



일본의 주간 소년 점프에 연재되었던 이노<mark>우에 다케히코</mark>의 농구 만화. 1990년 주간 소년 점프 42호로 연재 시작, 1996년 27호로 연재가 종료

한국에선 1992년 도서출판 대원이 <주간 소년 챔프>를 통해 연재를 개시하여 총 31권을 정발했고, 2001년에 완전판을 낸 후 2015년에 디지털 복간판을 또 냈다.

출처 : 나무위키

"슬램덩크"는 '덩크를 강하게 내리 꽂는'행동을 가리키는 농구 용어다.

이 만화의 본래 주인공인 **강백호**의 일본 이름은 사쿠라기 하나미치인데 하나미치(花道)에 '화려하게 꽃피우고 퇴장한다'는 의미가 있다고 한다.

그래서인지 강백호의 대사 중에 이런 내용이 있다. "영감님의 전성기는 언제였습니까? 저는 지금입니다." (개멋있..)

1992년에 **슬램덩크**가 국내에 들어온 후, 1994년에는 드라마 <**마지막 승부>**가 방영되었으며 그 사이 1993년에는, 슬램덩크의 채치수같은 **서장훈**이 연세대에 입학하며 전성기를 이끌었다.

미국 NBA에서는 **데니스 로드맨**이 시카고 불스로 이적해 마이클 조던, 피펜과 함께 역대 최강팀을 꾸렸는데

강백호의 실제 모델이 바로 이 NBA 대표 악동 **데니스 로드맨**이며 극중 강백호의 많은 농구 동작들이 실제 로드맨의 경기 모습을 모티브로 그려졌다.

만화책과 드라마, 현실로 이어지는 완벽한 트라이앵글덕에 슬램덩크는 판타지 영역에만 머무르지 않고 실사와 교감하며 농구 붐을 일으켰고 1990년대 말 PC방이 등장하기 전까지 많은 청춘들을 농구장에 밤낮으로 묶어 놓았다.

그런 추억의 슬램덩크가 **30년 만에** 극장에서 부활했다. (당시 중고등학생이 지금 40대 이상이다.)

아무리 엔데믹 이후라지만 **44일 만에 300만**을 돌파했고 예상 가능했던 중장년층 타겟을 넘어 **10대와 20대들까지 열광의 대열에 합류**시켰다. 이유가 무엇일까? 지금부터 파헤쳐보자.



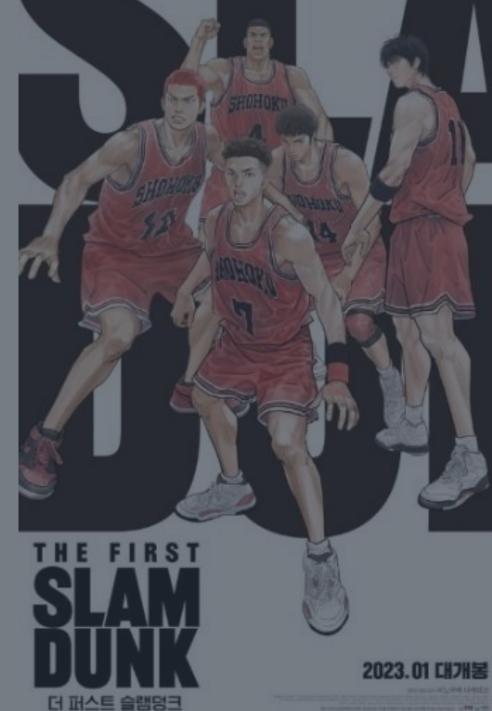










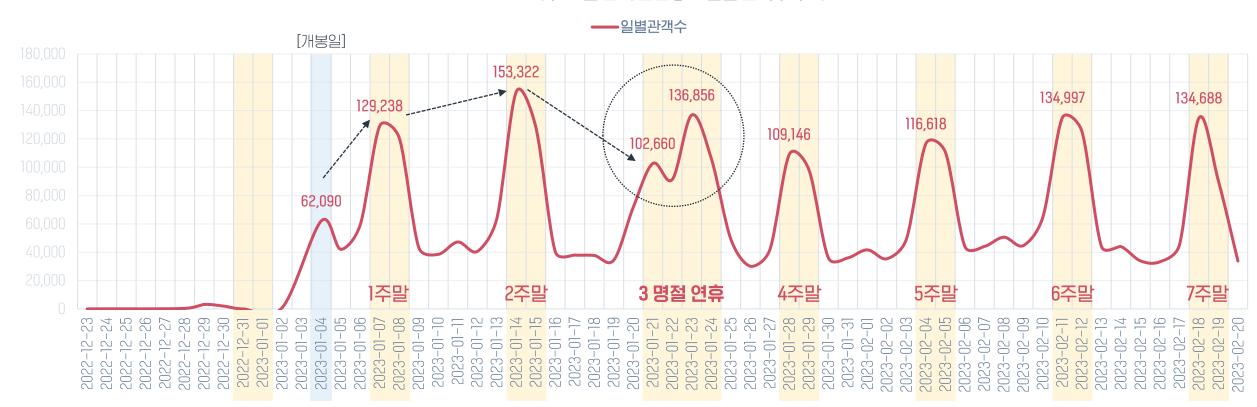


더 퍼스트 슬램덩크의 개봉일은 **2023년 1월 4일**이고 개봉 당일 관객수는 62,090명이었다.

C eMFORCE GIOIET

- 개봉 후 맞은 두 번째 토요일(1/14)까지 관객이 증가 후, 세 번째 토요일(1/21, 명절 시즌)에 한풀 꺽이는 듯 했으나..
- 1월 23일 명절을 보내고 돌아온 사람들이 극장을 찾았는지 13만 명대로 어느 정도 회복했으며 이후 토요일마다 꾸준히 증가하는 양상을 보였다.

2022.12.23 이후 60일 간의 슬램덩크 일별 관객수 추이

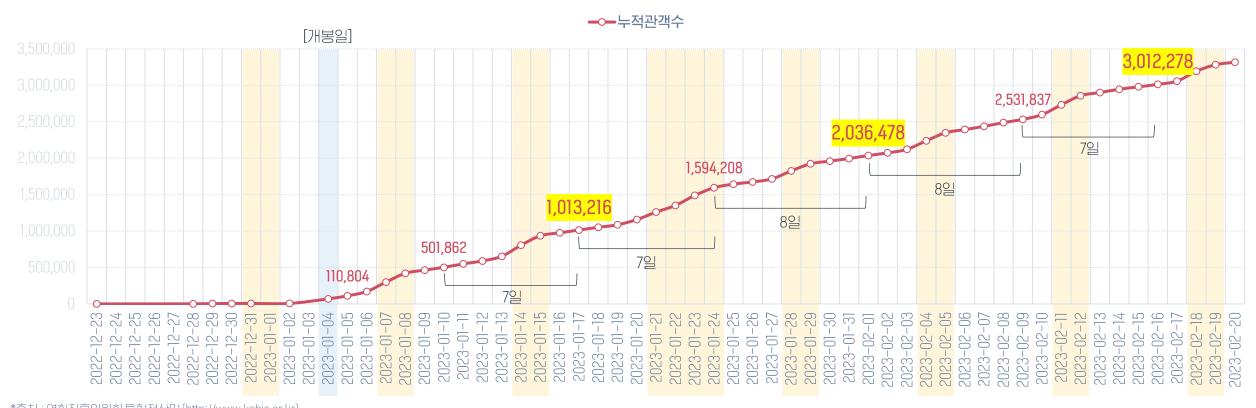


100만에서 200만까지 15일, 200만에서 300만까지 15일 소요

O eMFORCE GIOIET

- 누적 관객수로 보면 슬램덩크의 성장세는 비교적 꾸준하다
- 성장세가 비교적 꾸준하다는 의미는, 관객이 갑자기 증폭한, 그러니까 갑자기 <mark>어느 순간 입소문을 타고 증폭한 구간이 눈에 띄지 않는</mark>다는 의미이며 그렇다는 것은 아주 자연스럽게 마치 그럴만했다는 듯이 관객수가 증가했다는 의미다.
- 이상하지 않은가..? 예상하지 못했다며..?

2022.12.23 이후 60일 간의 슬램덩크 누적 관객수 추이

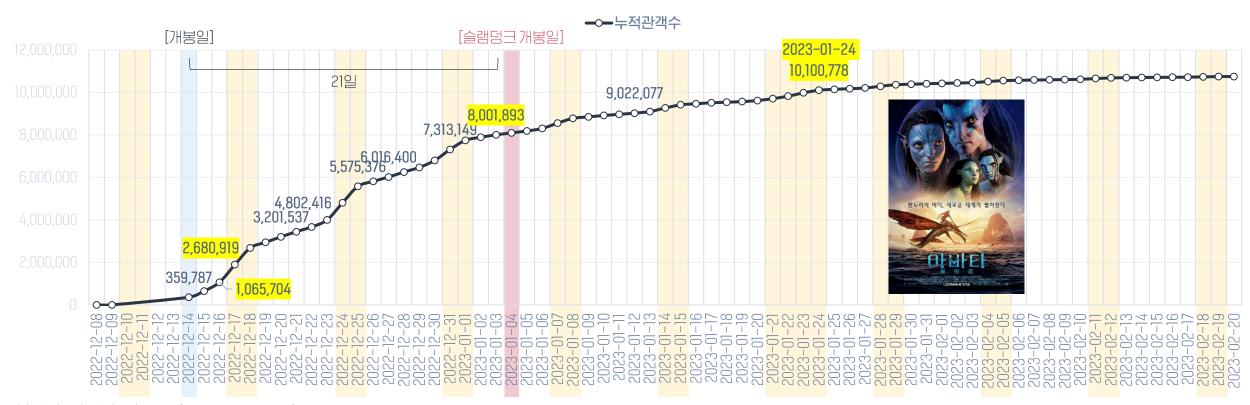


동시기 가장 강력한 경쟁자였던 Ohther의 경우, 개봉 이후 단 7일 만에 **300만** 달성 / 42일 만에 **1000만** 달성



• 슬램덩크는, 아버는가 21일 만에 <u>800만을 돌파했을 당시 개봉</u>했으며 해당 시점은 아버는의 관객 증가율이 비교적 완만해지는 시기였다.

2022.12.08 이후 71일 간의 아버터 누적 관객수 추이

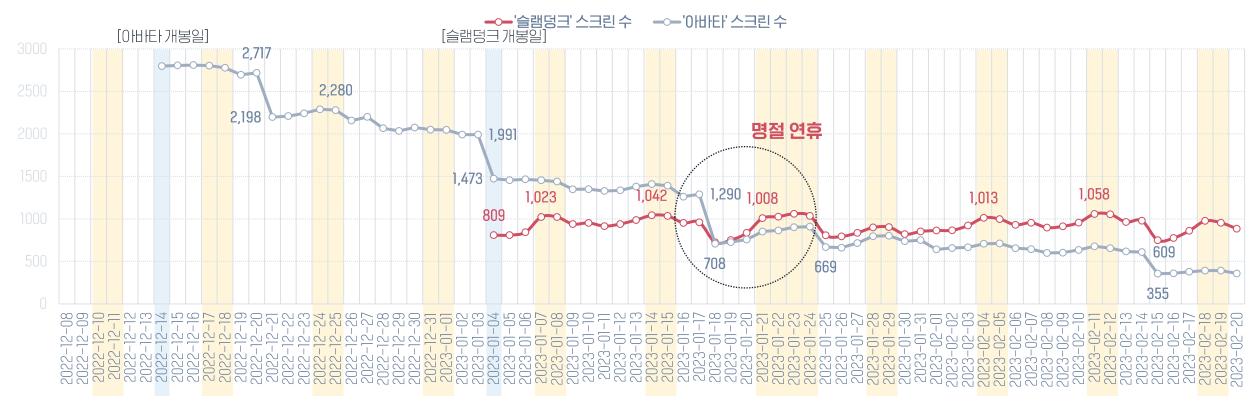


아바타와 <u>스크린</u> 수를 비교해 보면 명절 연휴를 기점으로 슬램덩크의 상영관이 증가, 아바타를 역전했다.



• 아마 아버티는 거의 끝물이었으니까 명절 연휴를 맞아 아버티의 스크린 수를 줄이고, 그 자리를 슬램덩크로 채웠을 것이다.

2022.12.08 이후 슬램덩크 Vs. 아바타 스크린 수 추이 비교



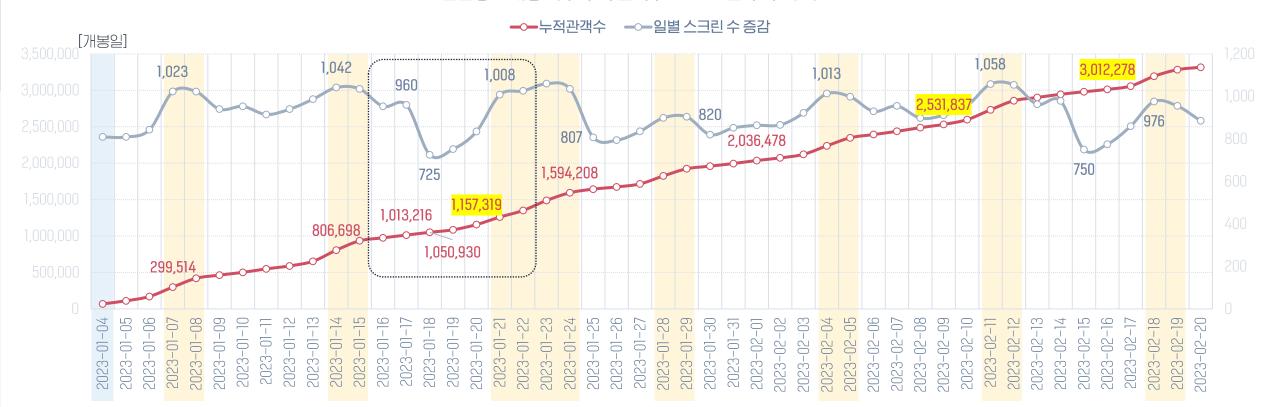
다시 돌아가서, 슬램덩크의 관객수와 스크린 수 증감 정도를 비교해 보면

eMFORCE GIOLETT

개봉 이후 100만 돌파 시점에 스크린 수를 줄였으나 110만까지 관객이 증가하며 다시 급속도로 스크린 수를 늘린 것처럼 보인다.

- 스크린 수 감소 시점을 통해 추정해 보건데, 아마 슬램덩크의 초기 예상 관객 수가 100만 정도가 아니었을까 싶다. 하지만 관객들은 105만, 110만 등으로 이어졌고 다시 스크린 수를 늘린 결과 명절 연휴에 150만을 돌파했다.
- 이후 250만이 넘을때까지 스크린 수의 변동은 크지 않았고, 300만이 넘었을 무렵 스크린 수는 750개로 하락했다.

슬램덩크 개봉 이후 누적 관객수 Vs. 스크린 수 추이 비교



*출처: 영화진흥위원회 통합전산망 (http://www.kobis.or.kr)

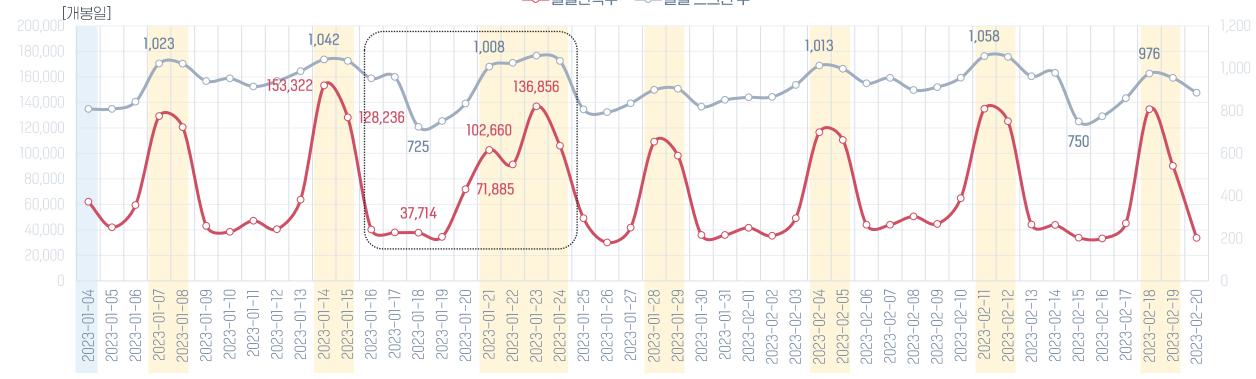
이를 일별 관객수와 비교해 보면 더욱 또렷하게 보여진다.

eMFORCE GIOIET

• 명절 연휴가 시작되던 1월 21일, 스크린 수를 1천 개 이상으로 다시 늘린 후 일별 관객수는 13만 명을 가뿐하게 돌파했다.

슬램덩크 개봉 이후 일별 관객수 Vs. 스크린 수 추이 비교





*출처: 영화진흥위원회 통합전산망 (http://www.kobis.or.kr)



슬램덩크의 관객수가 <mark>명절 연휴를 기점으로</mark> 다시 증폭되었음은 분명해 보인다.

물론 명절 연휴가 극장가 성수기라는 것은 다 아는 사실이고 당시는 아버타가 800만을 이미 넘은 시점이라 끝물이었으며

<교섭>, <유령>, <영웅> 등 몇몇 한국영화가 동시기 상영되었으나 개봉 초기라 사람들의 지지를 덜 받은 영향도 있을 것이다.

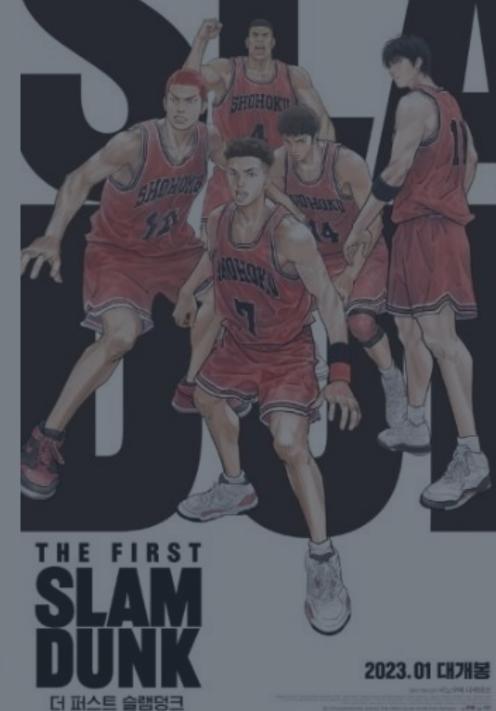
하지만,

- 슬램덩크를 추억하는 세대가 중장년층이라는 점 - 주인공이 바뀌었더라도 이미 결론을 알고 있다는 점 - 실사가 아닌 **애니메이션**이라는 점, 그리고 - 100만을 넘기자 기다렸다는 듯 **스크린 수**를 줄였다는 점

등을 종합해보면

300만 돌파라는 이례적 현상을 여전히 납득하기 어렵다 무언가 다른 원인이 더 있을 것이다.



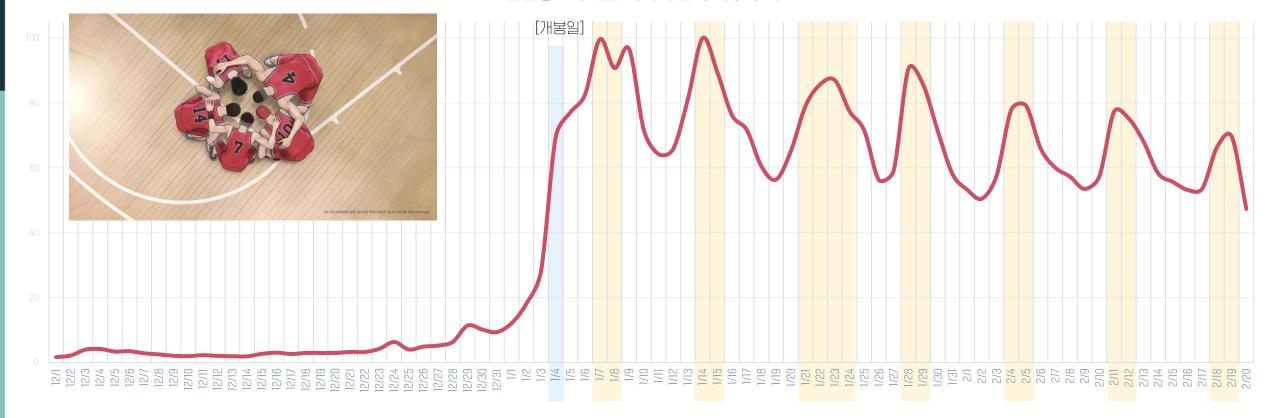


슬램덩크에 대한 검색량은 개봉 이후 최근 두 달 가까이 크게 떨어지지 않고 있다.



• 실제 관객수가 증명하듯, 300만에 도달할 때까지 대중들의 관심은 꽤 높게 유지되고 있는 셈이다.

슬램덩크에 대한 네이버 검색 지수 추이



10세 단위를 기준으로 성/연령별 추이를 살펴본 결과 여성 1020대의 가파른 상승세가 눈에 띈다.

- 개봉 초기 핵심 소비층으로 예상되었던 <mark>남성 3040대의 검색량은 시간이 지날수록 눈에 띄게 하락</mark>했으며 여성3040대의 경우 남성 대비 하락폭이 작기는 하지만 역시 비교적 꾸준히 하락하는 모양새다.
- 그런데 특이하게 남성 대비 여성 1020대의 검색량은 전형적인 우상향이다.
- (물론, 검색량 자체는 남성 3040대가 타 집단 대비 현저히 높다)

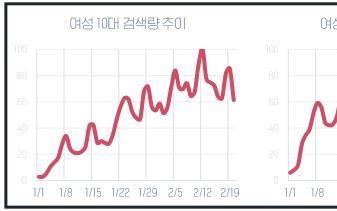


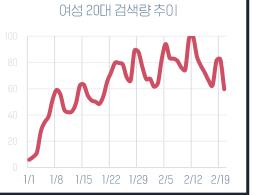
남성 20대 검색량추이 80 60 40 20 1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19













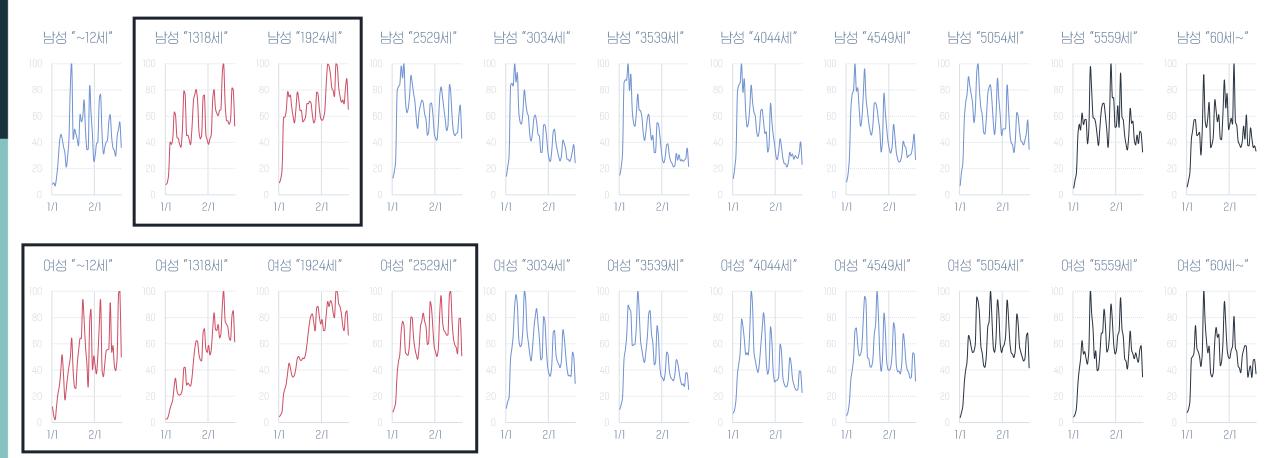




연령대를 **5세 단위로 쪼개보면**

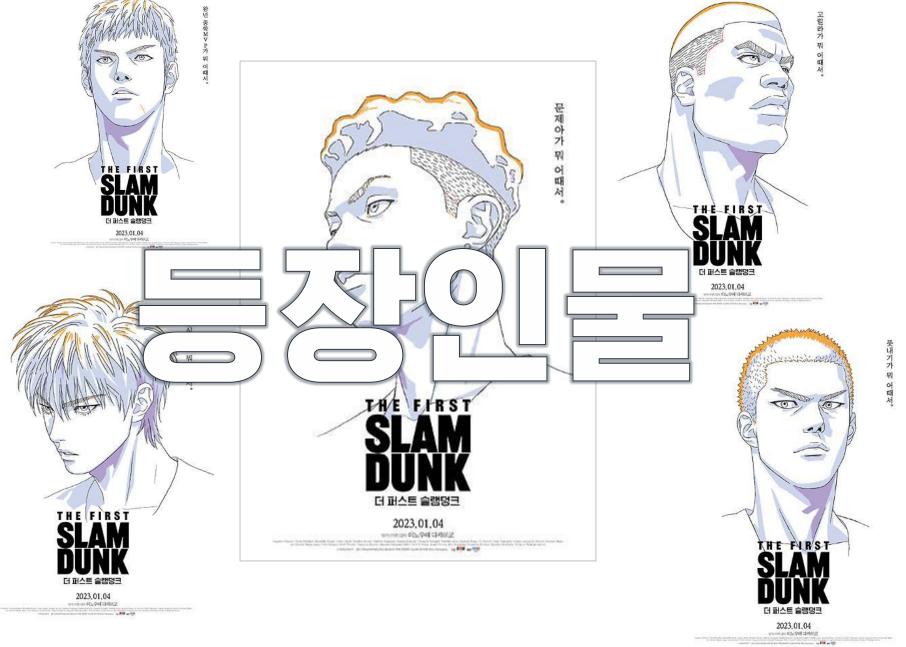
남성 1324 & 여성 10~20대로 좀 더 세밀하게 확인 가능하다.

• 3040대의 검색량이 감소하는데 1020대의 검색량이 반대로 증가하고 있다는 결과와 실제 관객수가 꾸준히 증가했다는 사실을 종합해보면, 개봉 초기 대비 시간이 지나면서 관객층이 변화되었을 수 있음을 예상 가능하다.



eMFORCE 데이터랩



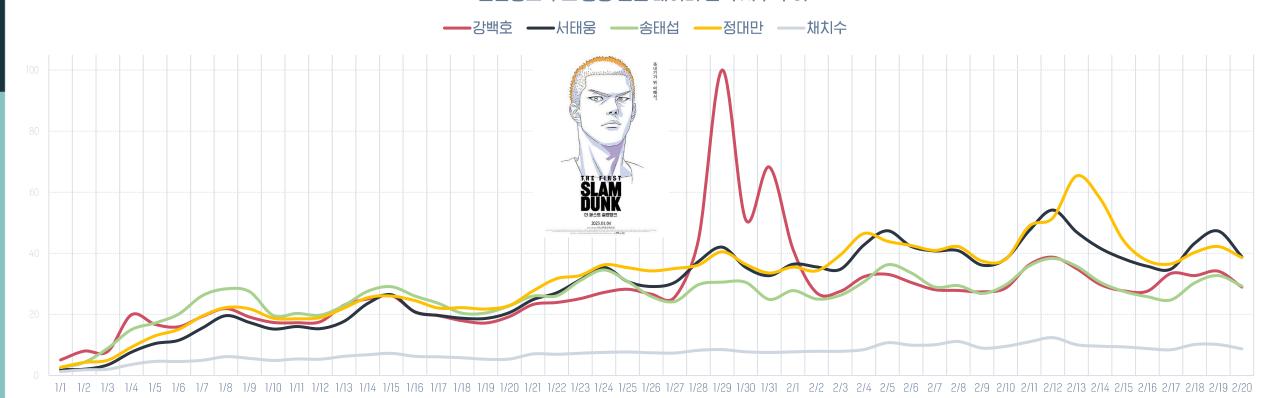


주요 등장인물에 대한 관심을 시점별로 비교해 보자



- 1월 말이 되는 시점에 강백호 검색량이 증폭했다.
- (산왕 에이스 정우성 역시 검색량이 높을 것으로 예상되나, 배우 정우성과 구분이 안될 것이므로 제외했다)

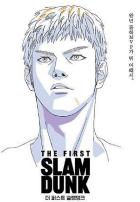
슬램덩크 주요 등장 인물 네이버 검색 지수 추이



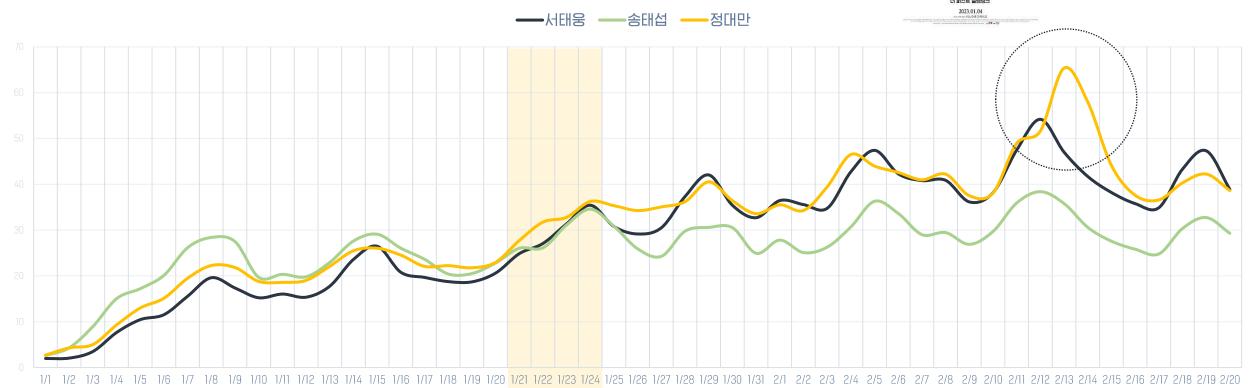
너무 튀어서 다른 데이터를 가리는 강백호를 빼고 보면 2월 중순 정대만 언급량이 급증한 걸 볼 수 있다.

C eMFORCE GIOIET

- 본 데이터로는 이유를 명확하게 알 수는 없지만, 정대만에 대한 검색량이 최근에야 상승한 것을 보면, 정대만을 검색한 층은 기존의 슬램덩크 수요층과 다른 집단이 아닐까 예상해 볼 수 있다.
- (그런데, 주인공 송태섭이 안궁금한 건 왜일까..)



(강백호, 채치수 제외) 슬램덩크 주요 등장 인물 네이버 검색 지수 추이



이를 성/연령별로 보면, 유독 여성 1030대에서만 여러 인물로 관심이 분산되어 있고 시간이 지남에 따라 인물들에 대한 검색량도 증가하는 걸 확인할 수 있다.

Olgital Marketing Group

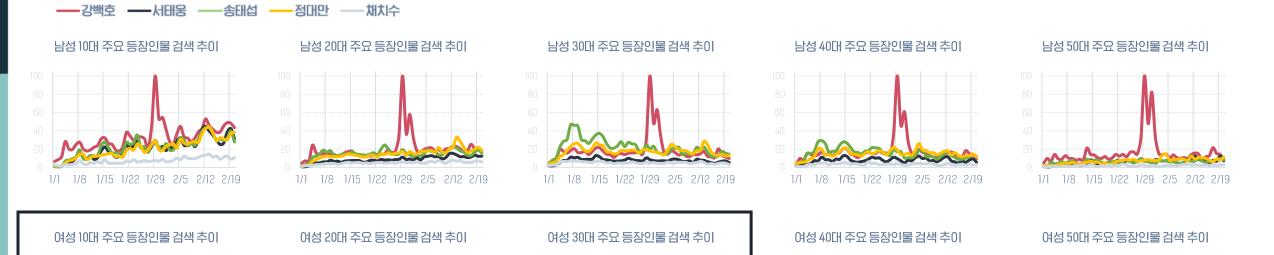
1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19

• 그리고 여성 1030대의 경우 타 집단과 달리 강백호가 아닌 서태웅, 정대만 등 다른 인물에 호감을 보인다는 것이 포인트다.

1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19

→ 기존에 슬램덩크를 아는 관객들은 강백호에 대한 관심이 높을 것 같은데 그렇지 않다는 건 신규 유저일 수 있다는 해석이 가능하다.

1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19



1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19

1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19

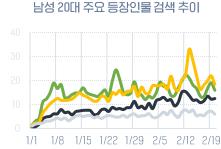
역시 혼자 유독 튀는 강백호 데이터를 제외하고 보면

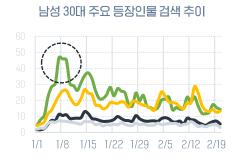
영화의 주인공 송태섭에 대한 초기 검색량이 높은 층은 주로 3040층이다.

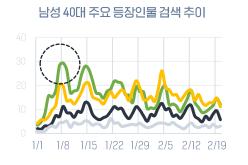
- 즉, 슬램덩크 만화를 추억하거나 해당 내용에 대해 어느 정도 인지하고 있는 층일수록 원래 주인공인 강백호, 그리고 교체된 주인공 송태섭에 대한 정보를 원하는 경우가 많았고
- 슬램덩크 컨텐츠에 대해 모르는 층일수록, 영화 자체를 통해 인물들을 궁금해 했다.



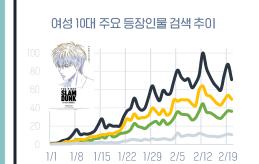
50 40 30 20 10 1/1 1/8 1/15 1/22 1/29 2/5 2/12 2/19

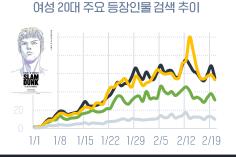


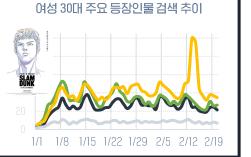


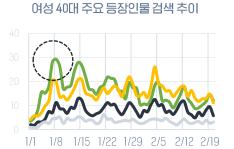


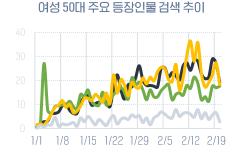
















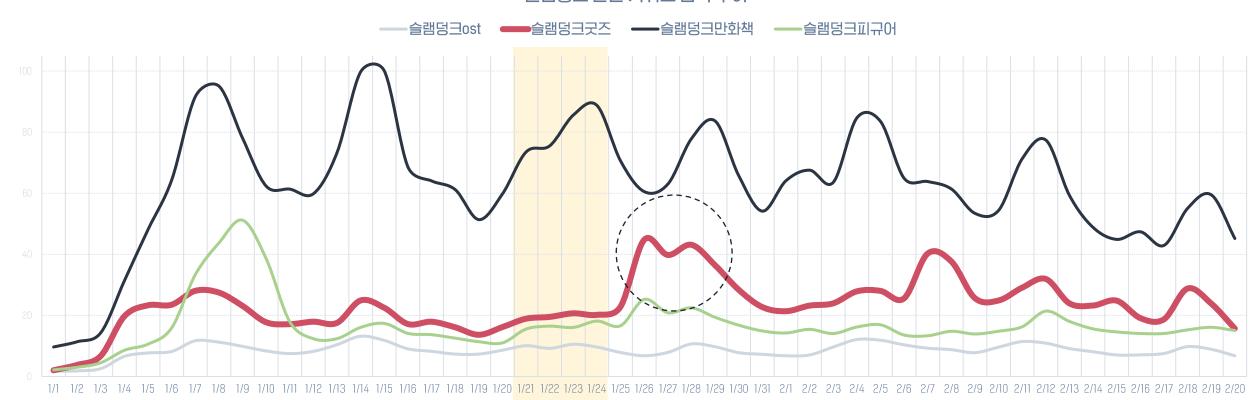


슬램덩크 관련 상품중 당연히 <mark>만화책</mark>에 대한 관심이 높았지만 명절 이후 굿즈 관련 검색량이 급증한 것에 주목해야 한다.

C eMFORCE GIOIFIE

- 만화책, OST, 피규어 등과 달리 굿즈를 검색하는 층은 상대적으로 저연령층이 아닐까 예상해 볼 수 있다.
- 즉, 명절 이후 굿즈에 대한 검색량이 증가했다는 것은
 반대로 명절 시기에 특정 소비층이 유입되었을 수 있다는 것에 대한 반증이다.

슬램덩크 관련 키워드 검색 추이

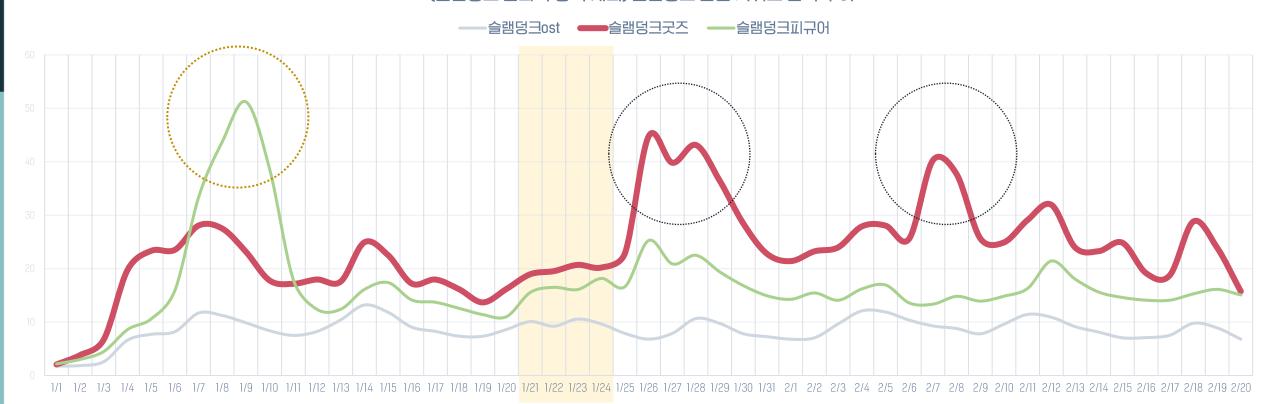


슬램덩크 만화책 데이터를 제외하고 보면 이러한 경향은 더욱 선명해진다.



• 개봉 초기 피규어를 검색한 층은 주로 남성들일 것으로 예상되며 이후 굿즈에 대한 검색은 여성 및 저연령층에서 수요가 높을 수 있을 것으로 예상된다.

(슬램덩크 만화책 항목 제외) 슬램덩크 관련 키워드 검색 추이



이를 성/연령별로 구분해 보면



아.. 근데

..슬램덩크 만화책 검색량이 너무 압도적으로 많아서 잘 모르겠다...



다시 만화책 검색량 데이터를 제외하고 보면 굿즈에 반응하는 층은 주로 여성층이거나 남성층의 경우 1020대에 해당된다.





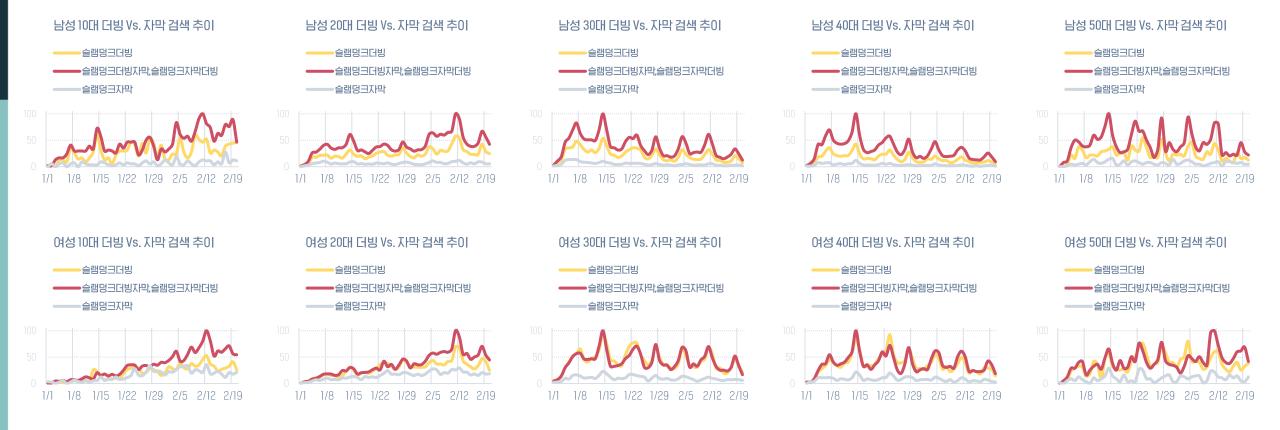




더빙판과 자막판에 대한 고민은 성/연령을 막론하고 고민의 영역이었다.

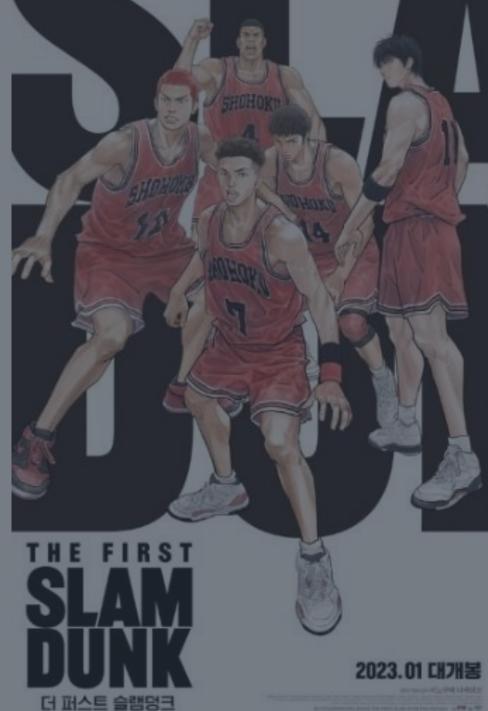
O eMFORCE CHOIETED Digital Marketing Group

- 검색어로 보면 '더빙 자막', 혹은 '자막 더빙'을 검색하는 규모가 압도적으로 많았다. 더빙을 보는게 좋을지, 자막을 보는게 좋을지 고민을 했다는 이야기다.
- 반면, '자막'을 검색하는 비중은 전연령대에서 그리 크지 않았다.
 슬램덩크를 기억하는 층은 더빙으로 보는게 더 집중이 잘 되고 추억이 되살아난다는 의견이 많았고
 새로 유입된 1020대 역시 영화관에서 더빙판으로 애니메이션을 보는 게 익숙한 세대다.





2023.01.04



SNS에서 역시 명절 연휴를 기점으로 여론의 관심이 반등했다.



• 그리고 명절 연휴 이후에도 큰 등락없이 꾸준히 회자되는 양상을 보여준다.

슬램덩크 SNS 언급량 추이

---슬램덩크 언급량



SNS 상 채널별 언급 비중을 보면 트위터 채널에서의 반응이 압도적이다.

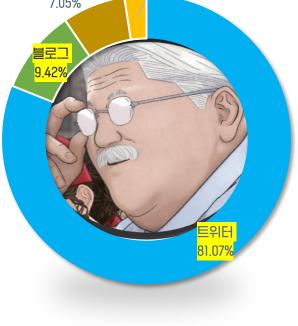
C eMFORCE GIOIFIE

• 트위터 채널 비중이 높다는 것은 다음의 몇 가지로 해석 가능하다. 01. 단문으로도 언급될 만큼 **익숙한 소재의 아이템으로 수용**되고 있다는 것 02. 채널 특성 상 1020대 등 **상대적으로 저연령대**일 가능성이 있다는 것

슬램덩크 SNS 채널별 언급량 추이 ➡트위터(RT 제외) ──블로그 ──커뮤니티 ─ -인스타그램 1/1 1/3 1/5 1/7 1/9 1/11 1/13 1/15 1/17 1/19 1/21 1/23 1/25 1/27 1/29 1/31 2/2 2/4 2/6 2/8 2/10 2/12 2/14 2/16 2/18 2/20

커뮤니티 7.05% 인스타그램 2.46%

슬램덩크 SNS 채널별 비중



트위터 채널 언급량을 제외하고 보면

초기에는 커뮤니티, 이후에는 블로그 중심 회자

- 초기에는 과거 추억으로 기억하고 있는 중장년층에 집중된 관심이 시간이 지나면서 2030대 등으로 확산되었을 가능성 시사
- 블로그에는 명절 연휴를 거치며 관람했던 관객들이 영화나 굿즈에 대한 후기를 다수 남기며 게시량 증가



(트위터 제외) 슬램덩크 SNS 채널별 언급량 추이





언론기사 / SNS언급량 / 검색추이 / 관객수 등 4가지 지표 간 관계 파악을 위해 비교해보면

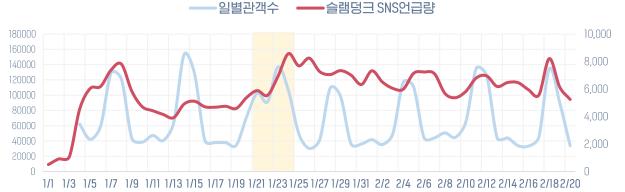
eMFORCE GIOIET

- 언론 기사는 여론 반응을 주도하기보다 인기 현상을 조명하는 형태로 형성
- SNS 언급량과 검색 추이, 관객수 데이터가 선후 관계를 정의하기 어려울 정도로 **유사한 흐름으로 전개**
- 다만, SNS와 검색 추이를 비교한 결과를 토대로 상황(타겟) 전환 시기를 특정할 수 있을 듯

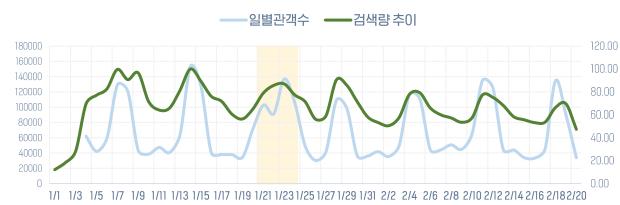
언론기사 및 SNS 언급량 비교 - 슬램덩크 언론 기사량 - 슬램덩크 SNS언급량 100 80 60 40 20 1/1 1/3 1/5 1/7 1/9 1/11 1/13 1/15 1/17 1/19 1/21 1/23 1/25 1/27 1/29 1/31 2/2 2/4 2/6 2/8 2/10 2/12 2/14 2/16 2/18 2/20 0

SNS 언급량 및 검색 추이 비교 -검색량 추이 -슬램덩크 SNS언급량 10,000 80.00 60.00 40.00 20.00 1/1 1/3 1/5 1/7 1/9 1/11 1/13 1/15 1/17 1/19 1/21 1/23 1/25 1/27 1/29 1/31 2/2 2/4 2/6 2/8 2/10 2/12 2/14 2/16 2/18 2/20

관객수 및 SNS 언급량 비교



관객수 및 검색 추이 비교

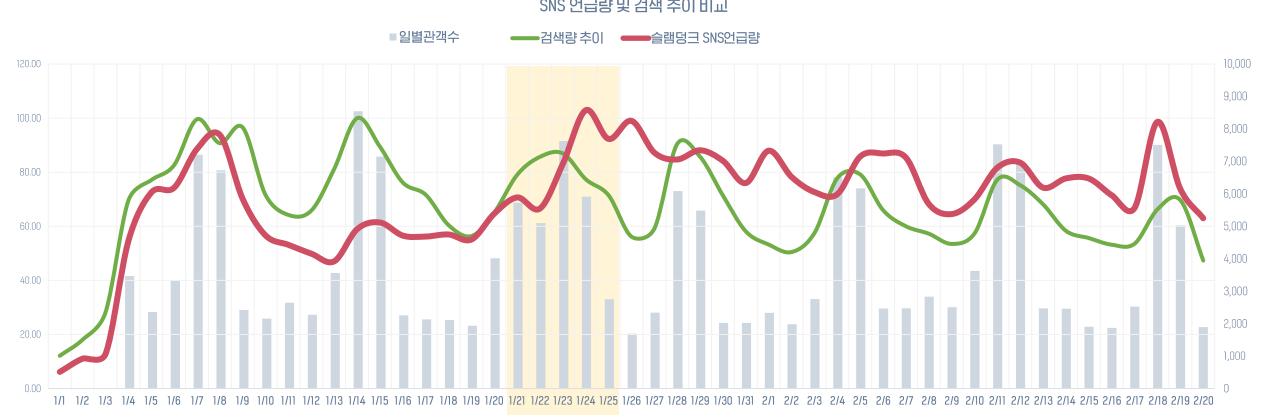


4가지 지표 중 관객수 / 검색량 / 언급량 등 비교가 용이하고 유효했던 3가지 지표를 종합해 보면 이런 모양으로 정리된다.

뭔가 패턴이 보이지.. 않는가..?



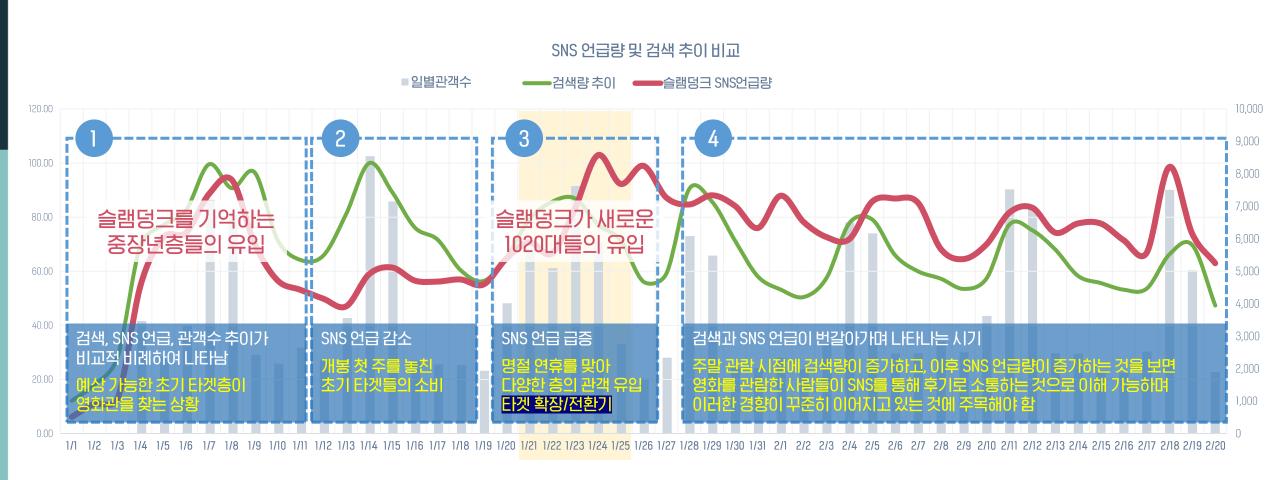
SNS 언급량 및 검색 추이 비교



최근 51일 동안 상영 기간이 아래와 같이 4등분으로 구분해 이해 가능하다.

C eMFORCE GIOIFIE

- 개봉 직후 초기 유입 타겟에 수요가 집중되었던 시기, 그리고 하락 이후 예상하지 못했던 외연의 타겟들이 대거 유입되며 소비를 반등시켰다.
- 그리고 최근까지 중장년타겟과 신규의 1020대 타겟이 융화되며 꾸준한 인기를 유지시켰다.





Word Cloud

SNS 상에 언급된 내용을 기반으로 유의미한 키워드를 추출한 시각화 자료 각 키워드의 크기는 언급량에 비례



먼저 개봉 초기 주 소비층으로 지목되었던 중장년층이 언급한 추억, 눈물 등의 키워드가 있다.

- 키워드 크기로 볼 때 전체 언급량 중에서는 매우 적은 규모로 보이나 이는 개봉 초기에 한정되어 나타난 얘기들이기 때문이다.
- 슬램덩크에 대한 추억이 있다거나, 영화를 보는 동안 눈물을 훔쳤다거나.. 그리고 옆자리에 앉은 어떤 아저씨가 눈물을 훔치는 걸 봤다거나.. [그게 나다]





그 다음으로는 1020대들이 언급했을법한 각종 줄임말 등을 확인 가능하다.

C eMFORCE GIOIETE
Digital Marketing Group

- 가비지타임, 화산귀환, 앙스타(앙상블스타즈) 등은 모두 웹툰이나 애니와 관련이 있고 농놀(농구놀이), 프박(프린팅박스), 슬덩(슬램덩크) 등은 신조어이거나 줄임말 이면서 슬램덩크 인기와 관련이 있다 참고로, 여기서 '농놀'은 농구장에서 공을 튀기는 놀이라는 뜻보다, 슬램덩크 영화를 보고 프박으로 그림들을 출력한, 즉, 농구와 관련된 다양한 행위를 총체적으로 표현한 단어에 가까운 것 같다.. (에잇, 사실 잘 모르겠다..)
- 특히 "아빠"라는 키워드는 40대 이상의 장년층을 둔 자녀들이 아빠를 통해 슬램덩크를 접했다며 한 말이다.
- 또 '하이큐'는 배구 만화인데 2030대들은 주로 만화책으로 기억한다.















그리고 참고로 <mark>정우성</mark>에 대한 언급도 있었는데 이 역시 1020대에서 주로 언급되는 내용인 경우가 많았다.







이제, **시기별 SNS 연관어 순위**를 통해 변곡점을 좀 더 짚어보자.



주차	1월 1주차	1월 2주차	1월 3주차	1월 4주차	1월 5주/2월 1주차	2월 2주차	2월 3주차
1	만화	만화	만화	강백호	강백호	강백호	송태섭
2	강백호	강백호	강백호	송태섭	송태섭	송태섭	강백호
3	송태섭	송태섭	송태섭	만화	만한	가비지EI임	디엠
4	만화책	만화책	만화책	가비지EI임	일본	만화	주차
5	다빙 	일본	친구		으는 만화책	인외 앙스타	카드
6							
Ь	일본	더빙	일본	일본	친구	화산	만화
/	후기	경기	포스터	화산귀환	캐릭터	화산귀환	CH2I
8	원작	원작	더빙	화산	집	만화책	일본
9	자막	캐릭터	경기	친구	하루	일본	포토카드
10	극장	주인공	자막	앙스타	밥	친구	키링
11	경기	극장	캐릭터	더빙	마지막	캐릭터	세트
12	테스트	자막	원작	집	백호	백호	프린팅
13	마지막	장면	극장	경기	기비IXIEI임	원가	cgv
14	개봉	후기	주인공	생각	더빙	디엠	판매
15	주인공	추억	추억	현대	경기	집	백호
16	캐릭터	010171	영화관	마지막	스EI커	유행	상영
17	장면	느낌	장면	팝업스토어	현대	상영	사진
18	스포츠	마지막	느낌	캐릭터	원작	키링	만화책
19	한국	친구	ーロ 후기	원작	서울	밥	원가
20	추억	人立大	마지막	후기	주인공	무대인사	기비IXIEI임
21	작가	애니메이션	생각	デノI 人	- 구진8 사진	유니폼	캐릭터
22	010회	생각	등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등 등	유행	자막	휴니폼 현대	유니폼
23					시력 테스트		
	작품	OHIE	010171	포스터		하루	하루
24	OHHEH	작품	스포츠	O HUUH	인기	판매	밥
25	눈물	작가	0HIEF	피큐어	팝업스토어	cgv	정우성
26	애니메이션	눈물	관람	테스트	엄마		피구어
27	스토리	영화관	집	자막	후기	프린팅	친구
28	이름	이름	백호	백호	장면	사진	굿즈
29	느낌	관람	하루	주인공	영화관	인사	교환
30	메가박스	기억	O HHAH	하루	010171	팝업스토어	집
31	영화관	스토리	주차	장면	유니폼	더빙	포스터
32	기억	포스터	애니메이션	굿즈	HH	스EI커	스EI커
33	연출	선수	cgv	영화관	스포츠	마지막	구매
34	EI켓	개봉	밥	극장	정우성	경기	메가박스
35	cgv	테스트	작가	남자	애니메이션	피규어	배송비
36	감독	한국	필름	유LI폼	한국	대만	현대
37	친구	주말	 선수	밥	피큐어	원작	영화관
38	성우	연출	오타쿠	010171	포스터	포스터	흔적
39	관람	감독	소리	연휴	하이큐	7 FTM	대만
40	오리지널	세대	남자	오타쿠	주차	정우성	서울
41	선수	인생	그림	추억	다만	영화관	한국
42	대사	인기	그림 이름	하이큐	카페	서롱 93년	마지막
43	인기	오타쿠	작품	인기	O HARI	지	더빙
43	선기 스포	포트(구 백호	작품 관객	느낌		롯데 인기	카페
					극장		
45	더빙판	남자	개봉	주차	그림	성우	원작
46	세대	OHUH	한국	최애	최애	장면	팝업스토어
47	카드	그림	연출	애니메이션	선수	주인공	장르

중장년층으로 대변되는 키워드를 찾아보면?



주차	1월 1주차	1월 2주차	1월 3주차	1월 4주차	1월 5주/2월 1주차	2월 2주차	2월 3주차
→ ∧l			만화	강백호	강백호	강백호	송태섭
2						가비지EI임	
		만화책	만한책	가비지EIPI			주차
4			친구	만화책	크는 만화책		카드
					친구		
7							
					지닉다	모[전 뒤된 만화책	
				친구			
		캐릭터	경기				
						친구	
	경기	극장	캐릭터	더빙			
	테스트	자막	원작	집	백호		
		장면	극장				
14		후기	주인공	생각			
	주인공	추억	추억	현대		집	
16	캐릭터		영화관		스EI커		상영
		느낌	장면		현대		사진
	<u> </u>	마지막					만화책
19	한국	친구			서울		
	추억	스포츠				무대인사	
			생각	스포츠	사진		
			눈물	유행			
24	OHHEH		스포츠				
	눈물	작가		피구어			정우성
		눈물					피큐어
			집				친구
					장면	사진	굿즈
				주인공		인사	교환
	메가박스						집
			주차	장면			
			애니메이션	굿즈			
	연출				<u> </u>	마지막	구매
34					정우성		
						피큐어	
	친구	주말			IIIOH	원작	
		연출	오타쿠				
			소리			카페	
40	오리지널			오타쿠	주차		서울
41				추억	대만		
42					카페	서울	
43		오타쿠	작품				
44					극장		카페
45				주차			
46				초이	최애	장면	
47			연출			주인공	

모두 1월 3주차까지,

즉 개봉 초기 시점부터 <mark>명절 직전까지</mark> 주로 상위권에 포진되어 있었으며,

이 때까지는 관객 중 중장년층이 지배적이었다는 얘기

1020대 등 New Target으로 대변되는 키워드를 찾아보면?



변한 변한 경비를	주차	1월 1주차	1월 2주차	1월 3주차	1월 4주차	1월 5주/2월 1주차	2월 2주차	2월 3주차
2 살	1				강백후			
3 송마선 송마선 송마선 보고 전 10년 1년								
4 인하제 만하게 만하게 가비지다면 임보 만하게 강스타 기드 다양 경우성 다양 인보 지구 아이스 인화 인보 인보 인보 인보 인보 인보 인화 인수 이상 인화 인보 인보 인보 인보 인화 인보 기본 인보 인화								
5 대비 왕보 대비 양보 대비 인화 인수 인화 인수 인화 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이 이	4	마하책	마하채	마하채				
6 일본 다방 와도 지구 아산 만하 가입자를 개워되는 이 아산 만하 경기 경기 포스터 이 아산 함께 가입된 아산 만하 가입자를 개워되는 이 아산 함께 되었는 다입 의료 기계 경기 구입 기계 경기 기계 경기 기계 경기 기계 경기 구입 기계 경기 기계						다하채		
2								
8 원작 원작 대비 대대에 보고 전기 기업 보고 기업 전기 기업 보고 기업 전기 기업 보고 기업 전기 기업 보고 전기 전기 보고 전기	7							
9 지막 캐릭터 경기 취구 하루 일본 포도카드 10 극장 주인공 지막 원소타 밥 친구 커링 11 경기 극장 캐릭터 네트 데핑 마지막 배릭터 세트 12 데스트 지막 원작 집 배호 백호 프린팅 13 마지막 장만 극장 경기 가비지터의 원가 여망 14 개봉 후기 주인공 생각 대병 디앤 프렌팅 15 주인공 추억 추억 현대 경기 집 배호 16 캐릭터 이야기 영화관 미지막 소타커 유병 성양 17 집엔 느낌 장만 극강 취임 만화력 18 스포츠 마지막 느낌 취임 원작 커링 만화력 19 한국 친구 후기 원작 서울 밥 원가 10 만화력 19 한국 친구 후기 원자 서울 밥 원가 11 만화력 19 한국 친구 후기 원자 서울 밥 원가 11 만화력 19 한국 친구 후기 원자 서울 밥 원가 11 만화력 19 한국 친구 후기 원자 서울 밥 원가 11 만화력 20 추억 스포츠 마지막 후기 주인공 무대인사 개비지터의 21 작가 매네베이션 생각 스포즈 사진 입니품 캐릭터 22 이야기 생각 눈물 유병 지막 현대 유니품 23 저품 에버타 이야기 포소터 테스트 하루 하루 24 아버타 작품 스포츠 이배는 레스트 하루 하루 24 아버티 작품 스포츠 이배는 레스트 하루 하루 25 눈발 작가 아버티 테구아 발안스토아 이와 점우성 26 매니베이션 눈물 경함 지막 후기 프린팅 친구 27 스토리 영화관 집 지막 후기 편리 시전 구조 28 이름 이름 배출 해주 주인공 영화관 인사 교화 대규어 27 스토리 영화관 집 자막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 배출 함후 주인공 영화관 인사 교화 대규어 30 매기보스 기억 아빠 하루 이야기 발안스토아 집 원구 시점 30 매기보스 기억 아빠 하루 이야기 판소를 다용 포스터 31 영화관 스토리 주자 경란 유나를 다용 포스터 데 메이션 구조 배 스타커						지		
10								
11 경기 급장 개리터 대병 대지막 개리터 대통 개리터 대통 개리터 대조 원작 집 백호 프리팅 원가 cgv 대기 대지타임 원가 cgv 대기 주인공 삼각 대비 대비 대비 대비 대비 대비 대비 대								
12 11년도 지막 원작 경 백호 백호 포팅팅 133 10 10 11 11 12 12 13 13 10 13 14 14 14 15 14 14 15 14 15 15								
13								
14								
15				조이고				
16 개리터 1007 영화관				大の				
17 참면 느낌 참면 판업스토어 현대 상영 사진 18 스포츠 □지마막 느낌 캐리터 원작 키킹 만화해 19 한국 친구 후기 원작 서울 밥 원가 20 추억 스포츠 마지막 후기 주인공 무대인사 카메타임 21 작가 아니메이션 생각 스포츠 사진 유니품 카리타임 22 1007] 생각 눈물 유행 자막 현대 유니품 23 작품 아비타 이야기 포스터 테스트 하루 하루 하루 24 아비타 작품 스포츠 이뻐 연기 판매 밥 25 눈물 작가 아비타 피규어 팝업스토어 CgV 정우성 26 아니메이션 눈물 관람 테스트 엄마 굿즈 피규어 27 스토리 영화관 집 지막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 비호 비호 청안 건스토어 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메기박스 기억 이뻐 하루 이야기 판업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니품 더빙 포스터 32 기억 포스터 마니메이션 굿즈 파내 소트거 구매 33 연출 선수 마니메이션 코즈 대가 전비 구매 34 티켓 개병 밥 극장 장우성 경기 메기박스 35 CgV 테스트 작가 남자 마니메이션 피규어 배속비 36 감독 한국 필류 대안 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 정우 연출 오타쿠 이야기 포스터 전후 연화관 39 관람 감독 소리 연후 하이큐 카페 대안 연대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 정우 연출 오타쿠 이야기 포스터 분석 보석 보스터 분석 40 오리지텔 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 대자 41 선수 인생 그림 추억 대안 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 미지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 카페 서울 미지막 44 신포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 서울 미지막 45 더빙판 남자 개병 주차 그림 선우 원작 관객 46 세대 이빠 한국 최대 최대 최대 참면 판압스토어						VEIH VEIH		
18 스포츠 DKJ막 느낌 캐릭터 원작 커링 만한해 19 한국 진기구 후기 원작 서울 법 원가 20 추억 스포츠 DKJ막 후기 주인공 무대인사 커네KEN2 21 적가 애니메이션 생각 스포츠 사전 유니폼 캐릭터 22 이야기 생각 눈물 유형 자막 현대 유니폼 카릭터 23 작품 아베타 이야기 포스터 비스트 하루 하루 24 아베타 작품 스포츠 이배 원기 판매 법 25 눈물 직가 아베타 피뉴어 필입스토에 업7 판매 법 25 눈물 직가 아베타 피뉴어 필입스토에 업7 교리 26 아니메이션 눈물 관람 테스트 엄마 구조 26 아니메이션 눈물 관람 테스트 엄마 구조 27 스토리 영화관 집 자막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 백호 백호 작면 사전 구조 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가박스 기억 이배 하루 이야기 필입스토에 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니폼 다방 포스터 32 기억 포스터 매네이션 구조 배 스토커 스토커 33 연출 선수 업7 대베이션 구조 대만 한대 34 티켓 개봉 법 극장 정우성 경기 메가박스 35 QV 테스트 작가 당자 애니메이션 대다 한대 36 감독 한국 필류 유니폼 한국 대만 한대 37 친구 주말 선수 법 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 주차 정우성 대만 한대 40 오리지별 세대 난자 오타쿠 주차 정우성 서울 대자 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 오타쿠 주차 정우성 대포 전부 43 인기 오타쿠 작품 인기 이배 롯데 다방 44 신포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 서울 대자 45 다방만 난자 개봉 주차 그림 선우 원작					파어스트에			
19 한국 친구 호기 원작 서울 밥 원가 20 추억 스포츠 DINI막 호기 주인공 무대인사 가비지EP입 21 작가 애니데이션 생각 七포 유형 지막 현대 유니폼 카리터 22 이이기 생각 七물 유형 지막 현대 유니폼 23 작품 이배타 이이기 포스터 테스트 하루 하루 24 이배타 작품 스포츠 이배 인기 판배 밥 25 눈물 작가 아배타 피규어 판입스토어 여상 조건 26 애니데이션 눈물 관람 테스트 엄마 코즈 피규어 27 스토리 영화관 집 지막 호기 프리팅 친구 28 이를 이를 배호 배호 화로 산보 교환 30 메가비스 기억 이배 하루 이야기 판임스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니폼 대비 포스터 32 기억 포스터 매니메이션 코즈 배 스타커 스타커 33 연출 선수 여상 연화관 스포츠 마지막 구매 34 트켓 개봉 밥 극점 경우성 경기 메가비스 35 여양 테스트 작가 타자 매니메이션 피규어 배소비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 필름 유니폼 한국 대단 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 보조 39 관람 감독 소리 연화 전부 연화 39 관람 감독 소리 연화 전부 연화 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 경우성 서울 41 선수 인생 그림 축익 대단 연화 42 대사 인기 이를 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이를 하이큐 카페 서울 마지막 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 서울 마지막 45 대칭만 남자 개봉 주차 고림 성우 원작							기리	
20 추억 스포츠 마지막 후기 주인공 무대인사 가비지타임 21 작가 에내메이션 생각 스포츠 시전 유니품 캐릭터 22 000기 생각 눈물 유형 자막 현대 유니품 23 작품 이비타 000기 포스터 테스트 하루 하루 24 0배타 작품 스포츠 이뻐 인기 판매 밥 25 눈물 작가 이배타 피규어 <mark>팝업스토어</mark> cgv 정우성 26 에내메이션 눈물 관람 테스트 얼마 굿즈 피규어 27 스토리 영화관 집 지막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 배호 배호 장면 시전 굿즈 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가비스 기억 이뻐 하루 이00기 판업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 정면 유니품 대병 포스터 32 기억 포스터 에내메이션 굿즈 배 스토거 스토거 33 연출 선수 Cgv 영화관 스포츠 메지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 Cgv 테스트 작가 남자 에내메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필급 등 나로 한국 대반 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 영화관 영화관 기대 마바스 38 성우 연출 오타쿠 이0기 포스터 포스터 플럭 경기 메가박스 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 연화관 연화관 연화관 연화관 연화관 연화관 연화관 전수 밥 피규어 원작 영화관 연화관 연화관 기교 기대 대한 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 연화관 연화 기료이 원작 영화관 연화관 연화관 기료 기급이 되었다.							710 H	
21 작가 애니메이션 생각 노물 유용 자막 현대 유니폼 캐릭터 22 이이기 생각 눈물 유용 자막 현대 유니폼 1시트 23 작품 이비타 이이기 포스터 테스트 하루 하루 1시트 24 아버티 작품 스포츠 이뻐 인기 판매 밥 밥 1 전		大 大 大 大				지글 조이고		
22 010년 생각 눈물 유행 자막 현대 유니품 23 작품 0HHE 010년 포스터 테스트 하루 하루 24 0HHE 작품 스포츠 0HH 인기 판매 밥 25 눈물 작가 0HHE 피규어 말스토어 cgV 정우성 26 매니메이션 눈물 관람 테스트 엄마 굿즈 피규어 27 스토리 영화관 집 자막 후기 프린팅 친구 28 0I를 이를 백호 폭호 장면 사진 굿즈 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가박스 기억 0HH 하루 010년 필요스토어 집 31 영화관 스토리 주차 참면 유니품 대병 포스터 32 기억 포스터 애니메이션 굿즈 베 스트커 33 연출 선수 cgV 영화관 스포츠 미지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 cgV 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니품 한국 대안 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이0년기 포스터 포스터 필요다 40 오리지털 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대안 영화관 한국 42 대사 인기 이를 하이큐 카페 서울 미지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 다빙 44 스포 백호 관객 느낌 다형 최어 장면 발감스토어 45 대원 보조								
23								
24 이배타 작품 스포츠 이배 인기 판매 밥 255 눈물 작가 이배타 피규어 램업스토어 cay 정우성 26 애니메이션 눈물 관람 테스트 얼마 콧즈 피규어 27 스트리 영화관 집 자막 후기 프램팅 친구 28 이름 이름 백호 백호 장면 사진 콧즈 30 메기박스 기억 아빠 하루 이이야기 램업스토어 집 30 메기박스 기억 아빠 하루 이이야기 램업스토어 집 31 정화관 스토리 주차 참면 유니품 더빙 포스터 32 기억 포스터 애니메이션 콧즈 배 스타게 스타게 33 연출 선수 cgy 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메기박스 35 cgy 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송의 36 감독 현국 필름 유니품 한국 필름 유니품 한국 필름 유니품 현국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 아빠 롯데 대방 44 스포 백호 관객 느낌 지하 참면 팝업스토어 46 세대 아빠 한국 최애 최애 참면 팝업스토어								
25 눈물 작가 이비타 피규어 발업스투어 cgv 정우성 26 에니메이션 눈물 관람 테스트 엄마 굿스 피규어 27 스토리 영화만 집 자막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 백호 박호 장면 사진 굿스 29 느낌 관람 하루 주인공 영화만 인사 교환 30 메기박스 기억 이뻐 하루 이야기 판업스투어 집 31 영화만 스토리 주차 장면 유니품 더빙 포스터 32 기억 포스터 메니메이션 굿스 배 스타커 스타커 33 연출 선수 cgv 영화만 스포스 마지막 구매 34 타켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 cgv 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니품 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화만 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 관스터 경한 경우성 서울 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화만 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막								
26 매니메이션 눈물 관람 테스트 엄마 굿즈 피규어 27 스토리 영화관 집 자막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 백호 백호 장면 사진 굿즈 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가박스 기억 이뻐 하루 이야키 판업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니품 더빙 포스터 32 기억 포스터 애니메이션 굿즈 배 스트/커 스트/커 33 연출 선수 여행 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 청우성 경기 메가박스 35 여행 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막								
27 스토리 영화관 집 자막 후기 프린팅 친구 28 이름 이름 비호 백호 장면 사진 굿즈 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가박스 기억 아빠 하루 이야기 필업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니폼 대빙 포스터 32 기억 포스터 메니메이션 굿즈 배 스티커 스타커 33 연출 선수 CgV 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 CgV 테스트 작가 남자 메니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 아빠 롯데 대방 44 스포 백호 관객 느낌 극장 성우 원작 45 대방판 남자 기회 서울 마지막					테스트			
28 이름 이름 비호 백호 백호 장면 사진 굿즈 29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가박스 기억 이뻐 하루 이야기 판업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니품 대병 포스터 31 영화관 스토리 주차 장면 유니품 대병 포스터 32 기억 포스터 에니메이션 굿즈 배 스토커 스토커 33 연출 선수 여양 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 여양 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니품 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 대방 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 대방판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작								
29 느낌 관람 하루 주인공 영화관 인사 교환 30 메가박스 기억 이빠 하루 이야기 판업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니품 다빙 포스터 32 기억 포스터 애니메이션 굿즈 배 스타거 스타거 33 연출 선수 cgv 영화관 스포츠 마지막 구매 34 타켓 개봉 밥 국장 정우성 경기 메가박스 35 cgv 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대단 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 직품 인기 이를 하이큐 카페 서울 마지막 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작						구기 즈H며		
30 메가박스 기억 이뻐 하루 이야기 판업스토어 집 31 영화관 스토리 주차 장면 유니폼 더빙 포스터 32 기억 포스터 에니메이션 굿즈 배 스토커 스토커 33 연출 선수 CgV 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 CgV 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이빠 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작								
31 영화관 스토리 주차 장면 유니품 더빙 포스터 32 기억 포스터 에니메이션 굿즈 배 스트커 스트커 33 연출 선수 CgV 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 CgV 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이빠 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페								
32 기억 포스터 에니메이션 굿즈 배 스티커 스티커 33 연출 선수 cgv 영화관 스포츠 마지막 구매 34 티켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메가박스 35 cgv 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 필류 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이이기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이빠 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 너팅 45 다빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 이빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어					자며			
33 연출 선수 cgv 영화관 스포츠 BF지막 구매 34 EI켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메기박스 35 cgv 테스트 작가 남자 애니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 연대 경기 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 서울 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 BF지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이빠 롯데 대방 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 다방만 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 이빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
34 EI켓 개봉 밥 극장 정우성 경기 메기박스 35 cgv 테스트 작가 남자 메니메이션 피규어 배송비 36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이이키 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지털 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 대방 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 다방판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 아빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어						人立大		
35								
36 감독 한국 필름 유니폼 한국 대만 현대 37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이야기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 대방 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 아빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어				작가				
37 친구 주말 선수 밥 피규어 원작 영화관 38 성우 연출 오타쿠 이IOPI 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 경우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 이빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
38 성우 연출 오타쿠 이이기 포스터 포스터 흔적 39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 이빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
39 관람 감독 소리 연휴 하이큐 카페 대만 40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 0H바 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 0바바 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
40 오리지널 세대 남자 오타쿠 주차 정우성 서울 41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 이뻐 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 이빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
41 선수 인생 그림 추억 대만 영화관 한국 42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 0H바 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 0바바 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
42 대사 인기 이름 하이큐 카페 서울 마지막 43 인기 오타쿠 작품 인기 0H바 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 이빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
43 인기 오타쿠 작품 인기 0H바 롯데 더빙 44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 아빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
44 스포 백호 관객 느낌 극장 인기 카페 45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 아빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
45 더빙판 남자 개봉 주차 그림 성우 원작 46 세대 아빠 한국 최애 최애 장면 <mark>팝업스토어</mark>						극장		
46 세대 아빠 한국 최애 최애 장면 팝업스토어								
					초IOH	초IOH		

1월 4주차인 명절 시기부터는 1020대로 추정되는 키워드가 대거 등장

특히 이 시기부터 다양한 <mark>굿즈</mark>나 <mark>팝업스토어</mark>에 대한 수요도 커졌음을 확인 가능



주차	1월 1주차	1월 2주차	1월 3주차	1월 4주차	1월 5주/2월 1주차	2월 2주차	2월 3주차
	만화	만화	만화	강백호	강백호	강백호	송태섭
	송태섭					가비지EI임	
4	마하책	만화책	만화책	기비(지EH2)		만한	주차
			친구	만화책	만화책	앙스타	
					친구	화산	
7				화산귀환		화산귀환	
				호산	집	만화책	
				친구			포토카드
		주인공		앙스타	밥	친구	키링
				더빙			세트
		자막		집	백호		프린팅
	마지막	장면			7HIXIEHI		cgv
	개봉		주인공	생각	CIU		
	주인공	추억	추억			집	백호
					스EI커	유행	상영
17	장면	느낌	장면	판업스투어	현대	상영	사진
	人平大			캐릭터		키링	마하책
		친구			서울	밥	
	추억	人平大			주인공		기비(JEH)
	· 작가	애니메이션		人平大	사진		캐릭터
				유행	자막		
	작품		010171 :	포스터	· 테스트		
24		작품	人平大	OHH	인기		
		작가	OHHEF .	피큐어	· 팝업스토어		정우성
	애니메이션		관람 🗸	··	엄마	굿즈	피큐어
			집 /	자막,	후기	프린팅	친구
			백호	백호 🔪	장면	사진	マ ろ
		관람 💉	하루	주인공 🔪		인사	교환
		기억	OHHH	하루		팝업스토어	집
		스토리	주차 .	장면 🔪			
		포스터	에 메이션	굿즈 🔪	HH	스EI커	스EI커
	연출	선수	∢ cgv	영화관	<u> </u>		구매
34	El켓		/ 발	극장	정우성		
			사 작가		· 애니메이션	피큐어	
			/ <u>필</u> 름		한국		
	친구	주말	선수		\ Ⅱ\\\		영화관
		연출 /	오타쿠		포스터	포스터	
		감독 /	소리		투미를	카페	
40	오리지널	MICH		오타쿠	李 赴	정우성	서울
41		인생		추억			
42		인기		· 튜미어ㅎ	카페	서울	
43		오타쿠	작품	인기	O HUUH	롯데	
44				느낌	. 극장	인기	카페
45	더빙판 📝	남자	· 개봉	주차	··· <u> </u>		
46	MICH	OHHH	한국	초이어	최애		팝업스토어
47	카드 :	. 그림 ,	· 연출		선수	주인공	

"이빠"라는 언급은 1월 2주차부터 언급량이 급증했으나 1월 4주차를 기점으로는 오히려 급락

→ 초기 인지 제고에는 기존 타겟층(중장년층)이 기여했겠으나 1020대가 어느 정도 슬램덩크 영화를 인지하게 된 이후부터는 영향력이 그렇게 크지 않았을 가능성을 시사

즉, 초기 영향 요인과 유행으로서 본격적 Drive가 걸린 시점에서의 영향 요인은 상이할 수 있음을 예상 가능

정리해 보면,



				•	•		
주차	1월 1주차	1월 2주차	1월 3주차	1월 4주차	1월 5주/2월 1주차	2월 2주차	2월 3주차
1	만화	만한	만화	강백호	강백호	강백호	송태섭
				송태섭	송태섭		
				민화	나하다.	가비지타임	
4	만화책	만한책	만화책	・・ ブ田(太)E)임	''·-만한 일본 '·· .	무한	주차
			친구	마하책	 만화책	앙스타	
			일본 💘	일본	친구	호산	
7			포스터	화산귀환	캐릭터	화산귀환	
			더빙	화산	집 [만화책	.··· 일본 ··.
			경기	친구	하루	일본	포토카드
		주인공	자막	앙스타	밥	친구	키링
			캐릭터	GU	마지막	캐릭터	세트
		자막	원작	집	백호	백호	프린팅
	마지막		 극장	- 경기	기비(JEN).···		cgv
		후기	조이공	생각	FILL		####
	개봉 주인공	추억	추억 **.	äl H		집	
16	캐릭터	0 0 7	영화관 *•	마지막	스티커	유행	상영
17	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		장면	• 판언스투어	현대	상영	시전
18	人工大			개릭터	원작	키링	마하책
19	한국	친구		원작	서울	밥	
20	추억	人平大		卓刀	시년 주인공		7HIXIEH2
21	작가	 애니메이션		人亚大	사진		캐릭터
22			눈물	유행	자막		
23	· 작품		0 0 7	TANK	테스트		
24	· OHHEH	작품	人平大	O HUUF	인기		
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	작가	OHHEH	i III-04	판업스투어		정우성
	MIMINIA	눈물			엄마		피큐어
	애니메이션 스토리 · · · ·	영화관	관람 		후기	프린팅	친구
	0/E	······	백호	백호	자면 장면	사진	
				주인공	영화관		교환
			OHUH	하루	010171	판업스투어	교 집
			주차	장면	유니폼	더빙	
				구지	HH HH	스티커	스티커
	연출	선수		영화관	人平大	마지막	구매
34				극장	정우성		
35	cgv		작가	I 남자	애니메이션		
					한국		
	친구	주말		PI-	피규어		
		연출		0 0 7	포스터		
			소리	연휴	하이큐	카페	
			남자	2EI7	주차	정우성	서울
	선수			추억	대만	영화관	
42				하이큐	카페	서울	
43			작품	9171	OHUU		
4/4		백호		■ 上四	극장		
44	드로 더빙판			- 二百 - 二百 - 二百 - 二百 - 二百 - 二百 - 二百 - 二百		성우	원작
		OHUH	한국	· 구시 최에		장면	판업스투어
		그림	연출	에니메이션	선수	주인공	장리
4/		_==	二三 二三	네니네이언		T10	

슬램덩크의 인기 증가 원인은 크게 세가지 <mark>시점</mark>과 <mark>요인</mark>으로 구분 가능

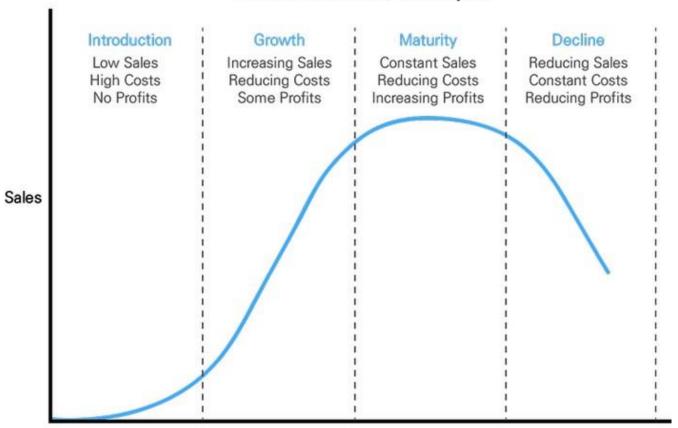
- 1. 초기, 기존 타겟의 당연한 유입 시기
 - 3040대의 추억 소환에 기댄 매출 제고 일부 관객들이 자녀 세대에 전파
- 2. 중기, 새로운 타겟의 유입 시작 시기
 - 전파된 일부 자녀 세대의 소비 시도와 소비 이후 그들만의 방식으로 또래에 2차 전파
- 3. 말기, 새로운 타겟의 유입 확산 시기
 - 또래를 통해 전파된 유행에 다수가 편승 굿즈 등으로 유행의 명맥을 이어가는 시기

마케팅 이론 중에

<제품생애주기(Product Life Cycle)>라는 게 있다.

- 제품이(혹은 서비스가) 시장에 출시된 후, 도입기 / 성장기 / 성숙기 / 쇠퇴기를 거친다는 이론인데 여기서 중요한 포인트는 딱 두가지다.
 - ① 우리가 현재 어느 위치에 있는지 진단할 수 있는가?
 - ② 우리의 성장 속도를 극대화하기 위해서, 혹은 쇠퇴 속도를 늦추기 위해서 어떻게 대응해야 하는지 알고 있는가?

Product (Service) Life Cycle



Time

1965년, <u>Harvard Business Review</u>에 제품 수명 주기 모델을 발표한 독일 경제학자 Theodore Levitt이 개발한 것

슬램덩크의 인기 형성 과정을 제품생애주기(Product Life Cycle)에 입혀 보면 이렇다.

C eMFORCE GIOIET

영화의 본 컨텐츠가 가진 '추억'이라는 가치를 넘어 새로운 소비층에게 적극 소비되며
 영화 자체 뿐만 아니라 만화책, 굿즈 등 다양한 제품으로 가치를 전이, 확장시킨 컨텐츠는
 스크린 수 조절 이라는 외부 정책과 소비 가능 집단의 확연한 감소 등으로 인해 또 다시 과거가 되고 있다.

Product (Service) Life Cycle Introduction Growth Maturity Decline Low Sales Increasing Sales Constant Sales Reducing Sales Reducing Costs Reducing Costs Constant Costs **High Costs** No Profits Some Profits Increasing Profits Reducing Profits 300만 정점을 찍고 점진적 유행 감소, 스크린 수 감소로 더 촉발 Sales 1020대 소비로 대중화 : Maturity 다양한 연령층에서 소비됨과 동시에 굿즈 등 수요로 2차 유행 확산 명절 변곡점 : Growth 새로운 타겟이 유입되며 기존 소비층과 혼재되어 소비 내봉직후: Introduction 개봉 이후~2주 간 예상 가능한 Early Adopter의 적극적인 수용과 전파 Time

자, 이제 걸릴!

더 퍼스트 슬램덩크라는 애니메이션이 100만 정도까지가 한계일 것이라는 예상을 뒤엎고, 최근까지 꾸준히 흥행할 수 있었던 이유는 무엇인가?

< 우리가 **CH 이는** 사실 >

- 명절은 원래 성수기다.
- 아바타는 이미 거의 다 봤을 정도로 상당한 끝물이었다.
- 몇몇 한국 영화를 볼 수도 있었지만 그닥 끌리지 않았다.



< 우리가 **알아야 할** 사실 >

- 아빠가 딸에게 전파했다.
 - 충성층이 스스로 브랜드 가치를 옹호(Advocate)하며 또래 집단을 넘어 저관여층(Non-User)으로까지 전파
- 딸은 슬램덩크를 가비지타임과 비교하며 이해하고 수용했다.
 - 초기 전파(바이럴)를 통해 제품명은 알릴 수 있어도 소비의 명분이나 가치까지 전달하는 것은 상당히 어려운 일이며 특히 가치 공유가 상대적으로 유연한 또래가 아닌 타 집단의 경우, 수용자 스스로 비교 가능한 기준점이 있는가. 혹은 연상 가능한 무엇이 있는가가 관건
- ✓ 딸은 또, 영화 관람에서 끝나지 않고 굿즈 요구와 공유를 통해 대중적인 붐(Boom)으로 연계 가능한 발판을 마련했다.
 - 영화 관람은 경험이지만, 굿즈는 소유이며, 경험에 대한 인증은 글을 써야 하지만, 소유에 대한 인증은 겨우 사진 한장. 바꿔 말하면 경험과 소유를 함께 제공 가능한 **판(Stage)**을 구성해야하며,
 - 이 때 반드시 경험은 노력을 통하게 만들고 소유는 한없이 가벼운 것이어야..



End Of Document

Contact Us

Website URL http://bigdata.emforce.co.kr

Analyst 박경하 실장 T02.6177.1871 eMAIL khbak@emforce.co.kr