



Made In Asia

메이드 인 아시아

Contents

Made In Asia 2017

2	서문 PREFACE	166	필리핀 THE PHILIPPINES
6	한국 KOREA		Overview Philippines' 2016 Film Industry
	Overview Korean 2016 Film Industry		필리핀 2016 영화산업 개괄
	한국 2016 영화산업 개괄		인터뷰 : 말라우 산토스
	인터뷰 : 이동하		Interview with Malou N. SANTOS
	Interview with LEE Dongha	192	베트남 VIETNAM
34	중국 CHINA		Vietnam Cinema 2016: A Downfall
	Overview Chinese 2016 Film Industry		베트남 2016 영화산업 : 급격한 추락
	중국 2016 영화산업 개괄		인터뷰 : 응오 탄 반
	인터뷰 : 위동		Interview with NGO Thanh Van
	Interview with YU Dong	214	인도네시아 INDONESIA
64	홍콩 HONG KONG		Overview Indonesian 2016 Film Industry
	Hong Kong: An Industry Lost In Transition		인도네시아 2016 영화산업 개괄
	여전히 힘든 홍콩시장		인터뷰 : 미라 레스마나
	인터뷰 : 아이비 호		Interview with Mira LESMANA
	Interview with Ivy HO	238	말레이시아 MALAYSIA
92	대만 TAIWAN		Overview Malaysian 2016 Film Industry
	Overview Taiwanese 2016 Film Industry		말레이시아 2016 영화산업 개괄
	대만 2016 영화산업 개괄		인터뷰 : 나즈와 아부 바커
	인터뷰 : 리타 창		Interview with Najwa ABU BAKAR
	Interview with Rita CHUANG	260	인도 INDIA
114	일본 JAPAN		Overview Indian 2016 Film Industry
	Overview Japanese 2016 Film Industry		(Bollywood, Tollywood, Kollywood)
	일본 2016 영화산업 개괄		인도 2016 영화산업 개괄
	인터뷰 : 야마우치 아키히로		(발리우드, 탈리우드, 칼리우드)
	Interview with YAMAUCHI Akihiro		인터뷰 : 가우단 바주데브 메논, 카렌 조하르,
			다구바티 수레쉬 바부
140	태국 THAILAND		Interview with Gautham Vasudev MENON,
	2016 Thai Films In The Mists of Sorrow		Karen JOHAR, Daggubati Suresh BABU
	2016년 슬픔의 안개 속 태국 영화		
	인터뷰 : 아논 밁쿤타		
	Interview with Arnon MINGKWUNTA		

Made In Asia 2017

지난해 부천국제판타스틱영화제는 확장된 산업프로그램 B.I.G를 출범하면서 ‘메이드 인 아시아’라는 산업프로그램을 신설했습니다. 영화제의 특별전인 ‘베스트 오브 아시아’는 아시아 10개 국가의 2016년 자국 박스오피스 탑3를 모아 상영하는 섹션으로, 지난 해 아시아의 관객들이 선택한 영화의 경향을 살펴보려는 취지로 기획되었습니다. 또한, 탑3 영화의 제작자를 부천에 초대하여 아시아에서 영화를 제작하는 것에 대해 논하고, 아시아 영화관계자들이 네트워킹하는 시간을 가졌습니다.

지난해에 이어, ‘메이드 인 아시아’는 화제의 특별전 ‘베스트 오브 아시아’와 아시아 영화산업에 대하여 이야기하는 ‘메이드 인 아시아 포럼’, 아시아 11개국 영화산업의 경향과 주요 제작자들의 인터뷰로 구성된 자료집의 발간으로 이루어집니다. 지난해 10개국에 올리는 인도가 추가되어 발리우드(힌디), 탈리우드(텔루구), 칼리우드(타밀), 세 지역의 트렌드 리포트 및 제작자 인터뷰를 실을 수 있었습니다. 그러나 마지막 순간까지 기다렸던 인도 발리우드 작품 상영이 성사되지 못하여 아쉬움이 남습니다.

‘메이드 인 아시아 포럼’에서 우리는 아시아에서 영화를 만든다는 것의 의미와 협력을 강화하는 방안을 짚어 볼 것입니다. 특히 대만영화 <마신자- 빨간 옷 소녀의 저주 The Tag-Along>은 2015년 NAFF 및 프로젝트 선정작으로서, 작품이 완성되어 자국 박스오피스 탑3에 들어갔다는 것은 고무적인 일입니다. ‘메이드 인 아시아’에 초대된 제작자들이 향후에도 또 다시 시장을 이끌어가는 제작자로서 건승하기를, 그래서 또 다시 BIFAN에 찾아오기를 바랍니다.

‘메이드 인 아시아’를 통해 아시아 각국의 영화 관계자들이 아시아 영화산업의 현황을 공유하고 실제적인 협력을 끌어낼 수 있는 발판으로 커 나가기 바랍니다.

부천국제판타스틱영화제 집행위원장 **최용배**

PREFACE

Last year, BIFAN launched B.I.G, an expanded industry program, and created a new industry program called 'Made in Asia'. 'Best of Asia' is a special collection of the top 3 box office titles in 2016 from 10 Asian countries. It was designed to look at the movies trends selected by Asian audiences last year. In addition, we invited the producers of the top 3 films to Bucheon and discussed making films in Asia.

There was an Asian film networking party as well. Following the previous year, 'Made in Asia' will contain 'Best of Asia,' that screens the box office hits, 'Made in Asia Forum' that discusses the Asian movie industry, and publication on the movie industry trends in 11 Asian countries and interviews with major producers. Adding to the 10 countries from last year, India was included in the list this year. This enabled us to include the trend report of Bollywood, Tollywood(Telugu) and Kollywood(Tamil), as well as including the producers' interviews. However, it would have been even better if we got the chance to screen a Bollywood movie that we waited until the last moment.

At the 'Made in Asia Forum', we will look for ways to reinforce the meaning and cooperation of making films in Asia. The Taiwanese film, *The Tag-Along*, was selected as a NAFF It Project in 2015 and was no.3 Taiwanese box office film 2015. This is a true inspiration.

I hope the producers who were invited to "Made in Asia" would come back to BIFAN as market-leading producers in the future.

Through 'Made in Asia', I hope Asian filmmakers get a chance to share the current status of the Asian film industry and use it as a stepping stone for practical cooperation.

Bucheon International Fantastic Film Festival
CHOI Yongbae, Festival Director



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

한국 | KOREA

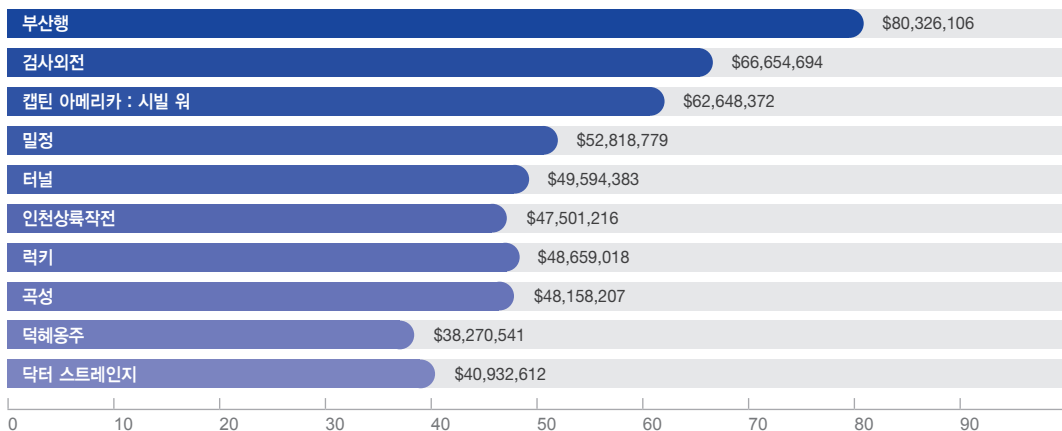
2016년 한국 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - KOREAN BOX OFFICE 2016

출처: <http://www.kobis.or.kr>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	배급사	관객수
부산행	연상호	한국	스릴러	\$80,326,106	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	11,565,479
검사외전	이일형	한국	코미디	\$66,654,694	(주)쇼박스	9,707,581
캡틴 아메리카 : 시빌 워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$62,648,372	월트디즈니 컴퍼니코리아(주)	8,677,249
밀정	김지운	한국	드라마	\$52,818,779	위너브러더스 코리아(주)	7,500,420
터널	김성훈	한국	드라마	\$49,594,383	(주)쇼박스	7,120,508
인천상륙작전	이재한	한국	드라마	\$47,501,216	씨제이이엔엠(주)	7,049,643
럭키	이계백	한국	코미디	\$48,659,018	(주)쇼박스	6,975,290
곡성	나홍진	한국	스릴러	\$48,158,207	이십세기폭스코리아(주)	6,879,908
덕혜옹주	허진호	한국	드라마	\$38,270,541	롯데쇼핑(주) 롯데엔터테인먼트	5,599,229
닥터 스트레인지	스콧 데릭슨	미국	액션어드벤처	\$40,932,612	월트디즈니 컴퍼니코리아(주)	5,446,239

| 극장 입매권 매출 |

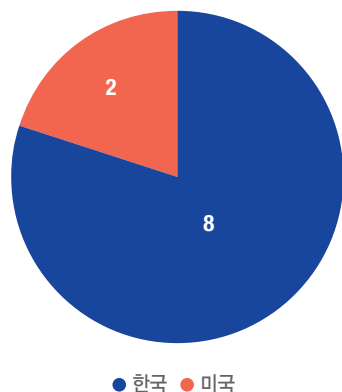


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: <http://www.kobis.or.kr>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	배급사	관객수
부산행	연상호	한국	스릴러	\$80,326,106	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	11,565,479
검사와전	이일형	한국	코미디	\$66,654,694	(주)쇼박스	9,707,581
밀정	김지운	한국	드라마	\$52,818,779	워너브러더스코리아(주)	7,500,420
터널	김성훈	한국	드라마	\$49,594,383	(주)쇼박스	7,120,508
인천상륙작전	이재한	한국	액션어드벤처	\$47,501,216	씨제이이엔엠(주)	7,049,643
럭키	이계벽	한국	코미디	\$48,659,018	(주)쇼박스	6,975,290
곡성	나홍진	한국	스릴러	\$48,158,207	이십세기폭스코리아(주)	6,879,908
덕혜옹주	허진호	한국	드라마	\$38,270,541	롯데쇼핑(주) 롯데엔터테인먼트	5,599,229
마스터	조의석	한국	액션어드벤처	\$34,297,139	씨제이이엔엠(주)	4,935,325
판도라	박정우	한국	드라마	\$29,271,922	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	4,313,867

| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



2016년 전체 극장 매출은 전년대비 크게 증가하지 않았지만, 한국영화 매출은 전년 대비 비교적 크게 증가하였고, 온라인 영화상영시장이 꽤 큰 폭으로 성장하였으며, 해외 수출액도 늘어나는 등 한국 영화산업은 작년 한 해 동안 전반적으로 긍정적인 성과를 거둔 것으로 평가된다.

그러나 우려도 존재한다. 흥행 상위 영화에 배정되는 상영 횟수가 증가추세에 있고, 메이저 투자배급사가 주관하는 고예산-광역개봉 영화 외에는 대체적으로 평균수익률이 적자를 기록하고 있어, 이러한 '양극화'가 중장기적으로는 한국영화의 산업적·예술적 성공에 음의 효과가 있을 것이라는 걱정이 그것이다.

극장흥행

2016년도 영화관 관객 수가 전년보다 27만 명 감소한 사실을 놓고 영화관 관객 수가 감소세로 돌아섰다고 말하는 것은 과장된 해석일 테지만, 2013년 전체 관객 수가 2억 1만 명을 넘어선 이후 관객 수 변화가 거의 없다는 점에서 극장 관객 수 증가를 기정사실로 보았던 은연 중의 전망을 버려야 할 시점이 되었다는 점은 명확해 보인다. 이처럼 관객 수가 증가할 가능성이 줄어들면서, 극장업계는 매출성장을 위하여 단가를 높이는 전략을 취하고 있다.

사운드 시설, 스크린 크기에서 다른 상영관과 차별되는 프리미엄 상영관을 설치하고, 스크린X, 4DX, 3D, IMAX 등의 특수 상영타입 상영관을 늘리고 있으며, 시간대별 탄력 요금제를 확대한 결과, 미미한 수치이긴 하나 2016년 전체 입장권매출액은 전년보다 1.6% 증가했다.

〈 2007년-2016년 한국영화, 외국영화 관객 수, 점유율, 1인당 관람횟수 〉

연도		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
극장 매출 (억 원)	전체	9,918	9,794	10,941	11,684	12,358	14,551	15,513	16,641	17,154	17,432
	증감률	7.1%	-1.3%	11.7%	6.8%	5.8%	17.8%	6.6%	7.3%	3.1%	1.6%
	한국영화	4,940	4,126	5,318	5,125	6,137	8,361	9,099	8,206	8,796	9,279
	증감률	-16.5%	-16.5	28.9%	-3.6%	19.8%	36.2%	8.8%	-9.8%	7.2%	5.5%
	외국영화	4,978	5,668	5,623	6,559	6,221	6,190	6,414	8,435	8,358	8,153
	증감률	49.0%	13.9%	-0.8%	16.7%	-5.1%	-0.5%	3.6%	31.5%	-0.9%	-2.5%
관객 수 (만 명)	총 관객 수	15,878	15,083	15,696	14,918	15,972	19,489	21,335	21,506	21,729	21,702
	증감률	3.5%	-5.0%	4.1%	-5.0%	7.1%	22.0%	9.5%	0.8%	1.0%	-0.1%
	한국영화	7,939	6,355	7,641	6,940	8,287	11,461	12,729	10,770	11,293	11,655
	증감률	-18.9%	-20.0%	20.2%	-9.2%	19.4%	38.3%	11.1%	-15.4%	4.9%	3.2%
	점유율	50.0%	42.1%	48.7%	46.5%	51.9%	58.8%	59.7%	50.1%	52.0%	53.7%
	외국영화	7,939	8,728	8,055	7,978	7,685	8,028	8,606	10,736	10,436	10,047
	증감률	43.0%	9.9%	-7.7%	-1.0%	-3.7%	4.5%	7.2%	24.8%	-2.8%	-3.7%
	점유율	50.0%	57.9%	51.3%	53.5%	48.1%	41.2%	40.3%	49.9%	48.0%	46.3%
1인당 관람횟수 (회)		3.22	3.04	3.15	2.92	3.15	3.83	4.17	4.19	4.22	4.20

*출처 〈2016년 한국 영화산업 결산〉 (영화진흥위원회, 2016.02.28)

흥행작

2016년 극장 흥행 상위 10편 중에서는 8편이, 상위 20편 중에서는 13편이 한국영화였다. 2016년 한국영화의 관객점유율은 53.7%로 과반을 조금 넘는데 반해, 흥행 상위 10편 총 관객 중 한국영화 관객 수는 81.5%였고, 흥행 상위 20편 관객 중 한국영화 관객 수는 70.9%였다.

외국영화에 비해 한국영화의 흥행 상위작 관객집중도가 높은 것으로 볼 수 있다. 한국 극장가에는 설 연휴, 여름휴가, 추석 연휴, 연말연시시즌 등 네 차례의 '몸비'시즌이 있다. 최근 몇 년간 동안의 경향은 한국영화는 여름휴가, 설 연휴, 추석연휴에 관객을 크게 모으고, 연말연시시즌에는 미국영화와 한국영화가 경쟁하는 것이었다. 그리고 흥행시즌이 아닌 4월, 5월, 6월, 10월, 11월에는 할리우드 영화가 관객몰이에 나서는 모양새였다.

작년의 흥행 결과도 이러한 경향에서 크게 벗어나지 않았다. 여름흥행시즌¹⁾(7월말~8월초)에 상영된 한국작품인 <부산행>(1위), <터널>(5위), <인천상륙작전>(6위), <덕혜옹주>(9위) 등 4편이 흥행 상위 10편에 포함되었고, 설 연휴 작품인 <검사와외전>이 흥행 2위에, 추석연휴 작품인 <밀정>이 4위에 올랐다. 외국영화로는 4월 말에 개봉하여 5월 초에 관객을 크게 끌어 모은 <캡틴 아메리카: 시빌 워>, 10월 말에 개봉한 <닥터 스트레인지>가 각각 흥행 3위와 10위를 기록했다.

2016년은 국내외 관객과 비평가들이 차기작을 기대하는 감독들이 영화를 쏟아낸 해였다.

박찬욱 감독이 <아가씨>를, 김지운 감독이 <밀정>을 나홍진 감독이 <곡성>을 완성시켜 해외 주요 국제영화제에 초청²⁾받아 해외 평단의 주목을 끌었고 아울러 국내 극장가에서도 많은 관객을 끌어들이며 흥행과 비평 양 측면의 성공을 거두었다. 또한 11,565,479명의 관객을 동원하여 930억 원의 입장권 매출을 거둔 <부산행>은 국내 흥행작으로는 드물게 해외 극장가에서도 큰 성공을 거둔 작품이라는 점에서 의미가 깊다.

배급사

2016년 배급시장 Top 5 리스트는 CJ E&M, 쇼박스, 월트디즈니, 워너, 20세기폭스 순으로 채워졌다. CJ E&M은 2016년에도 배급시장 1위 자리를 지켰지만, 관객점유율은 20%대 밑으로 떨어졌다. 대신 3위에서 5위 배급사인 할리우드 직배사의 관객 점유율이 예년에 비해 커졌다. 3위에 오른 디즈니는 전 세계 시장에서 역대 최대의 박스오피스를 달성하면서 한국 시장에서도 선전했다. 4위와 5위에 오른 워너와 폭스는 각각 한국영화 흥행작 <밀정>과 <곡성>에 투자하여 이 작품들을 배급하면서 전체 시장점유율을 끌어 올렸다. 한국의 제작자나 창작자가 선택할 수 있는 투자배급사가 더 늘었다는 점에서 워너와 폭스의 성공은 긍정적으로 받아들여지고 있다. 하지만 상업영화계도 피해갈 수 없었던 정치적 외풍이 할리우드 직배사에 상대적으로 더 큰 기회를 제공한 결과라는 해석도 있다.

〈 2012년 - 2016년 관객점유율 TOP 5 배급사 목록 〉

순위	2012			2013			2014			2015			2016		
	배급사	상영 편수	관객 점유율 (%)	배급사	상영 편수	관객 점유율 (%)	배급사	상영 편수	관객 점유율 (%)	배급사	상영 편수	관객 점유율 (%)	배급사	상영 편수	관객 점유율 (%)
1	CJE	43	27.2	CJE	42	21.4	CJE	31	24.9	CJE	26	22.9	CJE	24	17.4
2	쇼박스	11	12.8	NEW	21	18.4	롯데	30.5	12.1	쇼박스	11	17.1	쇼박스	10	13.6
3	롯데	46	12.4	롯데	37.5	14.9	소니	16	11.3	디즈니	9	11.6	디즈니	10	12.3
4	NEW	16.5	12.1	쇼박스	13	13.7	워너	12	10.8	폭스	16	9.4	워너	13	10.3
5	소니	18	12	소니	18	9.5	폭스	14	8.9	UPI	32	8.6	폭스	14	9.6
	기타	586.5	23.5	기타	903.5	22.1	기타	1,084.5	32.0	기타	1,181	30.4	기타	1,594	36.8
	계	721	100.0	계	1035	100.0	계	1,188	100.0	계	1,275	100.0	계	1,665	100.0

* 출처 <2016년 한국 영화산업 결산> (영화진흥위원회, 2016.02.28)

1) 7월 마지막 두 주와 8월 첫 두 주, 도합 총 네 주는 연간 최 성수기로 2016년에는 이 기간 동안 극장을 찾은 관객 수가 3,400만 명에 육박했다.

2) 2016년 제69호 칸 영화제는 박찬욱 감독의 <아가씨>를 경쟁부문에, 나홍진 감독의 <곡성>과 연상호 감독의 <부산행>을 비경쟁 부문에 초청하였다. 김지운 감독의 <밀정>은 같은 해 베니스국제영화제 비경쟁 부문에 초청되었다. <아가씨>는 430만 명 (국내 극장 흥행 15위), <곡성> 688만 명 (8위), <부산행> 1,157만 명 (1위) <밀정> 750만 명 (4위)의 관객을 동원했다.

상영관

2016년 말 기준 극장 사이트 수는 417개로, 스크린 수의 총합은 2,575개로 집계되었다. 2015년도 사이트 수 388개, 스크린 수 2,424개 스크린보다 각각 29개, 151개 증가한 수치이다.

인구 100만 명당 스크린 수는 49.8개로 2011년 38.9개보다는 많이 증가하였지만, 미국(124.5개), 프랑스(88.8개), 영국(64.4개) 독일(58.8개)에 비해서는 낮은 편³⁾이다. 2016년도 CGV, 롯데시네마, 메가박스 등 3개 멀티플렉스 체인 영화관의 입장권 매출액은 전체 영화관 입장권 매출액의 97.1%를 차지했다. 메가박스가 시너스를 2011년에, CGV가 프리머스를 2013년에 각각 합병하면서 한국의 극장시장은 3개의 멀티플렉스 체인의 과점시장으로 고착되었다. 이들 3개 체인의 입장권 매출액 점유율은 2013년 이래 전체의 96% 이상으로 집계되고 있다.

〈 2013년~2016년 멀티플렉스 체인별 입장권 매출액 시장점유율 〉

극장		입장권 매출액 시장점유율				2016년 사이트수/스크린수	
		2013년	2014년	2015년	2016년	사이트수	스크린수
3대 체인	CGV	49.5%	50.7%	50.6%	49.7%	133	996
	롯데시네마	28.4%	28.6%	29.9%	30.1%	112	793
	메가박스	18.1%	17.4%	16.6%	17.3%	85	590
	3대 체인 소계	96.1%	96.7%	97.1%	97.1%	330	2,379
독립 극장		3.9%	3.3%	2.9%	2.9%	87	196

*출처 〈2016년 한국 영화산업 결산〉 (영화진흥위원회, 2016.02.28)

한국영화 제작비

2016년 극장에서 개봉 상영된 한국영화 중 40회차 이상 상영된 작품 총 178편⁴⁾의 평균 순 제작비는 17.1억 원으로 집계되었다. 그리고 이들 영화의 평균 P&A비용은 6.9억 원으로 집계되었는데, 순 제작비와 P&A를 합한 총 제작비 평균액은 24억 원인 것으로 조사되었다. 그러나 178편의 작품 중 총 제작비 10억 원 미만 작품이 전체의 63%인 112편에 달하고 있어, 이 수치는 영화시장에 공급되는 한국영화의 평균적인 제작비 규모를 가늠하기 힘들다.

그래서 매년 영화진흥위원회는 총 제작비 10억 원 이상이거나 100개관 이상 규모로 개봉되는 영화를 '상업적인 목적으로 제작, 유통되는 한국영화'로 보고, 이들 영화의 제작비를 별도로 조사하고 있다.

2016년 개봉작 중 이러한 요건에 해당되는 작품은 총 82편이었다.

82편의 비용을 조사한 결과 순 제작비 평균액은 32.4억 원, P&A 평균 비용은 13.1억 원, 총 제작비 평균액은 45.5억 원으로 집계되었다. 배급규모도, 제작비 규모도 양극화되고 있다는 의견이 최근 한국 영화사업계 종사자들이 공통적으로 가지는 의견이다. 제작비 규모 양극화를 따져보기 위해, 순 제작비가 30억 원 이상 소요되었거나 순 제작비 30억 원 미만이라도 300개 이상의 상영관에서 개봉 상영된 작품을 대상으로⁵⁾ 순 제작비 구간별 편수의 2015년도와 2016년도간 변화를 살펴본

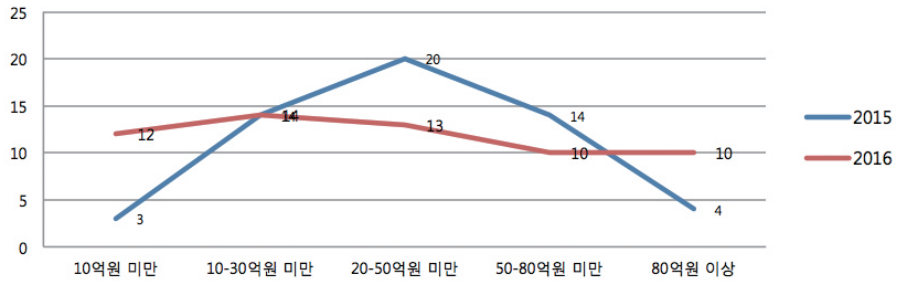
3) IHS 제공, 2016년 4월 기준 자료에서 인용하였다.

4) 영화진흥위원회는 2015년까지는 매년 극장 개봉된 한국영화 전체를 대상으로 제작비를 조사하여 평균 제작비를 집계하였다. 그러나 2016년 극장 개봉작이 2015년에 비해 급격하게 증가하였고 (2015년 232편 → 2016년 302편), 다수의 작품이 IPTV 상영을 주된 목적으로 제작되어 극장에서는 매우 제한된 규모로만 상영되고 있는 데다가, 이러한 작품의 제작비를 조사하기가 매우 어렵다는 어려움 때문에 2016년도부터는 극장에서 40회차 이상 상영된 영화에 국한하여 제작비 조사를 진행하였다.

5) 한국영화 투자업계 종사자와 상영업계 종사자들은 최근 경험에 비추어 본다면 상업영화 시스템으로 만들어지는 한국영화는 각각 제작비가 최소 30억 원 이상 소요되고 300개 이상의 상영관에서 상영된다는 의견을 제시한다.

영화진흥위원회의 조사에 따르면, 순 제작비 10억 원 미만과 80억 원 이상 구간만 작품수가 늘어났고, 그 외 순 제작비 구간 작품 수는 감소하거나 그대로였다.

〈 2015년 vs 2016년 순제작비 구간별 제작편수 비교 〉



*출처 〈2016년 한국 영화산업 결산〉 (영화진흥위원회, 2016.02.28)

김현수 | 영화진흥위원회 산업정책연구팀장

1999년부터 영화진흥위원회에서 근무, 영화관입장권통합전산망 론칭, 한국영화해외진출 지원, 한국영화아카데미(Korean Academy of Film Arts) 운영 등의 업무를 담당하였으며, 2014년부터 영화정책 수립을 위한 조사연구업무를 담당하고 있다.



인터뷰 | 이동하



〈부산행〉 프로듀서 | 한국

이동하는 프로듀서이자 '영화사레드피터'(REDPETER FILMS Co., Ltd)의 대표이다.

2006년부터 다수의 작품에서 프로듀서로 활약하였는데, 대표작으로는 칸국제영화제 각본상을 수상한 이창동 감독의 〈시〉(2010), 공식 한-불 합작 영화 〈여행자〉(2009) 등이 있다. '영화사레드피터'의 창립작 〈부산행〉(2016)은 1100만명 이상의 관객을 동원하며 2016년 한국 박스오피스 1위를 기록하였다.

'영화사레드피터'의 두 번째 작품인 연상호 감독의 〈염력(가제)〉은 현재 촬영 중에 있다.

Q _____ 영화에 대해 소개해 주세요

연상호 감독이 애니메이션 〈서울역〉 프리프로덕션 기간 중 어느 날 아침, 나에게 전화를 해서 “아버지와 아들이 KTX 첫차를 타고 가는데 바이러스에 감염된 가출소녀 하나가 타는 이야기 어떨 것 같아요?”라고 물어왔고 나는 “실사 영화로 좋은 아이디어다. 이야기를 어떻게 만들 수 있는지 작가와 같이 작업해보자”라는 대답을 하고는 바로 영화 〈화이〉의 각본을 썼던 박주석 작가와 셋이서 이야기를 만들기 시작했다. 영화 〈부산행〉은 바로 그 전화에서 시작된 영화로 부산으로 가는 KTX에 탄 다양한 인물들이 감염자에 맞서 살아남기 위해 사투를 벌이는 과정을 보여주는 영화다. 다양한 등장 인물들이 생사를 건 사투의 과정 중에서 각각 어떤 식으로 변화해가는지, 인간이 지닌 다채로운 면모를 보여주고 싶었다. 또한, 한국에서 상업 장편 영화로 다뤄진 적이 없는 ‘좀비’라는 소재를 다루는 재난 영화이며 두 편의 장편 애니메이션 연출로 평론가들의 호평을 받은 연상호 감독의 첫 번째 실사영화 연출 작품이다

Q _____ 영화가 한국 박스오피스에서 큰 성공을 거둘 수 있었던 이유가 무엇이라고 생각하시나요?

영화 〈부산행〉은 한국극장에서만 11,580,000명이 보면서 국내 극장 매출액(극장 측 수익포함)이 약, 850억 정도이며 대만, 홍콩, 싱가포르를 비롯한 다수의 아시아와 중남미 나라에서 박스오피스 1위를 했다. 그리고 많은 해외 유명인사들이 SNS를 통해 영화 〈부산행〉을 언급하면서 프랑스 역대 한국영화 1위, 영국 DVD렌탈탑 5위 등 비영여권 영화로는 드물게 전세계적으로 약, 1억 5천만 불의 매출이 예상되고 있다. 영화의 기획 단계부터 염두에 뒀던 것은 영화 〈부산행〉을 단순한 ‘좀비’영화로 마케팅 해서는 안 된다는 것이었다. ‘좀비’영화는 B급이라고 인지하고 있던 관객들에게 〈부산행〉은 좀비를 소재로 한 호러 영화가 아닌 원인을 알 수 없는 감염에 의한 국가적 재난 사태를 다룬 이른바 ‘웰메이드 재난영화’라는 점, 그 과정에서 직면하게 되는 우리 가족, 우리 사회의 이야기라는 점이 KTX라는 보편적이면서 한정된 공간에서 체험영화로 관객들과 만나길 바랐고 그 점이 주효했던 것 같다.

Q _____ 어떻게 영화에 투자를 받으셨나요?

몇 년 전 연상호 감독이 장편 애니메이션 〈사이비〉의 투자사를 찾고 있을 때, 나는 나와 함께 작업한 적이 있었던 ‘뉴’의 장경익대표에게 연상호 감독을 소개해 주었다. 이후부터 ‘뉴’와 연상호 감독은 〈사이비〉, 〈서울역〉의 작업을 통해 서로의 신뢰를 쌓아 나갔고 연상호 감독은 이미 전작 애니메이션들을 통해 많은 영화 관계자들로부터 실사영화 제안을 직간접적으로 받고 있었다. 따라서 영화 〈부산행〉은 자연스럽게 기획단계에서부터 ‘영화사레드피터’와 투자, 배급사인 ‘뉴’사이에 영화기획개발 계약을 시작으로 단계별로 투자, 배급이 이루어졌다.

Q _____ 한국의 경우 보통 어떠한 과정으로 투자를 받으시나요?

상업 영화는 메이저 4대 투자/배급사를 통해 영화에 대한 투자가 이뤄진다. 실제로는 영화 제작이 진행되면서 부분 투자자들을 모아 부분 투자를 받기 때문에 해당 투자/배급사가 한 영화의 제작비 100%를 부담하지는 않고, 메인 투자자가 되어 배급까지 책임지는 형태다. 저예산이나 예술영화는 수익성에 대한 부담으로 주로 영화진흥위원회 같은, 영상산업을 담당하는 공공기관이나 재단법인에서 지원금을 받는 경우가 많다. 물론 영화 투자의 과정을 단순히 상업영화/저예산 혹은 예술영화로 나누어 구분하는 기준이 있는 것은 아니고, 보편적인 경우 이와 같다는 것이다.

Q _____ 영화의 개봉과정에 대해 설명해 주세요.

개봉 시기는 기본적으로 배급사가 다른 배급사들의 라인업을 참조하여 결정한다. 물론 이때 제작사와의 협의를 거친다. 과거에는 매주 정해진 요일에 개봉하였으나 주말 관객을 선점하기 위한 마케팅 효과나 오프닝 스코어에 대한 중요성이 높아지면서 점차 개봉일의 경계가 모호해지는 추세다. 개봉관의 숫자는 개봉 전에 하게 되는 배급시사에서 각 극장 관계자들이 영화를 미리 본 이후에 그 규모가 정해지게 된다.

Q _____ 영화의 수익분배는 어떻게 이루어지나요? 영화 <부산행>의 경우는 어떠했나요?

투자사와 제작사가 수익을 나누는데, 영화나 투자사, 제작사에 따라 6:4부터 8:2까지 수익분배율이 정해진다. 영화 <부산행>의 경우는 투자사와의 계약 내용이 대외비여서 공개할 수 없음을 양해 구한다.

Q _____ 2016년 한국 영화의 트렌드는 무엇이었나요?

2016년 한국의 트렌드는 '다양성'이었던 것 같다. 2016년 흥행순위 10위 안에 드는 영화들이 전부 다르다. <검사와외전>이 900만을 넘기는 흥행 스타트를 끊었고, 이어서 <곡성>, <아가씨>가, 그리고 여름을 겨냥한 텐트폴 영화(<부산행>, <인천상륙작전>, <덕혜옹주>, <티끌>) 4편이 모두 흥행에 성공했다. 이후에도 <밀정>, <력키>, <마스터> 등 연달아 흥행 작품이 나왔는데, 소재도 장르도 모두 다른 개성 있는 영화들이 동시에 선전한 해였다. 그만큼 한국 관객들의 취향의 스펙트럼이 넓다는 생각을 했다.

Q _____ 한국 영화산업의 힘든 점은 무엇이라고 생각하시나요?

최근 몇 년간을 돌이켜보면 7,8월에 개봉하는 이른바 텐트폴 영화들의 관객 수가 천만을 넘는 것을 보면서 그만큼 영화시장의 양극화가 심해지고 있다는 생각이 들었다. 할리우드처럼 될 만한 영화에 거대 자본을 투입하고, 막대한 홍보 마케팅 비용을 들이고, 서로 개봉 시기를 조절하여 전체 스크린의 약 70%를 이상을 독점하는 독과점이 계속되고 있다. 이 때문에 상영 기회를 잡기 힘든 영화들의 수익성이 계속 악화되면서, 기존의 2~40억대 영화 대신 10억 이하의 초저예산 영화와 100억대의 블록버스터만 살아남는 기현상을 보여주고 있다.

Q _____ 한국 영화제작 수준에 대해 어떻게 생각하시나요?

한국 영화의 제작 수준에서 가장 높게 평가할 것은 인적 자원과 기술력이다. 한국 스태프들은 매우 헌신적이고, 현장에서 발생하는 변수에 대처하는 임기응변에도 매우 뛰어나다. 또한, 한국의 인터넷 기반 인프라는 세계적인 수준으로 영화가 필름에서 디지털 시대로 넘어오면서 변화하는 기술을 빠르게 습득할 수 있게 만들었다. 이 때문에 한국의 CG 기술은 한국을 넘어, 아시아와 할리우드에서도 인정받고 있다. 그러나 이런 개개인의 능력에도, 한국 영화 시장의 규모 때문에 제작 환경은 열악한 것이 현실이다. 기본적인 영화 시장이 큰 미국이나 중국과는 달리, 한국 영화 시장이 감당할 수 있는 예산 규모에는 늘 제한이 있을 수밖에 없다. 제한된 예산을 영화 제작에 사용하기 위해서는 제작환경을 개선하는 데 쓰이는 비용보다는 영화 제작에 좀 더 우선할 수밖에 없는 것이 현실이다.

Q _____ 한국에서 영화 촬영을 하고자 하는 분들에게 조언을 부탁드립니다.

한국은 영상 콘텐츠를 통한 홍보에 매우 관심이 높은 국가다. 최근 많은 할리우드영화들이 한국을 배경으로 촬영하는 이유도 한국에서 제공하는 로케이션 인센티브와 한국 개봉 시 기대되는 홍보 효과 때문이다. 하지만 <어벤져스 : 에이지 오브 울트론>이나 <본 레거시>처럼 한국의 특색이 제대로 드러나지 않는 촬영이 계속되자, 그에 대한 홍보 효과도 점차 시들해지는 것이 추세이다. 영화 <매트릭스>나 <킬빌>에 등장하는 쿵후나 일본도처럼 영화의 스토리와 한국의 문화가 접점을 이룰 때, 진정한 시너지 효과를 발휘할 수 있을 것으로 생각한다.

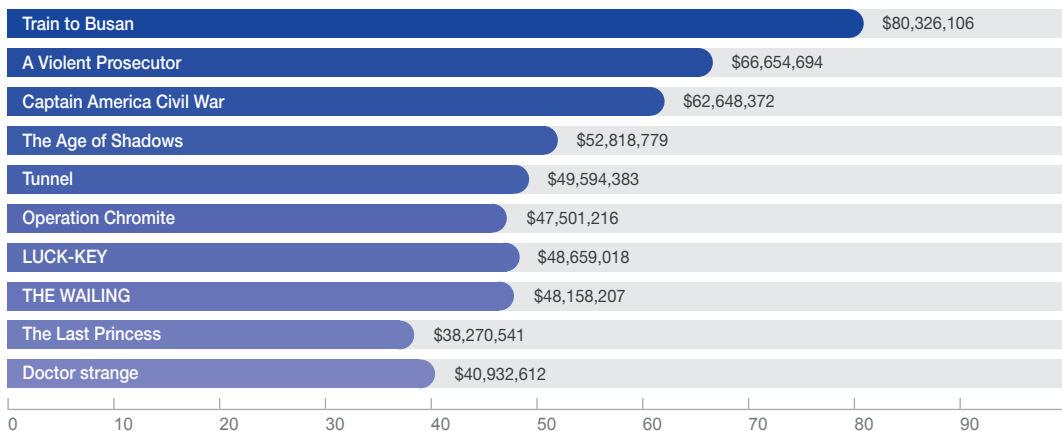
KOREAN FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - KOREAN BOX OFFICE 2016

Source : <http://www.kobis.or.kr>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Distribution	Number of spectator
Train to Busan	YEON Sangho	Korea	Thriller	\$80,326,106	N.E.W	11,565,479
A Violent Prosecutor	LEE Ilhyun	Korea	Comedy	\$66,654,694	SHOW BOX	9,707,581
Captain America Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$62,648,372	Walt Disney Pictures. Kr	8,677,249
The Age of Shadows	KIM Jeewoon	Korea	Drama	\$52,818,779	Warner Bros. kr	7,500,420
Tunnel	KIM Seonghun	Korea	Drama	\$49,594,383	SHOW BOX	7,120,508
Operation Chromite	LEE Jaehan	Korea	Drama	\$47,501,216	CJ E&M	7,049,643
LUCK-KEY	LEE Gyebyeok	Korea	Comedy	\$48,659,018	SHOW BOX	6,975,290
THE WAILING	NA Hongjin	Korea	Thriller	\$48,158,207	20th Century Fox. Kr	6,879,908
The Last Princess	HEO Jinho	Korea	Drama	\$38,270,541	Lotte Ent.	5,599,229
Doctor strange	Scott DERRICKSON	USA	Action adventure	\$40,932,612	Walt Disney Pictures. Kr	5,446,239

| GROSS BOX OFFICE |

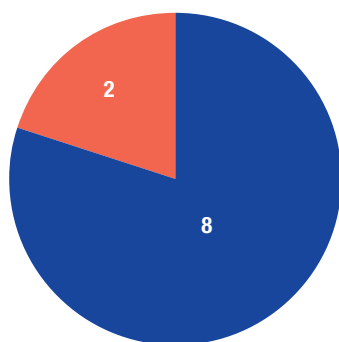


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : <http://www.kobis.or.kr>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Distribution	Number of spectator
Train to Busan	YEON Sangho	Korea	Thriller	\$80,326,106	N.E.W	11,565,479
A Violent Prosecutor	LEE Ilhyun	Korea	Comedy	\$66,654,694	SHOW BOX	9,707,581
The Age of Shadows	KIM Jeewoon	Korea	Drama	\$52,818,779	Warner Bros. kr	7,500,420
Tunnel	KIM Seonghun	Korea	Drama	\$49,594,383	SHOW BOX	7,120,508
Operation Chromite	LEE Jaehan	Korea	Drama	\$47,501,216	CJ E&M	7,049,643
LUCK-KEY	LEE Gyebyeok	Korea	Comedy	\$48,659,018	SHOW BOX	6,975,290
THE WAILING	Na Hongjin	Korea	Thriller	\$48,158,207	20th Century Fox. Kr	6,879,908
The Last Princess	HEO Jinho	Korea	Drama	\$38,270,541	Lotte Ent.	5,599,229
Master	JO Uiseok	Korea	Action adventure	\$34,297,139	CJ E&M	4,935,325
Pandora	PARK Jeongu	Korea	Drama	\$29,271,922	N.E.W	4,313,867

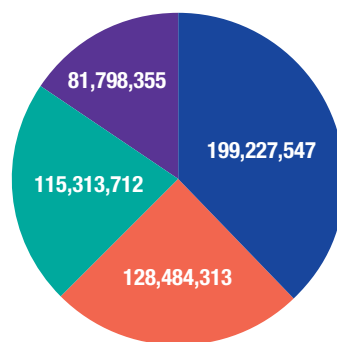
| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



● Korea ● USA

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



● Drama ● Thriller ● Comedy ● Action adventure

2016 Korean Film Industry Trends ¹⁾

Overall theater sales did not show a significant year-on-year increase in 2016, but Korean film sales increased significantly compared to last year. Also the online movie screening market had a considerable growth as well as the amount of foreign exports. The Korean Cinema Industry is valued to have achieved a positive overall performance last year.

However, there are also concerns. The number of screenings allocated to the top box office hits is on the rise, and apart from the high-budget-wide-release movies hosted by major investment distributors, the average return in general is in the red. This type of 'polarization' in the mid to long term will have a negative effect on the industrial and artistic success of Korean films.

Success In The Theatre

It maybe an exaggerated interpretation to say that the number of audience in theaters has declined over the fact that in 2016, 270,000 audiences came less than the previous year. However, after the total number of audiences exceeded 2 hundred million 10 thousand in 2013, the fact that the number of audiences has not changed since makes it clear it is time to drop the implied prospect of a definite increase in number of audiences. Due to the low possibility of audiences increase, made the theatre industry strategize to raise the unit price for sales growth. As a result of opening premium theatre that differs from other theatres in sound system and screen size, increasing Screen X, 4DX, 3D IMAX special screening theatres and expanding the flexible rate plan by time, despite a slight increase, overall ticket revenue for 2016 increased 1.6% from the previous year.

< 2007 -2016 Korean films, foreign films of audiences, market share of visits per person >

year		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
theater sales (100 million won)	Total	9,918	9,794	10,941	11,684	12,358	14,551	15,513	16,641	17,154	17,432
	% change	7.1%	-1.3%	11.7%	6.8%	5.8%	17.8%	6.6%	7.3%	3.1%	1.6%
	Korean movie	4,940	4,126	5,318	5,125	6,137	8,361	9,099	8,206	8,796	9,279
	% change	-16.5%	-16.5	28.9%	-3.6%	19.8%	36.2%	8.8%	-9.8%	7.2%	5.5%
	foreign movie	4,978	5,668	5,623	6,559	6,221	6,190	6,414	8,435	8,358	8,153
	% change	49.0%	13.9%	-0.8%	16.7%	-5.1%	-0.5%	3.6%	31.5%	-0.9%	-2.5%
Audience (in 10,000)	Total audience	15,878	15,083	15,696	14,918	15,972	19,489	21,335	21,506	21,729	21,702
	% change	3.5%	-5.0%	4.1%	-5.0%	7.1%	22.0%	9.5%	0.8%	1.0%	-0.1%
	Korean movie	7,939	6,355	7,641	6,940	8,287	11,461	12,729	10,770	11,293	11,655
	% change	-18.9%	-20.0%	20.2%	-9.2%	19.4%	38.3%	11.1%	-15.4%	4.9%	3.2%
	market share	50.0%	42.1%	48.7%	46.5%	51.9%	58.8%	59.7%	50.1%	52.0%	53.7%
	foreign movie	7,939	8,728	8,055	7,978	7,685	8,028	8,606	10,736	10,436	10,047
	% change	43.0%	9.9%	-7.7%	-1.0%	-3.7%	4.5%	7.2%	24.8%	-2.8%	-3.7%
	market share	50.0%	57.9%	51.3%	53.5%	48.1%	41.2%	40.3%	49.9%	48.0%	46.3%
number of view per person (per view)		3.22	3.04	3.15	2.92	3.15	3.83	4.17	4.19	4.22	4.20

* Source: 2016 Korean Film Industry Closing settlement (Korean Film Council, Feb. 28, 2016)

1) This article is based on the statistics and facts presented in the 「2016 Korea Film Industry Closing Settlement」 (KOFIC, 2016. Feb.28), and the tables and figures presented in this article are used as it is.

Success in Film

8 of the top 10 films in theaters, and 13 of the top 20 were Korean films in 2016.

In 2016, Korean movies accounted little over the majority for 53.7% of the total, while the top 10 big box-office grosser films the Korean moviegoers accounted for 81.5% and for the top 20 big box-office grosser films the Korean moviegoers accounted for 70.9%. Compared to foreign films, the top Korean box-office movies are seen as having a high level of audience concentration. There are four swarm of audience Mombi seasons in Korea theater district which is the Lunar New Years holiday, summer vacation, Korean Thanksgiving Chuseok holiday, and year-end and New Year's season. The trend in recent years has been that Korean films have attracted a great deal of audience during the summer vacation, Lunar New Years holidays, and Chuseok holidays, and American films and Korean films compete in the year-end and New Year's season. And in April, May, June, October, and November, that is considered as the off-Box office season, Hollywood movies tend to captivate the audience. Last year's box office hit did not deviate much from this trend. 4 out of the top 10 box office hit during the summer vacation²⁾ season (End of July - Early August), included Korean films *Train to Busan* (Rank 1st), *Tunnel* (Rank 5th), *Operation Chromite* (Rank 6th), *The Last Princess* (Rank 9th). The Lunar New Year Season movie *A Violent Prosecutor* ranked 2nd and Chuseok holidays movie *The Age of Shadows* ranked 4th.

Captain America: Civil War that opened at the end of April until early May and *Dr. Strange* that opened at the end of October attracted great number of audiences, ranking 3rd and 10th respectively.

The year 2016 was the year that the rising star directors gushed out their latest films that all the critics and domestic & international audiences were all waiting for. *The Handmaiden* by PARK Chanwook, *The Age of Shadows* by KIM Jeewoon and *The Wailing* by NA Hongjin were invited³⁾ to major overseas film festival and attracted the attention of overseas critics and simultaneously, attracted many audiences in the domestic theaters district and succeeded in both box office and reviews. In addition, *Train to Busan* mobilized 11,565,479 audiences collecting ticket sales of 93 billion Korean Won making a meaningful a rare success as a Korean film in the overseas theatre district.

Film Distributors

The top 5 in the 2016 distribution market were CJ E&M, Showbox, Walt Disney, Warners and 20th century Fox. CJ E&M maintained its number 1 ranking as distributor in 2016, but its share of the audience fell. Instead, Hollywood direct distributors ranked third to fifth place increasing their share of the audience more than in previous years.

Disney that ranked third achieved the largest box office in the world also doing well in the Korean Market.

2) The last two weeks of July and the first two weeks of August are the most peak season of the year and in 2016 the number of audiences who visited the theater was close to 34 million.

3) The 69th Cannes Film Festival in 2016 invited PARK Chan Wook's *The Handmaiden* to In Competition, NA Hong-Jin's *The Wailing* and YEUN Sang-ho's *Train to Busan* to Out of Competition. In the same year Director KIM Jee-woon's *The Age of Shadows* was invited to the Venice International Film Festival Out of Competition section. *The Handmaiden* attracted 4.3 million viewers (Ranking 15th in the domestic theater), *The Wailing* 6.8 million (Rank #8th) and *Train to Busan* 11.57 million (Ranking #1), and *The Age of Shadows* 7.5 million (Rank #4th)

Warner and Fox, that ranked 4th and 5th respectively, invested in the Korean movie hits *The Age of Shadows* and *The Wailing*, respectively, and increased their market share by distributing these films. The success of Warner and Fox has been received positively, as more Korean producers and creators can choose companies to distribute their work. However, some interprets that this political drama, which even the commercial film industry could not be avoid, provided a relatively greater opportunity for direct Hollywood distributors.

< 2012 - 2016 audience market share for the TOP 5 List of distributors >

Rank	2012			2013			2014			2015			2016		
	Distributor	Number of screening	Audience Market Share (%)	Distributor	Number of screening	Audience Market Share (%)	Distributor	Number of screening	Audience Market Share (%)	Distributor	Number of screening	Audience Market Share (%)	Distributor	Number of screening	Audience Market Share (%)
1	CJE	43	27.2	CJE	42	21.4	CJE	31	24.9	CJE	26	22.9	CJE	24	17.4
2	Showbox	11	12.8	NEW	21	18.4	Lotte	30.5	12.1	Showbox	11	17.1	Showbox	10	13.6
3	Lotte	46	12.4	Lotte	37.5	14.9	Sony	16	11.3	Disney	9	11.6	Disney	10	12.3
4	NEW	16.5	12.1	Showbox	13	13.7	Warner	12	10.8	Fox	16	9.4	Warner	13	10.3
5	Sony	18	12	Sony	18	9.5	Fox	14	8.9	UPI	32	8.6	Fox	14	9.6
	etc	586.5	23.5	etc	903.5	22.1	etc	1,084.5	32.0	etc	1,181	30.4	etc	1,594	36.8
	Total	721	100.0	Total	1035	100.0	Total	1,188	100.0	Total	1,275	100.0	Total	1,665	100.0

* Source: 2016 Korean Film Industry Closing settlement (Korean Film Council, Feb. 28, 2016)

Movie Theatre

By the end of 2016, the number of theaters was 417, and the total number of screens tallied to 2,575. The number of theatre and screens increased 29 and 151 respectively from 2015 from 388 and 2424 each. In 2015, The number of screens per 1 million population is 49.8, which is much higher than the 38.9 in 2011, but it is still lower than the United States (124.5), France (88.8), England (64.4) and Germany (58.8)⁴⁾. In 2016, admission tickets for CGV, Lotte Cinema and Megabox, the 3 multiplexed cinemas, accounted for 97.1% of all movie tickets. As Megabox merged with Sinus in 2011 and CGV with Primus in 2013, fixing the Korean theater market into an oligopoly of three multiplex chains. These three chains account for more than 96% of total ticket sales since 2013.

4) Citing IHS provided baseline data, April 2016.

< 2013 - 2016 Multiplex Ticket Sales Market Share per chain >

theater		Ticket sales Market share				2016 Number of sites / Number of screens	
		2013	2014	2015	2016	sites	screen
3 multiplex chain	CGV	49.5%	50.7%	50.6%	49.7%	133	996
	Lotte Cinema	28.4%	28.6%	29.9%	30.1%	112	793
	Mega box	18.1%	17.4%	16.6%	17.3%	85	590
	Three chain subTotal	96.1%	96.7%	97.1%	97.1%	330	2,379
Independent Theatre		3.9%	3.3%	2.9%	2.9%	87	196

* Source: 2016 Korean Film Industry Closing settlement (Korean Film Council, Feb. 28, 2016)

The Korean Film Production Costs

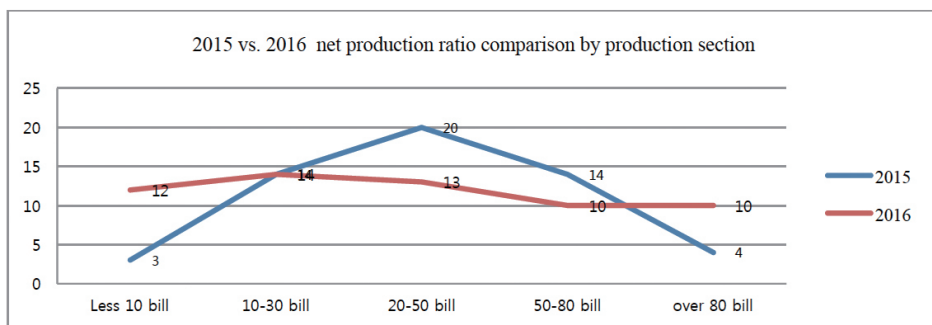
The average net production cost for 178⁵⁾ Korean films that showed more than 40 times in theaters in 2016 was 1.71 billion Korean Won. The average P&A cost of these movies was 690 million Korean Won. The average total production cost that was calculated by adding the net production cost and P&A was 2.4 billion Korean Won. However, 112 films which is 63% of the 178 films, had the total production cost less than 1 billion won making it difficult to estimate the average production cost of Korean films supplied to the movie market. So every year, KOFIC considers movies that have total production cost over 1 billion KRW or movies that plays over 100 screening scale as 'Korean films produced and distributed for commercial purposes' and investigates the production costs of these films separately. Movies that meet the requirements of these new releases in 2016 were 82 in total. After investigating the cost of 82 films, the average net production cost was 3.24 billion KRW, the average cost of P&A was 1.31 billion KRW, and the average total production cost was 4.55 billion KRW.

Korean film industry professions are all in agreement on the fact that distribution scale and production cost are becoming more polarized, To examine the production polarization scale, KOFIC surveyed movies⁶⁾ with net production costs exceeding 3 billion won or those that cost less than 3 billion won but that were screened in more than 300 theatres. By doing so KOFIC examined changes in the number of net production costs between 2015 and 2016, and according to their research the number of works with a net production cost of less than 1 billion KRW and more than 8 billion KRW increased. And the rest number of films in the net production cost section either decreased or remained the same.

5) Until 2015, the KOFIC assessed production costs for all Korean movies released each year, and calculated the average production cost. However, the number of movies released in 2016 increased drastically from 2015 (232 in 2015 to 302 in 2016) Many films were produced for IPTV screening purposes and were shown in movie theatres in a very limited scale, Because it is extremely difficult to examine the production costs of these works from 2016 KOFIC conducts production cost survey only for films screened 40 times or more from the top.

6) Enlightened by the recent experience of the Korean film investment and screening industry professions shows that systematically produced commercial Korean movies costs at least 3 billion KRW in production cost and are screened at more than 300 screenings.

7)



* Source: 2016 Korean Film Industry Closing settlement (Korean Film Council, Feb. 28, 2016)

7) We targeted movies that cost more than 3 billion KRW or screened over 300 theaters. The Korean films that meets these requirements were 55 films in 2015 and 59 films in 2016.

KIM Hyunsoo | Director, Policy Research Dept., Korean Film Council

KIM Hyunsoo has been working at Korean Film Council since 1999. During his tenure at KOFIC, he has been involved in major activities of the council such as launching Korea Box Office Information System (KOBIS), support programs for Korean films' export, and operation of Korean Academy of Film Arts to name a few. He's been in charge of council's Policy research department since 2014.



INTERVIEW | LEE Dongha



Producer of *Train to Busan* | **KOREA**

LEE Dongha is the producer and president of REDPETER FILMS Company Limited.

He worked as a producer for many films since 2006, and his major works include a Cannes Film Festival Best Screenplay award winning *Poetry*(2010) by director LEE Changdong, A Korean-French joint venture film *A Traveler New Life*(2009), etc.

REDPETER FILMS Company Limited's founding work *Train to Busan*(2016) attracted more than 11 million viewers and ranked number one in 2016 Korean box office.

REDPETER FILMS Company Limited's second film, *Psychokinesis*, directed by YEON Sangho, is currently being filmed.

Q _____ Tell us about the film.

One morning during the *Seoul Station*(2016) animation pre-production period, director YEON Sangho called me and asked "What do you think about a story of a father and son on a Korean Express Train(KTX) encountering a virus infected runaway?" I replied, "That's an interesting concept for a live-action movie. Let's work together with a scenario writer and make it happen. "After that, we immediately started working on the storyline with PARK Jooseok, the scenario writer for *Hwayi: A Monster Boy*(2013).

That phone call started the movie *Train to Busan*(2016), a film that shows various characters struggling to survive a sudden outbreak in a train.

It was important to show the transition of each character in a life-or-death situation and illustrate the various aspects of a human being.

This is a disaster movie using zombie as a material, a topic never dealt within a Korean commercial feature movie. Director YEON earned positive reviews from film critics with his two feature length animations and *Train to Busan* is his first live action movie.

Q _____ What do you think made this film so successful? And What does it take to succeed at the box office in Asia?

11,580,000 movie goers watched the movie *Train to Busan* in theatres bringing roughly 85 billion won (including theatre revenue) just in Korea and it topped the box office in many Asian countries including Taiwan, Hong Kong and Singapore and in Latin American countries.

In addition, many celebs mentioned *Train to Busan* through social media making it the all time number one Korean movie in France and 5th in UK DVD rental shops with expected sales of 150 million US dollars worldwide, which is rare for a non-English language film.

What I had in mind from the planning stage of this movie was that *Train to Busan* should not be marketed as a simple 'Zombie' movie.

To movie goers who considers 'Zombie' movies as a B-rated movie, the movie *Train to Busan* was not a zombie horror film, but a 'well-made disaster film' that deals with a national emergency caused by an unknown infection. I wanted the audience to see this as a story about their family and their society by using the universal but yet confined space of a KTX.

Q _____ How do you go about getting investment for films?

A few years ago, when director YEON was looking for an investor for his feature animation *The Fake*(2013), I introduced him to the CEO of N.E.W(Next Entertainment world) who I've worked with. Since then, N.E.W and director YEON have accumulated mutual trust through *The Fake* and *Seoul Station*. YEON was already getting indirect & direct live-action movie offers from movie reps through his previous animations.

Therefore, the movie *Train to Busan* had investment plans with REDPETER FILMS Company Ltd. and a

planning and development film contract from the planning stage with N.E.W distribution, which brought smooth step by step investments and distribution.

Q _____ How does a film usually get investment in Korea?

For commercial films, investment is made through 4 major investment / distribution companies.

The corresponding investor/distribution company does not cover 100% of the production cost since partial funds from collection of investors takes care of the production costs as the film production progresses, so it takes responsibility as the main investor making sure the movie goes all the way to distribution.

Due to the pressure of profitability, low-budget or artistic films usually receives grants from video industry related public agencies or foundations such as the Korean Film commission.

Obviously there is no standard in dividing commercial movie vs. low budget/artistic film for investment process, but this is quite universal.

Q _____ What kind of releases do local films get?

The distributor mostly refers to the lineup of other distributor to determine the release date. Of course, this is consulted with the film producers. In the past, films were released on the appointed day of every week, but as the importance of a weekend movie-goer targeted marketing plan and opening scores are increasing, this is making the boundaries of the opening date rather obscure. The number of screens on release date gets determined after each theatre representatives watch the distribution preview.

Q _____ How does profit-sharing work in Korea? How did it work for your film?

Investors and producers share their profits, and depending on the movie, the investor, and the production company, profit shares are set between 6: 4 and 8: 2. I hope you understand that the contract with the investors for *Train to Busan* is strictly confidential and cannot be disclosed.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

Korea's trend in 2016 seems to be 'diversity'. The films in the 2016 box office top 10 are all different. *A Violent Prosecutor*(2015) exceeded 9 million viewers breaking the box office, *The Wailing*(2016), *The Handmaiden*(2016) continued the winning streak and all 4 of the summer 'Tentpole' Movies(*Train to Busan*, *Operation Chromite*, *The Last Princess* and *Tunnel*) became box office hit. It was a year movies with a lot of characters and diverse material in different genre did well such as the blockbusters *The Age of Shadows*, *Luck-Key*, *Master* and etc. This made me think that the Korean viewers have a wide range of taste in movies

Q _____ What's the toughest challenge for the Korea industry these days?

Looking back at the last few years and witnessing the number of July, August audiences for the 'Tentpole' films exceeding 10 million, it made me think that the movie market polarization is getting worse. Anoligopoly is taking over more than 70% of the entire number of screens by putting huge capital into notable movies,

incurring enormous marketing costs, and adjusting the release date just like they do in Hollywood. As a result, the profitability of movies with little screening opportunity is worsening, and as a result instead of the existing 200 million to 4 billion ranged budget films; it brought the strange phenomenon of only allowing the ultra-low budget movies less than a 1 billion and blockbusters in the 10 billion ranges surviving.

Q _____ What do you think of Korea production values these days?

Human resources and technology are the most valued criteria in Korean production level. Korean staffs are very dedicated, and they are also excellent at responding to the on-site variables. In addition, Korea's world-class Internet-based infrastructure is enabling films to rapidly acquire changing technologies as they move from film to the digital age. As a result, Korean computer graphics technology is recognized beyond Korea but all the way to Asia and even in Hollywood. Despite these individual capabilities, due to the size of the Korean movie market, the production environment is quite poor. Unlike the US or China, where they have huge basic movie market, there will always be a limited budget scale that the Korean film industry can afford. In order to use a limited budget for film production, it takes priority over cost of improving the production environment and that's the reality.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Korea?

Korea is a country that is very interested in publicity through video content. The location incentives offered in Korea and the publicity effect expected when releasing the movie in Korea are the reason why many Hollywood movies are shooting in Korea. However, films such as *The Avengers: Age of Ultron*(2014) or *The Bourne Legacy*(2012) failed to reveal the distinct features of Korea, so the publicity effect is gradually wearing off. I think when the storyline and Korean culture create a point of contact like they did with Kung Fu in *The Matrix* or the Japanese katana sword in *Kill Bill* that is when it would create a synergy effect.

2016년 한국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING KOREAN FILMS IN 2016

No.1 부산행 Train to Busan

15

Code 248 • 7/15 18:00 CGV부천역 4관 / CGV Bucheon Station 4 | Code 517 • 7/18 14:00 CGV부천 6관 / CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX)

전국으로 확산된 정체불명의 바이러스. 긴급재난 경보령이 선포된 가운데 단 하나의 안전한 도시 부산까지 살아서 가기 위해 사람들은 열차에 몸을 싣는다. 천만 관객을 돌파하며 한국형 좀비 장르의 가능성을 보여준 연상호 감독의 첫 실사영화.

Written and directed by YEON Sangho who is well known for critical animated film *The King of Pigs*. When a train to Busan is overrun by zombies, people must work together to save everyone onboard.



연출	연상호	개봉일	2016.07.20	최종 관객수	11,565,479
제작	이동하, 김우택	개봉관수	1,788	최종 흥행 수입	\$80,326,106
제작사	(주)영화사레드피터	배급	(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)		

Director	YEON Sangho	No. of Screens	1,788
Producer	LEE Dongha, KIM Wootak	Distribution	New Entertainment World.
Production	REDPETER Films CO. Ltd	Final Admissions	11,565,479
Release Date	2016.02.03	Final Box Office	\$80,326,106



연출 | 연상호

1978년 출생. 상명대학교에서 서양화과를 졸업했다. 사회 고발적인 주제의식을 전달하는 <돼지의 왕>(2011)으로 2011 부산영화제에서 3관왕을 차지했다. 2017년에는 <부산행>(2016)으로 백상예술대상에서 신인감독상을 수상했다.

DIRECTOR | YEON Sangho

Born in 1978, Seoul. He graduated from Sangmyung University majoring in Western Painting. His well known animated film *The King of Pigs*(2011) won triple crown in 2011 BIFF. In 2017, he received Best New Director Prize at 2017 Baeksang Arts Award.



거친 수사 방식으로 유명한 검사 재욱은 살인 누명을 쓰고 15년 형을 받아 수감 된다. 복수의 칼을 갈던 재욱은 꽃미남 사기꾼 치원을 만나게 되고, 감옥 밖 작전을 대행해 줄 선수임을 직감한다. 치원을 통해 반격을 준비하는 재욱. 전직 검사의 복수극.

After a prosecution lawyer is framed and convicted for murder, he tries to catch the real murderer from jail with the help of a con artist.

연출	이일형	개봉일	2016.02.03	최종 관객수	2,226,445
제작	윤종빈, 한재덕	개봉관수	1,812	최종 흥행 수입	\$66,654,694
제작사	(주)영화사월광, (주)사나이픽처스	배급	(주)쇼박스		
Director	LEE Ilhyung	No. of Screens	1,812		
Producer	YOON Jongbin, HAN Jaeduk	Distribution	Show Box. Corp		
Production	MOONLIGHT Film/SNAI Pictures	Final Admissions	2,226,445		
Release Date	2016.02.03	Final Box Office	\$66,654,694		

연출 | 이일형

〈군도 : 민란의 시대〉(2013) 조감독, 각색
 〈비스티 보이즈〉(2008) 조감독, 각색

DIRECTOR | LEE Ilhyung

KUNDO : Age of the Rampant(2013) Vice Director, Dramatize
 Beastie Boys(2008) Vice Director, Dramatize

2016년 한국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING KOREAN FILMS IN 2016

No.3 밀정 The Age of Shadows

15

Code 148 • 7/14 20:00 오정어울마당 오정아트홀/Ojeong-gu Office Ojeong Art Hall | Code 632 • 7/19 17:00 CGV부천역 2관/CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX)

독립운동단체 의열단은 경성으로 폭탄을 들여오려는 계획을 세우고, 그들을 쫓는 일본 경찰도 비밀리에 상해로 모인다. 조선인 출신의 일본 경찰 이정출은 의열단의 뒤를 캐기 위해 의열단의 리더 김우진에게 접근하는데, 그들은 서로의 정체를 알면서도 속내를 감춘 채 가까워진다.

The 1920, Korea has fallen under Japanese rule. Lee Jungchool, a Korean police captain in the Japanese police force, is given a special mission to infiltrate the armed resistance fighting for Korean independence.



연출	김지운	개봉일	2016.09.07	최종 관객수	7,500,420
제작	최재원, 김지운	개봉관수	1,444	최종 흥행 수입	\$52,818,779
제작사	(주)워너브라더스코리아				

Director	KIM Jeewoon	No. of Screens	1,444
Producer	CHOI Jaewon, KIM Jeewoon	Distribution	Warner Bros. Korea
Production	Warner Bros. Korea	Final Admissions	7,500,420
Release Date	2016.09.07	Final Box Office	\$52,818,779



연출 | 김지운

첫 영화인 코믹잔혹극 〈조용한 가족〉(1998)으로 영화계에 큰 관심을 받았다. 이후 〈장화, 홍련〉(2003), 〈달콤한 인생〉(2005), 〈좋은 놈 나쁜 놈 이상한 놈〉(2006) 등으로 그만의 독특한 영화 스타일을 탄생시켰다. 〈밀정〉(2016)은 2016 베니스영화제 비경쟁 부문에 초청되었다.

DIRECTOR | KIM Jeewoon

KIM Jeewoon is one of Korea's greatest film stylists, whose innovative take on film genres has brought him worldwide. His debut film *The Quiet Family*(1998) ingeniously fused horror and comedy. *The Age of Shadows*(2016) was invited to Out of Competition of 2016 Venice Film Festival.

2015년 한국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING KOREAN FILMS IN 2015

베테랑 Veteran

특수 강력사건 담당 광역수사대의 서도철은 재벌 3세 조태오를 만나게 된다. 세상 무서울 것 없는 안하무인의 조태오와 언제나 그의 곁을 지키는 오른팔 최상무. 서도철은 의문의 사건을 쫓던 중 그들이 사건의 배후에 있음을 직감한다.

Detective Seo Do-cheol meets arrogant young millionaire Jo Tae-oh, the third-generation heir to a large conglomerate, and his right-hand person, Choi. Seo's team is under an investigation for a mysterious case until they find out that Jo is behind the event.

연출 Director	류승완 RYOO Seungwan	개봉일 Release Date	2015-08-05
제작 Producer	조성민, 강혜정 JO Sungmin, KANG Hyejung	개봉관수 No. of Screens	1,064
제작사 Production	외유내강 Filmmaker R&K	최종 관객수 Final Admissions	13,414,009
배급 Distribution	씨제이이엔엠(주) CJ Entertainment	최종 흥행 수입 Final Box Office	KRW 105,168,155,250

암살 Assassination

1933년 대한민국 임시정부는 한국 독립군 저격수 안옥윤, 신흥무관학교 출신 속사포, 폭탄 전문가 황덕삼을 암살작전에 지목한다. 타깃은 조선주둔군 사령관과 친일파 강인국. 한편, 누군가에게 거액의 의뢰를 받은 청부살인업자 하와이 피스틀이 암살단의 뒤를 쫓는데...

Assassination tells the story of the Provisional Government of Korea during 1933 where three assassins are given a mission to covertly assassinate the Japanese Army's commander Kawaguchi. But a hit man known as "Hawaii Pistol" is not willing to let them carry it out.

연출 Director	최동훈 CHOI Donghoon	개봉일 Release Date	2015-07-22
제작 Producer	안수현 AHN Soohyun	개봉관수 No. of Screens	1,519
제작사 Production	케이퍼필름 Caper Film	최종 관객수 Final Admissions	12,705,700
배급 Distribution	(주)쇼박스 Showbox	최종 흥행 수입 Final Box Office	KRW 98,463,132,781

내부자들 Inside Men

유명 보수 논설주간 이강희는 언론의 힘을 빌려 한 대선주자를 유력한 대통령 후보로 만들지만, 둘의 정치강패 안상수가 비자금 파일로 거래를 준비하다 발각된다. 한편 검사 우장훈은 대선주자의 뒤를 캐기 시작하며 승진의 기회만을 노리는데...

Lee Kang-hee, Editor-in-Chief of leading newspaper, backs a presidential candidate using the power of media. But their political henchman Ahn Sang-goo is detected pocketing the record on the sponsor's slush fund. On the other hand, Prosecutor Woo Jang-hoon investigates about the candidate, in thirst for his promotion.

연출 Director	우민호 WOO Minho	개봉일 Release Date	2015-11-19
제작 Producer	김원국, 이민수, Charles PARK, 유정훈 KIM Wonguk, LEE Minsu, Charles PARK, YOU Jeonghun	개봉관수 No. of Screens	1,075
제작사 Production	(유)내부자들 문화전문회사 Inside Men SPC LLC.	최종 관객수 Final Admissions	7,213,317
배급 Distribution	(주)쇼박스 Showbox	최종 흥행 수입 Final Box Office	KRW 57,681,581,872



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

중국 | CHINA

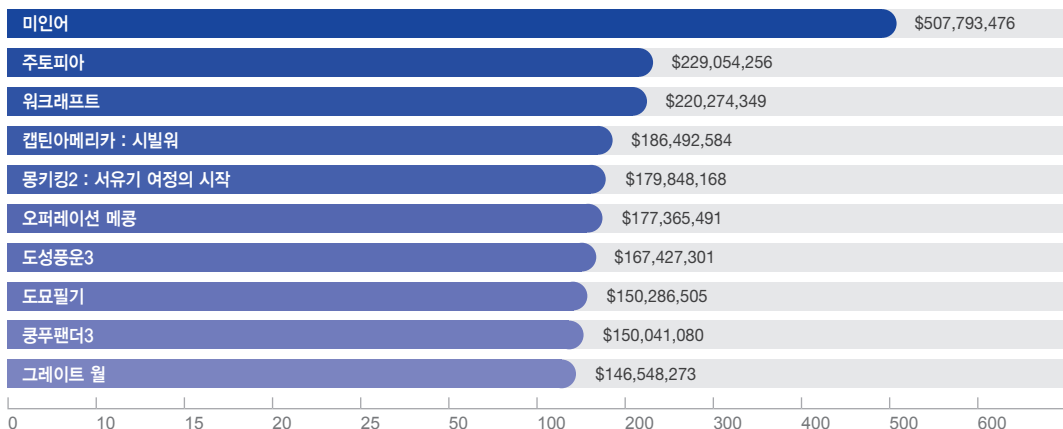
2016년 중국 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - CHINESE BOX OFFICE 2016

출처: 중국배급방영협회

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사	관객수
미인어 美人鱼	주성치 周星馳	홍콩/중국	코미디	\$507,793,476	The Star Overseas Ltd, China Film	92470000
주토피아	바이론 하워드, 리치 무어	미국	코미디	\$229,054,256	Walt Disney Pictures	45490000
워크래프트	둔칸 존스	중국/캐나다/ 일본/미국	공상과학	\$220,274,349	Atlas Entertainment, China Film, Universal Pictures	39710000
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$186,492,584	Marvel Studios	35620000
몽키킹2 : 서유기 여정의 시작 西游记之三打白骨精	소이청 鄭保瑞	중국	액션어드벤처	\$179,848,168	Xing Hao Pictures, China film	32770000
오퍼레이션 메콩 湄公河行动	임초현 林超賢	홍콩/중국	액션어드벤처	\$177,365,491	Bona Film Group	38970000
도성풍운3 澳门风云3	왕정 王晶	홍콩/중국	코미디	\$167,427,301	Bona Film Group	31390000
도모필기 : 미이라의 부활 盜墓筆記	이인항 李仁港	중국	스릴러	\$150,286,505	Shanghai Film Group, Le Vision Pictures	28510000
쿵푸팬더3 功夫熊猫第三季	여인영, 알렉산드로 칼로니	중국/미국	코미디	\$150,041,080	China Film Group, Dream Works Pictures	28160000
그레이트 월 長城	장이머우 张艺谋	중국/미국	액션어드벤처	\$146,548,273	Le Vision Pictures, China Film Group	27970000

| 극장 입매권 매출 |

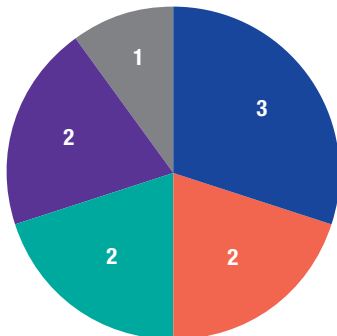


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: 중국배급방영협회

작품명	감독	국가	장르	Gross(USD)	제작사	관객수
미인어 美人鱼	주성치 周星馳	홍콩/중국	코미디	\$507,793,476	The Star Overseas Ltd, China Film	92470000
몽키강2: 서유기 여정의 시작 西游记之三打白骨精	소이청 鄭保瑞	중국	액션어드벤처	\$179,848,168	Xing Hao Pictures, China film	32770000
오퍼레이션 메콩 湄公河行动	임초현 林超贤	홍콩/중국	액션어드벤처	\$177,365,491	Bona Film Group	38970000
도성풍운3 澳门风云3	왕정 王晶	홍콩/중국	코미디	\$167,427,301	Bona Film Group	31390000
도모필기: 미이라의 부활 盗墓筆記	이인항 李仁港	중국	스릴러	\$150,286,505	Shanghai Film Group, Le Vision Pictures	28510000
쿵푸팬더3 功夫熊猫第三季	여인영, 알렉산드로 칼로니	중국/미국	코미디	\$150,041,080	China Film Group, Dream Works Pictures	28160000
그레이트 월 長城	장이머우 张艺谋	중국/미국	액션어드벤처	\$146,548,273	Le Vision Pictures, China Film Group	27970000
스킵트레이스: 합동수사 绝地逃亡	레니할린	중국/홍콩/미국	액션어드벤처	\$132,997,556	Beijing Talent International Media Co., Ltd	25590000
종이적전세계로과 从你的全世界路过	장 지아지아 张嘉佳	중국	로맨스	\$121,601,784	Beijing Enlight Pictures Co., Ltd	26030000
북 오브 러브 (北京遇上西雅图 2)	설호로 薛晓路	홍콩/중국	로맨스	\$117,591,191	Edko Film, Dream Sky ent,	23450000

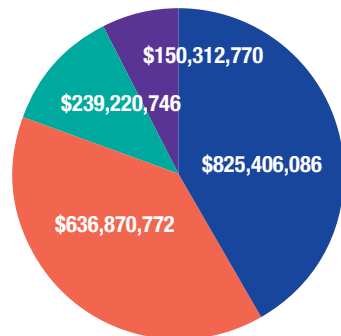
| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



● 홍콩/중국 ● 미국 ● 중국/미국 ● 중국 ● 중국/캐나다/일본/미국

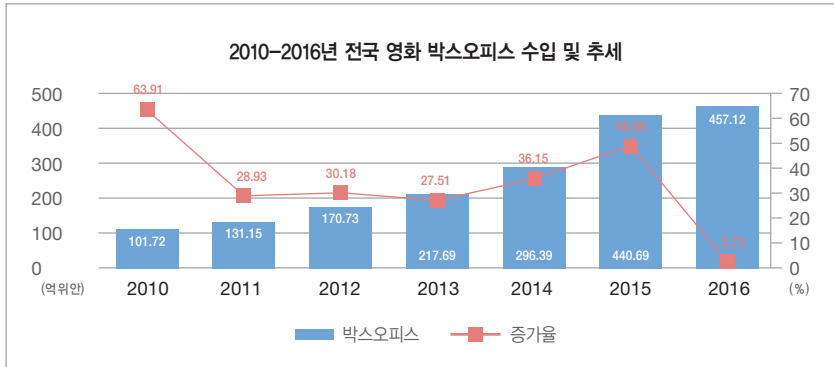
| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



● 코미디 ● 액션어드벤처 ● 로맨스 ● 스릴러

2016년에는 영화 창작·생산과 영화관 건설에서 성장세를 유지했고, '해외진출'과 '신기술'의 발전 또한 한층 활발해졌다. 전국 박스오피스 성장세는 둔화되어 2015년 대비 3.73% 성장한 457억 1,200만 위안에 그쳤고, 도시 원선의 영화 관람객 수는 전년대비 8.88% 성장한 13억 7,430만 명이었다. 전국에 신규 건설된 영화관은 1,612개, 신규 스크린은 9,552개이다. 2016년 말 현재, 박스오피스 집계 가능한 극장 스크린 수는 41,542개이다. 해외 박스오피스 수입과 판매수입은 전년대비 38.09% 성장한 38억 2,500만 위안이었다.



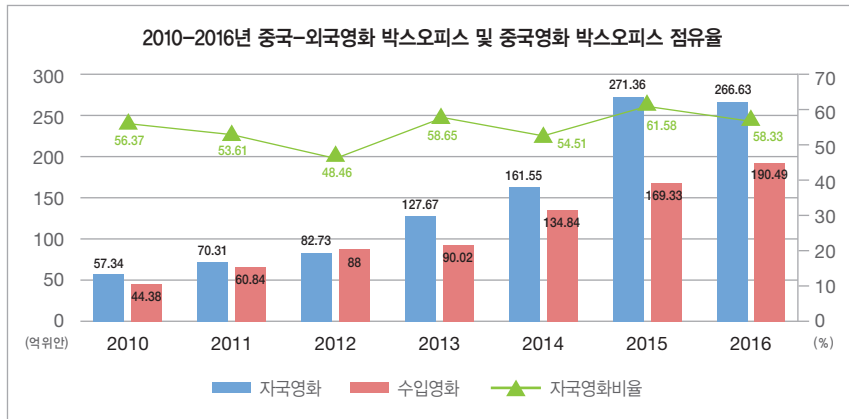
1. 영화 창작생산과 배급, 방영

2016년에 제작된 전 장르의 영화는 총 944편이며, 그 중 극영화 772편, 애니메이션 49편, 다큐멘터리 32편, 과학교육영화 67편, 특수영화가 24편이다. 극영화 수량은 전년대비 12.54%, 영화 전체 수량은 전년대비 6.31% 증가했다.

〈 2010~2016년 영화제작 생산 현황 (단위: 편) 〉

영화장르	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
극영화	626	660	745	638	618	686	772
애니메이션	16	24	33	29	40	51	49
다큐멘터리	16	26	15	18	25	38	32
과학교육영화	54	76	74	121	52	96	67
특수영화	9	5	26	18	23	17	24
총합	721	791	893	824	758	888	944

2016년 중국국산영화(이하 '중국영화')의 전국박스오피스 수입은 266억 6,300만 위안으로 전국 박스오피스 총액의 58.33%에 달한다. 2016년 박스오피스 수입 1억 위안을 돌파한 신작은 전년대비 5편 늘어나 총 86편이었고, 그 중 중국영화는 45편이었다. 10억 위안을 돌파한 영화는 9편, 그 중 중국영화는 6편이었다. 중국영화 <미인어>(美人鱼)는 33억 9,320만 위안의 수입을 올려 2016년 전체 박스오피스 1위를 차지했고, 역대 박스오피스 최고 기록도 경신했다.

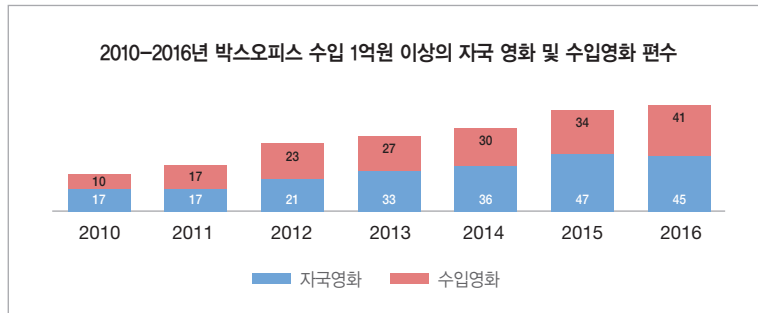


2016년 중국영화 창작생산의 특징은 다음과 같다.

(1) 안정적인 창작수준 향상, 스토리텔링 능력 대폭 강화, 장르와 스타일 다양화 등의 성과를 거두었다. 2016년 개봉한 <미인어>, <몽키킹 2: 서유기 여정의 시작>(西游记之三打白骨精), <오퍼레이션 메콩>(湄公河行动), <그레이트 월>(长城), <나의 붉은 고래>(大鱼海棠), 등이 시장과 관객의 높은 평가를 받았다. 이와 함께 시대적 정서를 담은 영화, 저예산의 예술영화도 높은 사회적 관심과 시장 수익을 거두었는데, <종이적전세계로과>(從你的全世界路過)(8억 1,258만 위안), <소울메이트>(七月與安生)(1억 6,487만 위안), 연극을 영화화한 <여득수>(驢得水)(1억 7,308만 위안), 중국의 전통 소나 문화를 그린 <불사조의 노래>(白鳥朝風)(8,917만 위안), 관객이 적은 예술영화 <카일리 블루스>(路邊野餐)(647만 위안) 등이 있다. 이 외에도 다큐멘터리영화 <본 인 차이나>(我们诞生在中国)(6,653만 위안), <아재고궁수문물>(我在古宮修文物)(646만 위안) 두 편이 높은 평가를 받았다.

(2) 영화 제작수준이 대폭 향상되어, 과학기술 사용이 확대되고 디지털 특수효과, 3D 등 기술을 확보, 응용수준이 한층 성숙해졌다. 2016년 설 시즌에 개봉한 판타지영화 <그레이트 월>은 중국의 세계적 영화제작 수준을 보여주며 중국 영화계의 실력을 입증하는 대표작이 되었다.

(3) 애니메이션영화가 영화계의 새로운 성장동력으로 떠올랐다. 2016년 상영된 <쿵푸팬더 3>(熊貓功夫3), <나의 붉은 고래>, <드림 송>(摇滚藏獒) 등의 작품들은 애니메이션을 통해 중국 전통문화 또는 현지 요소들을 대중적인 표현형식으로 그려내고, 풍부한 상상력과 스크린 이미지를 더해 중국만의 '가족용' 애니메이션영화를 제작, 중국 애니메이션을 새로운 수준으로 발전시켰다.



II. 전국 도시 영화원선 및 영화관 시장

(1) 도시 영화원선

2016년 말 현재, 전국도시 영화원선은 48개이다. 전년도 같은 기간과 대비할 때, 2016년도 도시 원선시장의 3개 지표 중 상영횟수는 예년 성장세를 유지했으나, 관객 수와 박스오피스 수입 성장세는 둔화되었다. 2016년의 상영 횟수는 전년 같은 기간 대비 37.67% 증가한 6,948만 1,400회, 관객 수는 8.88% 증가한 13억 7,430만 명, 박스오피스 수입은 3.69% 증가한 455억 3,390만 위안이다. 전국 도시 원선시장의 평균 영화관람료는 2015년보다 1.66위안 낮아진 33.13위안이었다.

〈 2010~2016 전국 도시원선 시장 관객 수 및 박스오피스 수입 추세 〉

	관객수(만)	박스오피스 수입(억 위안)
2010	28097	97.47
2011	35475	124.41
2012	46577	166.29
2013	61688	215.34
2014	83630	294.68
2015	126220	439.12
2016	137429	455.34

2016년 박스오피스 상위 5위 원선은 완다(萬達), 대지(大地), 상하이연화(上海聯和), 중영성미(中影星美), 중영남방신간선(中影南方新幹線) 순이며, 모두 연간박스오피스 수입 30억 위안을 넘어섰다. 완다원선의 박스오피스 수입은 60억을 넘어선 61억 2,210만 위안에 달해 도시원선 점유율 13.45%로 도시원선 박스오피스 1위 자리를 지켰다. 최다 영화관, 스크린을 보유한 곳은 대지원선으로, 산하에 영화관 720개, 스크린 3,753개를 보유하고 있다.

(2) 도시 영화관

2016년 박스오피스 집계 가능 영화관은 7,852개, 스크린 41,542개로 중국은 세계에서 가장 많은 스크린을 보유한 국가이다. 신규 건설 영화관은 1,612개, 스크린 9,552개로 평균 매일 26개의 스크린이 생겨 기록을 경신했다. 2016년 말 현재, 중국에는 IMAX 스크린 총 384개가 31개 성, 자치구, 직할시 138개 도시에 분포해 있다. 또한 CGS 스크린(中國巨幕, China Giant Screen) 185개, 영화관 158개가 28개 성, 자치구, 직할시의 83개 도시에 분포해 있다. 세계 5개뿐인 120FPS/3D/4K 상영관 중 2개가 중국 베이징과 상하이에 있다.

(3) 전국 예술영화 상영연맹

2016년 10월에 가동된 전국 예술영화 상영연맹(全國藝術電影放映聯盟)은 중국 영화시장의 다양성 있는 발전을 위한 첫 걸음을 떼었다. 국가신문출판광전총국 발전연구센터 통계에 따르면, 2016년 말 현재 예술연맹은 중국 5개 도시 12개 예술영화관에서 21편의 예술영화를 총 69회 상영하고, 현장행사를 14회 진행했다. 전국 도시원선시장의 평균 입장권가격은 2015년보다 1.66위안 반락한 33.13위안이었다. 평균입장료가 전국 평균보다 높은 성, 자치구, 직할시는 10개이고, 그 중, 시짙, 베이징, 상하이의 평균 입장료가 40위안 이상으로 높은 편이고, 허난, 장시, 후베이, 안후이, 랴오닝의 평균 입장료는 30위안 이하로 낮은 편이었다. 시짙 자치구의 평균 입장료가 48.14위안으로 가장 높았고, 랴오닝성이 29.36위안으로 가장 낮았다.

Ⅲ. 해외 수입 및 영화 공동제작

중국영화합작제작공사(CFCC) 통계에 따르면, 2016년에 프로젝트 비준, 입안된 극영화 공동제작 프로젝트는 89편에 달해, 전년의 80편에서 9편 늘어나 역대 최고치를 기록했다. 그 중, 대륙과 홍콩 공동제작이 54편, 중국-미국 10편, 대륙-대만 8편으로, 이 세 가지 형태가 전체 공동제작 프로젝트의 81%에 달한다. 이 외에도 2016년 CFCC에서 심사, 통과시킨 공동제작 영화는 71편이다. 2016년 중국영화 박스오피스 상위 10위권 작품 중 〈미인어〉, 〈오퍼레이션 메콩〉, 〈도성풍운3〉(澳門風雲3), 〈쿠파팬더 3〉 등 8편이 공동제작 작품이다. 2016년에는 17개 국가, 지역과 협력하여 공동제작을 진행, 이 역시 신기록을 수립했다.

인터뷰 | 위동 于冬



〈오퍼레이션 메콩〉(湄公河行动) 제작자 | 중국

보나픽처스그룹(BONA Pictures Group) 유한회사 설립자. 회사대표 및 이사회의장인 위동은 1971년 베이징에서 태어나 베이징영화학교를 졸업했다. 보나픽처스그룹에 앞서 그 전신인 베이징 보나컬처럴익스체인지(1999)를 성공적으로 설립하였다.

영화배급전문가로 중국 내 영화유통에 관련해 수 차례 신기록을 세웠다.

2010년 12월에는 보나필름그룹의 최고경영자 자격으로 미국 나스닥의 개장을 알렸고, 6년 뒤에는 회사의 지속적 성장을 이뤄냈다. 2016년에는 미국에서 회사의 민간화를 완료했다고 발표했다. 이로부터 8개월 뒤, 중국에서 진행된 첫 번째 자금조달을 완료했음을 알렸다. 위동은 2015년 중국문화산업상을 수상했으며, 중국-미국영화제 황금천사상에서 '올해의최고프로듀서상'을 수상했다. 2016년 마카오국제영화제에서는 '특별공로상'을 수상하고 '올해의인물'로 선정되었으며, (중국의 콘텐츠 플랫폼인) iQiyi에서 제공하는 '올해의영화 프로듀서'로 꼽히는 등 여러 상을 받았다. 국제협력의 차원에 있어 보나필름그룹은 2015년에 스튜디오8, 소니컬럼비아픽처스와 협력해 리안 감독의 신작인 〈빌리 린의 롱 하프타임 워크〉(2016) 제작에 투자하고 참여했다. 위동은 2015년 11월 4일 로스엔젤레스에서 보나픽처스그룹이 TSG엔터테인먼트와 함께 〈마션〉, 〈엑스맨: 아포칼립스〉, 〈혹성탈출: 종의 전쟁〉 등 총 여섯 편의 블록버스터에 투자해 세계 시장의 수익을 기업 이익의 큰 부분으로 진행하겠다고 공식적으로 밝혔다. 당시 이 소식을 『버라이어티』지에서 크게 다루는 등 미국영화 제작계에서 큰 화제가 되었다.

창립 18년을 맞이한 회사인 보나필름그룹은 아직도 파릇파릇한 기업이다.

위동은 회사를 지속적으로 이끌 것이며, 더 널리 알려진 영화사가 될 때까지 멈추지 않을 것이다.

Q _____ 영화 <오퍼레이션 메콩>에 대해 소개를 부탁드립니다.

<오퍼레이션 메콩>은 보나필름그룹이 제작, 임초현 감독에 장한위, 평위엔 등 실력과 배우 주연의 경찰 수사물이다. 영화는 미얀마, 태국, 라오스 3국의 접경 지역이자 세계 3대 마약 거래지역인 골든 트라이앵글에서 발생한 '10.5 메콩강 살인사건'을 바탕으로 하고 있다. 마약 단속 경찰 역을 맡은 장한위는 중국 상선 선원들의 조난에 숨겨진 음모를 파악하기 위해 수사팀을 꾸리고, 골든 트라이앵글 지역으로 잠입해 마약거래 사건의 배후를 잡겠다고 맹세한다. 나는 이 영화의 제작자로서, 영화와 배우의 영향력, 그리고 영화인의 신분으로 미약하나마 중국의 마약 금지 운동에 도움이 되고 싶다.

Q _____ 영화가 중국 박스오피스에서 성공할 수 있었던 이유가 무엇이라고 생각하시나요?

(1) BONA 상영관의 대폭 지원

중국은 2014년부터 국경절 연휴 때마다 4편의 영화가 동시 상영해 4강 경쟁구도를 형성했다. 2016년은 <중니적전세계로과>(从你的全世界路过), <작적>(爵迹), <오퍼레이션 메콩>, <왕패두왕패>(王牌逗王牌)가 각자 1위를 놓고 각축전을 벌였다. 연휴 첫날 기준 <오퍼레이션 메콩>의 스크린 점유율은 4강 영화 중 끝썬인 17.3%로(중국 전국기준) 당시 1위인 <작적>의 26.7%와 10% 가량 차이가 났었다. 이튿날 18.9%의 점유율을 보이던 <오퍼레이션 메콩>은 3일 차가 되자 21.1%로 상승했고, 4일 차에는 23.0%로 <중니적전세계로과>에 이어 2위를 기록했다. 그 후에는 승승장구로 스크린 점유율, 일간 및 누적 박스오피스 모두 1위를 차지했다. 연휴 첫날부터 4일까지 <오퍼레이션 메콩>의 상영 점유율은 각각 43.6%, 42.3%, 39.7%, 37%로 4강 영화 중 1위 자리를 지켰다. 연휴 첫날 BONA 상영관의 스크린 점유율은 46.4%로, 회당 평균 관객 수는 무려 133명이었다. 영화의 매출액인 467만 7천 위안은 2위인 <중니적전세계로과>의 81만 위안을 훨씬 능가하는 수준으로 전체 매출액의 71.9%를 차지했다. BONA상영관이 자사 영화를 전폭적으로 지원했기에 <오퍼레이션 메콩>은 높은 전체 상영 점유율을 보일 수 있었다.

(2) 7일간의 긴 연휴, 영화 두 편까지 관람 가능했던 시간

7일은 관객이 두 편 이상의 영화를 관람할 수 있는 시간이기 때문이다. 2016년 연휴 특수는 <오퍼레이션 메콩>이 가져갔다. 두 번째 영화를 고르는 관객에게 <오퍼레이션 메콩>은 그야말로 취향저격이었다. 연휴 동안 첫 번째 영화로는 보통 인기 코미디나 점유율 순위가 높은 영화를 선택한다. 영화 선정의 실패를 모면하기 위한 것인데, 2016년에는 (홍콩의 코미디 장르 대표 감독인) 왕징의 <왕패두왕패>와 더불어 소설 원작인 <중니적전세계로과>와 <작적>을 꼽을 수 있다. 인기 순위가 높은 영화가 연휴 첫날부터 높은 점유율을 이어 나간 것도 이와 무관하지 않다. 두 번째 영화를 놓고 고민할 때, 인기 영화였던 <오퍼레이션 메콩>은 자연스럽게 또 하나의 기회를 얻게 되었다.

(3) 영화 <량재기>(战狼)와 유사한 분위기, '끝까지 간다!'

중국 경찰이 해외에서 법을 집행하고, 중국인을 살해한 무장 세력의 마약 밀매업자를 체포한다는 내용은 사실 2015년 개봉한 <량재기>(5.54억위안)의 내용과 매우 흡사하다. 올해 영화 시장의 더딘 성장 속에서도 연휴 기간에는 국경절 특선 영화를 관람하는 새로운 풍습이 자리 잡게 되었다. <오퍼레이션 메콩>은 선과 악이 분명히 나뉘어 남녀노소를 불문하고 누구나 쉽게 이해할 수 있었고, 영화 속 민족주의는 대중의 정서와도 잘 맞았기에 큰 호평을 받을 수 있었다. 2015년 <량재기>(5.54억 위안)가 흥행한 것도 같은 이유이다.

(4) 전 국민의 경악을 부른 실화 배경

'10.5 메콩강 살인사건'은 2011년 골든 트라이앵글 지대의 마약 거래상이 13명의 중국 선원을 무자비하게 살해한 사건이다. 당시 전 세계는 충격에 휩싸였다. 정부는 강력하게 대응했고, 온 국민은 이 사건에 집중했다. 이러한 사건 인지도는 영화 흥

보에도 좋은 기반이 되어 주었다.

최근 중국 관객은 실화 바탕 영화에 눈을 뜨기 시작했다. 실화를 각색한 <추홍자야>(追凶者也)는 영화의 비수기라 할 수 있는 9월에 백억 대의 수익을 거뒀고, 2015년 여름과 연휴에 각각 개봉한 <작일열심>(烈日灼心), <세이빙 미스터 우>(解救吾先生) 두 편 모두 실화를 바탕으로 한다. 실화 배경의 영화의 대중화가 좋은 흥행으로 이어진 것이다.

얼마 전 중국 최대의 '바이인 연쇄살인 사건'의 진범이 잡혔다. 사건이 종결되자마자公安部 산하의 JDTV(金盾影视中心)는 각색권을 취득해 관객의 기대를 한 몸에 받았었다. 이는 실화 각색 영화가 중국에서 대중화되고 있다는 증거이기도 하다.

(5) 이례적인 公安부의 공개 수준

<오퍼레이션 메콩>의 도입부에는 각국의 경찰 대표가 리무진을 타고 장안가를 지나 公安부 복문으로 들어가는 장면이 나온다. 중국 영화에서 이러한 장면은 이례적이다. 영화 촬영이 아니더라도 公安부의 문은 쉽게 열리지 않기 때문이다. 더욱 놀라운 사실은, 영화에서 부장 역할을 맡은 천바오귀의 사무실이 실제 차장의 사무실이라는 점이다.

영화는 소재 상의 이유로 중국 公安부가 직접 내용 심의를 진행했다. 하지만 놀랍게도 公安부는 전례 없는 수준의 공개를 허용해주었다. 이목을 끄는 화려한 무기와 장비가 등장하고, 선의의 인물이 포로로 잡혀 수모를 당하는, 핵심 장면에서 소년병에게 총을 겨누고, 총동적으로 마약 밀매상을 살해하는 장면은 여태껏 중국 영화에서 볼 수 없었던 새로운 장면이었다. 중국 관객들도 중국 영화에서 난생처음 보는 장면 덕에 색다른 경험을 할 수 있었다.

(6) 현실에서의 정의를 임초현만의 색다른 방법으로 표현

홍콩 감독들은 기본적으로 경찰 수사물을 잘 다룬다. 여기에 임초현 감독만의 액션 스타일과 경험이 녹아들면서 이 영화는 상업성까지 갖추게 되었다. 특히 수사 장면에서 보여준 경찰의 인간미는 파격적이었다. 완벽하지 않은 중국 경찰의 모습은 중국 관객에게 매우 이색적이기 때문이다. 특히 잠입 수사 시에는 정의만을 추구할 수 없다는 현실을 그대로 보여준 것이다.

임초현 감독의 확고한 신념으로 일궈낸 <오퍼레이션 메콩>은 동일 사건을 다루는 드라마 <마공하대안>(湄公河大案)과 차원이 다른 효과를 선사했다.

(7) 즐거움을 선사하는 가족영화

중국인들은 오랫동안 가족 영화는 무조건 코미디라고 여겼다. 그 동안 함께 봤던 디즈니 애니메이션이 코미디였고 평샤오강, 주성치, 쑹칭 등 흥행의 보증수표 인물이 나온 영화도 거의 코미디였기 때문이다. 하지만 관객의 웃음과 재미는 '즐거움'으로부터 나온다. 그 즐거움이 꼭 박장대소의 코미디일 필요는 없다.

가족 영화의 가장 중요한 요소는 온 가족이 다 함께 영화관에 가는 것이다. 그러기 위해서는 다 함께 즐길 수 있는 소재여야 하는데, 경찰 수사극은 함께 보기에 매우 적합하다.

(8) 높은 영화 평점과 관객의 자발적인 참여

<오퍼레이션 메콩>은 34개의 BONA상영관의 '지원' 덕분에 개봉 전의 위기를 이겨낼 수 있었다. 영화평을 통한 계획적인 홍보도 있었지만, 평점 사이트나 SNS, 블로그 등 관객의 자발적인 참여가 뒷받침되었기에 가능했다. 일반 관객뿐만 아니라 전문가들도 국경 연휴 4강 영화 중 나머지 3편과 비교를 해본 후 어김없이 <오퍼레이션 메콩>이 최고의 영화라는 결론을 내렸다.

영화가 장기간 상영될 수 있을지 여부는 영화평에 달려있다. 특히 <오퍼레이션 메콩>이 연휴가 끝났는데도 막을 내리지 않은 비결은 관객의 입소문 때문이라고 할 수 있다.

(9) 프리미엄급 영화에 대한 갈망

2016년의 영화 시장은 전반적으로 냉랭한 상황이었으며, 심지어 마이너스 성장이라는 소리가 나올 정도로 심각했다. 실패한 영화에게는 비난의 봇물이 쏟아지기도 했다. '할인 티켓' 시기(객석 확보를 위해 온라인으로 저가에 티켓을 처분하던 시기)가 끝나자 대다수의 관객들은 영화티켓은 비싸졌는데 중국 영화의 질은 오히려 전년보다도 못하다고 여겼다. 그만큼 관객들은 좋은 작품을 갈망하고 있던 것이다.

관객뿐만 아니라 언론, 평론가, 영화계, 심지어 정부까지도 갈증을 풀어줄 양질의 중국 영화를 기대하기 시작했다. 출시만 되면 최선을 다해 응원할 것을 다짐한 듯 보였다.

Q 중국에서 영화 개봉과정은 어떻게 이루어 지나요? 다른 국가와 비교해 어떠한 다른 과정이 있을까요?

개봉을 하려면 영화 주무부서에서 흔히 '용의 배지'라고도 불리는 방영 허가증을 취득해야 한다. 취득하는 기간 동안 우리는 영화의 장르에 따라 적절한 개봉 시기를 조정한다. 그리고 배급사와 체인 및 일반 상영관 간의 협의가 시작된다. 홍보도 같은 시기에 이루어진다. 개봉 전 분위기를 예열 해 놓고, 준비 작업이 끝나면 개봉일에 맞춰 영화를 상영한다.

Q 2016년 중국영화의 트렌드는 무엇이었다고 생각하나요?

또, BONA의 이후 트렌드 예측은 어떻게 되나요?

2016년은 중국 영화계에게 쉽지 않은 한 해였다. 영화산업은 전반적인 조정에 들어가면서 상영관으로부터 직접적으로 이익을 볼 수 없게 되었다. 중간 마진으로 이익을 취하던 방식이 더 이상 지속될 수 없다는 점을 알아차리자, 대다수 영화계 종사자들은 자신만의 색다른 길을 찾느라 갖은 노력을 했다. 원작이 있는 콘텐츠를 각색하던, 스타 효과를 극대화하던 아니면 영화 우수 인재들을 적당히 이용해서라도 소비자의 호응을 이끌었다.

영화산업의 전망에 대한 개인적인 견해를 소개하겠다.

(1) '영화산업촉진법'은 상영 등급과 법적 규제를 명시하고 있다.

2017년 3월 1일 공포한 '중화인민공화국 영화산업촉진법'은 80년대부터 90년대까지, 다시 2000년대와 2017년까지 삼대의 영화인들이 일궈낸 성과다. 드디어 영화인을 권리를 보장하는 법이 생긴 것이다. 촉진법은 영화의 상영등급과 법적규제, 관리감독까지 포괄하고 있다. 이 법규를 통해 중국의 영화시장이 규범화되고, 영화산업도 빠르게 발전하기를 바란다.

(2) 중국영화 발전, 콘텐츠의 질적 향상이 선행되어야

우선, 영화 콘텐츠의 창작이 중요하다고 생각한다. 중국의 창춘영화제에는 '창춘컨센서스'(长春共识 /Chang Chun Consensus)라는 것이 있다. 장인정신으로 고품격 영화를 제작하고, 양적 증가는 물론 질적 향상을 이뤄야 한다는 내용이다. 관객이 찾아오는 영화관은 단순히 여가 시간을 보내는 장소가 아니라, 영화의 수준을 가려내는 장이 된다. 그런 점에서 중국의 상영관을 언급하고 싶다. 올해 기준 중국의 총 스크린 수는 미국보다 많은 41000개다. 게다가 북미의 많은 영화관들이 아직 필름 방식인데 비해, 중국은 전체 상영관이 디지털 상영으로, 신기술도 도입한 상황이다. 디지털 시대에 맞는 세계 최고의 중국의 IMAX, 스타리움관을영화관에서 무엇을 상영할지는 중국 영화계가 얼마나 노력하는가에 달렸다. 중국 영화의 수준을 높이는 수밖에 없다. 향후 10년 동안 '상영 등급제'를 기반으로 하는 영화의 질적 향상과 기술력 및 극장 효과를 활용해 관객의 영화 관람의 질을 제고해야 한다.

(3) 온라인 시장 연계, 자본시장 협력

2017년에는 영화산업이 온라인 및 자본시장과도 고도로 융합될 수 있기를 바란다. 영화산업은 온라인 플랫폼과도 밀접하게 연관되어 있기 때문에 동반 성장을 이루어야 한다. 뿐만 아니라, 상영관의 영화는 온라인영화와 구별되어야 한다. 상영관은 대형 스크린을 통해 온라인 영화보다 더 새롭고 생동적이며, 소비자의 체험을 극대화할 수 있는 작품을 출시할 필요가 있다.

Q _____ 중국영화 제작현장의 수준은 다른 나라와 비교해서 어떠하다고 생각하시나요?

중국영화 및 과학기술이 10년 동안 빠른 성장을 거듭하면서, 영화산업도 새로운 기회를 얻을 수 있었다. 중국의 영화관 수는 급격하게 상승했고, 영화의 상영시장도 기술적인 발전을 거둘 수 있었다. 오늘날 중국의 스크린 수는 이미 북미를 넘어섰고, 중국은 글로벌 1위의 상영시장을 차지하고 있다. 상영관만 세계 최고 수준일 뿐만 아니라, 신기술을 활용할 수 있는 기반도 구축되어 있다. 따라서 영화 콘텐츠도 최첨단 인프라에 걸맞게 제작되어야 한다. 중국영화가 산업화나 극장 효과 측면에서 세계 최고 수준이 되지 않는다면, 중국영화는 작은 상영관에서 소형 스크린으로, 심지어 인터넷에서 밖에 볼 수 없게 된다. 십여 년간의 수고로 얻은 상영 시장을 할리우드영화에게 내줄 순 없다. 세계 일류 제작사와 정상을 다룰 수 있는 경쟁력을 구축해야 한다.

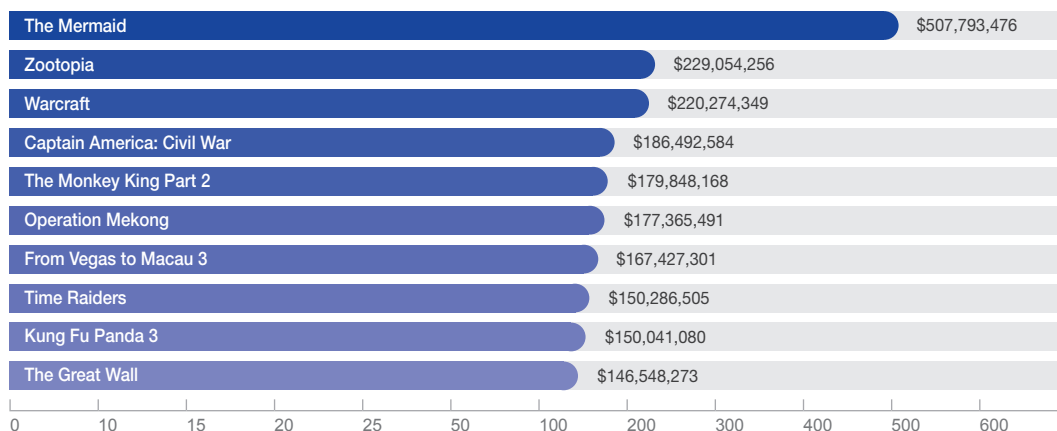
CHINESE FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - CHINESE BOX OFFICE 2016

Source : China Film Organization

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production	Number of spectator
The Mermaid	Stephen CHOW	HK/CN	Comedy	\$507,793,476	The Star Overseas Ltd, China Film	92470000
Zootopia	Byron HOWARD, Rich MOORE	USA	Comedy	\$229,054,256	Walt Disney Pictures	45490000
Warcraft	Duncan JONES	CN/CA/JP/USA	Sci-Fi	\$220,274,349	Atlas Entertainment, China Film, Universal Pictures	39710000
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$186,492,584	Walt Disney Pictures	35620000
The Monkey King Part 2	Pousoi CHEANG	China	Action adventure	\$179,848,168	Xing Hao Pictures, China film	32770000
Operation Mekong	Dante LAM	HK/CN	Action adventure	\$177,365,491	Bona Film Group	38970000
From Vegas to Macau 3	Waikeung LAU	HK/CN	Comedy	\$167,427,301	Bona Film Group	31390000
Time Raiders	Daniel LEE Yangong	China	Thriller	\$150,286,505	Shanghai Film Group, Le Vision Pictures	28510000
Kung Fu Panda 3	Jennifer YUH, Alessandro CARLONI	CN/USA	Comedy	\$150,041,080	China Film Group, Dream Works Pictures	28160000
The Great Wall	ZHANG Yi Mou	CN/USA	Action adventure	\$146,548,273	Le Vision Pictures, China Film Group	27970000

| GROSS BOX OFFICE |

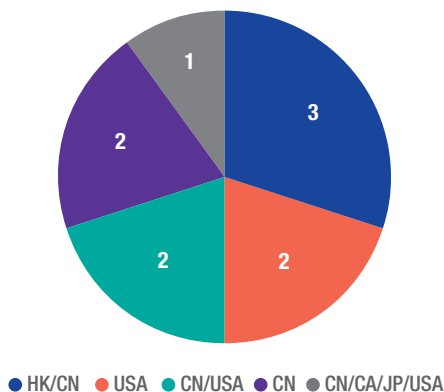


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : China Film Organization

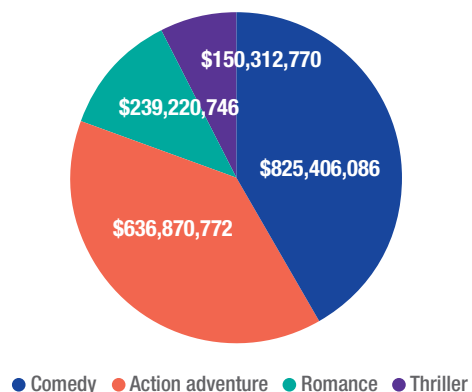
Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production	Number of spectator
The Mermaid	Stephen CHOW	HK/CN	Comedy	\$507,793,476	The Star Overseas Ltd, China Film	92470000
The Monkey King Part 2	Soi CHEANG	China	Action adventure	\$179,848,168	Xing Hao Pictures, China film	32770000
Operation Mekong	Dante LAM	HK/CN	Action adventure	\$177,365,491	Bona Film Group	38970000
From Vegas to Macau 3	WONG Jing	HK/CN	Comedy	\$167,427,301	Bona Film Group	31390000
Time Raiders	Daniel LEE Yangong	China	Thriller	\$150,286,505	Shanghai Film Group, Le Vision Pictures	28510000
Kung Fu Panda 3	Jennifer YUH, Alessandro CARLONI	CN/USA	Comedy	\$150,041,080	China Film Group, Dream Works Pictures	28160000
The Great Wall	ZHANG Yimou	CN/USA	Action adventure	\$146,548,273	Le Vision Pictures, China Film Group	27970000
Skiptrace	Renny HARLIN	CN/HK/USA	Action adventure	\$132,997,556	Beijing Talent International Media Co.,Ltd	25590000
I Belonged to You	ZHANG yibai	China	Romance	\$121,601,784	Beijing Enlight Pictures Co.,Ltd	26030000
Beijing meet Seattle 2 : Book of Love	Xiaolu XUE	HK/CN	Romance	\$117,591,191	Edko Films, Dream Sky ent.	23450000

| TOP 10 FILMS COUNTRIES |

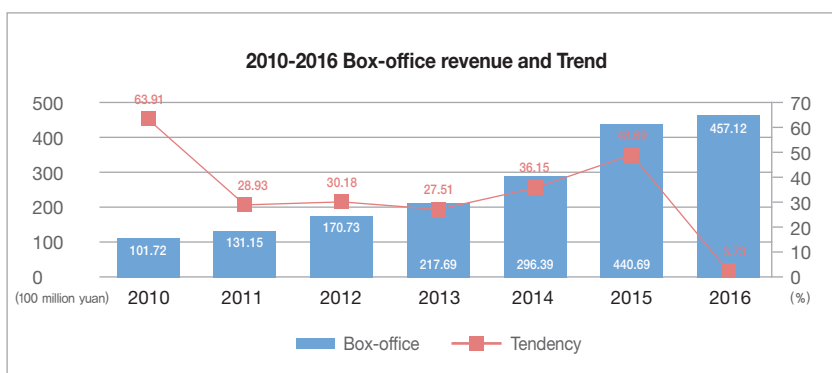


| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



In 2016, there were continuous growth in the film creation-production, movie theatre construction and the development in ‘overseas market’ and ‘new technology’ became more active. The nation’s box office growth slowed down to 45.712 billion yuan, up 3.73 % from the same period last year 2015. The number of moviegoers in the theater chain area grew 8.88% to 1,347.3 million from last year. There are 1,612 new theaters and 9,552 new screens in the country. As of the end of 2016, the current number of theater screens that can be counted in the box office is 41,542. Overseas box office imports and sales revenue increased by 38.09% to 3.825 billion yuan from the previous year.



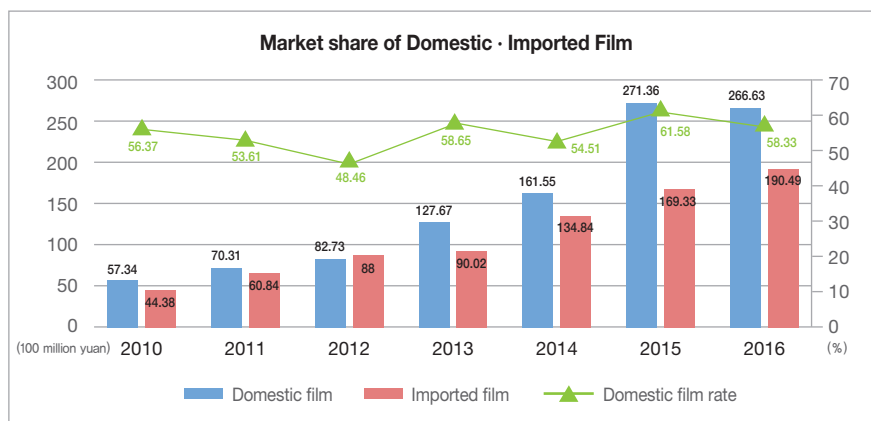
I . Film Production, Distribution, Broadcasting

There were 944 films of all genres produced in 2016, including 772 feature films, 49 animations, 32 documentaries, 67 science education films, and 24 specialty films. The number of feature films increased by 12.54% from the previous year, and the total quantity of films increased by 6.31% from 2015.

< Year 2010-2016 Movie Production Status >

Movie genre	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
featured film	626	660	745	638	618	686	772
animation	16	24	33	29	40	51	49
documentary	16	26	15	18	25	38	32
science education film	54	76	74	121	52	96	67
specialty film	9	5	26	18	23	17	24
Total	721	791	893	824	758	888	944

In 2016, the national box office imports of Chinese domestic film (hereinafter “Chinese film”) amounted to 26.663 billion yuan, accounting for 58.33% of the total box office in the whole country. In 2016, box office sales exceeded 100 million yuan, a total of 86 new films which is five more films than the previous year, including 45 Chinese films. There were 9 movies that exceeded 1 billion yuan, 6 of which were Chinese films. The Chinese movie *The Mermaid* earned 3.339 billion yuan, topping the box office in 2016 making a new record for the box office history.



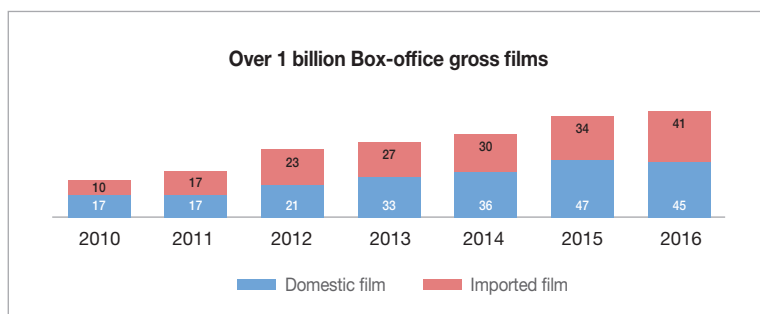
The characteristics of Chinese film production in 2016 are as follows.

(1) Improved the level of creativity, dramatically strengthened storytelling capabilities, and diversified genres and styles steadily. *The Mermaid* (2016), *The Monkey King 2* (2016), *Operation Mekong* (2016), *The Great Wall* (2016), and *Big Fish & Begonia* (2016) all released in 2016 received high praise from the market and audience. Simultaneously, movies with epochal emotions and low-budget art films have attracted high social interest and great market returns, such as *I Belonged to You* (812.58 million yuan), *Soul Mate* (164.87 million yuan), A play adapted for the screen called *Mr. Donkey* (173.08 million yuan), *song of the Phoenix* (89.17 million yuan), which depicts Chinese traditional sona culture¹⁾ and *Kaili Blues* (6.475 million yuan), an artistic film with fewer audiences. In addition, the documentary film *Born in China* (66.53 million yuan) and the *Masters in Forbidden City* (6.465 million yuan) were highly evaluated.

(2) The film production level has been greatly improved, as the use of science and technology has expanded, digital special effects and 3D technologies have been secured maturing further the level of application. The fantasy film *Great Wall* released during the new years holidays of 2016, has become a masterpiece of Chinese cinema, showing the level of Chinese film production worldwide.

(3) Animated films have emerged as a new growth engine for the film industry. The works such as *Kung Fu Panda 3*, *Big Fish & Begonia* and *Rock Dog*, which were screened in 2016, depict Chinese traditional culture and local elements in popular expression forms through animation. With exuberant imagination and screen images created 'family-oriented' animated film for China and develop Chinese animation to a new level.

1) Sona(唢呐) : Chinese traditional musical instrument.



II. Nationwide city movie theater and movie theater market

(1) City Theater Chain

As of the end of 2016, there are 48 city theatre chains in the country. Compared to the same period last year 2015, the number of screenings, which is one of the three indicators of a City Theatre Chain, maintained the yearly growth basis, but the number of viewers and box office revenue growth slowed down. The number of screenings in 2016 increased 37.67% to 694,800 screenings, the number of audiences increased 8.88% to 1,374.3 million, and box office revenues increased 3.69% to 45,533,390,000 yuan. The average movie ticket price in the nationwide City Theatre Chain was 33.13 yuan, down 1.66 yuan from 2015.

< 2010-2016 Nationwide City Theatre Chain Number of Visitors and Box Office Import Trends >

	Number of Audience (in 10000)	box office revenue (in 100 mill yuan)
2010	28097	97.47
2011	35475	124.41
2012	46577	166.29
2013	61688	215.34
2014	83630	294.68
2015	126220	439.12
2016	137429	455.34

The top five Theatre Chain in 2016 are Wanda, Dadi, Shanghai united cinema circuit, Stella Theatre Chain and Zhong ying nan fang(中影南方电影新干线), which all of them exceeded over 3 billion yuan in revenue. Wanda Theatre Chain's box office revenue exceeded 6 billion, reaching 6.1222 trillion yuan, keeping the city Theatre Chain's number one box office at 13.45%. The Theatre Chain that possess the largest number of theaters and screens with 720 movie theaters and 3,753 screens is Dadi Theatre

(2) City movie theater

By 2016, there are 7,852 movie theaters that can be counted as box office, and 41,542 screens, making China the country with the largest number of screens in the world. With 1,612 new construction movie theaters and 9,552 screens, averaging 26 screens everyday, the record was renewed. As of the end of 2016, currently there are 384 IMAX screens distributed in 31 province, autonomous regions, 138 Special

municipality cities. There are also 185 CGS screens (China Giant Screen) and 158 cinemas in province, autonomous regions, and 83 Special municipality cities distributed. 2 out of the 5 world's only 120 FPS/3D/4K theaters are located in Beijing and Shanghai, China.

(3) The National Art Film Screening Federation

The National Art Film Screening Federation (全国艺术电影放映联盟), launched in October 2016 and took the first step toward the diversity development in the Chinese film market. According to State Administration of Press, Publication, Radio, film and Television of The People's Republic of China development research center, as of the end of 2016, the Art League presented 21 art films from 12 art cinemas in 5 cities with total 69 screenings and conducted 14 field events. The average ticket price in the city's nationwide city Theatre Chain market was 33.13 yuan, down 1.66 yuan from 2015. 10 province, autonomous regions, and special municipality cities such as Xizang, Beijing and Shanghai had a higher average entrance fee of 40 yuan when Henan, Jiangxi, Hubei, Anhui and Liaoning's average entrance fee was 30 yuan respectively. The average entrance fee of Xizang Autonomous Region was the highest at 48.14 yuan, while the lowest at Liaoning Province at 29.36 yuan.

III. Overseas import and film co-production

According to CFCC statistics, the number of co-production projects approved in 2016 was 89, which is 9 more films from the previous year. Among them, there are 54 Hong Kong co-productions, 10 China-United States co-productions, and 8 China-Taiwan co-productions. These three types account for 81% of the total co-production projects. In addition, there are 71 co-production films that have been screened and passed by the CFCC in 2016. Among the top 10 Chinese film box office titles in 2016, 8 films were co-produced, including *The Mermaid*, *Operation Mekong*, *From Vegas to Macau II* and *Kung Fu Panda 3*. In 2016, there were 17 global and regional collaborations setting a new record for coproduction.

INTERVIEW | YU Dong



Producer of *Operation Mekong* | CHINA

YU Dong, founder of BONA Pictures Group Co., Ltd., chairman and general manager of the board, was born in Beijing in 1971 and graduated from Beijing Film Academy. He successfully established the Beijing BONA Cultural Exchange Co. (1999), Ltd., which is the predecessor of BONA Pictures Group Co., Ltd.

As a trained professional film distributor, he has set new records of domestic film distribution for many times. On December 2010, YU Dong, as the CEO of BONA Film Group, rang the Nasdaq's opening bell. 6 years after, BONA has achieved sustainable growth. In 2016, YU Dong announced in the United States that BONA has completed the privatization. Eight months later, BONA officially announced that the company has completed the first round of financing in China.

Mr. YU was awarded the Chinese Cultural Industry Figure of the Year 2015. Also, won the “Best Producer of the Year” in the Gold Angel Awards of Sino-US Film Festival. In 2016, Mr. YU has won the “Special Contribution Award” in the Macau International Film Festival, “Men of the Year”, IQiyi “Film Producer of the Year” and many other honors.

As for the international cooperation, in March 2015, BONA Film Group cooperated with Studio8 and Sony Columbia Pictures, investing and participating in the production of Ang LEE's new movie *Bill Lynn's Long Halftime Walk* (2016). On November 4th, 2015, YU Dong officially announced in Los Angeles that BONA, together with TSG Entertainment, would invest in six blockbusters, including *The Martian*, *X-Men: Apocalypse* and *War of the Planet of the Apes*, which may help BONA gain a high proportion of global revenue. The news was reported in the headline by “*Variety*”, evoking great repercussions in the film production field in the United States.

As an 18-year-old company, BONA Film Group is still young. Mr. YU will continue to lead BONA forge ahead and spare no efforts in making BONA become a famous movie company.

Q _____ Tell us about *Operation Mekong*

Operation Mekong is a police procedural drama produced by BONA Film Group directed by Dante LAM with talented leading actors such as ZHANG Hanyu and Eddie PENG. The film is based on the 'Mekong River massacre' that occurred at the Golden Triangle region, the world's 3rd largest drug trade regions and the border region between Myanmar, Thailand and Laos.

ZHANG Hanyu, who plays a narc, forms an investigation team to figure out the conspiracy hidden in the distress call of the Chinese merchant seamen and pledges to catch the people behind the drug deal by infiltrating into the Golden Triangle region. As a producer of this film, I want to be helpful in the drug banning movement of China, although it is weak as the influence of the movie and the actor, and the status of the movie person.

Q _____ Why do you think this movie succeeds in the Chinese box office?

(1) Significant support from BONA theaters

Around the National Day of the People's Republic of China holiday season, 4 films are featured simultaneously creating a quad-competitive composition since 2014.

In 2016, *I Belonged to You*, *L.O.R.D*, *Operation Mekong* and *Mission Milano* were engaged in a neck-and-neck race for the top.

The screen share of *Operation Mekong* on the first day of the holiday season was 17.3% (the national standard in China) and that was 10% lower than film *L.O.R.D*'s 26.7% which was number one at the box office at that time.

The following day *Operation Mekong*, had a market share of 18.9%, and it rose to 21.1% the 3rd day and on the 4th day it reached 23.0% tying with *I Belonged to You* for second place.

After that, the movie was on a roll taking first place in screen shares, daily and cumulative box office revenues.

From the first day of the holiday season until the 4th day, *Operation Mekong* won 43.6%, 42.3%, 39.7% and 37% of the screening share respectively keeping its number one spot out of the 4 feature films competition.

On the first day of the holiday season, BONA theater screen share was 46.4%, resulting an average of 133 viewers per screening.

The sales amounted to 4.677 million yuan, far surpassing the second-ranked *I Belonged to You*'s 810 thousand yuan, accounting for 71.9% of the total box office.

Since BONA theaters were fully supporting their films, *Operation Mekong* was able to have a high overall screening share.

(2) 7 days of the long holiday, enough spare time to watch 2 movies

One reason why they did so well is because 7 days gave enough spare time for the audience to watch two or more movies.

Operation Mekong enjoyed the increased demands during the long holidays in 2016.

For those who were picking their second movie to watch *Operation Mekong* was really the ideal movie.

During the long holiday, people usually chose a popular comedy or the box office top ranking movie.

This is to avoid crappy movies, making *Mission Milano* by director WONG Jing (王晶) (one of the more well-known Director of Hong Kong comedy genre) and novel- *I Belonged to You* and *L.O.R.D*, a good example.

It is not irrelevant that movies with high popularity on the first day of the holiday season continue to have a high market share.

When people were thinking about watching a second movie, the popular *Operation Mekong* naturally got another chance.

(3) Similar vibe of "We go right to the end!" like movie *wolf warrior*(战狼).

The fact that Chinese police force executes laws overseas and arrests armed drug traffickers who killed Chinese civilians makes *wolf warrior* released in 2015 (554 million yuan) and *Operation Mekong* very much alike. Despite the slow growth of the movie market this year, a new custom to watch the national holiday special movie during the holiday season was settled. *Operation Mekong* was an easy movie to understand regardless who you are with the clear divination of good and evil which worked in perfect harmony with public sentiment receiving raving reviews. The same reason applied to *wolf warrior* (RMB 545.4 billion) in 2015.

(4) The true story that shook the whole nation

The 'Mekong River massacre' is the story of 13 brutally killed Chinese crew members by the drug dealers in the Golden Triangle region in 2011. The whole world was in shock at that time. The government responded strongly, and the whole nation focused on this case.

This awareness provided a good base for promoting the movie. Recently, the Chinese audience started to enjoy more films based on a true story. Off-season for the film industry. Both *The Dead End*, and *Saving Mr. Wu*, released in 2015 summer and the holiday season, were both based on real events as well. The popularization of movies based on true stories has led to successful box office performances.

Recently the Chinese 'Jack the Ripper' was caught. As soon as the case was concluded, JDTV under the Public Security Department obtained the dramatization rights receiving great expectations from the audience. This is also evidence that real-life event dramatized films are becoming popular in China.

(5) The Public Security Department's exceptional permission level

In the opening of *Operation Mekong*, police representatives from each country rides a limo passing through Jiang An Street and enters the North Gate of the Public Security Department. This scene is unusual in Chinese cinema. Even if it isn't for a movie shooting, the Gate of the Public Security Department does not open easily.

What is even more surprising is that CHEN Baoguo, who plays the head of the department, uses the actual deputy's office as his office. The China Public Security Department directly reviewed the contents of the movie for it being a subject matter. Surprisingly, however, the Public Security Department has allowed unprecedented disclosure levels.

In the scenes with attention-grabbing fancy weaponry and equipment, the good guy is captured and humiliated. In an important scene, character points a gun at a child soldier, and impulsively kills the drug trafficker. These were completely new scenes that were not seen in Chinese movies until now.

Thanks to these scenes, the Chinese audience were able to experience something different for the first time ever.

(6) Expressing the justice in reality in unconventional Dante LAM's way

Hong Kong directors are basically experts in police crime drama.

Here, adding director Dante LAM's action style and experience, the film is now equipped with commercial potential.

Especially the humanity of the police depicted in the investigation scenes were unprecedented. The

appearance of a not-perfect Chinese police was extremely out of the ordinary for the Chinese audience. Especially the infiltration investigation scene showed the fact that simple justice cannot be pursued in this gritty reality we live in.

Operation Mekong, a product of director Dante LAM's firm conviction, gave an distinctively different effect from *Mekong He Da An* that deals with the same true story.

(7) A delightful Family movie

The Chinese have long considered family movies to be unconditional comedies.

All the Disney animations were comedies and box-office appealing actors such as FENG Xiao gang, Stephen CHOW, XU Zheng were mostly featured in comedies. But the audience's pleasure and amusement come from the 'joy'. The joy does not necessarily mean a comedy film. The most important element of a family movie is that the whole family goes to the cinema together. In order to do that, having the right material is crucial making police crime drama suitable for families to view together.

(8) High movie rating and voluntary audience participation

Operation Mekong was able to overcome the pre-opening crisis thanks to the 'support' of 34 BONA cinemas screens.

There was also a planned marketing through movie reviews, but the real support came from voluntary audience participation in rating sites, social media and blogs.

After comparing the 3 remaining national holiday films, not only the audience, but also the experts concluded that *Operation Mekong* was the best movie out of the bunch.

Whether the movie can be shown for a long time or not depends on the movie review.

Especially the secret behind *Operation Mekong*'s screening even after the holiday period is because the movie went viral.

(9) The desire for premium movies

The 2016 movie market was generally withering to a point where people worried about negative growth. Big flops were hurled with criticism. When the 'discount ticket' period (the period to secure seats by disposing low price tickets online) was over, the majority of movie goers felt the ticket price went up when the quality of Chinese movies were not as good as the previous year. That's how much the audiences were longing for a good movie.

Not only the audiences, but also the media, critics, filmmakers, and even the government have begun to expect high-quality Chinese films. It seemed like they were going to their best to root for it when it got released.

Q _____ How do movies get released in China? How is it different compared to other countries?

In order to release a movie, you need to obtain the broadcasting license so called "the dragon badge" from the film office of primary concern. During the acquisition period, we adjust the appropriate release period, according to the genre of the movie. And negotiations between the distribution chain and the general movie theatres begin.

Promotion takes place at the same time. When the pre-release atmosphere is warmed up and prep works are completed, they screen the movie according to the release date.

Q _____ What was the trend of 2016 Chinese films? And what trend forecast is there subsequent to BONA?

2016 was a difficult year for the Chinese film industry. The film industry went on an overall adjustment period, making it impossible to gain profit directly from the movie theatres. When filmmakers realized that the profit margin they earned before is no longer sustainable, most of them made every effort to find their own unique ways. Whether if it was to dramatize content with original work, to maximize the star celebrity effect, or to take advantage of the best talent in the film, they tried to attract responses from consumers.

Let me introduce my personal views on the prospect of the film industry.

(1) 'The Film Industry Promotion Act' specifies the screening level and legal regulations.

'The promotion law of the People's Republic of China Movie Industry' promulgated on March 1, 2017 is a result of three generations of filmmakers from the 1980s to the 90s and again in the 2000s to year 2017. Finally, there is a law guaranteeing the rights of the filmmaker.

The promotional law encompasses the screening grade, legal regulations, and supervision. Through these laws, I hope the Chinese film market gets standardized and the movie industry develops rapidly.

(2) Chinese film development and quality improvement of contents is an essential prerequisite

First of all, I believe creating movie content is important. There is Chang Chun Consensus(长春共识) in the Changchun Chinese Film Festival. It means that there must be high quality movies with craftsmanship in the heart and increase the quantitative as well as the qualitative improvement. A movie theater is not simply a place to spend leisure time, but also a place to judge the level of the movie. In that respect, I would like to mention China's movie screens. As of this year, the total number of screens in China is 41,000 which is more than the United States. In addition, many movie theaters in North America are still in film format, while the entire Chinese movie screens are digital with new technology. With the world's best IMAX Stadium theatre in tune with the digital era, what the theatre screen at the cinema depends on how much effort the Chinese film industry put in. It is inevitable to raise the quality level of Chinese film.

For the next 10 years, by utilizing qualitative improvement of movie based on 'screening grade system', technology and theater effect, the quality of movie viewing must get enhanced.

(3) Online market linkage, capital market cooperation

The film industry must get highly integrated with the online and capital markets in 2017. The film industry is closely related to the online platform, which makes it crucial for them to grow together. In addition, movies at the movie theaters should be distinguished from the online movies. Theatres have the need to release works that are newer, more vibrant in order to maximize the consumer experience through the big screen more than in online movies.

Q _____ What do you think about the level of Chinese film production compared to other countries?

As Chinese cinema and technology have grown rapidly over the past decade, giving the film industry new opportunities. The number of cinemas in China has risen sharply, and the film screening market has been technologically advanced too. The number of screens in China has already surpassed the ones in North

America, and China won the number one position in the global screening market. Not only are movie screens the best in the world, but they also have the foundation to utilize new technology. Therefore, movie contents should be made to fit the state-of-the-art infrastructure. If Chinese films are not at a world-class level in terms of industrialization or theater effects, Chinese films will be seen only on small screens in small theatres or stream movies online only. The decades' worth of hard work cannot be gone in vain and simply giving the screening market back to the Hollywood movie industry. Chinese film must build their competitiveness to compete with the world's leading producers.

2016년 중국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING CHINESE FILMS IN 2016

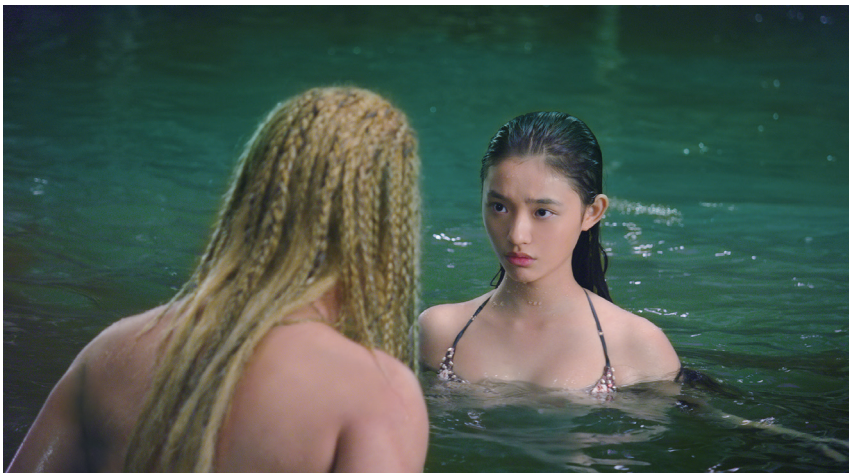
No.1 미인어 美人鱼 The Mermaid

12

Code 253 • 7/15 20:00 부천시청 어울마당 / Bucheon City Hall, Main Theater(2F) | Code 728 • 7/20 17:00 CGV부천 6관 / CGV Bucheon Station 4

아름다운 인어 산산은 그들이 살고 있는 터전을 개발하려는 젊은 사업가 류현을 죽이기 위해 미인계로 접근한다. 하지만 우여곡절 끝에 만난 그들은 그만 사랑에 빠지고 만다. 주성치 특유의 유머와 따뜻함이 녹아있는 2016년 중국 최고의 화제작.

Xuan's reclamation project threatens the livelihood of the mermaids. Other mermaids send Shan to tempt Xuan and kill him. But they fall in love instead. Unfortunately, the mermaids are hunted by a hidden organization and Xuan has to save Shan.



연출	주성치 周星馳	개봉일	2016.02.08	최종 흥행 수입	¥3,393,230,000
제작	주성치, 아이비 공 江玉儀	배급	Beijing Enlight Pictures/China Film Group		
제작사	The Star Overseas Ltd, China Film Group				

Director	Stephen CHOW	Distribution	Beijing Enlight Pictures/ China Film Group
Producer	Stephen CHOW, Ivy KONG	Final Box Office	\$497,541,056
Production	The Star Overseas Ltd, China Film Group		
Release Date	2016.02.08		



연출 | 주성치 周星馳

중국 출신의 영화배우, 감독이자 작가이다. 1983년 TVB에서 유아용 프로그램의 진행자로 커리어를 시작했으며, <미인어>(2016)로 2017 브뤼셀판타스틱 영화제에서 은까마귀상을 수상했다.

DIRECTOR | Stephen CHOW

Born in 1962. He is a film director, actor and writer. His career started on TV, where he presented a children show on TVB and started becoming popular. He received the Silver Raven Prize at 2017 BIFFF for *The Mermaid*(2016).

No.2 몽키킹 2: 서유기 여정의시작 西游记之三打白骨精 The Monkey King Part 2

12

Code 306 • 7/16 10:30 CGV부천 6관/CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX) | Code 605 • 7/19 11:00 CGV부천 6관/CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX)

삼장법사는 불경을 얻기 위해 서역으로 길을 떠난다. 오행 산에 500년간 갇혀 있던 손오공과 사오정, 저팔계가 삼장법사의 여정에 합류하지만, 사악한 요괴 백골정이 그들의 앞길을 막아서는데...손오공과 백골정을 연기한 곽부성과 공리의 매력이 가득한 몽키킹 그 두 번째 시리즈.

When a travelling monk is stranded in a wasteland, he meets the Monkey King who committed a big crime and locked up in mountain. The Monkey King must escort him across the land to retrieve sacred scriptures and protect him from an evil demon.



연출	소이청 鄭保瑞	개봉일	2016.02.06(홍콩)/2016.02.08(중국)	최종 흥행 수입	¥1,201,800,000
제작	아간 阿甘, 왕후이핑	배급	China Film Group		
제작사	Xing Hao Pictures, China film				
Director	Soi CHEANG	Distribution	China Film Group		
Producer	Agan, WONG Hoifung	Final Box Office	\$176,217,009		
Production	Xing Hao Pictures, China Film Group				
Release Date	2016.02.06(HK)/2016.02.08(CN)				



연출 | 소이청 鄭保瑞

90년대 초, 두기봉 감독의 조감독으로 일하며 경력을 쌓은 그는 <발광석두>(2000)로 감독 데뷔하였다. 이후 공포영화 감독으로 상업적인 성공을 거두었으며 2006년 <구교구>로 국제적인 명성을 얻었다. 베니스영화제에 공식 초청된 <엑시던트>(2009)로 비평가들의 찬사를 받았다.

DIRECTOR | Soi CHEANG

A veteran filmmaker who started his career as Johnnie TO's assistant director in the early 90's, Soi had his directorial debut in *Diamond Hill*(2000). After a string of commercially successful horror films in the domestic market, he earned his first international reputation for *Dog Bite Dog*(2006), followed by the critically acclaimed *Accident*(2009) which was in Competition at Venice Film Festival.

2016년 중국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING CHINESE FILMS IN 2016

No.3 오퍼레이션 메콩 湄公河行动 Operation Mekong

18



두 중국 상인들의 배가 메콩강에서 습격을 당한다. 그리고 태국 경찰이 그 배에서 엄청난 양의 크리스탈을 발견하는데, 운남의 경찰 마약반의 리더 강가오는 이 사건의 담당이 되어 이 골든 트라이앵글을 조사하러 간다.

Two Chinese merchant ships were attacked in Mekong river, Thai policemen found 9 hundred thousand crystal meth on the ships. Gang Gao, the leader of the Narcotics Corps in Yun Nan province was assigned to lead a special team to Golden Triangle to investigate.

연출	임초현 林超贤	개봉일	HK/CN	최종 관객수	3897만
제작사	Bona Film Group	상영횟수	1541.05 천	최종 흥행 수입	¥1,185,210,000
배급	Distribution Workshop				

Director	Dante LAM	No. of Screens	1541050
Production	Bona Film Group	Distribution	Distribution Workshop
Release Date	HK/CN	Final Admissions	3897M
		Final Box Office	\$173,784,457

연출 | 임초현 林超贤
 <파풍 : 스피드 매치>(2014)
 <격전>(2013)
 <비스트 스토커>(2008)

DIRECTOR | Dante LAM
 To The Fore(2014)
 Unbeatable(2013)
 The Beast Stalker(2008)

2015년 중국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING CHINESE FILMS IN 2015

몬스터 헌트 捉妖记 Monster Hunt

먼 옛날, 인간과 요괴 사이에 큰 전쟁이 벌어지고 요괴 세계에 인간이 두려워할 새로운 후계자 '우바'가 태어난다. 이에 '우바'를 없애려는 인간과 원치 않는 사건으로 '우바'의 부모가 된 요괴 잡는 몬스터 헌터와의 피할 수 없는 전쟁이 시작된다.

While a civil war of the distant past takes place between the human race and the monster race, the successor of the monster realm is born. Now, this event becomes a catalysis for another war between the humans, hunting for Huba, and monster hunters, who become Huba's parents.

연출 Director	라만 후이 Raman HUI	개봉일 Release Date	2015-7-16
제작 Producer	윌리엄 콩 William KONG	최종 흥행 수입 Final Box Office	RMB 2,439,536,000
제작사 Production	Edko Films		
배급 Distribution	차이나 필름 中国电影集团公司 China Film Group		

심용결 鬼吹灯之寻龙诀 Mojin: The Lost Legend(3D)

허가를 받은 도굴꾼 후베이, 왕카오슈안, 셜리는 고분을 도굴하던 중 후베이가 진사섬의 환영을 보는 일을 계기로 도굴에서 손을 떼게 된다. 18년 후 세 사람은 뉴욕으로 이주하지만, 왕카오슈안은 한 글로벌 광산채굴회사로부터 '어떤 무덤'을 발굴해달라는 제의를 받는다.

Famous tomb explorer Hu Bayi, Wang Kaixuan and Shirley Yang decide to retire from tomb exploring. All move to the United States eighteen years later, but Wang Kaixuan gets an offer from a mysterious businesswoman to find the ancient tomb of a Mongolian princess.

연출 Director	우 얼산 烏爾善 WU Ershan	개봉일 Release Date	2015-12-18
제작 Producer	FU Chenkuo, ZHAO Fang, WANG Zhonglei, Li Xiaoping	최종 흥행 수입 Final Box Office	RMB 1,682,000,000
제작사 Production	CKF Pictures		
배급 Distribution	우저우 필름 五洲电影发行有限公司 Wuzhou Film Distribution		

로스트 인 홍콩 港囧 Lost in Hong Kong

중년의 패션 디자이너는 부인 그리고 그녀의 처남과 함께 홍콩여행을 떠난다. 하지만 사실 첫사랑과의 재회가 목적이었던 그는 이 계획을 처남에게 들리고 만다. 쫓고 쫓기는 상황에서 달콤할 줄로만 알았던 이 밀월 여행의 꿈은 흥분과 위험 가득한 도주극으로 변하게 된다.

A middle-aged fashion designer travels to Hong Kong with his wife and brother-in-law. But his real plan to reunite with his old girlfriend fails as his brother-in-law finds out about it. His sweet dream rendezvous with his girlfriend turns into a life-threatening nightmare.

연출 Director	쉬 정 徐峥 XU Zheng	개봉일 Release Date	2015-9-25
제작 Producer	쉬정 XU Zheng	최종 흥행 수입 Final Box Office	RMB 1,613,368,000
제작사 Production	Beijing Joy Leader Culture Communication Co., Ltd		
배급 Distribution	광선 北京光线影业公司 Beijing Enlight Pictures		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

홍콩 | HONG KONG

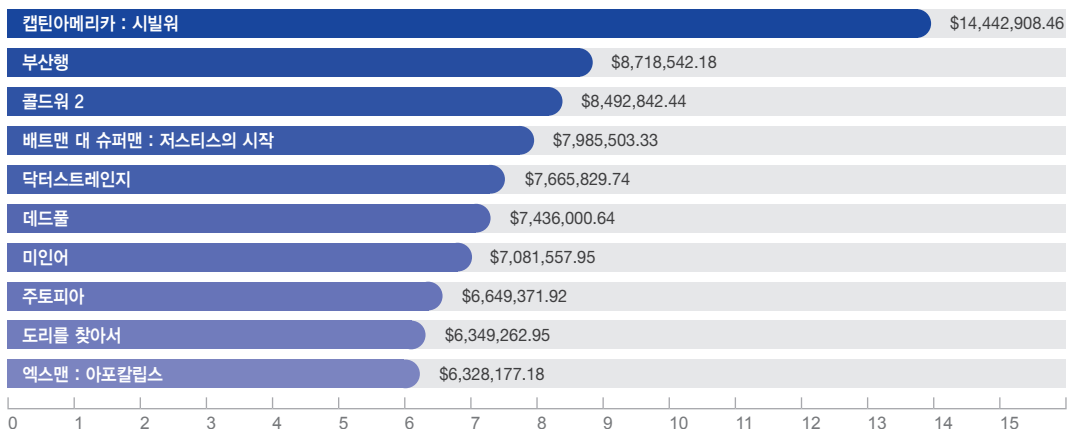
2016년 홍콩 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - HONG KONG BOX OFFICE 2016

출처: Hong Kong Box Office Ltd.

작품명	감독	국가	장르	총행수입(USD)	제작사/배급사
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$14,442,908.46	Marvel Studios
부산행	연상호	한국	스릴러	\$8,718,542.18	New entertainment
코드네임 : 콜드워 寒戰2	력룽만, 써니력 梁樂民, 陸劍青	홍콩/중국	드라마	\$8,492,842.44	EDKO films
배트맨 대 슈퍼맨 : 저스티스의 시작	잭 스나이더	미국	액션어드벤처	\$7,985,503.33	Warnar Bros
닥터스트레인지	스콧 데리슨	미국	액션어드벤처	\$7,665,829.74	Marvel Studios
데드풀	팀 밀러	미국	코미디	\$7,436,000.64	20 century Fox film corporation
미인어 美人魚	주성치 周星馳	홍콩/중국	코미디	\$7,081,557.95	The Star Overseas, China Film
주토피아	바이론 하워드, 리치 무어	미국	코미디	\$6,649,371.92	Walt Disney Pictures
도리를 찾아서	앤드류 스탠턴, 앤거스 맥클레인	미국	코미디	\$6,349,262.95	Walt Disney Pictures
엑스맨 : 아포칼립스	브라이언 싱어	미국	공상과학	\$6,328,177.18	20 century Fox film corporation

| 극장 입매권 매출 |

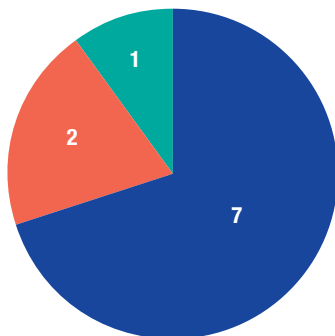


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: Hong Kong Box Office Ltd.

작품명	감독	국가	장르	Gross(USD)	제작사
코드네임 : 콜드워 寒戰2	력룽만, 써니릭 梁樂民, 陸劍青	홍콩/중국	드라마	\$8,492,842.44	China Film, Irresistible Film
미인어 美人魚	주성치 周星馳	홍콩/중국	코미디	\$7,081,557.95	The Star Overseas, China Film
도성풍운3 賭城風雲III	왕정 王晶	홍콩/중국	코미디	\$3,157,860.26	Bona Film Group
몽키킹2 : 서유기 여정의 시작 西遊記之孫悟空三打白骨精	소이청 鄭保瑞	홍콩/중국	액션어드벤처	\$2,005,640.00	Sing Hao Pictures, China Film
사도행자 : 특별수사대 使徒行者	문위홍 文偉鴻	홍콩/중국	스릴러	\$1,393,377.69	J.Q. Pictures
위성 : 영웅들의 귀환 危城	진목승 陳木勝	홍콩/중국	액션어드벤처	\$1,308,385.90	Bona Film Group
홍금보의 보디가드 我的特工爷爷	홍금보 洪金寶	홍콩/중국	코미디	\$1,244,995.26	Edko Films
북 오브 러브 北京遇上西雅圖 2	설효로 薛曉路	홍콩/중국	로맨스	\$1,219,665.51	Edko Films, Dream Sky ent.
트리비사 樹大招風	프랜크 후이, 제본스 우만킷, 비키 웡	홍콩/중국	드라마	\$1,185,628.46	Media Asia Film Production Ltd
제트 스톰2 : 승부조작단 S風暴	임초현 林超賢	홍콩/중국	스릴러	\$1,116,290.90	PEGASUS MOTION PICTURES

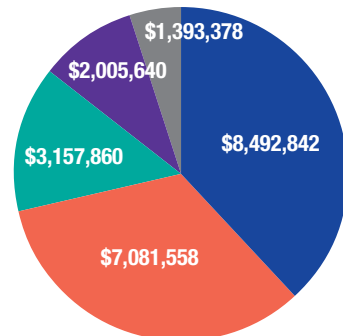
| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



● 미국 ● 홍콩/중국 ● 한국

| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



● 드라마 ● 로맨스 ● 코미디 ● 액션어드벤처 ● 스릴러

홍콩: 변화 속에서 잃어버린 산업

2016년과 2017년 초반 홍콩 영화시장은 많은 신문의 헤드라인에는 성공적이라고 쓰여있었고, 젊은 영화제작자들이 스포트라이트를 많이 받은 해였다.

영화 <트리비사>(樹大招風), <위즈 온 파이어>(點五步)와 <매드 월드>(一念無明)은 수상과 아울러 국내외에서 주목을 받았고, 홍콩-중국 공동제작으로 고예산이 투입된 <코드네임 : 콜드워>(寒戰2)는 <미인어>(美人魚)와 <몽키킹2 : 서유기 여정의 시작>(西游记之孫悟空三打白骨精)을 넘어섰다. 이런 영화들에 대한 매스컴의 관심과 작년 데뷔한 신인감독의 숫자 -28명- 에서 알 수 있듯이 홍콩영화 산업이 마침내 다음세대에게 바톤을 넘길 준비가 되었음을 알리는 신호탄이 되었다. 그 결과 중 하나로 올해의 홍콩 영화상의 탑3 우승자는 처음이거나 혹은 두 번째로 영화를 제작한 감독들이 선정됐다. 더 괄목할 만한 부분은 이들 모두가 지역 교육기관에서 만들어진 작품으로 국내 영화경쟁을 통해 발굴됐다는 것이다.

주목받은 영화 <트리비사>의 세 명의 감독 프랭크 후이(許學文), 구문걸(歐文傑), 비키 웅(黃偉傑)은 모두 영화산업의 젊은 재능을 발견하기 위해 2005년 두기봉 감독이 설립한 프레쉬웨이브단편영화제 초창기 참가자였다. 올 여름 강타할 노위린(盧煒麟)의 영화 <좀바이올로지 : 엔조이 유어셀프 투나잇>(今晚打喪尸)을 포함해서 프레시 웨이브 출신 영화감독들의 다른 작품들이 곧 선보일 예정이다.

한편 홍콩의 중등학교 야구팀에 대한 영화 <위즈 온 파이어>, 조울증의 남성과 서먹한 그의 아버지 사이의 어색한 관계에 관한 영화 <매드 월드>는 First Film Initiative의 창립프로젝트로 젊은 영화 제작자에게 완벽한 창작의 자유와 한정된 예산(학생 2백만 홍콩달러, 전문 그룹 5백만 홍콩달러)으로 장편영화를 감독 할 수 있는 기회를 제공하는 정부 프로그램이었다. 영화 <위즈 온 파이어>는 작년 여름 470만 홍콩 달러의 비용을 거의 회수하지 못한데 비해, 연장된 순회축제 투어와 영화 품질에 대한 입소문을 통해 영화 <매드 월드>는 홍콩 박스오피스에서 1,720만 홍콩달러를 벌어들일 수 있었다. 이제 4주년을 맞이하는 First Film Initiative이 홍콩에서 가장 흥미로운 영화를 만들어내자, 관객들은 그들에 대한 믿음을 보여주기 시작했다.

동시에 홍콩영화금상장은 2016년에는 홍콩영화로 규정 될 수 있는 68편의 영화를 확인했고, 이 규모는 2001년 이후 가장 큰 규모다. 홍콩영화산업은 오랜 슬럼프를 벗어나 예전의 모습을 되찾을 수 있을 것으로 보였다. 그러나 통계치는 2016년을 좀 더 비판적으로 보여주고 있다. 홍콩영화산업협회(Hong Kong Motion Picture Association)의 조사에 따르면 홍콩은 2016년에 총 348편의 영화가 개봉했고, 이는 전년 대비 4.82% 증가한 수치였다. 그러나 매표소에서의 총 수익은 19억 5천만 홍콩달러로 전년 대비 1.97% 감소했다. 이것은 2015년에 있었던 20.6% 상승 증가 폭과는 거리가 있다.

<코드네임 : 콜드 워>는 6620만 홍콩달러로, 홍콩역대 최대 수익을 올리는 기록을 세웠지만, 홍콩영화 시장에서 이 영화는 작년보다 대체적으로 미약하게 평가되었다. 홍콩달러 1000만의 기록은 흥행의 지표로 여겨지고 있고, 작년에는 10편도 넘는 홍콩 국내영화가 그 기록을 가진 반면에 이번에는 고작 6편의 국내영화가 그 기록을 넘어섰다. 사실, 2016년은 국내영화 관람의 하락 추세가 지속됐다. 주로 인기가 많은 음력 설 연휴 시즌을 제외하고 홍콩관객들이 중국어로 되어있는 영화를 떼지어 보러 가게 하는데 실패했다. 이는 관객들의 소규모인 지역영화에 대한 믿음 부족 및 중국본토 상업영화에 대한 전반적 혐오감이 한 몫 한 것으로 여겨진다.

최고 수익을 올린 홍콩영화 10편 중에 오직 5편 만이 홍콩 현지에서 촬영되었다는 것은 그렇게 놀라운 일은 아니었다. <트리비사>를 제외한 10편 중의 9편이 홍콩-중국본토 공동제작으로 이루어졌다. 마블스튜디오영화는 2년 연속으로 연간 박스오피스 기록을 갱신하고 있다- <캡틴 아메리카: 시빌 워>는 1억 1,300만 홍콩달러를 돌파했다. 외화가 전반적으로 홍콩 박스오피스를 우세한 힘으로 지배하고 있다.

그러나 2016년 한국은 <부산행>이라는 영화로 놀라운 승리를 이끌어냈다. 영화컨셉에 관심을 가졌던 관객들과 좋은 평판 그

리고 배급사 Edko의 공격적인 마케팅 전략에 힘입어 영화 〈부산행〉은 최고 매출 6800만 홍콩달러로 아시아영화 기록을 갱신했다. 다년간 이어진 한국영화의 실망스러운 매출행진 속에(홍콩 관객들은 일반적으로 아시아영화 중에서는 일본과 대만영화를 선호하는 편이다) 〈부산행〉의 흥행은 현지 영화 배급사들에게 영화시장에서 한국영화의 잠재력에 대해 일깨워주었다. 그러나 2017년 한국영화의 약세는 〈부산행〉의 흥행이 일회성 짙은 우연이었을지도 모른다는 것을 보여주기도 한다.

Edko는 확실히 2016년의 일약스타였다. 〈코드네임: 콜드 워〉와 〈부산행〉 외에도 주성치의 인기 코미디영화 〈미인어〉(HK \$ 5,520만), 홍금보의 〈홍금보의 보디가드〉(我的特工爷爷)(HK \$ 97만), 중국 본토의 로맨스영화 〈북 오브 러브〉(北京遇上西雅图 2)(HK \$ 951만)를 배포했다. 전문 필름 유통업체로 시작했던 Edko는 홍콩의 최대 극장 체인점의 주인을 소유주로 둔 덕분에 공격적으로 상업영화 제작 분야로 진출하게 되었다. 2016년에는 중국 본토에서 24억 4천만 위안의 놀라운 수입을 올리며 영화 〈미인어〉가 그 기록을 깨기 전까지 Edko는 중국 본토에서 2015년 〈몬스터 헌트〉(捉妖记)로 전례없는 기록을 세웠다. 많은 홍콩 회사들과 마찬가지로 Edko는 그 이후로 홍콩에서는 영화 배급사로 일하는 한편 중국본토에서는 영화제작 업무를 주로 하고 있다. 두 개의 IPTV 채널과 수요대응 서비스 덕분에 Edko는 국제 영화시장에서 가장 공격적인 홍콩바이어들 중 하나가 되었다. 2016년 현지영화 산업의 영화관 상영에서 디지털배포를 수용하는 수가 증가하는 것을 볼 수 있었고, 이에 따라 홍콩바이어들은 그들의 라이브러리를 채워넣기 위해 더 많은 영화를 확보하고 있다. Edko의 자체 주문형 비디오 서비스에 이어 Golden Scene도 홍콩 Netflix 사이트에서 영화를 공개하는 주요 계약을 체결했으며, 더 많은 현지 회사들은 그들의 영화를 iTunes에서 제공하고 있다. China 3D Digital 또한 고전 홍콩영화 라이브러리를 그들의 강력한 차별 점으로 내세우며 올해 초에 소매업체 HMV를 통해 주문형 비디오 서비스를 시작했다.

2017년은 좋은 소식과 나쁜 소식이 뒤섞여 나왔다. 서극 감독의 고예산 영화 〈서유복요편〉(西游伏妖篇)이 형편없는 입소문으로 인해 〈라라랜드〉와 〈레지던트 이블: 파멸의 날〉에게 참패를 당하면서 중국영화에 있어 최악의 음력 설 연휴를 맞게 되었다. 팡 호청 감독의 로맨틱 코미디 시리즈의 세 번째 영화 〈러브 오브 더 컵〉(春嬌救志明)은 〈서유복요편〉의 매출을 4월 달에 재빨리 뛰어넘었고 현재 3,030만 홍콩 달러의 매출을 올렸다. 팡 호청 영화로서는 매출호조였지만, 작년 영화의 흥행을 따라 잡으려면 아직 멀었다.

한편, 영화시장은 지리적으로 확대되고 있는 것으로 보인다. 작년에는 새로운 중앙영사제어방식과 소형 영사실 덕분에 10여 년 동안 영화관이 없던 북동쪽의 새로운 장소에 2개의 영화관이 개관할 수 있었다. MCL (Intercontinental and Media Asia 소유), Broadway (Edko소유) 및 Cinema City 체인은 도심 외곽에 있는 주요 주거 지역으로 확대되고 있다. 한편 한국의 CJ CGV 또한 공식적으로 2018년 1분기에 영화시장에 진입할 것이다 (첫 번째 시네마 The Lux는 CGV 브랜드에 속하지 않는다). 2016년 행정장관 령준잉은 정부 개발사업에 있어 추가요구조건으로 개발자들에게 영화관 건설을 포함할 것을 검토하는 중이라고 전했다. 급속도로 불어나는 도시의 쇼핑몰 임대료로 인해 극장체인점들은 그 주변 자리다툼을 하고 있고, 그렇기에 이런 정책은 아직 달성되지는 않고 있다. 당분간 홍콩의 극장 상영관의 수는 45-50관 사이를 계속 웃돌 것으로 예상되고 있다. 중국의 2017년 흥행감소추세를 경험하고 있는데 이는 홍콩 영화산업에 어떤 영향을 미칠 것인가? 공동제작은 계속해서 업계를 장악할 조짐이지만, 작년 통계가 계속해서 들어오고 있는데 로컬 프로덕션 트렌드는 과연 지속될 것인가? 홍콩 영화산업은 분명히 과도기에 접어 들고 있지만, 이 전환이 어떤 방향으로 진행될 것인지 아무도 모른다.

케빈 마

케빈 마는 전 인터넷 판매 업체 YesAsia.com의 영문 편집자이자, 무역 뉴스 웹 사이트 Film Business Asia의 중화권 특파원이었다. 현재 캐세이퍼시픽과 캐세이드래곤의 기내 잡지를 발행하는 Cedar Hong Kong의 엔터테인먼트 부문 편집자이다. 또한 그는 아시아 영화산업에 대한 포괄적인 보도를 제공하는 새로운 웹 사이트인 아시아인시네마 (www.asiaincinema.com)의 창립자이자 중화권 영화사 및 기타 문화기관을 위한 프리랜서 작가 / 번역가이기도 하다.



인터뷰 | 아이비 호 何韻明



〈코드네임 : 콜드워〉(寒戰2) 프로듀서 | 홍콩

아이비 호는 Irresistible Films의 전무이사이자 프로듀서로 일하며 영화개발과 프로젝트 관리 뿐 아니라 회사전반의 운영을 관장하고 있다. 아이비 호가 Irresistible Films에서 맡아 진행한 프로젝트로는 〈라이즈 오브 레전드 : 황비홍〉(黃飛鴻之英雄有夢), 〈나이트 폴〉(大追捕), *First Time*과 〈코드네임 : 콜드워〉(寒戰) 시리즈물 등이 있다.

Irresistible Films에서 근무하기 전에는 M Promotion Pictures에서 마케팅책임자로일했고, 홍콩국제영화제협회사하의 아시아 필름어워드와 홍콩-아시아필름파이낸싱포럼(HAF)에서 부회장으로 재직했다. 또한, PCC 스카이호스(PCCW 유한회사의 자회사)에서 부대표보를 역임하며 다양한 웹드라마와 마이크로 규모의 영화, 뮤직드라마, 특별프로그램을 제작하고 배급했다. 아이비 호는 뉴욕대학교 영화와 텔레비전학과를 졸업했다.

Q _____ <코드네임 : 콜드워>에 대해 알려주세요.

<코드네임 : 콜드워>는 2012년 <콜드 워>의 속편이며, 령록만(梁樂民)과 써니력(陸劍青)이 공동 연출하고 공동 집필한 경찰드라마 영화입니다. Edko영화사와 Irresistible 영화사는 그들이 쓴 각본에 매력을 느꼈고, 이 두 명의 초짜 감독들을 믿었습니다. 홍콩시네마는 오랜 세월 명작 경찰추격 영화들을 제작해왔지만, 두 감독들의 영화 접근방식은 같은 장르의 여느 영화들과 크게 달랐습니다.

전가락의 굉장한 액션 장면과 더불어 우리는 영화시나리오에 내재되어있던 이야기의 탄탄함을 정말 좋아했습니다. 전작 <콜드 워>는 이야기가 경찰 뱀 납치사건으로부터 시작되었으며, <코드네임 : 콜드워>에서는 그 범죄 뒤에 숨겨져 있던 음모가 드러납니다.

곽부성(郭富城)이 연기한 라우는 영화 <코드네임 : 콜드워> 초반부에 경찰청장으로 승진을 합니다. 경찰차량을 강탈했던 동일 범들에게 그의 아내가 납치되는 것으로 영화는 시작됩니다. 전작에서 라우는 홍콩 염정공사 ICAC의 지원으로 범인들을 색출해냈습니다. 라우는 여기서 전작에서 라이벌 역, 리원빈을 맡았던 배우 양가휘(梁家輝)와 함께 이 사건의 배후인물을 색출하려 합니다. 이것이 우리가 <코드네임 : 콜드워>를 경찰극이 아닌 정치극으로 바꾸게 된 이유입니다.

Q _____ 영화 <코드네임 : 콜드워>의 어떤 요소들이 흥행하게 한 걸까요?

다행히도 전작 <콜드워>는 흥행에 성공했습니다. 전작의 흥행은 그 이야기를 좋아하고 계속되기를 바라는 팬 층을 확보할 수 있게 해주었습니다. 또한 <코드네임 : 콜드워>는 경찰조직과 홍콩에 깊게 뿌리를 둔 이야기였기에 현지 관객들은 공감할 수 있었습니다. 게다가 이 영화에는 굉장한 액션장면들을 볼 수 있어 관객들의 시선을 영화 초반부부터 엔딩까지 붙잡아둘 수 있었습니다. 종합해보면 이 영화는 관객에게 어필하는 강력한 스토리라인과 다른 상업적 요소를 갖고 있었습니다.

Q _____ 홍콩 박스오피스에서 대박행진을 이어가려면 어떻게 해야 하는 건가요?

그건 우리가 우리자신들에게 몇 년째 묻고 있는 질문이기도 합니다. 홍콩영화 시장은 몇 년 동안 어려웠습니다. 홍콩의 많은 감독들과 제작자들은 중국본토 관객을 대상으로 하는 [중국-홍콩] 공동제작을 진행 중입니다. 다행스럽게도 2016년과 2017년도 상반기에 <트리비사>(樹大招風)의 감독과들 Phillip YUNG(翁子光)과 Wong CHUN같은 새로운 무리의 감독들이 나타나는 것을 볼 수 있었습니다. 나는 이들이 창창한 미래를 가진 훌륭한 영화제작자들이라고 생각합니다. 이 새로운 인재들로 인해 홍콩시네마는 앞으로 더욱 흥미 진진해질 것입니다.

Q _____ 영화에 투자를 받으려면 어떻게 해야 하나요?

Irresistible film는 아주 운이 좋은 편입니다. 이곳은 영화제작에 투자하는 영화기금이기 때문에 우리는 외부에서 투자자본을 구해야 하는 압박감이 없었습니다. 자매 회사인 Edko까지 합세해서 우리는 우리 영화에 필요로 하는 자본을 충분히 확보할 수 있었습니다. Irresistible Films는 2008년에 영화기금으로 설립되었습니다.

우리는 4명의 투자자들이 있습니다 - Edko필름의 빌 쿵, 베이징에 본사가 있는 할리우드회사 아시아빌리지도스, 음악 및 인재 관리를 하는 일본회사 아벡스, 그리고 영국은행 간부가 있습니다. 우리의 초점은 새로운 감독과 함께 작업하는 것입니다. <코드네임 : 콜드워>의 두 감독, 그리고 <크로싱 헤네시>(月滿軒尼詩)와 <친밀>(親密)을 우리와 함께 만든 하운명(아이비 호) 시나리오 작가 감독을 예로 들 수 있겠습니다. 기금 펀딩 외에도, 우리는 감독들의 제작 시스템을 세우는 것을 돕고 있습니다. 예를 들어, 우리는 <코드네임 : 콜드워>의 스태프들과 배우를 캐스팅하는 것을 도왔습니다.

Q _____ 홍콩에서 영화는 대개의 경우 어떻게 투자를 받나요?

지금은 80년도와는 상당히 다릅니다. 그때는 그 자리에서 볼 수 있는 두 페이지 분량의 컨셉이나 시놉시스가 있으면 영화 회사에 접촉할 수 있었습니다. 그러나 더 이상 그렇게는 안 됩니다. 요즘 우리에게 접근하는 사람들을 포함한 많은 영화 제작자들은 시놉시스나 단순 장면 분할이 아닌 전체 영화시나리오를 가지고 올 것입니다. 일반적으로 전체 영화시나리오가 구비되어 있는 경우, 투자자들에게 더 매력적으로 프로젝트가 어필하게 됩니다. 영화시나리오는 완벽하지 않을 수 있어도 투자자는 그것을 토대로 영화가 상업성이 있는지 여부를 분석 할 수 있습니다. 우리가 <골드 워>에 관심이 있었던 2012년을 예로 들자면 우리는 두 감독들과 영화시나리오 세부 조정하는 일에 거의 1 년을 보냈습니다. 그 작업이 마침내 끝났을 때, 우리는 제작을 승인했고 배우를 물색하기 시작했습니다. 그것이 내가 요즘 선호하는 방법입니다.

여전히 컨셉 만을 갖고 논의하려는 사람들이 있지만, 난 이것이 최선의 접근법이라고 생각하지 않습니다. 웅자광 감독의 <기행지>를 보면, 웅감독은 완성된 영화시나리오를 갖고 업체들과 접촉했습니다. <골드 워>의 두 감독들도 우리와 연락하기 전에 영화시나리오를 마쳤습니다. 그렇기 때문에 감독들은 직접 영화시나리오를 작성하거나 함께 작업 할 수 있는 영화시나리오 파트너를 갖는 것이 중요합니다.

Q _____ 현지에서는 어떤 방식으로 영화를 출시합니까?

그건 영화사에 달려있으며, 운이 좋게도 Edko는 우리 투자자 중 하나고, 자연스럽게 그들이 우리 영화 출시를 담당합니다. 홍콩 대부분의 주요 영화사들은 그 시스템을 갖추고 있습니다.

Emperor, Media Asia, Universe, Mei Ah는 자회사 영화를 제작하여 발표합니다.

생산, 유통 심지어 국제 판권까지 담당하기 때문에 이러한 업체들과 일하기가 용이합니다.

그러나 일부 독립 프로덕션은 배급사를 찾으러 다녀야 합니다. 홍콩에는 훌륭한 배급사들이 여럿 있습니다. 예를 들어, 내 친한 친구인 Winnie TSANG(曾麗芬)의 Golden Scene은 대개 수입 외화를 전문적으로 취급하지만 일부 지역 영화의 배급도 담당합니다. 따라서 좋은 네트워크를 가진 독립 배급사들이 있습니다.

Q _____ 출시 규모는 어떻게 됩니까?

<코드네임 : 골드워>는 개봉일 691관에서 상영했습니다. 첫 번째 영화의 성공덕분에 영화관은 기꺼이 영화 상영관을 라인업했습니다. 그러나 <매드 월드>(一念無明)처럼 소규모 영화는 개봉 첫날에 많은 상영을 확보하기 어렵습니다. 입소문과 수상경력 덕분에 박스오피스에서의 실적이 점점 향상되었으며, 영화는 각기 다른 규모와 출시 전략을 가지고 있습니다. 예술영화를 널리 배포하는 것은 때로는 그렇게 좋지 않습니다. 따라서 배급사와 극장주들은 영화에 적합한 전략을 찾기 위해 긴밀히 협력해야 합니다. 일부 영화는 시간이 지남에 따라 상영관을 늘릴 수 있는 기회가 있습니다.

Q _____ 홍콩 극장주들이 다른 지역의 극장주들보다 많은 권력을 갖고 있다고 생각합니까?

꼭 그렇지는 않습니다. 극장주들은 어디에서나 매우 입김이 세며, 그리고 중국본토는 여기보다 더 무섭습니다. 홍콩 극장주들은 적어도 최소한 일주일 또는 며칠 동안 영화를 상영 할 수 있게 해줍니다. 중국 본토의 경우 영화가 개봉당일에 잘 돌아가지 않으면 극장주들은 24시간 내에 상영관을 줄이기 시작합니다.

Q _____ 홍콩에서 이익 분배에 대해 말해 주시겠습니까? 그리고 <코드네임 : 콜드워>에서 어떻게 나누었나요?

홍콩은 다른 나라들과 거의 동일한 이익 분배 시스템을 가지고 있습니다. 배급사들은 영화에 따라 수익의 40% 초중반대를 가져갑니다. 만약 영화의 규모가 크고 흥행이 예상된다면 배급사는 더 큰 비중을 가져갈 것입니다. 하지만 40% 정도가 평균적인 값이며, <코드네임 : 콜드워>도 그 정도였습니다.

Q _____ 2016년에 보았던 시장 동향에는 어떤 것들이 있습니까?

앞서 말했듯이, 2016년은 새로운 감독들에게 좋은 해였습니다. 예를 들어 <트리비사>는 호평을 받았고 박스오피스에서도 좋은 성적을 받았습니다. 홍콩영화에 새로운 움직임이 시작된 것을 느끼고 있습니다.

Q _____ 그러나 박스오피스 수익은 2016년에 감소했습니다. 이유가 무엇이라 생각하시나요?

난 그게 관객의 관람 방식과 관련이 있다고 생각합니다. 이 세대는 유희거리에 대한 선택 폭이 넓습니다. 넷플릭스가 홍콩에 상륙했고 구독료도 꽤 저렴한 편입니다. 중국의 LeEco 또한 여기서 서비스를 제공하고 있습니다. 따라서 합법적으로도 유희거리를 선택할 수 있는 옵션이 많이 있습니다. 내가 볼 때 관객들은 영화관에서 모든 영화를 볼 필요는 없다 여기는 것 같습니다. 관객들은 휴대전화나 텔레비전에서 보기 좋지 않은 영화만을 보러 영화관에 갈 것입니다. 이것은 비단 홍콩만의 문제는 아닙니다. 올해 칸영화제에서 있었던 치열한 넷플릭스 논쟁에서도 알 수 있듯이, 이는 영화 업계의 모든 사람들이 직면하고 있는 문제입니다.

Q _____ 요즘 홍콩 영화계에서 가장 힘든 과제는 무엇입니까?

훌륭한 영화제작자가 있는 한 좋은 영화가 있을 것이고, 좋은 영화가 있는 한 영화시장이 있을 것이라고 생각합니다. 난 재능 있는 사람들은 어떻게든 자기자신을 표현할 수 있는 방법을 찾아낸다고 생각합니다. 몇 년 전, 사람들은 공동 제작물이 국내 영화에 영향을 줄 거라고 생각했습니다. 감독과 제작자가 홍콩 관객의 취향에는 맞지 않는 중국 본토 영화제작에 더 많은 노력을 기울이고 있다는 것은 사실입니다. 그러나 시장 규모만 넉넉하다면 중국본토와 홍콩관객 모두에게 통하는 영화가 있다고 생각합니다. 대만의 <그 시절, 우리가 좋아했던 소녀>(那些年, 我們一起追的女孩)와 <나의 소녀시대>(我的少女时代)를 보면, 이 작품들은 홍콩과 중국 본토에서도 흥행에 성공했던 대만영화입니다. 모든 관객들이 공감할 수 있는 보편적인 감성을 영화에 담았기 때문입니다. 난 특정 장르가 영원히 잘 될 거라 생각하지 않습니다. 시대극영화는 예전에는 성공적이었지만 더 이상은 그렇지 않습니다. 나는 그것이 작가와 감독의 창의력뿐만 아니라 그들의 영화에 얼마나 열심히 일하는지에 달려 있다고 생각합니다. 좋은 영화는 무조건 관객을 이끌어내게 되어 있습니다.

Q _____ 현재 홍콩의 영화제작 시장 가치에 대해 어떻게 생각하십니까?

꽤 좋은 편이라고 생각합니다. 난 홍콩과 중국 본토에서 영화제작을 했고 나는 여전히 홍콩영화 제작진들이 훌륭하다고 생각하고, 그들은 매우 전문적입니다. 우리의 예술, 촬영, 액션감독들과 조감독들은 모두 매우 노력합니다. 난 그래서 홍콩영화시장은 여전히 생산 가치가 높은 영화를 만들 수 있다고 생각합니다. 그러나 영화제작이 때로는 장르나 스토리에 발 묶여 있을 때가 있습니다. 금융가들은 때로는 제한된 시장매력을 가진 스토리에 많은 돈을 투자하는 것을 주저할 수 있고, 그런 것들이 영화제작 생산가치를 다소 떨어뜨릴 수 있습니다. 전반적으로, 나는 홍콩이 훌륭한 영화를 만들 수 있는 훌륭한 제작진을 보유하고 있다고 생각합니다. <매드 월드>을 보면, 그 제작진은 촬영시작 2주 만에 아주 강력한 것을 만들어냈습니다.

Q _____ 홍콩에서 촬영을 원하는 외국인 영화제작자를 위한 조언이 있습니까?

홍콩에는 해외 영화제작을 지원할 수 있는 적합한 프로덕션 서비스와 제작진들이 분명히 있다고 생각합니다. <공각기동대: 고스트 인 더 셸>과 같은 할리우드 영화제작사들을 소화할 수 있는 능력이 입증된 2-3 업체들이 있습니다. 홍콩은 매우 영화적인 도시이며, 앞서 언급했듯이 홍콩 제작진들은 매우 전문적입니다. 할리우드 영화제작사들의 요구까지 충족시킬 수 있는 훌륭한 라인 프로듀서들이 있습니다. 정부는 영화제작을 위해 도로 폐쇄를 허가하는 등 해외영화 제작에 대한 많은 지원을 보여주고 있습니다. 그래서 난 홍콩이 해외 제작자들을 매우 환영하고 있다는 걸 알고 있습니다. 그러나 나는 홍콩-아시아 금융포럼에서 일하면서 범 아시아 공동제작에 관한 많은 논의를 보았습니다. 오늘날까지도 나는 그 크로스 오버가 불가능하다 생각하기 때문에 나는 그런걸 믿지 않습니다. 예를 들어, 한국과 대만 관객들을 타겟으로 영화를 만드는데, 중국 본토 영화시장에 진입할 수 있게 중국 본토 주인공을 넣은 영화를 제작하는 것은 불가능합니다. 홍콩의 촬영장소와 홍콩 제작진들을 사용하는 데는 문제가 없지만 그렇게 함으로써 자동적으로 홍콩 및 중국 본토 관객을 확보할 거라 생각하지는 않길 바랍니다.

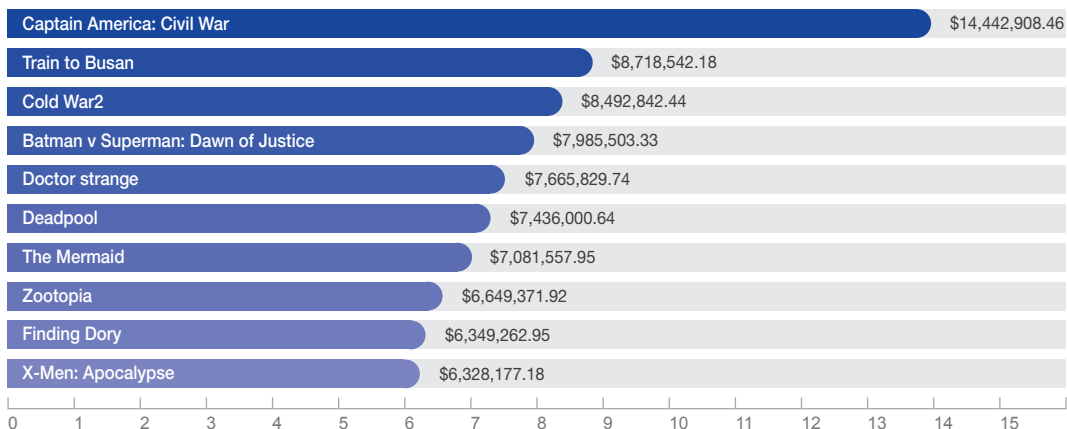
HONG KONG FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - HONG KONG BOX OFFICE 2016

Source : Hong Kong Box Office Ltd.

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$14,442,908.46	Marvel Studios
Train to Busan	YEON Sangho	South Korea	Thriller	\$8,718,542.18	New entertainment
Cold War2	Lokman LEUNG, Sunny LUK	HK/CN	Drama	\$8,492,842.44	EDKO films
Batman v Superman: Dawn of Justice	Zack SNYDER	USA	Action adventure	\$7,985,503.33	Warnar Bros
Doctor strange	Scott DERRICKSON	USA	Action adventure	\$7,665,829.74	Marvel Studios
Deadpool	Tim MILLER	USA	Comedy	\$7,436,000.64	20 century Fox film corporation
The Mermaid	Stephen CHOW	HK/CN	Comedy	\$7,081,557.95	The Star Overseas, China Film
Zootopia	Byron HOWARD, Rich MOORE	USA	Comedy	\$6,649,371.92	Walt Disney Pictures
Finding Dory	Andrew STANTON, Angus MACLANE	USA	Comedy	\$6,349,262.95	Walt Disney Pictures
X-Men: Apocalypse	Bryan SINGER	USA	Sci-Fi	\$6,328,177.18	20 century Fox film corporation

| GROSS BOX OFFICE |

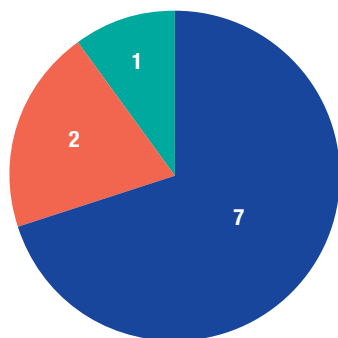


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : Hong Kong Box Office Ltd.

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production
Cold War2	Lokman LEUNG, Sunny LUK	HK/CN	Drama	\$8,492,842.44	China Film, Irresistible Film
The Mermaid	Stephen CHOW	HK/CN	Comedy	\$7,081,557.95	The Star Overseas, China Film
From Vegas to Macau 3	WONG Jing	HK/CN	Comedy	\$3,157,860.26	Bona Film Group
The Monkey King Part 2	Soi CHEANG	HK/CN	Action adventure	\$2,005,640.00	Sing Hao Pictures, China Film
Line walker_The Movie	Jazz BOON	HK/CN	Thriller	\$1,393,377.69	J.Q. Pictures
Call of Heroes	Benny CHAN	HK/CN	Action	\$1,308,385.90	Bona Film Group
The Bodyguard	HUNG Kampo	HK/CN	Comedy	\$1,244,995.26	Edko Films
Beijing meet Seattle 2 : Book of Love	Xiaolu XUE	HK/CN	Romance	\$1,219,665.51	Edko Films, Dream Sky ent.
Trivisa	Frank HUI, Jevons AU, Vicky WONG	HK/CN	Drama	\$1,185,628.46	Media Asia Film Production Ltd
S storm	David LAM	HK/CN	Thriller	\$1,116,290.90	PEGASUS MOTION PICTURES

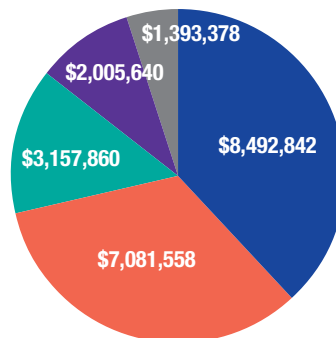
| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



● USA ● HK/CN ● South Korea

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



● Dram ● Romance ● Comedy ● Action adventure ● Thriller

Hong Kong: An Industry Lost In Transition

In terms of newspaper headlines, 2016 and early 2017 have been great for Hong Kong cinema. It was the year that younger filmmakers for their time in the spotlight. Films such as *Trivisa*, *Weeds on Fire* and *Mad World* received award attention at home and abroad, beating out big-budget Hong Kong-China co-productions such as *Cold War 2*, *Mermaid* and *The Monkey King 2*. The publicity for those films and the sheer number of directorial debuts last year – 28 – signaled that the Hong Kong film industry is finally ready to pass the torch to the next generation.

The three top winners of this year's Hong Kong Film Awards were made by first- or second-time directors. More importantly, they're products of local education institutions that were discovered through local film competitions. The three directors of *Trivisa* – Frank HUI, Jevons AU, Vicky WONG – were three early participants of the Fresh Wave Short Film Festival, founded in 2005 by director Johnnie TO to discover young talents for the film industry. More projects by Fresh Wave filmmakers are on the way, including this summer's *Zombiology: Enjoy Yourself Tonight* by Alan LO.

Meanwhile, *Weeds on Fire* – about a secondary school baseball team in Hong Kong – and *Mad World* – about the fragile relationship between a man with bipolar disorder and his estranged father – are both inaugural projects of the First Film Initiative, a government program that gives young filmmakers a chance to direct a feature film on a limited budget (HK\$2 million for students and HK\$5 million for the professional group) and complete creative freedom. While *Weeds on Fire* barely recouped its cost last summer with HK\$4.71 million, an extended festival circuit tour and word of mouth of its quality helped *Mad World* made HK\$17.2 million at the Hong Kong box office. Now in its fourth year, the First Film Initiative is churning out some of Hong Kong's most interesting films, and audiences are starting to show faith in them.

At the same time, the Hong Kong Film Awards revealed that 2016 saw 68 films eligible under its rules as Hong Kong films, the highest number since 2001. It certainly seemed after a long slump, the Hong Kong film industry might be getting its groove back.

However, the numbers tell a more pessimistic story of 2016. According to numbers from the Hong Kong Motion Picture Industry Association, Hong Kong saw a total of 348 films released in 2016, marking a year-on-year increase of 4.82% from the previous year. Yet, total box office revenue was at HK\$1.95 billion, marking a year-on-year decrease of 1.97%. This is a far cry from the encouraging 20.6% year-on-year rise that happened in 2015.

Despite *Cold War 2* setting a new record for the highest grossing local film of all time with HK\$66.2 million, local films on the whole saw weaker performances last year. Only six local films broke the HK\$10 million mark – a low, but now widely accepted mark for success – whereas more than ten local films broke that mark in previous years.

In fact, 2016 is merely a continuation a downward trend for the attendance of local films. Outside of the usually popular Lunar New Year period, Hong Kong audiences failed to turn out in droves for Chinese-language films, partly due to a lack of faith in smaller local titles and their general aversion to mainland China-shot commercial films. Not so coincidentally, only five of the ten highest grossing local films were actually shot in Hong Kong. Nine out of ten – *Trivisa* being the only exception – were Hong Kong-mainland

China co-productions.

For the second consecutive year, a Marvel Studios film topped the yearly box office – *Captain America: Civil War* at HK\$113 million. Foreign films overall remained as the dominant force at the Hong Kong box office. However, South Korea pulled off a surprise win in 2016 with *Train to Busan*. Buoyed by audience interest in the concept, positive word-of-mouth and an aggressive marketing campaign by distributor Edko, *Busan* set a new record as the highest-grossing Asian film of all time at HK\$68 million. After years of disappointing grosses for Korean films (audiences generally prefer Japanese and Taiwan films for Asian cinema in Hong Kong), the success of *Busan* gave local distributors a strong shot in the arm about the potential of Korean imports in the market. But the weak performance of 2017 South Korean imports also indicates that *Busan*'s success may only be a one-time fluke.

Edko was definitely the star of 2016. In addition to *Cold War 2* and *Train to Busan*, the company also distributed Stephen CHOW's hit comedy *Mermaid* (HK\$55.2 million), Sammo HUNG's *The Bodyguard* (HK\$9.71 million) and mainland Chinese romance *Book of Love* (HK\$9.51 million). Starting out as a distributor of specialty films, Edko has made an aggressive move into the commercial film production field, thanks to the advantage it has as the owner of Hong Kong's biggest cinema chain. In mainland China, the company scored a major hit in 2015 with *Monster Hunt*. Earning an astonishing RMB2.44 billion in mainland China, the fantasy set an all-time record before it was broken by *Mermaid*. Like many Hong Kong companies, Edko has since concentrated a majority of its film production work in mainland China while working in the Hong Kong market as a distributor.

Thanks to their two IPTV channels and on demand services, Edko has also become one of the most aggressive Hong Kong buyers in film markets around the world. 2016 saw the local film industry's slow shift away from physical releases and increasingly accepting digital distribution, and Hong Kong buyers are acquiring more films to fill up their libraries. In addition to Edko's own video on demand services, Golden Scene signed a major deal to release its films on Netflix's Hong Kong site, while more local companies are making their films available on iTunes. China 3D Digital also launched a video-on-demand service through retailer HMV earlier this year, using a strong library of older Hong Kong titles as their hook.

2017 has come with a mix of good news and bad news. It saw one of the weakest Lunar New Year holidays ever for Chinese films, as TSUI Hark's big-budget *Journey to the West: The Demons Strike Back* lost to *La La Land* and *Resident Evil: The Final Chapter* due to poor word-of-mouth. PANG Hocheung *Love Off the Cuff* – the third film in his hit rom-com series – quickly surpassed *Journey to the West*'s gross in April and currently stands at HK\$30.3 million. An impressive number for a PANG Hocheung film, but a long way from the success of last year's films.

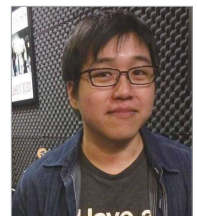
Meanwhile, the cinema market seems to be expanding geographically. Last year also saw two cinemas opening in northeast New Territories, which hasn't had a cinema in a decade, thanks to new centralized projection control that allowed for smaller projector booths. MCL (owned by Intercontinental and Media Asia), Broadway (owned by Edko) and the Cinema City chains are expanding to prominent residential neighborhoods outside of the city center.

Meanwhile, South Korea's CJ CGV will also officially enter the market (their first cinema, The Lux, is not under the CGV brand) with a cinema in the first quarter of 2018. In 2016, Chief Executive CY LEUNG said that the government is considering adding a requirement for developers to include cinemas in their development projects. However, that policy has yet to come to fruition, as cinema chains continue to play musical chairs around the city's malls to meet rapidly rising rent. For the foreseeable future, the number of cinemas in Hong Kong should continue to stagnate at around 45 to 50.

As China experiences a slowdown in its box office in 2017, how will that affect the Hong Kong film industry? Co-productions will continue to dominate the industry, but will the rising trend of local productions continue as last year's numbers set in? The Hong Kong film industry is definitely under a transitional period, but no one knows which way the transition will go.

Kevin MA

Kevin MA was formerly an English editor at internet retailer YesAsia.com and the Greater China correspondent for trade news website Film Business Asia. He is currently an entertainment editor at Cedar Hong Kong, which publishes Cathay Pacific and Cathay Dragon's inflight magazines. In addition, he is the founder of Asia in Cinema (www.asiaincinema.com), a new website that provides comprehensive coverage of the Asian film industry, as well as a freelance writer/translator for film companies and other cultural institutions in the Greater China region.



INTERVIEW | Ivy HO



Producer of *Cold War 2* | **HONG KONG**

Ivy HO is the Managing Director and Producer of Irresistible Films, where she is in charge of developing and managing film projects as well as overseeing the operation of the company. Ms. HO's projects at Irresistible Films includes *Rise of the Legend*, *Nightfall*, *First Time* and the *Cold War* series. Previously, Ms. HO served as the Head of Marketing at Emperor Motion Pictures, the Deputy Director of the Asian Film Awards and the Hong Kong-Asia Film Financing Forum (HAF) – both under the Hong Kong International Film Festival Society - and the Assistant Vice President of PCC Skyhorse (a subsidiary of PCCW Limited), where she produced and distributed numerous web dramas, micro films, music dramas and special programmes. Ms. HO holds a Bachelor of Fine Arts degree from the Film and Television Department of New York University.

Q _____ Please tell us about the film

Cold War 2 is the sequel to 2012's *Cold War*. That was a police drama co-directed and co-written by Longman LEUNG and Sunny LUK. Edko and Irresistible Films placed faith in these two first-time directors based on the strength of their script. Hong Kong cinema has a long history of making great cops-and-robbers films. Their approach was vastly different from other films of that genre. In addition to CHIN Karlok great action work, we really liked the strength of the drama in that script.

Cold War 2 is a continuation of that story. The first *Cold War* started with the hijacking of a police van, and *Cold War 2* reveals the conspiracy behind that crime. Sean LAU, played by Aaron KWOK, has been promoted to the Police Commissioner in the beginning of *Cold War 2*. The film opens with the kidnapping of LAU's wife, which was done by the same people behind the hijacking of the police van. In the first film, LAU enlisted the help of ICAC, Hong Kong's anti-corruption authority, to weed out the bad guys. Here, LAU also works with his rival in the first film, played by Tony LEUNG, to expose the masterminds of this conspiracy. This is why we'd position *Cold War 2* as a political drama rather than just a police drama.

Q _____ What do you think made *Cold War 2* so successful?

Fortunately, *Cold War* was very successful at the box office. That established a fan base that loved the story and wanted to see how it would continue. Also, since *Cold War* was a story that was firmly rooted in Hong Kong and its police force, local audiences could relate to it. In addition, the film has great action sequences that would keep audiences on the edge of their seats from beginning to end. Overall, it had strong drama and other commercial elements that made it appealing to audiences.

Q _____ What does it take for a film to succeed at the box office in Hong Kong?

That's a question we've been asking ourselves for the past few years. Hong Kong cinema has gone through difficult times these few years. Many directors and producers from Hong Kong are now making [China, Hong Kong] co-productions aimed at mainland Chinese audiences. Fortunately, we've seen a batch of new directors break out in 2016 and the first half of 2017, including Philip YUNG, the directors of *Trivisa* and Wong CHUN. I think these are excellent filmmakers with bright futures ahead of them. With these new bloods, Hong Kong cinema will be very exciting in the coming years.

Q _____ How do you go about getting investments for films?

Irresistible Films is quite fortunate. It's a film fund that invests in productions, so we don't have the pressure of having to seek outside funding for our films. With our sister company Edko, we already have enough to fund our films.

Allow me to give a small introduction to our company. Irresistible Films was set up in 2008 as a film fund. We have four investors – Edko Films' Bill KONG, Village Road show Asia, which is the Beijing-based branch of the Hollywood company, Japanese company Avex, which is in music and talent management, as well as a banker based in the UK. Our focus is to work with new directors. For example, the two directors of *Cold*

War, as well as [screenwriter] Ivy HO, who made *Crossing Hennessy* and *Claustrophobia* with us.

Our film fund specializes in two things: investing in film productions - which is why we are the side that looks for projects to produce rather than having to search for investors for our projects - and taking up a producer's role in our films. In addition to funding, we help directors set up their productions. For instance, we chose the crew and helped cast the actors in *Cold War*.

Q _____ How does a film usually get investment in Hong Kong?

Things are quite different from the 80s now. Back then, if you have a two-page concept or synopsis that can be improvised upon later on, then you can approach the film companies. That doesn't work anymore. Today, many filmmakers, including those that approach us, would have more than just a synopsis or a scene breakdown - they would have a full script. Projects that are generally more appealing to investors are usually pitched with a full script. That script may not be up to par yet, but at least investors can already analyze whether it has commercial potential.

Back in 2012, when we were interested in *Cold War*, we spent nearly a year working with the two directors on fine-tuning the script. When it was finally ready, we green lighted the production and began looking for actors. That's the method I prefer these days. There are still people who are just trying to sell a concept, but I don't think that's the best approach.

Look at Philip YUNG's *Port of Call*. He approached companies with a complete script.

The two directors of *Cold War* also finished their script before approaching us.

That's why it's important for directors to either have the ability to write their own scripts or have a scriptwriting partner that they can work with.

Q _____ What kind of releases do local films get?

That depends on the company. We're very lucky because Edko is one of our investors, so Edko naturally handles the releases of our films. Most major Hong Kong film companies have that system in place as well. Emperor, Media Asia, Universe, Mei AH produce and release their own projects. It's easy to work with these companies because they handle production, distribution and even international sales. Some independent productions, however, have to look around for a distributor. There are several good distributors in Hong Kong. For example, my good friend Winnie TSANG's company Golden Scene usually specializes in releasing imported films, but they also handle distribution for some local films. So there are independent distributors with good networks for distribution.

Q _____ What about the scale of releases?

Cold War 2 had 691 screenings on opening day. Thanks to the success of the first film, cinemas were happy to line up screenings for it. However, small-scale films such as *Mad World* wouldn't be able to secure a lot of screenings on the first day. Thanks to word-of-mouth and the awards it won, its performance at the box office improved over time. So different films have different scales and strategies of release. Sometimes it's not good for an art film to have a wide release. Films that rely on word-of-mouth shouldn't open on so

many screens because if those films have a poor per-screen attendance rate on opening day, then cinemas immediately begin cutting screens. So distributors and exhibitors have to work closely to find the right strategy for the right film. Some films deserve to have the chance to grow over time.

Q _____ Do you think that Hong Kong exhibitors have more power than those in other regions?

Not necessarily. Exhibitors are pretty powerful everywhere. They're even scarier in mainland China. Hong Kong exhibitors are at least nice enough to screen your film for a week or a few days. In mainland China, exhibitors begin cutting screens in 24 hours if your film doesn't do well on opening day.

Q _____ Can you tell me about profit sharing in Hong Kong, and how did it work for *Cold War 2*?

Hong Kong pretty much has the same profit-sharing system as the rest of the world. The distributor gets around low-to-mid 40% of revenue, depending on the film. If the film is bigger and is expected to do well, then the distributor gets a bigger share. However, 40% or so is the average number. *Cold War 2* was around that percentage as well.

Q _____ What were some of the market trends you saw in 2016?

Like I said earlier, 2016 was great for new directors. *Trivisa*, for example, had great reviews and a strong box office performance. I feel like there's a new wave coming for Hong Kong cinema.

Q _____ But total box office revenue was down in 2016. Why do you think that happened?

I think that has something to do with the audience's viewing habits. This generation has a lot of choices for entertainment. Netflix came to Hong Kong and the subscription rate is quite cheap. Even China's Le Eco brought its service here. So there are a lot of options for even legitimate sources of entertainment. I think audiences now believe that not every film is worth seeing in the cinemas. They would only go to cinemas for films that won't work as well on mobile phones or television. This is not a problem that's unique to Hong Kong. As you can tell from the fierce Netflix debate in Cannes this year, it's a problem that everyone in the film industry is facing.

Q _____ What's the toughest challenge for the Hong Kong industry these days?

I think that there will be good films as long as there are good filmmakers, and there will be an industry as long as there are good films. I don't believe that talented people can't find a channel to express themselves. A few years ago, people believed that co-productions affected local films. It's true that directors and producers spent more effort making films for mainland Chinese audiences, which don't fit the taste of Hong Kong audiences. But I think that a market can fit films for both mainland Chinese and Hong Kong audiences as long as it is big enough.

Look at *You Are the Apple Of My Eye* and *Our Times* from Taiwan. Those are Taiwan stories that were also successful in Hong Kong and mainland China. That's because there are universal ideas in those films that could move audiences everywhere. I don't believe that certain genres will work forever. Period films were successful back then, but that's no longer the case. I think it comes down to the creativity of writers and directors, as well as how hard they work on their films. A good film will always find an audience.

Q _____ What do you think of Hong Kong production value these days?

Quite good. I've made films here in Hong Kong and in mainland China, and I still think that Hong Kong film crews are excellent. They're very professional. Our art direction, cinematography, action choreography, assistant directors are all of very high quality. That's why I think Hong Kong is still capable of making films with high production values. However, productions are sometimes bound by their genre or stories. Financiers are sometimes hesitant to invest a lot of money into stories with limited market appeal, so that in turn hurts production values a little bit. Overall, I still think that Hong Kong has great film crews that make films with great production values. Look at *Mad World*. That crew created something really strong in just over two weeks of shooting.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Hong Kong?

I think Hong Kong definitely has suitable production services and crews to assist foreign productions. There are two, three local companies that have proven to be capable in handling Hollywood productions such as *Ghost in the Shell*. Hong Kong is a very cinematic city, and Hong Kong crews, as I said earlier, are very professional. There are excellent line producers who can meet even the demands of Hollywood productions. The government has also shown a lot of support for foreign productions with closing roads and other things. So I know that Hong Kong is very welcoming to overseas productions.

However, during my time working at the Hong Kong-Asia Financing Forum, I saw a lot of discussions about Pan-Asia co-productions. To this day, I don't believe in them because I don't think crossover is possible. For example, it's impossible to make a film with the aim of pleasing Korean audiences and Taiwan audiences that can also enter the mainland China film market with a mainland Chinese lead. There's no problem with using Hong Kong locations and a Hong Kong crew, but don't expect to automatically earn Hong Kong and mainland China audiences by doing that.

2016년 **홍콩** 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING **HONG KONG** FILMS IN 2016

No.1 코드네임: 콜드워 寒戰II Cold War 2

15

Code 235 • 7/15 15:30 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 731 • 7/20 17:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

전대미문의 테러 진압작전 '콜드 워'가 종료되고, 경찰 처장 라우는 테러범을 검거한다. 하지만 배후 세력들은 희대의 납치 사건을 일으키고 테러범의 석방을 요구하는데...곽부성, 양가휘, 주윤발 등 중화권 최고 스타들이 펼치는 카리스마 대결이 불만하다.

Sean LAU becomes the Police Commissioner after successful rescue operation. When his wife and daughter are kidnapped, Sean has to seek help from Waise LEE to return to his job to help save Sean's wife and child.



연출	령록만, 써니럭 梁樂民, 陸劍青	개봉일	2016.07.08	최종 흥행 수입	\$8,492,842.44
제작	하운명 何韻明, 강지강 江志強	배급	Edko Films		
제작사	Irresistible Films, China Film Group				

Director	LEUNG Lok Man, Sunny LUK	Distribution	Edko Films
Producer	Ivy HO, William KONG	Final Box Office	\$8,492,842.44
Production	Irresistible Films, China Film Group		
Release Date	2016.07.08		



연출 | 령록만, 써니럭 梁樂民, 陸劍青

두 명의 감독 모두 홍콩영화 산업계의 베테랑들이다. 령록만은 많은 상을 거머쥔 미술 디자이너이며, 써니럭은 15년 이상의 경력으로 인정받은 영화 제1 조감독이다. 그 둘이 첫 번째 합작품 <콜드 워>(2012)는 상업적으로는 물론, 비평가들에게도 찬사를 받았다.

DIRECTOR | LEUNG Lok Man, Sunny LUK

LEUNG Lok Man and Sunny Luk are two veterans of Hong Kong film industry. LEUNG is an award-winning production designer. LUK is a sought-after first assistant director with over 15 years of experience. Their first directorial debut *Cold War*(2012) brought commercial and critical success.

No.2 미인어 美人魚 The Mermaid

12

Code 253 • 7/15 20:00 부천시청 어울마당/Bucheon City Hall, Main Theater(2F) | Code 728 • 7/20 17:00 CGV부천 6관/CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX)

아름다운 인어 산산은 그들이 살고 있는 터전을 개발하려는 젊은 사업가 류현을 죽이기 위해 미인계로 접근한다. 하지만 우여곡절 끝에 만난 그들은 그만 사랑에 빠지고 만다. 주성치 특유의 유머와 따뜻함이 녹아있는 2016년 중국 최고의 화제작.

Xuan's reclamation project threatens the livelihood of the mermaids. Other mermaids send Shan to tempt Xuan and kill him. But they fall in love instead. Unfortunately, the mermaids are hunted by a hidden organization and Xuan has to save Shan.



연출	주성치 周星馳	개봉일	2016.02.08	최종 흥행 수입	\$497,541,056
제작	주성치, 아이비 공 江玉儀	배급	Beijing Enlight Pictures/China Film Group		
제작사	The Star Overseas Ltd, China Film Group				
Director	Stephen CHOW	Distribution	Beijing Enlight Pictures/ China Film Group		
Producer	Stephen CHOW, Ivy KONG				
Production	The Star Overseas Ltd, China Film Group	Final Box Office	\$497,541,056		
Release Date	2016.02.08				



연출 | 주성치 周星馳

중국 출신의 영화배우, 감독이자 작가이다. 1983년 TVB에서 유아용 프로그램의 진행자로 커리어를 시작했다. <미인어>(2016)로 2017 브뤼셀판타스틱 영화제에서 은까마귀상을 수상했다.

DIRECTOR | Stephen CHOW

Born in 1962. He is a film director, actor and writer. His career started on TV, where he presented a children show on TVB and started becoming popular. He received the Silver Raven Prize on 2017 BIFFF for *The Mermaid*(2016).

2016년 홍콩 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING HONG KONG FILMS IN 2016

No.3 도성풍운 3 賭城風雲III From Vegas to Macau III

12



도박계의 신, '지안'은 재계의 거물에게 의문의 게임 파티에 초대받아 참석하게 된다. 그러던 중 이 모든 것이 옛 연인을 빼앗기 위한 소행임을 알게 되면서 일생일대의 위험한 베팅에 뛰어들게 된다. 반가운 배우 주윤발과 유덕화의 코미디 드라마.

On Ken daughters' the wedding day, Mark receives a phone, who warns him that a mysterious tycoon trying to assassinate Ken. The wedding is then sabotaged. Once again, Ken and Mark are being chased by assassins and Michael arrives to rescue the guys..

연출	왕정 王晶	개봉일	16.02.06(HK)/16.02.08(CN)	최종 흥행 수입	\$3,157,860.26
제작	유위강 劉偉強, 왕정 王晶	배급	Mega-Vision Project Workshop Limited		
제작사	Bona Film Group				

Director	WONG Jing	Distribution	Mega-Vision Project Workshop Limited
Producer	Andrew LAU, WONG Jing	Final Box Office	\$3,157,860.26
Production	Bona Film Group		
Release Date	16.02.06(HK)/16.02.08(CN)		

연출 | 왕정 王晶

왕정은 영화감독이자 프로듀서, 배우, 그리고 시나리오 작가이다. 그는 대중이 좋아하는 소재에 감각이 뛰어난 다작 감독이며, 지난 25년간 홍콩 영화에서 중요한 역할을 맡아왔다. 그의 최근 작품으로는 <추룡>(2017), <왕두왕패>(2016), <아이걸>(2016) 등이 있다.

DIRECTOR | WONG Jing

WONG Jing is a film director, producer, actor, presenter, and screenwriter. A prolific filmmaker with strong instincts for crowd-pleasing and publicity, WONG Jing has played a prominent role in the Hong Kong cinema of the last quarter-century. His recent tasks are *Chasing the Dragon*(2017), *Mission Milano*(2016) and *iGirl*(2016)

2015년 홍콩 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING HONG KONG FILMS IN 2015

엽문 3: 최후의 대결 葉問 3 Ip Man 3

홍콩에 정착하게 된 영춘권 최고수 '엽문'은 뛰어난 무예로 존경 받는 지도자이다. 그는 암흑조직을 막기 위해 조직원들을 일망타진하고 보스를 찾아가 일대일 결전을 벌이지만, 일대종사의 자리를 넘보는 '장천지' 까지 그에게 도전장을 내미는데. Ip Man is a highly-respected master for his martial-arts and nature. When a band of brutal gangsters led by a crooked property developer make a play to take over the city, Master Ip is forced to take a stand.

연출 Director	윌슨 입 葉偉信 Wilson YIP	개봉일 Release Date	2015-12-24
제작 Producer	레이먼드 박-밍 왕 Raymond Bakming WONG	개봉관수 No. of Screens	59
제작사 Production	Dreams Salon Entertainment Culture, Pegasus Motion Pictures		
배급 Distribution	페가수스 Pegasus Motion Pictures	최종 흥행 수입 Final Box Office	HK\$ 60,422,830

리틀 빅 마스터 五個小孩的校長 Little Big Master

홍콩의 심각해진 고령화 문제로 학교들이 문을 닫는 지경에 이른다. 영화는 실제 이야기를 바탕으로, 적은 월급과 어려운 여건에도 스스로를 희생하며 단 5명의 소외된 아이들을 위한 유치원을 경영한 한 교장에 대해 이야기한다.

Schools are forced to close down resulting from the aging population problem in Hong Kong. Based on a true story of an enthusiastic headmaster who stands by her principle and faith to run a kindergarten for five underprivileged kids, regardless of very low pay and difficulties, her sacrifice finally wins respect of public.

연출 Director	애드리안 관 关信輝 Adrian KWAN	개봉일 Release Date	2015-3-19
제작 Producer	베니 찬, 앨빈 람, 스탠리 통 Benny CHAN, Alvin LAM, Stanley TONG	개봉관수 No. of Screens	47
제작사 Production	One Cool Film Production, Sil-Metropole Organization, Sirius Pictures International, Sun Entertainment Culture		
배급 Distribution	갈라 Gala	최종 흥행 수입 Final Box Office	HK\$ 46,715,420

도성풍운 2 賭城風雲 2 From Vegas to Macau II

켄은 국제 돈세탁 조직 DOA의 배후인물을 쫓는 후배를 위해 인터폴에 공조한다. 도중 DOA의 회계사가 150억 달러를 가지고 도주하는 사건이 벌어지고, 켄과 인터폴은 참고인 진술을 위해 그를 뒤쫓기 시작한다.

Ken is called for help from his protégé in arresting the mastermind of the international money-laundering syndicate DOA. During investigation, the chief accountant of DOA steals \$15 billion from DOA and they are after him for a material witness against DOA.

연출 Director	왕정, 유위강 王晶 劉偉強 WONG Jing, Andrew LAU	개봉일 Release Date	2015-2-19
제작 Producer	Andrew LAU, Connie WONG	개봉관수 No. of Screens	58
제작사 Production	Bona International Film Group, Media Asia Films, Mega-Vision Pictures (MVP), Sun Entertainment Culture		
배급 Distribution	갈라 Gala	최종 흥행 수입 Final Box Office	HK\$ 28,407,293



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

대만 | TAIWAN

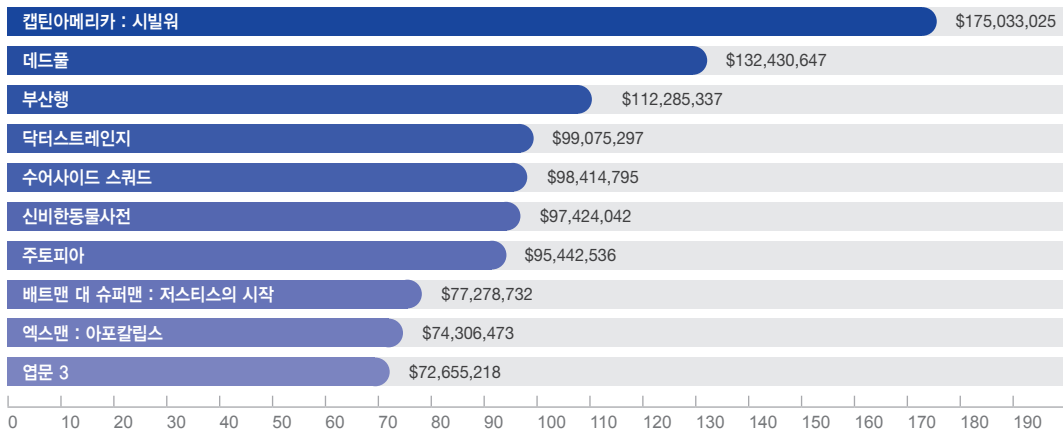
2016년 대만 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - TAIWANESE BOX OFFICE 2016

출처: Taiwan Film Institute

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$175,033,025	Marvel Studios
데드풀	팀 밀러	미국	코미디	\$132,430,647	20 century Fox film corporation
부산행	연상호	한국	스릴러	\$112,285,337	Next Entertainment World
닥터스트레인지	스콧 데릭슨	미국	액션어드벤처	\$99,075,297	Warner Bros
수어사이드 스쿼드	데이비드 에이어	미국	액션어드벤처	\$98,414,795	DC comics
신비한동물사전	데이비드 에이츠	미국	액션어드벤처	\$97,424,042	Warner Bros
주토피아	바이런 하워드, 리치 무어	미국	코미디	\$95,442,536	Walt Disney Pictures
배트맨 대 슈퍼맨 : 저스티스의 시작	잭 스나이더	미국	액션어드벤처	\$77,278,732	Warner Bros
엑스맨 : 아포칼립스	브라이언 싱어	미국	공상과학	\$74,306,473	20 century Fox film corporation
엽문3 : 최후의 대결 葉問	엽위신 葉偉信	중국/홍콩	드라마	\$72,655,218	Dreams Salon Entertainment Culture, Henan Film & TV Production Group Henan Film Studio, Pegasus Motion Pictures

| 극장 입매권 매출 |

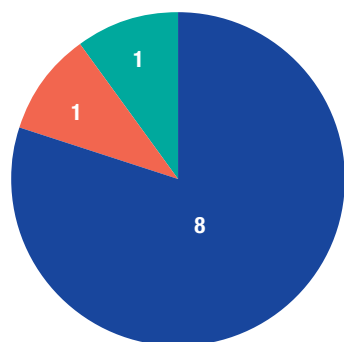


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: Taiwan Film Institute

작품명	감독	국가	장르	Gross(USD)	제작사/배급사
대미로만2 大尾鱸鰻2	치우리관 邱瓌寬	대만	코미디	\$5,614,267	Polyface entertainment mediagroup
아래층 사람들 樓下的房客	아담 추웨이 崔震東	대만	스릴러	\$4,293,263	Amazing Film Studio
카페 6 六弄咖啡館	오자운 吳子雲	대만/중국	로맨스	\$1,981,506	Good Films Workshop
Like Life 人生按個讚	우젠야 吳震亞	대만	코미디	\$1,122,853	CMC
My Big Power 大顯神威	신지츠 辛季澧	대만	코미디	\$924,703	The Diamond Eyes Entertainment Co., Ltd.
마이 에그보이 我的蛋男情人	부천여 傅天余	대만	로맨스	\$809,115	Touch of Light Films Ltd.
루키셰프 神廚	푹개 馮凱	대만	코미디	\$495,376	Magnificent Film Entertainment
해피 돔 極樂宿舍	히어로 린 林世勇	대만	코미디	\$330,251	StarWood Movie
The M Riders – Finding Pangu 萌學園：尋找盤古	리첸펑, 자오량 李權峰、趙亮	대만	공상과학	\$250,991	Ju-Chen Production Co., Ltd.
The Moment: Fifty Years of Golden Horse 我們的那時此刻	양리주 楊力州	대만	드라마	\$250,991	Backstage Studio Co., Ltd.

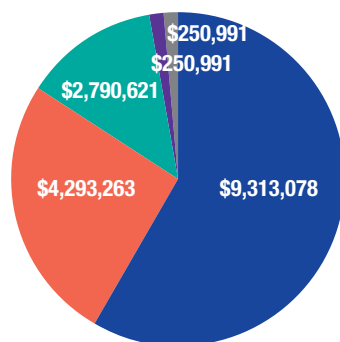
| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



● 미국 ● 한국 ● 중국/홍콩

| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



● 코미디 ● 스릴러 ● 로맨스 ● 공상과학 ● 드라마

대만영화는 대담한 시도를 했던 2015년과 달리, 2016년에는 전체적으로 보수적이고 위축된 모습을 보였다.

작년에 상영된 31편의 대만 장편극 영화는 장르영화 부분에서 대만 코미디와 청춘 학원물이라는 기존 노선을 고수했을 뿐 아니라, 부족한 창의력을 보이며 전체 박스오피스 수익이 거의 절반으로 감소했다. 그러나 리얼리티에 기반을 둔 대만영화는 청몽홍(鍾孟宏)의 〈일로순풍〉(一路順風), 미디 지(趙德胤)의 〈만달레이로 가는 길〉(再見瓦城), 또는 라하메보우(陳潔瑤)의 〈只要我長大〉 등 작품을 통해 깊이를 더해갔다. 이 외에도 아담 추웨이(崔震東)의 〈아래층 사람들〉(樓下的房客), 부천여(傅天余)의 〈마이 예그보이〉(我的蛋男情人) 등의 작품은 관객에게 친숙한 상업영화를 만들기 위해 노력하면서도 작품 수준의 향상에 힘썼다.

2010년부터 음력 설 시즌마다 대만 자국영화들이 좋은 성적을 거두어오며 이 시즌은 대만 대작 영화가 반드시 선점해야 하는 시장이 되었다. 2016년의 설 영화는 〈대미로만2〉(大尾鱸鰻2), *Like Life*(人生按個讚), 〈루키 셰프〉(神廚) 등이 있었으며, 모두 대만 현지정서를 강조한 작품이다.

특히 〈대미로만 2〉의 주인공 저가량(豬哥亮)과 〈루키셰프〉 풍개(馮凱) 감독은 모두 설 시즌에 역대 박스오피스 수입을 올릴 수 있는 스타들이었지만, 이번에는 실망 할 수밖에 없었다.

저가량은 설 극장이 흥행보증수표로 〈대미로만 2〉 역시 대만 전역에서 1.7억(TWD)의 수입을 올리며 2016년 대만영화 흥행 1위를 차지했다. 하지만 원년멤버가 출격했음에도 〈대미로만 1〉의 4.1억(TWD)을 훨씬 밑돌았고, 그의 여름 코미디영화 *The Big Prower* 역시 흥행에 실패, 버라이어티 콧드 형식의 '저가량 코믹파워' 효과가 사라졌음을 보여주었다.

힘을 잃은 것은 저가량 영화뿐이 아니다. 풍개 감독 역시 2012년 3.1억을 벌어들인 진두(陣頭)와 달리, 2016년 작품 〈루키셰프〉 수입은 700만으로 곤두박질쳤다. 이는 이런 장르 영화들이 대부분 기술이나 소재, 시나리오 등의 발전 노력이 부족하다는 것을 보여주었고, 이는 대만 영화시장에 대한 경고이기도 하다.

설 시즌 대만영화 흥행에 실패했으나, 또 다른 대만 코믹영화 감독 가빈린(林孝謙)의 〈타이베이 러브 스토리〉(五星級魚干女), 황명정(黃銘正)의 〈사과향전충〉(傻瓜向前衝) 등은 과장되고 우스꽝스러운 줄거리 속에서도 심각한 사회, 경제문제를 들춰냈다. 〈타이베이 러브 스토리〉는 온천마을 낡은 호텔의 새 경영자와 아르바이트로 숙소를 해결하려는 남자 외국인을 통해 집단과 개인의 역사와 문화를 담아냈다. 대만 산업체의 외국 이전이나 공장 파산 등의 상황에 처한 소시민의 모습을 그린 영화 〈사과향전충〉은 로드무비 형식을 통해 황당한 삶의 모습을 그려냈다. 두 작품 모두 희망적 요소를 담고 있지만, 갈등이나 문제의 표현은 과하게 단순화시켰다.

본토 영화가 대세인 상황에서 원주민사회이슈에 기반을 둔 〈로카라퀴〉는 사실주의 소품의 선물 같은 작품이었다. 〈로카라퀴〉는 원주민 여성감독 라하메보우가 *Finding Sayun*(不一樣的月光) 이후 발표한 두 번째 장편영화로, 아이들의 시각에서 한 부모 가정, 경제적 소외계층, 격세 양육 등의 현상을 바라보고, 글로벌 경쟁 속에서 원주민 사회에 닥친 위기와 문화적 어려움 등을 순수하고 신선하게 그려내면서도, 날카로움을 잃지 않았다.

학생관객을 겨냥한 여름방학에는 추억, 첫사랑, 자유분방함, 성 호르몬 등의 소재를 담은 *Go! Crazy Gangster*(風雲高手), 〈카페 6〉(六弄咖啡館), 〈해피 돔〉(極樂宿舍) 등을 연달아 개봉하며, 〈그 시절, 우리가 좋아했던 소녀〉(那些年, 我們一起追的女孩), 〈나의 소녀시대〉(我的少女時代) 등 흥행 청춘 학원물의 계보를 이어나갔다. 루저 코치가 이끄는 여고 농구팀의 이야기 *Go! Crazy Gangster*, 대학교 남녀 기숙사의 전쟁을 그린 〈해피 돔〉은 부실한 스토리 때문에 관객에게 외면 받았다.

인터넷 작가에서 감독으로 변신한 오자운(吳子雲)은 첫 장편영화 〈카페 6〉를 통해 자신의 소설을 스크린에 옮겼다. 영화 전

반부에서는 막무가내 청춘이지만 순정이 있던 고등학교 시절을 그렸고, 후반부에서는 낭만적이지만 슬픈 어른의 세계에 들어선 천진난만한 연인 동자건과 안탁령의 모습을 보여주는데, 이들은 대학 입학 후 서로 다른 목표와 물리적 거리, 믿음과 소통의 부족으로 그들의 사랑은 난관에 부딪치게 된다. 중국 대륙과 공동제작한 이 영화는 타깃 관객층을 정교하게 설계했지만 영화 개봉 전 주인공의 사생활과 정치적 이슈 등이 터지면서 박스오피스 성적에 영향을 받았다.

영화계 '철의 트라이앵글' 아담 추웨이, 차이즈핑(柴智屏)과 구파도(九把刀)의 협력 관계는 〈그 시절, 우리가 좋아했던 소녀〉, 〈카페, 한 사람을 기다리다〉(等一個人咖啡) 이후, 〈아래층 사람들〉에서 다시 이루어졌다. 구파도가 자신의 소설을 각색하고, 뮤지션 출신 아담 추웨이가 처음으로 제작과 감독을 맡은 이 영화는 스릴러, 폭력, 에로틱, 블랙코미디, 서스펜스 등을 결합해 여름방학 극장가에 새로운 바람을 불러 일으켰다. 배우 임달화가 다양한 세입자들에게 방을 임대해주고 언제나 이들을 몰래 훑쳐보는 비밀스럽고 기괴한 집주인 역할을 맡았다. 전라의 걱정과 피비린내 나는 학살 장면 등으로 이슈가 되고 박스오피스 성적도 잇따라 높아져 대만 시장에서 1.3억(TWD)의 우수한 성적을 얻었다.

〈아래층 사람들〉이 용감하게 대만영화의 새로운 장르를 시도했다면, 부천여 감독이 제작, 감독한 두 번째 작품 〈마이 에그보이〉는 신선함이 더욱 업그레이드 된 작품이다. 8천만이라는 적은 예산으로 제작되었는데, 골드미스와 훈남세프가 음식을 통해 인연을 맺게 되는 로맨틱영화이다. 여성의 관점에서 사랑과 출산 연령에 대한 초조함을 그리면서, 정자와 난자의 결합, 생명 탄생의 아이디어를 스토리의 근간으로 삼아, 촬영과 미술 등 기술적 부분에서도 한 층 높아진 완성도를 보였다.

작년 말 대만 영화계에서 가장 주목해야 할 작품은 바로 청몽홍의 〈일로순풍〉과 미디 지의 〈만달레이로 가는 길〉로, 두 감독은 각자 본인의 네 번째 작품에서 새로운 경지에 도달했다.

작품 수가 많지 않은 청몽홍 감독은 지난 8년 동안 네 편의 작품을 찍었는데, 〈노면주차〉(停車), 〈네 번째 초상화〉(第四張畫), 〈실혼〉(失魂)에 이은 〈일로순풍〉은 로드무비와 블랙코미디 형식을 결합, 명령을 받아 마약을 운반하는 젊은이와 택시기사가 남쪽으로 이동하며 겪는 여러 사건을 그렸다.

작가, 감독, 촬영까지 세 가지 역할을 맡은 청몽홍 감독은 독특하고 아득한 색감의 대만 교외를 표현하였다. 영화 전체가 신뢰와 의심이 서로 충돌하는 놀라운 여정 같다. 청몽홍 감독은 언제나 정신적 한계점에서 폭력을 탐색하는데, 멋진 의리를 보여주는 느와르영화의 낭만과 달리, 영화 속 캐릭터가 서로 의지하면서도 또 의심하게 만든다. 그 의심으로 인해 마음 속에 다른 음모가 생겨나고, 영화 속 이들의 유일한 해결 방법은 먼저 손을 쓰는 것뿐이다.

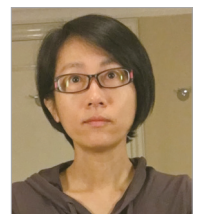
미디 지가 극본과 감독을 맡은 〈만달레이로 가는 길〉 역시 마찬가지로 마약과 폭력을 다룬 영화로, 사실과 환상이 혼합된 스타일을 보여준다. 미디 지 감독은 2011년 〈버마로의 귀환〉(歸來的人)부터 최소한의 인력과 장비로 변두리를 떠도는 미안마 화교의 만남을 그렸다. 4천만(TWD) 예산의 〈만달레이로 가는 길〉은 더 이상 남루하지 않은 노련해진 감독의 스킬이 드러난다.

영화 속, 가난을 벗어나기 위해 태국에 밀입국해 불법노동자가 된 남녀는 꿈과 사랑의 대립 때문에 관계가 틀어지고 엇나가게 된다. 롱테이크 활용과 환상과 현실이 교차되는 몽타주 편집을 통해 캐릭터의 감정 전환을 디테일하게 표현했다.

Yi Fei HSIANG

Yi Fei HSIANG은 대만에서 20년 넘게 필름 저널리스트로 일했으며 현재는 Mirror Weekly에서 저널리스트 및 영화평론가로 일하고 있다.

2009, 2010, 2011, 2016년 대만 타이페이영화제 심사 위원으로 초대되었다.



인터뷰 | 리타창 莊淳淳



〈카페 6〉(六弄咖啡館) 프로듀서 | 대만

리타창은 마케팅과 배급에서 풍부한 경험을 쌓으며 홍콩과 중국본토, 일본, 한국, 미국, 유럽 국가들에 있는 주요 미디어회사들과 가까운 관계를 맺는 한편 유명한 프로듀서, 배급사들과도 장기적인 관계를 맺고 있다. 2014년에는 데뷔작인 〈귀곡성 : 귀신을 부르는 소리〉(屍憶)(2015)를 제작했고, 이듬해 〈카페6〉를 제작해 부산국제영화제 '오픈시네마' 부문에 선정되었다.

〈테이크 미 투 더 문〉은 2017년에 진행한 가장 최근의 제작작업이다.

Q _____ 영화에 대해 말해주세요

타이완 베스트셀러 소설을 영화화 한 <카페 6>는 같은 청춘들이 살아가는 다른 인생을 그린 작품이다.

Q _____ 이 영화의 어떤 요소들이 흥행하게 한 걸까요? (대만 박스오피스에서 대박 행진을 이어가려면 어떻게 해야 하는 건가요?)

성공적인 지적재산권 전환이다. 소설가 오자운(필명 텅징수(藤井樹))의 원작이 타이완에서 이미 많은 팬을 확보한 상태여서 소설의 영화화에 대한 기대치도 상당히 높았다.

Q _____ 영화에 투자를 받으려면 어떻게 해야 하나요?

투자자마다 투자 선호도가 다르기 때문에 각 회사의 관심 프로젝트를 사전에 파악한 후, 회사에서 현재 진행 중인 각각의 스토리에 따라 적절한 투자자를 찾도록 돕는다.

Q _____ 대만에서 영화는 대개의 경우 어떻게 투자를 받나요?

좋은 시나리오가 가장 기본이고, 유명 감독이나 연기자의 참여는 그 다음이라고 생각한다.

Q _____ 현지 영화는 어떤 방식으로 개봉을 합니까?

대만영화는 일반적으로 개봉되는 규모가 할리우드 영화와는 비교가 되지 못한다. 최근 <분노의 질주 더 익스트림>(2017)을 예로 들자면, 대만 전국의 2224회 상영 260개 스크린 수를 가졌다. 하지만 일반적으로 대만영화는 대략 40~50개 스크린 수 밖에 갖지 못한다.

Q _____ 대만에서 이익배분은 어떻게 이루어 집니까?

극장에서 수입하는 영화를 제외하고는 (각각의 영화와 극장은 하나하나 따로 수익 분배 기준의 협의를 진행한다. 일반적으로 대만은 50/50, 40/60에서 시작하는 편이다.)

뉴미디어와 유선 텔레비전 역시 투자자와 각각의 플랫폼이 협의를 진행한다. 어느 경우에는 극장에서의 박스오피스 결과가 수익 분배를 결정하는 기준이 된다.

Q _____ 2016년에 보았던 시장 동향에는 어떤 것들이 있습니까?

호러영화 붐이 타이완 영화계의 새로운 흐름임에 틀림없다.

Q _____ **요즘 대만 영화계에서 가장 힘든 과제는 무엇입니까?**

타이완영화의 가장 큰 문제는 역시 관객을 극장으로 끌어들이 수 있는 좋은 스토리이다. 타이완에서는 좋은 시나리오 찾기가 하늘의 별 따기이다.

Q _____ **대만의 프로덕션 가치에 대해 어떻게 생각하십니까?**

지난 1~2년간 타이완영화계는 중국대륙과의 공동제작 기회를 통해 영화 제작비가 증가했고, 상대적으로 영화제작 수준도 향상되었다. 2016년도 대표작이 〈카페 6〉라면 2017년의 대표작은 〈건망촌〉(健忘村)(2017 부천영화제 상영작)이다.

Q _____ **대만에서 촬영을 원하는 외국인 영화 제작자를 위한 조언이 있습니까?**

어떤 타이완 제작사와의 협력을 결정하기 전에 여러 곳에 그 명성을 확인하는 것이 매우 중요하다. 바닥이 매우 좁다는 것이 타이완영화계의 장점이자 단점이기 때문이다. 믿을만한 제작사를 찾기만 한다면 많은 문제가 순조롭게 해결된다.

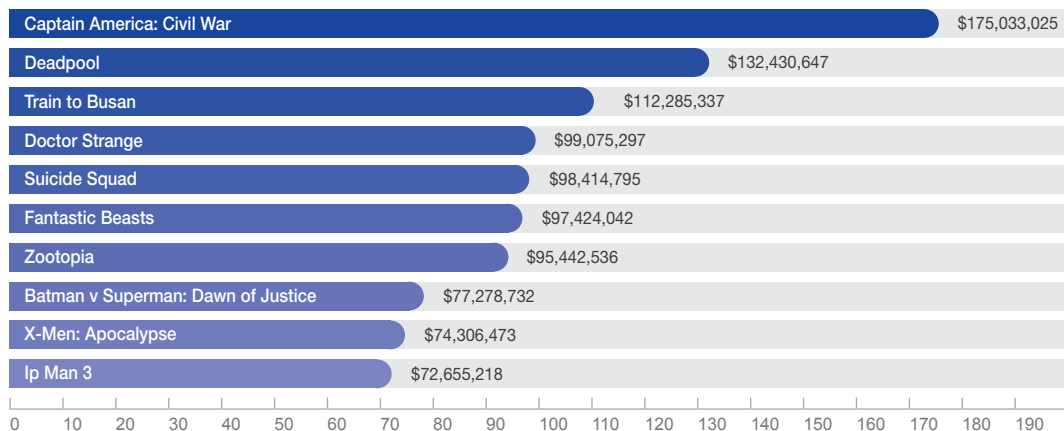
TAIWANESE FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - TAIWANESE BOX OFFICE 2016

Source : Taiwan Film Institute

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$175,033,025	Marvel Studios
Deadpool	Tim MILLER	USA	Comedy	\$132,430,647	20 century Fox film corporation
Train to Busan	YEON Sangho	South Korea	Thriller	\$112,285,337	Next Entertainment World
Doctor Strange	Scott DERRICKSON	USA	Action adventure	\$99,075,297	Warner Bros
Suicide Squad	David AYER	USA	Action adventure	\$98,414,795	DC comics
Fantastic Beasts	David YATES	USA	Action adventure	\$97,424,042	Warner Bros
Zootopia	Byron HOWARD, Rich MOORE	USA	Comedy	\$95,442,536	Walt Disney Pictures
Batman v Superman: Dawn of Justice	Zack SNYDER	USA	Action adventure	\$77,278,732	Warner Bros
X-Men: Apocalypse	Bryan SINGER	USA	Sci-Fi	\$74,306,473	20 century Fox film corporation
Ip Man 3	Wilson YIP	CN/HK	Drama	\$72,655,218	Dreams Salon Entertainment Culture, Henan Film & TV Production Group Henan Film Studio, Pegasus Motion Pictures

| GROSS BOX OFFICE |

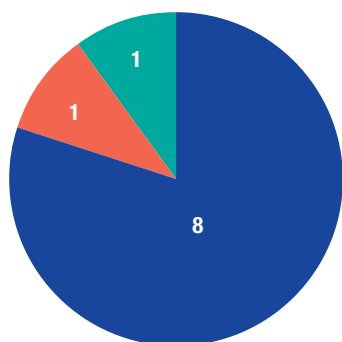


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : Taiwan Film Institute

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
David Loman 2	Likwan CHIU	Taiwan	Comedy	\$5,614,267	Polyface entertainment mediagroup
The Tenants Downstairs	Adam TSUEI	Taiwan	Thriller	\$4,293,263	Amazing Film Studio
At Café 6	Neal WU	TW/CN	Romance	\$1,981,506	Good Films Workshop
Like Life	Jenya WU	Taiwan	Comedy	\$1,122,853	CMC
The Big Power	Chili HSIN	Taiwan	Comedy	\$924,703	The Diamond Eyes Entertainment Co., Ltd.
My Egg Boy	Sola Tienyu FU	Taiwan	Romance	\$809,115	Touch of Light Films Ltd.
Rookie Chef	Kai FENG	Taiwan	Comedy	\$495,376	Magnificent Film Entertainment
Happy Dorm	Hero LIN	Taiwan	Comedy	\$330,251	StarWood Movie
The M Riders - Finding Pangu	Chuanfeng LEE	Taiwan	Sci-Fi	\$250,991	Ju-Chen Production Co., Ltd.
The Moment: Fifty Years of Golden Horse	Lichou YANG	Taiwan	Drama	\$250,991	Backstage Studio Co., Ltd.

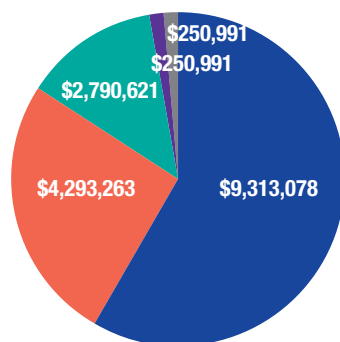
| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



● USA ● South Korea ● CN/HK

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



● Comedy ● Thriller ● Romance ● Sci-Fi ● Drama

Taiwan film industry tried bold attempts in 2015 but was rather conservative and timid in 2016.

Out of the 31 Taiwan feature films screened last year, not only did the Taiwan film market adhere to the existing routes of Taiwanese comedy and teen films in the genre film section, but it also lacked in creativity which resulted the entire box office to shrink nearly in half. However, Taiwanese films that were based on the true story, such as CHUNG Monghong *Godspeed*, *The Road to Mandalay* by Midi Z and *Hang in There, Kids!* by Laha MEBOW added depth through their works. In addition to this, works such as *The Tenants Downstairs* by Adam TSUEI and *My Egg Boy* by Tienyu FU tried to make audiences-friendly commercial film, but still pursued to improve the level of their works.

Taiwanese films have been performing well during the Lunar New Year Season since 2010, and this season has become a must-take-spot market for Taiwanese big budget movies. 2016 New Year's Holiday Films like *David Loman 2*, *Like Lif* and *The Rookie chef* all emphasize Taiwan's local sentiment. Especially, both HSIEH ZHU Ge Liang (Yu CHEN) who played the main character of *David Loman 2* and the director of *Rookie chef* FENG Kai all who can earned millions in box office income during this season, but they were rather disappointed this year.

As for ZHU Geliang, the New Year's holiday movie district's highly trusted label, he earned 170 million (TWD) with *David Loman 2* nationwide and the movie took the top spot in 2016 Taiwan movies. However, even though the original *David Loman* crew appeared in the second movie, it did far below the 4.1 billion (TWD) of the previous movie. And also his summer comedy *The Big Power* received a dismal record at the box office showing the fact that 'ZHU Geliang comedic skits style' is no longer effective.

It is not only the ZHU Geliang movies that lost its pizzazz. Director FENG Kai who earned 3.1 billion in 2012 with his movie *Din Tao: Leader of the Parade*, has plunged to 7 million in 2016 with *Rookie Chef*. Most of these genre films revealed the lack of development in technology, materials, and scenarios. This is a solemn warning to the Taiwanese movie industry.

Although Taiwanese film were New Year's holiday market flops, Taiwan comic film director, Gavin LIN's *Welcome to Happy Days*, and Minchen HUANG's *2 Idiots* exposed the serious socioeconomic problems while keeping the exaggerated and ridiculous storyline. Through a new hotel manager in a hot spring town and a part-time job seeking foreigner with accommodation problem, *Welcome to Happy Days* depicted the history and culture of groups and individuals.

The film *2 Idiots* displays the absurd life of a petit-bourgeois who goes through Taiwan Company's off shoring movement or factory bankruptcy in a road movie format. Both of these works contain hopeful elements, but the way it expresses conflicts and problems was rather too simple. In the midst of the trendy mainland movies, *Hang in There, Kids!* that dealt with indigenous social issues was like a realistic fairytale. *Hang in There, Kids!* is the second feature film released by local director Laha MEBOW after her first movie *Finding Sayun*. With the perspective of children it looks at single-parent families, economically neglected class, and custodial grandparent phenomenon in a pure and fresh way but still keeping it edgy.

During the summer vacation season targeting the student, movies like *Go! Crazy Gangster* a movie about memories, first love, liberation, sex hormones; along with *At Cafe 6* and *Happy Dorm*, were released one after another continuing the popular teen movie genealogy of *You Are the Apple of My Eye*, and *Our Time*. *Go! Crazy Gangster*, a story of a girls high school basketball team led by a lousy coach, and *Happy Dorm*, the war at the student housing, have been neglected by the audience due to their poor storyline.

Neal WU(吳子雲), who transitioned from an Internet writer to a director, transferred his novel to the movie screen through his first feature film *At Cafe 6*. In the first half of the film, WU depicts the good old high school

days when stubborn youth still knew pure love. The second half shows the innocent lovers Zijian DONG and Cherry NGAN who just entered the romantic but sad adulthood where they are challenged due to their different life goals, physical distance and their lack of faith and communication after getting in to college. This joint film with mainland China was intricately designed to target the audiences but before the movie release, the main character's private life and political issues influenced the box office performance.

Adam TSUEI, Angie CHAI and Giddens KO's ironclad movie relationship in *You Are the Apple of My Eye*, and *Café, Waiting Love* resumed in *The Tenants Downstairs*.

Giddens KO dramatized his novel and former musician Angie CHAI acted as the director and producer for this movie. And for the first time the movie combined thriller, violence, erotic, black comedy and suspense which created a new sensation at the theatres during the summer vacation season. Simon YAM took the role of a secretive and bizarre landlord who always peeks at his various tenants at any time. The movie received attention with its passionate nude scenes and bloody slaughter scenes and did well at the Taiwan box office market landing 130 million (TWD).

The Tenants Downstairs boldly tried a new genre of Taiwanese movie market while Director FU's second movie *My Egg Boy* tried to up-to-date its originality.

This romantic movie about a Gold Miss and a hot chef was produced with a low budget of 80 million (TWD). It expressed the anxiety of love and child birthing age in the perspective of a female. With the story of the birthing (on how sperm meets the egg and make new life) and technical parts (photography and production) the film raised degree of completion even further.

The two most noteworthy movies in Taiwan's film industry were *Godspeed* and *The Road to Mandalay*, where both directors reached a whole new level in their fourth production late last year. CHUNG Monghong who has a small number of works under his belt, has made four movies that past 8 years. After *Parking*, *The Fourth portrait* and *Soul*, *Godspeed* combines road movie with black comedy, portrays the incidents as a drug runner carrying and a taxi driver travels south. Director CHUNG who did the writing, movie shooting and directing expressed the unique and extravagant color of the Taiwan suburbs, where the entire movie is an amazing journey where trust and doubt collide. Director CHUNG always explores violence in mental limitations. Unlike the romance and honor in film noir, his characters depend and suspect each other, creates conspiracy in the mind, where the only solution is to act first. *The Road to Mandalay* scripted and directed by Midi Z, is also a film about drugs and violence that shows the mixture of facts and fantasies. Using minimum of manpower and equipment director Z sketched a meeting of an ethnic Myanmar-Chinese living abroad, a suburb wanderer in *Return to Burma* (2011). His 40 million (TWD) budget movie *The Road to Mandalay* is not too shabby and his directing skills became increasingly sophisticated. A man and a woman snuck into Thailand as illegal workers to escape poverty and find themselves in an unsteady relationship because of their opposing dreams and love. Through the use of the long take and montage editing, director expresses the character's emotional transition in detail where fantasy and reality intertwine.

Yi Fei HSIANG

Yi Fei HSIANG has worked as the film journalist over 20 years in Taiwan and now works for Mirror Weekly as the journalist and the film critics. She was invited as the jury member of Taipei Film Festival's Press Award in 2009, 2010, 2011, and 2016.



INTERVIEW | Rita CHUANG



Producer of *At Café 6* | **TAIWAN**

In accumulating a wealth of Rita CHUANG's personal experience in marketing and distribution over the years, She has established close ties with major media companies in Hong Kong, Mainland China, Japan, Korea, the United States and European countries, maintaining long-term relationships with respected producers and distributors. In 2014, she produced her first movie *The Bride*, following year with *At Café 6* which was selected to Open Cinema in Busan Film Festival. *Take Me to the Moon* is her latest produced project in 2017.

Q _____ Tell us about the film.

At Cafe 6 is a film based on the Taiwan bestselling novel that depicts the different lives of youth.

Q _____ What do you think made this film so successful? (What does it take to succeed at the box office in Taiwan?)

It probably has to do with ensuring the successful intellectual property transition.

Also the original novel by Neal WU had already secured numerous fans in Taiwan, making the expectation for cinematization of this novel quite high.

Q _____ How do you go about getting investment for films?

Since investors have different investment preferences, we identify each company's interest in advance and assist in finding the suitable investors based on that.

Q _____ How does a film usually get investment in Taiwan?

Good scenario is the most important foundation and then the participation famous directors and actors come next.

Q _____ What kind of releases do local films get?

Usually, when it comes to the scale of film openings, Taiwanese movies are not comparable to Hollywood movies. For example, the recent *The Fate of the Furious* (2017) had 260 screens played 2224 times across Taiwan. Taiwanese movies generally gets about 40-50 screens.

Q _____ How does profit-sharing work in Taiwan?

Other than the movies imported from theaters, (Each movie and each theater discuss a separate revenue sharing criteria. Generally, in Taiwan it starts at 50/50 and 40/60.) New Media and cable TV also negotiate with their investor for each platform. In some cases, the box office result at the theater becomes the standard for determining revenue distribution.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

Horror movies must be a new trend in the Taiwanese film industry.

Q _____ What's the toughest challenge for the Taiwanese industry these days?

The biggest issue with the Taiwan film industry is finding a good story that could attract the audience to the theatre. It is nearly impossible to find a good scenario in Taiwan.

Q _____ What do you think of Taiwanese production values these days?

Through co-production opportunities with Mainland China, film production costs increased and relatively film production ability increased the last couple of years.

If *At Cafe 6* represents 2016, the major work of 2017 is *The Village of No Return*.

Q _____ You have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Taiwan?

It is crucial to check out the Taiwan Production reputation that you are planning to work with before making a decision. The Taiwanese film industry is a tight network which works as an advantage as well as a disadvantage. If you find a trustworthy film production, things will go smoothly.

2016년 대만 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING TAIWANESE FILMS IN 2016

No.1 대미로만2 大尾鱸鰻2 David Loman 2

12

전작의 데이비드는 이번엔 시골에서 모텔을 운영하며 그들 그림자처럼 따라다니는 강호에서 벗어나려 하지만 쉽지 않다. 허상과 결혼을 한 사오친은 계속해서 그녀를 의심하고 결국엔 그녀를 떠나게 만드는데... 2편으로 돌아온 저가량의 코미디.

David Loman, who manage a motel in the countryside, wants to withdraw from the strong player, team, always following him as a shadow. Xiaoqin after marrying with Xiao Jia, have continuously misunderstood her. Finally, she tried to leave and Chu decides to come back strong player team.



연출	치우 리 관 邱瓏寬	개봉일	2016.02.05	최종 흥행 수입	\$5,614,267
제작	주연평	배급	VISION FILM WORKSHOP		
제작사	POLY FACE Entertainment Media Group, VISION FILM WORKSHOP				
Director	Likwan CHIU			Distribution	VISION FILM WORKSHOP
Producer	CHU Yenping			Final Box Office	\$5,614,267
Production	POLY FACE Entertainment Media Group, VISION FILM WORKSHOP				
Release Date	2016.02.05				

연출 | 치우 리 관 邱瓏寬

리관 치우는 대만 출생으로 전작은 <대미로만>(2013)의 감독으로 잘 알려져 있다. 그 외에도 <부자>(2006), <신 천생일대>(2012)를 연출했다.

DIRECTOR | Likwan CHIU

Likwan CHIU was born in Taiwan. Known for *David Loman*(2013) *Fu zi*(2006) and *Xin tian sheng yi dui*(2012).

No.2 아래층사람들 樓下的房客 The Tenants Downstairs

18

Code 333 • 7/16 15:30 CGV부천역 3관 / CGV Bucheon Station 3 | Code 520 • 7/18 14:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

빌딩의 임대주 얌은 세입자들을 몰래 감시한다. 세입자 잉그루는 그런 얌에게 단순히 수동적인 관찰자가 아니라, 세입자들의 규제를 풀어주는 능동적인 임대주가 되어볼 것을 제안한다. 대체 아래층 사람들에게 무슨 일이 벌어지고 있는 걸까?

As a peeping-tom landlord Yam observes his tenants, a mysterious tenant named Yingru suggests him to be more than just a passive witness and to take control to free his tenants from all their restraints. What's happening with the tenants?



연출	아담 추웨이 崔震東	개봉일	2016.08.12	최종 흥행 수입	\$4,293,263
제작	아담 추웨이 崔震東	배급	Amazing Film Studio		
제작사	CMC Entertainment, Vievision Pictures, Edko Film, STAR RITZ, Amazing Film Studio, MM2 Entertainment				
Director	Adam TSUEI		Distribution	Amazing Film Studio	
Producer	Adam TSUEI		Final Box Office	Amazing Film Studio	
Production	CMC Entertainment, Vievision Pictures, Edko Film, STAR RITZ, Amazing Film Studio, MM2 Entertainment				
Release Date	2016.08.12				



연출 | 아담 추웨이 崔震東

1959년 태어나 중화권의 소니뮤직엔터테인먼트 회장이자 BMG뮤직엔터테인먼트 회장이었던 그는 <그 시절 우리가 좋아했던 소녀>(2011)와 <등일개인 가배>(2014)의 프로듀서로 일했다. <아래층 사람들>(2016)은 그의 감독 데뷔작이다.

DIRECTOR | Adam TSUEI

Born in 1959, the former president of Sony Music Entertainment and BMG Music Entertainment in the Greater China Region, TSUEI produced the adaptation of two Giddens KO Novels *You are the Apple of My Eye*(2011) and *Café. Waiting. Love*(2014). *The Tenants Downstairs* is his directorial debut.

2016년 대만 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING TAIWANESE FILMS IN 2016

No.3 카페 6 六弄咖啡館 At Café 6

12

Code 318 • 7/16 13:00 CGV부천 6관 / CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX) | Code 629 • 7/19 17:00 CGV부천 6관 / CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX)

동급생인 관민록과 심예는 친구에서 연인으로 발전하지만, 심예의 긴 유학생화로 관계에 금이 가기 시작한다. 둘은 멀어진 거리를 극복하고 사랑을 지킬 수 있을까? 〈그 시절, 우리가 좋아했던 소녀〉, 〈말할 수 없는 비밀〉 제작진의 첫사랑 이야기.

Ms. LIANG enters a coffee shop called Cafe 6. The owner shares a story of his time back in 1996. Teenagers share a good relationship with each other, But as their graduation day draws near, they wonder if they can still stay committed with each other.



연출	오자운 吳子云	개봉일	2016.07.14	최종 흥행 수입	\$1,981,506
제작	지에 리우	배급	화련 미디어 인터네셔널		
제작사	GOOD FILM WORKSHOP				
Director	Neal WU	Distribution	HUALIEN MEDIA Int.		
Producer	Jie LIU	Final Box Office	\$1,981,506		
Production	GOOD FILM WORKSHOP				
Release Date	2016.07.14				



연출 | 오자운 吳子云

1976년 출생. 대만 출신의 작가이자 작곡가이다. 〈카페 6〉(2016)은 본인의 베스트셀러 소설을 오랜 시간 기획하고 연출한 첫 번째 장편영화이다.

DIRECTOR | Neal WU

Born in 1976, Taiwan. He is also known as a bestselling author and composer. His first feature film, *At Café 6* (2016) adapted for his cognominal name novel.

2015년 대만 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING TAIWANESE FILMS IN 2015

나의 소녀시대 我的少女時代 Our Times

임진심은 짝사랑하던 구양비범이 서태우에게 괴롭힘을 당하는 것을 목격하고 복수한다. 그날로부터 서태우에게 괴롭힘을 당하던 중 구양비범이 학교의 열쌍녀 도민민과 사귀는 사실을 알게 되는데.

Lin Zhen Xin witnesses her crush struggling with Xu Tai-yu, and plans for revenge. From that day on, Tai-yu forces her to run errands for him, until when Zhen Xin's crush is dating Min-min.

연출 Director	프랭키 첸 陈玉珊 Frankie CHEN	개봉일 Release Date	2015-8-13
제작 Producer	YEH Jufen	최종 흥행 수입 Final Box Office	NT \$410M
제작사 Production	Focus Films, Hualien Media International		

대희임문 大囍臨門 The Wonderful Wedding

베이징의 재벌 2세는 임신한 대만 여자친구와의 결혼을 준비한다. 하지만 그들은 과연 어느 국가의 혼례절차를 따라야 할까? 말이 통하지 않는 가운데, 그는 대만의 전통에 집착하는 여자친구의 가족을 설득시켜 결혼을 허락 받아야만 한다!

A rich Beijing man plans to marry his pregnant girlfriend from Taiwan. But which of the two traditions should the families follow? He must persuade his girlfriend's tradition-obsessed family in order to make this marriage happen.

연출 Director	황 차오량 黃朝亮 HUANG Chaoliang	개봉일 Release Date	2015-2-18
제작 Producer	CHEN Kuohua	최종 흥행 수입 Final Box Office	NT \$250M
제작사 Production	Full Entertainment Marketing Co., Ltd.		

마신자 - 빨간 옷 소녀의 저주 紅衣小女孩 The Tag-Along

할머니가 실종된 어느 날, 웨이는 할머니의 카메라에서 붉은 장식을 한 어린 소녀의 영상을 발견한다. 이후 웨이 역시 행방이 묘연해지자 여자친구 이춘은 이것이 마을의 괴담과 연관이 있다는 것을 알게 된다.

With his grandma missing, Wei finds an uncanny video with a little girl in red tagging on her camera. As Wei is missing as well, his girlfriend discovers that this missing case is related to the urban legend of "The Little Girl in Red."

연출 Director	청 웨이하오 程伟豪 Weihao CHENG	개봉일 Release Date	2015-11-27
제작 Producer	TSENG Hanhsien	최종 흥행 수입 Final Box Office	NT \$80 M
제작사 Production	Once Upon A Story Co., Ltd. Greener Grass Production Co., Ltd.		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

일본 | JAPAN

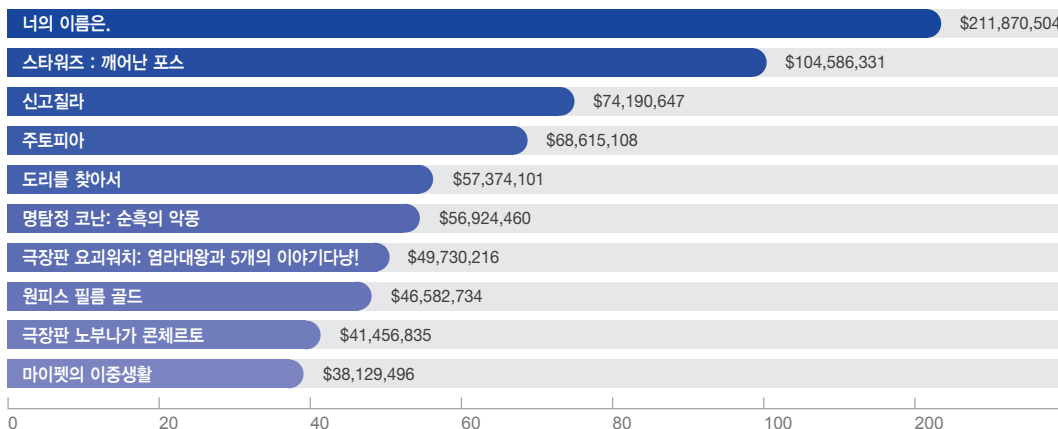
2016년 일본 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - JAPANESE BOX OFFICE 2016

출처: <http://www.eiren.org>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사
너의 이름은.	신카이 마코토	일본	로맨스	\$211,870,504	TOHO
스타워즈 : 깨어난 포스	J.J 에이브럼스	미국	공상과학	\$104,586,331	Walt Disney Pricitures
신고질라	안노 히데야키	일본	공상과학	\$74,190,647	TOHO
주토피아	바이런 하워드, 리치 무어	미국	코미디	\$68,615,108	Walt Disney Pricitures
도리를 찾아서	앤드류 스탠턴, 앵거수 맥레인	미국	코미디	\$57,374,101	Walt Disney Pricitures
명탐정 코난 : 순흑의 악몽	시즈노 코분	일본	액션어드벤처	\$56,924,460	TOHO
극장판 요괴워치 : 염라대왕과 5개의 이야기다냥!	타카하시 시게하루, 우시로 신지	일본	액션어드벤처	\$49,730,216	TOHO
원피스 필름 골드	미야모토 히로아키	일본	액션어드벤처	\$46,582,734	TOEI
극장판 노부나가 콘체르토	마츠야마 히로아키	일본	코미디	\$41,456,835	TOHO
마이펫의 이중생활	크리스 리노드	미국	코미디	\$38,129,496	TOHO-TOWA

| 극장 입매권 매출 |

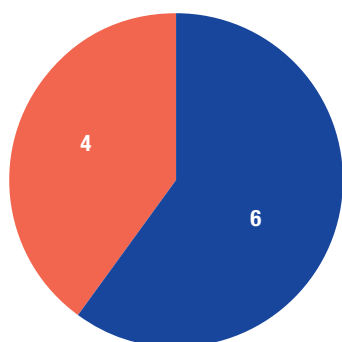


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: <http://www.eiren.org>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사
너의 이름은.	신카이 마코토	일본	로맨스	\$211,870,504	TOHO
신고질라	안노 히데야키, 하구치 신지	일본	공상과학	\$74,190,647	TOHO
명탐정 코난 : 순흑의 악몽	시즈노 코분	일본	액션어드벤처	\$56,924,460	TOHO
극장판 요괴워치 : 염라대왕과 5개의 이야기다냥!	타카하시 시게하루, 우시로 신지	일본	액션어드벤처	\$49,730,216	TOHO
원피스 필름 골드	미야모토 히로아키	일본	액션어드벤처	\$46,582,734	TOEI
극장판 노부나가 콘체르토	마츠야마 히로아키	일본	코미디	\$41,456,835	TOHO
극장판 도라에몽 : 신 친구의 버스 오브 재팬	아쿠와 신노스케	일본	액션어드벤처	\$37,050,360	TOHO
암살교실 졸업편	히스미 에이치로	일본	액션어드벤처	\$31,654,676	TOHO
오렌지	히마사키 히로시	일본	드라마	\$29,226,619	TOHO
걸스 앤 판처 극장판	야마다 나오키	일본	로맨스	\$20,683,453	SHOCHIKU

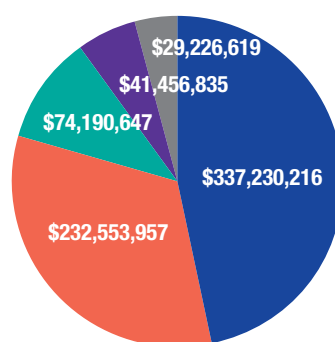
| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



● 일본 ● 미국

| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



● 액션어드벤처 ● 로맨스 ● 공상과학 ● 코미디 ● 드라마

2016년 일본 영화산업은 전반적으로 밝은 화제가 넘치는 한 해였다.

총 흥행수입이 2,355억 800만엔에 달했다. 이는 전년대비 8%나 성장한 수치다. 이와 동시에 현재까지의 기록상 최고의 흥행 수입을 기록했다. 한편, 총 관객 수는 1억 8,019만 명으로 1974년 이래 실로 42년만에 성공적인 기록을 달성했다. TV 보급과 함께 줄기 시작한 일본 영화관객 수는 비디오 보급의 영향으로 1990년 중반까지 계속 감소하고 있었다. 그러던 것이 작년에 처음으로 비디오가 등장하기 전 관객 수를 회복한 것이다.

이러한 역사적 성장세를 견인한 데는 분명 영화의 힘이 컸다. 2014년도 일본영화 총 흥행수입은 1,207억엔, 2015년도 일본영화 총 흥행수입은 1,204억엔 이었던 데에 반해 2016년도 총 흥행수입은 1,468억엔이었다. 무려 20% 이상이나 상승했다. 그러나 외국영화 흥행수입은 2015년 967억엔에서 2016년에는 869억엔으로 약 10% 감소했다. 여기서 2015년 외국영화가 일본에서 보기 드문 성공적인 흥행 성적을 달성한 점에 대해 주의 깊게 바라볼 필요가 있다. 즉, 2016년 성적이 전년 대비 낮아진 것은 부자연스러운 일이 아니라는 것이다. 실제 869억엔이라는 숫자는 2014년도 외국영화 흥행수입(863억엔)과 거의 비슷한 성적이다. 게다가 과거 5년간 규모를 보더라도 2015년에 이어 좋은 성적을 달성한 셈이다. 요컨대 외국영화 관객은 최근 평균치보다 그다지 감소하지 않았으며 그와 동시에 일본영화 관객이 큰 폭으로 증가하여 결과적으로는 총 흥행수입 신기록을 달성했다고 볼 수 있다. 따라서 일본영화의 점유율이 63.1%로 상승했기 때문에 외국영화 점유율은 36.9%에 그치는 결과를 낳았다. 동아시아 자본주의 경제권 가운데 홍콩이나 대만은 최근 외국영화(대부분이 할리우드영화)가 압도적으로 우세하지만, 한국과 일본의 경우숫자는 적지만 국산 영화가 강세를 보인다. 그럼에도 불구하고 한국의 2016년도 국산영화 점유율이 약 54%라는 점을 고려했을 때 일본에서 국산영화가 차지하는 비율은 동아시아 자본주의 국가 중에서도 특히 높다고 볼 수 있다.

그러나 일본영화가 이렇게 크게 성장한 데에 가장 강력한 원동력으로 작동한 것은 실사영화가 아니라 애니메이션이다. 이미 작년 '메이드 인 아시아(Made In Asia)' 카탈로그에서 애니메이션이 실사 영화를 웃도는 흥행력을 지닌 점을 일본영화의 특수성으로 지적한 바 있다. 2015년도 흥행수입 상위 5개 작품 중 4개가 애니메이션이었기 때문이다. 구체적으로는 <극장판요괴워치 : 탄생의 비밀이다냥>, <괴물의 아이>, <명탐정 코난 : 화염의 해바라기>, <극장판도라에몽 : 친구의 우주영웅기~스페이스 히어로즈~> 4편이었다.

그렇다면 2016년도 일본영화 흥행수입 상위를 차지한 작품은 어떠하였는가? 아무래도 흐름은 전혀 바뀌지 않은 것 같다.

예상대로 애니메이션이 상위 5개 작품 중 4개나 차지하고 있기 때문이다. 작품의 면면을 살펴보면 1위가 애니메이션 <너의 이름은>, 2위는 실사영화인 <신 고질라>, 3위가 애니메이션 <명탐정 코난 : 순흑의 악몽>, 마지막으로 4위와 5위가 애니메이션 <극장판요괴워치: 염라대왕과 5개의 이야기다냥>과 <원피스 필름 골드>였다. 실사영화로서는 유일하게 5위 안에 든 <신 고질라>도 사실은 애니메이션 관객층을 끌어들었기 때문에 그 정도의 성공을 거둘 수 있었다고 해석할 수도 있다. 도호(TOHO Motion Picture Company)가 이 작품 이전에 제작한 마지막 고질라영화는 2004년에 만들어진 <고질라: 파이널워즈>로 총 12억 6천만엔의 흥행 수입을 올렸다. (그 다음에 미국에서 제작된 <고질라>도 2014년에 일본에서 개봉했으나 흥행수입은 32억엔이었다.) 이에 반해 이번 <신 고질라>의 흥행수입은 82억 5천만엔으로 비교도 안될 정도로 높다. <신 고질라>가 고질라 영화의 최신작이라는 점 이외에도 이 커다란 차이를 설명하는 다른 이유가 있는데, 그것은 총감독 및 각본을 담당한 것이 바로 안노 히데아키라는 점이다. 그리고 안노 감독이야말로 <신세기 에반게리온> 등으로 애니메이션 팬들 사이에서 엄청난 인기를 누리고 있는 존재다. <신 고질라>의 기적적 대성공은 이미 존재하는 고질라팬과 안노 히데아키가 만들었다는 점에서 매력을 느낀 애니메이션 팬을 모두 흡수하면서 이루어낸 것이라고 볼 수 있다. 이렇게 Top5 작품 중 5개 작품 전부가 많은 적든 애니메이션 관객을 끌어들이므로써 크게 히트 칠 수 있었다는 사실과 함께 애니메이션의 힘(혹은 애니메이션

팬의 영향력)이 더욱 강해졌다는 점이 2016년 일본 영화계 특히 주목해야 할 점 중 하나라고 할 수 있을 것이다. 2015년 <극장판요괴워치: 탄생의 비밀이다냥>은 일본영화 흥행 수입 제1위(78억엔)를 기록했으나, 국산영화와 외국영화를 합치면 전체 3위로 그 위에는 90억엔대의 흥행성적을 기록한 할리우드영화 <빅 히어로>와 <쥬라기 월드>가 있다. 그러나 2016년도 흥행수입 1위는 <너의 이름은.>으로 250억엔 가까운 성적을 기록했는데 2016년 외국영화로서 최고 히트를 기록한 <스타 워즈: 깨어난 포스>의 흥행 성적(일본 개봉은 2015년 12월 18일 / 116억 3천억엔)보다 2배 이상 많은 엄청난 성적을 기록했다(라고는 하나 미야자키 하야오 감독의 2001년 작품 <센과치히로의 행방불명>이 기록한 308억엔에는 못 미친다.) 참고로 일본영화 흥행 수입 6위 이하를 보더라도 <극장판도라메몽: 신 친구의 버스 오브재팬>, <이 세상의 한 구석에>, <목소리의 형태>와 다수의 애니메이션이 Top10 안에 진입했다. 또 외국영화로서 <스타 워즈: 깨어난 포스>에 이어 흥행성적 2위부터 4위를 기록한 작품도 <주토피아>, <도리를 찾아서>, <마이펫의 이중생활>으로 이들 역시 애니메이션이었다.

그러나 애니메이션이 지배적인 위치를 차지한 가운데에서도 2015년과는 조금 다른 경향이 엿보이는 점에 우리는 주목할 필요가 있다. <요괴 워치>, <명탐정 코난>, <도라에몽>, <원피스>, <짱구는 못 말려>, <포켓몬> 등의 이름이 들어간 작품이 크게 성공한 것은 누구라도 쉽게 예상할 수 있었던 결과다. 이는 어린이용 (정확하게 말하면 어린이를 타깃으로 하면서도 어린이를 데려오는 가족까지 타깃으로 하여 관객 수의 증대를 노린)시리즈 작품이다. 그러나 2016년에는 그러한 애니메이션만이 아니라 <너의 이름은.>, <이 세상의 한 구석에>, <목소리의 형태> 등 극장용 애니메이션 제목으로는 신선한 이름들이 연달아 큰 성공을 거두었다. 이 작품들은 매년 당연한 듯이 출시되는 기획 작품도 아니었으며 시리즈 애니메이션처럼 반드시 어린이나 동반 가족을 제일 큰 타깃으로 삼지도 않았다. 오히려 성인 관객이 관심을 가질 법한 내용이라는 것이 특징이다. (이 점은 <신 고질라>에서도 발견할 수 있는 특징이기도 하다.)

어린이용 영화만이 큰 영향력을 지녔던 2015년 일본영화 시장과 비교해보면 2016년은 일본영화가 숫자 면에서도 강세를 보였을 뿐 아니라 영화의 소재나 관객층의 확대라는 면에서도 새로운 가능성과 징후를 보여준 해였다고 볼 수 있지 않을까. 흥행 Top10에는 아쉽게도 들지 못했지만, 제제 타카히사 감독의 <64>(전편 및 후편을 합친 흥행 수입이 37억엔), 이상일 감독의 <분노>(16억엔) 등 처음부터 어린이나 젊은 관객층을 노리지 않고 제작된 작품 역시 전체적으로 좋은 결과를 냈다. 아동용 기획이나 시리즈 기획에 대한 지나친 의존에서 벗어나는 것. 바로 그 가능성을 엿볼 수 있었던 점이 바로 2016년 일본영화계를 밝히는 이슈였다.

일본영화가 성공하려면 처음부터 방송국이 관여하는 '제작위원회' 방식을 통해 제작되어야만 한다는 기존 상식에도 아직까지만 숨구멍이 트이기 시작했다. <너의 이름은.>의 경우 방송국의 관여 없이 제작된 작품이었다. 또, <신 고질라>는 도호가 단독으로 제작한 작품이다. 그리고 메이저 회사가 제작·배급한 카타부치 스나오 감독의 <이 세상의 한 구석에>가 크라우드 펀딩을 활용하며 흥행 대박 및 장기 흥행이라는 성공을 거둔 점(2017년 6월 현재도 상영 중) 역시 흥행의 새로운 가능성을 영화계에 보여준 셈이다. 그러나 제작과 배급 주체의 다양화라는 면에서 2016년 한해는 건강하지 못한 모습이 상당히 부각되었던 해라고 할 수 있다. 일본영화 흥행 1위였던 <너의 이름은.>에서 4위인 <극장판요괴워치: 염라대왕과 5개의 이야기다냥>까지의 모든 작품과 6위였던 <노부나가 콘체르토>에서 9위의 <오렌지>까지의 모든 작품이 다 도호가 제작한 작품이다. 그렇다고 해서 도에이(TORE)나 쇼치쿠(SHOCHIKU)가 부진했던 해도 결코 아니었다.

오히려 순조로운 성장세를 보였으나 그럼에도 불구하고 도호가 연속적으로 히트 작품을 내놓았기 때문에 대등한 승부를 펼칠 수는 없었다. 사드 배치 문제로 한국작품 및 영화인에 대한 차가운 태도를 보이는 한편 일본영화에 대한 따뜻한 시선이 느껴지는 최근 중국에서 도호는 역시 일본영화기업 중에서도 눈에 띄는 승리자였다. 2015년에 일본영화로서는 <도라에몽: 스탠드 바이미>이 최고의 히트를 기록한 데 이어 2016년에는 <너의 이름은>이 100억엔 규모로 대히트를 치며 그 기록을 경신했다. 만약 중국에서 이 정도의 흥행 수입을 안정적으로 기대할 수 있다면 지금까지 국내 마케팅에만 힘을 써온 일본영화

의 기획 내용도 앞으로는 좋은 싫든 중국 시장을 의식하지 않을 수 없을 것이다.

마지막으로 2015년에는 50%정도의 급성장을 보이며 주목을 받은 ODS(Other Digital Stuff)시장에 대해서도 언급할 필요가 있을 듯하다. 가부키에서 K-Pop에 이르기까지 영화 이외의 콘텐츠를 극장에서 상영·중계하는 형식으로 인기를 얻으며 성장하던 ODS가 작년 갑자기 주춤하는 모습을 보였다. 총 흥행수입이 164억엔 정도에 그친 것이다. 전년대비 성장률을 살펴보면 비슷한 부류의 신흥 미디어로서는 굉장히 낮은 7%였다. 하지만 반드시 ODS 붐이 식었다고는 볼 수 없다. 왜냐하면 애니메이션을 중심으로 영화가 굉장한 성공을 거두었기 때문에 극장 입장에서는 영화에 먼저 상영권을 배분하려고 했고 이로 인해 ODS가 그 존재감을 발휘할 수 있는 공간을 좀처럼 얻을 수 없었다는 점을 염두에 두어야 할 것이다.

테루오카 소조

테루오카 소조 아시아영화 전문가로서, 도쿄 도립대학, 이케부쿠로 대학의 교수 및 도쿄국제영화제의 아시아영화 수석프로그래머 등의 경력을 갖고 있다. 홍콩국제영화제, 대만금마장영화제 등 유수의 국제영화제에서 프로그래머로 활동해왔으며, 『키네마준보』와 『피아』 등에 글을 기고하고 있다. 현재 오사카아시아영화제의 프로그램디렉터이다.



인터뷰 | 야마우치 아키히로

〈신 고질라〉 프로듀서 | 일본

야마우치 아키히로는 도호필름 영화기획부 부장으로 텔레비전부서와 영화협력부서를 거쳐 2012년부터 현재 위치에 재직 중이다. 메인 프로듀서로서 작업한 드라마로는 〈트릭〉 시리즈와 〈아베켄조 경감〉 시리즈, 〈마이보스 마이히어로〉, 〈대단한 곳으로 시집 와 버렸네!〉 등이 있다. 영화 작업으로는 〈트릭〉 시리즈와 〈전차남〉, 〈바티스타 수술 팀의 영광〉, 〈신의 카르테〉, 〈플래티나 데이터〉, 〈진격의 거인〉, 〈오렌지〉, 〈아이 엠 어 히어로〉, 〈신 고질라〉를 프로듀싱 했다. 연내 공개 기대작으로는 〈너의 취장을 먹고 싶어〉, 〈아인〉, 〈오쿠다 타미오가 되고 싶은 보이와 만나는 남자 모두를 미치게 만드는 걸〉 등이 있다.

Q _____ 2004년에 개봉한 <고질라 - 파이널 워즈>로 끝났다고 생각했었는데, 왜 지금 고질라 시리즈를 부활 시키셨나요?

전작 타이틀에 'Final'이라는 단어가 들어갔다고는 하지만 도호는 결코 이걸로 끝이라고 생각하지 않았습니다. 도호의 고질라는 디즈니의 미키 마우스와 비견할 정도로 소중한 존재입니다. 다만 고질라 시리즈는 항상 적절한 타이밍에 그 당시 사회상을 담아 왔다는 전통이 있기 때문에 내용 없이 그저 안이하게 신작을 만들어서는 안된다고 생각했습니다. 그렇게 차기작을 위한 적절한 때를 기다리는 동안 10년이라는 시간이 흘렀습니다. 이 10년의 공백은 한 세대 통째로, 고질라에 접해본 적이 없는 세대가 생겨나는 것을 의미합니다. 그런 단절이 생겨나면 안된다는 위기감이 배경이 되어 신작 제작에 착수하게 되었습니다.

Q _____ 최근 일본 메이저영화는 광고 대리점, 방송국, 출판사 등 다양한 관계자가 관여하는 '제작위원회방식'에서 제작되는 것이 일반적입니다. 그러나 <신 고질라>는 지금으로서는 보기 드물게 도호 단독제작이었습니다.

역시 고질라만큼은 특별한 존재라고 말씀 드리고 싶습니다. 홍보, 선전을 고려하면 제작위원회 방식을 취하는 편이 더 쉽게 전개해 나갈 수도 있지만 고질라는 100% 단독으로제작한다는 것이 아무래도 도호의 전통이랄까요, 관례거든요.

Q _____ <신 고질라>보다 먼저 미국판 *Godzilla*가 제작되었는데요. 이 부분을 의식하셨는지요?

네. 기획자체는 미국판이 나오기 전부터 있었습니다. 일본판이 개봉하는 시점에 미국판이 먼저 나와 있다는 점이 확실해졌을 때, 한편으로 미국판이 있으니가 일본만의 고질라를 철저하게 추구해야한다는 의식이 있었지요. 또 <신 고질라>를 제작할 때 구체적인 흥행 목표를 설정하지는 않았지만 미국판 *Godzilla*가 일본에서 약 32억엔의 흥행 성적을 거두었기 때문에 그걸 참고로 그 이상의 성적은 올리자고 생각했습니다.

Q _____ 한편 일본에서 제작한 <고질라 - 파이널 워즈>는 십수억 엔 정도의 흥행 성적을 올렸는데 이번 <신 고질라>에 투입된 제작비는 어느 정도인지요?

제작비는 비공개지만 도호영화로서도 최대 규모의 제작비가 투자되었습니다.

Q _____ 성공 요인은 무엇이라고 생각하십니까?

국내 흥행 수입은 80억엔 이상으로 기대 이상의 성적을 거두었습니다. 당연히 오랫동안 시리즈를 응원해 준 고질라 팬 분들이 납득할 수 있는 작품을 제작하는 것이 기본 중의 기본이었지만 그것만으로는 이런 기록을 세울 수 없었겠지요. 과연 어떤 요소가 관객 수 증가에 기여했는가를 생각해보면 아무래도 안노 히데아키씨가 총감독을 맡았던 점이 컸던 것 같습니다. 애니메이션 팬 층을 확보하려는 의도가 있었던 것은 절대 아니지만 결과적으로 애니메이션 팬 분도 많이 봐주셨던 것 같습니다. 또 작품 내용도 안노 감독 특유의 시대를 담아내는 방식, 애니메이션적인 에센스, 허구와 현실의 절묘한 배합 등, <신세기 에반게리온> 팬에게도 큰 매력으로 다가가는, 어떠한 새로움을 느끼게 하는 고질라 영화로 탄생했습니다.

Q _____ 그러한 새로움은 이 작품의 큰 특징이지요.

아동용 혹은 기존 매니아 층만 보는 장르의 영화로 비쳐지는 것은 피하고 싶었습니다. 처음부터 관객층을 한정하고 좁혀버리면 크게 성공할 수 없으니까요. 관객층을 넓히기 위해 상투적인 특촬 괴수영화의 재생산이 아닌 관객들이 사회성을 느끼며 보는 새로운 한 편의 작품으로 만들자고 저희들도 항상 마음 속으로 생각하고 있었습니다. 사실 이 점이야말로 본래 초기 고질라 시리즈부터 이어 온 기본 정신이지요.

Q _____ 실제로 극장에 온 관객층이 확대되었다는 것을 느끼셨나요?

개봉 직후에는 오래된 고질라 영화 팬들로 극장이 가득 채워진 듯한 인상을 받았습니다. 중장년 남성 관객 중심으로 이러한 분위기가 바뀐 것은 2주일 정도 지났을 무렵이었습니다. 고질라를 별로 본 적이 없는, 혹은 한번도 본 적이 없는 젊은 세대(주로 30대 중반 이하) 관객들이 모습이 보이기 시작했습니다. 동시에 여성 관객이 늘어난 것도 특히 강조하고 싶은 부분인데요, 고질라 그 자체보다도 특정 캐릭터, 예를 들어 그 중에는 양복 차림의 남자를 좋아해서 <신 고질라>를 보러 왔다는 여성 관객도 꽤 있던 모양이라고요(웃음). 이런 점들을 지적하며 이 작품에 애니메이션적 수용 방식과 같은 측면이 있다는 분석도 가능하겠지요. 또 몇 번이고 영화관을 찾는 관객이 많았다는 점도 <신 고질라>의 특징입니다. 스토리가 난해한 영화로 만들려는 의도는 결코 없었습니다. 오히려 스토리에 있어서는 누가 보더라도 쉽게 이해할 수 있도록 노력했습니다. 그러나 이 영화에는 한번 봐서는 파악할 수 없는 요소가 많이 존재합니다. 영화를 본 후에 친구들과 서로 이야기를 나누며 확인하고 싶거나 친구가 말해주서 처음 깨닫는 묘사가 많습니다. 이로 인해 다시 한번 극장에 가서 확인해보려는 관객이 늘어나게 되었습니다. 지금까지 <신 고질라>의 흥행 면에서의 성공은 앞서 말씀드린 젊은 관객 층, 여성 관객, 그리고 여러 번 극장을 찾는 관객을 확보함으로써 가능했다고 생각합니다.

Q _____ 미국판 제작이 끼친 영향도 있고 고질라가 세계 속에서 점점 이름이 알려지고 있는데요, 해외 수익 비율도 꽤 크지 않았나요?

<신 고질라>는 세계 104개국 및 지역에 판매되었습니다. 그렇다고 해서 크게 히트친것도 아니고 수익 비율도 크지 않았습니다. 특히 아시아에서는 일반적으로 예상하는 만큼 그렇게 크게 성공하지는 않았죠. 한편 미국에서는 꽤 성공했습니다. 현지에서도 기본적으로 자막판으로 상영되었는데도, 독해능력이 높은 관객층에 잘 전달이 된 것 같아요. 현재까지 미국에서 개봉된 일본영화 중에 흥행 성적으로는 20위를 기록했습니다.

Q _____ 기획·제작 시 해외 시장 수익은 어느 정도 예상하셨었는지요?

사실 해외는 거의 염두에 두지 않았습니다. 일본에서 일본 관객들이 즐길 수 있는 일본만의 고질라를 만드는 것, 무엇보다도 바로 이 점을 중시했습니다. 철저히 국내에서 성공시키는 것을 목표로 몰두한 작품입니다.

Q _____ 캐릭터·굿즈 등 영화 본편 이외의 수익은?

이것도 외부에서 기대할 정도의 수익 비율은 아닙니다. 도라에몽이나 포켓몬처럼 계속해서 주기적으로 신작이 나오는 시리즈라면 그런 수익도 나뉠 것겠지만 시리즈물이라고는 하지만 <신 고질라>처럼 단일 작품에 가까운 시리즈의 경우 기대할 만큼의 수익을 가져다 주지는 않죠.

Q _____ 현재 일본영화 시장의 트렌드 및 특징에 대해서는 어떻게 보고 계신가요?

낙관적으로 바라봅니다. 젊고 새로운 타입의 재능이 들어올 여지가 예전보다 더 커진 것 같아요. 디지털 기술도 향상되었고 실사 영화와 애니메이션의 구분이나 경계도 점점 없어지고 있어요. 다양한 영역의 재능이 집약되는, 기존 관념에 얽매이지 않는 일본영화가 계속해서 나오길 기대합니다.

Q _____ 스마트폰을 통한 영화 감상, 넷플릭스와 같은 스트리밍 서비스 등이 대두되며 영화 흥행에 대한 위기 감에 대해 논하는 사람들도 있습니다.

영화관도 사라지지 않을 거라고 봅니다. 많은 사람들이 같은 큰 영화관에 모여 하나의 같은 작품을 즐길 수 있는곳으로, 역시 영화관을 대체할 만한 것은 없는 것 같습니다. 어디서든 영화를 볼 수 있기 때문에 오히려 공식적인 장소로서 영화관의 존재 이유도 앞으로 더욱 커질 것이라고 생각합니다. 참고로 <신 고질라>에서는 발성기능 상영이라는, 즉 관객이 감상 중에 함께 소리를 질러도 좋고 코스프레를 하고 와도 좋다는 관객 참여형 상영을 몇 번 실시해보았습니다. 티켓이 바로 매진될 정도로 큰 인기를 모았지요.

Q _____ 일본 영화계는 다른 아시아 국가들과 비교했을 때 합작이 적은 것도 특징 중 하나입니다. 이에 대한 견해를 들려주세요.

중국은 차치하고 일본은 아시아에서 몇 안되는 자국 시장만으로 작지만 완결성을 갖춘 시장입니다. 일본 시장만을 대상으로 한 기획을 세울 수 있기 때문에 그것이 좋은 나쁜 폐쇄적인 특징을 지니게 되고 그러다보니 국제 합작에는 적극적이지 않았던 것도 사실입니다. 실제로 반드시 국제 합작을 해야만 좋은 것이라고 말할 수 없는 면도 있고요. 과거 국제 합작에 대한 제안을 받은 적도 있지만, 주의해야할 점은 합작이라는 형식이 최우선시 될 수 있다는 겁니다. 다시 말해 각본을 쓰는 것도 양국에서 분담해서 진행하고 배우도 각국에서 인기 스타를 1명씩 기용하고... 하지만 잘 살펴보면 그렇게 국제 합작으로 제작된 작품이 결과적으로 양쪽 시장에서 어중간하게 끝나 성공을 거두지 못한 케이스가 많습니다. 그것보다는 먼저 자국 시장에 철저히 주력하는 것이 더 중요하지 않을까요? 작년 작품 중에 <아이엠 어 히어로>라는 영화제작에 제가 참여했었는데, 사실 이 영화의 절반 정도는 한국에서 촬영했습니다. 촬영지 중에 쇼핑 물이 있었는데 일본에서는 좀처럼 괜찮은 곳이 없어서 한국에서 한국인 특수메이크업 스태프, 스텐트팀, 조명스텝 등과 함께 촬영하기로 했습니다. 이 때 이루어진 한국 영화인들과의 합작은 굉장히 건설적이었고 공부가 되는 경험이었습니다. 제가 일본에서 폐쇄적으로 제작해온 부분이 있기도 했고 우리들이 몰랐던 것에 대해 한국 사람들이 많이 알려주었습니다. 제가 생각하는 이상적인 합작은 어디까지나 이렇게 스토리나 촬영상 필요해서 국제 합작이라는 형태를 취하는 것입니다. 앞으로도 그런 상황이 생겨난다면 꼭 합작영화를 찍어보고 싶습니다.

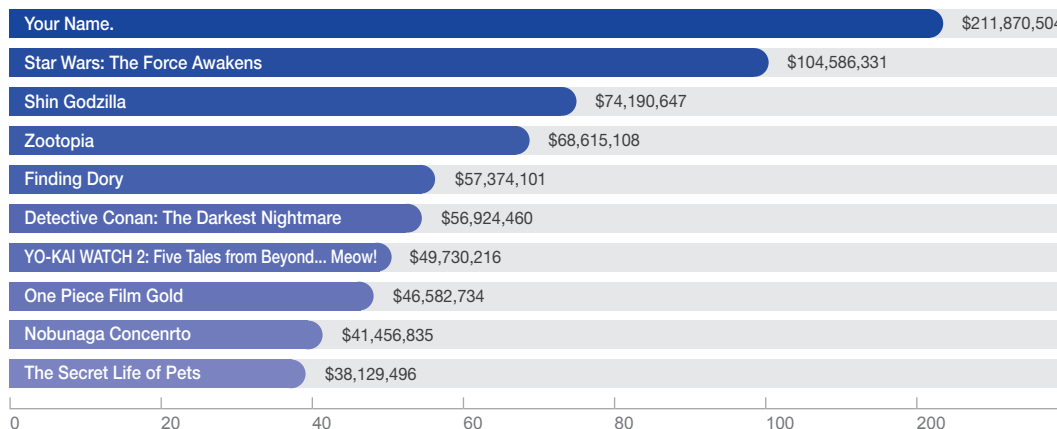
JAPANESE FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - JAPANESE BOX OFFICE 2016

Source : <http://www.eiren.org>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production
Your Name.	SHINKAI Makoto	Japan	Romance	\$211,870,504	TOHO
Star Wars: The Force Awakens	J.J. Abrams	USA	Sci-Fi	\$104,586,331	Walt Disney Prictures
Shin Godzilla	ANNO Hideaki, HIGUCHI Shinji	Japan	Sci-Fi	\$74,190,647	TOHO
Zootopia	Byron HOWARD, Rich MOORE	USA	Comedy	\$68,615,108	Walt Disney Prictures
Finding Dory	Andrew STANTON, Angus MACLANE	USA	Comedy	\$57,374,101	Walt Disney Prictures
Detective Conan: The Darkest Nightmare	SHIZUNO Kobun	Japan	Action adventure	\$56,924,460	TOHO
YO-KAI WATCH 2: Five Tales from Beyond... Meow!	SHIGEHARU Takahashi, USHIRO Shinji	Japan	Action adventure	\$49,730,216	TOHO
One Piece Film Gold	MIYAMOTO Hiroaki	Japan	Action adventure	\$46,582,734	TOEI
Nobunaga Concenrto	HIROYAKI Matsuyama	Japan	Comedy	\$41,456,835	TOHO
The Secret Life of Pets	Chris RENAUD	USA	Comedy	\$38,129,496	TOHO-TOWA

| GROSS BOX OFFICE |

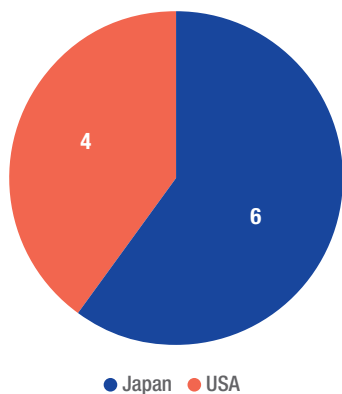


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : <http://www.eiren.org>

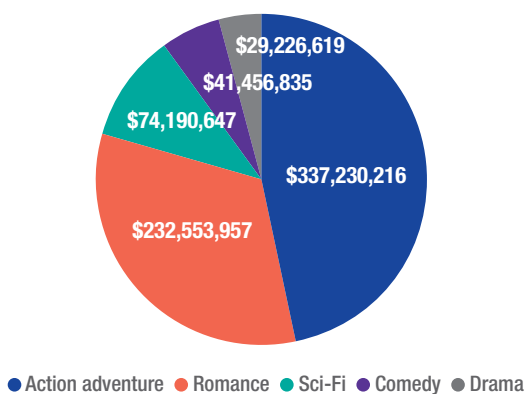
Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production
Your Name.	SHINKAI Makoto	Japan	Romance	\$211,870,504	TOHO
Shin Godzilla	ANNO Hideaki, HIGUCHI Shinji	Japan	Sci-Fi	\$74,190,647	TOHO
Detective Conan: The Darkest Nightmare	SHIZUNO Kobun	Japan	Action adventure	\$56,924,460	TOHO
YO-KAI WATCH 2: Five Tales from Beyond... Meow!	SHIGEHARU Takahashi, USHIRO Shinji	Japan	Action adventure	\$49,730,216	TOHO
One Piece Film Gold	MIYAMOTO Hiroaki	Japan	Action adventure	\$46,582,734	TOEI
Nobunaga Concenrto	HIROYAKI Matsuyama	Japan	Comedy	\$41,456,835	TOHO
Doraemon the Movie: Nobita and the Birth of Japan 2016	YAKUWA Shinnosuke	Japan	Action adventure	\$37,050,360	TOHO
Assassination Classroom -Graduation-	HASUMI Eiichiro	Japan	Action adventure	\$31,654,676	TOHO
Orange	HAMASAKI Hiroshi	Japan	Drama	\$29,226,619	TOHO
A Silent Voice	YAMADA Naoko	Japan	Romance	\$20,683,453	SHOCHIKU

| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



2016 was a bright year for the Japanese film industry.

Total box office revenue reached JPY 235.58 billion. Figures increased 8% over the previous year. Simultaneously, it recorded the best box office revenue ever recorded. Meanwhile, the total number of audiences reached 181.9 million, a successful record since 1974. This record took 42 years. The number of Japanese movie audience shrunk with the spread of TV propagation and due to the effect of video distribution the number kept declining until the mid 90s. Last year was the first time that the number of audience recovered since the appearance of videos.

Surely the power of movie was a strong reason to this historical growth. The Japanese movie total revenue in 2014 was JPY 120.7 billion, JPY 120.4 billion in 2015 and JPY 146.6 billion in 2016. It has risen by more than 20%. However, foreign film revenue decreased 10% from JPY 96.7 billion in 2015 to JPY 86.9 billion in 2016. It is noteworthy to address the fact that in 2015 foreign movies have achieved a rare box-office record in Japan. In other words, it is not unnatural that their 2016 performance was lower than the previous year. In reality box office profit of JPY 86.9 billion is similar to the revenue of foreign movie revenue of JPY 86.3 billion in 2014. Even considering the scale over the last 5 years, they did well continuing their record in 2015. In short, foreign film audiences have not decreased much more from the average figures in recent years, and at the same time, the number of Japanese movie audience has increased dramatically, resulting in a total box-office revenue record. As a result, the share of Japanese movies climbed to 63.1%, when the share of foreign movies was only 36.9%. Among East Asian capitalist economies, recent foreign films (mainly Hollywood movies) are dominant in Hong Kong and Taiwan, whereas in Korea and Japan, though the difference is small, domestic films are holding their ground.

Nevertheless, given the fact that in Korea their 2016 domestic film market share is about 54%, the share of domestic films in Japan is particularly high among East Asian capitalist countries.

However the most powerful driving force for Japanese film growth is not because of live-action films but because of animations. Last year's 'Made In Asia' catalogue have already pointed out that animations have the exceeding popularity of live-action films making this an uniqueness of Japanese film. 4 of the top 5 films in 2015 were animation. Specifically, it was these 4 movies; *Yo-kai Watch the Movie: It's the Secret of Birth*, *Meow!*, *The Boy and The Beast*, *Detective Conan: Sunflowers of Inferno* and *Doraemon: Nobita and the Space Heroes*.

If so, which film ranked top of the Japanese box office in 2016? I guess certain things don't change that easily. As expected, 4 of the top 5 films were in animation. To check out each and every film, the 1st place went to an animation called *Your Name.*, 2nd to a live-action movie *Shin Godzilla*, 3rd an animation *Detective Conan: The Darkest Nightmare*, 4th and 5th place to animation *Yo-Kai Watch the Movie 2* and *One Piece Film Gold*. Some may say the success of the only live-action film *Shin Godzilla* is due to its appeal to the animation movie audience. The last *Godzilla* movie produced by TOHO Motion Picture Company prior to this work was made in 2004 with *Godzilla: Final Wars* which earned JPY 1260 million. (The next *Godzilla* which was produced in the US was released in 2014 Japan and earned only JPY 3.2 billion.)

On the other hand, *Shin Godzilla* got JPY 8.25 billion, incomparably higher than the US *Godzilla*.

Apart from the fact that *Shin Godzilla* is the latest *Godzilla* film, having ANNO Hideaki as the director and

screenwriter made a big difference. ANNO is extremely popular amongst the animation fans with his *Neon Genesis Evangelion* series. It can be said that the jackpot of *Shin Godzilla* is accomplished by absorbing the existing Godzilla fans and the animation fans who loved the fact that ANNO Hideaki was a part of this movie. One of the most noteworthy things about the 2016 Japanese movie industry is that the power of animation (or the influence of anime fans) has become stronger, as well as the fact that all 5 of the Top 5 films attracted the animation audience more or less. *Yo-kai Watch the Movie: It's the Secret of Birth, Meow!* (2015) recorded number one Japanese movie earning JPY 7.8 billion, but when combined with domestic and foreign films it ranks 3rd overall following Hollywood movies *Big Hero 6* and *Jurassic World*. However, *Your Name.* topped the 2016 chart with earnings close to JPY 25 billion, which was twice more than best hit movie *Star Wars: The Force Awakens* (Japanes release date Dec. 18th 2015 / JPY 11.6 billion) (However, this is far less than JPY 30.8 billion record of *The Spiriting Away of Sen and Chihiro* (2001) by director MIYAZAKI Hayao.) For reference, many animation films such as *Doraemon The Movie : Nobita and The Birth of Japan, In This Corner of the World, A Silent Voice : The Movie* made it the top 10 in Japanese box office. Also, following *Star Wars : The Force Awakens*, the films which ranked 2nd to 4th in the foreign film box office were *Zootopia, Finding Dory* and *The Secret Life of Pets*, which are also animation films.

However, even though animation is dominant, we need to pay attention to the fact that the trend is somewhat different from 2015. Well-known series such as *Yo-Kai Watch, Detective Conan, Doraemon, One Piece, Shinchan* series and *Pokemon*, etc, doing well at the box office is something anyone could easily anticipate. These are children targeted series of work. (to be more precise, not only does it targets children but it targets the other family members who bring the children to the theatre) However, in 2016, not only those types of animations but the theatre animations with fresh names hit the box office one after the other, such as *Your Name., In This Corner of the World, A Silent Voice : The Movie*, etc. These were not those every-year-released special offer products nor were they series animation that make the children or their companions the biggest targets. It rather had adult audiences relatable content (Same point can be found in *Shin Godzilla*.)

Compared with the Japanese film market in 2015, where only the movies for kids had a great influence, in 2016, the Japanese film showed new possibilities with their various movie material and expanded type of audience. It's a pity these didn't get in the box office's top 10, but the works produced from the beginning without aiming at the younger or younger audiences also gave good results overall, such as director TAKAHISA Zeze's *64* (Original and sequel adding up to JPY 1.6 billion) and *Rage* by director Sang Il LEE. The possibility of escaping excessive dependence on children's projects or series projects. That glimpse of possibility truly brightened the 2016 Japanese film industry.

For a Japanese movie to succeed there was a preexisting common sense that all movies must have a TV station involved 'production committee'. But we saw a glimpse of hope for a little bit of change in this department. *Your Name.* was a film without any TV station involvement. Also, *Shin Godzilla* was a film produced by the TOHO Motion Picture Company independently. And the fact that film *In This Corner of the World* directed by KATABUCHI Sunao, which was produced and distributed by a major company, has succeeded in the box office scoring a phenomenal run using crowdfunding, shows the new possibilities of success in the film industry. However, in terms of diversification of producers and distributors, 2016 magnified how remarkably unhealthy they are. TOHO produced all top 4 movies from the Japanese box

office from *Your Name.* to *Yo-Kai Watch the Movie 2*, and all the works from 6th place *Nobunaga Concerto: The Movie* to 9th place *Orange*.

But that doesn't necessarily mean that TOEI or SHOCHIKU were performing weak. Despite their steady growth, it was impossible to compete with TOHO when it continued to release box office hits. While giving the Korean films and celebrities the cold shoulder due to the THAAD deployment, China has been rather friendly towards recent Japanese films and amongst them, TOHO has been a prominent winner among Japanese film companies. In 2015, *Stand by Me Doraemon* was top of the box office for Japanese films, and *Your Name.* in 2016 exceeded that record with a great success of 10 billion yen. Even though the Japanese film industry focused only on domestic marketing until now, if they can expect a steady stream of box office revenue in China like this, it would be nearly impossible not to be conscious of the Chinese Market in the future.

Finally, it is necessary to make a note of the ODS (Other Digital Stuff) market, which is experiencing rapid growth of roughly 50% in 2015. The ODS market, which got popular by screening and relaying non-movie related contents from Kabuki to K-Pop in theaters, showed a sudden slowdown of growth last year. Total box office revenue was only about JPY 16.4 billion. Looking at the year-to-year growth rate, and comparing it to other emerging media channel, 7% was extremely low. However, it would be too hasty to jump into conclusion and say that the ODS boom has cooled down. The theatres had great success with animated films and that's why they tried to distribute and screen animated films first, which resulted in ODS hardly having any space to obtain its presence.

TERUOKA Sozo

TERUOKA Sozo is a lecturer in Asian Films at Nihon University and Ikebukuro Community College, and worked as the programming director for the Tokyo International Film Festival (2002-2006), Hong Kong Film Festival (2007), Taiwan Film Festival(2007) and others. As the film critic, he is writing for the Kinema Jumbo, PIA and others. He is currently a programming director of Osaka Asian Film Festival.



INTERVIEW | YAMAUCHI Akihiro

Producer of *Shin Godzilla* | JAPAN

YAMAUCHI Akihiro is the Director of Movie Planning Department of TOHO Films. After joining the television department and movie adjusting department, he started his current position in 2012. As for the main works, in drama part, *Trick* all series, *Keibuho Kenzo Yabe* series, *My ☆ Boss My ☆ Hero*, *I married to the elusive place!*, In the movie *Trick*, all series, *A true Love Story*, *A Glorious Team Batista* series, *In His Chart* series, *Platinum Data*, *Attack of Titan*, *Orange*, *I Am A Hero*, *Shin Godzilla* and more. Waiting for release within this year are *I want to eat your pancreas*, *Girl who makes every boy she meets crazy*, *Boy who wants to be Okuda Tamio* and *Ajin*.

Q _____ I thought you were finished with the 2004 release of *Godzilla: Final Wars*.. Why did you revive the *Godzilla* series now?

Although the previous title included the : 'Final', TOHO never thought this was the end. TOHO's *Godzilla* is a precious presence comparable to Disney's Mickey Mouse. However, the *Godzilla* series has always had a tradition of bringing forward social events at the right time, so I thought that I shouldn't make a new one unless I had good content. It took 10 years for the right time, and this 10-year gap means that a whole generation is a generation that has never encountered *Godzilla*. It gave me a sense of crisis that such disconnect should not occur, and that is why I started to make this new work.

Q _____ Recently, major films in Japan have generally been produced by the 'production committee system', which involves a variety of stake holders such as advertising agencies, broadcasting stations, and publishers. However, *Shin Godzilla* was very peculiar in the sense that it was made by TOHO alone.

I would say this is because *Godzilla* is very special. It is easier to take a production committee approach when considering promotions and advertisement, but it is TOHO's tradition to produce 100% of *Godzilla* by ourselves; this our practice.

Q _____ *Godzilla, the US version, was produced before the *Shin Godzilla*. Were you aware of this?*

Yes. The planning stages existed before the release of the US version, but when it became clear that the US version would be out when the Japanese edition was released, I was committed to pursuing the uniqueness of the Japanese version of *Godzilla*. Also, I did not set a specific target for the movie when I made the *Shin Godzilla*, but my hope was that the Japanese version is more successful than the American version, which made about 3.2 billion yen in Japan.

Q _____ On the other hand, *Godzilla - Final Wars*, which was produced in Japan, had a box office performance of about 12 billion yen. How much did *Shin Godzilla* cost to produce?

Production costs are confidential, but I can say this film had the largest production costs ever by a TOHO-produced film.

Q _____ What do you think success factors are?

Domestic box-office revenues exceeded expectations with over 8 billion yen. Of course, the basic motivation for the work was that we should be able to satisfy *Godzilla* fans who have long supported the series, but I don't think that alone could have made such a record. When I think about the factors that contributed to the increased attendance, it seems that the most important factor was that ANNO Hideaki oversaw directing. We never intended to secure an animation fan base, but as a result, many animation fans seemed to have seen the movie. In addition, the movie has turned out to be a *Godzilla* movie that brings out a new and great charm to the fans of *New Century Evangelion*, via the way it brings out a unique era by the director, the animation's essence, and the exquisite blend of fiction and reality.

Q _____ Such freshness is a big part of this work.

I wanted to avoid the movie being seen as a movie only for children or existing fans. We cannot succeed on a large scale if we limit and narrow the audience from the beginning. In order to broaden the audience, we wanted to make them feel a sense of sociality from this new work, not a reproduction of a typical monster movie, but a new one to watch. In fact, this is the basic philosophy that has continued from the initial *Godzilla* series.

Q _____ Did you actually feel that number of people who came to theaters has expanded?

Immediately after release, I felt that theaters were filled with old *Godzilla* fans, who are typically middle-aged men. However, it took about two weeks to change this ambience. Younger people (mostly younger than their mid-30s) who had rarely or never seen *Godzilla* began to appear. At the same time, the increase in the female audience is something I especially want to emphasize. There are also quite a few female moviegoers who came just to see a certain character, for example, a man in a suit, rather than *Godzilla* itself (laugh). Given this, we might be able to say that this work has some aspects similar to the way that animation is received.

Another feature of *Shin Godzilla* is that there were many repeat viewers. There was never an intention to make the story difficult; rather, I tried to make it easy for anyone to understand. However, there are a lot of elements that cannot be grasped at first glance. In the movie, there are a lot of descriptions that people want to discuss afterwards or that they find out for the first time because their friends tell them. This is why the number of people who want to go to the theater and check it out again has increased. So far, I believe that the box office success of *Shin Godzilla* was made possible by securing the young audience, female audience, and multi-viewer audience.

Q _____ *Godzilla* is getting more and more known in the world, possibly thanks to the influence of the US version being made. Isn't the overseas revenue ratio fairly large?

Shin Godzilla was sold to 104 countries and regions around the world. It was not a big hit and the profit ratio was not big. Especially in Asia, it was not as successful as you would normally expect. On the other hand, it was quite successful in the US. It seems to be well communicated to the audience via subtitles. I think it was especially well accepted by those with great reading abilities. It ranked top 20 in the box office of Japanese movies released in the US so far.

Q _____ How much profit did you expect from the overseas market during film planning and production?

To be honest, I didn't think about overseas markets very much, but rather I focused on making a Japanese-only *Godzilla* that a Japanese audience can enjoy in Japan. Above all, I focused on this point: it is a work that is thoroughly devoted to success in Japan.

Q _____ How are merchandising revenues going?

This profit ratio is also not as big as what outsiders might expect. If a series, such as *Doraemon* or *Pokemon*,

continues release movies, profits from these merchandising would be great. However, since *Shin Godzilla* is closer to a one-off, there is not as much profit from these areas as one would expect.

Q _____ How do you see the current trends and characteristics of the Japanese movie market?

I think it is promising and that there's more space for young and new talent.

Digital technology has also improved, and distinctions and boundaries between live-action movies and animations are gradually disappearing. We expect to continue to see Japanese films that are not bound to conventional ideas, where talent from various fields is concentrated.

Q _____ There are people who talk about the crisis of theatrically released movies' success, due to the growth of watching movies on smart phones, streaming services like Netflix, and others.

The movie theater will not disappear either. It is a place where many people gather in the same big venue and enjoy the same movie together, and it seems that there is nothing to replace the movie theater. Ironically, I think that the presence of movie theaters as an official venue is going to be bigger in the future, because in the future I will be able to watch movies anywhere. For reference, in *Shin Godzilla*, we performed a number of audio-visual screenings where the audience could shout out loud and wear costumes, and the tickets were so popular that they sold out right away.

Q _____ The Japanese film industry is also characterized by a small number of collaborations compared to other Asian countries. Please share your views on this.

Except China, Japan is one of the few small but complete markets in Asia. It is true that Japanese studios have not been active in international joint ventures because the industry has to focus on the characteristics of our own closed domestic market, whether it is good or not.

In addition, to be honest, it is not always positive to have international cooperation.

I have received proposals for international joint ventures in the past, but the thing is that there is a risk of being fixated on the format of the joint venture. This means that since joint ventures tend to use one actor from each country and each side separately writes the script and combines it, there are many cases where the finished movies do not get popular in either country and do not reap success. I personally think it is more important to focus on individual markets first.

Last year I participated in the production of a movie called *I Am a Hero*, but I actually shot about half of the film in Korea. There was a shopping mall scene, but there was not a good place in Japan so I decided to shoot it in Korea with a special Korean make-up crew, stunt team, lighting crew, etc. The collaboration with Korean film makers at the time was very constructive and was a huge learning experience, partially because I had been making films in Japan in a closed way, and partially because many people in Korea informed us about things we had not known before. I think the ideal joint venture is one that takes the form of an international joint venture only because it is necessary for the story or the shooting. If such needs arise, I would like to make films as joint ventures as well.

2016년 일본 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING JAPANESE FILMS IN 2016

No.1 너의 이름은. Your Name.

12

Code 201 • 7/15 10:30 부천시청 어울마당/Bucheon City Hall, Main Theater(2F) | Code 443 • 7/17 20:00 CGV부천 6관/CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX)

꿈의 스위치를 누르면 서로의 몸이 뒤바뀐다! 타키와 미츠하는 이것이 꿈이 아닌 현실임을 깨닫고 가까워진다. 그들의 앞에 놓인 잔인한 운명 앞에 기적은 이루어질 수 있을까? 일본뿐 아니라 한국에서도 큰 인기를 끌며 신카이 마코토의 이름을 다시 한 번 알린 작품.

Taki and Mitsuha are strangers living separate lives until randomly waking up in each other's body. They must adjust their lives around each other and build a connection by leaving notes. They wish to finally meet, yet something stronger than distance keeps them apart.



연출	신카이 마코토	개봉일	2016.08.26	최종 흥행 수입	\$211,870,504
제작	후루사와 요시히로	배급	TOHO Co., Ltd.		
제작사	Amuse Answer Studio				

Director	SHINKAI Makoto	Distribution	TOHO Co., Ltd.
Producer	FURUSAWA Yoshihiro	Final Box Office	\$211,870,504
Production	Amuse Answer Studio		
Release Date	2016.08.26		



연출 | 신카이 마코토

그의 단편 〈그녀와 그녀의 고양이〉(2000), 〈별의 목소리〉(2004)는 1인 작업으로 더욱 유명한 작품이다. 첫 장편 애니메이션 〈구름의 저편, 약속의 장소〉(2004)와 차기작 〈초속 5cm〉(2007)의 대성공으로 인해 세계적으로 명성을 떨쳤다.

DIRECTOR | SHINKAI Makoto

He made short animated films as solo production: *She and Her Cat*(2000) and *Voices of a Distant Star*(2002). His first animated feature film *The Place Promised in Our Early Days* (2004) and the following *5 Centimeters Per Second*(2007) made a success, they spread his name worldwide.

No.2 신 고질라 Shin Godzilla

12

Code 506 • 7/18 11:00 CGV부천 6관 / CGV Bucheon 6 (Hyundai U-PLEX) | Code 905 • 7/22 11:00 CGV부천역 3관 / CGV Bucheon Station 3

도쿄 앞바다에 괴수가 등장한다. 핵폐기물을 먹고 자란 전 대미문의 이 생물체에게는 탱크도 포탄도 통하지 않는다. 진화를 거듭하는 고질라를 향한 정부의 안일한 대처는 국민들의 분노를 불러일으키는데... 오랜 세월 동안 변함없는 인기를 자랑하는 고질라 시리즈의 12년 만의 신작.

An unknown accident occurs in Tokyo Bay's Aqua Line, which causes an emergency cabinet to assemble. All of the sudden, a giant creature immediately appears, destroying town after town with its landing reaching the capital. This mysterious giant monster is named 'Godzilla'.



연출	안노 히데아키, 히구치 신지	개봉일	2016.07.25	최종 흥행 수입	\$74,190,647
제작	사토 요시히로	배급	TOHO Co., Ltd.		
제작사	Cine BAZAR TOHO Pictures				

Director	ANNO Hideaki, HIGUCHI Shinji	Distribution	TOHO Co., Ltd.
Producer	SATO Yoshihiro	Final Box Office	\$74,190,647
Production	Cine BAZAR TOHO Pictures		
Release Date	2016.07.25		



연출 | 안노 히데아키, 히구치 신지

안노 히데아키는 <바람계곡의 나우시카>(1984), <반딧불의 묘>(1988) 등 지브리 스튜디오 작품에 참여하며 이름을 알렸다. 히구치 신지는 애니메이션, 실사 영화 등 폭넓게 활동하는 영화감독으로, 두 명의 감독은 <신세기 에반게리온>(1995)에서 함께 작업하였다.



DIRECTOR | ANNO Hideaki, HIGUCHI Shinji

ANNO Hideaki was born in 1960. He participated in *Nausicaa of the Valley of the Wind*(1984) and *Grave of the Fireflies*(1988) which are the works of STUDIO GHIBLI. HIGUCHI Shinji works widely in film industry. Both of them worked together at the TV animation *Neon Genesis Evangelion*(1995).

2016년 일본 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING JAPANESE FILMS IN 2016

No.3 코난: 순흑의 악몽 Detective Conan: The Darkest Nightmare

12



경찰에 잠입한 누군가에 의해 유출된 N.O.C(일본비밀경찰) 리스트. 그리고 전 세계 스파이들이 연이어 제거되는 사건이 발생한다. 한편, 코난과 친구들은 새로 개장한 수족관에서 우연히 의문의 여성을 만난다. 상처투성이인 온 몸에, 자신의 이름도 기억하지 못하는 그녀를 도와 주던 코난은 심상치 않은 기운을 느끼는데...

A spy infiltrated the Japanese National Police Agency. The next day, at the aquarium Conan and the Detective Boys found a woman who suffered memory loss and had a broken cell phone. Having decided to stay and help the woman, But Conan felt they were under the watchful eye of Vermouth...

연출	시즈노 코분	개봉일	2016.04.16	최종 흥행 수입	\$56,924,460
제작	야마모토 야스이치로	배급	TOHO Co., Ltd.		
제작사	TOHO Co., Ltd.				
Director	SHIZUNO Kobun	Distribution	TOHO Co., Ltd.		
Producer	YAMAMOTO Yasuichiro	Final Box Office	\$56,924,460		
Production	TOHO Co., Ltd.				
Release Date	2016.04.16				

연출 | 시즈노 코분

〈명탐정 코난 : 진홍의 연가〉(2017)
 〈명탐정 코난 : 침묵의 15분〉(2011)
 〈극장판시도니아의 기사〉(2015)
 〈진구세주의전설북두권토키전〉(2008)

DIRECTOR | SHIZUNO Kobun

Detective Conan: Crimson Love Letter(2017)
Detective Conan: Quarter of Silence(2011)
Knights of Sidonia(2015)
Fist of The North Star: The Legend Of Toki(2008)

2015년 일본 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING JAPANESE FILMS IN 2015

극장판 요괴워치: 탄생의 비밀이다냥! Yo-Kai Watch the Movie: It's the Secret of Birth, Meow!

운명적인 만남! 마침내, 요괴워치 탄생의 비밀이 밝혀진다! 어느 날, 자고 있던 민호의 손목에서 빛을 내며 요괴워치가 사라져버린다. 그리고 갑자기 진달래 마을에 나타난 거대 고양이 요괴 '거대냥'으로부터 친구를 구해달라는 부탁을 받는데. The secret of Yokai Watch is finally revealed! Keita's Yo-Kai Watch emits a beam of light one night and suddenly disappears out of sight. And suddenly, Yo-Kai Fuyunyan appears to take Keita, Whisper, and Jibanyan back in time.

연출 Director	타카하시 시게하루, 우시로 신지 TAKAHASHI Shigeharu, USHIRO Shinji	개봉일 Release Date	2014-12-20
제작 Producer	히노 아키히로 HINO Akihiro	최종 흥행 수입 Final Box Office	¥7.80 billion
제작사 Production	Avex Pictures		
배급 Distribution	토호 Toho Company		

괴물의 아이 The Boy and the Beast

갈 곳을 잃고 시부야의 뒷골목을 배회하던 9살 소년 '렌'은 인간 세계로 나온 괴물 '쿠마테츠'와 마주치게 되고, 그를 쫓다 괴물의 세계에 발을 들이게 된다. 소년은 그의 스승을 자처한 '쿠마테츠'와 함께 기묘한 동거를 시작하지만 너무도 다른 그들은 사사건건 부딪힌다.

Nine-year-old Ren flees into the streets of Shibuya and meets the powerful but lonely and lazy Kumatetsu. Following his back, Ren enters the Beast Kingdom and becomes his disciple, but they do not get along at all.

연출 Director	호소다 마모루 HOSODA Mamoru	개봉일 Release Date	2015-7-11
제작 Producer	사이토 유이치로 SAITO Yuichiro	최종 흥행 수입 Final Box Office	¥5.85 billion
제작사 Production	Chizu Inc. / Nippon Television Network Corporation		
배급 Distribution	토호 Toho Company		

히어로 Hero the Movie

네우스트리아 공관 앞 일본인 여성이 자동차에 치여 사망하는 사고가 일어난다. 이를 조사하던 쿠리우 검사는 그녀가 광역 폭력단의 증언을 약속했던 유력 참고인이었음을 알게 된다. 광역폭력단 사건을 조사하던 아마미야는 두 개의 사건이 동일한 사건을 가리키고 있음을 발견하고 도쿄로 오게 된다.

A Japanese woman is killed on a car accident in front of the foreign embassy of Neustria. Prosecutor Kohei Kuryu investigates the case to find out that she was a witness in a case against the yakuza. Amemiya also realizes that the two separate cases are related and comes to Tokyo.

연출 Director	스즈키 마사유키 SUZUKI Masayuki	개봉일 Release Date	2015-7-18
제작 Producer	카메야마 치히로, 시마타니 요시나리 KAMEYAMA Chihiro, SHIMATANI Yoshinari		
제작사 Production	Cine Bazar	최종 흥행 수입 Final Box Office	¥5.80 billion
배급 Distribution	토호 Toho Company		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

태국 | THAILAND

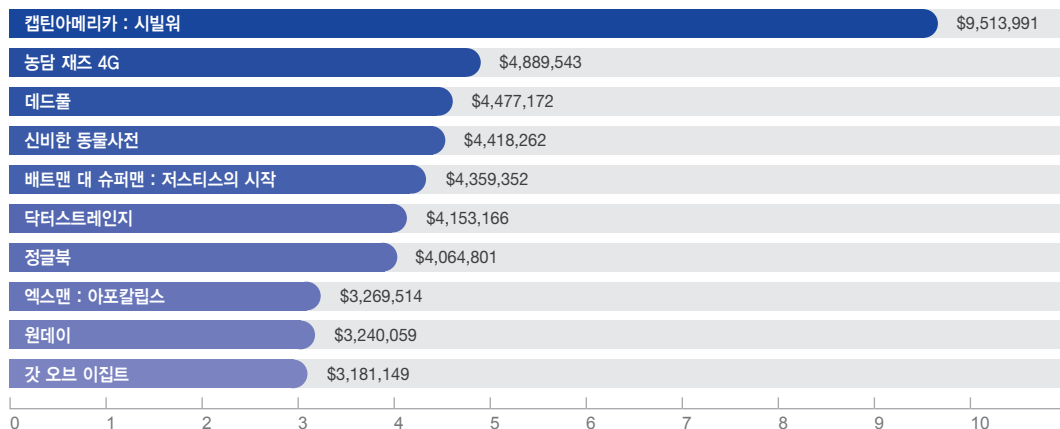
2016년 태국 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - THAI BOX OFFICE 2016

출처: Filmax Magazine (Thailand)

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$9,513,991	Marvel Studios
농담 재즈 4G	아논 밍판타	태국	코미디	\$4,889,543	M Pictures
데드풀	팀 밀러	미국	코미디	\$4,477,172	20 century Fox film corporation
신비한 동물사전	데이비드 예이츠	미국	액션어드벤처	\$4,418,262	Warner Bros
배트맨 대 슈퍼맨 : 저스티스의 시작	잭 스나이더	미국	액션어드벤처	\$4,359,352	Warner Bros
닥터스트레인지	스콧 데릭슨	미국	액션어드벤처	\$4,153,166	Warner Bros
정글북	존 파브로	영국/미국	드라마	\$4,064,801	Walt Disney Pictures
엑스맨 : 아포칼립스	브라이언 싱어	미국	공상과학	\$3,269,514	20 century Fox film corporation
원데이	반종 피산다나쿤	태국	로맨스	\$3,240,059	GDH 559 CO., LTD.
갓 오브 이집트	알렉스 프로야스	미국	액션어드벤처	\$3,181,149	Pyramania

| 극장 입매권 매출 |

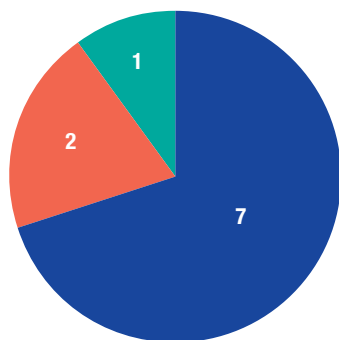


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: Filmax Magazine (Thailand)

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
농담 재즈 4G	아논 밍판타	태국	코미디	\$4,889,543	M Pictures
원데이	반종 피산다나쿤	태국/일본	로맨스	\$3,240,059	GDH 559 CO., LTD.
쿤판	콩키앗 콤시리	태국/ 캄보디아	드라마	\$1,767,305	Sahamongkol Film International
선물	차야눔 분프라콤, 지라 말리굴	태국	코미디	\$1,266,568	GDH
888패스트	아논 밍판타	태국	코미디	\$942,563	M Pictures
또 다시 스물	아라야 서리 헨	태국	코미디	\$677,467	CJ Entertainment
둘 모두 좋아	르어차이 파오펫	태국	코미디	\$530,191	M39
그레이스	오누 사 돈사 와이, 퐁흠찬	태국	스릴러	\$500,736	Five Star Production
11 12 13 무서운 휴일	사라우스 위치연산	태국	호러	\$471,281	M39
테이크 미 홈	푸티퐁 사이시개우	태국	호러	\$412,371	M Pictures

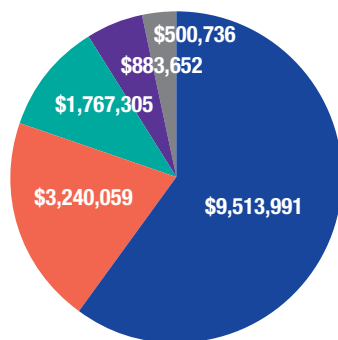
| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



● 미국 ● 태국 ● 영국/미국

| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



● 코미디 ● 로맨스 ● 드라마 ● 호러 ● 스릴러

2016년 슬픔의 안개 속 태국영화

10월 13일 푸미폰 아둔야뎃 국왕의 사망이라는 국가적 큰 아픔을 경험했기에, 2016년은 태국의 엔터테인먼트 산업에 좋은 해는 아니었다. 근 몇 년간 할리우드의 영화들이 태국 영화시장을 장악하고 있었다. 2016년 현지 영화 흥행률은 수년 중에 가장 낮은 수치로 겨우 총 영화시장의 수익의 12.5%에 그쳤다. 태국영화의 상업적 성공 기준은 총 흥행수익이 100,000,000 바트(3,300,000 USD)를 초과하는 것이지만 2016년에는 고작 2편의 태국영화만이 이 기준을 넘겼다. 43편 중에 25편 이상의 태국영화들이 100만 바트(290,000 USD)이하의 성적을 거두었다.

태국 최대 멀티플렉스 체인인 Major Cineplex는 자회사 M-Thirty Nine과 M Pictures를 통해 2009년도부터 태국영화에 투자를 시작했다. RS Film의 임원이었던 잔티마 리아시리컬, 문톤 아라양쿤과 폰차이 웅스뤼뎃폰이 설립한 M-Thirty Nine은 <12월 32일>(2009)이나 <루저러버>(2010)처럼 상업적으로 성공적인 영화를 만들었고, M Pictures가 제작한 <10월의 소나타>(2009) 같은 경우 흥행에는 실패했다.

<농담 재즈 4G>는 태국 박스오피스의 대한 흥미로운 사례다. 이 영화는 원래 Phranakorn Film의 *The Holy Man*(*Luang Pee Teng*) 영화 프랜차이즈의 속편으로 계획되었지만, Phranakorn Film이 일시적으로 자체 배급시스템을 중단하고, 타사의 영화를 제작하게 되면서 Holy Man franchise사의 네 번째 영화가 되었어야 할 <농담 재즈 4G>는 M Pictures의 투자로 제작하게 되었다. Phranakorn Film에 몸담고 있던 감독 포이 아논은 이 영화의 프로듀서 및 감독으로 참여했다. (이 영화의 감독으로서 그는 '나모 부도 상호'라는 별칭을 사용한다.) <농담 재즈 4G>는 어느 때 보다 더 많은 스크린 수를 점유하며, 개봉당일에 24,160,000 바트(805,300 USD)의 흥행성적으로 강력한 개장을 하며 매우 성공적이었다. 비록 영화비평가들에게서 호평은 얻지 못했지만 방콕 외부지역 관객들에게 입소문을 타면서 166,000,000바트(5,530,000 USD)의 매출을 냈고, 2016년 최고의 흥행성적을 거두었다.

<농담 재즈 4G>의 성공으로 포이 아논은 <농담 재즈 4G>의 동일 주연을 코미디 <패스트888>에 출연시키며 Major Cineplex와의 콜라보 작업을 계속했다. 영화는 10월 6일 순탄하게 개봉하였지만, 영화 평판이 좋지 않았고, 10월 13일 왕의 사망 이후 관객들이 어떤 유희도 즐기지 못하는 분위기가 형성되었다. 이로 인해 영화의 둘째 주 매출 성적은 급격하게 하락했다. 한때 히트하는 영화들을 제작하는 회사였던 M-Thirty Nine은 2016년에는 단 한편도 흥행에 성공하지 못하며 허덕였다.

M-Thirty Nine에서 <12월 32일>(같은 대히트작을 만들던 러크차이 파웅페치의 <둘 모두 좋아>마저도 18,000,000바트(600,000 USD)의 매출을 내며 실패작이 되었고, <미드나잇 유니버시티>나 <11.12.13 무서운 휴일>처럼 주로 매출을 내던 공포영화들도 박스오피스에서 힘을 내질 못했다. 똑같은 상황이 Major Cineplex 계열사들에게 벌어졌다. M Pictures, True iContent, Bangkok Film Studio와 Matching Studio Plus의 합작 투자로 2014년 결성된 Transformation Films Film Bangkok의 마케팅 이사를 역임했던 상가 차차이 룡루앙을 CEO로 세웠고 3편의 영화를 제작했지만 단 한편도 흥행에 성공하지 못했다. GDH(Gross domestic Happiness)소속 배우 써니 수완멘타노트를 주연으로 내세운 코미디 <미스터 허트>는 흥행에 성공하여 71,000,000바트(2,360,000 USD)의 흥행 수익을 2017년 2월까지 올렸다. CJ E&M과 Major Cineplex의 합작 법인인 CJ-Major는 <수상한 그녀>의 리메이크작인 <다시 또 스물>을 11월에 내놓았다. 슈퍼스타 다비카 후네가 주연으로 출연했음에도 불구하고 영화의 흥행성적은 20,000,000바트(670,000 USD)로 썩 좋지 않았다.

CEO인 라다완 라타나디록차이가 있는 Major Cineplex 소속의 자회사 Talent 1 Movie Studio 또한 상황이 그렇게 좋지 않다. Talent 1 Movie Studio의 첫 영화 <마지막 여름>(2013)은 나름의 매출을 냈지만 그 이후 제작된 모든 영화는 흥행에 참패했다. 이 회사는 2016년엔 영화개봉을 건너뛰고 라다완이 직접 감독한 뉴욕, 런던 그리고 서울에서 촬영한 최신 로맨틱 드라마 <더 모멘트>를 출시했으나 매출액은 겨우 총 6,600,000바트(220,000 USD)에 불과했다.

2015년의 결별 이후 GTH는 두 개의 분리된 회사가 되었다. GTH의 주요 주주였던 GMM Grammy와 Hub Ho Hin은 2016년 1월 5일 새로운 회사 GDH 559를 설립했다. GTH의 모든 감독과 대부분의 GTH의 제작진이 GDH에 함께 있었기에 이 회사는 블록버스터 감독 반종 피산다나쿤(*The Shutter*, *Pee Mak*) 새로운 영화 <원 데이> 제작을 신속하게 시작할 수 있었다.

일본의 훗카이도를 주로 촬영한 <원 데이>는 반종 감독의 최근 작품들과는 달리 좀 더 진중한 영화이다. 이 영화는 박력있게 개봉을 했지만 매출은 둘째 주부터 떨어졌다. 영화는 110,000,000바트를 수익을 내며 그다지 나쁘지 않은 흥행을 했지만 반종 감독의 전작의 성공과는 비교할 수 없는 성적이었다.

GDH의 2016년 두 번째 영화는 <선물>로, 태국 최대 규모 맥주회사 싱하기업과의 공동 투자작품이었다. 싱하기업은 푸미폰 아둔야뎃 국왕이 작곡한 4곡을 기반으로 한 옴니버스 영화이자 무료로 영화관에서 상영했던 <키타라자니폰>(2015)을 만들 때 GTH와 협조한 적이 있다. <선물> 또한 푸미폰 아둔야뎃 국왕이 작곡한 곡을 기반으로 한 옴니버스 프로젝트로, 싱하기업과 GDH가 콜라보 작업을 했다. 지라말리쿤, 치아눔 분프라쿰, 니티왓 다라툰, 크리앙크라이 바치아타마폰이 감독하고, GDH의 가장 인기있는 연예인 썬니 수완멘타논트, 찬타빋 다나세비과 닛다 지라양원이 출연한 영화로 이 영화는 연말 연시 기간에 큰 인기를 끌 것으로 예상되고 있다. 10월 13일 국왕의 죽음으로 인해 영화 개봉일이 선왕을 기리는 의미로 11월 말로 앞당겨졌다. 티켓 가격이 모든 영화관에서 평상시 가격의 절반이고, 영화가 무료로 텔레비전에서 방영되었고, 태국의 LINE TV(LINE Corporation이 소유한 영상공유 웹 사이트)를 통해 무료로 스트리밍이 가능했기에 이 영화의 티켓 매출은 43,000,000바트(1,433,000 USD)에 불과했다. 하지만 2017년 6월 LINE TV 시청자 수는 28,415,254명을 기록했다. 이 같은 영화의 온라인 스트리밍 성공은 가까운 미래의 태국영화 배급 모델이 될 수 있음을 보여준다.

분할 후, GTH 경영진이었던 비수트 풀보라락스는 Mono Technology Co., Ltd.와 합류함으로써 그의 유명했던 영화제작 회사 Tai Entertainment(GMM Pictures 및 Hub Ho Hin Films와 합병되어 2003년 GTH가 되었다)를 부활시켰다. 그 결과, 2016년 1월에 새로운 영화제작소인 T Moment가 설립되었다. GTH의 모든 감독들과 제작진들이 GDH에 합류했기 때문에 T Moment는 영화감독들과 제작진들을 전부 새로 모집해야 했다. 타논 잉영과 푸와닛 풀디 두 명의 초짜감독이 공동감독한 첫 번째 작품 <오버사이즈 경찰>은 2017년 3월 23일 태국에서 개봉했다. 불행히도, <오버사이즈 경찰>은 박스오피스에서 고작 15,000,000 바트(500,000 USD)를 벌어들이며 흥행에 실패했다.

90년대 말 현지와 국제적 대성공을 거두며 태국영화 역사를 바꾼 제작자 논지 니미부트리의 <댕 버ल्ली와 일당들>(1997), <낭낙>(1999) 그리고 용유스 롱콘툰 감독의 <아이언 레이디>(2000)에 비하면 비수트 감독은 여전히 Tai Entertainment의 명성을 되찾기 위해 많은 노력을 기울여야 한다. 사하몽콘필름인터내셔널은 2003년부터 2014년까지 평균적으로 연간 12-15편의 영화를 제작했다. 2016년에는 사하몽콘은 6편의 영화만을 제작했다. 그 6편 중 유일하게 상업적으로 성공한 영화는 콤키앗 콤시리의 초자연적 액션영화 <쿠판>이다. 2012년부터 영화제작이 시작 후 이 영화는 4년간 보류되었다가 2016년 7월 14일 개봉했고, 예상치 못한 히트작이 되었다.

강도와 싸우기 위해 마법의 힘을 사용하는 것으로 유명한 존경받는 경찰관인 쿠판타락 라자데의 실제 삶에 기반한 이야기로 대부분 실제 <쿠판>을 숭배하는 관객들을 매료시킬 수 있다. <쿠판>은 2016년 최고수익을 거둔 태국영화 10편 중에 사하몽콘필름이 2016년 제작한 유일한 태국 영화다. 다른 사하몽콘의 제작물은 1500만 바트(500,000 USD)보다도 적은 매출을 올렸다.

프라차야 핀카엡 (영화 <응박>감독)과 유틀렛 시파팍 (영화 <부파라트리>감독)같은 거장들조차도 그들의 영화 *Look Tung Actually and Buppha Ratree : Haunting in Japan*으로 성공을 거두지 못했다.

태국 영화계에서 있어 올해는 느린 해였지만 사하몽콘은 알렉스 프로야스 감독의 <갓 오브 이집트>와 연상호 감독의 <부산행>으로 큰 성공을 거두었다. 이 회사는 2017년 중반기에는 고작 3편의 태국영화를 만드는 등 점점 더 태국영화를 덜 만들고 있다. 그 세 편중에 Phranakorn Film에서 제작한 태국에 온 중국관광객에 대한 코미디 <태국 온리>만이 유일하게 사하몽콘에게 수익을 가져다 주었다. 2016년은 태국의 가장 오래된 영화제작사 Five Star Production이 제작한 영화가 1973년 이래 한 편도 없는 드문 첫 해이다. 이 영화 제작사는 올해 초 그들의 유일한 최신작 *School Tales*를 2017년 초에 개봉했고, 참담한 5,600,000바트(186,000 달러)의 성적을 거두었다. 영화 제작비가 줄어들면서 Five Star Production는 말레이시아의 아스트로를 위한 국제 시장용 호러 TV시리즈 *3 A.M. Bangkok Ghost Stories* 제작하기 시작했다.

점점 영화제작사가 줄어들면서 2016년 대부분의 태국영화들은 독자적으로 만들어지고 대부분 독자적으로 배포되었다. 시네마측과의 인맥이 없고, 영화홍보를 위한 예산도 없었기에 대부분 잘 지내진 못하고 있었다. <몽키트윈>(논타콘 타위스케 감독 작) 또는 *From Bangkok to Mandalay*(차차이 케이트넷 감독 작)와 같이 널리 배포되는 영화의 흥행성적은 1,000,000바트(330,000 USD) 미만이다. 가장 흥미로운 사례는 고작 10,490바트(350달러)의 수익을 낸 프라켓필름의 <박싱 인 러브>로, 지난 10년간 역대급 최저수익률의 태국영화로 등극했다.

아트하우스필름은 전 세계적으로 출시되고 있지만, 시네마와의 협상 및 홍보예산 부족 등의 어려움 때문에 자국에서는 매우 제한적인 시장이다. 미국과 유럽 등지에 배급사가 있고 전 세계 영화제들을 홍보하는 아노차 수위차콘폼 감독의 <어둠의 시간>같은 영화는 단 4개의 스크린에 제한적으로 개봉했고, 20만 바트(6700 달러)를 벌었다.

프라마다 윤 감독의 영화 <모텔 미스트>같은 경우, 제작총책임자가 영화에 과한 성적 언급이 있어 부적절하다 여겼고 영화를 시네마에서 철수시킴으로써 제작총책임자와 제작자 사이의 분쟁이 야기되었다. 영화는 제작총책임자와 제작자가 합의에 도달한 후에야 12월 15일 3개의 스크린에서만 개봉할 수 있었고 수익은 24만 바트(8,000 달러)에 불과했다.

방콕은 항상 태국의 영화 제작의 중심이지만, 최근에는 지방의 여러 영화 제작자들이 자기 지역 내의 관객들을 위해서 제작된 지역영화를 제작 및 배포하는 유행이 생겨나기 시작했다.

최근의 좋은 예시로는 방콕에서 널리 배포되기 전 북동부 지역에서 먼저 널리 배포된 수라삭 풍손 감독의 *Thaiban the Series*가 있다. 이 영화는 북동부 지역에서 10,000,000바트 이상을 벌어들였고, 방콕에서 개봉하고 7,500,000바트의 추가 흥행성적을 냈다. 또 다른 예로는 유명 전통가수 아케차이 시리비차이가 감독한 드라마 영화 *The Crown*이 있다. 방콕의 티켓판매는 860,000바트(28,600달러)에 불과했지만 감독의 고향 남부 지역에서는 155,000건의 관객몰이가 일어나며 흥행에 성공했다.

2015년 검열위원회는 불교에 대한 위협으로 여겨 사하몽콜이 제작한 공포영화 <카르마>(카나타 관유 감독 작품)을 금지시켰다. 영화는 편집과정을 통해 검열을 통과했다. 영화 금지령은 우연히 영화에 홍보를 하는데 큰 뉴스거리가 되었다. 결과적으로 <카르마>는 2015년 최고 흥행영화 중 하나가 되었고, 아카데미시상식의 아카데미 외국어영화상 태국 출품작으로 선정되었다. <카르마>로 인한 해프닝 이후 검열위원회는 2017년 5월 현재까지 금지하거나 검열한 영화가 없는 것으로 볼 때 결정 내리는 것을 좀 더 신중하게 하는 것으로 보인다. 페이스북 페이지와 트위터의 영향력이 점점 커지고, 트윗 하나가 영화의 흥망을 정할 수 있다는 것 때문에 회사들은 신문, TV, 라디오보다 SNS를 이용한 홍보에 더 진지하게 초점을 맞추고 있다.

태국의 대부분의 영화회사들은 그렇듯 어떤 종류의 영화가 성공할지 아무도 예측할 수 없는 상황에 처했다. 태국 액션영화의 시절은 지나갔고, 공포영화는 예전만큼 성공적이지 않다. 불법적인 비디오 스트리밍 사이트로 인해 저작권 문제가 악화되는 가운데 정부의 지원을 기대하는 곳은 아무데도 없다. 이보다도 더 큰 문제는 태국관광객이 태국영화 품질에 대한 신뢰를

있었고, 차라리 할리우드영화를 보는 것을 선호한다는 것이다. 그래도 최근 GDH의 최신작 나타왓 폰피리야감독의 (《카운트다운》의 감독) 〈배드 지니어스〉가 2017년 5월 3일 개봉해서 돌풍처럼 박스오피스 111,000,000바트(3,700,000 USD)의 수익을 올렸고 아직 희망이 있음을 보여주고 있다. 현명한 마케팅 전략과 입소문을 탔던 이 영화는 태국영화를 위한 태국영화 시장이 아직 남아 있음을 증명한다. 하지만 관객들의 입맛이 좀 더 까다로워진 만큼 영화제작자는 더 열심히 일해야 할 것이다.

돈사론 코빗바닛차

돈사론 코빗바닛차는 태국의 독립영화계에서 많은 일을 한다. 그는 2007년부터 태국에 둘 뿐이 없는 영자신문사 『더 네이션』을 비롯 태국의 많은 잡지와 신문사에서 영화작가, 평론가 및 저널리스트로 활동 중이다. 최근 돈사론은 Ben Slater가 초청편집위원장으로 있는 『낭』 창간호에서도 태국영화에 대한 기사를 쓰고 있다. 그는 로테르담국제영화제(2017) 브뤼셀국제아시아영화제(2016)와 같은 영화제 배심원으로도 초대되었다. 돈사론은 독립영화 제작자이기도 하다. 2015년에는 베를린국제영화제의 파노라마부문에서 선정된 아누차 부냐와타나 감독의 〈더 블루 아워〉를 제작했다.



인터뷰 | 포이 아논(아논 밍판타)



〈농담 재즈 4G〉 프로듀서 | 태국

태국영화의 악동

1980년대에 10대를 대상으로 하는 잡지 에디터로 경력을 시작한 포이 아논이 20년 넘게 영화 감독과 제작자로 계속해서 일할 것이라 예상한 사람은 아무도 없었다. 1995년, 그의 장편 데뷔작 〈영웅의 모험〉은 당시 태국에서 유행하던 홍콩 무협영화를 패러디한 내용으로, 1999년에 논지 니미부트르 감독의 〈낭낙〉이 개봉하기 전까지 태국 영화상 최고 수익을 낸 영화로 기록되었다.

포이 아논은 1995년부터 지금까지 30여 편의 영화를 제작, 감독했고, 이 가운데 대부분은 대본 없이 세트장에서 즉흥적으로 촬영한 것들이다. 아논은 데뷔작 개봉 이래 줄곧 영화평론가들에게 기피 대상 취급을 받았지만, 방콕 밖에 있는 관객들은 흥미롭게도 아논의 영화를 반겨주었다. 덕분에 지금까지 개봉한 영화 가운데 흥행 성적이 저조한 작품은 두 편에 불과하다.

포이 아논은 파이프스타프로덕션, RS필름, 사하몽콜필름, 프란콘필름 등 태국의 거의 모든 대형 영화스튜디오와 작업을 진행한 경험이 있고, 태국 최대의 멀티플렉스 체인인 메이저시네플렉스와 협력해 무비히어로와 M매스65라는 두 개의 영화사를 설립했다.

한편, 영화사들에게 신망이 두터운 제작자이자 영화감독인 포이 아논은 1억 바트가 넘는 수익을 남긴 영화를 만든 경험이 없었는데, 〈농담 재즈4G〉를 개봉한 2016년에야 처음으로 수익 1억 바트를 넘기게 되었다.

포이 아논은 태국 연예계에 쓴소리를 아끼지 않는 불같은 성격 탓에 영화비평가나 소셜미디어에서 사랑받지는 못한다. 하지만 90년대부터 지금까지 여전히 활발히 영화를 제작하는 태국 영화감독은 포이 아논 뿐이다. 태국 영화산업에서 가장 괴짜 같은 사람 포이 아논이 지닌 중요함은 그 누구도 부인할 수 없다.

Q _____ 영화에 대해 설명을 부탁한다.

〈농담 재즈 4G〉는 불교 승려에 관한 코미디영화다. 이 영화는 태국 인구의 대다수가 불교 신자이기 때문에 만들었다. 태국 관객들에게는 불교 승려가 주인공으로 등장하는 이 영화의 이야기가 높은 접근성을 가진다고 봤기 때문이다. 주인공은 과거에 범죄조직의 일원이었으나 승려가 된 뒤 다르마(불교의 진리)를 배운다. 그는 마을 사람들에게 어떻게 불교가 인생을 바꿀 수 있는지 설교하기 시작한다. 이 영화는 10대와 사회문제를 다룬다. 주인공인 승려를 통해 영화의 이야기 전체를 전달하며, 태국사람들에게 불교에 관해 진지하게 생각해 보기를 권하려 한다.

Q _____ 태국의 유명 코미디언 '재즈' 파동추안첸에게 주역을 맡겼다. 그 이유는 무엇인가?

재즈는 항상 갱스터 역할을 맡아왔다. 그래서 그런 이미지를 바꿔보고 싶었다.

Q _____ 이 영화가 거둔 큰 성공의 이유가 무엇이라 보는지?

우리들, 즉 태국사람들에 관한 이야기이기 때문이다. 태국사람들은 아침에 일어나면 승려들에게 식사를 대접한다. 혼란스러운 일이 있으면 절에 찾아가 승려들에게 상담을 받기도 한다.

이 영화가 태국관객들을 이끌었던 것도 그래서라고 생각한다. 재즈의 캐릭터는 홀리건의 성격을 띠고 있기도 하다.

Q _____ 태국 박스오피스에서 성공을 거두기 위한 요소는 무엇인가?

내 영화는 오리지널 음악의 도움을 많이 받았다. 영화와 잘 어울리는 음악을 넣고 싶었고, 태국사람들이 즐기는 음악적 스타일을 갖고 싶었다. 개봉 6개월 전에 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜미디어에 뮤직비디오, 스틸컷 관련 동영상상을 올렸다.

Q _____ 영화 제작을 위한 투자는 어떻게 진행하는지?

항상 대규모 영화스튜디오와 함께 작업을 해왔기 때문에 다른 감독들보다 운이 좋은 편이라 생각한다. 스튜디오들은 나를 신뢰해 주었고, 내 영화가 성공을 거둘 것이라는 점을 안다. 메이저시네플렉스와 함께 일하기 전에는 파이프스타프로덕션, RS필름, 사하몽콜필름, 프라나콘필름과 함께 작업했다. 투자자들에게는 영화의 플롯만 이야기하며, 어떤 종류의 영화를 만들고 싶은지 말한다. 투자자들은 나 자신의 만족을 위한 영화가 아니라 대중 관객을 위한 영화를 만든다는 걸 안다. 그러므로 항상 나에게 투자를 하는 것이다.

Q _____ 감독으로서의 커리어를 시작하기 전에도 이런 식으로 작업을 했는지?

제안서를 써본 적이 한번도 없었다. 영화는 1992년부터 만들기 시작했다. 차로엔이암폰폰(파이브스타프로덕션의 전 회장)씨가 영화감독에 관심이 없는지 물어봤고, 그 말대로 영화를 감독한 것이다. 영화로 만들고 싶은 플롯을 이야기했고, 그는 내가 그렇게 할 수 있도록 해주었다. 다른 투자자들과도 마찬가지로 일했다. 사하몽콜필름과 일했을 때는 솜삭 테차라타나프 라서트(사하몽콜필름대표)에게 플롯을 말해주었고, 〈스파이시 뷰티퀸 오브 방콕〉(2004)을 감독했을 때엔 수라차이 케코티삭(RS필름대표)에게 은행강도로 돌변한 트랜스젠더 집단에 관한 영화를 만들고 싶다고 말해 허락을 받았다.

Q _____ 태국에서 일반적으로 영화투자가 어떻게 이뤄지는 지 설명을 부탁한다.

보통은 영화사에 프로젝트 피칭을 해야 한다. 하지만 대표는 절대 만나지 못한다. 각본확인 책임자가 감독을 만나고, 작품이 담당자의 마음에 들지 못하면 절대 제작이 이뤄지지 않는다.

내 경우에는 대표들과 직접 대화가 이뤄진다. 나에게 전화를 해서 영화를 한 편 만들고 싶은지 물어보는 식이다. 신뢰를 쌓은 덕에 다른 감독들보다 더 쉽게 작업을 할 수 있다.

Q _____ 배급은 보통 어떤 식으로 이뤄지나?

메인스트림영화는 모든 극장에 전역 개봉으로 배급된다. 하지만 가장 최근에 작업한 <좀비파이터>(2017)처럼 규모가 더 작고 흥행이 저조한 영화는 상영관 수가 작은 편이다. 태국에서는 지역별 배급사 시스템으로 영화배급이 운영된다. 방콕에서는 영화사가 직접 배급을 하고, 다른 지역에서는 각 지역의 지역배급사에 영화를 팔아야 한다.

Q _____ 이윤분배는 어떻게 되나? 지금까지 작업한 영화의 경우는 어떻게 진행했나?

이윤분배는 영화사와 협의하기에 따라 다르다. 태국 영화산업에서는 오래전부터 이윤분배가 이뤄졌는데, 10, 20, 30%로 이뤄질 수 있지만, 대부분 영화는 30%까지 가지 못한다. 영화를 감독 맡을 경우는 연출비를 받는다. 신인 감독의 경우 30만 바트(1만 달러)를 받고, 베테랑 감독의 경우 60~70만 바트(2만~2만 3천 달러)를 받는다. 이윤분배는 협의에 따라 다르며, 영화사 별로 고유한 분배율이 있지만, 대부분은 30%를 넘기지 않는다. 하지만 이런 계산에는 방콕 외부의 지역 박스오피스가 들어가지 않는다. 지역 박스오피스는 영화제작자에게 연락을 취하지 않는다. 태국의 배급시스템은 아직도 옛날 방식으로 돌아가고 있다.

Q _____ 2016년에는 시장의 동향이 어떠했는지?

지난 몇 년간 로맨틱 코미디가 너무 많이 만들어졌다. 관객들이 로맨틱 코미디에 익숙해져서 다른 장르를 받아들이지 않는 것이다. 태국 관객들은 로맨틱 코미디와 공포영화 이렇게 두 가지 종류의 영화만 원한다. 하지만 언젠가는 여기에 싫증을 내리라 본다.

Q _____ 태국 사람들은 여전히 할리우드영화를 더 선호하는 편인지?

할리우드는 태국사람들이 실제 삶에서 볼 수 없는 극적인 장면들이 등장하는 영화를 만든다. <분노의 질주: 더 익스트림>(2017)이 그 예이다. 자동차 스무대가 거리에서 질주하는 장면이 있는데, 그런 일은 태국에서 실제로 일어나지 않는다. 할리우드영화에서는 거대 로봇들이 싸움을 벌이는 장면도 볼 수 있지 않은가.

Q _____ 현재 태국 영화산업이 처한 가장 큰 도전은 무엇인가?

가장 큰 도전은 바로 관객이 좋아할 플롯을 찾고 각 영화에 충분한 예산을 마련하는 것이다.

Q _____ 현재 태국영화의 제작가치에 관해서는 어떻게 생각하나?

태국영화의 제작가치에 있어 큰 문제는 예산이다. 현재 투자자들은 다른 장르보다 제작비가 작은 로맨틱 코미디에만 돈을 넣고 있다. 로맨틱 코미디 제작에는 편당 2,000만 바트(60만 달러) 정도가 든다.

Q _____ 태국에서 촬영을 진행하려는 외국감독들에게 도움이 될 팁이 있는지?

태국에는 아름다운 촬영장소가 많지만, 세금이 높기 때문에 큰 예산이 필요하다.

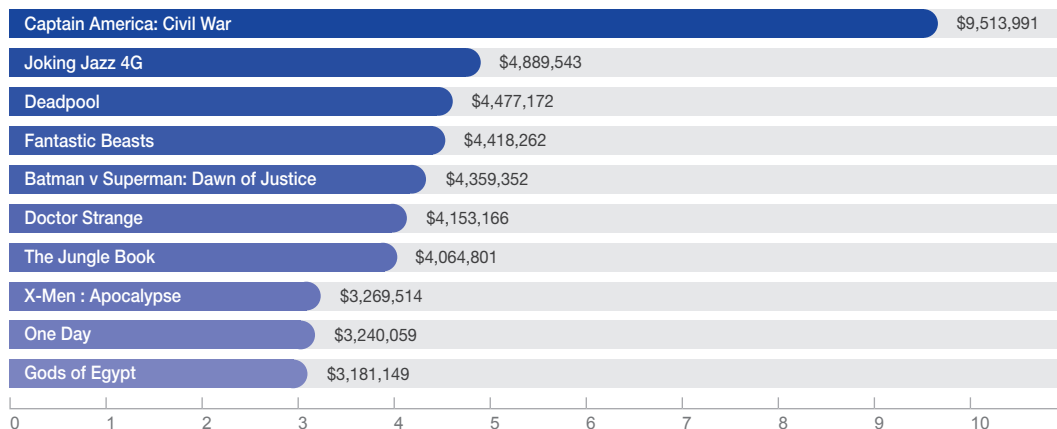
THAI FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - THAI BOX OFFICE 2016

Source : Filmax Magazine (Thailand)

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$9,513,991	Marvel Studios
Joking Jazz 4G	Arnon MINGKWANTA	Thailand	Comedy	\$4,889,543	M Pictures
Deadpool	Tim MILLER	USA	Comedy	\$4,477,172	20 century Fox film corporation
Fantastic Beasts	David YATES	USA	Action adventure	\$4,418,262	Warner Bros
Batman v Superman: Dawn of Justice	Zack SNYDER	USA	Action adventure	\$4,359,352	Warner Bros
Doctor Strange	Scott DERRICKSON	USA	Action adventure	\$4,153,166	Warner Bros
The Jungle Book	Jon FAVREAU	UK/USA	Drama	\$4,064,801	Walt Disney Pictures
X-Men : Apocalypse	Bryan SINGER	USA	Sci-Fi	\$3,269,514	20 century Fox film corporation
One Day	Banjong PISANTHANAKUN	Thailand	Romance	\$3,240,059	GDH 559 CO., LTD.
Gods of Egypt	Alex PROYAS	USA	Action adventure	\$3,181,149	Pyramania

| GROSS BOX OFFICE |

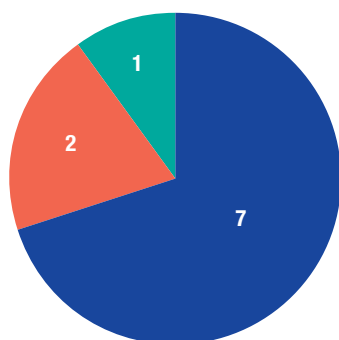


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : Filmax Magazine (Thailand)

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Joking Jazz 4G	Arnon MINGKWANTA	Thailand	Comedy	\$4,889,543	M Pictures
One Day	Banjong PISANTHANAKUN	Thailand Japan	Romance	\$3,240,059	GDH 559 CO., LTD.
Khun Phan	Kongkiat KHOMSIRI	Thailand Cambodia	Drama	\$1,767,305	Sahamongkol Film International
A Gift	Chayanop BOONPRAKOB, Jira MALIGOOL with 2 more	Thailand	Comedy	\$1,266,568	GDH
888 Fast Thai	Arnon MINGKWANTA	Thailand	Comedy	\$942,563	M Pictures
Suddenly 20	Araya SURIHARN	Thailand	Comedy	\$677,467	CJ Entertainment
I Love you two	Rergchai POUNGPETCH	Thailand	Comedy	\$530,191	M39
Garce	Ornusa DONSAWAI, PUN Homchuen	Thailand	Thriller	\$500,736	Five Star Production
11 12 13 Scary Holiday	Sarawut WICHIENSARN	Thailand	Horror	\$471,281	M39
Take Me Home	Kongkiat KHOMSIRI	Thailand	Horror	\$412,371	M Pictures

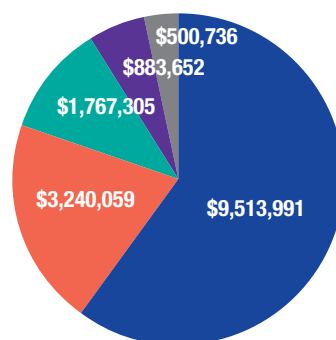
| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



● USA ● Thailand ● UK/USA

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



● Comedy ● Romance ● Drama ● Horror ● Thriller

2016 Thai films in the mists of sorrow

2016 was not a good year for entertainment industry in Thailand, as Thailand has to experience the great loss in the nation's history from the death of King Bhumibol ADULYADEJ on 13th October.

As in past recent years that films from Hollywood has dominated Thailand's market. In 2016, total box office gross of local films was only 12.5 % of total market, which is the lowest figure in many years. For a Thai film that considered successful commercially, the box office gross should surpass 100,000,000 Baht (3,300,000 USD), but for 2016, only 2 Thai film There are more than 25 Thai films out of total 43 that earned less than 1 million Baht (290000 USD) in box office.

As the biggest multiplex chain in Thailand, Major Cineplex has started investing on Thai films since 2009 through its subsidiary M-Thirty Nine and M Pictures. While M-Thirty Nine, which founded by Jantima LIAWSIRIKUL, Monthon ARAYANGKON and Pornchai WONGSRIUDOMPORN who were executives at RS Film, made commercially successful films like *32 December* (2009) or *Loser Lover* (2010), films produced under M Pictures like *October Sonata* (2009) were not successful.

Joking Jazz 4G is an interesting case for Thailand's box office. Originally planned as a sequel of Phranakorn Film's *The Holy Man* (*Luang Pee Teng*) film franchise, since Phranakorn Film has temporarily stopped its own distribution arm and started producing films for other companies, *Joking Jazz 4G*, which is supposed to be the fourth in *The Holy Man* franchise was made with the investment from M Pictures. Poj ARNON, the film director who previously worked for Phranakorn Film stepped into the project as the producer and director (As a director of this film, he uses the alias 'Namo Bhuddo Sangkho').

With number of screens that are more than usual, *Joking Jazz 4G* became very successful with the strong opening of 24.16 Million Baht (805,300 USD) on its opening date. Though not welcomed by film critics, the film got good word of mouth among audience outside Bangkok and became top grossing Thai film of 2016 with the box office gross of 166 Million Baht (5,530,000 USD).

With the success of *Joking Jazz 4G*, Poj ARNON has continued his collaboration with Major Cineplex with *Fast 888*, a comedy using the same main cast as *Joking Jazz 4G*. The film opened well on 6th October, however, the film received bad word of mouth and the audiences are not in the mood for any entertainment after the death of the King on 13th October, so the box office in the second week dropped dramatically.

As a company that made hit titles before, M-Thirty Nine suffered in 2016 as none of its titles were successful. Even *I Love You Two*, a comedy by Rerkchai PAUNGPECH who made blockbusters for M Thirty Nine like *32 December* became a flop with the box office of 18 Million Baht (600,000 USD), while *Midnight University* and *11.12.13 Scary Holiday*, which are horror films that used to make money, did not work at the box office.

Same situation goes to other companies that are under the same umbrella of Major Cineplex. Transformation Films, which was formed in 2014 as a joint venture of M Pictures, True iContent, Bangkok Film Studio and Matching Studio Plus, and has Sangar CHATCHAIRUNGRUANG, Ex-marketing director of Film Bangkok as CEO, has already made three films, but none of them are big hits. Only until February 2017, that *Mr. Hurt*, a comedy with GDH(Gross domestic Happiness)'s star Sunny SUWANMETHANON in a lead role, was a success as it earned 71 Million Baht (2,360,000 USD) at the box office.

CJ-Major, which is a joint venture between CJ E&M and Major Cineplex, has released *Suddenly 20*, the remake version of *Miss Granny* in November. Though having superstar Davika HOORNE stars as the main protagonist, the performance of the film at box office was not so great with only 20 Million Baht. (670,000 USD).

Talent 1 Movie Studio, which has Laddawan RATANADILOKCHAI as a CEO, is another subsidiary of Major Cineplex that is not in a good shape. Though the company's first film *Last Summer* (2013) had a modest box office result, all the films made after were box office bombs. The company skipped 2016 and released their latest film *The Moment*, which is a romantic drama film shot in New York, London and Seoul and directed by Laddawan herself, as the film got only 6.6 Million Baht (220,000 USD) in total.

After the break-up in 2015, GTH has become two separated companies. GMM Grammy and Hub Ho Hin, who were major shareholders of GTH has formed a new company GDH 559 on 5 January 2016. Since all the directors and almost all of the production crews of GTH are with GDH, the company can start its first production quickly, which is *One Day*, a new film by blockbuster director Banjong PISANTHANAKUN (*The Shutter*, *Pee Mak*).

Shot mostly in Hokkaido of Japan, *One Day* is different from Banjong's recent works as it is more serious film. The film had a strong opening, but dropped in the second week. The film earned 110 Million Baht at the end which is not bad, but incomparable to the success of Banjong's previous films.

The second film of 2016 from GDH is *A Gift*, which is a special project co-invested by Singha Corporation, the largest brewery of Thailand. Singha Corporation cooperated with GTH before in *Kitarajanipon* (2015), an omnibus film based on four songs composed by King Bhumibol ADULYADEJ, which was screened in cinemas for free. *A Gift* is another omnibus project based on songs composed by King Bhumibol ADULYADEJ that Singha Corporation collaborated with GDH.

Directed by Jira MALIGOOOL, Chayanop BOONPRAKOB, Nithiwat THARATORN, Kriangkrai VACHIRATAMAPORN, and stars GDH's biggest star Sunny SUWANMETHANON, Chantavit DHANASEVI and Nittha JIRAYUNGYUEN, the film is expected to be a big hit in holiday season. With the death of the King on 13th October, the release date of the film was moved up to the end of November, as a tribute to the late King. As ticket price is half of usual price for all cinemas, and the film is broadcasted on free TV and stream for free viewing in Thailand on LINE TV (a video sharing website owned by LINE Corporation), box office gross of this film is only 43 Million Baht (1,433,000 USD). However, in June 2017, the viewing number on LINETV of this film hits 28,415,254 viewers.

The success of online streaming of the film could be a model for Thai film distribution in the near future.

After the split, former GTH executive Visute POOLVORALAKS has revived his renowned production company Tai Entertainment (merged with GMM Pictures and Hub Ho Hin Films and became GTH in 2003) by joining with Mono Technology Co., Ltd. As a result, T Moment, a new film studio, was founded in January 2016. Since all the directors and crews of GTH are with GDH, T Moment had to recruit all new filmmakers and crews. Its first production *Oversized Cops*, directed by two first-time directors Chanon YINGYONG and Phuwanit PHOLDEE, opened in Thailand on 23 March 2017. Unfortunately, *Oversized Cops* is a flop as it earned only 15 Million Baht (500,000 USD) at box office. As a producer who changed the face of Thai film

history at the end of the 90's with the huge success locally and internationally of Nonzee NIMIBUTR's *Dang Bireley's and Young Gangsters* (1997), *Nang Nak* (1999) and Yongyoot THONGKONGTOON's *The Iron Ladies* (2000), Visute still has lots of works to do to bring back the reputation of Tai Entertainment.

From average 12-15 films per year that Sahamongkol Film made during 2003-2014. In 2016, Sahamongkol produced only 6 films. Out of 6, the only commercially successful film of the company is Kongkiat KHOMSIRI's supernatural action film *Khun Pan*. After the production started in 2012, the film was shelved for 4 years until it was released on 14 July 2016 and became unexpected hit. The story, which is based on real life of Khun Pantarak RAJJADEJ, a revered policeman who is known for using magical power to fight with the robbers, can attract the audience who most of them are worshippers of the real *Khun Pan*.

Khun Pan is the only Thai film produced by Sahamongkol Film in 2016 that is in ten top-grossing Thai films of 2016. While Sahamongkol's other productions earned less than 15 Million Baht (500,000 USD) for each film.

Even big directors like Prachya PINKAEW (*Ong Bak*) and Yuthlert SIPPAPAK (*Buppha Ratree : Flower of the Night*) didn't find any success with their films (*Look Tung Actually* and *Buppha Ratree : Haunting in Japan*) this year. Though being a slow year for Thai film industry, Sahamongkol still enjoyed big success from Alex PRIYAS' *Gods of Egypt* and YEON Sang-ho's *Train to Busan*. The company is making lesser Thai films; as in the middle of 2017, the company has released only three new Thai films. Out of 3, *Thailand Only*, a comedy about Chinese tourists in Thailand produced by Phranakorn Film, is the only one that made money for Sahamongkol.

2016 is unusual as this is the first year since 1973 that Thailand's longest running film company Five Star Production has no films at all. The company released their only recent production *School Tales* in early 2017 with the disappointing box office of 5.6 Million Baht (186,000 USD). With lesser film production, the company started producing horror TV series for international market, which 3 A.M. *Bangkok Ghost Stories* are being made for Malaysia's Astro.

With lesser studio films, most of Thai films from 2016 are independently made and mostly independently distributed. With no connection with the cinemas and no budget to promote their films, most of them were doing badly. Box office gross of films with wide release like *The Monkey Twin* (directed by Nonthakorn THAWESUK) or *From Bangkok to Mandalay* (directed by Chatchai KATENUT) are less than 1,000,000 Baht (330,000 USD). The most interesting case is *Boxing in Love* from Praket Film which earned only 10,490 Baht (350 USD) in total, making the lowest-grossing Thai film of the past ten years.

Arthouse films, though being released worldwide, but there is very limited market for them in their own country. With the difficulties in negotiating with the cinemas and lack of budget for promoting. Films like Anocha SUWICHAKORNPONG's *By The Time It Gets Dark* that travels in festivals around the world and has distributor in America and Europe had a limited release with only 4 screens and earned 200,000 Baht (6700 USD). The case of Prabda YOON's *Motel Mist* is even worse, with the dispute between the executive producer and the producer, as the executive producer found the film inappropriate with too many sexual references and forced the producer to pull the film out of cinemas. After the executive producer and the producer reached an agreement, the film was released with only 3 screens on 15th December and earned only 240,000 Baht (8,000 USD).

Bangkok is always the center for Thai film production, but recently there's a trend of regional films with many filmmakers in the provinces started to produce and distribute regional films made only for audience in their own region. Good recent examples are *Thaiban the Series* (directed by Surasak PONGSORN), which opened as a wide release in Northeastern region before having a wide release in Bangkok. The film can earned more than 10 Million Baht from the Northeast, before collecting 7.5 Million more from its Bangkok release. Another example is *The Crown*, a drama film directed by famous traditional singer Akechai SRIVICHAI, which its box office in Bangkok was only 860,000 Baht (28,600 USD), but was successful in the director's home region in the South, where the admission number was 155,000 admissions.

In 2015, the censorship board has banned Sahamongkol's horror *Karma* (directed by Kanitta KWANYOO) as the film was seen to be a threat to Buddhism, to which the film was re-edited and passed the censorship. The ban became big news that unintentionally gave publicity to the film. As a result, *Karma* became one of 2015's biggest box office hit and Thailand's submission for the Academy Awards' Best Foreign Language Film. After what happened with *Karma*, the censorship board seems to be more careful with their decision and, as of May 2017, no films were banned or censored.

Facebook pages and Twitter are becoming more influential; only one tweet can kill the film, which makes all the companies more serious on using social media to promote their film rather than sticking with newspapers, TV or radios.

Most film companies in Thailand are in the same situation that no one can foresee what kind of films will become successful. The days for Thai action films are gone, while horror films are not as successful as in the past. No one expect any support from the government, while piracy problem is getting worse with illegal video-streaming sites.

Bigger problem is that Thai audiences have lost their trust on the quality of Thai films, and prefer to watch only Hollywood films. However, there is still some hopes as recently, GDH's *Bad Genius*, a new film by Nattawut POONPIRIYA (*The Countdown*) that was released on 3 May 2017, stormed the box office with total gross of 111 Million Baht. (3,700,000 USD). With clever marketing strategy and good word of mouth, this film proves that there is still a market for Thai films, but the filmmakers need to work harder in the meantime, as audiences are becoming more picky.

Donsaron KOVITVANITCHA

Donsaron KOVITVANITCHA does many jobs in Thailand's independent film scene. Since 2007, he works as a film writer, critic, and journalist for many magazines and newspaper in Thailand, such as The Nation, one of the only two english newspaper in Thailand. Recently, Donsaron also writes an article about Thai cinema in the first issue of NANG Magazine, which Ben Slater is the guest editor. He is also invited to be the jury in film festivals such as International Film Festival Rotterdam 2017 and Vesoul International Film Festival of Asian Cinema 2016.



Donsaron is also an independent film producer. In 2015, he produced *The Blue Hour*, directed by Anucha BOONYAWATANA, which was selected for Panorama section of Berlin International Film Festival.

INTERVIEW | POJ Arnon(Arnon MINGKWUNTA)



Producer of *Joking Jazz 4G* | **THAILAND**

Bad Boy of Thai Cinema

Started as a teenage magazine editor in 1980s, no one ever expected that POJ Arnon will continuously work as a film director and producer for more than 2 decades. In 1995, his debut feature *The Hero's Adventure* (*SatitaeKudKhaLok*), which is a parody of Hong Kong Wuxia films that were popular in Thailand at that moment, became top grossing Thai film of all time until Nonzee Nimibutr's *Nang Nak* in 1999.

From 1995, POJ Arnon has produced and directed 30 films. Most of them are slapstick comedies that he filmed quickly without any screenplay and relied on improvisation on the set. Shunned by film critics since his first film, Thai audiences, especially outside Bangkok, interestingly welcomed his film as in his career, he has only two films; that flopped at box office.

POJ Arnon has been working with almost all the big film studios in Thailand, such as Five Star Production, RS Film, Sahamongkol Film and Phranakorn Film before cooperating with Major Cineplex, the largest movie multiplex chain in Thailand, in founding two new film companies called 'Movie Hero' and 'M Mass 65'.

Though being a film director and producer who gains trust from film companies, POJ Arnon has never made any film that hit 100 Million Baht at the box office. In 2016, in the first time in his career that his film surpassed 100 Million Baht with *Joking Jazz 4G*.

With his fiery personality as a sharp tongue critic on Thai entertainment world, POJ Arnon are not beloved by film critics or many people in social media, but he is the only Thai filmmaker from the 90s that is still active in filmmaking and no one could deny his importance as one of the most colorful characters in Thai film industry.

Q _____ Tell us about the film.

Joking Jazz 4G is a comedy film about Buddhist monk. I made this film as Thailand is the country with most of the population is Buddhist. I made film about Buddhist monk because I believe that this story is easily accessible for Thai people. The monk character in this film was a gangster, but after he becomes a monk, he studies Dharma and starts preaching the villagers about how Buddhism can change someone's life. The film talks about teenagers and social problems. We tell all the stories through the character of this monk, and we try to encourage every Thai people to take good care of Buddhism.

Q _____ In this film, you chose Thailand's famous comedian 'Jazz' Padung CHUANCHEUNAS your lead actor. May I know why?

Jazz is a comedian who always get gangster role, so I want to change his image.

Q _____ What do you think made this film so successful?

Because it's story of us, Thai people. In our lives, after we wake up, we will offer the meal to the monks every morning. We will go to temple whenever we get confused with our life to consult with the monks. I think this is the reason why this film can attract audience. Jazz's character also represents the character of a hooligan.

Q _____ What does it take to succeed at the box office in Thailand?

Original song helps my film a lot. I wanted a song that goes well with the film and has the music style which Thai people love. We posted music video, stills and clips in social media like Facebook, Instagram and YouTube about 6 months before the release of the film.

Q _____ How do you go about getting investment for films?

I am luckier than other directors that I always have a chance to work with big film studios. They trusted me and know that my films guarantee success at the box office. I worked with studios like Five Star Production, RS Film, Sahamongkol Film, Phranakorn Film until I joined Major Cineplex. My way in pitching the film is different from other directors. I will only tell the plot to the investors, that I want to make this kind of film. The investors know that I make film not for myself, but for mass audience, so they always give me money.

Q _____ You did it like this since the beginning of your career?

I've never written a proposal. I started making films from 1992. It was Mr. Charoen IAMPUNGORN (Ex-executive chairman of Five Star Production) who asked me if I wanted to direct a film, so I did it. I told him the plot that I want to turn into a film and he allowed me to do it. I did the same with other investors, like when I worked for Sahamongkol Film, I told the plot to Mr. Somsak TECHARATANAPRASERT(chief executive of Sahamongkol Film). When I made *Spicy Beauty Queen of Bangkok*(2004), I told Mr. Surachai CHETCHOTISAK(chief executive of RS Film) that I want to make a film about a group of ladyboys who becomes bank robbers, and he approved.

Q _____ How does a film usually get investment in Thailand?

Normally if you want to make a film, you have to pitch your project with film companies, but you will never meet their executives. The person who is in charge of script reading will meet you. If that person doesn't like the project, it will never get made, but for me, I talk directly with the executives. They will call me and ask if I want to make a film. I can make films more easily than other directors as I have good credit.

Q _____ What kind of releases do local films get?

Mainstream Thai films normally have wide release in all the cinemas, but sometimes, we got lesser cinema, like my latest film *Zombie Fighter* (2017) which is a flop, so the number of screens was reduced. In Thailand, we have the regional distributor system. The film will be distributed in Bangkok by film companies themselves, but for other provinces, you need to sell your film to regional distributor in each region of the country.

Q _____ How does profit-sharing work in Thailand? And how did it work for your film?

It depends on the negotiation with the film companies. Profit-sharing exists in Thai film industry for a long time. It can be 10, 20, or 30 percent, but most films couldn't make it to 30 percent. In directing a film, there is director's fee. For new directors, you will get 300,000 Baht (10,000 USD), but for veteran directors, you will get 600,000-700,000 Baht (20,000-23,000 USD). Profit-sharing depends on your negotiation, which each company has its own rate, but mostly it will not exceed 30 percent. However, the box office from other provinces are excluded from calculation. Box office from other provinces will not reach the producers. The distribution system in Thailand is still old-fashioned.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

In the past years, there are too many rom-coms. The audiences are used to watching rom-coms, so they don't accept other genres of films. Thai audiences want only two kinds of films which are rom-coms and horrors, but I believe one day, people will get tired of it.

Q _____ Thai people still prefer to watch Hollywood films?

Hollywood makes spectacular films that Thai people can't see that in real life. Like *The Fate of the Furious* (2017). There is a scene with 20 cars racing on the street, which we don't have that here. In Hollywood films, you can see giant fighting robots.

Q _____ What's the toughest challenge for the Thailand industry these days?

The toughest challenge is to find the plot that the audience will like, and to secure enough budget for each film.

Q _____ What do you think of Thailand production values these days?

Budget is big problem for production value of Thai films, but now you can see that investors here always put money only on rom-coms, as the budget is lower than other genres. For rom-coms, you spend only 20 Million Baht (USD60M).

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Thailand?

Thailand has beautiful locations, but you need to have a lot of money, as taxes are expensive.

2016년 태국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING THAI FILMS IN 2016

No.1 농담재즈 4G Joking Jazz 4G

G

Code 117 • 7/14 14:00 CGV부천역 5관 / CGV Bucheon Station 5 | Code 918 • 7/22 17:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

재즈는 어지러운 속세를 버리고 승려가 되기로 결심한다. 타투를 한 힙스터 승려 재즈는 농담과 유머를 이용해 사람들을 교화한다. 그러던 어느 날 재즈가 사원에서 자취를 감추고 친구들은 걱정에 잠기는데... 그는 도대체 어디로 사라진 걸까?

Jazz uses his way of joking and humor to teach and help people especially teenagers around him. One day monk Jazz has disappeared from a temple without a trace, and worried his friends to look for him. Where's he gone?



연출	아는 명관타	개봉일	2016.04.06	최종 흥행 수입	\$4,889,543
제작	아는 명관타	배급	Movie Hero, Film Guru, M Pictures		
제작사	Film GURU				

Director	Arnon MINGKWANTA	Distribution	Movie Hero, Film Guru, M Pictures
Producer	Arnon MINGKWANTA	Final Box Office	\$4,889,543
Production	Film GURU		
Release Date	2016.04.06		



연출 | 아는 명관타

1992년 영화산업에 입문한 아논은 태국에서 가장 숨씨 좋고 잘 알려진 감독 중 하나이다. 그는 태국 엔터테인먼트 산업에서 가장 영향력 있는 사람이며, 그가 연출한 <방콕 러브 스토리>(2007)은 2007 브뤼셀독립영화제에서 최우수상을 수상하였다. 그의 영화 <꽃미남 학교괴담>(2013)은 BIFAN 2014에 소개되었다.

DIRECTOR | Arnon MINGKWANTA

Arnon, one of the most skillful and well-known Thai film directors, began his career in film in 1992. He is great impact on Thailand entertainment industry. In 2007, he made a homosexual movie *Bangkok Love story* and earned award in the 2007 BIFF. His feature films, *Make Me Shudder*(2013) was screened at BIFAN 2014.

No.2 원 데이 One Day

G

Code 249 • 7/15 18:00 CGV부천역 5관 / CGV Bucheon Station 5 | Code 309 • 7/16 10:30 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

동료들 사이에 괴짜로 소문난 IT 업계 종사자 덴차이는 같은 회사 직원인 누이를 짝사랑 중이다. 단 하루만이라도 그녀와의 사랑이 이루어지길 염원하는 덴차이. 신에게 간절한 소원이 달은 모양인지 누이는 불의의 사고로 하루 동안 기억을 잃게 되는데...

Denchai, a geeky IT officer, risks everything to be with his dream girl, Nui, a pretty marketing officer, by pretending to be her boyfriend after Nui suffers temporary memory loss disorder called TGA, which lasts for just one day.



연출	반종 피산다나쿤	개봉일	2016.09.01	최종 흥행 수입	\$3,240,059
제작	지라 말리쿨	배급	GDH 559		
제작사	GDH 559, JORKWANG Films				
Director	Banjong PISANTHANAKUN	Distribution	GDH 559		
Producer	Jira MALIGOOL				
Production	GDH 559, JORKWANG Films	Final Box Office	\$3,240,059		
Release Date	2016.09.01				



연출 | 반종 피산다나쿤

방콕 출신의 감독, 시나리오 작가이자 영화비평가. 출알롱고른대학교에서 커뮤니케이션 예술학을 전공했다. 그의 데뷔작 <셔터>(2004)는 자국 내에서 인기를 끌었으며, 세계적으로도 크게 성공했다.

DIRECTOR | Banjong PISANTHANAKUN

Director, screenwriter and film critic, graduated from Chulalongkorn University, Communication Arts, majoring in Filming. His first feature film, *Shutter*(2004), became Thailand's highest grossing box office in 2004 and has been very well accepted worldwide in both critic-wise and revenue.

2016년 태국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING THAI FILMS IN 2016

No.3 쿤 판 Khun Phan

15

Code 432 • 7/17 17:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 807 • 7/21 14:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

제2차 세계대전이 발발한 혼란스러운 시기, 쿤 판은 섬을 점령한 무리들을 소탕하기 위해 비밀리에 임무를 진행한다. <슬라이스>, <테이크 미 홈> 등 호러영화로 이름을 알린 콩키앗콰시리 감독의 반가운 신작.

A story about a police officer named Khun Phan, who is on an undercover mission during World War II to take down a governor of an island, a place where everyone there is considered bandits



연출	콩키앗 콰시리	개봉일	2016.07.14	최종 흥행 수입	\$1,767,305
제작	쁘라약 뽀깨우, 수카나 봉스타팟	배급	Sahamongkol Film International		
제작사	Sahamongkol Film International				

Director	Kongkiat KOMESIRI	Distribution	Sahamongkol Film International
Producer	Prachya PINKAEW, Sukanya VONGSTHAPAT	Final Box Office	\$1,767,305
Production	Sahamongkol Film International		
Release Date	2016.07.14		



연출 | 콩키앗 콰시리

태국 출신의 작가이자 감독. 방콕대학교의 커뮤니케이션 예술학부를 졸업하고 시나리오 작가로 이름을 알렸다. <악마의 기술 2>(2005)를 통해 작가이자 감독으로 데뷔했다.

DIRECTOR | Kongkiat KOMESIRI

Writer and director of Taiwan. After graduated from the Faculty of Communication Arts at Bangkok University, he started his career as a screenplay writer in several films. Kongkiat made his feature film, directing and writing debut with *Art of the Devil 2*(2005).

2015년 태국 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING THAI FILMS IN 2015

킹나레수안 일대기 King Naresuan 6

전사한 아들의 소식에 격노한 버마의 난다버인 왕은 태국 나레수안 대왕의 누나를 살해한다. 이에 맞서 나레수안 대왕은 군대를 소집하고, 폐구 시를 점령하여 불바다로 만들 것을 명하는데... 태국에서 가장 존경 받는 나레수안 대왕을 바탕으로 한 전쟁의 대서사시.

O the final installment in King Naresuan series, the epic of the most acclaimed king of Thailand, King Naresuan the Great. Enraged over the loss of his son, the Burmese king commands to kill King Naresuan's sister. The king immediately musters his army to occupy Pegu and burn it to the ground.

연출 Director	차트리찰레름 유콘 Chatrichalerm YUKOL	개봉일 Release Date	2015-4-19
제작 Producer	M. Kamala YUKOL NA AYUTTHAYA	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$3,579,768
제작사 Production	PROMMITR PRODUCTION CO., LTD.		

괜찮아요? 프리랜서 Heart Attack

일종독자 윤은 병원에서 만나게 된 의사 임과 사랑에 빠지지만, 이유 없이 일에 대한 열정도 사그러들고 건강도 점점 나빠진다. 스트레스로 생긴 이 “심장마비” 증상은 그의 상사병이 완화된고, 자격을 갖춘 의료 전문가의 애정 어린 보살핌을 통해서만 치료된다고 하는데.

Yoon, a workaholic graphic designer, loses his passion for work as he meets Doctor Imm for his heart condition and falls in love with her. This stress-induced “heart attack” condition can only be cured if his lovesickness is diagnosed and administered by a qualified health care professional.

연출 Director	나와폰 탐롱라타나릿 Nawapol THAMRONGRATTANARIT	개봉일 Release Date	2015-9-3
제작 Producer	Jira MALIGOOL		
제작사 Production	GTH		

메이 후? May Who?

평범하기 그지없는 여학생 메이는 자신의 마음을 빼앗아간 선배의 마음을 얻기 위해 애쓴다. 친구 풍의 도움으로 선배에게 조금 더 가까워지지만, 그녀에게는 아직 선배에게 말하지 못한 조금은 짜릿한 비밀이 있다!

May is an ordinary high school girl who likes a good-looking senior. With the help of Pong, her geeky friend, she gets closer with him—but she has a love-sparking secret that she has not yet told!

연출 Director	차야놈 분프라콕 Chayanop BOONPRAKOB	개봉일 Release Date	2015-10-1
제작 Producer	Jira MALIGOOL	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$2,216,783
제작사 Production	GTH		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

필리핀 | THE PHILIPPINES

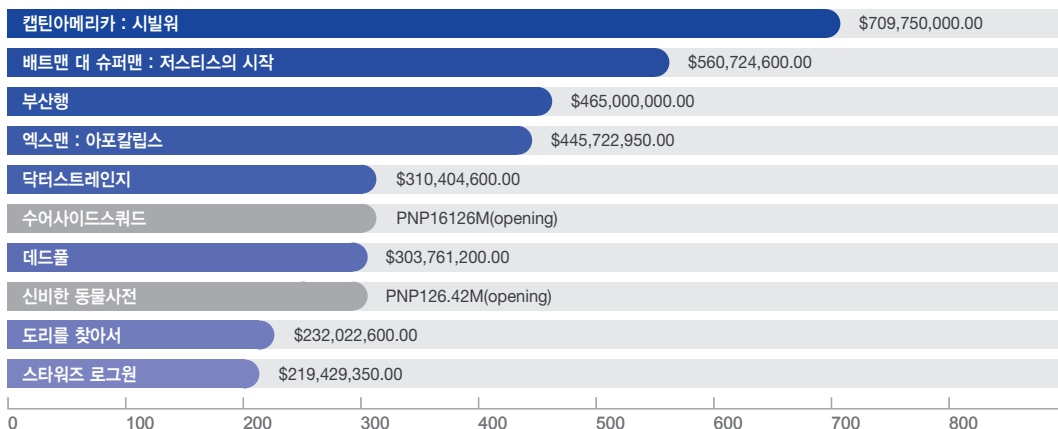
2016년 필리핀 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - THE PHILIPPINES' BOX OFFICE 2016

출처: Filipino box-office researcher, analyst and archivist Alan Gaw, Boy Villasanta

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$709,750,000.00	Marvel Studios
배트맨 대 슈퍼맨 : 저스티스의 시작	잭 스나이더	미국	액션어드벤처	\$560,724,600.00	Warner Bros
부산행	연상호	한국	스릴러	\$465,000,000.00	New entertainment
엑스맨 : 아포칼립스	브라이언 싱어	미국	공상과학	\$445,722,950.00	20 century Fox film corporation
닥터스트레인지	스콧 데릭슨	미국	액션어드벤처	\$310,404,600.00	Marvel Studios
수어사이드스쿼드	데이비드 에이어	미국	액션어드벤처	PNP16126M (opening)	DC comics
데드풀	팀 밀러	미국	코미디	\$303,761,200.00	20 century Fox film corporation
신비한 동물사전	데이비드 예이츠	미국	액션어드벤처	PNP126.42M (opening)	Warner Bros
도리를 찾아서	앤드루 스탠턴, 앤거스 맥클레인	미국	코미디	\$232,022,600.00	Walt Disney Pictures
스타워즈 로그원	게러스 에드워드	미국	공상과학	\$219,429,350.00	Verizon Media

| 극장 입매권 매출 |

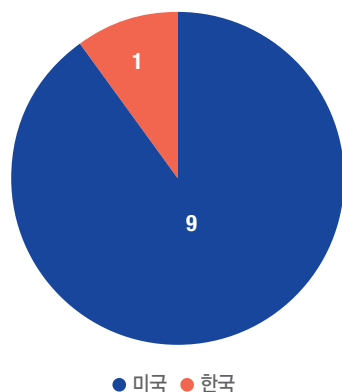


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: Filipino box-office researcher,
analyst and archivist Alan Gaw, Boy Villasanta

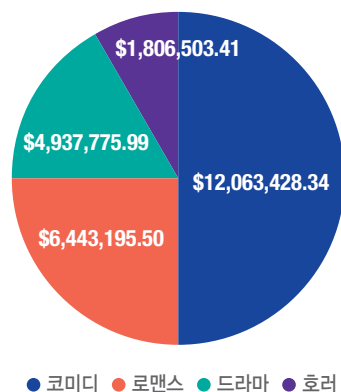
작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
수퍼 보모 보호자	조이스 베르날	필리핀	코미디	\$12,063,428.34	ABS-CBN Film Productions
바르셀로나 사랑을 말하다	올리비아 라마산	필리핀	로맨스	\$6,443,195.50	ABS-CBN Film Productions
비혼의 아내	마리요 델로스 레이예스	필리핀	드라마	\$4,937,775.99	ABS-CBN Film Productions
Just the 3 of Us	캐시 가르시아 몰리나	필리핀	코미디	\$4,616,619.83	ABS-CBN Film Productions
에브리씽 어바웃 허	조이스 베르날	필리핀	드라마	\$4,175,030.11	ABS-CBN Film Productions
Imagine You and Me	마이클 튜비에라	필리핀	로맨스	\$3,010,839.02	APT Entertainment
Vince and Kath and James	댄 빌레가스	필리핀	로맨스	\$2,468,888.00	ABS-CBN Film Productions
Die Beautiful	준 라나	필리핀	드라마	\$2,147,731.83	Reality Entertainment
Always Be My Maybe	댄 빌레가스	필리핀	로맨스	\$2,107,587.31	ABS-CBN Film Productions
Seklusyon	에릭 마티	필리핀	호러	\$1,806,503.41	Reality Entertainment

| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



2016년은 필리핀 영화산업에 있어 또 다시 희망적인 해가 되었다.

현재 상태를 놓고 볼 때, 좌절이 있고 없고를 떠나 올해는 감사해야 할 위업이었다. 고군분투하는 노력파들에게는 더 많은 것을 바랄 수 있는 기회이다. 하지만 반복되는 과거의 시간을 벗어나 새로운 영화 세계를 만들고자 하는 구습타파주의자들에게는 실패일지도 모른다.

수십 년 전에는 (35mm 셀룰로이드 형식으로) 수백 개의 영화들이 주요업계와 독립영화 제작자들(주로 기존 모회사가 있는 자회사이거나, 변함없이 대단한 대형 인기스타들에 의해서 구분되어짐)에 의해 상업적으로 제작되고 상영되었으나, 2000년대 이후에는 디지털영화 제작이 급증하는데도 불구하고 아주 미미한 수확만이 있다는 점에 있어서 과거와는 상당한 거리가 있다. 이에 냉소자들은 걱정스럽게도 할리우드의 종말이 오고 있다고 평을 한다.

2016년만 놓고 보더라도 수많은 독립영화들이 제작되었음에도 불구하고 많은 상업영화관을 거느린 복합상영관에는 100편도 안되는 영화들만이 전국 각지에 입성했다. 대형스튜디오에 의해서 만들어진 영화들만이 좋은 성적을 내고 돈을 끌어 모았고, 미디어는 이 성공을 대대적으로 축하해주었다. 스타시네마는 ABS-CBN 방송공사의 영화 부문의 병기로, 국내 최대의 멀티미디어 전자통신 대기업으로서 가장 많은 작품과 많은 수익을 냈다. 조이스 베르날의 코미디 〈수퍼 부모 보호자〉는 그들의 제작영화들 중 하나로 국내와 해외 박스오피스에서 5억 Php 흥행을 하며 그 해 최고 수익을 냈다. 당초, 필리핀 군도 전역의 240개 영화관에서 상영했지만, 대중들의 엄청난 인기에 부응하기 위해 69개의 극장에서 추가 상영되었다. ABS-CBN 온라인 뉴스 공식 발표에 따르면, 개봉 당일 7,500만 Php의 매출을 냈다. 영화는 상영 일주일 만에 최소 3억 Php를 기록했고, 이는 2015년 APT Entertainment, M-Zet Productions와 GMA Films가 공동제작한 코믹드라마 *My Bebe Love*의 오프닝스코어인 6,050만 Php를 넘은 것으로 알려진다. 개봉 2주 후, 〈수퍼 부모 보호자〉는 5억 Php의 기록을 격파했다. 2017년 1월 3일에는 5억 9,010만 Php의 박스오피스 흥행을 했다. 장기 상영 내내 여전히 대박 행진을 이어가고 있다.

박스오피스에는 〈수퍼 부모 보호자〉와 함께 세 편의 스타시네마 작품이 군림하고 있다. 올리비아 라마산의 로맨스 드라마 〈바르셀로나 사랑을 꾸미다〉는 국내외에서 3억 2,100만 Php 매출로 추정되고, 마리오 델로스 레이레스의 〈비혼의 아내〉는 국내 멜로 드라마로, 국내 및 해외에서 모두 2억 46,300만 Php 을 기록했다. 캐시 가르시아 물리나의 *Just Three of Us* 는 로맨틱 코미디로 해외 매출을 포함해서 2억 3,000만 Php 수익을 냈으며, 그 외의 시네마 영화 조이스 베르날의 드라마 〈에브리씽 어바웃 허〉는 세계 판매액을 포함하여 약 2억 800만 Php를 기록했다.

APT Entertainment, M-Zet Productions 와 GMA Films 3사의 투자를 받은 외로운 침입자 같은 Mike TUVIERA의 *Imagine You and Me*는 국내외 총 수입 1억 2,000만 Php라는 금전적 규모에 도달했다. PEP.ph에 보도된 바에 따르면 “추가적으로 영화의 흥행 수입은 오늘 밤엔 적어도 1억 5천만 페소가 될 것으로 보인다.”라고 예상했다. 하지만 이러한 공식적 흥행 기록은 한정적이었고, 영화에 대한 것길리는 리뷰가 존재한다. 영화제작자협회는 지역영화 수익을 발설할 수 없기 때문에 사람들은 언론 브리핑, 마케터들과의 인터뷰, Alan GAW 같은 박스 오피스 분석가들과 노련한 영화 저널리스트인 로널드 케이 콘스탄티노 같은 믿음만한 소식통들에 의존했다.

2016년에도 코미디, 로맨틱 코미디 및 판타지는 의심할 여지없이 여전히 매력적인 중요 장르였다. 상당수의 필리핀영화들은 현실적인 모호하고 어둡고 거칠고 암울한 이야기보다는 유희적이며 관객의 환영을 받는 반짝이는 이야기들을 공급하고 있다. 이런 점에 있어 영화 제작은 결국 혼자만의 창조적인 추구가 아니다. 업계의 큰 손 비바엔터테인먼트의 창조연구관장으로 역임했던 필리핀계 영국인 제작자이자 논객인 조위 모델에 따르면, 수백만 비용이 드는 전통적 방송과 인쇄매체의 광고 만으로도 영화상품 판매에 큰 역할을 한다고 했다. 소셜 미디어에서의 홍보가 손톱만큼은 도움이 되겠지만, 예외적으로 행운이 따르거나 잘 짜인 기획이 있는 경우를 제외하고 관객을 끌어들이는 데는 부족하다.

필리핀 영화는 항상 역설적인 면을 많이 보여줬다. 수백만의 이익이 있는데도 불구하고 수많은 실업자 스타들이 있다. 필리핀영화아카데미에서는 영화 종사자들의 노동조건을 개선하기 위해 영화제작자, 고용노동부 담당자들, 의회와 접촉해 임금 조정과 근무 시간을 조정하려고 했다.

열악한 노동 환경과 함께 현지 영화산업의 위협적인 문제 중 하나는 저작권 침해이다. 더불어 검열은 여전히 발전을 저해하는 요소로 여겨진다. 또한 불균등한 영화수입은 현지 산업 불공정 경쟁을 부르고, 높은 과세 또한 영화산업 성장을 막는 장애물로 여겨진다. 그럼에도 불구하고, 급진적 새 대통령 로드리고 두테르테는 정부의 예술 및 문화 부서에서 많은 변화를 부를 수 있는 상황을 조성했다.

현 대통령 지지자들과 장로들의 추천으로 주정부 영화부서 내정자로 리자 디노가 필리핀의 영화발전위원회(FDCP) 의장으로 임명되었다. 그녀는 두테르테 대통령의 캠페인 수뇌부 중 한 명의 딸이면서 오랜 인디 여배우로 일해왔다.

많은 영화제가 열리는 나라에서는(8개의 주요 영화제가 있다) 혁신적이고 실험적인 영화제작을 기본으로 하길 장려한다. FDCP는 두 번째 세계초연영화제를 조직했으나 새로운 지침에 따라 영화제가 폐지될 것으로 보인다. 상을 주는 영화제가 많으면 많을수록 영화시장이 건재하다는 것이고, 각 영화제는 더욱 서로 다른 성격을 띠 수 있다. 하지만 매일같이 새로운 영화가 쏟아져 나오면서도 불구하고 베테랑 제작자들은 셀룰로이드 영화가 그림다며 산업수진상태라 토로하는데 놀라지 않을 수 없다.

따라서 긴장감은 필리핀영화의 특성이라 할 수 있다. 가장 뚜렷한 이분법은 '인디' 물결과 '주류' 정신이다. 서로 반대가 되는 두 세력은 산업발전의 통로가 되는 것으로 추정된다. 역사적으로 하나는 다른 하나에 대한 반작용이다. 한 개의 공동 영화 산업을 만들어가기 위해 새로운 선출이 아닌 협력이 이루어지길 바란다. 이 긴장감의 줄다리기는 2016년 메트로마닐라영화제집행위원회를 개편하는 과정에서 메트로 마닐라개발청(크리스마스 연휴 2주 동안 자국영화가 독점적으로 더 상영될 수 있게 감독하고 후원하는 부서)의 새로운 관리가 MMFF 집행위원회에 출품되는 영화에 대한 규칙과 정책을 변경하기로 결정하면서 교착상태에 이르게 됐다. 새 위원회는 소위 '상업적'영화의 흥행 가능성보다는 '인디'영화를 선택하기로 결정했다. 과거의 메트로마닐라영화제에서는 실질적이고 질적인 필리핀 유산과 전통의 향상을 장려하는 콘텐츠가 기준이 되었었다. 필름 한 통도 필요했다.

이 새로운 권한에 영화제는 늘 선정되던 프로듀서와 스타들 문제로 난장판이 되었다. 외국인 빅 소토가 출연한 *Enteng Kabisote 10 and the Abangers*는 아동친화적인 코믹판타지영화였지만 비평가들에게는 쓰레기 취급을 당했고 영화선발위원회에게 버려졌다. 그는 크리스마스가 아이들을 위한 시간인데 왜 아이들에게서 자기의 영화를 빼앗아가냐며 불만을 토로했다. 또, 중국-필리핀 국제 결혼에 대한 영화 <마노 포 7>을 거절 한 고참 영화자본가인 릴리 몬테버드는 인디영화는 어린이를 위한 것이 아니라고 주장해서 논란이 일어났다. 동성애자인 코믹 바이스 간다가 출연한 흥행작 <수퍼 부모 보호자> 역시 '영화 퀄리티는 주관적인 것 같다'고 단호하게 편찬을 받았다. 이 세편의 영화는 11월 25일에 전국의 큰 극장에서 상영되었다. 그리고 크리스마스 날, 여덟 편의 영화제 출품작들은 메트로마닐라에서만 상영되었다. 여러 영화계 리더들은 이런 거물급 프로듀서와 스타들이 포함되어있지 않으면 수익이 감소할 것을 우려했다. 그 결과 2016년 메트로마닐라영화제의 총수입은 2015년 MMFF의 1조 2천억 페소에 비해 4억 4천만 페소 밖에 되지 않아 우려와 같이 출품작 선택에 대한 비난을 받았다. 결국 인디영화 신봉자들과 주류영화 지지자들 사이의 일련의 격렬한 논쟁은 계속되었지만, 많은 사람들은 결국 같은 것이기 때문에 어떠한 분리도 존재하지 않는다고 주장했다.

한편, 메트로마닐라개발청은 TV 황금 시간대 뉴스채널이 실패를 말하기 전까지 2016년 메트로마닐라영화제는 실패한 것이 아니라고 발표했다. 결국, 집행위원단 모이라 랑과 에드 카바뇨의 두 멤버들은 통보도 제대로 못 받고 쫓겨났다. 그리고 이들은 인디영화 지지자라고 비난을 받았다. 랑은 중요한 문제는 '인디'와 '주류'간의 긴장이 아닌 소수의 반 계몽주의자들과 매년 최고 상영 일시를 통제해서 비즈니스를 관리하기 쉽고 예측 가능한 상태로 유지하려고 하는 업계 선두주자들이 권력을 장악하고 있는데 있다고 외쳤다. 그리고 그는 2016년 메트로마닐라영화제 상영작이 지역구에서도 상영된다면 더 수익을 낼 수 있다고 주장했다. 본국에서 격렬한 전투가 벌어지고 있고 있을 때, 필리핀영화는 국제적 인정과 영예를 일찌감치 얻었다. TV영화배우 재클린 호세는 제69회 칸국제영화제에서 마약 위협에 시달리는 나라에 대한 색다른 시도를 기획한 브릴란테 멘도자 감독의 영화 <마로사>를 통해 영예로운 황금종려여우주연상을 수상하고, 불의에 대한 분노를 다룬 라브 디아즈 감독의 영화 <떠나간 여인>은 제73회 베니스국제영화제에서 최우수작품상을 수상했다.

필리핀 인디영화 제작 지지자로 인정받은 멘도사와 디아즈 감독은 세계 영화계를 새롭게 정복하고 고정관념에서 벗어난 묘사에 집중해왔다. 거대 스튜디오 측에서 감독 제의가 들어왔지만 특히 멘도자는 정중하게 이 제안을 거절했고 "내 방식대로" 장편영화를 만들 수 있게 한다면 생각해보겠다고 말했다.

보이 빌라산타

보이 빌라산타 (본명: 훌리아니토 빌라산타)는 수상 경력이 있는 프리랜서 멀티미디어 엔터테인먼트 저널리스트이며, TV 프로듀서이고, 다큐멘터리 제작자이며, 미디어 연구 분야 작가이고, 이벤트 기획자이자, 연예가 뉴스 편집자이고 엔터테인먼트 부문 단면쇄 및 타블로이드 기고자이자, *Pilipinas Herald*, *Diyaryo Pinoy*, *Pinoy Weekly online*의 영화칼럼니스트이기도 하다. boyvillasanta@hotmail.com으로 연락할 수 있다.



인터뷰 | 말라우 산토스



〈수퍼 부모 보호자〉 제작자 | 필리핀

말라우 N. 산토스는 역대 최고 흥행수익을 올린 현지 영화 〈수퍼 부모 보호자〉의 제작자이다.

법인 ABS-CBN 의 스타크리에이티브즈 그룹 내 최고운영책임자(COO)로서 그녀는 40년도 채 안 되는 기간 동안 ABS-CBN 방송협회 영화제작부문의 다양하고 폭넓은 장르의 영화들을 제작해 내었고, 꾸준히 박스오피스 히트작들을 배출해내며, 많은 상을 받았다.

2016년 한 해만 놓고 보더라도 그녀는 *Just the Three of Us*, *Always Be My Maybe*, 〈에브리씽 어바웃 히〉 등 박스오피스에 언급된 대부분의 영화들을 제작했다. 그녀는 멀티미디어 전문가이다.

Q _____ 영화 <수퍼 부모 보호자>에 대해 알려주세요.

<수퍼 부모 보호자>는 실은 매해 크리스마스에 기획되는 필리핀 스타시네마의 최신작이었습니다. 대부분의 필리핀 사람들은 1년에 한 번만 영화를 보게 되는 경우가 많고, 때문에 많은 사람들이 스타시네마에서 크리스마스 작품들을 기대합니다. 그래서 우리는 항상 연말연시에는 가족 유대에 대한 큰 작품을 만들곤 합니다. 우리는 <수퍼 부모 보호자>가 전 연령층 어린이들에게 즐거움을 선사하고, 교훈적이면서도 즐거움과 웃음으로 가득 찬 완벽한 필리핀 가족경험을 제공하려 노력합니다. 이외의 모든 것들은 부차적입니다.

Q _____ 이 영화의 어떤 요소들이 흥행하게 한 걸까요? (필리핀 박스오피스에서 대박 행진을 이어가려면 어떻게 해야 하는 건가요?)

<수퍼 부모 보호자>에서 느껴지는 명랑하고 근심 걱정 없는 감성 뒤에는 사업감각, 직감, 이곳 특유의 창의성이 동반된 무척이나 신중하고 전략적으로 짜여진 프로젝트가 있습니다. 당연히 제작진은 나라에서 가장 저명한 영화배우들과 TV스타들을 캐스팅하기 시작했습니다. 바이스 간다가 정오 프로그램을 리드하고, 코코 마틴이 황금 시간대를 지배합니다. 그 둘은 천하 무적입니다. 또한, 우리는 탤덤을 제외한 조연, 기술팀 및 크리에이티브팀이 이 연말연시 영화 전통을 잘 알고 있는 베테랑임을 알고 있습니다. 그들은 필리핀에서 먹히는 유머코드들을 전부 다 알고 있습니다. 그들은 이야기의 유머포인트를 가공하여 탄탄한 영화 형태로 만들 수 있습니다. 이런 능력치를 다룬 사람은 기발하고 신선한 코믹스타일로 유명한 감독 조이스 베르날입니다. 강력한 온,오프라인 프로모션 팀, 최고봉에 있는 배토프, 그리고 물론 신뢰할 수 있는 브랜드 스타시네마, 이 모두의 노력으로 끝마무리하는 것이 바로 스타시네마의 비밀 무기입니다.

Q _____ 영화에 투자를 받으려면 어떻게 해야 하나요?

현재 스타시네마 영화 거의 100%가 자사에서 완벽히 자금조달을 받고 있습니다. 우리는 때때로 우리 제품을 다양화하고 업계를 지원하기 위해 국내영화 팀들과 파트너십을 맺습니다. 우리는 국제 시장을 목표로 세우면서 스타시네마의 비전을 공유하고 향후 지역적 국제적 상품에 협력할 수 있는 외국 공동투자자들을 소싱할 계획을 가지고 있습니다.

Q _____ 필리핀에서 영화는 대개의 경우 어떻게 투자를 받나요?

현재 필리핀 시장은 간헐적으로 인디에서 주류후원으로 이르는 크로스오버와 함께 주류와 인디시장으로 나누어 볼 수 있습니다. 그러나 사실 이런 분배가 다라고 생각하는 것은 착각입니다. 예를 들어, 스타시네마의 자매회사인 시네마원은 인디제품으로 간주되는 제품을 생산을 하는데, 그 예로 <떠나간 여인>처럼 국제적 찬사를 받고 여러 번 수상을 한 인디영화들은 실제로 스타시네마에서 자금을 지원받아 제작되었습니다. 하지만 여전히 투자와 관련해서 모든 주류 영화는 영화 스튜디오에서 자금을 지원받는 반면, 인디영화는 인디영화 제작자 자신과 지역 및 국제 보조금 및 일부 개인 투자자로부터 자금을 지원받기도 합니다.

또한 필리핀에서는 정부가 아직 영화기금을 설립하지 않았지만 일부는 의회에서 설립을 제안하고 있습니다. 영화제작자에게 가장 좋은 방법은 우리와 같은 영화 스튜디오에 자신의 프로젝트를 선보이고 공동제작 방법을 고안하는 것입니다.

Q _____ 현지 영화는 어떤 종류를 출시합니까?

스타시네마를 대표해서 말한다면, 우리는 영화를 대대적인 이벤트 블록버스터로 포지셔닝하여 전국적으로 동시다발적 출시를 합니다. 해외의 필리핀 시장을 중심으로 전 세계에 영화를 공개하고, 국제 개봉은 국내 개봉 보다 하루에서 이틀 정도 뒤에 공개 됩니다.

경우에 따라 <떠나간 여인>처럼 국제 개봉을 하는 영화들도 있고, <온 더 잡>처럼 리메이크영화로 선정되는 우리 영화들이 있습니다. 흥미롭게도, 몇몇 십대 연애 소설물들 같은 경우 자막 처리가 됐을 시에, 동남아시아의 외국 관객들에게 사랑을 받았습니다.

Q _____ 필리핀에서 이익배분은 어떻게 이루어 집니까? 귀사의 영화에는 어떻게 적용되었나요?

필리핀에서 몇몇 예술가들이 백엔드 수익과 함께 개런티를 줄이는 대신, 백엔드 수익과 맞교환하는 것을 선택하기도 하지만 일반적이지는 않습니다. 그러나 전반적으로 현지 시장은 매우 변동적이어서 대부분의 영화는 직접 비용을 내는 단순한 회사 제품이 되는 것이 가장 좋습니다.

Q _____ 2016년에 보았던 시장 동향에는 어떤 것들이 있습니까?

필리핀 사람들에게는 일상 생활에서 벗어나 사랑과 웃음이 가득한 평온한 세상을 찾고자 하는 강력한 욕구가 있습니다. 그런 연유로 필리핀에서 가장 흥행하는 장르는 코미디와 로맨스입니다. 외국영화 같은 경우 필리핀 사람들 또한 전세계적으로 유행하고 있는 시각적 자극과 모험 스타일을 공유하고 있고, 그렇기에 슈퍼히어로영화의 인기가 상당합니다.

아트하우스와 인디시장은 틈새 시장으로 작은 편이지만 무척 안정적이기 때문에 생산 비용이 크지 않고, 플롯이나 테마가 참신할 때 성공가능성이 있습니다.

현재 TV에서 드라마나 진지한 주제의 작품들을 많이 접할 수 있기에, 안타깝게도 그런 주제들은 시청자 선호도가 낮은 편입니다. 말할 것도 없이, 전세계적으로 온라인 시청자들이 상승하는 추세가 필리핀에서도 편승해 천천히 증가하고 있고, 장편 드라마 수요에 입각한 다양한 스트리밍 서비스들이 있습니다. 이는 온라인영화 경험으로 확장 할 수 있기 때문에 실로 기회 가 아닐 수 없습니다.

Q _____ 요즘 필리핀 영화계에서 가장 힘든 과제는 무엇입니까?

지난 몇 년 동안 동일한 문제점들이 점점 확대 됐습니다. 불법 복제, 온라인 시청률 및 티켓 가격들이 그 문제점들입니다.

Q _____ 요즘 필리핀의 생산 가치에 대해 어떻게 생각하십니까?

저는 필리핀의 예술성이 세계 최고 수준이라고 늘 믿어 왔습니다. 거의 모든 주마다 국제 페스티벌에서 우수한 필리핀영화에 대한 뉴스를 듣는 것이 거의 일상적인 일입니다. 프로덕션 관점에서 볼 때, 수많은 미국과 아시아영화에서 필리핀을 자국의 대리인으로 사용했고, 영화 제작자들은 공용어로 영어를 쓰는 필리핀에서 의사 소통의 편리함과 필리핀인들의 대체적인 환대에 주목해 왔습니다. 또한 널리 알려지지 않았지만 국제 애니메이션 쪽 일을 하는 숙달된 일러스트레이터 및 애니메이션 아티스트 부대도 막강하게 운영됩니다.

우리 감독들과 배우들 또한 아시아의 숨은 보물들로서 발견되면 바로 시장에 새로운 창조적인 물결이 될 것입니다. 저는 곧 국제공동제작이 있을 것이고, 창의력, 예산, 프로젝트의 범위가 국제적 야망과 일치하면 필리핀이 창작활동이 맹렬하게 일어나는 영화 허브가 될 것임을 믿어 의심치 않습니다.

Q _____ 필리핀에서 촬영을 원하는 외국인 영화 제작자를 위한 조언이 있습니까?

우린 양팔 벌려 당신들을 환영합니다. 필리핀은 영화개발위원회를 운영하고 있으며, 우리 스타시네마에서는 우리 스스로 공동제작 할 수 있는 팀을 찾고 있습니다. 어느 나라와도 마찬가지로, 핵심은 신뢰할 수 있는 현지 파트너와 안정적인 파트너십을 유지하는 것이고, 그렇게 하면 프로젝트는 원활하게 성공가도를 달리게 될 것입니다.

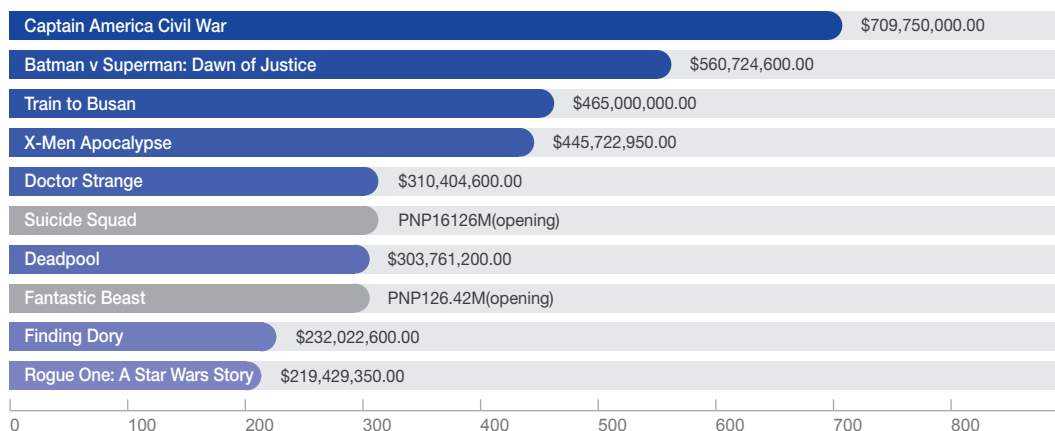
THE PHILIPPINES' FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - THE PHILIPPINES' BOX OFFICE 2016

Source : Filipino box-office researcher, analyst and archivist Alan Gaw, Boy Villasanta

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Captain America Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$709,750,000.00	Marvel Studios
Batman v Superman: Dawn of Justice	Zack SNYDER	USA	Action adventure	\$560,724,600.00	Warner Bros
Train to Busan	YEON Sangho	South Korea	Thriller	\$465,000,000.00	New entertainment
X-Men Apocalypse	Bryan SINGER	USA	Sci-Fi	\$445,722,950.00	20 century Fox film corporation
Doctor Strange	Scott DERRICKSON	USA	Action adventure	\$310,404,600.00	Marvel Studios
Suicide Squad	David AYER	USA	Action adventure	PNP16126M (opening)	DC comics
Deadpool	Tim MILLER	USA	Comedy	\$303,761,200.00	20 century Fox film corporation
Fantastic Beast	David YATES	USA	Action adventure	PNP126.42M (opening)	Warner Bros
Finding Dory	Andrew STANTON, Angus MACLANE	USA	Comedy	\$232,022,600.00	Walt Disney Pictures
Rogue One: A Star Wars Story	Gareth EDWARDS	USA	Sci-fi	\$219,429,350.00	Verizon Media

| GROSS BOX OFFICE |

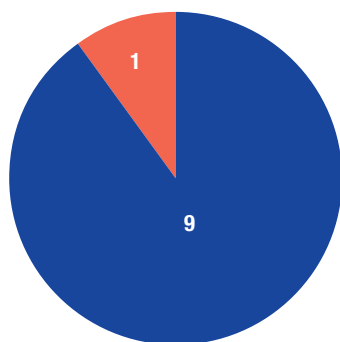


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : Filipino box-office researcher, analyst and archivist Alan Gaw, Boy Villasanta

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
The Super Parental Guardians	Joyce BERNAL	Philippines	comedy	\$12,063,428.34	ABS-CBN Film Productions
Barcelona: A Love Untold	Olivia LAMASAN	Philippines	Romance	\$6,443,195.50	ABS-CBN Film Productions
The Unmarried Wife	Maryo J. DELOS REYES	Philippines	drama	\$4,937,775.99	ABS-CBN Film Productions
Just the 3 of Us	Cathy GARCIA MOLINA	Philippines	Comedy	\$4,616,619.83	ABS-CBN Film Productions
Everything About Her	Joyce BERNAL	Philippines	Drama	\$4,175,030.11	ABS-CBN Film Productions
Imagine You and Me	Michael TUVIERA	Philippines	Romance	\$3,010,839.02	APT Entertainment
Vince and Kath and James	Dan VILLEGAS	Philippines	Romance	\$2,468,888.00	ABS-CBN Film Productions
Die Beautiful	Jun LANA	Philippines	Drama	\$2,147,731.83	Reality Entertainment
Always Be My Maybe	Dan VILLEGAS	Philippines	Romance	\$2,107,587.31	ABS-CBN Film Productions
Seklusyon	Erik MATTI	Philippines	Horror	\$1,806,503.41	Reality Entertainment

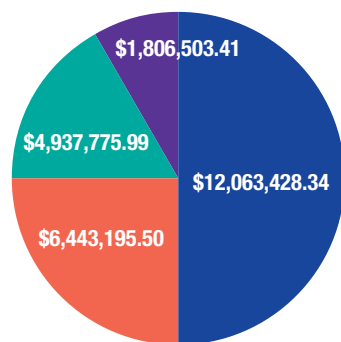
| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



● USA ● South Korea

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



● Comedy ● Romance ● Drama ● Horror

2016 passes off in The Philippines' movie industry as just another hopeful year.

For its status quo, the year that was, no matter the setback, is a feat to be thankful for. For its struggling achievers, it is a chance to wish for more. Still, for its iconoclasts, it is a failure, a reprise of years past it is time to create a brave new film world.

A far cry from decades ago when hundreds of films—of the 35mm celluloid format—were produced and regularly shown commercially by major outfits and so-called independent moviemakers (primarily characterized by non-expansive stable of big, popular, box-office stars or simply subsidiaries of existing mother production company), the succeeding years of the millennium, notwithstanding the burgeoning digital filmmaking, alas, there were just a handful of yields. For cynics, it was alarmingly Armageddon in tinsel town.

In 2016 alone, despite the many independently produced well-meaning films albeit didn't hit many roomier cineplexes, less than a hundred movies were just widely exhibited in commercial theatres—mostly mall screens—nationwide.

Only those made by big studios raked good receipts at the tills and for this, the establishment media called for celebration.

Star Cinema, the film arm of ABS-CBN Broadcasting Corporation, one, if not the largest multimedia and telecommunications conglomerates in the country, was the most prolific and it topped the heap. Joyce BERNAL's *The Super Parental Guardians (SPG)*, one of its productions—a comedy—was the year's top grosser with more than Php500M in hometown and foreign box-offices income. Initially, it was shown in 240 cinemas all over the archipelago but had to add another 69 theaters to accommodate its popular public demand. According to official announcement in ABS-CBN News on line, it earned Php75M on its opening day. After one week of its showing, the film already earmarked at least Php300M. Reports also said that it surpassed the first day performance of comic-drama *My Bebe Love*, an APT Entertainment, M-Zet Productions and GMA Films outing in 2015 which grossed Php60.5M on its first day.

Two weeks later, *SPG* breached the Php500M mark. By January 3, 2017, it already managed to earn Php590.1M and still a smash-hit on its extended run.

Three Star Cinema offerings still lorded them over, Olivia LAMASAN's *Barcelona: A Love Untold*, a romance-drama which made an estimated Php321M in local and international sales, Maryo J. de los REYES' *The Unmarried Wife*, a domestic melodrama, made a whopping Php246, 300M in homeland and overseas exhibitions combined and Cathy GARCIA-MOLINA's *Just the Three of Us*, a rom-com brought home Php230M including its international revenues. Still another Star Cinema project, BERNAL's dramedy *Everything About Her*, bagged approximately Php208M which included world sales.

A lone interloper, Mike TUVIERA's *Imagine You and Me*, a three-cornered investment teen caper of APT Entertainment, M-Zet Productions and GMA Films managed to get to the moneymaking top scale with a combined gross sales home and abroad of Php120M. As reported in PEP.ph dated July 21, 2016: "...in addition, the source projects that the film's box-office gross will be at least Php150 million by tonight..." It ran its second week so it had apparently marked up the figures.

There were limited sources of official box-office records and mixed were reviews of the films.

A Movie Producers Association couldn't divulge local films' revenues. One relied, therefore, on press briefs, interviews with marketers, box-office analysts like Alan GAW, seasoned movie journalists like Ronald K. CONSTANTINO and other reliable sources.

Undoubtedly, comedy, rom-com and fantasy are still the main attractions. Glossy fares are enticing to watch equivocal to dark, harsh and depressing stories of depravation, squalor and poverty no matter in realism or naturalism which not a few significant Filipino films had purveyed.

In this note, filmmaking isn't a creative pursuit alone, after all. According to controversial Fil-Briton filmmaker Jowee MOREL who worked as Creative Research Head of Viva Entertainment, one of the major industry players, ads alone in traditional broadcast and print media which costs millions of pesos plays advantageously to sell cinematic goods. Social media promo, however, might help an inch but it's not enough to draw in audiences except in some lucky and well-planned cases.

Philippine cinema has always been a paradox. Despite millions of profits collected, there are many unemployed stars. And to improve the working conditions of show people, the Film Academy of the Philippines has met up with producers and reps of the Department of Labor and Employment and Congress on adjustment of wages and fixing work hours.

Along bleak labor situation, one of the menacing problems of the local movie business is piracy. Censorship, in ages, is still considered, more or less, a hindrance to progress. Uneven film importation renders the local industry unfair competition. High taxation is also seen as an impediment to the advancement of the motion picture enterprise.

Nonetheless, the installation of a new head of state, radical Rodrigo DUTERTE, paved the way to many changes in the arts and culture department of the government. Appointees to state cinema offices were recommended by a set of elders and allies of the sitting president. Longtime indie actress, Liza DINO, daughter of one of DUTERTE's campaign think tanks, was appointed Chair of the Film Development Council of the Philippines (FDCP).

Film festivals abound in the country (there are eight major ones) which basically encouraged production of innovative and experimental filmmaking. FDCP organized its second World Premieres Film Festival but under the new order, the fest would be scrapped. The more, the merrier award-giving bodies are alive and well, all of them distinct from each other. It is surprising, though, that despite the avalanche of films churned out daily, veteran filmmakers still cry the state of the industry is in doldrums for they miss the celluloid movies.

Tension, therefore, characterizes Philippine cinema. Its most obvious dichotomy is the "independent" wave and the "mainstream" spirit. Apparently, the two opposing forces are supposedly conduits to the development of the industry. Historically, one is a reaction to the other. Hopefully, cooperation not cooptation is achieved for one common film industry.

The tug-of-war has reached its impasse during the revamp of the 2016 Metro Manila Film Festival (MMFF) Executive Committee when a new management of the Metro Manila Development Authority (MMDA), the

government agency which auspices and oversees the yearly showing of exclusive homegrown films in more than two weeks during Christmastime, decided to alter rules and policies of the outgoing MMFF Exe-com.

Instead of box-office prospects of the so-called “commercial” films, the new committee chose to field supposedly “indie” films. Substantial and quality contents of the entries were also considered which would promote the enhancement of Philippine heritage and tradition although in the past MMFFs, this was a criterion. A canned film was required as well.

This new mandate broke hell loose in the ranks of the perennial big stars and producers selected in the festival. Comedian Vic SOTTO, whose entry he starred in, *EntengKabisote 10 and the Abangers*, a comic fantasy purportedly a children-friendly fare but considered by critics as trash, was dumped by the selection committee. He complained that Christmas is for children, so why deprived them of watching his film?

Old-timer film capitalist Lily MONTEVERDE, whose rejected entry *Mano Po 7*, a narrative on Chinese-Filipino mixed marriage, raised a hoot saying indie films are not for children. Gay comic Vice GANDA, whose starrer *SPG* was snubbed as well, emphatically said quality (film) is subjective. These three films were played in big theaters across the country on November 30. On December 25, eight festival entries were shown in Metro Manila only.

Several industry leaders had also expressed apprehensions about a letdown on earnings if no heavies were included. To wit, gross sales of the 2016 MMFF totaled only Php440M as compared to 2015 MMFF's Php1,020B, so the blame was laid on the kind of selection of entries.

Eventually, a series of bitter exchanges between “indie” believers and “mainstream” supporters continued which many argued no separation should exist because they're one and the same.

Meanwhile, MMDA had already announced that 2016 MMFF wasn't a flop until a TV primetime news show broke in an item saying it was otherwise.

Eventually, two members of the Exe-Com, namely Moira LANG and Ed CABAGNOT were axed without them knowing it. LANG and CABAGNOT were accused of being pro-“indie” films.

The problem, LANG exclaimed, isn't the tension between “indie” and “mainstream” but the industry leaders' hold on to power, a controlling few who are obscurantists, who control the most popular play-date in any given year and who keep the business small, manageable, predictable. He argued that if the 2016 MMFF entries were shown in the provinces, they would even make more money.

There's a raging battle back home while international recognition were earlier earned and served honorably for Filipino films when television and silver screen thespian Jaclyn JOSE won the prestigious Palm D'Or Best Actress Award at the 69th Cannes International Film Festival for *Ma' Rosa*, a foray into drug menace in the country directed by Brillante MA. MENDOZA. Meanwhile, *Ang Babaeng Humayo (The Woman Who Left)*, a sortie on injustice directed by Lav DIAZ, won Best Picture at the 73rd Venice International Film Festival.

MENDOZA and DIAZ, acknowledged as proponents of indie filmmaking in the Philippines, have conquered anew the world film arena, have been concentrating on out-of-the-box narratives.

There are offers to direct for big studios but MENDOZA, in particular, politely begged off and said he would concede to do feature films for them “in my own terms.”

Boy VILLASANTA

Boy VILLASANTA, Julianito VILLASANTA in real life, is an award-winning freelance multimedia entertainment journalist, TV producer, awarded documentary filmmaker, book author on media studies, event organizer, showbiz news editor and contributor to entertainment pages of broadsheets and tabloids and movie columnist for *Pilipinas Herald*, *Diyaryo Pinoy*, *Pinoy Weekly* online etc. Reach him thru boyvillasanta@hotmail.com



INTERVIEW | Malou N. SANTOS



Producer of *The Super Parental Guardians* | **THE PHILIPPINES**

Malou N. SANTOS is the Producer of the biggest and highest grossing local film in the box-office to date, *The Super Parental Guardians*. As Chief Operating Officer (COO) of STAR CREATIVES GROUP, ABS-CBN Corporation, she has produced a wide range of films in less than four decades for Star Cinema ABS-CBN Film Productions—the film division of ABS-CBN Broadcasting Corporation—has consistently raked in box-office hits and has won many awards for them. For 2016 alone, she has produced the most number of box-office titles as *Just the Three of Us*, *Always Be My Maybe*, *Everything About Her* etc. She is a multimedia person as well.

Q _____ Tell us about the film *The Super Parental Guardians*.

The Super Parental Guardians was actually the latest in the annual Star Cinema line of Christmas gifts to the Filipinos. You see, the majority of Filipinos get to watch movies only once a year, and thus they look forward this Christmas treat from Star Cinema. That is why we always produce a big family bonding product for the holidays. We have ensured that *The Super Parental Guardians* to be the complete Filipino family experience, delightful to children of all ages, filled with values, and brimming with fun and laughter. Everything else is secondary to this important mission of service.

**Q _____ What do you think made this film so successful?
(What does it take to succeed at the box office in the Philippines?)**

Behind the lighthearted and seemingly carefree *The Super Parental Guardians* is a highly deliberate and strategized project that combines business acumen, gut feel, and homegrown creativity. Naturally, we began by casting the biggest TV and movie stars in the country. Vice GANDA leads our noontime program, and Coco MARTIN lords it over primetime. Together they are invincible. Secondly, aside from the tandem, we know that the supporting cast, the technical team, and the creative team are veterans of this holiday movie tradition. They know every funny bone in the Filipino. They are able to craft the laugh-a-minute trajectory of the story into a solid cinematic experience. Handling this gem is a renowned director, Joyce BERNAL, known for her quirky and fresh comic style. Rounding up the efforts are the secret weapons of Star Cinema: a formidable promotions team, both traditional and online, a topnotch distribution team, and of course, the trusted Star Cinema brand.

Q _____ How do you go about getting investment for films?

Right now, almost 100% of Star Cinema films are fully funded by the company. We sometimes partner with other local film outfits in order to vary our offerings, and to support the industry. As we set our sights on the international market, we will be sourcing foreign co-investors who share our vision, and are interested to partner with us for future regional and international products.

Q _____ How does a film usually get investment in the Philippines?

The Philippine market right now is perceived to be divided into the mainstream and the indie products, with occasional crossovers from indie to mainstream patronage. This division is actually an illusion. For example, Star Cinema's sister company is Cinema One which produces what are seen as indie products, while some award-winning "indie" films are actually funded by Star Cinema, like the internationally acclaimed, and multi-awarded *Ang Babaeng Humayo*. However, when it comes to investment, all mainstream films are funded by the film studios, whereas indie films are funded by the indie filmmakers themselves, with local and international grants, and some private investors. In the Philippines, the government has not yet established a film fund, although some are being proposed in Congress. The best bet for a filmmaker is to pitch his or her project to a film studio, like us, and work out the co-production from there.

Q _____ What kind of releases do local films get?

Speaking for Star Cinema, we normally position our movies as event blockbusters, opening wide and simultaneous nationwide. Oftentimes our international play-dates follow a day to two afterwards, as we also release our movies all over the world, mainly to Filipino markets overseas. In some occasions, our films do get picked up for international release, like *Ang Babaeng Humayo*, or for film remake rights, like *OTJ*. Curiously, some of our teen love stories, when subtitled, do quite well even with the foreign audiences in Southeast Asia.

Q _____ How does profit-sharing work in the Philippines? How did it work for your film?

This is not the norm in the Philippines, although a few artists opt to reduce professional fees in exchange for backend profit. By and large, however, the local market is so volatile that it is best for most films to be simple company products with straight fees all around.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

There is an overwhelming desire among Filipinos to escape their everyday lives, and enter a carefree world of love and laughter. That is why our biggest hits are comedies and romance. For foreign products, the Filipinos share worldwide trends of visual stimulation and adventure thrill, hence the expected popularity of superhero movies. Art-house and indie remain niche products, but are stable and strong, and therefore viable if the production costs are modest, and if there is a strong novelty factor in plot or theme. I regret to say that, currently, drama and serious themes rank low in audience preference, since they get this a lot on TV. Needless to say, the worldwide trend of increasing online viewership is hitting the Philippines in a slow but sure manner, with various streaming services a demand for long-form dramas. That is actually an opportunity, because we can expand to online cinematic experiences.

Q _____ What's the toughest challenge for the Philippine industry these days?

The same problems these past few years have simply been amplified. They are still piracy, online viewership, and ticket prices.

Q _____ What do you think of the Philippine production values these days?

I have always believed that Filipino artistry rank one of the best in the world. It is almost routine to hear news of a Filipino film winning in an international festival almost every week. Production-wise, so many American and Asian movies have used the Philippines as stand-ins for their own countries, and the filmmakers have always remarked on the ease of communications as we all speak English, and the overall hospitality of the Filipinos. Also largely unknown but running strong are our armies of highly skilled illustrators and animation artists servicing international animation. Our directors and actors remain Asia's best-kept secrets, and once exploited, will ring in a new wave of creativity to the marketplace. I am sure that pretty soon, one international coproduction will happen wherein the creativity, budget, and scope of the project matches its

international ambitions, and the Philippines will burst into the scene as a creative film hub.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in the Philippines?

We are all here with open arms. The Philippines has its Film Development Council, and we at Star Cinema are on the lookout for co-productions ourselves. As with any country, the key is to partner with a stable and reliable local counterpart, and the project will glide smoothly into success.

2016년 필리핀 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING PHILIPPINE FILMS IN 2016

No.1 슈퍼 부모 보호자 The Super Parental Guardians

15

Code 127 • 7/14 17:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 547 • 7/18 20:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

절친 사라의 갑작스러운 죽음으로 그녀의 아이들을 맡게 된 게이맨 아키. 하루아침에 변해버린 그의 인생에 아이들의 삼촌이자 누이 사라를 죽인 범인을 쫓는 파코까지 가세한다. 필리핀에서 날아온 유쾌한 코미디.

Custody to Megan and Erine was given to Arci just before the death of his best friend Sarah. Paco, the children's uncle, has no choice but to live and get along with Arci. The craziest and greatest adventure of their lives will now embark!



연출	조이스 베르날	개봉일	2016.11.30	최종 흥행 수입	\$12,063,428.34
제작	카로 산토스 콘시오, 말라우 산토스	배급	Star Cinema Productions		
제작사	Star Cinema Productions, ABS-CBN Film Productions				

Director	Joyce BERNAL	Distribution	Star Cinema Productions
Producer	Charo SANTOS CONSIO, Malou N. SANTOS	Final Box Office	\$12,063,428.34
Production	Star Cinema Productions, ABS-CBN Film Productions		
Release Date	2016.11.30		



연출 | 조이스 베르날

1968년 필리핀 출생의 영화 및 TV 디렉터. 1994년 비바필름즈의 영화 편집자로 커리어를 시작했다. 그녀가 감독한 TV 시리즈가 필리핀에서 큰 인기를 끌었다.

DIRECTOR | Joyce BERNAL

Born in 1968, Philippines. She is a film and television director who started as a film editor for Viva Films in 1994. Best known for the TV series *Kapitan Awesome*(2012) and *That's My Amboy*(2016).

No.2 바르셀로나 사랑을 꾸미다 Barcelona: A Love Untold

15

Code 346 • 7/16 18:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 620 • 7/19 14:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

엘리는 여자친구의 죽음 이후 바르셀로나로 터전을 옮겼다. 미아는 바르셀로나에서 새로운 출발을 기대한다. 엘리는 여자친구와 닮은 미아를 애써 외면하지만, 미아는 그에게 사랑을 느낀다. 바르셀로나를 둘러싼 두 젊은이의 사랑과 이별에 관한 이야기.

Ely is in Barcelona to study but can't get over his past love. He then meets Mia, a girl who sees Spain as a fresh start. Together they go on a journey to find the answers to their lifelong questions.



연출	올리비아 라마산	개봉일	2016.09.14	최종 흥행 수입	\$6,443,195.50
제작	카로 산토스 콘시오, 말라우 산토스	배급	Star Cinema Productions		
제작사	Star Cinema Productions, ABS-CBN Film Productions				
Director	Olivia LAMASAN		Distribution	Star Cinema Productions	
Producer	Charo SANTOS CONSIO, Malou N. SANTOS		Final Box Office	\$6,443,195.50	
Production	Star Cinema Productions, ABS-CBN Film Productions				
Release Date	2016.09.14				



연출 | 올리비아 라마산

1984년 제작부 조수로 커리어를 시작했다. 현재 1996년에 창립된 필리핀의 뉴스 채널 ABS-CBN에서 일하며 그녀의 능력을 인정받고 있다. 2016년에는 〈바르셀로나 사랑을 꾸미다〉로 3억 페소의 수익을 올렸다.

DIRECTOR | Olivia LAMASAN

Started as a production assistant in 1984. She is the head of ABS-CBN's Creative Department and is referred to as master director due to her expertise and excellence in her field. In 2016, she directed *Barcelona: A Love Untold*(2016) and earned 300 million Pesos worldwide.

2016년 필리핀 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING PHILIPPINE FILMS IN 2016

No.3 비혼의 아내 The Unmarried Wife

15

Code 509 • 7/18 11:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 747 • 7/20 20:00 CGV부천역 4관 / CGV Bucheon Station 4

앤은 파국으로 치닫는 결혼 생활을 지속할지 눈앞에 나타난 새로운 사랑을 선택할지 고민한다. 그녀는 결국 결혼 생활을 유지하면서 새로운 사랑인 브라이언과의 관계도 이어나가기로 결심한다.

A story of Anne and Geoff navigated its way around a convoluted plot via flashbacks. They first fall in love; only to end up being trapped in a marriage suffocating the joy out of them and finding comfort through various illicit affairs.



연출	마리오 델로스 레이예스	개봉일	2016.11.16	최종 흥행 수입	\$6,443,195.50
제작	엘마 메두아	배급	Star Cinema Productions		
제작사	Star Cinema Productions, ABS-CBN Film Productions				

Director	Maryo DELOS REYES	Distribution	Star Cinema Productions
Producer	Elma S. MEDUA	Final Box Office	\$6,443,195.50
Production	Star Cinema Productions, ABS-CBN Film Productions		
Release Date	2016.11.16		



연출 | 마리오 델로스 레이예스

1952년 필리핀 마닐라 출생. 1970년대에 본격적으로 미디어 산업에 뛰어 들었다. 현재 그는 필리핀에서 많은 영화와 TV 프로그램을 감독하고 있다. <마그니피코>(2003)로 2004 베를린영화제에서 수정곰상을 수상했다.

DIRECTOR | Maryo DELOS REYES

Born in Santa Cruz, Manila Philippines. He began his career in the 1970's. He is one of today's most prolific major directors in Philippines' cinema and television, known for *Magnifico*(2003). His film *Magnifico*(2003) received a Crystal Bear Prize for the Best Feature Film in 2004 BIFF.

2015년 필리핀 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING PHILIPPINE FILMS IN 2015

세컨 찬스 A Second Chance

영화 <원 모어 찬스>의 주인공인 포포이와 바샤의 두 번째 이야기. 영원한 사랑을 맹세했던 둘은 결혼 후 사업 실패 등을 이유로 점점 갈등을 겪게 되고, 그로 인해 점점 그들의 사랑은 시험대에 놓이게 된다. 필리핀 영화계의 역사를 다시 쓴 2015년 최고의 화제작.

In continuation of Popoy and Basha's love story from One More Chance, a couple of a tumultuous romantic past finds married life to be just as difficult due to their failed business. With the struggle, the couple finds it difficult to keep their marriage together.

연출 Director	캐시 가르시아 몰리나 Cathy GARCIA MOLINA	개봉일 Release Date	2015-11-25
제작 Producer	Elma S. MEDUA	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$12,120,338
제작사 Production	ABS-CBN Film Productions		

미녀와 야수 Beauty and the Bestie

중요한 반테러 임무를 담당할 경찰은 그의 옛 절친 에리카를 찾아가 도움을 요청한다. 이 요청은 바로 '해외 고위인사의 딸로 위장하여 미인대회에 참가'해 달라는 것. 그들의 위험하고도 코믹한 모험이 시작된다!

For the anti-terrorism assignment, policeman Emman asks his old best friend Erika for her cooperation: to pretend to be Ms. Uzeklovakia, the daughter of a foreign dignitary in a beauty pageant. This comedy drama begins their dangerous assignment together.

연출 Director	웬 V. 드라마스 Wenn V. DERAMAS	개봉일 Release Date	2015-12-25
제작 Producer	Vincent G. DEL ROSARIO, Veronique DEL ROSARIO CORPUS	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$11,465,037
제작사 Production	ABS-CBN Film Productions		

마이 베베 러브 My Bebe Love #KiligPaMore

비토는 딸 안나가 비즈니스 최대 라이벌이자 전부인인 코라의 조카 돈디와 사랑하는 사이임을 알게 된다. 이제, 어른들은 무슨 수를 써서라도 이들의 관계를 끊어놓기로 결심하는데!

Vito finds out that his daughter, Anna, is in relationship with Dondi, the nephew of his competitor Cora. Now, both elders agree to do everything to pull the lovey-dovey apart!

연출 Director	호세 하비에르 레이야스 Jose JAVIER REYES	개봉일 Release Date	2015-12-25
제작 Producer	Orlando ILACAD	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$8,391,710
제작사 Production	OctoArts Filmss		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

베트남 | VIETNAM

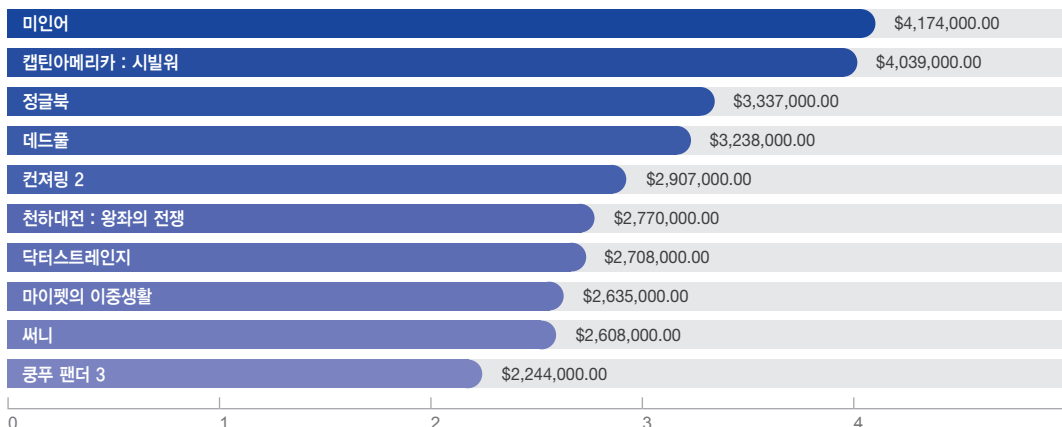
2016년 베트남 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - VIETNAMESE BOX OFFICE 2016

출처: CGV Estimation

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	배급사
미인어	주성치	홍콩/중국	코미디	\$4,174,000.00	CHI
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$4,039,000.00	Disney
정글북	존 패브로	미국	액션어드벤처	\$3,337,000.00	Disney
데드폴	팀 밀러	미국	액션어드벤처	\$3,238,000.00	Fox
컨저링 2	제임스 완	캐나다/미국	호러	\$2,907,000.00	WB
천하대전 : 왕좌의 전쟁	응오 탄 반	베트남	액션어드벤처	\$2,770,000.00	VIET
닥터스트레인지	스콧 데릭슨	미국	액션어드벤처	\$2,708,000.00	Disney
마이펫의 이중생활	크리스 리노드, 야로우 체니	미국	코미디	\$2,635,000.00	UNI
씨니	동 당 기아오	베트남	드라마	\$2,608,000.00	VIET
쿵푸 팬더 3	제니퍼 여 벨슨, 알레산드로 카를로니	중국/미국	코미디	\$2,244,000.00	Fox

| 극장 입매권 매출 |

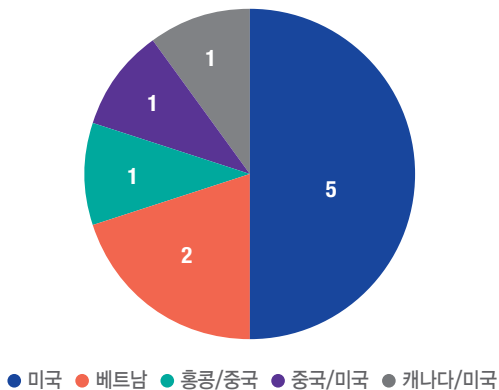


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: CGV Estimation

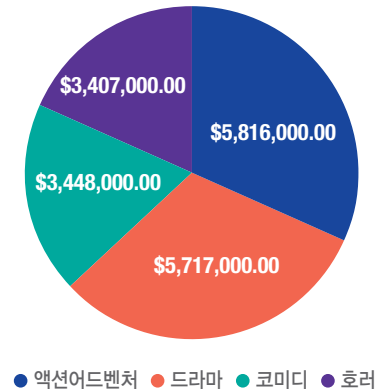
작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	배급사
천하대전 : 왕좌의 전쟁	응오 탄 반	베트남	액션어드벤처	\$2,770,000.00	BHD
선사인	동 지아오	베트남	드라마	\$2,608,000.00	GLX
택시, 당신의 이름은 무엇입니까?	딘 투안 부, 독 틴	베트남	드라마	\$2,106,000.00	CGV
내 아버지는 영웅이다	트란 응옥 거	베트남	코미디	\$1,900,000.00	SGM
유령병원	보 탄 호아	베트남	호러	\$1,871,000.00	GLX
사이공 경호원	오치아이 켄	베트남	액션어드벤처	\$1,604,000.00	CGV
마지막 달걀	바오 나, 남 시토	베트남	코미디	\$1,548,000.00	BHD
더 하우스메이드	데렉 응우옌	베트남	호러	\$1,536,000.00	CGV
플립사이드 2: 영화학교	리 하이예	베트남	액션어드벤처	\$1,442,000.00	SGM
허리 56	부 응옥 당	베트남	드라마	\$1,003,000.00	CGV

| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



베트남 시네마 2016 : 급격한 추락

베트남 영화시장은 최근 몇 년 동안 빠르게 번성했다. 2004년 규정 연휴기간에 영화 한 편 *Long Legged Girls*가 나오기 전까지는 아무도 베트남 영화를 극장에서 보려하지 않았다. 그러나 이 영화의 흥행 이후로 상업적으로 출시된 베트남 영화의 수는 2004년의 한 편에서 2016년의 연 44편까지 증가했다.

2014년 말, 한 베트남 영화가 로컬 박스오피스를 장악한지 10년 만에 또 한 건의 흥행작이 박스오피스에서 100억 VND (약 4천 4백만)를 넘어서며 큰 기록을 세웠다. 바로 *hanh Phuong Film* (현지 스튜디오)과 CJ E&M Vietnam의 공동제작영화, <호이가 결정할게>(*De Hoi Tinh*)이다.

1년 후, CJ E&M Vietnam은 또 다른 현지 스튜디오인 HK Films와 한국의 Miss Granny의 리메이크 버전인 <또 다시 스물>을 공동제작하여 <호이가 결정할게>의 최고기록인 10억 2천만 VND를 넘어서고, 베트남 역사상 최고의 흥행작이 되었다. 2016년을 바라보며 업계와 업계 내부자들은 이 흥행을 매우 낙관적인 신호로 받아들였다. 그러나 슬프게도 2016년은 많은 사람이 예상한 것처럼 좋은 해가 아니었다. 대부분의 대작이 실패하고 영화 관객 수가 20%나 줄었다.

베트남 관객들은 액션영화 <노노의 질주 7>, <어벤저스 2>가 2016년 역대 최다관객 기록)를 좋아하지만, 현지 액션영화는 별로 좋아하지 않는다. 2016년 유명 배우와 많은 예산을 쏟아 부은 세 편의 액션 대작영화가 모두 흥행 실패했다.

<비트코인 헤이스트>(HAM Tran 감독, BHD 제작, *Tracer*(CJ E&M 제작, Cuong NGO 감독, TRUONG Ngoc Anh 주연), 2년 전에 *Rise* 액션영화 히트를 기록한 팀), 두 명의 대스타 KIM Ly(*Rise*)와 THAI Hoa(한 때는 <호이가 결정할게2>), *Little Teo**(*Teo Em*), *Vengeful Heart*등 출연 영화마다 흥행에 성공하여 박스오피스의 제왕이라고 불림)가 출연한 사이공 <보디가드>에서 이 두 배우는 대기업의 외아들을 보호하기 위한 2인 1조 보디가드이다.

이 영화들의 가장 큰 문제점 중 하나는 값 비싸고 제작가치가 높지만 현지 관객의 취향과는 거리가 멀기 때문에 현지 관객에게 공감을 얻어내지 못하고 극장에서 곧 내려오게 되었다는 점이다.

2016년에 또 다른 큰 실패작은 2년 전 90억 VND를 벌어들인 로드트립 코미디 *Little Teo**(*Teo Em*)를 만들고, 베테랑 감독 Charlie NGUYEN, 배우 Johnny Tri NGUYEN, 코미디언 THAI Hoa를 포함한, 킹 오브 박스오피스 팀이 제작한 *Fan office* 이다.

THAI Hoa와 Charlie는 <폴 폴 로맨스>1과 2(베트남에서 두 번째로 흥행한 영화)와 <롱 플라이>와 같은 다른 여러 큰 성공한 코미디에서도 공동작업했다. 이번에 그들은 90년대 베트남 락 문화에 관한 영화로, 뭔가 더 진지한 영화를 만들고 싶었다. 베트남에서 코미디 영화를 만드는 것이 위험도가 낮아졌고, 대부분의 관객이 록 음악을 좋아하지 않는 상황에서, Fanatic의 창의적인 도전은 그 성과를 내지 못했다. 약 250억 VND (110 만 달러)의 예산으로 제작된 이 영화는 비용을 회수하지 못하고 대부분 부정적 평가를 받았다.

예산 규모가 큰 영화는 흥행에 실패했고 소규모 예산영화는 저예산 전략으로 살아남았다. 그리고 대다수의 영화는 형편없고 낮은 퀄리티로 인해 오히려 현지영화에 대한 관객의 신뢰를 잃게 만들었다. 매우 저렴한 예산으로 제작한 많은 저품질의 영화는 극장에서 일주일도 안돼 사라졌다.

2016년에는 반면에 LUK Van(*4 Years, 2 Boys, 1 Love*), Derek NGUYEN(<더 하우스메이드>, NGUYEN Tuan Anh(<레드 글로브>), 보 탄 호아(<유령병원>), 동 지아오(<선샤인>*), <택시, 당신의 이름은 무엇입니까?>(베트남의 인기 도서를 토대로 제작), 응오 탄반(<천하대전 : 왕자의 전쟁>) 등 베트남영화에 새로운 목소리가 더 많이 도입되었다. 동 지아오(<선샤인>*), 응오

탄반(〈천하대전 : 왕자의 전쟁〉)은 모두 첫 데뷔작을 찍은 감독이다.

다행히도 모든 현지영화가 손실을 본 것은 아니다. 총 흥행 수입이 2015년 (할리우드영화 포함)에 비해 20% 감소했지만, 베트남 영화사의 경우 수익을 창출하는 업체들이 있었는데, 이는 주로 제작자의 저예산 정책 때문이었다. 평소와 같이, 이익을 창출한 대부분의 영화는 코미디영화였다. 흥행 공식은 여전히 동일하다. 인기 있는 코미디언 (베트남 게임 쇼에서 대단히 인기가 있는)을 캐스팅하고 매우 낮은 예산으로 영화를 만들어 개봉 첫 주말 이후에도 비용을 회수할 수 있도록 한다. THU Trang, HOAI Linh, TRAN Thanh이 출연한 〈선사인〉*(*Nang*)은 딸을 기르는 정신병이 있는 여성이 그녀가 저지르지 않은 범 죄로 억울하게 기소 되는 내용으로, 600억 VND (260만 달러)를 벌었다. 예산은 약 100억 VND (\$440,000 USD)로 2016년 가장 수익률이 높은 영화이다. 그러나 도안 닛 쩡이 제작 한 〈선사인〉*은 한국의 〈7번방의 기적〉을 모방한 혐의로 기소되었다. 영화 관객들은 도안 닛 쩡의 이전 히트작 〈49일〉(2015)도 한국의 〈헬로우 고스트〉와 비슷하다고 지적했다.

2016년은 또한 베트남에서의 '유통 전쟁'의 해를 기록했다. 5월부터 갤럭시, BHD, VAA 등 8개 현지 유통업체와 스튜디오가 불이익을 준다는 혐의로 한국 CGV를 고소하였다. 이들은 CGV가 배급하는 베트남영화의 흥행 수입의 불합리한 점유율을 요구하기 위해 시장 지배력 (영화 스크린의 최대 40%)을 사용하고 있다고 주장했다. 소송은 CGV가 구정 연휴 일주일 후 BHD의 〈비트코인 헤이스트〉를 영화관에서 내렸을 때 발생했다. 그러나 정부 검토 결과 CGV가 공정 거래법을 준수한 것으로 밝혀져 소송이 기각되었다.

2016년 8월 BHD와 VAA는 자신들의 새로운 영화인 〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉에 대한 수익공유 측면에서 CGV와 협상에 실패하자 다시 문제를 제기했다. 베로니카 응오 탄 반의 〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉은 베트남 신데렐라와 비슷한 동화를 기반으로 한 판타지 스타가 출연한 영화로 클라이막스에서 두 괴물 사이의 커다란 전투를 포함하여 많은 액션시퀀스, 기간 세팅 및 CGI샷이 다수 있었기 때문에 예산은 200억 VND(880,000 달러)로 상당히 컸다. 베트남 영화관의 40%를 소유한 CGV의 지원이 없었다면, BHD와 VAA(응오 탄 반의 스튜디오)가 수익은 커녕 예산을 회수하지 못할 수도 있었다. 응오 탄 반은 기자 회견에서 CGV가 베트남영화를 발목잡고 있다고 비난하면서 눈물을 흘렸다. 이 사건과 관련 보도 자료에서 CGV의 공동원 회장은 이러한 상황을 둘러싼 사건이 영업 상 부정행위를 위장하기 위해 꾸며졌는지에 대한 의혹을 제기했다. 〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉는 결국 CGV 영화관에서 상영하지 않았음에도 흥행에 600억 VND(260만 달러) 이상을 벌어들여 2016년 최고의 베트남영화 중 하나가 되었다.

2017년의 시작도 구정 연휴에 질 낮은 베트남영화가 실패하고, 중국 및 할리우드의 블록버스터가 박스오피스를 차지하며 전 해보다 그다지 나아지지 않았다. 그러나 베트남 제작자들은 보다 창의적인 도전을 하며 새로운 장르를 시도하고 비주류영화에 더 많은 투자를 하고 있다. 〈복권 티켓〉*(*LoTo*, 다큐멘터리 풍 부인의 마지막 여행에서 영감을 얻음, 전국을 여행하는 트랜스젠더 단원), *The Exile** (*DaCoHoai Lang*, 미국에서 외로워하는 두 명의 베트남 노인인 관한 인기 연극 원작), *A House Under Rain and Sun** (*CoCanNhaNamNgheNangMua*), 살인 혐의로 도망친 아들이 돌아올 것을 기다리는 어머니에 관한 이야기)를 예로 들 수 있다. 이 영화들은 2017년 3월에 발표되었으며 현지 관객으로부터 긍정적인 피드백을 받았다. 더 나아가, 〈분노의 질주 7〉과 〈공 : 스컬 아일랜드〉와 같은 대형 할리우드영화가 현지영화 시장을 장악하고 있을 때, (이 두 블록버스터영화는 〈분노의 질주 7〉에서 4월 말까지 베트남의 모든 매표소에서 1위와 2위를 차지), 이 분위기를 완전히 뒤바꾼 하나의 베트남영화가 있다. 바로 〈감옥정사〉(LE Thanh Son 감독, Charlie NGUYEN 제작)로 미성년자 소녀가 바람을 피운 남자친구에게 복수하기 위해 플레이boy와 성행위를 녹화한 내용의 로맨틱 코미디이다. 이 영화는 출시된 4월 말에 큰 히트를 기록하며 170억 VND(약 740만 달러)를 벌어들리며, 모든 기록을 경신했다. 〈공 : 스컬 아일랜드〉를 베트남 박스오피스 1위 기록에서 쫓아낸 것이다. 이 성공은 다시 한 번 현지 관객이 진정성이 담긴 코미디를 좋아한다는 걸 증명했다.

새로운 세대의 독립영화 제작자들도 2017년에 빛을 발할 준비가 되어있으며, 이미 국제영화제에서 주목을 받고있다. 특히 주목할 이름은 <제 3의 아내>, <애쉬 메이페어>의 NGUYEN huong Anh, <우리 도시>의 TRUONG Minh Quy, *Rom*의 TRAN Dung Thanh Huy, *KFC*의 LE Bao와 *Taste*의 LE BinhGiang, 그리고 *Culi Never Cries*의 PHL Ngoc Lan가 있다. 마지막 두 명은 유명한 칸영화제의 아틀리에(L' Atelier)에서 자신들의 영화를 소개했다.

한편, 넷플릭스는 2016년 베트남에 진출해 한정된 타이틀과 베트남어 자막이 없는 영어회화 작품을 제공하고 있다. 유사한 형태의 플랫폼(합법, 불법 포함)이 더 많은 타이틀, 더 많은 옵션 및 베트남 자막을 제공하고 있는 만큼 넷플릭스가 시장을 장악하는 데는 오랜 시간이 걸릴 것이다. Fim + (Galaxy 스튜디오), Danet (BHD)은 현지 타이틀에도 중점을 두고 있으며 베트남 자막이 있는 할리우드영화와 외국영화를 월 단위 패키지 및 VOD로 저렴한 가격으로 판매한다. iFlix는 최근에 베트남에 진출해 온라인 시장 점유율 확장 시도 중이다. 새로운 플레이어로서 iFlix는 젊은 고객을 유치하기 위해 더 많은 프로모션 프로그램을 추진하고 있다. 이 회사의 장기 계획은 온라인영화를 배포하는 것뿐만 아니라 직접 내용을 제작하는 것이다. 한편, 많은 젊은 현지 관객들은 불법앱을 사용해 무료 또는 적은 돈을 내고 할리우드와 현지영화를 본다.

PHAN XI NÊ

* 해당 영어제목은 공식 영문명이 아닌 현지언어를 영문으로 번역한 것입니다.

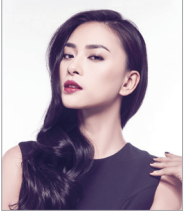
** \$1 = 22,700 VND

판 기아 닷 린 (판지네)

판 기아 닷 린은 지난 20년 간 판지네라는 필명으로 베트남 영화리뷰를 쓰고 분석을 도맡아 인터넷상에서 많은 팬을 확보했다. 2010년부터 2014년까지 YxineFF라는 온라인 국제 영화제를 설립하고 조직해 베트남 감독을 여럿 발굴했다. 2015년에는 〈내가 니 할매다〉를 통해 장편감독으로 데뷔했고, 개봉 당시 베트남 박스오피스에서 가장 큰 수익을 거두었다.



인터뷰 | 베로니카 응오 탄 반



〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉 프로듀서 | 베트남

베로니카 응오 탄 반은 베트남에서 성공한 배우이자 사업가로 활동 중인 독특한 사례다. 2004년부터 연기를 시작해 유명한 싱가포르 감독 조너선 푸가 감독이 맡은 13부작 텔레비전 드라마 『루즈』에서 주역으로 출연했다. 드라마는 MTV 아시아를 통해 방영되었다.

액션영화 〈더 레블 - 영웅의 피〉(2007)에서 주역을 맡았고, 베트남계 미국인 감독인 찰리누옌이 감독을 맡아 로스엔젤레스에서 2년 마다 한 번씩 열리는 베트남계 영화축제인 쉐어링비전스2007에서 대상을 수상했다. 〈클래쉬〉(2009)에서 주연을 맡아 베트남 제일의 여성 액션스타로 등극했다. 2016년에는 중국과 미국의 합작으로 원화평이 감독을 맡고 존 푸스코가 각본을 쓴 무술영화 〈와호장룡 2: 운명의 검〉에서 맨티스역을 맡기도 했다.

베로니카 응오 탄반은 2009년 9월에 베트남아티스트에이전시(VAA)를 설립했다. VAA는 현재 베트남에서 큰 인기를 끌고 있는 아이돌 보이밴드인 '365'의 소속사이다. 또한 2015년에는 영화〈로스트 드래곤〉에서 프로듀서로 일했다. 2016년 작인 〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉은 베로니카가 프로듀서를 맡은 작품이자 감독 데뷔작이기도 하다. 이 영화는 베트남판 신데렐라 우화를 영화로 만든 판타지영화이다.

2017년에는 그간 베로니카가 펼친 활동을 주시하던 투자 및 관리사인 노웨스터인터내셔널에서 VAA에 투자를 감행해 아래와 같은 활동을 펼칠 수 있도록 재원을 보충했다.

VAA: 연예마케팅에이전시

Studio 68: 종합제작사

Norwester Investment: 베트남 국내를 대상으로 한 제작비 수급회사

Q _____ 영화에 대한 소개를 부탁한다

〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉은 〈로스트 드래곤〉(2015)에서 프로듀서로 처음 일을 시작해, 감독으로 데뷔한 첫 작품이다. 두 영화 모두 유명한 가수인 365DABAND가 주제가를 맡았다. 내가 감독한 영화는 베트남의 전통적인 요정이야기를 차용한 것으로, 신데렐라 이야기와도 크게 다르지 않다. 이 영화는 탐(하비)의 아버지가 죽은 뒤 그녀가 잔혹한 계모인 디게(베로니카응고)와 의붓자매 인캄(닌두옹란녹)에게 고통받는 모습을 보여준다. 탐은 온갖 집안 일과 귀찮은 일을 하도록 억압 받지만 마치 신데렐라 이야기처럼 그녀의 편에는 할아버지처럼 좋은 요정이 함께한다. 탐이 잘생긴 이삭왕자(타이투)를 만난 뒤부터 상황이 바뀌고 영화의 전개도 바뀐다. 전통적인 신데렐라이야기에서 기대 할 만한 더 불길한 내용이 펼쳐지는 것이다. 영화의 이야기는 장대한 전투장면과 정치적 계략뿐만 아니라 무술장면과 괴물을 내던지는 장면 등을 모두 보여준다. 화려한 의상 디자인은 눈길을 사로 잡고 꿈처럼 촬영한 장면들이 관객의 마음을 사로 잡는다.

Q _____ 이 영화의 성공 요인은?

이 영화의 성공 요인은 세 가지다. 먼저, 이 영화는 아주 흔한 이야기를 새로운 것으로 바꿔내고, 그 과정에서 베트남 관객을 위한 오락적 분위기와 특수효과를 선보인다. 영화에 등장하는 역할들은 베트남 스타들에게 맞추었고, 베트남시장은 크다. 마지막으로 미리 잘 준비한 PR캠페인을 펼친 덕에 예고편이 예상외로 잘 알려졌다. 사운드트랙 또한 이미 베트남 관객 대부분이 알고있는 익숙한 노래를 담고 있다.

Q _____ 영화에 대한 투자는 어떻게 받나?

투자란 결국 감독이 좋은 상품을 만들어 낼 수 있다는 것을 아는 사람들과의 관계이다. 시장에 대한 당신의 직감을 믿는 사람이어야 하고, 당신과 충분히 가까워서 영화제작 과정 중에 정보를 공유하고 서로 이해할 수 있어야 한다. 손익을 넘어서 가치를 불러오는 해결책부터 시작해야 한다. 투자자의 또 다른 사업에서도 평판과 명성에 도움이 되는 해결책 말이다.

Q _____ 2016년의 시장 동향은?

베트남시장은 예측이 아주 어렵다. 시장상황을 추측 하기도 어렵고 무엇이 유행인지 결정하는데 애를 많이 써야 한다. 하지만 항상 통하는 것이 두 가지 있다. 코미디영화가 그 중 하나다. 외국영화를 번안하거나 리메이크하는것도 반응이 있다. 현지의 젊은 스타들도 빠르게 치고 올라오는 중이다. 또 다른 종류는 〈천하대전 : 왕좌의 전쟁〉같은 액션판타지영화가 시장에서 잘 통한다.

Q _____ 베트남 시장의 도전적 과제는?

투자자/제작자들이 시장의 관심사와 행동을 예측할 수 있는 빅데이터가 충분치 않다. 이 모든 것을 개인적 경험과 판단에 의존하고 있다. 이런 상황은 투자자들이 영화산업을 더 알고싶어 할 때 방해요소가 된다. 검열은 또 다른 문제다. 최근에는 변하고 있긴 하지만, 베트남은 아직도 매우 보수적이다.

Q _____ 베트남에서 촬영하는 외국감독들에게 팁을 준다면?

아주 중요한 팁 세가지를 알려주겠다. 현지 영화계의 전문가/에이전트와 함께 일할것. 현지의 일처리 방식에 준비 되어있을 것. 예상치 못한 일이 벌어질 수 있다는 점을 감안할 것.

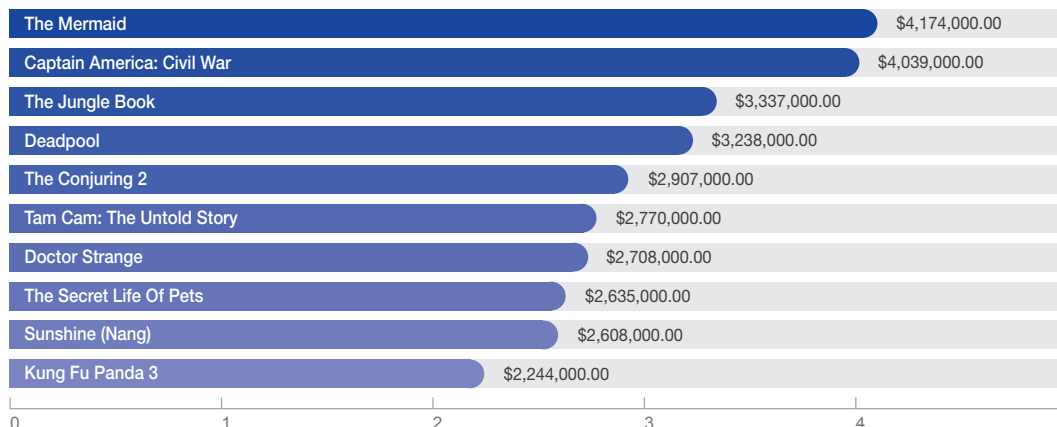
VIETNAMESE FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - VIETNAMESE BOX OFFICE 2016

Source : CGV Estimation

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Distribution
The Mermaid	Stephen CHOW	HK/CN	Comedy	\$4,174,000.00	CHI
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action Adventure	\$4,039,000.00	Disney
The Jungle Book	Jon FAVREAU	USA	Action Adventure	\$3,337,000.00	Disney
Deadpool	Tim MILLER	USA	Action Adventure	\$3,238,000.00	Fox
The Conjuring 2	James WAN	CA USA	Horror	\$2,907,000.00	WB
Tam Cam: The Untold Story	NGO Thanh Van	Vietnam	Action Adventure	\$2,770,000.00	VIET
Doctor Strange	Scott DERRICKSON	USA	Action Adventure	\$2,708,000.00	Disney
The Secret Life Of Pets	Chris RENAUD, Yarrow CHENEY	USA	Comedy	\$2,635,000.00	UNI
Sunshine (Nang)	DONG Dang Giao	Vietnam	Drama	\$2,608,000.00	VIET
Kung Fu Panda 3	Jennifer YUH, Alessandro CARLON	CN/USA	Comedy	\$2,244,000.00	Fox

| GROSS BOX OFFICE |

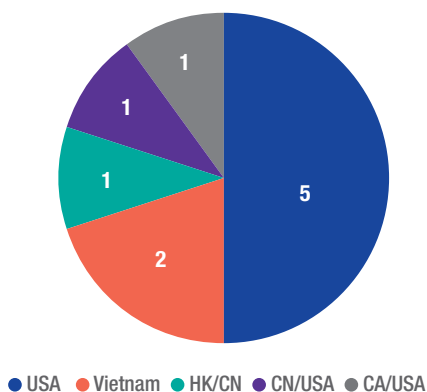


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : CGV Estimation

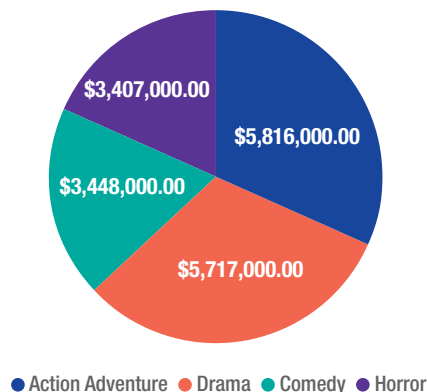
Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Distribution
Tam Cam, The untold Story	NGO Thanh Van	Vietnam	Action Adventure	\$2,770,000.00	BHD
Sunshine (Nang)	DONG Dang Giao	Vietnam	Drama	\$2,608,000.00	GLX
Taxi, What's Your Name?	DINH Tuan Vu, DUC Thinh	Vietnam	Drama	\$2,106,000.00	CGV
My Father is a Hero	TRAN Ngoc Giau	Vietnam	Comedy	\$1,900,000.00	SGM
Ghost Hospital	VO Thanh Hoa	Vietnam	Horror	\$1,871,000.00	GLX
Saigon Bodyguards	OCHIAI Ken	Vietnam	Action Adventure	\$1,604,000.00	CGV
The Last Egg	BAO Nhan, NAM Cito	Vietnam	Comedy	\$1,548,000.00	BHD
Housemaid	Derek NGUYEN	Vietnam	Horror	\$1,536,000.00	CGV
Lat Mat 2: Phim Truong	LY Hai	Vietnam	Action Adventure	\$1,442,000.00	SGM
Vong Eo 56	VU Ngoc Dang	Vietnam	Drama	\$1,003,000.00	CGV

| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



VIETNAMESE CINEMA 2016: A DOWNFALL

Vietnamese cinema market is blooming rapidly in recent years. In 2004, nobody seemed want to see a Vietnamese movie in theaters, until one movie made it big *Long Legged Girls (Gai Nhay)* during Lunar New Year holidays. Since then, the number of commercially released Vietnam films has been grown up, from one film per year in 2004, up to 44 films per year in 2016.

By the end of 2014, 10 years after that one Vietnamese film dominated the local box-office, another hit made a huge impressive mark when it passed 100 billions VND (around \$4.4 mils) at the box office - *Let Hoi Decide (De Hoi Tinh)*, a co-production between Chanh Phuong Film (a local studio) and CJ E&M Vietnam.

A year later, CJ E&M Vietnam co-produced with another local studio, HKFilms, to made another hit, *Sweet 20*, a remake version of Korea's *Miss Granny* when it topped *Let Hoi Decide* with 102 billions VND (\$4.5 mils), becoming the highest grossing Vietnamese box-office film of all time. It was a hugely encouraging sign for the industry and insiders looked forward with optimism towards 2016. Sadly 2016 was not the bumper year for Vietnamese cinema that many expected, when almost all the big movies flopped, and overall cinema attendance declined by 20%.

Even though Vietnamese audiences love action films - *Fast and Furious 7* and *The Avengers 2* top the box-office of all time in 2016, they don't really care about local action films much. Three big action films in 2016 are all bombed at the box-office, even they are big budget with big stars:

Bitcoin Heist (-Sieu Trom, directed by Ham TRAN, produced by BHD), *Tracer (Truy Sat*, produced by CJ E&M, directed by Cuong NGO and starred TRUONG Ngoc Anh, the team that made an action hit two years ago with *Rise (Huong Ga)*; and *Saigon Bodyguards (Ve Si Sai Gon)*, with two big stars, KIM Ly (*Huong Ga*) and THAI Hoa (once called "King of the Box office" when his films were almost always guaranteed hits, such as *Let Hoi Decide (De Mai Tinh 2)*, *Little Teo*(Teo Em)*, *Vengeful Heart (Qua Tim Mau)*, who play bodyguards that team up to protect the only son of a big corporation.

One of the biggest problems of these movies, even though they are expensive with high production value, are the taste way far from the local audiences, so they failed to connect to local audiences and lasted just a short time in theaters.

Another big flop of 2016 is *Fanatic (Fan Cuong)*, produced by the "king-of-box office" team, including veteran director Charlie NGUYEN, actor Johnny Tri NGUYEN and comedian THAI Hoa, which made the big hit *Little Teo*(Teo Em)*, a road trip comedy that earned 90 billion VND two years ago. THAI Hoa and Charlie also worked together on several other big successful comedies, such as *Fool for Romance (De Mai Tinh)1 & 2* (the latter is the number two highest grossing box-office movie in Vietnam) and *Long Fly (Long Ruoi)*. This time they wanted to make something more serious - a movie about rock culture in Vietnam during the 90s. With comedy being the safer bet in Vietnam, and most audiences not caring about rock music, *Fanatic* was a creative risk that didn't pay off. With a budget of around 25 billion VND (\$1.1 million USD), the film failed to recoup its costs and received mostly negative reviews.

While big-budget films failed at the box-office, small budget films survived because of their low budget, but mostly local audiences lost their faith in local films after watching many bad and low quality movies. Many

poorly produced films with very cheap budgets films couldn't even stay more than one week in theaters.

On a brighter note, 2016 introduced more new voices to Vietnamese cinema, including LUK Van (*4 Years, 2 Boys, 1 Love*), Derek NGUYEN (*The House Maid*), NGUYEN Tuan Anh (*Red Gloves*), VO Thanh Hoa (*Ghost Hospital*), DONG Giao (*Nang -Sunshine*), VAN Cong Vien (*Cho anh gan em hon chut nua - Let Me Get Closer To You**, adapted from a popular Vietnamese book), and NGO Thanh Van (*Tam Cam: The Untold Story*). Both highest box office local films belonged to first time directors: NGO Thanh Van (*Tam Cam: The Untold Story*) and DONG Giao (*Sunshine*).

Thankfully, not all local movies lost money. Even though the total box-office decreased 20% compared to 2015 (including Hollywood movies), there were some Vietnamese movies still making a profit, mainly due to producers keeping budgets low. As per usual, most of the films that made a profit were comedies. The formula is still the same; cast popular comedians (hugely popular from Vietnamese gameshows) and make the movie with a very low budget so they can break even after the first weekend. *Sunshine** (*Nang*), starring THU Trang, HOAI Linh, and TRAN Thanh, about a mentally ill woman who has to raise her daughter until she is accused of a crime she didn't commit, made more than 60 billion VND (\$2.6 million USD), with its budget being around 10 billion VND (\$440,000 USD), becoming the most profitable film of 2016. However, *Sunshine**, produced by NHAT Trung, was accused by movie-goers of being a rip-off of Korean hit *Miracle from Cell No.7*. Movie-goers also pointed out that NHAT Trung's previous hit *49 Days* (2015) was also similar to Korean hit *Hello Ghost*.

2016 also marked the year of "the distributor wars" in Vietnam. Starting in May, eight local distributors and studios, including Galaxy, BHD and VAA teamed up to sue South Korea's CGV for putting them at a disadvantage. They claimed CGV was using market dominance (up to 40% of cinema screens) to claim an unreasonable share of box office revenue from the Vietnamese films it distributes. The lawsuit happened when CGV kicked BHD's *Bitcoin Heist* out of their cinemas after one week during the Lunar New Year season. However, the lawsuit was dismissed by the government after the review, stated that CGV had followed fair trade laws.

In August 2016, BHD and VAA again brought up the issue when they couldn't negotiate with CGV on the profit sharing for their new movie, *Tam Cam: The Untold Story*. Veronica NGO Thanh Van (*The Rebel, Clash, Crouching Tiger Hidden Dragon 2*) is the producer, director and star of this fantasy, based on a Vietnamese Cinderella type fairy tale. With an abundance of action sequences, period sets and tons of CGI shots, including a big battle between two monsters in the climax, its budget was quite big - up to 20 billion VND (\$880,000 USD). Without the support of CGV who own 40% of cinema screens in Vietnam, it was possible BHD and VAA (NGO Thanh Van's studio) might not recoup their budget, let alone make a profit. At a press conference, NGO Thanh Van broke down in tears, accusing CGV of blocking Vietnamese movies. In his press release involving this incident, CGV's CEO KWAK Dongwon raised the question whether the drama surrounding this situation was engineered to camouflage business malpractice. His concern seemed reasonable when *Tam Cam: The Untold Story* eventually made more than 60 billion VND (\$2.6 million USD) at the box-office, even without showing at CGV cinemas, becoming one of the highest grossing Vietnamese films of 2016.

The start of 2017 hadn't fared much better, with bad Vietnamese movies failing during the Lunar New Year holidays, and Chinese and Hollywood blockbusters dominating the box-office once more.

However, Vietnamese producers are taking more creative risks, trying new genres, and investing more money in unusual movies, such as *Lottery Tickets** (*LoTo*, inspired by the documentary *The Last Journey of Madame Phung*, about a transgender troupe traveling around the country), *The Exile** (*DaCoHoai Lang*, based on a popular play about two Vietnamese old men who are lonely in America), and *A House Under Rain and Sun** (*CoCanNhaNamNgheNangMua*, about a mother who is waiting for her son to return after he was accused of murder and ran away). These movies released in March 2017 and got positive feedback from local audiences. Even better, while big Hollywood movies dominate local market, such as *Fast & Furious 8*, and *Kong: Skull Island* (these two blockbuster topped *Fast 7* to be the number 1 and 2 in all time box-office in Vietnam by the end of April), there is one local film changed the game. *Jailbait* (*EmChua 18* - directed by LE Thanh Son, produced by Charlie NGUYEN), a romantic comedy about an under-aged girl filmed herself having sex with a playboy to use him for revenging her cheated boyfriend, became a phenomenon when it released by the end of April. It earned 170 billions VND (around \$7.4 mils), broke all records, kicked *Kong: Skull Island* out to be the number 1 of all time in Vietnam box-office. This success once again proves that local audiences love to watch comedy with heart.

A new even younger generation of indie filmmakers are ready to shine in 2017, with their projects already getting attention from international film festivals. Names to watch out for include Ash Mayfair NGUYEN Phuong Anh with *The Third Wife*, TRUONG Minh Quy with *City of Glass*, TRAN Dung Thanh Huy with *Rom*, LE BinhGiang with *KFC*, LE Bao with *Taste*, and PHAM Ngoc Lan with *Culi Never Cries*. The two latters introduced their film at the prestigious Cannes's L'Atelier.

On a side note, Netflix came to Vietnam in 2016, with limited titles and non Vietnamese-subtitled English-language films. It will be a long way for Netflix to dominate this market, when other similar flat-platforms - both legitimate ones and piracy ones - are way more popular with more titles, more varieties and with Vietnamese subtitles. Fim+ (under Galaxy studio), Danet (under BHD) are also focusing on local titles, while they are also showing Hollywood and foreign movies with Vietnamese subtitles and cheaper price for monthly package, or VOD. iFlix just came to Vietnam recently and they are trying to take over this online market. As a new player, iFlix pushing more promotion programs to attract young customers. Their long term plan is not just only distributing online films, but also producing original contents. Meanwhile, many young local audiences still use illegal apps to watch new movies, both Hollywood and local, without paying or paying less.

PHAN XI NE

*These English titles are literally translated from the original titles, not the official English titles.

** \$1 = 22,700 VND

PHAN Gia Naht Linh (PHAN Xi Ne)

PHAN Gia Nhat Linh has been writing film reviews, and analysis on the Vietnamese film industry for the last 20 years, under the pen name PHAN Xi Ne, garnering a large online following. From 2010 to 2014, he founded and organized YxineFF, an online international film festival, discovering new Vietnamese filmmaker's talents. Phan made his feature film directorial debut in 2015 with *Sweet 20 (Em La Ba Noi Cua Anh)*, which became the highest grossing film in the Vietnamese box office at the time.



INTERVIEW | Veronica NGO Thanh Van



Producer of *Tam Cam - The Untold Story* | **VIETNAM**

Veronica NGO Thanh Van is a unique success artist and entrepreneur case study in Vietnam.

Started her career in 2004, she played one of the leading roles in *Rouge*, a 13-part TV series by renowned Singaporean director Jonathan FOO on MTV Asia.

In 2007, she played a leading role in *The Rebel*, an action film which won the Grand Jury Award 2007 Sharing Visions held in Los Angeles, directed by Vietnamese-American Charlie NGUYEN.

In 2009, Veronica became the number one female action star in Vietnam as the leading actress in the action drama called *Clash*.

In 2016 she took a role named Mantis in *Crouching Tiger, Hidden Dragon: Sword of Destiny*, an American-Chinese martial arts film directed by YUEN Woo-ping and written by John FUSCO.

September 2009, Veronica founded Vietnam Artist Agency (VAA) which currently manage the idol boyband “365” - a huge success in Vietnam market, currently number 01 most famous boyband in Vietnam. In 2015 she became a movie producer in the comedy film *The Lost Dragon*.

In 2016, *Tam Cam-The Untold Story*, a fantasy work based on a fairy tale best known as the Vietnamese version of Cinderella, is her directorial debut.

Inspired by Veronica, mid 2017 Norwester International - an investment and management venture has been powered VAA into:

- Vietnam Artist Agency - A professional talent marketing agency
- Studio 68 - A full services production house
- Norwester Investment - A domestic fundraiser for films

Q _____ Tell us about the film

Tam Cam: The Untold Story is my directorial debut after my first movie as the Producer being *The Lost Dragon* (2015). The films also feature music theme song performed by the famous 365DABAND. The movie is a drama, fantasy adaptation of a traditional Vietnamese fairy tale, not unlike the story of Cinderella. The film follows Tam (HA Vi) as she is tormented by her cruel stepmother Di Ghe (Veronica NGO) and her stepsister Cam (NINH Duong Lan Ngoc) after her father dies. Tam is forced into doing all the menial tasks and household chores, fortunately for her, she has a good, grandfather-like, fairy on her side, just like Cinderella. After Tam meets her own Prince Charming Isaac (THAI Tu) and things start to look up the film starts on another direction, adding more sinister tones to what we might expect from the traditional Cinderella story. The plot thickens with epic battle scenes, political power play, as well as martial arts and monsters getting thrown in the mix. The stunning costume design captivates the eye and the dream-like shots will mesmerize.

Q _____ Why this film's success?

I think it would be 3 things make this film's success:

First, it turns a story that is very common into a new one that carries entertainment, spirits, CGI effects done by the Vietnamese for Vietnamese. Next, the roles in films are designed for our stars and its market is big. Lastly, effects of our prepared PR Campaign, the trailer reached beyond the normal expectation of standards, while the soundtrack has inherited a familiar song, which is known by most of Vietnamese.

Q _____ How do you get the investment for the film?

It is all about relationship, who knows you can produce a good product. And trust your instinct about the market, also close enough so you could share and get understanding during the process. Let's start with a solution that brings value beyond the P/L. A solution which can benefit the reputation of investors' other businesses.

Q _____ What is the Vietnamese film market trend in 2016?

Vietnamese market is one of the unpredictable one. It is tough to guess and requires a lot of efforts in deciding what the trends are. However, there are 2 types which always have the standing in the crowd: First one is comedy. Local adaptation/remake will buzz the market. Young local stars are coming up very fast. And the other one is an action-fantasy, just like *Tam Cam: The Untold Story*

Q _____ What are the challenges in Vietnamese market?

There are insufficient big data for investors/producers to map out the market interests and behaviors. All based on personal experiences and judgment. It builds a wall to stop investors when they search for more info about the industry. Censorship is another issue, still very conservative even though in recent years it has been changing.

Q _____ Tip for foreign filmmakers to shoot in Vietnam

I will have 3 top tips. Work with local experts /agents in the industry. Be prepared for local process. Expect the unexpected things.

2016년 베트남 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING VIETNAMESE FILMS IN 2016

No.1 천하대전 : 왕좌의 전쟁 Tam Cam- The Untold Story

12

Code 446 • 7/17 20:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 1021 • 7/23 17:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

성군이 다스리던 평화로운 황실. 왕의 병세가 악화되자 왕세자 히우롱의 짝을 찾기 위해 축제를 열고 그는 아름다운 딸과 사랑에 빠진다. 한 편 이웃 국가의 도발로 전쟁이 벌어지고 총독의 계략으로 히우롱은 위기에 처하는데.

Our heroine Tam is a beautiful child, a daughter to the first wife. However, after her mother dies, her father marries another woman bringing a baby girl named Cam, whose looks always deemed as inferior to that of TAM's.



연출	응오 탄 반	개봉일	2016.08.12	최종 흥행 수입	\$2,770,000.00
제작	응오 탄 반, 탄부록	배급	BHD Vietnam		
제작사	BHD Vietnam				

Director	Thanh Van NGO	Distribution	BHD Vietnam
Producer	Thanh Van NGO, TRAN BuuLoc	Final Box Office	\$2,770,000.00
Production	BHD Vietnam		
Release Date	2016.08.12		



연출 | 응오 탄 반

베트남 남부의 짜빈에서 1979년에 태어났다. 노르웨이에서 자랐으며 베트남아티스트에이전시를 설립했다. 베트남에서 가수이자 모델, 감독이자 배우로 활동하고 있다. <천하대전: 왕좌의 전쟁>(2016)은 감독의 데뷔작이다.

DIRECTOR | Thanh Van NGO

Born in 1979, Vietnam. Raised in Norway, NGO is the founder of the Vietnam Artist Agency. She is Vietnamese singer, actor and director known as *Dòng máu anh hùng*(2007), *Tam Cam: The Untold Story*(2016).

No.2 선샤인 Sunshine (Nang)

G



5살의 낭은 어린아이 같은 엄마와 함께 살고 있다. 둘은 무너져가는 집에 살지만 행복하게 지낸다. 그러나 어느날 엄마가 저지르지도 않은 죄로 억울하게 잡혀가게 되는데...

5-year-old Sunshine live with Rain, disabilities and naive mother. Every day they rely on each other in a wilderness house with love. but some day mother, Rain is accused of a crime she didn't commit...

연출	동 당 자오	개봉일	2016.08.31	최종 흥행 수입	\$2,608,000.00
배급	Galaxy Cinema				

Director	DONG Dang Giao	Distribution	Galaxy Cinema
Release Date	2016.08.31	Final Box Office	\$2,608,000.00

연출 | 동 당 자오

동당 자오는 1970년생 베트남 출생의 감독이다. 자국 박스오피스에서 흥행을 한 〈선샤인〉(2016)에 이어 〈선샤인2〉(2017)를 연출하여 개봉을 앞두고 있다.

DIRECTOR | DONG Dang Giao

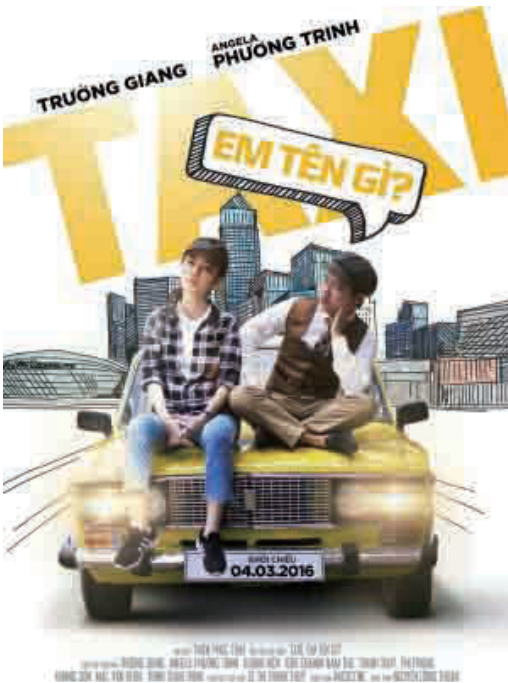
DONG Dang Giao born in 1970, Vietnam, Followed by *Sunny*(2016) which succeed in vietnam box-office, He is going to release *Sunny2*(2017).

2016년 베트남 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING VIETNAMESE FILMS IN 2016

No.3 택시, 당신의 이름은 무엇입니까? Taxi, What's Your Name?

G



애인을 만나러 다랏에 가는 평청과 그를 데려다 주는 택시 운전사의 이야기. 택시운전사역을 맡은 안젤라는 강한 성격으로 매력적인 모습은 보인다. 평청과 안젤라는 다랏으로 가는 여정에서 어려움을 겪으며 서로 진정한 사랑을 만나게 된다.

The journey of Feng Chang's character to find a taxi driver driving him to go to Da Lat to meet his lover. Angela Phuong Trinh makes the viewer surprised with a female taxi driver role which is a strong personality. Although not dressing sexy, Angela Phuong Trinh is still very attractive. A journey finding true love with many difficulties, challenges, dangerous, but not lack of romantic moments.

연출	딘 투안 부, 독틴	개봉일	2016.03.04	최종 흥행 수입	\$2,106,000.00
제작사	VIETNAM MEDIA Corp.	배급	DHD Co., Ltd.		

Director	DINH Tuan Vu, DUC Thinh	No. of Screens	DHD Co., Ltd.
Production	VIETNAM MEDIA Corp.	Distribution	\$2,106,000.00
Release Date	2016.03.04		

연출 | 딘 투안 부, 독틴

So I'll Be Back(2016)

Until You(2016)

Ma Dai(2015)

Scandal(2012)

DIRECTOR | DINH Tuan Vu, DUC Thinh

So I'll Be Back(2016)

Until You(2016)

Ma Dai(2015)

Scandal(2012)

2015년 베트남 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING VIETNAMESE FILMS IN 2015

내가 니 할매다 Sweet 20

입이 거친 일흔 살의 다이 여사는 우연히 스무 살의 모습으로 변하게 된다. 조금은 노티나는 패션센스와 행동짚이야 조금은 수상해 보이기 마련이지만, 사랑에 빠지는 것만큼 곤란한 일도 없는데! 2014년 개봉한 한국영화 <수상한 그녀>의 베트남 리메이크 버전.

A foul-mouthed seventy-year-old granny magically turns into her twenty-year-old self. Her old fashion and behavior appear to be a bit suspicious, but nothing is as awkward as falling in love with a young man! The film is a Vietnamese remake of the Korean film, Miss Granny.

연출 Director	판 gia 낮 린 PHAN Gia Nhat Linh	개봉일 Release Date	2015-12-11
제작 Producer	Ha Qyunh VU	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$4,760,000
제작사 Production	CJ Entertainment	배급 Distribution	CJ Entertainment

마이가 결정할게 2 Let Hoi Decide

남자를 좋아한 주인공 호이. 유명한 그림을 모사하는 직업을 가진 남(쿠앙 수). 둘의 운명적인 만남을 통해 사랑의 갈등이 시작된다. 이 작품 역시 CJ에서 투자배급 및 제작단계부터 프로덕션 관리와 더불어 현지 파트너사와 공동으로 마케팅을 진행한 작품.

Miss Hoi meets a talented forger of paintings, Nam. As soon as they meet, their affection and conflict grow. The film was invested and distributed by CJ from pre-production to production and marketing with the local partner.

연출 Director	찰리 웡웡 Charlie NGUYEN	개봉일 Release Date	2015-12-12
제작 Producer	Jimmy Pham NGHIEM, Jenni Trang LE	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$4,750,000
제작사 Production	CJ Entertainment	배급 Distribution	CJ Entertainment

초록 들판의 노란 꽃들 Yellow Flowers on the Green Grass

1980년대 말, 열 두 살 소년의 당당함 뒤에는 사실 엄청난 불안감이 도사리고 있다. 그의 작은 동생이 우수한 성적을 받고 옆집 소녀의 마음까지 빼앗자 그는 큰 분노를 느끼는데. 원작소설을 바탕으로 베트남 시골에서 펼쳐지는 따뜻한 성장 드라마가 인상적이다.

In the 1980s, a twelve-year-old boy hides overwhelming insecurities behind his over-confidence. Yet, he gets infuriated over his younger brother with good grades and affection from the girl next door. Based on the original novel, the film depicts a coming-of-age story set in the Vietnam.

연출 Director	빅터 부 Victor VU	개봉일 Release Date	2015-10-2
제작 Producer	TRINH Thanh Tam, NGUYEN Cao Tung, NGUYEN Hoang Diep	최종 흥행 수입 Final Box Office	\$3,500,000
제작사 Production	Galaxy Studio	배급 Distribution	CJ Entertainment



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

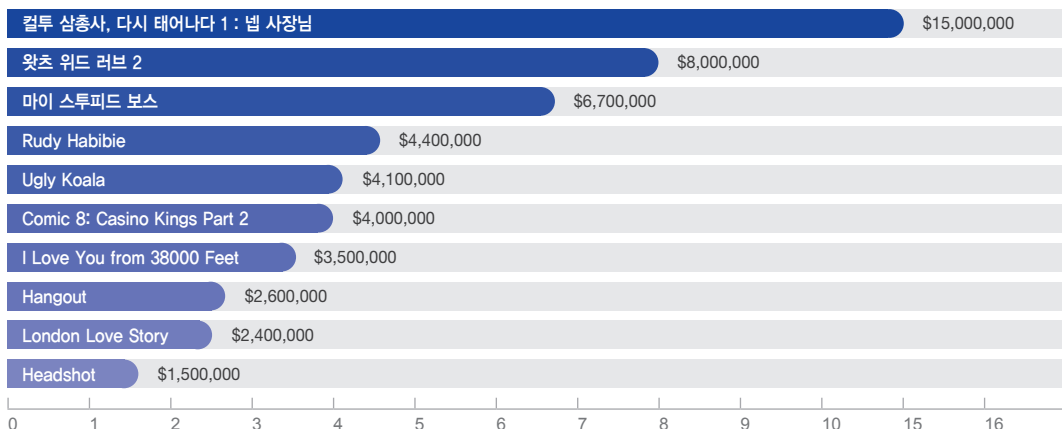
인도네시아 | INDONESIA

2016년 인도네시아 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - INDONESIAN BOX OFFICE 2016 출처: <http://jakartaglobe.id>, <http://filmindonesia.or.id/>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사	관객수
컬투 삼총사, 다시 태어나다 1 : 넵 사장님	앵기 엄바라	인도네시아	코미디	\$15,000,000	Falcon Pictures	6858616
왓츠 워드 러브 2	리리 리자	인도네시아	드라마	\$8,000,000	Miles Films	3665509
마이 스투피드 보스	우피 아비안토	인도네시아	코미디	\$6,700,000	Falcon Pictures	3052657
Rudy Habibie	하눔 브라만토	인도네시아	드라마	\$4,400,000	MD Entertainment	2642957
Ugly Koala	라디차 디카	인도네시아	코미디	\$4,100,000	Star Vision	2620644
Comic 8: Casino Kings Part 2	앵기 엄바라	인도네시아	코미디	\$4,000,000	Falcon Pictures	2010072
I Love You from 38000 Feet	이습 쿠스리나르	인도네시아	로맨스	\$3,500,000	Legacy Pictures	1863541
Hangout	라디차 디카	인도네시아	스릴러	\$2,600,000	Rapi Films	1835644
London Love Story	이습 쿠스리나르	인도네시아	드라마	\$2,400,000	Screenplay Infinite Films	1574576
Headshot	키모 스타보엘, 티모 차한토	인도네시아	코미디	\$1,500,000	Screenplay Infinite Films	1124876

| 극장 입매권 매출 |



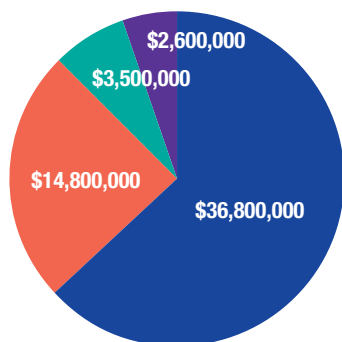
TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: <http://jakartaglobe.id>, <http://filmindonesia.or.id/>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사	관객수
컬투 삼총사, 다시 태어나다 1 : 뱀 사장님	앵기 엄바라	인도네시아	코미디	\$15,000,000	Falcon Pictures	6858616
왓츠 위드 러브 2	리리 리자	인도네시아	드라마	\$8,000,000	Miles Films	3665509
마이 스투피드 보스	우피 아비안토	인도네시아	코미디	\$6,700,000	Falcon Pictures	3052657
Rudy Habibie	하눔 브라만토	인도네시아	드라마	\$4,400,000	MD Entertainment	2642957
Ugly Koala	라디차 디카	인도네시아	코미디	\$4,100,000	Star Vision	2620644
Comic 8: Casino Kings Part 2	앵기 엄바라	인도네시아	코미디	\$4,000,000	Falcon Pictures	2010072
I Love You from 38000 Feet	이습 쿠스리나르	인도네시아	로맨스	\$3,500,000	Legacy Pictures	1863541
Hangout	라디차 디카	인도네시아	스릴러	\$2,600,000	Rapi Films	1835644
London Love Story	이습 쿠스리나르	인도네시아	드라마	\$2,400,000	Screenplay Infinite Films	1574576
헤드샷	키모 스탬보엘, 티모 차한토	인도네시아	코미디	\$1,500,000	Screenplay Infinite Films	1124876

| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



● 코미디 ● 드라마 ● 로맨스 ● 스릴러

예기치 않은 성공 : 2016년 인도네시아영화

수년간의 정체기와 끝나지 않을 것처럼 보이던 구조적, 창조적 '개발'이 한창일 때, 인도네시아 영화산업은 제도적 터닝포인트가 더해져 2016년에 예기치 않은 상업적 성공을 거두었으며, 앞으로 몇 년간 더욱 풍성해질 것으로 예측된다.

가장 최근의 좋은 소식으로 시작하려고 한다. 왜냐하면 장기적인 결과를 가져올 수 있는 시대를 정의할만한 변화이기 때문이다. 지난 몇 년 동안, 많은 지면을 할애하여 인도네시아 군도의 영화 스크린이 턱없이 부족하다는 것을 설명하고 안타까워했다. 인도네시아는 사실 세계에서 네 번째로 인구가 많은 국가다. 2016년 중반에는 1,100개에서 1,200개의 스크린만 있었다. 이러한 제한적인 스크린 수가 관객과 수익 측면에서 지역시장의 성장의 한계를 어느 정도 정당화했지만, CJ와 롯데 등 한국 기업이 현지영화 극장 시장에 진출하면서 느리지만 이 문제가 확실히 개선되고 있다. 이 문제를 짚기 위해서는 Cinema21 그룹의 독점 문제가 추가적으로 거론되어야 한다. 이 그룹은 800개의 스크린을 통제할 뿐만 아니라 자회사를 통해 대부분의 영화배급을 통제한다.

작년 5월, 영화산업은 조코 '조코위' 위도도 대통령이 자유화한 경제 및 상업분야에 포함되었다. 목표는 수하르토의 권위주의 체제에서 물려받은 독재 정치, 그리고 부패, 공모 및 족벌주의 (인도네시아 인기 약어 KKN : Korupsi, Kolusi, Nepotisme로 알려짐)에 시달려온 국가경제에 새로운 기운을 불어 넣는 것이었다.

외국인이 소유한 회사는 이제부터 인도네시아의 영화관 운영 및 생산 및 유통 회사의 완전한 소유권을 보유할 수 있다. 이것은 할리우드 메이저사가 지난 몇 년 동안 법적 문제가 발생시킨 현지의 중개업자를 거치지 않고 마침내 인도네시아에 제품을 수출할 수 있음을 의미한다. (몇 년 전에는, 미국영화의 인도네시아 내 엠바고로 현지시장이 거의 붕괴되기까지 함)

이미 해안에서 운영하는 기업을 통해 현지시장에 진출한 외국기업은 이제 완전히 통제권을 가지고 활동을 확장할 수 있다. 소위 이것은 영화 극장부문에서 혁명이라고 불리며, CGV blitz와 Lippo-Cinemaxx는 야심찬 확장 프로젝트를 즉시 발표했다. 약 100개의 스크린을 확보한 Cinemaxx는 향후 10년 내에 2,000개까지 만들 계획입니다.

가장 놀라운 점은 CGV blitz와 Cinemaxx가 탈 로컬화를 계획하고 있다는 것이다. 인도네시아의 기존 스크린 중 3분의 1 이상이 자카르타 도시지역을 기반으로 하고 있으며 섬 전체 거의 90%가 자바 섬에 거주하고 있다. 나머지 열도에서 영화극장을 열면, 현재까지 해적판 DVD만 보던 수백만 명의 잠재 시장의 수문을 열 수 있다.

정치 제도적 측면에서 좋은 소식을 추가하자면, 현지 프로덕션이 수년간 대중을 도외시 해오며 지난 10년간 관객 수가 증가하지 않았던 것과는 달리, 시장이 다시 관객을 끌어들이기 시작했다는 것을 들 수 있다. 비록 공식 수치는 존재하지 않지만, 현지영화는 전체 시장의 33%를 차지하는 것으로 추산된다. 또한 2016년에 발표된 10개 영화는 백만 관객이라는 상징적인 지표를 돌파했으며 이중 3개는 300만을 넘었다. 올해의 최대 매출은 역사상 제작된 현지영화 중 가장 큰 수익을 올렸다. 4월 말과 5월 초 사이에 두 개의 타이틀이 현지 시장에 충격을 주었다. 2002년 인도네시아 상업 영화계를 재탄생 시킨 <친타에게 무슨 일이?>(대본 리리 리자)의 고전에 대한 후속편인 리리 리자의 로맨틱 코미디 <왓츠 위드 러브 2>, 그리고 우피 아비안토의 매우 재미있는 <마이 스투피드 보스>라는 두 작품이다.

전자의 경우는 이전 작품의 성공으로 인해 흥행이 예상되어 360만장 이상의 티켓이 판매되었지만, <마이 스투피드 보스>는 최대 기대치를 초과하며, 3백만 장의 티켓을 판매했다. 주인공 사이의 완벽한 연금술을 특징

으로 하는 재치있고, 균형잡힌 대본은 현재 상업적인 인도네시아 영화계의 가장 재능있는 영화제작자인 우피 아비안토의 역량을 재확인했다. 이후 6월에는 또 다른 '연작 프로듀서'가 모든 기대치를 상회한다.

드라마 *Rubi Habibie & Hainun*은 블록 버스터 *Habibie & Hainun*의 2012년 판으로, 인도네시아 제3대 대통령 Bacharuddin JUSEF HABIBIE의 전기이다. 유명한 Hanung BRAMATYO이 감독하고, 2백만 명이 넘는 관객을 끌어들이었다(첫 번째 작품의 절반 이하 임에도 불구하고). 그러나 9월의 실제 쿠데타는 <컬투 삼총사, 다시 태어나다 1 : 넵 사장님!>이 일으켰다. 몇 주간 6백만 명의 관객을 넘기며, 총 680만 명의 관객 수를 기록했다.

Anggy UMBARA이 감독 (2015년에 가장 성공한 영화인 첫 번째 영화인 <코믹 8 : 카지노 킹스>의 두 챕터를 연출, 2016년 3월 180만 티켓 판매)과 팔콘픽처스 <마이 스투피드 보스>가 제작한 이 영화는 1980년대 코미디영화 시리즈의 영광을 재현한다. 그것은 CHIPS(70년대 미국 TV시리즈 Chil's를 나타냄)라는 보안 경비 회사의 3명의 더듬거리는 에이전트 중 한 명이다. Abimana ARYASATRYA(Dono), Vino G. BATIAN(Kasino) 및 Tora SUDIRO(Indro)가 출연한 <컬투 삼총사, 다시 태어나다>는 일련의 명칭한 개그를 사용한다. 이는 인도네시아에서는 매우 인기 있는 코미디이지만, 국제적인 관객에게는 잘 전달되지 않는다. 이 영화는 확실히 대중을 즐겁게 했고, 집안에 화기애애함을 불러일으켰다.

이것이 모자라기라도 하다는 듯이, 12월에 발표된 두 편의 코미디 Ernest PRAKASA 주연, 감독 Cek Toko SEBELAH, Racitya DIKA 주연, 감독의 *Hangout*은 예기치 못한 엄청난 결과를 낳아 2017년 초 250만 명의 관객을 끌어들이었다. 특히 *Hangout*은 Raditya DIKA가 현지 코미디의 황금소년이라는 지위를 공고히 하였다. 그는 코알라 쿠말(Koala Kumali)을 대본, 감독, 출연하여 180만 명의 관중을 모은 바 있었기 때문이다. 언급된 영화 외에도 또 다른 두 편이 백 만명 이상의 관객을 유치했다. 실제 비행기 사고에서 영감을 얻은 드라마 *ILY from 38,000ft*와 10대의 로맨스 *London Love Story*가 바로 그 주인공이다.

이처럼 2016년 인도네시아영화는 전반적으로 긍정적이었으며, 그 누구도 이러한 장밋빛 결과를 연초에 예상하지 못했다. 유일하게 유감스러운 점은 매표소에서 승리한 영화의 '다양성'이 상대적으로 부족하다는 점이다. 현지 코미디와 젊은 사람들을 끌어들이는 유명한 배우들이 출연하는 로맨틱 드라마가 주를 이루었다.

역사 및 종교 드라마는 매표소의 인기 순위에서 사라진 것처럼 보였다. (2017년 초에 *Suga Yang Tak Dirindukan 2* 라는 서사영화가 영화 관람객 150만 명을 유치했음에도 불구하고) *Raid*의 재출시로 돌아온 액션영화가 모 브라더스의 <헤드샷>(백만 명의 관객 유치 최고 흥행작)에 힘입어 흥행한 반면 한 때, 유행했던 공포장르는 점점 인기가 시들어가고 있다. 이와 동시에, 시리즈물이 꽃을 피우고 있다. 그러나 이것은 전 세계의 주류영화의 상황과 동일하게 진행되고 있으며, 아시아대륙 전체에서 가장 큰 성장 잠재력을 가진 시장의 확대와 멀티플렉스의 확장을 위한 지형을 준비하고 있는 것으로 보인다.

파울로 베르톨린

파울로 베르톨린은 영화평론가, 프로듀서 및 아시아 영화전문가로서, 2008년부터 베니스국제영화제 아시아지역 프로그래머로 활동하고 있으며, 로테르담, 베이징, 뭄바이, 도하, 우디네 영화제 등 많은 영화제들과 아시아 컨설팅으로 협력해오고 있다.



인터뷰 | 미라 레스마나



〈왓츠 위드 러브 2〉프로듀서 | 인도네시아

미라 레스마나는 Miles Films의 창립자이다. 독립영화 제작자로서 그녀는 박스오피에서 큰 성공을 한 두 개의 인도네시아 자
국영화 〈세리나의 모험〉(2000)과 〈친타에게 무슨 일이?〉(2002)를 통해 인도네시아 영화산업에 관객의 활기를 되찾아온 역
할을 한 것으로 유명하다.

그녀가 제작한 다양한 범위의 영화는 그녀의 작업을 쉽게 예측할 수 없게 만든다. 2009년에 베를린에서도 상영된 〈무지개
분대〉(2008)처럼 박스오피스에서 큰 성공을 거둔 영화에서부터 비평가들의 호평을 받은 〈엘리아 엘리아나〉(2002), 〈영원으
로 가는 사흘〉(2007), 여러 국제영화제에서 수상한 *Atambua 39°Celsius*(2012)와 같은 작품 또한 제작했다.

2016년 Miles Films은 두 개의 작품을 개봉했다. 말레이시아와 인도네시아 박스오피스에서 모두 성공을 거둔 〈왓츠 위드 러
브 2〉와 명망있는 인도네시아영화제에서 최고작품상을 포함 6개의 상을 휩쓴 〈마더(엠마)〉이다.

Q _____ 이 영화에 대해 이야기해주세요.

〈왓츠 위드 러브 2〉는 〈친타에게 무슨 일이?〉의 속편입니다. 2002년 첫 번째 영화는 경이로운 성공을 거두었으며 수년 동안 로맨스, 우정영화의 고전이 되었고, 인도네시아 청소년이 꼭 봐야하는 영화가 되었습니다. 영화가 끝날 때 주인공 랑가와 친타는 서로에 대한 사랑을 선언했지만 랑가가 보름달이 한 번 지나간 후에 친타를 찾기 위해 돌아올 것이라는 약속을 한 채 이별해야만 했습니다. 저는 처음에는 속편을 만들 필요가 없다고 확신했습니다. 영화 끝 부분의 이별은 제가 보기에는 슬픈 결말이 아니었고 낭만적인 행복한 결말이라고 생각했습니다. 그러나 해마다 팬들은 랑가와 친타가 다시 만날 것인지 물어왔습니다. 저는 이것을 처음에는 무시했지만, 영화 출시 10년 후에 작은 기념회를 열었습니다. 친구, 가족 및 열성 팬에게 영화를 다시 보여주는 특별한 이벤트였습니다. 모든 영화 속 주인공들을 다시 한 번 보면서 배우로서 어떻게 성장하고 성숙했는지 만나보는 기회를 가졌는데, 그 이후, 이 배우들을 다시 스크린에서 본다면 어떨까? 하는 궁금증과 함께 머릿속에 스토리가 만들어지기 시작했습니다. 〈왓츠 위드 러브 2〉는 첫 번째 영화 출시 후 14년이 지난 시점에서 시작되며, 친타와 랑가가 마침내 다시 만나기 전에 자신의 삶을 어떻게 살아내는지를 다루고 있습니다.

Q _____ 이 영화를 어떻게 성공적으로 만들었습니까?

이 영화는 인도네시아 역사상 가장 기대가 큰 영화였습니다. 사람들이 14년을 기다렸던 속편이며, 그들은 랑가와 친타뿐만 아니라 친타의 친한 친구들의 역동적인 성격을 그리워했습니다. 이 영화는 개봉 시 대기자가 엄청났으며, 그 당시 첫 개봉일 최다 관객이 기록되었습니다. 영화 개봉일인 2016년 4월 28일까지 인도네시아 영화 중 4년 동안 (200만 부) 그렇게 많은 관객을 끌어모은 것은 이 영화가 처음이었습니다. 〈왓츠 위드 러브2〉는 무엇보다도 영화를 두 번 이상 시청한 다수의 재관람 관객으로 인해 총 3,700만 관객이 영화를 상영했습니다.

Q _____ 영화투자는 어떻게 받습니까?

독립영화 제작사인 Miles Films는 프로젝트를 기반으로 운영됩니다. 거의 20년 동안, 우리는 우리가 중요하다고 생각하는 영화를 제작하고, 공개적으로 다루어져야 할 필요가 있는 이슈를 표현하거나, 또는 영화를 통해 다양성을 홍보하고 증진하는 방향으로 작업해왔습니다.

이로 인해 우리의 영화는 항상 대중에게 어필할 수 없었지만, 그러나 우리 영화 4편이 인도네시아 최고의 흥행 성공작 톱 10 내에 올랐습니다. 이처럼 우리의 스타일이 우리가 영화에 투자하는 방법을 결정합니다. 우리는 소규모 예산에서 대규모 예산 제작에 이르기까지 비평적으로 높은 평가를 받은 작품에서부터 박스오피스 성공작에 이르기까지 지역 비즈니스 투자자에서부터 국제영화 기금 및 크라우드 펀딩, 몇몇 국제 합작사 등 다양한 범위를 넘나들며, 모든 것이 영화의 우리가 만드는 유형에 따라 결정됩니다.

Q _____ 영화는 인도네시아에 일반적으로 어떻게 투자됩니까?

대부분의 독립영화 제작사나 소규모영화 제작사는 Miles와 같은 투자를 받습니다. 일부는 지역 비즈니스 투자자에 의존하고 일부는 국제영화기금 또는 공동제작에 의존합니다. 일부는 프로젝트를 기반으로 하고 일부는 3-5편의 영화로 계약을 합니다. 그러나 큰 회사(큰 '스튜디오' 회사)는 스스로 자금을 조달하며, 일부는 독립적인 생산자와 파트너 관계를 맺고 자금을 조달합니다.

Q _____ 출시하는 지역영화에는 어떤 종류가 있습니까?

제작하는 영화에 따라 다릅니다. 인기 영화, 인기 장르영화 및 유명 영화배우가 가진 영화는 개봉일에 전국 최대 500개의 스크린을 가져갈 수 있습니다. 더 작은 필름은 20개에서 80개의 스크린을 얻습니다.

Q _____ 인도네시아에서 수익 공유는 어떤 방식으로 이루어집니까? 귀사의 영화는 어떻습니까?

이에 대한 규칙은 없습니다. 투자자와의 이익 공유는 50:50부터, 20:80에서 80:20 사이입니다. 영화의 특성과 영화사의 실적에 따라 다릅니다.

Q _____ 2016년에 관찰된 시장 동향에는 어떤 것이 있습니까?

시장 분석이 너무 힘듭니다. 많은 사람들이 여전히 액션영화에 뿌리를 내리고 있습니다. 인도네시아에서는 코미디가 인기가 많았습니다. 그러나 시장이 여전히 좋은 유머를 지닌 좋은 드라마를 사랑한다는 것도 알 수 있었습니다. <왓츠 위드 러브 2>에 바로 그 요소가 있습니다.

Q _____ 요즘 인도네시아 산업계에서 가장 어려운 점은 무엇입니까?

아직도 수 년 동안 같은 문제에 직면해 있습니다. 영화학교가 충분치 않아, 훌륭한 영화제작자가 풍부하게 탄생하지 않고, 특히 자바 외부 지역의 상영관이 충분하지 않고, 정부의 의지가 존재함에도 지역영화를 지원하고 홍보하려는 정부정책에 큰 변화가 없습니다.

Q _____ 요즘 인도네시아의 제작 가치에 대해 어떻게 생각하십니까?

일부 영화제작자는 제한된 예산에도 불구하고 훌륭한 제작가치로 매우 영리하게 영화를 만들고 있습니다. 일부는 실제로 좋은 제작가치를 만들기 위해 적절한 예산으로 영화를 제작하려고 합니다. 그러나 일반적으로 인도네시아에서는 대부분의 영화가 제작 가치가 낮습니다.

Q _____ 인도네시아에서 촬영하고자하는 외국인 영화 제작자를 위한 조언이 있습니까?

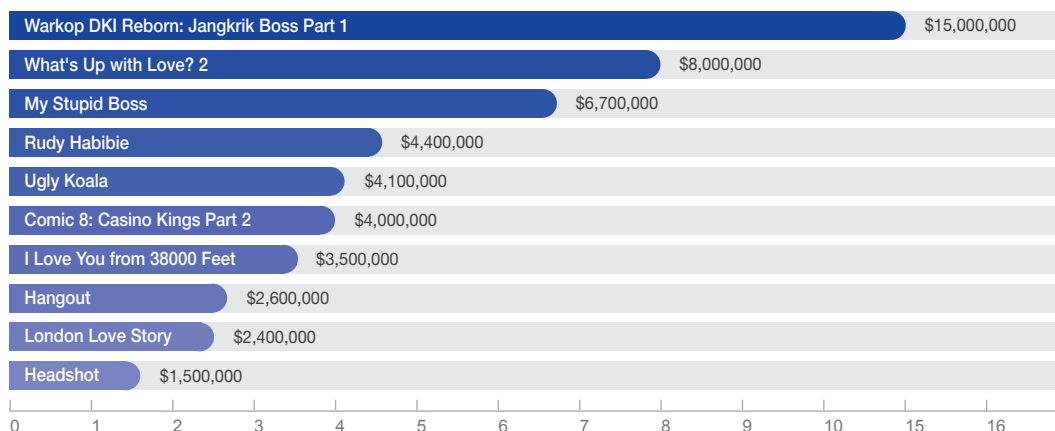
이것은 간단한 질문이 아닙니다(웃음). 제작의 범위에 따라 다릅니다. 인도네시아는 훌륭한 로케이션이 있고, 탐험해 볼만한 스토리가 있으며, 국제적인 프로덕션을 위해 일할 수 있는 전문 현지인력이 있다고 말씀드릴 수 있습니다. 또한 현재 인도네시아 정부는 외국영화 제작자들의 인도네시아 촬영을 돕는 것에 매우 열심입니다. 그러나 우리에게 아직 리베이트 정책이 없습니다. 가장 좋은 방법은 외국영화 제작자가 BEKRAF / IACE (인도네시아 창조경제협력 기구)와 연락을 취하거나 현지 파트너/영화사를 찾아 도움을 받는 것입니다. 또한 정보를 제공 할 수 있는 제작자협회도 몇 개 있습니다.

INDONESIAN FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - INDONESIA BOX OFFICE 2016 Source : <http://jakartaglobe.id>, <http://filmindonesia.or.id/>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production	Number of spectator
Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1	Anggy UMBARA	Indonesia	Comedy	\$15,000,000	Falcon Pictures	6858616
What's Up with Love? 2	Riri RIZA	Indonesia	Romance	\$8,000,000	Miles Films	3665509
My Stupid Boss	Upi AVIANTO	Indonesia	Comedy	\$6,700,000	Falcon Pictures	3052657
Rudy Habibie	Hanung BRAMANTYE	Indonesia	Drama	\$4,400,000	MD Entertainment	2642957
Ugly Koala	Raditya DIKA	Indonesia	Comedy	\$4,100,000	Star Vision	2620644
Comic 8: Casino Kings Part 2	Anggy UMBARA	Indonesia	Comedy	\$4,000,000	Falcon Pictures	2010072
I Love You from 38000 Feet	Asep KUSDINAR	Indonesia	Romance	\$3,500,000	Legacy Pictures	1863541
Hangout	Raditya DIKA	Indonesia	Thriller	\$2,600,000	Rapi Films	1835644
London Love Story	Asep KUSDINAR	Indonesia	Drama	\$2,400,000	Screenplay Infinite Films	1574576
Headshot	Kimo STAMBOELI, Timo TJAHJANTO	Indonesia	Comedy	\$1,500,000	Screenplay Infinite Films	1124876

| GROSS BOX OFFICE |



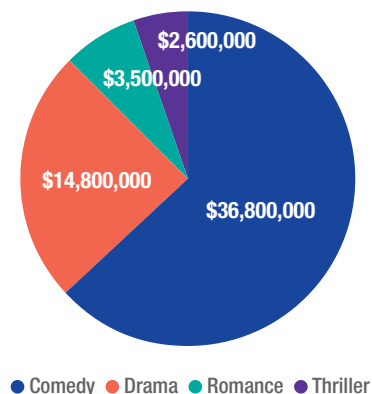
TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : <http://jakartaglobe.id>, <http://filmindonesia.or.id/>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production	Number of spectator
Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1	Anggy UMBARA	Indonesia	Comedy	\$15,000,000	Falcon Pictures	6858616
What's Up with Love? 2	Riri RIZA	Indonesia	Romance	\$8,000,000	Miles Films	3665509
My Stupid Boss	Upi AVIANTO	Indonesia	Comedy	\$6,700,000	Falcon Pictures	3052657
Rudy Habibie	Hanung BRAMANTYO	Indonesia	Drama	\$4,400,000	MD Entertainment	2642957
Ugly Koala	Raditya DIKA	Indonesia	Comedy	\$4,100,000	Star Vision	2620644
Comic 8: Casino Kings Part 2	Anggy UMBARA	Indonesia	Comedy	\$4,000,000	Falcon Pictures	2010072
I Love You from 38000 Feet	Asep KUSDINAR	Indonesia	Romance	\$3,500,000	Legacy Pictures	1863541
Hangout	Raditya DIKA	Indonesia	Thriller	\$2,600,000	Rapi Films	1835644
London Love Story	Asep KUSDINAR	Indonesia	Drama	\$2,400,000	Screenplay Infinite Films	1574576
Headshot	Kimo STAMBOEL, Timo TJAHJANTO	Indonesia	Comedy	\$1,500,000	Screenplay Infinite Films	1124876

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



Indonesian Films in 2016

After a few years of stagnation, reflecting a persistent situation of structural and creative “underdevelopment”, 2016 proved to be an especially beneficial year for the Indonesian film industry. Local films did better than expected at the domestic box office, and the promise of key structural reforms gave hope for even more fruitful harvests in the years to come.

The world's biggest island-only state and fourth most populous country, Indonesia has suffered for decades of a severe scarcity of film theaters. After the collapse of the local movie industry in the Nineties, exhibition of films in movie theaters was seen as an expensive and not-so-profitable business - while video piracy ran rampant. Despite constant improvement in the last fifteen years, as of mid-2016, this country of 200M inhabitants could only count on 1,100-1,200 cinema screens. In recent years, this number has been rapidly increasing, as Korean conglomerates CJ Entertainment and Lotte entered the local exhibition market. However, local group Cinema 21 still retains a largely dominant position in the Indonesian exhibition sector. Owning over 800 screens and controlling the import and distribution of foreign films through subsidiary companies, Cinema 21 has often been accused of playing an almost monopolistic role in the industry.

In May 2016, however, the Indonesian government included the film industry among the industrial and commercial sectors set to benefit of key economic reforms. According to the plans of President Joko “Jokowi” Widodo, such reforms are prone to encourage foreign investment and to make the Indonesian economic landscape more dynamic, while disposing of the autocratic system inherited from the Soeharto dictatorship, and built on the pillars of corruption, collusion and nepotism (better known in Indonesian through the acronym, KKN, korupsi, kolusi, nepotisme). Following the reforms, foreign companies will be allowed to invest directly in the interested sectors, without acting through local partners. Concretely, this change enables international actors to freely operate in the Indonesian film industry. On the one hand, Hollywood majors will be able to export their films to Indonesia without having to use local intermediaries - a forced practice that majors had to bear amidst recurrent controversies (including some related to piracy). On the other, foreign companies that already set foot in the local market through partnerships with local entities will be able to independently own, control and expand their activities in the country. These changes may lead to what has already been hailed as a ‘revolution’ in the exhibition sector. Both the CGV-Blitz and the Lippo-Cinemaxx groups promptly announced ambitious plans of expansion. Currently operating about one hundred screens, Cinemaxx foresees an expansion to 2,000 screens within the next ten years. And both CGV-Blitz and Cinemaxx committed to a daring expansion of their exhibition chains all over the Indonesian archipelago. To this day, in fact, over one third of the existing screens are located in the metropolitan area of the capital Jakarta, while almost 90% of the total are in the sole island of Java. Opening theaters in the rest of the archipelago may bring access to a market of millions who only rejoice of cinema through the capillary diffusion of pirated DVDs.

The good prospects on the political front added to the excellent results of domestic films at the 2016 box office. After a few rocky years, the relationship between Indonesian films and local audiences warmed up again. Although official box office estimates are not available, there is wide consensus in the industry that local films accounted for a market share of about 33% of yearly revenues, while no less than ten 2016 releases crossed the one million viewer benchmark, with three totaling more than three million viewers and with the year's biggest commercial hit going down in history as the highest grossing domestic film of all times.

The chronicle of this momentous year begins end of April, beginning of May, with the release of two landmark hits. The first was Riri RIZA's romantic drama *What's With Love 2*, the eagerly awaited sequel of Rudi SOEDJARWO's classic, a hugely popular teen drama that back in 2002 kick-started the resurgence of mainstream cinema in Indonesia. Right after came Upi AVIANTO's hilarious office comedy *My Stupid Boss*. While the success of the former was highly anticipated and took shape in sales of over 3.6 million, the latter's went well beyond expectations, with over three million admissions. Thanks to a brilliant screenplay and to the alchemy between its leads, *My Stupid Boss* confirmed Upi AVIANTO as the most beloved woman filmmaker active in mainstream Indonesian cinema.

In June, the second instalment in a biopic series relating the life of Indonesia's third President Bacharuddin JUSUF HABIBIE scored remarkable figures. Directed by the ever prolific Hanung BRAMANTYO, Rudi HABIBIE, a prequel to the 2012 hit *Habibie & Hainun*, scored over three millions admissions (though one needs mentioning that the previous chapter totaled over double that figure). But the biggest hit of all came along in September with *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1*. Within few weeks from its release, this reboot of a comedy series of the Eighties reached over 6.8 admissions, surpassing Riri RIZA's *Laskar Pelangi* (*The Rainbow Troops*) as the best-selling Indonesian film of all times. The director, Anggy UMBRA, is well-known in Indonesia for the successful *Comic 8: Casino Kings* series: the first chapter was the top grossing domestic film of 2015, while number 2 racked up over 1.8 million audiences in March 2016. Meant as the beginning of a new hit series *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1* follows the misadventures of three dumb security agents from a unit called CHIIPS (a clear nod to the American TV series of the Seventies *Chips*) and stars popular actors Abimana ARYASATYA, Vito G. BASTIAN and Tora SUDIRO.

Icing on the cake, two comedies released in December, *Cek Toko Sebelah*, directed by and starring Ernest PRAKASA, and *Hangout*, directed by and starring Raditya DIKA, went on to cross the 2.5 million admissions mark in early 2017. *Hangout* was Raditya DIKA's second hit in less than six months, as *Koala Kumal*, which he wrote, directed and starred in, made more than 1.8 million admissions earlier in July. And it is worth mentioning that two more 2016 releases sold more than one million tickets: a drama inspired by a real life plane crash, *ILY from 38,000 ft.*, and the romantic drama targeting teenage audiences *London Love Story*.

Nobody had predicted 2016 would go so well for Indonesian productions. Yet, behind the box

office success, there is a notable loss in variety among local productions, as only comedies and romantic dramas with recognizable local stars performed well. Rudi HABIBIE aside, historical and religious dramas didn't climb to the summit of the box office in 2016. And while horrors, once a staple of Indonesian cinema, lost traction in a worrying way, action movies, which had been revived by the global success of *The Raid*, only registered with the moderate success of the Mo Brothers' *Headshot* (first in the list of films scoring less than one million admissions). At the same time, the serial syndrome took over the Indonesian market, with sequels, prequels and reboots dominating the box office charts. No doubt, this phenomenon mirrors a global trend in mainstream production and it sits well with the prospected expansion of the multiplex chains over the archipelago. And that bodes well for the market that in the coming years could register the largest growth rate in the whole Asian continent.

Paolo BERTOLIN

Paolo BERTOLIN is a festival programmer, film critic and producer. He has worked as regional correspondent in the Asian Pacific region with Venice, Rotterdam, Beijing, Mumbai, Doha, Udine International Film Festival and others.



INTERVIEW | Mira LESMANA



Producer of *What's With Love 2* | **INDONESIA**

Mira LESMANA, founder of Miles Films, is an independent film producer notable for her role in reviving cinema audiences across Indonesia with her two local box office hits, *Sherina's Adventure*(2000) and *What's With Love?*(2002).

The wide variety of films she produces makes her works recognized as unpredictable, producing ranging from a big box office success including *The Rainbow Troops*(2008), which was also screened at Berlinale 2009, to critically acclaimed films, such as *Eliana, Eliana*(2002), *3 Days To Forever*(2007) and *Atambua 39°Celsius*(2012) which have received numerous awards Internationally.

In 2016 Miles Films released two films, *What's With Love 2*, another box office success in Indonesia and Malaysia, and *Emma*(*Mother*), which won 6 awards at the prestigious Indonesian Film Festival 2016, including Best Picture.

Q _____ Tell us about the film.

What's with love 2 is a sequel from our 2002 *What's With Love?* In 2002, the 1st film was a phenomenal success and throughout the years, it became a cult classic romance and friendship, a must see for Indonesian teenagers. At the end of the film, the main characters Rangga and Cinta declared their love for one another but had to be separated, with a promise that Rangga will be back to find Cinta after one full moon.

I was so sure at the beginning that there is really no need to make a sequel. The separation at the end of the film for me was not a sad ending, I thought it was a romantic happy ending. But year after year, fans keep demanding to know if Rangga and Cinta will be together again. I ignored this at first, but 10 years after the film, we made a small reunion. We made a special event, showing the film again to friends, family and die-hard fans. Seeing all the characters together again, seeing how they have grown, matured and how all have become established actors, made me wonder what it would be like to see the characters again together on screen and a story started to pop up in my head.

What's With Love 2 takes place 14 years after the events of the first film and tells how Cinta and Rangga are dealing with their lives after their off screen separation before finally meeting each other again.

Q _____ What do you think made this film so successful? (What does it take to succeed at the box office in Indonesia?)

The film was definitely the most anticipated film ever in Indonesia. A sequel that people have been waiting for 14 years. They miss all the characters in the film, not only Rangga and Cinta, but also the dynamic characters of Cinta's best friends. The film opens with a long queue and made a record at the time as the highest number of audience on the first day. Up to the opening day of the film, April 28 2016, Indonesian films have not received a great number of audience (over 2 million admissions) for 4 long years. *What's with Love 2* received so many repeat audiences, watching the films more than twice and closes with almost 3.7 million admissions.

Q _____ How do you go about getting investment for films?

As an independent film company, Miles Films operates on a project basis. For almost 20 years, we strongly maintain our drive to produce films that we think are important, expressing issues that we feel need to be addressed publicly or simply celebrating and promoting diversity through our films. This makes our film not always appealing for a mass audience. But we are very fortunate that 4 of our films sit on the top ten highest box office successes of all time in Indonesia. Our style, therefore, also determine how we get investment for our films. We produce from small budget to big budget production, from critically acclaimed work to box office successes, and the investment comes from local business investors to International film funds and crowd funding, a few through international co-productions, all depends on the type of film we are producing.

Q _____ How does a film usually get investment in Indonesia?

Most independent or small film companies get investment like Miles does. Perhaps some rely heavily on

local business investors, some on International film funds or co-productions. Some on project basis and some can be for a three to five pictures deal. But the big ones (Big “studio” companies) finance themselves, and some are partnering and financing independent producers.

Q _____ What kind of releases do local films get?

Depending on the films being produced. Popular films, popular genre films and films with big name actors could get up to 500 screens nationwide on opening day. Smaller films will get from 20 to 80 screens.

Q _____ How does profit-sharing work in Indonesia? And how did it work for your film?

There is no set rules to this. Profit sharing with investors could start from a simple 50:50 to a range of 20:80 to 80:20. It really depends on the profile of the film, and also the track records of the film company.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

It is so hard for me to analyze the market. A lot of people still rooted for action films. In Indonesia, locally the trend was for comedies. But I also see the market still love a good drama with a touch of good humor. *What's With Love2* uses that ingredient.

Q _____ What's the toughest challenge for the Indonesian industry these days?

I have to say we still face the same problem for so many years: Not enough film schools so that regeneration of great filmmakers can emerge abundantly, not enough screens, especially on the areas outside Java, no significant changes in government policies to support and promote local films despite their interest to do so.

Q _____ What do you think of Indonesian production values these days?

Some of the filmmakers are very clever in creating films with great production values despite the limited budget. Some actually try to produce films with the proper budget to reach good production values. But in general, in Indonesia, most of the films have low production values.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Indonesia?

This is not a simple question. haha. It depends on the scope of the production. I can only say Indonesia has great locations, great stories to explore and we have some professional local crew to work with International production. Also, at the moment, our government is very eager to help foreign filmmakers to shoot in Indonesia. But we have no rebate policy, yet. The best way, I guess, foreign filmmakers can get in touch with BEKRAF/ IACE (Indonesian Agency for Creative Economy) or find the right local partner / Film company to help you. We also have a couple of Producers association that may be able to provide information.

2016년 인도네시아 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING **INDONESIAN** FILMS IN 2016

No.1 컬투 삼총사, 다시 태어나다 1 : 뱀 사장님! Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 12

개인 회사인 CHIP에 취직하게 된 삼총사! 열정에 넘치지만 자꾸만 사고만 치게 된다. 프랑스에서 온 아름다운 여성 동료 소피가 나서 이들을 도와주는데..

Trio officers employed by a private institution, CHIPS, even though they are passionate about serving the community; they also continue to cause problems. Sophie, a beautiful CHIPS member from France comes to Jakarta to help the trio in catching street thugs.



연출	앤지 움바라	개봉일	2016.09.08	최종 흥행 수입	\$15,000,000
제작	HB 나빈, 프레데리카	배급	Falcon Pictures		
제작사	Falcon Pictures				

Director	Anggy UMBARA	Distribution	Falcon Pictures
Producer	HB Naveen, Frederica	Final Box Office	\$15,000,000
Production	Falcon Pictures		
Release Date	2016.09.08		

연출 | 앤지 움바라

〈카지노의 왕들 1〉(2014)
 〈카지노의 왕들 2〉(2016)
 〈마마 케이크〉(2012)

DIRECTOR | Anggy UMBARA

Comic 8 : Casino King Part1(2014)
 Comic 8 : Casino King Part 2(2016)
 Mama cake(2012)

No.2 왓츠 위드 러브 2 What's with Love 2

15

Code 332 • 7/16 15:30 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 904 • 7/22 11:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

14년 전 친타와 랑가는 연인이었지만 갑자기 랑가의 행방이 묘연해지면서 연락이 끊겨버린다. 긴 세월이 지나고 재회한 둘은 다시 연인이 되기에는 서로가 너무 달라졌다는 사실을 깨닫는다. 2002년 큰 사랑을 받았던 <친타에게 무슨 일이?>의 속편.

Cinta and Rangga were separated 14 years ago, but are now reunited. Will this be their second chance to rekindle the romance they had? But their lives are not as simple as they used to be. What is up with them this time?



연출	리리 리자	개봉일	2016.04.28	최종 흥행 수입	\$8,000,000
제작	미라 레스마나	배급	Miles Films		
제작사	Miles Films				
Director	Riri RIZA	Distribution	Miles Films		
Producer	Mira LESMANA	Final Box Office	\$8,000,000		
Production	Miles Films				
Release Date	2016.04.28				



연출 | 리리 리자

1970년 출생의 인도네시아 시나리오 작가이자 감독. 저예산 장편영화를 감독했다. 박스오피스 히트작인 <무지개 분대>(2008)가 베를린영화제에서 상영되었다. 현재 그가 수학했던 학교에서 영화 연출을 가르치고 있다.

DIRECTOR | Riri RIZA

Born in 1970, he is Indonesian screenwriter and director. He directed low budget feature films. *The Rainbow Troops*(2008), his box office hit was selected for 2009 BIFF. He teaches film directing in his former school, Jakarta Institute of the Arts.

2016년 인도네시아 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING **INDONESIAN** FILMS IN 2016

No.3 마이 스투피드 보스 My Stupid Boss

15

Code 412 • 7/17 11:00 CGV부천역 5관 / CGV Bucheon Station5 | Code 909 • 7/22 14:00 부천시청 판타스틱큐브 / Bucheon City Hall, Fantastic Cube(1F)

사장은 앞뒤가 짝 막힌 황소고집의 결정체다. 이 남자의 신조는 바로 “사장의 말은 언제나 옳다.” 그의 비서 다이아나는 매일 그와 대립하며 인내심을 시험한다. 불합리하고 덜덜어진 사장과 그의 밑에서 고통받는 직원들의 웃픈 이야기.

A story of an absurd boss and his employees. Bossman is has own company in Kuala Lumpur. His first principle of management is “Bossman Is Always Right”. His secretary Diana’s daily confrontation and her patience are all put to the test.



연출	우피 아비안토	개봉일	2016.05.19	최종 흥행 수입	\$6,700,000
제작	프레데리카	배급	Falcon Pictures		
제작사	Falcon Pictures				
Director	UPI Avianto	Distribution	Falcon Pictures		
Producer	Frederica	Final Box Office	\$6,700,000		
Production	Falcon Pictures				
Release Date	2016.05.19				



연출 | 우피 아비안토

1972년 인도네시아에서 태어난 우피 아비안토 감독은 우피로 더 잘 알려져 있다. 그녀는 각본, 제작, 연출을 병행하며 작품을 만들어왔다. <벨렝구: 토끼 살인마>(2012)가 2012 부천국제판타스틱영화제 부천초이스: 장편에 선정되었다.

DIRECTOR | UPI Avianto

Known as UPI, she was born in Indonesia. She has worked on several of Indonesia’s popular films in the 2000s. Her feature film, *Belenggu*(2012) was selected for Bucheon Choice: Features at 2012 BIFAN.

2015년 인도네시아 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING **INDONESIAN** FILMS IN 2015

컬러 오브 러브 **Surga Yang Tak Dirindukan**

아리니는 프라스와 결혼식을 올리며 만화가 생활을 접은 채 엄마이자 아내의 삶을 살아가기 시작한다. 그녀는 프라스가 자신만을 사랑할 것을 믿어 의심치 않기 때문이다. 그러나 프라스는 산모의 교통사고를 목격하고 그녀를 도우면서 결혼식을 올리게 되는데.

Arini stops her career as a comic illustrator and lives her life as a housewife for his faithful man. But Pras helps a pregnant woman in a car accident, and soon, falls in love with her to consequentially do polygamy.

연출 Director	쿤츠 아구스 Kuntz AGUS	개봉일 Release Date	2015-7-15
제작 Producer	Manoj PUNJABI		
제작사 Production	MD Picturess		

카지노의 왕들 파트 1 **Comic 8: Casino Kings Part 1**

한 코미디언이 아시아 최대 카지노 소유주 "킹"과 연루되어 있다는 소식에 여덟 명의 비밀요원은 코미디언으로 위장하여 그와 킹을 찾아내기 위해 애쓴다. 인터폴의 수사와 전문 킬러들의 눈을 피해 그들은 이 미션을 성공할 수 있을까?

Eight secret agents are sent on a covert operation as stand-up comedians to search for a comedian implicated in a crime of the "King", or the owner of the most spectacular casino in Asia.

Will they escape the Interpol's investigation and team of killers to succeed the mission?

연출 Director	앙기 움바라 Anggy UMBARA	개봉일 Release Date	2015-12-17
제작 Producer	Frederica		
제작사 Production	PT. Falcon		

싱글 **Single**

연애에 서툰 비는 친구들의 도움을 받아 엔젤의 마음을 얻기 위해 애써보지만, 그녀에게는 친오빠 만큼이나 가까운 조가 있다. 엔젤에게서 멀어지라고 경고하는 조. 하지만 천사 같은 그녀를 두고 이대로는 물러설 수 없다!

A naïve single man Bi persists in winning over Angel's heart, but she has a friend named Joe, who is closer from her than anybody in the world! He even threatens Bi to stay away from her. But he is not willing to step back without Angel.

연출 Director	라디티야 디카 Raditya DIKA	개봉일 Release Date	2015-7-15
제작 Producer	Sunil SORAYAL		
제작사 Production	Soraya Intercine Films		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

말레이시아 | **MALAYSIA**

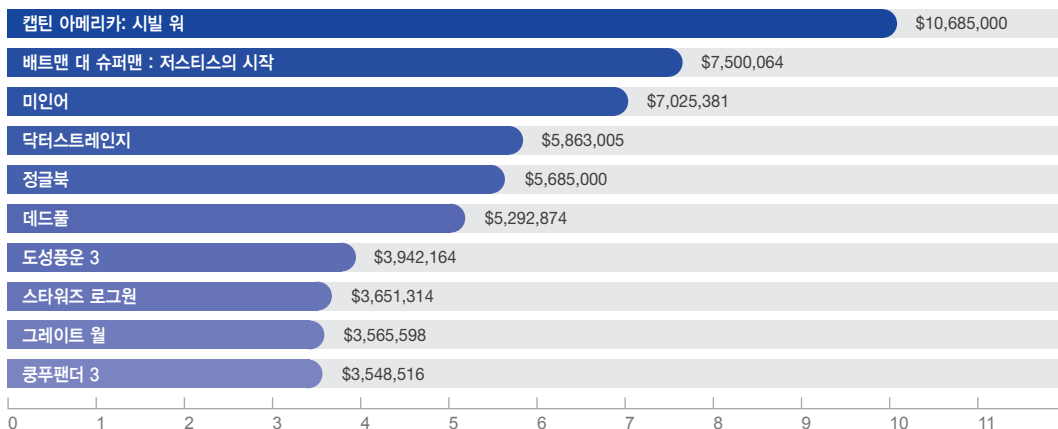
2016년 말레이시아 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - MALAYSIAN BOX OFFICE 2016

출처: <http://www.finas.gov.my>

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
캡틴 아메리카: 시빌 워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$10,685,000	Marvel Studios
배트맨 대 슈퍼맨 : 저스티스의 시작	잭 스나이더	미국	액션어드벤처	\$7,500,064	WB
미인어	주성치	홍콩/중국	코미디	\$7,025,381	Sony
닥터스트레인지	스콧 데릭슨	미국	액션어드벤처	\$5,863,005	Disney
정글북	존 파브로	영국/미국	액션어드벤처	\$5,685,000	Disney
데드풀	팀 밀러	미국	액션어드벤처	\$5,292,874	Fox
도성풍운 3	유위강(리우웨이창)	홍콩/중국	코미디	\$3,942,164	GoldScreen
스타워즈 로그원	게러스 에드워즈	미국	액션어드벤처	\$3,651,314	Disney
그레이트 월	장이머우	중국/미국	액션어드벤처	\$3,565,598	UPI
쿵푸팬더 3	제니퍼 여 엘슨, 알레산드로 카를로니	중국/미국	코미디	\$3,548,516	Fox

| 극장 입매권 매출 |

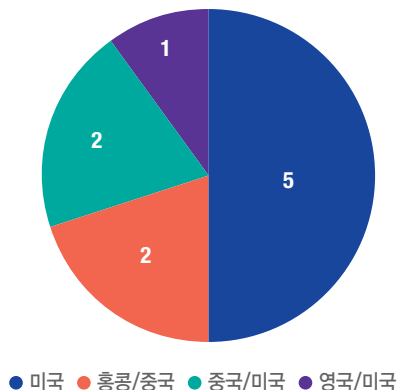


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

출처: <http://www.finas.gov.my>

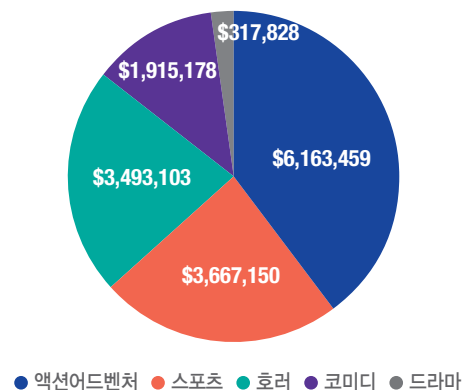
작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
올라볼라	치우경관	말레이시아	스포츠	\$3,667,150	ASTRO SHAW SDN. BHD.
위선	시암술 유소프	말레이시아	호러	\$3,493,103	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.
매직키드 보보	니잠 라작	말레이시아	액션어드벤처	\$3,469,512	ANIMONSTA STUDIOS SDN. BHD.
락! 브로	마맛 칼리드	말레이시아	코미디	\$1,187,191	RIMEWORKS STUDIOS SDN. BHD.
우핀 & 이핀	아리프, 예르마	말레이시아	액션어드벤처	\$1,077,889	LES COPAQUE PRODUCTION SDN. BHD.
마트 모토	샤피크 유소프	말레이시아	액션어드벤처	\$951,669	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.
대어를 잡아라	이테익인 & 치영 헤인 온	말레이시아	코미디	\$727,987	THE FILM ENGINE 67
알림 달람	파이잘 이삭	말레이시아	액션어드벤처	\$358,488	ASTRO SHAW SDN. BHD.
쥬바나 3	파이잘 이삭	말레이시아	드라마	\$317,828	FILMSCAPE SDN. BHD.
데슬루시	샤피크 유소프	말레이시아	액션어드벤처	\$305,871	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.

| 박스오피스 TOP 10 국가별 점유율 |



| 자국 영화 TOP 10 장르별 수익률 |

[단위: USD]



네이버링 비즈니스: 2016년 말레이시아영화

‘최악의 해’라는 수식으로만 설명할 수 있는 2015년 이후, 말레이시아 영화산업은 오로지 나아지는 길 밖에 없었다. 세계시장에서 개봉하는 영화들에 비해 말레이시아 국내제작 영화들의 수준이 떨어지는 현상은 여전히 문제로 남아있지만 2016년에는 그래도 여러 면에서 상황이 좋아졌다 할 수 있겠다. 말레이시아 영화진흥위원회(FINAS)가 분석한 바에 따르면, 말레이시아 국내관객들은 다시 자국의 영화를 관람하기 시작한 듯 보인다. 2015년에는 전체관람객의 6.6퍼센트만 말레이시아 자국영화를 관람했지만, 2016년에는 자국에서 제작한 영화가 700만 이상의 티켓판매를 기록했다. 이는 2016년 한 해 전체의 영화관람객 7,150만 명 중 9.8퍼센트를 차지하는 것으로, 전년도보다 무려 5퍼센트 가까이 증가한 것이다.

수익 면에서는 전세계를 대상으로 하는 말레이시아 영화시장판매가 5.1퍼센트 증가해 약 2억 달러에 달하는 수익을 거두었다. 지난 해에 비하면 중간 정도로 이뤄진 성장에서 가장 흥미롭고 의외의 부분은 그 다양성에 있다. 영어로 제작한 영화는 4,760만에 달하는 티켓 가운데 2.8퍼센트 감소를 겪었고, 1억 4천만 달러의 수익을 거두었다. 중국어 영화 또한 티켓판매가 3퍼센트 줄어 들었고, 790만 개의 티켓 가운데 수익이 2.6퍼센트 줄어 약 2,000만 달러 가량 규모가 작아졌다. 말레이시아 자국에서 제작한 영화는 55.9퍼센트 티켓 판매가 증가했고, 수익 면에서는 56.8퍼센트가 늘어나 1,000만 달러에서 두 배로 수익이 커졌다. 2016년에 가장 큰 수익을 거둔 것은 인도어로 만든 영화였다(관람객 560만 명에 1,600만 달러의 수익을 거두어 각각 7.8퍼센트와 8.1퍼센트 성장). 인도네시아어 영화는 말레이시아 시장에 진입하며 55만 명의 관람객과 153만 달러의 수익을 거두었다. 이는 크지 않은 수치이지만, 전에는 말레이시아와 인접한 나라의 영화를 국내시장에서 잘 볼 수 없었던 것도 사실이다. 우피 아비안토가 제작한 <마이 스투피드 보스>가 이런 변화에 크게 기여했는데, 말레이어가 아닌 다른 언어로 만들어진 영화는 관람객 수면에서 124퍼센트 성장했고, 티켓 판매 면에서는 290만을, 수익은 142퍼센트 증가해 약 800만 달러의 수익을 거두었다. 전체시장에서 영어로 된 영화(정확히는 할리우드에서 제작한 영화)가 차지하는 비율은 여전히 높아서 전체 티켓판매량의 67퍼센트, 전체수익의 68퍼센트를 차지한다. 하지만 말레이시아 영화시장에서 미국의 우위는 매년 5퍼센트 이상 감소하고 있다. 여기에 더해 거의 1퍼센트에 달하는 부분을 중국어 영화가 차지한다는 점을 살펴볼 수 있다. 큰 의미 없는 수치인 듯 보이지만 폐쇄적이며 다양성이 부족했던 시장이었다는 점을 감안하면 이는 거의 구조가 변하는 것과 같은 형상이라 하겠다. 특히 말레이어가 아닌 언어로 제작된 영화들의 몫이 늘어나고 있는 현상은 국외영화를 말레이시아에 들여오고자 했던 이들이 작은 성공을 거두고 있다는 점을 시사한다고 본다. 과거에는 이러한 영화들이 큰 상영관을 잡기 매우 어려웠다.

말레이시아 현지에서 제작한 영화들을 살펴보면 수치상으로 보다 나은 결과들이 보인다. 지나치게 많은 작품제작이 이뤄져 이익률이 급감했던 2016년 이후 말레이시아 영화산업에는 질이 떨어지는 작품이 많아 관람객의 불만이 늘어났다. 2015년에는 82편에 달하는 영화가 제작되었으나 2016년에는 속도를 줄여 46편이 만들어졌다. 이는 그 수가 60퍼센트 감소한 것으로, 말레이시아가 아닌 다른 시장에서였다면 이해하기 어려운 현상일 수도 있다. 하지만 말레이시아의 경우 이러한 변화는 합리적인 정상상황으로 돌아가는 것에 가깝다. 2016년에 개봉한 현지 제작영화의 경우 평균적으로 약 40만 달러의 수익을 거두었다. 같은 수치가 2015년에는 약 15만 달러였고, 따라서 자국영화끼리 경쟁하는 상황을 피하면서 더 큰 스크린에서 갠 젊은 시간대를 활용해 작품을 보여줄 수 있었다. 2016년 1월의 데이터를 통해 이미 예측된바, 치우경관이 감독한 <올라볼라>가 박스오피스를 점령했고, 이 작품은 한 해 앞서 FFFF영화제(Far East Film Festival)에서 소개된바 있다. 38만 달러의 수익을 거둔 이 영화는 축구와 관련한 드라마로 말레이시아 영화사상 세 번째로 큰 수익을 기록했다. 하지만 같은해 2월과 3월에는 수익이 1500만 링깃을 넘는 두 편의 영화가 등장했다. 시암술 유소프가 감독한 호러영화 <위선>(1,590만 링깃)과 니잠 라작의 애니메이션영화 <매직키드 보보>(1,580만 링깃)을 비롯해 <우핀&이핀>(490만 링깃)이 개봉해 사상 다섯 번째로 높은 수익을 기록하기도 했다. <우핀&이핀>은 텔레비전 연속극을 바탕으로 만든 애니메이션영화로 말레이시아 현지에서 유명한 애니메이션 제작사 Les' Copaque가 제작을 맡았고, 11월에 개봉했다. 아이는 아리프와 에르마 파티마가 감독한 <우핀&이핀>

)은 애니메이션과 러브스토리를 섞은 최초의 말레이시아영화였다. 또한, 수익규모에서 사상 네 번째를 기록한 영화는 2005년부터 시작된 <락 브로>시리즈의 세 번째 작품으로, 배우 마맛카 할리드의 복귀를 알리며 540만 링깃의 수익을 거두었다. 이 두 작품은 가을에 개봉한 덕에 현지 개봉작들의 경쟁이 뜸한 계절의 이점을 누렸다. <락 브로>는 10월 27일에 개봉했는데, 이 영화가 개봉하기 한 주 전에는 말레이시아영화가 한 편도 개봉하지 않았다. <우핀&이핀>은 11월 24일에 개봉했고, 이 때는 11월 내내 말레이시아영화가 한 편도 개봉하지 않았던 시기다.

2016년이 일년 내내 장밋빛으로 물들었던 것은 아니다. 가장 골치 아픈 문제는 수 년간 기대를 끌어 온 작품인 우 웨이 빈 하사리지 감독의 *Hanyut*이었다. (사리감독은 1995년 *Kaki Babar*로 칸영화제에 초청받은 최초의 말레이시아 감독으로 기록된 바 있다.) 소설가 조셉콘라드의 『알마이에르가의 광기』에 바탕을 둔 이 영화의 촬영은 2012년에 마무리 되었다. 하지만 포스트 프로덕션이 수 년간 이어졌고, 공식적으로는 예산 부족이 그 이유였다. <우핀&이핀>이 개봉 한 주에 마침내 개봉한 이 영화는 765,000 링깃의 수익도 거두지 못했고, 1,800만 링깃에 달하는 제작비는 회수할 엄두도 내지 못했다. 이 영화는 아마 말레이시아 영화사에 길이 남을 논란으로 기록될 것이다. 야심차게 제작된 또 다른 영화 역시 사정이 그리 나빴지 않았다. 다인 사이드의 두 번째 장편인 <인터체인지>는 말레이시아영화 최초로 로카르노영화제에서 프리미어를 치렀다. 판타지스릴러물로, 말레이시아와 인도네시아의 스타배우인 샤헤이 지삼과 니콜라스 사푸타가 출연해 50만 링깃(약 11만 달러)의 출연료를 챙겼다. *Hanyut*만큼 성적이 나쁘지는 않았지만, 보다 더 큰 흥행을 거둘 수 있었던 작품이었다. 시장에서 좋은 성적을 거둔 작품들은 드라마가 있는 스포츠 영화, 두 편의 애니메이션, 호러 영화, 뮤지컬영화였다. 이런 장르의 다양성이 제작의 다양화를 보여주며, 인접국가인 인도네시아와 비교해 봤을 때 수요가 더 다양해지고 무적이라는 점을 알 수 있다. 시장의 통계적 측면 외에, 2016년은 필름말레이시아영화제에서 인종차별로 큰 논란이 일었던 해이기도 하다. 최우수영화상부문에서 <올라볼라>가 빠졌고, 산지헤이 쿠마르 페루말이 감독한 타밀어영화 <브루탈>은 외국어영화부분에 후보로 올라가 말레이시아 선호라는 이름으로 일어난 차별정책으로 쌓인 오랜 갈등을 다시 불러냈다. 이런 갈등이 현지의 영화산업에서도 논란이 되었고, 주요 인물들이 의견을 밝혔다. 예를 들어 내셔널어워드에서 두 번 후보에 올랐으나 상을 반납했다. 지난해에는 후보로 언급되기조차 거부한 모드노 카심 감독 등이 의견을 피력했다. 이러한 갈등으로 인해 결국 말레이시아영화로 인정 받기 위해서는 대사의 70퍼센트 이상이 말레이어로 이뤄져야 한다는 규정을 폐지하게 되었다. 따라서 최우수영화상, 최우수감독상, 최우수각본상에서 언어적 장벽이 사라지게 되었고 말레이어영화최고상이라는 부문이 새로 생겨났다. 그리고 결국 <브루탈>은 말레이시아 오스카상에서 최초로 말레이어가 아닌 언어로 된 작품이 상을 받은 사례를 남기며 최우수영화상의 영예를 안았다.

파울로 베르톨린

파울로 베르톨린은 영화평론가, 프로듀서 및 아시아 영화전문가로서, 2008년부터 베니스국제영화제 아시아지역 프로그래머로 활동하고 있으며, 로테르담, 베이징, 뭄바이, 도하, 우디네 영화제 등 많은 영화제들과 아시아 컨설팅으로 협력해오고 있다.



인터뷰 | 나즈와 아부 바커



〈올라볼라〉 프로듀서 | 말레이시아

나즈와 아부 바커는 지난 2006년 프라이스워터하우스쿠퍼스 말레이시아 지사에서 소속을 옮겨 아스트로쇼에 입사했고, 공인 회계사 자격증을 보유하고 있다. 현재 아스트로쇼의 대표와 아스트로말레이시아홀딩스(AMH)의 사업 개발부 부사장직을 동시에 수행 중이며, 영화사업의 전략과 방향 설정을 책임지고 있다. AMH는 동남아시아 지역의 선도적 미디어 플랫폼이자 콘텐츠 제작사이다.

나즈와 아부 바커는 싱가포르의 스타허브와 HBO아시아에서 다양한 뉴미디어 및 사업 개발 직위를 수행하고 2013년에 다시 AMH로 돌아왔다. 싱가포르에서는 스타허브의 뉴미디어 콘텐츠 전략과 운영, HBO아시아가 웹서비스인 HBOGO를 출시할 수 있도록 운영을 맡았다.

아스트로쇼는 1996년에 설립된 이래 말레이시아와 인접 국가를 대상으로 80편이 넘는 극장 상영용 영화 및 기타 플랫폼을 위한 영화를 제작했다. 나즈와 아부 바커는 전략적 투자 이니셔티브와 더불어 동남아시아 지역과 국제적 시장에서 공동제작 파트너십 확장을 기대하고 있다.

Q _____ 영화를 소개해달라.

〈올라볼라〉는 말레이시아 사람들의 다양한 문화적 풍경을 보여주는 영화이다. 1980년대 말레이시아 축구를 배경으로 하는 이 영화는 1980년 모스크바 올림픽 예선을 통과하기 위해 각자의 도전을 이겨내야 하는 결의에 찬 축구팀에 관한 이야기다. 결국, 이들은 성공적으로 예선을 통과한다. 하지만 누가 알았겠는가! 말레이시아와 다른 나라들이 소련의 아프가니스탄 침공에 반대하여 그 해 올림픽을 보이콧 할 줄이야.

Q _____ 이 영화가 큰 성공을 거둔 이유는 무엇이라 생각하나? (말레이시아 박스오피스에서 성공하려면 어떤 것이 필요한가?)

〈올라볼라〉는 아무것도 없는 상태에서 시작해 성공에 이르는 모습을 보여주는 고전적인 해피엔딩 영화이다. 1980년대에 대한 향수는 관객들을 과거에 있었던 좋은 시절로 데려가는 동시에 말레이시아 축구 대표팀이 국제적으로 거둔 성취의 기억을 불러온다. 이 영화는 말레이시아 영화에서 ‘처음으로’ 시도한 여러 요소와 함께 탄탄한 줄거리를 가지고 있고, 아스트로말레이시아그룹의 텔레비전, 라디오, 디지털 자원을 통해 광범위하게 홍보가 이뤄졌다. 말레이시아영화의 대부분은 홍보가 잘 이뤄지지 않아 흥행에 어려움을 겪는다. 이 영화는 그런 점을 고려해 가능한 한 많이 노출될 수 있게 했다.

Q _____ 투자를 받을 때에는 어떻게 진행을 하는지?

〈올라볼라〉의 리드 프로듀서인 아스트로쇼는 말레이시아영화진흥위원회(FINAS)로부터 재정 지원을 받았다. 좋은 각본을 마련하고 널리 알려진 감독인 치우 켕 관과 작업을 진행해 파트너사인 골든스크린시네마와 멀티미디어엔터테인먼트에서도 투자를 받았다. 예산이 큰 영화는 투자 파트너와 기금을 통해 재원을 조달하는 비즈니스 모델을 사용한다. 여러 이유로 아스트로쇼가 제작비 전체를 부담하는 영화도 있다.

Q _____ 말레이시아에서는 영화투자가 어떻게 이뤄지나?

아스트로쇼는 미디어 그룹인 아스트로말레이시아홀딩스가 소유한 자회사이다. 아스트로말레이시아홀딩스는 콘텐츠 제작과 배급에 특화된페이텔레비전과 페이라디오 플랫폼도 소유하고 있다. 아스트로쇼의 경우 자금을 자체적으로 조달하는 경우와 영화제작사나 극장에 투자를 요청하는 등 여러 모델을 활용한다. 영화에 따라 적절한 경우에는 정부 지원이나 보조금을 요청하기도 한다. 모든 영화의 자금을 자체적으로 조달해 자체적인 라이브러리를 쌓고 싶지만, 재정적 위험을 최소화한 것으로 줄이기 위해서는 창조적 비전과 사업적 비전을 공유하는 다른 회사들과 영리한 파트너십을 맺어야 한다는 점 또한 믿는다.

Q _____ 배급은 보통 어떤 식으로 이뤄지나?

‘스킵와집타양’(의무적 심사제도)이라는 이름으로 상영순서를 정하는 제도가 있다. 영화진흥위원회와 상영관들로 이뤄진 패널이 영화를 평가하고 개봉일과 최소상영관 수를 정한다. 현지어화 대부분은 극장상영 이후에 영화진흥위원회에서 제공하는 프로듀서 지원금 수령자격 요건을 맞추기 위해 의무적 심사제도의 절차를 거치곤 한다.

Q _____ 말레이시아에서는 이윤분배가 어떻게 이뤄지나? 지금까지 작업한 영화는 어떻게 진행했는지 알려달라.

말레이시아에서는 지분을 가진 투자자들이 영화수익과 지적재산권에서 일정 비율을 가져간다. 우리는 제작에 참여한 모든 이해당사자에게 공평한 분배를 위해 노력한다. 투자자와 프로듀서는 지역의 배급처에 접근해 각 극장에서 영화를 개봉할 수 있게 한다. 영화가 말레이시아 외부에서 상영될 경우, 지역에 따라 판매대행사(혹은 여러 판매대행사)를 지정한다. 아스트로 쇼는 말레이시아와 브루나이의 극장에 직접 영화를 배급하기도 하지만 <올라볼라>의 경우에는 국내 배급사로 GSC무비스를 정했고, 말레이시아 이 밖의 지역과 브루나이의 경우 다른 배급사와 파트너를 맺었다.

Q _____ 2016년에는 시장의 동향이 어떠했는지?

극장을 찾을 만한 스펙터클의 규모가 크고 '이벤트성'을 띤 영화를 더 좋아했다. 부천국제판타스틱영화제의 '메이드 인 아시아' 프로그램을 통해 선보일 세 편의 영화 모두 이런 특징을 가지고 있다. 탄탄한 이야기, 잘 이뤄진 제작 과정, 대규모 홍보와 좋은 입소문을 탄 것이다.

Q _____ 현재 말레이시아 영화산업이 처한 가장 큰 도전은 무엇인가?

말레이시아 영화산업이 현재 처한 가장 큰 도전은 소비자의 엔터테인먼트 소비에 영향을 미치는 경제적 분위기이다. 다양한 선택권에 노출된 소비자들은 외국영화를 더 선호하는 경향이 있다. 2016년 박스오피스 매출의 95%가 외국에서 만든, 주로 할리우드영화의 몫으로 돌아갔다. 2016년에 개봉한 말레이시아영화 55편은 박스오피스에서 고전을 면치 못했다. 2017년에 개봉한 영화 중에는 1,000만 링깃(200만 달러)을 넘는 작품이 없는 반면, 2016년에는 이번에 소개하는 세 편의 영화가 각각 1,500만 링깃(300만 달러)을 넘는 이익을 거두며 그 해 개봉한 55편의 말레이시아영화가 거둔 이익의 60%를 차지했다.

Q _____ 현재 말레이시아 영화의 제작가치에 관해서는 어떻게 생각하나?

아스트로쇼가 2014년에 *The Journey*를 개봉하고 2015년에 *Polis Evo*를, 2016년에 <올라볼라>를 개봉하면서 제작 가치가 개선되었다고 생각한다. 영화를 만드는 기술이 더 존중 받게 되었다. 관객들 역시 질이 떨어지는 영화와 제대로 만들어지지 않은 영화를 지지하지 않는다는 것을 보여주었지만, 안타깝게도 말레이시아 영화산업에는 그러한 영화들이 존재하고 있다. 불행 중 다행인 점은 말레이시아 현지에서 제작, 개봉되는 영화의 수가 2011년에서 2015년 사이에는 한 해 평균 80편이었으나 2016년에는 55편으로 줄었다는 점이다. 입봉해 영화를 개봉한 감독들이 금세 물러나고, 자리를 지키고 남은 심각한 감독들이 진지하게 영화의 이야기와 전략, 제작 실행에 고민한다는 것을 보여준다.

Q _____ 말레이시아에서 촬영을 진행하려는 외국감독들에게 도움이 될 팁이 있는지?

말레이시아에서는 함께 작업할 파트너를 잘 골라야 한다. 이 점이 절대적으로 중요한 부분이다. 또한, '필름링 인 말레이시아', '필름링 인 말레이시아 플러스', '콘텐츠 말레이시아 피칭 센터 그랜트' 등 프로젝트의 필요조건에 맞는 정부의 지원 프로그램을 잘 살펴봐야 한다. 말레이 반도와 말레이시아 동부에 아름다운 촬영지가 많고, 창작과 제작을 위해 적절한 예산을 활용할 수 있으며, 영어, 말레이어, 중국어, 인도어를 구사할 수 있는 인재가 풍부하다. 포스트 프로덕션 서비스를 전체적으로 제공하는 업체 또한 다양하다.

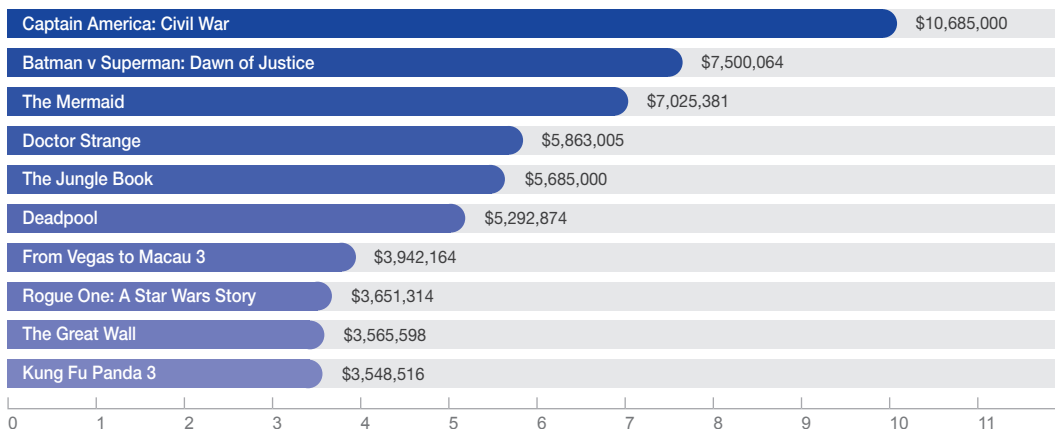
MALAYSIAN FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - MALAYSIAN BOX OFFICE 2016

Source : <http://www.finas.gov.my>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action Adventure	\$10,685,000	Marvel Studios
Batman v Superman: Dawn of Justice	Zack SNYDER	USA	Action Adventure	\$7,500,064	WB
The Mermaid	Stephen CHOW	HK/CN	Comedy	\$7,025,381	Sony
Doctor Strange	Scott DERRICKSON	USA	Action Adventure	\$5,863,005	Disney
The Jungle Book	Jon FAVREAU	UK/USA	Action Adventure	\$5,685,000	Disney
Deadpool	Tim MILLER	USA	Action Adventure	\$5,292,874	Fox
From Vegas to Macau 3	WONG Jing	HK/CN	Comedy	\$3,942,164	GoldScene
Rogue One: A Star Wars Story	Gareth EDWARDS	USA	Action Adventure	\$3,651,314	Disney
The Great Wall	ZHANG Yimou	CN/USA	Action Adventure	\$3,565,598	UPI
Kung Fu Panda 3	Jennifer YUH, Alessandro CARLONI	CN/USA	Comedy	\$3,548,516	Fox

| GROSS BOX OFFICE |

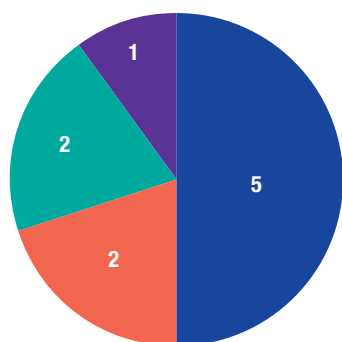


TOP 10 DOMESTIC FILMS OF 2016

Source : <http://www.finas.gov.my>

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Ola Bola	CHIU Keng Guan	Malaysia	Sport	\$3,667,150	ASTRO SHAW SDN. BHD.
Hyprocirpsy	Syamsul YUSOF	Malaysia	Horror	\$3,493,103	SKOP PRODUCTION SDN. BHD.
BoBoiBoy: The Movie	Nizam RAZAK	Malaysia	Action Adventure	\$3,469,512	ANIMONSTA STUDIOS SDN. BHD.
Rock Bro! Kembali Ke Pangkal Jalan	Mamat KHALID	Malaysia	Comedy	\$1,187,191	RIMEWORKS STUDIOS SDN. BHD.
UPIN & IPIN Jeng, Jeng, Jeng	Hajah Ainon ARIFF/ Erma FATIMA	Malaysia	Action Adventure	\$1,077,889	LES COPAQUE PRODUCTION SDN.BHD
MAT MOTO – Kami Mat Moto Bukan Mat Rempit	Syafiq YUSOF	Malaysia	Action Adventure	\$951,669	SKOP PRODUCTION SDN.BHD.
Huat The Fish (Mandarin)	YEE Teik Yin & CHIENG Hein Onn	Malaysia	Comedy	\$727,987	THE FILM ENGINE 67
ALIM DALAM 7 Dimensi	Faisal ISHAK	Malaysia	Action Adventure	\$358,488	ASTRO SHAW SDN. BHD.
Juvana 3	Faisal ISHAK	Malaysia	Drama	\$317,828	FILMSCAPE SDN. BHD.
Desolusi	Syafiq YUSOF	Malaysia	Action Adventure	\$305,871	SKOP PRODUCTION SDN.BHD.

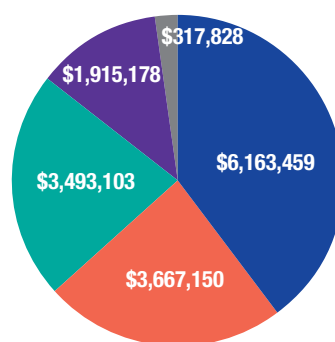
| TOP 10 FILMS COUNTRIES |



● USA ● HK/CN ● CN/USA ● UK/USA

| TOP 10 DOMESTIC FILM GENRE |

[Unit: USD]



● Action Adventure ● Sport ● Horror ● Comedy ● Drama

Following the disappointing results of 2015, the Malaysian film industry had a safe recovery in 2016.

Even though questions related to the average quality of local productions remain relevant, the year 2016 brought in several encouraging signs.

A quick analysis of the industry data published by FINAS (the National film development corporation) highlights how in 2016 Malaysian audiences went back to domestic productions. After local films racked up a mere 6.62% share of total audiences in 2015, local films sold 7.03 million tickets in 2016, or 9.83% of the total 71.53M sold (+5.02% compared to 2015). In terms of revenues, the Malaysian film market registered a total growth of +5.15%, equal to 913.86M ringgit (206.50M US\$ or 191.11M €). The most unusual trait of this growth is the more diverse way market share were split. On the one hand, English-lingo films and productions in Chinese languages had some marginal losses. The former lost -2.79% in audiences, for a total of 47.65M, and -2.41% in revenues or 617.31M ringgit; the latter had a -2.96% decrease in audiences, for a total of 7.86M, and a -2.5% in revenues or 100.35M ringgit. On the other hand, domestic films had a favourable year, registering growth both in terms of audiences, with a +55.88% (from 4.52M to 7.03M), and in terms of revenues, with a +56.75% (from 52.99M ringgit to 83.06M). Meanwhile, Indian films rose to their biggest profits (5.57M tickets sold, for a gross revenue of 71.44M ringgit, equaling to +7.79% and +8.13% respectively), and so did Indonesian productions (550,000 tickets sold for 6.59M ringgit; tiny figures, yet unprecedented in recent) and films in other languages (+124.22% in audiences, or 2.87M tickets sold, and +142.31% in revenues, or 35.11M ringgit). The market share for English-lingo films (i.e. Hollywood) remains massive, with 66.61% of tickets sold and 67.55% of box office revenues. Yet, on a yearly basis, this dominance registered a drop exceeding 5%. Added to this, films in Chinese languages lost almost 1% of their market share. Although these may read as minimal changes, in the context of a static market, plagued by limited diversity, they acquire an almost seismic magnitude. The doubling of the market share for films in other languages, in particular, gives substantial encouragement to those who imported films that in the past would have never found their way to the screens in the Federation.

In regard to domestic productions, more good news came from average revenues. In the last few years, an overload of local titles in the market led to drastically shrinking profits. And the local audience grew disillusioned by the low quality standards of such productions. Thankfully, after releasing no less than 82 films in 2015, local production companies settled on just 46 in 2016. A -60% drop that would raise concerns in other contexts. However, in Malaysia, this drop was welcomed as a much needed return to usual business. In fact, in 2016, the average gross for domestic films reached 1.70M ringgit (almost 385,000\$ or a little over 355,000€), against the mere 650,000 ringgit (almost 147,000\$ or 136,000€) in 2015. The release schedule for domestic films went back to one title per week, avoiding the direct competition among local releases that had severely harmed national films in recent years.

With a box office gross of over 16.67M ringgit (3.77M\$ or 3.49M€), Chiu's much-anticipated soccer drama *Ola Bola* was the year's box office champ, and made it to the third spot of Malaysia's biggest domestic hits of all times. Between February and March 2016, two more local films crossed the 15M ringgit mark: Syamsul YUSOF's horror *Hypocrisy*(*Munafik*) (15.88M ringgit) and the animation *Boboiboy: The Movie* by Nizam RAZAK (15.77M ringgit). Just as *Boboiboy*, the fifth biggest domestic hit of 2016 (4.90M ringgit) was a theatrical version of an animated TV series: produced by respected animation company Les' Copaque,

November-release *Upin & Ipin Jeng Jeng Jeng!* by Ainon ARIFF and Erma FATIMA is the first Malaysian film to combine live action and animation. Coming in at the fourth place was instead Mamat KHALID's comeback: the third instalment of a series he initiated in 2005, *Rock Bro!* grossed 5.40M ringgit. It is worth noticing that both *Upin & Ipin* and *Rock Bro!* took benefit from release windows where competition among domestic films was less intense. *Rock Bro!* hit theatres on October 27th, after a week when no new domestic films had been released. *Upin & Ipin*, instead, was released on November 24th, after almost a full month of no new releases for local films.

But there weren't only good news for Malaysian films in 2016. After years of delay, the much-awaited *Hanyut* by U-Wei bin Haji SARRI (the first Malay director to have a film selected at Cannes Film Festival, thanks to his 1995 *Kaki Bakar*) finally hit theatres on the same week as *Upin & Ipin* and flopped very badly. Based upon Joseph CONRAD's *Almayer's Folly*, *Hanyut* had principal photography wrapped in 2012, and then went on a long post-production hiatus, reportedly due to lack of funding. Eventually costing some 18M (4.07M\$ or 3.76M€), it only grossed 76,500 ringgit (17,300\$ or 16,000€). It sadly goes down in history as the biggest flop of Malaysian cinema. Another ambitious title, Dain SAID's sophomore feature *Interchange*, had slightly better luck. A fantastic thriller featuring Malaysian and Indonesian stars (Shaheizy SAM and Nicholas SAPUTRA), *Interchange* grossed almost 500,000 ringgit (113,000\$ or 105,000€). Nothing compared to *Hanyut*'s shipwreck, but certainly less than what this groundbreaking picture deserved.

What certainly gives major hope in the box office results of 2016 is the fact that long the biggest hits one could find a sports drama, two animations, a horror and a musical comedy. A very diverse range of genres mirroring the potential of reaching out to different segments of the market.

Market statistics aside, 2016 was also the year when the issue of 'linguistic discrimination' took by storm the national film awards of the annual Festival Filem Malaysia. The exclusion from the Best Picture category of CHIU's *Ola Bola* and of acclaimed Tamil drama *Jagat* by Shanjhey KUMAR PERUMAL, both parked instead in the Best Picture not in the Malay Language category, raised great controversy. A surge of protest traversed the local film industry, involving notable Malay professionals too: celebrated cinematographer Mohd Nor KASSIM, a two-times winner at national awards, returned his two trophies and rejected last year's nomination. The uproar resulted in the removal of the regulation qualifying only pictures whose dialogues are at least 70% in the Malay language as "national films". Thus, the language divide for the Best Picture, Best Director and Best Screenplay was removed, and a new category of Best Picture in the National Language was introduced. Eventually, *Jagat* won Best Picture, a first for a film not in the Malay language.

Paolo BERTOLIN

Paolo BERTOLIN is a festival programmer, film critic and producer. He has worked as regional correspondent in the Asian Pacific region with Venice, Rotterdam, Beijing, Mumbai, Doha, Udine International Film Festival and others.



INTERVIEW | Najwa ABU BAKAR



Producer of *Ola Bola* | **MALAYSIA**

Najwa ABU BAKAR joined Astro in 2006 from Price waterhouse Coopers Malaysia and is a qualified accountant. In her current dual role as the Head of Astro Shaw and Vice President of Business Development in the Content Group of Astro Malaysia Holdings (AMH), Najwa is responsible for the strategy and direction of the film business. AMH is South East Asia's leading media platform and content producer.

Najwa returned to AMH in April 2013 from various new media and business development roles in Singapore for Star Hub and HBO Asia respectively. Her key achievements in Singapore include managing the new media content strategy and operations for Star Hub and managing the Asian rollout of HBOGO for HBO Asia.

Astro Shaw was established in 1996 and has produced over 80 films for theatrical and non-theatrical releases in Malaysia and the region. Najwa looks forward to expanding co-production partnerships in the regional and international space among other strategic investment initiatives.

Q _____ Tell us about the film.

Ola Bola is a film that showcases the diversity of Malaysia across the multi-cultural landscape of its people. Set against the premise of 1980s Malaysian football, *Ola Bola* is a fictionalized account of a group of determined football players who must overcome personal challenges and adversity to qualify for the 1980 Moscow Summer Olympics. Alas, despite their successful qualification, Malaysia and other nations boycotted the Olympics in protest of the invasion of Afghanistan.

Q _____ What do you think made this film so successful?

(What does it take to succeed at the box office in Malaysia?)

Ola Bola is a classic zero to hero feel-good movie. The nostalgia of the 1980s also brought the audience back to good times in their past and the international achievements of the Malaysian national football team. The film was well made with a strong storyline that pioneered many 'firsts' for Malaysian filmmaking and it was also extensively promoted across the TV, Radio and Digital resources of the Astro Malaysia Group. Most films in Malaysia are not promoted well and suffer at the box office. Taking this into account, we made sure that the film was given as much exposure as possible.

Q _____ How do you go about getting investment for films?

Astro Shaw, as the lead producer of *Ola Bola*, sought financial assistance from FINAS, the Malaysian regulatory authority for filmmaking. We were also fortunate to be able to have a very good script and a well-known director, Chiu Keng GUAN, for us to attract investment from our partners Golden Screen Cinemas and Multimedia Entertainment. We usually use the same business model for our big budget films where we source for investment partners and soft funds. There are also other films that Astro Shaw fully funds on its own for various reasons.

Q _____ How does a film usually get investment in Malaysia ?

Astro Shaw is a Malaysian film studio that is owned by a media group, Astro Malaysia Holdings Berhad. The Group's assets also include Pay Television and Radio platforms that specialize in content production and distribution. For Astro Shaw, we have several models for film investment such as self-funding and approaching partners such as other film production companies or cinema exhibitors to invest in our projects. Sometimes and where relevant, we will apply for government grants and rebates. We believe in self-funding all our films so that we can build our film library but to minimize the financial risk, we believe in smart partnerships with other companies who share our creative and business vision.

Q _____ What kind of releases do local films get?

There is a queue system in Malaysia called 'Skim Wajib Tayang' (Mandatory Screening Scheme) for local film releases. A panel comprising FINAS and cinema exhibitors will assess the film and decide on the release date and minimum number of screens for theatrical releases. Most local films go through the Mandatory

Screening Scheme to qualify for the producers' rebate scheme that FINAS provides after each film's theatrical screening.

Q _____ How does profit-sharing work in Malaysia? and How did it work for Your film?

In Malaysia, equity investors will get the proportionate share in revenues and intellectual property rights over the film. We believe in a sharing concept that is fair to all parties. The investors and producers will then appoint a local distributor to release the film in cinemas and if the film can travel beyond Malaysia, a sales agent (or agents) is appointed for the different territories. Astro Shaw also distributes its own films to Malaysian and Bruneian cinemas but in the case of *Ola Bola*, we appointed GSC Movies as the Malaysian distributor and work with other distribution partners for outside Malaysia and Brunei.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

The movie-going audience showed a preference for large scale, 'event-type' films with spectacle that are highly anticipated. The three films that are representing Malaysia for 'Made in Asia' at BIFAN, all had these qualities and a complete package of a strong storyline, well-executed production, extensive promotions and very good word of mouth!

Q _____ What's the toughest challenge for the Malaysian industry these days?

The toughest challenge in the Malaysian film industry currently is the economic climate impacting the consumers' entertainment wallet. These consumers are spoilt for choice and prefer to support foreign films. 95% of total box office revenues in 2016 went to foreign films, namely Hollywood films and the majority of the 55 local films that were released in 2016 suffered tremendously at the Malaysian box office. For 2017, there is no local film that has exceeded RM10mil (or US\$2mil) in gross box office revenues whereas in 2016, our three films exceeded RM15mil (or US\$3mil) each, contributing to more than 60% of gross box office revenues for the 55 local films released.

Q _____ What do you think of Malaysian production values these days?

I believe production values have improved since Astro Shaw released *The Journey* in 2014 that continued with *Polis Evo* in 2015 and then *Ola Bola* in 2016. There is a lot more respect for the craft of filmmaking. The audience has given many indications that they do not support low quality and badly executed films and there are still such films in the Malaysian film industry unfortunately. The silver lining is that the volume of local films released annually has reduced from around 80 films annually from 2011 to 2015 to around 55 films in 2016. This seems to indicate that the overnight filmmakers are stepping back and that the remaining serious filmmakers are really thinking about their stories, strategies and production execution.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Malaysia?

Choose the right partner to work with in Malaysia – that is absolutely key to any collaboration. Also, please explore the government's film incentive schemes such as 'Filming in Malaysia', 'Filming in Malaysia Plus' and 'Content Malaysia Pitching Centre Grant' as your project may meet their requirements. Malaysia has a lot of offer in terms of beautiful locations in Peninsular and East Malaysia, affordable creative and production talent who speak English/ Malay/ Chinese/ Indian languages and also a suite of full-service post-production services.

2016년 말레이시아 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING MALAYSIAN FILMS IN 2016

No.1 올라볼라 Ola Bola

6

Code 421 • 7/17 14:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 1004 • 7/23 11:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

말레이시아 축구의 황금기였던 1980년대를 배경으로 올림픽 승리를 거머쥐기 위한 다문화 축구팀의 고군분투 이야기를 앵글에 담았다. 말레이시아 최대 흥행작 <여행>을 연출한 치우 켅 관 감독이 그려낸 감동과 승리에 대한 기록.

Inspired by Malay national football team, which successfully entered the 1980 Summer Olympics. Ola Bola is an uplifting fictional tale about an unlikely multicultural team of footballers, who have to overcome their disagreements and personal struggles for a chance at the international success.



연출	치우 켅 관	개봉일	2016.01.28	최종 흥행 수입	\$1,981,506
제작	나즈와 아부바커	배급	Golden Screen Cinemas (GSC) Movies		
제작사	Astro Shaw				

Director	CHIU Keng Guan	Distribution	Golden Screen Cinemas (GSC) Movies
Producer	Najwa ABU BAKAR	Final Box Office	\$1,981,506
Production	Astro Shaw		
Release Date	2016.01.28		



연출 | 치우 켅 관

1998년 중국의 베이징 영화학교 졸업. 말레이시아 영화 감독으로 20년 넘게 영화산업에 종사했다. *Woohoo!*(2009)로 2010년 말레이시아영화제에서 특별심사위원상을 거머쥐었다.

DIRECTOR | CHIU Keng Guan

CHIU Keng Guan is Malaysian film director with 20 years of experience in the TV and film industry. CHIU graduated in Film Directing from Beijing Film Academy, China in 1998. His debut film, *Woohoo!*(2009) won the Special Jury Award in 2010 Malaysia Film Festival.

No.2 위선 Hypocrisy

12

Code 532 • 7/18 17:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 916 • 7/22 17:00 부천시청 판타스틱큐브 / Bucheon City Hall, Fantastic Cube(1F)

불행한 사고로 아내를 잃은 의사 아담. 아내의 죽음 이후 사람들을 치료하기를 거부해온 그는 마리아라는 여자를 치료하기로 한다. 그리고 이어지는 기묘한 사건들은 그녀와 무슨 관련이 있을까? 오랜만에 만나는 말레이시아 호러.

Adam is a Muslim medical practitioner, who is unable to accept the fact that his wife is no longer in this world. Later on, he agrees to treat a depressed woman named Maria, but strange and unsettling things start to happen.



연출	시엄술 유소프	개봉일	2016.02.25	최종 흥행 수입	\$3,493,103.04
제작	하스람 유소프	배급	Skop Productions Sdn. Bhd.		
제작사	Skop Productions Sdn. Bhd.				
Director	Syamsul YUSOF	Distribution	Skop Productions Sdn. Bhd.		
Producer	Haslam YUSOF	Final Box Office	\$3,493,103.04		
Production	Skop Productions Sdn. Bhd.				
Release Date	2016.02.25				



연출 | 시엄술 유소프

1984년 출생. 말레이시아 출신 배우이자 감독으로, 문화산업의 여러 방면에서 활동하고 있다. 2016년 말레이시아영화제에서 26세 최연소의 나이로 상을 거머쥐며 영화 산업계에서 큰 관심을 받았다.

DIRECTOR | Syamsul YUSOF

Syamsul YUSOF was born in 1984. He is working in various part in Malaysia. He received the film industry's attention when he set the record as the youngest director to win the 2016 Malaysia Film Festival at the age of 26.

2016년 말레이시아 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING MALAYSIAN FILMS IN 2016

No.3 매직키드보보 BoBoiBoy: The Movie

G

Code 608 • 7/19 11:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2 | Code 911 • 7/22 14:00 CGV부천역 2관 / CGV Bucheon Station 2

초능력 소년 보보와 로봇 오초봇은 세상에 둘도 없는 절친이다. 어느 날 오초봇은 외계 악당들에게 납치되고 친구를 구하기 위해 보보와 친구들은 모험을 떠난다. 아이들의 마음을 사로잡는 귀여운 꼬마 영웅 캐릭터들의 어드벤처 애니메이션.

A group of alien treasure hunters has arrived on earth and kidnapped Ochobot in order to use him to locate an ancient and powerful Sfera Kuasa hiding on earth. Their journey will take them on an adventure filled with action, comedy, and beautiful locales.



연출	니잠 라작	개봉일	2016.03.03	최종 흥행 수입	\$3,469,511.76
제작	키 옹 핀	배급	Animation Studio SDN, BHD		
제작사	Primeworks Studios				

Director	Nizam RAZAK	Distribution	Animation Studio SDN, BHD
Producer	Kee YONG PIN	Final Box Office	\$3,469,511.76
Production	Primeworks Studios		
Release Date	2016.03.03		



연출 | 니잠 라작

말레이시아 최초의 3D 장편영화 <강: 모험의 시작>(2009)와 TV 시리즈 『보보이보이』(2011)의 감독으로 유명하다. 특히 TV 시리즈 『보보이보이』(2011)를 영화화한 <매직 키드보보>(2016)가 전국에서 큰 인기를 끌며 2016 말레이시아영화제에서 최고의애니메이션필름상을 수상했다.

DIRECTOR | Nizam RAZAK

Bermula(2009) and *BoBoiBoy* TV series. *BoBoiBoy: The Movie*(2016) was released in 118 cinema nationwide and won the trophy for the Best Animated Film at the 2016 Malaysia Film Festival.

2015년 말레이시아 영화 흥행 베스트 3

TOP 3 GROSSING MALAYSIAN FILMS IN 2015

폴리스 에보 Polis Evo

좌천된 쿠알라룸프 마약 수사대 최고의 경찰 카이는 작은 읍으로 보내져 천하태평에 낙천적인 사니와 파트너가 된다. 재기하려는 카이와 태평한 사니의 잘못된 만남으로 불협화음을 일으키던 그들은 한 사건이 단순한 마약 사건이 아님을 깨닫게 되는데...

Khai, once Kuala Lumpur's finest narcotics inspector is partnered up with a happy-go-lucky family man Sani in his small, newly-assigned office. The mismatched pair has to work together to solve a case which turns out not to be an ordinary drug case after all.

연출 Director	가즈 아부 바카르 Ghaz Abu BAKAR	개봉관수 No. of Screens	44
제작 Producer	Joel SOH	상영일 수 Days at Cinemas	60
제작사 Production	Astro Shaw	최종 흥행 수입 Final Box Office	MYR 17,470,603
개봉일 Release Date	2015-9-17		

마이 파파 리치 My Papa Rich

홀로 지내는 삶을 즐기는 홀애비 양은 단순하고도 가난한 삶을 즐긴다. 그러나 그는 가난 때문에 구정을 보낼 수 없음을 깨닫고, 이에 그의 백만장자 친구 린은 양에게 한 달간 백만장자의 삶을 살도록 해주는데.

Yang is a widower living a solitary life. When he soon realizes that he cannot afford to celebrate the coming Chinese New Year, his long-time friend and millionaire Lin grants him a chance of becoming a millionaire for a month.

연출 Director	라이온 리 Ryon LEE	개봉관수 No. of Screens	69
제작 Producer	Aron KOH	상영일 수 Days at Cinemas	22
제작사 Production	Film Kingdom Group	최종 흥행 수입 Final Box Office	MYR 3,025,250
개봉일 Release Date	2015-2-19		

결혼이야기 Suamiku, Encik Perfect 10

약학대생 알리야가 불가피하게 비즈니스맨 자리프와 일주일간 결혼한 커플 행세를 하던 도중, 자리프의 약혼녀인 아즈라가 결혼 이야기를 꺼내기 시작하며 벌어지는 아찔한 로맨스 드라마.

A Pharmacy student and a businessman Zarif decide to deceive others as a married couple for a week, until Zarif's fiancée begins to talk about a real marriage.

연출 Director	페로즈 카데르 Feroz KADER	개봉관수 No. of Screens	53
제작 Producer	Astro Shaw & Global Station	상영일 수 Days at Cinemas	33
제작사 Production	Astro Shaw	최종 흥행 수입 Final Box Office	MYR 2,986,091
개봉일 Release Date	2015-1-22		



BIG
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

인도 | INDIA

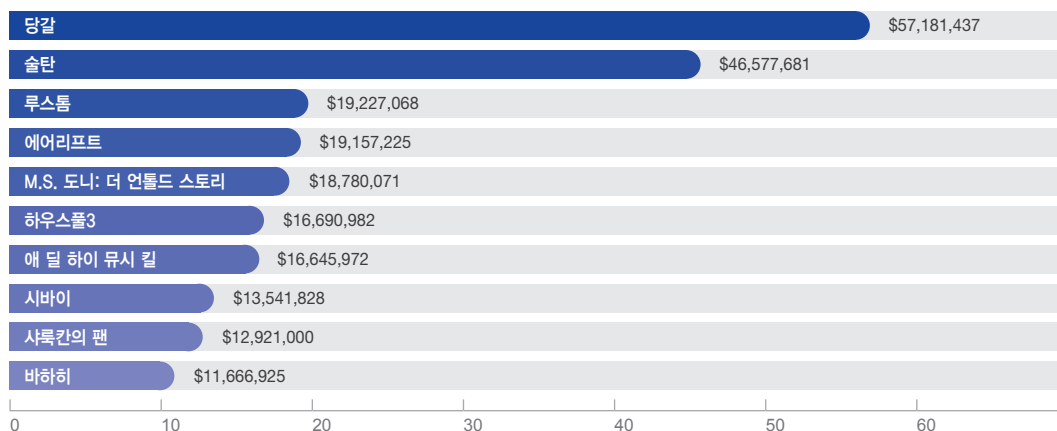
2016년 인도 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - INDIAN(BOLLYWOOD) BOX OFFICE 2016

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
당갈	니테쉬 티와리	인도	드라마	\$57,181,437	Disney India
술탄	알리 아바스 자파	인도	드라마	\$46,577,681	Yash Raj Films
루스툼	티누스 레스 데사이	인도	스릴러	\$19,227,068	Nittin Keni Creations
에어리프트	라자 크리쉬나 메논	인도	스릴러	\$19,157,225	Viacom 18 Motion Pictures
M.S. 도니 : 더 언틀드 스토리	니라이 판데이	인도	드라마	\$18,780,071	Fox Star Studios
하우스풀3	사지드, 하르하드	인도	로맨스	\$16,690,982	Eros International
애 딜 하이 뮤시 킬	카란 조하르	인도	로맨스	\$16,645,972	Amrita Mahal
시바이	어제이 데븐	인도	스릴러	\$13,541,828	Pen India Limited
샤룩칸의 팬	마니쉬 샤르마	인도	스릴러	\$12,921,000	Yash Raj Films
바하히	사비르 칸	인도	로맨스	\$11,666,925	UTV Motion Pictures

출처: Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| 극장 입매권 매출 |

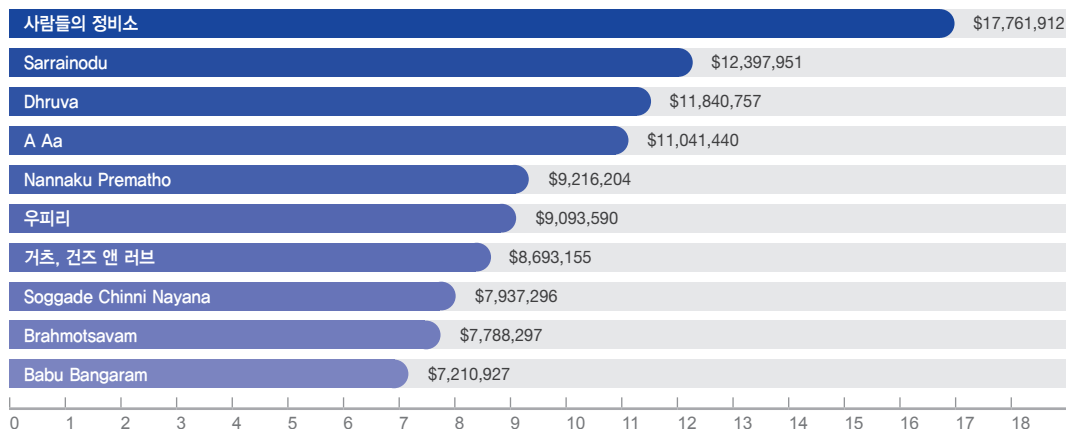


TOP 10 FILMS - INDIAN(TOLLYWOOD) BOX OFFICE 2016

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사	배급사
사람들의 정비소	코라타라 시바	인도	로맨스	\$17,761,912	Mythri Movie Makers	Eros International
Sarrainodu	보아파티 스리 누	인도	액션어드벤처	\$12,397,951	Geetha Arts	Geetha Arts
Dhruva	수린 더 레디	인도	스릴러	\$11,840,757	Geetha Arts	Geetha Arts
A Aa	트리 비 크람 스리니 바스	인도	코미디	\$11,041,440	Haarika & Hassine Creations	Haarika & Hassine Creations
Nannaku Prematho	수쿠마	인도	드라마	\$9,216,204	Sri Venkateswara Cine Chitra	Reliance Entertainment Phantom Films
우피리	밤시 파이디팔리	인도	스릴러	\$9,093,590	Gaumont Film Company	Andhra/TG
거츠, 건즈 앤 러브	KS 라빈드라	인도	액션어드벤처	\$8,693,155	Pawan Kalyan Creative Works	Eros International
Soggade Chinni Nayana	칼리안 크리쉬나	인도	드라마	\$7,937,296	Andhra/TG	Nagarjuna
Brahmotsavam	스리칸스 애달라	인도	액션어드벤처	\$7,788,297	PVP cinema	G. Mahesh Babu Entertainment Pvt, Ltd
Babu Bangaram	마루 티	인도	코미디	\$7,210,927	Sitara Entertainments	Haarika & Hassine Creations

출처: Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| 극장 입매권 매출 |



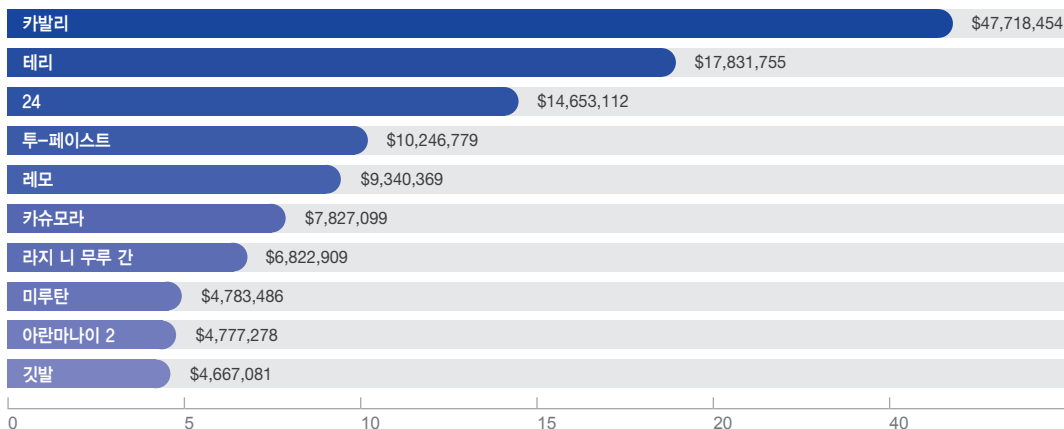
2016년 인도 영화 시장 동향

TOP 10 FILMS - INDIAN(KOLLYWOOD) BOX OFFICE 2016

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
카발리	파 랜지스	인도	드라마	\$47,718,454	MAX LAB CINEMAS AND ENTERTAINMENT
테리	애틀리 쿠마	인도	스릴러	\$17,831,755	SPI Cinemas (Chennai)[1] Friday Film House (Kerala) Carnival Motion Pictures (Kerala)
24	비크람.K. 쿠마	인도	공상과학	\$14,653,112	Eros International Studio Green
투-페이스트	아난드 상카르	인도	액션어드벤처	\$10,246,779	Auraa Cinemas (Tamil Nadu) Thameens Release (Kerala)
레모	바키아라즈 칸난	인도	드라마	\$9,340,369	24AM Studios (Tamil version) Sri Venkateswara Creations (Telugu version)
카슈모라	고쿨	인도	액션어드벤처	\$7,827,099	Thenandal Films (Tamil) PVP Cinema (Telugu)
라지 니 무루 간	폰렘	인도	코미디	\$6,822,909	Pen Movies
미루탄	샤탁시 살라 라얀	인도	공상과학	\$4,783,486	Ayngaran International Media
아란마나이 2	선다르 C	인도	스릴러	\$4,777,278	Sri Thenandal Films
깃발	RS두라이 센딜리꾸마르	인도	스릴러	\$4,667,081	Escape Artists Motion Pictures

출처: Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| 극장 입매권 매출 |

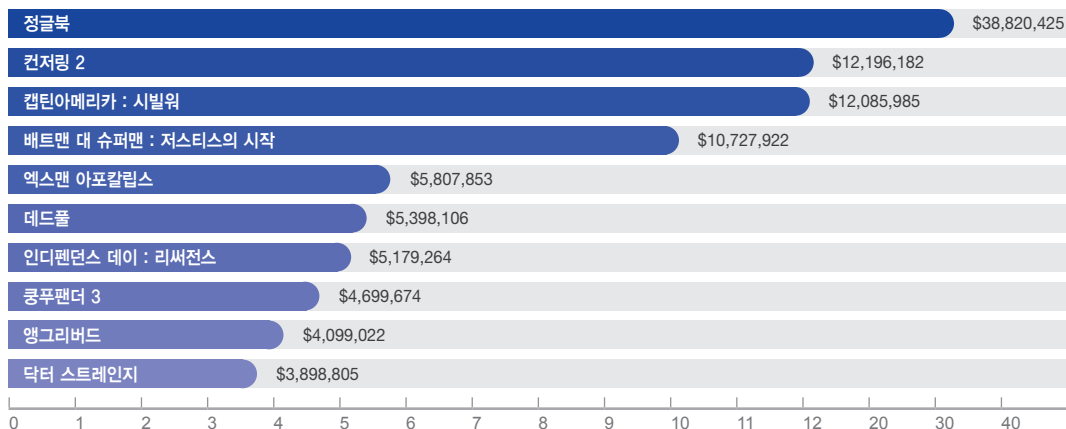


TOP 10 IMPORTED FILMS - INDIAN BOX OFFICE 2016

작품명	감독	국가	장르	흥행수입(USD)	제작사/배급사
정글북	존 파브로	영국/미국	액션어드벤처	\$38,820,425	Walt Disney Pictures
컨저링 2	제임스완	캐나다/미국	호러	\$12,196,182	Warner Bros
캡틴아메리카 : 시빌워	앤소니 루소, 조 루소	미국	액션어드벤처	\$12,085,985	Walt Disney
배트맨 대 슈퍼맨 : 저스티스의 시작	잭 스나이더	미국	액션어드벤처	\$10,727,922	Warner Bros
엑스맨 아포칼립스	브라이언 싱어	미국	공상과학	\$5,807,853	20 century Fox film corporation
데드풀	팀 밀러	미국	코미디	\$5,398,106	20 century Fox film corporation
인디펜던스 데이 : 리써전스	롤랜드 에머리히	미국	액션어드벤처	\$5,179,264	20 century Fox film corporation
쿵푸팬더 3	여인영, 알렉산드로 칼로니	중국/미국	코미디	\$4,699,674	China Film Group, Dream Works Pictures
앵그리버드	클레이 케이티스, 퍼갈 레일리	필란드/미국	액션어드벤처	\$4,099,022	Rovio Mobile, Columbia Pictures
닥터 스트레인지	스콧 데리슨	미국	액션어드벤처	\$3,898,805	Marvel Studios

출처: Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| 극장 입매권 매출 |



발리우드 (힌디어)

2016년 1월 발간된 무역 간행물인 『버라이어티』는 발리우드에 관해 다음과 같이 전망했다. "인도 영화산업에서 힌두어권을 담당하는 발리우드는 2017년 회계연도까지 11퍼센트 성장할 것으로 예상된다. 컨설팅사 인딜로이트와 인도상공회의소 (ASSOCHAM)이 발간한 보고서 "M&E를 위한 차세대 성장동력"에 따르면 발리우드 산업의 전체규모는 현재 23억 2천만 달러에서 28억 9천만 달러로 커질 것이다. 연구자들에 따르면 인도의 극장수익은 2017년 회계연도까지 현재 17억 8천만 달러에서 21억 3천만 달러로 증가하게 된다.

하지만 영화산업을 괴롭히며 절대 떠나지 않는 질문이 있다. 대체 어떤 것이 시장에 먹히는 것인가? 다르게 표현해 보면, 대체 관객이 원하는 것은 무엇인가? 2016년은 힌두어 영화산업계가 이 질문으로 씨름한 또 다른 한 해였다. 그리고 질문에 대한 답은 아미르칸이 주연한 〈당갈〉과 살만 칸이 주연을 맡은 〈술탄〉이라는 형태로 보여졌다. 두 영화 모두 블록버스터로 제작되었다. 이 두 영화가 레슬링을 배경으로 했기 때문에 그랬던 걸까? 아니면 스타가 출연하기 때문에 그랬을까? 어쩌면 여기서 세 번째 요소를 고려해야 할지 모른다. 바로 이야기와 내레이션을 얼마나 인도다운 지를 살피는 것이다. 두 영화 모두 인도를 배경으로 도시에서 먼 곳을 다루었다. 2016년의 현상이 무언가를 나타내는 바가 있다면 그것은 바로 인도가 다시 한번 '인도의' 영화를 받아들일 준비를 갖췄다는 사실이다.

같은해에 흥행을 거둔 다른 영화들을 살펴보자. 〈MS 도니 : 언틀드 스토리〉는 인도 크리켓 대표팀의 유명한 주장으로 자라난 작은 마을 출신의 소년에 관한 이야기다. 〈바그히〉의 주인공은 인도의 고대무예에 관한 지식으로 악당을 물리친다. *Ae Dil Hai Mushkil*의 주연들은 오래 된 인도(힌디어) 영화와 음악을 끊임없이 참조한다. 사실 작품의 제목 또한 오래된 인도 영화에 등장한 노래에서 딴 것이다. 〈시바이〉는 영화의 대부분이 불가리아를 배경으로 한다. 하지만 주인공은 히말라야에서 온 인도의 신에 사로 잡혀있다. 〈에어 리프트〉 쿠웨이트 전쟁 발발 후 인도인들을 구출한 인도인 주인공이 등장하는 애국심 넘치는 이야기를 선보인다. 심지어 할리우드에서 제작해 그 해 개봉한 비-인도권 영화로는 가장 제작 규모가 컸던 〈정글북〉도 인도를 배경으로 한다.

2016년의 또 다른 경향은 인기있는 배우가 출연 한다고 해서 흥행이 보장 되지 않는다는 점이다. 샤룩칸의 〈팬〉은 흥행성적이 좋지 않았다. (샤룩칸은 2014년의 〈해피 뉴 이어〉 이후로 줄곧 흥행을 거두지 못하고 있다. 〈디어 친다기〉는 어느 정도 흥행에 성공했지만 샤룩칸은 보조적 역할에 머물렀을 뿐이다.) 란비어싱의 〈케어프리〉은 아디티야 초프라가 오랜 침묵을 깨고 감독한 영화이지만 흥행과는 거리가 멀었다. 악쉐이쿠마르는 든든한 흥행제조기로서의 역할을 계속하고 있지만 큰 흥행작은 만들지 못하고 있다. 〈루스툼〉과 〈에어 리프트〉 모두 10억 루피를 조금 넘기는 흥행을 거두었고, 이는 〈당갈〉이 개봉 주에 거둔 수익을 살짝 웃도는 수준입니다. 여자 배우 중에선 디피카파두콘이 아무런 개봉작도 잡지 못했고, 오랫동안 박스오피스의 여신이라 여겨졌던 카트리나카이프는 〈위대한 유산〉을 각색한 〈피터〉로 흥행을 거두었다.

세 번째 경향은 할리우드 스튜디오(디즈니, 소니픽처스, 폭스스타)가 발리우드를 다루는 것에 있어 조심스러워졌다는 점이다. 하지만 폭스스타의 〈니르자〉, 〈카푸르 앤 썬스〉는 (NH STUDIOZ가 배급한)〈핑크〉와 더불어 내용이 있는 영화가 이제 통한다는 걸 보여주었다. 비교적 작은 예산으로 (인기스타 없이) 만들어진 이 영화들 모두 흥행성적이 괜찮았고 비평적인 성과도 거두었다. 투자자의 입장에서 보자면, 유명배우가 흥행을 보장하지 않는 상황에선 중규모 예산으로 만든 영화가 발리우드 영화산업에서 가장 확률이 높은 흥행수표 일지 모른다. 하지만 작은 규모의 흥행으로는 산업을 지탱할 수 없다. 두 개 이상의 주요한 블록버스터가 나와줘야 한다. 그래서 다시 이 질문으로 돌아가게 되는 것이다. 시장에서 통하는 것은 무엇일까?

탈리우드 (텔루구)

2016년 11월 “타밀어와 텔루구어영화가 발리우드영화 보다 곧 더 많아질 것”이라는 제목의 정기 간행물 『버라이어티』의 기사를 보면, “2015년 인도에서 인증된 1827편이라는 방대한 양의 영화 중 발리우드영화는 297편으로 타밀어영화와 그 수가 동일하다. 텔루구어영화는 284편으로 그 뒤를 바짝 쫓았다. 타밀어, 텔루구어 그리고 힌디어 영화산업은 인도시네마 매출의 2/3를 차지하고 있고, 아직까지는 발리우드가 가장 국제적으로 인지도가 있지만, 이는 급속도로 변하고 있다.” 라고 알렸다. 이 기사는 “인도 남부의 특히 타밀어와 텔루구어 시네마의 언어 별 흥행작 비중이 곧 발리우드를 능가할 것으로 예상된다”라는 '2016 KPMG 산업보도자료'를 인용했다.

인도의 3대 영화산업들 사이에는 분명 일종의 교차 교류가 존재한다. 그 이유 중에 하나는 한 언어의 영화가 종종 다른 언어로 다시 제작되기 때문이다(혹은 더빙이 되기도 한다. 2016년 텔루구어 최대 블록버스터는 타밀어 흥행작 <파차카란>의 더빙버전인 <비카가두>였다. 영화는 더빙판권을 고작 500만 루피에 사들여 1억 루피 이상의 흥행을 거두었다). 하지만 이것은 진정한 잠식일까? 다른 주에서 제작 (그리고 소비)된 영화가 인도 각지에서 상영되는 발리우드의 흥행작과 같기를 바랄 수 있을 것인가? 2017년 보고서에서, 힌디어 더빙판 <바후발리 2 : 더 컨클루전>(2017)가 아미르 칸 주연 영화 <당갈>을 이기면서 최대 수익을 낸 힌디어영화가 된 것을 감안하는 거였다면 물어볼 것도 없이 대답은 당연히 ‘그렇다’이었을 것이다. 그러나 이 보고서의 초점은 2016년이고, 흥행작들은 안드라프라데시주와 텔랑가나 주(그리고 물론 해외지역)에 주로 포함되어있었다. 타룬바스커(Tharun BHASKER)감독의 <펠리쿠풀루>같은 저예산에 유명배우도 없는 도회지 중심 로맨틱 코미디가 최대 투자수익률을 내는 것과 같은 모습을 볼 때 2016년은 흥미로운 한 해였다. 이와는 대조적으로, 마헤쉬바부, 파완칼란 같은 몸값 비싼 슈퍼 스타들은 <브라모트사вам>(Brahmotsavam)와 <거츠, 건즈 앤 러브>에서 제 값을 다하지 못하였다. 하지만 그렇다고 마살라영화가 죽었다고 말하는 것은 어폐가 있다. 알루아르준 주연의 상업영화 *Sarainodu*는 엄청난 히트작이었다.

2016년은 배우 나가르주나의 해였다. 그의 사크란티 페스티벌 상영작 *Soggade Chinni Nayana*는 대형작 *Nannaku Prematho*(N.T.R.주니어 주연), *Dictator*(난다무리 발라크리шна 주연), <라자 익스프레스>(샤르와난드의 뜻밖의 흥행작) 등을 누르며 올드비들 사이에서 그가 여전히 건재하다는 것을 증명했다. 영화 *Nannaku Prematho*는 흥행에 성공했지만 팬들에게는 다소 과하게 품격 있는 영화였다. 그는 <사람들의 정비소>를 통해 팬들이 정말로 원하는 모습으로 컴백했다. 영화는 개봉당일 전 세계적으로 4억 1천만 루피의 흥행성적을 거두며 2016년 텔루구어영화로서는 최대 수익을 기록했다.

소규모 작품들도 동일하게 입에 오르내렸다. <펠리쿠풀루>처럼 라비칸 페레푸 감독의 <샤남> 또한 초저예산 도시영화였다. (1천 80만 루피의 예산이 투입되었고 5천만 루피의 흥행성적을 거두었다. 현재 타밀어와 힌디어 리메이크 논의가 진행 중이다) "공식적" 영화들이 지배하고 있는 현재의 텔루구영화 시장에서 <샤남>은 신선한 공기와도 같다. 감독은 주제 자체에 집중하고 절대 벗어나지 않으면서 6곡의 노래들과 액션 씬으로 구성되는 공식을 깨트렸다."라며 『데칸크로니클은』 이 영화가 얼마나 다른 영화들과는 다른 지에 주목했다. 다른 성공한 스릴러는 총 수익 3억 2600만 루피를 벌어들인 모하나 크리쉬나 인드라 간티 감독, 나니 주연의 <젠틀맨>이었다.

또 다른 올해의 인상적인 영화들은 리메이크 영화 시리즈들이었다. 그 예로는 <우피리>(프랑스 흥행작 <언터처블: 1%의 우정>)(2011) 리메이크 작가이자 2016년 나가르주나의 두번째 흥행작, <프레맘>(외부에선 신성모독적으로 받아들였지만 텔루구어 관객들에게 사랑 받았던 말라알람 불록버스터 리메이크 작) 그리고 타밀어 흥행작 *Thani Oruvan*의 리메이크 작인 램 차란-아르빈드 스와미 주연의 영화 <드루바> 등이다. 영화 <우피리>는 후에 타밀어영화 <우피리>(Thozhaa)로 개봉되었다.

이렇게 각 영화 시장 간의 언어적 경계는 점점 흔들리고 있는 것으로 보인다.

칼리우드 (타밀어)

2016년은 '칼리우드'로 널리 알려진 타밀어 영화시장이 성찰의 시간을 갖고, 장기적으로 그 시장을 유지하는 모델을 찾아 낼 필요를 입증했다. 첫째, 개봉 스케줄이 무계획적이고, 영화는 계획이나 홍보전략 없이 막판에 극장에 던져지고 있다. 둘째, 이런 많은 영화는 '소규모' 영화들이고 관객몰이가 어렵다.

달리 말하자면 아직 배우들은 여전히 매력적인 존재들이다. 라지니칸트 주연영화 <카발리>는 높은 제작비용 대비 실망스러운 성적을 거두었고 배급사들은 돈을 잃었다고 불평을 했지만, 여전히 영화는 그해 최대 흥행성적을 거두었다. 두 번째 영화 <테리>는 슈퍼스타 비제이 덕에 다시 우뚝 섰다. 랭킹 10위 안의 영화들은 수리아, 비크람, 시바카오티케안, 카르티, 다누쉬와 같은 배우들로 채워졌다. 그 중 <미루탄>과 <아란마나이2> 정도가 비교적 덜 알려진 배우들이 있는 몇 안 되는 영화들이었다.

그러나 많은 배우가 한 때 받던 출연료를 더는 요구할 수 없다는 사실을 서서히 인지하고 있다. 텔레비전 방송사들은 대규모 영화들이 더는 큰 목표 전송률(TRP)을 가져오지 않는다는 것을 깨달았기에 텔레비전 위성방송 권한은 더 보장해 줄 수 없다. 게다가 몇몇 영화제작자들은 파산 신청을 하고 있다. 가청권 또한 더 성공적인 소득원천이 될 수 없다. 따라서 예산은 삭감은 꼭 일어나야 하고, 예산의 가장 큰 부분이 배우들의 출연료라는 것을 고려할 때 이 부분은 꼭 고려해야 하는 사항이다.

그렇다고 모든 소식이 다 나쁜 소식들인 것은 아니다. 전 세계 시장은 여전히 배우들에게 우호적이고 (<카발리>의 타밀나두 배급사들이 손실에 대해 불평을 하더라도 글로벌 통계는 막대하다) 아마존 및 핫스타와 같은 디지털 플레이어들은 위성TV 부재로 인한 공백을 메우는 첫걸음을 디디고 있다. 또한, 텔루구어 영화시장(안드라 프라데시와 텔랑가나의 이웃 주)에서 타밀어 영화가 흥행할 가능성이 있다. 타밀어 시장에서 <24>(수리아 주연)는 실패했지만 텔루구어 더빙버전에서 흥행했다. 타밀어 지역에서 <피차이카란>(비제이 안토니 주연)이 흥행했지만, 텔루구어 더빙버전은 블록버스터급이었다.

그럼에도 불구하고 위기는 부인할 수 없다. 경제를 한동안 휘청거리게 했던 정부의 폐화계획이나 상업을 전반적으로 교착상태에 이르게 했던 사이클론 바르다(첸나이와 첸갈파투 지역을 강타한)처럼 몇몇 요소들은 어쩔 수가 없었다.

그뿐만 아니라 다른 요소들이 있다. 우선, 저작권 침해가 있다. 영화 개봉 후 하루가 지나기도 전에 영화가 이미 인터넷에 유통이 되곤한다. 더 골치 아픈 것은 타밀어 더빙판 할리우드영화들이 여느 때보다도 더 많은 매출을 내고 있고, 새로운 시청 방법들이 업계를 변화시켰음을 의미한다. 스마트폰과 SNS에 중독된 사람들은 5번의 액션 장면 그리고 5곡 노래 형태의 전통적 장편영화를 볼 만한 인내심을 갖고 있지 않다. 많은 영화가 노래의 수를 잘라냈고, 2시간이 조금 웃도는 상영 시간이 새로운 표준이 되었다. 히트작의 비율은 계속해서 지독히 낮은 편이다.

2016년에 발표된 약 200여 편의 영화 중에서 고작 10%인 20편 정도가 수익성이 있다고 말할 수 있었다. '다른' 종류의 콘텐츠(적어도 타밀어 시장의 경우)의 성공- <파이널 라운드>(권투 드라마)와 <우피리>(어울리지 않는 친구들에 대한 코미디 드라마)가 도심에서 무척 흥행했음에도 불구하고 여전히 제작은 액션, 드라마, 코미디, 노래, 시합, 로맨스 등 모든 장르를 요란하고 크게 던지는 '마살라' 모델이 여전히 중심이다. 배우들과 감독 및 제작자들이 시대가 변했다는 것을 인지하지 않는 한, 영화시장은 꽤 힘든 시기를 겪게 될 것이다.

바라드와즈 랑간

바라드와즈 랑간은 『Film Companion』지의 인도 남부지역판 에디터이자 지오마미룸바이영화제 워드 스타에서 프로그래밍 책임컨설턴트를 맡고있다.

2005년에는 내셔널어워드에서 최고영화비평가상인 황금연꽃상을 수상했다. 『The Caravan』, 『Arts Illustrated』, 『Open』, 『Tehelka』, 『Biblio』, 『Outlook』, 『The Cricket Monthly』 등에 영화, 음악, 미술, 책, 여행, 유머에 관한 글을 기고한 바있다. 배우 비크람에 관해 길게 쓴 글은 『The Caravan Book of Profiles』에서 "결정적 프로필 12선"으로 꼽혔다. 타밀어 로맨틱코미디 *Khadal 2 Kalyanam*의 각본작가로 활약하며, 타밀어 단편영화 *Kalki*의 각본을 담당했고 댄스 드라마 *Krishna*와 *Meghadootam*에서는 대사와 내러티브를 작성했다. 그가 쓴 단편소설 『The Call』은 문예지 『Indian Quarterly』에 실렸고, 현재 첸나이에 있는 아시아 저널리즘 학교에서 영화에 대한 강의를 맡아 진행 중이다. 내셔널필름 어워드의 심사위원으로 일했고, 지오마미룸바이영화제에서는 국제부문선정위원을 맡았다. 『Subramanipayuram: The Tamil Film in English』에 실은 에세이와 『Behind the Scenes: Contemporary Bollywood Directors and Cinema』에 실은 영화 *RajkumarHirani*에 대한 분석 등 여러 권의 선집에 글을 실었으며, 랑간이 쓴 첫 단행본인 『Conversations with Mani Ratnam』은 2012년 펍출판사를 통해 출간되었다. 두 번째 책인 『Dispatches From the Wall Corner』는 웨스트랜드출판사가 2014년에 펴냈다.



인터뷰 | 카란 조하르

발리우드(힌디어) 프로듀서 | 인도

카란 조하르는 샤룩 칸의 가까운 친구로 야시초프라가 이끈 제작사 야시라즈필름스 초창기에 그를 도왔고 대히트를 거둔 〈무슨 일인가 일어나고 있어〉(1998) 감독으로 데뷔했다. 또한, 유명한 토크쇼 〈커피 위드 카란〉(2004)을 이끌고 있기도 하다. 〈무슨 일인가 일어나고 있어〉의 성공으로 발리우드라 알려진 힌두어 영화산업계에서 가장 상위에 속하는 감독이 되었으며, 덕분에 자신의 제작사인 다르마프로덕션스에서 만든 영화들이 앞으로 수년간 전 세계에 배급될 수 있도록 준비를 마친 상태다.

Q _____ 2016년 최고의 영화를 알려달라.

최고의 영화는 〈당갈〉이었다. 인도의 정신과 완벽히 연결된 작품이었다. 어린 여자아이, 권리 증진, 아이들을 압박하는 아버지 등, 이 모든 내용이 관객에게 울림을 안겨주었다. 이에 더해 이 영화는 실화에 바탕을 둔다. 스포츠를 배경으로 하는 감성적인 작품이며, 대배우 아미르 칸이 주연으로 참여해 작품을 인정했다. 이 모든 요소가 12월 명절 시즌에 잘 맞춰 개봉한 것에 덧붙여 이뤄졌다.

Q _____ 이 영화가 큰 성공을 거둔 이유는 무엇이라 생각하나? (발리우드 박스오피스에서 성공하려면 어떤 것이 필요한가?)

성공의 공식이 존재한다고 하더라도, 이는 항상 변한다. 매주 금요일에 영화가 개봉하고 성공의 논리가 변한다. 하지만 도움이 되는 것이 조금 있기는 하다. 서양에 간 인도인을 다룬 영화가 잘 통했던 1990년대와 달리, 오늘날 인도 사람들은 바로 이곳, 인도의 중심지를 배경으로 하는 영화를 원한다. 이론적으로 말하자면 인도를 배경으로 하고, 여기에 인기 스타를 더하고, 멋진 음악, 적절한 개봉일, 그리고 즐거움을 전한다면 (예를 들어, 너무 심각하면 안 된다) 영화의 성공 가능성이 높아진다.

Q _____ 프로듀서로서 투자를 받을 때에는 어떻게 진행을 하는지?

어떨 때는 나 자신을 영화사라고 생각하고, 가끔은 제작사로 여기기도 한다. 예산이 큰 영화라면 20세기폭스같은 다른 영화사와 공동제작을 시도할 것이다. 규모가 작으면 음악저작권, 위성 송출과 스트리밍 권리 판매 등으로 예산을 마련할 수 있을지 모른다.

Q _____ 발리우드에서는 영화 투자가 어떻게 이뤄지나?

위에서 말한 대로다. 규모가 크면 영화사와 협력하지만, 독립적으로 이뤄지는 영화도 있다. 이런 경우에는 주식형 펀드에서 투자금을 유치할 수도 있다.

Q _____ 배급은 보통 어떤 식으로 이뤄지나?

가장 큰 지역은 뭄바이/마하라슈트라이다(여기에는 구자라트, 카르나타카, 사우라슈트라 지역도 포함된다). 이 지역이 개봉 영화 수익의 25~30퍼센트를 차지한다. 그 다음으로 델리-유뵘-편자브 지역에서 수익의 25~30퍼센트가 발생한다. 나머지 수익은 기타 지역(인도 동부, 남부 등)에서 거둔다. 〈당갈〉과 같은 큰 영화는 인도 전역에 4,000개가량의 스크린 규모로 개봉한다. 〈카푸어와 아들들〉처럼 중간 규모의 영화는 스크린 800~1,200개 정도의 규모로 개봉이 이뤄진다.

Q _____ 발리우드에서는 이윤분배가 어떻게 이뤄지나? 지금까지 작업한 영화는 어떻게 진행했는지 알려달라.

영화사와 공동제작을 할 경우, 투자금과 배급 수수료를 회수한 뒤에는 50대 50으로 수익을 분배한다.

Q _____ 2016년에는 시장의 동향이 어떠했는지?

지난 몇 년간 휴일이나 주말에 수익이 치솟는 현상을 볼 수 있었다. 주중에는 수익이 50%까지 떨어진다. 창조적인 차원에서 보자면, 〈〈니르자〉, 〈핑크〉, 〈카푸어와 아들들〉, 〈피쿠〉 등) 탄탄한 각본으로 내용에 초점을 맞추는 영화에 더 많은 힘을 실어 주는 현상이다. 〈힌디미디엄〉과 같은 영화가 올해 아주 좋은 성적을 거두고 있고, 이는 무엇보다 영화의 내용 덕분이다. 인기 스타에게 의존한다고 해서 항상 이익을 거두지는 않는다는 점을 점차 더 많은 사람이 깨달아가는 중이다. 제작 예산의 대부분이 스타들에게 지급하는 비용으로 쓰이기 때문이고, 이것은 영화사나 프로듀서 입장에서 현실적이지 않기 때문이다. 또 다른 동향은 거대 예산을 쓴 영화가 돌아오고 있다는 점이다. 〈바후발리〉가 거둔 성공은(인기 스타 기용이 아닌) 영화의 내용에 돈을 쓴다면 사람들이 작품을 찾아온다는 것을 보여주었다.

Q _____ 현재 발리우드 영화산업이 처한 가장 큰 도전은 무엇인가?

불법복제와 같은 외부적인 요소가 존재한다. 내부적으로는 사람들이 빠져있는 착각도 있다. 영화계 사람들은 업계의 구성에서 자신의 위치가 무엇이고 어떤 부분에 비용을 매길 수 있는지, 영화 예산을 어떻게 구성해야 하는지를 더 잘 알아야 한다. '현역에 있다'는 걸 보여주고 싶어 하는 프로듀서들이 터무니없는 예산을 승인하는 경우도 있다.

Q _____ 현재 발리우드 영화의 제작 가치에 관해서는 어떻게 생각하나?

상황이 더 나아져야 한다. 인기 스타 출연료 보다 영화의 내용에 돈을 더 써야 한다.

Q _____ 발리우드에서 촬영을 진행하려는 외국 감독들에게 도움이 될 팁이 있는지?

인도에는 엄청나게 다양한 지형이 존재하고, 전 세계로부터 날아오는 촬영팀을 환영한다! 인프라의 많은 부분이 영화 촬영에 쉽게 이뤄져 있으며, 상세한 서류가 마련되어 있고, 어마어마한 기회가 존재한다.

인터뷰 | 다구바티 수레쉬 바부

탈리우드(텔루구) 프로듀서 | 인도

다구다티 수레쉬 바부는 텔루구영화 산업의 프로듀서, 영화사 소유주이자 배급 담당자로 수레쉬프로덕션스의 총괄이사를 맡고있다.

수레쉬프로덕션스에서 일하며 *PreminchukundamRaa*(1997), *Ganesh*(1998), *KalisundamRaa*(2000), *Nuvvulekanenulenu*(2002), *Tulasi*(2007), *Drushyam*(2014), *GopolaGopola*(2015) 등 여러 흥행작을 만들어냈다.

2012년에는 대중영화계에 기여한 공로로 안드라프라데시주에서 수여하는 나기레디-차크라파니 내셔널어워드를 수상했다.

Q _____ 2016년 최고의 텔루구어 영화는?

〈바후발리〉가 가장 빼어난 영화였다. 그리고 〈사람들의 정비소〉와 *Sarrainodu* 같은 성공작들도 있었다. 흥행으로는 〈사람들의 정비소〉가 최고였다고 할 수 있다.

Q _____ 이 영화의 성공요인이 무엇이라고 생각하는지? (탈리우드 박스오피스에서 성공하려면 필요한 것은?)

좋은 상업영화를 만들면 시장에서도 통할 것이다. '좋은'이라는 말은 영화가 관객이 이해할 수 있는 내용이어야 하고 관객에게 즐거움을 줄 수 있는 요소들이 적절히 섞여 있어야 한다는 이야기다. 관객의 90퍼센트는 (교육이 아니라) 오락을 원한다. 여기서 말하는 오락은 유머, 감성, 액션, 춤과 같이 여러 형태를 취할 수 있다. 관객은 등장인물들을 느끼고 공감 할 수 있어야 한다. 예를 들어, 〈사람들의 정비소〉의 경우는 환경에 대한 내용도 조금 언급이 되면서, 팬츠는 연기, 좋은 음악, 고전적 관계가 모두 들어가 있었고 촬영도 좋았다. *Sarrainodu*는 구식 상업영화였지만 집중력 있게 만들어졌고 영화의 감정선이 명확했다.

Q _____ 프로듀서로서 영화의 투자를 어떻게 끌어내는지?

내 영화의 제작비를 내가 직접 낸다. 예산 면에서는 규모가 그렇게 큰 영화들이 아니다. 지금은 많은 사람이 폭스나 에로스 인터내셔널 같은 큰 스튜디오들과 함께 작업하는 추세다. 우리도 비아콤과 함께 제작비 40만 달러 규모의 영화를 진행 중이다. *Kshanam*을 감독한 라비칸트 페레푸가 감독을 맡을 예정이다.

Q _____ 탈리우드에서는 보통 영화투자가 어떻게 이뤄지는지?

보통은 프로듀서들이 직접 돈을 낸다. 시장에서도 돈을 구하고, 은행과 개인 금융업자에게서도 돈을 끌어온다. 초창기에는 투자금에 이자를 엄청나게 붙이기도 했지만 지금은 좀 더 체계를 가지고 돌아가는 편이다. 벤카테시와 람차란 같은 영웅적인 스타들이 영화제작비 절감을 위해 개봉직전에 출연료를 받는 것도 도움이 된다. 이외에도 수레쉬 프로덕션스, 딜라주, 기사야츠 같은 큰 제작사들은 은행이나 다른 투자처에서 자금을 끌어올 수 있다.

Q _____ 현지영화의 배급은 어떻게 이뤄지는지?

안드라프라데시/텔랑가나주에는 1,700개 정도의 스크린이 있다. 큰 작품은 1,000~1,200개 스크린에서 개봉하며, 중규모 예산으로 만들어진 영화는 400여 개 정도의 스크린으로 개봉한다. 소규모 개봉의 경우 150개 정도의 스크린을 확보한다. 텔루구어로 만든 영화는 방갈로르와 해외에서도 개봉된다.

Q _____ 탈리우드에서는 수익분배가 어떻게 이뤄지나? 당신이 만든 영화의 경우는 어떠했는지?

감독과 스타들은 대체로 선금을 받는다. SS라자몰리 같이 극히 일부만 러닝개런티를 진행한다. (알루아르준, 람차란의 경우와 같이) 영화에 등장하는 스타가 프로듀서인 경우에는 출연비와 프로듀서의 몫을 함께 받고, 이익을 나누기도 한다.

Q _____ 2016년의 시장 동향은?

신선한 내용은 무엇이든 받아들여진다. <펠리쿠풀루>처럼 뭔가 새로운 내용이거나 *Sarainodu*처럼 구식으로 만들어진 것일 수도 있다. 관객은 그들을 이끄는 것이라면 무엇이든 볼 의사가 있다. 이번 시즌의 히트작은 <바후발리>였다.

Q _____ 현재 탈리우드 영화산업의 가장 큰 과제는?

인도의 영화산업 전체가 불법복제 문제를 똑같이 겪고 있다. 게다가 좋은 콘텐츠를 공급하는 것이 큰 문제다. 좋은 콘텐츠 없이는 영화를 시작하기도 전에 이미 실패하는 셈이다. 하지만 일을 해야 하기에 계속 영화를 만들고 있는 것이다.

Q _____ 현재 탈리우드의 제작가치에 대해 어떻게 생각하는지?

제작가치가 좀 더 증가 할 필요가 있지만, 발리우드와 비교하면 여전히 가치가 낮다고 본다. 훌륭한 제작가치를 성취하는데 드는 비용이 매우 높다. 미감이 아주 좋으면서 비용도 적절한 팀을 마련해야만 한다.

Q _____ 탈리우드에서 촬영하려는 외국감독들에게 팁을 준다면?

별 다른 조언은 없다. <바후발리>의 규모와 스케일 덕분에 더 많은 관객이 텔루구어 영화산업에 대해 알게 되었지만 영화를 만들기 위해 이 지역으로 오는 사람은 많지는 않다. 예전에는 저예산 할리우드영화들이 이곳에서 영화제작을 진행하곤 했다. 지금은 영화의 배경이 인도이거나 특정한 로케이션을 원하는게 아니라면 아무런 제작가치가 없다. 다른 여러 나라에서 제공하는 것 같은 세금환급도 없고, 이 지역에서만 줄 수 있는 이점도 없다. 노동력에 대한 비용도 너무 비싸다. 물론, 시각 효과 작업은 아직도 이 지역에서 진행되고 있다.

인터뷰 | 가우담 메논

칼리우드(타밀어) 프로듀서 | 인도

가우담 메논은 인도의 영화감독이자 각본가, 프로듀서로 타밀어영화를 주로 작업한다. 블록버스터 영화인 *Minnale*(2001)로 경력을 시작했고, *KaakhaKaakha*(2003), *VettaiyaaduVilaiyaadu*(2006), *VaaranamAayiram*(2008), *VinnaithaandiVaruvaaya*(2010), *YennaiArindhaal*(2015)로 주목 받았다. *VaaranamAayiram*은 내셔널필름어워드의 타밀어 장편영화부문에서 최고상을 수상했다.

Q _____ 2016년 최고의 (타밀) 영화를 알려달라.

〈카발리〉가 가장 큰 수익을 낸 것으로 안다. 배우 라지니칸트의 복귀작이었고, 훌륭한 연기를 펼쳐 보였다. 하지만 개인적으로는 규모가 더 작은 〈두루방갈6〉이 더 좋았다. 신인 감독이 만든 작품이었고, 그저 괜찮은 이야기 정도가 아니라 아주 멋진 스타일로 만든 영화였다. 멋지게 찍은 영화였는데, 유명한 배우가 등장하지 않는 영화임에도 크게 흥행했다. 현재 리메이크 제작 논의가 오가고 있다. 샤룩 칸, 악샤이쿠마르, 서니 데올 등 할리우드 최고 스타들도 이 영화를 찾아서 관람했다.

Q _____ 〈카발리〉가 큰 성공을 거둔 이유는 무엇이라 생각하나? (할리우드 박스오피스에서 성공하려면 어떤 것이 필요한가?)

나도 정답을 알았으면 좋겠다. 내 경우에 관해서만 말할 수 있는데, 나의 유일한 만트라라는 직접 현장으로 가서 관객과 작품이 연결되는지를 살피는 것이다. 나는 외계인이 아니다. 나는 화성에서 온 존재가 아니다. 나는 이곳에 사는 사람이고, 여기에 사는 사람들을 살펴본다. 내 영화는 이 모든 경험에서 만들어진다. 나는 진심을 다해 영화를 만든다.

Q _____ 프로듀서로서 투자를 받을 때에는 어떻게 진행을 하는지?

타밀나두 주에는 3,4명가량의 최상급 개인 투자자가 있다. 이들이 보기에 배우가 적절하고 프로젝트가 제대로 되었다면 투자가 시작된다. 하지만 흥행 집계는 전혀 투명하게 이뤄지지 않는다. 프로듀서협회의 일원으로 일하고 있는데, 할리우드에서 10여 년 전에 이뤄냈던 기업지배구조를 도입하고 박스오피스 집계를 투명하게 진행하려 시도 중이다. 이런 점이 이뤄지면 더 많은 기업이 영화투자에 참여하리라 기대한다.

Q _____ 할리우드에서는 영화 투자가 어떤 식으로 이뤄지는지 알려달라.

앞서 말한 바와 같다.

Q _____ 배급은 보통 어떤 식으로 이뤄지나?

현재 문제는 프로듀서들이 단관 개봉이라도 그저 영화를 개봉하는 정도에 만족한다는 것이다. 제대로 된 개봉 전략이 없다. 프로듀서들이 자기 영화를 스스로 죽이는 셈이다. 모든 프로듀서가 협의회로 와서 개봉 일정을 조정하게 하고자 노력 중이다.

Q _____ 2016년에는 시장의 동향이 어떠했는지?

내용이 있는 영화를 관객에게 제공해야 한다는 점이다. 더는 관객을 속일 수 없다. 하지만 일반적인 상업영화 역시 모든 사람이 극장으로 향하는 큰 명절에 개봉할 경우 여전히 성공 가능성이 높은 모델이다.

Q _____ 할리우드에서는 이윤분배가 어떻게 이뤄지나? 지금까지 작업한 영화는 어떻게 진행했는지 알려달라.

힌디어영화와 달리, 타밀어영화에 출연하는 배우들은 이윤 분배를 기대하지 않는다(선지금금 역시 규모가 작다). 이윤분배는 기업 투자자들에게만 가능한 일이다. 나의 영화 *Dhruva Natchatiram*과 *Enai Nokki Paayum Thotta*의 경우, 스튜디오와 투

자를 논의 중이다. 영화가 수익을 내면 투자금부터 반환할 계획이다.

Q _____ 현재 할리우드 영화산업이 처한 가장 큰 도전은 무엇인가?

재정을 처리하는 것이 문제다. 제작이 지연될 경우 대출금 이자납부금이 쌓이고 결국 금융업자들이 돈을 더 많이 벌게 된다. 불법복제도 큰 문제다. 영화관의 수도 늘어나야 한다. 스타 배우들과 감독들의 급여도 낮춰야 한다.

Q _____ 현재 할리우드 영화의 제작 가치에 관해서는 어떻게 생각하나?

물리적 조건을 극복하는 영화는 매우 드물다. 감독 가운데 상당수가 영화의 규칙과 문법을 모르기 때문에, 할리우드영화 중에 해외 관객들에게 보여줄 수 있는 영화는 그리 많지 않다. 물론 <두루방갈 16>같은 예외는 존재한다.

Q _____ 할리우드에서 촬영을 진행하려는 외국 감독들에게 도움이 될 팁이 있는지?

촬영이 쉽지 않다. 밤에만 촬영 허가가 나기 때문이다. 뉴욕시가 감독들을 지원하는 것과 같은 모델로 옮겨 갈 필요가 있다. 일단 촬영 허가를 신청하고 승인받은 뒤에는 차질없이 제작이 이뤄진다고 장담할 수 있다.

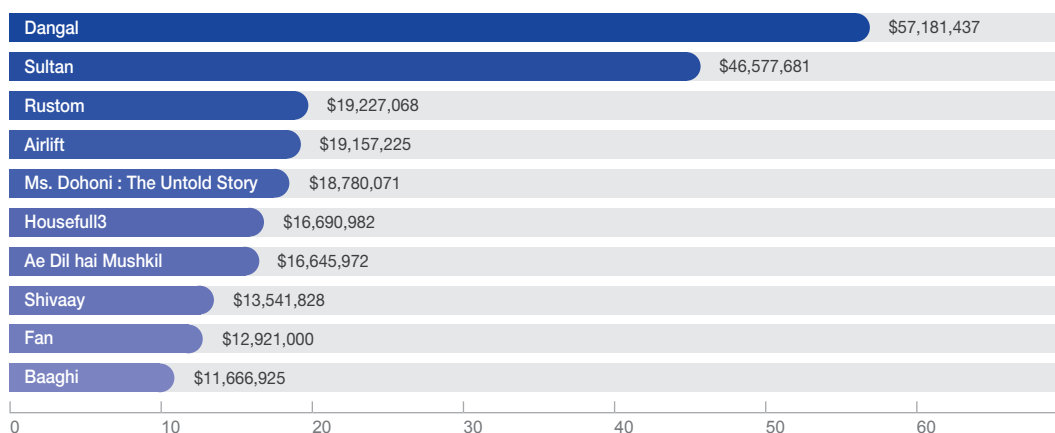
INDIAN FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - INDIAN(HINDI_BOLLYWOOD) BOX OFFICE 2016

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Dangal	Nitesh TIWARI	India	Drama	\$57,181,437	Disney India
Sultan	Ali Abbas ZAFAR	India	Drama	\$46,577,681	Yash Raj Films
Rustom	tinu suresh DESAI	India	Thriller	\$19,227,068	Nittin Keni Creations
Airlift	Raja Krishna MENON	India	Thriller	\$19,157,225	Viacom 18 Motion Pictures
Ms. Dohoni: The Untold Story	Neeraj PANDEY	India	Drama	\$18,780,071	Fox Star Studios
Housefull3	Sajid,Farhad	India	Romance	\$16,690,982	Eros International
Ae Dil hai Mushkil	Karan JOHAR	India	Romance	\$16,645,972	Amrita Mahal
Shivaay	Ajay DEVGN	India	Thriller	\$13,541,828	Pen India Limited
Fan	Maneesh SHARMA	India	Thriller	\$12,921,000	Yash Raj Films
Baaghi	Sabbir KHAN	India	Romance	\$11,666,925	UTV Motion Pictures

Source : Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| GROSS BOX OFFICE |

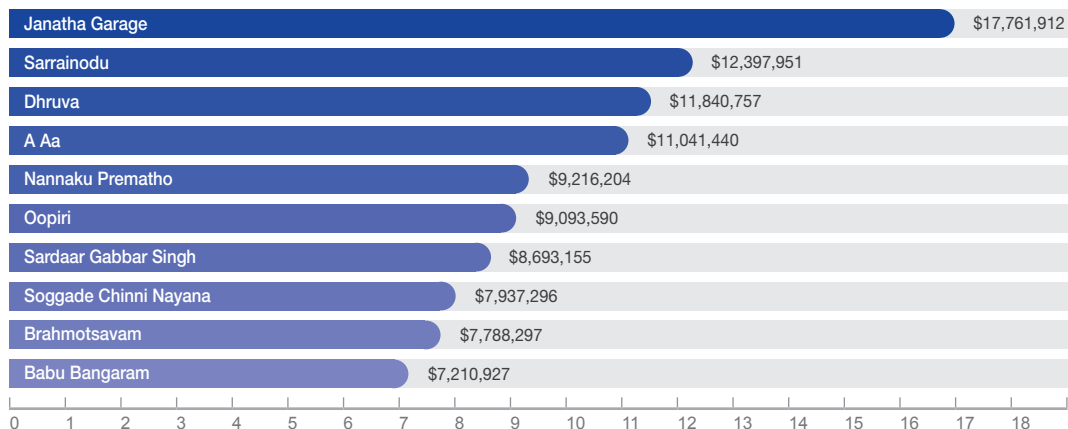


TOP 10 FILMS - INDIAN(TELUGU_TOLLYWOOD) BOX OFFICE 2016

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production	Distribution
Janatha Garage	Koratala SIVA	India	Romance	\$17,761,912	Mythri Movie Makers	Eros International
Sarrainodu	Boyapati SRINU	India	Action adventure	\$12,397,951	Geetha Arts	Geetha Arts
Dhruva	Surender REDDY	India	Thriller	\$11,840,757	Geetha Arts	Geetha Arts
A Aa	Trivikram SRINIVAS	India	Comedy	\$11,041,440	Haarika & Hassine Creations	Haarika & Hassine Creations
Nannaku Prematho	Sukumar	India	Drama	\$9,216,204	Sri Venkateswara Cine Chitra	Reliance Entertainment Phantom Films
Oopiri	Vamsi PAIDIPALLY	India	Thriller	\$9,093,590	Gaumont Film Company	Andhra/TG
Sardaar Gabbar Singh	KS Ravindra	India	Action adventure	\$8,693,155	Pawan Kalyan Creative Works	Eros International
Soggade Chinni Nayana	Kalyan Krishna KURASALA	India	Drama	\$7,937,296	Andhra/TG	Nagarjuna
Brahmotsavam	Srikanth ADDALA	India	Action adventure	\$7,788,297	PVP cinema	G. Mahesh Babu Entertainment Pvt. Ltd
Babu Bangaram	Maruthi	India	Comedy	\$7,210,927	Sitara Entertainments	Haarika & Hassine Creations

Source : Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| GROSS BOX OFFICE |



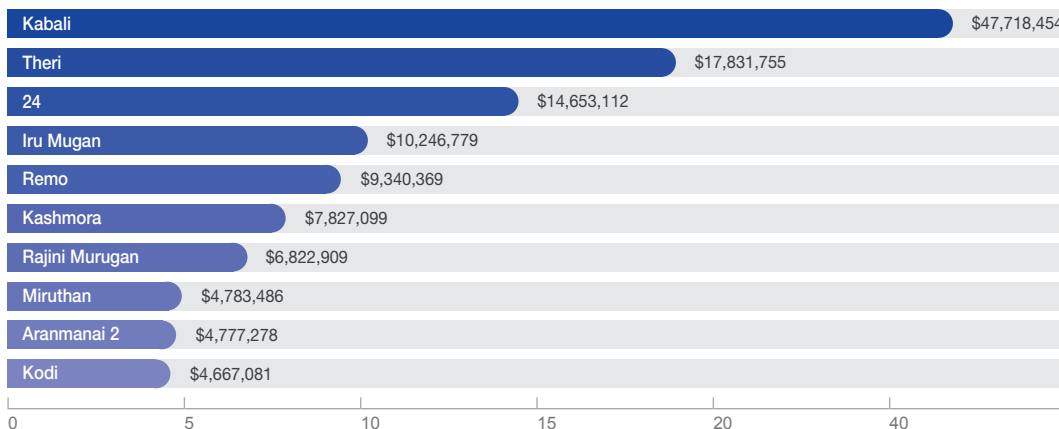
INDIAN FILM MARKET TREND IN 2016

TOP 10 FILMS - INDIAN(TAMIL_KOLLYWOOD) BOX OFFICE 2016

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
Kabali	PA. Ranjith	India	Drama	\$47,718,454	MAX LAB CINEMAS AND ENTERTAINMENT
Theri	Atlee KUMAR	India	Thriller	\$17,831,755	SPI Cinemas (Chennai)[1] Friday Film House (Kerala) Carnival Motion Pictures (Kerala)
24	Vikram K. KUMA	India	Scifi	\$14,653,112	Eros International Studio Green
Iru Mugan	Anand SHANKAR	India	Action Adevneture	\$10,246,779	Auraa Cinemas (Tamil Nadu) Thameens Release (Kerala)
Remo	Bakkiyaraj KANNAN	India	Drama	\$9,340,369	24AM Studios (Tamil version) Sri Venkateswara Creations (Telugu version)
Kashmora	Gokul	India	Action Adevneture	\$7,827,099	Thenandal Films (Tamil) PVP Cinema (Telugu)
Rajini Murugan	Ponram	India	Comedy	\$6,822,909	Pen Movies
Miruthan	Shakti Soundar RAJAN	India	Scifi	\$4,783,486	Ayngaran International Media
Aranmanai 2	Sundar C.	India	Thriller	\$4,777,278	Sri Thenandal Films
Kodi	RS Durai Senthilkumar VETRIMAARAN	India	Thriller	\$4,667,081	Escape Artists Motion Pictures

Source : Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival (MAMI)

| GROSS BOX OFFICE |

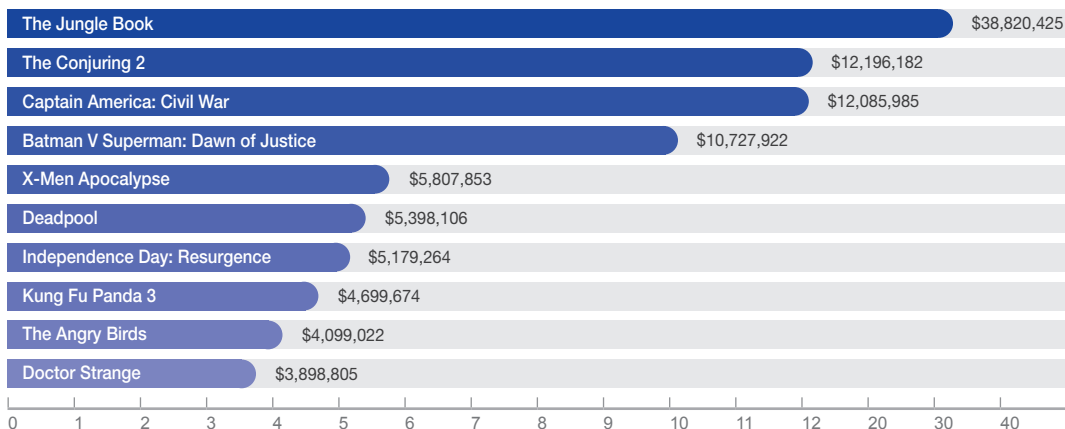


TOP 10 IMPORTED FILMS - INDIAN BOX OFFICE 2016

Title	Director	Country	Genre	Gross(USD)	Production/Distribution
The Jungle Book	Jon FAVREAU	UK/USA	Action adventure	\$38,820,425	Walt Disney Pictures
The Conjuring 2	James WAN	CAN/USA	Horror	\$12,196,182	Warnar Bros
Captain America: Civil War	Anthony RUSSO, Joe RUSSO	USA	Action adventure	\$12,085,985	Walt Disney
Batman V Superman: Dawn of Justice	Zack SNYDER	USA	Action Adventure	\$10,727,922	Warnar Bros
X-Men Apocalypse	Bryan SINGER	USA	Sci-Fi	\$5,807,853	20 century Fox film corporation
Deadpool	Tim MILLER	USA	Comedy	\$5,398,106	20 century Fox film corporation
Independence Day: Resurgence	Roland EMMERICH	USA	Action adventure	\$5,179,264	20 century Fox film corporation
Kung Fu Panda 3	Jennifer YUH, Alessandro CARLONI	CN/USA	Comedy	\$4,699,674	China Film Group, Dream Works Pictures
The Angry Birds	Clay KAYTIS, Fergal REILLY	Finland/USA	Action Adventure	\$4,099,022	Rovio Mobile, Columbia Pictures
Doctor Strange	Scott DERRICKSON	USA	Action adventure	\$3,898,805	Marvel Studios

Source : Baradwaj Rangan, Chief Consultant Programming, Mumbai Film Festival(MAMI)

| GROSS BOX OFFICE |



Overview report - Bollywood (Hindi)

In a January 2016 report, the trade publication *Variety* said, “Bollywood, the Hindi-language part of the Indian film industry, is forecast to grow by 11% per year until the 2017 financial year. The overall size of the Bollywood industry could swell to \$2.89 billion (INR193 billion), up from its current \$2.32 billion (INR155 billion), according to a new report, Digitization & Mobility: Next Frontier of Growth for M&E, from accountancy firm Deloitte and The Associated Chambers of Commerce and Industry of India (ASSOCHAM.) The researchers predict that theatrical revenue in India will swell from a current \$1.78 billion (INR115 billion) to \$2.13 billion (INR142 billion) by FY2017.”

And yet, throughout the year, the industry was plagued by this question: What works? Put differently, what does the audience want? 2016 was another year the Hindi film industry wrestled with the question, and the answer came in the form of two wrestling dramas featuring two KHANS: Aamir’s *Dangal* and Salman’s *Sultan*. Both films were blockbusters. But was it due to the wrestling backdrop? Or due to the stars? There’s perhaps a third factor to be considered: the Indian-ness of the stories, the narration. Both films were rooted in Indian soil, far away from the cities. If 2016 is an indication, India may be ready for “Indian” cinema again.

Consider the other big films of the year. *MS Dhoni: The Untold Story* was about a small-town boy who went on to become a celebrated captain of the Indian cricket team. The hero of *Baaghi* vanquishes the villain with his knowledge of an ancient Indian martial art. The leads of *Ae Dil Hai Mushkil* keep referencing older Indian (Hindi) movies and songs -- the very title of the film comes from an older Indian film song. *Shivaay* may be set in Bulgaria for the most part, but its hero is fashioned after an Indian god from the Himalayas. And *Airlift* told a patriotic story of how an Indian helped evacuate other Indians after the outbreak of the war in Kuwait. Why, even Hollywood’s *The Jungle Book*, the year’s biggest non-Indian blockbuster, was set in India.

Another trend emerges from 2016: stars no longer guarantee blockbusters. Shah Rukh KHAN’s *Fan* was an under-performer. (He hasn’t had a hit since *Happy New Year*, in 2014. *Dear Zindagi* was a minor hit, but his was essentially a supporting role.) Ranveer SINGH’s *Befikre* barely made a ripple, despite being touted as Aditya CHOPRA’s return to filmmaking after a long break. Akshay KUMAR remains reliable as a hit-maker, but he hasn’t delivered many superhits. Both *Rustom* and *Airlift* topped out at a little over Rs. 100 crores, which is just a little over what *Dangal* made in its opening weekend. Among the heroines, Deepika PADUKONE had no release, while Katrina KAIF -- long regarded as a box-office lucky charm -- bombed with *Fitoor*, an adaptation of *Great Expectations*.

The third trend was that Hollywood studios (Disney, Sony Pictures, Fox Star) became wary of playing the Bollywood game. But Fox Star’s *Neerja* and *Kapoor & Sons*, along with *Pink* (distributed by NH STUDIOZ), were held up as proof that content is now king. All these films made on relatively low budgets (and with no mega-stars) did good box office business and also garnered critical acclaim. With stars being no guarantee, the medium-budget movie may be Bollywood’s best bet, seen from the investor’s viewpoint. But small hits cannot sustain an industry. You need more than two major blockbusters. And we return to the question: What works?

Overview report – Tollywood (Telugu)

In a November 2016 article titled 'Tamil and Telugu Cinema Will Soon Be Bigger Than Bollywood', the trade publication "Variety," noted that "of the staggering 1,827 films certified in India in 2015, Bollywood accounted for 297, exactly the same number as the Tamil industry. Close behind was the Telugu language film industry with 284... The Tamil, Telugu and Hindi industries together account for two thirds of Indian cinema revenue and though currently Bollywood has a larger global footprint, this is changing rapidly." The article also quoted a 2016 KPMG industry report: "It is expected that the cinema in Southern India, especially Tamil and Telugu, shall soon surpass Bollywood in terms of the share of box office collections by language."

There is certainly some sort of cross-pollination between the three biggest film industries in India. Some of this is due to the fact that films in one language are often remade in another. (Or dubbed. One of the biggest Telugu blockbusters of 2016 was *Bichagadu*, a dubbed version of the Tamil hit, *Pichaikaaran*. The dubbing rights were bought for a mere Rs. 50 lakh, and the film grossed over Rs. 10 crore.) But is there really an encroachment? Can the cinema made (and consumed) in one state hope to equal the box office of Bollywood, whose films play all over India. Had this been a 2017 report, then the answer would have been a resounding yes, given how the Hindi-dubbed version of *Baahubali 2: The Conclusion* has become the highest-grossing Hindi film ever, beating Aamir KHAN's *Dangal*.

But in 2016, which is the focus of this report, the hits were largely contained within the states of Andhra Pradesh and Telangana (and of course, the overseas territories). It was an interesting year, with the biggest ROI (return on investment) coming from a low-budget, star-free, urban-centric rom-com, Tharun BHASCKER's *Pellichoopulu*. In contrast, superstars like Mahesh BABU and Pawan KALYAN delivered expensive bombs (*Brahmotsavam* and *Sardaar Gabbar Singh* respectively), which is not to say that *masala* movies are dead. Allu ARJUN's ultra-commercial *Sarainodu* was a huge hit.

The year belonged to Nagarjuna AKKINENI. Among the old guard, he proved he still has it, with his Sankranthi festival release, *Soggade Chinni Nayana*, scoring over the other big releases like *Nannaku Prematho* (with NTR Jr.), *Dictator* (Nandamuri Balakrishna) and *Express Raja* (Sharwanand's unexpected hit). *Nannaku Prematho* was a hit, but a classier film than what fans of the star are used to. With *Janatha Garage*, he came roaring back with what they really wanted. The film grossed Rs. 41 crore worldwide on its opening day, the highest opening for a Telugu film in 2016.

But the smaller films were equally talked about. Along with *Pellichoopulu*, there was Ravikanth PEREPU's *Kshanam*, which again was a very urban film made on a very low budget. (It cost Rs. 1.08 crore, and earned Rs. 5 crore. Talks are on for Tamil and Hindi remakes.) The *Deccan Chronicle* pointed out how different this film was: "In the present scenario of Telugu cinema, with "formula" films ruling the roost, *Kshanam*(*Moment*) is a breath of fresh air. The director also breaks the rule of six songs with action scenes thrown in as he concentrates on his subject and never deviates from it." The other successful thriller was Mohan Krishna INDRAAGANTI's *Gentleman*, starring Nani, which grossed Rs. 32.60 crore.

Other interesting films of the year were a series of remakes: *Oopiri* (a remake of the French hit *The Intouchables*, and Nagarjuna's second hit of the year), *Premam* (a remake of the beloved Malayalam blockbuster that outsiders termed sacrilegious but Telugu audiences warmed up to), and the Ram CHARAN-Arvind SWAMY starrer *Dhruva*, a remake of the Tamil hit *Thani Oruvan*. In return, *Oopiri* was released in Tamil as *Thozhaa*. The lines between the industries truly seem to be blurring.

Overview report – Kollywood (Tamil)

The year 2016 proved that Tamil cinema, popularly known as Kollywood, needs to introspect and find a viable model that will help it sustain in the long run. For one, the release schedules are haphazard and movies are dumped in theatres at the last minute, without planning or promotion. Two, far too many of these films are “small” films, which find it difficult to attract an audience.

Put differently, the star is still the draw.

The Rajinikanth-starring, *Kabali*, could be seen as a disappointment in relation to the high costs it was sold at and distributors complained that they lost money, but the film was still the year's biggest grosser. The No. 2 film, *Theri*, was again top-lined by a big star, Vijay. The list of top 10 films is filled with stars: Suriya, Vikram, Sivakarthikeyan, Karthi, Dhanush. The only films with relatively smaller stars are *Miruthan* and *Aranmanai 2*.

But stars are slowly waking up to the fact that they cannot command the kind of salaries they once did. TV satellite rights are no longer a guarantee, as television companies have realized that big films no longer bring in big TRPs. Plus; several producers are filing for bankruptcy. The audio rights, too, are no longer a viable source of income. Budgets, therefore, have to come down, and given the fact that the biggest part of the budget is the hero's salary, this has to be addressed.

The news is not all bad. The worldwide market is still in favor of stars (even if *Kabali's* Tamil Nadu distributors complained of losses, the worldwide numbers are huge), and digital players like Amazon and Hotstar have stepped in to fill the vacuum created by the disappearance of satellite TV from the scene. Plus, there is the possibility that Tamil films could end up doing well in the Telugu market (the neighboring states of Andhra Pradesh and Telangana). *24* (starring Suriya) was a disappointment in Tamil, but a hit in its Telugu-dubbed version.

Pichaikaaran (starring Vijay ATONY) was a hit in Tamil, but its Telugu-dubbed version was a blockbuster.

Even so, the crisis is undeniable. Some of the factors could not be helped, like the government's demonetization initiative that crippled the economy for a while, and cyclone Vardah that hit Chennai and Chengalpattu areas and brought business to a standstill.

But there are other factors. Piracy, for one. Not even a day passes after the film's release and it is already making the rounds on the internet. Worse, Hollywood releases, dubbed in Tamil, are making more money than ever, and new modes of viewing have changed the industry. People addicted to smart phones and social media do not have the patience for long films with five fights and five songs, which is the traditional model. Many films have slashed the number of songs, and a little-over-two-hours running time has become the norm. The hit ratio continues to be abysmally low.

Out of some 200 films released in 2016, only about 20 can be termed profitable – a mere 10 percent. Despite the success of films with “different” content (at least, for the Tamil market) – *Final Round* (*IrudhiSuttru*) (a boxing drama) and *Oopiri*(*Thozha*) (a comedy-drama about mismatched buddies) did very well in the cities, or the “A centres” – the emphasis is still on the ‘masala’ model, which throws in action, drama, comedy, songs, fights, romance at loud decibel levels in an effort to satisfy audiences from all centres. Unless stars, directors and producers understand that times have changed, the industry is in for a very tough time.

Baradwaj RANGAN

Baradwaj RANGAN is Editor, *Film Companion*(South) and Chief Consultant, Programming, Jio MAMI Mumbai Film Festival with Star.

He won the National Award (Swarna Kamal) for Best Film Critic in 2005. His writings on cinema, music, art, books, travel and humour have been published in various magazines like *The Caravan*, *Arts Illustrated*, *Open*, *Tehelka*, *Biblio*, *Outlook* and *The Cricket Monthly*. His long-form story on Vikram was featured in *The Caravan Book of Profiles*, as one of their “twelve definitive profiles.”

He has co-written the Tamil rom-com, *Kadhal 2 Kalyanam*. He has written the Tamil short film, *Kalki*. He has written dialogue and narratives for the dance dramas *Krishna* and *Meghadootam*. His short story, *The Call*, was published in *The Indian Quarterly*. He teaches a course on cinema at the Asian College of Journalism, Chennai. He has served as a member of the jury at the National Film Awards, and as a member of the selection committee for international films at the Jio MAMI Mumbai Film Festival. Baradwaj has contributed to various anthologies, including an essay in *Subramaniamapuram: The Tamil Film in English Translation*, and an analysis of *Rajkumar Hirani* in *Behind the Scenes: Contemporary Bollywood Directors and their Cinema*.

His first book, *Conversations with Mani Ratnam*, was published by Penguin in 2012. His second book, *Dispatches From the Wall Corner*, was published by Westland in 2014.



INTERVIEW | Karan JOHAR

Producer in Bollywood (Hindi) | **INDIA**

A close friend of Shah Rukh KHAN, Karan JOHAR assisted Yash CHOPRA's Yash Raj Films during the early days of his career, making his directorial debut with the mega-hit *Kuch Kuch Hota Hai*(1998). He also has a popular chat show named *Koffee with Karan*(2004). The success of "*KKHH*" made him one of the most high-profile directors in the Hindi Film industry, popularly known as Bollywood. JOHAR's success has guaranteed him worldwide distribution of films from his production company, Dharma Productions, for many years to come.

Q _____ Tell us about the top Bollywood film of 2016.

The top film was *Dangal*. It completely connected to the Indian ethos. It spoke of things like the girl child, empowerment, a father pushing his children - all of which resonate well with the audience. Plus, it was based on a true story. An emotional film with a sport background, and with Aamir KHAN's stamp of approval - it all added up to a superb December holiday release.

Q _____ What do you think made this film so successful? (What does it take to succeed at the box office in Bollywood?)

The formula - if there is one - keeps changing. Every Friday, a film is released and the logic changes. But there are a few things that help. Unlike in the 1990s, where stories about Indians in the West worked well, today's India wants to see films set here, in the heartland. So if you have this, plus a big star, plus great music, a good release date, and if the film delivers entertainment (i.e. it's not too serious), then you should, in theory, have a winner.

Q _____ As a producer, how do you go about getting investment for films?

Sometimes, I think of myself as a studio, sometimes like a production house. If it's a big-budget film, then we may go for a co-production deal with another studio like 20th Century Fox. But if it's a smaller film, it may be possible to raise the money simply from sale of music rights, satellite and streaming rights, and so on.

Q _____ How does a film usually get investment in Bollywood?

It's like what I said above. The bigger forces collaborate with studios. But there are independents too, and they may get their finances from, say, equity funds.

Q _____ What kind of releases do local films get?

The biggest territory is Bombay/Maharashtra (also covering Gujarat, Karnataka and Saurashtra). This contributes about 35-40% of the film's grosses. Then there's Delhi-UP-Punjab, which brings in about 25-30%. The remainder comes from the rest of the country (East, South, etc.) A big release like *Dangal* gets about 4000 screens across the country. A mid-level film like *Kapoor & Sons* gets about 800-1200 screens.

Q _____ How does profit-sharing work in Bollywood? And how did it work for your films?

If it's a co-production with a studio, once they recover their investment and commission on distribution, it's a 50-50 sharing on the overflow.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

In the past few years, we've seen that collections show a spike when it's a national holiday or a weekend. The weekdays drop about 50%. On a creative level, it's become more empowering for content-driven films with strong writers (*Neerja*, *Pink*, *Kapoor & Sons*, *Piku*). A film like *Hindi Medium* this year is doing very well, and it's mainly due to the content. People are realising that depending on movie stars does not always translate to profits, because most of the production budget goes to the star (as salary) and it's not viable for the studio or the producer. One of the major concerns now is streamlining the remunerations of stars. Another trend is that the mammoth big-ticket film is back. *Baahubali*'s success has shown us that if the budget goes towards the film (and not the star), then people will come in.

Q _____ What's the toughest challenge for the Bollywood industry these days?

There are external factors like piracy. Then there are internal factors like delusion. People need to be more aware of their place in their scheme of things, how much they can charge, how to budget films. Producers who want to show they are still "in the game" end up greenlighting ridiculous budgets.

Q _____ What do you think of Bollywood production values these days?

It needs to get better. We need to spend more money on the film instead of the star.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Bollywood?

India is a land with immensely varied topography and we encourage filming crew from all over the world! Our infrastructure in many parts is film-friendly and with the detailed paperwork done, the opportunities are tremendous.

INTERVIEW | Daggubati SURESH BABU

Producer in Tollywood (Telugu) | **INDIA**

Daggubati SURESH BABU is a Telugu film producer, studio owner and film distributor and managing director of Suresh Productions.

He has produced several hit films under Suresh Productions including *Preminchukundam Raa*(1997), *Ganesh* (1998), *Kalisundam Raa*(2000) *Nuvvu leka nenu lenu*(2002), *Tulasi*(2007), *Drushyam*(2014), *Gopala Gopala* (2015).

In 2012, he received the Andhra Pradesh state Nagireddy-Chakrapani National Award for his contribution to popular cinema.

Q _____ Tell us about the top Telugu film of 2016.

There was no defining film like *Baahubali*. There were a bunch of successes like *Janatha Garage* and *Sarrainodu*. You can call *Janatha Garage* the biggest hit.

Q _____ What do you think made this film so successful? (What does it take to succeed at the box office in Tollywood?)

If you made a good commercial film, it will work. By 'good,' I mean it should be understandable, it should have the right mix of elements that entertain the audience. 90 per cent of the audience wants only entertainment (as opposed to education). This entertainment can come in the form of humour, emotion, action, dance. They should be able to feel and empathize with the characters. For instance, *Janatha Garage* had a bit of environmental discussion, good performances, decent music, classic relationships, it was shot well. *Sarrainodu* was an old-fashioned commercial film, but it was focused and the emotions were clear.

Q _____ As a producer, how do you go about getting investment for films?

I fund my own films, and my films are not really huge films, budget-wise. Now, a lot of people are working with bigger studios like Fox and Eros International. We, too, are doing a small film (Rs. 2.5 crore) with Viacom. It will be directed by Ravikanth PEREPU, who made *Kshanam*.

Q _____ How does a film usually get investment in Tollywood?

Usually, producers fund themselves. They take finance from the market, from banks and personal financiers. Earlier, there were financiers who charged huge amounts of interest, but now, things are more structured. It helps that some big heroes like Venkatesh and Ram Charan take their salary just before the film's release, so the production cost comes down. Besides this, big producers like Suresh Productions, Dil Raju and Geetha Arts are capable of raising money from banks, etc.

Q _____ What kind of releases do local films get?

There are about 1700 screens in Andhra Pradesh / Telangana. A big release gets 1000-1200 screens. A medium-budget film gets about 400 screens. A small release gets about 150 screens. Besides this, Telugu films are released in cities like Bangalore, and overseas.

Q _____ How does profit-sharing work in Tollywood? And how did it work for your films?

Predominantly, directors and stars are paid up front. Very few like SS Rajamouli opt for profit-sharing. Sometimes, if the star is also a producer (Allu ARJUN, Ram CHARAN), so they get a part of the production as well as an actor's fee, and sometimes, a share of the profit.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

Any material that is fresh will be accepted. It could be something new like *Pellichoopulu*, or something old-fashioned like *Sarainodu*. People are willing to watch anything if it is engaging and involving. The flavour of this season is *Baahubali*.

Q _____ What's the toughest challenge for the Tollywood industry these days?

All Indian film industries face the same challenges, like piracy. In addition, the great problem is getting good content. Without good content, the film fails before it starts, and we work on it because we have to keep working.

Q _____ What do you think of Tollywood production values these days?

They have come up a bit, but they are still way down the ladder when compared to, say, Bollywood. The cost of getting quality production values is very high. You must have affordable teams with high aesthetic sense.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Tollywood?

Not really. *Baahubali*'s size and scale have made people more aware of the Telugu film industry, but otherwise not many people come here to make movies. Earlier, some low-cost Hollywood productions came here to make movies. But today, there's no value here unless your film is set in India or you want a specific location. There are no tax rebates, like in other countries. There are no local benefits, and the cost is too high for quality labour. But yes, visual effects work keeps happening here.

INTERVIEW | Gautham vasudev MENON

Producer in Kollywood (Tamil) | **INDIA**

Gautham MENON is an Indian film director, screenwriter, and producer who works predominantly in Tamil cinema. He began his career with the blockbuster *Minnale*(2001), and has subsequently made a number of notable films like *Kaakha Kaakha*(2003), *Vettaiyaadu Vilaiyaadu*(2006), *Vaaranam Aayiram*(2008), *Vinnaitthaandi Varuvaaya*(2010) and *Yennai Arindhaal*(2015). *Vaaranam Aayiram* won the National Film Award for Best Feature Film in Tamil.

Q _____ Tell us about the top Kollywood(Tamil) film of 2016.

I know *Kabali* was the top-grossing film. It was Rajinikanth's comeback, and he was great. But I preferred a smaller film called *Dhuruvangal 16*. It was made by a first-timer. It was more than just the story. It was handled with style, panache. The presentation was superb. For a film with no stars, it became a big hit, and is now much sought after in the remake circles. The film has been shown to Bollywood biggies like Shah Rukh KHAN, Akshay KUMAR and Sunny DEOL.

**Q _____ What do you think made this film so successful?
(What does it take to succeed at the box office in Kollywood?)**

I wish we had the answer. I can only speak for myself, and my only mantra is to put yourself out there and then see if the connect happens with the audience. I am not an alien. I am not from Mars. I live here and see people here and my films are drawn from all this. I make films with all my heart.

Q _____ As a producer, how do you go about getting investment for films?

There are 3-4 top individual financiers in Tamil Nadu. If they are convinced the actor is right and the project looks right, they'll come on board and finance a part of the film. But there's no transparency with the collections. I am part of the Producer's Council, and we want to bring in what Bollywood did a decade ago, with corporate governance and trying to list transparent box-office collections. Once this is achieved, we hope more corporations will come forward to finance films.

Q _____ How does a film usually get investment in Kollywood?

It's the same answer as above.

Q _____ What kind of releases do local films get?

Right now, the problem is that producers are only too happy to get their film out, even if it's playing in just one show in a theatre. There's no proper release strategy. They end up killing their own film. We are trying to make every producer come to the Council and regulate release dates.

Q _____ How does profit-sharing work in Kollywood? And how did it work for your films?

Unlike their Hindi counterparts, the actors here do not believe in profit sharing (after a reduced upfront fee). It's only with corporate investors that profit sharing is possible. For my films, *Dhruva Natchatiram* and *EnaiNokkiPaayumThotta*, I am in discussion with studios to invest. Their investments will be covered first, from the film's collections.

Q _____ What are some of the market trends you saw in 2016?

You need to give the audience content. You can't fool them anymore. But that said, the regular commercial fare is still a viable model, especially during big holidays, when everyone is at the theatres.

Q _____ What's the toughest challenge for the Kollywood industry these days?

The financial dealings. If the film is delayed, interest charges pile up and the financiers end up making even more money. Piracy is a big problem. The number of theatres needs to go up. Star and director salaries need to go down.

Q _____ What do you think of Kollywood production values these days?

Very few filmmakers rise above the material. You cannot show many of our films to international audiences, in the sense that a lot of our filmmakers just don't know the rules and grammar of filmmaking. There are exceptions like *Dhruvangal 16*, of course.

Q _____ Do you have any tips for foreign filmmakers looking to shoot in Kollywood?

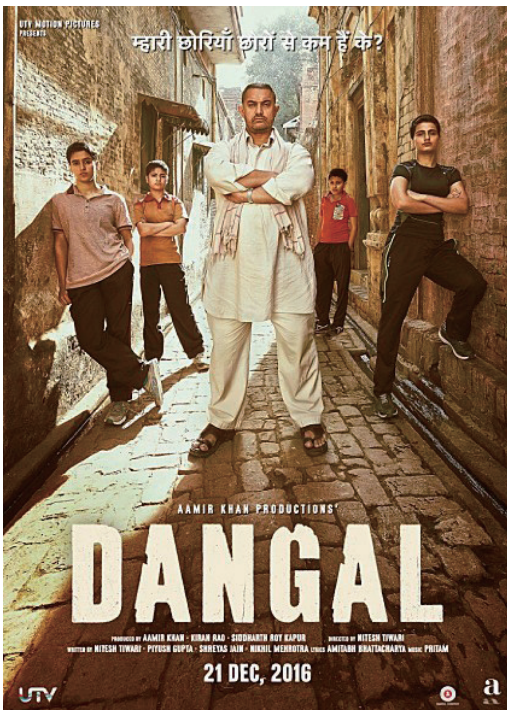
It's difficult. Permissions to shoot are given only for the nights. We need to move to a model like how New York City helps filmmakers. Once you apply for permission and it's approved, they work with you to ensure that the production is smooth.

2016년 인도 발리우드(힌디) 흥행 베스트

TOP 1 GROSSING INDIA-BOLLYWOOD(HINDI) FILM IN 2016

No.1 당갈 Dangal

6



아미르 칸의 스포츠 가족 드라마! 아마추어 레슬러였던 아미르는 아들을 낳아 레슬링 올림픽 금메달 리스트로 키우려 했지만, 딸만 4명을 낳고 실망을 한다. 하지만 곧 그의 딸들이 레슬링에 뛰어 난 재능이 있음을 알게 되며, 함께 훈련을 시작하는데..

Mahavir Singh Phogat is an amateur wrestler who was forced to give up wrestling in order to obtain gainful employment. He vows that his son win a gold medal for India. He gives up his dream since he and his wife birth to four daughters. But when daughter came home after beating up two boys in response that his daughters have the potential to become wrestlers.

연출	니테쉬 티와리	개봉일	2016.12.23	배급	UTV Motion Pictures
제작사	UTV Motion Pictures, Walt Disney Studios Motion Pictures			최종 흥행 수입	\$57,181,437

Director	Nitesh TIWARI	Distribution	UTV Motion Pictures
Production	UTV Motion Pictures, Walt Disney Studios Motion Pictures		
Release Date	2016.12.23	Final Box Office	\$57,181,437

연출 | 니테쉬 티와리

〈당갈〉(2016)으로 가장 알려졌다.

Nil Battey Sannata(2015)

Chillar Party(2011)

DIRECTOR | Nitesh TIWARI

known for Dangal(2016)

Nil Battey Sannata(2015)

Chillar Party(2011)

2016년 인도 탈리우드(텔루구) 흥행 베스트

TOP 1 GROSSING INDIA-TOLLYWOOD(TELUGU) FILM IN 2016

No.1 사람들의 정비소 Janatha Garage

15



사디암은 작은 정비소를 운영한다. 성실한 사디암의 정비소는 사람들의 사랑방이 된다. 어느날 우연히 딸 같은 조카를 잃게 된 친구를 위해 조카를 죽인 이들을 찾는 걸 도와주게 된다. 이 일로 정비소는 도움이 필요한 사람들의 피난처가 되는데...

Sathyam is a small workshop owner in a village. One day, a poor man, who is a friend of Sathyam, loses his college-going daughter in a road accident. Sathyam and his friends get to know that she was raped and killed by some goons. But there's no proper evidence against them and also they are highly influential. Then Janatha Garage takes the matter in their own hands.

연출	코라탈라 시바	개봉일	2016.09.01	배급	Mythri Movie Makers
제작사	Mythri Movie Makers			최종 흥행 수입	\$17,761,912

Director	Koratala SIVA	Distribution	Mythri Movie Makers
Production	Mythri Movie Makers	Final Box Office	\$17,761,912
Release Date	2016.09.01		

연출 | 코라탈라 시바

코라탈라 시바는 인도 탈루구 지역의 영화감독, 시나리오작가로 알려져 있다.

Mirchi. Srimanthudu(2015)

《사람들의 정비소》(2016)

DIRECTOR | Koratala SIVA

Koratala SIVA is an Indian film director, and screenwriter known for his works exclusively in Telugu cinema.

Mirchi. Srimanthudu(2015)

Janatha Garage(2016)

2016년 인도 칼리우드(타밀) 흥행 베스트

TOP 1 GROSSING INDIA-KOLLYWOOD(TAMIL) FILM IN 2016

No.1 카발리 Kabali

G



라즈니 칸트식 복수극! 카발리는 아내와 수십명의 사람들의 죽인죄로 25년 형을 살고 출소한다. 그리고 나오자마자 자신의 갱들을 불러보아 그에게서 아내와 자유를 빼앗은 이들을 향한 복수를 시작한다.

Kabali is released after spending 25 years in prison on a false charge of starting a massacre at a local Hindu temple that killed many, including his wife. He immediately resumes charge of his old gang, and try to find his wife and revenge whom deprive him of liberty and his wife.

연출	파.랜지스	개봉일	2016.07.21	최종 흥행 수입	\$47,718,454
제작사	V. Creations	배급	AP International		

Director	PA. Ranjith	Distribution	AP International
Production	V. Creations	Final Box Office	\$47,718,454
Release Date	2016.07.21		

연출 | 파.랜지스

파. 랜지스는 뉴에이지 타밀영화 감독이다.

Madras(2014)

Kabali(2016)

DIRECTOR | PA. Ranjith

PA. Ranjith is an exciting prospect in the new age of Tamil film director.

Madras(2014)

Kabali(2016)



COLOPHON

발행인	최용배
B.I.G 책임	김종원
발행일	2017년 7월
책임 편집	남종석, 문석
원고 및 편집	문새연, 이선화, 현민아, 박지수, 이주리, 김다은, 김도빈, 양효정
번역	김동희, 김정민, 박재용, 안초록, 이승주, 이연화
디자인 · 인쇄	(주)선명씨앤피
표지 디자인	프로파간다
B.I.G 아시아 판타스틱영화 제작네트워크	경기도 부천시 길주로 210 판타스틱오피스(부천시청 별관) 부천국제판타스틱영화제 사무국 14547 전화 032 327 6313 (내선 152) 웹사이트 http://www.bifan.kr

*본 책자는 경기도와 경기콘텐츠진흥원의 '2017년 장르영화산업 프로젝트 지원' 사업을 통해 발간 되었습니다.

Publisher	CHOI Yongbae
B.I.G Chief	KIM Jongwon
Publishing Date	July, 2017
Chief Editor	Jongsuk Thomas NAM, MOON Seok
Texting & Editing	Samantha MOON, Sun LEE, HYEON Mina, PARK jisu, LEE Juri, KIM Daeun, KIM Dobin, YANG Hyojung
Translators	KIM Donghee, KIM Jeongmin, PARK Jaeyong, AN Chorok LEE Sungju, LEE Yeonhwa
Design & Printed	Sunmyung C&P Co., Ltd.
Cover Art	PROPAGANDA
B.I.G Network of Asian Fantastic Films	Fantastic Office, 210 Gilju-ro, Bucheon-city, Gyeonggi-do, 14547, Korea Phone +82 32 3276313 (ext. 152) Web http://www.bifan.kr/eng

*This Catalogue is published through support for 'Genre Film Industry Project' by Gyeonggi Province and Gyeonggi Content Agency.

