

# 별첨 1

# 관계부처 합동 한류마케팅 지원 주요 성과

## □ 간접광고(PPL) 매칭성과

○ 전 제품(총 80개 <'23년 40개, '24년 40개>) 글로벌 OTT 또는 해외방영작 매칭으로 마케팅 전개




\* (주요작품) tN <눈물의 여왕>, tN <내 남편과 결혼해줘>, MBC <열녀박씨 계약결혼편> 등

○ 주요 노출사례

방영작품	간접광고 노출장면	주요내용
 <p>tvN &lt;눈물의 여왕&gt; / 23지원</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지원품목: 펫밀크(농식품)</li> <li>○ 해외방영: 넷플릭스(전세계)</li> <li>○ 노출방식                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 배우가 반려견에게 펫밀크를 먹는 장면과 대사 노출</li> </ul> </li> <li>○ 전 회차(총 14회) 기업 C 노출</li> <li>* <b>tvN 역대 시청률(24.9%) 1위</b></li> </ul>
 <p>SBS &lt;런닝맨&gt; / 24 지원</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지원품목: 김(농식품), 스낵(카푸아협업) 등</li> <li>○ 해외방영: Viu(동남아시아)</li> <li>○ 노출방식                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프로그램 내 코너 이벤트 상품 형식으로 노출</li> </ul> </li> </ul>
 <p>tN &lt;내 남편과 결혼해줘&gt; / 23 지원</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지원품목: 프로틴 연어칩(수산)</li> <li>○ 해외방영: Viu(동남아)</li> <li>○ 노출방식                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 배우들 간 대화 장면에서 노출</li> </ul> </li> <li>○ 지원품목: 딸기(농식품)</li> <li>○ 노출방식                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주연배우들 간 대화 장면 및 식음 권유 대사 노출</li> </ul> </li> </ul>

## □ 수출성과 및 계약사례

- 간접광고 후 수출 및 판로 확대로 K-콘텐츠 경제적 파급효과 입증
  - (농식품) 지원기업 총 187백만불 수출(전년대비 30% 증가)
  - (수산식품) 지원기업 총 117백만불 수출(전년대비 34% 증가)
  - 주요 수출계약 사례

품목/기업	방영작품	간접광고 노출장면	대표성과
닥터조 블루밍 버블 (식물영양제) / ㈜누보	SBS <마이데몬>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 글로벌 OTT 방영으로 해외진출 - 넷플릭스(전 세계)</li> <li>○ 방영 후 마이데몬 캐릭터 '미오' 리패키징 제품 수출 예정(중국, 호주 등)</li> <li>○ '24년 북미 오프라인 매장 내 제품 약 17만개 납품 계약 체결</li> </ul>
매운불맛김 / 만전식품(주)	JTBC <웰컴투 삼달리>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 글로벌 OTT 방영으로 해외진출 - 넷플릭스(전 세계)</li> <li>○ 방영 후 신규 수출계약 체결 (55,000달러 규모)</li> <li>○ 동남아(인니, 말레이시아) 관심 증가</li> </ul>
헬로아이 배도라지 / 좋은영농 조합법인	MBC <열녀박씨 계약결혼편>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 글로벌 OTT 방영으로 해외진출 - VIU(동남아)</li> <li>○ 방영 후 동남아 신규 수출계약 상담 및 체결 논의 중 (거래처수: 10개, 상담액수: 50만 불 상당)</li> </ul>

- K-드라마 IP 기획단계 연계 사업화 사례 발굴 및 수출 견인
  - SBS <마이데몬> 자체 캐릭터 '미오'를 활용한 간접광고 매칭기업인 누보 제품(식물영양제) 리패키징 출시, 중국, 베트남, 호주 등 수출 예정

		
캐릭터 '미오'	캐릭터 연계 누보 제품(식물영양제) 리패키징 제품 출시	

## □ 지원기업 만족도

- 지원기업의 높은 만족도(97%) 및 수출에 대한 도움·기여도(92%) 응답
  - \* (주요의견) 바이어가 한국 드라마를 보고 구매의사를 보임(함초록), 바이어와 상담 시 호응도 및 신뢰도 향상(한국배수출연합), 방영 이후 제품 공급문의(씨월드) 및 신규 상품개발 문의(호산물산) 등

□ 프로그램 개요

- 추진방향: 타 행사 B2C프로그램 연계하여 콘텐츠X이종산업 해외 홍보
- 연계 행사: 프랑스 한류박람회, 인도네시아 한류박람회, 코리아360해외홍보관

한류박람회 × 한류마케팅	해외홍보관 × 한류마케팅	네트워킹 × 한류박람회 × 한류마케팅
<p>▶ K-박람회 한류마케팅 전시관 및 브랜드 콘텐츠 연계 이벤트</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프랑스 인기 고려, &lt;눈물의 여왕&gt; 등 드라마 연계 간접광고 제품 전시</li> <li>- 브랜드 상영 및 퀴즈 이벤트 등</li> </ul>	<p>▶ 간접광고(PPL) 제품 특별 기획관 및 KOREA 360 이벤트 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;웰컴투 삼달리&gt; 간접광고 제품 전시 및 인증 챌린지 3,231명 참가</li> <li>- 주연배우 자창욱 팬사인회 연계 개최</li> </ul>	<p>▶ '23년 네트워킹 데이 협업 제품, 한류마케팅, 한류박람회 해외홍보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 핑크퐁(콘텐츠)×늦반유기(브랜드K) IP 라이선싱 협업 제품 출시, 브랜드 콘텐츠, K-박람회 연계노출</li> </ul>

□ 박람회 프로그램 세부 내용

1) 프랑스 한류박람회(24.10. / 파리 브롱냐르 궁)

- B2B 쇼케이스로 콘텐츠-연관산업 비즈니스 활성화 및 산업 간 영역 확장

☆ 8개사 품목별 세션 운영, 현지 유통·IP 라이선싱 바이어 대상 쇼케이스 및 네트워킹 기회 제공

<p>핑크퐁×방짜유기</p>	<p>키즈삼뽀×안녕 저두야</p>	<p>융합 제품 전시</p>	<p>B2C 전시·체험관</p>
-----------------	--------------------	-----------------	-------------------

2) 인도네시아 한류박람회(24.11 / 자카르타 컨벤션 센터)

- 콘텐츠IP, 식품, 소비재(즉석라면기계) 이종산업 간 최초로 콜라보 기획존 구성

☆ 식탁, 한강공원 돛자리 등 콘텐츠IP 제품 전시, 편의점 내 식품연계 콘텐츠 영상 송출, 메뉴판 QR코드 스캔을 통한 콘텐츠 기업 홍보 영상 시청 등 한국 대표 공간(한강 배경)에서 한국 음식을 먹으며, 동시에 콘텐츠를 향유\*할 수 있는 공간 연출로 이종 산업을 연계한 신개념 기획존 구축 \* 메뉴판 QR코드 연동 모바일 콘텐츠 홍보영상 시청

<p>한강 편의점 전경</p>	<p>한강 즉석 라면 전경</p>	<p>콘텐츠 연계 편의점 전경</p>	<p>메뉴판 QR코드 콘텐츠 시청 연동 도입</p>
------------------	--------------------	----------------------	------------------------------