니메이션영화'첼즈가오셔우즈디엔펑룽야오'

* 이미지 출처 : 바이두(百度)

인도네시아 콘텐츠산업 위클리 글로벌

2019. 09. 02.(월) / 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

- **인니 정보통신부(KOMINFO), 1,000개사 디지털 스타트업 육성 프로그램 실시**
 - 2019년 8월 18일 자카르타 이스포라 스나얀(Istora Senayan)에서 인도네시아 정보통신부(KOMINFO) 주관, 연구기술고등교육부(Kemenristekdikti), 청소년·체육부(MENPORA), 투자조정청(BKPM), 창조경제위원회(BEKRAF) 협력 하에 <디지털 스타트업 1,000개사 육성 범국가운동(Gerakan Nasional 1,000 Startup Digital)> 행사가 개최됨
 - 해당 운동은 디지털 기술과 혁신을 통해 2020년까지 디지털 스타트업 1,000개사를 육성하여 인도네시아가 아시아의 디지털 에너지의 중심이 되기 위한 범국가적 프로젝트로, 2016년 7월 첫 공표되어 자카르타를 비롯하여 반둥, 족자카르타, 덴파사르, 스마랑, 말랑, 마카사르, 뿐띠아낙, 메단, 수라바야 등 총 10개 도시에서 현재 4년째 진행되고 있음
 - ‘국가를 점화시켜라(Ignite The Nation)’ 이란 주제로, 제74주년 인도네시아 독립기념일을 기념하여 개최된 이번 행사에는 유수프 칼라(Yusuf Kalla) 부통령을 비롯하여 루디안따라(Rudiantara) 정보통신부 장관, 스리 물리야니(Sri Mulyani) 재무부 장관, 수시 뿌지아스투띠(Susi Pudjiastuti) 해양수산부 장관, 토마스 램봉(Thomas Lembong) 투자조정청(BKPM) 청장, 트리아완 무나프(Triawan Munaf) 창조경제위원회(BEKRAF) 위원장 등이 참석한 가운데 개막식이 열림
 - 이 외에도 마하카그룹(Mahaka Group) 에릭 토히르(Erick Thohir) 창립자, 부까라팍(Bukalapak) 아흐마드 제키(Achmad Zaky) CEO, 또꼬페디아(Tokopedia) 윌리엄 따누위자야(William Tanuwijaya) CEO, 트레블로카(Traveloka) 페리 우나르디(Ferry Unardi) CEO 등도 패널로 참석함
 - 행사 공식홈페이지(www.participant.1000startupdigital.id/daftar/)를 통해 사전 등록한 약 8,000여명의 참가객이 참석함
 - 현재까지 해당 프로그램에 등록된 스타트업 기업가는 약 40,000여명으로, 해당 프로그램을 통해 육성된 스타트업 기업은 525개사임
 - 한편, 현재 인도네시아에는 또꼬페디아(Tokopedia), 부까라팍(Bukalapak), 트레블로카(Traveloka) 등 3개의 유니콘 기업(기업가치가 10억 달러 이상인 비상장기업)과 유일한 데카콘 기업(기업가치가 100억 달러 이상인 비상장기업)인 고젝(Go-Jek)이 있음

□ NET TV, 경영효율화를 위한 희망퇴직 실시

- 2019년 8월 8일 인도네시아 방송사 NET TV는 경영효율화를 위해 임직원들을 대상으로 희망퇴직을 실시한다고 밝힘
- 희망퇴직을 원하는 임직원들에게는 1개월 치의 월급이 위로금으로 지급될 예정으로, 총 2,000여명의 임직원들 중 8월 한 달간 이미 약 20여명의 임직원들이 희망퇴직 의사를 밝힘
- NET TV는 2013년 5월 26일 개국한 이후, NET 5, NET 10, WOW, Wonderfood, British Got Talent, NET Soccer, Sarah Sechan, Pagi-Pagi, WIT, The East, The Comment 등 NET TV를 대표하는 굵직한 프로그램을 방영해 왔으나, 2019년 1월 말부터 해당 프로그램들을 점차적으로 폐지해 왔음
- 최근 OTT 플랫폼의 급성장 등 방송 환경 변화에 따라 NET TV 시청률이 하락함으로써 NET TV는 유료 어린이채널인 카툰 네트워크(Cartoon Network)의 애니메이션 <벤10(Ben 10)>, <위베어베어스(We Bare Bears)>, <핀과 제이크의 어드벤처 타임(Adventure Time)>, <검볼 시즌6(The Amazing World of Gumball)> 등의 유료 콘텐츠를 구매하여 2018년 12월부터 무료방영하며 시청률을 높이기 위해 노력 중임
- 이는 NET TV의 주요 시청자가 중하층부터 중상층인 점, 동남아시아 시장 중에서 인도네시아 유료 TV 시청자 수가 급격하게 증가하고 있는 점(즉, 고 퀄리티의 콘텐츠 수요가 증가)을 고려한 정책으로 보여짐
- 한편, 미디어 파트너 아시아(Media Partners Asia)가 발표한 자료에 따르면, 2011년~2016년 사이 인도네시아 유료 TV 시장은 인도네시아 국민소득이 점차 증가함에 따른 소비형태 변화에 따라 연간 26.7% 성장하고 있는 것으로 나타남



※ 이미지 출처 : 구글 이미지

중동 콘텐츠 위클리 글로벌

2019. 09. 02.(월) / 한국콘텐츠진흥원 UAE 마케터

□ Twofour54, MBC 그룹, 이미지네이션 첫 합작 소프 오페라 제작

- Twofour54, MBC그룹, 이미지네이션이 최초의 아랍어 소프 오페라(Soap Opera) 시리즈 <Inheritance>의 제작을 위해 업무협약을 체결했다고 발표

○ twofour54 : 아부다비의 미디어, 콘텐츠 산업 진흥을 위해 설립된 정부기관
○ MBC그룹 : 중동지역 최대의 미디어그룹(방송사)
○ 이미지네이션 : Twofour54 산하 영상 제작사

- 그간 아랍 드라마 시리즈 많았으나 정해진 결말없이 여러 가지 스토리라인으로 수년 또는 수십년 간 방영되는 소프 오페라(Soap Opera) 유형의 드라마가 역내 제작 또는 방영된 바는 없음
- Twofour54가 제작비 투자를 하는 작품은 MBC그룹이 제작하고, 이미지네이션은 제자인력 투입과 극본 개발 등에 참여할 예정. 또한 MBC그룹은 아부다비영화위원회(Abu Dhabi Film Commission)로부터 30%의 제작비 환급 지원도 받게 됨
- 이번 작품은 아부다비에 특설 스튜디오가 설립돼 1년에 250일 이상 촬영이 진행될 예정이며, 첫해에만 200개 이상의 일자리를 창출될 것으로 예상되는 등 아부다비의 방송·제작산업에 큰 영향을 끼칠 것으로 전망되고 있음. 또한 아부다비로의 제작 유치와 각종 수요 발생 등 큰 유인효과와 함께 아랍지역에 새로운 유형의 스토리텔링이 자리잡는데에도 큰 영향을 미칠 것으로 기대
- Twofour54의 마리암 알 음헤이리(Mariam Al Mheiri) 부회장은 “Twofour54는 그간 아부다비의 영화·방송 산업을 개발하고 해외에서 영화제작자, 작가, 배우 등 인력을 유치하려고 노력을 기울이고 있으며, 세계 최고 수준의 방송제작 인프라와 지원시스템을 보유하고 있다. 디즈니, 넷플릭스와 같은 세계최고 기업과 협업 사례가 이를 말해주고 있다” 며, “이번 프로젝트는 아부다비뿐만 아니라 아랍의 엔터테인먼트 산업에 큰 모멘텀이 될 것이다” 라고 말함
- <Inheritance>는 영국의 소프 오페라 <EastEnders>에 작가 겸 컨설턴트로 참여했던 유명 드라마 작가 토니 조단(Tony Jordan)의 의해 기획됐으며, 12월 크랭크인을 해 2020년 1분기부터 방영을 할 예정
- 한편, Twofour54는 2015년 아부다비 드라마 제작 활성화에 대한 업무협약을 체결하고 <Haret El Sheikh>, <Hob Bila Hudood>, <Boxing Girls>, <Al Asouf> 등 MBC 그룹과 지속적으로 협업을 추진 중에 있음

□ 사우디아라비아 TV에서 모바일 영상으로 소비 트렌드 변화

- 최근 조사에 따르면 사우디아라비아의 시청자들은 전통적인 TV보다는 온라인(모바일) 영상을 더욱 많이 시청하는 것으로 나타남
- 조사에 따르면 사우디 시청자 중 85% 이상의 적어도 하루에 한번씩 10분 이내의 온라인 영상을 시청하는 것으로 조사됨. 10명 중 7명이 매일 TV를 시청하는 반면, 8명이 매일 온라인 프리미엄 영상을 시청한다고 답변함
- 온라인 영상물의 경우 대부분 TV 프라임 시간대인 오후 5시에서 11시경에 시청이 이뤄지며, 평균 시청시간은 53분으로 조사됨
- 응답자 중 93%가 온라인 영상이 좀 더 새롭고, 특색있는 콘텐츠를 찾는 데 도움이 된다고 답변 했으며, 91%가 심리 자극, 긍정적 분위기의 유지 또는 휴식을 취하는데 도움이 된다고 답변함
- 이번 조사는 스냅챗이 National Research Group에 의뢰를 해 869명의 사우디 국민을 대상으로 실시
- 이번 조사를 진행한 스냅챗의 앤디 팡(Andy Pang)은 국제마케팅과학부장은 “사우디는 전 세계에서 가장 짧은 형식(Short form)의 비디오에 열광적인 국민이다” 라며 “모바일과 소셜 메시지, SNS 사용률도 중동지역에서 가장 높은 수준으로 시장 가능성이 매우 높다” 고 말함

● 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