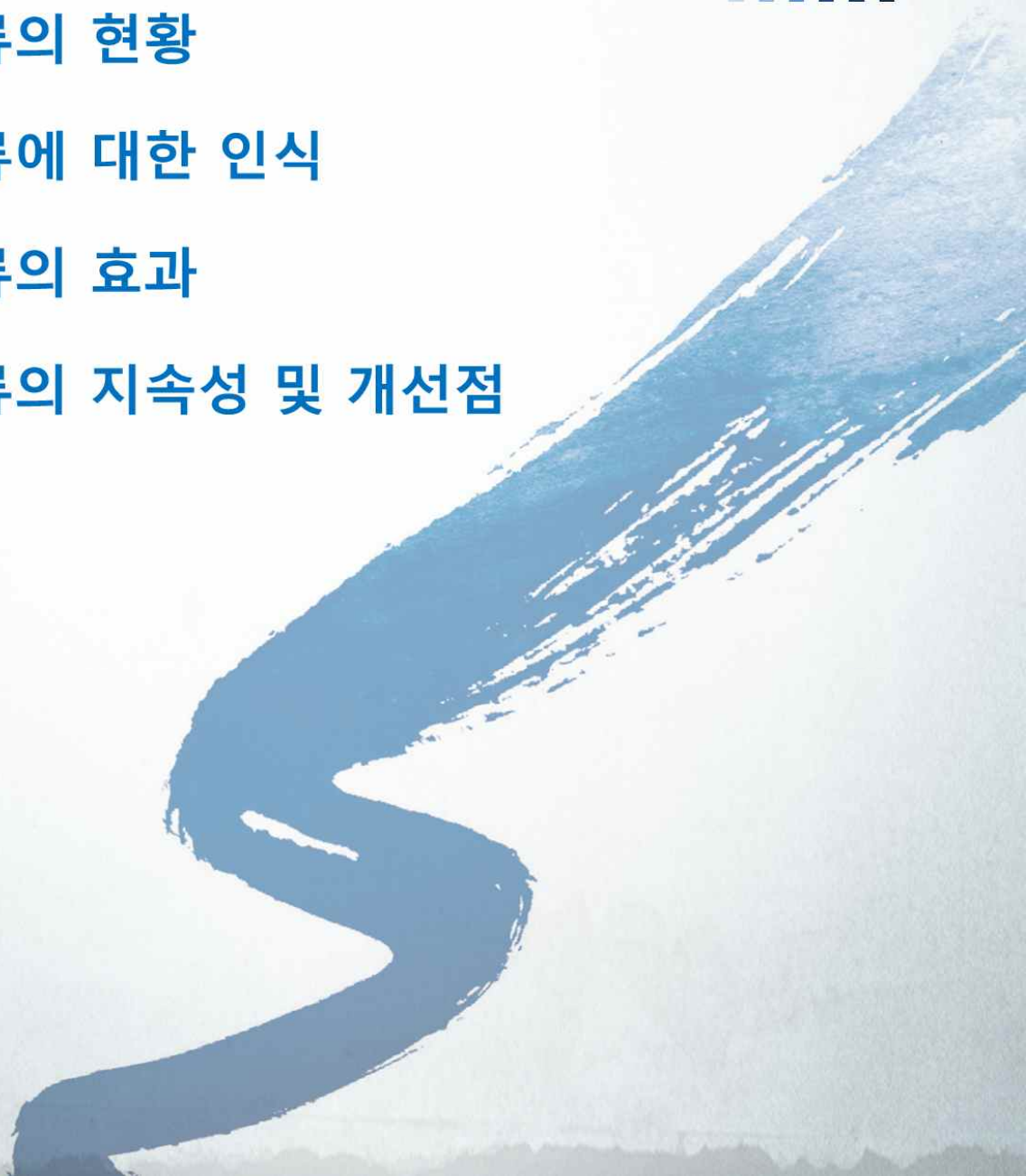


제12장 국가별 결과 분석 : 브라질



- I. 한류의 현황
- II. 한류에 대한 인식
- III. 한류의 효과
- IV. 한류의 지속성 및 개선점



목 차

제12장 국가별 결과 분석 : 브라질	1
I. 한류의 현황	1
1. 한국 연상 이미지	1
2. 한국에 대한 인식	2
3. 한국문화 콘텐츠 소비량	3
4. 한국문화 콘텐츠 인기도	4
5. 한국문화 관심도	5
6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)	6
7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)	7
II. 한류에 대한 인식	8
1. 한류 용어 인지도 및 호감도	8
2. 한류 대표 콘텐츠	9
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악	10
(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램	10
(2) 한국 영화	11
(3) 한국 음악(K-POP)	12
(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터	13
(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임	14
(6) 한국 패션, 뷰티	15
(7) 한국 음식	16
(8) 한국 도서(출판물)	17
4. 한류 콘텐츠별 정보 채널	18
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인	19
(1) 한국 드라마	19
(2) 한국 영화	20
(3) 한국 음악(K-POP)	21
6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타	22
III. 한류의 효과	23
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도	23
(1) 생활용품 및 서비스	23
(2) 고가용품 및 서비스	24
2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용	25
IV. 한류의 지속성 및 개선점	26
1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항	26
2. 한류 지속 여부	28
3. 반한류 공감도	29
4. 요약 및 결론	30

<표 차례>

[표 12-1. 한국 최초 이미지]	1
[표 12-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 12-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 12-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 12-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 12-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 12-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 12-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 12-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 12-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 12-11. 한국 영화]	11
[표 12-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 12-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 12-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 12-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 12-16. 한국 음식]	16
[표 12-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 12-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 12-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 12-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 12-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 12-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 12-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 12-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 12-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 12-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 12-27. 한류 지속 여부]	28
[표 12-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

[그림 12-1. 한국 최초 이미지]	1
[그림 12-2. 한국에 대한 인식]	2
[그림 12-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[그림 12-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[그림 12-5. 한국문화상품 관심도]	5
[그림 12-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[그림 12-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[그림 12-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[그림 12-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[그림 12-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[그림 12-11. 한국 영화]	11
[그림 12-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[그림 12-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[그림 12-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[그림 12-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[그림 12-16. 한국 음식]	16
[그림 12-17. 한국 도서(출판물)]	17
[그림 12-18. 한국 드라마 인기 요인]	19
[그림 12-19. 한국 영화 인기 요인]	20
[그림 12-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[그림 12-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[그림 12-22. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[그림 12-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[그림 12-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[그림 12-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]	26
[그림 12-26. 한류 지속 여부]	28
[그림 12-27. 반 한류 공감도와 이유]	29

제12장 국가별 결과 분석 : 브라질

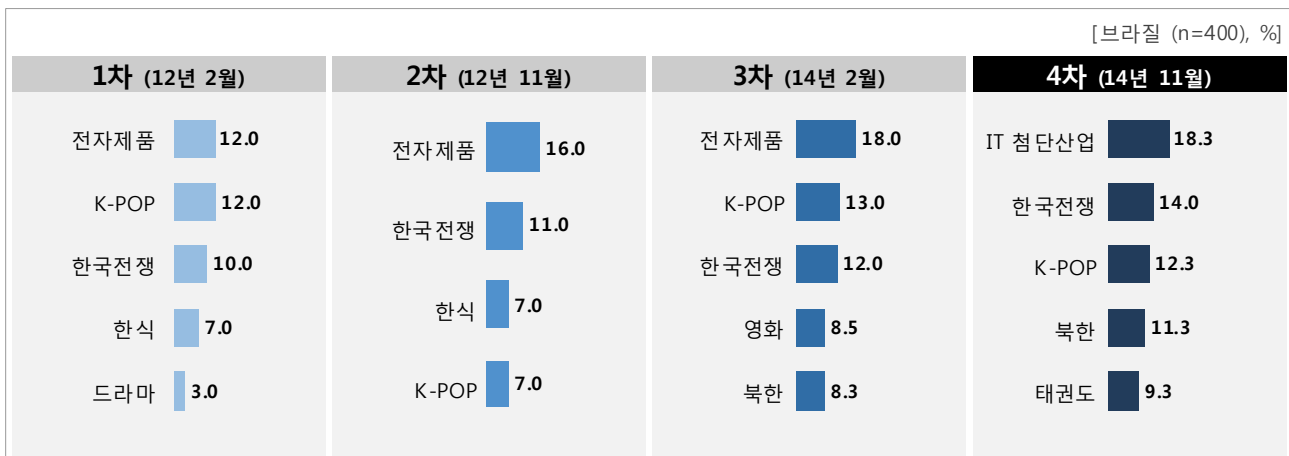
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

Q2. 만약 한국에 대해 알고 있다면, 가장 먼저 떠오르는 것은 무엇입니까?

- 한국에 대한 연상이미지는 'IT 첨단산업'이 18.3%(73명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 한국전쟁, K-POP, 북한 순으로 긍정적인 이미지와 부정적인 이미지가 공존하는 양상임
- IT 첨단산업 및 K-POP은 30대 이하 한류 호감층을 중심으로 높게 나타나고 있으며, 반면 한국전쟁과 북한은 40대 이상의 한류 비호감층에서 연상이 높게 됨

[그림 12-1. 한국 최초 이미지]



[표 12-1. 한국 최초 이미지]

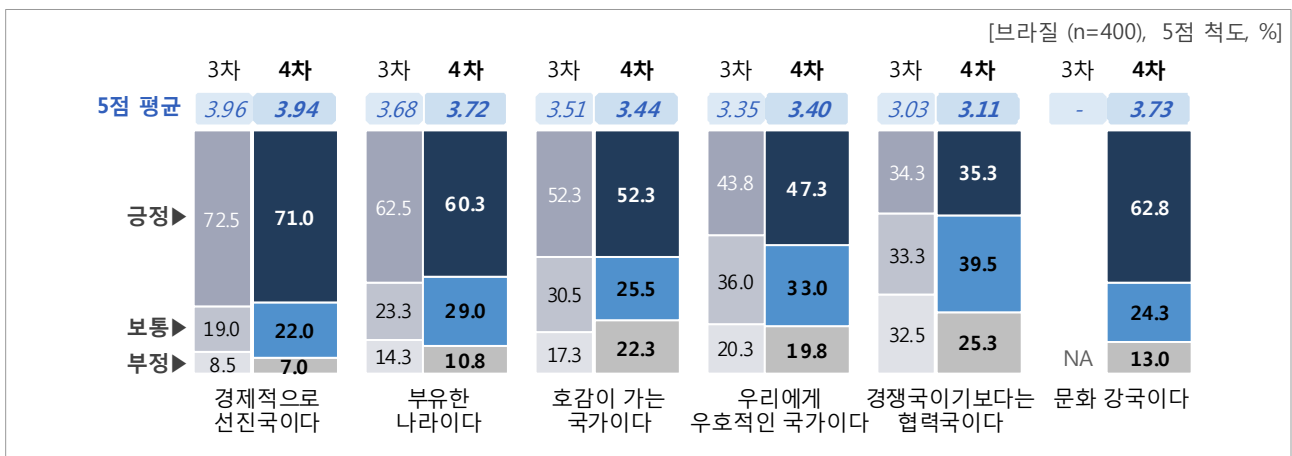
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
IT 첨단산업	<u>22.0</u>	14.5	12.0	16.0	<u>24.0</u>	22.9	19.2	<u>22.4</u>	15.5	18.8	18.4	18.1	17.4	21.4	7.1
한국전쟁	11.5	<u>16.5</u>	12.0	10.0	16.0	12.5	<u>23.1</u>	16.8	12.1	6.3	17.2	12.2	13.6	13.8	17.9
K-POP	9.0	<u>15.5</u>	<u>31.0</u>	11.0	2.0	6.3	3.8	6.2	<u>16.3</u>	<u>18.8</u>	12.9	11.3	<u>16.9</u>	6.9	7.1
북한	9.5	13.0	7.0	15.0	12.0	<u>18.8</u>	3.8	12.4	10.5	6.3	10.4	12.2	9.9	11.9	<u>17.9</u>
태권도	12.0	6.5	6.0	11.0	13.0	12.5	1.9	8.1	10.0	6.3	6.7	11.3	10.3	7.5	10.7

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- '경제적으로 선진국이다'가 71.0(284명)%로 가장 높고, 그 다음으로 '문화 강국이다', '부유한 나라이다' 순임
- 전반적으로 한국에 대한 인식은 한류태도 호감층에서 긍정적으로 나타나고 있으며, 특히, 한국이 경제적으로 선진국이라는 인식은 남성, 한류태도 호감층에서 높게 나타남
- 한국이 문화강국이라는 인식은 10~20대 남성을 중심으로 높게 나타나고 있음

[그림 12-2. 한국에 대한 인식]



[표 12-2. 한국에 대한 인식]

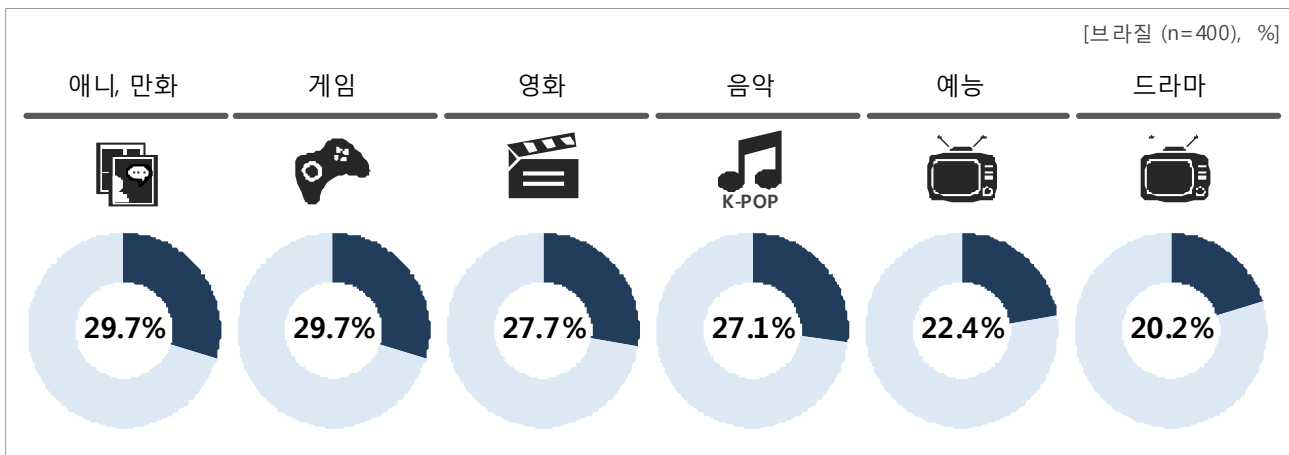
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
경제적으로 선진국이다	<u>76.5</u>	65.5	73.0	71.0	68.0	70.8	73.1	68.9	<u>72.4</u>	68.8	65.0	<u>75.6</u>	<u>74.2</u>	66.7	71.4
부유한 나라이다	<u>68.0</u>	52.5	64.0	60.0	62.0	56.3	53.8	62.7	58.6	43.8	55.8	<u>64.7</u>	<u>62.9</u>	57.2	57.1
호감이 가는 국가이다	61.5	43.0	62.0	50.0	48.0	45.8	51.9	49.7	54.0	62.5	49.1	53.8	57.7	47.2	39.3
우리에게 우호적인 국가이다	54.0	40.5	58.0	42.0	42.0	39.6	53.8	44.7	49.0	43.8	43.6	50.2	51.6	45.3	25.0
경쟁국이기보다는 협력국이다	37.0	33.5	48.0	32.0	32.0	31.3	26.9	33.5	36.4	31.3	36.8	34.4	43.2	27.7	17.9
문화 강국이다	<u>67.5</u>	58.0	<u>73.0</u>	69.0	58.0	52.1	50.0	57.1	<u>66.5</u>	68.8	62.6	62.4	<u>68.5</u>	57.9	46.4

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

Q7_1. 최근 1년간 귀하가 다음 각 문화 콘텐츠를 소비하는데 있어서 한국 콘텐츠의 비중이 몇 % 정도라고 생각하십니까?

- 문화콘텐츠 소비에 있어 한국 콘텐츠의 비중은 전반적으로 20~30%대 수준임
- '애니/만화'와 '게임'이 29.7%(119명)로 가장 높은 소비량을 보이며, 다음으로 '영화', 'K-POP'의 소비 비중이 높음
- 한국 문화 콘텐츠는 전반적으로 성별과 무관하게 10대 한류 호감층을 중심으로 소비되고 있으나, 게임의 경우 10대 남성에서 상대적으로 높게 소비되는 경향을 보임

[그림 12-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 12-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

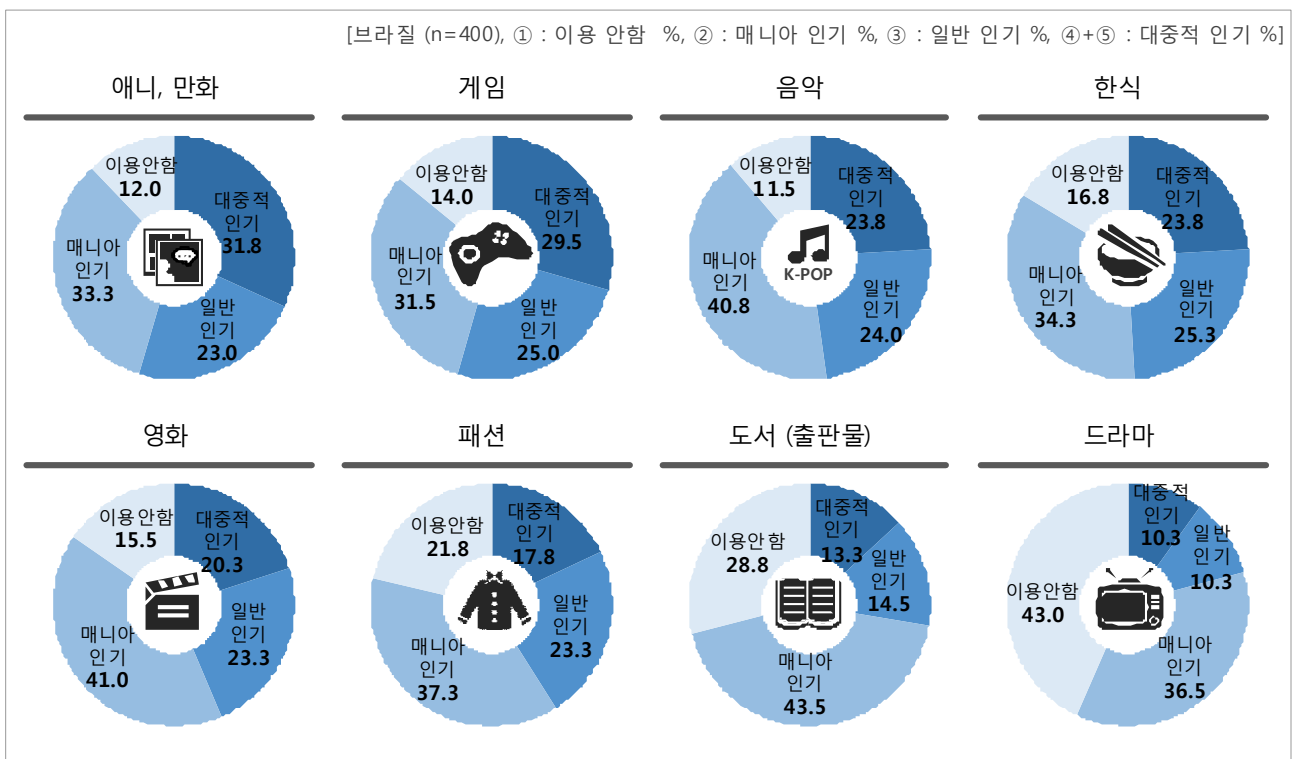
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
애니, 만화	30.5	29.0	<u>44.3</u>	26.7	26.8	22.9	19.4	26.4	<u>32.0</u>	35.6	27.1	31.2	<u>35.4</u>	23.4	22.1
게임	<u>32.4</u>	27.1	<u>46.5</u>	25.2	26.7	24.8	16.3	27.5	31.2	42.5	26.4	31.2	<u>34.7</u>	24.1	23.9
영화	28.7	26.8	<u>38.3</u>	22.9	26.0	22.5	24.8	26.7	28.4	35.6	25.9	28.5	<u>34.3</u>	19.9	22.1
음악	28.1	26.1	<u>43.1</u>	22.2	23.1	20.2	19.4	23.8	<u>29.2</u>	27.5	22.8	30.2	<u>34.7</u>	18.0	20.0
예능	21.9	22.9	<u>37.2</u>	18.2	19.5	15.6	13.7	19.8	24.1	32.5	19.2	24.0	<u>27.8</u>	15.5	20.0
드라마	19.5	20.9	<u>33.5</u>	17.2	18.2	12.5	11.2	17.6	21.9	26.9	16.9	22.1	<u>25.2</u>	13.9	17.9

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

Q6_2. 현재 귀하가 속한 나라에서 다음의 한국 대중문화상품의 인기가 어느 정도라고 생각하시는지 응답하여 주십시오.

- 전반적으로 한국문화 콘텐츠가 대중적 인기 보다는 매니아들의 인기가 높은 경향을 보이며, 특히 '도서', '영화', 'K-POP'의 매니아 인기가 40%대 이상으로 상당한 수준임
- 브라질은 '애니/만화'의 대중적 인기가 31.8%(127명)로 가장 높았으며, '게임'과 '음악', '한식' 순으로 대중적 인기가 높은 것으로 나타남
- 특성별로는 10대 한류 호감층을 중심으로 대중적 인기가 높으며, 특히 남성 집단에서 한류 콘텐츠의 인기가 상대적으로 높음

[그림 12-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 12-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

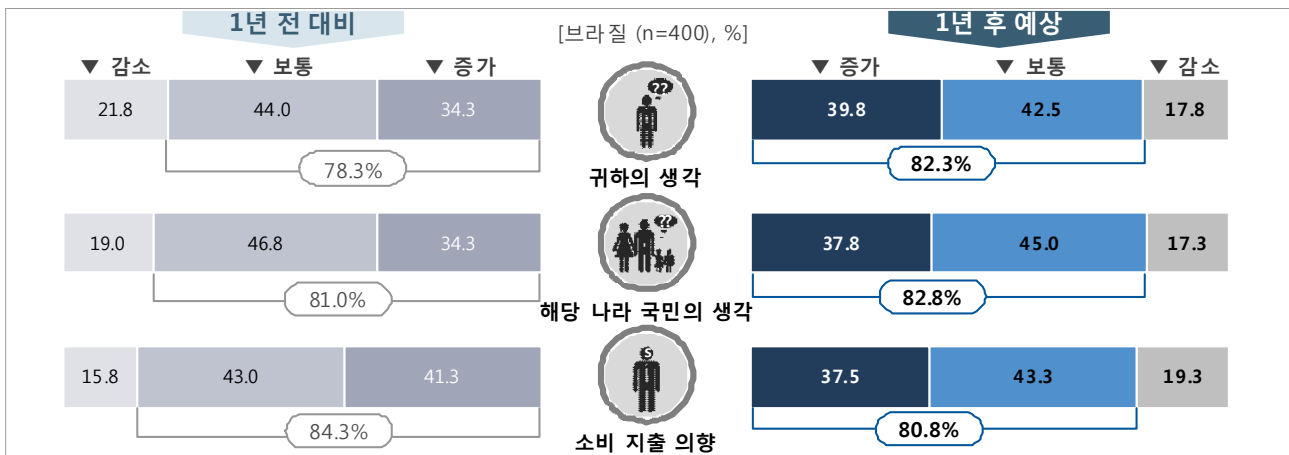
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
한국 애니, 만화	30.0	33.5	<u>49.0</u>	26.0	30.0	27.1	17.3	26.7	<u>35.1</u>	37.5	32.5	30.8	<u>43.2</u>	19.5	14.3
한국 게임	<u>32.5</u>	26.5	<u>44.0</u>	28.0	29.0	25.0	9.6	27.3	<u>31.0</u>	31.3	27.0	31.2	<u>39.4</u>	18.9	14.3
한국 음악(K-POP)	25.0	22.5	<u>37.0</u>	21.0	19.0	18.8	17.3	19.9	<u>26.4</u>	25.0	18.4	27.6	<u>36.2</u>	10.1	7.1
한국 음식	26.0	21.5	<u>35.0</u>	20.0	20.0	18.8	21.2	22.4	24.7	31.3	17.2	28.1	<u>35.2</u>	10.1	14.3
한국 영화	<u>24.5</u>	16.0	<u>26.0</u>	19.0	18.0	18.8	17.3	<u>23.0</u>	18.4	25.0	16.6	22.6	<u>29.1</u>	10.7	7.1
한국 패션	17.5	18.0	<u>28.0</u>	15.0	18.0	14.6	5.8	18.0	17.6	18.8	14.1	20.4	<u>26.8</u>	6.9	10.7
한국도서 (출판물)	<u>16.0</u>	10.5	<u>25.0</u>	11.0	11.0	8.3	3.8	12.4	13.8	18.8	7.4	17.2	<u>18.3</u>	6.3	14.3
한국 드라마	<u>12.0</u>	8.5	<u>17.0</u>	10.0	10.0	6.3	1.9	9.9	10.5	12.5	5.5	13.6	<u>16.9</u>	1.9	7.1

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 1년 전 대비 한국문화상품에 대한 관심도는 본인 및 국민 모두 비슷하거나 증가했다는 의견이 80%대 수준이며, 특히 소비지출의향도 비슷/증가했다는 의견이 84.3%(337명)임
- 1년 후에도 본인 및 국민의 관심도와 소비지출의향이 현재와 유사하거나 증가할 것이라는 예상이 80%대 이상으로 우세, 한국문화상품에 대해 긍정적으로 전망하고 있음
- 특성별로, 10대 한류 호감층을 중심으로 관심도 및 소비지출의향에 대한 평가 및 전망이 긍정적으로 나타난 반면, 40대 한류 비호감 층은 관심도 및 소비지출의향이 현재 감소하고 있으며, 앞으로도 감소할 것이라는 부정적 전망이 상대적으로 높게 나타남

[그림 12-5. 한국문화상품 관심도]



[표 12-5. 한국문화상품 관심도]

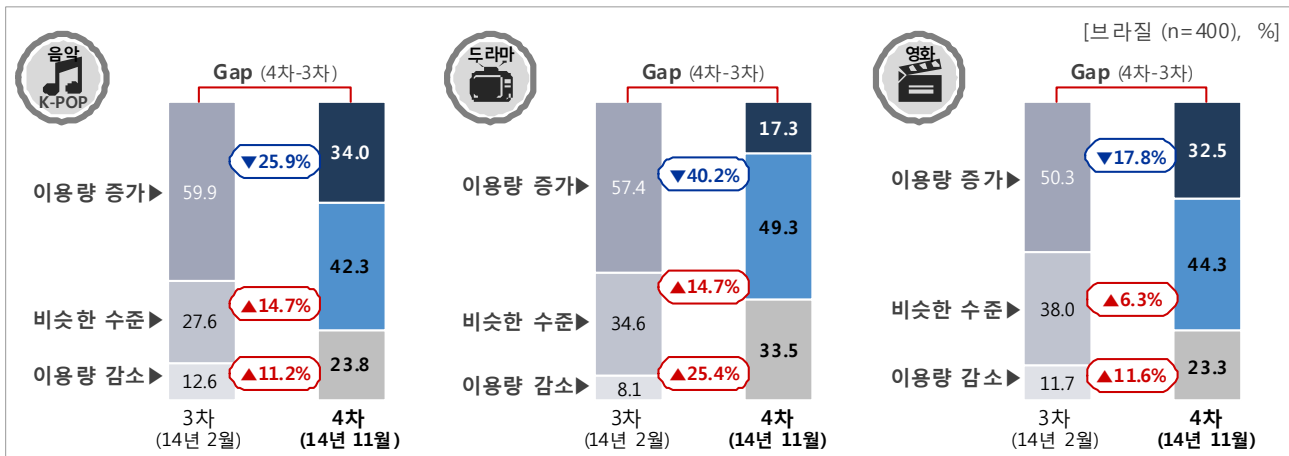
한국 문화 상품 관심도 %		귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
		1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	18.5	47.5	34.0	14.0	48.0	38.0	18.0	47.5	34.5	17.5	46.5	36.0	14.0	45.0	41.0	16.5	47.0	36.5
	여성 (200)	<u>25.0</u>	40.5	34.5	<u>21.5</u>	37.0	41.5	20.0	46.0	34.0	17.0	43.5	39.5	17.5	41.0	41.5	<u>22.0</u>	39.5	38.5
연령	15~19세 (100)	20.0	35.0	<u>45.0</u>	17.0	37.0	<u>46.0</u>	17.0	43.0	<u>40.0</u>	14.0	41.0	<u>45.0</u>	15.0	32.0	<u>53.0</u>	19.0	38.0	<u>43.0</u>
	20대 (100)	22.0	44.0	34.0	19.0	40.0	41.0	22.0	44.0	34.0	19.0	46.0	35.0	14.0	44.0	42.0	20.0	44.0	36.0
	30대 (100)	19.0	45.0	36.0	13.0	47.0	40.0	20.0	46.0	34.0	19.0	44.0	37.0	16.0	45.0	39.0	19.0	44.0	37.0
	40대 (48)	<u>29.2</u>	54.2	16.7	<u>25.0</u>	45.8	29.2	20.8	47.9	31.3	20.8	43.8	35.4	<u>20.8</u>	50.0	29.2	<u>22.9</u>	43.8	33.3
	50대 (52)	23.1	50.0	26.9	19.2	46.2	34.6	13.5	59.6	26.9	13.5	53.8	32.7	15.4	51.9	32.7	15.4	50.0	34.6
결혼 여부	기혼 (161)	20.5	43.5	36.0	15.5	44.1	40.4	18.6	46.0	35.4	18.0	39.8	42.2	14.3	44.1	41.6	14.3	44.1	41.6
	미혼 (239)	22.6	44.4	33.1	19.2	41.4	39.3	19.2	47.3	33.5	16.7	48.5	34.7	16.7	42.3	41.0	22.6	42.7	34.7
학력	중졸이하 (16)	31.3	56.3	12.5	25.0	37.5	37.5	12.5	43.8	43.8	6.3	50.0	43.8	6.3	43.8	50.0	6.3	62.5	31.3
	고졸 (163)	25.8	42.9	31.3	19.6	45.4	35.0	18.4	50.3	31.3	17.2	45.4	37.4	17.2	45.4	37.4	22.1	42.9	35.0
	대졸이상 (221)	18.1	43.9	<u>38.0</u>	15.8	40.7	<u>43.4</u>	19.9	44.3	35.7	18.1	44.3	37.6	15.4	41.2	43.4	18.1	42.1	39.8
한류 태도	호감 (213)	13.1	37.6	<u>49.3</u>	9.9	35.7	<u>54.5</u>	11.7	43.7	<u>44.6</u>	10.8	39.9	<u>49.3</u>	9.9	35.7	<u>54.5</u>	16.0	31.9	<u>52.1</u>
	보통 (159)	25.8	56.6	17.6	22.0	54.7	23.3	23.3	54.7	22.0	20.1	56.0	23.9	17.0	57.2	25.8	17.6	61.0	21.4
	비호감 (28)	<u>64.3</u>	21.4	14.3	<u>53.6</u>	25.0	21.4	<u>50.0</u>	25.0	25.0	<u>50.0</u>	21.4	28.6	<u>53.6</u>	17.9	28.6	<u>53.6</u>	28.6	17.9

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

Q7_2. 귀하께서는 현재 한국 대중문화의 평균 이용량이 1년 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

- 한국 콘텐츠의 음악과 영화 이용량이 증가했다는 인식이 높은 반면, 드라마 이용량은 감소했다는 인식이 큰 것으로 나타남
- K-POP과 영화는 10대 및 30대, 한류 호감층을 중심으로 이용량이 유지/증가했다고 인식하는 비율이 상대적으로 높게 나타남

[그림 12-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 12-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

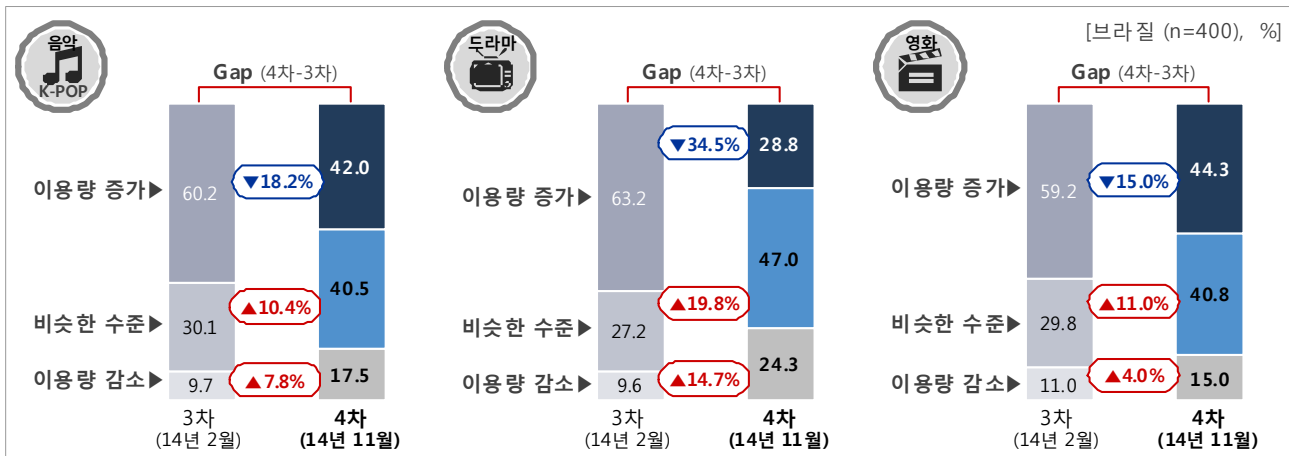
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %		음악						드라마						영화					
		3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	12.5	29.5	58.0	25.5	45.0	29.5	7.9	33.3	58.7	38.5	45.5	16.0	9.6	36.1	54.2	23.5	44.0	32.5
	여성 (200)	12.7	25.4	61.8	22.0	39.5	38.5	8.2	35.6	56.2	<u>28.5</u>	53.0	18.5	13.8	40.0	46.3	23.0	44.5	32.5
연령	15~19세 (100)	14.1	32.6	53.3	<u>21.0</u>	27.0	52.0	14.3	25.0	60.7	30.0	38.0	32.0	14.9	40.5	44.6	<u>21.0</u>	35.0	44.0
	20대 (100)	18.2	23.9	58.0	27.0	37.0	36.0	6.7	35.6	57.8	36.0	50.0	14.0	11.3	36.3	52.5	23.0	51.0	26.0
	30대 (100)	9.4	22.4	68.2	<u>21.0</u>	50.0	29.0	7.3	31.7	61.0	30.0	56.0	14.0	9.0	32.6	58.4	<u>22.0</u>	47.0	31.0
	40대 (48)	12.7	27.3	60.0	<u>22.9</u>	58.3	18.8	-	60.0	40.0	33.3	60.4	6.3	13.0	44.4	42.6	25.0	52.1	22.9
	50대 (52)	-	37.9	62.1	28.8	51.9	19.2	14.3	28.6	57.1	42.3	46.2	11.5	10.3	41.4	48.3	28.8	36.5	34.6
결혼 여부	기혼 (161)	10.9	24.0	65.1	23.6	46.6	29.8	6.4	35.9	57.7	32.9	49.7	17.4	11.7	31.0	57.3	23.6	40.4	36.0
	미혼 (239)	14.4	31.0	54.6	23.8	39.3	36.8	10.3	32.8	56.9	33.9	49.0	17.2	11.6	45.8	42.6	23.0	46.9	30.1
학력	중졸이하 (16)	11.1	22.2	66.7	37.5	25.0	37.5	10.0	30.0	60.0	25.0	62.5	12.5	18.2	27.3	54.5	18.8	31.3	50.0
	고졸 (163)	16.1	26.8	57.0	<u>23.3</u>	47.2	29.4	10.9	39.1	50.0	38.7	47.2	14.1	15.9	39.3	44.8	25.2	44.8	30.1
	대졸이상 (221)	9.8	28.9	61.3	<u>23.1</u>	39.8	37.1	6.3	32.5	61.3	30.3	49.8	19.9	6.9	38.4	54.7	22.2	44.8	33.0
한류 태도	호감 (213)	10.1	20.2	69.7	<u>13.6</u>	37.1	49.3	6.3	25.0	68.8	<u>25.8</u>	47.9	26.3	8.4	28.8	62.8	<u>14.1</u>	42.3	43.7
	보통 (159)	11.9	40.7	47.5	32.7	52.2	15.1	8.3	58.3	33.3	40.3	54.1	5.7	9.2	52.3	38.5	30.2	50.3	19.5
	비호감 (28)	39.1	26.1	34.8	50.0	25.0	25.0	50.0	50.0	-	53.6	32.1	14.3	46.2	46.2	7.7	53.6	25.0	21.4

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

Q7_3. 귀하께서는 1년 후 한국 대중문화의 평균 이용량이 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

- 향후 한국 콘텐츠 이용량이 감소할 것이라는 예상이 지난 조사대비 소폭 증가한 가운데, 전반적으로 한국 콘텐츠 이용량이 현재와 유사하거나 증가할 것으로 예상하는 비중은 75%대 이상으로 높음
- K-POP은 여성, 40대, 한류 호감층에서 현재와 유사/증가할 것으로 예상하는 비중 높음
- 영화는 30대, 한류 호감층을 중심으로 향후 이용량에 대해 상대적으로 긍정적임

[그림 12-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 12-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]

한국문화 1년 후 대비 이용량 변화 %			음악			드라마			영화		
			3차 조사			4차 조사			3차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		8.5	31.8	59.7	20.0	38.5	41.5	6.3	27.0	66.7
	여성 (200)		11.0	28.3	60.7	15.0	42.5	42.5	12.3	27.4	60.3
연령	15~19세 (100)		7.6	38.0	54.3	19.0	21.0	60.0	14.3	28.6	57.1
	20대 (100)		12.5	31.8	55.7	16.0	46.0	38.0	11.1	24.4	64.4
	30대 (100)		8.2	23.5	68.2	20.0	43.0	37.0	7.3	24.4	68.3
	40대 (48)		16.4	27.3	56.4	10.4	54.2	35.4	6.7	33.3	60.0
	50대 (52)		-	24.1	75.9	19.2	50.0	30.8	-	42.9	57.1
결혼 여부	기혼 (161)		10.3	25.1	64.6	18.6	41.6	39.8	3.8	26.9	69.2
	미혼 (239)		9.2	35.1	55.7	16.7	39.7	43.5	17.2	27.6	55.2
학력	중졸이하 (16)		7.4	29.6	63.0	31.3	18.8	50.0	10.0	30.0	60.0
	고졸 (163)		12.1	30.2	57.7	19.6	42.3	38.0	13.0	37.0	50.0
	대졸이상 (221)		8.1	30.1	61.8	14.9	40.7	44.3	7.5	21.3	71.3
한류 태도	호감 (213)		4.8	25.5	69.7	8.9	31.9	59.2	6.3	20.8	72.9
	보통 (159)		14.4	39.0	46.6	23.9	55.3	20.8	11.1	47.2	41.7
	비호감 (28)		30.4	26.1	43.5	46.4	21.4	32.1	75.0	-	25.0

제12장 국가별 결과 분석 : 브라질

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

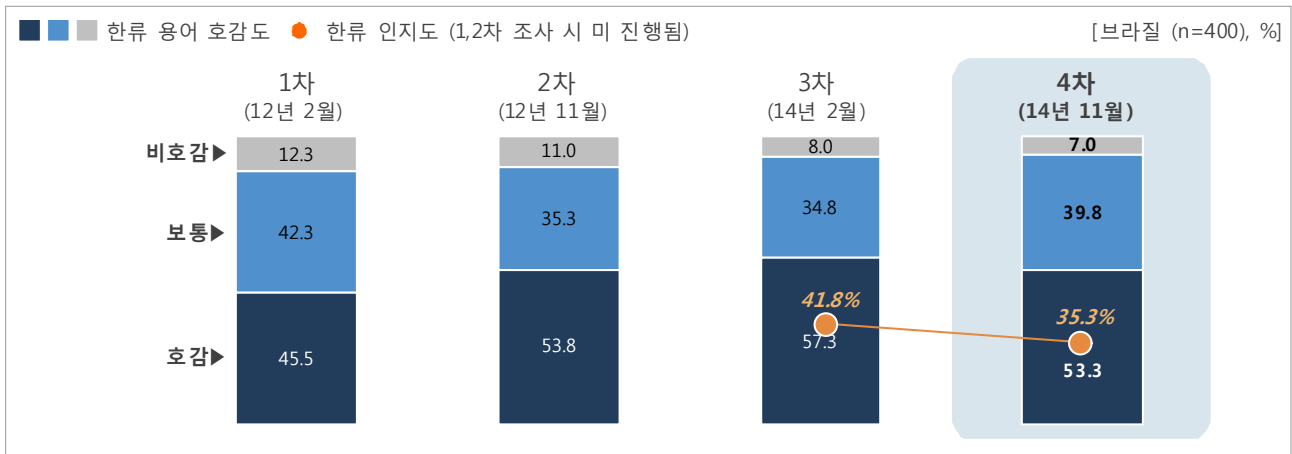
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 브라질에서의 한류 인지도는 지난 조사 대비 소폭 하락한 35.3%(141명)로 높지 않은 수준임
- 반면, 호감도는 53.3%(213명)로, 응답자의 절반 이상이 한류 용어에 호감을 보이고 있으나, 지난 조사 대비 소폭 하락함
- 한류 인지도는 10대 남성, 미혼, 한류 호감층을 중심으로 높은 경향임
- 한편, 호감도는 10대 및 30대 여성을 중심으로 상대적으로 높음

[그림 12-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 12-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

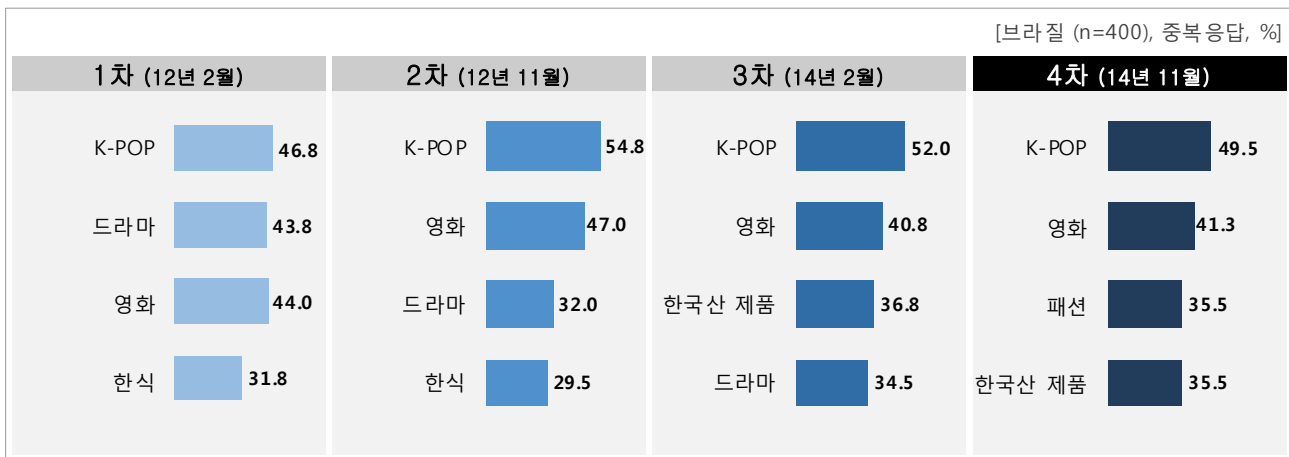
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
한류 인지도	38.0	32.5	52.0	35.0	31.0	29.2	17.3	30.4	38.5	25.0	33.1	37.6	39.4	30.2	32.1
한류 호감도 - 호감	49.5	57.0	58.0	51.0	57.0	47.9	46.2	53.4	53.1	50.0	46.6	58.4	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	43.5	36.0	33.0	47.0	37.0	41.7	42.3	38.5	40.6	37.5	45.4	35.7	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	7.0	7.0	9.0	2.0	6.0	10.4	11.5	8.1	6.3	12.5	8.0	5.9	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

Q5. 다음 보기 중 '한류'라고 생각하는 것을 모두 선택해 주십시오.

- 한류의 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 49.5%(198명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 '영화', '패션', '한국산 제품' 순임
- 전반적으로 한류에 대한 호감도가 높을수록 한류 대표 콘텐츠를 높게 인식하고 있는 가운데, K-POP은 10~20대 미혼 집단을 중심으로 한류의 대표 콘텐츠로 인식하는 경향이 강함
- 한편, 영화는 30대 및 50대 기혼 남성을 중심으로 대표 콘텐츠로 높게 인식하고 있으며, 패션은 20대 여성을 중심으로 높게 인식함

[그림 12-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 12-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
K-POP	51.0	48.0	<u>56.0</u>	<u>62.0</u>	46.0	43.8	25.0	41.6	<u>54.8</u>	43.8	47.2	<u>51.6</u>	<u>56.8</u>	44.7	21.4
영화	<u>44.5</u>	38.0	43.0	32.0	<u>47.0</u>	37.5	<u>48.1</u>	<u>46.6</u>	37.7	37.5	42.9	40.3	<u>46.9</u>	34.6	35.7
패션	28.5	<u>42.5</u>	38.0	<u>43.0</u>	37.0	27.1	21.2	33.5	36.8	25.0	34.4	37.1	<u>37.6</u>	34.6	25.0
한국산 제품	<u>40.5</u>	30.5	27.0	35.0	<u>42.0</u>	37.5	38.5	<u>39.8</u>	32.6	37.5	35.0	35.7	<u>44.6</u>	27.7	10.7

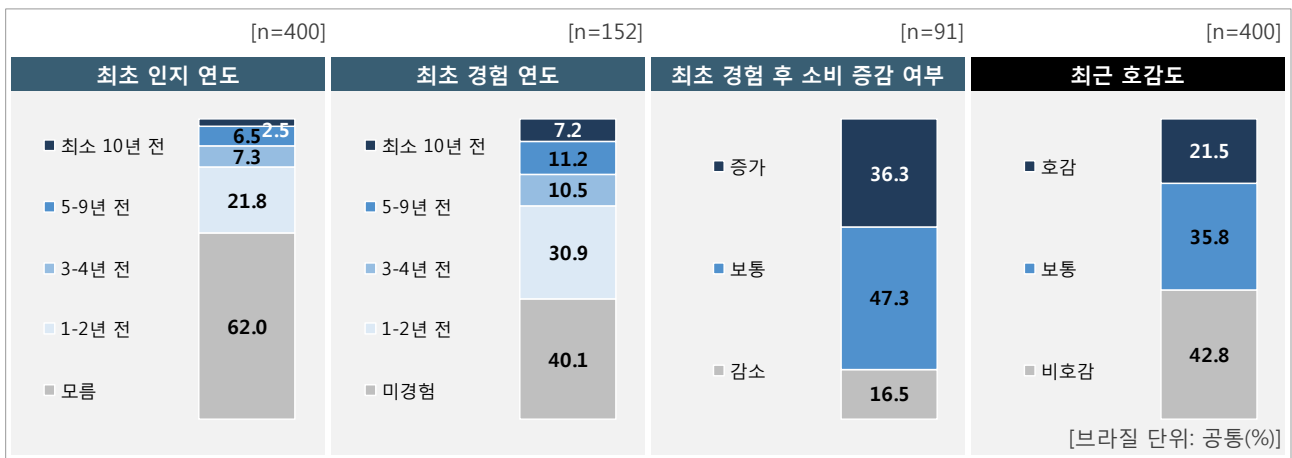
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 드라마의 인지도는 38.0%(152명)로 상대적으로 낮은 수준이며, 40~50대 한류 비호감층을 중심으로 인지도가 낮게 나타남
- 경험률은 59.9%(91명)이며, 최초 경험 후 소비 증가율은 36.3%(33명)이며, 최근 호감도는 21.5%(86명)로 높지 않음
- 20~30대 기혼여성, 한류 호감층을 중심으로 드라마 경험 후 소비가 높게 증가함
- 한편, 10대, 미혼, 한류 비호감층에서 한국 드라마에 대한 호감이 높게 나타남

[그림 12-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 12-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

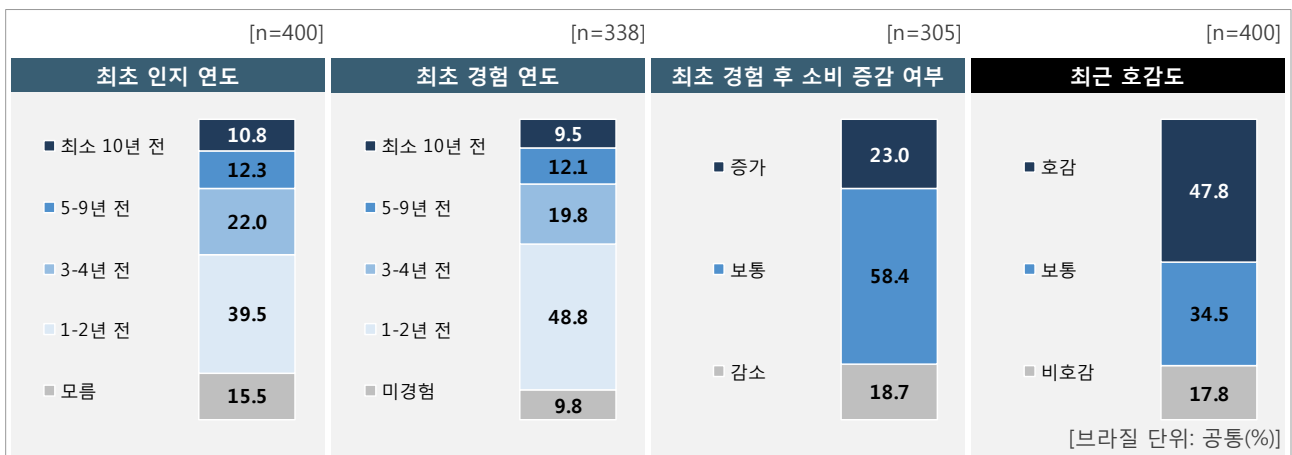
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	63.0	19.5	8.0	6.0	3.5	40.5	28.4	9.5	10.8	10.8	18.2	50.0	31.8	43.0	35.5	21.5
	여성	(200)	61.0	24.0	6.5	7.0	1.5	39.7	33.3	11.5	11.5	3.8	14.9	44.7	40.4	42.5	36.0	21.5
연령	15~19세	(100)	35.0	40.0	11.0	9.0	5.0	27.7	43.1	10.8	12.3	6.2	17.0	46.8	36.2	35.0	31.0	34.0
	20대	(100)	69.0	18.0	4.0	6.0	3.0	32.3	32.3	6.5	12.9	16.1	9.5	52.4	38.1	46.0	30.0	24.0
	30대	(100)	65.0	18.0	10.0	7.0	-	62.9	14.3	14.3	5.7	2.9	30.8	30.8	38.5	40.0	44.0	16.0
	40대	(48)	79.2	8.3	6.3	2.1	4.2	40.0	20.0	20.0	10.0	10.0	16.7	50.0	33.3	41.7	50.0	8.3
	50대	(52)	78.8	13.5	1.9	5.8	-	63.6	18.2	-	18.2	-	-	75.0	25.0	57.7	26.9	15.4
결혼 여부	기혼	(161)	70.2	14.9	6.2	6.8	1.9	43.8	29.2	8.3	12.5	6.3	18.5	37.0	44.4	44.7	37.3	18.0
	미혼	(239)	56.5	26.4	7.9	6.3	2.9	38.5	31.7	11.5	10.6	7.7	15.6	51.6	32.8	41.4	34.7	23.8
학력	중졸이하	(16)	56.3	31.3	12.5	-	-	71.4	14.3	14.3	-	-	50.0	50.0	-	50.0	31.3	18.8
	고졸	(163)	63.8	20.9	7.4	6.7	1.2	37.3	39.0	8.5	11.9	3.4	29.7	45.9	24.3	47.2	36.2	16.6
	대졸이상	(221)	61.1	21.7	6.8	6.8	3.6	39.5	26.7	11.6	11.6	10.5	5.8	48.1	46.2	38.9	35.7	25.3
한류 태도	호감	(213)	56.8	21.1	8.9	8.5	4.7	27.2	34.8	14.1	13.0	10.9	14.9	41.8	43.3	35.2	30.0	34.7
	보통	(159)	66.7	23.3	5.7	4.4	-	62.3	24.5	5.7	5.7	1.9	20.0	65.0	15.0	46.5	46.5	6.9
	비호감	(28)	75.0	17.9	3.6	3.6	-	42.9	28.6	-	28.6	-	25.0	50.0	25.0	78.6	17.9	3.6

(2) 한국 영화

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 영화의 인지도는 84.5%(338명), 경험률은 90.2%(305명)로 나타났으며, 특히, 10대 미혼, 한류 호감층을 중심으로 인지도가 높게 나타남
- 경험 후 소비 증가율은 23.0%(70명)로 높지 않은 수준이나, 호감도는 47.8%(191명)로 긍정적임
- 10대 미혼남성, 한류 호감층을 중심으로 영화 경험 후 소비가 높게 증가함
- 한편, 10대 및 30대, 한류 호감층을 중심으로 한국 영화에 대한 호감이 높게 나타남

[그림 12-11. 한국 영화]



[표 12-11. 한국 영화]

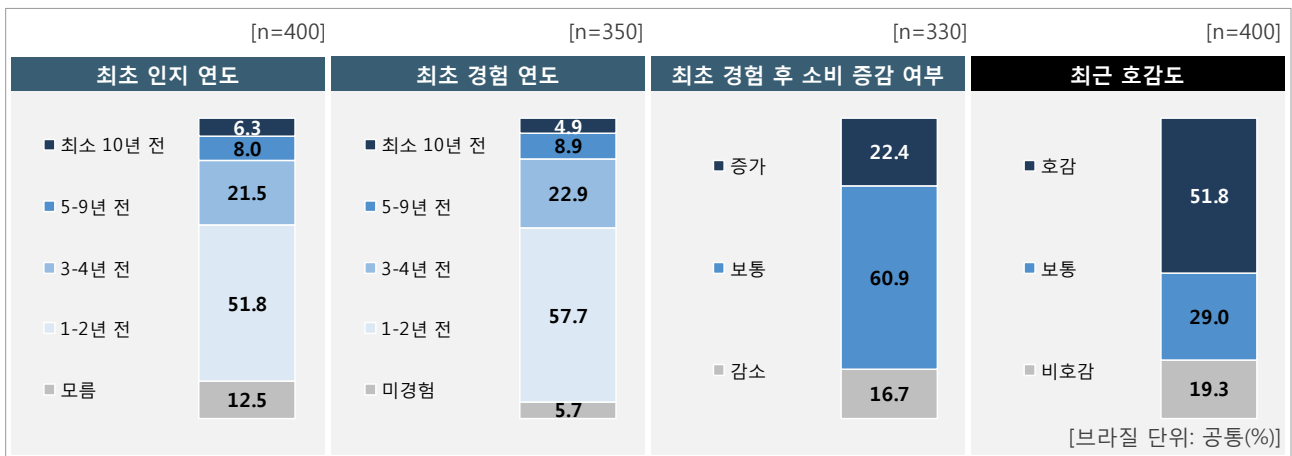
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	14.5	39.5	21.5	13.5	11.0	9.9	49.1	19.3	12.9	8.8	16.2	58.4	25.3	16.5	34.0	49.5
	여성	(200)	16.5	39.5	22.5	11.0	10.5	9.6	48.5	20.4	11.4	10.2	21.2	58.3	20.5	19.0	35.0	46.0
연령	15~19세	(100)	9.0	46.0	25.0	10.0	10.0	5.5	58.2	20.9	8.8	6.6	24.4	44.2	31.4	15.0	34.0	51.0
	20대	(100)	18.0	40.0	19.0	13.0	10.0	7.3	48.8	15.9	17.1	11.0	14.5	65.8	19.7	20.0	33.0	47.0
	30대	(100)	15.0	39.0	21.0	15.0	10.0	11.8	45.9	18.8	14.1	9.4	18.7	60.0	21.3	17.0	33.0	50.0
	40대	(48)	18.8	33.3	22.9	12.5	12.5	10.3	43.6	30.8	7.7	7.7	17.1	62.9	20.0	22.9	37.5	39.6
	50대	(52)	21.2	32.7	23.1	9.6	13.5	19.5	39.0	17.1	9.8	14.6	15.2	69.7	15.2	15.4	38.5	46.2
결혼 여부	기혼	(161)	17.4	36.6	24.8	10.6	10.6	12.8	43.6	20.3	12.8	10.5	18.1	62.1	19.8	18.0	32.9	49.1
	미혼	(239)	14.2	41.4	20.1	13.4	10.9	7.8	52.2	19.5	11.7	8.8	19.0	56.1	24.9	17.6	35.6	46.9
학력	중졸이하	(16)	6.3	62.5	18.8	12.5	-	13.3	60.0	6.7	13.3	6.7	30.8	46.2	23.1	31.3	18.8	50.0
	고졸	(163)	15.3	40.5	20.2	11.7	12.3	9.4	50.7	18.1	11.6	10.1	26.4	57.6	16.0	18.4	32.5	49.1
	대졸이상	(221)	16.3	37.1	23.5	12.7	10.4	9.7	46.5	22.2	12.4	9.2	12.0	59.9	28.1	16.3	37.1	46.6
한류 태도	호감	(213)	10.8	36.2	25.4	12.2	15.5	11.1	43.7	20.5	13.2	11.6	11.2	57.4	31.4	11.3	24.9	63.8
	보통	(159)	18.9	45.9	17.6	13.2	4.4	7.8	55.0	20.2	11.6	5.4	26.1	60.5	13.4	20.1	47.8	32.1
	비호감	(28)	32.1	28.6	21.4	7.1	10.7	10.5	57.9	10.5	5.3	15.8	41.2	52.9	5.9	53.6	32.1	14.3

(3) 한국 음악(K-POP)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- K-POP의 인지도는 87.5%(350명), 경험률은 94.3%(94명)로 높게 나타났으며, 특히, 10대 미혼 집단에서 상대적으로 인지도가 높음
- 경험 후 소비 증가율은 22.4%(74명)로 높지 않으나, 호감도는 51.8%(207명)로 높은 수준임
- 10대 미혼, 한류 호감층을 중심으로 K-POP에 대한 호감이 높으며, 경험 후 소비로 이어지는 경향이 상대적으로 높게 나타남

[그림 12-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 12-12. 한국 음악(K-POP)]

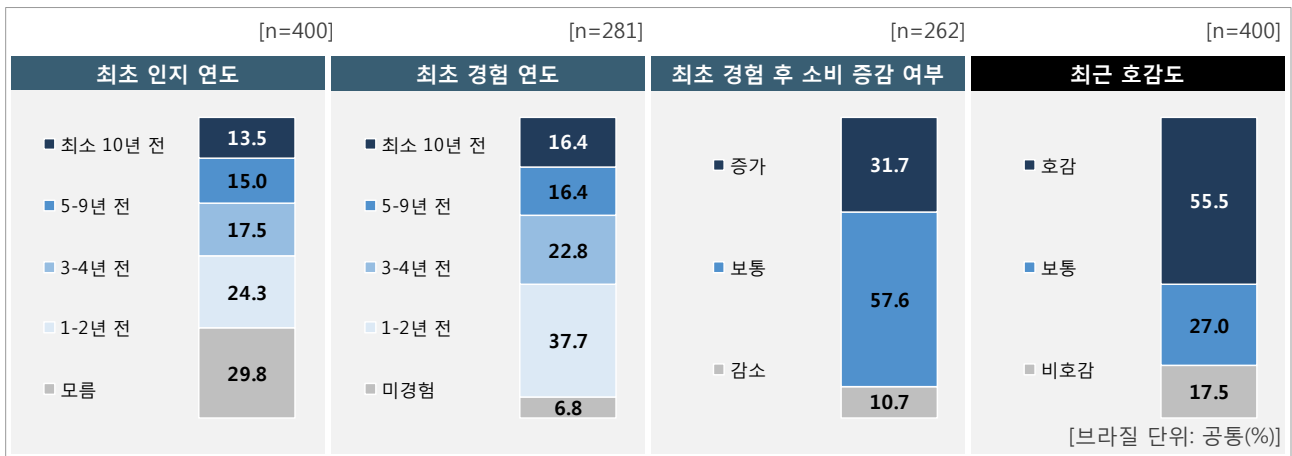
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	11.5	50.0	23.5	8.5	6.5	5.6	55.9	24.9	8.5	5.1	17.4	59.3	23.4	19.5	30.0	50.5
	여성	(200)	13.5	53.5	19.5	7.5	6.0	5.8	59.5	20.8	9.2	4.6	16.0	62.6	21.5	19.0	28.0	53.0
연령	15~19세	(100)	<u>4.0</u>	50.0	29.0	7.0	10.0	1.0	54.2	26.0	10.4	8.3	20.0	40.0	<u>40.0</u>	14.0	21.0	<u>65.0</u>
	20대	(100)	12.0	49.0	25.0	10.0	4.0	5.7	51.1	29.5	9.1	4.5	10.8	71.1	18.1	20.0	30.0	50.0
	30대	(100)	16.0	52.0	18.0	10.0	4.0	7.1	59.5	21.4	8.3	3.6	15.4	67.9	16.7	21.0	28.0	51.0
	40대	(48)	16.7	54.2	14.6	4.2	10.4	10.0	57.5	22.5	5.0	5.0	13.9	69.4	16.7	20.8	31.3	47.9
	50대	(52)	19.2	57.7	13.5	5.8	3.8	9.5	76.2	4.8	9.5	-	26.3	68.4	5.3	23.1	42.3	34.6
결혼 여부	기혼	(161)	15.5	55.9	16.1	7.5	5.0	10.3	60.3	19.9	5.9	3.7	20.5	63.9	15.6	21.1	31.1	47.8
	미혼	(239)	<u>10.5</u>	49.0	25.1	8.4	7.1	2.8	56.1	24.8	10.7	5.6	14.4	59.1	<u>26.4</u>	18.0	27.6	<u>54.4</u>
학력	중졸이하	(16)	25.0	68.8	6.3	-	-	-	75.0	16.7	8.3	-	33.3	41.7	25.0	25.0	31.3	43.8
	고졸	(163)	14.7	50.3	20.9	8.0	6.1	7.9	58.3	20.1	9.4	4.3	21.9	61.7	16.4	22.1	28.8	49.1
	대졸이상	(221)	<u>10.0</u>	51.6	23.1	8.6	6.8	4.5	56.3	25.1	8.5	5.5	12.1	61.6	26.3	16.7	29.0	<u>54.3</u>
한류 태도	호감	(213)	11.7	41.8	26.8	10.8	8.9	4.8	49.5	27.7	11.7	6.4	10.6	59.2	<u>30.2</u>	13.1	16.4	<u>70.4</u>
	보통	(159)	13.8	62.3	15.7	5.7	2.5	7.3	66.4	16.8	6.6	2.9	20.5	66.1	13.4	22.6	45.9	31.4
	비호감	(28)	10.7	67.9	14.3	-	7.1	4.0	72.0	20.0	-	4.0	41.7	45.8	12.5	46.4	28.6	25.0

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 애니/만화의 인지도는 70.2%(281명)이며, 경험률은 93.2%(262명)로 나타났으며, 특히, 10대 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 인지도가 높게 나타남
- 경험 후 소비 증가율은 31.7%(83명)로 나타났으며, 애니/만화에 대한 호감도는 55.5%(222명)로 높은 수준임
- 10대 미혼, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비 증가 및 호감도가 높게 나타남

[그림 12-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 12-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

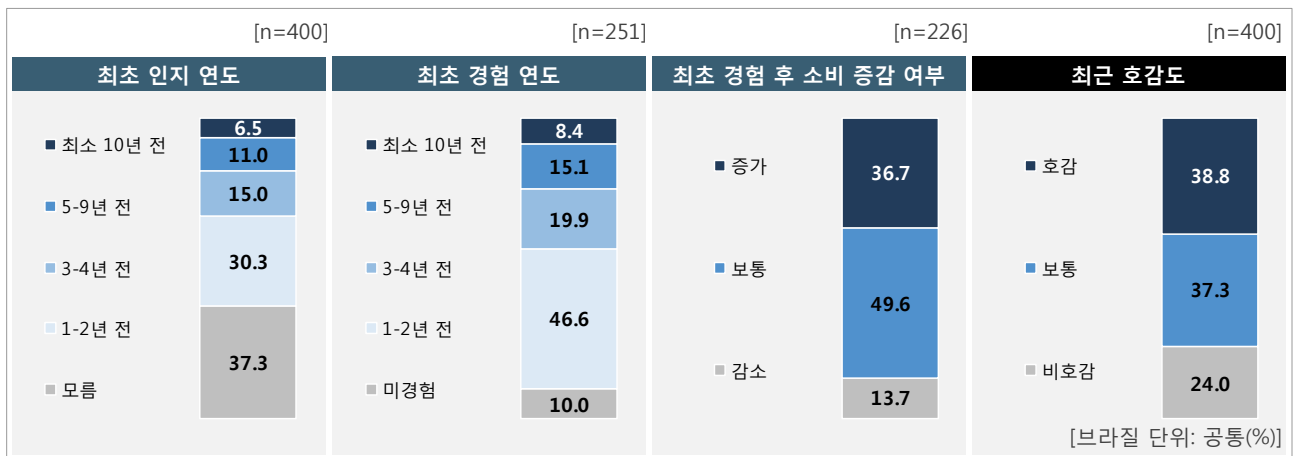
%			1 초차 인지도					2 초차 경험 연도					3 초차 경험 후 소비 증가 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		29.0	29.0	16.0	13.0	13.0	7.0	42.3	22.5	12.7	15.5	10.6	54.5	34.8	16.5	29.5	54.0
	여성 (200)		30.5	19.5	19.0	17.0	14.0	6.5	33.1	23.0	20.1	17.3	10.8	60.8	28.5	18.5	24.5	57.0
연령	15~19세 (100)		15.0	29.0	19.0	18.0	19.0	3.5	37.6	21.2	16.5	21.2	15.9	35.4	48.8	12.0	17.0	71.0
	20대 (100)		29.0	19.0	16.0	23.0	13.0	4.2	28.2	25.4	21.1	21.1	4.4	72.1	23.5	18.0	23.0	59.0
	30대 (100)		33.0	24.0	17.0	14.0	12.0	7.5	41.8	20.9	19.4	10.4	8.1	66.1	25.8	16.0	31.0	53.0
	40대 (48)		37.5	25.0	18.8	6.3	12.5	16.7	43.3	23.3	6.7	10.0	8.0	68.0	24.0	27.1	31.3	41.7
	50대 (52)		46.2	25.0	17.3	3.8	7.7	10.7	46.4	25.0	7.1	10.7	20.0	60.0	20.0	21.2	42.3	36.5
결혼 여부	기혼 (161)		34.2	25.5	16.1	13.0	11.2	9.4	41.5	19.8	15.1	14.2	11.5	59.4	29.2	16.8	33.5	49.7
	미혼 (239)		26.8	23.4	18.4	16.3	15.1	5.1	35.4	24.6	17.1	17.7	10.2	56.6	33.1	18.0	22.6	59.4
학력	중졸이하 (16)		31.3	31.3	25.0	6.3	6.3	9.1	45.5	36.4	9.1	-	-	60.0	40.0	25.0	12.5	62.5
	고졸 (163)		30.7	23.3	19.6	13.5	12.9	9.7	37.2	23.9	13.3	15.9	15.7	58.8	25.5	19.0	25.2	55.8
	대졸이상 (221)		29.0	24.4	15.4	16.7	14.5	4.5	37.6	21.0	19.1	17.8	8.0	56.7	35.3	15.8	29.4	54.8
한류 태도	호감 (213)		23.0	23.9	19.2	18.3	15.5	4.3	37.2	23.2	17.7	17.7	6.4	54.8	38.9	12.2	18.3	69.5
	보통 (159)		34.6	27.0	15.1	12.6	10.7	8.7	39.4	22.1	15.4	14.4	16.8	61.1	22.1	17.0	40.3	42.8
	비호감 (28)		53.6	10.7	17.9	3.6	14.3	23.1	30.8	23.1	7.7	15.4	20.0	70.0	10.0	60.7	17.9	21.4

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 게임의 인지도는 62.7%(251명)로 나타났으며, 경험률은 90.0%(226명)임
특히, 10대 남성, 한류 호감층에서 상대적으로 인지도가 높게 나타남
- 경험 후 소비 증가율은 36.7%(83명)이며, 호감도는 38.8%(155명)로 보통 수준임
- 전반적으로 성별과 무관하게 10대 미혼, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비 증가 및 호감도가 높게 나타남

[그림 12-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 12-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

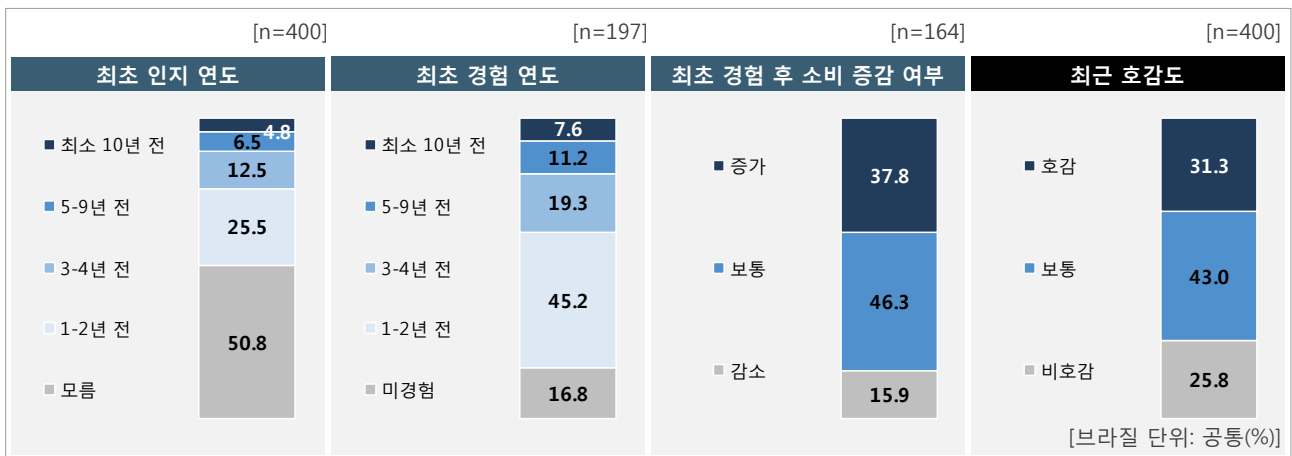
%		1					2					3			4		
		초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	<u>31.5</u>	31.5	16.5	12.0	8.5	5.8	42.3	24.1	15.3	12.4	13.2	51.2	35.7	20.0	40.5	39.5
	여성 (200)	43.0	29.0	13.5	10.0	4.5	14.9	51.8	14.9	14.9	3.5	14.4	47.4	38.1	28.0	34.0	38.0
연령	15~19세 (100)	<u>18.0</u>	36.0	18.0	16.0	12.0	8.5	41.5	19.5	19.5	11.0	18.7	29.3	<u>52.0</u>	21.0	27.0	<u>52.0</u>
	20대 (100)	40.0	30.0	11.0	11.0	8.0	11.7	45.0	15.0	16.7	11.7	11.3	56.6	32.1	21.0	36.0	43.0
	30대 (100)	41.0	24.0	22.0	10.0	3.0	5.1	50.8	28.8	11.9	3.4	8.9	62.5	28.6	22.0	43.0	35.0
	40대 (48)	37.5	37.5	12.5	8.3	4.2	6.7	56.7	16.7	13.3	6.7	14.3	64.3	21.4	25.0	45.8	29.2
	50대 (52)	61.5	25.0	5.8	5.8	1.9	30.0	45.0	15.0	5.0	5.0	14.3	50.0	35.7	38.5	40.4	21.2
결혼 여부	기혼 (161)	39.1	31.1	14.3	10.6	5.0	8.2	52.0	17.3	16.3	6.1	16.7	52.2	31.1	24.8	39.8	35.4
	미혼 (239)	36.0	29.7	15.5	11.3	7.5	11.1	43.1	21.6	14.4	9.8	11.8	47.8	<u>40.4</u>	23.4	35.6	<u>41.0</u>
학력	중졸이하 (16)	<u>25.0</u>	37.5	18.8	12.5	6.3	25.0	25.0	16.7	16.7	16.7	11.1	22.2	<u>66.7</u>	37.5	18.8	<u>43.8</u>
	고졸 (163)	43.6	27.6	14.7	8.0	6.1	5.4	55.4	17.4	12.0	9.8	18.4	51.7	29.9	27.0	33.1	39.9
	대졸이상 (221)	33.5	31.7	14.9	13.1	6.8	11.6	42.9	21.8	17.0	6.8	10.8	50.0	39.2	20.8	41.6	37.6
한류 태도	호감 (213)	<u>33.3</u>	31.0	15.5	12.2	8.0	9.9	44.4	19.0	18.3	8.5	7.0	50.0	<u>43.0</u>	15.0	33.3	<u>51.6</u>
	보통 (159)	40.3	30.8	13.8	9.4	5.7	8.4	52.6	20.0	9.5	9.5	21.8	50.6	27.6	30.2	44.7	25.2
	비호감 (28)	50.0	21.4	17.9	10.7	-	21.4	28.6	28.6	21.4	-	27.3	36.4	36.4	57.1	25.0	17.9

(6) 한국 패션, 뷰티

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 패션의 인지도는 49.2%(197명)로 타 콘텐츠 대비 낮은 편이며, 경험률은 83.2%(164명)임
- 특히, 10대 미혼여성, 한류 호감층에서 한국패션의 인지도가 상대적으로 높음
- 경험 후 소비 증가율은 37.8%(62명)이며, 호감도는 31.3%(125명)로 보통 수준임
- 10~30대 기혼여성을 중심으로 한국 패션에 대한 호감도가 상대적으로 높은 가운데, 경험 후 소비 증가는 10~20대 젊은층, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 12-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 12-15. 한국 패션, 뷰티]

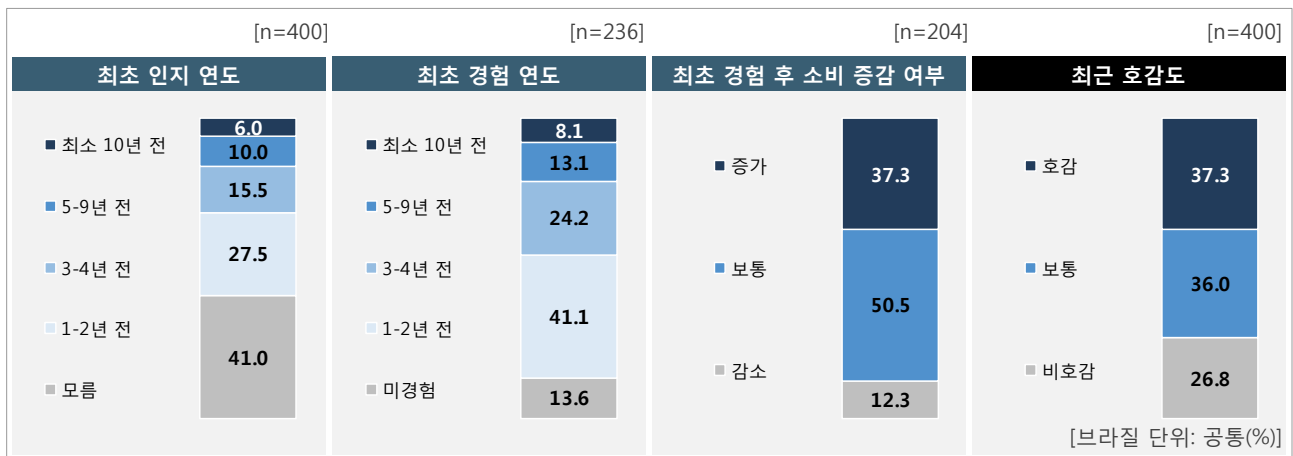
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증가 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	55.5	24.0	9.5	6.5	4.5	12.4	47.2	19.1	12.4	9.0	14.1	50.0	35.9	29.0	45.0	26.0
	여성	(200)	<u>46.0</u>	27.0	15.5	6.5	5.0	20.4	43.5	19.4	10.2	6.5	17.4	43.0	39.5	22.5	41.0	<u>36.5</u>
연령	15~19세	(100)	<u>34.0</u>	36.0	13.0	8.0	9.0	9.1	48.5	19.7	12.1	10.6	15.0	38.3	<u>46.7</u>	19.0	44.0	<u>37.0</u>
	20대	(100)	56.0	20.0	11.0	8.0	5.0	22.7	43.2	13.6	13.6	6.8	14.7	41.2	<u>44.1</u>	25.0	40.0	<u>35.0</u>
	30대	(100)	49.0	25.0	17.0	6.0	3.0	15.7	45.1	25.5	5.9	7.8	20.9	46.5	32.6	29.0	39.0	<u>32.0</u>
	40대	(48)	54.2	31.3	8.3	2.1	4.2	31.8	36.4	18.2	9.1	4.5	20.0	66.7	13.3	27.1	56.3	16.7
	50대	(52)	73.1	11.5	9.6	5.8	-	14.3	50.0	14.3	21.4	-	-	75.0	25.0	32.7	42.3	25.0
결혼 여부	기혼	(161)	55.3	20.5	13.7	6.8	3.7	13.9	41.7	22.2	15.3	6.9	21.0	45.2	33.9	26.7	39.8	<u>33.5</u>
	미혼	(239)	<u>47.7</u>	28.9	11.7	6.3	5.4	18.4	47.2	17.6	8.8	8.0	12.7	47.1	<u>40.2</u>	25.1	45.2	29.7
학력	중졸이하	(16)	50.0	37.5	12.5	-	-	12.5	37.5	12.5	25.0	12.5	28.6	14.3	<u>57.1</u>	25.0	37.5	37.5
	고졸	(163)	54.6	26.4	13.5	1.2	4.3	20.3	50.0	18.9	4.1	6.8	18.6	57.6	23.7	29.4	46.0	24.5
	대졸이상	(221)	48.0	24.0	11.8	10.9	5.4	14.8	42.6	20.0	14.8	7.8	13.3	41.8	44.9	23.1	41.2	35.7
한류 태도	호감	(213)	<u>40.8</u>	30.0	12.2	9.9	7.0	13.5	44.4	21.4	11.9	8.7	11.0	44.0	<u>45.0</u>	17.8	38.5	<u>43.7</u>
	보통	(159)	61.0	20.8	13.2	2.5	2.5	24.2	48.4	12.9	9.7	4.8	25.5	51.1	23.4	30.8	53.5	15.7
	비호감	(28)	67.9	17.9	10.7	3.6	-	11.1	33.3	33.3	11.1	11.1	25.0	50.0	25.0	57.1	17.9	25.0

(7) 한국 음식

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 음식의 인지도는 59.0%(236명)로 높지 않은 수준이며, 경험률은 86.4%(204명)임
10대 남성, 한류 호감층에서 한국 음식의 인지도가 상대적으로 높음
- 경험 후 소비 증가율은 37.3%(76명)이며, 호감도는 37.3%(149명)로 보통 수준임
- 10~20대 미혼, 한류에 대한 호감도가 높을수록 한식에 대한 호감도가 상대적으로 높은 가운데, 연령이 낮을수록, 여성, 한류 호감층에서 경험 후 소비증가율이 높게 나타남

[그림 12-16. 한국 음식]



[표 12-16. 한국 음식]

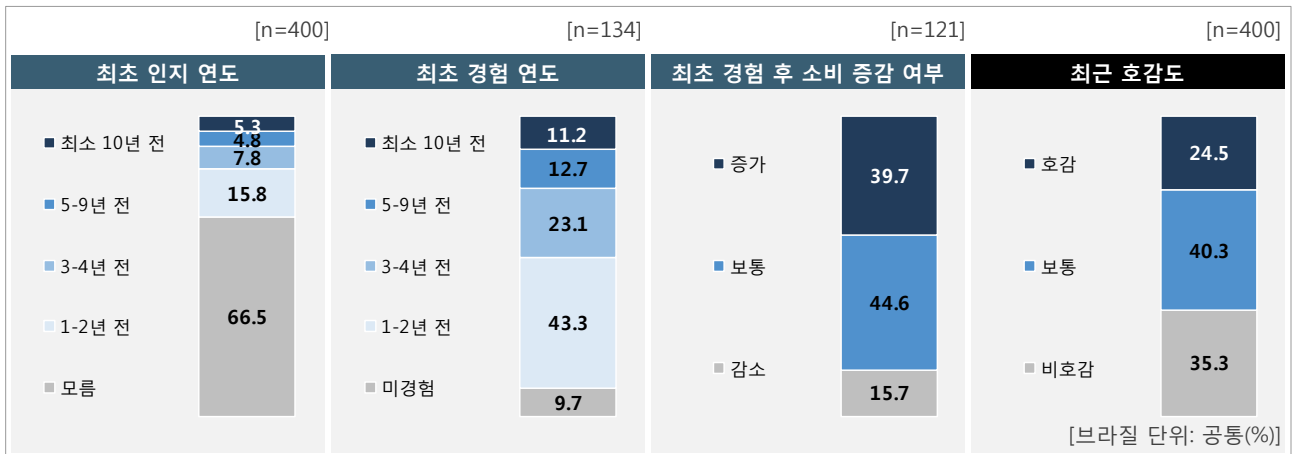
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	<u>38.5</u>	27.0	15.0	12.5	7.0	13.8	31.7	28.5	15.4	10.6	11.3	54.7	34.0	24.5	40.0	35.5
	여성	(200)	43.5	28.0	16.0	7.5	5.0	13.3	51.3	19.5	10.6	5.3	13.3	45.9	<u>40.8</u>	29.0	32.0	39.0
연령	15~19세	(100)	<u>32.0</u>	26.0	19.0	11.0	12.0	13.2	41.2	16.2	16.2	13.2	6.8	40.7	<u>52.5</u>	23.0	34.0	<u>43.0</u>
	20대	(100)	47.0	27.0	12.0	10.0	4.0	15.1	35.8	37.7	9.4	1.9	11.1	46.7	42.2	28.0	29.0	<u>43.0</u>
	30대	(100)	42.0	27.0	17.0	11.0	3.0	10.3	41.4	27.6	13.8	6.9	19.2	50.0	30.8	24.0	46.0	30.0
	40대	(48)	41.7	29.2	18.8	6.3	4.2	14.3	42.9	25.0	10.7	7.1	12.5	62.5	25.0	35.4	31.3	33.3
	50대	(52)	44.2	30.8	9.6	9.6	5.8	17.2	48.3	10.3	13.8	10.3	12.5	70.8	16.7	28.8	38.5	32.7
결혼 여부	기혼	(161)	42.2	26.1	16.1	11.2	4.3	11.8	39.8	28.0	14.0	6.5	14.6	57.3	28.0	30.4	37.3	32.3
	미혼	(239)	40.2	28.5	15.1	9.2	7.1	14.7	42.0	21.7	12.6	9.1	10.7	45.9	<u>43.4</u>	24.3	35.1	<u>40.6</u>
학력	중졸이하	(16)	31.3	31.3	25.0	6.3	6.3	27.3	45.5	9.1	-	18.2	-	50.0	50.0	43.8	31.3	25.0
	고졸	(163)	51.5	25.2	14.7	5.5	3.1	13.9	48.1	24.1	7.6	6.3	14.7	57.4	27.9	31.9	39.3	28.8
	대졸이상	(221)	33.9	29.0	15.4	13.6	8.1	12.3	37.0	25.3	17.1	8.2	11.7	46.9	41.4	21.7	33.9	<u>44.3</u>
한류 태도	호감	(213)	<u>33.8</u>	26.8	14.6	15.5	9.4	12.1	34.0	26.2	17.7	9.9	6.5	46.8	<u>46.8</u>	19.7	29.1	<u>51.2</u>
	보통	(159)	47.8	28.3	17.6	4.4	1.9	15.7	53.0	19.3	7.2	4.8	21.4	57.1	21.4	30.8	47.2	22.0
	비호감	(28)	57.1	28.6	10.7	-	3.6	16.7	41.7	33.3	-	8.3	20.0	50.0	30.0	57.1	25.0	17.9

(8) 한국 도서(출판물)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 도서의 인지도는 33.5%(134명)로 낮은 수준이며, 경험률은 90.3%(121명)임
특히, 10대 미혼, 한류 호감층에서 한국 도서의 인지도가 높음
- 경험 후 소비 증가율은 39.7%(48명)로 보통이나, 호감도는 24.5%(98명)로 타 콘텐츠 대비 낮음
- 10대 미혼, 한류 호감층을 중심으로 한국 도서에 대한 호감도가 상대적으로 높은 가운데, 미혼남성, 한류 호감층에서 경험 후 소비증가율이 상대적으로 높게 나타남

[그림 12-17. 한국 도서(출판물)]



[표 12-17. 한국 도서(출판물)]

%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	64.5	14.5	9.5	6.5	5.0	4.2	40.8	28.2	14.1	12.7	5.9	47.1	<u>47.1</u>	34.5	43.0	22.5
	여성	(200)	68.5	17.0	6.0	3.0	5.5	15.9	46.0	17.5	11.1	9.5	28.3	41.5	30.2	36.0	37.5	26.5
연령	15~19세	(100)	<u>43.0</u>	27.0	10.0	8.0	12.0	7.0	47.4	19.3	7.0	19.3	17.0	37.7	<u>45.3</u>	27.0	31.0	<u>42.0</u>
	20대	(100)	69.0	15.0	6.0	6.0	4.0	12.9	45.2	19.4	19.4	3.2	7.4	59.3	33.3	31.0	40.0	29.0
	30대	(100)	68.0	14.0	11.0	3.0	4.0	12.5	40.6	28.1	12.5	6.3	25.0	39.3	35.7	39.0	46.0	15.0
	40대	(48)	79.2	10.4	6.3	2.1	2.1	10.0	30.0	40.0	10.0	10.0	11.1	55.6	33.3	39.6	50.0	10.4
	50대	(52)	92.3	3.8	1.9	1.9	-	-	25.0	25.0	50.0	-	-	50.0	<u>50.0</u>	48.1	38.5	13.5
결혼 여부	기혼	(161)	72.0	9.3	8.7	5.6	4.3	6.7	33.3	31.1	22.2	6.7	23.8	45.2	31.0	39.1	42.9	18.0
	미혼	(239)	<u>62.8</u>	20.1	7.1	4.2	5.9	11.2	48.3	19.1	7.9	13.5	11.4	44.3	<u>44.3</u>	32.6	38.5	<u>28.9</u>
학력	중졸이하	(16)	<u>56.3</u>	25.0	12.5	-	6.3	-	42.9	42.9	-	14.3	14.3	42.9	42.9	43.8	31.3	25.0
	고졸	(163)	75.5	12.9	6.7	3.1	1.8	12.5	55.0	17.5	10.0	5.0	25.7	48.6	25.7	42.3	38.7	19.0
	대졸이상	(221)	60.6	17.2	8.1	6.3	7.7	9.2	37.9	24.1	14.9	13.8	11.4	43.0	45.6	29.4	42.1	28.5
한류 태도	호감	(213)	<u>59.6</u>	18.8	6.6	8.0	7.0	10.5	37.2	19.8	18.6	14.0	6.5	42.9	<u>50.6</u>	27.7	35.2	<u>37.1</u>
	보통	(159)	74.8	11.9	8.8	1.3	3.1	10.0	55.0	27.5	2.5	5.0	33.3	47.2	19.4	40.3	50.3	9.4
	비호감	(28)	71.4	14.3	10.7	-	3.6	-	50.0	37.5	-	12.5	25.0	50.0	25.0	64.3	21.4	14.3

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

Q3_1~Q3_3. 귀하께서 한국 대중문화 중 한국드라마/한국 영화/ 한국 음악 를 접하는 경로를 모두 선택해 주십시오.

- 전반적으로 'YouTube 등 무료이용'이 한류 콘텐츠를 접하는 주 채널로 인식되고 있음
- YouTube 이외에 드라마는 인터넷 카페/블로그 등의 채널, 영화와 K-POP은 TV의 비중이 상대적으로 높게 나타남

[표 12-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마			영화			K-POP		
			1순위	2순위		1순위	2순위		1순위	2순위	
전체 (91)			YouTube 등 무료이용 (80.2%)	인터넷 카페, 블로그 등 무료이용 (50.5%)	(305)	YouTube 등 무료이용 (56.7%)	TV (53.4%)	(330)	YouTube 등 무료이용 (71.5%)	TV (43.6%)	
성별	남성	(44)	YouTube 등 무료이용 (79.5%)	인터넷 카페, 블로그 등 / TV (50.0%)	(154)	TV (54.5%)	YouTube 등 무료이용 (53.2%)	(167)	YouTube 등 무료이용 (71.3%)	TV (41.9%)	
	여성	(47)	YouTube 등 무료이용 (80.9%)	인터넷 카페, 블로그 등 (51.1%)	(151)	YouTube 등 무료이용 (60.3%)	TV (52.3%)	(163)	YouTube 등 무료이용 (71.8%)	TV (45.4%)	
연령	15~19세	(47)	YouTube 등 무료이용 (76.6%)	인터넷 카페, 블로그 등 (57.4%)	(86)	YouTube 등 무료이용 (66.3%)	TV (50.0%)	(95)	YouTube 등 무료이용 (81.1%)	TV (48.4%)	
	20대	(21)	YouTube 등 무료이용 (90.5%)	인터넷 카페, 블로그 등 (47.6%)	(76)	YouTube 등 무료이용 (59.2%)	TV (47.4%)	(83)	YouTube 등 무료이용 (79.5%)	TV (27.7%)	
	30대	(13)	YouTube 등 무료이용 (92.3%)	TV (61.5%)	(75)	TV (62.7%)	YouTube 등 무료이용 (56.0%)	(78)	YouTube 등 무료이용 (74.4%)	TV (43.6%)	
	40대	(6)	YouTube 등 무료이용 (66.7%)	인터넷 무료 다운로드/라디오 (50.0%)	(35)	TV (60.0%)	YouTube 등 무료이용 (42.9%)	(36)	YouTube 등 무료이용 (55.6%)	TV (47.2%)	
	50대	(4)	YouTube 등 무료이용 (50.0%)	TV/인터넷 무료 다운로드 (50.0%)	(33)	TV (48.5%)	YouTube 등 무료이용 (42.4%)	(38)	TV (63.2%)	YouTube 등 무료이용 (39.5%)	
결혼 여부	기혼	(27)	YouTube 등 무료이용 (88.9%)	인터넷 카페, 블로그 등 / TV (48.1%)	(116)	TV (58.6%)	YouTube 등 무료이용 (53.4%)	(122)	YouTube 등 무료이용 (67.2%)	TV (50.0%)	
	미혼	(64)	YouTube 등 무료이용 (76.6%)	인터넷 카페, 블로그 등 (51.6%)	(189)	YouTube 등 무료이용 (58.7%)	TV (50.3%)	(208)	YouTube 등 무료이용 (74.0%)	TV (39.9%)	
학력	중졸이하	(2)	YouTube 등 무료이용 (100.0%)	인터넷 카페, 블로그 등 (100.0%)	(13)	YouTube 등 무료이용 (61.5%)	TV (61.5%)	(12)	TV (58.3%)	YouTube 등 무료이용 (50.0%)	
	고졸	(37)	YouTube 등 무료이용 (81.1%)	인터넷 카페, 블로그 등 (43.2%)	(125)	YouTube 등 무료이용 (56.8%)	TV (51.2%)	(128)	YouTube 등 무료이용 (68.0%)	TV (49.2%)	
	대졸이상	(52)	YouTube 등 무료이용 (78.8%)	인터넷 카페, 블로그 등 / TV (53.8%)	(167)	YouTube 등 무료이용 (56.3%)	TV (54.5%)	(190)	YouTube 등 무료이용 (75.3%)	TV (38.9%)	
한류 태도	호감	(67)	YouTube 등 무료이용 (80.6%)	인터넷 카페, 블로그 등 (56.7%)	(169)	YouTube 등 무료이용 (63.3%)	TV (57.4%)	(179)	YouTube 등 무료이용 (73.7%)	TV (45.8%)	
	보통	(20)	YouTube 등 무료이용 (85.0%)	TV/ 인터넷 무료 다운로드 (35.0%)	(119)	TV (52.9%)	YouTube 등 무료이용 (51.3%)	(127)	YouTube 등 무료이용 (72.4%)	TV (40.2%)	
	비호감	(4)	인터넷 무료 다운로드 (75.0%)	YouTube 등 무료이용 (50.0%)	(17)	YouTube 등 무료이용 (29.4%)	인터넷 무료 다운로드 (35.3%)	(24)	YouTube 등 무료이용 (50.0%)	TV (45.8%)	

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

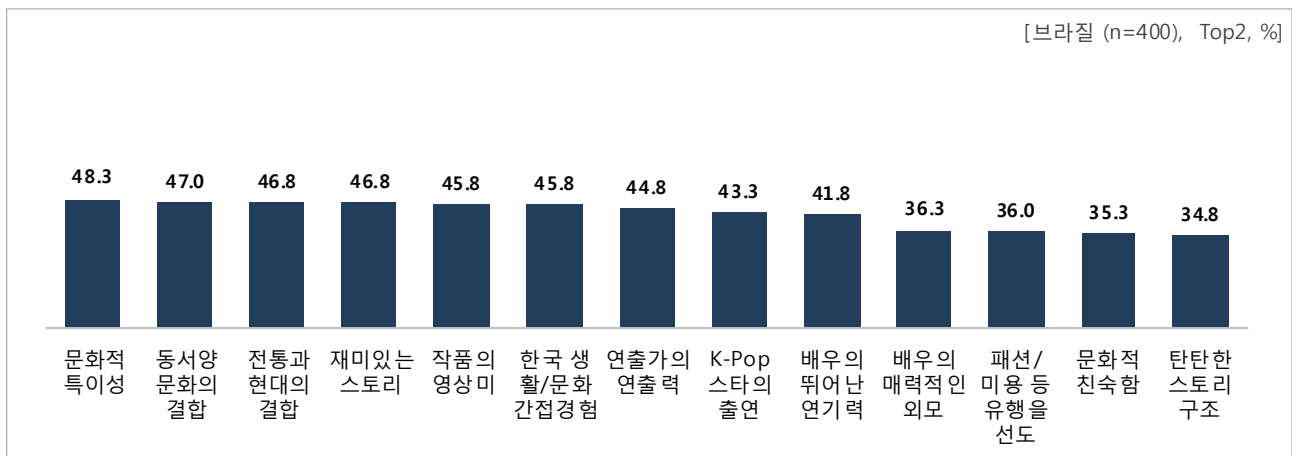
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '문화적 특이성'이 48.3%(193명)로 가장 높았으며,
그 다음으로 '동서양 문화의 결합', '전통과 현대의 결합', '재미있는 스토리' 순임
- 문화적 특이성은 10대 및 30대, 여성, 한류 호감층에서 인기요인으로 높게 인식함
- 동서양 문화의 결합은 10대 및 30대 여성, 한류 호감층에서 높게 인식함

[그림 12-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 12-19. 한국 드라마 인기 요인]

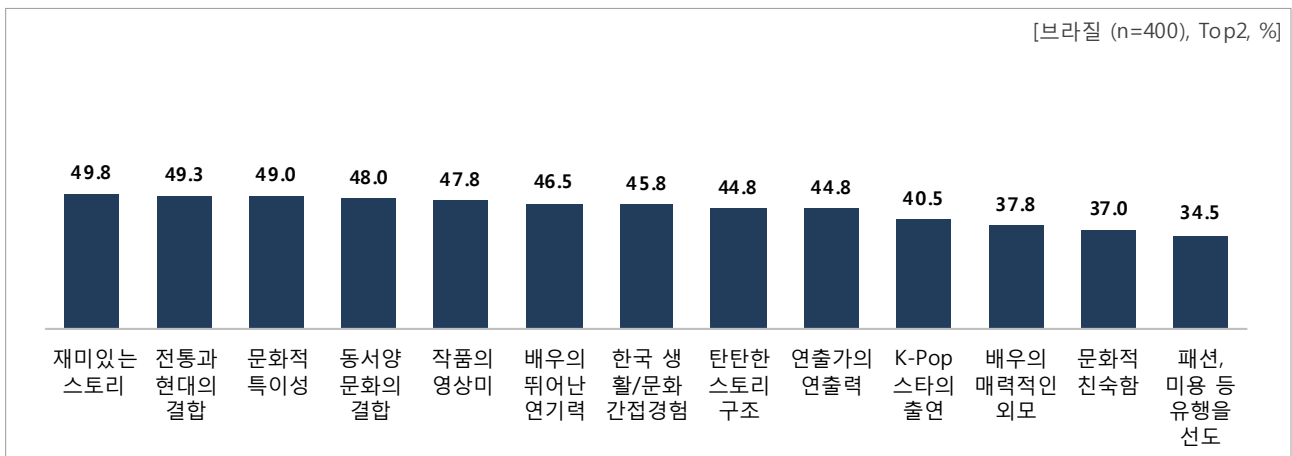
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸이하 (16)	고졸 (163)	대졸이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
문화적 특이성	44.5	52.0	55.0	44.0	53.0	43.8	38.5	50.3	46.9	37.5	44.8	51.6	65.7	28.9	25.0
서양문화와 동양문화의 결합	44.5	49.5	52.0	44.0	54.0	37.5	38.5	47.2	46.9	50.0	46.0	47.5	64.8	28.3	17.9
전통과 현대의 결합	46.0	47.5	57.0	43.0	45.0	43.8	40.4	46.0	47.3	43.8	46.6	47.1	63.8	28.3	21.4
재미있는 스토리	46.0	47.5	61.0	44.0	40.0	45.8	38.5	42.2	49.8	56.3	44.2	48.0	64.3	27.7	21.4
작품의 영상미	46.0	45.5	54.0	42.0	42.0	45.8	44.2	49.1	43.5	43.8	44.2	47.1	60.6	32.1	10.7
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	43.0	48.5	58.0	40.0	47.0	33.3	42.3	45.3	46.0	50.0	41.7	48.4	61.0	29.6	21.4
연출가의 연출력	41.5	48.0	60.0	40.0	41.0	33.3	42.3	46.0	43.9	43.8	44.8	44.8	62.0	26.4	17.9
K-Pop 스타의 출연	39.0	47.5	58.0	35.0	44.0	37.5	34.6	43.5	43.1	37.5	39.9	46.2	57.3	27.0	28.6
배우의 뛰어난 연기력	39.5	44.0	56.0	33.0	39.0	35.4	42.3	39.8	43.1	43.8	41.7	41.6	58.7	24.5	10.7
배우의 매력적인 외모	34.0	38.5	43.0	32.0	36.0	39.6	28.8	34.2	37.7	18.8	35.6	38.0	50.7	21.4	10.7
패션, 미용 등 유행을 선도	34.5	37.5	50.0	35.0	35.0	25.0	23.1	34.2	37.2	37.5	33.1	38.0	49.8	20.8	17.9
문화적 친숙함	34.5	36.0	52.0	29.0	33.0	29.2	25.0	31.7	37.7	50.0	35.0	34.4	48.4	20.8	17.9
탄탄한 스토리 구조	33.5	36.0	53.0	30.0	30.0	31.3	21.2	32.3	36.4	31.3	31.9	37.1	51.6	17.0	7.1

(2) 한국 영화

Q9_2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인으로 '재미있는 스토리'가 49.8%(199명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 '전통과 현대의 결합', '문화적 특이성' 순임
- 재미있는 스토리는 10대, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 높게 인식함
- 전통과 현대의 결합은 10대 및 30대 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 인식함

[그림 12-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 12-20. 한국 영화 인기 요인]

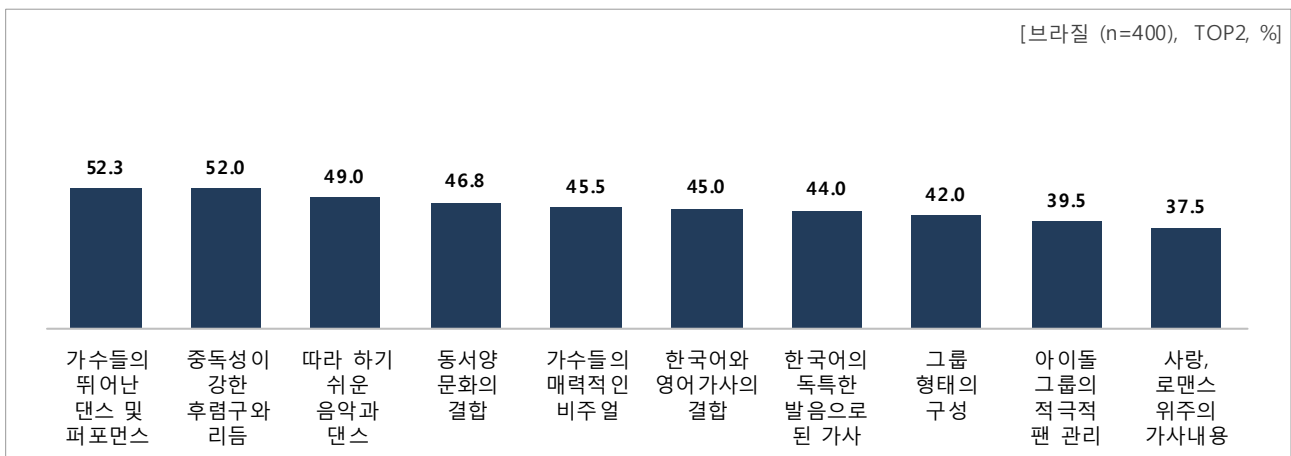
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸이하 (16)	고졸 (163)	대졸이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
재미있는 스토리	51.0	48.5	<u>59.0</u>	45.0	53.0	39.6	44.2	49.1	50.2	50.0	50.3	49.3	<u>62.9</u>	36.5	25.0
전통과 현대의 결합	46.5	<u>52.0</u>	<u>56.0</u>	42.0	<u>53.0</u>	39.6	51.9	50.3	48.5	<u>56.3</u>	51.5	47.1	<u>66.2</u>	30.8	25.0
문화적 특이성	47.5	50.5	55.0	43.0	54.0	41.7	46.2	52.8	46.4	62.5	49.7	47.5	66.7	28.3	32.1
서양문화와 동양문화의 결합	46.5	49.5	53.0	45.0	52.0	39.6	44.2	46.0	49.4	50.0	49.1	47.1	62.9	34.0	14.3
작품의 영상미	48.5	47.0	59.0	41.0	50.0	33.3	48.1	50.9	45.6	75.0	47.2	46.2	59.2	37.7	17.9
배우의 뛰어난 연기력	46.5	46.5	55.0	44.0	43.0	33.3	53.8	45.3	47.3	62.5	48.5	43.9	60.6	31.4	25.0
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	44.5	47.0	56.0	43.0	46.0	35.4	40.4	46.0	45.6	50.0	46.0	45.2	62.4	28.3	17.9
탄탄한 스토리 구조	46.0	43.5	54.0	40.0	47.0	33.3	42.3	44.7	44.8	43.8	43.6	45.7	60.6	27.0	25.0
연출가의 연출력	42.5	47.0	53.0	37.0	46.0	33.3	51.9	46.0	43.9	50.0	47.2	42.5	60.6	28.3	17.9
K-Pop 스타의 출연	41.0	40.0	53.0	37.0	37.0	33.3	36.5	44.7	37.7	56.3	41.1	38.9	52.6	27.0	25.0
배우의 매력적인 외모	37.0	38.5	44.0	35.0	32.0	39.6	40.4	38.5	37.2	37.5	38.0	37.6	51.6	23.3	14.3
문화적 친숙함	37.0	37.0	49.0	31.0	35.0	29.2	36.5	36.0	37.7	43.8	38.0	35.7	49.8	23.3	17.9
패션, 미용 등 유행을 선도	32.5	36.5	50.0	30.0	30.0	25.0	30.8	34.2	34.7	43.8	35.6	33.0	47.9	20.1	14.3

(3) 한국 음악(K-POP)

Q9_3. 한국 음악(K-pop)의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- K-POP의 인기요인으로 '가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스'가 52.3%(209명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 '중독성이 강한 후렴구와 리듬', '따라하기 쉬운 음악과 춤' 순임
- 가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스는 10대 여성, 한류 호감층에서 인기요인으로 높게 인식함
- 중독성이 강한 후렴구/리듬과 따라하기 쉬운 음악/댄스는 10대 여성, 한류 호감층을 중심으로 상대적으로 높게 인식함

[그림 12-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 12-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

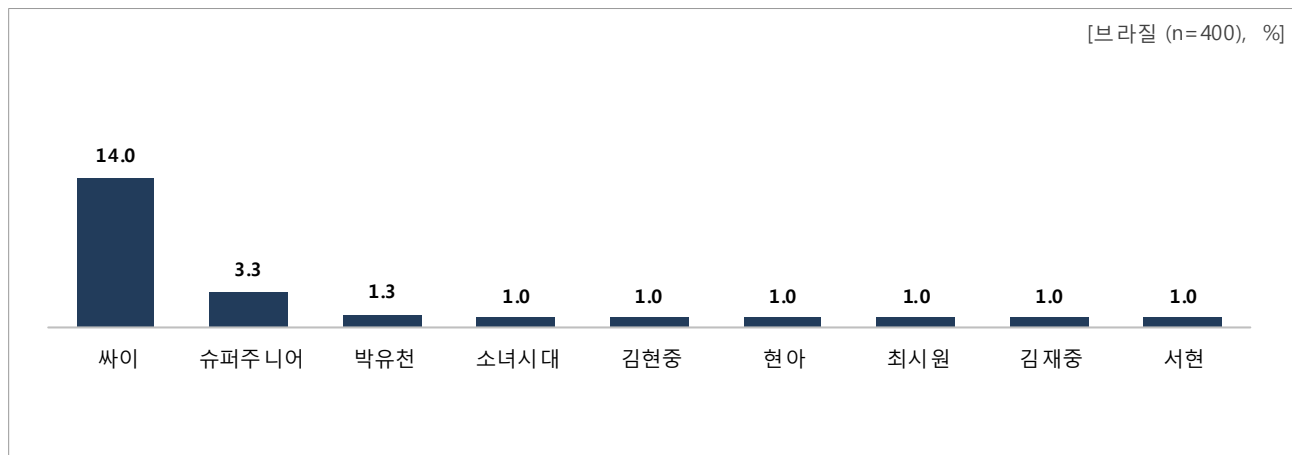
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스	49.0	<u>55.5</u>	<u>65.0</u>	49.0	42.0	58.3	48.1	52.8	51.9	43.8	<u>55.2</u>	50.7	<u>70.4</u>	31.4	32.1
중독성이 강한 후렴구와 리듬	47.5	<u>56.5</u>	<u>63.0</u>	49.0	46.0	56.3	44.2	50.9	52.7	50.0	51.5	52.5	<u>70.9</u>	31.4	25.0
따라하기 쉬운 음악과 춤	44.0	<u>54.0</u>	<u>57.0</u>	47.0	45.0	45.8	48.1	50.9	47.7	50.0	48.5	49.3	<u>64.3</u>	32.7	25.0
서양문화와 동양문화의 결합	44.5	49.0	60.0	46.0	43.0	39.6	36.5	47.2	46.4	50.0	47.2	46.2	66.7	24.5	21.4
가수들의 매력적인 비주얼	44.0	47.0	57.0	40.0	46.0	47.9	30.8	49.1	43.1	31.3	47.9	44.8	62.9	25.2	28.6
한국어와 영어 가사의 결합	42.5	47.5	63.0	44.0	42.0	33.3	28.8	42.9	46.4	62.5	41.1	46.6	62.0	25.8	25.0
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	42.0	46.0	70.0	41.0	38.0	27.1	26.9	40.4	46.4	62.5	41.1	44.8	59.6	25.2	32.1
그룹 형태의 구성	41.0	43.0	57.0	38.0	37.0	37.5	34.6	42.9	41.4	37.5	41.7	42.5	57.3	23.3	32.1
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	40.5	38.5	57.0	42.0	31.0	33.3	23.1	37.3	41.0	43.8	36.8	41.2	56.3	20.8	17.9
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	36.5	38.5	56.0	35.0	31.0	33.3	23.1	36.6	38.1	50.0	35.0	38.5	50.7	23.3	17.9

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 브라질에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '싸이'가 14.0%(56명)로 가장 높았으며, 그 외 '슈퍼주니어', '박유천' 순으로 높게 나타남

[그림 12-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 12-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (48)	50대 (52)	기혼 (161)	미혼 (239)	중졸 이하 (16)	고졸 (163)	대졸 이상 (221)	호감 (213)	보통 (159)	비호감 (28)
싸이	15.0	13.0	15.0	16.0	15.0	14.6	5.8	13.0	14.6	6.3	14.1	14.5	16.0	11.9	10.7
슈퍼주니어	2.5	4.0	4.0	2.0	3.0	4.2	3.8	4.3	2.5	-	3.7	3.2	5.2	1.3	-
박유천	2.0	0.5	2.0	-	1.0	-	3.8	1.9	0.8	6.3	0.6	1.4	1.4	1.3	-
소녀시대	0.5	1.5	2.0	1.0	-	2.1	-	-	1.7	-	1.2	0.9	0.5	1.9	-
김현중	0.5	1.5	-	1.0	1.0	4.2	-	2.5	-	-	0.6	1.4	1.4	0.6	-
현아	1.5	0.5	2.0	-	2.0	-	-	-	1.7	-	1.2	0.9	0.9	1.3	-
최시원	1.5	0.5	1.0	2.0	1.0	-	-	0.6	1.3	-	0.6	1.4	0.9	1.3	-
김재중	1.5	0.5	3.0	1.0	-	-	-	0.6	1.3	6.3	0.6	0.9	0.9	1.3	-
서현	2.0	-	1.0	-	1.0	4.2	-	-	1.7	-	0.6	1.4	1.4	-	3.6

제12장 국가별 결과 분석 : 브라질

Ⅲ. 한류의 효과

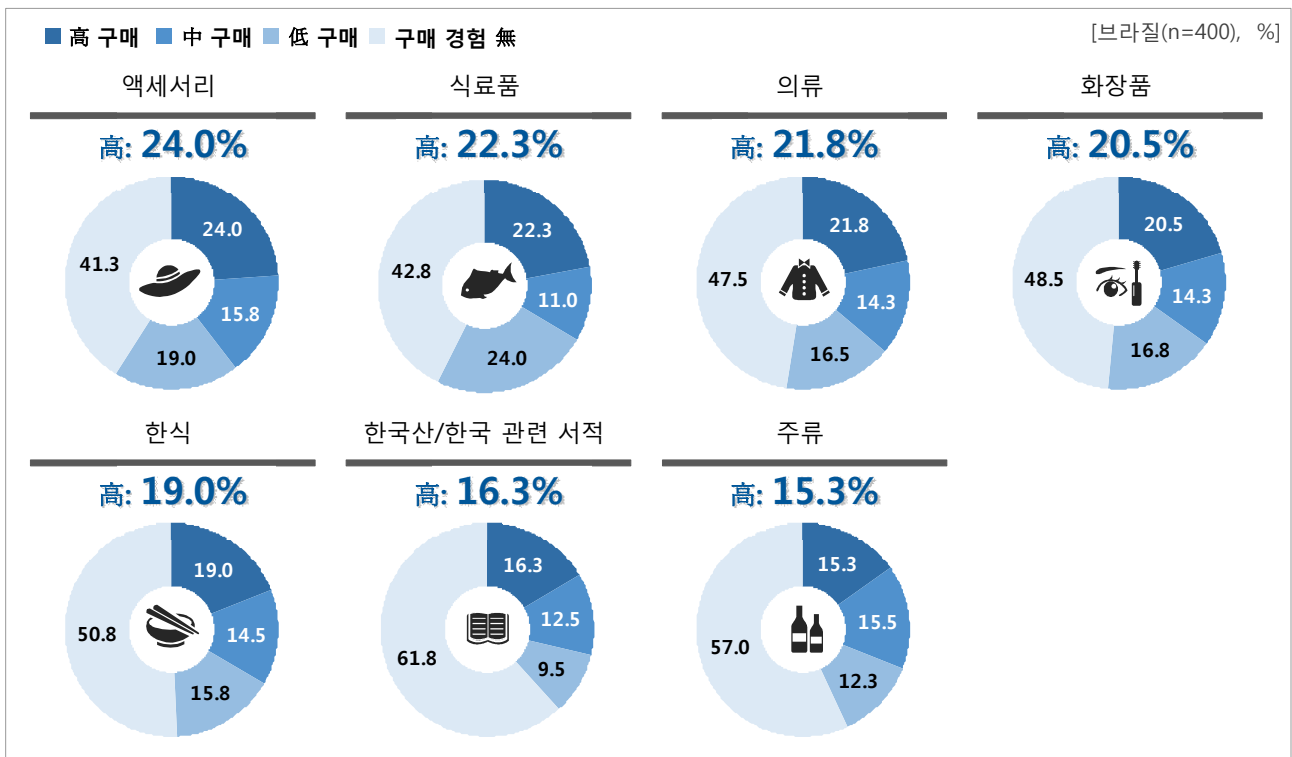
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

Q11. 귀하는 최근 4년간 한국산 제품을 얼마나 구매하였는지 다음 항목별로 응답해 주십시오.

- 전반적으로 구매 無경험이 40%대 이상으로 높은 편이며, 특히 '서적', '주류', '한식'은 구매 경험이 없는 비율이 50%대 이상으로 나타나 상품별로 한정적인 구매율을 보임
- 구매율이 가장 높은 제품은 '액세서리'로 24.0%(96명)의 高구매율을 보이고 있으며, 그 외 '식료품', '의류', '화장품'순으로 20%수준의 高구매율을 보임
- 액세서리는 10대 여성, 한류 호감층을 중심으로 高구매율이 높음
- 식료품은 10~20대, 남성, 한류 호감층에서 高구매율이 높게 나타남

[그림 12-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 12-23. 생활용품 및 서비스 경험]

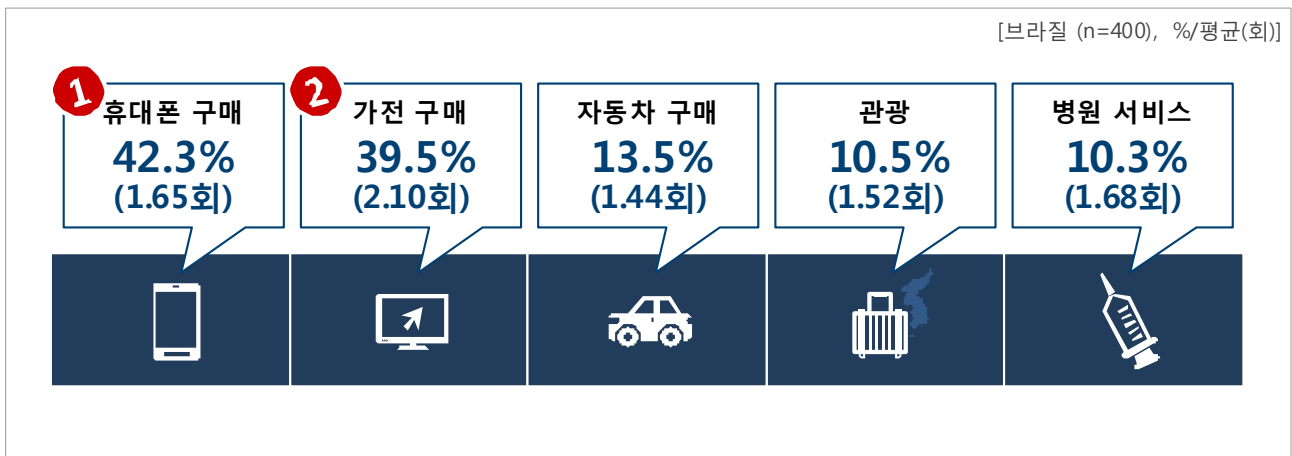
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
한국산 액세서리를 구매	21.0 (200)	27.0 (200)	34.0 (100)	23.0 (100)	23.0 (100)	14.6 (48)	17.3 (52)	22.4 (161)	25.1 (239)	37.5 (16)	19.0 (163)	26.7 (221)	34.3 (213)	11.9 (159)	14.3 (28)
한국 식료품을 구매	22.0	22.5	31.0	28.0	15.0	16.7	13.5	21.7	22.6	6.3	17.2	27.1	31.9	10.7	14.3
한국 의류를 구매	18.5	25.0	30.0	23.0	15.0	20.8	17.3	19.3	23.4	6.3	16.6	26.7	30.5	10.1	21.4
한국 화장품 구매	16.5	24.5	31.0	22.0	14.0	18.8	11.5	22.4	19.2	12.5	13.5	26.2	28.2	11.9	10.7
한국 음식점에서 식사	20.0	18.0	31.0	21.0	12.0	14.6	9.6	18.6	19.2	37.5	12.9	22.2	26.8	9.4	14.3
한국산 또는 한국 관련 서적을 구매	16.5	16.0	31.0	16.0	11.0	8.3	5.8	16.1	16.3	31.3	9.2	20.4	24.9	5.0	14.3
한국 주류(술)를 구매	15.0	15.5	29.0	16.0	9.0	10.4	3.8	16.8	14.2	18.8	10.4	18.6	21.1	7.5	14.3

(2) 고가용품 및 서비스

Q12. 귀하는 과거 아래와 같은 한국산 제품을 구매 또는 한국을 방문한 경험이 있으십니까?

- 고가 제품은 '휴대폰' 구매가 42.3%(169명)로 가장 높으며, '가전'도 39.5%(158명)의 높은 구매 경험률을 보임
- 그 외, 자동차 구매와 관광경험, 병원 서비스는 10% 수준으로 다소 낮은 수준임
- 휴대폰은 남성, 한류 호감층을 중심으로 구매 경험률 높음
- 가전은 남성, 40대, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 구매 경험률 높게 나타남

[그림 12-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 12-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

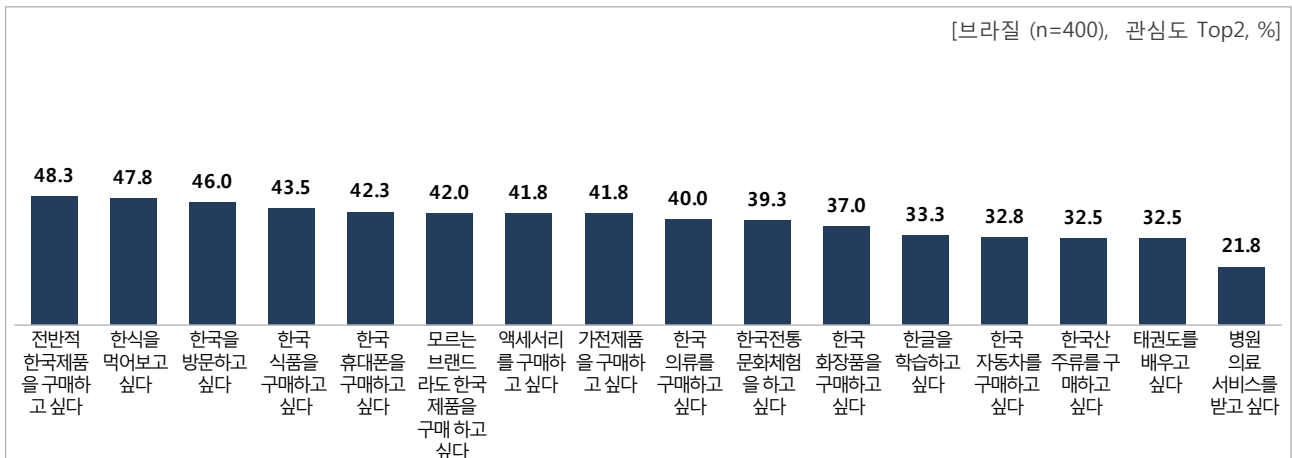
구매 및 경험정도 %		성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
		(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(48)	(52)	(161)	(239)	(16)	(163)	(221)	(213)	(159)	(28)
구매 경험률	휴대폰 구매	<u>51.5</u>	33.0	46.0	33.0	45.0	45.8	44.2	45.3	40.2	31.3	39.9	<u>44.8</u>	<u>49.8</u>	33.3	35.7
	<구매횟수 평균-회>	1.74	1.52	1.54	1.64	1.71	1.64	1.78	1.63	1.67	1.20	1.65	1.68	1.78	1.49	1.10
	가전 구매	<u>48.0</u>	31.0	43.0	37.0	34.0	<u>47.9</u>	40.4	40.4	38.9	50.0	31.9	44.3	46.9	33.3	17.9
	<구매횟수 평균-회>	2.04	2.19	2.28	1.78	2.35	1.70	2.33	2.20	2.03	1.25	2.08	2.18	2.23	1.81	2.60
	자동차 구매	16.5	10.5	14.0	15.0	7.0	22.9	13.5	16.1	11.7	18.8	7.4	17.6	15.5	10.7	14.3
	<구매횟수 평균-회>	1.42	1.48	2.07	1.07	1.57	1.09	1.43	1.31	1.57	1.33	1.33	1.49	1.67	1.12	1.00
관광		13.0	8.0	27.0	4.0	7.0	8.3	-	8.7	11.7	18.8	8.0	11.8	12.7	7.5	10.7
	<구매횟수 평균-회>	1.46	1.63	1.63	1.25	1.57	1.00	1.36	1.61	1.00	1.46	1.62	1.83	1.17	2.33	1.50
병원 서비스		12.0	8.5	24.0	6.0	8.0	6.3	-	9.9	10.5	18.8	6.7	12.2	13.6	5.7	10.7
	<구매횟수 평균-회>	1.50	1.94	1.75	1.00	2.13	1.33	1.56	1.76	1.33	2.18	1.52	2.75	1.56	3.00	2.08

2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용

Q13. 귀하가 한국 대중문화(TV드라마, 영화, 음악(K-Pop) 등)를 접한 후, 한국 상품, 서비스에 대한 관심이 얼마나 증가하였는지 다음 각 항목별로 응답해 주십시오.

- 향후 '전반적인 한국제품에 대한 구매의도'가 가장 높게 나타나 전반적인 한국 제품/서비스에 대한 인식 및 관심이 긍정적인 것으로 파악됨
특히, 여성, 10대 및 30대, 기혼, 한류 호감층에서 이러한 경향이 상대적으로 강함
- 그 외 '한식 체험의도'와 '한국 방문의도'도 높은 편임
- 한식 체험 및 한국 방문의도는 10~30대 젊은층, 한류 호감층을 중심으로 높게 나타남

[그림 12-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 12-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]

관심도 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(48)	(52)	(161)	(239)	(16)	(163)	(221)	(213)	(159)	(28)
전반적 한국제품을 구매하고 싶다	45.0	<u>51.5</u>	<u>53.0</u>	47.0	<u>51.0</u>	35.4	48.1	<u>52.2</u>	45.6	50.0	46.0	49.8	<u>64.3</u>	29.6	32.1
한식을 먹어보고 싶다	47.0	48.5	<u>54.0</u>	<u>50.0</u>	<u>47.0</u>	35.4	44.2	46.0	49.0	56.3	39.9	52.9	62.9	30.8	28.6
한국을 방문하고 싶다	46.0	46.0	<u>54.0</u>	<u>47.0</u>	<u>47.0</u>	33.3	38.5	45.3	46.4	31.3	37.4	<u>53.4</u>	<u>61.0</u>	27.7	35.7
한국 식품을 구매하고 싶다	42.0	45.0	46.0	48.0	42.0	37.5	38.5	42.2	44.4	31.3	38.7	48.0	59.6	26.4	17.9
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	46.5	38.0	47.0	33.0	46.0	39.6	46.2	49.1	37.7	37.5	39.3	44.8	55.4	28.3	21.4
모르는 브랜드 라도 한국제품을 구매하고 싶다	40.0	44.0	46.0	39.0	47.0	27.1	44.2	46.6	38.9	43.8	35.6	46.6	54.5	27.7	28.6
액세서리를 구매하고 싶다	36.5	47.0	52.0	37.0	48.0	37.5	23.1	42.9	41.0	68.8	38.0	42.5	56.3	25.8	21.4
가전제품을 구매하고 싶다	46.5	37.0	44.0	38.0	43.0	45.8	38.5	47.2	38.1	43.8	40.5	42.5	56.3	25.8	21.4
한국 의류를 구매하고 싶다	32.5	47.5	45.0	35.0	46.0	33.3	34.6	40.4	39.7	18.8	38.0	43.0	57.3	20.1	21.4
한국전통문화체험을 하고 싶다	40.0	38.5	50.0	37.0	45.0	27.1	23.1	37.3	40.6	37.5	32.5	44.3	56.3	19.5	21.4
한국 화장품을 구매하고 싶다	29.0	45.0	45.0	36.0	37.0	29.2	30.8	39.8	35.1	31.3	31.3	41.6	52.6	20.1	14.3
한글을 학습하고 싶다	37.0	29.5	52.0	34.0	30.0	18.8	15.4	31.1	34.7	50.0	26.4	37.1	46.5	17.0	25.0
한국 자동차를 구매하고 싶다	36.5	29.0	37.0	31.0	35.0	22.9	32.7	39.1	28.5	25.0	27.0	37.6	42.3	22.6	17.9
한국산 주류를 구매하고 싶다	32.5	32.5	44.0	34.0	30.0	22.9	21.2	31.1	33.5	50.0	25.2	36.7	45.5	18.2	14.3
태권도를 배우고 싶다	36.0	29.0	43.0	37.0	32.0	20.8	15.4	32.9	32.2	18.8	30.1	35.3	46.9	15.7	17.9
병원 의료서비스를 받고 싶다	22.0	21.5	37.0	21.0	18.0	12.5	9.6	21.7	21.8	31.3	16.6	24.9	31.0	8.8	25.0

제12장 국가별 결과 분석 : 브라질

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

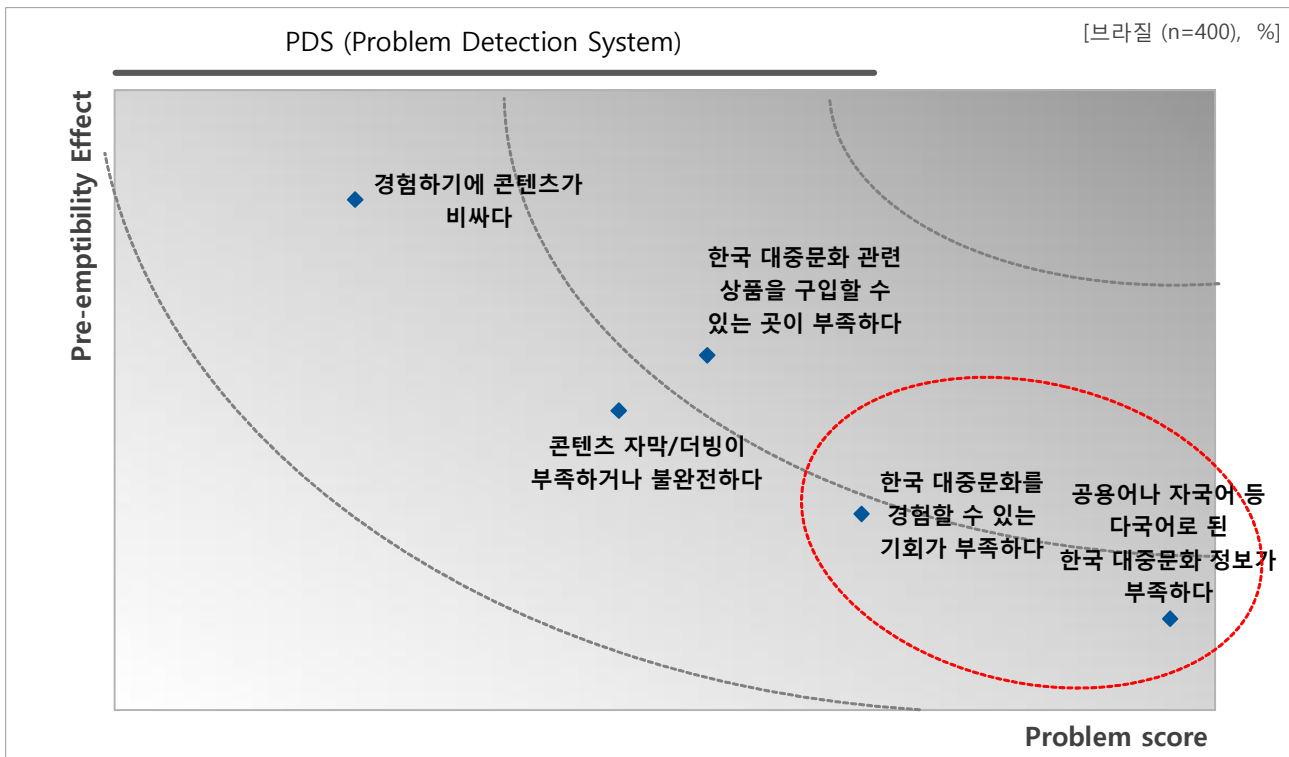
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

Q7_5. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들의 불편함을 얼마나 자주 경험 하셨습니까?

Q7_6. 한국 대중문화를 이용하는 데 이러한 문제점을 해결할 수 있다고 생각 하십니까?

- 브라질에서는 '비싼 콘텐츠 가격'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 브라질에서는 '한류 콘텐츠 이용시 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점'과 '한국 대중문화를 경험할 기회가 부족하다'는 점이 주 개선사항으로 파악됨

[그림 12-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 12-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

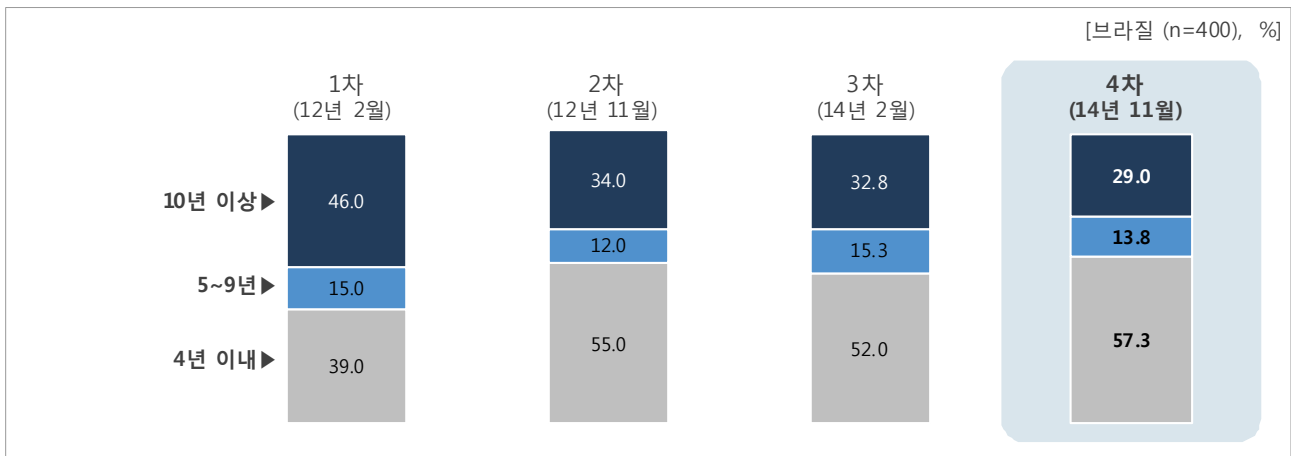
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(48)	(52)	(161)	(239)	(16)	(163)	(221)	(213)	(159)	(28)
비싼 콘텐츠 가격	3차	31.8	30.5	33.0	30.0	33.0	31.0	28.8	41.2	32.7	30.9	41.4	26.1	35.6	32.3	27.3	46.9
	4차	38.3	<u>41.5</u>	35.0	39.0	41.0	43.0	35.4	25.0	39.1	37.7	37.5	33.7	41.6	41.3	35.8	28.6
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	61.0	60.0	62.0	56.0	65.0	64.0	62.1	52.9	61.7	60.3	62.1	58.9	62.8	67.7	51.1	56.3
	4차	34.5	<u>38.5</u>	30.5	39.0	38.0	38.0	27.1	19.2	32.3	36.0	37.5	30.1	37.6	33.3	38.4	21.4
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	3차	47.0	47.5	46.5	42.0	53.0	50.0	39.4	50.0	46.4	47.5	41.4	42.8	51.8	47.6	45.3	50.0
	4차	34.3	<u>37.5</u>	31.0	40.0	34.0	39.0	27.1	21.2	31.7	<u>36.0</u>	31.3	31.3	36.7	35.7	34.6	21.4
한류 체험 기회 부족	3차	61.5	62.0	61.0	49.0	63.0	66.0	66.7	70.6	67.3	55.9	58.6	58.9	64.4	65.1	54.0	68.8
	4차	33.5	<u>36.5</u>	30.5	39.0	33.0	38.0	27.1	21.2	30.4	<u>35.6</u>	43.8	26.4	38.0	35.2	30.8	35.7
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	57.5	61.5	53.5	48.0	62.0	61.0	56.1	64.7	62.2	52.9	55.2	51.7	63.4	65.1	46.8	50.0
	4차	25.8	<u>30.5</u>	21.0	31.0	31.0	26.0	18.8	11.5	23.6	27.2	25.0	18.4	31.2	27.2	23.9	25.0

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 응답자의 57.3%(229명)가 4년 이내 한류의 인기가 끝날 것이라는 부정적인 의견을 보이고 있는 가운데, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 29.0%(116명)임
- 10대 미혼남성, 한류 호감층에서 한류 인기의 지속성을 상대적으로 높게 평가하는 반면, 20대 이상 기혼여성, 한류 비호감층을 중심으로 한류 지속성에 대해 부정적인 견해가 강함

[그림 12-26. 한류 지속 여부]



[표 12-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성 (200)		54.0	55.0	12.5	12.5	33.5	<u>32.5</u>
	여성 (200)		50.0	<u>59.5</u>	18.0	15.0	32.0	25.5
연령	15~19세 (100)		47.0	37.0	19.0	18.0	34.0	<u>45.0</u>
	20대 (100)		60.0	<u>63.0</u>	12.0	17.0	28.0	20.0
	30대 (100)		58.0	<u>66.0</u>	12.0	10.0	30.0	24.0
	40대 (48)		39.3	<u>56.3</u>	24.2	10.4	36.4	33.3
	50대 (52)		50.0	<u>69.2</u>	5.9	9.6	44.0	21.2
결혼 여부	기혼 (161)		51.0	<u>62.7</u>	16.8	14.3	32.2	23.0
	미혼 (239)		53.0	53.6	13.7	13.4	33.4	<u>33.1</u>
학력	중졸이하 (16)		37.9	43.8	13.8	12.5	48.2	<u>43.8</u>
	고졸 (163)		52.7	<u>59.5</u>	16.7	13.5	30.6	27.0
	대졸이상 (221)		53.4	<u>56.6</u>	14.1	14.0	32.5	29.4
한류 태도	호감 (213)		44.1	46.5	17.0	15.5	38.9	<u>38.0</u>
	보통 (159)		61.8	71.1	12.9	11.9	25.3	17.0
	비호감 (28)		65.7	<u>60.7</u>	12.5	10.7	21.9	28.6

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

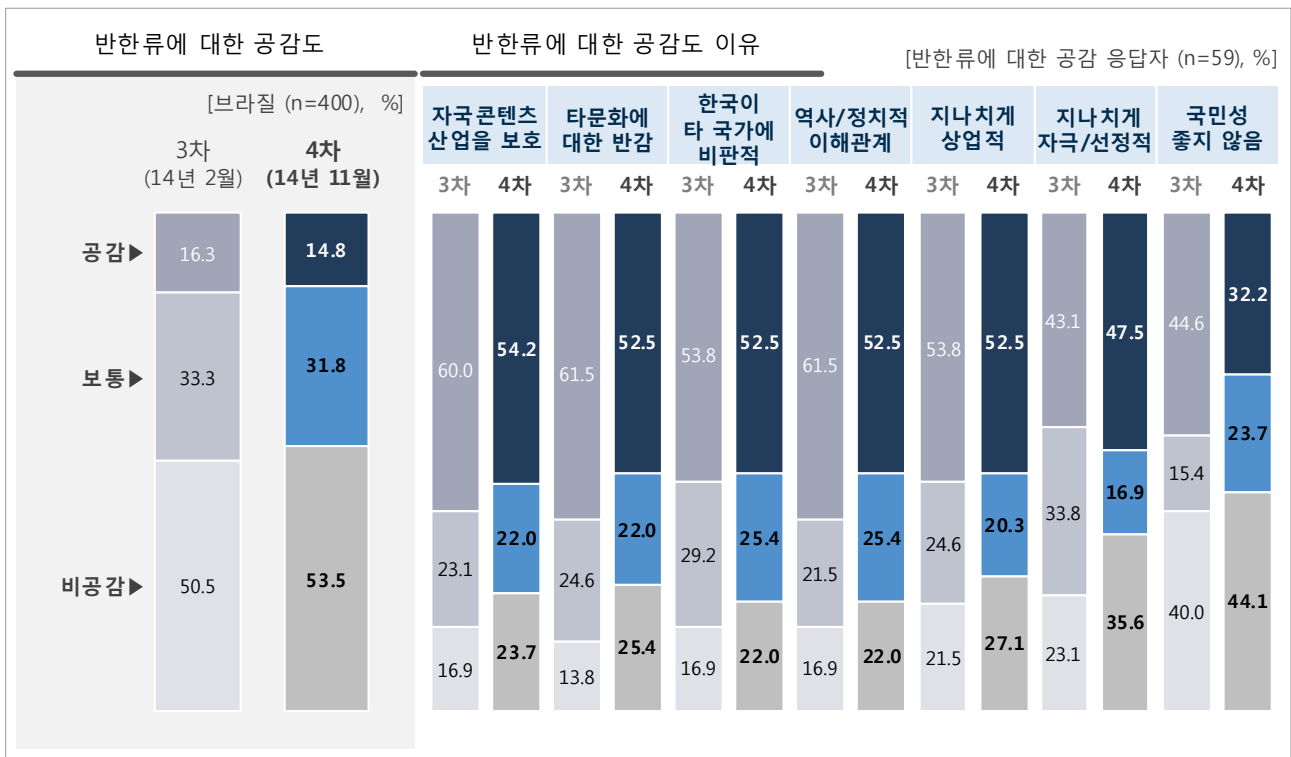
3. 반한류 공감도

Q16. 최근 일부 지역에서 반한류 시위도 나타나고 있습니다 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

Q17_1. (Q16=4, 5 응답자만) 반한류 시위에 대해서 공감한다라고 하셨는데 왜 그렇게 생각하십니까?

- 브라질의 반한류 공감율은 14.8%(59명)로 3차 조사 대비 소폭 감소함
- 반한류 공감이유는 '자국 콘텐츠 산업 보호' 측면이 가장 높음
- 10대 및 30대, 미혼, 한류 비호감층을 중심으로 반한류에 대한 인식이 높음

[그림 12-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 12-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)			자국콘텐츠 산업을 보호		타문화에 대한 반감		한국이 타 국가에 비판적		역사적정치적 이해관계		지나치게 상업적		지나치게 자극적 선정적		국민성이 좋지 않음	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
전체 (400)			14.8	(59)	60.0	54.2	61.5	52.5	53.8	52.5	61.5	52.5	53.8	52.5	43.1	47.5
성별	남성	(200)	15.0	(30)	64.5	60.0	58.1	53.3	61.3	46.7	71.0	50.0	64.5	56.7	51.6	56.7
	여성	(200)	14.5	(29)	55.9	48.3	64.7	51.7	47.1	58.6	52.9	55.2	44.1	48.3	35.3	37.9
연령	15~19세	(100)	17.0	(17)	73.3	47.1	80.0	52.9	53.3	52.9	73.3	52.9	60.0	58.8	46.7	52.9
	20대	(100)	14.0	(14)	53.8	50.0	50.0	42.9	46.2	42.9	53.8	42.9	57.7	42.9	50.0	50.0
	30대	(100)	17.0	(17)	69.2	64.7	76.9	64.7	69.2	58.8	69.2	64.7	61.5	70.6	53.8	47.1
	40대	(48)	12.5	(6)	37.5	66.7	50.0	50.0	37.5	50.0	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0	16.7
	50대	(52)	9.6	(5)	66.7	40.0	33.3	40.0	100.0	60.0	66.7	40.0	33.3	-	20.0	-
결혼 여부	기혼	(161)	11.2	(18)	65.6	72.2	62.5	66.7	62.5	72.2	56.3	61.1	53.1	55.6	50.0	38.9
	미혼	(239)	17.2	(41)	54.5	46.3	60.6	46.3	45.5	46.3	60.6	43.9	51.5	48.8	33.3	43.9
학력	중졸이하	(16)	6.3	(1)	100.0	100.0	66.7	100.0	66.7	100.0	100.0	100.0	66.7	100.0	100.0	100.0
	고졸	(163)	12.3	(20)	53.6	50.0	71.4	50.0	46.4	65.0	57.1	65.0	50.0	50.0	42.9	45.0
	대졸이상	(221)	17.2	(38)	61.8	55.3	52.9	52.6	58.8	44.7	61.8	44.7	55.9	52.6	44.1	47.4
한류 태도	호감	(213)	16.4	(35)	61.7	60.0	68.1	57.1	59.6	60.0	66.0	62.9	55.3	62.9	46.8	54.3
	보통	(159)	10.7	(17)	53.3	47.1	46.7	52.9	40.0	47.1	53.3	41.2	46.7	35.3	26.7	41.2
	비호감	(28)	25.0	(7)	66.7	42.9	33.3	28.6	33.3	28.6	33.3	28.6	66.7	42.9	66.7	28.6

4. 요약 및 결론

- 브라질에서의 한국 대표이미지는 IT 첨단산업이 18.3%(73명)으로 1위, 그 외 한국전쟁, K-POP순임
- 한국에 대해 경제적인 선진국, 문화강국, 부유한 나라라는 인식이 강하나, 우호적인 국가, 협력국의 이미지는 상대적으로 약함
- 전반적으로 한류 콘텐츠 소비량은 20%대 수준으로 높지 않으며, 애니/만화와 게임의 소비량이 29.7%(119명)로 가장 높고, 드라마가 20.2%(81명)으로 가장 낮음
- 한국 콘텐츠 중 애니/만화의 대중적 인지도가 31.8%(127명)으로 1위이며, 그 외 게임, 음악, 한식 순임
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 유사하거나 증가했다는 의견이 80%대 수준, 1년 후 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 80%대 이상으로 긍정적인임
- 현재 한류 인지도는 35.3%(141명)로 높지 않으나, 호감도는 53.3%(213명)로 상대적으로 높게 나타남
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP이 49.5%(198명)으로 1위, 그 외 영화, 패션, 한국산 제품 순임
- 영화와 K-POP을 제외하고 전반적으로 한국 콘텐츠의 인지도가 높지 않은 편이나, 각 콘텐츠에 대한 호감도는 상대적으로 높게 나타나고 있어 향후 콘텐츠별 인지 및 경험을 향상 노력을 통해 한류 콘텐츠의 소비확산이 가능할 것으로 사료됨
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 YouTube와 TV이나, 드라마의 경우 TV보다 인터넷 카페/블로그를 통한 접촉이 상대적으로 높음
- 드라마는 문화적 특이성 48.3%(193명), 동서양 문화의 결합 47.0%(188명)등이 인기요인으로 높았으며, K-POP은 가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스가 52.3%(209명)으로 주 인기요인으로 가장 높게 나타남
- 전반적으로 휴대폰과 가전을 제외하면 전반적으로 한국 제품에 대한 구매 경험이 타국 대비 낮은 편이나, 향후 전반적인 한국제품에 대한 구매의도가 높고, 한식, 한국방문 등 한국문화에 대한 관심도가 높아, 지속적으로 한국제품에 대한 노출이 증가한다면 구매율 개선이 가능할 것으로 판단됨
- 한류 이용시 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점과 한국대중문화를 경험할 기회가 부족하다는 점이 불편사항으로 인식됨
- 반 한류 공감도는 14.8%(59명)로 지난 조사 대비 하락하고 있어 브라질 내 한류 및 한국제품 확산의 가능성은 존재하는 것으로 판단됨
- 브라질은 타국 대비 한국 및 한류에 대한 인지도가 전반적으로 낮으나, 관심과 호감도가 높고, 상대적으로 한류에 대한 부정적인 인식이 낮아 향후 지속적인 한류 노출과 한국에 대한 인지도 제고 노력을 통해 브라질 내 한류활성화가 가능할 것으로 판단됨