

‘1분 드라마’ 열풍에… 국내기업도 숏폼 인프라 구축 ‘속도’

中 첫 숏폼 드라마 ‘80년대 계모’ 1억위안 이상 수익… 가능성 입증 세로화면 최적화·빠른 전개 ‘특징’ 韓, 블루오션 단계… 진입 본격화 KT스튜디오지니, 숏폼 인프라 구축 왓차, ‘숏차’ 론칭… 제작 드라마 공개

숏폼(Short-Form·微短劇, 웨이판 쥐) 드라마가 OTT 미디어 업계의 ‘메기’로 떠올랐다.

숏폼 드라마는 편당 1~3분 이내의 짧은 러닝타임을 특징으로 하며, 기존 드라마에 비해 간결하고 빠른 전개를 특징으로 한다. 웹드라마나 유튜브 드라마와 달리 짧은 편수들이 이어져 하나의 시리즈를 구성한다는 점에서 차별화된다.

17일 〈메트로경제신문〉 취재를 종합해보면 중국에서 처음 등장한 숏폼 드라마가 큰 인기를 끌며 한국으로 유입되는 가운데, 이를 겨냥한 생성형 AI 기반 제작 툴 시장도 함께 확대되고 있다.

2023년 중국에서 처음 공개된 숏폼



편당 1~3분에 불과한 숏폼 드라마가 중국에서 폭발적인 인기를 끌고 한국에 상륙했다. KT 등 기업들은 숏폼 드라마 시장 진출을 서두르고 있다. /김서현 기자

드라마 ‘80년대 계모’(제작자 미미 명)는 1억위안 이상의 수익을 올리며 시장 가능성을 입증했다.

숏폼 드라마는 회당 러닝타임이 1~3분에 불과하고, 전체 시리즈는 보통 100화 안팎으로 구성된다는 점이 특징이다. 모바일 세로 화면(9:16 비율)에 최적화되어 있으며, 짧은 시간 내 콘텐츠 소비에 특화돼 있다.

권선징악이 명확하고 전개가 빠른

‘사이다’ 드라마가 주를 이루며, 강한 반전과 갈등 구조를 통해 시청자의 감정 몰입을 유도한다.

중국인터넷네트워크정보센터(CNNIC)가 지난 1월 발표한 ‘제55차 중국 인터넷 발전 상황 통계 보고서’에 따르면, 2023년 숏폼 드라마 시장 규모는 전년 대비 34.9% 성장한 504억4000위안(약 9조6000억원)에 달했다.

시청자 수 역시 압도적이다. 2024년

12월 기준, 중국 숏폼 드라마 시청자는 6억6200만명으로, 이는 전체 인터넷 이용자의 59.7%에 해당한다. 이는 온라인 음식 배달 이용자 수(5억9200만명)보다 많은 수치다.

현재 한국은 숏폼 드라마 시장이 이제 막 형성되기 시작한 블루오션 단계다. 중국 숏폼 드라마는 북미와 동남아 시장에서 먼저 확산됐으며, 현재는 북미에서도 자체 제작이 활발히 이루어지고 있다.

한국은 지난해 말, 드라마박스(Dramabox), 넷숏츠(NetShort) 등 주요 플랫폼이 한국어 자막을 지원하기 시작하면서 본격적인 시장 진입 단계에 접어들었다.

국내 기업들은 크게 숏폼 콘텐츠 제작 인프라를 구축하려는 기업과 실제 드라마 제작에 뛰어드는 기업으로 나뉜다.

KT는 기존 IPTV 기반 유료방송 시장의 성장 한계를 극복하기 위해 숏폼 콘텐츠 시장 진출을 본격화하기로 했다. KT스튜디오지니를 ‘숏폼 전문 스튜디오’로 포지셔닝하고, AI 기반 제작

인프라를 구축 중이며 국내의 주요 플랫폼과 약 20편의 공동제작을 협의 중이다.

왓차도 숏폼 드라마 전용 플랫폼 ‘숏차’를 론칭하고, 이달 초 첫 자체 제작 드라마인 ‘러브매직 흥시BAR’를 공개했다. 서울경제진흥원(SBA)와 함께 ‘2025 SBA×왓차 숏폼 드라마 제작지원’ 사업도 함께 진행하고 있다.

전문가들은 숏폼 드라마 시장을 K-콘텐츠가 진화할 수 있는 중요한 기회로 평가하며, 관련 법률·경제적 지원과 AI 기술의 적극적인 개발 및 활용, 글로벌 경쟁력을 갖춘 해외 플랫폼과의 연계 등이 필요하다고 조언한다.

오창학 광운대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수는 “숏폼 드라마 제작은 주로 OTT 플랫폼과 독립 제작사들에 의해 이뤄진다”며 “중국 드라마처럼 자극적이고 극단적인 전개보다는, K-드라마 특유의 감성적 스토리텔링과 몰입도 높은 연출력을 숏폼 포맷에도 적용할 수 있다”고 강조했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

SKT-아이온큐, 양자사업 협력 본격화

양자 협력 대한 후속논의 진행
퀀텀 네트워킹, 양자보안 ‘관심’
양자컴퓨터까지 파트너십 확대 가능성

SK텔레콤이 미국의 양자컴퓨터 기업 아이온큐(IonQ)와 함께 양자 사업 관련 양자 간 협력을 논의하는 자리를 가졌다고 17일 밝혔다.

이날 서울 을지로 소재 T타워에서 열린 양자의 회동에는 IonQ의 피터 채프먼 이사회 회장, 토마스 크레이머 최고 재무책임자(CFO), 필립 파라 기업 및 전략 제휴 담당, 진재형 한국지사장 등이 참석해 유영상 CEO를 비롯한 SKT 주요 관계자들과 만났다.

SKT는 지난 2월 AI·양자 시대 준비를 위해 아이온큐와 지분교환을 포함한



17일 서울 을지로 SKT 본사에서 유영상 SKT CEO(왼쪽)와 피터 채프먼 아이온큐 이사회 의장이 기념 사진을 촬영하고 있다. /SKT

전략적 제휴를 체결한 바 있으며, 이번 회동은 양자 협력에 대한 후속 논의를

위해 진행됐다.

회동을 통해 SK텔레콤과 아이온큐는 퀀텀 네트워킹, 양자보안 등의 영역에 양자가 동일한 관심을 갖고 있음을 다시 한 번 확인했으며, 해당 영역에 대한 협력을 꾸준히 강화·발전시키기로 했다.

또한, 양자 협력을 기반으로 SKT가 보유한 양자보안 사업 관련 여러 관·기업과의 파트너십을 양자컴퓨터까지 확대할 가능성도 함께 점검했다.

유영상 SKT CEO는 “아이온큐와의 협력은 SKT가 양자보안뿐 아니라 양자컴퓨터까지 사업 영역을 확장할 수 있는 기회”라며 “SKT는 앞으로도 시장을 선도하기 위한 투자와 협력을 지속해 나갈 것”이라고 말했다. /김서현 기자

LG CNS, 美 ‘스마트시티 인프라 조성’ 계약

뉴욕·호컨스빌市 등 글로벌 시장진출
전기차 충전소·스마트 가로등 구축

AX(인공지능 전환) 전문 기업인 LG CNS가 미국 뉴욕시, 조지아주 호컨스빌시와 스마트시티 인프라 조성 사업 계약을 연달아 성사시키며 글로벌 공공 시장 진출에 박차를 가하고 있다.

LG CNS는 최근 뉴욕시 경제개발공사와 ‘전기차 충전소 및 관제 시스템 구축 파일럿 프로젝트’ 계약을 체결했다고 17일 밝혔다. 이번 계약은 뉴욕시 산업단지인 ‘브루클린 아미 터미널’의 전기차 충전소 구축·운영을 위한 것이다.

이와 함께 LG CNS는 브루클린 아미 터미널에 실시간 에너지 사용 데이터를 확인할 수 있는 총·방전 관제 시스템과 앱을 설치해 운영한다. 사용자는 앱을

통해 충전 상태를 점검하고 충전소 예약, 충전소 내 실시간 빈 자리 확인 등 다양한 서비스 이용이 가능하다.

LG CNS는 사물인터넷(IoT) 기술을 기반으로 공장이나 건물 내에 있는 다양한 설비를 감시하고 제어하는 자체 스마트시티 플랫폼 ‘시티허브 빌딩’을 관제 시스템으로 활용한다. 각종 센서의 원격 제어를 통한 시설물 고장 여부나 건물의 전력 사용량을 실시간 모니터링할 수 있으며, 건물 내 디지털 사이니지를 통한 디지털 콘텐츠 운영도 가능하다고 회사 측은 덧붙였다.

향후 LG CNS는 뉴욕시에 레벨3에 해당하는 초고속 충전기와 에너지 저장 장치를 공급하는 사업도 진행할 계획이다.

이와 함께 LG CNS는 조지아주 호컨스빌시와 스마트 가로등 및 관제 시스

템 구축 사업 계약을 맺었다. LG CNS는 스마트 가로등과 관련 인프라를 호컨스빌 중심가와 공원 등에 설치할 예정이다. 스마트 가로등은 신호등이나 가로등에 IoT 기능을 결합한 도시 기반 시설이다. 조명 제어 기능, 공공 와이파이, 인공지능 CCTV, 환경 감지 센서 등의 스마트 기술이 적용된다.

여러 대의 스마트 가로등을 제어하는 관제 시스템도 구축한다. 이는 LG CNS의 스마트시티 플랫폼 ‘시티허브 빌딩’을 기반으로 운영된다.

LG CNS는 스마트 가로등에 기본적인 IoT 기능을 포함해 전기차 충전기와 디지털 사이니지, 비상 호출 버튼도 설치한다. 긴급 상황시 비상 호출 버튼을 누르면 경찰서와 연결된다.

앞으로 라그랑주, 웨스트포인트 등 조지아주의 인근 도시로 사업을 확장할 방침이라고 회사 측은 덧붙였다.

/김현정 기자 hjk10

AI 기반 설문조사 서비스 ‘SKT AI 서베이’

문항 작성, 결과분석 전 과정 AI 적용

SK텔레콤이 AI 기반의 설문 조사 결과와 그 분석 리포트를 제공하는 ‘SKT AI 서베이’ 서비스를 전용 홈페이지를 통해 공개한다고 17일 밝혔다.

SKT AI 서베이는 SKT의 AI·빅데이터 기술을 바탕으로 한 설문 조사 서비스다. 해당 서비스는 크게 설문 응답자와 의뢰자 영역으로 구분된다.

SK텔레콤 고객(설문 응답자)은 T멤버십 앱의 ‘미션’ 탭에 들어가 정기적으로 올라오는 설문에 응하고, T플러스포인트를 지급받는다. 적합한 포인트는 T멤버십 제휴처에서 현금처럼 쓸 수 있다.

설문은 SKT가 자체 제작하거나, 기업과 연구기관·소상공인 등 외부 설문 의뢰를 받아 설계한다. 문항 작성과 응답 수집, 결과 분석까지 전 과정에 AI를 적용한다. /김서현 기자



17일 성남시 카카오 AI캠퍼스에서 열린 접근성 서포터즈 2기 발대식 단체 사진. /카카오

카카오, 장애인 디지털 접근성 강화 활동

‘카카오 접근성 서포터즈’ 2기 발대식

카카오는 17일 장애인의 날을 맞아 성남시 카카오 AI캠퍼스에서 ‘카카오 접근성 서포터즈’ 2기 발대식을 개최하고, 디지털 접근성 강화를 위한 활동을 본격화한다고 밝혔다. 이번 행사에는 권대열 카카오 CA협의체 ESG위원장, 김혜일 디지털 접근성 책임자 등이 참석했다.

카카오 접근성 서포터즈는 시각·청각 등 다양한 유형의 장애인 50명으로 구성된 이용자 협력체로, 1년 동안 카카오 주요 서비스에서 발견한 접근성 이슈를 실시간으로 제보하는 역할을 맡는

다. 이를 통해 장애 당사자의 목소리를 직접 반영한 서비스 개선이 가능하다는 점에서 주목받고 있다.

지난해 1기 서포터즈는 30명이 활동하며 100건 이상의 접근성 관련 이슈를 제보했고, 카카오 내부 고객센터나 시스템보다 빠른 피드백 루트를 형성하며 실제 서비스 개선에 기여한 바 있다. 이에 카카오는 올해 인원을 50명으로 확대하고, 서비스별 가이드와 미션을 추가 도입해 체계적인 운영에 나선다.

서포터즈에게는 카카오톡톡서랍, 이모티콘 플러스, 멜론·카카오페이지 이용권, 카카오T 포인트 등 다양한 카카오 서비스 상품이 제공된다. /김서현 기자