

2026 Theater Market Report

영화관
시장 보고서

2026. 03.
리서치센터 최규정 선임

2023년 대비 2024년 극장 매출 변화율

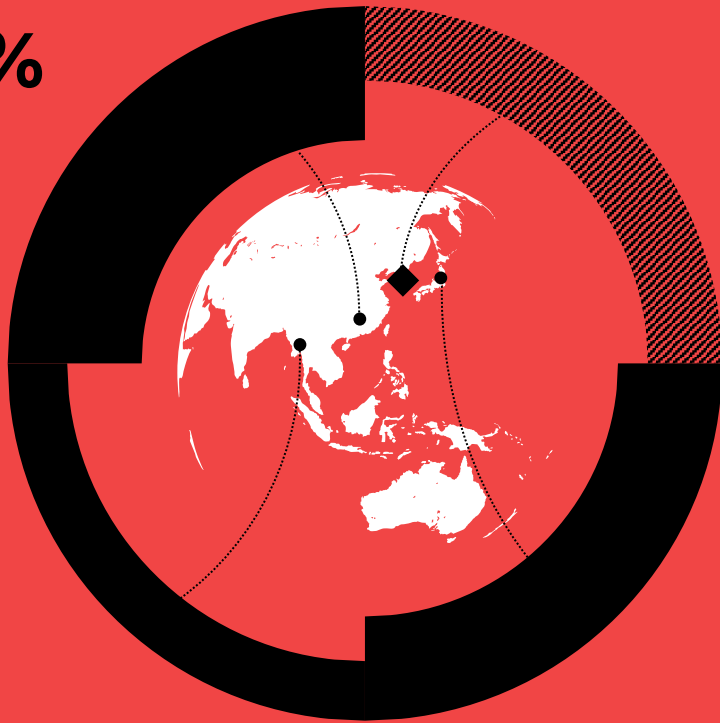
한국 뿐만 아니라,
전 세계적으로 영화관 매출은 감소세를 보이고 있다.

영화관의 매출 부진은 영화업 전반에 악영향을 끼치고 있을 뿐 아니라,
상업용 부동산 시장에도 작지 않은 영향을 끼치고 있다.

출처 | Marché du Film (2025), World Film Market Trends

중국

-24%



한국

-9%

영국

3%



독일

-7%

인도

-5%

일본

-13%

미국 & 캐나다

-4%

프랑스

0%

Index

영화관 매출	4
영화관 공급	9
영화관 거래	15
영화 산업의 부진	18
영화관의 방향성	24
결론	30

영화관 매출

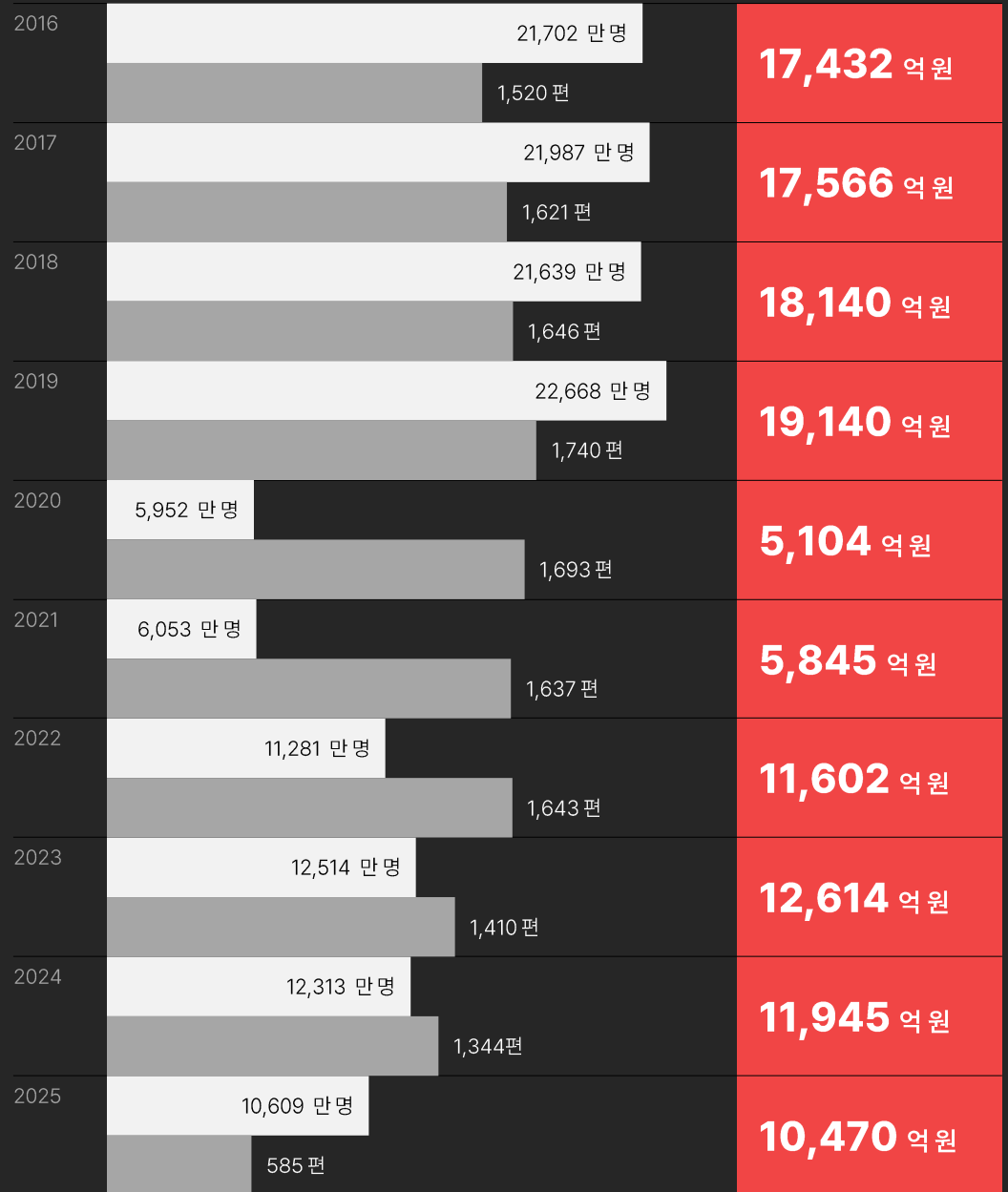
영화관 매출

● 영화관의 매출 규모는 팬데믹 시기에 급격하게 감소한 이후로 팬데믹 이전으로 회복하지 못하고 있으며, 2025년은 2019년 매출의 절반 정도에 머무는 모습을 보이고 있다.

● 주목할 만한 점은 팬데믹 시기, 팬데믹 전에 찍어 놓은 작품을 개봉하며 일정한 수준을 유지하였으나, 2023년부터는 개봉편수가 가파르게 감소하여 2025년은 2019년 대비 1/3에 해당하는 수치를 보이고 있다. 영화업이 계속 악화일로를 걷고 있기에 앞으로는 개봉편수가 더 줄어들 여지가 존재한다.

영화관 연도별 매출 추이

■ 관객수 ■ 개봉편수 ■ 매출액



주요 멀티플렉스 업체 매출

● 국내 주요 멀티플렉스 업체 3사의 매출과 영업이익은 각기 다른 상황을 맞이하고 있다.

1) CGV의 최근 3개년도의 매출은 둔화되다가 작년에는 결국 감소하였다. 영업이익은 매년 악화되는 상황이며, 작년 3분기에는 -56억원의 손실을 기록했다.

2) 메가박스는 매출액과 영업이익이 계속해서 상승하고 있는 긍정적인 모습이며, 특수기술관 및 독점 상영 등으로 메가박스만의 소구점을 잡아가고 있다.

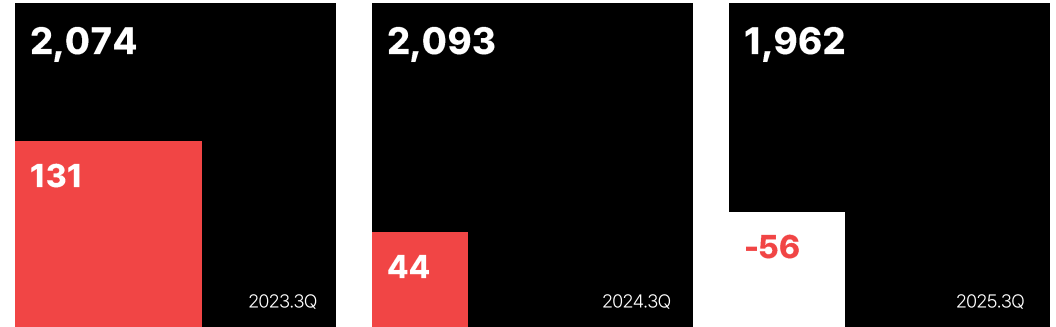
3) 롯데시네마의 경우에는 최근 3개년간 3분기 매출은 감소하였으나, 오히려 영업이익은 증가한 상황으로, 폐점 및 지점 리모델링 등으로 점포의 효율화를 통한 이익 개선을 보이고 있다.

영화관 주요 업체 국내 매출 및 영업이익 추이

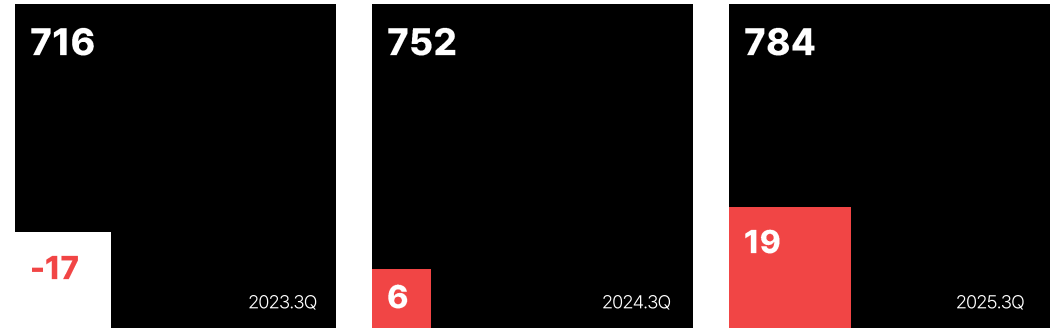
■ 매출 ■ 영업이익

단위: 억원

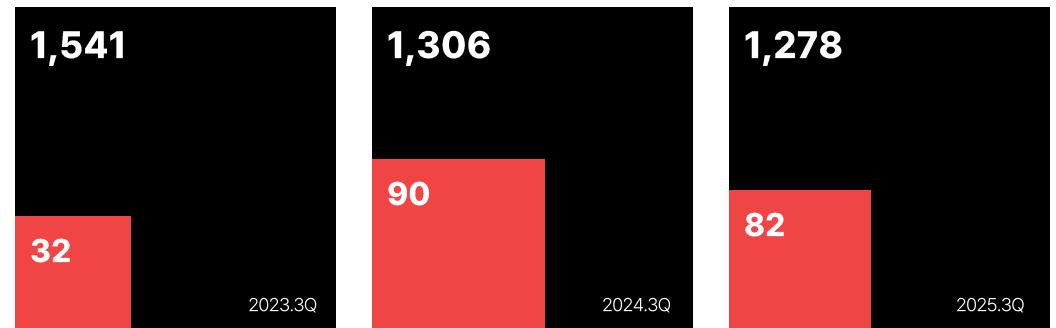
CGV



메가박스



롯데시네마



출처: 각 사 IR
* 롯데시네마는 베트남 매출 포함

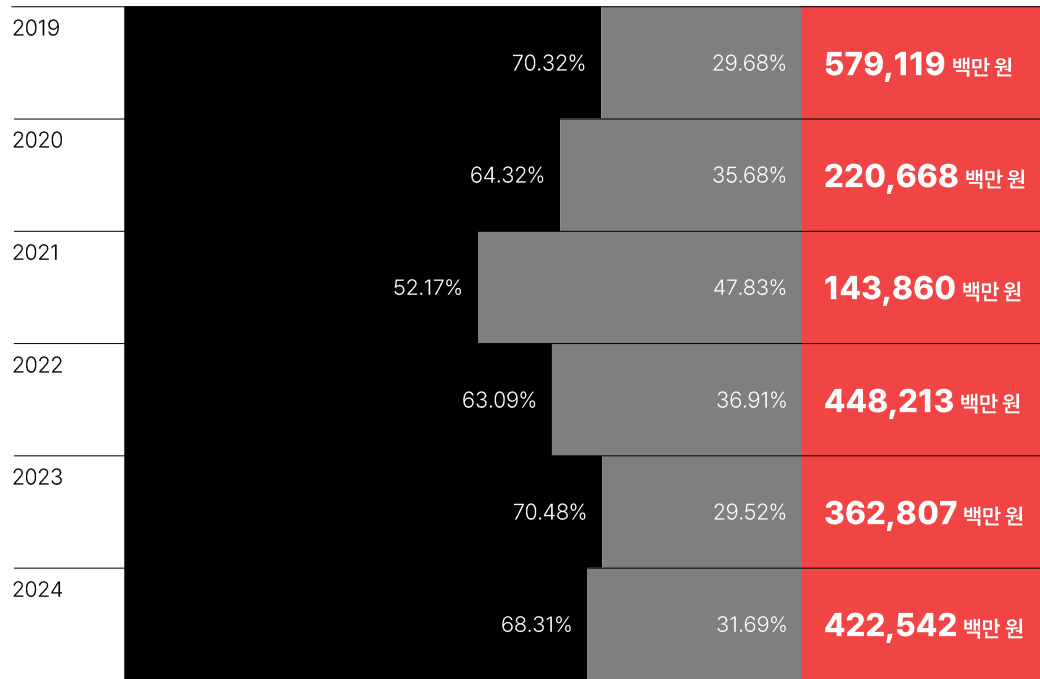
영화 매출 관련 산업 지표

● 국내 상업영화 매출은 2022년 이후로 추가적인 증가분이 없었다. 이는 영화 매출의 대부분이 극장 매출에서 나오기 때문에 극장 매출의 감소가 영화 매출에 큰 영향을 끼친 것으로 보인다.

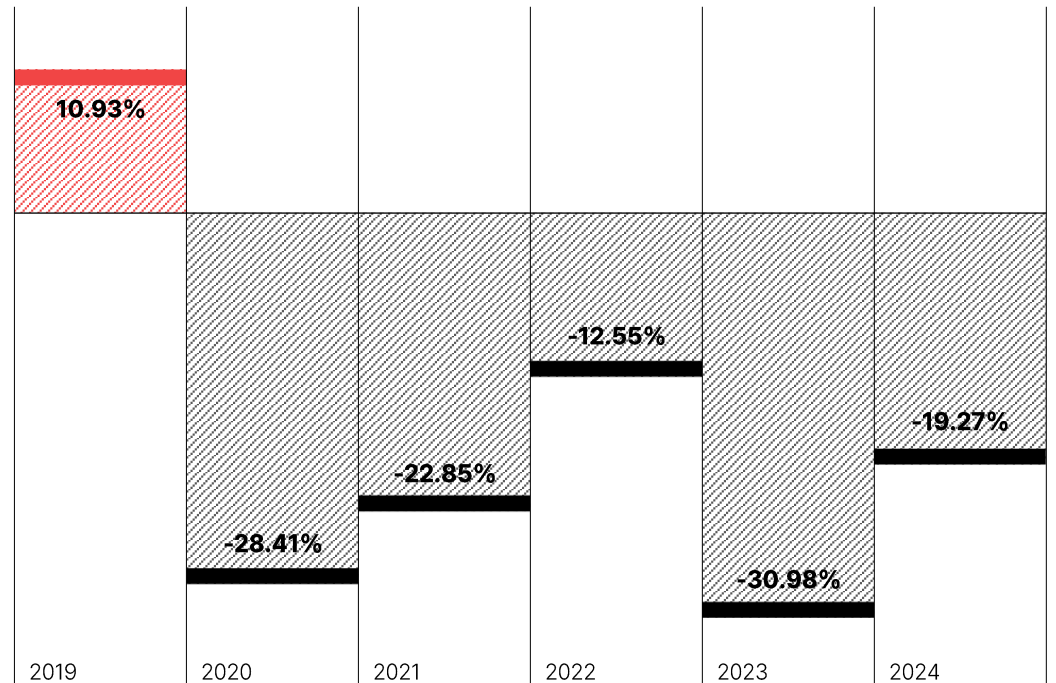
● 국내 상업영화 수익률도 팬데믹 이후로 나아지지 않고 있으며, 2023년에는 수익성이 -31% 가량으로 악화되며 가장 힘든 순간을 보냈다. 수익성 개선을 위해서는 극장 매출에만 의존하는 구조의 변화가 필요할 것으로 보인다.

2019~2024년 한국 상업영화 매출원별 비중 및 총 매출액

■ 영화관 ■ 영화관 외 ■ 총 매출액



2019~2024년 한국 상업영화 수익률 추이



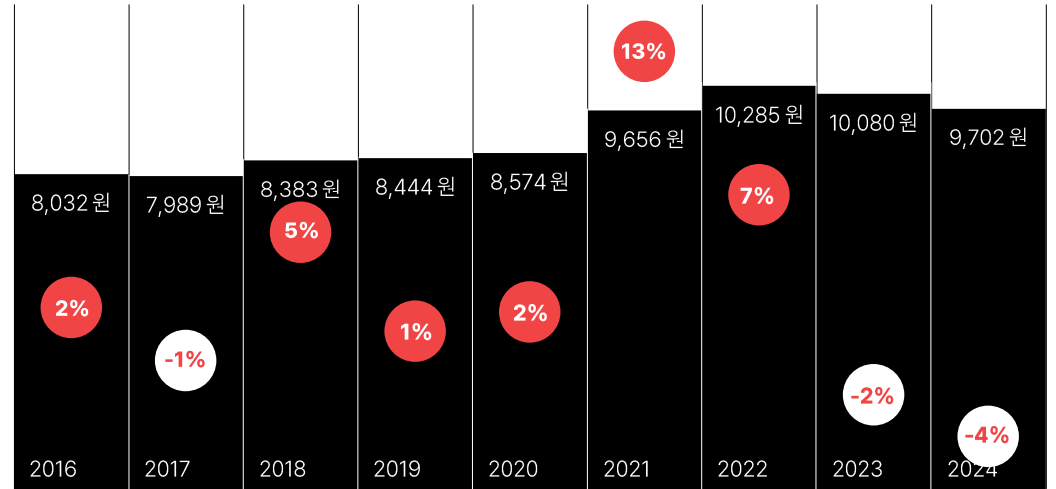
출처 영화진흥위원회
* 순제작비 30억원 이상으로 제작, 개봉한 한국 상업영화

출처 영화진흥위원회
* 순제작비 30억원 이상으로 제작, 개봉한 한국 상업영화

영화 관람료 추이 및 현황

1인당 평균 영화 관람료(ATP) 연간 추이

■ 평균 관람요금(원) ■ 전년대비 상승률



출처 영화진흥위원회

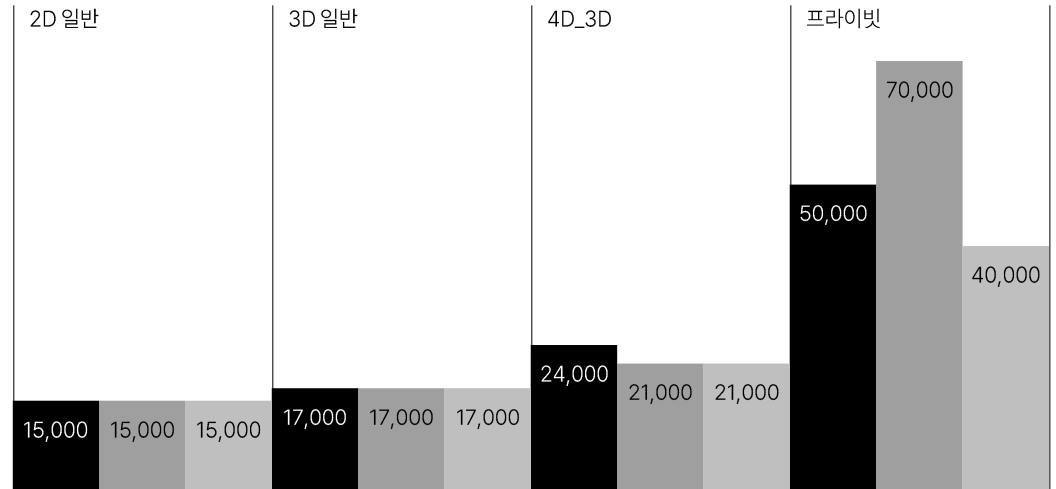
● 평균 관람요금(ATP)은 2016~2020년 완만한 상승 흐름을 보이다가 2022년에 1만원 대로 증가한 이후, 2023~2024년에는 1만원 내외에서 소폭 조정되는 모습이다. 팬데믹 이후 단가 인상으로 매출 방어를 시도했으나 유효하지 않았고, 최근에는 수요 회복과 경쟁 환경을 고려해서 점유율 및 특별관의 가격 세분화 전략을 펼치고 있다.

● 직영점 기준 일반관(2D/3D) 가격은 3사 모두 동일하며, 4D도 2.1~2.4만원 수준으로 큰 차이는 없으나, 프라임(프라이빗관)에서는 체인별로 가격 차별화가 크게 확대되었다. 이는 일반관은 경쟁 및 소비자 저항 등으로 가격 상향 여력이 제한적인 반면, 프라임/특수관은 가격 차별화로 객단가와 마진을 끌어올릴 수 있는 핵심이 되기에 업체별로 차별화를 한 것으로 보인다.

멀티플렉스 티켓 가격 현황

■ CGV ■ 메가박스 ■ 롯데시네마

단위 원



출처 각 사 사이트
* 2026.01. 주말, 직영점 기준

영화관 공급

영화관 공급 추이

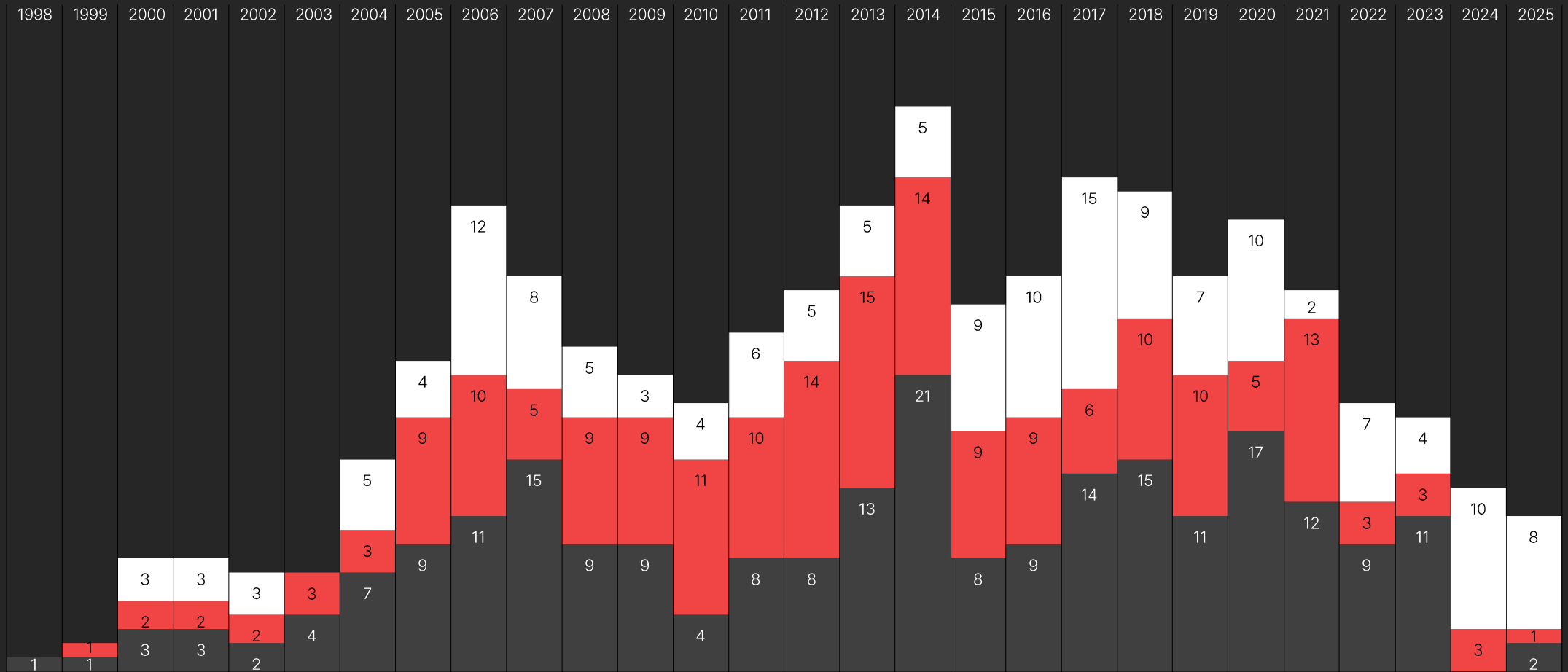
● 1998년 4월 4일, 국내 최초의 멀티플렉스인 'CGV 강변 11'이 서울 강변 테크노마트에 개관한 이후 2000년대에 접어들며 멀티플렉스 영화관 수는 빠르게 증가하였고, 이 과정에서 멀티플렉스의 확산은 기존 소규모 지역 극장의 경쟁력을 약화시키며 전통 단관 중심의 시장 구조를 재편했다.

● 이후 20년 이상 CGV, 롯데시네마, 메가박스(구 씨너스)의 '3강 체제'가 영화관 시장을 주도해왔으며, 2025년에도 총 11개 극장이 추가로 개관했다.

출처 알스퀘어 리서치센터, 각 사 사이트

■ CGV ■ 롯데시네마 ■ 메가박스

단위 지점

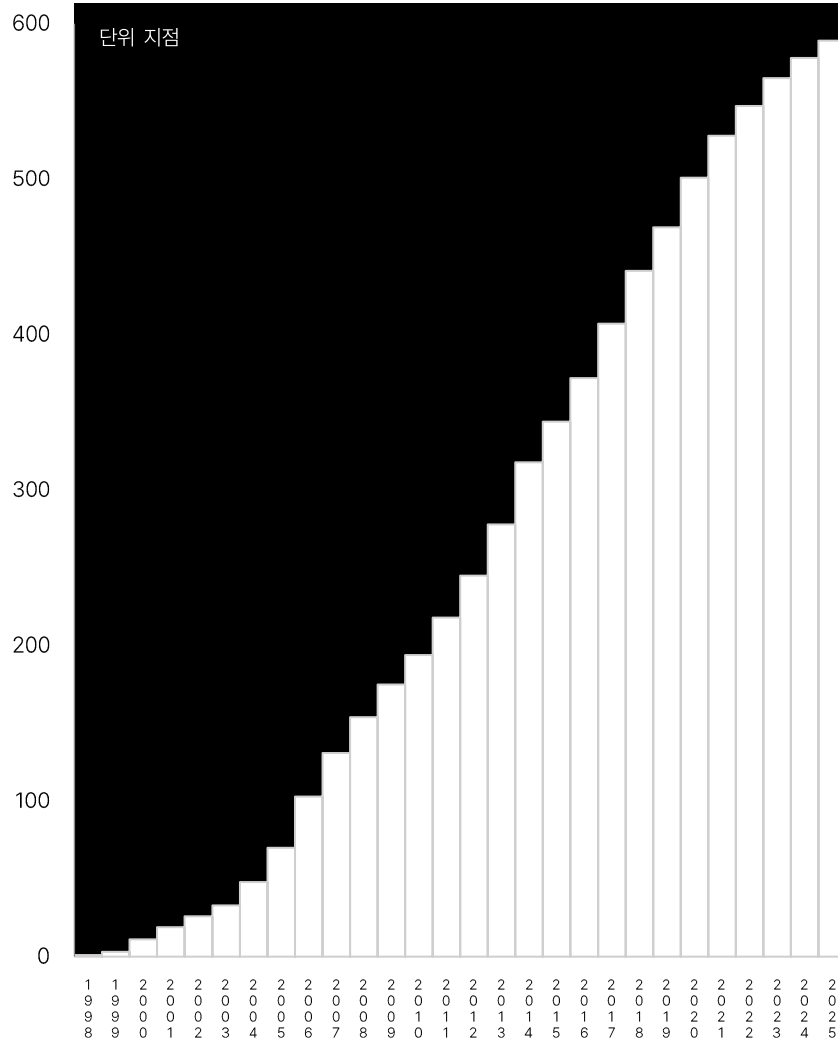


영화관 공급 추이

영화관 누적 공급 추이 2026.01. 기준

● 영화관(멀티플렉스)의 누적 공급은 1998년 이후 인기를 얻으며 빠르게 증가하였다. 하지만 팬데믹 시기 거리두기 제한 및 OTT의 인기 등으로 인해 직접적인 타격을 받고 증가폭이 눈에 띄게 감소하였다.

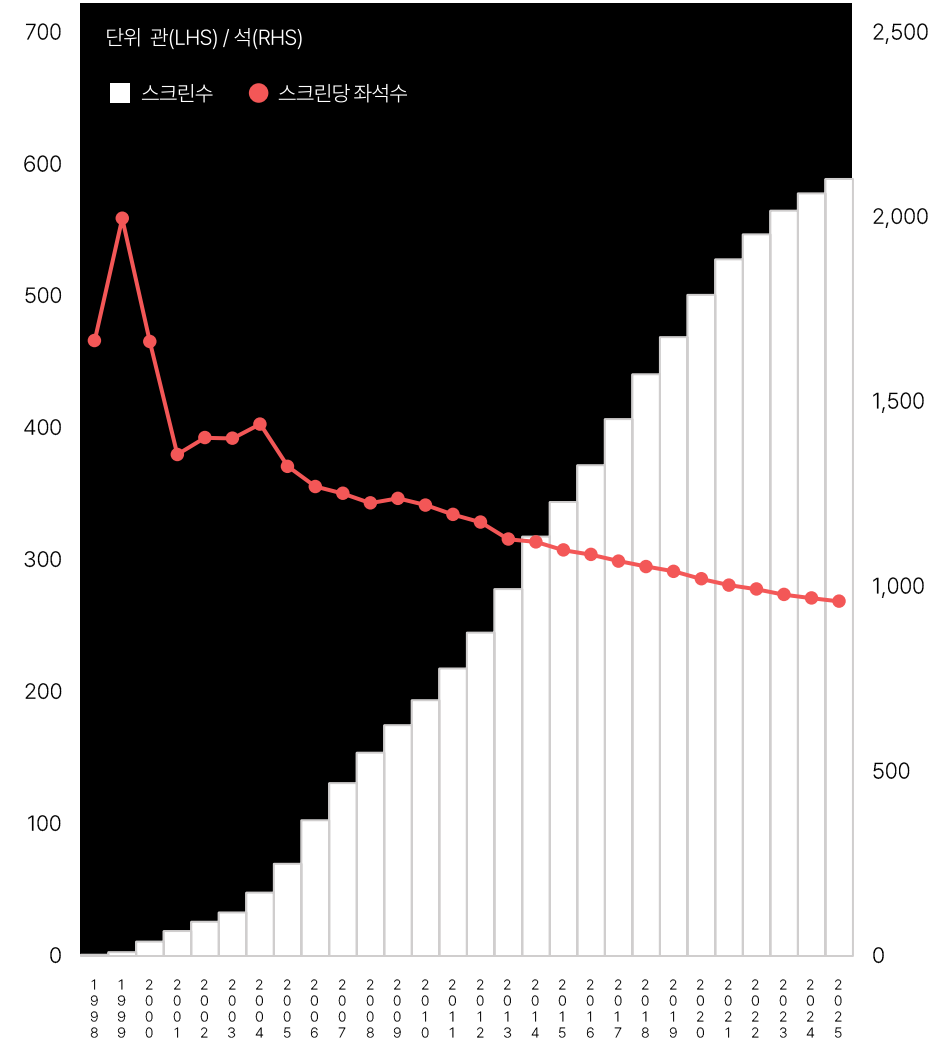
출처 알스퀘어 리서치센터, 영화진흥위원회
* CGV, 메가박스, 롯데시네마 기준



영화관 스크린 및 스크린당 좌석수 누적 공급 추이 2026.01. 기준

● 스크린수와 좌석수도 영화관 증가 둔화와 더불어 증가가 둔화되고 있다. 시간이 지날수록 좌석수 증가 대비 스크린 증가가 적어지는데, 이는 점차 극장 내 관객 밀도를 줄이며, 리클라이너를 도입하는 등 프리미엄화 시키는 모습으로 보인다.

출처 알스퀘어 리서치센터, 영화진흥위원회
* CGV, 메가박스, 롯데시네마 기준



영화관 폐관 추이

● 멀티플렉스 폐관은 2014년과 2017~2018년에 집중된 이후, 팬데믹 충격으로 수익성이 약화된 점포들이 누적되며 2024~2025년에 폐관이 압도적으로 확대 되었다.

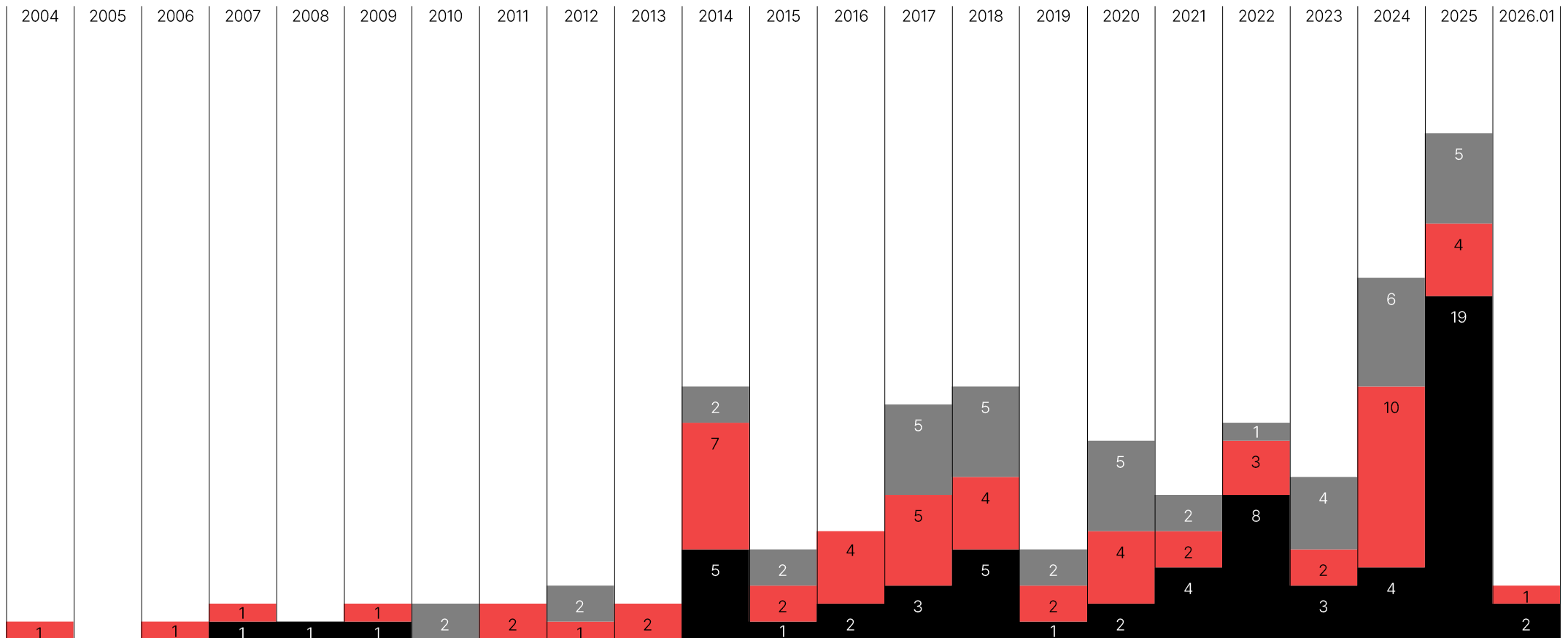
● 특히 2024년에는 메가박스, 2025년에는 CGV를 중심으로 폐관이 다수 이루어졌으며, 각 사가 수익성이 낮은 점포를 선별적으로 정리하는 구조조정을 한 것으로 해석된다.

● 투자 관점에서는 비효율 점포 정리가 핵심 상권·프리미엄 포맷 중심의 포트폴리오 재편으로 연결될 경우, 중장기적으로 고정비 부담 완화와 수익성(마진) 개선 여지가 확대될 수 있다.

출처 알스퀘어 리서치센터, 영화진흥위원회
* 폐관 확정 기준

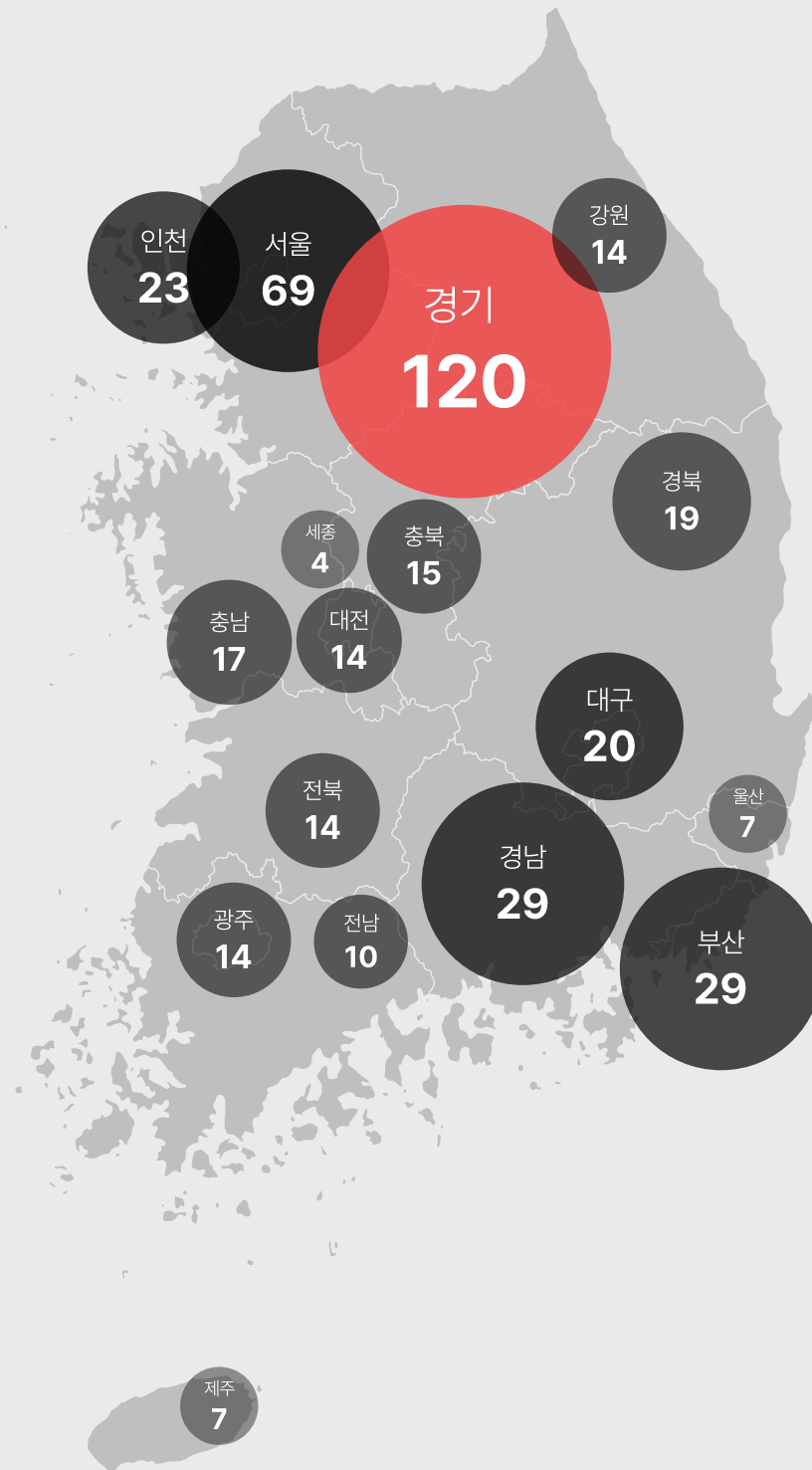
■ CGV ■ 롯데시네마 ■ 메가박스

단위 지점



멀티플렉스 지역별 공급 현황

- 국내의 영화관은 어느 리테일처럼 상권이 발달한 도시에 집중되는 경향이 있다. (e.g. 경상북도 19개 ↔ 대구 20개)
- 서울은 69개 지점, 경기도에는 지역 내 100개가 넘는 영화관이 존재하여, 서울 및 경기도 내 입지에 따른 매출액 편차가 크게 나올 것으로 보인다.



단위 지점

출처 알스퀘어 리서치센터, 영화진흥위원회
 * CGV, 메가박스, 롯데시네마 / 26.01. 기준

영화관 직영 / 위탁 비율 26.01. 기준

● 멀티플렉스 체인들은 운영 방식을 다각화하며 수익성 제고를 도모하고 있으며, 직영-위탁의 밸런스는 CGV와 롯데시네마가 유사한 반면 메가박스는 상이한 구조를 보인다.

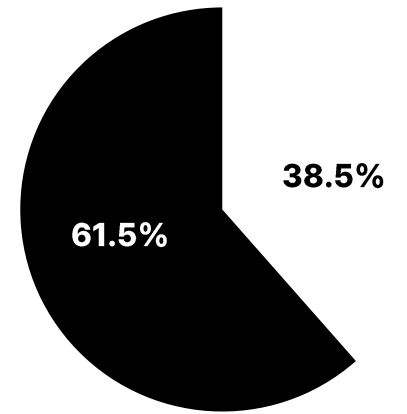
● CGV와 롯데시네마는 60% 이상 직영 중심으로 운영 되어 운영 통제 및 브랜드 표준화에 유리한 반면, 고정비 부담으로 팬데믹 등으로 인한 수요 변동 시 손익 레버리지가 커질 수 있다.

● 메가박스는 위탁 비율이 61%로 주요 3사 중 가장 위탁 비율이 높다. 위탁으로 인한 비용-리스크 분산의 이점은 있으나, 지점별 운영 품질 편차로 일명 점바점(점포 by 점포)의 이슈가 생길 수 있다.

CGV

■ 직영 □ 위탁

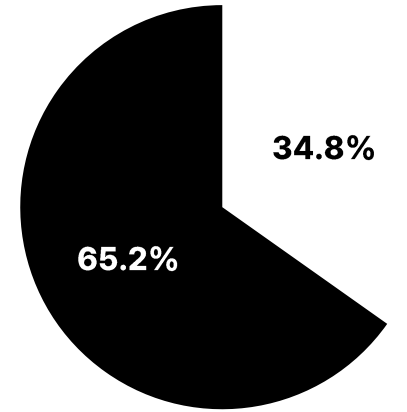
107개 67개



롯데시네마

■ 직영 □ 위탁

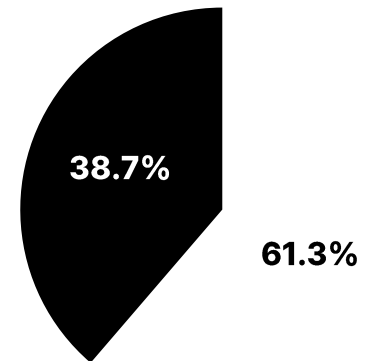
86개 46개



메가박스

■ 직영 □ 위탁

46개 73개



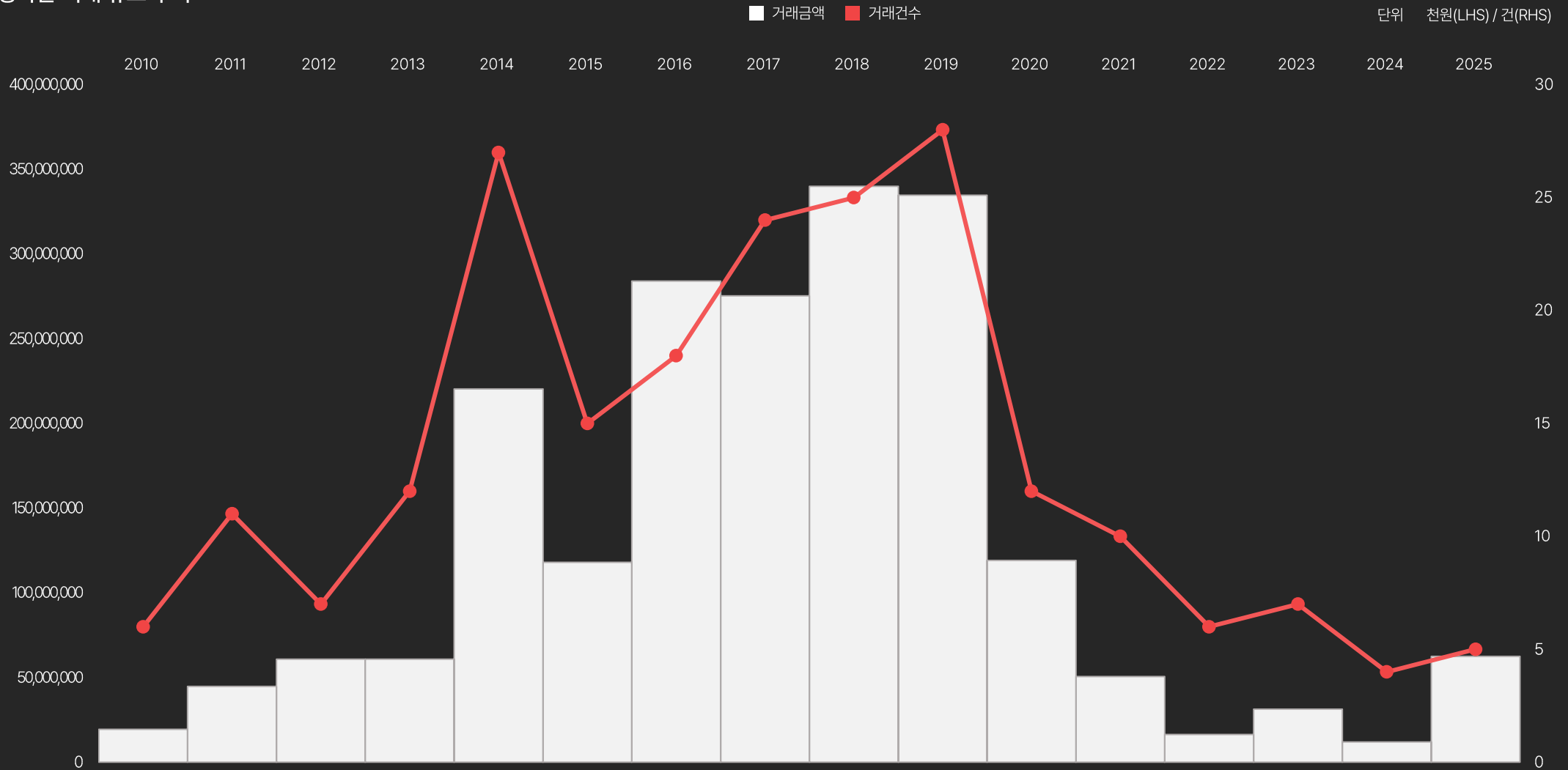
영화관 거래

영화관 거래 시장

● 영화관 거래시장은 2014년과 2016~2019년에 거래금액·거래건수가 동반 확대되며 활황을 보였으나, 2020년 팬데믹 이후 거래가 급격히 위축되며 거래 시장의 침체가 장기화되고 있다.

● 향후 거래는 우량 상권 · 프리미엄 (특수관 & 프라이빗관) 등으로 수익성이 좋은 자산이나, 폐점 · 용도전환이 수월한 자산의 딜 비중이 커질 수 있을 것이다.

영화관 거래 규모 추이



영화관 거래 시장

● 2014~2019년에는 손바뀜이 빈번하게 일어 났으며, 영화관의 매입 주체도 운영 이익 창출을 위한 운용사 매입 비중이 절반 이상이었다. 그러나 팬데믹 이후로 영화관의 발길이 줄어들며, 기존 영화관을 폐점하고 다른 용도로 사용하는 컨버전 목적의 거래가 주로 이루어지며 법인의 거래가 대부분으로 이루어졌다.

● 최근 거래된 영화관 사례를 보면, 대부분 CGV 직영 점의 손바뀜이 많았고, 운용사 거래가 아닌 법인 간의 거래가 대부분이었다. 영화 산업 전반이 개선되지 않는 이상은 영화관 거래는 제한적으로 이루어질 것으로 보인다.

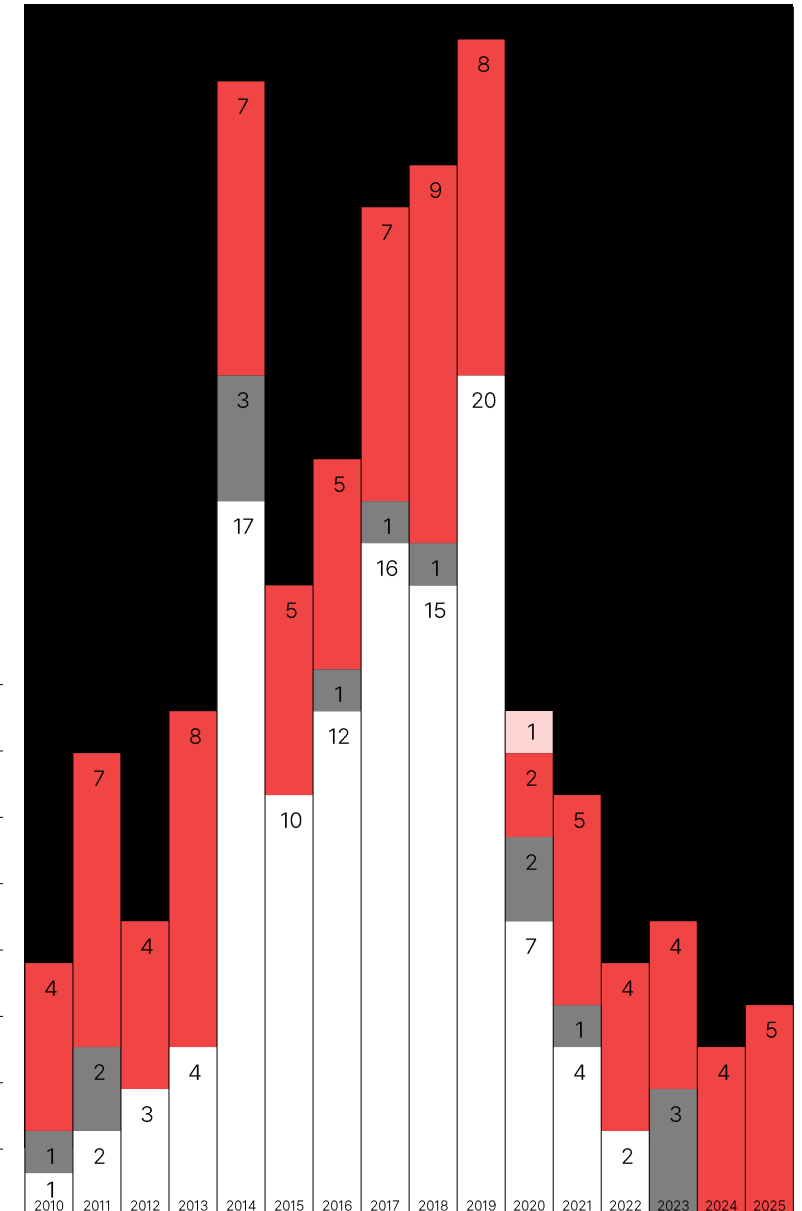
2024~2025 영화관 주요 거래 리스트

거래 시기	브랜드	영화관	주소	직영/위탁	매매가(천원)	매도인	매수인
24.3Q.	메가박스	평택	경기 평택	직영	6,634,000	(주)메트로패밀리	(주)평택시네마
24.4Q.	CGV	화명	부산 북구	직영	5,250,000	개인	(주)천우엔지니어링
24.4Q.	롯데시네마	포항	경남 포항	위탁	13,400,000	(주)플래스크	(주)포니링크
25.3Q	CGV	송파	서울 송파	직영	39,000,000	SH공사	새로운교회
25.3Q	CGV	청주지웰시티	충북 청주	직영	57,126,000	농협은행	해오름달유한회사
25.3Q	롯데시네마	홍대입구	서울 마포	직영	14,600,000	롯데쇼핑	(주)씨오디리테일
25.4Q	CGV	동래	부산 동래	직영	8,950,000	(주)토방디앤씨	CJ CGV
25.4Q	CGV	대전탄방	대전 서구	직영	40,107,610	(주)투게더대전둔산PFV	계룡건설산업

영화관 연도별 매입 주체 추이

□ AMC ■ 개인 ■ 법인 ■ 공공

출처 알스퀘어 리서치센터
단위 건



영화 산업의 부진

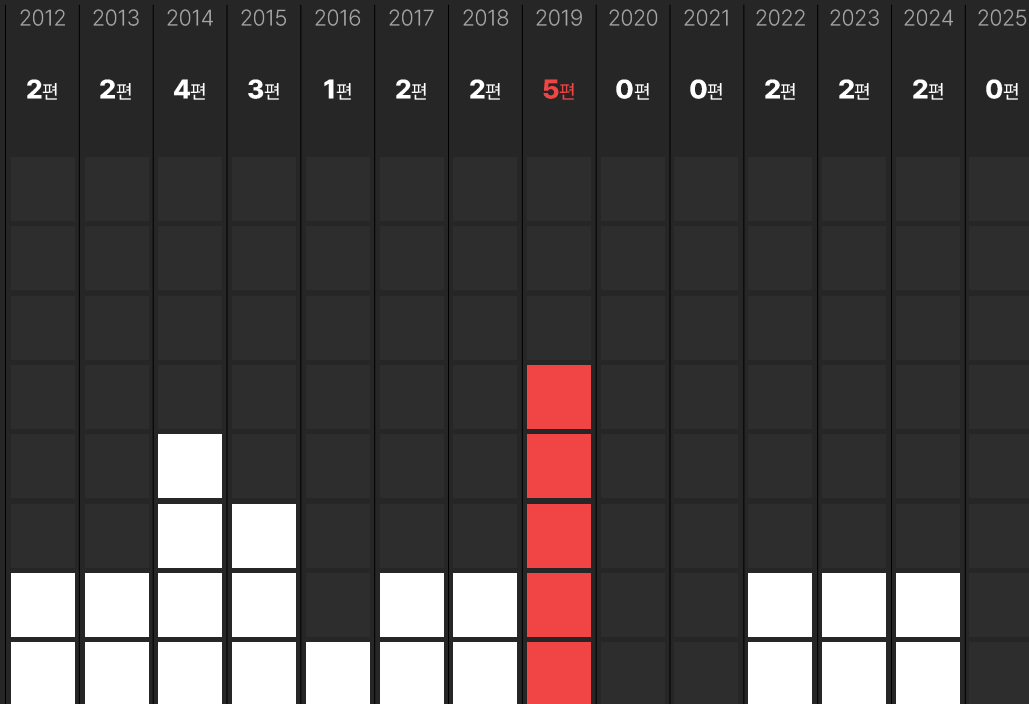
천만 영화 수

● 2010년대 초반 이후 '천만 영화'에 대한 관심이 확대되며 2014년에는 4편, 2019년에는 한 해 역대 최다인 5편의 천만 영화가 등장했다. 그러나 팬데믹으로 영화관 산업이 급격히 위축되며 천만 영화는 한동안 자취를 감췄다.

● 2022~2024년에는 매년 2편의 천만 영화가 꾸준히 나왔으나, 2025년에는 천만 관객을 달성한 작품이 없었고, '주토피아 2'가 852만 명으로 박스오피스 1위를 기록했다. 흥행 기대작이었던 '아바타: 불과 재' 역시 700만 명을 넘지 못하며, 향후 천만 영화의 등장은 더욱 제한적일 것으로 보인다.

2010년 이후 천만 관객 달성 한 영화 수 추이

출처 영화진흥위원회



2025년 개봉작 관객 수 순위

출처 영화진흥위원회
*2026.01.26. 기준

순위	영화명	국가	주 장르	개봉일	관객 수(명)
1	주토피아2	미국	애니메이션	2025-11-26	8,520,021
2	아바타: 불과 재	미국	SF	2025-12-17	6,564,851
3	극장판 귀멸의 칼날: 무한성편	일본	애니메이션	2025-08-22	5,696,924
4	좀비딸	한국	코미디	2025-07-30	5,640,198
5	F1 더 무비	미국	드라마	2025-06-25	5,214,691
6	극장판 체인소 맨: 레제편	일본	애니메이션	2025-09-24	3,436,803
7	미션임파서블: 파이널 레코닝	미국	액션	2025-05-17	3,392,542
8	야당	한국	액션	2025-04-16	3,378,276
9	미키17	미국	SF	2025-02-28	3,013,854
10	어쩔수가없다	한국	스릴러	2025-09-24	2,942,822

NETFLIX의 성장

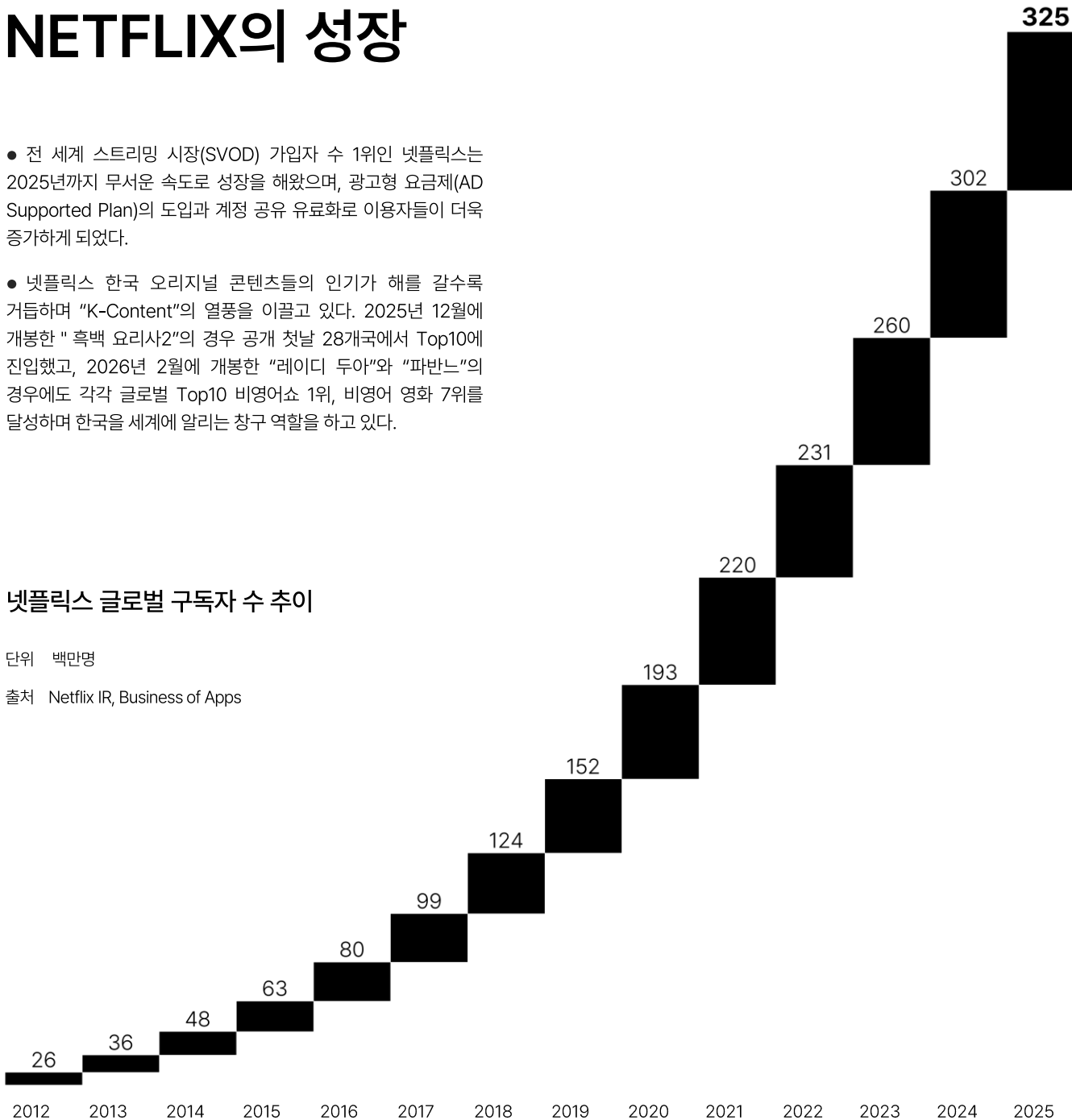
● 전 세계 스트리밍 시장(SVOD) 가입자 수 1위인 넷플릭스는 2025년까지 무서운 속도로 성장을 해왔으며, 광고형 요금제(AD Supported Plan)의 도입과 계정 공유 유료화로 이용자들이 더욱 증가하게 되었다.

● 넷플릭스 한국 오리지널 콘텐츠들의 인기가 해를 갈수록 거듭하며 "K-Content"의 열풍을 이끌고 있다. 2025년 12월에 개봉한 "흑백 요리사2"의 경우 공개 첫날 28개국에서 Top10에 진입했고, 2026년 2월에 개봉한 "레이디 두아"와 "파반느"의 경우에도 각각 글로벌 Top10 비영어쇼 1위, 비영어 영화 7위를 달성하며 한국을 세계에 알리는 창구 역할을 하고 있다.

넷플릭스 글로벌 구독자 수 추이

단위 백만명

출처 Netflix IR, Business of Apps

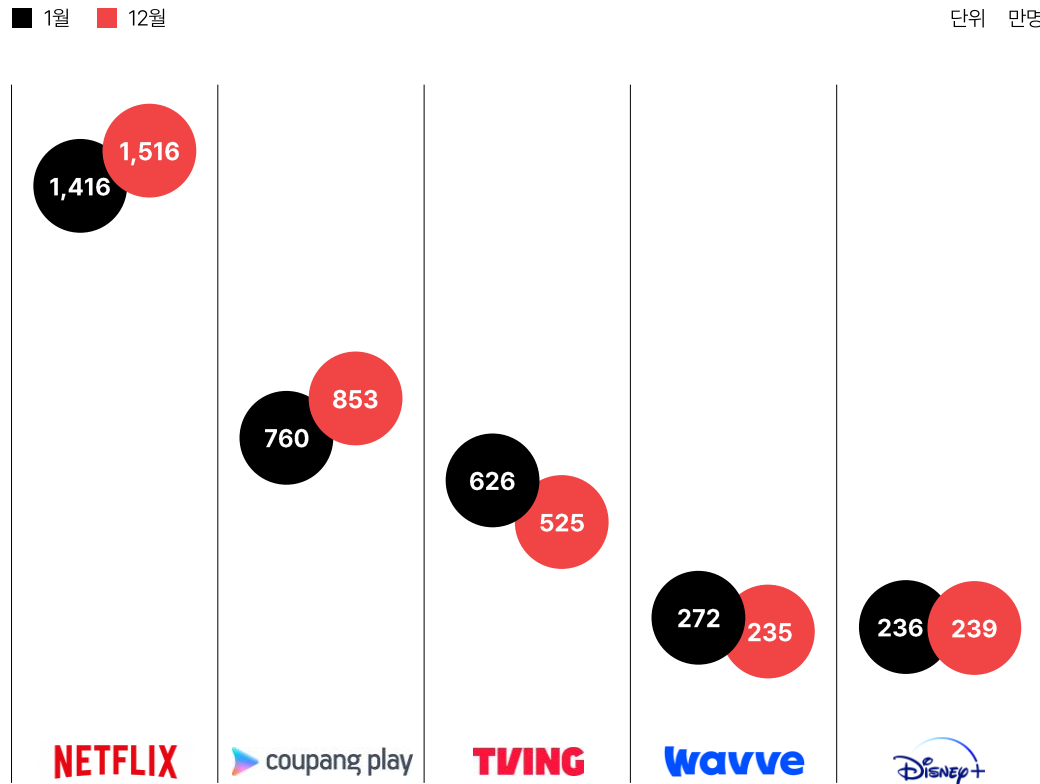


국내 스트리밍 산업의 성장

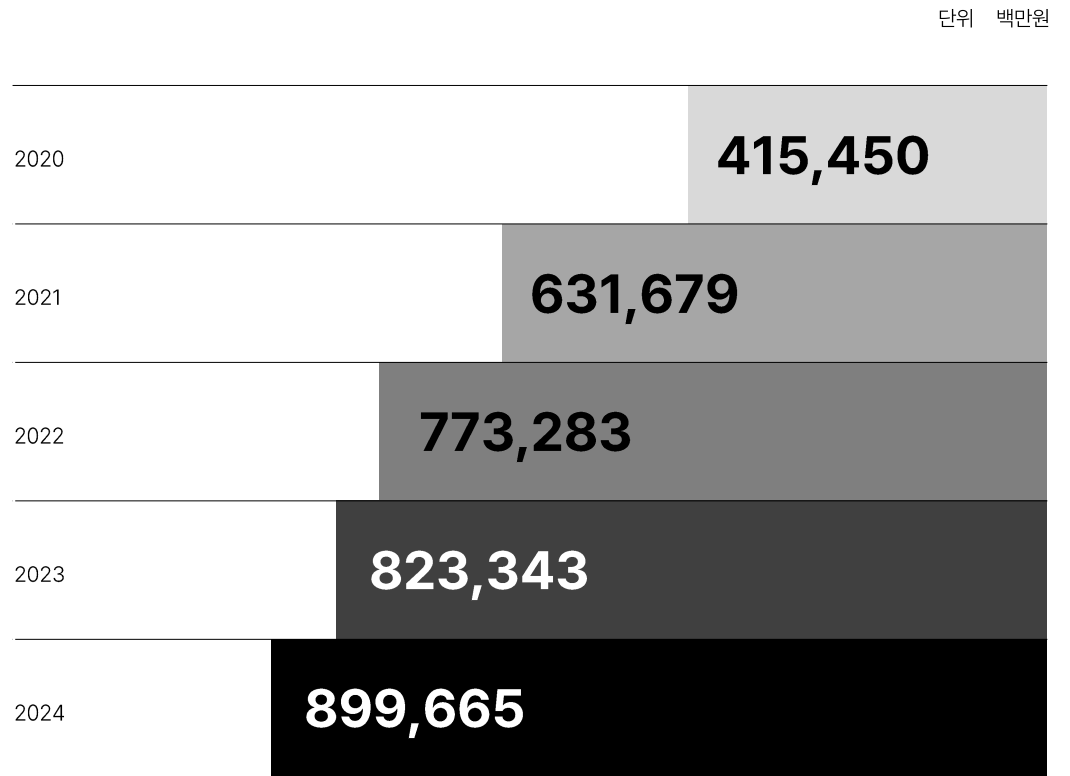
● 넷플릭스와 쿠팡플레이의 2025년 1월에서 12월의 월간 이용자수(MAU)는 각 100만명, 93만명 증가한 상황이며, 티빙과 웨이브는 감소한 모습을 보였다. 티빙과 웨이브의 감소에도 불구하고 1년 동안 58만명 증가하며 시장이 성장하고 있었다.

● 넷플릭스 코리아의 2024년 매출액은 8,996억원으로 2023년 대비하여 9.3% 성장하였고, 2022년 11월에 도입된 광고형 요금제의 안착과 네이버 멤버십과의 연계로 연간 매출 1조원 돌파가 눈에 보이는 상황이다.

국내 스트리밍 앱의 2025년 1월 vs 12월 월간 활성 이용자 수(MAU) 변화



넷플릭스의 한국 연간 매출액 추이



출처 와이즈앱

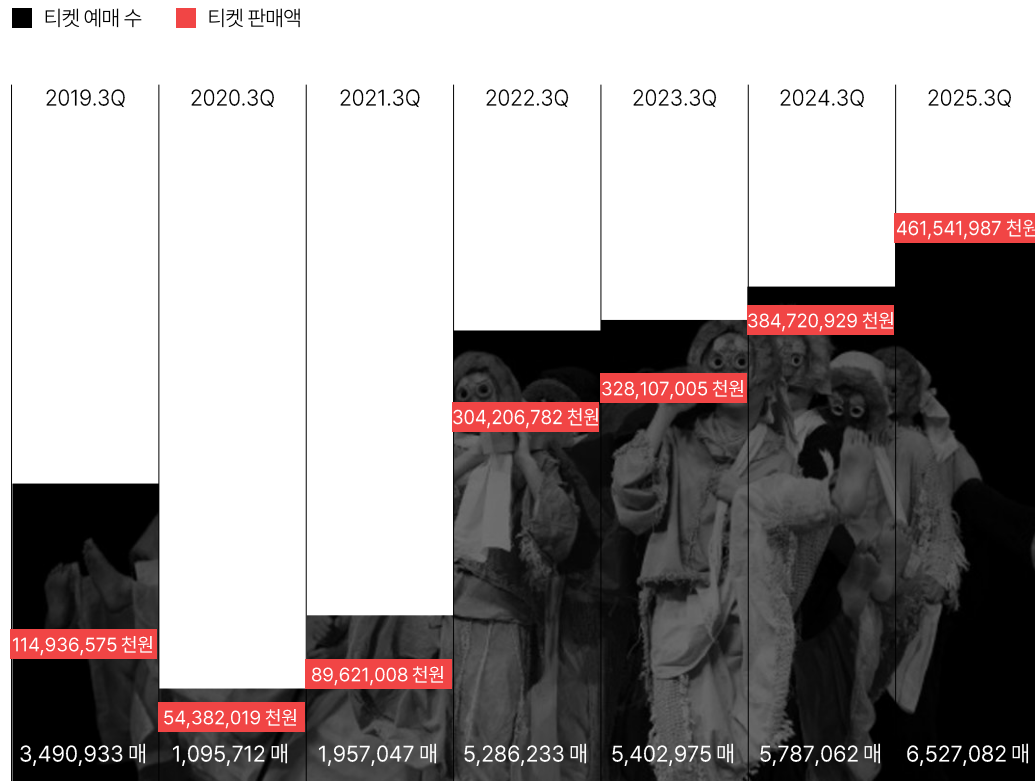
출처 Netflix Services Korea

영화관 대체재의 부상

● 영화관 티켓 가격이 1만5천 원 수준까지 상승 하면서 가격에 대한 저항이 높아진 상황에서, 약간의 추가 금액을 지불하고 연극·뮤지컬 등 공연 장르를 선택하는 수요가 증가하는 추세이다.

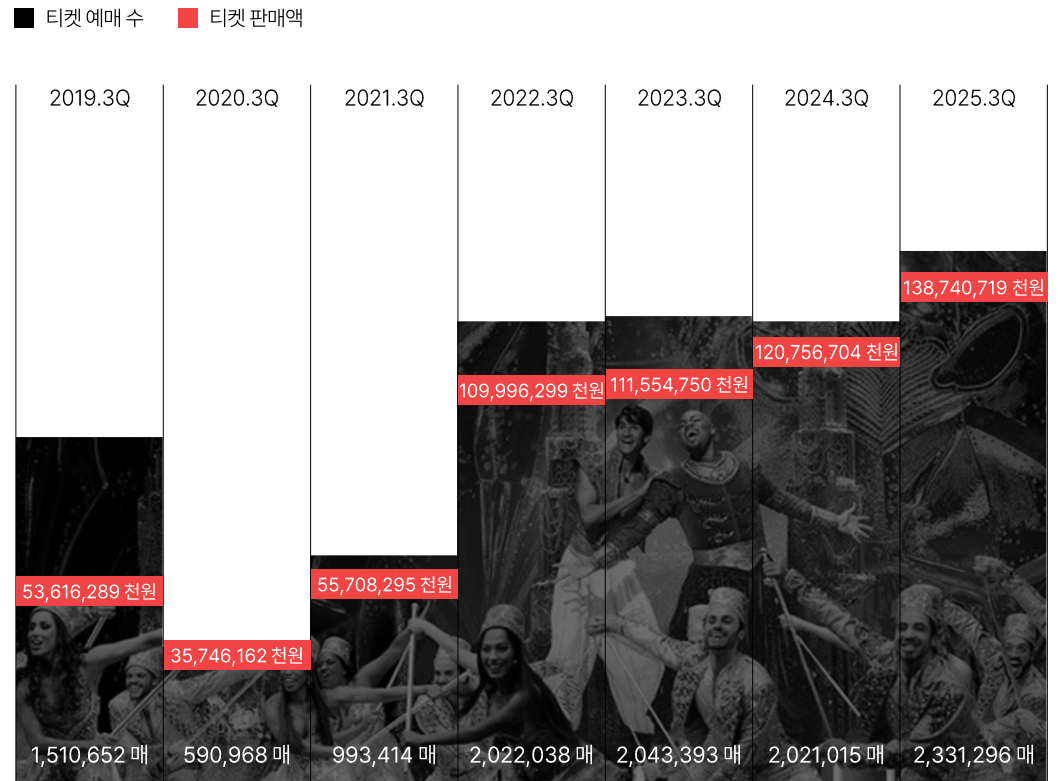
● 실제로 국내 공연 시장의 티켓 예매 수는 팬데믹 이전 대비 약 2배 증가했으며, 티켓 판매액은 약 4배 확대되어 대중의 문화 소비에 대한 관심이 높아졌음을 보여준다. 이는 차별화된 문화 경험을 위해 추가 비용 지불을 기꺼이 감수하는 사회로 변화하고 있음을 시사한다.

2019~2025년 3분기 국내 공연 전체 티켓 예매 수 및 티켓 판매액 추이



출처 문화체육관광부, 공연예술통합전산망 사진 문화뉴스

2019~2025년 3분기 국내 뮤지컬 티켓 예매 수 및 판매액 추이



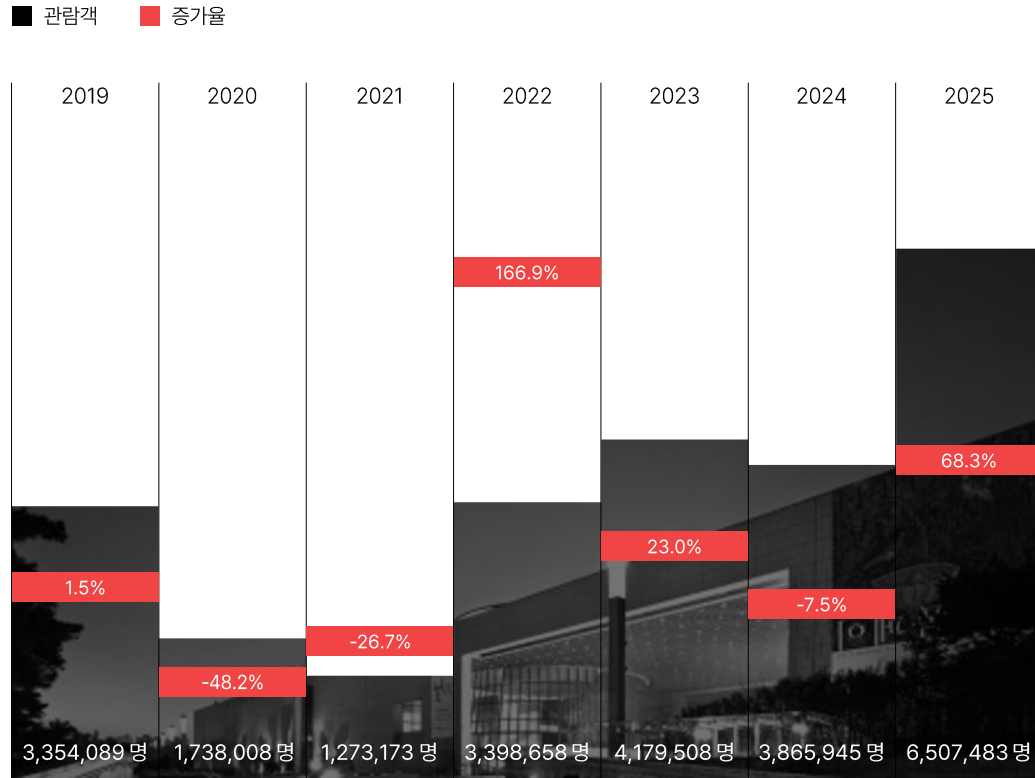
출처 문화체육관광부, 공연예술통합전산망 사진 경향신문

영화관 대체재의 부상

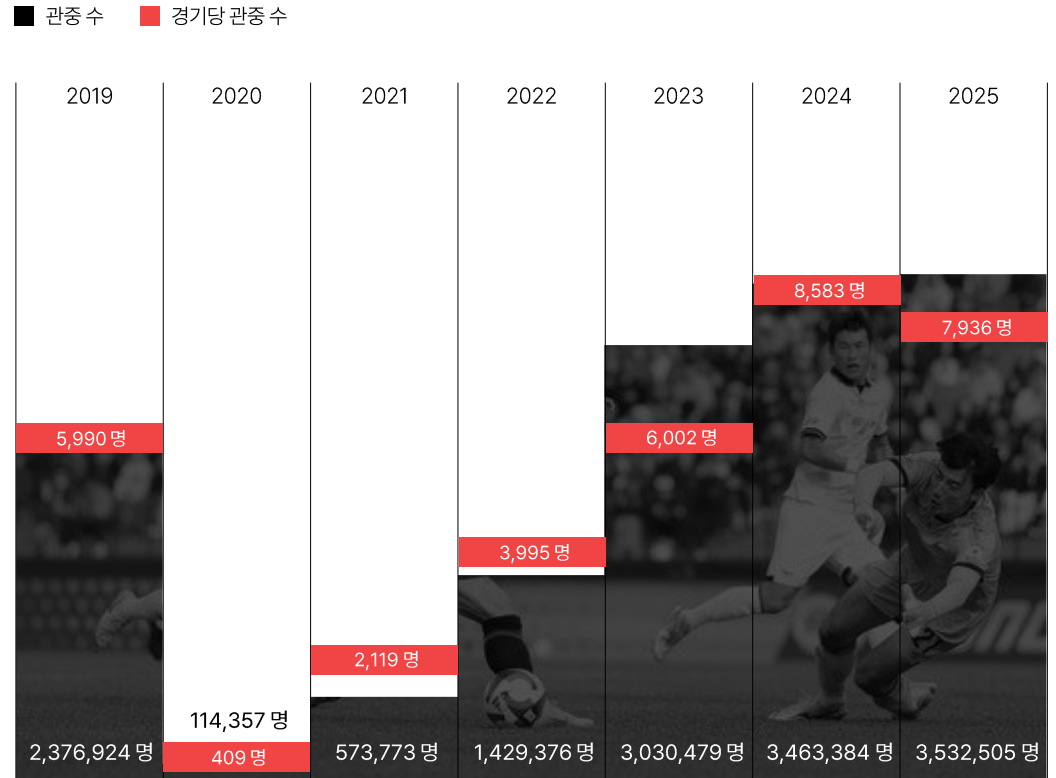
● 국립중앙박물관의 관람객 수는 지속적으로 증가하며, 2025년에는 650만 명의 관람객을 기록하였다. 이 수치는 1945년 개관 이후로 최다 규모이며, 이는 세계에서 손꼽히는 수준의 관람객 수이다.

● K리그 1, 2 등 한국프로축구의 총 관중 수는 2020년 이후 2021~2025년까지 뚜렷한 우상향을 이어가며, 영화관 수요를 포함한 오프라인 여가 수요가 영화관 티켓 가격(일반석 1.5만원 전후)이 유사한 축구 등 '스포츠 관람'으로 재편성되는 흐름으로 변화하고 있다.

국립중앙박물관 관람객 연도별 추이



한국프로축구 연도별 총 관중 수 및 경기당 관중 수 추이



출처 국립중앙박물관 사진 아시아투데이

출처 한국프로축구연맹 * K리그 1, 2, 플레이오프 사진 한국프로축구연맹

영화관의 방향성

기술특별관의 성장

● 기술특별관은 기술의 발전과 함께 증가하고 있으며, 영화의 몰입감을 극대화 하기 위한 화면과 사운드를 강화한 특별관과 영화를 촉각까지 경험할 수 있도록 하는 4D관을 두 축으로 늘어나고 있다.

● 관객의 기대 수준이 지속적으로 높아지면서 화질, 음향, 전반적인 관람 경험에 대한 요구가 크게 상승하고 있다. 이러한 소비자 선호의 구조적 변화는 기술특별관에 대한 수요를 꾸준히 견인하고 있으며, 이는 일시적인 트렌드가 아닌 구조적 성장 동력으로 자리잡고 있다.

● 메가박스는 2020년 7월 'Dolby Cinema관'을 코엑스점에 개관한 이후, 2025년 4월 'MEGA | LED'(코엑스점), 2025년 6월 'Dolby Vision + Atmos'(구의 이스트폴점) 등 신규 기술특별관을 매해 개점하였다.

● 기술특별관의 공급 확대는 메가박스의 수익성에도 반영되어 기술특별관 상영매출 비중이 2024년 7.3%에서 2025년(1~11월 기준) 14.4%로 상승하며 전년 대비 약 2배 가까이 증가하였다.

1. 2025년 기술특별관 공급 현황

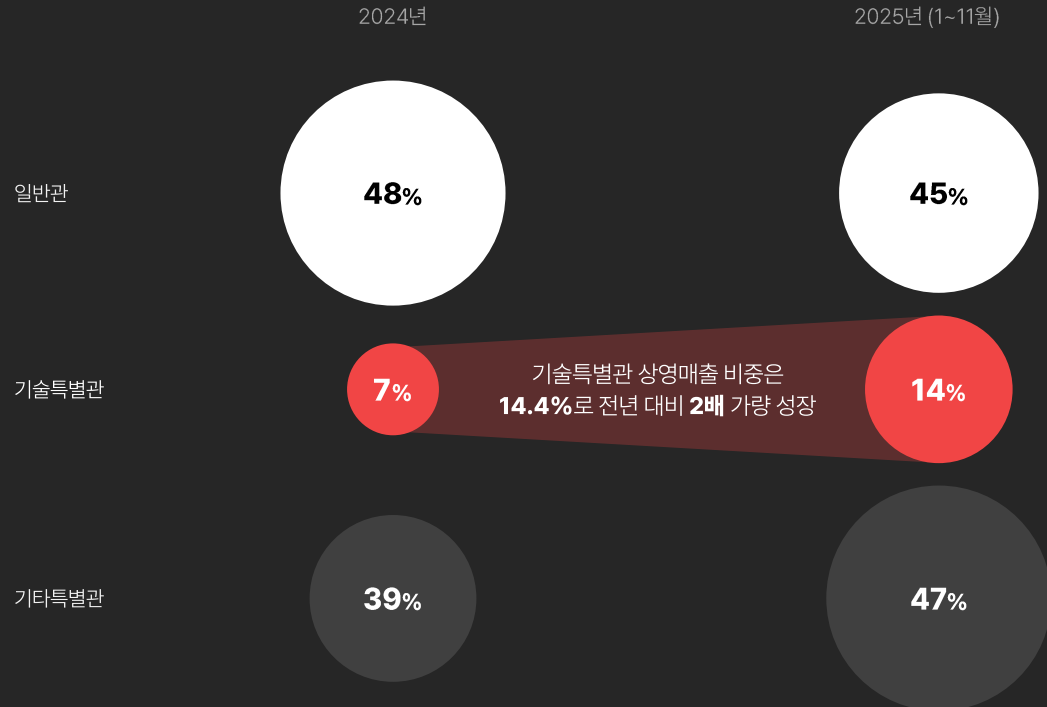
출처 영화진흥위원회

단위 관

분류	특별관명	CJ CGV	롯데시네마	메가박스
화면 & 사운드	IMAX	26	-	-
	광음시네마 / 광음LED	-	7	-
	Dolby Cinema	-	-	8
	ScreenX / SphereX	37	-	-
	Superplex	-	11	-
	Super LED / MEGA LED	-	5	4
	Dolby Atmos	9	-	11
	Headphone	2	-	-
4D	4DX	39	-	-
	Super 4D / MX4D / Super MX4D	-	10	3

2. 메가박스 상영관 타입별 상영 매출 비중

출처 메가박스, 알스퀘어 리서치센터



기술특별관의 성장

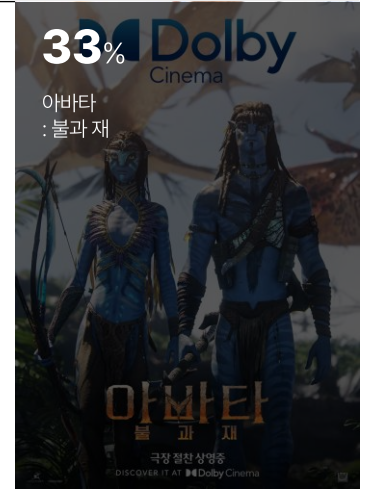
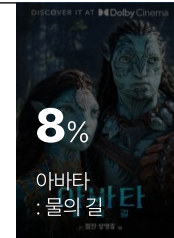
● 기술 특별관 중 하나인 'Dolby Cinema'의 연도별 관객 수가 2020년 이후 뚜렷한 증가세를 보였다. 2020년 2.6만명 대에서 2025년에 71만 명대를 기록하였으며, 이는 CAGR 93%에 해당하는 수치로 기술특별관 공급에 따라 더욱 증가할 것으로 보인다.

● 아바타 시리즈 기준 개봉 4주차 비교 시 Dolby 특별관(Dolby Cinema, Dolby Vision+Atmos) 관객 비중이 전작(8.14%) 대비 후속작(33.38%)에서 4배 이상 확대되어, 기술특별관이 '일부 마니아층'이 아닌 대중 전반으로 확대되고 있음을 보여준다.

아바타 시리즈의 Dolby 특별관(Dolby Cinema, Dolby Vision + Atmos) 관객 비중 변화

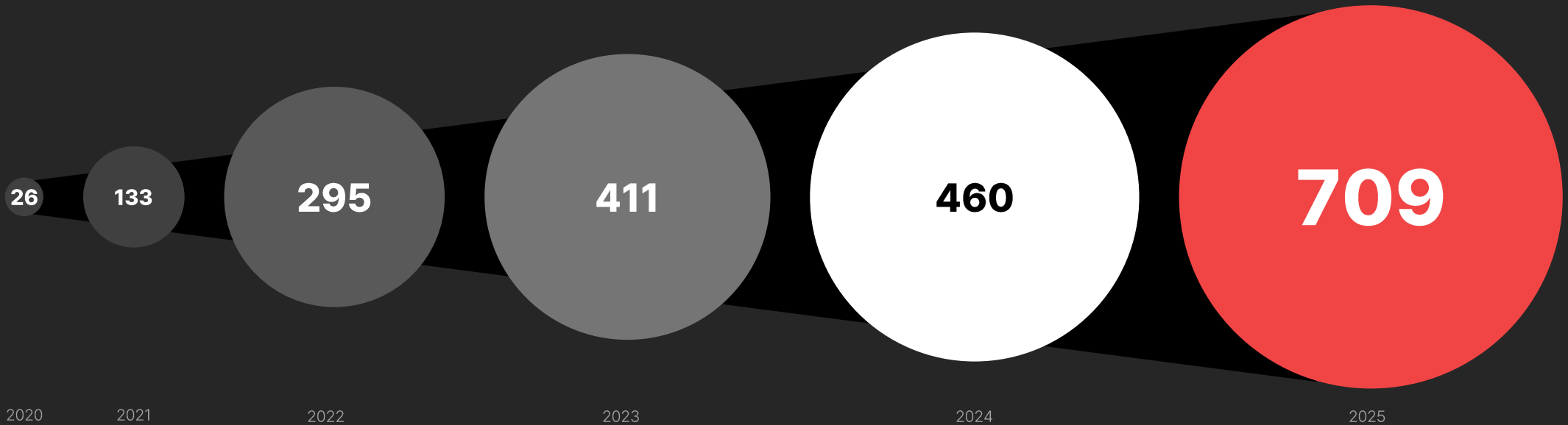
출처 메가박스

아바타: 불과 재
개봉 4주차 기준으로 Dolby 특별관
관객 비중이 전작 아바타: 물의 길 대비 **x4 이상** 증가



Dolby Cinema 연도별 관객 수

단위 천명



2025 메가박스 신규 기술특별관 특징

1. MEGA | LED

• LG 전자 시네마 LED 'LG Miraclass(4K)'를 적용 4K 해상도와 자발광 기반 LED 기술을 적용해 화질 선명도, 명암비, 색재현력이 탁월하며, 관객에게 화면 몰입도를 극대화하는 것이 특징

• 상영관 조명이 켜진 상태에서도 밝고 선명한 화면을 유지 해 시사화나 컨퍼런스 등 이벤트에도 적절한 상영관

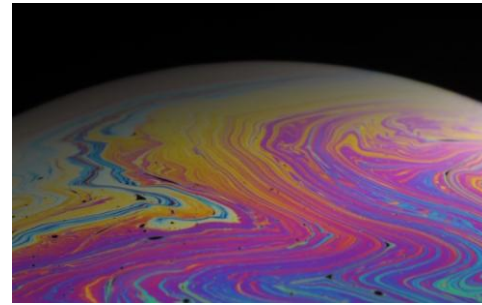


개관일	극장명	상영관	좌석수
2025.04.05	코엑스	LED 2관	399
2025.04.15	코엑스	LED 3관	431
2025.04.30	코엑스	LED 4관	298
2025.05.31	구의 이스트폴	LED 3관	176

2. Dolby Vision + Atmos

• Dolby Vision 레이저 프로젝터를 적용해 밝은 영역부터 어두운 영역까지 장면의 디테일을 정교하게 표현하며, 생생한 색감과 선명한 화질로 관객의 시각적 몰입도를 높이는 프리미엄 영상을 제공

• Dolby Atmos 기술과 전략적 스피커 배치를 통해 장면에 따라 움직이는 듯한 음향을 전달하며, 관객이 상영관 전체에서 현장감 있는 사운드를 체감할 수 있는 몰입형 청취 환경을 제공



개관일	극장명	상영관	좌석수
2025.06.06	구의 이스트폴	Dolby Vision + Atmos관	145
2025.07.23	목동	Dolby Vision + Atmos관	318
2025.08.20	청주터미널	Dolby Vision + Atmos관	138
2025.11.14	고양 스타필드	Dolby Vision + Atmos관	218

출처 메가박스

영화관 컨버전

● 멀티플렉스 극장의 매출 부진이 장기화 됨에 따라, 이를 해결하기 위해서 영화관 시설을 스포츠 시설이나 전시관 등 다른 목적으로 용도를 전환하여, 기존 수익 포트폴리오를 다각화 하고 있다. 이는 영화 상영에만 의존하던 수익 모델에서 극장이라는 특수한 물리적인 시설의 활용가치를 극대화하여 수익성을 높이려는 선택으로 보인다.

메가박스

“메가 아이스박스” 영화관 → 아이스링크

2025년 7월 국내 최초로 영화관에 조성된 아이스 링크장으로 기존 ‘메가박스 킨텍스점’의 ‘컴포트 1관(약 400석)’을 아이스 링크장으로 컨버전하여 피겨 스케이팅 과 스피드 스케이팅 강습 및 아이스하키 운영, 대관업을 하여 수익 다각화를 하고 있다.

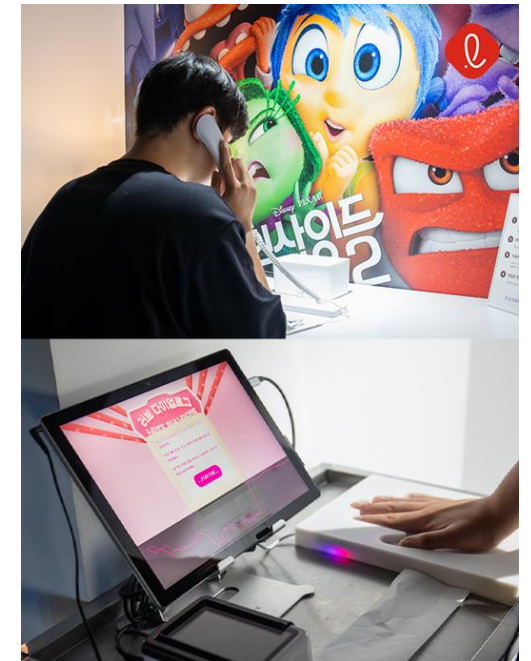


출처 메가박스

롯데시네마

“랜덤스퀘어 갤러리” 영화관 → 전시 공간

2023년 롯데시네마 월드타워점의 일부 상영관을 체험형 전시 공간으로 컨버전하였고, 이를 2025년 6월 롯데시네마 합정점 맞은 편에 이전하였다. 전시는 체험형 전시로 영화관의 시각, 청각적 경험을 오감으로 더욱 확장할 수 있다. ‘인사이드 아웃2’ 마케팅에 활용하며 긍정적인 반응을 이끌어내었고, 앞으로도 영화 마케팅의 방법으로 활용될 수 있어 체험형 전시에 관심이 많은 요즘 시기에 극장에 긍정적인 영향을 끼칠 수 있을 것이다.



출처 롯데시네마

극장 용도의 다변화

● 극장을 영화관 시설로 사용하는 것 뿐만 아니라, 극장 내에서 강연, 콘서트, 다대다 미팅 등 다목적 체험형 공간으로 활용을 하고 있다. 이러한 전략적인 전환은 기존 자산의 활용도를 극대화하는 동시에 새로운 고객 접점을 확보하려는 업계 전반의 움직임을 보여주고 있다.

롯데시네마 “다대다 스피드 데이팅”

롯데시네마는 결혼정보업체 ‘노블레스 수현’과 콜라보 레이션하여 영화관을 활용한 다대다 미팅 프로그램을 운영하며, 영화 관람 공간을 체험형 소셜 콘텐츠로 확장 하였다.

출처 롯데시네마

02
다대다 스피드 데이팅
(남 60 : 여 60)

롯데시네마 수퍼플렉스
다대다 소개팅 장소

자연스런 분위기 속 다대다 미팅
다양한 구성과 전문 MC 진행으로
자연스러운 분위기 속 대화 진행

스피드 데이팅
무비플러팅 번외편

스피드 데이팅
♥운명같은 만남,스크린 속이 아닌 현실에서♥
다대다 스피드 데이팅
사랑은 타이밍, 우리 빠르게 만나볼까요?

스피드 데이팅
♥나의 짝은 어디?♥
스피드 데이팅 참가비 : 25,000원

스피드 데이팅 안내

When?	Where?	Who?
25년 3월 28일(금) 14시 (총 5시간 30분 - 6시간 소요 예상)	롯데시네마 월드타워	스피드 데이팅 지원하고 싶은 남녀 누구나! (최대 64명)

CGV “LIVE 콘서트’, ‘LIVE 콘서트 감상회”

CGV에서는 극장의 큰 스크린과 고품질의 사운드를 활용하여 ‘라이브 콘서트’를 관람하거나 녹화된 콘서트를 극장에서 상영하는 등 기존의 ‘극장 = 영화 감상하는 곳’이라는 이미지를 탈피하고 있다.

특히 ‘CGV 피카디리 1958’ 지점에서는 ‘월간 종로’라는 타이틀로 매월 가수들이 극장에서 소규모 공연을 진행하고 있으며, 가격대도 5만원 가량으로 높으나 높은 인기로 매진이 여러 차례 발생하고 있다.

출처 CGV

빛으로 깨어나는 두시의 밤

CGV 피카디리 1958 · 피카디리홀 | 2025.12.26 (금) 케이볼락 · 12.27 (토) 예성비 · 12.28 (일) 행주

2025 스타레일 LIVE 감상회 in CGV
2025 LIVE CONCERT LIVE

대규모 콘서트의 열기, 이제는 영화관에서!
CGV에서 생방송 특별 상영부터 영문 상영까지! 빅 스크린으로 2주년의 감동을 즐겨보세요.
관람 시 함께 제공되는 특전까지 받아가는 일석이조 2주년 콘서트 감상회, 놓치지 마세요!

★ 생방송 특별 상영 ★

극장에서 만나는 생방송 콘서트!
놓치면 후회할 감동의 무대를 CGV 대형 스크린과 압도적인 사운드로 즐기세요!

상영 극장 CGV 용산아이파크몰 서울특별시 용산구 한강대로23길 55
CGV 연남 서울특별시 마포구 양화로 186
CGV 서면 부산광역시 부산진구 동천로 4
CGV 대천터미널 대전광역시 동구 동서대로 1695번길 30
CGV 대구아카데미 대구광역시 중구 중앙대로 412

상영 일정 2025년 5월 3일
오후 20:00 ~ 22:30 (한국시간)
* 감상회 상영 시간은 현장 상황에 따라 변동이 있을 수 있습니다.

티켓 가격 50,000 원

결론

결론

1. 메가박스과 롯데시네마의 합병

국내 멀티플렉스 업계 2위와 3위의 합병이 2025년 5월 사업 통합 MOU 체결 이후, 2026년 2월 현재까지 계속해서 진행되고 있다.

롯데컬처웍스(롯데시네마)와 메가박스중앙(메가박스)이 하나의 합병 법인을 만드는 것으로 진행하고 있으며, 롯데그룹과 중앙그룹이 각각 1,000억원씩 출자하기로 계획했다.

이러한 과정에서 PE사인 IMM CS가 4,000억원 규모의 투자를 계획하며, 합병의 진전이 빨라질 것으로 보인다.

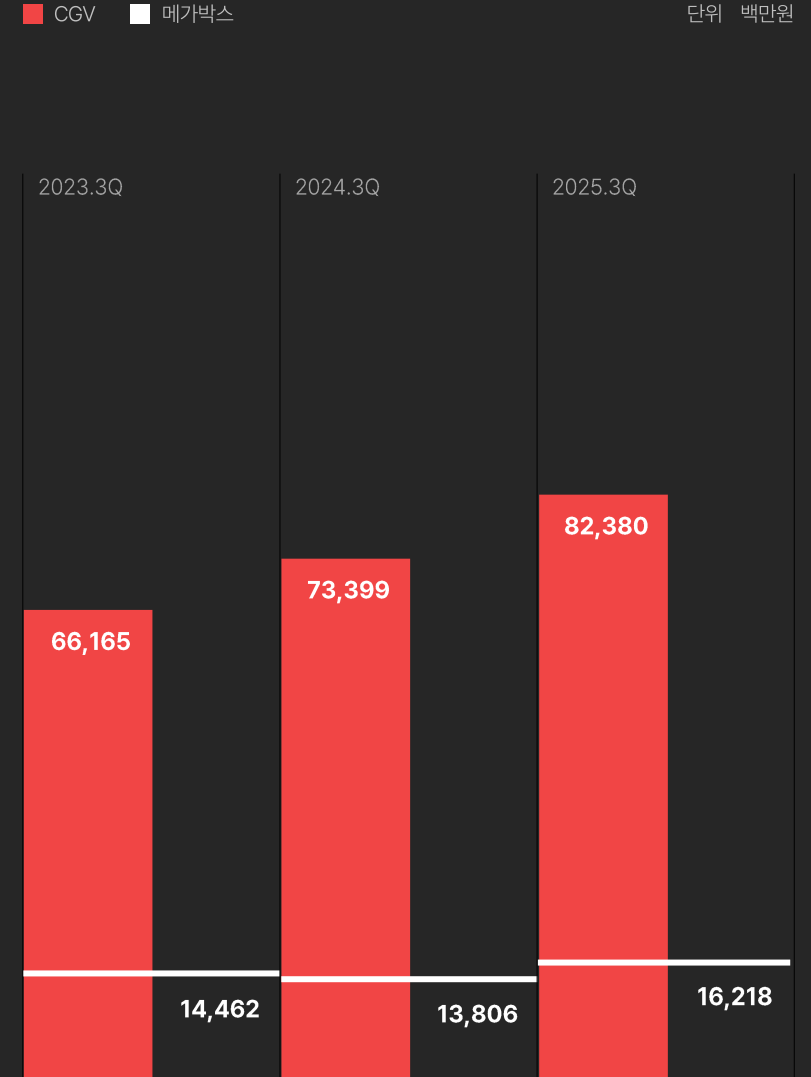
두 멀티플렉스 공룡의 합병이 성사되면 극장 수 1위인 CGV의 극장 수를 뛰어넘는 압도적인 멀티플렉스의 탄생이 될 것으로 예상된다.



2. CGV, 메가박스 매점 매출 추이

CGV와 메가박스의 매점 매출은 증가하고 있는 상황이다.

극장의 티켓 파워가 약해진 상황에서 매점 매출을 통해서 객단가를 높이려는 목적이며, 이를 위해서 각 브랜드에서만 접할 수 있는 다양한 메뉴를 제공하며, 개봉하는 영화와 연계된 다양한 '굿즈'를 판매하고 있다.



결론

결론

앞의 메가박스과 롯데시네마의 합병의 사례는 결국 현재 극장의 시장 상황이 어떻게 전개되는지 보여주는 좋은 사례라고 보여진다.

규모의 경제가 더욱 확대되지 않는 한 수익성의 개선은 어렵기에 두 회사가 합병을 시도하는 것으로 보인다. 합병을 통한 극장 및 영화 사업의 경쟁력을 재고하고, 신규 사업을 확대하기 위함일 것이다.

또한 CGV와 롯데시네마 모두 매점 매출이 증가하고 있는데, 비단 두 회사 뿐 아니라 메가박스도 마찬가지로 평균 매점 매출(CPP)은 증가하고 있다. 이 속을 살펴보면 티켓 매출 수익의 한계가 보이기에 매점 매출 강화를 통한 수익의 증가를 노리고 있는 것으로 보인다.

복합적으로 살펴보면, 극장업은 변화가 없는 한 수익성 개선은 분명한 한계가 존재하기에, 이를 개선하기 위한 노력으로 합병, 매점 매출 증가 등 여러가지 방안을 강구하고 있다.

앞으로 스트리밍 서비스의 진입 문턱이 낮아지고, 기술 발전이 지속될수록, 언제 어디서든 좋은 환경에서 영화를 감상할 수 있기에 '왜 극장을 선택해야 하는지'에 대한 경쟁 요인(소구점)을 계속해서 찾는 것이 필요해 보인다.

리서치센터

최규정 선임 저자

Associate Manager

Research Center

kyu.choi@rsquare.co.kr

알스퀘어

서울특별시 성동구 왕십리로 241,
L201호 (서울숲 더샵)

부동산 서비스 및 기타 문의

info@rsquare.co.kr

임차문의

sales@rsquare.co.kr

인테리어문의

rd_info@rsquare.co.kr

A/S문의

rd_as@rsquare.co.kr

1551-5678