

Monthly

HALLYU REPORT

월간한류리포트

2025년 7월호

02 2025년 6월 한류 콘텐츠산업 통계

08 한류 콘텐츠산업 주요 이슈

11 주목할 만한 한류 연관산업 이슈

12 기타_문화정책

13 7월 한류 동향 논평

14 엔터/미디어 주가 동향

21 해외 공연 현황

조사 지역 · 총 8개국 | 아시아(대만, 인도네시아) | 미주(미국)
유럽(스웨덴, 영국, 폴란드, 헝가리) | 오세아니아(호주)

조사 방법 · 2025년 6월 한국국제문화교류진흥원 해외통신원 리포트,
글로벌 음원/OTT 스트리밍 집계 사이트 등 활용

조사 내용 · 콘텐츠산업(방송, 케이팝, 영화)
· 소비재산업(음식)
· 기타(문화정책)

문의 · 이현지 센터장(sweary@kofice.or.kr/02-3150-4818)
· 윤도경 연구원(doging@kofice.or.kr/02-3150-4822)

한국국제문화교류진흥원
문화교류연구센터

KOFICE
한국국제문화교류진흥원

ISSN 3022-0793

01

2025년 6월 한류 콘텐츠산업 통계



넷플릭스 TOP 10 TV(비영어) 부문 1위 <오징어 게임> 시즌 3¹⁾

“ <오징어 게임> 시즌 3,
넷플릭스 TOP 10 TV(비영어) 부문 1위 기록 ”

미주

미국

6월 27일 공개된 <오징어 게임> 시즌 3, 넷플릭스 TOP 10 TV(비영어) 부문 1위 기록. 이어 시즌 1, 2 또한 순위권에 안착. 《뉴욕 타임스(The New York Times)》는 “게임 오버(Game Over)”라는 짧은 제목의 리뷰 기사를 통해 “우리를 놀라게 할 무언가가 필요했으나, 캐릭터는 일차원적이고 예측 가능했다. 특히 황준호(배우 위하준)가 섬을 찾는 서브플롯은 과정부터 결말까지 무의미하다.”라고 지적.²⁾ 한편 《타임지(Time Magazine)》는 본연의 잔혹한 매력에 주목하며 “공포의 연속인 마지막 시즌은 이전 시즌의 재탕이 아니라 탐욕을 향한 새로운 차원의 통렬한 비판”이라고 호평³⁾

1) 넷플릭스, <https://www.netflix.com/tudum/top10/tv-non-english?week=2025-06-29>

2) 《The New York Times》(2025. 6. 27.), 'Squid Game' Review: Game Over, <https://www.nytimes.com/2025/06/27/arts/television/squid-game-season-3-review.html>

3) 《Time Magazine》(2025. 6. 27.), Squid Game Is Back to Its Brutal Best in a Final Season That Cuts to the Bone, <https://time.com/7298127/squid-game-season-3-review/>

유럽

영국

<오징어 게임>, 시즌 3 공개 익일부터 10일 연속 영국 넷플릭스 1위 기록.* 런던에 5월 26일 문을 연 몰입형 체험 공간 ‘오징어 게임: 더 익스피리언스(Squid Game: The Experience)’도 인기. 《가디언(The Guardian)》은 “볼거리는 있지만 예전만큼 날카롭지는 않다.”면서 사그라진 풍자를 지적하고 별점 3점(5점 만점)을 부여.⁴⁾ Cameo로 출연한 배우 케이트 블란쳇(Cate Blanchett)에 대해 “정말로 돈이 필요한 게 틀림없다.”라고 풍자하면서도, 데이비드 핀처(David Fincher)의 미국판 <오징어 게임> 제작 가능성을 암시하는 대목으로 꼽음⁵⁾

폴란드

<오징어 게임>, 시즌 3 공개 익일부터 13일 연속 폴란드 넷플릭스 1위 기록.* 폴란드 KFC는 시즌 3 공개에 앞서 “도전하세요(podejmij wyzwanie)”라는 연관 슬로건을 담아 관련 메뉴 출시(6.10.). 한정 판매된 ‘한국 버거(Burger Koreański)’와 치킨 메뉴인 ‘한국 버켓(Kubetek Koreański)’이 이에 해당. 한편 바르샤바 문화과학궁전(Pałac Kultury i Nauki) 앞 공원에는 <오징어 게임> 마스크트인 ‘영화와 ‘철수’의 줄넘기 게임 조형물이 설치됨

* 플릭스패트롤(<https://flixpatrol.com>)

4) 《The Guardian》(2025. 6. 27.), Squid Game final season review - an ending so WTF it entirely beggars belief, <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2025/jun/27/squid-game-final-season-review-an-ending-so-wtf-it-entirely-beggars-belief>

5) 《The Guardian》(2025. 6. 30.), 'What's the world's best actor doing there?' The real reason the Squid Game finale is so bleak, <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2025/jun/30/whats-the-worlds-best-actor-doing-there-the-real-reason-the-squid-game-finale-is-so-bleak>



<오징어 게임> 시즌 3 포스터¹⁾

7월 케이팝 차트 / OTT 시리즈 순위

1주차

- (뮤비)
2위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 7위
에스파/Dirty Work
- 38위
베이비몬스터/HOT SAUCE
- 57위
로제, 알렉스 워렌(Alex Warren)/
On My Mind
- 59위
캣츠아이/Gameboy
- 78위
캣츠아이/Gabriela
- 94위
캣츠아이/Gnarly
- (아티스트)
62위
방탄소년단
- 72위
로제
- 75위
케빈 우(우성현)
- 81위
에스파
- 91위
캣츠아이

2주차

- (뮤비)
2위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 37위
베이비몬스터/HOT SAUCE
- 72위
에스파/Dirty Work
- 99위
캣츠아이/Gnarly
- (아티스트)
58위
방탄소년단
- 64위
케빈 우(우성현)
- 86위
블랙핑크
- 90위
로제
- 96위
스트레이 키즈

3주차

- (뮤비)
1위
블랙핑크/JUMP
- 3위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 6위
트와이스/THIS IS FOR
- 16위
캣츠아이/Gabriela
- 85위
제니/like JENNIE
- 89위
베이비몬스터/HOT SAUCE
- 90위
블랙핑크/Pink Venom
- 92위
캣츠아이/Gnarly
- (아티스트)
9위
블랙핑크
- 43위
트와이스
- 55위
케빈 우(우성현)
- 67위
방탄소년단
- 83위
로제
- 87위
캣츠아이

4주차

- (뮤비)
3위
블랙핑크/JUMP
- 4위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 37위
캣츠아이/Gabriela
- 77위
트와이스/THIS IS FOR
- (아티스트)
27위
블랙핑크
- 40위
케빈 우(우성현)
- 50위
트와이스
- 63위
방탄소년단
- 86위
로제



- 10위
진/Don't Say You Love Me
- 11위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 15위
캣츠아이/Gabriela
- 18위
지민/Who
- 40위
위켄드(The Weeknd), 제니,
릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
One Of The Girls
- 62위
캣츠아이/Gnarly
- 65위
제니/like JENNIE
- 66위
제이홉/Killin' It Girl(feat. GloRilla)
- 80위
트와이스(정연, 지효, 채영)/TAKEDOWN
- 93위
정국, 라토(Latto)/Seven

- 13위
진/Don't Say You Love Me
- 14위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 16위
지민/Who
- 25위
캣츠아이/Gabriela
- 42위
위켄드(The Weeknd), 제니,
릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
One Of The Girls
- 64위
제니/like JENNIE
- 77위
트와이스(정연, 지효, 채영)/TAKEDOWN
- 81위
캣츠아이/Gnarly
- 86위
정국, 라토(Latto)/Seven
- 99위
제이홉/Killin' It Girl(feat. GloRilla)

- 1위
블랙핑크/JUMP
- 16위
진/Don't Say You Love Me
- 19위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 25위
지민/Who
- 26위
캣츠아이/Gabriela
- 46위
위켄드(The Weeknd), 제니,
릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
One Of The Girls
- 61위
제니/like JENNIE
- 77위
트와이스(정연, 지효, 채영)/TAKEDOWN
- 89위
정국, 라토(Latto)/Seven
- 100위
캣츠아이/Gnarly

- 4위
블랙핑크/JUMP
- 17위
진/Don't Say You Love Me
- 21위
로제, 브루노 마스(Bruno Mars)/APT.
- 25위
지민/Who
- 30위
캣츠아이/Gabriela
- 38위
위켄드(The Weeknd), 제니,
릴리-로즈 뎀(Lily-Rose Depp)/
One Of The Girls
- 65위
트와이스(정연, 지효, 채영)/TAKEDOWN
- 71위
제니/like JENNIE
- 82위
정국, 라토(Latto)/Seven

- (TV 프로그램)
1위
<오징어 게임>
- 7위
<미지의 서울>

- (TV 프로그램)
1위
<오징어 게임>

- (TV 프로그램)
1위
<오징어 게임>
- (영화)
8위
<84제곱미터>

- (TV 프로그램)
2위
<오징어 게임>
- (영화)
3위
<84제곱미터>

6월 Top 50 내 K-콘텐츠*

* 한국리서치 글로벌 OTT 인덱스 활용

■ K-콘텐츠 <광장>, <미지의 서울> 각각 톱 5에 최다 진입

■ 인도네시아에서 <사내맞선>, 일본에서는 <내 남편과 결혼해줘>가 현지 리메이크작 인기로 편승해 순위권 진입

대만

· K-콘텐츠 11편 톱 50 진입. <미지의 서울>, <나인 퍼즐> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
2	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
5	나인 퍼즐	Nine Puzzles	2025	윤종빈, 김정호/이은미	스릴러
7	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
8	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
12	하이퍼나이프	Hyper Knife	2025	김정현/김선희	메디컬, 스릴러, 범죄
13	언젠가는 슬기로울 전공의생활	Resident Playbook	2025	신원호, 이우정 등	메디컬, 코미디
18	천국보다 아름다운	Heavenly Ever After	2025	김석윤/이남규, 김수진	판타지, 로맨스
24	우리 영화	Our Movie	2025	이정홍/한가은, 강경민	로맨스
34	오징어 게임	Squid Game	2025	황동혁	스릴러
36	조명가게	Light Shop	2024	김희원/강풀	미스터리, 스릴러
40	무빙	Moving	2023	박인제, 박윤서/강풀	어드벤처, 액션, 히어로

말레이시아

· K-콘텐츠 11편 톱 50 진입. <노무사 노무진>, <광장>, <미지의 서울>, <귀궁>, <당신의 맛> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
1	노무사 노무진	Oh My Ghost Clients	2025	임순례, 이한준/김보통, 유승희	코미디
2	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
3	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
4	귀궁	The Haunted Palace	2025	윤성식, 김지연/윤수정	로맨스, 시대
5	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
13	백설공주에게 죽음을-Black Out	Black Out	2024	변영주/서주연	범죄, 스릴러
23	오징어 게임	Squid Game	2025	황동혁	스릴러
35	런닝맨	Running Man	2010	최형인 등	버라이어티
38	굿보이	GOOD BOY	2025	심나연/이대일	코미디, 액션, 청춘, 수사
41	남주의 첫날밤을 가져버렸다	The First Night with the Duke	2025	이용희, 강수연/전선영	판타지, 로맨스, 시대
43	나인 퍼즐	Nine Puzzles	2025	윤종빈, 김정호/이은미	스릴러

싱가포르

· K-콘텐츠 9편 톱 50 진입. <노무사 노무진>, <당신의 맛>, <광장>, <미지의 서울> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
1	노무사 노무진	Oh My Ghost Clients	2025	임순례, 이한준/김보통, 유승희	코미디
2	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
3	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
5	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
10	귀궁	The Haunted Palace	2025	윤성식, 김지연/윤수정	로맨스, 시대
12	굿보이	GOOD BOY	2025	심나연/이대일	코미디, 액션, 청춘, 수사
16	나인 퍼즐	Nine Puzzles	2025	윤종빈, 김정호/이은미	스릴러
32	독수리 5형제를 부탁해!	For Eagle Brothers	2025	최상열, 이진아/구현숙	가족
40	오징어 게임	Squid Game	2025	황동혁	스릴러

인도네시아

· K-콘텐츠 12편 톱 50 진입. <노무사 노무진>, <미지의 서울>, <귀궁>, <당신의 맛>, <광장> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
1	노무사 노무진	Oh My Ghost Clients	2025	임순례, 이한준/김보통, 유승희	코미디
2	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
3	귀궁	The Haunted Palace	2025	윤성식, 김지연/윤수정	로맨스, 시대
4	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
5	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
8	언젠가는 슬기로울 전공의생활	Resident Playbook	2025	신원호, 이우정 등	메디컬, 코미디
18	금주를 부탁해	Second Shot at Love	2025	장유정, 조남형/명수현, 전지현	로맨스
20	살롱 드 홈즈	Salon De Holmes	2025	민진기, 정현남/김연신	미스터리, 코미디
28	24시 헬스클럽	Pump Up The Healthy Love	2025	박준수, 최연수/김지수	로맨스, 코미디
30	샤크: 더 스톰	Shark: The Storm	2025	김건/민지	액션
33	사내맞선	A Business Proposal	2022	박선호/한설희, 홍보희	로맨스
43	반짝이는 워터멜론	Twinkling Watermelon	2023	손정현, 유범상/진수완	판타지, 청춘

일본

· K-콘텐츠 5편 <미지의 서울>, <나인퍼즐>, <당신의 맛>, <광장>, <내 남편과 결혼해줘> 톱 50 진입

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
13	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
42	나인 퍼즐	Nine Puzzles	2025	윤종빈, 김정호/이은미	스릴러
43	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
46	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
50	내 남편과 결혼해줘	Marry My Husband	2024	박원국/신유담	로맨스, 회귀, 복수

 태국

· K-콘텐츠 10편 톱 50 진입. <광장>, <귀궁> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
2	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
3	귀궁	The Haunted Palace	2025	윤성식, 김지연/윤수정	로맨스, 시대
8	사랑 후에 오는 것들	What Comes After Love	2024	문현성/정해심, 문현성	로맨스
17	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
21	금주를 부탁해	Second Shot at Love	2025	장유정, 조남형/명수현, 전지현	로맨스
23	협상의 기술	The Art of Negotiation	2025	안판석/이승영	오피스, 복수
25	동이	Dong Yi	2010	이병훈, 김상협/김이영	시대, 로맨스
29	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
33	노무사 노무진	Oh My Ghost Clients	2025	임순례, 이한준/김보통, 유승희	코미디
35	탈출: 프로젝트 사일런스	PROJECT SILENCE	2023	김태곤	영화(재난, 스릴러)

 필리핀

· K-콘텐츠 8편 톱 50 진입. <당신의 맛>, <미지의 서울>, <광장> 등

순위	콘텐츠명	콘텐츠명(영문)	공개연도	연출/극본	장르
2	당신의 맛	Tastefully Yours	2025	한준희, 박단희/정수윤	로맨스
4	미지의 서울	Our Unwritten Seoul	2025	박신우, 남건/이강	로맨스
5	광장	Mercy for None	2025	최성은/유기성	액션, 어드벤처, 범죄, 스릴러
6	노무사 노무진	Oh My Ghost Clients	2025	임순례, 이한준/김보통, 유승희	코미디
8	귀궁	The Haunted Palace	2025	윤성식, 김지연/윤수정	로맨스, 시대
23	오징어 게임	Squid Game	2025	황동혁	스릴러
33	굿보이	GOOD BOY	2025	심나연/이대일	코미디, 액션, 청춘, 수사
35	아씨두리안	Durian's Affair	2023	신우철, 정여진/임성한	판타지, 로맨스

02

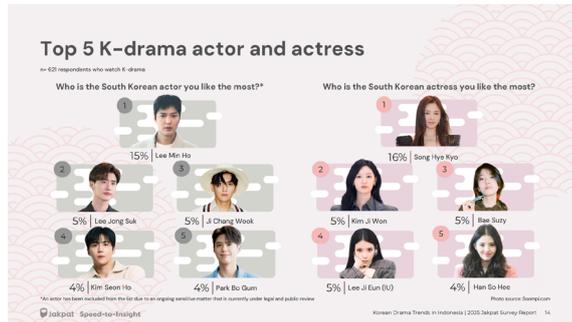
한류 콘텐츠산업 주요 이슈

1. 방송

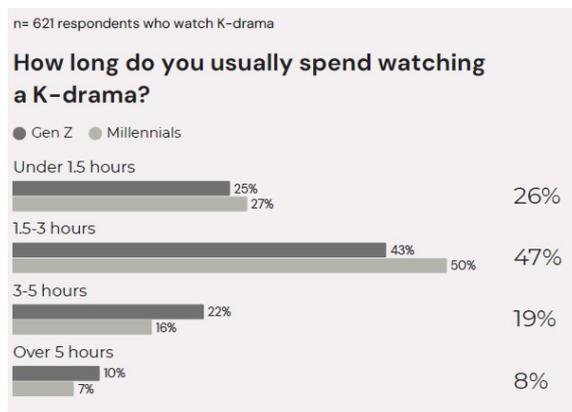
인도네시아 최대 모바일 여론조사기관에서 내놓은 한류 현황조사

인도네시아

인도네시아 최대 모바일 여론조사기관 ‘작팟(Jakpat)’, 「K-드라마 트렌드 인 인도네시아(Korean Drama Trends in Indonesia)」 발표(6.3). 2025년 4월 28일과 29일 실시한 현지인(15세~44세 남녀 총 1,211명) 대상 설문조사 결과 최근 6개월 내 한국 드라마를 시청한 비율은 51%며, 그중 여성은 로맨스(79%), 남성은 액션(59%)을 선호. 또한 가장 좋아하는 한국 남자 배우는 이민호(15%), 이종석(5%), 지창욱(5%), 김선호(4%), 박보검(4%), 여배우는 송혜교(16%), 김지원(5%), 배수지(5%), 이지은(5%), 한소희(4%) 순으로 꼽힘. 한편 Z세대(15세~29세) 10명 중 1명은 K-드라마를 5시간 이상 몰아보며, 밀레니얼 세대(30세~44세)보다 성, 약물, 폭력 등의 배우 스캔들에 민감한 것으로 나타남. 현지 여론조사기관이 자국민의 K-콘텐츠 이용 현황과 인식 측정에 나섰다다는 점에서 한류가 인도네시아 사회에서 주목할 만한 문화 트렌드로 자리매김했음을 시사



한국 배우 톱 5 (Jakpat)



MZ세대의 한국 드라마 시청 시간 (Jakpat)

해외통신원 리포트

인도네시아 [통계자료] 인도네시아에서 발행된 K-드라마 트렌드 분석 보고서

<https://url.kr/lkx3vd>

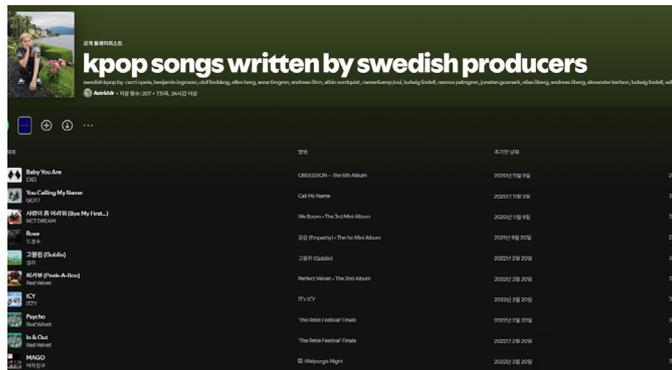
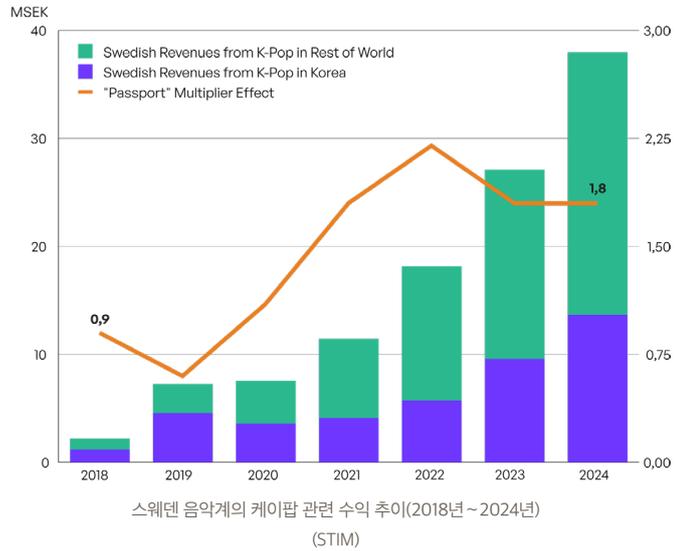
2. 케이팝

스웨덴 음악계에서 새로운 금광으로 주목받는 케이팝

6) 《SVT Nyheter》(2025. 6. 28.). Svenska låtskrivaren tjänar miljoner på K-pop, <https://www.svt.se/kultur/svenska-latskrivaren-tjanar-miljoner-pa-att-skriva-k-pop>

스웨덴

엘렌 버그(Ellen Berg) 등 스웨덴 프로듀서, 케이팝이라는 새로운 영역 통해 포화 상태인 자국 스트리밍 시장을 넘어 해외 성과 창출. 특히 BTS, 스트레이 키즈 등 인기 아티스트 곡 작업을 통해 케이팝산업의 주요 파트너로 부상함. 약 11만 명의 현지 작곡가가 등록된 스웨덴음악저작권협회(STIM)에 따르면 케이팝 관련 수익은 최근 6년간 1,000% 이상 증가해 2024년 약 4,000만 SEK(약 58억 원)에 도달. 이때 수익의 절반 이상이 한국 외 지역에서 발생해 스웨덴 프로듀서가 케이팝을 매개로 글로벌 시장에서 활약하고 있음을 방증. 스웨덴 공영방송 SVT는 관련 내용을 보도하며 “음악계 새로운 금광 중 하나는 케이팝(En av de nya guldgruvorna är K-pop)”이라고 언급.⁶⁾ 한편 해당 협회는 ‘스웨덴 프로듀서가 작곡한 케이팝’ 731곡을 스포티파이 플레이리스트로 공유함



‘스웨덴 프로듀서가 작곡한 케이팝’ 스포티파이 플레이리스트 (STIM/Spotify)

해외통신원 리포트

스웨덴 [문화정책/이슈] 스웨덴 음악 수출: 케이팝으로 역대 수익 올리는 스웨덴 작곡가들

<https://url.kr/7uehar>

3. 영화

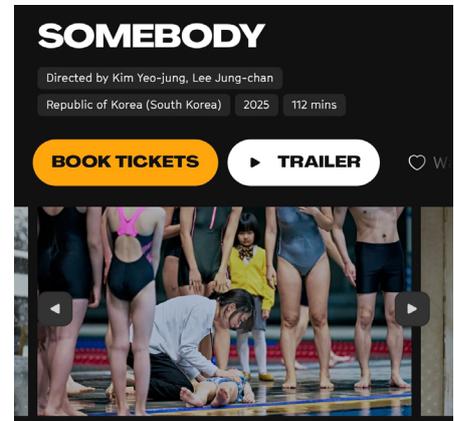
제72회 시드니 영화제 초청작 <침범(SOMEBODY)>

호주

제29회 부산국제영화제(‘24.10.2.~11.) ‘한국영화의 오늘-파노라마’ 섹션에서 작품성을 인정받았던 김여정, 이정찬 감독의 영화 <침범(SOMEBODY)>, 제72회 시드니 영화제(6.4.~6.15.)에 초청돼 두 차례 상영됨. 해당 영화에 대해 “엄마와 딸의 복잡한 관계를 조명했다.”고 소개하면서도 “케이팝 아이콘 소녀시대 권유리가 출연한 심리 파괴 스릴러”라고 언급. 총 70개국 201편의 영화를 초청한 이번 시드니 영화제는 홍상수 감독의 <그 자연이 네게 뭐라고 하니(WHAT DOES THAT NATURE SAY TO YOU)>까지 총 2편의 한국 영화를 선보임. 한편 배우 김호정이 출연한 캐나다-칠레 공동제작 영화 <엄마와 곰(The Mother and the Bear)>도 세 차례 상영됨



<침범> 포스터
(㈜스튜디오 산타클로스엔터테인먼트/블루파이어스튜디오㈜)



K-pop icon Kwon Yuri (of Girls' Generation) stars in a riveting and twisted psychological thriller about a dangerously disturbed child and her distraught mother. Be afraid. Busan 2024.

<침범>을 소개한 제72회 시드니 영화제 (SFF)

해외통신원 리포트

호주 [인터뷰] 제72회 시드니영화제 초청작 <침범>의 김여정, 이정찬 감독

<https://url.kr/w23269>

03

주목할 만한 한류 연관산업 이슈

음식

프랜차이즈 브랜드부터 길거리까지 점령한 K-푸드



대만 '라야버거'가 선보인
'에드워드의 아침 식사 미션'
(라야버거)

대만

2002년 타오위안시 양메이구에 첫 매장을 오픈한 대만 프랜차이즈 브랜드 '라야버거(Laya Burger)', 한국계 미국인 셰프 에드워드 리(Edward Lee)와 협업해 한식에서 영감을 얻은 4가지 아침 메뉴 출시(5.15). '비빔밥 버거(帶著走韓式拌飯米堡)', '불고기 시카고 버거(韓式烤牛芝加哥堡)', '불고기 비빔밥(韓式烤肉拌飯)', '떡볶이(韓式辣炒年糕)'가 이에 해당. 6월 17일부터는 에드워드 리가 개발한 비빔장(醬大叔拌拌醬)을 한정 판매하며 넷플릭스 예능 프로그램 <흑백요리사: 요리 계급 전쟁>에서 시청자들을 놀라게 했던 전설의 비밀 소스임을 강조



폴란드 푸드트럭 '된지'의 메뉴
(된지 인스타그램 계정(@doenji_koreanfood))

폴란드

바르샤바 지역의 푸드트럭 '된지(DOENJI)', 메인 요리(치킨, 간pong기, 두부조림, 제육볶음, 불고기 등)에 밥과 반찬을 곁들인 도시락 형태의 '코리안 박스(Korean Box)'를 33~36PLN(약 1만 4,000원)에 판매. 김치는 오리지널뿐만 아니라 옥수수김치, 파인애플김치까지 병에 담아 선보임. 메뉴판에는 옥스퍼드 영어사전에 등재된 '김치(kimchi)', '반찬(banchan)', '불고기(bulgogi)' 등을 한국어 발음 그대로 언급

해외통신원 리포트

대만 대만 외식 프랜차이즈 브랜드에서 만난 한국 <https://url.kr/1zifyu>

폴란드 폴란드 거리 푸드트럭에서 찾을 수 있는 한식 <https://url.kr/xj32bd>

04

기타_문화정책

제23회 '박물관의 밤' 개최 통해 문화 접근성 확대에 나선 헝가리

헝가리

6월 21일 '박물관의 밤(Múzeumok Éjszakája)' 통해 헝가리 전역 470개 박물관·미술관·기타 기관의 2,900개 프로그램이 야간 개관함. 이외 영화 상영, 콘서트, 워크숍, 가족 및 어린이 프로그램 등 다채로운 이벤트를 선보임. 발라즈 한코(Balázs Hankó) 문화혁신부 장관은 개막식 기조연설에서 "박물관의 밤은 문화가 즐거움 이상의 의미를 지닌다는 것을 입증한다. 문화는 우리를 인도하고, 정신을 형성하며, 하나로 묶는다. 헝가리 문화의 빛, 공유된 기억의 힘, 가족의 사랑으로 하룻날을 채우자."며 문화가 국가의 영혼임을 강조. 수도 부다페스트에서는 성인 3,000HUF(약 1만 3,000원), 어린이(6~18세) 1,500HUF(약 6,000원) 입장팔찌 하나로 18시 이후에도 시내 모든 참여기관을 자유롭게 방문할 수 있도록 함. 부다페스트교통센터(Budapesti Közlekedési Központ)는 주요 전시기관을 순환하는 7개 심야버스 노선을 새벽 2시 30분까지 특별 운영해 관람객 편의를 증진. 한편 헝가리 정부는 요케이 모르(Jókai Mór) 탄생 200주년을 맞이해 2월 18일 '요케이 200 기념의 해'를 선포하고 문학, 예술, 학술 분야를 아우르는 연간 프로젝트를 추진 중. 이에 관련 프로그램도 함께 운영하며 전년대비 2.75% 증가한 이용객 33만 7,288명 기록



'박물관의 밤' 개막식에 참석한 헝가리 문화혁신부 장관 발라즈 한코 (MTI/Hegedűs Róbert)



부다페스트교통센터의 심야버스 7개 노선 ('박물관의 밤' 홈페이지, <https://muzej.hu>)



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



이용객 기준 2025년 '박물관의 밤' 톱 10 (인스타그램 계정: @muzeumokejszakaja)

해외통신원 리포트

헝가리 백야(白夜)의 축제, 문화로 하나 되는 헝가리: '박물관의 밤(Múzeumok Éjszakája)'

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

05. 7월 한류 동향 논평

■ <오징어 게임> 시즌 3, 글로벌 콘텐츠의 확장성과 수용 문화의 다양성

- 지난 6월 27일 공개된 <오징어 게임> 시즌 3, 전작과 마찬가지로 전 세계적인 화제를 모았지만 작품성과 서사에 관한 평가는 다소 엇갈렸음. 미국, 유럽 등의 주요 매체는 시즌 3가 보다 대중적이고 상업적인 구성으로 변화했다는 점을 지적함. 평단 일부에서 시즌 3가 긴장감보다 <오징어 게임> 브랜드 유지를 위한 전개에 가까웠다는 평가가 있었으나 글로벌 넷플릭스 최상위권을 유지하며 콘텐츠 IP로서의 저력을 입증함
- 산업적 측면에서 <오징어 게임>은 그저 드라마에 머물지 않고 리얼리티쇼, 캐릭터 상품, 체험형 팝업 공간 등으로 다각화하면서 한류 IP의 대표적인 확장 사례로 주목받음. 최근 거론되는 미국판 <오징어 게임> 제작 가능성 역시 한국 콘텐츠가 글로벌 협업 플랫폼으로 진화하고 있음을 보여줌
- 시즌 3가 공개된 이후 하위문화적인 성격을 지닌 콘텐츠 수용 방식이 포착되기도 함. 대표적인 예로 극중 이명기로 분한 배우 임시완이 감정이 고도로 증폭된 상태에서 내뿜은 욕설 연기가 해외 시청자 사이에서 샷폼 콘텐츠로 바이럴 된 것을 꼽을 수 있음. 이는 <오징어 게임>이 드라마를 넘어 다양한 문화적 해석과 재해석이 가능한 다층적 콘텐츠임을 보여줌. 또한 팬들이 자발적으로 콘텐츠를 재생산하고 공유하는 과정은 콘텐츠의 수명을 연장시키고 지속적인 관심을 유도하는 데 기여함. 창작자 중심에서 수용자 중심으로 변화하는 콘텐츠 생태계에서 이 같은 하위문화적 확산은 향후 K-콘텐츠 IP의 전략을 수립하는 것에도 중요한 시사점을 제공함

■ ‘<흑백요리사> 셰프 X 대만’ 협업 사례를 통해 본 한류 IP의 다각화 전략

- 요리 서바이벌 프로그램 <흑백요리사: 요리 계급 전쟁>은 2024년 9월 17일 넷플릭스를 통해 공개된 이후 3주 연속 글로벌 톱 10 TV(비영어) 부문 1위를 차지한 바 있음. 특히 대만, 홍콩, 싱가포르 등 중화권에서 큰 인기를 끌었고 <흑백요리사>의 우승자가 발표된 직후 대만 《중국시보(中國時報)》, 홍콩 《명보(明報)》 등 대표 언론사들은 프로그램 관련 신드롬을 분석하는 기사를 내기도 함⁷⁾
- 프로그램 종영 이후에도 대만을 중심으로 한 중화권에서 <흑백요리사> 출연진들의 인기가 지속됨. <흑백요리사>의 심사위원이 운영하는 레스토랑을 예약하는 대만 여행자의 행렬이 이어지거나 심사위원이 추천하는 대만 내 식당이 소개되기도 함. 또한 출연 셰프의 레스토랑을 집중 방문하는 여행 상품이 등장하는 등 요리 서바이벌 프로그램 시청을 넘어 셰프의 손맛을 직접 경험하고자 하는 움직임이 늘어남. 한편 김도윤, 정지선, 최현석 셰프 등이 대만 민간의 초청을 받으며 세간의 관심을 끌었음. 김도윤 셰프는 대만의 자선행사 등에 초청됐고, 배달 플랫폼 푸드판다(Foodpanda) 이용자를 대상으로 최현석 셰프 쿠킹쇼 이벤트가 개최됨. 정지선 셰프 또한 현지 레스토랑에서 빠스 요리 등 <흑백요리사> 협업 메뉴를 내놓으며 대중적 관심을 이룸.



대만 언론에 소개된 <흑백요리사> 심사위원 추천 현지 맛집(13곳)⁸⁾



정지선 셰프의 협업 메뉴 소개 영상⁹⁾

- 이 가운데 대만의 패스트푸드 프랜차이즈 브랜드인 '리아 버거가 에드워드 리 셰프와 협업해 새로운 메뉴를 선보인 것은 <흑백요리사>의 여전한 인기를 활용한 마케팅 전략으로 보임. 그동안 국내 시장에서 <흑백요리사> 출연진들과의 다양한 협업 상품이 성공한 것에 힘입어 중화권 시청자들에게도 간접적으로 홍보할 만한 효과가 있었던 것으로 평가됨. 특히 한식에서 영감을 얻어 개발된 '리아 버거'의 아침 메뉴가 현지에서 합리적인 가격에 판매되고 있어 평소 현지 음식보다 비싼 가격의 한식당에서 한식을 소비하는 것보다 부담이 적다는 점이 언급됨
- 이처럼 <흑백요리사>는 넷플릭스라는 글로벌 플랫폼의 특성과 출연 셰프들의 서사적 특성, 그리고 한식이라는 문화적 자산을 활용해 콘텐츠 IP 확장의 성공적인 모델을 구축했다고 할 수 있음. 대만을 비롯한 중화권 소비자들은 특히 <흑백요리사>가 선보인 요리 대결과 진정성 있는 인물 서사에 주목했는데, 그 덕에 콘텐츠 속 요리법이나 재료가 소셜미디어 등으로 재생산되는 사례도 어렵지 않게 볼 수 있음. 이는 콘텐츠 IP가 수용자 참여 기반의 문화적 동력도 담보하고 있음을 방증함. 또한 앞으로 콘텐츠 IP가 식음료, 관광, 리빙 등 생활밀착 분야로 확장 및 성장할 수 있는 가능성을 시사함. 콘텐츠 중심의 브랜드 경험이 한류 연관산업의 성장 동력이 될 수 있다는 점에서 중요함

7) <중앙일보> (2024. 10. 9). <중·대만 흑백요리사 쇼크...“밀크티 대히투버 다시 시작해라”>, <https://www.joongang.co.kr/article/25283092>

8) <TVBS新聞網> (2024. 10. 17). <黑白大廚>白種元台灣美食最愛12家! 安成宰推薦麵線一次收, <https://news.tvbs.com.tw/travel/2654461>

9) <TVBS新聞網> (2025. 2. 20.). 港點女神來! 黑白大廚“鄭智善”推台灣限定菜, <https://www.youtube.com/watch?v=dSp-ER4uFuM>

06. 엔터/미디어 주가 동향 (2025. 6. 20.~7. 21.)

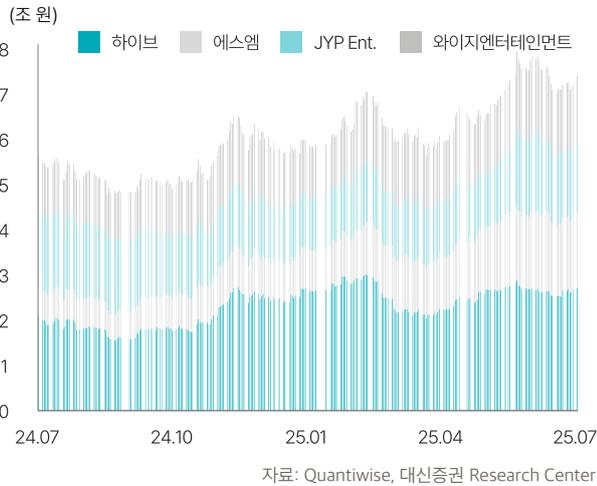
■ 코스피 +8% / 코스닥 +5.3% vs 엔터 -6.3% / 미디어 -12.4%

·시장 분석기간 국내외 증시는 금리 인하 기대와 정책 모멘텀에 힘입어 코스피 +8%, 코스닥 +5.3% 상승. 국내는 기준금리 인하 기대, 이재명 정부의 반도체-콘텐츠 육성 정책의 부각으로 외국인 매수세 유입. 삼성전자, SK하이닉스 등 반도체 대형주 중심의 상승이 지수를 견인. 미국은 물가 둔화, 연준의 완화적 스탠스 유지, 테슬라, 엔비디아 등 빅테크 실적 기대감에 기술주 강세 지속. 유럽은 정치 불확실성 완화에 따라 증시 안정세. 중국은 부양 기대에도 소비 및 부동산 지표 부진으로 반등 제한. 전반적으로 정책 기대와 금리 인하 전망이 투자심리를 지지했으며, 2분기 실적 시즌 진입으로 업종 및 종목 간 차별화가 본격화되는 흐름으로 전환

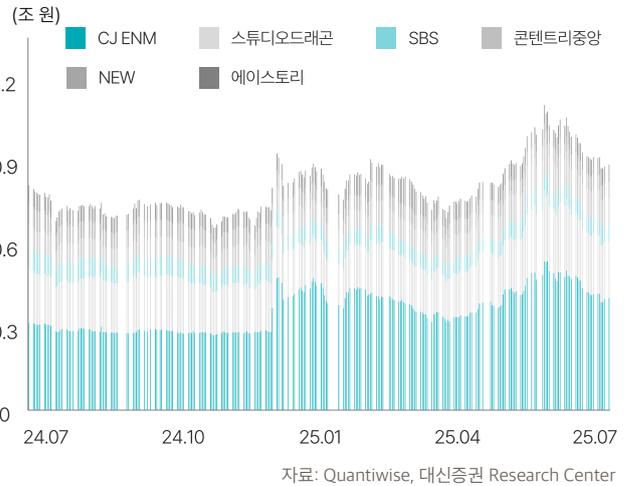
·엔터 동기간 엔터 4사의 합산 시총은 19.9조 원에서 19.1조 원으로 -6.3% 감소. 하이브 -8%, JYP Ent. +0.8%, 와이지엔터테인먼트 +1.9%, 에스엠 +3.6% 기록. 2분기 실적에 대한 기대감이 높았던 가운데 1) 하이브의 주식보상비용 확대, JYP Ent.의 스트레이 키즈 북미투어 관련 회당 거런티 추정 불확실성, 에스엠의 콘텐츠 비용 증가 등 개별 기업별 비용 부담이 부각되며 실적 추정치가 하향 조정된 점. 2) 하이브 방시혁 의장에 대한 부정거래 혐의 보도가 오너 리스크로 확산되며 투자심리를 위축시킨 점이 업종 전반의 밸류에이션 디스카운트 요인으로 작용. 구조적으로는 공연 및 MD 중심의 성장세가 이어지고 있으며 중국 시장의 점진적 재개 기대감도 유효한 만큼 중장기 펀더멘털에 대한 우려는 제한적. 그러나 단기적으로는 모멘텀 공백 구간이 지속될 수 있어 추가 반등을 위해서는 2분기 실적 발표 이후의 가시적 회복 신호가 필요할 전망

·미디어 미디어 8사의 합산 시총은 4.43조 원에서 3.9조 원으로 -12.4% 하락. SBS -18.7%, 콘텐츠리중앙 -14.5%, CJ ENM -12.9%, 스튜디오드래곤 -10.1%, 에이스토리 -9.1%, 팬엔터테인먼트 -8.5%, NEW -1.5%, 삼화네트웍스 +5.1% 등 7개 기업 주가 하락. 지수대비로는 -24.6%~+0.1%

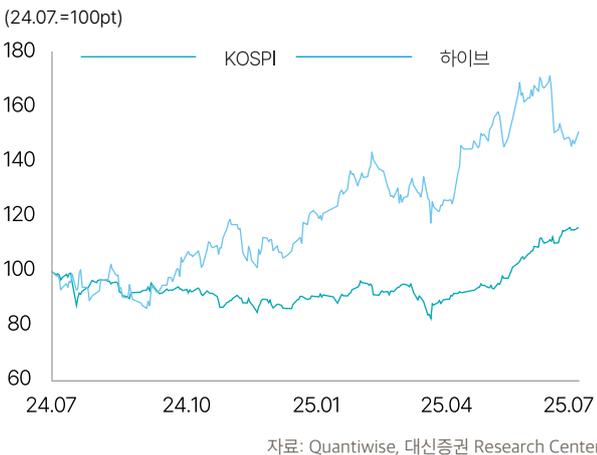
엔터 4사 합산 시가총액 추이



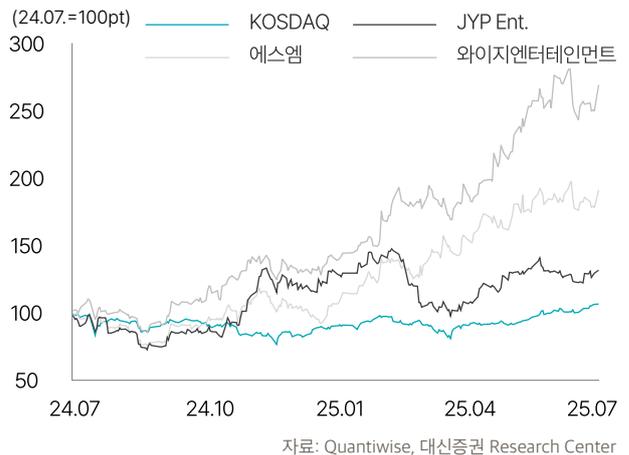
미디어 8사 합산 시가총액 추이



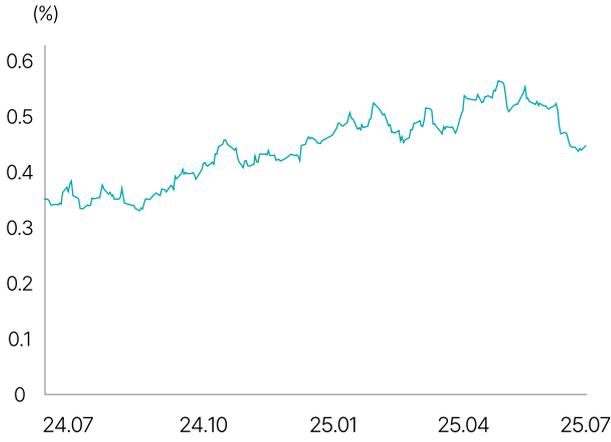
코스피 vs 하이브 상대 수익률



코스닥 vs 엔터주 상대 수익률

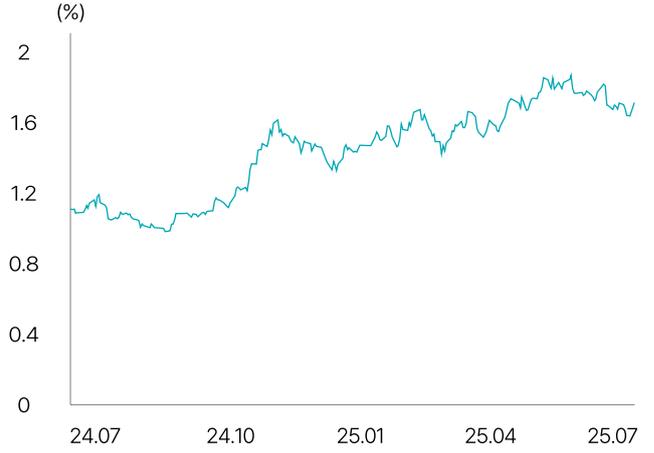


코스피 내 하이브 시가총액 비중



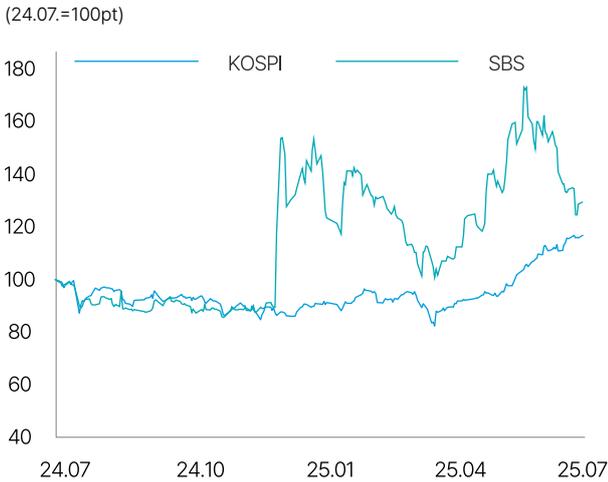
자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

코스닥 내 엔터주 시가총액 비중



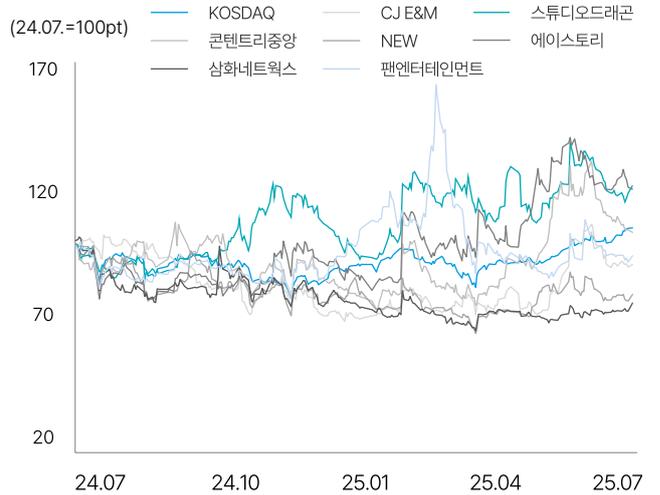
자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

코스피 vs SBS 상대 수익률



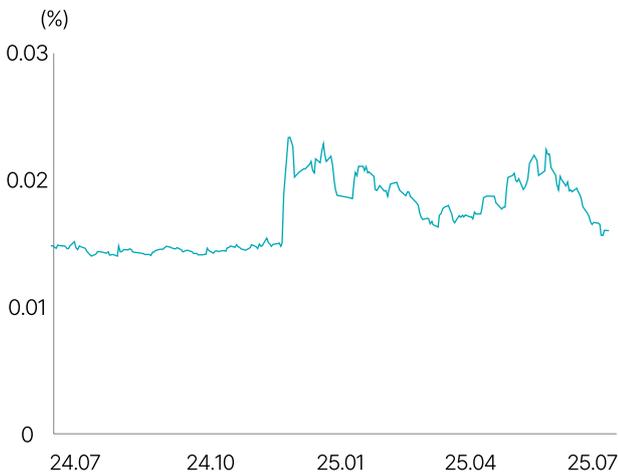
자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

코스닥 vs 미디어주 상대 수익률



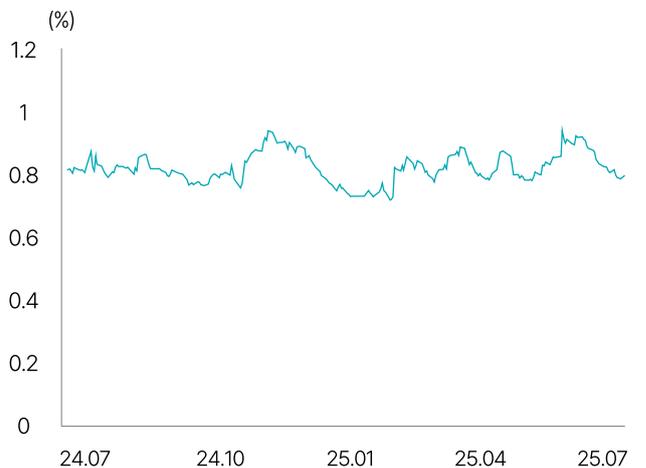
자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

코스피 내 SBS 시가총액 비중



자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

코스닥 내 미디어주 시가총액 비중



자료: Quantiwise, 대신증권 Research Center

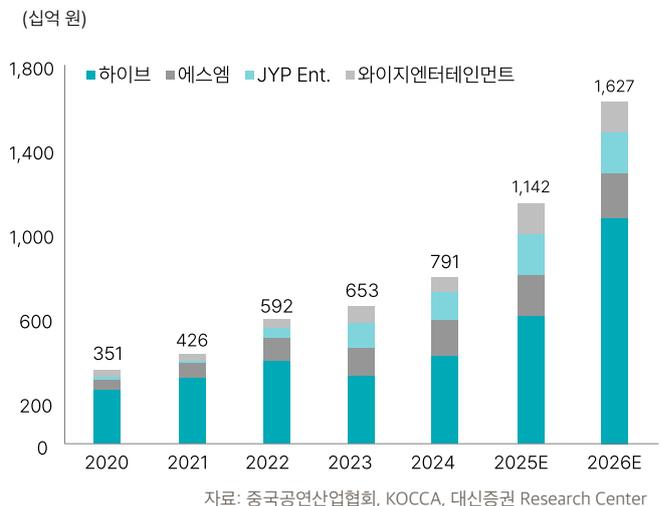
■ 엔터: 반도체 수급 집중에 숨 고르기

- 분석기간 엔터 업종은 -6.3% 하락하며 코스피(+8%) 및 코스닥(+5.3%) 대비 부진한 흐름을 기록. 종목별로는 JYP Ent. +0.8%, 와이지엔터테인먼트 +1.9%, 에스엠 +3.6%로 상이한 흐름을 보임. 업종 전반의 조정 배경은 1) 2분기 실적 기대치 하향, 2) 하이브 오너리스크 이슈, 3) 3분기 아티스트 활동 비수기 진입 등 모멘텀 약화에 기인함. 특히 하이브는 BTS 완전체 활동 지연 및 방시혁 의장 리스크 확대 영향으로 가장 큰 하락폭을 기록하며 투자심리 위축을 유발. 여기에 더해 동기간 삼성전자, SK하이닉스를 중심으로 반도체 업종이 오랜만에 강세를 보이며 수급이 집중된 반면 콘텐츠-엔터 등 성장 산업은 상대적으로 수급이 약화되며 주가도 동반 약세를 보임. 단기적인 조정 흐름은 당분간 이어질 수 있으나 공연 및 MD 중심의 구조적 성장 스토리는 여전히 유효. 특히 현재 주가 구간은 밸류에이션 부담이 크지 않으며 2분기 실적 발표 이후 반등 트리거가 발생할 가능성이 높음
- 하이브는 2분기 실적과 BTS 컴백 모멘텀 지연이 맞물리며 조정을 받음. 이는 주식보상비용과 일본 현지화 그룹 관련 비용 증가에 기인함. 또한 BTS 완전체 앨범 발매 시점이 기존 '25년 4분기 예상에서 '26년 1분기로, 월드투어 일정은 '26년 2분기로 지연되며 매출 추정이 소폭 하향(-5%) 조정됨. 다만 세븐틴, 엔하이픈 등 메가 IP의 음반 발매와 공연 일정이 4분기부터 본격화될 가능성이 높아 현 구간은 저점 매수 기회로 해석 가능
- 에스엠은 2분기 MD 실적 호조가 기대되는 상황. 1분기 팬덤 반응이 좋았던 SM타운 굿즈의 예약판매 약 200억 원이 2분기에 인식될 예정으로 역대 최대 MD 실적이 기대됨. 또한 엔시티 위시, 라이즈 등 저연차 보이그룹의 성장세가 예상보다 빠르게 나타나고 있고 3분기에는 에스파, 엔시티 드림의 컴백도 예정돼 있어 실적 안정성이 뒷받침될 전망. 콘텐츠 제작 확대에 따른 비용 증가가 단기 수익성에는 부담이나 중장기적 IP 강화로 이어질 수 있는 전략적 투자로 판단됨
- JYP Ent.는 2분기 스트레이 키즈의 회당 거런티에 대한 불확실성으로 실적 가시성이 낮아진 상황. 일부 추정은 회당 25억 원, 보수적 추정은 5억 원 내외로 격차가 커 실적 전망이 어려움. 그러나 캐릭터 MD 강화, 온라인 팬미팅 굿즈 인식 효과로 2분기 MD 부문 실적은 서프라이즈가 기대됨. 3분기에는 스트레이 키즈 월드투어 초과 수익 정산이 반영돼 실적 모멘텀은 지속될 것으로 보이나 저연차 IP 성장 속도는 여전히 과제로 남음
- 와이지엔터테인먼트는 2분기 영업이익은 컨센서스를 상회할 것으로 전망. 자회사 실적 안정성과 MD 호조가 주된 요인이며 하반기 모멘텀이 많아 긍정적. 3분기에는 블랙핑크 앙코르 투어를 기점으로 품목 수와 생산 물량의 대폭 확대를 통한 실적 상향 가능성이 높음. 4분기에는 리빙 굿즈 출시도 예정돼 있어 MD 성장 기조는 하반기까지 이어질 전망
- 수급 측면에서는 단기적으로 반도체 등 대형주로 이동하는 흐름이 나타났으나, 엔터 업종의 구조적 성장성과 실적 반등 여지를 고려할 때 현 주가 수준에서 리레이팅 가능성이 충분함. 하이브와 와이지엔터테인먼트는 단기 모멘텀과 중장기 성장성을 겸비한 종목으로 최선호주 의견을 유지하며, 에스엠은 안정적인 IP 포트폴리오와 실적 상회를 고려한 비중 확대 전략이 유효함

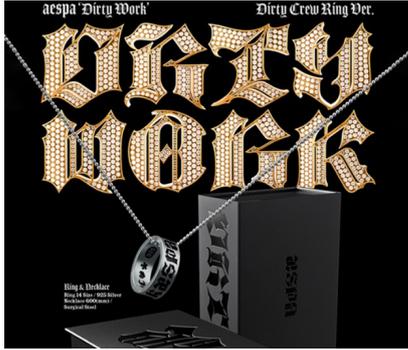
엔터 4사 공연 매출 추이 및 전망



엔터 4사 MD 매출 추이 및 전망



MD 확장 사례 - SM 에스파 은반지



자료: SM TOWN, 대신증권 Research Center

MD 확장 사례 - JYP 스트레이 키즈 게임기



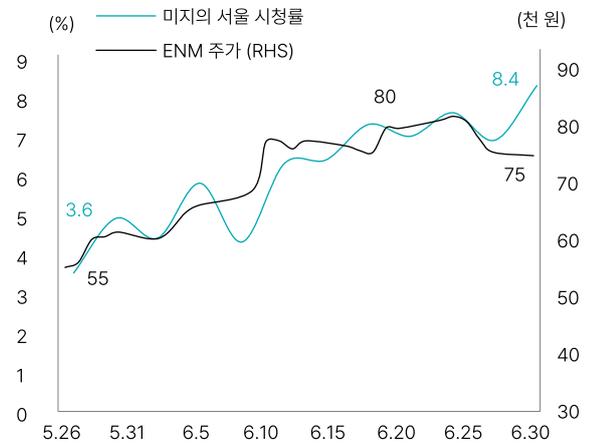
자료: FANS, 대신증권 Research Center

■ 미디어: 시청률로 상승 후 부진한 실적 전망으로 하락

- 동기간 SBS -18.7%, 콘텐츠리중앙 -14.5%, CJ ENM -12.9%, 스튜디오드래곤 -10.1%, 에이스토리 -9.1%, 팬엔터테인먼트 -8.5%, NEW -1.5%, 삼화네트웍스 +5.1% 등 미디어 업종 시총은 4.43조 원에서 3.9조 원으로 -12.4% 하락. 지수대비 -24.6%~+0.1% 수준으로 7개 기업의 주가 하락
- 지난달 주가는 시청률과 글로벌 인지도 등 주요 지표의 호조에 힘입어 상승 추세를 형성했으며 한한령 해제 기대감까지 고조되면서 +31% 상승, 지수대비로도 아웃퍼폼. 다만 개선되는 지표들에도 아직 TV 광고 부진의 여파로 본격적인 실적 회복은 기대하기 어렵기에 7~8월 실적 시즌에 일시적인 조정 가능성은 열어놓아야 한다고 전망한 것처럼, 실적 시즌에 진입하면서 주가 하락
- 이번 분석기간 주가 하락의 원인은 크게 두 가지. 첫째, 지난달 주가 상승은 주요 작품의 시청률 및 인지도 상승이 주된 이유였던 만큼 해당 작품의 종영 및 후속 작품의 시청률 및 인지도 부진 또는 작품 공백이 주가 하락의 원인으로 작용. 둘째, 주요 작품의 좋은 성과에도 아직 TV 광고는 회복되기 전이고 '25년 작품 중 하반기 편성 비중이 60% 이상이기에 실적 개선 효과도 하반기에 집중됨
- SBS의 주가가 -18.7%로 가장 큰 폭으로 하락. 원인은 후속작의 부진과 실적 개선 전망이 지연됐기 때문. 최고 시청률 기준 SBS 드라마는 '25년 좋은 성과를 달성함. <나의 완벽한 비서> 12%, <보물섬> 15.4%, <귀공> 11% 기록. SBS의 '25년 1분기 영업이익은 -36억 원으로 과거 1분기 기준으로는 상당히 양호. 지난달 주가 상승은 5월 14일 공개된 '25년 1분기 실적이 양호했고 당시 방영 중이었던 <귀공>의 시청률이 높았던 것이 주된 원인
- 6월 13일부터 7월 19일까지 방영된 후속작 <우리 영화>는 4.2%에 불과. '11년 이후 SBS의 평균 시청률은 10.3%이고, <귀공> 방영 시점까지는 '25년 평균 시청률이 장기 평균과 같았으나, <우리 영화> 방영 후 9%로 하락. '25년 2분기 및 하반기 실적 프리뷰가 시작되면서 실적에 대한 눈높이가 낮아지고 있는 것도 주가 하락의 원인. '25년 1분기 양호한 실적은 넷플릭스와의 계약을 통해 구작을 판매하면서 TV 광고 부진에도 판권 수익이 증가한 영향. 넷플릭스와의 계약을 통해 기대하는 부분은 구작 판매와 글로벌 동시방영 판권 판매. 그러나 하반기에 방영 예정인 동시방영 작품이 소위 말하는 텐트폴이 아니어서 이익 기여도가 크지 않을 것으로 전망돼 주가가 하락함
- 콘텐츠리중앙은 지난달 -14.5% 하락. 콘텐츠리중앙의 하락 원인은 후속작의 공백에 기인함. 콘텐츠리중앙의 작품도 '25년 좋은 성과를 달성함. 콘텐츠리중앙 작품의 장기 평균 시청률은 4.7%, '25년 작품의 평균 시청률은 7% <옥씨부인전> 13.6%, <협상의 기술> 10.3%, <천국보다 아름다운> 8.3%, <굿보이> 8.1%. <굿보이>는 국내 시장의 경우 JTBC와 넷플릭스, 디즈니플러스, 쿠팡플레이에 동시방영으로 판권을 판매했고, 해외 시장의 경우 아마존 프라임 비디오에 판권을 판매해 시청이 분산됐음에도 8%대의 높은 시청률을 달성. 특히 <굿보이>는 콘텐츠리중앙이 제작한 작품 중 역대 최대 규모이고 리튬율도 높기 때문에 해당 작품의 성과를 포함해 '25년 2분기 실적은 상당히 양호할 것으로 전망. <굿보이>의 성과에도 불구하고 다음 작품은 8월 초에 방영을 시작하기에 작품 공백이 단기적인 주가 하락의 원인으로 작용
- CJ ENM과 스튜디오드래곤의 주가 하락은 SBS와 동일한 원인. 후속작 시청률 부진과 '25년 2분기 실적 눈높이 하향에 기인함. CJ ENM-스튜디오드래곤 작품의 '25년 시청률은 부진하게 시작 후 4월부터 회복되면서 주가도 반등. 연초 작품인 <원경>은 6.6%로 장기 평균인 6.3% 수준이어서 양호했으나, <별들에게 물어봐> 3.9%, <그놈은 흑염룡> 5.1%, <감자연구소> 2%, <이혼보험> 3.2%로 부진이 지속됨. 4월 방영을 시작한 <언젠가는 슬기로울 전공의생활>이 8.1%를 달성하면서 주가 반등을 시작. 이후 <금주를 부탁해> 3.7%에도 <미지의 서울>이 8.4%를 달성했고 글로벌 OTT에서도 톱 10 상위권에 등극하면서 주가 상승이 지속됨. 후속작인 <견우와 선녀>는 4.8%로 부진하고, <서초동>도 6.1%로 평균에 조금 못 미치는 수준. 특히 '25년 2분기 실적 눈높이가 낮아지고 있는 것이 주가 하락의 직접적인 원인. 당사 추정 CJ ENM의 영업이익은 310억 원(-12% YoY)으로 컨센서스 380억 원을 하회할 것으로 전망. 스튜디오드래곤의 영업이익은 20억 원(-78% YoY)으로 컨센서스 50억 원을 하회할 것으로 전망

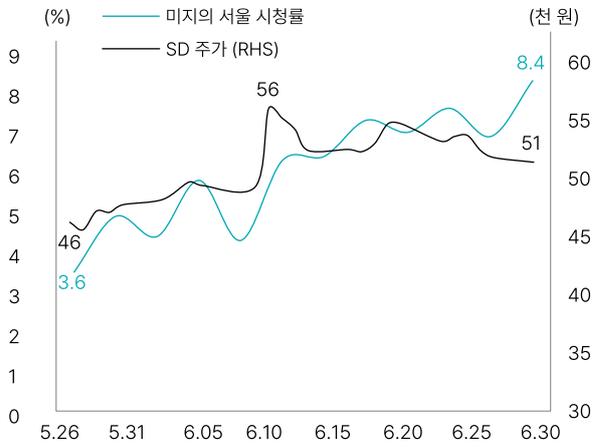
· 미디어 업종의 주가는 단기적으로 주요 작품의 시청률 및 인지도에 영향을 받지만 결국 모든 기업들의 주가는 실적에 반응. 주요 기업의 지난달 주가가 하락했지만 YTD(Year To Date)로는 20%대 상승률 유지. '25년 작품 성과가 꾸준히 개선되고 있고 작품 수도 많아지고 있어 이러한 성과가 하반기에는 실적 개선으로 나타날 것으로 예상돼 추세적인 상승 흐름은 지속될 것으로 전망

<미지의 서울> 시청률 vs CJ ENM 주가



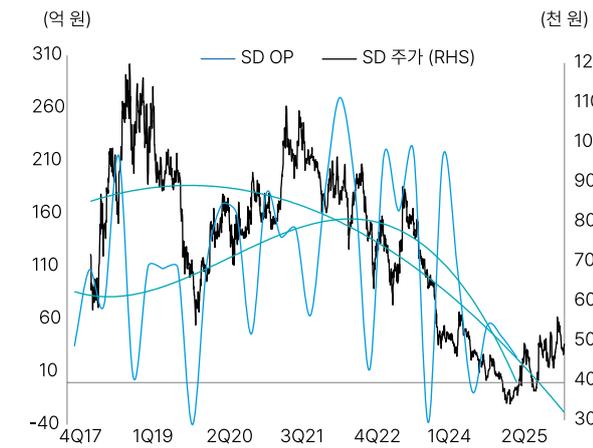
자료: AGB Nielsen, 대신증권 Research Center

<미지의 서울> 시청률 vs 스튜디오드래곤 주가



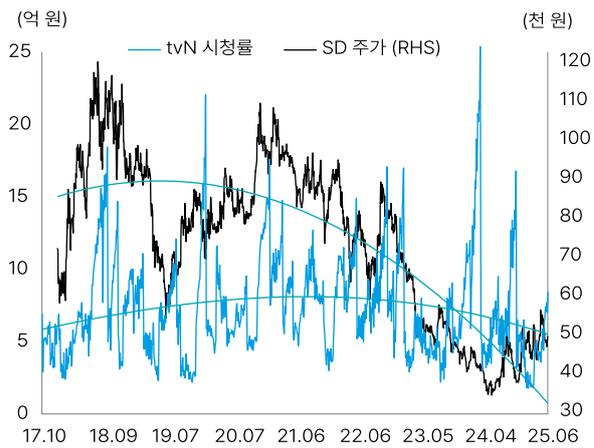
자료: AGB Nielsen, 대신증권 Research Center

스튜디오드래곤 영업이익 vs 주가



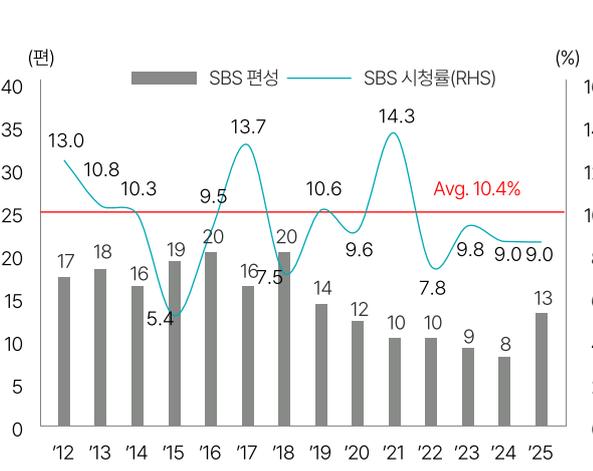
자료: AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

스튜디오드래곤 제작 tvN 주요 작품 시청률 vs 주가



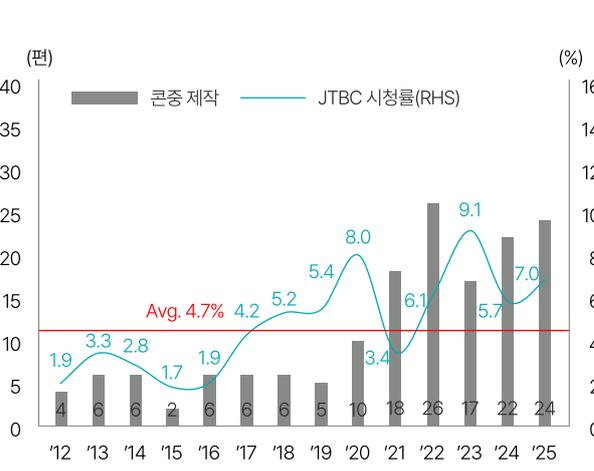
자료: AGB Nielsen, 대신증권 Research Center

SBS 드라마 편성수 및 SBS 평균 시청률



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

콘텐츠리중앙 드라마 제작편수 및 JTBC 평균 시청률

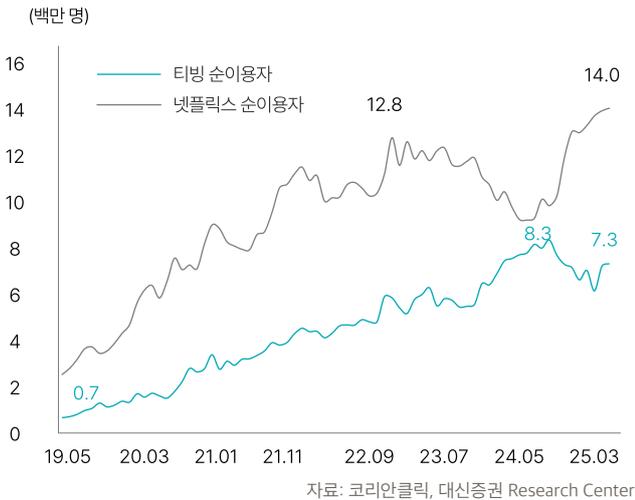


자료: 콘텐츠리중앙 IR, AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

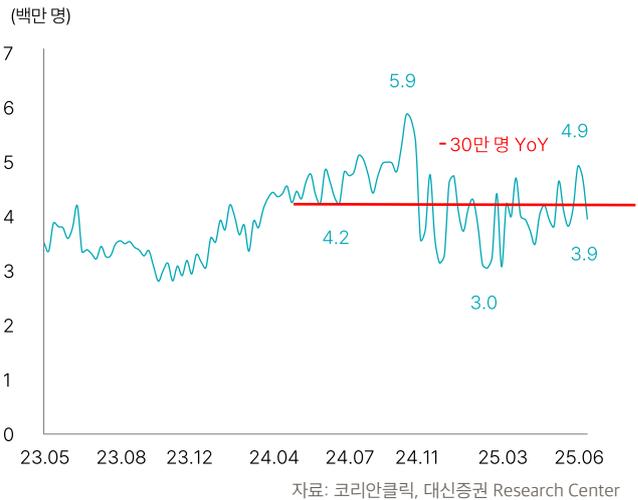
■ OTT: 매번 새로운 기록 달성하는 넷플릭스

- 넷플릭스는 매분기 호실적을 달성. '25년 2분기 매출 \$11.1bn(+16% YoY), 컨센서스에 부합. EPS \$7.19(+47% YoY), 컨센서스 1.7% 상회. OPM 34.1%(+6.9%p YoY). '25년 3분기 실적 가이드는 더 증가한 매출 \$11.53bn(+17.3% YoY) 전망. '25년 매출 가이드는 역시 기존 \$44bn에서 \$45bn으로 상향. 달러 약세 및 가입자와 광고 매출의 견조한 증가를 기반으로 상향 조정
- 광고 연동형 요금제는 장기 성장 기반으로 추진. '25년 관련 매출은 \$3bn(+100% yoy) 전망. 광고 연동형 요금제 가입자는 '25년 5월 기준 9만 4,000만 명으로 '24년 11월 7,000만 명에서 증가 추세 형성. 전체 가입자는 '25년 1분기부터 공개하지 않고 있으나, '24년 4분기 기준 3.01억 명 달성 후 '25년 상반기 가입자 순증이 지속됐다고 밝힘
- 이번 실적에서는 따로 언급하지 않았지만 지난 '25년 1분기 실적 발표에서 제시한 '30년 전망은 매출을 '24년(\$39bn)의 두 배로 증가시키는 것이고, 시가총액은 \$1trn를 달성하는 것. 시가총액 목표는 7월 21일 \$5.2bn의 두 배 수준. 넷플릭스가 제시한 매출과 시가총액 목표는 글로벌 관세 전쟁에 따른 경기 둔화 우려에 영향을 받지 않을 것이라는 경영진의 자신감을 표명한 것으로 분석
- 닐슨 코리아클릭 기준 티빙의 순이용자(안드로이드, iOS 합산)는 '25년 6월 732만 명 달성, 전월대비 +10만 명 증가. 이는 지난 '24년 10월 834만 명의 역대 최고 가입자 달성 대비 -102만 명 수준이고, '25년 2월 662만 명의 저점 대비로는 +70만 명 증가한 수준. 프로야구 시즌 재개에 따른 가입자 유입과 네이버 멤버십 제휴 종료에 따른 이탈, 그리고 배달의 민족과의 제휴에 따른 유입 등이 뒤섞이면서 상승과 하락을 반복 중. 5월 +106만 명에 이어 6월 +10만 명을 달성해 가입자 상승세가 형성된 것으로 판단

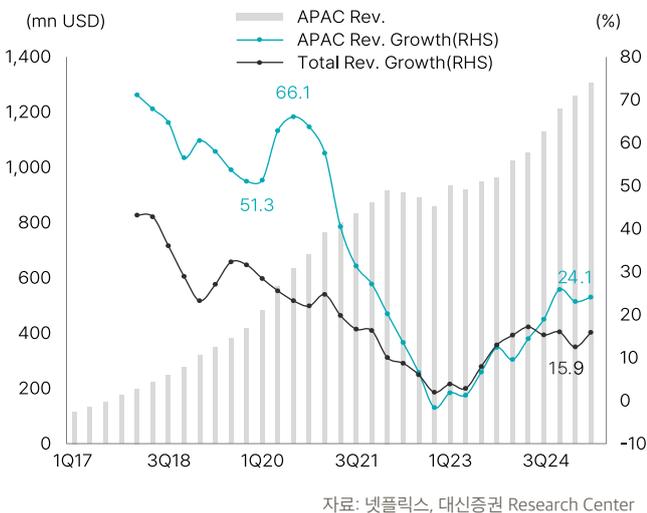
티빙 순이용자 vs 넷플릭스 순이용자(2025년 6월)



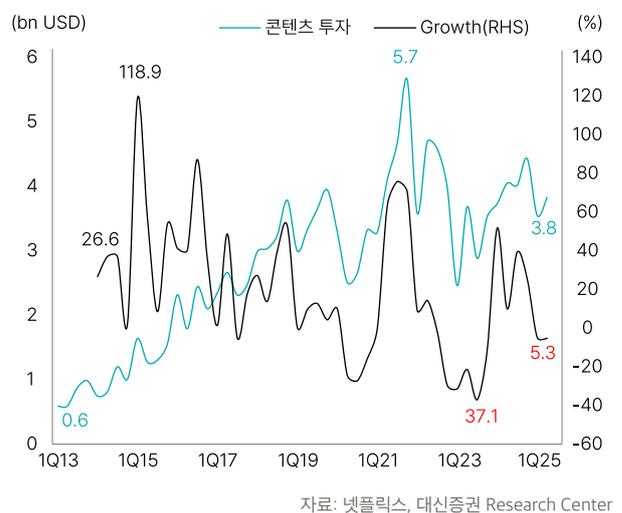
티빙 순이용자(주간, 6월 15일 기준)



2025년 2분기 넷플릭스 매출(+16% YoY)



2025년 2분기 넷플릭스 콘텐츠 투자(-5% YoY)

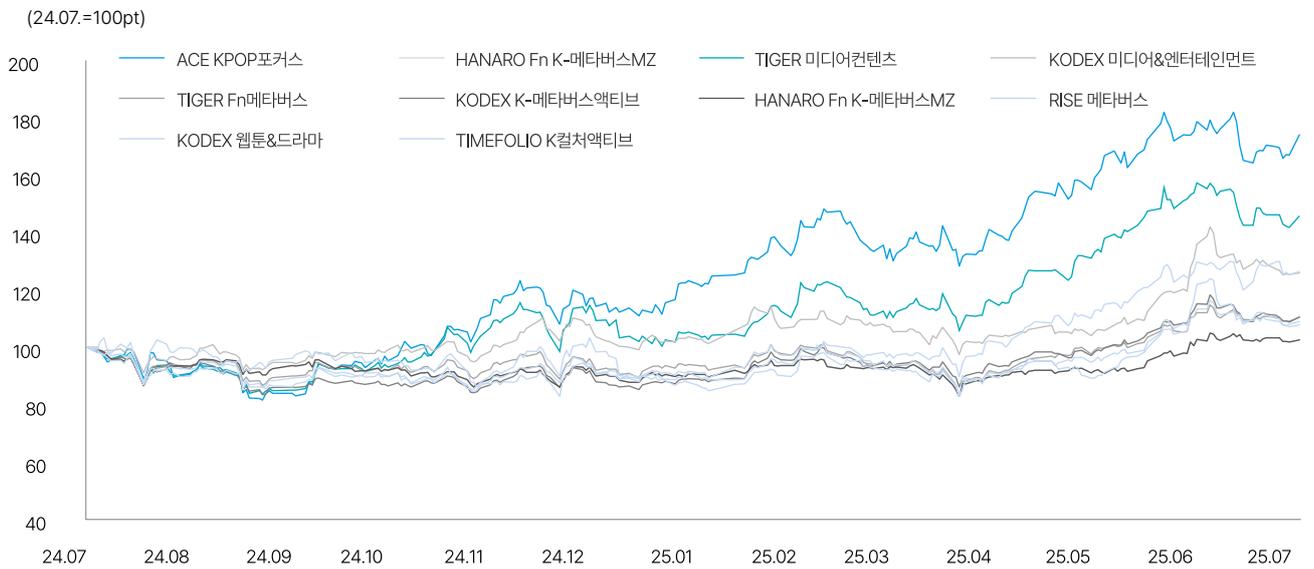


ETF

· 엔터/미디어가 포함된 국내 ETF는 총 10개. 동기간 수익률은 ACE KPOP포커스 -0.7%, HANARO Fn K-POP&미디어 2.1%, TIGER 미디어컨텐츠 -5.2%, KODEX 미디어&엔터테인먼트 -3.7%, TIGER Fn메타버스 -0.1%, KODEX K-메타버스액티브 -2%, HANARO Fn K-메타버스MZ 2.1%, RISE 메타버스 -1.7%, KODEX 웹툰&드라마 -7.4%, TIMEFOLIO K컬처액티브 0.1%

· 동기간 업종별 수익률 순위는 반도체>콘텐츠>엔터>미디어>게임>인터넷 순. 삼성전자, 하이닉스 등 반도체 업종이 오랜만에 반등하며 수급이 집중된 반면, 콘텐츠·엔터 등 성장 산업은 상대적으로 수급이 약화되며 주가도 동반 약세를 보임. 콘텐츠는 다날(+45%), 애니플러스(+23%) 등 애니·캐릭터주의 강세가 두드러졌고, 엔터는 YG PLUS(+22%), 드림어스(+12%) 등 일부 종속사 위주로 실적 기대감이 반영됨. 반면 하이브(-8%), 큐브(-8%), 디어유(-3%) 등 주요 상장사는 실적 우려와 차익실현 여파로 약세. 미디어는 SBS(-19%), 위지윅(-21%) 등 제작사 중심 부진. 게임·인터넷은 실적 공백과 정책 불확실성으로 전반적 부진 지속

엔터/미디어 ETF 상대 수익률



자료: Quantwise, 대신증권 Research Center

07. 해외 공연 현황 (2025. 7. 1.~31.)

· 18개국 62개 지역에서 한류스타 콘서트/팬미팅 146회 개최

· 라이즈, 르세라핌, 박재범, 블랙핑크, 스트레이 키즈, 엔시티 위시, 엔하이픈, 지드래곤, 진, 카이, 투어스, 트와이스 등

※ 기타 해외 공연

82메이저(7.2. 미국 시카고/7.3. 미니애폴리스/7.5. 오마하/7.6. 디모인/7.8. 캔자스시티/7.9. 오클라호마시티/7.11. 댈러스/7.12. 휴스턴/7.13. 샌안토니오/
7.15. 앨버커키/7.17. 피닉스/7.19. 로스앤젤레스), 더 로즈(7.6. 미국 미니애폴리스/7.8. 시카고, 7.10. 캐나다 토론토, 7.12. 미국 뉴욕/7.14. 보스턴/
7.16. 내셔널하버/7.18. 애틀랜타/7.20. 마이애미/7.23. 슈거랜드/7.25. 댈러스/7.27. 템피/7.29. 덴버), 앤티(7.5.~6. 일본 효고, 7.26. 홍콩),
에이티즈(7.10. 미국 애틀랜타/7.13. 뉴욕/7.16. 볼티모어/7.19. 내슈빌/7.22. 올랜도/7.26. 시카고/7.30. 터코마), 이븐(7.19. 싱가포르, 7.26. 인도네시아 자카르타),
이준영(7.5. 중국 항저우/7.6. 청두, 7.27. 대만 타이베이), 티파니 영(7.12. 마카오, 7.27. 필리핀 마닐라) 콘서트/팬미팅 개최

한류스타	일자	장소	티켓가	규모	공연명
대성 (콘서트)	7.5.	홍콩 (아시아월드-엑스포 홀 10)	HKD1,799~899 (약 31만 6천 원 ~15만 8천 원)	약 1만 석	 DAESUNG 2025 ASIA TOUR: D's WAVE
	7.22.~23.	일본 (효고, 지라이온 아레나 고베)	JPY13,800 (약 12만 9천 원)	약 1만 석	
도영 (콘서트)	7.12.~13.	일본 (가나가와, 피아 아레나 MM)	JPY25,800~14,800 (약 24만 2천 원 ~13만 8천 원)	약 1만 석	 2025 DOYOUNG CONCERT <Doors> in ASIA
	7.16.	싱가포르 (더 스타 씨어터)	SGD288~148 (약 31만 원 ~15만 9천 원)	약 5천 석	

문별
(팬콘서트)

7.4. 일본
(도쿄, 제프 다이버 시티) 약 1천 1백 석

JPY25,000~14,000

(약 23만 4천 원
~13만 1천 원)

7.12. 일본
(오사카,
쿨 재팬 파크 오사카 WW 홀) 약 1천 5백 석



Moon Byul Fan Concert
<sea;nema>

7.20. 홍콩
(맥퍼슨 경기장) HKD1,588~888
(약 27만 9천 원 ~15만 6천 원) 약 1천 8백 석

7.26. 대만
(가오슝, 가오슝 뮤직 센터) NTD5,500~2,250
(약 25만 8천 원 ~10만 5천 원) 약 3천 5백 석

백현
(콘서트)

7.1.	미국 (시애틀, 와유 씨어터)	-	약 9천 석
7.3.	미국 (오클랜드, 오클랜드 아레나)	-	약 2만 석
7.6.	미국 (로스앤젤레스, 기아 포럼)	USD299.50 ~ 79.50 (약 41만 3천 원 ~ 10만 9천 원)	약 1만 7천 석
7.13.	독일 (베를린, 우버 이츠 뮤직 홀)	EUR248 ~ 168 (약 40만 1천 원 ~ 27만 1천 원)	약 4천 5백 석
7.16.	프랑스 (파리, 아디다스 아레나)	EUR248 ~ 148 (약 40만 1천 원 ~ 23만 9천 원)	약 9천 석
7.18.	네덜란드 (암스테르담, AFAS 라이브)	EUR248 ~ 148 (약 40만 1천 원 ~ 23만 9천 원)	약 6천 석
7.20.	이탈리아 (밀라노, 패브리크 밀라노)	EUR248 ~ 168 (약 40만 1천 원 ~ 27만 1천 원)	약 3천 1백 석
7.22.	영국 (런던, OVO 아레나 웹블리)	GBP228 ~ 148 (약 42만 5천 원 ~ 27만 6천 원)	약 1만 2천 석



2025 BAEKHYUN
WORLD TOUR
<Reverie>

7.12. ~13. 미국 (로스앤젤레스, 소파이 스타디움) - 약 7만 석

7.18. 미국 (시카고, 솔저 필드) - 약 6만 1천 석

블랙핑크
(콘서트)



7.22. ~23. 캐나다 (토론토, 로저스 스타디움) CAD1,170.00~114.66 (약 118만 원 ~11만 5천 원) 약 5만 석

BLACKPINK
WORLD TOUR
<DEADLINE>

7.26. ~27. 미국 (뉴욕, 시티 필드) USD1,362.55~177.31 (약 188만 2천 원 ~24만 4천 원) 약 4만 1천 석

7.3. 호주 (시드니, 호던 파빌리온) AUD469.90~101.85 (약 42만 3천 원 ~9만 1천 원) 약 5천 5백 석

7.5. 호주 (멜버른, 페스티벌 홀) - 약 5천 4백 석

스테이씨
(콘서트)

7.8. 호주 (브리즈번, 포티튜드 뮤직 홀) - 약 3천 석



7.11. 뉴질랜드 (오클랜드, 스파크 아레나) NZD460.55~99.90 (약 38만 원 ~8만 2천 원) 약 1만 2천 석

2025 STAYC TOUR
<STAY TUNED>

7.19. 태국 (방콕, 트루 아이콘 홀) THB11,600~2,600 (약 49만 7천 원 ~11만 1천 원) 약 2천 7백 석

스트레이 키즈 (콘서트)	7.11.	네덜란드 (암스테르담, 요한 크루이프 아레나)	EUR218~84 (약 35만 2천 원 ~13만 5천 원)	약 5만 석
	7.15.	독일 (프랑크푸르트, 도이체 방크 파르크)		약 5만 8천 석
	7.18.~19.	영국 (런던, 토트넘 핫스퍼 스타디움)	GBP665~70 (약 124만 원 ~13만 원)	약 6만 2천 석
	7.22.~23.	스페인 (마드리드, 리아드 에어 메트로폴리타노)	EUR453~85 (약 73만 2천 원 ~13만 7천 원)	약 7만 석
	7.26.~27.	프랑스 (파리, 스타드 드 프랑스)	EUR238~84 (약 38만 4천 원 ~13만 5천 원)	약 8만 석
	7.30.	이탈리아 (로마, 스타디오 올림피코)		약 7만 2천 석



Stray Kids World Tour
<dominate>

아이린&슬기 (콘서트)	7.4.	싱가포르 (더 스타 씨어터)	SGD288~128 (약 31만 원 ~13만 8천 원)	약 5천 석
	7.12.	마카오 (런더너 아레나)	MOP1,880~880 (약 32만 1천 원 ~15만 원)	약 6천 석
	7.19.	태국 (방콕, 파라곤 홀)	THB6,500~2,600 (약 27만 8천 원 ~11만 1천 원)	약 5천 석



2025 IRENE & SEULGI
Concert Tour <BALANCE>

	7.11.	대만 (타이베이, 제프 뉴 타이베이)	NTD6,800~3,800 (약 32만 원 ~17만 8천 원)	약 2천 2백 석
엑스디너리 히어로즈 (콘서트)				



Xdinary Heroes
<Beautiful Mind>
World Tour

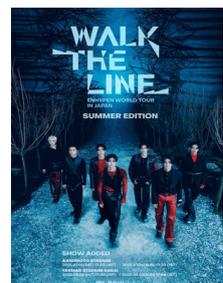
	7.26.	싱가포르 (더 스타 씨어터)	SGD298~158 (약 32만 1천 원 ~17만 원)	약 5천 석
--	-------	--------------------	--------------------------------------	--------

엔시티 위시 (팬미팅)	7.20.(2회), 7.21.(2회)	일본 (도쿄, 도요스 PIT)	JPY11,000 (약 10만 3천 원)	약 3천 석
-----------------	-------------------------	---------------------	---------------------------	--------



NCTzen WISH-JAPAN
FANMEETING 2025
“WISH祭”

엔하이픈 (콘서트)	7.5.~6.	일본 (도쿄, 아지노모토 스타디움)	JPY28,000~17,000 (약 26만 2천 원 ~15만 9천 원)	약 4만 8천 석
---------------	---------	------------------------	---	-----------



ENHYPEN WORLD TOUR
<WALK THE LINE>
IN ASIA

7.2.~3. 호주 (시드니, 퀴도스뱅크 아레나) AUD329~99 (약 29만 6천 원 ~ 8만 9천 원) 약 2만 석

7.6. 호주 (멜버른, 로드 레이버 아레나) AUD509~99 (약 45만 9천 원 ~ 8만 9천 원) 약 1만 5천 석

지드래곤
(콘서트)

7.12.~13. 대만 (타이베이, 타이베이 아레나) NTD8,980~800 (약 42만 2천 원 ~ 3만 7천 원) 약 1만 5천 석



G-DRAGON
2025 WORLD TOUR
<Übermensch>

7.19~20. 말레이시아 (쿠알라룸푸르, 악시아타 아레나) MYR1,339~459 (약 43만 6천 원 ~ 14만 9천 원) 약 1만 6천 석

7.26. 인도네시아 (자카르타, 인도네시아 아레나) IDR4,350K~1,800K (약 36만 8천 원 ~ 15만 2천 원) 약 1만 6천 석

진
(콘서트)

7.5.~6.	일본 (치바, 마쿠하리 멧세 국제전시장 4-6 홀)	JPY28,800~17,800 (약 27만 원 ~16만 7천 원)	약 3만 석
7.12.~13.	일본 (오사카, 교세라 돔)		약 5만 5천 석
7.17.~18.	미국 (애너하임, 혼다 센터)	-	약 1만 8천 석
7.22.~23.	미국 (댈러스, 아메리칸 에어라인스 센터)	USD1,755~96.8 (약 242만 원 ~13만 3천 원)	약 2만 석
7.26.~27.	미국 (탬파, 아말리 아레나)	USD2,380~83.3 (약 328만 8천 원 ~11만 5천 원)	약 2만 1천 석
7.30.~31.	미국 (뉴어크, 프루덴셜 센터)	USD3,847.8~76.23 (약 531만 5천 원 ~10만 5천 원)	약 2만 석



#RUNSEOKJIN_EP.TOUR

카이
(콘서트)

7.12.	대만 (타이베이, 타이베이 뮤직 센터)	NTD6,300~3,800 (약 29만 6천 원 ~17만 8천 원)	약 6천 석
7.27.	필리핀 (마닐라, 아라네타 콜로세움)	PHP12,720~3,710 (약 30만 8천 원 ~8만 9천 원)	약 9천 석



2025 KAI SOLO
CONCERT TOUR
<KAION>

트와이스
(콘서트)

7.26. ~ 27.

일본
(오사카, 교세라 돔)

JPY23,000
~13,000
(약 21만 5천 원
~12만 2천 원)

약 5만 5천 석



TWICE <THIS IS FOR>
WORLD TOUR

한소희
(팬미팅)

7.12.

태국
(방콕, 첩와타나 홀)

THB6,500 ~ 2,900
(약 27만 8천 원
~12만 4천 원)

약 2천 5백 석



2025 HAN SO HEE
1ST FAN MEETING
WORLD TOUR
<Xohee Loved Ones,>

호시X우지
(팬콘서트)

7.26. ~ 27.

대만
(타이베이, NTSU 아레나)

NTD6,800 ~ 3,100
(약 32만 원
~14만 5천 원)

약 1만 5천 석



HOSHI X WOOZI
FAN CONCERT
<WARNING>