

김지수, 박서현, 유혜정 · 2기

# 코로나19가 문화산업 전반에 미친 영향 분석



목차

## 오늘 이야기할 내용

1. 분석계기
2. 코로나로 인한 영화 산업의 변화
3. 코로나로 인한 콘텐츠 산업의 변화
4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화
5. 결론

# 코로나19가 문화산업 전반에 미친 영향 분석



## 1. 분석 제기

## 1. 분석 계기

# 코로나19의 발생과 현재 타임라인



2019년 12월 8일

중국 우한에서 원인을 알 수 없는 폐렴 환자 발생

2020년 1월 20일

국내 첫 확진자 발생

2020년 3월 12일

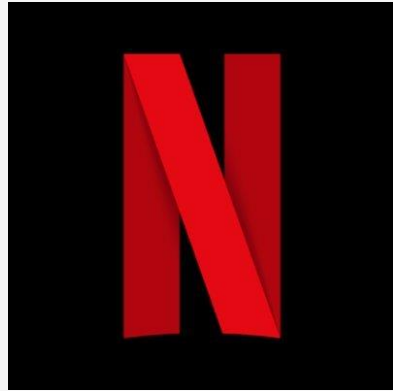
세계보건기구(WHO)이 팬데믹을 선언

현재

2억 명 이상의 확진자, 440만 명 이상의 사망자 발생

## 1. 분석 계기

코로나로 인하여 울고 웃다.



VS



**'코로나 집콕'에 웃었다...넷플릭스,  
석달새 1577만명 가입**

안정락 기자

입력 2020.04.22 16:05 | 수정 2020.04.23 01:55 | 지면 A13

**서울경제**

**모가디슈 300만 넘었지만...영화계  
는 '기쁨'보다 '한숨'**

입력 2021.08.29. 오전 11:49 · 수정 2021.08.29. 오후 5:45



정영현 기자 >

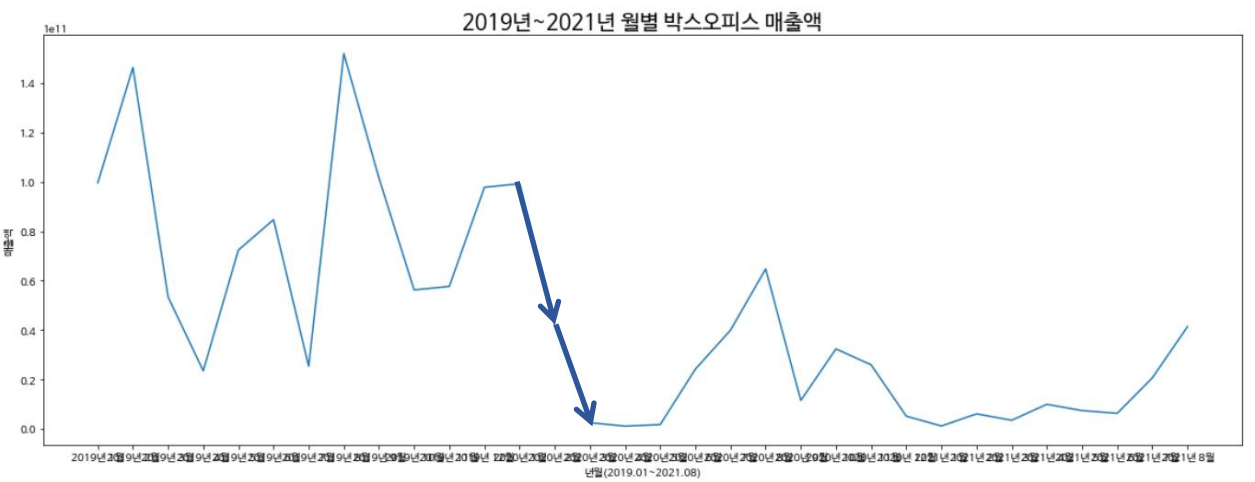
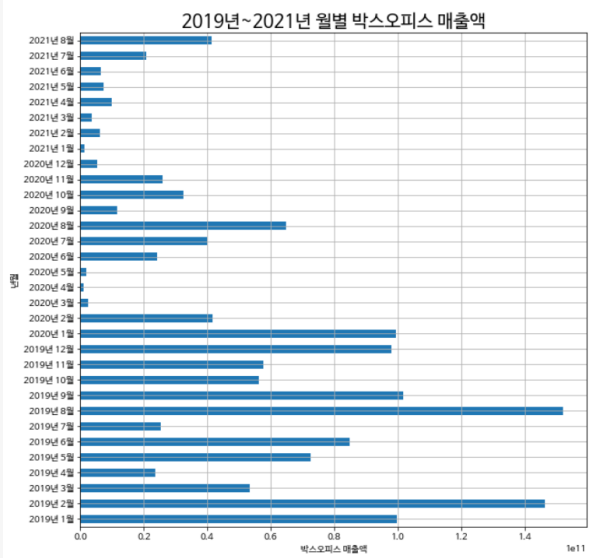
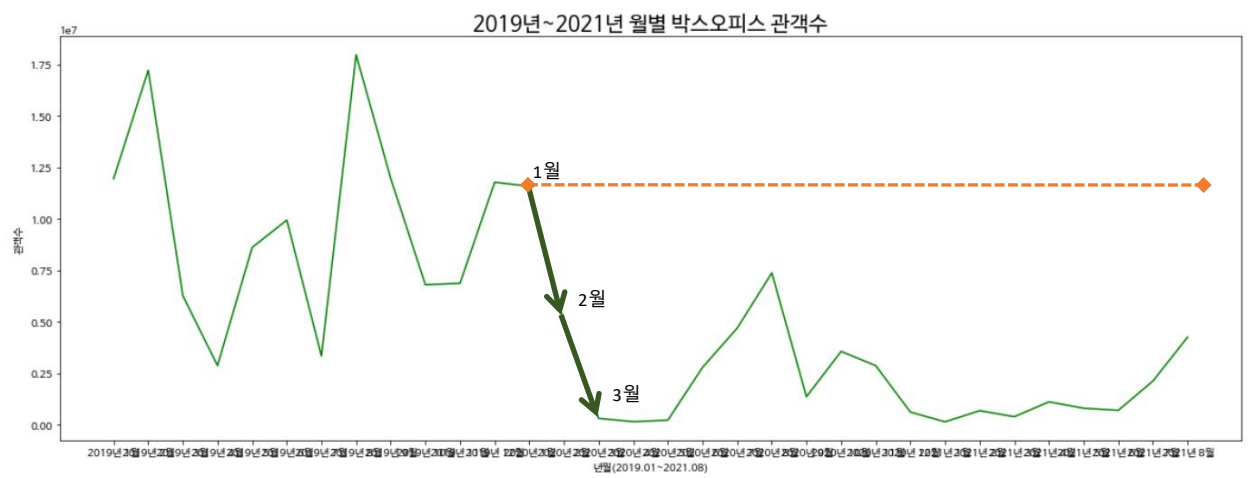
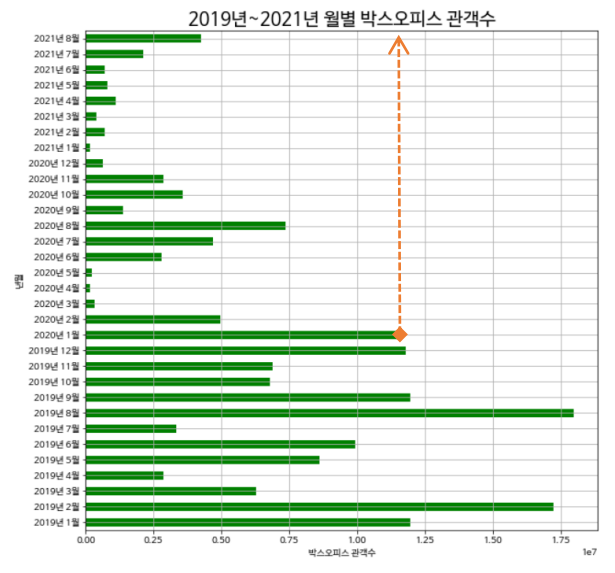
# 코로나19가 문화산업 전반에 미친 영향 분석



## 2. 영화산업의 변화

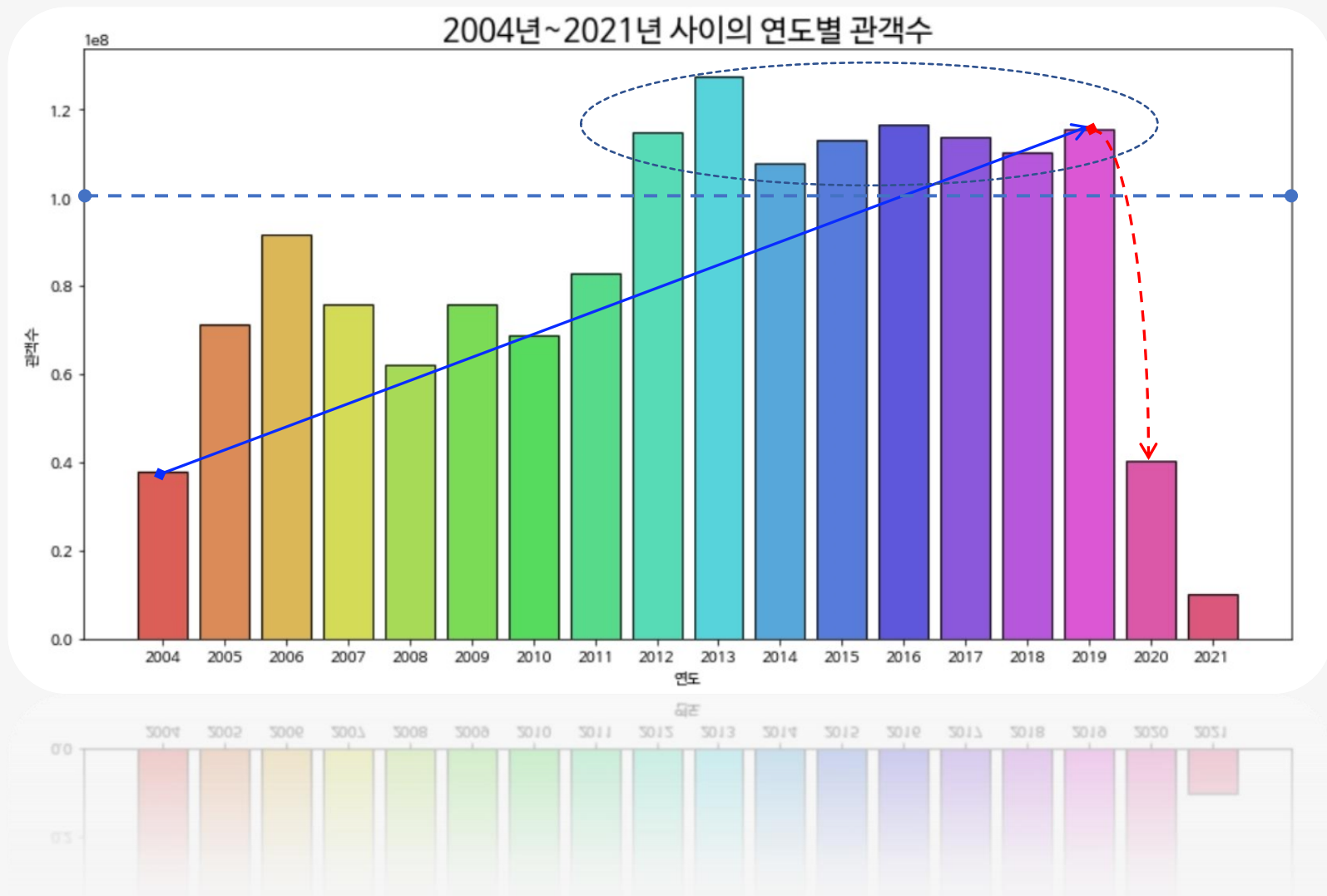
## 2. 코로나로 인한 영화산업의 변화

# 월별 박스오피스 관객수 및 매출액



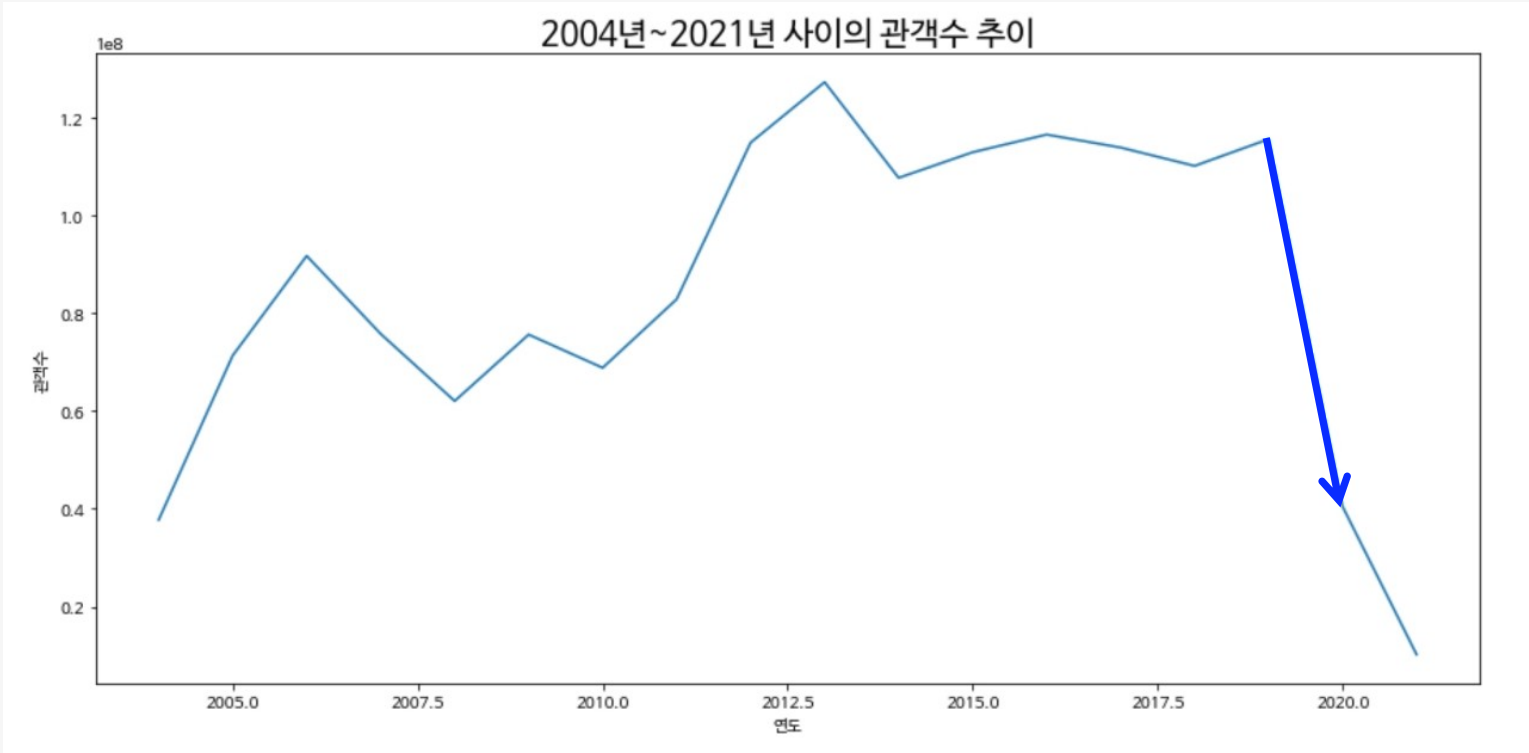
## 2. 코로나로 인한 영화산업의 변화

### 연도별 박스오피스 관객수





2. 코로나로 인한 영화산업의 변화

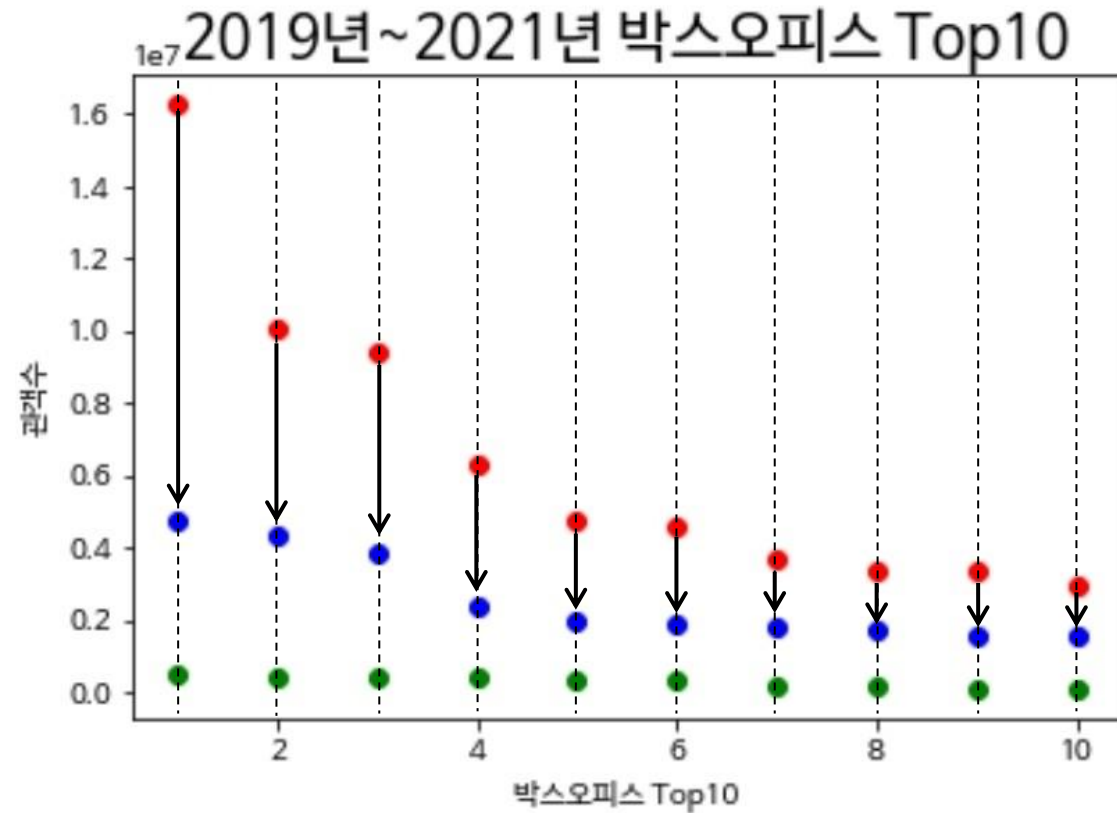


연도별  
박스오피스 관객수 추이

	개봉편수	상영편수	매출액	관객수
연도				
2004	74	95	239143250406	37741433
				⋮
2019	697	1122	970793408451	115621862
2020	782	1115	350412173790	40462371
2021	522	772	96573426890	10195670

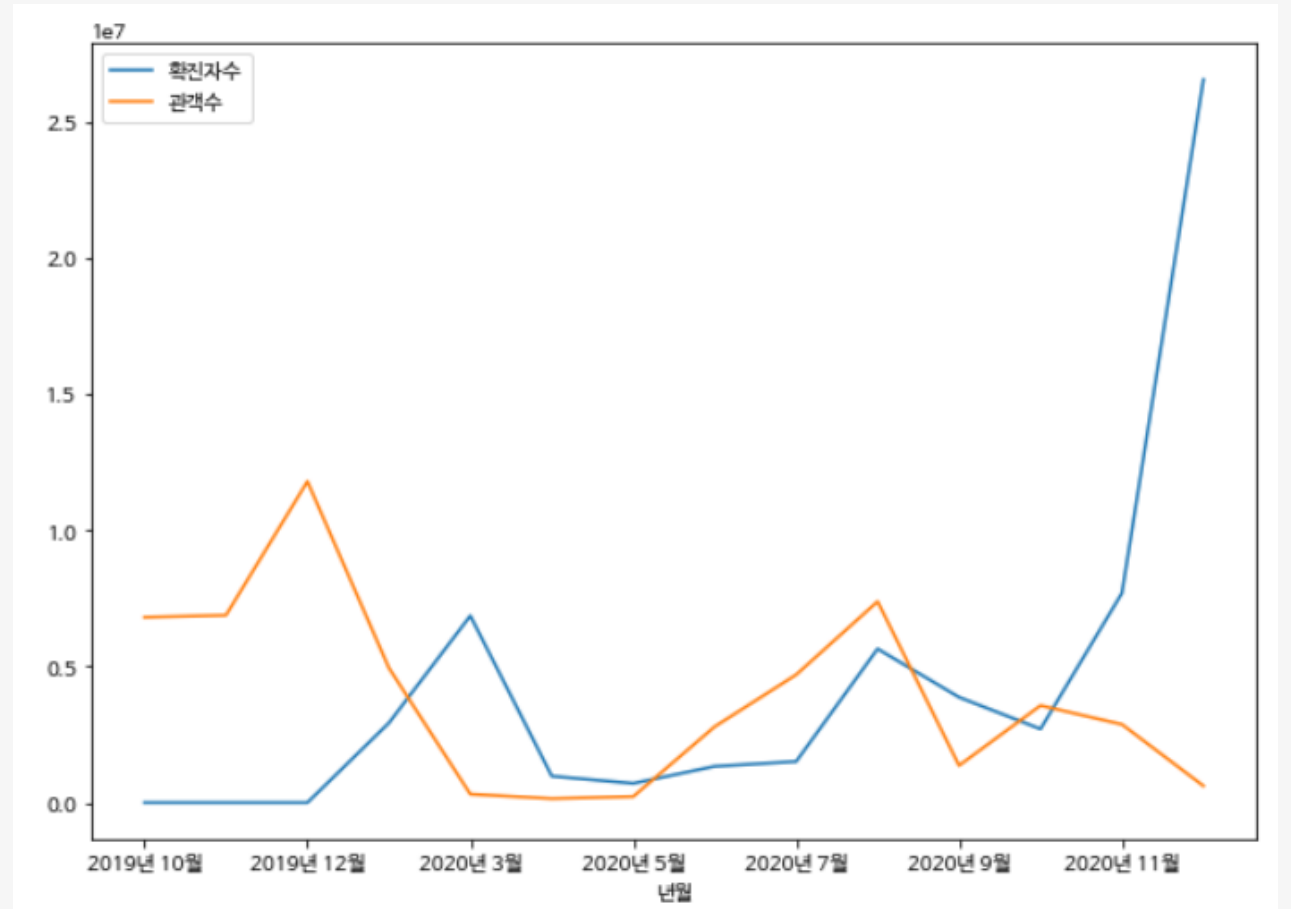
## 2. 코로나로 인한 영화산업의 변화

### 2019, 2020, 2021의 박스오피스 TOP10 관객수 비교



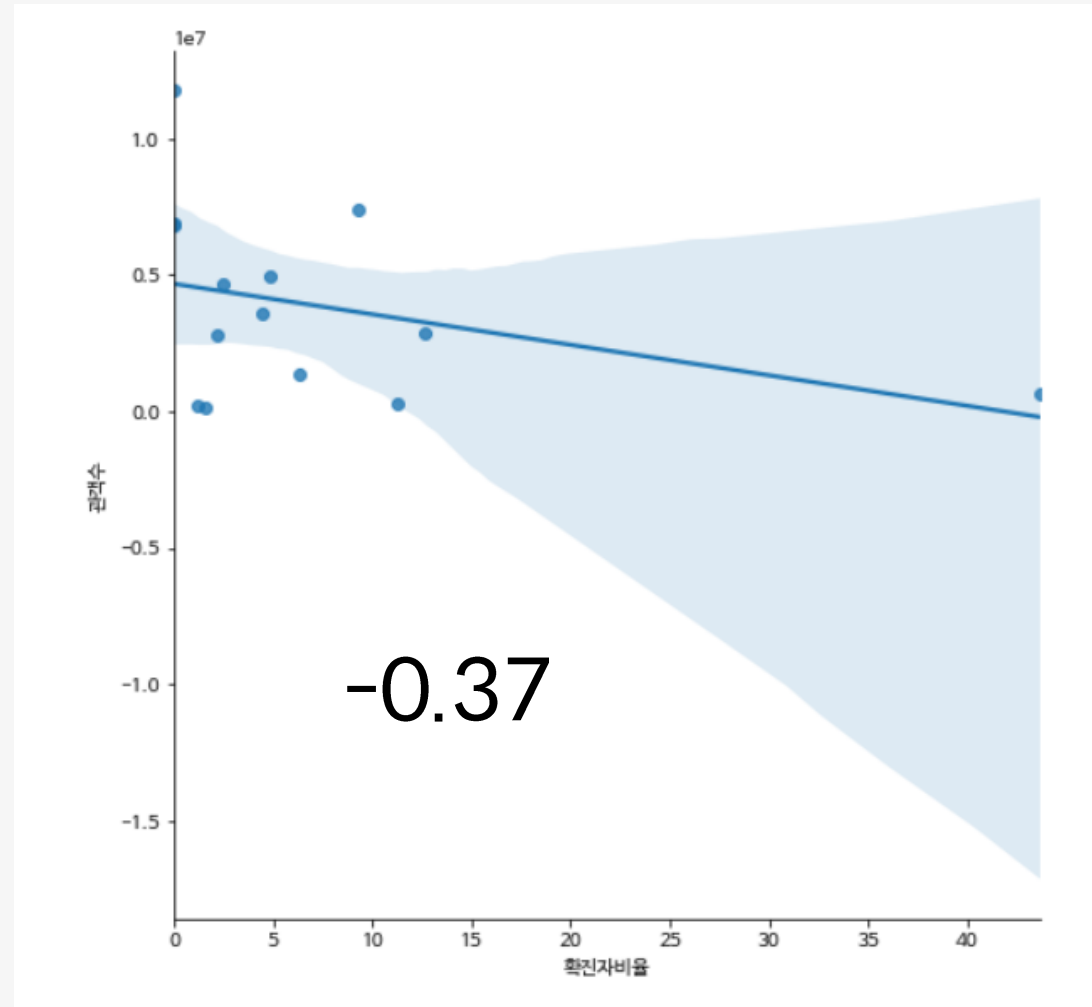
## 2. 코로나로 인한 영화산업의 변화

### 월별 코로나 확진자 수와 월별 박스오피스 관객 수의 상관관계



## 2. 코로나로 인한 영화산업의 변화

### 월별 코로나 확진자 비율과 월별 영화 관객수 간의 상관계수 분석



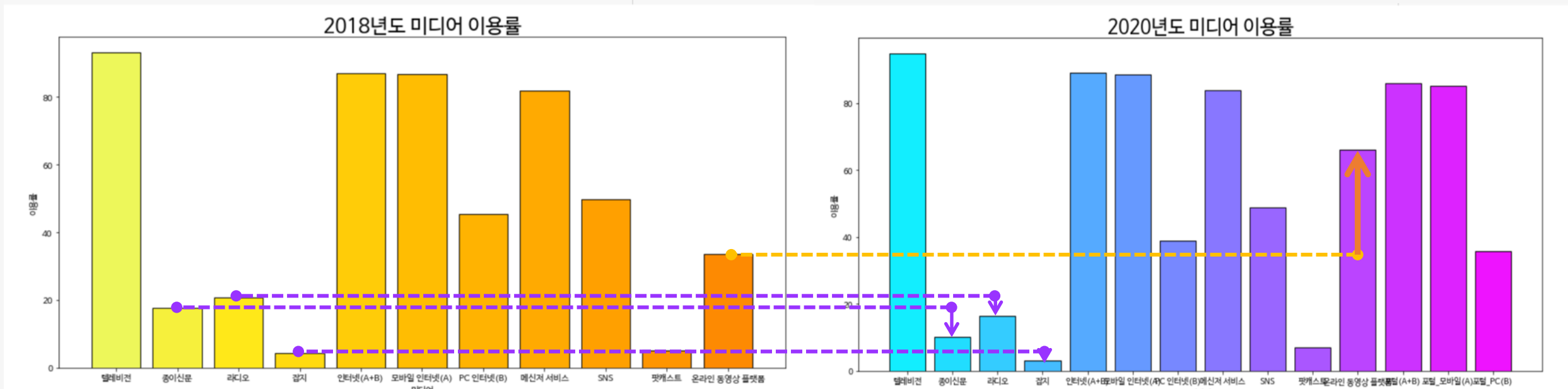
# 코로나19가 문화산업 전반에 미친 영향 분석



## 3. 콘텐츠 산업의 변화

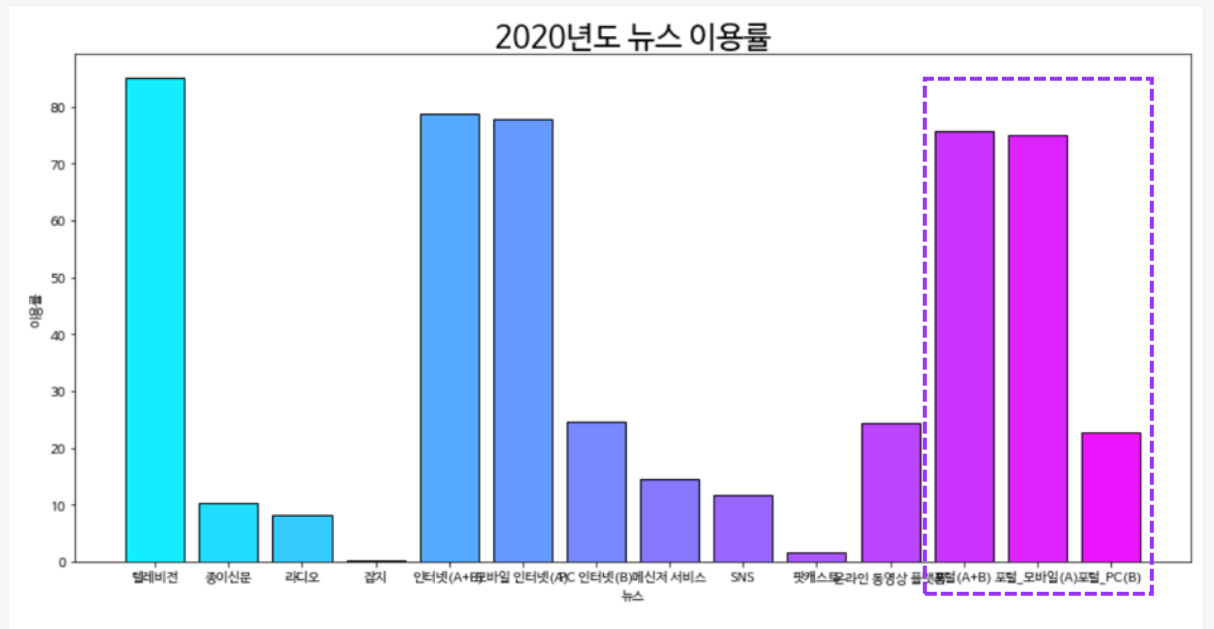
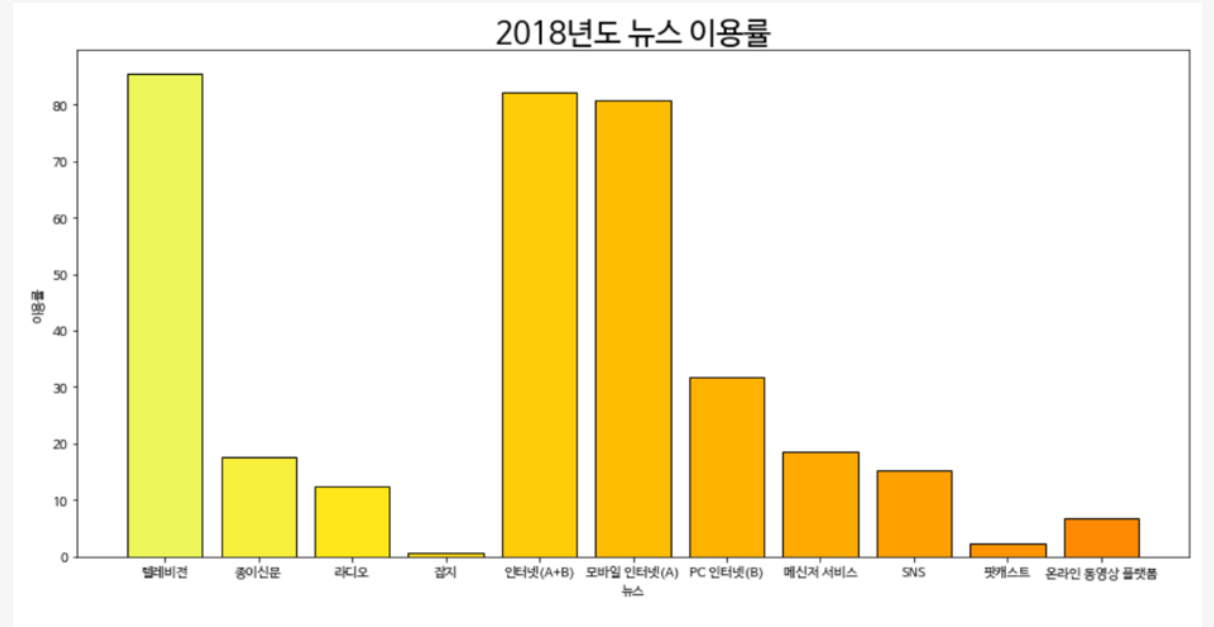
### 3. 코로나로 인한 콘텐츠 산업의 변화

## 미디어 이용률의 변화



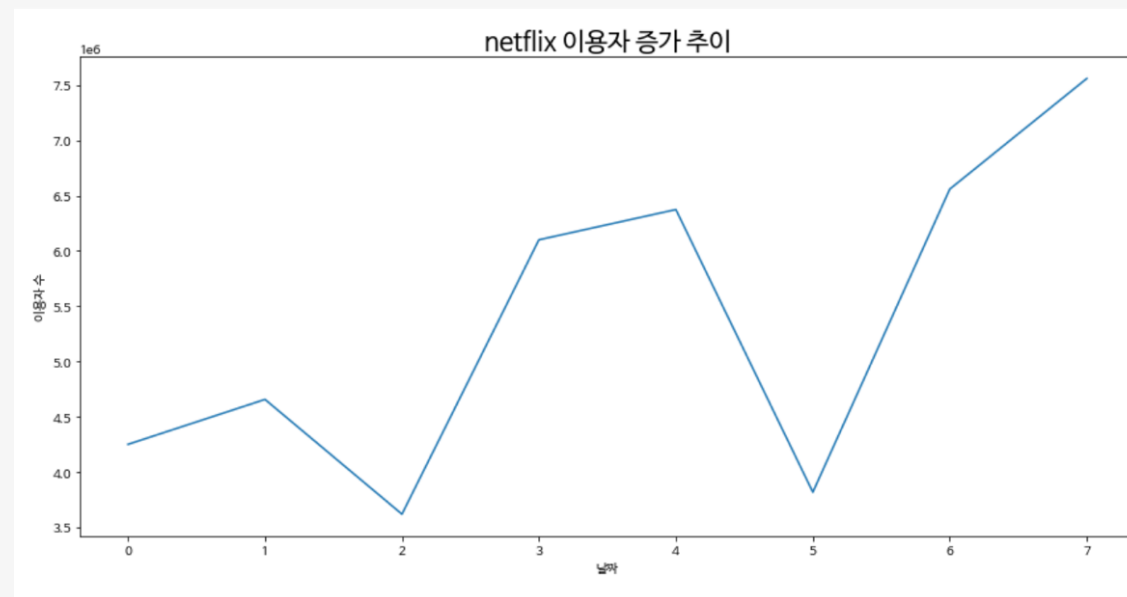
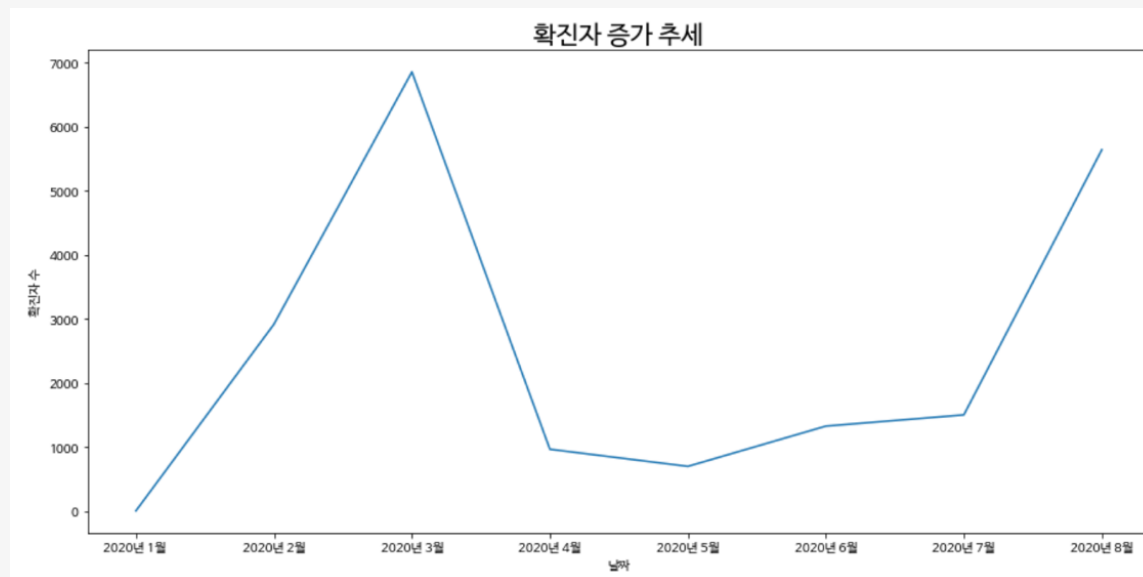
### 3. 코로나로 인한 콘텐츠 산업의 변화

## 뉴스 이용률의 변화



### 3. 코로나로 인한 콘텐츠 산업의 변화

## 코로나 증가 추이와 OTT 산업(넷플릭스) 증가 추이 비교

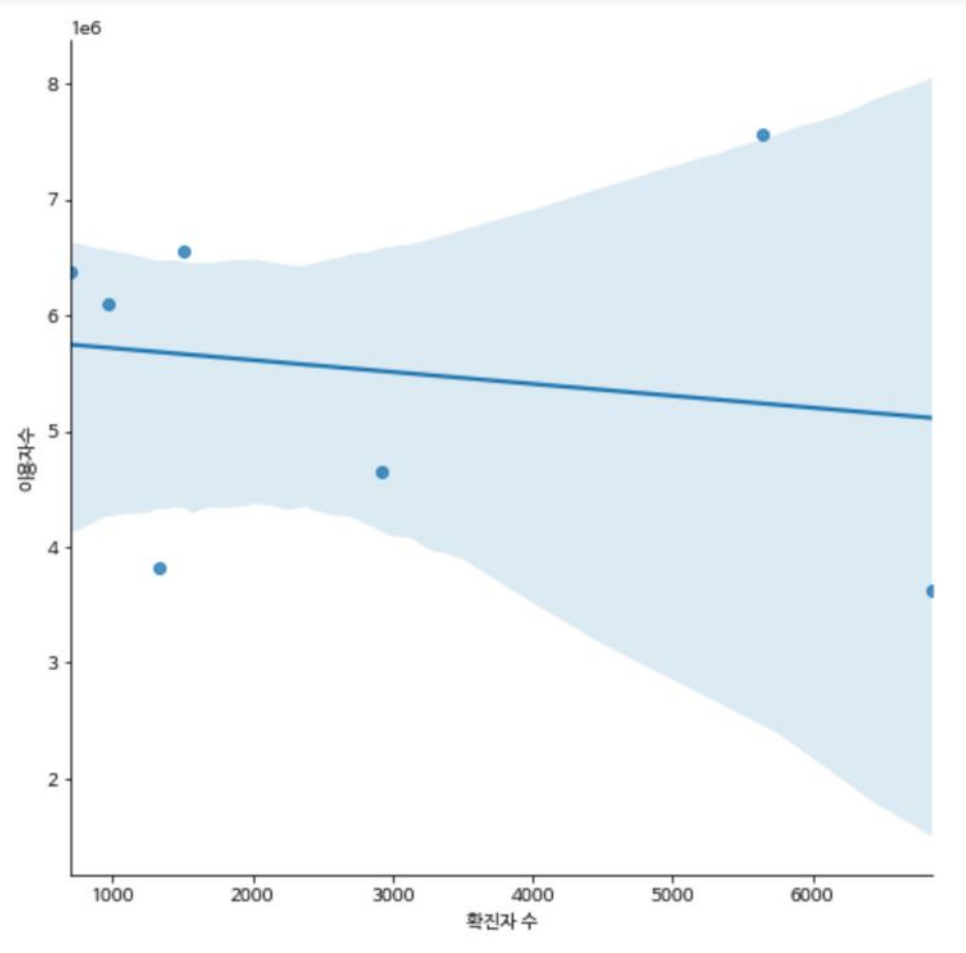




### 3. 코로나로 인한 콘텐츠 산업의 변화

## 코로나 증가 추이와 OTT 산업(넷플릭스) 증가 추이의 상관관계 분석

## 약한 음의 상관관계



# 코로나19가 문화산업 전반에 미친 영향 분석



## 4. 음원 산업의 변화

#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

## 음원 이용자수의 변화를 중심으로

"1년만에 이용자 2배" 급성장한  
유튜브뮤직...멜론-지니-플로 '화  
들쭉'



#### 2. 오디오 콘텐츠 이용 행태

Opensurvey

음악 콘텐츠 청취를 위해서는 '유튜브'의 활용이 가장 활발하며, 전년 대비 더욱 증가 추세임

- 여자 대학생은 '유튜브' / '멜론' / '플로' / '사운드클라우드'를 이용하는 비중이 높은 반면, 남성은 '유튜브 뮤직'을 이용하는 비중이 여성 대비 높게 나타남

#### 음악 콘텐츠 이용 서비스

		전체		남성								여성			
				1+2+3순위 증감 (vs. 20년)	중고생	대학(원)생	20~30대	40~50대	중고생	대학(원)생	20~30대	40~50대			
Base		(480)			(35)	(33)	(75)	(73)	(22)*	(57)	(94)	(85)			
	유튜브	<div><div></div></div> 26.0	68.1	+5.2	60.0	69.7	64.0	61.6	77.3	75.4	70.2	69.4			
	멜론	<div><div></div></div> 24.0	42.5	-0.9	25.7	30.3	42.7	49.3	22.7	52.6	42.6	45.9			
	지니	<div><div></div></div> 13.1	22.5	+1.2	14.3	21.2	28.0	21.9	27.3	19.3	27.7	17.6			
	유튜브 뮤직	<div><div></div></div> 1.3	21.0	+0.7	28.6	30.3	29.3	21.9	4.5	19.3	13.8	17.6			
	플로	<div><div></div></div> 0.6	16.7	+3.7	17.1	12.1	17.3	15.1	27.3	28.1	14.9	11.8			
	삼성뮤직	<div><div></div></div> 2.9	9.2	-0.2	11.4	9.1	9.3	13.7	4.5	5.3	9.6	7.1			
	바이브	<div><div></div></div> 3.5	7.3	+1.5	5.7	0.0	9.3	2.7	9.1	8.8	10.6	8.2			
	사운드클라우드	<div><div></div></div> 0.6	6.0	-0.1	2.9	6.1	2.7	0.0	22.7	22.8	3.2	3.5			
	카카오뮤직	<div><div></div></div> 0.8	5.4	-0.7	0.0	3.0	6.7	5.5	9.1	0.0	4.3	11.8			
	애플뮤직	<div><div></div></div> 2.3	4.4	-1.4	2.9	9.1	5.3	5.5	18.2	3.5	1.1	1.2			
	벅스	<div><div></div></div> 2.5	4.0	-0.7	0.0	6.1	8.0	5.5	0.0	1.8	5.3	1.2			
	스포티파이*	<div><div></div></div> 1.0	3.5	N/A	5.7	3.0	6.7	2.7	9.1	3.5	3.2	0.0			
	소리바다	<div><div></div></div> 0.4	0.8	-0.8	2.9	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	1.2			

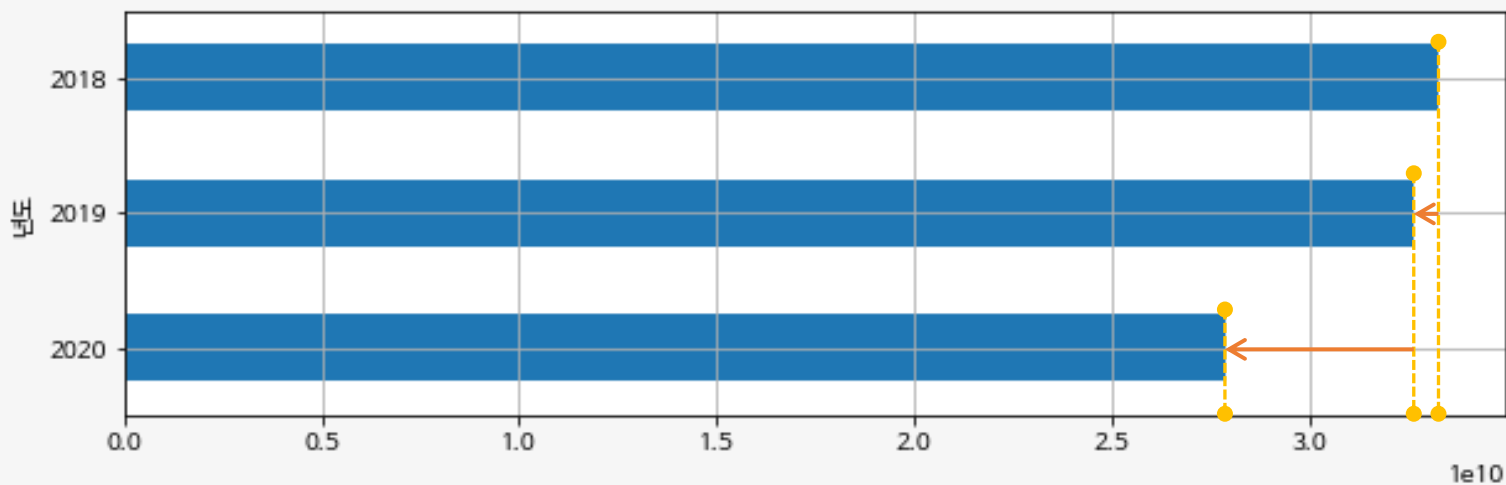
[Base: 음악 콘텐츠 이용자, N=480, 순위형 응답, Unit: %]

\* 스포티파이: 21년 신규 리스트 / \* 벡스 데이터는 1+2+3순위 데이터임 / \* 하늘색 음영: 평균 대비 +4%p 이상인 데이터

\* Small base로 해석 시 유의

#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

### 2018, 2019, 2020 연간 누적 가온지수 Top 합계 변화



가온지수란?

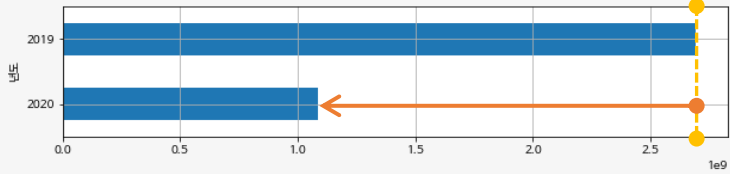
종합적이고 객관적인  
음원 산업의 지표

가온지수가 높다  
=  
음원 스트리밍 수가 높다

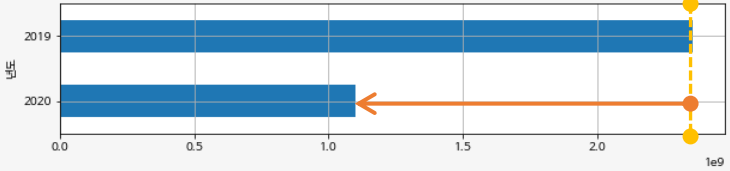
## 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

# 2019, 2020 월별 가온지수 top30의 합계 변화 (3월~12월)

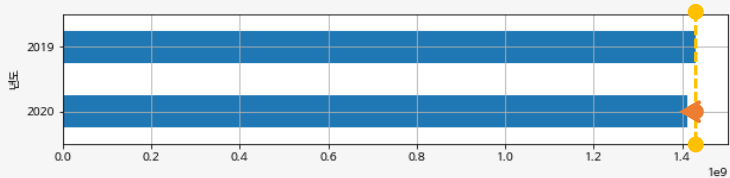
3월



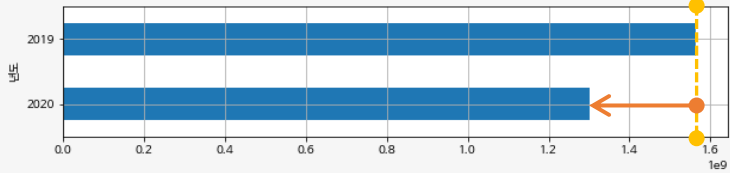
4월



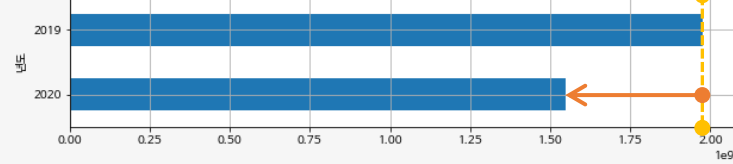
5월



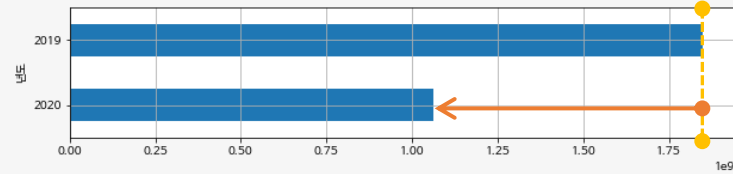
6월



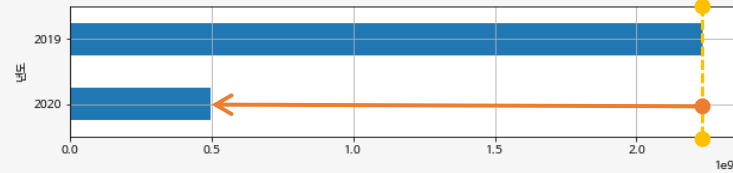
7월



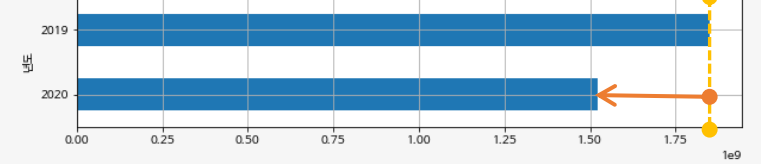
8월



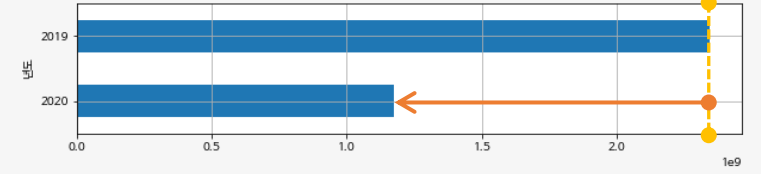
9월



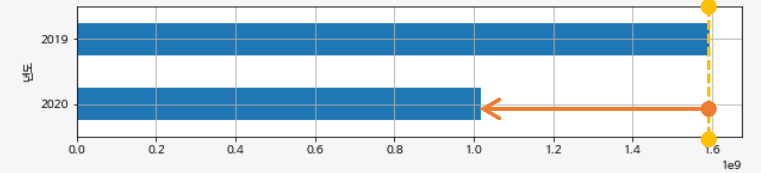
10월



11월

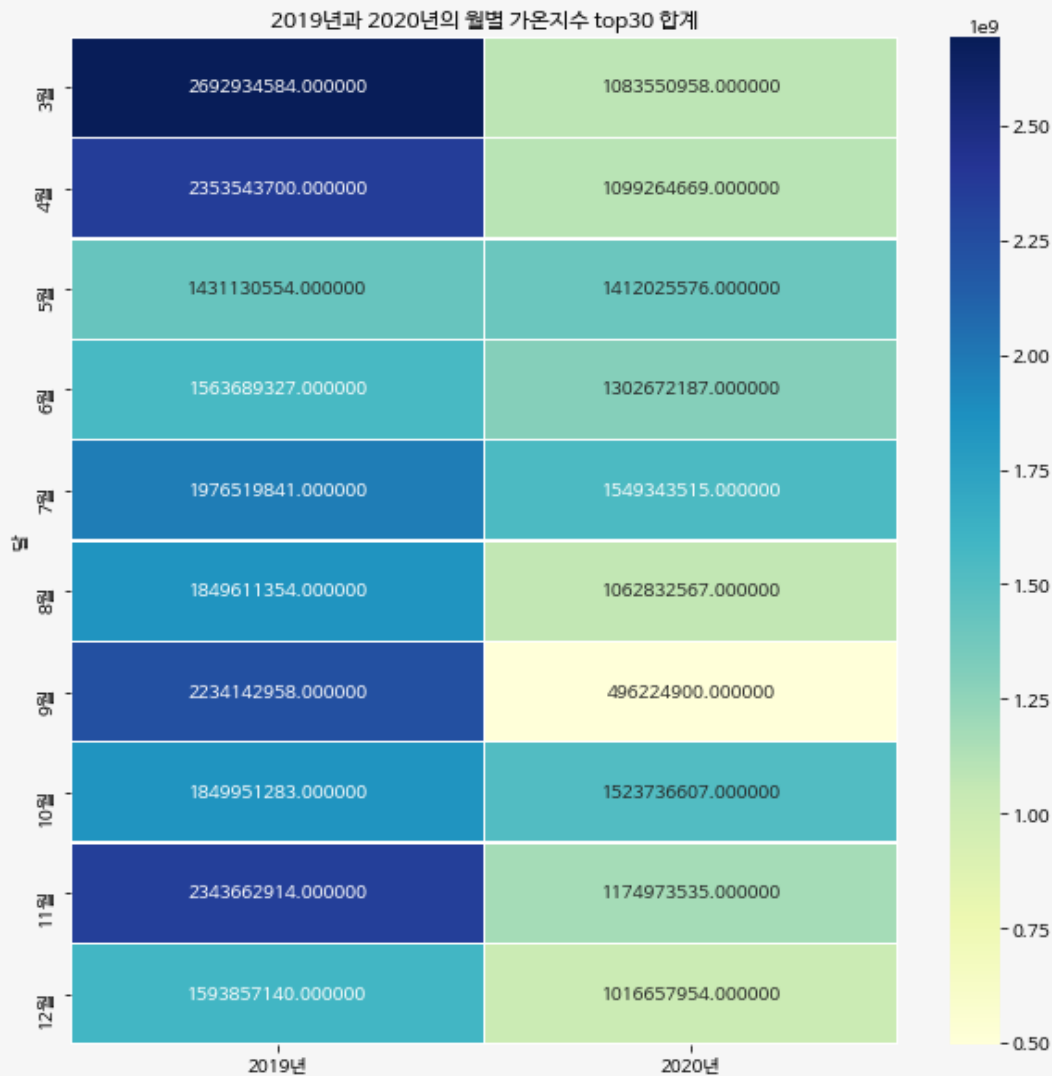


12월



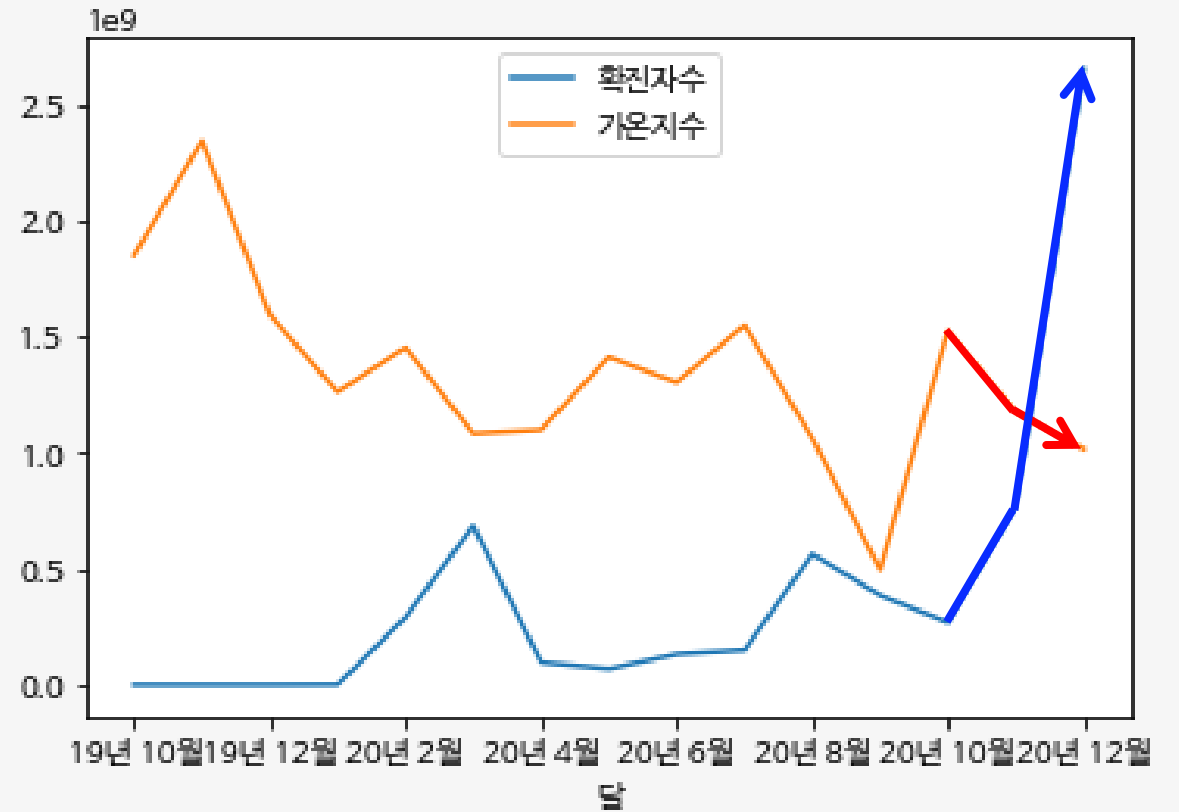
#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

## 2019vs2020 Heatmap 시각화



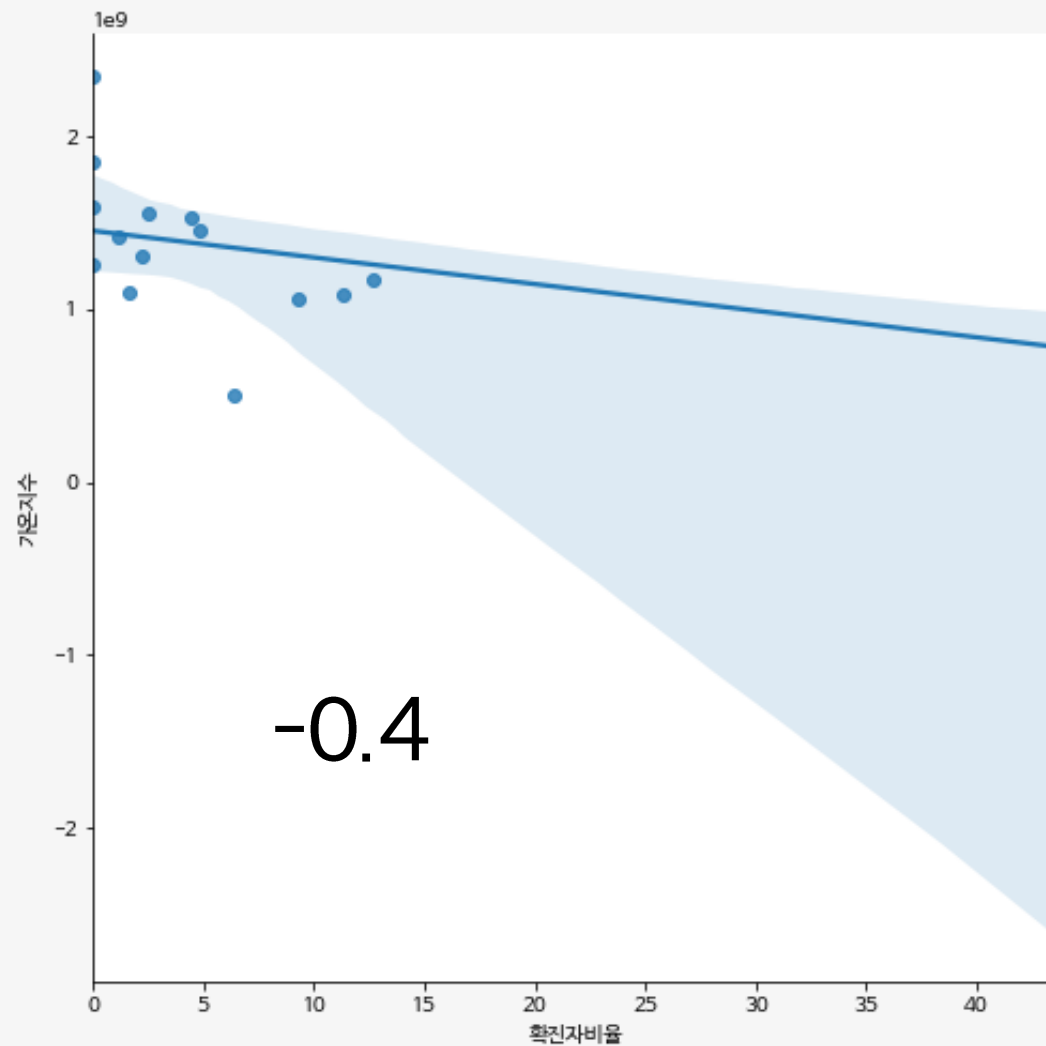
#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

### 월별 코로나 확진자 수 변화와 월별 가온지수 top30 합계 변화의 상관관계



#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

### 월별 코로나 확진자 비율과 월별 가온지수 간의 상관계수





#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

## 음원소비율 하락의 원인은 무엇일까

그림 14 동영상 서비스 이용 앱/사이트(1+2+3순위, '19년 대비 '20년 응답률의 증감, %p)



출처:과기정통부

#### 4. 코로나로 인한 음원 산업의 변화

## 음원소비율 하락의 원인은 무엇일까

### ▶ 시각매체의 사용량 증가



# 코로나19가 문화산업 전반에 미친 영향 분석



5. 결론

## 코로나19로 인한 문화 산업의 변화

### 영화 산업

- ▶ 박스오피스 관객 수 0.65배 감소

“일시적인 현상이 아니라  
문화 산업 자체의 판도가 변화”

### 미디어 콘텐츠 산업

- ▶ 온라인 동영상 플랫폼 이용자 2배 증가

“대체 플랫폼의 등장”

### 음원 산업

- ▶ 가온지수 0.15배 감소

“물 들어올 때 노 젓는 마케팅”

## 시사점

변화하는 소비자의 삶의 니즈를 충족시키는 마케팅

## 아쉬운점 및 느낀점

- 상관계수의 범위 설정의 중요성
- 한정적인 시간
- 최신 데이터의 미비

“

팬데믹은

미래를

앞당겼다.

”

**감사합니다**

질의 응답

## 질문해주세요!

- 채팅을 통해 질문이 있다고 말씀해주시면, Lead가 구두로 발언권을 드립니다.
- 발언권을 받으신 경우 마이크를 켜신 후 간단한 자기 소개와 함께 질문해주시면 됩니다.
- 행사 시간 관계 상 모든 질문을 받지 못할 수 있습니다.
- 못다한 질문은 채팅 혹은 카카오톡 채널을 통해 질문을 남겨주세요.

김지수, 박서현, 유혜정

# 참고자료 출처

'코로나 집콕'에 웃었다...넷플릭스, 석달새 1577만명 가입,  
한경 국제, 안정락, 2020.04.23,

[코로나 집콕에 웃었다...넷플릭스 석달새 1577만명 가입 | 한경닷컴 \(hankyung.com\)](http://hankyung.com)

모가디슈 300만 넘었지만...영화계는 '기쁨'보다 '한숨',  
서울 경제, 정연형, 2021.08.29,

[모가디슈 300만 넘었지만...영화계는 '기쁨'보다 '한숨' \(naver.com\)](https://www.naver.com)

코로나 집콕이 키운 OTT...유튜브·넷플릭스가 장악,  
아시아경제, 차민영, 2021.02.02,

[코로나 집콕이 키운 OTT...유튜브·넷플릭스가 장악 - 아시아경제 \(asiae.co.kr\)](http://asiae.co.kr)

"1년만에 이용자 2배" 급성장한 유튜브뮤직...멜론-지니-플로 '화들짝',  
테크엠, 이영아, 2021.08.11

<https://www.techm.kr/news/articleView.html?idxno=87165>

한수 배워가자! 넷플릭스 마케팅 전략,  
미플라이\_official, 2021.01.19,

[한수 배워가자! 넷플릭스 마케팅 전략 : 네이버 블로그 \(naver.com\)](https://www.naver.com)

우한 폐렴: 코로나바이러스 국내 첫 확진자 발생...현재까지 확인된 감염  
자 200명 넘어, BBC코리아, 2020년 01년 20일,

<https://www.bbc.com/korean/news-51165909>

신종 코로나바이러스 국내 첫 확진자 발생,  
의협신문, 고신정, 2020.01.20.,

<http://www.doctorsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=133009>

국내 '우한 폐렴' 확진자 첫 발생...우한서 입국한 중국인 여성,  
동아닷컴, 윤우열, 2020.01.20.,

<https://www.donga.com/news/article/all/20200120/99322845/2>

과기정통부

와이즈앱·와이즈리테일