



## ISSUE PAPER

# 거품 빠진 3D 영화시장, 두 번째 라운드가 시작된다



### □ 들어가기

- ☞ 3D 상영작, 극장 (스크린) 점유율 연이은 상승세
  - 2011년 1월 현재, 3D상영을 발표한 개봉예정작은 <Pirates of the Caribbean: on Stranger Tides> <Kung Fu Panda 2> <Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2> <Transformers: dark of the moon> 등 흥행이 보증된 속편들을 비롯해 이미 발표된 영화만 33편임
  - 2009년 극장에서 상영된 3D영화는 모두 11편, 2010년에는 25편, 2011년에는 33편 이상으로 늘어날 전망이다, 해마다 큰 폭으로 3D상영편수가 늘어난 것을 확인할 수 있음
  - 연간 북미 확대개봉(개봉 첫주 600개 스크린 이상 점유) 영화가 대략 120편 정도라고 할 때 2010년 3D상영작 스크린 점유율은 전체 대비 20% 이상이고 2011년 최소 33편이 3D 스크린에서 상영된다고 할 때 스크린 점유율은 상승할 것이 유력함
- ☞ 2011년 할리우드, 3D는 선택보다는 필수
  - 3D상영작 인기의 배경에는 2009년 제임스 카메론의 <아바타>가

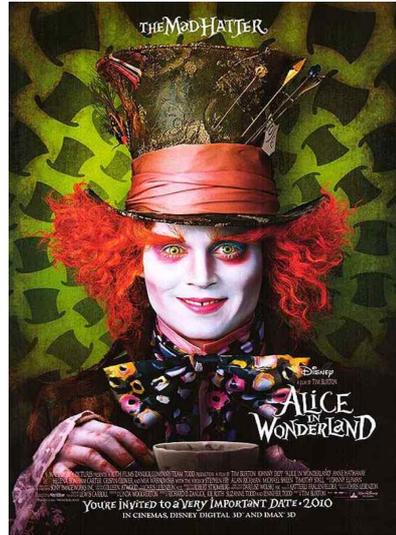
- 있으며 이는 이전까지와는 다른 3D 상영 경험의 표준이 되어 극장을 되살릴 돌파구라고 생각되었음
- 3D 상영과 2D 일반 상영의 티켓당 가격차는 최소 3달러로 집계되며 (3D 상영은 14달러, 일반 상영은 8달러~12.50달러) 그렇기 때문에 영화를 보려고 하는 관객이라면 2D보다 3D 상영관 티켓판매가 극장에 유리함
  - 3D상영작이 꼭 3D로 촬영될 필요는 없기 때문에 (2D로 촬영한 뒤에 post-converting이라는 프로세스로 사후 가공) 제작비에 부담을 주지 않고도 극장 수익을 올릴 수 있는 방법이 있음
- ☞ 다종다양해진 3D 경험의 채널로 관객/소비자의 수준 상승
- 2010년 개봉한 영화 <Clash of the Titans> <The Last Air bender>와 애니메이션 <Despicable Me>는 촬영을 마친 후 3D로 컨버팅하여 상영했고, 그 결과 1950년대 3D영화 수준으로 시각적 불편함과 두통, 구토 등을 동반해 3D 영화 소비자들이 불만을 제기하였음
  - 3D 영화가 많아지고, 3DTV 등 3D를 경험하는 채널이 다양해지면서 관객 역시 3D가 단순한 극장 체험이 아닌 상품으로서 품질을 요구할 수 있다고 인식하기 시작함
  - 2011년에는 그 어느 때보다도 많은 수의 3D 상영작이 매주 개봉되는 가운데, 3D 영화시장의 2라운드에서는 어떤 점이 성공의 포인트가 될 지, 2010년 집계됐던 MPAA의 극장 산업 조사결과와 2010년 3D영화 결산 결과를 근거로 예상해보았음

## □ 미국 3D 영화시장의 현주소

- ☞ MPAA's Annual Theatrical Market Statistic Report
- 2010년 3월10일 MPAA (Motion Picture Association of America: 미국영화연합)는 연간극장 수입 분석리포트(Annual Theatrical

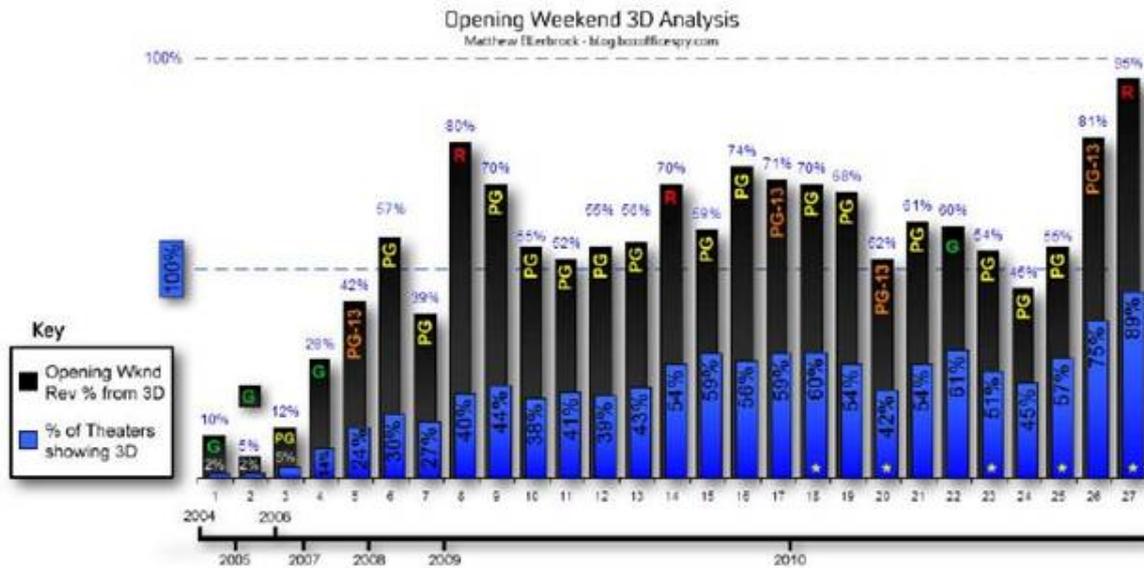
Market Statistic Report)를 내놓았음 (참고로 2010 리포트는 2011년 3월 발표 예정임)

- 이 리포트에 보고된 내용은 다음과 같음
  - 2010년, 3D라는 미디어를 이용해 상영되는 영화 장르는 배급시장에 진입하는 초기를 지나 시장을 형성하는 성장기로 접어들기 시작함
  - 2010년, 북미 내에서 3D상영이 가능한 디지털 스크린의 수는 2009년 동기간과 비교했을 때 100% 증가해 16,000개에 이르며, 2008년 동기간과 비교하면 86% 상승한 수치임
  - 2008년부터 극장수입이 매년 증가한 이유 중 하나로 3D영화의 시장 진입을 꼽을 수 있음
- 하지만, Box Office Spy Blog는 <아바타>와 <Alice in Wonderland>를 제외하면 3D영화의 스크린당 수익은 2010년부터 하향세에 접어들었다고 말함
  - 이 같은 하향세는 시장의 하락이라기보다는 제임스 카메론, 팀 버튼 등의 유명 감독의 이름에 따르는 초기시장의 독점, 과점으로 형성된 거품이 빠진 안정세로도 읽힘
  - 또 그 만큼 3D 스크린을 점유할 상영편수가 늘어났다는 방증이기도 함
- 참고로, Screen daily International이 내놓은 조사 결과에 따르면 2011년 북미 극장수입은 전년과 같은 수준으로 10억5천만 달러임



## □ 북미 3D 영화 박스오피스 분석 (2004 · 2010)

- 3D상영이 가능한 극장과 상영편수의 양적 증가를 바탕으로 현재를 분석하고 미래를 예상해봄



<이미지 및 수치 출처: BoxOfficeSpyBlog, 10/7/2010>

- 위 그래프는 2004년 <풀라 익스프레스>부터 2010년 <피라냐 3-D>까지 3D와 2D 모두에서 상영된 영화 27편을 모아서 분석한 자료임

- 검정색 막대는 개봉 첫 주 극장수입 중에서 3D 극장수입이 차지하는 비율을 나타내고 있으며 파란색 막대는 전체 상영관수에서 3D 상영관수가 차지하는 비율을 나타내고 있음
- 2004년과 비교하여 2010년이 압도적으로 3D상영편수도 많고 3D상영 빈도가 높아졌음을 알 수 있음
- 하지만 그럼에도 여전히 3D에 관객이 기대하는 것은 극장경험으로 볼 수 있음
- 그래프에서 26번은 <스텝업 3-D>이고 27번은 <피라냐 3-D>이다. 두 영화 모두 사전에 3D 제작과 상영을 염두에 두고 만들어졌으며, 댄스영화, 공포영화라는 장르 특성상 스크린에서 볼거리를 기대하는 관객의 심리와 3D 매체의 특성이 만난 결과임
- 그래프에서 눈 여겨 보아야 할 또 한가지는 3D상영 애니메이션보다는 3D상영 R등급 (청소년 관람불가) 영화가 배급과 극장수입에서 두드러지는 결과를 보여준다는 점임

## □ 시사점

### 👁️ 그래프를 통해 정리한 시사점

- 3D라는 제작방식이 극장배급과 상영에서 가지는 비중은, 관객의 경험치/기대치가 높아지고 상영편수가 증가하면서 하락했음
- 그럼에도, 3D라는 미디어는 여전히 관객에게 2D와는 다른 극장경험을 줄 수 있고, 이 같은 경험을 기대하고 오는 관객이라면 2배에 가까운 티켓가격을 지불할 가능성이 있음
- <피라냐 3-D> <마이 블러드 발렌타인> 등의 예에서 볼 수 있듯이 3D는 장르의 선택이 중요함
- 예를 들면 호러영화, 게임 원작 영화 등 특정 장르의 팬은 2D와 3D 중에서 3D를 선택할 가능성이 높아 보임
- 그래프에서 다뤄지지 않았지만, <쏘우7> <레지던트 이블4> 등이 장르적 쾌감을 3D라는 특수효과를 통해서 더 잘 전달할 수

있었음

- 2011년 할리우드에서 제작하는 슈퍼히어로 장르 영화가 3D를 기본 상영 포맷으로 고려하는 이유와 같음
- 따라서, 제작자는 3D영화에서 관객이 기대하는 것이 무엇인지 포착할 필요가 있음

#### 👁️ 기술제작지원 고려

- 3D영화 제작에서 고려해야 할 것은, 영화의 포맷(애니메이션이나 실사냐), 장르, 품질, 배급 전략(스크린 점유율, 경쟁작, 개봉 시점) 등 3D영화가 아닌 2D영화에서도 고려해야 할 기본에 충실해야 3D로써의 장점도 평가 받을 수 있음
- 특히 영화품질은 사전제작이나 사후공정이나에 따라서 평가가 엇갈리는 부분이기때문에, 사후공정으로 컨버팅한 3D영화의 경우, 컨버팅 품질에 따라 관객의 평가가 엇갈릴 것임
- 따라서, 3D콘텐츠를 개발하려는 노력도 중요하겠지만, 사전제작과 사후공정의 두 가지 가능성을 열어놓고, 두 가능성을 실현시킬 수 있는 기술적 지원을 준비하는 것이 필요함
- 또 3D 컨버팅 기술력이 부족할 경우에 3D상영을 계획한 영화를 제작한 뒤에도 해외인력에 투입하는 비용이 늘어나므로, 기술 제휴, 국내인력육성 등 영화제작기반산업에의 투자도 함께 이뤄져야 할 것임

이 보고서를 작성한 Hyun Jin Ahn은 현재 UCLA에서 Films 전공, NBC Universal과 Cine 21 근무 경험을 보유하고 있음