

2010 한류의 경제적 파급효과 **(2010 한류지수 포함)**

2011. 12. 28



2010 한류의 경제적 파급효과

□ 한류의 경제적 파급효과

○ 2010년 한류로 인한 경제적 파급효과 전년에 비해 크게 증가

- 한류의 생산유발효과 전년대비 25.8% 증가 해 4조 9824억 원 기록
- 부가가치유발효과 전년대비 30.9% 증가 해 1조 9192억 원 기록
- 취업유발효과 약 5만 명으로 나타남

<한류의 경제적 파급효과>

(단위: 백만 원, %)

한류 효과	연도			전년대비증감률(%)	연평균증감률
	2008	2009	2010		
생산유발효과	4,933,688	3,960,623	4,982,470	25.8	0.5
부가가치유발효과	1,713,952	1,466,022	1,919,254	30.9	5.8
취업유발효과	12,503	35,657	51,545	44.6	103.0

□ 한류의 생산유발효과

○ 한류의 생산유발효과 4조 9824억원, K-Pop이 동력 제공

- 관광객 수 매년 증가('10년 880만명, '11년 1000만명 예상), 관광의 생산유발효과 매우 큼
- 세계적인 한국 온라인게임의 경쟁력이 한류효과에 영향 미침

<한류의 생산유발효과>

(단위 : 백만 원, %)

분야	2008	2009	2010	비중	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
영화	24,412	21,215	10,855	0.2	-48.8	-33.3
방송	290,900	355,559	366,425	7.4	3.1	12.2
게임	680,644	970,236	1,185,402	23.8	22.2	32.0
음악	23,596	54,909	137,182	2.8	149.8	141.1
서적	96,115	136,665	-	0.0	-100.0	-100.0
관광	729,511	697,452	1,598,731	32.1	129.2	48.0
의류	216,443	161,792	184,636	3.7	14.1	-7.6
화장품	102,911	115,198	203,719	4.1	76.8	40.7
액세서리	37,311	44,945	41,476	0.8	-7.7	5.4
휴대폰	527,628	362,324	236,859	4.8	-34.6	-33.0
가전	779,882	457,358	404,866	8.1	-11.5	-27.9
자동차	1,199,292	404,176	530,283	10.6	31.2	-33.5
식음료	225,042	178,793	82,040	1.6	-54.1	-39.6
합계	4,933,688	3,960,623	4,982,470	100.0	25.8	0.5

□ 한류의 부가가치유발효과

○ 한류의 부가가치유발효과 1조 9192억원 기록

- 특히, 관광과 게임의 부가가치유발효과가 각각 약 7조원과 관광객 수 매년 증가('10년 880만명, '11년 1,000만명 예상)
- 관광산업의 높은 인건비와 게임산업의 높은 이익률이 부가가치 창출 견인

<한류의 부가가치유발효과>

(단위 : 백만 원, %)

분야	2008	2009	2010	비중	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)
영화	9,500	8,265	3,905	0.2	-52.8	-35.9
방송	95,123	112,891	111,624	5.8	-1.1	8.3
게임	326,226	469,689	567,232	29.6	20.8	31.9
음악	12,335	28,145	68,351	3.6	142.9	135.4
서적	33,972	46,676	-	0.0	-100.0	-100.0
관광	338,558	305,938	692,784	36.1	126.4	43.0
의류	78,044	57,944	64,994	3.4	12.2	-8.7
화장품	38,043	40,319	70,199	3.7	74.1	35.8
액세서리	13,463	15,144	4,329	0.2	-71.4	-43.3
휴대폰	137,520	90,794	61,213	3.2	-32.6	-33.3
가전	209,041	108,078	102,663	5.3	-5.0	-29.9
자동차	317,599	104,029	137,136	7.1	31.8	-34.3
식음료	104,528	78,108	34,824	1.8	-55.4	-42.3
합계	1,713,952	1,466,022	1,919,254	100.0	30.9	5.8

□ 한류의 취업유발효과

○ 한류의 취업유발효과 51,545명으로 나타남

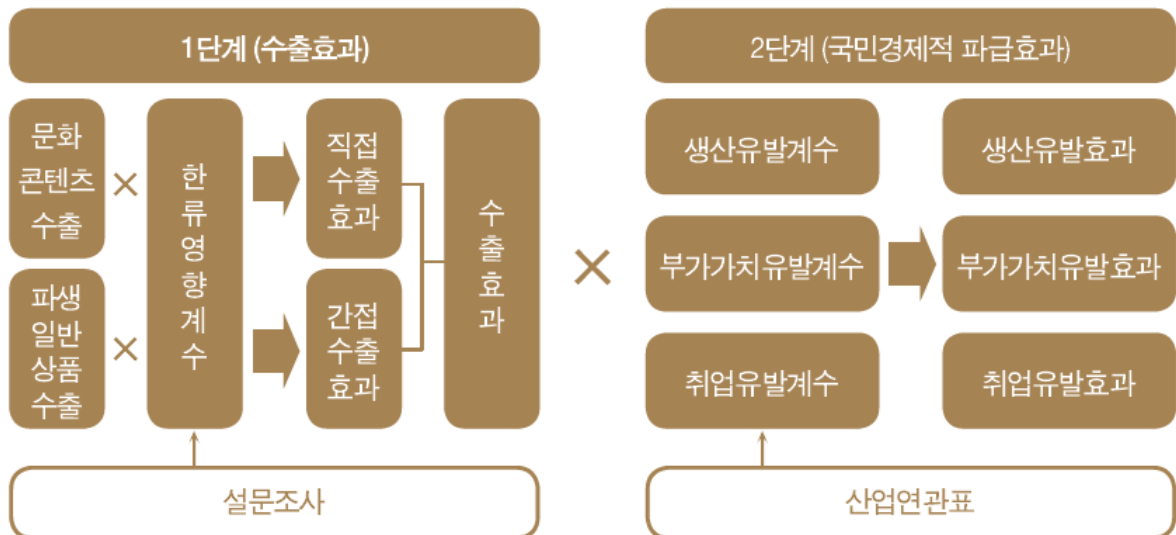
- 특히, 관광의 취업유발효과 25,642명으로 가장 큼. 이는 관광이 주로 숙박 및 음식료 등으로 구성됨
- 게임은 2009년에 이어 2010년에도 수출이 증가 해 취업유발계수가 높은 것으로 파악됨

<한류의 취업유발효과>

(단위 : 명, %)

분야	2008	2009	2010	비중	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
영화	194	160	69	0.1	-56.9	-40.4
방송	1,814	1,582	1,607	3.1	1.6	-5.9
게임	7,411	11,392	13,574	26.3	19.2	35.3
음악	342	699	1,654	3.2	136.6	119.9
서적	746	1,048		0.0	-100.0	-100.0
관광	13,220	11,820	25,642	49.7	116.9	39.3
의류	2,040	1,350	1,417	2.7	5.0	-16.7
화장품	1,175	1,155	1,967	3.8	70.3	29.4
액세서리	646	608	557	1.1	-8.4	-7.1
휴대폰	1,908	1,032	822	1.6	-20.3	-34.4
가전	3,698	2,068	1,974	3.8	-4.5	-26.9
자동차	3,934	1,170	1,580	3.1	35.0	-36.6
식음료	2,324	1,571	684	1.3	-56.5	-45.7
합계	12,503	35,657	51,545	100.0	44.6	103.0

□ 한류 경제적 효과 산출 방식



2010 한류 지수

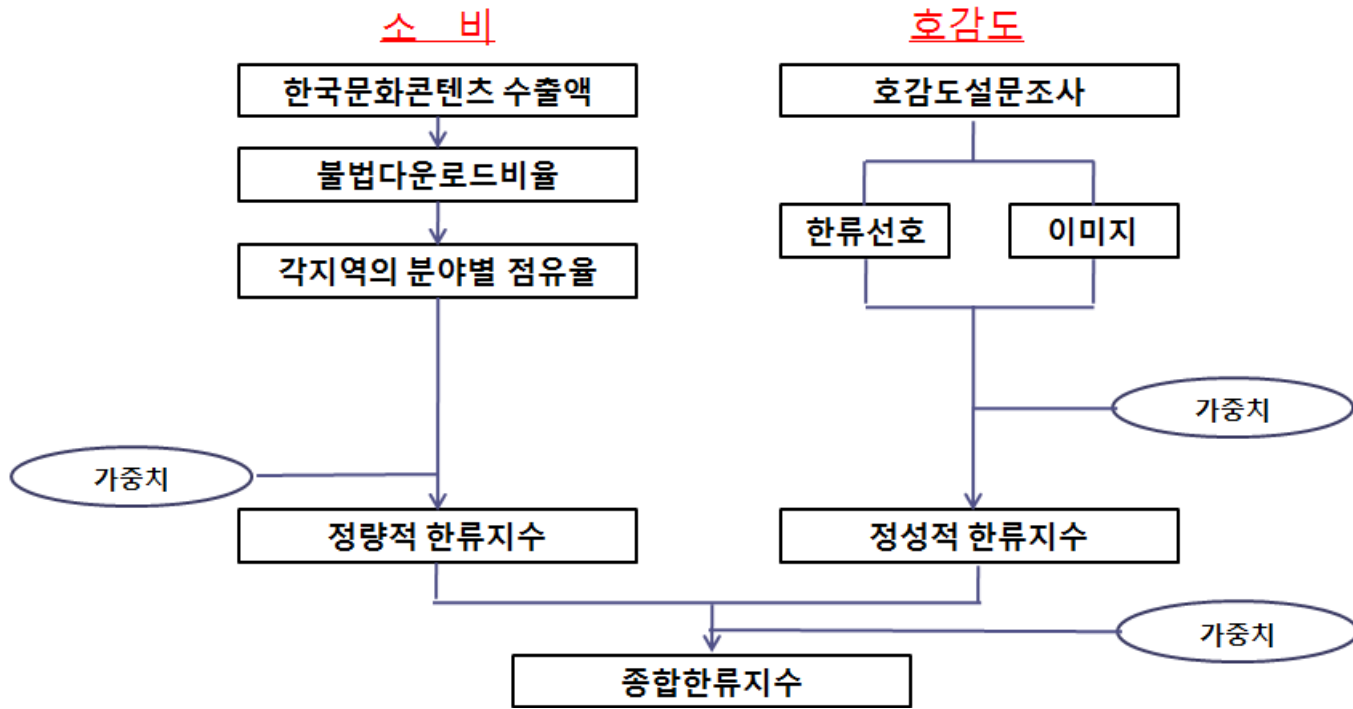
- 조사국가 : 중국, 대만, 일본, 베트남, 태국 5개국
- 조사분야 : 방송, 영화, 음악, 게임
- 조사대상 : 한류콘텐츠를 1번 이상 경험해본 10대부터 40대 까지 국가별 400명, 총 2,000명
- 조사방법 : 설문조사

□ 한류지수 산출 방식

- 한류지수는 정량적인 지표로서 소비(수출액)와 정성적인 지표로서 호감도(설문결과)로 구성됨
 - 한류소비에 대한 지표는 외국의 소비자들이 유료 혹은 무료로 한류콘텐츠를 소비하는 것과 관련됨
 - 따라서 한류지수에는 한국 콘텐츠기업의 수출액과 불법다운로드 비율을 포함하고 있는데, 불법다운로드의 경우 불법이더라도 현지인들이 이를 통해 한국대중문화를 많이 접하기 때문에 한류지수의 산정에 포함시켰음
 - 한류에 대한 호감도를 측정하기 위해 한류의 브랜드 개념을 도입
 - 한류 호감도의 설문항목은 한류 브랜드를 평가하는 요소인 브랜드 충성도, 브랜드 인지도, 지각된 품질, 브랜드 연상 이미지 등 4가지로 구성되어 있으며, 설문조사를 통해 산출

※ 소비지표와 호감도 지표를 종합하여 한류지수를 산정. 즉, 종합적인 한류지수는 전문가의 설문조사로 추출된 분야별, 지역별로 가중치를 고려하여 측정된 것. 소비의 한류지표는 각국 국내에서의 한류붐을 측정하는 것이기 때문에 각국에서 차지하는 한국대중문화산업의 점유율로 환산

<한류지수 산정의 방법>



□ 2010한류지수 결과

- 2010한류지수 103.27로 나타나 2009한류지수 101에 비해 상승
 - 2008년 한류지수 105로 높으나, 한류지수 개발한 첫 해로서 호감도에 대한 '07년도 데이터가 존재하지 않아 정량적 지표만 고려 해 산정
 - 따라서 2008한류지수를 기준년도도 삼아 2009한류지수 부터 추이 살피는 것이 필요

<연도별 종합한류지수 추이>

	연도		
	2008	2009	2010
한류지수	105	101	103

□ 2010한류지수, 장르는 음악한류지수가 지역은 일본한류지수가 1위

- 중국, 일본, 대만에서 음악한류가 높고, 중국과 일본에서의 영화한류가 급락했음
 - 음악은 베트남과 태국을 제외하고는 모두 높게 나타났으며, 게임한류는 일본에서 높게 나타났음
 - 영화는 대만, 베트남, 태국은 약간 상승했으나 일본과 중국에서 크게 하락했으며, 방송은 일본, 대만, 중국에서 상승했으나 태국과 베트남에서는 하락했음

<분야×지역 한류지수>

	중국	일본	대만	베트남	태국	분야 한류지수
영화	57.27	32.29	106.31	104.23	106.08	84.36
방송	106.37	113.77	112.83	97.99	90.21	103.53
음악	137.65	180.16	112.46	94.18	93.99	119.74
게임	103.07	127.46	105.40	100.14	96.64	105.45
국가 한류지수	101.09	113.42	109.25	99.14	96.73	103.27

□ 한류지수를 통한 한류 기상도

- 분야와 지역을 동시에 나타난 한류지수를 기상도로 표시
 - 영화는 비, 방송과 게임은 개임, 음악은 맑음으로 표시
 - 지역한류지수를 보면 중국은 개임, 일본과 대만은 맑음, 베트남과 태국은 흐림으로 표시
 - 기상도를 표시하는 기준은 95이하는 비, 96~99는 구름, 100~104는 개임, 105이상은 맑음으로 하였음

<2010년 한류의 기상도>

	중국	일본	대만	베트남	태국	분야 한류지수
영화						
방송						
음악						
게임						
지역 한류지수						

: 95이하, : 96~99, : 100~105, : 106이상

