

베트남 콘텐츠산업 동향

베트남 드라마 · 영화 산업의 발전 및 넷플릭스와
협업 전망



KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

베트남 콘텐츠산업 동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2024년 13호

구분(장르)	제 목	Key Word
테마리포트	1. 베트남 드라마·영화산업 발전 및 넷플릭스와 협업 전망 1. 베트남 드라마·영화산업 발전 및 넷플릭스와의 협업 현황 2. 넷플릭스와의 베트남 드라마·영화 제작 협업 전망 3. 넷플릭스와 베트남 드라마·영화 산업 간 향후 협력 투자 방향	발전 과정/협력 및 교류 현황/잠재력 및 전망/도전과제/인재 교류/오리지널 영화 제작 협력

작성 | 한국콘텐츠진흥원 베트남비즈니스센터

배포 | 2024.08.26



테마리포트

I. 베트남 드라마·영화산업 발전 및 넷플릭스와 협업 전망

목차

1. 베트남 드라마·영화산업 발전 및 넷플릭스와의 협업 현황
 - 1.1. 베트남 내 넷플릭스 발전 과정
 - 1.2. 넷플릭스를 통해 상영된 베트남 드라마·영화 개요
 - 1.3. 베트남 내 넷플릭스의 협업 및 교류 현황
2. 넷플릭스와의 베트남 드라마·영화 제작 협업 전망
 - 2.1. 베트남 드라마·영화 시장의 잠재력과 전망
 - 2.2. 넷플릭스와의 협업, 교류, 참여 시 예상되는 베트남 드라마·영화의 도전과제
3. 넷플릭스와 베트남 드라마·영화 산업 간 향후 협력 투자 방향
 - 3.1. 베트남 배경의 영화 제작 협력
 - 3.2. 타 국가 넷플릭스 오리지널 제작 프로젝트 참여를 통한 인재 교류
 - 3.3. 베트남 내 넷플릭스 오리지널 영화 제작 협력

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1. 베트남 드라마·영화산업 발전 및 넷플릭스와의 협업 현황



1. 베트남 내 넷플릭스 발전 과정

☑ 개요

- 넷플릭스는 미국의 유료 주문형 스트리밍 서비스로, 가입자는 인터넷 연결 장치를 통해 TV 프로그램 및 영화를 시청 서비스를 제공받음¹⁾. 1997년 DVD 비디오 대여 서비스로 시작된 넷플릭스는 2007년 비디오 스트리밍 모형으로 전환되었으며, 이를 통해 드라마·영화 및 리얼리티 방송, 자사 제작 콘텐츠 등 다양한 콘텐츠를 제공하고 있음. 2024년 1분기 기준 넷플릭스는 전 세계적으로 가장 많은 사용자 수를 보유한 주문형 비디오 스트리밍 서비스로, 190여개 이상의 국가에서 약 2억 6,960만 명 이상의 유료 가입자를 보유함²⁾. 넷플릭스 플랫폼은 2016년 1월, 베트남에 공식 진출하였으며,

|그림 1| 넷플릭스 로고
출처: 넷플릭스

1) 넷플릭스. 'What is Netflix?'. 출처: <https://help.netflix.com/en/node/412>

2) Variety (2024). 'Netflix Adds 9.33 Million Subscribers in Q1, Blowing Past Estimates to Reach Nearly 270 Million Total'. 출처: <https://variety.com/2024/tv/news/netflix-subscribers-2024-q1-earnings-1235975242/>

Statista 에 따르면 넷플릭스는 현재 베트남의 주문형 구독 비디오 시장(SVoD)에서 점유율 11%를 차지하여 VTV Go(10%)와 VieOn(3%)을 제치고 유튜브(37%)와 FPT Play(12%)에 뒤를 이어 3 위에 오름³⁾

연도	세부 내용
2016	베트남 진출
2019	2 월: 넷플릭스 첫 베트남 영화 ‘Jackpot’ 상영 10 월: 넷플릭스 베트남 인터페이스 및 베트남어 자막 론칭
2020	베트남 드라마·영화 판권 구매 및 유통 가속화, 2020년 6 월까지 넷플릭스에서 베트남 영화 43 편, 드라마 1 편이 상영됨 ⁴⁾
2021	2021년 11 월부터 베트남 내 안드로이드 사용자에게 무료 패키지를 제공하여, 베트남은 케냐에 이어 무료 서비스를 제공하는 두 번째 국가가 되었음
2023	2 년간 제공되었던 무료 서비스 종료, 유료 서비스로의 전환 베트남 내 법인사업자등록 신청

표 2 베트남 시장에서의 넷플릭스 역사

베트남 넷플릭스 사용자

- Decision Lab 의 베트남 인터넷 이용자 관련 조사에 따르면, 2023년 3 분기까지 베트남 인터넷 이용자의 넷플릭스 사용 비율은 29%~31%에 달했으나, 4 분기에는 26%로 소폭 감소함. 2023년 11 월부터 넷플릭스는 무료 서비스 제공을 종료하고 계정 공유를 제한하여 사용자들에게 불편이 발생함
- 베트남 시장 내 넷플릭스는 유튜브, 페이스북 및 FPT Play, VTV Go, VieON 등과 같은 현지 플랫폼들과의 치열한 경쟁에 직면함. 이는 넷플릭스에 큰 도전과제이며, 국내 스트리밍 서비스가 신규 가입자 유치를 위해 다양한 프로모션과 함께 다양한 콘텐츠와 베트남 문화에 맞는 프로그램을 제공하여 시장 점유율을 확보하는 점 또한 넷플릭스에 큰 부담을 주는 요소임. 이에 따라 넷플릭스는 서비스 품질 및 콘텐츠 개선을 통해 가입자 유치에 힘쓰고 있음. 넷플릭스는 베트남에서 7 년간 다양한 베트남 드라마, 영화를 비롯한

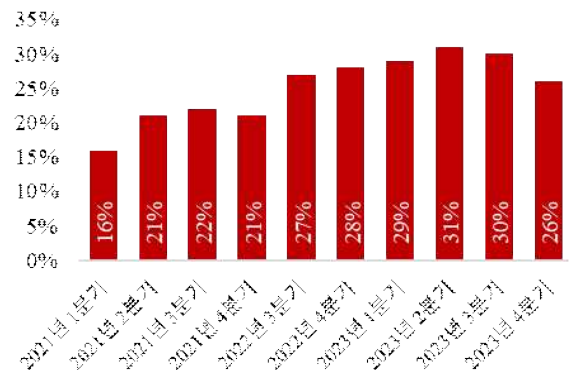


차트 1 | 2021년 1분기 ~ 2023년 4분기
베트남 내 넷플릭스 사용자

*Decision Lab 2022년 1분기 및 2분기 데이터 미공개

3) Statista (2024). 'Video-on-Demand'. 출처:

<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/vietnam#key-players>

4) 노동자 신문 (2020). '넷플릭스, 베트남 영화관을 가득 채우다'. 출처:

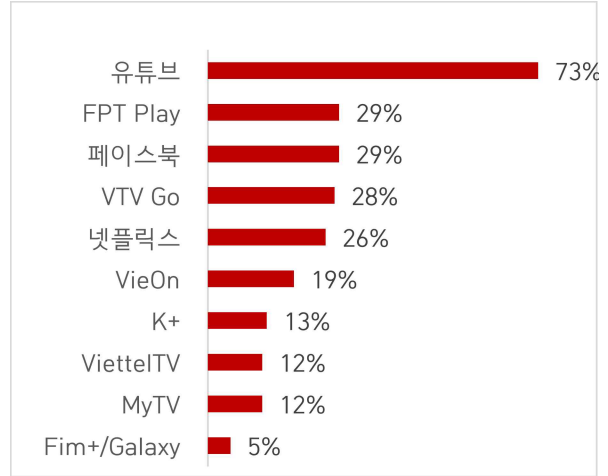
<https://nld.com.vn/van-nghe/lam-day-kho-phim-viet-tren-netflix-20200519205538554.htm>

현지 콘텐츠를 포함하여 베트남에서 인기 있는 한국 드라마, 영화, 예능프로그램도 함께 제공해 왔음. 또한, 넷플릭스는 베트남 제작사와 공동 제작한 오리지널 콘텐츠를 통해 베트남 시장 내 점유율을 확대 및 국제 시장에서의 베트남 작품 홍보를 통한 베트남 내 사용자 수의 증가를 기대함

• 넷플릭스 사용자 특성

- Decision Lab의 2023년 4분기 조사에 따르면, 넷플릭스의 주요 사용층은 Z세대(13%)로 나타났으며, Y세대(9%), X세대(5%)가 뒤를 이음⁵⁾. 이를 통해 베트남 시장에서의 다양한 연령대가 넷플릭스 스트리밍 서비스를 사용함을 알 수 있음

- 또한, 베트남 사용자들은 해외 콘텐츠와 베트남 콘텐츠 모두에 관심을 지닌 것으로 나타났으며, 넷플릭스 베트남의 인기 영화, 인기 TV 프로그램 상위 10개 작품 순위를 보면 대부분 한국 영화, 미국 영화 및 베트남 영화로 나타남⁶⁾. 사용자의 취향은 시대적으로 변화하나 전반적으로 베트남에서는 사랑과 가족애를 다룬 영화가 많은 관심을 받는 경향을 보임. 그 외, 최근에는 다큐멘터리 장르 또한 많은 인기를 얻고 있으며, 다각화, 다양화되는 시청자의 수요 충족을 위해 상업 다큐멘터리 영화·시리즈도 증가세를 보임. 대표적으로 ‘사이버지옥: N 번방을 무너뜨려라’(한국), ‘레인코트 킬러: 유명철을 추격하다’(한국), ‘다머’(미국), ‘아메리칸 머더: 이웃집 살인 사건’(미국), ‘데이트 앱 사기: 당신을 노린다’(영국) 등의 범죄 다큐멘터리가 인기 검색어 상위권에 연속 오르는 것을 볼 수 있음
- 사용자들은 플랫폼 추천 알고리즘에 따라 새로운 콘텐츠를 검색·시청하며, 넷플릭스 내 콘텐츠의 약 80%는 이와 같은 알고리즘을 기반으로 시청됨⁷⁾. 이는 넷플릭스 추천 알고리즘이 사용자들의 관심사와 취향을 고려한 적절 콘텐츠를 제공하고 이에 따라 서비스 이용 시간을 증가시켜 고객 만족도와 유지율을 높이는 데 중요한 역할을 한다는 것을 볼 수 있음
- 사용자들의 사용 습관을 보면, 비용 절감 및 프로그램 시청 경험의 공유를 위해 계정을 친구 또는 가족과 공유하는 경향이 있으며, 이는 베트남에서만 나타나는 현상이 아님. 글로벌 넷플릭스 발표에 따르면 2023년 초 기준, 1억 가구가 계정을 공유하고 있는 것으로



|차트 2| 2023년 4분기 베트남 내 온라인 비디오 스트리밍 서비스 사용률
출처: Decision Lab

5) Decision Lab (2023). “2023년 4분기 보고서: 연결된 소비자”. 출처: <https://www.decisionlab.co/the-connected-consumer-q4-2023>

6) 넷플릭스(2024). ‘국가별 10위’. 출처: <https://www.netflix.com/tudum/top10/vietnam>

7) Medium (2023). ‘사례 연구: 넷플릭스가 AI를 활용하여 콘텐츠 추천 알고리즘을 개인화하고 디지털 마케팅을 개선한 방법’. 출처: <https://medium.com/@shizk/case-study-how-netflix-uses-ai-to-personalize-content-recommendations-and-improve-digital-b253d08352fd>

나타남⁸⁾. 즉, 매출의 확보 및 고객 요구 사항의 충족을 위해, 넷플릭스는 “가족 계정”, “계정 대여자”, “계정 공유자”와 같은 형태의 서비스 제공을 실험 시행하였으나 베트남에서는 아직 해당 시험 서비스가 진행된 바 없음

❖ 넷플릭스가 베트남 시장 내 영향력 분석

• 드라마 · 영화 산업에서의 영향력

· 베트남 드라마 · 영화 및 문화 홍보 기회

- 2022년 1월, 넷플릭스와 베트남 영화 개발진흥협회(VFDA) 간 업무협약 체결은 베트남 영화와 문화를 널리 홍보할 기회를 확보한 계기가 됨. 해당 업무협약 유효기간은 3년(2022년~2024년)이며, 업무협약의 4가지 주요 목표는 다음과 같음. 첫째, 영화제 및 행사 등을 통한 베트남 영화 홍보, 둘째, 베트남 촬영 환경을 글로벌 영화 시장에 소개, 셋째, 교육활동 및 대회를 통한 베트남 영화산업 인재 육성, 넷째, 베트남 영화산업 발전을 위한 정책에 기여. 업무협약을 통해 베트남 영화 시장의 잠재력뿐만 아니라 베트남 영화산업 발전 및 동남아시아 시장, 글로벌 영화 시장과의 문화, 영화 교류를 위한 넷플릭스의 노력도 나타남

· 베트남 시청자들의 디지털 콘텐츠 소비 증가

- 과거 베트남 시청자들은 주로 TV나 영화관에서 드라마, 영화를 시청하였으나, 글로벌 영화산업과 베트남 내 영화산업의 급격한 발전으로 넷플릭스와 같은 주문형 비디오 플랫폼의 인기가 점차 증가세를 보임. K+와 VTV Go 등의 현지 플랫폼은 다양한 베트남 TV 시리즈와 영화를 제공하여 사용자들을 끌어드리는 반면, 넷플릭스의 경우 외국 영화 작품의 독점 공개에 강점을 보임

- 다양한 콘텐츠 제공과 함께, 넷플릭스는 Z세대와 Y세대 대상 마케팅 전략 또한 시행함. 넷플릭스는 밈 마케팅(Meme Marketing)⁹⁾, 뉴스 재킹(News jacking)¹⁰⁾, 모멘트 마케팅(Moment Marketing)¹¹⁾과 같은 마케팅 전략을 통해 베트남 내 젊은 사용자층과 많은 상호작용을 유도하였음. 영화 콘텐츠에 따른 유머러스한 밈 제작과 최신 트렌드 요인 반응을 통해 베트남 젊은 층의 문화에 맞는 친근하고 적절한 이미지를 구축함. 또한, 개인화된 추천 알고리즘의 최적화, 이메일 마케팅 등 전략을 통해 사용자 개인 경험 수준을 향상하였으며 이는 지속적인 사용자 유지에도 기여함

• 사용자 관련 영향력

· 비공식 방송 채널에서 유료 채널로의 전환

- 주문형 구독 비디오(SVoD) 중에서도 특히 넷플릭스의 등장은 베트남 시청자의 디지털 콘텐츠 소비 행동 성향의 큰 전환점을 맞는 주요 원인으로 작용하였고, 이에 맞춰 넷플릭스 또한 비인증

8) 시민 신문 (2023). ‘넷플릭스, 전 세계적인 계정 공유 중단’

출처: <https://nhandan.vn/netflix-mo-rong-kiem-soat-chia-se-mat-khau-tren-toan-the-gioi-post754359.html>

9) 밈 마케팅(Meme marketing)이란 밈(Meme)과 마케팅(Marketing)의 합성어로 인터넷에서 유행하는 특정 문화 요소를 모방 혹은 재가공한 콘텐츠를 의미하는 인터넷 밈을 활용한 마케팅을 의미함

10) 뉴스 재킹은 뉴스 속보에 자신의 의견 또는 생각을 '추가'하는 것을 의미. 뉴스 재킹의 목적은 다수 청중에게 노출되는 것임

11) 모멘트 마케팅은 고객이 브랜드와 상호작용하는 중요 순간들을 식별하고, 사용자에게 최상의 경험을 제공하여 긍정적 브랜드 이미지를 구축하고 이를 통해 고객 충성도를 높이는 전략임

플랫폼에서 유료 합법 플랫폼으로의 전환을 서둘러 진행하게 됨. 과거 베트남 내 디지털 콘텐츠 소비는 대부분 불법 사이트를 통해 이루어졌음. 미디어 파트너스 아시아(Media Partners Asia)에 따르면, 2022년, 베트남 내 월 수익 건의 조회 수를 기록하는 불법 영화 유통사이트는 200개를 초과하였으며, 저작권 침해율은 동남아시아 지역 내 세 번째로 높았고, 약 1,550만 명이 정기적으로 불법 사이트에 접속하는 것으로 나타남¹²⁾. 그러나 넷플릭스의 등장으로 인해 사용자들은 다양한 고품질 콘텐츠를 광고 없는 시청을 위해 정기 구독료의 지출을 꺼리지 않음. 넷플릭스는 초기 무료 시청 서비스를 통해 베트남 시장에 성공적으로 진출하였고, 자연스럽게 사용자들로 하여 저작권이 있는 콘텐츠의 소비를 유도하여 유료 서비스 이용 습관 또한 형성되도록 전략을 시행하였음. Statista에 따르면, 2017년부터 2027년까지 베트남의 유료 비디오 서비스 사용자 수는 긍정적인 성장 추세에 힘입어 지속적인 상승세를 보일 것으로 예상함. 2017년 대비 2023년 유료 비디오 서비스 사용자 수는 280만 명 증가했으며, 2027년까지 약 770만 명이 추가 증가할 것으로 예상됨¹³⁾. 물론 여전히 무료 콘텐츠 이용 습관을 지닌 사용자 관련 도전과제는 남아있으나 넷플릭스를 비롯한 주문형 구독 비디오 서비스를 통해 저작권에 대한 사용자들의 인식은 꾸준히 높아지고 있으며 이는 베트남 내 디지털 콘텐츠 소비문화 성향에도 긍정적인 영향을 미치고 있음

- 제작사 관련 영향력

- 베트남의 스트리밍 시장 발전은 콘텐츠 제작사에 많은 기회와 도전과제를 동시에 제시함. 넷플릭스의 2016년 초 베트남 시장 진출 이후, MyTV, VieOn, VTV Go, DANET 등의 국내 플랫폼들도 스트리밍 시장에 빠르게 진입하여 디지털 콘텐츠 생태계에 다양성을 더함
- 넷플릭스의 대표적인 제작사 관련 영향력 중 하나는 기술 및 영화 품질에 대한 새로운 기준을 세운 것임. 넷플릭스는 이미지와 음향 품질 보장을 위해 표준 카메라 목록 및 촬영 조건을 지정, 공표함¹⁴⁾. 또한 영화 콘텐츠의 기준에는 각국의 독창성과 개성을 유지하되 해외 시청자에게도 부합하는 공통적인 대중성 또한 포함됨. 국내 제작사들은 해당 기준에 부합하기 위해 전문역량 강화를 과제로 부여받았으며, 이는 국내외에서 제공될 베트남 영화 가치 및 품질 향상에 기여 요소로 작용하여 베트남 영화의 경쟁력을 높이는 요인이 될 것임

2. 넷플릭스를 통해 상영된 베트남 드라마 · 영화 개요

- 넷플릭스 아시아 태평양 공공 정책 부사장 조세핀 초이(Josephine Choy)에 따르면, 2023년 말 기준, 넷플릭스는 베트남 영화 작품 약 200개를 방영 제공하고 있으며, 이 중 80개 이상의 베트남 작품은 베트남 넷플릭스에서도 시청할 수 있음. 넷플릭스에서 방영 중인 베트남 작품

12) 노동신문(2024). “온라인 공간에서의 불법 영화 유통 방지를 위한 해결책 도출”. 출처:

<https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/tim-giai-phap-de-ngan-chan-phim-lau-tren-khong-gian-mang-1318397.lido>.

13) Statista (2024). ‘Video-on-Demand’. 출처:

<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/vietnam#key-players>

14) 넷플릭스 (2024). ‘Cameras & Image Capture: Requirements and Best Practices’. 출처:

<https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360000579527-Cameras-Image-Capture-Requirements-and-Best-Practices>

대부분은 영화(약 84%)이며, 나머지는 드라마 시리즈임

- 베트남 작품은 베트남 내 넷플릭스 시장에서 큰 성공을 거둠. 다수 작품이 플랫폼 순위에서 높은 위치에 올랐으며 특히, 드라마 ‘지옥 마을에서의 설날’(Tet o lang dia nguc)은 독특한 공포 및 초자연적 현상을 주제로 한 드라마로 베트남 문화에 관해 관심을 불러일으키며 3주 연속 1위 자리를 지킴¹⁵⁾. 영화 ‘분노’(Hai Phuong)는 방영 10시간 만에 검색어 상위권에 진입하며 베트남 액션 영화의 매력을 선보임¹⁶⁾. 영화 ‘몽환적인 눈’(Mat biec), 영화 ‘굿바이 마더’(Thua me con di), 영화 ‘롬’(Rom) 또한 방영 후 베트남 넷플릭스 내 10위권에 진입한 영화임. 이러한 성공은 자국 콘텐츠에 대한 베트남 시청자들의 긍정적인 반응에서 비롯된 것으로 사료됨
- 넷플릭스를 통한 글로벌 영화 시장 내 베트남 영화의 인식도 증가하는 추세를 보임. 물론 다수의 베트남 영화가 넷플릭스를 통해 글로벌 플랫폼에서 방영되고 있으나, 국제 영화제 수상작인 ‘황금누에고치 내부’(Ben trong vo ken vang), 영화 ‘롬’(Rom)을 비롯한 베트남 영화들조차 아직은 넷플릭스 해외 시청자들에게 큰 인상을 남기지는 못하고 있음

3. 베트남 내 넷플릭스의 협업 및 교류 현황

✔ 2019년부터 2023년까지의 베트남 드라마 · 영화 산업 분야 내 넷플릭스의 협업 및 교류

- 플랫폼 내 영화 상영
 - 현재 넷플릭스는 주로 베트남 영화의 판권을 구매하여 플랫폼 내 상영함. 대표적으로 영화 ‘분노’(Hai Phuong)는 100개국 이상에서 상영하는 작품임. 이러한 점은 베트남 영화산업 발전 촉진과 베트남 예술 작품의 광범위한 관객으로의 접근 기회를 제공하며, 베트남 문화를 종합적으로 소개하는 데에도 기여함
 - 판권 구매 외에 넷플릭스는 베트남 드라마 · 영화의 독점 방영을 위해 제작자와의 직접적 협업을 시작함. 넷플릭스가 아시아 전역에서 독점 상영한 최초의 베트남 작품은 2022년 ‘랜드 오브 스피릿츠: 더 영 샤먼’(Ke doc hanh)이 있으며, 이후 Viettel Media가 제작한 드라마 ‘종이 장미’(Hoa hong giay)로 이어짐. 이러한 작품들을 통해 넷플릭스의 베트남 최근 드라마 · 영화 콘텐츠 및 제작 기술에 대한 세심한 투자를 볼 수 있으며, 국제 플랫폼에서의 상영을 위한 기준 충족 노력 또한 엿볼 수 있음. 이렇게 제작된 베트남 드라마가 동남아시아 지역에서 시작되어 27개 아시아 국가로 확대 상영된 점은 베트남 작품에 대한 글로벌 관심을 끌어내었으며, 이를 통해 넷플릭스 플랫폼을 통한 한국, 태국 등 국가와 같이 드라마 · 영화 제작 투자를 유도하는 발판으로 이어진 것으로 평가받음
- 드라마 · 영화 관련 대회 및 행사 개최 지원
 - 넷플릭스는 베트남의 BHD 영화관과 협력하여 ‘신비로운 소리’(Thanh am dieu ky) 더빙

15) 체육문화 신문(2023). “지옥 마을에서의 설날” 베트남 내 넷플릭스의 다수 해외 영화를 넘다”. 출처: <https://thethaovanhoa.vn/tet-o-lang-dia-nguc-vuot-mat-nhieu-phim-quoc-te-tren-netflix-o-viet-nam-20231109102156352.htm>

16) 청춘 신문 (2019). “국적을 초월한 마약 조직 관련 영화 제작”. 출처: <https://tuoitre.vn/lam-phim-ve-to-chuc-ma-tuy-xuyen-quoc-gia-20190618100424737.htm>

대회를 개최하였으며, 이는 영화 분야에 종사하는 성우와 더빙 제작자에게 창의성과 재능을 발휘할 기회를 제공한 것임. 이 대회는 후에(Hue)에서 개최된 제 22 회 베트남 영화제 기념 활동 중 하나였으며, 베트남 문화체육관광부에 따르면, 앞으로도 이러한 행사를 통해 베트남 기업과 글로벌 디지털 플랫폼인 넷플릭스 간의 새로운 협력 기회를 창출하여 베트남 영화 시장에 다양하고 새로운 홍보 기회를 제공받을 수 있을 것으로 기대됨

- 이외에도 넷플릭스는 베트남 문화 및 관광을 세계적으로 홍보하기 위해 베트남 문화체육관광부와 협력하여 다양한 활동을 진행함. 베트남의 요리, 베트남 문화유산을 소재로 한 단편 영화 제작 활동 및 국제 포럼, 세미나 참여가 포함되며, 이를 통해 베트남의 관광 이미지 및 국가 브랜드를 영화로 홍보함. 베트남 문화체육관광부와 넷플릭스 간 업무협약 체결 계획은 문화, 체육, 관광 분야에서의 협업 약속을 구체화하고, 베트남의 창의적 문화 산업의 지속 가능한 발전에 이바지하는 중요 이정표로 간주됨
- 인재 양성 프로그램 후원 활동
 - 2021년 10월, 지방 경제 개혁 및 인지도가 낮은 베트남 영화 제작사 지원을 위해 넷플릭스는 약 50억 동 규모의 “영화의 아름다움 - 베트남의 창조 경제” 기금을 출원하였으며, 여성 영화제작자, 소수 민족 제작자, 장애인 제작자, 지방 거주 콘텐츠 제작자, 경제적 지원이 필요한 제작자 등을 대상으로 영화 제작비를 지원함. 해당 넷플릭스의 기금은 '나의 베트남' 대회를 통해 선발된 우수 제작자 10인을 대상으로 베트남 소수 민족 공동체를 소재로 한 단편 영화 제작을 지원함. 기금을 통해 일반적인 베트남 문화 외에 소수 민족 공동체의 다양한 문화를 소개하는 독자적인 작품들이 제작되었음
 - 2023년 넷플릭스는 "베트남 영화 인재 양성 프로그램" 후원을 통해 영화 인재 발굴, 젊은 영화제작자들에게 창업 기회 제공, 신인 감독들에게 국제 영화제 참여 기회 등을 제공함. 프로그램은 18세~25세의 상업 영화, 드라마 및 웹 시리즈 제작자, 감독 또는 각본가가 되고 싶은 전 베트남인을 대상으로 하며, 지원 작품 계획서 중 30개 우수 단편 영화 제작 프로젝트(프로젝트별 최대 2명)를 선정하여 베트남 최고의 영화제작자들로부터 전문적인 교육 및 멘토링 기회를 제공함¹⁷⁾

❖ 아시아 타 국가 대비 넷플릭스의 베트남 내 협력 현황

- 현재 아시아 시장에서의 넷플릭스의 투자와 협력 활동은 한국, 일본, 인도, 태국, 인도네시아 등을 위주로 집중되어 있음. 해당 시장에서 넷플릭스는 스튜디오 드래곤(한국), 씨제이 이엔엠(한국)¹⁸⁾, 사카모토 유지(일본)¹⁹⁾, 더 세븐(일본)²⁰⁾ 등과 같은 유명 제작사와의 장기 협력 계약을 체결하였고, 인도 영화감독 한살 메흐타(Hansal Mehta)²¹⁾와도 협력하며, 인도 내 차세대 영화산업 전문 인재의 발굴 및 육성을 위해 1만 달러를 지원하는 등, 다양한 활동을 전개

17) 웹 시리즈는 인터넷상 공개된 동영상 시리즈물을 의미

18) Moveek (2023). '한국 드라마 · 영화에 대한 넷플릭스의 시장 장악 과정'. 출처:

<https://moveek.com/bai-viet/phim-han-va-hanh-trinh-chiem-linh-netflix/32370>

19) 사카모토 유지는 일본의 각본가이자 감독으로, 2023년 영화 "몬스터"와 "인 러브 앤 딥 워터"로 유명하며, 그중 "몬스터"는 칸 영화제에서 각본상을 수상함

20) 더 세븐은 TBS Holdings(Tokyo Broadcasting System Holdings - 도쿄 방송 시스템 홀딩스) 산하 제작사임

21) 한살 메흐타는 사회 및 정치적 현실을 다룬 영화 작품으로 유명한 인도 영화감독임

- 중임²²⁾. 또한 태국과 인도네시아 유명 감독 및 제작자들과의 다양한 협력 프로젝트도 진행했음
- 반면, 베트남 시장 내 현지 인재와의 협력 활동은 여전히 초기 단계에 머물러 있음. 2019년~2020년 기간, 넷플릭스는 현지 제작사들과 협력하여 플랫폼 내 방영 중인 영화, 드라마의 자막 및 더빙 작업을 진행함. 또한, 베트남 정부 기관과 협력하여 산업 교류 활동, 젊은 영화제작자를 위한 전문 교육 프로그램 등도 진행함. 넷플릭스 측은 베트남 시청자와 더불어 글로벌 시청자 또한 만족시킬 수 있는 베트남 영화 제작을 위해 대형 제작사&제작자 및 각본을 찾고 있다고 밝힘. 그러나, 베트남 내 넷플릭스와 협력 체결한 영화제작자 수는 아시아 타 국가 대비 많지 않음
 - 최근 넷플릭스는 아시아 태평양 시장에서의 오리지널 콘텐츠 제작 예산을 대폭 확대함. 특히 한국에서는 오리지널 콘텐츠 제작에 수십억 달러를 투자하여, 2019년 대비 한국의 영화 및 드라마 시청자 수는 4 배가량 증가함. 그 중 '오징어 게임'은 2,140만 달러의 제작비로 전 세계적인 흥행을 거두었으며, 플랫폼 방영 시작 후 9억 달러 이상의 수익을 올렸고 전 세계 1억 4,200만 가구의 구독자가 시청하여 넷플릭스 역사상 최대 히트작에 이름을 올림²³⁾. 2023년부터 향후 4년간 넷플릭스는 젊은 창작자들의 성장 촉진 및 글로벌 산업 시장 내 한국 드라마·영화산업 입지 강화를 위해 2016년~2022년 기간 대비 두 배에 해당하는 25억 달러 투자 계획 중임. 일본에서는 넷플릭스 드라마 '리키시'(Sanctuary)가 비영어권 드라마 부분에서 2주 연속 시청 시간 상위 10위권 내에 진입함. 넷플릭스는 올해 태국과 인도네시아에서도 다양한 오리지널 콘텐츠 제작 계획을 시행 예정임
 - 그러나 베트남 내 넷플릭스의 협력 및 투자는 상대적으로 제한적임. 현재 넷플릭스는 판권 구매방식을 주로 활용하며 일부 영화 프로젝트의 경우 플랫폼 내 독점 방영 중이나, 베트남 내 직접 투자-제작 프로젝트는 아직 없음. 주요 원인은 베트남 내 영화 장르 관련 제한 사항 및 엄격한 내용 검열 절차와 베트남 드라마·영화 품질에 대한 넷플릭스 시청자들의 기대가 상충하는 것에서 비롯된 것일 수 있음. 이는 넷플릭스의 베트남 내 투자-제작에 큰 도전과제로 주어짐

2. 넷플릭스와의 베트남 드라마·영화 제작 협업 전망



1. 베트남 드라마·영화 시장의 잠재력 및 전망

✔ 중앙정부 및 지방정부의 지원

- 영화법 내 온라인 영화 제작물 관리에 관한 규정의 수정
 - 2022년 영화법의 개정은 베트남 영화산업 발전을 위한 법적 환경을 조성한 중요 전환점을 의미함. 주요 개정 내용 중 하나는 제 21 조 영화 온라인 유통 관리에 관한 규정으로, 사전 심의와 사후 심의를 결합한 규정을 포함함. "사전 심의"에는 영화 온라인 유통 허가 대상에

22) 세계 통합 (2023). '넷플릭스, 아시아에서의 새로운 성공을 찾아 나서다'. 출처:

<https://thegioihoinhap.vn/ban-tin-thi-truong/netflix-san-tim-thanh-cong-moi-o-chau-a/>

23) 노동 신문 (2023). '넷플릭스의 베트남 영화산업 투자 기회'. 출처:

<https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/co-hoi-de-netflix-dau-tu-vao-dien-anh-viet-nam-1210260.ldo>

관한 세부 규정, 영화 등급 분류기준에 관한 규정, 자체 등급 분류 제도에 관한 제한 규정, 영화 온라인 유통업체의 온라인 유통 전 영화 목록 및 등급 분류 관련 내용의 국가 관할기관 보고 의무에 관한 규정 등을 포함함. “사후 심의”에는 국가 기관, 관련 기관 및 개인의 책임에 관한 규정, 위반사항을 포함한 영화 관련 신속한 조치 및 이를 위한 인공지능 기술 및 기타 기술 솔루션 적용에 관한 규정, 위반사항 포함 영화 관련 기관 및 개인에 관한 처벌 규정 등을 포함함. 본 규정은 국내 영화 제작사와 베트남 시장 투자 계획을 지닌 해외 영화 제작사에 다양한 기회를 부여함

- 넷플릭스는 베트남의 이러한 영화법 개정 관련하여 높게 평가하였으며 이와 같은 조치는 세계적인 영화산업 추세에 따르는 올바른 정책임을 언급함. 이는 베트남 내 영화가 단순 예술 장르를 넘어 관광 산업과 같은 다양한 산업 분야와의 시너지를 일으키는 주요 산업에 속한다는 새로운 인식의 반영에서 비롯된 것으로도 평가됨. 넷플릭스는 2030년까지 베트남 내 문화산업이 GDP의 7% 기여를 목표로 베트남의 문화산업 발전 지원 전략을 지속 협력할 것임을 강조함²⁴⁾
- 영화를 통한 관광 홍보 정책
 - Expedia의 ‘2023 여행 트렌드’ 보고서에 따르면, 전 세계 관광객 중 3분의 2는 영화에서 여행에 대한 영감을 받았으며, 실제 39%는 영화 여정에 맞게 여행을 설계함. 이를 통해 영화가 소비자의 여행 결정에 미치는 영향력을 엿볼 수 있음
 - 베트남 영화 개발진흥협회(VFDA)에 따르면 영화산업이 관광 산업 발전에도 중요 역할을 하며, 영화는 단순히 자연경관 소개 외에, 관객들이 한 국가의 전통문화, 생활 양식을 접할 수 있는 문화 교두보 역할을 함. 또한 현지 고유 풍습, 축제, 역사적 사건 관련 내용을 통해 관객의 호기심과 관심을 끌며, 관련 장소를 직접 탐험하고자 하는 욕구를 증가시킴. “영화와 함께 떠나는 여행”은 최근 주목받는 추세이며 할리우드 대형 영화 프로젝트의 경우 촬영지에서의 관광객 급증을 다수 보여주었으며 이는 영화와 관광의 시너지 효과를 보여주는 사례임
 - 이와 같은 시너지 효과의 중요성을 인식한 베트남 관련 기관들은 영화와 관광을 접목한 다양한 활동을 전개 중임. 예로, “베트남 관광과 영화 - 더욱 높은 도약을 위한 발판의 마련” 포럼은 영화 제작자, 기업, 관리자 간 만남의 기회를 창출해 베트남 국가 홍보를 위한 관광과 영화의 효과적 결합 방안을 제공함. 베트남 문화체육관광부는 “베트남 영화를 통한 관광 개발 집중 주간”을 개최하여 관광과 문화, 영화를 동시에 체험할 수 있는 관광 상품을 기획함
 - 영화와 관광의 결합은 베트남 국가 이미지의 홍보, 관광객 유치, 경제 발전을 위한 큰 기회를 제공함. 법적 지원 정책 및 관할기관 지원을 통한 잠재력을 최적의 발산을 통해, 향후 베트남 영화 및 관광 산업 발전에 꾸준히 이바지할 것임

24) 인민대표 신문 (2023). ‘넷플릭스의 베트남 시장 내 활발한 활동 여건 조성’ 출처: <https://daibieunhandan.vn/thoi-su-quoc-hoi/tao-dieu-kien-de-netflix-hoat-dong-tot-tai-viet-nam-i319932//>

❖ **베트남 영화의 국제 영화 시장에서의 입지**

- 베트남 영화는 국제 시장에서의 입지를 공고히 하고 있으며, 넷플릭스와 같은 글로벌 플랫폼과의 협력의 가능성을 지님. 이러한 발전은 국제적 인식, 글로벌 배급 능력 및 넷플릭스와의 전략적 협력 등의 세 가지 주요 요인에서 기인함
- 베트남 영화는 국제 영화 포럼에서 입지를 넓히고 있음. 글로벌 영화비평 채널 로튼 토마토(Rotten Tomatoes)에서는 ‘마이카: 외계에서 온 소녀’(Maika: Co be tu tren troi roi xuong), ‘분노’(Hai Phuong), ‘호이가 결정할게’(De mai tinh), ‘하얀 아오자이’(Ao lua Ha Dong) 등의 베트남 영화가 글로벌 영화 평론가 및 시청자로부터 호평받음. 특히, 영화 ‘동쪽에서 온 진주’(Ngoc Vien Dong)는 2012년 캘리포니아 독립영화제(CAIFF)에서 최고의 촬영상, 최고의 음악상을 수상함. 이러한 성공은 베트남 영화의 입지 상승 외 베트남 홍보 효과를 동원하여 영화 촬영지에 관한 관심 유발 효과가 있어 관광객 유치에도 기여함
- 베트남 영화의 배급사들도 국제 시장으로 뻗어 나아가고 있음. 2023년 아시아 콘텐츠 필름마켓(ACFM)에서는 스카이라인 미디어(Skyline Media)가 영화 ‘영혼의 수확자’(Ke an hon)의 판권을 대만, 라오스, 캄보디아 등 9개국에 성공적으로 수출함. 또한 더 월드 픽처스(The World Picture)와 협력하여 시리즈 ‘베트남 공포 이야기’(Chuyen ma gan nha)를 독립 국가 연합(CIS) 9개국에 수출하였으며, 그 밖에 약 100여 편의 베트남 영화가 49개국 각지에 수출됨²⁵⁾. 이러한 성공은 베트남 영화의 해외 시청자 대상으로도 잠재력이 있음을 보여줌
- 베트남 드라마 · 영화산업과 넷플릭스 간 협력도 드라마 · 영화가 국제 시장에 진출하는 데 있어 중요한 역할을 함. 2022년, ‘랜드 오브 스피릿츠: 더 영 사먼’(Ke doc hanh)이 베트남 시리즈 최초로 넷플릭스에서 전 아시아 지역 독점 방영됨. 또한, 드라마 ‘붉은 꽃 농장’(Trai hoa do), 영화 ‘분노’(Hai Phuong), 영화 ‘허슬러 대 스캐머’(Sieu lua gap sieu lay) 등도 넷플릭스를 통해 방영되며, 글로벌 시청자 접근 가능성 증가시키고 있음

❖ **베트남 드라마 · 영화 시장의 잠재 발전 가능성**

- 젊은 세대에 접근성이 좋은 다양한 콘텐츠
 - 베트남 드라마 · 영화는 장르, 배경, 내용을 점점 다양화하는 추세임. 시청자들의 개개인 취향 만족을 목적으로 베트남 드라마 · 영화 제작사들은 이전과 달리 일상생활 관련 주제에 더욱 집중하고, 시청자들이 쉽게 공감할 수 있는 친근한 이야기 위주로 내용을 구성함. 영화 ‘올드 파더’(Bo gia), 영화 ‘더 하우스 오브 노 맨’(Nha ba Nu), 영화 ‘그녀의 남편을 찾아서’(Con Nhot mot chong)는 바이럴 마케팅을 통해 시청자들 스스로 소셜 네트워크 플랫폼을 통한 공유 환경을 조성하게 하여 시청자를 끌어들이
 - 또한, 베트남의 문화 관련 심령, 공포 영화 분야도 주목받는 장르임. 드라마 ‘지옥마을에서의 설날’(Tet o lang dia nguc), 영화 ‘영혼의 수확자’(Ke an hon), 영화 ‘악마개’(Quy cau)는 2023년, 큰 인상을 남긴 작품임. 영화 제작사들은 민간 문화와 도시 내 전해지는 전설을

25) 사이공경제신문 (2023). ‘국제 시장 진출, 베트남 영화가 문화 수출 길에 들어서다’. 출처: <https://thesaigontimes.vn/ra-quoc-te-phim-viet-buoc-vao-duong-dai-xuat-khau-van-hoa/>

주제에 접목하여 독특한 베트남식 공포 영화를 만들었음. 이러한 다양성은 국내 시청자들의 오락 수요를 충족 및 베트남 영화의 국제 경쟁력을 고취 시켜줌

- 넷플릭스 및 해외 제작사의 후반 작업 및 VFX²⁶⁾ 제작 과정 관련 베트남 인력 현황
 - 베트남의 시각 특수 효과(VFX) 산업은 점차 국제 시장에서 입지를 잡아가고 있으며, 특히 넷플릭스 프로젝트 후반 작업에서 두드러진 성과를 보임. 해당 분야에서 베트남의 강점은 경험이 풍부한 젊은 인력, 신속한 신기술 습득력 및 경쟁력 있는 제작 비용임. 영화감독 쩌후떤(Tran Huu Tan)은 베트남의 VFX 품질이 제작 기간 및 예산 대비 국제 수준과 비교 가능한 수준으로 언급함
 - 많은 넷플릭스 드라마 VFX 작업에 베트남 인력이 참여했으며, 예로 시냅스 스튜디오 VN(Synapse Studio VN)이 참여한 ‘더 글로리 2’ 14 편이 있음. 이 스튜디오는 2022년 설립된 한국계 회사로, 많은 한국 영화, 드라마 VFX 작업을 진행함. 시냅스 스튜디오 VN(Synapse Studio VN)은 ‘더 글로리 2’ 외에 ‘일타 스캔들’, ‘남이 될 수 있을까?’, ‘종이의 집: 공동경제구역’ 등 넷플릭스에서 방영된 많은 한국 드라마의 VFX 작업에도 참여하였음. 베트남의 Sparx 스튜디오는 2015년부터 ‘쥬라기 월드’(미국), ‘어벤져스: 인피니티 워’(미국), ‘트랜스포머: 최후의 기사’(미국), ‘아쿠아맨’(미국) 등 세계적인 명작의 후반 작업에 참여함. 그 외 넷플릭스 인기 작품 ‘이상한 변호사 우영우’(한국), ‘오징어 게임’(한국), ‘지금 우리 학교는’(한국) 등의 드라마에서도 베트남의 후반 작업팀, VFX 팀이 참여함
 - 고급 인재의 수는 태국, 한국 대비 격차가 존재하지만, 베트남의 VFX 산업은 빠른 적응과 변화를 보여주며, 머지않아 큰 성장을 이룰 것으로 평가받음

2. 넷플릭스와의 협업, 교류, 참여 시 예상되는 베트남 드라마 · 영화의 도전과제

④ 넷플릭스 해외 시청자의 취향을 만족시키는 베트남 드라마 · 영화의 수준

- 베트남 드라마와 영화는 최근 꾸준히 다양화되고 젊은 층을 주요 시청자로 하나, 아직 충분한 국내외 시청자 끌어들이지는 못한다는 평가를 받음. 2022년~2023년 베트남은 영화 ‘악마개’(Quy cau), 영화 ‘태양의 사람’(Nguoi mat troi), 드라마 ‘지옥마을에서의 설날’(Tet o lang dia nguc), 영화 ‘영혼의 수확자’(Ke an hon) 등 새로운 주제를 다룬 공포 영화를 여럿 공개하였으나, 모든 작품이 시청자의 호응을 얻지는 못함. 국내 영화 전문가와 감독들은 새로운 소재를 적극적으로 찾고 있으나 정작 베트남 영화의 성공 요인으로 볼 수 있는 감동적 스토리텔링 요소는 충분히 반영하지 못하는 것으로 평가받음. 결국, 다수의 베트남 드라마, 영화는 국내 시청자의 수가 여전히 적어 수익이 낮으며 넷플릭스 주간 순위 10 위권 내에도 베트남 드라마 · 영화는 1~2 편만 오르며 미국, 한국의 드라마 및 영화가 주를 이룸
- 국제 시장 진출을 위해 해외 시청자 취향을 고려한 베트남 드라마 · 영화 투자가 충분치 않음. 일반적으로 해외 시청자의 유치를 위해 드라마 · 영화의 제작 초기 단계부터 아이디어 구성, 대본 작성, 배우 선정, 홍보 방식 및 투자 예산 결정에 이르기까지 철저한 조사를 위한 투자가

26) 시각 특수 효과(VFX: Visual Effects)는 영화·애니메이션에 적용되는 영상 제작 방법 중 컴퓨터 그래픽스(CG: Computer Graphics)를 통해 수행되는 모든 종류의 디지털 기법을 포함함

이뤄져야 하나, 베트남 드라마 · 영화는 주로 국내 영화관, TV 상영 후 추가 수익을 통한 투자 자본을 회수 목적으로 넷플릭스를 통해 방영하는 경향이 있음. 그러나 넷플릭스는 글로벌 플랫폼으로 자사가 판권을 구매하거나 직접 제작 투자한 작품의 전 세계화를 목표로 하므로 이러한 점은 넷플릭스가 베트남 드라마 · 영화의 판권 구매 및 제작 및 전 세계 상영을 위한 협업 추진에 영향을 줌

- 이러한 불협화음으로 현재 베트남 드라마 · 영화는 베트남 넷플릭스에서만 방영되는 것이 대부분이며 타국에서는 상영이 불가능한 경우가 다수임. 2020년 말 기준, 넷플릭스를 통해 방영 중인 44개 베트남 드라마 · 영화 중 응오탄반(Ngo Thanh Van) 감독의 영화 '분노'(Hai Phuong)만이 글로벌 넷플릭스에서 방영 중인 유일한 베트남 작품임. 2024년 2분기 기준, 넷플릭스 글로벌 플랫폼에서 방영되는 베트남 드라마 · 영화의 수는 증가 추세이며, 주요 작품으로는 시리즈 '랜드 오브 스피릿츠: 더 영 사면'(Ke doc hanh), 드라마 '붉은 꽃 농장'(Trai hoa do), 영화 '분노의 탄생'(Thanh Soi), 영화 '마이'(Mai) 등이 있음. 그러나 글로벌 넷플릭스에서 방영 중인 베트남 작품의 수는 여전히 제한적임

❖ 드라마 · 영화 제작 인력 현황

- 현재 베트남인 드라마 · 영화 제작에 종사하는 젊은 인력은 국제 드라마 · 영화 시장 경험 및 협력 기회가 충분치 않음. 넷플릭스는 글로벌 플랫폼으로 자사 플랫폼을 통해 제공되는 콘텐츠의 세계화를 목표로 하나 베트남과 타국 간 인력 교류, 문화 교류, 영화 제작 협력 활동 관련 투자가 낮아, 베트남 드라마 · 영화 제작에 종사하는 인력의 타국 민중들의 취향 및 문화를 이해하는 데에는 제한적임
- 또한, 전문 지식에 대한 체계적 교육 프로그램의 부족은 타 분야에서 드라마 · 영화산업으로 전향한 젊은 인력의 한계점에서 드러남. 전문 종사자들에 따르면, 현장에서 직접 배우는 것도 좋으나 체계적인 교육을 바탕으로 기본적인 지식을 쌓아 이를 통해 실전에서 드라마 · 영화 제작 전 과정에 참여하는 것이 더욱 효과적일 것으로 언급함. 그러나 드라마 · 영화 분야 교육 기관의 부족 및 낮은 교육 품질로 인해 많은 젊은 인재들이 직업 교육 및 전문 지식 습득에 어려움을 겪고 있음

❖ 드라마 · 영화 제작 기술 및 장비

- 드라마 · 영화 제작사들은 숙련된 장비 전문가의 부족, 장비 공급의 부족 및 드라마 · 영화 제작비 부족 등의 어려움을 겪고 있음. 베트남 내 시각 특수 효과(VFX) 분야는 잠재력이 있으나 국내 시장에서는 강점 발휘의 기회가 적으며 주로 해외 프로젝트를 통해 알려짐. 현재 베트남에는 102개의 스튜디오가 있으며, 60% 이상의 스튜디오가 유럽, 아시아, 미주 국가 기업과 협력 중임.²⁷⁾ 그러나 국내 시장에서는 드라마 · 영화 제작 예산에 VFX의 비중은 적음²⁸⁾. 베트남 내 VFX 제작 비용이 세계 평균 대비 높지 않으나 품질은 안정적임에도, 국내

27) 인민대표신문 (2024). '베트남 시각 특수 효과 산업이 획기적인 변화를 일으키다'. 출처:

<https://daibieunhandan.vn/van-hoa/tao-dot-pha-cho-nganh-ky-xao-o-viet-nam-i365710/>

28) 베트남 목소리 신문 (2023). '베트남 시각 특수 효과(VFX) 산업의 역설'. 출처:

<http://baotnvn.vn/tin-tuc/Van-hoa--The-thao/24295/Nghich-ly-nganh-ky-xao-do-hoa-VFX-o-Viet-Nam>

드라마 · 영화 제작사의 입장에서는 여전히 부담스러운 비용으로 여겨짐. 베트남 영화 제작비는 일반적으로 200억 동에서 700억 동(약 800,000 달러에서 2,800,000 달러) 규모임. 반면, VFX 비용은 프로젝트의 규모 및 요청에 따라 수백만 동에서 수십억 동(약 몇백 달러에서 수만 달러) 규모를 이룸

- 베트남 내 국내 드라마 · 영화 시장은 제한적인데, 높은 수준의 VFX 작업이 요구되는 SF, 액션 영화 프로젝트 대규모 투자 제작사는 많지 않으며, 대부분의 베트남 영화는 코미디, 로맨스, 가족을 주제로 하는 VFX 투자가 불필요한 장르로, 이러한 현실은 국내 VFX 산업 발전의 방해 요소로 작용함

❖ 투자 비용

- 2023년 말까지 개봉한 베트남 영화는 15개에 불과하여, 이는 최근 몇 년간 35~40개 개봉한 것에 비해 대폭 감소한 것으로 2022년의 절반 수준임. 영화감독이자 제작자인 항트린(Hang Trinh)은 국내 투자자들이 한 영화 프로젝트에 200억 동에서 700억 동을 투자하는 것에 대해 우려를 표한다고 함²⁹⁾. 투자자들은 시장 조사 및 시청자 취향을 분석하여 적절 투자 규모를 신중히 결정함. 영화 제작 초기 단계에서 자금으로 인한 중단 사태가 잦았는데, 예로, 영화 ‘밤의 여왕’(Quynh hoa nhat da), 영화 ‘쯔브엉’(Trung Vuong)과 같은 프로젝트는 잠재력이 있음에도 자금 부족으로 인해 제작이 중단됨. 이러한 상황은 중소 영화 제작사에 큰 영향을 미치며 이후 추가적인 투자 자본 유치에도 어려움을 겪는 것으로 연계되어 이들의 창의적인 아이디어가 빛을 보지 못하고, 이는 베트남 영화 시장 내 다양성 부족 및 경쟁력 약화에도 영향을 미침
- 넷플릭스와의 협력은 베트남 드라마 · 영화가 전 세계 시청자에게 다가갈 수 있는 기회를 제공하는 동시에 제작비 및 제작 품질에 대한 도전과제도 부여함. 일반적으로 넷플릭스는 높은 기술 기준, 예술 기준을 충족한 작품을 상영해주므로 베트남 제작사들은 이를 위해 다양한 부문에 투자를 요구하므로 제작비 부담으로도 이어짐. 그러나 이러한 도전과제 극복 시 베트남 드라마 · 영화 제작사들은 넷플릭스로부터 자기자본을 더욱 키우는 계기가 되어, 국내 드라마 · 영화산업 발전 기회로도 연결됨

3. 넷플릭스와 베트남 드라마 · 영화 산업 간 향후 협력 투자 방향



1. 베트남 배경의 영화 제작 협력

- 스티븐 K. 츠치다(Steven K. Tsuchida) 감독의 영화 ‘가이드 투 러브’(A Tourist’s Guide to Love)는 2021년 말부터 베트남을 배경으로 촬영한 넷플릭스 첫 오리지널 작품으로 2023년 공식 방영됨. 미국계 베트남인 각본가 아이린 도노휴(Eirene Donohue)가 참여한 이 영화는 베트남으로 출장을 떠난 미국인 여행사 임원과 투어 가이드와의 사랑 이야기를 주제로 하며, 이 영화로 베트남의 문화 및 사람 관련 이야기도 소개됨. 넷플릭스는 이 영화에 약 350만 달러(800억 동)를 투자하였으며, 이 영화는 넷플릭스 글로벌 Top 10 영어 영화 부문에 오랜

29) 청소년신문 (2023). ‘베트남 영화 시장의 대규모 ‘선별’’. 출처:

<https://thanhnien.vn/cuoc-sang-loc-lon-cua-thi-truong-phim-viet-185230713213310863.htm>

기간 자리를 지켰음. 방영 2 주 만에 전 세계 총 3,432 만 시청 횟수를 기록하였음

- 영화 ‘가이드 투 러브’(A Tourist’s Guide to Love)는 관광과 영화가 동시 접목된 영화로, 넷플릭스는 이 영화를 통해 베트남 유명 관광지를 보여주는 것에 성공함. 이 영화로 인해 관광과 영화가 동시에 접목되는 것이 넷플릭스와 베트남 영화산업 양쪽에 시너지 이익을 안겨 주는 것이 입증되었으며, 넷플릭스 입장에서는 영화 ‘가이드 투 러브’(A Tourist’s Guide to Love)를 통해 대규모 제작에 앞서 이러한 제작 방식의 효용을 분석할 수 있는 실험 기회이기도 하였음. 이 영화를 통해 넷플릭스는 베트남과 글로벌 요소를 접목하기 위해 제작팀, 배우 또한 베트남인으로 선별되어 제작 과정에 참여시켰으며 이를 통해 문화 및 언어의 결합을 구상하여 글로벌 시청자 접근성도 보완하였고, 베트남 입장에서는 베트남을 배경으로 한 영화 제작 협력을 통한 베트남 관광 홍보 및 베트남 영화 제작팀과 배우들의 글로벌 영화 프로젝트를 통한 경험의 기회를 부여받음
- 일반적으로 베트남 배경 영화는 베트남의 문화적, 지역적 요소가 결합 되므로, 영화 제작 과정 간 다수의 베트남인이 참여하며 이는 베트남 제작자, 배우에게 학습 기회를 주는 것이기도 함. 또한, 영화 흥행 시 프로젝트에 참여한 베트남 제작자, 배우의 명성도 높아져 국내외 투자자들의 신뢰도가 높아질 수 있음. 이러한 협력 방식은 비록 단순 베트남 배경 제작일지라도 영화산업 종사 인적자원의 질 향상, 경험을 제공, 베트남 영화 및 드라마 제작 부문 브랜드 가치 상승에 있어 가능성과 잠재력을 지닌 중요한 발판으로 작용함

2. 타 국가 넷플릭스 오리지널 제작 프로젝트 참여를 통한 인재 교류

- 넷플릭스 오리지널 작품에서 베트남 출신 인재들이 작품 제작진 소개 자막 내 등장이 증가 추세임. 예로, 2021 년 전 세계적으로 방영된 한국 드라마 ‘오징어 게임’은 베트남 기업 OPIM Digital 이 시각 특수 효과(VFX) 작업을 맡음. OPIM Digital 은 또한 드라마 ‘이태원 클라쓰’, ‘사랑의 불시착’, ‘하이바이, 마마!’ 등 여러 한국 작품의 후반 작업에도 참여함. 배우도 영화에 참여하는 경우가 증가 추세인데, 배우 응오탄반(Ngo Thanh Van), 배우 리엔빈패트(Lien Binh Phat) 등의 배우들이 미국, 한국 유명 감독 프로젝트에 초청되었으며, 최근에는 배우 홍다오(Hong Dao)가 넷플릭스 시리즈 ‘성난 사람들’(Beef)에 출연함

3. 베트남 내 넷플릭스 오리지널 영화 제작 협력

- 2024 년 6 월 기준 베트남과 넷플릭스 간 협력 제작을 통한 오리지널 작품은 아직 없음. 다수 업계 전문가에 따르면, 이러한 협력 방식은 신규 매출원 창출, 드라마 · 영화 및 국가 문화의 홍보, 글로벌 드라마 · 영화 제작사 및 배급사의 제작 기술 및 마케팅 기술 학습 기회 제공 등의 측면에서 가장 매력적인 형태의 협력으로 언급함. 그러나 베트남과의 오리지널 드라마 · 영화 제작 협력에는 여러 도전과제가 남아있음. 해외 시청자 취향 충족 능력, 충분한 인적자원, 기술 시스템, 장비, 후반 작업 등에서 넷플릭스 품질 기준을 충족하지 못하는 경우가 많음. 또한 정부의 관광 홍보 및 촉진 프로그램 지원, 최근에는 드라마 · 영화산업 지원을 법률 개정에도 불구하고, 명확한 세부 규정 및 지원 정책의 완성은 시간이 더욱 요구됨
- 넷플릭스는 베트남 시청자를 비롯한 다양한 국가 시청자들을 위한 콘텐츠 제작을 목표로 하고

있으며, 지난 몇 년간 넷플릭스가 제작한 오리지널 드라마 · 영화는 이러한 목표가 명확히 드러남. 2024 년~2025 년, 넷플릭스는 동남아시아 지역에서 수십 개의 콘텐츠 제작 계획을 발표했으며, 주로 태국 및 인도네시아에 집중됨. 닛케이 아시아(Nikkei Asia)에 따르면, 넷플릭스는 2024 년 태국에서 10 개 오리지널 콘텐츠, 인도네시아에서 6 개 오리지널 콘텐츠를 방영 예정이며, 이는 2023 년에 대비 증가한 것임. 넷플릭스는 두 국가에서의 인기 장르인 공포, 심리, 로맨스 외에 다양하고 새로운 장르를 시도할 계획임. 또한, 넷플릭스는 한국, 일본, 인도 등의 타 아시아 국가로의 시장을 확장, 오리지널 드라마 · 영화 지속 제작 계획을 발표했으나, 베트남에 대해서는 구체적인 언급이 많지 않음. 넷플릭스에 따르면, 베트남 시장에서는 드라마 · 영화의 판권 구매 후 방영을 통해 시청자의 요구 사항 조사 및 분석 활동을 지속하며 이를 바탕으로 베트남에서 오리지널 드라마 · 영화 제작 협력 투자 전 관련 종사 전문 인력 개발을 위한 교육 지원 프로그램을 기획할 예정임

베트남 비즈니스센터 담당자 연락처

성임경 센터장	+84.24.3202.2488	imksman@kocca.kr
응웬녹안 대리	+84.24.3202.2488	ngocanh96@kocca.kr

베트남 콘텐츠산업 동향

2024년 13호

주관기관 한국콘텐츠진흥원

감수 성임경(베트남 비즈니스센터장)

집필자 Nguyen Thi Quynh Nga

발행인 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발행일 2024년 08월 26일

발행처 한국콘텐츠진흥원

주소 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 1566-1114

홈페이지 www.kocca.kr

ISSN 2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”