

# CONTENTS



## 1 개요: 폴란드 편

1. 국가개요	04
2. 폴란드 시장의 중요성	05

## 2 시장 동향 및 이슈

1. 게임: 세계적인 수준의 게임 제작국 폴란드, 모바일게임 중심의 빠른 성장 전망	08
2. 방송: 폴란드 방송시장 특징과 SVOD 시장의 가능성	20
3. 음악: 디지털 스트리밍 음원 시장의 성장과 공연 중심의 폴란드 음악시장	30
4. 캐릭터/완구: 동유럽 최대 규모의 완구 전시회를 개최하고 있는 폴란드	39
5. 패션: 성장하고 있는 폴란드 온라인 패션	49
6. 출판: 시장규모 감소에도 불구하고 동유럽 진출 교두보로 주목 받는 폴란드 도서출판시장	60

## 3 심층분석

폴란드 SVOD 시장의 성장에 따른 콘텐츠 산업 변화와 시사점	72
1. 폴란드 VOD 시장의 빠른 성장	72
2. 주요 사업자들의 VOD 서비스	74
3. 넷플릭스의 폴란드 진출	78
4. 넷플릭스의 성과와 폴란드 기업들의 VOD 전략	83
5. VOD 시장의 경쟁 심화와 폴란드 진출 시사점	87

## 4 폴란드 한류 동향

1. 폴란드 한류 동향	90
--------------	----

## 5 주요기업 동향

1. 게임 - CI Games	97
2. 게임 - CD Projekt Red	102
3. 방송 - Polsat	106
4. 폴란드 콘텐츠 기업 목록	111

Chapter

1

개요  
폴란드 편



1. 국가개요	04
2. 폴란드 시장의 중요성	05

폴란드는 중동부유럽 최대 콘텐츠 시장을 형성하고 있으며, EU 평균 경제성장률의 2배 가까운 성장을 보이고 있다. 2000년대 유럽 금융위기로 한때 위기를 겪기도 했으나 이를 극복하고 인프라에 대한 투자를 지속하고 있으며, 상품과 서비스의 동유럽 진출 교두보로 기능하고 있다.

2019년 수교 30주년을 맞이해 문화교류가 활성화될 것으로 전망되는 만큼, 한국 콘텐츠의 동유럽 진출 교두보가 될 수 있는 폴란드 시장을 특집으로 다루고자 한다.

# 폴란드

## 1. 국가개요

### 국가일반 및 경제지표

인구: 37,948,016  
 언어: 폴란드어  
 정부형태: 의원 내각제, 공화제  
 GDP 성장률: 3.7%  
 화폐단위: 즈워티(Złoty, zł)  
 교역규모(폴란드-한국): 수출액 28억 700만 달러,  
 수입액 6억 9,600만 달러(2015년 기준)



### 외환보유고

**1,143억 달러**  
(금 포함)

### 교역규모 (글로벌)

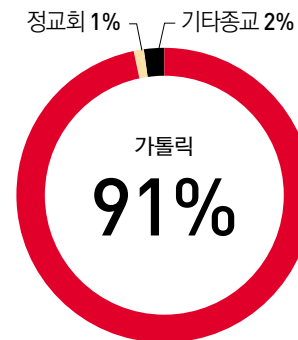
수출  
**1,905억 달러**

수입  
**1,876억 달러**  
(2015년 기준)

### GDP

**4,695억 달러**  
(2016년 기준)

### 종교



출처: 세계은행(World Bank), 한국무역협회(KITA)

## 2. 폴란드 시장의 시의적 중요성

### 2019년 수교 30주년을 맞아 문화교류가 강화 등이 예상되어 중요성 증대

- 향후 수교 30주년을 맞이해 긴밀한 협의가 지속되고 향후 문화교류가 활성화될 것으로 전망됨

폴란드는 중동부 유럽 중 가장 큰 경제 규모와 큰 내수시장이며, 서유럽 주요 시장으로의 용이한 접근성, 우수한 노동력과 낮은 인건비 등이 강점으로 외국인들이 선호하는 투자처로 꼽힘<sup>1</sup>

- 폴란드의 약 3,800만 명의 인구는 1,000만 명 수준의 체코나 헝가리 보다 크며, 경제 규모는 헝가리, 체코, 슬로바키아 3개국의 합보다 큰 중동부 유럽 최대 시장
- 다른 EU 회원국 보다 높은 경제 성장률을 보이고 있으며, 2016년 EU 28개국 평균 성장률 1.9%의 2배 가까운 3.5%의 경제 성장 전망
- 특히 우크라이나, 벨로루시, 체코 등과 국경을 접하고 있어 서유럽에서 수입된 물품들이 다시 중동부 유럽으로 수출되는 교두보 역할을 하고 있으며, 때문에 폴란드 시장을 범 슬라브 시장으로 확대해 1억 인구의 시장으로 간주하기도 함
- 최근 국가 정책과 EU 지원 등에 힘입어 이동통신, 인터넷 등 IT 분야가 급속도로 발전하고 있으며, 주요 콘텐츠 산업 역시 온라인으로 전환되는 추세
- 최근 정권 교체로 인해 최저임금 인상, 부가가치세 하향(23 → 22%), 둘째 자녀부터 양육비 지원(약 130달러), 정년 하향 조정으로 연금 조기수령 추진 등의 정책으로 GDP 상승과 소비 시장 활성화 기대
- 최저임금이 지속적으로 인상되고 있으나 타 유럽 국가들에 비해 여전히 낮은 임금으로 저가 제품들이 선호되고 있으나, 외국계 기업을 중심으로 임금 수준이 높아져 프리미엄 소비 시장도 초기 단계로 접어들<sup>2</sup>

1) KOTRA, 해외출장 가이드 - 폴란드, 2016년 상반기

2) KOTRA, 2017 폴란드 진출 전략, 2016. 11

- 한국은 1990년대부터 제조업을 중심으로 투자를 시작해 2015년 기준 EU 국가 중 폴란드가 9위의 누적 투자금액 기록

**폴란드는 중동부유럽 최대 시장이자 동유럽 진출의 교두보로 기능할 수 있는 만큼 폴란드 시장에 대한 다각적 이해와 더불어 시장 진출에 대한 시사점을 제공하고자 함**

- 폴란드는 주변국 대비 큰 시장 규모를 보이면서 일부 산업을 중심으로 주요 해외 콘텐츠 기업들이 활발하게 진출해 향후 동유럽 진출을 위한 교두보로 활용하고 있음
- 특히 온라인을 통한 콘텐츠 소비 증가와 함께 향후 온라인 중심의 콘텐츠 소비시장으로서 큰 잠재력을 가지고 있음

Chapter

2

시장 동향  
및  
이슈



1. 게임: 세계적인 수준의 게임 제작국 폴란드, 모바일게임 중심의 빠른 성장 전망	08
2. 방송: 폴란드 방송시장 특징과 SVOD 시장의 가능성	20
3. 음악: 디지털 스트리밍 음원 시장의 성장과 공연 중심의 폴란드 음악시장	30
4. 캐릭터/완구: 동유럽 최대 규모의 완구 전시회를 개최하고 있는 폴란드	39
5. 패션: 성장하고 있는 폴란드 온라인 패션	49
6. 출판: 시장규모 감소에도 불구하고 동유럽 진출 교두보로 주목 받는 폴란드 도서출판시장	60

## 1. 게임

### 세계적인 수준의 게임 제작국 폴란드, 모바일게임 중심의 빠른 성장 전망

- 폴란드는 IT 특화 교육과 정부 지원을 통해 세계적인 수준의 게임 제작 국가로 성장했으며, 러시아에 이어 동유럽에서 두 번째로 큰 게임시장을 형성하고 있음
  - 그동안 폴란드 게임시장은 콘솔과 PC게임이 주를 이루었지만, 최근 스마트폰 보급이 확산됨에 따라 젊은 세대를 중심으로 모바일게임 시장이 빠르게 성장하고 있음
  - 다운로드 수 기준 다양한 국가의 게임이 모바일게임 순위 상위권에 위치해 있으며, <롤 더 킹: 슬라이드 퍼즐> 등 한국 게임 또한 인기가 있음. 또한 최근 VR/AR 헤드셋 판매량이 급증하면서 게임 콘텐츠를 중심으로 수요가 높아질 것으로 전망되고 있음
- 모바일게임 수요가 증가하면서 지속적으로 성장하고 있는 폴란드 게임시장, 한국 게임 업계의 관심과 주목이 필요

#### IT 특화 교육과 정부 지원을 통해 세계적인 수준으로 성장한 폴란드 게임 제작 산업

- 폴란드는 글로벌 대형 기업의 하청 스튜디오뿐만 아니라 ‘CD 프로젝트 레드(CD Projekt RED)’, ‘테크랜드(Techland)’ 등 독자적인 글로벌 인기 IP를 보유한 유명 제작사들이 있는 세계적인 수준의 게임 제작 국가임
  - 폴란드에는 <다잉라이트(Dying Light)>를 제작한 테크랜드와 <위쳐(Witcher)> 시리즈로 유명한 ‘CD 프로젝트 레드(CD Projekt RED, 이하 CDPR)’ 등 글로벌 인기 게임 IP를 보유한 게임사가 있는 게임 제작 강국임
  - 이 외에도 대형 프로젝트의 하청 작업을 수행하는 PC/콘솔 게임 제작사인 ‘팜 51(Farm 51)’, 세계 10개 국가에서 인기 순위 10위권 안에 들었던 모바일게임 <아노말리: 워존 어스(Anomaly: Warzone Earth)>를 개발한 캐주얼/모바일게임 제작사 ‘11 비트 스튜디오(11 bit Studio)’ 등이 위치하고 있음



출처: 공식 홈페이지

- 폴란드가 이처럼 게임 제작 강국으로 성장할 수 있었던 배경에는 우수한 IT 교육 프로그램과 정부 지원이 있었던 것으로 분석됨
  - 폴란드는 우수한 IT 교육 시스템을 갖추고 있음. 'CDPR'의 R&D 매니저 스탠 저스트(Stan Just)는 인터뷰를 통해 폴란드는 주요 대학에서 과학에 초점을 둔 교육 프로그램이 운영되고 있으며, 해당 분야에 대한 장학금 지원 혜택이 많아 우수한 인재풀이 형성되었다고 밝혔음
  - 산업에 대한 직접 지원 또한 폴란드 게임산업 성장에 크게 기여했음. 특히 R&D 지원에 특화된 폴란드 게임산업 지원 제도인 '게임인(GameINN)'을 통해 폴란드 게임사들은 글로벌 대형 게임사에 뒤처지지 않는 기술력을 확보할 수 있었음
  - 폴란드 정부는 2017년에도 '게임인(GameINN)'을 통해 'CDPR'의 4개 프로젝트에 약 700만 달러를 지원하는 등 총 40개 프로젝트에 2,700만 달러를 투자할 예정<sup>4</sup>

TIP



폴란드 게임산업 지원 제도 '게임인(GameINN)'

주관 기관	폴란드 국가 연구 개발 센터(Narodowe Centrum Badań i Rozwoju)
지원 대상	폴란드 게임 개발 기업(개별 기업 및 컨소시엄)
2017년 지원 금액	2,700만 달러
프로젝트 지원금 비중	적격 비용(폴란드 내에서 이루어진 지출 비용)의 40~60%까지 지원

4) 게임메카, 폴란드 정부의 게임사랑... 게임사에 2,700만 달러 지원, 2016.12.20.

<p>지원 자격 및 제한</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 약 50만 즈워티(약 13만 달러)에서 2,000만 즈워티(약 520만 달러)의 자산을 증빙할 수 있는 기업</li> <li>2. 최대 3년 기간의 프로젝트가 지원 가능</li> <li>3. 연구 개발 분야의 프로젝트만 지원 가능</li> <li>4. 최소 40만 즈워티(약 10만 4,000달러)의 프로젝트만 지원 가능</li> <li>5. 적격 비용은 2,000만 즈워티를 초과할 수 없음</li> <li>6. 폴란드 내에서 수행되는 프로젝트만 지원 가능</li> <li>7. 컨소시엄이 지원할 경우 적격 비용의 50%까지만 지원금이 지급됨</li> </ol>
<p>2017 지원 분야 방송사</p>	<p><b>게임 디자인</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 게임 플레이 디자인과 관련된 창의적인 솔루션 개발</li> <li>- 게임 비주얼 디자인에 대한 창의적인 솔루션 개발</li> <li>- 게임 스토리에 대한 창의적인 솔루션 개발</li> <li>- 게임 디자인에 대한 창의적인 솔루션 개발</li> </ul>
	<p><b>플랫폼, 엔진 및 처리 기술</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창의적인 그래픽/물리 엔진 개발</li> <li>- 크로스플랫폼 게임과 새로운 세대 플랫폼 게임 제작을 위한 동력</li> <li>- 모션 캡처 기술 개발</li> <li>- 디지털 이미지와 3D 이미지의 창의적 기술 개발 및 응용</li> <li>- 데이터 처리 효율 향상을 위한 기술 개발 및 응용</li> </ul>
	<p><b>인공 지능의 응용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 게임 내 알고리즘 적용 시 문제점 개선</li> <li>- 실제와 같은 등장인물들과 환경, 그리고 플레이어의 행동에 유연하게 적응하는 반응 등을 시뮬레이션할 수 있는 알고리즘과 모델 개발</li> <li>- 자동적으로 콘텐츠를 생산해내는 메커니즘 개발</li> <li>- 빅데이터 수집, 저장 및 처리를 위한 시스템 구축</li> </ul>
	<p><b>상호 작용의 새로운 도구와 메커니즘</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 게임 속 상호작용을 위한 창의적인 인터페이스와 메커니즘 (신기술 또는 기존 기술 응용)</li> <li>- 센서와 컨트롤러의 데이터를 활용한 혁신적인 상호작용 메커니즘과 게임 솔루션 개발</li> <li>- 장편 영화의 게임화를 위한 새로운 구현 방법 및 솔루션</li> <li>- 특정 지역이나 해상도, 또는 장애인들의 여러 요구사항에 적응할 수 있는 인터페이스와 도구</li> </ul>
	<p><b>디지털 배포 및 멀티 플레이 온라인 플레이</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 클라우드 게이밍을 위한 솔루션과 플랫폼 개발</li> <li>- 모바일 게임 플레이와 네트워크를 위한 콘텐츠 전송 및 관리 플랫폼 개발</li> </ul>
	<p><b>게임 제작 과정을 지원하는 도구와 지식</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 테스트와 디버깅을 자동화할 수 있는 기술 개발</li> <li>- 알고리즘에 의해 자동적으로 정확성을 테스트할 수 있는 효과적인 툴 개발</li> <li>- 게임의 효과적인 생산을 도울 수 있는 툴 개발</li> <li>- 멀티 플랫폼 또는 크로스 플랫폼 게임 제작에 도움이 될 수 있는 툴 개발</li> </ul>
	<p><b>게임 기술 응용 및 다른 영역으로의 확장</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 실제 시스템과 프로세스를 재현해 시스템의 성능과 효율 그리고 행동들을 테스트할 수 있는 가상 모델 개발</li> <li>- 의료와 치료 목적으로 활용될 수 있는 게임 및 평가 기준 개발</li> <li>- 비디오 게임과 관련된 기타 응용 프로그램, 제품 및 기술 개발</li> <li>- 교육 및 연구 목적을 위한 게임 및 평가 기준 개발</li> </ul>

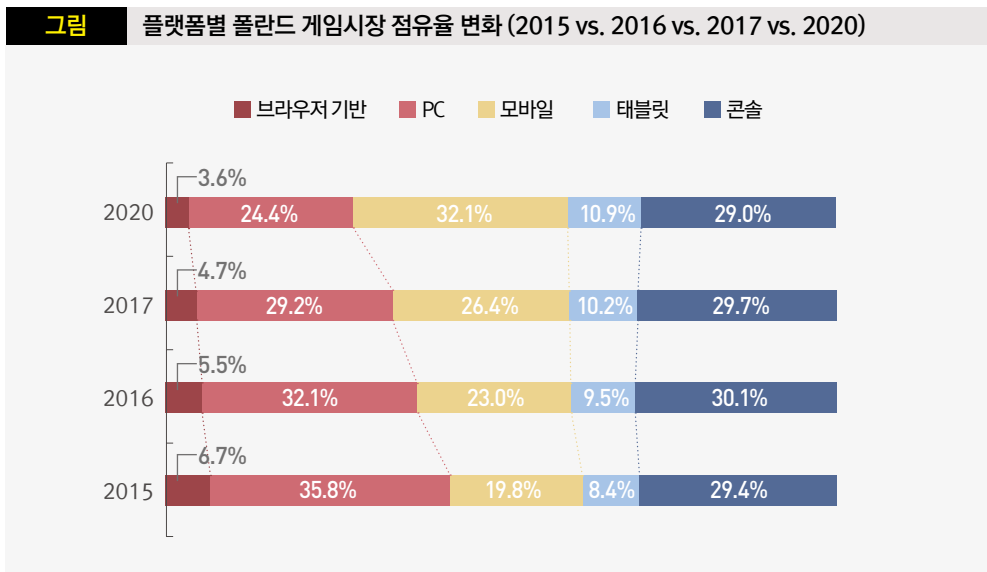
출처: 폴란드 국가 연구 개발 센터(Narodowe Centrum Badań i Rozwoju) 공식 홈페이지

### 모바일게임 중심으로 변화하고 있는 폴란드 게임시장

- 폴란드 게임시장은 동유럽에서 러시아에 이어 두번째로 큰 시장으로 글로벌 시장조사업체 뉴주(Newzoo) 보고서에 따르면, 2017년 폴란드 게임시장은 모바일게임 시장 성장에 힘입어 전년대비 8.2% 증가한 4억 8,900만 달러를 기록할 전망
  - 콘솔과 PC게임 중심으로 성장하던 폴란드 게임시장은 최근 스마트폰 보급률이 50%를 넘으면서, 젊은 층을 중심으로 모바일게임 인기가 높아지며 영향력이 확대되고 있음
  - 2015년 폴란드 게임시장에서 19.8%를 점유했던 모바일게임은 이후 지속적으로 확대되어 2017년에는 6.6%p가 증가한 1억 2,900만 달러에 이를 전망이며, 향후 2020년에는 콘솔과 PC게임 시장을 앞질러 폴란드에서 가장 큰 시장을 형성할 것으로 예측됨

	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2016-2020 CAGR
브라우저 기반	27	25	23	22	21	20	-4.8%
PC	145	145	143	141	138	136	-1.6%
모바일	80	104	129	149	164	179	14.6%
태블릿	34	43	50	55	59	61	9.4%
콘솔	119	136	145	150	156	162	4.4%
합계	405	452	489	517	538	558	5.4%

출처: Newzoo(2017), Global Games Market Report

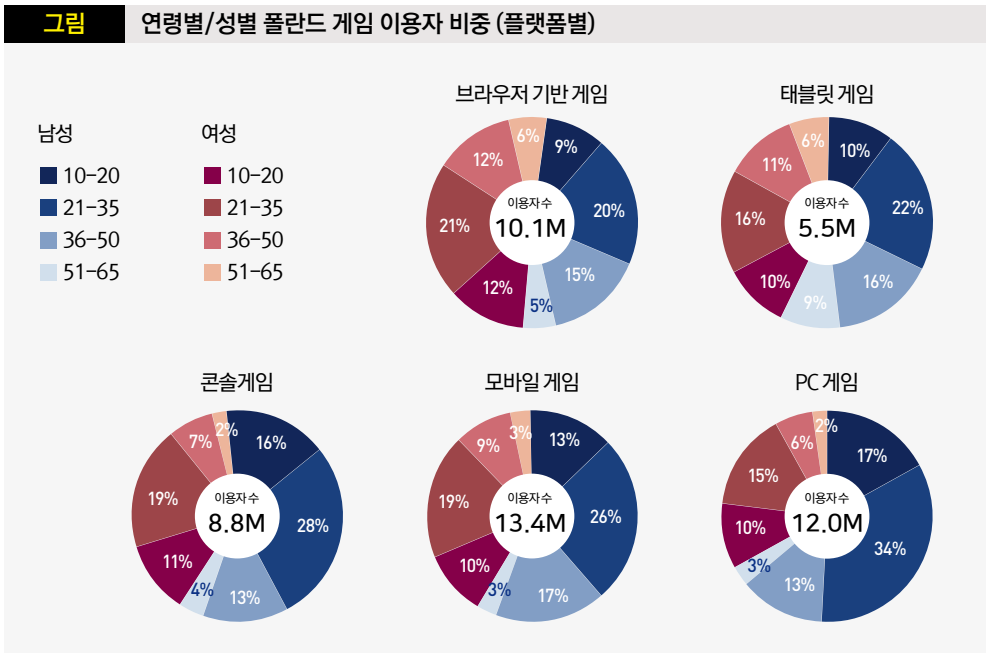


출처: Newzoo(2017), Global Games Market Report

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
스마트폰 보급 대수	12.8	16.7	22.7	28.3	32.7	37.2	41.0	44.2	46.8	49.5
스마트폰 보급률	25.0%	32.0%	42.3%	51.0%	58.0%	65.0%	71.0%	76.0%	80.0%	84.2%

출처: PwC(2017), Global entertainment & media outlook 2017-2021

- 이러한 경향은 이용자 통계에서도 나타남. 2017년 폴란드 모바일게임 이용자 수는 2015년 대비 약 300만 명 증가할 것으로 예상되며, 특히 젊은 여성 층에서 큰 인기를 끌고 있음
  - 글로벌 시장조사업체 뉴주에 의하면, 2017년 폴란드 총 게임 이용자 수는 약 1,600만 명에 이를 전망. 2015년 1,000만 명이었던 모바일게임 이용자 수는 2017년 1,340만 명까지 늘어나며 가장 많은 이용자 수를 확보할 것으로 예측됨. 특히 400만 명에 그쳤던 유료 결제 이용자도 2017년 600만 명에 이를 것으로 예상됨
  - 또한 콘솔 게임 이용자의 경우는 880만 명에 불과한 것으로 나타났으나 전체 게임시장 수익에서 차지하는 비중은 29.7%로 가장 큰 것으로 나타남
  - 특히 2015년 1,000만 명이었던 폴란드의 모바일게임 이용자는 2017년 1,300만 명으로 늘어날 전망이며, 400만 명에 그쳤던 유료 결제 이용자도 2017년 600만 명에 이를 것으로 예상



출처: Newzoo(2017), Global Games Market Report

## 다양한 국가의 게임이 인기 있는 폴란드

- 폴란드의 게임 인기순위에는 다양한 국가의 게임이 존재하며, 모바일게임의 경우 한국 게임 <롤 더 볼: 슬라이드 퍼즐>과 <윙스 오브 밸러> 이 순위권에 위치하고 있음
  - 2017년 7월 기준, 폴란드 모바일게임 순위 상위권에는 폴란드 게임보다는 외국 게임이 주로 포진해 있음
  - 특히 수익 기준 순위에는 <클래시 로얄(Clash Royale)>, <포켓몬 고(Pokémon GO)> 등 글로벌 인기 AAA 게임들이 상위권에 자리잡고 있지만, 다운로드 기준 순위에서는 중국, 대만, 터키, 덴마크 등 다양한 국가의 게임이 상위 10순위권 안에 포함되어 있음
  - 한국 모바일게임으로는 '비트망고'의 <롤 더 볼: 슬라이드 퍼즐(Roll the Ball®-slide puzzle)>과 '아이디어 스펀'의 <윙스 오브 밸러(Wings Of Valor)>가 각각 안드로이드 무료게임 순위 8위와 iOS 유료게임 순위 10위에 올랐음

표 2017년 7월 13일 기준 폴란드 iOS 게임 순위			
순위	다운로드 수 기준		수익 기준
	무료	유료	
1	스네이크 VS. 블럭(Snake VS. Block)	프레임드 2(FRAMED 2)	클래시 로얄(Clash Royal)
	프랑스 / 아케이드	호주 / 퍼즐	핀란드 / 전략
2	코 제스트 그레인(Co jest grane 24)	전염병 주식회사(Flague Inc.)	로드 모바일(Lords Mobile)
	폴란드 / 퀴즈	영국 / 전략	중국 / 전략
3	포켓몬 GO(Pokemon Go)	마인크래프트(Minecraft: Pocket Edition)	포켓몬 GO(Pokemon Go)
	미국 / AR 어드벤처	스웨덴 / 시뮬레이션	미국 / AR 어드벤처
4	스케일(Scale)	끓지마: 포켓 에디션 Don't Starve: Pocket Edition)	킹오브아발론: 드래곤 전쟁
	터키 / 퍼즐	캐나다 / 어드벤처	중국 / 전략
5	댄싱 라인(Dancing Line)	모터스포츠 매니저모바일2 (Motorsport Manager Mobile 2)	모바일 스트라이크(Mobile Strike)
	중국 / 음악 아케이드	영국 / 시뮬레이션	미국 / 전략
6	미니 데이즈 - 서바이벌 게임 (Mini DAYZ - Survival Game)	탐욕의 동굴(The Greedy Cave)	캔디크러쉬사가(Candy Crush Saga)
	체코 / 액션	중국 / 어드벤처	영국 / 퍼즐
7	서브웨이 서퍼즈(Subway Surfers)	어쌔신 크리드 아이덴티티 (Assassin Creed Identity)	톱일레븐 2017 - 축구매니저 (Top Eleven 2017 - SoccerManager)
	덴마크 / 액션 아케이드	프랑스 / 액션	세르비아 / 시뮬레이션
8	트래픽 패닉 붐 타운 (Traffic Panic Boom Town)	세계 정복자3(World Conquereor 3)	CSR 레이싱 2 (CSR Racing 2)
	영국 / 시뮬레이션	중국 / 전략	영국 / 레이싱
9	더 플로어 이즈 라바(The Floor Is Lava)	모노폴리(MONOPOLY Game)	도미네이션즈(Dominations)
	프랑스 / 액션 아케이드	미국 / 보드 게임	미국 / 전략
10	트릭키 테스트 2: 지니어스브레인 (Tricky Test 2™: Genius Brain)	윙스 오브 밸러	터미네이터 제네시스: 가디언 (Terminator Genesis: Guardian)
	대만 / 퀴즈	한국 / 아케이드	미국 / 슈팅

출처: 앱애니(Appannie)

**표** 2017년 7월 12일 기준 폴란드 안드로이드 게임 순위

순위	다운로드 수 기준		수익 기준
	무료	유료	
1	클래시 로얄(Clash Royal)	다크 룸(A Dark Room)	클래시 로얄(Clash Royal)
	핀란드 / 전략	미국 / 롤플레이팅	핀란드 / 전략
2	스네이크 VS. 블럭 (Snake VS. Block)	어메이징 스파이더맨 (Amazing Spiderman)	게임 오브 워 - 파이어에이지 (Game of War - Fire Age)
	프랑스 / 아케이드	프랑스 / 액션 어드벤처	미국 / 전략
3	서브웨이 서퍼즈 (Subway Surfers)	포 패트럴 펍 테이크 플라이트 (PAW Patrol Pups Take Flight)	포켓몬 GO(Pokemon Go)
	덴마크 / 액션 아케이드	미국 / 교육	미국 / AR 어드벤처
4	포우(Pou)	리니아(Linia)	드래곤 볼 Z 폭렬격전(DRAGON BALL Z Dokkan Battle)
	레바논 / 캐주얼	미국 / 퍼즐	일본 / 액션
5	피젯 스피너(Fidget Spinner)	포트리스: 데스트로이어 (Fortress: Destroyer)	슬롯 카지노 게임즈(Slots Casino Games by Huuuge™)
	중국 / 캐주얼	호주 / 액션	폴란드 / 카지노
6	컬러 스위치(Color Switch)	마인크래프트(Minecraft: Pocket Edition)	모바일 스트라이크(Mobile Strike)
	호주	스웨덴 / 시뮬레이션	미국 / 전략
7	토크 톰 캠프(Talking Tom Camp)	굶지마: 포켓 에디션 (Don't Starve: Pocket Edition)	킹오브아발론: 드래곤 전쟁(King of Avalon: Dragon War)
	키프로스공화국 / 전략	캐나다 / 어드벤처	중국 / 전략
8	롤 더 볼: 슬라이드 퍼즐 (Roll the Ball@-slide puzzle)	미니 메트로(Mini Metro)	클래시 오브 킹즈(Clash of Kings)
	한국 / 퍼즐	프랑스 / 시뮬레이션	중국 / 전략
9	댄싱 라인(Dancing Line)	파밍 시뮬레이터 18 (Farming Simulator 18)	레가시 오브 디스코드 퓨리어스 윙즈 (Legacy of Discord-Furious Wings)
	중국 / 음악 아케이드	스위스 / 시뮬레이션	중국 / 롤플레이팅
10	피아노 타일즈 2 (Piano Tiles 2™)	브리지 생성자 (Bridge Constructor)	캐슬 클래식: 용감한 부대(Castle Clash: Brave Squads)
	중국 / 음악 아케이드	오스트리아 / 시뮬레이션	중국 / 전략

출처: 앱애니(Appannie)

TIP!



‘비트망고’의 〈롤 더 볼: 슬라이드 퍼즐〉은 손동작 대신 머리를 쓰는 브레인 퍼즐게임으로 전세계 5천만 다운로드를 달성하는 등 북미 시장을 중심으로 선풍적인 인기를 끌었음  
 〈윙스 오브 밸러〉는 애플 II 컴퓨터의 고전 캐주얼 슈팅 게임 〈윙스 오브 퓨리〉를 리메이크한 모바일 게임으로 앱스토어에서 2.99달러에 판매되고 있음

- 모바일게임을 제외한 플랫폼별 인기 게임 순위에는 미국과 유럽 게임이 가장 많은 인기를 보이고 있으며 닌텐도 스위치(Nintendo Switch) 게임의 경우 일본 게임이 다수 순위권에 오름
- 2016년 6월부터 2017년 7월 사이 플랫폼별 폴란드 게임 순위 상위권에는 미국과 유럽 게임이 대부분 포진해 있음
- PC 게임 순위에는 <포르자 호라이즌 3(Forza Horizon 3)>, <기어즈 오브 워 4(Gears of War 4)> 등 글로벌 인기 게임이 상위권에 자리잡고 있으며 플레이스테이션 4는 언차티드 2(Uncharted 2: Pośród Złodziei Remastered)> 페르소나 5(Persona 5)>가 상위권을 기록함
- 닌텐도 스위치는 일본 게임이 대부분 순위권을 차지하고 있으며 <젤다의 전설 브레스 오브 더 와일드 (The Legend of Zelda: Breath of the Wild)>가 1위를 기록함

표		플랫폼별 게임 종합 순위 Top10 (2016.6~2017.7)			
	PC	플레이스테이션4	엑스박스원	스위치	
1	포르자 호라이즌 3 (Forza Horizon 3)	언차티드 2: 황금도와 사라진 함대 (Uncharted 2: Pośród Złodziei Remastered)	포르자 호라이즌 3 (Forza Horizon 3)	젤다의 전설 브레스 오브 더 와일드 (The Legend of Zelda: Breath of the Wild)	
	미국 / 레이싱	미국 / 액션	미국 / 레이싱	일본 / 액션	
2	왓 리메인즈 오브 에디스 핀치 (What Remains of Edith Finch)	포르자 호라이즌 3	어메이징 스파이더맨 (Amazing Spiderman)	게임 오브 워 - 파이어에이지 (Game of War - Fire Age)	
	미국 / 어드벤처	일본 / RPG	미국 / 액션	일본 / 레이싱	
3	기어즈 오브 워 4 (Gears of War 4)	레지던트 이블 7: 바이오하자드 (Resident Evil VII: Biohazard)	바이오쇼크: 콜렉션 (BioShock: The Collection)	스나이퍼클럽스: 컷 잇 아웃 투게더 (Sniperclips: Cut It Out, Together)	
	캐나다 / 액션	일본 / 액션	미국 / 액션	영국 / 퍼즐	
4	모탈 콧 XL (Mortal Combat XL)	왓 리메인즈 오브 에디스 핀치 (What Remains of Edith Finch)	배트맨: 더 텔테일 시리즈 (Batman: The Telltale Series)	암즈 (Arms)	
	미국 / 격투	미국 / 어드벤처	미국 / 어드벤처	일본 / 격투	
5	포르자 호라이즌 3: 블리자드 마운틴 (Forza Horizon 3: The Blizzard Mountain)	인사이드 (Inside)	바이오하자드 4 HD (Resident Evil 4 HD)	스플래툰 2 (Splatoon 2)	
	미국 / 레이싱	영국 / 퍼즐	일본 / 어드벤처	일본 / 액션	
6	바이오쇼크: 콜렉션 (BioShock: The Collection)	어세신 크리드: 브라더후드 (Assassin's Creed: Brotherhood)	레지던트 이블 7: 바이오하자드 (Resident Evil VII: Biohazard)	텀블씨드 (TumbleSeed)	
	미국 / 액션	프랑스 / 액션	일본 / 액션	미국 / 어드벤처	
7	스타워즈: 배틀프론트 (Star Wars: Battlefront - Gwiazda Śmierci)	스타워즈: 배틀프론트 (Star Wars: Battlefront - Gwiazda Śmierci)	데이어스 엑스: 맨카인드 디바이디드 (Deus Ex: Rozłam Ludzkości)	울트라 스트리트 파이터 2: 더 파이널 챌린저 (Ultra Street Fighter II: The Final Challengers)	
	미국 / 액션	미국 / 액션	캐나다 / RPG	일본 / 격투	
8	워킹데드: 어 뉴 프론티어 (The Walking Dead: The Telltale Series - A New Frontier)	용과 같이 6 (Yakuza 6)	배틀필드 1 (Battlefield 1)	원 투 스위치 (1-2-Switch)	
	미국 / 어드벤처	일본 / 액션	스웨덴 / 액션	일본 / 퍼즐	

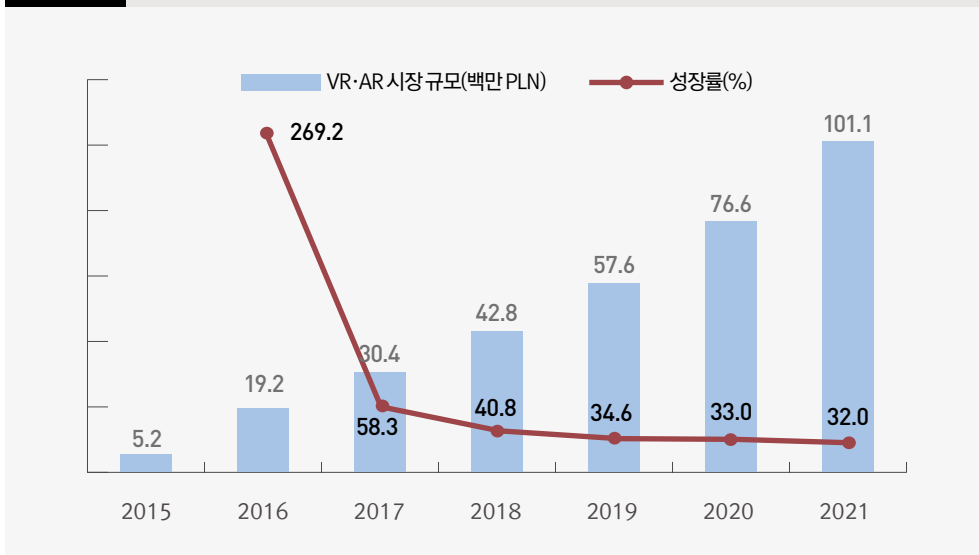
9	토탈워 워해머 - 헬름 오브 더 우드엘프(Total War: Warhammer - Realm of The Wood Elves)	인왕(NiOh)	워치독스 2 (Watch Dogs 2)	-
	영국 / 전략	일본 / 액션	프랑스 / 액션	-
10	할로우 나이트 (Hollow Knight)	크래시 밴디코트 N 세인 트릴로지 (Crash Bandicoot N. Sane Trilogy)	엑스컴 2 (XCOM 2)	캐슬 클래시: 용감한 부대(Castle Clash: Brave Squads)
	호주 / 호러	프랑스 / 퍼즐	미국 / 전략	-

출처: 앱애니(Appannie)

### 게임시장을 중심으로 VR·AR에 대한 관심 증가

- 폴란드 게임시장은 최근 모바일게임에 대한 수요 증가와 함께 가상현실(virtual reality, 이하 VR) 증강현실(Augmented Reality, 이하 AR) 시장에 대한 관심 또한 높아지고 있음
  - 폴란드에는 전 세계에 출시된 거의 대부분의 VR AR 헤드셋이 다양하게 유통되고 있으며, 2016년 기준 헤드셋 판매규모가 전년대비 269.2% 성장한 것으로 나타나 VR AR 시장에 대한 높은 수요를 보임
  - 향후 폴란드 VR AR 헤드셋 시장이 2021년까지 연평균 39.4%에 달하는 높은 성장이 예상됨에 따라 폴란드 스타트업 및 게임사들이 전용 어플 및 게임프로그램 등 콘텐츠 개발에 노력하고 있음
  - 대표적으로 2017년 5월 ‘스팀(Steam)’ 발매 후 평점 9점의 높은 점수를 유지하고 있는 <디태치드(Detached)> 개발사 ‘안샤 스튜디오(Anshar Studios)’가 있으며, 스타트업 회사 중 ‘브리즈모 VR(Vrizzmo VR)’과 ‘씨모어(Cmoar)’도 헤드셋을 개발·판매하고 있음

**그림** 2016-2021년 폴란드 VR·AR 헤드셋 시장전망



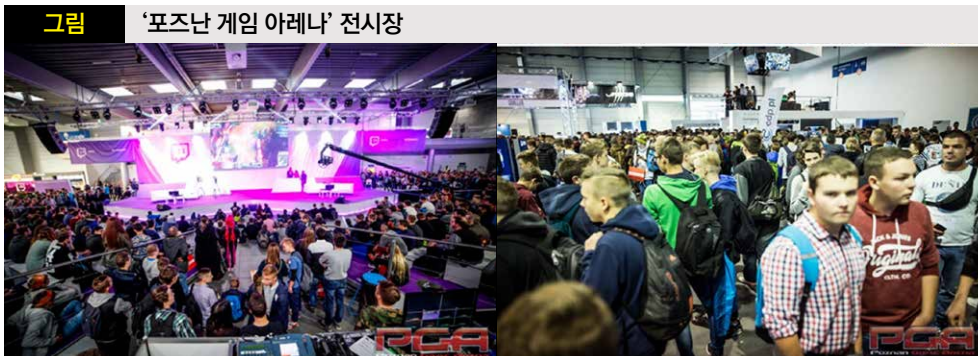
출처: KOTRA, 폴란드 AR·VR 헤드셋 판매 급증, 2017.07.13.



출처:스팀(Steam)

### 동유럽 최대 규모의 컴퓨터 게임 및 엔터테인먼트 전시회 '포즈난 게임 아레나'

- 폴란드에서 개최되는 컴퓨터 게임 및 엔터테인먼트 전시회인 '포즈난 게임 아레나 (Poznań Game Arena)'는 2004년 처음 개최되었으며, 2012년부터는 동유럽 최대 컴퓨터 게임 및 엔터테인먼트 전시회로 성장함
- 2016년 10월 개최된 '포즈난 게임 아레나'에는 마이크로소프트(Microsoft), 삼성전자 (Samsung), 소니(SONY) 등 게임 개발사 및 하드웨어 제조사 450여 개 기업이 전시회에 참가함



출처:포즈난 게임 아레나 홈페이지

- 이번 행사는 특히 HTC, 소니, 고프로(Go Pro) 등 다양한 플랫폼을 지원하는 VR 제조사의 체험존이 설치되어 많은 관람객들로부터 주목을 받음








출처:포즈난 게임 아레나 홈페이지

표 '2016 포즈난 게임 아레나' 개최 현황			
컨퍼런스 참관객	3,100명	방문객	71,328명
업계 전문가	1,600여 명	전시관	150개
학생	1,300여 명	인디게임 쇼케이스	50여 건
전시 공간	43,000개	인디게임 참여국	15개 국가
패널 토론	120건	저널리스트, 스트리머, 블로거	850명
워크샵	8건	인력 고용 기업	7개사
발제자	145건	비즈니스 매칭(건)	165건
참여기업	450여 개	미팅(건)	604건

출처: 포즈난 게임 아레나

- 포즈난 게임 아레나는 크게 인디 존, 게임 경기장, B2B, 커리어 존, 스타즈포팬즈 등으로 전시관을 구성하여 비즈니스 매칭부터 이용자 간 게임 문화 향유에 이르기까지 다양한 서비스를 제공함

표1 '포즈난 게임 아레나' 전시관 정보		
사진	전시관	내용
	인디 존	'포즈난 게임 아레나'는 2013년부터 인디게임 개발사를 위한 별도 전시관을 운영하고 있으며, 2016년 인디 존 전시관에는 체코, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 영국, 이스라엘, 네덜란드, 미국, 스웨덴 등 국가의 인디게임 개발사들이 참여해 50여 건의 쇼케이스를 진행함
	드라마	병원에서 벌어지는 의료 종사자들의 애환과 삶을 그린 드라마
	TV 쇼	〈M JAK MIŁOŚĆ〉 촬영 뒷이야기나 배우 인터뷰 등을 방영하는 쇼 프로그램
	음악 쇼	폴란드 방송사 Polsat에서 매년 개최하는 대중가요 축제
	드라마	자전거를 타고 다니는 신부 마테우스가 범죄를 해결하는 수사 드라마

출처: 포즈난 게임 아레나 홈페이지

## 동유럽 게임시장 진출 교두보로서 폴란드, 모바일과 VR/AR 게임 시장에 주목 필요

- 전통적으로 AAA PC게임과 콘솔 게임이 주를 이루던 폴란드 게임시장은 최근 스마트폰 보급이 확산되면서 젊은 층을 중심으로 모바일게임이 인기를 얻으며 빠르게 성장하고 있음. 특히 2016년 스마트폰 보급률이 58%로 향후 모바일게임 성장 가능성이 더 높을 것으로 예상되면서 경쟁력 있는 한국 모바일게임의 폴란드 진출에 새로운 기회가 될 전망
  - 폴란드는 세계적인 게임 제작 국가이자 게임에 대한 관심이 높은 국가임에도 불구하고 전통적으로 AAA PC게임과 콘솔 게임이 주로 소비되었기 때문에 모바일게임에 특화된 국내 게임업체가 진출하는데 어려움을 겪어 왔음
  - 그러나 최근 젊은 이용자를 중심으로 모바일게임이 확산되고 있고, 대형 개발사의 AAA게임과 대비되는 가볍게 즐길 수 있는 퍼즐 및 캐주얼게임 수요가 나타나면서 한국 모바일게임의 폴란드 시장 진출 가능성이 높아지고 있는 것으로 분석됨
  - 최근 폴란드 현지에서 별도의 광고를 하지 않았던 한국 게임 <롤 더 볼: 슬라이드 퍼즐>과 <윙스 오브 벨러>가 폴란드 인기 모바일게임 상위 순위에 오른 바 있다는 점에 주목할 필요가 있음
- 또한 최근 VR과 AR 기기 보급이 확산되면서 관련 기술 및 콘텐츠에 대한 관심 또한 높아, 수출 판로를 모색하는 국내 기업에게 폴란드는 기회가 될 수 있을 것으로 판단됨
  - 폴란드는 2016년 VR/AR 헤드셋 판매가 전년대비 3.5배가 넘게 증가하면서 VR/AR 시장이 주목받고 있으며, 현재 게임을 중심으로 빠르게 성장 중임
  - 한국 정부 및 국내 게임 업계도 VR/AR에 대한 높은 관심을 바탕으로 적극적인 투자를 해 왔으나 당초 예상보다 더딘 시장상황으로 고전을 면치 못하고 있음. 이러한 상황에서 게임에 대한 관심이 높고 시장 규모 또한 지속적인 증가세를 보이고 있는 폴란드 게임시장에서 VR/AR 시장 성장 조짐은 국내 관련 기업에게도 좋은 기회가 될 수 있을 것임
- 폴란드는 동유럽에서 2번째로 큰 게임시장이자, 우수한 게임 제작 산업을 보유하고 있는 국가로 인근 동유럽 국가 게임시장 진출의 교두보로서 가치가 있음. 특히 폴란드는 경험과 실력이 우수한 현지 개발 인력들이 있어 폴란드 및 동유럽 시장 진출을 위해 현지화를 고려하는 업체들에게도 폴란드는 의미 있는 시장이 될 것으로 판단됨

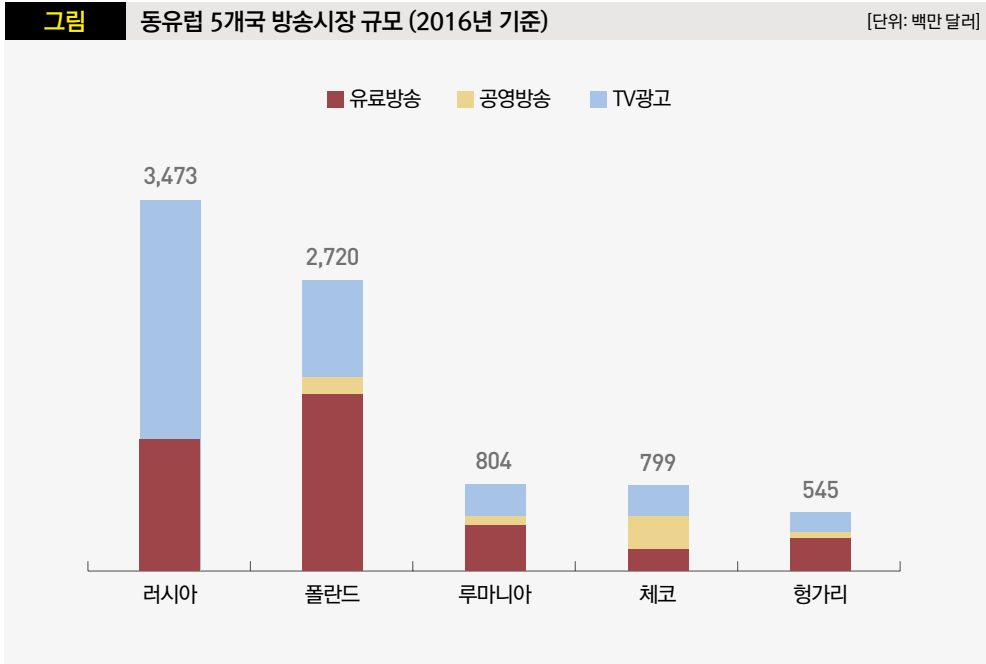
## 2. 방송

### 폴란드 방송시장 특징과 SVOD 시장의 가능성

- 폴란드는 동유럽에서 두 번째로 큰 방송시장을 형성하고 있으며, 특히 유료 방송 시장은 동유럽에서 가장 큰 규모를 보임. 최근 성장세는 높지 않으나 하루 평균 TV 시청 시간이 유럽에서 가장 긴 것으로 알려져 있음
- 폴란드 방송 프로그램으로는 장편의 현지 가족 드라마와 스포츠 경기 인기가 높으나, 범죄 수사 드라마와 음악 쇼 프로그램 또한 많은 시청자를 확보하고 있음
- 최근 '넷플릭스' 등 글로벌 SVOD 플랫폼이 폴란드에서 서비스를 시작해 좋은 반응을 얻고 있어 폴란드 온라인비디오 시장의 성장 또한 기대되고 있음

#### 동유럽 최대 유료방송시장 폴란드

- 폴란드는 러시아에 이어 동유럽에서 두 번째로 큰 방송시장을 형성하고 있으나 유료방송시장을 기준으로 했을 경우 동유럽 최대 시장을 보유하고 있으며, 하루 평균 TV 시청 시간 또한 유럽에서 가장 많은 국가로 알려져 있음
  - 글로벌 시장조사업체 PwC의 2017년 보고서에 따르면, 2016년 기준 폴란드 방송시장 규모는 27억 2,000만 달러로 러시아에 이어 두 번째로 큰 시장을 형성
  - 특히 폴란드 유료방송시장은 17억 2,500만 달러 규모로 러시아보다 더 큰 것으로 나타남
  - 그러나 폴란드 방송시장은 2016년 전년대비 1.9% 성장에 그쳤으며, 향후 2021년까지 연평균 0.5%에 불과한 성장률을 보이며 정체될 것으로 전망됨. 이는 이미 80%에 달하는 가정이 유료 TV를 이용하고 있어 가입자 유치 기반의 성장이 힘든 구조가 영향을 미친 것으로 분석됨
- 폴란드 방송시장의 성장 자체는 정체될 것으로 전망되고 있으나, 하루 평균 TV 시청 시간이 유럽에서 가장 많은 국가로 콘텐츠에 대한 높은 수요를 가지고 있는 것으로 평가됨



출처: PwC(2017), Global entertainment and media outlook 2017-2021, ATLAS 재구성

**표2** 2012-2021 폴란드 방송시장 규모 및 전망 [단위: 백만 달러, %]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2016-2020 CAGR
유료방송	1,651	1,654	1,655	1,696	1,725	1,741	1,749	1,752	1,752	1,749	0.27
공영방송	79	72	90	96	99	102	104	107	109	112	2.45
TV광고	885	839	853	878	896	909	917	923	928	932	0.78
합계	2,615	2,565	2,598	2,669	2,720	2,751	2,770	2,782	2,789	2,792	0.52

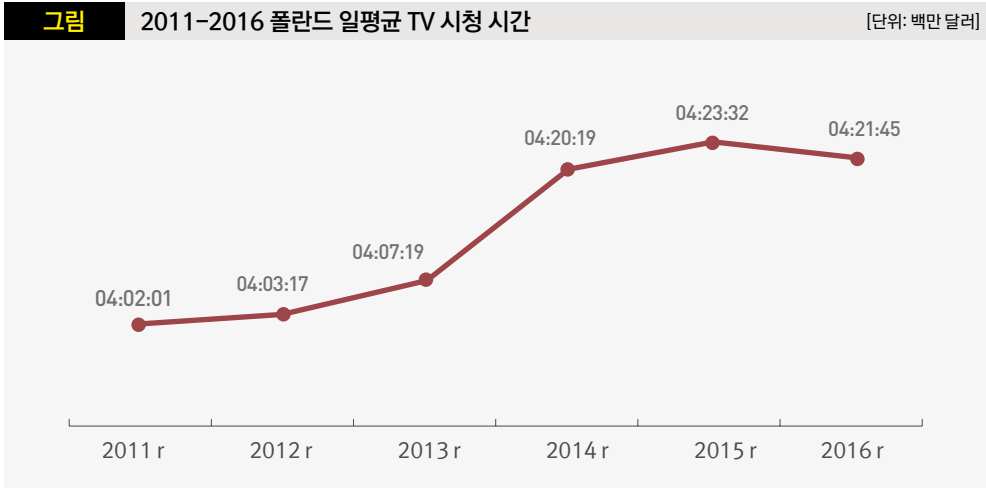
출처: PwC(2017), Global entertainment and media outlook 2017-2021

- 폴란드 국립방송위원회의 2017년 보고서에 따르면, 2016년 기준 하루 평균 TV 시청 시간이 4시간 22분으로 이는 2015년에 비해서는 다소 적은 수치이나 여전히 유럽에서 가장 많은 TV 시청 시간을 기록 중이라고 밝힘<sup>5</sup>

### 빅 4 TV채널(Polsat, TVP1, TVP2, TVN) 점유율이 높은 폴란드 방송 시장

- 폴란드는 4개의 전국 지상파 방송사와 위성 및 케이블 TV를 통해 이용 가능한 많은 수

5) 폴란드 국립 방송위원회(2017), RYNEK TELEWIZYJNY W 2016 ROKU



출처: 폴란드 국립방송위원회(2017), RYNEK TELEWIZYJNY W 2016 ROKU

의 중소 규모 지역 방송사들이 있는 것으로 알려져 있으나<sup>6</sup>, 국영 방송사 TVP의 채널 TVP1, TVP2와 함께 민영 지상파 방송 Polsat과 TVN 채널 점유율이 가장 높은 것으로 나타남

- 2016년 평균 채널 점유율은 Polsat이 11.45%, TVP1가 11.10%, TVN이 10.37%, TVP2가 8.32%를 기록
- 그러나 상위 4개 방송 채널 점유율은 2015년 43.25%에서 2016년 41.24%, 2017년 5월에는 38.07%까지 하락한 것으로 나타나 점차 감소하는 추세를 보임.

### 장편 드라마와 음악 프로그램의 높은 인기

**표** 폴란드 상위 '빅 4 TV채널' 점유율

채널	2015년 (평균)	2016년 (평균)	2017년 5월
Polsat	11.60%	11.45%	11.43%
TVP1	12.28%	11.10%	9.04%
TVN	10.65%	10.37%	9.88%
TVP2	8.72%	8.32%	7.72%

출처: 폴란드 국립 방송위원회(2017), RYNEK TELEWIZYJNY W 2016 ROKU 및 Mediafm, Ranking stacji TV w maju 2017 r.: Polsat z największą widownią, 2017.06.02. ATLAS 재구성

6) 폴란드 전자통신회의소(Polish Chamber of Electronic Communication, PIKE)에 따르면, 케이블 TV 사업자만 500여 개가 등록되어 있는 것으로 알려져 있음

TIP!



### 방송 플랫폼별 주요 사업자

구분	주요 사업자
지상파 TV	TVP, TVN, Telewizja Polsat, TV4, Puls
케이블 TV	UPC Poland, Vectra, Multimedia Polska, Aster
위성 TV	Cyfrowy Polsat, Cyfra Plus, TNK, Orange Polska
IPTV	Multimedia Polska, Telefonica Dialog, PTK Centertel, Inotel, WIST, Netia

출처: CONEX(2017), 중앙아시아 및 CIS 주요국가 방송 진출 가이드

TIP!



### 기타 전문 채널

시청 점유율은 낮지만 전문 채널로 해외 인기 드라마를 주로 방영하는 전문 채널 TVN7(3.44%)과 TVP Series(1.68%), TV6(1.50%)가 있으며 이외에 음악 채널 8TV(0.9% 미만)와 Polo TV(0.9% 미만), 어린이 채널 TVP ABC(1.06%)가 있음

- 폴란드 TV 시장에서 가장 인기 있는 콘텐츠는 드라마와 스포츠이며, 특히 드라마의 경우 장기간에 걸쳐 수백에서 천 편이 넘게 방송된 가족 드라마와 수사극 등이 주를 이루고 있음
  - 2017년 5월 기준, 전체 시청률 1위를 기록한 폴란드의 국민 드라마 <M JAK MIŁOŚĆ>는 장기간에 걸쳐 천 편이 넘게 방송된 가족 드라마로, 촬영 뒷이야기를 담은 TV 쇼 <KULISY SERIALU M JAK MIŁOŚĆ> 또한 동 기간 전체 시청률 3위를 기록
  - 이 외에도 2016년 최고의 인기를 끌었던 TVP1의 수사 드라마 <OJCIEC MATEUSZ> 등 미국 드라마와 유사한 장르적 특성을 지닌 드라마도 폴란드 방송 시장에서 인기를 얻고 있음<sup>7</sup>
  - <댄싱 위드 더 스타(Dancing With the Stars)>, <보이스 오브 폴란드(Voice of Poland)> 등 해외 방송 포맷을 수입해 방송한 음악 쇼 프로그램 또한 높은 시청률을 기

7) Business Insider Polska, Te seriale najchętniej w telewizji oglądają Polacy. Na czele produkcje TVP, 2017.06.05.

표1 2017년 5월 최고 시청자 수를 기록한 프로그램					
프로그램 명	방송사	최대 시청자 수	시청률	장르	주요 내용
M JAK MIŁOŚĆ 	TVP2	542만	37.47%	드라마	세대가 다른 가족 구성원들이 겪는 일상생활, 갈등 등을 그린 가족 드라마
NA DOBRE I NA ZŁE 	TVP2	418만	27.49%	드라마	병원에서 벌어지는 의료 종사자들의 애환과 삶을 그린 드라마
KULISY SERIALU M JAK MIŁOŚĆ 	TVP2	379만	26.60%	TV 쇼	〈M JAK MIŁOŚĆ〉 촬영 뒷이야기나 배우 인터뷰 등을 방영하는 쇼 프로그램
POLSAT SUPERHIT FESTIWAL 2017 SOPOCKI HIT KABARETOWY - ŻYCIE JEST PIĘKNE 	Polsat	356만	27.24%	음악 쇼	폴란드 방송사 Polsat에서 매년 개최하는 대중가요 축제
OJIEC MATEUSZ 	TVP1	336만	21.75%	드라마	자전거를 타고 다니는 신부 마테우스가 범적을 해결하는 수사 드라마

출처: Mediafm, Ranking stacji TV w maju 2017 r.: Polsat z największą widownią, 2017.06.02.

- 특하였으며, 같은 포맷인 <보이스 키즈(Voice Kids)> 또한 2017년 가을 방영될 예정
- <댄싱 위드 더 스타(Dancing With the Stars)>는 Polsat에서 방송되어 20.94%의 시청 점유율과 289만 명의 시청자 수를 기록
  - 글로벌 오디션 프로그램 포맷 ‘보이스(Voice)’를 수입해 제작한 <보이스 오브 폴란드(Voice of Poland)>는 2016년 가을 TVP2에서 방영되어 평균 202만 명의 시청자 수와

13.48%의 시청자 점유율을 기록하였으며, 어린이 대상 오디션 프로그램인 <보이스 키즈(Voice Kids)> 또한 2017년 가을에 방영될 예정임

- 글로벌 포맷 수입 제작 프로그램 외에도 <이 곡의 이름은?(JAKA TO MELODIA?)> 등 자체 제작 음악 쇼 프로그램도 인기가 있으며, Polsat 방송사가 매년 개최하고 있는 <Polsat SUPERHIT FESTIWAL> 시청률 또한 높은 편임



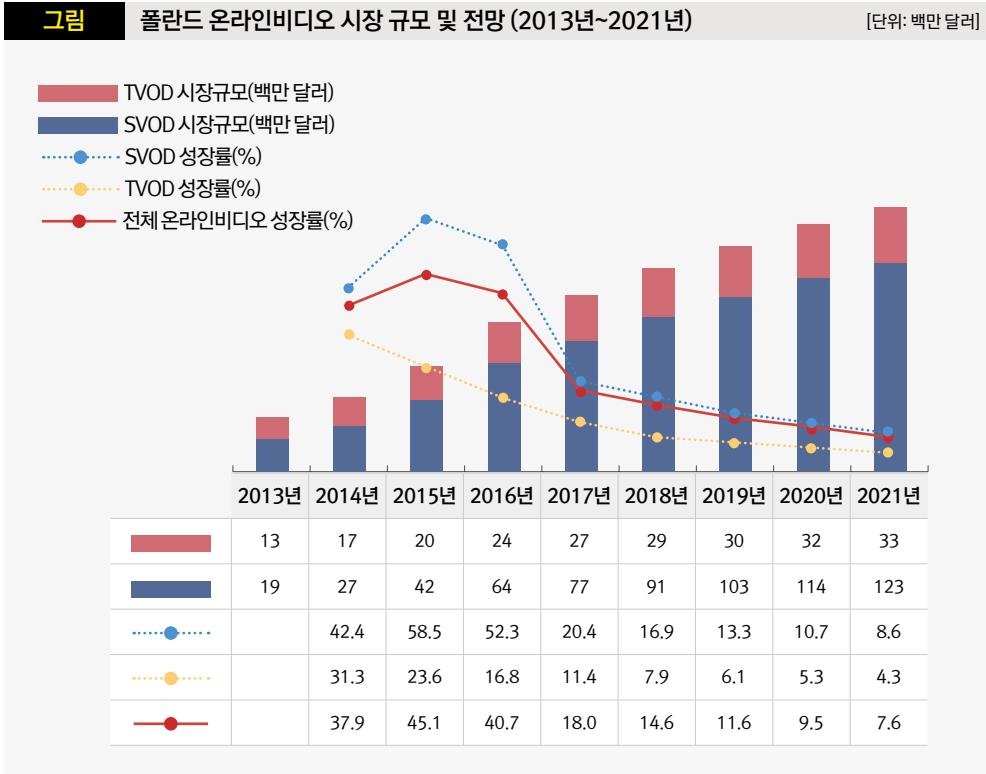
출처: 각 방송사 공식 홈페이지

### 빠른 성장세를 보이고 있는 폴란드 SVOD 시장

- 폴란드 방송시장 자체는 정체를 보이고 있으나, 온라인비디오 시장은 SVOD<sup>8</sup>의 높은 성장에 힘입어 지속적으로 확대되고 있음. 특히 폴란드는 다른 유럽 국가에 비하여 PC와 스마트폰으로 영상 콘텐츠를 소비하는 경향이 높은 것으로 나타남
- 2016년 기준 폴란드 온라인비디오 시장 규모는 8,800만 달러로 2015년에 이어 40%대의 높은 성장률을 보였으며, 특히 SVOD 시장은 2015, 16년 모두 50%가 넘는 성장을 보임
- 또한 폴란드의 SVOD 서비스 이용자는 최근 급성장하여 2017년 5월 기준 1,247만 명에 달하는 것으로 조사됨<sup>9</sup>

8) 온라인비디오 시장은 서비스 방식에 따라 SVOD와 TVOD로 구분됨. SVOD(Subscription Video On Demand)는 가입형 주문형 비디오 서비스로 월 정액제로 운영되며, 가입 기간 동안 횟수 제한 없이 영상을 시청할 수 있는 VOD 서비스의 형태. 반면, TVOD(Transactional Video On Demand)는 건당 요금제 주문형 비디오 서비스로 콘텐츠 1건당 이용 요금을 지불하는 주문형 비디오(VoD) 서비스의 형태

9) Business Insider Polska, Te seriale najchętniej w telewizji oglądają Polacy. Na czele produkcje TVP, 2017.06.05.



출처: 각 방송사 공식 홈페이지

- 폴란드의 대표 SVOD 서비스 플랫폼은 VoD.pl과 Player.pl이나, 글로벌 SVOD 서비스인 넷플릭스(Netflix)와 쇼맥스(Showmax) 또한 폴란드 현지에서 많은 가입자를 확보함
  - 가장 인기 있는 SVOD 서비스 플랫폼은 폴란드 미디어 그룹 ‘링거 악셀 스프링거 (Ringer Axel Springer)’가 소유한 VoD.pl과 TVN이 소유한 Player.pl로, 동 서비스들은 각 방송사의 인기 드라마 콘텐츠를 중심으로 이용자를 확보하는 데 성공해 2017년 5월 각각 약 299만 명과 218만 명의 가입자를 보유하고 있음
  - ‘넷플릭스(Netflix)’는 2016년말 기준 39만 명의 가입자를 확보하는 데 성공하였으며, HBO의 ‘쇼맥스(Shomax)’는 2017년 2월 출시 첫날에만 17만 명의 가입자를 확보해 화제가 되었음
  - 특히 넷플릭스(Netflix)는 2016년 초 출시 후 1달의 무료 서비스 기간이 지나자 이용자가 급격하게 감소하는 악재를 겪었으나, 이후 9월 폴란드어 정식 서비스 출시와 현지 드라마 콘텐츠 수급 등의 노력을 통해 2016년 말 다시 가입자 수를 회복<sup>10)</sup>
  - 넷플릭스의 경우 실제 이용자 수에서는 다른 주요 SVOD 서비스보다 뒤쳐지지만, 콘

10) Broadband TV News, Netflix takes off in Poland, 2017.07.10.

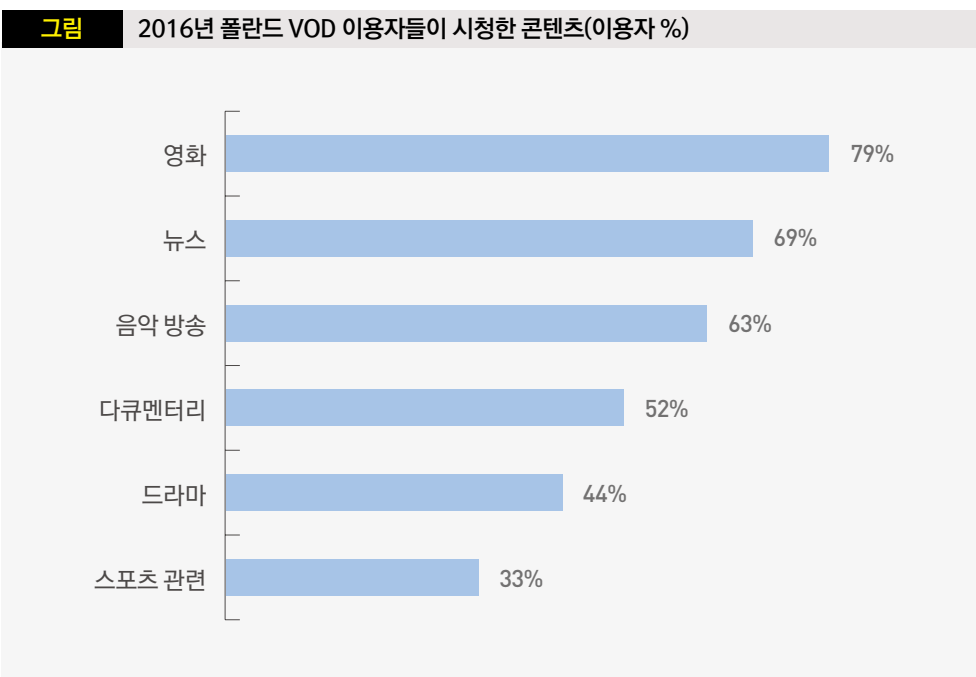
<b>표</b> 폴란드 주요 SVOD 플랫폼 (2017년 5월, PC 이용자 기준)			
	실제 이용자 수	콘텐츠 재생 횟수	평균 재생 시간
Vod.pl	2,989,711	12,449,603	0:42:19
Player.pl	2,176,939	33,556,097	5:20:35
Wp.tv	1,467,618	3,713,247	0:07:15
Tvp.pl - vod	1,405,855	18,386,457	3:39:52
Ipla.tv	1,357,214	15,341,330	3:50:20
Shomax.com	1,085,154	8,960,309	0:07:04
Netflix.com	742,857	12,436,679	0:11:07

출처: Wirtualnimedia, Serwisy VoD: Netflix mocno w górę, VoD.TVP.pl przed Ipla.tv., w dół Player.pl, Wp.tv i ShowMax, 2017.07.10.

텐츠 재생 횟수에서는 1위인 Vod.pl과 대등한 수준에 이릅니다.

- 또한 폴란드 방송평의회(KRRIT, Krajowa Rada Radiofonii I Telewizji) 조사에 따르면, 2016년 폴란드 VOD 이용자들이 주로 시청한 콘텐츠는 영화와 뉴스, 음악방송 순이었으며 전체 가입자의 44%가 드라마를 시청하는 것으로 나타남

### 주요 진출 전략 및 시사점



출처: 폴란드 방송평의회(2017), Informacja 2016

- 폴란드 방송시장은 가입자 유치를 기반으로 성장해 왔지만 2016년 폴란드 가정의 80%가 유료 방송을 시청하고 있어 당분간 성장이 정체될 것으로 예상됨. 그러나 폴란드는 다른 유럽 국가에 비해 평균 TV시청 시간이 길고 많은 유료 방송 사업자들의 치열한 경쟁과 SVOD 서비스가 확대되면서 콘텐츠에 대한 수요가 증가될 것으로 전망됨
- 폴란드에서 주로 소비되는 방송 콘텐츠는 현지의 전통 있는 드라마이지만 미국 드라마와 유사한 범죄수사 장르 인기가 높아지고 있고, 음악 쇼 프로그램 또한 높은 시청률을 보이고 있기 때문에 관련 콘텐츠를 보유한 국내 기업의 관심과 주목이 필요
  - 최근 국내에서도 많은 범죄수사 장르 드라마가 제작되어 인기를 끌었기 때문에, 국내 유사 드라마의 수출 또한 적극 고려할 필요가 있을 것으로 판단됨
  - 또한 최근 해외에서 주목 받고 있는 국내 음악 쇼 프로그램의 포맷 수출도 긍정적으로 검토할 만한 가치가 있음. <더 보이스> 등 유명 IP를 활용한 음악 쇼 프로그램이 폴란드에서 이미 큰 성공을 거둔 바 있고, 아직까지도 그 인기가 이어지고 있음

## TIP!



2016년 글로벌 인기 한류 드라마 <태양의 후예>가 폴란드에 판권 수출<sup>11</sup>한 바 있고, 미국에 포맷 수출된 예능 프로그램 <꽃보다 할배>가 최근 폴란드와 글로벌 배급사를 통해 계약을 진행 중임.<sup>12</sup> 또한 음악 예능 프로그램 <너의 목소리가 보여>도 포맷 판매를 진행 중임<sup>13</sup>

11) Business Insider Polska, Te seriale najchętniej w telewizji oglądają Polacy. Na czele produkcji TVP, 2017.06.05.

12) Business Insider Polska, Te seriale najchętniej w telewizji oglądają Polacy. Na czele produkcji TVP, 2017.06.05.

13) Business Insider Polska, Te seriale najchętniej w telewizji oglądają Polacy. Na czele produkcji TVP, 2017.06.05.

- 또한 '넷플릭스' 등 글로벌 SVOD 서비스도 많은 폴란드 이용자들을 확보하고 있어, 해당 플랫폼을 통한 진출 또한 고려할 필요가 있음

- 폴란드 이용자들은 인터넷을 통한 콘텐츠 소비 및 유료 서비스에 익숙한 편이며 온라인 동영상 서비스, 특히 SVOD 서비스 또한 이용자가 증가하고 있음. 현지 방송국 및 미디어 기업이 운영하고 있는 플랫폼 뿐만 아니라 ‘넷플릭스’와 ‘쇼맥스’ 등 글로벌 SVOD 플랫폼도 최근 폴란드 서비스를 시작하였으며 큰 화제가 되고 있음
- 따라서 폴란드 방송국을 통한 직접 수출 이외에도 ‘넷플릭스’를 위시한 글로벌 SVOD 플랫폼의 이용 확산에 주목하고 해당 플랫폼을 통한 진출 또한 고려해볼 수 있을 것임

### 3. 음악

## 디지털 스트리밍 음원 시장의 성장과 공연 중심의 폴란드 음악시장

- 폴란드 음악시장은 2016년 전년대비 6.5% 증가한 8,870만 달러 규모를 기록하였으며, 특히 스포티파이와 애플뮤직 등 디지털 스트리밍 시장 수익이 빠르게 성장하고 있음
- 음반 시장에서는 폴란드 DJ의 클럽 음악이 강세이지만, 음원 시장에서는 자국 음악보다 미국과 유럽에서 활동하고 있는 팝 장르의 음악이 대세를 이루고 있음
- 특히 폴란드는 공연 음악 시장 규모가 크고 다양한 음악 축제들이 열리고 있음. 오렌지 바르샤바 페스티벌, 오프너 페스티벌 이외에 무료로 개최되는 폴란드 우드스탁 페스티벌에 유럽 전역에서 75만 명의 방문객이 찾아오는 등 공연 문화가 발달해 있음
- 최근 한국 음악에 대한 관심이 이어지고 있는 만큼, 폴란드 음악시장을 주목할 필요가 있음. 무엇보다 폴란드에서 열리는 음악 축제는 유럽 전역에서 참여하는 경우가 많은 만큼, 이를 적극 활용하는 것 또한 중요할 것임

#### 지속적으로 성장하고 있는 폴란드 음악시장

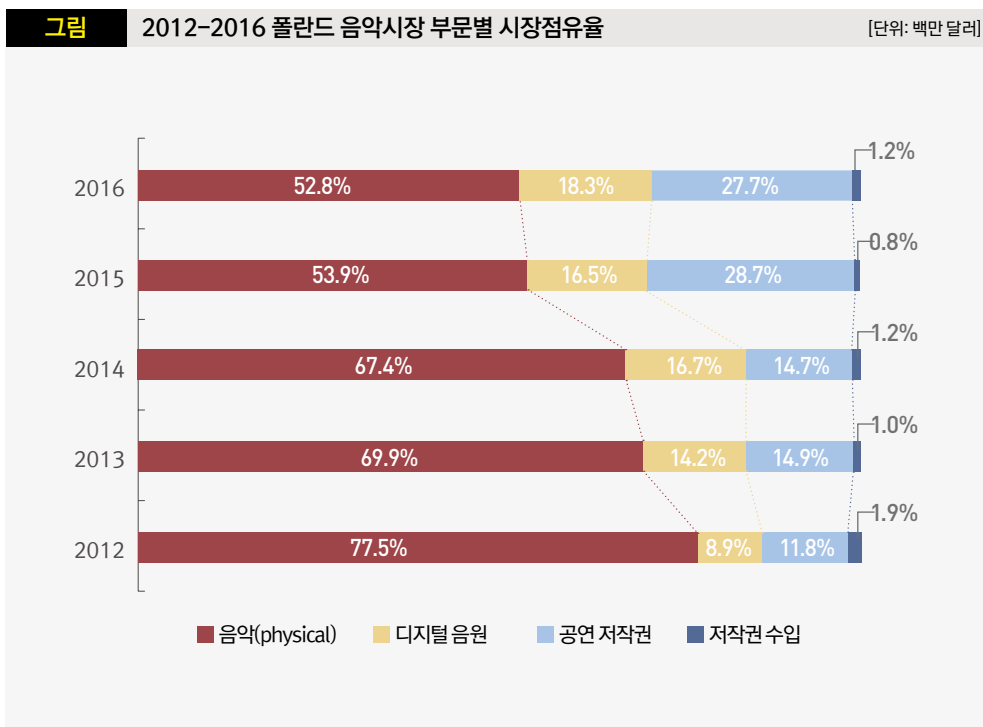
- 2016년 폴란드 음악시장은 8,870만 달러 규모로 세계 22위를 기록하였으며, 디지털 스트리밍 시장이 높은 성장세를 보임

표	2012-2016 폴란드 음악시장 규모						[단위: 백만 달러]
	2012	2013	2014	2015	2016	2015-2016 증감률	
음반 (Physical)	49.9	41.5	44.9	44.9	46.8	+4.2%	
디지털 음원	5.7	8.4	11.1	13.8	16.2	+17.4%	
디지털 다운로드	1.4	1.8	1.8	2.5	2.0	-20.0%	
디지털 스트리밍	3.7	6.0	8.4	10.1	12.8	+26.7%	
기타*	0.6	0.6	0.9	1.1	1.3	+18.2%	
공연 저작권	7.6	8.8	9.8	23.9	24.6	+2.9%	
저작권 수입	1.2	0.6	0.8	0.7	1.1	+57.1%	
<b>합계</b>	<b>64.4</b>	<b>59.4</b>	<b>66.6</b>	<b>83.3</b>	<b>88.7</b>	<b>+6.5%</b>	

\* '기타' 항목은 벨소리, 통화 연결음 등 모바일 상에서 음악과 관련된 부가적인 서비스로 인한 수익을 의미

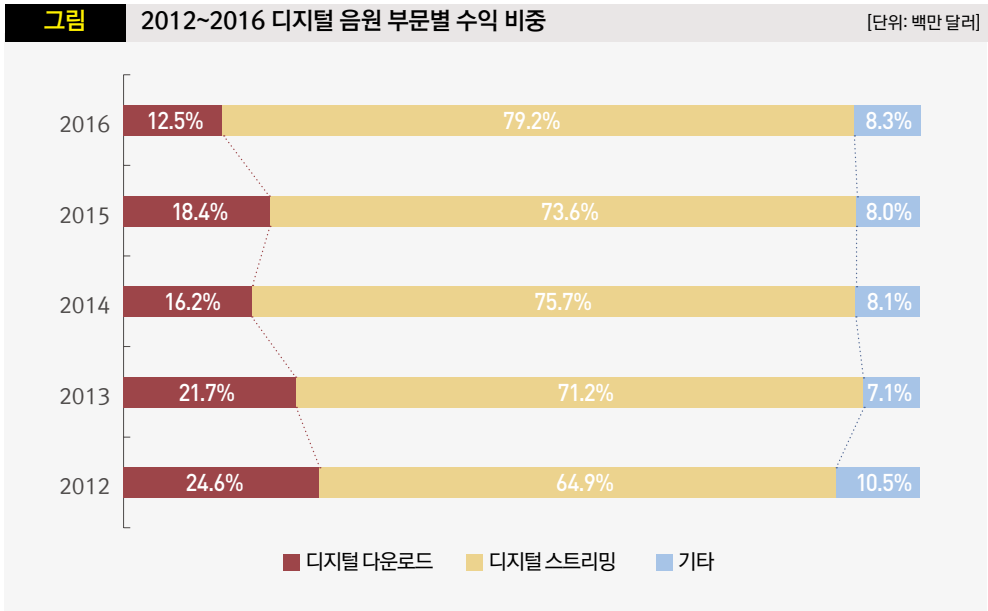
출처: IFPI(2017), Global Music Report 2017

- 국제음반산업협회(IFPI, International Federation of the Phonographic Industry)의 2017년 보고서에 따르면, 2016년 기준 폴란드 음악시장은 모든 부문에서 성장세를 보이고 있으며 특히 디지털 스트리밍 시장의 높은 성장에 힘입어 전년대비 6.5% 증가한 것으로 나타남
- 폴란드 음악산업은 음반(Physical) 시장이 여전히 전체 시장에서 50%가 넘는 점유율을 보이며 가장 큰 시장을 형성하고 있으나, 공연 저작권 수익 증가와 디지털 음원 시장의 빠른 성장으로 시장 점유율이 지속 감소



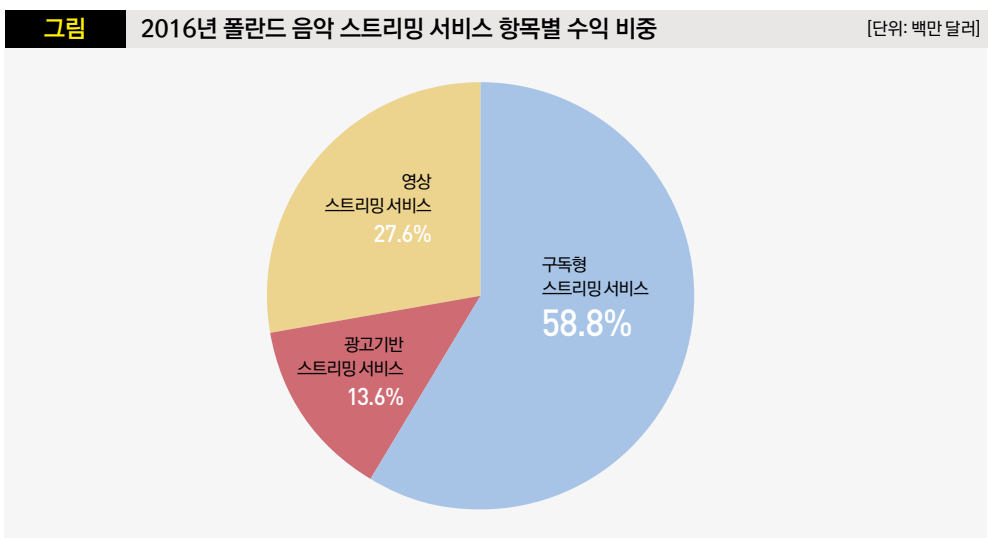
출처: IFPI(2017), Global Music Report 2017, ATLAS 재구성

- 2016년 폴란드 디지털 음원 시장은 1,620만 달러 규모로 공연 저작권 수익에 비해 작은 규모를 보이고 있으나, 스트리밍 시장이 빠른 속도의 성장세를 보이며 지속적으로 확대되고 있음
- 폴란드 디지털 스트리밍 서비스 시장은 2012년 이후 최근 4년간 연평균 36.5%의 높은 성장세를 보이며 지속적으로 증가함. 전체 디지털 음원 수익에서 차지하는 비중 또한 2012년 64.9%에서 79.2%로 확대됨



출처: IFPI(2017), Global Music Report 2017

- 스트리밍 서비스 중에서는 스포티파이(Spotify), 애플 뮤직(Apple Music) 등 구독형 스트리밍 서비스가 차지하는 수익 비중이 58.8%로 가장 높았으며, 광고 기반 무료 스트리밍 서비스 수익은 13.6%로 낮은 비중을 보임



출처: IFPI(2017), Global Music Report 2017

- 폴란드 주요 스트리밍 서비스는 ‘스포티파이(Spotify)’와 ‘애플 뮤직(Apple Music)’이며, ‘타이달(TIDAL)’이 1년 무료 프로모션을 통해 2016년 백만 명의 신규 가입자를 모집하

는 등 폴란드 시장에서 급성장하고 있음

- 정확한 시장 점유율 데이터는 존재하지 않지만 폴란드 음반산업협회(Związek Producentów Audio-Video, ZPAV)에 따르면, ‘스포티파이(Spotify)’와 ‘애플 뮤직(Apple Music)’이 폴란드에서 가장 인기 있는 스트리밍 서비스라고 밝힘<sup>14</sup>
- 미국 인기 힙합 가수 제이지(Jay-Z)가 보유한 ‘타이달(TIDAL)’ 또한 1년 동안 음악을 무료로 제공하는 공격적인 프로모션을 통해 2016년 백만 명의 신규 폴란드 가입자를 유치하는 데 성공해 화제가 된 바 있음<sup>15</sup>

### 자국 음악과 함께 미국·영국 팝 음악의 높은 인기

- 폴란드 음반 판매 순위 상위권에 올라 있는 아티스트 중 대다수는 폴란드 DJ와 영국 록 밴드임. 또한 라디오 및 음악 채널과 스포티파이의 인기 순위에서는 미국·영국의 팝 음악 비중이 높은 편임
- 폴란드 음반산업협회(Związek Producentów Audio-Video, ZPAV)가 발표하고 있는 음반 판매 순위를 살펴보면, 폴란드 일렉트로니카/힙합 DJ의 음악과 함께 영국 밴드 음악이 상위권을 차지하고 있음

**표2** 2017년 6월 폴란드 음반 판매 순위 Top 10

순위	아티스트	국가	앨범명	배급사
1	QUEBONAFIDE	폴란드	EGZOTYKA	QUEQUALITY / STEP HURT
2	COLDPLAY	영국	A HEAD FULL OF DREAMS	WARNER MUSIC / WARNER MUSIC PL
3	TEDE & SIR MICH	폴란드	SKRRRT	WIELKIE JOŁ / MY MUSIC
4	ROGER WATERS	영국	IS THIS THE LIFE WE REALLY WANT?	SONY MUSIC PL
5	ZBIGNIEW WODECKI	폴란드	ZŁOTA KOLEKCJA - ZACZNIJ OD BACHA	POMATON / WARNER MUSIC PL
6	WOJCIECH MŁYNARSKI	폴란드	ZŁOTA KOLEKCJA - ABSOLUTNIE (2017)	POMATON / WARNER MUSIC PL
7	KĘKE/HASE	폴란드	BASEMENT DISCO	TAKIE RZECZY / TAKIE RZECZY
8	KAZIK & KWARTET PROFORMA	폴란드	TATA KAZIKA KONTRA HEDORA	SP RECORDS / E-MUZYKA
9	PATRYCJA MARKOWSKA	폴란드	KRÓTKA PŁYTA O MIŁOŚCI	J & J MUSICART LTD / WARNER MUSIC PL
10	ZBIGNIEW WODECKI, MITCH&MITCH	폴란드	1976: A SPACE ODYSSEY	AGORA / AGORA

출처: [bestsellery.zpav.pl/olis/miesieczny.php](http://bestsellery.zpav.pl/olis/miesieczny.php)

14) <http://muzyka.interia.pl/artykuly/news-polski-rynek-muzyczny-imponujacy-wzrost-w-2016-r-o-s-t-r-kro,nId,2278322>

15) Digital Music News, Tidal Just Handed Out 1 Million Free Subscriptions in Poland..., 2016.12.15.

- 폴란드에는 공식 싱글 음악 차트가 없으며, 폴란드 음반산업협회(Związek Producentów Audio-Video, ZPAV)에서 라디오 방송국 및 음악 TV 채널에서 가장 인기 있는 노래를 발표하고 있음<sup>16</sup>
- 해당 차트의 상위권을 보면, 폴란드 음악보다 미국과 유럽에서 활동하고 있는 아티스트의 팝 음악이 차지하는 비중이 더 높은 것으로 나타남

**표2** 2017년 7월 첫째 주(7/1~7/7) 폴란드 라디오 및 음악 TV 채널 인기 음악 순위 Top 10

순위	아티스트	국가	장르	곡	배급사
1	Harry Styles	영국	팝	Sign of the Times	Sony Music Entertainment
2	Shakira	콜롬비아	팝	Me Enamoré	Sony Music Entertainment
3	C-BooL feat. Giang Pham	폴란드	클럽 음악	DJ Is Your Second Name	C-Wave Records
4	Ed Sheeran	영국	팝	Galway Girl	Warner Music Group
5	Robin Schulz	독일	클럽 음악	OK	Warner Music Group
6	Charlie Puth	미국	R&B	Attention	Warner Music Group
7	Ewa Farna	폴란드	팝	Bumerang	Djak / Warner Music Group
8	Luis Fonsi	푸에르토리코	라틴 팝	Despacito	Universal Music Group
9	Kayah feat. Idan Raichel	폴란드	팝	Po co	Kayax Production & Publishing
10	Clean Bandit feat. Zara Larsson	영국	일렉트로니카	Symphony	Warner Music Group

출처: 올리스(olis)

- 스트리밍 서비스 ‘스포티파이(Spotify)’ 인기 순위에서도 상위권은 미국과 영국에서 활동하는 아티스트의 음악이 주를 이루고 있음

**표2** 2017년 7월 둘째 주(7/7~7/13) 스포티파이 폴란드 인기 음악 순위 Top 10

순위	아티스트	곡	국가	장르
1	David Guetta	2U (feat. Justin Bieber)	프랑스	일렉트로니카
2	Ed Sheeran	Shape of You	영국	팝
3	Luis Fonsi	Despacito-Remix	푸에르토리코	라틴 팝
4	Imagine Dragons	Thunder	미국	얼터너티브 록
5	Imagine Dragons	Believer	미국	얼터너티브 록
6	Charlie Puth	Attention	미국	R&B
7	Jonas Blue	Mama	영국	팝
8	Shawn Mendes	There's Nothing Holdin' Me Back	캐나다	팝
9	DJ Khaled	Wild Thoughts	미국	힙합
10	Calvin Harris	Feels	스코틀랜드	일렉트로팝

출처: 스포티파이(Spotify)

16) [https://en.wikipedia.org/wiki/Polish\\_Music\\_Charts](https://en.wikipedia.org/wiki/Polish_Music_Charts)

TIP



**폴란드 음반산업협회(Związek Producentów Audio-Video, ZPAV):** 폴란드 음악산업의 이익을 대표하는 단체로 IFPI와도 연계하고 있으며, 폴란드 문화부에서 음악과 관련된 권리 관리 역할을 수행할 수 있는 권한을 위임 받고 있음. 구체적인 권한으로는 폴란드 음악 순위를 발표와 음반 판매 허가증 발급 등이 있음

### 다양한 대중음악 축제가 개최되는 폴란드

- 오랜 음악적 전통을 지니고 있는 폴란드는 쇼팽 모뉴슈꼬 등 유명 클래식 음악가를 배출한 바 있으며, 음악을 사랑하는 국가로 클래식부터 재즈, 록, 일렉트로니카, 팝 음악 등 다양한 주제의 음악 축제를 개최하고 있음
  - 순수하게 저작권자가 가져가는, 좁은 의미의 공연 저작권 수익만을 집계하는 IFPI와 달리 전체 음악 공연의 소비시장 규모를 측정하는 글로벌 회계컨설팅기업 PwC의 2017년 조사에 따르면, 2016년 폴란드의 공연 음악 시장은 음반 시장 수익보다 더 큰 약 1억 8,100만 달러 규모를 기록<sup>17</sup>
  - 대표적인 대중 음악 축제로는 오렌지 바르샤바 페스티벌(Orange Warsaw Festival), 오픈러 페스티벌(Open'er Festival), 폴란드 우드스탁 페스티벌(Przystanek Woodstock) 등이 있음<sup>18,19</sup>
  - 특히 무료로 진행되는 폴란드 우드스탁 페스티벌에는 3일 동안 유럽 전역에서 75만 명의 인파가 몰릴 정도로 인지도가 높음

17) PwC(2017), Global entertainment & media outlook 2017-2021

18) Music Festival Wizard, Music Festivals: Poland

19) Culture Trip, The Best 2017 Summer Music Festivals in Poland, 2017.02.21.

TIP!



### 폴란드의 주요 음악 축제

구분	오렌지 바르샤바 페스티벌	오프너 페스티벌	폴란드 우드스탁 페스티벌
개최지	바르샤바	그디니아	코스트신나트오드롱
개최일	2017년 6월 2일~3일	2017년 6월 28일~7월 1일	2017년 8월 3일~5일
참가자 수	5만 명*	12만 명**	75만 명***
티켓 가격	239 PLN~399 PLN (약 7만 4천원~12만 3천원)	239 PLN~679 PLN (약 7만 4천원~약 21만 원)	무료
주요 장르	록 밴드 음악	록, 일렉트로니카, 팝, 세계 음악	록, 일렉트로니카, 팝, 세계 음악
2017년 주요 라인업	Imagine Dragons Kings of Leon Martin Garrix	Radiohead The Weeknd James Blake	Orange Goblin Archive House of Pain

\* <https://orangewarsawfestival.pl/pl/o-festiwalu/2016>

\*\* <https://opener.pl/en/About/The-Story>

\*\*\* Bible for the Nations, Woodstock - Poland - the largest festival in Europe with 750,000 visitors / 50,000 Festival Bibles for Woodstock 30 July-6 August 2017, 2017.04.05.

출처: 각 페스티벌 공식 홈페이지

이 외에도 얼터너티브 락을 주제로 하는 ‘오프 페스티벌(Off Festival)’, 과거 수도였던 크라쿠프에서 개최되는 밴드 음악 중심의 축제인 ‘크라쿠프 라이브 뮤직 페스티벌(Kraków Live Music Festival)’, 일렉트로닉 음악을 주제로 하는 ‘오디오리버(Audioriver)’ 등 다양한 장르와 규모의 공연과 축제들이 폴란드에서 개최되고 있음

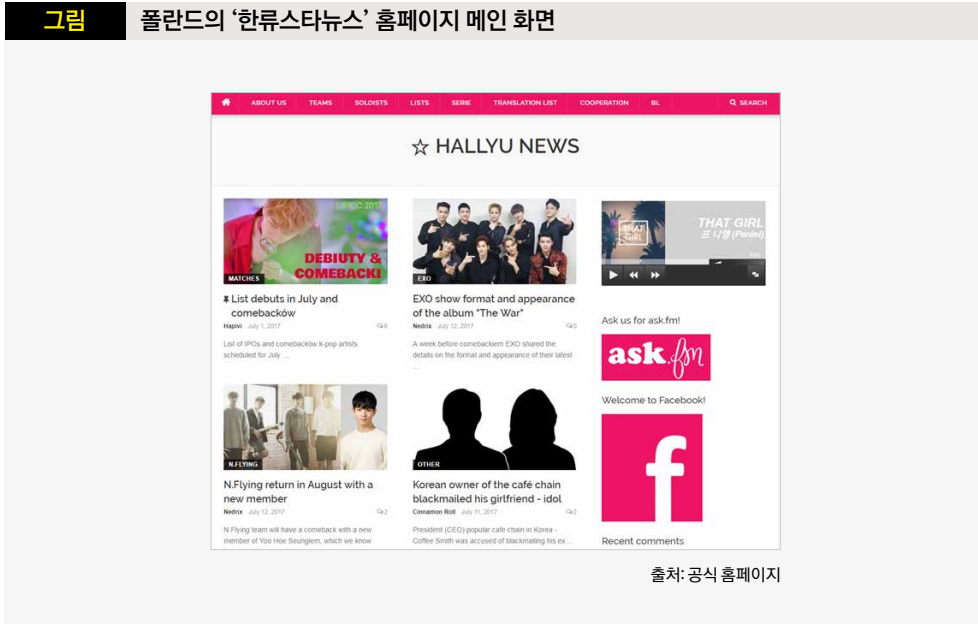
### K-Pop와 일렉트로니카 음악을 중심으로 인지도가 높아지고 있는 한국 음악

- 최근 폴란드에서 K-Pop과 한국 일렉트로니카 음악을 중심으로 인지도가 높아지고 있음
  - 폴란드의 K-Pop 팬들은 작지만 꾸준한 활동을 보이고 있으며, 대표적인 한류 정보 사이트로 한류스타뉴스(Hallyustarnews)가 있음. 2016에는 공영 라디오 방송에 K-Pop 전문 라디오 채널 ‘지금은 K-Pop(Teraz K-Pop)’ 이 신설되기도 함<sup>20</sup>
  - 또한 최근 한국의 팝 밴드 ‘솔라티’가 폴란드를 대표하는 일렉트로닉 소울 재즈 듀오 ‘나이트 마크(Night Marks)’와 협업을 통해 앨범을 발표하는 사례도 있었음<sup>21</sup>

20) <http://hallyustarnews.pl/>

21) 스포츠경향, 어반 팝밴드 솔라티 유럽 EDM듀오와 협업, 글로벌 음악시장 노크, 2017.03.16.

**그림** 폴란드의 '한류스타뉴스' 홈페이지 메인 화면



출처: 공식 홈페이지

**그림** 폴란드 '나이트마크(Night Marks)와 한국 밴드 '솔라티'



출처: 스포츠경향, 어반 팝밴드 솔라티 유럽 EDM듀오와 협업, 글로벌 음악시장 노크, 2017.03.16.

**주요 진출 전략 및 시사점**

- 폴란드의 음악시장은 클럽 음악과 영국·미국의 글로벌 인기 팝 음악의 점유율이 높은 편이나, 최근 한국 음악에 대한 관심이 이어지고 있어 주목할 필요가 있음. 폴란드 시장 진출을 위해서는 스포티파이나 애플 뮤직 등 스트리밍 서비스와 음악 축제 참가를 통해 진출하는 방안을 고려할 필요가 있음
- 자국 일렉트로니카/힙합 등 클럽 음악과 영국·미국의 글로벌 인기 팝 음악이 높은 점유율을 보이고 폴란드 음악시장에서 명확한 시장 분석과 전략 없이 한국 음악이 진출하기는 어려움이 따를 것으로 예상됨

- 그러나 폴란드 음악시장은 다양한 외국 음악에 대해 거부감이 적고 개방적이며, 한국 음악 또한 K-Pop과 일렉트로니카 장르 음악을 중심으로 폴란드 현지에서 서서히 관심이 높아지고 있는 추세임. 따라서 공연과 클럽 음악 중심인 폴란드 시장의 특성을 이해하고 명확하게 타겟을 설정하려는 노력이 필요할 것으로 분석됨
- 또한 폴란드 음악시장 진출 시 성장하고 있는 글로벌 스트리밍 서비스를 유통 채널로 고려할 필요가 있으며, 폴란드의 유명 음악 축제에 대한 적극적인 참여 노력도 중요함. 특히 폴란드 음악 축제 참가는 폴란드뿐만 아니라 유럽 각지의 참가자들에게 홍보 하루 있는 기회 될 것임

## 4. 완구

### 동유럽 최대 규모의 완구 전시회를 개최하고 있는 폴란드

- 폴란드는 부모의 학력 수준과 소득수준이 높아지고 출산율이 낮아짐에 따라 완구 시장도 확대되고 있음. 폴란드 현지에서는 글로벌 완구 기업의 시장 점유율이 높으나 완구의 소비 뿐만 아니라 수출에도 많은 노력을 기울이고 있어 유럽 시장에 대한 완구 수출이 꾸준히 증가하고 있으며, 특히 폴란드의 완구 전시회 '키즈 타임'은 동유럽 최대 규모의 완구 전시회로서 국내외 완구 기업으로부터 많은 주목을 받고 있음

#### 폴란드 완구 시장 현황 및 특징

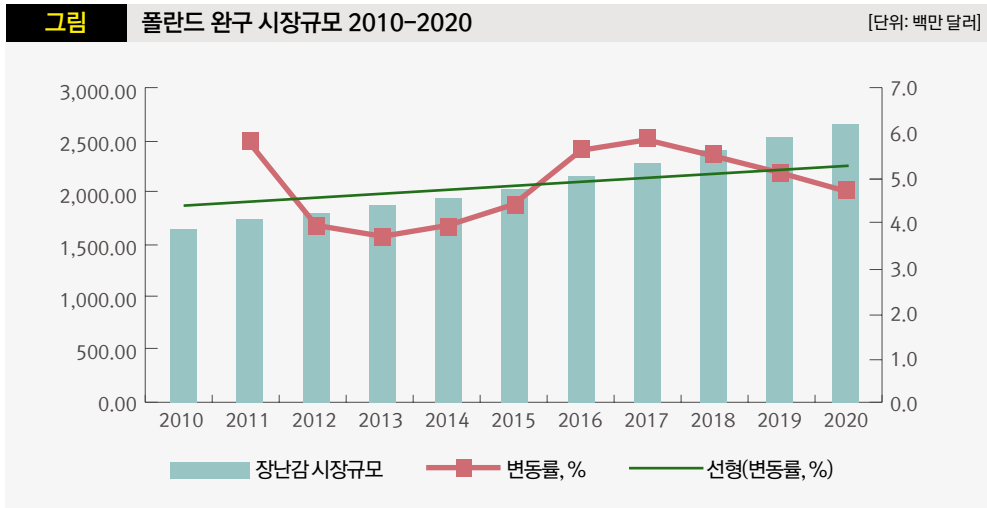
- 폴란드 완구 시장은 부모의 교육수준 및 소득수준 향상과 정부의 자녀 양육비 지원정책에 힘입어 꾸준한 성장을 지속하고 있음
  - 폴란드 완구 시장규모는 2010년부터 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2016년에도 전년 대비 5.6% 성장해 약 21억5500만 즈워티(약 5억5880만 달러)를 기록한 것으로 나타남
  - 이러한 성장세는 당분간 지속될 것으로 예상되며, 폴란드 완구 시장은 향후 5년간 연평균 5.4%의 성장률을 보이며 2021년에는 약 26억5000만 즈워티(약 6억8,720만달러)에 이를 것으로 전망됨
  - 주요 시장 성장 요인으로는 폴란드 경제 성장으로 인한 소득 수준의 향상과 교육수준이 높은 젊은 부모가 늘어나면서 자녀에 대한 투자가 증가하고 있다는 점이 꼽힐 수 있음<sup>22</sup>
  - 또한, 2016년 4월부터 시행된 자녀 양육비 지원정책 'Family 500+'이 향후 폴란드 완구 시장에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망됨

22) 코트라, 꾸준히 성장하는 폴란드 장난감 시장, 2016.11.7

- 최근 세계 최대 규모이자 가장 오래된 완구 소매 프랜차이즈로 유명한 영국의 햄리(Hamleys)가 2017년 1분기에 폴란드 바르샤바에 1호점을 공식 개점했는데, 이는 향후 폴란드의 유아용 캐릭터/완구 시장 확대 가능성이 매우 높다는 것으로 풀이됨<sup>23</sup>

**Key Point**

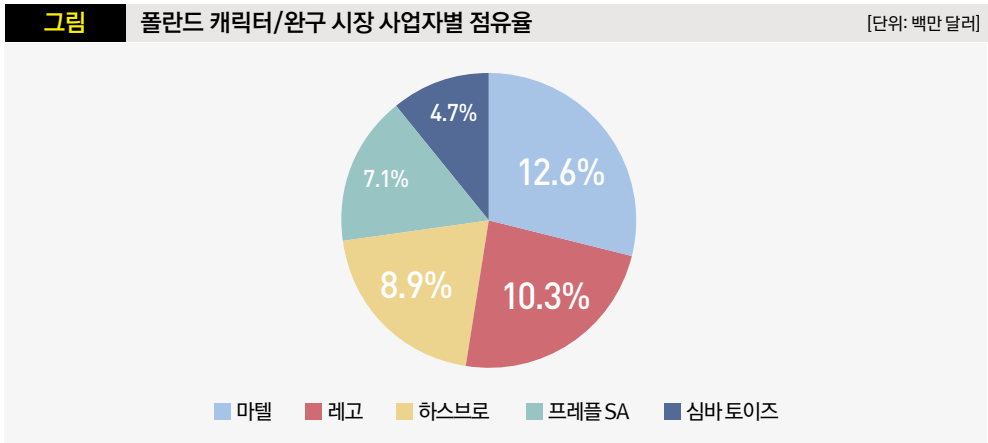
'Family 500+'은 2016년 4월부터 폴란드에서 시행된 자녀 양육비 지원정책으로, 소득수준에 상관없이 가정의 둘째 자녀부터 자녀 1인당 500즈워티(약 130달러) 지원금을 지급함



- 폴란드 완구 시장에서는 글로벌 완구 기업의 점유율이 높은 편이며, 반면 현지 기업들의 시장 점유율은 낮은 편임
  - 폴란드에는 다양한 글로벌 완구 기업이 진출해 있으며 현지 기업보다 더 높은 시장 점유율을 보이고 있음
  - 스피엘바렌마세(Spielwarenmesse)의 2016년 9월 폴란드 완구 시장 분석 자료에 따르면 폴란드에서 가장 큰 규모의 캐릭터/완구 시장 점유율을 확보한 글로벌 사업자는 마텔(Mattel), 레고(LEGO), 하스브로(Hasbro) 등이며 동 사업자들은 2016년 폴란드 완구 시장의 32%를 점유하고 있음
  - 대표적인 폴란드 현지 완구 기업으로는 프레플 SA(Trefl SA)이 있으나 시장 점유율은 7.1%로 낮은 편임<sup>24</sup>

23) GTC.com, Hamleys is entering the Polish market – It’s first store will open in Galeria Polnocna!, 2016.12

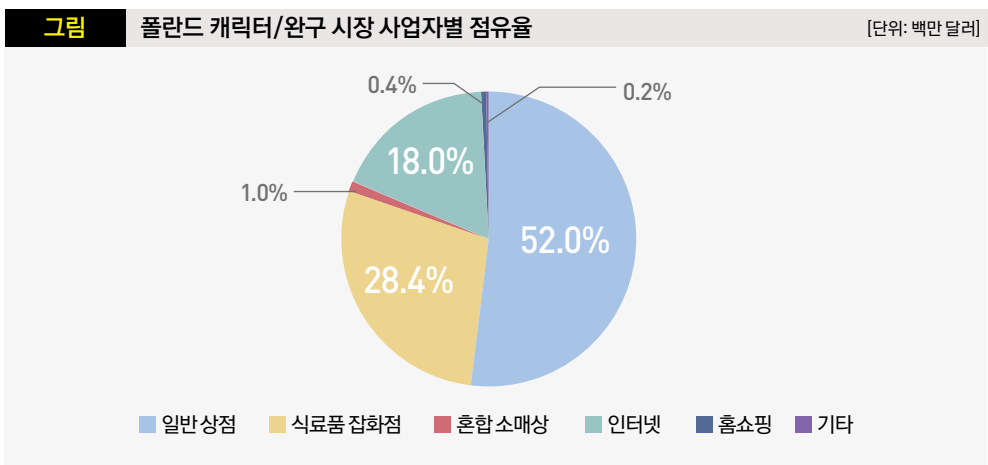
24) Spielwarenmesse.de, Toy market Poland: best prospects for fun & educational toys, 2016.9.5



출처: Spielwarenmesse.de

### 폴란드 완구 주요 유통 경로





- 폴란드인들은 완구 구매 시 가정에서 온라인이나 홈쇼핑 등으로 구입하는 비율보다 오프라인 매장을 직접 방문하고 구매를 결정하는 비율이 높은 것으로 나타남
  - 캐릭터/완구를 구입할때 가장 선호되는 장소는 완구 전문 매장을 포함한 소매 상점이 52.0%로 가장 높은 비율을 기록함
  - 또한, 월마트(Wal-Mart)처럼 대형 식료품 매장이면서 생활잡화 등을 판매하는 식료품 잡화점을 이용하는 비율도 28.5%로 높은 편
  - 반면 인터넷 환경 개선으로 모바일이나 PC를 이용하여 온라인으로 아동을 위한 캐릭터/완구를 구입하는 비율은 18.0%를 기록해 상대적으로 적은 것으로 나타남



출처: Spielwarenmesse.de

### 폴란드 인기 완구 종류

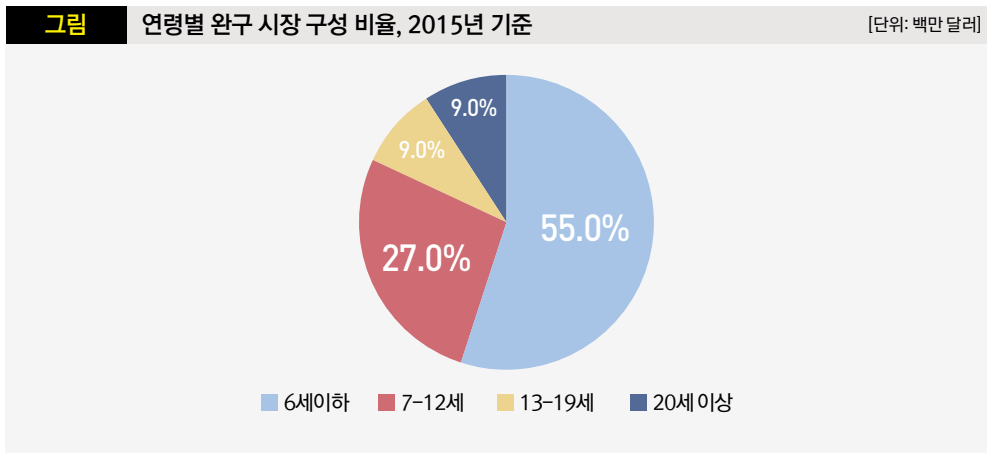
- 폴란드에서 인기가 많은 완구는 액션 피겨, 봉제 인형 등이며 아동의 지적 발달과 교육을 위한 조립식 완구, 퍼즐 등도 선호도가 증가하고 있음
  - 폴란드 현지에서는 액션 피겨, 액세서리, 봉제 인형 등이 많은 인기를 보이고 있으며 특히 디즈니 브랜드가 봉제 인형 부문에서 압도적인 인기를 보유하고 있음
  - 최근 조립식 완구, 퍼즐 등 아동을 위한 교육용 완구에 대한 선호도도 증가하고 있음<sup>25</sup>

표 폴란드 인기 완구 종류 및 브랜드		
형태	사진	브랜드
액션피겨		Bakugan
봉제인형		Disney
교육용 완구		Dumel
		Clementoni

출처: 올리스(olis)

25) Spielwarenmesse.de, Toy market Poland: best prospects for fun & educational toys, 2016.9.5

- 폴란드에서는 영유아용 완구가 가장 많은 시장 점유율을 보이고 있으며, 주요 판매 증가 시점은 기념일로 특히 크리스마스나 부활절, 어린이날에 가장 높은 판매고를 기록하고 있음
  - 폴란드 완구 시장의 연령별 구성 비율을 살펴 보면, 6세 이하의 영유아용 완구 시장이 가장 큰 것으로 나타났으며 7세 이상 12세 미만 완구 시장이 27%로 뒤를 잇고 있음.
  - 또한, 봉제 인형이나 레고 등 블록과 같은 비전자식 완구의 비율이 매우 높은 편이며 가격 별로는 10~39 달러 선의 완구가 가장 많은 판매량을 기록함
  - 완구가 가장 많이 팔리는 시즌은 크리스마스, 부활절, 어린이날 등 기념일이었음



출처: 코트라

- 부모의 소득 및 교육수준 향상과 자녀 수의 감소 현상 때문에 고급(Luxury) 완구의 판매량도 꾸준한 상승세를 기록하고 있음. 이러한 상승세에 주목해 최근 세계 최대 완구 매장 햄리(Hamleys) 또한 폴란드 현지 매장을 개점함
  - 유로모니터의 보고서에 의하면 폴란드 고급(Luxury) 완구 시장은 향후 5년간 2.3%의 성장률을 기록할 것으로 전망되며 이를 통해 2020년에는 약 3,373만 달러에 이를 것으로 예상됨
  - 고급 완구는 주로 전구나 배터리로 작동되는 완구를 의미하며, 리모콘 조종 방식의 전기자동차 등이 있음
  - 고급 완구의 판매량 증가에는 부모의 교육수준과 소득수준 향상, 그리고 연간 40만명 수준을 기록하는 폴란드의 신생아 수가 영향을 미침<sup>26</sup>

26) 코트라, 꾸준히 성장하는 폴란드 장난감 시장, 2016.11.7

표 폴란드 고급 완구 시장 성장률 전망						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
리모콘 완구	15.0	15.3	15.7	16.1	16.4	16.8
아동용 전기자동차	15.2	15.6	16.0	16.4	16.7	17.1

출처: Euromonitor, 코트라

표 폴란드에서 유통되는 어린이용 고급 완구	
리모콘(Remote-Control) 자동차	리모콘(Remote-Control) 드론
	

출처: 코트라

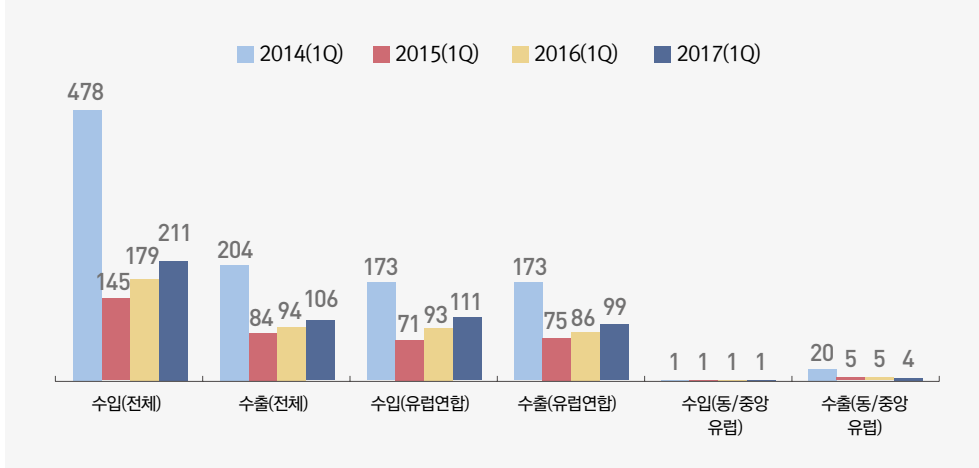
### 폴란드 완구 교역량

- 폴란드 완구 시장은 글로벌 수입 물량이 많은 편이지만 유럽연합 내에서는 무역 균형을 이루고 있고 동유럽과 중앙유럽 지역으로는 수출 물량이 수입보다 많은 편임
  - 최근 폴란드의 글로벌 완구 수출입 규모 뿐만 아니라 유럽연합 내부 완구 교역량도 모두 증가하고 있음
  - 폴란드의 글로벌 완구 교역량을 살펴보면 수입 규모가 수출 규모보다 많은 편이지만 유럽연합 내부에서는 완구 수출입 규모가 무역 균형을 이루고 있음. 특히 동유럽과 중앙 유럽 국가들과의 완구 교역에서는 수출 규모가 수입 규모보다 월등히 높은 것으로 나타남
  - 수출입 규모에 포함된 주요 완구는 인형, 조립식 캐릭터/완구, 피규어 모델, 퍼즐, 아동이 승차 가능한 완구(ex, 봉봉카) 등으로 구성됨<sup>27</sup>

27) Central Statistical Office of Poland, Information Portal, 2017.

**그림** 폴란드 완구 교역량(2014-2017년도 각 1분기)

[단위: 백만 달러]



출처: 폴란드 통계청(Central Statistical Office of Poland)

### 동유럽 최대 규모의 완구/아동용품 전시회 ‘키즈타임’

- 현지 완구 소비자 증가 및 수출입 규모 성장으로 인해 폴란드 완구 시장을 대표해온 완구/아동용품 전시회 ‘키즈타임(Kids’ Time)’이 동유럽 시장을 대표하는 최대 규모의 완구 전시회로 성장했음
  - 폴란드에서 개최되는 완구/아동용품 전시회인 ‘키즈타임(Kid’s Time)’은 완구/아동용품 전시회로는 동유럽에서 가장 큰 규모를 보이고 있으며 매 회를 거듭할 수록 규모가 확대되고 있음
  - 2017년 개최된 키즈 타임 전시회는 러시아 중국, 한국을 포함한 33개국가의 바이어가 참여함
  - 연령별로는 0~3세 미만의 유아를 위한 완구가 상당수를 차지했으며, 완구 종류별로는 봉제 인형, 포크레인, 모형자동차, 탈것, 퍼즐 등이 많았음
  - 특히 2017년 전시회에서는 포크레인, 트럭 관련 완구에 대한 관심이 높았으며<sup>28</sup> 화학 페인트나 플라스틱이 사용되지 않은 ‘스킵위시(Skipwish)’의 친환경 나무 완구 또한 많은 조명을 받았음
  - 동 년도 행사에서는 샌드토이(Sand Toy) 제작사인 피피 폴지 JV(PP POLESIE JV, LTD)의 트럭 완구가 최고의 완구로 선정됨<sup>29</sup>

28) targikielce.pl, KIELCE CHILD PRODUCTS AND SERVICES EXPO- THE SHOWCASE FOR A RIDE-ON SET, 2017.2.24

29) Polesie-toy.com, Toy of the Year 2017 in Poland, 2017.5.6

표 2017년 최고의 완구로 선정된 트럭 완구(좌), 스킵위시의 친환경 나무 완구(우)	
리모콘(Remote-Control) 자동차	리모콘(Remote-Control) 드론
	

출처: targikielce.pl

표 키즈타임 주요 전시 품목	
품목	전시 제품
어린이용 트럭, 자동차 완구	 
유아용 차량 시트와 유모차	 
유아용품	 
모래 완구	

출처: targikielce.pl

키즈타임 전시회 : 키즈타임 전시회는 올해로 8회를 맞이했으며 2017년의 경우 2월에 개최됨. 이번 전시회에는 중국, 미국, 스웨덴, 영국 등 17개국이 전시 국가로 참여했으며 관람객은 7,000여명이 참가함.

<b>표 폴란드 내 유아용 및 아동용 캐릭터/완구/파생상품 유통 기업목록</b>					
기업명	주소	전화	팩스	제품	홈페이지
ADAR	ul. 17-go Stycznia 36/33, 02-146 Warszawa, mazowieckie, Poland	+.48 (22) 632 72 32	+.48 (22) 631 48 07	3-5세 아동 대상 완구	<a href="http://www.adar.com.pl/">http://www.adar.com.pl/</a>
ALEXIS II E. I M. ŁUKASIK SP.J.	ul. Badyłarska 21, 02-484 Warszawa, mazowieckie, Poland	+.48 (22) 723 05 40	+.48 (22) 723 05 45	유모차 인형, 유아용품	<a href="http://www.babymix.pl/pl/">http://www.babymix.pl/pl/</a>
BABYONO	ul. Kowalewicka 13, 60-002 Poznań, wielkopolskie, Poland	+.48 (61) 839 05 30	+.48 (61) 839 05 21	유아용품, 0-3세 유아 대상 완구, 인형, 가방, 모빌 등	<a href="http://www.babyono.com/">http://www.babyono.com/</a>
BRIMAREX SP. Z O.O.	ul. Ptasia 28a, 60-319 Poznań, wielkopolskie, Poland	+.48 (61) 862 07 00	+.48 (61) 867 93 23	자동차, 굴삭기, 트럭, 나무 완구 등	<a href="http://www.brimarex.pl/">http://www.brimarex.pl/</a>
HH POLAND S.A.	ul. Toszecka 101, 44-100 Gliwice, śląskie, Poland	+.48 (32) 279 07 50	+.48 (32) 279 07 45	인형	<a href="http://www.hhpoland.com.pl/">http://www.hhpoland.com.pl/</a>
HURTOWNIA ZABAWEK SIDBA	ul. Hetmańska 10, 15- 727 Białystok, podlaskie, Poland	+.48 (85) 651 22 82	+.48 (85) 651 17 36	10세 미만 아동 대상 완구, 자전거, 트랙터, 인형, 비행기	<a href="http://www.sidba.com.pl/">http://www.sidba.com.pl/</a>
KATHAY-HASTER SP.J.	ul. Lutycka 3, 61-415 Poznań, wielkopolskie, Poland	+.48 (61) 849 83 30	+.48 (61) 847 44 87	자동차, 인형	<a href="http://www.kathay.com.pl/">http://www.kathay.com.pl/</a>
LORIEEN SP. Z O.O.	ul. Marszałkowska 111A, 00-102 Warszawa, mazowieckie, Poland	+.48 606 291 344		인형, 퍼즐, 필기구, 가방, 학용품 등 전 연령 제품	<a href="http://lorienek.pl/">http://lorienek.pl/</a>
NOVA	ul. Południowa 29a, 05-540 Zalesie Górne, mazowieckie, Poland	+.48 (22) 736 20 80	+.48 (22) 736 37 72	차량, 자전거, 시소, 미끄럼틀, 인형, 탈것	<a href="https://brykacz.pl/">https://brykacz.pl/</a>
P.P.H.U. GA-BO	ul. Łęczyńska 43, 20-313 Lublin, lubelskie, Poland	+.48 (81) 534 88 30	+.48 (81) 532 05 34	B2B 도매, 학용품, 완구	<a href="http://www.gabo.net.pl/">http://www.gabo.net.pl/</a>
POLPARTY SP. Z O.O.	ul. Górny Bór 27, 43-430 Skoczów, śląskie, Poland	+.48 (33) 853 35 10	+.48 (33) 853 35 10	컵, 노트, 자동차, 색종이, 학용품, 가방	<a href="http://congee.pl/">http://congee.pl/</a>
Entliczek	ul. Dobrego Pasterza 122 A, 30-416 Kraków, małopolskie, Poland	+.48 (12) 418 45 45	+.48 (12) 418 45 45	인형, 매트, 가방, 팬던트, 차량, 레고, 블록 완구	<a href="https://www.entliczek.pl/">https://www.entliczek.pl/</a>
PPHU MARKO SP.J.	ul. Jana 1, 44-300 Wodzisław Śląski, śląskie, Poland	+.48 (32) 453 01 71	+.48 (32) 453 01 72	유모차, 가방, 5세 미만 아동 대상 완구	<a href="http://www.marko-baby.pl/">http://www.marko-baby.pl/</a>
PRZEDSIĘBIORSTWO HANDLOWE PISAREK SP.J.	ul. Brzozowa 42a, 05-830 Nadarzyn, mazowieckie, Poland	+.48 (22) 729 89 40	+.48 (22) 729 89 01	유아용 모빌, 교육 완구	<a href="http://www.pisarek.com.pl/pl/">http://www.pisarek.com.pl/pl/</a>
PRZEDSIĘBIORSTWO PRODUKCYJNO- USŁUGOWO- HANDLOWE DANTE SP. Z O.O.	ul. Jodłowa 25, 71-114 Szczecin, zachodniopomorskie, Poland	+.48 (91) 434 05 98	+.48 (91) 433 37 14	퍼즐, 인형, 차량, 블럭, 인형 등	<a href="http://www.dante.com.pl/">http://www.dante.com.pl/</a>

PRZEDSIĘBIORSTWO USŁUGOWO- WDROŻENIOWE AKPOL SP. Z O.O.	ul. Jaśkowa Dolina 84, 80- 286 Gdańsk, pomorskie, Poland	+48 (58) 341 90 78	+48 (58) 341 90 78	유아용 완구, 모빌	<a href="http://akpol.com.pl/">http://akpol.com.pl/</a>
SEVEN POLSKA	ul. Karpia 25, 61-619 Poznań, wielkopolskie, Poland	+48 (61) 822 04 52	+48 (61) 822 04 52	유아용 매트, 인형, 장갑, 스티커, 택배야, 자전거등	<a href="http://sevenpolska.com/">http://sevenpolska.com/</a>
SKLEP MODELARSKI MÓJ ŚWIAT MODELI	ul. Truchana 32, 41-500 Chorzów, śląskie, Poland	+48 512 330 653		전동 기차, 레고, 플라스틱 모빌	<a href="http://www.mojswiatmodeli.pl/">http://www.mojswiatmodeli.pl/</a>
WOODEN STORY	Białka 531, 34-220 Maków Podhalański, małopolskie, Poland	+48 (33) 877 02 09		젬가, 나무블럭, 나무퍼즐, 나무 자동차,	<a href="http://woodenstory.pl/pl/">http://woodenstory.pl/pl/</a>

출처: targikielce.pl

## 시사점

- 폴란드는 완구 시장의 규모가 증가하고 있을 뿐만 아니라 동유럽 지역 완구 수출의 교두보로서 가치가 있음. 폴란드 진출을 희망하는 국내 완구 기업들은 탈 것과 관련된 장난감, 교육용 장난감을 중심으로 수출 판로를 모색할 필요가 있으며 특히 동유럽 최대 완구 전시회인 ‘키즈타임’을 적극적으로 활용해야 할 것으로 판단됨
  - 폴란드는 최근 완구 시장의 규모가 확대되고 있으며, 또한 인근 동유럽 국가로의 완구 수출도 이루어지고 있어 국내 완구 기업의 동유럽 권역 진출 교두보로서 관심을 가져야 할 필요가 있을 것으로 분석됨
  - 인기 제품으로는 액션 피규어, 탈 것과 관련된 완구와 함께 최근 관심이 증가하고 있는 아동 교육 목적의 완구가 있으며, 특히 동유럽 최대 완구/아동용품 전시회인 ‘키즈타임’ 참가를 통해 수출 판로를 모색하는 것이 바람직할 것으로 판단됨

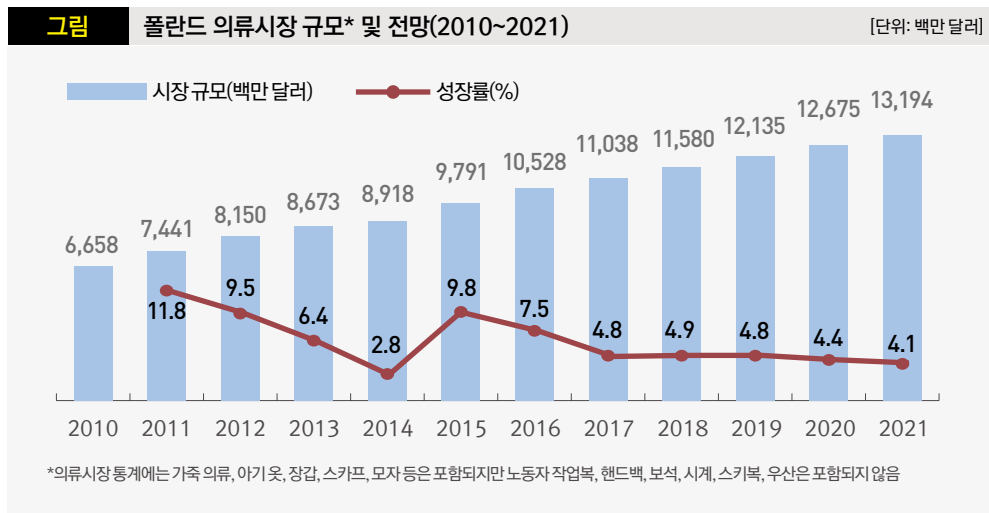
## 5. 패션

### 온라인 쇼핑몰을 통한 사업 확장과 신규 브랜드 인지도 증가

- 폴란드는 유럽과 CIS를 잇는 대규모 내수시장을 보유하고 있으며, 최근 소득수준이 향상됨에 따라 구매력이 높아지면서 소비재 시장이 빠르게 성장하고 있음
- 경쟁력을 갖춘 자국 섬유 및 의류 산업을 확대하기 위하여 유명 디자이너 및 유통사 등이 협력하여 브랜드 고급화를 위한 노력에 힘쓰고 있으며, 10여 개에 이르는 자국 패션쇼를 통해서 해외 디자이너를 초청하고 자국 브랜드를 알리는데도 적극적임
- 최근 무선 인터넷 인프라와 스마트기기의 보급률 증가로 온라인을 통한 패션 상품 소비가 증가하면서, 기존 브랜드는 자체 온라인 쇼핑몰을 통한 시장 확대를 위해, 신규 브랜드나 디자이너들은 제품 판매와 인지도 확보를 위해 온라인 쇼핑으로 진출하는 사례가 증가하고 있음

#### 꾸준히 성장하고 있는 폴란드 의류시장

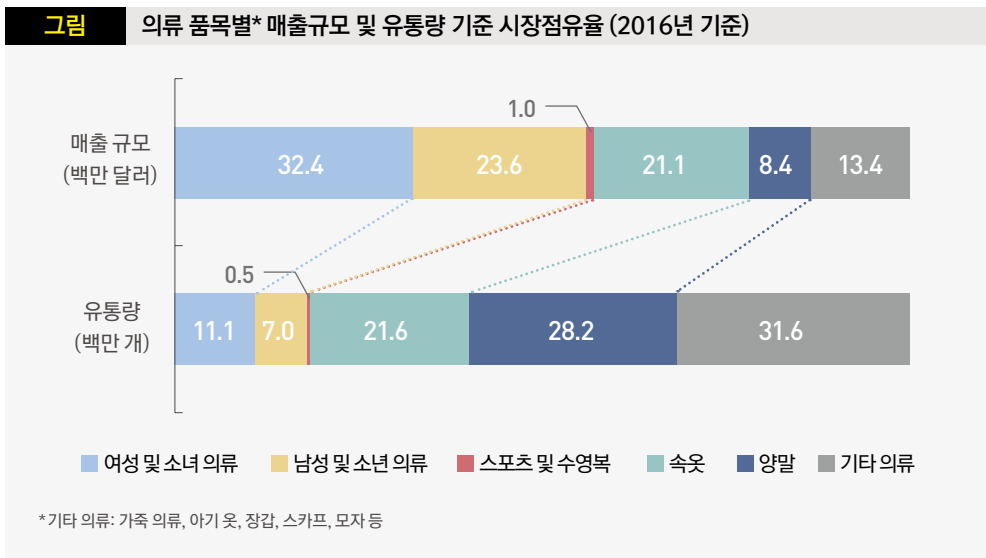
- 시장조사업체 스타티스타(Statista) 조사에 따르면, 폴란드 의류시장 규모는 2016년 전년대비 7.5% 성장한 105억 2,800만 달러를 기록했으며 향후 2021년까지 연평균 3.6% 성장하여 131억 9,400만 달러 규모의 시장을 형성할 전망<sup>30</sup>



출처: Statista, Consumer Market Outlook: Poland Clothes, 2017.6

30) Statista, Consumer Market Outlook: Poland clothes, 2017.6

- 의류 품목별로 살펴보면, 여성 의류 매출이 전체 시장의 38%를 점유하며 가장 큰 시장을 형성하고 있음. 또한 속옷 시장도 19%를 점유하고 있는 것으로 나타나 남성 의류 시장 규모에 근접한 수준을 보임
  - 유통량 측면에서는 기타 의류를 제외하고 양말과 속옷이 전체 유통량의 50%를 점유하고 있으며, 여성 의류는 남성 의류에 비해 약 4%p 많이 유통되었음
  - 여성 의류는 남성 의류 보다 8.8% 정도 높은 매출을 기록함

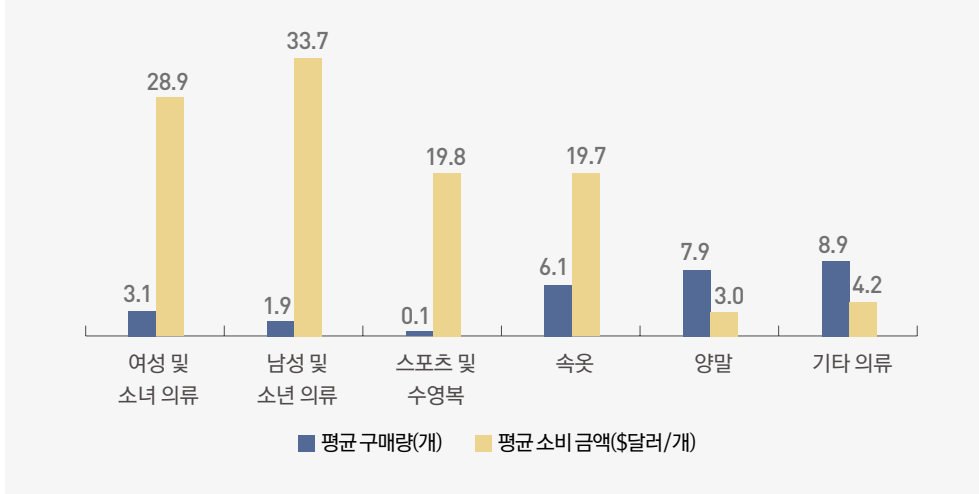


출처: Statista, Consumer Market Outlook: Poland Clothes, 2017.6

- 소비면에서는 폴란드 사람들 중 남성이 여성보다 의류 구매에 많은 비용을 지불한 것으로 나타났으며, 속옷 구매에도 많은 비용을 지출하는 것으로 나타남
  - 평균적으로 폴란드인은 1년 동안 1인당 총 28벌의 의류를 구매하는 것으로 나타났으며 이중 여성 의류는 약 3.1벌, 남성 의류는 1.9벌을 구매함
  - 구매 수량은 여성 의류가 남성의류보다 1.2벌 많지만 의류 평균 단가는 남성복이 33.7 달러로 여성복 28.9 달러보다 3.8달러 높은 것으로 조사됨
  - 속옷에 대한 관심도 높아서 1인당 평균 6.1벌을 구매했으며, 금액은 평균 19.7달러를 지출하고 있는 것으로 나타남<sup>31)</sup>

31) Statista, Consumer Market Outlook: Poland clothes, 2017.6

**그림** 평균 의류 구매 수량 및 지출 금액(2016년 기준)



출처: Statista, Consumer Market Outlook: Poland Clothes, 2017.6

### 폴란드 패션 산업의 특징과 현황

- 폴란드 패션 산업은 사회주의 탈피 이후 한때 국영 패션 하우스가 투자자를 찾지 못하고, 대형 글로벌 기업 진출 등으로 어려움을 겪었으며, 폴란드 기업들 역시 모두 외국어로 이름을 지어 의류 회사 설립할 정도였음. 그러나 디자이너와 기업의 협업, 유명인들이 대형 이벤트를 통해 폴란드 의류를 소개하면서 주목 받기 시작했음
  - 특히 패션에 있어 폴란드인들은 유명인이나 블로거의 영향에 매우 민감함. 유명인들이 대형 이벤트에서 폴란드 브랜드 의류를 입기 시작했고, 대중들이 이를 따라 하기 시작했음. Misbhv, Local Heroes, UEG 등의 디자이너와 브랜드가 이러한 방식을 통해 유명해진 사례임
  - 또한 폴란드 의류 기업들은 폴란드 디자이너들과 협업을 적극적으로 늘려가고 있음. 이를 통해 기업들은 지속적으로 새로운 브랜드를 만들 수 있었으며, 디자이너들은 기존까지 컨셉으로 존재하던 생각을 실제로 구현할 수 있는 기회를 얻게 됨. 이러한 과정이 폴란드 패션 산업의 다양성과 질적 향상을 이끌어내면서 해외 시장에서 폴란드 패션 산업이 주목받기 시작함
  - 현재 가장 활발하게 활동하는 디자이너와 패션 기업들이 대부분 급격한 경제적, 정치적 변화가 발생하던 시기에 탄생했으며, 이에 영향을 받아 폴란드 패션산업과 디자이너들은 기존 규범에 얽매이지 않고 과거의 규범에 대해 '저항적' 성향을 지니는 것으로 평가됨

- 이러한 특징을 바탕으로 현재 적극적으로 활동하고 있는 폴란드 디자이너들은 새로운 시장을 찾고 있으며, 기존까지 해외 시장 진출의 장벽으로 인식되던 ‘다름’과 ‘차이’가 세계 시장에서 중요한 자산이 되고 있음<sup>32</sup>
- 최근 폴란드 최대 쇼핑몰 ‘알레그로(Allegro)’의 소비자 조사 결과, 가격 보다 브랜드의 중요성이 점점 커지고 있는 것으로 나타남. 대도시를 중심으로 특정 브랜드에 대한 선호가 강할 때 가격은 구매를 결정하는 주요 요인의 우선순위에서 밀려나고 있는 것으로 조사됨. 그러나 중소도시에서는 여전히 가격이 가장 중요한 요인으로 작용하고 있음<sup>33</sup>
  - 폴란드 패션업계에서 가장 이슈가 되고 있는 부분은 중국과의 경쟁이나 시장 질서에 대한 부분 보다 뛰어난 스태프와 광고 채널, 소비자 조사 부족 등 의류를 구매하는 일반 소비자들에 대한 파악이 제대로 이루어지지 못하고 있다는 평가임
  - 특히 몇몇 성공한 기업들을 제외하면 인지도 향상을 위해 유명인을 위한 제품 생산과 홍보에 집중하면서 일반 소비자들을 간과하는 현상이 발생하고 있다는 우려가 제기 됨<sup>34</sup>
- 그럼에도 폴란드 로컬 브랜드들의 꾸준한 성장에 힘입어 폴란드 패션시장은 지속적인 성장세를 보여주고 있으며, ‘Pozna ska School of Form’, ‘Warszawska Katedra Mody na ASP’를 중심으로 디자이너나 패션 비즈니스 관련 인력들을 꾸준히 배출하고 있음
  - 또한 푸마(Puma)와 UEG, 리복(Reebok Classic)과 올가 오사진스카(Olka Osadziska) 등 글로벌 브랜드와 로컬 브랜드 또는 디자이너와의 협업 사례들도 증가하면서 유럽을 중심으로 한 글로벌 시장에서 폴란드 패션 산업이 주목 받고 있음
- 폴란드 패션시장은 LPP와 비툼(Bytom), 바르미야(Warmia), GETEX, 텔리메나(Telimena), DCG, 비스툴라 그룹(Vistula Group) 등의 패션기업들이 주도하고 있음. 특히 LPP가 리저브드(Reserved), 크롭(Cropp), 하우스(House), 모히토(Mohito) 등의 브랜드를 통해 폴란드 기업 중 가장 큰 점유율을 보이며, 폴란드인들의 선호도 역시 높은 것으로 나타남

32) Polish Fashion Stories, Chrysalis and Polish Fashion Stories, 2016

33) Publicrelations, Polaków portret modowy – Raport Polska Strojna 2016, 2016. 11. 30

34) Biznes Tuba, Co z tą branżą modową?, 2017. 4. 19

표 폴란드 주요 패션 브랜드		
브랜드 명	주요 제품	비고
Reserved	남성, 여성, 아동복 액세서리	LPP 산하 브랜드 2016년 기준 유럽, 중동 18개국 진출
Cropp	남성, 여성 의류 가방, 액세서리 아티스트 콜렉션	LPP 산하 브랜드 유럽 10여 개 국가 진출
Medicine	남성, 여성, 아동복 액세서리	'Reporter'라는 이름으로 출발했으나 2013년 브랜드 네임 변경 러시아, 몰도바 등 동유럽 국가들을 중심으로 해외진출
Top Secret	남성, 여성, 아동복	러시아, 우크라이나 등에 진출
Gino Rossi	신발, 액세서리	남성 신발에서 시작해 여성용으로 제품 확대 제품 대부분은 폴란드에서 생산되나 디자인은 이탈리아 아에서 진행
Solar	여성 의류, 액세서리	1998년 설립. 현재 폴란드 전역에 74개 매장이 있으며, 독일, 벨기에, 우크라이나, 벨로루시 등 진출
Tatum	남성, 여성 의류	1998년 설립. 현재 폴란드 전역에 74개 매장이 있으며, 독일, 벨기에, 우크라이나, 벨로루시 등 진출
Mohito	여성 의류, 액세서리	LPP 산하 브랜드 Artman의 브랜드였으나 LPP가 2009년 인수

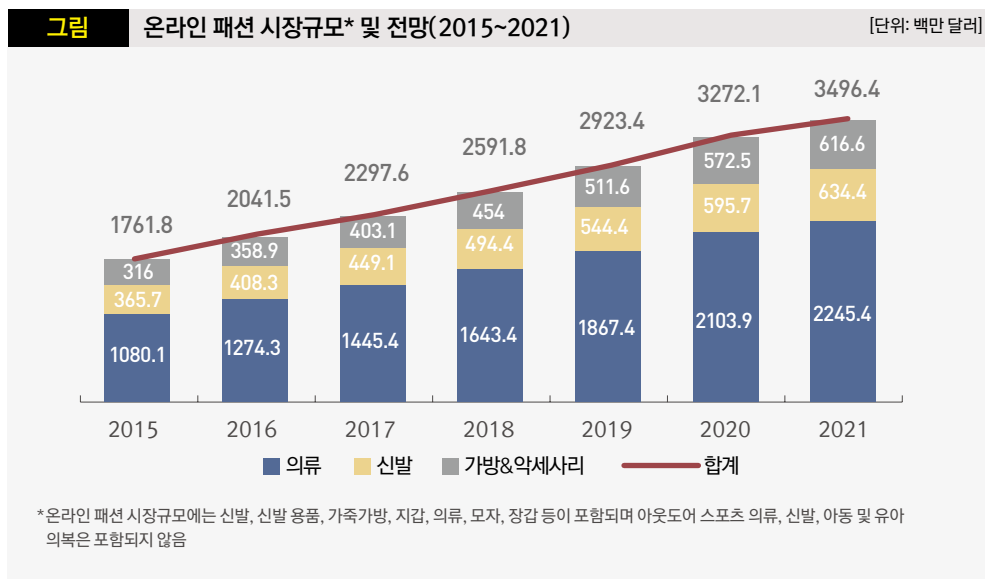
출처: 각 브랜드 홈페이지

- 최근 폴란드 패션시장에서 온라인 판매 비중이 증가하고 있음. 온라인 공간은 신인 디자이너들이 활동할 수 있는 최적의 공간이 되고 있으며, 온라인 판매를 통해 유명세를 얻은 이후 오프라인에서 전통적인 판매 방식을 취하는 사례가 늘고 있음<sup>35</sup>
  - 기존 브랜드의 온라인 샵 오픈 뿐 아니라 신규 브랜드의 경우 온라인을 통해 인지도를 쌓는 것을 목표로 하고 있으며, 전문 디자이너들의 제품 판매를 위한 전문 온라인 매 장 역시 성장하고 있음
  - 여전히 오프라인 매장을 통한 패션 상품 구매 비중이 더 높지만 타 중동부 유럽 국가에 비해 빠른 인터넷 인프라 발전 속도를 기반으로 온라인 판매가 꾸준히 증가하고 있음

35) Kobbeciarnia, Polska branża fashion – nowe otwarcie?, 2016. 12. 8

### 성장하고 있는 폴란드 온라인 패션 쇼핑물 시장

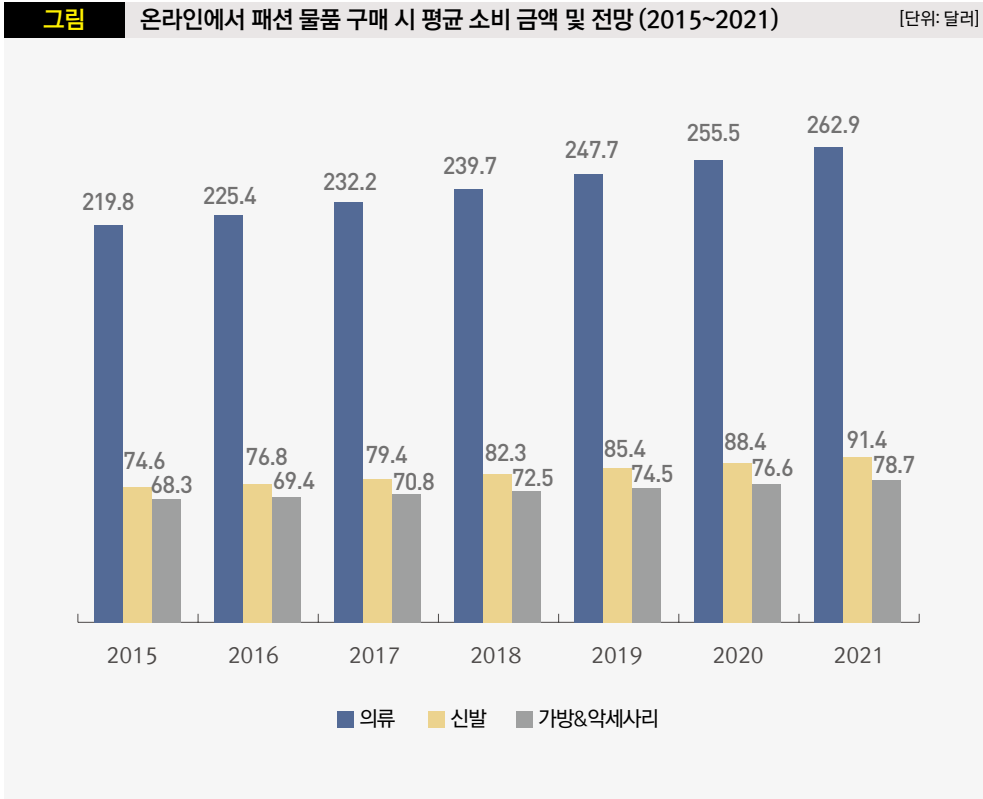
- 폴란드는 매장을 직접 방문하거나 소매 체인과 같은 오프라인 매장을 통해서 의류/패션 물품을 구매하는 비율이 온라인 쇼핑보다 높은 편이지만, 무선 인프라 확대와 스마트 기기 보급 확대로 인터넷 쇼핑물을 통해서 거래되는 시장규모가 지속 증가하고 있음<sup>36</sup>
  - 2015년 10억 8,010만 달러 규모를 보인 폴란드 인터넷 구매 의류 시장규모는 2017년 14억 4,540만 달러 규모까지 확대될 것으로 추정되고 있으며, 향후 5년간 연평균 12.0% 성장하여 2021년에는 22억 4,540만 달러에 이를 것으로 전망됨
  - 2017년 신발과 가방 및 액세서리 시장 또한 2015년에 비하여 25.0%나 증가한 8억 5,220만 달러 규모에 달할 것으로 예측되며, 2021년까지 연평균 10.3%의 높은 성장세를 보이며 지속적으로 확대될 것으로 전망됨



출처: Statista, Digital Market Outlook: Poland e-Commerce clothes, 2016.9

- 온라인 패션 쇼핑물을 통한 패션 물품 구매 시, 품목에 관계 없이 연간 1인당 평균 지출 비용이 지속적으로 증가할 것으로 전망됨
  - 2015년 1인당 평균 의류 구매 지출 비용은 219.8달러로 조사되었으나, 2017년에는 12.4달러 증가한 232.2달러를 소비한 것으로 추정됨. 또한 신발과 가방/액세서리의 경우 2015년에 비하여 2017년, 각각 4.8달러, 2.5달러 증가할 것으로 예측함

36) Statista, Digital Market Outlook: Poland e-Commerce clothes, 2016.9



출처: Statista, Digital Market Outlook: Poland e-Commerce clothes, 2016.9

- 온라인 패션시장의 성장과 함께 기존 브랜드와 신규 브랜드의 온라인 쇼핑 진출이 가속화되고 있음. 온라인 시장에서 빠른 성장을 보이는 대표적인 패션 브랜드로는 리로우(Lilou), 바티츠키(Batycki), 포야스(Wojas), 비톰(Bytom), 비스툴라(Vistula), 헥셀라인(Hexeline) 등이 있으며, 특히 신규 브랜드들은 온라인 쇼핑물 이용자 증가에 힘입어 오프라인에서도 사업을 확장하고 있음

  - 리로우는 온라인에서 여성 액세서리, 가방, 핸드백을 판매하기 시작해 오프라인 사업에도 진출함. 자국에서는 바르샤바, 루블린 등에 25개 오프라인 매장을 개점하였고 독일 2곳, 프랑스에도 1개 매장을 개점할 정도로 브랜드 인지도를 확보하였음
  - 바티츠키는 온라인으로 남성 및 여성용 가방 핸드백, 클러치 등을 판매해 높은 브랜드 인지도를 확보함
  - 최근에는 생활잡화, 의류, 기계 등을 판매하는 종합 온라인 쇼핑몰 알레그로(allegro.pl), 오엘엑스(olx.pl), 세니오(ceneo.pl)등 에서도 리로우, 바티키 등의 상품이 판매되고 있음




**표** 온라인 패션 브랜드

매장 이름	분류	유통 품목	국외 오프라인 매장 운영 국가
비툼(Bytom)	남성용	정장, Y-셔츠, T-셔츠, 폴로셔츠, 조끼, 재킷, 스웨터, 바지 신발, 구두, 넥타이, 손수건, 지갑, 가방, 향수,	폴란드
비스툴라(Vistula)	남성용	정장, Y-셔츠, 바지, 코트, 재킷, 스웨터, 남방,	폴란드
리로우(Lilou)	여성용	팔찌, 목걸이, 반지, 고급 단추, 귀걸이, 가방, 지갑, 클러치, 핸드백	폴란드, 독일, 프랑스
바티츠키(Batycki)	남성용, 여성용	가방, 핸드백, 클러치	폴란드
포야스(Wojas)	여성용	구두, 샌들, 플랫폼슈즈, 힐, 가방, 등산화, 런닝화, 브로치, 팔찌, ,	폴란드, 슬로바키아, 벨라루스, 체코, 루마니아
헥셀라인(Hexeline)	여성용	스카프, 원피스, 숄, 나이트 가운, 블라우스, 스커트, 니트, 오프숄더 원피스, 롱 원피스, 캡슐리브 원피스, 스트랩 원피스, 플로럴 셔츠, 에코니트	폴란드
리저브드 (RESERVED LLP SA)	유아, 아동, 남성용, 여성용	드레스, 정장, 블라우스, 상의, T-셔츠, 수영복, 속옷, 바지, 반바지, 재킷, 스웨터	폴란드, 독일, 체코, 슬로베니아, 루마니아, 러시아, 리투아니아, 라트비아, 에스토니아
CCC	남성용, 여성용, 아동	스포츠 의류, 헬멧, 양말, 스포츠 속옷, 가방, 핸드백, 신발, 구두, 스니커즈, 부츠, 하이힐, 샌달, 아웃도어 신발, 플랫폼 슈즈	폴란드, 오스트리아, 불가리아, 크로아티아, 체코, 에스토니아, 독일, 헝가리, 라트비아, 리투아니아, 폴란드, 루마니아, 러시아, 세르비아, 슬로바키아, 우크라이나, 슬로베니아
탑 시크릿 (TOP SECRET)	남성용, 여성용, 아동	액세서리, 블라우스, 부츠, 숄, 조끼, 셔츠, 스웨터, 수영복, 코트, 바지, 드레스, T-셔츠, 재킷, 튜닉, 양말, 레깅스, 안경, 배낭, 지갑, 장갑, 스카프, 부츠, 란제리,	폴란드
아파라트(APARAT)	여성용	목걸이, 반지, 귀걸이, 펜던트, 팔찌, 클립, 머리핀, 열쇠고리, 체인, 지폐클립, 브로치, 보석함	폴란드

출처: 각사 홈페이지

## 다양한 패션쇼가 개최되는 폴란드

- 폴란드 전역에서 개최되는 10여 개의 패션쇼를 통해서 패션 브랜드의 수출과 고급 디자인 제품을 홍보하는데 적극적으로 활용하고 있으며, ‘폴란드 패션 위크(Poland Fashion Week)’, ‘바르샤바 패션 스트리트(Warsaw Fashion Street)’가 대표적인 폴란드 패션쇼로 자리잡음
  - ‘폴란드 패션 위크’는 19세기부터 섬유공업이 크게 발달하기 시작한 중부 도시 우치(Lodz)에서 2009년부터 개최되기 시작했으며 1년에 2번 행사가 진행되었으나 2016년에는 12월 개최 예정이었던 패션쇼가 재정 문제로 취소되었음
  - 총 5개 섹션으로 구성되며 주류 패션 의류 소개 외에도 실험적인 디자인을 선보이거나 패션 디자인 전문영역의 노하우를 교류하는 장소도 제공됨

표 '폴란드 패션 위크' 주요 섹션과 성격		
섹션	2016 소개된 컬렉션	성격
디자이너 에비뉴 (Designer Avenue),		폴란드와 외국 패션 디자이너를 위한 독점 행사
오프 아웃 오브 스케줄 (Off out of schedule),		아방가르드* 디자이너를 위한 패션쇼
영 패션 포토그래퍼 나우 (Young fashion photographers now)		알려지지 않은 패션 사진 작가의 작품을 홍보하는 섹션
렛 템 노우 (Let them Know),		디자이너, 제작자, 사진작가들의 경험과 노하우를 교류하는 무료강의가 제공됨

\* 아방가르드는 '전위적인, 급진적인'의 뜻을 가지고 있으며 아방가르드 패션이라 함은 일반적인 옷에 대한 고정관념을 깨는 디자인의 옷을 의미

쇼룸 (Showroom)		디자이너, 브랜드 등이 옷, 보석, 액세서리 컬렉션을 바이어, 패션기업, 소비자 등에게 소개하는 폴란드 패션 위크 최고 인기 섹션이자 메인 이벤트
------------------	---	---

출처: dzienniklodzki.pl

표 폴란드 개최 주요 패션쇼 및 박람회					
	패션쇼 및 이벤트	분야	일정	장소	URL
패션쇼	바르샤바 패션 스트리트 (Warsaw Fashion Street)	아동패션쇼, 신규디자이너컨테스트, 신예 디자이너 섹션, 갈라쇼, 메인 패션쇼	6월 하순	바르샤바 크라코프 스키	<a href="http://www.warsawfashionstreet.pl">www.warsawfashionstreet.pl</a>
	바르샤바패션위크엔드 (Warsaw Fashion Weekend)	디자이너 쇼룸, 패션쇼	4월 첫주	바르샤바 엑스포 센터 XXI	<a href="http://www.targimodypoznan.pl">www.targimodypoznan.pl</a>
	바르샤바 패션데모크라시 (Warsaw Fashion Democracy)	신규 디자인 컬렉션 소개, 패션쇼	7월 첫주	블루시티 쇼핑센터	<a href="http://www.fashiondemocracy.pl">www.fashiondemocracy.pl</a>
	시레지아 패션룩 (SILESIA FASHION LOOK)	패션쇼	4월 8일~9일	시레지아 쇼핑센터, 카토바이스	<a href="http://www.silesiafashionlook.pl">www.silesiafashionlook.pl</a>
박람회	패션 인바르샤바 (Fashion in Warsaw)	의류, 보석, 아동 장난감 전시 및 디자이너 컬렉션 패션쇼	9월 첫주	키노테카 시네마, 바르샤바	<a href="http://www.bluecity.pl/fashioninwarsaw">www.bluecity.pl/fashioninwarsaw</a>
	포즈난 패션페어 (Poznan Fashion Fair)	의류, 잡화, 액세서리	9월 5일~7일	포즈난	<a href="http://www.targimodypoznan.pl/en/">http://www.targimodypoznan.pl/en/</a>
	패스트 패션 (Fast Fashion)	남여 의류, 아동복, 신발, 액세서리 속옷	2월 28일~3월 2일	포즈난	<a href="http://www.targimodypoznan.pl/en/">http://www.targimodypoznan.pl/en/</a>
	바디 스타일 (Body Style)	수영복, 속옷, 란제리, 여름 의류, 나이트웨어	9월 2일~4일	포즈난 콩그레스 센터	<a href="http://pcc.mtp.pl/">http://pcc.mtp.pl/</a>

출처: flandersinvestmentandtrade.com, eventseye.com

## 동유럽에서 가장 큰 내수시장 폴란드, 온라인 패션몰 시장 성장에 주목할 필요

- 폴란드는 유럽과 CIS를 잇는 지리적 이점과 함께 큰 내수시장을 보유하고 있음. 최근 소득 수준이 향상됨에 따라 구매력이 높아지면서 소비재 시장이 빠르게 성장하고 있어 국내 패션 업계의 폴란드 시장에 대한 관심이 필요한 시점임
  - 2006년부터 패션산업이 빠르게 성장하기 시작한 폴란드는 자국 의류 브랜드의 고급화를 위해 유명 패션 디자이너와 유통사들이 협력하는 등 패션산업 발전을 위해 노력해 왔으며 다양한 패션 쇼를 개최하고 있음
- 폴란드는 패션 시장은 여전히 오프라인 매장을 통해서 구매하는 소비자 비율이 높으나 최근 5년 사이 온라인으로 유통되는 패션상품 시장 규모가 빠른 성장세를 보이고 있음
  - 향후 온라인으로 구매하는 패션 상품에 대한 소비자의 지출 비용도 꾸준히 증가할 것으로 예상되어 모바일 쇼핑을 포함한 온라인 패션몰 산업이 더욱 확대될 것으로 전망됨
  - 품목별로 남성 및 여성 의류 매출이 높은 편이지만 속옷의 판매 비중과 매출도 높은 편이어서 관련 업계 또한 이를 주목할 필요가 있음
  - 또한 최근 소득수준이 향상으로 인해 과거 저가제품을 선호하는 소비습관이 점차 변화해 브랜드의 중요성이 커지고 있다는 점도 시장 진출 시 고려할 필요가 있음
  - 온라인 패션몰의 경우 신규 브랜드와 디자이너들이 인지도를 형성하기 위한 중요한 채널로 활용되고 있으며, 이를 기반으로 오프라인 영역으로 사업을 확장하는 만큼 폴란드 패션시장 진출을 위해 온라인 쇼핑몰 시장에 주목할 필요가 있음

## 5. 출판

### 시장규모 감소에도 불구하고 동유럽 진출 교두보로 주목받는 폴란드 도서출판시장

- 폴란드 도서출판 시장은 인쇄 도서 시장 규모가 감소하고 있음에도 인근 동유럽 국가에 비해 높은 평균 도서 가격과 소비량을 보이고 있어 주목받고 있음
- 또한 동유럽을 연결하는 지리적 이점 때문에 서유럽의 거대 출판사들은 일찍이 시장 진출을 마무리하고 동유럽 진출을 위한 노력에 박차를 가하고 있음
- 최근 폴란드가 영국 런던 도서 박람회(IFA)에 주빈국으로 초대되 주목 받음. 따라서 국내 출판 업계도 동유럽 최대 출판시장이자 동유럽 도서 시장 진출을 위한 교두보로서 폴란드 도서 시장에 주목할 필요가 있음

#### 지속적으로 감소하고 있는 폴란드 도서출판시장

- 다국적 회계컨설팅기업 PwC의 2017년 보고서에 따르면, 폴란드 도서출판시장은 전자 도서 시장의 성장에도 불구하고 2013년 이후 지속적으로 감소하여 2016년 기준 6억 3,100만 달러로 집계됨
- 폴란드 도서출판시장은 스마트기기 보급이 확산되면서 전자 도서 시장이 꾸준히 성장하고 있으나, 인쇄 도서 시장의 지속적인 감소로 향후 2021년까지 연평균 1.4%의 하락세를 보이며 5억 9,100만 달러까지 축소될 전망

표	폴란드 도서출판 시장규모 및 전망*										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2016-2020 CAGR
인쇄 도서	658	677	630	606	590	578	566	556	546	537	-1.4%
전자 도서	15	23	32	37	41	45	48	50	52	54	4.1%
합계	673	700	662	643	631	623	614	606	598	591	-1.3%

\* 잡지(소비자, 무역)는 포함되지 않았으며 일반 도서만을 통계로 사용함

출처: PwC(2017), Entertainment & Media 2017-2021

- 폴란드 인쇄 도서 시장규모 감소 원인은 독자층의 감소뿐만 아니라 도서정가제 미시행에 따른 대형 출판사의 가격 할인 경쟁 심화와 대형 도서 유통 체인의 시장 독점화가 영향을 미친 것으로 나타남
  - 폴란드는 공식적인 도서정가제를 실시하지 않고 있기 때문에 대형 도서 체인은 자사 도서 판매량 확대를 위해 공격적인 할인 정책을 실시 중임
  - 이로 인해 소매 서점과 대형 서점 간의 불공정한 가격 경쟁이 심화되었고, 많은 폴란드 소매 서점은 생존을 위해 가격 할인을 무리하게 추진하거나 중국에는 폐쇄하는 수준도 밝고 있음
  - 또한 폴란드에서 230개의 매장을 운영 중인 대형 서점 엠픽(Empik)이 2017년 1월 300여 개의 중소 출판사 도서를 유통하던 플라톤(Platon)을 인수하기로 결정함에 따라, 거대 유통사가 폴란드 출판 시장을 독점하려 한다는 문제가 대두되기도 함

TIP



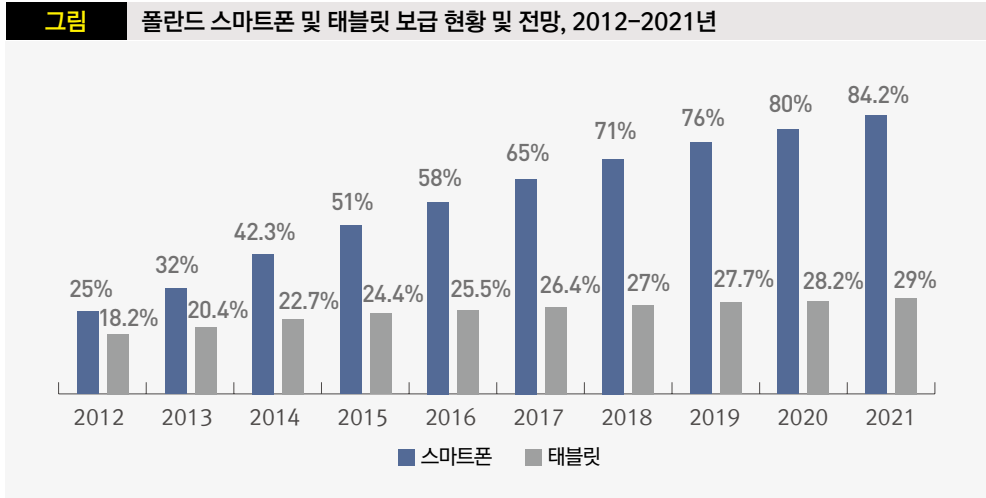
폴란드 대표 멀티미디어 스토어 엠픽(Empik)

엠픽은 폴란드 소재 온/오프라인 도서 유통 체인으로 폴란드 전역에 200여개 매장을 보유하고 있으며 도서, CD, 비디오, 멀티미디어, 게임, 잡지, 문구, 교육 완구 등을 유통함. 단순한 서점 형태를 넘어 복합 문화를 제공하는 공간으로 폴란드 현지에서 자리잡음

- 폴란드 전자 도서 시장은 대부분 유럽 국가들에 비해 상대적으로 낮은 성장률을 보이고 있는데, 이는 다른 유럽국가들에 비해 높은 부가가치세와 불법복제가 주요 원인으로 지적됨
  - 폴란드는 현재 전자 도서에 23%에 달하는 부가가치세를 부과하고 있음. 2016년 12월, 유럽 집행위원회가 유럽연합 국가들에게 전자 도서 부가세를 5%로 낮출 것을 권고했으나, 폴란드 정부가 부가세 인하 시행 시점을 무기한 연기한 상황<sup>37)</sup>
- 또한 과반수에 이르는 전자 도서 이용자들이 전자 도서를 파일 공유 사이트 등을 통해서 다운로드하는 불법복제 문제도 전자 도서 시장의 성장을 저해하는 또 다른 요인임

37) Publishingperspectives.com, Polish Ebook Industry Eyes Brussels' Proposed VAT Reduction, 2016.12.8

- 폴란드는 1920년대부터 저작권 및 산업재산보호법을 통해서 지적재산권을 보호해왔으며 2004년 유럽연합 가입 이후 폴란드의 지적재산권 보호법 및 정책은 유럽연합 기준으로 일치됨
- 그러나 인터넷 인프라가 확대되고 다운로드 방식의 전자 도서 유통이 증가함에 따라 불법복제 사이트를 통해서 전자 도서 파일을 공유하는 사례가 크게 증가함<sup>38</sup>
- 폴란드 전자 도서 시장이 현재 높은 부가가치세와 불법 파일 공유 등의 문제로 성장 폭이 높지 않으나, 스마트폰과 태블릿 보급률이 꾸준히 증가하고 있어 향후 폴란드 전자 도서 시장 성장에 긍정적 영향을 미칠 전망
- 2016년 기준 폴란드 스마트폰 보급률은 58%로 절반을 넘어선 수준이며, 태블릿 보급률 역시 25.5%로 인근 유럽 국가에 비해 낮은 편임
- 인근 유럽 국가의 경우 스마트 기기 보급 확산이 전자 도서 시장 규모 확대에 큰 영향을 미쳤다는 점을 감안할 때, 폴란드 역시 스마트기기 보급률 증가가 현지 전자 도서 시장의 성장을 견인하는데 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상됨



### 폴란드 도서출판시장 구조 및 주요 특징

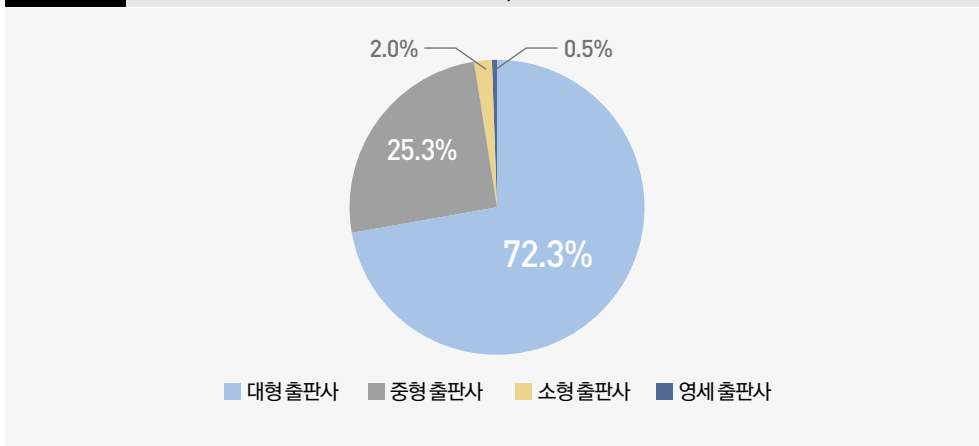
- 폴란드 출판 협회에 따르면, 폴란드에는 600~700여 개의 출판사가 존재하나, 이 중 300여 개의 출판사가 폴란드 도서출판 시장의 98%를 점유하고 있으며, 특히 약 35개의

38) Publishingperspectives.com, A Cold Start to the Year for Poland's Publishers: Waiting for Regulatory Help, 2017.1.19

대형 출판사가 전체 시장을 과점하고 있는 것으로 나타남

- 폴란드는 1년 평균 매출이 400만 유로를 넘는 대형 출판사가 약 35개에 달하며 이들이 전체 시장의 72.3%를 점유하고 있음
- 또한 약 250여 개에 달하는 중형 출판사가 전체 출판 시장의 25.3%를 점유하고 있는데 이들 중 절반은 1년 평균 매출액이 약 47만 유로를 상회하고 있고, 나머지 절반은 약 23만 5,000 유로 수준으로 대형 출판사와의 격차가 매우 큰 것으로 나타남

**그림** 폴란드 출판사 규모에 따른 시장 점유율, 2015년 기준



출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

TIP!



폴란드 출판사 순위 (2015년 기준)

[단위, 백만 PLN]

순위	출판사	국가	주요특징	홈페이지	2015년 매출액
1	NOWA ERA	폴란드	교육출판 선두주자	nowaera.pl	286.7
2	WYDAWNICTWA SZKOLNE I PEDAGOGICZNE	폴란드	전자도서, 전자교과서 출판	wsip.com.pl	255.0
3	WOLTERS KLUWER POLSKA	네덜란드	법률도서 출판	wolterskluwer.pl	215.2
4	PEARSON CENTRAL EUROPE	영국	교육출판	pearson.pl	121.3
5	GRUPA EDUKACYJNA	폴란드	교육출판	grupaedukacyjna.pl	99.5
6	WYDAWNICTWO OLESIEJUK	폴란드	아동출판전문	olesiejuk.pl	98.0
7	SIW ZNAK	폴란드	종합출판	znak.com.pl	77.0
8	MACMILLAN POLSKA	영국	초초중고 교육출판	macmillan.pl	54.0

9	C.H.BECK	독일	과학, 문학	beck.com.pl	48.0
10	GRUPA PUBLICAT	폴란드	청소년, 성인 도서	publicat.pl	39.5

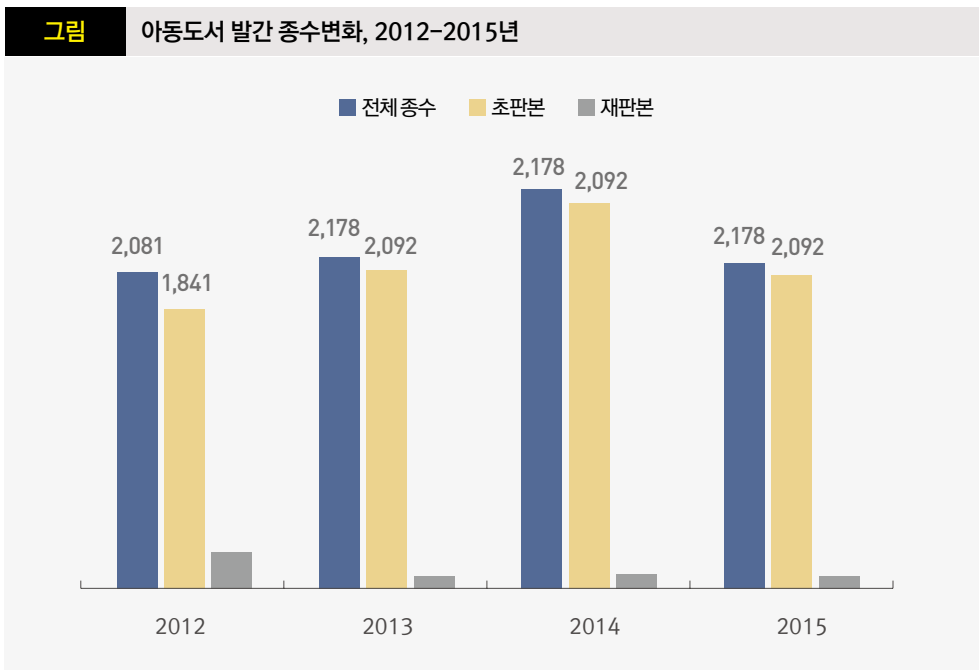
출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

- 폴란드 출판사의 도서 인쇄량 자체는 감소하고 있으나, 출판 도서 종수와 초판은 최근 까지도 꾸준히 증가하고 있으며 특히 번역 도서 또한 지속적으로 늘어나고 있음

	2011	2012	2013	2014	2015
출판 도서(종)	24,920	27,060	29,710	32,480	34,920
초판본(종)	12,180	13,410	15,580	18,870	21,130
도서 인쇄량(백만 부)	122.4	107.9	112.4	105.1	97.7
평균인쇄량(부)	4,912	3,987	3,783	3,236	2,798
번역 도서(종)	-	6,688	6,270	6,710	7,208

출처: 스포티파이(Spotify)

- 아동 도서의 경우 꾸준한 판매량 증가를 이어왔으나 2015년 급격하게 감소하여 2015년 기준 2,144종이 발간되는데 그침



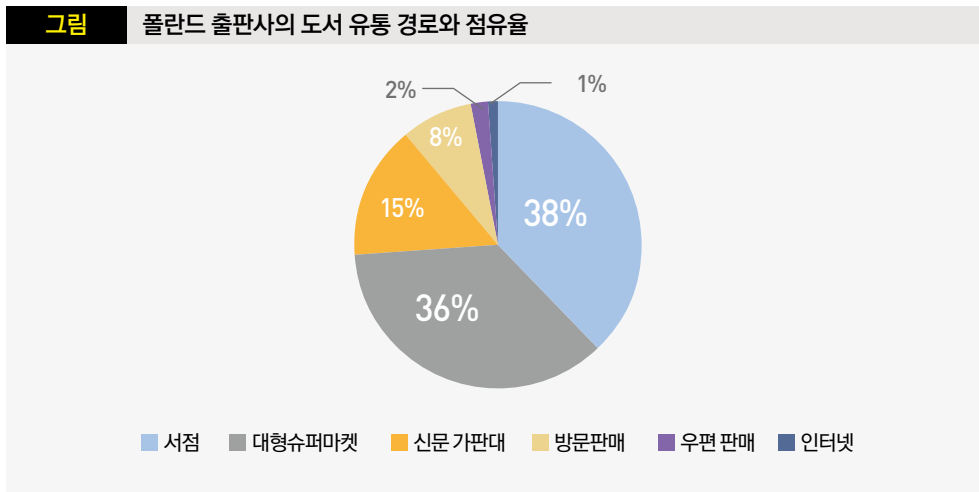
출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

- 폴란드 도서 판매량은 감소 추세를 보이고 있으나 최근 5년간 1억권 이상을 유지하고 있으며, 2015년 기준 평균 도서 판매 가격은 9.81 유로(약 12,000원)로 5년 연속 증가한 것으로 나타남

표	폴란드 출판사의 인쇄 도서 출간량 변화, 2011~2015년				
	2011	2012	2013	2014	2015
도서 판매량(백만 권)	119.3	115.5	123	105.8	101
평균 도서 가격(유로)	8.4	9.26	9.14	9.74	9.81

출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

- 출판사의 인쇄 도서는 74%가 일반 서점과 월마트(Wal-Mart) 등 대형 슈퍼마켓을 통해서 유통되고 있으며, 인터넷을 통해서 유통되는 비율은 매우 작은 것으로 나타남



출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

- 폴란드 도서 유통 경로 중 가장 높은 비중을 차지하고 있는 서점의 경우 최근 5년간 점포 수가 감소하고 있음

표	폴란드 서점 수 변화 (2011~2015)				
	2011	2012	2013	2014	2015
도서점(개)	2,370	2,250	2,140	2,050	1,930

출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

- 출판사가 인쇄 도서를 유통하는 경로와 달리 현지 소비자들이 도서를 구매할 때 가장 선호하는 장소는 전통적인 일반 서점이 가장 높은 비중을 보였으며, 그 다음으로 ‘엠펙’과 같은 멀티미디어 스토어, 인터넷 서점, 슈퍼마켓 등의 순으로 나타남. 전반적으로 2014년에 비하여 큰 변동은 없으나 대형 슈퍼마켓을 통한 도서 구매가 빠르게 증가하고 있는 것으로 조사됨

- 또한 온라인으로 도서를 구매할 경우 가장 선호하는 사이트는 타니아지아즈카(Taniaksiazka.pl)였으며, 해외 도서를 구입 시 가장 많이 이용하는 온라인 도서 배송 서비스 사이트는 간달프(Gandalf)로 나타남

표 폴란드 소비자들의 도서 구매 장소 선호도 변화					
도서 구입처	주요 매장명	2012	2013	2014	2015
멀티미디어 스토어	엠펙(EMPIK)	22%	29%	21%	21%
전통적인 도서점	아키오북(Archeobooks)	58%	55%	49%	48%
도서점 외 도서 판매점	-	7%	6%	6%	4%
도서 클럽	폴란스키(Polanki)	12%	4%	4%	5%
인터넷 서점	타니아지아즈카(taniaksiazka.pl)	15%	12%	16%	17%
신문가판대 및 매장	-	6%	6%	10%	9%
할인 도서점	북오프(Bookoff), 돔 스포칸지 히스토리아(Dom Spotkan z Historia)	6%	6%	9%	9%
슈퍼마켓	비드론카(Biedronka), 리들(Lidl), 까르푸(Carrefour), 테스코(Tesco)	4%	5%	12%	16%
기타	-	8%	4%	2%	2%

출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

TIP!



### 인기 인터넷 도서 판매 및 해외 배송 서비스 제공 사이트 순위

순위	인터넷 도서 판매 사이트	해외 배송 서비스 제공 인터넷 서점
1	타니아지아즈카(taniaksiazka.pl)	간달프(gandalf.com.pl)
2	엠펙(empik.com)	엠펙(empik.com)
3	마트라스(matras.pl)	헬리온(helion.pl)
4	간달프(gandalf.com.pl)	타니아지아즈카(taniaksiazka.pl)
5	라벨로(ravelo.pl)	인북(inBook.pl)

6	셀카르(selkar.pl)	
7	보니토(bonito.pl)	
8	지가르니아(ksiegarnia.pwn.pl)	
9	아로스(aros.pl)	
10	이벤팀(eventim.pl)	

출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

- ▶ 타니악지아즈카, 엠픽, 매트라스, 간달프, 아로스, 이벤팀: 종합쇼핑몰이자 전자도서 판매점
- ▶ 라벨로: 순수문학, 비소설, 자습서, 아동청소년 도서 판매
- ▶ 셀카르: 월간 베스트셀러 및 할인 도서 판매
- ▶ 보니토: 건강, 비소설, 아동, 음식 관련 도서 판매
- ▶ 지가르니아: 경제, 컴퓨터, 로맨스, 공상과학, 과학 등 판매
- ▶ 헬리온: 과학, 컴퓨터 도서 판매
- ▶ 인북: 교육, 종교, 예술, 문화, 법률, 경제, 비즈니스, 여성 소설, 공포, 순수 문학서 판매

- 2013년부터 2015년까지 도서 분야별 매출 비중은 큰 변동이 없었으나 대학교재 및 전 문서적, 아동도서, 그림책 비중은 소폭 증가한 반면, 초중고생 학교 교재를 포함한 소설·문학 등 학생 도서와 주류 문학은 감소한 것으로 나타남

**표** 폴란드 도서 분야별 시장 점유율 (매출 기준)

도서 구입처	2013	2014	2015
대학교재 및 전문서적	36.5%	37.9%	39.2%
초중고생 학교교재	31.5%	30.4%	29.0%
주류문학(소설/비소설 포함)	13.2%	12.3%	11.6%
아동도서	6.0%	7.3%	7.7%
그림책	3.9%	4.6%	5.0%
종교도서	4.1%	3.8%	3.9%
초중고생 학생도서(소설, 문학 등)	2.0%	0.6%	0.5%
기타(음악, 지도 등)	2.8%	3.2%	3.1%

출처: 폴란드 출판 협회, Polish Book Market 2016, 2016.8

TIP!



### 주요 도서 분야별 인기 도서

**주류문학**: 브루스 포터의 (Uwikłana), 오르나도나스의(Żałując macierzyństwa), 나타니엘 존슨의(Sekrety roślin i zwierząt w miejskiej dżungli)이 Top3를 기록  
**아동도서**: 우화, 동화, 7세 미만의 도서가 Top5를 기록했으며 우화시리즈는 에릭칼의 (Bardzo głodna gąsienica), 넬 무스트의 (Strach ma wielkie oczy czyli o tym że każdy się czasem boi)가 베스트셀러 목록에 이름을 올림  
**대학교재 및 전문서적**: 선형방정식, 기하학, 통계학 등 수학관련 교재가 높은 판매율을 기록

출처: 온라인도서판매점타니악지아즈카(taniaksiążka.pl), 2017년 7월 18일 기준

- 폴란드를 대표하는 국제 규모의 도서전으로는 1956년 조직되어 60년의 역사를 지닌 ‘바르샤바 도서전(The Warsaw Book Fair)’과 20여년의 역사를 지닌 ‘크라코우 국제 도서전(Cracow International Book Fair)’이 있음
  - 2017년 8회를 맞이한 ‘바르샤바 도서전’은 5월 18일~21일 사이 폴란드 바르샤바에서 개최되었으며 아르헨티나, 호주, 벨기에, 일본, 한국 등 32개 국가 800여 전시 업체, 1,000여 명의 작가가 참가했음. 특히 2017년에는 지난 전시회보다 방문객 수가 약 5천여 명 증가한 7만 5천여 명을 기록함<sup>39</sup>
  - 2016년 10월 30일 20회를 맞이한 ‘크라코우 국제 도서전’은 26개 국가 700여 전시 업체가 참가했으며, 방문객은 6만 8천여 명을 기록함. 특히 이스라엘이 주빈국으로 초대되어 이스라엘 문학을 폴란드에 알리는 계기가 되었음

### 동유럽 진출 교두보 주목받는 폴란드

- 최근 영국 최대 도서전인 ‘런던 도서 박람회’는 폴란드를 2017년에 집중 조명해야 할 도서 출판 시장으로 지목하고, 폴란드를 주빈국으로 초대해 폴란드 출판 시장에 대한 많은 관심을 표명함
  - 이번 2017년 ‘런던 도서 박람회’에서는 폴란드 현지 대학과 출판사 등 56개의 폴란드 전시부스 설치되었고, 전시 기간 중 총 2일에 걸쳐 폴란드 전문 프로그램과 문화 프로

39) Targi-ksiazki.waw.pl, 8th Warsaw Book Fair 2017- thanks for being with us!, 2017

그럼을 테마로 유명 폴란드 작가 및 연사들이 참여해 토론회<sup>40</sup>

- 전문 프로그램에는 폴란드어 그림책을 소개하고, 폴란드어 그림책 디자인에 나타난 전통과 시간에 따른 작품의 변화를 분석해 설명하는 자리가 마련되었음
- 또한 폴란드 현지 도서의 라이선스를 구입하는 방법을 소개하는 세션과 폴란드에 도서 판매를 원하는 기업에게 번역 지원 서비스 및 보조금 수혜 등의 정보를 소개하는 세션도 마련됨
- 이 외에도 폴란드 문학, 도서, 여성 작가와 문학, 디지털 도서출판의 발전 등 다수의 문화 프로그램도 운영되었음<sup>41</sup>



출처: 영국 런던 도서 박람회

- 폴란드 도서출판시장은 규모적인 측면에서는 지속적으로 감소하고 있지만, 동유럽 시장 진출을 위한 지리적 이점과 높은 영어 사용률 등으로 글로벌 출판사들로부터 중요한 시장으로 주목받고 있음. 특히 폴란드는 주변 동유럽 국가보다 평균 도서 가격과 소비량이 높기 때문에 시장성 또한 갖추고 있는 것으로 평가됨. 따라서 국내 출판 업체도 동유럽 진출을 위한 교두보로서 폴란드 시장에 주목할 필요가 있음
- 폴란드는 중/동유럽 국가로 분류되지만 서유럽 독일과 이웃하고 있으며 동쪽으로는 벨라루스, 우크라이나, 루마니아 등으로 뻗어 나갈 수 있는 지리적 이점을 확보하고 있어 동유럽 시장 진출을 모색하는 기업에게 의미 있는 시장임
- 지리적 이점 외에도 폴란드 전 국민 중 약 57%가 기본적으로 영어를 사용하고 있어 글로벌 출판사인 사노마(Sanoma), 월터 클루버(Wolters Kluwer Polska), 피어슨

40) London Book Fair, Market Focus in Poland, 2017.3.15

41) Poland Book Institute, The London Book Fair Begins, 2017.3.15

- (Pearson Central Europe) 등이 일찍이 폴란드에 진출해 동유럽 시장 확장 노력 중임
- 또한 최근 스마트기기 보급 확대에 따라 전자 도서 이용 및 인터넷 도서 구매 비율이 증가하고 있으며, 번역서 비율도 전체 도서 판매량의 20.5%에 달하고 있어 외국 도서 수용에 거부감이 적은 특징도 가지고 있음
  - 특히 유럽 집행위원회 권고에 따라 현행 23%인 전자 도서 부가가치세를 5% 수준으로 낮춘다면 폴란드 전자 도서 시장 성장 또한 가속화 될 것으로 예상됨

Chapter

3

심층분석  
시장분석



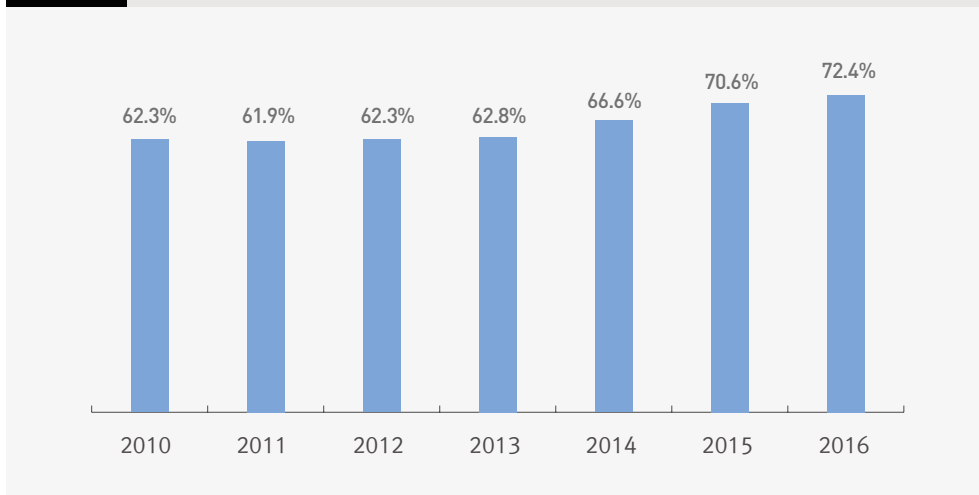
폴란드 SVOD 시장의 성장에 따른 콘텐츠 산업 변화와 시사점	72
1. 폴란드 VOD 시장의 빠른 성장	72
2. 주요 사업자들의 VOD 서비스	74
3. 넷플릭스의 폴란드 진출	78
4. 넷플릭스의 성과와 폴란드 기업들의 VOD 전략	83
5. VOD 시장의 경쟁 심화와 폴란드 진출 시사점	87

## 폴란드 SVOD 시장의 성장에 따른 콘텐츠 산업 변화와 시사점

### 1. 폴란드 VOD 시장의 빠른 성장

- 폴란드는 러시아를 제외하면 동유럽에서 가장 큰 유료방송 시장 규모를 가지고 있음. 높은 유료방송 보급률과 방송 시장 내 수 많은 사업자들이 서로 경쟁하고 있으며, TV를 통해 콘텐츠를 이용하는 비중이 높았음. 또한 2000년대 중반까지 60%대의 인터넷 보급률로 온라인을 통한 영상 콘텐츠 이용이 확산되기 어려운 구조였음
  - 2014년부터 인터넷 보급률이 급증하면서 온라인을 통한 콘텐츠 이용 증가에 따라 VOD 시장 역시 빠르게 성장하기 시작했음
  - 폴란드 인터넷 보급률의 빠른 성장은 정부차원의 개선 노력과 함께 EU 집행위원회의 지역개발기금과 결속기금 지원을 통해 2014년부터 인터넷과 IT 분야를 중심으로 투자를 시작한 것도 주요한 영향을 미침

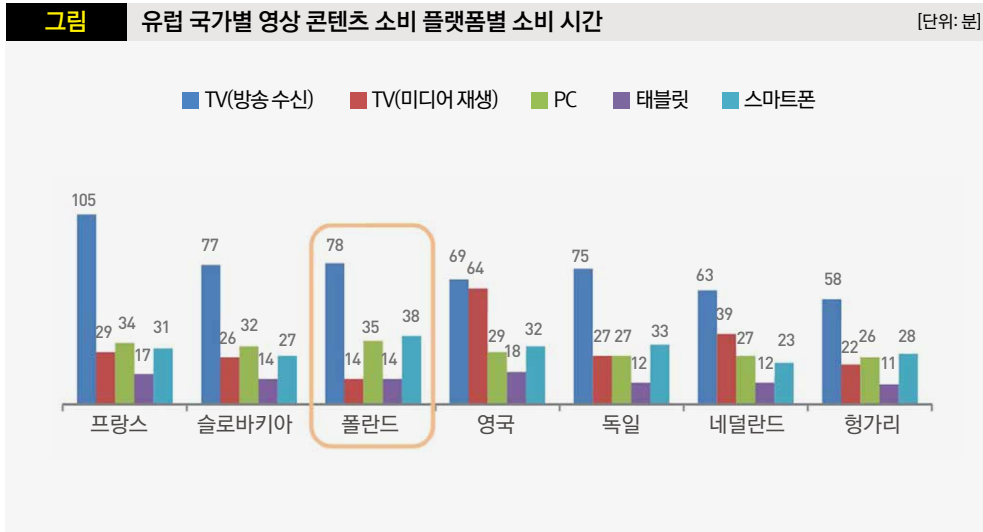
**그림** 폴란드 인터넷 보급률 추이



출처: Internetlivestats.com

- 폴란드 인터넷 인프라의 개선과 함께 VOD 시장 역시 빠른 성장을 보이고 있음. 특히 2014년 이후부터 SVOD와 TVOD 모두 급속도로 시장 규모가 확장되기 시작 하였음

- 2017년 폴란드 방송위원회 발표에 따르면 폴란드의 주요 영상 콘텐츠는 여전히 TV를 통해 소비되고 있으나 PC와 스마트폰을 통한 영상 콘텐츠 소비는 프랑스나 독일보다 높은 것으로 나타남



출처: 폴란드 국립 방송위원회(2017), RYNEK TELEWIZYJNY W 2016 ROKU

- 특히 콘텐츠를 개별 구매하는 TVOD 시장에 비해 가입형 서비스인 SVOD 시장이 2016년 기준 3배 가까운 큰 규모를 보이고 있으며, 2021년까지 4배 가까운 차이를 보일 것으로 전망됨

**표** 폴란드 VOD 시장 규모 및 전망 [단위: 백만 달러]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2016-2021 CAGR
SVOD	2.5	18.7	26.7	42.2	64.3	77.4	90.6	102.6	113.6	123.3	13.9
TVOD	8.6	12.6	16.5	20.4	23.9	26.6	28.7	30.4	32.1	33.4	7.0
계	11.1	31.3	43.2	62.7	88.2	104.0	119.3	133.0	145.7	156.8	12.2

출처: Newzoo(2017), Global Games Market Report

- VOD 시장의 성장에 따라 2016년 기준 전체 인터넷 이용자의 77%가 VOD 서비스를 이용해 영상 콘텐츠를 소비하는 것으로 나타났으며, 특히 영화와 쇼를 중심으로 15-24세 연령대의 시청자들이 VOD 서비스를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났음<sup>42</sup>

42) Broadband Tv News, Polish VOD usage: the stats, 2017. 7. 21

## 2. 주요 사업자들의 VOD 서비스

- 폴란드 VOD 시장은 주요 방송사와 통신사를 중심으로 2000년대 말과 2010년대 초반부터 본격화되기 시작했으나 초기 VOD는 TV 다시 보기(catch-up)와 콘텐츠의 개별 구매를 중심으로 서비스 되었음. 그러나 일부 영화 전용 VOD 서비스 등을 제외하면 대부분 가입자에게 무료로 제공되는 번들(Bundle) 형태를 지니고 있음
  - 현재 채널에 따라 주요 지상파, 위성, 케이블 방송사들은 대부분 VOD 전용 사이트를 구축하고 있으며, 시작 당시 주로 PC를 통해 제공되던 서비스는 모바일 기기 확산에 따라 스마트폰, 태블릿PC뿐 아니라 콘솔 게임기, 스마트 TV 등으로 확장되고 있음
  - 통신사들 역시 VOD서비스를 시작 했으며, 주요 방송사들이나 콘텐츠 사업자들과의 제휴를 통해 자체 플랫폼을 구축하였음. 이 역시 자사 서비스 가입자들에게 무료로 제공 되었으며, 일부 영화 등의 콘텐츠가 유료로 제공되는 형태를 지님
  - 대표적인 주요 방송사의 VOD는 위성방송사 Polsat의 Ipla와 지상파 TVP의 VOD.tvp.pl, 민영 방송사 TVN의 player.pl 등이 있으며, 주로 자사 드라마, 영화, 스포츠 프로그램을 중심의 콘텐츠를 서비스하고 있음. 또한 자사 프로그램 외에 미국, 영국 등 해외 영화 및 드라마도 서비스되고 있으며, 방송사에 따라 실시간 방송이 제공되기도 함

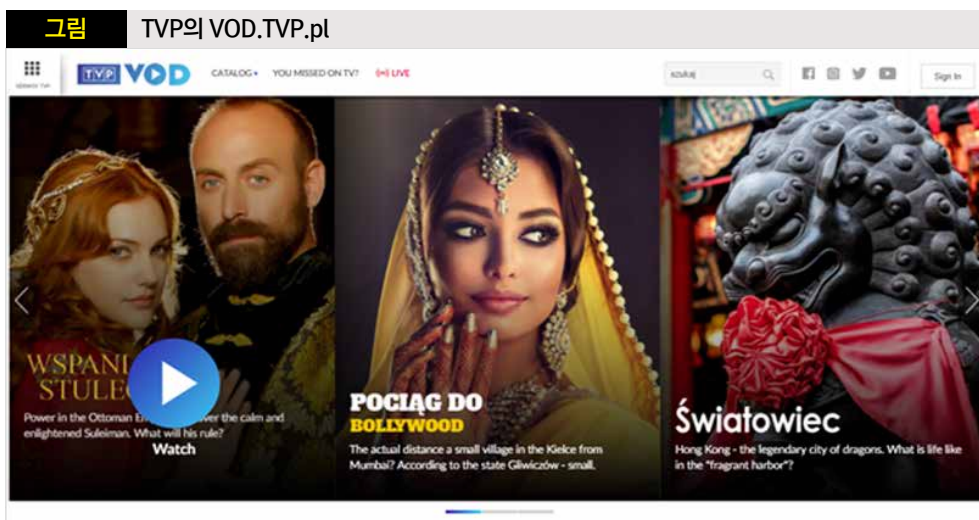
### (1) Ipla



출처: Ipla 홈페이지(<https://www.ipla.tv/start>)

- Ipla는 폴란드에서 가장 높은 점유율을 가지고 있는 Polsat의 OTT 플랫폼으로 VOD, 실시간 방송을 제공하고 있음. 자체 방송사 채널뿐 아니라 ABC, CBS, BBC, 디즈니 채널 등 영미권 방송사와 스페인, 아르헨티나 등 다른 해외 방송사의 콘텐츠도 서비스하고 있음
- 2017년 현재 실시간 방송의 경우 Polsat News, Super stacja, Polsat1, Disco Polo Music 등 자사 4개 채널을 서비스 중이며, 스마트 TV, 모바일 디바이스, PC 등을 통해 가입할 수 있음. 현재 홈페이지에서 제공하는 요금제의 경우 'Ipla World'로 광고 없는 프리미엄 형태로 서비스되고 있으며, 7.6 달러/월의 요금이 책정되어 있음
- Ipla는 2017년 5월 기준 Ipla는 약 135만 명의 가입자를 확보하고 있는 것으로 나타났으며, 이는 폴란드에서 가장 많은 가입자를 확보하고 있는 것은 아님. 그러나 2016년 넷플릭스(Netflix)와 쇼맥스(Showmax)가 공격적으로 폴란드 시장에 진출했음에도 이들보다 높은 가입자 수치를 보이고 있음

## (2) VOD.tvp.pl



출처: VOD.TVP.pl 홈페이지(<https://vod.tvp.pl/>)

- TVP는 폴란드 지상파 공영 방송 채널로 2017년 5월 기준 자사 TVP 1 채널이 폴란드 시청 점유율 2위를 기록하고 있음. 2017년 현재 TVP의 VOD 서비스에 자사 14개 채널의 콘텐츠가 서비스되고 있으며, 실시간 방송은 TVP Info와 TVP3 두 개의 채널이 제공됨
- 주요 콘텐츠 카테고리는 드라마, 영화, 다큐, 아동, 뉴스 및 정보로 구분되어 있으며, 공영방송사라는 특성 상 시청료를 납부하고 있는 이용자들에게 모두 무료로 공개되고 있음. 단, 영화 등 일부 콘텐츠의 경우 유료로 판매되고 있음. 결제를 위한 수단은



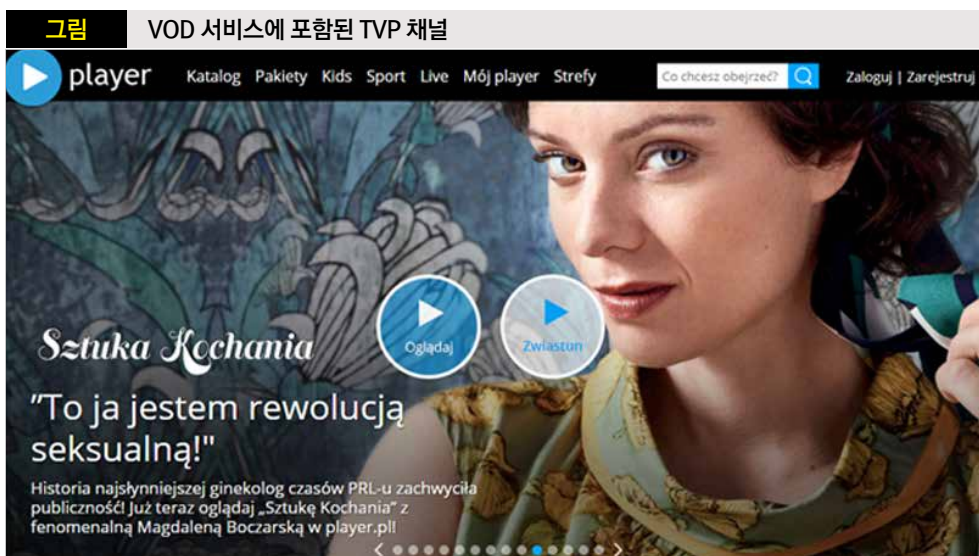
출처: VOD.TVP.pl 홈페이지(<https://vod.tvp.pl/>)

신용카드, 계좌이체, 모바일 결제 서비스가 지원됨

- TVP의 VOD 서비스를 이용하기 위해서 이용자들은 시청료 납부에 대한 증명이 필요하며, 이를 위해 시청료 납부 시 필요한 8자리 숫자로 구성된 고객 코드를 입력해야 함
- 2017년 5월 기준 TVP의 VOD 서비스는 140만 명의 이용자를 확보한 것으로 나타났으며, 민영방송 Polsat 보다 50만 명 많은 이용자 규모를 보임

### (3) Player.pl

- Player.pl은 폴란드 민영방송 네트워크 TVN 소유의 VOD 서비스로 2011년 TVN Player이라는 이름으로 서비스가 시작되었으나 2014년 Player로 명칭이 변경되었음



출처: Player.pl 홈페이지(<https://player.pl/>)

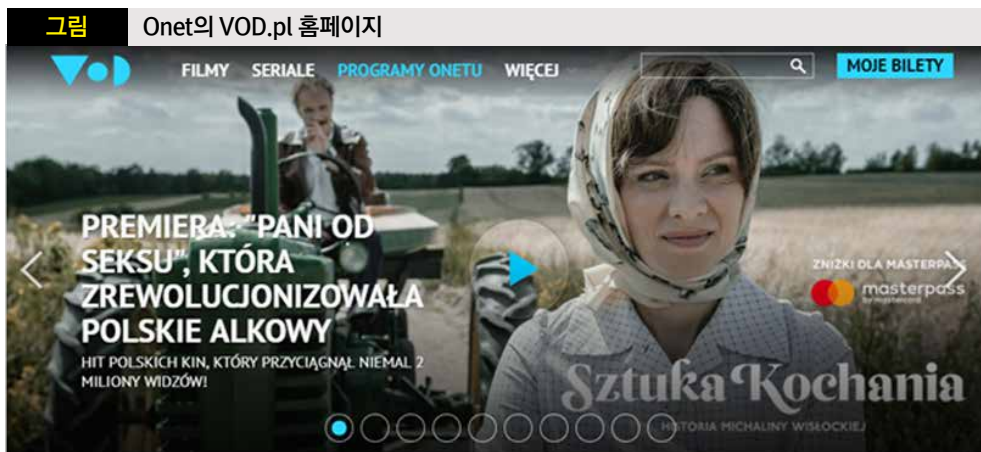
- 대부분 자사 채널의 콘텐츠가 제공되고 있으며, 드라마, 영화, 기타 TV 프로그램으로 카테고리 분류되어 있음. 개별 카테고리는 장르에 따라 세부적으로 나뉘며, 대표적으로 드라마의 경우 코미디, 액션, 공포, 판타지, 엔터테인먼트 등 7개 카테고리로 분류됨
- Player.pl이 다른 VOD 서비스와 가장 차별되는 지점은 자체 제작 콘텐츠를 확보하고 있다는 것임. 주로 미국 리얼리티 쇼 라이선스를 폴란드 버전으로 제작하는 방식을 통해 자체 오리지널 프로그램을 확보하고 있음

표 Player.pl 오리지널 콘텐츠 [단위: 백만 달러]			
프로그램명	년도	장르	비고
Web Therapy	2015년	코미디	동명 미국 드라마의 폴란드 버전
Lip Sync Battle ustawka	2016년	리얼리티	동명 미국 쇼 폴란드 버전
You can... shake	2016년	리얼리티	춤 기반으로 하는 경쟁 리얼리티 쇼
Nie ma, że nie mogę	2016년	리얼리티	참가자들의 신체적 정신적 약점 극복
Para nie do pary	2016년	리얼리티	최초로 360도 촬영기술 도입
1 na 1 - Walka na style	2016년	리얼리티	다양한 무술 유단자들의 1:1 대결

출처: Newzoo(2017), Global Games Market Report

- 지원 플랫폼은 PC, 스마트폰, 태블릿PC 뿐 아니라 스마트TV, 셋탑박스도 지원하고 있음. 기본 콘텐츠들을 무료로 제공되나 광고나 채널에 따라 다양한 패키지 요금제를 시행하고 있음. Player Plus의 9.99 즈위티 외에도 아동 프로그램 패키지, 스포츠 채널 패키지, 실시간 방송 패키지 등이 9.99-13.99 즈위티 요금으로 서비스 되고 있음

#### (4) VOD.pl



출처: VOD.pl 홈페이지(<https://vod.pl/>)

- VOD.pl은 폴란드 최대 인터넷 포털인 Onet이 운영하는 VOD 서비스로 2017년 5월 기준 폴란드에서 가장 많은 이용자를 확보하고 있음. 영화와 드라마를 중심으로 콘텐츠 서비스를 하고 있으나 포털사이트 Onet의 뉴스, 정보, 스포츠 프로그램도 프로그램 카테고리 포함되어 있음

TIP!



Onet은 폴란드 최대 포털 사이트로 이메일, 뉴스, 포럼, 채팅, 블로그 등의 서비스를 제공하고 있음. 2017년 7월 기준 폴란드에서 구글(Google), 유튜브(Youtube), 페이스북(Facebook), 경매 사이트 알레그로(Allegro) 다음으로 높은 순위를 보이고 있음

- 기본적인 프로그램들은 광고를 기반으로 무료로 제공되고 있으나 일부 영화의 경우 유료로 제공되고 있음. 영화의 경우 홈페이지 카테고리에 유료와 무료가 분리되어 있으며, 유료 영화는 홈페이지 가입 후 구매를 통해 이용 가능함
- 특히 VOD.pl은 방송사가 아닌 만큼 제휴를 통해 콘텐츠를 확보하고 있으며, 특히 여러 영화 배급사를 통해 헐리우드 및 폴란드 영화를 확보하는데 중점을 두고 있음
- PC와 모바일 디바이스에서 모두 사용가능하며 특히 스마트 TV에서도 앱 설치 후 사용 가능함. 스마트TV의 경우 다른 VOD 서비스와 마찬가지로 설치 가능한 TV를 지속적으로 늘려가고 있음

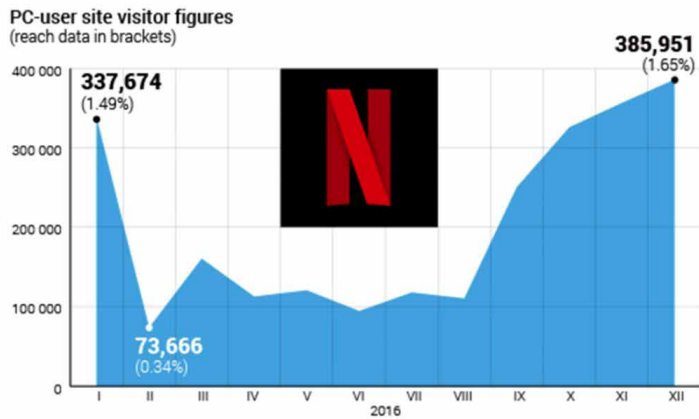
### 3. 넷플릭스의 폴란드 진출

- 넷플릭스는 2016년 폴란드 진출을 선언하며, 동유럽 시장에 공격적으로 가입자를 늘려갈 것으로 발표했음. 그러나 폴란드 방송 특히 VOD 산업에 대한 충격이 프랑스나 다른 서유럽 국가보다 크지 않았음. 이러한 현상은 주로 현지화 과정의 부족으로 평가되며, 이후 콘텐츠 확보와 자막 등을 통해 가입자를 지속적으로 늘려가고 있음
- 넷플릭스는 2016년 1월 폴란드 진출을 공식적으로 발표하였으며, 폴란드를 시작으로 동유럽 지역에 본격적인 진출을 선언했음
- 기존까지 넷플릭스가 공식적으로 서비스되지 않던 동유럽 이용자들은 VPN(Virtual

private network)을 활용해 넷플릭스에 접속하는 경우가 많았으나, 폴란드 SVOD 시장의 성장에 따라 처음으로 넷플릭스 서비스가 시작된 것임

- 출시 초기 넷플릭스에 대한 전망은 부정적인 견해가 다수였음. 우선 폴란드는 주요 방송사를 중심으로 OTT 서비스가 출시되면서 가입자를 확보하고 있었으며, 넷플릭스 콘텐츠 중 폴란드어 자막이 제공되거나 폴란드 이용자들을 위한 오리지널 콘텐츠가 없었기 때문
  - 때문에 출시 초기 33만 명 수준이던 넷플릭스 PC 홈페이지 방문자 수는 한 달 무료 기간 이후 73,000명 수준까지 급격하게 하락하는 모습을 보였음. 그러나 2016년 말 다시 38만 5,000명 수준까지 회복하는 모습을 보임
  - 넷플릭스 출시 초기 폴란드어 자막을 제공하는 콘텐츠가 많지 않았으며, 킬러 콘텐츠로 평가되던 <하우스 오브 카드(House of Card)>는 폴란드 VOD 서비스 NC+에 독점 계약 형태로 이미 제공해 넷플릭스에서 서비스할 수 없었음

**그림** 넷플릭스 폴란드 홈페이지 방문자 수 추이



Source: gemiusAudience Jan-Apr 2016, Gemius/PBI study May-Dec 2016



출처: Gemius, Netflix first year in Poland, 2017. 2. 20

- 또한 폴란드 VOD 플랫폼 시장의 상황 또한 넷플릭스에게 우호적이지 않은 것으로 평가됨. 폴란드의 경우 대부분의 VOD 서비스가 유료방송과 경쟁이 아닌 보완적인 관계이며, 사업자 입장에서는 부가서비스로 인식됨. 그러나 넷플릭스는 방송사와 VOD 플랫폼 모두의 경쟁자가 될 수밖에 없기 때문임<sup>43</sup>

- 그러나 넷플릭스는 2016년 하반기부터 영화와 드라마를 중심으로 폴란드어 더빙이나

43) Broadband Tv News, Polish VOD usage: the stats, 2017. 7. 21

표		폴란드어 서비스를 시작한 대표적인 넷플릭스 콘텐츠들	[단위: 백만 달러]
형태	프로그램명	장르	
더빙, 자막	House of Cards	드라마	
	Orange is the New Black	드라마	
	Stranger Things	드라마	
	Narcos	드라마	
	Daredevil	드라마	
	Jessica Jones	드라마	
	The Get Down	드라마	
	Making a Murderer	드라마	
	Winter on Fire	드라마	
	Chef's Table	다큐멘터리	
	The Do-Over	영화	
	Ridiculous 6	영화	
폴란드 콘텐츠	Katarzyna Piasecka and Rafał Pacześ: Seriously Funny	스탠딩코미디	
	Mariusz Kałamaga	스탠딩코미디	
	Karol Kopiec	스탠딩코미디	
	Wiolka Walaszczyk: Hilarious Trio	스탠딩코미디	
	Karol Modzelewski and Łukasz „Lotek” Lodkowski: No Offense	스탠딩코미디	
	Poklosie	영화	
	Ile Wazy Kon Tronjanski?	영화	

출처: Netflix Media center, Netflix is Now Truly Polish, 2016. 9. 20

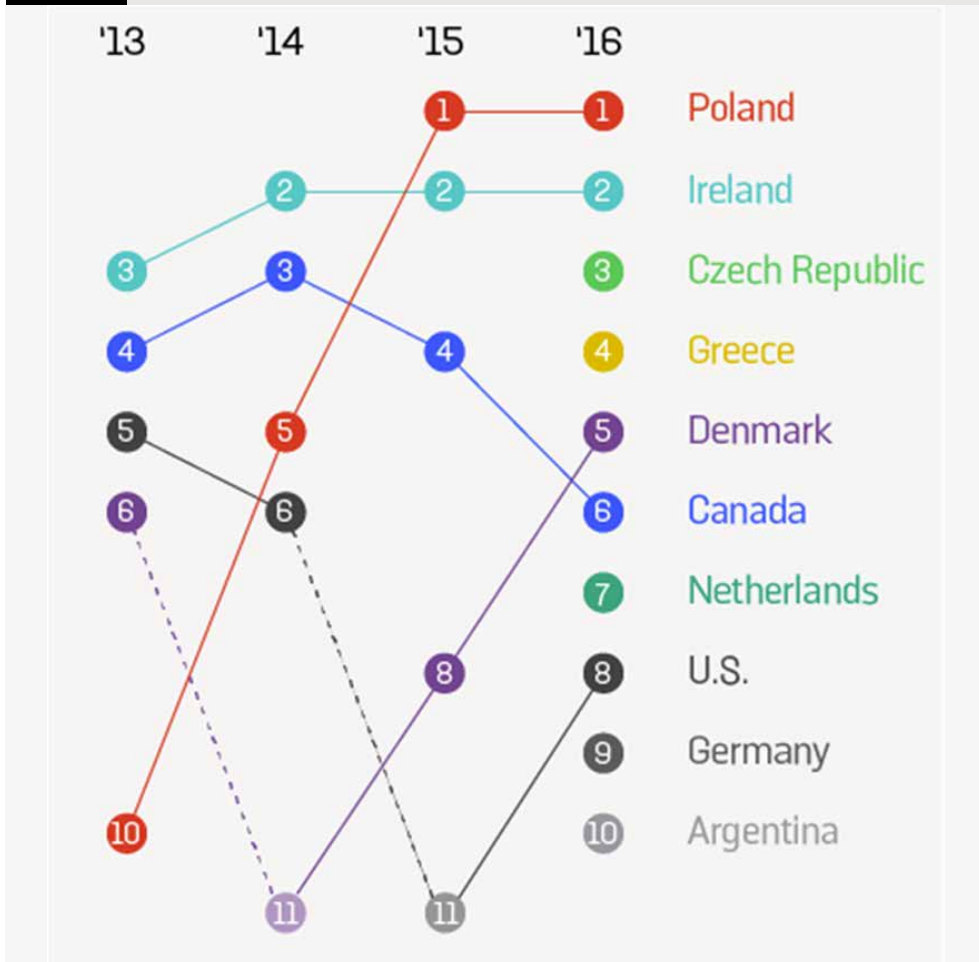
자막 서비스를 강화하고, 영화를 중심으로 폴란드 콘텐츠를 본격적으로 공급하기 시작하면서 다시 이용자들의 관심을 끄는데 성공함. 또한 오는 2019년까지 폴란드 오리지널 콘텐츠 제작 계획도 발표하면서 기존 전략을 유지하는 것으로 나타남

- 2016년 9월 폴란드 T-Mobile과 파트너십을 맺으면서 T-Mobile 이용자들에게 보다 쉽게 접근할 수 있는 길이 열린 부분도 이용자 확대에 주요한 원인이 된 것으로 평가됨<sup>44</sup>. 특히 T-Mobile이 폴란드뿐만 아니라 유럽 30개국에서 서비스 된다는 점을 감안하면, 파트너십을 통해 보다 적극적으로 유럽 시장을 진출하고자 하는 넷플릭스의 전략을 볼 수 있음

44) European Communications, Netflix touches down in Poland with T-Mobile, 2016. 9. 20

- 특히 주목 받았던 콘텐츠는 넷플릭스가 영어 드라마 제작을 발표한 폴란드 작가 Andrzej Sapkowski 의 판타지 소설 <위쳐(Witcher)>임. PC 게임으로도 제작되어 전세계적인 히트를 기록한 소설을 넷플릭스가 2017년 5월 영어 TV 시리즈 제작을 발표하면서 폴란드에서도 큰 관심을 가짐
- 그러나 폴란드 넷플릭스의 반등에 가장 큰 영향을 미친 것은 넷플릭스 오리지널 드라마 임. 폴란드의 경우 영화가 가장 선호되는 것으로 알려져 있으나, 넷플릭스의 경우 현지화를 마친 오리지널 드라마들의 인기가 큰 영향을 미침
- 실제로 NC+와의 라이선스 기간이 종료된 이후 넷플릭스가 자체 제작 드라마 <하우스 오브 카드> 서비스를 시작하면서 인기를 끌기 시작했음. 특히 폴란드의 경우 미국이나 캐나다 보다 훨씬 더 높은 관심을 보인 바 있음

**그림** 국가별 구글 검색 기준 <하우스 오브 카드>에 대한 관심



출처: Vocativ, Poland Is More Obsessed With House Of Cards Than You Are, 2016. 3. 3

- 광고, 마케팅 부문에서 넷플릭스는 기존 사업자들과 다른 행보를 보이고 있음. 기존 사업자들이 자사 채널이나 파트너시를 맺고 있는 방송사를 통한 광고에 초점을 맞추는 반면 넷플릭스는 페이스북과 유튜브에 집중함
  - 넷플릭스는 폴란드 진출 이후 기존 폴란드 방송 등의 채널을 통해 광고나 영상을 홍보하기 보다 SNS와 글로벌 영상 플랫폼을 주로 활용하는 방식을 택함.
  - 2017년 5월 기준 넷플릭스 광고는 3월부터 2달 동안 페이스북에서 6,250만 뷰를 기록했으며, 유튜브에서는 1,740만 뷰를 기록함. 이는 다른 VOD 플랫폼과 비교했을 때 4~5배 가량 많은 수치임
  - 이에 대해 넷플릭스를 주로 시청하는 시청자들의 연령층에 큰 영향을 미친 것으로 평가됨. 실제 20-40세의 이용자들이 넷플릭스의 가장 큰 고객이며 이들의 미디어 시청 행태가 전통적인 실시간 TV 보다 VOD를 선호하며, 인터넷을 통해 정보를 찾는 경향이 강하기 때문
- 넷플릭스의 독점 콘텐츠와 오리지널 콘텐츠에 힘입어 폴란드 시장에서 반등하는데 성공했으나 폴란드를 향후 본격적인 동유럽 시장 진출의 교두보로 삼고자 하는 점에서는 부정적인 전망들이 제기되고 있음<sup>45</sup>
  - 폴란드의 경우 러시아를 제외하면 가장 큰 방송 시장 규모를 지니고 있으나 다른 동유럽 국가들은 시장규모가 넷플릭스의 기대만큼 크지 않음. 넷플릭스의 수익 기반이 전세계 가입자로 개별 국가의 시장규모 자체는 크게 의미가 없을지 모르나 문제는 서비스를 위한 현지화임
  - 동유럽은 상대적으로 작은 인구 규모를 지닌 국가들이 많으며, 개별 국가마다 사용하는 언어도 달라 번역, 자막 등의 현지화 작업은 필수적일 수밖에 없음. 그러나 유의미한 시장규모가 예상되지 않는 국가에 넷플릭스가 서비스를 시작할지에 대해서 의문이 제기됨
  - 또한 서유럽 국가에 비해 불법복제 문제가 상대적으로 심각하다는 점 또한 넷플릭스의 장기 전망에 부정적인 영향을 미침. 즉, 넷플릭스의 주요 이용자인 젊은 세대들이 동시에 불법복제 콘텐츠 이용에도 가장 능숙하기 때문
  - 동유럽의 각기 다른 네트워크 환경 역시 중요한 요인이 될 것으로 전망됨. 22개 국가에 75개 이상의 사업자들이 산재해 있는 동유럽 통신시장 환경에서 네트워크에 투자가 가

45) Knet365, Media+Network Market Insight: Eastern Europe, 2017. 6. 6

능한 사업자들이 많지 않음. 따라서 사업자의 편차에 따라 네트워크 환경이 달라질 수 있음을 지적

- 가격 역시 다른 폴란드 VOD 서비스에 비해 높다는 부분 역시 중요한 문제로 평가할 수 있음

표 주요 VOD 서비스 이용 요금		[단위: 백만 달러]
서비스	가격	비고
Amazon Prime Video	2.99유로/월(첫 6개월) 5.99유로/월	
HBO GO	가입한 디지털TV 패키지에 따라 다음	
lpla.pl	패키지 별 4.9~19.9즈워티	
Netflix	34즈워티/월(1개 계정, SD) 43즈워티/월(2개 계정, HD) 52즈워티/월(4개 계정, UHD)	
Player.pl	패키지 별 9.99~19.99즈워티	
Showmax	19.99 즈워티/월(14일 무료)	
VOD.pl	개별 구매 콘텐츠 가격에 따라 다음	
VOD.TVP.pl	5즈워티(계좌이체), 6.15즈워티(모바일 결제)	콘텐츠 개별 구매 가격

출처: bankier.pl, Telewizja w internecie. Ile kosztują usługi VOD?, 2017. 4. 10

#### 4. 넷플릭스의 성과와 폴란드 기업들의 VOD 전략

##### (1) 부정적 전망에도 불구하고 성과를 보이는 넷플릭스

- 넷플릭스의 동유럽 진출에 대해 향후 부정적인 전망들이 존재하기는 하지만 적어도 폴란드 시장에서 넷플릭스는 명확한 성과를 보이고 있음. 이에 따라 기존 VOD 서비스 플랫폼들도 다양한 방식을 통해 서비스를 강화하고 이용자 유치를 위해 노력하고 있음

- 조사업체 Gemius 발표에 따르면 2017년 5월 기준 폴란드 주요 VOD 플랫폼 PC 홈페이지의 이용자 수, 페이지뷰, 평균 이용 시간을 2016년 5월과 비교해 살펴보면 거의 모든 VOD 플랫폼에서 이용자와 페이지 뷰가 감소한 것으로 나타났으나 유일하게 넷플릭스만 모두 성장하고 있는 것으로 나타났음

- 다른 폴란드 플랫폼 PC 홈페이지 이용자와 페이지뷰 하락은 콘텐츠 계약기간 종료, 스마트폰과 태블릿, 스마트TV를 이용한 접속 증가 등이 주요 원인으로 분석됨.

- Gemius의 데이터는 PC 홈페이지 트래픽을 기준으로 하고 있으며, 넷플릭스의 경우 출시한지 얼마 되지 않았으나 다른 플랫폼의 경우 서비스 기간이 상대적으로 길기 때문에 PC 홈페이지 데이터만으로 폴란드 VOD 시장의 현황을 그대로 반영하기 어려움

표 주요 VOD 플랫폼의 이용자와 페이지 뷰(PC 홈페이지 기준)						
서비스	2016년 5월			2017년 5월		
	이용자 수	페이지뷰	평균 시간	이용자 수	페이지뷰	평균 시간
vod.pl	3,558,037	15,369,789	0:36:47	2,989,711	12,449,603	0:42:19
player.pl	2,614,289	47,218,742	5:38:48	2,176,939	33,556,097	5:20:35
wp.tv	2,014,151	7,239,297	0:12:34	1,467,618	3,713,247	0:07:15
vod.tvp.pl	1,513,306	14,584,278	3:24:06	1,405,855	18,386,457	3:39:52
ipla.tv	1,595,164	787,055	0:05:29	742,857	12,436,679	0:11:07
netflix.com	120,728	787,055	0:05:29	742,857	12,436,679	0:11:07
hbogo.pl	413,279	1,762,754	0:04:58	214,104	1,248,191	0:05:09

출처: Wirtualnemedi, Serwisy VoD: Netflix mocno w górę, VoD.TVP.pl przed Ipla.tv., w dół Player.pl, Wp.tv i ShowMax, 2017. 7. 10

- 그러나 출시 기간과 주 이용 매체 등의 요소들을 반영하더라도 넷플릭스의 빠른 성장은 폴란드 시장에서 유의미한 성과를 보이고 있는 것으로 해석할 수 있음. 특히 <하우스 오브 브 카드>로 대표되는 오리지널 드라마와 영화의 현지화, 폴란드 콘텐츠 추가 등이 주요한 영향을 미친 것으로 판단됨

- 폴란드는 VOD 서비스 시기가 상대적으로 늦어 미국이나 일부 유럽 국가처럼 넷플릭스의 출시가 전체 VOD 시장 자체를 흔드는 큰 파급력을 미치고 있는 것은 아니나 넷플릭스의 성과를 기존 VOD 플랫폼과 새로 폴란드 시장에 뛰어들고 있는 신규 플랫폼들이 주목하고 있으며, 이에 따라 폴란드 VOD 시장에서의 생존을 위해 다양한 방식으로 이용자 확보 시도

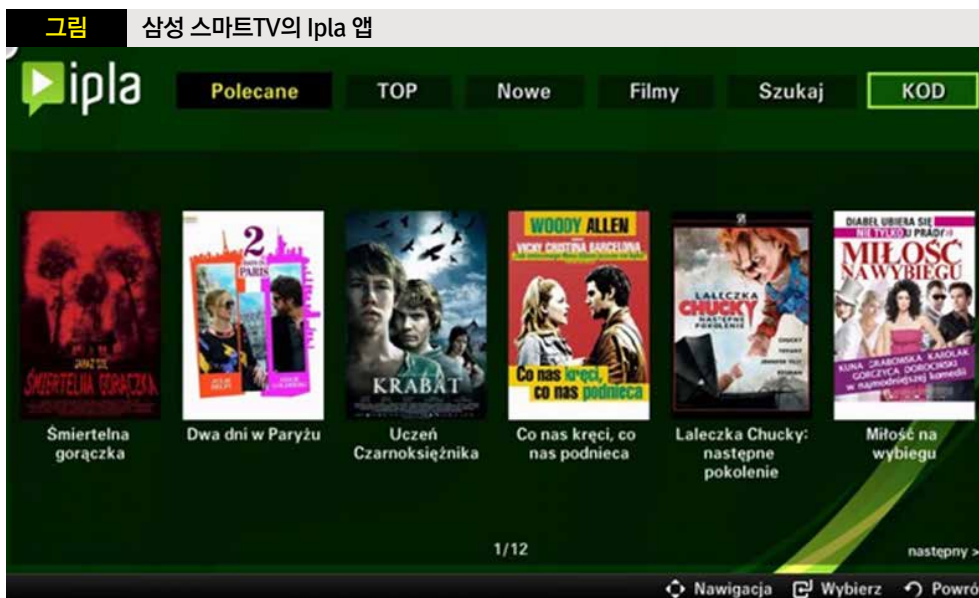
## (2) 주요 VOD 기업들의 대응

- 넷플릭스가 폴란드 시장 진출 이후 시장을 지배하고 있는 것은 아니나 유의미한 성장을 통한 파급력을 보이고 있으며, 오리지널 콘텐츠의 인기 또한 높아 여전히 주목 받고 있으며, 기존 로컬 VOD 플랫폼 역시 지속적인 이용자 확보를 위해 다양한 방법을 시도하고 있음

### 1) 플랫폼 확장

플랫폼 확장은 가장 기본적인 방식으로 VOD 서비스가 가능한 플랫폼을 지속적으로 확장해 나가는 방법이다. 다양한 플랫폼에서 서비스를 제공하면 이용자 유치에도 유리하지만 개별 플랫폼에서 일정 규모 이상의 가입자 규모가 갖추어지면 수익의 지속성에도 도움이 될 수 있음

- 현재 대부분의 폴란드 VOD의 경우 PC, 스마트폰, 태블릿PC에서 모두 활용 가능하다. 이 외에 콘솔 게임기가 네트워크에 연결됨에 따라 콘솔에서 VOD 서비스를 제공하는 사례가 증가하고 있음
- 특히 최근 가장 많이 찾아볼 수 있는 사례는 스마트TV에서 앱을 통해 VOD 서비스를 제공하는 방식으로 폴란드 VOD 플랫폼들은 스마트 TV 제조사와의 파트너십을 통해 스마트TV에 자사 VOD 앱을 기본 설치하는 방법을 사용하고 있음
- 대표적으로 쇼맥스가 2017년 2월 삼성과 파트너십을 통해 삼성 스마트 TV에 자사 VOD 플랫폼을 기본 앱으로 제공하고 있으며, ipla 역시 삼성, 필립스, LG, 소니, 파나소닉, 도시바 등 다양한 스마트 TV 제조사를 통해 자사 서비스 제공
- 그러나 서비스 초기 플랫폼 확장은 이용자 확보를 위해 중요하지만 시간이 지날수록 다른 서비스들도 동일 한 플랫폼을 활용할 가능성이 높기 때문에 더 이상 확장 가능한 플랫폼이 한계적인 상황이 걸림돌로 작용



출처: Ipla 홈페이지(<https://www.ipla.tv>)

## 2) 콘텐츠 수급

콘텐츠 수급은 VOD 서비스의 가장 기본이자 가장 중요한 전략임. 넷플릭스의 성공이 알고리즘에 의한 추천 시스템과 독점 콘텐츠 전략으로 압축되는 것처럼 콘텐츠는 플랫폼이 이용자를 확보하기 위한 가장 중요한 수단임

- 넷플릭스가 거둔 폴란드에서의 성과는 넷플릭스에서만 볼 수 있는 콘텐츠의 힘이라고 평가할 수 있음. 때문에 경쟁이 치열해지는 폴란드 VOD 시장에서 주요 폴란드 VOD 플랫폼 역시 파트너십, 독점 계약, 자체제작 등의 방식을 통해 콘텐츠를 확보하고자 함
- 넷플릭스처럼 폴란드 콘텐츠를 자체 제작하는 플랫폼은 대표적으로 player.pl과 쇼맥스가 있음. Player.pl은 미국 리얼리티쇼의 라이선스를 통해 폴란드 버전을 다수 제작해 자사 플랫폼에서 제공하고 있으며, 쇼맥스는 폴란드 드라마 감독을 캐스팅해 폴란드 드라마 제작을 발표한바 있음<sup>46</sup>
- Polsat이 운영하는 ipla는 2016년 파트너십을 통해 네셔널 지오그래픽(National Geographic), 필름박스 액션(Filmbox Action), 디즈니 채널(Disney Channel) 등 80여개 채널을 VOD 플랫폼에 추가 했으며, 2017년 7월 다수의 BBC 채널을 추가한바 있음<sup>47</sup>
- 또한 폴란드 통신사 ‘플레이어(Player)’가 운영하는 OTT 서비스 플레이 나우(Play Now)는 일레븐 스포츠(Eleven Sports)와의 제휴를 통해 프리미어 리그(Premier League), 라리가(La Liga), NFL 등 인기 스포츠 콘텐츠를 서비스 하기로 했음
- 넷플릭스 역시 2016년 폴란드, 루마니아, 헝가리 등 동유럽 국가 진출한 UPC 케이블과 비독점 콘텐츠 공급 계약<sup>48</sup>을 통해 동유럽 진출을 고려한 콘텐츠 확보

## 3) 번들링

번들링은 주로 통신사와의 파트너십을 통해 해당 통신사의 가입자에게 VOD 서비스를 무료로 제공하거나 제로 레이팅(Zero Rating)을 적용하는 등 혜택을 주는 방식을 뜻함

- TV가 아닌 모바일 디바이스를 통해 VOD를 이용할 때 데이터 요금이 가장 부담이 된다

46) Money.pl, Showmax wyprodukuje światowej klasy polskie seriale. Pirat to źle obsłużony klient- mówi money.pl Grzegorz Esz z zarządu Showmax, 2017. 5. 4

47) Broadband TV News, Eleven Sports widens reach in Poland, 2017. 6. 1

48) DigitalTVNews, Russia to extend its SVOD lead in Eastern Europe, 2016. 11. 30

는 점을 감안하면 번들링은 통신사 가입자들을 VOD로 끌어올 수 있는 주요한 방법 중 하나임

TIP!



제로 레이팅(Zero Rating)은 특정 콘텐츠에 대한 데이터 비용을 면제하거나 할인해주는 것으로 음악, 동영상 서비스에 적용되는 것이 대표적인 사례. 최근 국내 통신사가 ‘포켓몬고’ 제작사 나이안틱(Niantic)과 제휴를 통해 제로 레이팅 도입 계획을 밝힌 바 있음. 망을 통하는 트래픽에 대한 차별을 금지하는 망중립성(Net Neutrality) 원칙에 위배될 수 있다는 점에서 논란이 될 수도 있음

- 대부분 번들링을 통해 VOD 서비스를 무료로 제공하는 방식을 취하고 있으며, 제로 레이팅의 경우 별도의 통신사 요금제를 통해 적용하고 있음
- 대표적으로 2017년 ‘쇼맥스’는 1,400만 가입자를 보유해 통신시장의 26%를 점유하고 있는 폴란드 통신사 ‘플레이’와 파트너십 체결. 파트너십을 통해 모든 ‘플레이’ 가입자들은 ‘쇼맥스’ 서비스 무료로 이용 가능<sup>49</sup>
- 이보다 빠른 2014년 TVN은 T-Mobile과 파트너십을 통해 자사 VOD 서비스를 무료로 제공한바 있으며, 특히 넷플릭스는 T-Mobile과 파트너십을 통해 넷플릭스 요금이 통신 요금에 포함되도록 하였으며, 프로모션을 통해 1년 무료 이용권을 제공하기도 하였음

## 5. VOD 시장의 경쟁 심화와 폴란드 진출 시사점

- 폴란드 VOD 시장은 시간이 지날수록 경쟁이 치열해지고 있는 시장임. 폴란드 중요 방송사와 통신사뿐 아니라 글로벌 서비스들도 폴란드 시장에 진출하면서 지속적으로 이용자 확보를 위해 경쟁하고 있음. 향후 VOD를 통해 영상 콘텐츠를 이용하는 소비자가 지속적으로 증가할 것으로 전망되면서 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예상됨
- 2010년대 이후 폴란드 영상 콘텐츠 시장은 실시간 방송에서 VOD 시장 중심으로 점차 재편되기 시작했음. 특히 PC뿐 아니라 모바일 미디어를 통한 콘텐츠 소비가 증가하면서 VOD 플랫폼의 중요성은 증가하고 있음

49) DigitalTVNews, Showmax strikes deal with Play in Poland, 2017. 5. 16

- 이러한 추세에 발맞추어 방송과 통신 영역의 사업자들은 시청자들의 콘텐츠 소비 행태에 대응할 수 있도록 VOD 플랫폼을 지속적으로 확충하고 있으며, 개별 방송사 프로그램의 ‘다시 보기’ 서비스를 넘어 독자적인 콘텐츠를 확보해 월 정액제로 서비스하는 SOVD 시장이 급속도로 팽창하고 있음
- 이러한 상황에서 인기 있는 킬러 콘텐츠를 통해 현지화를 시도하고 있는 넷플릭스의 폴란드 시장 진출은 폴란드 VOD 시장에 중요한 파급력을 미치고 있음
  - 넷플릭스 플랫폼 자체가 현재 폴란드 시장을 완전히 지배하거나 주도하고 있지는 않으나 넷플릭스가 보여주고 있는 성과는 기존 사업자들이 사업 전략과 대응책을 마련하는데 있어 중요한 계기로 작용했음
  - 이는 영상 콘텐츠 시장이 전반적으로 가입자 기반의 플랫폼 중심으로 서서히 재편되는 과정을 반영하고 있는 중요한 지표가 될 수 있음
  - 그러나 가입자가 지속적으로 증가하고 있으나 VOD 서비스의 낮은 이용료와 영화 중심으로 온라인 콘텐츠 소비 행태는 폴란드 사업자들에게 추가적인 수익 창출을 위한 노력을 강제하고 있음
  - 때문에 현재 경쟁이 치열해지고 있는 폴란드 VOD 시장에서 향후 인수합병 등의 시장 재편이 일어날 것이라는 전망 역시 존재함
- 따라서 디지털 플랫폼을 통한 콘텐츠 소비와 폴란드 이용자들의 미디어 시청 행태를 파악하고, 전략적으로 폴란드 시장 진출을 위한 채널의 다양화를 고려할 필요가 있음
  - 폴란드의 인기 방송 프로그램은 대부분 폴란드나 미국 드라마가 차지하고 있으며, 예능 프로그램의 경우 미국 라이선스 프로그램이 많은 인기를 얻은 바 있음
  - 특히 온라인 플랫폼의 경우 영화가 중요한 콘텐츠로 인식되는 만큼 홀드백 기간 등 제도적인 측면 역시 고려할 필요
  - 한국 프로그램의 경우 드라마나 예능 포맷을 중심으로 진출한 바 있으나 인지도가 높다고 할 수는 없음. 폴란드 이용자들의 TV 시청시간이 여전히 높기는 하나 인지도 등을 극복하기 위해 포맷 중심의 진출이나 온라인 플랫폼으로의 우회진출 역시 주요한 방안으로 고려될 수 있을 것임

C r e a t e

Chapter

4

폴란드  
한류 동향



v e  
!

## 폴란드 한류 동향

- 코트라와 한국문화산업교류재단이 발표한 2015년 한류의 경제적 효과에 관한 연구' 보고서에 의하면, 폴란드의 한류는 브라질, 중국, 일본 등의 주류 국가 대열에 들어서지는 못했으나 러시아, 스웨덴, 호주와 같은 확산 단계에 돌입한 것으로 나타남
  - 폴란드에서 인지도를 보이는 한류를 장르별로 살펴보면 영화, 음악 등이 널리 알려진 편이며 출판, 애니메이션 등은 아직까지 큰 결과를 나타내고 있지는 못함
  - 영화의 경우 김기덕 감독의 그물, 연상호 감독의 부산행이 2017년 개봉되어 현지인들로부터 호평을 받은 바 있음
  - 음악은 대중적 인지도가 높고 약 35,000여 명의 팬이 소비하는 문화로 자리 잡음. K-POP 문화의 확산으로 폴란드 라디오 방송사는 K-POP 프로그램을 별도 편성하였음
  - 출판의 경우 노벨 문학상, 프랑스 문학상 공쿠르상과 함께 3대 문학 상인 맨부커상을 수상한 한국 편해영 작가의 '재와 빨강'이 그라니차(Granice.pl)의 설문과 평론가들의 평가에서 우수한 최초의 한국 소설이 됨에 따라 출판 한류 움직임도 나타날 것으로 예상됨

### 폴란드 국영 라디오 방송국의 K-POP 전문 프로그램 '테라즈 케이팝(Teraz Kpop)'

- 한국 K-POP이 폴란드 젊은이들 사이에서 많은 인기를 얻게 됨에 따라, 폴란드 국영 라디오 방송국 '폴스키에 라디오(Polskie Radio)'가 2015년 10월 22일 K-POP 전문 프로그램을 개설하고 한국의 인기가요를 소개하고 있음
  - K-POP을 소개하는 폴란드 라디오 방송의 프로그램 '테라즈 케이팝(Teraz Kpop)'은 매주 목요일 저녁 5시 5분부터 약 1시간 동안 K-POP 인기 곡을 소개함



출처: Polskieradio.pl

- 한국의 빅스, 블락비, 보이프렌드, 인피니트 등의 폴란드 콘서트가 연이어 성공함에 따라 K-POP 인기가 상승하면서, 한국 음악에 관심을 보이는 팬들이 대폭 늘어나 폴란드 라디오 방송이 한국 음악을 알리는 프로그램을 공식 편성하게 되었음
- 해당 프로그램은 한국의 인기곡 소개 외에도 한국어 배우기, 아이돌 퀴즈 등을 자체 프로그램으로 편성하였고, 한국의 크리스마스 문화나 드라마 O.S.T, 예능 프로그램 등도 소개함
- 테레즈 케이팝 라디오 방송 프로그램은 방송인 티스키비츠 클라우디아(Tyszkiewicz Klaudia)가 진행하며, 2017년 7월 14일 방송에서는 샤이니, 레드벨벳 등 K-POP 스타의 최신 음악이 송출되었음
- 약 1시간의 라디오 방송 프로그램에는 레드벨벳, 방탄소년단, 세븐틴, 빅스 등의 음악이 소개되었음
- 매주 1회 방송되는 테레즈 케이팝은 폴란드 라디오 방송 홈페이지를 통해서 청취할 수 있음<sup>50</sup>



출처 : [www.polskieradio.pl/10/4930](http://www.polskieradio.pl/10/4930)

50) PolskieRadio pl, Czworka: Teraz Kpop!, 2017.7.20

### 한류 관련 다양한 행사가 개최되고 있는 폴란드



- 한국 문화원과 한국 대사관 주최로 2017년 6월 폴란드 바르샤바 아그리콜라 공원에서 ‘코리아 페스티벌’의 다채로운 행사가 성황리에 개최됨
  - 올해로 6회를 맞이한 ‘코리아 페스티벌’에는 약 1만 5,000여명의 인파가 집결해 문화 체험, 한국기업 홍보 행사가 진행됨
  - 문화 체험 부스에는 노래방, K-POP 아이돌 기념품 코너가 개설되어 많은 인파가 몰려 한국 음악에 많은 관심을 나타냄
  - 도서 관련 부스도 설치되어 한강의 <채식주의자>, 편혜영의 <재와 빨강>, 공지영의 <우리들의 행복한 시간>, 황석영의 <잡초>, 이승우의 <식물들의 사생활> 등이 소개되며 많은 관심을 받았음<sup>51)</sup>



출처: 폴란드 한국문화원

표 7, 8월 이후 한류 행사 개최 정보		[단위: 백만 달러]
행사명	포스터	정보
케이팝 월드 페스티벌 2017		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 폴란드 바르샤바 한국문화원 주최로 ‘케이팝 월드 페스티벌’이 2017년 8월 2일 폴란드 바르샤바에서 개최</li> <li>• 본 행사는 두개의 섹션으로 운영되며 케이팝 댄스 및 노래 경연 섹션과 전문 DJ가 참여하는 K-POP 나이트로 구성되어 개최됨</li> </ul>

51) 한국문화산업교류재단, <코리아 페스티벌> 바르샤바에서 성황리에 열려, 2017.6.16

<p>케이 콘텐츠 엑스포: 센트럴 유러피언 2017</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 8월 11일 폴란드 바르샤바에 위치한 홀 아레나(Warsaw Hall Arena)에서 'K-Content 엑스포: 센트럴 유러피언 2017'이 개최</li> <li>· 이번 엑스포 행사에는 TV 프로그램 및 애니메이션, 게임 및 가상 현실 VR 등이 소개될 예정이며, K-POP 가수 박재정, 틴탑, 에이핑크, 24K, 에디김, 박션 등 6개 k-Pop 뮤지션도 참가함</li> </ul>
<p>드럭 레스토랑 유러피언 투어 2017</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가수 정준영이 소속되어있는 밴드 드럭 레스토랑은 2017년 유럽 투어 공연의 일환으로 9월 9일 폴란드 바르샤바를 방문할 예정임</li> <li>· 콘서트 개최지는 폴란드 바르샤바의 프로그레자(Progresja) 라이브 콘서트 홀에서 9월 9일 오후 6시부터 9시까지 개최됨 *</li> </ul>

### CG 애니메이션 '레인보우 루비', 2017년 1분기 자체 방송 시청률 2위 기록

- 한국 CJ E&M이 글로벌 라이선스를 확보한 CG 애니메이션 '레인보우 루비'가 폴란드 방송 애니메이션 시장에 진출해 높은 시청률을 기록한 것으로 나타남
  - '레인보우 루비'는 한국의 38°C 애니메이션 스튜디오, CJ E&M, 중국의 차이나 엔터테인먼트공사(中娛文化股份有限公司)가 공동으로 캐나다의 DHX Media에서 제작한 애니메이션임
  - 2017년 1분기 폴란드 방송 애니메이션 시장에 진출한 '레인보우 루비'는 폴란드 애니메이션 방송 채널 미니미니+(MiniMini+)를 통해서 방송되었으며, 자체 방송 시청률 2위를 기록함<sup>52</sup>



출처: miminiplus.pl

52) 네이버 뉴스, 드라마·팝 넘어 K스타일로 가자, 2017.4.20

- ‘레인보우 루비는 현재 인터넷을 통해서 다시보기 서비스가 제공되고 있으며, 본 방송이 송출된 2017년 7월 20일에는 총 3편의 레인보우 루비가 방송되었음<sup>53</sup>
- ‘한편, 국내에는 2017년 4월부터 투니버스와 애니맥스 등의 텔레비전 채널을 통해 방송 송출 되었으며, 대만, 필리핀, 인도네시아, 캐나다, 아일랜드 등 약 10여 개 국가에도 라이선스 프로그램이 판매됨<sup>54</sup>

**그림** ‘레인보우 루비’ 2017년 7월 20일 방송 편성표



출처 : miminiplus.pl

### 폴란드 ‘그라니차’, 편해영 작가의 ‘재와 빨강’을 2016년 올해의 도서로 선정

- 출판 분야는 폴란드 현지에 많은 인지도를 쌓지 못했으나 2016년 맨부커상을 수상한 편해영 작가의 ‘재와 빨강’을 계기로 한국 문학작품이 널리 알려지게 되었음
  - ‘재와 빨강’은 영국 맨부커상을 수상한 한국의 편해영 작가의 작품으로 폴란드 문학 전문 온라인 커뮤니티인 그라니차는 ‘재와빨강’을 2016년 올해의 도서로 선정함
  - 한국인의 소설이 폴란드 그라니차 성인 도서 부문에서 최우수 도서로 선정된 사례는 그간 존재 하지 않았으며, 이번 ‘재와빨강’이 첫 작품으로 기록됨
  - 또한 그라니차는 ‘재와 빨강’에 대한 평가를 ‘카뮈’와 ‘카프카’를 연상시킨다고 극찬하였음<sup>55</sup>

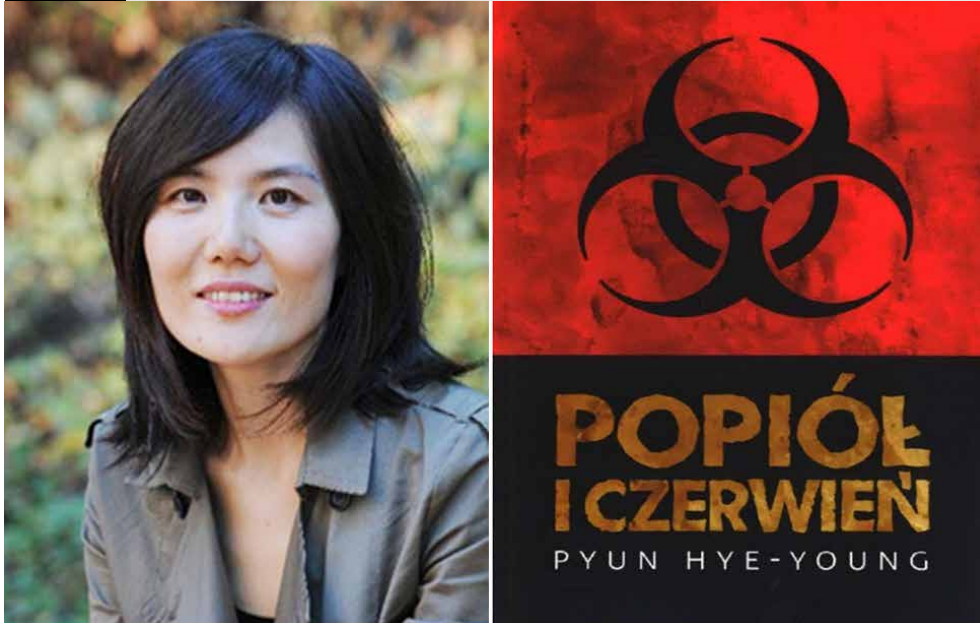
53) MiniMini+, Tecaowa Rubinka, 2017.7.20

54) Animation Magazine, ‘Rainbow Ruby’ Snags Spectrum of Broadcast Partners, 2017.1.10

55) 중앙일보, Korean literature finds global interest : As number of novels win prizes and find audiences, translation demand grows, 2017.3.13

- 폴란드는 1905년부터 4명의 노벨문학상 수상자를 배출할 만큼 동유럽 국가 중 문학적인 수준이 높기로 유명해 폴란드 문학계의 급진적인 인정은 출판 한류에도 큰 영향을 미칠 것으로 전망됨<sup>56</sup>

**그림** 편해영 작가(좌), 폴란드에서 출판된 '재와 빨강' 표지



출처: 조선일보, 이데일리

TIP!



**알버트 카뮈(Albert Camus, 1913-60):** 프랑스 태생의 피에 누아르 작가이자 저널리스트, 철학자로 '이방인', '시지프의 신화'로 사상가로서의 인정을 받았으며, 극작가로서는 해방 후 '오해'와 '칼리굴라'로 성공을 얻었음

**프란츠 카프카(Franz Kafka, 1883-1924):** 오스트리아-헝가리 제국의 유대계 소설가로 '변신', '심판', '성', '실종자', '유형지에서', '시골의사', '시골에서의 결혼 준비' 등을 남김. 카프카의 작품은 대부분 사후 발표되어 현대 문학사에 이름을 남기게 되었음

56) 이데일리, 한국문학 '한강' 후광효과 서서히 빛난다, 2017.3.6

Chapter

5

주요 기업  
동향



1. 게임 - CI Games	97
2. 게임 - CD Rprojekt Red	102
3. 방송 - Polsat	106
4. 폴란드 콘텐츠 기업 목록	111

---

## 게임 | 1. CI 게임즈(Ci Games)

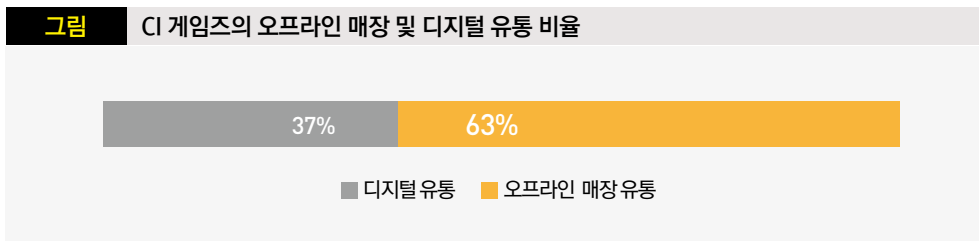


**표** 게임 개발 및 유통사 CI 게임즈(Ci Games)의 개요

기업명	CI 게임즈(Ci Games S.A.)		
대표자	마렉 티민스키(Marek Tyminsky)	설립년도	2002년
본사주소	CI Games, Pulawska 182, 02-670 Warszawa		
대표전화	+48 22 718 35 00	이메일	info@cigames.com
홈페이지	<a href="http://cigames.com/">http://cigames.com/</a>		
고용인원	251-500명	상장여부	상장사
업종	콘솔, PC 게임 개발 및 유통		
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2002년 레몬 인터랙티브(Lemon Interactive) 설립</li> <li>· 2006년 콘텐츠 지원 스튜디오 카토비아츠(Katowice)에 설립</li> <li>· 2007년 게임 개발 및 유통사 시티 인터랙티브(City Interactive)와 합병</li> <li>· 2008년 프레시 치킨 스튜디오(Fresh Chicken Studio) 인수</li> <li>· 2009년 크로니클 오브 미스터리(Chronicles of Mystery) 출시</li> <li>· 2010년 비드고슈치에 개발자 스튜디오 설립</li> <li>· 2013년 CI 게임즈로 사명 변경</li> <li>· 2017년 스나이퍼: 고스트워리어 3(Sniper: Ghost Warrior 3) 출시</li> </ul>		
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CI 게임즈는 폴란드를 대표하는 콘솔, PC 게임 개발사임</li> <li>· 2000년 초반 부터 본격적인 게임을 개발하여 2017년 까지 약 100종의 게임을 출시함</li> <li>· 주요 게임 타이틀로는 &lt;아트 오브 머더(Art of Murder)&gt;, &lt;스나이퍼: 고스트워리어 3(Sniper: Ghost Warrior 3)&gt;, &lt;배틀 스트라이크(Battle Strike)&gt;등이 있음</li> <li>· 최근 출시한 &lt;스나이퍼" 고스트워리어 3&gt;의 매출 부진으로 신규 게임의 출시와 매출 확대를 위해 많은 노력을 기울이고 있음</li> </ul>		

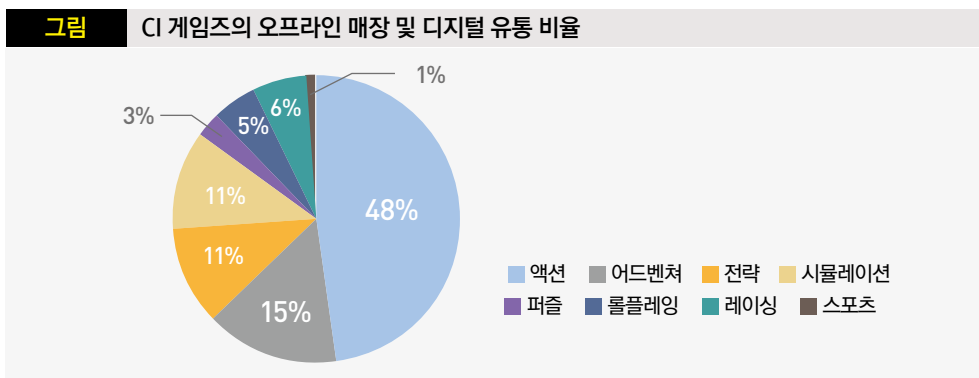
출처: CI 게임즈 홈페이지

- CI 게임즈는 오프라인 매장 뿐만 아니라 디지털 방식을 이용한 온라인으로 게임을 유통하고 있음. 아직까지는 오프라인 매장을 통해서 유통되는 비율이 높게 나타남
  - CI 게임즈가 2017년 상반기 전체 유통 물량은 70만 개로 이중 63%는 폴란드, 미국, 프랑스, 영국, 독일 등의 오프라인 매장을 통해서 유통됨
  - 플레이스테이션 네트워크, 엑스박스 라이브 및 PC 온라인 플랫폼으로 유통되는 비율은 37% 수준을 기록함<sup>57</sup>



출처: Bankier.pl

- CI 게임즈의 전체 출시 타이틀을 살펴보면 출시된 게임 106 종 중 액션 장르 게임이 가장 높은 출시 비율을 기록함
  - 2000년 초반 부터 게임을 개발하기 시작한 CI 게임즈는 2017년 7월 까지 106종에 달하는 게임 타이틀을 출시함
  - 장르별로는 액션 장르 게임이 48%로 가장 많은 출시 비중을 보이고 있으며 스포츠 게임 출시 비율은 가장 낮음
  - 기타 인기 장르로는 어드벤처, 전략, 시뮬레이션이 포함 37%의 출시 비율을 기록함<sup>58</sup>



출처: Bankier.pl

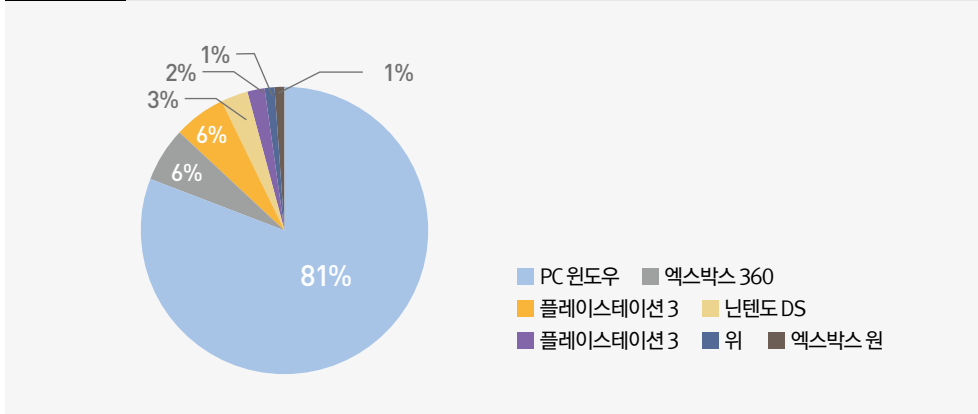
57) DigitalTVNews, Showmax strikes deal with Play in Poland, 2017. 5. 16

58) DigitalTVNews, Showmax strikes deal with Play in Poland, 2017. 5. 16

표	CI 게임즈 출시 최대 흥행 작품 <span style="float: right;">[단위: 백만 달러]</span>	
구분	그림	타이틀
액션		<p>〈스나이퍼: 고스트 워리어 2(Sniper: Ghost Warrior 2)〉</p>
		<p>〈에너미 프론트(Enemy Front)〉</p>
어드벤처		<p>〈아트 오브 머더: 데들리 시크릿(Art of Murder: Deadly Secrets)〉</p>
전략		<p>〈올스타 스트립 포커: 걸즈 앳 워크(All Star Strip Poker: Girls at Work)〉</p>
시뮬레이션		<p>〈윙즈 오브 아너: 배틀 오브 더 레드 바론(Wings of Honour: Battles of the Red Baron)〉</p>
퍼즐		<p>〈크로니클즈 오브 미스테리: 커즈 오브 더 앤션트 템플(Chronicles of Mystery: Curse of the Ancient Temple)〉</p>

- 지원 플랫폼별로는 PC 윈도우 게임의 출시가 다수 였으나 최근 4년 사이 콘솔 게임 타이틀의 출시가 대폭 증가한 것으로 나타남
- CI 게임즈가 출시한 게임을 지원 플랫폼별로 구분하면 PC 윈도우 시스템에서 구동되는 게임의 출시 비율이 81%로 가장 높았음
- 콘솔을 지원하는 게임 타이틀은 19% 수준 이지만 최근에는 5년 사이 출시된 게임은 총 32종중 절반인 16종이 엑스박스 360, 플레이스테이션 3 등으로 출시되었으며 콘솔용 게임 출시 비중이 확대됨<sup>59</sup>

**그림** 지원 플랫폼별 출시 게임 비중



출처 : mobygames.com

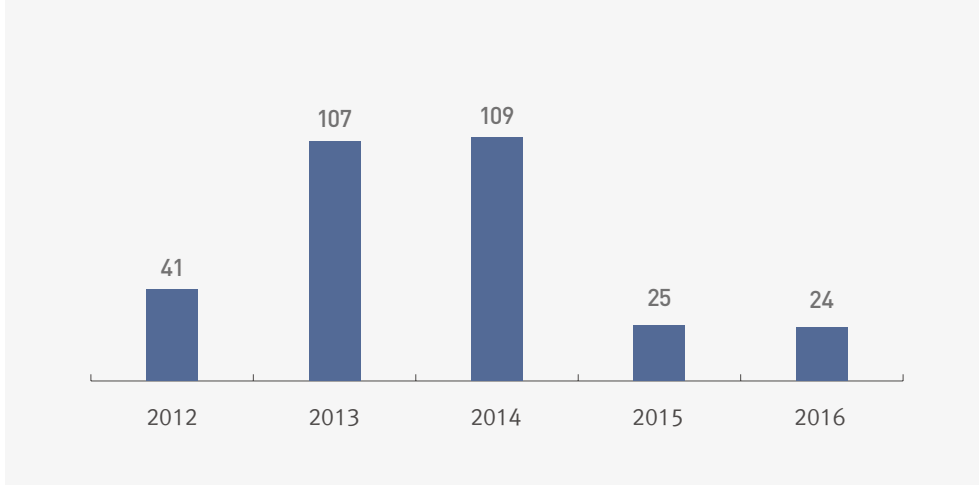
- 기스(Bad Piggies)와 속편 <스나이퍼 고스트 워리어 3(Sniper: Ghost Warrior 3)>의 흥행 부진으로 급격한 매출 하락을 기록함
- 2013년 출시된 <스나이퍼 고스트 워리어 2(Sniper: Ghost Warrior 2)>는 플레이스테이션 3, 엑스박스 360, 윈도우 플랫폼으로 출시되어 높은 흥행을 기록함
  - 2014년에는 <에너미 프론트(Enemy Front)>가 플레이스테이션3&4, 엑스박스 원 및 360으로 출시되어 대박 흥행을 기록했음
  - 그러나 2015년에는 게임 타이틀의 출시가 부재한 상황에서 이후 2017년 출시된 후속 타이틀이 흥행에 실패하며 급격한 매출하락을 기록하게됨<sup>60</sup>
- 2017년 출시된 스나이퍼 고스트 워리어 3의 흥행 실패를 두고 CI 게임즈는 높은 흥행

59) Mobygames.com, CI Games S.A., 2017

60) Mobygames.com, CI Games S.A., 2017

**그림** CI 게임즈의 매출 변화 2012-2016

[단위: 백만 달러]



출처: Morningstar.com

을 기록했던 전작 IP에 의존하려했던 점과 트리플A 게임을 쫓는 경영 전략이 매출 하락이라는 결과를 가져왔음을 인정하는 공식 기사를 발표함

- 속편의 실패 원인으로는 <스나이퍼 고스트 워리어 3>는 전작의 높은 흥행 덕분에 속편을 기대하는 게이머들이 다수였음에도 부족한 콘텐츠와 저품질 그래픽 수준으로 팬들의 기대심리에 부응하지 못했기 때문임
- 또한 게임 밸런스를 무너뜨리는 패치를 단행한것도 이용자를 급감시키는 문제로 나타났다<sup>61</sup>
- 게임의 작품성보다는 트리플A 게임처럼 과도한 마케팅 비용을 투입하고 전작의 흥행성에 기대어 마케팅을 진행했던 점도 실패의 원인이었음<sup>62</sup>
- 때문에 CI 게임즈는 <스나이퍼 고스트 워리어 3>의 실패를 교훈삼아 2017년 6월 27일 CI 게임의 발전을 위한 2017-2019 전략을 발표하였음
- 이번 전략 발표에서 CI 게임즈는 트리플A 게임을 제작보다는 유지 가능한 제작 예산, 마케팅, 고품질로 정형화된 잠재성 높은 소규모 프로젝트에 집중할 것을 언급함
- 또한 오프라인을 통해서 판매되는 유통 모델을 유지하되 디지털 유통 분야를 보다 극대화할 것으로 나타남

61) Bankier.pl, "Sniper 3" to nauczka. 2017.6.6

62) Gamesindustry.biz, CI Games admits "big mistake" in chasing AAA with Sniper Ghost Warrior 3, 2017.6.27

- 최근 2015년 이후 출시한 PC 윈도우 게임이 흥행참패를 기록한 경험을 통해서 콘솔게임인 플레이스테이션4, 엑스박스 원 등의 제작 프로젝트 확대하고 기존의 인기 게임 IP를 이용한 모바일 플랫폼용 게임을 2017년 3분기부터 출시하기로 결정함<sup>63</sup>

63) Bankier.pl, The adoption of the development strategy of the Group CI Games for the years 2017-2019, 2017.6.27

## 게임 | 2. CD 프로젝트 레드(CD PROJEKT RED)

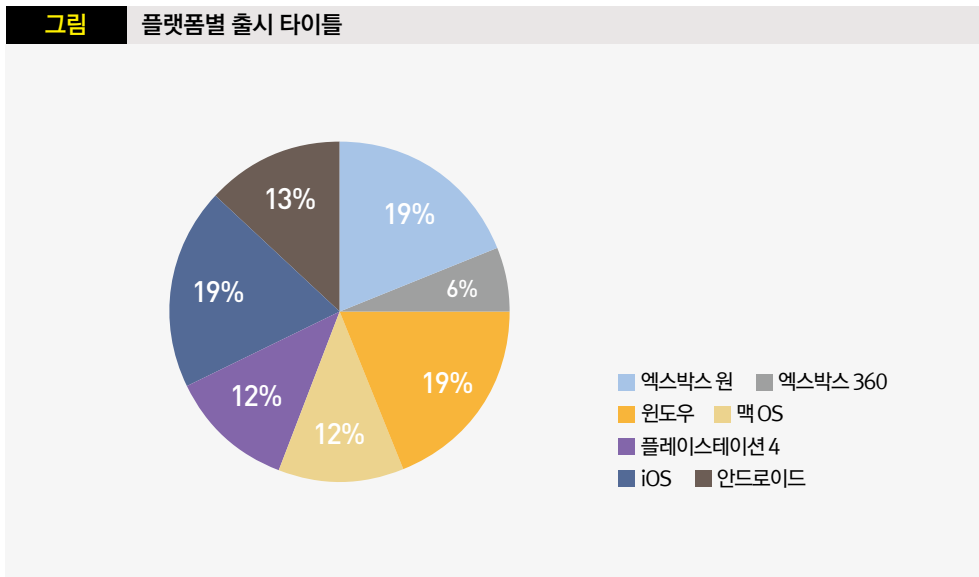


표		게임 개발 및 유통사 CD 프로젝트 레드(CD PROJEKT RED)의 개요	
기업명	CD 프로젝트 레드(CD PROJEKT RED)		
대표자		설립년도	2002년
본사주소	CD PROJEKT S.A. ul. Jagiellonska 74 03-301 Warszawa		
대표전화		이메일	biz@cdprojektred.com
홈페이지	<a href="http://en.cdprojektred.com/">http://en.cdprojektred.com/</a>		
고용인원		상장여부	상장사
업종	콘솔, PC 게임 개발 및 유통		
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2007년 소설 원작 게임인 더 워쳐 시리즈 출시</li> <li>· 2011년 &lt;더 워쳐 2: 왕들의 암살자&gt; PC 버전 출시</li> <li>· 2013년 폴란드 크라쿠프 지역에 신규 스튜디오 개설</li> <li>· 2015년 &lt;더 워쳐 3: 와일드 헌트&gt; 출시</li> <li>· 2016년 &lt;더 워쳐 3: 와일드 헌트&gt; GJA, GDC, TGA에서 '올해의 게임'으로 선정, 기타 800여개 상 수상</li> <li>· 2017년 &lt;사이버펑크 2077&gt; 출시 예정</li> </ul>		
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1994년 폴란드 게임 배급사로 설립되었으나 2002년 설립한 게임 개발 부분 확대에 합병하게 되면서 게임 제작과 유통 채널 모두를 확보하게 됨</li> <li>· 안제이 사프코프스키(Andrzej Sapkowski)의 판타지 소설 &lt;더 워쳐&gt; 시리즈를 2007년 게임으로 출시하여 세계적으로 높은 평가를 받고 초 대박 흥행을 기록함</li> <li>· 주요 출시 작품으로는 더 워쳐 1, 2, 3, &lt;퀀트&gt;(워쳐 카드게임) 등이 있음</li> </ul>		

출처: CD 프로젝트 RED

- CD 프로젝트 레드(CD PROJEKT RED, 이하 CDPR) 출시 게임은 대부분 RPG 장르이며 플랫폼 별로는 PC 윈도우와 플레이스테이션 타이틀을 가장 많이 출시함
  - 플랫폼별로 살펴보면 PC 윈도우와 플레이스테이션4 타이틀을 가장 많이 출시한 것으로 나타남
  - 콘솔과 PC 윈도우 게임을 주력 출시했으나 최근에는 워쳐 게임 시리즈 내부의 또다른 카드 게임인 퀘트가 많은 인기를 얻게 됨에 따라 모바일 플랫폼을 통해서 플레이 가능한 워쳐 배틀아레나를 2014년 출시함
  - 출시된 게임을 장르별로 구분해보면 퀘트 1종을 제외하고 모두 RPG 게임임

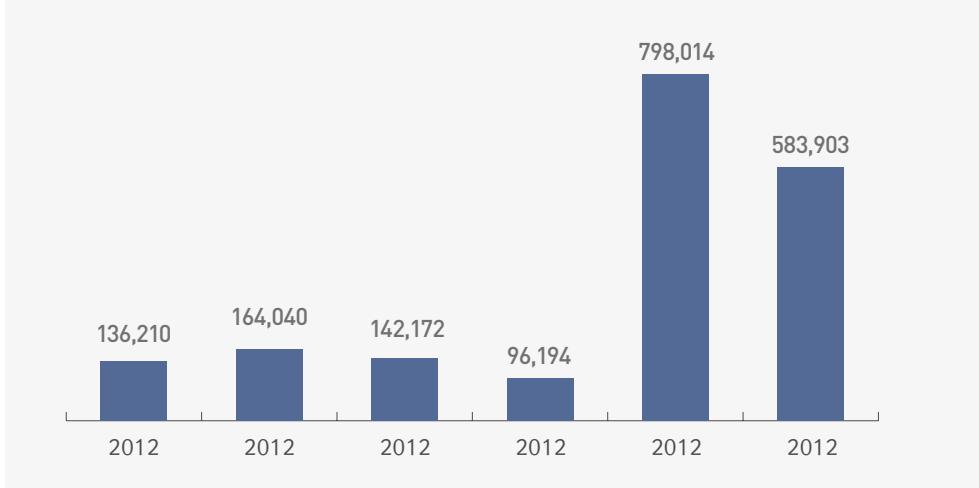
**그림** 플랫폼별 출시 타이틀



출처: CD 프로젝트 RED

- 탄탄한 스토리, 치밀한 구성, 방대한 세계관을 바탕으로 제작된 워쳐 시리즈는 속편을 출시할 때마다 매출이 급증하는 모습을 보였음
  - CDPR은 2011년 <더 워쳐 2>를 PC 윈도우 버전으로 출시하여 1억 3,621만 즈위티의 매출을 달성했으며 2012년에는 엑스박스 360 버전으로 출시해 매출이 전년 대비 20.4% 증가함
  - 2015년 더 워쳐 시리즈의 3번째 버전을 출시하여 7억 9,801만 즈위티의 매출을 달성해 2014년 대비 829% 증가한 매출을 달성함

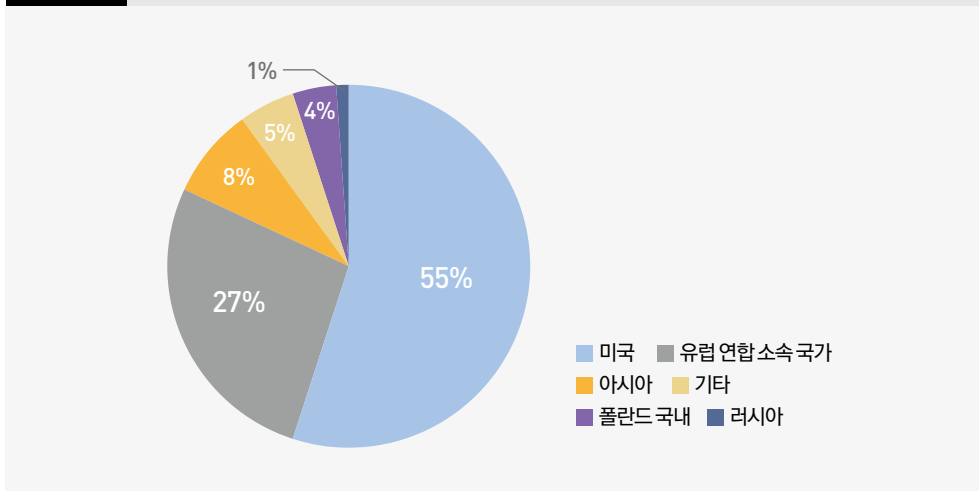
**그림** CDPR 매출 변화 (단위 천 즈위티)



출처: CD 프로젝트 RED

- CDPR의 매출은 국내 매출보다 해외 매출 비중이 더욱 높은 편이며 국가별로는 미국이 가장 높은 비중을 차지한 것으로 나타남
  - CDPR의 수익 대부분은 해외에서 발생하고 있으며 2016년의 경우 95.47%가 해외에서 발생함
  - 국가별로는 미국에서 55%, 유럽 연합 소속 국가에서 27%의 매출이 발생하였음

**그림** 2016년 매출 발생 국가 및 점유율



출처: CDPR Annual Report

- CDPR의 게임 유통 형태를 온/오프라인으로 나눠 살펴보면 패키지 게임을 유통하는 CD 프로젝트와 온라인 디지털 유통 플랫폼인 GOG.com으로 구분 가능함
  - 오프라인 유통사인 CD 프로젝트는 폴란드 자국내에 게임을 배급하고 현지화하는 회사이며 게임 뿐 아니라 영상물, 최근에는 전자책까지 다양한 엔터테인먼트 미디어를 배급하고 있음
  - 현재도 동유럽에서 가장 큰 규모의 PC 게임 배급사 중 하나로 <발더스 게이트>, <네버윈터 나이트>, <매스 이펙트> 등 글로벌 인기 롤플레이팅 게임을 현지화해 발매하였음
  - 온라인 디지털 유통 플랫폼인 GOG.com은 자사 개발인기 게임인 워쳐 시리즈 와 레트로 게임 등을 유통하고 있으며 최근에는 영화까지 사업 영역을 확대하였음
  - 오프라인과 온라인과 유통 비율은 2017년 1분기 매출 기준으로 70 : 30을 기록함
- 자사 소유 온라인 디지털 유통 플랫폼인 GOG.com은 DRM Free, 무료 DLC 제공 등 여타 디지털 유통사와 차별화된 전략을 취해 소비자에게 접근하고 있음
  - 일반적으로 게임 유통사는 불법 복제를 막기위한 수단으로 DRM(Digital Rights Management)을 포함시켜 온라인으로 게임을 판매하고 있지만 자사 게임은 공식적으로 DRM FREE 정책을 따름
  - 다운로드 가능한 콘텐츠(DLC)의 경우 유비소프트나 오리진처럼 유료로 구매해야만 이 추가 콘텐츠를 즐길 수 있는 경우가 다수지만 GOG.com 유통 게임은 무료로 상당 부분 이용할 수 있는 정책을 취하고 있음
  - 스팀, 오리진, 유플레이 등은 게임 출시 후 일정 기간이 지나면 대폭 할인된 가격을 적용해 매출을 상승 시키는 프로모션 전략을 취하지만 GOG.com은 가격 할인을 극도로 제한하는 정책을 유지하고 있어 장기간 게임 구매자의 만족도를 높이고 있는 것도 특징임

## 방송 | 3. 폴자츠(Polsat)

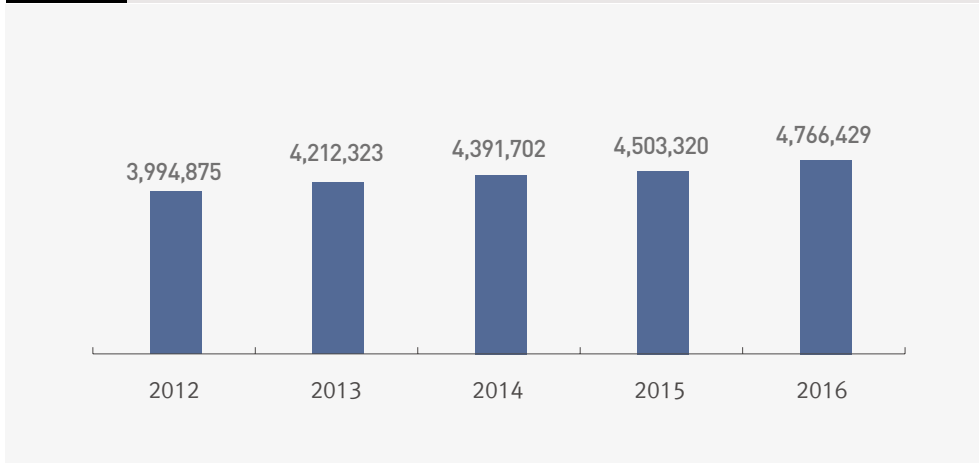


표 방송사 폴자츠(Polsat)의 개요			
기업명	폴자츠(Polsat)		
대표자	마렉 카푸크리시키(Marek Kapuściński)	설립년도	1992년
본사주소	Cyfrowy Polsat S.A. Łubinowa 4a 03-878 Warszawa		
대표전화	(+48-22) 356 66 00	이메일	repcja@cyfrowypolsat.pl
홈페이지	<a href="http://www.grupapolsat.pl/en">http://www.grupapolsat.pl/en</a>		
고용인원	500인 이상	상장여부	상장사
업종	방송 프로그램 제작 및 채널 서비스		
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1996년 방송사 설립</li> <li>· 2001년 디지털 위성 유료 방송 플랫폼 사업 진출</li> <li>· 2007년 자체 셋톱박스 출시, 가입자 210만명 확보</li> <li>· 2009년 HDTV 방송 송출 시작, VoD 홈 무비 대여 서비스 시작</li> <li>· 2012년 폴란드 온라인 비디오 서비스 기업 IPLA 인수</li> <li>· 2013년 지상파 아날로그 방송 송출 중단</li> <li>· 2016년 폴자츠 Go 서비스 출시</li> <li>· 2017년 슈퍼 폴자츠 채널 출시, 스마트돔 서비스 출시</li> </ul>		
기업 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 폴자츠는 디지털 지상파 방송, 케이블 네트워크, 디지털 위성 플랫폼 등의 방송을 서비스 중임</li> <li>· 유료 방송 서비스는 폴란드 현지에서 가장 큰 규모를 보이고 있으며 자사 위성 플랫폼을 통해 디지털 TV 서비스를 무료로 제공함</li> <li>· 70여개에 이르는 고품질 채널을 서비스 중하고 사이프롭피 폴자츠 고(Cyfrowy Polsat GO), PPV, VOD 등의 OTT 서비스도 제공함</li> <li>· 최근에는 폴란드 온라인 비디오 시장의 선두 주자인 IPLA를 통해서 온라인 비디오 서비스를 제공함</li> </ul>		

출처: 폴자츠 홈페이지

- 폴자츠는 폴란드 Top3 방송사 중 하나이며 유료방송 부문은 폴란드 현지 시장 점유율 1위를 기록함
  - 폴자츠의 폴란드 현지 유료방송 시장 점유율은 2016년 기준 31.8%를 기록해 가장 큰 규모의 시장 점유율을 확보함
  - 유료 방송 채널은 20개에 이르며 장르별로는 엔터테인먼트, 스포츠, 뉴스, 음악, 라이프 스타일, 영화 및 어린이 채널도 서비스됨
  - 유료방송 가입 가구는 2012년 이래로 꾸준히 증가해 2016년 12월 기준 476만 가구를 확보한 것으로 나타남<sup>64</sup>

**그림** 유료 방송 가입 가구 (2012-2016)



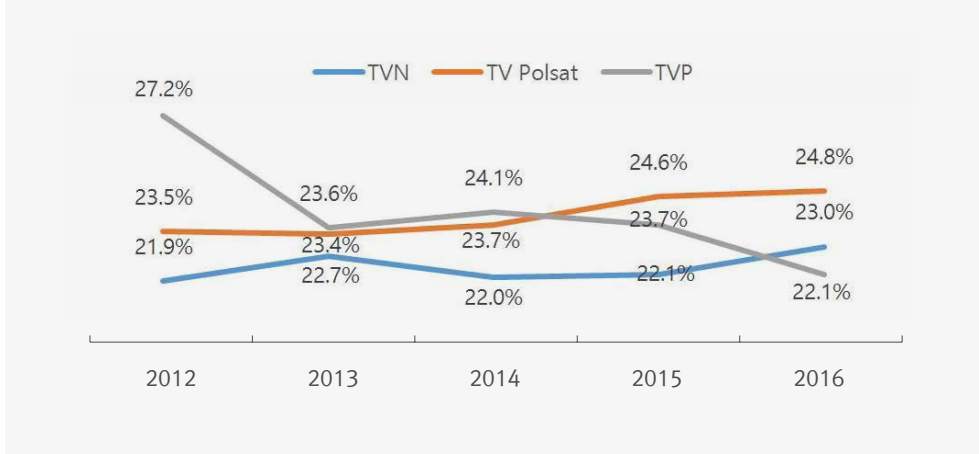
출처: 폴자츠, Equity story 2016 results

- 폴자츠의 연 평균 방송 시청률은 최근 2년 사이 유/무료 방송 채널 포트폴리오 확대하면서 제1위 사업자로 올라섬
  - 폴자츠의 연간 평균 시청률은 2014년 까지만 하더라도 TVP에 이어 2위를 기록했음
  - 2015년 이후 유료방송 포트폴리오 확대와 무료 방송 채널의 이용자 증가로 폴란드 현지 1위 방송 시청률을 기록함
  - 폴자츠의 2016년 평균 방송 시청률은 메인 채널이 13.2%, 기타 채널이 11.6%이며 도합 24.8%의 시청률을 기록한 것으로 나타남<sup>65</sup>

64) Grupapolat.pl, about us, 2016

65) Grupapolat.pl, investor relations result centre, 2016

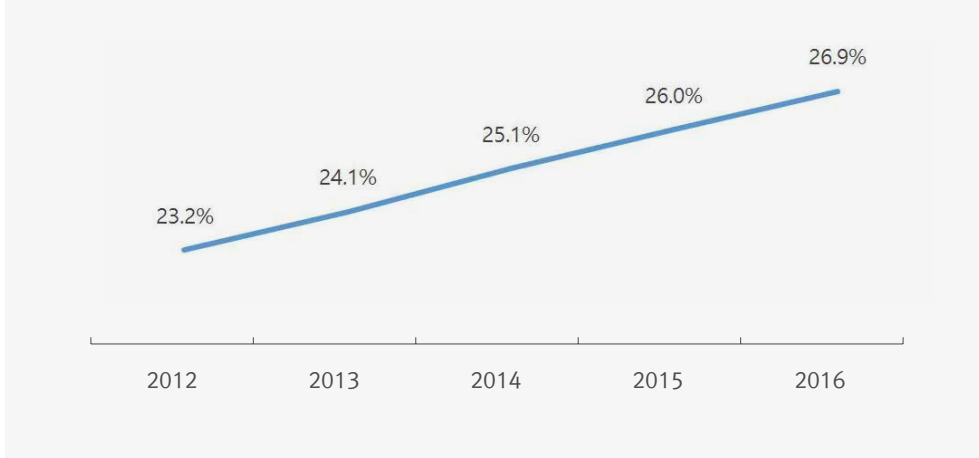
**그림** 폴사츠의 연 평균 시청률 (2012-2016)



출처: 폴사츠, Equity story 2016 results

- 유료방송 가입 가구 수 증가와 방송 시청률 증가로 전체 방송 광고 시장에서 폴사츠의 방송 광고 시장 점유율은 5년 연속 증가한 것으로 나타남
  - 폴사츠 방송 광고 시장 점유율은 2012년 23.2% 였으나 2016년에는 이보다 3.7%p 상승한 26.9%를 기록함<sup>66</sup>

**그림** 폴사츠 방송 광고 시장 점유율 (2012-2016)







출처: 폴사츠, Equity story 2016 results

- 폴사츠의 폴란드 유료 방송 시장 점유율 확대할 수 있었던 요인으로는 60여개의 유료 방송을 포함한 170개에 이르는 방송채널 제공과 모바일 서비스 확대가 크게 작용함

66) Grupapolat.pl, investor relations result centre, 2016

- 폴사츠가 제공하는 방송 채널은 일반방송, 스포츠, 영화, 라이프 스타일, 교육, 음악, 뉴스 및 정보, 아동방송 등을 서비스 중임
- 송출 형태별로는 VOD / PPV, 온라인 TV, 캐치 TV 및 멀티룸 HD 등을 제공해 구독자의 요구에 맞는 서비스를 제공해옴
- 유료 방송 프로그램 패키지 외에도 셋톱 박스를 이용자라면 폴란드의 핫버드 (Hotbird) 위성을 통해 500여 개의 무료 방송과 라디오 채널을 이용할 수 있음
- 그리고 2012년 6월 부터는 DVB-T 표준의 모바일 TV 서비스를 제공하기 시작함에 따라 모바일 장치에서 실시간 방송 수신이 가능함
- 폴사츠가 제공하는 주요 방송 채널은 무료 4개, 유료 20개로 구성됨<sup>67</sup>

표 CI 게임즈 출시 최대 흥행 작품				[단위: 백만 달러]
무료 방송 채널	그림	편성물	전송 방식	시청률 (2017년 1분기 평균)
폴사츠(Polsat)		영화, 해외 방송 시리즈	DTT/케이블/위성	12.73%
수퍼 폴사츠 (Super Polsat)		드라마, 영화, 다큐, 요리, 음악	DTT/케이블/위성	0.77%
TV4		영화, 시리즈 및 지능형 엔터테인먼트	DTT/케이블/위성	9.37%
TV6		드라마 시리즈, 애니메이션 영화, 드라마, 리얼리티 쇼 및 TV 퀴즈 쇼	DTT/케이블/위성	1.69%

출처: 폴사츠 홈페이지

67) Grupapolat.pl, about us, 2016



출처: 폴자트 홈페이지

#### 4. 폴란드 콘텐츠 기업 목록

장르	기업명	CEO	URL	E-mail	전화	사업분야	
게임	11bit Studio	Grzegorz Miechowski	<a href="http://www.11bitstudios.com/">http://www.11bitstudios.com/</a>	info@11bitstudios.com	+48 22 250 29 10	제작	
	CD Projekt	Adam Kiciński	<a href="https://www.cdprojekt.com/en/">https://www.cdprojekt.com/en/</a>	biz@cdprojektred.com	+48 22 519 69 00	제작, 유통	
	Ci Games	Marek Tymiński	<a href="http://cigames.com/en/">http://cigames.com/en/</a>	info@cigames.com	+48 22 718 35 00	제작, 유통	
	Teyon	Michał Tatka	<a href="http://www.teyon.com/">http://www.teyon.com/</a>	support@teyon.com	+48 12 415 87 97	제작, 유통	
	The Farm 51	Wojciech Pazdur	<a href="http://www.thefarm51.com/eng/">http://www.thefarm51.com/eng/</a>	info@thefarm51.com	+48 32 279 03 80	제작	
	iDreams	Tomasz Kostrzewski	<a href="http://www.idreams.pl/ko/">http://www.idreams.pl/ko/</a>	support@idreams.pl		게임 제작	
	People can fly	Sebastian Kamil	<a href="http://peoplecanfly.com/">http://peoplecanfly.com/</a>	office@peoplecanfly.com	+48 22 887 34 30	제작	
	Reality pump	Miroslaw Dymek	<a href="http://www.realitypump.com/en/company.html">http://www.realitypump.com/en/ company.html</a>	office@realitypump.com	+49 721 91510 0	제작	
	Techland	Paweł Marchewka	<a href="http://techland.pl/">http://techland.pl/</a>	pomoc@techland.pl	+48 71 341 76 95	제작, 유통	
	Topware	Alexandra Constandache	<a href="http://www.topware.com/us/index.html">http://www.topware.com/us/index.html</a>	info@topware.de	+49 721 91 510 555	제작, 유통	
	LK avalon	Miroslaw Liminowicz	<a href="http://lkavalon.com/new/english.html">http://lkavalon.com/new/english.html</a>	ml@lkavalon.com	+48 17 856 9912	제작, 유통	
	음악	Gorgo Music	Łukasz Bartoszak	gorgo.com.pl	lukaszbartoszak@gorgo.com.pl	+48 5 02 40 04 22	제작, 유통
		Jazzboy Records	Biljana Bakic	jazzboy.pl	JAZZBOY@VP.PL	+48 22 616 06 71	제작, 유통
Metal Mind Production		Mariola Dziubińska	<a href="http://www.metalmind.com.pl/">http://www.metalmind.com.pl/</a>	office1@metalmind.com.pl	+48 32 205 25 00	제작, 유통	
Sonic			<a href="http://www.sonicrecords.pl/">http://www.sonicrecords.pl/</a>	sonic@sonicrecords.pl	+48 22 833 37 82	음반 제작, 유통	
Step Records		Paweł Krok	<a href="http://www.steprecords.pl/">http://www.steprecords.pl/</a>	kontakt@steprecords.pl		음반 제작, 유통	
MyMusic		Remigiusz Łupicki	<a href="http://my-music.pl/">http://my-music.pl/</a>	kontakt@my-music.pl	+48 61 810 35 39	제작, 유통	
미스틱 프로덕션 (Mystic Production)		바바라 미쿠라(Barbara Mikula)	<a href="https://www.mystic.pl/">https://www.mystic.pl/</a>	tony.duckworth@mystic.pl	(+)48 22 251 07 03	음반제작, 콘서트 개최, 유통	
Prosto	Wojciech Sosnowski	<a href="https://www.prosto.pl/">https://www.prosto.pl/</a>	prosto@prosto.pl	+48 22 839 11 35	음반 제작, 유통, 의류 판매		
Polskie Radio	Jacek Sobala	<a href="http://www.polskieradio.com/">http://www.polskieradio.com/</a>	sekretariat.iar@polskieradio	+48 22 645 99 30	라디오 방송		

애니	Anima Pol	Jadwiga Wendorff	<a href="http://www.animapol.pl/">http://www.animapol.pl/</a>	info@animapol.pl	+48 42 661 97 05	제작
	Studio Filmow Rysunkowych		<a href="http://www.sfr.com.pl/sfr">http://www.sfr.com.pl/sfr</a>	sekretariat@sfr.com.pl	+48 33 812 50 56	제작
	BreakThru Films	Hugh Welchman	<a href="http://www.breakthrufilms.pl/#strona-glowna">http://www.breakthrufilms.pl/#strona-glowna</a>	office@breakthrufilms.p	+48 58 333 47 33	제작
	Human Ark	Wojtek Wawarczyk	<a href="http://www.human-ark.com/#/all/">http://www.human-ark.com/#/all/</a>	info@human-ark.com	+48 22 788 22 77	제작
	Achemiq Studio	ŁUKASZ ŚWIERCZYŃSKI	<a href="http://www.alchemiqstudio.com/">http://www.alchemiqstudio.com/</a>	office@alchemiqstudio.com	+48 665 48 22 57	제작
방송	Red Viper Films	Paul James Pearson	<a href="http://www.redviper.tv/">http://www.redviper.tv/</a>		+48 796 941 280	VFX, 영상 제작, 웹 방송 송출
	Telewizja Polska	Jacek Kurski	www.tvp.pl	pomoc@itvp.pl	+48 22 547 44 50	TV 방송, VOD 서비스
	Polsat Group	Tomasz Gillner-Gorywoda	<a href="http://www.polsat.pl/">http://www.polsat.pl/</a>	sekretariat@polsatmedia.pl	+48 22 514 40 00	TV 방송, 통신, 위성방송, 케이블TV 사업
	TVN Group (SNI)	Piotr Tyborowicz	<a href="http://www.tvn.pl">http://www.tvn.pl</a>	patronaty@tvn.pl	+48 22 856 60 60	TV 방송, VOD 서비스
	Telewizja Puls	Kenneth W. Lowe	<a href="http://www.tvpuls.pl">http://www.tvpuls.pl</a>	repcja@puls.tv.pl	+48 0 22 559 73 00	TV 방송
	ZPR Media Group	Renata Krzewska	<a href="http://www.grupazpr.pl/o-nas">http://www.grupazpr.pl/o-nas</a>	info@tvspektrum.pl	+48 22 59 05 001	TV 방송, 라디오 방송, 인터넷 사업, 신문
광고	Bomaye		<a href="http://www.bomaye.pl/">http://www.bomaye.pl/</a>	bomaye@bomaye.pl	+48 603 154 441	광고 제작
	OTO Film Studio Poland Showreel	Micahł Niemczyk	<a href="http://www.otofilm.pl/">http://www.otofilm.pl/</a>	studio@otofilm.pl	+48 22 542 86 86	제작
	Chimney		<a href="http://www.chimneygroup.com/">http://www.chimneygroup.com/</a>	warsaw@chimneygroup.com	+48 22 347 95 00	제작
	Digital 35	Marcin Kryjom	<a href="http://www.digital35.pl/">http://www.digital35.pl/</a>	biuro@digital35.pl	+48 690 009 272	제작
	Selfish 3		<a href="http://selfish3.pl/#">http://selfish3.pl/#</a>	biuro@selfish3.pl	+48 22 395 52 04	제작
	Tango Production	Andrzej Owczarek	<a href="http://www.tangoprod.com.pl/en">http://www.tangoprod.com.pl/en</a>	tango@tangoprod.com.pl	+48 22 844 83 43	제작
	Simple Frame		<a href="http://simpleframe.com/production/">http://simpleframe.com/production/</a>	studio@simpleframe.pl	+48 502 061 431	광고, 3D 애니메이션 제작
만화	Hanami		<a href="http://www.wydawnictwo.hanami.pl/indexa.php">http://www.wydawnictwo.hanami.pl/indexa.php</a>	wydawnictwo@hanami.pl	+48 603 277 785	만화 유통
출판	Halart Corporation Foundation		<a href="http://www.ha.art.pl/">http://www.ha.art.pl/</a>	korporacja@ha.art.pl	+48 12 42 22 528	출판
	Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A. (Polish Economics Publishers)	Alicja Rutkowska	pwe.com.pl	ksiegarnia@pwe.com.pl	+48 22 827 80 01	출판

	Audioteka		<a href="http://audioteka.com/en/?_w">http://audioteka.com/en/?_w</a>	hello@audioteka.com	+48 22 203 68 12	오디오북, 출판
	Agencja Wydawnicza Jerzy Mostowski	Jerzy Mostowski	<a href="http://www.awm.waw.pl">www.awm.waw.pl</a>		+48 22 720 35 99	출판
	L&L Firma Dystrybucyjno Wydawnicza Spotka Z OO		<a href="http://www.ll.com.pl">www.ll.com.pl</a>	ll@ll.com.pl	+48 58 520 35 57	출판 및 도서유통
	Siedmiorog	Stefan Michałowski	<a href="https://siedmiorog.pl/">https://siedmiorog.pl/</a>	kontakt@siedmiorog.pl	+48 71 377 2456	출판 및 도서유통
	Hokus-Pokus		<a href="http://www.hokus-pokus.pl/">http://www.hokus-pokus.pl/</a>	redakcja@hokus-pokus.pl	+48 22 613 49 56	출판 및 도서유통
캐릭터 라이선스	JCB Consumer Products	Rob Markus	<a href="http://www.jcb.com">www.jcb.com</a>	office@interhandler.pl	+48 56 28 610 20	캐릭터&라이선스 에이전시

**발행인** 강만석 (한국콘텐츠진흥원 원장 직무대행)

**발행처** 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길 35

T. 1566.1114 F. 061.900.6025

**편집위원** 김락균 (KOCCA 글로벌사업본부장)

김영덕 (KOCCA 해외사업팀장)

**발행일** 2017년 7월 31일

**기획·편집디자인**

KOCCA 해외사업진흥팀

애틀러스 리서치앤컨설팅

T. 031.708.2300 [www.arg.co.kr](http://www.arg.co.kr)

이상은, 김강석, 이상민, 유재용, 박진구

**내용문의** 이영훈 (KOCCA 해외사업진흥팀 차장)

T. 061.900.6212 E. [yhlee@kocca.kr](mailto:yhlee@kocca.kr)

**CREATE  
NEWAVE  
KOCCA**

**KoCCA**  
한국콘텐츠진흥원

9 788935 914074 03810  
ISBN 978-89-359-1407-4