

Monthly

HALLYU REPORT

월간한류리포트

2025년 3월호

02 2025년 2월 한류 콘텐츠산업 통계

08 한류 콘텐츠산업 주요 이슈

11 주목할 만한 한류 연관산업 이슈

12 기타_문화정책

13 3월 한류 동향 논평

15 문화체육관광 수출 동향

16 엔터/미디어 주가 동향

24 해외 공연 현황

조사 지역

· 총 9개국 | 아시아(대만, 말레이시아, 인도네시아) | 미주(콜롬비아)
유럽(이탈리아, 폴란드, 헝가리) | 중동(아랍에미리트) | 오세아니아(호주)

조사 방법

· 2025년 2월 한국국제문화교류진흥원 해외통신원 리포트,
글로벌 음원/OTT 스트리밍 집계 사이트 등 활용

조사 내용

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

문의

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

한국국제문화교류진흥원
문화교류연구센터

KOFICE
한국국제문화교류진흥원

ISSN 3022-0793

01

2025년 2월 한류 콘텐츠산업 통계



넷플릭스 TOP 10
TV(비영어) 부문 4위
<멜로무비>¹⁾

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

아시아

대만

'我們的浪漫電影(아문적낭만전영)'이라는 제목으로 공개된 <멜로무비>, 2월 16일 대만 넷플릭스 TV 프로그램 부문 6위로 진입해 말일까지 연속 차트인.* <태틀러 아시아(Tatler Asia)>는 반복되는 우연, 오해 등 로맨스 클리셰를 '아는 맛'으로 꼽으며 "〈그 해 우리는〉의 이나은 작가 차기작인 <멜로무비>는 〈그 해 우리는〉 2.0 버전 같다."고 언급. 그러면서도 최우식-박보영(고경 역-김무비 역), 이준영-전소니(홍시준 역-손주아 역) 두 커플의 청춘 로맨스에 주목²⁾

말레이시아

공개(214) 일일 말레이시아 넷플릭스 TV 프로그램 부문에 차트인한 <멜로무비>, 2월 기준 8위 기록.* <라이프스타일 아시아(Lifestyle Asia)>는 극중 여자 주인공으로 열연한 배우 박보영을 '로코 여왕'으로 주목하며 <조명가게>를 비롯한 필모그래피, 앰버서더 브랜드 등을 구체적으로 소개³⁾

인도네시아

<멜로무비>, 2월 16일 인도네시아 넷플릭스 TV 프로그램 부문 1위 등극해 2월 기준 4위 기록.* <CNN 인도네시아(CNN Indonesia)>는 2월 K-드라마 5선 중 하나로 <멜로무비>를 추천한 바 있음⁴⁾

* 플릭스패트롤(<https://flixpatrol.com>)

1) 넷플릭스, <https://www.netflix.com/tudum/top10/tv-non-english?week=2025-02-23>
2) <Tatler Asia> (2025. 2. 16). 「啊, 我好像在哪裡聽過這故事?」《我們的浪漫電影》6點評價: 套用所有青春浪漫公式, 但依然充滿魅力, <https://www.tatlerasia.com/lifestyle/entertainment/melo-movie-review-zh-hant>
3) <Lifestyle Asia> (2025. 2. 24). Park Bo-young net worth: Inside the fortune of the 'Melo Movie' actor, <https://www.lifestyleasia.com/kl/entertainment/celebrities/park-bo-young-net-worth-k-dramas-melo-movie-light-shop/>
4) <CNN Indonesia> (2025. 2. 22). 5 Rekomendasi Drama Korea Terbaru Tayang Februari 2025, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20250130130759-220-1192719/5-rekomendasi-drama-korea-terbaru-tayang-februari-2025>
5) CJ ENM (주)하이브미디어코프, 젤스톤픽처스
6) <UAE Moments> (2025. 2. 22). 'Melo Movie' is a Heartwarming Romantic K-Drama, <https://www.uaemoments.com/melo-movie-is-a-heartwarming-romantic-kdrama-718905.html>

중동

아랍에미리트

<UAE 모먼트(UAE Moments)>는 "감정의 롤러코스터로 안내할 K-드라마"라며 <멜로무비>의 극본, 연기, 영상미를 호평하고 2월 추천 콘텐츠로 소개⁵⁾



아랍에미리트 넷플릭스 TV 프로그램 부문 9위 <멜로무비>⁵⁾

“ 우민호 감독의 영화 <하얼빈>, 4주 연속 호주 박스오피스 안착 ”

오세아니아

호주

현빈 주연 영화 <하얼빈(HARBIN)>, 1월 23일 현지 개봉해 26개 상영관에서 상영. 2월 둘째 주까지 4주 연속 호주 박스오피스에 오르며 누적 매출액 10만 1,875달러(약 1억 4,963만 원) 기록**

** 박스오피스모조(https://www.boxofficemojo.com/weekend/2025W07/?area=AU&ref_o_we_nav)



영화 <하얼빈> 포스터⁵⁾

3월 케이팝 차트 / OTT 시리즈 순위

1주차

- (유비)
1위
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
4위
 지드래곤/TOO BAD
14위
 리사, Future(퓨처)/
 FXCK UP THE WORLD
23위
 지드래곤/DRAMA
36위
 제니, 도이치(Doechii)/ExtraL
41위
 리사, 도자 캣(Doja Cat), 레이(RAYE)/
 Born Again
55위
 지수/earthquake
88위
 베이비몬스터/DRIP
- (아티스트)
21위
 로제
42위
 리사
44위
 지드래곤
70위
 방탄소년단
96위
 블랙핑크

2주차

- (유비)
1위
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
4위
 제니/like JENNIE
23위
 제이홉, 미구엘(Miguel)/
 Sweet Dreams
28위
 제니, 두아 리파(Dua Lipa)/Handlebars
39위
 제니, 도이치(Doechii)/ExtraL
67위
 리사, 도자 캣(Doja Cat), 레이(RAYE)/
 Born Again
75위
 지수/earthquake
99위
 베이비몬스터/DRIP
- (아티스트)
14위
 제니
27위
 로제
70위
 방탄소년단

3주차

- (유비)
1위
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
13위
 제니/like JENNIE
80위
 르세라핌/HOT
82위
 제니, 도이치(Doechii)/ExtraL
- (아티스트)
24위
 제니
30위
 로제
70위
 방탄소년단

4주차

- (유비)
1위
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
19위
 제니/like JENNIE
21위
 제이홉/MONA LISA
98위
 베이비몬스터/DRIP
- (아티스트)
31위
 제니
35위
 로제
56위
 스트레이 키즈
67위
 방탄소년단
100위
 블랙핑크



- 2위**
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
10위
 지민/Who
32위
 위켄드(The Weeknd), 제니,
 릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
 One Of The Girls
33위
 제니, 도이치(Doechii)/ExtraL
34위
 리사, Future(퓨처)/
 FXCK UP THE WORLD
40위
 리사, 도자 캣(Doja Cat), 레이(RAYE)/
 Born Again

- 2위**
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
10위
 제니/like JENNIE
11위
 지민/Who
26위
 제니, 두아 리파(Dua Lipa)/Handlebars
29위
 제니, 도이치(Doechii)/Extra
36위
 위켄드(The Weeknd), 제니,
 릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
 One Of The Girls
37위
 제이홉, 미구엘(Miguel)/
 Sweet Dreams
76위
 리사, 도자 캣(Doja Cat), 레이(RAYE)/
 Born Again
86위
 제니, 도미닉 파이크(Dominic Fike)/Love
 Hangover
92위
 정국, 라토(Latto)/Seven

- 4위**
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
9위
 제니/like JENNIE
18위
 지민/Who
43위
 위켄드(The Weeknd), 제니,
 릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
 One Of The Girls
62위
 제니, 도이치(Doechii)/ExtraL
75위
 제니, 두아 리파(Dua Lipa)/Handlebars
84위
 제이홉, 미구엘(Miguel)/
 Sweet Dreams

- 2위**
 로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
9위
 제니/like JENNIE
12위
 지민/Who
27위
 제이홉/MONA LISA
35위
 위켄드(The Weeknd), 제니,
 릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
 One Of The Girls
60위
 제이홉, 미구엘(Miguel)/
 Sweet Dreams
69위
 제니, 도이치(Doechii)/ExtraL
76위
 정국, 라토(Latto)/Seven
88위
 제니, 두아 리파(Dua Lipa)/Handlebars
100위
 진/Running Wild

- (TV 프로그램)
8위
 <감자연구소>

- (TV 프로그램)
6위
 <폭삭 속았수다>

- (TV 프로그램)
4위
 <폭삭 속았수다>

- (TV 프로그램)
3위
 <악한영웅 Class 1>
5위
 <폭삭 속았수다>

2월 Top 50 내 K-콘텐츠*

*한국리서치 글로벌 OTT 인덱스 활용

- 넷플릭스 오리지널 한국 드라마 <중증외상센터>, 각국 톱 5에 최다 진입한 K-콘텐츠. 디즈니플러스 오리지널 <트리거>도 인기
- <보고타: 마지막 기회의 땅> 등 OTT 서비스 시작한 한국 영화 톱 50 진입

대만

· K-콘텐츠 8편 톱 50 진입. <중증외상센터>, <트리거> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
2	중증외상센터	The Trauma Code: Heroes on Call	2025	이도윤/최태강	메디컬
4	트리거	Unmasked	2025	유선동/김기량	스릴러, 범죄
6	조명가게	Light Shop	2024	김희원/강풀	미스터리, 스릴러
7	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
15	솔로지옥	Single's Inferno	2025	김재원 등	버라이어티
18	지옥에서 온 판사	The Judge from Hell	2024	박진표, 조은지/조이수	SF, 판타지, 액션
22	멜로무비	Melo Movie	2025	오충환/이나은	로맨스
28	보물섬	Buried Hearts	2025	진창규/이명희	드라마, 스릴러

말레이시아

· K-콘텐츠 9편 톱 50 진입. <중증외상센터>, <스터디그룹> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
1	중증외상센터	The Trauma Code: Heroes on Call	2025	이도윤/최태강	메디컬
4	스터디그룹	Study Group	2025	이장훈, 유범상/임선호, 오보현	청춘, 액션
9	오징어 게임	Squid Game	2024	황동혁	스릴러
10	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
13	멜로무비	Melo Movie	2025	오충환/이나은	로맨스
15	나의 완벽한 비서	Love Scot	2025	함준호, 김재홍/지은	로맨스
16	솔로지옥	Single's Inferno	2025	김재원 등	버라이어티
24	조폭인 내가 고등학생이 되었습니다	High School Return of Gangster	2024	이성택/정다희	성장
28	트리거	Unmasked	2025	유선동/김기량	스릴러, 범죄



싱가포르

· K-콘텐츠 11편 톱 50 진입. <중증외상센터>, <신데렐라 게임>, <트리거> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
1	중증외상센터	The Trauma Code: Heroes on Call	2025	이도윤/최태강	메디컬
2	신데렐라 게임	Cinderella Game	2024	이현경/오상희	복수
5	트리거	Unmasked	2025	유선동/김기량	스릴러, 범죄
6	솔로지옥	Single's Inferno	2025	김재원 등	버라이어티
7	스터디그룹	Study Group	2025	이장훈, 유범상/엄선호, 오보현	청춘, 액션
8	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
12	나의 완벽한 비서	Love Scout	2025	함준호, 김재홍/지은	로맨스
13	뉴토피아	Newtopia	2025	윤성현/한진원, 지호진	액션, 코미디, 로맨스
15	언더커버 하이스쿨	Undercover High School	2025	최정인/임영빈	범죄, 수사, 성장
20	멜로무비	Melo Movie	2025	오충환/이나은	로맨스
21	내 남편과 결혼해줘	Marry My Husband	2024	박원국/신유담	로맨스, 회귀, 복수



인도

· K-콘텐츠 1편 <오징어 게임> 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
27	오징어 게임	Squid Game	2024	황동혁	스릴러

인도네시아

· K-콘텐츠 10편 톱 50 진입. <중증외상센터>, <언더커버 하이스쿨> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
1	중증외상센터	The Trauma Code: Heroes on Call	2025	이도윤/최태강	메디컬
5	언더커버 하이스쿨	Undercover High School	2025	최정인/임영빈	범죄, 수사, 성장
6	나의 완벽한 비서	Love Scout	2025	함준호, 김재홍/지은	로맨스
9	스터디그룹	Study Group	2025	이장훈, 유범상/엄선호, 오보현	청춘, 액션
10	멜로무비	Melo Movie	2025	오충환/이나은	로맨스
13	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
19	사내맞선	Business Proposal	2022	박선호/한설희, 홍보희	로맨틱코미디
21	오징어 게임	Squid Game	2024	황동혁	스릴러
22	마녀	The Witch	2025	김태균/조유진	미스터리, 로맨스
26	트리거	Unmaksed	2025	유선동/김기량	스릴러, 범죄

일본

· K-콘텐츠 3편 <보고타: 마지막 기회의 땅>, <B컷>, <트리거> 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
14	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
20	B컷	B Cut	2022	김진영/김수인	영화(액션, 어드벤처)
28	트리거	Unmasked	2025	유선동/김기량	스릴러, 범죄

태국

· <중증외상센터> 포함 K-콘텐츠 7편 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
3	중증외상센터	The Trauma Code: Heroes on Call	2025	이도윤/최태강	메디컬
8	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
10	멜로루비	Melo Movie	2025	오충환/이나은	로맨스
12	언더커버 하이スクール	Undercover High School	2025	최정인/임영빈	범죄, 수사, 성장
20	마녀	The Witch	2025	김태균/조유진	미스터리, 로맨스
27	비공식작전	Ransomed	2023	김성훈/김정연, 여미정	영화(액션, 어드벤처)
29	독수리 5형제를 부탁해!	For Eagle Brothers	2025	최상열, 이진아/구현숙	가족

필리핀

· <언더커버 하이スクール> 포함 K-콘텐츠 11편 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
3	언더커버 하이スクール	Undercover High School	2025	최정인/임영빈	범죄, 수사, 성장
7	중증외상센터	The Trauma Code: Heroes on Call	2025	이도윤/최태강	메디컬
10	보고타: 마지막 기회의 땅	Bogota: City of the Lost	2024	김성제/황성구	영화(범죄, 드라마)
11	스터디그룹	Study Group	2025	이장훈, 유범상/엄선호, 오보현	청춘, 액션
18	오징어 게임	Squid Game	2024	황동혁	스릴러
20	멜로루비	Melo Movie	2025	오충환/이나은	로맨스
21	나의 완벽한 비서	Love Scout	2025	함준호, 김재홍/지은	로맨스
24	뉴토피아	Newtopia	2025	윤성현/한진원, 지호진	액션, 코미디, 로맨스
27	솔로지옥	Single's Inferno	2025	김재원 등	버라이어티
28	내 남편과 결혼해줘	Marry My Husband	2024	박원국/신유담	로맨스, 회귀, 복수
30	트리거	Unmasked	2025	유선동/김기량	스릴러, 범죄

02

한류 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 방송

등 돌린 한류 팬덤에 <사내맞선> 인도네시아 리메이크작 흥행 참패

인도네시아

SBS 월화드라마 <사내맞선> 리메이크한 인도네시아 영화 <A Business Proposal>, 2월 6일 개봉했으나 조기 상영종료 사태 발생. 원작에서 배우 안효섭이 열연한 남자 주인공(강태무 역)에 캐스팅된 2001년생 인도네시아 배우 아비자르 알-기파리(Abidzar Al-ghifari)가 “K-드라마 팬들은 광신적(Fanatik)”이라며 부정적 뉘앙스를 풍겨 한류 팬덤의 보이콧 촉발. 영화 제작사 팔콘 픽처스(Falcon Pictures)와 아비자르 알-기파리의 연이은 공개 사과문에도 한류 팬덤의 냉담한 반응으로 흥행 참패. IMDb 평점(10점 만점)은 최저점인 1점을 기록했고, 누적관객수는 약 2만 명에 그친 것으로 추정돼 인도네시아 내 한류 팬덤의 위력을 시사



SBS 월화드라마 <사내맞선> 포스터 (SBS)



<사내맞선> 인도네시아 리메이크작인 영화 <A Business Proposal> 포스터 (팔콘 픽처스 인스타그램 계정(@falconpictures))

해외통신원 리포트

인도네시아 <사내맞선> 리메이크 영화 폭망시킨 인도네시아 한류 팬덤의 위력

<https://url.kr/6xa1tj>

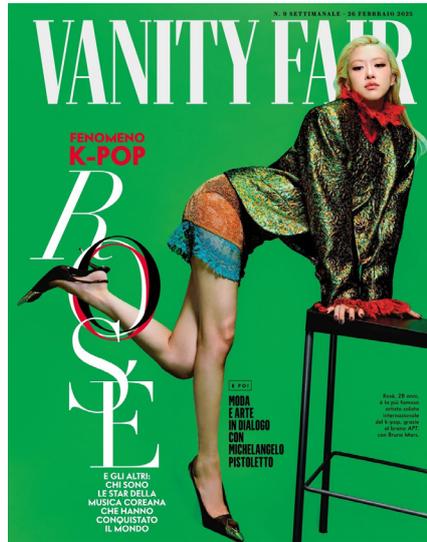
2. 케이팝

이탈리아 유명 매거진도 주목하는 케이팝의 문화적 영향력

이탈리아

《배너티 페어 이탈리아(Vanity Fair Italia)》 2025년 2월호, 표지에 블랙핑크 로제 앞세워 이탈리아 내 케이팝 현상(FENOMENO K-POP) 집중 조명. 2016년 데뷔부터 두 번의 코첼라 무대('19, '23), 브루노 마스(Bruno Mars)와의 협업, 첫 번째 정규앨범 <rosie> 발매까지 “좋아하는 일을 즐기면 결과가 좋아진다.”는 케이팝 스타 로제의 음악적 여정을 되짚음. <APT.> 신드롬의 주인공이기도 한 로제와의 인터뷰를 통해 케이팝은 수백만 명 단위의 팬덤 경계를 넘은 문화 확장 현상임을 강조. 한편 또 다른 지면에서는 케이팝에 대한 열정으로 한국으로 이주한 안나 마조네토(Anna Mazzonetto) 등 한국문화를 사랑하는 이탈리아 여성 4인을 소개⁷⁾

7) 《Vanity Fair Italia》 (2025. 2. 20). *Passione k-pop: storia di chi si è trasferita in Corea del Sud per amore di una cultura*, <https://www.vanityfair.it/article/k-pop-trasferirsi-corea-sud>



《배너티 페어 이탈리아》 2025년 2월호
표지를 장식한 로제
(Vanity Fair Italia)



한국문화를 사랑하는 이탈리아 여성 4인을 인터뷰한
《배너티 페어 이탈리아》⁷⁾

해외통신원 리포트

이탈리아 [언론분석] 케이팝으로 장식된 이탈리아 매거진 《Vanity Fair(배너티 페어)》

<https://url.kr/vggn91>

3. 영화

넷플릭스 서비스 시작한 한국 영화 <보고타: 마지막 기회의 땅>, 콜롬비아에서 인기

콜롬비아

한국 영화 최초 보고타 로케이션 작품인 <보고타: 마지막 기회의 땅>, 공개 후 7일 연속 콜롬비아 넷플릭스 영화 부문 1위 등극해 2월 기준 4위 기록. 콜롬비아 수도 보고타를 배경으로 한 최초의 한국 영화라는 점이 관람 포인트로 꼽힘. 보고타 시청은 “보고타 거리에서 촬영된 한국 영화를 만나보세요!”라며 홈페이지 문화 섹션에 <보고타: 마지막 기회의 땅>을 소개. 드라마 <빈센조>로 현지 인지도를 높인 배우 송중기의 출연과, 남미 배경 콘텐츠의 전형적 소재(마약)에서 벗어난 의류 밀수 시늬시스도 흥행요인으로 작용. 한편 <보고타: 마지막 기회의 땅>은 법률 제1556호(Ley No. 1556)가 적용된 첫 한국 영화로 콜롬비아 정부의 세금 할인 혜택을 받음. 영화산업의 지속가능한 성장을 위해 2012년 제정된 해당 법률은 국내외 제작사가 콜롬비아를 창작 허브로 선택하도록 지원 환경을 조성함. 콜롬비아 정부의 재정적 지원 속에서 <보고타: 마지막 기회의 땅>은 현지 배우 및 스태프와 협력하며 양국 영화산업 교류의 포문을 열



영화 <보고타: 마지막 기회의 땅> 포스터
(플러스엠 엔터테인먼트, ㈜영화사 수박, ㈜이디오플렌)

La Ley 1556 de 2012, que hace parte de la normatividad de fomento de la industria cinematográfica y audiovisual en Colombia, establece **dos incentivos** que promueven a Colombia como destino y locación de producciones de:

- 🎬 obras cinematográficas
- 📺 series
- 🎵 videos musicales
- 🎮 videojuegos
- 📺 realización audiovisual publicitaria

Incentivos

FFC **Contraprestación del Fondo Filmico Colombia (FFC):** es una devolución en efectivo equivalente al 40% de los gastos en servicios audiovisuales y al 20% de los gastos en servicios logísticos (hotelería, alimentación y transporte) contratados con personas naturales o jurídicas colombianas. Los recursos del FFC se asignan cada año en el presupuesto general de la nación.

CINA **Certificados de Inversión Audiovisual en Colombia (CINA):** son certificados con un valor equivalente al 35% de los gastos de producciones audiovisuales extranjeras en servicios audiovisuales y servicios logísticos (hotelería, alimentación y transporte) contratados con personas naturales o jurídicas colombianas. Los CINA son transferibles a personas declarantes del impuesto de renta en Colombia y funcionan como un descuento del impuesto de renta. El monto máximo de CINA que puede otorgarse se determina cada año por el Comité Promoción Filmica Colombia (CPFC).

제작비 환급(FFC)과 세금 할인(CINA) 혜택으로 구성된 콜롬비아 법률 제1556호에 의한 인센티브 (콜롬비아 영화위원회(Comisión Filmica Colombia))

해외통신원 리포트

콜롬비아 [통계자료] 영화 <보고타: 마지막 기회의 땅>, 넷플릭스를 타고 콜롬비아에서 인기 순항 중
<https://url.kr/iwnbsj>

03

주목할 만한 한류 연관산업 이슈

음식

인기 과일 등극한 K-품종

인도네시아



'2025 논산농식품 해외박람회' 포스터
(2025 논산농식품 해외박람회 인스타그램 계정
(@nonsanstrawberryfestjkt))

충남 논산시와 인도네시아 자카르타시, '2025 논산농식품 해외박람회' 공동개최(2.13.~16. 코타 카사블랑카 Kota Kasablanka). 태국 방콕(24.2.14.~16.)에서의 위상에 이어 논산딸기 판매량 18톤, 관람객 43만 명 기록. 케이크, 풍뉘 만들기 등 딸기 체험 외에도 <K팝스타2> 출신 방예담의 공연, 케이팝 커버댄스 경연대회 등 한류 콘텐츠 결합 프로그램을 선보임. 2월 15일에는 현지 유통 업체 6곳과 2,450만 달러(약 352억 원) 규모의 수출 업무협약을 체결하며 농식품 교류 활성화 추진. 가격 경쟁력 낮은 프리미엄 한국 딸기가 품질(당도, 식감)로 인도네시아 시장에서 우위를 점하며 인기인 가운데 현지 인플루언서가 아리향 딸기 먹방을 선보여 주목



폴란드

한국산 샤인머스켓, 건강한 라이프스타일을 추구하는 폴란드 소비자 사이에서 고급 과일로 호평. 18 브릭스(Brix) 이상의 달콤한 풍미에, 껍질째 먹는 포도라는 편리함을 더한 것이 선호 요인. 한국산 샤인머스켓 등 이국적 과일을 선물 상자에 담아 배달하는 현지 업체 '크레이지박스(CrazyBox)'는 K-품종 과일의 프리미엄 이미지 구축에 기여. 이외 폴란드 내 고급 레스토랑, 디저트 전문점에서도 한국산 샤인머스켓을 활용한 메뉴를 선보여 노출 효과를 확대함

Koreańskie winogrona

Waga: (800 g)

한국산 샤인머스켓을 판매하는
폴란드의 '크레이지박스'
(<https://crazy-box.pl/>)

해외통신원 리포트

인도네시아 인도네시아에 부는 한국산 딸기 열풍 <https://url.kr/cl69yl>

폴란드 폴란드에서 뜨거운 인기, 한국산 샤인머스켓 <https://url.kr/uzukyu>

04

기타_문화정책

문화 계승·보존 위해 1년 단위 프로젝트 추진하는 헝가리 정부

헝가리

헝가리 문화혁신부, 적극적인 문화유산 계승과 문화 다양성 보존을 목표로 '요카이 200 기념의 해' 선포(2.18. 발라톤피레드 Balatonfüred). 헝가리 소설가 요카이 모르(Jókai Mór, 1825~1904) 탄생 200주년 기념일로부터 1년간 문학, 예술, 학술 분야를 아우르는 대규모 프로젝트를 추진 중. 발라즈 한코(Balázs Hankó) 문화혁신부 장관은 개막식 기조연설에서 "우리에게 또 다른 요카이는 필요 없다. 그의 정신에 새로움을 더할 사람들이 필요하다."면서 대중에게 영감을 주는 것이 최종 목적임을 강조. 헝가리국립박물관 공공컬렉션 센터(MNMKK)가 디지털 전환한 요카이 유산 200점을 무료 공개하고, 헝가리국립은행(MNB)은 기념주화(액면가 3,000 포린트 및 2만 포린트)를 발행하는 등 관계기관이 적극 참여함. 이외 AI 구현(Jókai Lab), 공연, 낭독회, 영화 상영, 전시회, 학술대회 등 다채로운 이벤트가 준비될 예정



'요카이 200 기념의 해' 로고
('요카이 200 기념의 해' 홈페이지,
<https://200jokai.hu/>)



2월 18일 개막식에 참석한
헝가리 문화혁신부 장관 발라즈 한코
(헝가리 문화혁신부/Csiki Vivien)



2025. évi Jókai Mór ezüst emlékérmé, proof
- Jókai Mór születésének 200. évfordulója
tisztelőére

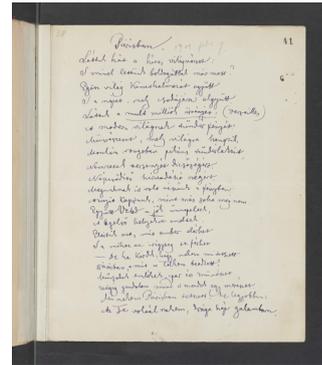
20.000 Ft



2025. évi Jókai Mór színesfém emlékérmé,
BU - Jókai Mór születésének 200.
évfordulója tisztelőére

3.000 Ft

요카이 모르 탄생 200주년 기념주화
(헝가리조폐공사(Magyar Pénzverő Zrt.))



디지털컬렉션 통해 총 73편의 요카이 모르
자필 문서 공개한 헝가리국립도서관
(헝가리국립도서관(OSZK) 디지털컬렉션 코피아(Copia),
<https://copia.oszk.hu/>)

해외통신원 리포트

헝가리 [문화정책/이슈] 헝가리 정부, 모르 요카이(Mór Jókai) 탄생 200주년 기념 '요카이 200 기념의 해' 개최

<https://url.kr/i7njxy>

05. 3월 한류 동향 논평

■ 한국 영상 콘텐츠에 대한 해외 반응 비교와 전략적 시사점

- 한국 드라마와 영화는 글로벌 시장에서 점점 더 큰 영향을 미치고 있지만 동일한 한국 콘텐츠라 하더라도 해외에서의 반응이 정반대로 나타나는 사례가 존재함. 인도네시아에서 개봉한 한국 드라마 <사내맞선>의 리메이크작이 현지 K-드라마 팬들의 반발로 흥행에 실패한 사례와 한국 영화 <보고타: 마지막 기회의 땅>이 콜롬비아에서 긍정적인 반응을 얻은 사례를 비교·분석하고, 이를 바탕으로 한국 영상 콘텐츠가 해외 시장에서 성공하기 위한 전략적 시사점을 도출하고자 함
- 인도네시아는 아시아에서 가장 큰 시장 중 하나로 태국 등 다른 동남아시아 국가에 비해 한류가 늦게 생성됐다는 특징이 있음. 한국 드라마 <사내맞선>의 현지 리메이크작이 인도네시아 K-드라마 팬들의 보이콧에 의해 흥행 참패한 사례는 글로벌 시장에서 K-콘텐츠가 단순히 리메이크되는 것만으로 성공을 보장할 수 없으며 현지 팬덤과의 관계가 매우 중요한 요소임을 시사함
- 실제 인도네시아 케이팝 팬덤은 가자 전쟁과 관련해 반미 움직임 일환으로 스타벅스, KFC, 피자헛 등에 대한 불매운동을 벌인 바 있는데 현지에서의 불매운동을 넘어 케이팝 아이돌에 대해서도 해당 기업의 제품을 대외적으로 소비하지 말 것을 요청하는 등 영향력을 행사하려고 함
- 한편 한국 영화 <보고타: 마지막 기회의 땅>은 콜롬비아를 배경으로 의류 밀수를 소재로 함. 기존에 중남미를 배경으로 한 외국 영화들이 주로 마약 범주를 다루었던 것과 달리 해당 영화는 차별화된 소재를 선택함으로써 현지 관객들에게 어필한 지점이 있음. 또한 <보고타: 마지막 기회의 땅>이 삶에 대한 태도, 미래에 관한 젊은이의 고뇌 등 일상성과 보편성을 담보한 서사라는 점이 한국과 콜롬비아의 문화 차이를 넘어설 수 있었던 배경으로 보임
- 콜롬비아 등 라틴 아메리카 지역에서 마약을 소재로 한 드라마를 지칭하는 '나르코노벨라스(narconovelas)'가 꾸준히 제작되며 인기 있는 편이나 현지 제작진이 아닌 외국 제작진이 이를 소재로 다루는 것에 있어서는 문화적 민감성이 요청된다고 할 수 있음. 일례로 2022년 넷플릭스 오리지널 한국 드라마 <수리남>이 공개된 이후 드라마 내용에 관해 수리남 정부에서 유감을 표시하는 등 해외 제작 드라마에 의해 마약 관련 국가로 재현되는 것에 대한 반감이 존재하는 것으로 추정됨

1) 현지 팬덤과의 관계 구축

- 글로벌 팬덤은 단순한 소비자가 아니라 콘텐츠의 성공 여부를 결정하는 중요한 주체임을 상기할 필요가 있음
- 현지 팬덤의 정서를 존중하고 긍정적인 커뮤니케이션을 유지하는 것이 필수적임
- 현지 배우나 제작진이 한국 콘텐츠에 대한 팬들의 기대를 이해하고 존중하도록 교육하는 과정이 필요함

2) 문화적 감수성 고려

- 해외 시장에서 성공하기 위해서는 단순한 콘텐츠 수출을 넘어 현지의 문화적 맥락을 고려해야 함
- <보고타: 마지막 기회의 땅> 사례처럼 전략 문화권에 따라 기존에 불편하게 여겨지던 소재를 피하고 차별화된 접근을 시도하는 것이 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있음
- 콘텐츠 기획 단계에서부터 현지 문화 전문가와 협력하는 것이 바람직함

3) 리메이크 및 현지화 전략 정교화

- 단순한 리메이크보다는 현지 팬들의 취향을 반영한 각색이 필요함
- 원작의 감성을 유지하면서도 현지 정서와 부합하는 스토리텔링 방식을 적용해야 함
- 리메이크 과정에서 원작 팬들의 의견을 수렴하는 것도 고려해야 함

■ 한국 과일의 글로벌 시장 확장과 인증제도 활용한 수출 활성화 방안

- 최근 한국산 과일이 해외 시장에서 높은 인기를 얻고 있음. 인도네시아에서 한국 딸기가, 폴란드에서는 샤인머스켓이 큰 관심을 받는 등 한국산 과일의 품질과 맛은 국제적 인정을 받고 있음. 한국 과일의 해외 시장 확대 현황과 관련해 프랑스 샴페인이나 이탈리아 나폴리 피자과 같은 원산지 인증제도와 연계해 한국 과일의 브랜드 가치를 높이는 방안을 제시하고자 함

1) 원산지 보호 인증(PGI, PDO) 도입

- 프랑스 샴페인이나 이탈리아 나폴리 피자처럼 지리적 표시 보호(Protected Geographical Indication, PGI)나 원산지 명칭 보호(Protected Designation of Origin, PDO) 인증을 획득하면 한국 과일의 정체성을 강화할 수 있을 것으로 예상함
- 'K-딸기' 또는 'K-샤인머스켓'에 대한 원산지 보호 인증을 추진함으로써 브랜드 가치를 높이고 해외 시장에서 차별화를 꾀할 수 있음

2) 유기농 및 글로벌 품질 인증 획득

- 농산물우수관리(Global G.A.P), 유기농 인증(Organic Certification) 등을 통해 한국 과일의 친환경적이고 안전한 생산 방식을 강조함으로써 신뢰도를 높일 수 있음
- 유럽 및 동남아 시장에서 이 같은 인증을 통한 경쟁력 강화가 필수적이라 사료됨

3) 가격 전략 및 부가가치 상품 개발

- 일본 유바리 멜론은 고급 과일로 인식되지만 지나치게 높은 가격으로 인해 대중적 소비가 어렵다는 단점이 있음. 한국산 딸기와 샤인머스켓도 고급화 전략을 유지하면서도 보다 합리적인 가격 정책을 수립할 필요가 있음
- 물류 및 유통 비용으로 인해 생과일의 가격을 낮추기 어렵다면 가공품 개발을 통해 가격 접근성을 높일 수 있음. 예를 들어 유바리 멜론을 활용한 젤리, 과자, 스팀 케이크 등의 상품처럼 한국 딸기와 샤인머스켓도 잼, 건조 과일, 디저트 등의 형태로 상품화해 새로운 시장을 개척할 수 있을 것임

4) 패키지 디자인 및 홍보 전략

- 일본에서는 각 지역의 특산물을 홍보하기 위해 캐릭터를 활용하는 방식을 적극적으로 도입하고 있음. 한국 과일도 친근한 캐릭터 디자인을 개발해 브랜딩에 활용할 수 있음
- 프랑스와 이탈리아는 세련된 패키지 디자인을 통해 고급스러움을 강조하는 전략을 취하고 있음. 한국산 과일도 글로벌 소비자들에게 어필할 수 있도록 심미적이고 차별화된 디자인을 도입해야 함
- 소셜미디어 등 디지털 마케팅을 활용해 소비자에게 한국 과일의 고급스러운 이미지와 우수한 품질을 강조하는 전략이 요구됨



PALLINI LIMONCELLO



PALLINI LIMONZERO



LIMONCELLO CREAM

이탈리아 레몬 리큐어 '리몬첼로' 제품 디자인
(<https://limoncellopallini.com/>)



배를 캐릭터화한
치바현 후나바시시의 '후넛시'
(船橋市)



파를 캐릭터화한
사이타마현 후카야시의 '훗카짱'
(深谷市)

06. 문화체육관광 수출 동향

■ 음반, 영화·사진 수출 동향*

문화체육관광 '25년 1월 수출액은 2.1억 달러(약 3,043억 995만 원), 무역수지는 3.8억 달러(약 5,506억 3,710만 원) 적자 기록
수출 '24년 1월 대비 17.0% ▼, 전월 대비 21.0% ▼

음반 '25년 1월 수출액은 13백만 달러(약 188억 3,590만 원), 주요 11개 문화체육관광 품목 중 6.2% 차지
수출 '24년 1월 대비 10.3% ▼, 전월 대비 40.5% ▼

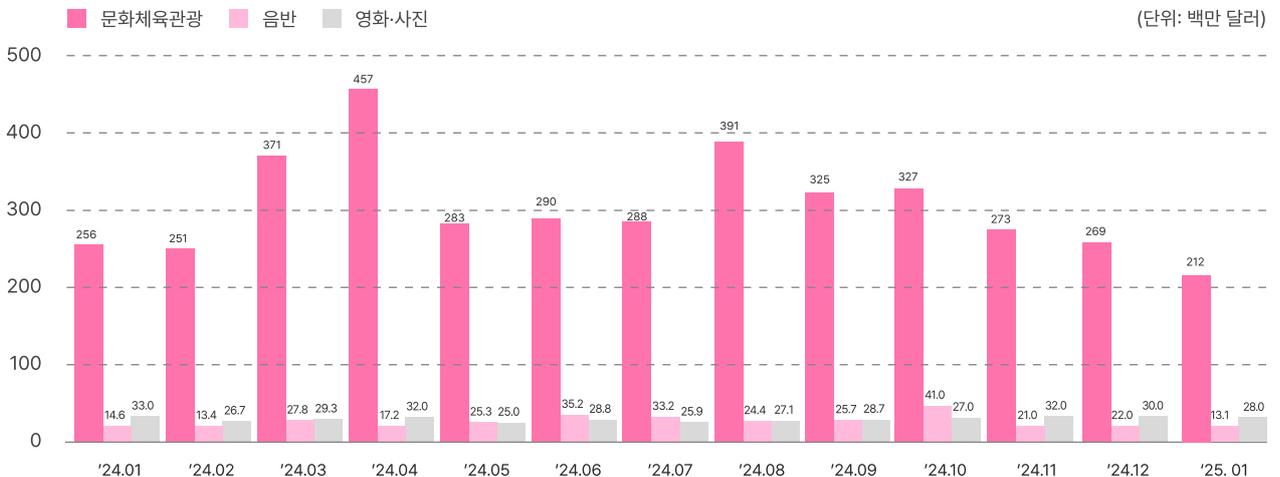
영화·사진 '25년 1월 수출액은 28백만 달러(약 405억 5,686만 원), 주요 11개 문화체육관광 품목 중 13.2% 차지
수출 '24년 1월 대비 15.2% ▼, 전월 대비 6.6% ▼

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

(단위: 백만 달러)

기간	전체 수출액	문화체육관광 수출액	음반 수출액	영화·사진 수출액
'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
'24년 8월	57,834	391	24.4	27.1
'24년 9월	58,775	325	25.7	28.7
'24년 10월	57,500	327	41.0	27.0
'24년 11월	56,321	273	21.0	32.0
'24년 12월	61,369	269	22.0	30.0
'25년 1월	49,128	212	13.1	28.0

문화체육관광 수출액('24. 1.~'25. 1.)



* 현 수출액에는 온라인 수출이 포함되지 않았으며, 2025년 1월을 기준으로 집계했으므로 해석에 주의 필요

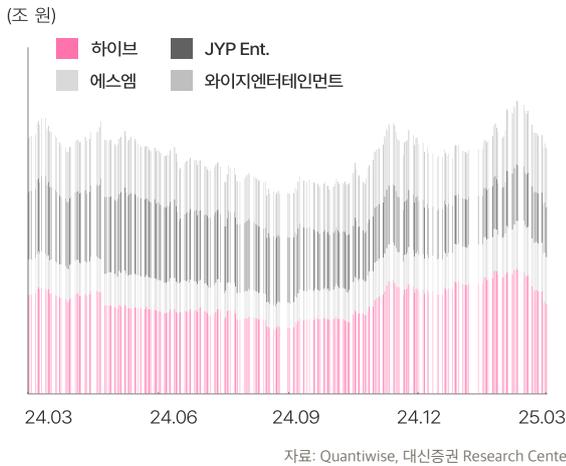
※ 자료 : 한국문화관광연구원(2025). 「문화체육관광 월간동향」 2025년 1~2월호, 한국문화관광연구원(2024). 「문화체육관광 월간동향」 2024년 4월~12월호, 한국문화관광연구원(2023, 2024). 「문화체육관광분야 수출입 동향보고」 2023년 1~12월, 2024년 1~3월호, 관세청(2024). 「수출입통관자료」.

07. 엔터/미디어 주가 동향 (2025. 2. 19.~3. 20.)

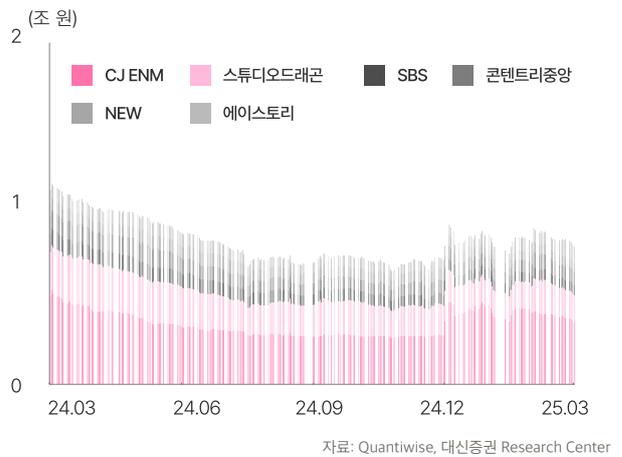
■ 코스피 +0.3% / 코스닥 -5.5% vs 엔터 -2.4% / 미디어 +6.4%

- 시장** 분석기간 코스피(+0.3%)와 코스닥(-5.5%)은 부진한 흐름. 국내외 증시는 미국 스태그플레이션 우려와 관세 정책 격화로 인한 경계 심리로 등락을 반복. 미시간대 소비자심리지수 하락, 기대 인플레이션 상승, S&P 서비스업 지수 확정치 49.7 하향 조정 등 미국의 경기 둔화를 가리키는 지표들이 연이어 발표된 영향임. 특히 코스닥 지수는 동기간 -5.5%를 기록했는데, 금리에 민감한 제약바이오 기업들의 투자 심리가 위축되며 지수 하방 압력으로 작용. 4월 2일 미국이 예고한 상호관세 폭격 등 국내 증시를 위협할 만한 변수들이 아직 남아 있는 상태로 단기적 변동성을 보일 전망. 다만 반도체, IT가전, 화학, 소매 유통 등 경기에 민감하고 중국 익스포저가 있는 업종을 중심으로 이익 추정치가 상향 조정되는 점을 감안했을 때 실적 발표 시즌이 시작되는 4월 중순부터는 반등세를 보일 것으로 기대
- 엔터** 동기간 엔터 4사의 평균 주가 상승률은 -2.4%로 부진한 수익률을 기록. 하이브 -5.8%, 에스엠 +2.1%, JYP Ent. -23.2%, 와이즈엔터테이먼트 +17.1% 기록. 시장 기대치를 크게 상회한 와이즈엔터테이먼트의 경우 블랙핑크 월드투어 일정 공개에 따라 +17.1%를 기록했으나, JYP Ent.는 4분기 부진한 실적을 발표하며 엔터 업종 하락을 주도. '25년 1분기 탄핵심판 선고가 예상되는 가운데 탄핵 기각 시 한한령 해제 무산으로 이어질 수 있다는 우려로 변동성이 큰 모습
- 미디어** 미디어 8사의 합산 시총은 3.26조 원에서 3.44조 원으로 +5.4% 상승. 팬엔터테인먼트 +34.9%, 스튜디오드래곤 +16.5%, 에이스토리 +14.6% 등 3개 기업이 10%대를 상회하는 상승을 보이면서 미디어 업종 상승을 주도. 대작 드라마의 흥행과 한한령 해제 기대감이 주가 상승의 모멘텀으로 작용

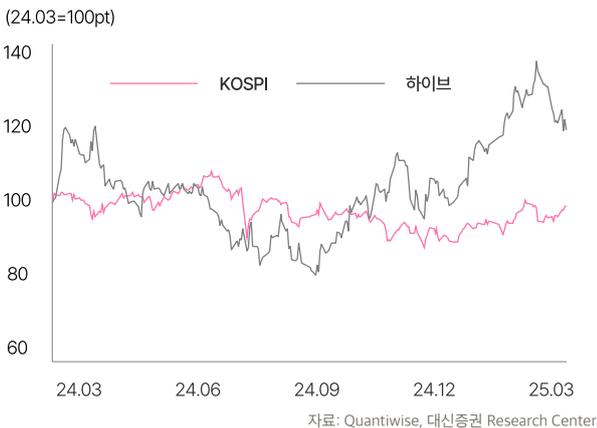
엔터 4사 합산 시가총액 추이



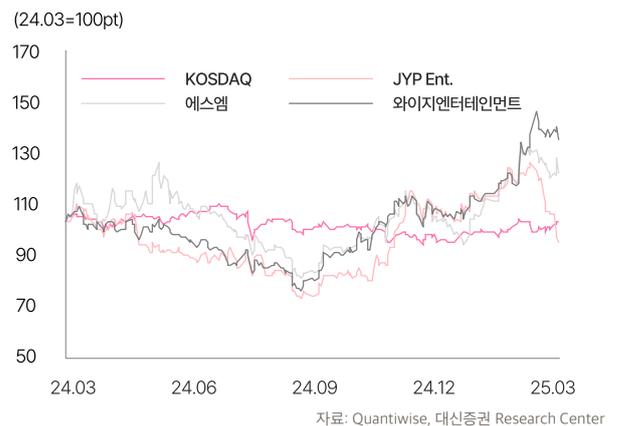
미디어 8사 합산 시가총액 추이



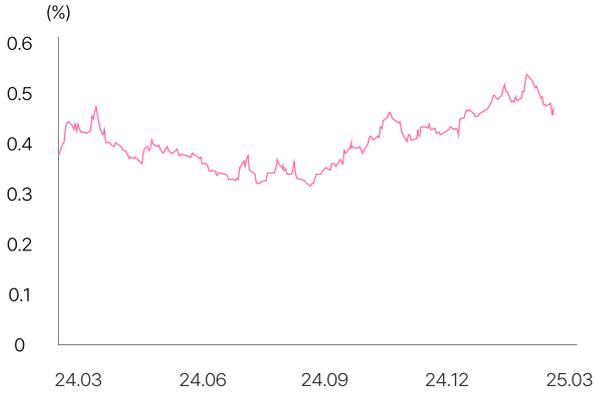
코스피 vs 하이브 상대 수익률



코스닥 vs 엔터주 상대 수익률

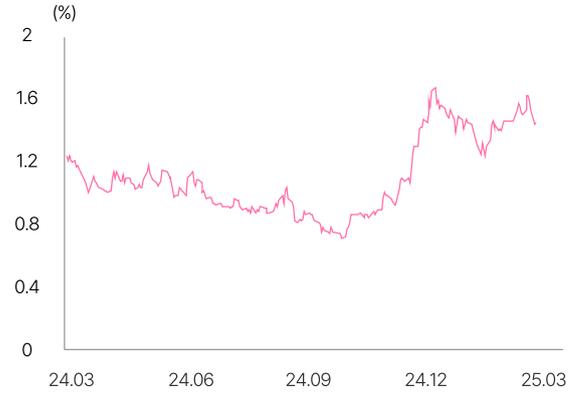


코스피 내 하이브 시가총액 비중



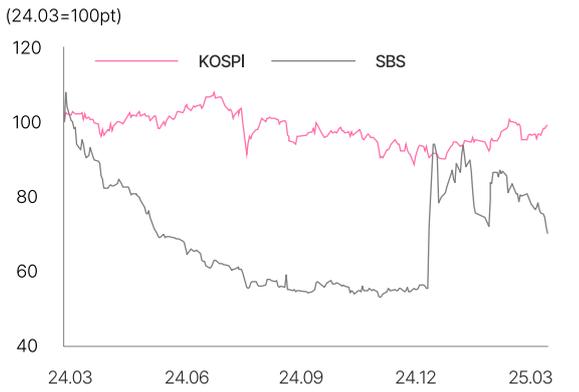
자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

코스닥 내 엔터주 시가총액 비중



자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

코스피 vs SBS 상대 수익률



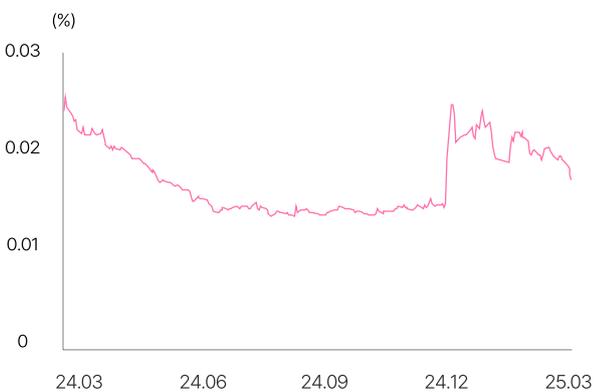
자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

코스닥 vs 미디어주 상대 수익률



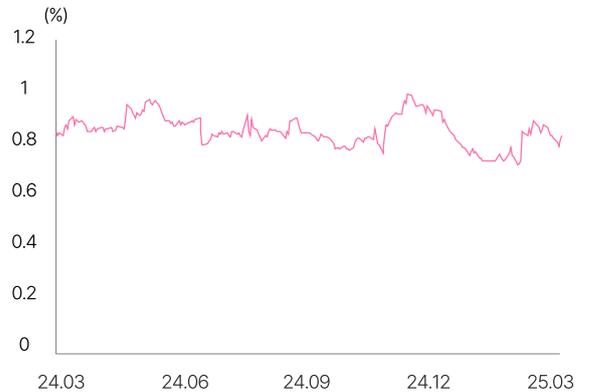
자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

코스피 내 SBS 시가총액 비중



자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

코스닥 내 미디어주 시가총액 비중



자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

■ 엔터: 변동성 확대 구간으로 단기적 조정세

· 분석기간 엔터 업종의 평균 수익률은 -2.4%로 코스닥(-5.5%) 대비 아웃퍼폼했으나 지난 10월부터 이어진 상승세가 주춤했다는 점에 서 고민이 많아진 시기로 전환. 특히 하이브 -5.8%, 에스엠 +2.1%, JYP Ent. -23.2%, 와이즈엔터테인먼트 +17.1% 등 개별 이슈에 따라 수익률 편차가 크게 확대되는 구간으로 변동성이 큰 모습. 단기적으로 '25년 시작되는 공연과 MD 중심의 빅사이클을 확인할 만한 내 용이 제한적이기 때문에 상대적으로 매크로 환경과 이슈에 따른 영향이 클 수밖에 없는 상황. 4분기 실적 발표의 내용에 따라 엔터사 별 수익률이 큰 차이를 기록

· 가장 높은 수익률을 기록한 엔터사는 와이즈엔터테인먼트. 4분기 실적도 긍정적이었으며 무엇보다 블랙핑크의 공연 일정이 발표되 며 '25년부터 '26년까지 이어지는 실적 고성장세가 가시화됨. 현재까지 공개된 규모는 베뉴 최대 모객수 기준 104만 명. 이는 회당 모 객수 6만 명대로 전 월드투어 대비 2배가량 성장해 시장 기대치(4만 명 초반)를 크게 상회. 시장의 예상치는 180~200만 명 수준이나 240만 명 이상의 모객이 예상돼 여전히 저평가돼 있는 것으로 판단. 2분기에 블랙핑크의 추가 공연 일정이 발표될 것으로 예상되므 로 주가와 실적 모두 우상향할 것으로 기대

· 베이비몬스터, 트레저의 성장세도 긍정적인 흐름을 지속. 4분기는 베이비몬스터의 정규앨범 발매 후 6개의 뮤직비디오가 발표돼 영 업적자가 예상됐으나 팝업스토어 흥행 및 응원봉 출시가 수익성 개선으로 이어지며 어닝 서프라이즈를 기록. 올해 신인급으로는 이 레적으로 베뉴 최대 모객수 기준 43만 명 규모의 월드투어가 매진세를 이어가고 있음. 여기에 신규 지역 응원봉 판매 호조가 기대되 며 3~4월에 진행 중인 일본 팝업스토어를 통해 시장 기대치를 상회한 상반기 실적이 기대됨. 3월 7일 발매된 트레저의 신보는 우려와 달리 전작 대비 +11% 성장. 하반기 시작될 월드투어는 지역 확장을 통해 전 월드투어 대비 1.5~2배 수준의 성장세를 보일 전망으로 추가 실적 상향 조정도 기대해 볼 수 있음

· JYP Ent.의 경우 실적 발표 이후 하락세를 지속하며 분석기간 -23.2%를 기록. 연초부터 주가 상승을 주도했던 기관과 외인 수급은 3 개월 누적 기준 순매도세로 전환. 이는 4분기 방영된 <더딤따라> 관련 제작비 47억 원이 일회성으로 발생했으며, MD 내재화 과정에 서 수익성이 크게 저하됐기 때문. 실적 발표 이후 '25년 및 '26년 영업이익 컨센서스는 각 -6.7%, -5%로 하향 조정됨. 다만 '25년 스트 레이 키즈의 서구권 중심 대규모 월드투어가 진행될 예정으로 MD 수익성은 2분기부터 다시 회복될 전망

· 하이브도 -5.8%로 코스피 대비 부진한 수익률을 기록. 어도어 관련 법무비용 및 주식보상비용을 스톡옵션에서 양도제한조건부주식 (Restricted Stock Unit, RSU)으로 변경하며 일회성 비용이 발생해 시장 기대치를 하회한 실적을 발표했기 때문. 다만 매출 단에서는 기대치를 크게 상회했는데 올해 핵심 키워드인 공연과 MD 부문에서 호실적을 기록해 긍정적으로 평가됨. 이는 세븐틴의 서구권 수 요가 높아 미국 공연 티켓 평균판매단가(Average Selling Price, ASP)가 높아진 영향이며 지역 확장에 따른 MD 판매 호조에도 기인. '25년 세븐틴, 엔하이픈, 투모로우바이투게더의 공연 규모 성장이 기대되며 하반기에는 BTS 완전체 컴백이 예정돼 있음. 다수의 모멘 텀이 하반기 집중돼 있어 상대적 관심이 낮아진 모습이나 하반기에 근접할수록 강세를 보일 것으로 기대

· 에스엠의 경우 3월 한한령 해제 기대감과 무산 우려가 혼조세를 보이며 보험세를 기록. 3월 초 언론 보도에 따르면 중국은 국내 반중 시위 관련 우려를 표명. 왕이 외교부장의 방한 일정이 무산돼 한한령 해제 기대감이 우려로 전환. 다만 중국 텐센트 뮤직의 4분기 실 적 발표에서 에스엠 및 카카오엔터테인먼트와 음반원 유통 계약을 갱신하고 아티스트 공연 및 상품을 포함하는 파트너십을 확대했다 는 내용이 발표되며 재차 기대감을 갖는 모습. 여전히 불확실성이 존재해 단기적으로 높은 변동성 보일 전망. 한편 지난 2월 21일 에스엠은 디어유의 지분 11.4%(기존 지분율 31.2%→42.6%)를 추가 취득 공시. 취득 예정일은 3월 24일로 2분기부터 디어유 실적이 에스엠 연결 실적에 포함될 것으로 예상. 올해 디어유는 중국 최대 음원 플랫폼 텐센트 뮤직과 신규 서비스를 론칭할 계획으로 가파른 실적 개선세가 예상

엔터 4사 2025년 1분기 발매 음반

소속사	아티스트	발매일	구분	비고
HYBE	세븐틴(부석순)	2025.1.8.	싱글 2집	초동 53만 장, 전작 대비 -13%
	여자친구	2025.1.13.	스페셜 앨범	초동 5.4만 장
	BTS(제이홉)	2025.3.7.	디지털 싱글	12시간 라이브 누적재생 2,700만 회로 역대 최다 조회수 기록
	세븐틴(호시X우지)	2025.3.10.	싱글 1집	
	르세라핌	2025.3.14.	미니 5집	
	투어스	2025.4.21.	미니 3집	
	세븐틴	2025.5.21.	미정	
SM	SMTOWN	2025.2.14.	스페셜 앨범	2월 15.3만 장, 전작 동기간 판매량 대비 -25%
	디어앨리스	2025.2.21.	디지털 싱글	
	하츠투하츠	2025.2.24.	싱글 1집	초동 40.9만 장, 역대 걸그룹 데뷔 초동 1위
	레드벨벳(슬기)	2025.3.10.	미니 2집	
	엔시티(텐)	2025.3.24.	미니 2집	
	엔시티 위시	2025.4.14.	미니 2집	
	라이즈	2025.5.	정규 1집	
JYP	키클립	2025.1.20.	미니 1집	27.7만 장, 역대 보이그룹 데뷔 초동 6위
	니쥬	2025.2.5.	미니 1집(JP)	
	있지(예지)	2025.3.10.	솔로 1집	
	엔믹스	2025.3.17.	미니 4집	
	엑스디너리 히어로즈	2025.3.24.	미니 6집	
	니쥬	2025.3.31.	싱글 2집	
	트와이스	2025.5.14.	미니 5집(JP)	
YG	트레저	2025.3.7.	스페셜미니	초동 72만 장, 전작 대비 +11%

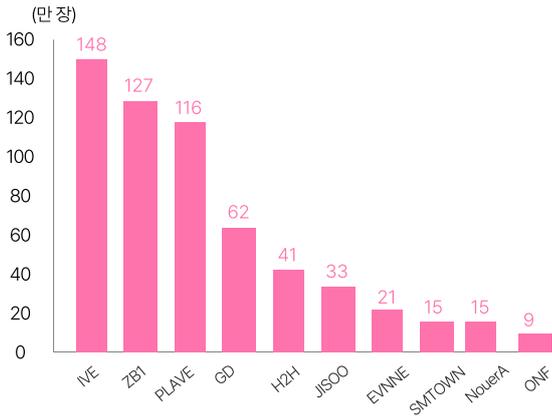
자료: 언론 보도, X, 위버스, 대신증권 Research Center

블랙핑크 2025 월드투어 공개일정

국가	지역	장소	일자	규모	회차	모객수
한국	경기	고양종합운동장	2025.7.5.~6.	4만 석	2회	8.0만 명
미국	LA	소파이 스타디움	2025.7.12.	7만 석	1회	7.0만 명
미국	시카고	솔저 필드	2025.7.18.	6.3만 석	1회	6.3만 명
캐나다	토론토	로저스 스타디움	2025.7.22.	5.0만 석	2회	10.0만 명
미국	뉴욕	시티 필드	2025.7.26.	4.2만 석	2회	8.4만 명
프랑스	파리	스타드 드 프랑스	2025.8.2.	8.1만 석	2회	16.2만 명
이탈리아	밀라노	이포드로모 스나이 라 마우라	2025.8.6.	8만 석	1회	8.0만 명
스페인	바르셀로나	에스타디 올림피크	2025.8.9.	5.6만 석	1회	5.6만 명
영국	런던	웬블리 스타디움	2025.8.15.	9만 석	2회	18.0만 명
일본	도쿄	도쿄 돔	2026.1.16 ~18.	5.5만 석	3회	16.5만 명
합계			평균 회당 모객수	6.1만 석	17회	104만 명

자료: YG, 언론 보도, 대신증권 Research Center

2025년 2월 음반판매량



자료: 씨클차트, 대신증권 Research Center

2025년 3월 초동판매량



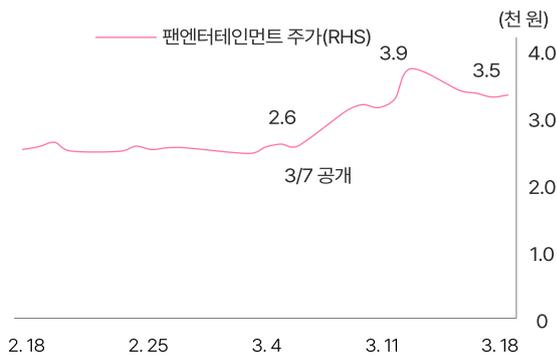
자료: 씨클차트, 대신증권 Research Center

■ 미디어: 대작의 영향력과 한한령 해제에 대한 기대감

- 동기간 팬엔터테인먼트 +34.9%, 스튜디오드래곤 +16.5%, 에이스토리 +14.6%, 콘텐츠리중앙 +2.7%, CJ ENM -0.5%, NEW -1.4%, 삼화네트웍스 -2.3%, SBS -13.2% 등 미디어 업종 시총은 +5.4%. 12월은 시장 대비 크게 부진, 1월은 반등 성공, 2월은 시장 대비 아웃퍼폼. 이번 달 미디어 업종 추가 상승의 키워드는 대작의 영향력과 한한령 해제에 대한 기대감임
- 우선 추가 상승폭이 가장 컸던 팬엔터테인먼트는 제작비 약 600억 원이 투입된 것으로 알려진 넷플릭스 오리지널 드라마 <꼭씩 속았수다>의 글로벌 흥행 영향으로 +34.9% 상승. 전형적으로 대작의 성과에 반응하는 모습. 2월 19일 이후 2,600원선에서 큰 주가 변동이 없다가 3월 7일 작품이 공개된 후 플릭스패트를 집계 기준 넷플릭스 TV 프로그램 부문 6위에 오르면서 3월 10일 하루에만 +22.1% 상승. 이후 순위가 5위권 내 자리하면서 3월 14일 기준 주가는 공개 전 대비 +48.6% 상승
- 이와 대비되는 모습이 스튜디오드래곤의 주가와 제작비 500억 원 수준이 투입된 것으로 알려진 <별들에게 물어봐>의 시청률. <별들에게 물어봐>는 1월 4일 1화 시청률 3.3%로 시작 후 2화 3.9%까지 상승했으나 5화 1.8%로 하락, 이후 평균 2% 수준의 낮은 시청률을 달성. 주가는 작품 방영 직후인 1월 6일 -1.2% 하락 후, 2월 3일까지 -11.8% 하락
- 시청률 또는 인지도에 따라 제작사의 주가가 변동하는 이유는 제작비 회수 여부와 중장기 수익성에 영향을 미치기 때문. <별들에게 물어봐>와 같은 동시방영(TV-글로벌 OTT)의 경우 글로벌 OTT가 제작비의 상당 부분을 지급하는 구조로 계약해 수익성 측면에서 긍정적임. 그러나 제작비의 나머지를 차지하는 TV 방영권료는 시청률에 연동해 기본 지급 또는 할증과 패널티가 각각 적용되기 때문에 시청률이 부진할 경우 제작비의 100% 회수가 어려울 수 있어 단기 주가에 부정적
- <꼭씩 속았수다>와 같은 글로벌 OTT 오리지널 작품의 경우에는 제작비 대비 일정 수준의 마진을 보장받고 공급하는 구조여서 사실상 이익이 확정됐다고 볼 수 있음. 다만 글로벌 순위와 같은 흥행 지표를 통해 향후 시리즈물로의 발전 가능성 및 동제작사의 차기 작품 공급 가능성 등을 판단할 수 있기 때문에 흥행 지표 역시 단기 주가에 영향을 미치는 요소
- 스튜디오드래곤이 <별들에게 물어봐>의 시청률 부진으로 주가 하락을 겪은 후 2월 20일 하루에만 +18.3% 급등하고 이번 분석기간 동안 +16.5%의 상승을 보인 것은 한한령 해제에 대한 기대감에 기인. 일부 언론을 통해 한한령 해제에 대한 가능성이 언급되면서 2월 20일 에이스토리 +30%, 콘텐츠리중앙 +24.7%, NEW +16.1%, 스튜디오드래곤 +18.3% 등 미디어 8개사 모두 상승. 당일 코스피는 -0.7%, 코스닥은 -1.3% 하락

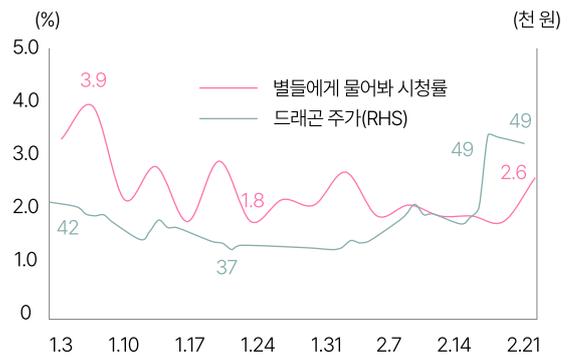
- 한한령 해제 가능성은 그동안 꾸준히 제기된 사항. tvN, JTBC, SBS에서 방영된 구작 18편이 '22년과 '23년에 걸쳐 아이치이, 유쿠, 텐센트, 비리비리 등 중국 OTT에 정식 공급됨. '24년 하반기 G20 회의에서 한중 정상회담, 문체부 장관의 중국 방문, 국회의장의 시진핑 주석 미팅 및 답방 가능성, 중국 문화협력단의 한국 방문 가능성 등 한한령 해제 가능성이 제기되면서 미디어 업종 상승
- 동기간 SBS는 -13.2% 하락하면서 미디어 업종의 전반적인 상승과 대비되는 모습을 보임. SBS는 1월 <나의 완벽한 비서>가 최고 12%의 시청률을 달성했고 넷플릭스에 동시방영으로 판매됐으며 후속인 <보물섬>도 디즈니플러스 동시방영 및 8회 12.3%의 좋은 시청률을 보이면서 두 작품 모두 SBS의 장기 평균 시청률 10.4%를 상회하고 있으나 이번 분석기간 큰 폭으로 하락. 이는 SBS가 넷플릭스와 파트너십을 체결했다는 소식에 지난 12월 23일, 24일 이틀에 걸쳐 +69% 급등한 것에 대한 차익실현 때문. 이번 분석기간 업종 내 가장 큰 폭의 하락을 보였지만 여전히 12월 19일 대비로는 +26.6% 상승한 수준. 넷플릭스와의 파트너십이 실제로 나타나기 시작한다면 다시 상승세로 전환할 것으로 전망
- TV 광고는 지난 2년간의 부진에서 벗어나 회복을 준비 중이고 제작 물량은 증가하고 리콥율(제작비 대비 판권 비율)은 상승 가능성이 높기 때문에 '25년 미디어 업종 실적과 주가 전망은 양호. 여기에 한한령이 해제된다면 실적 및 주가에 플러스알파로 작용할 것으로 전망

<폭삭 속았수다> 공개 전후 팬엔터테인먼트 주가



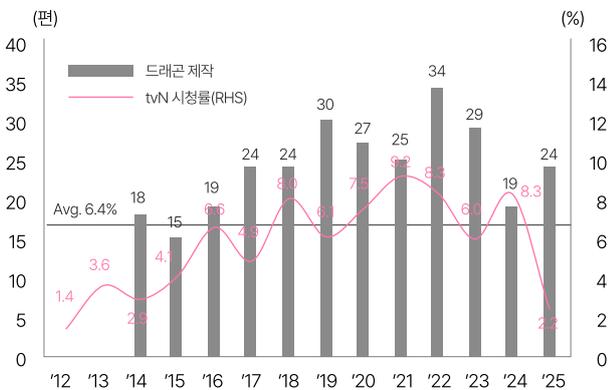
자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

<별들에게 물어봐> 시청률과 스튜디오드래곤 주가



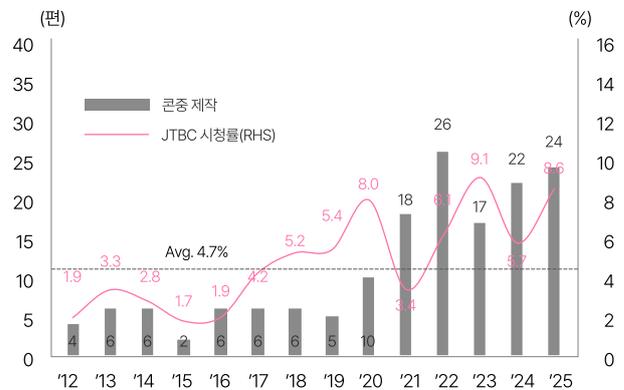
자료: AGB Nielsen, 대신증권 Research Center

스튜디오드래곤 드라마 제작편수 및 tvN 평균 시청률



자료: 스튜디오드래곤 IR, AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

콘텐츠리중앙 드라마 제작편수 및 JTBC 평균 시청률

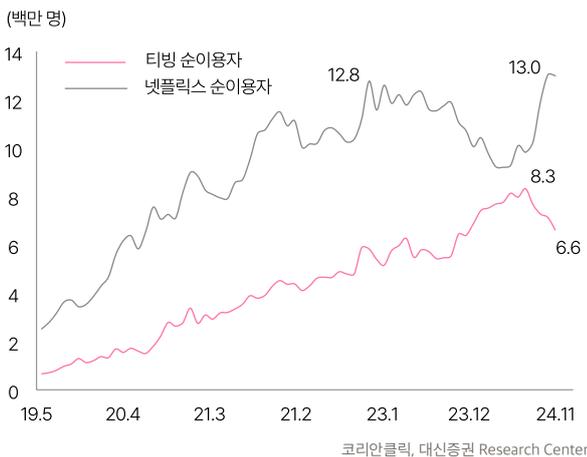


자료: 콘텐츠리중앙 IR, AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

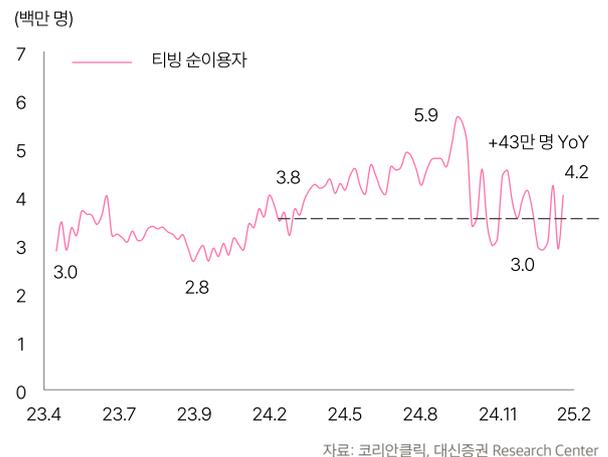
■ 글로벌 OTT: <오징어 게임>의 넷플릭스와 프로야구의 티빙

- '25년 2월 코리안클릭 기준 넷플릭스의 순이용자(안드로이드, iOS 합산)는 1,298만 명. 1월 대비 4만 명 감소했지만 여전히 역대 최고 수준이고 '24년 11월 대비 +274만 명 증가한 수준. '24년 12월 166만 명, '25년 1월 111만 명이 증가한 이유는 '24년 12월에 공개한 <오징어 게임> 시즌 2의 영향. 넷플릭스는 '25년 1월에 공개한 4Q24 실적의 주주서한(Shareholder Letter)에서 역대 최고 재무실적과 가입자 실적을 달성한 원인 중 하나로 <오징어 게임> 시즌 2를 언급. <오징어 게임> 시즌 2 공개로 시즌 1 역주행이 나타났고 '25년 6월에는 시즌 3가 공개될 예정. <오징어 게임>으로 인한 넷플릭스의 가입자 증가 추세 형성
- 반면 코리안클릭 기준 티빙의 순이용자는 '25년 2월 662만 명으로 '25년 1월 대비 53만 명 감소. 지난 '24년 10월 834만 명의 역대 최고 가입자 달성 후 172만 명 누적 감소. 티빙은 누적 감소는 24년부터 프로야구 독점 생중계를 시작했고 '24년 10월 프로야구 정규 시즌이 종료되면서 가입자 이탈이 나타난 것으로 분석. 비록 4개월간 172만 명이 이탈했지만 프로야구 효과로 '24년 1월부터 10월까지 278만 명이 증가했기 때문에 다시 프로야구 시즌이 시작되면 가입자는 회복될 것으로 전망
- 실제로 3월 16일 주간 티빙 순이용자를 보면 421만 명으로 주간 115만 명 증가. 프로야구 시범 경기 시작에 따른 가입자 유입이 발생한 것으로 추정되며 3월 22일 프로야구 '25년 시즌이 개막되기 때문에 3월 24일 주간에는 가입자 증가 속도가 더 빨라질 것으로 전망(월간 가입자수와 주간 가입자수의 산정 방식이 상이해 주간 가입자수는 증감 추이를 파악하는 용도로만 활용)

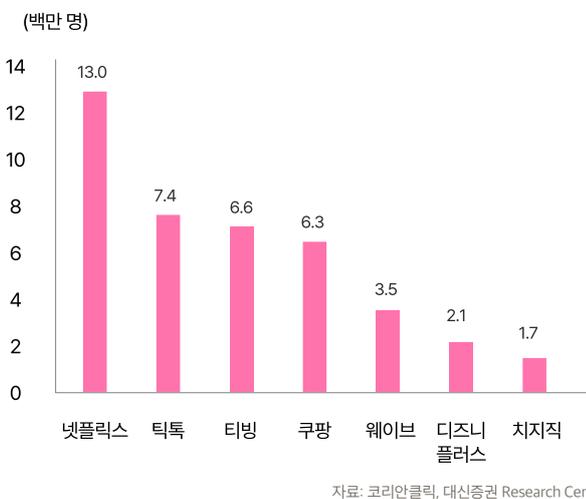
티빙 순이용자 vs 넷플릭스 순이용자(2025년 2월)



티빙 순이용자(주간, 3월 16일 기준)



OTT 순이용자(2025년 2월)



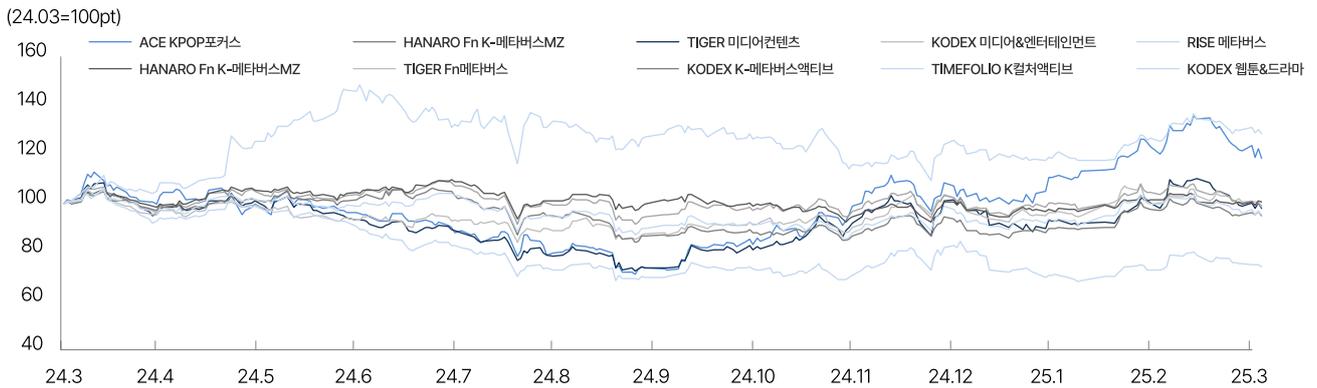
OTT 월평균 이용시간(2025년 2월)



■ ETF

- 엔터/미디어가 포함된 국내 ETF는 총 10개. 동기간 수익률은 ACE KPOP포커스 -2.7%, HANARO Fn K-POP&미디어 -0.8%, TIGER 미디어컨텐츠 -1.9%, KODEX 미디어&엔터테인먼트 -1.7%, TIGER Fn메타버스 -5.1%, KODEX K-메타버스액티브 -2.5%, HANARO Fn K-메타버스MZ -0.8%, RISE 메타버스 -4.4%, KODEX 웹툰&드라마 +1%, TIMEFOLIO K컬처액티브 +1.7%
- 동기간 업종별 수익률 순위는 화장품>미디어>엔터>인터넷>게임 순. 화장품, 미디어 업종의 경우 한한령 해제 수혜 기대감이 반영되며 양호한 수익률을 기록. 반면 엔터 업종의 경우 연초부터 한한령 해제 기대감이 상대적으로 언더퍼폼하는 모습. 분석기간 특징은 실적 발표 시즌에 따라 산업 내 개별 종목 간 수익률 편차가 크게 확대되었다는 점. 엔터 업종의 경우 JYP -23.2%, YG +17.1%로 편차가 크며 인터넷 업종에서도 카카오 +9.5%, SOOP -22.4% 기록

엔터/미디어 ETF 상대 수익률



자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

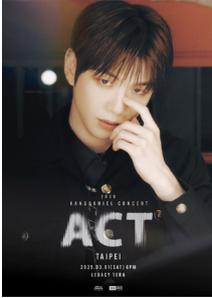
08. 해외 공연 현황 (2025. 3. 1.~31.)

· 22개국 60개 지역에서 한류스타 콘서트 134회 개최

· 규현, 김재중, 민호, 베이비몬스터, 스트레이 키즈, 에스파, 엔시티 127, 제니, 제이홉, 지수, 태민, 태연, 투모로우바이투게더 등

※ 기타 해외 공연

고스트나인(3.2. 미국 뉴저지, 3.3. 독일 함부르크/3.5. 쾰른, 3.12. 네덜란드 암스테르담, 3.14. 프랑스 파리), 아르테미스(3.28. 미국 시카고/3.31. 인디애나폴리스), 엑스지(3.8.~9. 일본 후쿠오카/3.15.~16. 오사카, 3.21. 중국 항저우/3.23. 상하이/3.26. 베이징/3.28. 청두), 엔하이픈(3.1. 필리핀 불라칸), 예성(3.2. 마카오, 3.7.~8. 대만 타이베이), 온라인오브(3.29. 캐나다 토론토/3.31. 몬트리올), 원위(3.21. 베트남 호치민), 이준호(3.1.~2. 브라질 상파울루), 인피니트(3.1. 홍콩), 저스트 비(3.29. 일본 도쿄/3.30. 오사카), 제이비(3.2. 필리핀 마닐라, 3.9. 대만 타이베이, 3.19. 일본 도쿄), 케플러(3.5.~3.6. 일본 가나가와, 3.15. 마카오), 크래비티(3.8. 마카오), 티파니영(3.22. 베트남 호치민) 콘서트 개최

한류스타	일자	장소	티켓가	규모	공연명
강다니엘 (콘서트)	3.1.	대만 (타이베이, 레거시 테라)	NTD5,600~2,300 (약 24만 7천 원 ~10만 1천 원)	약 2천 석	 2025 KANGDANIEL CONCERT <ACT>
	3.5.~6.	일본 (요코하마, 요코하마 분타이)	JPY24,000~16,000 (약 23만 2천 원 ~15만 5천 원)	약 5천 석	 KYUHYUN 10th Anniversary Asia Tour <COLORS> IN JAPAN
규현 (콘서트)	3.15.	태국 (방콕, MCC 홀 더 몰 방카피)	THB6,500~2,500 (약 28만 1천 원 ~10만 8천 원)	약 4천 석	
	3.22.	마카오 (코타이, 런더너 아레나)	MOP1,699~999 (약 30만 9천 원 ~19만 1천 원)	약 6천 석	

3.15.~16. 일본
(지바, 마쿠하리 멧세
국제전시장 1-3 홀)

JPY13,200
(약 12만 8천 원)

약 1만 석

김재중
(콘서트)



2025 KIM JAE JOONG
Asia Tour Concert J-Party
<Home>

3.22.~23. 마카오
(코타이, 브로드웨이 씨어터)

MOP1,799~1,099
(약 32만 6천 원
~19만 9천 원)

약 2천 2백 석

민호
(콘서트)

3.8. 마카오
(코타이, 브로드웨이 씨어터)

MOP1,688~788
(약 30만 7천 원
~14만 3천 원)

약 2천 2백 석



2024-25
MINHO CONCERT
<MEAN : of my first>

3.16. 필리핀
(마닐라, 뉴 프론티어 씨어터)

PHP11,499~5,799
(약 29만 1천 원
~약 14만 7천 원)

약 2천 3백 석

3.2. 미국
(LA, 기아 포럼)

USD399.50
~59.50
(약 58만 원
~8만 6천 원)

약 1만 7천 석

베이비몬스터
(콘서트)

3.14.~16. 일본
(가나가와, 피아 아레나 MM)

JPY28,000~9,900
(약 27만 1천 원~
9만 6천 원)

약 1만 2천 석



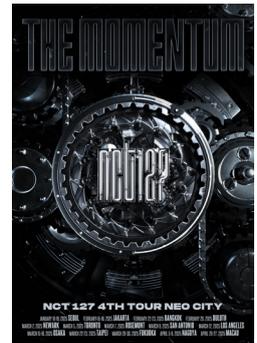
2025 BABYMONSTER
1st WORLD TOUR
<HELLO MONSTERS>

3.22.~23. 일본
(아이치, 포트 멧세 나고야
전시장 1 홀)

약 1만 5천 석

보이넥스트도어 (콘서트)	3.15.	싱가포르 (싱가포르, 아레나 엑스포 7 홀)	SGD298~178 (약 32만 5천 원 ~19만 4천 원)	약 1만 5천 석	 BOYNEXTDOOR TOUR <KNOCK ON Vol.1>
	3.22.	필리핀 (마닐라, 아라네타 콜리세움)	PHP13,250~3,710 (약 33만 6천 원 ~약 9만 4천 원)	약 1만 6천 석	
	3.29.	태국 (방콕, 썬더 돔)	THB6,500~2,800 (약 28만 원 ~12만 원)	약 1만 5천 석	
스트레이 키즈 (콘서트)	3.27.~28.	칠레 (산티아고, 에스타디오 비센테 나리오 라 프롤리다)	USD308.725 ~65.240 (약 44만 8천 원 ~9만 5천 원)	약 2만 5천 석	 Stray Kids World Tour <dominate>
에스파 (콘서트)	3.2.	영국 (런던, OVO 아레나 웹블리)	GBP317.75 ~261.76 (약 60만 3천 원 ~49만 7천 원)	약 1만 2천 석	 2024-25 aespa LIVE TOUR <SYNK: PARALLEL LINE>
	3.4.	프랑스 (파리, 제니스 드 파리-라 빌레트)	EUR205.00~73.00 (약 32만 6천 원 ~11만 6천 원)	약 6천 석	
	3.6.	네덜란드 (암스테르담, AFAS 라이브)	EUR207.20~ (약 33만 원~)	약 6천 석	
	3.9.	독일 (프랑크푸르트, 마이티켓 센테니얼 홀)	-	약 2천 석	
	3.12.	스페인 (마드리드, 모비스타 아레나)	-	약 1만 5천 석	

3.2.	미국 (뉴어크, 프루덴셜 센터 뉴저지)	USD261~171 (약 39만 1천 원 ~25만 원)	약 1만 6천 석
3.5.	캐나다 (토론토, 스코샤뱅크 아레나)	-	약 1만 9천 석
3.7.	미국 (로즈몬트, 올스테이트 아레나)	USD79.50~49.50 (약 11만 6천 원 ~7만 2천 원)	약 1만 8천 석
3.9.	미국 (샌안토니오, 프로스트 뱅크 센터)	-	약 1만 9천 석
엔시티 127 (콘서트)			
3.12.	미국 (LA, 크립토닷컴 아레나)	-	약 2만 석
3.15.~16.	일본 (오사카, 교세라 돔)	JPY25,800 ~14,800 (약 25만 4천 원 ~14만 6천 원)	약 5만 5천 석
3.22.~23.	대만 (타이베이, NTSU 아레나)	NTD7,680~3,880 (약 34만 원 ~17만 1천 원)	약 1만 5천 석
3.29.~30.	일본 (후쿠오카, 웨스트 재팬 종합 전시 센터)	JPY25,800 ~14,800 (약 25만 4천 원 ~14만 6천 원)	약 7천 석



NCT 127 4TH TOUR
<NEO CITY
- THE MOMENTUM>

3.9. 일본
(오사카, 제프 오사카
베이사이드) 약 1천 2백 석

JPY19,800~
13,200
(약 19만 2천 원
~12만 8천 원)

3.11. 일본
(가나가와, KT 제프 요코하마) 약 2천 석

여자친구
(콘서트)

3.14. 홍콩
(아시아월드-엑스포 런웨이 11) 약 3천 8백 석

HKD1,899~999
(약 35만 5천 원
~약 18만 1천 원)



GFRIEND 10th
Anniversary
<Season of Memories>

3.22. 대만
(가오슝, 가오슝 뮤직 센터) 약 6천 석

NTD6,500~2,900
(약 28만 6천 원
~12만 8천 원)

3.29. 대만
(타이베이, 타이베이
뮤직 센터) 약 5천 석

제니
(콘서트)

3.6~7. 미국
(LA, 피콕 씨어터) 약 7만 1천 석



JENNIE
<The Ruby Experience>

3.10. 미국
(뉴욕, 라디오 시티 뮤직 홀) 약 6천 석

USD620~101
(약 90만 6천 원
~14만 8천 원)

			USD995~73 (약 145만 원 ~10만 7천 원)	약 1만 9천 석
3.13.~14.	미국 (뉴욕, 바클리스 센터)			

			USD2,000~59.50 (약 292만 원 ~8만 7천 원)	약 1만 4천 석
3.17.~18.	미국 (시카고, 올스테이트 아레나)			

제이홉 (콘서트)			USD4,880~1,708 (약 712만 9천 원 ~250만 원)	약 2만 6천 석
	3.22.~23.	멕시코 (멕시코시티, 팔라시오 데 로스 데스포르테스)		



j-hope Tour
<HOPE ON THE STAGE>

			USD1,300~79.50 (약 190만 원 ~11만 6천 원)	약 1만 9천 석
3.26.~27.	미국 (샌 안토니오, 프로스트뱅크 센터)			

			USD6,325~78.50 (약 924만 원 ~11만 5천 원)	약 1만 9천 석
3.31.~4.1.	미국 (오클랜드, 오클랜드 아레나)			

3.14.	필리핀 (마닐라, 스마트 아라네타 콜리세움)	PHP13,000~3,500 (약 33만 2천 원 ~9만 원)	약 1만 6천 석
3.15.	태국 (방콕, 퀸 씨리깃 국립 컨벤션센터)	THB7,500~2,800 (약 32만 6천 원 ~12만 1천 원)	약 6천 석
3.17.~18.	일본 (사이타마, 사이타마 수퍼 아레나)	JPY33,000 ~15,000 (약 32만 5천 원 ~14만 8천 원)	약 3만 7천 석
지수 (콘서트)	3.21.~22. 마카오 (코타이, 갤럭시 아레나)	MOP1,988~788 (약 36만 3천 원 ~14만 4천 원)	약 1만 6천 석
3.23.	대만 (타이베이, 메세 타오위안)	NTD7,300~3,800 (약 32만 4천 원 ~16만 9천 원)	약 5천 석
3.28.~29.	홍콩 (아시아월드 아레나)	HKD1,988~788 (약 37만 4천 원 ~14만 8천 원)	약 1만 4천 석
3.30.	베트남 (하노이, 마이 딘 실내 육상 경기장)	VND4,800,000 ~500,000 (약 27만 5천 원 ~2만 9천 원)	약 4만 석



2025 JISOO ASIA TOUR
: <LIGHTS, LOVE,
ACTION!>

3.1. 룩셈부르크
(에슈쉬르알제트, 락할) EUR255~70
(약 40만 6천 원 ~11만 1천 원) 약 6천 5백 석

3.3. 독일
(뮌헨, 톤할레) EUR283.90~80
(약 45만 1천 원 ~12만 7천 원) 약 2천 석

3.4. 독일
(함부르크, 그로스 프라이하이트) 약 1천 6백 석

3.6. 영국
(런던, 인디고 앳 디 오투) GBP277.50~75.90
(약 52만 7천 원 ~14만 4천 원) 약 2만 석

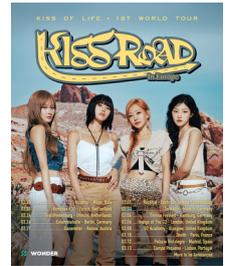
키소브라이프
(콘서트)

3.8. 스코틀랜드
(글래스고, 오투 아카데미 글래스고) GBP285.50
~75.90
(약 54만 1천 원 ~14만 4천 원) 약 2천 5백 석

3.10. 프랑스
(파리, 제니스 파리) EUR276.50~67.50
(약 44만 원 ~10만 7천 원) 약 6천 석

3.12. 스페인
(마드리드, 팔라시오 비스탈레그레) EUR80.50~69.50
(약 12만 8천 원 ~11만 원) 약 1만 5천 석

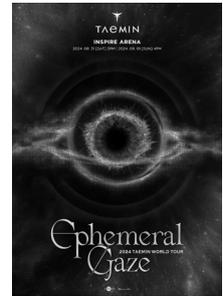
3.13. 포르투갈
(리스본, 캄포 페케노) EUR250~70
(약 40만 원 ~11만 1천 원) 약 9천 석



2024-25
KISS OF LIFE
1ST WORLD TOUR
<KISS ROAD>

3.4.	핀란드 (헬싱키, 헬싱키 아이스 홀)	EUR172.5~69 (약 27만 4천 원 ~1만 원)	약 8천 석
3.7.	독일 (프랑크푸르트, 슈타트할레 오펜바흐)	EUR130~110 (약 20만 7천 원 ~17만 5천 원)	약 3천 석
3.9.	영국 (런던, 트록시)	GBP135~95 (약 25만 6천 원 ~18만 원)	약 3천 석
3.11.	네덜란드 (틸뷔르흐, 음악 공연장 013)	EUR130~85 (약 20만 7천 원 ~13만 5천 원)	약 3천 석
3.12.	프랑스 (파리, 제니스 파리)	EUR170~90 (약 27만 원 ~14만 3천 원)	약 6천 석
3.15.	벨기에 (브뤼셀, ING 아레나)	EUR280~45 (약 44만 5천 원 ~7만 1천 원)	약 1만 5천 석
3.18.	영국 (맨체스터, AO 아레나)	GBP145~80 (약 27만 5천 원 ~15만 1천 원)	약 2만 1천 석
3.22.	미국 (호놀룰루, 블레이즈델 아레나)	USD30.55 (약 4만 4천 원)	약 8천 8백 석

태민
(콘서트)



2024-25 TAEMIN
WORLD TOUR
<Ephemeral Gaze>

3.16. 대만 (타이베이, 타이베이 돐) NTD6,680~1,880 (약 30만 원 ~8만 3천 원) 약 6만 석

태연
(콘서트)



3.29. 필리핀 (마닐라, SM 몰 오브 아시아 아레나) PHP14,000~3,500 (약 35만 8천 원 ~9만 원) 약 2만 석

TAEYEON CONCERT
- The TENSE

3.12.~13. 일본 (가나가와, K-아레나 요코하마) JPY27,000~16,000 (약 26만 6천 원 ~15만 8천 원) 약 2만 석

3.20. 스페인 (바르셀로나, 팔라우 산 조르디) EUR385~71.50 (약 61만 2천 원 ~11만 4천 원) 약 1만 7천 석

투모로우바이
투게더
(콘서트)

3.22. 영국 (런던, O2 아레나) GBP208.40 (약 40만 원) 약 2만 석



TOMORROW
X TOGETHER
WORLD TOUR
<ACT : PROMISE>
- EP. 2

3.27. 독일 (베를린, 우버 아레나) EUR453.75~75.25 (약 72만 1천 원 ~12만 원) 약 1만 4천 석

3.30. 프랑스 (파리, 아코르 아레나) EUR166.50~88.40 (약 26만 5천 원 ~14만 원) 약 2만 석

	3.11.	미국 (시애틀, 더 무어 씨어터)	-	약 2천 2백 석
	3.13.	미국 (오클랜드, 파라마운트 씨어터 오클랜드)	USD141.50~56.00 (약 20만 8천 원 ~8만 2천 원)	약 3천 석
	3.16.	미국 (LA, 오르페움 씨어터)	USD155.00~59.50 (약 22만 8천 원 ~8만 7천 원)	약 2천 석
	3.19.	미국 (달라스, 마제스틱 씨어터)	-	약 1천 7백 석
회사 (팬콘서트)	3.21.	미국 (휴스턴, 바이우 뮤직 센터)	USD167.50~75.50 (약 24만 6천 원 ~11만 원)	약 3천 4백 석
	3.23.	미국 (애틀랜타, 코카-콜라 록시)	USD714~75.50 (약 104만 8천 원 ~11만 원)	약 3천 6백 석
	3.25.	미국 (워싱턴 D.C., 워너 씨어터)	USD12,829.39 ~97.50 (약 1883만 6천 원 ~14만 3천 원)	약 1천 8백 석
	3.27.	미국 (뉴욕, 브록클린 파라마운트)	USD148.35~75.50 (약 21만 8천 원 ~11만 원)	약 2천 7백 석
	3.30.	미국 (보스턴, MGM 뮤직 홀 옛 팬웨이)	USD499.80~55.00 (약 73만 4천 원 ~8만 1천 원)	약 5천 석



HWASA the 1st FANCON
TOUR <Twits>