

베트남 콘텐츠산업 동향

2024년 14호

베트남 연예기획사 현황 및 발전 전망



KOCCA

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

베트남 콘텐츠산업 동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF VIETNAM

2024년 14호

구분(장르)	제 목	Key Word
테마리포트	1. 베트남 연예기획사 현황 및 발전 전망 1. 베트남 연예기획사 역할 2. 베트남 내 연예기획사 현황 3. 베트남 연예기획사 발전 전망	엔터테인먼트 산업에서의 역할/V-Pop 대표 연예 기획사/K-Pop 아이돌 트레이닝 시스템/베트남 걸그룹/ 베트남 보이그룹/ 베트남 아이돌그룹

작성 | 한국콘텐츠진흥원 베트남비즈니스센터

배포 | 2024.08.27

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게



테마리포트

I. 베트남 연예기획사 현황 및 발전 전망

목차

1. 베트남 연예기획사 역할

- 1.1. 베트남 엔터테인먼트 산업 내 연예기획사의 역할
- 1.2. 연예기획사의 소속 아티스트 관리 역할

2. 베트남 내 연예기획사 현황

- 2.1. 베트남 내 대표 연예기획사
- 2.2. K-Pop 아이돌 트레이닝 시스템을 도입한 베트남 연예기획사

3. 베트남 연예기획사 발전 전망

- 3.1. 베트남 연예기획사의 최근 트렌드 및 발전 전망
- 3.2. 베트남 연예기획사의 도전과제

1. 베트남 연예기획사 역할



1. 베트남 엔터테인먼트 산업 내 연예기획사의 역할

④ 연예인 발굴 및 양성

- 엔터테인먼트 산업의 지속적인 발전과 다양화를 위해, 연예기획사들은 신인 발굴을 위해 중요한 역할을 하는데, 주로 선발대회, TV 오디션 프로그램 등을 통해 잠재력을 지닌 유망주를 발굴하며, 이들의 능력을 최대한 발휘시키기 위한 전문 양성 프로그램을 운영함. 선발대회나 방송 프로그램 외에, 페이스북, 틱톡 등과 같은 소셜 네트워크를 통해서도 인재를 선발함. 2024년 4월, 빅아트엔터테인먼트(Big Arts Entertainment)는 음악에 대한 열정을 가진 인재 발굴을 위해 케이타운 뮤직 탠런트 대회(K-Town Music Talent)를 개최했으며, 프로그램 우승자는 회사의 연습생이 될 기회를 얻음
- 음악에 대한 재능 발굴 후, 연예기획사는 노래, 춤, 퍼포먼스 스타일 등에 관한 다양한 육성 프로그램을



|그림 1| 빅아트엔터테인먼트 주최
케이타운 뮤직 탠런트 대회
출처: 빅아트엔터테인먼트 공식 페이스북 계정

제공하여 성공적인 스타 배출을 위해 힘씀. 이를 통해 연예인들은 자신의 음악적 능력 향상뿐만 아니라 다양한 측면에서 전반적인 성장을 이뤄나감

✔ 베트남 음악 시장 발전에 기여

- 연예기획사들은 베트남 음악 시장 발전에 중요한 역할을 하고 있는데 최신 녹음 장비, 스튜디오, 최신 디지털 녹음 - 촬영 기술에 투자하여 최상의 음향 및 영상 품질을 보장함으로써 아티스트의 음악 작품이 국제 기준에 적합하며 국내외 팬들에게도 매력적으로 다가갈 수 있도록 지원함. 또한, 작곡가, 프로듀서 및 다양한 분야의 음악 전문가들과 협력하여 작곡 과정부터 음반 발매까지 모든 작업 간 세심함을 기울여 고품질의 작품을 만들어냄
- 음악 시장 발전에 중요 요소는 전문 아티스트 육성으로, 아티스트의 전문성과 자신감은 매력적인 공연과 음악 작품을 만드는 데 기여하며, 연예기획사는 소속 아티스트가 연기, MC, 예능프로그램 참여, 직접 작곡 등 다양한 분야에서 발전할 수 있도록 지원하고, 이를 통해 그들의 아티스트를 다재다능한 인재로 만들어 자신이 가진 잠재력을 최대한으로 끌어낼 수 있도록 지원함
- 이 외에 연예기획사들은 새로운 트렌드와 스타일을 만들어내고 이를 주도하는데, 이들은 최신 음악 트렌드를 모니터링하고 분석하며, 아티스트가 새로운 스타일의 작품에 도전하거나 또는 기존의 전통적인 요소에 현대적인 요소를 결합시키는 것을 장려하는 추세임. 이를 통해 아티스트를 부각시킬 수 있고 베트남 내 음악 산업에 다양성을 더해주기도 함
- 연예기획사들은 아티스트의 전문성 향유뿐만 아니라 올바른 직업 윤리관 확립을 위해 아티스트의 모든 활동을 체계적으로 관리하고, 이를 통해 아티스트의 긍정적이며 전문적인 이미지를 만들어 주어 일어날 수 있는 스캔들을 미리 예방하도록 지원함. 이와 동시에 주변인과 대중 앞에서 올바른 처신에 대한 교육을 제공하며 엔터테인먼트 업계에서 모범적인 이미지를 갖출 수 있도록 지원함

2. 연예기획사의 소속 아티스트 관리 역할

✔ 아티스트의 이미지와 스타일 구축 및 홍보

- 기자 응웬퐁비엣(Nguyen Phong Viet)에¹⁾ 따르면, 연예기획사의 수년간 축적해온 경험 및 지식, 전문가 조언을 바탕으로 아티스트를 위한 음악 장르, 이미지 형성, 효과적인 홍보 등이 아티스트 성공에 60~70%를 좌우하며 나머지 30~40%는 아티스트 개인 재능에 따르는 것으로 언급함
- 대중에게 다가가고 충성도 높은 팬층의 구축을 위해 연예기획사들은 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 틱톡 등 소셜 네트워크 플랫폼을 활용한 소셜 네트워크 캠페인을 비롯하여 미디어 광고, 특별 이벤트 개최 등을 통한 다양한 마케팅 전략을 시행함. 예로 가수 썬퐁(Son Tung) M-TP는 최근 몇 년 동안 가장 성공한 베트남 가수 중 한 명으로, 그는 M-TP 엔터테인먼트를 운영하며 트렌드에 맞는 여러 전략을 통해 자신의 음악 작품을 직접 효과적으로 홍보해 옴. 썬퐁(Son Tung)은 뮤직비디오 공개 시 많은 팬을 끌어들이 수 있는 특정 시점을 선택하는

1) Znews (2018년). 빛나는 무대 뒤의 또 다른 주역 아티스트의 매니저. 출처:

<https://znews.vn/quan-ly-nghe-si-nhung-nguoi-dung-sau-anh-hao-quang-post892656.html>

경향이 있는데, 예를 들어 '미래의 우리'(Chung ta cua tuong lai) 뮤직비디오의 경우, 여성들을 위한 특별 선물로 국제 여성의 날 3월 8일 0시에 공개함. 또한, M-TP 엔터테인먼트는 신곡 공개 시 늘 새로운 이야기 및 이슈를 만들어 팬들의 관심을 이끌어 옴

- 연예기획사들은 아티스트들의 단순 홍보를 넘어, 그들만의 독자적인 개인 브랜딩을 개발할 수 있도록 패션스타일, 메이크업 및 대중과의 소통 방식에 대한 조언을 지원함. 특히 디자이너, 코디, 메이크업 아티스트, 사진작가와 협력하여 아티스트 개인 스타일을 구축하여 다수 팬의 관심을 끄
- 아티스트에게 있어 인기와 명성을 유지하며 장기적인 성장을 이루기 위해서는 팬들과의 관계 구축이 가장 중요하므로, 연예기획사들은 팬 미팅, 라이브 스트리밍, 팬 이벤트 등을 통해 아티스트와 팬들 간 긴밀한 관계 형성을 위해 적극 지원하며, 이를 위해 팬카페 운영을 통한 열정적인 팬 커뮤니티를 만들어 팬들과 아티스트가 직접 소통할 수 있는 장을 형성하기도 함. 또한 연예기획사들은 소속 아티스트의 일상 브이로그, 비하인드 영상 등의 특별 콘텐츠도 제작하여 팬들에게 아티스트의 일상에 대한 내용을 선사하여 더욱 가까이 있음을 느끼도록 하는데, 가수 에이미(Amee) 소속사 St.319 엔터테인먼트는 공식 유튜브 채널 내에서 뮤직비디오 외에 에이미의 먹방 영상, 비하인드 영상 등을 담은 짧은 브이로그도 게시하여 다양하고 재미있는 콘텐츠를 팬들에게 선사함
- 연예기획사는 아티스트의 위기 상황에 대한 대처 지원에 적극적인 역할을 하는데, 한국과 중국 등에 있는 세계적인 엔터테인먼트 시장 내 소속된 아티스트가 관련 문제에 직면 시 불리한 정보를 사전 차단하는 등 적극적으로 대응해주는데, 베트남 내 연예기획사 또한 아티스트를 위해 적극적인 입장 발표 및 사태 확산 방지를 위해 최선을 다함

✔ 아티스트의 재정, 예산, 계약 및 스케줄 관리

- 연예기획사는 아티스트의 이미지 기획 및 음악적 지원뿐만 아니라 재정, 예산, 계약, 스케줄 관리 또한 담당하는데, 특히, 재정 및 예산 관리는 연예기획사의 주요 업무 중 하나로, 소속 아티스트의 뮤직비디오 제작, 홍보, 공연 등 다양한 프로젝트의 예산을 사전에 계획하여 효율적이고 가성비를 고려한 재정 운영을 보장함. 이를 통해 아티스트는 재정 관련 걱정 없이 음악 창작에 집중할 수 있음
- 계약 관리도 중요한 업무로, 연예기획사는 아티스트를 대신해 파트너와의 계약 협상을 진행하며, 계약 조건의 합리성, 아티스트 권리 보호에 관한 내용을 주로 검토함. 계약 체결 전 법적 검토를 통해 법적 리스크 또한 최소화함
- 그 외, 기획사는 아티스트의 활동 일정을 체계적으로 관리하여 모든 행사에 차질없이 참여할 수 있도록 지원하며, 최대한 개인 생활과의 균형을 유지할 수 있도록 일정을 조율함

✔ 스폰서십 유치

- 연예기획사는 아티스트의 음악 활동을 위한 자금의 확보를 위해 후원자, 투자자를 발굴하고 유치하는 역할을 담당함. 연예기획사는 자사의 보유 네트워크 및 전문성을 활용하여 유리한 조건으로 자금을 지원받음
- 후원자와의 계약 체결 시 연예기획사는 아티스트의 후원 계약 조건 검토, 수정 및 법적 리스크

최소화를 위해 중요한 역할을 함

- 아티스트 개인이 직접 처리할 경우, 경험 부족으로 인한 재정적 손실 및 명예 훼손 가능성이 있으며, 잘못된 본인 가치 측정을 통해 자금 후원을 아예 받지 못할 위험 또한 존재하므로 소속하는 자금 지원 및 유치를 직접 담당하고 소속 아티스트는 재정 관련 고민 없이 음악 작업에만 몰두할 수 있는 환경을 보장받음

2. 베트남 내 연예기획사 현황



1. 베트남 내 대표 연예기획사

1989s 엔터테인먼트

- 회사 개요
 - 회사 명칭: 1989S COMPANY LIMITED
 - 설립연도: 2016 년
 - 설립자: 응웬투이띠엔(Nguyen Thuy Tien) - 띠엔 쿠키(Tien Cookie)
- 1989s 엔터테인먼트는 젊고 재능 있는 음악가이자 프로듀서인 띠엔 쿠키(Tien Cookie)가 운영하는 연예기획사로, 가수 빅프엉(Bich Phuong), 랩퍼 폭주(Phuc Du), 랩퍼 빅대디(BigDaddy), 가수 에밀리(Emily), 그리고 띠엔 쿠키(Tien Cookie) 등이 주요 아티스트로 소속되어 있으며, 다수의 히트곡으로 베트남 음악 시장 내 큰 영향력을 행사하고, 젊은 세대에게도 큰 영감을 줌
- 특히 1989s 엔터테인먼트가 비티스 헌터(Bitis Hunter)와 협력하여 진행한 “떠나야 돌아온다”(Di de tro ve) 프로젝트는 아시아 내 최고 홍보 캠페인 부문 동상 수상, 2017 PR 아시아 어워즈(PR Asia Awards 2017)에서 “Best Use of Video” 금상 포함 다양한 상을 받으며 상업적, 예술적 측면 모두에서 성공을 거둔 프로젝트임
- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
띠엔 쿠키(Tien Cookie)	<ul style="list-style-type: none"> • Tam su voi nguoi la • Anh bo hut thuoc chua • Thuong thuc noi buon 	<ul style="list-style-type: none"> • 2016 그린웨이브 어워즈: 페이보릿 작곡가 톱 10 • 2019 공헌 음악상: 올해의 프로듀서
랩퍼 빅대디(BigDaddy) & 가수 에밀리(Emily)	<ul style="list-style-type: none"> • Muon ruou to tinh • Ngo cham • O sao be khong lac 	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Muon ruou to tinh’ - 2019년 공헌 음악상: 인기곡 톱 10; 2019 웹 TV 아시아어워즈: 올해의 베스트 R&B 뮤직비디오 • ‘Ngo cham’ - 2023년 헌신 음악상 : 인기곡 톱 10 등
랩퍼 폭주(Phuc Du)	<ul style="list-style-type: none"> • Yeu anh di me anh ban banh mi • Dua nao lam em buon? • Tu choi nhe nhang thoi 	<ul style="list-style-type: none"> • E.P ‘Yeu anh di me anh ban banh mi’ - 2023년 WeChoice 어워즈: 올해의 E.P/앨범상 후보
가수 빅프엉(Bich Phuong)	<ul style="list-style-type: none"> • Bao gio lay chong • Di du dua di • Bua yeu 	<ul style="list-style-type: none"> • 2019 아시아 아티스트 어워즈: 베스트 베트남 아티스트 • ‘Di du dua di’- 2019 METUB 웹티비아시아어워즈: 올해의 베스트 댄스 뮤직비디오

✔ SpaceSpeakers Group

- 회사 개요
 - 회사 명칭: SPACESPEAKERS GROUP JOINT STOCK COMPANY
 - 설립연도: 2011 년
 - 설립자: 부하꾸안(Vu Ha Quan)
- 해당 기획사의 소속 아티스트들은 회사 프로듀서와 함께 ‘Nen va hoa’, ‘Bigcityboi’, ‘Yeu 5’ 등과 국내 음악 차트 상위권을 오른 곡들을 제작하며 젊은 세대에게 큰 인기를 얻음
- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
빈지(Binz)	<ul style="list-style-type: none"> • OK • Bigcityboi • Hit me up 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 마마 어워즈: 베스트 아시안 아티스트 베트남 • 2021 그린웨이브 어워즈: 올해의 남자가수 및 신성 아티스트
수빈황썬(Soobin Hoang Son)	<ul style="list-style-type: none"> • Blackjack • Thang nam • The Playah 	<ul style="list-style-type: none"> • 2021 년 스포티파이 최다 스트리밍 베트남 아티스트 톱 10 • ‘Thang nam’ - 2021 년 그린웨이브 어워즈: 인기곡 톱 10
저스타티(Justatee)	<ul style="list-style-type: none"> • Forever Alone • Thang dien • Da lo yeu em nhieu 	<ul style="list-style-type: none"> • 2013 Zing 뮤직어워즈: 올해의 아티스트상 • ‘Forever Alone’ - 2013 년 Zing 뮤직 어워즈: 인기 R&B/소울 노래, 올해의 노래

✔ Big Arts 엔터테인먼트

- 회사 개요
 - 회사 명칭: BIG ARTS ENTERTAINMENT AND MEDIA JOINT STOCK COMPANY
 - 설립연도: 2017 년
 - 설립자: 쭈반끄엉(Chu Van Cuong)
- Big Arts 엔터테인먼트는 땅주이떤(Tang Duy Tan), 드럼 7(Drum7), 부퐁띠엔(Vu Phung Tien), 니니(NEENEE) 등 여러 유명 가수, 프로듀서를 양성하고 관리함. 또한 ‘Cat doi noi sau’(땅주이떤, 드럼 7), ‘Le luu ly’(부퐁띠엔, DT 띵랍(Tap Rap), 드럼 7) 등 인기 있는 음원을 제작함
- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
땅주이떤(Tang Duy Tan)	<ul style="list-style-type: none"> • Ben tren tang lau • Cat doi noi sau • Bat tinh yeu len 	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Ben tren tang lau’- 2022 그린웨이브 어워즈: 인기곡 톱 10; 28 회 마이방(Mai Vang) 어워즈: 가장 인기 많은 노래 • 2023 그린웨이브 어워즈: 올해의 남자가수
부퐁띠엔(Vu Phung Tien)	<ul style="list-style-type: none"> • Le luu ly 	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Le luu ly’ - 2023 그린웨이브 어워즈: 인기곡 톱 10

✔ SuperBrothers

- 회사 개요
 - 회사 명칭: SUPER BROTHERS COMPANY LIMITED
 - 설립연도: 2018 년
 - 설립자: 찐우당코아(Chau Dang Khoa)
- SuperBrothers 는 작곡가이자 가수인 찐우당코아(Chau Dang Khoa)가 설립·운영하는 연예기획사임. 찐우당코아는 'Vi me anh bat chia tay', 'Nguoi la oi', 'Nang tien ca' 등의 히트곡을 작곡함
- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
오렌지 (Orange)	<ul style="list-style-type: none"> • Nguoi la oi • Tinh nhan oi • Chan ai 	<ul style="list-style-type: none"> • 2018 마마 어워즈: 베스트 뉴 아시안 아티스트 베트남 • 2018 그린웨이브 어워즈: 신인상
소피아(Sofia)	<ul style="list-style-type: none"> • La do em xui thoi • Thieu than • Nho nguoi hay nho 	<ul style="list-style-type: none"> • 2018 아이돌 가수 대회: 우승자

2. K-Pop 아이돌 트레이닝 시스템을 도입한 베트남 연예기획사

- 현재 베트남의 연예기획사들은 K-Pop 아이돌 트레이닝 시스템을 도입하여 걸그룹 및 보이그룹을 육성함. 이는 방탄소년단, 블랙핑크, 트와이스 등의 K-Pop 그룹이 국제 시장에서 큰 성공을 거두어 베트남 젊은 아티스트들에게도 이상적인 롤모델이 된 것에서 비롯됨. K-Pop 트레이닝 시스템은 전문성과 체계성을 갖추고 있어, 아티스트의 전반적인 실력 극대화에 높은 평가를 받음. 이러한 시스템을 통해 트레이닝 받은 베트남 그룹으로는 몬스타(Monstar), 유니 5(Uni5), 립 B(LipB), 365 다밴드(365daband), 라임(LIME) 등이 있음
- K-Pop 의 트레이닝 시스템을 도입한 베트남의 연예기획사들은 한국 연예기획사와 같은 엄격한 인재 선발 및 트레이닝 과정 운영하며, 소속 아티스트들은 여러 차례의 선발 과정을 거쳐 합격한 후, 노래, 춤, 연기, 외국어 등 다양한 분야 관련한 장기 트레이닝을 받음
- 또한, 기획사들은 아티스트의 이미지 및 브랜드를 철저히 관리하여 대중에게 소속 아티스트에 대한 긍정적인 이미지를 구축하고 유지하는 역할을 하는데, 구체적으로는 아티스트의 스타일, 생활 방식, 대중과의 소통 방식 교육 등을 통해 소속 아티스트가 팬들의 취향과 기대에 부합하도록 양성함

✔ St.319 엔터테인먼트

- 회사 개요
 - 회사 명칭: ST.319 COMMUNICATION AND ENTERTAINMENT COMPANY LIMITED
 - 설립연도: 2011 년
 - 설립자: 응웬주이득(Nguyen Duy Duc) - 아이덴(Aiden)

- St.319 엔터테인먼트는 신인 아티스트를 데뷔시키기 전, 철저한 시장 조사를 통해 음악 시장에 새로운 트렌드를 만들기 위해 노력하며, 아티스트의 개성과 성격에 맞는 이미지와 음악 스타일을 정교하게 형성하는 등 많은 아티스트를 훈련하고 성장시켜 왔으며, 특히 K-Pop 스타일을 적극적으로 활용하며 베트남 음악 시장 내 다양화에 크게 기여함. 유명한 가수들 외에 작곡가, 프로듀서 등의 인재들도 다수 소속된 기획사임
- St.319 엔터테인먼트의 소속 아티스트 그룹 몬스타(Monstar)는 K-Pop 시스템으로 트레이닝 받은 베트남 그룹 가수 중 한 팀으로, 베트남 음악 시장 내 다재다능한 신예 아티스트가 될 것으로 기대를 받는 그룹임. 몬스타는 노래, 랩뿐만 아니라 안무와 연기 등 다방면에서 뛰어난 재능을 보이는 것을 강점으로 하며 몬스타(Monstar) 그룹 각각의 구성원들은 데뷔 전부터 베트남과 한국에서 활발한 홍보 활동을 펼쳤음. 또한, 몬스타(Monstar)는 한국관광공사로부터 한국 - 베트남 관광 홍보대사로 선정되어 한국 내 여러 관광 홍보 활동도 진행하였음. 대표적인 활동으로는 한국관광공사로부터 저작권을 인정받고 베트남어 가사를 새로 부여해 리메이크 제작한 김태우의 '사랑비' 음원 발매임
- St.319 엔터테인먼트 소속 아티스트들은 권위 있는 시상식에서 음원상을 받았으며 아티스트 사이에서도 해당 기획사는 신뢰할 수 있는 파트너라는 인지도가 형성되고 있는 추세임. St.319 엔터테인먼트의 대표 음원으로는 소속 아티스트 에이미(Amee)의 앨범 'Anh nha o dau the', 'DeAMEE', 몬스타(Monstar)의 'Co hen voi thanh xuan' 등이 있음
- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
에이미(AMEE)	<ul style="list-style-type: none"> • Anh nha o dau the • Troi giao troi mang di • Tinh ban dieu ky 	<ul style="list-style-type: none"> • 'Troi giao troi mang di' - 2019 METUB 웹티비아시아 어워즈: 올해의 콜라보레이션 뮤직비디오 • 2019 그린웨이브 어워즈: 베스트 신인상
민(Min)	<ul style="list-style-type: none"> • Tim • Y.E.U • Luon ben anh 	<ul style="list-style-type: none"> • 'Y.E.U' - 2015 YAN Vpop 20 어워즈: 올해의 뮤직비디오, 가수 톱 20
몬스타(Monstar)	<ul style="list-style-type: none"> • Love rain • Chi can la minh cung nhau • Co hen voi thanh xuan 	<ul style="list-style-type: none"> • 2016 YAN Vpop 20 어워즈: 올해의 신예 그룹상 • 2018 마이방(Mai Vang) 어워즈: 최고 인기 그룹상

✔ 6th Sense 엔터테인먼트

- 회사 개요
 - 회사 명칭: SIXTH SENSE ENTERTAINMENT JOINT STOCK COMPANY
 - 설립연도: 2012 년
 - 설립자: 옹까오탕(Ong Cao Thang)
- 6th Sense 엔터테인먼트는 아티스트 옹까오탕(Ong Cao Thang)이 운영하는 회사로, 가수 동니(Dong Nhi)의 성공에 주요 역할을 했으며, 많은 신인 인재 양성을 위한 좋은 환경 제공으로

유명한 기획사임. 6th Sense 엔터테인먼트의 소속 아티스트 립 B(LipB) 그룹과 유니 5(Uni5) 그룹은 데뷔 전 한국 트레이닝 시스템으로 훈련받은 그룹임

- 그 중 걸그룹 립 B(LipB)는 2016년 옹까오탕(Ong Cao Thang)과 동니(Dong Nhi)가 직접 제작한 그룹으로, 멤버는 애니(Annie), 메이(Mei), 요리(Yori), 나완(Na Whan) 총 4인임. 구성원들은 2015년 6th Sense 엔터테인먼트가 주최한 'We Need You Do' 오디션에서 약 2,000명의 참가자를 제치고 선발됨. 립 B(LipB)는 첫 공개 이미지와 음악 작품에서부터 K-Pop 걸그룹과 같은 음악 스타일로 훈련받은 것을 잘 보여주었으며 특유의 역동적이고 다채로운 이미지를 잘 드러냄
- 유니 5(Uni5) 또한 비슷한 훈련 과정을 거쳤으며, 옹까오탕(Ong Cao Thang)과 동니(Dong Nhi)의 소속사가 유니 5(Uni5) 결성 프로젝트 시작 때부터, 이 그룹은 한국 보이그룹 기준으로 계획되었음. 멤버들은 노래, 랩, 안무 등 필수 퍼포먼스 능력을 모두 갖추기 위해 철저히 훈련받음
- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
동니(Dong Nhi)	<ul style="list-style-type: none"> • Vi ai vi anh • Ta la cua nhau • Xin anh dung 	<ul style="list-style-type: none"> • 2019 마이방(Mai Vang) 어워즈: 여성 팝 가수 • 2019 그린웨이브 어워즈 : 인기 가수 톱 10
립 B(LipB)	<ul style="list-style-type: none"> • Love You Want You • So nho 	<ul style="list-style-type: none"> • 2016 Zing 뮤직 어워즈: 올해의 신인 아티스트 • 'So nho' - 2016년 팝뮤직: 올해의 그룹 뮤직비디오
유니 5(Uni5)	<ul style="list-style-type: none"> • Tet den that roi • Vi em la oxy 	<ul style="list-style-type: none"> • 2016 마이방(Mai Vang) 어워즈: 최고 인기 그룹 • 2018 Zing 뮤직 어워즈: 베스트 결합상
한사라	<ul style="list-style-type: none"> • Tan cung noi nho • Dem cuu • To thich cau 	<ul style="list-style-type: none"> • 2017 Zing 뮤직 어워즈: 신인 아티스트 톱 5 • 2017 그린웨이브 어워즈: 신인상 후보

✔ M-TP 엔터테인먼트

- 회사 개요
 - 회사 명칭: M-TP ENTERTAINMENT COMPANY LIMITED
 - 설립연도: 2016년
 - 설립자: 응웬타인퉁(Nguyen Thanh Tung)
- 2016년, 썬퉁(Son Tung)은 자본금 3억 동으로 M-TP 엔터테인먼트를 공식 설립하며, 직접 대표가 됨. M-TP 엔터테인먼트는 썬퉁(Son Tung)의 뮤직비디오를 위한 이미지, 스토리, 출연 배우, 독특한 색상 등 모든 측면에서 대규모 투자를 하며 음악 산업 내 큰 반향을 일으킴. 썬퉁(Son Tung)은 독특하고 매력적인 음악 스타일로 베트남 내 가수와 연예기획사들 사이에서 강력한 경쟁자로 자리매김함. 데뷔 초기부터 썬퉁(Son Tung)의 의상, 메이크업, 음악 스타일 등 전반에서 한국의 영향을 받음. 특히 'Noi nay co anh' 뮤직비디오는 한국에서 촬영되었으며,

썬퉁(Son Tung) M-TP 는 부드럽고 감성적인 멜로디 속 낭만적인 이미지를 완벽히 소화하여 한국풍 뮤직비디오를 선보임

- 소속 아티스트

대표 아티스트	대표곡	수상 경력
썬퉁(Son Tung) M-TP	<ul style="list-style-type: none"> • Noi nay co anh • Hay trao cho anh • Lac trôi 	<ul style="list-style-type: none"> • 빅애플뮤직어워즈: 베스트 베트남 남자가수 • 2016 공헌상: 올해의 가수

3. 베트남 연예기획사 발전 전망



1. 베트남 연예기획사의 최근 트렌드 및 발전 전망

❖ 국제 협력 트렌드

- 더 많은 대중에 다가서기 위해, 베트남 내 연예기획사들은 글로벌 배급사 및 스트리밍 플랫폼과의 파트너십을 통한 네트워크 구축의 필요성이 대두됨. 해외 아티스트 및 글로벌 기획사 간 협력은 베트남 엔터테인먼트 산업의 신시장 진출 및 홍보에 큰 도움이 될 것으로 보임
- 글로벌 시장 내 베트남 음악 산업은 'See tinh', 'Hai phut hon'(Kaiz Remix), 'De den de di' 등과 같은 유명한 곡들을 통해 해외 시장에 진입할 기회를 얻었으며, 또한 최근 해외 아티스트와의 협업 프로젝트로 베트남 가수와 노래들이 세계적으로 점차 알려지기 시작함. 2019년, 썬퉁(Son Tung) M-TP 는 세계적으로 유명한 래퍼 스눕독(Snoop Dogg)과 함께 'Hay trao cho anh' 곡을 발매하였으며, 해당 음원은 단시간에 음원 차트 1위를 석권하는 성과를 거둠. 2018년, 수빈황썬(Soobin Hoang Son)은 티아라 지연과의 협업 프로젝트 'Dep nhat la em' 곡을 발매하여 한국 팬들의 사랑을 받음. 또한, 가수이자 작곡가인 부갓뜨엉(Vu Cat Tuong)은 가수 신현우와 함께 자신이 작곡한 곡 'Come back home'을 발매하였으며, 이 곡은 네이버 뮤직, 멜론, 벅스, 지니 등 한국의 주요 음원 스트리밍 플랫폼을 통해 공개됨



|그림 2| 수빈황썬(Soobin Hoang Son)
티아라 지연과의 협업 프로젝트 'Dep nhat la em'
출처: Zing MP3



|그림 3| 썬퉁(Son Tung) M-TP 래퍼 스눕독(Snoop Dogg)과의 협업 프로젝트 'Hay trao cho anh'
출처: VieZ

- 상기 협업은 단순히 가수 개인뿐만 아니라 소속사에도 큰 영향을 줌. 해외 팬과 베트남 팬 모두가

실력 있는 아티스트를 통해 소속 회사에 대해서도 자연스럽게 알게 되며, 이는 글로벌 아티스트와의 협업 프로젝트에서 더욱 두각을 보임

- V-Pop 가수과 소속사들은 이러한 글로벌 시장 진입을 위한 투자를 통해 인지도를 높여가고 있음. 베트남 국립 음악극장의 부대표²⁾에 따르면, 해외 아티스트와의 협업은 베트남 음악의 세계 시장 진입에 큰 도움을 주며 특히 베트남 음악 산업의 전문적이고 체계적인 발전을 위해 다양한 기회를 제공한다고 함. 특히 보컬 기술, 안무, 퍼포먼스 스타일 등 체계적인 훈련 프로그램을 지닌 한국 아티스트와의 협력은 베트남 아티스트들의 전문성, 음원 제작, 무대 구성 등의 전문성 향상에도 큰 도움을 줄 것이라 함
- 국제적인 아티스트와의 협업은 글로벌 시장 진입으로의 중요한 발걸음이며 이는 베트남 내 산업의 미래 방향성과도 부합함. 그러나 베트남 아티스트 및 소속 연예기획사는 협업을 위한 큰 규모의 투자 비용, 국제적인 기준 및 조건 충족이 필요함

✔ V-Pop의 매력

- V-Pop은 장르와 스타일 측면에서 다양해지고 있으며, V-Pop 아티스트 및 연예기획사들은 팬층 유입 및 그들의 요구 충족을 위해 끊임없이 창의적이고 혁신적인 노력을 기울임. 특히 국내뿐만 아니라 글로벌 시장으로의 진입을 목적으로 노력하며 이를 통해 베트남 연예기획사들은 신시장 확보 및 기획사의 인지도, 신뢰도 향상을 도모함
- 최근 몇 년간 V-Pop 음악 시장은 다양한 팬들의 요구 충족을 위해 팝, 발라드, 랩, R&B, 컨템포러리 포크 음악 등 음악적 장르와 스타일을 확대해가고 있음. 특히 국내뿐만 아니라 글로벌 시장 내 팬들에게 다가가기 위한 노력에 집중하고 있으며, 소속 아티스트들이 자신의 개성을 표출하며 팬들에게 독자적인 인상을 남길 기회 제공을 위해 노력함. 2020년부터 지금까지 가장 주목받는 음악 장르는 랩과 힙합이나, 랩 · 힙합 · 디스코 · R&B의 경우 이미 글로벌 트렌드에 맞춰진 장르로 여겨지지만, 베트남 아티스트들의 경우 전통적인 기존 소재와 현대적인 소재를 결합한 새로운 스타일을 추구하는 트렌드도 추구하고 있음. 이는 베트남 아티스트만의 새로운 매력으로도 여겨지고 있음
- V-Pop 음악 시장은 멜로디, 가사, 뮤직비디오 및 안무 관련 투자를 계속 늘려가고 있음. 이러한 투자는 음원 품질 향상 및 예술적 가치의 상승을 통한 팬층 유치에 영향을 줌. V-Pop 시장 내 대규모 투자를 통해 제작된 뮤직비디오는 썬퉁(Son Tung) M-TP의 'Hay trao cho anh'(약 600억 동), 빈지(Binz)의 'Don't break my heart'(약 100억 동), 오렌지(Orange)의 'Chan ai'(13억 8천만 동) 등이 있음
- V-Pop의 성장과 더불어, 소속 가수를 위한 고품질의 훈련 시스템 및 관리 프로그램 관련 수요도 증가세에 있음. 전문적인 환경에서 교육받기 희망하는 인재들을 위해 베트남 연예기획사는 해당 프로그램 제공의 기회를 늘려가고 있으며, 각 회사들은 인재 유치를 위한 내부 훈련 프로그램 품질 향상을 위해 꾸준히 투자하고 있음
- 소속 가수의 성공을 위한 훈련 프로그램 및 관리 시스템은 기획사의 명성 및 브랜드 가치 향상에

2) 띠엔퉁 신문 (2023년). 베트남 가수와 글로벌 스타 간 협력. 출처:

<https://tienphong.vn/khi-ca-si-viet-hop-tac-cung-sao-quoc-te-post1511627.tpo>

중요한 역할을 함. 소속 아티스트가 인정받고 팬들에게 사랑받을 때, 아티스트의 소속사 또한 엔터테인먼트 산업 내 입지를 공고히 할 수 있으며 이를 통해 더욱 좋은 협력 기회를 부여받을 수 있음. 예로, 6th Sense 엔터테인먼트의 소속 가수 동니(Dong Nhi)의 성공, St.319 엔터테인먼트의 소속 가수 에이미(Amee)와 민(Min)의 성공을 통해 소속 기획사들 또한 음악 시장 및 팬층 사이에서 확고한 위치를 선점한 것을 들 수 있음

2. 베트남 연예기획사의 도전과제

④ 국내외 엔터테인먼트 회사 간 치열한 경쟁

- 베트남 내 연예기획사 소속 가수들은 팬 유치 및 공연 개최, 광고 계약 등을 위해 다방면에 노력하고 있으나, 그 수가 포화상태로 경쟁 또한 과열 추세임. 이는 기획사로 하여 음원의 창의성 및 고품질에 대한 부담을 느끼게 해주며 홍보 및 마케팅 캠페인 관련 투자 또한 증가하게 만들
- 최근 몇 년간 신성으로 등장한 베트남 내 V-Pop 가수를 보면, 에이미(Amee), 황주옌(Hoang Duyen), 터린(tlinh) 등은 각각의 고유한 개성과 음악 스타일을 확고히 보여주었으며 이러한 아티스트들의 수가 증가할수록 가수들 간 팬 유입을 위한 서로 간의 경쟁도 심해질 것이고, 이러한 경쟁은 음원과 공연 품질 향상에 기여할 뿐만 아니라, 아티스트 간 경쟁을 통한 음원 출시로 연예기획사의 수익 증대에도 기여할 수 있음. 그러나 이를 위해 각 소속사는 아티스트의 인지도 유지를 위한 음원 제작비 투자 및 홍보 비용 증대 등을 지속되어야 하며 이는 재정적, 인적자원 측면에서 기획사들의 도전과제로 남을 수 있음
- 이 외에 대두되는 도전과제는 베트남 아티스트들의 해외 엔터테인먼트 회사로의 이적 경향으로, 글로벌 기획사들은 첨단 훈련 프로그램 및 관리 시스템을 보유하고 있어 베트남 아티스트들로부터 관심을 받음. 예로, 김군니(Kim Kunni)는 2022년 미국의 글로벌 엔터테인먼트 회사 소니뮤직 엔터테인먼트(Sony Music Entertainment)와 계약하여, 글로벌 음악 트렌드에 부합하는 기회를 얻음. 또한, 템페스트 한빈과 같은 베트남 가수들은 베트남 내 음악 경력 대신 한국을 선택하여 본인의 성장을 도모함
- 이는 베트남 엔터테인먼트 회사에 큰 도전과제로 남아있으며, 글로벌 기획사들과의 경쟁이 필수로 대두되어 기존 트레이닝 프로그램 및 관리 시스템 개선 등 아티스트에게 매력적인 환경 조성 방안 관련 고민 및 과제를 부여함

④ 아티스트와의 불화

- 대중매체를 통해 겉으로 드러나는 이미지와는 달리 아티스트와 소속사 간 갈등은 피할 수 없는 문제로 이는 미국, 유럽 및 한국 음악 시장뿐만 아니라 베트남 음악 시장에서도 빈번히 발생함. 대부분은 아티스트의 매출이 기대 이하이거나 작업 간 의견차이에서 비롯되며 심할 경우 법적 분쟁으로 이어짐
- "의견 불일치", "계약 위반", "과도한 일정", "손해 배상", "수입 투명성 부족" 등이 주요 원인으로 나타나며 특히 "수입 투명성 부족" 관련한 문제가 가장 빈번히 나타남. 이는 주로 양측 간 계약서 상 명시 조건을 준수하지 않는 것에서 비롯되며 아티스트와 기획사 모두에게 손실과 연계되는 부정적 영향을 초래함

- 최근 SNS의 발전으로 아티스트들은 보다 쉽게 유명해질 수 있게 되었으며 이에 따라 엔터테인먼트 산업 또한 급성장하여 다양한 협력 기회 또한 증가하는 추세임. 그러나 이로 인해 발생하는 유명세를 추구하는 아티스트와 실리적인 수익을 추구하는 기획사 간 괴리로 인해 갈등 또한 과거에 비해 빈번하게 발생하며 특히 계약 조건 및 재정적 측면의 투명성 부족으로 인한 문제가 빈번히 발생함
- 2017년, 에릭(Erik)과 소속사 St.319 엔터테인먼트 간 갈등 사건을 보면 에릭(Erik)은 소속사의 수입 불투명성을 주장하며 재계약 불발을 알렸고, 반면 소속사 대표 아이덴(Aiden)은 에릭(Erik)의 책임감 부족 및 불건전한 생활 등이 팀에 영향을 끼친 점을 주장함
- 가수 오렌지(Orange)와 가수 리리(Lyly) 또한 유사 문제로 이슈가 있었는데, 2020년 초, 이들은 찌우당코아(Chau Dang Khoa)가 운영하는 엔터테인먼트 회사의 재정 불투명성에 대해 공개 비판함. 이에 찌우당코아(Chau Dang Khoa)도 두 가수를 상대로 소송을 제기하여 손해 배상 청구함. 사건이 해결된 후 또 다른 찌우당코아(Chau Dang Khoa) 소속 가수 소피아(Sofia)도 불투명성에 대한 의견을 표명함
- 방탄소년단의 성공을 이끈 한국 연예기획사 하이브 방시혁 대표에 따르면, 회사의 소속 아티스트 관리 역할은 매우 중요하며 특히 신인 아티스트의 경우 더욱 중요함. 소속사와 소속 아티스트 간 관계는 공생 관계로 반드시 존중 · 이해 · 협력이 전제되어야 하며, 계약서 조항 면면을 준수하여 지속 가능한 관계를 유지하고 이를 통해 높은 수준의 작품을 만들어내는 것이 필수적임
- 그러나 베트남 내 소속사와 소속 아티스트 간 관계는 공생 관계가 구축되지 않았으며 오히려 일부 아티스트들은 스스로의 발전을 위해 자체 회사 설립하고 직접 젊은 인재들을 위한 훈련 프로그램을 구성하여 제공하기도 함. 동니(Dong Nhi)와 옹까오탕(Ong Cao Thang), 썬퉁(Son Tung) M-TP 등이 대표적인 예시임

✔ 관객 취향의 변화

- 2023년 상반기에는 팝 발라드 장르가 많은 관객들에게 인기를 끈 반면, 하반기에는 R&B, 힙합, 전통 퓨전 음원들이 큰 주목을 받음. Zing MP3 발간 보고서에 따르면³⁾, 2023년 1분기 간 발매된 랩/힙합, 댄스/EDM 장르 곡의 수는 각각 390곡, 558곡으로, 전년 대비 소폭 증가하였음. 전통적인 색채와 민속적인 요소를 담은 퓨전 음원의 인기가 젊은 층에서 점점 증가하는 추세임. 화민지(Hoa Minzy)의 'Thi Mau'와 프엉미찌(Phuong My Chi)의 'Vu tru co anh' 등이 대표적인 예임
- 그러나 대중의 빠른 취향 변화는 베트남 연예기획사들에 새로운 도전과제로도 작용함. 가장 큰 어려움은 이러한 트렌드를 따르지 못하면 빠르게 팬층을 잃게 되며 이는 뮤직비디오, 공연 및 상업 활동으로 직결되어 수입 감소로 나타나게 되는 점임
- 또한 트렌드를 따라가기 위한 투자 비용 또한 계속 증가하는 것도 도전과제임. 특히 다양한 음악 제작을 위한 아티스트의 훈련, 수준 높은 뮤직비디오의 제작, 효과적인 홍보를 위한 마케팅 비용 지출 등이 주요 도전과제이며 현재 평균 제작 비용이 약 7억~8억 동에 이르는 뮤직비디오 제작 비용 또한 꾸준히 증가하는 추세임.

3) Zing MP3 (2024년). 2023년 Zing MP3의 베트남 음악 산업 보고서

- 결국 대중들이 원하는 음악 취향을 따라잡기 위한 훈련 프로그램의 운영 및 예측이 가장 중요한 도전과제이며 불필요한 비용 낭비를 최소화하기 위해 트렌드에 대한 면밀하고 체계적인 분석은 기획사들이 반드시 갖춰야 할 과제로 남아있음

✔ 트레이닝 시스템

- 베트남에서 대부분의 아티스트 교육을 위해 올바른 환경에 대해 논하면, 늘 빠지지 않는 것이 한국의 트레이닝 시스템이며 실제 많은 베트남 내 연예기획사에서 한국의 시스템을 도입하여 운영 중에 있음. 실제 한국 기획사 내 규정으로 대표되는 연애 금지, SNS 무허가 사용 금지 등은 베트남 기획사에서도 적용되는 규정으로 유명함
- 한국의 체계적인 트레이닝 시스템을 따르지 않는 엔터테인먼트 기업은 대부분 성공하기 어려울 것이라는 인식이 있으며 이로 인해 다수의 베트남 내 연예기획사는 한국의 훈련 프로그램 및 관리 시스템을 도입하여 한국 기획사 모형을 그대로 따르는 추세임. 이는 한류 열풍의 세계적인 성공이 주요한 이유로 작용하였기 때문임. 그러나 베트남 내 음악 산업 환경 자체가 한국처럼 전문적이지 않기 때문에 여전히 데뷔 시 많은 어려움에 직면함
- 걸그룹 라임(LIME)의 경우, 데뷔 전 이미지 구축부터 패션까지 한국 소속사에서 기획하여 K-Pop 스타일에 맞는 기획으로 준비 후 'Take it slow' 곡으로 데뷔하여 베트남 청중으로부터 긍정적인 반응을 얻음. 이후 그룹 라임(LIME)은 싱글 앨범 'Toc Toc Toc'을 한국 음원 시장에 출시하며 도약을 시도하였으나, 한국 시장에서는 큰 주목을 받지 못하였고, 이를 인지한 후, 라임은 베트남 시장 진입을 위해 베트남어 버전을 제작하여 발표했으나, 베트남 청중의 취향에는 맞지 않는 곡으로 빛을 보지 못함
- 또한, 립 B(LipB), 디버스(D1verse), 유니 5(Uni5) 등의 K-Pop 스타일을 띤 다른 그룹들 또한 베트남에서는 성공하지 못한 사례가 다수 있음. 또한 그 밖의 많은 V-Pop 그룹들도 오랜 시간 준비하여 데뷔하였으나 베트남에서 인지도를 높이지 못하고 결국 해체된 경우가 많음
- 이는 여전히 베트남 음악 산업 내 성공을 꿈꾸는 가수와 제작자들에게 큰 도전과제로 남아있음

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 14호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	성임경(베트남 비즈니스센터장)
집필자	Nguyen Thi Quynh Nga
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2024년 08월 27일
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”