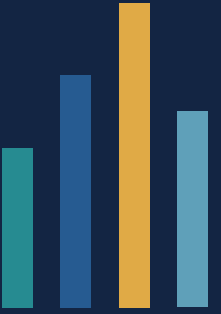
K-POP의 발전과 국제문화교류

수출 성장 · 연관산업의 경제효과 · 한중 통상 리스크

K-POP的发展与国际文化交流

出口增长、关联产业经济效应与中韩经贸风险



문화적 인기는 어떻게 경제적 가치가 되는가?

文化人气如何转化为经济价值？

조원 및 학번 | 발표成员与学号
20247144 Mao Yanding · 20247142 Chen morigen
20231503 김미정 · 20231536 이희연

경제통상이슈 발표 자료 | 经济与通商议题发表资料

발표 목표: K-POP을 문화 현상이자 수출·경제통상 산업으로 분석한다.

发表目标：将 K-POP 作为文化现象、出口产业与经贸议题进行分析。

도입·문제 제기
导入与提出问题

성장 배경과 글로벌 시장
发展背景与全球市场

수출·연관산업 경제효과
出口与关联产业经济效应

한중 통상 리스크
中韩经贸风险

BTS 관광 사례·토론
BTS旅游案例与讨论

결론·질의응답
结论与问答

K-POP 산업의 구조와 경제적 가치

K-POP产业结构与经济价值

콘텐츠 기획·제작

内容策划与制作

음악·안무·뮤직비디오

音乐、舞蹈与音乐视频

유통·팬덤 경제

发行与粉丝经济

앨범·공연·굿즈·스트리밍

专辑、演出、周边与流媒体

연관 산업과 국가 경제

关联产业与国家经济

관광·화장품·식품·패션·일자리

旅游、美妆、食品、时尚与就业

- **K-POP의 경제적 가치는 콘텐츠 제작부터 유통·팬덤 소비, 연관 산업으로 이어지는 과정에서 만들어진다.**

  K-POP的经济价值从内容制作、发行和粉丝消费延伸至相关产业。

- **산업 범위가 넓어질수록 수익 배분, 노동환경, 팬 소비 부담도 함께 살펴야 한다.**

  产业链越广，越需要关注收益分配、劳动环境和粉丝消费负担。

K-POP이 글로벌 시장으로 성장한 배경

K-POP走向全球市场的原因

디지털 플랫폼

数字平台

유튜브·SNS를 통해 국경을 넘어 빠르게 확산

通过 YouTube 和社交媒体跨国传播

팬덤의 참여

粉丝参与

공유·투표·구매·번역 등 적극적인 활동

分享、投票、购买、翻译等主动参与

콘텐츠의 완성도

内容制作能力

음악·퍼포먼스·영상·스타일의 결합

音乐、舞台、影像与风格结合

현지화와 협업

本地化与合作

다국어 콘텐츠와 해외 아티스트 협업

多语言内容及海外艺人合作

핵심 해석: 기술만이 아니라 팬덤, 제작 시스템, 글로벌 전략이 함께 작동했다.

核心解读：不仅是技术，粉丝群体、制作体系与全球战略也共同发挥作用。

문화 콘텐츠는 어떤 방식으로 수출되는가?

文化内容通过哪些方式出口？

직접 수출

直接出口

실물 앨범·굿즈·공연 티켓

실체 앨범、굿즈、공연 티켓

디지털 수익

数字收入

음원 스트리밍·영상·광고

음원 스트리밍、영상、광고

권리와 라이선스

版权与授权

저작권·공연권·브랜드 협업

저작권、공연권、브랜드 협업

- **음반 수출 통계는 실물 앨범의 국경 간 이동을 보여 주지만, K-POP 전체 매출을 뜻하지는 않는다.**

  唱片出口统计反映实体专辑跨境流动，但不等于 K-POP 全部收入。

- **스트리밍·광고·저작권·공연·굿즈 등은 별도의 수익 항목으로 살펴봐야 한다.**

  流媒体、广告、版权、演出和周边等应作为不同收入项目分析。

자료 1 | 2025년 음반 수출 데이터

资料1 | 2025年唱片出口数据

음반 수출액
唱片出口额

약 3억 174만 달러

约 3.0174 亿美元

전년 대비
同比变化

+3.4%

+3.4%

중국 수출
对中国出口

약 6,970만 달러 · +16.6%

约 6,970 万美元 · +16.6%

주요 시장 순위: 일본 1위 · 중국 2위 · 미국 3위

主要市场排名：日本第一、中国第二、美国第三。

- **참고: 전체 음반 판매량(국내외 합산)은 2023년 약 1억 2,000만 장에서 2025년 약 9,350만 장으로 감소했다.**

  补充：全球专辑销量（含韩国国内及海外）从2023年的约1.2亿张降至2025年的约9,350万张。

- **해석: 수출액은 증가했지만 전체 판매량은 감소했다. 두 통계의 범위가 다르므로 함께 구분해 읽어야 한다.**

  解读：出口额上升，但全球销量下降。两项数据的统计范围不同，应加以区分。

출처: 연합뉴스(관세청 통계 인용), 2026.01.16; 판매량은 써클차트 집계.

2026년 1분기 음반 수출과 통계 해석

2026年第一季度唱片出口与统计解读

1분기 수출액

第一季度出口额

약 1.2억 달러

约1.2亿美元

전년 동기 대비

同比增长

+159.0%

+159.0%

최대 수출국

最大出口国

미국 (28.8%)

美国（28.8%）

- **수출시장 비중: 미국 28.8% · 일본 25.3% · EU 16.5% · 중국 14.4% · 대만 6.9%.**

  出口市场占比：美国28.8%、日本25.3%、欧盟16.5%、中国14.4%、台湾6.9%。

- **159.0%는 전년 동기 대비 증가율이며, 2025년 연간 통계와는 집계 기간이 다르다.**

  159.0%为同比增幅，与2025年全年统计的统计期间不同。

출처: 관세청 보도자료, 2026.04.28. 실물 음반(CD) 수출액 기준.

来源：韩国关税厅，2026年4月28日；统计口径为实体唱片（CD）出口额。

자료 2 | 한류 콘텐츠의 연관산업 효과

资料2 | 韩流内容对关联产业的影响

한류산업 수출 +1억 달러

韩流产业出口增加 1 亿美元

연관산업 수출 +2억 200만 달러

关联产业出口增加约 2.02 亿美元

국내 생산유발효과

国内生产诱发效应

약 7,824억 원

约 7,824 亿韩元

취업유발효과

就业诱发效应

약 3,389명

约 3,389 人

- **이 수치는 K-POP 단독 효과가 아니라 콘텐츠·화장품·식품·관광 등을 포함한 한류산업 분석 결과다.**

  这些数字不是 K-POP 单独产生的效果，而是包括内容、美妆、食品和旅游等的韩流产业分析结果。

출처: 한국콘텐츠진흥원, KOCCA FOCUS 214호, 2026.07.09.

콘텐츠 인기가 소비재 수출로 이어지는 경로

内容人气转化为消费品出口的路径



- **이 경로는 가능성을 보여 주지만, 콘텐츠를 접했다고 해서 모든 소비자가 한국 상품을 구매하는 것은 아니다.**
  这条路径说明了潜在机制，但接触韩流并不意味着每个人都会购买韩国商品。
- **가격·품질·유통·브랜드 신뢰·현지 규정 등 다른 조건도 중요하다.**
  价格、质量、渠道、品牌信任和当地法规等条件同样重要。

지식재산권(IP)과 장기 수익

知识产权（IP）与长期收益

음악 저작권

音乐版权

작곡·작사·편곡·공연권

作曲、作词、编曲、表演权

아티스트 브랜드

艺人品牌

공식 굿즈·광고·협업

官方周边、广告、合作

콘텐츠 확장

内容延伸

다큐멘터리·게임·전시

纪录片、游戏、展览

- **인기 곡 하나도 다양한 플랫폼과 상품으로 확장될 수 있어 수익원이 넓어진다.**

  一首热门歌曲也可能扩展到多个平台和商品，从而扩大收入来源。

- **반면 저작권 침해, 불법 유통, 수익 배분 갈등을 관리해야 한다.**

  另一方面，也必须应对版权侵害、非法传播和收益分配争议。

K-POP 산업 내부의 과제

K-POP产业内部面临的挑战

판매량 변동

销量波动

앨범 소비 패턴과 팬 구매 방식 변화

专辑消费模式与粉丝购买方式变化

수익 집중

收益集中

소수 인기 아티스트·시장에 성과 집중

收益集中于少数热门艺人与市场

지속가능성

可持续性

환경 부담·과소비·노동 환경

环境负担、过度消费、劳动环境

- **실물 앨범은 수출 상품이지만 포장과 폐기 문제도 동반할 수 있다.**

  实体专辑是出口商品，但也可能带来包装和废弃物问题。

- **장기적으로는 팬덤을 소모시키기보다 신뢰와 콘텐츠 품질을 유지하는 전략이 필요하다.**

  长期来看，与其消耗粉丝，不如维持信任和内容质量。

중국 시장의 기회와 중요성

中国市场的机会与重要性

대규모 소비시장

庞大消费市场

팬덤과 온라인 소비 수요

粉丝群体与线上消费需求

현지 기업과 협력

与当地企业合作

음원 유통·현지 그룹 공동 제작·IP 사업

音乐发行、本地团体共同制作与IP业务

시장 진입 장벽

市场准入门槛

공연 허가·유통·플랫폼 규정

演出审批、发行与平台规定

- **2025년 중국은 한국 음반 수출 2위 시장으로, 수출액은 약 6,970만 달러였다.**

  2025年中国是韩国唱片出口第二大市场，出口额约6,970万美元。

- **SM과 텐센트뮤직은 2025년 현지 그룹 공동 제작과 음원 유통·IP 사업 협력을 발표했다.**

  2025年，SM与腾讯音乐宣布在本地团体制作、音乐发行和IP业务方面开展合作。

한한령과 중국 시장 진출의 불확실성

限韩令与中国市场准入的不确定性

2016년 사드 배치 이후 한국 대중문화의 중국 진출은 제약을 받아 왔다.

2016年部署"萨德"系统后，韩国大众文化进入中国市场长期受到限制。

시장 접근성

市场准入

공연·방송 활동 제한 가능성

演出与电视活动可能受限

정책 불확실성

政策不确定性

사업 계획·투자 회수 위험

经营计划与投资回收风险

대응 전략

应对策略

시장 다변화·현지 파트너십

市场多元化与本地合作

- **'한한령'은 업계에서 사용하는 비공식적 제한의 표현이며, 중국 정부가 공식 인정한 단일 금지령으로 단정해서는 안 된다.**

  "限韩令"是业界对非正式限制的称呼，不应将其断言为中国政府正式承认的单一禁令。

2025년 일부 공연 허가 보도도 있었지만, 이를 전면 해제로 해석하기는 어렵다.

2025年虽有部分演出获批的报道，但还不能据此认定限制已全面解除。

한중 통상 리스크를 어떻게 분석할까?

如何分析中韩经贸风险？

정치·외교 리스크

政治与外交风险

양국 관계 변화가 문화교류에 미치는 영향

双边关系变化对文化交流的影响

규제·시장 리스크

监管与市场风险

공연 허가·콘텐츠 심의·플랫폼 규정

演出许可、内容审查与平台规则

사업·재무 리스크

经营与财务风险

현지 투자, 유통 계약, 수익 회수의 불확실성

本地投资、发行合同和收益回收的不确定性

평판·소비자 리스크

声誉与消费者风险

현지 여론·브랜드 이미지·팬덤 반응

当地舆论、品牌形象与粉丝反应

기업 대응: 법률 검토, 파트너 조사, 시나리오 계획, 수익원 및 시장 다변화

企业应对：审查法律、调查合作伙伴、制定情景方案，并分散收入来源和市场。

왜 수출시장 다변화가 중요한가?

为什么出口市场多元化很重要？

일본·미국

日本与美国

기존 주요 시장의 수요를 유지

维持主要成熟市场的需求

동남아·유럽

东南亚与欧洲

성장 기회와 새로운 팬층

增长机会与新的粉丝群体

중국

中国

시장 잠재력과 접근 리스크를 함께 관리

同时管理市场潜力与准入风险

- **다변화는 중국을 포기한다는 뜻이 아니라 한 시장에 대한 의존도를 낮추는 전략이다.**

  多元化并不意味着放弃中国，而是降低对单一市场的依赖。

- **시장별 언어·팬덤 문화·가격·플랫폼·규제를 반영한 현지화가 필요하다.**

  需要根据不同市场的语言、粉丝文化、价格、平台和法规进行本地化。

자료 4 | BTS 공연과 외국인 관광 소비

資料4 | BTS演出与外国游客消费

평균 체류 기간
平均停留时间
8.7일
8.7天

평균 지출액
平均消费金额
약 353만 원
约353万韩元

일반 관광객
普通游客
6.1일 · 약 245만 원
6.1天 · 约245万韩元

- **광화문 공연 외국인 관람객은 일반 관광객보다 평균 2.6일 더 머물고 약 108만 원 더 지출했다.**
  光化门演出的外国观众比普通游客平均多停留2.6天，多消费约108万韩元。
- **고양 공연 관람객도 평균 7.4일 체류하고 291만 원을 지출한 것으로 조사됐다.**
  调查显示，观看高阳演出的外国观众平均停留7.4天，消费291万韩元。

출처: 연합뉴스, 2026.04.29; 문체부·한국문화관광연구원·한국관광공사 분석.

注意：这是特定演出观众的调查结果，不能直接推广到所有 K-POP 演出。

공연의 지역경제 효과와 한계

演出对地区经济的影响与局限

교통·숙박

交通与住宿

항공·철도·호텔·민박

机票、铁路、酒店、民宿

외식·쇼핑

餐饮与购物

식당·카페·상점·굿즈

餐厅、咖啡馆、商店、周边

도시 브랜드

城市品牌

SNS 확산과 재방문 가능성

社交媒体传播与再次访问

- **공연 소비는 교통·숙박·외식·쇼핑으로 확산되지만, 관광 증가가 모두 K-POP 때문은 아니다.**

  演出消费可带动交通、住宿、餐饮和购物，但游客增加并不全由K-POP造成。

- **실제 지출·추정치·공공 비용을 구분하고, 특정 공연 사례를 전체 산업으로 일반화하지 않아야 한다.**

  应区分实际支出、估算值和公共成本，也不能把单场演出推广为整个产业的普遍情况。

기업 전략과 토론

企业战略与讨论

콘텐츠 경쟁력

内容竞争力

음악·무대·스토리의 품질 강화

提升音乐、舞台与故事质量

수익 다변화

收入多元化

공연·라이선스·디지털·브랜드 협업

演出、授权、数字收入与品牌合作

시장 다변화

市场多元化

국가별 수요와 리스크 분산

分散不同国家的需求与风险

현지 파트너십

本地合作

법규·언어·유통 채널 이해

理解当地法规、语言和渠道

토론 질문: 중국 시장의 가치가 크더라도 공연·유통 제약이 이어진다면, 기업은 중국 투자와 시장 다변화 중 무엇을 우선해야 할까?

讨论：即使中国市场价值很高，若演出与发行限制持续，企业应优先投资中国，还是拓展其他市场？

결론 | K-POP의 지속 가능한 성장을 위해

结论 | 为了 K-POP 的可持续发展

1. K-POP은 문화 콘텐츠이자 수출 산업이다.

K-POP既是文化内容，也是出口产业。

2. 경제효과는 관광·소비재 등으로 확산될 수 있다.

经济效应可能扩散到旅游和消费品等领域。

3. 시장 확대에는 외교·정책 리스크 관리가 필요하다.

拓展市场需要管理外交与政策风险。

4. 지속가능성을 위해 콘텐츠 품질·공정한 생태계·시장 다변화가 중요하다.

可持续发展需要内容质量、公平的产业生态和市场多元化。

문화는 국경을 넘지만, 시장 진출에는 전략과 제도가 필요하다.

文化可以跨越国界，但进入市场仍需要战略与制度保障。

참고 자료 및 출처

参考资料与来源

연합뉴스 | 2025년 K-POP 음반 수출 통계
2026.01.16
https://en.yna.co.kr/view/AEN20260116001300315

관세청 | 2026년 1분기 실물 음반(CD) 수출
2026.04.28
https://www.customs.go.kr/kcs/na/ntt/selectNttInfo.do?bbsId=1362&mi=2891&nttSn=10162525

한국콘텐츠진흥원 | 한류산업 연관산업 경제효과
2026.07.09
https://welcon.kocca.kr/ko/info/business/1958093

연합뉴스 | BTS 공연과 외국인 관광 소비
2026.04.29
https://www.yna.co.kr/view/AKR20260429034100030

연합뉴스 | SM·텐센트뮤직 전략적 협력
2025.05.29
https://www.yna.co.kr/amp/view/AKR20250529128000005

뉴스핌 | 한국 국적 K-POP 그룹 중국 공연 허가 보도
2025.04.29
https://www.newspim.com/news/view/20250429000909

연합뉴스TV | 한한령과 중화권 K-POP 공연 동향
2026.02.06
https://news.nate.com/view/20260206n02010

발표 시 통계의 연도·기준·집계 범위를 확인하고, 실제 실적과 추정치를 구분한다.