

2023년 한국 및 부산 영화 산업의 전반적인 현황과 동향

방준원

한국 영화 산업은 최근 몇 년간, 특히 코로나19 팬데믹을 거치는 동안 큰 변화를 겪었다. 국내외 영화 산업은 2019년에 호황을 누렸지만, 2023년에는 산업의 역동성이 변화하면서 회복기에 접어들었다. 영화 산업 전략과 영화 제작 동향은 관객의 행동 및 선호 변화와 새로운 영화 관람 트렌드의 등장으로 인해 새로운 국면을 맞이했다. 본 기고문에서는 이러한 변화를 분석하고, 영화 산업이 직면한 과제와 기회를 탐색하고, 코로나가 산업에 끼친 영향과 산업의 적응력에 대해 논의하고, 영화 콘텐츠의 수출입을 탐구하며, 산업의 궤적을 형성하는 전문가의 의견을 조명하고자 한다.

흥행 성적

2019년 한국 영화산업은 주목할 만한 성과를 거두며 큰 호황을 누렸다. ‘극한직업’ (관객 수 16,265,618명), ‘기생충’ (관객 수 10,085,275명) 그리고 ‘엑시트’ (관객 수 9,426,011명)와 같이 다양한 장르와 주제를 다루는 한국 영화들이 흥행했다. 이런 영화들은 한국뿐만 아니라 해외에서도 호평을 받으며 높은 관객 수를 기록했는데, 이를 통해 한국 영화 산업의 견고함과 적응력을 입증하였다. 동시에 ‘어벤져스: 엔드게임’ (관객 수 13,934,592명), ‘겨울왕국 2’ (관객 수 13,369,079명), ‘스파이더맨: 파 프롬 홈’ (관객 수 8,021,145명)과 같은 할리우드 블록버스터가 시장을 장악하며 대규모 관객을 동원하였다. 이는 국내 영화 팬들이 세계적으로 인정받는 고예산 영화를 선호하는 경향이 있음을 보여주었다.

2023년 코로나19 팬데믹으로부터 회복기에 접어들었던 한국 영화산업의 역동성이 변화하기 시작했다. ‘범죄도시 3’ (관객 수 10,682,813명), ‘밀수’ (관객 수 5,142,700명) 그리고 ‘콘크리트 유토피아’ (관객 수 384,229명)와 같은 한국 영화들이 다양한 서사를 지속적으로 보여주었음에도 불구하고 코로나 이전에 비하면 현저히 낮은 관객 수를 기록했다. 이는 관객 수와 관객 선호도에 잠재적인 변화가 있음을 시사했다. 2023년에 들어 할리우드의 우세가 상대적으로 약화되는 등 해외 영화 산업 또한 큰

변화를 겪기 시작했다. '스즈메의 문단속' (관객 수 5,567,285명), '더 퍼스트 슬램덩크' (관객 수 4759,881명)와 같은 일본 애니메이션은 한국 관객의 취향이 변화하고 있으며 보다 광범위한 외국영화를 수용할 수 있음을 시사하였다.

또한, 2023년에는 고예산 영화와 저예산 영화의 흥행성적에서 큰 격차가 나타나기도 했다. 고예산 영화의 경우 손익분기점을 돌파하는 데 어려움을 겪었는데, '더 문' (제작비 21,710,721달러, 연간 총 수익 4,032,493달러, 관객 수 515,996명)과 '비공식 작전' (제작비 27,138,401달러, 연간 총 수익 7,897,823달러, 관객 수 1,058,645명)은 높은 제작비에 비해 상대적으로 낮은 관객 수와 수익을 기록했다. 반대로 '잠' (제작비 3,876,825달러, 연간 총 수익 10,766,440달러, 관객 수 1,470,336명)과 '30일' (제작비 4,656,035달러, 연간 총 수익 16,317,998달러, 관객 수 2,141,276명)과 같은 저예산 영화의 경우 수익과 관객 수 측면에서 제작비를 뛰어넘는 성적을 거뒀다.

포스트 코로나 시대의 회복 국면에 도달했음에도 불구하고, 한국 영화와 할리우드 블록버스터 영화 모두 2019년과 비교했을 때 티켓 판매량이 현저히 감소했다. 한국 영화 관객 수는 약 34.3%가량 감소했고, 할리우드 블록버스터 관객 수는 동일 기간에 약 42.5%가량 감소했다. 이러한 과도기적인 상황은 관객 행동과 영화 관람 선호도에 변화가 있음을 나타내며, 이로 인해 코로나가 영화 산업의 역동성과 관객 행동에 미친 영향과 함께 영화를 선택하고 관람하는 기준을 재평가하게 되었다.

영화 제작 동향

다양한 장르와 주제: 한국 영화계는 다양한 관객 취향을 고려하여 액션, 스릴러, 드라마, 로맨스, 역사 드라마, 디스토피아적 배경 등 다양한 장르와 주제를 지속적으로 다루고 있다. 이렇듯 한국 영화계는 다양한 스토리텔링을 통해 변화하는 관객의 요구에 맞춰 적응하려는 노력을 기울이고 있다.

사회 및 정치적 관련성: 한국 영화 제작자들은 사회적으로 중요한 문제들을 다루기 위해 노력해왔다. 1992년 부산을 배경으로 하는 '대외비'는 선거

기간 동안 정치와 조직범죄의 상호작용을 흥미진진하게 보여주었다. 한국 영화계는 사회적 불평등 및 정치의 부패와 같은 당대의 딜레마에 중점을 두어 관객에게 생각할 거리를 던져주고 사회적으로 의미가 있는 내용을 전달하려 노력하고 있다.

블록버스터 및 속편: ‘범죄도시’ 시리즈와 ‘공조2: 인터내셔널’과 같은 블록버스터 영화는 2023년에도 여전히 큰 인기를 끌었다. 이러한 영화들은 이전 작품의 흥행을 기반으로 하며, 영화계가 전작의 흥행 및 캐릭터 중심의 내러티브를 최대한 활용하고자 하는 것을 보여준다. 프랜차이즈 영화는 관객들이 선호하는 캐릭터와 줄거리 덕분에 계속해서 인기를 누리고 있다.

디지털 유통 및 스트리밍 플랫폼: 디지털 플랫폼과 스트리밍 서비스의 등장으로 유통 방식에 변화가 나타났다. 스트리밍 서비스는 영화 개봉과 관람 패턴에 영향을 미치며 그 중요성이 강조되었다. 또한 변화하는 관객 행동에 대응하고 편의성과 접근성을 강조하기 위해 디지털 개봉과 제한적 개봉을 결합한 하이브리드 개봉 전략이 등장했다.

국제 협력: 2023년 한국 영화산업에 국제 협력과 공동 제작이 급증했다. 일본 감독 고레에다 히로카즈 감독과 미이케 타카시 감독은 한국어로 진행되는 프로젝트에 착수했으며, 배우 송강호는 고레에다 감독의 ‘브로커’로 칸 영화제에서 남우주연상을 수상하였다. 또한, 한국의 CJ ENM과 사우디아라비아의 콘텐츠 회사인 만가 프로덕션이 MOU를 맺음으로써 두 문화 간 콘텐츠 제작과 인재 양성을 위한 기반이 마련되었다. 이러한 동향을 다양한 글로벌 콘텐츠와 창의적 파트너십을 수용하려는 영화계의 노력을 뚜렷하게 확인할 수 있다.

정부 지원 및 과제: 한국 정부는 한국 영화산업에 자금 지원, 보조금, 세제 혜택, 수출 지원 등 중대한 지원을 제공해 왔다. 이러한 노력에도 불구하고 한국 영화산업에 영향을 끼치는 도전과제들이 지속적으로 발생하고 있다. 저작권 침해와 관객 선호도 변화, 그리고 코로나19 팬데믹으로 인해 큰 타격을 받은 제작 가치와 흥행 성과 등의 요소로 인해 영화계는 지속적인 전략을 세우고 적응력을 높여야만 했다.

예를 들어, 부산영상위원회(BFC)는 예년과 같이 약 11억이라는 상당한 예산을 제작비로 지원하였다. 이렇듯 장편 드라마 영화에 제작비를 지원하는 것은 부산지역의 제작 경쟁력을 강화하고 인재를 육성하며, 촬영 인프라를 개선하는 것을 목적으로 한다. 위원회는 또한 웹 드라마 제작 지원, 다큐멘터리 제작 지원, 후반작업 기술 개발, 종합 제작 환경 구축 등 다양한 측면에서 전략적 활동을 전개하고 있다. 부산과 영남권의 촬영 편의성을 도모하기 위한 멘토링 프로그램, 스토리 IP 공모전, 로케이션 촬영 행정지원, 사전제작 스카우트 유치 등 다양한 노력을 기울이고 있다. 뿐만 아니라 부산시네마 스튜디오를 운영하여 영화·영상 콘텐츠 제작 활성화를 도모하고 부산 지역의 촬영 유치와 지역경제 활성화에 기여하고 있다.

영화 콘텐츠 수출입

2023년 영화 콘텐츠의 수출입은 한국 영화산업의 글로벌 진출에 크게 기여했다. 한국 영화산업은 외국 영화 관람을 원하는 국내 관객의 수요를 충족시키는 동시에 한국 영화를 세계적으로 홍보하기 위하여 외국 콘텐츠 수입과 한국 영화 수출 사이의 균형을 유지하려고 노력해왔다.

2023년 한국 영화는 국경을 뛰어넘어 관객을 사로잡을 수 있는 다양한 장르와 주제를 가진 영화를 제공하였고, 이를 통해 해외 시장에서의 입지를 넓힐 수 있었다. 급격한 기후 변화 이후 세계를 배경으로 한 디스토피안 스릴러 영화 ‘정이’와 1992년 부산을 배경으로 하는 정치 드라마 ‘대외비’와 같은 작품들은 한국 영화 제작자들이 더 넓은 해외 시장을 사로잡을 수 있는 콘텐츠를 제작할 수 있음을 보여주었다. 한국 영화 산업은 또한 외국 관객을 위해 스토리텔링을 다각화해 왔으며, ‘소울메이트’와 ‘리턴 투 서울’, ‘1947 보스톤’ 등 우정과 자아 발견, 역사적 중요성을 다룬 영화들이 외국 관객들의 공감을 얻을 수 있었다.

한국 관객들은 폭넓은 영화 취향을 가지고 있으며 다양한 외국 영화에 개방적인 태도를 보여주었다. 지난 한 해 동안 관객들은 시적이고 자기성찰적인 ‘엘리멘탈’ 같은 영화부터 ‘가디언즈 오브 갤럭시: Volume 3’, ‘미션 임파서블: 데드 레코닝 Part 1’과 같은 성공한 할리우드 프랜차이즈 영화, 그리고 ‘스즈메의 문단속’, ‘더 퍼스트 슬램덩크’와 같은

일본 영화를 통해 다채로운 영화적 경험을 즐겼다. '아바타: 물의 길'과 같은 후속편에 대한 관심과 '슈퍼 마리오 브라더스'와 같은 가족 친화적인 애니메이션 콘텐츠의 성공은 한국 관객들에게 다양한 외국 영화를 감상할 수 있는 적응력이 있음을 보여주었다.

한국 영화산업은 다양한 관객 선호도를 고려하고 해외 영화 시장과의 연계성을 높여 글로벌 입지를 구축하고자 노력해왔고, 2023년에는 이러한 노력이 영화 수출입 성과에 반영되었다.

코로나19의 영향과 적응

코로나가 미친 영향과 이에 따른 적응방향은 한국 영화산업에 큰 변화를 불러왔고, 이로 인해 산업의 전략과 역동성이 재편되었다. 코로나로 인해 디지털 배급이 가속화되었으며, 디지털 개봉과 제한적 개봉을 결합한 하이브리드 개봉 모델이 등장하는 등 영화산업 전반에 지각변동이 발생했다. 코로나 팬데믹 기간 동안 관객들이 편리함과 안전함을 중시하며 스트리밍 서비스의 인기가 높아지면서 관객 행동이 변화했기 때문에 이러한 변화가 필수적이었다. 영화 배급에서 나타난 이러한 변화는 영화산업이 생존하고 글로벌 시장으로 확장하기 위해 불가피했다.

영화업계는 팬데믹이 가져온 불확실성으로 인해 포스트 코로나 시대 관객 선호를 예측할 때 더욱 신중하게 접근하게 되었다. 또한, 흥행 실패로 인한 재정적 위험을 최소화하기 위해 가장 적합한 개봉 전략을 선정하기 위해 노력하게 되었다. 영화산업은 이런 과제들뿐만 아니라 또 다른 과제를 직면하고 있다. 재정적 안정성과 전략적 개봉 계획을 유지하면서 관객 행동 변화에도 대응해야만 하는 이중 과제가 바로 그것이다.

부산국제영화제(BIFF)의 영향

부산국제영화제(BIFF)는 국내외 영화계에서 중요한 위치를 차지하고 있다. 국내적으로 보자면 부산국제영화제는 신진 영화인들과 기성 영화인들이 작품을 전시할 수 있는 장을 제공하며 한국 영화를 홍보하는 데 중요한 플랫폼이다. 부산국제영화제는 한국 영화산업의 성장에 큰 역할을 했으며, 부산 지역의 문화 및 경제 발전에도 많은 기여를 했다. 영화제의 지역적

영향력은 영화계의 중요한 이정표를 기념하는 것으로 확장되었는데, 영화진흥위원회(KOFIC) 창립 50주년과 한국영화아카데미(KAFA) 개관 40주년을 기념하여 한국 영화의 역사를 되돌아보는 포럼과 전시를 진행하였다. 또한, 한미 동맹 70주년을 기념하고자 영화진흥위원회(KOFIC)와 미국영화협회(MPA)가 한미 영화의 밤을 개최하며 부산국제영화제의 국내외적인 중요성을 더욱 공고히 했다.

국제적으로 보자면 부산국제영화제는 아시아 최고 영화제들 중 하나로, 해외 영화 제작자들이 아시아 시장으로 진출할 때 중요한 역할을 해왔다. 아시아 영화에 중점을 두고 있는 부산국제영화제는 다른 문화 간 교류와 협력을 촉진시키며 전 세계 영화 제작자와 관객을 연결하는 가교로 자리매김했다. 부산국제영화제는 단순한 영화 축제를 넘어서 지속적인 영향력을 발휘하고 있으며, 아시아 영화산업의 진로를 재편하고 해외 영화산업에서 그 존재감을 강화해왔다. 부산국제영화제는 또한 프랑스 국립영화 영상센터(CNC)와 영화진흥위원회(KOFIC)가 주최한 포럼을 통해 프랑스와 한국의 공동제작 가능성을 조명하였고 아시아영화연대기구(AFAN) 내 라운드테이블을 개최하며 아시아 국가 간 협력과 협동을 촉진하고자 하였다. 뿐만 아니라 최근 발간된 책 'When East Meets East: 신흥 아시아 공동 제작 지형'은 아시아 영화에 대한 이해를 증진하고 협력 기회를 탐색하는 부산국제영화제의 역할의 중요성을 시사한다.

전문가 의견

2023년 10월, 박기용 영화진흥위원회(KOFIC) 위원장은 스크린 데일리와의 인터뷰에서 코로나19 팬데믹의 영향이 여전히 남아있는 가운데 한국 영화산업이 처한 위기에 대한 심도 깊은 분석을 전했다. 박 위원장은 한국 영화산업이 팬데믹 이전 대비 60% 정도만 회복했을 정도로 침체되어 있으며 이에 대응하기 위해 해외 매출에 의존하고 있다는 점을 강조했다. 그럼에도 불구하고 2019년과 비슷한 수준으로 매출이 반등할 것이라는 낙관적인 견해가 있으며, 영화 산업이 생존하려면 영화 수출이 필수적이라고 설명했다. 박 위원장은 코로나 기간 동안 약 100편의 영화가 개봉되지 못했고, 이로 인해 신작 투자가 막혀 새로 제작되는 영화의 수가 크게 감소하고 있다고 강조했다. 또한, 영화 산업의 활성화를 위해 정부 관계자 및 이해 관계자들과 협의가 진행 중이며, 보류 중이었던 IPTV

회사의 영화 자금 조달 계획과 함께 구체적인 계획을 곧 밝힐 것이라고 했다.

박 위원장은 또한 한국 영화의 공동 제작 지형이 변화하고 있음을 강조했다. 박 위원장은 팬데믹이 한국 영화 생태계에 큰 영향을 미친 이후 특히 지역 영화 산업의 지속 가능한 성장을 위해 국제 협력과 공동제작이 중요하다고 설명했다.

부산영상위원회(BFC) 강성규 운영위원장은 2023년 상반기 촬영 지원 자료를 발표하며 영화·영상 분야의 촬영 작품 감소를 언급했다. 부산영상위원회는 51편(영화 7편, 영상 콘텐츠 44편)을 지원했다. 이는 전년 대비 12%가 감소한 것으로, 저조한 극장 관람률과 한국 영화의 위기, 콘텐츠 산업 생태계의 변화 때문으로 분석된다.

특히 기업의 오리지널 콘텐츠 수요 급증에 따라 부산에서 촬영한 OTT 작품이 전년 대비 2.1배 증가하는 등 OTT 제작물량이 급증했다. 부산영화촬영스튜디오는 팬데믹 기간 대비 소폭 상승한 총 330일의 촬영 유치 성과를 거두었으며, 한정된 스튜디오 공간에도 불구하고 그 인기를 실감할 수 있었다. 강 위원장은 국내 영화·영상 콘텐츠 산업 재편에 따라 하반기 제작 편수가 더 감소할 것으로 예상된다며 우려를 표했고, 부산영상위원회 차원에서 스튜디오 공간 문제를 검토하고 인센티브를 지원하여 글로벌 경쟁력을 높이겠다는 취지를 밝혔다.

도전과제와 기회

2023년 한국 영화산업은 일련의 과제뿐만 아니라 성장과 적응을 위한 기회에 직면해 있다. 팬데믹의 영향에서 벗어나 코로나 이전 흥행 성적으로 회복하려고 노력해왔음에도 불구하고 영화산업의 총 수익은 여전히 2019년 정점을 밑돌고 있다. CJ CGV, 롯데시네마, 메가박스 등 멀티플렉스 영화관 체인은 관객 감소와 티켓 가격 상승, 흥행하는 저예산 영화 부족 등의 요인으로 부채가 늘어나고 자금 조달이 제한되어 재정적 부담을 떠안게 되었다.

그러나 이러한 도전 과제 속에는 잠재적인 발전 가능성이 숨겨져 있다. 2023년에 개봉된 다양한 영화들은 전 세계 관객들을 만족시킬 수 있는 산업의 적응력을 보여주었다. 다양한 장르와 주제를 탐구하는 영화를 제작하여 더 넓은 관객층을 확보하고, 딜레이 뷰잉 및 인기 있는 작품 선호, 반복 관람 증가 등 변화하는 관객 선호도에 대응하고자 하였다.

더불어 CGV에서 운영하는 특별관과 같은 특별 상영관이 큰 호응을 얻었다. 특별 상영관은 최첨단 기술로 맞춤형 프리미엄 경험을 제공하며, 2019년 대비 관객 수는 4.5%가 증가하고, 매출은 7.6%가 증가하는 등 성장세를 보였다. IMAX에서 상영한 ‘오픈하이머’는 개봉 첫 주에 평균 52%의 점유율을 자랑했다. 또한 270도 파노라마로 상영하는 CGV 스크린X에서 상영한 ‘아임 히어로 더 파이널’은 73%의 매출 점유율을 기록했다. 이러한 성공은 전통적인 영화 관람을 넘어 몰입형 경험을 추구하는 관객의 니즈에 맞춰 차별화된 경험을 제공할 수 있도록 투자가 이루어 질 수 있음을 시사한다. 한국 영화 산업은 직면한 도전과제를 해결하고 새롭게 떠오르는 트렌드를 활용함으로써 변화하는 환경을 탐색하고 다양한 콘텐츠를 제작하며 국내외 관객을 지속적으로 유치할 수 있을 것이다.

결론

포스트 코로나 시대인 2023년, 한국 영화 산업은 중요한 도전 과제에 직면했다. 이것은 특히 CJ CGV, 롯데시네마, 메가박스 등 멀티플렉스 업계의 흥행 수익 감소에서 명백히 볼 수 있었다. 그러나 한국 영화산업은 다양한 관객층을 끌어들이기 위해 노력했고, 다양한 국내외 관객의 관심을 끌 수 있는 여러 장르의 영화를 선보이며 회복력과 적응력을 보여주었다.

관객 행동과 선호도가 변화하며 도전과제와 기회가 동시에 발생했다. 관객들은 딜레이 뷰잉을 선호하고, 재미가 보장된 작품을 선택하며, 서브컬처를 기반으로 한 영화를 소비하는 경향을 보여 왔다. 이에 대응하기 위해 CGV의 특별관과 같은 특별 상영관이 등장하여 차별화된 영화 경험을 하고자 하는 관객의 욕구를 충족시켰다. 이처럼 영화 산업은 변화하는 관객 요구에 발맞춰 대응해 왔다.

한국 영화 산업은 또한 글로벌 시장을 향한 포부와 전략적 협력을 통해 국경을 넘어 확장하고자 노력해 왔다. 해외 시장을 겨냥한 한국 영화는 다양한 글로벌 콘텐츠를 즐기고자 하는 관객의 니즈와 결합되어 영화 수출입을 촉진시켰고 문화 교류와 산업 성장에 기여했다. 한국 영화 산업은 이러한 글로벌 진출을 통해 포괄적인 영화 지형을 육성하고자 해왔으며, 이로 인해 획기적인 스토리텔링과 창의성을 가진 한국 영화가 지속적으로 해외 관객들을 매료시키는 미래를 예측할 수 있게 되었다.