

보도 일시	2021. 11. 12.(금) 16:00	배포 일시	2021. 11. 12.(금) 16:00
담당 부서 <합동>	문화체육관광부 한류지원협력과	책임자	과장 신용식 (044-203-2381)
		담당자	사무관 이규원 (044-203-2378)

‘2021 케이(K)-박람회’,

전 세계인의 뜨거운 한류 열기 계속 이어간다

- 오프라인(11. 8.~11.) 행사 성공적으로 마무리, 온라인 행사 지속(~11. 30.) -

11월 1일(월)부터 30일(화)까지 한 달 동안 개최하고 있는 ‘2021 케이(K)-박람회’가 한류에 대한 전 세계인의 뜨거운 열기를 이어가고 있다. 특히 11월 8일(월)부터 11일(목)까지 열린 오프라인 행사를 성공적으로 마무리하고 남은 기간 동안 온라인 행사를 지속한다.

‘2021 케이(K)-박람회’는 문화체육관광부(장관 황희, 이하 문체부), 산업통상자원부(장관 문승욱, 이하 산업부), 농림축산식품부(장관 김현수, 이하 농식품부), 보건복지부(장관 권덕철, 이하 복지부), 해양수산부(장관 문성혁, 이하 해수부), 중소벤처기업부(장관 권칠승, 이하 중기부) 등 관계부처가 한국콘텐츠진흥원(원장 조현래, 이하 콘진원), 대한무역투자진흥공사(사장 유정열, 이하 코트라), 한국농수산물유통공사(사장 김춘진), 한국보건산업진흥원(원장 권순만), 대한화장품산업연구원(원장 이재란), 수협중앙회(회장 임준택), 중소기업유통센터(대표이사 정진수), 한국무역협회(회장 구자열) 등과 함께 마련한 온·오프라인 연계 한류 종합행사이다.

문체부 등 관계부처는 국내 콘텐츠와 화장품(뷰티), 식품 등 한류 연관 산업 기업들의 화상 수출 상담 지원, 실시간 판매전(라이브 커머스), 온라인 케이팝 공연, 한류 연관 산업 기획전시 등 다채로운 온·오프라인 프로그램을 통해 한 달 동안 콘텐츠와 연관 산업의 해외 동반 진출을 지원하고 있다.

특히, 11월 8일(월)부터 11일(목)까지 코엑스 그랜드볼룸에서 한류 연관 산업 기획전시와 화상 수출상담회를 진행했는데 오프라인 행사 마지막 날(11. 11.)에는 문재인 대통령 내외가 현장에 직접 방문해 전시관과 화상 수출상담회를 참관하고 기업인과 행사 관계자를 격려하고 응원하면서 정부의 적극적인 지원을 약속했다.

한류 연관 산업 기업 화상 수출 상담, 실시간 판매전 지원 등 해외 진출 모색

지난 11월 1일(월)부터 11일(목)까지 국내 게임·애니메이션 등 콘텐츠와 화장품(뷰티), 식품 등 한류 연관 산업 국내기업 498개사는* 해외 구매기업 432개사**와 화상 수출 상담 1,508건***을 진행했다. 남은 20일 동안에도 화상 수출 상담을 수시로 지원할 예정이다. 국내 콘텐츠 기업과 인도네시아 기업 간 인도네시아 현지 전문 웹툰 교육기관(아카데미) 조성 계약, 국내 신선 농산물 기업과 베트남 유통 기업 간 업무협약(MOU) 체결 등 다양한 형태의 수출 계약도 이루어졌다.

* 참가 국내기업: 콘텐츠 기업 66개사, 화장품(뷰티) 기업 8개사, 농식품 기업 157개사, 수산식품 기업 129개사, 브랜드 케이 기업 38개사, 소비재 기업 100개사

** 참가 해외 구매기업: 콘텐츠 기업 52개사, 화장품(뷰티) 기업 15개사, 농식품 기업 91개사, 수산식품 기업 91개사, 브랜드 케이 기업 19개사, 소비재 기업 255개사

*** 수출상담 건수: 콘텐츠 354건, 화장품(뷰티) 19건, 농식품 325건, 수산식품 299건, 브랜드 케이 41건, 소비재 470건

또한, 한류 연관 산업 제품들에 대한 실시간 판매전도 각국의 주요 온라인 유통망을 통해 성황리에 진행하고 있다. 태국·싱가포르 현지 온라인 유통망 ‘쇼피(Shopee)’에서 진행된 수산식품 실시간 판매전(라이브 커머스)에서는 한류 대표 영유아용 캐릭터 ‘뽀로로’를 활용해 순살 고등어 제품 등 다양한 수산식품이 판매와 동시에 조회 수 약 1만 6천 회를 기록했고, 중국 현지 온라인 유통망 ‘티몰’에서 진행된 농식품 실시간 판매전에서는 막걸리, 샤인머스켓 등 다양한 농식품이 판매와 동시에 조회 수 약 105만 회를 기록하기도 했다. 중국 현지 온라인 유통망 ‘타오바오’에서 진행된 캐릭터 제품 실시간 판매전에서는 아이코닉스와 로이비주얼의 캐릭터 제품이 13,788개

판매됨과 동시에 조회 수 약 130만 회를 기록했다. 남은 20일 동안에도 ‘아마존’, ‘큐텐 저팬’, 동남아의 ‘쇼피’ 등 해외 현지 유통망을 통해 다양한 한류 연관 상품의 실시간 판매전을 운영할 계획이다.

실감 기술 활용한 온라인 케이팝 공연으로 일상 회복 시작하는 한류 팬 위로

11월 6일(토)에는 온라인 케이팝 공연과 한류 팬 소통행사를 스브스케이팝(SBS KPOP) 유튜브 채널, 틱톡, 네이버 나우(NOW) 등을 통해 전 세계에 생중계해 조회 수 약 130만 회 이상을 기록했다. 케이팝 가수 11개 팀*이 출연한 이번 온라인 공연에서는 증강현실(AR), 가상현실(VR), 확장현실(XR) 등 실감 기술을 적극적으로 활용해 공연의 몰입도를 높였다. 이번 온라인 공연은 11월 21일(일), 오전 0시 25분부터 에스비에스(SBS) 방송을 통해서도 만나볼 수 있다.

* 스트레이키즈(Stray Kids), 있지(ITZY), 더보이즈(THE BOYZ), 샤이니 키(Key), 현아&던, 뽀빠이, 피원하모니(P1Harmony), 시크릿넘버(SECRET NUMBER), 마미손, 원슈타인, 밴드 설(SURL)

한류 연관 산업 오프라인 기획전시 통해 다양한 즐길 거리 마련

코엑스 그랜드볼룸에서 열린 기획전시(11. 8.~11.)도 많은 관심을 받았다. 이번 기획전시에서는 콘텐츠, 화장품(뷰티), 농식품, 수산식품, 브랜드 케이(K) 제품, 소비재 등을 한류와 연계(드라마, 케이팝 등 콘텐츠)하고 해외에까지 진출한 분야별 상품들을 체험형 프로그램으로 구성하는 등 다양한 방식으로 알렸다.

온라인으로 한류 상품 홍보 지속(~11. 30.)

이번 ‘케이(K)-박람회’는 남은 기간 동안(~11. 30.)에도 우리 기업들과 해외 구매자들의 화상 수출상담 지원과, 실시간 판매전(라이브 커머스), 해외 유통망 연계 한국 상품 판촉 행사, 한류 홍보 콘텐츠 방영 등 다양하고 풍성한 프로그램을 계속 이어간다. 한류 콘텐츠와 화장품(뷰티), 식품, 패션 등 한류 상품들을 연계한 예능형 짧은 영상(숏폼) 등 다양한 홍보 콘텐츠를

제작하고 유튜브 등 온라인으로 방송해 한류 상품들에 대한 접근성을 높일 예정이다. 또한 올해 성과를 발판으로 내년부터는 해외 현지에서 직접 한류 연관 상품들이 해외에 진출할 수 있는 기반을 개척해 나갈 계획이다.

‘케이 박람회’의 주요 프로그램과 일정 등은 공식 누리집(<http://kexpo.kr>)에서 확인할 수 있으며, 이들은 전 세계 한류 팬과 기업들이 이용할 수 있도록 영어로도 제공한다.

문체부 정책 담당자는 “관계부처가 협력해 열리는 ‘케이-박람회’가 우수한 한국 콘텐츠뿐만 아니라 한류 연관 산업까지 국내외에 알릴 수 있는 대표 한류 행사가 되고 있다.”라며, “이 행사가 한류의 파급력으로 국내기업의 수출에 도움이 되고 국내외 한류 팬들에게 즐거움을 줄 수 있기를 기대한다.”라고 밝혔다.

담당 부서 <총괄>	문화체육관광부 한류지원협력과	책임자	과장	신용식 (044-203-2381)
		담당자	사무관	이규원 (044-203-2378)
<합동>	산업통상자원부 무역진흥과	책임자	과장	김대일 (044-203-4030)
		담당자	사무관	김창연 (044-203-4035)
<합동>	농림축산식품부 수출진흥과	책임자	과장	김재형 (044-201-2171)
		담당자	사무관	정은 (044-201-2174)
<합동>	보건복지부 보건산업진흥과	책임자	과장	조귀훈 (044-202-2960)
		담당자	사무관	변수원 (044-202-2965)
<합동>	해양수산부 수출가공진흥과	책임자	과장	김성희 (044-200-5480)
		담당자	서기관	서밀가 (044-200-5483)
<합동>	중소벤처기업부 글로벌성장정책과	책임자	과장	강기성 (044-204-7500)
		담당자	사무관	김창민 (044-204-7505)

