

상반기 중국 박스오피스 전면 흥행

2007-8-6 종예

중국에서 상반기에 *중영성미*, *북경신영연*, *상해연화* 등 5개 극장체인망 박스오피스는 전부 억 위안대를 넘었다. 박스오피스의 성장은 *상영하는 영화*, *상영시즌 선택*, *홍보역량* 등 수많은 요소와 관련이 있다. 그 중 시장 전체가 성장한 것이 박스오피스 급성장의 초석이 되었다고 볼 수 있다.

올해 1~6월 중국 전국 박스오피스는 전면적으로 흥행하는 모습을 보였다. 국가 광전총국 영화디지털프로그램관리센터의 디지털 자료에 따르면 *중영성미*, *북경신영연*, *상해연화*, *북경만달*, *중영남방신간선* 5개 극장체인망의 상반기 박스오피스는 모두 억 위안대를 넘었다. 북경 만달 극장체인망의 상반기 박스오피스는 이미 1.26억 위안에 달했으며 작년 만달의 한해 박스오피스 수익은 1.51억 위안에 그쳤다. 7월에 <트랜스포머>박스오피스가 좋은 성적을 거뒀으며 게다가 연말에 대작<집결호(The Assembly)>, <투명상(The Warlords)>이 박스오피스 성장을 이끌것으로 예측, 업계인사들은 올해 중국 국내 박스오피스 전체 수익이 작년 수치를 거뜰히 뛰어넘을 수 있을 것으로 보고 있다.

극장체인망 시장 계속해서 성장

박스오피스가 걷고 있는 고속성장의 길은 올해 상반기에 시작된 것이 아니다. 각 대형 극장체인망의 2006년과 2005년의 박스오피스 수익 비교에서 알 수 있듯이 상위 8개 극장체인망 박스오피스 수익은 모두 20%이상의 성장폭을 기록하고 있으며 이러한 번영의 모습은 올해 상반기 더 뚜렷해진 것이다. *중영성미* 극장체인망은 올해 1~6월의 박스오피스가 1.43억 위안에 달해 작년도 상반기에 비해 33.73% 성장하였다. 박스오피스의 성장은 *상영하는 영화*, *시즌선택*, *홍보 역량* 등 수많은 요인과 관련이 있다. 그중 시장 전체의 성장은 박스 오피스 급성장의 초석이라고 할 수 있다.

북경 만달 극장체인망의 영화관 건설 속도가 점차 빨라지는 것은 시장 성장이 박스오피스 성장에 결정적인 영향을 미쳤음을 증명해준다. 북경만달은 2005년에 5개의 극장밖에 없었으며 한 해 동안의 박스오피스 수익은 8000만 위안에 그쳤다. 그러나 2006년 10개의 영화관(79개의 스크린)을 추가하여 박스 오피스 수익은 1.5억 위안까지 증가하였다. 스크린 수의 증가와 영화상영 수용량의 증가의 연동 효과는 만달이 영화 시장 투자에서 짙짙한 수익과 전망을 보게 하였다.

북경만달 극장체인망 부사장 천귀웨이는 “주로 부동산 개발을 운영하던 만달그룹은 중국 영화시장의 잠재력을 보고 극장체인망에 투자하였다. 또한 박스오피스도 현재 시장상황을 보여주고 있다.”고 전했다. 만달 극장체인망 무한 지역의 박스오피

스 수익은 2005년에 2100만 위안이 넘었으며 2006년에는 3080만 위안을 넘었다. 올해는 상반기까지만 2200만 위안을 넘어 2007년 말까지 4000만 위안을 넘어설 것으로 예측되고 있다. 이러한 성장속도는 만달이 극장체인망에 대한 투자가 상당히 전도가 유망하다고 믿게 하고 있다.

시장에 대한 찬찬한 전망을 느낀 것은 만달 한 곳만이 아니다. 역시 부동산 사업을 하고 있는 폴리그룹은 2003년부터 극장에 투자하기 시작했다. 바로 중경의 만화극장체인망이다. 지금까지 이미 상당수의 극장이 세워졌다. 그밖에 한국의 매가박스는 북경 신영연과 합작하여 미하환악극장에 투자하여 이미 중관촌에 첫 번째 극장을 세웠으며 이 극장은 7월 24일 개업 1달 만에 100만 위안의 박스오피스 수익을 돌파하였다.

만달그룹 이사장 왕찌엔린은 중국의 영화산업이 천장이 없는 산업이라고 전했다. 그는 중등도시와 어떠한 성정부 소재 도시에도 극장에 투자할 수 있다고 생각하고 있다. 천귀웨이는 작년 영파에서 새로 개업한 극장은 영파시중심에서 비교적 멀다. 그러나 지방이 비교적 편벽하더라도 영화관은 인산인해였다. 이러한 상황은 그들의 설비건설, 서비스개선, 마케팅이념의 성장과는 무관한 것이다. 올해 하반기 만달 극장체인망은 10개의 극장을 증설하려고 한다. 천귀웨이는 2010년 만달 극장체인망은 60개의 영화관을 갖게 될 것이며 500개 이상의 스크린을 보유하는 규모가 될 것이라고 전했다.

상반기 박스오피스 순위에서 1위를 한 중영성미 극장체인망 운영발전부 부장 류징은 상반기 중영성미는 10개의 극장(44개의 스크린)을 새로 지었으며 극장 지역을 확장시키고 있다. 그러나 더 중요한 일은 지금 있는 극장을 보호하는 것이라고 밝혔다. 왜냐하면 기반을 다지는 것이 더 중요하기 때문이란다. 류징을 수장으로 하는 25인으로 이루어진 팀이 중영성미의 93개 극장의 상영작 선택, 홍보, 박스오피스 해결방안, 직원 관리 등의 운영을 책임지고 있다.

국가광전총국 영화디지털프로그램 관리센터가 발표한 수치에 따르면 상반기 1~6월 전국에서 새로 문을 연 영화관은 24개(스크린수 140개)정도라고 한다. 상해연화 극장체인망 팀장 우허후는 “자본의 진입은 전체 시장환경의 개선에 도움이 된다.”고 전했다. 국내 극장체인망시장 투자 총액의 증가, 시장 규모의 성장에 대응하여 경쟁이 심해지는 것은 당연한 것이다.

이러한 상황에서 다양하고 합리적이고 효과적인 운영과 홍보 수단을 선택하는 것

과 유효한 시장과 관객을 장악하는 것이 각 극장체인망의 흥망의 키워드가 되었다. 예를 들어 서비스 수준을 높이고 극장체인망 환경을 개선하고 더 다양한 티켓가격을 정하여 현지 상황에 적합하도록 하는 것 등이다.

영화홍보 점차 열기 더해가

극장체인망 시장의 규모가 커지는 것 말고 영화 홍보 방법의 성숙함도 박스오피스 성장을 이끄는 데 중요한 공헌을 하고 있다.

한편의 새로운 영화가 상영할 때 어떻게 하면 더 많은 관객이 극장으로 오도록 할 수 있을까? 통상적인 방법은 미디어 홍보와 마케팅이다. 한 영화발행사의 관련 인사의 말에 따르면 현재 중국의 홍보와 마케팅은 깊이와 넓이 면에서 많은 성장을 하였다고 한다.

이전에 몇 십 개의 미디어가 주목했던 영화들은 현재 100개가 넘는 미디어의 보도를 얻어낼 수 있으며 제작발표부터 촬영, 개봉까지 모두 미디어의 홍보와 참여가 있다고 할 수 있다. 사람들의 생활에 존재하는 수많은 상영정보들은 영화의 마케팅에 더 큰 힘을 실어 준다. 예를 들어 까르푸에서 물건을 살 때 커다란 영화 포스터가 고객을 기다리고 있고, 버스를 탈 때 사람들은 느끼지 못하게 영화의 포스터를 보는 것 등이 있다. 이러한 마케팅은 미디어의 힘을 빌린 것이 아니라 시민 생활의 곳곳에 자리하고 있는 것이다.

6월에 개봉한 <요술 조롱박의 비밀>은 여름방학 시즌을 노려 좋은 성과를 거뒀다. 발행사인 중영집단의 원리는 현재 <요술 조롱박의 비밀> 전국 박스오피스는 이미 2024만 위안을 넘었다고 한다.

천귀웨이는 현재 영화의 발행사와 제작사와 극장체인망은 모두 마케팅 방법에서의 연합이 부족하다고 전했다. 심지어 전혀 조화를 이루지 못하고 있다고 밝혔다. 몇 개의 부분이 동시에 그들의 역량을 발휘한다면 영화 마케팅은 더 효과적일 것이다. 또한 천귀웨이는 “이는 박스오피스 성장에도 분명히 이익을 줄 것”이라고 전했다.

지금은 시장이 성장하고 영화 마케팅이 심화되며 수준이 상승하는 등 중국 영화 산업이 발전기에 놓여있다. 중영성미, 상해연화는 모두 올해 극장체인망 박스오피스가 3.5억 위안을 넘길 것이라는 자신감을 표했다.