

한중공동제작활성화 포럼 발제 자료집



kfpa

한국영화제작가협회
Korean Film Producers Association

PG
R

한국영화프로듀서조합
Producers
Guild of Korea



한국영화위원회
Korea Council Korea

BIFAN

BIFAN
BIFAN INDUSTRY
GATHERING

BIG

BIFAN INDUSTRY
GATHERING



한국영화제작가협회
KOREAN FILM PRODUCERS ASSOCIATION



한국영화프로듀서조합
Producers
Guild of Korea



한국문화예술위원회
Arts Council Korea



BIFAN INDUSTRY
GATHERING

전체 개요

행사명	한중공동제작활성화 포럼
일시	2016년 7월 23일 14:00-17:00
장소	고려호텔 4층 크리스탈룸
공동주최	한국영화진흥위원회, 한국영화제작가협회,한국영화프로듀서조합, 부천국제판타스틱영화제

프로그램

1부 발족식 및 MOU 체결식

14:00	개회 및 포럼 소개 축사 인사말	배장수 (한국영화제작가협회 상임 이사) 김세훈 (영화진흥위원회 위원장) 최용배 (부천국제영화제 집행위원장) 이은 (한국영화제작가협회 회장) 안영진 (한국영화프로듀서조합 대표) 왕 평린 (중국전영제편인협회 Vice President/Secretary General)
14:20	MOU 중요내용 소개 MOU 서명 및 기념촬영	배장수 (한국영화제작가협회 상임 이사)
	휴식 시간	

2부 한중공동제작 현황과 사례발표

15:00 – 17:00	발제 1. 한중공동제작, 준비되었나요? 발제 2. 중한영화시장대세분석 발제 3. 케이스 사례발표 <바운티 헌터스>	장 쉰 (중국영화합작제작공사 Former President) 자오 지에 (예은엔터커뮤니케이션General Manager) 최순식 ((주)컬처캡코리아 대표 겸 중국 Xing.I.E.PICTURES 대표)
	휴식 시간	
	종합토론	윤창업 대표 ((주)문와쳐 대표) 시 시아오탕 (Ruyi Film General Manager) 모더레이터 : 김형준 ((주)한맥문화 대표)

중국 영화의 밤

19:00 –	S 컨벤션
---------	-------

모더레이터



(주)한맥문화 대표

김형준

University of Southern California에서 재정학을 전공하고 ABEK CORPORATION, (주)현진필름, (주)한맥엔터테인먼트, (주)한맥영화 등의 대표이사로 지내면서 남도/제주/서울 영상위원회 이사를 겸했다.현재 (주)한맥문화의 대표이사로 재직하며 홍콩국제영화제의 아시아 영화상의 국제고문 등을 겸하고 있다. 영화<미스터 맘마>(1992) 각본을 시작으로 <죽이는 이야기>(1999), <링>(1999), <동감>(2000), <실미도>(2003) 등의 제작을 했으며, 홍콩, 미국, 중국 등 합작영화에 프로듀서와 제작 등을 맡았다. 최근에는 <마지막 레시피>(2014) 한미공동제작과 <메이킹 패밀리>(2015)의 한중공동제작 등에 참여했다.

발제자 1

중국영화합작제작공사 Former President

장 쉰



장 쉰은 베이징 영화제작사의 홍보과 과장, 중국영화합작제작공사 홍보배급처처장, 중국영화그룹영화제작관리부주임을 거쳐 원난영화그룹 총재를 역임했다. 2007년부터 2015년 5월까지 중국영화합작제작공사 대표로서 중외합작영화의 관리, 조율 및 서비스 업무를 총괄하고 있다. 그녀는 영화 <와호장룡>(2000), <상하이나이트>(2003), <당백호점추항>(1993), <태극권>(1993), <무장원소결아>(1992) 등 30여 편을 홍보·배급 했고, 영화 <장강칠호>(2010), <매란방>(2008), <건국대업>(2009), <화피>(2008) 등 300여 편의 총감독이자 중외합작영화 <아웃캐스트: 절명도망>(2014)를 제작했다. 또한, 2007년부터 중외영화합작포럼, 중미영화합작포럼, 중유럽영화합작포럼, 중호주영화합작포럼, 중불영화합작포럼, 중한영화합작포럼 등 대형국제포럼과 장르별 양자회담 및 중국홍콩합작영화감담회, 중국대만합작영화좌담회를 연속 개최해 중외영화합작 및 중국대만홍콩영화 공동제작 발전을 촉진시켰다. 2012년 미국 스탠포드대학교의 초청을 받고 중국 2.0대회에 참석해 ‘이해와 소통은 중미영화합작의 초석’이라는 제목으로 주제강연을 했다. 2013년 미국아시아협회로부터 중미영화합작우수리더상을 수상했고 2014년에는 이탈리아로부터 국제 질로폰테코르보상을 수상했다.

존경하는 내외 귀빈 여러분, 언론인 여러분 안녕하세요!

우선 이렇게 좋은 자리를 통해 여러분과 만나고 소통할 수 있는 기회를 갖게 해 주신 부천영화제에 감사 드리며, 이 자리에서 제 경험을 여러분과 나누고 또 여러분들이 중국에서 최고의 친구와 가장 잘 맞는 파트너를 찾을 수 있길 바랍니다. 저는 중국영화합작제작공사(‘합작공사’로 약칭)에서 7년간 대표로 근무했고 중국의 대외 합작 영화에 대한 관리, 조율, 서비스 업무를 진행해 왔습니다. 근무기간 동안 수많은 중국과 외국 영화인을 도와 합작영화 촬영이라는 꿈을 실현했습니다. 중국 영화산업의 비약적인 발전과 영화 시장이 확대되면서 중국 영화를 관망해오다 점차 주목하기 시작하고, 지금은 중국 영화에 도전해 보고 싶어하는 한국 분들이 늘어나고 있다는 것을 잘 알고 있습니다. 그럼 지금부터 여러분과 함께 중국 합작 영화에 관해 이야기 나눠보도록 하겠습니다.

첫째, 중국합작영화의 정의가 무엇인지 이야기 하자면, 합작영화란 협력 쌍방이 함께 시나리오를 쓰고 공동 투자하고, 위험뿐 아니라 이윤도 함께 나누는 것입니다. 합작 영화의 스토리는 모든 국가와 지역에서 발생 가능하지만 중국과 유기적인 관련이 있어야 합니다. 또한 중국의 주요 연기자가 차지하는 비중이 1/3(비고1)이 되어야 합니다. 투자 비율이 적은 쪽의 최소 투자 비율은 20% 이상 되어야 합니다(비고2). 합작 영화는 중국 국산 영화와 같은 대우를 받을 수 있고 배당 비율 등 부분에서 우대정책을 누릴 수 있으며, 합작영화는 쿼터 제한이 없습니다. 촬영을 끝내고 심의를 통과하면 바로 시네마 라인에 배급을 할 수 있습니다. 또 다른 합작 방식은 촬영협조입니다. 중국은 투자를 하지 않고 판권도 갖지 않으며 외부인이 중국에서 촬영을 할 수 있도록 돕는 방식입니다. 촬영협조 영화는 중국에서 직접 배급할 수 없으며 수입 절차를 밟아 중국 시장에 진출해야 합니다.

내용을 정리해 보겠습니다. 중외협력 방식에는 첫째 합작, 둘째 협조촬영이라는 두 가지 방식이 있습니다. 어떤 방식이든 중국에서 합작 입안을 신청할 경우 완성된 영화 시나리오가 있어야 합니다.

비고1: 주요 연기자란 단순히 등장하는 것이 아닌 전체 극의 처음부터 끝까지 역할을 맡아야 합니다. 예를 들면 몇 년 전의 <결사대>, <아이언맨> 등과 같은 영화에 중국 배우가 출연했는데 비중이 높지 않았고 스토리 역시 전형적인 미국 영화의 내용이었습니**다. 이런 영화는 모두 협조촬영에 해당 합니다.**

비고2: 중국이든 한국이든 투자 비율이 낮은 쪽의 투자 비율은 최소 20% 이상 되어야 합니다.

둘째, 중국에서의 합작과 촬영협조 진행 절차

1. 한중 합작영화로 만들기엔 적합한 소재가 있다면 중국에서 협력사를 찾아야 합니다.
양측이 모두 소재에 동의하면 MOU를 체결합니다.
2. 중국의 최초 출판회사가 시나리오, 의향서, 스토리 줄거리 등 자료를 가지고 광전총국에 심사를 신청해야 합니다.
3. 중국의 최초 출판회사는 자료(시나리오에 대한 현지 의견 포함)를 준비한 후 중국영화합작제작공사(합작공사로 약칭)에 입안을 신청합니다. 합작회사가 수정을 요청할 경우 수정해야 합니다.
4. 합작회사는 심사 후 입안을 위해 영화관리부서에 자료를 송부합니다.
5. 입안이 되면 쌍방은 합작 계약서를 체결하고 촬영에 들어갑니다.
6. 촬영이 끝난 후, 중국의 최초 출판사는 완성작품을 현지 광전총국에 송부하고 제작사는 현지 의견과 관련 자료를 합작회사에게 보냅니다.
7. 합작회사는 받은 의견을 영화 주관부서에 보내고 영화주관부서의 의견에 따라 최종 결정을 합니다.
8. 앞선 내용이 완료되면 기술심사를 진행합니다.
9. 그 다음에 홍보, 배급, 상영을 진행합니다.

비고: 구체적인 절차 문의처: 중국영화합작제작사(합작회사) 전화 010-86096953

셋째, 한중 합작이 중의 합작에서 차지하는 위치와 우위

중의 합작영화 중 중국과 홍콩의 합작영화 비중은 70%로 여전히 중요한 위치를 차지하고 있습니다. 미국과의 합작영화는 약 8%를 차지했고 2014년에는 총 35편의 중의합작 영화를 제작했습니다. 그 중 중한 합작영화는 4편으로 10% 이상의 비중을 차지했습니다. 이를 통해 한중 합작이 중의 합작영화에서 중요한 위치를 차지한다는 것을 알 수 있습니다. 올해 상반기 2편의 한중 합작영화가 입안되었습니다. 2014년 7월 한중 양국은 양국 정부 간에 협력협의를 체결함으로써 한중 영화 협력을 더욱 강화하고 규범화하였습니다. 협력 상생은 양국의 동일한 바램입니다. 한국의 동종업계 여러분과 함께 중국의 급속한 영화산업화가 가져온 혜택들을 함께 누릴 수 있길 바랍니다. 작년 10월 30일 한국 서울에서 개최된 한중 애니메이션협력업무연석회의에서 그 당시 중국 국가신문출판광전총국 부국장이었던 (현 국가신문출판총국TV사사장) 마오위는 “우리는 모두 세계지도의 동쪽에 있는 국가로 동일한 문화와 유사한 발전 궤도를 거처왔다. 한국 영화는 시장의 압력에 맞서 기울여온 다양한 노력과 우수한 성과를 통해 시장화, 산업화 개혁 초기에 놓여 있던 중국 영화에 많은 교훈과 자신감을 가져다 주었다”고 말했습니다. 오늘날 한국영화는 산업운영, 제작기술, 관리모델 등 분야에서 독보적인 존재이며 우리는 많은 선진 경험을 배우고 본받아야 합니다. 중국 정부의 추진과 중국 영화인의 부단한 노력을 통해 중국 영화는 다년 간 건강하고 안정적이며 과학적 발전이라는 양호한 발전 추세를 유지했습니다. 제작 영화 수는 600편 이상으로 흥행 성적은 매년 30% 이상의 속도로 증가하고 있으며 스크린 수 역시 35,000개를 돌파했습니다. 이런 놀라운 수치는 한중 양국 영화의 협력과 공동 발전에 튼튼한 초석이 되었고 양질의 플랫폼을 제공했습니다. 그렇기 때문에 저는 한중 영화 협력의 미래가 아주 밝다고 생각합니다.

넷째, 한중 합작영화 촬영 과정에서의 문제점

한중 양국은 유사한 점이 많지만 언어, 생활습관, 일 처리 방식, 사고방식이 모두 다르기 때문에 각자의 독특한 가치관과 세계관이 형성되었습니다. 상대방을 바꾸려 하지 않는 것이 중요하고 가장 좋은 방법은 서로에게 적응하고 서로를 배우고 융합하고 좋아하는 것입니다. 우리는 현실을 직시해야 합니다. 현재 한중 협력 과정에서 존재하는 문제점은 다음과 같습니다.

1. 효과적이고 심도 깊은 소통과 교류가 부족하고 양국의 영화자원을 더욱 개발해야 합니다. 또한 자본이 부족하고 각자의 장점을 잘 발휘하지 못하고 있습니다. 마음을 열고 진심으로 소통하는 것이 아직 부족합니다.
2. 오리지널 창작 작품이 적고 리메이크 작품이 많습니다. 다년 간의 경험으로 중국의 각본 연출력은 빠르게 성장하고 있습니다. 창작 작품이 적은 문제점을 해결하기 위해서는 시간과 국제적인 안목, 넓은 사고가 필요합니다. 시야가 여러분의 세계를 결정합니다. 리메이크 성공 사례는 있지만 경직된 리메이크와 단순한 모방으로 중국 현지의 문화적 색채가 결여되어 있어 대중으로부터 인정을 받지 못하고 있습니다. 한중은 각본에 대한 협력을 강화하고 장점은 서로 나누어야 합니다. 한중 협력의 목표는 중국 영화시장이나 한국 영화시장이 결코 아닙니다. 저는 한국영화 <광해>를 아주 좋아합니다. 황당한 스토리를 재미있으면서 느낌이 있는 영화로 만들었기 때문입니다. 영화 <명량>은 중국에서 관객들로부터 호평을 받았습니다. 한국 양국은 훌륭한 인재들이 많이 있습니다. 저는 기술혁신, 장르 영화에 대한 모색, 시장 마케팅에 대한 상호보완을 통해 한중 합작영화가 기적을 만들 수 있다고 믿습니다.

다섯째, 한국 협력 과정에서 중국이 한국에 가장 주목하는 부분

1. 한국회사와 직원들의 퀄리티입니다. 여기에는 이전 작품의 퀄리티와 인품, 협력할 마음과 실력이 있는지의 여부가 포함됩니다.
2. 자본, 인재, 기술, 혁신, 글로벌 마케팅 능력입니다.

- 3. 한국의 시나리오 창작 능력입니다.
- 4. 기술인력의 혁신 능력입니다.
- 5. 지역판권이나 방영권을 사들이는 형태의 협력이 아닌 진정한 합작입니다.

여섯째, 어떤 영화가 인기 있을까?

최근 몇 년 중국영화는 비약적으로 발전했고 영화관이 급증하기 시작하면서 35,000개의 스크린을 갖게 되었고 이런 쾌적하고 편안한 관람 환경으로 인해 다양한 장르의 영화가 영화관에서 꾸준한 사랑을 받고 있습니다. 현재 주요 관람객의 연령대는 18~30세로 영화관에 와서 영화를 보는 것은 젊은 층에게 가장 가성비가 높은 데이트 방식이 되었습니다. 이 젊은 층은 대부분 외동으로 개성이 강하고 영화를 볼 때 화제성, 흥미, 공감을 중요하게 생각합니다. 그들이 영화를 선택하는 특징은 다음과 같습니다.

- 1. 기술 수준이 높고 혁신적인 요소가 가미된 할리우드 대작
- 2. 가볍고 즐거운 코미디 영화(<미인어>, <전병협>)
- 3. 두고두고 기억나는 시리즈 영화 (<트랜스포머>, <아이언맨> 등)
- 4. 화제성이 있는 영화, 예를 들면 스릴러영화 경성81호는 베이징의 4대 미스터리 사건을 각색해 만든 좋은 마케팅 전략입니다. 영화에 4,400만 위안(약 75억 원)을 투자해 4억1,000만 위안(약 701억 원)의 흥행 성적을 거두었습니다. 올해에도 스릴러 영화가 한 편 있었는데 배우도 매우 훌륭했습니다. 그러나 버즈마케팅 실패로 시장 반응은 매우 냉담했습니다. 영화 <미인어>는 주성치라는 이름 석자 만으로 많은 남녀노소 팬들의 사랑을 받았습니다. 이것이 33억 위안(약 5,632억 원)의 흥행 성적을 거둔 이유입니다. 영화 불사조의 노래는 저예산 영화로 상영 과정에서 화제를 몰고 왔습니다. 이에 힘입어 8,000만 위안(약 136억 원)이라는 완벽한 흥행성적을 거두었습니다. 시간이 흐르면서 청춘멜로 영화는 점차 인기를 잃었습니다. 주목할 만한 점은 중국 감독의 새로운 파워입니다. 그들은 아이디어와 열정이 넘치고 새로운 영화의 언어 환경을 통해 익숙한 이야기를 묘사했습니다. 질서에 어긋나는 것 같지만 왕성한 생명력을 보여주었습니다.

일곱째, 진심으로 협력을 원하는 분들에게 건의

- 1. 실력을 갖춘 진심 어린 마음을 가진 파트너를 선택하는 것은 매우 중요합니다. 이 부분에 대해 양국 영화인은 매우 신중해야 합니다. 중국에는 1,500여 개의 제작사가 있고 원활한 투자활동을 하고 있습니다. 국제적인 영향력이 있는 좋은 프로젝트라면 중국에서 좋은 투자자와 협력 파트너를 쉽게 찾을 수 있습니다.
- 2. 교류, 협력, 상생의 원칙을 바탕으로 해야 합니다. 합작 영화의 스토리는 추악한 내용을 담거나 상호 간의 감정을 해쳐서는 안됩니다. 제3국의 감정을 해쳐서도 안 됩니다.
- 3. 영화가 음란, 폭력, 도박, 범죄 등의 내용을 부추기는 내용을 담아서 안 됩니다.
- 4. 시장이 원하는 것이 바로 질서입니다. 이는 모두가 공감하는 부분일 것입니다. 중국 혁명과 중대한 역사적인 사건, 중국 국가 지도자를 다룬 소재는 중의 합작 영화로 적합하지 않습니다. 적어도 외국 감독이 연출하는 것은 적합하지 않을 것입니다. 이런 소재는 중국인만이 느낄 수 있는 정서로 중국인만이 역사적 사실감과 중국 인민들의 마음 속에 자리한 지도자의 지위를 영화로 나타낼 수 있기 때문입니다. 모든 해학적 묘사나 비사실적인 묘사는 중국 관객의 반감을 불러올 것입니다. 한국에서도 같은 이치라고 생각합니다. 시간 날 때 중국영화합작사이트와 중국국가신문출판광전총국 영화국 사이트에 접속해서서 52호령과 31호령을 보신다면 합작영화에 대한 요구사항을 더 쉽게 이해하실 수 있을 것입니다.

오늘날은 장점은 나누고 자원은 공유하며 협력 상생하는 시대입니다. 한 사람이 여러 명과 협력하면 얼마나 큰 성과를 낼 수 있고 한 개 기업이 여러 기업과 협력하면 얼마나 큰 무대를 만들어 낼 수 있었습니까? 한국 양국이 진정으로 협력한다면 세계에 영향을 미칠 것입니다! 각자가 가진 빛으로 스스로를 비추고 타인에게 따스함을 주었으면 합니다. 감사합니다.

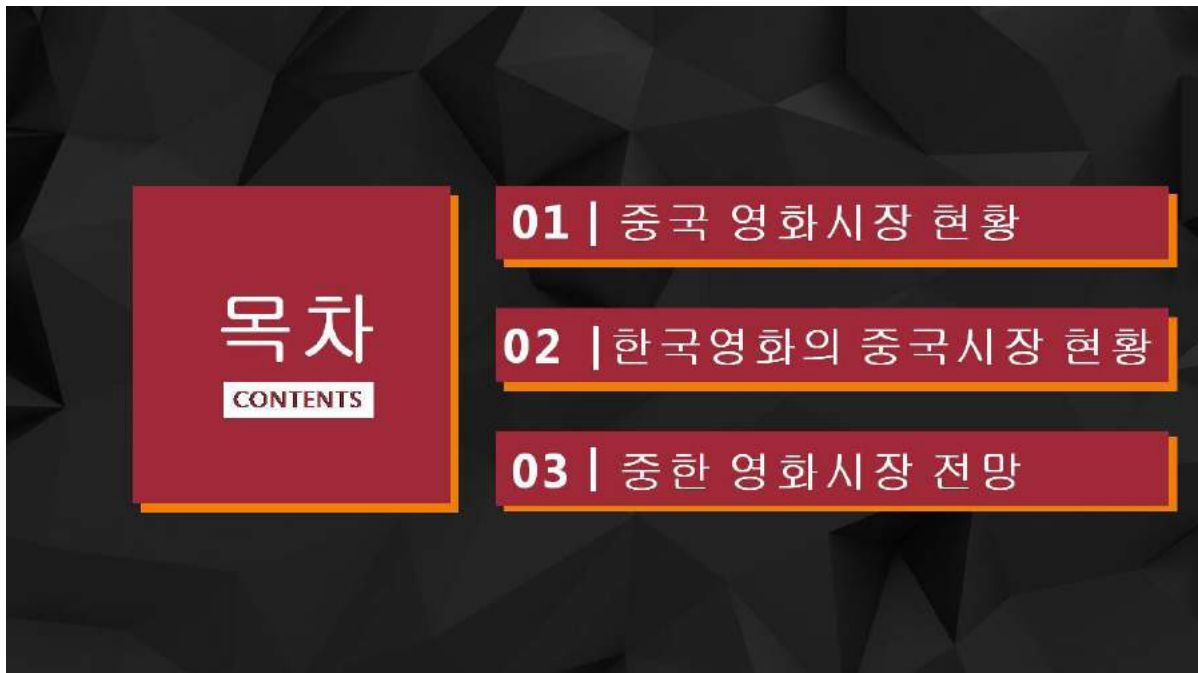
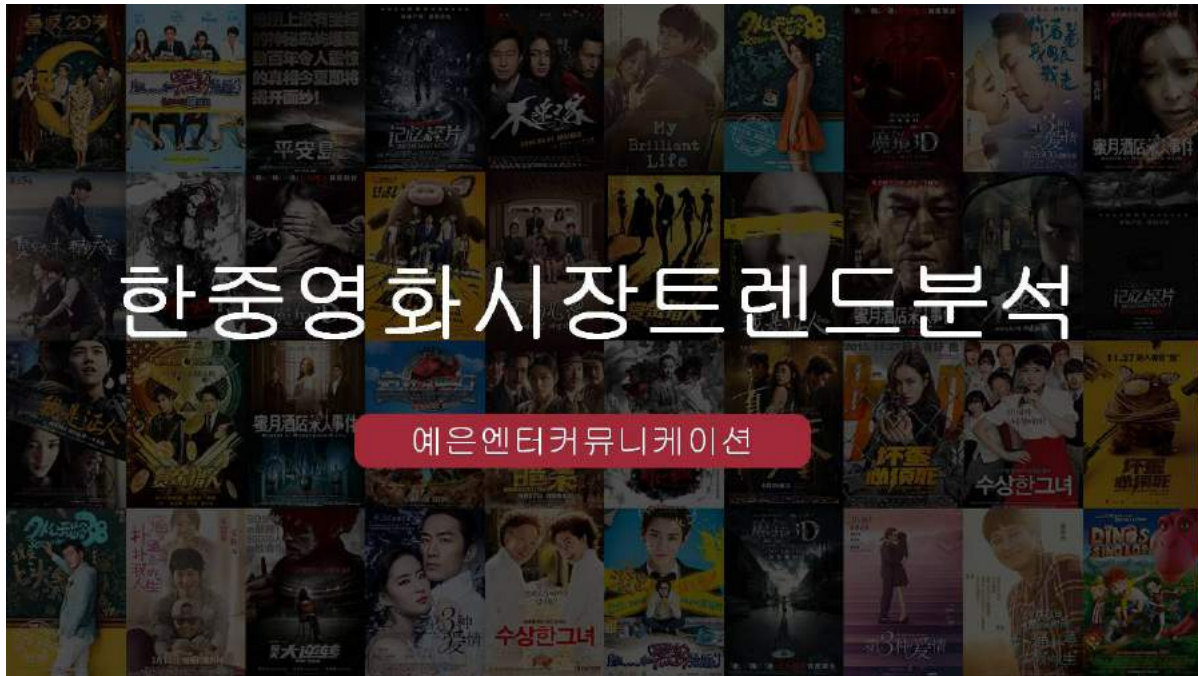
발제자 2

예은엔터커뮤니케이션 General Manager

자오 지에



예은엔터테인먼트의 총책임자로 영상프로젝트 평가 및 투자, 크로스오버 합작, 마케팅 등을 포함한 전체 운영 및 관리를 맡고 있다. 영화투자 위험평가와 시장분석에 관한 오랜 연구와 실전경험이 있으며, <트랜스포머: 사라진 시대>(2014), <인서전트>(2015), <드래곤블레이드>(2015), <우리결혼합시다>(2015), <업문3:최후의 대결>(2015) 등 다양한 영화프로그램에 참여한 경력도 있다. 특히 영상 빅데이터분야와 영화시장에 대한 이해력을 바탕으로 상업적으로 성공한 사례를 쌓아가고 있다.



2016년 상반기 현황



192 편

상영영화



246.86 억 위안

박스오피스
성적



7.15 억 명

관객수

01	10억 이상	7편
02	5억-10억	9편
03	1억-5억	24편
04	5000만-1억	13편
05	3000만-5000만	14편
06	1000만-3000만	15편
07	1000만 이하	110편

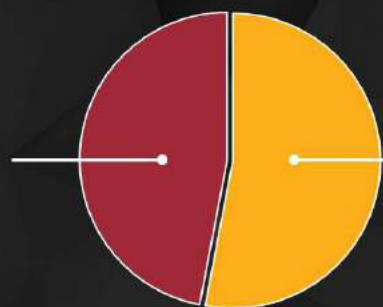
【국산영화-수입영화】 박스오피스 점유율

【수입영화】

박스오피스 :

115.76 억 위안

점유율 : 47%



【국산영화】

박스오피스 :

131.1 억 위안

점유율 : 53%

截至2016년6月30日

2016년 상반기 박스오피스 분석

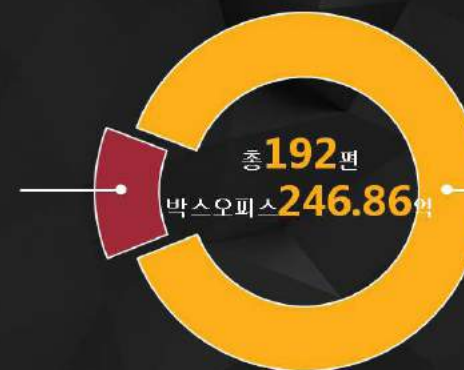
【1억 이하】

영화 : 155편

박스오피스 :

29.34 억 위안

점유율 : 12%



【1억 이상】

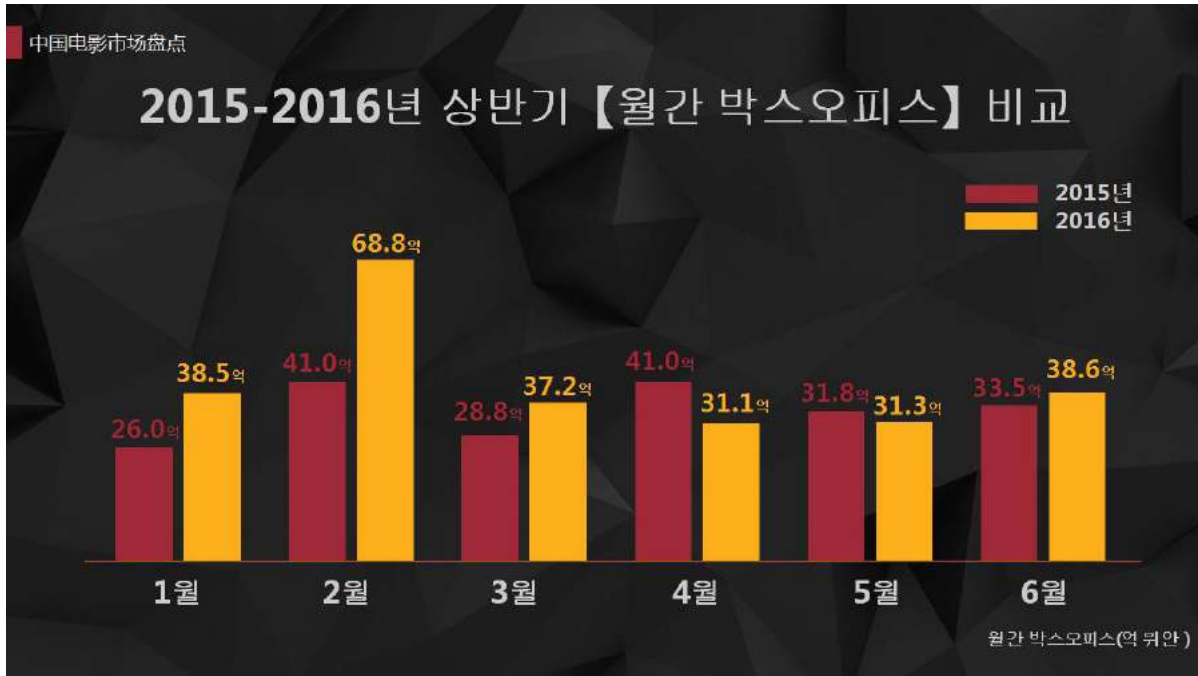
영화 : 37 편

박스오피스 : 217.52

억 위안

점유율 : 88%

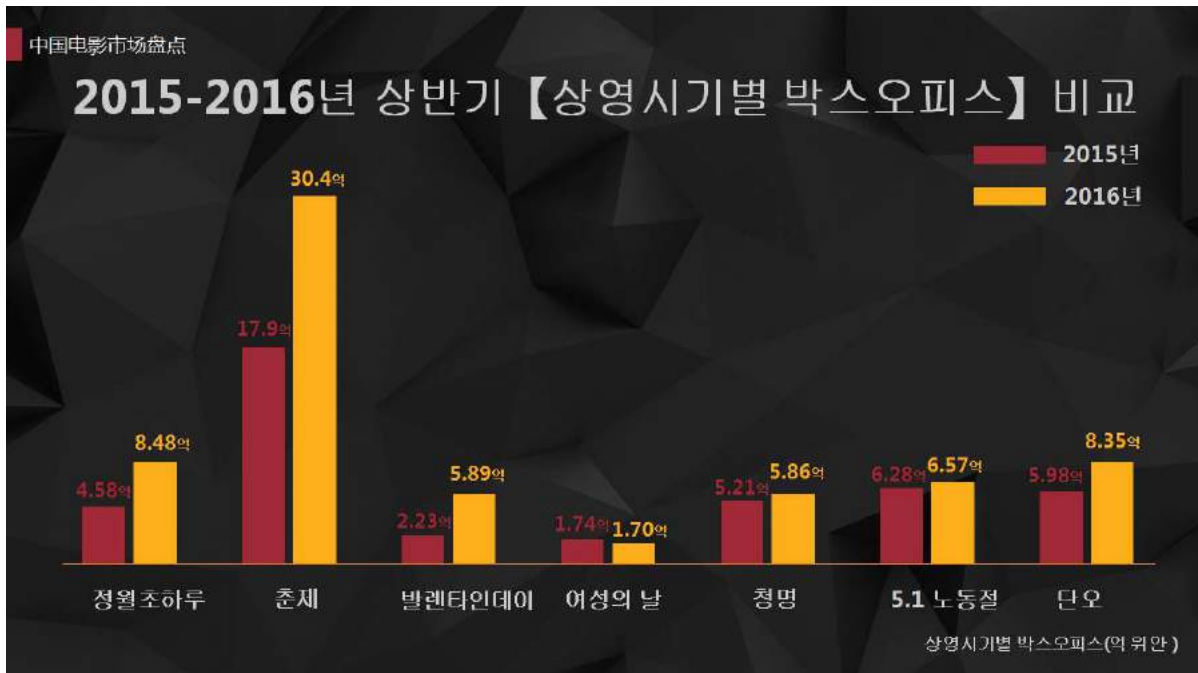
截至2016년6月30日



中国电影市场盘点

2016년 상반기 【상영시기별 현황】

상영시기명	상영시기별 박스오피스 (만)	동기대비 박스오피스	상영시기
정월 초하루	84858	↑85.08%	2016-01-01~2016-01-03
춘제	304302	↑69.29%	2016-02-07~2016-02-13
발렌타인데이	58937	↑164.35%	2016-02-14~2016-02-14
여성의 날	17038	↓2.47%	2016-03-08~2016-03-08
청명	58622	↓12.37%	2016-04-02~2016-04-04
5.1 노동절	65768	↑4.69%	2016-04-30~2016-05-02
단오	83583	↑39.57%	2016-06-09~2016-06-11



中国电影市场盘点

2016년 상반기 박스오피스 TOP10

순위	영화명	총 박스오피스(만)	국가 및 지역
1	미인어	339,140	중국/중국 홍콩
2	주토피아	153,030	미국
3	워 크래프트	146,197	미국
4	캡틴 아메리카: 시빌 워	124,603	미국
5	몽키왕2: 서유기 여정의 시작	120,079	중국
6	도성 풍운3	111,784	중국/중국 홍콩
7	쿵푸팬더3	100,176	중국/미국
8	정글북	97,932	미국
9	스타워즈: 깨어난 포스	82,539	미국
10	엑스맨: 아포칼립스	80,144	미국

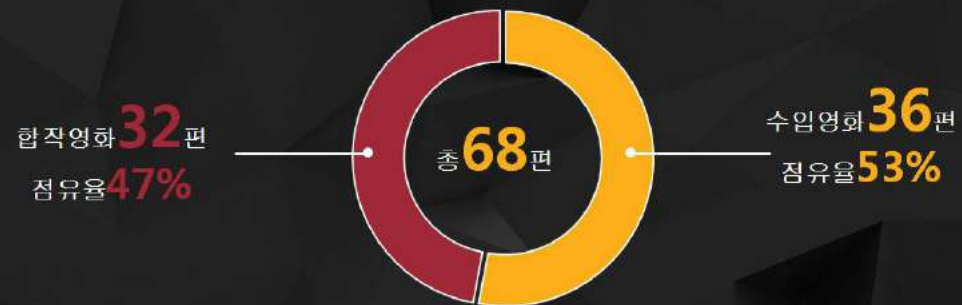
02 한국영화의 중국시장 현황

2013년-2016년 중한합작영화리스트

상영연도	영화명	박스오피스(만)	장르
2013년	이별계약	19284.9	멜로
2013년	미스터고	11281.7	코미디/스포츠
2015년	제3의 사랑	7324.9	멜로
2015년	20세기 다시 한 번	36605.7	코미디/멜로
2015년	나는 황인이다	21525.3	코미디/미스터리
2015년	고종과당	1038.9	스릴러/공포
2015년	적과의 허니문	1035.4	멜로/코미디
2015년	나쁜 놈은 반드시 죽는다	4699.3	코미디/액션/미스터리/범죄
2016년	물속자력	387	스릴러/미스터리/범죄
2016년	동상합학인	8100.6	멜로/드라마
2016년	허니문 호텔에 살인	761	스릴러/멜로/미스터리
2016년	열기적인 그녀2	3418.6	멜로/코미디
2016년	메멘토모리	358.5	스릴러/미스터리/범죄
2016년 (상영중)	바운티 헌터스	-	액션/코미디/코미디
2016년 (상영중)	그래서 나는 안티 팬과 결혼했다	-	멜로
2016년 (상영예정)	월계자	-	액션/로드
2016년 (상영예정)	메이킹 패밀리	-	멜로/코미디
2016년 (상영예정)	명인도	-	재난/미스터리
2016년 (상영예정)	파이널 레시피	-	코미디/드라마
2016년 (상영예정)	치명도수	-	SF/미스터리

韩国电影在华盘点

2000년—2016년
중국시장에서 총 68편의 한국영화 상영

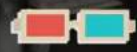


중국에서 최고 흥행을 기록한 한국 영화
《설국열차》 | 2014년 3월 17일 상영

박스오피스 성적 : 7486만



시사회
3일



상영
43일



누적
상영횟수
186,194회



누적
관람객수
240만

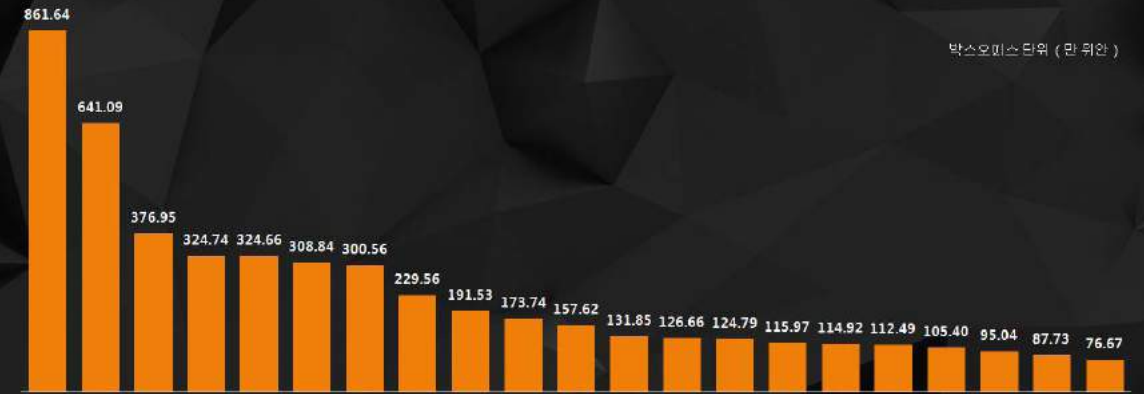
또우반 평점 : 7.2점
Mtime 평점 : 7.6점

数据来源 : 艺恩EBOT票房智库

한국电影在华盘点

《설국열차》 박스오피스 도시 분포 (TOP 20)

박스오피스 단위 (만 위안)



베이징 상하이 선전 청두 광저우 충칭 우한 항저우 난징 선양 시안 정저우 닝보 톈진 창사 쑤저우 다롄 허페이 하얼빈 우시 푸저우

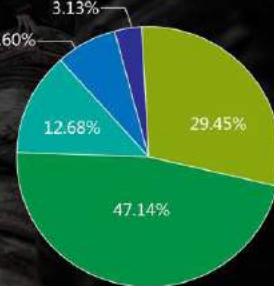
资料来源 : 艺恩EBOT박스오피스상극영크

《설국열차》 박스오피스 분포

박스오피스 분포



지역점유율



资料来源 : 艺恩EBOT박스오피스상극영크

2016년 상반기 가장 주목 받은 중한합작영화



《哭声》
상영 : 4월29일
박스오피스 : 8,093만

《엽기적인 그녀2》
상영 : 4월22일
박스오피스 : 3,415만



03

중한 영화시장 전망

【1】 장르트렌드

멜로 | 액션 | 드라마

중한합작영화 정책지원

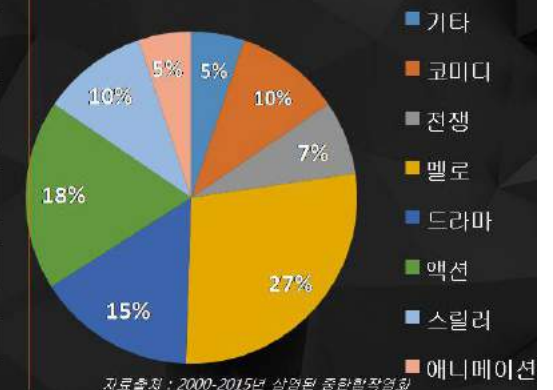
2014년 7월 3일, 중한 양국 《중한영화합작협약》 체결

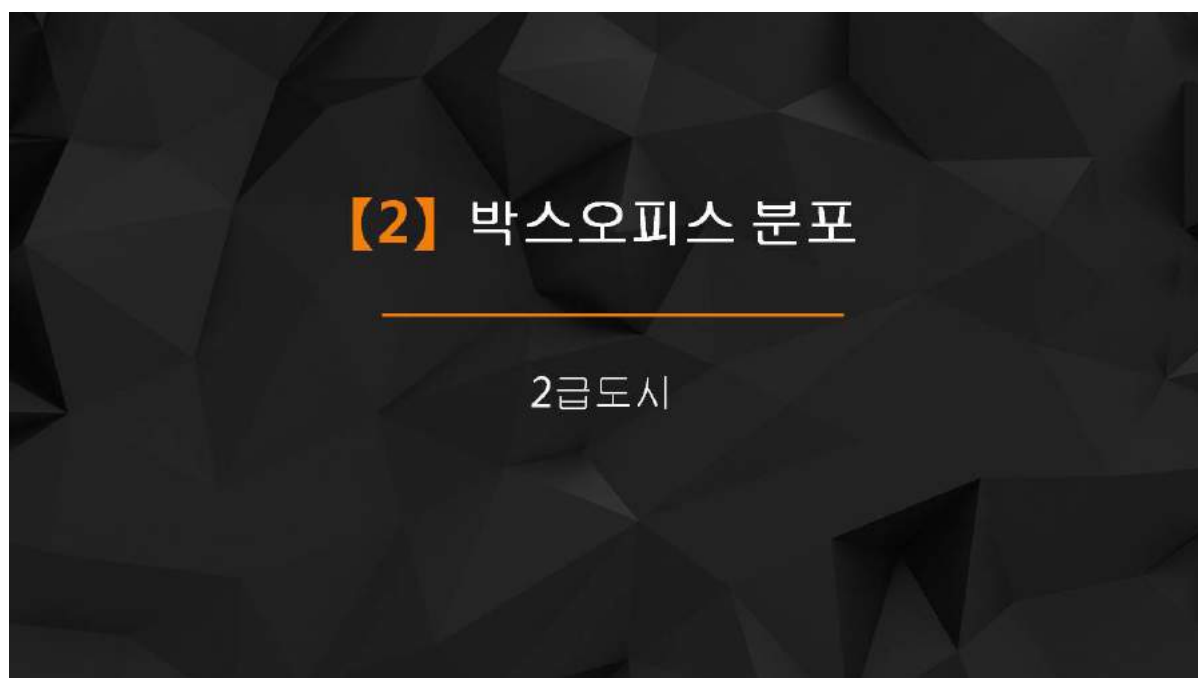


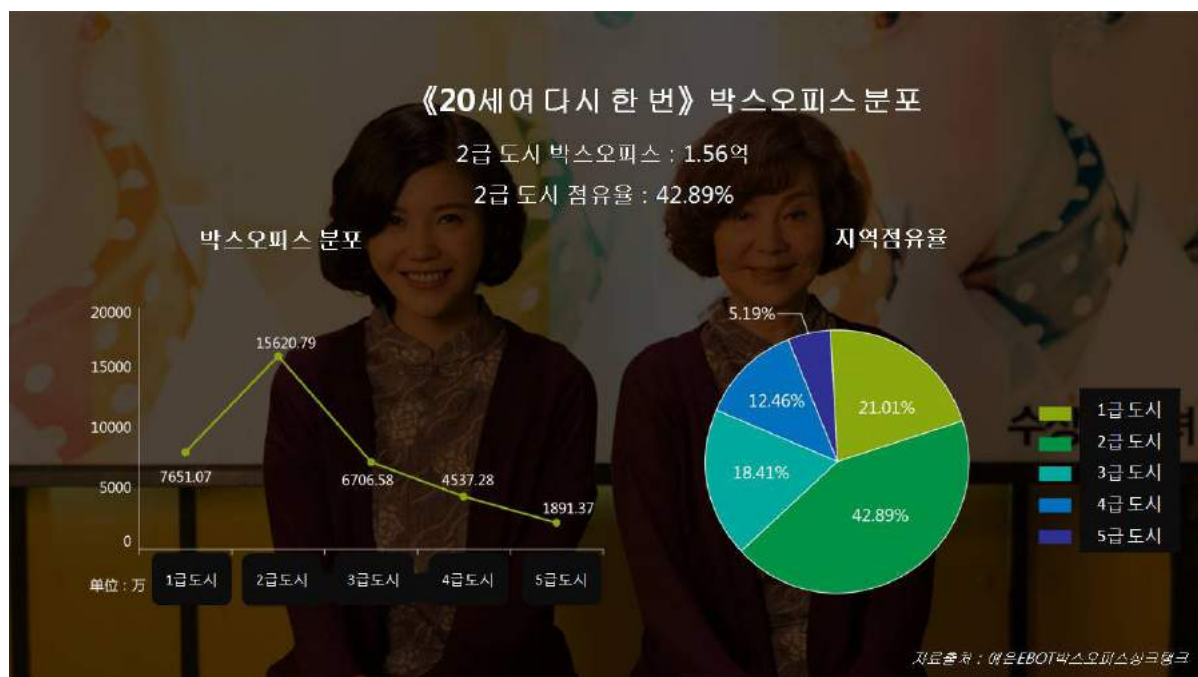
中韩电影未来展望

영화장르 TOP5

- No.1 멜로 점유율 27%
- No.2 액션 점유율 18%
- No.3 코미디 점유율 15%
- No.4 코미디 점유율 10%
- No.5 스릴러 점유율 10%









한국판
《수상한 그녀》
상영일 : 2014년 1월 22일

중국판
《20세기여 다시 한 번》
상영일 : 2015년 1월 8일



[4] 예은관점

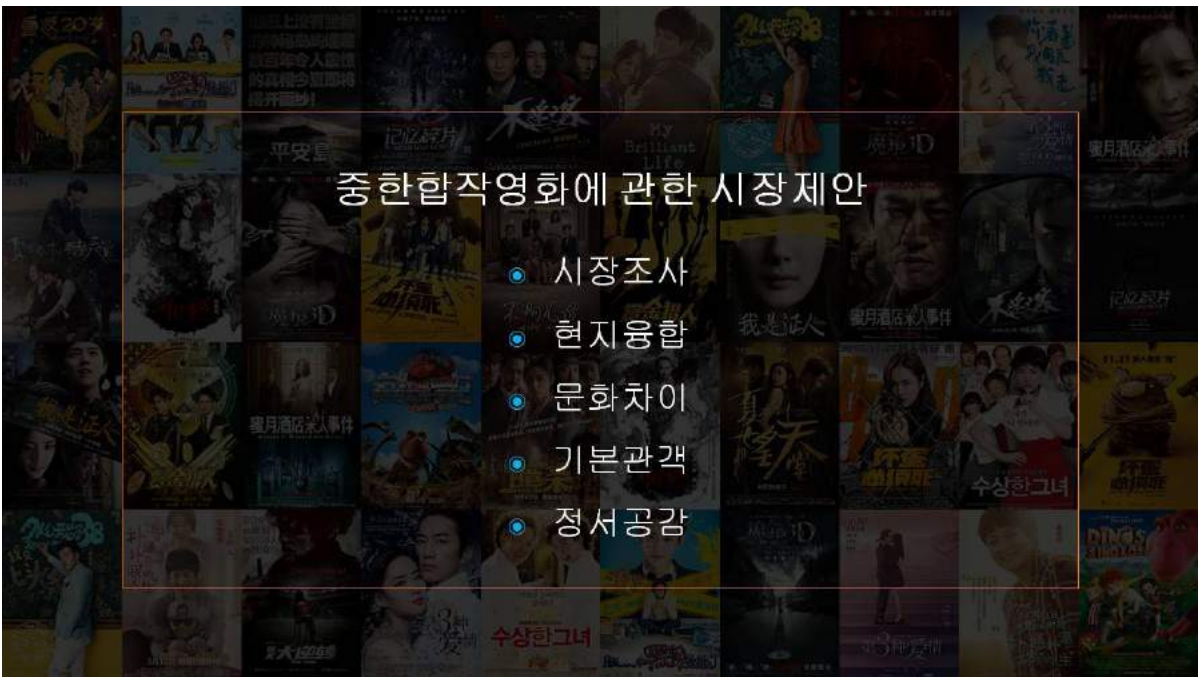
현지융합



老手
베테랑
Veteran
★★★★☆ 7.5 22382명 리뷰

2015 최고 흥행 한국영화
2017 중국 상영 예정

중국판 《베테랑》
주연 : 손흥레이



중한합작영화에 관한 시장제안

- 시장조사
- 현지융합
- 문화차이
- 기본관객
- 정서공감

BIFAN TO BE THE BEST



에은엔터커뮤니케이션 대표 : Jackson

발제자 3

(주)컬처캡코리아 대표/중국 Xing.I.E.PICTURES 대표

최순식



경희대 영어영문학과 졸업하고 하나음악과 (주)오픈유클쳐(구(주)히드라 음악스튜디오 공동대표)를 거쳐 (주)컬처캡미디어를 설립하면서 영화계와 음악계를 넘나들게 되었다. (주)포이보스와의 합병 후 대표로 지내다가 현재는 컬처캡코리아 대표로 있으면서 (주)스타하우스 미디어 사업 부문대표 겸임과 중국 Xing.I.E PICTURES 대표를 겸임하고 있다. 영화 <장미빛인생>(1994)의 음악 프로듀서를 첫 시작으로 <내 마음의 품금>(1999), <친구>(2001), <와이키키 브라더스>(2001) 등 영화의 장르를 불문하고 음악 프로듀서와 음악감독을 했고 <어린신부>(2004), <제니,주노>(2005), <못말리는 결혼>(2007) 등 영화제작과 뮤지컬 제작에도 발을 넓히기 시작했다. 이후 <댄서의 순정>(2005), <오감도>(2009) 이후 중국의 웹드라마로 한중 합작프로그램을 맡았고, 2016년 현재 한중합작영화 <바운티헌터스>제작총괄로 참여했다.

한중공동제작 케이스 스터디

〈바운티 헌터스〉

01

〈바운티 헌터스〉

감독
총감독
작가
주연

조연

신태라
황백명
황자환
이민호
김규환
종한량
탕엔
서정희
변소향
오첸위



02

〈제작 기간〉

2015년 3월	이민호 출연결정
2015년 5월	preproduction 시작
2015년 9월 3일	크랭크인
2015년 12월	크랭크업
2016년 2월	부분촬영 완료
2016년 3월	후반작업 완료
2016년 3월	배급사 확정
2016년 5월	3D 컨버팅 완료
2016년 6월 9일	1차 개봉 계획일
2016년 7월 1일	개봉

03

〈촬영장소〉

촬영장소	한국 - 인천
	한국 - 제주도
	한국 - 세트
	태국
	홍콩
	일본

04

〈스태프 구성〉

후반 더빙을 위한 장소와 스태프를 제외 하고
전원 한국 스태프로 구성

3

06

〈투자 관련〉

투자회사 스토리

- 유니온 창투
- 페가수스
- 하모나이즈 엔터테인먼트

7

05

〈캐스팅〉

이민호 캐스팅 스토리

- 2014년1월부터 2015년2월 까지 80작품
- 최종 2작품 중에서 결정하기까지
- 기타 주조연 배우 캐스팅 스토리

5

07

〈제작 과정〉

- 제작사 스타하우스
- 중국의 탑스타들과 그들의 매니저
- 한국의 현장
- 태국의 현장과 전문 스태프들
- 중국어 더빙

3

〈배급사와 마케팅〉

- 중국의 배급사 선정

- 중국의 마케팅

감사합니다

토론자 1

(주)문와쳐 대표

윤창업



서강대에서 경영학과 신문방송학을 전공하고 영화전문투자사인 (주)아이엠피쳐스에서 투자/제작부문을 거쳐 (주)화인웍스 기획이사를 역임했다. 추계예술대학교 영상 비즈니스과 겸임교수를 지냈고, 현재는 영화진흥위원회 KoBiz 중국 기획/제작 담당 컨설턴트와 한국영화프로듀서조합(PGK) 운영위원, 콘텐츠프로듀싱그룹 (주)문와쳐 대표이사로 재직중이다. 영화<엽기적인 그녀>(2001) 해외세일즈 관리를 시작으로 <첫사랑 사수궐기대회>(2003), <영어완전정복>(2003), <범죄의 재구성>(2004) 등 다양한 작품의 투자, 제작 관리 및 배급, 마케팅에 참여했다. <마음이>(2006)를 기획하며 프로듀서로 입문 후 TV영화<이브의 유혹>(총괄책임프로듀서), 웹툰<마노's 패밀리>(기획, 제작) 등 장르를 넘나들며 작품을 만들고 있다. 최근에는 합중합작 영화 <나는 증인이다>와 한중합작 50부작 TV특촬물 <레전드히어로 삼국전>을 기획 제작했다.

토론자 2

Ruyi Film General Manager

시 시아오탕



중유럽국제비즈니스 스쿨 경영관리석사를 전공하고, 2005년 하이룽석유공업그룹 법무디렉터, 2011년 화스필름 법무디렉터를 거쳐 현재는 베이징 루이필름 대표를 맡고 있다. 그는 영화<어른남자아이의 맹용과강>(2015)의 공동출품 및 제작했으며, <하유교목 아망천당>(2014), <치청춘:원래니환제저리 原来你还在这里>(2015)를 제작했으며, 드라마로는 <량야방>(2014)의 프로듀서, <북경무전쟁>(2014)의 총괄프로듀서로 참여했다.



Chinese

总体概况

活动名	中韩共同制作活跃性论坛
时间	2016年7月23日 14:00-17:00
地点	高丽酒店4层 crystal room(水晶屋)
联合主办	韩国电影振兴委员会、韩国电影制作家协会、韩国电影制片人工会、富川国际幻想电影节

流程

第一环节 开幕式和谅解备忘录签署仪式

14:00	开幕并介绍论坛 祝辞 致辞	裴壮洙 (韩国电影制作家协会理事) 金世勋 (电影振兴委员会委员长) 崔容培 (富川国际幻想电影节执行委员长) 李恩 (韩国电影制作家协会会长) 安荣真 (韩国电影制作人协会代表) 王凤麟 (中国电影制片人协会秘书长)
14:20	介绍谅解备忘录的重要内容 签署谅解备忘录及合影留念	裴壮洙 (韩国电影制作家协会理事)
休息		

第二环节 介绍中韩影视合作现状及相关案例

15:00 – 17:00	议题 1. 中韩电影合拍，你准备好了吗？ 议题 2. 中韩电影市场趋势分析 议题 3. 介绍相关事例 <赏金猎人>	张恂 (中国电影合作制片公司总经理) 赵杰 (艺恩传播总经理) 崔舜植 ((株)CultureCap Media代表/ 中国Xing.I.E.PICTURES代表)
休息		
	综合讨论	尹昌业 ((株)望月人代表) 席小唐 (儒意影业总经理) 论坛仲裁员: 金亨駿 ((株)Hanmac Culture Group代表)

中国电影之夜”活动

19:00 S 会议厅

论坛仲裁员



(株)Hanmac Culture Group代表

金亨駿

毕业于南加利福尼亚大学财政学，担任ABEK CORPORATION、(株)Hyunjin Film、(株) Hanmacentertainment、(株)Hanmac Films等公司的代表理事，兼任全罗南道影像委员会、济州影像委员会、首尔影像委员会的理事。国际顾问 目前 就任 (株)Hanmac Culture Group 代表理事，同时担任香港国际电影节亚洲电影奖。继电影《妈妈先生》(康佑硕, 1992) 之后制作了《A Killing Story》(吕昀东, 1999)、《The Ring of Life》(金东濒, 1999)、《同感》(金正权, 2000)、《实尾岛》(康佑硕, 2003) 等作品。同时也是韩港 (香港)、韩美、韩中等合拍电影的制作人。最近还参与了韩美合拍电影《FINAL RECIPE》(金真雅, 2014)、韩中合拍电影《Making Family》(赵镇模, 2015) 的制作。

提议人 1

中国电影合作制片公司前任总经理

张恂



曾任北京电影制片厂宣传科科长，中国电影合作制片公司宣传发行处处长，中国电影集团公司制片管理部主任，云南电影集团总裁。2007年至2014年5月任中国电影合作制片公司总经理，主要负责中外电影合拍的管理、协调和服务工作。负责《卧虎藏龙》《龙旋风》（上海正午）《唐伯虎点秋香》《太极张三丰》《武状元苏乞儿》等30多部影片的宣传发行工作。任《长江七号》《梅兰芳》《建国大业》《画皮》等三百余部影片的监制以及中外合拍影片《绝命逃亡》的制片人。自2007年起，连续举办了“中外电影合作论坛”“中美电影合作论坛”“中欧电影合作论坛”“中澳电影合作论坛”“中法电影合作论坛”“中韩电影合作论坛”等大型国际论坛和不同类型的双边会议，以及“内地与香港合拍电影恳谈会”“海峡两岸合拍电影座谈会”，为促进中外电影合作及两岸三地电影合拍起到了积极的推动作用。2012年应美国斯坦福大学邀请，出席“中国2.0大会”，做了题为“了解和沟通是中美电影合作的基石”的主题演讲。2013年被美国亚洲协会授予“中美电影合作杰出领导奖”。2014年被意大利授予国际“吉洛·庞蒂科夫奖”。

尊敬的各位来宾，各位媒体朋友大家好！

首先我要感谢富川电影节搭建了这样一个高端、务实的平台，使我有机会与大家坦诚相见，沟通交流，我非常愿意把我的经验与大家分享，更希望通过这次论坛你能在中国找到最好的朋友和最合适的合作伙伴。我曾经在中国电影合作制片公司(“合拍公司”)做了七年的总经理，专门负责中国对外合拍电影的管理、协调和服务工作，这期间我帮助很多中外电影人把拍摄合拍片的想法变为现实。我知道，随着中国电影业的蓬勃发展和电影市场的不断扩大，越来越多的韩国朋友对中国电影由观望到关注，再到跃跃欲试。现在，我就和你聊聊关于与中国合拍电影的那些事！

第一，我想让大家先了解一下，在中国对合拍电影的定义，合拍是指：

合作双方共同创作剧本，共同投资，风险共担，利益共享；合拍的故事，可以发生在任何国家和地区，但是故事要与中国有机的相关联。中方的主要演员要占到三分之一（注1）。投资低的一方，投资不能低于20%（注2）。合拍影片享受中国国产影片的待遇，在分成比例等方面享有优惠政策，合拍影片没有配额限制，拍摄完成通过之后，可以直接进入院线发行。另外，还有一种形式，叫协助拍摄（简称“协拍”）：指的是中方不投资，不拥有版权，中方协助外方在中国取景拍摄，协助拍摄的影片不能直接在中国发行，必须通过进口的方式进入中国市场。

请大家注意，中外合作分为两种形式：1，合拍；2，协拍；不论采取哪种方式，在中国申请合拍立项都是需要报完成的电影剧本。

注1：主要演员指的是角色贯穿全剧始终，而不是简单的走过场，比如：前几年，《敢死队》，《钢铁侠》等电影都有中国演员出演，但戏份不够，故事也是经典的美国电影，所以，这些电影都是“协拍”

注2：无论中方还是韩方，投资少的一方，不得低于20%；

第二，在中国合拍、协拍电影的流程

扉、当你有一个适合中韩合拍的题材，你需要在中国找一个合作公司，双方在题材上认可之后，签署一份合作意向书；

坎、由中国第一出品方，带着剧本，意向书、故事梗概等材料到属地广电局报批立项；

卞、由中国第一出品方备齐材料（包括属地对剧本的意见），到中国电影合作制片公司（以下简称合拍公司）申请立项，如果合拍公司有修改意见，一并修改；

尤、合拍公司审阅后，报送电影管理部门立项；

玳、立项后，双方签署合拍合同，之后投入拍摄；

卓、拍摄完成后，由中方第一出品方将完成片送属地广电局，制片方带着属地意见及相关材料送合拍公司；

蚌、合拍公司将意见，一并送电影主管部门，最终意见以电影主管部门的意见为准；完成后

期，送技审；

晰、宣传、发行、上映。

注：具体程序咨询：中国电影合作制片公司（合拍公司）电话010-86096953

第三，中韩合拍在中外合拍的地位与优势

在中外合拍电影中，中国内地与中国香港合拍仍然占有主要地位，占到70%左右，与美国合作能够占到8%左右，2014年中外合拍电影共立项35部，中韩合拍立项4部，所占比例超过10%，可见，中韩合拍在中外合拍电影中有着重要的位置。今年上半年有2部中韩合拍片已经立项。2014年7月中韩签署了，“两国政府间的合作协议”，体现了两国政府对电影合作的高度重视，协议的签署促使双方为合拍提供优惠条件，促进了中韩电影的合作更加深入和规范化，合作共赢是我们双方的共同心愿。我们也希望韩国电影同仁能够分享到中国电影产业化快速发展的红利。去年10月30日，在韩国首尔举办的“中韩动画电影合作工作联席会议”上时任中国国家新闻出版广电总局电影局副局长（现任国家新闻出版广电总局电视剧司司长）毛羽说：同处世界的东方，中韩两国有着许多共同的文化基因和相似的发展轨迹，韩国电影面对市场的压力所作出的种种努力和取得的优异成绩，给予了在市场化、产业化改革初期艰难探索的中国电影很多启示、很多信心。今天，韩国电影在产业运作、制作技术、管理模式等方面独树一帜，有很多先进的经验值得我们学习、借鉴。在中国政府的推动下，中国电影人持续不断的努力，连续多年来保持了健康、稳定、科学发展的良好态势，影片产量600部以上，票房每年以30%以上的速度增长，银幕数已经超过35000块。这些惊喜的数字为中韩两国电影的交流合作，共赢发展奠定了良好的基础，提供了优质的平台。因此，我们确信，中韩电影合作的前景不可限量。

第四，中韩合拍过程中的问题

虽然中韩两国有诸多相似之处，但各自的语言、生活习惯、处事方法、思考问题的方式和角度各不相同。因此，形成了各自独特的价值观和世界观。不要试图改变对方，最好的办法就是相互适应，相互学习，相互融合、相互欣赏。所以，我们要正视现实，目前，我个人认为中韩合作存在的问题是：

- 1、缺乏切实有效的深入的沟通和交流，两国的电影资源有待开发，资本对接不够，没有发挥各自优势实现强强联合，重要的是敞开心扉，务实沟通不够；
- 2、原创作品少，改编作品多，经过多年的历练，中国的编剧正在快速成长，这需要时间，需要国际的眼光，需要拓宽思路，视野决定你的世界。改编已经成功的电影为我所用，成功的范例是有的，但是硬性的移植，简单化复制，缺乏中国本土文化质感，得不到观众的认同。

我认为中韩编剧应加大合作,优势互补，毕竟中韩合作的目标，绝不仅仅是中国电影市场或者韩国电影市场。我非常喜欢韩国电影《双面君王》原本一个荒唐的故事讲得充满了情怀和责任感，同时又趣味横生。《鸣梁海战》在中国上映，赢得了观众由衷的赞扬。中韩两国人才济济，我相信，通过技术的创新、类型片的探索、市场营销的互补，中韩合拍电影一定能够创造奇迹。

- 1、韩方公司以及从业人员的品质，这其中包括：以往作品的品质和人品，是否有诚意和实力合作；
- 2、资本、人才、技术、创意和全球营销的能力；
- 3、韩国编剧的创作能力；
- 4、技术人员创新能力；
- 5、真正的合拍，而不是以买断区域版权或放映权的形式合作。

第六，什么样的电影比较受欢迎

近些年，中国电影井喷式发展，影院建设方兴未艾，35000多块银幕，良好舒适的观影环境，使多品种、多类型、多样化的电影，在电影院锁定了不同的观众群体。目前主流观众的年龄在18到30岁之间，进电影院看电影已经成为年轻人约会性价比最高的方式，他们大都是独生子女，个性强，看电影讲究话题性、趣味性、互动性。他们选择观影的特点是：

- 1、选择技术含量高，有创新元素的好莱坞大片；
 - 2、选择轻松快乐的喜剧影片；（美人鱼、煎饼侠）
 - 3、追随记忆，选择曾经难忘的系列电影（变形金刚、钢铁侠等）
 - 4、看有“话题”的影片，比如惊悚影片《京城81号》是根据北京城四大疑案改编而成，有很好的营销策略，影片投资4400万人民币，却获得了4.1亿人民币的票房。今年，同样是惊悚影片，演员也不错，由于缺乏好的话题营销而市场反应平淡。
- 《美人鱼》仅就周星驰三个字便可引得老少粉丝疯狂追捧，33亿人民币的票房，便在情理之中。电影《百鸟朝凤》一部低成本影片，上映过程中出现了新话题，引起了关注，最终，影片以8000多万人民币的票房完美收官。随着时间的推移“青春爱情片”逐渐冷静下来；值得关注的是中国导演新力量，他们充满创新激情，用新的电影语境，讲述他们熟悉的故事，似乎不太合乎规矩，但却显现出蓬勃的生命力。

第七，对真诚合作的朋友的建议

- 1、 选择一个真诚坦诚而有实力的合作伙伴非常重要，因此两国电影人要特别慎重。中国有1500多家制片公司。是活跃的投资群体，在中国只要项目好，如果能够有国际影响力就更好，很容易找到投资和优秀的合作伙伴。
- 2、本着交流、合作、共赢的原则。合拍影片的故事内容不能丑化或者伤害合作双方的感情。也不要伤害第三国的感情；
- 3、影片不能宣扬淫秽、暴力、赌博、犯罪等内容；
- 4、市场在哪里规矩就在哪里，我想这是大家的共识。我个人认为，中国革命和重大历史题材以及中国国家领导人的题材是不适合中外合拍的，至少不适合外国导演执导，因为，这些题材只有中国人自己感受最深，才能拍出历史的真实感和领袖人物在中国人民心中崇高的地位。任何戏说或不真实，都会招致中国观众的反感。我想在韩国也是同样的道理。
- 5、建议大家抽时间上中国电影合拍网和中国国家新闻出版广电总局电影局网站，查看第52号令和31号令，你会对合拍影片的要求有更多的了解。

这是一个优势互补、资源共享、合作共赢的时代！一个人能够与多少人合作就能成就多大的事业，一家企业能够与多少企业合作就能成就多大的平台！中韩两国真诚的合作，必将影响世界！好了，让我们带上自己的阳光，照亮自己，温暖他人！谢谢大家！.

提议人 2

艺恩传播总经理

赵杰



负责公司的整体运营及管理，包括商业战略、影视项目投资、风险评估、跨界合作、电影营销、品牌推广等。在电影投资风险评估及市场判断方面具有深刻的研究及实战经验，参与的电影项目有《变形金刚4》、《分歧者2》、《天将雄师》、《咱们结婚吧》、《叶问3》等，尤其在影视大数据领域，在电影行业中的市场洞察和商业应用层面积累了大量的成功案例。



2016年上半年盘点



192部

上映电影



246.86亿元

票房成绩



7.15亿人

观影人次

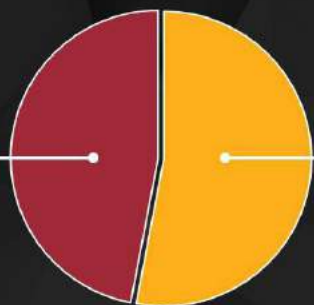
01	10亿以上	7部
02	5亿-10亿	9部
03	1亿-5亿	24部
04	5000万-1亿	13部
05	3000万-5000万	14部
06	1000万-3000万	15部
07	1000万以下	110部

【国产片-进口片】票房占比

【进口片】

票房：115.76亿元

占比：47%



【国产片】

票房：131.1亿元

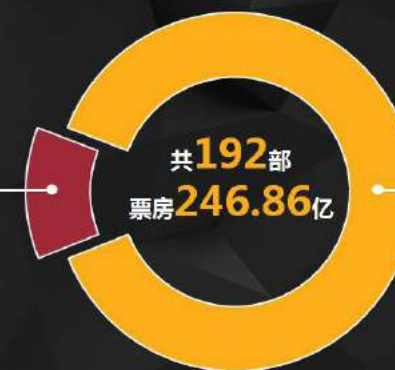
占比：53%

截至2016年6月30日

2016年上半年票房分析

【1亿以下】

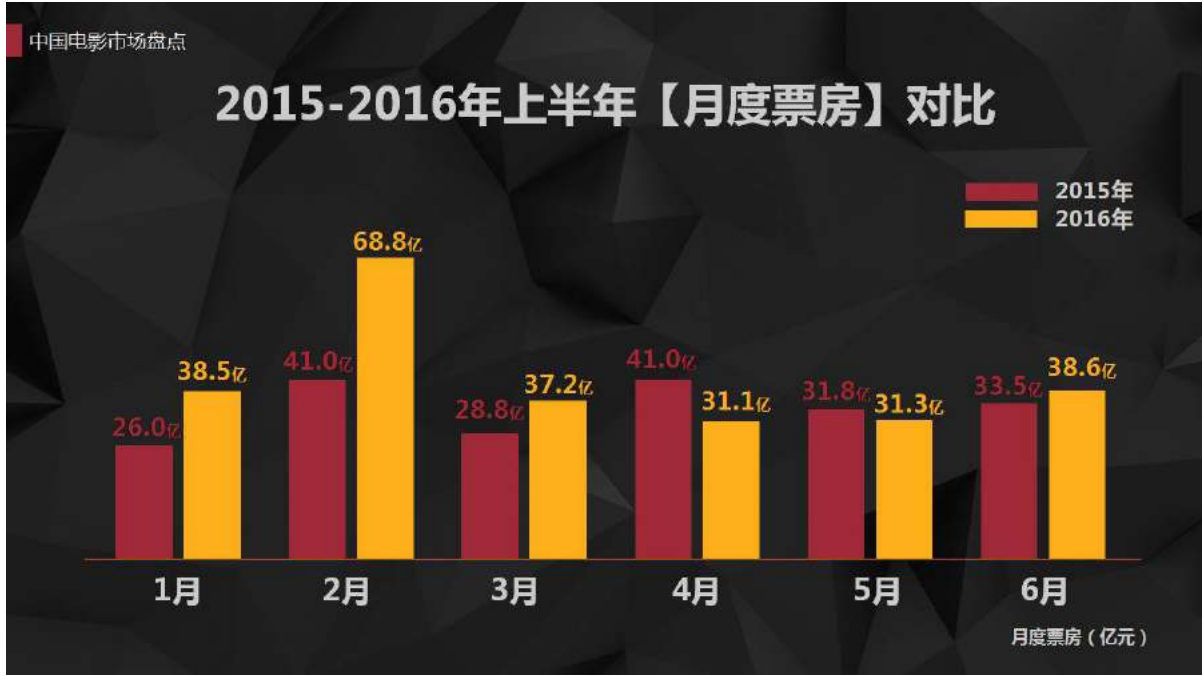
影片：155部
票房：29.34亿元
占比：12%



【1亿以上】

影片：37部
票房：217.52亿元
占比：88%

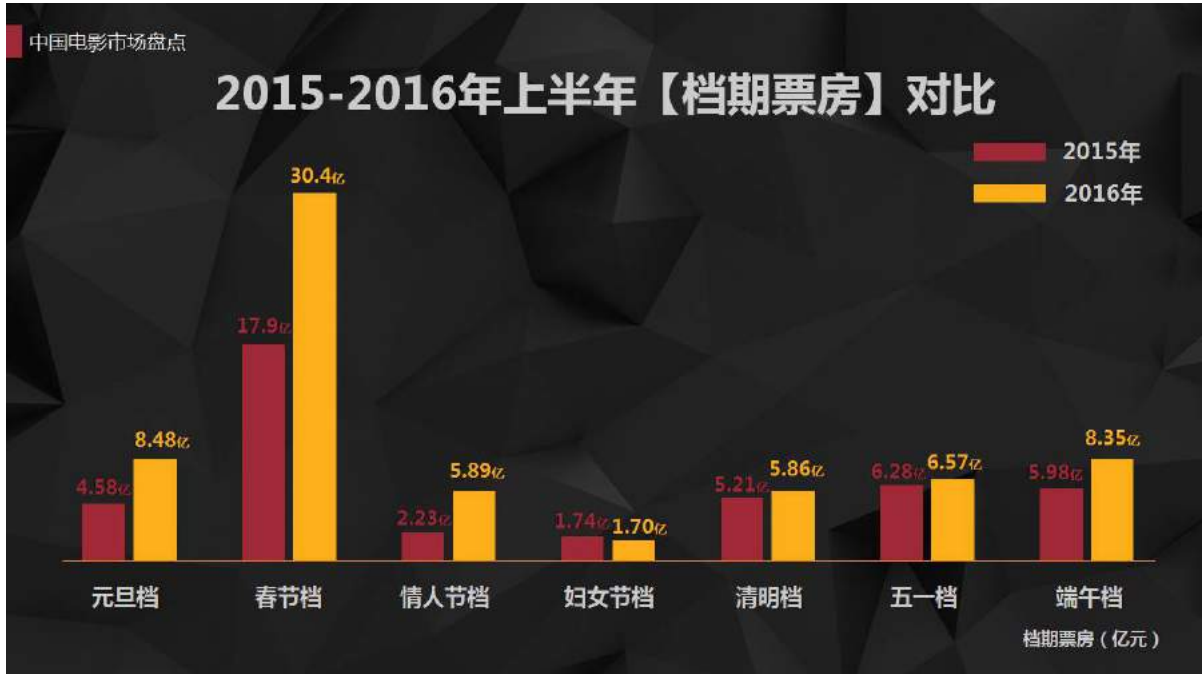
截至2016年6月30日



中国电影市场盘点

2016年上半年【档期盘点】

档期名称	档期票房 (万)	票房同比	档期时间
元旦档	84858	↑85.08%	2016-01-01至2016-01-03
春节档	304302	↑69.29%	2016-02-07至2016-02-13
情人节档	58937	↑164.35%	2016-02-14至2016-02-14
妇女节档	17038	↓2.47%	2016-03-08至2016-03-08
清明档	58622	↑12.37%	2016-04-02至2016-04-04
五一档	65768	↑4.69%	2016-04-30至2016-05-02
端午档	83583	↑39.57%	2016-06-09至2016-06-11



中国电影市场盘点

2016年上半年票房TOP10

排名	片名	总票房(万)	国家及地区
1	美人鱼	339,140	中国/中国香港
2	疯狂动物城	153,030	美国
3	魔兽	146,197	美国
4	美国队长：英雄内战	124,603	美国
5	西游记之孙悟空三打白骨精	120,079	中国
6	澳门风云3	111,784	中国/中国香港
7	功夫熊猫3	100,176	中国/美国
8	奇幻森林	97,932	美国
9	星球大战：原力觉醒	82,539	美国
10	X战警：天启	80,144	美国

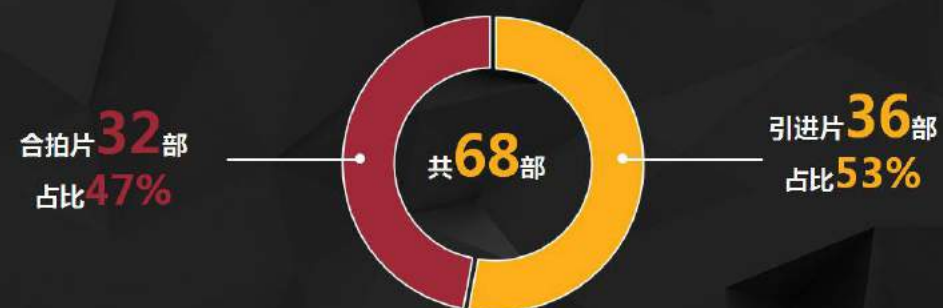
02 韩国电影在华盘点

2013年-2016年中韩合拍片片单

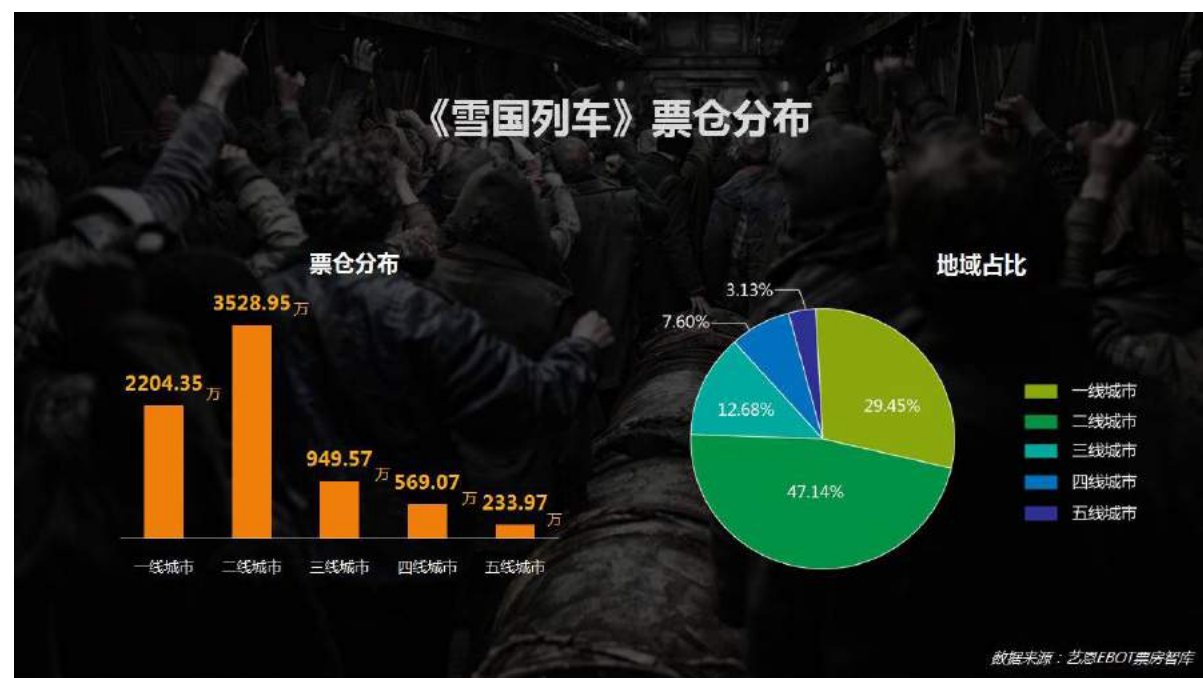
上映年份	片名	票房(万)	类型
2013年	分手合约	19284.9	爱情
2013年	大明猩	11281.7	喜剧/运动
2015年	第三度爱情	7324.9	爱情
2015年	重返20岁	36605.7	喜剧/爱情
2015年	我是证人	21525.3	剧情/悬疑
2015年	魔镜	1038.9	惊悚/恐怖
2015年	情敌蜜月	1035.4	爱情/喜剧
2015年	坏蛋必须死	4699.3	喜剧/动作/悬疑/犯罪
2016年	不速之客	387	惊悚/悬疑/犯罪
2016年	梦想合伙人	8100.6	爱情/励志
2016年	蜜月酒店杀人事件	761	惊悚/爱情/悬疑
2016年	我的新野蛮女友	3418.6	爱情/喜剧
2016年	记忆碎片	358.5	惊悚/悬疑/犯罪
2016年(在映)	赏金猎人	-	动作/喜剧/剧情
2016年(在映)	所以和黑粉结婚了	-	爱情
2016年(将映)	越界者	-	动作/公路
2016年(将映)	非常父子档	-	爱情/喜剧
2016年(将映)	平安岛	-	灾难/悬疑
2016年(将映)	花样厨神	-	剧情/励志
2016年(将映)	致命倒数	-	科幻/悬疑

韩国电影在华盘点

2000年——2016年
韩国电影在中国市场共上映68部



在中国上映的票房最高的韩国引进片
《雪国列车》| 2014年3月17日上映





03

中韩电影市场展望

【1】类型趋势

爱情 | 动作 | 剧情

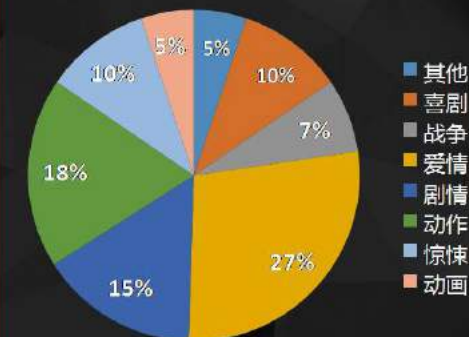
中韩合拍片政策支持

2014年7月3日，中韩两国签署《中韩电影合拍协议》

中韩电影未来展望

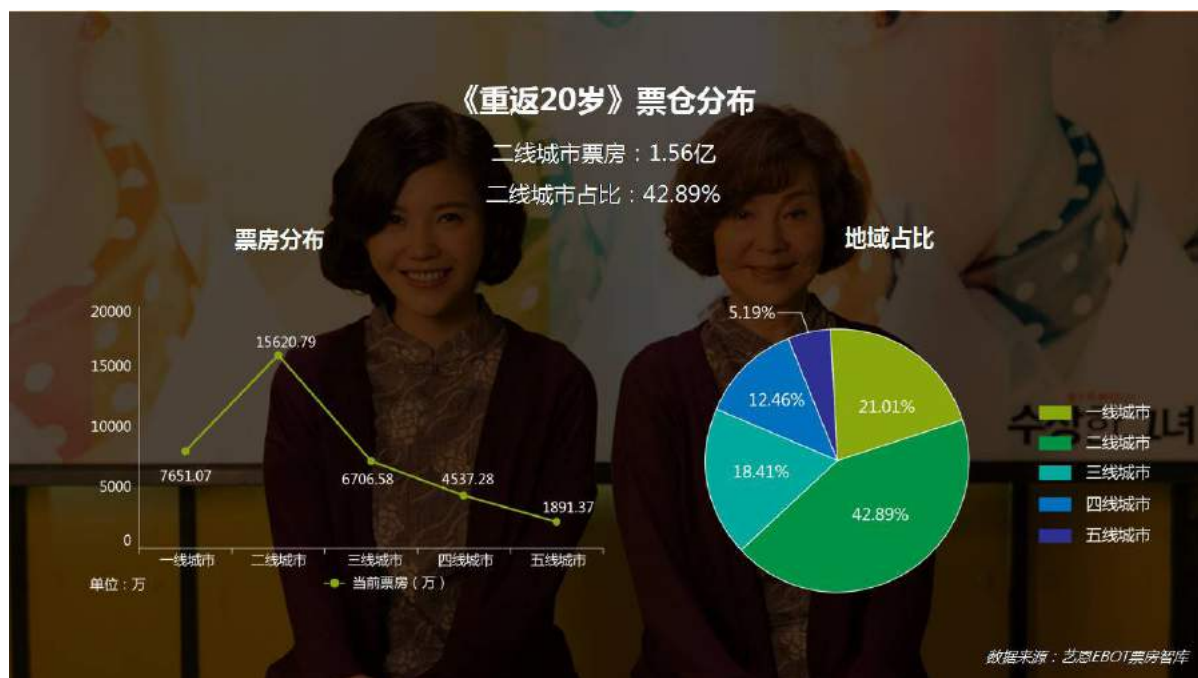
电影类型TOP5

- No.1 爱情片 占比27%
- No.2 动作片 占比18%
- No.3 剧情片 占比15%
- No.4 喜剧片 占比10%
- No.5 惊悚片 占比10%



数据来源：2000-2015年上映中韩合拍片







BIFAN TO BE THE BEST



艺恩传播总经理：Jackson

提议人 3

(株)CultureCap Media代表/ 中国Xing.I.E.PICTURES代表

崔舜植



毕业于庆熙大学英语系，曾担任HANA MUSIC和 (株) Open You Culture(原身为九头蛇音乐工作室)的共同代表，之后建立株式会社CultureCap Media，开始涉足影视界和音乐界。CultureCap Media与communication phoibos合并后担任代表，目前担任CultureCap Media的代表，同时兼任 (株) STAR HOUSE MEDIA 经营代表和 中国Xing.I.E.PICTURES代表。继处女作《玫瑰色人生》(金弘準, 2005) 之后，他开始了自己的音乐制作、编导生涯。他做了各式各样的影视插曲，包括《记忆中的风琴》(李荣宰, 1999)、《朋友》(郭景泽, 2001)，《威基基兄弟》(林顺礼, 2011)等。此后还加入了电影和音乐剧的制作，代表作有《我的小小新娘》(金浩俊, 2004)、《珍妮朱诺》(金浩俊, 2005)、《无法阻挡的婚姻》(金成旭, 2007) 等。在制作《舞者的纯情》(朴英勋, 2005)、《五感图》(闵奎东、边赫、吴基焕、刘永植、许秦豪, 2009) 以后，开始负责制作中韩合拍网络电视剧，2016年目前正在参与中韩合拍电影《赏金猎人》的总制作。

韩中共同制作案例研究

〈赏金猎人〉

01

〈赏金猎人〉

导演
制片人
编剧
主演

申太罗
黄百鸣 金圭烷
黄子桓
李敏镐
钟汉良
唐嫣
徐正曦
樊少皇
吴千语

配演



02

〈制作时间〉

2015年3月	选定李敏镐出演
2015年5月	preproduction开始
2015年9月3日	开拍
2015年12月	杀青
2016年2月	部分拍摄结束
2016年3月	后期制作结束
2016年3月	发行公司选定
2016年5月	3D Converting结束
2016年6月9日	1期计划上映日
2016年7月1日	上映

03

〈拍摄地〉

拍摄地	韩国-仁川
	韩国-济州岛
	韩国-电影摄影棚
	泰国
	香港
	日本

04

〈工作人员安排〉

除了后期配音的地点和工作人员以外，其他全部安排韩国工作人员

2

06

〈关于投资〉

投资公司的梗概

- 联合创投
- Pegasus
- Harmonize Entertainment

7

05

〈演员挑选〉

李敏镐的角色梗概

- 从2014年月开始到2015年2月截止共80篇作品
- 直到最终从2篇作品中选定为止
- 其他主配演的角色梗概

3

07

〈制作过程〉

- 制片公司Star House
- 中国的偶像明星和他（她）们的经纪人
- 韩国的现场
- 泰国的现场和专门的工作人员
- 中文配音

3

〈发行公司和市场营销〉

- 中国发行公司的选定
- 中国的市场营销

谢谢

讨论者 1

(株)望月人代表

尹昌业



尹昌业毕业于西江大学，专修经营学和新闻广播学，曾在专业电影投资公司 (株)IM Pictures负责投资和制作的相关工作，后担任 (株)Fine Works的企划理事。曾是秋溪艺术大学影像商务系的兼职教授，目前担任电影振兴委员会KOBIZ的中国企划/制作特聘讲师、韩国电影制片人协会 (PGK) 运营委员、(株)望月人电影公司的代表理事。从开始负责电影《我的野蛮女友》(2001)的海外推广以来，前后参与《我的野蛮初恋》(2003)、《英语完全征服》(2003)、《犯罪的再构成》(2004) 等各种作品的投资、制作、分配和营销工作。《心心历险记》(2006) 是他作为总制片人的第一部作品，之后拍摄了电视电影《夏娃的诱惑》、网络漫画《马诺一家》等各种题材的影视作品。最近还策划、制作了中韩合拍电影《我是证人》和中韩合拍50集特摄片《群英传奇-梦想三国》。

讨论者 2

儒意影业总经理

席小唐



席晓唐,现任儒意影业总经理, 毕业于中欧国际商学院工商管理硕士， 2005年进入海隆石油工业集团历任法务总监。后在华视影视任职于法务总监。 他以制片人的身份参与了多部电影和电视剧的制作。他的代表作品有电影《老男孩 猛龙过江》《夏有乔木 雅望天堂》《致青春 原来你还在这里》，电视剧《北平无战事》。



English

Overview

Title of Event	Case Study : Korea-China Coproduction
Date	July 23(Sat) 14:00-17:00
Venue	Crystal Room, 4th Floor of Koryo Hotel
Co-presented by	Korean Film Council, Korean Film Producers Association, Producers Guild of Korea, Bucheon International Fantastic Film Festival

Program

Part 1. Inauguration & MOU signing ceremony

14:00	Opening & Forum introduction Congratulatory message Greeting	BAE Jang Soo (Korean Film Producers Association, Executive Director) KIM Sae Hoon (Korea Film Council, Chairman) CHOI Yong Bae (BIFAN, Festival Director) LEE Eun (Korean Film Producers Association, President) AN Young Jin (Producers Guild of Korea, President) WANG Fenglin (China Film Producers' Association, Vice President/Secretary General)
14:20	Introduction to MOU major contents Sign MOU and take a commemorative photo	BAE Jang Soo (Korean Film Producers Association, Executive Director)
Break		

Part 2. Current situation of Korea-China co-production and Case Study

15:00 – 17:00	Presentation 1 Are you ready for Korea-China coproduction? Presentation2. Analysis of major trend of China-Korea film market Presentation3. Case study <Bounty Hunters>	ZHANG Xun (China Film Co-Production Corporation, Former President) Jackson ZHAO (EntCommunications, General Manager) CHOI Soon Sik (Culturecap Korea Co., Ltd. And Xing.I.E.PICTURES in China, President)
Break		
	Comprehensive Discussion	Andy YOON (MoonWatcher Co., Ltd, President) XI Xiao Tang (Ruyi Film, General Manager) Moderator : Jonathan H. KIM (Hanmac Culture Group, President)

Event of “Night of Chinese Movie”

19:00 –	S Convention
---------	--------------

Moderator



Hanmac Culture Group, President

Jonathan H. KIM

He majored in finance in University of Southern California, and served as a director of Seoul/Jeju/ Jeonnam Film Commission while he was president of ABEK CORPORATION, Hyeonjin Film Co., Ltd., Hanmac Entertainment Co., Ltd. and Hanmac Film Co., Ltd. Now he is President of Hanmac Culture Group and also serves as an international advisor of Asia Film Award of the Hong Kong International Film Festival.

Starting from writing scenario of film, *Mister Mama* (1992), he produced *Film-making* (1997), *The Ring Virus* (1999), *Sympathy* (2000), *Silmido* (2003), and worked as producer and filmmaker of joint production films with Hong Kong, the U.S. China, etc. Recently he participated in joint production films such as *Final Recipe* (2014) with the U.S. and *Making Family* (2015) with China.

Presenter 1



China Film Co-Production Corporation, Former President

ZHANG Xun

She worked as a section chief of Public Relations Dept. of Beijing Film Studio, head of PR & distribution dept. of China Film Co-Production Corporation, Manager of Movie Production and Management Dept. of China Film Group Corporation, and Chairman of Yunnan Film Group. From 2007 to May 2015 as President of China Film Co-Production Corporation, she had directed management, coordination and service business of China-overseas co-production movies. She promoted and distributed more than 30 movies including *Crouching Tiger, Hidden Dragon* (2000), *Shanghai Knights* (2003), *Flirting Scholar* (1993), *The Tai-Chi Master* (1993) and *King of Beggars* (1992). She worked as Executive Producer of more than 300 movies including *CJ7L The Cartoon* (2010), *Forever Enthralled* (2008), *The Founding Of A Republic* (2009), *Painted Skin* (2008), etc., and she worked as a filmmaker of a China-international co-production movie *Outcast* (2014). Since 2007, she has promoted development of China-international co-production movie and Chian-Taiwan-Hong Kong movies co-production by consecutively holding large-scale international forum such as China-International Film Co-Production Forum, China-U.S. Film Co-Production Forum, China-Australia Film Co-Production, China-France Film Co-Production, China-Korea Film Co-Production Forum, etc., bilateral meetings of each genre, China-Hong Kong Co-Production Film Symposium and China-Taiwan Co-Production Film Symposium. She gave a keynote lecture with title of “Understanding and communication is the foundation of China-U.S. film co-production” at the China 2.0 Conference thanks to invitation by Stanford University in the U.S. in 2012. She won the 2013 Co-Production Leadership Award from Asia Society in 2013, and International Gilo Pontecorvo Award from Italy in 2014.

Hello, I'd like to welcome every honored guest and press who came out today.

Before we begin, I'd like to thank Bucheon International Fantastic Film Festival for offering me such a wonderful place and a chance that allowed me to meet and communicate with all of you. I would like to share my experience with you and hope that you will meet the best friend and the greatest partner in China today. I've been working for Chinese Film Collaborative Production Corporation (CFCPC) for 7 years, and have been managing, mediating, and providing service tasks for joint production films for the Chinese film industry. Throughout my career with them, I realized my dream of making countless joint films by helping Chinese and foreign film personnel. I understand that there is an increasing number of Koreans who want to participate in Chinese films due to its rapid development and the expansion of the Chinese movie industry. Then, let's talk about a Korean-and-Chinese-made film.

First of all, we need to talk about the definition of a Chinese Collaborative Film.

It's a film that is written and invested by both partners. Partners will share not only the danger, but also the profit. Stories of a Collaborative Film can take place in any country and region, but there needs to be a systematic relation with China. Also, the Chinese main actors should have a third of an importance. The investment proportion has to be 20% or more. Collaborative Films are treated like Chinese national films, enjoy the privilege in aspects such as the ratio of dividends, and have no quarter limits. Once the shooting is done and the finished product passes deliberation, it can be distributed to cinemas immediately. The other method of collaboration is a shooting cooperation. China does not invest or own the copyright with this method, but helps foreigners to shoot in China. Shooting-Cooperation films can't be distributed in China directly. They have to go through import procedure in order to get into the Chinese industry. Let me put it in simpler terms. There are two methods of Chinese and foreign collaboration; collaboration and shooting cooperation. Regardless of the methods, film scenarios are needed when requesting collaboration plans in China.

Note 1: Main actors not only appear in the movie, but also have to play the role in the entire film, from beginning to end. For example, Chinese actors played in films such as “Suicide Squad” and “Iron Man,” but their roles weren’t anything major, and the plot was a typical American plot. These films fall into shooting cooperation category.

Note 2: Whether it's China or Korea, the party with a smaller investment ratio has to make an investment of at least 20%.

Second, Collaboration in China and shooting cooperation progress procedure.

1. If there is a material suitable for a Korean-and-Chinese-made film, you need to find a collaborative partner in China. If both parties agree, both parties will sign the MOU.
2. The first Chinese exhibitor must request SARFT for a review of a scenario, letter of intent, a plot, and other materials.
3. The first Chinese exhibitor must prepare the material (including the local opinion on the scenario) and request CFCPC for a plan. If CFCPC asks for an edit, they must respect it.
4. After the review, CFCPC forwards the material to the Film Management department for the plan.
5. Once the planning process is completed, both partners sign the collaboration contract and start shooting.
6. After the shooting is done, the first Chinese exhibitor forwards the completed product to the local SARFT, and the production company sends the local opinion and related materials to CFCPC.
7. CFCPC sends the opinion that they received to the Film Supervision department, and makes the final decision according to the department's opinion.
8. Once all of the prior procedure is completed, technical evaluation takes place.

9. Then, it proceeds to promotion, distribution, and screening.

Note: detailed procedure help: Chinese Film Collaborative Production Corporation (CFCPC) Phone Number: 010-86096953

Third, The place and superiority of Korean-and-Chinese-made film in Chinese-and-foreign made film.

Amongst Chinese-and-foreign-made films, Chinese-and-Hong Kong-made films still hold an important place by taking 70% of this industry. Collaborative films with the USA take about 8%. There were 35 Chinese-and-foreign-made films that were produced last year, and there were 4 Korean-and-Chinese-made films, which is a little more than 10% of the proportion. According to this statistics, the important role of Korean-and-Chinese-made films was confirmed. There were two Korean-and-Chinese-made films that were planned in the beginning of this year. In July 2014, Korea and China signed a collaborative cooperation between their governments, and strengthened and standardized the collaboration between the Korean and Chinese film industry. Collaborative coexistence is the common desire in both countries. I hope you can enjoy the benefits that was brought by the rapidly grown Chinese film industry. After all, this growth happened alongside the Korean film industry. On October 30th last year, Maoyu, who was the vice chief of National Newspaper Electric Publication Department at the time, said “Both of our countries are in the eastern part of the world map, and have similar cultures and development tracks. Korean films taught the Chinese film industry many lessons and gave confidence through their various efforts that they put into dealing with the industry’s pressure, and successful results” at the Korean and Chinese Animation Cooperation Business Sit-together Conference in Seoul.

The Korean movie industry is an unequaled presence in areas such as industry management, production technology, and administration model, but we should learn from many advanced experiences at the same time. Due to the push from the Chinese government and constant exertions of film personnel, the Chinese film industry maintained a continuous healthy, steady, and scientific progress for many years. There are more than 600 movies produced a year, the box-office record is increasing by 30% every year, and the number of screens went over 35,000. This impressive statistics became a steady foundation of the collaborative effort of the Korean and Chinese film industry, and provided a high quality platform. Therefore, the future of the Korean-Chinese film collaboration is very bright.

Fourth, problems during a Korean-and-Chinese-Made movie shooting process.

There are many similarities between Korea and China, but due to the difference in language, living habits, methods of taking care of business, and thought process, each has its own unique values and an outlook of the world. It is important to try not to change each other, and the best way to address this problem is by adapting to each other, learning from each other, and fusing with and liking each other. We need to look straight at the reality. The following are problems that currently exist during the process of Korean and Chinese collaboration.

1. There is a lack of an effective and deep communication and exchange, and both countries need to develop more cinematic resources. Capital is also lacking, and they are not performing to their full potentials. Communicating with an open mind is also still lacking.
2. There are more remake works than original works. Through an experience over many years, the directing ability of China is evolving quickly. Time, international insight, and open mindedness are necessary to solve the problem of lack of original works. Your sight determines your world. There are successful cases of remake works, but the Chinese cultural color is lacking due to a rigid and simple imitation. The public doesn’t fully approve these films because of these reasons.

Korea and China must strengthen their collaborative effort on scripts, and share their strengths. The goal of Korean and Chinese collaboration isn't either the Chinese film industry or the Korean film industry. I

love the Korean film Masquerade, because they turned an absurd plot into a fun movie with full of nice touches. The movie The Admiral: Roaring Currents received great reviews from the audience in China. There are many talented individuals in Korea. I think Korean-and-Chinese-made films can create a miracle through a mutual supplementation about technological development, seeking genre movies, and industry marketing.

Fifth, Main aspects that China focuses on Korea during the Korean and Chinese collaboration.

1. The quality of the Korean company and its employees. Quality of a prior work, personality, collaborative mind, and skills are included in this.
2. Capital, individuals, technology, innovation, and global marketing abilities.
3. Scenario creating abilities of Koreans.
4. Innovative abilities of individuals in the technology field.
5. A true collaboration, rather than a collaboration in a form of purchasing regional publication rights or televising rights.

Sixth, which films are popular?

In the recent couple years, the Chinese movie industry developed rapidly. There are about 35,000 screens now, and films of various genres are being loved in theaters due to a pleasant and comfortable screening environment. The main audience is the young adults in the age of 18-30. Going to a movie became the most cost effective method of dating. Most of these young adults are only child, which makes them possess a strong individuality, and find topic, interest, and sympathy the most important. The following is the characteristics of films that they look for when they are choosing which one to see.

1. Hollywood masterpieces with a high technological level and innovative aspects.
2. Light and fun comedy films (The Mermaid, Jian Bing Man)
3. A series that sticks with them for a long time (Transformer, Iron Man, etc)
4. A movie in the news. For example, “The House That Never Dies” is a great marketing strategy, which dramatized the 4 mystery cases in Beijing. They invested 44 million yuan (approximately 7.5 billion won), and made a 410 million yuan profit (approximately 70.1 billion won). There was another thriller movie this year, and the actor was great as well. However, the market response was cold due to the failure of buzz marketing. The movie The Mermaid was loved by everyone because of Stephen Chow. His name created the profit of 3.3 billion yuan. The low-cost movie Phoenix became a huge topic during the screening process. With the help of this buzz, it created 80 million yuan profit. As the time progressed, teen melodramatic films lost popularity. The power of Chinese directors is an aspect that deserves an attention. They are full of ideas and passion, and portrayed familiar stories through a new cinematic linguistic environment. Even though it seems out of order, it is full of life.

Seventh, a proposal to those of you who genuinely want to collaborate.

1. It's important to choose a partner who is both talented and sincere. Both film personnel need to be careful in this aspect. There are 1,500 production companies in China and they're investing smoothly. If it is a good project that could have an international influence, it will be easy to find good investors and collaborative partners in China.
2. It needs to be based on interchange, cooperation, and coexistence. The plot of a collaborative film should not contain a hideous story, and should not hurt the feelings of each other. It shouldn't hurt the feelings of the third country either.
3. The film shouldn't contain a plot that encourages obscenity, violence, gambling, and crime.
4. The industry wants an order. Everyone agrees with this part. Materials that deal with Chinese revolution, important historical events, and Chinese leaders aren't suitable for a collaborative film. At least, it won't be suitable for a foreign director to direct it. Only Chinese directors can express the factuality of the historical events and the status of their leaders through a sentiment that only they can feel. All of humorous metaphors and false metaphors will create a sense of hostility amongst the Chinese audience. It must be the same for the Koreans.

When there is time, go on the Chinese Film Collaborative Production Corporation website and National Newspaper Electric Publication Department website and read 52 command and 31 command, and you will be able to understand the demands for collaborative films more easily.

Today's generation is the generation where we share our strengths and resources. How great of a show will we be able to put out if one person collaborates with many people, and a corporate collaborates with many corporations? If Korea sincerely collaborates, the effect will be international! I hope every one of you will brighten yourself with your light and give others warmth. Thank you.

Jackson ZHAO



He is in charge of overall operation and management of the company including business strategy, drama & movie project investment risk evaluation, crossover movie marketing brand PR, etc. He has implemented in-depth research in movie investment risk evaluation and market judgement fields and accumulated practical experience. He participated in many movies such as *Transformers: Age of Extinction* (2014), *Insurgent* (2015), *Dragon Blade* (2015), *We Get Married* (2015), *Ip Man 3* (2015), etc. Notably he owns a number of successful cases in fields of drama & movie big data, market insight and business applications in the movie industry.

Trend Analysis of China-Korea Film Market

EntCommunication

Table of Contents

CONTENTS

01

| Current Status of Chinese Film Market

02

| Current Status of Korean Films in the Chinese Market

03

| Prospect of China-Korea Film Market

01

Current Status of Chinese Film Market

中国电影市场盘点

Current status of the first half of 2016



中国电影市场盘点

Overall Status



자료출처 : 아만EBOT박스오피스링크뱅크 2016-06-30 기준

中国电影市场盘点

【Domestic film-Imported film】 Box Office Share



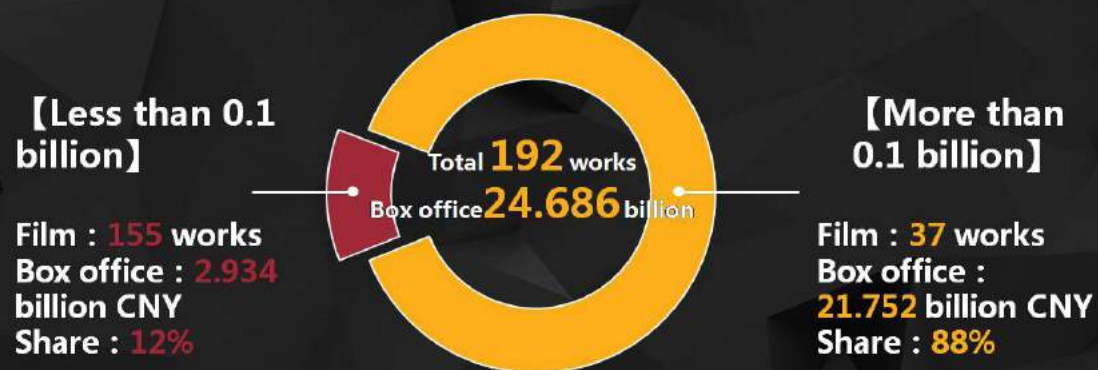
As of Jun. 30 2016

01	1 billion and more	7 works
02	0.5-1 billion	9 works
03	0.1-0.5 billion	24 works
04	50-100 million	13 works
05	30-50 million	14 works
06	10-30 million	15 works
07	10 million and less	110 works

Comparison of 【Monthly Box Office】 between the first halves of 2015 and 2016

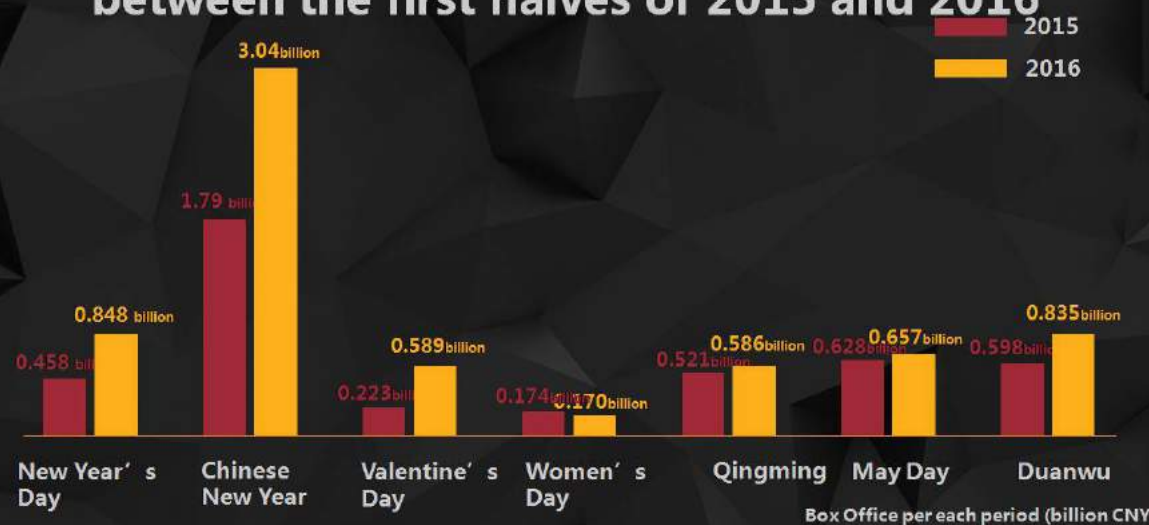


Box Office Analysis of the First Half of 2016



As of Jun. 30 2016

Comparison of 【Box Office per Screening Period】 between the first halves of 2015 and 2016



【Status per Screening period】 in the first half of 2016

Period	Box office per screening period (million)	Box office compared with the same period	Screening Period
New Year' s Day	848.58	↑85.08%	2016-01-01~2016-01-03
Chinese New Year	3043.02	↑69.29%	2016-02-07~2016-02-13
Valentine' s Day	589.37	↑164.35%	2016-02-14~2016-02-14
Women' s Day	170.38	↓2.47%	2016-03-08~2016-03-08
Qingming	586.22	↑12.97%	2016-04-02~2016-04-04
May Day	657.68	↑4.69%	2016-04-30~2016-05-02
Duawu	835.83	↑39.57%	2016-06-09~2016-06-11

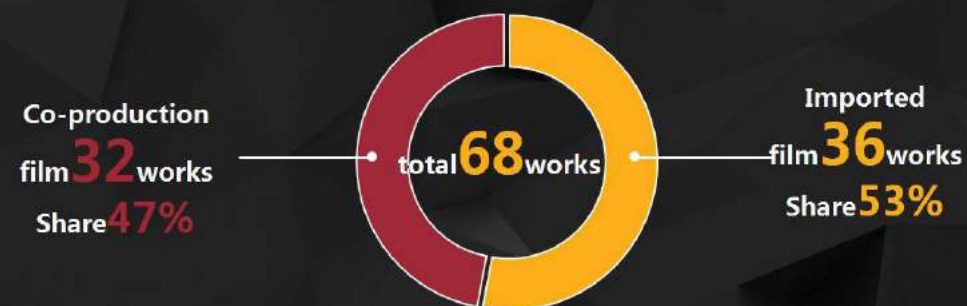
Current Status of Korean Films in the Chinese Market

Box of TOP10 in the first half of 2016

Rank	Title of Film	Total box office(million)	State and Region
1	Meraid, 2016	3,391.40	China/ China Hong Kong
2	Zootopia, 2016	1,530.30	U.S.A.
3	Warcraft: The beginning, 2016	1,461.97	U.S.A.
4	Captain America: Civil War, 2016	1,246.03	U.S.A.
5	The Monkey King the Legend Begins, 2016	1,200.79	China
6	From Vegas To Macau, 2016	1,117.84	China/ China Hong Kong
7	Kung Fu Panda 3, 2016	1,001.76	China/U.S.A.
8	The Jungle Book, 2016	979.32	U.S.A.
9	Star Wars: The Force Awakens, 2015	825.39	U.S.A.
10	X-Men: Apocalypse, 2016	801.44	U.S.A.

2000——2016

Total 68 Korean films have been played in the Chinese market



2013-2016 China-Korea Co-production Film List

Year of Show	Title of Movie	Box office (Million)	Genre
2013	A Wedding Invitation	19284.9	Melodrama
2013	Mr. Go	11281.7	Comedy/Sports
2015	The Third Way of Love	7324.9	Melodrama
2015	Miss Granny	36605.7	Comedy/Melodrama
2015	The Witness	21525.3	Comedy/Mystery
2015	The Mirror	1038.9	Thriller/Horror
2015	Honey Enemy	1035.4	Melodrama/Comedy
2015	Bad Guys Always Die	4699.3	Comedy/Action/Mystery/Crime
2016	The Guest	387	Thriller/Mystery/Crime
2016	Miss Partners	8100.6	Melodrama
2016	Murder At Honeymoon Hotel	761	Thriller/Melodrama /Mystery
2016	My New Sassy Girl	3418.6	Melodrama/Comedy
2016	Memento Mori	358.5	Thriller/Mystery/Crime
2016 (On Show)	Bounty Hunters	-	Action/Comedy
2016 (On Show)	So, I Married My Anti-fan	-	Melodrama
2016 (Scheduled to be on show)	Cross Border	-	Action/Road
2016 (Scheduled to be on show)	Making Family	-	Melodrama/Comedy
2016 (Scheduled to be on show)	Pyeongahn-do	-	Disaster/Mystery
2016 (Scheduled to be on show)	Final Recipe	-	Comedy/Drama
2016 (Scheduled to be on show)	RESET	-	SF/미스터리

Box office record : 74.86 million



Preview
3 days



Screening
43 days



Accumulated
no. of screening
186,194



Accumulated
no. of audience
2.4 million

Douban mark : 7.2

Mtime mark : 7.6

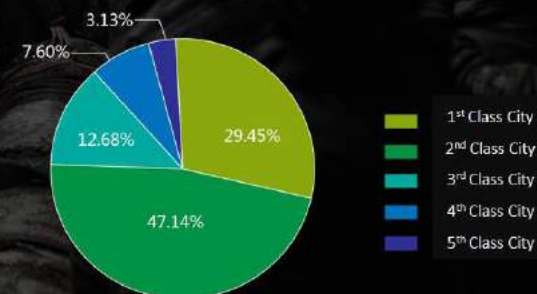
Source of Data : 艺恩EBOT Box office think tank

A Korean movie which recorded
the **highest box office hit** in China
《Snowpiercer》 | Played on Mar. 17, 2014

Box office distribution of 《Snowpiercer》

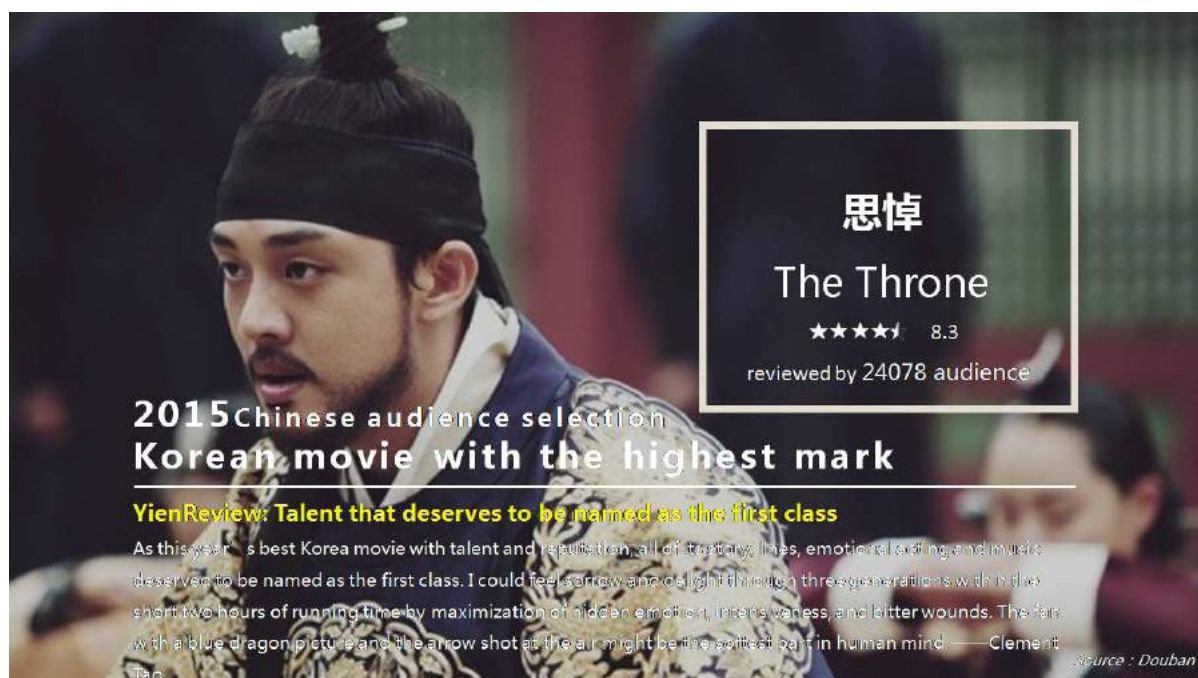
Box office distribution

Regional Share



자료출처 : 艺恩EBOT박스오피스랭킹





【1】 Genre Trend

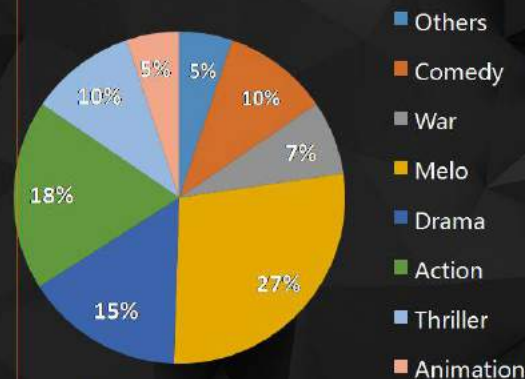
Melo | Action | Drama



中韩电影未来展望

Film Genre
TOP5

- No.1 **Melo** share **27%**
- No.2 **Action** share **18%**
- No.3 **Comedy** share **15%**
- No.4 **Comedy** share **10%**
- No.5 **Thriller** share **10%**



Source : China-Korea Co-production films played in 2000-2015

【2】 Box office distribution

2nd Class City

2nd Class Cities are the important place for box office of the Chinese Market

List of 2nd class cities (total 30 cities)

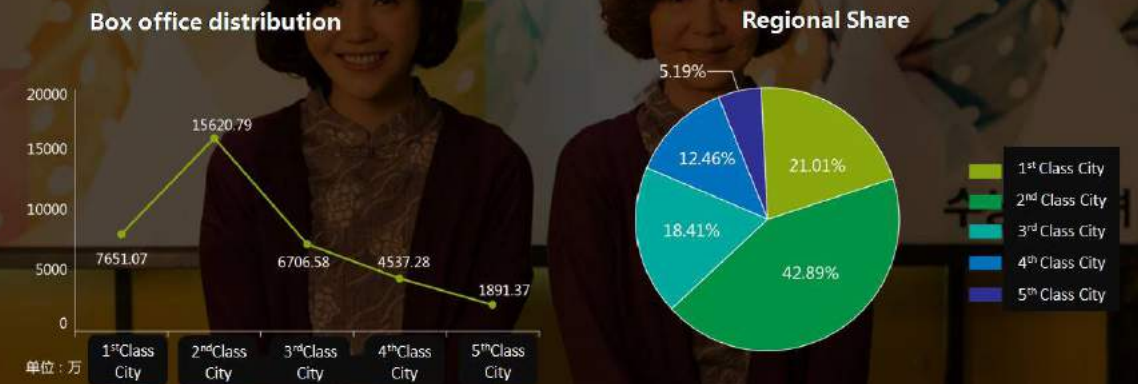
Hangzhou	Zhengzhou
Nanjing	Shijiazhuang
Jinan	Suzhou
Chongqing	Foshan
Qingdao	Tongguan
Dalian	Wuji
Ningbo	Yantai
Xiamen	Taiyuan
Chengdu	Hefei
Wuhan	Nanchang
Harbin	Nanning
Shenyang	Kunming
Xi' an	Wenzhou
Changsa	ZIBO
Fuzhou	Tangshan

Distribution map of 2nd class cities

《Miss Granny》 Box office distribution

2nd class city box office : 156 million

2nd class city share : 42.89%



Source : 韩国EBOT Box Office Think Tank



【3】 Operation Model

Produce two works
with one scenario



【4】 EntCommunication Viewpoint

Local Harmonization

BIFAN
TO BE THE BEST

Market Proposal on China-Korea Co-Production Film

- Market Analysis
- Local Harmonization
- Cultural Difference
- Basic Audience
- Emotional Sympathy



EntCommunication President : Jackson

CHOI Soon Sik



He majored in English Language and Literature in Kyunghee University and established Culturecap Media Co., Ltd. after working at Hana Music and OpenUCulture Co., Ltd. (former Hydra Music Studio Co., Ltd., Co-president), and he has worked both in the film industry and the music industry. He was a president and after merger with Poibos Co., Ltd., and now serves as president of media business department of Starhaus Co., Ltd. and president of China Xing.I.E PICTURES while he is president of Culturecap Korea. Starting his career as a musical producer of film, *Rosy Life* (1994), he worked as a musical producer and music director of many films of diverse genres including *The Harmonium In My Memory* (1999), *Friend* (2001) and *Waikiki Brothers* (2001). He expanded his working area to filmmaking and musical production by producing *My Little Bride* (2004), *Jeni, Juno* (2005) and *Unstoppable Marriage* (2007). After working on *Dancing Princess* (2005), *Five Senses of Eros* (2009), he participated in joint production program in Chinese web-drama, and also participated in producing *Bounty Hunters* (2016), Korea-China Joint Production Film as an executive filmmaker.

Korea-China Co-production
Case Study

〈Bounty Hunters, 2016〉

01

〈Bounty Hunters, 2016〉

Director	Tea-ra Shin
Executive Director	Raymond Wong
Writer	Edmond Wong, Gyu-hwan Kim
Lead role	Min-ho Lee Wallace Chung Yan Tang
Supporting	Jones Jeremy Louis Fan Korena Ng



02

〈Production Period〉

Mar. 2015	Starring of Min-ho Lee was determined
May 2015	Started preproduction
Sep. 3, 2015	Crank in
Dec. 2015	Crank up
Feb. 2016	Completed partial filming
Mar. 2016	Completed latter part
Mar. 2016	Determined the distributor
May 2016	Completed 3D-converting
Jun. 9, 2016	the first planned date of release
Jul. 1, 2016	Release of the film

2

04

〈Composition of Staff〉

All staff except for location and staff for dubbing in the latter part were consisted of Koreans.

3

03

〈Filming Location〉

Filming locations	South Korea - Incheon
	South Korea - Jeju Island
	South Korea - Set (Studio)
	Thailand
	Hong Kong
	Japan

4

05

〈Casting〉

Min-ho Lee Casting Story

- 80 works from Jan. 2014 to Feb. 2015
- Until determining one among the final two works
- Casting story related with other actors/actresses in leading/supporting roles

5

06

〈Investment〉

Investment company story

- Union Chang-tu
- Pegasus
- Harmonize Entertainment

110

08

〈Distribution and Marketing〉

- Selecting distributor in China
- Marketing in China

111

07

〈Production Process〉

- Producer, Starhaus
- Chinses top stars and their managers
- Site in South Korea
- Site in Thailand and professional staff
- Dubbing in Chinese

110

Thank you.

Panelist 1



MoonWatcher Co., Ltd, President

Andy YOON

He majored in business and journalism in Sogang University, worked at investment/production dept. of IM Pictures Co., Ltd, which is an investment company specialized in film, and worked as a planning director of Fineworks Co., Ltd. He was an affiliate professor at the Department of Image Business of Chugye University for the Arts, and now serves as Consultant in Chinese planning and production in KoBiz, Korean Film Council, Operation committee member of Producer Guild of Korea and President of MoonWatcher Co., Ltd, which is a contents producing group. Starting from overseas sales management of *My Sassy Girl* (2001), he participated in investment, production management and distribution and marketing of various works such as *Crazy First Love* (2003), *Please Teach Me English* (2004) and *The Big Swindle* (2004). Since he started to work as a producer by planning *Hearty Paws* (2006), he produces films of diverse genres such as Four TV film series *Temptation of Eve* as executive chief producer and Webtoon *Mano’s Family – Season 1 and 2* as planner and producer. Recently, he planned and produced Korean-Chinese movie *The Witness* (2015) and 50 series Korean-Chinese TV tokusatsu *Legend Hero*.

Panelist 2



Ruyi Film, General Manager

Xi Xiao Tang

He acquired MBA degree in China Europe International Business School, worked at Hailong Group of Companies as a Director of Judicial Affairs from 2005 to 2011, HS Entertainment as a Director of Judicial Affairs from 2011 to 2012 and now he is a General Manager at Beijing Ruyi Film. He operated few films as an executive producer such as *Sweet Sixteen* (2014), *Old Boys: The Way of the Dragon* (2015), *So Young* (2015) and TV series *Nirvana in Fire* (2014), *No Fighting in Beijing* (2014) as well.



