

Чем больше я погружаюсь в культуру и историю Кореи, тем больше растет моё уважение к стране и людям. Пережив многолетнюю японскую оккупацию, разрушительную войну, разделение на две части, нищету пятидесятих годов (когда, например, рис считался роскошью, а крестьяне ели весной траву и вареную кору деревьев), в шестидесятых Корея начала выбираться из глубочайшего кризиса. Сделав ставку на трудоемкую тек-

интернета — мои корейские партнеры всегда жалуются на то, что за границей они не могут нормально работать — скорость интернета маленькая.

Обратим внимание на присутствие корейского бизнеса в России. Самый продаваемый автомобиль 2016 года — «кореец» Hyundai Solaris, на втором месте — «Лада Веста», а на третьем — снова «кореец» Kia Rio. Если взять совокупные прода-



## КОРЕЙСКАЯ ВОЛНА В РОССИИ — ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА



[ Автор: Марина Семенихина, директор по лицензированию CLS Media ]

стильную промышленность (а рабочей силы в Корее было хоть отбавляй), Корея стала превращаться в страну-фабрику: сырье закупалось за рубежом, обрабатывалось на мощностях заводов, а продукция экспортировалась. Государство также стало поддерживать бизнес, именно тогда зародились крупнейшие корейские конгломераты — Hyundai, Samsung... Электроника и техника стали развиваться такими темпами, что Корея завоевала репутацию серьезного игрока мирового технического рынка. И сейчас страна занимает первое в мире место по качеству и скорости

жи, то на первом месте Kia. Про Samsung и LG тоже долго рассказывать не приходится — и продажи электроники и техники, и продвижение у компаний на высоте. Кстати, Samsung является спонсором литературной Премии имени Л.Н. Толстого «Ясная Поляна». Другой корейский конгломерат Lotte буквально на днях объявил о спонсорстве литературной Премии имени А.С. Пушкина «Лицей». Количество корейских ресторанов растёт — еще прошлым летом «Афиша.Ру» выдавала чуть больше пятидесяти заведений с корейской кухней, сегодня проверила — их 99.

Прошлый год был объявлен годом корейского кино, а на ММКФ приз «Серебряный Георгий» за лучший фильм документального конкурса получила францужско-корейская лента Юна Черо «Госпо-

жа Б. История женщины из Северной Кореи».

Но больше всего популярна в России корейская анимация. Корейцы стали безусловными лидерами по производству трёхмерной компьютерной графики. Производство её настолько эффективно, профессионально и быстро, что на корейских студиях отрисовывают свои проекты Disney, DreamWorks, Pixar и даже наш «Союзмультфильм». В отличие от нишевой японской анимации и специфической китайской, корейцы прочно оккупировали дошкольный сегмент и сегмент младших школьников.

Пожалуй, можно сказать, что всё началось с «Пингвинёнка Пороро», который настолько популярен в Корее, что его называют «Президент Пороро». В России же корейскую тему задал «Робокар Поли». Еще один успешный бренд — «Врумиз»,



премьера третьего сезона сериала нас ждёт в ближайшее время. «Врумиз» просто ворвались в десятку самых популярных брендов игрушек для мальчиков, составив компанию Диснеевским «Тачкам», «Звездным Войнам» и «Робокару Поли». **То есть из десяти брендов рейтинга «Яндекс.Маркет», два — корейские.**

Ну, а если говорить о громких премьерах ближайшего времени, стоит упомянуть сериал **«Лига WatchCar: Битва Чемпионов»**. Он был создан SAMG Animation совместно с Hyundai Motors - реальные автомобили «Хёнде» стали прототипами героев мультфильма.

А вообще, корейская волна — это про поп-музыку и сериалы. Так же как Россия в девяностые «сидела» на мексиканских и бразильских сериалах, так и весь мир сейчас подсел на корейские. С Азией все

понятно, ментальность близкая. Но какво было моё удивление, когда я в прошлом году обнаружила на белорусском эфирном канале корейский сериал 2015 года «Убей меня, исцели меня». Штаты, Канада, Британия, Австралия, Латинская Америка — никто не может устоять перед очарованием корейских звезд. **Музыку и тексты поп-звездам Кореи пишут те же люди, которые работают с Бритни Спирс и Кристиной Агилерой.** В феврале 2017 года российский канал MTV поставил в ротацию клип корейской «мальчужковой» группы BTS «Blood, Tears, Sweat», а в начале апреля в Москву приедут рэперы 24K.

К-рор — так называют корейскую поп-музыку — силён своим продвижением в новых медиа и социальных сетях. Самый популярный клип на youtube — корейский. Это, разумеется, Psy и его песня Gangnam Style. Популярность ролика была такова, что он «сломал» счетчик просмотров сервиса. «Мы никогда не думали, что видео будет просмотрено в таких значениях, которые больше, чем вмещает в себя 32-битный знаковый целый тип данных (2 147 483 647), но это было до того, как мы встретили Psy. Gangnam Style был просмотрен так много раз, что нам нужно обновиться», — заявили представители. Механизм подсчета обновили, специально посмотрела статистику на данный момент — **2 775 728 415** просмотра!

К слову, не только корейские продукты и бренды популярны

в России. Есть истории успеха и российских проектов в Корею. Так, азиатский рынок взорвала наша анимация «Снежная королева». После успешного старта первого полнометражного мультфильма, второй — «Снежная Королева 2: Перезаморозка» — посмотрели более миллиона зрителей, ну а третий эпизод показал хорошие результаты для анимационного кино. Или игрушки Orange Toys, лицензионная программа которых стартовала именно со школьных товаров, — мы делали небольшой Instagram-репортаж о приключениях мишек Choso и Milk



— нас фотографировали, спрашивали, где можно купить игрушки и с удовольствием позировали.

Корейский тренд налицо. Что-то, например, анимацию, можно использовать в канцелярском бизнесе уже сейчас. Есть корейские бренды, которые давно заняли своё место на российском рынке, например, письменные принадлежности или товары для творчества. А что-то можно будет использовать в ближайшее время. **Присмотритесь к этому тренду.** Я уверена, в нем каждый может найти возможности для своего бизнеса. **K**

