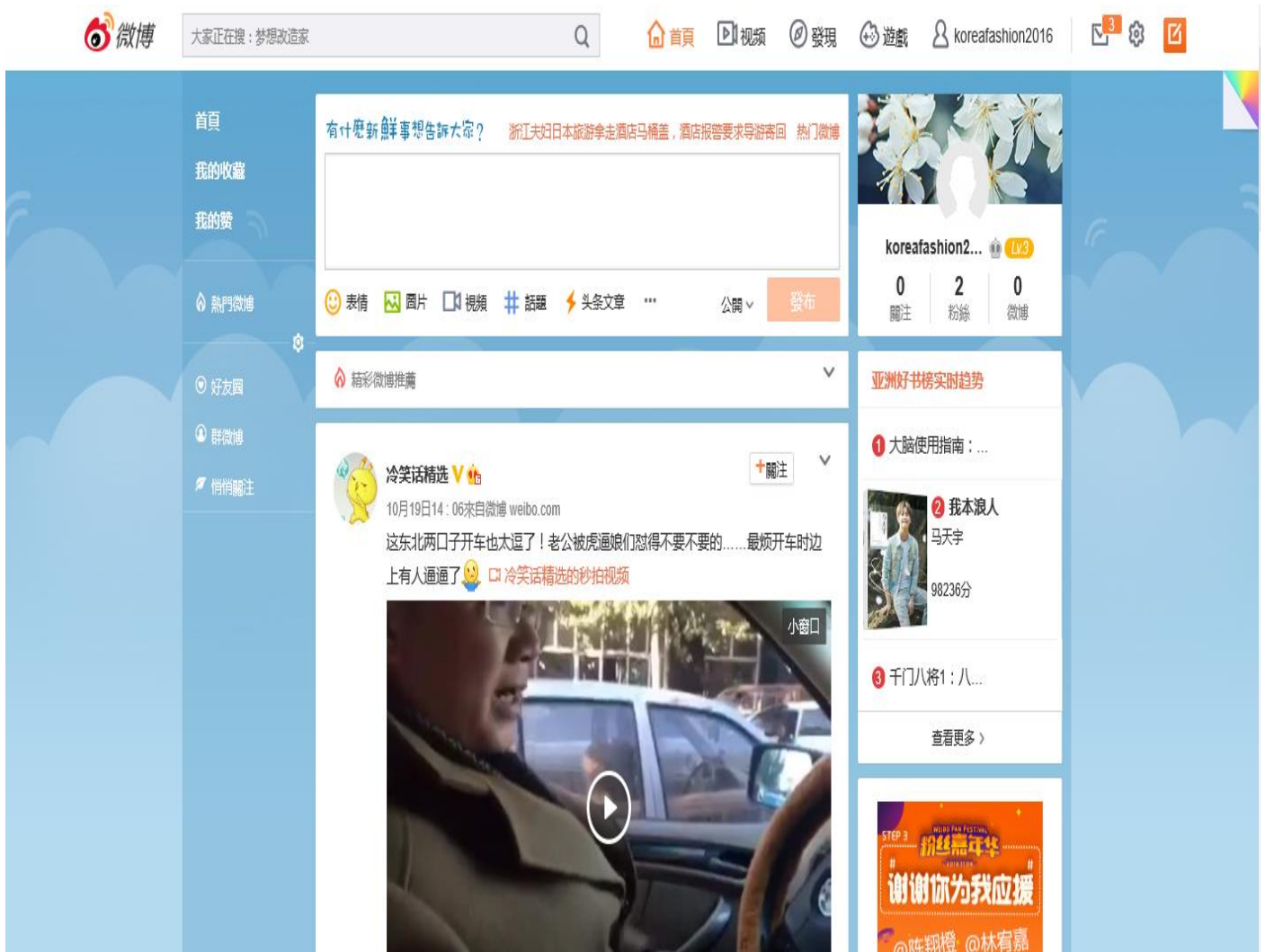


## 웨이보(微博)의 모든 것 1 - 기본 정의

- 금주의 스페셜 리포트는 중국의 페이스북 혹은 트위터로 불리는 '웨이보(微博, weibo)'의 정의 및 기능을 소개하고자 함

### 정의 및 현황

- 웨이보(微博, weibo)는 중국어로 '작다(Micro)'는 뜻의 '웨이(微)'와 '블로그(Blog)'를 뜻하는 보커(博客)의 첫 글자를 합친 말로, 영어의 '마이크로 블로그(Micro Blog)'에 해당되는데, 글자 수 140 개 이하의 단문을 올릴 수 있고, 다른 회원을 팔로우(Follow) 할 수 있어 중국판 '트위터'로 통함
- 중국의 대형 포털인 시나(sina.com), 소후(sohu.com), 텐센트(qq.com) 등이 저마다 웨이보 서비스를 운영하고 있으나 '시나닷컴'의 웨이보가 가장 대표적이라 할 수 있음



- 웨이보 계정을 통해 짧은 텍스트, 이미지, 동영상 등 다양한 콘텐츠를 게시하여 나의 팔로워들과 공유가 가능한 방식인데, 웨이보가 급속도로 발전될 수 있었던 된 배경은 크게 두 가지로 첫번째는 중국 내에서 페이스북과 트위터 등의 해외 SNS(소셜네트워크서비스)가 접속 되지 않아 중국의 SNS 인구가 웨이보로 집중됨
- 두 번째 이유로는 현재 중국의 높은 인터넷 보급률과 중산층에게 빠른 속도로 보급되고 있는 스마트폰도 웨이보의 발전에 큰 영향을 주고 있어, 중국의 '신화통신'과 같은 관영 매체들 및 언론사들도 웨이보 계정을 개설해 뉴스를 전달하고 있는 등 웨이보가 중국인들의 삶 깊숙한 곳에 녹아있으며 이러한 이유를 토대로 2016 년 10 월 17 일 기준으로 웨이보가 원조격인 트위터의 시가총액을 뛰어넘는 기염을 토함

희비 엇갈린 웨이보와 트위터		
웨이보		트위터
2009년 8월	설립일	2006년 3월
52.91달러	주가(2016.10.17 기준)	16.73달러
173%	연초 대비 주가 상승폭	-24%
113억5000만 달러	시가총액	113억4000만 달러
2억8200만명	월 활성이용자수 (2분기 기준)	3억1300만명

웨이보와 트위터(출처 : 아주경제)

- 사실 한 때, 웨이보가 주춤하게 된 시점이 있었으나, '트위터+인스타그램+유튜브' 기능을 합친 종합 플랫폼으로서 기초를 새로 다지게 되고 가장 주요한 이유인 '왕홍(网红) 경제'가 새롭게 떠오르면서 웨이보를 이용한 디지털 마케팅이 활성화 되며 웨이보가 다시 도약하는데 큰 영향을 끼침

## 웨이보 기능

- 웨이보도 다른 SNS 플랫폼과 같이 다양한 기능들이 있는데 설명하기에 앞서 웨이보 가입 방법부터 설명하고자 함



### 웨이보 가입 절차

- 포털 사이트에 '웨이보'를 검색한 후 클릭하면, 회원가입과 로그인 창이 나오는데 주황색의 회원가입 버튼을 누르면 우측 세 번째 화면과 같이 됨



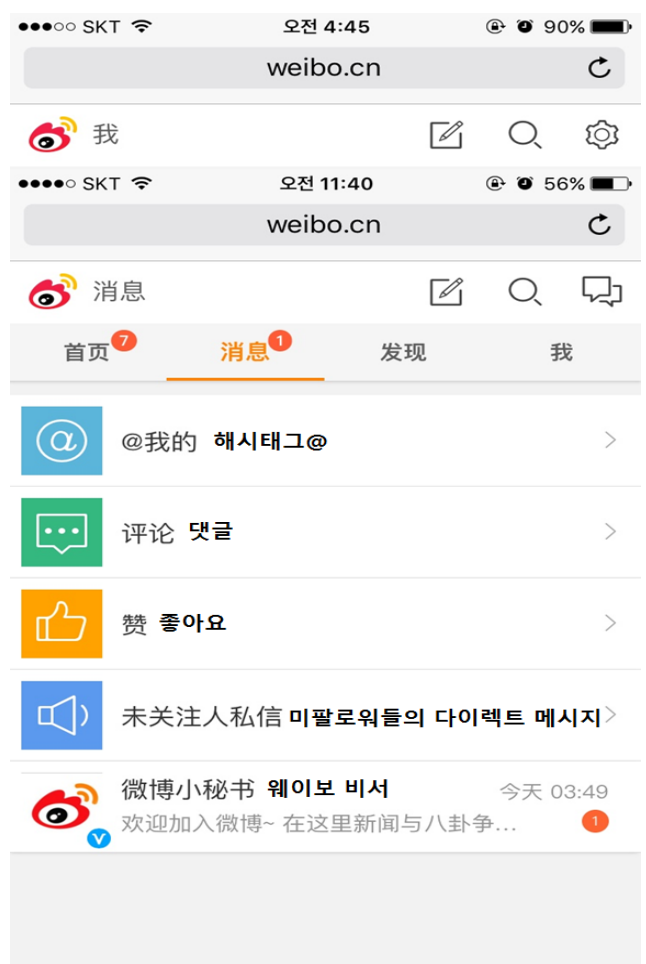
### 웨이보 가입 절차

- 가입자의 국가를 선택하여 전화번호를 기입하고 비밀번호를 적어 주황색의 인증번호 받기를 누르면 인증번호가 문자로 발송됨

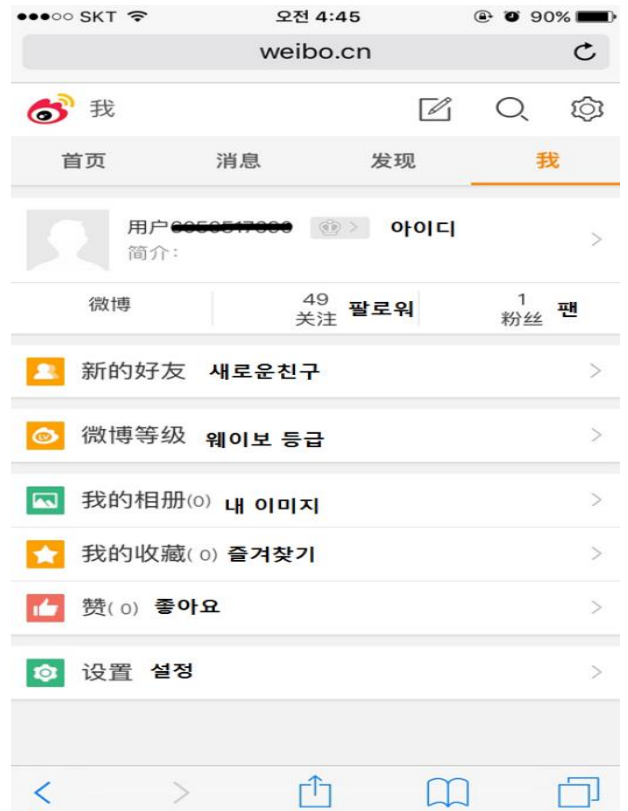


웨이보 가입 절차(출처 : 한국패션협회)

- 이 후 발송된 인증번호를 빈칸에 넣고 주황색의 가입 완료를 누르면 자신의 웨이보 계정이 만들어짐
- 가입된 웨이보 화면의 '홈'에는 다른 사람이나 계정 주인이 올린 게시물이 보이고 '소식'의 페이지에서는 내가 해쉬태그(@)되거나 내가 쓴 댓글, 좋아요, 다이렉트 메시지, 웨이보개인비서(웨이보 공지사항 등을 알려줌) 등을 볼 수 있음
- 찾기 페이지에서는 실시간 인기 계정과 유명인들의 계정을 보여주고, 웨이보 신문, 영화, 음악, 공익사업 등 다양한 콘텐츠들이 있고, 광고와 타인의 사진 게임 등을 찾고 즐길 수 있음
- 내 계정 페이지에서는 내 아이디와 팔로워 수, 게시물 사진, 프로필 변경, 좋아요 누른 현황 설정 등이 가능함
- 최근 국내외 '왕홍 경제'가 주목 받고 있는 시점에 중국시장에 진출하기 위해 중국에서 상용되는 SNS 플랫폼인 웨이보 기본 정의 및 가입절차에 대해서 알아보았으며, 이 후 리포트를 통해 기능 및 활용 방법에 대한 내용을 전달하고자 함



### 웨이보의 기능 설명



[출처] : 아주경제, 네이버



한국패션협회 캠페인!

## ‘명품’의 의미 바로 알고 사용합시다!

명품이란 수십 년 경력의 장인이 정성을 쏟아 손으로 한땀한땀 만든 희귀 제품을 의미합니다. 그러나 어느새 해외 수입브랜드는 밸류 구분 없이 모두 ‘명품’으로 불리고 있습니다. 이에 ‘국산제품은 명품이 아니다’라는 인식의 전환과 우리 브랜드의 명품화, 세계화를 위해서라도 이제부터는 패션관련 종사자 분들이 먼저 자각하고 앞장서야 할 것입니다.

한국패션협회는 오래 전부터 언론과 공식적인 자리를 통해 해외 고가 상품이 곧 ‘명품’이라는 잘못된 생각과 단어 사용의 오류를 지적해 왔으며 지난해 1월에는 공정거래위원회, 산업부, 한국소비자원 등 소비자.유통 주무 부처 및 산하기관에서 장인이 손수 만든 극소수 일부 수입 제품을 제외하고 우리에게 친숙한 대중적인 해외 고가 상품은 ‘명품’이 아닌 ‘럭셔리 브랜드’ 혹은 ‘해외 수입 브랜드’로 부르기로 발표한 바 있습니다. 이에 새로운 용어 확산에 패션인 모두가 동참해주실 것을 부탁드립니다.

사업1본부 크리에이티브 커뮤니케이션팀 이현학 팀장 / 손지은 사원 / 김인휘 사원 / 맹선영 사원  
TEL: 02.460.8364, 8357~9 / FAX: 02.460.8350 / E-mail: kfa@koreafashion.org

### 대한민국 패션 지식 포털사이트 패션넷코리아

산업통상자원부에서 지원하고 한국패션협회가 운영하는 무료 패션지식포털 사이트로  
국내 패션시장 분석 및 대응전략 정보, 패션관련 정부 사업결과물 DB 등을 제공받으실 수 있습니다.  
www.fashionnetkorea.com

FashionNET Korea  
패션넷코리아