

## 3D 영화에 대한 소비자 만족도, 관람 전 기대치에 미치지 못해

2011. 11. 21

### Overview

소셜미디어 모니터링업체 브랜드와치(Brandwatch)가 마이크로블로깅 서비스 트위터(Twitter)에 올라온 1,000여건의 3D 영화 관련 리뷰를 분석한 결과, 3D 영화에 대한 소비자 만족도가 관람 전 기대치에 미치지 못하고 있는 것으로 나타났다.

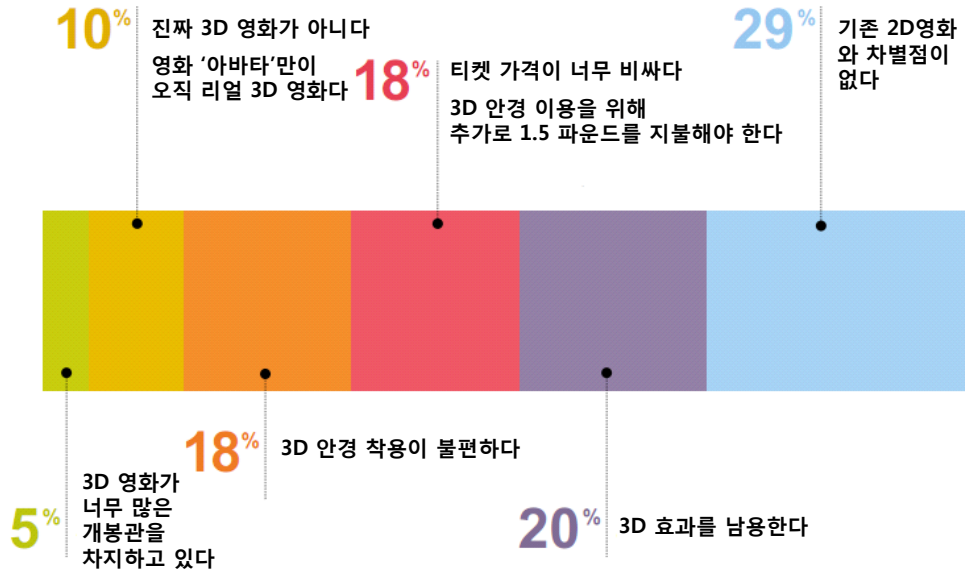
### Briefing

#### 3D 영화 관람 전후 소비자 반응 조사 결과

- 소셜미디어 모니터링업체 브랜드와치(Brandwatch)에 따르면, 최근 개봉한 3D 영화들이 소비자들의 관람 전 기대치를 충족시키지 못했으며 오히려 관객의 상당수가 3D 영화에 대해 부정적으로 평가한 것으로 나타남
  - 브랜드와치는 2011년 5월부터 9월 사이 마이크로블로깅 서비스 트위터(Twitter)에 올라온 1,000여건의 3D 영화 관련 리뷰를 분석함
  - 분석 결과, 3D 영화에 관한 긍정적 의견이 600건 이상, 부정적 의견이 200건 미만이었는 데 비해 실제 영화 관람 후 부정적 감상평은 450건을 넘었고, 긍정적 평가는 300건을 밑돈 것으로 나타남
- 2011년 여름 개봉된 3대 블록버스터 3D 영화 '해리포터와 죽음의 성물2(Harry Potter and the Deathly Hallows 2)'와 '캐리비안의 해적: 낯선 조류(Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides)', '그린랜턴(Green Lantern)'에 대한 관객 반응 조사에서도 영화 관람 후 부정적 의견으로 돌아선 관객 수가 현저히 증가한 것으로 집계됨
  - 특히 '캐리비안의 해적: 낯선 조류'의 경우 영화 관람 전 조사대상자의 85%가 긍정적인 반응을 보인데 비해 실제 관람 후 전체의 52%만이 긍정적 리뷰를 남긴 것으로 나타남<sup>1)</sup>
- 관람객들의 불만 사항에는 비싼 관람료와 3D 안경 착용에 따른 불편함, 3D 입체효과의 남용, 관람 중 야기되는 두통 등이 포함됨
  - 조사대상자의 29%가 기존 2D 영화와의 시각적 차별성이 미비해 가격대비 만족도가 낮다고 응답했으며, 20%는 보여주기식 3D 효과의 남용을 지적했음

1) 반면 영화에 대해 부정적 반응을 보인 사람의 비중은 관람 전 13%에서 관람 후 45%로 급증했음

Figure 1 3D 영화 관련 소비자 불만 조사 결과



자료: 브랜드와치(2011.9)

- 한편, 소비자들은 2D 촬영 후 3D 변환 작업을 거친 영화보다는 기획부터 제작, 촬영까지 모든 과정을 3D로 진행한 영화를 선호하는 것으로 나타남
- 조사대상자의 10%가 최근 개봉된 3D 영화들은 진정한 의미의 3D 영화로 볼 수 없으며, 제임스 카메론(James Cameron) 감독의 '아바타(Avatar)'만을 리얼 3D 영화로 인정

## Analysis

시장조사기관 IHS에 따르면 2011년 전체 극장 수익 중 3D 영화가 차지하는 비중은 54%로 2010년 67% 대비 13% 포인트 감소한 것으로 나타났다. 또한 美 일간지 USA 투데이는 올해 3D 영화 티켓판매 부진으로 최근 개봉한 '샤크나이트(Shark Night) 3D'와 '돌핀 테일(Dolphin Tale)'의 경우 3D로 제작되었음에도 불구하고 기존 2D 방식이 스크린의 대부분을 차지했다. 이렇듯 초기 가장 큰 기대를 모았던 3D 영화 시장이 소비자들에게 외면 받으면서 업계 전문가들은 3D 영화 제작에 집중되는 거품과 지나친 투자를 경계하고 있다. 브랜드와치의 이번 조사 결과도 성공적인 3D 영화 제작을 위해서는 관객의 기대를 충족시키기 위해 보다 더 조심스럽고 면밀한 접근이 필요함을 시사하고 있다.

## Source

1. 3D Focus, '3D films are still disappointing audiences', 2011. 11. 8

<http://www.3dfocus.co.uk/3d-news-2/3d-films-are-still-disappointing-audiences/6148>

2. Telegraph, '3D 'expensive and disappointing'', 2011. 11. 8

[http://www.telegraph.co.uk/technology/news/8875623/3D-expensive-and-disappointing.htm](http://www.telegraph.co.uk/technology/news/8875623/3D-expensive-and-disappointing.html)  
|

3. Brandwatch, '3D Films Report', 2011. 9

<http://www.brandwatch.com/wp-content/uploads/brandwatch/Brandwatch-Example-Report-3D-Films.pdf>