

조사 지역 : 총 9개국

- 아시아
대만, 말레이시아, 인도네시아, 필리핀
- 유럽
독일, 이탈리아, 폴란드
- 중동
아랍에미리트
- 오세아니아
호주

조사 방법

- 2024년 8월 한국국제문화교류진흥원 해외통신원 리포트,
글로벌 OTT 순위 집계 사이트,
문화체육관광 월간동향,
관세청 수출입통관자료 활용

조사 내용

- 콘텐츠 산업(방송, 케이팝, 영화)
- 소비재 산업(음식)
- 기타(문화정책)

문의

김아영 팀장
(ahyoung@kofice.or.kr / 02-3150-4818)
윤도경 연구원
(doging@kofice.or.kr / 02-3150-4822)

02
2024년 8월 한류 콘텐츠산업 통계

08
한류 콘텐츠산업 주요 이슈

11
주목할 만한 한류 연관산업 이슈

12
기타 문화정책

13
9월 한류 동향 논평

14
문화체육관광 수출 동향

16
엔터/미디어 주가 동향

23
해외 공연 현황

01

2024년 8월 한류 콘텐츠산업 통계

오세아니아

영화 <파일럿>, 4주 연속 호주 박스오피스 안착

호주

김한결 감독의 영화 <파일럿(Pilot)>, 8월 15일 현지 개봉해 24개 상영관에서 상영 시작. 9월 첫째 주까지 4주 연속 호주 박스오피스에 오르며 누적 매출액 7만 6621달러(약 1억 385만 원) 기록*

* 박스오피스모조(https://www.boxofficemojo.com/weekend/2024W36/?area=AU&ref_=bo_we_nav)



영화 <파일럿> 포스터
(쇼트케이크(주), ㈜무비락, 롯데엔터테인먼트)

1. 《CTWANT》(2024. 9. 5). 影爆點/評價兩極越瘋越紅, Netflix驚悚追兇影集《無聲蛙鳴》再一個史上極品瘋女人報到!. <https://url.kr/q11pkt>
2. 《NOWnews》(2024. 7. 26). 《無聲蛙鳴》預告出爐! 高旻示演技大突破. <https://url.kr/wb96rq>
3. 《Movieplayer.it》(2024. 8. 23). Se un albero cade in una foresta, la recensione: la serie thriller coreana che non ti aspetti. https://movieplayer.it/articoli/se-un-albero-cade-in-una-foresta-recensione-serie-tv-netflix-corea_33317/
4. 《The National》(2024. 8. 23). New films, TV shows and music to stream this week, from Sabrina Carpenter to Kalki 2989 AD. <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/film-tv/2024/08/23/new-movies-shows-music-streaming/>

넷플릭스 오리지널 한국 드라마 <아무도 없는 숲속에서>, 넷플릭스 TOP 10 TV(비영어) 부문 4위 기록

아시아

대만

‘無聲蛙鳴(무성와명)’이라는 제목으로 공개된 <아무도 없는 숲속에서>, 공개 익일(8.24.) 대만 넷플릭스 TV 프로그램 부문 8위로 진입해 말일까지 연속 차트인* 《CTWANT》는 ‘척추뼈가 드러날 정도의 역대급 체중 감량’에 대해 언급하며 주연배우 고민시의 연기 변신에 주목¹ 한편 《나우뉴스(NOWnews)》는 “7월 대만 넷플릭스 1위를 차지한 <낮과 밤이 다른 그녀>에서 주연으로 활약해 인기를 얻은 배우가 새로운 작품으로 돌아온다.”면서 <아무도 없는 숲속에서> 중년 형사(보민) 역을 맡은 배우 이정은에도 주목²

* 플릭스패트롤(<https://flixpatrol.com/>)

유럽

이탈리아

<아무도 없는 숲속에서>, 8월 26일 이탈리아 넷플릭스 TV 프로그램 톱 10 첫 차트인(10위)* 《Movieplayer.it(무비플레이어)》는 “<아무도 없는 숲속에서>는 예상 밖 한국 스릴러”라며 추천 요인 4가지로 ‘과하지 않은 번역’, ‘담론을 제시하는 심리학과 철학’, ‘연속성 있는 시각적 연출’, ‘긴장감 넘치는 음악과 편집’을 제시하고 별점 3.5점(5점 만점)을 부여³

* 플릭스패트롤(<https://flixpatrol.com/>)

중동

UAE

공개 익일 아랍에미리트 넷플릭스 TV 프로그램 부문 7위로 진입한 <아무도 없는 숲속에서>, 말일까지 연속 차트인* 《더 내셔널(The National)》은 8월 추천 콘텐츠 중 하나로 <아무도 없는 숲속에서>를 소개하며 “케이팝 팬들은 예고편에서 손에 저격총을 들고 미소 짓는 엑소(EXO) 멤버 찬열을 보고 황홀해할 것이다.”라며 극중 윤계상(상준 역)의 아들(기호 역)로 열연한 찬열을 언급⁴

* 플릭스패트롤(<https://flixpatrol.com/>)



넷플릭스 TOP 10 TV(비영어) 부문 4위 <아무도 없는 숲속에서>
(넷플릭스, <https://www.netflix.com/tudum/top10/tv-non-english?week=2024-09-01>)

9월 케이팝 차트

유튜브 르세라핌 <CRAZY> 뮤직비디오 공개(8.30.) 직후 일간 차트 4위로 진입해 9월 1주차 12위 차지

스포티파이 지민 <Who>, 발매 이후 10주 연속 톱 5 안착

	1주차	2주차	3주차	4주차
	(뮤비) 12위 르세라핌/CRAZY 40위 리사/New Woman 54위 리사/Rockstar (아티스트) 64위 방탄소년단 77위 블랙핑크 78위 스트레이 키즈 88위 르세라핌	(뮤비) 53위 쯔위/Run Away 57위 리사/New Woman 69위 리사/Rockstar 76위 르세라핌/CRAZY (아티스트) 63위 방탄소년단 79위 블랙핑크 82위 스트레이 키즈	(뮤비) 62위 리사/New Woman 67위 리사/Rockstar (아티스트) 62위 방탄소년단 82위 스트레이 키즈 88위 블랙핑크	(뮤비) 70위 리사/New Woman 76위 리사/Rockstar 89위 연준/GGUM (아티스트) 66위 방탄소년단 95위 스트레이 키즈 96위 블랙핑크
	4위 지민/Who 28위 리사/New Woman 47위 정국, 라토(Latto)/Seven 58위 르세라핌/CRAZY 90위 정국/Standing Next to You	4위 지민/Who 33위 리사/New Woman 51위 정국, 라토(Latto)/Seven 68위 르세라핌/CRAZY 84위 뷔/Love Me Again	4위 지민/Who 39위 리사/New Woman 48위 정국, 라토(Latto)/Seven 100위 르세라핌/CRAZY	3위 지민/Who 33위 정국, 라토(Latto)/Seven 49위 리사/New Woman 93위 정국/Standing Next to You

9월 OTT 시리즈 순위

넷플릭스 스튜디오드래곤, 더모도리 제작 tvN 주말드라마 <엄마친구아들> 인기

아마존 프라임 비디오 본팩토리 제작 tvN 월화드라마 <손해 보기 싫어서> 주목

	1주차	2주차	3주차	4주차
	(TV 프로그램) 6위 <엄마친구아들>	(TV 프로그램) 6위 <엄마친구아들>	(TV 프로그램) 5위 <엄마친구아들>	(TV 프로그램) 6위 <엄마친구아들>
	(TV 프로그램) 3위 <손해 보기 싫어서> 8위 <내 남편과 결혼해줘>	(TV 프로그램) 2위 <손해 보기 싫어서> 9위 <내 남편과 결혼해줘>	(TV 프로그램) 2위 <손해 보기 싫어서>	(TV 프로그램) 2위 <손해 보기 싫어서>

8월 Top 50 내 K-콘텐츠*

* 한국리서치 글로벌 OTT 인덱스 활용

- tvN 월화드라마 <선재 업고 튀어>, 각국 톱 5에 최다 진입한 K-콘텐츠. 이외 <낮과 밤이 다른 그녀>, <엄마친구아들> 등 로맨틱코미디 드라마 인기
- 태국에서 <틈만나면>, <백패커> 등 예능 프로그램이, 일본에서는 애니메이션 <출동! 슈퍼윙스>가 톱 50에 진입

대만

• K-콘텐츠 15편 톱 50 진입. <낮과 밤이 다른 그녀>, <선재 업고 튀어>, < 스위트홈 > 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
1	낮과 밤이 다른 그녀	Miss Night and Day
3	선재 업고 튀어	Lovely Runner
4	스위트홈	Sweet Home
10	내 아이디는 강남미인	My ID Is Gangnam Beauty
21	아무도 없는 숲속에서	The Frog
26	가족X멜로	Romance in the House
28	경이로운 소문	The Uncanny Counter
29	사이코지만 괜찮아	It's Okay To Not Be Okay
38	노 웨이 아웃	No Way Out: The Roulette
39	엄마친구아들	Love Next Door
42	더 인플루언서	The Influencer
43	멜랑콜리아	Melancholia
44	의사요한	Doctor John
48	초면에 사랑합니다	The Secret Life Of My Secretary
49	군검사 도베르만	Military Prosecutor Doberman

말레이시아

• K-콘텐츠 18편 톱 50 진입. <낮과 밤이 다른 그녀>, <선재 업고 튀어>, < 스위트홈 > 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
1	낮과 밤이 다른 그녀	Miss Night and Day
2	선재 업고 튀어	Lovely Runner
5	스위트홈	Sweet Home
14	엄마친구아들	Love Next Door
15	런닝맨	Running Man
19	눈물의 여왕	Queen of Tears
20	가족X멜로	Romance in the House
28	히어로는 아닙니다만	The Atypical Family
32	하이라키	Hierarchy
33	닥터슬럼프	Doctor Slump
34	철인왕후	Mr. Queen
35	슬기로운 감빵생활	Prison Playbook
36	여신강림	True Beauty
37	슬기로운 의사생활	Hospital Playlist
42	두뇌공조	Brain Works
44	웰컴투 삼달리	Welcome to Samdalri
47	유령을 잡아라	Catch The Ghost
50	모범택시	Taxi Driver



싱가포르

• <소용없어 거짓말> 포함 K-콘텐츠 16편 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
5	소용없어 거짓말	My Lovely Liar
8	경찰수업	Police University
9	선재 업고 튀어	Lovely Runner
11	낮과 밤이 다른 그녀	Miss Night and Day
15	엄마친구아들	Love Next Door
17	나의 해피엔드	My Happy End
18	펜트하우스	The Penthouse: War In Life
20	스위트홈	Sweet Home
21	더 글로리	The Glory
22	이번 생은 처음이라	Because This Is My First Life
26	웨딩 임파서블	Wedding Impossible
30	미운 우리 새끼	My Little Old Boy
39	가족X멜로	Romance in the House
40	놀아주는 여자	My Sweet Mobster
41	백패커	The Backpacker Chef
46	우연일까?	Serendipity's Embrace

인도네시아

• K-콘텐츠 22편 톱 50 진입. <선재 업고 튀어>, <감사합니다>, <스위트홈> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
1	선재 업고 튀어	Lovely Runner
2	감사합니다	The Auditors
3	스위트홈	Sweet Home
6	낮과 밤이 다른 그녀	Miss Night and Day
8	엄마친구아들	Love Next Door
9	런닝맨	Running Man
18	우연일까?	Serendipity's Embrace
23	플레이어	Player
24	굿파트너	Good Partner
26	조폭인 내가 고등학생이 되었습니다	High School Return of a Gangster
27	하이라키	Hierarchy
29	하이클래스	High Class
32	먹살 한번 잡힙시다	Let's Get Grabbed by the Collar
33	그린마더스 클럽	Green Mothers' Club
35	신사와 아가씨	Young Lady And Gentleman
38	정신병동에도 아침이 와요	Daily Dose of Sunshine
39	상속자들	The Heirs
42	미녀와 순정남	Beauty and Mr. Romantic
43	18 어게인	18 Again
44	완벽한 가족	Perfect Family
48	미운 우리 새끼	My Little Old Boy
49	이브	Eve

일본

• <출동! 슈퍼윙스> 포함 K-콘텐츠 3편 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
2	출동! 슈퍼윙스	Super Wings
13	철인왕후	Mr. Queen
29	눈물의 여왕	Queen of Tears

태국

• <낭만닥터 김사부> 포함 K-콘텐츠 14편 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
1	낭만닥터 김사부	Dr. Romantic
11	낮과 밤이 다른 그녀	Miss Night and Day
18	7인의 탈출	The Escape of the Seven
19	선재 업고 튀어	Lovely Runner
20	더 글로리	The Glory
24	검법남녀	Partners For Justice
25	굿 닥터	Good Doctor
29	맨투맨	Man To Man
37	스위트홈	Sweet Home
41	틈만나면	Whenever There's a Chance(Whenever Possible)
42	엄마친구아들	Love Next Door
43	백패커	The Backpacker Chef
49	두뇌공조	Brain Works
50	검법남녀 2	Partners For Justice 2

필리핀

• K-콘텐츠 20편 톱 50 진입. <엄마친구아들>, <낮과 밤이 다른 그녀>, <선재 업고 튀어> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)
3	엄마친구아들	Love Next Door
4	낮과 밤이 다른 그녀	Miss Night and Day
5	선재 업고 튀어	Lovely Runner
7	18 어게인	18 Again
8	터널	Tunnel
9	스위트홈	Sweet Home
11	눈물의 여왕	Queen of Tears
14	열혈사제	The Fiery Priest
15	별에서 온 그대	My Love From The Star
23	일단 뜨겁게 청소하라	Clean With Passion For Now
26	히어로는 아닙니다만	The Atypical Family
27	닥터 이방인	Doctor Stranger
29	하이라키	Hierarchy
33	당신이 잠든 사이에	While You Were Sleeping
34	가족X멜로	Romance in the House
40	열녀박씨 계약결혼뎐	The Story of Park's Marriage Contract
41	푸른 바다의 전설	The Legend Of The Blue Sea
44	사이코지만 괜찮아	It's Okay To Not Be Okay
46	의사요한	Doctor John
50	구르미 그린 달빛	Love In The Moonlight

02

한류 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 방송

신규 콘텐츠로 한국 드라마 <몸값> 앞세워 가입 홍보하는 유럽 OTT

폴란드

2023년 2월부터 폴란드에서 서비스를 시작한 유럽 OTT 스카이쇼타임(SkyShowtime)은 “한국 드라마 <몸값>을 7월 4일 공개할 예정”이라며 ‘훌륭한 콘텐츠’, ‘저렴한 가격(월 19.99PLN, 약 7400원)’을 강조 유럽 내 OTT 후발주자가 가입자 유치를 위해 한국 콘텐츠 신작을 앞세운 마케팅 전략을 펼침. 특히 <몸값>은 국내 OTT(티빙) 오리지널 드라마라는 점에서 K-콘텐츠의 지속가능한 발전에 의미를 더함. 티빙(TVING)에서 2022년 10월 28일 공개된 <몸값>은 제6회 칸 국제 시리즈 페스티벌에서 장편 경쟁부문 각본상(Best Screenplay)을 수상하며 ‘한국 드라마 최초’, ‘국내 OTT 오리지널 시리즈 최초’라는 기념비적 장면을 남긴 바 있음



<몸값> 포스터
(TVING)



한국 드라마 <몸값>을 앞세워 가입을 홍보하는 OTT 스카이쇼타임 (SkyShowtime)

해외통신원 리포트

폴란드 신생 OTT 플랫폼에서 소개되는 한국 콘텐츠 <https://url.kr/7ph5v6>

2. 케이팝

8년 만에 유럽으로 향하는 케이콘(KCON)의 글로벌 행보 주목

독일

메세 프랑크푸르트(Messe Frankfurt)에서 '케이콘 저머니 2024(KCON GERMANY 2024)' 개최(9.28.~29.). 아티스트 라인업에 이븐, 아일릿, 제이오원(JO1), 키스 오브 라이프(KISS OF LIFE), (여자)아이들 미연, 나우어데이즈(NOWADAYS), 더보이즈, 유겸, 드림캐처, 이즈나(izna), 케플러(Kep1er), 키, 이영지, 루네이트(LUN8), 온앤오프, 라이즈(RIIZE)가 이름을 올림. 세계 음반 시장 4위 독일로의 최초 입성이자 8년 만에 유럽으로 향하는 케이콘의 글로벌 행보에 현지 언론 주목.

《프랑크푸르터 룬트사우(Frankfurter Rundschau)》는 케이팝부터 한국 드라마, K-뷰티, K-푸드에 이르는 '한류(Koreanische Welle, Hallyu)'를 언급하며 '케이콘 저머니 2024' 개최 소식을 전함⁵

5. 《Frankfurter Rundschau》 (2024. 7. 30). K-Pop-Stars Riize und Key kommen zum Musikfestival Kcon nach Frankfurt, <https://www.fr.de/frankfurt/pop-stars-riize-und-key-kommen-zum-musikfestival-kcon-nach-frankfurt-93215725.html>



'케이콘 저머니 2024' 아티스트 라인업 (CJ ENM)



'케이콘 저머니 2024' 개최 소식을 전한 독일 언론⁵

해외통신원 리포트

독일 [언론분석] 독일 언론이 주목한 '케이콘'... 무사 개최 가능할까 <https://url.kr/5492e4>

3. 영화

케이팝 콘텐츠 적극 확장하는 인도네시아 2위 영화관 CGV

인도네시아

6. CJ CGV

인도네시아 스크린 점유율 2위 멀티플렉스 영화관 CGV 시네마스 인도네시아(CGV Cinemas Indonesia)*는 2024년 2분기 매출 301억 원, 영업이익 70억 원을 기록하며 흑자를 유지. 6 8월에 세븐틴 콘서트 실황 영화 <세븐틴 투어 '팔로우' 어게인 투 시네마(SEVENTEEN TOUR 'FOLLOW' AGAIN TO CINEMAS)>를 독점 상영하고, 9월 13일에는 서울(9.13.~15, KSPO DOME)에서 개최된 라이즈 콘서트(2024 라이즈 팬콘 '라이징 데이' 피날레 인 서울)를 생방송 상영으로 선보이는 등 케이팝 콘텐츠를 적극 확장함. 콘텐츠 공급망 확대와 더불어 매점에서는 '블랙핑크 콤보(BLACKPINK Combo)' 9만 9,000루피아(약 9,100원), '세븐틴 콤보(Combo F&B SEVENTEEN PROGRAM BOOK)' 35만 루피아(약 3만 2,200원) 등 케이팝 관련 고수익 상품을 한정 출시

* 인도네시아 스크린 점유율 1위 멀티플렉스 영화관은 시네마 XXI(Cinema XXI)



영화 <세븐틴 투어 '팔로우' 어게인 투 시네마> 상영을 홍보한 CGV 시네마스 인도네시아 (CGV 시네마스 인도네시아 홈페이지, <https://www.cgv.id/>)



CGV 시네마스 인도네시아의 '세븐틴 콤보' (CGV 시네마스 인도네시아 홈페이지, <https://www.cgv.id/>)

해외통신원 리포트

인도네시아 케이팝 영화 상영과 K-간식으로 상영관 업계 입지를 굳건히 지키는 CGV <https://url.kr/65bwii>

04

기타_문화정책

동영상 엔터테인먼트 플랫폼 틱톡(TikTok) 금지 법안 발의한 필리핀 하원의원

필리핀

필리핀 하원의원 베니 아반테 주니어(Benny Abante Jr.), 틱톡을 포함한 중국 애플리케이션을 금지하는 '하원 법안 10489(House Bill No. 10489)' 발의(5.23).

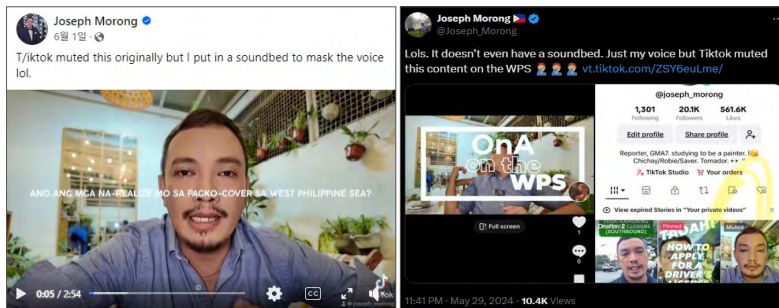
한편 필리핀 조셉 모롱(Joseph Morong) 기자는 자신의 틱톡 계정에 5월 28일 업로드한 서필리핀해(필리핀명) 관련 영상이 음소거 처리된 사실을 공유.

중국과 필리핀의 남중국해(SCS) 혹은 서필리핀해(WPS) 영유권 분쟁이 지속되는 가운데, 중국 기업 바이트댄스(ByteDance)가 소유한 동영상 엔터테인먼트 플랫폼 틱톡에서 이 같은 사건이 발생해 논란.

영유권 분쟁으로 중국과의 갈등이 고조되면서 잠재적 적대국의 애플리케이션을 금지하는 해당 법안이 통과될 필요가 있다는 의견이 설득력을 얻고 있음.

한편 필리핀 언론은 지난 4월 발효된 '틱톡금지법'에 맞서 미국 정부를 상대로 소송을 시작한 틱톡의 행보에 주목하며 연일 보도 중

* 국경 분쟁으로 중국과의 갈등이 고조된 인도는 2020년 6월 틱톡을 전면 금지했으며, 정보 동맹인 파이프 아이즈(Five Eyes) 5개국(미국, 영국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드)은 국가 안보 위협을 이유로 정부 기기에서의 틱톡 사용을 금지한 바 있음



“틱톡이 서필리핀해(WPS) 관련 영상을 음소거 처리했다.”고 전한 필리핀 조셉 모롱 기자 (조셉 모롱 X 및 페이스북 계정(@Joseph_Morong), https://x.com/Joseph_Morong/status/1795827767852073429, <https://www.facebook.com/josephmorongGMA7/>)

해외통신원 리포트

필리핀 필리핀 틱톡 금지 법안, 국내 연예계에 영향 있을까 <https://url.kr/lgmngs>

05. 9월 한류 동향 논평

방송 한국 영상 콘텐츠, 해외 OTT 시장 진출 성과 재점검해야

- 미국 컴캐스트와 파라마운트가 2023년 설립한 유럽 OTT 서비스인 스카이쇼타임(Skyshowtime)은 미국 할리우드 영화 제작사 유니버설 픽처스(Universal Pictures), 파라마운트 픽처스(Paramount Pictures) 등과 협력해 다양한 콘텐츠를 선보이고 있음. 현재 네덜란드, 스페인, 포르투갈, 폴란드, 헝가리 등 유럽 22개국에서 사업을 펼치고 있음. 이는 컴캐스트와 파라마운트가 각각 운영하고 있는 OTT를 유지하면서도 자신들의 세가 약한 북유럽 및 동유럽 공략을 위해 협업한 결과임
- 2023년 제6회 칸 국제 시리즈 페스티벌 폐막식에서 장편 경쟁부문 각본상(Best Screenplay)을 수상하며 국제무대에서 콘텐츠 경쟁력을 인정받은 티빙 오리지널 드라마 <몸값>이 스카이쇼타임을 통해 2024년 7월 유럽 시장에 공개됨
- 이는 CJ ENM이 유럽 콘텐츠 시장을 공략하기 위해 드라마 라인업을 강화하는 것과 궤를 같이함. <몸값>에 앞서 지난 5월 티빙 오리지널 드라마인 <피라미드 게임>을 글로벌 OTT 파라마운트플러스를 통해 영국, 프랑스, 이탈리아, 독일 등의 국가에 공개했고, 2023년 9월엔 CJ ENM의 자회사 스튜디오드래곤이 제작에 참여한 드라마 <괴이>를 아마존 프라임 비디오 플랫폼 내 스릴러 전문 채널 인섬니아(Insomnia)* 통해 스트리밍 서비스한 바 있음
* 프랑스 최대 미디어 그룹 미디어완(MEDIAWAN)이 운영하는 공포·스릴러 전문 OTT 플랫폼
- 문제는 <몸값>을 서비스하는 스카이쇼타임의 유럽 내 가입자가 많지 않다는 사실임. 현재 유럽에서 가장 높은 시장 점유율을 확보한 OTT 서비스는 넷플릭스이고, 아마존 프라임 비디오, 훌루, 디즈니플러스, 피콕 등이 그 뒤를 잇고 있음. 한국 영상 콘텐츠의 유럽 시장 진출에 따른 가시적인 성과를 기대하기 위해선 시장 점유율이 높은 OTT를 통한 서비스가 요구됨
- 다른 한편으로 현재 글로벌 OTT 시장은 다자간 경쟁이 심화된 상태로, OTT별로 차별화 전략을 고심하고 있음. 코로나19 팬데믹 이후 성장세가 둔화되면서 OTT 간 통합을 모색하거나 이커머스과 결합하는 등 서비스 차별화로 경쟁력을 높이고자 함. 이런 상황을 감안해 한국 영상 콘텐츠의 해외 진출에 있어서도 콘텐츠 판매 이외에 쇼핑, 관광 등과의 연계 방안을 고안해야 할 것으로 보임

케이팝 케이팝 콘서트의 브랜드화를 통한 해외 시장 공략

- 2012년 10월 미국 캘리포니아주 어바인에서 최초로 개최됐던 CJ ENM의 케이팝 콘서트 '케이콘(KCON)*'이 올해 독일에서 처음 열림. 케이콘은 국내 방송사의 해외 공연 실황과 별개로 북미와 아시아에서 가장 잘 알려진 케이팝 콘서트로 하나의 콘서트 브랜드라 해도 무방함
* 2012년부터 미국 LA, 2015년부터 일본과 미국 뉴욕, 2018년부터 태국에서 매년 개최. 이어 2016년 프랑스, 2017년 멕시코, 후주를 거쳐 2022년 사우디아라비아에 이르기까지 진출국을 점차 늘려가고 있음
- 팬데믹 기간 온라인으로 진행한 '케이콘택트(KCON:TACT)'를 통해 디지털 영역으로 공연을 확장하며 오프라인 이외에 공연을 즐길 수 있는 방안도 마련하고 있음. 온라인 공연에는 AR과 가상 스타디움을 활용하는 등 공연의 몰입도를 높이기 위한 장치를 제공함
- 케이콘은 단일한 공연 형태에 그치지 않고, 다양한 부대행사를 제공함으로써 팬 커뮤니티의 결속을 도모하고 한국문화에 관심을 갖는 잠재적 수요층을 끌어당길 수 있는 기회임. 따라서 향후 이와 같이 케이팝 콘서트 및 문화행사의 브랜드화를 다각화할 필요가 있음

음식 K-푸드의 현지화 전략, 다음 단계 모색할 때

- CU 말레이시아와 비비고의 협업 상품과 인도네시아에 진출한 한국 피자 브랜드 모두 K-푸드의 현지화와 관련한 단면을 확인할 수 있는 사례임
- CU의 경우 말레이시아 내에서 편의점 후발 업자임에도 불구하고 인기를 얻고 있는데, 그중 K-핫닭강정, 로제 떡볶이, K-치즈 콘도그 등 즉석조리 메뉴가 전체 매출의 30%를 차지할 정도임
- 한국 음식을 소비하기 위해 한국 마트 또는 한국 식당을 방문해야 하는 것과 달리 편리하게 방문할 수 있는 편의점에서 아침 혹은 간식용으로 한국 만두와 같은 간편식을 구입할 수 있다는 건 큰 강점임. 현지 식음료 전문 매체에 따르면 말레이시아에서 한국 만두가 중국 만두와 차별화되지 않았던 것이 그동안 인기가 없었던 요인이었는데, '비비고'처럼 한국색이 분명한 브랜드와의 협업을 통해 약점을 극복할 수 있었음
- 인도네시아에 진출한 K-피자 브랜드 '고피자'가 선보인 현지화 전략 또한 평소 한꺼번에 접하기 힘든 한국 분식을 피자과 함께 즐길 수 있다는 데 있음
- '고피자'의 경우 로봇과 AI 기술 등을 접목해 효율성을 높였다는 점과 1인용 피자를 주력으로 삼고 있다는 점이 강점으로 꼽힘. 그러나 인도네시아에서는 아직 1인 가구보다는 2인 이상 가구가 전체 인구의 70% 이상을 차지하고 있는 데다 인건비 또한 한국에 비해 현저히 낮은 상태로 강점으로 내세우고 있는 지점들이 전적으로 주효하다고 보긴 어려움
- 결과적으로 현재 '현지화 전략'으로 내세운穆斯林 문화권에서의 할랄 인증이나 K-푸드 세트 판매는 현지점에서 해당 국가에 진입하기 위한 전제 조건으로 볼 수 있음. 여기에 더해 향후 경쟁 요소와 취약점을 파악해 현지화의 다음 단계를 모색해야 할 때임

06. 문화체육관광 수출 동향

■ 음반, 영화·사진 수출 동향*

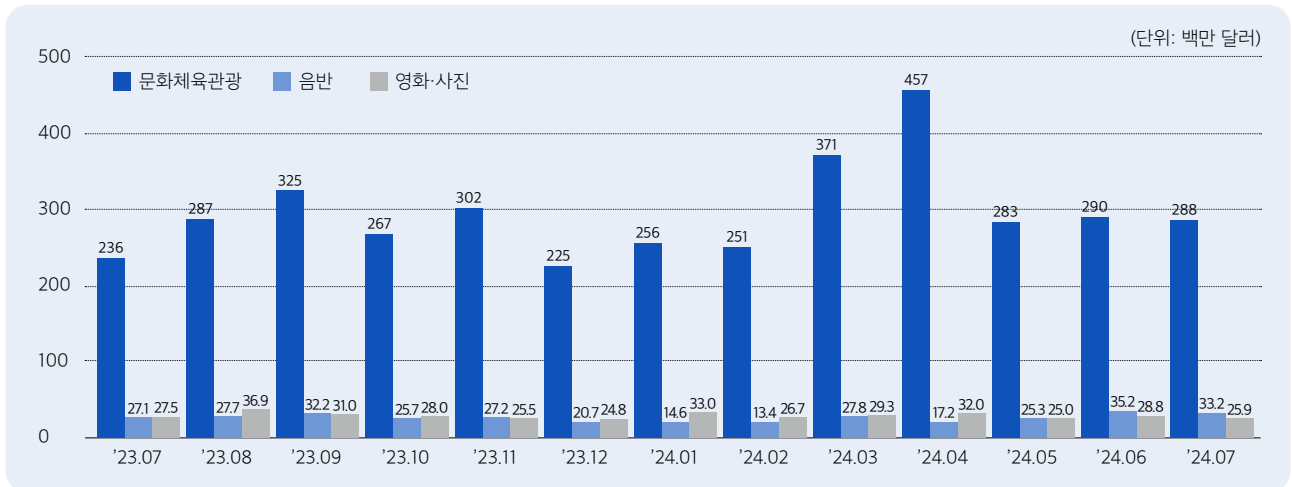
문화체육관광	'24년 7월 수출액은 2.9억 달러(약 3,872억 9,500만 원), 무역수지는 4.3억 달러(약 5,742억 6,500만 원) 적자 기록 수출 '23년 7월 대비 22.3% ▲, 전월 대비 0.5% ▼
음반	'24년 7월 수출액은 33.2백만 달러(약 443억 3,860만 원), 주요 11개 문화체육관광 품목 중 11.5% 차지 수출 '23년 7월 대비 22.5% ▲, 전월 대비 5.8% ▼
영화·사진	'24년 7월 수출액은 25.9백만 달러(약 345억 8,945만 원), 주요 11개 문화체육관광 품목 중 9.0% 차지 수출 '23년 7월 대비 5.8% ▼, 전월 대비 10.0% ▼

※ 주요 11개 문화체육관광 품목: 음반, 영화·사진, 스포츠용품, 레저용품, 예술품, 공예품, 악기용품, 출판품, 놀이용구용품, 미술품, 오락용품

(단위: 백만 달러)

기간	전체 수출액	문화체육관광 수출액	음반 수출액	영화·사진 수출액
'23년 7월	50,458	236	27.1	27.5
'23년 8월	51,994	287	27.7	36.9
'23년 9월	54,651	325	32.2	31.0
'23년 10월	54,990	267	25.7	28.0
'23년 11월	55,561	302	27.2	25.5
'23년 12월	57,573	225	20.7	24.8
'24년 1월	54,757	256	14.6	33.0
'24년 2월	52,185	251	13.4	26.7
'24년 3월	56,569	371	27.8	29.3
'24년 4월	56,166	457	17.2	32.0
'24년 5월	58,041	283	25.3	25.0
'24년 6월	57,064	290	35.2	28.8
'24년 7월	57,469	288	33.2	25.9

문화체육관광 수출액('23. 7.~'24. 7.)

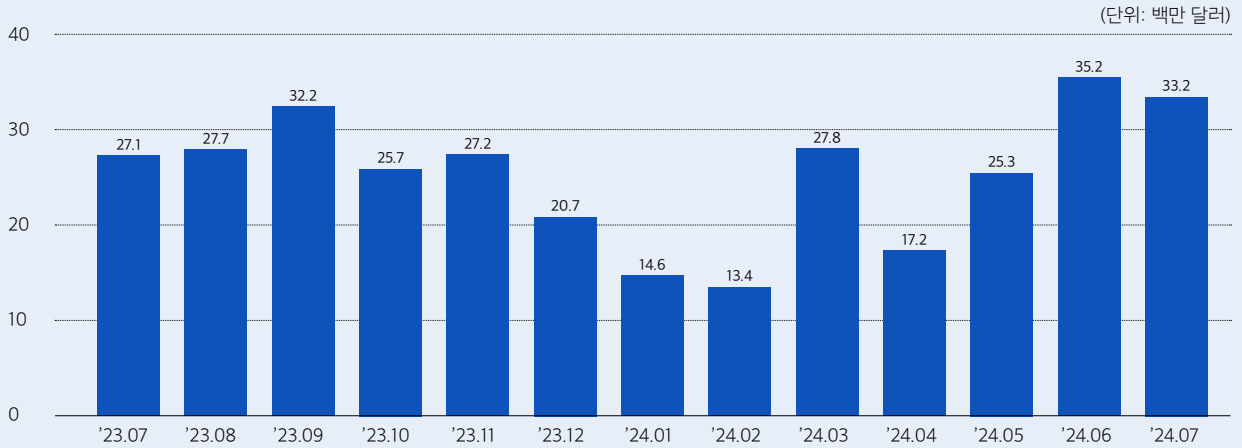


* 현 수출액에는 온라인 수출이 포함되지 않았으며, 2024년 7월을 기준으로 집계했으므로 해석에 주의 필요

※ 자료 : 한국문화관광연구원(2024). 「문화체육관광 월간동향」 2024년 4월~8월호,

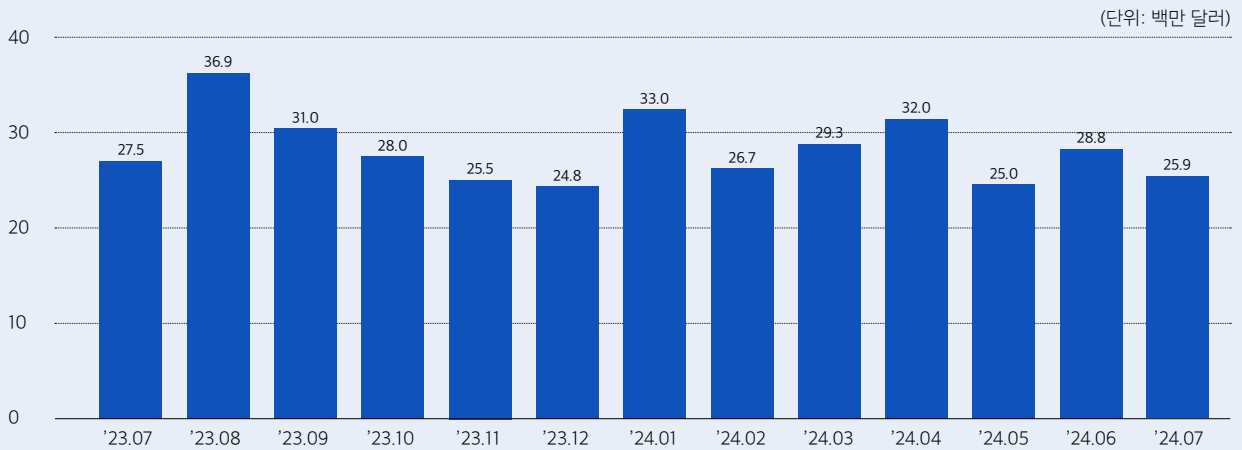
한국문화관광연구원(2023, 2024). 「문화체육관광분야 수출입 동향보고」 2023년 1~12월, 2024년 1~3월호, 관세청(2024). 「수출입통관자료」.

음반 수출액('23. 7.~'24. 7.)



* 자료: 관세청 수출입무역통계-수출입 실적(품목별), HS코드 8523.49.1030 비디오 녹화된 것, HS코드 8523.49.1040 음성만을 기록한 것(CD, V-CD, DVD 등을 포함한 매체로 제작된 물품을 의미하며, 축음기용의 레코드판을 포함)

영화·사진 수출액('23. 7.~'24. 7.)



* 자료: 관세청 수출입무역통계-수출입 실적(품목별), HS코드 37 사진용이나 영화용 재료, HS코드 90 광학기기, 사진용기기, 영화용기기, 측정기기, 검사기기, 정밀기기, 의료용기기, 이들의 부분품과 부속품

(단위: 천 달러)

기간	총계	음반		영화·사진		
		영상물	음반	총계	촬영현상기기	필름
'23년 7월	27,111	484	26,627	27,518	3,640	23,879
'23년 8월	27,701	551	27,150	36,864	8,237	28,627
'23년 9월	32,162	409	31,753	30,977	5,831	25,145
'23년 10월	25,692	468	25,224	27,958	2,767	25,191
'23년 11월	27,190	760	26,430	25,532	4,034	21,498
'23년 12월	20,736	654	20,082	24,834	2,581	22,253
'24년 1월	14,596	591	14,005	32,976	2,133	30,843
'24년 2월	13,387	520	12,867	26,736	5,026	21,710
'24년 3월	27,809	572	27,237	29,252	2,360	26,893
'24년 4월	17,212	454	16,758	32,032	-	-
'24년 5월	25,277	511	24,766	24,992	-	-
'24년 6월	35,240	553	34,687	28,794	-	-
'24년 7월	33,201	1,292	31,909	25,910	-	-

* 「문화체육관광분야 수출입 동향보고」가 「문화체육관광 월간동향」에 편입되면서 2024년 4월부터 영화·사진 세부 수치는 공개되지 않음

07. 엔터/미디어 주가 동향 [2024.8.23.~9.24.]

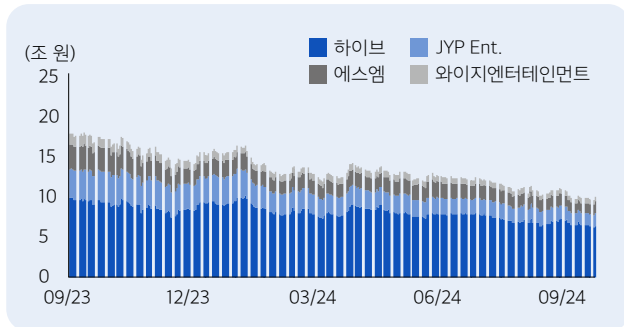
■ 코스피 -2.8% / 코스닥 -0.8% vs 엔터 -7.7% / 미디어 -5.5%

• **시장** 분석기간 코스피(-2.8%)와 코스닥(-0.8%)은 하락. 2024년 8월(이하 지난호)에 담았던 글로벌 증시 충격 이후에도 내림세가 이어졌으며 이유는 크게 다르지 않음. 1) 미국 ISM*제조업지수 부진은 경기 둔화 우려로 이어졌고, 2) 일본은행(BOJ) 우에다 총재가 추가 금리 인상 가능성을 언급하며 달러-엔 환율 변동이 영향을 미침. 한국 증시에서 큰 비중을 차지하는 반도체 시가총액이 크게 흔들렸고, 긴 연휴에는 역사적으로 주가가 약세인 것도 한몫함. 추석 연휴 동안 세계 증시 변화를 예측하는 것이 어렵기 때문에 일부를 미리 팔아 리스크를 헷지하는 투자자들의 심리가 반영됨. 시계열로 살펴보면 증시는 하락폭이 둔화되며 슬슬 안정을 되찾아가고 있음

* ISM: 공급관리협회(Institute for Supply Management)

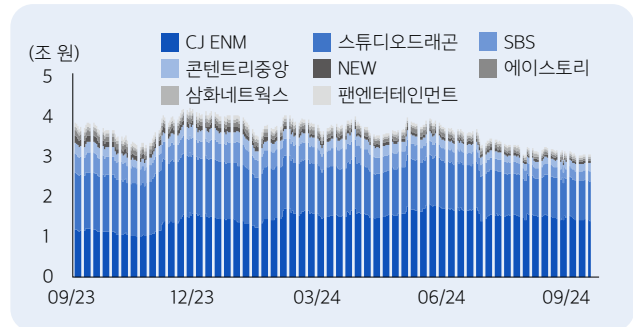
• **엔터/미디어** 동기간 엔터 4사(하이브/JYP Ent./에스엠/와이지엔터테인먼트) 합산 시가총액은 -7.7%, 미디어 8사(CJ ENM/스튜디오드래곤/콘텐츠리중앙/SBS/에이스토리/팬엔터테인먼트/삼화네트웍스/NEW) 합산 시가총액은 -5.5% 하락. 지난 호보다 하락폭은 축소됐지만, 여전히 시장 대비 하회함. 코스피 내 하이브의 시가총액 비중은 0.3%이고, 코스닥 내 기타 엔터 3사의 시가총액 비중은 1% 미만까지 추락했다가 간신히 1.02%를 지키고 있음. 코스닥 내 미디어 8사의 시가총액 비중도 0.85%로 1%에 미치지 못함

엔터 4사 합산 시가총액 추이



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

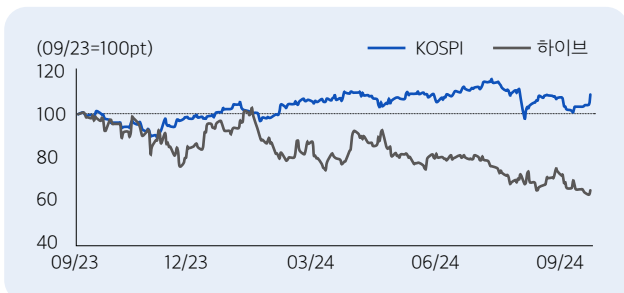
미디어 8사 합산 시가총액 추이



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

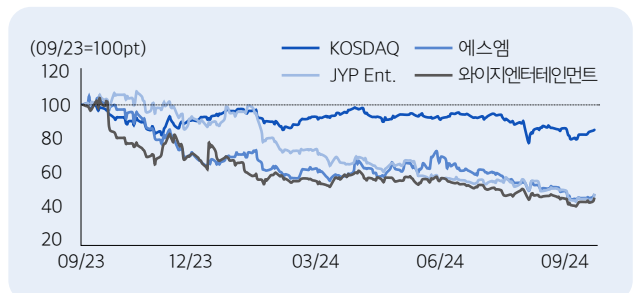
• 반도체 섹터에 물러있던 수급이 흘러나왔음에도 연내 AI, 밸류업 프로그램 등 증시를 견인한 테마 중 어디에도 겹치지 않아 수급이 텅 비어 있었던 엔터/미디어에는 아직 의미 있게 유입되고 있지 않음. 위 자금들은 먼저 제약/바이오/헬스케어, 2차 전지, 신재생에너지 등으로 향했고, 9월 24일 엔터4사 합산 시가총액은 하루 만에 +4.1% 상승함. 이는 저가 매수, 밸류업 지수에 엔터주가 포함된 데 따른 반등으로 보여져 이제 수급이 채워질 수 있다는 희망회로가 가능한 순간임

코스피 vs 하이브 상대 수익률



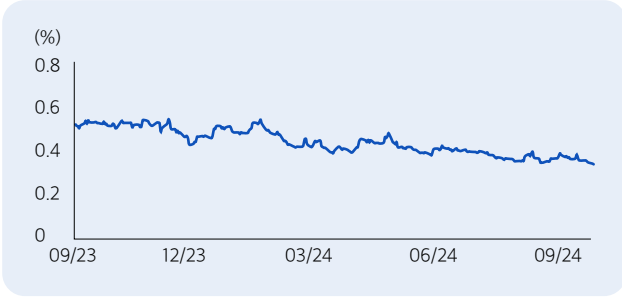
* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스닥 vs 엔터주 상대 수익률



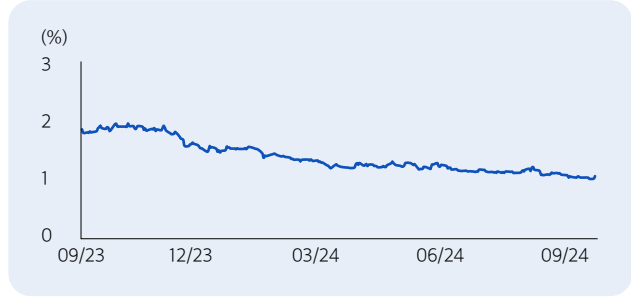
* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스피 내 하이브 시가총액 비중



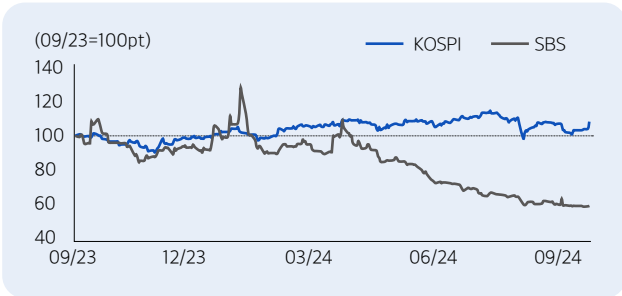
* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스닥 내 엔터주 시가총액 비중



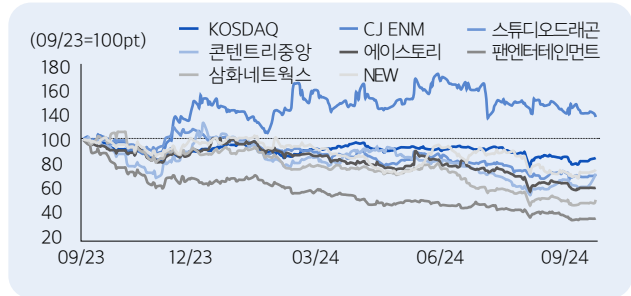
* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스피 vs SBS 상대 수익률



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스닥 vs 미디어주 상대 수익률



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스피 내 SBS 시가총액 비중



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

코스닥 내 미디어주 시가총액 비중



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

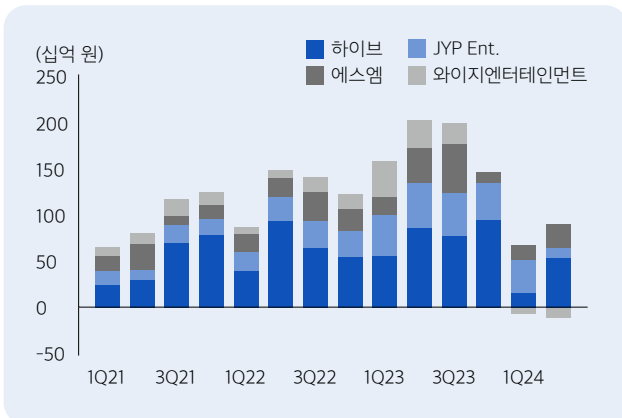
■ 엔터: 악화된センチ멘털 개선 시급, 밸류업 서프라이즈

- 종목별로 보면 동기간 하이브는 -8.2%, JYP Ent -7.5%, 에스엠 -9.4%, 와이지엔터테인먼트 -4.2% 급락. 지수 대비 크게 하회(언더퍼폼)한 결과임. 심지어 대장주인 하이브 주가는 지난 반등폭을 모두 반납해 52주 신저가를 기록하며 2020년 10월 공모가에 근접. 최근 4년 동안 스타 IP의 놀라운 글로벌 성적, 무수히 많은 신인 IP의 흥행, 양호한 실적 성장에도 주가는 오히려 회귀함. 저가 매수 기대감이 생기긴 했지만, 지난호에서 언급했던センチ멘털을 악화시키는 요소들은 전혀 나아지지 않음
- 하이브는 1) BTS 슈가의 전동스쿠터 음주운전 조사가 연일 보도됐고, 2) 어도어 민희진 대표와의 갈등이 지속됨. 민희진 대표의 해임과 대표이사 교체로 경영-제작이 분리됨. 민희진 대표는 본인의 해임 및 뉴진스 단기 프로듀싱 계약은 부당하다는 입장을 표명하며 반박, 뉴진스도 긴급 라이브 방송을 통해 새로운 제작진과의 갈등을 토로하며 민희진 대표의 복귀를 촉구함. 이대로라면 하이브는 영영 뉴진스라는 대형 신인 IP를 잃는 위기에 처함. 뉴진스가 기획사와의 계약을 파기할 시 막대한 위약금이 부여될 수 있다고 알려져 있어 현실적으로 IP가 '소멸'되지는 않겠지만, 아티스트 이미지에 있어 어느 정

도 '손실'이 생겼다는 점을 부인하기는 어려움. 뉴진스와 컨셉이 비슷하다는 여론이 형성된 아이릿 IP 역시 그룹 이미지 손상이 적지 않음. 엔터주 멀티플에는 당장의 이익보다는 미래가치가 있는 신인 성장 IP의 성과가 상당히 중요하데, 현재 두 그룹에 대한 이미지 흠집과 잡음이 너무 큼. 한편 에스엠의 경우 팀 탈퇴로 정리됐지만 핵심 IP인 그룹 NCT의 태일이 성범죄로 피소되는 충격적인 이슈 발생

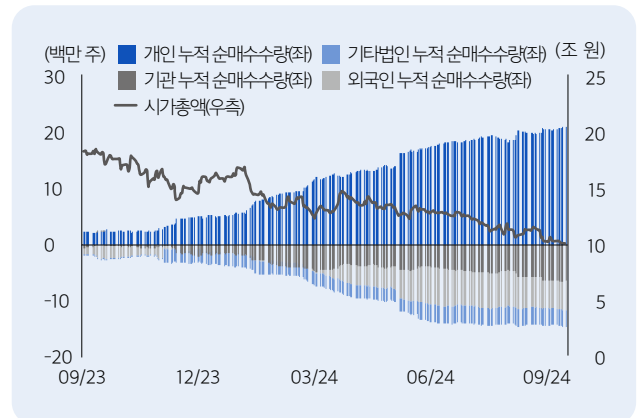
- 기업의 시가총액은 이익(실적)과 멀티플(시장이 부여하는 밸류에이션)의 곱셈임. 현재 엔터업종에 번지고 있는 각종 이슈는 엔터주의 숙명적인 단점인 '인적 리스크'를 계속 부각시킴. 이는 투자자들이 부여하는 멀티플 하락으로 이어지고 있음. 투자심리 개선이 어느 때보다 시급한 때임
- 다행히도 9월 말로 향하며 좋은 요소가 동반됨. 하이브가 기획한 글로벌 걸그룹 캣츠아이(KATSEYE)의 콘텐츠인 <팝스타 아카데미: KATSEYE>가 넷플릭스에 공개된 이후 관심이 증폭됐고, 빌보드 200에 첫 번째 EP <SIS(Soft Is Strong)>가 바로 진입함. 와이지엔터테인먼트는 깜짝 공개한 2025년 경영계획에 포함됐던 블랙핑크와 2NE1의 활동을 구체화함. JYP Ent는 데이식스의 컴백으로 다수의 곡 역주행과 월드투어 매진 행렬을 이어감. 에스엠은 버츄얼 IP인 나비비스(nævis)를 데뷔시켰고, 추가 부양책 중 하나인 자사주 소각을 진행. 한편 9월 24일에 공개된 코리아 밸류업 지수 구성종목에 에스엠과 JYP Ent가 포함. 드디어 밸류업 테마주 반열에 엔터주도 오를 수 있게 되면서 저가 매수의 구미가 더욱 강해질 것으로 전망

엔터 4사 분기 영업손익 추이



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

엔터 4사 투자자별 매매동향



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권

■ 미디어: 바닥론

- 동기간 CJ ENM은 -10.0%, 스튜디오드래곤은 -2.4%, SBS는 -5.2%, 중소형 제작사들은 NEW -14.7%, 에이스토리 -6.7% 하락. 그럼에도 상승한 종목이 있어 엔터보다는 나음. 콘텐츠리중앙은 무려 +17.6%나 올랐고, 삼화네트웍스 +5.1%, 팬엔터테인먼트도 +2.6% 반등. 특히 콘텐츠리중앙은 영화 <베테랑2>의 흥행으로 메가박스 극장 사업부의 실적 성장이 기대감을 모았고, 현재 글로벌 흥행 중인 넷플릭스 오리지널 <무도실무관>, <흑백요리사: 요리 계급 전쟁>의 제작사이자 관련 수혜주로 큰 주목을 받고 있음. 신규 콘텐츠의 흥행 성과가 반등의 기반임
- 냉철히 산업을 본다면 미디어업은 여전히 불황. 지난해에서 다뤘던 것처럼 업종의 기반이 되는 광고 수익은 크게 개선되지 않고 있음. 광고 경기를 전망해 볼 수 있는 광고경기전망지수(KAI)는 아직 전년대비 마이너스를 기록 중. 광고주들의 지갑이 아직도 굳게 닫혀 있다는 의미이며 9월 추석 특수도 크지 않았음
- 제작비 상승도 부담인 것은 사실. 드라마 제작사 입장에서 작품당 수익률을 높이려면 분모 개념의 제작비를 줄이거나, 분자

개념의 매출을 증대시켜야 함. 코로나19 이후 현재까지는 제작비에 포함되는 크리에이터(배우/PD/작가)의 몸값과 후반작업 (CG/MFX) 비용, 스태프 인건비 및 체류비용 등이 매우 가파르게 올라 제작비는 상승하는 반면, 매출은 광고침체로 편성 수익이 줄어드는 불황을 경험함. 제작비 부담은 단순한 마진 타격뿐만 아니라, 광고 수익을 메인으로 하는 방송사들이 편성도 축소시키고 있기 때문에 양과 질 모두 훼손시키는 요소로 작용

- 그래도 다행인 점은 드라마 제작비는 이제 점차 통제될 가능성이 높아 보인다는 것. 넷플릭스의 개입으로 가장 부담이 컸던 주연 배우의 회당 출연료가 제한되는 희소식이 현실화될 수 있기 때문

콘텐츠 제작사 수익모델 정리

형태	글로벌 OTT 오리지널(글로벌 OTT가 IP를 보유하는 경우)	IP 보유 제작(드라마 제작사가 IP를 보유하는 경우)
대표작품	넷플릭스: <더 글로리>, <오징어 게임> 디즈니플러스: <무빙>, <카지노>	<눈물의 여왕>, <이상한 변호사 우영우> 등
BM	<p>10% 내외 안전 GPM 보장</p> <p>제작원가 100%는 전액 회수 가능</p> <p>영상물에 대한 IP는 전부 OTT에 귀속</p>	<p>최소 40%+α</p> <p>10~20%</p> <p>50% 내외</p>
매출처	글로벌 OTT 플랫폼	방송사, 글로벌 OTT 플랫폼
장점	- 원가 부담 없이 마진 창출 - 향후 리콥을 상향 전망	- 하이 리스크, 하이 리턴 - IP 레버리지, 장기간 수익화 가능
단점	- IP 축적 불가능 - 흥행에도 추가 수익 제한적	- 리스크는 제작사 몫 - 제작비 증가에 따른 마진 저하

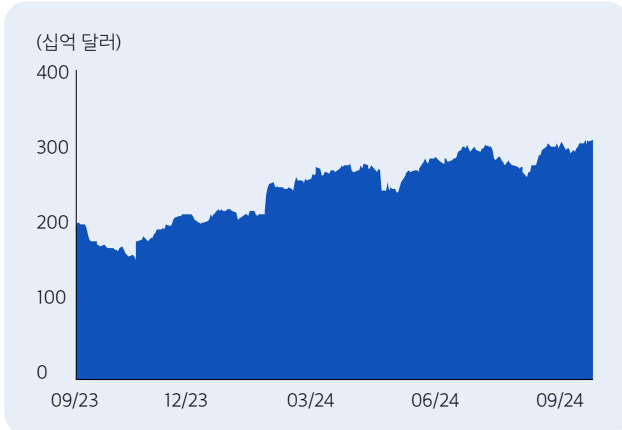
■ 글로벌 OTT: 경쟁 확대가 미디어 업황 개선을 앞당길 듯

- 부진한 주가 수익률을 이어가고 있는 한국 제작사들과 달리, 넷플릭스는 역사상 신고가를 갱신 중. 가장 큰 효자 콘텐츠인 <오징어 게임>의 시즌 2 방영 날짜를 공개했기 때문. 한국 제작사가 만든 한국 드라마인데도 제작사들의 시가총액은 나락을 지나고 있는 반면, 넷플릭스 나홀로 흥행 기대감을 향유하고 있는 '아주 억울하고 아이러니한' 상황. 이는 <오징어 게임>이 단순히 메이드 인 코리아(made in Korea)일 뿐 모든 IP에 대한 권한은 넷플릭스가 갖는 넷플릭스 오리지널 콘텐츠이기 때문. 한국 제작사는 외주 제작사에 불과함
- 한국 제작사가 IP를 보유하는 작품과 IP를 확보하지 못하는 오리지널 작품에 대한 수익 구조는 매우 상이함. IP 보유 수익모델은 제작비 부담을 지적했던 내용과 동일. 제작사가 직접 제작비를 투자한 후, 얼마만큼 매출(편성/협찬/판매)을 올려 수익률을 창출하느냐가 관건. 적자일 수도 혹은 반대로 두 배 이상의 수익률을 거둘 수 있기도 해 하이 리스크, 하이 리턴(high risk, high return)임
- 반대로 오리지널 모델은 제작비 자체를 제작사가 직접 투자하는 구조가 아님. 예를 들어 넷플릭스가 IP를 갖는 드라마를 제

작하는 경우 크리에이터, 스태프 인건비, 후반작업 비용 등을 전부 포함한 제작비를 모두 넷플릭스가 투자해 모든 권한(영구적인 판권/2차 저작물/유통)을 직접 가져가는 조건으로 순수 제작만을 담당하는 외주 제작사에게 일정 부분 마진을 얹혀주는 구조 예를 들어 <오징어 게임>의 제작비가 100억 원, 마진이 10%라면, 외주제작사의 손익계산서에는 매출액 110억 원, 제작비 100억 원, 이익 10억 원으로 최종 수익률은 10%로 고정. 대박이든, 쪽박이든 10%로 끝임

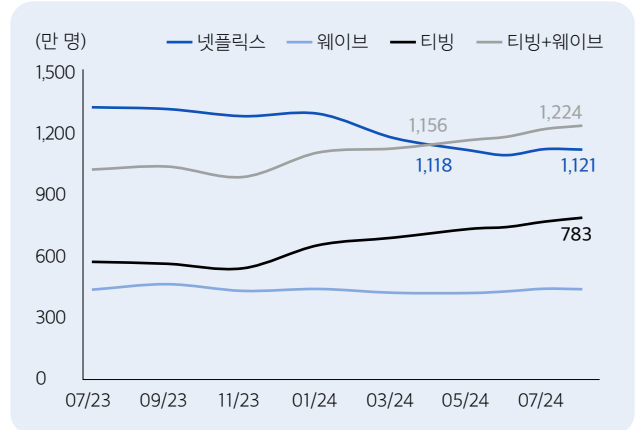
- 현재 오리지널 콘텐츠의 마진은 약 10~15% 내외로 추정. 제작비를 직접 투입하지 않아 다행히 흥행에 실패하더라도 손실을 보지 않는다는 장점이 있지만, <오징어 게임>처럼 초대박이 터지더라도 수익률은 10% 내외라는 명확한 약점이 존재함

넷플릭스 시가총액 추이



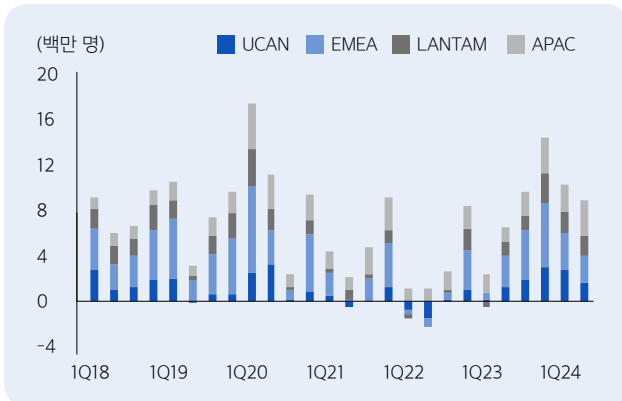
* 출처: Bloomberg, 신한투자증권

OTT별 월간 활성 이용자수(MAU) 추이



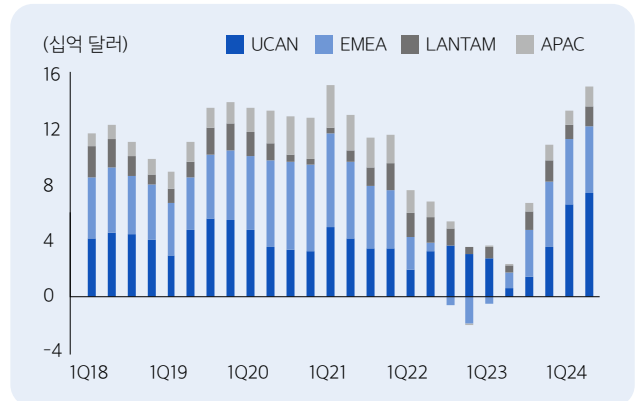
* 출처: 모바일인덱스, 신한투자증권

넷플릭스 지역별 가입자 순증



* 출처: Bloomberg, 신한투자증권

넷플릭스 지역별 매출액 순증



* 출처: Bloomberg, 신한투자증권

- 아주 긍정적이게도 업황이 호조되는 시기는 머지않을 것으로 전망. 국내외 OTT 간 경쟁이 한껏 확대됐기 때문. 모바일인덱스에 따르면 OTT별 월간 활성 이용자수(MAU)는 8월 기준 티빙 783만 명을 기록. 곧 합병을 앞두고 있는 웨이브와 합산하면 넷플릭스 MAU를 추월
- 이에 따라 넷플릭스는 더 다양한 장르의 K-콘텐츠를 공급하기 위해 IP를 보유하고 있는 드라마 제작사 및 방송사에 우호적인 리쿠포(제작비 대비 보전 비율)를 제한. 넷플릭스가 오리지널을 공급할 경우에는 제작비 대비 110%(리쿠포율 10%)를 지급하는 대신 국내 판권까지 전부 가져오게 되지만, 반드시 넷플릭스가 <오징어 게임>처럼 오리지널 콘텐츠를 성공시킨다는 보장이 없음. 제작비 전부와 그 이상을 투자하는 것은 부담일 수 있음. 대신 드라마 제작사 혹은 방송사가 IP를 보유한 작품

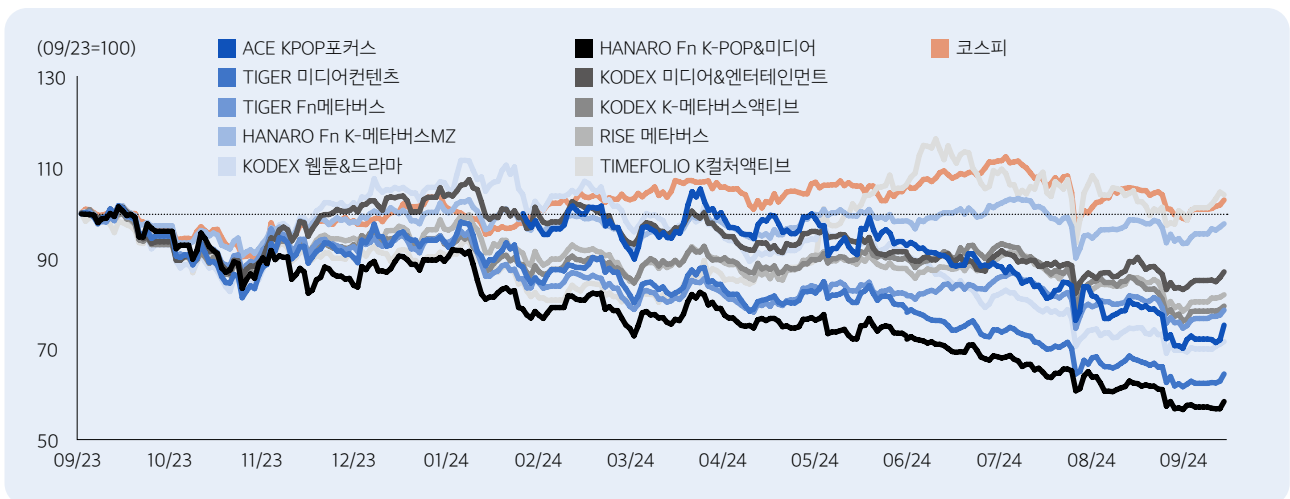
을 공급할 경우 한국 방영권만 포기하면 한국을 제외한 글로벌 방영권을 가질 수 있음. 제작비의 50~70%만 보전해 주면 되기 때문에 넷플릭스 입장에서 손해 보는 장사도 아닐 것

- 이러한 추세가 이어지면 1) 한국이 IP를 보유할 수 있는 여력이 더 커질 수 있고, 2) 여기에 넷플릭스가 개입해 준 덕분에 크리에이터 비용도 낮아질 수 있다면 수익률이 향상될 수 있으며 3) 오리지널 콘텐츠가 <오징어 게임>처럼 크게 흥행한다면 그다음 시즌에서 훨씬 더 높은 리쿱율을 당당히 요구할 수 있을 것. 연말 공개 예정인 <오징어 게임 2>가 이러한 사례일 것으로 추정. 여러모로 주가 측면에서는 부진한 요소를 오롯이 반영한 엔터/미디어의 '바닥론'이 더욱 단단해지고 있는 모습을 보임

■ ETF: 구성 종목 변화에 따른 차별화된 퍼포먼스

- 엔터/미디어가 포함된 국내 ETF는 총 10개. 동기간 수익률은 ACE KPOP포커스 -7%, HANARO Fn K-POP&미디어 -8%, TIGER 미디어컨텐츠 -6%, KODEX 미디어&엔터테인먼트 -3%, TIGER Fn메타버스 -4%, KODEX K-메타버스액티브 -8%, HANARO Fn K-메타버스MZ -1%, RISE 메타버스 -5%, KODEX 웹툰&드라마 -4%, TIMEFOLIO K컬처액티브 -0.2%
- 수익률이 모두 다른 이유는 종목별 비중 구성이 상이하기 때문. ACE KPOP과 HANARO Fn K-POP&미디어는 엔터 4사 비중이 각각 95%, 67%에 달해 수익률이 저조. 상대적으로 네이버/크래프톤/카카오/엔씨소프트가 상위 4개 종목으로 구성된 KODEX 미디어&엔터테인먼트는 -3% 하락으로 방어했고, 방어 성격이 강한 통신주까지 보유한 HANARO Fn K-메타버스MZ는 -1%에 그침. 가장 적극적으로 종목 포트폴리오가 변경된 ETF는 TIMEFOLIO K컬처액티브. 에스엠을 아예 편출했고 실리콘투, 파마리서치, 코스메카코리아와 같은 화장품/바이오 종목으로 포트폴리오를 갈아엎어 가장 훌륭한 퍼포먼스를 기록

엔터/미디어 ETF 상대 수익률



* 출처: QuantiWise, 신한투자증권
 주: ACE만 기준일은 상장일인 24년 1월 30일

엔터/미디어 ETF

구분	상품명	운용사/상장일	편입종목	비중	YTD 수익률
엔터&미디어 비중↑	ACE KPOP포커스	한국자산신탁운용 (2024-01-30)	에스엠	25.7	-25.5%
			JYP Ent.	24.8	
			하이브	23.6	
			와이지엔터테인먼트	20.6	
			드림어스컴퍼니	0.9	
			지니뮤직	0.9	
			큐브엔터	0.8	
			디어유	0.8	
			YG PLUS	0.8	
			CJ ENM	0.8	
			원화현금	0.2	
	HANARO Fn K-POP&미디어	NH아문디 자산운용 (2021-07-30)	하이브	25.3	-35.8%
			JYP Ent.	20.5	
			CJ ENM	13.4	
			에스엠	13.4	
			스튜디오드래곤	8.0	
			와이지엔터테인먼트	7.5	
			SBS	2.8	
			위지웍스튜디오	1.9	
			YG PLUS	1.7	
			큐브엔터	1.5	
			기타	4.1	
	TIGER 미디어컨텐츠	미래에셋자산운용 (2015-10-07)	CJ ENM	10.9	-32.3%
			와이지엔터테인먼트	9.9	
			JYP Ent.	9.9	
			하이브	9.7	
			에스엠	9.3	
			스튜디오드래곤	9.3	
			디어유	9.1	
			위지웍스튜디오	4.9	
			쇼박스	3.6	
			콘텐츠리중앙	3.6	
			SM C&C	2.7	
엔터&미디어 비중↓	KODEX 미디어&엔터테인먼트	삼성자산운용 (2017-03-28)	NAVER	20.5	-16.3%
			크래프톤	19.9	
			카카오	18.1	
			엔씨소프트	7.0	
			하이브	6.6	
			시프트업	4.0	
			넷마블	3.2	
			펄어비스	2.6	
			제일기획	2.5	
			JYP Ent.	2.4	
			CJ ENM	1.6	
			SOOP	1.6	
			CJ CGV	1.3	
			에스엠	1.2	
			이노션	1.1	
			스튜디오드래곤	1.0	
			와이지엔터테인먼트	0.9	
			기타	4.5	

지인해 신한투자증권 리서치센터 애널리스트

08. 해외 공연 현황 [2024.9.1.~30.]

- 15개국 40개 지역에서 한류스타 콘서트/팬미팅 85회 개최
- 도경수(EXO), 도영(NCT), 레드벨벳, 스트레이 키즈, 아이브, 에스파, 엔시티 드림, (여자)아이들, 투모로우바이투게더 등

한류스타	공연명	일자	장소	티켓가	규모
김성규 (콘서트)	 <p>2024 KIM SUNG KYU CONCERT <LV3 : Let's Vacay></p>	9.1.	홍콩 (몽콕, 맥퍼슨 경기장)	HK\$1,588~888 (약 27만 2천 원 ~15만 2천 원)	1천 8백석
도경수 (팬콘서트)	 <p>2024 DOH KYUNG SOO ASIA FAN CONCERT TOUR <BLOOM></p>	9.28.	싱가포르 (싱가포르 실내 체육관)	S\$278~168 (약 28만 7천 원 ~17만 3천 원)	1만 2천석
도영 (콘서트)	 <p>2024 DOYOUNG CONCERT <Dear Youth,></p>	9.7.~8.	일본 (도쿄, 도쿄체육관 메인 아레나)	¥12,800 (약 11만 6천 원)	1만석
	<p>2024 DOYOUNG CONCERT <Dear Youth,></p>	9.21.	인도네시아 (자카르타, ICE BSD 홀 1)	Rp2,950,000 ~1,300,000 (약 26만 원 ~11만 4천 원)	4천석

레드벨벳 (팬콘서트)		9.7.	인도네시아 (자카르타, 비치 시티 인터내셔널 스타디움)	Rp3,000,000 ~1,600,000 (약 26만 5천 원 ~14만 1천 원)	2만석
		9.14.	필리핀 (마닐라, SM 몰 오브 아시아 아레나)	₱13,500~3,000 (약 32만 4천 원 ~7만 2천 원)	2만석
		9.28.~29.	마카오 (마카오, 스튜디오 시티 이벤트 센터)	MOP1,899~799 (약 31만 5천 원 ~13만 2천 원)	5천석
Red Velvet FANCON TOUR <HAPPINESS : My Dear, ReVeluv>					
비비지 (콘서트)		9.26.	요코하마, KT 제프 요코하마		2천 1백석
			일본	¥11,000 (약 10만 2천 원)	
		9.28.	오사카, 제프 오사카 베이사이드		2천 8백석
2024 VIVIZ WORLD TOUR <V.hind : Love and Tears>					
수호 (콘서트)		9.27.~28.	일본 (도쿄, 다치카와 스테이지 가든)	-	2천 5백석
		2024 SUHO CONCERT <Welcome to SU:HOME>			
스트레이 키즈 (콘서트)		9.28.	싱가포르 (싱가포르 국립 경기장)	S\$348~168 (약 36만 4천 원 ~17만 4천 원)	5만 5천석
		Stray Kids World Tour <dominATE>			

아이돌
라디오*
(기획 콘서트)



IDOL RADIO
LIVE IN TOKYO

9.28.
DAY/NIGHT
(2회)

일본
(도쿄, 가든 시어터)

¥27,500~14,080
(약 25만 5천 원~13만 원)

8천석

아이브
(콘서트)



THE 1st WORLD TOUR
<SHOW WHAT I HAVE>

9.4.~5.

일본
(도쿄, 도쿄돔)

¥13,500
(약 12만 5천 원)

5만 5천석

에스파
(콘서트)



2024
aespa LIVE TOUR
<SYNK :
PARALLEL LINE>

9.2.

호주
(멜버른, 로드 레이버 아레나)

-

1만 4천석

9.21.~22.

마카오
(마카오, 스튜디오 시티 이벤트 센터)

MOP1,899~899
(약 31만 5천 원
~14만 9천 원)

5천석

9.28.~29.


태국
(방콕, 임팩트 아레나)

฿ 6,500~2,000
(약 26만 3천 원
~8만 1천 원)

1만 2천석

* MBC FM4U <아이돌 라디오>의 대형 기획 콘서트. 카라 출신 강지영의 MC로 진행됐으며, 케이팝 스타로는 예성(슈퍼주니어), 은유(샤이니), 문별(마마무), 메이브:(MAVE:) 등 출연

엔시티 드림 (콘서트)  2024 NCT DREAM WORLD TOUR <THE DREAM SHOW 3 : DREAM(SCAPE)>	9.2.	브라질 (상파울루, 에스파소 유니메드)	-	8천석
	9.5.	칠레 (산티아고, 모비스타 아레나)	-	1만 7천석
	9.9.	멕시코 (멕시코시티, 팔라시오 데 로스 데포르테스)	-	2만석
	9.12.	로스앤젤레스, 인튜이트 돔		1만 8천석
	9.14.	오클랜드, 오클랜드 아레나		1만 9천석
	9.17.	포트워스, 디키즈 아레나		1만 4천석
	9.19.	미국 덜루스, 가스 사우스 아레나	\$394.5~54.5 (약 52만 7천 원 ~7만 2천 원)	1만 3천석
	9.21.	엘몬트, UBS 아레나		1만 8천석
	9.24.	워싱턴 D.C., 캐피털 원 아레나		2만석
	9.26.	시카고, 유나이티드 센터		2만 3천석

엔하이픈 (콘서트)  ENHYPEN WORLD TOUR <FATE PLUS>	9.1.	일본 (미야기, 세키스이 하임 슈퍼 아레나)	¥25,800~14,800 (약 23만 4천 원 ~13만 4천 원)	7천석
--	------	-----------------------------	---	-----

(여자) 아이들 (콘서트)  2024 (G)I-DLE WORLD TOUR <IDOL>	9.1.	일본 (도쿄, 아리아케 아레나)	¥13,500 (약 12만 3천 원)	1만 5천석
	9.6.	터코마, 터코마 돔		2만 1천석
	9.8.	오클랜드, 오클랜드 아레나		1만 9천석
	9.10.	미국 애너하임, 혼다 센터	\$399.5~39.5 (약 53만 3천 원 ~5만 2천 원)	1만 8천석
	9.13.	휴스턴, 토요타 센터		1만 9천석
	9.15.	로즈먼트, 올스테이트 아레나		1만 8천석
	9.18.	엘몬트, UBS 아레나		1만 8천석

웨이선브이 (콘서트)	 <p>2024 WayV CONCERT <ON THE Way></p>	9.7.	중국 (난징, 올림픽 스포츠 센터)	元1,599~499 (30만 2천 원 ~9만 4천 원)	6만석
		9.22.~23.	고베, 월드 기념 홀		9천석
		9.28.~29.	일본 도쿄, 국립 요요기 경기장 제체육관	¥12,800 (약 11만 6천 원)	1만 3천석
이성종 (팬미팅)	 <p>2024 LEE SEONG JONG ASIA TOUR <다시, 시작></p>	9.14.	홍콩 (마온산, AXA 드림랜드 고 파크)	HK\$1,488~888 (약 25만 5천 원 ~15만 2천 원)	1천 5백석
		9.21.~22.	일본 (오사카, 플러스원 홀)	¥8,800 (약 8만 1천 원)	4백석
		9.28.	대만 (타이베이, 클래퍼 스튜디오)	NT\$4,680~2,340 (약 19만 5천 원 ~9만 7천 원)	4백석
제로 베이스원 (콘서트)	 <p>2024 ZEROBASEONE THE FIRST TOUR <TIMELESS WORLD></p>	9.28.	싱가포르 (싱가포르 실내 체육관)	S\$348~188 (약 36만 4천 원 ~19만 4천 원)	1만 2천석

<p>태민 (콘서트)</p>  <p>2024 TAEMIN WORLD TOUR <Ephemeral Gaze></p>	9.7.	말레이시아 (쿠알라룸푸르, 말라위티 스타디움)	RM948 ~ 398 (약 30만 1천 원 ~ 12만 6천 원)	1만 3천석
	9.14.	대만 (타이베이, NTSU 아레나)	NT\$6,300 ~ 3,800 (약 26만 3천 원 ~ 15만 8천 원)	1만 5천석
	9.21. ~ 23.	일본 (도쿄, 도쿄체육관)	¥13800 (약 12만 8천 원)	1만석
	9.28.	태국 (방콕, 브라보 BKK idea Live)	฿ 6,800 ~ 2,900 (약 23만 3천 원 ~ 9만 7천 원)	3천 6백석
<p>투모로우 바이투게더 (콘서트)</p>  <p>TXT WORLD TOUR <ACT : PROMISE></p>	9.7.	싱가포르 (싱가포르 실내 체육관)	S\$348 ~ 198 (약 36만 4천 원 ~ 20만 5천 원)	1만 2천석
	9.14. ~ 15.	일본 (후쿠오카, 미즈호 PayPay 돐)	¥25,800 ~ 14,800 (약 23만 원 ~ 13만 원)	5만 2천 5백석
<p>김수현 (팬미팅)</p>  <p>2024 KIM SOO HYUN ASIA TOUR <EYES ON YOU></p>	9.7.	인도네시아 (자카르타, 센톨 국제 컨벤션 센터)	Rp3,000,000 ~ 1,500,000 (약 26만 5천 원 ~ 13만 2천 원)	1만 1천석
<p>드림캐처 (팬미팅)</p>  <p>Dreamcatcher 2024 World Tour <Luck Inside 7 Doors></p>	9.11.	멕시코 (멕시코시티, 펍시 센터 WTC)	₱7,900 ~ 1,050 (약 54만 4천 원 ~ 7만 2천 원)	8천석
	9.15.	브라질 (상파울루, 테라 SP)	R\$1,450 ~ 170 (약 35만 1천 원 ~ 4만 1천 원)	4천석
	9.17.	칠레 (산티아고, 콜리세오 극장)	Ch\$322,000 ~ 39,000 (약 46만 3천 원 ~ 5만 6천 원)	2천 5백석

아르테미스
(콘서트)



2024 ARTMS
World Tour
<Moonshot>

9.3.	샌프란시스코, 워필드 극장		2천 3백석
9.5.	터코마, 팬티지스 극장		3천석
	미국	\$259~40 (약 35만 1천 원 ~5만 4천 원)	
9.8.	미니애폴리스, 업타운 극장		1천 6백석
9.10.	시카고, 코페르니쿠스 센터		1천 8백석
9.14.	칠레 (산티아고, 텔레톤 극장)	Ch\$280,000~50,000 (약 40만 3천 원 ~7만 2천 원)	1천 2백석
9.17.	브라질 (상파울루, 테라 SP)	R\$1,600~350 (약 38만 8천 원 ~8만 4천 원)	4천석
9.20.	콜롬비아 (보고타, 로열 센터)	Col\$740,000~210,000 (약 23만 7천 원 ~6만 7천 원)	4천 5백석
9.22.	멕시코 (멕시코시티, 오디토리오 BB)	₱4,400~1,350 (약 30만 3천 원 ~9만 3천 원)	3천 2백석

엔팀
(콘서트)



2024
&TEAM
CONCERT TOUR
<SECOND TO NONE>

9.28.~29.	일본 (아이치, 포트 멧세 나고야)	¥25,800~14,800 (약 23만 1천 원 ~13만 2천 원)	1만 5천석
-----------	------------------------	---	--------

위클리
(콘서트)



2024
Weekly
The 1st GRAND
AMERICA TOUR
<WU(Weekly
University)>

9.6.	멕시코 (멕시코시티, 포로 푸에블라)	-	-
9.8.	콜롬비아 (보고타, 로열 하우스)	-	1천 2백석
9.11.	미국 올랜드, 플라자 라이브	\$129~69 (약 17만 2천 원 ~9만 2천 원)	1천 2백석
9.12.	미국 뉴욕, 라켓 NYC		6백석
9.15.	캐나다 (토론토, 오페라 하우스)	C\$175~94 (약 17만 2천 원 ~9만 2천 원)	9백석
9.17.	미국 댈러스, 사우스사이드 뮤직 홀		1천 5백석
9.18.	미국 볼더, 폭스 극장	\$129~69 (약 17만 2천 원 ~9만 2천 원)	6백석
9.20.	미국 포틀랜드, 스타극장		5백석
9.22.	미국 로스앤젤레스, 테라그램 볼룸		6백석

이제훈
(팬미팅)



2024 LEE JE HOON
FANMEETING
ASIA TOUR
<JEHOON's Favorite>

9.21.	말레이시아 (쿠알라룸푸르, 시티 센터 플래너리 홀)	RM838~458 (약 26만 6천 원 ~14만 5천 원)	3천석
9.29.	대만 (타이베이, 국제회의센터)	NT\$5,200~2,400 (약 21만 7천 원~10만 원)	3천 1백석