

권역별

한류 활용 마케팅



kotra 지식서비스사업단



- 목 차 -

1. 서 문
2. 권역별 한류스타 및 콘텐츠 동향
3. 중국 지역 한류 마케팅 동향
4. 중동 및 아프리카 지역 한류 마케팅 동향
5. 동남아 및 대양주 지역 한류 마케팅 동향
6. 중남미 지역 한류 마케팅 동향
7. 북미 및 유럽 지역 한류 마케팅 동향
8. CIS 지역 한류 마케팅 동향
9. 기타 지역 한류 마케팅 동향

I 중국 지역 한류 마케팅 동향

《 중국 지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 지난해 <별에서 온 그대>, <상속자들> 등 한국 드라마가 중국에서 초대박을 치면서 달아오른 한류열풍은 여전히 뜨겁다. SBS 예능프로그램 <런닝맨>은 범아시아적인 열풍의 주역이 되었고 <아빠 어디가>, <진짜 사나이> 등 한국의 인기 프로그램의 포맷이 연달아 중국으로 수출되고 있다. EXO, 김수현, 이민호 등 수만명을 동원하는 일류 한류스타들의 러브콜이 끊이지 않고 있어 중국 전 지역의 한류의 성장세가 또렷하다. **바야흐로 한류의 중국 전성시대에 접어들었다고 할 수 있다.**

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 김수현, 이민호, 전지현, 송혜교, 김우빈, 이종석, 박신혜

-가수 : EXO, SHINee, fx(빅토리아), 소녀시대, 비(정지훈)

-예능인 : 유재석, 김종국, 이광수 등

◎ 인기 한류 콘텐츠

중국에서의 한류는 전통적으로 강세인 K-POP에 그치지 않고 한국드라마, 예능 프로그램, 애니메이션, 방송 판권 수출등으로 진화하고 있다. 한류 3세대를 이끄는 EXO의 <으르렁>이 각종 순위 차트에서 인기를 끌고 있을 뿐만 아니라 <별에서 온그대>, <피노키오>, <상속자들>과 같이 전개가 빠르고 트렌디한 드라마가 젊은층 사이에서 큰 인기를 끌고 있다. 주목할 만한 점은 한국에서 큰 인기를 끄는 예능 프로그램이 잇따라 중국에 소개되어 사랑을 받고 있다는 점인데 <런닝맨>의 경우 한국에서보다 중국에서 더 큰 인기를 끌고 있으며 유재석, 김종국, 이광수등 출연진이 행사에 모습을 보이면 그 일대는 인산인해로 발 디딜 틈조차 없을 정도로 현지에서 대단한 사랑을 받고 있다. <아빠어디가>, <나는 가수다> 등 한국의 인기 프로그램의 판권을 중국 방송국이 사 자체 리메이크하여 중국인들에게 선보이고 있으며 큰 호응을 얻고 있는 중이다. 애니메이션 <뽀로로>, <라바>등도 현지 진출을 시도하고 있어 중국 시장에 안착할지 주목해 볼 필요가 있다.



◎ **경남제약**은 인기배우 김수현을 레모나 전속 모델로 발탁했다. 31년 만에 남자 전속모델이 탄생했으며 '넌 예뵤야 하니까'라는 달콤한 말로 중국 여성팬들의 마음을 설레게 만들었다. 중국의 4대 미녀 중 한명인 '양귀비'가 비타민C가 풍부한 '여지'를 즐겨 먹었다는 이야기가 전해지면서 레모나는 중국에서 대박을 터뜨렸고 매출액이 전년대비 30%이상 증가하였다. (베이징 무역관)



◎ <상속자들>이 중국에서 대박을 터뜨리면서 이민호의 인기도 뜨겁다. 최근 **LG전자**는 자사의 LG OLED TV 런칭행사에 이민호를 초청해 현지언론과 팬들로부터 큰 환호를 받았다. 제품 출시 이후 10,000명이 넘는 예약건이 잡혀 이민호 대박이라는 말이 생겨났다고 한다. (충칭 무역관)



◎ <별에서 온 그대>에서 주인공 천송이(전지현)이 사용한 립스틱과 노트북이 화제다. **한울**의 '자운단 보습 진정액'은 현지에서 매진, 이너뷰티에 빠진 소비자들로 인해 한때 한국 판매 사이트도 다운되는 등 해프닝이 있었다. 천송이가 들고 다니는 분홍색 노트북 역시 중국 여성들의 마음을 훔쳤다. '삼성노트북'은 드라마 PPL이후 중국 판매량이 200% 늘며 앞으로도 인기 드라마에 자사 제품을 노출시켜 소비자들에게 어필할 계획이라고 했다. (선전 무역관)



◎ <신사의품격>, <상속자들> 등 유명 드라마에 지속적으로 PPL광고를 했던 커피 프랜차이즈 '망고식스'는 저장성, 강소성등에 총 11개가 넘는 프랜차이즈 계약을 하여 현지로부터 뜨거운 반응을 얻고 있다. 매장 방문 고객들은 매장에 오면 드라마 볼 때의 감동이 되살아난다고 평가하며 극중 등장했던 다른 매장도 방문해 보고 싶다고 했다. (텐진 무역관)

- 국내 중소기업 제품을 한류스타와 연결하는 국가 차원의 플랫폼이 개발된다 -

17일 업계에 따르면 중소기업과 스타를 매칭하는 20억원 규모의 '스타 플랫폼'이 나온다. 수출 중소기업들이 한류 스타를 등에 업고 수출 시너지를 내기 위함이다. 한류스타에게는 음원 수익과 공연, 출연료, 광고 외 부가 수익을 만들어줘 일석이조다. 이 플랫폼을 통해 론칭한 한 의류회사는 걸 그룹 씨스타와 '비커즈' 브랜드로 콜라보레이션을 진행, 중국과 동남아에서 첫 달에만 30억원이 넘는 매출 기록하기도 했다. 현재 7개국과 수출 계약을 체결해 올 해에만 300억원의 매출을 기대하고 있다. 스타클라보 관계자는 "비싼 모델료와 광고비로 중소기업은 스타를 모델로 사용할 수 없었던 것이 현실이었다"며 "그러나 온라인이나 SNS 등 마케팅 활로가 확대되면서 적은 비용으로 스타마케팅을 시도할 수 있게 됐다"고 말했다. 스타 플랫폼은 산업통상자원부와 KOTRA 등이 후원한다.

《 중동 지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 중동 지역에 부는 한류 바람이 거세다. 한식, 태권도, 게임은 물론 한국문화원에서 개최되는 한국어 수업은 빈자리가 없을 정도로 열기다. 최근 인기리에 방영된 ‘대장금’은 동 시간대 시청률 90%를 다다를 정도로 인기라고 한다. 더불어 싸이(PSY)와 아이돌 스타들의 활약으로 한류 콘텐츠에 대한 수요뿐만 아니라 한국의 의료수준이 뛰어나다는 평이 널리 퍼지며 의료 서비스의 수요도 지속적으로 증가하고 있다. 최근 대통령의 중동 4개국 순방에 힘입어 한류의 파급력이 더욱 거세질 전망이다. 한편 아프리카에서는 싸이의 흥행 이후 한국에 대한 관심이 증가하고 있어 한류 문화가 확대될 잠재력이 큰 지역이다.

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 이민호, 공유, 이영애, 송일국, 임시완

-가수 : 싸이, EXO, 빅뱅, 슈퍼주니어

◎ 인기 한류 콘텐츠

Youtube 등 스트리밍 사이트를 통해 한국의 뮤직비디오가 꾸준한 사랑을 얻고 있다. 특히 20억 뷰를 돌파한 싸이의 <강남스타일>이 가장 유명하며 중동 각국 대학교에서는 한국어를 공부하는 자체적인 동호회가 조직되고 한국어학과도 생겨나고 있다고 한다. 한국 여성들의 깨끗하고 하얀 피부를 닮고 싶어 한국브랜드 화장품이 큰 인기를 얻고 있고 성형 미용 등 한국의 의료산업에 대한 수요도 증가하고 있다. 요르단에서는 최근 인기드라마 <미생>이 촬영되어 임시완의 인기가 높아졌고 이집트, 쿠웨이트, UAE 등 일찍이 한국문화를 접한 국가에서는 한류 팬클럽이 활동 중이다. 남아공 등 아프리카 국가에서는 <대장금>, <주몽> 등 사극 드라마가 탄탄한 스토리와 체계적인 전개로 현지인 사이에서 인기를 끌고 있다.



◎ 중동의 이스탄불에서 한국 화장품 브랜드가 성공하고 있다. 자극적이지 않고 효과가 뛰어나다는 평이 현지 인터넷에서 유행했고 실제로 사용해본 사람들이 만족스럽다고 이야기해 터키 여성들의 구매 심리를 자극하고 있다. 이러한 바이럴 마케팅(Viral Marketing- SNS 등 입소문을 통한 마케팅)을 통해 **더페이스샵**이 안탈리아에 매장을 열어 큰 성공을 거두고 있다. (이스탄불 무역관)

《 동남아지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 동남아 지역은 중국과 함께 전통적인 한류 강세지역이다. 이민호, EXO, 이영애, 빅뱅, 슈퍼주니어 등 다양한 장르에서 한류스타가 사랑받고 있으며 패션, 뷰티, 프랜차이즈 등 한류의 파급 영역 또한 확대되고 있다. MAMA는 이미 아시아의 최대 뮤직어워드로 자리 잡았다. 특히 '런닝맨'이 선풍적인 인기를 끌어 이와 관련된 상품의 인기도 증가 하고 있다. 한편 호주 및 뉴질랜드는 2014년 싸이(PSY)신드롬 이후 두드러진 한류의 열풍이 불고 있지는 않아 매력적인 콘텐츠의 개발이 요구된다.

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 김수현, 이민호, 이영애, 이종석, 송혜교

-가수 : 슈퍼주니어, 2PM, 빅뱅, 동방신기, SHINee, EXO, 2NE1, 싸이, 씨스타

-예능인 : 이광수

◎ 인기 한류 콘텐츠

K-POP의 인기가 높다. 빠르고 경쾌한 비트를 좋아하는 동남아 지역 특성상 K-POP 아이돌 가수가 대중의 사랑을 받고 있다. 한국의 오디션 프로그램도 높은 인지도를 갖고 있으며 K-POP 콘테스트와 플레시몹등 자체적인 행사도 개최되고 있다. 호주 지역에서는 아직 싸이가 대중적인 인지도가 있으며 기타 한류가수가 큰 인기를 얻지는 못하고 있다. 드라마는 <별에서 온그대>, <상속자들>, <꽃보다 남자>등이 인기를 끌었다.

<런닝맨>의 인기는 가히 폭발적인데 특히 프로그램에서 '배신남', '순정남'등의 다양한 캐릭터를 선보였던 이광수는 '아시아의프린스'로 불리며 현지에서 큰 인기를 끌고 있다.



- ◎ <런닝맨>등에서 푸근한 이미지를 보여주며 큰 사랑을 받고 있는 개그맨 이광수가 동남아에서도 인기를 끌고 있다. 말레이시아 쿠알라룸푸르에 커피 브랜드 **카페베네**가 1호점을 오픈하는 행사에서 이광수가 등장, 현지는 인산인해가 되었다고 한다. 카페베네는 이러한 호기를 포착해 올해 말까지 6호점을 오픈할 계획이라고 한다. (쿠알라룸푸르 무역관)



◎ 국내 한 중소기업이 말레이시아에서 걸그룹 '씨스타'를 활용한 트레이닝복 브랜드 <비커즈>를 런칭해서 30억원이 넘는 매출을 올렸다. 일반적으로 한류스타를 마케팅에 활용하려면 거액이 들지만 이 회사는 '한류스타와 국내 중소기업 제품을 연결'해주는 <스타매칭플랫폼>을 활용했다. KOTRA는 <한류스타-중소기업 융합 해외마케팅>을 전개하여 해외에서 한류스타를 이용한 마케팅을 지원하고 있다. (방콕 무역관)



◎ 호주 여성들도 한국의 화장품을 즐겨 사용한다고 한다. 한국 화장품이 가격과 품질면에서 모두 만족스러워서 인터넷 직접 구매 사이트나 한국에 직접 방문하여 구매를 한다고 하는데 이러한 입소문을 타고 한국의 대표 브랜드 **MISSHA**가 시드니 'Westfield' 백화점에 개점을 하여 큰 사랑을 받고 있다고 현지 언론은 전했다. (시드니 무역관)

《 중남미지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 중남미 지역의 한류는 초기에 정부차원에서 한국의 다양한 문화를 소개한 이후 자생적인 생존 능력을 갖추고 꾸준히 성장세를 유지하고 있다. 드라마에서 시작된 관심이 K-POP, 영화, 한식, 한글 등으로 이어지고 있다. 문화적 자존심이 강한 중남미 지역에 유튜브를 통한 싸이(PSY)의 강남스타일과 젤맨이 크게 성공하여 젊은 층의 문화적 거부감이 약화되었고 빅뱅, 엠블랙, 2NE1, 샤이니 등 다양한 아이돌 스타의 팬층이 형성되어 플래시몹 등이 진행, 한류의 도입기를 넘어 성장기로 나아가고 있는 중이다.

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 이준기, 현빈, 이민호, 김현중, 김수현, 박신혜, 윤상현

-가수 : 엠블랙, 빅뱅, EXO, 2NE1, 슈퍼주니어

◎ 인기 한류 콘텐츠

<장난스러운 키스>, <꽃보다 남자>, <내조의 여왕>, <미생>, <상속자들> 등 다양한 장르의 한국드라마가 현지 더빙방송을 통해 한류팬들을 만나고 있다. 엠블랙 등 전통적인 한류 강자 뿐만 아니라 최근에는 EXO가 큰 인기를 얻고 있다. 한식에 대한 인지도도 높아 한국 문화원에서 주도하는 한식 체험 행사 등에 많은 사람들이 몰려 한국 문화를 접하고 있다.



◎ 전 세계적으로 <강남스타일> 돌풍을 일으킨 싸이가 **하이트진로**와 함께 중남미 시장 공략에 나섰다. 한류 콘서트로 제품을 홍보하는 것은 물론이고 제품에 자신의 사진을 넣어 소비자들에게 직접 다가가는 전략을 취하고 있다. (과테말라 무역관)



◎ 한류 열풍이 확산되고 있는 브라질 '상파울루'에는 **K-POP Chicken**이라는 한국식 치킨집이 생겼다. 소비자들은 한국어가 생소하지만 친숙한 'K-POP'이라는 단어만으로도 매장에 들어가서 음식을 맛보고 싶은 충동을 느낀다고 한다. 점장은 이러한 심리를 이용하여 매장 곳곳에 한국을 알리는 사진과 태극기들을 배치하여 한류에 관심 있는 고객들의 니즈를 충족 시켜주며 한국의 치킨&맥주 문화를 알리고 있다. (상파울루 무역관)

《 북미 및 유럽 지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 예로부터 북미 시장은 우리 한류 스타들이 지속적으로 문을 두드린 지역이다. 그러나 문화적 이질감 및 콘텐츠의 다양성 부족 등으로 매년 북미 시장 성공에 실패하였다. 싸이(PSY)의 강남스타일 성공으로 북미 진출의 가능성을 엿보았으며 많은 한류 스타들이 2ROUND를 준비 중이다. 유럽 지역 역시 북미시장과 같이 한류의 인지 상태이며 지속적으로 한류를 이어나갈 추진력이 부족한 실정이다. 그러나 젊은층을 중심으로 한류의 팬덤이 형성되고 있어 발전 가능성이 큰 시장이라고 할 수 있다.

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 이병헌, 이민호

-가수 : 싸이, 지드래곤, 비, 소녀시대, SHINee, EXO, 2NE1

◎ 인기 한류 콘텐츠

싸이의 <강남스타일>이 가장 대표적인 한류 문화라고 할 수 있다. 또한 10대 젊은이들 사이에서 지드래곤의 인지도도 높아지고 있다. LA에서 매년 열리는 K-CON에서 피날레 무대를 장식하고 있다. 이병헌도 할리우드에서 활약하며 점차 대중의 사랑을 받고 있다. 유럽에서는 영국과 프랑스를 중심으로 한류가 전파되고 있으며 2NE1, EXO 등의 가수가 꾸준히 사랑을 받고 있다. <마당을 나온 암탉>등 애니메이션도 좋은 평을 받고 있으며 '비비고'등 한식 매장이 전략적으로 유럽지역에 진출하여 한식 문화를 알리는데 힘쓰고 있다.



◎ 싸이의 열풍은 크로아티아도 예외가 아니다. 크로아티아의 최대 관광지 '두브로브닉' 에 위치한 한식당 <강남스타일>을 방문한 손님들은 '강남스타일'이라는 이름이 재미있고 뮤직비디오 에서처럼 유쾌할 것 같아서 방문했다고 한다. 이 매장은 개점 이래 매출이 연간 150%씩 성장하고 있어 한류의 재미를 톡톡히 보고 있다고 한다. (자그레브 무역관)



© 싸이의 돌풍이 영국 런던에도 불었다. CJ는 한식브랜드 '비비고'는 싸이를 전면모델로 배치하여 우리음식 알리기에 나섰다. 외국인들이 좋아하는 '비빔밥', '불고기'등을 우선 시식하고 스스로 느끼게끔 런던 시내 곳곳에 푸드트럭 행사를 전개했다. 이른바 참여마케팅(Experience Marketing)이다. 이국적인 음식에 대한 거부감을 줄이고 웰빙음식을 알리는 이 홍보로 '비비고'는 영국에서 지속적으로 성장하고 있다. (런던 무역관)

《 CIS 지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 러시아지역의 한류는 이제 태동기에 접어들었지만 그밖에 우크라이나, 카자흐스탄, 몽골 등의 한류는 이미 성장기라는 분석이다. 대학교의 한국어학과와 인기가 증가되는 한편 화장품, 의류등 뷰티시장의 성장세도 주목할 만하다. 다만 이러한 인기는 젊은 층에 국한되어 있어 한류의 안정적인 정착을 위해서는 지속적인 노력이 요구된다. 최근 러시아 지역에서 샤이니, 이병헌등의 인지도가 높아지고 있다.

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 김수현, 이민호

-가수 : 싸이, EXO

◎ 인기 한류 콘텐츠

싸이의 <강남스타일>이 가장 대표적인 한류 문화라고 할 수 있다. 또한 10대 젊은이들 사이에서 지드래곤의 인지도도 높아지고 있다. LA에서 매년 열리는 K-CON에서 피날레 무대를 장식하고 있다. 이병헌도 할리우드에서 활약하며 점차 대중의 사랑을 받고 있다. 유럽에서는 영국과 프랑스를 중심으로 한류가 전파되고 있으며 2NE1, EXO 등의 가수가 꾸준히 사랑을 받고 있다. <마당을 나온 암탉>등 애니메이션도 좋은 평을 받고 있으며 '비비고'등 한식 매장이 전략적으로 유럽지역에 진출하여 한식 문화를 알리는데 힘쓰고 있다.

◎ 우크라이나 '키에프 센터' 에 위치한 한국음식점 <강남스타일>도 한류를 이용한 네이밍 마케팅(Naming Marketing - 친숙한 이름을 사용한 마케팅)을 전개하고 있다. 매장 곳곳에 싸이와 한류스타 브로마이드를 걸어 두어 특히 젊은 여성층이 즐겨 방문한다고 한다. 고객들은 한국어는 모르지만 뮤직비디오에서 외치는 '오빠 강남스타일~!'은 익숙하다고 하며 앞으로도 계속 방문할 의사가 있다고 한다. (키에프 무역관)



◎ 커피 프랜차이즈 **카페베네**는 몽골시장 프로모션을 위해 인기 배우 김범을 매장 오픈식에 초청하여 현지로부터 뜨거운 반응을 이끌어 냈다. (울란바토르 무역관)

7 일본 지역 한류 마케팅 동향

《 일본 지역 한류 마케팅 동향 》

◇ 일본 지역에서는 한류 가장 먼저 한류 현상이 태동했던 곳이며 드라마, K-POP, 한식 등 다양한 분야에서 고른 한류의 성장세가 이어졌으나 새로운 콘텐츠 수요에 대한 만족할만한 대안책을 제시하지 못해 한류가 힘을 잃고 있다는 평가가 있다. 더불어 독도, 위안부 등 정치적 이슈에 따른 한일관계의 경색이 한류에도 부정적 영향을 미쳤다. 한류에 대한 두터운 팬덤이 형성되어 있는 바, 외부 환경이 개선되면 다시 한번 한류의 붐을 기대할 수 있다.

◎ 인기 한류 스타

-배우 : 장근석, 박시후, 배용준

-가수 : 동방신기, 슈퍼주니어, BAP, 씨앤블루, 소녀시대, EXO, SHINee

◎ 인기 한류 콘텐츠

전통적인 한류 강세지역인 일본은 한류의 정체기에 빠졌다. 한류 드라마가 부진한 이유는 박히트작의 부재, 일본인이 좋아하는 멜로드라마가 아닌 장르드라마의 대량 유입으로 인한 매력도 감소라는 평이다. 보아, 동방신기 이후 일본 음반시장 내 한국 음악의 부진도 두드러지게 나타나지만 관객동원능력은 동방신기의 경우 일본 전체 가수 중 2위를 차지할 정도이고 SHINee 경우 도쿄돔의 공연에서 10만 관객을 모았을 정도로 아직 한류의 위상은 막강하다. <공주의 남자>의 박시후가 현지에서 큰 인기를 끌어 다양한 잡지, 화보의 메인모델을 장식하고 있고 장근석의 경우 꾸준한 사랑을 받고 있다. 한일간 영토이슈, 정치적 갈등등으로 한류가 주춤하고 있으나 한일관계가 개선되고 정부의 관계개선 노력이 뒤따른다면 한류의 부흥을 다시 도모해 볼 수 있다.

《 기타 지역 한류 마케팅 동향 》

- ◇ 기타 북유럽지역이나 아프리카 지역에는 아직 한류가 정착하지 못하였고 인지도 또한 높지 않은 편이다. 다만 북유럽의 경우 문화적 이질감을 잘 융화시키는 전략을 사용하는 동시에 아프리카의 구매력이 점차적으로 증진하므로 이를 잘 활용하는 마케팅 전략을 사용한다면 한류의 확산을 기대할 수 있을 것이다.

- * 핀란드와 덴마크 등의 북유럽지역이나 가나, 수단 등 아프리카 지역은 한류의 미도입 지역으로 소수 K-POP 매니아 외에는 주목할만한 한류의 움직임이 포착되지 않고 있다. 한국에 대한 관심과 이해를 선행시킨 후 한류를 소개하는 전략이 필요하며 기업들이 진출할 경우 타 지역에 비해 마케팅에 대한 더 많은 비용과 노력이 요구된다.
(헬싱키 무역관, 취리히 무역관, 카르툼 무역관, 아크라 무역관, 바쿠 무역관, 모스크바 무역관, 오클랜드 무역관, 카라치 무역관, 리야드 무역관)

[작 성 자]

지식서비스사업단

이상윤 전문위원

김고은 사원

오정훈 사원

- 권역별 한류 활용 마케팅 -
(KOTRA자료 15-013)

발행인 : 김 재 흥

발행처 : KOTRA

편집인 : 김 성 수

발행일 : 2015년 3월

주 소 : 서울시 서초구 현릉로 13 (우 137-749)

전 화 : 1600-7119(대표)

홈페이지 : www.kotra.or.kr

Copyright ©2015 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.