

한류의 경제적 효과 및 자산가치 분석: 중간보고

October 2013

Contents

- I. 연구의 개요
- II. 한류지수 측정
- III. 한류지수 측정 모형의 개발
- IV. 한류의 경제적 효과 측정

I. 연구의 개요

II. 한류지수 측정

III. 한류지수 측정 모형의 개발

IV. 한류의 경제적 효과 측정

본 연구의 목적은 한국의 대중문화가 해외에 소개되면서 형성된 문화현상인 한류에 대해 1) 한류의 수준을 지수로 계량화하고 2) 한류로 인한 경제적 효과를 측정하는 것임

프로젝트 추진목적

한국의 대중문화가 해외에 소개되면서
형성된 문화현상인 한류에 대해

- 1) 한류의 수준을 지수로 계량화하고
- 2) 한류로 인한 경제적 효과를 측정하는 것임

- 2012년도에 수행된 ‘한류의 수익효과 및 자산가치 분석’ 연구의 계속 연구
- 한류지수와 한류의 수익 효과를 측정하는 방법을 개선하고 적용하여 한류지수와 한류의 경제적 효과를 측정하고 그 변화양상을 측정

프로젝트 범위

한류지수(Korean Wave Index; KWI) 측정

- 전체, 국가별, 산업별로 한류가 어떠한 수준에 도달하여 있는지 측정
- 전년도에 이어 KOTRA가 전 세계 무역관에서 현지 전문가 및 현지인을 대상으로 조사한 설문조사(survey) 결과를 활용

한류지수 측정 모형의 제시

- 보다 객관적이고 현실을 잘 반영하며 지속적으로 적용할 수 있는 한류 지수를 측정하기 위해 추후 한류지수 측정에 사용할 설문을 새로 제시

한류의 경제적 효과 측정

- 한류의 경제적 효과는 다양한 관점에서 측정될 수 있는데, 한류로 인한 경제적 파급효과를 분석한 선행 연구들과 달리 본 연구에서는 한류와 관련성이 보다 분명하고 그 효과를 한정적으로 측정할 수 있는 수익효과로 경제적 효과를 측정
- 한류(Korean Wave)의 수익효과는 한류로 인한 수출과 수입의 증가효과로서, 구체적으로는 문화산업의 수출증가와 소비재 수출의 증가, 그리고 외국인 관광객(수 또는 지출규모)의 증가로 측정

중간보고 이후 연구과제는 다음과 같음.

[중간보고 이후 연구과제]

✓ 한류지수 측정치의 분석

✓ 한류의 경제적 효과 측정치의 분석

✓ 한류지수와 경제적 효과의 관련성 분석

✓ 한류가치 증대를 위한 정책 제안

한류 관련 정보가 수집되고 축적되는 시스템이 갖추어져 있지 않기 때문에, 다양한 자료원으로부터 관련 자료를 입수하여 이용함

Description

한국무역협회

- 한국무역협회 무역통계 Data Base 활용
- 국가별 품목별 수출통계 (2005년~2012년)
- MTI 분류체계에 의한 소비재 품목 수출규모 파악

한국콘텐츠진흥원

- 2005년~2012년 방송통신 10대 주요 산업 수출액
- 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠/솔루션
- 한류로 인한 경제적 효과 추정에 활용

한국무역투자진흥공사

- 글로벌 한류동향 분석 Survey Data 활용
- 방송, 영화, 음악, 애니/캐릭터, 총 4개 분야
- 2009년~2012년 설문조사 결과 활용

한국관광공사

- 2005년 ~ 2012년 주요 15개국에서 내한한 외국인 관광객 수
- 2005년~ 2012년 국가별 외국인 관광객 1인당 지출금액
- 한류로 인한 외국인 관광객 증가효과 분석

- I. 연구의 개요
- II. 한류지수 측정**
- III. 한류지수 측정 모형의 개발
- IV. 한류의 경제적 효과 측정

한류지수의 측정은 글로벌 한류지수, 국가별 한류지수, 산업별 한류지수 유형으로 나누어 산정하였음.

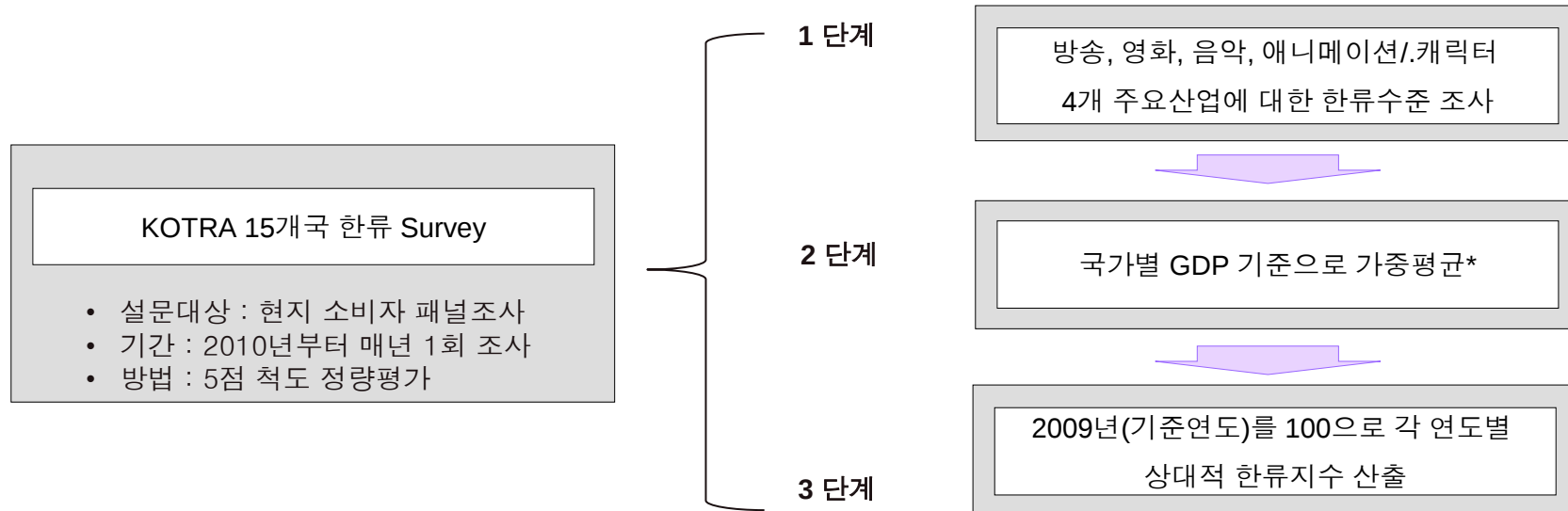
한류지수 유형	주요내용
글로벌한류지수 (Global Korean Wave Index, G-KWI)	• 한류를 주도하고 있는 15개국을 대상으로 측정한 한류지수 • KOTRA의 무역관을 대상으로 조사한 한류별점을 해당 국가의 GDP로 가중 평균한 후 2009년을 100으로 환산하여 산출
국가별 한류지수 (Country Korean Wave Index, C-KWI)	• 2009년 글로벌 한류지수를 100으로 환산했을 때, 국가별 상대적인 한류확산 수준을 반영한 지수를 기준으로, 국가별 한류확산 변화에 따른 효과를 반영하여 산출한 한류지수
산업별 한류지수 (Industry Korean Wave Index, I-KWI)	• 영화, 방송, 음악, 애니메이션/캐릭터 4대 한류산업의 한류확산수준을 파악하기 위하여, 2009년의 산업별 한류지수를 100으로 환산하여, 국가별/산업별 한류확산 변화를 반영하여 산출한 한류지수

한류지수는 KOTRA의 글로벌 한류 동향 분석 Survey data를 활용하였으며, 조사방법과 평가기준은 다음과 같음

조사개요
• 조사대상 : 전세계 66개국 94개 무역관 참여 • 조사기간 : 2009년부터 매년 1월-2월 경 수행 • 조사분야 : 방송, 영화, 음악, 애니/만화/캐릭터, 게임, 패션/뷰티/의료, 음식, 관광 총 8개 분야 (2010년까지는 방송, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터 등 4개 분야) • 조사방법 : 해당 무역관 현지 전문가들이 설문 조사 및 인터뷰 등을 통하여 정성적으로 1-5점까지 평가점수를 부여

평가기준		
별점	단계	현상
★★★★★	성숙	한류가 일반인들에게 널리 인기가 있고 한류를 이용한 상품의 판매가 원활한 상태
★★★★	성장	한류가 일반인들에게 널리 알려지고 인기가 있어 한류를 이용한 상품판매가 도입되고 있는 상태
★★★	인지	한류가 일부 매니아 층 뿐만 아니라 일반인들에게도 인지되고 있는 상태
★★	도입	한류가 일부 매니아 층에서 인기가 있는 상태
★	미도입	한류가 도입되지 않은 상태

글로벌 한류지수(G-KWI) 산출방법



참고) 2012년도 분석에서는 게임 산업을 추가하는 경우에 대해서도 별도로 분석 수행

- 방송, 영화, 음악, 애니/캐릭터, 게임 등 5개 주요 산업에 대한 한류수준의 조사결과인 한류별점을 2009년을 기준으로 100점으로 환산
- 100점 만점으로 환산된 한류지수는 해당 국가의 경제규모를 반영하기 위하여, 해당 국가의 국가별 GDP(국제통화기금의 자료를 활용)를 기준으로 가중 평균
- 이후 2010년, 2011년, 2012년 수행된 KOTRA 조사결과에 따른 한류 별점을 2009년과 동일한 방식으로 한류지수로 변환하여 글로벌한류지수를 산출

2009년 기준치 계산 : $I-KWI_{i,2009} = \sum_c (KWI_{c,i,2009} * GDP_{c,2009}) / \sum_c (GDP_{c,2009})$
C : 총 15개국, I : 4개 또는 5개 산업, KWI = 국가별/산업별/연도별 한류별점*20

산업별 한류지수 계산 : $I-KWI_{i,t} = 100 * [\sum_c (KWI_{c,i,t} * GDP_{c,t}) / \sum_c (GDP_{c,t})] / I-KWI_{i,2009}$
C : 총 15개국, I : 4개 또는 5개 산업, T : 2010, 2011, 2012년,
KWI = 국가별/산업별/연도별 한류별점*20

글로벌 한류지수 계산 $G-KWI_t = Average_i(I-KWI_{i,t})$

국가별 한류지수(C-KWI) 산출방법

✓ 세부적인 국가별 한류지수 산출방법은 2009년 글로벌한류지수를 평균 100으로 환산하는 경우 국가별 상대적 한류 확산수준을 반영

✓ 이렇게 산출된 2009년 지수를 국가별 기준으로 하여 2010년, 2011년 및 2012년 국가별 한류별점 변화를 반영하여 국가별 한류지수를 산출

2009년 기준치 계산 : $I-KWI_{i,2009} = \sum_c (KWI_{c,i,2009} * GDP_{c,2009}) / \sum_c (GDP_{c,2009})$

C : 총 15개국, I : 4개 또는 5개 산업, KWI = 국가별/산업별/연도별 한류별점*20

국가별/산업별 한류지수 계산 : $I-KWI_{c,i,t} = 100 * KWI_{c,i,t} / I-KWI_{i,2009}$

C : 총 15개국, I : 4개 또는 5개 산업, T : 2010, 2011년, 2012년

KWI = 국가별/산업별/연도별 한류별점*20

국가별 한류지수 계산 : $C-KWI_{c,t} = \text{Average}_i (I-KWI_{c,i,t})$

산업별 한류지수(I-KWI) 산출방법

✓ 기준년도인 2009년 경우 글로벌한류지수 평균을 100으로 환산할 때, 각 산업별 한류지수도 역시 100으로 정의

✓ 이후 국가별 산업별 한류확산에 따른 한류별점 변화를 반영하여 2010년, 2011년 산업별 한류지수를 산출

2009년 기준치 계산 : $I-KWI_{i,2009} = \sum_c (C-KWI_{c,i,2009} * GDP_{c,2009}) / \sum_c (GDP_{c,2009})$

C : 총 15개국, I : 4개 또는 5개 산업

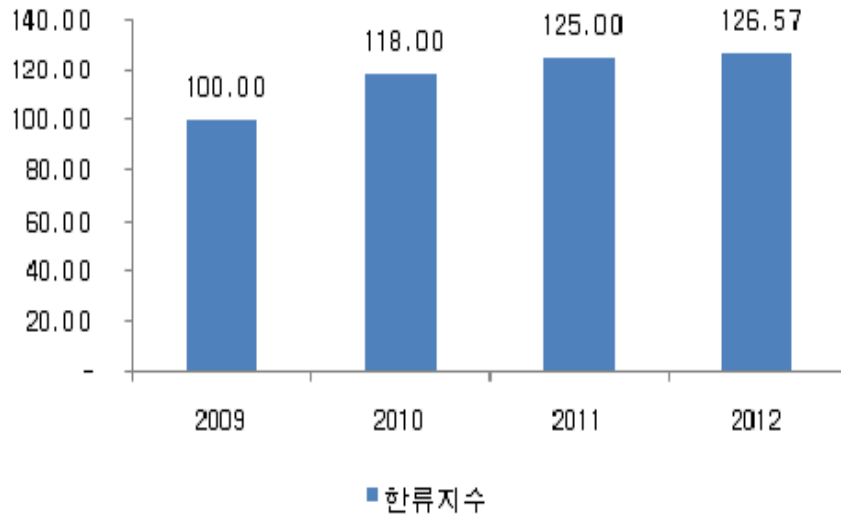
산업별 한류지수 계산 : $I-KWI_{i,t} = [\sum_c (C-KWI_{c,i,t} * GDP_{c,t}) / \sum_c (GDP_{c,t})] / I-KWI_{i,2009}$

C : 총 15개국, I : 4개 또는 5개 산업, T : 2010, 2011, 2012년

글로벌 한류지수(G-KWI) 분석 결과

II. 한류지수 측정

2010~2012년 연도별 4대 산업 글로벌한류지수(G-KWI)



-2009년 한류지수 100을 기준으로 할 때 2010년 118, 그리고 2011년 125, 2012년 127로 점차 상승하고 있는 추세를 보이고 있다.

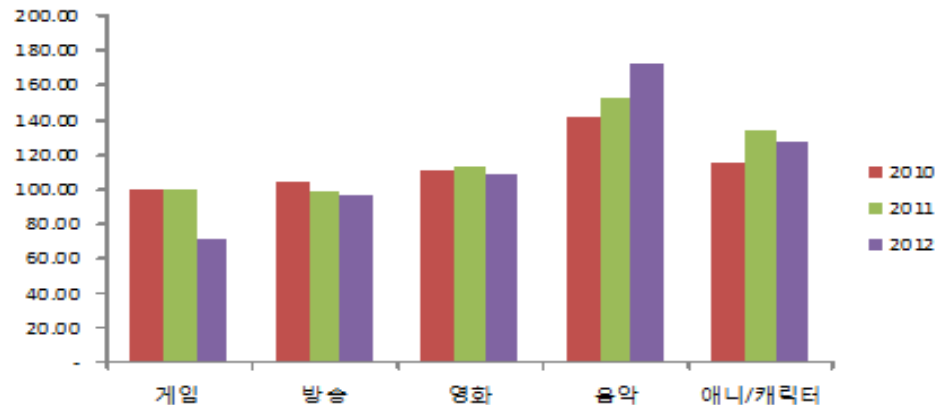
-2010년도에는 한류지수가 빠르게 성장하였으나, 2011년부터는 상대적으로 상승추세가 느려지고 있는 것으로 나타났다.

2010~2012년 연도별 4대 산업 글로벌한류지수(G-KWI) 변화

연도	방송	영화	음악	애니/캐릭터	G-KWI
2010년	105	111	142	115	118
2011년	99	113	153	134	125
2012년	97	109	173	127	127

-산업별로 보면 음악의 한류지수가 가장 크고 방송의 한류지수가 가장 낮은 수준임

-최근 한류지수는 음악산업에 의한 영향이 가장 큰 것으로 나타남



참고) 게임산업에 대한 KOTRA 조사는 2011년도부터 시행되었으며 게임산업의 매출비중이 타 산업에 비해 커서 현 수준에서는 제외하는 것을 검토하고 있음

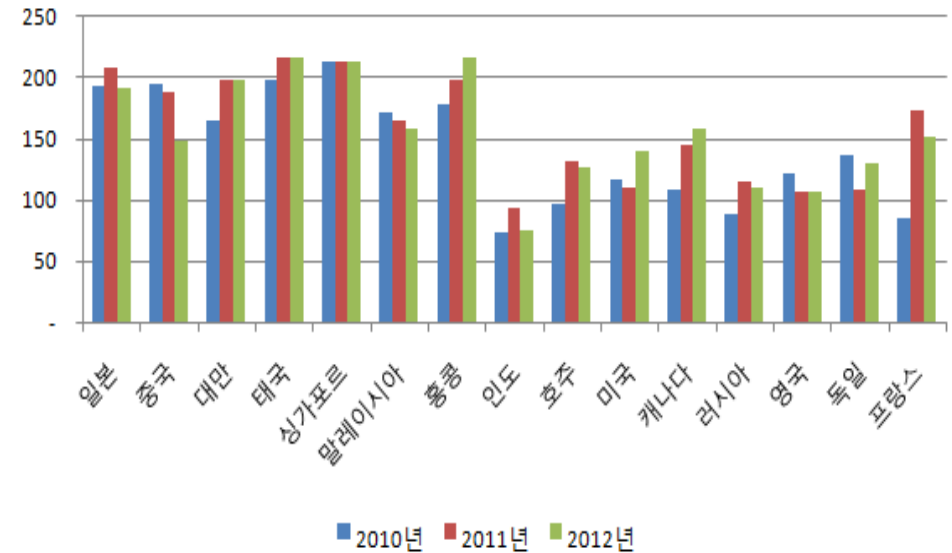
국가별 한류지수(C-KWI) 분석 결과

II. 한류지수 측정

2010~2012년 국가별 한류지수(C-KWI)

대륙/국가	2010년	증감	2011년	증감	2012년	
아시아	일본	194	7%	208	-8%	192
	중국	194	-3%	188	-20%	150
	대만	164	20%	198	0%	198
	태국	198	9%	217	0%	217
	싱가포르	213	0%	213	0%	213
	말레이시아	172	-4%	165	-3%	160
	홍콩	179	11%	198	9%	217
	인도	73	30%	95	-20%	75
미주	호주	97	36%	132	-3%	128
	미국	117	-5%	111	27%	141
	캐나다	108	34%	145	10%	160
유럽	러시아	90	28%	115	-4%	111
	영국	122	-12%	108	0%	108
	독일	137	-21%	109	21%	132
	프랑스	86	103%	174	-12%	152

2010~2012년 국가별 한류지수(C-KWI) 변화 추이



-아시아권 국가들 중에서 전통적인 한류 강세 국가 중에서 일본, 중국은 성장률이 낮아지거나 정체되고 있음

-미국, 캐나다, 독일 등의 국가에는 한류가 확산되고 있음

산업별 한류지수(I-KWI) 분석 결과

II. 한류지수 측정

2009~2012년 방송산업 한류지수 변화 흐름

대륙/국가	2010년	증감	2011년	증감	2012년	
아시아	일본	235	0%	235	-15%	199
	중국	206	-5%	197	-29%	141
	대만	235	0%	235	0%	235
	태국	235	0%	235	0%	235
	싱가포르	235	0%	235	0%	235
	말레이시아	188	25%	235	-40%	141
	홍콩	235	0%	235	0%	235
	인도	80	18%	94	-33%	63
미주	호주	94	25%	117	-40%	70
	미국	94	-25%	70	40%	98
	캐나다	117	20%	141	0%	141
유럽	러시아	80	0%	80	-21%	63
	영국	47	0%	47	0%	47
	독일	70	-33%	47	50%	70
	프랑스	47	0%	47	100%	94

-2012년을 기준으로 방송산업 한류지수의 경우 미국, 독일, 프랑스의 성장률이 크게 나타나고 있으며, 미국과 독일은 크게 감소하고 있는 것으로 나타나고 있음

-전반적으로 방송산업에 따른 한류지수의 경우 아시아권에서 강세를 보이고 있는 반면 유럽 및 미주에서는 약세를 보이고 있어, 방송산업을 통한 한류확산은 아시아권에 한정되어 있는 모습을 볼 수 있음

-미국에서 2012년 한류가 확장세를 보이는 것은 고무적임

-전통적인 한류국가인 일본과 중국은 2009년 이후 감소하고 있는 것으로 나타나서, 이들 국가에 일부 혐한류가 존재하는지 검토가 필요함

2009~2012년 영화산업 한류지수 변화 흐름

대륙/국가	2010년	증감	2011년	증감	2012년	
아시아	일본	176	0%	176	8%	191
	중국	161	9%	176	-23%	135
	대만	59	100%	117	0%	117
	태국	117	0%	117	0%	117
	싱가포르	176	0%	176	0%	176
	말레이시아	117	0%	117	0%	117
	홍콩	117	50%	176	-33%	117
	인도	79	0%	79	-26%	59
미주	호주	88	33%	117	0%	117
	미국	135	-4%	129	11%	144
	캐나다	117	0%	117	0%	117
유럽	러시아	100	38%	138	-15%	117
	영국	176	-33%	117	0%	117
	독일	176	-25%	132	0%	132
	프랑스	88	100%	176	-33%	117

-전통적인 한류 강세국가인 일본에서 여전히 높은 성장세를 나타내고 있으나, 홍콩과 중국의 경우 2009년 대비 2012년 한류지수가 오히려 감소하고 있어, 같은 아시아권에서도 서로 다른 방향의 흐름을 보이고 있음

-영화산업 한류지수를 방송산업 한류지수와 비교하는 경우 일본, 중국 등의 전통적인 한류국가는 영화와 방송이 비슷하게 한류를 견인하고 있으나, 신흥 한류국가인 러시아, 프랑스 등에서는 방송보다 영화가 한류를 견인하고 있는 것으로 분석됨

산업별 한류지수(I-KWI) 분석 결과

II. 한류지수 측정

2009~2012년 음악산업 한류지수 변화 흐름

대륙/국가	2010년	증감	2011년	증감	2012년	
아시아	일본	290	0%	290	-15%	246
	중국	241	-5%	229	-16%	191
	대만	290	0%	290	0%	290
	태국	290	0%	290	0%	290
	싱가포르	290	0%	290	0%	290
	말레이시아	232	0%	232	0%	232
	홍콩	290	-20%	232	25%	290
	인도	58	35%	78	0%	78
미주	호주	58	150%	145	20%	174
	미국	142	2%	145	48%	214
	캐나다	87	100%	174	33%	232
유럽	러시아	78	48%	116	18%	136
	영국	116	0%	116	0%	116
	독일	116	-25%	87	100%	174
	프랑스	58	200%	174	0%	174

-음악산업 한류지수는 중국, 대만, 태국, 일본 등 전통적인 한류 강세 지역이 전체적으로 높은 수준인 반면, 신흥 한류지역인 호주, 러시아, 캐나다, 프랑스는 2011년부터 높은 성장을 보이고 있음

-음악산업의 경우 K-POP의 전 세계적인 열풍에 따라 홍콩 및 독일을 제외한 전 세계에서 한류확산의 견인차 역할을 수행하고 있으며, 특히, 신흥 한류국가인 호주, 러시아, 캐나다, 프랑스 등에서 높게 나타나 이러한 국가들의 한류지수를 견인하고 있는 것으로 보임

-방송과 영화분야에서 상대적으로 낮은 확산추세를 보이던 미국까지 음악한류는 확산되고 있는 것으로 나타나 K-POP의 효과상대적으로 다른 한류산업에 비하여 대부분의 나라에 걸쳐 크게 나타나고 있는 것으로 보임

-미국의 경우, 2012년 싸이의 “강남스타일”의 대히트로 인하여 2011년도에 비해 48%가 상승함

2009~2012년 애니메이션/캐릭터 산업 한류지수 변화 흐름

대륙/국가	2010년	증감	2011년	증감	2012년	
아시아	일본	75	75%	131	0%	131
	중국	169	-11%	150	-13%	131
	대만	75	100%	150	0%	150
	태국	150	50%	225	0%	225
	싱가포르	150	0%	150	0%	150
	말레이시아	150	-50%	75	100%	150
	홍콩	75	100%	150	50%	225
	인도	75	70%	127	-21%	101
미주	호주	150	0%	150	0%	150
	미국	97	4%	101	7%	109
	캐나다	112	33%	150	0%	150
유럽	러시아	101	26%	127	0%	127
	영국	150	0%	150	0%	150
	독일	187	-10%	169	-11%	150
	프랑스	150	100%	300	-25%	225

-애니메이션/만화/캐릭터산업 한류지수는 방송, 영화산업에 비하여 전체적인 한류지수가 낮아 한류확산에 초기단계이며, 2009년 이후 점차 확산되어가는 흐름을 보이고 있음

-2009년 이후 3년간 애니메이션/캐릭터 산업을 통한 한류수준은 다른 3개 산업과 비교해 볼 때 전체적으로 낮은 수준이나, 2010년 이후 전반적인 성장세를 이어나가고 있는 등 음악산업에 이어 새로운 한류를 견인할 수 있는 대안이 될 수 있을 것임

-그러나 2011년부터 최대 한류시장인 중국에서 약세를 보이고 있어 중국시장 접근이 상대적으로 어려운 것으로 분석된다.

추가분석: 산업별 수출액 효과를 가중치로 사용한 한류지수 측정 (진행 중)

산업별 수출액 기준 한류지수 I-KWI 계산방법

- ✓ 앞서 제시된 한류지수는 설문결과를 각 산업에 대해 같은 비중으로 가중한 것으로, 이러한 방법은 각 산업이 한류에서 차지하는 영향을 동일한 것으로 가정한 것임
- ✓ 대안으로, 산업별 영향을 고려하여 가중치에 차이를 두어 한류지수를 측정하는 것을 검토 중임

- I. 연구의 개요
- II. 한류지수 측정
- III. 한류지수 측정 모형의 개발**
- IV. 한류의 경제적 효과 측정

한류의 경제적 효과로서 수익효과

✓ 한류의 경제적 효과는 다양한 관점에서 측정될 수 있는데, 본 연구에서는 한류로 인해 발생하는 수익효과를 경제적 효과로 측정함

- 한류의 수익효과는 한류로 인해 발생하게 되는 수입 또는 수출의 증가분을 의미함

✓ 본 연구의 수익효과는 한류의 경제적 효과를 국민경제적 파급효과로 본 기존 연구와 달리 한류로 인한 수출입효과로 한정함

-이는 한류와 인과관계를 보다 강조하고, 한류의 수익효과를 측정하는 과정에서 연구자의 주관적 판단을 최대한 배제하고 계량적인 분석에 초점을 둔 것임

-한류의 수익효과를 과대 추정하기보다는 한류와 경제적 효과 사이의 관련성을 보다 강조하여 경제적 효과를 보수적으로 측정하고자 함

문화/콘텐츠 산업 수출효과 측정방법

- 한류확산에 따른 가장 직접적인 수익효과는 문화/콘텐츠 산업의 수출효과임
- 본 연구에서는 한류확산에 따른 문화/콘텐츠 산업의 수출효과를 관련 수출액으로 정의하고, 한국콘텐츠진흥원이 집계한 문화/콘텐츠 산업의 15개국 수출액으로 측정함
- 전체 수출 규모가 커지면 문화/콘텐츠산업 수출액 또한 증가할 것이므로 수출증가율에 해당하는 부분은 차감하여 2006년 이후의 수출효과를 산정함

한국방문 외국인 지출효과 산출방법

- 한류로 인한 외국인 관광객 수의 증가와 이들이 국내에서 지출하고 있는 인당 소비액의 곱을 한국방문 외국인 지출효과로 측정하고 한류로 인한 직접적 효과로 정의함
- 한국방문외국인 지출효과는 한국관광공사가 추정 한 주요 15개국적의 외국인 관광객 수와 1인당 지출을 토대로 산출
- 외국인 관광객 지출증가를 통제하기 위하여 직전 3년 평균지출액을 기준액으로 통제함

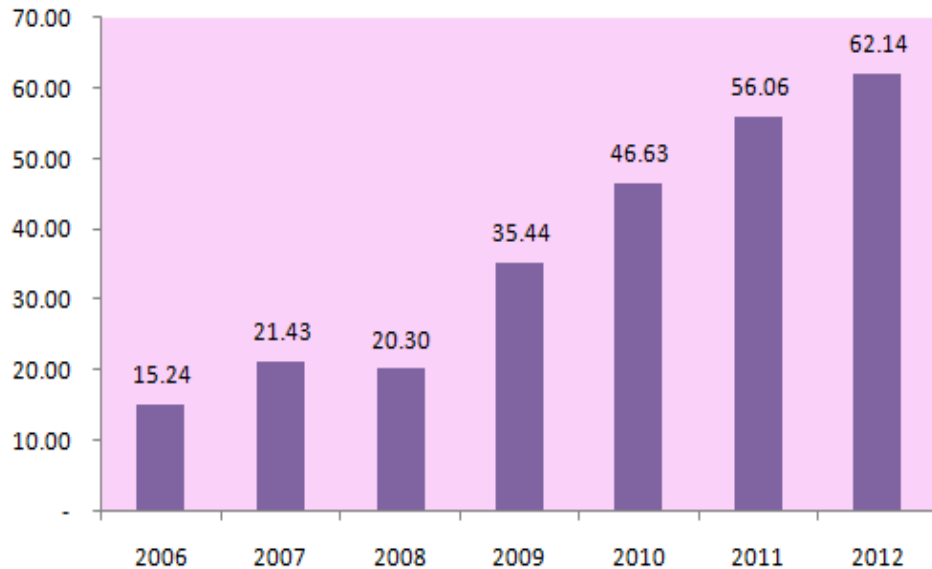
한국방문 외국인 지출효과 산출방법

- 무역협회에서 제공하는 수출통계 데이터베이스를 활용하여 MTI 분류체계에 따라 “44. 섬유제품, 5. 생활용품, 82. 가정용 전자제품의 수출액”을 바탕으로 한류에 따른 간접효과로서 소비재 수출증대효과를 측정함
- 위의 3가지 카테고리만을 대상으로 한 이유는 MTI 분류체계를 3 level까지 분석한 결과 한류로 인한 호감도 증가가 소비에 영향을 미칠 것은 이들 3개 분야로 제한하는 것이 연구의 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 판단하였기 때문임
- 한국방문 외국인관광객 지출효과 측정과 같은 방식으로 한류 이외의 요인으로 인한 수출효과를 통제함

- I. 연구의 개요
- II. 한류지수 측정
- III. 한류지수 측정 모형의 개발
- IV. 한류의 경제적 효과 측정**

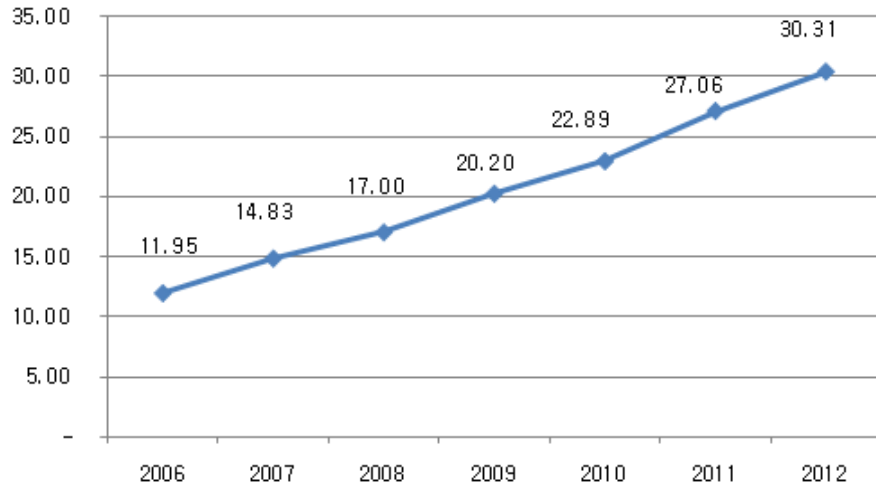
한류의 경제적 효과 - 총괄

단위 : 억달러	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
문화/콘텐츠 수출효과	11.95	14.83	17	20.2	22.89	27.06	30.31
외국인관광효과	0.71	5.59	1.27	4.62	17.84	18.74	27.55
소비재수출효과	2.59	1.01	2.03	0.63	5.91	10.26	4.28
수익효과 합계	15.24	21.43	20.30	35.44	46.63	56.06	62.14



- 한류의 경제적 효과인 수익효과는 2010년에는 약 46.63억 달러 (약 5조 2230억원), 2011년에는 약 56.06억 달러(약 6조 2,787억원), 2012년에는 62.14억 달러(약 6조 6,050억원)가 발생한 것으로 추정됨
- 2008년에는 글로벌 경제위기로 인하여 2007년 대비 한류의 수익효과가 낮아졌으나 2008년 이후 본격적인 한류 붐이 발생하면서 2009년, 2010년에는 크게 증가하는 것으로 나타남
- 이러한 증가 효과는 문화/콘텐츠 산업의 수출증가와 국내 외국인 관광객 수 증가에 기인함

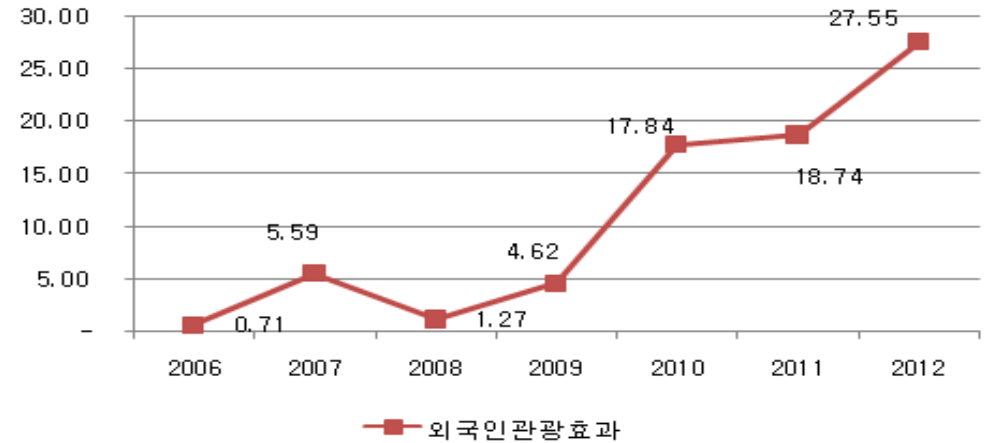
한류의 경제적 효과 - 문화/콘텐츠 산업 수출효과



-문화/콘텐츠 수출에 따른 한류의 직접적인 수익효과는 2012년 기준 약 30.31억달러(약 3조 2,217억원)가 발생한 것으로 추정됨

-다만, 이는 과거 5개년 평균 상승률을 적용하여 추정 한 수치로서 주요 15개국의 2012년도 관련 산업 수출액 자료가 입수되면 추후 보완할 예정임

한류의 경제적 효과 - 한국방문 외국인 관광객 지출효과



-한국을 방문한 외국인이 국내에서 지출한 금액은 2012년 기준 약 27.55억 달러(약 2조 9,281억원)로 추정됨

-문화/콘텐츠 수출액과 달리 글로벌 경제위기가 있었던 2008년에는 외국인 관광객 지출액이 전년대비 대폭 감소한 것으로 나타나서, 한류 수출액과 달리 외국인 관광객 유치에 글로벌 경제위기와 같은 외부요인이 크게 작용하고 있음을 알 수 있음

한류의 경제적 효과 - 한류 관련 소비재 수출효과



-한류의 간접적 수익효과인 한류 관련 소비재 수출액은 2012년 기준 약 4.28억 달러(약 4,551억원)의 간접적인 수출증대 가치가 발생한 것으로 추정됨

-한류 관련 소비재 지출액은 2007~2012년까지 연도별로 등락을 보이고 있으며, 이러한 변동 폭의 증가는 국가별로 미치는 영향이 각기 다르기 때문에 발생하는 것으로 보임

한류의 경제적 효과 - 한류 관련 소비재 수출효과 재측정 (진행 중)

-과거 성장률을 이용하여 초과수출액을 계산하는 방식은 다소 자의적이므로, 당년도 분석에서는 한류지수를 고려한 소비재 수출효과를 새롭게 분석중임

-한류지수 상승비율 만큼의 수출액 증가액을 계산한 후, 여기에 한류지수와 수출액 사이의 회귀계수(기울기- 이는 한류지수와 소비재수출액 사이의 관련성을 의미함)를 곱하여 한류지수로 인한 소비재 수출액 증가액을 계산함

A국가 소비재 산업 수출효과

$$= A국 소비재 수출액 \times (A국 한류지수 - 100) / A국 한류지수 \times 소비재수출액과 한류지수의 관계(\beta)$$