

서비스산업 경쟁력 강화 TF 2차회의('26.7.6.)
안건 2 (공개)

서비스산업 경쟁력 강화 TF 2차회의

K컬처의 산업적 성장과 글로벌 확산 전략

심상민 성신여대 미디어커뮤니케이션학과 교수



K컬처, 한강의 기적에서 한류의 기적으로

01

K컬처 현황과 추세

- K-에브리씽으로 넘어와 미래로 나아갈 갈림길에 선 K컬처

02

K컬처 산업적 성장 핵심 쟁점

- K컬처 혁신 (INSIDE)
: 제작, 파이낸스, 유통 시스템
- 한류경제 확산 (OUTBOUND)
: 전방위 압박 심화
- 지원 동반 시스템 (SUPPORT)
: 단기업적주의

03

전략적 시사점

- 산업적 성장과 글로벌 확산을
촉진할 과업 도출

04

전략 프로그램 : 기본방향 3, 실행과제 9

- 산학연관 주도 액션 플랜과
목표 (마스터 플랜) 제시

한류산업에서 K컬처까지

동심원처럼 확장되는 세 단계 개념



한류산업진흥 기본법

2024.10 제정 ➡ 2025.4.23 시행 ➡ '한류'와 'K컬처' 개념을 처음으로 법제화

팬덤 경제의 실증, BTS 월드투어

완전체 복귀 월드투어가 보여준 K-POP의 경제적 스케일



아미(ARMY)

굿즈·콘텐츠 등 부가 상품 지출 성향이 강해, 테일러 스위프트의 'The Eras Tour' 흥행을 능가할 것으로 전망 (IBK투자증권 분석) (Tendency to spend on goods and content, expected to surpass Taylor Swift's 'The Eras Tour' success, (IBK Investment & Securities analysis))



멕시코 투어 앞둔 BTS,
대통령궁 방문...5만여 명
'아미'와만났다: 네이트 뉴스



What BTS Wore for Its
Comeback Concert,
and Why

[엔터 빅4]가 K-에브리씽으로

음악·영상·뷰티·푸드 중심이던 한류가 한국 사회·경제 전반으로 팽창한다.

기존 K컬처 Big 4



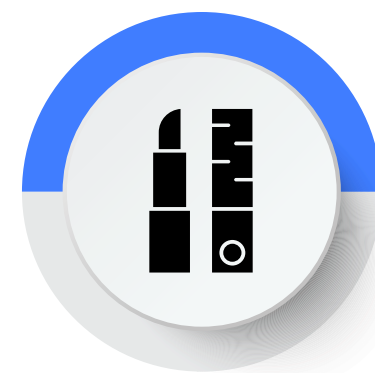
K-Pop
음악



K-Drama
영상

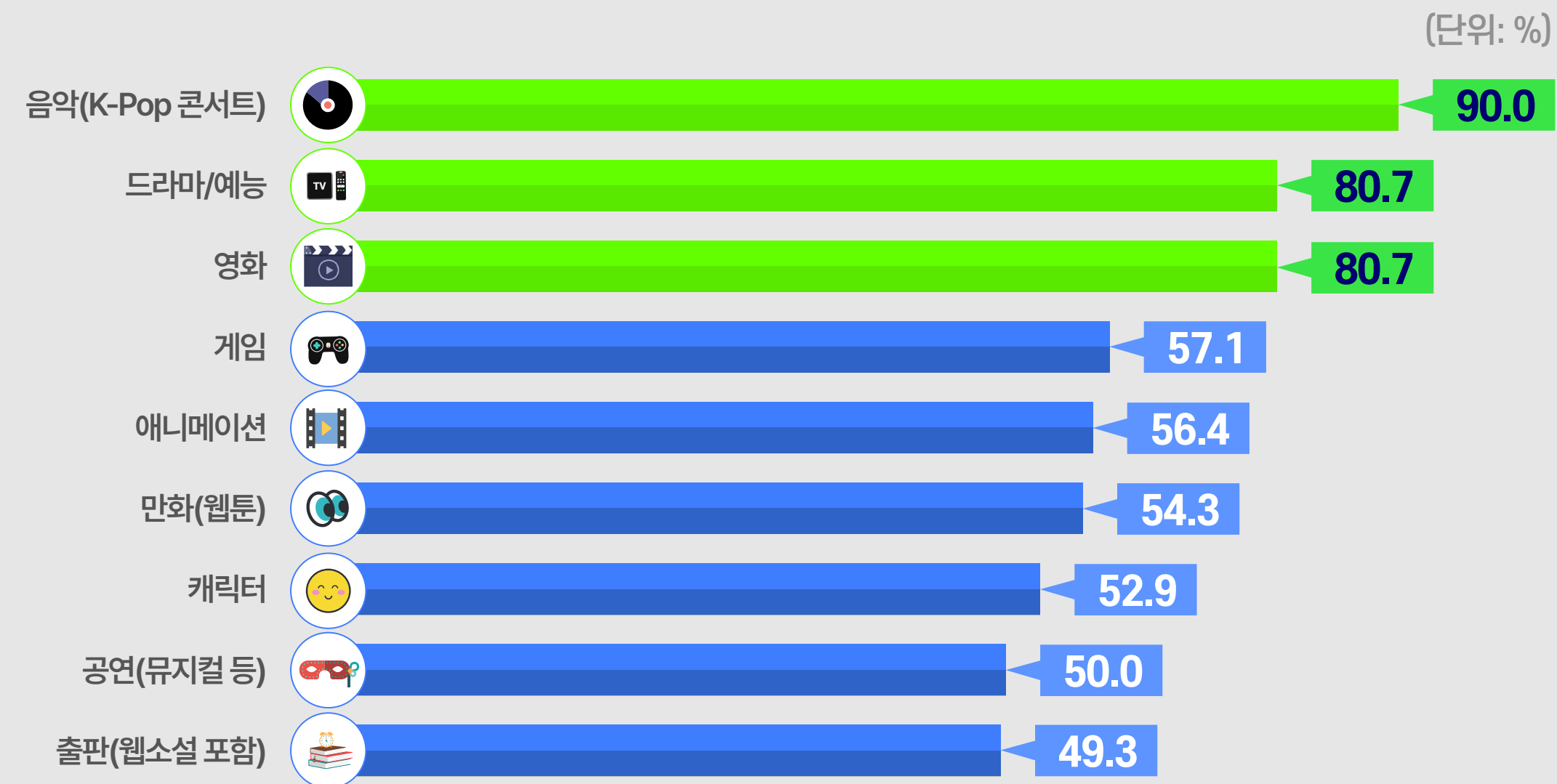


K-Food
푸드



K-Beauty
뷰티

확장



K-Everything 특집 시리즈(미국 CNN, 영국 가디언 옵서버)



Grand Slam: 대중문화 4대 어워드 수상

미국 중심 글로벌 어워드 시스템에서 예술성과 상업성을 동시에 인정받음

글로벌 4대 어워드(영화·음악·방송·뮤지컬) 전 부문 석권

아카데미 / 영화



그래미 / 음악



에미 / 방송영상



토니 / 뮤지컬



2024
노벨문학상 수상

명실상부한 세계 문화
제일 상급지 도달

2026
그래미상 수상

1980년대부터 이어진
도전의 계보

배용균 · 강수연 · 임권택
이창동 · 조성진 · 임윤찬

K컬처 글로벌 성취(어워드) 연대기

2022년



2025년

'토니상 6관왕' 박천후 작가
"韓커플 이야기, 영화로
만들고파"(인터뷰)



2026년



골든: K팝 최초 그래미 수상...
본상 수상은 불발[레이 어워즈]
중앙일보



세계 7~8위, 161조원 규모로 성장

2025년 국내 콘텐츠산업 매출과 수출 동반 성장



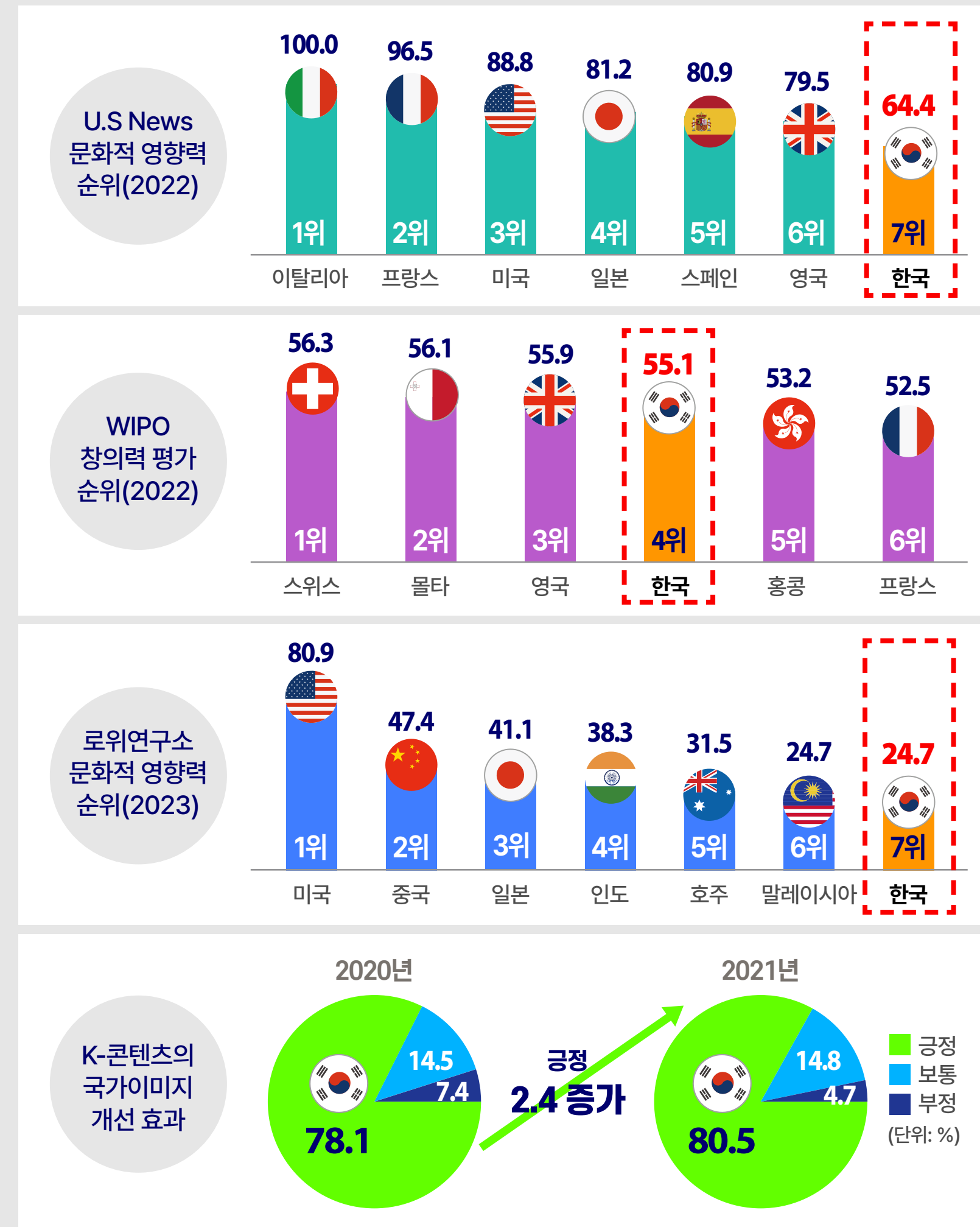
161조원 국내 콘텐츠산업 매출
GDP 7% 선

전년 대비 +2.6%

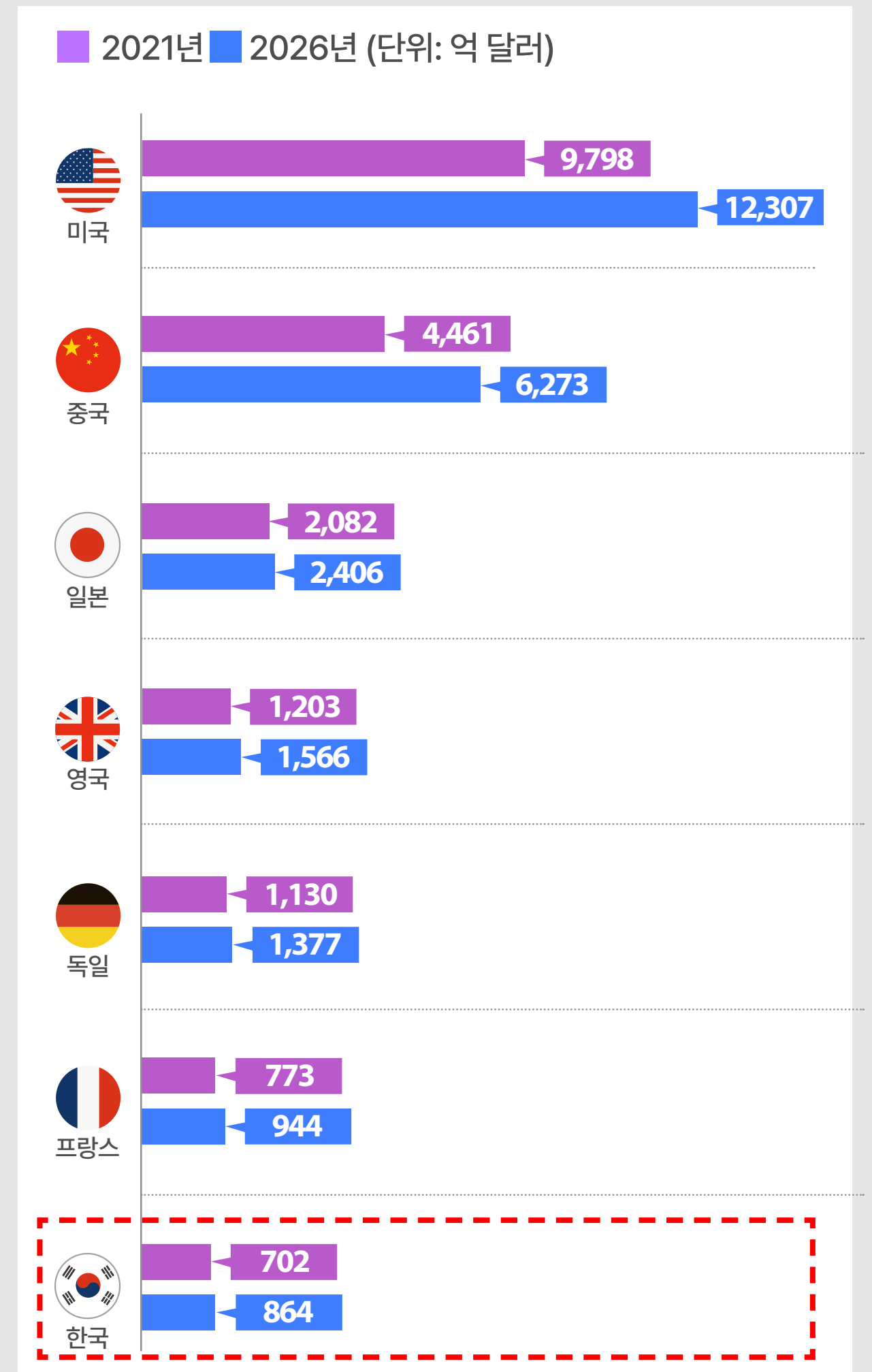
149억\$ 콘텐츠 수출액
전년 대비 +5.9%

69만 3천명 산업 종사자 수
콘텐츠산업 전체

대한민국 문화 국격 상승 지표들



국가별 시장규모 및 전망



<Contents-Platform-Network-Device> 생태계 일대 혁신을 위한 절호의 기회

01

K컬처 현황과 추세

- K-에브리씽으로 넘어와 미래로 나아갈 갈림길에 선 K컬처

02

K컬처 산업적 성장 핵심 쟁점

- K컬처 혁신(INSIDE)
: 제작, 파이낸스, 유통 시스템
- 한류경제 확산(OUTBOUND)
: 전방위 압박 심화
- 지원 동반 시스템(SUPPORT)
: 단기업적주의

03

전략적 시사점

- 산업적 성장과 글로벌 확산을
촉진할 과업 도출

04

전략 프로그램 : 기본방향 3, 실행과제 9

- 산학연관 주도 액션 플랜과
목표 (마스터 플랜) 제시

외형은 G7,

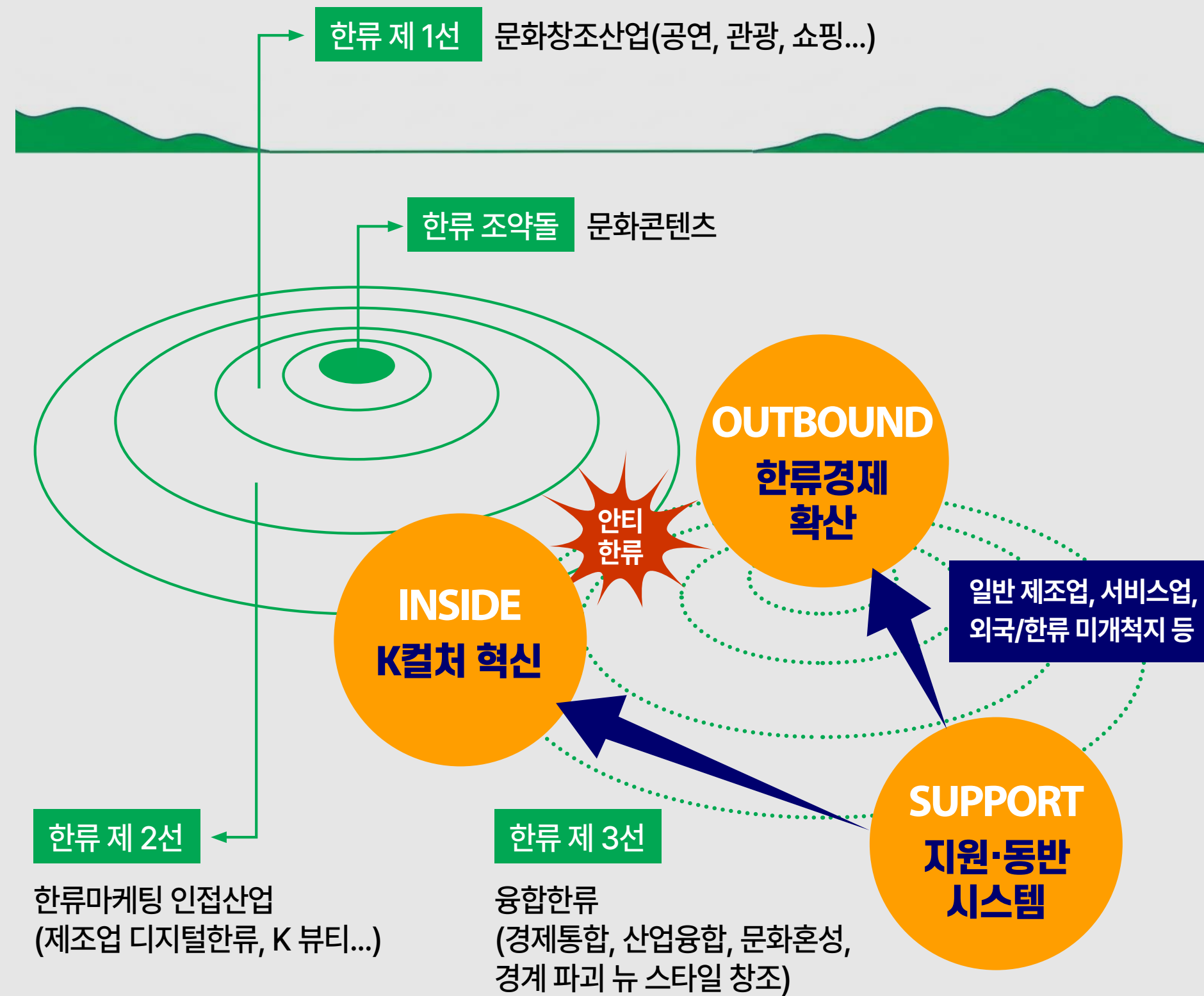
국부 창출 구조는 아직 취약

864억\$

2026년 추정 산업 규모, 세계 7위

미국·중국·일본·영국·독일·프랑스에 이어 7번째 - 그러나 고용·수익·자본·IP 등 실제 국부창출 내실은 취약

<한류의 생태계와 확산 구조>

쟁점
01INSIDE
K컬처 혁신

- 한류산업 내부의 역량 실패
- 제작·유통·시장 시스템의 구조적 문제
- K콘텐츠 산업 생태계 내부 한계 공론화

키워드: 내부 혁신

쟁점
02OUTBOUND
한류경제
확산

- 외부 조력자·우호그룹과 협업 미흡
- 정보 비협조·학습효과 미비
- 경제 한류 성과 확산을 가로막는 코디네이션 취약

키워드: 경제적 확산

쟁점
03SUPPORT
지원·동반
시스템

- 국가 정책 지원 역량의 미숙함
- 민간 자율 지원 시스템 미비
- 통합 운영을 책임질 구심점 부재

키워드: 지원 체계

종합
진단

K컬처는 글로벌 성공에도 불구하고,
내부 혁신·경제적 확산·지원 체계 측면에서
구조적 보완이 필요한 단계

플랫폼 경제 위상 강화와 채널 갈등 심화



콘텐츠 생산/공급

슈퍼 플랫폼

콘텐츠 소비/이용

원 창작

기획, 개발,
제작(운영)

유통

유통

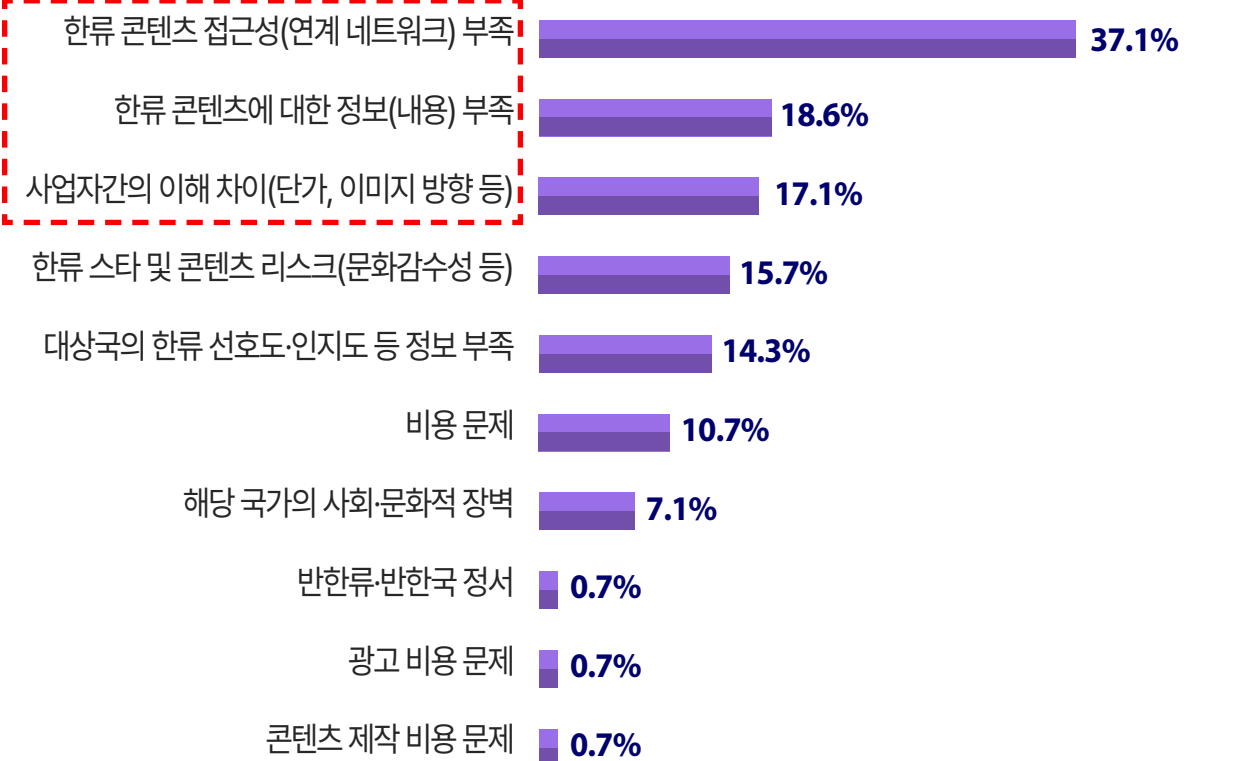
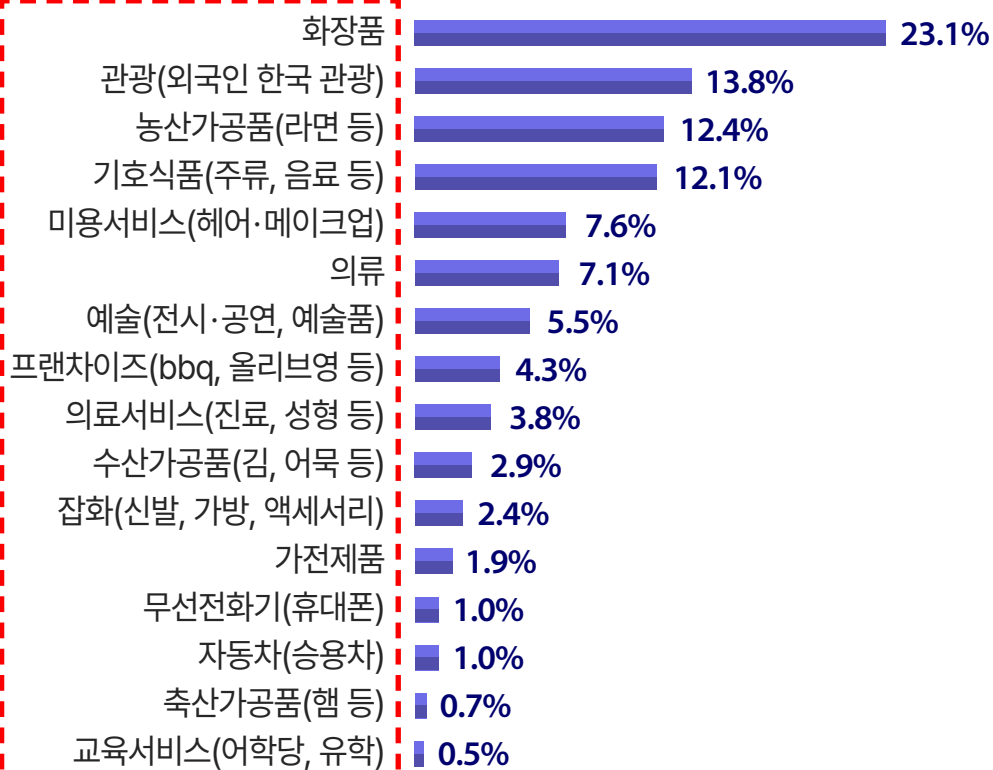
NETFLIX

SQUID GAME
THE CHALLENGE

유통 채널 갈등

대중
소비가치소비
(player's C)

K컬처 경제효과 확산과 관계당사자들 애로 사항



한국 CDMA/IT 신화를 창출한 테크노크라트 시대 복구



故 김재익 원화대 경제수석 비서관

서울대학교 외교학과
스탠퍼드 대학교 경제학 박사
전두환 시절 경제 정책 추진
전자/정보통신 산업육성 기반
전자식 교환기 도입
KT 전신 통신공사 설립
경제 실행제 초안입안
재벌지원줄이고 3만개의 중소기업 육성 정책
1980년 미얀마(버마) 아웅산 묘역 폭탄테러로 순직.

진두지휘 : 김재익 - 오명 라인

▶ 남덕우 국무총리가
1981년 5월 29일
오명 체신부 장관(오
른쪽)에게 임명장을
주고 있다. <문화체
육관광부 제공

문화는 경제를 따르지 않는다

01

K컬처 현황과 추세

- K-에브리씽으로 넘어와 미래로 나아갈 갈림길에 선 K컬처

02

K컬처 산업적 성장 핵심 쟁점

- K컬처 혁신 (INSIDE)
: 제작, 파이낸스, 유통 시스템
- 한류경제 확산 (OUTBOUND)
: 전방위 압박 심화
- 지원 동반 시스템(SUPPORT)
: 단기업적주의

03

전략적 시사점

- 산업적 성장과 글로벌 확산을
촉진할 과업 도출

04

전략 프로그램 : 기본방향 3, 실행과제 9

- 산학연관 주도 액션 플랜과
목표 (마스터 플랜) 제시

1. K컬처 혁신 부족: 내부 시스템의 한계(INSIDE) - 제작·파이낸스·유통 시스템 전반에서 구조적 한계가 드러남

K컬처 혁신 부족

내부 시스템 전반의 구조적 한계

01 제작 시스템 문제

핵심

클러스터·오픈 제작
시스템 부재

- 콘텐츠 산업 전용 클러스터 부재
- 영화·드라마·음악 제작 거점 분산
- 외부 인력·기술·자본 협업 부족
- 신진 창작자·실험적 제작 여건 약화
- 중·저예산 작품 위축

02 파이낸스 시스템 문제

핵심

IP·자본의 국내 축적
구조 취약

- 원천 IP 확보 부족
- IP 다각화 전략 미흡
- 국내 투자 규모·자본력 한계
- 글로벌 플랫폼·외부 자본 의존 심화
- 투자-수익-재투자 선순환 구조 미비

03 유통 시스템 문제

핵심

수익·데이터의 플랫폼
집중

- 넷플릭스·유튜브·틱톡 의존도 증가
- 제작사는 제작비·일부 미진한 확보
- 흥행 이후 추가 수익·데이터 배제
- 국내 OTT의 글로벌 경쟁력 한계
- 수익배분·데이터 비대칭 심화

시사점

01

상업주의 경계

(흥행 위주·자극적 콘텐츠 생산 구조 탈피)



- 단기성과주의·과열 경쟁 지양
- 숏폼·자극적 소비 유혹 탈피
- 고품질 콘텐츠·창작 자율성 강화

02

유통위험 해소

(글로벌 플랫폼 대응 교섭력 확보)



- 넷플릭스·유튜브·틱톡 독과점 대응
- 알고리즘 종속·이용자 권익 완화
- 국내 사업자 제휴·연대 강화

종합 메시지

K컬처의 지속가능한 성장을 위해서는 제작·투자·유통 혁신과함께 정책 통합 및 문화적 인식 전환이 필요

01

오픈 R&D 스튜디오 시스템으로 '뉴 장르' 개척

[국제 산학연관 R&D]

웨스턴(서부영화)과 히어로물(마블 유니버스 등)에
대적할 이스턴(Eastern) 문화 스타일 기치

[장르 개척]

AI 융합시대 Rule Maker 뉴 장르물 창안
(ex. Smart S.F.(공상과학), 이스턴 판타지)

예시: 한중일 SF 장르 뉴 스타일



02

정책금융 개편

글로벌펀드 투입, 자원 확충

[글로벌 펀드 조성]

넷플릭스 연간 한국 투자 규모(5~6천억 원)를 상회하는 규모의 K컬처 전용 펀드

[자원 확충]

모태펀드(문화계정), 영화발전기금, 문예기금, 체육기금, 문화산업기금 등 개편, 통합/신설

[신규 자원 확보]

미디어 부문 대기업 / 외자 투자 막는 규제 해소 (방송법 개정), 해외 국부펀드(UAE, 싱가포르 등) 제휴

[금융/세제 지원]

게임·음악·공연 제작비/운영자금 융자/세액공제/보험 지급 (→ 글로벌기업 투자유치(M&A 포함))

‘소니픽처스’M&A 모델 후원



영화 선진국 기금 선례, 넷플릭스 자본규모



03

유통·소비 혁신 **클랫폼**

‘서울 팬 빌리지(용산)’ 개장

[클러스터/플랫폼 설계]

클러스터 부재와 유통 플랫폼 종속을 타개할

<아티스트 & 팬 플랫폼> 설계

[팬빌리지 구축]

뉴클러스터 뉴플랫폼 혼성모델 ‘서울 팬 빌리지’를
서울 **용산**에 건설 (재경부, 국토부, 서울시 등)

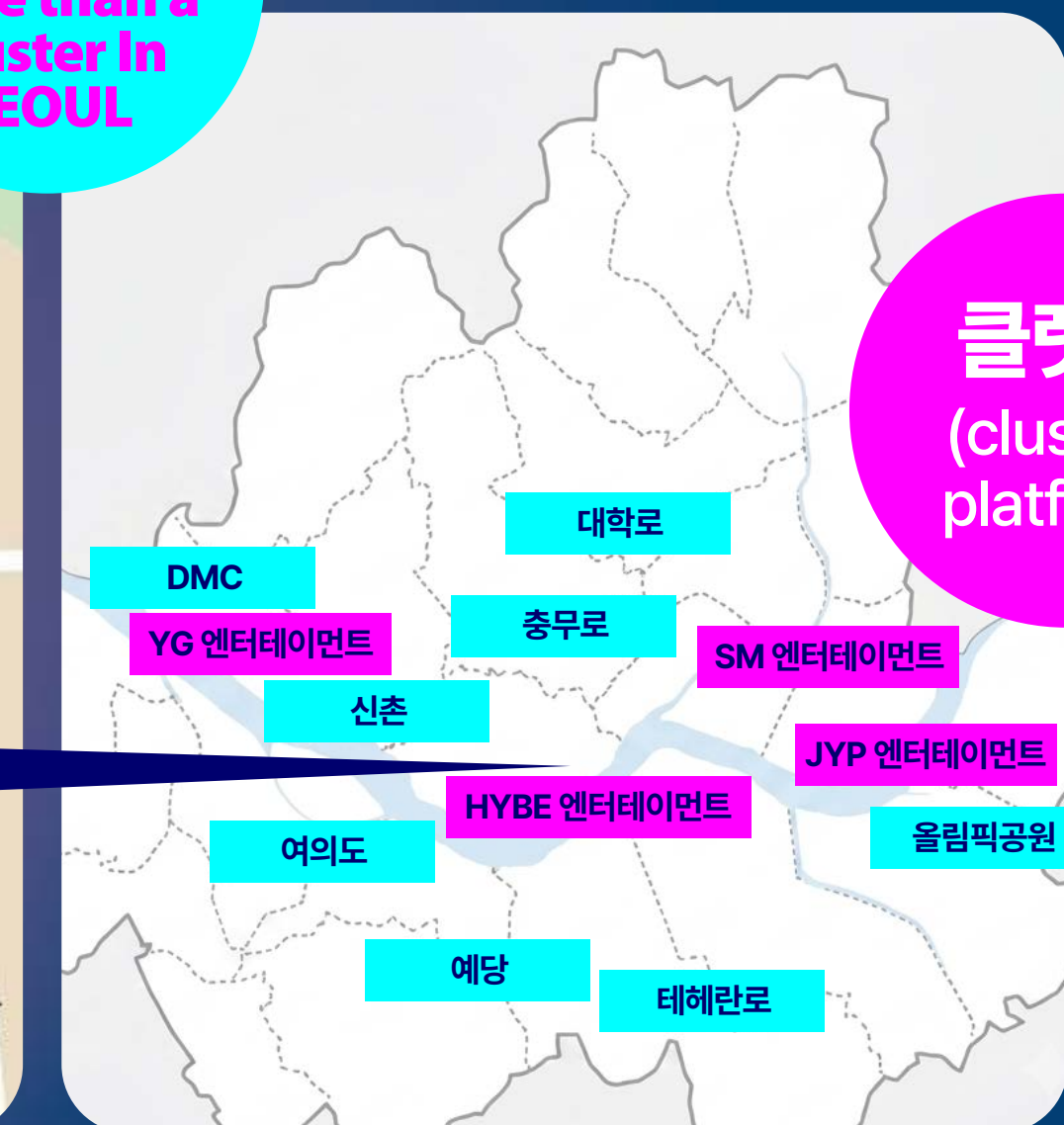
[팬덤·팬십 실험 교류 구심점]

제작시스템 혁신과 뉴 인프라 설계를 소비자와
함께하는 워크스테이션 여건 조성

대안 유통/ 플랫폼 물결 포착

K컬처 유통시스템 혁신을 위한 생산-소비 일체화 기지 클랫폼 (cluster+platform)

서울 팬 빌리지(Fan Village) 개념도

Cluster
VS
More than a
Cluster In
SEOULGlobal Fan Village,
UX Park, Artist's
Platform, IP Lab,
Future Studio클랫폼
(cluster+
platform)

2. 한류경제 확산: 전방위 압박(OUTBOUND) - K컬처의 경제효과가 산업 전반으로 충분히 확산되지 못하는 문제

핵심 쟁점

사회적 장벽

- 한류 활용 기업은 일부 선도기업에 집중
- 중소·중견기업은 정보·접근성 부족

주요 애로사항

- | | |
|---------------|-------|
| • 콘텐츠 접근성 부족 | 37.1% |
| • 콘텐츠 정보 부족 | 18.6% |
| • 사업자 간 이해 차이 | 17.1% |
| • 스타·콘텐츠 리스크 | 15.7% |
| • 대상국 정보 부족 | 14.3% |

확산의 한계

- 대기업 중심 간접 스폰서십 위주
- 산업 전반의 실행체계 미흡



핵심 진단:

K컬처의 인기가 경제 전반의 매출·수출 확대로 충분히 연결되지 못함

시사점

01

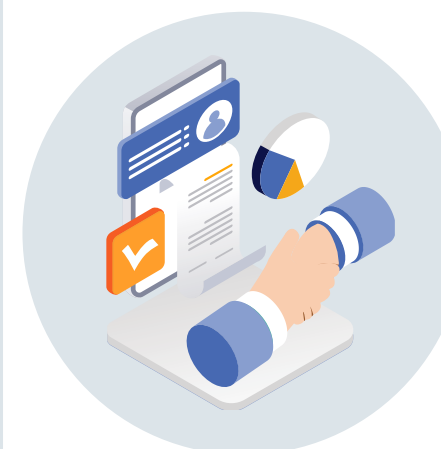


신제품·신시장 개척

K소비재의 수출 품목·시장 다변화

- K뷰티·K푸드 성공 넘어 신제품 확대
- 명품·식품·의류·인테리어·공예 등 전략 품목 육성
- 중남미·인도·중동·아프리카 등 신흥시장 공략

02



전방위 수출 동맹

기업·정부·현지 우호그룹 협력 강화

- 선도기업 성공 노하우 공유
- 기업-정부-현지 우호그룹 삼각 협력
- 가전·반도체·IT·자동차 수출 경험과 한류 결합
- 대·중·소·벤처기업 연대 네트워크 구축

종합 메시지

K컬처의 경제효과 확산을 위해서는 신시장 개척과 전방위 수출 동맹 강화가 필요

04

아레나, 돔 수요 선점하는 첨단
아트랙션 보급

[한국문화 복합 체험관]

라스베이거스 **스피어**와 견줄만한 한국 스타일 풍류
(고유가치)를 뽐내는 모꼬지 설정

[한류 확산 기지 역할]

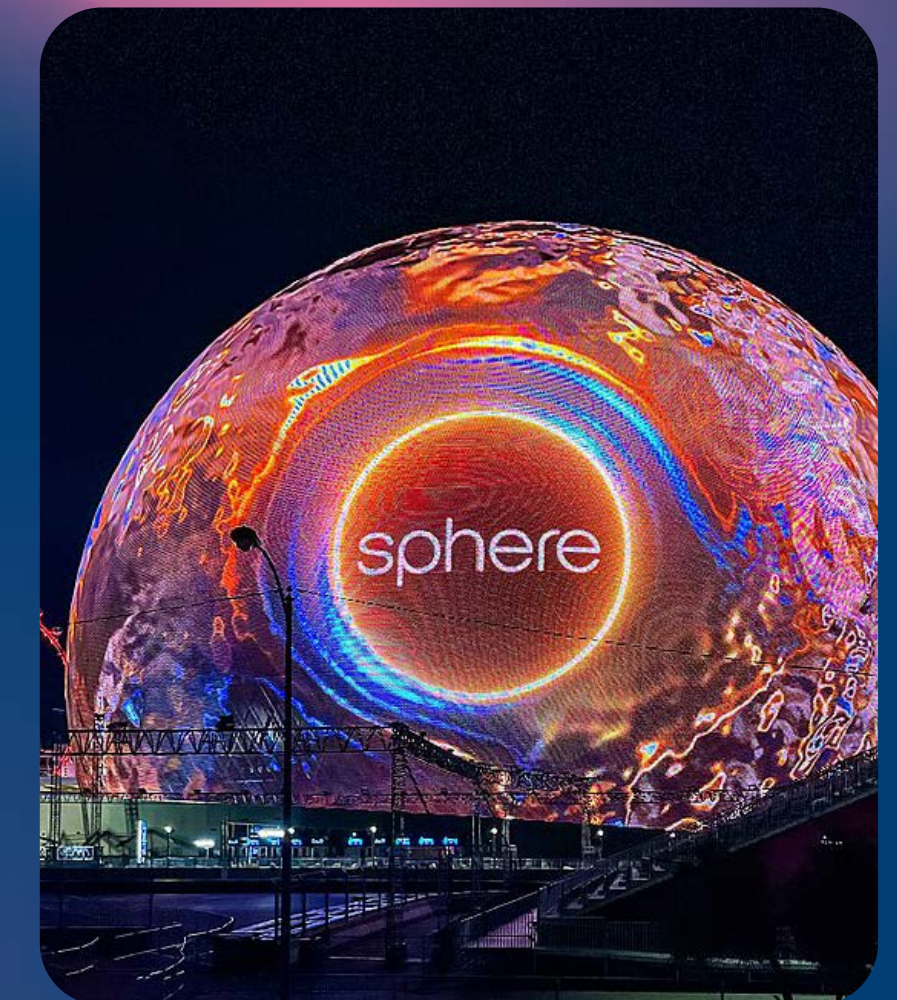
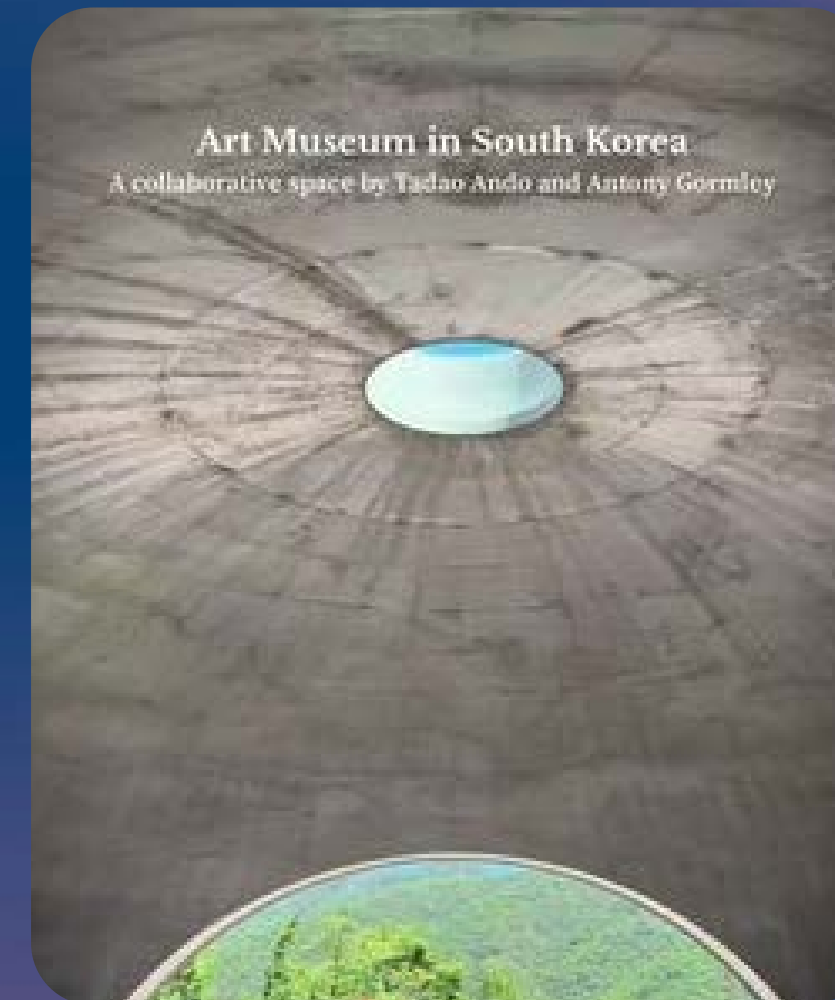
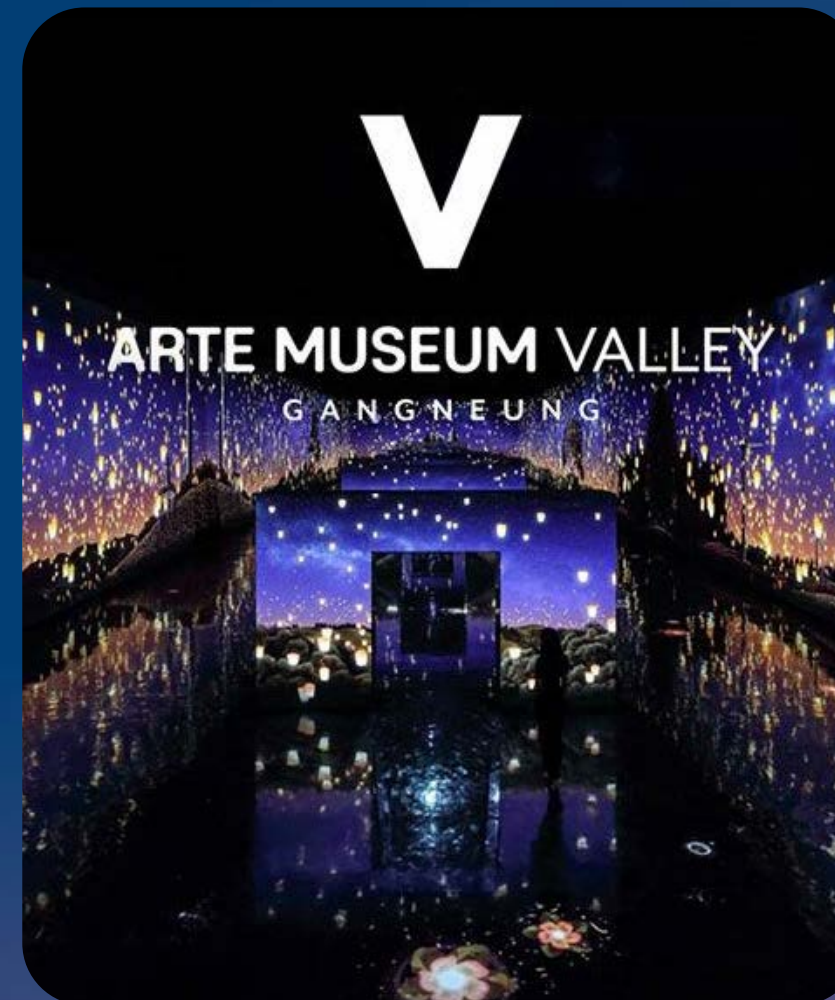
첨단 실감형 콘텐츠 구현가능한 아트랙션 국내외
100곳 설치(과기정통부, 문체부, 지자체 등)

[K컬처 정체성]

고유가치 **첨단 몰입 아트랙션**을 실험해 온 원형
(「아르떼 뮤지엄」 제주·강릉·여수) 고도화

오프라인 아트랙션 상시운영(예시)

대형 테마파크와, 아레나 공연장 스토어 혼합형으로 포지셔닝하는 K컬처 체험 아트랙션(개념도)



05

푸드, 뷰티, 패션, 관광 총괄 명품 브랜드, 고품질 관리

[명품화, 명승, 명인]

VIP 고급문화, 상수도 문화, 깊은 울림 아름다움을
컨셉트로 하는 <하이엔드 휴먼 컬처 터치> 서비스 제공

[수출지원]

K-식재료 품질·브랜딩·공급망 통합 지원, K-푸드 수출
고도화를 위한 B2B 식자재 유통체계 구축

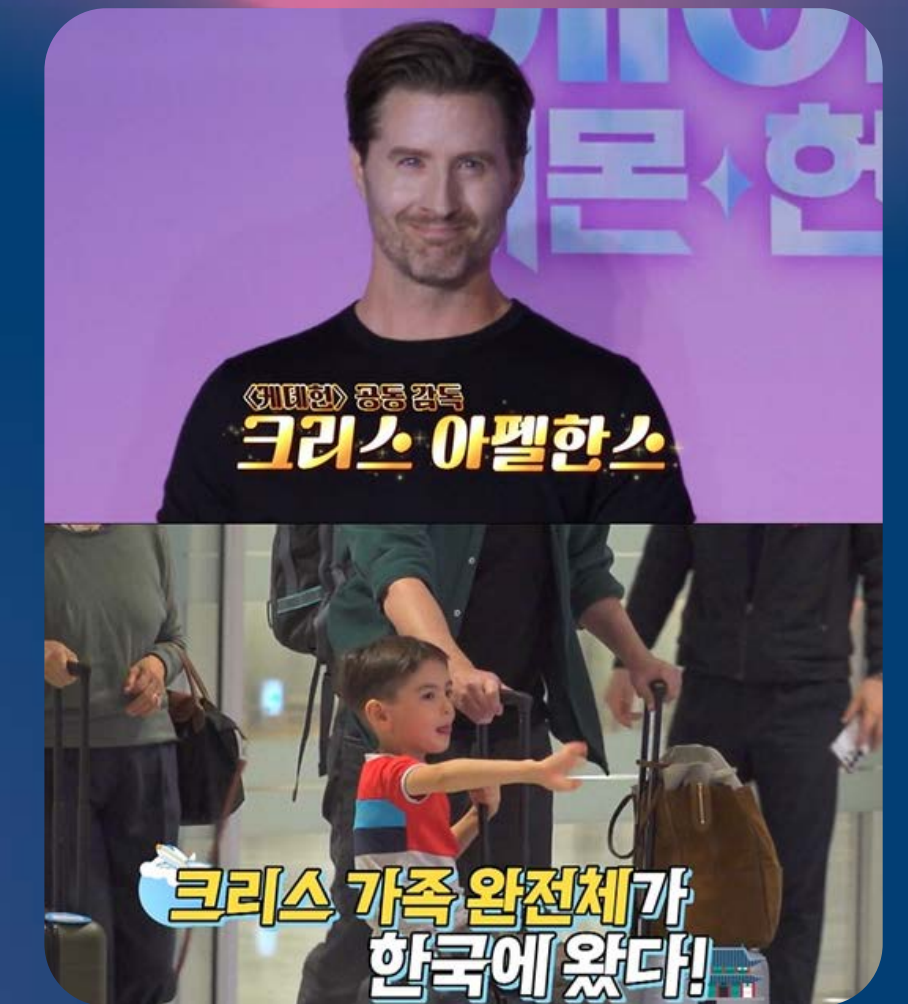
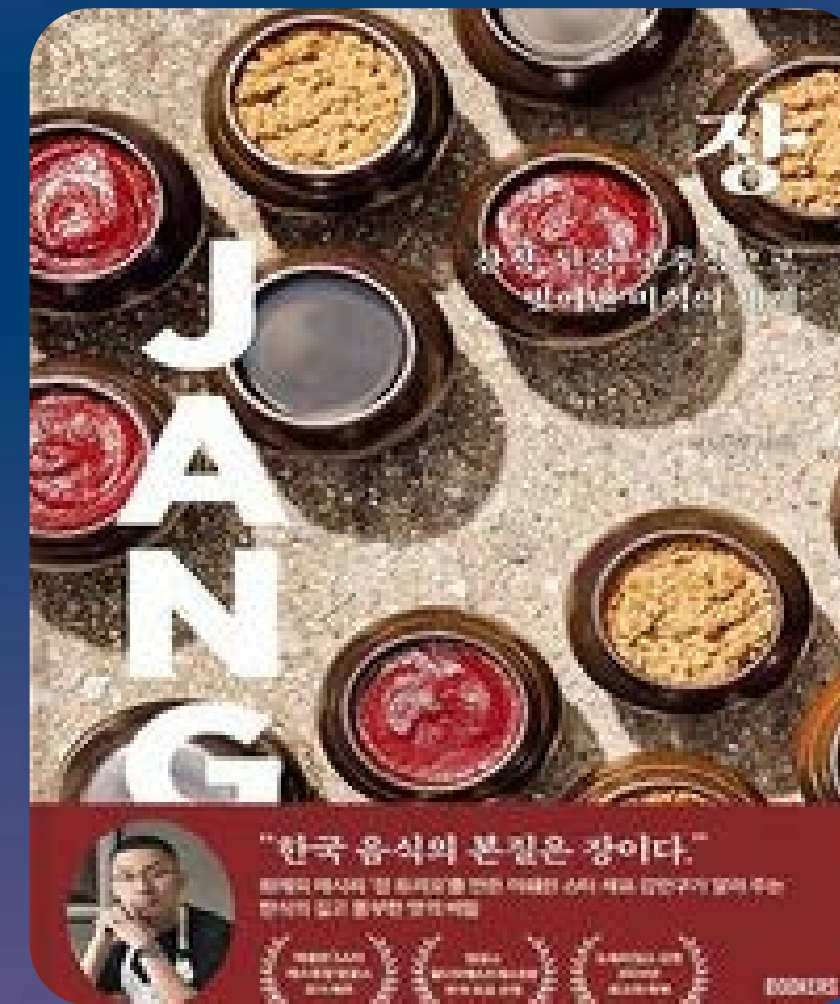
[품질관리]

K-뷰티, 패션 모방제품 대응하고 라이프 스타일은
인터넷 모바일, SNS 플랫폼 관리 책임 강화

‘미슐랭’급 브랜드 명성관리(국가명승, 명인..)

K컬처마에스트로 지정 : 박병선, 이어령, 뿌리깊은나무(한창기, 김덕수...)

이수만, 안성기, 이미경, 박진영, 방시혁, 아모레퍼시픽, 강민구, 안성재...



06

우호그룹 밀착

현지 커뮤니티케어

[K컬처 외교 지원]

세종학당, KOCCA 코리아센터, 문화원, KOTRA 등에
K컬처 **응원단** 외교 권한 부여

[K컬처 참여 스테이션 운영]

세계 주요 K컬처 거점마다 6개월 이상 상주하는
순환 지역 전문가 운영

[K컬처 선물패키지 증정]

VIP, 오피니언 리더, 차세대 고객에 주는 K컬처
패스 준비 (재경부, 문체부)

팬덤, 팔로워 네트워크 케어, 서비스 외교

- K컬처 전략기획실(BTS 제이 홀과 베트남 V POP 스타)
- 브라질 현지 K POP 커뮤니티



3. 지원·동반 시스템: 단기업적주의 되풀이(SUPPORT) - K컬처 성장을 뒷받침할 국가·민간 지원체계의 한계와 대응 방향

핵심 쟁점



국가전략 부재

- K컬처를 국가 전략산업으로 보는 합의 부족



부처 간 협조 미흡

- 문화부·정통부·방통위 등 협업 한계



통합 컨트롤타워 부재

- 정책 혼선과 중복 지원 지속



비효율적 지원체계

- 전문성 부족·성과 부진



민간 지원조직 부족

- 연대·협업을 이끄는 조직 미흡

시사점

01



정책 오케스트레이션

- 부처·기관 지원체계 통합
- 중복·혼선 조정
- 정책 자원 집약·투입 강화

02



문화가치 자부심

- 문화 경시 풍조 배격
- K컬처 가치 재발견
- 청년 인재 유입 촉진

종합 메시지

K컬처 도약을 위해서는 **통합 지원체계 구축**과 **문화가치 인식 전환**이 필요

07

서비스 발전, IP 인센티브
법 제·개정

[서비스산업발전기본법 제정]

법정부 컨트롤타워, 투자 및 R&D 지원, IP 금융,
문화산업 특화 금융 샌드박스 도입 등

[업무상 저작권자 범위 확대]

직무발명(특허권)에 준하는 인센티브 제공
(저작권법 / IP 사업화 관련법 개정)

미래 영역 새 서비스, 기획, IP 사업화 확대



08

UX, AI 체험

‘생활 K컬처’ 인프라 조성

[컬처 패스]

프랑스 컬처패스를 뛰어넘는 현물 서비스 지원
(ex. 세계시민 평생교육원 체험 제공) (재경부, 문체부)

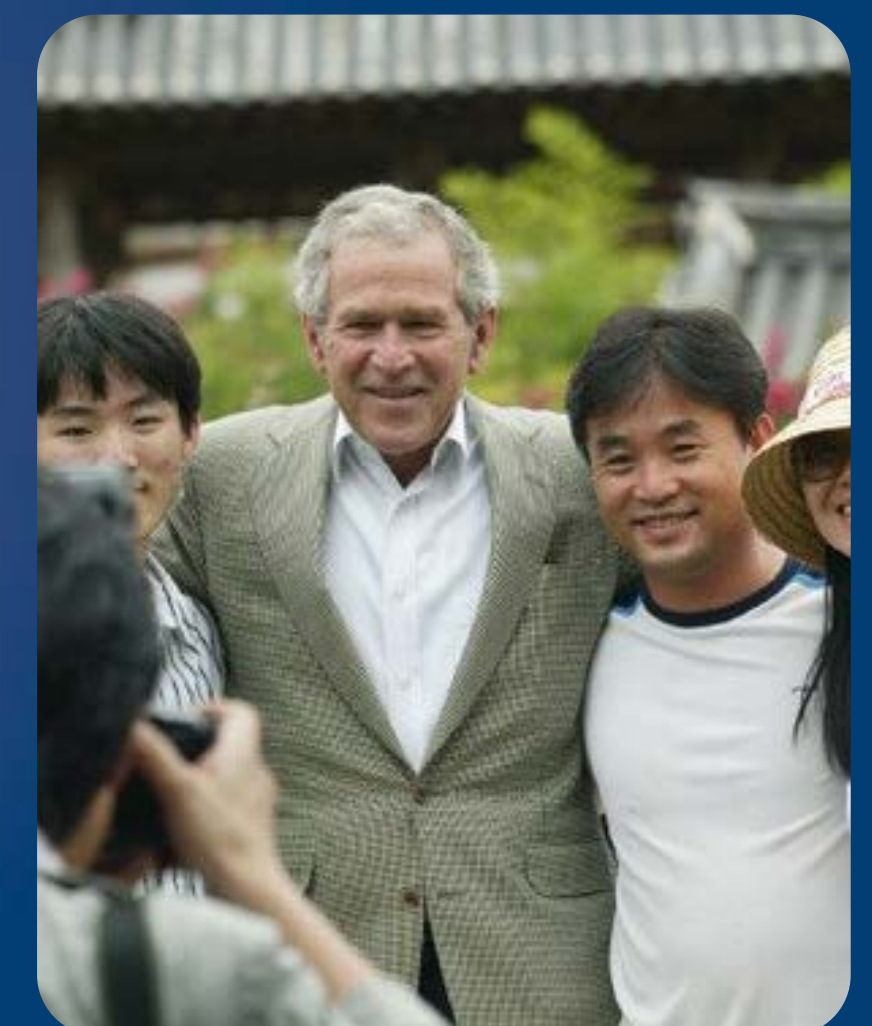
[최상급 인력 확보]

AI 뉴콘텐츠 전문가, 혼합현실 전문가, 캐릭터 개발자,
스토리 에이전트 등 첨단 직종 인재 확보

[한예종 리모델링]

한국종합콘텐츠학당(가칭) 추진, 충북반도체·모델
(NYT 2026.6.26) 적극 도입 (교육부, 산자부, 문체부)

K컬처 근본,비전 탐구 기회 창출 방안(예시)



09

전세계 전업종

<문화가치 0.1> 인증

[공인 K컬처 마크]

우리기업이 K컬처를 활용할 수 있도록 명예 공인 라벨

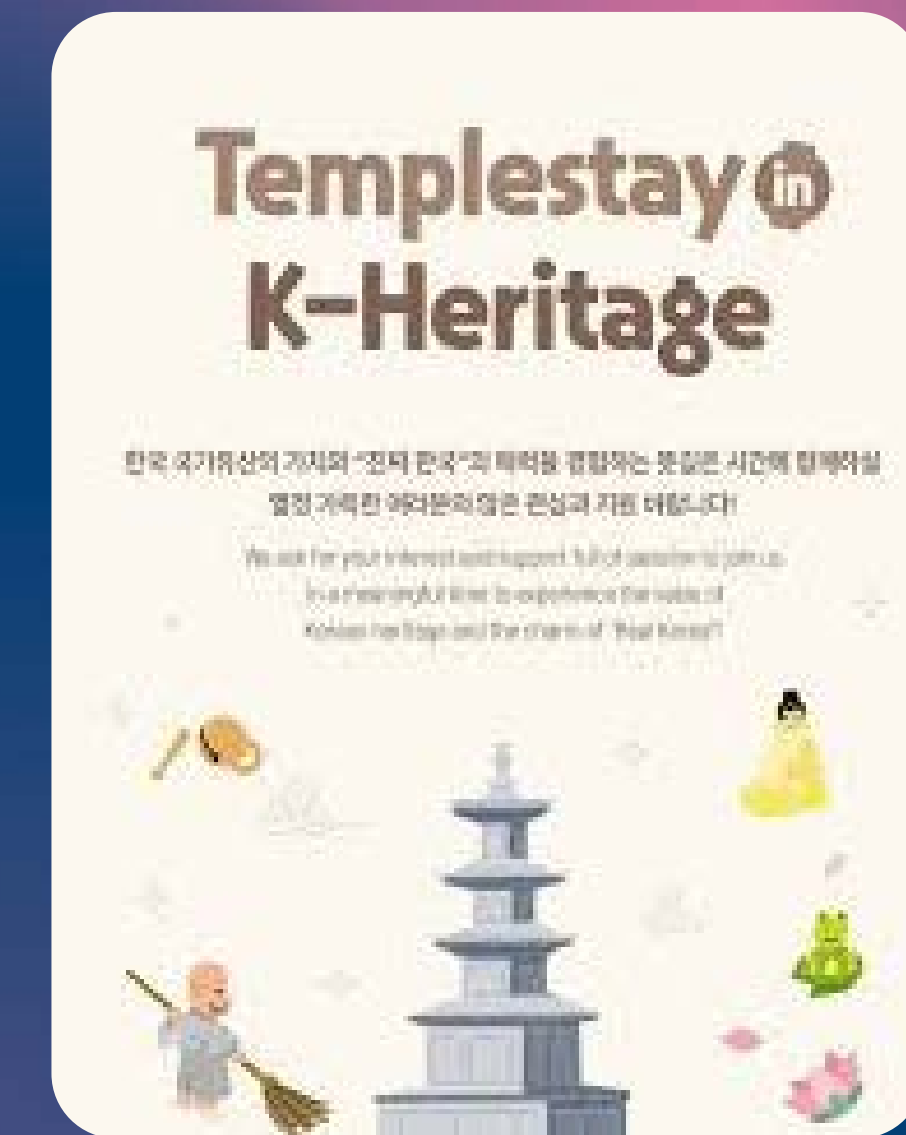
'K컬처 마크' 부착

[문화사랑 기관 인증시스템 도입]

문화사랑 우수 기업, 단체 등에 인증 제도 시행

(문화사랑 0.1 검은 띠 수여)

국내외 문화사랑, 실천 우수자 <검은 띠>



목표 기품 있는 컬처 서비스 확대로 백년 신국부 창출

기본 방향 3

실행 과제 9

K컬처 혁신 INSIDE

- > 상업주의 경계
- > 유통위험 해소

01 한미중일 오픈 R&D 스튜디오
시스템으로 '뉴 장르' 개척

02 정책금융 개편,
글로벌 펀드 투입, 자원 확충

03 유통·소비 혁신 플랫폼
'서울 팬 빌리지(용산)' 개장

한류경제 확산 OUTBOUND

- > 신품목 신시장 개척
- > 방위 수출 동맹

01 아레나, 돔 수요 선점하는
첨단 어트랙션 보급

02 푸드, 뷰티, 패션, 관광 총괄
브랜드 명성, 고품질 관리

03 우호그룹 밀착
현지 커뮤니티 케어

지원 동반 시스템 SUPPORT

- > 정책 오케스트레이션
- > 문화가치 자부심

01 서비스 발전, IP 인센티브
법 제·개정

02 UX, AI 체험 '생활 K컬처'
인프라 조성

03 전세계 전업종
<문화가치 0.1> 인증

^T Thank You !