

한류인프라리포트

Hallyu Infrastructure Report

Dongguk University Hallyu Convergence Academy (DUHA)



DUHA

DONGGUK UNIVERSITY
Hallyu Convergence Academy (DUHA)

[제 1 호] 발행 | 동국대학교 한류융합학술원(DUHA)

발행일 | 2026 년 9 월 1 일

MONTHLY BRIEF / VOL. 01

2026 SEPTEMBER | 창동 서울아레나



이번 달 한류인프라를 움직인 변화

THIS MONTH

- 01 NEWS 5
- 02 DATA & TREND
- 03 REPORT OF THE MONTH
- 04 Foreword from the Director

KEYWORDS

공연장
도시문화
콘텐츠 산업

동국대학교 한류융합학술원 | Dongguk University Hallyu Convergence Academy

한류 인프라 주요 뉴스 5

01



ARENA & PERFORMANCE 빅뱅 20 년·블랙핑크

10 년...K-팝도 '헤리티지 시대'로

2026 년 8 월, 빅뱅과 블랙핑크가 각각 데뷔 20 주년과 10 주년을 맞았다. 빅뱅은 서울 잠실 일대에서 20 주년 기념 전시와 체험 공간을 운영하고 2026~2027 월드투어에 돌입했으며, 블랙핑크도 데뷔일인 8 월 8 일을 맞아 국립중앙박물관에서 완전체 팬 이벤트를 열었다.

02



CONTENT INDUSTRY 500 억 대작 <호프>의 고전,

<오디세이>의 질주...극장 경험이 흥행을

가른다 한국영화 사상 최대 수준의 제작비가 투입된 나홍진 감독의 <호프>가 400 만 관객을 넘어섰지만 기대했던 장기 흥행에는 어려움을 겪고 있다. 반면 크리스토퍼 놀란의 <오디세이>는 전 세계 흥행 10 억 달러를 돌파하며 IMAX 등 프리미엄 극장 경험을 중심으로 세계적인 관객을 끌어모았다.

03



GLOBAL KCON LA, 공연장을 넘어 'K-컬처

도시'로 8 월 14~16 일 열린 KCON LA 2026 은 LA

컨벤션센터와 Crypto.com Arena 를 연결하고, K-SOUL CITY 를 주제로 K-팝뿐 아니라 K-뷰티·음식·콘텐츠를 하나의 도시형 경험으로 구성했다. KCON 은 이제 단순한 해외 K-팝 공연에서 한국 문화를 종합적으로 체험하는 거점형 행사로 진화하고 있다.

04



AWARD BTS 의 '그래미 보이콧'...그래미의

'아시안 팝' 논란

BTS 가 2027 년 제 69 회 그래미 어워즈에 신보를 출품하지 않겠다고 선언했다. 그래미가 신설한 '최우수 아시아 팝 뮤직 퍼포먼스' 부문이 아시아 음악의 다양성을 인정하기보다, 세계적 대중음악으로 성장한 K-팝을 지역과 언어의 울타리에 가둘 수 있다는 문제를 제기한 것이다. 그래미 측은 제도를 보완하겠다고는 했지만 아직은 뚜렷한 방향은 없어, 올해 그래미는 BTS 없이 치러질 가능성이 커졌다.

숫자로 보는 이번달 한류인프라 (2026년 상반기 관광지표¹)

사람보다 소비가 더 빠르게 늘었다. 방한 외국인은 21.3% 증가했지만 국내 카드 소비액은 50.8% 증가했다.

10.71Million

2026년 상반기 방한 외국인 관광객
+21.3% YoY

₩10.0 TRILLION

10조원, 외국인 카드 소비액
+50.8% YoY

34.2%

외래관광객 지역 방문율
+2.8%p YoY (2분기 잠정)

CHART / MAP / INFOGRAPHIC

2026년 상반기

한국 관광 주요 지표

한류가 이끄는 한국 관광, 더 많은 방문과 더 큰 소비로 이어지고 있습니다.



※ 출처: 문화체육관광부, 한국관광공사 (2026년 상반기 외래관광객 통계)

¹ 문화체육관광부 2026년 방한 외국인 관광객 자료

이달의 조사리포트

[창동 서울아레나, 글로벌 K-공연도시의 심장]

발행기관 [기관명] | 발행일 2026. 09 | 분야 [공연 / 관광 / 도시 / 콘텐츠]



KEY FINDINGS

01

**K-pop의 성장 속도를 따라가지 못한
공연 인프라, 서울아레나가 전환점이
된다**

[핵심 발견 1]

K-pop은 세계 주요 도시의 아레나와 스타디움을 채우는 글로벌 공연산업으로 성장했지만, 정작 서울에는 2만 명 안팎의 관객을 수용할 수 있는 대중음악 전문 공연장이 부족했다. 2027년 5월 완공 예정인 약 2만 석 규모의 서울아레나는 K-pop의 세계적인 위상과 국내 공연 인프라 사이의 격차를 줄이는 핵심 기반시설이 될 것으로 기대된다.

02

**서울아레나는 '공연장'을 넘어 글로벌
K-컬처의 집결지로 설계되고 있다**

[핵심 발견 2]

2027년 12월 서울아레나와 킨텍스에서 처음 열리는 '패노메논(FANOMENON)'은 공연·팬덤 시상식·전시·관광·K-컬처 산업을 하나로 연결하는 대형 국제행사를 지향한다. 매년 12월 세계의 팬과 아티스트가 서울에 모이는 구조가

정착한다면 서울아레나는 단순한 공연시설을 넘어 **글로벌 K-pop 팬덤과 산업을 연결하는 상징적 거점**으로 발전할 수 있다.

03

2 만 석의 진짜 가치는 ‘좌석 수’가 아니라 도시로 확산되는 경제효과에 있다

[핵심 발견 3]

한국문화관광연구원은 패노메논을 통해 **총방문객 52 만 명, 외래관광객 20 만 명, 약 1 조 원의 경제효과**가 발생할 것으로 전망했다. 서울아레나의 성패는 공연 관객을 얼마나 많이 모으느냐를 넘어, 이들을 창동과 서울에 머물게 하고 숙박·관광·쇼핑·지역상권 소비로 연결할 수 있느냐에 달려 있다.

DUHA'S TAKE

“K-pop 을 생산하는 나라에서, K-pop 을 경험하는 도시로.”

지난 20 여 년간 K-pop 의 세계화는 놀라운 성공을 거두었다. 그러나 그 성공의 중심에는 아티스트와 기획사, 프로듀서와 콘텐츠가 있었다. 좋은 음악과 퍼포먼스를 만들어 디지털 플랫폼을 통해 세계로 보내는 것이 K-pop 성장 모델의 핵심이었다. 그 결과 한국의 아티스트들은 세계 주요 도시의 아레나와 스타디움을 채우게 되었지만, 역설적으로 한국은 세계적인 K-pop 을 만들어내는 나라에 비해 **세계적인 K-pop 을 경험하기 위한 공간 인프라는 상대적으로 부족한 나라**로 남아 있었다.

2027 년 상반기에 완공되는 서울아레나의 의미는 바로 이 불균형을 해소하는 데 있다. 한류의 다음 단계에서는 좋은 콘텐츠를 만드는 능력만큼이나 **그 콘텐츠를 어디에서 경험하게 할 것인가**가 중요하다. 팬이 공연을 보기 위해 이동하고, 도시에서 머물며, 소비하고, 다른 팬들과 만나고, 그 경험을 다시 온라인으로 세계에 확산시키는 과정 전체가 새로운 한류 산업의 일부가 되고 있기 때문이다.

이런 관점에서 아레나는 단순한 공연장이 아니다. 대형 공연장은 수만 명의 사람을 한 장소로 이동시키는 강력한 **도시 유동성 인프라**다. 철도역이나 공항이 사람의 이동을 만들어내듯, 세계적인 공연장은 문화적 욕망을 통해 사람의 이동을 만들어낸다. 특히 K-pop 처럼 국경을 넘어 강력한 팬덤을 보유한 콘텐츠에서는 이러한 효과가 더욱 크다.

2027 년 패노메논 계획은 서울아레나의 가능성을 구체적으로 보여준다. 매년 12 월 세계의 K-pop 팬과 아티스트, 엔터테인먼트 기업이 서울에 모이고, 이를 공연·전시·관광·쇼핑과 연결한다면 서울아레나는 하나의 공연시설을 넘어 **글로벌 팬덤의 집결지**가 될 수 있다. 한국문화관광연구원이 전망한 외래관광객 20 만 명이라는 숫자는 이러한 가능성을 상징적으로 보여준다.

더 흥미로운 것은 패노메논이 서울에서 끝나지 않는다는 점이다. 정부와 대중문화교류위원회는 2028 년 5 월 로스앤젤레스를 시작으로 해외에서 페스티벌을 개최하고, 장기적으로 세계 주요 도시에 약 2 만 석 규모의 공연장을 포함한 K-컬처 거점을 조성하는 구상도 제시했다. 이 구상이 현실화된다면 서울아레나는 단독 시설이 아니라 **세계 주요 도시를 연결하는 K-컬처 인프라 네트워크의 원형**이 될 가능성도 있다.

여기에서 한류 인프라 정책의 방향도 달라져야 한다. 지금까지 한류 정책은 콘텐츠 제작과 해외 진출 지원에 상대적으로 집중되어 왔다. 앞으로는 콘텐츠를 경험할 수 있는 공연장, 팬의 국제 이동을 지원하는 관광·교통 시스템, 대규모 이벤트를 운영하는 도시 역량까지 한류 생태계의 일부로 보아야 한다.

2026 년 9 월 1 일



01

K-pop의 성장 속도를 따라가지 못했던 서울의 공연 인프라, 서울아레나가 전환점이 된다... 앞으로의 속제는 5만 아레나

K-pop은 이미 세계 주요 도시의 대형 공연장을 채우는 글로벌 공연산업으로 성장했다. BTS, 블랙핑크를 비롯한 주요 K-pop 아티스트들은 북미와 유럽, 일본, 동남아시아의 아레나와 스타디움을 무대로 월드투어를 이어가고 있다. 그러나 정작 K-pop의 본거지인 서울에서는 1만~2만 명 이상의 관객을 안정적으로 수용할 수 있는 대중음악 전문 대형 공연장이 부족하다는 문제가 오랫동안 제기돼 왔다.

그동안 국내 대형 K-pop 공연은 잠실종합운동장, 고척스카이돔, 체조경기장 등 기존 체육시설을 공연장으로 전환해 사용하는 방식에 크게 의존해왔다. 이 경우 스포츠 일정과 공연 일정이 충돌할 뿐 아니라 대규모 무대의 설치와 철거, 음향, 관객 동선, 공연 물류 등에서도 전문 공연장과 차이가 발생한다. 세계적인 K-pop 산업의 규모와 국내 공연 인프라 사이에 상당한 격차가 존재했던 셈이다.

2027년 5월 완공 예정인 창동 서울아레나는 이러한 구조적 한계를 해소하기 위한 중요한 전환점이다. 약 2만 석 규모의 전문 아레나가 서울에 등장한다는 것은 단순히 좌석 2만 개가 추가된다는 의미가 아니다. 대형 공연의 준비와 운영, 무대 설치, 음향, 물류, 관객 입·퇴장과 안전관리까지 공연산업의 전체 생산성을 높이는 기반시설이 구축된다는 의미다.

더 중요한 것은 K-pop의 세계적 성공이 마침내 서울이라는 도시의 물리적 공간과 본격적으로 결합하기 시작한다는 점이다. 지금까지 한류의 성장은 주로 아티스트와 콘텐츠, 엔터테인먼트 기업의 경쟁력을 중심으로 이루어졌다. 서울아레나는 이 무형의 문화적 경쟁력을 공연장이라는 물리적 인프라로 전환하는 첫 번째 대규모 실험 가운데 하나다.

서울아레나의 등장은 따라서 '새로운 공연장 하나의 건립'보다 K-pop 산업이 콘텐츠 중심의 성장 단계에서 인프라 중심의 성장 단계로 진입하는 사건으로 평가할 필요가 있다.

02

패노메논의 서울아레나 개최, 공연장이 국가적 K-컬처 플랫폼으로 확장된다

서울아레나의 전략적 의미는 2026년 7월 발표된 '2027 패노메논(FANOMENON)' 계획을 통해 더욱 분명해졌다. 문화체육관광부와 대중문화교류위원회는 2027년 12월 2일부터 12일까지 창동 서울아레나와 고양 킨텍스 제2전시장을 중심으로 대규모 K-컬처 축제 '패노메논'을 처음 개최할 계획이라고 밝혔다.

패노메논은 단순한 K-pop 콘서트가 아니다. K-pop 공연과 팬덤 시상식, 아티스트 전시, 팬미팅을 비롯해 음식·뷰티·패션·웹툰·영화·드라마·애니메이션·게임·e 스포츠 등 K-컬처 전반을 하나의 행사로 연결하는 대규모 복합 축제를 지향한다. 하이브, SM, YG, JYP 등 국내 주요 엔터테인먼트 기업들이 합작법인을 구성해 참여하고 정부가 출입국·안전·관광 등 공공 영역을 지원하는 민관 협력 모델이라는 점도 주목할 만하다.

그 중심 무대가 서울아레나다.

서울아레나에서는 한 해 동안 가장 강력한 영향력을 보여준 글로벌 팬덤을 선정하는 시상식과 주요 아티스트의 공연, 관련 전시 등이 진행될 예정이다. 패노메논이라는 명칭 자체도 Fan과 Phenomenon을 결합한 것으로, 팬을 단순한 콘텐츠 소비자가 아니라 K-컬처를 확산시키는 적극적인 주체로 바라보겠다는 의미를 담고 있다.

특히 대중문화교류위원회가 패노메논을 매년 12월 서울에서 개최하겠다는 구상을 밝힌 점은 중요하다. 계획대로 정착한다면 매년 연말 세계 K-pop 산업과 팬덤의 시선이 서울에 집중되는 정례적인 글로벌 이벤트가 만들어진다. 그래미 어워즈가 로스앤젤레스, 칸영화제가 칸이라는 도시와 결합해 세계적인 문화 이벤트가 된 것처럼, 패노메논 역시 장기적으로 'K-pop의 서울'이라는 도시 브랜드를 강화하는 정례 이벤트로 발전할 가능성이 있다.

서울아레나는 바로 그 행사의 물리적 거점이다.

03

52만 명 방문·외국인 20만 명·약 1조 원 효과 전망, 아레나는 도시경제 인프라가 된다

서울아레나의 효과를 공연장 내부의 티켓 매출만으로 평가해서는 안 된다. 대형 공연은 수만 명의 사람을 움직이고, 이들의 이동은 교통·숙박·음식·쇼핑·관광 등 도시 전반의 소비로 연결된다. 특히 해외 팬이 공연을 목적으로 서울을 방문할 경우 공연 티켓 한 장이 항공·호텔·식음료·쇼핑·관광 소비를 동시에 발생시키는 출발점이 된다.

한국문화관광연구원은 패노메논 개최를 통해 **총방문객 52만 명, 외래관광객 20만 명, 약 1조 원의 경제효과**가 발생할 수 있을 것으로 전망했다. 물론 이는 향후 행사 규모와 참가자 구성 등에 따라 달라질 수 있는 사전 추정치다. 그럼에도 이 숫자가 보여주는 방향은 분명하다. K-pop 공연의 경제적 가치는 공연장 내부보다 오히려 공연장 밖에서 훨씬 크게 발생할 수 있다는 것이다.

관객을 모으는 것과 관객을 머물게 하는 것은 전혀 다른 문제다.

공연을 보기 위해 창동을 찾은 2만 명의 관객이 공연 직후 지하철을 타고 다른 지역으로 이동한다면 창동이 얻는 경제적 효과는 제한적이다. 반대로 공연 전후 몇 시간 동안 지역에 머물고, 음식점과 상점, 문화시설, 주변 관광지를 이용한다면 관객은 단순한 공연 소비자에서 도시 방문객으로 전환된다.

따라서 서울아레나의 성과는 연간 공연 횟수와 관객 수만으로 측정해서는 안 된다. 외국인 방문객 수, 평균 체류시간, 주변 상권 매출, 숙박 수요, 관광 소비, 지역 일자리, 재방문을 등 도시에 남기는 효과까지 측정해야 한다. 아레나의 성과를 공연장 안에서 측정하면 공연장 사업이지만, 공연장 밖에서 측정하면 도시전략이 된다.

물론 이 규모는 충분히 크거나 거대한 것은 아니다. 서울아레나가 내년 하반기 본격적으로 모습을 드러내면 케이팝의 그 다음 목표는 5만 이상의 초대형 아레나가 될 것이다.

SOURCE 「최휘영·박진영 “내년 12월 패노메논 시상식...이듬해 LA서 축제” / 연합뉴스 / 2026.7.27 / 대중문화교류위원회
「2027 패노메논 추진계획」 / 서울특별시 서울아레나 복합문화시설 관련 공개자료

발행 동국대학교 한류융합학술원(DUHA) | 문의 bradelview@naver.com

[제 1 호] 발행 | 동국대학교 한류융합학술원(DUHA) 한류인프라리포트 발간팀

동국대한류융합학술원(DUHA)

한류인프라리포트

발간사



한류의 다음 단계는 ‘인프라화(化)’입니다

한류는 이제 하나의 유행이나 개별 콘텐츠의 성공을 넘어 세계인의 일상 속에 자리 잡은 문화현상이 되었습니다. K-pop과 드라마, 영화, 문학이 세계로 확산되는 동안 우리는 주로 무엇을 만들고 어떻게 세계에 알릴 것인가를 고민해 왔습니다. 이제는 한 걸음 더 나아가 한류를 어디에서 경험하고, 어떻게 지속시키며, 무엇으로 축적할 것인가를 고민해야 할 때입니다.

동국대학교 한류융합학술원이 주목하는 것이 바로 ‘한류 인프라’입니다. 공연장과 문화시설 같은 물리적 공간뿐 아니라 관광과 교통, 디지털 플랫폼, 전문인력과 산업 생태계까지, 한류를 생산하고 경험하며 지속 가능하게 만드는 인프라 전체를 융합적 시각으로 바라보고자 합니다.

『DUHA 한류인프라리포트』는 매월 우리 주변에서 변화하고 있는 한류 인프라의 흐름을 기록하고 그 의미를 짚어보려 합니다. 창간호에서는 2027년 상반기 개장을 앞둔 창동 서울아레나를 통해 세계적인 K-pop의 성장과 도시의 문화 인프라가 어떻게 만나야 하는지를 살펴봅니다.

콘텐츠의 성공을 공간과 산업, 도시의 자산으로 축적하는 것. 그것이 한류의 지속가능성을 위한 다음 과제라고 생각합니다. 이 작은 리포트가 그 가능성을 함께 고민하는 출발점이 되기를 바랍니다.

2026년 9월 1일

동국대학교 한류융합학술원장 정길화