



한류3.0위원회

3차 포럼

KOFICE

(재)한국문화산업교류재단
Korea Foundation for International Culture Exchange

서론

빅데이터기반 한류3.0 분석 방법

인 호 교수

고려대학교

[서론] 빅데이터기반 한류3.0 분석 방법

고려대학교
인 호 교수

2차 포럼 발표 회고

[서론] 빅데이터를 활용한 한류 3.0s 소개

- 빅데이터의 개념
- 빅데이터 활용 예제: 심야 버스

[1세션] 빅데이터 분석을 통한 체계적인 시장의 이해

[2세션] 빅데이터기반 문화검색기술

- 한류 신산업 창조의 관점

[결론] 한류 3.0s 전략과 이슈

2차 포럼 질의 응답

[질의] 해외 소비자 조사시 빅데이터 활용 가능 여부

- 선진국 몇개 언어만 조사 (경제적 이유)

[질의] 후진국의 경우에도 빅데이터 자료 수집 가능 여부

- 마찬가지로 투자대비 효과 (ROI) 관점에서 접근

[질의] 개인정보보호 및 법적 문제 제기 우려

- 개인정보보호법, 정보통신보호법, 위치추적법등
의해 빅데이터를 활용하기는 매우 미흡한 상황
- 결국 소비자의 선택: 개인정보보호 vs 서비스효용성
- 기술발달: 필요한 개인정보를 보호하면서 원하는
분석 결과를 얻음

2차 포럼 결론: 차기 의제

[제안] 한류에 가상화폐(혹은 기프트카드) 도입 문제

- 외국인이 국내 사이트 결제가 매우 어려움: 공인인증서
- '비트코인'이라는 가상화폐를 도입하면, 전세계 컴퓨터로
연결되어있어 누구나 어디서나 즉각적 안전하게 결제 가능함

[제안] 스마트 한류의 새로운 동력 탐색

- 마찬가지로 한류3.0에 대한 강연을 한 번 더 듣고
- 새로운 동력을 탐색: 한식, 패션 등 K-Culture

[제안] 해외에서의 한류 채널 현황

- 다음/네이버 검색엔진을 통한 분석: 해외 한류팬들을 분석에 한계
- 외부 한류 팬들의 자국 언어나 서버, 마케팅 개발이 우선
- 한류팬들이 한류에 접속하는 채널 파악

3차 포럼 발표 구성



[서론] 빅데이터기반 한류3.0 분석 방법

[1세션] 빅데이터 분석을 통한 체계적인 시장의 이해 2

[2세션] 영어/일본어/중국어 문화권에서 바라본

서울의 다양한 모습 (서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석)

[결론] 빅데이터 기반 스마트 한류

빅데이터란?

- **Too Big and complex to process the Data!!!**
 - 너무 커서 데이터를 수집, 저장, 관리, 분석하기 어려운
데이터에서 가치를 추출하고 결과를 분석하는 기술 (wiki)
- **두가지 기술 방향**
 - 빅데이터를 어떻게 수집, 저장, 관리할 것인가?
 - 빅데이터로 부터 어떻게 가치있는 정보를 뽑아 낼 것인가?



분석 대상 (WHAT)

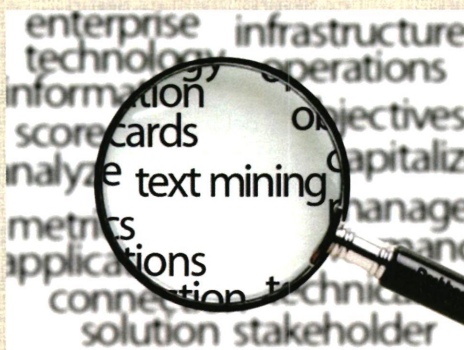
- 정형 (Structured)
 - 고정된 필드에 저장된 데이터
 - 예: 관계형 데이터베이스
- 반정형 (Semi-Structured)
 - 데이터 내용에 형식의 태그를 붙인 데이터
 - 예: XML이나 HTML 텍스트
- 비정형 (Unstructured)
 - 고정된 필드에 저장되어 있지 않은 데이터
 - 예: 텍스트문서, 이미지, 동영상, 음성

빅데이터 분석 기법 (HOW)

- Text Mining
- Opinion Mining
- Social Network Analytics
- Cluster Analysis

출처: KT중앙연구소 Intelligent Knowledge Service

1. Text Mining



- 비/반정형 텍스트 데이터에서 자연어처리기술을 이용하여 얻고자 하는 정보를 추출/가공하는 기술
 - 방대한 텍스트 데이터에서 의미 있는 정보를 추출
 - 다른 정보와의 연계성을 파악 (워드와 워드의 연계성)
 - 텍스트가 가진 카테고리를 찾아냄 (예: WordNet)
- 자연 언어 처리 규칙 및 기술, 통계적 처리 기술, 경험적 (Heuristic) 지식 처리 알고리즘을 사용
 - 예: 문서 분류, 문서 군집, 정보 추출, 문서요약

2. Opinion Mining

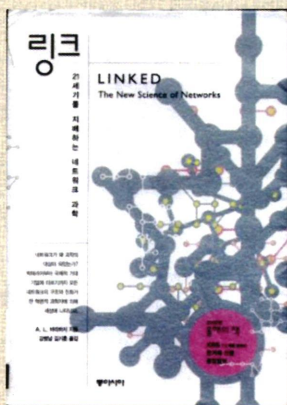


- 사실 (fact)에 기반으로 둔 것이 아니라 여러 사람들의 의견 (Opinion)을 알고자 하는 기술임
- 여러사람이 같은 의견이 많을 수록 상의 Rank을 차지함
- 소셜미디어 등의 정형/비정형 텍스트의 긍정(Positive), 부정(Negative) 등의 선호도 조사
 - 거짓/진실을 알고자 하는 것이 아니라 사람들의 호불호를 알고자 함

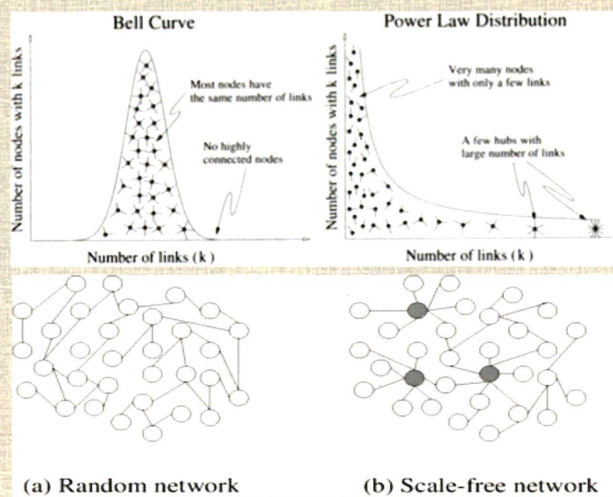
- 이 용 예

광고등 특정 서비스 및 상품에 대한 마케팅 결과분석
평판도 조사등 소비자의 반응/입소문 분석

3. Social Network Analytics

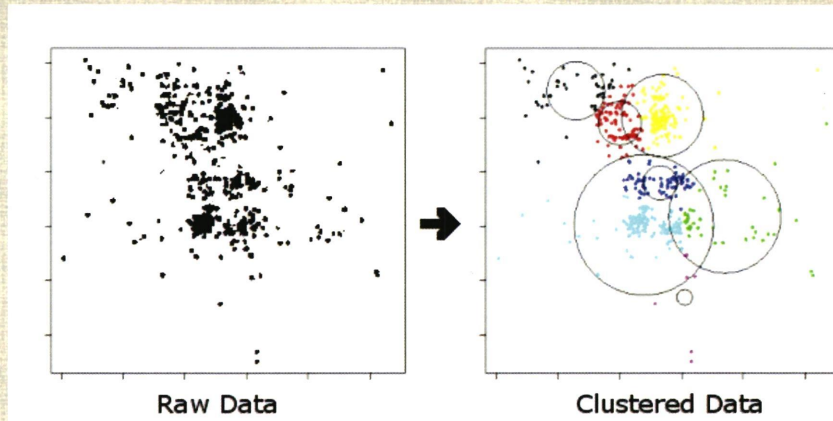


21세기를 지배하는 네트워크 과학 (A.L. 바라바시)



- 소셜 네트워크 연결구조 및 연결강도 등을 바탕으로 가장 영향력 있는 사용자 분석 기법

4. Cluster Analysis



- 여러 개체중 비슷한 특성을 가진 그룹을 판별하는 기술
예: K-pop vs. K-drama 을 좋아하는 그룹

그 외 분석 기술들



출처: Saltlux

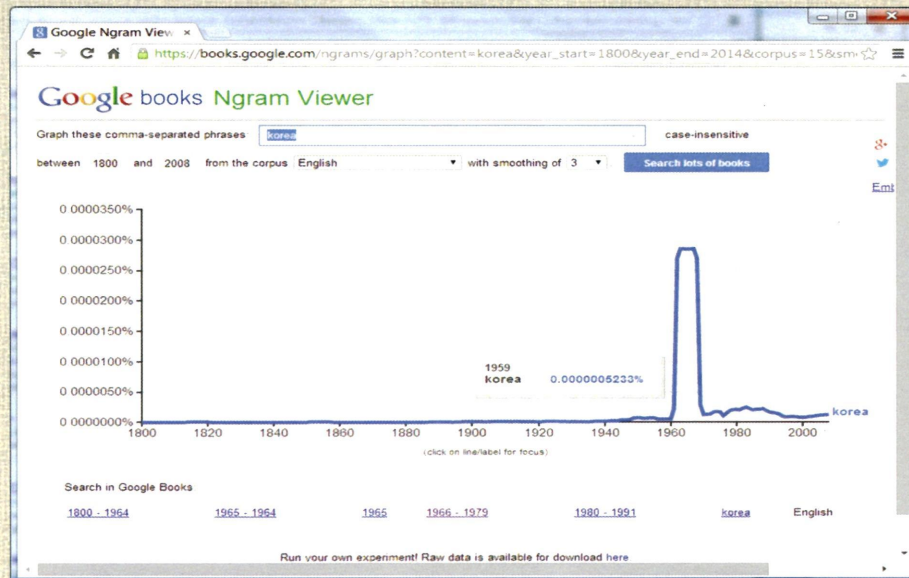
간단한 분석 도구들

- 고려대학교 민족문화 연구원의 Corpus
 - <http://Corpus.korea.ac.kr>
- 구글의 Ngram Viewer
 - <https://books.google.com/ngrams/>
 - 1500~2008년까지 출판된 책에 대한 검색
 - 5.2백만 권을 분석하여 그래픽으로 보여줌
- 구글 트렌드
 - <http://www.google.com/trends/>
 - 검색어의 시간별 트렌드를 알 수 있는 도구

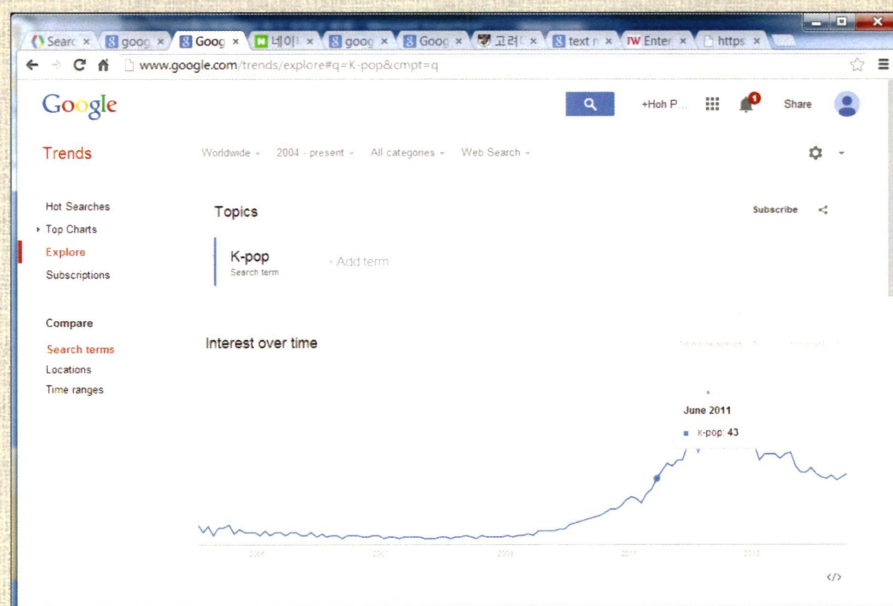
Corpus



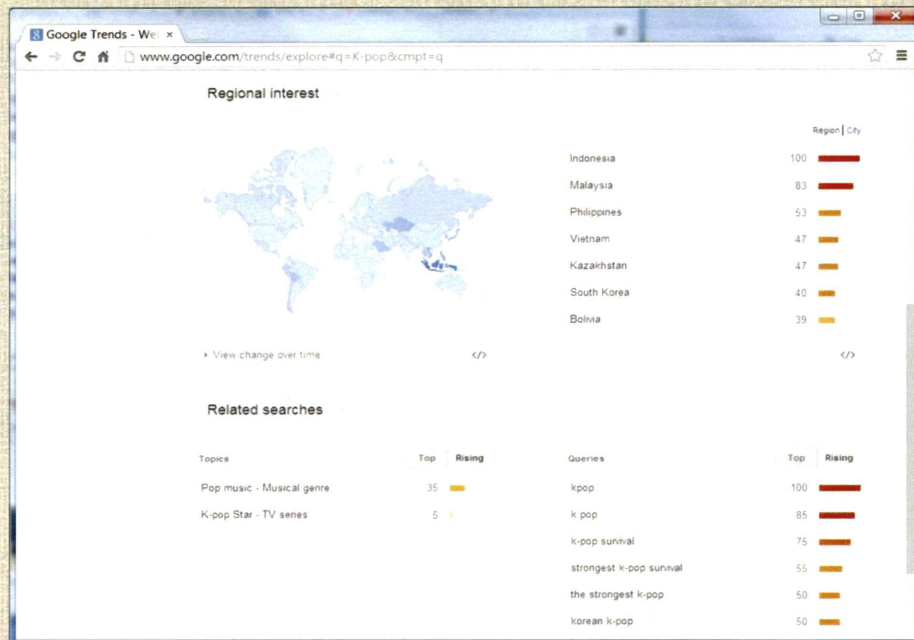
Google Ngram Viewer



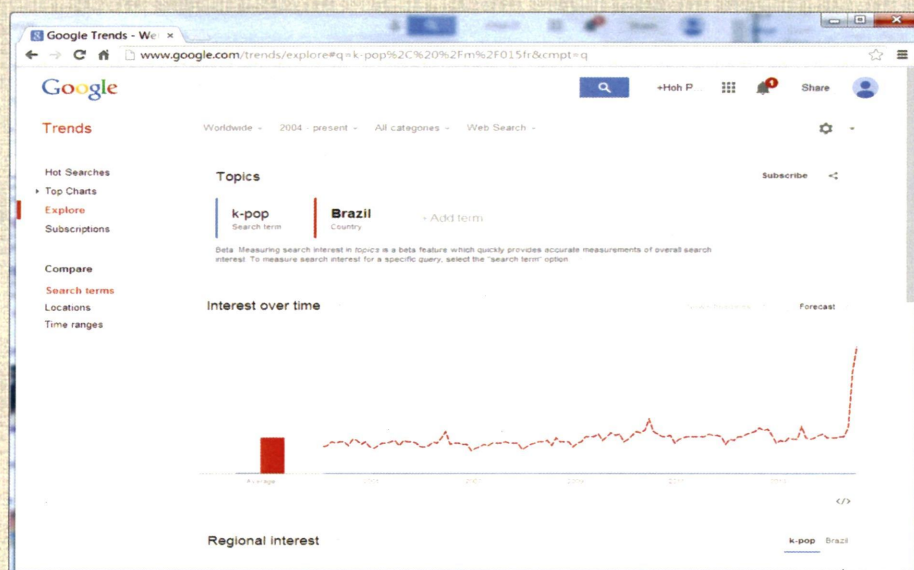
Google Trends: K-pop



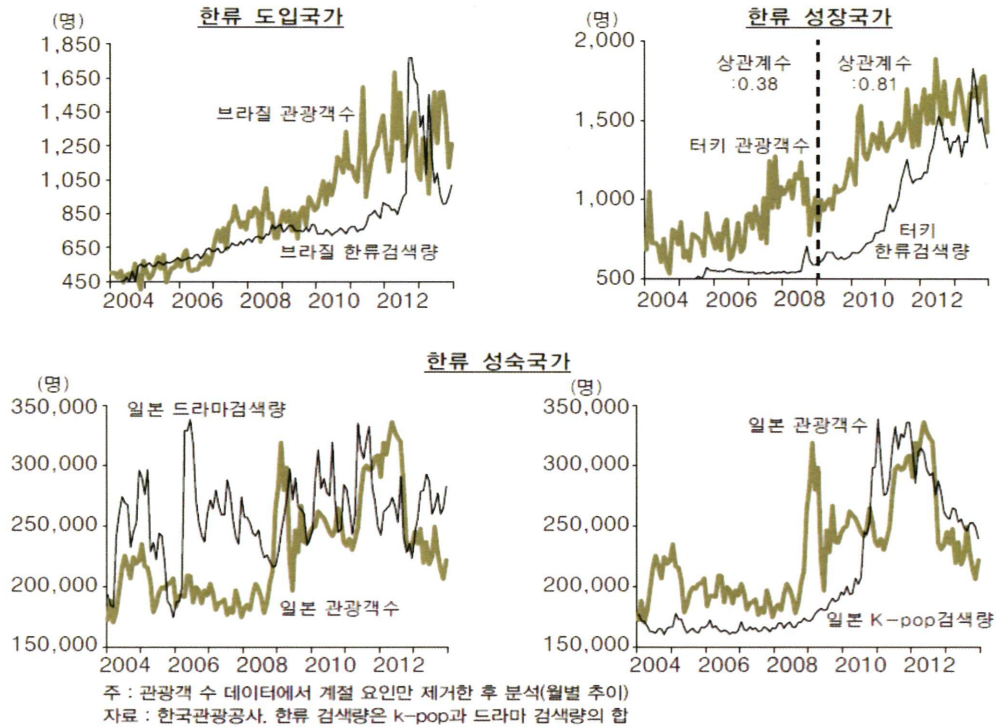
Google Trends: : K-pop



Google Trends: : K-pop + Brazil



〈그림 8〉 한류의 확산정도에 따른 국가별 관광객수와 한류 검색량



〈표 6〉 K-pop 검색량과 각 품목별 수출간의 상관관계

한류	국가	음료	담배	화장품	의류	가족제품	귀금속	가구	냉장고	세탁기	텔레비전	휴대폰	자동차
도입	러시아												
	브라질												
	영국												
	우즈베크												
	프랑스												
성장	미국												
	UAE												
	인도												
	카자흐												
	터키												
성숙	대만												
	베트남												
	인도네시아												
	일본												
	중국												
	홍콩												

주 : 월별 K-pop 검색량과 수출액의 상관관계이며(담배, 텔레비전, 귀금속 등은 상대적으로 상관관계가 낮게 나타났다.)

참고로 K-pop 검색량과 관광객수의 상관관계의 경우 러시아를 제외한 모든 국가에서 0.6이상으로 나타났다.

자료 : 구글 트렌드, 수출입무역통계, LGER 분석

■ 상관관계수 0.85이상 □ 상관관계수 0.60이상 0.85미만 □ 상관관계수 0.6미만

20 화장품, 음료, 담배, 의류, 귀금속, 가족제품(가방, 의류부속품 등), 가구, 냉장고, 세탁기, 텔레비전, 자동차, 휴대폰

3차 포럼 발표 구성

[서론] 빅데이터기반 한류3.0 분석 방법



[1세션] 빅데이터 분석을 통한 체계적인 시장의 이해 2

[2세션] 영어/일본어/중국어 문화권에서 바라본

서울의 다양한 모습 (서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석)

[결론] 빅데이터 기반 스마트 한류

위원장

최광식 고려대학교 교수

위원명단 (가나다순)

김균미	서울신문 편집부 부국장
김동희	한식재단 사무총장
박길성	세계한류학회 회장
박정숙	경희대학교 교수
신용언	문화체육관광부 문화콘텐츠산업실장
안석준	CJ E&M 음악사업부문 대표
안제현	삼화네트웍스 대표
유진환	태권도진흥재단 사무총장
유환익	전국경제인연합회 산업본부장
윤경훈	이랜드그룹 상무
이경희	YG엔터테인먼트 이사
이상봉	한국패션디자이너연합회 회장
이연택	한양대학교 교수
이재성	한국관광공사 마케팅본부장
이정옥	한국지상파디지털방송추진협회 사무총장
이팔성	한국문화산업교류재단 이사장
이혜순	담연 대표
장미경	세종학당재단 학당지원부장
전병석	KOTRA 지식서비스사업단장
정명진	코스모진 여행사 대표
주정은	한국모델협회 이사
차두현	한국국제교류재단 교류협력이사
한경아	한국방문위원회 사무국장
홍상표	한국콘텐츠진흥원장



Contents

- 07 **서론** 빅데이터기반 한류3.0 분석 방법
- 21 **1 세션** Mining Minds -빅데이터, 욕망을 읽다-
- 31 **2 세션** 영어 · 일본어 · 중국어문화권에서 바라본 서울의
다양한 모습 - 서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석
- 41 **결론** 빅데이터 기반 스마트 한류

1 세션

Mining Minds

-빅데이터, 욕망을 읽다-

송길영 부사장

다음소프트

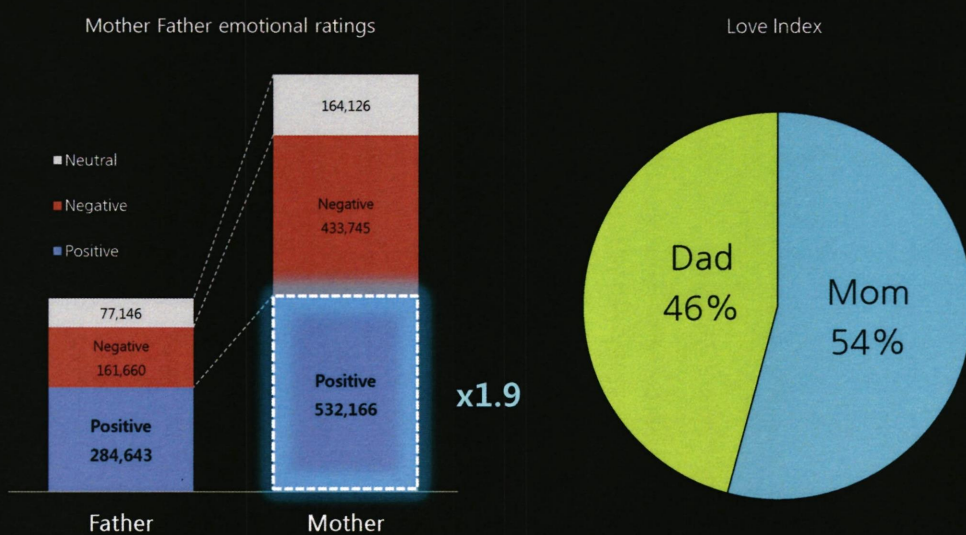
Mining Minds

빅데이터, 욕망을 읽다

송길영

kysong@daumsoft.com

Mothers are not that scary after all



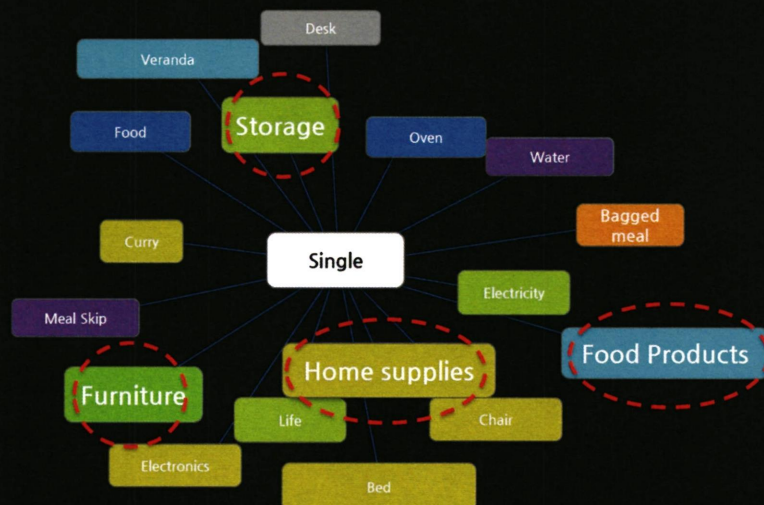
Changes in Housing Type

Increasing interest in 'small homes', such as one rooms, two rooms, or small houses for 1 to 2 people

No.	주거 형태	2008 Freq.	주거 형태	2009 Freq.	주거 형태	2010 Freq.	주거 형태	2011 Freq.	주거 형태	2012 Freq.	주거 형태	2013 Freq.
1	아파트	212,187	아파트	253,311	아파트	337,589	아파트	361,927	아파트	411,676	아파트	138,305
2	주택	124,471	주택	122,469	주택	160,788	주택	175,161	주택	221,148	주택	67,899
3	전원주택	13,035	빌라	12,602	빌라	16,744	빌라	22,899	빌라	23,139	Studio	14,430
4	Condo	12,476	한옥	10,897	한옥	15,353	Condo	19,257	전원주택	22,970	Condo	10,896
5	빌라	12,031	전원주택	10,573	전원주택	15,209	전원주택	18,369	Studio	22,926	빌라	7,278
6	재개발	8,827	Condo	9,067	Condo	14,356	Studio	17,573	Condo	22,742	전원주택	6,565
7	한옥	8,473	재개발	8,685	단독주택	11,428	단독주택	15,842	단독주택	19,795	한옥	6,460
8	단독주택	7,941	단독주택	8,032	공동주택	10,154	한옥	14,963	한옥	19,659	단독주택	5,773
9	공동주택	7,593	공동주택	7,945	Studio	9,936	공동주택	11,259	게스트하우스	11,991	게스트하우스	4,259
10	재건축	6,408	Studio	6,305	재개발	9,122	재개발	8,179	공동주택	9,603	공동주택	3,245
11	Studio	6,271	재건축	6,173	재건축	6,524	게스트하우스	6,090	재개발	6,902	주상복합	1,891
12	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
18	다세대주택	2,191	보급자리주택	2,396	보급자리주택	2,956	맨션	3,308	고시원	3,516	Small house	1,174
22	타운하우스	1,358	연립주택	1,738	고시원	2,410	연립주택	2,631	다세대주택	3,320	레지던스	922
23	반지하	1,165	다세대주택	1,716	반지하	2,146	Small house	2,526	타운하우스	3,158	펜트하우스	919
24	옥탑방	1,077	고시원	1,605	타운하우스	1,786	보급자리주택	2,278	임대아파트	2,637	Two rooms	905
25	레지던스	937	옥탑방	1,205	Small house	1,779	반지하	2,232	도시형생활주택	2,583	옥탑방	825
26	복합단지	932	타운하우스	1,148	레지던스	1,600	도시형생활주택	2,112	레지던스	2,499	연립주택	785
27	단칸방	919	Small house	1,038	옥탑방	1,353	Two rooms	2,073	Small House	2,469	반지하	777
28	Small house	886	단칸방	958	펜트하우스	1,315	타운하우스	2,004	반지하	2,446	도시형생활주택	658
29	펜트하우스	883	복합단지	946	도시형생활주택	1,114	쓰리룸	1,928	연립주택	2,444	임대아파트	618
30	신축아파트	669	도시형생활주택	721	단칸방	1,057	레지던스	1,865	Two rooms	1,997	소형아파트	563
33	데칼아파트	448	양옥	570	Two rooms	733	단칸방	1,271	1인가구	1,032	단칸방	319

Source: SOCIALmetrics™, South Korea, 2008.01.01. ~ 2013.03.31

Increase in Singles

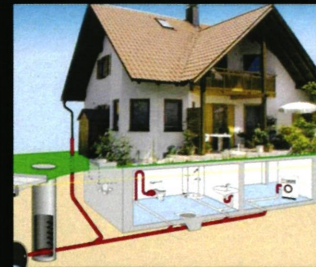


[Social Metrics™, 2010.01.01. ~ 2013.12.31]

Where to put the washing machine

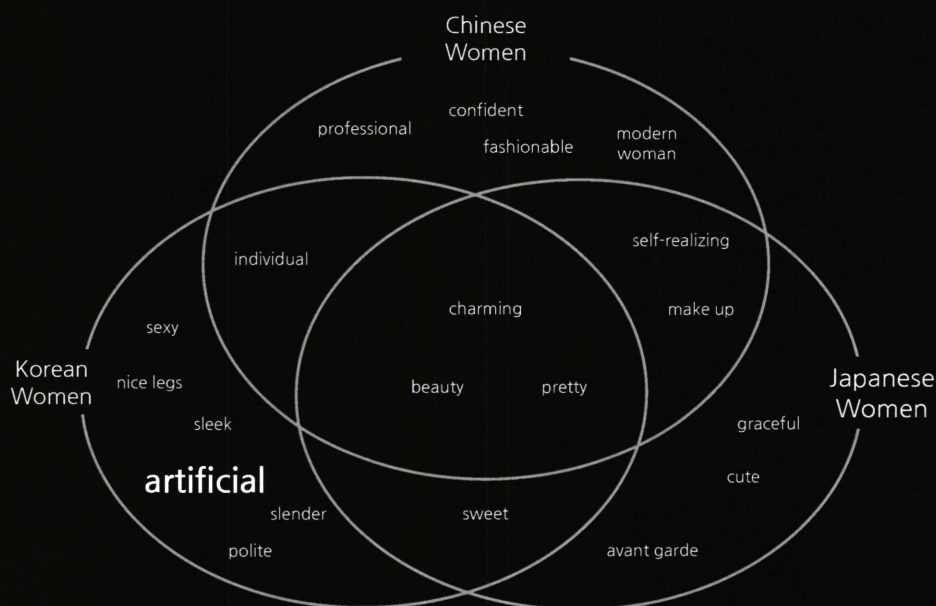
Washing machines are located at different places at home, which reflects typical spatial arrangement of housing interior of different countries.

UK	France	Germany
Washing machines are at kitchen, built-in under the worktop	Washing machines are either at bathroom or kitchen	Washing machines are on the basement floor, so drainage system matters
"Washing Machines Buying Guide - fewer and fewer 5kg capacity machines on the market, a 6kg capacity is fast becoming the most popular size ... however the largest capacity machine that is of a standard width and height (to allow it to fit under a kitchen worktop) is around 7kg so if your needs exceed this then you will have to install it elsewhere"	"We are building a house and I will put the washing machine and the dryer in the bathroom as there is enough place. For me, there are only advantages: I take the clothes from the basket, to put them in the washing machine, then in the dryer and i put the iron on a shelf upon them, so i can do everything in the same room!." "We gonna put the washing machine and the dryer in the kitchen... We are thinking on putting a shelf above it to make a worktop above and doors or a curtain to hide. The kitchen is opened, so i'm afraid it will be noisy but don't have the choice!."	"If you live in a house with a basement, and you want to put a washing machine there, where the water needs to be pumped up in order to drain, how do you do that?"



Source: SOCIALmetrics™, UK, France, Germany, 2010.07.01. ~ 2013.6.30

Women of China, Japan, Korea, in the eyes of Chinese people



Source: SOCIALmetrics™, China, 2011.09.01. ~ 2012.09.30

Purchase of Beauty Foods to further foster Beauty

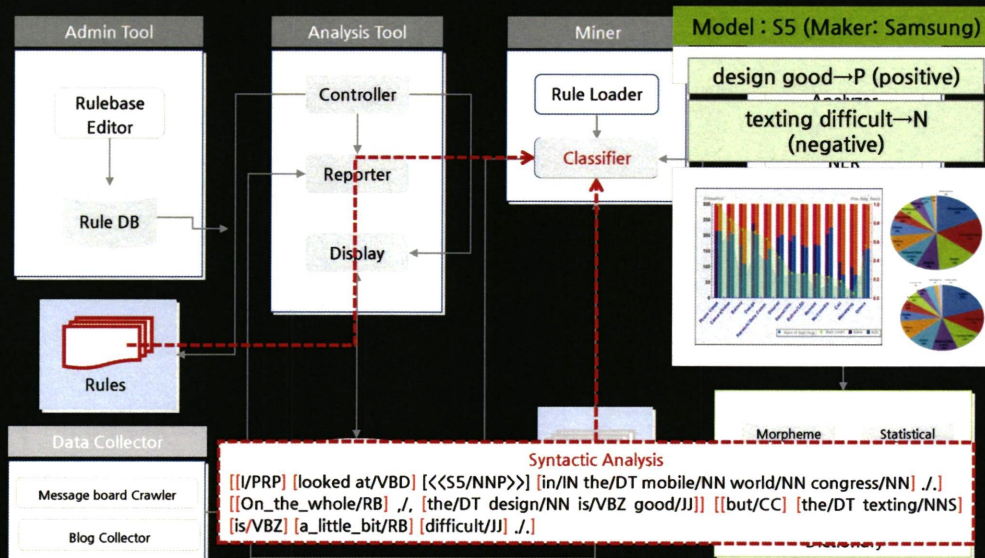
29.3%

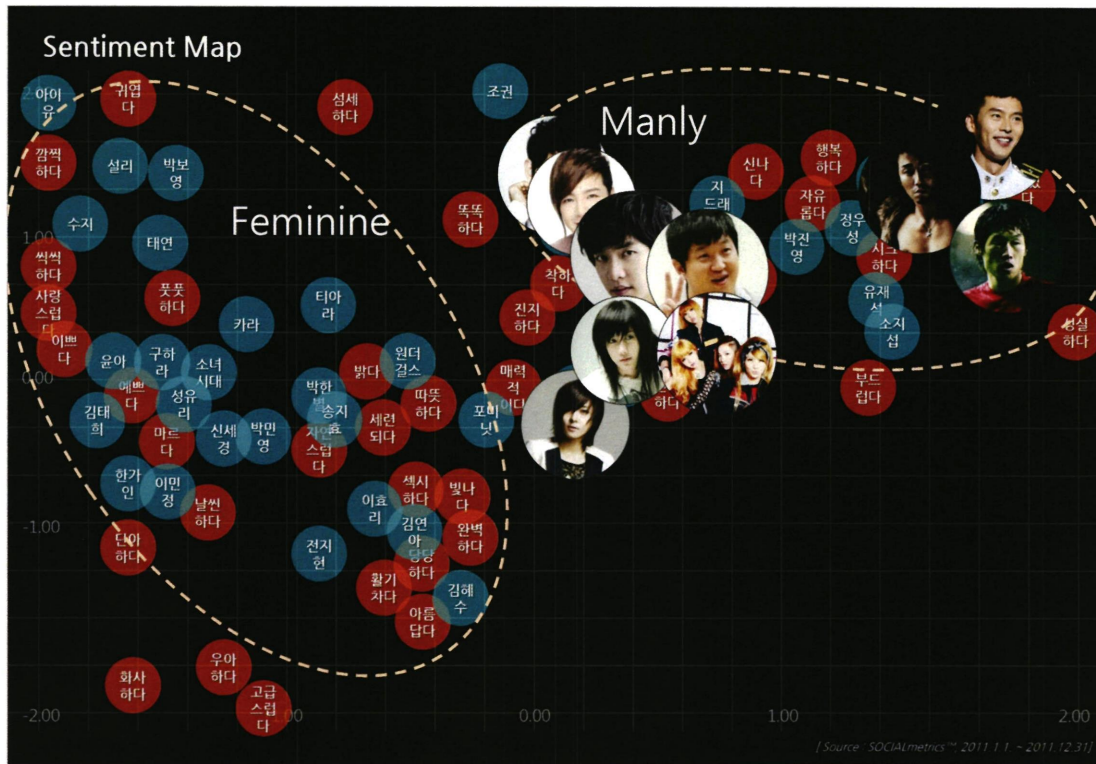


56.0%

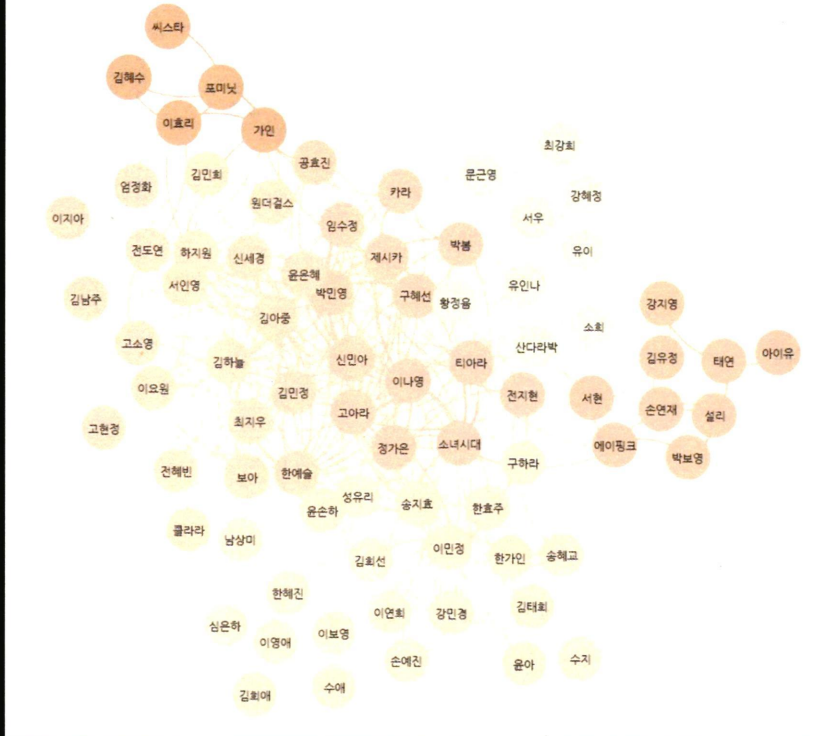


Sentiment Analysis Process

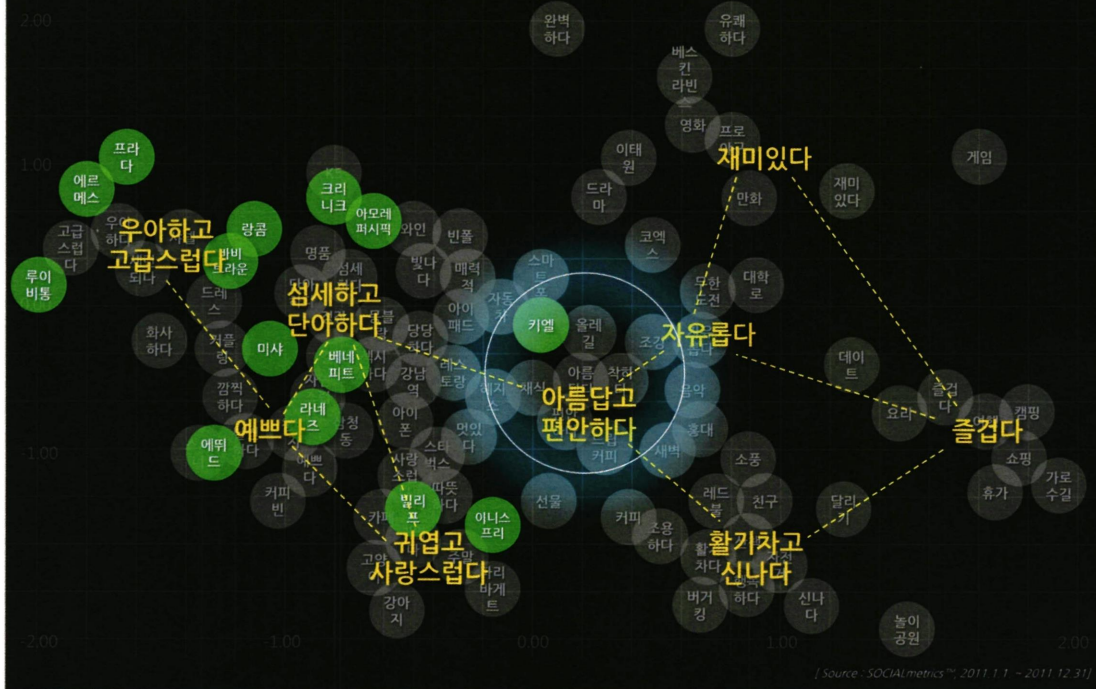




Perception Map



Luxury • Cosmetics Brand

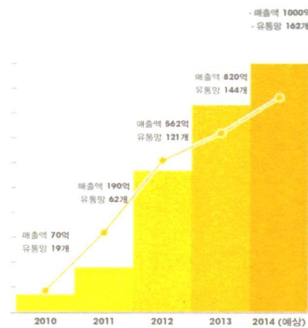


Brand Sales - 팬콧 & 팬콧키즈

SALES OF DOMESTIC

국내 브랜드 매출
(전사 판매회사 총매출)

- ▶ 탁월한 상품기획력을 바탕으로 연평균 70%이상의 판매를 기록.
- ▶ 런칭 5년차 1000억 예상.
- ▶ 국내 캐주얼 M/S 1위.

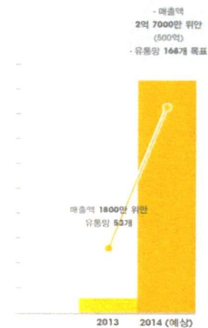


한국 런칭 5년차 1,000억

SALES OF INTERNATIONAL

해외 브랜드 매출

- ▶ 중국 진출 1년차 500억 예상



중국 최고의 한국 브랜드 런칭 1년차 500억

의료의 한류

허딩크, 줄기세포치료제로 무릎 고쳤다

[줄기세포 연구치료 사용제이예스병원]
수술 약, 제대할 줄기세포 배양해 만들어 제형치료 병행, 스포츠 활동도 가능

스포츠 / 육구   

허딩크, '의료한류'로 제2의 인생 찾았다

기자회견 2014-01-22 16:16:19

"허딩크 무릎 4시간 수술... 감독 재기 확산"

입력 2014-01-22 16:16:19

위제의 의연(義演)         

朴대통령 "허딩크, 다시 감독할 수 있는 건 韓 의료 덕분"

줄기세포 기증 여형 수술 연구, 朴대통령 방문한 스페인에 '한국거여' 세킨다



▲ 허딩크 전 축구국가대표팀 감독이 줄기세포치료제 수술 후 무릎 재활치료를 받고 있는 모습/서울제이예스병원 제공

2002 월드컵 축구대표팀 거스 허딩크 감독은 퇴행성관절염이 심해져 오른쪽 무릎을 완전히 팔 수 없고 걸을 때마다 다리를 절었다. 허딩크 감독은 유럽 의사들로부터 인공관절수술 밖에 해결책이 없으며 수술 이후에는 좋아하는 골프는 더 이상 칠 수 없을 것이라는 얘기를 들었다. 인공관절 없이 퇴행성관절염도 고치고 무엇보다 골프도 계속 칠 수 있는 방법이 한국에 있다는 것을 알게 된 허딩크 감독은 지난 1월 서울제이예스병원에서 줄기세포치료제를 이용한 수술을 받았다. "3개월 후 걸어 들어오는 모습을 보여 주겠다"는 말을 남기고 돌아간 허딩크 감독은 이날 1월 16년만에 네덜란드 국가대표팀 감독으로 복귀했다.



2 세션

영어 · 일본어 · 중국어문화권에서
바라본 서울의 다양한 모습
- 서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석

강재우 교수

고려대학교

영어, 일본어, 중국어문화권에서 바라본 서울의 다양한 모습

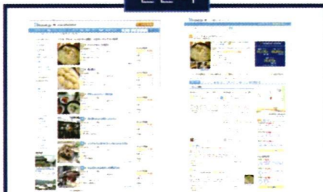
- 서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석

고려대학교 정보대학
강재우



다양한 언어권의 한국(서울) 여행 리뷰 분석

일본어



4travel.jp

- 레스토랑 938개
- 리뷰 2785개
- 관광지 557개
- 리뷰 7698개

중국어



mafengwo.cn

- 레스토랑 180개
- 리뷰 4765개
- 관광지 116개
- 리뷰 4816개

영어



TripAdvisor.com

- 레스토랑 796개
- 리뷰 5665개
- 관광지 1066개
- 리뷰 11757개

서울의 대표 음식?



서울의 대표 음식!

	Japanese	Chinese	English
1	kimchi	barbecue	burger
2	noodle	ginseng (chicken soup)	taco
3	samgyetang	noodle	dumpling
4	dumpling (mando)	seafood	curry
5	tea	cheese	porridge
6	crab	beef	sandwich
7	porridge	bibimbap	pancake
8	seolleongtang	fried chicken	samgyetang
9	beef	porridge	sushi
10	pork	pork	rib
11	coffee	dumpling	bibimbap
12	seafood	pickle	naan
13	waffle	rice cake	sausage
14	cake	wine	chocolate
15	cafe	lett	crab
16	garlic	roast	tomato
17	pancake	kimchi	garlic
18	rib	jiang hudong	burrito
19	bibimbap	potato	waffle
20	radish	spicy fried chicken	ice cream

- 삼계탕
- 갈국수, 만두국
- 비빔밥
- 죽 (전복 죽)





한류3.0위원회

3차 포럼

KOFICE

(재)한국문화산업교류재단
Korea Foundation for International Culture Exchange



행사명 한류3.0위원회 3차 포럼
일시 2014년 7월 18일 (금) 09:30-13:00
장소 국립현대미술관 서울관 사무동 2층
국제화상회의실 (삼청동 소재)
주최 한국문화산업교류재단
후원 문화체육관광부

PROGRAM

프로그램		
09:30-09:40 (10')	환영사	한류3.0위원회 최광식 위원장
09:40-09:50 (10')	서론 빅데이터기반 한류3.0 분석 방법	고려대학교 인 호 교수
09:50-10:10 (20')	1 세션 Mining Minds -빅데이터, 욕망을 읽다-	다음소프트 송길영 부사장
10:10-10:25 (15')	2 세션 영어 · 일본어 · 중국어문화권에서 바라본 서울의 다양한 모습 - 서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석	고려대학교 강재우 교수
10:25-10:30 (05')	결론 빅데이터 기반 스마트 한류	고려대학교 인 호 교수
10:30-10:40 (10')	휴식	
10:40-11:40 (60')	종합토론	한류3.0위원회 위원
11:40-12:00 (20')	4차 포럼 주제 논의	한류3.0위원회 위원
12:00-13:00 (60')	오찬	카페그라노 (국립현대미술관 서울관 内)

언어별 문화적 차이 - 일본어

1	japanese
2	kimchi
3	noodle
4	samgyetang
5	dumpling (mandu)
6	tea
7	crab
8	porridge
9	seolleongtang
10	beef
11	pork
12	coffee
13	seafood
14	waffle
15	cake
16	cafe
17	garlic
18	pancake
19	rib
20	bibimbap
	radish
25	udon
27	miso
36	tteokbokki
38	gangjatang
39	mochi
42	sashimi
44	roti boy
46	gimbap
47	patingsu
59	sujeobi
66	tempura

일본어

비교적 다양한 한국 음식 등장

- 김치
- 삼계탕, 설렁탕, 감자탕
- 간장게장
- 비빔밥, 김밥
- 떡볶이, 팔빙수, 수제비

자국 음식이 많이 등장

- 우동, 미소
- 모찌
- 사시미
- 템푸라

특이 사항

- 44위 roti boy

Rotiboy

싱가폴에서 시작된
프랜차이즈 빵집



로티보이는 1998년 번(BUN)을 전 세계에 소개한
세계 최초의 브랜드.

한국에는 입점되어 있으나, 일본에는 아직 없다.

많은 일본인 관광객이 한국에 오면 로티보이의
“번”을 먹어보고 싶어함

언어별 문화적 차이 - 중국어

1	chinese
2	barbecue
3	ginseng chicken soup
4	noodle
5	seafood
6	cheese
7	beef
8	bibimbap
9	fried chicken
10	porridge
11	pork
12	dumpling
13	pickle
14	rice cake
15	wine
16	lett
17	roast
18	kimchi
19	jiang hudong
20	potato
	spicy fried chicken
29	jiang hudong barbecue
40	chicken tender
41	chuncheon chicken
42	chicken rice
44	chicken steak
49	chicken stomach
52	chicken stew
65	andong chicken

중국어

다양한 닭 요리를 선호

- 삼계탕
- 후라이드 치킨
- 양념 치킨
- 닭갈비 (춘천 닭갈비)
- 치킨 염통 (꼬치)

비교적 양념이 강한 음식

- 비빔밥
- 양념 치킨
- 춘천 닭갈비
- 안동 찜닭

특이사항

- 자국 음식에 대한 언급이 없음
- 강호동, 강호동 바베큐 상위권 등장

중국어

강호동 678

중국 내 예능 한류 열풍.
강호동의 인기 상승.

중국인이 좋아하는 '8'이라는
숫자가 포함되어 더욱 관심

실제로 중국인이 한국 방문 시

강호동이 지분을 소유한 강호동 678
을 찾아 식사를 많이 함.

최근 치킨 집으로도 영역을 확대



언어별 문화적 차이 - 영어

1	english
2	burger
3	taco
4	dumpling
5	curry
6	porridge
7	sandwich
8	pancake
9	samgyetang
10	sushi
11	rib
12	bibimbap
13	naan
14	sausage
15	chocolate
16	crab
17	tomato
18	garlic
19	burrito
20	waffle
21	ice cream
22	galbi
23	bulgogi
24	sashimi
25	tortilla
26	vegetarian
27	temple
28	salad bar
29	thai food
30	quesadilla
31	temple food

영어

비교적 서양음식이 많이 등장

- 햄버거, 소시지, 샌드위치, 팬케익
- 타코, 브리또, 또띠야, 퀘사디아
- 커리, 난
- 타이 음식

한국 음식은 비교적 쉬운 것만?

- 삼계탕
- 비빔밥
- 갈비, 불고기

일본 음식에 익숙? Or

일본 음식과 착각?

- 스시, 사시미 상위에 등장

채식주의자

- 동양 언어권에 없었던 채식주의자를 위한 단어 등장

문화의 영향



TEDDY BEAR MUSEUM®

일본어

자국내 발달한 캐릭터 산업

자국 브랜드에 대한 높은 충성도

중국어

국보인 '팬더'와 흡사한 곰

상당히 낮은 빈도의 리뷰
임팩트가 낮은 관광 명소

남산타워 리뷰 시 빈번하게 언급

인식의 차이

경복궁

일본어

전통을 중시하는 문화
→ 전통 관광 명소로의 인식

유사 크기의 관광지가 자국에 없음을 인지하고
관광 명소로 인정

중국어

자금성 (forbidden city)과 비교 대상으로 인식

자금성과의 비교에 대한 리뷰 위주
(자금성이 더 뛰어나다는 내용)

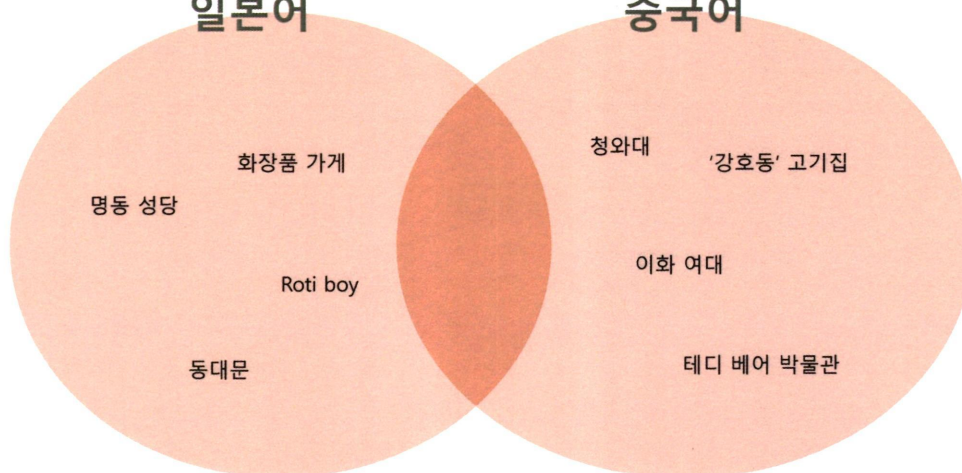
관광 명소의 경복궁

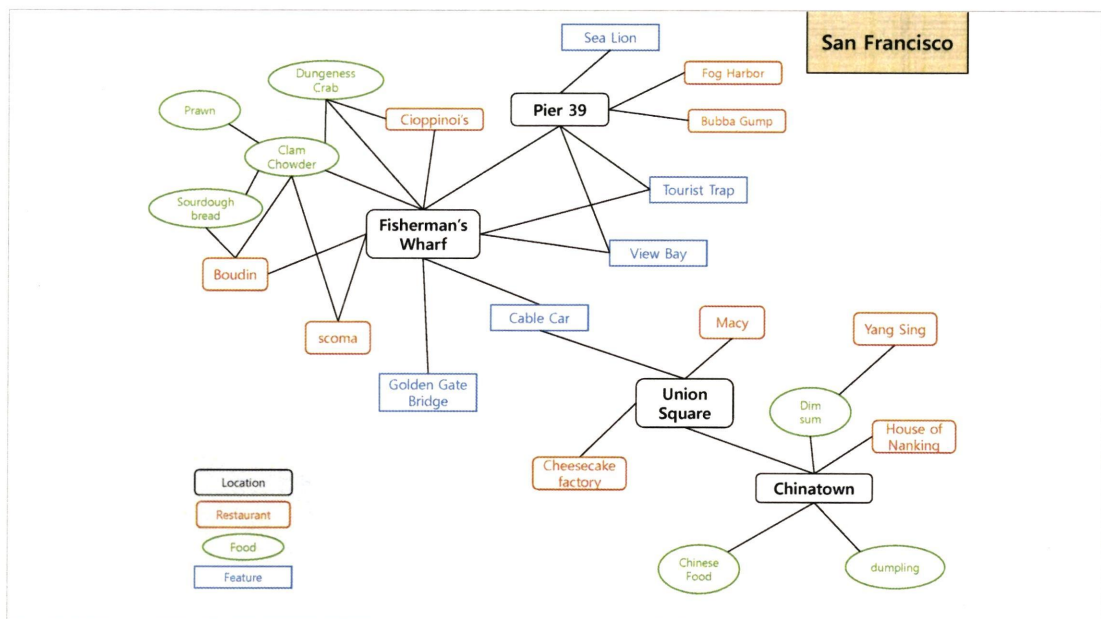
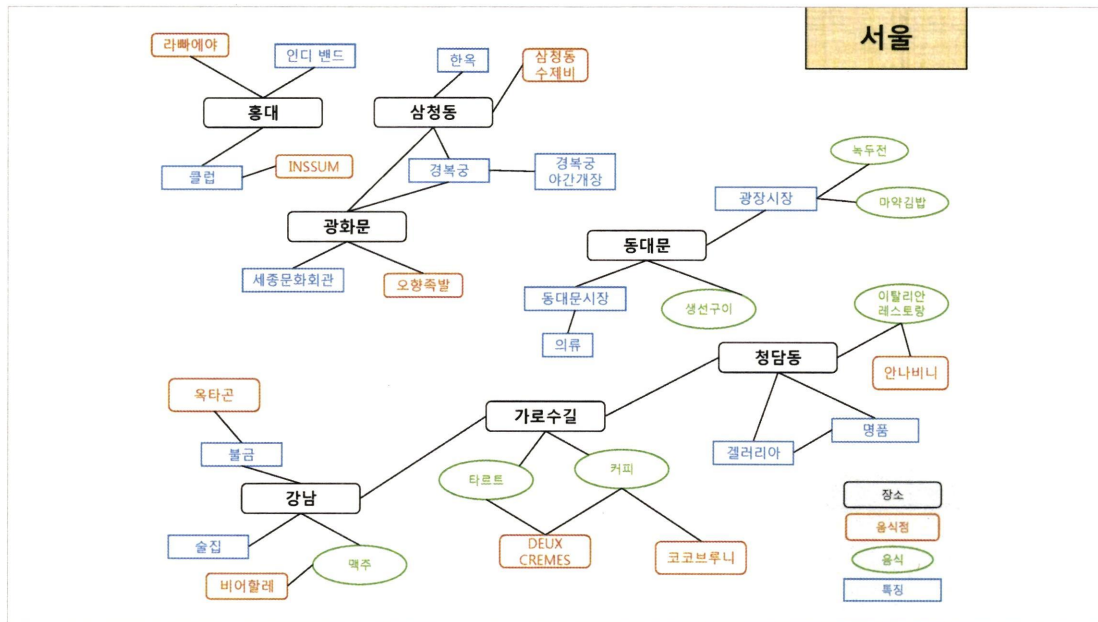
비교 대상의 경복궁

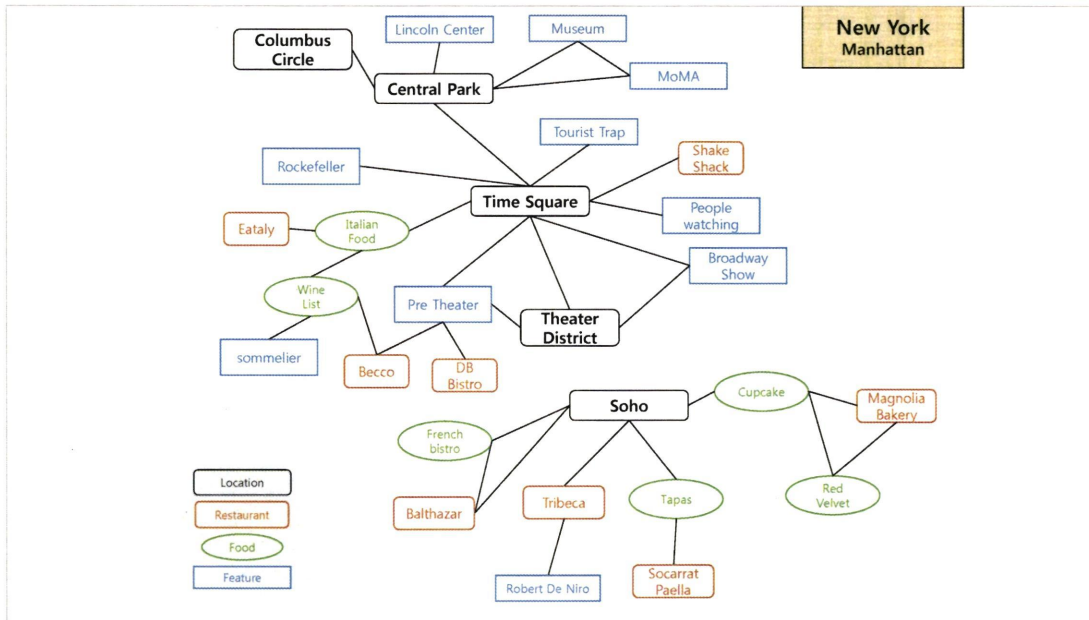
미디어의 영향

일본어

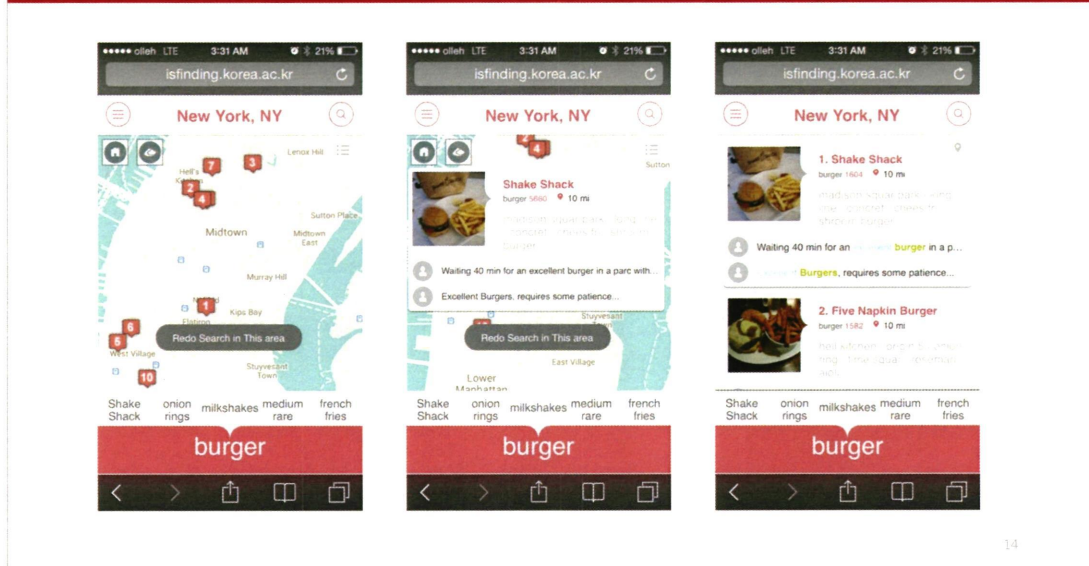
중국어



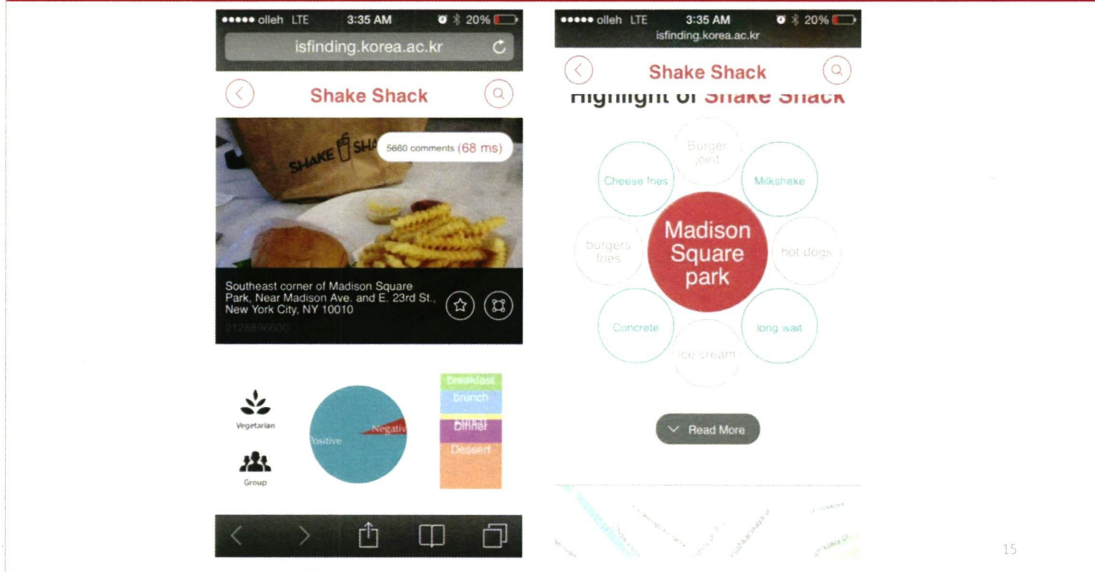




미국 음식점 검색 서비스 (개발중)



미국 음식점 검색 서비스 (개발중)



결론

- 나라별 문화적 차이로 인한 다양한 요구
 - 자국의 음식 문화
 - 각국의 정보 유통 구조 및 속도
 - 미디어의 영향
- 맞춤형 문화검색 서비스로 관광수요에 적극적으로 대응
 - 위치기반 검색서비스 (식당, 숙박, 행사, 관광지)
 - 컨센서스에 기반한 사용자 맞춤형 추천
 - 의견기반 직관적 네비게이션

결론

빅데이터 기반 스마트 한류

인 호 교수

고려대학교

[결론]

빅데이터 기반 스마트 한류

고려대학교
인 호 교수

빅데이터기반 한류 분석의 필요성

- 빅데이터분석을 통한 한류 소비자 이해
 - 기존 사업 경쟁력 제고
 - 신규 사업 아이디어 제시
 - 개별 한류 사업의 융복합화
 - 한류 소비자 행위 예측 및 유도
 - 한류 3.0 정책 및 상품/서비스 개발
- 한류 빅데이터 분석 도구 및 플랫폼 개발 필요

빅데이터기반 한류 분석의 제한점

- 빅데이터 분석의 목적을 분명히 해야 한다
- 방대한 데이터를 합법적으로 모을 수 있는 방법을 강구해야 한다
- 개인들은 개인정보 보호에 민감하므로 설득이 필요하다
- 빅 데이터 분석 또한 (많은) 비용이 들어간다
 - 모든 나라 또는 모든 언어를 모두 분석하는 것은 비싸다

결론

- 빅데이터를 활용한 **스마트 한류**는 한류소비자의 욕망을 이해하는 유용한 도구이며이를 잘 활용한다면 체계적으로 한류의 방향과 전략을 정하고 과학적으로 산업화 시키는데 일조할 것이다.
 - 빅데이터 기반 한류 시장 조사
 - 빅데이터 기반 한류 정책 연구
 - 빅데이터 분석 도구 및 플랫폼 개발
 - 빅데이터 기반 융복합 서비스 개발

질의 응답

[서론] 빅데이터기반 한류3.0 분석 방법

[1세션] 빅데이터 분석을 통한 체계적인 시장의 이해 2

[2세션] 영어/일본어/중국어 문화권에서 바라본

서울의 다양한 모습 (서울 관광객 리뷰 빅데이터 분석)

[결론] 빅데이터 기반 스마트 한류