

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

유아 대상 라이선싱 마켓 동향

◎ 작성취지

- 영국의 토이 전문 매거진 ToyNews에 게재된 유아 대상 라이선싱 마켓의 주요 브랜드별 동향과 성공적인 2013년 토이산업을 위한 전문 칼럼니스트의 조언을 요약 정리하였음.

◎ 작성순서

1. 『유아 대상 라이선싱 마켓 동향 개관』
2. 『주요 브랜드 동향』
3. 『토이산업의 성공적인 2013년을 위한 조언』
4. 『정리 및 시사점』

◎ 본문 요약

- 유아 대상 시장은 토이 산업에 있어 핵심 부분이라고 할 수 있음. 미취학 아동을 대상으로 하고 있는 토이 마켓은 라이선싱 측면에 있어서 회사에 이익을 가져다 줄 수 있는 효자 부문임. 몇 년 주기로 시장에 새로운 소비자들이 진입함에 따라 고수익의 라이선스들과 라이선싱 제품들은 안전하고 효과적으로 시장에서 수익을 낼 수 있다는 것이 장점임.
- 그러나 시장 내 경쟁이 치열함. 따라서 소비자들의 마음을 끄는 이야기, 유머, 음악, 독특한 캐릭터를 갖추는 것이 필수적임. 또한 라이선시들과 리테일러들의 관심을 끌기 위해서는 다수의 에피소드, 국내외의 폭넓은 인지도, 안정적인 자산 범위, 안정적인 브랜드 가치, 효과적으로 움직이는 라이선싱 관련 부서가 필수적임.

자료출처: ToyNews

1. 유아 대상 라이선싱 마켓 동향 개관

- 유아 대상 시장은 토이 산업에 있어 핵심 부분이라고 할 수 있음. 미취학 아동을 대상으로 하고 있는 토이 마켓은 경쟁이 치열하지만, 라이선싱 측면에 있어서는 회사에 이익을 가져다 줄 수 있는 효자 부문임. 몇 년 주기로 시장에 새로운 소비자들이 진입함에 따라(이전 소비자들은 다른 연령대의 시장으로 진입) 고수익의 라이선스들과 라이선싱 제품들은 안전하고 효과적으로 시장에서 수익을 낼 수 있다는 것이 장점임.
- 어린이들의 눈을 사로잡는 제품들은 대부분 TV 프로그램 속 캐릭터들임. 그러나 TV 프로그램들이 모두 다 성공할 수는 없음. <기사 마이크(Mike the Knight)>나 <제이크와 네버랜드 해적들(Jake and the Neverland Pirates)>이 조금 연령이 높은 유아들을 대상으로 1위를 다투고 있으며, 수백 개의 방영되고 있는 어린이 프로그램들이 몇 년 후에는 한 손으로 꼽을 만큼 밖에 남지 않는다는 것을 유념해야 함.
- 특히 부모들은 해당 시장의 제품들이 안전하고 재미있으면서 교육적이기를 기대함. 해당 시장은 가장 경쟁이 치열하지만, 그럼에도 불구하고 여전히 산업 내에서 가장 강하게 입지를 다지고 있는 시장임. 유아 대상의 브랜드는 라이선싱 제품으로 제작하기가 용이하며, 다양한 제품의 생산이 가능하다는 장점이 있음. 또한 완구 제작자들에게 있어 청소년 대상 시장보다 위험 부담이 덜함.

2. 주요 브랜드 동향

○ 트리 푸 톰 (Tree Fu Tom)

- 지난해 영국 BBC의 어린이 채널 CBeebies에서 방영된 이후, <트리 푸 톰>은 해당 채널에서 가장 높은 시청률을 기록하는 프로그램임. 이러한 선전은 2013년까지 계속될 것으로 보임. 해당 브랜드와 관련하여 15개의 라이선스 계약이 체결되었음.
- <트리 푸 톰> 관련 첫 라이선싱 제품들은 1분기 내 출시될 것으로 예상되며, 주요 항목은 완구, 책, 홈 엔터테인먼트, 의류, 아웃도어 제품 등임. 그 외의 제품들은 2013년 내 추가로 출시될 것임. 해당 제품들은 <트리 푸 톰> 프로모션, 광고 캠페인과 함께 진행될 예정임.
- <트리 푸 톰>의 두 번째 시리즈는 2013년 출시될 예정임. 첫 번째 시리즈는 프랑스, 이탈리아, 노르웨이, 핀란드, 캐나다, 한국, 라틴아메리카, 호주, 뉴질랜드 등 35개국에 판매되어 방영되었음.

프리맨틀 미디어 엔터프라이즈 (FreemantleMedia Enterprises)
+ 44 (0)20 7691 6000

www.frimantlemedia.com

○ <포피캣 (Poppy Cat)>

- <포피캣>은 전 세계 2백 5십만 부 이상 판매된 라라 존스(Lara Jones)의 베스트셀러를 원작으로 하여 제작된 어린이용 애니메이션임. 해당 애니메이션은 닉주니어(Nick

Jr.)의 위탁을 받아 쿨라비(Coolabi)와 킹 롤로 필름(King Rollo Films)가 공동 제작하였음.

- 골든 베어(Golden Bear), 점보(Jumbo), 맥밀란(Macmillan), 라이온즈게이트(Lionsgate), 스튜디오 리델(Studio Liddell), 아이크로이즈(Aykroyds)등의 리테일러들을 통해 2012년 가을·겨울 시즌에 완구, 퍼즐, 책, DVD, 의류, 모바일 어플리케이션 등의 품목들이 출시되었음.
- 2013년 <포피캣>은 이미디엣 미디어(Immediate Media)의 컴필레이션 서적인 ‘선샤인(Sunshine)’을 3월 출시할 예정임. 최근 쿨라비는 포트고 디자인(Portigo Designs)과 카드 디자인 관련 라이선스 계약을 마쳤음. 이는 웹사이트 funkypigeon.com에서 판매될 예정임. 또한 <포피캣의 파티 트레저(Poppy Cat’s Party Treasure)> 모바일 앱은 아이폰과 아이패드에서 사용 가능하며, 2013년 안드로이드 스마트폰과 태블릿에도 출시 예정임. 아시아나 라이선싱이 한국에서 <포피캣>관련 라이선싱 에이전트 역할을 하고 있으며, 해당 프로그램은 EBS에서 방영되고 있음.

Coolabi

+44 (0)20 7004 0980

www.coolabi.com

○ <치키 해리(Cheeky Harry)>

- <치키 해리(Cheeky Harry)>는 5세 이하 어린이들을 대상으로 하여 최근에 출간된 보드북임. 해당 상품의 주요 캐릭터인 어린 사자 치키 해리와 그의 친구들의 모험에 대한 내용임. <치키 해리>는 재미 뿐만 아니라 인내하는 것의 중요성, 협동심, 친절함, 따뜻한 마음, 정직 등의 중요한 교훈을 주고 있음.
- 해당 회사는 2013년 2월에 공식적으로 사업을 시작하며, 라이선싱 제품으로 사업을 확장하겠다는 계획을 세우고 있음. 또한 매해 수익의 1%를 자선단체에 기부하겠다고 공식 발표하였음.

Cheeky Harry Ltd.

+44 (0)7855 833 564

○ 페파피그(Peppa Pig)

- 영국 어린이들의 사랑을 받고 있는 애니메이션 캐릭터 <페파피그>의 제작사 이원(eOne)은 올해 방송, 라이선싱, 마케팅 분야 모두를 확장해 나갈 방침임. 그 중 한 가지는 부활절 휴가로 이탈리아에 가는 <페파피그> 가족의 이야기로, 어플리케이션과 DVD가 프로그램 방영과 함께 출시될 예정임.
- 캐릭터 옵션(Character Option)은 햄프셔에 있는 관광지인 페파피그 월드를 본따 만든 페파피그 놀이공원 완구 시리즈를 제작 판매하고 있음. 업그레이드된 제품이 추가적으로 2013년 가을·겨울 시즌에 출시될 것임.
- 2012년 이원은 프랑스, 이탈리아, 캐나다, 아시아 등의 지역의 새로운 방송사와의 계약을 통해 프로그램을 전 세계로 방영하고 있음. 또한 스페인에는 이미 32개의 라이선싱 파트너와 계약을 마쳤으며, 미국의 주요 토이브랜드인 피셔-프라이스(Fisher-Price)와 토이저러스(Toys R Us)와도 지난 해 계약에 사인하였음.

Entertainment One

+44 (0)20 7907 3773

www.entertainmentone.co.uk

○ <꿀벌 마야(Maya the Bee)>

- 유럽의 엔터테인먼트 그룹 스튜디오 100(Studio 100)은 <꿀벌 마야>의 새로운 라이선싱 에이전트를 발표하였음. 오랜 시간 사랑을 받아온 해당 프로그램은 최근 새롭게 CGI시리즈로 제작되어 프랑스, 베네룩스, 이탈리아에서 방영되고 있으며, 올해 유럽 외 지역에서도 만나볼 수 있을 것으로 예상됨.
- 스튜디오 100의 다음 타깃은 터키, 중동, 한국이 될 것임. 준 인터네셔널의 최준석 대표가 한국의 대표 에이전트로서 <꿀벌 마야>의 캐릭터와 장점을 살릴 수 있는 라이선싱 품목으로 한국 시장의 문을 두드릴 것으로 기대됨.

Studio 100

+32 (0)3 877 60 35

www.studio100.tv

○ <토마스와 친구들(Thomas and Friends)>·<기사 마이크(Mike the Knights)>

- 마텔(Mattel)사의 히트 엔터테인먼트(Hit Entertainment) 인수 이후 <토마스와 친구들>은 전 세계로 빠르게 확장해 나가고 있음. 가장 최근의 성과는 멕시코의 멀티미디어 사업자 Televisa가 주최한 <토마스와 친구들> 방송 프리미어였음.
- 2013년의 주요 일정은 <토마스와 친구들>의 ‘킹 오브 더 레일웨이(King of the Railway)’ 영화의 출시로 전 세계에서 판매되는 65가지 이상의 상품들이 영화의 출시와 동시에 프로모션을 진행할 것임. 또한 토마스 기차 완구 시리즈가 뉘른베르크의 토이페어에서 공개될 것으로 보임.
- 또 다른 히트작 <기사 마이크>는 전 세계 36개 방송사를 통해 방영되고 있으며, 라틴 아메리카와 아시아 태평양 지역으로 확장해 나갈 계획임. 해당 프로그램은 거의 대부분의 유럽 국가에서 방영되고 있으며, 피셔-프라이스와 히트 엔터테인먼트는 <기사 마이크> 완구와 액세서리, 피규어, 롤플레이팅 상품 등을 출시할 예정임. 영국과 아일랜드 지역 파트너인 캐릭터 옵션이 <기사 마이크>의 새로운 라이선싱 상품을 총괄할 것임.

Hit Entertainment

+44 (0)207 554 2500

www.hitentertainment.com

○ 워너 브라더스 캐릭터 브랜드

- 워너 브라더스 컨슈머 프로덕트(The Warner Bros Consumer Products)는 <톰과 제리>, <루니툰즈>, <DC 슈퍼프렌즈> 등의 오랜 시간동안 소비자의 사랑을 받아온 캐릭터들을 다수 보유하고 있음.
- <톰과 제리>는 굳건한 팬층을 보유하고 있으며, 다양한 게임과 피규어 등을 유럽 전역에 출시하며 좋은 반응을 얻고 있음. 또한 새로운 콘텐츠로는 <톰과 제리 쇼(The Tom and Jerry Show)>가 2014년 EMEA를 통해 방영될 예정임. 해당 브랜드는 3-6세 연령대의 어린이를 대상으로 하는 라이선싱 제품을 개발, 판매할 계획임.
- 또한 남자 어린이를 대상으로 하는 <DC 슈퍼프렌즈>는 2-5세의 남아를 타깃 연령층

으로 하고 있으며, 배트맨, 슈퍼맨 등의 슈퍼 히어로와 악당들이 나오는 제품들을 출시하고 있음. 해당 브랜드 제품들은 작년 영국 토이저러스의 베스트셀러였으며, 2013년에는 배트맨과 슈퍼맨 관련 상품이 계속 출시될 것임.

Warner Bros Consumer Products
+44 (0)207 984 6100
www.warnerbros.com

○ <하리즈 월드(Hari's World)>

- <하리즈 월드>는 어린이들이 즐겁고 재미있게 안전 교육을 받을 수 있도록 만들어졌으며, 현재 4권의 책이 발간되었고, 해당 시리즈는 10권까지 출시될 예정임. 해당 도서는 영국의 서점 어디에서나 구매할 수 있으며, 다양한 선물 가게나 동물원 등에서도 만나볼 수 있음.
- 해당 브랜드는 또한 세이프티색(SafetySack)을 출시하여 인기를 끌었음. 세이프티색은 선생님들이 책, 손인형, 게임, 퍼즐 등을 통해 아이들에게 기본적인 생활 안전과 관련한 메시지를 전달할 수 있는 패키지로 디자인되었음.
- 현재 영국 내의 성공 외에도 말레이시아와 싱가포르에 런칭하여 좋은 반응을 얻고 있으며, 지속적으로 다른 국가에도 진출할 예정임

Hari's World
+44 (0)1768 482 710
www.harisworld.com

○ <더 하이브(The Hive) >

- 더 하이브의 라이선싱 에이전트인 스페이스 엔터프라이즈(Space Enterprises)는 세계적인 퍼즐과 게임 제작사인 라벤스버거(Ravensburger)와 계약을 맺었음. 더 하이브는 모뉴멘탈 프로덕션(Monumental Production), 루푸스 필름(Lupus Film), DQ엔터테인먼트에 의해 공동 제작되었으며, 영국의 디즈니 주니어와 ITV, 호주의 ABC에서 엄청난 인기를 끌었음. 월트 디즈니 EMEA는 해당 프로그램을 150여 개국에 수출하여 방영하였으며, 최근에는 미국 디즈니 주니어 채널에서 매일 저녁 6시에 30분간 방영되고 있음.
- 어린 아이들이 가족과 친구의 중요성, 환경 보호, 다문화 사회에 사는 것에 대해 배울 수 있도록 이야기가 구성됨. <더 하이브>는 어린이용 태블릿인 립프로그(Leapfrog)에 콘텐츠를 제공하고 있음.

Space Enterprises
+44 (0)7764 200 934
www.spaceenterprises.co.uk

○ <모크(Mouk)>

- 밀리미지스(Millimages)의 2D 애니메이션 시리즈인 <모크>는 마크 보타반트의 책인 어라운드 더 월드 위드 모크(Around The World With Mouk:A Trail of Adventure)를 원작으로 하고 있음. 현재 전 세계 20여개 언어로 번역 출간되었음.
- 3-6세 유아를 대상으로 하고 있으며, 작은 곰 모크의 세계여행을 통해 어린이들에게

교육적인 메시지를 전달함. 현재 호주의 ABC, France 5, 영국, 스칸디나비아, 이탈리아, 스페인, 베네룩스, 일본, 동유럽, 중동의 디즈니 채널에서 이미 방영되고 있음. 앞으로 독일의 KiKA, 한국의 디즈니 채널, 대만, 등에서도 방영될 예정임. 호주의 ABC에서는 시청률 70%를 기록할 정도로 대성공을 거두었음.

- <모크>의 라이선싱 부문은 출시 이후로 꾸준히 성장해왔음. 최근 밀리미지스는 LMI와 영국 내 라이선싱 관련 계약을 맺었으며, 2013년 초부터 <모크>의 이미지가 담긴 카드를 제작 판매할 예정임.

Millimages
www.millimages.com

○ 카투니토 채널(Cartoonito Channel)

- 카투니토는 112개국, 1억 3천 6백만 가정에서 시청하는 EMEA의 유아 채널임. 터너(Turner) 채널의 미취학 어린이 프로그램으로는 전 세계적으로 잘 알려진 <레이지타운(LazyTown)>, 엔데몰(Endemol)의 <바나나 인 파자마(Bananas in Pajamas)>, 보드카 캐피톨(Vodka Capitol)의 <젤리 잼(Jelly Jam)>등이 있음.
- <레이지타운>의 새로운 시리즈가 2013년 봄 출시될 예정이며, 해당 프로그램은 EMEA를 통해서 터너의 부메랑(Boomerang)과 카투니토 TV 네트워크에서 시청 가능함. 해당 프로그램은 이미 수백만 개의 라이선싱 제품들이 판매되었으며, 오랜 시간 동안 쌓아온 성공을 기반으로 지속적으로 상승세를 이어나갈 것으로 기대됨.
- 엔데몰의 <바나나 인 파자마> 역시 2013년 새로운 3D CGI 애니메이션 시리즈로 출시될 예정임. 또한 보드카 캐피톨의 <젤리 잼>은 2013년 4분기 영국과 스페인에서 출시될 계획임.

Turner CN Enterprises
+44 (0)207 693 1000
www.turnercnenterprises.com

○ <에브리씽즈 로지 시리즈(Everything's Rosie)>

- 어린이 TV 제작·배급사인 V&S 엔터테인먼트는 전 세계적으로 방영된 <에브리씽즈 로지>의 라이선싱 제품의 판매를 시작했음. <로지>는 CBeebies채널에서 4년에 걸쳐 4개의 시리즈가 방영되었으며, 잘 짜여진 내용과 HD CGI영상으로 어린이 시청자들의 인기를 모았음. 현재까지 103개의 에피소드가 방영되었음.

○ <세서미 스트리트(Sedame Street) >

- <세서미 스트리트>는 오랜 시간 시청자들의 사랑을 받아온 브랜드로, 최근에는 <엘모즈 월드(Elmo's World)>, <버트와 어니의 모험(The Adventures of Bert and Ernie)>, <애비즈 플라잉 페어리 스쿨(Abby's Flying Fairy School)>등의 프로그램이 어린이 채널 밀크셰이크(Milkshake)에서 방영되며 사랑을 받았음.
- 해당 브랜드는 그동안 광범위한 라이선싱 프로그램을 통해 성공적으로 라이선싱 부문을 이끌어 왔으며, 주요 토이 라이선싱 중 하나인 해스브로(Hasbro)와의 파트너십을

통해 올해 새로운 라이선싱 제품들을 시장에 출시할 예정임. 홈 엔터테인먼트, 신발, 선물, 문구류, 서적 뿐만 아니라 워너브라더스 인터랙티브 엔터테인먼트가 출시한 Xbox 키넥트(Kinect)의 새로운 키넥트 시스템에 마이크로소프트가 세서미 스트리트 콘텐츠를 제공할 예정임.

Sesame Workshop/CPLG
+44 (0)20 8563 6400
www.cplg.com

○ <클라우드베이비즈(Cloudbabies)>

- 2012년 5월 런칭 이후 <클라우드베이비즈>는 영국 전역에서 많은 사랑을 받아왔음. iPlayer 조회 수가 수백만 건에 달하는 등, 프로그램의 인기는 식을 줄 모르고 지속되고 있음.
- 올해 해당 프로그램 제작사는 첫 책을 발간할 예정이며, 이에 덧붙여 완구, 특집 잡지, 어플리케이션 등의 라이선싱 제품들을 이어 시장에 내놓을 예정임. 또한 2013년에는 해외 진출도 예정되어 있음.
- <클라우드베이비즈>는 호호 엔터테인먼트(Hoho Entertainment)에서 제작되며 라이선스 계약은 호호 라이트(Hoho Rights)가 맡고 있음.

Hoho Entertainment
+44 (0)20 7682 3154
www.hohoentertainment.com

○ <베리 헝그리 캐터필러(The Very Hungry Caterpillar)>

- 해당 브랜드는 2013년 다양한 상품의 런칭을 앞두고 있음. 1분기에는 레인보우 토이즈(Rainbow Toys)의 새로운 완구 시리즈 출시, 펭귄 북스(Penguin Books)의 촉감책 출시를 앞두고 있으며, 2분기에는 와일드 앤 울프와 포트메리온에서 식기류, 3분기에는 자전거와 손가락 인형 등이 출시될 예정임.
- 해당 브랜드는 컨슈머 PR 캠페인과 함께 1년 내내 소셜 미디어 플랫폼을 이용하여 브랜드를 홍보할 것임.

Rocket Licensing
+44 (0)20 7207 6241
www.rocketlicensing.com

○ <포스트맨 팻(Postman Pat)>

- <포스트맨 팻>의 첫 영화가 올해 영국 내 출시되었고, 2월에는 CBeebies 채널에 포스트맨 팻 SDS 시즌 2 가 방영될 예정임. 캐릭터 옵션에서 출시되는 완구, 에그몬트(Egmont)의 새로운 도서 등 라이선싱 제품 관련 투자가 늘어날 예정임.
- 해당 프로그램은 85개국 이상에 판매되어 방영되었으며, BBC와의 계약은 2018년까지 지속될 것임.

DreamWorks Classics

3. 토이산업의 성공적인 2013년을 위한 조언

○ 토이 산업의 성공적인 2013년을 위한 조언

- 각종 통계와 판매 실적 보고서 등이 말해주듯 2012년은 다른 산업과 마찬가지로 토이 산업에 있어서도 어려웠던 한 해였음. 이러한 상황이 극적으로 개선되기는 어려운 것으로 보이며 전반적으로 2013년 역시 쉽지 않은 한 해가 될 것으로 전망됨. 따라서 이러한 상황을 타개하기 위하여 작년의 사례에서 배울 점을 체크해 보아야 함. 컨설턴트인 스티브 리스(Steve Reece)의 다섯 가지 조언은 다음과 같음.
- **지속적인 혁신**
산업의 침체기에는 각종 부정적인 전망으로 인하여 새로운 제품 출시 자체가 모험으로 여겨짐. 그러나 경제 불황에도 불구하고 토이 회사들이 새로운 제품을 출시하고 제품을 혁신해 온 덕분에 지금까지 토이 산업이 비교적 안정적으로 운영될 수 있음. 해스브로(Hasbro)가 좋은 예임. 영화 <지 아이 조(GI Joe)>의 개봉이 2013년으로 미루어지면서 해스브로는 위기에 소극적으로 대처할 수도 있었지만, 그렇게 하는 대신 이전의 히트상품인 퍼비(Furby)를 재출시하면서 성공적으로 시간적인 빈틈을 메웠음.
- **브랜드와 라이선싱 제품에 주목할 것**
잘 나가는 자사 브랜드나 라이선싱 포트폴리오가 없는 경우 토이 산업에서 성공을 거두는 것은 현실적으로 어려움. 위에 언급된 두 가지는 성공을 위한 필수 조건이며, 지금처럼 산업 전반이 어려울 때 특별히 중요한 부분임. 리테일러들은 새로운 제품을 들여오며 위험 부담을 떠안기보다는 판매가 보증된 브랜드 제품을 선호함. 장기적인 안목으로 보았을 때, 자사 브랜드를 구축하고 장기적 판매 전략을 세우는 것이 오랫동안 토이 산업에서 살아남을 수 있는 방법임.
- **신중한 재고 관리**
몇 번을 강조해도 부족한 것이 재고 관리임. 상품이 팔리지 않고 재고로 쌓여 있을 경우 회사의 캐쉬플로우에 영향을 미칠 것이며 결과적으로 경영에 타격을 주게 됨. 재고 관리에 특별히 유의하고, 연말에 재고가 잔뜩 쌓이기 이전에 가차없이 세일을 하여 재고량을 줄여야 할 것임.
- **직원 관리, 특별히 영업 부서 직원들을 중점 관리할 것**
많은 사업체들이 재정적인 문제로 몇 년 전보다 적은 수의 직원들을 고용하고 있음. 무엇보다 중요한 것은 매출 증대에 핵심적으로 영향을 미치는 직원들을 회사에 붙들어 두는 것임. 리테일러들과 관계를 끈끈히 맺고 있으며, 앞으로도 그들에게 영향력을 행사할 수 있는 직원들은 다른 부문의 직원 10명의 가치가 있음. 재무·물류부서보다 영업 부서를 우선시해야 함. 직원의 수에 관계없이 판매 증대에 기여하는 직원들은 지속적으로 회사에 필요함.
- **효율적인 마케팅 부문 지출**

잘 알려진 브랜드나 라이선싱 제품을 제외하고, 리테일러들이 선호하는 제품은 TV에서 광고되는 제품임. 그러나 무작정 TV에 광고를 내보내기보다는 얼마나 투자 대비 이익을 얻을 수 있는지를 잘 살펴보아야 함. SNS의 중요성은 계속 강조되어 왔지만, 실제로 2013년의 끝 무렵 마케팅의 성공을 좌우하는 것은 TV 광고의 효과와 고객들의 입소문임. 따라서 상품이 성공하려면 소비자의 긍정적인 피드백을 이끌어 내는 것과 제품을 효과적인 마케팅을 통해 서포트하는 것이 필수적임.

- 2013년에도 경제 불황이 지속될 것으로 보이면서 리테일러들과 라이선시들은 성공할 가능성이 높은 브랜드를 선택할 가능성이 많음. TV 플랫폼의 분화로 인하여 프로그램에 대한 선택권이 증가하였고, 시청자들이 TV 콘텐츠에 접근하는 방식도 다양화되었음.
- 따라서 새로운 브랜드들의 시장 진입이 늘어날 것이나 그에 반해 시장에서 성공을 거두는 브랜드들의 수는 한정적일 것으로 보임. 또한 디지털 콘텐츠나 게임, 도서 브랜드 등의 TV 외 브랜드들의 성장이 있을 것으로 예상됨.
- 여전히 유아 대상 콘텐츠는 밝은 시장 전망을 가지고 있음. 그러나 라이선싱 산업의 장기적인 시장 상황을 판단하는 것은 쉽지 않음. 따라서 소비자들의 마음을 이끄는 이야기, 유머, 음악, 독특한 캐릭터를 갖춘 브랜드를 구축해야 함. 또한 라이선시들과 리테일러들의 관심을 끌기 위해서는 다수의 에피소드, 국내외의 폭넓은 인지도, 안정적인 자산 범위, 안정적인 브랜드 가치, 효과적으로 움직이는 라이선싱 관련 부서가 필수적일 것으로 여겨짐.