



한국 영화의 미국 할리우드 시장 진출 유형별 분석

□ 유형 1 : 외국 영화로써 미국 내 극장 개봉

- 미국으로 수입되는 외국 영화는 영어 자막 또는 더빙으로 미국극장에서 개봉되고 있으며 이러한 수입 영화들은 전 극장에 개봉되기 보다는 주로 해외 영화나 예술 영화만을 전문적으로 상영하는 소규모 영화관에서 상영되고 있음
- 한국 영화의 예로는 '봄, 여름, 가을, 겨울 그리고 봄', '태극기를 휘날리며', '괴물', '올드보이', '마더' 등이 있음
- 이와 같이 미국 내 극장 개봉을 한 한국 영화들 중 가장 큰 수익을 거둔 영화는 '봄, 여름, 가을, 겨울 그리고 봄' 으로 영화 평단의 호평을 받았음
- 한국에서 큰 흥행을 거둔 강제규 감독의 '태극기를 휘날리며'는 2004년 미국 내 29개관에서 개봉했으나 미국 내 극장수입은 11억 원에 머물렀음
- 또한, 본 영화를 상영한 영화관들이 대부분 한인 밀집 지역이었고 관객들 역시 대부분 한인들이어서 미국 시장 진출의 한계점을 보여주었음
- 미국 내 개봉 한국 영화들의 흥행 실패의 가장 큰 요인은 미흡한 홍보로 분석됨

□ 유형 2 : 미국 현지 제작 및 배급

- 미국 현지에서 영화 스태프들과 배우들을 섭외하여 직접 제작하며 배급 하는 방법임
- 그러나 한국 제작자들과 할리우드 관계자들과의 네트워크가 극히 부족하기 때문에 이와 같은 방식은 극히 드물다고 볼 수 있음
- 이와 같은 방식으로 미국 시장에 진출한 영화는 심형래 감독의 ‘D-War’와 장동건이 출연한 ‘Warrior’s Way’ 가 있음
- ‘D-War’는 2007년 미국 내 2,277 개관에서 개봉되어 총 1000만 달러 박스오피스 수입을 기록했으나 대부분의 관객들이 한인들이었고 미국 영화 관객들의 비중은 상대적으로 낮은 편임
- 다만, 미국 현지 제작 및 배급이라는 새로운 시도를 하였다는 점에서 주목할 만 함
- ‘Warrior’s Way’는 2010년 12월에 개봉, 한국의 이승무 감독과 ‘반지의 제왕’ 과 ‘메트릭스’ 의 베리 오스본이 제작에 참여하였지만 개봉 첫 주에 박스오피스 9위를 기록하여 기대만큼 흥행을 하지 못하였음
- 이와 같은 방식의 미국 내 시장 진출을 위해서는 할리우드와의 탄탄한 네트워크가 절대적으로 필요하며 사업 시스템 등 여러 가지 면에서 할리우드와 대등해야만 가능함



※ 미국 내 개봉한 한국영화

영화 제목	개봉 연도	흥행 수입	스크린 수
The Warrior's Way	2011.1	\$5,604,920	1,622 개관
마더	2010.3	\$551,509	38개관
해운대	2009.9	-	뉴저지, 애틀랜타, 달라스, 시카고, 샌프란 시스코, 뉴욕, 시애틀, 하와이의 AMC 극장 개봉
7급 공무원	2009		AMC 극장 4개관 (뉴저지, 애틀랜타, 달라스, 워싱턴 DC)
그림자 살인	2009		AMC 극장 4개관 (뉴저지, 애틀랜타, 달라스, 워싱턴 DC)
Thirst (박쥐)	2009.7	\$140,718	8개관
워낭소리	2009.2		AMC 극장 4개관 (뉴저지, 애틀랜타, 달라스, 워싱턴 DC)
미인도	2009.2		AMC 극장 4개관 (뉴저지, 애틀랜타, 달라스, 워싱턴 DC)
D-War	2007	\$10,000,000	2300개관
The Host (괴물)	2007.3	\$2,200,000	71개관
친절한 금자씨	2006	\$211,667	14개관, 23주간 상영
여자는 남자의 미래다	2006	\$11,807	5개관
복수는 나의 것	2006	\$45,243	6개관
태풍	2006	\$139,004	24개관, 5주간 개관
태극기 휘날리며	2004.9	\$1,100,000	29개관
봄 여름 가을 겨울 그리고 봄	2004.4	\$2,380,000	74개관
취화선	2003	\$59,413	10개관 미만
섬	2002	\$21,075	10개관 미만
거짓말	2000	\$61,900	10개관 미만
인정사정 볼 것 없다	2000	\$22,007	10개관 미만

※ 미국 내 개봉한 한국영화 역대 흥행 성적 TOP 12

	영화 제목	흥행 수입 (만 달러)	개봉 연도	스크린 수
1	디 워	1000	2007	2300
2	Warrior's Way	560.5	2010	1,622
3	봄 여름 가을 겨울 그리고 봄	238.1	2004	74
4	괴물	220.2	2007	71
5	태극기 휘날리며	111.1	2004	29
6	춘향뎐	79.9	2000	16
7	올드 보이	70.7	2000	10 미만
8	집으로	44.5	2000	10 미만
9	빈집	23.9	2000	10 미만
10	친절한 금자씨	21.2	2000	10 미만
11	태풍	13.9	2000	10 미만
12	쉬리	9.7	2000	10 미만

- 한국의 인기영화를 극장 체인 AMC에 배급하고 있는 JS 미디어 앤드 엔터테인먼트사의 제이 정 대표는 “애틀랜타를 비롯한 미국 내에 한국영화에 대한 관심이 높아지고 추세“ 라고 밝혔음
- 이 회사는 뉴저지에서 '미인도'를 시작으로 '워낭소리' '그림자 살인' '7급 공무원'등 한국영화를 애틀랜타와 델러스 등 4곳에서 상영했음
- 2008년 애틀랜타를 비롯하여 시카고와 뉴욕, 하와이 등 미주 내 10개 도시 AMC 상영관에서 개봉하는 영화 '해운대' 역시 큰 관심을 끌었음

□ 유형 3 : 한국 영화 판권 판매를 통한 리메이크

- 한국 영화 원작의 저작권을 미국 영화사에 판매하여 리메이크 할 수 있게 하는 방법
- 이는 미국 시장 진출 시 가장 안전한 방법이긴 하나 수익성은 낮음
- 리메이크 된 한국 영화는 미국 내 박스오피스에서 흥행을 한다고 해도 대부분의 수익은 저작권을 구매한 미국 영화사에게 돌아가게 됨
- 본 방법으로 미국 시장에 진출한 한국 영화들로는 ‘조폭 마누라’, ‘엽기적인 그녀’, ‘시월애’, ‘올드보이’, ‘거울 속으로’, 등이 있음
- 본 방법으로 미국 박스오피스에 진출한 한국 영화 중 가장 대표적인 작품은 ‘시월애’ 이며 이 영화는 ‘The Lake House’ 라는 제목으로 리메이크 되어 유명 할리우드 배우인 키아누 리브스와 샌드라 불록이 주연을 맡아 화제를 모았음
- 2006년 개봉된 ‘The Lake House’는 400억원의 제작비가 소요되었고 총 5200만 달러 이상의 극장 수입과 3500만 달러의 비디오/DVD 대여 수입을 추가적으로 기록하였음



○ 한국 영화 저작권 판매 현황은 다음과 같음 :

연도	영화 제목	구입사	가격
1999	텔미썸씽	Fox 2000 Pictures	3억원
2000	시월애	Warner Bros	5억원
2000	공동경비구역 JSA	David Franzoni	10억원
2001	조폭마누라	Miramax	9억5000만원
2001	엽기적인 그녀	DreamWorks	7억5000만원
2002	가문의 영광	Warner Bros	5억원
2002	광복절특사	Miramax	5억원
2002	중독	Vertigo Entertainment	2억5000만원
2002	폰	Maverick Entertainment	미공개
2003	선생 김봉두	Miramax	6억5000만원
2003	올드보이	Universal Pictures	미공개
2003	장화홍련	DreamWorks	10억원
2003	거울 속으로	New Regency	미공개
2004	령	Dimension Films	4억~5억원
2006	괴물	Universal Pictures	6억원

자료원 : Jordan Bridge Market Research

○ 위 도표에서 알 수 있듯이 한국 내에서의 흥행 여부와 미국 영화사의 판매 가격은 비례하지 않음

- 예를 들어 '장화홍련'은 한국 내 영화관에서 '괴물'과 비교해서 흥행 성적이 좋지 못했으나 판권 가격은 '괴물'보다 오히려 앞섰음

□ 한국 영화의 할리우드 시장 진출 전략

☞ 한국 문화를 충분히 엿볼 수 있는 탄탄한 영화 시나리오

- 액션과 폭력 등 화려하고 자극적인 할리우드 대중 영화들을 따라 하기보다는 한국 영화만의 소박하면서도 현실감 있고 한국의 문화를 엿볼 수 있는 영화들을 제작하는 것이 좋은 공략법 임
- 이와 같은 예로, '봄, 여름, 가을, 겨울 그리고 봄'은 블록버스터 급 흥행작인 '괴물'이나 '태극기를 휘날리며' 보다 미국 시장에서 더 큰 수입을 기록한 바 있음

☞ 미국 독립/예술영화 유통과 유사한 방식으로의 한국영화 유통

- 미국의 독립/예술 영화들은 독립영화 전문 스튜디오를 통해 DVD 등의 형태로 영화 체인을 통해 배급되고 있음
- 따라서 국내 영화 역시 대규모로 유통할 수 있는 채널을 구축하는 것도 한국 영화의 성공적인 미국시장 진출의 한 방법이 될 수 있음

☞ 한국 영화의 장점을 최대한 살린 미국 정서에 맞는 액션물 제작

- 할리우드 블록버스터 형의 화려한 액션물을 따라 하기보다는 한국 영화의 장점을 최대한 살린 탄탄한 구성과 스토리 라인으로 승부를 걸어야 함
- 문화적 이질성이 낮은 멜로물, 추리물, 공포물 등을 공략하는 것도 좋은 전략임
- 워너 브라더스, 유니버설 등 미국의 주요 스튜디오들의 투자 유치를 통해 할리우드 영화와 비교할 때 뒤지지 않는 수준 높은 액션과 탄탄한 구성을 가진 영화들을 배출해야 함

- 한국 영화 제작자들은 미국 영화 산업 관계자들과 친밀한 관계를 구축하여 할리우드의 선진 기술을 장기적으로 받아들이는 한편 한국 영화를 수출하려는 노력을 기울여야 함

👁 한국 영화배우의 할리우드 영화 노출을 통한 인지도 형성

- 할리우드 영화에 주연 및 조연으로 한국 배우를 노출시켜 한국 영화의 관심도를 높이면서 미국내에서 인지도를 형성할 수 있음
- 할리우드는 최근 한류 열풍에 힘입어 한국 배우들에게 더욱 많은 관심을 보이고 있음
- 다만 언어적 한계와 미국 내에서의 약한 인지도 그리고 약한 스토리 라인으로 흥행에 실패한 예가 대부분이기 때문에 한국 배우들이 이러한 점만 극복 할 수 있다면 할리우드에서 높은 인지도를 형성할 수 있을 것이라 예상함
- 한국영화의 미국내 인지도를 형성을 위해서는 한국 영화배우의 할리우드 영화 진출이나 미국 정서에 맞는 액션물 제작이 많은 도움이 되겠지만 한국영화가 할리우드에서 성공하기 위해서는 탄탄한 시나리오 제작과 미국 제작자와의 협업이 필요할 것으로 보임