

동남아 3개국 캐릭터 시장현황 및 진출방안

2005. 9

kotra

IT문화수출센터

[모바일 콘텐츠 동남아 3개국 : 제목 차례]

<태국>

I. 태국 모바일 콘텐츠 산업 및 시장 현황	2
1. 모바일 콘텐츠 산업 개요	2
가) 전체 시장 규모 및 성장 전망	2
나) 제품군별 시장규모 및 특성	5
2. 모바일 콘텐츠 산업 구조	8
가) 산업 및 유통 구조	8
3. 모바일 콘텐츠 산업 동향 및 전망	10
가) 주요 산업동향	10
나) 산업 전망	11
4. 한국과 협력제휴 유망기업	13
가) Advanced Info Service Plc. (AIS)	13
나) Total Access Communication Plc. (Dtac)	14
다) Hutchison CAT Wireless Multimedia Limited	15
라) Samart Info Media Co., Ltd.	16
마) Maxite Network Co., Ltd.	17
바) Shineedotcom Company Limited	18
사) GMM Digital Domain Co., Ltd.	19
아) Bangkok Online Co., Ltd.	20
자) Game Square Interactive Co., Ltd. (GSI)	21
차) Infomedia Communication (Thailand) Co., Ltd.	22
II. 국내 업체 진출현황 및 방안	23
1. 국내 기업 진출현황	23
2. 효과적인 현지 진출 방안	25
3. 활용 가능한 현지 유망 행사	27
4. 현지 마케팅 사례 연구	28
가) 성공사례 : Shineedotcom	28

<베트남>

I. 베트남 모바일 콘텐츠 산업 시장 현황	32
1. 일반 정보	32
가) 베트남 모바일 콘텐츠시장 개관	32
나) 시장 규모	34
다) 시장 특성	36
II. 베트남 모바일 콘텐츠 산업 구조	38
1. 베트남의 통신산업	38
2. 휴대폰 시장	40
III. 베트남 모바일 콘텐츠 시장 구조	43
1. 통신 기술	43
2. 휴대폰 사용 기반	44
3. 모바일 콘텐츠 유통망	46
4. 스위치 보드에 따른 VASC사의 서비스	47
IV. 베트남 모바일 콘텐츠 시장전망 및 시장접근 전략	49
1. 유망 기업	50
2. 한국 기업 진출 현황	54
가) 효과적인 시장진출 전략	54
나) 활용 가능한 마케팅 수단	55
다) 마케팅 성공 사례	55

<말레이시아>

I. 말레이시아 모바일 콘텐츠 산업 및 시장 현황	58
1. 모바일 콘텐츠 산업 개요	58
가) 전체시장 규모 및 성장 전망	58
나) 제품군별 시장규모 및 특성	65
2. 모바일 콘텐츠 산업 구조	75
가) 산업 구조	75
나) 제품 유통구조	75

3. 모바일 콘텐츠 산업 동향 및 전망	76
가) 주요 산업 동향	76
나) 산업 전망	78
4. 한국과 협력제휴 유망기업	82
가) 기업개요	82
나) 담당자	82
II. 국내업체 진출현황 및 방안	85
1. 국내기업 진출현황	85
2. 효과적인 현지 진출 방안	85
3. 활용 가능한 현지 유망 행사	85
4. 현지 마케팅 사례 연구	85

[모바일 콘텐츠 동남아 3개국 : 표 차례]

<태국>

<표 1> '05년 상반기 태국 이동통신 시장점유율	4
<표 2> '05년 상반기 휴대폰 형태별 시장점유율	4
<표 3> 태국내 주요 Digital Contents 분류	8
<표 4> Hutchison사의 mobile contents 판매수익 분배 구조	26

<베트남>

<표 5> 베트남 휴대폰 사용인구	33
<표 6> 베트남 국제통신 기반시설	33
<표 7> 사업군별 가입자수(2000년-2004년)	33
<표 8> 베트남 인기 모바일 콘텐츠	36
<표 9> VNPT의 매출액 및 가입자 수	38
<표 10> 2005년 8월 인터넷 현황	39
<표 11> 베트남 정보통신시장	40
<표 12> 통신회사별 기반기술	42

<표 13> 휴대폰 가격수준별 총 판매대수 비율	44
<표 14> 휴대폰기능별 전체 판매대수 비중	45
<표 15> 10대 인기 휴대폰(2005년 9월)	45
<표 16> 2004년도 Vinaphone 문자서비스 매출액	48
<표 17> 2006년 모바일 콘텐츠 시장 전망	49
<표 18> 휴대폰 판매대수	49
<표 19> 휴대폰 가입자 수	50

<말레이시아>

<표 20> RBT산업구조	72
----------------	----

[모바일 콘텐츠 동남아 3개국 : 그림 차례]

<태국>

<그림 1> 태국 Mobile Contents 시장규모	3
<그림 2> Mobile Contents 종류별 시장점유율	7
<그림 3> AIS's Products and Services	13
<그림 4> Dtac's Products	14
<그림 5> Hutchchison's Products	15
<그림 6> BUG2Mobile	16
<그림 7> Maxite Network's Products	17
<그림 8> Shinee's Products	18
<그림 9> GMM Digital Domain's Products	19
<그림 10> Bangkok Online's Products	20
<그림 11> GSI's Products (Java Game)	21
<그림 12> Infomedia Communication's Products	22

<베트남>

<그림 13> 베트남 휴대폰 시장의 매출구조	34
<그림 14> 휴대폰 가입자(7백7십만)의 구조	35
<그림 15> 전화가입자수 변화추이(2000년-2005년)	39
<그림 16> 휴대폰 사업자의 시장점유율(2005년 9월 기준)	41
<그림 17> 휴대폰 사업자별 가입자수(2005년 9월 기준)	41
<그림 18> 휴대폰 브랜드별 시장 점유율(2004년)	42
<그림 19> 모바일 콘텐츠 시장 점유율	46
<그림 20> 10대 인기 바탕화면(VASC사 기준)	48

<말레이시아>

<그림 21> Malaysian mobile content market in 2003	64
<그림 22> Cellular Phone Market Share 2004	64
<그림 23> Role of operators vs. content application develop (by Maxis)	75

태국



방콕무역관

I. 태국 캐릭터 산업 및 시장 현황

1. 캐릭터 산업 개요

가) 전체시장 규모 및 성장 전망

□ 시장 규모

- 태국의 캐릭터 시장규모 관련 기초사된 객관적인 자료의 부재로 정확한 시장규모의 파악은 어려움
- 태국 캐릭터 산업 주요기업들의 면담결과 태국 캐릭터 산업의 시장규모는 연간 1억2,500만달러 규모로 추정됨
 - 후진국 특성상 미국, 일본 등 대비 절대적인 시장규모가 작고 캐릭터의 불법 이용 비율이 높음
- 태국의 주요 캐릭터는 미국, 일본 두 국가의 것이 대부분이며, 고전 캐릭터, 영화 캐릭터, 기타 등 크게 세 가지 형태 시장을 구분할 수 있음
 - Winnie the Pooh, Mickey Mouse (Disney), Scooby-Doo, Bugs Bunny and Tweety (Warner Bros.), Doraemon (Shogakukan Production Ltd.) Hello Kitty and friends (Sanrio Co., Ltd.) 등의 고전 캐릭터의 시장점유율이 가장 높음
 - Star War Characters, Toy Story, Shrek 등 영화 캐릭터의 시장 점유율이 두 번째이며, 나머지는 기타로 분류됨

(단위 : 백만달러, %)

<표 1> 태국 캐릭터 산업 시장 규모

순번	구분	시장규모	시장점유율
1	Classic Character	81	65%
2	Movie Character	38	30%
3	기타	6	5%
합계		125	100%

Sources : Interview with Ms. Nantanat Vacharapichart, General Manager of RM Licensing (Thailand) Co., Ltd., Positioning Magazine on August 2005

□ 성장 전망

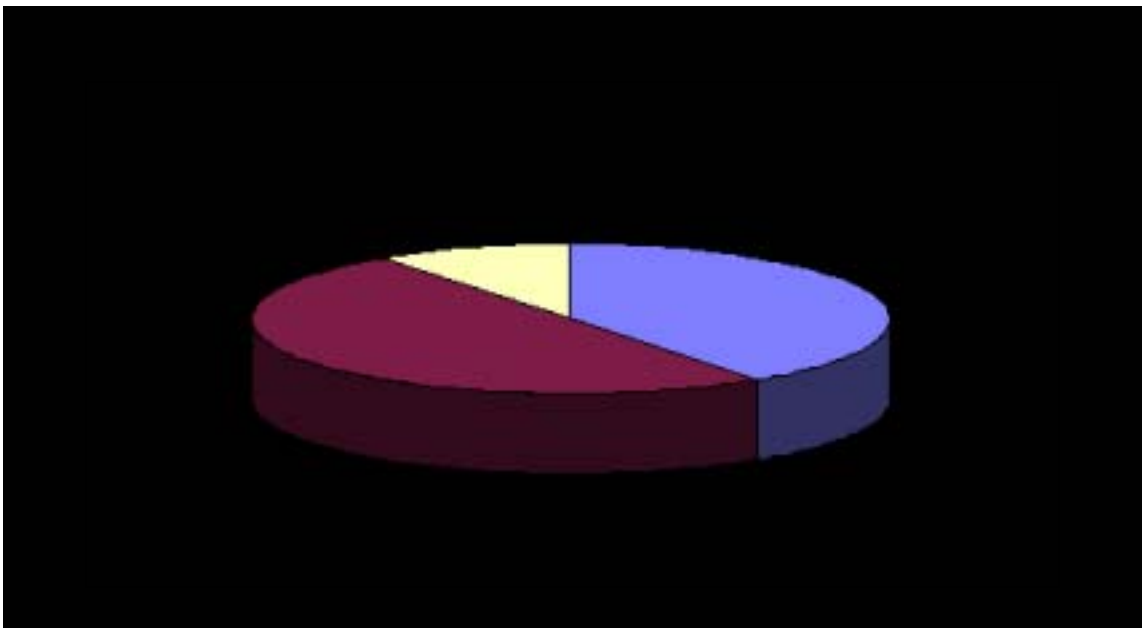
- 태국의 캐릭터 산업은 절대적 규모가 작고 불법 캐릭터 이용 빈도가 높음. (스타워즈 캐릭터의 전세계 시장규모는 약 2억 2,500만달러로 추정. 태국 전체 캐릭터 시장은 스타워즈 캐릭터 1개 품목 시장규모의 약 55% 수준)
- 객관적 자료의 부재, 캐릭터 산업의 특성상 정확한 성장전망은 어려움. 특히 영화 캐릭터의 경우 특정 영화의 홍보에 따라 캐릭터 상품의 판매가 단기간에 이루어지고 상품의 판매 주기가 짧기 때문에 지속적인 경향의 예측이 어려움
- 인지도가 높은 고전 캐릭터의 경우 태국 경제규모의 성장 및 캐릭터 불법 사용 비율의 하락 경향에 따라 지속적인 성장이 가능할 전망
- 개별 캐릭터의 성공 여부는 주요 소비 계층의 특성에 따른 마케팅 전략 수립에 달려 있음
 - 태국 캐릭터 시장은 연령에 따라 Child, Teenager market 으로 구분가능
 - Child market 은 ITV Cartoon Club, Cartoon on Modern Nine

TV 등 공중파 채널에서 방송되는 만화영화 시리즈의 영향이 절대적임

- Teen market 은 child market에 비해 만화영화 시리즈의 인기도가 캐릭터 상품 구매에 미치는 영향이 상대적으로 작고 캐릭터 상품 자체의 디자인 등이 상품구매에 보다 직접적인 영향을 미침

나) 제품군 별 시장규모 및 특성 (장난감, 게임, 의류, 식품, 액세서리, 출판 등)

(단위 : 백만바트)



<그림 1> 제품군별 시장규모

Source : Interview with Fun Character International (Thailand) Co., Ltd.

□ 태국 캐릭터 산업은 Soft Line, Hard Line, Toys 등 크게 세 가지 섹션으로 구분 가능

□ Soft Line

- Clothes, Bags, Accessories 등의 캐릭터 상품. 주 구매층은 영. 유아, 십대 계층임. 공중과 TV상의 인기도가 캐릭터 상품 판매에 결정적인 영향을 미침
 - 주요 캐릭터 : Hello Kitty, Mickey Mouse, Doraemon 등
- Soft Line 섹션의 시장규모는 약 5,000만달러로 전체 캐릭터 시장의 약 40%를 점유하고 있음 (* 자료원 : Fun Character Int'l 사 인터뷰)

□ Hard Line

- bedding, kitchenware, furniture, car accessories, food, stationery 등의 캐릭터 상품
 - 주요 캐릭터 : Batman, Superman, Spiderman 등
- Hard Line 섹션의 시장규모는 약 6,250만달러로 전체 캐릭터 시장의 약 50%를 점유하고 있음 (* 자료원 : Fun Character Int'l 사 인터뷰)

□ Toy

- Wooden Toy, Plastics Toy, Electronic Toy 등으로 구분되며, Electronic Toy 시장비중 및 성장속도가 타품목에 비해 앞서있음
- Toy 섹션의 시장규모는 약 1,250만달러로 전체 캐릭터 시장의 약 10%를 점유하고 있음 (* 자료원 : Fun Character Int'l 사 인터뷰)

2. 캐릭터 산업 구조

가) 산업 구조 (라이선서, 라이선시, 최종소비자 등)

□ Licensor

- 대부분의 외국 캐릭터 라이선서는 태국에 자사를 운영하고 있지 않으며 현지 Licensing Agents를 통해 캐릭터 사업을 운영하고 있음
- Disney사의 경우 지사를 태국에 설립하여 운영했으나 최근에는 라이선싱 에이전트를 통해 태국시장을 관할하고 있음. 디즈니사는 Fun Characters International (Thailand) Co., Ltd.사를 Master Licensee (Licensee Agent) 선정.
- 시장규모가 작은 캐릭터의 경우 태국내에 licensing agent도 없는 경우가 많음. 이 경우 라이선시는 미국, 일본 등 본국의 라이선서를 직접 접촉
 - 침구류 제조업체인 Pearl Bedding은 바비 캐릭터 사용을 위해 라이선서를 직접 접촉

□ Licensee

- 시장 규모가 큰 품목과 품목별 대표 라이선시는 다음과 같음
 - Stationery Companies (Namee Co., Ltd.), Premium Products (Leo Contract International Co., Ltd), Toy (Su Thai Sing Co., Ltd., Ocean Toys Ltd., Part.), TOMY (Baby Products) 등
- 캐릭터 사용을 위해 태국 내 Licensing Agent나 본국의 라이선서를 직접 접촉

- 태국의 라이선스 중 Leo Contract사의 경우 기존의 캐릭터에 독특한 디자인을 추가하여 상품을 개발, 유통하고 있음 (일명 Corporate Character)
- 라이선서와의 계약조건에 따라 캐릭터 상품 판매에 따른 royalty 지불

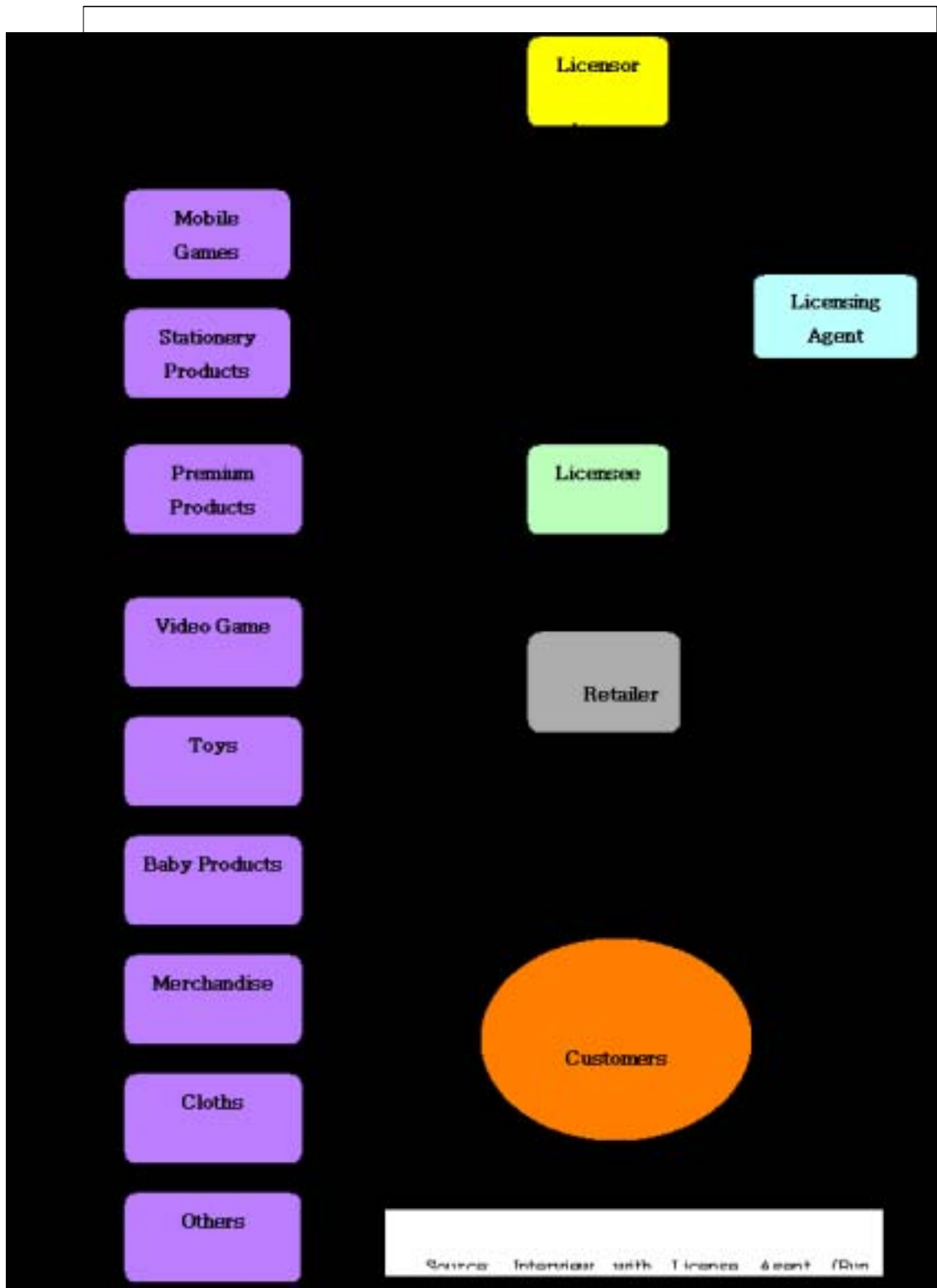
□ Licensing Agents and Licensing Consultants

- 태국 캐릭터 시장 규모가 상대적으로 협소함에 따라 다수의 Licensing Agents 들이 활동 중임. licensing agents 들은 캐릭터의 현지 마케팅, 캐릭터 이미지 관리 등을 담당
- 태국 내 주요 Licensing Agents 는 다음과 같음
 - Fun Characters International (Thailand) Co., Ltd. : 디즈니 캐릭터, 가필드 캐릭터의 태국 에이전트. 디즈니 등 인지도가 높은 캐릭터 위주의 사업을 전개
 - RM Licensing (Thailand) Co., Ltd. : Betty Boop, Snoopy, Popeye 등 캐릭터의 에이전트로서 십대 청소년 계층을 겨냥한 의류, 문구류 등 라이선스와 협력관계에 있음
 - 기타 : Animation International (Thailand) Co., Ltd., Promotional Partner Worldwide (PPW) 등
- 태국에 Licensing Consultants는 없으며 경우에 따라 Licensing Agents가 licensing consultant의 역할도 병행

□ Retailers

- 캐릭터 상품은 태국 내 다양한 경로를 통해 유통 중
 - 대형 할인점(Big-C, Lotus, Carrfour), 편의점 (7-eleven, Family Mart), 백화점 (Central Department Store, The Mall Group, Robinson Department Store 등)
- Sanrio, 워너 브러더스 등 일부 캐릭터는 자체 유통망을 운영중
 - Sanrio 캐릭터 상품은 Central Department Store (Chidlom branch), The Mall (Bangkapi branch) 등에 자체 소매점을 개점
 - 워너 브러더스 캐릭터 상품은 Seacon Square, Central Department Store (Ladphrao branch)의 'Looney Toon Shops'을 통해서도 유통됨

나) 제품 유통구조 (유통 채널별 현황 및 특성)



<그림 2> 제품 유통구조 (유통 채널별 현황 및 특성)

Source : Interview with Licensing Agent (Fun Character Co., Ltd)

3. 캐릭터 산업 동향 및 전망

가) 주요 산업동향

□ Mr. Ronnapong Kamnuanthip (Director of Promotional Partners Worldwide (Thailand) Co., Ltd.)에 따르면 태국 캐릭터 산업은 올해 3, 4분기 성장세가 둔화될 것으로 전망. 유가 상승 및 수출 부진 등으로 올해 성장폭이 전년 대비 크게 낮아질 것으로 전망됨에 따라 소비재 상품인 캐릭터 상품의 판매도 부진할 것으로 전망

□ 시장 규모면에서 태국의 3대 캐릭터는 Disney, Warner Bros., 4 Kids Entertainment (Pokemon or Pikachu) 등임. 모두 고전 캐릭터 (Classic Characters)로 분류됨. 캐릭터 자체가 고급 브랜드로 기능하여 의류, 완구 등 제품의 가치를 높이는 역할을 함

□ 라이선터, 원산지 국가별 태국 내 주요 캐릭터는 다음과 같음

<표 2> 태국의 주요 캐릭터

Sanrio Family	Cartoon network	Disney	Warner Bros.
Hello Kitty	Powerpuff Girls	Winnie the Pooh and Friends	Looney Tunes
Bad Badtz Maru	Tom&Jerry	Mickey Mouse and friends	-Bugs Bunny
Kero Kero Keropp	Dexter's Laboratory	Cinderella	-Syvester
Minna No Tabo	Scuby Doo	Aladdin	-Taz
Pom Pom Purin	Flintstones	Nemo	-Road Runner
My Melody	Johnny Bravo		-Tweety
Little Twin Star	Others		Scooby-Doo
Pochacco			Harry Potter
Ahiru No pickkle			Star War

<표 3> 태국의 주요 캐릭터 (국가 및 주요 기업별)

Japanese Character	Korean Character	Asia Soft	Other
Doraemon	Mashimaro	Ragnarok	Snoopy
Pokemon	Puka	War Craft	KuuGa Raider
Dragon Ball		Counter Strike	Betty Boop
Digimon		Dragon Raja	Popeye
Yu-Gi-Oh			Barbie

Sources : Interview with Character Agencies and Licensee Companies, Homepage of Licensor

□ 캐릭터 불법 이용 사례

- 객관적 통계는 없으나 태국에서 캐릭터를 불법으로 이용하는 제품의 규모는 연간 2,500만달러에 달해 전체 캐릭터 시장의 약 20% 수준인 것으로 추정됨
- Fun Characters International (Thailand) Co., Ltd.사에 따르면 캐릭터 무단 이용에 따른 피해를 줄이기 위해 태국내 라이선스들은 고가 상품 위주로 캐릭터 상품을 기획하고 있음

나) 순위별 인기 캐릭터 개요 및 분석 (캐릭터 명, 제작사, 국가, 특징, 라이선싱 현황 등)



<그림 3> 순위별 인기 캐릭터

Sources: Character Licensor, Licensee Companies 인터뷰

<표 4> 순위별 인기 캐릭터 개요 및 분석

Character's Name	Born	Country	Licensor (s)	Licensee (s) in Thailand	Product (s)
1. Hello Kitty	1974	Japan	Sanrio Co., Ltd.	-Universal Cosmetics Co., Ltd. (Cosmetics) -Co-Brand; McDonalds (Premium), Fuji Film (Premium).	Stationery, Cloths, Premium
2. Pang Pond	2002	Thailand	Vithita Animation Co., Ltd.	-Co-Brand, KFC (Presenter) -Nongpho (Pasteurize Milk) -Oralmad (Oral Goods) -Advance Info Service (Mobile Contents)	Cloths, Shoes, Bag, Presenter
3. Doraemon	1969	Japan	Shogakukan Production Ltd.	-Nation Multimedia Group (Comic Books) -P. Sang Udom Trading Co., Ltd. (Snack) -Cool Planet Co., Ltd. (Toy, Stationery)	Comic, Merchandise
4. Mickey Mouse	1928	USA	Disney	-Big One Products Co., Ltd. (Snack) - S&P Syndicate Plc. (Cake) - TA Orange Co., Ltd.(Mobile Contents)	Stationery, Cloths, Premium products.
5. Crayon Shinchan	1992	Japan	Futabasha Publisher Limited	- Animation International (Thailand) (Agent) - P. Sang Udom Trading Co., Ltd. (Snack)	Snacks
6. Pokemon	1996	Japan	4 kids Entertainment	- Dream Toy co., Ltd. (Plastic Toys) - Big One Toys Co., Ltd. (Plastic Toys)	Toys, Stationery
7. Winnie the Pooh	1926	USA	Disney	- Big One Products Co., Ltd.(Snack) - TA Orange Co., Ltd.(Mobile Contents) - Saha Pathanapibul Plc. (Shampoo, Baby bath, toothpaste)	Cloths, Premium products, Snacks.
8. Bugs Bunny	1940	USA	Warner Bros.	- S&P Syndicate Plc.(Cake) - Colgate-Palmolive (Thailand) Limited (Toothpaste)	Cloths, Premium products, Snacks.

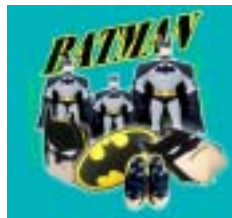
4. 한국과 협력제휴 유망 기업

□ Su Thai Sing Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Su Thai Sing Co., Ltd	Name:	Mr. Narumon Su
Homepage:	www.suthaising.com	Position:	Managing Director
No. of employee:	50	Section:	-
Annual turnover:	42 Million Baht	Tel:	(66-2) 965-0190-2
Main business area:	Manufacturer of stuffed toys which are licensed articles, non-licensed articles and custom design	Mobile:	na
		Fax:	(662) 526-6299
		e-mail:	suthai@ksc.th.com
Area of Cooperation	Cartoon characters for toys		

Example: Su Thai Sing's Products

Stuffed Toys



Batman Sets



Looneytunes Sets

<그림 4> Su Thai Sing's Products

Su Thai Sing Co., Ltd사는 인형 제조업체로 Warner Bros.사의 Powerpuff Girls, Looney Tunes, Batman, Marvel Enterprise사의 Spider-man, Tsubuya Creative Inc.사의 Hamster Club Rainbow S.R.L. 등의 캐릭터를 사용하고 있음. 신규 캐릭터 물색중

□ Leo Contract International Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Leo Contract Int'l Co., Ltd	Name:	Mr. Sompol Poomanee
Homepage:	www.leo.co.th	Position:	Marketing Manager
No. of employee:	25	Section:	Marketing Department
Annual turnover:	0.5 Million Baht	Tel:	(66-2) 399-5041-2
Main business area:	Premium products both plastic and garment types including cartoon license on products	Mobile:	(66-1) 907-4224
		Fax:	(66-2) 399-5043
		e-mail:	leo@leo.co.th
Area of Cooperation	Cartoon Characters on premium products		

Example: Leo's Products

Plastic Dolls



<그림 5> Plastic Dolls

Leo Contract사는 만화영화 캐릭터를 사용, 플라스틱 인형을 유통하고 있음. 수요자의 요구에 따라 자체 디자인을 가미한 주문생산도 가능

□ Fun Characters International (Thailand) Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Fun Characters Int'l (Thailand) Co., Ltd	Name:	Ms. Anittia Buasub
Homepage:	www.fun-characters.com	Position:	Country Manager
No. of employee:	12	Section:	-
Annual turnover:	103 Million Baht	Tel:	(66-2) 656-1831-45
Main business area:	Master Licensee of Disney consumer products in Asean Market	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 656-1825-6
		e-mail:	abuasub@fun-characters.com
Area of Cooperation	Internationally renowned characters		

Example: Fun Characters International's Characters



Disney's Characters

Garfield

<그림 6> Fun Characters International's Characters

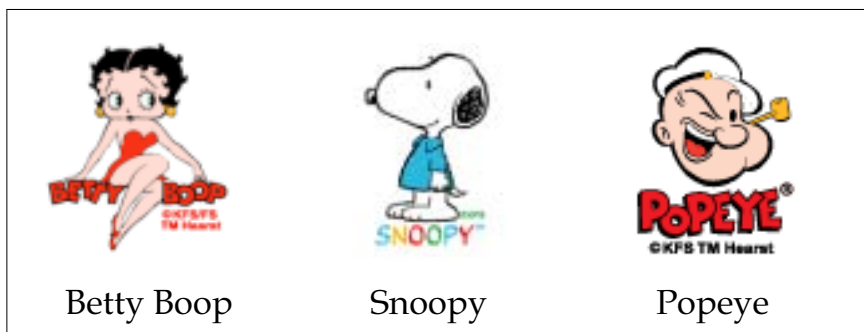
Fun Characters사는 디즈니 캐릭터의 Master Licensee 회사로, Pooh, Nemo 등 디즈니 캐릭터와 Garfield 캐릭터의 라이선스사업을 수행하고 있음. 태국내 사업을 위해 새로운 캐릭터 사업을 검토하고 있음

□ RM Licensing (Thailand) Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	RMLicensing (Thailand) Co., Ltd	Name:	Ms. Nantanat Vacharapichart
Homepage:	www.rmlicensing.com	Position:	General Manager
No. of employee:	7	Section:	-
Annual turnover:	0.9 Million Baht	Tel:	(66-2) 530-7476-8
Main business area:	Licensing agency for the development and promotion of character licensing in Asia	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 530-7479
		e-mail:	rmthai@loxinfo.co.th
Area of Cooperation	Marketing of character in Thailand		

Example: RM's Characters

Characters



<그림 7> RM's Characters

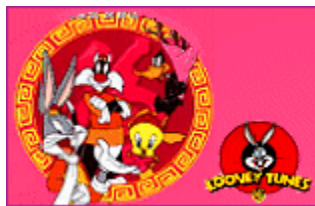
RM's Characters사는 태국내 주요 licensing agency로 이벤트, 디스플레이 등 다양한 마케팅 사업을 수행중. 주요 사업대상 연령층은 10대이며, 의류, 문구 등 다양한 분야에서 제품을 동시에 론칭시키는 전략을 취하고 있음. 신규 캐릭터 물색중

□ Promotional Partner Worldwide

Company Review		Person in Charge	
Name:	Promotional Partner Worldwide	Name:	Mr. Adisorn Boonrithruetaikul
Homepage:	www.ppwgroup.com	Position:	Asst. Manager
No. of employee:	40	Section:	Marketing Department
Annual turnover:	na	Tel:	(66-2) 253-8308-9 #107
Main business area:	Licensing agency for character in Movies such as Star wars with potential clients such as KFC	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 253-8310
		e-mail:	adisorn@ppw.co.th
Area of Cooperation	Cartoon Characters		

Example: PPW Characters

Characters with potential Clients



KFC Chicky Meal



Pepsi Star Wars



Johnson & Johnson

<그림 8> PPW Characters

Promotional Partners Worldwide사는 다국적 기업으로 다양한 캐릭터 사업을 수행하고 있음. 태국 사무소는 기존 제품 홍보 및 신규 사업 발굴을 중점적으로 추진하고 있음

□ Animation International (Thailand) Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Animation Int'l (Thailand) Co., Ltd	Name:	Ms. Saranpak Phongsarath
Homepage:	www.jsl.co.th	Position:	Marketing Director
No. of employee:	12	Section:	Marketing Department
Annual turnover:	21 Million Baht	Tel:	(66-2) 731-1890 Ext.200
Main business area:	Licensing agency for marketing development in Thailand	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 731-3063
		e-mail:	saranpak@aithailand.co.th
Area of Cooperation	Marketing of character in Thailand		

Example: AI's Characters

Characters



<그림 9> AI's Characters

Animation International (Thailand)사는 JSL사와 홍콩기업인 Animation International사의 조인트 벤처임. 일본 캐릭터를 주로 취급하고 있으며 film distribution, product licensing, character events 등의 사업을 전개하고 있음. 신규 캐릭터 물색중

□ Nan Mee Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Nan Mee Co., Ltd	Name:	Ms. Preyanee Suputiphong
Homepage:	www.nanmee.com	Position:	Asst. Director
No. of employee:	1,200	Section:	-
Annual turnover:	208 Million Baht	Tel:	(66-2) 236-0059
Main business area:	Stationery (Art Materials, files, markers, office supplies, writing instruments, etc.)	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 236-3220
		e-mail:	preyanee@nanmee.com
Area of Cooperation	Licensed products of stationery		

Example: Nanmee's Licensed Products

Licensed Products



Colored Pencils (Pooh) Water Colors (Doraemon) Note Book (Digimon)

<그림 10> Nanmee's Licensed Products

Nan Mee Co., Ltd. is Thailand 사는 태국 최대 규모의 문구류 제조업체로 Horse, Nanmee, Arrow 브랜드의 제품을 생산. 제품중 일부를 pooh, doraemon 등의 캐릭터를 이용하고 생산하고 있음

□ Ocean Toys Ltd., Part.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Ocean Toys Ltd., Part.	Name:	Mr. Peter Kang
Homepage:	www.oceantoy.com	Position:	Sales Manager
No. of employee:	200	Section:	Sales Department
Annual turnover:	45 Million Baht	Tel:	(66-2) 753-7203
Main business area:	Manufacturer of stuffed toys in Thailand. Other products are household goods, bags, etc.	Mobile:	(66-9) 777-4849
		Fax:	(66-2) 751-7126
		e-mail:	oceantoy@ksc.co.th
Area of Cooperation	Cartoon characters for toys		

Example: Ocean Toy's Products

Toys and Car Accessories



Pooh (Cowboy)

Pooh (Seat Belt Cover)

Tigger (Mini Box)

<그림 11> Ocean Toy's Products

Ocean Toys Ltd., Part사는 Winnie the Pooh 캐릭터를 사용, 인형, fancy, bags, household goods, car accessories 등의 제품을 생산.

□ Pearl Bedding Co., Ltd.

Company Review		Person in Charge	
Name:	Pearl Bedding Co., Ltd	Name:	Ms. Siri On Jivoraviwat
Homepage:	www.totobed.com	Position:	Export Coordination
No. of employee:	1,000	Section:	Marketing Department
Annual turnover:	370 Million Baht	Tel:	(66-2) 810-5122
Main business area:	Manufacturer of Bed in bag, changeble comforter, Duvet & Duvet cover, pillow & bolster, etc.	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 810-5373
		e-mail:	siri_on@totobed.com
Area of Cooperation	Cartoon characters for their products		

Example: Pearl Bedding's Products

Licensed Design for Bedding Set



<그림 12> Pearl Bedding's Products

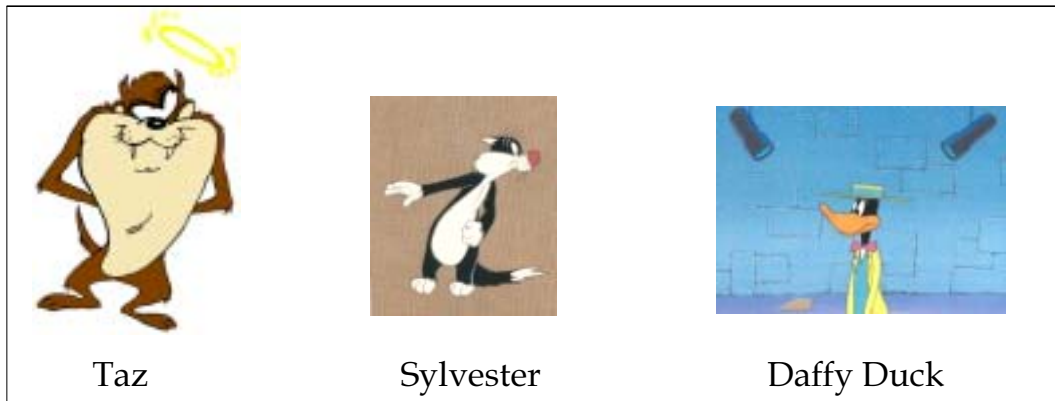
Pearl Bedding Co., Ltd.사는  브랜드를 사용, 침구류를 생산하고 있음. 생산설비 확장 및 신규 캐릭터 물색중

□ Studio Licensing Co., Ltd

Company Review		Person in Charge	
Name:	Studio Licensing Co., Ltd	Name:	Mr. Suvich Jeramethakul
Homepage:	na	Position:	Partner
No. of employee:	8	Section:	-
Annual turnover:	13 Million Baht	Tel:	(66-2) 653-1243-5
Main business area:	Licensing Agents of Warner Bros.	Mobile:	na
		Fax:	(66-2) 653-1246
		e-mail:	suvich@studio-licensin.com
Area of Cooperation	Interested in Entertainment Character		

Example:

Characters of SL



<그림 13> SL's Characters

Studio Licensing Co., Ltd. 사는 워너브라더스의 태국내 licensing agent
 로서 워너브라더스 캐릭터의 태국내 사용을 관할하고 있음. 워너브라더스
 캐릭터 사업으로 조성된 기반을 바탕으로 신규 캐릭터를 모색중

II. 국내업체 진출 현황 및 방안

1. 국내 기업 진출 현황

2004년 한국의 對태국 투자규모는 약 1억6,000만달러, 투자건수는 42건임 (승인기준, 한국자본 10% 이상 투자기준)

2005년 8월 기준 태국내 한국투자기업은 약 150개사 내외임. 전기전자 부문에 투자가 집중되어 있으며 제3국 수출을 위한 투자가 대부분

가) 캐릭터 산업 진출 현황

- ☐ 소프트웨어의 특성상 서비스업 형태로 현지에 진출하게 되나, 태국의 경우 서비스업은 외국인에게 개방되어 있지 않음
- ☐ 따라서 합작투자 형태로만 진출이 가능하며 한국기업의 지분은 최대 49%로 제한되어 있어 형식적으로 외국 투자기업이 아닌 태국 법인의 형태가 됨
- ☐ 광의의 범주에서 캐릭터 관련 한국 투자기업은 온라인 게임에 집중되어 있음. 태국의 온라인 게임 시장은 라크나로크 등 한국산 게임이 독점하고 있는 상황임
- ☐ 태국에 진출한 한국산 게임은 Ragnarok, Lineage II, Mu, Fairy Land, Gun Bound, Priston Tale, ToksClub 등이 있음. 이중 캐릭터 상품이 상업적으로 유통되고 있는 게임은 라크나로크가 유일. 게임의 인기를 바탕으로 인형, 모자 등의 캐릭터 상품이 시중에 유통되고 있음 (* 세부내역은 마케팅사례 참조)
 - 라크나로크의 현지 운영을 맡고 있는 Asia Soft Int'l사 (태국

기업)가 라이선스로 게임관련 캐릭터 상품을 판매하고 있음

2. 효과적인 현지 진출 방안

가) 진출방안 결정 : 현지법인, 에이전트 선정

- ☐ 현지 진출을 위해 법인을 설립할 것인지 에이전트를 선정할 것인지 선택 필요
 - 에이전트 혹은 합작투자 파트너 선정시 라이선시와의 네트워크 형성 정도 파악 필요
 - 진출 초기에는 법인 설립보다 현지 기업중 에이전트를 선정하는 것이 바람직
 - 디즈니, 워너브러더스 등 다국적 라이선서도 라이선시와의 관계설정상의 어려움, 운영비 등을 감안 법인을 철수한 바 있음
 - 태국내 주요 라이선싱 에이전트로는 Fun Characters International (Thailand) Co., Ltd., RM Licensing (Thailand) Co., Ltd., Promotional Partner Worldwide (PPW), Animation International (Thailand) Co., Ltd. 등이 있음

나) 태국 진출시 참고사항

- ☐ 캐릭터 자체의 quality 뿐만 아니라 현지 파트너의 현지 마케팅 능력, 마케팅 비용 분담 등의 문제도 함께 고려
- ☐ 초기 진출시 태국시장 내에서의 포지셔닝 및 개발 가능한 제품의 종류도 고려

☐ 캐릭터의 특성한 적합한 라이선시 선택

☐ 태국시장의 협소성, 시장규모에 비해 초기 마케팅 비용이 상대적으로 많이 드는 점 등을 고려 적절한 마진 및 가격 책정

3. 활용 가능한 현지 유망 행사 (전시회 및 로드쇼 등)

☐ Thailand Animation and Multimedia (TAM)

- Ministry of Information and Communication Technology (ICT), Software Industry Promotion Agency (SIPA) 주관

- 2004년의 경우 4일의 전시 기간 동안 약 10만명의 참관객 방문

- Chiang Mai Digital Works, CyberPlanet Interactive, Imagimax, Kantana Animation, Vithita Animation 등 현지 대기업 전시 참가

- 전시회 구성 : Animation and Multimedia Software Exhibition Area, The Showcase, Technology seminars, TAM Partnership Programmed, 등

- 개최 시기

- TAM 2005 는 1월중 기개최 (1. 6 - 9)

- 2006년 개최계획은 미정 (전시회 주관사인 Reed Tradex Company를 통해 확인 가능),

- 전시회 주관사

- 회사명 : Reed Tradex Company as follow:

- Address : 32nd fl., Sathorn Nakorn Tower 100/68-69 North Sathon Road, Silom Bangrak, Bangkok 10500 Thailand

- Tel : (66-2) 636-7272

- Fax : (66-2) 636-7282

- E-mail : rtdx@reedtradex.co.th
- Web Site : www.reedtradex.com

4. 현지 마케팅사례연구

□ Hello Kitty



<그림 14> Hello Kitty

- Hello Kitty는 일본회사인 Sanrio사가 1974년에 발표
 - Hello Kitty 만화 캐릭터에 기초하여 개발됨. 버튼 형태의 코, 점으로 표현된 두 눈, 6개의 수염, 리본 등이 특징
 - wallets, watches, clothing, fabrics, Polaroid camera, portable CD players/stereos, handkerchiefs, stationeries, cutlery, lunchboxes, puppets 등 다양한 형태의 캐릭터 상품 출시
- 태국 진출 사례
 - Hello Kitty의 주 대상층은 10대였으나 태국 진출시 tea sets, toasters, mobile phone cases, motorcycles, mouse pad 등 성인용 제품을 출시하여 큰 호응을 얻으면서 대상 고객 층의 확대가 가능했음



<그림 15> Hello Kitty 태국 진출 사례

- Sanrio사는 태국 전역의 Central 백화점에 약 13개의 헬로우키티 전문샵을 운영하면서 의류, 문구, 팬시 제품을 판매
- "The Greatest Time For Sanrio", "Fancy Face" 등 특별 할인 행사 개최
- 태국 현지 라이선스 활용 (Universal Cosmetics, 화장품) 및 맥도널드 등과 공동 Brand 비즈니스 추진

□ Ragnarok



<그림 16> Ragnarok

- Company Profile (AsiaSoft International Company Limited)
 - 2001년에 설립
 - 한국 Gravity사의 Ragnarok 온라인게임 서비스 실시, 태국내에서 가장 인기 있는 온라인 게임으로 자리 잡음
 - TS Online, Gunbound, O2 Jam, Maple Story 등 온라인 게임도 서비스중
- 캐릭터
 - 라크나로크 성공 요인 중 하나는 귀여운 캐릭터임
 - 태국에 널리 보급된 일본 만화 캐릭터와 유사하여 초기 진입시 저항이 적었던 것으로 분석
- 캐릭터 마케팅 사례
 - 게임이 인기가 높아짐에 따라 캐릭터 사업으로 확장 단계임
 - 사용자들 간에 Ragnarok 선불카드 수집 붐이 일면서 캐릭터 산업의 단초가 마련됨
 - 인형, 베게, 모자, 문구류, 의류 등 다양한 캐릭터 상품 출시



<그림 17> 캐릭터 마케팅 사례

- 초기 단계에는 게임 확산을 위해 상기 제품을 무료로 배포했으나 캐릭터 상품에 대한 수요가 확산되면서 상품화 시작
- 캐릭터 상품의 수요층은 주로 게임 이용자이며, Ragnarok 홈페이지를 통해 캐릭터 상품을 판매하고 있음

(http://www.ragnarok.in.th/microsite/2yrs/ro_shop.html)

Reference

관련업체 인터뷰 (Licensing Agent, Licensee)
Fun Character Int'l (Thailand) Co., Ltd
RM Licensing (Thailand) Co., Ltd
Promotional Partner Worldwide
Studio Licensing Co., Ltd.
Ocean Toys Ltd., Part.
Pearl Bedding Co., Ltd
Leo Contract Int'l Co., Ltd.
현지 언론
경제잡지
Market Survey
Positioning Magazine, 'Licensing Today', August 2005
Business Thai, 'Tween', August 2003
Bizweek, 6 - 12 May 2005
Tha Nation, 4 May 2005
'Cool Planet Shop at Seacon Square'
'Sanrio Shop at Central Chidlom, Silom and Bangna'

Homepages

www.thailvnews.com
<http://food.bigonegroup.com>
<http://www.4kidsentertainment.com/home/home.php>
www.sanrio.com
www.orange.co.th
www.sahapat.co.th
www.sandponine.com
www.dreamtoy.co.th
www.reedtradex.com
www.ragnarok.in.th

문의처

방콕무역관 유병우 과장 (gamjung@kotra.or.kr, 66-2-233-1322)

베트남



하노이무역관

III. 베트남 캐릭터 시장현황 및 진출방안

1. 일반현황

가) 베트남의 캐릭터 산업

- ☐ 세계적으로 볼 때, 캐릭터산업은 고부가가치 산업으로 인식되어 관련 산업과 시장을 창출하면서 발전 단계에 있으나 베트남의 경우 “캐릭터 산업”이라는 개념이 아직은 존재하고 있지 않음
- ☐ 최신 트렌드에 민감한 대학생들조차 캐릭터 산업에 대해 들어보지 못한 사람들이 대부분
- ☐ 현재 대부분의 캐릭터 관련제품들은 해외에서 수입된 제품이며 몇몇 기업들이 자체 캐릭터를 만들려고 시도하고 있으나 외국 유명 캐릭터를 모방하는 수준임
- ☐ 베트남에 자체 캐릭터 산업이 존재하지 않는 이유는 다음과 같이 요약될 수 있음
 - 베트남의 경제발전 수준이 미약하여 캐릭터 개발 여력이 없음
 - 베트남의 소비재시장은 해외 캐릭터를 그대로 복사한 중국제품에 의해 지배되고 있음
 - 만화 등 일반대중 유희문화 발전수준이 미약하여 2004년 생산된 10편의 만화영화는 100% 해외캐릭터를 복사한 작품이었음
 - 대부분의 기업들이 해외 캐릭터를 불법적으로 도용하는데 익숙함

- 이러한 척박한 환경에도 불구하고 베트남에서 캐릭터가 차용되는 상품들은 다음과 같음:

- 문구류
- 의류
- 장난감
- 악세서리
- 주방용품

다른 분야에서는 아직 캐릭터를 이용한 마케팅의 예를 찾기는 거의 불가능

나) 캐릭터 종류

- ☐ 출처 : 대부분의 캐릭터들은 만화영화나 만화책에서 근거하는데 요즘 들어 플레쉬나 비디오, 게임등의 캐릭터가 각광을 받기도 함

- ☐ 캐릭터 예

캐릭터명	출처	
미키마우스	만화영화	
슈렉	만화영화	
톰과 제리	만화영화	
도래몽		만화책
세일러 문		만화책
탐정 코난		만화책

- 국적 : 정확하게 시장조사가 된 바 없으나 크게 3그룹으로 구분됨
 - 미국
 - 일본
 - 기타 : 한국, 중국, 대만 등

다) 허가체계

□ 지적재산 입법개관

- 최근 들어 정부는 WTO가입을 위해 지적재산권 보호를 위한 다양한 조치들을 강화하고 있다. 1995년도에 국회에서 통과된 민법에는 지적재산권의 보호를 규정하고 있는데 지적재산권 보호를 위한 포괄적이며 실체적인 구조를 갖추고 있지는 못했다. 따라서 정부나 관련기관에서 선포된 세부 시행령을 통해 보강되어 가고 있는 상황이다. 지적재산권 규정들이 단일 법전체제로 존재하고 있지 못하기 때문에 법의 보호를 받아야 하는 기업이나 법률을 집행하는 관료들이 큰 혼란에 처해있는 상황이다.

□ 현재의 지적재산권 입법체계

- 민법 - 6 부 1장 - Copyright, 2장 - 산업 재산권
- 형법 156조, 157조, 158조, 170조, 171조
- 법령 No. 63/CP (1996년 10월 24일) - 산업재산권에 대한 상세규정
- 법령 No. 06/2001/NĐ CP (2001년 2월 1일) - 1996년 산업재산권 규정 보완 수정
- 회람 No. 3055/TT SHCN (1996년 12월 31일) - 산업재산권 설정 절차 및 집행 규정
- 규칙 No. 308/DK (1997년 7월 11일) - 지적재산권 신청서류 및 내용 규정
- 법령No. 12/1999/ND CP (1999년 3월 6일) - 산업재산권 침해에 대한 제재 규정
- 회람 No. 825 - 산업재산권의 영업상 비밀, 트레이드마크, 불공정 경쟁관련 규정
- 회람 No. 29/2003/TT BKHCN - 산업디자인과 관련하여 산업재

산업권 설정 절차 규정

- 회람 No. 30/2003/TT BKHCHN - 발명품과 실용신안 해법관련 산업재산권 설정 절차 규정
- 회람 No. 76 CP (1996년 11월 29일) 민법상 저작권 관련 정부 가이드라인 규정
- 법령 42/2003/NĐ CP - 반도체 집적회로 디자인에 대한 산업재산권 보호 규정

- 베트남은 세계지적재산권기구의 회원국이며 미국과 저작권 설정협약을 1997년 6월 27일 체결하였음

- 지적재산권의 보호 관리 감독기구 :

- 산업기술환경부 산하 국가지적재산권국(NOIP)이 산업재산권 관련 업무를 총괄함
- 문화정보부 산하 저작권보호국에서 저작권업무를 총괄함
- 도시나 지방의 산업재산권 및 저작권관련 활동들은 각각 시나 지방의 과학기술환경부서나 문화정보부에서 관리됨

- 지적소유권 등록을 희망하는 해외 단체나 개인들은 NOIP에 신청서를 접수할 수 있는 자격이 있는 대리인을 통해서만 신청서류를 접수할 수 있음에 유의해야 함

- 하노이시의 경우 문화정보부서나 과학기술부가 투자자들의 지적재산권 관련 업무를 처리하고 있음

- 지적재산권 강제집행기구

- 최고 인민 법원
- 시 및 지방 인민 중앙 법원
- 법무부 집행담당
- 시 및 지방 법무부서 (집행담당)

- 국내 산업재산권 강제집행기구
 - 중앙수준의 산업재산권 집행기구
 - 과학, 기술, 환경부 감시위원회
 - 최고 인민 법원
 - 시 및 지방 인민 중앙 법원
 - 법무부 (집행담당)
- 국경통제 행정부서
 - 지방 및 시 관세청
 - 국경 세관
- 종합해 볼 때, 베트남은 경찰, 법원, 시장관리군대, 세관, 특별사찰단 등의 지적재산권 집행책임기구가 있음
- 지역인민위원회까지 산업재산권 분쟁을 해결할 수 있어 권력기구간 협력이 힘들고 업무의 중복이 심함
- 현재 특허는 20년간, 실용신안등록은 10년간, 산업디자인은 5년마다 갱신하여 최대 15년간, 트레이드 마크 등록은 갱신의 제한 없이 10년간 보호되나 유명한 트레이드 마크의 경우 무한히 보호됨
- 또한, 베트남은 지적재산권과 관련하여 독립된 법률규정이 없으나 2005년도 하반기 지적재산권법 초안이 국회에 제출될 예정

□ 베트남 캐릭터 인허가 개관

- 현재 캐릭터 인가만을 다루고 있는 법률조항은 없으며 캐릭터는 현재 관련 법률의 트레이드 마크부분에 포함되어 있는 상황

- 민법상 트레이드 마크 정의 : “트레이드 마크는 같은 종류의 상품과 서비스를 생산하는 다른 제조자나 상업단체를 구분하기 위해 사용되는 상징들로, 트레이드 마크는 한색상 또는 그 이상의 색상에 의해 단어나, 이미지, 또는 단어나 이미지의 조합이라고 규정되고 있음
- 인허가사업과 인허가 계약 관련된 규정은 있으나 구체적이지 못하고 일반적이기는 하나 현재의 법 체제하에서 인허가 계약이나 협약은 다음의 규정을 명문으로 하는 것을 인가대상자에 대한 불합리한 제약으로 판단하여 금지하고 있음
 - 허가 하에 제조된 제품의 관련 산업재산권자가 부재한 지역에 직간접 수출하는 행위를 제한하는 규정
 - 허가받은 제품의 품질을 보장할 목적이 아닌 허가자의 제품이나 장비구매를 강제하는 규정
 - 트레이드마크를 제외하고 허가받은 사람이 산업재산대상 개선을 강요하거나 그 개선을 무료로 취득하려는 규정
 - 허가권자가 허가받은 산업재산권 대상에 대해 허가받은 사람이 유효성 심판 요청하는 것을 제한하는 규정
- 인허가 계약은 반드시 국가산업재산국에(NOIP) 보고되어야만 유효한 것으로 인정됨
- 현재 산업재산권과 인허가와 관련하여 30여 개 중개소가 있음

□ 산업재산권 인허가 주요 대행사

WINCO Vietnam - 국제특허, 트레이드마크 및 저작권 전문 로펌	
WINCO Vietnam Head Office: 21 Van Bao Street, Ba Dinh District, Ha Noi City, Vietnam Tel: (84-4) 7628119 - (84-4) 7628185 Fax: (84-4) 7628120 - (84-4) 7628526 E-mail : winco@fpt.vn Website: www.wincolaw.com.vn	Dr. LA HUU DA Patent Attorney Director General Mr. BUI DINH TE Patent Attorney Managing Director

D & N Intellectual Property - 특허, 디자인, 트레이드마크, 저작권 로펌	
D & N Intellectual Property Law Firm 12th Floor, Suite 4, Prime Centre 53 Quang Trung Street, Hanoi, VIETNAM Tel: + (84 4) 943 5616 Fax: + (84 4) 943 5619 / 8 Email: info@dnlaw.com.vn	Nguyen Viet Ha Deputy Director 84-(0)90 323 6889nvha@dnlaw.com.vn
Vision & Associates - 지적재산권, 투자, 경영 컨설팅 로펌	
Vision & Associates Hanoi Head Office 1st Floor, Unit 2 International 17 Ngo Quyen Street Hanoi, Vietnam Tel: 84.4.9340629 Fax: 84.4.9340631E-mail: vision@hn.vnn.vn	Mr. Pham Nghiem Xuan Bac Managing Partner

☐ 캐릭터를 비롯한 상품 인허가 절차

- 브랜드를 등록하기 위해서는 기업은 국가산업재산국(NOIP)에 신청서를 제출하여야만 하며 신청절차상에 문제가 없을 경우, 3단계 절차가 12~15개월 소요됨
 - 절차를 포함한 형식요건 조사 (3 개월)
 - 실체조사 (9 ~ 12 개월)
 - 등록증 발급 (1 개월)
- 등록된 트레이드 마크의 법적보호는 등록일자부터 발생하며 신청서류가 접수된 일자부터 기산하여 10년간 유효하며 영구히 10년 주기로 갱신이 가능함
- 회사들은 컨설팅회사를 통해서나 혹은 자체적으로 브랜드 등록을 신청할 수 있다. 대표사무소가 없는 외국기업들은 반드시 로펌이나 컨설팅회사를 통해 신청하여야만 함

□ 관련 정부기관

국가산업재산국- NOIP	
Add.:	384-386 Nguyen Trai St., Thanh Xuan Dist., Hanoi
Tel:	(+84-4) 858 3069/858 4020
Fax:	(+84-4) 858 8449
Website:	www.noip.gov.vn
CEO:	Pham Dinh Chuong

□ 위조 및 모조품 현황

- 베트남내에서 모조품에 대한 제재가 미약하나마 자리를 잡게 되나 그에 더불어 모조품 제조수준이 정교화되어가고 있으며 이 같은 상황의 근원에는 다음과 같은 문제가 놓여 있음
 - 불완전하고 불충분한 법집행 규정
 - 일반적으로 지적재산권에 대한 대중의 인식수준 낮으며 특히 트레이드마크와 산업디자인과 관련해서는 법집행 공무원들의 인식수준이 낮음
 - 외국의 유명 트레이드마크를 차용한 제품을 값싸게 사려는 소비자 심리
 - 법집행기관의 통계에 따르면, 현재 베트남에서는 위조품이 범람하고 있으며 특히 트레이드마크권 침해는 그 정도가 도를 넘고 있음
 - 형법위반은 별개로 하고 트레이드마크 침해는 민법절차보다는 행정구제절차를 통해 해결이 가능한데 이것은 행정구제절차가 시간과 비용을 줄이는 이점이 있기 때문임
 - 대부분의 해결된 트레이드마크위조 사례들은 트레이드마크 소유권자의 요청에 의해 이루어졌으며 그 근거는 베트남에 트레이드마크등록완료임
 - 이론상으로는 불공정경쟁법에 근거하여 위조상품제작자를 제소하는 것이 가능하지만 법의 실제 적용이 현재까지는 가능하지

- 않기 때문에 사실상 불공정경쟁법은 집행불가법인 상황임
- 따라서 트레이드마크 소유권자는 반드시 국가산업재산국에 트레이드마크나 산업디자인을 등록해야 할 것이며 미등록시 모조품의 피해에 대해 구제받을 길이 없음을 명심해야 함.

<표 5> 관련분야 침해현황

관련분야	수준/건수	년도
영화	100%	1998
소프트웨어	95%	1998
	92%	2003
모조품	2,000 건	1998
	4,006 건	2001
	6,859 건	2002
	5,808 건	2003
	5,977 건	2004

Source: Report of America Software Enterprise Association

- 지적재산침해에 대한 가장 높은 벌금은 1억 베트남동(VN)으로 미화 6천3백불에 해당하는 금액이어서 사실상 실효성이 의심됨

2. 베트남 내 대표적인 캐릭터 현황

가) 대표적 캐릭터

국가명	캐릭터명
America	Ⓜ 미키마우스, 도널드 덕
	Ⓜ 곰돌이 푸
	Ⓜ 스누피
	Ⓜ 톰과 제리
	Ⓜ 스쿠피 두
	Ⓜ 트위티
	Ⓜ 백설공주
	Ⓜ 슈퍼맨
	Ⓜ 가필드
	Ⓜ 푸카
	Ⓜ 마시마로
Korea	

- 미국과 일본 캐릭터가 단연 두각을 나타내는데, 미국의 경우 주로 만화영화 캐릭터가 위주이며 일본의 경우 만화책 캐릭터 위주임이 눈에 띈
- 따라서 캐릭터 시장의 중심에는 만화영화와 만화책이 있다고 볼 수 있음
- 베트남 애니메이션 시장 : TV에서 상영되는 대부분의 만화영화는 수입되었으며 2002년 설립된 애니메이션 제작소에서는 2004년 말까지 25개 만화영화를 제작한 바 있으나 방송된 예는 거의 없음. 따라서 외국 애니메이션 주로 미국 애니메이션이 베트남 TV방송의 80%를 차지하고 있음

<표 6> 영화제작소의 년도별 영화제작현황

종류	2000	2001	2002	2003	2004
인물 영상	23	29	69	77	106
다큐멘터리, 과학영상	26	29	30	35	24
만화영화	4	8	10	10	7
기타	92	104	110	88	102
총 제작편수	145	170	219	210	239
만화영화 비율	2.76%	4.7%	4.57%	4.76%	2.93%

<표 7> 영화제작증가율 (전년대비증가율%)

종류	2000	2001	2002	2003	2004
인물 영상	63.9	126.1	237.9	111.6	137.7
다큐멘터리, 과학영상	92.9	111.5	103.4	116.7	68.6
만화영화	40.0	200.0	125.0	100.0	70.0
기타	102.2	113.0	105.8	80.0	115.9
총 제작편수	88.4	117.2	128.8	95.9	113.8

Source: Statistical Yearbook 2004 General Statistics Office

<표 8> 베트남 국영방송 시간 (VTV - national station)

프로그램	2003		2004		2005 (30/4)	
	방송시간(분)	비율	방송시간(분)	비율	방송시간(분)	비율
영화	109,282	10.34	105,339	9.59	40,185	10.97
쇼/게임	70,560	6.67	75,130	6.84	23,280	6.36
음악	13,883	1.31	16,509	1.50	4,030	1.10
스포츠	23,054	2.18	29,335	2.67	12,261	3.34
만화	46,440	4.39	47,520	4.32	15,840	4.32

뉴스	110,880	10.49	112,560	10.24	37,400	10.21
다큐멘리	3,195	0.30	3,165	0.29	1,691	0.46
기타	679,246	64.29	709,162	64.54	231,553	63.24
총	1,056,540	100	1,098,720	100	366,240	100

TV를 통해 볼 수 있는 미국 만화영화 주인공들이 베트남 유년층의 머리에 깊숙이 자리잡고 있음

□ 만화영화에 대한 수요가 대단해서 2005년 5월부터 디즈니 채널이 베트남에서 공개되었으며 하노이와 호치민 케이블 TV에서는 디즈니 채널과 플레이 하우스 채널을 시청할 수 있음

□ 15세이하 2천 4백 만명의 유년층이 TV를 통해 자연스럽게 미국의 캐릭터에 빠져들게 됨

□ 월트 디즈니 대표는 베트남시장 TV를 통한 진출전략의 일부분을 밝혔는데 그것은 장난감 제작 프로그램이나 게임소프트웨어 프로그램을 통해 관련상품 시장진출을 노리고 있는 것임

○ 베트남 만화책 시장 일반

베트남의 만화시장은 현재 일반적인 현상으로 일본에 의해 시장의 대부분을 잠식당한 상황임

- 베트남 만화의 침체 사유 :

- 소재발굴 실패
- 독창성이 떨어짐
- 건조하고, 단조로운 스토리, 매력없는 배경 및 인물
- 시장에 출판된 만화책의 80%는 일본원작 작품임
- 인터뷰를 한 어린이의 75%이상이 일본만화를 좋아하고 있음
- 탄닌(Thanh nien)조사 연구소 통계에 따르면, 70%의 도시 아이들은 만화책을 좋아하고 직접 구입함
- 현재 만화책을 출판하는 회사는 47개사이며 이중 11개사가 외국만화를 전문적으로 출판하고 있으며 가장 큰 회사들은 Kim Dong 출판, Youth 출판, Fine Arts 출판이 있음

나) 가장 대표적인 5대 만화 작품

순위	만화명	국적
1	도라몬 	일본
2	베트남 유아교육자료 	베트남
3	히글레디-피글레디 군대 	Korea, 일본
4	포케몬 	일본
5	탐정코난 	일본

<그림 18> 가장 대표적인 5대 만화 작품

출처 : 탄닌(Thanh nien) 조사연구소

- 도라몬은 김동(Kim Dong)출판에 의해 1992년 출판되었으며 현재 1편당 1만 6천부가 판매되었음
- 탐정 코난은 베트남 만화역사의 한 획을 그었는데 한편당 2만 5천부가 판매되었음

<표 9> 출판현황

Year	2000	2001	2002	2003	2004
TOTAL BOOKS					
Title	948,7	114,55	135,15	140,59	146,48
Mill.copies	177,6	166,5	217,5	222,8	206,6
By management level					
<i>Central</i>					
Title	639,5	836,4	956,0	975,5	101,22
Mill.copies	164,3	151,1	198,3	206,4	193,9
<i>Local</i>					
Title	309,2	308,1	395,5	430,4	452,6
Mill.copies	13,3	15,4	19,1	16,5	12,7
By topic of books					
<i>Books in Vietnamese</i>					
Title	940,3	113,50	134,05	139,34	145,19
Thous.copies	177,098	16,5991	216,462	221,976	205,745
<i>Of which:</i>					
<i>Text book</i>					
Title	361,4	411,6	521,4	487,2	492,2
Thous.copies	160,376	150,587	190,344	201,686	186,586
<i>Books on social science</i>					
Title	108,6	148,4	159,2	196,8	198,7
Thous.copies	250,0	234,2	418,6	401,2	375,9
<i>Technical book</i>					
Title	152,6	191,2	224,0	249,5	302,1
Thous.copies	271,0	245,0	489,2	394,4	376,2
<i>Books for children</i>					
Title	148,0	182,4	196,5	224,0	226,1
Thous.copies	900,0	850,0	962,0	921,8	865,6
<i>Literary book</i>					
Title	169,7	201,4	239,4	235,9	232,8
Thous.copies	251,2	211,2	742,0	311,6	298,2
<i>Books in foreign language</i>					
Title	84	95	110	125	129
Thous.copies	524	538	102,0	864	852
CULTURAL PUBLISHED ARTICLES (Thous.copies)	228,00	230,28	254,22	280,54	272,30
NEWSPAPER AND MAGAZINE (Thous.copies)	580,000	635,044	655,570	653,400	669,656

Source: Statistical Yearbook 2004 - General Statistics Office

3. 캐릭터 상품

캐릭터 상품은 최근 들어 베트남에서 눈에 띄게 증가하고 있는 상황임. 이러한 제품들은 만화책이나 영화와 직접적인 연관을 갖고 있으며 주로 장난감, 게임이나 소프트웨어 제품등은 비슷한 상품이지만 캐릭터로 인해 시장에서 비교우위를 점하고 있음.

베트남의 캐릭터산업은 말로 규정할 수는 없지만 몇몇 초기단계 기업들이 자체 캐릭터를 생산하고 있는 상황이나 이러한 캐릭터들은 해외 캐릭터들을 차용했기 때문에 독창성이 떨어져 소비자들을 유인하지 못함.

소비자는 인터넷의 발달로 인해 다양한 디지털 콘텐츠를 통해 캐릭터에 항상 노출되어 있음

캐릭터를 차용하는 업체들의 대부분은 캐릭터를 통한 매출증대 효과를 인지하고 있으나 그 캐릭터 사용에 대한 사용료 지불의 인식은 부족함

가) 장난감과 캐릭터

- ☐ 15세 이하 인구의 3분의 1이상이 잠재 구매자 대상이 되는데 아직 베트남 자체상품은 기술력이 떨어져 판매량이 저조함
- ☐ 유명 캐릭터를 이용한 장난감은 다음과 같음



<그림 19> 장난감과 캐릭터

- 하노이와 호치민의 슈퍼마켓, 소매상, 대형상점 소비자들을 대상으로 2004년도 실시한 캄낭무아삼신문(Cam Nang Mua Sam Newspaper) 조사에 따르면 5세 이하 아이들의 부모들은 적어도 3개월에 1번씩 장난감을 구매하는 것으로 나타남

<표 10> 장난감시장 국가별 시장 점유율

구분	중국	홍콩	한국	베트남	기타
시장 점유율	70%	5%	5%	10%	10%

출처: Market Department, Nam Hoa Corporation

- 미 상공부발간 자료에 따르면, 베트남 인구의 20%는 아이들이며 매년 7000만종의 장난감이 필요하리라 예상되며 그 금액은 수백만 달러에 해당함.
- 칩 장난감 가게 체인(Chip toy store system)의 소유자인 르프응아(Le Phi Nga)씨에 따르면, 베트남인들은 아이들을 위해 매년 더 비싼 장난감을 사주기 때문에 시장성은 충분하며, 대부분은 소비층은 부모 연령이 35~40 세인 젊은층임

<표 11> 년도별 Chip toy store system 장난감 구매자 변화추이

년도	외국 소비자	베트남 소비자
1998	100%	0%
2004	40%	60%

출처 : Chip toy store system

- Plan Creations Company는 베트남의 잠재시장에 대한 기대는 크지만 저작권이나 위조물품이 범람하는 데 우려가 크다는 입장을 보임

나) 문구류와 캐릭터

- 유명 캐릭터들이 문구류에도 사용되고 있음 : 헬로키티, 포케몬, 도라몬, 곰돌이 푸, 트위터, 해리포터, 슈렉, 마시마로, 미키마우스 등



<그림 20> 문구류와 캐릭터

□ 수요

- 베트남 경제주간지에 따르면 매년 베트남에서는 2억 5천만 달러에 달하는 문구류(종이나 노트제외) 소비가 이루어지고 있으며 동 제품에 대해 수요도 연간 10%~15%씩 증가하는 상황임
- 문구용품을 사용하는 인구는 2300만명에 달하며 이는 베트남의 문구류시장 발전의 기반이 될 수 있으리라 예상됨.

□ 국내생산

- 단지 5%만이 순수 베트남산이며 35%는 수입장비를 조립하여 가공된 제품이며, 60%는 직접 또는 불법 수입을 통해 유통되고 있음
- 20여개의 베트남 문구류 제조업체중 5개사는 연간 31만 500만 달러 의 매출을 기록하고 있으며, 나머지 회사들은 연간 19만 달러를 기록하고 있음
- 대표적인 베트남 문구 제조업체 : 띠롱(Thien Long), 홍하(Hong ha), 벤응허(Ben Nghe), 믹(Mic), 빈티엔(Vinh Tien) 등

□ 시장점유율

- 문구류 시장에서 베트남 현지 제조업체는 값싼 펜이나 노트북 시장을 석권하고 있을 뿐임
- 고소득층의 시장점유율은 수입된 제품의 명성에 따라 상이하며 규모는 작으나 매출액측면에서는 국내 생산업체들을 능가하고 있음

다) 교육제품과 캐릭터

최근 들어 구매결정을 어린이들에게 맡기는 부모가 늘어나고 있으며 교육받은 부모들이 늘어남에 따라 어린이 교육과 관련된 제품 구입에는 지출을 줄이지 않음. 이는 사용하는 장난감으로부터 배우는 어린이의 능력 개발과 관련됨. 플라스틱 레고, 유아원 교육 기구와 같은 교육용 제품의 판매는 몇 년전 판매와 비교하면 두드러진 증가를 보임. 동경향의 결과로 유치원에 들어가전에 어린이에게 알파벳을 배울 수 있도록 하는 제품이 잘 판매됨. 동 경향은 지속될 것으로 전망됨.

- 교육제품에 사용되는 대표적인 캐릭터 : 헬로키티, 포케몬, 도라몬, 헤리포터, 미키마우스

라) 캐릭터 및 의류

□ 수요

- 베트남 인구, 가족 및 어린이 위원회에 따르면, 베트남은 2010년까지 9세이하의 인구가 19백만에 달할 것으로 전망됨. (도시 어린이는 4백만명을 차지함.)
- 상기 수치에 의거 어린이용 제품 관련 시장이 VND2, 000 십억이 될 것으로 예상됨.

□ 시장점유율

- 비록 베트남 의류 산업 수출액이 매우 많지만, 국내 시장은 아직 중국, 태국 및 한국산 제품에 의해 점유됨.
- 의류에 적용되는 인기있는 캐릭터는 Hello Kitty, Mickey, Donald, Tweety, Snoopy, Pokemon, Winnie the Pooh등임.



<그림 21> 가정용품에 적용된 Hello Kitty 캐릭터

마) 캐릭터와 가정용품

캐릭터는 가정용품 베개, 침대 커버, 이불, , 욕실 액세서리 또는 쓰레기통 등 에 널리 사용됨. 대부분의 가정에는 가정용품에 대한 수요가 있어 가정용품 캐릭터의 시장은 매우 잠재력있음. 가정용품에 적용되는 인기있는 캐릭터는 Hello Kitty, Mickey, Donald, Tweety, Snoopy, Winnie the Pooh등임. Sanrio Hello Kitty fleece blanket baby bedding



<그림 22> 의류에 적용된 Hello Kitty 캐릭터

바) 캐릭터와 기타

비디오, 잡지 및 간행물 : 베트남 제품이 어린이의 증가하는 수요를 충족시킬수 없기 때문에 외국제품이 시장을 지배함. 결과로 외국 캐릭터가 베트남에서 점점 더 인기있음.

□ 플래쉬: 인터넷은 베트남에서 점차 일반화되고 있어 베트남 사람들이 플래쉬에 접근하는 것이 더 용이해짐. Pucca 및 MashiMaro 는 베트남에서 플래쉬를 통해 잘 알려짐.

□ 테마파크 : 현재 테마파크는 주로 호지민 및 하노이시와 같은 대도시에 소재함. 그러나 매우 적은 수의 테마파크가 사회의 수요에 적절하게 투자되지 못함.

4. 베트남의 저작권 집행

베트남은 1986년이래 저작권 보호에 대한 법규정을 가짐. 초기에는 법률 No.142 와 관련 문서로 구성됨. 법률 No.142를 대체한 저작권 보호에 대한 시행령이 1995년에 통과됨. 1996.7.1일부로 베트남 사회주의 공화국의 민법이 발효되어 저작권 및 기타 지적재산권의 보호에 대한 실질적인 법 규정이 시행됨. 저작권 조항에는 보다 세부적인 규정 Decree No. 76/CP, Decree No. 60/CP and Decree No. 31/ND CP을 포함하여 이 추가됨.

저작권 집행에 대한 모든 실질적인 조항 및 특별 절차는 비록 통일되고 알기 쉽지만 애매하고, 불일치한 것으로 보여져 많은 개선이 필요함.

한편, 베트남에서 최근, 저작권 집행에 많은 관심을 보임. 집행 공무원과 저작권 소유주가 저작권보호의 중요성을 인지함. 베트남과 같은 개발국에서 저작권 집행은 발전 및 통합에 중요한 키로서 간주될 필요가 있음. 조만간 미국 베트남간 무역협정이 실질적으로 시행되면 동 협

정하에 베트남은 베른 협약 (Berne Convention) 및 제네바 협정 (Geneva Convention) 에 응해야 하고 생산업체에게 산업재산권의 침해에 대해 침해를 방지하고 예방하는 신속한 대응을 포함하여 효과적인 조치를 허용해야 함.

게다가 베트남의 WTO의 가입으로 TRIPS 의 회원국이 되어야 하며 TRIPS의 실제적인 집행 의무에 전적인 승인을 보여주어야 함. 국제 조약에 가입하는 베트남은 경제적 손실을 겪을 수 있음. 사실 베트남은 산업재산권 제품의 소형 공급업체이지만 외국 산업재산권 제품에 대해서는 거대 소비시장임.

그러나 정부는 점차 TRIPS에 일치하는 관련 법률을 도입함으로써 신속하고 효과적으로 저작권 집행을 수행하는 지속적인 의지를 보여주어야 함. 따라서 저작권 소유주는 베트남에서 저작권 집행에 대한 법률을 기대할 수 있음.

가) 특징

- 현재까지, 베트남은 저작권 관련 두 개의 상호 협정 예를 들면, 저작권 설치에 대한 베트남 미국 협정과 산업재산권 보호 및 지적재산권 분야에서 협력에 대한 베트남 스위스 협정 을 승인함. 최근 베트남은 베른 협약의 회원국이 됨. 세계의 많은 법과 달리 베트남 법은 산업재산권 및 저작권법하의 병립 보호 구조를 가짐.
- 모든 디자인은 산업디자인과 저작권 작품으로 등록됨으로써 보호될 수 있음. 병립 보호의 구조는 소유주에게 침해에 대해 보다 더 효과적인 방어를 제공함. 예를 들면, 침해의 특이한 경우에 있어서 소유주는 사안을 취급할 저작권 및 산업재산권 집행 당국을 동시에 이용할 수 기회를 가짐. 심지어 산업 디자인으로 보호되지 않는 대상의 경우에 저작권 조항하에 보호될 수 있음. 저작권은 행정절차를 통해 집행될 수 있음. 동 대응의 특징은 아래 언급 함.

나) 집행 조치

- ☐ 베트남에서 저작권 보호는 자동적이고 즉각적임. 저작권등록이 높이 추천됨. 저작권 등록 증빙서는 작품과 증빙서에 명기된 사실에서 저작권 유효성의 최상위 증거가 됨. 특히 베트남 저작권 법에 대한 제한된 지식에 있어서, 저작권 등록증빙서는 베트남 저작권 법하의 작품에 필요한 보호에서 설득력있는 증거가 됨.
- ☐ 침해의 경우에 있어서, 집행 조치는 공식 및 비공식 대응을 통해 취해짐. 공식, 비공식 대응에서, 소유주는 권리를 효과적으로 보호하기 위해서 적극적으로 침해 행위를 추적함. 소유주는 시장 활동을 추적하는 전담팀을 설치하여 침해 발생시 신속하게 적발할 수 있으며 공급원, 침해자 및 침해 제품의 정확한 소재지에 대한 특별한 정보를 발견할 수 있음.
- ☐ 동 사실은 침해자 또는 관련 당국에 제출할 침해의 충분한 증거로서 성립됨.

다)비공식 조치

- ☐ 공식적인 대응을 하기전에 비공식 조치를 취하는 것이 중요함. 많은 베트남 사람들은 저작권 작품을 소유주 라이선스없이 사용하는 관행을 가짐.
- ☐ 많은 경우에 있어서, 침해자는 자신의 행위가 과실이 있는지 인지하지 못함. 따라서 잠재적인 침해를 방지하기 위해서, 소유주가 취할 일부 효과적인 조치는 잠재적 침해자에게 경고서한을 발송하는 것이며 소유주의 작품이 저작권 보호되었음을 밝히고 저작권 작품을 광고하는 것임.
- ☐ 침해가 발생시, 침해를 중단할 일부 효과적인 방법은 침해자에게 경고서한을 발송하는 것을 포함하여 저작권 작품과 침해 작품간의 차이점에 대한 정보를 대중매체(라디오, TV, 잡지, 웹사이트)

이트 및 기타 출구)에 알리거나 침해자를 사적으로 만나서 침해 활동을 중단할 것을 설득하거나 침해 활동이 소유주 및 본인에게 손상을 끼치는지 설명하는 것임.

- 비공식 직접 접촉은 저작권 소유주의 우의를 표현하고 침해자의 부주의한 침해를 방어하는 것을 예방함. 성공적인 직접 협상으로 침해자는 자발적으로 신속히 침해를 중지하고 피해를 보상하고 침해를 지속할 의향을 갖지 못함. 비공식 조치를 취하는 한편, 저작권 소유자는 저작권 전문가에 맡겨 베트남의 저작권 등록청으로부터 침해의 결론을 얻거나 또는 화해 단계에서 심사원을 참가시킬 것이 권고됨. 양측의 침해의 결론은 침해자에게 침해를 중지할 것을 설득할 효과적인 증거가 될 수 있음.

- 개인적인 차원에서 침해자와 접촉함으로써 저작권 소유주는 종종 향후 행동을 취하기 위해 사용될 수 있는 가치있는 정보를 얻을 수 있음.

- 정식 조치
- 행정 방안
- 민법 방안
- 형법 방안
- 관세 방안

5. 베트남에서 한국 캐릭터

상기 언급한 바와 같이 베트남 시장에서 가장 유명한 캐릭터는 미국 및 일본으로부터 들어옴. 베트남에는 단지 2개 Pucca 와 MashiMaro의 한국산 캐릭터가 있음. 금년 여름에, Pucca 와 MashiMro의 캐릭터 백이 베트남의 샵에 범람함. 그러나 동 제품은 중국산 제품 또는 위조품으로 베트남에 수입됨. 비록 Pucca 및 MashiMaro가 베트남에서 매우 잘 알려져있지만, 동 제품이 한국산 캐릭터인지를 아는 사람은 거의 없음. 그러므로 한국 회사는 유명한 한국 캐릭터를 베트남의 매체 TV, 인터넷, 신문등에 광고하여 한국산 캐릭터에 대해 베트남인의 인지도를 높여야 함.

□ 베트남에서 한국산 캐릭터의 일부 이미지



<그림 23> 베트남에서 한국산 캐릭터의 일부 이미지

□ 베트남의 캐릭터 시장 진출 전략

○ SWOT 분석

“한국붐(한류)” 는 베트남에 커다란 영향을 미침. 많은 베트남 사람들은 한국 배우, 한국산 제품뿐만 아니라 한국 문화를 좋아함. 이는 베트남에 진출시 한국산 캐릭터의 큰 강점임.
한국산 캐릭터는 미국 및 일본 캐릭터 이후에 들어옴. 따라서 베트남 시장에 진출하기에 시간이 소요됨.
베트남 캐릭터 산업은 발전하지 못했기 때문에 베트남에서 한국산 캐릭터의 이미지를 일반화하기 위한 기회를 가져야 함.
베트남에서 저작권의 심각한 침해 및 위조품 존재

6. 베트남 캐릭터 시장의 진출 전략

가) 한국 정부측면

- 베트남에서 전국적인 마케팅 활동 영화, 드라마, 무역, 관광 등을 통해 “한류”의 영향을 강화
- 수출할 유명한 한국 캐릭터를 선정하여 베트남에서 광범위한 광고 전략을 수립
- 베트남 TV 방송국에서 방영하는 한국 만화편수를 증가(예를 들면, 한국은 베트남 TV 방송국에게 한국만화를 비용없이 또는 적절한 비용으로 공급할 수 있음.)
- 인기있는 한국 캐릭터를 선별하거나 거대 규모로 많은 세대의 그룹에 대해 한국산 캐릭터를 배우는 경연을 개최

나) 한국 업체측면

- ☐ 베트남은 잠재 시장이며 한국업체는 베트남에 진출하기전에 철저히 베트남의 캐릭터 시장을 조사해야 함.
- ☐ 상기 언급한 바와 같이, 위조품, 불법 제품은 베트남에서 매우 인기있음. 이는 소유주 회사에게 커다란 손실을 끼치는 소유주로부터 라이선스를 구매하는 회사가 거의 없기때문임.
- ☐ 그러므로 외국 회사는 베트남에서 캐릭터 유통망을 구축하는 것을 원하지 않음. 결과로 한국 회사는 지사 또는 캐릭터 유통망을 설치할지 결정하는 상황을 고려해야 함.
- ☐ 현재 자사 제품에 사용할 캐릭터 라이선스를 구매하는 베트남 회사는 거의 없음. 요인중 하나가 외국회사로부터 구매가격이 베트남 회사의 재정상황에 비해 매우 비싸기때문임. 그러므로 베트남 시장에 신속히 진출하기 위해서 한국 회사는 캐릭터를 적절한 가격으로 판매하거나 또는 심지어 초기에는 대형 캐릭터 제품 생산업체에게 무료로 제공해야 함. 다음은 자사 제품에 사용할 한국산 캐릭터를 구매하는데 관심있는 베트남 회사임.

Dong Xuan Knitting Company (Doximex)	
Dong Xuan Knitting Company (Doximex) <i>Address:</i> 67 Ngo Thi Nham, Hai Ba Trung District, Hanoi, Vietnam <i>Telephone:</i> (+84-4) 9715568 <i>Fax:</i> (+84-4) 9715580 <i>Email:</i> doximex@hn.vnn.vn	Contact person: Mr. Vu Pham Hung Technical Manager Handphone: 090.322.8855

Hong Ha Stationery Company	
Hong Ha Stationery Company <i>Address:</i> 25 Ly Thuong Kiet, Hoan Kiem District, Hanoi, Vietnam	Contact person: Mr. Truong Quang Luyen Marketing Manager

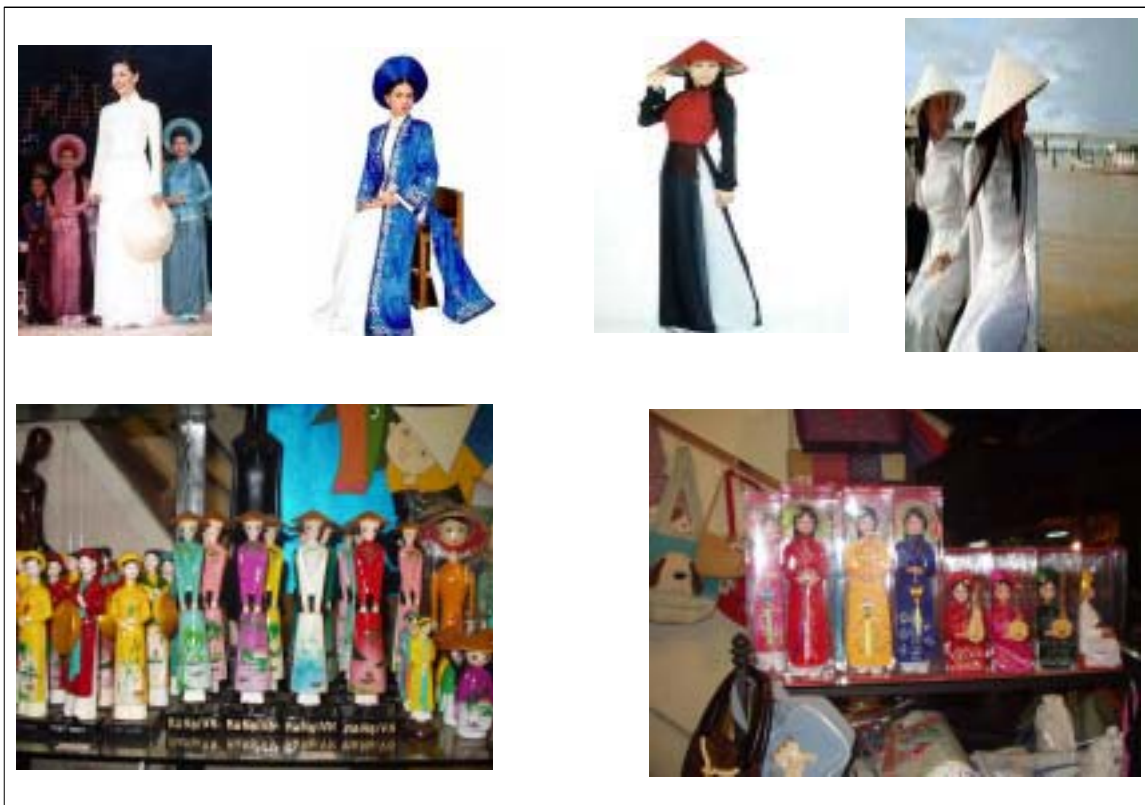
<i>Telephone:</i> (+84-4) 9361726 <i>Fax:</i> (+84-4) 8260359 <i>Email:</i> contact@vpphongha.com.vn <i>Website:</i> http://www.vpphongha.com.vn	Handphone: 090.323.2467
---	-------------------------

AT Company	
AT Company (toy company) <i>Address:</i> 472 - 474 Tran Hung Dao Street, Q5, Ho Chi Minh City, Vietnam <i>Telephone:</i> (+84-8) 9239619 <i>Fax:</i> (+84-8) 8382023	Contact person: Mr. Le Dam Bao Quoc Managing Director Handphone: 098.911.2422 Email: atkids2005@yahoo.com

- ☐ TV 및 스트립은 베트남에서 캐릭터를 일반화하는 효과적인 도구임. 한국업체는 베트남 진출시 동 방법에 집중할 필요가 있음.

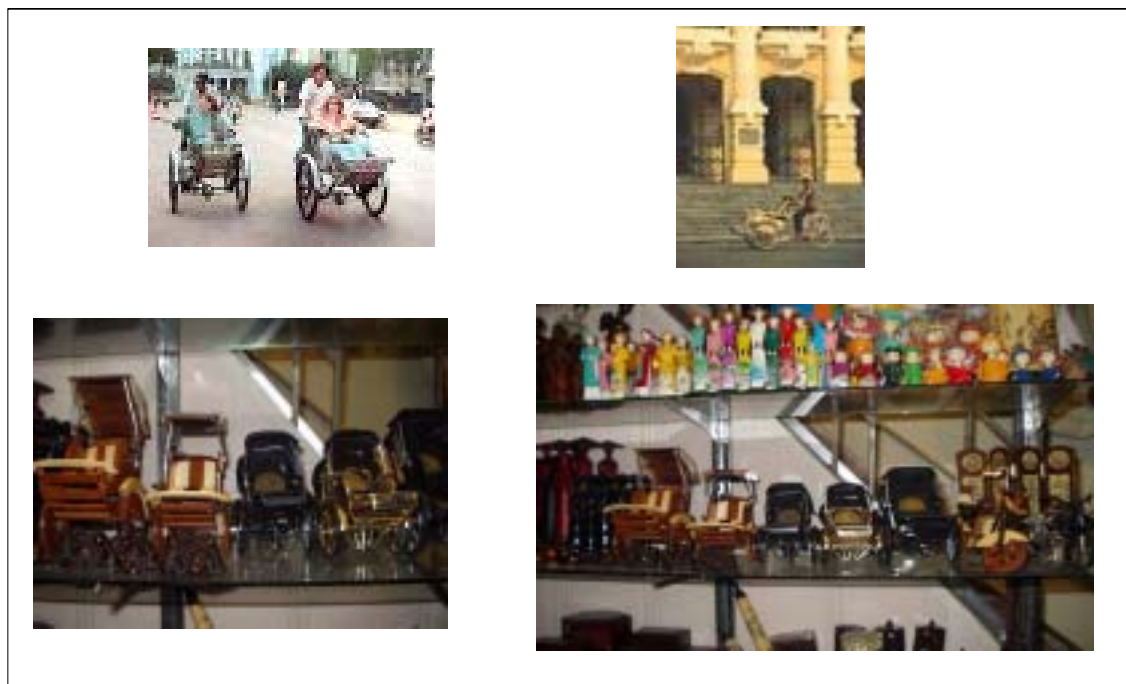
7. 베트남 정서

베트남에서 가장 유명한 캐릭터중 하나가 “베트남 전통의상(Ao dai)”의 이미지임. 베트남 전통의상“Ao dai”의 이미지는 많은 제품 선물, 기념품, 문구류 및 액세서리 에 적용됨. 게다가 모자의 이미지는 캐릭터 메이커의 좋은 캐릭터임.



<그림 24> 베트남에서 가장 유명한 캐릭터인 베트남 전통의상

□ “씨클로(Xich lo)” 는 베트남의 전형적인 캐릭터이며 많은 제품에 도입됨.



<그림 25> "Ao dai" 및 "Xich lo"

- 일부 캐릭터 “Ao dai” 및 “Xich lo” 로부터 외국 비즈니스맨은 베트남 사람들의 기호 및 전통에 대해 알 수 있음.
- 베트남 사람들은 즐겁고, 편안하고 행복하게 만드는 캐릭터를 좋아함. 베트남은 농업 국가이기 때문에 캐릭터는 농촌, 농부, 소, 연등과 관계됨. 다음은 농촌관련 일부 캐릭터임.



<그림 26> 베트남 농촌관련 캐릭터

- 베트남 사람들은 유희와 교육의 멋진 캐릭터를 좋아함. 이는 성적이고 폭력적인 캐릭터가 베트남에서 성공할 수 없는 요인임.

8. 결론

비록 불법 제품이 베트남에서 인기있지만, 베트남은 캐릭터 산업이 발전하지 못했기 때문에 아직 잠재시장임. 이는 외국 비즈니스맨, 특히 베트남 시장에 진출시 한류의 큰 이점을 가진 한국 비즈니스맨에게 많은 기회를 제공함.

말레이시아



칼라룸푸르 무역관

I. 말레이시아 캐릭터 산업 및 시장 현황

1. 캐릭터 산업 개요

가) 전체시장 규모 및 성장 전망

나) 제품군 별 시장규모 및 특성 (장난감, 게임, 의류, 식품, 약세사리, 출판 등)

말레이시아에서 캐릭터를 탑재하여 제품을 생산하고 있는 업종에는 제과업 및 의류 제조업을 들 수 있다. 그 외 장난감, 약세사리 등은 거의 대부분을 수입에 의존하고 있으므로 해당 산업군에서의 캐릭터 라이선싱 사업은 제조국 현지에서 이루어지고 있다.

현재 말레이시아에는 대략 10여개의 주요 제과 제품 제조업체들이 있다. 대표적인 업체로 London Biscuits Bhd (LBB), Oriental Food Industries Holdings Berhad, Mamee-Double Decker Malaysia Berhad, LB Food Sdn Bhd 그리고 Kinoss Food Industries (M) Sdn Bhd 등이다. 이중 London Biscuits Bhd (LBB)는 싱가포르의 Fun Character International Pte Ltd를 통해 월트디즈니사의 캐릭터들을 라이선싱하고 있는 것으로 알려져 있다.

제과업체 이외에 월트디즈니나 워너브라더스의 캐릭터들을 합법적인 경로를 통해 라이선싱하여 제품을 생산하고 있는 업체로는 말레이시아의 대표적인 의류 제조업체인 Hytex Garments (M) Sdn Bhd가 있는데 이 회사 역시 주로 싱가포르의 Fun Character International Pte Ltd와 라이선싱 계약을 맺고 있으며, 이밖에도 홍콩의 마스터 라이선시를 통해 캐릭터를 라이선싱 하고 있다.

□ 캐릭터 관련 일반 비즈니스 개요

<표 12> Asia Pacific 국가별 비즈니스 환경 순위

국가	경제 장기위 험	정치 장기위 험	대중 식료잡 화 소매 매출 성장	시장진 입	진입장 벽	1인당 소비	누계	지역순 위
호주	9	8	7	1	9	9	43	1=
일본	8	9	3	4	9	10	43	
싱가폴	10	7	6	3	9	7	42	3
한국	10	5	5	7	7	7	41	4=
대만	9	6	5	6	7	8	41	4=
말레이 시아	9	4	9	8	6	4	40	6=
태국	7	5	9	8	7	4	40	6=
중국	9	3	7	9	8	3	39	8
인도	7	6	10	10	2	3	38	9
인도네 시아	7	4	9	8	5	4	37	10=
홍콩	7	4	5	3	10	8	37	10=
베트남	6	3	10	9	5	2	35	12
필리핀	6	4	7	8	4	4	33	13
파키스 탄	6	3	4	9	7	2	31	14

자료원: Business Monitor

<표 13> 말레이시아 대규모 식료품 소매 시장 구조 (아울렛 숫자에 의한 분류)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
수퍼마켓	622	667	733	812	872	932
하이퍼마켓	34	33	37	41	43	48
편의점	700	730	756	790	822	851
대형소매점합계	1356	1430	1526	1643	1737	1831

자료원: Business Monitor

(단위: US\$bn)

<표 14> 유형별 소매점 가치 (1999-2009)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
수퍼마켓	1.4	1.5	1.5	1.7	1.9	2.0	2.2	2.3	2.5	2.7	2.9
하이퍼마켓	0.6	0.6	0.7	0.8	0.8	1.0	1.1	1.2	1.3	1.5	1.7
편의점	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
대형식품소매 부문 합계	2.1	2.2	2.3	2.6	2.8	2.1	3.4	3.8	4.1	4.5	5.0

자료원: Business Monitor

2. 캐릭터 산업 구조 (*별첨자료 1 참조요망) (7page 내외)

가) 산업 구조 (라이선시, 라이선시, 최종소비자 등)

현재 말레이시아 내의 로컬 라이선싱 에이전트는 없는 걸로 조사 결과 밝혀졌으며, 주로 싱가포르나 홍콩, 한국, 타이완 등 해당 수입국의 라이선싱 에이전트를 통해 라이선스 계약을 맺고 있다.

말레이시아에서 합법적인 경로를 통해 월트디즈니 혹은 워너브라더스사의 캐릭터를 라이선싱하여 제품을 제조하고 있는 대표적인 업체로는 London Biscuits Bhd와 Hytex Garments (M) Sdn Bhd이다.

두 업체 모두 싱가포르의 Fun Character International Pte Ltd를 통해 캐릭터 라이선스 계약을 맺고 있다.

나) 제품 유통구조 (유통 채널별 현황 및 특성)

3. 캐릭터 산업 동향 및 전망 (5page 내외)

가) 주요 산업동향

□ London Biscuits Bhd

○ 말레이시아 조호 기반의 대표적인 제과 제조업체로 2004년 6월

말 기준 RM 65.51 million 매출. 2003년 RM52.74 million 대비 24%의 매출 상승하였다.

- 월트디즈니사의 캐릭터 라이선싱과 관련하여 싱가포르의 Fun Characters International Pte Ltd.와 거래를 하고 있으며 최근 월트디즈니 캐릭터 사용권에 대해 2년 라이선싱 계약을 갱신하였다.
- 현재 Asia Pacific 시장이 전 매출의 42%를 차지하는 가장 큰 시장이며 중동은 11%를 차지하고 나머지는 구미와 유럽 등이다. 향후 미주 및 유럽 시장 확산을 목표로 하고 있다.
- 조호에 공장 4개, 7개의 생산 라인, 그리고 2개의 창고 보유하고 있고, 말레이시아 내에만 280개의 공급업체와 도매상, 80개의 공급업체, 도매상, 그리고 수입업자들이 있다.
- 현재 70여종의 제과류와 옥수수 스낵류 생산하고 있으며 향후 매년 5~10개의 신제품 소개 예정이다.
- 2005년 중반 내로 디즈니 캐릭터를 탑재한 제품들을 아시아 내의 홍콩, 타이완, 한국에 수출 예정이다. 현재까지는 디즈니 캐릭터 탑재 상품들은 말레이시아와 태국에서만 유통되고 있다.
- 디즈니 캐릭터 탑재 상품을 포함한 London Biscuits의 제품중 60%는 현재 52개국으로 수출되고 있다. 중국, 홍콩, 마카오, 그리고 서아시아 지역이 이 회사의 주요 수출 대상국들이다.
- 사용되는 디즈니 캐릭터들에는 미키마우스, 미니마우스, 티거 (Tigger), 곰돌이 푸우 등이 있다.

(단위: 링깃)

<표 15> 캐릭터 산업동향

	2004년 6월	2003년 6월	2002년 6월	2001 6월
순매출	65,510,514.00	52,743,984.00	43,656,741.00	35,982,000.00
순이익	9,493,173.00	8,946,328.00	8,699,953.00	7,647,000.00

자료원: Kuala Lumpur Stock Exchange

□ Hytex Garments (M) Sdn Bhd

- 말레이시아의 대표적인 의류제조업체로서 월트디즈니사와 워너 브라더스 사의 캐릭터들을 합법적인 경로를 통해 라이선싱하여 제품을 생산하고 있다.
- 대표적인 컨셉트 스토어인 “World of Cartoons”을 직접 운영하며 말레이시아 전역에 18개의 매장을 가지고 있다. 주로 월트 디즈니 캐릭터 및 유니버설 스튜디오가 개발한 캐릭터 상품 (의류)들을 판매하고 있으며, 이외에도 헬로키티, 워너브라더스의 배트맨, 트위티, 루니툰 등의 캐릭터 상품도 생산하고 있다.

나) 순위별 인기 캐릭터 개요 및 분석 (캐릭터 명, 제작사, 국가, 특징, 라이선싱 현황 등)

<표 16> 순위별 인기 캐릭터 개요 및 분석

캐릭터명	제작사	국가	라이선싱 현황
미키마우스, 미니마우스, 백설공주, 곰돌이푸우 등	월트디즈니	미국	London Biscuits Bhd World of Cartoons
Looney Tunes, Tweety, Batman	워너브라더스	미국	World of Cartoons
Sesame Street	세서미스트리트 워크숍	미국	
헬로 키티		일본	

캐릭터명	제작사	국가	라이센싱 현황
세일러문, 드래곤볼, 스램덩크	도에이 동화사	일본	
Doraemon		일본	
Incredibles	Pixar	미국	
Chicken Littel	월트디즈니	미국	
Toy Story	Monster.com	미국	
Madagascar	Dream Works	미국	

4. 한국과 협력제휴 유망 기업(규모순으로 10개사 내외)(7page내외)

가) 기업개요 (기업명, 홈페이지, 종업원수, 연매출액, 분야, 주요 활동 등)

나) 담당자(이름, 직급, 부서, 전화, 핸드폰, 팩스, 이메일)

회사	담당자	기타
Multimedia University Creative Application & Development Centre Creative Multimedia Department Industry Development Division MSC Headquarters 2360 Persiaran APEC63000 Cyberjaya, Selangor Darul Ehsan Malaysia http://www.mdc.com	Hasnul Hadi Samsudin Manager Creative Multimedia Department	멀티미디어 전문 교육기관

회사	담당자	기타
my		
The One Academy 28 Jalan PJS 11/28A Bandar Sunway, Petaling Jaya Selangor 46150	Jane Wong Tel) 603 5637 5510 (ext: 149) Fax) 603 5637 5508 e-mail) janewong@toa.edu.my	교육기관 캐릭터 개발 과정 있음.
Hytex Garments (M) Sdn Bhd Lot 25, Jalan E 1/5, Ewawasan Perindustrian, Taman Ehsan, Kepong, Kuala Lumpur Wilayah Persekkutuan 52100 Malaysia	Ms. Drusylla Assistant GM Tel) 603 6274 0340 (ext: 229) Fax) 603 6274 0333 e-mail) drus@hytex.com.my	말레이시아의 대표적인 의류 제조 업체. 말레이시아 전역 18개소에 컨셉트스토어인 World of Cartoons를 직접 운영하며, 이곳에서 월트디즈니 및 워너브라더스 캐릭터 의류들을 판매함.
London Biscuits Bhd 1, Jalan Istimewa 2, Taman Perindustrian Desa Cemerlang, 81800 Ulu Tiram, Johor, Malaysia		Fun Character International Pte Ltd를 통해 월트디즈니 캐릭터 라이선싱 계약을 맺고 있음. 자사 제품 수출 지역 확장을 위해 한국, 홍콩, 타이완 등의 캐릭터 라이선싱 에이전시들을 접촉하고 있는 중.
Fun Character International Pte Ltd	Tel) 65 6298 8078	Character Licensing agency (Singapore)

II. 국내업체 진출 현황 및 방안

1. 국내 기업 진출 현황

약 2년 전에 한국의 마시마로 (씨엘코엔터테인먼트)와 뿌까가 문구류나 팬시 제품등을 통해 시장에 잠시 등장했었으나 큰 실효를 거두지 못하고, 라이선스 역시 갱신되지 못하는 등 곧 사라졌다고 한다.

2. 효과적인 현지 진출 방안

말레이시아의 캐릭터 라이선서들과 거래를 하고 있는 싱가포르, 홍콩 등의 마스터 라이선서들과 협업을 통해 시장 진출을 하는 것이 최초 시장 진입시에는 가장 효율적인 방법이다.

캐릭터와 관련된 만화라든가 이야기 책을 같이 발간하여 DVD 나 CD 등이 매체를 공급하는 것도 캐릭터에 대한 시장 인식 및 점유율을 높이는 효과적인 방법이다.

3. 활용 가능한 현지 유망 행사 (전시회 및 로드쇼 등)

Character Apperance

Activity Building (예. Lego의 가장 긴 블록 쌓기 대회)

4. 현지 마케팅사례연구(성공/실패사례, 국내외업체 불문) -2건이상

Miss Disney Princess Pageant

Disney Idol

Reference

Businesss Monitor

Business Times

Kuala Lumpur Stock Exhcnage (KLSE)

현장 인터뷰

(MMU, Hytex Garments (M) Sdn Bhd, The One Academy)