

통계로 본 한류 스토리

2022 해외한류실태조사 : 말레이시아 한류 심층분석

- 1 일상 전반에 스며든 한류
- 2 말레이시아에서 한류의 인기 비결
- 3 한류에 대한 부정적 인식의 배경
- 4 말레이시아 한류 전망과 상호호혜적 문화협력을 위한 과제

말레이시아 한류 심층분석



통계로 보는 한류 스토리
2022 해외한류실태조사: 말레이시아 한류 심층분석

코타키나발루, 랑카위 등 천혜의 자연환경을 갖춘 관광지로 친숙한 말레이시아에 한류 열풍이 지속되고 있다. 2000년대 초반 〈겨울연가〉 방영을 계기로 시작된 말레이시아에 서의 한류는 음악, 드라마, 한식뿐만 아니라 화장품, 가전제품 등 한국 제품에 대한 수요로까지 이어지고 있다. 현지에서 한국에 대한 전반적 인식은 긍정적이고, 한국 문화콘텐츠 경험에 한국에 대한 인식 향상에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본고에서는 「2022 해외한류실태조사」 결과를 토대로 말레이시아 내 주요 한국 콘텐츠별 인기 요인 및 호감 저해 요인을 짚어보고, 향후 한류 전망과 상호호혜적 문화 협력 심화를 위한 과제를 제시하고자 한다. 양국 간 지속가능한 문화 협력을 위한 과제로 쌍방향 문화 협력 강화, 현지국 문화에 대한 이해도 제고 및 존중, 한류 호감 저해요인 해소, 할랄 산업 협력 추진 등을 제시한다.

글 신민금 — 대외경제정책연구원 동남아대양주팀 전문연구원

이 글은 한국국제문화교류진흥원이 발행한 「2022 해외한류실태조사」(2022.2.) 보고서의 통계 결과를 토대로 말레이시아 한류 현황을 심층 분석한 것입니다. 보고서 전문은 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(www.kofice.or.kr)에서 확인할 수 있습니다.

1. 일상 전반에 스며든 한류

코타키나발루, 랑카위 등 천혜의 자연환경을 갖춘 관광지로 잘 알려진 말레이시아에서 한류 열풍이 지속되고 있다. 코로나19 상황에도 불구하고, 지난해 4월 말레이시아 수도 쿠알라룸푸르에 개장한 한국 편의점 'CU'에는 100m가 넘는 긴 줄이 이어질 정도로 인파가 몰리며 폭발적인 인기를 보였다. 이후 'CU'는 말레이시아 진출 1년 만에 현지에서 90여 개의 점포를 확보하며 성공 가도를 달리고 있다. 이와 같은 'CU'의 성공에는 한류의 영향이 크다고 할 수 있다. 'CU'는 현지의 한류 열풍을 감안 해 상품뿐만 아니라 공간 구성까지도 한국 드라마 속 편의점 모습을 그대로 재현하는 전략을 추진해 현지 젊은이들의 이목을 끌었다. 관계자에 따르면 가장 인기 있는 품목은 현장에서 즉석으로 조리하는 떡볶이라고 한다. 말레이시아에서는 한류 열풍을 타고 스마트폰, 정수기, 화장품, 식품, 의류 등 한국 제품에 대한 선호도가 높다. 「2022 해외한류실태조사」에 따르면 말레이시아에서 한류 소비자를 대상으로 한국에 대한 인식을 조사한 결과, '한국에 대한 전반적인 인식'은 긍정 비율이 81.3%로 높게 나타났다. 또한 한국과 연상되는 이미지로 K-Pop(37.8%), 한국 음식(27.5%), 드라마(27%), 한류스타(19.3%), IT 제품/브랜드(11.5%)를 지목했다. 이는 말레이시아 내 한류의 인기가 대중문화 콘텐츠, 한식뿐만 아니라, 화장품, 가전제품 등 한국 제품에 대한 수요로까지 이어지고 있음을 의미한다. 말레이시아에서의 한류는 언제부터 어떤 계기로 시작되었을까?



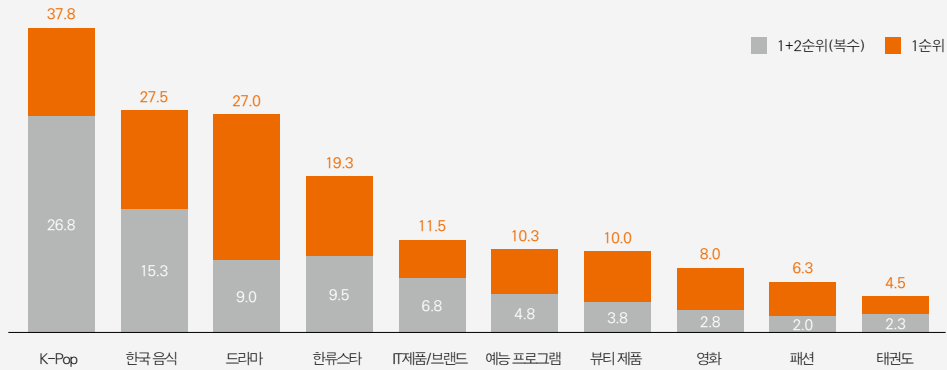
1



2

1. 2.
지난해 4월 말레이시아에서 개장한 'CU'에는 1만여 명의 인파가 몰리며 한류의 인기를 실감하게 했다. (출처 : 《컨슈머타임스》 (2021. 4. 13.), "편의점 신한류...말레이시아 CU에 열흘간 1만 명 몰려")

Q. 귀하의 국가에서 인기있는 해외 문화콘텐츠는 어느 국가의 문화콘텐츠입니까?



말레이시아의 경우, 태국, 필리핀 등 여타 아세안 국가에 비해 비교적 늦은 시점인 2000년대 초반부터 한류가 시작되었다. 2000년대 초반 〈겨울연가〉가 현지에서 최초로 방영되며 인기를 끌었고, 이후 지상파 방송에서 〈가을동화〉, 〈꽃보다 남자〉, 〈대장금〉 등이 잇따라 방영되면서 한국 드라마에 대한 관심이 증가했다. 한국 드라마에 대한 관심은 자연스럽게 케이팝, 예능, 한식에 대한 관심으로 이어지며 한류 열풍의 계기가 되었다. 현재 말레이시아는 공중파 방송에서 한국 드라마 및 예능을 실시간으로 방영하고, 위성 TV 및 IPTV 제공업체인 'Astro TV'에서 10개의 한국 관련 채널을 운영하며 총 120여 개의 한국 드라마, 예능, 영화를 제공하고 있다. 이러한 한국 문화콘텐츠의 경험은 한국에 대한 인식 변화에 긍정적인 영향을 미치게 된다. 「2022 해외한류실태조사」에서는 전체 응답자의 65.8%가 한국 문화콘텐츠를 접한 이후 한국에 대한 인식이 '긍정적으로 변화했다'라고 응답했다.

한국 문화콘텐츠 경험 후 한국에 대한 인식 변화

BASE: 전체, n=400, 단위: %

Q. 귀하가 한국 문화콘텐츠를 접한 이후, 한국에 대한 전반적인 인식은 어떻게 변화했습니까?

(5점 척도: 1,2 부정적으로 변화/ 3 보통/ 4,5 긍정적으로 변화)



2020년부터 시작된 코로나19 확산에도 불구하고, 디지털/IT 기술의 발전으로 한국 문화콘텐츠에 대한 인기는 오히려 가속화했다. 「2022 해외한류실태조사」 결과, 드라마, 영화, 예능, 음악 등 한국 문화콘텐츠 소비량이 코로나19 이전 대비 증가했다는 응답이 전체의 약 50%를 차지한 반면, 감소했다는 응답은 전체의 10% 안팎으로 낮게 나타났다. 이는 유튜브, 넷플

릭스 등 온라인·모바일 플랫폼의 발달뿐만 아니라 사회적 거리두기 시행에 따라 자택에서 머무르는 시간이 길어진 점 등이 복합적으로 작용한 결과로 분석된다. 한국 문화콘텐츠별 접속 경로 순위를 살펴보면 드라마, 예능, 영화, 음악, 애니메이션 모두 ‘온라인·모바일 플랫폼’이 1위로 나타났고, 드라마(81%), 예능(81.1%), 영화(78.2%), 음악(95.9%), 애니메이션(83.6%) 등 모든 한국 문화콘텐츠는 유튜브를 통한 접속 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 음악을 제외하면 유튜브 다음으로 넷플릭스, 뷰, 아이치이, 아이플릭스 순으로 많이 이용하고 있다. 「2022 해외한류실태조사」에 따르면 말레이시아에서 가장 선호하는 한국 드라마는 〈오징어 게임〉, 〈펜트하우스〉 이고, 영화는 〈부산행〉, 〈기생충〉, 한국 배우는 이민호, 이광수, 현빈, 공유, 송혜교, 한국 가수/그룹은 블랙핑크와 방탄소년단으로 나타났다. 가장 선호하는 한국 애니메이션 캐릭터는 ‘라바’, ‘핑크퐁’, ‘뽀로로’, ‘로보카폴리’이고, 한국 게임은 〈배틀그라운드〉, 〈라그나로크〉, 〈메이플스토리〉 이다. 이처럼 음악, 드라마, 영화, 애니메이션, 게임 등 전 분야에 걸쳐 말레이시아에서 한류의 인기는 상당하다.

한국 문화콘텐츠 접속 경로(상위 3위)

BASE: 한국 문화콘텐츠별 경험자, n=(), 단위: 복수 %

Q. 귀하께서 평소 한국 문화콘텐츠를 접하는 경로를 모두 선택해 주십시오.

	드라마		예능		영화		음악		애니메이션	
사례수	(281)		(250)		(271)		(264)		(200)	
1위	온라인/모바일	82.2	온라인/모바일	82.4	온라인/모바일	83.0	온라인/모바일	82.6	온라인/모바일	79.5
2위	TV 시청	77.9	TV 시청	72.0	TV 시청	76.8	TV 시청	67.8	TV 시청	71.5
3위	CD/비디오 등	15.7	CD/비디오 등	14.0	자국 극장	25.5	라디오 청취	28.4	CD/비디오 등	16.0
	출판물		게임		패션		뷰티		음식	
사례수	(172)		(165)		(203)		(211)		(263)	
1위	자국 사이트/앱	63.4	온라인 플레이	65.5	한국 영상물	74.9	SNS상의 영상/사진	75.8	SNS상의 영상/사진	73.0
2위	글로벌 사이트/앱	54.7	온라인 플랫폼	60.6	SNS상의 영상/사진	72.4	한국 영상물	71.6	한국 영상물	67.7
3위	한국 사이트/앱	50.0	온라인 플레이	53.9	개인 유튜브 영상	49.8	개인 유튜브 영상	51.2	개인 유튜브 영상	53.2

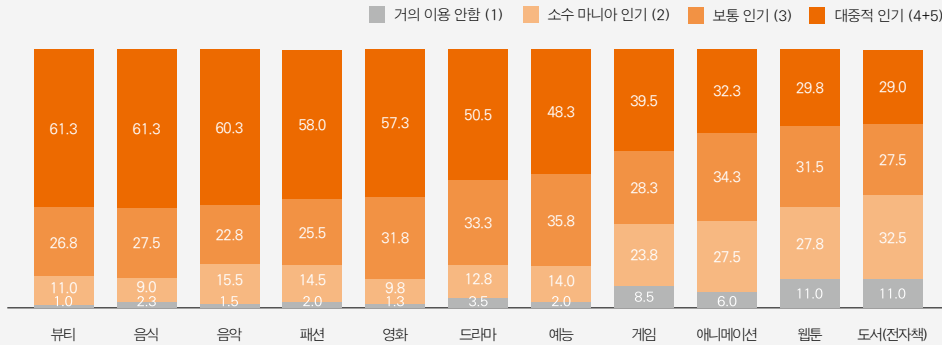
2. 말레이시아에서 한류의 인기 비결

말레이시아에서 드라마로 시작된 한류는 음악, 예능, 영화뿐만 아니라 화장품, 패션, 한식 등 다양한 분야로 전방위적으로 확산되었다. 「2022 해외한류실태조사」에 따르면 말레이시아에서 한국 문화콘텐츠의 인기도는 뷰티, 음식, 음악, 패션, 영화, 드라마 순으로 나타났으며, 응답자들의 절반 이상이 이러한 한국 문화콘텐츠가 일반인들에게 널리 알려져 활발히 소비되는 대중적인 인기를 얻고 있다고 응답했다. 그렇다면 말레이시아에서 한국 문화콘텐츠가 인기를 얻은 비결이 무엇일까.

한국 문화콘텐츠 인기도

BASE: 전체, n=400, 단위: %

Q. 현재 귀하의 나라에서 한류의 인기가 어느 정도라고 생각하시나요? (5점 척도: 1. 이용하는 사람이 거의 없다/ 2. 일부 매니아층 인기/ 3. 일반인도 알고 있음/ 4. 일반인 알고 있고, 관련 상품 판매/ 5. 일반인에게 널리 인기있고 관련 상품 판매 원활)



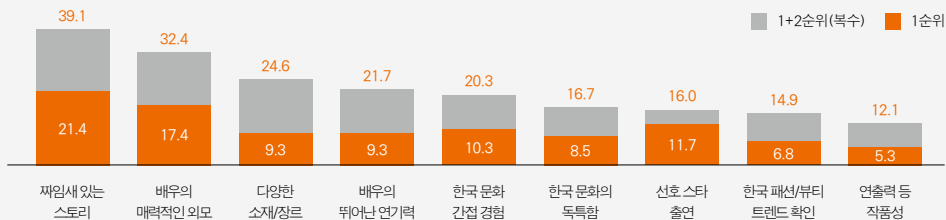
문화콘텐츠 유형별로 인기 요인을 살펴보면, 드라마의 경우 짜임새 있는 스토리(39.1%), 배우의 매력적인 외모(32.4%)가, 영화의 경우 짜임새 있는 스토리(38.4%), 자국 영화에서 볼 수 없는 독특함(25.5%), 배우의 매력적인 외모(24.4%)가 주요 인기 요인으로 지목되었다. 특히 영화에서는 한국 영화만의 독특함이 말레이시아인들에게 신선하게 다가왔음을 알 수 있다. 말레이시아에서는 <런닝맨>, <집사부일체>, <솔로지옥> 등을 필두로 한국 예능에 대한 인기도 상당한데, 개성 있는 캐릭터/역할(33.2%), 재미있는 게임 소재(32.4%), 프로그램 컨셉/포맷 선호(23.2%), 한국 문화의 독특함(21.2%) 등이 인기 요인인 것으로 나타났다. 특히 <SBS>와 말레이시아 대표 지상파 채널인 <TV3>가 공동 제작해 2022년 1월에 첫 방영한 말레이시아판 <집사부일체>는 현지에서 동시간대 시청률 1위를 기록하며 선풍적인 인기를 끌었다. 이는 포맷 수출에 그치지 않고 한국 연출자가 현지 제작사와 공동 제작했다는 점에서 더욱 주목받았다. 한국 음악은 중독성 강한 후렴구/리듬(40.9%), 매력적인 가수 외모/스타일(30.3%), 뛰어난 퍼포먼스(27.3%), 자국에 없는 스타일의 음악(19.7%) 등이 인기 요인으로 선정되었다. 드라마, 영화, 예능, 음악 전 분야의 응답에서 주요 인기 요인으로 한국 문화의 독특함이 나타났으며, 이는 말레이시아인들에게 '한국적인' 것이 신선하고 매력적으로 느껴진다는 점을 시사한다.

한국 문화콘텐츠 인기 요인 (드라마, 영화, 예능, 음악)

드라마

BASE: 한국 드라마 경험자, n=281, 단위: %

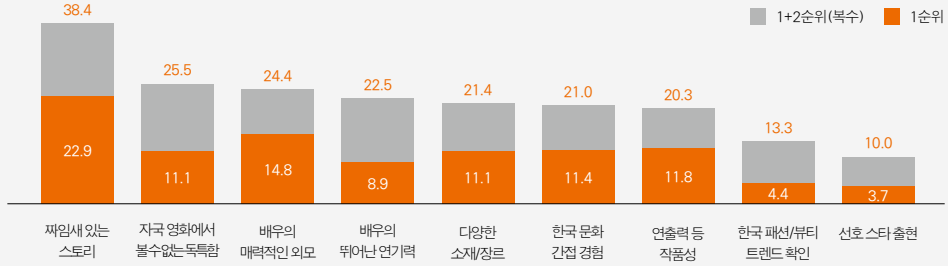
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 드라마의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



영화

BASE: 한국 영화 경험자, n=271, 단위: %

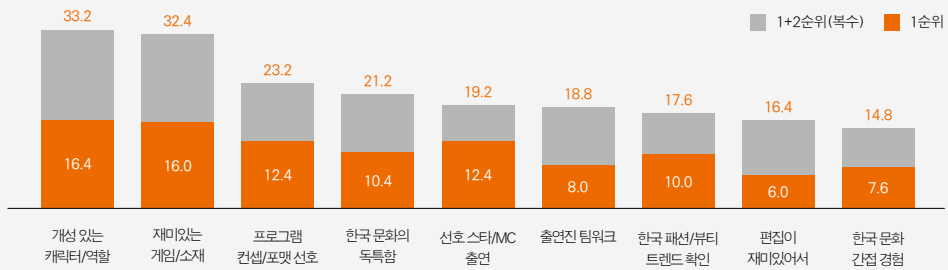
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 영화의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



예능

BASE: 한국 예능 경험자, n=250, 단위: %

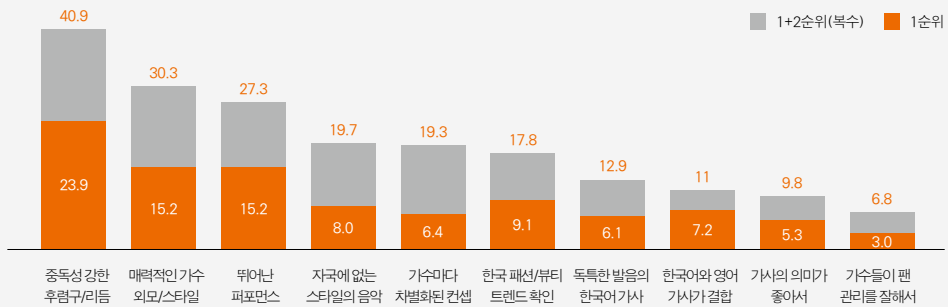
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 예능의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



음악

BASE: 한국 음악 경험자, n=264, 단위: %

Q. 귀하께서는 자국 내 한국 음악의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



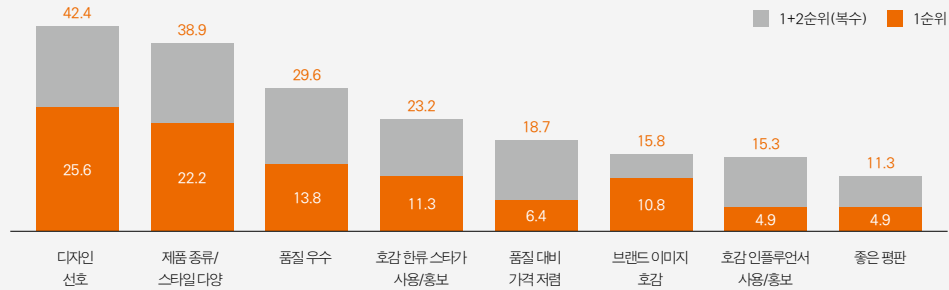
패션과 뷰티의 경우 주로 종류의 다양성과 질적 우수성이, 음식은 ‘맛’이 가장 주요한 인기 요인인 것으로 나타났다. 패션에서는 디자인 선호(42.4%), 제품 종류/스타일 다양(38.9%), 품질 우수(29.6%) 순으로, 뷰티에서는 효과/품질 우수(49.8%), 좋은 평판(27%), 제품 종류 다양(23.2%)이 주된 인기 요인인 것으로 나타났다. 일반적으로 패션과 뷰티 부문은 제품 홍보를 위해 유명 한류 스타를 내세우는 경우가 많은데, 예상외로 ‘호감 한류 스타가 사용/홍보’는 낮은 응답률을 기록했다.

한국 문화콘텐츠 인기 요인 (패션, 뷰티, 음식)

패션

BASE: 한국 패션 경험자, n=203, 단위: %

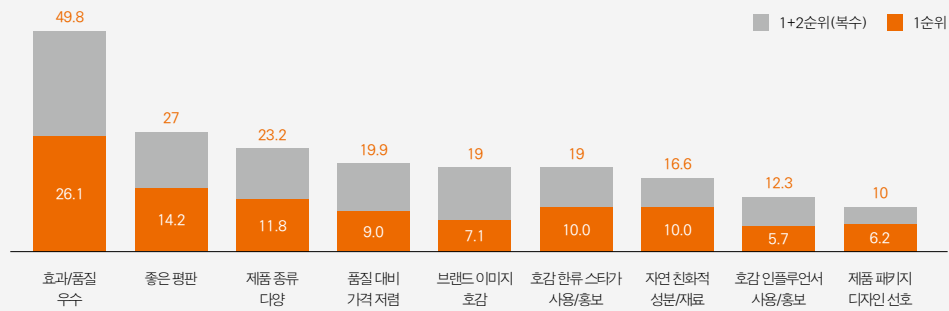
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 패션의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



뷰티

BASE: 한국 뷰티 경험자, n=211, 단위: %

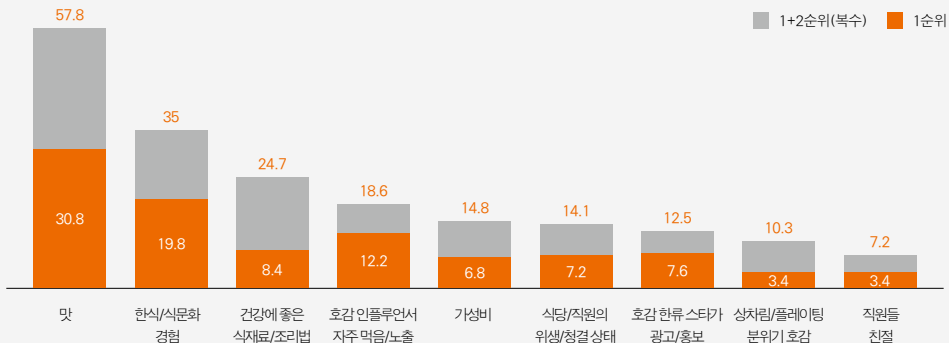
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 뷰티 제품의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



음식

BASE: 한국 음식 경험자, n=263, 단위: %

Q. 귀하께서는 자국 내 한국 음식의 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



3. 한류에 대한 부정적 인식의 배경

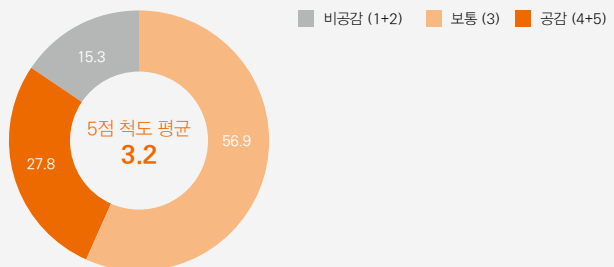
한류를 기반으로 양국 간의 문화협력을 위해서는 한류에 대한 부정적 인식과 호감 저해 요인에 주목할 필요가 있다. 「2022 해외한류실태조사」에서 한류에 대한 부정적 인식에 얼마나 공감하는지 조사한 결과, 조사 대상의 27.8%가 공감한다고 응답했다. 부정적 인식의 주요 원인으로는 지나치게 상업적인 점, 한류스타의 부적절한 언행, 지나치게 자극적이고 선정적인 점 등이 지목되었다. 특히 지나치게 상업적이라는 인식은 드라마, 영화 등에서의 과도한 PPL 노출이 그 원인으로 짐작된다. 또한 한류 스타의 성 관련 추문, 위법행위 등 부적절한 언행이 각종 언론과 SNS를 통해 즉각적으로 확산됨에 따라 한류의 부정적 인식에 쉽게 영향을 주는 것으로 판단된다.

말레이시아에서 한류에 대한 호감 저해 요인을 콘텐츠 유형별로 살펴보면, 우선 전 분야에 서 한국어와 관련된 불편함이 주된 요인으로 지목되었다. 응답자들은 생소한 한국어, 자막/더빙의 불편함을 주요 호감 저해 요인이라고 응답했는데, 언어 장벽의 문제를 고려해 한국어 확산 방안이나 번역 개선 등을 지원할 필요가 있다. 음악의 경우 생소하고 어려운 한국어 가사뿐만 아니라 자국 사회/도덕적 가치에 반하는 가사 내용, 한국 가수/음악 관계자의 부적절한 언행 등이 주된 호감 저해 요인으로 평가되었다.

한류의 부정적 인식

BASE: 전체, n=400, 단위: %

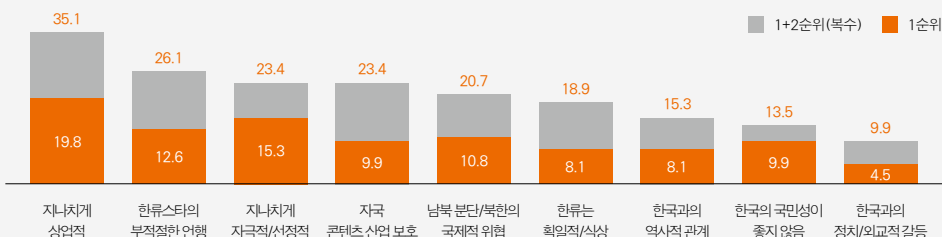
Q. 한류에 대해 부정적 인식에 대해 얼마나 공감합니까? (5점 척도: 1,2 부정적으로 변화/ 3 보통/ 4,5 긍정적으로 변화)



한류의 부정적 인식 원인

BASE: 한류 부정적 인식 공감자, n=111, 단위: %

Q. 한류에 대해 부정적 인식에 공감하는 이유는 무엇입니까? 순서대로 2순위까지 선택해 주세요.



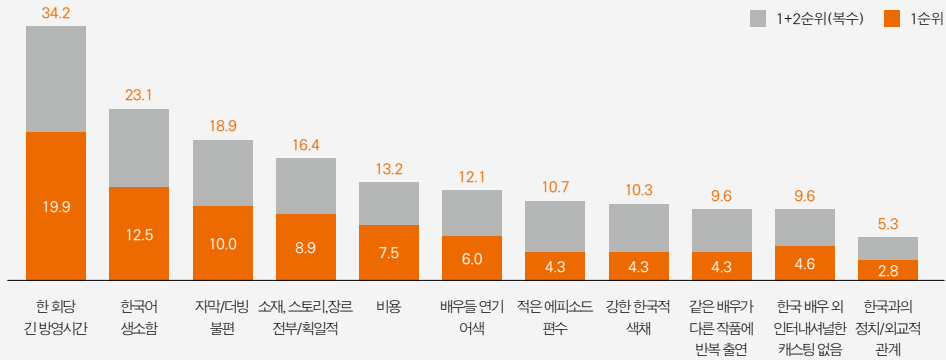
종교는 말레이시아에서 예민한 이슈이다. 말레이시아는 기본적으로 종교의 자유를 보장하지만 헌법상 국교는 이슬람교이며, 말레이계(62%), 중국계(22%), 인도계(7%) 등으로 구성된 다인종 사회이기에 불교와 힌두교도 존재한다. 특히 말레이시아에서는 다수 인종을 차지하는 무슬림의 종교적 가치에 저촉되는 가사, 언행 등에 각별히 주의를 기울여야 한다. 지난 2021년 그룹 몬스타엑스의 멤버 아이엠이 이슬람 경전인 '코란(Koran)'의 주요 구절이 표기된 의상을 착용했다가 현지에서 크게 논란이 된 바 있다. 2015년에는 그룹 B1A4가 현지 팬미팅에서 무슬림 소녀 팬들과 포옹하고 입 맞추는 등의 퍼포먼스를 하여 샤리아(이슬람 율법) 위반 혐의로 처벌받을 뻔한 사건도 있었다.

한국 문화콘텐츠 호감 저해 요인 (드라마, 영화, 예능, 음악)

드라마

BASE: 한국 드라마 경험자, n=281, 단위: %

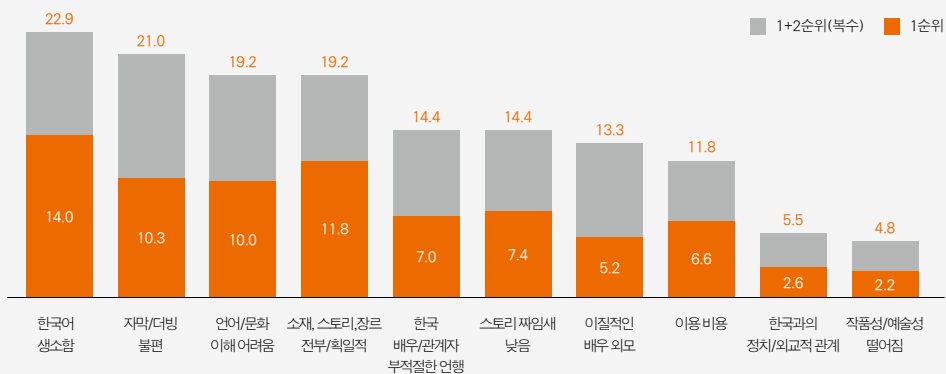
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 드라마의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



영화

BASE: 한국 영화 경험자, n=271, 단위: %

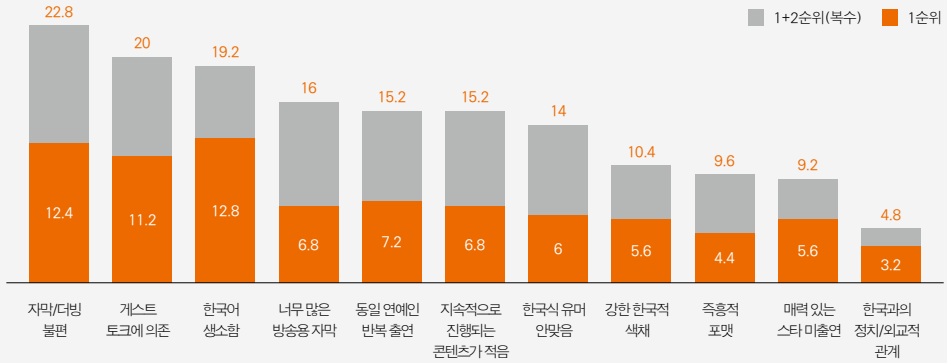
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 영화의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



예능

BASE: 한국 예능 경험자, n=250, 단위: %

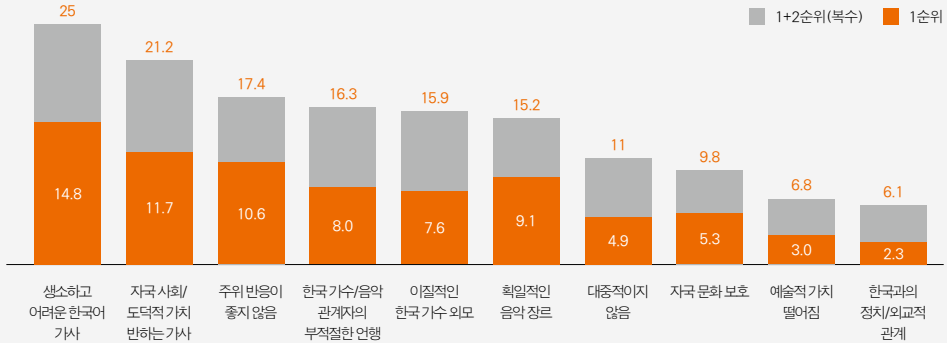
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 예능의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



음악

BASE: 한국 음악 경험자, n=264, 단위: %

Q. 귀하께서는 자국 내 한국 음악의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



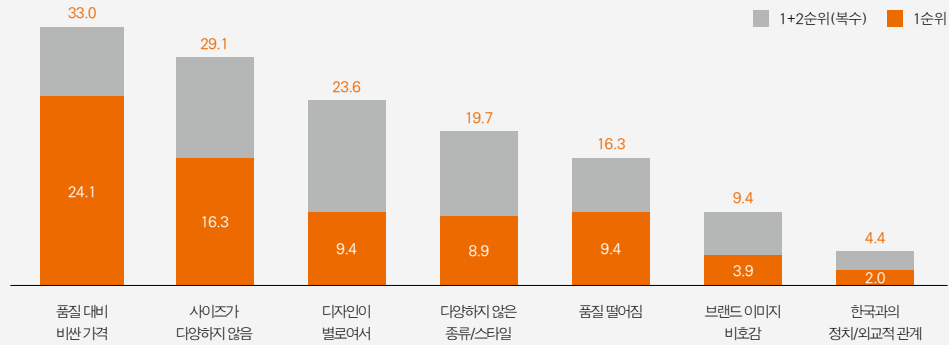
한국 패션, 뷰티, 음식 부문은 품질 대비 비싼 가격이 가장 큰 호감 저해 요인으로 나타났다. 말레이시아에서는 해외 브랜드이기에 수입, 물류, 통관 등의 비용이 추가되어 현지 브랜드 보다 다소 높은 가격이 책정될 수는 있으나, 한국 기업은 이러한 부정적 인식을 고려해 현지 생산 등의 전략으로 가격 경쟁력을 확보할 필요가 있다. 이외에도 패션 분야에서는 다양하지 않은 사이즈, 디자인 비선호 등이 호감 저해 요인으로 나타났다. 말레이시아가 한국과 달리 다인종 국가인 점을 감안해 현지인 체격에 대한 사전 조사를 실시하고, 보다 다양한 사이즈의 제품을 출시하는 조치가 필요해 보인다. 뷰티는 가격이 높은 점 외에도 지나친 제품 홍보, 기호에 맞지 않는 한방 성분이 포함된 점이 호감을 저해한다고 평가되었다. 음식 역시 낮은 가성비가 주요 호감 저해 요인으로 나타났으며, 현지인들은 맛/향 비선호, 반찬이 많아 식사가 번거로운 점, 식사 도구 사용의 어려움을 호감 저해 요인으로 지적했다. 일반적으로 한국에서 정통 중국 음식보다는 한국화된 중국 음식이 선호되는 것처럼, 위 언급한 문제들은 기업의 적극적인 현지화 전략을 통해 일정 부분 해소가 가능할 것으로 판단된다.

한국 문화콘텐츠 호감 저해 요인 (패션, 뷰티, 음식)

패션

BASE: 한국 패션 경험자, n=203, 단위: %

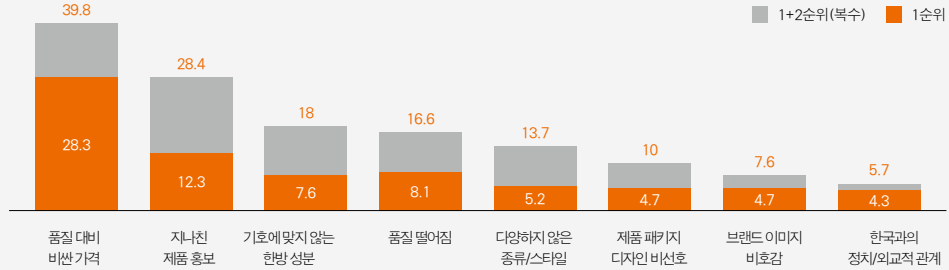
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 패션의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



뷰티

BASE: 한국 뷰티 경험자, n=211, 단위: %

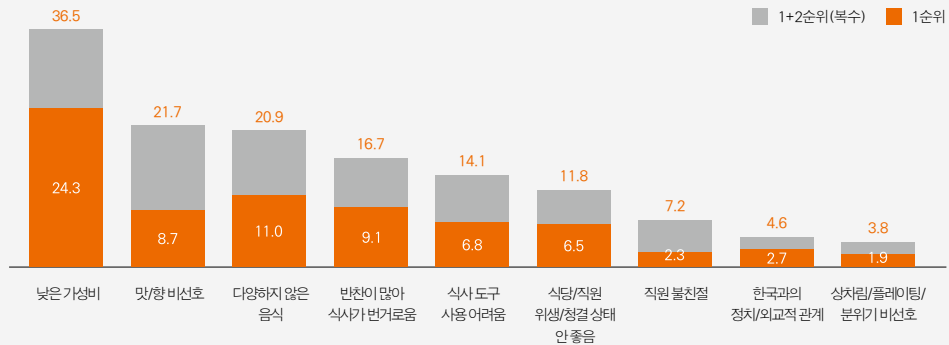
Q. 귀하께서는 자국 내 한국 뷰티의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?



음식

BASE: 한국 음식 경험자, n=263, 단위: %

Q. 귀하께서는 자국 내 한국 음식의 호감을 저해하는 요인이 무엇이라고 생각하십니까?

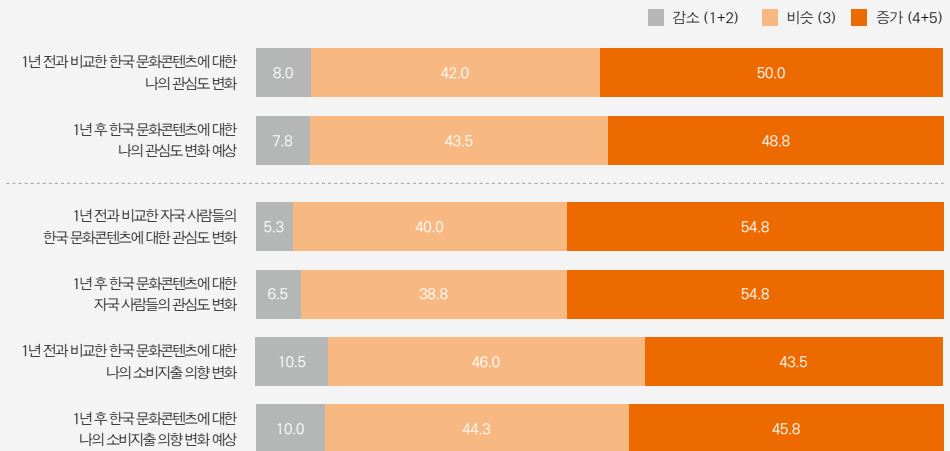


4. 말레이시아 한류 전망과 상호호혜적 문화협력을 위한 과제

「2022 해외한류실태조사」에 따르면, 조사 대상의 90% 이상이 1년 후에도 한국 문화콘텐츠에 대한 관심과 소비지출 의향이 현재와 비슷하거나 증가할 것이라고 응답했다. 말레이시아 내 한류 열풍은 당분간 지속될 것으로 전망된다.

한국 문화콘텐츠 관심도

BASE: 전체, n=400, 단위: %



2022년 수교 62주년을 맞은 한국과 말레이시아는 그동안 한류를 계기로 한국어 교육, 문화 교류 및 인적교류 등 사회·문화 협력을 크게 진전시켰다. 지속적으로 한국과 말레이시아 간 상호호혜적 문화협력을 확대하려면 어떻게 해야 할까? 우선 일방향 문화교류는 지속가능하지 않기에 양방향 문화협력을 강화해야 한다. 한류 열풍으로 말레이시아에서 한국 문화, 한국어 등에 대한 인지도는 상당히 높은 반면, 국내에서 말레이시아 언어나 문화에 대한 인지도는 낮다. 한-아세안센터, 아세안문화원, 국립아시아문화전당 등 문화협력 플랫폼을 통해 중장기적으로 말레이시아 문화에 대한 인식을 높일 필요가 있다.

또한 한류 콘텐츠 기업, 한류 스타, 연예 기획사, 한국 기업 등이 말레이시아에 진출할 때, 말레이시아 문화를 존중하고 철저한 사전 조사를 통해 현지 문화에 대한 이해도를 향상시킬 필요가 있다. 특히 앞서 언급한 아이돌 멤버의 의상 문제처럼 종교와 관련된 금기사항은 현지에서 매우 민감하므로 각별히 주의를 기울여야 한다.

한류를 바탕으로 문화협력을 발전시키기 위해서 호감 저해 요인을 주목하고 이를 해소하고자 하는 노력이 필요하다. 현지인에게 생소한 한국어나 자막/더빙의 불편함이 주된 호감 저해 요인이라고 응답한 점을 감안해 유능한 번역 인력 양성·기용으로 자막과 더빙의 품질을 제고해야 한다. 음악의 경우 케이팝 가수가 유창한 말레이시아어로 노래하는 것은 어려울 수 있으나, 종교나 문화에 반하는 가사나 퍼포먼스 등은 사전 조사를 통해 현지 공연에서는

변경하는 조치를 취할 수 있다. 그리고 한류 스타의 부적절한 언행이 실시간으로 공유되며 호감 저해 요인으로 작용하는바, 연예 기획사에서 소속 연예인들의 도덕성 교육을 강화하고 철저히 관리하여 이러한 리스크를 최소화할 필요가 있다.

이슬람교가 국교인 말레이시아는 전 세계 할랄 산업의 허브이자 국가적으로 할랄 산업을 육성하고 있어 한국기업과 정부는 할랄 산업을 염두에 두고 말레이시아와 문화콘텐츠 협력을 강화할 수 있다. 할랄은 ‘이슬람 율법에 따라 무슬림에게 허용된 것’을 의미하고, 이슬람교 교리에 따라 제조, 가공된 상품이 할랄 상품으로 분류된다. 할랄 상품은 음식, 화장품, 의약품뿐만 아니라 정수기 등 전자제품까지 다양하게 포함한다. 할랄 산업과의 협력은 4차 산업, 스마트시티 등과 더불어 한국 정부가 말레이시아 정부와 중점적으로 협력하고자 하는 분야 중 하나이다. 말레이시아 진출 기업은 현지 할랄 인증기관인 JAKIM과의 협력으로 할랄 인증 방안을 검토하는 등 다양한 전략을 취할 필요가 있다. 📌



참고문헌

- 유선희 (2022. 5. 3.). "한국 토스트·커피로 여는 몽골의 아침"...아시아에 꽃피는 '편의점 한류', 《한겨레》.
- 이동현 (2019. 3. 12). "말레이시아 국민 방문한 문 대통령 '한류·할랄 협력하면 세계 시장 석권'", 《한국일보》.
- 이화연 (2021. 4. 13.). "편의점 신한류...말레이시아 CU에 얼얼간 1만 명 몰려", 《컨슈머타임스》.
- 외교부 (2019). 『말레이시아 개황』.
- 최진우, 김생이, 김지윤, 모춘흥, 서지원, 진달용, 한준성 (2020). 『아세안 지역 한류 콘텐츠 활성화 방안』, 세계 지역 전략연구 20-15, 대외경제정책연구원.