

TV 24일

★이 프로그램은 방송사 사정에 따라 바뀔 수 있습니다.

Table with 5 columns: 채널A, KBS1, KBS2, MBC, KBC/SBS. Rows show program schedules for various channels.



중국 영화계는 한류스타 열풍

송혜교·손태영·임수향 등 캐스팅 한·중 '원원 전략'으로 시장 확대 노려

맨 위부터 시계방향으로 송혜교, 최시원, 손태영, 박시후, 임수향.

중국 드라마에 이어 영화에 잇달아 한류스타를 캐스팅하고 있다.

지난 몇 년간은 이들의 중국 드라마 출연이 이어지더니 최근 들어서는 중국 영화에 주·조연으로 캐스팅되는 한류스타가 잇따른다.

할리우드가 아시아 시장을 겨냥해 이병헌과 비(정지훈) 등의 한류스타를 캐스팅했다.

연예계는 한류스타의 중국영화 출연이 '원원 전략'이라고 입을 모은다.

송혜교·손태영·임수향·최시원·박시후 등 잇달아 캐스팅되는 중국 영화에 송혜교가 중국 영화에서 가장 눈에 띄는 활동을 한다.

그는 이어 우위선(오우선·吳宇森) 감독의 '태평천'에서 장첸, 장쯔이 등과 호흡을 맞췄으며 이들과 함께 올해 칸국제영화제 레드카펫에 서기도 했다.

이처럼 랑차오웨이와 우위선이라는 흥풍 출신 세계적인 감독에게 잇달아 발탁되면서 중국 시장과 세계 시장이라는 두 마리 토끼를 동시에 공략 중인 송혜교는 여세를 몰아 최근 세 번째 중국영화 출연을 확정했다.

동명의 중국 베스트셀러가 원작인 '나는 여왕이다' 앞선 두 중국영화가 시대극이었던 것과 달리 이번에는 현대극이며 송혜교가 주인공이라는 점이 방점을 찍는다.

최근에는 중국 시장으로서 새로운 얼굴인 손태영, 임수향 등이 중국 영화 여주인공으로 전격 발탁돼 눈길을 끈다.

손태영은 중국 영화 '정의 전쟁'의 주인공으로 전격 캐스팅돼

활영을 마쳤으며 올 하반기 개봉을 앞뒀다. 그는 이 영화 덕분에 지난날 상하이국제영화제 폐막식에 초대되기도 했다.

또 임수향은 중국 판타지 3D 영화 '해양지연: 바다의 사랑' 여주인공으로 발탁돼 이달 말 중국 산둥성에서 열리는 제작발표회에 참석한다.

남성 스타 중에서 최근에는 슈퍼주니어의 최시원은 '파풍'에 캐스팅됐고, 박시후는 하반기 '항기'의 개봉을 앞두고 있다.

한류스타 캐스팅해 시너지 효과... "중국시장이 곧 할리우드로 가는 길" = 할리우드가 아시아에서 막강한 영향력을 행사하는 한류스타를 캐스팅해 아시아 시장에서 매출을 올리는 전략으로 삼았다.

그러나 여기에 한가지 이유가 더 있다고 연예계 관계자들을 말한다. 한류스타를 캐스팅해 중국영화를 더욱 그럴듯하게 포장한다는 것이다.

손태영의 소속사 에이치에이컴퍼니의 김효진 대표는 "중국 영화 관계자들은 한류스타를 캐스팅함으로써 영화의 퀄리티가 보장된다고 생각한다"고 밝혔다.

김 대표는 "한류가 부상하면서 한국의 패션과 화장법, 라이프 스타일도 중국에서 각광받는다"면서 "중국영화, 특히 현대극에 여성 한류스타를 캐스팅함으로써 영화의 스타일이 전체적으로 좋아진다고 생각하는 측면이 있다"고 설명했다.

김 대표는 "중국 감독이 처음부터 적극적으로 한국배우를 쓰고 싶다고 했다"며 "중국 영화는 어차피 더빙이 많기 때문에 언어의 장벽도 높지 않다"고 말했다.

한국 배우들이 중국영화에 출연하는 것은 크게 두 가지 이유다. 한국에 비해 출연료가 높고, 중국 시장이 곧 세계시장으로 가는 길이라는 기대 때문이다.

하지만 꼭 돈 때문만은 아니다. 특히 톱스타들은 더 먼 데를 바라보고 움직인다.

한 스타급 배우는 "할리우드는 한류스타를 캐스팅하기 훨씬 전부터 중국 스타에 눈독을 들였다. 그만큼 중국 시장이 크고 전 세계적으로 퍼진 화교 시장이 크기 때문"이라고 말했다.

EBS

Table with 4 columns showing EBS program schedules for various time slots.

EBS플러스1

Table with 2 columns showing EBS Plus 1 program schedules.

EBS플러스2

Table with 2 columns showing EBS Plus 2 program schedules.

知天命이 오는 오늘의 운세

7월 24일(음 6월 28일 丙申)

- 36년생 확실히 펼쳐야 할 도량이다. 48년생 상징성을 이해해야 속뜻을 파악할 수 있다. 60년생 식견이 풍부하면 이와 함께 하자.

- 42년생 상호 보완하면서 상부상조 하는 것이 좋다. 54년생 요령을 보인다면 추진해온 효과가 커질 것이다. 66년생 까다로운 관문이 기다리고 있으니 각오하라.

그룹 JYJ, 연예계 첫 TV에 브랜드 광고

소속사 "대기업 광고와 같은 횡수로 전파 탈 것"

한류스타 그룹 JYJ가 연예계 최초로 자신의 브랜드를 홍보하는 TV 광고를 진행하고 있다.

JYJ의 브랜드 광고는 지난 21일 밤 11시 MBC 월화극 '트라이앵글'이 끝난 직후 첫선을 보였다.

이번 광고는 내달 8일까지 3주간 공중파와 케이블 TV에서 전파를 탄다. JYJ의 소속사 씨제스 엔터테인먼트는 23일 "3주간 TV 광고비로 10억 원을 투자했다"며 "이번 광고는 각 방송국의 골든 타임에 광고 시간에 편성되며 대기업 광고와 같은 횡수로 전파를 탈 것"이라고 밝혔다.

이 광고는 '원 포 올'(ONE FOR ALL), '올 포 원'(ALL FOR ONE)이라는 키워드와 함께 박유천, 김재중, 김준수 등 JYJ 멤버를 조명한다.

원더걸스 예은, '하트펠트'로 새출발

원더걸스의 예은(25)이 오는 31일 솔로 데뷔 앨범 '미?'(ME?)를 발표한다고 소속사 JYP엔터테인먼트가 23일 밝혔다.

이번 미니앨범은 예은이 심어송라이터 '하트펠트'(HA:TFELT)란 이름으로 선보이는 첫 앨범으로 자작곡과 협업곡을 수록했다.

'하트펠트'는 예은이 작사·작곡을 할 때 쓰는 필명으로 '하트펠트'(Heartfelt: 진심 어린)와 '핫'(Hot: 뜨거운)이란 중의적인 의미가 담겼다.

앨범에는 삶의 기쁨, 슬픔, 그리움 등 자신의 감정과 생각을 솔직하게 표현한 곡들이 담겼다는 게 소속사의 설명이다.

이날 소속사는 JYP네이션의 페이스북, 트위터, 유튜브 등에 하트펠트의 티저 이미지 2장과 영상을 공개했다.



씨제스는 "이번 광고는 JYJ의 음반이나 투어에 대한 광고가 아니라 JYJ라는 브랜드를 알리는 광고"라며 "정기적으로 JYJ가 아티스트로서 가지는 역량과 이미지를 알릴 수 있는 광고 제작을 할 예정이다"라고 밝혔다.

이어 "이는 엔터테인먼트 업계의 유례 없는 아티스트 브랜드 광고로 엔터테인먼트 마케팅의 또 다른 지평을 열 수 있다고 기대한다"고 덧붙였다.



소속사는 "지금껏 갖고 있던 정형화된 이미지를 벗고 자신 그대로의 모습을 보여주려는 의지를 보인 장면"이라고 소개했다.