

2026 교육혁신포럼

지평을 넓히는 K-컬처, 경계를 뛰어넘는 대학

K-MEGA, 부산을 글로벌 K-컬처의 새 무대로

"K-MEGA IMPACT"

K-컬처의 다음 무대는 서울이 아닌 지역, 부산



AGENDA

오늘의 7가지 질문

K-컬처의 오늘을 진단하고, 부산과
경성대가 만들 내일을 이야기합니다.

01 왜 지금 K-컬처인가?

성장의 밝은 면과 구조적 그림자, 그리고 시장 규모 전망

02 K-컬처의 다음 단계

양적 성장에서 질적 성장으로 — 한류 1.0 → 3.0

03 부산은 왜 K-컬처의 기회인가?

SWOT로 본 부산의 현주소

04 부산이 넘어야 할 세 가지 과제

부산 K-컬처 생태계 성장의 세 가지 근본 과제

05 대학은 무엇을 해야 하는가?

K-MEGA 미션·비전, 4대 분야와 혁신 모델

06 대학 · 산업계 · 지자체의 역할

세 주체가 함께 만드는 K-컬처 생태계

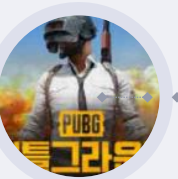
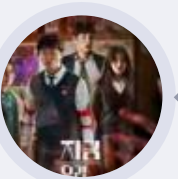
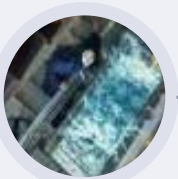
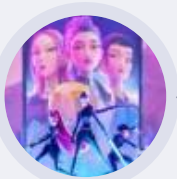
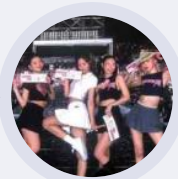
07 부산을 발전시키고 글로벌로 도약할 방안

체험형 K-컬처 도시, 그리고 그 다음 — Closing Message

“

K-컬처는 **문화**가 아니라 **산업**

”

K-컬처의 성장과 성공,
그 성과는 어디에?

明

밝은 면

- ✓ K-POP, 영화, 드라마, 게임, 웹툰
- ✓ 대한민국 대표 수출 산업으로 성장
- ✓ 관광·뷰티·식품·소비재 동반 성장
- ✓ 국가 브랜드 가치 상승

정부 목표·2030

K-컬처 시장 **400조 원**

暗

그림자

- ✓ 서울 집중 - 산업·인재의 수도권 편중
- ✓ 스타 의존형 구조·소수 IP 편중 리스크
- ✓ 제작비 상승 압박 / 콘텐츠 공급 과잉
- ✓ 영화·방송 제작 생태계 위축, 중소 제작사 경쟁력 약화
- ✓ 글로벌 플랫폼 종속

NETFLIX **SONY**
PICTURES

VS

» K-컬처의 경쟁력은 콘텐츠의 양산보다는 어디에서 만들고, 그 성과는 어디에 남게 되는가 관건

K-컬처의 새로운 전환점

AI와 글로벌 플랫폼의 결합 ▶ 제작방식, 유통방식, 소비방식이 바뀌는 새로운 시대
K-컬처는 콘텐츠 산업이 아니라 도시산업 ▶ 교육, 관광, 영화, AI, 창업, 투자가 하나의 생태계로 연결 ▶ 부산의 가능성



K-POP

드라마

영화

웹툰

애니메이션

게임

OTT

AI + 콘텐츠 · XR

K-라이프스타일

팬덤 플랫폼

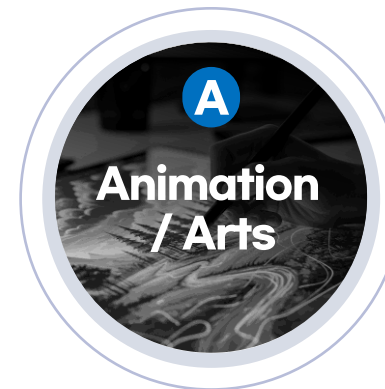
K-푸드 · K-뷰티 ·
K-관광



K-컬처를 **교육에서 산업, 지역에서 글로벌로 연결**하기 위해 만든 실행 전략



K-컬처
4대 분야



혁신모델

K·M·E·G·A & D·N·A 모델 to Digital & AI, Opening the Next, Glocal Alliance

3대
추진과제

D

교육혁신 To Digital & AI

실현 가능한 MEGA 캠퍼스

- ✓ 학과·전공 재편
- ✓ K-컬처 콘텐츠 창작 실현

N

산학·연구혁신 Opening the Next

창의중심의 MEGA 랩

- ✓ 모듈형 산학·연구
- ✓ K-컬처 차세대 창출

A

지역·글로벌 연결 Global Alliance

지속가능한 MEGA 허브

- ✓ 글로벌 Alliance 구축
- ✓ K-컬처 글로벌 확장

➤ K-MEGA를 AI, 프로젝트 교육, 산학협력, 글로벌 네트워크로 연결 ➤ K-MEGA는 부산이 K-컬처 도시로 성장하기 위한 실행 모델

“
앞으로의 K-컬처는
콘텐츠 산업이 아니라 **콘텐츠 기반 도시 산업**”
”

S

Strength · 강점

- ✓ 국제영화제 · 글로벌 OTT 어워즈
- ✓ 영화/영상 인프라 · 국제관광도시
- ✓ 해양도시 · 아시아 관문·개방성

W

Weakness · 약점

- ✓ 서울 대비 기업 부족
- ✓ 투자 부족
- ✓ 인재 유출

O

Opportunity · 기회

- ✓ 새로운 문화 유입, 다양한 문화 융합
- ✓ 글로벌 관광 · 융합 확대
- ✓ K-콘텐츠 글로벌 성장

T

Threat · 위협

- ✓ 수도권 집중
- ✓ 글로벌 경쟁 심화

서울 = 제작중심
부산 = 체험형
K-컬처 도시

▶ ▶ 부산은 대한민국 K-컬처의 제2 거점으로 충분한 가능성 ▶ ▶ 하지만 넘어야 할 과제도 존재

“

수도권 과밀 · 교육 단절 · 명품 인프라 활용 부족
부산 K-컬처 생태계 성장의 **세 가지 근본 과제**

”

산업의 수도권 집중

콘텐츠산업 조사 결과



사업체 수 분포

수도권 **64.3%** 부산 **5.8%**

매출액 분포

수도권 **85.6%** 부산 **2.3%**

수도권 과밀화,
부산 K-컬처 생태계 성장시급

교육과 산업의 단절

콘텐츠산업 인력 현황



전국 콘텐츠 산업 관련 학과

1,750개

고용 미스매치 경력·프리랜서 선호

신입채용 **25.9%**

K-컬처 특화 **실전 교육모델** 필요

지역자원의 연결 부족

부산 문화도시 자산



부산
오페라하우스

'26.준공,연면적
54,335.02㎡



국제게임전시회
연속유지

'25~'28 G-STAR
개최도시 확정



부산국제영화제
개최

ACFM 역대 최대
성과달성



명품 **인프라 활용** 다각화 필요

» 부산이 필요로 하는 것은 새로운 시설 보다 교육과 산업을 연결하는 플랫폼, 그 역할의 출발점은 대학

MISSION

“ 학생만 가르치는 공간에서 지역산업과 함께 성장하는 **혁신 플랫폼으로 변모 필요** ”



교육 혁신

실전교육 · 프로젝트 수업 ·
기업과 협업 · 콘텐츠 제작
· IP확보 · 사업화 경험



산학연구 혁신

대학 K-컬처 산업 플랫폼화,
자립형 혁신 생태계 조성



지역 · 글로벌 연결

성과 수익화 · 스케일업으로
지속가능한 지역·글로벌 거점화

Vision 및 Impact

K-컬처, 다음을 열고 세상을 잇는다

K-컬처는 글로벌 초거대 산업, 국가/부산 경제의 성장 엔진, 대학 혁신의 주춧돌

MEGA309 대학

학과 중심이 아닌,
프로젝트 중심 교육으로학생들은 학과의 경계를 넘어
영화 · 게임 · 음악 · 공연 · AI를
자유롭게 융합하며 실제 콘텐츠 제작

교육

창작

산업

투자

선순환

K-MEGA 생태계

교육에서 끝나지 않는,
하나의 선순환 구조산학협력 · 공동창작 ·
글로벌 네트워크 · 사업화
그리고 K-MEGA 홀딩스까지 연결

파급효과 IMPACT · 01 경성대

MEGA 산업 거점 대학으로 도약

파급효과 IMPACT · 02 부산시

청년 · 경제 · 관광 전 영역
글로벌 문화도시로 성장

파급효과 IMPACT · 03 대한민국

K-컬처 기반 AI 시대
글로벌 문화 혁신 선도

교육이 산업으로 연결될 수 있는가? 경성대 프로젝트 : K-MEGA SONG FESTA

대학 캠퍼스를 부산형 K-POP 제작 거점으로 기능 전환함으로써, 지역 기반에서도 IP 생산이 가능한 콘텐츠 산업 생태계의 실현 가능성을 입증

MEGA SONG 캠프 & 성과공유회

실질적 상업 IP 확보 및 글로벌 비즈니스 네트워크 구축

참여 규모

국내외 프로듀서·타라이너
46명 참여 (Benjamin 55,
Chaz Mishan 등)

IP 성과

제작한 50곡 중 39곡
신규 음원 IP 권리화 및
대학 호스트 지분 확보

콘텐츠 사업화

아이돌 수록곡 1곡, MBC
드라마「찬란한 너의 계절에」
OST 삽입곡 1곡 확정
(26.2.23. 자 기준)

산업 매칭

성과공유회(리스닝 세션)에
CJ ENM, Sony Music Entertainment,
HYBE 산하 레이블 등 24개
기업·141명 참여, MOU 5건 체결



MEGA SONG 캠프



성과발표회

MEGA K-POP 워크숍 & MEGA K-POP 오디션

지역 인재 발굴 및 교육-데뷔 연계 모델 실증

대상

K-POP에 관심 있는
부산 전 지역 주민

워크숍

68명,
연합오디션 219명 참가

인재 발굴

34개 기획사
(SM, JYP, YG 등) 참여

최종 선발

최종 26명(SM, 스타쉽,
플레디스 등 12개 기획사)



MEGA 마스터클래스 & MEGA SONG 콘서트

수익 모델(BM) 창출 및 대중적 확산

마스터클래스

프로듀서 (빅밴츠 등) 및
엔지니어 (권남우, Stay Tuned)

토크쇼 & 콘서트

아티스트 (홍이삭, 경서, 공원 등)
온니버스 공연

흥행 성과

총 562명
(마스터클래스 130명 +
콘서트 432명)

수익 창출

총수익 3,282만 원 창출



» 부산에서도 K-컬처 산업의 Value-Chain이 실제로 작동할 수 있음을 실증 (교육-창작-공연-저작권-산업으로 연결되는 구조가 캠퍼스 안에서 구현)

ㄷㄷ

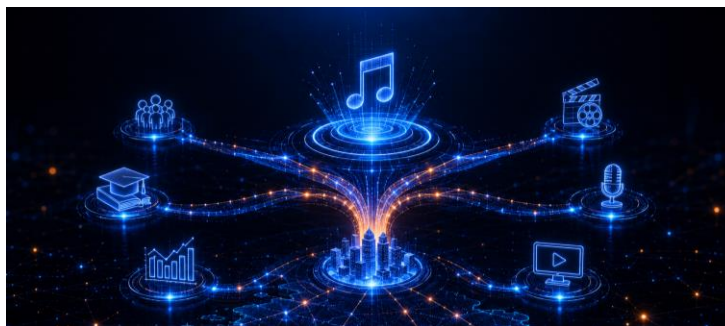
K-MEGA SONG FESTA- 성과와 의의

ㄴㄴ

부산에서 “행사”가 아닌 **산업 가치사슬(Value Chain)** 이 돌기 시작했습니다.



K-컬처 수도권 쏠림 문제를
‘행사’가 아닌 ‘자산(IP) 생산’으로 해결



시장 검증까지 연결



지속 가능 인프라 확보

경성대학교 캠퍼스에서 K-POP을 직접 만들고,
저작권 창출까지 완료하여, “지역에서도 산업
성과가 나는 구조”를 실제로 보여줌.

국내외 프로듀서와 작곡가들이 함께 참여하여
신규 음원 IP 39곡 확보

MEGA SONG 캠프에서 만든 곡이 대기업 그룹
수록곡, 드라마 OST 삽입곡 확정 등으로 이어져
“교육 성과 ▶ 산업(시장) 성과” 전환 가능성을 입증.

34개 기획사가 참여한 연합 오디션에서는
26명이 실제 기획사와 연결

캠퍼스 내 MEGA SONG 캠프 스튜디오
10개실을 구축해, 일회성 이벤트가 아니라
연 1~2회 정례 운영이 가능한 제작 거점을 마련함.

LOCAL → GLOBAL

지역에서도
세계 수준의 콘텐츠를 만들 수 있다



부산에서, 지역의 무대에서
세계 수준의 결과물이
나올 수 있음을 입증

EDUCATION × INDUSTRY

교육은 산업과
연결될 때 가장 큰 가치를 갖는다



학생들은 수업보다
실제 프로젝트를 통해 더 빠르게 성장
↓
산업계 역시
학생을 **‘함께 일할 파트너’**로 인식

REGIONAL SUSTAINABILITY

지역이 함께 움직일 때
지속가능성이 생긴다



대학만으로는 어렵습니다.
↓
기업 · 지자체 · 문화기관 · 투자기관이
함께할 때 지역 안에서
콘텐츠가 만들어지고 ▶ 사업화되고 ▶
환류되는 구조가 만들어집니다.

“

대학이 인재를 만들고, **산업**이 기회를 만들며, **지자체**가 생태계를 만든다

”

대학

산업체

지자체



인재



기술



현장



투자



정책



재원



창작



연구



실증



채용

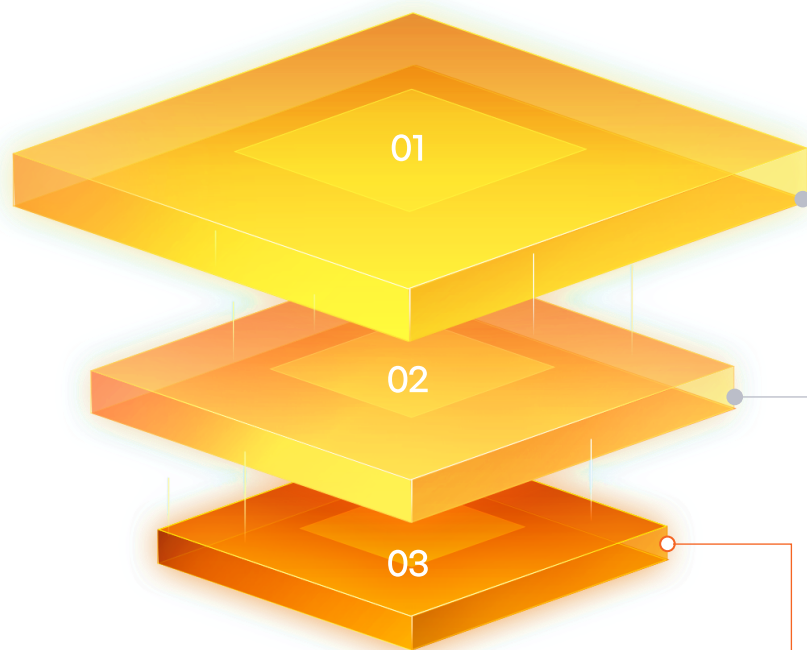


인프라



규제개선

부산, 글로벌 “Global No.1 체험형 K-컬처 도시”로 도약할 방안 제언



1 UNIVERSITY → CREATIVE PLATFORM

대학은 교육기관이 아닌 창작 플랫폼

- ✓ 학생은 프로젝트를 통해 성장하고, 대학은 지역 산업과 함께 성과를 창출



2 LOCAL CONTENT · LOCAL BUSINESS

지역 콘텐츠를 지역에서 사업화하는 구조

- ✓ 좋은 콘텐츠가 서울로 이동하는 것이 아니라, 부산에서
제작 ▶ 권리화 ▶ 사업화 완결



3 K-CULTURE CAMPUS

부산 전체가 하나의 K-컬처 캠퍼스

- ✓ 영화의전당 · 부산국제영화제 · 지역 기업 · 대학 · 문화기관 · 청년 · 시민이
하나의 생태계로 연결

부산, 글로벌 “Global No.1 체험형 K-컬처 도시”로 도약할 방안 제언

부산의 오늘
TODAY · FROM

영화도시·관광도시 강점은 뚜렷하지만, 산업으로 이어지는 사이클은 아직 부족.

TOMORROW · TO

Global No.1 체험형 K-컬처 도시 도약



교육·산업

K-MEGA
산학융합 생태계 구축



교육·창업·기업·투자·IP를
연결하는
교육·산업 생태계 완성

도시

K-컬처 체험
인프라 확대



영화·게임·공연·애니메이션·
미디어아트를 직접 경험할 수
있는 도시 공간 지속 확대

글로벌

글로벌
K-컬처 허브 조성



글로벌 기업, 창작자,
관광객이 모이는 세계적
K-컬처 플랫폼 구축

부산 K-컬처 앵커 코리더

K-Culture Anchor Corridor 조성(안)

"서울에 남산-명동이 있다면, 부산에는 항령산-BKS가 있다!"

남구·수영구 = 글로벌 K-컬처 타운

- 경성대 유학생 3,000명을 필두로 부경대, 동명대를 합산하면 이미 1만 명을 훌쩍 넘는 확실한 외국인 인적 인프라 보유
- ▶ **부산의 글로벌 유학 및 정주 중심지**
- 부산에서 가장 트렌디한 '청년·소비의 메카'
- 'UN' 브랜드와 역사적 자산

경성대, 부경대, UN공원, 동명대, 이기대까지 이어지는 거리

▶ **BKS 조성(Busan K-culture Street)**

A구역

MEGA캠퍼스 ~ 경성대·부경대역: 'K-팝 & 트렌드 플레이그라운드'

- 컨셉: 부산의 '홍대'이자 '이태원'의 활력을 담은 스트리트.
- 콘텐츠: 외국인 유학생과 국내 청년들이 교류하는 글로벌 라운지, 버스킹 존, K-뷰티 및 패션 팝업스토어, 세계 음식 거리 조성. 밤낮으로 활력이 넘치는 '잠들지 않는 거리'

B구역

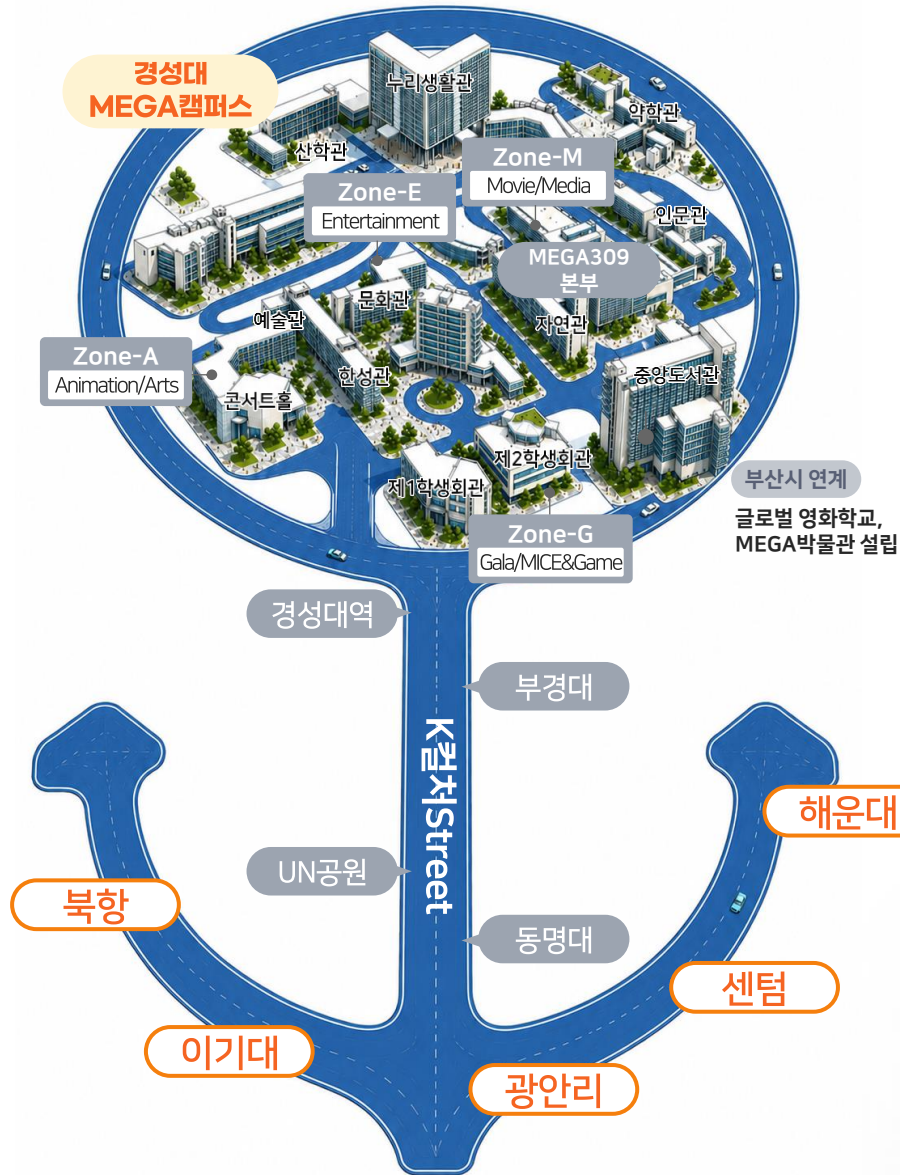
부경대 ~ UN기념공원: '글로벌 Peace & Culture 로드'

- 컨셉: 전 세계 유일의 UN 상징성을 활용한 평화·문화 융합 공간.
- 콘텐츠: 세계 각국의 문화 체험관, 유학생들이 직접 운영하는 '글로벌마켓' 등

C구역

UN기념공원 ~ 동명대: 'K-Culture Living Zone'

- 컨셉: 머물며 체험하는 K-컬처 라이프스타일 공간
- 콘텐츠: K-푸드·K-뷰티·K-리빙 체험거리장기체류 외국인들을 위한 문화 프로그램 로컬 상권과 연계한 체류형 관광



광안리 = K-Culture Festival

- K-POP·영화·드론쇼 등 상설 공연 콘텐츠 운영
- 야간관광과 해양관광을 결합한 글로벌 축제 플랫폼 구축
- 세계인이 찾는 부산 대표 K-컬처 비치 조성

센텀·해운대 = K-Culture Premium

- 영화·영상·엔터테인먼트 중심 프리미엄 콘텐츠 집적
- 국제영화제·MICE와 연계한 글로벌 비즈니스 허브
- K-럭셔리 관광과 체험형 콘텐츠를 결합한 대표 관광거점

북항 = K-Culture Gateway

- 국제크루즈·엑스포·국제행사와 연계한 K-컬처 웰컴존 조성
- 미디어아트·야간관광 콘텐츠 활용 랜드마크 구축

K-컬처의 미래는 콘텐츠를 넘어,
사람과 산업을 연결하고 도시를 성장시키는 데 있습니다.

지역대학은 그 **변화의 중심**이
되어야 합니다.

경성대학교는 부산과 함께,
글로벌 K-컬처 생태계를 만드는 플랫폼 대학으로
도약하고자 합니다.



THANK YOU · Q & A

감사합니다

“K-MEGA IMPACT” 부산 전역에 퍼지는 글로벌 혁신 DNA

경성대학교 · 2026 교육혁신포럼



경성대학교