

2012 1분기 중국(홍콩) 한류 동향 보고

중국(홍콩) 이성화 통신원

◆ 장르별 동향

1. 방송 산업

◆ 홍콩 내 1-3월 한국 프로그램 방영 내역

No.	채널명	방영 시간	작품명
1	TVB	토요일 새벽 5시	영원삼적핵자
2		토요일 저녁 11시 일요일 아침 11시	지고는 못살아
3		토요일 저녁 8시 15분 일요일 아침 8시 15분	에덴의 동쪽
4		일요일 아침 7시 30분	태극천자문
5		일요일 저녁 5시	넌 내게 반했어
6		일요일 저녁 11시 30분	아테나: 전쟁의 여신
7		평일 저녁 9시 45분	오! 마이 레이디
8		평일 저녁 10시 30분	성균관 스캔들
9	ATV	토요일 저녁 5시 30분	Korean Hour - 유희와 친구들
10		토요일 저녁 5시 45분	미우나 고우나
11		평일밤 9시 45분 새벽 3시, 아침 6시	바람의 나라

올 1/4분기에도 한국 방송의 파워는 대단했다. 무엇보다 드라마의 인기는 지속되었다. 많은 드라마 중 가장 큰 인기를 끌고 있는 것은 <성균관 스캔들>이다. 동방신

기의 홍콩 내 인기가 상당하기 때문에 박유천의 등장만으로 방송 전부터 화제를 모았다. 현재 2-30대 여성 팬들의 큰 지지를 얻으며 시청률 고공행진중이다.

이 외 중화권에서 큰 인기를 얻고 있는 채림과 홍콩 여성 팬들의 큰 사랑을 받고 있는 최시원이 주연한 <오! 마이 레이디>도 황금 시간대에 편성되어 전 연령층으로부터 골고루 사랑을 받고 있다. 또한 atv에서는 드라마 시청률이 가장 높은 시간대인 평일 9시 45분에 유일하게 외국 드라마로 한국의 바람의 나라가 방송되고 있다.

한국 사극물은 홍콩에서 통한다는 법칙이 있는 듯 남녀노소 구분 없이 큰 인기를 얻고 있다. 또한 방영이 될수록 시청률이 상승중이라 당분간이 더 기대되는 작품으로 꼽히고 있다.

2. 영화 산업

올해 홍콩에서 가장 화제를 모은 한국 영화는 <도둑들>이다. 홍콩, 마카오 현지 로케로 인하여 이미 홍콩 언론으로부터 큰 관심을 받았었다.

<도둑들>의 해외 배급을 맡고 있는 쇼박스 미디어 플렉스는 3월 19일부터 개최되는 홍콩 필름 마트에서 스틸을 공개함과 동시에 본격적인 세일즈 미팅을 가동했다. 또한 중국과 일본 외 북미, 유럽의 메이저 회사들과도 작품의 배급을 논의 중인 것으로 알려졌다.

한편 3월 21일부터 개최되는 제36회 홍콩국제영화제에는 총 6편의 한국영화가 초청됐다. 김중현 감독의 <가시>와 김경묵 감독의 <줄탁동시>가 영 시네마 컴피디션 (Young Cinema Competition) 부문에, 박기용 감독의 <무빙>과 문병곤 감독의 <불멸의 사나이>는 각기 다큐멘터리 경쟁 부문, 단편영화 경쟁 부문에 초청을 받았다.

또한 이미 세계 우수영화제에서 좋은 반응을 얻었던 홍상수 감독의 <북촌방향>(Auteur 부문)과 전규환 감독의 <바라나시>(Indie Power 부문)도 소개됐다.

하지만 아쉬운 소식도 이어졌다. 홍콩에서 열린 ‘제6회 아시안 필름 어워드(AFA)’에서 한국영화와 배우들의 수상이 모두 불발에 그친 것이다.

한국영화가 아시안 필름 어워드에서 수상에 실패한 것은 1회 이래 이번이 처음인 것으로 알려졌다.

올해는 박해일이 <최종병기활>로 남우주연상 후보에, 이제훈이 <고지전>으로 남우조연상 후보에 올랐으나 아쉽게 수상에 실패했고 <고지전>은 촬영상과 미술상 후보에 올랐으나 역시 수상에는 실패했다.

윤은혜는 19일 홍콩 컨벤션센터에서 열린 ‘제6회 아시아 필름 어워드(AFA)’에 한국 배우 중 유일하게 시상자로 초대돼 시상자로 나서 화제를 모으기도 했다.

3. 음악 산업

<1-3월 K-Pop 음반 인기 순위>

순위	노래	가수
1	The Boys	소녀시대
2	Trouble Maker	현아, 현승
3	Hands Up	2PM
4	Gee	소녀시대
5	Mr.Taxi	소녀시대
6	High High	빅뱅
7	狠狠愛(지독하게)	FT 아일랜드
8	Oh!	소녀시대
9	Hoot	소녀시대
10	Be My Baby	원더걸스
11	Nobody	원더걸스
12	Tonight	빅뱅
13	Hush Hush	태연(소녀시대)
14	Sherlock	샤이니
15	Love Song	빅뱅

(출처 : kkbox+hmv)

홍콩 내 소녀시대의 인기는 거의 압도적이라 볼 수 있다. 특히 올 1월 홍콩 콘서트 이후 이들의 인기는 더욱 치솟아 한국 최고의 인기 가수로 인식되고 있다. 이 외 빅뱅의 인기도 여전하다.

특히 최근 활동을 활발히 시작하며 각종 한국 방송에서 이들의 모습을 본 홍콩 팬

들의 반응이 각종 SNS를 통해 퍼지고 있다. 또 한 가지 'Trobble Maker'의 인기 또한 대단하다.

홍콩 내에서 단독 곡으로는 원더걸스의 '노바디'를 제외하고 가장 인기를 얻었다고 평할 수 있을 정도다. 현아와 현승의 인기와 좋은 곡을 바탕으로 홍콩 모바일 벨소리로 가장 많은 다운로드되는 기록을 세우기도 했다.

이 외 미쓰에이의 활약도 기대되고 있다. 이들은 지난 3월 23일 홍콩과 대만에서 발매한 중화권 스페셜 앨범 'Touch'를 발매했다. 이번 앨범에는 국내에서 발매한 '터치'의 수록곡 외에도 중국어 버전 '터치'가 수록됐으며, 한국어 중국어 버전 뮤직비디오가 담긴 DVD도 더해져 있다. 이미 대만 유명 음원 사이트 'OMUSIC'의 '한국·일본 음원차트'에서 1위를 차지하며 홍콩 내에서도 히트 조짐을 보이고 있다.

4. 공연/전시 산업

어느 때보다 한국 가수들의 공연이 풍성했던 1/4분기였다. 스타트는 씨엔블루가 끝났다. 이들은 지난 1월 7일과 8일 홍콩 아시아 월드 아레나에서 열린 콘서트에서 8,000여 관객을 불러 모으며 아시아 투어를 시작했다. 이들의 콘서트 티켓은 이미 작년엔 매진되어 언론에 화자 되기도 했었다.

씨엔블루는 '직감', '러브걸' 등 히트곡은 물론 하드록으로 편곡한 '외톨이야' 등 다양한 레퍼토리를 선보여 현지 팬들의 큰 호응을 받고 콘서트를 마무리 했다.

다음 타자는 소녀시대였다. 이들은 지난 1월 15일 오후 8시부터 홍콩 아시아 월드 아레나에서 '2012 GIRLS' GENERATION TOUR in HONGKONG'을 열고 다양한 퍼포먼스와 무대연출이 어우러진 다채로운 공연으로 홍콩 팬들을 매료시켰다.

이미 공연 전날부터 홍콩이 들썩거렸다. 홍콩 국제공항은 늦은 시간임에도 불구하고 수많은 팬들이 운집해 인산인해를 이루며 그들의 인기를 실감케 했다.

이어 공연에 앞서 진행된 기자회견역시 동방일보, 빈과일보, I-cable 등 현지 언론 매체들이 대거 참석, 열띤 취재경쟁을 벌이기도 했다.

한편 전남도립국악단이 중화권 최대 명절인 춘절(22~26일) 기간 홍콩에서 열린 '홍콩 구정 국제퍼레이드' 공연에서 역동적 국악가락과 춤사위를 선보여 15만 명의 홍콩 시민과 관광객을 열광시켰다.

이번 ‘홍콩 구정 국제 퍼레이드’에는 전남도립국악단을 비롯해 태국과 이탈리아, 영국, 미국 등 모두 34개 팀이 참가했다.

특히 여수세계박람회 캐릭터 ‘여니’와 ‘수니’가 등장하자 거리로 쏟아져 나온 홍콩 시민들이 한국어로 ‘안녕하세요’, ‘사랑해요’를 외치며 대대적으로 환영했다.

전남도립국악단은 이날 ‘아리랑 코리아’와 사물놀이의 다이내믹한 연주와 함께 장구 춤과 소고춤의 화려한 춤사위를 선보였고 12발 상모돌리기는 홍콩 도심의 풍경과 어우러져 관객들의 탄성을 자아냈다.

2PM은 지난 3월 10일 홍콩에서 열린 공연을 마지막으로 첫 아시아 투어 콘서트 ‘핸즈업’을 성황리에 마무리했다. 피날레를 장식한 홍콩 공연은 2PM의 첫 홍콩 공연임에도 이미 2개월 전 9,000석의 좌석이 매진될 정도로 열기가 뜨거웠다.

2PM은 홍콩 공연 전날 기자회견 후 한 쇼핑몰에서 500여명의 팬과 하이터치를 나누며 만남의 시간을 가졌다. 쇼핑몰은 2PM을 보기 위해 몰려든 팬들로 전체 층이 발 디딜 틈이 없었고 이 날의 현장은 홍콩 언론에서 대대적으로 보도되기도 했다.

마지막으로 동방신기, 알리, 브라운아이드 걸스가 홍콩을 한껏 물들이고 돌아갔다. 중국, 홍콩, 대만, 일본, 한국, 싱가포르, 말레이시아 7개국 대표 가수들이 참가하는 ‘홍콩 아시아 팝뮤직 페스티벌 2012(HKAMF2012)’가 3월 23일 홍콩에서 개최된 것이다.

동방신기와 브아걸은 화려한 퍼포먼스로 관객들을 사로잡았고, 알리는 이날 영예의 대상까지 타며 K-Pop의 진수를 알렸다.

한편 사진작가로도 활동하는 텔런트 조민기가 국내작가 6명과 서울과 홍콩에서 그룹전 ‘홍콩 인 마이마인드(HongKong in my Mind)’를 열었다. 이들은 홍콩 관광청 한국지사와 서울 금산갤러리의 주최로 2월 8일부터 18일까지 서울 금산갤러리, 2월 24일부터 26일까지는 홍콩 만다린오리엔탈호텔에서 전시회를 개최했다.

이번 전시는 중국과 영국의 이질적인 문화가 공존하는 금융·무역의 중심지이자 최근 몇 년 사이 세계 현대미술의 새로운 메카로 부상한 홍콩의 다양한 모습을 보여주고자 기획됐다.

조민기는 거대한 빌딩들 사이로 난 작은 틈을 통해서만 하늘을 볼 수 있는 대도시의 현실을 보여주는 ‘미러월(Mirror Wall)’ 등의 작품을 선보였다.

이 외에도 노세환·노준·안준·장원영·한영희 등 작가 5명의 사진작품과 미디어 아티스트 이진준의 홍콩 방랑기를 담은 '이도공간' 등 20여점이 전시돼 호평을 받았다.

5. 캐릭터/애니메이션 산업

경기콘텐츠진흥원은 지난 1월 9일부터 11일까지 홍콩에서 열린 '홍콩 국제라이선싱 쇼 2012'에 참여한 도내 10개 콘텐츠 기업이 총 741만달러 규모 수출계약을 체결하는 성과를 올린 것으로 집계됐다고 밝히며 한국 캐릭터의 우수성을 다시 한 번 알렸다.

한편, 엔타즈(대표 김현수)는 홍콩 개발사 애니모카와 제휴를 맺고 이 개발사 게임들을 국내 이동 3사 오픈마켓에 순차적으로 출시하기로 결정했다.

첫 번째로 선보이는 게임은 국내 이용자들에게 익숙한 타이쿤 장르의 '마이카살롱'이다. 자동차 관리를 통해서 얻은 돈으로 직원과 고객 관리를 해나가면서 최종 미션을 달성하는 방식이다.

이미 지난해 전 세계 앱스토어, 안드로이드 마켓에 출시돼 홍콩·미국·중국 등 15개국에서 전체 5위, 영국·일본·호주에서 전체 TOP 10위 내 진입하는 성과를 얻은 바 있다.

국산 게임 '사이퍼즈'도 중화권 진출을 시작으로 해외시장에 첫발을 내딛는다. 네오플(대표 강신철)은 대만 퍼블리셔 감마니아와 조인식을 갖고, 사이퍼즈(Cyphers)의 대만, 홍콩, 마카오지역 서비스 계약을 체결했다.

이번 계약을 통해 사이퍼즈의 첫 해외진출로를 확보하게 된 네오플은 자사의 액션 게임 '던전앤파이터'를 해외에서 히트시키며, 축적한 풍부한 노하우를 바탕으로 수준 높은 현지화를 구현한다는 계획이다.

한편 문화체육관광부(장관 최광식)와 한국콘텐츠진흥원(원장홍상표, 이하 진흥원)이 3월 19일부터 4일간 개최된 '2012 홍콩필름마트'에 참가해 국내 10여개 CG기업과 중화권 영화 제작자간 비즈니스 미팅을 지원했다

한국콘텐츠진흥원은 이번 필름마트에 '한국 VFX 공동 전시관'을 구성하여 VFX, 3D 콘텐츠, 애니메이션 등 분야별로 특화된 마케팅 전략을 전개, 중화권 시장에서 한국 기업의 CG제작능력에 대한 인지를 확고히 했다.

진흥원이 ‘홍콩필름마트’에 참가하는 중화권 영화제작자, 감독을 중심으로 아시아권 영화관계자를 사전에 섭외, 국내 CG기업과 비즈니스 미팅을 주선한 결과, 참가기업 중 모팩스튜디오는 중국의 오션딥필름(Ocean Deep Film)의 예루편 PD와 액션영화 ‘필살기’ CG참여에 대한 양해각서를 체결하였고, 원더월드스튜디오는 제작중인 애니메이션 ‘리프트2’와 ‘마누’를 중국에 선판매하는 성과를 거뒀다.

6. 한스타일

지난해 선풍적인 인기를 얻었던 한국산 제품이 올해도 어김없이 승승장구중이다. 설화수, 라네즈, 미샤, 스킨푸드 등의 대형 브랜드 외에 중소기업의 화장품이 홍콩의 샤샤, 봉쥬르 등 화장품 매장에 계속 입점 중이다. 한국산 화장품은 메이드인 코리아라는 마크만으로 소비자들에게 신용을 주고 있는 것으로 평가되고 있다.

한국산 식품의 인기도 여전하다. 일본산 제품에 대한 불신이 계속 지속되며 한국산 제품의 수요는 더욱 늘어나고 있다. 파크앤샵, 웰컴 등 대형 마트에는 판매하는 한국산 제품의 종류가 2배 가까이 늘어난 상태다.

이전 처음 한류 열풍이 시작되었을 때 대형 마트에서 한국산 배추김치가 판매되며 화제를 모았었다. 몇 년이 흐른 지금, 홍콩 내 수백개에 이르는 위 대형마트에서는 배추김치를 기본으로 깍두기, 갓김치, 오이김치, 묵은지 등 각종 김치를 골라 구입할 수 있다.

또한 세븐일레븐 등 편의점에서도 한국 음료, 과자, 전자레인지용 잡채 등 한국산 제품을 24시간 만날 수 있다. 홍콩에 거주하는 한인들은 좀 더 용이하게 한국산 제품을 구입할 수 있게 되었으며, 홍콩을 찾은 한국 관광객들은 수많은 한국산 제품을 보며 상당히 놀라는 눈치다.

7. 반한류 사례

1분기 간 홍콩 내 드러난 반한류 분위기는 전혀 찾아볼 수 없었다. 같은 중화권인 대만에서 일고 있는 반한 분위기와 달리 홍콩 내 한류 물결은 여전히 승승장구중이다.

8. 기타

홍콩에 진출한 한국 기업의 활약도 눈에 띄는 연초였다. 우선 하나대투증권은 홍콩 국태군안인터내셔널과 포괄적 업무제휴를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다.

하나대투증권은 이번 MOU체결을 통해 홍콩 및 중화권에서의 해외주식 중개, 글로벌 IB업무 등 다양한 부문에서 상호 협력할 계획인 것으로 알려졌다.

패션계의 활약도 상당했다. 아시아 최대 패션 전시회인 제 43회 홍콩패션위크 F/W 2012와 월드부띠크, 홍콩 2012가 전 세계 26개국 1,900개 기업 및 디자이너가 참가한 가운데 지난 1월 16일 홍콩종합전시장에서 열렸다.

이번 행사에는 국내에서 한국패션협회(KFA), 중기청 지원 10개 업체와 서울패션센터(SFC), 서울시 지원으로 8개 업체가 참가 했으며 개별적으로 3개 업체가 참가해 모두 21개 기업(한국패션협회관 제외)이 제품을 출품하는 등 큰 성과를 갖고 돌아왔다.

한편 홍콩에서 한류 등으로 한국에 대한 관심이 커지면서 지난해 홍콩 현지 매체에 하루 평균 5건의 한국 관련 소식이 보도된 것으로 조사됐다.

지난 2월 23일 홍콩총영사관(총영사 전옥현)이 지난 한 해 홍콩 대공보(大公報)와 문회보(文匯報), 명보(明報), 동방일보(東方日報) 등 중국어 신문과 영자지인 사우스 차이나모닝포스트 등 5대 일간지에 실린 한국 관련 기사를 분석한 결과 신문별로 매일 3~7.4건의 한국 관련 기사를 게재한 것으로 나타났다.

지난해 이들 5개 일간지에 실린 한국 관련 기사는 총 8천 738건이었으며 이 중 연예와 관광 관련 뉴스를 포함한 '문화·스포츠' 관련 기사가 55%(4천843건)로 가장 큰 비중을 차지해 역시 한류가 한국 관련 뉴스에서 가장 큰 관심사인 것으로 분석됐다.

한국의 주요도시와 홍콩의 결연도 이어졌다. 창원시는 창원시청을 방문한 셸리 웅 홍콩경제무역대표부 수석대표 일행이 김종부 창원시 제2부시장을 만난 자리에서 창원시와 홍콩간의 인적, 물적 교류협력이 더욱 확대되기를 희망한다는 다방면의 교류의사를 나타냈다고 전했다.

김종부 창원시 제2부시장은 창원시정을 소개하고 지역의 주요산업과 전략사업, 환경수도 창원, 람사르대회 개최 등 수석대표 일행의 관심사에 대해 전하며 창원을 홍보했다.

또한 부산시는 한국관광공사 홍콩지사 사무실에서 홍콩 주요 여행사와 홍콩 관광객 유치를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다.

협약에 따라 앞으로 홍콩 대형 여행사들은 패키지 상품을 통해 3~5월 관광객 1만2천 명을 부산에 보낼 예정이다.

관광공사 홍콩지사는 홍콩에서 부산의 봄꽃을 콘셉트로 한 홍보 캠페인을 벌이는 등 대규모로 부산 홍보에 나설 계획이다.

화장품 업계에서도 좋은 소식은 이어졌다. LG생활건강의 더페이스샵은 지난해 3월 해외 300호점을 열며 1년도 채 안 되는 기간에 매장수를 두 배 이상 늘렸다.

중국에서는 총 3개의 마스터 프랜차이즈를 통해 지난해 9월 기준 중국에 95개, 홍콩에 51개까지 매장을 빠르게 확대했다..

미샤 화장품 또한 국내 화장품 브랜드 가운데 가장 많은 해외 매장을 보유하고 있다. 현재 호주, 홍콩, 싱가포르, 태국, 말레이시아, 아랍에미리트, 베네수엘라, 뉴질랜드, 파라과이 등 전 세계 23개국에 990여개 매장을 운영 중이다. 홍콩에서는 한류의 주역 역할을 하며 2-30대 여성들의 대폭적인 지지를 받고 있다.

이 외 식료품 업계에서도 활약이 이어지고 있다. 특히 빙그레는 아이스크림 메로나 브랜드를 내세워 방송 프로그램 ‘STAR DATE(스타데이트) with ZE:A in BRAZIL’을 아리랑TV를 통해 브라질을 비롯 미국 캐나다 호주 홍콩 등 전 세계 188개국에서 방영하고 있다. 홍콩에 많은 팬들을 보유하고 있는 제국의 아이돌이 출연한 프로그램이기에 파급 효과는 대단하다.

한편 홍콩에서 메로나의 경우 청소년들이 좋아하는 빙과류 순위 상위권에 속하며 인기리에 판매중이다. 2010년부터 올해까지 3년 동안 빙그레 메로나는 한류스타와 한류팬의 만남을 에피소드로 한 스타 데이트 프로그램을 제작 지원하며 전 세계에 한류를 전파하기 위해 힘쓰고 있다.