

커버스토리

Go! BTS

2

2018년 5월 25·26일 주말판

스포츠동아 제2846호

BTS를 만든 사람들

‘빠대’ 세운 방시혁
‘힙합’을 입힌 피독

‘히트맨’과 피독. 두 사람은 방탄소년단의 ‘아버지’와 ‘어머니’ 격이다. 빅히트 엔터테인먼트의 대표이자 대표 프로듀서인 방시혁은 방탄소년단의 ‘빠대’를 만들었고, 수석 프로듀서 피독(강효원)과 함께 ‘생명’을 불어넣고 있다. 두 사람은 데뷔 앨범부터 시작해 최근 정규 3집까지 메인 타이틀곡과 앨범 수록곡 대부분을 작사, 작곡했다. 앨범 전체 프로듀싱도 두 사람의 손을 거쳐야 완성됐다.

방시혁은 최근 빌보드가 선정한 올해 ‘인터내셔널 파워 플레이어스’ 73인에 방시혁을 포함시켰다.

피독은 우연한 기회에 방시혁이 운영하는 작곡 관련 커뮤니티에 곡을 올리면서 지금까지 인연을 쌓아오고 있다. 피독은 프로듀서(Producer)와 자신이 어릴 때부터 좋아한 래퍼 스눕독(SnoopDogg)의 ‘독’(Dogg)을 합친 이름이다.

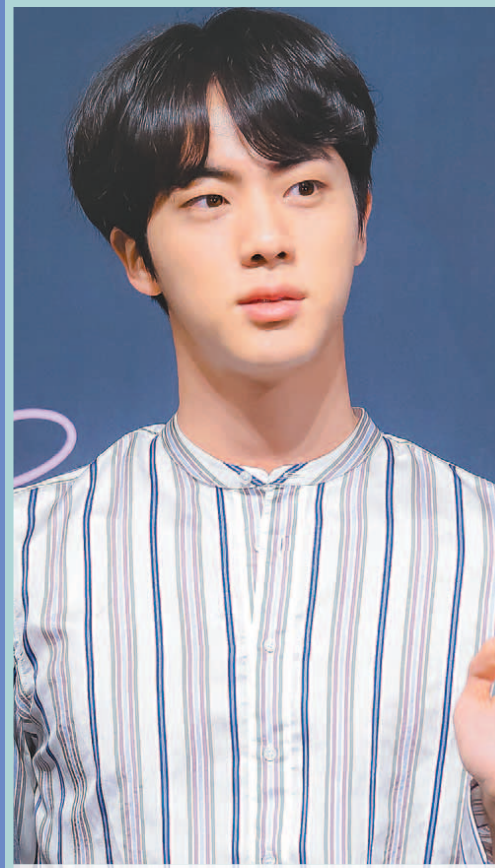
“힙합을 베이스로 멋진 퍼포먼스를 잘하는 팀을 만들어보자”는 두 사람의 생각에 따라 방탄소년단이 만들어졌다. 두 사람이 방향성을 제시해주면 RM이나 슈가, 제이홉 등이 곡 작업을 한다.

이정연 기자 annjoy@donga.com

세계가 반한 ‘BTS’
그들을 소개합니다

‘글로벌 스타’로 거듭난 방탄소년단이지만 불과 3년 전만 해도 이들의 목표는 “음악프로그램 1위”였다. 정상에 오르기까지 수없이 반복된 좌절과 적지 않은 마음고생이 있었지만, “방탄소년단의 아이덴티티를 찾기”까지는 그리 오랜 시간이 걸리지 않았다. 평균 3년의 연습생 기간 동안 하루도 빼놓지 않고 꼬박 8시간씩 연습하며 자신을 혹독하게 몰아세웠다. 2000원짜리 짜장면으로 끼니를 때우고 “정말 데뷔는 할 수 있을까”하고 하루하루를 보냈다.

흔한(?) 해외파 한 명 없고, 모두 지방 출신인 이들이 국내를 넘어 세계를 제패할 수 있던 것은 이들의 ‘피 땀 눈물’이 땀 노력이었다. 결국 이들은 혼자서도 충분히 빛나는 스타가 됐다. 일곱 멤버들이 ‘방탄소년단’이란 큰 배에 승선하기까지의 스토리를 소개한다.

 뷔 김태형 1995년 12월30일생 서브보컬 경남 거창 출신. 꿈이었던 가수가 되기 위해서는 악기를 다룰 줄 알아야 한다는 생각에 색소폰을 배운 게 시작이었다. 예체능 관련 고등학교를 가려고 계원예술고등학교 음악과에 지원했지만 떨어졌다. 일반 고등학교에 다니면서도 끼는 막을 수 없었다. 방송 댄스 학원에 등록해 실력을 쌓았고, 친구 따라 우연히 본 빅히트 오디션에서 합격했다. 거창에서 서울로 올라와 연습생을 시작했다.	 슈가 민윤기 1993년 3월9일생 리드 래퍼 대구에서 태어났다. 초등학교 시절 스토니스크크와 에픽하이 같은 힙합가수가 꿈이었다. 고등학교 시절, 힙합 크루 ‘디 타운’에서 ‘Gloss’(윤기)라는 이름으로 활동했다. 당시 5·18 광주 민주화운동을 기리는 ‘518-062’라는 곡을 만들었다. 그해 방탄소년단을 모집하는 공개 오디션 ‘힛 잇’에서 준우승을 차지했다. 대구에서 상경해 본격적인 연습생 시절을 거쳤다.	 진 김석진 1992년 12월4일생 서브보컬이자 망형 경기도 과천 출신. 잘생긴 외모로 길거리 캐스팅됐다. 고등학생 시절 드라마 ‘선덕여왕’의 김남길을 보고 연기자가 되어야겠다고 결심했고, 2011년 건국대 영화예술학과 진학했다. 1학년 등곳길에 빅히트 엔터테인먼트 신인개발팀 직원의 눈에 띄어 명함을 건네받았다. “소지섭을 닮은, 정말 잘생긴 친구”였다는 게 해당 직원의 말이다. 연습생 시절 보컬 실력을 쌓는데 집중했다.
--	---	--

BTS 소속사 ‘빅히트 엔터’ 현재가치 1조원 육박

방탄소년단의 놀라운 경제효과

작년 매출 924억 전년대비 162% ↑
13년만에 기업가치 8000억대 성장
빌보드 수상 후 주가도 일제히 급등

글로벌 시장을 아우르는 콘텐츠는 그 자체로 황금알을 낳는 거위라는 사실이 다시 증명됐다. 방탄소년단이 거둔 ‘눈부신’ 성과가 어마어마한 매출로 직결되고, 이는 곧 주식시장까지 뒤흔드는 경제효과로도 이어진다. 덕분에 2005년 출범한 빅히트 엔터테인먼트는 13년 만에 시가총액(예상

치) 8000억 원대의 회사로 급성장했다. 그 자체로 드라마틱한 성공 스토리다.

방탄소년단이 21일(한국시간) 미국 빌보드 뮤직 어워즈에서 톱 소셜 아티스트상을 받은 직후 즉각적인 반응을 보인 곳은 다름 아닌 주식시장이다. 빅히트엔터테인먼트의 지분 투자자들의 주가가 일제히 급등했다. 이른바 ‘방탄 수혜주’가 주목받은 가운데 특히 올해 4월 빅히트엔터테인먼트 지분을 25.71% 확보해 2대 주주로 올라선 넷마블은 21일부터 연일 상승세를 이어갔다.

방탄소년단의 성장은 단순히 빅히트엔터테인먼트의 매출 급증을 넘어 국내 엔터테인먼트 업계 최고 실적으로도 연결된다. 케이팝 스타가 얻는 무형의 가치인 ‘인기’

가 유형의 산물인 ‘매출 증가’로 직결되면서 국내외 콘텐츠 사업자들의 입을 떡 벌어지게 할만한 경제효과로 이어지는 셈이다.

실제로 빅히트엔터테인먼트가 3월 발표한 ‘2017년 감사보고서’에 따르면 작년 총 매출액은 924억, 영업이익 325억, 당기순이익 326억원이다. 전년도와 비교하면 그 성과는 눈에 띈다. 전년대비 매출액은 162%, 영업이익 214%, 당기순이익 173%가 증가했다. 이는 모두 글로벌 무대를 장악한 방탄소년단이 이끈 결과로, 그 위상을 실감케 하는 기록이다.

관련 업계에서는 방탄소년단을 통한 빅히트엔터테인먼트의 가치는 더욱 확대될 것이라는 전망을 내놓고 있다. 예년과 비

교해 규모를 확장한 월드투어, 2년 연속 빌보드 뮤직 어워즈 수상이라는 큰 성과의 영향이 이런 전망의 배경이다.

앞서 넷마블은 빅히트엔터테인먼트의 주식 44만5882주를 2014억원에 취득할 때, 지분을 100%로 환산한 기업 가치를 7800억원으로 환산했다. 이를 통한 1주당 가격은 45만 1758원. 하지만 연이은 성과가 빠르게 더해지면서 그 가치는 시간이 지날수록 높아지고 있다는 분석에 힘이 실린다. 아직 주식시장에 상장하지 않은 만큼 잠재력 면에서도 시장의 집중적인 관심을 얻는다. 관련 전문가들은 빅히트엔터테인먼트의 현재 가치를 최소 8000억에서 최대 1조 원대로 전망하고 있다.

이혜리 기자 gofi1024@donga.com

인사말씀

이번 고(故) 화담(和談) 구본무(具本茂) 회장
상사(喪事)시에 조의를 베풀어 주셔서
깊이 감사드립니다.

더욱, 고인의 뜻에 따른 조문 사양을
넌리 이해해주시고 마음으로 애도의 뜻을 표해주신
모든 분들께 감사한 마음을 담아
지면을 빌려 머리 숙여 인사드립니다.

2018년 5월 25일

유가족 일동 드림

이젠 공방패션도 명품...글로벌 패셔니스타 우뚝

사복도 명품...멤버 뷔 구찌 사랑 유명
빌보드 레드카펫 전원 구찌 의상 화제

세계인을 사로잡은 방탄소년단의 매력은 음악에서 그치지 않는다. 이들은 글로벌스타답게 화려한 의상으로도 팬들의 이목을 끌고 있다. 멤버들의 몸을 휘감는 옷과 신발, 가방과 선글라스 등 모두가 관심의 대상이다.

방탄소년단은 2013년 데뷔곡 ‘노 모어 드림’ 활동당시, 패션을 통해 소년의 반항기를 연출했다. 1990년대 갱스터 힙합을 재해석한 앨범이어서 전체적으로 블랙, 골드, 화이트의 의상과 굵은 목걸이, 반바지에 니삭스를 매치하는 등 파격적인 느낌을 풍겼다. ‘상남자’ 때는 7명의 멤버가 교복으로 의상을 통일했으며, ‘아이 니드 유’ 무대에서는 자유분방함을 강조한 반바지 패션, ‘쩔어’는 제복, ‘런’에서는 가족바지를 입고 색시미를 과시했다. ‘피 땀 눈물’을 부르면서는 여성스러운 러플 장식이 가미된 의상으로 눈길을 사로잡기도 했다. 이를 시작으로 세계 팬들의 이목을 사로잡으며 의상의 화려함이 더해졌다.

방탄소년단은 21일 미국 라스베이거스에서 열린 ‘2018 빌보드 뮤직 어워즈’ 레드카펫 행사에서 이탈리아 명품 브랜드 구찌의 제품으로 머리부터 발끝까지 ‘풀 착장’했다. 구찌 측은 공식 트위터를 통해 방탄소년단을 언급하며 이들의 스타일링에 높은 관심을 보이기도 했다.

방탄소년단의 ‘구찌 사랑’은 지난해 ‘2017 아메리칸 뮤직 어워즈’에서도 드러났다. 멤버 지민이 ‘아메리칸 뮤직 어워즈’에서 입었던, 반짝거리는 점퍼 스타일의 재킷은 가격이 900만 원에 이른다. 특히 멤버 뷔는 팬들 사이에서 ‘구찌 마니아’로 알려져 있다.

방탄소년단은 무대 의상이나 공식석상 외에 공방패션 등으로 공개되는 사복도 멋스러움이 넘친다.

RM은 남성미, 지민은 맨디함, 진은 깔끔함, 제이홉은 개성, 슈가·뷔·정국은 편안함을 강조한 스타일로 각기 다른 매력을 보여준다. 생로랑, 보테가베네타, 발렌시아가, 발랑, 안드레아 폴필리 등 해외 명품 브랜드 제품과 대중화된 브랜드와의 ‘클래버레이션’으로 맵시를 뽐낸다.

백슬미 기자 bsm@donga.com

편집 | 안도영 기자 do02@donga.com