

대한민국이 브랜드다
Korea is the Brand

2023 K 포럼

Korea Forum 2023

주최 | 일간스포츠 이코노미스트

후원 | 서울특별시 문화체육관광부 중소기업부

미디어후원 | 이데일리 이데일리 TV

이데일리IM 채널을 만나보세요

ilgan sports
since1969



일간스포츠
@ilgansports

대한민국 스포츠 연예의
살아있는 역사 일간스포츠



E
이코노미스트



이코노미스트
@Economist_Korea

최신 경제 금융 이슈를 한눈에!
이코노미스트



#연예_Entertainment
일간스포츠




페이스북
@isplus1

타임라인으로 보는
스타들의 핫이슈




**일간
스포츠**



인스타그램
@ilgansports_ent

놓치면 후회 할
스타들의 공식 사진맛집



일간스포츠



트위터
@ilgansports

생생한 스타들의 소식을
당일배송!



제1회 K포럼

행사명		2023K포럼(Korea Forum 2023)
슬로건		대한민국이 브랜드다 (Korea is the Brand)
일시		2023년 9월 11일 (월) 10:00~17:20
행사장		JW메리어트호텔서울 5층 그랜드볼룸
주최		일간스포츠, 이코노미스트
후원		서울특별시, 문화체육관광부, 중소벤처기업부
미디어 후원		이데일리, 이데일리TV

Graphic Concept

대한민국의 국가 브랜드 인지도 상승을 이끈 K팝, K드라마 등 한류 콘텐츠를 비롯한 엔터테인먼트와 기업 마케팅 전략의 시너지를 통해 '확장+성장'을 추구하고 궁극적으로 대중과 산업 모두에게 K브랜드의 가치를 높이는 방법을 알려줘 그 영향력의 파장을 극대화하는 것을 의미합니다.

K포럼 비전

K포럼(Korea Forum 2023)은 대한민국 최초 종합 연예 스포츠신문 일간스포츠와 경제전문주간지 이코노미스트가 공동 주최하는 지식 축제입니다. 문화·예술·연예·산업 각 분야의 K브랜드와 K콘텐츠의 활약상을 고찰하여 시의적절한 주제를 제시하고, 각계 각층 리더들과 이론적·실전적 통찰을 공유합니다.



Insight

분야별 리더들의 이론적, 경험적 통찰(Insight) 공유



Agenda

문화, 예술, 연예 분야의 시의 적절한 주제 선정 및 트렌디한 핵심정보의 허브(HUB)를 지향



Networking

국내외 인적, 기관별 네트워킹으로 지식의 DB 구축



Discussion

각 주제에 대한 이해관계자 (정부, 기업, 관여자 등)들 간의 협력과 혁신의 열린 토론무대



곽재선 이데일리M 회장

최근 눈부신 성장을 이룬 한류콘텐츠는 다양한 분야와 융·복합하며 확대 재생산 되고 있습니다. 각계 각층의 기업 및 기관들도 한류 문화를 활용해 강력한 마케팅 시너지를 창출하고 있습니다.

일간스포츠와 이코노미스트는 이러한 트렌드의 중심에서 대중과 마케팅 전문가, 문화 예술인, 기업인의 네트워킹을 통해 새로운 아이디어와 비즈니스 기회를 발굴하고, 지속 가능한 한류의 세계화를 모색하기 위해 제1회 K포럼을 개최합니다.

K포럼은 한류콘텐츠가 연예, 요리, 뷰티 등 다양한 분야와 상호작용하며 창조적인 마케팅 시너지를 형성하는 최신 트렌드를 확인하는 자리가 될 것입니다. 또한 이번 포럼은 주요 기관 및 기업들이 협업을 통해 새로운 비즈니스 기회를 발굴하고 확장할 수 있는 장이 될 것입니다.

한류콘텐츠를 소비하고 향유하고 생산하는 여러분 모두는 한류콘텐츠와 K브랜드의 세계화를 이끌어가는 중요한 일원입니다. 이 포럼은 여러분의 참여와 기여를 통해 더욱 성공적인 결과와 가치를 끌어낼 수 있을 것입니다. 이 포럼이 여러분에게 새로운 영감을 제공하고 성공의 발판이 되기를 진심으로 바랍니다.



시간	구분	프로그램
09:30 ~ 10:00	리셉션	등록 및 리셉션
10:00 ~ 10:20	개회식	[오프닝] [오프닝 공연] 메이트리 아카펠라 그룹 [인사말] 곽재선 이데일리M 회장 [축사1] 오세훈 서울시장 [축사2] 이 특 슈퍼주니어
10:20 ~ 11:20	기조연설(대담)	K가 대한민국의 가치를 높인다. [기조연설1] 정길화 한국국제문화교류진흥원장 [기조연설2] 윤제균 영화감독 [대담 진행] 고규대 이데일리DMC센터장
11:20 ~ 12:20	세션 1 (K콘텐츠)	K콘텐츠를 통한 대한민국 브랜드 세계화 전략 [좌장] 정덕현 문화평론가 [패널1] 이서진 배우 [패널2] 김지연 사이런픽처스 대표 [패널3] 민희진 어도어 대표
12:20 ~ 13:25		점심식사 및 네트워킹
13:25 ~ 13:30	축하공연	[축하공연] 김완혁 with 클라이맥스크루 비보이 그룹
13:30 ~ 14:40	세션 2 (K푸드)	K푸드, 브랜드에 스토리를 입혀라 [좌장1] 송재룡 트레저헌터 대표 [좌장2] 허경환 방송인 [패널1] 양수빈 푸드 크리에이터 [패널2] 김선태 충주시홍보맨 [패널3] 청담언니 푸드·뷰티 크리에이터 [패널4] 이치형 CJ푸드빌 본부장
14:40 ~ 14:50		BREAK TIME
14:50 ~ 15:50	세션 3 (K뷰티)	K뷰티, Z세대 팬덤을 형성하라 [좌장] 송지우 지우컴퍼니 대표 [패널1] 키리마루(kirimaru) 일본 뷰티 크리에이터 [패널2] 이성이 왈라 대표 [패널3] 백아람 누리하우스 대표 [패널4] 김동균 스페셜원메이커스 대표
15:50 ~ 16:50	세션 4 (K아트)	K아트, 콜라보로 비즈니스를 창조하라 [좌장] 김형석 프로듀서 [패널1] 찰스장 팝 아티스트 [패널2] 박민경 글로벌아트어드바이저 [패널3] 명지윤 경남제약스퀘어 팀장 [패널4] 황보라 배우 겸 미술 작가
16:50 ~ 16:55	폐회식	[폐회사] 곽재선 이데일리M 회장
16:55 ~ 17:20	축하공연(K팝)	[축하공연K팝1] BAE173 남자아이돌 그룹 [축하공연K팝2] 클라씨 여자아이돌 그룹

KEYNOTE SPEECH

K가 대한민국의 가치를 높인다

'K'라는 이니셜은 글로벌 시장에서 이제 대한민국, 한국적인 것을 상징하는 글자가 됐다. K드라마, K무비, K예능, K팝을 비롯한 대중문화 콘텐츠를 넘어 국악 등 한국 고유문화를 일컫는 K컬처와 K푸드, K뷰티, K아트 등등 모든 콘텐츠들이 K라는 이니셜을 달고 글로벌 시장에서 한국을 알리고 있다. 그만큼 대한민국은 다양한 분야에서 글로벌 일류로 올라섰다. 정길화 한국국제문화교류진흥원과 대한민국 첫 '쌍천만' 흥행신화를 쓴 영화감독 윤제균이 현재 K 브랜드의 글로벌 위상을 짚고 그 안에서 K콘텐츠(영화, OTT, 드라마, 예능)의 역할 및 정부기관과 현장의 협력을 위한 다양한 방안들을 이야기한다.

[기조연설]

정길화 한국국제문화교류진흥원장
윤제균 영화감독

[대담진행]

고규대 이데일리DMC센터장



QR코드를 통해 기사 전문을
확인하실 수 있습니다

대한민국이 브랜드다
Korea is the Brand

2023K포럼 Korea Forum2023



정길화 원장

한국국제문화교류진흥원 원장이다. 한국국제문화교류진흥원은 문화체육관광부 국제문화교류 전담기관으로 한류 활성화를 지원하고 있다. 정 원장은 MBC에서 30여년 간 시사교양 및 다큐멘터리 프로그램을 제작한 바 있다. 대표작은 '세상 사는 이야기' '인간시대' 'PD수첩' 등이다. 저서로는 '기록의 힘 증언의 힘'(2009), '오징어게임과 콘텐츠혁명'(2022, 공저) 등이 있다. 최근에는 주영한국문화원과 함께 영국 에든버러국제페스티벌에 중점국가로 참여했다.



윤제균 감독

대한민국 영화감독이자 제작자이며 현 CJENM 스튜디오 대표이사다. '국제시장' '해운대' '1번가의 기적' '색즉시공' '두사부일체' 등 흥행작을 이끈 수장으로 대한민국 상업 영화 감독의 대표 주자다. 특히 '국제시장'과 '해운대' 두편이 천만관객을 돌파하며 대한민국 최초 쌍천만 감독으로 영화사에 이름을 올렸다. 제52회 대중상 영화제에서 감독상과 최우수 작품상을 동시에 수상한 바 있다. 고려대학교 경제학과를 졸업하고 LG애드 전략기획실에서 사회생활의 첫발을 내디뎠다.



고규대 이데일리 디지털미디어 센터장

대한민국 언론인으로 이데일리 디지털미디어센터 센터장이다. 현재 한국영화평론가협회 정회원, 한국신문윤리위원회 심의위원, 한국온라인신문협회 집행이사를 맡고 있다. 1990년대 중반부터 영화 등 대중문화 담당기자로 활동했다. 다큐멘터리 외주제작사에서 PD 등을 거쳐 '시사저널사 TV저널' 기자로 언론계에 들어왔다. '중앙M&B 여성중앙' '스포츠 투데이' '스포츠한국' '이데일리' 등에서 대중문화와 순수문화 분야 취재를 맡았다. 코리아 드라마페스티벌 심사위원, 영화진흥위원회 클린옴부즈만 위원, 영상물등급위원회 청소년을 위한 좋은 영화 선정위원 등 다양한 활동에 참여했고, 극동대학교·상명대학교·한국방송 예술진흥원 등에 출강했다.

SESSION 1

K콘텐츠를 통한 대한민국 브랜드 세계화 전략

‘윤식당’ ‘서진이네’ 등 K예능을 통해 한식과 분식 등 K푸드의 맛을 해외에 직접 전한 이서진. 넷플릭스 시리즈 ‘오징어게임’의 세계적인 인기로 한국의 놀이문화를 전 세계에 알린 것은 물론 의상과 소품들까지 상품화로 이끈 김지연 싸이런픽쳐스 대표. 그룹 뉴진스를 데뷔 6개월 만에 빌보드 핫100 차트에 진입시킨 민희진 어도어 대표와 함께 K콘텐츠의 글로벌 성공 전략과 K콘텐츠를 통한 대한민국 및 대한민국 각종 브랜드의 세계화 가능성과 방법을 모색해본다.

[좌장]

정덕현 문화평론가

[패널]

이서진 배우

김지연 싸이런픽쳐스 대표

민희진 어도어 대표



QR코드를 통해 기사 전문을
확인하실 수 있습니다



정덕헌 대중문화평론가

대중문화평론가이자 칼럼니스트. TV나 영화, 대중음악 같은 대중문화 콘텐츠가 반영하는 현실을 분석하는 작업을 해오고 있다. MBC시청자평가원, JTBC시청자위원을 역임했고 이데일리 문화대상, 백상예술대상, 대한민국 예술상 심사위원도 맡아왔다. 각종 방송 활동, 강연 등을 통해 대중문화가 가진 사회적 의미와 가치를 알리고 있으며, 무엇보다 '공감'이라는 키워드로 세상을 바라보고 이해하고 소통하려 노력하고 있다. 저서로 '드라마 속 대사 한 마디가 가슴을 후벼팠 때가 있다', '다큐처럼 일하고 예능처럼 신나게', '웃기는 레볼루션'(공저) 등이 있다.



이서진 배우

뉴욕대학교 경영학과 출신으로 대한민국의 배우이며 최근에는 다양한 예능에서도 활약 중이다. 1999년 드라마 '파도 위의 집'으로 데뷔했으며 2003년 MBC 드라마 '다모'가 불멸의 히트를 기록한 이후 '불새' '이산' '결혼계약' 등 후속 작품들이 잇달아 성공하며 최우수연기상을 3회 수상했다. 그 후 드라마뿐 아니라 '꽃보다 할배' '삼시세끼' '윤식당' '윤스테이' 등의 예능 시리즈가 꾸준히 사랑받으며 한류 콘텐츠 인기에 견인차 역할을 하고 있다.



김지연 싸이런픽처스 대표

대한민국 영화제작자다. 싸이더스 기획 마케팅실 근무로 시작해 이후 싸이런픽처스를 설립하고 '남한산성' '도굴' '오징어게임 시즌1'을 제작했다. 현재는 퍼스트맨 스튜디오의 공동 대표(황동혁, 김지연)로 '오징어게임2'를 제작 중이다. 2017년 아버지 김훈 작가의 소설을 영화로 옮긴 '남한산성'을 제작해 이름을 알렸다. 2020년 영화 '도굴' 제작 후, 드디어 2021년 황동혁 감독과 넷플릭스 오리지널 한국 드라마 '오징어게임'을 제작하게 된다. '오징어게임'은 전 세계가 열광하는 신드롬을 일으켰고, 2022년 제74회 에미상 시상식에서 드라마 부문 감독상과 남우주연상(이정재) 등 6관왕에 오르며 비영어권 드라마 최초 에미상 수상 기록을 작성했다. 김지연 대표는 2022년 제58회 백상예술대상 TV부문 대상과 대한민국 대중문화 예술상 국무총리 표창을 받았다.



민희진 어도어 대표

하이브 산하 레이블 어도어(ADOR)의 대표다. 레이블의 전략 및 운영 전반을 총괄하고 있다. 민희진 대표는 지난 20년간 아이돌 그룹의 비주얼 아트 디렉터, 크리에이티브 디렉터로 일하며 이름을 알렸다. SM엔터테인먼트에서 소녀시대, 샤이니, f(x), 엑소, 레드벨벳 등이 민희진 대표의 손을 거쳐 갔다. 그는 이들의 혁신적인 브랜딩을 성공시키며 K팝의 선구자라는 평가를 받았다. 또한 기존 K팝 시장에 새로운 음악과 비전을 제안하고 싶은 열망이 있었고, 2022년 7월 그가 제작한 어도어 소속 첫 걸그룹 뉴진스가 탄생했다. 한편 민희진 대표는 2019년 CBO로 합류하며 하이브와 인연을 맺었다. 당시 하이브 리브랜딩과 신사옥 공간 디자인을 그가 총괄했다. 2021년 레드닷 디자인 어워드에서 브랜드&커뮤니케이션 부문 본상을 수상했다.

SESSION 2

K푸드, 브랜드에 스토리를 입혀라

푸드(음식)에는 스토리가 있다. 푸드 자체가 갖고 있는 역사가 스토리고 각 개인이 갖고 있는 푸드에 대한 추억도 스토리다. 그 스토리는 정보는 물론 감동까지 담아 대중에게 푸드를 각인 시킨다. 여기에 기반한 K푸드의 전략을 살펴본다. ‘허닭’ 브랜드를 론칭하고 입지를 키워온 방송인 허경환과 CJ푸드빌 이치형 본부장, 송재룡 트레저헌터 대표, 크리에이터 양수빈과 청담언니 등이 참여한다. 충주시 홍보맨이라는 예명으로 크리에이터 활동을 하고 있는 충주시청 김선태 주무관도 참여해 지역 특산품을 어떻게 홍보했는지도 소개한다.

[좌장]

송재룡 트레저헌터대표

허경환 방송인

[패널]

양수빈 푸드 크리에이터

충주시홍보맨 김선태 주무관

청담언니 푸드·뷰티 크리에이터

이치형 CJ푸드빌 본부장



QR코드를 통해 기사 전문을
확인하실 수 있습니다

2023K포럼 Korea Forum2023



송재룡 트레저헌터 대표

대한민국 기업인이다. 트레저헌터 대표이사이며 K-콘텐츠크리에이터연합회 회장을 맡고 있다. 트레저헌터는 크리에이터가 중심이 되어 미디어 콘텐츠 시장을 선도하는 글로벌 MCN 기업이다.

서울대학교에서 언론정보학을 전공하고 CJ ENM 방송콘텐츠부문 MCN사업팀 팀장을 거쳐, 한국MCN협회 부회장을 역임했다.



허경환 방송인

대한민국 코미디언 겸 사업가다. KBS 22기 공채 개그맨으로 데뷔해 '개그콘서트'에 출연했다. '거지의 품격', '꽃보다 남자', '네가지' 등 주요 작품에서 수많은 유행어를 만들며 대중에게 알려졌다. 이후에도 다재다능한 예능감과 훌륭한 외모로 높은 인기를 유지하며 각종 프로그램에서 활약 중이다.

2010년 '허닭'이라는 브랜드로 오픈한 닭가슴살 및 치킨 전문 쇼핑몰 사업도 성공적으로 이끌었다.



양수빈 푸드 크리에이터

유튜브 구독자 286만명인 크리에이터다. 독보적인 먹방 콘텐츠를 선보이며 꾸준한 사랑을 받았다. 메이크업과 패션, 음악 커버까지 가능한 다재다능한 크리에이터다. 최근 50kg 이상 다이어트에 성공하며 운동 콘텐츠를 제작 중이다.

국내뿐만 아니라 태국에서도 유명인과 함께 라이브를 진행하거나 CF 촬영, 팬미팅을 하는 등 인기가 좋은 글로벌 크리에이터다.

2세션 (K푸드)



충주시홍보맨 김선태 주무관

대한민국 공무원으로 충주시청 홍보담당관 주무관이다. 충주 시장의 지시로 '충주시' 유튜브 채널을 운영하기 시작했고, '충주시홍보맨'이라는 예명으로 활동하고 있다. 2022년 충주시에서 유튜브 운영 전문관에 임명됐다. 현재 '충주시' 채널의 구독자 수는 40만명을 넘어섰다. 충주 시민의 수인 20만 7000여명의 두배 가까운 숫자다.



청담언니 푸드·뷰티 크리에이터

대한민국의 여성 유튜버다. 본명은 조경애. 유튜브 요리계정은 '청담언니'이며 메이크업 계정은 '화장하는 청담언니'이다. '청담언니'의 구독자수는 288만명, '화장하는 청담언니'는 68만명으로 두 채널을 합쳐 구독자 수는 350만명이 넘는다. 전 슈에무라 수석아티스트 출신이며 오페라 분장 감독 경력도 있다. 현재는 청담언니 속눈썹으로 유명한 '에스티 청담뷰티'의 대표이다.



이치형 CJ푸드빌 본부장

대한민국의 기업인으로 CJ푸드빌 글로벌 사업본부장이다. CJ그룹에서 23년간 식품, 식품서비스(베이커리, 커피 프랜차이즈) 사업을 경험해 왔고 현재 K베이커리 뚜레쥬르 사업을 미국, 아시아 글로벌 시장에서 확장해 나가고 있다. 한류(K-WAVE), K푸드 발전과 더불어 또 다른 분야인 K베이커리는 어떻게 글로벌 마켓에서 진화하고 발전해 나가고 있는지, 팬데믹 전후로 글로벌 현장을 다니면서 접한 생생한 모습을 중심으로 재미있게 사례를 소개하고 글로벌 베이커리 전략의 성공법칙을 제시하고자 한다.

대한민국이 브랜드다 Korea is the Brand

TORRES
EVX

2023. 9. 20. 출시



SESSION 3

K뷰티, Z세대 팬덤을 형성하라

K뷰티의 글로벌 영향력 확대를 위한 기반은 MZ세대 사이에서 인지도를 확보하는 것이다. 뷰티업계에서 인지도 제고를 위해 많이 써온 전통적인 방법은 M세대를 겨냥한 TV와 잡지 등을 통한 광고다. 그런데 M세대와 달리 Z세대들은 그런 매체들보다는 SNS, 유튜브 등 개인의 특성에 맞춘 채널들을 놀이터로 활용한다. Z세대에게 익숙한 뷰티 인플루언서, 뷰티 유튜버들을 통해 K뷰티가 Z세대 팬덤을 형성할 수 있는 방법을 제시한다.

[좌장]

송지우 지우컴퍼니 대표

[패널]

키리마루(kirimaru) 일본 뷰티 크리에이터

이성이 왈라 대표

백아람 누리하우스 대표

김동균 스페셜원메이커스 대표



QR코드를 통해 기사 전문을
확인하실 수 있습니다

2023K포럼 Korea Forum2023



송지우 지우컴퍼니 대표

대한민국의 기업인으로 지우컴퍼니 대표이사다. 시장분석, 고객분석, 제품기획, 개발, 마케팅, 판매, 유통에 대한 데이터수집, 분석, 마케팅 활용의 전문가다. 기업의 매출 컨설팅, 이커머스 플랫폼 운영, 데이터 기반 매칭 서비스 및 OEM개발, 광고 등을 진행하고 있다. 2020년부터 인플루언서 기반의 커머스 비즈니스를 본격화했다. 고려대학교에서 MIS를 전공했다.



키리마루(kirimaru) 일본 뷰티크리에이터

일본의 뷰티 크리에이터이자 사업가다. 유튜브와 인스타그램 등 SNS에 주로 화장품과 패션 관련 콘텐츠를 공개하고 있다. 최근에는 일본의 미디어(TBS/OBS 등)에도 다수 출연하고 있다. 간호사 출신으로 귀여운 외모와 여성들의 공감대를 얻는 사고방식이 큰 호응을 얻으며 유튜브 채널 개설 1년 만에 구독자 50만 명이 넘는 기록을 수립했다. 2021년 발행한 스타일북은 아마존 랭킹 1위를 차지했다. 현재는 Qoo10(글로벌 종합 EC몰) 엠베서더를 맡아 VT, TIRTIR, 바닐라코 등의 인기브랜드와 '키리마루 콜라보 박스'를 발매했다. 코스메틱 브랜드 '마이로인크'(myroink)와 의류 브랜드의 프로듀서로도 활동하고 있다. 최근에는 크리에이터 매니지먼트 사무소를 설립하는 등 사업가로도 활약 중이다.



이성이 왈라 대표

대한민국 차세대 글로벌 K컬처 브랜드를 이끌어갈 왈라(WALA Inc) 대표를 맡고 있다. '왈라랜드'라는 K컬처 라이프스타일 플랫폼을 통해 K파워를 전세계에 널리 알리는 역할을 하고 있다. 이탈리아 밀라노에서 패션을 공부하고 15년간 패션업에 종사한 전문가다. 한중 국제협력상회 패션&디자인 한국 파트너사 겸 스페인 K.비주얼 매거진 한류콘텐츠 공급사다. 2021 한국브랜드대상 여성디자이너 부문을 수상하였다.

3세션 (K뷰티)



백아람 누리하우스 대표

대한민국의 벤처 창업가다. 누리하우스를 창업했다. K뷰티 산업에서 브랜드 개발, 크로스보더 커머스, 뉴미디어 콘텐츠 개발을 해왔으며 현재는 글로벌 크리에이터 커뮤니티인 누리라운지와 K뷰티 해외 진출 솔루션인 누리그라운드를 통해 크로스보더 시장에서의 새로운 도전을 진행하고 있다. 서울시립대학교 국제관계학과를 졸업했다.



김동균 스페셜원메이커스 대표

국내 브랜드의 글로벌 진출 원스톱 솔루션 서비스를 제공하는 회사인 '스페셜원메이커스'의 대표다. 트레저헌터 동남아시아 총괄 법인장을 역임하고 있으며, 동남아 1인 미디어 마케팅 및 미디어커머스 전문가다. 2023년에는 아세안 리테일체인 프랜차이즈 연맹의 한국지사장으로도 선임됐다. 스페셜원메이커스는 2020년 창업한 스타트업이다. '브랜드 에그리게이터'라는 사업모델로 해외진출에 어려움을 겪고 있는 국내 중소기업 및 브랜드를 지원하고 있다. 현재 100개 이상의 K뷰티, 패션 브랜드의 동남아 시장 진출 및 유통 판매를 진행하고 있다. 경희대학교 프랑수어과를 졸업했으며, 말레이시아&인도네시아에서 현지 레이블과 계약해 아티스트로 활동한 이력도 있다.

대한민국이 브랜드다 Korea is the Brand

WALALAND

한류스타, 유명 셀럽들의 패션 아이템 정보를,
패션과 이미지 AI 기술이 접목된 새로운 플랫폼
쇼핑, 그 이상의 것을 만나보세요



A NEW PLATFORM THAT COMBINES
FASHION AND AI, WALALAND

SESSION 4

K아트, 콜래보로 비즈니스를 창조하라

이제는 예술과 문화-브랜드-기술의 접목 시대다. 미술은 고급 장르라는 이미지를 넘어 MZ세대를 중심으로 대중에게 보다 친숙하게 다가가고 있다. 셀럽들의 작품 활동과 기업들의 캐릭터 사업이 그 중심에 있다. 또한 아티스트들의 브랜드 콜래보레이션 사례는 세계화로 나아가는 K아트의 주요 성과다. 세계적인 역량을 갖춘 젊은 문화예술인들과 시너지를 낼 수 있는 미래지향적인 마케팅 비즈니스를 모색한다.

[좌장]

김형석 프로듀서

[패널]

찰스장 팝 아티스트

박민경 글로벌아트어드바이저

명지윤 경남제약스퀘어 팀장

황보라 배우 겸 미술 작가



QR코드를 통해 기사 전문을
확인하실 수 있습니다

2023K 포럼 Korea Forum2023



김형석 프로듀서

대한민국의 대표 음악 프로듀서다. 아트팩토리 및 노느니특공대 대표를 맡고 있다. 1300여곡을 작곡했고 예능, 영화 등 활동도 하고 있다. 2017년 12월 14일 중국에서 열린 '한·중 수교 25주년 기념 공연'(한·중 문화교류의 밤) 예술감독으로 참여했고, 2018년에는 평양에서 열린 남북정상회담의 문화 대표단 일원으로 방북했다. 또한 프랑스 칸에서 열리는 세계 최대 음악 산업 컨퍼런스 '미뎀'의 연설자로 초청받아 빌보드 아시아 지사장 롭 슈월츠와 함께 연설을 진행했다. 국내외 문화산업 전반에 기여하며 활발한 활동을 이어가고 있다.



찰스장 팝 아티스트

대학시절 그래피티 활동을 하며 스트리트 아트에 많은 영향을 받았다. 호주, 캐나다, 유럽, 동남아 등을 여행했으며, 원주민 미술의 영향도 받았다. 기존의 만화 캐릭터를 작가의 감정을 통해 새로운 이미지로 보여주는 감각적인 작업을 한다. 로봇 태권브이 작품과 해피하트 시리즈로 많이 알려져 있다. 국내외에서 평면작업, 콜라보레이션, 스트리트 아트, 전시기획 등 다양하게 대중과 소통을 진행하고 있다. 삼성 '갤럭시 노트'의 TV광고에 출연하고, 인기 가수 조권, 아이돌 그룹 빅스(VIXX), 한국도자기 그리고 패션 브랜드 페르쉐를 비롯한 기업들과 다양한 협업을 하는 등 젊은 아티스트의 대표주자로 활발히 활동하고 있다.



박민경 아트디렉터&어드바이저

뉴욕-홍콩-서울을 주 무대로, 세계 최대 아트 페어인 아트바젤을 비롯해 BMW 본사 아트 프로젝트를 리드했으며, 현재도 글로벌 기업의 아트 프로젝트 및 컨설팅, 강의를 활발하게 진행하고 있다. 갤러리나 미술관의 전략 컨설팅이나 기업/개인의 컬렉션 운영 관련 자문, 글로벌 경매사 업무도 지원하고 있다. 미술 전문지 기고 등 미술생태계 내에서 다양한 경력을 보유했다. '컬렉터 스쿨'도 운영 중이다. 뉴욕 크리스티 대학원에서 미술사& 미술 시장 역사로 석사를 취득했다.

4세션 (K아트)



명지윤 경남제약스퀘어 팀장

경남제약스퀘어 홍보팀장으로 재직 중이다. 루엘, 헤리티지 뮤인, 더네이버 등 멤버십 매거진 마케터 출신으로 폭넓은 경험을 쌓아왔다. BMW KOREA의 새로운 브랜드 캠페인 일환인 clubBornBOLD 시즌1 멤버로 누구나 가지고 있는 내면의 우아함과 동시에 강인함을 발견하고 '더욱 나답게' 살아가자는 메시지를 온, 오프라인을 통해 대중에게 전달하고 있다. 경남제약 공식 마스코트 레몽 x 페이머스 소다 콜라보레이션을 기획해 전국 편의점에 론칭, 가상의 NFT 캐릭터를 실물 경제와 매칭해 대중에게 익숙하고 친근한 이미지를 심어주고 최근에는 레모나 핑크 하이볼 X 찰스장 해피 하트 에디션을 세븐일레븐 독점 론칭하는 등 아트 콜라보레이션을 활용한 브랜드 마케팅을 활발하게 전개해나가고 있다.



황보라 배우 겸 미술 작가

대한민국의 배우다. 동국대학교 연극영화학과를 졸업하고 2003년 SBS 10기 공채로 데뷔해 2007년 부산영화평론가협회상 여우신인상, 디렉터스 컷 어워즈 여자 신인연기자상을 받으며 주목을 받았다. 이후에도 폭넓은 연기 스펙트럼과 발랄한 이미지로 드라마, 영화뿐 아니라 각종 예능 프로그램에서 맹활약하고 있다. 평소 타고난 패션 센스와 남다른 감각으로 잘 알려진 황보라는 대표적인 연예인 화가이기도 하다. SBS 전국민 아트 챌린지 캠페인 '그리고 캠페인'에 참여해 코로나19 시기 많은 이들에게 희망을 전했으며 2019년 K-슈퍼코리아 아트페어에 낸시랭, 윤송아 등과 함께 연예인 작가로 출품도 했다. 또한 베르나르 뷔페 작가 전의 오디오 가이드 녹음으로 홍보대사 활동을 하는 등 대중과 친숙한 행보를 이어가고 있다.

대한민국이 브랜드다 Korea is the Brand

CELEBRATORY STAGE

한류의 도약

[오프닝 공연]

메이트리 아카펠라 그룹

한류의 열정

[축하공연]

김완혁 with 클라이맥스크루 비보이 그룹

한류의 새로운 도전

[축하공연K팝]

BAE173 남자 아이돌 그룹

클라씨 여자 아이돌 그룹

축하공연



메이트리 MayTree

대한민국의 아카펠라 그룹이다.

멤버는 장상인, 강수경, 김원중, 임수연, 권영훈 다섯명이다. 유튜브 채널 '메이 트리'에서 갤럭시, 아이폰, 윈도우, 디즈니 등 효과음을 아카펠라로 보여주는 콘텐츠로 많은 인기를 끌고 있다.

넷플릭스 시리즈 '오징어게임'의 등장 음악을 커버한 영상은 단 2주만에 4500만 조회수를 달성했고 40여일 만에 1억회를 기록했다. 이후 2억 뷰 이상 달성했다. 현재 580만명 구독자를 보유하고 있다. '너의 목소리가 보여' '아메리카 갓 탤런트' 등 각종 프로그램에 출연할

때마다 호평과 함께 큰 인기를 이어가고 있다.

모스크바 아카펠라 페스티벌 2위, 세계합창올림픽 팝 부문 금메달, 재즈 부문 금메달을 수상했다.



김완혁 with 클라이맥스크루

김완혁은 한 다리로 춤을 추는 비보이다. 2013년 사고로 오른쪽 다리를 잃은 것이 고등학교 때 포기한 비보잉을 다시 시작하는 계기가 됐다.

현재 가장 활발히 활동하는 장애인 스트리트 댄서 이면서 2020년부터는 파라스타 엔터테인먼트에서 모델 활동을 겸하고 있다. 우리금융그룹 '우리 동네 선한 가게', 애플루트 보드카 'WE CELEBRATE TOGETHER' 등의 CF에 출연했으며 SBS '놀라운 대회 스타킹', KBS '사랑의 가족' 등 다수 TV 프로그램에도 출연했다.

비보이 클라이맥스크루는 김완혁이 비

장애인 시절부터 함께 활동하고 있는 고향 강원도 원주의 대표 비보이 팀이다.

2008년 창단돼 공연, 교육, 기획, 뮤지컬 등 다양한 활동을 하고 있는 팀으로 역동적인 군무와 화려한 기술을 선보이는 예술 단체다. 2016년 대한민국장애인예술경연대회 스페셜K 어워즈 '명예대회장상', 2018년 원주 다이내믹 댄싱카니발 스페셜일반부문 최우수상(1위) 등을 수상했다.



만의 영역을 구축하는데 성공했다.

BAE173

2020년 11월에 가요계에 첫 발을 내 디딘 BAE173은 제이민, 한결, 유준, 무진, 준서, 영서, 도하, 빛으로 구성된 남자 아이돌 그룹이다.

매 앨범마다 다양한 장르의 음악과 독보적이면서도 실험적인 콘셉트로 폭넓은 음악적 스펙트럼을 담아내며 '실력돌'로 우뚝 섰다.

JTBC '피크타임'에서 팀 13시로 출연해 수준급 무대를 선보였다.

특히 완성도 높은 퍼포먼스로 국내외 팬들에게 존재감을 각인시키며 자신들

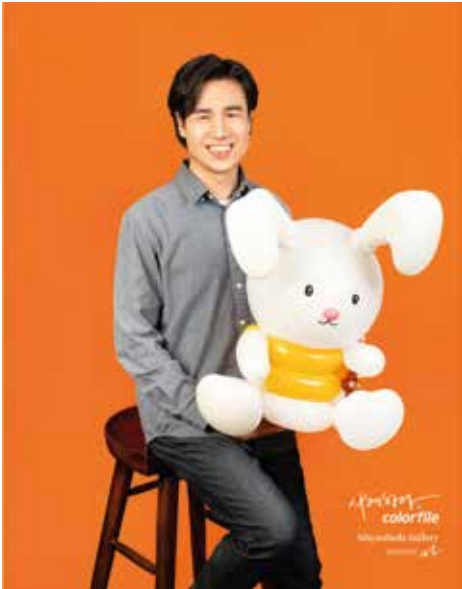


클라씨

MBC 걸그룹 오디션 프로그램 '방과후 셀럼'에서 선발돼 2022년 5월 5일에 데뷔한 7인조 걸그룹(지민, 선유, 형서, 혜주, 리원, 보은, 채원)이다. 팀명 클라씨 (CLASS:y)는 사전적 뜻(품격 있는) 외에도 '수업(방과후 셀럼)을 끝냈다'는 의미의 'CLASS'(class is over), 새로운 챕터의 의미를 부여한 ':'(콜론), 같은 K팝이지만 차원이 다른 클라씨의 음악을 즐겨보자는 제안의 의미를 담은 'Why (=y) don't we enjoy same but different music of CLASSY?'를 결합한 것으로, 오디션의 벽을 넘어섰으니 차원이

다른 음악으로 전 세계의 K팝 팬들을 사로잡겠다는 포부가 담겼다. 뛰어난 가창력으로 4세대 라이브 원톱이라고 불리는 클라씨는 음악 방송뿐만 아니라 각종 예능은 물론 MC 등 따로 또 같이 다양한 분야에서 역량을 넓히며 활동 중이다.

작품소개



고홍석 Ko Hongseok

그가 설치하는 풍선작품 만큼이나 거대한 스케일의 희망을 선물하는 공기조각가

K-花 - 재료 : 풍선, 공기
- 규격 : 가변크기

고홍석은 풍선과 공기를 재료로 공기조각가로 활동하고 있다. 시각장애를 갖고 있는 작가는 손의 감각에 의지해 풍선을 활용한 작업을 시작하게 되었고 눈으로 볼 수 없고 만질 수 없는 공기의 특성상 한시적일 수밖에 없는 작업이지만 작업과정 자체를 퍼포먼스적으로 승화시켰다.

K-화(花)는기하학적 형태인 원의 구도로 원이 주는 안정, 포용, 집중 등 시각적 느낌과 무한하고 완전한 순환의 의미를 담고 있습니다. 원은 세계를 상징하며 전세계에 K문화가 꽃을 피우는 문화 황금시대를 형상화 하였습니다. 원의 구도와 함께 공기조각가 고홍석의 시그니처 캐릭터인 애플바니와 애플베어는 독특한 개성과 아름다움을 표현하며 작품에 활력을 더해줍니다.

찰스장 팝 아티스트

해피하트 Happyheart

해피하트 캐릭터는 무한긍정의 상징입니다. 또한 뜨거운 열정을 가진 심장을 표현합니다. 어떠한 어려움과 역경도 열정과 호기심으로 즐거움으로 승화시키는 K콘텐츠와도 닮아있죠. 대한민국의 역사는 많은 어려움이 존재했지만 K문화로 한국의 매력을 아름답게 피워냈습니다. 찰스장 작가는 해피하트 캐릭터를 통해 전세계 사람들에게 K문화의 무한긍정 에너지와 열정적인 도전 정신을 전달하고 싶어합니다.



- 재료 : 공기풍선



Think Globally, Act Locally

K브랜드의 글로벌 브랜딩 전략 파트너

(주)로보앤컴퍼니는 기업 디자인 파트너 및 경영 컨설팅 회사로, 디자인 사고를 토대로 기업의 지속 가능한 성장을 촉진하며 창의적인 문제 해결 방법을 제안합니다. 우리는 깊은 인간 이해와 공감을 바탕으로 산업 본질을 깊이 파악하며 조직의 서비스, 경험, 문화, 비즈니스 가치를 혁신적으로 재창조합니다. 또한 더 나은 삶과 지속 가능한 미래를 위해 각 분야별 전문가들과 협력하여 문제 분석과 솔루션 도출에 창의적이고 아티스틱한 감성을 접목시켜, 글로벌 시장을 선도하고 혁신을 주도하는 미래 비전을 제시합니다.

함께하는기업

후원



서울특별시



문화체육관광부



중소벤처기업부

함께하는기업

WALALAND lovo



TALENTEC
PEOPLE
CARING

ACEMAKER
MOVIE WORKS

KG MOBILITY

KG Mobilians

KG Inicis

HOLLYS



삼청동 에그롤
히려도 팬참아



닥터쁘띠의원
DOCTOR PETIT

+ LA PIERRE DU SOLEIL +

경남제약스퀘어 | 주
Kyung Nam Square.Co.,Ltd.

LEMONA

nutseline™

AFTERLAB

iColors

ABLEC&C

CREATOR

FOR

YOUTH

ALL FREE
CONCERT



+ 더보이즈



+ 브브걸



+ 10CM

2023 7th
대한민국
청년의날
FESTIVAL



+ 최예나



+ 엑신



+ 루네이트



+ 브라이언 체이스

여의도공원 문화의 마당

2023.09.16 sat 10:00~21:00

DAY

2023 K포럼

대한민국이 브랜드다
Korea is the Brand



K포럼 홈페이지 바로가기
kf.isplus.com/2023