

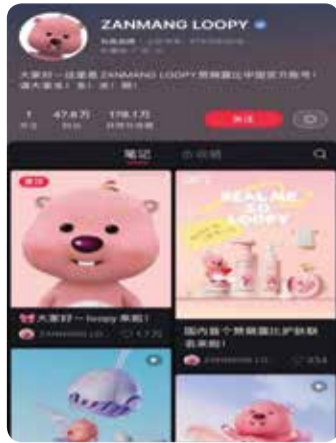
‘잔망 루피’의 중국 상륙 작전

한국의 잔망 루피가 지난해부터 중국 내 급격한 인기를 끌고 있다. 국내 MZ세대 어린 시절 동반자였던 루피, 이젠 20대의 소신 발언을 대신해 주는 루피가 큰 인기를 얻고 있다. 잔망 루피는 한국에서 2020년 밈(meme)이 되어 인터넷상에 퍼지기 시작하며 전국적으로 대유행을 끌었다. 또한 개인 소셜미디어 이모티콘(表情包)으로도 나오며 사람들의 큰 사랑을 받고 있다. 젊은이들의 잔망 루피 사랑은 끝없이 이어지며 현지 시장 상 다양한 굿즈까지 등장하며 소비자들의 구매 욕구를 상승시켰다.

국 네티즌들까지 열광적인 반응을 보였다. 이는 외적으로는 압전하고 순한 이미지를 품고 있는 잔망 루피의 반전 모습이 이들의 심정을 대변하고 있기 때문이다.

실제로 중국의 카카오톡이라고 불리는 위챗상 비아오칭바오(biǎo qíng bāo)라고도 불리며 사용되는 잔망 루피 이모티콘은 이들의 감정을 대변해 주는 역할을 해 말로 표현할 수 없는 한 장의 이모티콘으로 표현이 가능하다는 점에서 활발히 이용된다.

는 담고 있지 않지만 생긴 잔망 루피의 중국 현지 이름을 통해 그의 인기를 실감할 수 있을 것이다.



중국 소셜 매체상 잔망루피 프로필(출처: 사오홍슈)

중국에서 잔망 루피의 밈(meme)이 활발히 돌아다니기 시작하고 많은 사람들의 지지를 얻고 있는 상황에 수많은 기업은 이 흥행을 마케팅 수단으로 활용하기 위해 다양한 전략을 내세우는 현상이 나타났다. 지난 2023년 5월4일 사오홍슈(小红书 중국 SNS 플랫폼)에 중국 최초의 공식 계정인 “ZANMANG LOOPY”까지 개설됐다.



중국 잔망 루피 협업 매장(출처: 사오홍슈)

3월 말 계정 개설 1년이 되지 않은 시점에서 47만 8,000원(47.8만)의 팔로우를 보유하고 있으며 누적 좋아요 수지도 178만 1,000명(178.1만)에 도달해 엄청난 추세를 보여준다. 잇따라 중국의 저가 생활용품 브랜드인 THE GREEN PARTY, 미니소(名创优品) 등에서는 잔망 루피로 매점 전체를 굿

즈로 도배시켰다고 할 수 있을 정도의 협업상품을 보여주기도 했다. 루피의 흥행은 여기서 멈추지 않았는데, 중국의 유명 나이 차(奶茶) 브랜드인 헤이티(hey tea, 喜茶)에서는 지난 12월 14일 협업을 이루어 다양한 굿즈를 함께 판매했다. 당시 현지 반응에 따르면 제품과 함께 제공되는 리유저블 컵, 쇼핑백 등 잔망 루피가 인화된 굿즈를 얻기 위해 구매를 하는 것으로 보인다.



중국 헤이티 잔망 루피 협업상품(출처: 사오홍슈)

가 가 ?!
잔망 루피가 중국에서 큰 인기를 보이자, 국내 업체는 중국인 관광객 물이에 나서기도 했다. 이는 코로나 19 팬데믹 경기 침체 후 줄어든 중국인 관광객을 끌기 위해서였다. 이러한 새로운 수단으로 인해 롯데면세점 제주점에서 운영되는 ‘잔망 루피’ 매장에는 여행객으로 북적이었지만, 명품브랜드와 같은 고가 매장은 비교적 한산했다.



인천공항 잔망루피 판매매장(출처: 네이버)

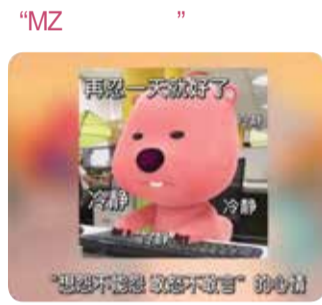
기존 중국인들의 한국 여행 주요 목적은 K뷰티, K-pop, K푸드 구매 등에 있었다. 하지만 잔망 루피의 유행이 중국 현지에서 시작되고 한국에 방문한 관광객은 루피 구매에 눈길을 돌렸다. 중국인 관광객들은 롯데면세점 제주점에 방문해 인

증사진을 찍고 상품을 구입하는 등 이들만의 쇼핑 문화를 보여주었다. 이 외에도 잔망 루피는 인천공항 면세점에 자리 잡기도 했는데, 그의 인기는 여행객의 한국 방문 목적 중 하나라 해도 무방할 정도이다. 또한 한화 호텔 마리에 오시라이도 호텔업계는 최초로 ‘잔망 루피’와 협업해 루피 객실을 운영하고 있다. 잔망 루피는 지난 12월 상하이에서 한시적으로 팝업스토어를 운영해 26만 권이 넘는 노트와 펜던트, 열쇠고리, 인형 등 10만 개가 넘는 굿즈를 판매했는데 방문객의 수가 많아 1-2시간의 대기기를 해야 했다. 올해 들어 잔망 루피는 항저우에도 팝업스토어를 열었다.



항저우 잔망루피 팝업 스토어(출처: 사오홍슈)

잔망 루피를 향한 MZ세대의 사랑은 한국의 국경을 넘어 중국 전국에 퍼지게 되어 루피의 제2전성기를 보여주고 있다. 유통업계는 잔망 루피의 성공이 IP(지식재산권) 개발에 원동력이 됐으며, 이러한 캐릭터는 연예인이나 영향력자보다 보다 파급력이 강하며, 연예인들은 간혹 안 좋은 학교 폭력, 인성 논란 등 다양한 문제가 발생할 수 있는 반면 캐릭터의 경우 위와 같은 문제에 관계가 멀어 최고의 자산이라는 평가가 나오고 있다. 제2전성기를 보내고 있는 루피, 그의 인기는 식을 줄을 모르며 이를 시점으로 더욱 다양한 캐릭터들을 활용한 상품의 등장이 기대된다.



잔망루피(출처: 사오홍슈)

잔망루피는 당시 한 중학생(조인승 군)이 2019년도 귀여운 이미지의 루피를 악한 미소로 웃고 있는 모습으로 편집하며 탄생한 것으로 밝혀졌다. 이것이 큰 흥행의 시점이 되어 많은 사람의 지지를 얻으며 다양한 패러디 짤이 생기고 지금의 인기가 생기게 된 것이다.

한국에서 사악한 얼굴로 나타나 다양한 수정 버전이 인터넷 밈(meme)으로 돌아다니게 됐는데, 대부분의 밈 들이 사회초년생 또는 대학생을 풍자하고 있어 주로 20대로부터 큰 인기를 얻고 있다. 사랑스러운 이미지 뒤에 사악함을 감추고 있는 것만 같은 모습에 중



위챗에서 사용되는 루피 이모티콘(출처: 위챗)

이 현상은 학생 신분으로의 생활을 마치고 넓은 사회로 나간 20대들의 불안하고 흔들리는 내면의 심리를 대변해 줄 수 있어 더욱 흥행이 되었다고 볼 수 있다. 사회에 발을 내디딘 사회 초년생들의 어렵고 서툴지만 한 사회에서 속마음을 쉽게 털어놓을 수 없는 현실에 루피가 등장해 대신해 주고 있는 것이다.

가
잔망 루피의 중국어 이름은 ‘赞萌露比(zàn méng lù bǐ)’. 잔망 루피가 중국에 소개돼 인기를 끌게 되자 생긴 현지화 발음 명칭이다. 사용된 한자에는 특별한 의미

상해사범대학교 2024년 모집요강

중국어 화·수·목
대면반/온라인반

2024년 9월 10일
~ 2025년 1월 9일

- 매주 12교시 화수목
09:45 ~ 11:15
13:00 ~ 14:30(복경시간)
- 학비 : 6000원(5인 이상 개강)
- 신청비 : 450원

중국어 8주
온라인 저녁반

HSK 5급 / 6급반
비즈니스중급 / 고급반

2024년 5월 4일 ~ 6월 29일
2024년 9월 16일 ~ 11월 15일
2024년 11월 18일 ~ 1월 9일

- 매주 월화목
18:30 ~ 20:00(복경시간)
- 학비 : 3800원
- 접수비 : 450원

2024년 가을학기 어학연수
(보통반, 비즈니스반, 강화반)

2024년 9월 9일 ~ 2025년 1월 10일

- 보통중국어반: 입문부터 고급까지 총 7개 레벨
- 비즈니스중국어반: 중급·고급반 월~금 20교시/주
대면수업 9000원/학기
- 강화중국어반: 초급·중급·고급/월~금 30교시/주
대면수업 17000원/학기
- 제출서류: 입학신청서, 여권사본, 사진 1매,
접수비 450원/학기

유학생 본과

2024년 9월 입학
8월 중순까지 신청마감

- 입학시험: 2024년 6월 15일(토) 13:00
- 전공: 중국어, 중국어국제교육
- 세부전공: 비즈니스중국어, 중국어교육
본과 1학년 1학기 ~
본과 3학년 1학기 입학가능
- 접수비: 520원 학비: 19,800원/년

하계단기반

2024년 7월 8일 ~ 2024년 8월 2일
2024년 8월 5일 ~ 2024년 8월 30일

- 수업내용: 초급반·중급반·고급반
- 학비: 대면수업: 3800원(4주)
- 접수비: 450원

※본 광고 제시 시 접수비 면제

상담문의 **021 6432 2824**

上海市桂林路100号上海师范大学5号楼对外汉语学院206室 (우편, 200234)
찾아 오시는 길: 지하철12호선 桂林公园역, 732, 830,763, 909, 804 등 버스

E-mail: iccs@shnu.edu.cn (중국어/영어)
yeewen@shnu.edu.cn (한국어)