

# BIG

BIFAN INDUSTRY  
GATHERING  
2022.7.9 — 7.12

26

부천국제판타스틱영화제  
BUcheon INTERNATIONAL  
FANTASTIC FILM FESTIVAL  
2022.7.7 — 7.17

## MADE IN ASIA

메이드 인 아시아

**MADE  
IN ASIA**  
메이드 인 아시아



|                                   |  |     |
|-----------------------------------|--|-----|
| <b>메이드 인 아시아</b>                  |  |     |
| 환영사                               |  | 4   |
| <b>한국</b>                         |  |     |
| 2021년 한국 영화산업 동향                  |  | 10  |
| 김현진 감독과의 인터뷰                      |  | 14  |
| <b>중국</b>                         |  |     |
| 2021년 중국 영화산업 동향                  |  | 28  |
| <b>홍콩</b>                         |  |     |
| 2021년 홍콩 영화산업 동향                  |  | 40  |
| <b>대만</b>                         |  |     |
| 2021년 대만 영화산업 동향                  |  | 52  |
| 구파도 감독과의 인터뷰                      |  | 56  |
| <b>일본</b>                         |  |     |
| 2021년 일본 영화산업 동향                  |  | 70  |
| 야마모토 아키히사 프로듀서와의 인터뷰              |  | 73  |
| <b>태국</b>                         |  |     |
| 2021년 태국 영화산업 동향                  |  | 86  |
| 푸티퐁 낙통 감독과의 인터뷰                   |  | 89  |
| <b>필리핀</b>                        |  |     |
| 2021년 필리핀 영화산업 동향                 |  | 100 |
| 브릴란테 멘도자 감독과의 인터뷰                 |  | 103 |
| <b>베트남</b>                        |  |     |
| 2021년 베트남 영화산업 동향                 |  | 118 |
| <b>인도네시아</b>                      |  |     |
| 2021년 인도네시아 영화산업 동향               |  | 130 |
| 양가 드위마스 사송코 감독과의 인터뷰              |  | 133 |
| <b>말레이시아</b>                      |  |     |
| 2021년 말레이시아 영화산업 동향               |  | 144 |
| 무자메르 라흐만 감독과의 인터뷰                 |  | 146 |
| <b>인도</b>                         |  |     |
| 2021년 인도 영화산업 동향                  |  | 158 |
| 발리우드(힌디) 시네마: 시바시쉬 사카르 프로듀서와의 인터뷰 |  | 164 |
| 말라얄람 시네마: 소피아 폴 프로듀서와의 인터뷰        |  | 166 |
| 칼리우드(타밀) 시네마: 시바카르티케얀 프로듀서와의 인터뷰  |  | 167 |
| <b>싱가포르</b>                       |  |     |
| 2021년 싱가포르 영화산업 동향                |  | 184 |
| 탄 비 티암 감독과의 인터뷰                   |  | 187 |

|                                                        |  |     |
|--------------------------------------------------------|--|-----|
| <b>MADE IN ASIA</b>                                    |  |     |
| Welcome Note                                           |  | 5   |
| <b>KOREA</b>                                           |  |     |
| Korean Film Market Trend in 2021                       |  | 16  |
| Interview with Director KIM Hyunjin                    |  | 21  |
| <b>CHINA</b>                                           |  |     |
| Chinese Film Market Trend in 2021                      |  | 32  |
| <b>HONG KONG</b>                                       |  |     |
| Hong Kong Film Market Trend in 2021                    |  | 43  |
| <b>TAIWAN</b>                                          |  |     |
| Taiwanese Film Market Trend in 2021                    |  | 58  |
| Interview with Director Giddens KO                     |  | 63  |
| <b>JAPAN</b>                                           |  |     |
| Japanese Film Market Trend in 2021                     |  | 75  |
| Interview with Producer YAMAMOTO Teruhisa              |  | 79  |
| <b>THAILAND</b>                                        |  |     |
| Thailand Film Market Trend in 2021                     |  | 91  |
| Interview with Director Puttipong NAKTHONG             |  | 94  |
| <b>PHILIPPINES</b>                                     |  |     |
| Philippine Film Market Trend in 2021                   |  | 106 |
| Interview with Director Brillante Ma. MENDOZA          |  | 110 |
| <b>VIETNAM</b>                                         |  |     |
| Vietnamese Film Market Trend in 2021                   |  | 121 |
| <b>INDONESIA</b>                                       |  |     |
| Indonesian Film Market Trend in 2021                   |  | 135 |
| Interview with Director Angga Dwimas SASONGKO          |  | 138 |
| <b>MALAYSIA</b>                                        |  |     |
| Malaysian Film Market Trend in 2021                    |  | 149 |
| Interview with Director Muzzamer RAHMAN                |  | 150 |
| <b>INDIA</b>                                           |  |     |
| Indian Film Market Trend in 2021                       |  | 168 |
| Hindi Cinema: Interview with Producer Shibasish SARKAR |  | 174 |
| Malayalam Cinema: Interview with Producer Sophia PAUL  |  | 177 |
| Tamil Cinema: Interview with Producer Sivakarhikeyan   |  | 179 |
| <b>SINGAPORE</b>                                       |  |     |
| Singapore Film Market Trend in 2021                    |  | 188 |
| Interview with Director TAN Bee Thiam                  |  | 190 |

감사합니다. 반갑습니다.

여러분들을 직접 대면할 수 있는 26회 영화제를 개최할 수 있게 되어 더 할 수 없이 기쁜 마음입니다. 지난 2년 여에 걸쳐 놀라운 방역에 애써 주신 모든 분들께 감사드립니다. 과학의 진보를 자부하고 있지만 인류가 얼마나 무력한가를 다시 한 번 깨닫는 계기가 되기도 했습니다. 국내, 전 세계의 많은 희생자들에게도 심심한 위로를 전합니다.

BIFAN은 과거로 회귀하지 않습니다. 미래로 진화할 것입니다. 모두들 팬데믹 이전으로 돌아간다고 말하고 있지만 BIFAN은 과거로 회귀하지 않습니다. 미래로 진화할 것입니다. 팬데믹 2년 동안 하이브리드, 위축된 영화제를 경험하면서 BIFAN은 그 어려움 속에서 무엇을 배울 수 있는가에 집중했습니다. 그 작은 결실을 앞으로 하나씩 펼쳐 나가 보이려고 합니다.

기존의 영화 섹션들을 크게 개편했습니다. 지난 2년의 경험으로 온라인 상영을 효과적으로 병행할 것입니다. 진일 보한 B.I.G 산업프로그램, 환상영화학교, 괴담 캠퍼스, 마스터 클래스도 맘 흘려 준비했습니다. 부천 어린이심사단도 부활했으며, 비주얼 스토리텔링의 미래를 개척하고 있는 XR 부문의 약진도 선보일 것입니다.

BIFAN은 아시아 최대 장르 영화제입니다. 국내 영화인들, 관객들 뿐 아니라 하늘길이 열리며 해외 영화인들도 뜨거운 마음으로 부천을 다시 찾고 있습니다. 모두 다시 만나, 영화로 하나가 될 것입니다.

부천 시민들과 대한민국 국민들이 소통할 수 있는 축제 속 축제인 '7월의 할로윈'을 장기적인 계획으로 출발시킵니다. 이제는 대한민국의 축제처럼 여겨지는 '할로윈'을 여름버전, 대한민국 버전으로 변형한, 스킵 넘치는 시원한 여름 축제로 여러분을 즐겁게 해 드릴 것입니다.

영화를 다시 정의합니다. 영화를 둘러 싸고 있는 환경은 거대한 파도가 되었습니다. 모든 경계가 불투명해지는 파괴적인 디지털 기술이 모든 것을 바꾸고 있습니다. 이제 영화를 다시 정의해야 하는 때가 되었습니다. 영화의 본질은 시각과 사운드로 스토리를 전달하는 것입니다. 우리의 경험과 감정, 영혼을 스토리를 통해 전달하는 예술인 것입니다. 본질을 잊고, 배급의 물질적 형식에만 초점이 맞춰져 있는 현재의 영상산업의 구분방식에 적절한 가이드를 제공하도록 노력할 것입니다.

늘 그렇듯이 한 가지 숙제가 끝나가고, 또 한 가지 숙제가 다가오고 있습니다. 하지만 축제는 그 숙제를 더욱 생산적으로, 활기있게 만들 것입니다. 아시아 최대의 장르영화 축제 BIFAN을 즐겨 주십시오.

신철

부천국제판타스틱영화제 집행위원장

Thank you and I am glad to see you.

I am most delighted that we can host this 26th film festival to meet you in person. I offer my appreciation to everyone who has fought hard against the pandemic over the past 2 years. We are confident of the advancements in science, but the pandemic also reminds us how vulnerable humankind can be. I offer my deepest condolences to all the victims both home and abroad.

BIFAN will not return to the past, BIFAN will advance to the future. Everyone says that we are returning to the time before COVID-19, but BIFAN will not return to the past. It will advance to the future. During the 2 years of the Pandemic, BIFAN experienced a hybrid and fearful festival and focused on what we can learn from the difficulties. We will introduce the results one by one.

We have done a significant reshuffle of the existing film sections. We are also going to combine the on-line screenings, which was effectively learnt from the past 2 years' experience. We have prepared the enhanced B.I.G Industry Gathering, Goedam Campus, and Master Class. The Strange Children Jury has been restored, and we will introduce the rapid progress of XR, which is the pioneering the future of visual storytelling.

BIFAN is the biggest genre film festival in Asia, so not only domestic filmmakers and festivalgoers, but also overseas filmmakers will visit Bucheon with warm hearts. We can all meet again and become one with film.

This year we launch 'Halloween in July', a festival within the festival, a long-term plan, in which the citizens of Bucheon and Korea in general will communicate. Halloween is now regarded as one of Korea's festivals, and we will entertain you with a summer version and a Korean version of Halloween, a thrilling cool summer festival.

Redefining film. Our surrounding circumstances became a huge wave. Destructive digital technology is blurring borders and is changing everything. It is time to redefine film. The essence of film is to convey a story with visuals and sound. It is an art to deliver such an experience, feelings and soul through stories. We are going to make efforts to provide an appropriate guide suitable for the categorization of the present audio-visual industry, which only focuses on physical methods of distribution.

As always, after one task is done, another is waiting. Festivals make the task more productive and livelier, and I would like you to enjoy BIFAN, the biggest genre film festival in Asia.

SHIN Chul

Festival Director of Bucheon International Fantastic Film Festival



한국 KOREA





Figures of Top 10 Films in Korea Box Office

출처: 영화관입장권통합전산망  
www.kobis.or.kr

| No. | 작품명               | English Title                                         | 감독        | Director        | 국가 | Country | 장르    | Genre     | Gross(KRW)     |
|-----|-------------------|-------------------------------------------------------|-----------|-----------------|----|---------|-------|-----------|----------------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈     | Spider-Man: No Way Home                               | 존 왓츠      | Jon WATTS       | 미국 | USA     | 액션    | Action    | 55,697,413,760 |
| 2   | 모가디슈              | Escape from Mogadishu                                 | 류승완       | RYU Seungwan    | 한국 | Korea   | 드라마   | Drama     | 34,558,297,730 |
| 3   | 이터널스              | Eternals                                              | 클로이 자오    | Chloe ZHAO      | 미국 | USA     | 액션    | Action    | 31,729,284,450 |
| 4   | 블랙 위도우            | Black Widow                                           | 케이트 쇼트랜드  | Cate SHORTLAND  | 미국 | USA     | 액션    | Action    | 29,996,075,620 |
| 5   | 분노의 질주: 더 얼티메이트   | Fast & Furious 9 the Fast Saga                        | 저스틴 린     | Justin LIN      | 미국 | USA     | 액션    | Action    | 22,059,658,060 |
| 6   | 싱크홀               | Sinkhole                                              | 김지훈       | KIM Jihoon      | 한국 | Korea   | 코미디   | Comedy    | 21,395,652,690 |
| 7   | 극장판 귀멸의 칼날: 무한열차편 | Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba the Movie: Mugen Train | 소토자키 하루오  | Haruo SOTOZAKI  | 일본 | Japan   | 애니메이션 | Animation | 20,656,041,700 |
| 8   | 베놈 2: 렛 데이 비 카니지  | Venom: Let There Be Carnage                           | 앤디 서키스    | Andy SERKIS     | 미국 | USA     | 액션    | Action    | 21,115,762,990 |
| 9   | 소울                | Soul                                                  | 피터 닥터     | Pete DOCTER     | 미국 | USA     | 애니메이션 | Animation | 19,034,915,180 |
| 10  | 크루엘라              | Cruella                                               | 크레이그 질레스피 | Craig GILLESPIE | 미국 | USA     | 어드벤처  | Adventure | 19,252,879,640 |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명       | English Title              | 감독        | Director              | 국가     | Country        | 장르  | Genre   | Gross(KRW)     |
|-----|-----------|----------------------------|-----------|-----------------------|--------|----------------|-----|---------|----------------|
| 1   | 모가디슈      | Escape from Mogadishu      | 류승완       | RYU Seungwan          | 한국     | Korea          | 드라마 | Drama   | 34,558,297,730 |
| 2   | 싱크홀       | Sinkhole                   | 김지훈       | KIM Jihoon            | 한국     | Korea          | 코미디 | Comedy  | 21,395,652,690 |
| 3   | 인질        | Hostage: Missing Celebrity | 필감성       | PIL Gamsung           | 한국     | Korea          | 액션  | Action  | 15,585,244,870 |
| 4   | 보이스       | On the Line                | 김선, 김곡    | KIM Sun, KIM Gok      | 한국     | Korea          | 액션  | Action  | 14,025,546,720 |
| 5   | 발신제한      | Hard Hit                   | 김창주       | KIM Changju           | 한국     | Korea          | 액션  | Action  | 9,102,830,540  |
| 6   | 랑종        | The Medium                 | 반종 피산다 나쿤 | Banjong PISANTHANAKUN | 한국, 태국 | Korea Thailand | 호러  | Horror  | 8,639,576,030  |
| 7   | 유체이탈자     | Spiritwalker               | 윤재근       | YUN Jaegeun           | 한국     | Korea          | 액션  | Action  | 7,899,580,790  |
| 8   | 기적        | Miracle                    | 이장훈       | LEE Janghoon          | 한국     | Korea          | 드라마 | Drama   | 6,634,949,710  |
| 9   | 연애 빠진 로맨스 | Nothing Serious            | 정가영       | JUNG Gayoung          | 한국     | Korea          | 로맨스 | Romance | 6,120,461,000  |
| 10  | 장르만 로맨스   | Perhaps Love               | 조은지       | JO Eunji              | 한국     | Korea          | 코미디 | Comedy  | 5,192,955,940  |

| Gross(USD) | 제작사                            | Production                                                         | 배급사                       | Distribution                                   |
|------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------|
| 44,050,470 | 콜럼비아픽처스, 파스칼픽처스, 마블스튜디오        | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                 | 소니픽처스엔터테인먼트코리아 주식회사극장배급지점 | Sony Pictures Entertainment Korea              |
| 27,331,776 | 덱스터스튜디오, (주)외유내강               | Dexter Studio, Filmmaker R&K                                       | 롯데컬처웍스(주)롯데엔터테인먼트         | Lotte Cultureworks Lotte Entertainment Co.,Ltd |
| 25,094,341 | 마블스튜디오                         | Marvel Studios                                                     | 월트디즈니컴퍼니코리아 유한 책임회사       | Walt Disney Studios Motion Pictures            |
| 23,723,565 | 마블스튜디오                         | Marvel Studios                                                     | 월트디즈니컴퍼니코리아 유한 책임회사       | Walt Disney Studios Motion Pictures            |
| 17,446,740 | 유니버설픽처스                        | Universal Pictures                                                 | 유니버설픽처스인터내셔널 코리아(유)       | Universal Pictures                             |
| 16,921,585 | (주)더타워픽처스                      | The Tower Pictures                                                 | (주)쇼박스                    | Showbox Corp.                                  |
| 16,334,052 | 애니플렉스, 슈에이샤, 유포테이블             | Aniplex, Shueisha, Ufotable                                        | 워터홀컴퍼니(주)                 | WATERHOLE COMPANY                              |
| 16,697,583 | 소니픽처스엔터테인먼트, 마블 엔터테인먼트, 파스칼픽처스 | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures | 소니픽처스엔터테인먼트코리아 주식회사극장배급지점 | Sony Pictures Entertainment Korea              |
| 15,052,123 | 픽사 애니메이션스튜디오                   | Pixar Animation Studios                                            | 월트디즈니컴퍼니코리아 유한 책임회사       | Walt Disney Studios Motion Pictures            |
| 15,224,482 | 월트 디즈니 픽처스, 마크 플랫프로덕션, 건 필름스   | Walt Disney Pictures, Marc Platt Productions, Gunn Films           | 월트디즈니컴퍼니코리아 유한 책임회사       | Walt Disney Studios Motion Pictures            |

| Gross(USD) | 제작사                       | Production                            | 배급사                            | Distribution                                   |
|------------|---------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------|
| 27,331,776 | 덱스터스튜디오, (주)외유내강          | Dexter Studio, Filmmaker R&K          | 롯데컬처웍스(주)롯데엔터테인먼트              | Lotte Cultureworks Lotte Entertainment Co.,Ltd |
| 16,921,585 | (주)더타워픽처스                 | The Tower Pictures                    | (주)쇼박스                         | Showbox Corp.                                  |
| 12,316,457 | (주)외유내강, (주)샘컴퍼니          | Filmmaker R&K, Sam Company            | (주)넥스트엔터테인먼트월드 (NEW)           | Next Entertainment World Co., Ltd.             |
| 11,083,884 | (주)수필름                    | SOO Film                              | (주)씨제이이엔엠                      | CJ ENM Corp.                                   |
| 7,193,639  | (주)티피에스컴퍼니, (주)씨제이이엔엠     | TPS Company, CJ ENM Corp.             | (주)씨제이이엔엠                      | CJ ENM Corp.                                   |
| 6,827,545  | (주)노던크로스, GDH 559         | Northan Cross Corp, GDH 559           | (주)쇼박스                         | Showbox Corp.                                  |
| 6,242,754  | (주)비에이엔터테인먼트, (주)사람엔터테인먼트 | BA Entertainment, Saram Entertainment | 주식회사 에이비오엔터테인먼트, 메가박스중앙(주)플러스엠 | ABO Entertainment Co., Ltd, Megabox Plus M     |
| 5,243,362  | (주)블러썸픽처스                 | BLOSSOM Pictures Corp.                | 롯데컬처웍스(주)롯데엔터테인먼트              | Lotte Cultureworks Lotte Entertainment Co.,Ltd |
| 4,836,780  | (주)씨제이이엔엠, 트웰브저니(주)       | CJ ENM Corp., Twelve Journey          | (주)씨제이이엔엠                      | CJ ENM Corp.                                   |
| 4,103,806  | (주)비리프                    | Belief Co., Ltd                       | (주)넥스트엔터테인먼트월드 (NEW)           | Next Entertainment World Co., Ltd.             |

극장 매출 5,845억 원으로 소폭 증가하였으나 여전히 2019년의 30% 수준  
박스오피스 10위 권 내 한국영화 단 2편에 그쳐...

2021년 한국 영화산업 주요 세 부문인 극장 매출·극장 외 시장 매출·해외 수출액의 총합은 1조 239억 원인 것으로 집계됐다. 이는 코로나19 발생으로 2019년 대비 58.0% 대폭 감소했던 2020년 매출액 1조 537억 원보다도 2.8% 감소한 것으로, 이를 통해 코로나19 2년 차에 접어든 한국 영화산업의 회복이 여전히 쉽지 않았음을 체감할 수 있다.

2021년 한국 영화시장 극장 매출액은 전년 대비 14.5% 증가한 5,845억 원으로, 이는 한국 영화산업의 세 주요 부문(극장, 극장 외 시장, 해외 수출) 중 유일하게 전년 대비 매출이 증가했고, 전체 극장 관객 수는 6,053만 명으로 전년(5,952만 명) 대비 1.7% 증가했다. 2004년 영화관입장권 통합전산망가동 이후 역대 최저 극장 매출을 기록했던 2020년과 비교하여 2021년 매출액과 관객 수가 모두 소폭 증가한 것은 맞으나 코로나19 발생 이전인 2019년과 비교했을 때, 극장 매출 규모는 여전히 2019년의 30% 정도에 불과하다. 따라서 아직 극장의 완전한 회복 가능성을 말하는 것은 이르다.

5월 이후 <분노의 질주: 더 얼티메이트>〈블랙 위도우〉〈베놈2: 렛 데이 비 카니지〉〈이터널스〉〈들텐〉〈스파이더맨: 노 웨이 홈〉 등 할리우드 블록버스터 영화가 연이어 개봉하자 한국영화는 크게 위축되었다. 전체 극장 매출 가운데 외국영화 매출액과 관객 수는 모두 증가한 반면, 한국영화 매출액은 1,734억 원으로 전년 대비 50.5% 감소하였고, 관객 수는 1,822만 명으로 전년 대비 55.0% 줄었다. 한국영화 관객 점유율은 전년 대비 37.9%p 감소한 30.1%로 11년 만에 한국영화 관객 점유율이 50% 아래로 떨어졌는데, 이는 1999년 이후 한국영화 관객 점유율로는 최저치였다. 인구 1인당 연평균 극장 관람 횟수는 전년 대비 0.02회 증가한 1.17회로 2019년 4.37회에 비해 3.2회 감소하였다.

전체 영화 박스오피스 순위 1위는 <스파이더맨: 노 웨이 홈>으로 매출액 557억 원, 관객 수 556만 명을 기록했고, 2위는 <모가디슈>로 매출액 346억 원, 관객 수 361만 명이었다. 3위는 <이터널스>로 매출액 317억 원, 관객 수 305만 명이었고, 4위는 <블랙 위도우>로 매출액 300억 원, 관객 수 296만 명이었다. 5위는 <분노의 질주: 더 얼티메이트>로 매출액 221억 원, 관객 수 229만 명이었다. 2020년 개봉을 연기했던 할리우드 블록버스터 영화들이 대거 개봉했던 탓에 2021년 박스오피스 상위 10위 내 자리한 한국영화는 <모가디슈〉〈싱크홀〉 단 2편이었다.

2021년 가장 많은 관객 수를 기록한 날은 <스파이더맨: 노 웨이 홈> 개봉 11일차인 12월 25일(토) 크리스마스로 전체 관객 수는 81만 4324명이었는데, 이는 코로나19 사태가 극장가에 본격적으로 영향을 미치기 시작했던 2020년 2월 이후 최다 일일 관객 수였다. 요일별 관객 점유율은 토요일 24.1%, 일요일 22.3%, 수요일 14.5% 순이었다. 장르별 관객 점유율은 할리우드 액션 블록버스터가 대거 개봉한 영향으로 액션이 47.2%의 점유율로 다른 장르를 압도했고, 애니메이션이 15.0%, 드라마가 11.8%로 뒤를 이었다.

2012-2021년 한국 영화산업 주요 통계지표

| 구분                                  |             | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       | 2020       | 2021           |
|-------------------------------------|-------------|--------|--------|--------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| 관객 수<br>(만 명)                       | 총 관객 수      | 19,489 | 21,335 | 21,506 | 21,729 | 21,702     | 21,987     | 21,639     | 22,668     | 5,952      | 6,053          |
|                                     | 증감률         | 22.0%  | 9.5%   | 0.8%   | 1.0%   | -0.1%      | 1.3%       | -1.6%      | 4.8%       | -73.7%     | 1.7%           |
|                                     | 한국영화        | 11,461 | 12,729 | 10,770 | 11,293 | 11,655     | 11,390     | 11,015     | 11,562     | 4,046      | 1,822          |
|                                     | 증감률         | 38.3%  | 11.1%  | -15.4% | 4.9%   | 3.2%       | -2.3%      | -3.3%      | 5.0%       | -65.0%     | -55.0%         |
|                                     | 점유율         | 58.8%  | 59.7%  | 50.1%  | 52.0%  | 53.7%      | 51.8%      | 50.9%      | 51.0%      | 68.0%      | 30.1%          |
|                                     | 외국영화        | 8,028  | 8,606  | 10,736 | 10,436 | 10,047     | 10,597     | 10,624     | 11,106     | 1,906      | 4,231          |
|                                     | 증감률         | 4.5%   | 7.2%   | 24.8%  | -2.8%  | -3.7%      | 5.5%       | 0.3%       | 4.5%       | -82.8%     | 122.0%         |
|                                     | 점유율         | 41.2%  | 40.3%  | 49.9%  | 48.0%  | 46.3%      | 48.2%      | 49.1%      | 49.0%      | 32.0%      | 69.9%          |
| 개봉<br>편수<br>(편)                     | 한국영화 (실질개봉) | 175    | 183    | 217    | 232    | 302(167)   | 376(164)   | 454(194)   | 502(199)   | 615(165)   | 653(224)       |
|                                     | 외국영화 (실질개봉) | 456    | 722    | 878    | 944    | 1,218(411) | 1,245(456) | 1,192(534) | 1,238(448) | 1,078(413) | 984(480)       |
| 전국 스크린 수 (개)                        |             | 2,081  | 2,184  | 2,281  | 2,424  | 2,575      | 2,766      | 2,937      | 3,079      | 3,015      | 3,254          |
| 전국 극장 수 (개)                         |             | 314    | 333    | 356    | 388    | 417        | 452        | 483        | 513        | 474        | 542            |
| 평균관람료 (원)                           |             | 7,466  | 7,271  | 7,738  | 7,895  | 8,032      | 7,989      | 8,383      | 8,444      | 8,574      | 9,656          |
| 1인당 관람횟수 (회)                        |             | 3.83   | 4.17   | 4.19   | 4.22   | 4.20       | 4.25       | 4.18       | 4.37       | 1.15       | 1.17           |
| 한국영화 투자 수익률                         |             | 15.9%  | 16.8%  | 7.6%   | 4.0%   | 17.6%      | 18.0%      | -4.8%      | 10.9%      | -30.4%     | -47.3%<br>(추정) |
| 영화<br>산업<br>주요<br>부문<br>매출<br>(억 원) | 극장          | 14,551 | 15,513 | 16,641 | 17,154 | 17,432     | 17,566     | 18,140     | 19,140     | 5,104      | 5,845          |
|                                     | 극장 외 시장     | 2,158  | 2,676  | 2,971  | 3,349  | 4,125      | 4,362      | 4,739      | 5,093      | 4,514      | 3,838          |
|                                     | 해외 매출 (억 원) | 414    | 651    | 664    | 628    | 1,173      | 1,343      | 885        | 860        | 919        | 556            |
|                                     | (만 달러)      | 3,782  | 5,946  | 6,308  | 5,550  | 10,109     | 11,879     | 8,036      | 7,378      | 8,361      | 4,863          |
|                                     | 계           | 17,123 | 18,840 | 20,276 | 21,131 | 22,730     | 23,271     | 23,764     | 25,093     | 10,537     | 10,239         |



## 2017-2021년 극장 외 시장 매출 규모

(단위: 억 원, %)

| 구분         |         | 2017    |      |                 | 2018    |      |                 | 2019    |      |                 | 2020    |      |                 | 2021    |      |                 |
|------------|---------|---------|------|-----------------|---------|------|-----------------|---------|------|-----------------|---------|------|-----------------|---------|------|-----------------|
|            |         | 매출<br>액 | 비중   | 전년<br>대비<br>증감률 | 매출<br>액 | 비중   | 전년<br>대비<br>증감률 | 매출<br>액 | 비중   | 전년<br>대비<br>증감률 | 매출<br>액 | 비중   | 전년<br>대비<br>증감률 | 매출<br>액 | 비중   | 전년<br>대비<br>증감률 |
| 온라인        | TV VOD  | 3,543   | 81.2 | 5.9             | 3,946   | 83.3 | 11.4            | 4,059   | 79.7 | 2.9             | 3,368   | 74.6 | -17.0           | 2,479   | 64.6 | -26.4           |
|            | 인터넷 VOD | 752     | 17.2 | 10.8            | 728     | 15.4 | -3.2            | 930     | 18.3 | 27.7            | 788     | 17.5 | -15.3           | 1,067   | 27.8 | 35.4            |
| DVD 및 블루레이 |         | 67      | 1.5  | -32.3           | 65      | 1.4  | -3.0            | 104     | 2.0  | 60.0            | 97      | 2.1  | -6.7            | 60      | 1.6  | -38.1           |
| TV 채널      |         | -       | -    | -               | -       | -    | -               | -       | -    | -               | 261     | 5.8  | -               | 232     | 6.0  | -11.1           |
| 계          |         | 4,362   | 100  | 5.7             | 4,739   | 100  | 8.6             | 5,093   | 100  | 7.5             | 4,514   | 100  | -11.4           | 3,838   | 100  | -15.0           |

### 극장 외 매출 3,838억 원으로 전년 대비 15.0% 감소

#### 전년 대비 TV VOD 매출액은 감소, 인터넷 VOD 매출액은 증가

2021년 조사한 극장 외 시장 매출 규모는 3,838억 원인 것으로 파악되었다. 전년 대비 15.0% 감소하였다. 한국 영화산업 주요 부문(극장, 극장 외, 해외) 매출 가운데 극장 외 시장 매출의 비중은 37.5%였다. 코로나19 영향으로 극장 매출이 폭락하며 42.9%까지 차지했던 지난해보다 5.4%p 가량 감소한 수치이다.

극장 외 시장 매출은 TV VOD와 인터넷 VOD, DVD 및 블루레이 시장, TV채널 방영권 총 4개 영역을 집계하였다. TV VOD 시장의 매출액은 전년 대비 26.4% 감소한 2,479억 원이었다. 전체 극장 외 시장 매출 규모에서 차지하는 비중은 64.6%로 전년 대비 10.0%p 감소했다. OTT 서비스(영화 부문)와 웹하드 매출을 합한 인터넷 VOD 시장의 매출액은 총 1,067억 원으로 전년 대비 35.4% 증가하며 유일한 상승세를 보였다. 전체 극장 외 시장에서 차지하는 비중도 전년도 17.5%에서 27.8%로 증가했다. DVD 및 블루레이 시장 매출액은 60억 원, 2020년부터 집계하기 시작한 TV 채널 방영권의 영화 매출은 232억 원으로 집계됐다. 이는 각각 38.1%, 11.1% 감소한 수치이다.

### 코로나19로 해외 수출 위축 본격화...수출 총액 전년 대비 41.8% 감소

#### 연이은 개봉연기로 세일즈 라인업 구축에 어려움 겪어...

코로나19로 인한 한국영화 수출 위축세는 2020년을 지나 2021년에 이르러서야 본격적으로 감지됐다. 2021년 한국영화 해외 수출 총액은 48,631,018달러(556억 원)로, 2020년 대비 41.8% 감소한 것으로 나타났다. 해외 수출의 근간이 되었던 완성작 수출액이 43,033,018달러(492억 원)로 전년 대비 20.5% 감소한 데다 기술 서비스 수출은 5,598,000달러(64억 원)로 전년 대비 무려 81.0% 하락한 것이다. 국내 극장 개봉이 연이어 연기되는 가운데, 세일즈 가능한 라인업을 꾸리는 데 큰 어려움이 있었다. 해외 영화 프로젝트 참여 수주도 크게 줄었으며, 해외 촬영진을 국내로 불러오는 로케이션 부문은

유익미한 통계치를 집계에 포함하기 어려웠다. 아시아 시장에서의 꾸준한 수요로 시장을 지탱하는 한편, 그동안 막혀있던 중국 시장에서의 가능성을 6년 만에 정식 극장 개봉을 통해 확인했다는 점은 계속되는 어려움 속의 희망으로 감지할 수 있었다.

### 전체 독립·예술영화 관객 수 423만 명, 개봉편수 증가에도 불구하고 전년 대비 9.2% 감소해

#### <미나리> 113만 관객 동원하며 독립·예술영화 박스오피스 1위

2021년 독립·예술영화 개봉편수는 450편으로 전년 대비 26.4% 증가했다. 또한 전체 개봉편수에서 독립·예술영화가 차지하는 비중도 2020년 21.0%에서 2021년 27.5%로 6.5%p 증가했다. 그러나 개봉편수의 증가와는 반대로 전체 독립·예술영화 관객 수는 423만 명으로 전년 대비 9.2% 감소했다. 반면 한국 독립·예술영화를 관람한 관객이 차지하는 비중도 29.3%로 2020년 16.3%에서 상승했다. 그러나 한국 독립·예술영화 관객 수와 매출액은 전년 대비 증가하였으나 여전히 코로나19 발발 이전인 2019년의 절반 수준에 그쳤다.

2021년은 개봉편수가 증가한 만큼 다양한 장르와 서사의 독립·예술영화들로 다채로운 한 해였다. 독립·예술영화 최고 흥행작은 한국계 미국인 정이삭 감독의 자전적 이민 이야기를 담은 <미나리>(113만 명)였다. 이 외에도 한국 독립·예술영화인 <더 박스>〈태일이〉가 10만 명 이상의 관객을 동원하며 좋은 성적을 거두었다. 이승원 감독의 <세 자매>는 평범해 보이는 가족 뒤 숨겨진 상처를 풀어낸 여성 서사로 많은 공감을 얻으며, 여성 감독들의 영화가 강세를 보였던 작년에 이어 주목할 만한 여성 서사를 보여주었다.

### 한국 상업영화 추정수익률 -47.3%, 2001년 조사 이래 역대 최저치 기록

2021년 제작비 전수조사 대상이 된 한국영화 실질개봉작 200편의 총제작비 총합은 2423억 원으로 편당 평균 12.1억 원의 총제작비가 든 것으로 조사됐다. 비중을 살펴보면 평균 순제작비가 9.3억 원으로 전체 총제작비 평균의 76.9%, 평균 P&A비용이 2.8억 원으로 전체 총제작비 평균의 23.1%를 차지했다. 코로나19 영향으로 많은 제작비가 투입된 상업영화들이 개봉을 연기하며, 평균 총제작비도 예년에 비해 크게 줄었다. 2021년 개봉작 중 순제작비 30억 원 이상 '상업영화'는 17편으로, 2019년 45편, 2020년 29편과 비교해 현저히 적은 편수를 기록했다. 이들 17편의 추정 수익률은 -47.3%로 2001년 수익성 조사를 시작한 이래 역대 최저치였던 2008년 상업영화 수익률 -43.5%보다도 낮은 수익률을 기록했다. 간이조사 결과 손익분기점(BEP)을 상회한 작품은 3편으로 전체의 17.6%에 불과한 것으로 나타났다.

영화진흥위원회 정책사업본부 정책연구팀



## 김현진 감독과의 인터뷰



### 김현진

한국 영화 아카데미 졸업 후, 이창동 감독의 영화 <박하사탕>에서 조감독으로 일했다. 단편영화 <반응>과 <낮선 하루>를 연출하였고, 독립장편영화 <마홍의 집>을 연출했다

<서울의 공포>(감독 김현진). 부천국제판타스틱영화제(BIFAN, 집행위원장 신철)의 올해 '판타스틱 7' 선정 프로젝트다. '판타스틱 7'은 칸영화제 필름마켓의 판타스틱 장르 활성화 프로그램이다. 김현진 감독은 오는 22일, 칸에서 '판타스틱 7' 선정 프로젝트에 관심이 많은 세계 각국의 영화인들이 지켜보는 가운데 <서울의 공포>를 본격 소개하는 시간을 갖는다.

### Q 잘 준비하고 있나요?

A 열심히 하고 있다. 간결하게 정리한 글 자료와 짧은 동영상 만들었고, BIFAN 프로젝트 마켓 등에서 만난 많은 외국인과 가진 미팅 경험도 반추하고 있다. <서울의 공포>가 어떤 이야기를 그리는지, 어느 호러 장르와 무엇이 어떻게 다른지를 부각하려 한다.

### Q 어떤 호러인지?

A 서울, 도시 그 자체가 주인공인 첫 공포영화다. 신설동·강남·노량진을 배경으로 한 <유령역>, <잃어버린 얼굴>, <두 개의 세계>, 세 가지 색깔의 무서운 이야기를 그리는 옴니버스 영화다.

### Q 구성은?

A 구성은 '서울 공포 투어'라는 형식. 서울 소재 한국어학당에 다니는 외국인 3명은 미스터리한 투어가이드 K씨의 안내에 따라 신설동·강남·노량진을 방문하고, 그곳(서울)이 빚는 섬뜩한 공포와 불안을 체험한다.

<유령역>은 야근과 갑질로 인한 서울의 공포다. 유령역은 게임과 현실이 결합한 공포게임장이다. <잃어버린 얼굴>은 성형수술로 인한 공포다. 자신의 얼굴을 잃으면서 자아를 상실한 이들이 배회하는 강남은 이를테면 도플갱어의 온상이다. <두 개의 세계>는 취업의 공포다. 미취업의 불안과 공포에 시달리는 청춘들이 운집해 있는 노량진은 '현실의 세계'와 '귀신의 세계'가 공존하는 플랫폼이다.

### Q 어느 공포물과의 차별성은?

A 도시가 주인공인 데에다 단순히 공포를 자아내는 데 그치지 않는다는 점이다. 충격적 아이디어로 동시대 서울 사람들의 불안과 공포를 통해 현대인의 삶을 통찰한다. '매우 독창적이다' 'K-콘텐츠의 경쟁력을 지녔다'고 평가받고 있다. <뉴욕 호러> <런던 호러> <파리 호러> 등 다양한 시리즈로 제작이 가능한 국제적인 기획'이라는 점도 남다른 차별성이라고 인정받고 있다.

<서울의 공포>는 2020년 제24회 BIFAN의 'NAFF 프로젝트 마켓'의 '프로젝트 스포트라이트 코리아' 부문 공식 선정작이다. 콘텐츠진흥원·경기영상위원회·영화진흥위원회의 기획·제작 지원작, 그리고 2022년 BIFAN의 '판타스틱 7' 출품작이다.

### Q 2021년에는 왜 '판타스틱 7'에 응모하지 않았는지?

A 제24회 BIFAN 이후 1년 6개월쯤 아팠다. 투병 생활이 길었는데 그런 중에도 시나리오를 열심히 보완하고 수정했다. 2020년 NAFF(아시아 판타스틱영화 제작네트워크)의 성과를 이어가야 한다는 간절함이 컸다. 다행히 잇따라 좋은 성과를 얻었고, 그리고 BIFAN의 '판타스틱 7' 출품작으로 선정, 칸영화제에도 가게 돼 뿌듯하다. 더 노력해야지요.

이제까지 받은 상금이 2억원(20만달러) 이상이다. <서울의 공포>는 이제 시체스·토론토·사우스바이사우스웨스트·과달라하라·카이로·뉴질랜드국제영화제의 선정작과 함께 올해 제75회 칸영화제 필름마켓(Marché du Film)을 장식한다. 김현진 감독은 오프-온 하이브리드 방식으로 진행되는 현장 피칭과 비즈니스 미팅 및 판타스틱 믹서의 네트워킹 행사 등에 참석, 세계 각국의 영화인들과 만난다.

### Q 유독 공포 장르를 좋아하나요?

A 로맨스도 좋아한다. 한때 영화사 이름을 '꽃과 피'로 지으려고 했다. 꽃은 생명·사랑, 피는 죽음·공포. 너무 직설적이어서 '메이쥔'으로 바꿨다. 싱그럽고 아름다운 계절, '한을 품으면 오뉴월에도 서리가 내린다', 이 둘을 아우르는 의미다. 암튼 공포와 로맨스를 번갈아 오는 연출작업을 하고 싶다.

### Q 손꼽는 공포영화는? 감독은?

A 사람들의 삶과 밀접하게 연결돼 있는 공포 이야기를 좋아하는다. <유전>(감독 아리 에스터), 이탈리아 지알로 공포영화를 대표하는 <서스페리아>(감독 다리오 아르젠토)와 이를 리메이크한 <서스페리아>(감독 루카 구아다니노), 한국작품은 <기담>(2007), <사바하>(2019).... 데이비드 린치 감독을 상당히 좋아한다. <로스트 하이웨이>(1997) <트윈 픽스>(1992), 한국에서는 역시 나홍진 감독, <곡성>.

### Q 공포 영화의 매력은?

A 삶에는 즐거움과 희망, 아픔과 불안·공포가 모두 있다. 우리들은 두 경계선에서 이 삶과 저 삶을 영위한다. 공포는 삶이 불안할 때 다가온다. 그럴 경우 그것을 극대화한 영화적 아이디어가 떠오를 때가 많다. 공포 영화는 롤러코스터 탑승, 고지대·극지 탐험 등을 통해 카타르시스를 느끼는 것과 같은 체험을 준다.

### Q <서울의 공포>는 어떤 계기로 기획했나요?

A 각 도시는 각자의 색깔을 가지고 있다. 서울의 색깔은? 떠오르는 이미지는? 외국인들은 '24시간 잠들지 않은 도시'라고들 한다. 상당히 역동적이고 매혹적인 말이지만 다른 한편으로는 섬뜩했다. 24시간 깨어 있어야 하는 사람들이 끊임없이 일하고 경쟁하면서 살아가는 도시, 그곳의 불안과 공포를 외국인들의 도시 투어를 통해 그려 보자는 게 기획의 출발점이다.

### Q 향후 계획은?

A 칸 다녀와서 시나리오 수정을 더 하고, 7월부터는 촬영에 들어가 겨울이 오기 전에 마치려고 한다. 거친 1차 편집본이 연내에는 나올 수 있게 해야겠다고 생각하고 있다.



# Korean Film Market

## Trend in 2021

Box office revenue slightly increased to KRW 584.5 billion, which is still around 30% of 2019  
 There are only two Korean films among the top 10 hits...

In 2021, the sum of the revenue made by three major sectors of the Korean film industry— theater sales, non-theater market sales, and overseas exports—is estimated to be KRW 1,239 trillion. This is a 2.8% decrease from KRW 1,537 trillion in 2020, which decreased by 58.0% compared to 2019 due to the outbreak of COVID-19. The decrease shows that the Korean film industry could not recover well in the second year of the COVID-19 pandemic.

The revenue generated by theaters increased by 14.5% from the previous year to KRW 585.5 billion. It was the only increase in sales among the three major sectors of the Korean film industry (theater, non-theater market, and overseas exports). The total number of theater audiences recorded 60.53 million, an increase of 1.7% compared to the previous year (59.52 million). 2020 recorded the lowest theater sales ever since the inauguration of the Korean Box Office Information System. Compared to 2020, it is true that both sales and the number of audiences slightly increased. However, the total revenue from theaters is only about 30% of 2019 before the pandemic. Therefore, it is still too early to discuss the possibility of a full recovery of theaters.

Since May 2021, a number of Hollywood blockbusters were continuously released. Such films include *Fast & Furious 9*, *Black Widow*, *Venom: Let There Be Carnage*, *Dune*, and *Spider-Man: No Way Home*. Their release greatly reduced the presence of Korean films in the market. Their release greatly reduced the presence of Korean films in the market. While both the revenue and the number of audiences of foreign films increased, the revenue and the number of audiences of Korean films respectively decreased 50.5% from the previous to KRW 173.4 billion and 55.0% to 18.22 million people. The share of Korean film audiences fell 37.9% from the previous year to 30.1%. It was the first time in 11 years that the share of Korean film audiences fell below 50%, which was also the lowest share since 1999. The average annual number of theater visits per person was 1.17, which increased by 0.02 from the previous year, a decrease of 3.2 from 4.37 in 2019. While both the revenue and the number of audiences of foreign films increased, the revenue and the number of audiences of Korean films respectively decreased 50.5% from the previous to KRW 173.4 billion and 55.0% to 18.22 million people. The share of Korean film audiences fell 37.9% from the previous year to 30.1%. It was the first time in 11 years that the share of Korean film audiences fell below 50%, which was also the lowest share since 1999. The average annual number of theater visits per person was 1.17, which increased by 0.02 from the previous year, a decrease of 3.2 from 4.37 in 2019.

*Spider-Man: No Way Home* recorded revenue of KRW 55.7 billion and 5.56 million audiences, followed by *Escape from Mogadishu* with KRW 34.6 billion revenue and 3.61 million audiences. The third was *Eternals* with KRW 31.7 billion won in sales and 3.05 million audiences, followed by *Black Widow* with KRW 30 billion revenue and 2.96 million audiences. The fifth was *Fast & Furious 9*, which made KRW 22.1 billion in revenue and had 2.29

Major Statistical Indicators of the Korean Film Industry 2012-2021

| Channel                                                       |                                       | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       | 2020       | 2021               |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------|
| Audience number (Unit: 10,000)                                | Total audience                        | 19,489 | 21,335 | 21,506 | 21,729 | 21,702     | 21,987     | 21,639     | 22,668     | 5,952      | 6,053              |
|                                                               | Rate of change                        | 22.0%  | 9.5%   | 0.8%   | 1.0%   | -0.1%      | 1.3%       | -1.6%      | 4.8%       | -73.7%     | 1.7%               |
|                                                               | Korean films                          | 11,461 | 12,729 | 10,770 | 11,293 | 11,655     | 11,390     | 11,015     | 11,562     | 4,046      | 1,822              |
|                                                               | Rate of change                        | 38.3%  | 11.1%  | -15.4% | 4.9%   | 3.2%       | -2.3%      | -3.3%      | 5.0%       | -65.0%     | -55.0%             |
|                                                               | Share                                 | 58.8%  | 59.7%  | 50.1%  | 52.0%  | 53.7%      | 51.8%      | 50.9%      | 51.0%      | 68.0%      | 30.1%              |
|                                                               | Foreign films                         | 8,028  | 8,606  | 10,736 | 10,436 | 10,047     | 10,597     | 10,624     | 11,106     | 1,906      | 4,231              |
|                                                               | Rate of change                        | 4.5%   | 7.2%   | 24.8%  | -2.8%  | -3.7%      | 5.5%       | 0.3%       | 4.5%       | -82.8%     | 122.0%             |
|                                                               | Share                                 | 41.2%  | 40.3%  | 49.9%  | 48.0%  | 46.3%      | 48.2%      | 49.1%      | 49.0%      | 32.0%      | 69.9%              |
| Number of movies released                                     | Korean films (actual number)          | 175    | 183    | 217    | 232    | 302(167)   | 376(164)   | 454(194)   | 502(199)   | 615(165)   | 653(224)           |
|                                                               | Foreign films (actual number)         | 456    | 722    | 878    | 944    | 1,218(411) | 1,245(456) | 1,192(534) | 1,238(448) | 1,078(413) | 984(480)           |
| Number of screens nationwide                                  |                                       | 2,081  | 2,184  | 2,281  | 2,424  | 2,575      | 2,766      | 2,937      | 3,079      | 3,015      | 3,254              |
| Number of theaters nationwide                                 |                                       | 314    | 333    | 356    | 388    | 417        | 452        | 483        | 513        | 474        | 542                |
| Average admission fee (KRW)                                   |                                       | 7,466  | 7,271  | 7,738  | 7,895  | 8,032      | 7,989      | 8,383      | 8,444      | 8,574      | 9,656              |
| Number of visits to movie theaters per person                 |                                       | 3.83   | 4.17   | 4.19   | 4.22   | 4.20       | 4.25       | 4.18       | 4.37       | 1.15       | 1.17               |
| Return on investment in Korean films                          |                                       | 15.9%  | 16.8%  | 7.6%   | 4.0%   | 17.6%      | 18.0%      | -4.8%      | 10.9%      | -30.4%     | -47.3% (estimated) |
| Sales from main film industry sectors (Unit: 100 million KRW) | Theater                               | 14,551 | 15,513 | 16,641 | 17,154 | 17,432     | 17,566     | 18,140     | 19,140     | 5,104      | 5,845              |
|                                                               | Non-theater market                    | 2,158  | 2,676  | 2,971  | 3,349  | 4,125      | 4,362      | 4,739      | 5,093      | 4,514      | 3,838              |
|                                                               | Oversea Sales (Unit: 100 million KRW) | 414    | 651    | 664    | 628    | 1,173      | 1,343      | 885        | 860        | 919        | 556                |
|                                                               | (10,000 USD)                          | 3,782  | 5,946  | 6,308  | 5,550  | 10,109     | 11,879     | 8,036      | 7,378      | 8,361      | 4,863              |
|                                                               | Total                                 | 17,123 | 18,840 | 20,276 | 21,131 | 22,730     | 23,271     | 23,764     | 25,093     | 10,537     | 10,239             |



million audiences. Since a number of Hollywood blockbusters were released after a series of delays in 2020, there were only two Korean films among the top 10 box office hits.

The highest-grossing day of 2021 was December 25, which was the 11th day of *Spi-der-Man: No Way Home*'s release. The total number of audiences on the day was 814,324 people, and it was the biggest number since February 2020 when COVID-19 began to affect theaters in earnest. The audience share by day of the week was 24.1%, 22.3%, and 14.5% on Saturday, Sunday, and Wednesday. As for the audience share by genre, action overtook other genres with a share of 47.2%. It was because a number of Hollywood action blockbusters were released in the same year. Animation and drama films occupied 15.0% and 11.8%.

**Non-theater revenue recorded KRW 383.8 billion with a decrease of 15.0% compared to the previous year, TV VOD sales decreased and internet VOD sales increased**

In 2021, the sales volume of non-theater market was estimated to be KRW 383.8 billion, a 15.0% decrease compared to the previous year. For Korean films, non-theater market accounted for 37.5% of the sales in major film industry sectors (theaters, non-theater market, and overseas exports). 37.5% is a decrease of 5.5% from the previous year when the theater sales plummeted to 42.9% due to the impact of COVID-19.

Sales in the non-theater market were aggregated in four areas: TV VOD, Internet VOD, DVD and Blu-ray markets, and TV broadcasting rights. Sales of the TV VOD market decreased by 26.4% from the previous year to KRW 247.9 billion. It accounted for 64.6% of the total non-theater market, down 10.0% from the previous year. The Internet VOD market, which includes OTT services (and films streamed on OTTs) and sales through file-sharing services, recorded a total of KRW 106.7 billion sales, an increase of 35.4% compared to the previous year. It was the only market that showed an increase from the previous year. Its share in the non-theater market as a whole also increased from 17.5% in the previous year to 27.8%. DVD and Blu-ray market sales accounted for KRW 6 billion. TV broadcasting rights, which had been counted since 2020, recorded KRW 22.3 billion in sales. Both markets respectively decreased by 38.1% and 11.1%.

**The impact of COVID-19 hit the export sales... The total export sales of Korean films decreased by 41.8% compared to the previous year**  
**Continued delays in theatrical releases interrupted the sales lineup of Korean films...**

The contraction in Korean film exports, caused by COVID-19, was detected in earnest only in 2021. The total overseas export of Korean films in 2021 was 48,631,018 USD (KRW 55.6 billion), a decrease of 41.8% compared to the previous year. Exports of completed films, which were the backbone of overseas exports, decreased 20.5% from the previous year

**Non-theater market sales volume in 2017-2021**

(Unit: 100 million won, %)

| Category        |              | 2017  |       |                     | 2018  |       |                     | 2019  |       |                     | 2020  |       |                     | 2021  |       |                     |
|-----------------|--------------|-------|-------|---------------------|-------|-------|---------------------|-------|-------|---------------------|-------|-------|---------------------|-------|-------|---------------------|
|                 |              | Sales | Share | Year-on-year change | Sales | Share | Year-on-year change | Sales | Share | Year-on-year change | Sales | Share | Year-on-year change | Sales | Share | Year-on-year change |
| Online          | TV VOD       | 3,543 | 81.2  | 5.9                 | 3,946 | 83.3  | 11.4                | 4,059 | 79.7  | 2.9                 | 3,368 | 74.6  | -17.0               | 2,479 | 64.6  | -26.4               |
|                 | Internet VOD | 752   | 17.2  | 10.8                | 728   | 15.4  | -3.2                | 930   | 18.3  | 27.7                | 788   | 17.5  | -15.3               | 1,067 | 27.8  | 35.4                |
| DVD and Blu-ray |              | 67    | 1.5   | -32.3               | 65    | 1.4   | -3.0                | 104   | 2.0   | 60.0                | 97    | 2.1   | -6.7                | 60    | 1.6   | -38.1               |
| TV Channel      |              | -     | -     | -                   | -     | -     | -                   | -     | -     | -                   | 261   | 5.8   | -                   | 232   | 6.0   | -11.1               |
| Total           |              | 4,362 | 100   | 5.7                 | 4,739 | 100   | 8.6                 | 5,093 | 100   | 7.5                 | 4,514 | 100   | -11.4               | 3,838 | 100   | -15.0               |

to 43,033,018 USD (KRW 49.2 billion). Moreover, exports of technology and services saw a whopping 81.0% decrease from the previous year, making 5,980,000 USD (KRW 6.4 billion). While domestic theater releases were being delayed one after another, there was also great difficulty in building a lineup of films to sell. Participation in international film projects has also decreased significantly. It was even difficult to include any meaningful statistical figures for locations that brought film crews from outside the country. Nevertheless, there was a glimmer of hope among difficulties. The steady demand in Asian markets supported the Korean film industry and the potential of the Chinese market was reassessed thanks to the first official theatrical release of a Korean film in six years.

**Despite the increase in the number of independent and art films released, the total number of audiences decreased by 9.2% to 4.23 million audiences**  
**Minari ranked the top independent and art film with 1.13 million audiences**

The number of independent and artistic films released in 2021 mounted to 450, up 26.4% from the previous year. In addition, the share of independent and art films in the total number of films released also increased by 6.5% from 21.0% in 2020 to 27.5% in 2021. However, despite the increase in the number of films released, the total number of audiences of independent and art films decreased by 9.2% to 4.23 million people. Meanwhile, the number of audiences of Korean independent and art films increased by 63.5% to 1.24 million people. The share of audiences of Korean independent and art films out of the total audience for independent and art films also increased from 16.3% in 2020 to 29.3% in 2021. However, although the number of Korean independent and art film audiences and sales increased compared to the previous year, it was still only half of where it was in 2019 before the pandemic.



## Interview with Director KIM Hyunjin

All in all, 2021 was a colorful year with an increased number of films released, including independent and art films in diverse genres and narratives. The highest-grossing independent art film was *Minari* with 1.3 million audiences. It was an autobiographical immigration story directed by a Korean-American director Issac CHUNG. Korean independent and art films such as *The Box* and *Chun Tae-il* also attracted more than 100,000 audiences, respectively. LEE Seungwon's *Three Sisters* gained attention with its woman-centered narrative about the hidden struggles behind the ordinary-looking family. The film presented a remarkable narrative focusing on women, continuing last year's strong outcome of women directors.

### The estimated rate of return of commercial films turned out to be -47.3%, hitting the lowest since the inauguration of the survey in 2001

The sum of total production cost of 200 Korean films surveyed in 2021 to estimate the average production budget was KRW 242.3 billion. As a result, the average total production cost turned out to be KRW 1.21 billion per film. Breaking down the average production cost, the average net production cost took 76.9% with KRW 0.93 billion. The average P&A cost accounted for 23.1% with KRW 0.28 billion. Due to the impact of COVID-19, many big-budget commercial films delayed theatrical releases, resulting in a significant decrease in the average total production cost compared to the previous year. Among the films released in 2021, 17 of them were considered 'commercial' with a net production cost of KRW 3 billion or more. The figure is significantly lower than 45 in 2019 and 29 in 2020. The average rate of return of the 17 films was estimated as -47.3%. It was lower than -43.5%, the rate of return in 2008, which was the lowest since the profitability survey began in 2001. A simplified survey result provided that only three films exceeded the break-even point (BEP), accounting for only 17.6% of the total.

Korean Film Council



KIM Hyunjin

After graduating from Korean Academy of Film Arts (KAFA), he worked as an assistant director of director LEE Changdong's film, *Peppermint Candy*. He directed short films *Response*, *Strange day* and independent feature film *Mahong's House*

*Seoul Horror Story* (Director: KIM Hyunjin) was selected by the Bucheon International Fantastic Film Festival (BIFAN, Festival Director SHIN Chul) as this year's Fantastic 7 project. Fantastic 7 is a program designed by Cannes Film Festival's Marché du Film to promote genre films. Director KIM Hyunjin will be pitching *Seoul Horror Story* in front of filmmakers from all over the world, who have a great interest in the selected projects, at the Marché du Film on May 22.

### Q Are the preparations going well?

**A** I've been working hard to get prepared. In addition to putting together a concise presentation and a short video, I've been ruminating over the meetings I've had with the many foreigners I met at the BIFAN Project Market and other places. I intend to highlight what kind of story *Seoul Horror Story* tells, and what differentiates it from other horror films.

### Q What kind of horror film is it?

**A** It's the first horror film with the city of Seoul itself as its main character. Three different scary stories ('The Ghost Station', 'The Lost Face', 'The Two Worlds'), each with their own color and set in the regions of Sinseol-dong, Gangnam, and Noryangjin, will be told in an omnibus format.

### Q What is the plot of the movie?

**A** The story is told in the form of a 'Seoul Horror Tour.' Three foreign students of a Korean language school in Seoul, led by a mysterious tour guy named K, visit Sinseol-dong, Gangnam, and Noryangjin, where they get to indirectly experience the horror and uneasiness triggered by those regions (Seoul).

'The Ghost Station' is about the horrors of working overtime and power abuse. The Ghost Station is a gaming hall that fuses reality with games. 'The Lost Face' tells a story of the horrors of plastic surgery. People who have lost their sense of self, along with their faces, roam around Gangnam, making it a hotbed of doppelgängers. 'The Two Worlds' is about the horrors of job seeking. Noryangjin, where young people stricken with fear and anxiety over unemployment gather in droves, is a platform where the 'real world' and the "spirit world" co-exist.

### Q What differentiates it from other horror films?

**A** In addition to having a city as the main character, the film doesn't just stop at evoking fear. It gives an insight into modern life by using shocking ideas to depict the anxiety and fear felt by modern Seoulites. The project has been praised for being 'very creative' and 'having the competitive edge of K-content.' It has also been acknowledged as being international in scope and a story that could spawn a series of follow-ups, with horror stories featuring New York, London, Paris, etc.

*Seoul Horror Story* was an official Project Spotlight Korea selection for the 24th BIFAN's NAFF Project Market in 2020. It received planning and production support from the Korean Creative Content Agency, Gyeonggi Film Commission, and the Korean Film Council. And now, it is BIFAN's official selection for the 2022 Fantastic 7 program.

---

**Q** Why didn't you enter the project for the Fantastic 7 program in 2021?

**A** I was sick for about a year and a half after the 24th BIFAN. I was sick for a long time, and in the midst of it all, I was hard at work supplementing and revising the script. I was eager to carry on the success I had following the 2020 NAFF (Network of Asian Fantastic Films). Fortunately, I continued to have good results, and I'm quite proud of getting to go to Cannes with a project that was chosen as BIFAN's official Fantastic 7 selection. I have to work even harder now.

Until now, the project has been awarded more than 200 million won (approx. \$158,000). *Seoul Horror Story* will be presented at the 75th Cannes Film Festival's Marché du Film along with other official selections from Sitges - International Film Festival of Catalonia, Toronto International Film Festival, South by Southwest, Guadalajara International Film Festival, Cairo International Film Festival, and the New Zealand International Film Festival. The directors of the Fantastic 7 selections will be participating in an on-site pitching session, business meetings, and a fantastic mixer networking event, where they will meet filmmakers and industry professionals from around the globe.

**Q** Are you particularly fond of the horror genre?

**A** I like romance too. At one time, I thought about naming my film company 'Flowers and Blood.' Flowers represent life and love; blood represents death and fear. Because it was too literal, I changed it to Mayjune. The name encompasses two meanings. It signifies a fresh and beautiful season, and also the Korean proverb, 'If you harbor a grudge, frost can fall even in May and June.' Anyway, I want to direct films and alternate between horror and romance.

**Q** Can you tell us your favorite horror films and directors?

**A** I like horror stories that are intimately connected to people's lives. Films like, *Hereditary* (Director: Ari ASTER), one of the best-known giallo films, *Suspiria* (Director: Dario ARGENTO), and its remake of the same title by Luca GUADAGNINO, and the Korean films *Epitaph* (2007) and *Svaha: The Sixth Finger* (2019). I really like David LYNCH. *Lost Highway* (1997), *Twin Peaks* (1992). Among Korean films, I like *The Wailing* by Director NA Hongjin."

**Q** What's the appeal of horror movies?

**A** In life, there is joy, hope, pain, unease, and fear. We live on the border between two lives. We encounter fear when we're anxious in life. Those are the times when I often get ideas for films that magnify those emotions. Horror films give you a cathartic experience, as if you're riding on a roller coaster or exploring highlands or the ends of the earth.

**Q** How did you come up with the idea for Seoul Horror Story?

**A** Each city has its own color. What's Seoul's color? What image does it bring to mind? Foreigners call Seoul 'the city that doesn't sleep for 24 hours.' On the one hand, that sounds quite dynamic and fascinating. On the other, it sounds frightening. The starting point for the project was my desire to use a city tour for foreigners to tell a story about a city where people have to stay awake for 24 hours and compete against one another endlessly, and to depict the uneasiness and fear in such a place.

**Q** What are your plans for the future?

**A** After coming back from Cannes, I plan to make more revisions to the script, start filming in July, and finish filming before winter. I want the rough cut of the film to be out by the end of the year.



# 중국 CHINA





Figures of Top 10 Films in Chinese Box Office

| No. | 작품명                           | English Title                  | 감독                           | Director                                 | 국가     | Country          |
|-----|-------------------------------|--------------------------------|------------------------------|------------------------------------------|--------|------------------|
| 1   | 장진호 长津湖                       | The Battle at Lake Changjin    | 첸 카이거 陳凱歌, 서극 徐克, 임초현 林超賢    | CHEN Kaige, Hark TSUI, Dante LAM         | 중국, 홍콩 | China, Hong Kong |
| 2   | Hi, Mom 你好, 李煥英               | Hi, Mom                        | 자링 賈玲                        | JIA Ling                                 | 중국     | China            |
| 3   | 당인가탐안3 : 밀실 살인사건 唐人街探案3       | Detective Chinatown 3          | 진사성 陳思成                      | CHEN Sicheng                             | 중국     | China            |
| 4   | My country, My parents 我和我的父輩 | My country, My parents         | 오경 吳京, 장쯔이 章子怡, 서경 徐崢, 심등 沈騰 | WU Jing, ZHANG Ziyi, XU Zheng, SHEN Teng | 중국     | China            |
| 5   | 분노의 질주: 더 얼티메이트               | Fast & Furious 9 the Fast Saga | 저스틴 린                        | Justin LIN                               | 미국     | USA              |
| 6   | 레이징 파이어 怒火·重案                 | Raging Fire                    | 진목승 陳木勝                      | Benny CHAN                               | 홍콩, 중국 | Hong Kong, China |
| 7   | 중국의생 中國醫生                     | Chinese Doctors                | 유위강 劉偉強                      | Andrew LAU                               | 중국     | China            |
| 8   | 고질라 VS. 콩                     | Godzilla vs. Kong              | 애덤 윈가드                       | Adam WINGARD                             | 미국     | USA              |
| 9   | A Little Red Flower 送你一朵小紅花   | A Little Red Flower            | 한연 韓延                        | HAN Yan                                  | 중국     | China            |
| 10  | 공작조:懸崖之上                      | Cliff Walkers                  | 장예모 張藝謀                      | ZHANG Yimou                              | 중국, 홍콩 | China, Hong Kong |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                           | English Title               | 감독                           | Director                                 | 국가     | Country          |
|-----|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------|--------|------------------|
| 1   | 장진호 长津湖                       | The Battle at Lake Changjin | 첸 카이거 陳凱歌, 서극 徐克, 임초현 林超賢    | CHEN Kaige, Hark TSUI, Dante LAM         | 중국, 홍콩 | China, Hong Kong |
| 2   | Hi, Mom 你好, 李煥英               | Hi, Mom                     | 자링 賈玲                        | JIA Ling                                 | 중국     | China            |
| 3   | 당인가탐안3 : 밀실 살인사건 唐人街探案3       | Detective Chinatown 3       | 진사성 陳思成                      | CHEN Sicheng                             | 중국     | China            |
| 4   | My country, My parents 我和我的父輩 | My country, My parents      | 오경 吳京, 장쯔이 章子怡, 서경 徐崢, 심등 沈騰 | WU Jing, ZHANG Ziyi, XU Zheng, SHEN Teng | 중국     | China            |
| 5   | 레이징 파이어 怒火·重案                 | Raging Fire                 | 진목승 陳木勝                      | Benny CHAN                               | 홍콩, 중국 | Hong Kong, China |
| 6   | 중국의생 中國醫生                     | Chinese Doctors             | 유위강 劉偉強                      | Andrew LAU                               | 중국     | China            |
| 7   | A Little Red Flower 送你一朵小紅花   | A Little Red Flower         | 한연 韓延                        | HAN Yan                                  | 중국     | China            |
| 8   | 공작조:懸崖之上                      | Cliff Walkers               | 장예모 張藝謀                      | ZHANG Yimou                              | 중국, 홍콩 | China, Hong Kong |
| 9   | 척살소설가 刺殺小說家                   | A Writer's Odyssey          | 루양 路陽                        | LU Yang                                  | 중국     | China            |
| 10  | Be Somebody 扬名立万              | Be Somebody                 | 유순자목 劉循子墨                    | LIU Xunzimo                              | 중국     | China            |

| 장르     | Genre           | Gross(CNY)    | Gross(USD)  | Production                                                                                       | Distribution                                                           |
|--------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 액션, 역사 | Action, History | 5,772,410,000 | 864,531,021 | Beijing Bona Film Group, August 1st Film Studio                                                  | Zhejiang Bona Film and TV Production, Huaxia Film Distribution Company |
| 코미디    | Comedy          | 5,412,080,000 | 810,567,574 | Beijing Jingxi Culture & Tourism Co.,Ltd., Shanghai Ruyi Film and Television Production Co.,Ltd. | CFGC, Tianjin Maoyan Weiying Media Co.,Ltd.                            |
| 코미디    | Comedy          | 4,515,110,000 | 676,225,816 | Wanda Film and Television Media Co., Ltd.                                                        | Wanda Film and Television Media Co., Ltd.                              |
| 드라마    | Drama           | 1,476,730,000 | 221,169,130 | CFGC, Shanghai Sanyuan Film Co., Ltd.                                                            | CFGC, Tianjin Lianrui Film Co., Ltd.                                   |
| 액션     | Action          | 1,392,200,000 | 208,509,113 | Universal Pictures                                                                               | Universal Pictures                                                     |
| 액션     | Action          | 1,329,270,000 | 199,084,118 | Sil-Metropole Organization Ltd., Tencent Pictures Culture Communication Co., Ltd.                | Tencent Pictures Culture Communication Co., Ltd.                       |
| 드라마    | Drama           | 1,328,230,000 | 198,928,357 | Guangdong Bona Film Group, Zhujiang Film Group Co., Ltd.                                         | Guangdong Bona Film Group                                              |
| 액션     | Action          | 1,232,570,000 | 184,601,406 | Legendary Entertainment, Warner Bros.                                                            | Warner Bros. Pictures                                                  |
| 드라마    | Drama           | 1,196,010,000 | 179,125,833 | Zhejiang Hengdian Film Co., Ltd., Lianrui (Shanghai) Film Co., Ltd.                              | CFGC, Lianrui (Shanghai) Film Co., Ltd.                                |
| 액션     | Action          | 1,190,200,000 | 178,255,672 | CFGC, Emperor Motion Pictures                                                                    | CFGC, Empire Film Distribution (Beijing) Co., Ltd.                     |

| 장르     | Genre           | Gross(CNY)    | Gross(USD)  | Production                                                                                       | Distribution                                                           |
|--------|-----------------|---------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 액션, 역사 | Action, History | 5,772,410,000 | 864,531,021 | Beijing Bona Film Group, August 1st Film Studio                                                  | Zhejiang Bona Film and TV Production, Huaxia Film Distribution Company |
| 코미디    | Comedy          | 5,412,080,000 | 810,567,574 | Beijing Jingxi Culture & Tourism Co.,Ltd., Shanghai Ruyi Film and Television Production Co.,Ltd. | CFGC, Tianjin Maoyan Weiying Media Co.,Ltd.                            |
| 코미디    | Comedy          | 4,515,110,000 | 676,225,816 | Wanda Film and Television Media Co., Ltd.                                                        | Wanda Film and Television Media Co., Ltd.                              |
| 드라마    | Drama           | 1,476,730,000 | 221,169,130 | CFGC, Shanghai Sanyuan Film Co., Ltd.                                                            | CFGC, Tianjin Lianrui Film Co., Ltd.                                   |
| 액션     | Action          | 1,329,270,000 | 199,084,118 | Sil-Metropole Organization Ltd., Tencent Pictures Culture Communication Co., Ltd.                | Tencent Pictures Culture Communication Co., Ltd.                       |
| 드라마    | Drama           | 1,328,230,000 | 198,928,357 | Guangdong Bona Film Group, Zhujiang Film Group Co., Ltd.                                         | Guangdong Bona Film Group                                              |
| 드라마    | Drama           | 1,196,010,000 | 179,125,833 | Zhejiang Hengdian Film Co., Ltd., Lianrui (Shanghai) Film Co., Ltd.                              | CFGC, Lianrui (Shanghai) Film Co., Ltd.                                |
| 액션     | Action          | 1,190,200,000 | 178,255,672 | CFGC, Emperor Motion Pictures                                                                    | CFGC, Empire Film Distribution (Beijing) Co., Ltd.                     |
| 액션     | Action          | 1,035,180,000 | 155,038,402 | Huace Pictures (Shanghai) Co., Ltd.                                                              | Huace Film (Tianjin) Co., Ltd.                                         |
| 코미디    | Comedy          | 919,130,000   | 137,657,650 | Shanghai Maoyan Shadow Co., Ltd.                                                                 | Tianjin Maoyan Weiying Culture Media Co., Ltd.                         |



### 박스오피스 구조

2021년 중국 대륙 영화 시장의 박스오피스 수입은 전년도의 203.14억 위안보다 132.6% 성장한 472.58억 위안을 기록하였다. 그 중 중국 국내 영화의 박스오피스 수입은 전체의 84.49%인 399.27억 위안이었다. 2021년에는 총 697편의 영화가 상영되었고(재상영 포함), 그 중 박스오피스 수입 1억 위안을 돌파한 영화는 63편이었다. 연간 박스오피스 수입 상위 3 작품인 <장진호>(長津湖)(57.72억 위안), <Hi, Mom>(你好, 李焕英)(54.14억 위안), <당인가탐안 3: 밀실 살인사건>(唐人街探案3)(45.24억 위안)의 박스오피스 수입 합계는 총 157.10억 위안으로 연간 박스오피스 수입 총액의 33.6%에 달했으며, 모두 2021년 글로벌 박스오피스 상위 10위권에 진입했다(각 2, 3, 6위).

2021년 중국 대륙의 박스오피스 수입은 전세계 박스오피스 수입 총액의 34%에 달하며, 중국은 단일 시장으로서 세계 최대의 박스오피스 수입을 거두었다. 글로벌 박스오피스 수입 상위 10 편의 영화 중 5위를 차지한 <분노의 질주 9>와 8위를 차지한 <고질라 VS. 쿵>은 중국 대륙에서 상영되어 수입 영화 중 이 작품들만 중국 대륙 박스오피스에서도 상위 10(각각 5위, 8위)위권에 진입하였다. 박스오피스 수입 1억 위안을 돌파한 영화 중 수입 영화는 17편에 그쳐 2019년의 42편과 2018년의 39편에 크게 못 미쳤다.

2021년 중국 대륙의 총 관객 수는 11.53억 명, 평균 티켓 가격은 전년도(36.98위안)보다 8.9%오른 40.28위안이었다. 영화관 수는 동기대비 8.2% 증가한 14,480개였고, 그 중 신설 영화관은 1,106개였으며, 상영관 수는 82,248개, 그 중 신설 상영관은 동기대비 8.82% 증가한 6,667개였다.

### 시즌과 히트작 소재 분석

2021년 중국 대륙 영화시장에서는 상영 시즌과 소위 '대작 영화'와 '마태 효과' 현상이 두드러지게 나타났다. 2021년 춘절 시즌(2월11일-2월17일)의 박스오피스 수입 총액은 연간 박스오피스 수입의 16.55%인 78.22억 위안에 달했고, 평균 티켓 가격은 2019년(39.7위안)보다 23.17% 증가한 48.9위안이었다. 이는 춘절 시즌 사상 최대의 박스오피스 수입을 기록하기도 했다. 이 시즌에 상영하여 연간 박스오피스 순위 2, 3위를 차지한 <Hi, Mom>과 <당인가탐안3: 밀실 살인사건>은 각각 27.22억 위안과 35.62억 위안의 박스오피스 수입을 거두었고, 이는 춘절 시즌 박스오피스 수입 총액의 80.33%에 달하는 금액이다. <당인가탐안 3: 밀실 살인사건>은 2월12일 단 하루 동안 10.1억 위안의 박스오피스 수입을 거둬들였고 2월12일 당일의 박스오피스 총액 16.92억 위안을 달성하는 신기록을 세웠다. 2월의 박스오피스 수입 총액은 111.64억 위안으로 연간 박스오피스 총액의 25.95%를 차지하였으며, 단일 시장 월간 박스오피스 수입의 세계 신기록을 달성했다.

국경절 시즌(10월1일-7일)의 박스오피스 수입은 연간 박스오피스 총액의 9.28%인 43.87억 위안에 달했다. 그 중 <장진호>의 박스오피스 수입은 32.05억 위안으로 국경절 시즌 수입의 73.06%를 차지했다. 국경절 시즌 평균 티켓 가격은 2020년(39.56위안)보다 15.60% 오른 46.87위안이었다.

2021년 히트 작품 중에는 장르화된 '주선율(main stream)'영화가 가장 주요한 '장르'가 되었다. 1980년대 중국 대륙에서 생겨난 '주선율'이라는 말은 영화 주무부처에서 주류 이데올로기를 선양하는 영화를 이렇게 표현한 것이다(이 외의 두 장르는 '오락 영화'와 '탐색 영화'로 각각 지금의 상업 영화와 예술 영화에 상응함). 2009년 <건국대업>(建國大業)부터 주선율 영화의 A급화(제작 규모 향상, 대대적

인 스타 기용)가 시작되었다. 보나 필름(博納影業) 등의 일부 민영기업이 이 분야에서 두각을 드러내며 그 대표작인 <타이거 마운틴 3D>(智取威虎山 3D), <오퍼레이션 레드 씨>(紅海行動), <오퍼레이션 메콩>(湄公河行動) 등을 통해 주선율 영화를 장르 영화(액션, 전쟁 등)와 결합하였다. 2021년 주선율 영화로는 <장진호>(한국전쟁 관련 전쟁영화), <중국의생>(中國醫生, Covid-19관련 재난영화), <공작조: 현애지상>(懸崖之上, 제2차 세계대전-항일전쟁 관련 스파이 영화), <1921>(중국공산당 건립 관련 역사 영화), <철도영웅>(鐵道英雄, 제 2차 세계대전, 항일전쟁 관련 액션 영화 리메이크 버전), <CLOUDY MOUNTAIN>(峰爆, 중국 고속철도 건설 관련 재난 영화), <Island Keeper>(守島人, 영웅적이고 모범이 되는 인물의 전기 영화), <Pioneer>(革命者, 중국공산당 초기 지도자의 전기 영화) 등이 있다.

시리즈/속편 영화에 대한 중국 대륙 관객의 관심 수준은 늘 높은 편이다. 2021년 박스오피스에서 좋은 성적을 거둔 시리즈 영화로는 <당인가탐안 3: 밀실살인사건>, <My country, My parents>(我和我的父輩), <분노의 질주: 더 얼티메이트>, <오살 2>(誤殺 2), <쇼크 웨이브 2>(拆彈專家2), <백사 2: 청사의 시련>(白蛇2: 青蛇崛起), <애니멀 체인지>(熊出沒·狂野大陸), <007:노 타임 투 다이> 등이 있으며, 관련된 전편이 상영된 <고질라 VS. 쿵> 또한 이러한 유형에 포함된다.

2021년에는 여성을 소재로 한 여성 감독의 영화의 활약도 크게 두드러졌다. <Hi, Mom>은 춘절 시즌에 입소문을 타고 상영 회차가 늘면서 결국 <당인가탐안3: 밀실 살인사건>의 박스오피스 수입을 넘어섰고, 이 영화의 감독 자링은 '세계 최대의 박스오피스 수입을 기록한 여성 감독'이 되었다. <내가 날 부를 때>(我的姐姐)는 8.60억 위안의 박스오피스 수입을 거두었고, 상영의 기회가 없었던 감독 인뤄신의 데뷔 작품 <FAREWELL, MY LAD>(再見, 少年)까지 배급 기회를 얻게 되었다.

전반적으로 보면 중국 대륙의 관객은 여전히 코미디, 액션, 미스터리, 범죄 장르를 선호하며, 춘절 시즌에는 관객의 코미디 선호 현상이 더욱 두드러졌다. 로맨스 영화는 최근 동질화 현상이 심각해져 흥행작이 나타나는 일이 크게 줄어들었다.

### 신종 코로나 바이러스의 영향

2021년 중국 대륙에서는 장기적인 신종 코로나 바이러스 방역 조치에 대응하여 현지 위험 등급에 따라 극장 개방을 동적으로 조정하였으며, 국가전영국(國家電影局)은 관련 문건에서 저위험 지역의 영화관 객석 점유율은 75%를 초과할 수 없고, 중고등 위험지역의 영화관은 일시적으로 폐쇄하도록 규정하였다. 이 외에도 전면적인 티켓 구매 온라인 실명제, 관람 중 취식 금지 및 마스크 상시 착용 등 일련의 예방 조치를 취했다.

신종 코로나 바이러스가 중국 대륙 영화산업에 미친 주요 영향은 다음과 같다. 첫째, 영화 프로젝트의 촬영 비용이 높아졌다. <장진호> 같은 경우 전염병으로 인해 촬영이 중도에 중단되었고, 복귀 후 연기자 및 스태프의 PCR 검사를 진행하는 데 500만 위안이 소모되었다. 이러한 상황에서 위험 수용 능력이 낮은 중소 규모의 영화는 매우 큰 압박을 받게 되었다. 둘째, 영화 홍보와 배급에 불확실성 요소가 증가하여 많은 영화들이 상영 시기를 수차례 조정하였는데, <당인가탐안3: 밀실 살인사건>은 꼬박 1년을 연기한 후에 극장에서 상영되었다. 이러한 상황에서 춘절, 국경절 등 특정 시즌의 경쟁이 심화되었고, 특정 시즌의 박스오피스 시너지 효과에 대한 영화의 의존도가 심화되었고, 인기 시즌을 제외하고는 심각한 시장 불경기가 발생하기 쉬워졌다. 셋째, 영화 프로젝트의 리스크가 커지면서 대작 또는 대기업



영화에 투자가 집중되어 일정 부분 중소 규모의 영화와 오리지널 영화 창작에 영향을 주었다.

#### 주목할만한 산업적 현상

##### 1. 주선율 영화에 대한 정책적 편향

2021년 주선율 영화의 두드러진 특징은 영화 관리 부처에서 행정적인 수단을 이용하여 시장을 조절했다는 것이다. 예를 들어 <장진호>의 상영 기간은 장장 196일에 달하였는데 편성율과 상영 회차 모두 정책적인 배려를 받아 영화는 결국 중국 영화에서 역사적인 박스오피스 기록(57.75억 위안)을 달성하여 한동안 '2021년 글로벌 박스오피스 1위'를 차지하기도 했다. 이 외에도 영화에 대한 미디어의 부정적인 평론이 제한하였고, 영화 사이트의 영화 평점에도 관여하였다.

##### 2. 마블코믹스 영화 제한

중미 무역전쟁의 여파로 2021년에는 마블코믹스의 작품이 모두 중국 대륙에서 상영되지 못했다. 여기에는 단 10일만에 <장진호>를 넘어서 글로벌 박스오피스 1위를 차지한 <스파이더맨: 노 웨이 홈>과 글로벌 박스오피스 상위 10위에 이름을 올린 <상치와 텐 링즈의 전설>, <이터널스> 그리고 <블랙 위도우> 등도 포함되었다. 이 외에도 <베놈 2: 랫 데어 비 카니지>도 중국 대륙에서 상영하지 못했다(2018년 중국 대륙에서 상영되었던 베놈 1편은 18.71억 위안의 입장 수입을 거둬들였다).

##### 3. 리메이크 영화

2021년 한국, 일본 등의 영화를 리메이크한 중국 영화가 좋은 성적을 거두었다. 한국 영화 <너의 결혼식>(2018, 감독 이석근)을 리메이크한 <여름날 우리>(你的婚禮, 감독 한텐, 입장 수입 7.89억 위안), 일본 영화 <열쇠 도둑의 방법>(2012, 감독 우치다 켄지)을 리메이크한 <엔드게임: 나는 킬러다>(人潮汹涌, 감독 요효지, 입장 수입 7.62억 위안), 한국 영화 <도어락>(2018, 감독 이권)을 리메이크한 <The Door Lock>(門鎖, 감독 베키, 입장 수입 2.42억 위안), 한국 영화 <써니>(2011, 감독 강형철)를 리메이크한 <Sunny Sister>(陽光姐妹淘, 감독 바오베이얼, 입장 수입 9,497만 위안), 일본 영화 <워터보이즈>(2001, 감독 야구치 시노부)를 리메이크한 <Water Boys>(五個撲水的少年, 감독 송하오린, 입장 수입 6,269만 위안) 등이 있다. 이 외에도 한국 영화 <남자가 사랑할 때>(2014, 감독 한동욱)를 리메이크한 중국 대만/중국 홍콩 합작 영화 <맨 인 러브>(當男人戀愛時, 감독 은진호) 또한 중국 대륙에서 상영되어 2.64억 위안의 입장 수입을 거두었다.

##### 4. 중국 애니메이션

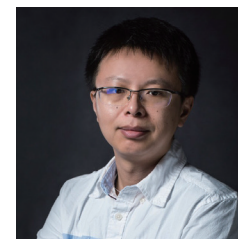
2021년 중국 국산 애니메이션은 이전 2년과 같은 흥행에 성공하지는 못하였으나 성공을 거둔 작품도 많았다. <백사 2: 청사의 시련>(5.80억 위안, 2019년에 상영된 전편의 입장 수입은 4.69억 위안), <애니멀 체인지>(5.59억 위안, 시리즈 중 7번째 작품), <신신방: 나타중생>(新神榜: 哪吒重生, 4.56억 위안) 등이 있다.

##### 5. 온라인 영화 및 VOD 서비스

중국 대륙에서는 아직 넷플릭스, 디즈니+, HBO Max 등 다국적 스트리밍 미디어 회사의 서비스가 제공되지 않고 있다. 중국 대륙의 스트리밍 플랫폼 유쿠, 텐센트, 아이치이 등은 영화보다 웹드라마와 버라이어티 프로그램 제작에 집중하고 있다. 2021년 웹영화 제작 및 시장 규모는 2020년에 비해 크게 감소하였고, 온라인에서 공개된 작품은 동기대비 280편 감소한 총 476편이었다. 그 중 웹영화

<Legend of Hunter>(감독 류현적)는 4,449만 위안의 박스오피스 수입을 배당 받았고, 이는 작년 최고 금액이다.

VOD 서비스에서는 많은 미디어 스트리밍 사이트들이 중국과 외국 영화의 VOD 서비스를 제공하였다. 이러한 사이트에서 구매한 영화 수량 및 판권 거래 규모에 대한 정확한 통계 자료는 아직 없지만, 텐센트에서 <Fight Club>(1999, 감독 데이비드 핀처)과 <Lord of War>(2005, 감독 앤드루 니콜)의 결말을 수정한 것처럼 수많은 수입 영화를 다양한 수준으로 삭제, 편집하거나 심지어 수정하여 상당한 논쟁을 일으켰다.



#### 왕야오

영화 평론가이자 판타지와 SF 전문 평론가/에디터인 왕야오는 영화학 박사로서 현재 북경전영학원에서 영화학 주임연구원으로 재직 중이다. 그는 판타지소설 매거진 『Novoland Fantasy』와 『Novoland World』등의 여러 판타지 저널에서 에디터로 활동하였고, 현재는 중국 SF 연구 저서에 객원 에디터로 참여하고 있다. 그는 북경전영학원에서 SF 영화학을 강의하고 있으며, 베이징국제영화제 및 중산에서 개최될 SF영화제의 큐레이터, 상하이국제영화제의 큐레이팅 컨설턴트로 일하고 있다.



# Chinese Film Market

## Trend in 2021

### Box Office Structure

In 2021, the box office revenue of the mainland Chinese film market recorded RMB 47.258 billion, up 132.6% from RMB 203.14 billion in the previous year. The revenue of domestic films counted RMB 39.92 billion, or 84.49% of the total. In 2021, a total of 697 films were screened in theaters (including re-screenings). 63 of them surpassed RMB 100 million in box office revenue. The top three films, *The Battle at Lake Changjin* (長津湖), *Hi, Mom* (你好, 李焕英), and *Detective Chinatown 3* (唐人街探案3) respectively earned RMB 5.414 billion, RMB 4.524 billion, and 4, RMB 524 billion. The sum of their revenue is RMB 15.71 billion, which accounts for 33.6% of the total annual box office revenue. All three films entered the top 10 at the global box office (2nd, 3rd, and 6th places respectively).

In 2021, the total revenue of mainland China's box office accounted for 34% of the global box office revenues. As a single market, China earned the world's largest box office revenues. *Fast & Furious 9 the Fast Saga* and *Godzilla VS. Kong*, which took the 5th and 8th places in the global box office, also entered the top 10 list in the Chinese box office (5th and 8th places, respectively). The two films were the only foreign imported films that entered the top 10 in the Chinese box office. Among the films that broke the RMB 100 million revenue, only 17 of them were imported ones. Compared to 42 in 2019 and 39 in 2018, the number is far behind the previous years.

The total number of viewers in mainland China in 2021 was RMB 1.153 billion. The average ticket price was RMB 40.28, up 8.9% from the previous year (RMB 36.98). The number of theaters reached 14,480, up 8.2% from the previous year. 1,106 of them were newly opened theaters. The total number of screens was 82,248. The number of new screens was 6,667, up 8.82% from the previous year.

### Box Office Seasons and Popular Subjects

In the mainland Chinese film market in 2021, box office seasons showed strong performance with 'big-budget films' and 'Matthew effect.' The total box office revenue of the Chinese New Year season in 2021 (February 11-17) recorded RMB 7,822 billion, which accounted for 16.55% of the annual box office revenue. The average ticket price was RMB 48.9, up 23.17% from the previous year's RMB 39.7. It was the highest box office revenue for the Chinese New Year season in the mainland Chinese film market. Released in the season, *Hi, Mom* and *Detective Chinatown 3* respectively generated RMB 2.722 billion and RMB 3.562 billion, equivalent to 80.33% of the total box office revenue of the season. *Detective Chinatown 3* earned RMB 1.1 billion in box office revenue in just one day on February 12, breaking the record of cumulative revenue of RMB 1.692 billion on the day. The total box office revenue in February was RMB 11.164 billion, accounting for 25.95% of the annual box office total, setting a new world record for monthly box office revenue in a single market.

During the National Day season (October 1-7), box office revenue reached RMB 4.387 billion, which is 9.28% of the annual box office revenue. *Lake Changjin* generated RMB 3.205

billion during the season, accounting for 73.06% of the total revenue of the season. The average ticket price for the National Day season was RMB 46.87, up 15.60% from RMB 39.56 of 2020.

In 2021, the 'mainstream(主旋律)' films became an important 'genre.' The word 'mainstream' was coined by the authorities in charge of the film industry in the 1980s in China to describe films promoting mainstream ideology. (There were also other two genres that are equivalent to 'commercial film' and 'arthouse film.') Since *The Founding of a Republic* (建國大業) in 2009, the 'mainstream' films started scaling up (enlargement of production scale and featuring of big stars). Private companies such as the Bona Film Group Limited became prominent in producing mainstream films. *The Taking of Tiger Mountain*, *Operation Red Sea*, and *Operation Mekong* combined mainstream films with genre films (action, war, etc.). A number of mainstream films were released in 2021, including *Lake Changjin* (a film on the Korean War), *Chinese Doctors* (中國醫生, a disaster film on COVID-19), *Cliff Walkers* (懸崖之上, a spy film set in the Second World War depicting anti-Japanese struggles), *1921* (a history film about the establishment of the Chinese Communist Party), *Railway Heroes* (a remake of an action film about the Second World War and anti-Japanese wars), *Cloudy Mountain* (峰爆, a disaster film about the construction of high-speed railways in China), *Island Keeper* (守島人, an autobiographical film depicting a heroic and exemplary person), and *Pioneer* (革命者, an autobiographical film about an early Chinese Communist Party leader).

Mainland Chinese audiences are consistently interested in series and sequels. *Detective Chinatown 3*, *My Country, My Parents* (我和我的父輩), *Fast & Furious 9 the Fast Saga*, *Sheep Without a Shepherd 2* (誤殺 2), *Shock Wave 2* (拆彈專家 2), *White Snake 2: Green Snake* (白蛇2: 青蛇劫起), *Boonie Bears: The Wild Life* (熊出没·狂野大陸), and *No Time to Die* had good results in the mainland Chinese box office in 2021. *Godzilla VS. Kong* can be also considered as the same type of film.

In 2021, woman directors were also very active with films featuring woman characters. *Hi, Mom* acquired more screens thanks to word-of-mouth during the Chinese New Year season, eventually surpassing the box office revenue of *Detective Chinatown 3*. Jia Ling, the director of the film, became 'a woman director with the biggest box office earnings in the world.' *Sister* (我的姐姐) made RMB 860 million in box office revenue. *White Sun* (再見, 少年), a debut feature by Ruoxin Yin, who had not been given chance to screen her films before, was also released on screen.

In general, mainland Chinese audiences still prefer comedy, action, mystery, and crime genres. During the Chinese New Year season, the preference for comedy was more pronounced. Romance films are becoming less popular as similar films have been repetitively produced in recent years.



### Impact of COVID-19

In 2021, the operation of theaters in mainland China was dynamically adjusted according to the preventive measures to prevent the spread of COVID-19. China Film Administration (國家電影局) published documents restricting the seat occupation rate up to 75% and theaters in middle and high-risk areas to be temporarily closed. In addition, additional preventive measures were taken, including a full-scale online real-name system for ticket purchases, prohibition of eating and drinking in theaters, and wearing masks at all times.

The following are some of the key impacts of COVID-19 on mainland China's film industry. Firstly, the cost of production has increased. In the case of *Lake Changjin*, the shooting was suspended in the middle of the production due to the pandemic. It took RMB 5 million to run PCR tests for actors and staff after the production was resumed. Given the situation, small and medium-sized films with low risk-taking capacities were exposed to great pressure. Secondly, many films adjusted their release dates due to increased uncertainty factors in promotion and distribution. For example, *Detective Chinatown 3* was released after a full year of delays. Under these circumstances, competition in certain seasons such as Chinese New Year and National Day has intensified. Films came to depend more on particular seasons. As a result, the market became prone to experience severe recessions except for popular seasons. Thirdly, as the risk of film projects increased, investment was concentrated on large-scale films or films produced by big corporations. This partially affected the production of small and medium-sized films and original films.

### Notable Phenomena in the Film Industry

#### 1. Policy bias towards 'mainstream' films

A distinguishing feature of mainstream films in 2021 is that the managing authorities controlled the market. For example, the screening duration of *The Battle at Lake Changjin* mounted 196 days. It was thanks to the policy support for the organization rate and the number of screenings, resulting in a historic box office revenue (RMB 5.775 billion). The film took the first place at the global box office for a while. In addition, the authorities restricted negative media reviews and influenced ratings on review websites.

#### 2. Restrictions on Marvel Comics Films

In 2021, all Marvel comics films were not screened in mainland China in the aftermath of the China-United States trade war. *Spider-Man: No Way Home*, which surpassed *The Battle at Lake Changjin* as the top-grossing film in the global box office, was not released in mainland China. Other Marvel films, such as *Shang-Chi and The Legend of The Ten Rings*, a top 10 film at the global box office, *Eternals*, and *Black Widow* also did not make to mainland China. *Venom: Let There Be Carnage* was also not released in mainland China (the previous installment earned an admission revenue of RMB 1.871 billion).

#### 3. Remakes

In 2021, Chinese remakes of Korean and Japanese films performed well in the market. *My Love* (你的婚禮, directed by HAN Tian), a remake of the Korean film *On Your Wedding Day*

(2018, directed by LEE Seok-geun) earned RMB 789 million; *Endgame* (人潮汹涌, directed by RAO Xiaozhi), a remake of the Japanese film *Key of Life* (2012, directed by Kenji Uchida) earned RMB 762 million; *The Door Lock* (門鎖, directed by Bie Ke), a remake of the Korean film *Door Lock* (2018, directed by LEE Kwon); *Sunny Sister* (陽光姐妹淘, directed by BAO Bei'er), a remake of the Korean film *Sunny* (2011, directed by KANG Hyeong-cheol), earned RMB 94.97 million; *Water Boys* (五個撲水的少年, directed by SONG Haolin), a remake of *Waterboys* (2001, directed by YAGUCHI Shinobu) earned RMB 62.69 million. *Man in Love* (當男人戀愛時, directed by YIN Chen-hao), a remake of the Korean film *Man in Love* (2014, directed by HAN Dong-wook), was produced as a collaboration between Taiwan and China. The film earned RMB 264 million.

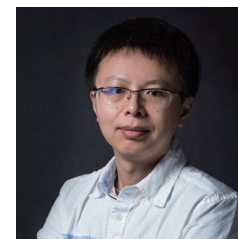
#### 4. Chinese Animation Films

Chinese animation films did not result in the same box office success as in the previous two years. However, there were also many successful animation films, including *White Snake 2: Green Snake* (RMB 580 million compared to RMB 469 million earned by the first installment of the series), *Boonie Bears: The Wild Life* (RMB 559 million, the seventh installment of the series), and *New Gods: Nezha Reborn* (新神榜:哪吒重生, RMB 456 million).

#### 5. Online Streaming and VOD Services

In mainland China, international streaming services such as Netflix, Disney+, and HBO Max are not yet available. Chinese streaming platforms such as Youku, Tencent, and iQiyi are focusing more on web dramas and variety shows than films. In 2021, the size of web film production and market decreased significantly compared to the previous year. The number of films released online was 476, down 280 films compared to the previous year. *Legend of Hunter* (directed by Liu Xuandi) earned a box office revenue of RMB 44.49 million, which was the highest among web films in 2021.

In terms of VOD services, a number of streaming websites provided VOD of Chinese and foreign films. While there is no exact statistics on the number of films purchased on these services and the size of rights purchases, there are also many controversies over imported films that had certain scenes deleted, edited, or even modified. For example, Tencent changed the ending scenes of *Fight Club* (1999, directed by David FINCHER) and *Lord of War* (2005, directed by Andrew NICCOLI).



#### WANG Yao

WANG Yao teaches in Beijing Film Academy, focusing on film history and festival studies. He is a Member of FIPRESCI and NETPAC. He is curator and program consultant of film festivals in China and other countries, including Beijing IFF, Hainan Island IFF, etc. He is juror for international film festivals in Macau, Vladivostok, Bucheon, Belgrade, Cluj-Napoca, Cottbus etc. He worked as editor for Chinese fantasy novel magazine *Novoland Fantasy*, and is now curating the only sci-fi film festival Blue Planet sci-fi film festival in Nanjing, China since the first edition in 2019.



홍콩 HONG KONG





Figures of Top 10 Films in Hong Kong Box Office

| No. | 작품명             | English Title                             | 감독       | Director              | 국가     | Country   |
|-----|-----------------|-------------------------------------------|----------|-----------------------|--------|-----------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈   | Spider-Man: No Way Home                   | 존 왓츠     | Jon WATTS             | 미국     | USA       |
| 2   | 상치와 텐 링즈의 전설    | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings | 디스틴 크리튼  | Destin Daniel CRETTON | 미국     | USA       |
| 3   | 매염방 梅艷芳         | Anita                                     | 령록만 梁樂民  | Longman LEUNG         | 홍콩     | Hong Kong |
| 4   | 007 노 타임 투 다이   | No Time To Die                            | 캐리 후쿠나가  | Cary Joji FUKUNAGA    | 미국, 영국 | USA, UK   |
| 5   | 이터널스            | Eternals                                  | 클로이 자오   | Chloe ZHAO            | 미국     | USA       |
| 6   | 블랙 위도우          | Black Widow                               | 케이트 쇼트랜드 | Cate SHORTLAND        | 미국     | USA       |
| 7   | 고질라 VS. 콩       | Godzilla vs. Kong                         | 애덤 윈가드   | Adam WINGARD          | 미국     | USA       |
| 8   | 분노의 질주: 더 얼티메이트 | Fast & Furious 9 the Fast Saga            | 저스틴 린    | Justin LIN            | 미국     | USA       |
| 9   | 소울              | Soul                                      | 피터 닥터    | Pete DOCTER           | 미국     | USA       |
| 10  | 베놈2: 렛 데어 비 카니지 | Venom: Let There Be Carnage               | 앤디 서키스   | Andy SERKIS           | 미국     | USA       |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명             | English Title           | 감독         | Director      | 국가     | Country   |
|-----|-----------------|-------------------------|------------|---------------|--------|-----------|
| 1   | 매염방 梅艷芳         | Anita                   | 령록만 梁樂民    | Longman LEUNG | 홍콩     | Hong Kong |
| 2   | 마마직신기소자 媽媽的神奇小子 | Zero to Hero            | 윤지문 尹志文    | Jimmy WAN     | 홍콩     | Hong Kong |
| 3   | 레이징 파이어 怒火      | Raging Fire             | 진목승 陳木勝    | Benny CHAN    | 홍콩, 중국 | Hong Kong |
| 4   | 쇼크 웨이브 2 拆彈專家 2 | Shock Wave 2            | 허먼 여우 邱禮濤  | Herman YAU    | 홍콩     | Hong Kong |
| 5   | 일초권왕 一秒拳王       | One Second Champion     | 치우 신 항 趙善恆 | CHIU Sin-hang | 홍콩     | Hong Kong |
| 6   | 댄스스트리트 狂舞派3     | The Way We Keep Dancing | 아담 왕 黃修平   | Adam WONG     | 홍콩     | Hong Kong |
| 7   | 청킹맨션 手捲煙        | Hand Rolled Cigarette   | 진건랑 陳健朗    | Kelvin CHAN   | 홍콩     | Hong Kong |
| 8   | 가모여단 假冒女團       | Showbiz Spy             | 쉬자오 徐梓耀    | CHUI Chi-yiu  | 홍콩     | Hong Kong |
| 9   | 탁수표류 濁水漂流       | Drifting                | 준 리 李駿碩    | Jun LI        | 홍콩     | Hong Kong |
| 10  | 진삼국무쌍 真·三國無雙    | Dynasty Warriors        | 주현량 周顯揚    | Roy CHOW      | 홍콩     | Hong Kong |

| 장르      | Genre         | Gross(HKD)  | Gross(USD) | Production                                                         | Distribution                        |
|---------|---------------|-------------|------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 액션      | Action        | 111,000,000 | 14,200,000 | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                 | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션      | Action        | 63,100,000  | 8,040,000  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 전기, 드라마 | Biopic, Drama | 61,300,000  | 7,820,000  | Edko Films, Irresistable Films                                     | Edko Films                          |
| 액션      | Action        | 54,000,000  | 6,890,000  | MGM, Universal Pictures, Eon Productions                           | Universal Pictures                  |
| 액션      | Action        | 50,400,000  | 6,430,000  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션      | Action        | 49,500,000  | 6,310,000  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션      | Action        | 35,200,000  | 4,480,000  | Legendary Entertainment, Warner Bros.                              | Warner Bros. Pictures               |
| 액션      | Action        | 34,300,000  | 4,370,000  | Universal Pictures                                                 | Universal Pictures                  |
| 애니메이션   | Animation     | 30,800,000  | 3,920,000  | Pixar Animation Studios                                            | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션      | Action        | 28,100,000  | 3,580,000  | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures | Sony Pictures Entertainment         |

| 장르      | Genre         | Gross(HKD) | Gross(USD) | Production                                                                    | Distribution                                    |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 전기, 드라마 | Biopic, Drama | 61,300,000 | 7,820,000  | Edko Films, Irresistable Films                                                | Edko Films                                      |
| 전기, 드라마 | Biopic, Drama | 28,100,000 | 3,580,000  | One Cool Film Production                                                      | Edko Films                                      |
| 액션      | Action        | 26,400,000 | 3,360,000  | Emperor Motion Pictures                                                       | Emperor Motion Pictures, Intercontinental Films |
| 액션      | Action        | 19,400,000 | 2,470,000  | Universe Entertainment                                                        | Universe Entertainment                          |
| 드라마     | Drama         | 17,000,000 | 2,160,000  | MM2 Entertainment Hong Kong, Medialink                                        | Universal Pictures                              |
| 드라마     | Drama         | 8,740,000  | 1,110,000  | Golden Scene                                                                  | Golden Scene                                    |
| 드라마     | Drama         | 8,740,000  | 727,000    | Hand-Roll Cigarette Film Production                                           | Edko Films                                      |
| 코미디     | Comedy        | 8,000,000  | 1,020,000  | Wu Culture Limited                                                            | Screen Media                                    |
| 드라마     | Drama         | 7,820,000  | 997,000    | MM2 Entertainment Hong Kong, Medialink, With You Film Production & Investment | MM2 Entertainment Hong Kong                     |
| 액션      | Action        | 6,470,000  | 825,000    | HMV Digital China                                                             | Newport Entertainment                           |



## 2021 홍콩 영화산업 동향 : 팬데믹 블루스 지속

팬데믹 이후 영화계가 회복을 향해 가는 것처럼 보이면서 2021년이 끝났지만, 홍콩은 2022년 첫 주 오미크론 변이에 의한 코로나바이러스의 5차 유행으로 큰 타격을 받았다. 단 3개월 만에 백만 명이 넘는 감염자가 발생했다. 특히 인구가 700만 명에 불과한 홍콩의 상황을 감안할 때 매우 높은 감염률이었다. ‘다이나믹 제로’ 코로나 전략을 추구하는 홍콩 정부는 영화관을 포함한 레크리에이션 및 엔터테인먼트 공간을 다시 한번 폐쇄했다. 이 글을 쓰는 시점에서 홍콩 영화관은 104일 만에 다시 문을 열었으며, 이는 팬데믹 이후 가장 오랜 기간 폐쇄한 것이었다.

이번 폐쇄는 2021년에 겨우 다시 일어난 홍콩 영화 산업에 특히 더 어려운 상황을 만들었다. 그러나 올해 말이 되어서야 이번 폐쇄의 진정한 영향을 알 수 있을 것이다. 그때까지는 2021년 홍콩 영화 산업 현황에 의존해야 할 것이다. 올해는 작년 보고서보다 조금 더 낙관적이지만 여전히 홍콩 영화 산업은 2021년에 겪은 수많은 문제에 직면해 있고, 이는 계속 진행 중인 팬데믹과 관련이 있기도, 없기도 하다.

홍콩 MPIA의 수치에 따르면 2021년 총 박스오피스 매출은 12억 900만 HKD(1억 5,400만 USD)였다. 이것은 2020년 5억 3,690만 HKD(6,840만 USD)에서 크게 증가한 금액이지만, 홍콩 영화관은 2021년 한 해 총 116일 동안 폐쇄되었다. 2019년과 비교하여 2021년의 박스 오피스 수익은 여전히 37.14%의 상당한 감소를 보여, 정상적인 영화 관람으로의 복귀가 아직 멀었음을 보여준다. 2021년에 영화관이 문을 닫은 기간은 48일 뿐이었지만, 한 해 중 가장 바쁜 기간인 설 연휴 기간을 포함했다. 또한 극장 인원수 제한이 50%에서 7월 재개관 당시 85%로 점차 완화되기는 했지만, 정부의 영화관 수용인원 제한은 여전히 존재했다.

지금까지 가장 큰 로컬 성공작은 령목만의 <매염방>(梅艷芳)인데, 오랫동안 기다려온 전설적인 팝스타 매염방의 전기 영화로 에드코 필름에서 제작했다. 이 영화는 제작비를 많이 들인 드라마 장르로 영화의 향수를 불러일으키는 에드코 필름의 공격적인 마케팅과 현지 영화관 중 점유율 1위인 자회사 브로드웨이 시네마를 활용한 개봉 전략이 눈에 띈다. 연말까지 <매염방>은 에드코 필름의 <코드네임: 콜드워> 다음으로 홍콩에서 두 번째로 높은 수익을 올린 영화가 되었다.

올해 예상을 비껴간 놀라운 흥행 성공작은 One Cool Film의 장애인 올림픽 금메달리스트 소화위의 전기 영화인 윤지문의 <마마적신기소자>(媽媽的神奇小子)였다. 도쿄올림픽 직후 공개된 이 기분 좋은 실화는 힘든 시기에 긍정적인 이야기를 찾는 현지 관객들 사이에서 입소문을 타고 인기를 얻었다.

영화계에서는 <마마적신기소자>와 <레이징 파이어>(怒火)의 흥행 역시 다윗과 골리앗의 대결로 간주했다. <마마적신기소자> 개봉 일주일 만에 개봉한 <레이징 파이어>는 진목승 감독의 마지막 작품으로 높은 기대를 모은 작품이었다. 스타 견자단이 강렬한 액션을 선보이며, <마마적신기소자>와 같은 현실적인 드라마를 쉽게 이길만한 전통 여름 블록버스터 장르 영화였다. 그러나 관객의 입으로 전해지는 입소문은 장기적으로 <마마적신기소자>가 결국 <레이징 파이어>를 이기게 했다.

또 다른 예상 밖의 흥행작은 <일초권왕>(一秒拳王)이었다. 2020년 말에 영화관 폐쇄가 연장되면서 개봉이 연기된 후, 마침내 진행된 MM2엔터테인먼트의 개봉은 권투 영화 공식에 신선한 판타지 요소를 더하며 관객을 즐겁게 만들었다.

2021년에는 현지 방송 ViuTV의 인기 오디션 프로그램을 통해 탄생한 남성 팝 그룹 미러(Mirror)가 처

음으로 영화계에 정식으로 진출했다. 2018년 11월 데뷔한 미러는 1990년대 홍콩 엔터테인먼트의 황금기 이후 볼 수 없었던 유형의 아이돌 열풍을 만들어내며 홍콩 팝 음악계를 강타했다. Anson Lo 주연의 <가모여단>(假冒女團)는 미러의 멤버가 주연을 맡은 최초의 영화이다. 적은 예산으로 제작된 이 코미디 장르의 영화는 많은 팬이 영화관을 방문한 덕분에 현지 영화관에서 평소보다 긴 기간 동안 상영했다. 어떤 기준으로는 총수입이 다소 실망스럽게 여겨질 수도 있으나, 그럼에도 불구하고 홍콩 아이돌 팝 영화의 현세대 중 가장 큰 성공을 거두었다. 2022년에는 미러가 주연을 맡은 영화가 최소 2편 개봉될 예정이다. Edan Lui가 출연하는 <Chili Laugh Story>, Keung To와 Jer Lau가 출연하는 <Mama's Affair>가 그것이다. <가모여단>은 앞으로 흥행 성공을 이끌 영화배우로서 미러의 기량을 보여준 시작에 불과할 것이다.

안타깝게도 이 영화들을 제외하고는 2021년 홍콩 장르 영화에는 주로 나쁜 소식이 이어졌다. 본토에서 실망스러운 성적표를 확인한 임초현의 대규모 예산 재난 스릴러 <긴급구원>(緊急救援)은 감독의 고향인 홍콩에서 겨우 200만 HKD(25만 5,000 USD)의 수입을 기록했다. 팬데믹 기간 동안 영화계 전문가들이 계속 일할 수 있도록 10개의 현지 영화사와 홍콩 영화 기금이 공동 제작하고 스타들이 총출동한 코미디 영화 <All U Need is Love>(總是有愛在隔離)는 로컬 박스오피스에서 100만 HKD(12만 7,000 USD) 미만의 수익을 올리는 데 그쳤다. 2021년에 개봉한 유일한 호러 코미디 영화인 프루트 쉐의 <Coffin Homes>(鬼同你住)는 겨우 130만 HKD(16만 6,000 USD)를 벌어들였다.

강한 호평에도 불구하고 현지 스타 임가동이 출연한 장르 프로젝트 3편 역시 흥행에 실패했다. 온라인으로 인터넷 영화 블로거와 영화 평론가 사이에서 큰 인기를 얻었던 소이 청의 어두운 연쇄 살인 스릴러 <지치>(智齒)의 수입은 127만 HKD(16만 2,000 USD)에 그쳤다. 또한 임가동이 주연을 맡은 First Feature Film Initiative (FFFI) 프로젝트인 <청킹맨션>(手捲煙)은 적은 예산을 간신히 건졌을 뿐이었다. 임가동이 공동으로 각본을 쓰고 제작한 다크 코미디 <살출개황혼>(殺出個黃昏)은 홍콩국제영화제 시사회에서 열광적인 반응을 얻었으나 437만 HKD(55만 7,000 USD)의 수익만 올렸다. 그러나 다가오는 홍콩 필름 어워드에서 임가동 단독으로 3개 부문의 후보에 오른 것을 포함하여 3개의 영화 모두 여러 주요 후보로 올랐다.

아마도 올해 가장 큰 흥행 실패작은 주현량이 비디오 게임 원작을 각색한 <진삼국무쌍>(真·三國無雙)일 것이다. 배급사는 이 영화가 ‘8자릿수 액수’로 넷플릭스에 팔렸다고 광고했지만, 홍콩과 중국 본토 박스오피스에서 실망스러운 총 수입으로 미루어 봤을 때, 특수 효과를 많이 쓴 이 영화는 3억 HKD(3,820만 USD)의 제작비를 회수하지 못했을 것으로 보인다.

그럼에도 불구하고 <진삼국무쌍>과 <마마적신기소자>를 제작한 로컬 영화사들이 글로벌 스트리밍 계약을 맺으면서 서서히 스트리밍 서비스를 본격화하고 있음을 시사했다. 지난 11월 드디어 디즈니+가 홍콩 외국 스트리머 역사상 가장 큰 광고 캠페인으로 론칭했다. 스트리밍 서비스는 로컬 작품을 사들이며 로컬 관객을 만족시켰고, 심지어 <매염방> 감독판에 대한 독점 스트리밍 권한을 획득하여 대규모 쿠데타를 일으키기까지 했다. 그러나 홍콩 로컬 시장의 규모가 작기 때문에 여전히 현지 영화사들의 가장 큰 수익원은 극장 수익이며, 이들은 영화 개봉을 위한 플랫폼으로 스트리밍 서비스를 받아들이는 것을 주저하고 있다.

한편, 극장 부문은 2021년 3월 UA 시네마가 청산을 신청하면서 큰 타격을 입었다. 1985년 아시아 최



## Hong Kong Film Market Trend in 2021 : The Pandemic Blues Continue

초의 멀티플렉스를 홍콩에 오픈하면서 업계의 판도를 바꿨던 극장 체인이 돌연 파산을 맞은 것이었다. 이미 수년간 내부 관리 부실로 인해 하락의 길을 걷고 있긴 했지만, 이토록 갑작스러운 종료는 팬데믹으로 그 화살이 돌아갔다. 특히 영화관 폐쇄 중에도 임대료 지불을 요구한 동정심 없는 건물주와 바로 영화관 폐쇄를 강요하면서도 지원은 충분하게 하지 않았던 정부가 크게 비난받았다. 유리한 상황에 있던 또 다른 영화관 체인이 UA의 영화관 대부분을 인수했지만, UA 시네마와 영화 배급 부문인 UA 필름의 청산은 여전히 홍콩 영화 산업에 엄청난 손실로 남았다.

정부의 국가보안법 시행 역시 홍콩 국내 영화계에 불확실성을 야기하고 있다. 이미 2020년부터 검열이 강화되고 있지만, 홍콩 정부는 2021년 6월 '검열관을 위한 영화 검열 지침'을 개정하여 검열 과정에서 영화가 국가 안보 이익에 반하는지를 고려할 것을 현지 검열 기관에 공식적으로 명령했다. 2019년 시위를 다룬 다큐멘터리 <Revolution of Our Times>(時代革命)와 드라마 <May You Stay Forever Young>(少年)은 홍콩에서 사실상 금지되어 이후 대만에서 개봉됐다.

홍콩 영화 산업이 정치적 검열에 직면한 것은 이번이 처음이 아니다. 영국 정부 통치 시절인 1970년대와 1980년대에는 '인접 지역과의 관계에 영향을 미치는' 영화를 금지했으며, 홍콩-중국 공동 제작은 언제나 중국 본토 검열 과정의 엄격한 심사를 거쳤다. 하지만 해당 법의 모호한 표현이 과도한 자기검열로 이어져 창작의 자유를 억압할 수 있다는 우려가 크다.

영화계에서는 개정된 가이드라인이 정치색을 띠는 독립영화에 가장 큰 타격을 줄 것으로 보고 있지만, 특정 장르의 상업영화에도 영향을 미칠지에 대한 불확실성 역시 존재한다. 예를 들어, 이제 영화 제작자가 경찰을 부정적인 시각으로 묘사하는 것이 허용될 것인가? 정치 풍자 영화가 어느 정도까지 정부를 비판할 수 있을까? 당국이 <북경 예스마담>과 주성치의 <007 북경 특급> 같이 중국 본토 정부를 조롱한 오래된 영화에 대한 상영 허가를 취소할 수도 있을까? 명확한 정부의 지침 없이 홍콩에서 실질적으로 '금지'되는 영화가 늘어나는 상태에서 사람들은 홍콩 영화 산업이 팬데믹이 끝난 후 이전의 모습 이 얼마나 남아 있을지 궁금해하고 있다.



### 케빈 마

케빈 마는 인터넷 판매 업체 YesAsia.com의 영문 편집자, 무역 뉴스 웹사이트 Film Business Asia의 중화권 특파원, 또 캐세이 퍼시픽과 캐세이 드래곤의 기내 잡지를 발행하는 Cedar Hong Kong의 엔터테인먼트 편집자였다. 그는 자카텐 미디어(Zakatten Media)의 공동창립자로 중화권 영화사 등 문화기관에 글쓰기 및 번역 서비스를 제공하고 있으며, 아시아 영화산업의 뉴스 취재를 제공하는 웹사이트 Asia in Cinema(www.asiaincinema.com)의 설립자다.

Even though 2021 ended with the industry seemingly headed towards recovery following the pandemic, Hong Kong was hit with the Omicron variant-driven fifth wave of COVID-19 infections in the first week of 2022. Within only three months, Hong Kong saw over a million infections, particularly high for a city that has a population of only seven million. Chasing a 'dynamic zero' COVID strategy, the Hong Kong government once again shut down recreational and entertainment venues, including cinemas. At the time of writing, Hong Kong cinemas have finally reopened after a shutdown of 104 days, the longest closure since the beginning of the pandemic.

This shutdown has been particularly hard on the film industry, which barely regained its footing in 2021, but its true impact won't be felt until the end of this year. Until then, we will only look at the state of the Hong Kong film industry in 2021. While it will be slightly more optimistic than last year's report, the Hong Kong film industry still faced a myriad of challenges in 2021 that are both related and unrelated to the ongoing pandemic.

According to figures from Hong Kong's MPIA, total box office revenue in 2021 was 1.209 billion HKD(154 million USD). While that is a significant increase from 2020's 536.9 million HKD(68.4 million USD), Hong Kong cinemas were shut down for a total of 116 days that year. Compared to 2019, box office revenue in 2021 still saw a significant decline of 37.14%, signaling that a return to normal moviegoing is still some time away. Though cinemas were only shut down for 48 days in 2021, the shutdown covered the Lunar New Year period, the busiest period for moviegoing of the year. Cinemas also had capacity limits, though the government gradually loosened it from 50% at reopening to 85% by July.

The biggest local hit by far was Longman LEUNG's *Anita* (梅艷芳), Edko Film's long-awaited biopic of late legendary pop star Anita Mui. The big-budget drama saw an aggressive marketing campaign by Edko Film that played up the film's nostalgia factor and a release strategy that took advantage of subsidiary Broadway Cinemas, which has the largest market share among local exhibitors. By the end of the year, *Anita* became the second-highest-grossing Hong Kong film of all time, behind Edko Film's *Cold War 2*.

The surprise hit of the year was Jimmy WAN's *Zero to Hero* (媽媽的神奇小子), One Cool Film's biopic of Paralympic gold medalist So Wa-wai. Released just after the Tokyo Olympics, the feel-good true story was bolstered by strong word-of-mouth among local audiences who were looking for positive stories during tough times.

In the industry, *Zero to Hero* was also considered David to the Goliath that is *Raging Fire* (怒火), the highly anticipated final film by late director Benny CHAN. Released just one week after *Zero to Hero*, *Raging Fire* features high-octane action choreographed by star Donnie YEN that made it the traditional summer genre blockbuster that could easily beat a down-to-earth drama like *Zero to Hero*. However, word-of-mouth carried *Zero to Hero* in the long run, eventually outgrossing *Raging Fire* in the end.

Also, a surprise hit was *One Second Champion* (一秒拳王). Finally released after it was de-



layed by the extended cinema shutdown that began at the end of 2020, the MM2 release was an audience pleaser thanks to its fresh fantasy twist on the boxing movie formula.

2021 also saw Mirror, a male pop group born from a popular talent competition on local broadcaster Viu TV, properly enter the film world for the first time. Since their debut in November 2018, Mirror has taken Hong Kong's pop music world by storm, creating a type of idol fervor that hasn't been seen since the golden age of Hong Kong entertainment in the 1990's. Starring Anson Lo, *Showbiz Spy* (假冒女團) is the first film to feature a Mirror member in a starring role. The modestly budgeted comedy had a longer-than-usual theatrical life in local cinemas thanks to a large number of fan screenings. Though its gross would be considered disappointing by certain standards, the film is nevertheless the biggest success for Hong Kong idol pop film in a generation. With at least two more Mirror-led films set for release in 2022 – *Chili Laugh Story* featuring Edan Lui and *Mama's Affair* featuring Keung To and Jer Lau – *Showbiz Spy* marks only the beginning of Mirror's prowess as bankable film stars.

Unfortunately, aside from those films, it was mostly bad news for Hong Kong genre films in 2021. After its underwhelming performance in the Mainland, Dante LAM's big-budget disaster thriller *The Rescue* (緊急救援) made only 2 million HKD(255,000 USD) in the director's home city. Joint production with ten local film companies and the Hong Kong Film Fund made to keep industry professionals working during the pandemic, the star-studded comedy *All U Need is Love* (總是有愛在隔離) made less than 1 million HKD (127,000 USD) at the local box office. Fruit Chan's horror-comedy *Coffin Homes* (鬼同你住), the only local horror release in 2021, made a scant 1.3 million HKD(166,000 USD).

Despite strong reviews, a trio of genre projects featuring local star LAM Ka-tung also failed at the box office. Even after a strong online push among internet film bloggers and film critics, Soi Cheang's dark serial killer thriller *Limbo* (智齒) made only 1.27million HKD (162,000 USD). Also starring Lam, First Feature Film Initiative (FFFI) project *Hand Rolled Cigarette* (手捲煙) barely recovered its modest budget. After a rapturous reception at its Hong Kong International Film Festival premiere, dark comedy *Time* (殺出個黃昏), co-written and produced by Lam, grossed only 4.37 million HKD(557,000 USD). However, all three films did earn multiple major nominations at the upcoming Hong Kong Film Awards, including three nominations for Lam alone.

Perhaps the year's biggest box office flop was Roy CHOW's video game adaptation *Dynasty Warriors* (真·三國無雙). Despite its distributor touting the film being sold to Netflix for a supposed 'eight-figure sum', its disappointing gross in both Hong Kong and Mainland China box office meant that the special effects-heavy film would not be able to recoup its 300 million HKD(3.82 million USD) budget.

Nevertheless, global streaming deals struck by local film companies for *Dynasty Warriors* and *Zero to Hero* hinted that they are slowly warming up to streaming services. Disney+ finally launched in Hong Kong in November with the largest advertising campaign ever

seen for a foreign streamer in the city. The streamer catered to local audiences by acquiring local titles and even pulled a major coup by taking the exclusive streaming rights for the director's cut of *Anita*. However, due to the small size of the local market, theatrical revenue remains the largest source of revenue for local companies, who remain hesitant to accept streaming as a first-run release platform.

Meanwhile, the exhibition sector suffered a huge blow when UA Cinemas filed for liquidation in March 2021, bringing an abrupt end to the exhibitor that changed the industry when it opened Asia's first multiplex here in 1985. Even though the chain suffered years of decline due to internal mismanagement, its sudden end was largely blamed on the pandemic, in particular unsympathetic landlords who demanded rent to be paid even during cinema shutdowns and insufficient support from the very government that forced them to close. Other cinema chains took over most of UA Cinemas thanks to their favorable locations, but the closing of UA Cinemas and its film distribution arm UA Films is still a tremendous loss for Hong Kong's film industry.

Also creating uncertainties in the local film industry is the government's implementation of the National Security Law. Though censorship had already been tightening since 2020, the government revised the 'Film Censorship Guidelines For Censors' in June 2021, officially ordering the local censorship body to consider whether a film goes against the interests of national security during the censorship process. Documentary *Revolution of Our Times* (時代革命) and drama *May You Stay Forever Young* (少年), both about the 2019 protests, were effectively banned in Hong Kong, receiving a theatrical release in Taiwan instead.

This isn't the first time the Hong Kong film industry faced political censorship – the British colonial government banned films that would 'affect relations with neighboring territories' in the 1970's and 80's, and Hong Kong-mainland China co-productions have always undergone a strict censorship process in the Mainland. However, many worry that the ambiguous language of the law will result in excessive self-censorship, thus stifling creative freedom.

Industry insiders believe that the revised guideline will hurt politically charged independent films the most, but there are also uncertainties about whether commercial films in certain genres would be affected as well. For example, are filmmakers still allowed to portray the police in a negative light? How far can politically satiric films go in criticizing the government? Can authorities even revoke the screening permits of older films that mocked the Mainland Chinese government, such as *Her Fatal Ways* and Stephen Chow's *From Beijing With Love*? Without much clarity from the government and more films being effectively 'banned' in Hong Kong, people are wondering how much of the pre-pandemic Hong Kong film industry will remain even after the pandemic ends.



**Kevin MA**

Kevin MA was formerly an English editor at internet retailer YesAsia.com, the Greater China correspondent for trade news website Film Business Asia and an entertainment editor at Cedar Hong Kong, which publishes Cathay Pacific and Cathay Dragon's inflight magazines. He is the co-founder of Zakkaten Media, providing writing and translation services for film companies and other cultural institutions in the Greater China region, and the founder of Asia in Cinema ([www.asiaincinema.com](http://www.asiaincinema.com)), a website that provides news coverage of the Asian film industry.



대만 TAIWAN





Figures of Top 10 Films in Taiwanese Box Office

출처: <https://www.tfai.org.tw/boxOffice>, IMDbPro

| No. | 작품명                    | English Title                             | 감독       | Director              | 국가     | Country |
|-----|------------------------|-------------------------------------------|----------|-----------------------|--------|---------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈          | Spider-Man: No Way Home                   | 존 왓츠     | Jon WATTS             | 미국     | USA     |
| 2   | 맨 인 러브 當男人戀愛時          | Man In Love                               | 은진호 殷振豪  | YIN Chen-Hao          | 대만     | Taiwan  |
| 3   | 고질라 VS. 콩              | Godzilla vs. Kong                         | 애덤 원가드   | Adam WINGARD          | 미국     | USA     |
| 4   | 만년이 지나도 변하지 않는 게 있어 月老 | Till We Meet Again                        | 구파도 九把刀  | Giddens KO            | 대만     | Taiwan  |
| 5   | 이터널스                   | Eternals                                  | 클로이 자오   | Chloe ZHAO            | 미국     | USA     |
| 6   | 가타오: 최후의 방랑자 角頭 - 浪流連  | GATAO: The Last Stray                     | 레이 장 姜瑞智 | CHIANG Jui-Chih       | 대만     | Taiwan  |
| 7   | 베놈2: 렛 데어 비 카니지        | Venom: Let There Be Carnage               | 앤디 서키스   | Andy SERKIS           | 미국     | USA     |
| 8   | 들희                     | Dune                                      | 드니 빌뇌브   | Denis VILLENEUVE      | 미국     | USA     |
| 9   | 007 노 타임 투 다이          | No Time To Die                            | 캐리 후쿠나가  | Cary Joji FUKUNAGA    | 미국, 영국 | USA, UK |
| 10  | 상치와 텐 링즈의 전설           | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings | 디스틴 크리튼  | Destin Daniel CRETTON | 미국     | USA     |

| 장르  | Genre  | Gross(NTD)  | Gross(USD) | Production                                                         | Distribution                        |
|-----|--------|-------------|------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 액션  | Action | 498,028,240 | 17,000,403 | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                 | Sony Pictures Entertainment         |
| 드라마 | Drama  | 405,402,260 | 13,838,576 | Calendar Studios Co.,Ltd                                           | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션  | Action | 358,028,088 | 12,221,439 | Legendary Entertainment, Warner Bros.                              | Warner Bros. Pictures               |
| 드라마 | Drama  | 264,268,273 | 9,020,908  | Machi Xcelsior Studios                                             | Machi Xcelsior Studios              |
| 액션  | Action | 258,299,255 | 8,817,153  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션  | Action | 161,768,815 | 5,522,046  | Chocolate Co., Ltd                                                 | Vie Vision Pictures Co., Ltd        |
| 액션  | Action | 154,541,642 | 5,275,344  | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션  | Action | 154,212,233 | 5,264,099  | Warner Bros., Legendary Entertainment, Villeneuve Films            | Warner Bros. Pictures               |
| 액션  | Action | 151,318,945 | 5,165,335  | MGM, Universal Pictures, Eon Productions                           | Universal Pictures                  |
| 액션  | Action | 149,802,491 | 5,113,571  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                           | English Title          | 감독               | Director              | 국가     | Country       |
|-----|-------------------------------|------------------------|------------------|-----------------------|--------|---------------|
| 1   | 맨 인 러브 當男人戀愛時                 | Man In Love            | 은진호 殷振豪          | YIN Chen-Hao          | 대만     | Taiwan        |
| 2   | 만년이 지나도 변하지 않는 게 있어 月老        | Till We Meet Again     | 구파도 九把刀          | Giddens KO            | 대만     | Taiwan        |
| 3   | 가타오 외전: 최후의 방랑자 角頭 - 浪流連      | GATAO: The Last Stray  | 레이 장 姜瑞智         | CHIANG Jui-Chih       | 대만     | Taiwan        |
| 4   | Listen before you sing 聽見歌 再唱 | Listen before you sing | 양치린 楊智麟          | YANG Chih-Lin         | 대만     | Taiwan        |
| 5   | 영혼 사냥 緝魂                      | The Soul               | 웨이 하오 청 程偉豪      | CHENG Wei-hao         | 대만, 중국 | Taiwan, China |
| 6   | 내가 못 한 그 연애 我沒有談的那場戀愛         | I Missed You           | 쉬위팅 徐譽庭, 쉬즈옌 許智彥 | Mag HSU, HUS Chih-Yen | 대만     | Taiwan        |
| 7   | 폭포 瀑布                         | The Falls              | 청몽홍 鍾孟宏          | CHUNG Mong-Hong       | 대만     | Taiwan        |
| 8   | 스피드: 레이스 1 叱咤風雲               | Ne Zha                 | 진석선 陳奕先          | Jem CHEN              | 대만     | Taiwan        |
| 9   | 미국 소녀 美國女孩                    | American Girl          | 펑아이 피오나 론 阮鳳儀    | Feng-I Fiona ROAN     | 대만     | Taiwan        |
| 10  | Deified 龍兆                    | Deified                | 류롱웅 劉志雄          | LIU Long-Xiong        | 대만     | Taiwan        |

| 장르  | Genre   | Gross(NTD)  | Gross(USD) | Production                                                     | Distribution                       |
|-----|---------|-------------|------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 드라마 | Drama   | 405,402,260 | 13,838,576 | Calendar Studios Co.,Ltd                                       | Sony Pictures Entertainment        |
| 드라마 | Drama   | 264,268,273 | 9,020,908  | Machi Xcelsior Studios                                         | Machi Xcelsior Studios             |
| 액션  | Action  | 161,768,815 | 5,522,046  | Chocolate Co., Ltd                                             | Vie Vision Pictures Co., Ltd       |
| 드라마 | Drama   | 84,398,474  | 2,880,977  | Neverland Entertainment Limited                                | Warner Bros. Pictures              |
| 드라마 | Drama   | 50,860,209  | 1,736,134  | Rise Pictures Ltd.                                             | Vie Vision Pictures Co., Ltd       |
| 로맨스 | Romance | 38,015,678  | 1,297,681  | WE ARE ONE CO., LTD.                                           | Warner Bros. Pictures              |
| 드라마 | Drama   | 36,452,168  | 1,244,310  | 3 NG Film                                                      | Sony Pictures Entertainment Inc.   |
| 드라마 | Drama   | 31,943,679  | 1,090,410  | The Dow Pictures Ltd., Chuang Ying Picture Entertainment, Inc. | Shine Time Entertainment Co., Ltd. |
| 드라마 | Drama   | 19,252,471  | 657,191    | Media Asia Films, Splash Pictures                              | ifilm Co., Ltd                     |
| 호러  | Horror  | 16,158,081  | 551,562    | Film Factory, King Arthur                                      | GARAGEPLAY INC.                    |



2021년 대만 영화 시장은 코로나19의 여파로 인해 장장 2개월 동안 전국의 영화관을 폐쇄하였고, 박스오피스 수입 최저 기록을 갱신하여 처음으로 연간 박스오피스 총액이 50억 TWD 아래로 떨어졌다. 코로나19의 영향으로 인해 영화관이 폐쇄되고 할리우드 영화의 배급 시기까지 뒤죽박죽되어 개봉 시기가 계속 연기되는 등, 전 세계 영화계 모두가 엄중한 시험에 처하게 되었다. 다행스러운 것은 대만은 2년 연속 많은 관객을 동원한 페노메논 급의 영화를 선보이며 자국 영화에 대한 현지 관객의 신뢰를 회복하였다는 것이다. 역대 박스오피스 수입을 거둔 영화가 3편에 달했을 뿐만 아니라, 국산 영화의 박스오피스 수입 총액은 10억 TWD를 돌파하며 최근 10년 중 최고의 흥행 성적을 기록했다.

#### 코로나19의 영향: 영화관 폐쇄와 띄어앉기

2019년 말 발발한 코로나19가 전세계로 급속히 확산되면서 모임 자제와 사회적 거리 두기라는 방역적 필요에 따라 밀폐된 공간인 영화관이 제일 먼저 그 직격탄을 맞았다. 대만은 2020년 적절한 방역 조치를 취해 어떠한 도시 봉쇄 조치도 없이 영화관도 평소대로 영업을 해왔지만, 2021년 전염병 발발 이후 5월 15일부터 대만 전체 인구의 30% 이상을 차지하는 타이베이시와 신베이시의 방역 등급을 3급으로 상향 조정하면서 일시적으로 영화관을 폐쇄했다. 이는 5월 19일부터 대만 전역으로 확대되었으며, 7월 13일 폐쇄 해제 후 띄어앉기로 변경될 때까지 전국의 모든 영화관은 영업을 중단하였고, 9월 말이 되어서야 정상 영업을 시작했다. 이 2개월 동안의 박스오피스 수입의 공백과 2개월간의 띄어앉기 영향으로, 2021년도의 박스오피스 수입은 사상 최저였다. 코로나 19로 타격을 받은 영화 산업에 대하여 대만 정부는 ‘문화 예술 구제 정책 2.0(藝文紓困2.0)’을 통해 전문적인 구제 정책을 실시하고, 영화관 영업 정상화 이후 국민들에게 ‘진흥권(振興券)’을 제공하여 문화예술 소비를 촉진하고 코로나19의 영향을 줄이기 위해 노력하였다.

2021년 대만에서 상영된 영화 수량은 전년도인 960편에서 줄어든 692편이었다. 코로나19의 영향으로 기존에 시장을 주도하던 할리우드 대작들은 속속 상영을 취소 또는 연기했고, 글로벌 박스오피스 수입 2억 3천만 달러를 기록한 <크루엘라>도 개봉되지 못하고 곧바로 스트리밍 서비스를 제공했다. <블랙 위도우>는 영화관 폐쇄 조치 해제 초기에 상영되어 띄어앉기와 동시 스트리밍 서비스로 논란이 발생하였다. 이로 인해 박스오피스 수입이 줄어들어, 마블 영화 중에서는 드물게 박스오피스 수입 1억 TWD에 못 미쳤다. <분노의 질주: 더 얼티메이트>는 코로나19로 인한 상영 연기, 온라인 불법 복제판으로 인한 혼란 등 여러 원인으로 박스오피스 수입이 크게 줄었고, <콰이어트 플레이스 2> 역시 같은 피해자였다.

이 밖에 전화위복으로 대만 영화가 많은 관심을 받았고, 많은 영화사들은 신작이 없어 명작을 재상영했던 전년도 현상이 지속되어, 2021년도에 상영된 692편의 영화 중 178편(25.72%)이 재상영된 영화이다.

#### 2021년 전체 영화 시장: 여전한 할리우드 영화의 강세

2021년 영화 시장도 전반적으로 할리우드 영화 위주였다. 1위인 <스파이더맨: 노 웨이 홈>은 시리즈 최종편이라는 화제성에 힘입어 연말에 좋은 성적을 거두었다. 2위 <고질라 VS. 콩>은 특수효과를 사용한 할리우드의 전통적인 액션 영화의 대표작으로 다행히 대만의 코로나19가 심해지기 전에 개봉하였는데, 그렇지 않았다면 박스오피스 수입이 크게 줄 뻔했다. 이 외에 박스오피스 TOP 10 중 <이터널스>와 <상

치와 텐 링즈의 전설>은 대표적인 마블 작품이었다. 박스오피스 TOP 10 중 주목할 만한 작품으로는 <들텐>이 있는데, 이 작품은 뛰어난 IMAX 효과와 강렬한 화면 서사로 3개월이 넘도록 대형 영화관을 점유하여 상영 시작 후 3개월이 넘도록 높은 객석 점유율을 유지하면서 1억 5,400만 TWD의 박스오피스 수입을 기록하며 2021년도 8위를 기록했다.

#### 2021년 대만 영화 시장: 다양한 모색, 근래 최고의 성적

최근 대만 영화에서 2021년 상반기는 제일 화려한 시기였다. 1월에 상영한 레이싱 영화 <스피드: 레이싱 1>(叱咤風雲)과 서스펜스 스릴러 <영혼 사냥>(緝魂)은 전년도 대만 영화의 우수한 성적을 뒤이어 신년 박스오피스를 화려하게 시작했다. 이후 2월 춘절 시즌에 상영한 로맨틱 영화 <내가 못 한 그 연애>(我沒有談的那場戀愛)는 감독의 전작에 대한 호평과 스타 캐스트의 시너지 효과로 3,800만 TWD의 수입을 거두었다. 또 다른 춘절 시즌 영화 <가타오 외전: 최후의 방랑자>(角頭-浪浪連)는 기존의 히트작 <가타오>(角頭) 시리즈의 외전으로, 1억 6천만 TWD라는 예상치 못한 좋은 성적을 거두며 2021년 대만 영화 흥행 3위를 차지하였고, 2021년 대만 영화 중 제일 먼저 1억 TWD를 돌파했다. 조폭 소재에서 파생되는 러브 스토리가 대만 특유의 로맨스 장르가 되었다는 것을 확인할 수 있다.

3월에 상영한 <맨 인 러브>(當男人戀愛時) 역시 조폭 로맨스 영화로 4억 500만 TWD라는 매우 높은 수입을 기록하며 대만 영화 흥행 1위를 차지해 기적 중에서도 기적이라고 할 수 있다(이 작품 이전에 박스오피스 4억 TWD를 돌파한 타이완 작품은 2015년의 <나의 소녀시대>(我的少女時代)였다). 이 작품은 미국 SONY 픽처스와 배급 협력하여 초기 상영관 수에서 우위를 점했다. 구택, 허위녕 두 주인공의 호연은 아주 강력한 케미스트리를 선보였고, 눈물샘을 자극하는 후반부의 전환점에서 관객들을 눈물 바다로 만들었다. 뮤직비디오 감독 은진호는 이 작품을 통해 일약 스타가 되었고, 그의 첫 장편 극영화는 역대 대만 영화 흥행 6위를 차지했다. 5월에 영화관을 폐쇄하지 않았다면 이 작품은 분명 계속 선전하며 더욱 좋은 성적을 거둘 수 있었을 것이다.

4월에 상영한 <Listen before you sing>(聽見歌 再唱)은 상반기 또 하나의 박스오피스 다크호스였다. 실제 인물의 실제 스토리를 각색한 이 작품은 벽지의 원주민 어린이 합창단 이야기를 다뤘다. 전 연령대 관객에게 적합한 진지하고 감동적인 스토리는 개봉과 동시에 입소문을 타면서 수많은 가족 단위 관객이 영화관을 찾아 응원하였고, 고무적이고 착한 스토리 덕분에 많은 민간 기업이 단체 관람을 통해 지지하였다. 아쉬운 점은 이 작품이 탄력을 받기 시작할 때 아무런 예고 없이 3급 방역 체계를 취하게 되면서, 8천 만 TWD의 수입을 거둔 시점에 흐름이 끊기며 1억 TWD를 달성하지 못했다. 이 작품이 1억 TWD를 돌파했다면 대만 영화 사상 최초로 1년에 4편의 작품이 1억 TWD를 돌파하는 대기록을 달성할 수 있었을 것이다.

2021년 하반기에는 7월 13일까지 영화관을 폐쇄하여 기존에 학생들을 주요 타겟으로 하던 여름방학 시즌이 제 역할을 할 수 없었고, 대만 영화 배급사들은 영화관 영입이 재개되자마자 다년간 심혈을 기울인 작품을 편성할 수 없었다. 그러던 중 <분노의 질주: 더 얼티메이트> 등의 할리우드 대작들이 차차 영화관의 영광을 회복하기 시작했다. 대만은 9월 말이 되어서야 띄어앉기 제한을 없애고 모든 좌석을 개방하여 커플이나 가족, 친구들이 드디어 어깨를 맞대고 앉아 관람할 수 있게 되었다.

10월 초 금마장 명단이 발표되면서 대만 영화의 열기가 다시 상승하기 시작했다. 청몽홍 감독이 연출



한 <폭포>(瀑布)는 금마장 11개 부문 후보에 올랐고, 3,600만 TWD의 수입을 기록하며 2021년 대만 영화 흥행 8위를 차지했다. 박스오피스 성적에서 금마장의 도움을 받은 또 다른 영화 <미국 소녀>(美國女孩)는 여성 감독 평아이 피오나 론의 첫 극영화로, 7개의 주요 부문에 노미네이트 된 다크호스였다. 금마장 기간 동안 입소문을 타면서 이 작품에 대한 관심이 급증하여 티켓을 구하기도 어려울 만큼 많은 화제를 모았으며, 수상 후 빠르게 개봉하여 1,900만 TWD의 성적을 기록하며 대만 영화 흥행 9위를 차지했다.

11월 24일 개봉한 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>(月老)를 통해 2021년 대만 영화는 흥행의 클라이막스를 맞았다. 이 장편 극영화는 구파도 감독의 동명 소설을 각색한 것으로 생과 사의 두 세상을 넘나드는 감동적인 사랑 이야기를 그렸다. 이 작품은 오랜 멤버들과 <그 시절, 우리가 좋아했던 소녀>(那些年,我們一起追的女孩)로 중화권 스타로 자리 잡은 가진동이 주연으로 참여했고, 두 여자 주인공은 <반교: 디텐션>(返校)의 왕정, <나의 소녀시대>의 송운화가 맡았다. 구파도 작품의 로맨틱 코미디를 계승하면서 판타지 설정과 생사를 초월한 위대한 사랑을 결합한 이 작품은 초반부터 맹렬한 기세를 보이며 학생 관객의 열렬한 호응을 받았다. 이 작품은 누적 2억 6,400만 TWD의 수입을 거두며 2021년 대만 영화 흥행 2위를 차지했다.

전반적으로 대만 영화의 장르는 계속해서 다원화되고 있고, 감독들은 과거 현지에서 보기 어려웠던 소재와 스타일을 과감하게 시도하고 있다. 앞서 언급한 보기 드문 시각 효과를 사용한 판타지 로맨틱 코미디 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어> 외에도, <영혼 사냥>은 대만의 일물적인 시골 귀신 전설을 벗어나 가벼운 SF의 옷을 입고 사랑, 가정, 범죄, 젠더, 공포를 아우르면서 중화권에서 보기 힘든 스릴러 장르를 창조했다. 연초 상영한 <곡비>(哭悲)는 대만에 전무후무한 좀비 영화로, 대만의 지역적 특징과 완벽한 특수분장을 통해 공포스럽고 피비린내 나는 살육 신을 완성하여, 팬데믹 상황에서의 집단 불안을 보여줬다. 한국 영화 <시실리 2km>을 리메이크한 <속거나 속이거나>(詭扯)는 복합장르의 블랙 코미디로, 연기자들은 독특하고 변화무쌍한 반전 플롯을 통해 기존의 이미지를 벗어날 수 있었다. 결혼 평등권에 관한 사회적 분위기 또한 두 편의 퀴어 영화 <Wrath of Desire>(愛·殺), <우리 뜻대로>(揭大歡喜)의 탄생에 간접적인 영향을 주었다. 2021년, 대만은 극영화 외에도 <Green Jail>(綠色牢籠), <A Lean Soul>(削瘦的靈魂), <Among Us>(地球迷航) 등 극영화로서 다루기 어려운 문화, 역사, 인권, 문학 등의 주제를 다룬 10여 편의 다큐멘터리를 제작하였다.

코로나19가 기승을 부린 2021년에는 수많은 일상이 변했는데, 촬영뿐만 아니라 배급도 마찬가지였다. 2021년은 수많은 단편 극영화와 다큐멘터리가 타이베이 특정 상영관 모델을 벗어나 전국에서 상업적 상영이 이루어졌고, 그중 가장 주목할만한 작품은 왕이판 감독의 <02-06>(洞兩洞六)과 <Temple of Devilbuster>(伏魔殿)였다. 기상천외하고 작가적 스타일이 강하며 길들여지지 않은 그는 대만에서 가장 기대할 만한 신인 감독 중 하나이다.

#### 대만 영화의 흥행 신기록: 차근차근 앞으로

2021년 대만 영화 시장의 박스오피스 수입 총액은 49억 6,400만 TWD로 2020년의 51억 5,900만 TWD와 큰 차이가 없다. 하지만 2019년의 101억 9,100만 TWD와 비교하면 영화 시장이 코로나 19의 영향으로 인해 절반으로 줄었음을 확인할 수 있다. 2021년도의 총 관객수는 2020년의 2,183만 명보다 172만 명 줄어든 2,011만 명인데, 기존에 박스오피스를 이끌던 할리우드 영화들이 코로나19로 인해

자리를 비우고, 2개월 동안 대만 전역의 영화관을 폐쇄하였던 점을 감안하면 이러한 낙폭도 놀라운 일은 아니다. 하지만 외국 영화를 제외한 대만 영화는 눈에 띄는 활약을 보이며, 최근 가장 뛰어난 성과를 거두었다. 2021년 상영된 영화는 총 79편(신작 영화 61편 포함)으로 코로나19 이전인 2019년의 77편(신작 영화 57편 포함)을 넘어섰다. 2021년의 박스오피스 총액은 12억 1,400만 TWD와 513만 명으로 2020년의 8억 7,800만 TWD와 382만 명에 비해 큰 폭으로 성장하였다. 2021년 박스오피스 수입 중 대만 영화가 차지하는 시장 점유율은 24.46%으로 이 역시 사상 최고 수준을 기록했으며, 두 번째로 점유율이 높았을 때인 2011년의 18.65%를 크게 웃도는 수치이다.

할리우드 대작 영화의 공백으로 인해 대만 영화에 대한 강적의 위협이 줄어들었고, <가타오 외전: 최후의 방랑자>, <맨 인 러브>, <Listen before you sing>, <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어> 등의 영화가 입소문을 타고 뚝뚝하면서, 2021년 대만 영화는 탄탄한 필모그래피로 그 공백을 채웠다. 게다가 2021년에는 코로나19의 영향으로 관객들의 시청 습관 중 대형 스트리밍 플랫폼이 차지하는 비중이 커졌고, 이들 대만 영화들은 스트리밍 플랫폼에 속속 공개되어 지속적인 관심을 받으며 화제를 모으고 있다.

이와 함께 대만 드라마도 바짝 뒤쫓고 있다. 국내외의 투자와 도움을 받아서 <화등초상>(華燈初上), <Gold Leaf>(茶金), <Tears on Fire>(火神的眼淚), <Sequalu: Formosa 1867>(斯卡羅), <속녀양성기 2>(俗女養成記2), <The Magician on the Skywalk>(天橋上的魔術師) 등의 드라마가 속속 방영되며, 그중 많은 작품이 넷플릭스나 HBO 등 글로벌 스트리밍 플랫폼에 공개되어 엄청난 호평, 화제와 대본에 힘입어 시청률 기록을 갈아치우며 대만 콘텐츠 개발 산업이 점차 발전하고 개선되었다. 영화계와 상부상조하면서 영상 촬영 환경에서 더 많은 일자리를 창출하고 촬영 제작 기술이 향상되었다. 대만의 시장은 작지만 전 세계를 바라보며 더욱 건전하고 완전한 영상 산업 환경을 만들기 위해 매진하고 있다.



#### 천웨이홍 (陳宏璿)

영화평론가. 단편, 타이완 영화 및 퀴어 영화를 연구하고 있다. 그의 평론 작품은 텍스트 속의 퀴어, 젠더 가능성을 모색하는 데 주력하고 있으며 지금까지 약 40인의 타이완 영화인을 인터뷰하였다. 금마장 영화제 제 1기 아시아 영화 관찰단 회원, 제 1기 타이완 영화평론가 협회 감사, 타이완 국제 퀴어영화제 프로듀서, 2021년 타이완 국제 여성영화제 타이완 경쟁작 1차 심사위원, 2022년 골든 하베스트 어워드(金穗獎) 영화평론가 심사위원 등을 역임하였다. 현재 다국적 퀴어 영화인 첫 번째 극영화 <Soapy Massage>(金魚缸小姐)를 제작 중이며, 2023년에 선보일 예정이다.





## 구파도(九把刀)

본명 가경등(柯景騰), 작가, 극작가, 프로듀서, 감독. 2000년 이후 온라인 상에서 창작 소설을 발표, 다양한 극작 소재를 통해 수차례 문학상을 수상했다. 그중 <킬라: 살수구분양재>(殺手歐陽盆栽), <아래층 사람들>(樓下的房客), <카페, 한 사람을 기다리다>(等一個人咖啡), <A Choo>(打噴嚏) 등 다수의 작품이 영화로 제작되었다. 2011년 처음으로 연출한 장편 영화 <그 시절, 우리가 좋아했던 소녀>로 금마장 신인 감독상에 노미네이트되었고, 타이완, 홍콩, 중국, 동남아 등지에서 호평을 받으며 우수한 박스오피스 성적을 거두었다. 2017년 작품 <몬 몬몬 몬스터>로 부천국제판타스틱영화제 관객상 수상, 최신 연출작 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>가 25회 부천국제판타스틱영화제 개막작으로 선정되었으며, 금마장 11개 부문에 노미네이트되었다.

## Q 감독님께서 세 번째 장편 작품으로 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>를 선택한 이유가 있을까?

A 영화사에서 적자고 했다. 원래 감독을 맡을 생각은 없었는데 나중에 대본을 각색하면서 개에 관한 부분을 쓰게 되었다. 우리 개가 세상을 떠났다. 대본의 그런 부분들을 수정하면서 감독을 맡게 되었다. 그렇지 않았으면 대본만 쓰려고 했었다.

## Q 이번 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어> 중 소설에서 영화로 전환하면서 조정된 부분이 있다면 뭐까? 지진 파트와 서양의 큐피트 파트가 모두 삭제되었는데 어떻게 이런 설정을 하게 되었나?

A 처음에 지진을 삭제했던 가장 직접적인 원인은 예산이 없었기 때문이다. 다양한 방법을 논의했지만 아무래도 이래서는 지진을 보여주기엔 기술력이 모자라다는 것을 들길 것 같아서 나중에 영화 속 악역에 힘을 줬다. 『영화의 힘』(The Power of Film)이라는 책이 있는데 거기서 대자연에 맞서는 영화들 대부분이 큰 성공을 거두지 못하는 이유가 날씨에는 사실 선과 악의 구분이 없기 때문이라고 하더라. 맞서는 속에서도 사람의 본성이 드러나야 하지 않나. 시간이 흐르면서 조금씩 ‘악역을 써야겠다’, 그러니까 악귀로 지진을 대신하는 것이 좋은 방법이라고 생각하게 되었다. 큐피트 부분은 완전히 분량 때문이다. 또 다른 세계의 신까지 들어올 방법이 없었다. 만약 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>를 시리즈로 제작할 기회가 있다면 아주 좋겠다고 생각하는데, 영화에서는 그 파트를 넣을 수가 없었다.

## Q <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>라는 작품에는 사람과 귀신, 저승, 지옥 등 다양한 요소가 들어 있는데, 감독님이 생각하시는 이 대본의 핵심은 무엇인가?

A 대본의 핵심은 바로 ‘이별을 해낼 수 있다면 다시 만날 날을 기다리는 수밖에 없다’는 것이다. <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>는 많은 부분에서 집착이라는 것에 대해 이야기하고 있다. 나 역시도 집착이 굉장히 강한 사람이다. 그러면서도 영화를 통해 여러분들에게 집착을 내려놓으라 말하고 있으니 굉장히 모순된다. 실은 나도 도

달하지 못한 경지를 촬영한 것이니. ‘내려놓기’라는 방향을 가질 수 있으면 좋겠다. <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>의 핵심 컨셉이라면 어쨌든 언젠가는 다시 만나게 될 테니 너무 집착하지 말라는 것이다. 하지만 ‘결국 다시 만날 것’이란 것도 일종의 집착이긴 하다.

## Q 그런 핵심적인 ‘집착’을 영화 시장에서는 어떻게 포지셔닝할까? 로맨스 영화에 가깝게 변한 것인가?

A 사랑을 이야기하는 영화는 사람들에게 헤어지라고 권할 수는 없지 않나. 그리고 사람들은 어떻게 해서라도 천국이든 황천이든 남녀 주인공이 함께 하길 바란다. 이건 로맨스 영화의 노선과 유사하다. <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>도 이 부분을 놓치지 않았다. 여자 주인공이 아무리 많은 붉은 실에 묶여도 붉은 실은 터져버린다. 이 여자는 언제나 남자 주인공과 함께하길 원하고, 남자도 무슨 일이 있더라도 이 여자와 함께하고 싶어한다. 그래서 이 영화는 사실 많은 부분에서 ‘집착’을 그리고 있다. 이런 사랑의 집착은 보통 ‘너 아니면 안 돼’라는 느낌의 미학이 있고. 그러니 영화 후반부에 집착을 내려놓는 부분에서 사실은 남자 주인공이 자발적으로 ‘그럼 이제 집착하지 않을게’ 하는 것이 아니라, ‘귀두성(악역)’이라는 캐릭터에 주인공이 감동했기 때문에 귀두성이 집착을 내려놓게 되었을 때 주인공도 깨달은 것이 있어 결국 집착을 내려놓게 되는 것이다.

## Q 반려 동물이라는 감정선을 넣은 것이 로맨스 이외의 영화 시장을 확장하는 데 도움이 되었다고 생각하는가?

A 개가 나오는 파트는 내가 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>에서 제일 좋아하는 부분이고, 가장 감동적인 부분이라고 생각한다. 영화 초기부터 그 방향을 생각하고 촬영한 것은 아니었다. 처음에는 로맨스 영화를 찍으려고 했었는데, 개가 들어가는 신을 쓰고 나서는 굉장히 감독을 맡고 싶더라. 다른 시장까지 확장되느냐에 관해서는 그리 깊이 생각해 보지 않았다.

사실 창작자가 어떤 작품을 만들어 내는가 하는 것은 두 가지로 나눌 수 있을 것 같다. 하나는 그 창작자가 어떤 사람인지를 보여주고, 또 다른 하나는 창작자가 어떠한 사람이 되고자 하는지를 보여

주는데 나는 후자가 더 진실하다고 생각한다. 다른 사람은 어떤지 모르겠지만, 나는 ‘나는 어떤 사람이니까 그런 내 모습을 사람들에게 보여줘야지’ 하고 정하지 않는 편이다. 내가 원하는 것이 있지만 보통은 그걸 해내지 못한다. 하지만 그래도 좋다. 정말로 그것을 가지고 싶고, 더 용감한 사람이 되고 싶고, 사랑을 더 잘 아는 사람이 되고 싶지만 방법이 없다. 그래서 이 작품을 만들면서 내가 동경하는 나 자신에 서서히 가까워졌다.

## Q <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>의 제작 비용은 어떻게 확보했나? 대규모라서 헐리우드 같은 규모도 가능했을 것 같은데, 어떻게 자금을 확보했나? 대만 시장을 우선 고려한 건가? 아니면 처음부터 해외 시장을 고려한 건가?

A 처음에는 우선 중국 시장을 제외했다. 제작사에서 그런 것들은 걱정하지 않아도 되니 좋은 작품만 만들면 된다고 해주었다. 하지만 박스오피스 수입으로 비용을 회수하는 것은 사람의 기본적인 도의다. 다른 사람에게 돈을 받아 찍었으면 그 비용을 회수할 수 있도록 도와야 한다. <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>는 최근 대만 영화 중 매우 큰 비용이 투입된 영화긴 하지만 무제한으로 돈을 쓴 것은 아니었다. 예를 들면 미술팀이 처음에 디자인했던 현무암 기둥은 굉장히 길어서 어떻게 촬영해도 찍히지 않았을 것이다. 하지만 그렇게 만들 돈이 없었기 때문에, 미술팀에게 뒷부분을 잘라 달라고 부탁했다. 찍힌 부분은 다시 특수효과팀에서 처리했고. 대만 사람들은 궁지에 몰렸을 때 묘안을 잘 찾는 것 같다.

## Q 지금 시장 반응은 예상한 것과 같나?

A 비용은 회수했고, 그리고 돈을 벌었다. 그래서 우리는 지금 다음 영화를 준비하고 있다.

## Q <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>가 이렇게 많은 사랑을 받는 이유는 뭐라고 생각하나?

A 대만에서는 이런 영화를 찍어본 적이 없다. 내 생각엔, 가장 주요한 원인은 시장의 상상력이 제한을 받기 때문이지 사람들이 이런 것을 찍고 싶은 생각이 없던 것은 아니다. 오히려 내가 어릴 때 보았던 영화들은 이런 구성이 있었다. <Magic of Spell>(桃太郎 大顯神威, 1988)이나 <천산영웅전>(天山英雄傳, 1998) 같은 연속극에 영지초인이 나오는데, 반영자 씨가 화봉황으로 변한다. 그 시기의 대만 영화와 드라마는 각양각색의 방법을 통해 상상력을 구현해냈다. 미술 도구에 많은 돈을 쓴 느낌이었다. 아마도 지난 20년 동안 대만은 사실주의 영화를 많이 찍어서 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>가 특별해 보이는 것 같다. 사실 <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>의 소재는 그 정도로 많은 예산이 없었다면 나도 이 작품을 선택하지 않았을 것이다. 특수효과 수준이 떨어지면 곤란하니까. 촬영 자금이 적으면 진행하기 어렵다. 결국은 팀의 힘이다. 관객의 사랑을 받는 것은 영화가 재미있어서일 것이다.

## Q 이 작품은 한국의 부천국제판타스틱영화제에서 최초 공개했는데, 해외 관객들이 이 작품을 좋아하는 이유가 뭐라고 생각하나?

A 아시아인들은 다 팬츠를 거라고 생각한다. 우리가 한국의 <신과함께-죄와 벌>(2017)를 볼 때도 진입 장벽이 없었다. 우리가 일본의 호러 영화를 볼 때도 장벽이 없고. 우리끼리는 어느 정도 상대방의 문화를 이해하고 있다. 우리가 태국의 호러 영화를 볼 때 그들만의 방식으로 신들에게 제를 올리는 것을 보고 이상하다고 느끼지 않는다. 지구는 이미 사람들이 생각하는 것보다 작아진 것 같다. 나는 한국에 윌하노인이라는 개념이 없다는 것이 놀라웠다. 한국에는 사랑의 신이 없는 것 같다. 그런데 일본에는 있는 것 같다. <붉은 실>(紅線, 2006)에도 붉은 실과 비슷한 것이 나온다.

## Q 앞으로의 창작 계획이 어떻게 되나?

A 지난번 부천국제판타스틱영화제에서 다음 작품으로는 러브스토리를 찍겠다고, 그것도 빗속에서 시작할 거라고 이야기했었다. 지금 폭우 속에서 시작하는 러브스토리를 준비하고 있는데, <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어> 같은 판타지는 아니다. 제 영화는 한 번도 사실적이지 않았다. 모두 제 머릿속의 작은 세상에서 일어나는 모습을 반영한 것이다. 같은 사랑 이야기라도 개성이 다른 사람들이 연애를 하면 굉장히 달라진다. 이번 신작에는 내가 고수하는 요소들이 많이 포함되어 있다. 헤어질 때는 반드시 비가 온다든가, 싸울 때는 꼭 비가 온다든가 하는. 빗속에서 시작한 사랑이 제일 아름답다. 비와 떨어질 수 없는 스토리다.

다음 작품도 부천에 갈 수 있으면 정말 좋겠다. <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>를 정말 힘들게 촬영했는데 코로나19 때문에 아무 데도 가지 못하고, 원격으로 해외 미디어 인터뷰만 했다. 예전 같으면 비행기를 타고 여기저기 다녔을 텐데 정말 화가 난다.

## Q <그 시절, 우리가 좋아했던 소녀>(2011)나 <몬몬몬 몬스터>(2017) 등, 이렇게 남다른 영화를 찍을 수 있는 용기는 어디서 나오는 건가?

A 나는 능력이 없어서 다른 사람을 따라 하지 못한다. 물론 원하는 분위기를 위해 특수효과, 미술 또는 영상 등을 참고할 영화를 찾아본다. 우리는 영화를 정말 좋아한다. 오로지 혼자서는 창조할 수 없기 때문에 많은 영화의 영향을 받는다. 내 능력에는 한계가 있기 때문에 다른 사람이 될 수는 없다. 이야기를 엄청나게 부풀리고 싶은 것은 아니지만, 형편없는 작품을 만드는 것이 정말 겁난다. 매 작품을 만들 때마다 제일 무서운 것은 망신당하는 것이다. 내가 프로페셔널 감독이라 매년 영화를 찍는다면 이따금씩 망작이 나오더라도 별 느낌이 없을 텐데, 5, 6년에 한 번씩 영화를 찍다 보니, 소중한 작품이 되었으면 좋겠다. 좋은 경험이 있다고 앞으로 형편없는 작품을 찍지 말라는 보장은 없으니 늘 이런 공포를 가지고 있다. <만년이 지나도 변하지 않는 게 있어>를 찍을 때도 정말 겁이 많이 났다. 1차 편집이 끝나고 완성본을 본 후애야 안심이 됐다. 그래서…… 영화는 너무 무섭다!



## Taiwanese Film Market Trend in 2021

In 2021, the Taiwanese film market suffered a two-month closure of theaters due to COVID-19. The Taiwanese box office broke the record for the lowest annual revenue below 5 billion TWD for the first time. The impact of the pandemic put the entire global market to a test. Theaters were closed and even the Hollywood films delayed theatrical releases. Fortunately, the Taiwanese market restored the trust of local audiences by consecutively releasing phenomenal films for two years. Three films scored more than a few hundred million TWD, and the total box office revenue of Taiwanese films topped 1 billion TWD. It was the highest box office record in ten years.

### Impact of COVID-19: Closure of Theaters and Sitting with Distance

As COVID-19 broke out at the end of 2019 and rapidly spread around the world, movie theaters were the first to experience the impact of the pandemic due to the heightened restrictions on gatherings and social distancing. In 2020, Taiwan took appropriate quarantine measures without lockdown and theaters operated as usual. However, a wave of infection occurred in 2021. Since May 15, 2021, the quarantine level of Taipei and New Taipei City was raised to level 3. The two cities count more than 30% of Taiwan's population. Theaters were temporarily closed in the two cities, and the measure extended nationwide from May 19. On July 13, the nationwide lockdown was lifted. However, until it was allowed in September to accept audiences under the condition of sitting with distance, theaters remained closed. Due to the two-month gap in box office earnings and the effect of sitting with distance for another two months, box office earnings in 2021 were at a record low. The Taiwanese government implemented 'Arts and Culture Relief 2.0(藝文紓困2.0)' and provided cultural pass to its citizens after the reopening of theaters, promoting the consumption of arts and culture and reducing the impact of COVID-19.

In 2021, 692 films were released in Taiwan, down from 960 in the previous year. Big Hollywood films, which had been leading the market, canceled or delayed theatrical releases. For example, *Cruella* went directly to a streaming service despite the fact that it scored 230 million USD in the global box office. *Black Widow* was released after theaters reopened, but sitting with distance and the controversy over streaming impacted the box office revenue. *Black Widow* remains as one of few Marvel films with less than 100 million TWD box office revenue. *Fast & Furious 9 the Fast Saga* suffered a significant decrease in box office revenue due to delays caused by COVID-19 and piracy. *A Quiet Place: Part II* suffered the same damage.

In addition, Taiwanese films garnered a lot of attention. The trend of rescreening masterpieces without new releases continued in 2021. As a result, 178 out of 692 films (25.72%) were rescreened films.

### General Market Trend in 2021: Continued Dominance of Hollywood Films

The film market in 2021 continued with the dominance of Hollywood films. *Spider-Man: No Way Home* recorded good results thanks to the popularity of being the series finale.

The film scored the top box office revenue.

*Godzilla vs. Kong* recorded the second in the box office. The film was a traditional Hollywood action title. If it was not released before the COVID-19 outbreak, the film could have suffered a dramatic decrease in its box office revenue. *Eternals* and *Shang-Chi and the Legend of Ten Rings* were key Marvel films on the top ten box office films. *Dune* was another notable film in the top ten list. The film occupied big theaters over three months thanks to excellent IMAX effects and strong visual narrative, maintaining a high seat share throughout the period. It recorded box office revenue of TWD 54 million and ranked 8th in 2021.

### Taiwanese Film Market in 2021: Diverse Attempts Resulted in the Best Outcome

The first half of 2021 was the most spectacular period in recent Taiwanese film history. The racing film *Ne Zha* (吡咤雲) and a suspense thriller *The Soul* (緝魂) started the New Year's box office with fanfare, following the excellent results of Taiwanese films in the previous year. In the Lunar New Year season, a romantic film *I Missed You* (我沒有談的那場戀愛) earned TWD 38 million with the combination of favorable reviews of the director's previous work and the synergy of star casts. *Gatao: The Last Stray* (角頭-浪流蓮) was another film for the Lunar New Year season. It was a spinoff of a hit film *Gatao* (角頭). The film scored an unexpected revenue of 160 million TWD and took the third place in the 2021 box office. It was also the first Taiwanese film to surpass 100 million TWD revenue in 2021. *Gatao: The Last Stray* showed that the love story derived from the gangster films has become a unique romance genre in Taiwan.

Released in March, *Man in Love* (當男人戀愛時) also scored a high revenue of 405 million TWD and ranked first in the box office for Taiwanese films, which can be considered a miraculous result. (Another Taiwanese film to earn more than 400 million TWD before *Man in Love* was *Our Times* (我的少女時代), released in 2015.) *Man in Love* took a vantage point in securing the initial number of screens thanks to the collaboration with Sony Pictures for its distribution. The strong chemistry of the two main characters played by Roy CHOW and Tiffany HSU led the audience into a flood of tears through an emotional transition in the second half of the film. Jem CHEN, who previously worked as a music video director, became a star with *Man in Love*. His first feature film recorded the sixth highest-grossing Taiwanese film ever. If the movie theaters had not been forced to close in May, the film could have been able to keep up the pace with even better results.

Released in April, *Listen Before You Sing* (聽見歌 再唱) was another dark horse in the box office in the first six months of 2021. It was based on a true story about an indigenous children's choir in a remote village. The film attracted family audiences through word-of-mouth thanks to its earnest and moving story. Group viewings were organized by many private companies because of the inspiring and good-willed story. Just as the film started to gain momentum, the level three quarantine measures took place without any prior notice. The box office revenue did not keep pace after it reached 80 million TWD. In the



end, the film's revenue did not reach 100 million TWD. If this film had surpassed TWD 100 million revenue, the Taiwanese box office could have seen a historical record of four films exceeding TWD 100 million revenue in one year.

In the second half of 2021, movie theaters were closed until July 13. This blocked the summer vacation season where students generated box office revenues. Taiwanese distributors could not organize screenings of films they had invested in over the years. Meanwhile, Hollywood blockbuster films, such as *Fast & Furious 9 the Fast Saga*, gradually began to restore the glory of movie theaters. It wasn't until the end of September in Taiwan that seating restrictions were lifted. Couples, family members, and friends could finally sit shoulder to shoulder in movie theaters.

In early October, the list of Golden Horse Award candidates was announced, generating enthusiasm for Taiwanese films once again. Directed by CHUNG Mong-hong, *The Falls* (瀑布) was nominated for eleven Golden Horse Awards and earned 36 million TWD, ranking the eighth at the Taiwanese box office in 2021. Another film that garnered attention through the Golden Horse Awards was *American Girl* (美國女孩), the first feature film by a woman director Feng-I Fiona ROAN. It was nominated for seven major sections of the Award. During the Golden Horse Awards, the interest in the film soared. It was even difficult to buy tickets for the film at the film festival. The theatrical release was swiftly done after the festival and generated 19 million TWD revenue, securing ninth place at the Taiwanese box office in 2021.

With the release of *Till We Meet Again* (月老) on November 24, Taiwanese films reached a box office climax. The feature film was an adaptation of a novel with the same title by the director Giddens KO, which depicted a moving love story reverberating between the two worlds of life and death. Kai KO, the star of Greater China who appeared in *You Are the Apple of My Eye* (那些年,我們一起追的女孩), took the male lead. The two female leads were played by Gingle WANG and Vivian SUNG., who respectively appeared in *Detention* (返校) and *Our Time*. The film kept Giddens KO's romantic comedy troupe while combining a fantasy setting and great love beyond life and death. It became a strong box office hit right after the theatrical release with enthusiastic support from student audiences. The film earned a cumulative TWD 264 million in revenue, ranking second in the Taiwanese box office in 2021.

In general, Taiwanese films are diversifying in genres. Directors are boldly experimenting with subjects and styles, which was not done in Taiwanese films in the past. While the fantasy romantic comedy *Till We Meet Again* boasted unconventionally strong visual effects, *The Soul* created a unique thriller genre beyond the typical Taiwanese ghost story set in countryside, encompassing love, family, china, gender issues, and horror with a light touch of sci-fi film, which is rare in films produced in the Greater China region. *The Sadness* (哭悲) was screened in theaters at the beginning of the year. It was a zombie film, which was unprecedented in Taiwan. Using the local characteristics of Taiwan and perfect special makeup effects, the film produced frightening and bloody slaughter scenes that revealed

the collective anxiety during the pandemic. *Trick or Treat* (詭扯), a remake of the Korean film *To Catch a Virgin Ghost*, was a black comedy that touched multiple genres. The actors who appeared in the film could renew their images thanks to the unique and dynamic plot twists. The social atmosphere regarding equal marriage rights indirectly influenced the production of two queer films *Wrath Of Desire* (愛·殺) and *As We Like It* (揭大歡喜). In 2021, more than ten documentaries were produced, including *Green Jail* (綠色牢籠), *A Lean Soul* (削瘦的靈魂), and *Among Us* (地球迷航). The documentaries dealt with various subjects such as culture, history, human rights, and literature.

During the COVID-19 pandemic in 2021, daily life in Taiwan went through changes. Such changes not only affected filming but also distribution. In 2021, numerous short narrative films and documentaries were screened commercially outside the limited screens in Taipei. Among them, the most notable films were WANG I-Fan's *02-06* and *Temple of Devil-buster*. Wang I-Fan is a brilliant and artistic director and is one of the most promising new directors in Taiwan with untamed talent.

#### New Box Office Records in Taiwan: One Step after Another

The total box office revenue of the Taiwanese market in 2021 is TWD 4.96 billion, which is not much different from TWD 5.159 billion in 2020. However, compared with 10.191 billion TWD in 2019, the market size was halved due to the impact of COVID-19. The total number of audiences in 2021 is 201.1 billion, down 1.72 million from 218.3 billion in 2020. Given that Hollywood films that previously led the box office were screened with vacated seats and the cinemas across Taiwan were closed for two months, such decline is not surprising. Nevertheless, Taiwanese films have shown remarkable performances. They achieved the most successful results in recent years. A total of 79 films screened in 2021 (including 61 new films), which surpassed the 77 films in 2019 (including 57 new films) before COVID-19. The total box office revenue and audience count in 2021 were respectively TWD 1.214 billion and 5.13 million people, which shows a significant increase from TWD 878 million and 3.82 million people in 2020. In 2021, Taiwanese films accounted for 24.46% of the market share of box office revenue. It was a record high and significantly exceeded 18.65% in 2011, the second highest share in the Taiwanese box office history.

Due to the absence of Hollywood blockbuster films in theaters, Taiwanese films experienced less pressure. Films such as *Gatao: The Last Stray*, *Man in Love*, *Listen Before You Sing*, and *Till We Meet Again* continuously generated income. As a result, the Taiwanese box office filled the void with solid filmography. In addition, a large part of film viewership was occupied by big streaming platforms due to COVID-19 in 2021. Taiwanese films were continuously released on streaming platforms, generating continuous attention.

Taiwanese TV dramas are also on the rise. With investment and support on both domestic and international levels, a number of TV dramas were produced, including *Light the Night* (華燈初上), *Gold Leaf* (茶金), *Tears on Fire* (火神的眼淚), *Sequalu: Formosa 1867* (斯卡羅), *The Making of an Ordinary Woman 2* (俗女養成記2), and *The Magician on the Skywalk* (天橋上的



## Interview with Director Giddens KO

魔術師)。Many of such dramas were released on global streaming platforms such as Netflix and HBO. They received great reviews and broke viewership records, contributing to the gradual enhancement and development of the Taiwanese content industry. As drama productions worked in conjunction with the film industry, more jobs were created in addition to the enhancement of cinematography and production skills. In terms of its size, the Taiwanese market is small. Yet, the market as a whole is striving to create a more sound and developed market.



### Bernd CHEN

A film critic studying short films, Taiwanese films and queer films. His critic explores queer and gender possibilities within the text of films and has interviewed about 40 Taiwanese filmmakers so far. He was a member of the 1st Asian Film Observation Group at the Golden Horse Awards, an auditor at the 1st Taiwan Film Critics Society, a producer at the 2021 Taiwan International Queer Film Festival, the 1st juror for competitive section in 2021 Women Make Waves int'l Film Festival, and a film critic at the Golden Harvest Film Festival AWARDS in 2022. He is currently working on the first multi-national queer film, *Soapy Massage*, which is scheduled to be released in 2023.



### Giddens KO

Full name Ko Ching-Teng (柯景騰). Writer, producer, producer, and director. Since 2000, Giddens KO has published novels online. He won several literary awards for works on various subjects. Among them, *The Killer Who Never Kills* (殺手歐陽盆栽), *The Tenants Downstairs* (樓下的房客), *Café. Waiting. Love* (等一個人咖啡), and *A Choo* (打噴嚏) are made into films. In 2011, KO was nominated for the New Director Award at the Golden Horse Awards for his first feature film *You Are the Apple of My Eye*. The film received favorable reviews in Taiwan, Hong Kong, China, and Southeast Asian countries and had a good box office score. In 2017, KO won the Audience Award at the Bucheon International Fantastic Film Festival for *mon mon mon MONSTERS*. In 2021, *Till We Meet Again* was shown in Bucheon as the opening film for the Bucheon International Fantastic Film Festival. The film was nominated for eleven awards at the Golden Horse Awards.

#### **Q Why did you choose to direct *Till We Meet Again* as your third feature film?**

**A** I just did it because the studio wanted to work on it. I didn't intend to be a director at first, but I wrote a part about dogs while editing the script. My dog passed away around that time. So, I became the director of the film while editing those parts of the script. Otherwise, I was just going to write a script.

#### **Q What are some changes in the film adaptation of the original novel? We don't see the earthquake and cupid in the film.**

**A** The most important reason why I deleted the earthquake scene was that we had no budget for the earthquake part. We discussed different ways to realize it, but we were worried that it might reveal the lack of technical capabilities. So I emphasized the villain in the film. There's a book called 'The Power of Film' and the book says that most of the films where characters stand against nature are not so successful because the weather is neither good nor evil. Even in the middle of the struggle, a film has to reveal human nature. As time went on, I came to think that I needed to use a villain. In other words, I thought I would substitute the earthquake with an evil spirit. The cupid part couldn't be made entirely due to the limit of running time. There was no way to bring in the gods of another world. I think it would be great if I could produce *Till We Meet Again* as a series. But I unfortunately could not have that part in the film.

#### **Q *Till We Meet Again* has different elements such as humans, spirits, afterlife, and hell. What do you think is the key to this script?**

**A** The core of the script is to think that 'we just have to wait for the day we meet again if we cannot complete the parting.' *Till We Meet Again* talks about obsession in many ways. I am also a very obsessive person. Yet, it is very paradoxical that I'm telling you to let go of your obsession. Actually, I also filmed a level of thinking that I had not arrived at. So, I wish to project this direction of 'letting go.' Thus, the core concept of *Till We Meet Again* is that we don't have to be too obsessive because we will meet again one day in one way or another. However, it is also a kind of obsession to say that 'we will eventually meet again.'

#### **Q How would you position the core concept of 'obsession' in the film market? Has your film turned into a romance movie?**

**A** A movie about love cannot encourage people to break up. People want the male and female protagonists to be together, whether in heaven or in limbo, by any means. This is similar to the development of a romance movie. *Till We Meet Again* also did not miss this point. No matter how many red threads tie the heroine, the threads are ultimately severed. She always wants to be with the male protagonist, and he also wants to stay with her no matter what. Thus, this film actually depicts 'obsession' in many ways. Such a kind of obsession involving love has a sense of saying, 'it must be none other than you.' So, in the second half of the movie where the protagonist puts down his obsession, it's not that he voluntarily says, 'I will not hold on to obsession now.' Rather, he gives up his obsession when the ancient demon (Gui Tou Cheng) gives up its obsession because he is moved by it.



**Q** Do you think adding the emotional line with a companion animal helped expand to the markets outside of romance movies?

**A** The part where the dog appears is my favorite part of *Till We Meet Again*. I think it's the most emotionally moving part of the film. I didn't plan that direction from the beginning of the production. At first, I was going to shoot a romance movie. But after I wrote the dog scene, I really wanted to direct it. I didn't think too much about whether it would expand to other markets.

Actually, we can think about two kinds of works when we talk about creators. One shows what kind of person the creator is and the other shows what kind of person the creator wants to be. And I think the latter is more truthful. I don't know how other people are like, but tend not to be decisive in thinking 'I am a certain kind of person and I have to show it to others.' I have something that I want, which I think is very beautiful. But I usually can't realize it. Yet I think it is still very good. I really want to have it, I want to be a braver person, and I want to become a person who knows love better. But I don't have a way to realize it. So, as I was creating this work, I gradually got closer to the version of myself that I admire.

**Q** How did you secure the production budget for *Till We Meet Again*? Since it was a large-scale production, it would have been possible to secure a Hollywood-scale budget. How did you secure the budget? Did you consider the Taiwan market first? Or did you consider the overseas market from the beginning?

**A** At first, we excluded the Chinese market. The studio told me not to worry about the overseas market and focus on creating great work. However, one has to pay attention to recover expenses with box office income at the least. If you created your film with someone else's money, you have to help recover the cost. It is true that *Till We Meet Again* was one of the most expensive Taiwanese films in recent years, but it is not to say that there was an unlimited amount of budget. For example, the basalt column that the art team initially designed was very high. So, I could not have captured it no matter how I filmed it. But since we didn't have the money to make that many columns, we asked the art team to cut the top off. The special effects team then processed the footage. I think Taiwanese people are very good at finding novel solutions when they are cornered by challenges.

**Q** Has the market reacted as you expected?

**A** I got the expenses back, and I made money. We are preparing our next project now.

**Q** What made *Till We Meet Again* so popular, do you think?

**A** This kind of film has never been produced in Taiwan. I think it's not because people did not want to make something like this but because there has been a limitation of imagination in the market. However, the films I watched when I was a child had such imagination. In television dramas such as *Magic of Spell* (桃太郎大顯神威, 1988) and *Legend of the Sky Mountain Heroes* (天山英雄傳, 1998), Angela PAN Yin-tze turns into a phoenix. At that time, Taiwanese films and dramas realized their imagination in various ways. I had a sense that they spent a lot of money on art. I think *Till We Meet Again* might seem unique because there have been many realist films produced in Taiwan over the last twenty years. To be honest, I wouldn't have chosen the subjects of *Till We Meet Again* if I didn't have such a budget. It could have been a bit frustrating not to have good special effects. It's difficult to realize with a small budget for filming. In the end, it's about the team effort. The audience loved this film because they felt it was entertaining.

**Q** *Till We Meet Again* premiered at the BIFAN. Why do you think international audiences love this film?

**A** I think this film works for Asian audiences. We don't have difficulties watching *Along with the Gods: The Two Worlds* (2017) which is a Korean film. There are no barriers when we watch Japanese horror movies, too. Asians understand each other's culture to a certain extent. When we watch Thai horror movies, we don't feel it's strange that they do rituals in their own ways. I feel that the world has become even smaller than people think. I was surprised to know there is no concept of Yue Lao, the old man under the moon. There is no god of love in Korea. However, Japan seems to have one. In *Threads of Destiny* (紅線, 2006), something similar to the red thread in *Till We Meet Again* appears.

**Q** What are your plans for creative production?

**A** When I presented *Till We Meet Again* at the BIFAN last time, I said that my next project would be a love story and it would begin in the rain. Now I am preparing a love story that starts in heavy rain, but it is not a fantasy like *Till We Meet Again*. But my films have never been realistic. They all reflect what's going on in the little world inside my head.

Even if it's the same old love story, it can be very unique with people with different personalities. There are a lot of elements in the new project that I am very much attached to. For example, it always rains when lovers part or when they dispute. I think that love that began in the rain is one that is the most beautiful. It is a story that is inseparable from the rain.

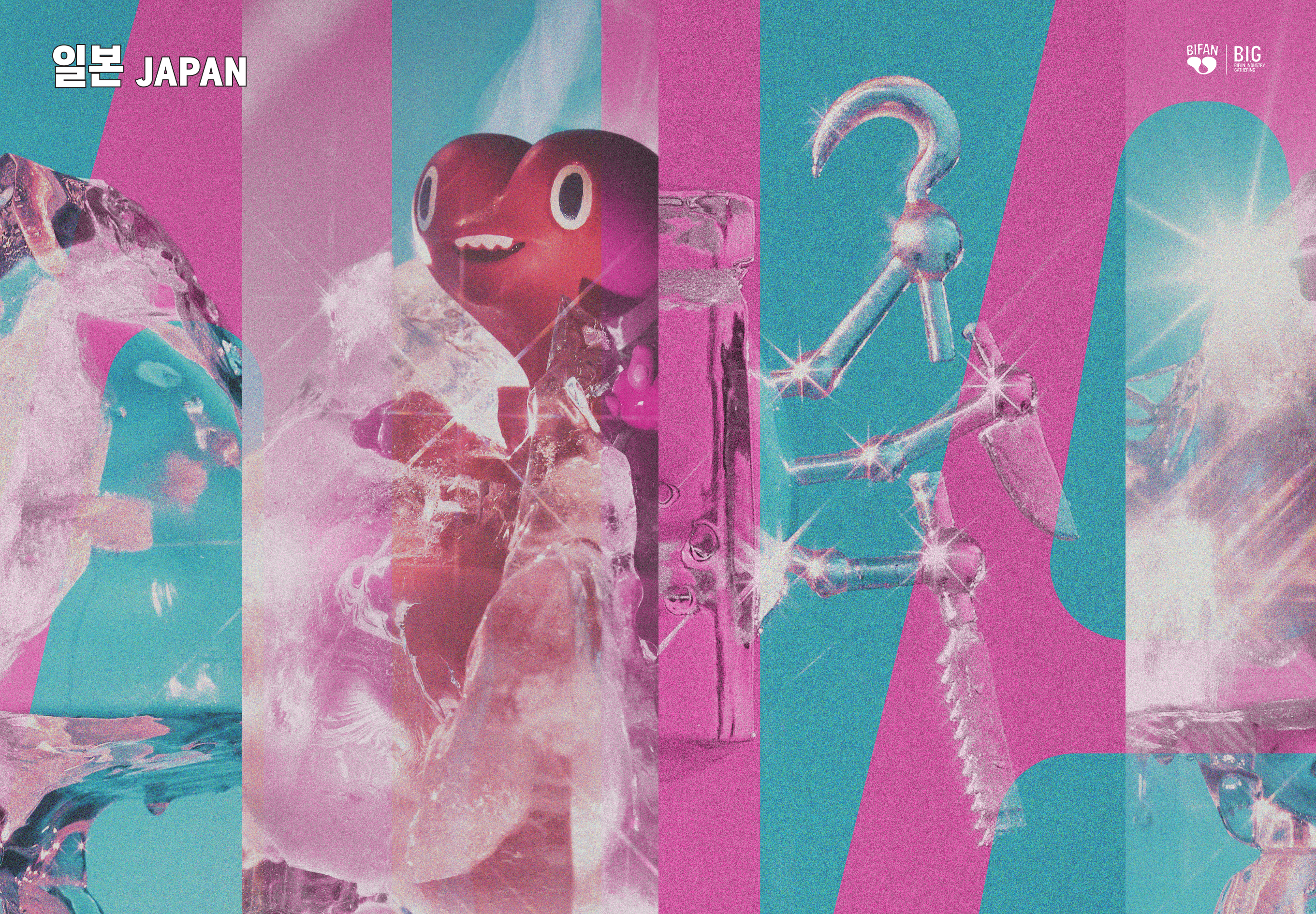
I really wish to screen the next project in Bucheon. I had a really hard time filming *Till We Meet Again*, but I could only do remote interviews with international media because of COVID-19 without going anywhere. If it was like the old days, I could fly around different places. So I'm really disappointed.

**Q** You created unique films such as *You Are the Apple of My Eye* (2011) and *Mon Mon Mon MONSTERS* (2017). Where comes the courage to make such films?

**A** I don't have enough skills to imitate others. Of course, I look for films to reference special effects, art, and filming to create the atmosphere I want to realize. We really love films. I am influenced by many films because I cannot make any film by myself. I cannot become someone else because my abilities are limited. I don't want to exaggerate my story, but I'm really scared of making a terrible work. The scariest thing about creating a film each time is the fear of being ashamed of what I have created. If I am professional enough to direct a film every year, I might not feel embarrassed to have bad work from time to time. But since I make a film every five to six years, I want my film to be a valuable one. There is no guarantee that I won't shoot a bad film just because I had a good experience. That's why I always have this fear. I was really scared when I was filming *Till We Meet Again*. I was relieved only after seeing the completed version with the first editing. So... Making a film is so scary!



일본 JAPAN





Figures of Top 10 Films in Japanese Box Office

| No. | 작품명                                | English Title                                         | 감독       | Director         | 국가 | Country |
|-----|------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------|------------------|----|---------|
| 1   | 신 에반게리온 극장판:II                     | EVANGELION:3.0+1.01 THRICE UPON A TIME                | 안노 히데아키  | ANNO Hideaki     | 일본 | Japan   |
| 2   | 명탐정 코난: 비색의 탄환                     | Detective Conan: The Scarlet Bullet                   | 나가오카 치카  | NAGAOKA Chika    | 일본 | Japan   |
| 3   | 용과 주근깨 공주                          | BELLE                                                 | 호소다 마모루  | HOSODA Mamoru    | 일본 | Japan   |
| 4   | 아라시 애니버서리 투어 5x20 필름 ‘레코드 오브 메모리즈’ | ARASHI Anniversary Tour 5x20 FILM: Record of Memories | 츠츠미 유키히코 | TSUSUMI Yukihiko | 일본 | Japan   |
| 5   | 도쿄 리벤저스                            | Tokyo Revengers                                       | 하나부사 츠토무 | HANABUSA Tsutomu | 일본 | Japan   |
| 6   | 바람의 검심 최종장: 더 파이널                  | Rurouni Kenshin: The Final                            | 오오토모 케이시 | OTOMO Keishi     | 일본 | Japan   |
| 7   | 신해석 삼국지                            | The Untold Tale of the Three Kingdoms                 | 후쿠다 유이치  | FUKUDA Yuichi    | 일본 | Japan   |
| 8   | 꽃다발 같은 사랑을 했다                      | We Made a Beautiful Bouquet                           | 도이 노부히로  | DOI Nobuhiro     | 일본 | Japan   |
| 9   | 메스커레이드 나이트                         | MASQUERADE NIGHT                                      | 스즈키 마사유키 | SUZUKI Masayuki  | 일본 | Japan   |
| 10  | 분노의 질주: 더 얼티메이트                    | Fast & Furious 9 the Fast Saga                        | 저스틴 린    | Justin LIN       | 미국 | USA     |

| 장르     | Genre      | Gross(JPY)     | Gross(USD) | Production                                  | Distribution                |
|--------|------------|----------------|------------|---------------------------------------------|-----------------------------|
| 애니메이션  | Animation  | 10,280,000,000 | 78,973,649 | Studio Khara                                | Toho, Toei, Khara           |
| 애니메이션  | Animation  | 7,650,000,000  | 58,769,301 | Shogakukan, Toho, TMS, Yomiuri              | Toho                        |
| 애니메이션  | Animation  | 6,600,000,000  | 50,702,926 | Studio Chizu                                | Toho                        |
| 음악 라이브 | Music Live | 4,550,000,000  | 34,954,290 | Office Crescendo                            | Shochiku                    |
| 액션     | Action     | 4,500,000,000  | 34,570,177 | Fuji Television Network, Warner Bros.       | Warner Bros. Pictures Japan |
| 액션     | Action     | 4,350,000,000  | 33,417,838 | "Rurouni Kenshin: The Final" Film Partners  | Warner Bros. Pictures Japan |
| 코미디    | Comedy     | 4,030,000,000  | 30,959,514 | CREDEUS                                     | Toho                        |
| 드라마    | Drama      | 3,810,000,000  | 29,269,416 | "We Made a Beautiful Bouquet" Film Partners | Tokyo Theatres, Little More |
| 드라마    | Drama      | 3,810,000,000  | 29,269,416 | Fuji Television Network, Toho               | Toho                        |
| 액션     | Action     | 3,667,000,000  | 28,170,853 | Universal Pictures                          | Toho-Towa                   |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                                | English Title                                         | 감독       | Director         | 국가 | Country |
|-----|------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------|------------------|----|---------|
| 1   | 신 에반게리온 극장판:II                     | EVANGELION:3.0+1.01 THRICE UPON A TIME                | 안노 히데아키  | ANNO Hideaki     | 일본 | Japan   |
| 2   | 명탐정 코난: 비색의 탄환                     | Detective Conan: The Scarlet Bullet                   | 나가오카 치카  | NAGAOKA Chika    | 일본 | Japan   |
| 3   | 용과 주근깨 공주                          | BELLE                                                 | 호소다 마모루  | HOSODA Mamoru    | 일본 | Japan   |
| 4   | 아라시 애니버서리 투어 5x20 필름 ‘레코드 오브 메모리즈’ | ARASHI Anniversary Tour 5x20 FILM: Record of Memories | 츠츠미 유키히코 | TSUSUMI Yukihiko | 일본 | Japan   |
| 5   | 도쿄 리벤저스                            | Tokyo Revengers                                       | 하나부사 츠토무 | HANABUSA Tsutomu | 일본 | Japan   |
| 6   | 바람의 검심 최종장: 더 파이널                  | Rurouni Kenshin: The Final                            | 오오토모 케이시 | OTOMO Keishi     | 일본 | Japan   |
| 7   | 신해석 삼국지                            | The Untold Tale of the Three Kingdoms                 | 후쿠다 유이치  | FUKUDA Yuichi    | 일본 | Japan   |
| 8   | 꽃다발 같은 사랑을 했다                      | We Made a Beautiful Bouquet                           | 도이 노부히로  | DOI Nobuhiro     | 일본 | Japan   |
| 9   | 메스커레이드 나이트                         | MASQUERADE NIGHT                                      | 스즈키 마사유키 | SUZUKI Masayuki  | 일본 | Japan   |
| 10  | 나의 히어로 아카데미아 더 무비: 월드 히어로즈 미션      | My Hero Academia The Movie 3                          | 니가사키 켄지  | NAGASAKI Kenji   | 일본 | Japan   |

| 장르     | Genre      | Gross(JPY)     | Gross(USD) | Production                                  | Distribution                |
|--------|------------|----------------|------------|---------------------------------------------|-----------------------------|
| 애니메이션  | Animation  | 10,280,000,000 | 78,973,649 | Studio Khara                                | Toho, Toei, Khara           |
| 애니메이션  | Animation  | 7,650,000,000  | 58,769,301 | Shogakukan, Toho, TMS, Yomiuri              | Toho                        |
| 애니메이션  | Animation  | 6,600,000,000  | 50,702,926 | Studio Chizu                                | Toho                        |
| 음악 라이브 | Music Live | 4,550,000,000  | 34,954,290 | Office Crescendo                            | Shochiku                    |
| 액션     | Action     | 4,500,000,000  | 34,570,177 | Fuji Television Network, Warner Bros.       | Warner Bros. Pictures Japan |
| 액션     | Action     | 4,350,000,000  | 33,417,838 | "Rurouni Kenshin: The Final" Film Partners  | Warner Bros. Pictures Japan |
| 코미디    | Comedy     | 4,030,000,000  | 30,959,514 | CREDEUS                                     | Toho                        |
| 드라마    | Drama      | 3,810,000,000  | 29,269,416 | "We Made a Beautiful Bouquet" Film Partners | Tokyo Theatres, Little More |
| 드라마    | Drama      | 3,810,000,000  | 29,269,416 | Fuji Television Network, Toho               | Toho                        |
| 애니메이션  | Animation  | 3,390,000,000  | 26,042,867 | My Hero Academia The Movie Project          | Toho                        |



국제무대에서 바라본 2021년 일본 영화는 <드라이브 마이 카>(2021)와 하마구치 류스케 감독으로 기억되는 한해였을 것이다. 우선 3월에 3개의 단편을 모아 제작한 옴니버스 영화 <우연과 상상>(2021)이 71회 베를린 영화제에서 은곰상을 받았고, 같은 해 7월에는 무라카미 하루키 소설을 영화화한 <드라이브 마이 카>로 74회 칸영화제에서 최우수 각본상, 국제비평가연맹상, 그리고 예큐메니컬상을 받았다. <드라이브 마이 카>는 이후 미국에서도 높은 평가를 받게 되는데, 94회 아카데미 시상식에서 최우수 외국어영화상을 받았으며, 일본 영화 최초로 작품상에 노미네이트되었다. 또, 86회 뉴욕 비평가협회상(NYFCC), 전미 비평가협회상, LA비평가협회상도 받았다. 일본 영화사에서 하나의 작품이 권위 있는 상을 이토록 많이 받은 적은 단 한 번도 없었다. 물론 일본 국내에서도 최고의 권위를 인정받는 영화 전문 잡지 키네마 준보(キネマ旬報) Best 10에서 1위를 차지했고, 그 외 각종 감독상 및 각본상을 수상하는 등 비평가들로부터 압도적으로 높은 평가를 받았다.

그러나 국내 영화 시장 속에서 <드라이브 마이 카>의 존재감은 위에서 언급한 국제적인 위상과 맞지 않았다. 이 영화가 개봉하기 2년 전인 72회 칸영화제 황금종려상 수상작 <기생충>(2019)의 경우 한국 시장에서도 상업적인 성공을 누린 데 반해 <드라이브 마이 카>의 일본 내 흥행 성적표는 그렇지 못했기 때문이다. 일본영화제작자연맹이 발표한 2021년도 흥행 수익을 살펴보면, 일본과 해외 영화를 합친 전체 흥행 순위 10위권 안에 <드라이브 마이 카>는 포함되어 있지 않다. 어디 그뿐인가. 일본 영화로만 범위를 좁혀보아도 상위 30위권 내에는 들어가지도 않았다. 보통 일본에서는 흥행 수익이 10억 엔을 넘어서면 히트작으로 간주한다. 2021년 8월 21일에 개봉한 <드라이브 마이 카>는 2021년 말 기준으로 10억 엔에 한참 미치지 못했고 2022년 2월 중순까지의 수익을 합쳐서야 겨우 5억 엔을 넘었다. (하지만 아카데미 시상식 수상 효과로 로드쇼가 계속 이어지고 있으니 5억 엔은 훨씬 넘을 것으로 보고 있다)

그렇다고 '비즈니스'로서 실패했느냐 하면 그건 아니다. 알려진 바에 따르면 <드라이브 마이 카>의 제작비는 약 1억 엔 수준이었다고 하는데, 아카데미 시상식에 노미네이트된 다른 작품과 비교해 볼 때 이는 파격적이라만치 저예산이라고 볼 수 있기 때문이다. 그리고 이 영화를 저예산으로 제작한 것은 상당히 합리적인 결정이었다고 생각한다. 최근 일본 영화 시장의 트렌드를 아는 사람이라면 애초에 <드라이브 마이 카>가 10억 엔을 벌어들이는 작품이라고 생각하지 않았을 테니까 말이다.

그럼 여기서 '최근 트렌드'란 대체 무엇이나는 질문이 나올 수 있다. 이에 대한 해답은 2021년 흥행 상위권작의 특징을 살펴보면 자연스럽게 나온다.

우선, 다른 아시아권 시장과 비교할 때 애니메이션이 엄청난 티켓 파워를 자랑한다는 점이다. 작년 일본 영화 흥행 순위 TOP 3 작품 모두가 애니메이션이었다. 1위는 102억 8천만 엔을 달성한 안노 히데아키 감독의 <신 에반게리온 극장판>(2021)이었다. 그리고 2위는 변함없는 인기를 자랑하는 룡런 시리즈의 24번째 이야기 <명탐정 코난: 비색의 탄환>(2021)이었고, 3위는 호소다 마모루 감독의 <용과 주근깨 공주>(2021)였다.

여기서 일본영화제작자연맹이 매년 발표하는 흥행 수익 상위권 작품 리스트에 별도의 자체 분류 기준이 존재한다는 사실을 밝혀 둘 필요가 있다. 그 기준은 바로 대히트작 후보작이 몰리는 연말 시즌에 영화가 개봉할 경우 그 작품은 내년도 작품으로 분류된다는 것이다. 이는 아마도 히트작이 되어 엄청난 흥행 물의를 할 작품들이 연말 시즌에 개봉하는 바람에 고작 그 해 며칠 간의 중간 성적으로 평가받는

것을 피하려고 했기 때문일 것이다. 따라서 실제로는 2021년에 개봉한 작품이라 할지라도 해당 리스트에는 포함되지 않을 가능성도 충분히 존재한다.

이러한 논리가 적용된 케이스가 바로 2021년 12월 24일에 개봉한, 한국 출신 박성후 감독의 <극장판 주술회전 0>(2021)이다. 2022년 4월에도 여전히 폭발적인 인기를 구가하고 있는 이 작품의 흥행 수익은 이미 130억 엔을 넘어섰다. 만약 <극장판 주술회전 0>를 2021년도 리스트에 집어넣으면 작년 흥행 수익 1위로 등극하게 되는데 그러면 작년 흥행 상위 4개 작품 모두 국산 애니메이션인 셈이 된다.

게다가 재작년부터 매년 개봉하고 있는 또 다른 애니메이션에도 주목할 필요가 있다. 그것은 바로 2020년 10월에 개봉한 <극장판 귀멸의 칼날: 무한열차편>(2020)이다. 역사적 대히트를 기록한 이 작품은 2021년에도 연이어 60억 엔 이상의 수익을 올렸다. 2020년에 개봉한 이래 거둬들인 총수익은 404억 3천만 엔. 이 '괴물 같은' 수치는 흥행 수익을 먹어 치웠다고 밖에 표현할 길이 없다.

지금까지 애니메이션이 높은 흥행 순위를 독점하다시피 한 데는 해당 애니메이션과 작가가 쌓아 온 인기, 작품의 완성도에 대한 신뢰가 존재한다. 그러나 흥미롭게도 코로나의 대유행이 영향을 끼쳤다는 분석도 있다. 코로나가 팬데믹 국면에 접어들 직후 영화관이 감염의 온상이라는 이미지가 확산되면서 관객 수가 크게 감소했다. 하지만 작년부터 조금씩 관객들이 돌아오기 시작했고 실제로 2021년에는 3번에 걸친 일본 정부의 긴급사태 선언으로 영화관이 문을 닫는 지경에 이르렀지만, 총관객 수는 1억 1,481만 8,000명으로 오히려 2020년 대비 8% 이상 늘어났다. 다만, 늘어난 관객은 대부분 젊은 층으로, 일본 영화 시장의 큰 부분을 차지했던 고령층 관객의 발걸음은 여전히 끊어진 상태다.

그리고 2021년 흥행 수익 상위권을 독점한 일본 애니메이션에는 타겟 관객층이 굉장히 젊다는 공통점이 있었다. 어린이와 젊은 부모층이 주요 관객이었기 때문에 코로나의 영향을 크게 받지 않고 순조롭게 높은 흥행 성적을 낼 수 있었던 것이다.

<극장판 주술회전 0>와 <극장판 귀멸의 칼날: 무한열차편>을 포함한 상위권 애니메이션 모두가 도호(Toho) 배급작이다. 일본 메이저 영화사 가운데서도 오랫동안 지배적 위치를 차지한 도호는 젊은 층을 타겟으로 한 매력적인 콘텐츠의 작품을 다수 가지고 있는데, 바로 이 점이 순풍에 돛 단 격이 되어 코로나 위기로부터 빨리 탈출할 수 있었다. 2022년 2월말 기준 1년 결산 보고서를 보면, 매출이 전년 대비 20% 이상 증가한 2,283억 6,700만 엔, 세후 당기 순이익은 전년 대비 100% 이상 늘어난 295억 6,800만 엔을 기록했다.

이와는 대조적으로 고전을 면치 못하고 있는 곳이 바로 실사판 예술영화를 상영하는 아트하우스계열 극장이다. 이쪽 관객층은 대부분 고령자인 것이 특징인데, 그러다 보니 아직까지 극장을 찾는 관객이 전무한 실정이다. 아트하우스계열 극장의 시조로 불리며 탄탄한 관객 동원력을 자랑하던 도쿄 이와나미 홀이 경영 악화로 2021년 7월 27일 영업 종료를 선언했고, 이에 많은 관객과 업계 관계자들은 적잖은 충격을 받았다. 그간 이와나미 홀 덕분에 상업적 의미의 극장 개봉에 성공한 영화가 적지 않았기에 영화계에서 이와나미 홀은 전설 그 자체였다. 그렇기 때문에 이와나미 홀의 폐업은 앞으로 외국 예술영화를 중심으로 한 수입 및 개봉에 악영향을 끼칠 것이고 지금처럼 일본에서 다양한 예술영화를 보기 어려워질 것이라는 우려의 목소리도 들린다.



## 야마모토 아키히사 프로듀서와의 인터뷰

### 야마모토 아키히사

1981년 태어남. 효고현 출신. 그의 작품으로는 〈이름없는 새〉(2017), 〈스파이의 아내〉(2020), 넷플릭스 시리즈 〈살색의 감둠 무라니사: 시즌2〉(2021)가 있다.

제94회 아카데미상에서 작품상 등 4개 부문에서 후보로 노미네이트된 〈드라이브 마이 카〉하마구치 류스케 감독과 함께 영화를 제작한 야마모토 아키히사 프로듀서. 시상식을 앞두고 로스앤젤레스에 있는 야마모토 프로듀서에게 온라인으로 이야기를 들었다.

#### Q 현지의 반응은 어떻게니까?

A 이렇게 많은 사람들이 칭찬해주시고 재미있다고 말해 주신 것이 놀랍다. 많은 사람들이 “아름다운 것을 보았다”고 말했고, 나는 하마구치 씨가 뿜어낸 쇼트와 배우의 연기가 영화적인 화합을 이루었다고 생각한다. 3시간의 러닝타임을 전혀 느끼지 못할 정도로 세계관에 잠길 수 있었다. 아마도 영화 안에 보편적인 이야기가 있기 때문일 것이다.

무라카미 하루키 씨의 원작의 뿌리에는 상실과 재생이 있다. 그것을 영화에서도 느꼈다고 생각한다. 그리고 그 과정에서 상대방의 말, 진심으로 목소리를 들으려면 먼저 자신의 마음을 들여다보고, 자신의 목소리를 들을 수밖에 없다는 단순한 진실에 공명하고 공감했다고 느꼈다. 자막이라는 핸디캡은 전혀 없는 것 같았다.

#### Q 코로나19의 상황이나, 아카데미상을 둘러싼 변화의 영향은 있었습니까?

A 코로나19가 사람들 사이의 모종의 분단을 가져왔다고 생각한다. 미국 사회도 다양한 분단을 가지고 있고, 전세계적으로 환경에 대한 생각이나 전쟁의 형태로 많은 분단이 나타나고 있다고 생각한다. 외부로부터의 큰 힘에 의해 분리되어 버린 관계의 회복을 모두가 바라고 있을 것이다.

아카데미상에서 봉준호 감독의 〈기생충〉과 클로에 자오 감독의 〈노마드랜드〉가 연속으로 최우수 작품상을 수상하며 오스카 역사와 미국 영화사를 갱신하며 길을 열었다. 아카데미상이 가지 개혁에 힘쓰고 있다는 그 자체로 의의가 있다고 생각하고, 그 움직임에 〈드라이브 마이 카〉가 더해진 것은 아닌지 궁금하다.

#### Q 하마구치 감독과 〈아사코〉(2018)부터 함께 일하고 있다. 또한 칸 국제 영화제 경쟁부문에도 출품되었다.

A 2012년경, 나의 스승이자, 소속되어 있던 C&I엔터테인먼트의 사장이기도 한 쿠보타 오사무 프로듀서에게 ‘동세대의 감독을 찾아라’라는 조언을 받고, 작품을 많이 보았다. 그 중 하마구치 씨의 영화

를 보고 이 사람에게 이야기를 듣고 싶다고 생각한 것이 계기였다. 도쿄예대 대학원 수료 작품의 〈열정〉이나 동일본 대지진의 다큐멘터리 〈The Sound of Waves〉때문일까, 함께 하고 싶다고 이야기했다.

나는, 〈드라이브 마이 카〉는 아니었지만, 무라카미 하루키 씨의 작품을 영상화하자고 제안하고 있었다. 그 때는 무라카미 작품을 영화화 하려면 ‘대발명’이 필요했기 때문에, 나는 잠들어있었다. 내가 고민하고 있을 때, 하마구치 감독으로부터 나온 것이 〈아사코〉였다. 하마구치 감독의 영화를 보고, 이 사람은 장르에 얽매이지 않고 무엇이든 할 수 있다고 생각했다. 프로듀서로서는 전략적으로 대중성을 얻기 쉽기 때문에, 로맨스 영화를 처음으로 만드는 것이 좋겠다고 생각했다.

#### Q 왜 무라카미 하루키의 소설이 적합하다고 생각했을까?

A 두 사람의 창작 자세에 공통점이 있다고 느꼈다. ‘이야기하는 능숙함’이라고 할까? 하마구치 씨에게는 영화의 신비로움을 지닌 이미지를 표현하는 기술이 탁월하다. 무라카미 씨의 경우는, 그것이 문장이라고 생각한다. 예를 들어 하마구치 씨의 〈열정〉에서는 연애를 축으로 사람들이 교차하는 가운데, 개인의 상태를 그리고 있었다. 무라카미 씨도 사랑에 집중하면서 개인을 그린다는 점에서 공통점이 있다고 생각한다.

#### Q 〈드라이브 마이 카〉는 3시간의 장척 대화극인데다 코로나19까지, 제작에 어려움을 겪었을 것 같다.

A 힘들었다! 처음에는 〈아사코〉로 칸의 문을 두드린 전도유망한 신예 감독 하마구치 씨와 세계적 베스트셀러 작가 무라카미 씨의 조합에, 주연의 니시지마 히데토시 씨도 정해져 있었기 때문에 관심을 거라고 생각했다. 러닝타임이 3시간이 될 줄은 예상하지 못했다. 그는 다소 자신만만했고, 투자자에게 플롯의 매력에 대해 이야기했다. 그런데 첫 회사에서 거절당하자 나는 정말 초조했다. “그럴 수가 있구나” 하고. 무라카미 씨의 소설의 영화화 이야기를 한 것이 2012년, 구체적으로 된 것은 2018년이었기 때문에, 촬영 시작까지 2년 가까이 걸렸다.

촬영은 2020년 3~4월에 끝낼 계획이었다. 처음에는 한국을 배경으로 하고 80% 정도 한국에서 촬영하기로 되어 있었지만, 코로나로 갈 수 없게 되어 도쿄 편을 다 찍고 일단 중지되었다. 봄과 여름을 넘어 기다렸지만, 코로나의 종식이 전혀 보이지 않았다. 설정을 히로시마로 바꾸어 10월 말에 간신히 재개했다. 그동안 가후쿠가 아내

작년, 상위권을 점령한 애니메이션 영화를 제외하고 가장 많은 흥행 수익을 기록한 것은 〈아라시 애니버서리 투어 5x20 필름 ‘레코드 오브 메모리즈’〉(2021)였다. 그러나 이도 역시 일반적인 극장 영화라고는 할 수 없다. 이 작품은 폭발적인 인기를 자랑하는 남성 아이돌 그룹 ‘아라시(嵐)’의 콘서트 활동을 기록한 것이기 때문이다. 2020년 12월 31일, 그룹 아라시가 활동 중지를 선언했고 그 팬들이 2021년 개봉한 이 영화를 보기 위해 극장으로 몰려들었다. 이 작품 역시 앞서 언급한 애니메이션 히트작과 마찬가지로 타겟이 고령자가 아니었다. 아라시의 영화가 45억 5천만 엔이라는 흥행 수익을 기록했을 때, 동일하게 쇼치쿠(Shochiku)가 배급하고 고령자층을 타겟으로 제작된 야마다 요지 감독의 신작 〈키네마의 신〉(2021)이 거둔 흥행 수익은 5억 엔을 넘어서는 선에서 그쳤다.

일반 극장 영화로써 최고의 수익을 낸 작품은 45억 엔을 기록한 〈도쿄 리벤저스〉(2021)였다. 이 작품의 배급사인 워너 브라더스 역시 디즈니나 소니와 마찬가지로 할리우드에서 제작한 대형 히트작은 없었으나, 일본 현지에서 제작한 작품을 상당수 가지고 있었던 점이 빛을 발했는데, 이는 2021년도 워너 브라더스 배급작 가운데 흥행 상위 다섯 작품 모두가 일본 영화라는 점만 봐도 충분히 알 수 있다.

사실 지난 한 해 동안 일본에서 개봉한 전체 영화 흥행 수익 중 일본 영화가 차지하는 비율은 무려 79.3%나 된다. 이 경이로운 수치는 일본 애니메이션의 성공과 코로나 여파로 인한 대형 할리우드 작품의 부재와 맞물려 이루어진 결과물이다. 2021년은 일본 영화계가 〈드라이브 마이 카〉를 통해 세계의 주목을 받았다. 그러나 이렇게 국제무대 위에서 빛나는 일본 영화도 국내 시장에서 강세를 보이는 일본 영화도 둘 다 일본 영화이면서 서로 다른 세상 속에 있는 것 같다는 느낌을 지울 수 없다.



### 테루오카 소조

아시아영화 전문가로서 도쿄 도립대학, 이케부쿠로 대학의 교수 및 도쿄국제영화제의 아시아영화 수석프로그램 매니저 등의 경력을 갖고 있다. 홍콩영화제, 금마장 등 유수의 국제영화제에서 프로그래머로 활동해왔으며 『키네마준보』와 『피아』 등에 글을 기고하고 있다. 현재 오사카아시아영화제의 프로그램 디렉터이다.



## Japanese Film Market Trend in 2021

를 잃고 연극제에 참가하기까지 시간이 걸린 각본대로, 오랜 기간이 있었다. 하마구치 씨에게는 결과적으로는 좋았다고 생각한다.

### Q 하지만 프로듀서로서는 정신이 없죠.

A 정말 안달이 났었다. 당연하지만, 찍지 않으면 영화는 끝나지 않으니까. 그 시간 동안 저는 식은 땀을 흘리면서 여러 가지 문제를 해결하기 위해 열심히 일하고 있었다. 나중에 하마구치 씨가 “문제가 있었어야 했는데, 어느새 해결되었고, 정말 문제였나 싶을 정도였습니다”라고. “아니, 엄청 힘들었어”라고 맞받아쳤다. 영화는 언제나 힘들지만 정말 난산이었다.

### Q 길이에 관해서는 문제 없었습니까.

A 최초의 감독 러쉬는 3시간 20분이었다. 그 전에 하마구치 씨는 전화로 “어제 밤까지 작업하고, 그 후에도 잠을 잘 수 없었습니다만, 3시간 20분이 되어 버렸다”라고 고백했다. 현장에서는 2시간 40분을 넘는데 어떻게 해야 할 지에 대해 이야기하고 있었는데, 설마 거기로부터 40분이 더 쌓일 줄은. “그럴 수 있어요?”라며 놀랐다. 다른 제작자나 투자자와 얼굴을 마주할 수 없다는 초조함은 하마구치 씨에게도 전해진 것 같다.

그때부터 Bitters End의 프로듀서인 사다이 유지와 쿠보타 씨에게 이것을 최고에 가까운 형태로, 그리고 현재 상황에 가까운 형태로 보달라고 부탁했다. “이것은 흥행작이 될 수 없다”는 말을 들었을 때 하마구치 씨에게 어떻게 해야 할지 화가 났다. 예를 들어 훗카이도 편의 대부분을 자른다면. 지금은 그런 일이 있을 수 없지만, 사다이 씨가 “자를 필요 없어요”라고 말해 주었고 나는 구원받았다.

### Q 고생해서 완성된 작품을 보고 어떤 생각이 들었습니까? 21년 7월의 칸 국제영화제에 출품되어 각본상을 수상했는데.

A 굉장히 신기한 영화를 만들었구나, 새로운 영화 체험을 했구나, 하는 생각이었다. 받아들이기는 어려울지도 모르지만, 인정받을 수 있다고 생각했다. 영화를 본 사람들에게 깊이 박히면, 그것만으로도 만든 가치가 있다고.

칸에서 다시 선택해주어 기뻐지만, 나는 개인적으로 하마구치 씨가 감독상을 받았으면 했다. 하지만 이 때의 감독상은 <아네트>의 레오 카락스 감독으로, 이것은 어쩔 수 없다고 납득했다.

### Q 21년 8월에 공개되지만, 흥행도 처음에는 순조로웠다고 할 순 없었다. 연말 미국에서의 수상 러시가 폭발적인 히트로 이어졌다.

A 칸의 각본상으로 화제가 됐지만, 코로나로 인해 영화관 객석이 절반으로 제한되고, 규모로 인해 하루에 3번 밖에 상영하지 못하는 등 개봉 초반에는 정말 힘들고 아쉬웠다.

흥행에의 영향은, 아카데미상의 후보 발표가 컸다고 생각한다. 미국에서도 영국에서도, 이 정도의 평가는 상상하고 있지 않았기 때문에 해냈다는 느낌은 있었지만, 그것이 흥행으로 이어져서 눈물이

날 정도로 기뻐다. 상보다도 상영관 수가 늘어난 것에 굉장한 기쁨을 느꼈다. 사람들이 영화를 봐주는 것이 내가 일을 계속해 가는데도 중요하다 생각하기 때문에.

### Q <드라이브 마이 카>의 성공이 일본 영화의 작품적, 흥행적인 다양화로 이어지면 좋겠다.

A 그렇게 되었으면 좋겠다. <드라이브 마이 카>를 계기로 하마구치 씨를 몰랐던 사람들이 이런 영화도 재미있다고 생각해주셨으면 좋겠다. 나 또한 보다 매력적인 작품을 전달하고 싶다. 메이저 시장에서도 다양성을 이끌어냈으면. 일본 영화계는 내수에 의지하는 시장 인지라 정체되는 면이 있다. 갈라파고스화 되는 부분이 앞으로는 사라지면 좋겠다고 생각한다.

### Q 일본 영화의 해외 전개도 업계의 큰 과제이다.

A 나는 이전부터 프랑스와 한국의 감독과 이야기를 나누었다. 앞으로는 여러 방면으로 조합하기 쉬워졌다는 생각이 든다. 업계 전체에서 외부의 사고방식을 도입해야 한다고 생각한다. 작가, 감독, 창작에 힘을 실어주는 기술 스태프가 점점 더 교류해야 한다고 생각한다. 일본에서는 이야기하는 방식이 내향적이다. 일본 밖의 많은 사람들은 국제적으로 어필할 수 있는 이야기를 만드는 방법에 대해 생각하고 있다. 예를 들어 한국 영화의 인기는 자국뿐만 아니라 국외로도 나가려는 동기에서 비롯된다. 지향성 그 자체가 일본과는 크게 다르다고 생각한다.

그 점에서 하마구치 씨는 국내의 수요에 얽매이지 않았다. 그에게는 자연스러운 일이지만, 재미있는 영화란 무엇인가라는 명제의 출발점, 즉 창작의 기반이 국제적이라고 생각한다. 하마구치 씨 뿐만 아니라, 새로운 세대가 탄생하고 있다는 느낌이 든다. 미야케 쇼 감독, 후카다 고지 감독 등 같은 감독처럼 영화를 통해 얻은 것의 기원을 되짚어보는 생각하는 세대가 있고, 그 생각도 점점 깊어지고 있다는 인상을 받는다.

### Q 곧 시상식인데, <드라이브 마이 카>의 작품상 수상은 가능할까?

A 전혀 상상하지 않았기 때문에 정말 모르겠다.

출처: 프로듀서가 밝히는 <드라이브 마이 카> 탄생 비화 | 카츠타 토모미 | 히토 시네마 | [https://hitocinema.mainichi.jp/article/naldhch\\_7](https://hitocinema.mainichi.jp/article/naldhch_7)

From an international perspective, director Ryusuke Hamaguchi and his *Drive My Car* (2021) would be considered representatives of Japanese film. In March, the director won the Silver Bear at the 71st Berlinale with *Wheel of Fortune and Fantasy* (2021), an omnibus film with three short films. In July, he won the Best Screenplay Prize, FIPRESCI Prize and Prize of the Ecumenical Jury at the 74th Cannes Film Festival with *Drive My Car*, a film adaptation of Haruki Murakami's novel. After the Cannes, the film was praised in the United States, winning the Best International Feature at the 94th Academy Awards. It was the first Japanese film to be nominated for best picture. In addition, it also won the 86th New York Film Critics Circle Award (NYFCC), the National Society of Film Critics Awards, and the Los Angeles Film Critics Association Award. Never before in the history of Japanese cinema that a single film won that many prestigious awards. Of course, the film won the first place in the top ten list of *Kinema Junpo* (キネマ旬報), a film magazine with the highest authority in Japan and received overwhelmingly favorable evaluations from critics, winning various awards for directing and screenplay.

Yet, the status of *Drive My Car* in the Japanese domestic film market did not match its international appreciation. *Parasite* (2019), which won the Palme d'Or at the 72nd Cannes Film Festival two years before *Drive My Car*, enjoyed commercial success in the Korean market as well. Yet, *Drive My Car* did not have a good record at the Japanese box office. According to the box office revenue for 2021, released by the Japan Film Makers Association, *Drive My Car* is not in the top 10 box office films for both Japanese and international films. Moreover, it did not even make the top 30 list for Japanese films. In Japan, a film is considered a hit when the box office revenue exceeds 1 billion yen. Released on August 21, 2021, *Drive My Car* was far short of 1 billion yen as of the end of the year. With profits by mid-February 2022 combined, the revenue only exceeded 500 million yen. (However, the film is continuing its screenings thanks to the Academy Awards. Thus, the total revenue is expected to exceed 500 million yen.)

This is not to say that *Drive My Car* has failed as a 'business.' It is said that the production cost of *Drive My Car* was about 100 million yen, which can be considered as a shockingly low budget compared to other films nominated for the Academy Awards. And I think it was a fairly reasonable decision to produce the film on a low budget. For those who understand the trend of the Japanese film market in recent years, *Drive My Car* could not be considered a film to earn more than 1 billion yen in the first place.

Then, one might ask what exactly is the 'recent trend.' The answer to this question comes naturally if one looks at the characteristics of the top box office films in 2021.

First of all, compared to other Asian markets, anime films garner a tremendous number of audiences in Japan. The top 3 box office hits in 2021 were all anime films. The highest-grossing film was Hideaki Anno's *Evangelion: 3.0+1.0 Thrice Upon a Time* (2021), which earned 10.28 billion yen. The second was *Detective Conan: The Scarlet Bullet* (2021), the 24th installment of a long-running popular series. The third was Mamoru Hosoda's *Belle: The Dragon and the Freckled Princess* (2021).



One thing to note here is that there are separate criteria for the list of top-grossing films announced by the Japan Producers Federation each year. If there are films released during the year-end season with a number of blockbusters, their release dates are classified as dates in the next year. This is probably because the federation wanted to avoid evaluating films released during the year-end season based on the performance of a short period while they might make big hits at the box office. Therefore, there is a sufficient possibility that certain films were not included in the list of films released in 2021 although they were released in the same year.

One example is *Jujutsu Kaisen: Zero* (2021), which was an anime film directed by PARK Seong-hu, a director from Korea. As of April 2022, this anime film is maintaining its popularity and earned more than 13 billion yen in box office revenue. If it is included in the list of films released in 2021, it becomes the top-grossing film of the year. It will then make all of the top four films of 2021 domestic anime films.

In addition, there is another anime film that has been in theaters since 2020. *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba the Movie – Mugen Train* was originally released in October 2020. While it made a historic hit in 2020, it kept generating more than 6 billion yen revenue throughout 2021. The total revenue it has earned since its release in 2020 is 40.43 billion yen. Such a ‘monstrous’ revenue can be described only as eating box office profits away.

Anime films have almost dominated the list of top box office films thanks to the accumulated popularity of each anime and its author as well as trust in the quality of the work. Interestingly, however, some people analyze that the COVID-19 pandemic has had an impact. Immediately after COVID-19 was recognized as a pandemic, the public image of theaters became a hotbed of infection, causing a dramatic decrease in the number of audiences. However, theaters started seeing audiences gradually coming back in 2021. Although the Japanese government declared a state of emergency three times, causing theaters to remain closed, the total number of audiences increased 8% and reached 114,818,000. Yet, most of the additional audiences were young generations. The elderly audiences who took up a large part of the Japanese film market are still not coming back to theaters.

In addition, Japanese anime films that dominated the box office in 2021 had one thing in common: their target audience was very young. Since their main audiences were children and young parents, the films could detour the impact of COVID-19 and generate high revenue without problems.

All of the top-grossing anime films, including *Jujutsu Kaisen: Zero* and *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba the Movie – Mugen Train*, were distributed by Toho. Toho has long been maintaining its dominant position among major Japanese film studios. It has a number of films with attractive content targeting young audiences. This greatly helped the company to overcome the difficulties caused by COVID-19. According to the annual financial statement published at the end of February 2022, sales increased by more than 20% com-

pared to the previous year to 228.3 billion yen. Net profit after tax recorded 29.568 billion yen, an increase of more than 100% compared to the previous year.

In contrast, the art house theaters are still struggling to screen live-action art films. The audience base of art house theaters is mostly the elderly. As a result, no one is returning to art house theaters yet. On July 27, 2021, the Iwanami Hall in Tokyo announced its closure due to difficulties in operating the business. Previously, it had been considered the first art house theater and attracted a large number of audiences. Thus, its closure caused a lot of shock to many audiences and industry professionals. For a number of years, many films could achieve commercial success with the help of the Iwanami Hall. Thus, the theater had been considered a living legend in the film industry. There are concerns regarding the closure of the theater since it would affect the import and release of international art films in the coming years, making it more difficult to watch diverse art films in Japan.

In 2021, the highest-grossing film except anime films was *ARASHI Anniversary Tour 5x20 FILM Record of Memories* (2021). However, this too cannot be considered a typical film to be released in theaters. The film is a documentary depicting concerts of a largely popular male idol group ‘ARASHI’. The group announced its hiatus on the last day of 2020. In 2021, fans flocked to theaters to watch the film. Similar to the anime film hits mentioned above, the film did not target elderly audiences. While the film made a box office revenue of 4.55 billion yen, there was another film that barely earned 0.5 billion yen. It was *The God of Cinema* (2021), directed by Yoji Yamada. The film targeted the elderly audiences and was distributed by Shochiku, which also distributed the ARASHI documentary.

Among the regular theatrical releases, the highest-grossing film was *Tokyo Revengers* (2021) with 4.5 billion yen revenue. The film was distributed by Warner Bros., which did not release Hollywood blockbusters like Disney and Sony. However, the fact that it had a catalog of films produced in Japan gave strength to its business. All of its top five high-grossing films in 2021 were Japanese.

In fact, Japanese films accounted for a whopping 79.3% of the total box office revenue in 2021. Such an incredible figure is a result of the success of Japanese anime films combined with the absence of large-scale Hollywood films in the aftermath of COVID-19. In 2021, the Japanese film industry garnered global attention with *Drive My Car*. However, there were different strands of Japanese films that respectively played well in the international scene and the domestic market. All of them were Japanese films, but they seemed to live in different worlds.



## Interview with YAMAMOTO Teruhisa

### YAMAMOTO Teruhisa

Born in 1981. Born in Hyogo prefecture. His productions include the movie *Birds Without Names* (2017), *Wife of a Spy* (2020), and the Netflix series *The Naked Director Season 2* (2021).

*Drive My Car* was nominated in four categories including the Best Picture at the 94th Academy Awards. Producer YAMAMOTO Teruhisa made the movie with director HAMAGUCHI Ryusuke. We talked online with producer Yamamoto, who was in Los Angeles before the award ceremony.

#### Q How is the local reaction?

A I'm surprised that so many people praised me and said it was interesting. Many people say, "I saw something beautiful," and I think that the shots that Mr. Hamaguchi spun and the acting of the actors created a cinematic harmony. I was able to immerse myself in the world view so much that I didn't feel the length of 3 hours at all. Probably because there is a universal story there.

At the root of MURAKAMI Haruki's original work is loss and rebirth. I think you felt that in the movie. And in the process, in order to hear the other person's words and heartfelt voice, I feel that he resonated and sympathized with the simple truth that he had to first look into his own heart and listen to his own voice. There didn't seem to be any handicap called subtitles.

#### Q Did you have any influence on the situation of COVID-19 and the changes surrounding the Academy Awards?

A I think the COVID-19 brought some sort of division between people. American society also has various divisions, and I think that many divisions are appearing all over the world in the form of environmental thoughts and wars. Perhaps everyone wants to recover a relationship that has been separated by a great deal of external force.

At the Academy Awards, director BONG Joonho's *Parasite* and director Chloe Zhao's *Nomadland* opened the way by winning consecutive Best Picture Awards, updating Oscar history and American film history. I think it's significant that the Academy Awards are working to reform values in itself,

and I wonder if *Drive My Car* was added to the movement.

#### Q You have been working with Director Hamaguchi since *Asako I&II* (2018). It was exhibited in the competition of the Cannes International Film Festival.

A Around 2012, I saw a lot of works after receiving advice from my master and producer Osamu Kubota, who was also the boss of C&I Entertainment, to 'find a director of the same generation'. One of the reasons was that I saw Mr. Hamaguchi's movie and wanted to talk to this person. Was it around the time of *Passion*, a completed work of Tokyo University of the Arts, and *The Sound of Waves*, a documentary of the Great East Japan Earthquake I talked about wanting to do it together.

I wasn't *Drive My Car*, but I was proposing to visualize MURAKAMI Haruki's work. At that time, I was asleep because I needed a 'big invention' to make Murakami's work into a movie. When I was discussing ideas, Mr. Hamaguchi came up with *Asako I & II*. When I saw Mr. Hamaguchi's movie, I thought that this person could do anything regardless of genre. As a producer, it's easy to have a strategic popularity, so I think I'd like to make a romance movie first.

#### Q Why did you think that MURAKAMI Haruki's novel would suit you?

A I felt that the two people's creative attitudes had something in common. Is it 'skillfulness to tell'? Mr. Hamaguchi excels in the technique of expressing with images, which has the mystery of movies. In the case of Mr. Murakami, I think that is the text. For example, in Mr. Hamaguchi's *Passion*, he drew the state of the individual as people crossed around love. I think Mr. Murakami also has something in common in that he draws individuals while focusing on love.

#### Q *Drive My Car* was a three-hour long conversation drama, and in addition, COVID-19, you might have



### TERUOKA Sozo

He 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, Hong Kong Film Festival, Taipei Golden Horse Film Festival and others. As the film critic, he is writing for the Kinema Junpo, PIA and others. He is currently a programming director of Osaka Asian Film Festival.



**had a hard time making it.**

**A** It was hard! At first, I thought it would be good because NISHIJIMA Hidetoshi, who starred in the combination of Mr. Hamaguchi, up-and-coming director who knocked on Cannes' door with *Asako I&II* and Mr. Murakami, the world's best-selling author, was decided. I didn't expect the scale to be 3 hours. He was rather confident and talked about the appeal of plots at the investee. However, the first company refused, and I was really impatient. It's like "There is such a thing". It took almost two years to start shooting because it was 2012 when I talked about making Murakami's novel into a movie, and it was 2018 when it became concrete.

The shooting was planned to be completed in March ~ April 2020. Initially, it was set in South Korea, and it was supposed to be shot in South Korea by 80%, but it became impossible to go in COVID-19, and it will be canceled once the Tokyo edition has been shot. I waited for spring and summer, but I can't see the end of COVID-19 at all. I changed the setting to Hiroshima and finally resumed at the end of October. In the meantime, there was a long period of time, as the script had passed since Iefuku lost his wife to attend the theater festival. For Mr. Hamaguchi, I think it was good as a result.

**Q But as a producer, I don't feel like it.**

**A** I was really nervous. Obviously, the movie won't end until you finish shooting. During that time, I was working hard to solve various problems while sweating cold. Later, Mr. Hamaguchi said, "I should have had a problem, but it was solved before I knew it, and I wondered if it was really a problem." "No, it was really hard," I replied. Films are always hard, but it was really difficult.

**Q Is there any problem with the length?**

**A** The first director rush was 3 hours and 20 minutes. Before that, Mr. Hamaguchi called and confessed, "I worked until yesterday night and couldn't sleep after that, but it's been 3 hours and 20 minutes." At the scene, I was talking about what to do because it would take more than 2 hours and 40 minutes, but I don't think it will be 40 minutes more than that. You were surprised, "Is that possible?" I think Mr. Hamaguchi was also impatient that he couldn't face other producers and investors.

From there, I asked SADAI Yuji, the producer of Bitters End, the production secretary, and Mr. Kubota to see this in a form that is close to the best and the current situation. I was angry with Mr. Hamaguchi about what to do when I was told, "This is not going to be a box office." For example,

cutting most of the Hokkaido edition. That's not possible now. Mr. Sadai said, "You don't have to cut it," and I was saved.

**Q What did you think of the hard-working work? It was exhibited at the Cannes International Film Festival in July 2009 and won the Screenplay Award.**

**A** I felt like I made a very strange movie and had a new movie experience. It may be difficult to accept it, but I thought it would be appreciated. If the people who saw it are stabbed deeply and deeply, I thought I could make it by itself.

I was happy that I was selected again for Cannes, but I personally wanted Mr. Hamaguchi to win the director's award. However, the director's award at this time was director Leos CARAX of *Annette*, and I was convinced that this was unavoidable.

**Q It will be released in August 2021, but the box office was not going well at first. That's what the award-winning rush in the US at the end of the year leads to an explosive hit.**

**A** Although it became a hot topic at the Cannes Screenplay Award, I am sorry that it was really tight at the beginning of the release, as the audience seats in the movie theater were limited to half in COVID-19 and it could only be screened three times a day due to the scale.

I think the announcement of the Academy Award candidates had a big impact on the box office. In both the United States and the United Kingdom, I had never imagined such an evaluation, so I had the feeling that I did it, but I was so happy that it led to the box office. I was extremely pleased that the number of pavilions increased more than the award. I think it's important for people to watch the movie and continue to work.

**Q I hope that the success of *Drive My Car* will lead to the diversification of Japanese films in terms of work and entertainment.**

**A** I want that to happen. I would be very happy if people who didn't know Mr. Hamaguchi thought that such a movie would be interesting because of "Drive My Car". I also want to deliver more attractive works. I would like you to bring in diversity even in the major scene. The Japanese movie industry is a market that relies on domestic demand, and has some aspects of stagnation. I hope that the part that has become galapagos will collapse in the future.

**Q Overseas expansion of Japanese movies is also a major issue for the industry.**

**A** I myself have been talking to French and Korean directors for a long time. I feel that it has become easier to assemble in the future. I think the industry as a whole should adopt outside thinking. I think the scriptwriters, directors, and technical staff who support the creativity should interact more and more.

In Japan, the way the story is told is inward. Many people outside Japan are thinking about how to create a story that appeals internationally. For example, the popularity of Korean movies is driven by the motivation to make them not only in their own country but also outside. I think that the orientation itself is very different from Japan.

In that respect, Mr. Hamaguchi is not bound by domestic demand. He himself is not so conscious, and although it seems natural to him, I think that the starting point of the proposition of what an interesting movie is, the foundation of creation is international. I feel that not only Mr. Hamaguchi but also a new generation is being born. I have the impression that there are generations, such as directors such as MIYAKE Sho and FUKADA Koji, who think back to the origins of what they have gained through movies, and that idea is deepening.

**Q The award ceremony is coming up soon. Is there an award for *Drive My Car*?**

**A** I didn't imagine it at all, so I really don't know.

Source: The Secret Story Behind the Birth of *Drive My Car* revealed by the producer | KATSUTA Tomomi | Hitocinema | [https://hitocinema.mainichi.jp/article/naldhch\\_7](https://hitocinema.mainichi.jp/article/naldhch_7)



태국 THAILAND





Figures of Top 10 Films in Thailand Box Office

출처: Donsaron KOVITVANITCHA

| No. | 작품명             | English Title                             | 감독                  | Director                       | 국가             | Country                    |
|-----|-----------------|-------------------------------------------|---------------------|--------------------------------|----------------|----------------------------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈   | Spider-Man: No Way Home                   | 존 왓츠                | Jon WATTS                      | 미국             | USA                        |
| 2   | 고질라 VS. 콩       | Godzilla vs. Kong                         | 애덤 윈가드              | Adam WINGARD                   | 미국             | USA                        |
| 3   | 이터널스            | Eternals                                  | 클로이 자오              | Chloe ZHAO                     | 미국             | USA                        |
| 4   | 4 Kings         | 4 Kings                                   | 푸티퐁 낙통              | Puttipong NAKTHONG             | 태국             | Thailand                   |
| 5   | 랑종              | The Medium                                | 반종 피산다나쿤            | Banjong PISANTHANAKUN          | 태국, 한국         | Thailand, Korea            |
| 6   | 상치와 텐 링즈의 전설    | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings | 디스틴 크리튼             | Destin Daniel CRETTON          | 미국             | USA                        |
| 7   | 라야와 마지막 드래곤     | Raya and the Last Dragon                  | 돈 홀, 까를로스 로페즈 에스트라다 | Don HALL, Carlos Lopez ESTRADA | 미국             | USA                        |
| 8   | 베놈2: 헛 데어 비 카니지 | Venom: Let There Be Carnage               | 앤디 서키스              | Andy SERKIS                    | 미국             | USA                        |
| 9   | 분노의 질주: 더 얼티메이트 | Fast & Furious 9 the Fast Saga            | 저스틴 린               | Justin LIN                     | 미국             | USA                        |
| 10  | 몬스터 헌터          | Monster Hunter                            | 폴 W. S. 앤더슨         | Paul W. S. ANDERSON            | 중국, 독일, 미국, 일본 | China, Germany, USA, Japan |

| 장르       | Genre             | Gross(THB)  | Gross(USD) | Production                                                         | Distribution                        |
|----------|-------------------|-------------|------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 액션       | Action            | 232,290,000 | 6,738,708  | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                 | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션       | Action            | 177,850,000 | 5,159,409  | Legendary Entertainment, Warner Bros.                              | Warner Bros. Pictures               |
| 액션       | Action            | 75,400,000  | 2,187,346  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 드라마, 액션  | Drama, Action     | 68,850,000  | 1,997,331  | Neramitnung Film                                                   | M Pictures, Neramitnung Film        |
| 호러       | Horror            | 54,040,000  | 1,567,695  | Northan Cross Corp, GDH 559                                        | GDH                                 |
| 액션       | Action            | 44,740,000  | 1,297,903  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 애니메이션    | Animation         | 44,000,000  | 1,276,435  | Walt Disney Studios                                                | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션       | Action            | 43,970,000  | 1,275,565  | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션       | Action            | 41,040,000  | 1,190,566  | Universal Pictures                                                 | Universal Pictures                  |
| 액션, 어드벤처 | Action, Adventure | 24,890,000  | 722,056    | Constantin Film, Impact Pictures, Tencent Pictures, Toho Company   | Sony Pictures Entertainment         |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                                           | English Title                                | 감독                         | Director                                                   | 국가     | Country         |
|-----|-----------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------|--------|-----------------|
| 1   | 4 Kings                                       | 4 Kings                                      | 푸티퐁 낙통                     | Puttipong NAKTHONG                                         | 태국     | Thailand        |
| 2   | 랑종                                            | The Medium                                   | 반종 피산다나쿤                   | Banjong PISANTHANAKUN                                      | 태국, 한국 | Thailand, Korea |
| 3   | Hor Taew Tak: The Fierce Escape from Covid-19 | Oh My Ghost! The Fierce Escape from Covid-19 | 포이 아논                      | Poj ARNON                                                  | 태국     | Thailand        |
| 4   | Som Pla Noi                                   | Som Pla Noi                                  | 페치타이 웡캄라오, 보 르디콘 로하칼라      | Petchtai WONGKAMLAO, Bordeekorn LOHACHALA                  | 태국     | Thailand        |
| 5   | 투게더: 더 무비                                     | 2gether: The Movie                           | 차이야호원혼 노파르닛, 관위, 위라чит 통질라 | Nopparnach CHAIWIMOL, Kanittha KWANYU, Weerachit THONGJILA | 태국     | Thailand        |
| 6   | Haunted Tales                                 | Haunted Tales                                | 수파콘 리안수안                   | Supakorn RIANSUWAN                                         | 태국     | Thailand        |
| 7   | Get Him Girl!                                 | Get Him Girl!                                | 아나왓 프롬채, 아루나 콘 픽           | Anawat PHROMCHAE, Aroonakorn PICK                          | 태국     | Thailand        |
| 8   | My Boss is a Serial Killer                    | My Boss is a Serial Killer                   | 퓨와닛 폴디, 손팻 프라 카란트          | Phuwanit PHOLDEE, Sornpat PRAKARANANT                      | 태국     | Thailand        |
| 9   | God Bless the Trainees Too!                   | God Bless the Trainees Too!                  | 나루보데 위차캄                   | Naruebodee WECHAKAM                                        | 태국     | Thailand        |
| 10  | Go Away Mr. Tumor                             | Go Away Mr. Tumor                            | 숨카이트 비투라니치                 | Somkait VITURANICH                                         | 태국     | Thailand        |

| 장르       | Genre            | Gross(THB) | Gross(USD) | Production                                | Distribution                 |
|----------|------------------|------------|------------|-------------------------------------------|------------------------------|
| 드라마, 액션  | Drama, Action    | 68,850,000 | 1,997,331  | Neramitnung Film                          | M Pictures, Neramitnung Film |
| 호러       | Horror           | 54,040,000 | 1,567,695  | Northan Cross Corp, GDH 559               | GDH                          |
| 코미디      | Comedy           | 10,830,000 | 314,177    | Film Guru                                 | Film Guru, M Pictures        |
| 코미디      | Comedy           | 9,440,000  | 273,853    | -                                         | M 39                         |
| 뮤지컬, 로맨스 | Musical, Romance | 9,020,000  | 261,669    | The One Enterprise, GMM TV, House Story 8 | GMM TV                       |
| 호러       | Horror           | 8,980,000  | 260,509    | Netflix Studios                           | M 39                         |
| 코미디      | Comedy           | 8,600,000  | 249,485    | Kongkiat Production                       | M Pictures                   |
| 코미디, 스릴러 | Comedy, Thriller | 5,290,000  | 153,462    | Tai Major Production Studios              | Tai Major Production Studios |
| 코미디      | Comedy           | 3,050,000  | 88,480     | -                                         | Sahamongkol Film             |
| 드라마, 로맨스 | Drama, Romance   | 2,210,000  | 64,112     | WanDa Productions                         | Benley Film                  |



## 2021년 태국 영화산업 동향

### : 기로에 선 태국 영화의 팬데믹과 미래

2021년 4월 26일, 방콕의 모든 영화관에 폐쇄 명령이 내려졌다. 당시 새로운 집단감염의 근원지로 방콕의 한 나이트클럽이 지명되면서 사회는 공포에 빠졌다. 4월 26일까지 도시를 벗어나는 사람들이 거의 없이 방콕은 매우 조용했다. 1970년대 후반과 1980년대 태국에서 유명했던 <와이 온라원>(혼돈의 시대)의 속편인 태국 가족 코미디 <Couples in Trouble>이 4월 7일 파라곤 씨네플렉스에서 언론시사회를 가졌다. 베테랑 배우 빠이로즈 성와리부트르가 감독, 제작 및 투자한 이 영화의 개봉 첫 며칠의 박스오피스 성적이 66,000 바트(미화 4,480 달러)에 불과하자, 영화사는 문제를 직감하고, 영화관 폐쇄 직전 영화를 철수하기로 하고 개봉일을 조정하기로 했다. 그러나 아직까지도 재개봉하지 못하고 있다. 팬데믹으로 심각한 영향을 받은 일부 태국 영화의 운명이었다.

태국의 거의 모든 영화관이 4월 26일부터 10월 1일까지 폐쇄되면서 태국 역사상 가장 긴 영화관 영업 중단이 되었다. 2021년에 극장에서 개봉된 태국 영화는 19편에 불과했다. 영화관 상영 중단뿐 아니라 영화 제작 자체도 불가능했다. 대형 제작사 GDH 마저 2021년에는 단 한 편, <랑중>만을 개봉했다. 나홍진 감독이 제작하고 반종 피산다나쿤이 감독한 이 영화는 2021년 7월 부천국제판타스틱영화제에서 프리미어 상영하고, 한국 및 다른 지역에서 먼저 개봉했다. 태국에서는 10월 28일 개봉했다. 그러나 당시 이미 불법 복제판이 불법 웹사이트를 통해 시장에 퍼진 상태였다. 그럼에도 불구하고 태국 박스오피스에서 흥행에 성공해 5천 4백 4만 바트를 벌어들였다.

2021년 태국 영화의 가장 큰 성공작이 신생 영화사가 제작한 첫 장편 영화라는 점은 이례적인 성공이었다. 영화 <4 Kings>는 신생 영화사인 네라밋농 필름이 제작하고 여러 영화의 조감독을 맡아온 푸티퐁 낙통 감독의 영화다. 영화가 개봉되기 전까지 이 영화가 흥행할 것이라고 예상한 사람은 아무도 없었다. <4 Kings>는 엠 픽처스가 배급하고 2021년 최고 수입인 6,885만 바트를 벌어들였다. 이 영화의 성공으로 네라밋농 필름은 사업 확장을 결정하고, 사하몽콜 필름의 전 인수 감독인 파누 아리를 총 관리자로 영입했다. 네라밋농 필름은 <Leio>, <Inhuman Kiss The Sequel>, <The 100> 등 대형 제작비를 들여 영화 3편을 제작하기로 발표했다. 네라밋농 필름은 앞으로 다른 장르의 영화도 더 많이 제작할 계획이다.

2021년 태국 영화의 또 다른 이례적인 성공은 아시아 전역에서 히트한 TV 시리즈에 기반한 게이 로맨틱 코미디인 <투게더 더 무비>의 적당한 흥행이다. 여러 국가에 팬 층을 확보하고 있는 메타 '윈' 오파이 암카천과 와치라윙 '브라이트' 치와아리가 주연으로 출연했다. 영화는 태국 영화관 폐쇄로 인해 아스믹 에이스 엔터테인먼트를 통해 2021년 6월 일본에서 먼저 개봉하고 흥행에 성공했다. 태국에서는 2021년 11월에 개봉했으며, 제작사 GMM TV가 자체적으로 개봉했다. 영화는 태국 박스오피스에서 902만 바트를 벌어들였다.

2021년 메이저 씨네플렉스의 자회사가 제작한 작품들은 흥행에 성공하지 못했지만, 당시 박스오피스 상황을 고려하면 나쁜 성적은 아니었다. 엠 픽처스는 2021년 한 작품만을 제작했는데, 태국 북부 지역 관객을 겨냥하여 북부 사투리로 제작된 최초의 태국 상업 영화, <Sompoi The Movie>가 그것이다. 영화는 콩기앗 콤시리, 추키아트 사크위라쿨과 같은 베테랑 영화제작자가 지원하는 태국 북부의 젊은 영화 제작자 그룹, 솜포이 팀(아나왓 프롬재, 아론콘 픽 등)이 감독을 맡았다. 영화는 860만 바트를 벌어들이면서 2021년 10월 영화관 재개관 직후 개봉한 것을 고려하면 나쁘지 않은 박스오피스 성적을 기록했다.

판찰리 니티지라로즈가 상무이사로 있는 M39는 2021년, 3개의 작품을 개봉했다. 베테랑 시트콤 작가 수파콘 리안수완 감독의 호러 영화 <Haunted Tales>는 898만 바트의 흥행 수입을 올렸다. M39는 슈퍼스타 코미디언 펫타이 윙콤라오(멤 조크 목)가 감독하고 <E-San Love Story>(2017)의 속편인 <Som Pla Noi>로 944만 바트를 벌었다. 또한 2020년 개봉한 로맨틱 드라마 영화 <Von>의 감독 컷을 공개했다. 영화는 영화관에서 827,772바트를 벌어들였다.

포이 아논이 그의 <Hor Taew Taek>(Oh My Ghosts!) 시리즈 속편으로 돌아왔다. <Hor Taew Taek: The Fierce Escape from Covid-19>는 시리즈의 8번째 영화였다. 영화사 필름 구루에서 포이 아논이 직접 투자, 제작, 감독하고 엠 픽처스가 배급한 이 영화는 박스오피스에서 1,083만 바트를 벌어들였다.

영화사 슬랩몬스터에서 피아왓 파툼바니치가 프로듀서로 참여하고, 짓신 뽕인타라쿤이 감독한 <다크 월드>. 2021년 7월 부천국제판타스틱영화제 프리미어 상영하고 2021년 11월 태국 극장 재개관 후 개봉하여 벌어들인 수입은 100만 바트에 불과했다. 팬데믹과 영화관 폐쇄로 배급사가 개봉일을 조정하면서 영화 흥행에 실패한 또 다른 예가 되었다.

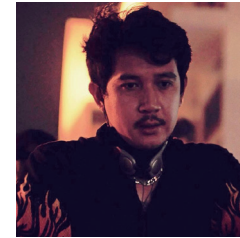
GTH 사장직과 T-모멘트 상무이사직을 역임한 비수테 풀보랄락스와 메이저 씨네플렉스 그룹의 감독이자 CEO인 그의 사촌 비차 풀보랄락스가 공동 설립한 타이 메이저 스튜디오가 2021년 회사의 첫 번째 작품으로 내놓은 영화는 <My Boss is a Serial Killer>(퓨와닛 풀디, 손팟 프라카라난트 감독)로 2022년 4월 1일 개봉했다. 그러나 3주 후 태국 대부분 지역의 영화관이 문을 닫았고, 영화는 529만 바트의 흥행 수익으로 극장 상영을 마쳤다. 2022년 2월 14일 개봉 예정이었던 두 번째 영화 <Love Distancing>는 무기한 연기됐다(2022년 6월 1일 기준).

사하몽콜 필름 인터내셔널이 2021년에 개봉한 태국 영화는 <God Bless the Trainees Too!>였다. 2020년 <Low Season>으로 흥행 성공을 거둔 나루보데 위차람 감독이 BNK48의 멤버들을 주연으로 내세운 코미디로, 영화는 305만 바트를 벌었지만, 사하몽콜에게 그리 좋은 성적은 아니었다. 온라인 게임 사업에서 영화 사업으로 확장한 신생 영화사 벤리필름은 2015년 중국 영화 <꺼져버려 종양군>을 리메이크한 첫 영화 <Goodbye Mr. Tumor>를 제작했다. 베테랑 프로듀서 판탐 통상이 제작하고, <옥토버 소나타> <미드 로드 갱>의 숀케이트 비투라니치가 감독으로 참여했으며, 아난다 에버링햄, 피차야 와타나몬트리가 주연을 맡은 <굿바이 미스터 튜머: Goodbye Mr. Tumor>는 M 39에서 배급했으나 박스오피스 221만 바트의 저조한 성적을 기록했다.

2021년 독립 영화에서 흥미로운 움직임은 태국국립영화콘텐츠협회와 태국 영화감독협회가 협력하여 태국 전 지역에서 태국 독립 영화를 개봉한다는 목표로 만든 '무브 더 무비(Move The Movie)' 프로젝트이다. '무브 더 무비' 프로젝트의 첫 작품은 노타폰 분프라콕 감독의 다큐멘터리 <컴 앤 씨>였다. 2019년 10월 부산국제영화제에서 프리미어 상영한 이 영화는 2022년 4월 26일 태국 영화관 폐쇄 직전인 4월 6일 태국에서 개봉했다. 박스오피스에서 188만 바트를 벌어들였으며, 소규모 다큐멘터리로서는 흥행 성공을 거두었다. '무브 더 무비' 프로젝트는 2022년 우루퐁 락사사드의 다큐멘터리 <워십>(2021 싱가포르 국제영화제 프리미어), 아노차 수위차콘풍의 <이리로 와>(2021 베를린 국제영화제 프리미어) 등을 제작하며 지금도 진행 중이다.



## 푸티퐁 낙통 감독과의 인터뷰



푸티퐁 낙통

학생 갱스터 영화 <4 kings>로 데뷔한 신인감독이다.

넷플릭스와 같은 스트리밍 회사의 태국 내 영향력은 점점 커지고 있다. 많은 관객들이 영화를 보기 위해 영화관에 가기 보다 집에서 넷플릭스로 영화를 보기를 기다리게 된 것이다. <Som Pla Noi>, <Sompoi The Movie>, <다크 월드> 등 박스오피스 성적이 좋지 못한 영화, 또는 <AI가 당신을 사랑해요>(데이빗 애사바넌드, 스티븐 즐로테스쿠 감독)와 같이 영화관에서 개봉하지 않은 영화가 넷플릭스 태국 스트리밍 1위를 차지했다. 넷플릭스는 태국 사무실을 확장하고 GDH에서 근무한 베테랑 영화제작자이자 프로듀서인 용유스 통콘툰을 넷플릭스 태국 콘텐츠 디렉터로 고용했다. 태국의 대형 영화사 제작진도 넷플릭스에 합류하면서 넷플릭스 태국은 여러 오리지널 영화와 시리즈 제작에 힘쓰고 있다. 동시에 HBO등 기타 스트리밍 회사도 태국 오리지널 제작을 위해 태국 직원을 고용하기 시작했다. 많은 태국 영화제작자가 스트리밍 회사와 협력 가능성에 대해 논의 중이다. 태국 영화 사업은 갈림길에 서있다. 관객이나 영화제작자가 계속 영화관을 이용할 지, 스트리밍 플랫폼이 태국 콘텐츠 시장을 지배하게 될 지는 예측하기 힘들다. 2022년과 2023년 면밀하게 지켜봐야 할 것이다



돈사론 코빗바니차

돈사론 코빗바니차가 태국 독립영화계에서 맡고 있는 역할은 다양하다. 영화 작가, 평론가이자 태국 내 신문 잡지 등에서 저널리스트로도 활약하고 있다. 2015년 동남아 영화 배급사인 모스키토필름 배급사의 총매니저로 일했다. 또한 2015년부터 방콕 아세안영화제 등 태국 내 영화제의 프로그래머로 활동하고 있다. 2017년, 2018년 암스테르담의 시네마시아 영화제, 2019년, 2020년 파리국제다큐영화제(Cinema du Reel International Documentary Film Festival)에 고문으로 참여했다. 또한 2020년 부산국제영화제에서 단편영화 사진 선정위원을 역임했다. 돈사론은 독립영화 제작자이기도 한데, 논타왓 농벤차폰 감독의 <경계에 서다>, 나와폴 담롱라타나릿의 *The Master* (2015) 와 *Die Tomorrow* (2017), 아누차 부냐와타나의 <더 블루 아워>(2015)와 <마릴라: 이별의 꽃>(2017), 와타나푸메 라이수완차이의 <빛의 환영> 등 전도유망한 신예 감독의 독립영화 제작에 주력하고 있다. 현재 수상 경력의 단편 영화감독 소라요 프라파판의 첫 장편 영화인 *Arnold is a Model Student* 을 제작하고 있다.

팬데믹 기간 태국 영화계가 제작과 배급에 어려움을 겪는 와중 데뷔 감독의 독립 영화가 2021년 태국 최고의 흥행을 만들어 내자, 태국 영화계는 큰 충격에 휩싸였다.

1990년대 태국의 직업대학 학생들은 사회의 말썽꾸러기로 알려져 있었다. 학교마다 각자의 갱단을 만들어 싸우기 일쑤였다. 모든 직업대학 중 인다라, 프라차춘, 카놈, 부라나폰 학교의 '4 Kings' 갱단이 가장 폭력적인 것으로 악명 높았다.

신인 감독 푸티퐁 낙통의 <4 Kings>가 극장 스크린에 오르는 과정은 쉽지 않았다. 영화계 누구도 학생 갱스터의 영화를 보고 싶어할 관객이 있으리라 생각하지 않았던 것이다. 그러나 새로운 영화사 네라밋농 필름은 달랐다. 이 영화에 투자하기로 한 것이다. 우리는 푸티퐁 낙통 감독과 2021년 팬데믹 기간 중 가장 중요한 영화가 된 <4 Kings>의 예상치 못한 흥행 성공에 관해 이야기해 보았다.

**Q 영화가 이렇게 성공할 지 기대했는지?**

**A** 아니다. 난 그저 꿈을 쫓고 싶었다. 성공할 거라고는 전혀 예상하지 못했다. 개봉 첫날 꿈만 같았다.

**Q <4 Kings>의 인물들처럼 직업대학을 나온 것으로 알고 있다.**

**A** 직업대학을 다녔다. 라자싯타람 기술대학에서 공부했고, 그 전에는 쉰원두셋 대학교에서 산업 및 직장 심리학을 공부했다. 영화를 통해 직업학교 학생들의 이야기를 들려주고 싶다. 여러 영화사에 피칭했지만 받아주는 곳이 없었다.

**Q 태국 영화계에 발을 들여놓게 된 계기는 무엇인가?**

**A** 대학교를 졸업하고 난 후 유스라트 시파팍의 <Ghost Station> (2007) 프로덕션에서 수습 직원으로 일했다. 그 작품이 끝나고 다른 곳에 일할 곳이 있냐고 물더니 <The Last Moment>(2008)부터 합류할 것을 제안받았다.

**Q 언젠가는 영화감독이 되겠다는 꿈을 꾀 적이 있나?**

**A** 영화감독이 되겠다는 꿈은 없었다. 미래에 대해 생각하게 된 계기는 유스라트 감독이었다. 그는 내게 나이를 물었다. 당시 나는 25~26세였다. 그리고 나에게 본인만의 무언가를 만들고 싶지 않은지 질문했다. 그는 나에게 계속해서 물었고, 나도 뭔가를 해야 하겠다고 느꼈다.

**Q 영화 <4 Kings>를 만들고 싶은 이유는 무엇이었나?**

**A** 2000년 라자싯타람 기술대학을 다니기 시작했을 때, 영화에서 싸우는 장면과 비슷한 싸움을 경험했다. 하지만 90년대 직업대학 학생들인 '4 Kings' 이야기는 듣지 못했는데, 그 때는 이미 그 학교들이 문을 닫았기 때문이었다. 사실 우리 학교 이야기를 하고 싶었지만 스토리가 강력하지 않다는 생각이 들어서 2013년에 '4 Kings'라는 아이디어를 냈고, 그들을 직접 만나 허락을 받기로 했다.

**Q 실제 '4 Kings'는 이 프로젝트를 어떻게 생각했는지?**

**A** 내 생각을 믿지 않았다. 내가 진지하게 영화를 만들 생각을 한다고 생각하지 않았다. 하지만 나는 좀 더 알아봤고, 그 결과 그들의 이야기를 영화로 만들고 싶어졌다.

**Q 태국의 거의 모든 영화사가 이 프로젝트에 관심이 없었다는 것이 사실인가?**

**A** 사실이다. 시나리오를 완성하고 영화사를 다니며 프로젝트를 피칭했다. GDH만 빼고 모든 영화사를 방문한 것으로 기억한다. 모두가 이 프로젝트를 거절했다. 이 프로젝트를 무시한 영화사도 있었고, 이런 직업대학 학생에 대한 영화를 누가 보겠냐고 말한 영화사도 있었다.

**Q 어떻게 <4 Kings> 제작을 시작했는가?**

**A** 팬데믹 초기에 나는 짜뚜짜 시장에 작은 중고 가방 가게를 운영하고 있었다. 팬데믹은 우리 같은 영화 제작진에게는 힘든 시기였고, 나도 가게 문을 닫아야 했다. 프로젝트 피칭을 위해 촬영했던 15



# Thailand Film Market Trend in 2021

## : Pandemic and Future of Thai Cinema at the Crossroads

분짜리 데모 영상 외에는 남은 것이 없었다. 그래서 영상을 유튜브에 업로드하고 돈을 벌 생각을 했다. 동영상을 올린 첫 날만 60~70만 명이 시청했다. 얼마 지나지 않아 네라밋농 필름에서 연락이 왔다. 그 후, 2020년 12월에 영화 제작을 시작할 수 있었다. 제작 초기에는 어려움이 없었지만 중반에 신규 코로나19 집단 감염이 발생했다. 영화 제작을 위해 위생 조치가 필요했는데, 그것이 어려웠다.

**Q 네라밋농과 같은 신생 영화사와 작업하는 것이 어땠는지 궁금하다.**

**A** 매우 운이 좋았다. 네라밋농 필름은 내게 전권을 주고 전혀 개입하지 않았다. 다른 스튜디오였다면 내 아이디어를 많이 바꿨을 것이다.

**Q 요즘 태국 영화계에 대해서 어떻게 생각하는가?**

**A** 모든 태국 영화인은 좋은 영화를 만들고 싶어한다. 영화가 성공하지 못하면 스튜디오는 감독을 탓하고, 감독은 스튜디오를 탓할 것이다. 그러나 더 이상 태국 영화를 보려 가지 않는 관객을 타할 수는 없다고 생각한다. 태국 관객은 영화가 좋기만 하면 태국 영화를 응원할 준비가 되어있다고 믿는다.

**Q 다음 프로젝트는 무엇인가?**

**A** 감옥에 대한 영화를 만들고 싶다. 그러나 다작을 하고 싶지는 않다. 4개의 작품만 만들고 그만 둘 것이다. 이틀 전 카메라팀에 있던 친구가 심장마비로 사망했다. 우리의 몸을 희생하면서 창작을 할 수는 없다. 영화 제작진을 도울 수 있는 조직이 있기를 희망한다.

On 26 April 2021, Bangkok city has ordered all the cinemas in the Bangkok area to be closed. At that time, the new cluster that started from a nightclub in Bangkok has created fear in the society. Before 26 April, the city has become quiet with few people going outside. A Thai family comedy film *Couples in Trouble* which is a sequel to Thailand's famous film series in the late 70's - 80's *Wai Onla Won (Chaotic Age)* had its press screening at Paragon Cineplex on 7 April. The film which is directed, produced and invested by veteran actor Pairoj Sungwaributr found trouble later when the box office on its first few days of release was only 66,000 Baht (4,480 USD). Shortly before the lockdown, Pairoj decided to pull the film out of the cinemas and tried to reschedule the release date. However, even until now, the film hasn't been re-released in cinemas. That is the fate of some Thai films that got the serious effect from the pandemic.

The cinemas in most parts of Thailand were closed from 26 April to 1 October, which is the longest closure of cinema business in history of Thailand. In 2021, there were only 19 Thai films released in cinemas. Not only the films couldn't be screened in cinemas, but film productions were not allowed to happen as well. GDH which is big company has only one film released in 2021, which is *The Medium*. The film which is produced by NA Hong-Jin and directed by Banjong PISANTHANAKUN premiered at BIFAN in July 2021 and released in Korea and many territories before Thailand. The film opened in Thai cinemas on 28 October. At that time the film was already pirated and available on illegal websites. Despite this misfortune, the film was successful in Thai box office and earned 54,040,000 Baht in box office.

The biggest success of Thai film in 2021 is an unusual success, as it is a first feature film made by a new company. The film *4 Kings* is a film made by new company Neramitnung Film and directed by Puttipong NAKTHONG who was assistant director to many films. Before the release of the film, no one would ever expect that the film could become a hit. *4 Kings* is distributed by M Pictures and earned 68.85 million Baht, which is the highest of 2021. From the success of this film, Neramitnung Film has decided to expand their business and hired Panu AREE, the ex-director of acquisitions of Sahamongkol Film to be their general manager. Neramitnung Film has announced the production of 3 new films which are big budget monster films such as *Leio*, *Inhuman Kiss The Sequel* and *The 100*. The company has plans to produce more film of other genres.

Another unusual success of Thai films in 2021 is the moderate success of *2gether : The Movie*, the gay romantic comedy film based on television series '2gether : The series' which is a hit across Asia and the leading actors Metawin 'Win' Opas-iamkajorn and Vachirawit 'Bright' Chivaaree have fans in many countries. Because of the closure of cinemas in Thailand, the film was released in Japan in June 2021 by Asmik Ace Entertainment and was a success. The film finally hit Thai cinemas in November 2021, which production company GMM TV released this film in cinemas by themselves. The film earned 9.02 million Baht in Thailand's box office.

In 2021, productions made by subsidiary company of Major Cineplex were not so suc-



cessful, though the box office of those films were not bad consideration the situation. M Pictures has only one title in 2021 which is *Sompoi The Movie*, the first Thai commercial film ever to be made in Northern dialect for the audience in the Northern region of Thailand. The film is directed by Sompoi Team (Anawat PROMJAE and Aroonkorn PIC) which is a group of young filmmakers from the Northern region with the support of veteran filmmakers like Kongkiat KOMESIRI and Chookiat SAKVEERAKUL. The film earned 8.60 million Baht in Thai box office which is not bad for films released shortly after the reopen of cinemas in October 2021.

M39, where Panchalee NITHIJIRAROJ is the managing director, has 3 titles in 2021. *Haunted Tales* which is a horror film directed by Supakorn RIANSUWAN, veteran sitcom writer earned 8.98 million Baht in box office. While *Som Pla Noi* which is directed by superstar comedian Petchtai WONGKUMLAO (Mum Jokmok) and is a sequel to *E-San Love Story* (2017) earned 9.44 million Baht for M39. M39 also released the director's cut of *Von*, the romantic drama film from the company which was released in 2020. The director's cut of *Von* earned 827,772 Baht in cinemas.

Poj ARNON has come back with the sequel of his *Hor Taew Taek (Oh My Ghosts!)* series. *Hor Taew Taek: The Fierce Escape from Covid-19* is the eight movie of the series. The film is invested, produced, directed by Poj ARNON himself under the label Film Guru, and is distributed by M Pictures. It earned 10.83 million Baht in box office.

*Dark World* by director Jittsin PONGINTARAKUL, which is produced by Piyawat PATH-OMVANICH under his film company Slap Monster premiered at BIFAN in July 2021 and was released in Thailand after the reopen of cinemas in November 2021 and earned only around 1 million Baht. The film is another example of Thai films suffered from the pandemic and the closure of cinemas which caused the distributor to reschedule the film.

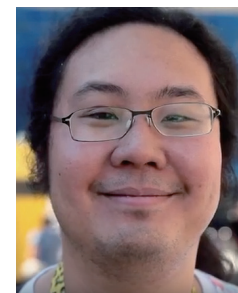
Tai Major Production Studios, the collaboration of former president of GTH and former managing director of T-Moment Visute POOLVORALAKS and his cousin Vicha POOLVORALAKS who is director and CEO of Major Cineplex Group, has released the company's first title in 2021 which is *My Boss is a Serial Killer* (directed by Phuwanit PHOLDEE and Sornpat PRAKARANANT) on 1 April 2022. 3 weeks after, cinemas in most parts of Thailand were closed, and the film ended its theatrical run with a box office of 5.29 million Baht. The company's second film *Love Distancing* which is previously scheduled on 14 February 2022 was postponed indefinitely (as of 1 June 2022).

Sahamongkol Film International had only 1 Thai film released in 2021 which is *God Bless the Trainees Too!* (directed by Naruebodee WECHAKAM who was successful from 2020 film *Low Season*) The comedy film which stars members of BNK48 earned 3.05 million Baht, which is not so successful for Sahamongkol. Benley Film, which is a new film company which is from online game business, has made its first film *Goodbye Mr. Tumor* which is a remake of 2015 Chinese film *Go Away Mr. Tumor*. *Goodbye Mr. Tumor* which is produced by veteran producer Pantham THONGSANG and directed by Somkiet VITURANICH (*Octo-*

*ber Sonata, Mid Road Gang*) and stars Ananda EVERINGHAM and Peechaya WATTAMON-TREE is distributed by M39 and earned only 2.21 million Baht in box office.

For independent films in 2021, the interesting movement is the collaboration of The National Federation of Motion Pictures and Contents Associations and Thai Film Director Association in releasing Thai independent film in all the regions of Thailand under the project 'Move the Movie'. The first film released by the project 'Move the Movie' is documentary *Come and See* by director Nottapon BOONPRAKOB. The film was premiered at Busan International Film Festival in October 2019 and finally reached the audience in Thailand on 6 April 2022, shortly before the closure of cinemas on 26 April. The film earned 1.88 million Baht in box office, which is a success for a small documentary. The project 'Move the Movie' is continued in 2022 with the release of Uruphong RAKSASAD's documentary *Worship* (premiered at Singapore International Film Festival 2021) and Anocha SUWICHA-KORNPONG's *Come Here* (premiered at Berlin International Film Festival 2021).

Streaming companies like Netflix has become more and more influential in Thailand. Many audiences are now waiting to watch film at home on Netflix rather than going to cinemas to watch the film. Films that did not get a good box office like *Som Pla Noi*, *Sompoi The Movie*, *Dark World* or film unreleased in cinemas like *AI Love You* (directed by David ASAVANOND and Stephan ZLOTESCU) become number one on Netflix Thailand. Netflix has decided to expand the company's Thailand office and hire veteran filmmaker and producer Yongyooth THONGKONGTOON who was previously at GDH to be Netflix Thailand's content director. There are also other staffs of big film companies in Thailand that joined Netflix. Netflix Thailand is working on production of many original films and series. At the same time, other streaming companies like HBO have started hiring Thai staff to work on its original Thai production. Many Thai filmmakers are in talks with streaming companies for the possibility of working together. Thai cinema business is at the crossroads, which it is difficult to predict if the audience or the filmmakers will still be with physical movie theaters, or streaming platforms will be able to dominate Thailand's content market. 2022 and 2023 will be the year to watch closely.



#### Donsaron KOVITVANITCHA

Donsaron KOVITVANITCHA does many jobs in Thailand's independent film scene. He works as a film writer, critic, and journalist for magazines and newspaper in Thailand. In 2015, he became General Manager of Mosquito Films Distribution, a distributor of Southeast Asian films. He also works as programmer for film festivals in Thailand such as Bangkok ASEAN Film Festival since 2015. In 2017 and 2018, he was advisor to Cinemasia Film Festival, Amsterdam. In 2019 and 2020, he was advisor to Cinema du Reel International Documentary Film Festival. In 2020, he became the preselector of short films for Busan International Film Festival 2020. Donsaron is also an independent film producer, focusing on producing films from new talented Thai film director such as Nontawat NUMBENCHAPOL's *Boundary*, Nawapol THAMRONGRATTANARTI's *The Master* (2015) and *Die Tomorrow* (2017), Anucha BOONYAWATANA's *The Blue Hour* (2015) and *Malila: The Farewell Flower* (2017), Wattanapume LAISUWANCHAI's *Phantom of Illumination*. Currently, Donsaron is producing *Arnold is a Model Student*, first feature film of award winning short filmmaker Sorayos PRAPAPAN.



# Interview with Director Puttipong NAKTHONG



**Puttipong NAKTHONG**

He is a new director who made his debut with the student gangster movie *4 kings*.

In the pandemic era when Thai films have production and distribution problems, it is a big surprise for the whole film industry that an independently produced film directed by first time director has become Thailand's most successful film of 2021.

Back in the 90's, it was known that vocational school students in Thailand were troublemakers in society. They had their own gangs divided by school and fought each other. Among all the vocational schools, the '4 Kings' gangs from Indara School, Prachachuen School, Kanok School and Buranaphon School were the most notorious for their violence.

The path for new director Puttipong Nakthong in bringing the story of '4 Kings' to the big screen was not easy, as no one in the industry believed that the audience would be interested to watch a film about these student gangsters, except for new film company called Naramitnung Film who decided to invest on this film. We have an opportunity to talk with Puttipong Nakthong about himself and the unexpected success of '4 Kings', which has become one of the most important Thai films in this pandemic era.

## **Q Did you expect that the film would be this successful?**

**A** No. I just wanted to follow my dream. I've never expected it to become successful. On the first day of the release, I thought that this was like a dream.

## **Q You've graduated from vocational school like the characters in 4 Kings?**

**A** I studied at vocational school. I studied at Rajasittharam Technical College, before I studied industrial and orga-

nizational psychology at Suan Dusit University. I want to tell stories of vocational school students through film. I pitched this project to many companies and they didn't take it.

## **Q How did you enter Thai film industry?**

**A** After I graduated from university, I was an apprentice in the production of Yuthlert Sippapak's *Ghost Station* (2007). After that, his producer asked me if I already had any full time job, so I was asked to join his team since *The Last Moment* (2008).

## **Q Have you ever dreamed that one day, you will become a film director yourself?**

**A** I didn't have any dream to become a filmmaker, but it was director Yuthlert who triggered me to think about my future. He asked me how old I was. At the time I was 25 or 26 years old. He asked me if I ever want to produce something of my own. He kept asking me so I felt that I would need to do something.

## **Q Why do you want to make the film 4 Kings ?**

**A** When I started studying at Rajasittharam Technical College in 2000, I experienced some fightings like the fighting scene in the film. However, I didn't hear much about the '4 Kings' who are the vocational schools students in the 90's because at that time, those schools were already closed. Actually I wanted to tell the story of my school but I felt that the story is not strong enough, so I came up with an idea of '4 Kings' in 2013. I decided to go to meet them to ask for permission.

## **Q What did the real '4 Kings' think of this project?**

**A** They didn't believe in this idea. They didn't think I'm serious about this, but for me, I did the research and that

made me really want to turn their story into a film.

## **Q Is it true that most film companies in Thailand were not interested in this project?**

**A** Yes. It is true. After I finished writing the screenplay, I went to pitch this project to film companies. I believe I went to all film companies in Thailand, except GDH. All companies rejected me. Some companies even looked down on this project. Some companies asked me who is going to watch this kind of film about vocational school students.

## **Q How did the production of 4 Kings start?**

**A** At the beginning of the pandemic, I had a small second-hand bag shop at Chatuchak market. It was a difficult time for us who are film crews, and I had to close down my shop. I had nothing left, except the 15 mins demo footage I filmed for project pitching. I decided to upload that footage on youtube so I can get some money from youtube. After I uploaded it, on the first day there were 6-700,000 viewers. Shortly after that, Naramitnung Film contacted me. After that, I can start the production in December 2020. The production was not difficult at the beginning, but at the middle of the production, there was a new big cluster of covid 19 cases. We needed to have hygiene measures for our production, which was difficult.

## **Q How was working with a new company like Naramitnung Film for you?**

**A** I was very lucky. Naramitnung Film gave me total freedom and never interfered. If it was other studios, they may change many of my ideas.

## **Q What do you think of Thai film industry nowadays?**

**A** All Thai filmmakers want to make good films. If the film is not successful, the studio will blame the director and the director will blame the studio. However, I don't think we should blame the audience that they don't go to watch Thai films anymore. I believe that Thai audiences are ready to support Thai films if the films are good enough.

## **Q What is your next project?**

**A** I want to make a film about prison. However, I may not make many films. I may make only 4 films and then I will stop. I felt that Thai film crews have to endure so much. There is no welfare to support them. 2 days ago, my friend who is on the camera team died from a heart attack. It is not possible for us to create art by sacrificing our body. I hope that there could be some organization to help the film crews.



# 필리핀 PHILIPPINES





Figures of Top 10 Films in Philippine Domestic Box Office

| No. | 작품명                           | English Title               | 감독         | Director              | 국가      | Country            |
|-----|-------------------------------|-----------------------------|------------|-----------------------|---------|--------------------|
| 1   | Taya                          | Taya                        | 로만 페레즈 주니어 | Roman PEREZ, Jr.      | 필리핀     | Philippines        |
| 2   | Love is Color Blind           | Love is Color Blind         | 존 레오 가르시아  | John Leo GARCIA       | 필리핀     | Philippines        |
| 3   | Palitan                       | Palitan                     | 브릴란테 멘도자   | Brillante Ma. MENDOZA | 필리핀     | Philippines        |
| 4   | 파러웨이 랜드                       | A Faraway Land              | 베로니카 벨라스코  | Veronica VELASCO      | 필리핀     | Philippines        |
| 5   | 온 더 잡 : 실종자들                  | OJT: The Missing 8          | 에릭 마티      | Erik MATTI            | 필리핀     | Philippines        |
| 6   | Rabid                         | Rabid                       | 에릭 마티      | Erik MATTI            | 필리핀     | Philippines        |
| 7   | 젠산 펀치                         | Gensan Punch                | 브릴란테 멘도자   | Brillante Ma. MENDOZA | 필리핀, 일본 | Philippines, Japan |
| 8   | Momshies! Ang Soul Mo'y Akin! | Momshies! Your Soul is Mine | 이지 페레      | Easy FERRER           | 필리핀     | Philippines        |
| 9   | A Hard Day                    | A Hard Day                  | 로렌스 파자르도   | Lawrence FAJARDO      | 필리핀     | Philippines        |
| 10  | 아리사카                          | Arisaka                     | 미카일 레드     | Mikhail RED           | 필리핀     | Philippines        |

Figures of Top 10 Films in Philippine Foreign Box Office

| No. | 작품명             | English Title                             | 감독       | Director              | 국가     | Country |
|-----|-----------------|-------------------------------------------|----------|-----------------------|--------|---------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈   | Spider-Man: No Way Home                   | 존 왓츠     | Jon WATTS             | 미국     | USA     |
| 2   | 상치와 텐 링즈의 전설    | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings | 디스틴 크리튼  | Destin Daniel CRETTON | 미국     | USA     |
| 3   | 베놈2: 헛 데어 비 카니지 | Venom: Let There Be Carnage               | 앤디 서키스   | Andy SERKIS           | 미국     | USA     |
| 4   | 블랙 위도우          | Black Widow                               | 케이트 쇼트랜드 | Cate SHORTLAND        | 미국     | USA     |
| 5   | 분노의 질주: 더 얼티메이트 | Fast & Furious 9 the Fast Saga            | 저스틴 린    | Justin LIN            | 미국     | USA     |
| 6   | 이터널스            | Eternals                                  | 클로이 자오   | Chloe ZHAO            | 미국     | USA     |
| 7   | 007 노 타임 투 다이   | No Time To Die                            | 캐리 후쿠나가  | Cary Joji FUKUNAGA    | 미국, 영국 | USA, UK |
| 8   | 콰이어트 플레이스 2     | A Quiet Place Part II                     | 존 크래신스키  | John KRASINSKI        | 미국     | USA     |
| 9   | 고스터버스터즈 라이즈     | Ghostbusters: Afterlife                   | 제이슨 라이트먼 | Jason REITMAN         | 미국     | USA     |
| 10  | 프리 가이           | Free Guy                                  | 숀 레비     | Shawn LEVY            | 미국     | USA     |

출처: [www.cinemabravo.com](http://www.cinemabravo.com), [www.cinemaescapit.com](http://www.cinemaescapit.com), [Brillante Ma. Mendoza](#), [Dave Rojo](#), [FlixPatrol](#), [LionhearTV](#), [Noel Ferrer](#), [Regie Sandel](#), [Sid de Paz](#)

\*\* In 2021, Most Philippine films are released online, so there are no official box office figures.

| 장르       | Genre           | Gross(USD) | Production                                                                                     | Distribution             |
|----------|-----------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 드라마      | Drama           | 1,782,718  | Viva Films                                                                                     | Viva Films               |
| 코미디, 로맨스 | Comedy, Romance | 1,513,876  | ABS-CBN Film Productions                                                                       | Star Cinema              |
| 드라마      | Drama           | 1,292,711  | Viva Films, Centerstage Productions                                                            | Viva Films               |
| 드라마      | Drama           | 1,108,361  | Mavx Productions, Embassy of the Philippines in Denmark, Embassy of Denmark in the Philippines | Netflix                  |
| 액션       | Action          | 930,657    | Reality MM Studios, XYZ Films                                                                  | HBO Go                   |
| 호러       | Horror          | 866,191    | Reality MM Studios, Regal Films                                                                | Regal Films              |
| 드라마      | Drama           | 734,060    | Centerstage Productions, Gentle Underground Monkeys                                            | SC Films International   |
| 코미디      | Comedy          | 671,141    | ABS-CBN Film Productions, Star Cinema, Keep Filming                                            | ABS-CBN Film Productions |
| 액션       | Action          | 648,764    | Viva Films                                                                                     | Viva Films               |
| 액션       | Action          | 490,811    | Ten17P                                                                                         | Netflix                  |

출처: [www.cinemabravo.com](http://www.cinemabravo.com), [www.cinemaescapit.com](http://www.cinemaescapit.com), [Box-Office Mojo](#), [Dave Rojo](#), [Philippine Box-Office](#)

| 장르   | Genre     | Gross(USD)  | Production                                                                                                 | Distribution                        |
|------|-----------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 액션   | Action    | 572,984,769 | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                                                         | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션   | Action    | 224,543,292 | Marvel Studios                                                                                             | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션   | Action    | 212,609,036 | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures                                         | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션   | Action    | 183,651,655 | Marvel Studios                                                                                             | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션   | Action    | 173,005,945 | Universal Pictures                                                                                         | Universal Pictures                  |
| 액션   | Action    | 164,616,521 | Marvel Studios                                                                                             | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션   | Action    | 160,772,007 | MGM, Universal Pictures, Eon Productions                                                                   | Universal Pictures                  |
| 호러   | Horror    | 160,072,261 | Buffalo FilmWorks, Paramount Pictures, Platinum Dunes, Sunday Night                                        | Paramount Pictures                  |
| 어드벤처 | Adventure | 122,378,960 | Columbia Pictures, BRON Studios, Ghostcorps, Sony Pictures Entertainment                                   | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션   | Action    | 121,626,598 | 20th Century Studios, Berlanti Productions, 21 Laps Entertainment, Maximum Effort, Lit Entertainment Group | Walt Disney Studios Motion Pictures |



이 리포트는 2021년 필리핀 영화 산업 정책에 근거하여 추측해 보는 사회 경제적 수입에 대한 내용이다.

믿거나 말거나, 우리 눈 앞에서 펼쳐지고 있는 현실이다.

진지하게, 재밌거나 재미없거나 둘 중 하나다.

“필리핀에서는 더 재밌다” (말장난)

필리핀 사람들이 번창하고 고향에 대한 향수와 친숙한 땅을 밟고 싶은 마음을 담아 로컬 영상을 시청하는 트렌드가 생겨나면서 필리핀 내에는 KTX, iWantTFC, Upstream, CignalPlay, Vivamax, tba.ph와 같은 라이브 스트리밍 앱과 기타 OTT 서비스가 출현하고 시장을 지배하면서 건당 결제하는 유료 서비스나 구독 기반으로 서비스를 제공하게 되었다. HBO와 넷플릭스 같은 외국계 미디어 플랫폼에서 필리핀 영화가 나오기 시작하면서 2021년 필리핀 로컬 영화 산업에서 전쟁이 일어난 곳은 다른 사 이버공간에서였다.

새롭고 현대적인 기술로 빠르고 갑작스럽게 전환되는 현상이 지배적으로 일어났다. 코로나19라는 세계적인 해충이 침입하며 영화 프로덕터, 독립 영화관, 쇼핑몰 영화관 또는 DCP가 잠시나마 뒤로 물러나게 되었고, 이것은 그저 시작에 불과했다. 실제로 21세기의 3번째 10년 주기와 함께 시작한 코로나19 팬데믹으로 사람들은 사이버 세계에서 마살 맥루한의 글로벌 마을 이론의 규칙이 적용되는 것을 볼 수 있게 되었다.

2021년 1분기 필리핀 장편 영화는 라이브 스트리밍 되었다. 전국의 영화관이 남아프리카 공화국, 영국, 인도, 브라질에서 급증한 코로나19 변이에 대응하여 문을 닫았기 때문이었다. 비공식적으로 음력 소의 해 전체에 상영된 영화는 80편에 불과했으며 이것은 필리핀의 생활과 문화에 큰 영향을 미쳤다. 한 가지 눈에 띄는 것은 매년 12월에 올라오던 빈스 타나다 감독의 <Katips>의 극장 상영 소식이 위키피디아 목록에 빠진 것이었다. 이 중 30여 편은 장르 영화, 에로틱 드라마-사이코 스릴러, 코미디-호러, 로맨스-판타지, 액션-판타지 등으로 장르가 혼합된 영화들이었지만, 평론가의 긍정적인 평가를 받은 몇 작품을 제외하고는 대부분 허술하게 만들어졌다.

그중에서도 비바필름과 그 계열사에서 가장 많은 영화를 제작한 것으로 나타났다. 이들 중 대다수는 자체 OTT 서비스인 비바맥스에서 스트리밍 되었고, 2021년 전체 제작의 50%를 등록한 비바맥스 작품의 70%가 포르노 영화였다. 나머지는 30%, 20%, 10%의 비율로 한때 제작사의 30%를 대표하며 많은 영화를 제작하던 스타 시네마를 포함한 나머지 영화 제작사에서 제작한 끝물 영화들이었다. Fred Hawson의 리뷰에서 그는 “비바맥스는 거의 독단적으로 올해 로컬 영화 산업의 명맥을 유지했다”라고 썼다. 영화사에서 공시한 수입원이 0원이기 때문에, 2021년 필리핀 영화 보고서의 순위는 온라인 및 인쇄물에 게재된 피드백, 지식 있고 신뢰할 수 있는 업계 관계자들과 진행한 영화사 관련 인터뷰를 기반으로 한 가정, 호의적인 리뷰, 또는 어림짐작이 혼합된 것이다.

영화 흥행 성적 데이터베이스 FlixPatrol은 집계 게시판 온라인 사이트에 필리핀 영화 <A Faraway Land>(파울로 콘티스와 엔 산토스가 출연한 영화로, 덴마크의 기혼 여성 이주 노동자와 필리핀 남성 기자가 OFW(해외 이주 노동자)에 대한 다큐멘터리를 촬영하기 위해 만나 복잡한 러브 스토리가 촉발되는 내용)가 2021년 넷플릭스 영화 Top 10 중 7위를 차지했다고 게시했다.

비바필름의 부킹 담당자인 Sid de Paz는 12월 2021 메트로 마닐라 영화제에서 유일하게 극장 상영한 액션 스릴러 <A Hard Day>의 박스오피스 결과를 데이터 집계 담당자에게 확인하고 알려주겠다고 했다. 그러나 다음에 그에게 연락했을 때 그는 동료와 확인한 결과 회사 내부 방침으로 영화가 거둔 수익에 대한 정보 공개가 불가하다는 사과의 말을 전해왔다. 필리핀 영화 산업의 경제, 문화 및 교육 개발 정책을 수립하고 시행하는 국영 기관인 필리핀 영화발전위원회(FDCP)의 Dave Fabros 부위원장은 개별 영화의 연간 수입에 대한 데이터는 없다고 밝혔다.

국제적으로 인정받는 영화감독으로 2009 칸 영화제에서 <Kinatay>(*The Butchered*)로 황금종려상 감독상을 수상한 브릴란테 멘도자 감독은 “아무도 필리핀 영화 스트리밍 수입 금액을 알려주지 않는다”라며 덤덤하게 전했다. 다만 멘도자 감독은 최소한 각 영화별 경제적인 결과를 가늠할 만큼의 구체적인 척도는 있다고 말했다. 예를 들면 비바 엔터테인먼트의 멀티미디어 부문인 비바맥스 온라인 앱 관련 내부자인 그의 견해에 따르면 “로만 페레즈 감독의 <Taya>는 비바맥스에서 4개월 동안 스트리밍 되었다. 이것은 필리핀 영화 라이브 스트리밍 역사상의 위업이다.”, “당시 사람들은 집에 고립되어 있었기에 영화를 즐겼다”라고 전했다. 사이코 섹스 스릴러 <Taya>(*Bet*)는 8월부터 11월까지 스트리밍 되었다.

모든 정직함과 객관성 측면에서 멘도자의 <Palitan>(*Swapping*)은 4주 동안 비바맥스에서 상영되었는데, 이는 사이버 공간에서도 기록적인 기간이었다. <Palitan>은 겉으로는 에로틱 드라마이지만 많은 장면이 아슬아슬하거나 스릴 넘치는 장면으로 촬영되었다. 초현실적인 폭포를 배경으로 야생에 버려진 이성애자 4명이 서로의 손을 맞잡은 채 동성애적 에로틱 시선으로 서로를 바라보거나 난교를 펼치는 공중촬영 등 많은 장면이 긴장되고 짜릿하게 연출되었다.

온라인 엔터테인먼트 뉴스 LionhearTV는 “스타 시네마의 광고 및 프로모션 책임자인 Mico del Rosario가 확인한 2021년 가장 높은 수익을 올린 필리핀 영화는 <Love is Color Blind>”라고 전했다. Rise Artists Studio의 홍보 담당자이자 ABS-CBN Broadcasting Corporation의 인재 관리 부문을 새롭게 맡게 된 Del Rosario는 어린 인기 아이돌 Donny Pangilinan과 Belle Mariano가 출연한 스타 시네마의 로맨스 <Love is Color Blind>의 온라인 성적을 칭찬했다. 이 둘을 부르는 DonBelle이란 신조어가 생길 정도로 OTT 플랫폼 업계에 흥행 돌풍을 일으켰다. 12월 둘째 주에 해당 영화를 공개한 앱 KTX.PH는 2021년 12월 10일 보도자료를 통해 “첫날만의 성적!!! 정말 경이롭다!!! 축하합니다 #LovelsColorBlind!!!!...”라고 언급했다. <Love is Color Blind>는 역시 디지털 성적이 좋은 비바 필름과 Centerstage Productions의 <Palitan>과 겨루었다. 그러나 두 영화의 관객층과 방향이 서로 달랐다. Brillante에 따르면 섹시한 영화는 여전히 돈이 된다는 연구 결과가 나왔다. 멘도자는 “비바맥스의 관객층은 여성 대 여성의 사랑 장면이나 여성의 몸을 보는 것을 선호하는 17~20대 남성”이라고 말했다.

스타 시네마가 BIFAN의 메이드 인 아시아 간행물을 통해 자신의 연간 총 수입이 대부분의 경쟁자를 추월했음을 자랑스러워 공유하던 과거와 달리, 올해 스타 시네마는 작년의 박스오피스 또는 디지털 재정 수입을 제공할 수 없었다. ABS-CBN Film Productions의 부킹 및 배급 책임자인 Regie Sandel은 <Princess 'Daya' Reese>, <Love or Money>, <Momshies! Ang Soul Mo'y Akin!>, <Love is Color Blind>는 2021년 메트로 마닐라 영화제 기간 동안 현장에서 상영된 <Love at First Stream>을 제외하고는 극장에서 상영되지 않았다. 그는 사용할 수 있는 수치가 없다고 말했다.

2021 메트로 마닐라 영화제 (MMFF)에 대해 말하자면, 팬데믹 기간 동안 직접 대면으로 진행된 필리



## 브릴란테 멘도자 감독과의 인터뷰



브릴란테 마. 멘도자

브릴란테 마. 멘도자 감독은 <팔리탄>, <젠산 펀치> 및 <바하이 나 풀라>의 프로듀서이자 감독으로 센터스테이지 프로덕션의 최고 경영자이다. 영화 <도살>(2009)로 제62회 칸 영화제 감독상을 수상했다. 또한 <젠산 펀치>로 2021년 제26회 부산국제영화제에서 김지석 상을 비롯한 각종 국제상을 수상했다.

핀 영화계의 연례 축제는 참담한 실패였다. ABS-CBN News의 MJ Felipe는 12월 25일 영화제 첫날 매표소에 줄을 선 영화 관람객이 없었다고 보도했다. 그러나 MMFF 대변인 Noel Ferrer는 작년 이벤트의 수익 실적이 2020년에 비해 훨씬 앞선다고 옹호했다. 2020 메트로 마닐라 영화제는 3,100만 PHP를 밀도는 저조한 실적이었다. Noel은 2021년 12월 26일 자신의 페이스북에 “사실 올해 첫날에만 작년 MMFF 온라인 총수입(전체 기간)의 1/3 수익을 벌어들였다.”라고 기재했다. Ferrer의 주장에 따르면, 2021 메트로 마닐라 영화제가 벌어들인 금액은 첫 날에만 1,032만 3,000 PHP다. Noel은 <이터널스>와 같은 대형 할리우드 영화조차 2021 MMFF이 지금까지 생성한 총 수익에 근접하지 않는다고 말했다.

개인적으로 Noel에게 작년 영화들의 박스오피스 결과 사본을 요청했을 때, 그의 답변은 부정적이었다. 그럼에도 불구하고 업계에 있는 사람들과 대중 모두 2021년의 결과가 낫을 것이라고 계속 생각했다. MJ는 “크리스마스 날에 영화 팬들은 우천, 극장 내 식사 제한, 이 밖에도 극장에 가지 않을 다른 요인에 주목했다”라고 보고했다. Felipe는 “일부 스태프와 관객에 따르면 다양한 영화 관객에게 영향을 미친 이유는 아이들이 좋아하는 영화를 찾기 때문”이라고 덧붙였다.

작년 페스티벌의 다른 출품작은 건전하고 재미있는 인기 스타를 보는 데 익숙한 젊은 층이 반전으로 여겼던 코미디(게이, 로맨스, 판타지), 드라마(멜로드라마, 서스펜스)였다. 실망스러운 것은 첫 날 코믹 스릴러 <The ExorSis>의 수익금이 7,500 PHP에 그친 것이었다. 영화 작가 Ed de Leon은 2021 메트로 마닐라 영화제가 실패한 이유는 <Vice Ganda>같은 게이 코믹, Vic Sotto 등 코미디언 빅스타와 흥행작이 없었기 때문이라고 말했다. 보고에 따르면 대부분의 필리핀 관객은 12월에 자국 영화를 위해 할리우드 블록버스터 <스파이더맨: 노 웨이 홈>의 상영을 종료한 것을 못마땅해 했다.



보이 빌라산타

보이 빌라산타 (홀리아니토 빌라산타)는 필리핀의 수상 경력 엔터테인먼트 저널리스트이자 다큐멘터리 영화제작자다. 여섯 권의 도서를 저술했으며 최신 집필작은 필리핀 영화에서 주제로서의 성에 대해 심층적으로 문화, 역사 및 사회정치적 분석을 학술적으로 담은 『SekSinema(필리핀 영화의 젠더 이미지 확장 팬데미아)』(2021) (홀리아니토 빌라산타, BVV8 미디어 발간)이다. 필리핀-영국인 영화감독 조위 모렐과 함께 자신이 시나리오를 쓴 <더 메이킹 오브 케손시티>(2017)를 포함하여 여러 편의 다큐멘터리를 제작했다. 현재 멀티미디어 부문에서 활동하며 오피니언(OpinYon), 디야리오 피노이, 더 마켓 모니터(www.filcaspro.com, www.opinyon.com, www.marketmonitor.com) 등에 기고하고 있다. 연락처는 boyvillasanta18@gmail.com 이다.

**Q** 당신의 장르 영화 <젠산 펀치>, <Palitan>(Swapping), <Bahay na Pula>(Red House)의 국내외 극장 상영에 코로나19 팬데믹이 미친 영향은 무엇인가? 영화 3편(처음 두 영화는 작년에 상영되었음)이 모두 2021년에 마무리했고, 다른 프로젝트도 라이브 스트리밍이 아닌 영화관에서 상영되고 연장 상영을 즐길 수 있었을 텐데?

**A** 2021년 코로나19 팬데믹으로 인한 글로벌 보건 위기로 해외뿐만 아니라 특히 필리핀의 영화관이 대부분 문을 닫았던 것이 안타깝다. 내 영화 말고 다른 감독들의 작품들 역시 온라인 상영에서 얻은 수입과는 별도로, 박스오피스 실적에 큰 영향을 받았다. 규제가 완화되며 3분기에 일부 영화관이 다시 문을 열었지만 관객은 여전히 영화관에 오는 것을 주저하고 두려워하며 비판적이었다. 이후 2021년 마지막 날에 출현한 오미크론 변종을 보며 바이러스의 위험을 느꼈기 때문이다. 어쨌든, 내 영화 중 <젠산 펀치>같은 작품은 몇 달 전 도쿄에서 라이브 스트리밍과 오프라인으로 동시에 관객을 만나기도 했다.

**Q** 코로나19 팬데믹이 필리핀을 강타했을 때, 영화 제작 사전 프로덕션 단계 및 주요 촬영 단계에서 영화 제작에 미친 영향은 무엇인가?

**A** 코로나19의 사례가 급격히 감소하고 감염의 안정기에 도달한 지금에도 필리핀은 국가 보건 기구의 하나인 the Inter-Agency Task Force on Emerging Infectious Diseases(IATF-EID)를 통해 영화 제작 환경에서 페이스 실드를 자발적으로 착용하지 않은 경우 마스크 착용, 소독제 사용, 물리적 거리 준수와 같은 보건 프로토콜의 실천을 요구하고 있다.

하지만 바이러스 감염이 한창인 2020년과 2021년 일부 간헐적으로 일하던 시즌에도 감독이자 제작자로서 스와프 테스트, PCR 또는 항원 테스트, 제작자에서 크리에이티브 팀, 기술 팀까지 제작진 사이의 격리 등 보건 상담을 거치지 않고서는 사전 프로덕션 미팅과 주요 촬영을 진행하는 것이 매우 어려웠다. 사실 2020년 내내 촬영

을 하지 않았다. 제작진과 배우들이 코로나에 걸리지 않았으면 했기 때문이다.

2021년 7월인가 8월, 운이 좋게 <젠산 펀치>의 추가 장면을 촬영했다. 엄격한 보건 기준을 따라 오키나와 배우 쇼겐을 필리핀으로 데려왔지만, 그를 영화 카메라 앞에 세우기 전에 격리하고 검사를 받아야 했다. 우리 팀 전체는 마스크 착용, 자가 소독, 특히 바이러스 확산을 줄이기 위해 카메라 밖에서도 최소 2미터의 거리를 유지하는 등 모든 움직임에 신중했다. <Palitan>의 초현실적 장면에서 역시 동일한 보건 시스템을 실행했다.

**Q** 영화 제작 시 정부의 보건 프로토콜을 엄격히 준수하고, 영화관 폐쇄와 같은 팬데믹으로 인한 제한적인 환경이 지속되는 동안 영화의 제작, 마케팅 및 홍보 측면에서 무엇을 조정했는가?

**A** 락인 샷이 영화 제작에 있어 가장 실용적이고 안전한 방법이었다. 모든 사람은 출입을 위해 스와프 테스트를 받아야 했다. 모든 영화사와 마찬가지로 모든 스태프가 코로나 프로토콜을 따를 수 있도록 안전 책임자와 담당관을 배정해야 했다. 또한 세트에 관련된 사람들의 수를 최소화하기 위해 스크립트를 다시 작성하거나 조정했다. 마케팅 및 프로모션 측면에서 일반적인 스토리 콘퍼런스 및 기자 간담회는 온라인으로 진행되었다. 다만 2021년 4분기 후반에는 일부 현장 및 대면 활동이 실제로 참석하는 배우, 기술 팀, 기자의 수를 50%로 줄이는 조건으로 허용되었다.

**Q** 전 세계적으로 영화 제작에 대한 팬데믹 제약이 일부 완화된 것을 감안할 때, 영화 제작 상황을 정상화하기 위해 필리핀 영화계가 어떤 초기 조치를 취했는가?

**A** 필리핀에서는 2021년 4분기에 영화 감상 등 대면 모임을 장려했지만, 관객 수를 50%로 제한하는 것은 동일했다. 12월 오미크론의 타격으로 2022년 1월에 환자 수가 급증하자 보건 제한이 다시 적용되었지만, 다행히 지금 인터뷰하는 시점까지 1분기 전체에 걸쳐 보



다 편안하고 건강한 사회로 가기 위해 겪은 일시적인 불편이었다. 영화 제작이 정상적인 일정으로 돌아가고 있지만 여전히 카메라 안팎의 제작진은 보건 기준을 따라야 한다.

**Q OTT 서비스와 플랫폼이 필리핀 영화 산업을 발전시킬 것이라고 생각하는가? 그 이유는?**

A 전통적인 극장 영화 상영이나 개인이 모여서 관람하는 것만큼이나 우세한 활동이 되고 그런 기능을 가지는 것은 OTT뿐이라고 생각한다. 상영을 위한 추가 플랫폼이 생기는 것이기 때문에 필리핀 영화 산업에는 도움이 될 것이다. OTT는 새로운 매체지만 현재 시장은 발전되고 있다. 빠르게 변화하는 사회의 속도만큼 관객은 라이브 스트리밍 사이트에서 영화를 시청하고 영감을 얻을 것이다.

**Q 특히 팬데믹과 같이 힘든 시기에 필리핀 정부가 어떻게 영화 제작을 지원하는가?**

A 어떤 일을 하려고 할 때는 여러 방법이 있다. 먼저 필리핀 영화제작자들에게 어느 정도 도움이 되는 정부 기관으로 FDCP(Film Development Council of the Philippines)가 있다. 그리고 영화진흥위원회에서 제작자에게 부여하는 보조금이 있다. 나도 CreatePHFilms 프로젝트에서 내 영화 <Bansa>를 선택하면서 이 보조금을 수여하게 되었다. 팬데믹 시기에 영화를 진행하게 된 계기가 된 셈이다. 다른 감독들도 제작비나 스토리 개발 예산을 받았다.

**Q 영화 제작을 위해 프로젝트를 선정하는 방법은 무엇인가?**

A 내 방법은 이렇다. 프로젝트의 참신함을 매우 중요하게 여긴다. 새로운 아이디어 개념, 새로운 표현, 새로운 가치와 예술에 대한 관념, 그리고 영화 제작의 비즈니스 주기를 제시해야 한다. 아직 세상에 알려지지 않은 신선한 아이디어는 선물로 생각하고 환영한다. 전 세계의 영화 산업은 역동적이고 진화하기 때문에 과거의 영광을 쉽게 거머쥘 수 없다. 나는 세계 영화계에 노출되었고 그 영화를 만든 그들과 협업할 수 있는 무기가 있다. 이것이 내가 영화 제작에 있어 색다른 관점을 가지는 이유 중 하나이다.

자신의 나라에서 영화 제작을 할 때에도 항상 독창성의 기준이 되는 프로젝트를 찾아야 한다. 그렇게 하면 결국 세계 무대에서도 나의 창의력을 높이 평가하게 될 것이다. 로컬 관객이 남과 다른 나의 영화 가치에 동조하지 않더라도 나의 영화가 논리적이고 신뢰할 수 있고 미학적인 구조를 지닌다고 생각한다면 그대로 밀고 나가라. 그런 영화는 결코 잘못될 수 없다. 나는 영화의 카메라가 들어가기 전에 이야기와 영화의 구조 전체에 대한 연구가 확실한 것을 좋아한다. 연구를 신뢰할 수 있고 진실하다면 영화의 독창성이 뚜렷한 것이다.

**Q 팬데믹 또는 비 팬데믹, 필리핀 박스오피스에서 흥행하는데 필요한 것은?**

A 필리핀 박스오피스에서의 흥행에는 고려할 요소가 다양하게 있다. 그중 가장 눈에 띄는 것은 가장 많은 사람들과 관련된 이야기

를 가장 즐거운 방식으로 보여주어야 한다는 점이다.

**Q 자신의 영화에 투자를 받기 위해 어떤 일을 하는지?**

A 내가 영화에 대한 투자를 받는 방법은 여러 가지가 있지만, 꼭 투자 자체를 위해 각색하지는 않는다. 투자자의 신뢰성과 신용은 중요하게 고려해야 한다. 나의 경우 성급하거나 의심스러운 거래를 성급하게 받아들이지 않는다. 물론 요즘 특히 코로나19 팬데믹으로 인한 산업 침체로 인해 제작비를 마련하기 어렵지만 희망은 언제나 있는 법이다.

겸손함은 잠시 내려 두고, 나는 이미 국제 영화계에 이름을 올렸기 때문에 공동 제작의 기회가 많이 주어진다. <젠산 편치>의 경우 공동 프로듀서인 Gentle Underground Monkeys가 실제 일본 외다리 복서에 관한 프로젝트를 진행할 수 있다며 내게 연락해왔다. 나는 그 아이디어가 마음에 들었고, 성공적으로 공동 제작을 할 수 있었다.

**Q 2021년 1분기 동안 팬데믹에도 불구하고 확인한 2021년 시장의 트렌드가 있는가?**

A 2021년 격동의 팬데믹 기간 동안 거의 모든 영화 제작 국가에서 대규모 영화 라이브 스트리밍이 시작되었다. 또한 많은 시청자가 구매하기 쉽고 제작도 용이한 포르노 영화가 부활하는 것을 보았다. 섹스를 주제로 하면 잘 팔리니까. 그리고 팬데믹의 불확실성, 테러의 위협, 전쟁의 야만성으로 인한 문화 충격과 편집중지 증가하면서 호러 영화에 대한 시장성도 생겼다. 태평양 전쟁 당시 일본의 만행 등 전쟁의 무의미함을 일깨워주는 영화 <Bahay na Pula> 제작을 위해 내 표현을 주저하지 않은 것도 그 이유에서다.

**Q 제작자/감독으로서 가장 어려운 도전은 무엇이라고 생각하는가?**

A 프로듀서/감독으로서 가장 크거나 어려운 도전은 창의적인 사람들을 포함한 제작진에게 동등한 책임과 특권을 부여하면서 영화 제작을 유지하는 것이다. 우리는 투자금을 회수하는 것만이 아니라 나머지 제작진의 생계 수단으로써 영화를 계속 만들어야 한다. 영화 제작진에게 공정하고 정직하게 대하는 것은 내가 소중히 여기는 미덕이다. 그들이야말로 내 기술과 비즈니스의 중추이기 때문이다.

**Q 장르 영화 제작에서 필리핀 영화의 전망을 어떻게 보는지?**

A 필리핀 관객들은 화면의 환상적인 장면을 좋아하기 때문에 장르 영화 제작이 필리핀에서 번창할 것이라고 생각한다.

**Q 한국 장르 영화가 당신의 필리핀 감성과 미학에 미친 영향은?**

A 한국 장르 영화 제작은 우리 사회 역사에 있어온 민속적인 이야기를 떠올리게 하기 때문에 필리핀에서 영향력이 있다. 필리핀 고유의 주제로 장르 영화 제작에 올바르게 접근한다면 필리핀 영화 제작자는 세계적인 위상을 달성할 수 있을 것이다.

**Q 예를 들어, 앞으로 몇 년 사이에 세계 영화 관객들을 위해 계획한 영화가 있다면?**

A 나는 필리핀에 대해 가장 기억에 남는 것들을 세계 영화계에 보여주고 싶다. 필리핀의 역사, 그리고 우리가 가지고 있는 독특한 문화를 전 세계를 통해 보편적으로 이해되는 형식과 내용으로 다루고 싶다. 필리핀 사람들이 명예, 좋은 이미지, 명성을 추구하는 모습이 좋게만 보이지 않더라도 필리핀에는 영화로 풀어낼 보석이 많다. 삶은 그 자체로 연속적인 과정이기 때문에 우리는 그 안에서 투쟁과 열린 결말을 다채롭게 보는 것이다.



## Philippine Film Market Trend in 2021

### : Cyber Battlefield

Don't look now, but it's a guessing game in the social economy earnings of Philippine cinema in 2021 in the pretext of corporate policies.

Believe it or not, it's happening right in our very eyes.  
Seriously, it's fun or no fun, indeed.  
It's "more fun in the Philippines" (pun intended).

What with the emergence and dominance of live-streaming apps as KTX, iWantTFC, Upstream, CignalPlay, Vivamax, tba.ph and other over-the-top (OTT) services beamed on a Pay-Per-View or subscription basis in Philippine territories and elsewhere where Filipinos thrive and to switch on to homegrown visuals for homesickness and eagerness to tread familiar grounds; foreign-owned media platforms like HBO and Netflix which show Filipino movies, the battlefield in the local film industry in the Philippines in 2021 was the cyber-space.

The quick, sudden shift to new, modern tech reigned here. The invasion of the global pest of COVID-19 was a prelude when film projectors, stand-alone or mall cinemas, or DCP would albeit take the backseats. In effect, the millennial third decade of the 21st century COVID-19 pandemic highlighted the rule of cyber to Marshall McLuhan's reduction of the world to a village.

In the first quarter of 2021 alone, full-length Filipino films were streamed live because of the shutdown of physical movie houses nationwide in response to the spike of COVID-19 variants in South African, UK, Indian and Brazilian. Unofficially, there were only eighty films shown in the entire Chinese Year of the Metal Ox very influential on Filipino life and culture. One glaring absence was the theatrical showing of director Vince Tañada's *Katips* in December which was missed out in the Wikipedia list. Out of these outings, more than thirty were genre films or their permutations as erotic drama-psycho thriller, comedy-horror, romance-fantasy, action-fantasy, etc. but mostly created shabbily except for some which were reviewed positively by critics.

It turned out that the most prolific filmmaker of them all was Viva Films and its affiliates, most of them shown in its own OTT infrastructure Vivamax, which had registered 50% of the total productions in 2021 seventy percent (70%) of them were skin flicks. The rest were tail-enders of 30%, 20% and 10% ratio in producing films including the once prolific Star Cinema which could qualify for a 30% representation. In a review of sort by Fred Hawson: "Vivamax almost high-handedly kept the local film industry alive and going this year" Because of the zero-source of earnings from film companies, the ranking in the Philippine cinema report in 2021 is a mix of favorable reviews and wild guesses if not assumptions based on feedbacks in online and printed stories and interviews with knowledgeable and credible players in the industry.

FlixPatrol, a film performance data repository, published in its tally board online site that the Filipino film *A Faraway Land* (which starred Paolo Contis and Yen Santos about a mar-

ried woman migrant worker in Denmark and a male Filipino reporter doing a documentary on OFWs their meeting sparks a complicated love story) occupied the 7th slot in the Top 10 Netflix films in 2021.

Sid de Paz, booking officer of Viva Films said he would try to get box-office results of *A Hard Day* - an action-thriller which was the only film of the company theatrically screened at the 47th Metro Manila Film Festival in December - from the data collector in his department. The next time I followed up on Sid, he apologetically said that his colleagues couldn't provide the earnings of the project because it was not allowed by their office. Dave Fabros, Assistant Chair of the Film Development Council of the Philippines (FDCP), a state agency that formulates and implements policies in the economic, cultural and educational development of Philippine film industry, said that his office has no available data on the annual earnings of individual films.

Internationally acclaimed filmmaker Brillante Ma. Mendoza, winner of the Palme d'Or Best Director for *Kinatay (The Butchered)* at the 62nd Cannes International Film Festival in France casually quipped: "Nobody will give you figures of streaming earnings of movies in the Philippines" Although Mendoza said that there were available, palpable gauges in determining, at least, the economic standing of each film last year, like his insider's view of Vivamax online app, a multimedia component of Viva Entertainment. "*Taya* by Roman Perez, Jr. lasted for four months streaming at Vivamax. That's a feat in the history of live streaming of movies in the Philippines," shared Brillante. "People during those times were isolated at home and they enjoyed watching the film," he informed. *Taya (Bet)* a psycho-sex thriller, was streamlined from August to November.

In all honesty and objectivity, though, Mendoza's *Palitan (Swapping)* was screened in Vivamax for four weeks which was also a record-breaking stint in cyber show. *Palitan* - although seen as an erotic drama its many scenes were shot in breathtaking if not nerve-racking and thrilling sequences like the surreal waterfalls aerial shots of a hetero foursome lovers' orgy where the females were caught in homoerotic or gay gazes with matching holding hands in the presence of their respective beaux in wild abandon.

LionhearTV, entertainment news online, stated: "Star Cinema's Advertising and Promotion Head Mico del Rosario confirmed that *Love is Color Blind* became the highest-grossing Filipino film in 2021." Del Rosario, also the publicist of Rise Artists Studio, ABS-CBN Broadcasting Corporation's new talent management arm, lauded the online performance of *Love is Color Blind*, a Star Cinema romance which top-billed young idols Donny Pangilinan and Belle Mariano - also known in their portmanteau moniker DonBelle - had taken the whole live streaming platform by storm. KTX.PH, the app which showed the film during the second week of December, released a news report on December 10, 2021: "This is on its first day alone!!! Truly PHENOMENAL!!! CONGRATULATIONS TEAM #Lovels-ColorBlind!!!" *Love is Color Blind* was pitted against Viva Films and Centerstage Productions' *Palitan* which also performed well at the digital cash registry. The two films were of diversified audiences and orientations, though. According to Brillante, it was found out in



---

a research that sexy movies still make money. “The audience of Vivamax are males from seventeen to their twenties who prefer to watch female-to-female love scenes or female bodies,” said Mendoza.

Unlike the past years when Star Cinema had overtaken most of its rivals in annual gross receipts which the company generously shared with BIFAN’s ‘Made in Asia’ book, the production house couldn’t furnish last year’s box-office or digital registry financial income. Regie Sandel, Head of Booking and Distribution at ABS-CBN Film Productions said that *Princess ‘Daya’Reese, Love or Money, Momshies! Ang Soul Mo’y Akin!, Love is Color Blind* were not shown theatrically except for *Love at First Stream* which was also exhibited on-site during the duration of the 2021 Metro Manila Film Festival. He said, no figures are available.

Speaking of the 2021 MMFF, the annual fiesta of Philippine films which was shown in-person during the pandemic was reportedly a dismal flop. According to MJ Felipe of ABS-CBN News, there were no queues of moviegoers at the ticket booths on the first day of the fest on December 25. However, MMFF spokesperson Noel Ferrer defended that last year’s event was way ahead in its earnings from the 2020 run. The 46th MMFF underperformed to the tune of P31M. “In fact, the first-day gross alone this year covered 1/3 of the total MMFF online gross (in its entire run) last year,” posted Noel on his Facebook wall on December 26, 2021. Therefore, the 47th MMFF earned 10.323 million PHP on its first day alone as per Ferrer’s assertion. Noel said that not even the big Hollywood films like *Eternals* are able to approximate the gross that MMFF 2021 has generated so far.

When I personally asked Noel for a copy of the box-office results of last year’s entries, he answered in the negative. Still, observers and men-on-the-streets have maintained their impressions of the low outcome of 2021. “On Christmas day, movie fans noted the rainy weather and the restrictions to eat inside the theaters and other factors that kept them away from cinemas,” reported MJ. “According to some staff and customers, the reason that affected the motley crowd of moviegoers was their search for child-friendly movies,” Felipe added.

Other entries to last year’s fest were comedies (gay, romance and fantasy) and dramas (melodrama, suspense) which were seen as turnoffs to kids who are attuned to watching wholesome, funny popular stars. Disappointing was the 7,500 PHP sales of comic thriller *The ExorSis* at the tills on its first day. Movie writer Ed de Leon opined that the 47th MMFF was a failure because there were no big stars and box-office attractions like gay comic *Vice Ganda* and comedian Vic Sotto. Reports had it that most of the Filipino audience were frustrated of the pullout of the Hollywood blockbuster *Spider-Man: No Way Home* in December to make way for the celebration of native films.



#### Boy VILLASANTA

Boy Villasanta, Julianito Villasanta in real life, is an award-winning entertainment journalist and documentary filmmaker in the Philippines. Boy has authored six books, the latest of which is an in-depth cultural, historical and socio-political analysis of the employ of sex as subject in Philippine movies in the scholarly written ‘SekSinema(Gender Images in Philippine Cinema Enfolding Pandemia)’ (2021) (Julianito Villasanta, Publisher with BVV8 Media Productions). Villasanta has produced several docs including *The Making of Quezon City* (2017) from his screenplay directed by Fil-Briton filmmaker Jowee Morel. At the moment, Boy is a multimedia practitioner. He writes for newspapers such as OpinYon, Diyaryo Pinoy, Market Monitor etc.; online sites, namely, [www.filcaspro.com](http://www.filcaspro.com), [www.opinyon.com](http://www.opinyon.com) and [www.marketmonitor.com](http://www.marketmonitor.com). He can be reached through [boyvillasanta18@gmail.com](mailto:boyvillasanta18@gmail.com).

---



## Interview with Director Brillante Ma. MENDOZA



**Brillante Ma. Mendoza**

Brillante Ma. Mendoza, producer and director of *Palitan*, *Gensan Punch* and *Bahay na Pula* is the Chief Executive Officer (CEO) of Centerstage Productions. Mendoza is the 62nd Cannes Film Festival Palme d'Or Best Director for *Kinatay*. He has won various international awards for his films including the Kim Jiseok Award for *Gensan Punch* at the 26th Busan International Film Festival in 2021.

**Q** What are the effects of the COVID-19 pandemic in local and international theatrical screenings of your releases like the genre films *Gensan Punch*, *Palitan* (Swapping), *Bahay na Pula* (Red House), all three movies wrapped up in 2021 (although the first two were shown last year) and other projects when they should have enjoyed cinema showing and their extended runs instead of just outright live streaming?

**A** It's unfortunate that movie theaters not only abroad but especially in the Philippines were shut down most of the time in 2021 because of the global health crisis brought about by the COVID-19 pandemic that my films and those of others meant for offline screenings were greatly affected in their box-office performances apart from the earnings that they had in online showings. When some cinemas opened in the third quarter of the year because of loosened restrictions, moviegoers were still hesitant, fearsome and cynical to flock to them because of threats of the virus which later saw the emergence of Omicron variants on the last days of 2021. Anyway, some of my films were streamed live and shown offline like *Gensan Punch* in Tokyo months back.

**Q** How does the COVID-19 pandemic affect the production of your films in the pre-prod stage and the principal photography phase when the new coronavirus struck in the Philippines?

**A** Until now, even if the cases of COVID-19 have dropped dramatically and we have reached a plateau of infections, the Philippines through one of its state health apparatuses, the Inter-Agency Task Force on Emerging Infectious Diseases (IATF-EID) has been insistent on the practice of health protocols like wearing of masks if not voluntary on face shields, applying sanitizers and disinfectants and observing

physical distancing including in film productions.

At the height of the viral infections, though, particularly in 2020 and some intermittent seasons in 2021, it was very difficult for me as a director and as a producer to conduct pre-production meetings and even principal photography without health consultations like swab tests, PCR or antigen tests or quarantine isolations among ourselves from the producer to the creative and technical crew. As a matter of fact, I didn't shoot any film in the entire 2020. I didn't want my production people and my stars to get infected of the disease.

It was only in the auspicious months of, say, July or August 2021 that I shot some additional scenes for *Gensan Punch*. Yet, we followed strict health standards like bringing in Okinawan actor Shogen to the Philippines but he had to be quarantined and tested before he could face the movie cameras. Our entire team was cautious in our movements like wearing masks, disinfecting ourselves and maintaining at least two meters of distance from each other especially off-cam to mitigate the spread of the virus. We also practiced the same health systems in our shoots for genre film *Bahay na Pula* and surreal scenes in *Palitan* which were done in a coastal community off the southwest of Manila.

**Q** What are your adjustments in the production, marketing and promotion of films during the duration of the restrictive atmosphere of the pandemic like strict adherence to government's health protocols in filmmaking and closure of movie houses?

**A** Lock-in shots were the most practical and safest ways to go in film productions. Everybody had to undergo entry and exit swab tests. Like all film companies, we had to assign safety officers and marshals to ensure that all the staff

and crew follow the COVID protocols. Scripts are rewritten or adjusted to minimize the number of people involved in the set. In terms of marketing and promotion, the usual story conferences and press confabs were done online although in the latter part of the fourth quarter of 2021, some on-site and in-person activities were allowed by only fifty percent of the physical attendance of stars, technical and members of the press.

**Q** Considering that the pandemic has eased up some restrictions in filmmaking around the world, what has the Philippine movie industry taken initial steps to normalize the filmmaking situations?

**A** In the Philippines, during the last quarter of 2021, face-to-face meetings like movie watching were encouraged but with limitations just the same as 50% of the crowd accommodation. When the Omicron struck starting in December and spiked in January of 2022, health restrictions were again applied but luckily, it was a short-lived inconvenience that paved the way to a more relaxed and healthier condition in the entire first quarter until today as we write. Film productions are coming back to its normal arrangements but still on-cam and off-cam participants are required to follow health standards.

**Q** Do you think Over-the-Top (OTT) services and platforms could advance the Philippine film industry? Why?

**A** There's no way but the OTT to prevail and to perform as much as the traditional film showing in theaters and other in-person congregating film watching. It is a boon to the Philippine film industry because there's an additional platform for screening. Although it is a new medium, the market is now being developed. At the rate things are going in a fast-paced society one can enjoy and get inspired by watching in live streaming sites.

**Q** How does the Philippine government support your filmmaking, especially in these challenging times of the pandemic?

**A** There are many ways to skin the cat, so to speak. The Film Development Council of the Philippines (FDCP) is one government agency that somewhat helps filmmakers in the country. There are grants the Council has given filmmakers. I am one of the recipients of these when my film *Bansa* was chosen in the project CreatePHFilms. It is in a way an incentive to proceed with the film in this time of the pandemic. There are other filmmakers who were given production

grants or story development budgets.

**Q** How do you select projects for film production?

**A** In my book, I think the novelty of a project counts a lot. One has got to present a new idea concept, a new presentation, a new sense of values and perception of the art and business cycle of filmmaking. Fresh ideas not seen yet by the world are welcome treats. One doesn't sit on one's laurels easily because the film industry around the world is dynamic and evolving. I've been exposed to world cinema and my integration with the very people who create them is one of my weapons to slant a different perspective in filmmaking.

We should always find a project that sets the bar of uniqueness even in our own native filmmaking. This eventually is carried on the world stage that surely appreciates your inventiveness. Even if the people in your own country aren't attuned to your differing film values, just go ahead with them as long as you think they are logical, trustworthy and aesthetically framed, you can never go wrong. I like the solid idea of research in the story and the whole iota of the structure of the film before rolling in the movie cameras. If the research is quite dependable and veracious, there is an edge of uniqueness.

**Q** Pandemic or no pandemic, what does it take to succeed at the box-office in the Philippines?

**A** There are a lot of factors to consider to succeed at the box-office in the Philippines. One of the most glaring of them is the employ of a story relatable to the most number of people which should be presented in the most delectable way.

**Q** How do you go about getting investments for your films?

**A** There are a lot of ways in getting investments for my films but I don't necessarily adapt them per se. The reliability and credibility of investors are important things to consider. I don't hastily give in to spurious or dubious transactions. Of course, production budget is hard to come by these days especially in the face of the industry downturn caused by the COVID-19 pandemic but hope springs eternal. Modesty aside, because I have already built a name in the international film community, people call me to joint production. In the case of *Gensan Punch*, my co-producer Gentle Underground Monkeys initially approached me if we could work on a project about a true-to-life Japanese one-legged boxer. I liked the idea and so we successfully did it.



---

**Q** During the first quarter of 2021 and despite the pandemic, what are some of the market trends you saw in 2021?

**A** During the tumultuous pandemic year of 2021, I saw the coming of massive live streaming of films in almost all filmmaking countries. I also saw the resurrection of skin flicks which are buyable and viable to a lot of viewers. Sex as a topic sells much. Of course, horror films are also marketable because of the rise of culture shock and paranoia brought about by the uncertainties of the pandemic, the threats of terrorism and the savages of war. That's why I didn't mince a word to do *Bahay na Pula* which was a reminder of the futility of wars like the Japanese brutality in the Philippines during the Pacific war.

**Q** What would you consider the toughest challenge for you as a producer/director?

**A** The greatest or the toughest challenge for me as a producer/director is how to sustain a film production with equal responsibilities and privileges given to the workers, creative people included. We need to recoup our investments as well as continue making films as a livelihood for the rest of the production people. Being fair and honest to the film workers is one virtue I cherish because they are the backbone of my craft and my business.

**Q** What is your foresight of Philippine cinema in genre filmmaking?

**A** Genre filmmaking will flourish in the Philippines because the Filipino audience is fond of fantastic scenes on screen.

**Q** What is the impact of Korean genre filmmaking to your Filipino sensibilities and aesthetics?

**A** Korean genre of filmmaking is influential in our Filipino because it resonates in the many folkloric narratives in our social history. Given the right approaches to genre filmmaking of indigenous materials will enable Filipino filmmakers to achieve world-renowned stature.

**Q** What will the world cinema audience expect from your movies in the next couple of years, for instance?

**A** I would like to offer world cinema the most memorable things about the Philippines, its history and the unique culture we have that is tackled in form and content universally understood. We have a lot of cinematic gems no matter how people see them as unfriendly to the Filipino pursuit

of honor, good image and prestige but we see the struggles colorfully and the open-ended resolution because life is a continuous process in itself.



베트남 VIETNAM





Figures of Top 10 Films in Vietnamese Box Office

출처: <https://boxofficevietnam.com>

| No. | 작품명                   | English Title                  | 감독           | Director                 | 국가  | Country |
|-----|-----------------------|--------------------------------|--------------|--------------------------|-----|---------|
| 1   | Bố Già                | Bo Gia: Daddy, I'm Sorry       | 트란 탄, 부 응옥 당 | TRAN Thanh, NGOC Dang Vu | 베트남 | Vietnam |
| 2   | Lật Mặt 5: 48H        | Face Off: 48H                  | 리 하이         | LY Hai                   | 베트남 | Vietnam |
| 3   | 고질라 VS. 콩             | Godzilla vs. Kong              | 애덤 원가드       | Adam WINGARD             | 미국  | USA     |
| 4   | 스파이더맨: 노 웨이 홈         | Spider-Man: No Way Home        | 존 왓츠         | Jon WATTS                | 미국  | USA     |
| 5   | Gái Già Lắm Chiêu V   | Camellia Sisters               | 남 시토, 바오 난   | Nam Cito, BAO Nhan       | 베트남 | Vietnam |
| 6   | 수호 인형                 | The Guardian                   | 빅터 부         | Victor VU                | 베트남 | Vietnam |
| 7   | Trạng Tí Phiêu Lưu Ký | Trang Ti Phieu Luu Ky          | 판 자 낫 린      | PHAN Gia Nhat Linh       | 베트남 | Vietnam |
| 8   | 이터널스                  | Eternals                       | 클로이 자오       | Chloe ZHAO               | 미국  | USA     |
| 9   | 분노의 질주: 더 얼티메이트       | Fast & Furious 9 the Fast Saga | 저스틴 린        | Justin LIN               | 미국  | USA     |
| 10  | Em Là Cua Em          | Em La Cua Em                   | 르 티엔 빈       | LE Thien Vien            | 베트남 | Vietnam |

| 장르  | Genre   | Gross(VND)      | Gross(USD) | Production                                         | Distribution                        |
|-----|---------|-----------------|------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 코미디 | Comedy  | 430.000.000.000 | 18,700,000 | Galaxy M&E, HKFilm                                 | Galaxy Distribution                 |
| 액션  | Action  | 150.000.000.000 | 6,521,000  | Ly Hai Production                                  | 815 Pictures                        |
| 액션  | Action  | 140.000.000.000 | 6,086,000  | Legendary Entertainment, Warner Bros.              | Warner Bros. Pictures               |
| 액션  | Action  | 122.000.000.000 | 5,304,000  | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios | Sony Pictures Entertainment         |
| 드라마 | Drama   | 55.000.000.000  | 2,391,000  | Mar6 Pictures                                      | -                                   |
| 호러  | Horror  | 35.000.000.000  | 1,521,000  | Lotte Entertainment                                | Lotte Entertainment                 |
| 코미디 | Comedy  | 22.000.000.000  | 956,000    | Studio68                                           | -                                   |
| 액션  | Action  | 18.000.000.000  | 782,000    | Marvel Studio                                      | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션  | Action  | 16.000.000.000  | 695,000    | Universal Pictures                                 | Universal Pictures                  |
| 로맨스 | Romance | 16.000.000.000  | 695,000    | Le Dao Media, V Pictures                           | -                                   |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                   | English Title            | 감독           | Director                 | 국가  | Country |
|-----|-----------------------|--------------------------|--------------|--------------------------|-----|---------|
| 1   | Bố Già                | Bo Gia: Daddy, I'm Sorry | 트란 탄, 부 응옥 당 | TRAN Thanh, NGOC Dang Vu | 베트남 | Vietnam |
| 2   | Lật Mặt 5: 48H        | Face Off: 48H            | 리 하이         | LY Hai                   | 베트남 | Vietnam |
| 3   | Gái Già Lắm Chiêu V   | Camellia Sisters         | 남 시토, 바오 난   | Nam Cito, BAO Nhan       | 베트남 | Vietnam |
| 4   | 수호 인형                 | The Guardian             | 빅터 부         | Victor VU                | 베트남 | Vietnam |
| 5   | Trạng Tí Phiêu Lưu Ký | Trang Ti Phieu Luu Ky    | 판 지아 낫 린     | PHAN Gia Nhat Linh       | 베트남 | Vietnam |
| 6   | Em Là Cua Em          | Em La Cua Em             | 르 티엔 비엔      | LE Thien Vien            | 베트남 | Vietnam |
| 7   | Song Song             | Song Song                | 응우옌 후 호앙     | NGUYEN Huu Hoang         | 베트남 | Vietnam |
| 8   | Cậu Vàng              | Cau Vang                 | 쫑 부 투이       | TRUONG Vu Thuy           | 베트남 | Vietnam |
| 9   | Võ Sinh Đại Chiến     | Vo Sinh Dai Chien        | 응우옌 바 쿠옹     | NGUYEN Ba Cuong          | 베트남 | Vietnam |
| 10  | Sám Hối               | Sam Hoi                  | 피터 히옌        | Peter Hien               | 베트남 | Vietnam |

| 장르  | Genre   | Gross(VND)      | Gross(USD) | Production               | Distribution        |
|-----|---------|-----------------|------------|--------------------------|---------------------|
| 코미디 | Comedy  | 430.000.000.000 | 18,700,000 | Galaxy M&E, HKFilm       | Galaxy Distribution |
| 액션  | Action  | 150.000.000.000 | 6,521,000  | Ly Hai Production        | 815 Pictures        |
| 드라마 | Drama   | 55.000.000.000  | 2,391,000  | Mar6 Pictures            | -                   |
| 호러  | Horror  | 35.000.000.000  | 1,521,000  | Lotte Entertainment      | Lotte Entertainment |
| 코미디 | Comedy  | 22.000.000.000  | 956,000    | Studio68                 | -                   |
| 로맨스 | Romance | 16.000.000.000  | 695,000    | Le Dao Media, V Pictures | -                   |
| 드라마 | Drama   | 4.000.000.000   | 173.000    | CJ Entertainment         | -                   |
| 드라마 | Drama   | 4.000.000.000   | 173.000    | Bui Cuong Films          | -                   |
| 액션  | Action  | 2.000.000.000   | 87,000     | DC Entertainment         | Galaxy Distribution |
| 액션  | Action  | 1.300.000.000   | 56,000     | Anh Sao Production       | -                   |



## 2021년 베트남 영화산업 동향

### : 코로나로 인한 베트남 영화의 ‘임상 사망’

2021년 베트남 영화 시장은 COVID-19 팬데믹으로 인해 심각한 수익 하락을 지속했다. 베트남 영화관은 6개월 이상 문을 닫았고, 나머지 6개월 동안 개봉한 베트남 영화는 14편에 불과했다. 이는 10여 년 만에 가장 낮은 국내 영화 개봉 숫자였으며, 따라서 수익이 감소했다. 개봉한 베트남 영화 14편 중 1편은 역대 최고 흥행 기록을 경신했고, 3편에서 수익이 났다. 나머지 10편의 영화는 모두 수십억에서 수백억 VND의 손실을 입었다. 해외 영화의 경우 <분노의 질주: 더 얼티메이트>, <007 노 타임 투 다이> 같은 할리우드 블록버스터 영화조차 상황이 더 나지 않았다. <스파이더맨: 노 웨이 홈>, <고질라 VS. 콩>과 같은 소수의 블록버스터 영화만 박스오피스 흥행에 성공했으며, 이조차 이전 기록에는 한참 못 미쳤다.

영화 수익은 COVID-19 팬데믹의 영향을 받았지만, 이러한 결과로 봤을 때, 관객이 영화를 선택하는 데 점점 더 까다롭고 엄격해지고 있음을 알 수 있다.

#### 엄청난 흥행 성공: 베트남 영화 역사상 최고 수익 기록을 경신한 영화

COVID-19 팬데믹으로 암울한 시기에 감독이자 각본가이며 배우인 트란 탄의 영화 <Bo Gia>(2021)는 베트남 영화 시장에서 전례 없는 흥행 돌풍을 일으켰다. 음력 설 직후인 3월 초에 개봉한 <Bo Gia>(2021)는 한 달여 만에 대성공을 거뒀다. 많은 영화 포럼이나 잡지에서 영화에 대한 다양한 의견을 가진 관객의 활발한 토론이 일어났다.

<Bo Gia>(2021)의 영화 버전은 베트남 최고의 연예계 스타 트란 탄의 2000년대 초반 열풍을 일으킨 ‘웹드라마’ (유튜브에서 자유롭게 공개되는 ‘미니시리즈’의 한 형태) 에 기반해 만들었다. 영화 버전의 경우 제목과 사이공의 노동계급 지역의 현실적인 상황에서 영감을 얻은 점이 동일할 뿐, 내용은 완전히 다르다. 가족애와 부자간의 사랑을 가까이서 관찰하고, 어쩌면 적나라하게 보여주는 가족의 이야기와 개인적인 기억, 실제 같은 현실적 표현을 통해 트란 탄은 나이 든 아버지의 감정선을 잘 보여주고 관객에게 감동을 선사했다. 이것이 이 영화가 베트남 영화에서 보기 드문 대성공을 거둔 가장 큰 이유일 것이다. 제작, 대본, 공동 감독(부 응옥 당과 공동 연출), 주연(Mr. Ba Sang 역할), 음악, 심지어 편집까지 영화의 가장 중요한 크리에티브 역할을 도맡은 이 트란 탄 쇼를 통해 관객은 그의 야망을 볼 수 있었고, 모든 에너지를 쏟아부은 그의 마음과 영혼을 담은 영화를 만나게 되었다.

그러나 영화가 대중의 감정에 닿지 않는다면 이러한 헌신과 노력은 완전히 무의미하다. 다행히 트란 탄과 제작진은 이 ‘죽음의 문’을 극복할 수 있었다. 여전히 장황하고 시끄러우며, 여전히 연극적이고 티브이 드라마 스타일을 벗어나지 못한다는 몇가지 단점이 있긴 해도, 일반적으로 오늘날 베트남 영화 관객의 마음을 훔치기에 가장 중요한 요소가 대본이라 여기는 영화계에서 <Bo Gia>(2021)는 매우 훌륭한 대본을 가진 작품이라 할 수 있다.

가족애를 소재로 한 이 영화에서 관객은 가족과 그 무리의 관계에 대한 복잡한 이야기를 보게 된다. 영화는 의미심장한 룡샷으로 시작하면서 현대 사이공의 작은 골목 안 혼돈과 생동감 넘치는 세계로 관객을 이끈다. 그리고 갈등, 특히 가족과 친척에 대한 갈등이 점차 드러난다. 영화는 오늘날 베트남 사회 어딘가에서 볼 수 있을 법한 세대갈등 등의 문제를 아주 가까이에서 보여준다. 시끌벅적하지만 사색적인 침묵과 진지함이 있다. 그렇기 때문에 ‘가족애’라는 <Bo Gia>(2021)의 주제는 관객을 감동시키고, 관객이 극장에 가서 영화를 보고, 신문이나 소셜 미디어 플랫폼에서 토론을 벌이게 만든다.

자신의 가족을 선택할 수 있는 사람은 없다. <Bo Gia>(2021)는 이것을 분명하게 보여준다. 선택할 수 없기 때문에 이기심과 이타심, 나쁜 것과 좋은 것, 새 것과 옛 것 양쪽의 집단은 살기 위해 서로를 받아들이야 한다. 등장인물은 매우 현실적이다. <Bo Gia>(2021)에는 지나치게 단순화된 사람도 없고, 완전히 선하거나 악한 사람도 없다. 서로를 받아들이고 삶의 불완전함을 받아들이기 위해 도전과 어려움을 통해 스스로 배워야 한다. 그 성숙함은 젊은이들뿐만 아니라 노인들에게도 해당된다. 영화는 이러한 삶의 철학을 능숙하게 활용하며 리듬과 절정을 만들어간다. 그것이 관객들이 영화 안에서 자신을 보고, 가족들을 생각하며 눈물을 짓게 만드는 <Bo Gia>(2021)의 핵심 가치일 것이다.

일상의 소재를 영화에 적용하는 것은 쉽고도 어렵다. 기꺼이 경험하고 관찰하려고만 하면, 작가는 태양 아래 모든 것을 소재로 활용할 수 있다. 언제나 거기에 있기 때문에 쉬운 것이다. 그러나 어려운 점은 이러한 일상의 소재를 미묘하고 능숙하게 영화의 것으로 녹여내는 방법을 알지 못한다는 점이다. 트란 탄은 진지한 태도로 자신의 개인적인 경험과 가족의 삶에서 많은 소재를 변형해 영화에 사용함으로써 이러한 약점을 극복했다.

<Bo Gia>(2021)는 베트남 국내 영화 박스오피스에 존재하던 이전 기록의 두 배인 4,300억 VND의 수익을 달성했다. 미국 시장에서도 개봉하여 100만 USD 이상의 수익을 올리며 미국에서 가장 높은 수익을 올린 베트남어 영화가 되었다.

#### 다른 작은 성공작

<Bo Gia>(2021)와 함께 2021년 박스오피스에서 수익을 올린 베트남 영화는 단 두 편이다. 배우이자 감독인 리 하이의 <Face Off: 48H>와 남 시토-바오 난 감독의 <Camellia Sisters>다. 이 두 편 모두 프랜차이즈 시리즈 속편이며, 각각 1,500억 VND과 550억의 수익을 올렸다.

<Face Off: 48H>는 영화계에 입문한 지 5년이 된 리 하이 브랜드의 명성 덕분에 성공했다. 이 영화는 가족과 친구의 사랑을 친근하고 대중적인 색채로 강조한 액션 영화다. 영화는 매우 특별한 액션 장면으로 메콩 강 삼각주의 상황을 활용하고 있다. Face Off 시리즈의 성공 이후 리 하이는 그의 개인적인 스타일을 어필하는 액션 영화를 지속하여 선보이고 있다. 그는 현재 2022년 공개될 파트 6을 준비 중이다.

한편, <Camellia Sisters>는 숨겨진 개인 비극을 통해 드러나는 베트남 상류 사회의 장엄한 삶을 보여준다. 전편(1,600억 VND)에 비해 수익이 감소했음에도 불구하고, <Camellia Sisters>는 여전히 남 시토-바오 난 감독의 수익성 있는 브랜드 효과를 보여준다.

‘손익분기점’을 맞춘 마지막 영화는 <수호 인형>으로 흥행 감독 빅터 부의 스릴러, 호러 영화다. 빅터 부의 강점이긴 하지만 이번 신작은 피상성마저 결여된 틀에 박힌 대본으로 자신을 되풀이하는 모습을 보여주며 돌파구를 찾는데 실패했다. 결과적으로 영화는 겨우 350억 VND의 매출을 올리며 간신히 손익분기점을 넘었다.



박스오피스 폭탄

올해 가장 기대되는 영화에 판 지아 닛 린 감독의 판타지 어드벤처 영화인 <Trang Ti Phieu Luu Ky>도 있었다. 그러나 팬데믹 당시 동명 만화의 개작과 개봉에 대한 논란을 낳았고, 400억 VND이 넘는 예산으로 제작된 이 영화는 겨우 220억 VND의 수익을 올리고 말았다. 영화는 베트남 문화의 정체성이 강한 소재를 전문으로 제작하는 영화 스튜디오 Studio68의 최악의 흥행 폭탄이 되었다.

르 티엔 비엔 감독의 로맨틱 코미디 영화 <Em La Cua Em>과 응우옌 후 호앙 감독의 미스터리, 스릴러 영화 <Song Song>도 스타 캐스팅을 앞에 내세웠지만 실망스러운 영화 중 하나였다.

나머지 영화는 품질과 흥행 수익 모두에서 '재해' 범주에 속했다. 그중 가장 눈에 띄는 영화는 유명한 베트남 문학 작품을 각색한 <Cau Vang>과 <Kieu>였다. 두 영화는 모두 작품성이 떨어지고 베트남의 문학 유산에 심각한 영향을 끼쳤다는 이유로 비평가와 관객으로부터 신랄한 비판을 받았다. 이 두 영화의 수익은 20억~30억 VND에 불과한데, 그것은 영화당 약 150~200억 VND의 손실을 뜻한다.

COVID-19 팬데믹의 심각한 영향으로 베트남 영화 시장이 계속 급락하고, 영화관을 찾는 관객의 습관에 영향을 미치고 있다. 그러나 <Bo Gia>(2021)의 획기적인 성공과 <Cau Vang>,<Kieu> 등 영화의 치명적인 실패는 관객이 영화관에 돈을 쓰는 가장 중요한 이유는 영화의 예술성임을 보여주고 있다.



레 홍 람

1977년 태어난 레 홍 람은 1999년 하노이 국립대학 언론학과를 졸업했다. 람은 예술 및 문화 분야에서 기자, 편집자 및 편집장으로 거의 20년을 종사했다. 람은 현재 프리랜서 영화 평론 및 기자로 활동하고 있다. 현재까지 람은 『Watching Letters Reading Images』(문학과 영화에 대한 인터뷰 및 평론, 2005), 『Play with Structures』(영화 평론, 2011), 『Birds in the Wind』(영화 관련 수필집, 2016), 『The Dilemma of Being Human』(영화 관련 수필집, 2018) 및 『101 Best Vietnamese Films』(베트남 영화의 전망, 2018)과 같은 5권의 저서를 집필했다.

Revenue of the Vietnam film market in 2021 continued to decline seriously due to the COVID-19 pandemic. The outbreak of the pandemic in Vietnam has forced cinemas to close for more than 6 months. In the remaining 6 months, only 14 Vietnamese films were released. This was the lowest number of domestic films in more than 10 years and was the cause of the decline in revenue. Out of 14 released Vietnamese films, there was one film that broke all-time revenue records, and three that were profitable. The remaining 10 films all suffered losses from several billion to ten billion VND. For international films, even Hollywood blockbusters such as *Fast & Furious 9 the Fast Saga*, *No Time to Die*, their situation was no better. Only a few blockbuster movies like *Spider-Man: No Way Home* or *Godzilla vs. Kong* created a great box-office success, but still far below previous records.

Revenue was affected by the COVID-19 pandemic, but the results above show that audiences are becoming more and more demanding and strict in choosing movies to enjoy.

A Great Box-office Success: The Film Broke All-time Revenue Records in Vietnam

In a bleak year because of the COVID-19 pandemic, the movie *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* of director, screenwriter and actor Tran Thanh made an unprecedented breakthrough at the box office in the Vietnam film market. Released in early March, right after the Lunar New Year, *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* immediately created a great success for more than a month. On many film forums or magazines, the film also created lively debates with the audience with conflicting arguments.

The movie version of *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* was developed from the 'web-drama' (a form of 'mini-series' that is freely released on youtube) that created a fever during the New Year 2000 of Tran Thanh - the top entertainment star of Vietnam. Although the movie version has the same title and is still inspired by a realistic situation in a working-class neighborhood in Saigon, the content is completely different. Written from close, even naked stories about family affection and father-son love with several personal imprints, and the reappearance of real life, Tran Thanh has brought an emotional and touching old father to the audience. That is probably the biggest reason why this film created a rare great success for Vietnamese cinema. Being in charge of the most important creative roles of the film such as producing, writing the script, co-directing (with Vu Ngoc Dang), playing the main role (Mr. Ba Sang), music and even editing film - Tran Thanh shows his ambition as well as putting all his energy into a movie that he pours his heart and soul into.

However, that dedication and effort are completely meaningless if the film does not touch the public's emotions. Fortunately, Tran Thanh and his team have overcome this 'death's door'. Although *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* still has a few drawbacks in terms of verbosity, noise, or still retains some theatrical, television-style features - generally, it is a superior work in terms of script, if you consider the script as the most important factor to conquer the Vietnamese cinema audience today.



In this film on the topic of family affection, the audiences have the opportunity to see a complicated story about relationships in family and clan. The film opens with a meaningful long shot, leading the audience into a world that is both chaotic and lively inside a small alley in modern Saigon. And conflicts are gradually opened up, especially conflicts about family and relatives; generational conflicts, etc. are presented very closely that we can see somewhere in the social life of Vietnam today. It is noisy, bustling but also sincere with contemplative silences, thus, the theme of 'family affection' in *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* touches the audiences, making them eager to go to the cinemas and create debates on the newspapers or the forums of the social media platforms.

No one can choose his family - that is evident in *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry*. And because we can't choose, we are forced to accept each other to live, both selfishness and altruism, the bad and the good, the new and the old. The characters are built very close to real life. No one is oversimplified, nor is anyone entirely good or bad, in *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry*. They all have to learn by themselves through challenges and difficulties to accept each other and accept the imperfections of life. That maturity is not only for young people but also for the elderly. That philosophy of life is skillfully exploited to create rhythm and climax. That is probably the core value of *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry*, making the audiences see themselves in it, connect with their families and shed tears.

Exploiting the materials of everyday life to put into cinema is both easy and difficult. It is easy because they are always there, under this sun, if the writer is willing to experience and observe - he will have a whole resource to exploit. But the difficulty is that these life materials, without knowing how to subtly and skillfully transform them into cinema, will become a raw material that is gross or fake, which many films have encountered. Tran Thanh got rid of those weaknesses because he transformed from his personal experiences and many materials from his family's life with a serious attitude when engaging in cinema.

In the Vietnamese market, *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* achieved revenue of 430 billion VND, double more than the film that held the previous record at the domestic box office. The film was also released in the US market and became the highest-grossing Vietnamese-language film in the US with a revenue of more than million USD.

#### Some Other Little Success

Along with *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry*, in 2021, there are only two Vietnamese films that have made a profit at the box office: *Face Off: 48H* of actor-director Ly Hai and *Camillie Sisters* of directors Nam Cito-Bao Nhan. These are both sequels of 2 franchise series with revenue of 150 billion VND and 55 billion VND, respectively.

*Face Off: 48H* succeeded thanks to the prestige of Ly Hai brand after half a decade of encroaching on the cinema. This is an action film, emphasizing the love of family and friends with popular colors that make the film accessible to the masses. The film exploits the context of the Mekong delta with very special action scenes. The success of this series makes

Ly Hai continue to exploit action movies with an impression of his personal style. He is currently preparing for part 6 to be released in 2022.

Meanwhile, *Camillie Sisters* exploits the regal life of the high society in Vietnam with hidden personal tragedies. Despite the decrease in revenue compared to the previous part (160 billion VND), *Camillie Sisters* still shows that this is a profitable cinema brand of directors Nam Cito-Bao Nhan.

The last film to be considered 'break-even' is *The Guardian* - a thriller/horror film by hit director Victor Vu. This is Victor Vu's forte, but this new film shows him repeating himself with a stereotyped script, lacking in breakthroughs and even superficiality. This is the reason why this expected film only earned 35 billion VND and only broke even.

#### Box-office Bombs

Among the most anticipated films of the year was *Trang Ti Phieu Luu Ky*, a fantasy-adventure film directed by Phan Gia Nhat Linh. However, due to the controversy related to the adaptation of the comic book of the same name and its release at the time of the outbreak of the pandemic, this film with a budget of more than 40 billion VND only earned about 22 billion VND and became the most box-office bomb of Studio68, a film studio specializing in exploiting materials with strong Vietnamese cultural identity.

*Em La Cua Em* - a romantic comedy (rom-com) film directed by Le Thien Vien and *Song Song*, a mystery/thriller film directed by Nguyen Huu Hoang were also among the disappointing works despite having a star-studded cast.

The remaining films were of the 'disaster' category in both quality and box office revenue, of which the most prominent were *Cau Vang* and *Kieu* - two films adapted from two famous Vietnamese literary works. Both of these films were fiercely criticized by critics and audiences for their lousy quality and serious impact on Vietnam's literary heritage. The revenue of these two films is only 2-3 billion VND, which means a loss of about 15-20 billion VND /film.

The serious impact of the COVID-19 pandemic has caused the Vietnam film market to continue to plunge and affect the habit of going to the cinemas of audiences. However, the breakthrough success of *Bo Gia: Daddy, I'm Sorry* and the catastrophic failure of *Cau Vang*, *Kieu*, etc. shows that the artistic quality of the films is the most important reason for audiences to spend money going to the cinemas.





### LE Hong Lam

Born in 1977, LE Hong Lam graduated in Journalism at the Hanoi National University in 1999. Lam has had nearly 20 years of experience working as journalist, editor and editor-in-chief in the arts and culture. Lam currently works as a freelance film critic and journalist. To date he has authored five publications: Watching Letters Reading Images (literature and cinema interviews and criticism, 2005); Play with Structures (cinema criticism, 2011); Birds in the Wind (a collection of essays on cinema, 2016); The Dilemma of Being Human (a collection of essays on cinema, 2018); and 101 Best Vietnamese Films (a survey of Vietnamese cinema, 2018)



# 인도네시아 INDONESIA





Figures of Top 10 Films in Indonesian Box Office

출처: Sigit Prabowo, IMDb Pro

| No. | 작품명             | English Title                             | 감독        | Director              |
|-----|-----------------|-------------------------------------------|-----------|-----------------------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈   | Spider-Man: No Way Home                   | 존 왓츠      | Jon WATTS             |
| 2   | 이터널스            | Eternals                                  | 클로이 자오    | Chloe ZHAO            |
| 3   | 분노의 질주: 더 얼티메이트 | Fast & Furious 9 the Fast Saga            | 저스틴 린     | Justin LIN            |
| 4   | 컨저링3: 악마가 시켰다   | The Conjuring: The Devil Made Me Do It    | 마이클 차베즈   | Michael CHAVES        |
| 5   | Makmum 2        | Makmum 2                                  | 군투르 수하르잔토 | Guntur SOEHARJANTO    |
| 6   | 상치와 텐 링즈의 전설    | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings | 디스틴 크리튼   | Destin Daniel CRETTON |
| 7   | 베놈2: 렛 데어 비 카니지 | Venom: Let There Be Carnage               | 앤디 서키스    | Andy SERKIS           |
| 8   | 콰이어트 플레이스 2     | A Quiet Place Part II                     | 존 크래신스키   | John KRASINSKI        |
| 9   | 007 노 타임 투 다이   | No Time To Die                            | 캐리 후쿠나가   | Cary Joji FUKUNAGA    |
| 10  | 고질라 VS. 콩       | Godzilla vs. Kong                         | 애덤 윈가드    | Adam WINGARD          |

| 국가     | Country   | 장르 | Genre  | Gross(IDR)      | Gross(USD) | Production                                                          |
|--------|-----------|----|--------|-----------------|------------|---------------------------------------------------------------------|
| 미국     | USA       | 액션 | Action | 366,713,300,000 | 25,700,000 | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                  |
| 미국     | USA       | 액션 | Action | 101,331,018,120 | 7,101,480  | Marvel Studios                                                      |
| 미국     | USA       | 액션 | Action | 81,249,869,157  | 5,694,153  | Universal Pictures                                                  |
| 미국     | USA       | 호러 | Horror | 77,052,600,000  | 5,400,000  | New Line Cinema, Warner Bros.                                       |
| 인도네시아  | Indonesia | 호러 | Horror | 70,513,880,000  | 4,941,753  | Dee Company, Blue Water Films                                       |
| 미국     | USA       | 액션 | Action | 64,975,061,558  | 4,553,582  | Marvel Studios                                                      |
| 미국     | USA       | 액션 | Action | 62,783,600,000  | 4,400,000  | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures  |
| 미국     | USA       | 호러 | Horror | 49,047,846,799  | 3,437,371  | Buffalo FilmWorks, Paramount Pictures, Platinum Dunes, Sunday Night |
| 미국, 영국 | USA, UK   | 액션 | Action | 48,942,670,000  | 3,430,000  | MGM, Universal Pictures, Eon Productions                            |
| 미국     | USA       | 액션 | Action | 31,077,882,000  | 2,178,000  | Legendary Entertainment, Warner Bros.                               |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                  | English Title    | 감독              | Director                     |
|-----|----------------------|------------------|-----------------|------------------------------|
| 1   | Makmum 2             | Makmum 2         | 군투르 수하르잔토       | Guntur SOEHARJANTO           |
| 2   | 누사 더 무비              | Nussa            | 보니 위라스모노        | Bony WIRASMONO               |
| 3   | Yowis Ben 3          | Yowis Ben 3      | 파자르 누그로스, 바유 삭  | Fajar NUGROS, Bayu SKAK      |
| 4   | Yowis Ben Finale     | Yowis Ben Finale | 파자르 누그로스, 바유 삭  | Fajar NUGROS, Bayu SKAK      |
| 5   | Tarian Lenggeng Maut | Deadly Dance     | 영키 웅에스투         | Yongki ONGESTU               |
| 6   | Teka-Teki Tika       | Tika's Riddle    | 어니스트 프라카사       | Ernest PRAKASA               |
| 7   | Backstage            | Backstage        | 군투르 수하르잔토       | Guntur SOEHARJANTO           |
| 8   | Kuyang the Movie     | Kuyang the Movie | 소니 구멜라          | Sonny GUMELAR                |
| 9   | Losmen Bu Broto      | Mrs. Broto's Inn | 이파 이스판샤, 에디 카흐노 | Ifa ISFANSYAH, Eddie CAHYONO |
| 10  | 유니                   | Yuni             | 카밀라 안디니         | Kamila ANDINI                |

| 국가    | Country   | 장르       | Genre         | Gross(IDR)     | Gross(USD) | Production                                                    |
|-------|-----------|----------|---------------|----------------|------------|---------------------------------------------------------------|
| 인도네시아 | Indonesia | 호러       | Horror        | 70,513,880,000 | 4,941,753  | Dee Company, Blue Water Films                                 |
| 인도네시아 | Indonesia | 애니메이션    | Animation     | 17,859,280,000 | 1,251,614  | The Little Giantz, Visinema Pictures                          |
| 인도네시아 | Indonesia | 코미디      | Comedy        | 16,741,040,000 | 1,173,245  | Starvision                                                    |
| 인도네시아 | Indonesia | 코미디      | Comedy        | 14,768,440,000 | 1,035,002  | Starvision                                                    |
| 인도네시아 | Indonesia | 호러       | Horror        | 8,882,480,000  | 622,502    | Aenigma Picture, Visinema Pictures                            |
| 인도네시아 | Indonesia | 드라마, 코미디 | Drama, Comedy | 6,920,680,000  | 485,015    | Starvision, Imajinari, Indie Pictures, Fosa Pictures          |
| 인도네시아 | Indonesia | 드라마, 음악  | Drama, Music  | 5,530,320,000  | 387,576    | Paragon Pictures, Ideosource Entertainment, Astro Shaw        |
| 인도네시아 | Indonesia | 호러       | Horror        | 5,044,320,000  | 353,516    | 786 Productions, Max Anderson                                 |
| 인도네시아 | Indonesia | 드라마      | Drama         | 4,816,520,000  | 337,551    | Paragon Pictures, fourcolours films, Ideosource Entertainment |
| 인도네시아 | Indonesia | 드라마      | Drama         | 4,686,400,000  | 328,432    | fourcolours films, Starvision, Akanga Film Asia, Manny Films  |



## 2021년 인도네시아 영화산업 동향

### : 회복의 길

#### 불안한 시작

인도네시아 영화 산업의 2021년을 살펴보기 전에 2020년 12월로 거슬러 올라가 보겠다. 2020년 9월 말부터 점차적으로 인도네시아 영화관은 다시 공식적으로 개관하고 영업을 재개하기 시작했다. 하지만 극장 상영에 대한 부정적인 분위기와 신규 콘텐츠 부족으로 그 진행은 매우 느렸다. 마침내 <원더 우먼 1984>(2020)이 12월 중순에 상영을 시작한 것 말고는 그 이후 의미 있는 영화 개봉은 전무했다. 그러다 2020년 연말, 마침내 인도네시아의 텐트폴인 <Asih 2>(2021)(픽하우스 필름/MD 픽처스)와 <90년대생: 멜랑콜리아>(2020)(피시네마 픽처스)가 개봉했지만 관객이 영화관으로 돌아오게 만드는 것은 매우 힘들었다. <90년대생: 멜랑콜리아>는 특히 결과가 절망적이었고, <Asih 2>는 그보다 나은 않았다.

이러한 암울한 결과를 본 인도네시아 영화 스튜디오들은 텐트폴 개봉을 더욱 뒤로 미루었다. 2021년 초 몇 달 동안 할리우드가 아직 정상적인 개봉 일정으로 돌아가지 않았다는 사실 역시 상황에 도움이 되지 않았다. 인도네시아 영화는 관객을 다시 불러들일 신선하고 흥미진진한 콘텐츠를 찾기 위해 고군분투했다. 2021년 1월과 4월 사이에 인도네시아 영화 11편(그중 한 편은 2020년에 원래 공개하려고 계획했던 국내 영화의 광범위한 확장편임)이 개봉했고, 총 영화표를 구매한 관객은 125,000명뿐이었다.

인도네시아 영화관은 결국 3월 말 <고질라 VS. 콩>이 개봉하면서 활기를 되찾기 시작했다. 이 영화는 거의 백만 명의 관객을 끌어모았는데, 이 숫자는 2020년 12월 <원더 우먼 1984>로도 달성하지 못한 일이었다. 이후 4월 중순, <모탈 컴뱃>이 뒤따라 개봉하며 인도네시아 스타 조 타슬림의 출연으로 영화는 인기를 얻었다.

인도네시아 영화는 관객 수가 늘어나는 이드 휴일 기간인 5월 중순에 개봉하는 것이 일반적이었다. 분명한 이유로 2021년의 이드는 사뭇 달랐다. 양가 드위마스 사송코(피시네마 픽처스)는 큰 투자 의향이 없는 스튜디오에서 대담한 계획을 시작했다. 공포 스릴러 <Tarian Lengger Maut>(2021)(애니그마 픽처/피시네마 픽처스, 영키 웅에스투 감독)은 상당한 호평을 받아 결국 222,062명의 관객 수를 기록했다. 그 기간 동안 두 개의 다른 영화가 출시되었는데, <Dear Imamku>(2021)와 <Terima Kasih Emak, Terima Kasih Abah>(2021)의 두 작품 모두 40,000명 미만의 관객 수를 기록했다.

#### 델타 바이러스로 인한 2차 폐쇄

2021년의 이드 휴일 이후, 인도네시아 스튜디오는 자신감을 회복하지 못했고 텐트폴에 대한 개봉 예정도 없었다. 그러나 강력한 브랜드를 가진 <콰이어트 플레이스2> <컨저링3: 악마가 시켰다> <분노의 질주: 더 얼티메이트>가 수입되면서 영화관은 자신감을 회복했다. 세 편 모두 거의 500만 명의 티켓 판매를 달성했다. '빅 스크린이 돌아왔다'의 분위기가 강하게 느껴진 순간이었다.

그러나 그 후 델타 변이가 출몰했다.

영화관이 다시 문을 닫아야 했을 때 모든 노력이 수포로 돌아간 것 같았다. 코로나 일일 확진자 수는 첫 번째 봉쇄 기간보다 훨씬 많았고, 높은 불확실성으로 인해 영화계는 거의 절망에 빠졌다. <분노의 질주: 더 얼티메이트>는 단 2주 동안만 전체 상영되었고, 7월 초 인도네시아 영화관은 사실상 다시 대기모드로 전환되었다.

#### 신중한 두 번째 재개

유쾌한 영화의 반전과도 같이 7월 중순이 되자 확진자 수가 예상보다 크게 감소하며 희망이 찾아오기 시작했다. 그러나 첫 번째 봉쇄 기간의 경험이 있던 당국은 재개 결정에 신중했으며, 영화관은 9월 중순이 되어야 두 번째, 아니 세 번째 기회를 얻게 되었다.

첫 번째 재개관 시기처럼 다시 수입 영화가 시장을 이끌었다. 단 이번에는 영화관에 보다 많은 선택권이 주어졌는데, 할리우드 개봉이 정상으로 되돌아온 덕분이었다. 따라서 9월 영화관 재개관과 함께 <상치와 텐 링즈의 전설> 같은 대형 영화를 상영할 수 있게 되었다. 2차 봉쇄 기간은 1차에 비해 훨씬 짧았기 때문에 시장에서는 봉쇄 이전의 경향이 대체로 이어지고 있었고, <상치와 텐 링즈의 전설>을 보려는 관객이 줄을 이었다. 언제나 인기 있는 제임스 본드 프랜차이즈가 그 뒤를 이어 <007 노 타임 투 다이>를 개봉하여 큰 성과를 거두었고, 극장에서 영화 관람을 하는 경향이 어느 정도 회복되었다.

10월이 되자, 인도네시아 영화가 영화관에 돌아오기 시작했다. 양가 드위마스 사송코는 2021년 10월 14일, 모두가 기다려온 대망의 애니메이션 텐트폴 <누사 더 무비>(2021)(더 리틀 자이언츠/피시네마 픽처스, 보니 위라스모노 감독)를 개봉하며 다시 주도권을 잡았다. 시작은 다소 부진했지만 코로나로 인한 제약이 완화되면서 마침내 젊은 관객이 영화관에 입장할 수 있게 되면서 행운을 거머쥐었다. <누사 더 무비>는 다시 추진력을 얻었고 결국 오랜 기간 상영하며 445,777명의 관객 수를 기록했다.

11월이 되자 인도네시아 영화관의 관객 수는 평상시 수준을 회복했지만, 영화의 결과는 엇갈렸다. 개봉된 모든 영화 중에서 <Yowis Ben 3>(2021)(스타비전, 파자르 누그로스, 바유 삭 감독)만이 418,526명의 관객 수를 기록해 괜찮은 결과를 얻었다. 이 영화는 자체 시리즈를 탄생시킨 인기 코미디 프랜차이즈의 세 번째 작품이었다. 다른 영화들은 안타깝게도 흥행에 실패했다. <Paranoia>(2021), <Losmen Bu Broto>(2021), <Kadet 1947>(2021)과 같이 세간의 이목을 끌었던 개봉작과, 영화제 수상작인 <사랑과 복수>(2021), <유니>(2021)도 마찬가지였다.

#### 희망의 빛

2021년 마지막 달이 되도록 확실한 한 방을 보여준 영화가 아직 나타나지 않자, 인도네시아 영화계에는 긴장감이 확산했다. <Yowis Ben Finale>(2021)(스타비전, 파자르 누그로스, 바유 삭 감독)이란 제목으로 개봉한 Yowis Ben 프랜차이즈의 마지막 시리즈가 369,211명의 관객을 불러 모으며 선전했지만 모두가 바랬던 백만 관객의 기록의 수준은 아니었다. 일반적으로 박스오피스 흥행을 일으키던 에르니스트 프라카사의 <Teka-Teki Tika>(2021)마저 성과를 거두지 못했다.

12월 중순에 <스파이더맨: 노 웨이 홈>이 팬데믹 이전 수준의 엄청난 관객을 불러 모으며 개봉하자 이 불안은 더욱 증폭되었다. 사람들은 기꺼이 영화관으로 돌아오고 싶어 했다. 그런데 왜 인도네시아 영화를 보러 오진 않았을까? 관객은 어떤 인도네시아 영화를 원하는가?

결국 영화계를 구출한 것은 장르 영화였다. 2021년 마지막 날 개봉한 호러 장르 속편 <Makmum 2>(2021)(디 컴퍼니/블루 워터 필름, 군투르 수하르잔토 감독)가 놀랍게도 큰 성공을 거두었다. 전편 <Makmum>(2019)은 비교적 크지 않은 51,378명의 관객으로 시작해 마지막에 827,997명의 총관객 수를 기록한 히트작이었다. 이번 속편은 46,815명의 관객 수를 기록하며 상영을 시작했다. 적은 숫자



## 양가 드위마스 사송코 감독과의 인터뷰



### 양가 드위마스 사송코

양가 드위마스 사송코는 피시네마를 설립하고 이끌고 있으며, 다수의 영화를 감독하고 제작했다. 그의 비전 하에 피시네마는 13년 동안 많은 상을 수상하고 영화계에서 인정을 받으며 상당한 명성을 얻었다. 예를 들어, 특히 인도네시아 영화제 최우수 작품상을 수상하고, 2020년 <원 데이 위 월 토크 어바웃 투데이>(2020)로 2,200만 명 이상의 관객 기록을 보유하고 있으며, 피시네마는 프로덕션 하우스에서 엔터테인먼트 및 기술 기업으로 더욱 성장했다. 현재 피시네마는 콘텐츠 제작, 유통 플랫폼, 배급 플랫폼 및 리테일 소매에 이르기까지 전 주기에 걸쳐 공급망을 갖추고 있다.

양가는 활동가이자, 자신의 생각을 솔직하게 표출하는 영향력 있는 예술가로 알려져 있다. 지난 2010년 쓰나미 이후 멘타와이에서 2년을 지내며 재난 구호 이니셔티브를 이끌었다. 다른 여러 시민 사회 인사들과 함께 공정한 선거를 위해 헌법재판소에 사법심사를 청구하기도 했다. 그는 자신의 영화 제작 레퍼토리를 통해 말루쿠 주의 종교적 갈등, 정치적 망명에서부터 그의 상징적인 영화인 <커피의 맛>(2015)에서 보여준 농업 분쟁에 이르기까지 꾸준하게 인권에 대한 문제를 제기해 오고 있다.

**Q 인도네시아 영화관이 다시 개관한 이후, <90년대생: 멜랑콜리아>(2020)를 전역에 개봉하며 텐트폴 작품을 시장에 내놓은 몇 안되는 프로듀서 중 한 명이었다. 모든 도시가 폐쇄에서 벗어나지 않았고, 상영 시간이 제한되는 등 힘든 시기였는데, 어떻게 그런 결정을 할 수 있었고, 무엇을 기대한 것이었나?**

**A** 2020년은 어느 누구도 겪어보지 못한 시간이었다고, 영화제작자 개인, 영화 제작사, 그리고 궁극적으로 영화관, 영화계 우리 모두에게 매우 힘든 시간이었다. 영화관이 다시 개관을 할 수 있을지, 전체 상영 시간을 지킬 수 있을지조차 알 수 없었다. 그렇지만 나는 관객을 믿고, 관객의 행동이 바뀔지언정 우리 관객의 마음엔 현저 콘텐츠가 특별한 자리를 차지할 것이라고 믿는다.

<90년대생: 멜랑콜리아> 개봉 기회가 왔을 때, 영화 관객의 변화한 행동을 직접 이해하고, 앞으로 개봉할 다른 모든 종류의 영화를 준비할 좋은 기회가 될 것이라고 생각했다. 물론 위험을 감수한 것이었지만 그럼에도 불구하고 영화를 개봉하고 귀중한 통찰력을 얻을 수 있었다. 또한 현지 영화 산업이 회복력을 어느 정도로 갖추었는지 알 수 있었다.

**Q 이드 휴일 기간은 인도네시아에서 전통적으로 큰 수익을 벌어주는 기회지만, 2021년 상황은 그렇게 좋지 않았다. 장르 영화 <Detak>(2021)을 <Tarian Lengger Maut>(2021)으로 다듬어 시장에 내놓았고, 모든 것을 고려했을 때 흥행에 성공했다 말할 수 있다. 어떻게 된 일인지 조금 더 설명해 줄 수 있을지?**

**A** <Tarian Lengger Maut>을 통해 '모든 나쁜 상황에도 좋은 일은 있기 마련'이라는 표현을 실제로 겪었다고 말할 수 있겠다. 2020년과 2021년은 여러 이유로 영화를 제작할 수 있는 영화 제작사가 많지 않은 상황이었었고, 이 기간에 개봉 예정이었던 많은 영화가 OTT

플랫폼에서 공개되었다. 2021년 이드 휴일 기간 동안 국내 개봉작이 많지 않았기 때문에 우리 영화를 개봉할 기회가 있었다.

우리 입장에서는 다행스럽게도, <Detak> 공개와 관련하여 피시네마 플랫폼인 Bioskop Online을 통해 공개할 예정으로 영화 제작진과 이미 협의를 진행하는 중이었다. <Detak>을 처음 봤을 때, 이 영화가 가진 호러에 대한 독특한 접근 방식과 훌륭한 가치를 알아볼 수 있었다. 큰 잠재력이 있는 영화였고, 관객에게 극장의 경험을 선사할 가치가 있는 작품이었다. 영화를 약간 다듬어 <Tarian Lengger Maut>으로 시장에 내놓았고, 나머지는 아는 바와 같다.

**Q 인도네시아에서 영화관을 다시 문을 열었을 당시에도 <누사 더 무비>(2021)를 개봉하며 주도권을 잡았다. 첫 번째 재개관의 경험에서 나온 마케팅 및 개봉 전략의 변화가 있었는지?**

**A** 2020년 첫 팬데믹 시기 개봉, 그리고 다른 나라의 영화관 재개관을 지켜보며 배운 모든 점을 <누사 더 무비>에 적용했다. 델타 변이 유행은 인도네시아에 사는 우리 모두를 매우 힘들게 했고, 영화관 재개관은 계속 연기되었다. 이 기간 동안 영화계가 다시 자신감을 회복하기 위해서는 영화제작자인 우리 스스로가 자신의 영화와 관객에 대한 자신감을 가져야 한다는 사실을 깨달았다. 쉽지 않은 결정이었었고, 2021년에 재개관을 계획하는 과정에서도 여전히 수많은 가정에 기반해야 했다.

<누사 더 무비>는 꽤 오랜 기간 준비를 마친 상태였으며, 인도네시아 역사상 가장 대규모의 장편 애니메이션 프로젝트였다. 팬데믹으로 인해 개봉이 연기되는 와중에도 마케팅 노력을 늦추지 않으며 영화 개봉에 대한 기대감을 고취시켰다. 게다가 관객과 그 가족은 큰 스크린으로 영화를 즐기며 우리가 의도한 대로 영화를 온전히 경험할 수 있었다.

로 들릴 수 있지만 관객 점유율 및 상영 시간제한으로 인해 영화관의 운영률이 기껏해야 45%이었다는 것을 고려하면 그 수치는 실제로 정상 기간이라면 10만 명 이상의 관객 수를 기록한 것과 비슷한 것이었다. 더 나은 날이 올 것을 약속하는 매우 중요한 도약이었던 것이다. 실제로 <Makmum 2>는 실망시키지 않았다. 박스오피스 흥행을 지속하며 그 가능성을 보여준 이 영화는 개봉 첫 주 221,121명의 관객 수를 기록하고, 결국 176만 2,847명의 관객으로 막을 내렸다. 이 놀라운 수치는 투자금액의 7.97배를 벌어들인 것을 의미한다.

2021년에 개봉된 인도네시아 영화는 총 450만 관객 동원에 불과했다. 언뜻 보기에도 2020년의 1억 2천700만 관객보다 훨씬 낮아 복구의 맥락에서 매우 실망스럽지만, 2020년의 거의 모든 수치가 팬데믹 이전 개봉작이었음을 기억해야 한다. 회복의 길은 분명하지만, 그 여정은 처음 예상했던 것보다 훨씬 더 어려웠다. 특히 그 해 중반 다시 봉쇄에 들어가며 다시 재설정 버튼을 눌러야 했기에 그렇다. 그중 다행인 것은 <Makmum 2>의 흥행 성공으로 그 기세가 다음 해로 이어진 것이다. 그렇지만 어떤 일이 어떻게 일어날지 누가 알 수 있으랴!



### 시깃 프라보우

시깃 프라보우는 인도네시아에서 출구 투표 방식을 활용해 영화 박스오피스 데이터와 시청률을 제공하는 모바일 앱인 씨네포인트 모바일 앱의 창업자이다. 모든 영화의 개봉 첫 주에 매진 씨네포인트 플래시 점수를 통해 진정한 관객의 반응을 알 수 있으며, 박스오피스 예측 모델의 일부로 활용되기도 한다. 더 많은 기능과 박스오피스 데이터가 씨네포인트에 지속적으로 추가되고 있다. 또한 오랫동안 취미로 박스오피스 분석을 하다가 인스타그램, 페이스북, 워드프레스 등과 함께 트위터 계정 @bicaraboxoffice를 운영하며 인도네시아의 박스오피스에 대한 정보와 분석을 제공하고 있다. 2017년 후반 처음 트위터 계정을 개설한 이후 매달 수백만 건의 노출을 기록하며, 인도네시아 영화 산업의 저명한 영화 제작자 및 기타 이해 관계자도 그의 계정을 팔로우하고 있다.



## Indonesian Film Market Trend in 2021 : Road to Recovery

**Q 인도네시아는 길고 힘든 2년을 팬데믹과 싸우며 보냈다.**

**감독이자 프로듀서로서 개인적으로나 제작사로서 변화된 점이 있는가?**

**A** 가장 눈에 띄는 변화는 영화를 제작할 때 안전을 대하는 방식이다. 그리고 원치 않는 상황에 대처하는 방식이 바뀌었다고 할 수 있겠다. 특히 정부 규정의 변화나 개인의 건강에 영향을 주는 상황 등이 생겼을 때 그렇다. 기술적인 제작 측면에서 만이 아니라, 출연진과 제작진 인력에 대해 보다 더 신경을 쓰게 되었다. 팬데믹 기간 동안 피시네마는 여러 방법을 시도한 결과 어떤 상황에서도 모든 유형의 제작을 할 수 있게 되었다. 따라서 생산성뿐 아니라 제작 능력의 폭도 넓어졌다.

제작 방식의 변화는 피시네마의 제작에 대한 탄력성만 좋아진 것이 아니었다. 제작사로서 피시네마는 팬데믹 기간 동안 빠르게 성장했다. Bioskop Online과 키즈 & 패밀리 부문의 애니메이션까지 수직적, 수평적으로 영역을 확장했다.

**Q 피시네마는 눈에 띄게 장르적 흥미를 지닌 매우 흥미롭고**

**다양한 작품을 선보이고 있다. 커리어 초기에 호러 영화를 연출한 경험이 있는데, 앞으로 또 다른 영화에 대한 계획이 있는가? 그렇다면 어떤 종류의 호러가 될까?**

**A** 앞으로 선보일 영화의 장르는 매우 다양하다. 이 작품들을 표현할 가장 좋은 단어는 '재미'라고 하겠다. 앞서 말했듯이 피시네마는 다양한 장르를 제작할 수 있는 역량이 크게 성장했다. 2022년은 액션 영화 <Ben & Jody>(2022)로 시작했으며 앞으로 강도 영화, 호러 어드벤처, 초자연 호러 등 우리의 강점인 패밀리 드라마 이외에도 매우 다양한 작품을 선보일 예정이다.

개인적으로는 감독으로서 지난 수년간 내 모든 작품에 나만의 고유 연출력을 발휘해 왔다. 그렇지만 여전히 능력을 더 고취하고, 새로운 것을 배우며, 신기술을 익혀 보다 매력적이고 흥미로운 연출로 이야기를 전달하기 위해 노력하고 있다. 호러 장르가 될 수도 있고, 액션, 강도, 드라마 장르가 될 수도 있을 것이다.

### Shaky Start

As we begin our look at the year 2021 in the Indonesian cinema industry, we must step back slightly further to December 2020. Indonesian cinemas officially began reopening in late September 2020 on a gradual basis. The progress was very slow as there was a dearth of new content, coupled with a negative campaign towards theatrical moviegoing. Exhibitors finally had *Wonder Woman 1984* to kickstart the proceedings in mid-December, but basically nothing significant after that. At the very end of 2020, finally Indonesian tentpoles *Asih 2* (Pichouse Films/MD Pictures) and *Generasi 90an: Melankolia* (Visinema Pictures) tried their luck, but found it very hard to entice audiences back to the cinemas. Melankolia especially had dismal results, while *Asih 2* fared slightly better.

These bleak results made Indonesian studios delay the release of their tentpoles even further. It sure didn't help that in the first few months of 2021 Hollywood has not yet returned to their normal release schedule as well. Indonesian cinemas struggled to find content fresh and exciting enough to bring people back. Eleven Indonesian titles released between January and April 2021 (one of them a wide expansion of a regional title originally released in 2020) only attracted 125 thousand ticket buyers.

The shot in the arm for Indonesian cinemas eventually came with the arrival of *Godzilla vs Kong* in late March. The movie attracted nearly a million audience, something that even *Wonder Woman 1984* couldn't do back in December 2020. This was then followed by *Mortal Kombat* in mid-April which was bolstered by the presence of local star Joe Taslim.

Eid holiday, normally a lucrative release window for Indonesian films, came in mid-May. For obvious reasons, 2021's Eid was very different. With no studios willing to put out their big guns, Angga Dwimas Sasongko (Visinema Pictures) took a bold initiative. Horror thriller *Tarian Lengger Maut* (Aenigma Picture/Visinema Pictures, dir. Yongki Ongestu) was unleashed to considerably good reception, ultimately nabbing 222.062 admissions. There were two other titles released during that frame, *Dear Imamku* and *Terima Kasih Emak, Terima Kasih Abah*, both achieved under 40 thousand admissions.

### Delta-Forced Second Closure

After 2021's Eid holiday stretch, Indonesian studios continued to have a lack of confidence and no tentpole was scheduled to be released. However, exhibition was bolstered by three very strong import titles: *A Quiet Place Part II*, *The Conjuring: The Devil Made Me Do It*, and *Fast & Furious 9*. Altogether these three managed to snag almost 5 million admissions. The 'big screen is back' vibe was felt strongly.

But then came the Delta variant.

All the hard work was seemingly brought to naught when cinemas were once again forced to shutter their doors. The number of COVID daily cases was even higher than during the first closure period, and this high level of uncertainty drove the industry to near-despera-



tion. *Fast & Furious 9* only managed to have full screens for two weeks, and by the beginning of July Indonesian cinemas practically went into hibernation again.

#### A Cautious Second Restart

Somewhat like a pleasant movie plot twist, hope came after mid-July when the number of daily cases started to drop significantly - much sooner than initially expected. Drawing from experience during the first outbreak period - especially managing public opinion, the authorities were cautious to initiate a restart and cinemas have to wait until mid-September to get their second, nay, third chance.

As it was in the first reopening period, imports again led the way. But this time around the exhibitors had a lot more options in their hands, since the Hollywood release schedule had come back to a semblance of normalcy. So when the second reopening commenced in September, they had a very strong title in their hands: *Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings*. Because the second closure was a lot shorter than the first one, momentum from before the closure was largely still there and the audience came back in droves for *Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings*. The ever-popular James Bond franchise then followed with *No Time to Die*, performed strongly as well, and the momentum for theatrical moviegoing was more or less restored.

Come October, Indonesian titles started to come back to the cinemas. Angga Dwimas Sasongko again took the initiative by releasing the long-hyped and long-awaited animated tentpole *Nussa: The Movie* (The Little Giantz/Visinema Pictures, dir. Bony Wirasmoro) on 14 October 2021. It started rather sluggishly, but a stroke of fortune came when COVID restriction relaxation finally allowed younger audiences to enter the cinemas. *Nussa: The Movie* gained back momentum and eventually finished its long-distance run to a respectable 445,777 admissions.

By November, Indonesian titles have basically taken back regular residency at the cinemas, albeit with mixed results. Of all the titles released, only *Yowis Ben 3* (Starvision, dirs. Fajar Nugros and Bayu Skak) had a decent result with 418,526 admissions. This was the third installment in a popular comedy franchise which has spawned its own series. Other titles unfortunately didn't fare well. This included high-profile releases such as *Paranoia*, *Losmen Bu Broto*, and *Kadet 1947*, also festival winners *Seperti Dendam*, *Rindu Harus Dibayar Tuntas* and *Yuni*.

#### A Glimmer of Hope

In the closing month of 2021, there was a palpable nervousness in the Indonesian film industry, as no movie really broke through. The final part of the Yowis Ben Franchise, titled *Yowis Ben Finale* (Starvision, dirs. Fajar Nugros and Bayu Skak) notched a decent 369,211 admissions, but still not quite that million-admission that everybody was waiting for. Even regular box office champion Ernest Prakasa's effort *Teka-Teki Tika* failed to make a mark.

When *Spider-Man: No Way Home* opened to huge, pre-pandemic level numbers in mid-December, this anxiety was further amplified. People WERE willing to come back to the cinemas in droves, but why not for Indonesian movies? What kind of Indonesian movies do they want?

At the end of the day, genre film again came to the rescue. Released at the penultimate day of 2021, horror sequel *Makmum 2* (Dee Company/Blue Water Films, dir. Guntur Soeharjanto) surprisingly broke through in a major way. Its predecessor *Makmum* (released August 2019) was a sleeper hit that opened at a relatively modest 51,378 admissions but ultimately legged out to 827,997 admissions. This time around the sequel opened to 46,815 admissions. This may sound small, but considering that the industry was operating at 45% effective capacity at best (due to capacity and showtime restrictions), the number was actually comparable to a hundred thousand plus opening day admission during normal times. A very significant leap which promised better days to come. *Makmum 2* ultimately did not disappoint, and fully realized its potential during its amazing box office run. Finishing the opening week with 221,121 admissions, it eventually wrapped up with 1,762,847 admissions - a staggering 7.97x multiple.

Indonesian films released in 2021 grabbed a total of only 4.5 million admissions. At a glance this number was extremely disheartening in a recovery context as it was much lower than 2020's 12.7 million - but one must bear in mind that almost all of 2020's number was contributed from pre-pandemic releases. The road to recovery lies clear ahead, but the journey was a lot more difficult than initially expected, given the mid-year re-closure that was effectively another push at the reset button. The silver lining was that *Makmum 2*'s momentum genuinely carried over to the following year... but that's another story for another day!



#### Sigit PRABOWO

Sigit PRABOWO is the founder of Cinepoint mobile application that provides box office charts data and audience rating for films in Indonesia, using exit polling methodology. The Cinepoint Flash score taken for every movie during its opening week represents true audience reaction and utilized as part of a box office predictive model. More features and box office data are constantly being added to Cinepoint. He also has a long time hobby of doing box office analytics, which led him to launch @bicaraboxoffice Twitter account (along with Instagram, Facebook and Wordpress counterparts) that provides box office information and analysis in Indonesia. Since its inception in late 2017, the account has gained a strong following, with millions of impressions each month while also being followed by prominent filmmakers and other stakeholders in the Indonesian cinema industry.



# Interview with Director Angga Dwimas SASONGKO



## Angga Dwimas SASONGKO

Angga is a prolific film director & producer, who founded and leads Visinema. In 13 years under Angga's visionary leadership, Visinema has made quite some marks in the Indonesian film industry by gaining numerous awards and recognition, such as winning the Best Picture in Festival Film Indonesia among other prestigious awards, setting Indonesian Box Office record in 2020 by gaining more than 2.2 million ticket admission with *Nanti Kita Cerita Tentang Hari ini* (2020), and has further grown from a production house to become an entertainment and technology company. Today, Visinema has the capability in end-to-end supply chain, from content creation, distribution platforms, and retail consumer.

Angga is also known as an activist and influential outspoken artist. He spent 2 years in Mentawai after tsunami in 2010 to led his disaster relief initiative, Save Mentawai. In 2017 Angga and several other civic society figures appeal judicial review to Constitutional Court for fair election. With his filmmaking repertoire, Angga has been raising issues about human rights, from religious conflict in Maluku, political exile, to agrarian conflict in his iconic movie, *Filosofi Kopi* (2015).

**Q During the first reopening phase of Indonesian cinemas, you were one of the very few producers that dared to put out a tentpole for a wide release, *Generasi 90an: Melankolia* (2020). These were very hard times: not all cities were open, showtimes were limited, etc. What drove you to come to that decision and what did you expect to achieve?**

**A** 2020 was an unprecedented time for us all, it was very challenging for me as a filmmaker, us as a film production company and ultimately for the exhibitioners, cinema. During that time, we didn't know whether or not the cinema will be open again, or even will it ever be open at its full capacity. However, we believe in our audience and how local content will always hold a special place in our audience's hearts although the behavior might change.

So when the opportunity arose for us to release *Generasi 90an: Melankolia*, we thought it would be best to understand the changing behavior in cinema-going first hand and have ourselves ready for any kind of future releases. Yes, it was a risk, but nonetheless, a great opportunity resulted in priceless insight. Furthermore, it shows just how resilient our local film industry is.

**Q Eid Holiday period is traditionally a lucrative release window in Indonesia, although in 2021 situation was not yet very bright. You brought in genre fare *Detak* (2021), reshaped it into *Tarian Lengger Maut* (2021), and were rewarded with success, all things considered. Can you share a bit about how it all happened?**

**A** There's always a silver lining in every bad situation, that's kind of what we've gone through with *Tarian Lengger Maut*. During 2020 - 2021, not many filmmakers were able to produce films, or for any reason, many of the films that were scheduled to be released during the period were released on OTT platforms. There were not many local films to be released theatrically during the Eid holiday in 2021, so there was an opportunity to release a film.

Lucky for us, we were already in conversation with *Detak's* team as it was planned to be released through our platform, Bioskop Online. As I previewed it, it was clear that *Detak*, with its unique horror approach and wonderful local value, has great potential and it deserved to be experienced in the cinema. We reshaped it a little bit into *Tarian Lengger Maut* and marketed it, and the rest is history.

**Q During the second reopening of Indonesian cinemas, yet again you led the way by releasing *Nussa: The Movie* (2021). Did anything change in your marketing and release strategy, having learned a bit from the first reopening?**

**A** Everything that we learned since the first pandemic release in 2020, and also from other countries' reopenings, we have taken into the release of *Nussa: The Movie*. Delta wave was a devastating moment for all of us in Indonesia, and the cinema reopening kept being pushed back. During that time, I realized that if we want the industry to bounce back with confidence, we, as a filmmaker, need to have the same level of confidence in our films and our audience. It was not an easy decision, and even in 2021, there were still

quite a lot of what-ifs during the reopening plan.

*Nussa: The Movie* has been in our inventory for quite some time and is the biggest feature animation project in Indonesia. Even with the release delays during the pandemic period, we did not hold back on the marketing effort, thus boosting the confidence that *Nussa: The Movie* will be released, moreover, the audience and their families will be able to enjoy it on the big screen with its full experience as we intended to.

**Q Indonesia fought the pandemic for two long hard years. As both a director and a producer, how has this changed both you and your production company?**

**A** The most noticeable change is definitely in how we approach safety in the production, and how to cope with a non-ideal situation in the production, especially when the government regulation changes, the personnel's health was affected, and so on. More than just technical production aspects, we learned to be more mindful of the talents involved, both the cast and the crew. During the pandemic, Visinema has tried several formulas in production so that we're able to do any kind of production in any kind of situation, thus we're not only able to keep productive but broaden the production capacity as well.

Not only the change in the way we do a production shows production resiliency, but as a company, Visinema has grown faster during the pandemic period, expanding vertically and horizontally with Bioskop Online and animation arms within the specialized Kids & Family division.

**Q Visinema has a very interesting and diverse slate coming up, with noticeable genre flavor. Having directed horror in the early days of your career, do you have a plan to do another in the future? And what kind of horror would it be?**

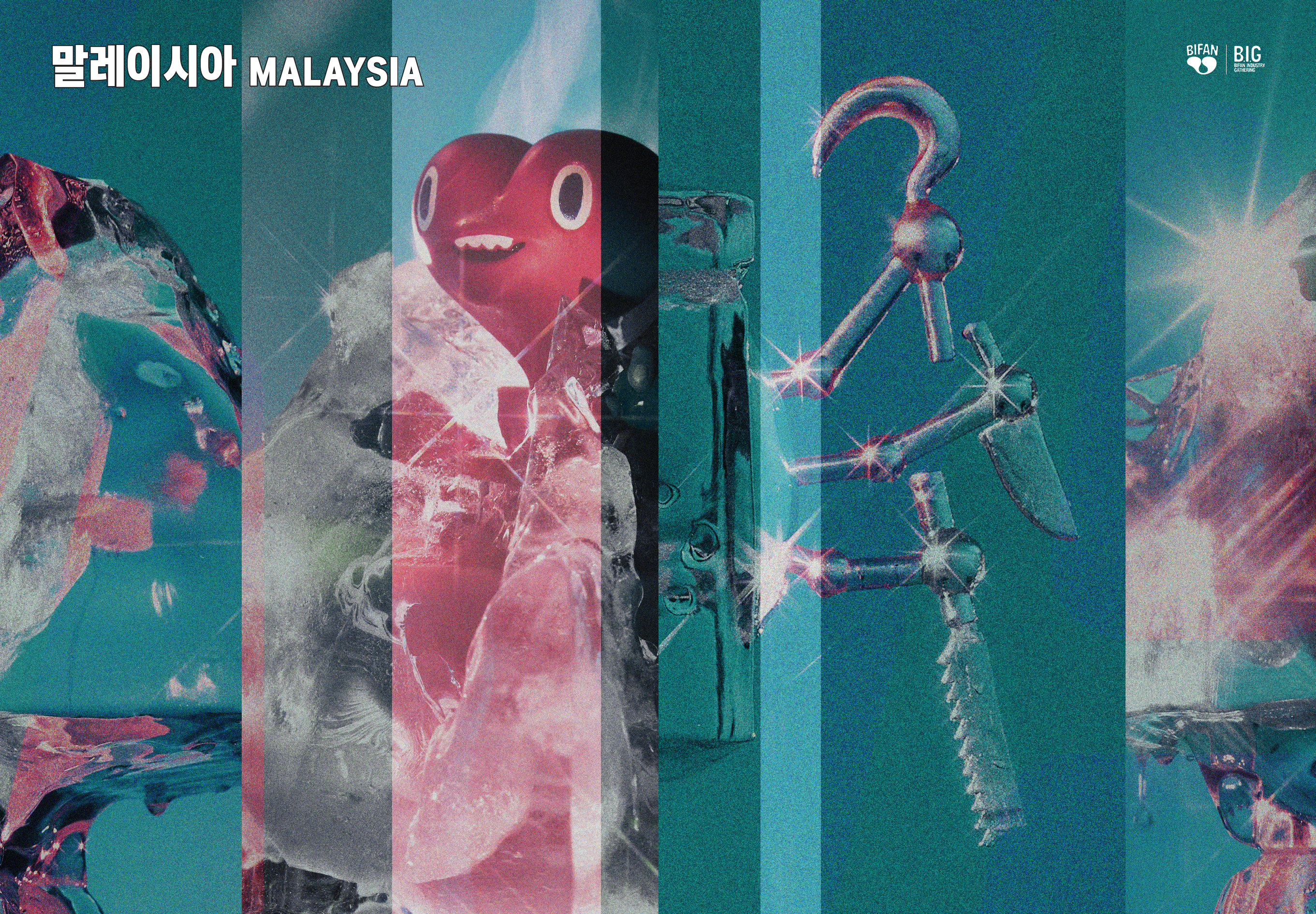
**A** Our upcoming slate is indeed diverse, I think the best way to put it in a word our slate is 'exciting'. As previously stated, Visinema has grown so much, also in our production capabilities in producing various genres. We started the year 2022 with an action title, *Ben & Jody* (2022), and you'll be able to experience our heist film, horror adventure, supernatural horror, and many more aside from our expertise in family drama.

As for me, whilst as a director, I already have a specific directing signature in all of my work throughout the years, I'm still looking to push my abilities, learn something new,

gain new skills, and try to present stories in more enticing and exciting ways with my direction, may the genre be horror, action, heist or drama.



# 말레이시아 MALAYSIA





Figures of Top 10 Films in Malaysian Box Office

| No. | 작품명                | English Title                                           | 감독       | Director              | 국가          | Country  |
|-----|--------------------|---------------------------------------------------------|----------|-----------------------|-------------|----------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈      | Spider-Man: No Way Home                                 | 존 왓츠     | Jon WATTS             | 미국          | USA      |
| 2   | 고질라 VS. 콩          | Godzilla vs. Kong                                       | 애덤 원가드   | Adam WINGARD          | 미국          | USA      |
| 3   | 이터널스               | Eternals                                                | 클로이 자오   | Chloe ZHAO            | 미국          | USA      |
| 4   | 베놈2: 렛 데이 비 카니지    | Venom: Let There Be Carnage                             | 앤디 서키스   | Andy SERKIS           | 미국          | USA      |
| 5   | 상치와 텐 링즈의 전설       | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings               | 디스틴 크리튼  | Destin Daniel CRETTON | 미국          | USA      |
| 6   | 킹스맨: 파스트 에이전트      | The King's Man                                          | 매튜 본     | Matthew VAUGHN        | 미국, 영국      | USA, UK  |
| 7   | 극장판 귀멸의 칼날: 무한열 차편 | Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train | 소토자키 하루오 | SOTOZAKI Haruo        | 일본          | Japan    |
| 8   | 007 노 타임 투 다이      | No Time To Die                                          | 캐리 후쿠나가  | Cary Joji FUKUNAGA    | 미국, 영국      | USA, UK  |
| 9   | 아나테                | Annaatthe                                               | 시바       | Siva                  | 인도          | India    |
| 10  | 모탈 콰벳              | Mortal Kombat                                           | 사이먼 맥쿼이드 | Simon MCQUOID         | 오스트레일리아, 미국 | AUS, USA |

| 장르    | Genre     | Gross(MYR) | Gross(USD) | Production                                                         | Distribution                        |
|-------|-----------|------------|------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 액션    | Action    | 63,479,146 | 14,481,383 | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                 | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션    | Action    | 19,539,918 | 4,457,606  | Legendary Entertainment, Warner Bros.                              | Warner Bros. Pictures               |
| 액션    | Action    | 11,168,314 | 2,547,807  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션    | Action    | 7,975,609  | 1,819,461  | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures | Sony Pictures Entertainment         |
| 액션    | Action    | 7,907,448  | 1,803,912  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 액션    | Action    | 6,125,819  | 1,397,472  | 20th Century Studios, Marv Films, Cloudy Productions               | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| 애니메이션 | Animation | 5,420,207  | 1,236,502  | Aniplex, Shueisha, Ufotable                                        | GSC Movies                          |
| 액션    | Action    | 5,049,701  | 1,151,979  | MGM, Universal Pictures, Eon Productions                           | Universal Pictures                  |
| 액션    | Action    | 4,708,418  | 1,074,123  | Sun Pictures                                                       | Antenna Entertainments              |
| 액션    | Action    | 3,547,317  | 809,243    | New Line Cinema, Atomic Monster Production                         | Warner Bros.                        |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                   | English Title         | 감독                 | Director                         | 국가    | Country  |
|-----|-----------------------|-----------------------|--------------------|----------------------------------|-------|----------|
| 1   | Rumah Maduku Berhantu | Rumah Maduku Berhantu | 압둘 라작 모하딘          | A. Razak Mohaideen               | 말레이시아 | Malaysia |
| 2   | Mr. Peyii             | Mr. Peyii             | V. 나가라             | V. Nagaraj                       | 말레이시아 | Malaysia |
| 3   | Prebat Sapu           | Hail, Driver!         | 무자머 라흐만            | Muzzamer Rahman                  | 말레이시아 | Malaysia |
| 4   | Salina                | Salina                | 라자 무크리즈            | Raja Mukhriz                     | 말레이시아 | Malaysia |
| 5   | Dendam Kesuma         | Dendam Kesuma         | 제프리 제프리잘           | Jefri Jefrizal                   | 말레이시아 | Malaysia |
| 6   | Paramapatham          | Paramapatham          | 타네시 페라부, 페 라브 비크네슈 | Thanesh Perrabu, Perrabu Viknesh | 말레이시아 | Malaysia |
| 7   | Tuju Tuju             | Tuju Tuju             | 제버드 니자르            | Javerd Nizar                     | 말레이시아 | Malaysia |
| 8   | Budak Kripto          | Budak Kripto          | 딘 C.J              | Din C.J.                         | 말레이시아 | Malaysia |

| 장르  | Genre   | Gross(MYR) | Gross(USD) | Production               | Distribution   |
|-----|---------|------------|------------|--------------------------|----------------|
| 코미디 | Comedy  | 319,442    | 73,024     | Multimedia Entertainment | GSC Movies     |
| 코미디 | Comedy  | 302,000    | 69,036     | Unison Production        | POKETPLAY      |
| 드라마 | Drama   | 257,259    | 58,809     | KRISTAL AZMIR            | TGV Pictures   |
| 호러  | Horror  | 112,552    | 25,729     | Madness Films            | Madness Films  |
| 호러  | Horror  | 64,787     | 14,810     | Richplus Media           | Richplus Media |
| 판타지 | Fantasy | 47,102     | 10,767     | Sai Nanthini Movie World | POKETPLAY      |
| 호러  | Horror  | 16,190     | 3,701      | Madness Films            | Madness Films  |
| 액션  | Action  | 1,753      | 401        | A&S Pictures             | MIG Beats      |



과거 식민지 지배 군주는 특정 해를 '아누스 호리빌리스'(끔찍한 해)라고 불렀는데, 당시 타블로이드 신문들은 이 표현을 즐겨 인용했다. 마치 의료 위기처럼 들렸기 때문이다.

말레이시아 영화관은 전 세계에서 일어나는 여러 의료 위기로 인해 2021년 오랜 기간 폐쇄되었고, 실제 영화관에게는 2021년은 아누스 호리빌리스의 해였다. 전국적으로 개봉한 국내 영화는 단 8편뿐이었고, 50만 링깃의 수익을 벌어들인 영화조차 없었다. 이와 대조적으로, 팬데믹 이전에는 한 해 최소 50편의 영화가 개봉했고, 최고 흥행작은 3천만 링깃 이상의 수익을 기록했을 것이다.

2020년과 2021년에 완성된 다른 모든 국내 영화는 개봉일을 최소 2022년으로 연기하거나, TVOD 아스트로 퍼스트 등의 다른 플랫폼에서 공개하는 것을 선택했다. TVOD 아스트로 퍼스트는 사실상 매주 홈 관객들을 위한 새로운 영화를 선보였다. 해당 플랫폼에서 가장 성공적인 작품은 신학적 성향의 호러 속편인 〈Penunggang Agama 2〉로, 200만 MYR 이상의 수익을 올렸다. 그러나 2020년 아스트로 퍼스트 채널에서 가장 높은 흥행작인 샤미 사즐리 감독의 코미디 영화 〈Mael Totey〉의 기록과는 여전히 큰 차이가 있었다.

특히 가슴 아픈 점은 편안하게 즐기는 코미디 이야기를 트레이드마크로 여러 작품 세계를 창조해 온 마마트 칼리드 감독의 마지막 영화 몇 편이 2021년 10월, 그가 58세의 나이로 사망하기 전에 아스트로 퍼스트에서 공개된 것이다. 축제를 주제로 하는 코미디 뮤지컬인 〈Kampong Pisang Musikal Raya Istimewa〉가 5월에 공개되어 1백만 링깃이 넘는 수익을 올렸다. 그가 감독을 맡고 싶었지만 하지 못한 또 다른 각본은 그의 아들이 감독을 맡아 2022년 사후 개봉되었다.

2021년 4월, 골든스크린시네마(GSC)는 멀티미디어 엔터테인먼트, 아스트로, 식스 펀 미디어와 제휴하여 영화 산업을 활성화시키기 위한 캠페인을 발표하고, 매우 대중적인 해시태그 #JomSapotLocal(로컬을흥하게)와 함께 인기 스타가 출연하는 다양한 장르의 말레이어 영화 6편의 슬레이트를 공개했다. 이 중 가장 큰 영화는 프랭크 시 감독의 애국적인 액션 영화 〈Air Force The Movie〉(현재 2022년 8월 개봉 예정)다. 이 밖에도 호러 〈Rasuk〉, 가족 멜로드라마 〈Biko〉, 여성을 앞에 내세운 코미디 〈Tiga Janda Melawan Dunia〉, 호러 〈Wayang Puaka〉, 그리고 2021년에 유일하게 개봉한 압둘 라작 모하딘의 호러 코미디 〈Rumah Maduku Berhantu〉가 있었다. 영화는 2021년 최고의 국내 흥행작이었지만 여전히 좋은 성적을 거두지 못했고 끔찍한 혹평을 받았다. 2000년대 초반부터 여러 편의 슬랩스틱, 호러 히트작을 선보이며 약 40편의 영화를 감독한 모하딘 감독이지만, 오늘날의 감성에 비추면 안타깝게도 구식이 되어 버린 것으로 보인다.

압둘 라작 모하딘 감독은 사실 지역 대학의 영화 교수로 알려져 있다. 그의 최신 영화는 공교롭게도 그가 교수로 있는 대학교를 졸업한 무자머 라흐만이 감독하고, 올해 가장 흥미로운 영화로 불리우는 〈Hail, Driver!〉(2020)와 같은 달에 개봉했다. 이 영화는 금세기 들어 흑백으로 개봉한 세 번째 말레이시아 영화로, 쿠알라룸푸르의 노동 계급을 배경으로 한 사회 현실주의 드라마다.

천추이메이의 장르 초월적인 〈Barbarian Inavasion〉(2021)(감독이 주연을 맡음)은 영화관을 빌리고 온라인 쇼핑 플랫폼에서 직접 티켓을 판매함으로써 기존의 영화사 배급을 우회하는 선택을 했다. 홍콩과 공동 제작되어 국제 영화제를 돌며 상영회를 가진 후 개봉한 이 영화는 영화 애호가들 사이에서 좋은 화제를 불러일으켰다.

예술 공연장에서만 제한적으로 상영하기로 선택한 개봉작도 있었는데, 그것은 리드한 사이디 감독의 〈No Love for the Young〉(2021)이다. 이 영화는 말레이시아 영화로는 보기 드문 비서사(non-narrative) 영화였다. 영화는 힙한 소설가이자 극작가의 데뷔작으로 다큐멘터리, 공연, 픽션이 일본 영화 〈장미의 행렬〉(1969)을 연상시키는 방식으로 혼합되어 있으며, 현존하는 다른 어떤 말레이시아 영화와도 다르다.

말레이시아 국립영화개발공사(Finas)가 발표한 수치에 따르면, 두 번째로 높은 수익을 올린 국내 영화는 〈Mr. Peyii〉로 타밀어 영화였는데, 이것은 이례적이었다. 일반적으로 말레이시아의 3대 언어 중 타밀어 영화가 인기가 가장 낮다고 여겨지기 때문이다. 또한 특이하게도 이 호러 코미디 영화는 홍콩 영화를 보며 자란 말레이시아인들에게 익숙한 중국의 '콩콩 뛰어다니는 뱀파이어'인 '강시'가 주제라는 점이다. 이 영화는 강제성이 없는 다문화주의의 훌륭한 예이자, 영화가 무섭기만 한 것이 아니라 여전히 놀라울 수 있다는 것을 보여줬다.

어쨌든, 2023년으로 이어지는 2022년은 영화의 품질과 양에서 훨씬 더 나아질 것으로 예상된다. 현재 완성되었거나 후반작업 중인 수십 편의 영화 중에는 BIFAN 2019에서 시체스 피치박스상을 받은 아만다 넬 유 감독의 페미니스트 호러 〈호랑이 소녀〉도 개봉을 앞두고 있다.



### 아미르 무하마드

아미르 무하마드는 다양한 언어로 호러 및 스릴러 영화를 제작하는 쿠만 픽처스의 설립자이다. 쿠만 픽처스의 두 번째 영화 〈소울〉(2019, 에미르 예즈완 감독)은 2021년 12월 말레이시아 국제영화제에서 최우수 작품상을 수상했다. 그는 배급사 부쿠 픽시도 소유하고 있으며, 다큐멘터리 및 상업적 가치가 전무한 동영상 에세이를 직접 제작하고 있다.



## 무자메르 라흐만 감독과의 인터뷰



### 무자메르 라흐만

무자메르 라흐만 감독은 1988년에 태어나 2013년 말레이시아 MARA 공과대학 영화, 연극 및 애니메이션 학부를 졸업했다. 잡지, TV 및 단편 영화 작가로 경력을 시작했으며, 2011년 단편 데뷔작 <로나 마야>로 제8회 말레이시아 학생 영화제에서 감독상을 수상했다. 2012년 제1회 Fly-ROK Project ASEAN과 2013년 부산 아시아영화아카데미에 말레이시아 대표로 참석했다. 영화 상영 행사 관련 Pesta Filem KITA와 Temasya Wayang Budiman의 큐레이터이자 프로그래머로 활동하고 있다. 여러 편의 TV 영화와 두 편의 장편 영화에 이어 현재 2023년 완성을 목표로 데뷔 감독의 신작 두 편을 제작 중이다.

말레이시아 영화계에서 가장 신선한 뉴스 중 하나는 흑백영화로 최근 아카데미 국제 장편 부문의 말레이시아 출품작이었던 영화 <Prebet Sapu>(<Hail, Driver!>) (2020)가 중요한 반향을 불러일으킨 것이다.

#### Q <Hail, Driver!>는 감독으로 첫 번째 작품이지만 두 번째 개봉작이다. 이 작품이 지연된 이유가 무엇인지?

A 재정적인 제약 때문에 완성시키는 데 오래 걸렸다. 2017년 4월 후반작업 전단계를 시작했지만 2020년 11월 족자-네팅 아시아영화제(JAFF)에서야 프리미어를 가졌다. 후반작업에서 더 이상 진전이 없을 때 추가 촬영을 해야 하기도 했다. 그때 제지 픽처스에게 코미디 호러 영화인 <Takut Ke Tak>(2020)을 맡아달라는 제안을 받았다. 예산 상황도 더 좋았기에 그 영화는 약 5개월 만에 먼저 완성되었고, 2020년에 상업적으로 개봉되었다.

#### Q 공식적이든 아니든 영화 교육을 받았는지 궁금하다.

A UiTM 샤알람 대학교에서 문예 창작 과정을 수료했다. 그래서 대본 쓰는 것뿐만 아니라 시와 산문 창작도 배웠다. 또 강사가 만든 영화 동아리 활동에도 참여했다. 이것이 영화 제작에 관심을 가지게 된 계기였고 2009년에 처음으로 단편을 찍게 된 계기가 되었다. 당시 내가 받은 장학금으로 영화를 찍었다. 그런 다음 같은 대학교에서 영화 제작을 학위를 받고, 연출을 전공했다. 현재 크리에이티브 및 문화 산업을 더 알고 싶어 같은 학교에서 석사 과정을 밟고 있다.

#### Q 지역 영화제에 참석하는 것이 영화 제작에 도움이 되었는지?

A 그렇다. 2011년에 말레이시아 국립영화 개발공사(Finas)의 지원을 받아 필리핀에서 열린 FLY 프로젝트 워크숍에 참석했다. 그때가 처음으로 해외 영화제에 참석한 것이었다. 2013년에는 부산국제영화제 아시아영화아카데미에 뽑혔는데, 파격적인 내러티브가 돋보이는 영화도 관객을 모을 수 있다는 것을 그 때 처음 알게 되었다. 그 후, 장

편 영화를 만들기 위해 제작사에 제안했지만, 시작하지 못했다. 그러다 2017년 <Hail, Driver!>를 작업하기 시작했다.

#### Q 자금은 어떻게 조달했는가?

A 첫 번째 단계에서는 자기 자금, 즉 내가 가진 모든 돈 1만 MYR을 모두 다 썼다. 다른 두 친구가 기꺼이 투자했고. 그래서 이 영화는 겨우 6만 MYR으로 찍었다. 원래는 약 2주간의 시간을 두고 촬영을 쉬면서 다시 촬영을 시작하기 전에 필요한 부분을 편집하고, 재촬영이 필요한 부분을 확인할 계획이었다. 하지만 그 2주 기간 동안 자금이 바닥났고, 다시 충분한 자금을 모으는 데 4개월이 걸렸다. 후반작업을 시작하고 나서야 또 다른 개인 투자자의 자금을 받을 수 있었다. 결국 Finas의 보조금 지급으로 영화를 완성할 수 있었다.

#### Q 영화를 흑백으로 촬영했다. 관객들을 겁주려고 한 것인가?

A 요즘 현대 시대에 찍은 흑백사진을 보는 것을 즐긴다. 그런 사진은 갈망, 고립, 초연한 느낌을 주는데, 그런 느낌을 영화에서 발견하는 것도 흥미롭겠다고 생각했다. 내러티브 측면에서도 두 주인공이 인종이 다르다는 점에 '색맹'의 요소를 적용했다. 그들이 직면한 문제는 인종 갈등이 아니라 모든 사람들이 느끼는 경제적 압박이라는 것을 보여주고 싶었다.

#### Q 팬데믹 이후, 많은 소규모 영화들이 TVOD 나 OTT 플랫폼 직행을 선택했다. 특별히 극장 개봉을 결심한 이유가 있는지?

A 2017년 영화를 계획하던 순간부터, 우리는 단지 한 곳의 영화관에서 개봉할지라도 극장 개봉을 원했다. 영화학도에게는 큰 스크린에 내 작품이 걸린다는 자부심이 있다. 그래서 상영 일자가 잡혔을 때 큰 기대 없이 진행했다. 쉽게 켜고 끌 수 있는 플랫폼 대신, 영화 관객은 끝까지 앉아있겠다는 다짐을 하고 극장을 찾는다는 점이 마음에 들었다.

#### Q 현재 말레이시아 영화계를 어떻게 보는가?

A 나는 원래 낙천적인 성격이다. 현재 말레이시아 영화계가 흥미롭고 재미있다고 생각한다. 아스트로, 스코프 프로덕션 등에서 10년 전보다 더 가치 있는 좋은 블록버스터 영화들도 만들고 있지만, 천추이메이, 우밍진 같은 사람들의 대안적인 영화 작품들도 있지 않나.

#### Q 그렇다면 비관적으로 생각해 본다면 주요 문제점은 무엇인가?

A 주요한 문제는 시장의 세분화다. 관객이 특정 언어(말레이어, 중국어, 타밀어)로만 영화를 본다. 말레이시아 인구가 약 3천만 명인데, 여기서 더 세분화되면 더 손해일 것이다. 말레이시아의 이런 사회 분열은 정치적 의지지만 극복될 수 있다. 하지만 언어와 상관없이 좋은 영화를 찾는 것은 관객의 몫이다.

#### Q 다른 아시아 국가와의 협력할 생각이 있는가?

A 그렇다. 판매를 포함해 더 많은 가능성을 열어줄 공동제작의 기회가 있다면 그렇게 하겠다. 당장 현재 제작 중인 다음 두 영화에 해외 배우와 해외 기술진이 참여하게 될 것이다. 한 영화는 말레이시아에 있는 인도네시아 이민자들에 관한 영화이고, 다른 영화는 이슬람교로 개종해야 하는 사바의 카다잔계 여성에 대한 내용이다.

#### Q 이제 카탈로그에 필요한 마지막 필수 질문을 하겠다. 말레이시아에서 촬영을 계획하는 해외 프로덕션들을 위한 팀이 있다면?

A 우선, 좋은 현지 파트너나 픽서를 찾아라. 말레이시아 내 필름 이니셔티브(FIMI)에 따라 30%의 세금 환급 제도 등 말레이시아 내에서의 영화 촬영은 꽤 쉬울 것이라 생각한다.



The reigning monarch of a former colonial power once called a particular year ‘annus horribilis’ (horrible year), a phrase gleefully picked up by tabloids at the time for it sounded like a medical crisis.

As Malaysian cinemas were closed for much of 2021 due to a different medical crisis worldwide, this was indeed an annus horribilis for exhibitors. There were only eight local movies that had a wide release, and none of them managed to gross even 500,000 MYR. In contrast, a pre-crisis year would have at least 50 films, with the top film making over 30 million MYR.

All other local films completed in 2020 and 2021 pushed their cinema release date to at least 2022; or opted to premiere on other platforms such as the TVOD Astro First, which saw new movies for home audiences practically every week. On that platform, the most successful title was the theologically inclined horror sequel *Penunggang Agama 2* (directed by Syafiq Yusof) which grossed over 2 million MYR. This was however still a far cry from 2020’s Astro First champion, the comedy *Mael Totey: The Movie* directed by Syahmi Sazli (which grossed 7 million MYR from a budget of 400,000 MYR).

Particularly poignant was the last few movies directed by prolific Mamat Khalid, who created his own trademark universe of laidback comedy tales, which were released on Astro First before his death in October 2021 at the age of 58. His *Kampung Pisang Musikal Raya Istimewa*, a comedy-musical with a festive theme, came out in May and grossed over 1 million MYR. Another script he wanted to direct but didn’t manage to was directed by his son and released posthumously in 2022.

A sign of optimism to kickstart the cinema industry was announced in an April 2021 press conference by the nation’s largest exhibitor Golden Screen Cinemas (GSC) in partnership with Multimedia Entertainment, Astro and Six Fun Media. Using the slangy hashtag #Jom-SapotLokal (Let’s Support Local), this revealed a slate of six Malay-language films using popular stars and various genres. The biggest of those films is the patriotic actioner *Air Force The Movie* directed by Frank See (now slated for August 2022 release); others are the horror *Rasuk* (James Lee), family melodrama *Biko* (Teng Bee), female-led comedy *Tiga Janda Melawan Dunia* (Hyrul Anuar), horror *Wayang Puaka* (Zulkarnain Azhar) and the only one to be released in 2021 itself, the horror-comedy *Rumah Maduku Berhantu* by A Razak Mohaideen. That film was the highest local grosser of 2021 but still didn’t do well and got terrible reviews - the helmer has directed about 40 films, with several slapstick and horror hits from the early 2000s, but is seen to be out of touch with today’s sensibilities.

A. Razak Mohaideen is in fact known for being a professor at a local university’s film faculty; it is somewhat apt that his latest film came out in the same month (December) as the most interesting movie of the year, *Hail, Driver!* (2020) directed by Muzzamer Rahman who happens to be a former student of that university. This is only the third Malaysian film this century to be released in monochrome and is a social-realist drama set among the working class of Kuala Lumpur.

Tan Chui Mui’s meta genre-fluid *Barbarian Invasion* (2021) (in which the director plays the lead role) bypassed conventional cinema distribution by renting cinema halls and selling tickets directly from online shopping platforms. Co-produced with Hong Kong and has made its rounds in the international festival circuit, this attracted good buzz among cinephiles.

An even more limited release (showing only in arts venues) was Ridhwan Saidi’s *No Love For the Young* (2021), a rare example of a non-narrative Malaysian film. The debut feature by this hip novelist/playwright mixes documentary, performance and fiction in a way reminiscent of films like Japan’s *Funeral Parade of Roses* (1969) and is unlike any other local films now.

According to the figures released by Finas (the National Film Development Corporation), the second highest-grossing local film is *Mr. Peyii* (V Nagaraj), which is unusual as it’s in Tamil, normally considered the least popular of the country’s three major languages. What’s also unusual is that the premise of this horror comedy is ‘jiangshi’, the Chinese ‘hopping vampire’ legend familiar to Malaysians who grew up watching Hong Kong movies. An excellent example of unforced multiculturalism and a sign that cinema can still be surprising and not just horrible.

That being said, 2022 leading to 2023 looks set to be much better in terms of quality and quantity. And among the dozens of films completed or now in post-production is Amanda Nell Eu’s feminist horror *Tiger Stripes*, which got the Sitges Pitchbox Award at BIFAN 2019.



### Amir MUHAMMAD

Amir MUHAMMAD is the founder of Kuman Pictures, which produces horror and thriller movies in various languages. Its second film *Roh* (directed by Emir Ezwan) won Best Film at the Malaysian Film Festival held in December 2021. He also has a publishing company, Buku Fixi, and makes his own documentaries and video essays that have no commercial value at all.

---



# Interview with Director Muzzamer RAHMAN



## Muzzamer RAHMAN

Muzzamer RAHMAN was born in 1988 and graduated in 2013 with a degree from Faculty of Film, Theater and Animation, MARA University of Technology, Malaysia. He began his career as a writer for magazines, television and short films. In 2011, he received the Best Director Award in the 8th Malaysian Student Film Festival with his debut short film, *Rona Maya*. In 2012, he was selected to represent Malaysia in the 1st FLY-ROK PROJECT ASEAN, as well as Asian Film Academy in Busan 2013. He is also the curator and programmer of film screening events Pesta Filem KITA and Temasya Wayang Budiman. After several TV movies and two feature films, he is currently producing two upcoming films by debut directors, slated for completion in 2023.

One of the freshest new voices in Malaysian cinema makes a critical splash with his monochrome movie *Prebet Sapu (Hail, Driver!)* (2020) which was the country's official submission to the recent Academy Awards for Best International Feature.

**Q** *Hail, Driver!* is your first film as director but your second film to be released. Why was there a delay?

**A** The movie took a long time to finish due to financial constraints. We started pre-pro in April 2017 but it premiered in November 2020 at the Jogja-Netpac Asian Film Festival (JAFF). When it was stuck in post-production and we needed to shoot extra scenes. I got an offer from Jazzy Pictures to do the comedy-horror *Takut Ke Tak*. And because their film had a better budget, it was completed faster, in about 5 months, and released commercially in 2020.

**Q** Tell us about your film education, formal and otherwise.

**A** I did a creative writing diploma at UiTM Shah Alam university, so I learned not only to write scripts but poetry and prose. I was also involved in film-club activities organized by a lecturer. That was how I became interested in filmmaking and made my first short in 2009. I funded it with my scholarship money. Then I did a degree in filmmaking at the same university, majoring in directing. Now I am doing my Master at the same place, to learn about the creative and cultural industries.

**Q** Did going to film festivals around the region help you in your filmmaking?

**A** Yes, in 2011 I was sent by Finas (the Malaysian National Film Development Corporation) to attend the FLY Project

workshop in The Philippines. That was my first time attending a film event overseas. In 2013 I was selected for the Asian Film Academy in Busan, and that was the first time I saw that films with unconventional narratives could get an audience. After that, I made a proposal for a feature film but it could not get off the ground. Then in 2017, I started developing *Hail, Driver!*

**Q** How did you get the funding for it?

**A** In the first stage it was just self-funded, I spent all the money I had, 10,000 MYR. Two other friends were willing to invest. So the film was shot for only 60,000 MYR. We had planned to take a two-week break during the shoot so that we can edit and see what needed reshoots before resuming. But we ran out of money during this break and had to wait another four months to raise enough money. It was only during the post that we had another private investor, and Finas came in with a grant to complete it.

**Q** You shot in black and white. Were you trying to scare away the audience?

**A** I like looking at black-and-white photos taken in the present day. They give me a sense of longing, isolation, detachment - which would be interesting to see in a film. In terms of narrative also, the 'color blind' element is applied to the fact that the two protagonists are of different races. It turns out the problems they face are not a racial conflict, but the economic pressure felt by everyone.

**Q** Ever since the pandemic, many smaller films have opted to go straight to TVOD or OTT platforms. Why were you determined to still have a cinema release?

**A** From the time we were planning it in 2017, we knew

we wanted a cinema release, even if one cinema were to show it. As Film students, it gave us a sense of pride to be on the big screen. So when we got the screening date, we just went for it without having any high expectations. I liked the idea that the audience would make a commitment to sit through it instead of being on a platform where people can easily switch off.

**Q** How do you see the Malaysian film scene now?

**A** I am optimistic by nature and I think the scene is interesting and fun. We have some blockbusters with good production values by the likes of Astro and Skop Productions, better-made than the films a decade ago, but we also have some alternative ones, like those by Tan Chui Mui and Woo Ming Jin.

**Q** Now try to be pessimistic. What are the main problems?

**A** The main one is market segmentation; when people only watch films in a certain language (whether Malay, Chinese or Tamil). We have only about 30 million people, so any further fracturing is damaging. This segmentation in Malaysian society can only be overcome with political will. But it's also up to the audience to seek out good films regardless of language.

**Q** Would you consider cooperation with other Asian countries?

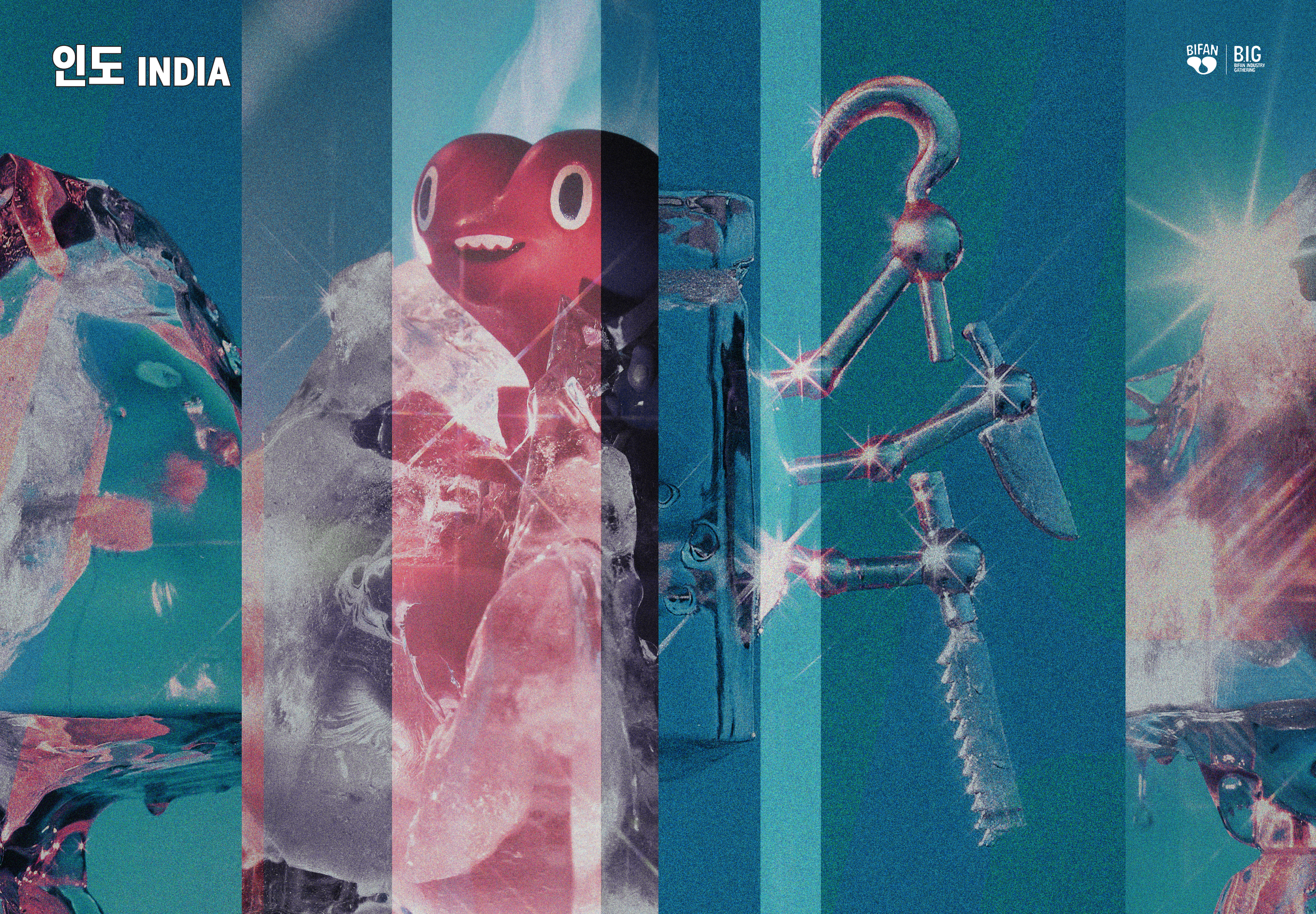
**A** Yes, if there were co-productions that would open up more possibilities, including sales. To start with, the next two films I am producing will involve some actors and technical crew from overseas also. One is about Indonesian immigrants in Malaysia. And another is about an ethnic Kadazan woman who has to convert to Islam.

**Q** This seems to be a compulsory final question in this catalog: Do you have any tips for foreign productions who want to shoot in Malaysia?

**A** First of all, find a good local partner or fixer. I think shooting in Malaysia is quite easy, with tax rebates of 30% under the Film In Malaysia Initiative (FIMI).



인도 INDIA





Figures of Top 10 Films in All India Box Office

출처: BoxOfficeIndia.com

| No. | 작품명              | English Title           | 감독        | Director         | 국가 | Country |
|-----|------------------|-------------------------|-----------|------------------|----|---------|
| 1   | Pushpa: The Rise | Pushpa: The Rise        | 수쿠마르      | Sukumar          | 인도 | India   |
| 2   | 마스터              | Master                  | 로케시 카나가라지 | Lokesh KANAKARAJ | 인도 | India   |
| 3   | 스파이더맨: 노 웨이 홈    | Spider-Man: No Way Home | 존 왓츠      | Jon WATTS        | 미국 | USA     |
| 4   | 수라반시             | Sooryavanshi            | 로hit 셰티   | Rohit SHETTY     | 인도 | India   |
| 5   | 83               | 83                      | 카비르 칸     | Kabir KHAN       | 인도 | India   |
| 6   | Vakeel Saab      | Vakeel Saab             | 베누 스리람    | Venu SRIRAM      | 인도 | India   |
| 7   | 아칸다              | Akhanda                 | 보야파티 스리누  | Boyapati SRINU   | 인도 | India   |
| 8   | 아나테              | Annaatthe               | 시바        | Siva             | 인도 | India   |

Figures of Top 10 Films in Hindi(Bollywood) Box Office

| No. | 작품명                      | English Title            | 감독        | Director         | 국가 | Country |
|-----|--------------------------|--------------------------|-----------|------------------|----|---------|
| 1   | 수라반시                     | Sooryavanshi             | 로hit 셰티   | Rohit SHETTY     | 인도 | India   |
| 2   | 83                       | 83                       | 카비르 칸     | Kabir KHAN       | 인도 | India   |
| 3   | 안티: 더 파이널 트루스            | Antim: The Final Truth   | 마헤쉬 만즈레까르 | Mahesh MANJREKAR | 인도 | India   |
| 4   | 벨 바텀                     | Bell Bottom              | 란지트 티와리   | Ranjit TIWARI    | 인도 | India   |
| 5   | Chandigarh Kare Aashiqui | Chandigarh Kare Aashiqui | 아비шек 카푸르 | Abhishek KAPOOR  | 인도 | India   |
| 6   | 타답                       | Tadap                    | 밀란 루스리아   | Milan LUTHRIA    | 인도 | India   |
| 7   | Roohi                    | Roohi                    | 하르디크 메타   | Hardik MEHTA     | 인도 | India   |
| 8   | Mumbai Saga              | Mumbai Saga              | 산제이 굽타    | Sanjay GUPTA     | 인도 | India   |
| 9   | 사트야메바 자야테 2              | Satyameva Jayate 2       | 밀랍 자베리    | Milap ZAVERI     | 인도 | India   |
| 10  | 분티 아우르 바블리 2             | Bunty Aur Babli 2        | 바룬 V. 샤르마 | Varun V. SHARMA  | 인도 | India   |

| 장르      | Genre          | Gross(INR)    | Gross(USD) | Production                                                                         | Distribution                         |
|---------|----------------|---------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 액션      | Action         | 2,503,000,000 | 32,729,428 | Mythri Movie Makers, Muttamsetty Media                                             | Mythri Movie Makers                  |
| 액션      | Action         | 2,095,500,000 | 27,400,926 | Xavier Britto                                                                      | Seven Screen Studios                 |
| 액션      | Action         | 2,023,400,000 | 26,458,140 | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                                 | Sony Pictures India                  |
| 액션      | Action         | 1,953,000,000 | 25,537,584 | Reliance Entertainment, Dharma Productions, Rohit Shetty Films, Cape of Good Films | Reliance Entertainment, PVR Pictures |
| 드라마     | Drama          | 1,036,850,000 | 13,330,801 | Reliance Entertainment, Phantom Films, KA Productions, Kabir Khan Films            | Reliance Entertainment, PVR Pictures |
| 액션, 드라마 | Action, Drama  | 1,081,000,000 | 14,135,242 | Sri Venkateswara Creations, Bayview Projects                                       | Sri Venkateswara Creations           |
| 액션, 드라마 | Action, Drama  | 1,022,000,000 | 13,363,754 | Dwaraka Creations                                                                  | Sri Venkateswara Creations           |
| 액션, 코미디 | Action, Comedy | 1,025,000,000 | 13,402,982 | Sun Pictures                                                                       | Sun Pictures                         |

| 장르      | Genre           | Gross(INR)    | Gross(USD) | Production                                                                         | Distribution                         |
|---------|-----------------|---------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 액션      | Action          | 1,953,000,000 | 25,537,584 | Reliance Entertainment, Dharma Productions, Rohit Shetty Films, Cape of Good Films | Reliance Entertainment, PVR Pictures |
| 드라마     | Drama           | 1,036,850,000 | 13,330,801 | Reliance Entertainment, Phantom Films, KA Productions, Kabir Khan Films            | Reliance Entertainment, PVR Pictures |
| 액션      | Action          | 458,000,000   | 6,000,958  | Salman Khan Films                                                                  | Zee Studios                          |
| 액션      | Action          | 390,000,000   | 5,110,021  | Pooja Entertainment & Emmay Entertainment                                          | Pen Marudhar                         |
| 드라마     | Drama           | 336,000,000   | 4,402,480  | T-Series, Guy In The Sky Pictures                                                  | AA Films                             |
| 액션, 로맨스 | Action, Romance | 302,000,000   | 3,956,991  | Fox STAR Studios, Nadiadwala Grandson Entertainment                                | Fox STAR Studios                     |
| 코미디, 호러 | Comedy, Horror  | 274,000,000   | 3,590,117  | Maddock Films, Jio Studios                                                         | Jio Studios                          |
| 액션      | Action          | 206,000,000   | 2,699,139  | T-Series, White Feather Films                                                      | Zee Studios                          |
| 액션      | Action          | 156,000,000   | 2,044,008  | T-Series, Emmay Entertainment                                                      | AA Films                             |
| 코미디     | Comedy          | 142,000,000   | 1,860,572  | Yash Raj Films                                                                     | Yash Raj Films                       |



Figures of Top 10 Films in Mayalam Box Office

| No. | 작품명            | English Title  | 감독        | Director            | 국가 | Country |
|-----|----------------|----------------|-----------|---------------------|----|---------|
| 1   | കുരൂപ          | Kurup          | 스리나트 라젠드란 | Sreenath Rajendran  | 인도 | India   |
| 2   | മാരാകർ         | Marakkar       | 프리아다르산    | Priyadarshan        | 인도 | India   |
| 3   | The Priest     | The Priest     | 조핀 차코     | Joffin Chacko       | 인도 | India   |
| 4   | Jan.E.Man      | Jan.E.Man      | 치담바람      | Chidambaram         | 인도 | India   |
| 5   | അജാജാതാലം      | Ajagajantharam | 티누 파파찬    | Tinu Pappachan      | 인도 | India   |
| 6   | One            | One            | 산토쉬 비스와나스 | Santhosh Vishwanath | 인도 | India   |
| 7   | Operation Java | Operation Java | 타룬 무르시    | Tharun Moorthy      | 인도 | India   |
| 8   | Kala           | Kala           | 로히트 V. S. | Rohith V.S.         | 인도 | India   |

| 장르      | Genre            | Gross(INR)  | Gross(USD) | Production                                                     | Distribution             |
|---------|------------------|-------------|------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 범죄, 스릴러 | Crime, Thriller  | 479,000,000 | 6,263,442  | Wayfarer Films Private Limited                                 | Friday Entertainment     |
| 드라마     | Drama            | 224,000,000 | 2,929,042  | Aashirvad Cinemas                                              | Max Cinemas              |
| 호러, 스릴러 | Horror, Thriller | 160,000,000 | 2,092,173  | Anto Joseph Film Company, RD Illuminations                     | Sri Balaji Video         |
| 코미디     | Comedy           | 118,500,000 | 1,549,515  | Cheers Entertainments                                          | Cheers Entertainments    |
| 액션      | Action           | 104,000,000 | 1,359,912  | Silver Bay Studios                                             | Central Pictures         |
| 드라마     | Drama            | 82,000,000  | 1,072,239  | Ichais Productions                                             | Anto Joseph Film Company |
| 범죄, 스릴러 | Crime, Thriller  | 33,000,000  | 431,511    | V Cinemas                                                      | Sreepriya Combines       |
| 액션      | Action           | 31,000,000  | 405,358    | Juvis Productions, Tovino Thomas Productions Adventure Company | Century Release          |

Figures of Top 10 Films in Tamil(Kollywood) Box Office

| No. | 작품명          | English Title  | 감독        | Director          | 국가 | Country |
|-----|--------------|----------------|-----------|-------------------|----|---------|
| 1   | 마스터          | Master         | 로케시 카나가라지 | Lokesh KANAKARAJ  | 인도 | India   |
| 2   | அனாதை        | Annaatthe      | 시바        | Siva              | 인도 | India   |
| 3   | 닥터           | Doctor         | 넬슨 딜립쿠마르  | Nelson DILIPKUMAR | 인도 | India   |
| 4   | மானாது       | Maanaadu       | 벤캣 프라부    | Venkat PRABHU     | 인도 | India   |
| 5   | Karnan       | Karnan         | 마리 셀바라지   | Mari SELVARAJ     | 인도 | India   |
| 6   | Sulthan      | Sulthan        | 바키야라즈 칸난  | Bakkiyaraj KANNAN | 인도 | India   |
| 7   | கோடில் ஓர்வா | Kodiyil Oruvan | 아난다 크리슈난  | Ananda KRISHNAN   | 인도 | India   |

| 장르      | Genre          | Gross(INR)    | Gross(USD) | Production                                         | Distribution           |
|---------|----------------|---------------|------------|----------------------------------------------------|------------------------|
| 액션      | Action         | 2,095,500,000 | 27,467,563 | Xavier Britto                                      | Seven Screen Studios   |
| 액션, 코미디 | Action, Comedy | 1,025,000,000 | 13,402,982 | Sun Pictures                                       | Sun Pictures           |
| 코미디     | Comedy         | 816,000,000   | 10,703,888 | Sivakarthiskeyan Production, KJR Studios           | KJR Studios            |
| 액션      | Action         | 578,000,000   | 7,577,794  | V House Productions                                | SSI Productions        |
| 액션      | Action         | 561,500,000   | 7,365,482  | V. Creations                                       | Kalaipuli S Thanu      |
| 드라마     | Drama          | 340,000,000   | 4,460,052  | Dream Warrior Pictures                             | Dream Warrior Pictures |
| 드라마     | Drama          | 94,000,000    | 1,233,073  | Infiniti Film Ventures, Chendur Film International | Infinity Film Ventures |



## 발리우드(힌디) 시네마

2020년은 인도 영화산업에 예상치 못한 놀라움이 닥친 해였고, 전 세계 모든 산업에 있어서도 마찬가지였다. 2020년 3월이 시작되었을 무렵, 그 누구도 3월이 절반을 넘긴 시점 이후 코로나19 사태로 자신의 삶이 급격히 변할 거라고 생각지 못했다. 이런 상황은 극장 폐쇄를 초래했고, 상황이 개선된 11월 에야 다시 영업이 시작되었다. <Suraj Pe Mangal Bhari>를 제외하면 연말에 개봉된 대작 영화도 없었고, 흥행도 신통치 않았다.

다음 해인 2021년에는 상황이 나아질 거라는 기대가 있었다. 2021년은 <Ramprasad Ki Tehrvi>, <Madam Chief Minister>, <Tuesdays and Fridays> 등 소규모 극장 개봉으로 시작되었다. 그중 어떤 영화도 흥행을 거두지 못했고, 박스오피스에 흔적조차 남기지 못했다. 홍보 부족, 유명 배우의 부재, 작품에 대한 화제성 부족, 코로나19에 대한 두려움이 지나치게 컸던 것.

하지만 2021년 3월에는 하르딕 메타 감독의 <Roohi>가 개봉하면서 큰 기대를 모았다. 라지쿠마르 라오, 잔비 카푸르, 바룬 샤르마가 출연한 공포 코미디인 <Roohi>는 엇갈린 평가에도 불구하고, 2억 8,000만 루피(약 45억 원)에 달하는 수익을 거두었다. 엄청난 수익은 아니었지만, 같은 해에 앞서 개봉한 영화들보다 훨씬 좋은 성적이었다. <Roohi>의 흥행 실적은 프로듀서들이 극장 개봉에 다시 희망을 걸 수 있게 하기에 충분했고, 이로부터 영화 개봉일 발표가 이어졌다. 이 가운데 대부분은 대규모 영화였다. 마침내 업계가 제대로 돌아갈 것처럼 보이기 시작했다. 2020년 이후 가장 많은 기대를 받은 <수라반시>와 <83>가 드디어 개봉할 것만 같았다.

발리우드의 공식을 따르는 많은 영화에 등장하는 악당들은 관객에게 그들이 죽었을 거라는 믿음을 준 뒤 다시 돌아온다. 코로나19가 딱 그런 경우였다. 2021년 3월에 감염자가 급증했고, 4월에는 상황이 더 나빠졌다. 제2차 대유행이 일어났고, 제1차 대유행보다 더 치명적인 결과를 초래했다. 이 기간에는 인도 전역에서 바이러스가 들불처럼 번져나가는 끔찍한 모습을 보게 되었다. 사망률이 증가하면서 코로나19에 대한 두려움이 급절로 늘어났다. 이에 따라 영화관은 무기한 폐쇄되었고, 상황이 언제 정상으로 돌아올지 알 수 없었다.

이런 상황으로 인해 유명 배우가 출연한 여러 영화가 OTT 플랫폼에서 직접 개봉되기 시작했다. 살만 칸이 주연한 <Radhe>는 이렇게 개봉한 영화 중 가장 규모가 큰 작품이었다. 이 영화는 발리우드의 스타가 나서서 자신이 출연한 영화를 온라인으로 개봉한 최초의 사례가 되었다. <Radhe>는 인도 내 몇 개 주에서 극장 개봉을 했지만 하루에 몇 번 상영하지 않았고, 따라서 극장 개봉이 사실상 이뤄지지 않은 것이나 마찬가지였다.

인기 스타가 자신의 영화를 온라인으로 개봉한다는 것은 곧 유명세가 떨어지는 스타가 출연한 영화들도 같은 선택을 내릴 것임을 뜻한다. 따라서 <Sherni>, <Haseen Dilruba>, <Toofaan>, <Hungama 2>, <Mimi>, <Shershaah>, <Bhuj: The Pride Of India>, <Bhoot Police>, <Thalaivii>와 같은 영화들도 OTT 노선을 택했다.

하지만 8월부터 확진자가 급격히 줄어들면서 상황이 훨씬 더 나아지기 시작했다. 해당 시기에는 인도의 백신 접종이 정점에 이르고 있었다. 9월에는 인도 인구의 상당수가 백신 접종을 완료했다. 예견된

바와 같이, 이 시기 이후 인도 전역에서 영화관 운영이 점차 재개되기 시작했다. 많은 주와 연방 직할지에서 객석 점유율 50퍼센트와 엄격한 코로나19 프로토콜을 따르는 조건으로 극장이 다시 문을 열 수 있게 허용했다. 영화계는 새로운 희망을 찾아낸 것 같았다.

하지만 인도에서 가장 중요한 지역인 마하슈트라주에서는 안전상의 이유로 극장 재개관을 거부했다. 주 정부에서는 언제 극장의 문을 다시 열지 암시조차 하지 않았다. 대규모 영화의 프로듀서들은 마하슈트라주의 극장에서 상영권을 확보하지 않은 채 자신의 영화를 개봉하려 들지 않았다. 마하라슈트라주는 발리우드 박스오피스에서 가장 큰 수익을 안겨주는 지역이다. 마하라슈트라주의 수도인 뭄바이는 힌디어 영화산업의 중심지다.

극장 소유주와 일반 대중의 입장에서 극장이 다시 열리기를 기다리는 것은 피곤하면서 다소 당황스러운 일이었다. <Chehre>, <벨 바텀>과 같은 영화는 마하라슈트라주의 극장 재개관을 기다릴 수 없어 다른 주에서 개봉을 강행했다. 이런 식으로 개봉한 영화들은 성공을 거두지 못했다(<벨 바텀>은 나중에 다시 개봉했다). 언론과 대중의 항의 끝에 마하라슈트라주에서는 10월 1일부터 마침내 극장을 다시 열었다. <Bhavai>는 마하라슈트라주에서 극장 재개관이 이뤄진 뒤 개봉한 첫 번째 발리우드 영화가 되었다. 이 영화에는 대형 스타가 출연하지 않았고 그야말로 아무런 홍보도 노출도 없었던 터라 실패하고 말았다.

하지만 인도에서 가장 큰 축제인 디왈리 축제가 다가올 즈음에는 로hit 쉐티 감독의 경찰 영화 유니버스 작품인 <수라반시>에 모두의 이목이 집중되었다. 악셰이 쿠마르와 카트리나 카이프가 주연으로 출연한 이 영화는 원래 팬데믹의 제1차 유행이 인도를 강타하기 직전인 2020년 3월에 개봉될 예정이었다. 팬데믹으로 인해 인도 전역이 멈추게 된 2020년 3월 이후 대규모 영화 개봉이 이뤄지지 않은 상황에서 프로듀서들이 용감하게 결단을 내렸다. <수라반시>가 개봉 첫날부터 엄청난 흥행을 거두면서, 프로듀서들이 감당한 위험은 단순한 결실 이상의 결과를 거두었다. 제작자들이 기다린 18개월의 시간은 그럴만한 가치가 있는 것으로 드러났다. 발리우드 영화산업이 다시 돌아온 것이다!

<수라반시>는 뭄바이에서 폭탄 테러를 계획 중인 테러리스트 집단과 고위 경찰인 수라반시(악셰이 쿠마르)의 테러 저지 시도를 다룬다. 이 영화에는 로hit 쉐티가 앞서 감독한 경찰 영화인 <모범경찰 심감>(2011)과 <심바: 개과천선 비리경찰>(2018)에서 아제이 데브간과 란비르 싱이 연기했던 캐릭터도 등장한다.

<수라반시>에 뒤이어 <Bunty Aur Babli 2>, <Satyameva Jayate 2>, <Antim: The Final Truth>, <Tadap>, <Chandigarh Kare Aashiqui>를 비롯한 대규모 영화의 개봉이 이어졌다. <안탐: 더 파이널 트루스>와 <타답>에는 관객이 어느 정도 들었지만, 나머지 영화는 흥행에 실패했다. 하지만 이는 코로나19에 대한 두려움보다 영화의 내용이 매력적이지 않기 때문이었다.

2021년 12월 말에는 카비르 칸의 <83>이 개봉 준비를 마쳤다. 이 영화 역시 2020년 4월부터 개봉을 기다리고 있었다. <83> 역시 <수라반시>와 마찬가지로 Reliance Entertainment에서 제작을 맡았다. 란비르 싱, 디피카 파두콘을 비롯한 여러 배우가 출연한 <83>은 인도 크리켓 국가대표팀이 1983년 크리켓 월드컵에서 우승한 이야기를 다룬다. <83>은 호의적인 평가를 받았음에도 불구하고, 준도시 지역보다는 도심의 관객들에게 더 호소력이 있었다. 이 영화는 인도 박스오피스에서 12억 3천만 루피(약 200억



원) 이상의 수익을 거두었는데, 큰 제작 예산을 쓴 것이 흥행의 이유라고만은 볼 수 없었다. 하지만 실제로 많은 관객이 <83>을 관람했고, 이를 통해 관객이 극장으로 돌아오는 것을 막을 수 없다는 믿음을 다시 한 번 확인했다.

2021년 12월 말에서 2022년 1월 초 사이, 인도에서는 코로나19 제3차 대유행이 벌어졌다. 하지만 제2차 대유행보다는 심하지 않았다. 대규모 영화 개봉은 잠시 중단된 뒤 2022년 2월부터 재개되었다.

2021년은 발리우드 영화산업에 전반적으로 혼란스러운 결과를 안겨주었으나 2020년보다는 분명 훨씬 나은 시기였다.

### 말라얄람 시네마

2021년 말라얄람 시네마에서는 167편의 영화가 제작되었다. <Joji>, <The Great Indian Kitchen>, <Nayaattu> 등 비평가들의 찬사를 받은 몇 편의 영화를 포함해 167편의 영화가 제작되었지만, 영화가 개봉한 지역의 극장 소유주들은 전혀 기쁘지 않았다.

Kerala Cine Exhibitors' Association의 사무총장인 M.C. Bobby는 <Kurup>, <The Priest>, <Jaananman> 말고는 극장에서 좋은 성과를 거둔 영화가 없었다. 주 정부의 규제로 인해 극장은 6개월 이상 폐쇄된 상태였다. 여러 소도시 영화관이 사업 불황으로 인해 한 해 동안 문을 닫았다. M.C. Bobby는 “정부로부터 어떤 도움도 받지 못하고 있다. 비평가들의 찬사를 받은 영화도 영화관에서 개봉하지 않는다.”라며 대중적인 매력을 지닌 코미디와 액션 오락영화만이 극장 부문을 되살릴 것이라고 주장한다.

영화 제작사에게는 극장주의 고민이 없다. 지난 2년 동안 말라얄람 시네마는 OTT 플랫폼 시대가 도래하자 극장에 의존하는 전통적인 수익 모델에서 벗어나 하이브리드 형식으로 전환했다. 모한라의 <Dishyam 2>(2021)와 토비노 토마스의 <Minnal Murali>(2021)는 각각 아마존 프라임 비디오와 넷플릭스에서 큰 금액을 받으며 OTT에서 직접 공개되었다. <Drishyam 2>의 흥행 성공으로 프로덕션 회사인 Aashirwad Cinemas는 주요 프로젝트였던 서사 드라마 <Marakkar: Lion of the Arabian Sea> 개봉 지연으로 겪은 어려움을 극복할 수 있었다. 마침내 <Marakkar: Lion of the Arabian Sea>가 12월에 극장에서 개봉되었을 때 수차례 개봉 지연, 추측 및 고위급 협상 끝에 비평가와 일반 관객 모두에게 혹평을 받았다.

데뷔 감독 조핀 차코가 감독하고 맘무티가 출연한 호러 스릴러 <The Priest>는 대중 오락영화의 기준에 미치지 못한다. 그러나 1월, 관객의 발길을 다시 극장으로 돌렸다. 4월에는 팬데믹의 2차 유행은 전국의 영화관 폐쇄로 이어졌다. 6개월 후인 11월, 맘무티의 아들 Dulquer SALMAAN이 주연으로 나오고 1984년 Kerala 살인사건을 각색한 <Kurup>은 박스 오피스에서 큰 성공을 거두었다. 영화는 비평가들로부터 엇갈린 평가를 받았지만, 매끄러운 화면과 힙한 음악으로 젊은 남성 관객들에게 어필했다.

데뷔 감독 치담바람이 감독한 코미디 드라마 <Jan.E.Man>에는 스타급 출연진이 한 명도 나오지 않았다. 생일잔치와 장례식을 중심으로 한 이 영화는 전 관객의 공감을 얻으며 박스오피스 1위를 차지해

영화계를 놀라게 했다. 세대 간 분리와 관련된 코미디에 강한 Rojin THOMAS가 감독한 <#Home>과 Kasaragod를 배경으로 한 단편 코미디인 <Thinkalazhcha Nishchayam>은 모두 디지털 플랫폼을 통해 직접 공개되었고, 보편적으로 공감할 수 있는 주제 덕분에 전국의 영화 관객 사이에서 인기를 얻었다.

2021년 말라얄람어 영화를 정의한 영화는 니미샤 사자얀이 주연하고 Jeo BABY가 감독한 <The Great Indian Kitchen>이었다. 이 영화는 남편의 중산층 가정에서 가부장제에 맞서 싸우는 새내기 신부의 이야기를 직설적으로 풀어냈다. 덜 알려진 새로운 OTT 플랫폼 Nee Stream에서 공개된 이 영화는 처음에는 그 주제와 유명한 출연진이 없다는 이유로 여러 주요 OTT 플랫폼에서 거부되었다가 공개 후 며칠 만에 소셜 미디어와 입소문 덕분에 전국적인 주목을 받으며, 아마존 프라임 비디오가 두 달 만에 이 영화를 구매했다. 현재 힂디어와 타밀어로 리메이크 제작 중이다.

영화계 최고의 두 스타인 파실과 프리스비라즈 수쿠마란은 작년에 각각 3개의 OTT를 출시했다. <Joji>는 맥베스에서 영감을 얻은 비극으로 딜레쉬 포탄이 감독하고 파실과 파실이 주연을 맡았다. 아마존 프라임 비디오에서 프리미어 공개되었으며 전 세계 시청자들의 극찬을 받았다. 몇 달 동안 극장 개봉을 기다리던 야심 찬 시대극인 마헤시 나라얀 감독의 <Malik>은 제작사가 더 이상 재정적 압박을 견딜 수 없게 되자 결국 마지막 순간 아마존 프라임 비디오에 매각되었다. Fahadh FAASIL 파실의 <Irul>, 프리스비라즈 수쿠마란의 <Kuruthi>및 <Cold Case>는 모두 미스터리 스릴러로 시청자와 비평가로부터 엇갈린 평가를 받았다.

### 칼리우드(타밀) 시네마

2021년 타밀 시네마에서는 186편의 영화가 제작되었는데 극장 개봉작과 디지털 플랫폼 공개작이 적절하게 합쳐진 숫자이다. 올해는 슈퍼스타 비자이 찬드라세카르와 비제이 세투파시가 출연하고 로케시 카나가라즈가 감독한 대중적인 오락영화 <마스터>의 성공으로 힘차게 시작했다. 팬데믹을 고려한 정부의 규제로 영화관 관객 점유율은 50%로 제한되었다. 그러나 <마스터>는 인도 전역의 1,000개 이상의 압도적으로 많은 수의 영화관에서 개봉한 덕분에 인도 국내 시장에서 20억 루피 (약 32억원) 이상의 수익을 낼 수 있었다. 영화는 인도의 추수 축제인 풍갈(Pongal)에 맞춰 1월 13일에 개봉했다. <마스터>는 OTT 플랫폼에서 영화를 보는 데 익숙해진 관객들을 영화관으로 불러들였다.

<마스터>의 성공은 팬데믹 침체에 빠진 영화 산업에 결정적인 영향을 미쳤다. 그러나 같은 해에 개봉한 다른 고예산 오락 영화들은 운이 좋지 않았다. 4월 2일 극장에서 개봉한 공식 액션 드라마 카르티의 <Sulthan>은 주 정부에서 코로나 규제가 완화된 후 따라 혜택을 누렸지만, Legendary Pictures의 텐트폴 영화 <고질라 VS. 콩>(2021)과의 치열한 경쟁, 그리고 4월 중순에 들이친 두 번째 팬데믹 유행으로 4월 26일 극장이 폐쇄되면서 영화의 상영 기간이 단축되었다.

수센티란이 감독하고 라젠다르 실람바라산이 출연한 <Easwaran>, 비살과 아리아가 주연한 <Enemy>는 비평가와 일반 관객 모두에게 깊은 인상을 남기지 못했다. 올해의 마지막 2주 동안 타밀어 영화는 Lyka Productions에서 배급한 알루 아르준 주연의 텔루구어 대형 마살라 오락영화 <Pushpa: The Rise - Part 1>와 할리우드 슈퍼히어로 영화 <스파이더맨: 노 웨이 홈>과 같은 고예산 더빙 영화를 위해



자리를 비워야 했다.

타밀 영화계 최고령 슈퍼스타인 라지니칸트는 매우 실망적인 성적을 보여줬다. <아나테>로 오랜만에 가족 드라마 장르로 돌아왔지만, 비평가와 관객에게 노골적으로 외면당한 것이다. 시청자는 촌스러운 영화 연출과 구시대적인 감상적인 스토리텔링을 혹평했다. 시바가 감독하고 Kalanidhi MARAN의 Sun Pictures가 제작하고 배급한 <Annaatthe>는 디왈리 시즌에 대대적으로 타밀어로 개봉했으며, 2차 봉쇄 조치 후 극장이 다시 문을 연 후 스크린으로 돌아온 최초의 고예산 영화였다. 고예산 프로젝트가 실패하자 무역 분석가이자 선임 저널리스트인 스리다르 필라이는 다음과 같이 말했다. “타밀어 영화 산업은 슈퍼스타와 흥행 공식에 너무 의존하고 있다. 2021년은 콘텐츠가 제일이라는 것을 증명한 해로, 독특한 이야기를 풀어낸 영화가 가장 큰 히트를 쳤다.”

호평받은 영화 <Pariyerum Perumal>(2018)을 만들었던 마리 셀바라즈가 감독한 다누쉬의 <Karnan>은 단순한 스타가 출연한 영화가 아니라, 외딴 마을의 억압에 대한 반란을 그린 강력한 반 카스트 드라마였다. 이 영화는 박스오피스의 기대를 충족하고, 업계 최고의 수익을 올렸을 뿐만 아니라 아마존 프라임 비디오에서 출시되었을 때 전 세계적으로 격찬을 받았다. 스타 시바카르티케안이 출연하고 직접 공동 제작한 영화, 넬슨 딜립쿠마르 감독의 <닥터>는 인신매매범으로부터 사춘기 소녀들을 구하기 위해 나선 과묵한 의사가 주인공인 독특한 코미디였다. 이 영화는 인도 국내 시장에서 1억 루피 이상을 모았고, 시바카르티케안의 경력에 가장 큰 흥행 성공을 기록했다. 실람바라산 라젠다르의 올해 두 번째 영화는 벤캇 프라부가 감독한 <마나두>였다. 코미디와 스릴의 이면 아래 인도의 소수 민족에 대한 박해를 다룬 하이 컨셉 오락영화였다. 타밀 영화에서 보기 드문 이슬람 영웅이 주인공인 이 영화는 블록버스터가 됐다.

OTT 시장은 역동적으로 흘러갔다. 사회 문제에 기반하는 여러 영화가 로컬 관객 및 비 타밀어 관객의 찬사를 받았다. 올해 가장 인기 있는 타밀어 영화 두 편은 파. 란지스 감독의 <Sarpatta Parambarai>와 슈퍼스타 수리야가 제작하고 주연을 맡은 <Jai Bhim>으로, 상업 영화의 요소를 영리하게 사용한 강력한 반 카스트 드라마였다. 이 영화들은 2차 봉쇄기간 동안 Amazon Prime Video에서 최초 프리미어 공개되었다. 요기 바부의 <Mandela>와 리나 마니메칼라이의 높은 평가를 받은 인디영화 <Maadathy: An Unfair Tale>(2019)는 디지털 플랫폼을 통해 더 많은 관객과 만났다. 미스터리 스릴러인 나안타라의 <Netrikkann>과 아이쉬와라 라제시의 <Boomika>는 주연 배우 덕분에 주목받았지만, 영화 자체는 엇갈린 평가를 받았다.



#### 케어 세타 (발리우드)

케어 세타는 15년에 가까운 경력의 영화 저널리스트이다. 예술 분야를 전공한 후 저널리즘 및 매스 커뮤니케이션 분야에서 석사를 마쳤다. 지난 12년 동안 힌디어 영화를 광범위하게 다루었으며, 7년 전부터 마라티어 영화도 다루고 있다. 영화계 속보, 영화인물 인터뷰 및 신규 영화에 대한 기사를 전문적으로 기고하고 있다. 현재 Cinestaan.com에서 수석 통신원으로 6년간 일하고 있으며, 그 전에는 지 엔터테인먼트, 더 타임즈 오브 인디아, 라디오 시티에서 근무했다. 여가 시간에는 다양한 주제로 글을 쓰는 개인 블로그 활동에 집중한다.



#### 아스와디 고팔라크리쉬난 (말라얄람+타밀)

아스와디 고팔라크리쉬난은 인도 코치 출신 영화 평론가이자 저널리스트로, 영화제 큐레이터로 활동하고 있다. 지난 7년 동안 첸나이에 기반을 둔 웹 매거진 실버스크린 인디아에서 인도 남부 지역 영화를 중점적으로 영화 및 문화에 대한 글을 쓰고 있다. 2017년 로테르담 국제영화제에서 Young Film Critics programme에 발탁되었다. 2019년, 2020년과 2022년 MAMI 뭄바이 영화제에서 인도 영화 선정 위원회의 일원으로 활동했다.



## 발리우드(힌디) 시네마: 시바시쉬 사카르 프로듀서와의 인터뷰



### 시바시쉬 사카르

인도의 미디어 및 엔터테인먼트를 선도하는 전문가인 시바시쉬 사카르는 SPAC - International Media Acquisition Corp(NASDAQ: IMAQ)의 회장 겸 CEO이다. 미디어 및 엔터테인먼트 부문에서 28년 이상의 경험을 보유한 시바시쉬는 배급사, 프로듀서 및 스튜디오 책임자로서 500편 이상의 영화에 참여했다. 또한 90개 이상의 TV 프로그램과 10개 이상의 OTT 시리즈를 제작한 팀의 수장이다. IMAQ 회장 및 CEO가 되기 전, 인도 최고의 프로덕션 중 하나이자 릴라이언스 그룹의 자회사인 릴라이언스 엔터테인먼트 그룹 CEO를 역임했다.

지난 10월, 인도 발리우드 최대의 허브인 마하라슈트라주에서는 오랫동안 문을 닫았던 영화관들이 마침내 다시 문을 열었다. 영화관 운영 재개 후 가장 먼저 개봉한 영화는 로hit 셰티 감독의 경찰 액션 영화 <수라반시>. 오랜만에 극장에서 개봉한 첫 영화라 불확실성이 컸다. 하지만 개봉 첫 날부터 화려한 성적을 거두며 시험을 통과했다. 총 23억 6천만 루피(약 390억 원)를 벌며 2021년 최고 수익을 거둔 영화가 되었다. 이 영화의 성공은 다른 영화들이 극장 개봉을 선택할 수 있게 확신을 안겨주었다.

하지만 영화 제작사들은 약 18개월에 걸쳐 재정적, 정신적으로 힘든 코로나19의 시기를 겪어야 했다. 시바시쉬 사카르는 해당 시기 영화 제작사 Reliance Entertainment의 CEO로서 우여곡절을 겪으면서도 영화를 지켜냈다. 그는 28년에 이르는 경력에 걸쳐 500편이 넘는 영화에 프로듀서, 배급사, 스튜디오 책임자로 참여했다. <수라반시>는 그가 Reliance Entertainment의 CEO로 14년 넘게 일하며 진행한 마지막 프로젝트 가운데 한 작품이었다. 현재 사카르는 International Media Acquisition Corp의 회장 겸 CEO를 맡고 있다.

### Q <수라반시>는 지난해 최고의 히트작이었다. 영화 흥행의 이유가 무엇이라고 보는가?

A 다양한 이유가 있었다. 알다시피 <수라반시>는 2020년 3월에 개봉할 예정이었다. 하지만 이후 봉쇄 조치가 처해졌고, 18개월 동안 개봉을 미뤘다. <수라반시>는 성공적인 프랜차이즈의 일부로, 해당 프랜차이즈의 네 번째 작품이다. 따라서 대중의 기대가 고조되었다. 둘째, 이 영화는 발리우드에서 가장 성공한 감독 중 한 명인 로hit 셰티가 감독을 맡았다. 그는 지난 8-10년간 박스 오피스에 최고의 흥행작들을 만들었다. 하지만 이런 점은 관객이 개봉 전에 영화를 받아들이는 방식이다. 관객의 관점에서는 마케팅 캠페인이 시작되면서 첫 번째 예고편을 본 뒤 영화를 볼 것인지 결정을 내린다. 이러한 사항들은 개봉 첫 날에 관객을 끌어들이 수 있도록 구

축하는 것이다. 하지만 개봉 첫 날이 지나면 영화는 자체적으로 얼마나 좋은 영화인지에 따라 성공 여부가 갈린다. 좋은 영화라면 흥행을 유지할 것이다. 그렇지 않다면, 이미 많은 경우에서 본 것처럼 흥행에 실패하고 말 것이다. 그렇기 때문에 이 영화가 성공한 이유 중 하나는 바로 잘 만들어진 영화라는 점 때문이라고 본다. 발리우드 영화산업의 인기 스타 세 명(악셰이 쿠마르, 아제이 데브간, 로hit 셰티)이 참여했다는 점도 있지만, 결국은 좋은 영화여야만 한다.

### Q 극장 재개장 이후 처음으로 개봉하는 영화라는 점, 객석 50% 수용 원칙, 코로나19 확산에 대한 두려움을 감안했을 때, <수라반시>가 폭발적인 인기를 끌 것이라고 예상했는지?

A 그렇지 않다. 솔직히 말해 기대한 바 그 이상의 성과를 거두었다. 영화의 질에 대해서는 논평하지 않도록 하겠다. 관객들이 엄청나게 오랜 시간 동안 집에 머무른 상황에서는 영화가 잘 나왔다고 하더라도 그들이 영화관으로 올지 장담할 수 없다. 지난 2년에 걸쳐 이 영화를 아주 여러 번 봤기 때문에, 스토리라인에 대한 확신이 있었다. 유일하게 우려되었던 사항은 코로나19 이후의 시나리오에서 관객이 어떻게 행동할 것인가 하는 점이었다. 그래서 다소 의문이 가는 점들이 있었다. 하지만 개봉 첫 날을 치른 뒤에는 관객들이 극장으로 돌아왔으며 거칠 것이 없다는 것을 알게 되었다.

### Q <수라반시>가 이후에 개봉할 다른 영화들에게 자신감을 안겨준 작품이 되었다는 사실을 안다는 건 어떤 기분인가?

A 오랜 기간의 봉쇄 이후 관객을 돌아오게 하고 싶다면, 규모가 큰 영화가 필요하다. 소규모 영화로는 할 수 없는 일이다. 앞서 개봉한 대규모 영화(타밀어로 제작된 <마스터>)는 2021년 1월에 개봉했다. 그래서 전국의 관객들이 <수라반시> 개봉과 함께 영화관을 찾았다. 어떤 점에서는 이 영화가 덧붙여 말아야 할 책임이기도 하다. 스스로 제작한 영화를 통해 관객이 극장으로 다시 돌아온다는 것 또한 큰 만족감을 안겨준다.

### Q 다들 알다시피 이 영화는 불확실한 국면으로 점철된 1년 반을 기다려야만 했다. 팀 전체적인 차원에서 이 기간은 얼마나 큰 어려움을 안겨주었나?

A 재정적으로나 감정적으로 극도로 어려웠다. 거기에 대해서는 숨길 부분이 없다. 이 영화는 원래 2020년 3월 셋째 주에 개봉할 예정이었다. 그리고는 개봉 예정일을 약 10일 앞두고 전면적 봉쇄 조치가 이뤄졌다. 그러니까, 이미 예산을 다 써버린 상태였다는 것이다. 그리하여 영화관이 언제 문을 열 것인지, 관객이 돌아올 것인지에 대해 확신이 없는 상태로 개봉을 미루는 셈이었다. 이를 감안할 때, Reliance, 로hit 셰티, 악셰이 쿠마르를 비롯한 모든 이해 관계자가 이 영화가 대형 스크린에서 관람해야 할 경험이라는 점을 명확히 알고 있었다.

### Q OTT를 통해 영화를 직접 개봉할 생각은 없었나? 당시에는 많은 상업 영화가 OTT 개봉을 진행하고 있었다.

A 이 영화는 대규모 투자가 이뤄진 작품이다. 그리고 우리는 18개월 가량 영화 개봉을 미루고 있었다. 이 기간 동안 여러 OTT 플랫폼이 자사 플랫폼을 통해 영화를 개봉할 의향이 있는지 의사를 확인하러 접근했다. 질문에서 언급된 바, 여러 편의 영화가 OTT로 직행했다. 여기서 잘못된 점은 없다. 관객이 작은 크기의 화면에서 영화를 보더라도 손해 볼 것이 없다고 본다면, 아무런 문제도 없다.

하지만 앞서 언급했듯 <수라반시>는 세 명의 발리우드 히어로와 함께 대형 스크린에서 상영될 목적으로 제작되었다. 그래서 다들 매 순간 얼마나 더 버틸 수 있을지, 3개월이나 6개월을 더 버티게 될지 고민했다. 개봉을 연기한 첫 해에는 문제가 정확히 무엇인지, 어떻게 해결될지조차 몰랐기에 무척 불확실했다. 하지만 우리는 계속해서 같은 결정을 고수했다.

### Q 로hit 셰티와 어떤 식으로 몇 년에 걸쳐 협업을 진행했나?

A 로hit 셰티와 <모범경찰 심감>(2011), <돌아온 모범경찰 심감>(2014), <골말 어게인>(2017), <심바>(2018), <수라반시>(2021)를 비롯해 개봉이 예정될 <서커스> 등 여섯 편의 영화를 함께 작업했다. 그와 함께한 작업은 좋은 경험이었다. 로hit과 Reliance는 장기적인 파트너십을 유지해왔다. 프로듀서와 감독이 오랜 시간 함께 작업하는 것은 언제나 일에 도움이 된다. 프로듀서로서 감독의 기대가 무엇인지, 창작자의 요구사항을 어떻게 충족시킬 수 있는지 이해하고 있다. 결국 감독이나 창작자는 절대적 자유와 전적인 만족을 얻게 되는 것이다.

### Q <수라반시>는 로hit 셰티가 <모범경찰 심감>, <돌아온 모범경찰 심감>, <심바> 이후 네 번째로 촬영하는 경찰 영화다. 경찰이 등장하는 독특한 세계관은 누구의 아이디어인가?

A 힂디어로 만든 <모범경찰 심감>이 경찰 영화 프랜차이즈로 만든 첫 영화는 아니었다. 타밀어로도 <모범경찰 심감>(2010)을 만든 적이 있다. 배우 수리야가 출연한 이 영화에서 Reliance는 제작을 맡

았다. 이 영화가 로hit 셰티를 통해 힂디어로 리메이크된 것이다. 프랜차이즈로 만들 수 있다고 생각해낸 로hit 셰티에게 모든 공을 돌리고자 한다. 그는 항상 우리와 함께 일해왔지만, 모든 공은 그에게 돌아 가야 한다. 그는 이 영화를 어떻게 프랜차이즈로 만들어야 할 지 고안했고, <심바>와 <수라반시>의 캐릭터를 구현했다.

### Q 영화산업은 팬데믹으로 인해 힘든 시기를 겪었다. 하지만 최근에는 상황이 나아졌고, 박스오피스도 좋은 성적을 내고 있다. 영화 사업이 예전처럼 부활했다고 말 할 수 있다고 보나?

A 전시 산업이라는 관점에서 보면 확실히 비즈니스가 돌아왔다고 할 수 있다. 관객들이 영화관에 돌아왔다. 현재 우리는 팬데믹 이후의 상황에 있고, 상황을 파악하고 확인하려 애쓰는 중이다. 질문에서 언급된 바와 같이, 지난 11월 <수라반시> 개봉과 함께 영화 업계가 재개되기 시작했고, 이후 한 달 동안 멈췄다가 다시 재개되었다. 그런데 지난 6~7개월의 추세를 보면 관객들이 대규모 스펙터클 영화를 보기 위해 극장을 찾았고, OTT에서 보더라도 손해볼 것이 없는 것은 무엇이든 받아들이지 않고 있다.

예를 들어, <수라반시> 개봉 직후 <타답>, <Satyameva Jayate 2>, <Chandigarh Kare Aasiqui>, <Antim> 등 4~5편의 영화가 개봉했지만 <수라반시> 만큼의 흥행을 거둔 작품은 없었다. 그런데 <스파이더 맨: 노 웨이 홈>과 <Pushpa>가 개봉하면서 엄청난 흥행을 거두었다. 물론 우리가 제작한 또 다른 영화인 <83>은 코로나19 3차 대유행의 타격으로 기대만큼 흥행하지 못했다.

2022년 2월에는 다시 봉쇄가 풀렸을 때는 <Badhaai Do>가 직격탄을 맞았다. 라지쿠마르 라오, 부미 페드네카르가 참여한 웰메이드 영화였지만 관객이 많이 들지 않았다. 라지쿠마르 라오와 부미 페드네카르가 출연하는 영화로 1,500만 루피(약 2억 5천만 원)에 불과한 오프닝 성적을 내는 건 불가능하다. 최근에는 <RRR>, <Gangubai Kathiawadi>, <The Kashmir Files>, <KGF Chapter 2>가 좋은 흥행 성적을 거두는 모습을 보았다. 그런 점에서 규모가 크고 화려한 영화는 영화에서 쓰이는 언어와 상관없이 좋은 성적을 거두고 있다.

따라서 관객들이 영화관으로 돌아온다고 해서 관객들에게 의문을 제기할 수는 없다. 다만 중소 저예산 영화는 관객을 끌어들이지 못하고 있다. 예를 들어, <RRR>은 흥행 성적이 좋았지만 존 아브라함 주연한 <Attack>에는 관객이 들지 않았다. 따라서 관객이 어떤 영화를 보러 극장을 찾는지, 어떤 영화에는 관객이 들지 않는지 이해할 필요가 있다.



## 말라알람 시네마: 소피아 폴 프로듀서와의 인터뷰



### 소피아 폴

소피아 폴은 2014년 프로덕션 회사인 Weekend Blockbusters를 설립했다. 그녀의 첫 번째 프로젝트로 여러 스타가 출연한 말라알람어 코미디 드라마인 <Bangalore Days>(2014)는 블록버스터가 되었으며, 새로운 말라알람어 영화를 비 말라알람어 관객에게 대중화하는 데 중요한 역할을 했다. 폴은 그녀의 기치 아래 5편의 영화를 제작했으며, 말라알람어 영화 최초의 고예산 슈퍼히어로 영화 <Minnal Murali>는 그녀의 최신작으로 2021년 12월 넷플릭스에서 공개되었다. 이 영화는 인도에서 널리 긍정적으로 평가되었으며 대형 스트리밍 서비스의 글로벌 톱 10 목록에 진입했다.

### Q 고예산 슈퍼히어로 영화 <Minnal Murali>를 제작하게 된 계기는 무엇인가?

A 독특하기 때문에 이 프로젝트를 선택했다. 지금껏 말라알람어 영화계에서 mundu를 입은 로컬 슈퍼히어로가 나온 적은 없었다. 이런 영화는 젊은 관객들에게 어필할 수 있다. 내 아이들과 친구들은 슈퍼히어로 영화 팬이다. 작가님과 작업한 적이 있어서 팀에 대한 믿음이 있었다. 솔직히 프리프로덕션 초기에는 지금처럼 큰 영화가 될 줄 몰랐다. 대본 개발 단계에서 스케일이 커지는 것을 느꼈다. 관련된 위험이 있을 것도 알고 있었지만 도전하고 싶었다.

### Q 이 영화는 거의 24개월 동안 제작되었다. COVID-19 팬데믹으로 인한 어려움을 어떻게 극복했나?

A 첫 일정을 순조롭게 끝냈는데 갑자기 COVID 사태로 어려움을 겪었다. 꽤 스트레스였다. 우리는 Kalady에 거대한 세트를 세웠는데, 주정부 봉쇄령이 내려졌을 때 그 세트장을 포기해야 했다. 그러다 우익과의 충돌이 일어나 세트장이 무너지고... 도로가 자주 봉쇄되고 모든 것이 지연되었다. 하지만 차츰 상황을 받아들이게 되었다. 우리만 그런 것이 아니라 전 세계가 혼란에 빠져 있었다. 드디어 1년 후인 2021년에서야 영화의 클라이막스 장면을 촬영했다.

### Q OTT 플랫폼에서 영화를 공개하기로 결정한 이유는 무엇인가?

A 주정부가 영화관 관객 점유율을 50%로 제한하자 우리에게는 영화를 개봉할 여유가 없었다. 프로젝트에 투자한 돈을 회수하기 위해서는 100% 극장 관객 점유율과 바이러스에 감응될 지도 모른다. 관객의 두려움 없는 일반적인 분위기가 필요했다. 넷플릭스가 엄청난 제안을 들고 왔을 때 그 기회를 잡았다. 극장주 협회에 편지를 보냈다. 그들은 상황을 알고 있었기 때문에 항의하지 않았다. 전 세계적인 디지털 공개는 영화에 큰 도움이 되었다. 영화는 하루 만에 엄청난 많은 관객을 모았다. 넷플릭스는 뭌바이에서 오프라인 상영 이벤트를 준비하고 영화를 대대적으로 홍보했다. 인도 영화로서는 보기 드문 성과인 스트리밍 플랫폼의 글로벌 톱 10 목록에도 진입했다.

### Q 인도 영화의 영화 마케팅은 팬데믹 기간 동안 대대적인 점검을 거쳤다. 그것에 대해 어떻게 생각하는가?

A 디지털 플랫폼이 생기기 전에는 제작사가 영화 홍보에 많은 돈을 할당해야 했다. 포스터와 물품에 엄청난 돈을 썼다. 이제 영화의 OTT 파트너가 그 비용을 분담한다. 포스터, 실제 미디어 대신 티저와 예고편이 있다. <Minnal Murali>의 개봉에 앞서 넷플릭스와 뭌바이 영화제(MAMI)는 프리안카 초프라가 토비노 토마스와 바실 조셉을 인터뷰하는 가상 이벤트를 만들었다. 그들은 발리우드 영화제작자 와산 발라에게 홍보용 동영상 감독이 되기를 요청했다. 이것은 영화 마케팅에 있어서 획기적인 변화이다.

### Q 현재 말라알람어 영화 산업가 직면한 어려운 과제는 무엇인가?

A 세상은 지난 2년 동안 참 많이 변했다. 오늘날 관객은 주의를 집중하는 시간이 제한적이다. 이들은 세계 여러 지역의 다양한 종류의 영화에 익숙하다. 영화 산업은 이렇게 진화된 관객을 따라잡아야 한다. 배급의 패턴도 달라졌다. 관객이 큰 화면에서 즐기고 싶은 특정 유형의 영화가 있고, 집에서 편안하게 감상하길 원하는 유형의 영화가 있다. 이제 3주 이상 영화관에서 상영하는 영화가 없다. 작년 인도에서는 여성 중심 영화가 여러 개 개봉했으며 더 많은 영화가 지금도 제작 중이다. <Home>과 같은 작은 영화가 큰 성공을 거두었다. 이러한 변화는 OTT 플랫폼이 이후 발생하는 일들이다.

## 칼리우드(타밀) 시네마: 시바카르티케안 프로듀서와의 인터뷰



### 시바카르티케안

시바카르티케안은 타밀어 영화배우, 프로듀서이자 작사가이다. TV 진행자로 시작하여 2012년 장편 영화에 데뷔했다. 현재 영화계의 최고 스타 중 한 명인 그는 여러 편의 상업영화의 흥행에 성공했다. 2018년에 Sivakarthikeyan Productions라는 제작사를 만들고 Aishwarya Rajesh가 주연을 맡은 스포츠 드라마 <Kanaa>를 제작했다. 그가 주연을 맡으며 네 번째 프로듀서로서 참여한 코미디 드라마 <닥터>는 2021년 타밀어 영화에서 세 번째로 높은 수익을 올린 영화가 되었다. 그는 the Tamil Nadu state award와 South Indian International Movie Awards (SIIMA)를 수차례 수상했다.

### Q 왜 <닥터>에 끌렸나?

A 내가 영웅으로 출연하는 영화는 제작하지 않기로 결정했었다. 그런데 <닥터>의 컨셉을 듣고 시나리오 초고를 읽었을 때 감명을 받아 실험적으로 제작해보고 싶었다. 내 역할은 과묵한 의사로 영화에서 거의 웃지 않고 대사가 몇 줄 뿐이다. 그렇지만 감수할 가치가 있는 도전이었다. 감독 넬슨과 음악감독 아니루드(라비찬데르)는 제 절친한 친구들이다. 나는 넬슨이 영화 <Kolamaavu Kokila>에서 코미디를 사용하는 방식이 마음에 들었다. 현재 Lyka Productions과 함께 내 다른 영화 <Don>을 공동 제작하고 있다.

### Q 무엇이 <닥터>를 블록버스터로 만들었을까?

A 아니루드의 음악은 현대적이면서도 현지의 느낌이 있어 관객의 큰 호응을 얻었다. 이 영화는 기발하고 참신한 이야기를 담고 있다. 한 소녀가 납치되고 수색이 진행된다. 영화를 보며 관객은 웃음과 함께 캐릭터에 대한 관심을 동시에 느끼게 된다. 넬슨이 유머를 아주 잘 다루었다고 생각한다. 2년의 긴 팬데믹 이후, 일반 대중은 좋은 코미디에 열광했다. <닥터>는 스트레스를 받는 상황에서도 사람들을 웃게 만드는 그런 영화였다.

### Q 배우로서 자신의 영화를 제작할 때의 위험과 장점은 무엇인가?

A KJR Studios와 단일 예산(first-copy-basis) 조건으로 <닥터>를 제작했다. 덕분에 리스크는 거의 없었으나, 압박감은 컸다. 배우로서의 야망과 프로듀서로서 갖추어야 할 통제 사이에서 균형을 잡기 위해 노력해야 했다. 그 외에도 배우 겸 프로듀서로서 기본적인 곳에 많은 신경을 쓴다. 내 세트의 출연진과 스태프가 안전하다고 느끼고, 동등하게 대우받고, 영양가 있는 음식을 제공받고, 불만을 표현할 공간이 있는지 확인한다.

### Q 팬데믹이 조용해지면서 타밀어 영화계는 어떻게 회복하고 있는가?

A 지난 2년은 힘들었다. 여러 예술가, 영화기술자와 그 가족들이 영향을 받았다. 특히 2차 유행이 진행되는 동안에는 영화 촬영이 지연되거나 취소되었다. 극장 개봉을 앞두고 있던 영화들은 개봉 순서를 기다려야 했다. 지금은 상황이 나아졌다. 많은 관객이 극장을 찾기 시작했다. 관객은 든든한 대형 화면에서 영화를 경험하기를 원한다. 2년 동안 OTT 현상에 대해 연구했기 때문에, 이제 제작자는 각각 OTT 플랫폼과 극장에서 더 잘 어울리는 콘텐츠가 무엇인지 알게 되었다.

### Q 타밀어 영화는 이제 Pushpa, RRR 및 KGF 프랜차이즈와 같은 다른 인도 남부 영화 산업의 대규모 마살라 오락영화와 치열한 경쟁에 직면해 있다.

A 지역 간의 구분이 사라지고 있다고 생각한다. 모든 언어의 대형 영화가 널리 개봉되고 있다. 관객은 다른 지역의 스타를 알아보게 되었다. 이제는 다양한 산업의 스타들을 모아 대중 오락영화를 만들 수 있게 되었다. 더빙 영화가 흥행하면 지역 산업에 도움이 된다. 타밀어 영화는 과거에 그 정도의 규모로 여러 고전 영화를 제작했다. <Sivaji: The Boss>(2007)가 나왔을 때, 인도 전역의 신문사에서 그 내용을 기사로 다뤘다. <로봇>(2010)은 최초의 진정한 범-인도 영화라고 볼 수 있겠다.

### Q 타밀 나두의 주류 영화 제작 회사가 독립 영화 제작자에 대한 지원을 확대하고 있는 경우가 많아졌는데.

A 우리 모두는 항상 신선한 아이디어와 형식적인 실험을 찾고 있다. 2018년에 <Kanaa>를 제작했을 때 OTT 플랫폼은 아직 대중화되지 않은 상황이었다. 나는 <Kanaa>가 극장에서 흥행하여 이런 여성 중심의 영화가 더 많이 제작될 수 있길 바랐다. 우리는 이 작고 실험적인 영화를 올바른 방법으로 수익화해야 한다.



#### Hindi Cinema

The year 2020 was a rude surprise for the Indian film industry and, basically, for every industry around the world. When the month of March started that year, nobody knew that their lives would change drastically after the first half of the month with the attack of COVID-19 or Coronavirus. This, obviously, resulted in cinema halls shutting down and re-opening only in November that year when things got better. Apart from *Suraj Pe Mangal Bhari*, no big film released in the year-end and none did well either.

The next year, 2021, was expected to be better. It started off with small theatrical releases like *Ramprasad Ki Tehrvi*, *Madam Chief Minister*, *Tuesdays And Fridays*, etc. None of the films left any trace at the box office, leave alone doing well. The lack of promotions, big names, hype, and the fear of COVID-19 proved to be too much.

But a lot of hopes were raised with the release of Hardik METHA's *Roohi* in March. The horror-comedy, which starred Rajkummar RAO, Janhvi KAPOOR, and Varun SHARMA, made a respectable amount of almost Rs 28 crore (almost 3.6 million USD) gross, despite mixed reviews. It wasn't a huge amount but was certainly way better than the earlier films in the year. The film's performance was enough for the producers across the industry to regain hopes of theatrical business and this started a flood of release date announcements of upcoming films; mostly the big ones. It started looking like things would be back to normal. It seemed that *Sooryavanshi* and *83*, two of the most awaited films since 2020, would finally be released.

In a lot of formula Bollywood movies, the villain returns after the audience is made to believe that he has died. The same happened with COVID-19. The month of March saw cases going up and the following month, things became even worse. The second wave of the virus had arrived and it turned out to be deadlier than the first one. This period saw some ghastly scenes across India with the virus spreading like fire. The death rates became higher and the fear of COVID-19 grew manifold. So, obviously, cinema halls got shut indefinitely and there was no indication when things would return to normalcy.

This also meant that a lot of films with mainstream actors started releasing directly on OTT (over the top) platforms. The biggest of them all was the Salman KHAN-starrer *Radhe: Your Most Wanted Bhai*. This was the first instance in the history of Bollywood where a big superstar took the step to release his film online. *Radhe* was also released theatrically in a few states but it hardly constituted a few shows daily and hence the film's theatrical release was next to nothing.

When a major star releases his film online, it is obvious that films with lesser stars would do the same. Hence, movies like *Sherni*, *Haseen Dilruba*, *Toofaan*, *Hungama 2*, *Mimi*, *Sher-shaah*, *Bhuj: The Pride Of India*, *Bhoot Police*, *Thalaivii*, etc, also took the OTT route.

But the situation started becoming much better in August as the number of cases started

declining rapidly. It was also during this period that the vaccination process in India was in full swing. By the time September arrived, a large number of the Indian population was fully vaccinated. As expected, there was a gradual re-opening of cinema halls in India from this period onwards. A lot of states and union territories allowed theatres to re-open with 50% occupancy and strict COVID-19 protocols. It seemed that the theatrical business had found new hope.

However, Maharashtra, the Indian state that matters the most, refused to re-open theatres at that time in order to play safe. The state government didn't even give any indication as to when they would do so. So the producers of big movies weren't willing to release their films without getting shows in Maharashtra. The state provides the maximum box office revenue for Bollywood films. Mumbai, the capital of Maharashtra, is the home of the Hindi film industry.

The wait for theatres to re-open turned out to be tiresome and also a bit frustrating for the cinema owners and the general public. Some films like *Chehre* and *Bell Bottom* went ahead with the release as they couldn't wait for theatres to re-open in Maharashtra. These films didn't succeed (*Bell Bottom* was later re-released). After a lot of media and public outcry, the cinema halls in Maharashtra finally re-opened from 1 October onwards. *Bhavaai* became the first Bollywood film to release post re-opening of theatres in Maharashtra. The film proved to be a washout because of no big stars and literally zero promotions and visibility.

But all eyes were fixed on the festival of Diwali when Rohit Shetty's cop drama from his cop universe *Sooryavanshi* was all set to arrive. The film, which starred Akshay KUMAR and Katrina KAIF in lead roles, was earlier supposed to release in March 2020, days before the first wave of the pandemic hit India. It was a brave decision by the producers to release the film at a time when there was uncertainty as no big film had been released after the pandemic stuck India in March 2020. The risk turned out to be more than fruitful as *Sooryavanshi* became a runaway hit from the first day itself. The 18 months wait for the makers turned out to be worth and the theatrical business for Bollywood was back!

*Sooryavanshi* was about a group of terrorists planning a series of bomb blasts in Mumbai and how the senior cop Sooryavanshi(Akshay KUMAR) stops them. The film also had appearances of characters from Rohit SHETTY's earlier cop films *Singham* (2011) and *Simmba* (2018), played by Ajay DEVGN and Ranveer SINGH respectively.

The following weeks saw the release of big films like *Bunty Aur Babli 2*, *Satyameva Jayate 2*, *Antim: The Final Truth*, *Tadap*, and *Chandigarh Kare Aashiqui*. *Antim: The Final Truth* and *Tadap* attracted some audience but the rest of the films failed. But this was more because their content didn't appeal rather than the fear of COVID-19.

The end of December was all set for the release of Kabir KHAN's '83. This film too was in the waiting since April 2020. Just like *Sooryavanshi*, it was also produced by Reliance



Entertainment. Starring Ranveer SINGH, Deepika PADUKONE, and a host of other actors, the film told the story of India winning the 1983 cricket World Cup. Although '83 received glowing reviews, its content appealed more in the urban centres and not much in the semi-urban areas of the country. The film scored more than Rs 123 crore (15 million USD) gross at the Indian box office but it couldn't be called a success because of its high budget. But as a good amount of the audience did turn out to watch '83, it reaffirmed the belief that nothing can stop the audience from coming to the theatres now.

Sometimes at the end of December and start of January 2022, the third COVID-19 wave arrived but it turned out to be much milder than the previous two waves. After a brief halt, big films started releasing from the next month onwards.

On the whole, 2021 was a mixed bag for Bollywood but certainly much better than 2020.

### Malayalam Cinema

Malayalam cinema produced 167 films in 2021, including several critically acclaimed films such as *Joji*, *The Great Indian Kitchen*, and *Nayaattu*, but the theatre owners in the state are acutely displeased.

"None of the films other than *Kurup*, *Priest*, and *Jaaneman* did good business in theatres," said M.C. Bobby, the general secretary of Kerala Cine Exhibitors' Association. The cinema halls in the state remained shut for over six months owing to the pandemic restrictions imposed by the state. Several small-town cinema halls in the state closed down during the year, owing to bad business. "We do not get any assistance from the government. The critically-acclaimed films do not bring footfalls to cinemas," said M.C. Bobby who insists that only comedy and action entertainers with the mass appeal will revive the theatre sector.

The movie production houses do not share the exhibitor's woes. In the last two years, Malayalam cinema unshackled itself from the theatre-dependent traditional revenue model and moved to a hybrid form, thanks to the coming of OTT platforms. Two high-profile films, Mohanlal's *Drishyam 2* (2021) and Tovino THOMAS' *Minnal Murali* (2021) went for a direct OTT release, bagging whopping sums from Amazon Prime and Netflix respectively. *Drishyam 2*'s business success helped the production company, Aashirwad Cinemas, overcome the challenges posed by the delay in the release of its prime project, *Marakkar: Lion of the Arabian Sea*, an epic period drama. Finally, when *Marakkar: Lion of the Arabian Sea* was released in theatres in December, after multiple postponements, speculations, and high-level negotiations, it was widely panned by the critics and general audience alike.

Mammootty's *The Priest*, a horror thriller directed by debutante Joffin CHACKO, does not meet the standards of a mass entertainer. But it brought back the footfalls to the theatres in January. In April, the second wave of the pandemic led to the closing of cinemas in the

state. Six months later, in November, *Kurup*, an adaptation of a murder that happened in Kerala in 1984, starring Dulquer SALMAAN, Mammootty's son, scored big at the box office. The film received mixed reviews from critics, but its glossy texture and hip music appealed to the younger male audience in the state.

*Jaan E Man*, a comedy-drama directed by debutante Chidambaram, did not have any A-listers in its cast. The film, centred on a birthday party and a funeral, became a surprise winner at the box office as it struck a chord with all sections of the audience. *#Home*, directed by Rojin THOMAS, a comedy about the generational divide, and *Thinkalazhcha Nishchayam*, a slice-of-life comedy set in Kasaragod, both direct digital releases, became popular among movie audiences throughout the country, thanks to their universally-relatable themes.

The film that defined Malayalam cinema in 2021 was *The Great Indian Kitchen*, starring Nimisha SAJAYAN and directed by Jeo BABY, a hard-hitting film on a newly married woman fighting patriarchy inside the middle-class household of her husband. The film, which was released on a lesser-known new OTT platform Nee Stream, was initially rejected by multiple major OTT platforms for its theme and lack of a high-profile cast. Within the first few days of its release, the film garnered nationwide attention, thanks to social media and word of mouth, forcing Amazon Prime Video to buy it two months later. Now the film is being remade in Hindi and Tamil languages.

Fahadh FAASIL and Prithviraj SUKUMARAN, two top stars in the industry, had three OTT releases each last year. *Joji*, directed by Dileesh POTHAN and starring Fahadh FAASIL, a Macbeth-inspired tragedy that premiered on Amazon Prime Video, received rave reviews from viewers across the globe. *Malik*, directed by Mahesh NARAYANAN, an ambitious period drama that had been waiting for a theatrical release for several months, was eventually sold to Amazon Prime Video at the last minute as the production company could no longer bear the financial pressure. Fahadh FAASIL's *Iru!*, and Prithviraj SUKUMARAN's *Kuruthi* and *Cold Case*, all mystery thrillers, received mixed to negative reviews from the viewers and critics.

### Tamil Cinema

In 2021, the Tamil film industry produced 186 films, a healthy combination of theatrical and direct-to-digital platform releases. The year began on a rousing note, with the success of *Master*, a mass entertainer starring superstar Vijay CHANDRASEKHAR and Vijay SETHUPATHY, and directed by Lokesh KANAGARAJ. A government rule in view of the pandemic had capped the cinema hall occupancy at 50 percent. However, *Master* managed to collect over Rs 200 crore (25 million USD) in the domestic market, all thanks to an overwhelming wide release -in over 1000 movie halls across the state. The film came out on January 13, just in time for Pongal, the state's harvest festival. *Master* brought back to the cinema halls the audience who had gotten used to watching movies on OTT platforms.



The success of *Master* was crucial for the film industry that had been caught in the pandemic lull. However, other big-budget mass entertainers released in the year were not as lucky. Karthi's *Sulthan*, a formulaic action drama that arrived in theatres on April 2, benefitted from the ease in the Covid regulations in the state. But stiff competition from Legendary Pictures' tentpole *Godzilla Vs Kong* (2021), the coming of the second wave of the pandemic in mid-April, and the subsequent closing down of theatres on April 26 cut short the film's run.

Silambarasan RAJENDAR's *Easwaran*, directed by Suseendran, and *Enemy*, starring Vishal and Arya, impressed neither the critics nor the general audience. In the last fortnight of the year, the Tamil cinema had to make way for big-budget dubbed films like *Pushpa: The Rise*, Allu ARJUN's Telugu language mass-masala entertainer, distributed in the state by Lyka Productions, and the Hollywood superhero film *Spider-Man: No Way Home*.

The biggest disappointment was delivered by Rajnikanth, Tamil cinema's seniormost superstar whose *Annaatthe*, his return to the family drama genre after a long time, was outrightly rejected by the critics and the audience. The viewers slammed the tacky film-making and old-fashioned, sentimental storytelling. Directed by Siva and produced and distributed by Kalanithi MARAN's Sun Pictures, *Annaatthe* was the big Diwali release in Tamil and the first big-budget film to hit the screens post the reopening of theatres after the second wave lockdown. On the debacle of big-budget projects, trade analyst and senior journalist Sreedhar PILLAI says, "The Tamil film industry is too dependent on the superstar and the formula. The year proved that content was the king. The biggest hits were films that dared to narrate unusual stories."

Dhanush's *Karnan*, directed by Mari SELVARA who made the highly acclaimed *Pariyerum Perumal* (2018), was not merely a star vehicle but a powerful anti-caste drama centred on a remote village's uprising against oppression. The film not only met the box-office expectations and became the top grosser in the industry but also garnered rave reviews globally when it was released on Amazon Prime Video. Sivakarthikeyan's *Doctor*, directed by Nelson DILIPKUMAR and co-produced by the star himself, was an unusual comedy centred on a reticent doctor who sets out to save adolescent girls from human traffickers. The film collected over Rs 100 crores in the domestic market, becoming the biggest hit in Sivakarthikeyan's career. Silambarasan RAJENDAR's second film of the year, *Maanadu*, directed by Venkat PRABHU, was a high-concept entertainer that, beneath the cover of comedy and thrills, discussed the persecution of minority communities in India. The film, centred on a Muslim hero, a rarity in Tamil cinema, became a blockbuster.

The OTT space was dynamic, with several social issue-based films garnering acclaim from the local and non-Tamil audiences. Two of the most popular Tamil films of the year, Pa. Ranjith's *Sarpatta Parambarai* and *Jai Bhim*, produced by and starring superstar Suriya, were powerful anti-caste dramas that smartly used the elements of commercial cinema. They premiered on Amazon Prime Video during the second wave lockdown. Yogi BABU's *Mandela* and Leena MANIMEKALAI's highly acclaimed indie film *Maadathy: An Unfair Tale*

(2019), reached a wider audience through digital platforms. Nayanthara's *Netrikkann* and Aishwarya RAJESH's *Bhoomika*, both mystery thrillers, were noted for the lead performances but the films received mixed reviews.



#### Keyur SETA (Hindi)

Keyur SETA is a film journalist with close to 15 years of experience. After completing his graduation in Arts, he completed his post-graduation in Journalism and Mass Communication. He has been covering Hindi cinema extensively for the last 12 years and Marathi cinema since seven years. He specializes in contributing breaking news, interviews of film personalities and feature articles on new and old films. He is currently working with Cinestaan.com for the last six years as a Principal Correspondent. In the past, he has worked with brands like Zee Entertainment, The Times Of India and Radio City. In his free time, he concentrates on his personal blog where he writes on a wide range of topics.



#### Aswathy GOPALAKRISHNAN (Malayalam&Tamil)

Aswathy GOPALAKRISHNAN is a film critic, journalist and film curator from Kochi, India. For the last seven years, she has been writing about cinema and culture, with a focus on South Indian cinema, for Silverscreen India, a web magazine based in Chennai. In 2017, she was selected to the coveted Young Film Critics programme of the International Film Festival Of Rotterdam (IFFR). In 2019, 2020 and 2022, she worked with MAMI Mumbai Film Festival as a member of their Indian film selection committee.



# Hindi Cinema: Interview with Producer Shibasish SARKAR



**Shibasish SARKAR**

Shibasish SARKAR, India's leading media and entertainment professional, is the Chairman & CEO of the SPAC - International Media Acquisition Corp (NASDAQ: IMAQ).

With over 28 years of experience across the media and entertainment industry, Shibasish has been involved with more than 500 films in his career as a distributor, producer & studio head. Additionally, Shibasish has helmed teams that produced more than 90 TV shows, and over 10 OTT series. Shibasish was previously the Group CEO of Reliance Entertainment, one of India's leading production houses and a subsidiary of the Reliance Group, before becoming Chairman and CEO of IMAQ.

After being shut for a long time, cinema halls finally re-opened in October in Maharashtra, the biggest hub for Bollywood in India. The first film to release after the resumption was Rohit Shetty's cop action film *Sooryavanshi*. There was a lot of uncertainty since it was the first film to hit the theatres after a long time. But the film passed the test with flying colours from day one itself. By earning 2.36 billion INR gross, it became the highest money-minter of 2021. The success of this film gave confidence to other movies to opt for theatrical release.

But the makers had to go through a tough COVID-19 phase, both financially and mentally for around 18 months. Shibasish Sarkar is one such person who stood by the film during its ups and downs as the CEO of the film's production house, Reliance Entertainment. Sarkar has been involved in over 500 films as a producer, distributor and studio head in a career spanning 28 years. *Sooryavanshi* was one of the last few projects he worked on as the CEO of Reliance Entertainment, where he spent over 14 years. He is currently the Chairman and CEO of International Media Acquisition Corp.

## **Q Sooryavanshi was the biggest hit of last year. What do you think worked for the film?**

**A** There were multiple reasons. *Sooryavanshi*, as you know, was originally supposed to release in March 2020. But then the lockdown happened and we were holding the movie for 18 odd months. *Sooryavanshi* is a part of a successful franchise; the fourth film in the franchise. So public expectation was built up.

Secondly, the film was made by one of the most suc-

cessful directors in Bollywood, Rohit SHETTY. He has always given the biggest box office numbers in last 8-10 years. But these are the ways in which the audience perceives a film pre-release. From the audience perspective, when the marketing campaign starts, they look at your first trailer and decide whether they want to see the film.

These are the things you build up for the audience to come on day one. But after the first day, a movie is successful only on how good it is. If the film is good, it will hold. If it isn't, it will crash, as we have seen so many times. So I think the one reason why the film was successful is because it was well made. There are elements like having three big stars from Bollywood industry (Akshay KUMAR, Ajay DEVGN and Rohit SHETTY) but at the end of the day it has to be a good film.

## **Q Were you expecting Sooryavanshi to be a runaway hit considering it was the first film to release after theatres reopened, the 50% occupancy rule in cinema halls and the general fear of COVID-19?**

**A** No. Frankly speaking, it was beyond expectations; the kind of business it did. Not commenting about the quality of the film. When audiences are at home for such a long period of time, you just can't make an estimation on whether they would come to the cinema halls even if the film is good. Since we had seen the film so many times over the last two years, we had conviction on the storyline.

The only issue concerning us was how the audience's behaviour in the post-COVID scenario would be. That's why there was a certain amount of question mark in our minds. But once the day one happened, we knew that the audiences were back and there was no hesitation.

## **Q How does it feel to know that Sooryavanshi became the film that gave confidence for other films to release thereafter?**

**A** After such a long period of lockdown, if you want to get the audience back, you need a big film. You can't do that with a small film. The previous big film (Tamil movie *Master*) was released in January 2021. So somewhere the country's audiences opened up to come to the cinema halls with *Sooryavanshi*. That's also an additional responsibility in some manner. It also gives a lot of satisfaction that the audiences are back to the halls with your film.

## **Q As we all know, the film had to wait for one-and-a-half years of an uncertain phase. How challenging was this period for the whole team?**

**A** Both financially and emotionally it was extremely challenging. No hide and seek about that. The film was supposed to release in the third week of March. And then the lockdown happened about 10 days before the release. So you have spent all your money already. Then you are holding the film with no certainty on when the cinemas would open up and whether the audiences are going to come back. Having said so, all stakeholders - Reliance, Rohit SHETTY and Akshay KUMAR - were clear in the minds that this film is a big screen experience.

## **Q None of you ever thought of releasing the film directly on OTT? A lot of commercial films were taking that route back then**

**A** This is a huge investment film. And we were holding the film for around 18 months. Yes, in this period several OTT platforms approached us to see if it can be released there. As you said, several films have gone directly to OTT. There is nothing wrong in it. If you feel the audience won't get compromised by seeing it on a small screen, that's absolutely fine.

But, as I mentioned earlier, *Sooryavanshi* was always made for a large screen with three Bollywood heroes in it. So all of us at every point of time always thought whether we can hold it for some more time; another three or six months. The first year was very uncertain because we didn't even know what exactly this issue was and how it got resolved. But we always held onto the same decision.

## **Q How has it been teaming up with Rohit SHETTY both over the years?**

**A** Personally I have done six films with him, *Singham* (2011), *Singham Returns* (2014), *Golmaal Again* (2017),

*Simmba* (2018), *Sooryavanshi* (2021) and the recent one *Cirkus*, which will be released at some point of time. It has been a great experience. Rohit and Reliance have had a long-term partnership. It always helps if a producer and director work for a long period of time. I understand what his expectations are from us as producers and how we cater to the requirements of the creator. At the end of the day, as a director or creator, he gets the absolute freedom and all-hand satisfaction.

## **Q Sooryavanshi was Rohit SHETTY's fourth movie in the cop universe after Singham, Shingam Returns and Simmba. Who thought about the idea of coming up with a unique cop universe?**

**A** Hindi *Singham* wasn't the first cop film in the franchise for us. We did the Tamil *Singam* (2010) also. Reliance was the producer of that film starring Suriya. That was remade into Hindi by Rohit as *Singham*. I will give the entire credit to Rohit for thinking that this can become a franchise. While he always kept us in the loop, all credit to him for this. He thought how this can be made into a franchise and then he brought the characters of *Simmba* and *Sooryavanshi*.

## **Q The industry went through a tough time due to the pandemic. But things have opened up recently and films too are doing well at the box office. Can we say that film business is back on its feet like before?**

**A** From the point of view of the exhibition sector, the business is definitely back. The audiences are back to the cinema hall. We are in a post-pandemic situation and we are mapping and trying to see what the situation is. As you said, the industry opened up with *Sooryavanshi* in November, then for one month it stopped and then it opened up. But if I look at the trend in the last 6-7 months, the audience is visiting the cinema halls for big spectacle films and are out rightly rejecting anything for which you will not feel compromised to see on OTT.

For example, just after *Sooryavanshi*, four or five films like *Tadap*, *Satyameva Jayate 2*, *Chandigarh Kare Aashiqui*, *Antim*, etc, released but none of them worked to that level. But when *Spider-Man: No Way Home* and *Pushpa* released, it did massive business. Of course our other film '83, didn't do as well as per the expectations because we got directly hit into the COVID-19 third wave.

Again when things opened up in February 2022, *Badhaai Do* got rejected outright. It was a very well-made film with Rajkumar RAO and Bhumi PEDNEKAR but not a lot of audience came to the halls. You can't have Rajkumar RAO



## Malayalam Cinema: Interview with Producer Sophia PAUL

and Bhumi film with 15 million INR opening. But in recent times, we have seen *RRR*, *Gangubai Kathiawadi*, *The Kashmir Files* and *KGF Chapter 2* do well. So the big and spectacular films, irrespective of the language, are doing fantastic.

So you can't question the audience as they are coming back to the cinema halls. It's just that the small and medium-budget films are not getting the audience. For example, *RRR* did well but the next week nobody came for *Attack* starring John ABRAHAM. So we need to understand for what kind of films the audiences are coming to the halls and for what kind of films they aren't.



Sophia PAUL

Sophia PAUL founded Weekend Blockbusters, a production company, in 2014. Her first project, *Bangalore Days* (2014), a multi-starrer Malayalam comedy-drama, became a blockbuster and was instrumental in popularising the new Malayalam cinema among non-Malayali audiences. Paul has produced five movies under her banner, and her latest, *Minnal Murali*, a big-budget superhero film, the first of its kind in Malayalam cinema, was released on Netflix in December 2021. The film was widely appreciated in India and entered the global top ten list of the streaming giant.

### **Q What made you choose to produce *Minnal Murali*, a big-budget superhero film?**

**A** I took up the project because it was unique. A local superhero who wears a mundu has never happened in Malayalam cinema before. Such a film could appeal to a young audience. My kids and their friends are superhero movie fans. I had worked with the writer before, so I had faith in the team. Honestly, in the initial stage of pre-production, I had not expected it to be as big a film as it is now. In the script development phase, I sensed the scale growing. I was aware of the risks involved, but I wanted to take up the challenge.

### **Q The film was in production for almost 24 months. How did you overcome the challenges posed by the COVID-19 pandemic?**

**A** We had finished the first schedule smoothly, and then, out of the blue, the COVID-19 brought us to our knees. It was rather stressful. We had erected a giant set in Kalady. When the lockdown was imposed in the state, we had to abandon it. Then, a clash with the right-wing happened, and the set was demolished... There were frequent roadblocks and postponements. But gradually, we came to terms with the situation. It was not just us, but the whole world was in limbo. Finally, the climactic sequence was shot a year later, in 2021.

### **Q Why did you decide to release the film on an OTT platform?**

**A** We could not afford to release the film when the state had capped cinema hall occupancy at 50 percent. To retrieve the money we had invested in the project, 100 percent occupancy in theatres and a general atmosphere of fearlessness about the virus infection was necessary. When

Netflix entered with a great offer, I grabbed it. We sent the exhibitors association a letter. They were aware of the situation, so they did not protest. The worldwide digital release helped the film in a huge way. The film reached an incredibly large number of viewers in a single day. Netflix organised a special physical screening in Mumbai and promoted the film massively. The film also entered the streaming platform's Global Top Ten list, a rare achievement for an Indian film.

### **Q Movie marketing in Indian cinema went through an overhaul during the pandemic years. What is your take on it?**

**A** Before the coming of digital platforms, the production company had to allocate a large sum of money for movie promotions. We spent hugely on posters and hoardings. Now, the OTT partner of the film shares the cost. Instead of posters and physical media, we have teasers and trailers. Ahead of the release of *Minnal Murali*, Netflix and MAMI Mumbai Film Festival organised a virtual event where Priyanka Chopra JONAS interviewed Tovino THOMAS and Basil JOSEPH. They roped in Bollywood filmmaker Vasanth BABA to direct the promotional videos. These are radical changes in the field of movie marketing.

### **Q What are the tough challenges for the Malayalam film industry now?**

**A** The world has changed so much in the last two years. The audience, nowadays, has a limited attention span. They are familiar with different kinds of films from various parts of the world. The film industry has to keep up with this evolved audience. The distribution pattern has also changed. The audience prefers to watch a particular type of film on



## Tamil Cinema: Interview with Producer Sivakarthikeyan

the big screen and certain other films in the comforts of their houses. Movies cannot run in cinemas for over three weeks now. Last year, several woman-centric films came out in India, and many more are in production. Small films like *Home* became a huge success. These changes happened only after the coming of OTT platforms.



### Sivakarthikeyan

Sivakarthikeyan is an actor, producer and lyricist in Tamil cinema. He started out as a television host and made his debut in feature films in 2012. Now one of the top stars in the film industry, he has a number of commercially successful movies under his belt. In 2018, he launched a production house, Sivakarthikeyan Productions, with *Kanaa*, a sport-drama headlined by Aishwarya Rajesh. His fourth film as a producer, *Doctor*, a comedy-drama in which he also played the lead role, was one of the third highest grosser films in Tamil cinema in 2021. He has won the Tamil Nadu state award and South Indian International Movie Awards (SIIMA) multiple times.

### Q Why attracted you to *Doctor*?

A I had decided not to produce films where I star as a hero. But when I heard the concept and read the draft of the screenplay of *Doctor*, I was impressed and wanted to produce it as an experiment. My character, a reticent doctor, hardly smiles in the film. I have just a few lines to speak. But it was a risk worth taking. Nelson, the director, and music composer Aniruddh Ravichander are my close friends. I had liked Nelson's use of comedy in *Kolamaavu Kokila*. I am co-producing another film of mine, *Don*, with Lyka Productions.

### Q What made *Doctor* a blockbuster?

A Aniruddh's music, modern and local at the same time, was a big draw. The film has a quirky, novel narrative. A girl has been abducted, a search is on. The film makes the viewers laugh and care for the characters at once. Nelson handled the humour very well. After two long years of the pandemic, the general public was desperate for good comedies. *Doctor* was such a film that encouraged people to laugh even in stressful situations.

### Q What are the risks and merits when an actor produces his film?

A I produced *Doctor* on a first-copy-basis with KJR Studios. So the risk was minimal. However, the pressure was high. I had to strive to find a balance between my ambitions as an actor and the controls I must lay as a producer. Besides that, as an actor-producer, there are a number of fundamental things to which I pay special attention. I ensure that the cast and crew on my set feel safe, be treated equally, have access to nutritious food, and have the space to express any grievances.

### Q How is Tamil cinema bouncing back from the pandemic-lull?

A The last two years were strenuous. Several artists, technicians and their families were affected. Movie shootings were delayed or cancelled, especially during the second wave. Films that were ready for a theatrical release, had to wait in the queue. Now, things are better. The audiences have started coming to theatres in large numbers. They want the big-screen experience, which is reassuring. In the two years, we have had the time to study the OTT phenomenon. Producers now know what content will work on an OTT platform and what should go to theatres.

### Q Tamil movies now face stiff competition from mass masala entertainers like *Pushpa*, *RRR* and *KGF* franchise from other south Indian film industries.

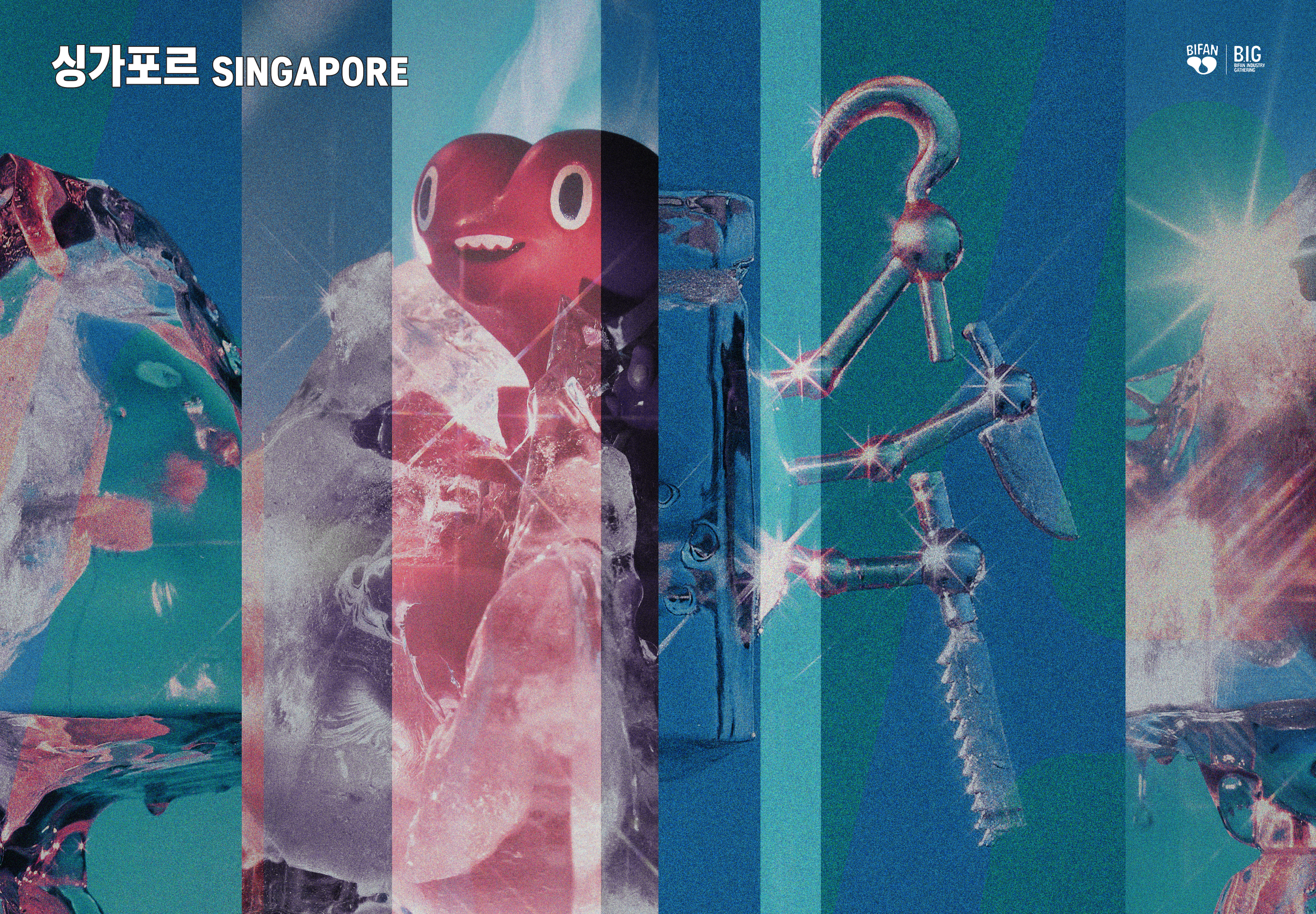
A I believe the regional divide is disappearing. Big films from every language are getting wide releases. The audience recognises stars from other film industries. Now, we are in a place where we can assemble stars from multiple industries, and make mass entertainers. The success of these dubbed films will only help the local industry. Tamil cinema has, in the past, produced several classic films of that scale. When *Sivaji The Boss* (2007) came out, newspapers across India had written about it. *Enthiran* (2010), I would say, was the first real pan-Indian film.

### Q Many mainstream film production companies in Tamil Nadu now extend support to indie filmmakers.

A We all are always looking for fresh ideas and formal experiments. When I produced *Kanaa* in 2018, the OTT platforms were yet to become popular. I wanted the movie to run well in theatres so that more films like *Kanaa*, women-centric, would find producers. We need to monetise these small, experimental films the right way.



# 싱가포르 SINGAPORE





Figures of Top 10 Films in Singapore Box Office

출처 : Singapore Film Commission

| No. | 작품명             | English Title                             | 감독                  | Director                       | 국가     |
|-----|-----------------|-------------------------------------------|---------------------|--------------------------------|--------|
| 1   | 스파이더맨: 노 웨이 홈   | Spider-Man: No Way Home                   | 존 왓츠                | Jon WATTS                      | 미국     |
| 2   | 상치와 텐 링즈의 전설    | Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings | 디스틴 크리튼             | Destin Daniel CRETTON          | 미국     |
| 3   | 고질라 VS. 콩       | Godzilla vs. Kong                         | 애덤 원가드              | Adam WINGARD                   | 미국     |
| 4   | 이터널스            | Eternals                                  | 클로이 자오              | Chloe ZHAO                     | 미국     |
| 5   | 007 노 타임 투 다이   | No Time To Die                            | 캐리 후쿠나가             | Cary Joji FUKUNAGA             | 미국, 영국 |
| 6   | 분노의 질주: 더 얼티메이트 | Fast & Furious 9 the Fast Saga            | 저스틴 린               | Justin LIN                     | 미국     |
| 7   | 베놈2: 렛 데어 비 카니지 | Venom: Let There Be Carnage               | 앤디 서키스              | Andy SERKIS                    | 미국     |
| 8   | 블랙 위도우          | Black Widow                               | 케이트 쇼트랜드            | Cate SHORTLAND                 | 미국     |
| 9   | 들희              | Dune                                      | 드니 빌뇌브              | Denis VILLENEUVE               | 미국     |
| 10  | 라야와 마지막 드래곤     | Raya and the Last Dragon                  | 돈 홀, 까를로스 로페즈 에스트라다 | Don Hall, Carlos López Estrada | 미국     |

| Country | 장르    | Genre     | Gross(SGD) | Gross(USD) | Production                                                         | Distribution                        |
|---------|-------|-----------|------------|------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| USA     | 액션    | Action    | 13,300,000 | 9,673,114  | Columbia Pictures, Pascal Pictures, Marvel Studios                 | Sony Pictures Entertainment         |
| USA     | 액션    | Action    | 7,110,000  | 5,171,116  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| USA     | 액션    | Action    | 5,420,000  | 3,941,976  | Legendary Entertainment, Warner Bros.                              | Warner Bros. Pictures               |
| USA     | 액션    | Action    | 4,200,000  | 3,054,668  | Marvel Studios                                                     | Marvel Studios                      |
| USA, UK | 액션    | Action    | 3,770,000  | 2,741,928  | MGM, Universal Pictures, Eon Productions                           | Universal Pictures                  |
| USA     | 액션    | Action    | 3,600,000  | 2,618,286  | Universal Pictures                                                 | Universal Pictures                  |
| USA     | 액션    | Action    | 3,560,000  | 2,589,194  | Sony Pictures Entertainment, Marvel Entertainment, Pascal Pictures | Sony Pictures Entertainment         |
| USA     | 액션    | Action    | 2,870,000  | 2,087,356  | Marvel Studios                                                     | Walt Disney Studios Motion Pictures |
| USA     | 액션    | Action    | 1,860,000  | 1,352,781  | Warner Bros., Legendary Entertainment, Villeneuve Films            | Warner Bros. Pictures               |
| USA     | 애니메이션 | Animation | 1,800,000  | 1,309,143  | Walt Disney Studios                                                | Walt Disney Studios Motion Pictures |

Figures of Top 10 Films in Domestic Box Office

| No. | 작품명                         | English Title            | 감독    | Director     | 국가   |
|-----|-----------------------------|--------------------------|-------|--------------|------|
| 1   | Chen mo de nian dai 2       | The Diam Diam Era 2      | 잭 네오  | Jack NEO     | 싱가포르 |
| 2   | Kai ye che                  | Late Night Ride          | 코 총우  | KOH Chong Wu | 싱가포르 |
| 3   | Andre & His Olive Tree      | Andre and His Olive Tree | 조시아 응 | Josiah NG    | 싱가포르 |
| 4   | Precious Is The Night 今宵多珍重 | Precious Is The Night    | 웨인 팅  | Wayne PENG   | 싱가포르 |

| Country   | 장르       | Genre           | Gross(SGD) | Gross(USD) | Production                            | Distribution                          |
|-----------|----------|-----------------|------------|------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Singapore | 코미디, 드라마 | Comedy, Drama   | 1,720,000  | 1,250,959  | J Team Productions, MM2 Entertainment | Golden Village Pictures               |
| Singapore | 호러       | Horror          | 172,846    | 125,711    | Clover Films, MM2 Entertainment       | Clover Films, Golden Village Pictures |
| Singapore | 다큐멘터리    | Documentary     | 44,601     | 32,438     | Amok, Tribal Worldwide Singapore      | Golden Village Pictures               |
| Singapore | 스릴러, 드라마 | Thriller, Drama | 9,621      | 6,997      | Pure Films, Infinite Frameworks       | MM2 Entertainment                     |



싱가포르 박스오피스는 2021년 61.4% 증가한 8,014만 SGD로, 〈스파이더맨: 노 웨이 홈〉(2021)이 모든 영화를 통틀어 1위를 차지하며 팬데믹 2년 차에 가장 높은 수익 성적을 기록했다.

마블의 〈스파이더맨: 홈커밍〉(2017)과 〈스파이더맨: 파 프롬 홈〉(2019)의 속편인 슈퍼히어로 어드벤처 〈스파이더맨: 노 웨이 홈〉은 12월 16일 개봉한 지 단 2주 만에 박스오피스에서 1,330만 SGD를 벌어들였다. 이 영화는 또한 2015년의 〈어벤저스: 에이지 오브 울트론〉을 제치고 싱가포르에서 역대 4번째로 높은 수익을 올린 영화가 되었다.

팬데믹으로 인한 혼란으로 극장 개봉이 대부분 연기되었던 2020년이 지난 후 2021년은 〈스파이더맨: 노 웨이 홈〉을 필두로 할리우드 블록버스터가 완전하게 복귀한 해였다. 상위 10개 영화 중 〈스파이더맨: 노 웨이 홈〉(1위), 〈상치와 텐 링즈의 전설〉(2위), 〈이터널스〉(4위), 〈블랙 위도우〉(8위) 등 마블의 슈퍼히어로 영화가 4자리를 차지하며 시장을 지배했다.

상위 10개 영화 중 나머지는 〈고질라 VS. 콩〉(3위), 제임스 본드 시리즈인 〈007 노 타임 투 다이〉(5위), 〈분노의 질주: 더 얼티메이트〉(6위), 〈베놈2: 렛 데어 비 카니지〉(7위) 등 대부분 인기 있는 프랜차이즈 영화가 차지했다. 그리고 대서사 SF작 〈들텐〉과 디즈니 애니메이션 〈라야와 마지막 드래곤〉이 나머지 자리를 메꾸었다.

싱가포르와 아시아 영화 중 상위 10위권 안에 진입하며 할리우드 영화에 대적한 영화는 한 편도 없었다. 가장 성공적인 싱가포르 영화는 〈The Diam Diam Era 2〉로 싱가포르에서 가장 인기 있는 영화 제작자 잭 네오가 Long Long Ago 시리즈의 일환으로 감독한 1980년대 코미디 드라마였다.

〈The Diam Diam Era 2〉는 172만 SGD의 수익을 올리며 지금은 고인이 된 홍콩 영화 감독 진목승이 건자단, 사정봉과 함께 찍은 마지막 작품 〈레이징 파이어〉(2021)(87만 8,285 SGD), 설 연휴 흥행을 겨냥해 개봉한 중국 본토 영화 〈당인가탐안3: 밀실 살인사건〉(97만 9,586 SGD), 〈Hi, Mom〉(85만 8,618 SGD)의 기록을 앞서며 아시아 영화 중 최고 수익을 기록했다.

한국과 공동 제작한 반종 피산다나쿤의 태국 호러 영화 〈랑종〉(2021)은 78만 8,089 SGD를 벌어들이며 M18 아시아 영화 부문 최고 수익을 기록했다. 가진동, 왕종, 송운화가 출연하고 구파도 감독이 연출한 대만 판타지 로맨스 〈만년이 지나도 변하지 않는 게 있어〉(2021)는 51만 6,497 SGD의 흥행 수익을 얻었다.

2021년에 개봉한 싱가포르 영화는 〈The Diam Diam Era 2〉, 호러 영화 〈Late Night Ride〉, 다큐멘터리 〈Andre & His Olive Tree〉, 스릴러 〈Precious Is The Night〉 등 단 4편에 불과했다

2021년 내내 영화관을 운영할 수는 있었지만 사회적 거리두기 조치로 인해 관객 수용 인원을 줄여 운영했고, 코로나19 상황에 따라 여러 차례 영화관 수용 정책이 수정되었다. (전체 좌석 수용은 2022년 4월 26일에 정상화됨.)

평균 티켓 가격 10.50 SGD를 기준으로 했을 때 싱가포르의 총 영화 관객 방문객 수는 약 763만 명이었으며, 총 271개의 영화 스크린과 39,569개의 좌석을 점유했다.

2021년 박스오피스는 4,964만 SGD에서 8,014만 SGD로 전년 대비 크게 개선되었지만 여전히 2019년 팬데믹 이전 수준의 1억 7,540만 SGD 수익에 비하면 훨씬 낮은 수준이다.

\*\* 싱가포르 필름 커미션이 제공한 2021년 박스오피스 수치는 오덱스에서 배급한 〈극장판 귀멸의 칼날: 무한열차편〉, 〈도라에몽: 스텐바이미 2〉, 〈명탐정 코난: 비색의 탄환〉 등 일본 애니메이션 영화 시리즈는 제외됨.



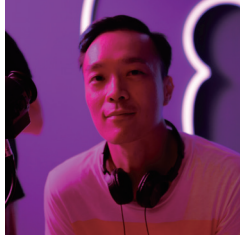
### 실비아 웡

실비아 웡은 베테랑 저널리스트이며, 영국 무역 잡지 『Screen International』과 이의 웹사이트 Screendaily.com의 외국 특파원이다. 그녀는 현장에서 영화 제작자, 각본가, 페스티벌 컨설턴트로 일하기도 하였다.



## 탄 비 티암

### 감독과의 인터뷰



#### 탄 비 티암

탄 감독은 싱가포르에 기반을 둔 독립 영화 공동체인 13 리틀 픽처스를 설립했다. <Fundamentally Happy> (2015)를 공동 감독했고, 최근 프로듀서로 참여한 작품으로 <폰티아낙의 저주>(2019), <악령들>(2018)이 있다.

<행복캠프>(2020)는 싱가포르에 기반을 둔 탄 비 티암 감독의 솔로 데뷔작으로, 그는 영화의 공동 집필 및 편집을 맡기도 했다. 이 풍자적 코미디는 세계에서 가장 행복한 동네를 만들기 위해 데이터를 사용하는 파일럿 프로젝트 마을로 이시간 한 젊은이의 여정에 초점을 맞춘다.

영화는 2020년 부산에서 월드 프리미어 상영된 이후 전 세계 약 30개 영화제에서 상영되었으며, 로마 아시아 영화제 신인 부문 최우수 작품상, 대담한 영화 제작으로 미국 벨리콘에서 열린 파고판타스틱 영화제에서 로저 & 줄리 코먼상 등 여러 상을 수상했다.

#### Q 로케이션을 캐릭터로 봤을 때, 영화 제목의 캠프를 영화 속 장소만이 아니라 영화의 스토리를 강화하는 캐릭터로 어떻게 설정했나?

A 티옹 바루라는 지역과 또 다른 주요 장소 펄 뱅크는 두 곳 모두 많은 특징과 역사를 가지는 곳이다. 티옹 바루는 전쟁 이전에 주민 공동생활을 위한 공공 주택 실험을 위해 개발된 지역으로 최근 보그지에서 세계에서 가장 멋진 동네로 선정하기도 했다. 펄 뱅크는 싱가포르 독립 이후의 상징적인 고층, 고밀도 민간 개발 지역을 대표하는데, 최근 일괄 판매로 철거되었다.

장소들의 건축 모티브를 확장하기 위해 외부 공간의 동일한 요소를 반영하는 세트 디자인으로 내부 공간을 작업했다. 이 두 지역을 대조하여 지역사회의 중요성과 사람들이 싸우고 지지하는 방식을 보여주려고 노력했다. 함께 모여 동네 길고양이를 돌볼 수 있는 지역사회라면, 서로를 돌보는 집단이다.

#### Q 유머를 전달하는 것은 언제나 가장 어려운 일이다. 싱가포르 너머 다양한 관객을 고려했을 때 영화의 유머를 잘 전달했다고 느끼는지?

A 나는 아이를 위한 영화를 만들고 있다고 상상하고 아이들이 영화를 볼 때 키득거리는 지점이 어딘지 생각한다. 따라서 <행복캠프>의 엉뚱하고 터무니없는 유머는 맥락을 이해하고 보면 왹진 약간 어

두워도, 아이들도 보고 웃기다고 느끼는 물리적인 코미디 요소와 시각적 코미디 요소를 잘 혼합해서 전달한다. 그리고 그래도 괜찮다. 영화는 다양한 관객이 다양한 의미를 발견할 수 있는 메타버스이니 까.

#### Q 이 영화는 대부분의 영화제가 온라인으로 전환되거나 취소되던 팬데믹 첫 해인 2020년 후반에 개봉했다. 팬데믹이 영화제와 배급 전략에 어떤 영향을 미쳤는가?

A 물론 영향이 있었다. 불확실성이 너무 컸고 한 치 앞을 내다볼 수 없는 코로나19 상황으로 막판에 계획이 바뀌곤 했다. 물리적으로 안전하게 영화제를 개최하는 것이 얼마나 힘든 일인지 알면서도, 제작진이 5년을 들여 작업한 영화가 대형 상영관에서 프리미어 상영되기를 원하는 마음을 버릴 수 없었다.

부산국제영화제, 대만금마장영화제, 싱가포르국제영화제(SGIFF)에서 영화를 동시에 초청했고, SGIFF에서 개막작으로 선정됨과 동시에 본선 경쟁 부문에 초대되었을 때, 한 달 동안 세 개의 영화제에서 차례대로 영화를 상영할 좋은 기회라고 생각했다. 배급사인 골든 빌리지는 12월 휴가 기간의 화제성이 사라지기 전에 빨리 싱가포르에서 극장 개봉할 것을 제안했다. 그리고 이후 거의 6개월 동안 영화관에서 상영되었다. 우리는 운이 좋았다!

#### Q 팬데믹에도 불구하고 이 영화는 전 세계에서 상영되었다. 관객과 소통하기 위해 직접 상영회에 참석한 적이 있는가?

A 올해 초까지만 해도 SGIFF를 제외하고는 해외에서 상영회를 직접 참석하지 못했다. 대신 영화제를 위해 소개 동영상상을 만들어 인스타그램에 업로드해 관객과 소통하곤 했다. 나에게 메일을 보내는 관객과 꽤 깊이 있는 대화를 이어 가기도 했고. 사람들이 블로그와 레터박스(Letterboxd)에 올리는 게시글 읽는 것도 좋아한다. 가능한 한 많은 답변을 드리려고 노력한다.

싱가포르에서 영화가 극장에서 개봉했을 때도 사회적 거리두기 조치로 인해 관객 상영회에서 질의응답 시간을 가지지 못했다. 대신 줌으로 온라인 및 라이브스트리밍 Q&A를 진행해 관객이 볼 수 있게 링크트리(Linktree)에 업로드했다. 굿즈를 살만큼 영화를 좋아해

준 관객을 위해서는 작은 모임을 만들어 굿즈를 직접 전달하거나 함께 그 자리에서 몇 시간씩 영화에 관해 이야기하기도 했다.

<행복캠프>는 내 첫 장편 영화였으며 첫 관객들에게 배우고 싶다. 연결하고 참여하는 방식은 다르지만 내게는 여전히 의미가 있었다.

#### Q 나라마다 관객의 반응이 달랐을 텐데?

A 나라마다 실시간으로 Q&A를 조정하기 어렵고, 많은 문제가 생길 수도 있기 때문에 대부분의 상영 후 Q&A는 사전 녹화로 진행했다. 효율적이고 믿을 만한 시스템을 갖춘 곳은 부산이 유일했던 것 같다.

개인적으로는 <행복캠프>가 여러 국제, 아시아, Sci-fi, 판타스틱, 호러, 디자인, 건축 영화제 등 다양한 영화제를 사랑하는 충성 관객과 만날 수 있다는 사실이 감사하다. 메일을 보낸 관객들과 교류하면서 관객마다 영화를 다르게 받아들일 수 있고, 또 그것이 영화를 아름답게 만드는 이유라고 느꼈다.

최근 3월에 프라하에서 열린 Future Gate SF영화제에서 처음으로 해외 관객들을 만났다. 영화제 개막작으로 선정되고, 체코의 다른 세 도시에서 상영했다. 현지 관객에게 좋은 평가를 받아 놀랐는데, 사실 체코는 카프카와 같은 문학 거물을 키운 도시이지 않은가. Q&A가 끝난 후 한 관객이 찾아와 체코에서 개봉한다면 마케팅을 어떻게 해야 하는지 조언해주기도 했다.

#### Q <행복캠프>는 미국 영화 평론가 조나단 로즌바움에 의해 영국의 Sight and Sound 잡지에서 2021년 최고의 영화 10편 중 하나로 선정됐다. 어떻게 이런 일이 일어난 것인가?

A <행복캠프>가 캐나다 몬트리올의 판타지아국제영화제와 뉴욕 아시아영화제에서 북미 공동 프리미어 상영했을 때 온라인 상영은 해당 지역에만 제한되어 있었다. 나는 페이스북의 지인들에게 관련 소식을 알렸는데 조나단이 친절하게 답을 하고 영화를 봐주었다. 나는 대학 때부터 그의 글을 읽어왔고 그의 비평은 내가 영화에 대해 생각하는 방식을 형성해주었다. 항상 덜 알려진 훌륭한 작품에 세계의 조명을 비추는 데 최고인 평론가 조나단에게 정말 감사하다.



Singapore box office climbed 61.4% in 2021 to 80.14 million SGD as *Spider Man: No Way Home* (2021) topped all films to become the highest grosser in the second year of the pandemic.

Superhero adventure *Spider Man: No Way Home*, the sequel to Marvel's *Spider-Man: Homecoming* (2017) and *Spider-Man: Far from Home* (2019), took 13.3 million SGD at the box office in just two weeks following its December 16 release. The film has also unseated 2015's *Avengers: Age Of Ultron* to become the fourth highest grossing film of all time in Singapore.

Led by *Spider Man: No Way Home*, 2021 marked the grand return of Hollywood blockbusters in full force after their theatrical rollout was mostly pushed back in the year before due to the disruptions caused by the pandemic. Marvel's superhero films reigned, accounting for four of the top 10 films: *Spider Man: No Way Home* in top place, *Shang-Chi And The Legend of The Ten Rings* (second place), *Eternals* (fourth place) and *Black Widow* (eight place).

The rest of the top 10 were mostly derived from popular franchises, including *Godzilla VS Kong* in third place, James Bond's *No Time To Die* (fifth place), *Fast & Furious 9* (sixth place) and *Venom: Let There Be Carnage* (seventh place). Rounding out the chart were epic sci-fi *Dune* and Disney animation *Raya And The Last Dragon*.

Singapore and Asian films were no match for their Hollywood counterparts as none of them could crack the top 10. The most successful Singapore film was *The Diam Diam Era 2*, a 1980s comedy drama directed by the city-state's most popular filmmaker Jack NEO as part of the Long Long Time Ago series.

*The Diam Diam Era 2*, which earned 1.72 million SGD, was also the top Asian film, ahead of *Raging Fire* (878,285 SGD), the last film by the late Hong Kong director Benny CHAN and starring Donnie YEN and Nicholas TSE, *Detective Chinatown 3* (979,586 SGD) and *Hi, Mom* (858,618 SGD), both were Chinese New Year hits from mainland China.

Bangjong PISANTHANAKUN's Thai horror *The Medium* (2021), a co-production with South Korea, scared up 788,089 SGD to become the highest grossing M18 Asian title, while Giddens KO's Taiwanese fantasy romance *Till We Meet Again* (2021), starring Kai KO, Gingle WANG and Vivian SUNG, took 516,497 SGD.

Only four Singapore films were released in the cinemas: *The Diam Diam Era 2*, horror *Late Night Ride*, documentary *Andre And His Olive Tree* and thriller *Precious Is The Night*.

Cinemas were allowed to operate throughout 2021, but in reduced capacity due to social distancing measures, which were adjusted multiple times in response to the prevailing COVID situation. (Full seating capacity was returned only on 26 April 2022.)

The total number of visits to cinemas in Singapore was approximately 7.63 million based on an average ticket price of 10.50 SGD. There were 271 cinema screens with a total seating capacity of 39,569.

While the 2021 box office made a significant improvement from the year earlier, jumping from 49.64 million SGD to 80.14 million SGD, it was still well below the pre-pandemic level at 175.4 million SGD in 2019.

\*\* A series of Japanese anime films distributed by Odex were excluded from the 2021 box office figures provided by the Singapore Film Commission such as *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba the Movie - Mugen Train*, *Doraemon 2: Stand By Me*, and *Detective Conan: The Scarlet Bullet* among others.



Silvia WONG

Silvia WONG is a veteran journalist. She is currently a foreign correspondent for the UK trade publication Screen International and its website Screendaily.com. She has also moved behind the camera as a film producer, screenwriter and festival consultant.



## Interview with Director TAN Bee Thiam



TAN Bee Thiam

Tan is a founder of 13 Little Pictures, an independent film collective based in Singapore. He has co-directed *Fundamentally Happy*, while his recent producer credits include *Revenge Of The Pontianak* and *Demons*.

*Tiong Bahru Social Club* (2020) is the solo directorial debut of Singapore-based filmmaker TAN Bee Thiam, who is also the film's co-writer and co-editor. The satirical comedy focuses on the journey of a young man as he moves into a community run by a pilot project using data to create the happiest neighborhood in the world.

Since its world premiere in Busan in 2020, the film has screened in about 30 film festivals around the world, winning several awards such as best film at the Newcomers section of the Asian Film Festival in Rome and the Roger & Julie Corman award for intrepid filmmaking at Fargo Fantastic Film Festival in Valleycon, US.

**Q** If the location is a character, how did you establish Tiong Bahru from the film title not just as a place, but also a character that enhances your story?

**A** Tiong Bahru and another key location Pearl Bank are both locations with a lot of character and histories. Tiong Bahru is a pre-war public housing experiment for communal living that Vogue magazine named as one of the world's hippest neighborhoods. Pearl Bank was an iconic post-independence high-rise, high-density private development that was demolished in a recent collective sale.

To extend the architecture motifs of the locations, you'll find the set design of interior spaces mirroring the exterior spaces. By contrasting these two locations, I try to bring out the importance of communities and how we are what we fight and stand for. If a community can come together to care for a stray cat in its neighborhood, it is a community that will take care of one another.

**Q** Humor is always the hardest thing to translate. Bearing in mind that it's for a diverse audience beyond Singapore, how did you convey humor in your film?

**A** I imagine I am making a film for a child and think of what makes a child chuckle when they watch cartoons. So the offbeat and absurdist humor in *Tiong Bahru Social Club* is primarily conveyed through a mix of physical and visual comedy that even a child can find funny and laugh, but may not fully understand why it can be also a little dark if you know the context. And that is okay! A film is a metaverse in which there can be layers of meaning for different audiences to discover.

**Q** The film came out in late 2020 during the first year of the pandemic when most festivals were moved online or canceled. How did it affect your festival and distribution strategy?

**A** Indeed, there were a lot of uncertainties with last minute change of plans when there were unforeseen surges in COVID cases. We knew how difficult it was for festivals to organize themselves to be presented physically and safely but we were also hoping that the premiere would be seen by audiences on the big screen after the team has worked on this for five years.

When Busan, Taipei Golden Horse and Singapore International Film Festival (SGIFF) invited the film at the same time, with SGIFF also selecting it as the opening film and in its main competition, we thought this was a good window to premiere the film in three festivals within a month. Our distributor Golden Village then proposed a theatrical release in Singapore shortly after to catch the buzz during the December holidays. And it ran in the cinemas for almost six months. We were lucky!

**Q** Despite the pandemic, the film has traveled around the world. Did you manage to attend any of the screenings in-person to connect with your audiences?

**A** Except for SGIFF, I did not manage to attend any of the overseas screenings in-person [until earlier this year]. I would always offer to make an introduction video for festivals which would leave it on Instagram for audiences to connect with me. For audience who wrote to me, our conversations could go quite in depth. I also enjoy reading what people post on their blogs and Letterboxd and I would respond to them, as much as I can.

Even when the film was released theatrically in Singapore, we could not have live Q&A for public screenings because of social distancing measures. We would organize online and livestream Q&A on Zoom and then post them on our Linktree for the audiences to watch. For audience members who enjoyed the film enough to buy the merchandise, I would organize small group gatherings for me to pass them the merchandise and we would sit down to discuss the film, sometimes for hours.

*Tiong Bahru Social Club* was only my first feature film and I am eager to learn from my first audiences. It's a different way to connect and engage but it was still meaningful for me!

**Q** How different was the audience reception in different countries?

**A** Most of the post-screening Q&A were pre-recorded as live Q&A especially across different regions were difficult to coordinate and many things could go wrong. I believe it was only Busan with its efficient and experienced system that managed to do so!

I am thankful that there are different kinds of film festivals (international, Asian, sci-fi, fantastical, horror, design and architecture) that connected *Tiong Bahru Social Club* to the audiences they have nurtured over the years. Through my interactions with those who have written to me, I think a film can be many things to different people and that's what makes cinema so beautiful.

It was only recently in March that I managed to meet my first overseas audience for the first time in Prague at the Future Gate Sci-fi Film Festival. It was the opening film and it traveled to three other cities in the Czech Republic. I was surprised by how well received the film was but then again, this was also the city that nurtured and nourished literary giants like Kafka. One audience member even came to me after the Q&A and advised me how to market the film if it

gets a release in the Czech Republic.

**Q** The film was picked by US film critic Jonathan Rosenbaum for his 10 best films of 2021 for UK's Sight and Sound magazine. How did that happen?

**A** When *Tiong Bahru Social Club* had its joint North American premiere at the Fantasia Film Festival [in Montreal, Canada] and New York Asian Film Festival, with online screenings geolocked to its territory, I wrote to some of my Facebook friends based in US to share with them. Jonathan graciously replied and watched the film! I have been reading his works since university and they have shaped the way I think about cinema. I am grateful for Jonathan who has always been a champion of lesser known works that deserve a push.



---

**발행인** | 신철  
**발행일** | 2022년 6월  
**책임 편집** | 남종석  
**원고 및 편집** | 문새연, 김도은, 김민주, 김민선, 장원준  
**번역** | 김고운, 김동희, 김정민, 박재용  
**디자인** | PaTI 멋짓공작소

**아시아 판타스틱영화 제작네트워크**  
경기도 부천시 길주로 210 판타스틱오피스(부천시청 별관)  
부천국제판타스틱영화제 사무국 14547  
**전화** | 032 327 6313  
**웹사이트** | <http://www.bifan.kr/big/index.asp>

\* 본 책자는 경기도와 경기콘텐츠진흥원의  
'장르영화산업 프로젝트 지원'을 통해 발간되었습니다.

---

**Publisher** | SHIN Chul  
**Publishing date** | June, 2022  
**Chief Editor** | Jongsuk Thomas NAM  
**Texting & Editing** | Samantha MOON, KIM Doeun, KIM Minju, KIM Minseon, JANG Wonjun  
**Translation** | Liz Goun KIM, KIM Donghee, KIM Jeongmin, PARK Jaeyong  
**Design** | PaTI design studio

**Network of Asian Fantastic Films**  
Fantastic Office, 210 Gilju-ro, Bucheon City, Gyeonggi-do, 14547, Korea  
**Phone** | +82 32 327 6313  
**Web** | <http://www.bifan.kr/eng/big/index.asp>

\* This Catalogue is published through support for 'BIFAN Industry Gathering' by Gyeonggi Province and Gyeonggi Content Agency.



