



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale

(*ordinamento ex D.M. 270/2004*)

in Lingue e istituzioni economiche e
giuridiche dell'Asia e dell'Africa
Mediterranea

—

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Tesi di Laurea

Il China Film Group Corporation: un caso emblematico nel nuovo mercato cinematografico cinese

Relatore

Ch. Prof.ssa Elena Pollacchi

Laureando

Giordano Micucci

Matricola 818918

Anno Accademico

2012 / 2013

前言

21 世纪初期，中国电影的年产量不足 100 部，而且大多数由政府直接或间接投资拍摄。市场低迷，票房每年在 5-6 亿人民币左右。电影院依靠好莱坞大片维持生计，唯一卖座的国产电影是一些导演如冯小刚执导的所谓的“贺岁片”。

那时候，电影文化业处于低潮，而电视明星，电视节目和电视剧则风头正劲。处于崩溃边缘的中国电影业在 2004 年开始改变。

消除进入门槛和放松审查要求使得电影业开始向大众公司和资金开放。电影制作过程和电影院甚至开始对海外资金开放。由此，电影业成为了中国文化产业中最开放和最先进的产业之一。从那时开始，中国电影业进入了一个黄金时期，年产量和票房都迅速增加。电影产业也变得更有影响力，吸引了充分的资金来投资，赞助和支持各种电影。现在中国的电影产业不但是中国文化产业的领头羊，而且还吸引了广泛的国际注意力。

去年，尽管经历了经济危机，中国电影产业却获得了出人意料的强劲增长。当政府努力刺激经济以达到 8% 的增长率的时候，电影票房收入却相比 2008 年同期增长了将近 50%。相对于环球电影业 8% 的增长率，这是一个出色的表现。中国已成为世界电影增长最快的市场之一。

面对 2009 年好莱坞大巨资投入大片的激烈竞争，如“变形金刚”，“哈利波特和混血王子”，国产电影仍然取得了超过一半的市场份额。而且，有 12 部国产电影都取得了票房超过 1 亿人民币的好成绩。

“建国大业”是中国第一部总收入超过 4 亿人民币的国产电影。并且，第一次有了 5 部国产电影票房同时超过 2 亿元人民币。

除了世界知名的三位导演-冯小刚，张艺谋和陈凯歌以外，一些年轻的导演也显露了他们的才华。其中包括宁浩，“疯狂的赛车”的导演；路川，“死亡之城”的导演和高群书，电影“风声”的导演之一。

中国电影业正在经历一个从以往只有一两个电影制作公司高高在上，转变为多种有创造力的人才和多样化的电影为基础，支持着主流电影大片，并辅以低成本电影的格局。我相信电影业会在此之后进入一个快速发展的黄金时期！

中国电影业发展的令人惊奇之处是它在如此短暂的时间繁荣了起来。中国是最大的免费电视频道和电视剧市场，也是世界上最大的盗版市场之一。你可以以极低的价格轻易得到电影和其他娱乐内容。尽管如此，更多的人还是愿意为在电影院里看一场电影而付出不菲的时间和金钱。也许这就是中国电影票房在过去 7 年里持续保持了 30% 的年增长率的原因。

然而，尽管电影业保持了高速增长，它的基础仍然薄弱，并且仍然面临着好莱坞电影，电视剧和盗版音像制品的激烈竞争。作为一个上升中的产业，它的未来发展仍有一些障碍有待克服。

其中的一个障碍是欠发达的电影院可能影响市场的进一步扩张。在过去，电影院的建设不能完全满足观众们的需要。当房地产价格持续攀升，新影院的建设受到了不断上涨的成本的限制。当地政府应该为文化设施提供一些空间，否则，从长远来看，现有的影院建设速度将难以保证电影业未来的生存。

缺少大型的电影公司是另外一个有待解决的问题。具体而言，中国电影业缺乏重量级的知名电影公司，从而使投资的无序导致效率的缺乏。并且，低水平的公司分工意味着难以吸引高质量的资本。

例如，金融机构不能轻易地分别所投资项目质量的高低。相关政府部门应该建立制作和发行法规，从而保证整个行业的健康成长。

另一个问题是中国电影缺乏国际影响力。虽然过去中国的一些电影，如“英雄”，吸引了大批国际观众，但是近年来，鲜有中国电影获得国际奖项并在世界范围获得成功。过度的商业化倾向是其中的原因之一。另一个可能的解释是为了充分利用外国公司的国际化经验和提高中国电影的水平 and 竞争力，政府调整了国内与海外联合制作的规则，从而使得外国资本可以直接投资于影片项目。

人才的培养是另外一个障碍。在全球化的今天，我们应该建立一个提升中国电影专业化水平的学生培养机制。

最后，应该有一个建立在文化多样性基础上的主流中国电影美学判断标准。电影观众应该不仅被电影的制作效果，而且也为其文化价值和影响力所征服。如果中国电影能在这方面取得一些突破，向国内外观众展现中国的文化价值，这将会对文化产业和社会进步做出巨大的贡献。

如今，中国电影业正在尽最大努力进行商业化发展。当电影界只为迎合最普通的大众口味的时候，这将导致无人喝彩的票房收入，并且使其形式大于实质。电影是一种扎根于艺术的文化娱乐产品。没有艺术性，它将变成仅仅是一个消遣形式和简单注意力的分散。

无论电影的艺术性存在与否，这都是一个衡量电影业成熟程度的重要标志。模仿像“满城尽带黄金甲”和“赤壁”这样把所有的商业化元素堆积在一起拼成一个冷盘的电影，将永远无法再次获得成功。

最近的中国大片的成功得到了关键的支持。影片如“集结号”，“梅兰芳”，“建国大业”，“风声”，“十月围城”等显示中国电影在形式和精神上都已得到长足发展并成熟。但是，中国电影业仍然任重道远。在从一个主要电影生产大国向世界电影业领先大国的转变的路上，它还有很长的一段路要走。

中国电影集团公司于 1999 年在经中华人民共和国国务院的批准建立。它集成了 8 个单位：中国电影公司，北京电影制片厂，中国儿童电影制品厂，中国电影合拍片公司，中国电影设备器材公司，中国中央电视台（CCTV）-电影频道，北京电影洗印/录影厂和华韵影视光碟有限公司。

从它的建立之时起，中影集团在适应现代企业制度的要求，进行了企业重组，资本联合和知识产权系统改革，逐渐完成了资源发展和人员与财产管理的整合。它发展出了一套适用于多个产业发展的产业链式操作模式，主要包括：影视制作，发行和放映；合拍管理，协调和服务；院线经营和管理；数字制作；数字影院建设和管理；电影洗印；电影进出口；制作设备销售；相关产品开发；数字光碟制作；媒体操作；广告；资产管理；和房地产开发。现在，中影集团控制着总额达 28 亿人民币的资产，包括 15 个完全控股的子公司，30 个部分控股公司，以及一个电影频道。

最近几年，中影公司在不断推进向股份制改革的转变，实现了主要投资者的多元化，增大了制作规模，增强了运营和筹资能力。在自己巨大的有形和无形资产的基础上，它还吸引了相当可观的社会资金和海外资金，并且与许多海内外知名公司展开了合作。

中影公司通过多种方法，开辟了新的筹资渠道，从而可以创造更大的增长空间，加快发展速度，逐渐建立满足市场需要的运营机制，加快工业化发展进程，增强运营、企业管理、市场营销和现代化建设，并增加它的实力，影响力和核心竞争力。它建立了一个国内一流，世界先进的大规模电影产业集团，以影视制作运营为主题，高科技为先导，集成了多个行业的共同发展。在集团的发展上，国有资本占有主导地位，但同时也包括了多种资金渠道，如私有资金，社会资金和海外资金。

中影集团对发展其影视制作给予了最大的重视。我们最大的目标是坚持“三结合”的原则（结合实践，结合生活，结合人民群众），保持正确的制作方向，并丰富人民群众日益发展的精神和文化需求。影视制作被重组为以下三个单位：北京电影制片厂，它拥有 50 多年的历史以及参与制作了近千部电影；中国儿童电影制片厂，它是一家专门制作儿童电影的制片厂；和中影合拍片公司，它专注于与其他国家和地区联合制作影片。电影制作股份制改革的加速，使得中影集团的制作能力得到了加强，制作范围得到了增大。集团的译制片，电视剧，电视电影和其他产品在中国电影产业中占据领先地位，并且赢得了 100 多个国内外的奖项。

中影集团联合并吸引了一大批优秀的影视人才，并为他们提供了一个非常优越的创作环境和高质量的服务。同时，它还支持并训练了一代新的编剧和导演，并为他们提供了一个发挥他们创造力的舞台。

通过控股，参股和联合管理，中影集团与数百个电影院合作建立了许多院线。它每年有能力发行上百部影片。

作为唯一一家国家授权的海外电影进口单位，中影集团和 100 多个货架和地区的 400 多家电影公司建立了合作关系，并且在洛杉矶，巴黎开设了分支机构，从而可以不断为中国观众带来有很高艺术和科技价值的影片。

中影集团以高科技为先导，不断加速其在技术革新方面的步伐。它已经建立了一家国内规模最大，技术最先进的数字电影制作中心- 华龙电影数字制作有限公司，

和中国电影数字影院有限公司，其着重建设与管理数字影院。中影集团拥有一个数字特效系统，其可以将电影处理转化为高清资源，且是国内唯一一家可以创造数字放映母带的系统。它装备有所有完成一整套数字制作所必需的设备和条件，已经成为了国家级数字电影工业化制作的样板。中影集团的数字电影技术在世界数字电影的发展中都举足轻重，而且在不断地增加数字制作，发行和放映范围的过程中，引起了世界同行的注意。

中影集团属下的电影频道是一个国家级的专门放映电影的电视频道。多年以来，它的收视率和市场份额在中央电视台的所有频道中都稳居第二。每天它都播放 19 个小时的各种节目，包括 9 部国内外电影，各种各样的卡通节目，艺术节目，科教电影，纪录片和特别节目。它也开创了一些高质量的节目如“中国电影报道”，“流金岁月”和“佳片有约”。它成功地支持并播出了国内外的一些主要电影。它的付费点播家庭影院频道每天都放映 10 部电影，而视频付费点播则每天播出 5 部电影。它还建立起来一个拥有接近 2000 部电影的国产电影库，并拥有它们的永久播放权和网络发行权。同时，它还以“中国电影频道”的名字进入了北美电影市场，并每天不断播放高质量的中国电影，成为众多海外观众了解中国电影的一个窗口。

中影集团控制着北京电影洗印/录像厂，其拥有每年洗印 6 千万米胶片的能力，以及中国电影设备公司，这是一个全国范围的影视设备交易公司。它拥有 5 个大规模的电影制片厂和录影厂，有能力创作 SRD 和 DST 立体声道。并且它还号称拥有 3 万平米的室外空间和 1 万平米的道具服装仓库。中影集团正在规划筹建一个大规模，世界水平的电影制作基地，以适应国内外影视制作的需要。

中影集团积极开拓电影产品多样化的盈利模式，加速了电影周边产品的开发和管理，如音频-视频产品和广告。华韵影视光盘有限公司已经建起了可制造 DVD, VCD, CDR 和 CD 的光盘生产线，以及相应的编辑和雅座系统。它们每年可以生产 7 千万片光碟。与此同时，中影公司还在其他领域如广告，房地产和产权管理等方面培养了新的经济增长点，从而达到了多种产业整体发展的目的。

Indice

Introduzione	p.1
1. L'industria cinematografica cinese	
1.1. L'evoluzione del mercato cinematografico cinese	p.6
1.2. Gli enti regolatori	p.11
1.3. La produzione	p.16
1.4. La distribuzione	p.26
1.5. La peculiarità cinese dello <i>exhibition business</i>	p.31
1.6. Le barriere all'ingresso nel mercato e sistema di quote	p.35
1.7. Il contributo economico dell'industria cinematografica in Cina	p.40
2. Il China Film Group Corporation (CFGC)	
2.1. Dal China Film Studio al China Film Group Corporation	p.47
2.2. Storia recente del gruppo	p.54
2.3. La produzione	p.73
2.4. Le co-produzioni	p.80
2.5. Distribuzione, promozione e <i>exhibition business</i>	p.85
2.6. Posizione e responsabilità sociale dell'azienda	p.91
Conclusioni	p.95
Filmografia	p.99
Bibliografia	p.105

Avvertenze

Nella presente trattazione i termini cinesi sono trascritti secondo il sistema ufficiale adottato dalla Repubblica Popolare Cinese, noto come *pinyin*. Un'eccezione a questa regola viene fatta quando vengono menzionati nomi propri taiwanesi in questo caso viene utilizzato il sistema di trascrizione Wade-Giles in uso nella Repubblica di Cina (Taiwan). Ad esempio Tsai Ming-liang (*pinyin*: Cai Mingliang). Inoltre, nel caso degli artisti di Hong Kong, spesso internazionalmente noti con il loro nome inglese, si riporterà in ogni prima occorrenza in ciascun paragrafo in primo luogo il nome inglese e quindi, fra parentesi, il nome cinese trascritto in *pinyin* con relativi caratteri. Es: Stanley Kwan (Guan Jinpeng 關錦鵬).

Nel menzionare i titoli dei film si è deciso di utilizzare sempre il loro titolo originale (e non quello internazionale), inoltre, alla prima occorrenza del titolo, verrà indicato quanto segue:

- Film senza distribuzione italiana: *titolo originale (titolo internazionale / traduzione letterale del titolo originale, regia, anno)*. Es: *Heipao shijian* 黑炮事件 (*The Black Cannon Incident*, Huang Jianxin 黃建新, 1985).
- Film con distribuzione italiana: *titolo originale (traduzione letterale del titolo originale [se diverso dal titolo di distribuzione italiana] / titolo di distribuzione italiana, regia, anno)*, qualora il titolo internazionale e quello di distribuzione italiana corrispondessero verranno indicati fra parentesi solo anno e regia) . Es: *The Karate Kid (Per Vincere Domani - The Karate Kid*, John G. Avildsen, 1984).

Introduzione

Questa tesi vuole affrontare il tema dei recenti successi dell'industria cinematografica della Repubblica Popolare Cinese negli ultimi anni e della leadership del gruppo pubblico China Film Group Corporation (CFG), vero e proprio colosso del settore. Nei due capitoli dell'elaborato verranno proposte nozioni storiche seguite da analisi delle attuali situazioni delle due materie così da permettere al lettore di realizzare il perché ed il come il settore cinematografico e la sua azienda leader abbiano guadagnato la prima posizione nelle classifiche dei box office internazionali l'uno e la ribalta internazionale l'altra.

L'idea alla base di *“Il China Film Group Corporation: un caso emblematico nel nuovo mercato cinematografico cinese”* prende forma nel 2012 durante lo svolgimento dei corsi di Storia della Cina Contemporanea e Storia del Cinema Cinese tenuti rispettivamente dai professori Alexander Pisariev ed Elena Pollacchi ai quali, in particolar modo alla professoressa che in seguito sarebbe divenuta la relatrice di questa tesi di laurea, vanno i miei più sinceri ringraziamenti; con il primo ho potuto definire quale sarebbe stata la metodologia nell'opera di ricerca mentre con la seconda ne abbiamo circoscritto il campo convenendo gli esatti argomenti da trattare.

In un primo momento la ricerca è stata diretta sulla figura di Huang Jianxin, celebre regista contemporaneo dello Shaanxi, autore di importanti pellicole come il discusso *Heipao shijian* 黑炮事件 (*The Black Cannon Incident*, Huang Jianxin 黄建新, 1985) e *Maifu* 埋伏 (*Surveillance*, Huang Jianxin 黄建新, 1997) presentato al 47° festival del cinema di Berlino: autore che però raggiungerà il grande successo di pubblico solo dopo gli anni Duemila grazie alle codirezioni dei colossal *Jianguodaye* 建国大业 (*The Founding of a Republic*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2009) e *Jiandang weiyue* 建党伟业 (*The Founding of a Party / Beginning of the Great Revival*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2011). A cogliere inizialmente la mia attenzione fu proprio la particolarità degli ultimi due lavori del regista che vedevano la partecipazione alla direzione di un membro del Partito Comunista Cinese, Han Sanping, rispettivamente alla prima e seconda esperienza alla direzione di un film. Han Sanping è

un produttore cinematografico, opera anche nei settori della distribuzione e dello *exhibition* ma, cosa rivela più importante, è presidente del China Film Group Corporation dal 1999 ossia dello stesso gruppo pubblico che ha prodotto e distribuito i film che avrebbe diretto con Huang Jianxin nel 2009 e 2011. Inevitabilmente incuriosito dalla figura di un membro del partito dotato di tali grandi capacità manageriali e artistiche al contempo il campo di ricerca si definì finalmente nell'approfondimento delle vicende societarie del grande gruppo pubblico del CFGC e del suo contesto industriale, quello del settore cinematografico.

La rilevanza delle questioni storiche e analitiche dell'industria cinematografica cinese e della grande azienda pubblica nazionale nella relativa letteratura è significativa e grandi apporti nello studio delle due materie vengono da altrettanto importanti studiosi del settore come l'australiano Darrel William Davis e l'hongkonghese Emilie Yueh-yu Yeh i cui articoli sulla *film marketization* degli anni Novanta e Duemila sono stati grande fonte di spunto per questo testo e, su tutti, la sino-americana Ying Zhu, attuale punto di riferimento internazionale in materia di ricerca su media e comunicazione ma anche grande studiosa del sistema cinematografico cinese contemporaneo.

L'elaborato vuole affiancare nozioni storiche a dati statistici che fotografino l'attuale punto di evoluzione dei due soggetti presi in considerazione nel testo, per questo motivo il percorso di approvvigionamento del materiale di ricerca si è sviluppato su due diversi canali: per gli aspetti storici sono stati consultati buona parte dei tomi suggeriti da una preliminare ricerca bibliografica effettuata nel dipartimento di lingue e culture orientali dell'Università Cà Foscari di Venezia presso Cà Vendramin; una menzione particolare va all'opera di Jin Kaiyuan (靳凯元) del 2010 *Zhongguo dianying jituan gongsi de chanye hua daolu, 1999-2009* (中国电影集团公司的产业化道路, 1999—2009), ad oggi unica opera accademica di significativa rilevanza a trattare la storia più recente dei grandi gruppi pubblici cinematografici in Cina la cui struttura esemplare è stata di grande ispirazione nell'organizzazione del secondo capitolo di questo testo.

I dati di tipo analitico, invece, sono stati ricercati nei report di gruppi pubblici e privati operanti nel settore della raccolta di dati inerenti al mercato cinematografico: i più recenti *China Film Industry Report* dello EntGroup pechinese, il colossale *Blue Book of China's Radio, Film and Television* del 2012 dello State Administration of Radio, Film and Television e uno studio dell'Istituto del Commercio Estero italiano del 2011 sulle

potenzialità del mercato cinematografico cinese hanno formato la base principale per le stime dei dati più tecnici.

Il mercato cinematografico cinese è stato caratterizzato in passato da una struttura particolarmente complessa, principalmente dovuta alla sua particolare funzione primaria, quella di esclusivo mezzo propagandistico, fino agli anni immediatamente successivi la rivoluzione culturale: una pesante architettura amministrativa regolatrice e un asfissiante cappio censorio ne hanno ineluttabilmente rallentato le evoluzioni industriale e artistica durante tutto lo scorso secolo.

Come per ogni corrispettivo a livello internazionale, sin dall'avvento della pellicola cinematografica nel 1905, l'industria cinematografica della Cina popolare ha vissuto fasi molto diverse fra loro; ognuna di esse caratterizzata un particolare periodo economico, culturale o politico. La suddivisione proposta da Ying Zhu in *Chinese Cinema During The Era Of Reform, The Ingenuity Of The System* prevede la suddivisione nelle seguenti fasi:

- 1) Nascita dell'industria cinematografica cinese e sue fasi preliminari (1905 - anni Venti).
- 2) Periodo del cinema socialista-realista durante la prima Guerra sino-giapponese e successiva Guerra civile cinese (1930-1940).
- 3) Cinema di propaganda rivoluzionaria (1946-1976).
- 4) Periodo del cinema scolastico, coincidente con le carriere accademiche, gli esordi professionali e le maturazioni artistiche degli studenti delle accademie cinematografiche di Pechino (fine anni Settanta, inizio anni Ottanta)
- 5) Esplosione del cinema di intrattenimento a partire dalla metà degli anni Ottanta (il cui apice arriverà poi nella seconda metà degli anni Novanta con le nuove politiche governative), la cui promozione è contestuale alle politiche di apertura volute da Deng Xiaoping.

Questo testo ha la volontà di proporre un'analisi più dettagliata di una potenziale fase che può essere identificata temporalmente fra il 1986 ed oggi, ossia dal passaggio ideale del sistema cinematografico cinese da settore sommariamente regolamentato e oggetto misterioso dell'economia nazionale a vera e propria industria con i suoi enti regolatori, modelli di business e concorrenti internazionali.

Come la storia di ogni settore dell'economia di un paese è legata alle principali aziende di quel settore, la storia più recente dell'industria cinematografica cinese è legata a doppio filo a quella della sua azienda di riferimento, il China Film Group Corporation. Il CFGC come è conosciuto oggi nasce nel 1999 per volere ministeriale; sin dalla fondazione il management ha portato avanti politiche di ristrutturazione aziendale, riformando i campi della tutela della proprietà intellettuale e dell'integrazione di capitali in accordo con le volontà dei fondatori che volevano un'azienda moderna e aperta ai mercati nazionali e internazionali, ha progressivamente definito i ruoli delle aziende che ha inglobato snellendo la gestione delle risorse umane e quella finanziaria.

Il modello di business sviluppato nel corso degli anni dal CFGC è quello basato sulla filiera produttiva comprendente le varie industrie in cui opera: film e televisione, produzione, distribuzione, *exhibition business*, formazione del management, coordinazione dei servizi e delle co-produzioni, produzione digitale, costruzione e gestione di strutture cinematografiche e del relativo patrimonio immobiliare; post-produzione cinematografica, stampa e riproduzione di pellicole, produzione supporti ottici; *film marketing & advertising*, importazione ed esportazione di produzioni cinematografiche, produzione e vendita di attrezzature per la produzione cinematografica. Nel 2013 il CFGC controllava *asset* per un totale di 2.8 miliardi RMB, risultanti del calcolo del valore delle 15 aziende sussidiarie e di altre 30 partecipate oltre ad un canale televisivo.

Negli anni più recenti, il CFGC ha optato per l'apertura al partecipariato azionario evitando la quotazione in borsa, rivoluzionando sostanzialmente il sistema di approvvigionamento di finanziamenti nel settore e permettendo a grandi investitori di contribuire allo sviluppo industriale dell'azienda, aumentando la capacità produttiva (film con budget sempre maggiori) e rafforzando le capacità finanziarie (aumento del numero di film prodotti ogni anno). Il CFGC ha attratto negli ultimi anni una grande quantità di capitali nazionali pubblici e privati e altrettanto significativi investimenti stranieri fra quelli diretti ed indiretti ed ha co-operato con grandi aziende nazionali ed internazionali.

Questa tesi ha l'intento finale di proporre al lettore italiano un testo, per la prima volta nella sua lingua, che tratti in maniera sufficientemente approfondita i due grandi temi unendo i lavori di analisi tecnica di dati statistici e approfondimento storico di stampo accademico.

Capitolo 1

L'industria cinematografica cinese

1.1 L'evoluzione del mercato cinematografico cinese

La storia della moderna industria cinematografica cinese inizia nel 1986 con il simbolico passaggio dei poteri regolatori della stessa, ancora interamente pubblica, dal Ministero della Cultura al neonato Ministero di Radio, Film e Televisione (MRFT)¹ nell'intento di rafforzare il controllo sulle produzioni e sul management.

Fino ad allora il settore cinematografico nazionale non godeva di un successo particolare; durante gli anni fra il 1966 e il 1976, nel periodo della Rivoluzione Culturale, la produzione cinematografica conobbe un periodo di fermo quasi totale seguito da una lenta ripresa che vide i nuovi film prodotti faticare ad affermarsi come nuova forma di intrattenimento popolare. L'opera di censura dei ministeri avvicendatisi alla guida dell'industria era ancora forte e il prodotto cinematografico, incapace di innovarsi e mal supportato da una rete esibitiva ancora pressoché inesistente, non ottiene successo.

¹ Il “Ministero di Radio, Film e Televisioni” o in inglese, *Minister of Radio, Film and Television*, (*Guojia guangbo dianying dianshi zongju* 国家广播电影电视总局) è un'istituzione ministeriale cinese al servizio del Consiglio di Stato della Repubblica Popolare non più in funzione. Fra i suoi impegni principali vi sono stati quelli di amministrazione e supervisione delle aziende statali nei settori del televisivo, del cinematografico e delle trasmissioni radio. Il MRFT è anche stato incaricato dei compiti di censura dei materiali che “offendono la sensibilità del governo cinese o dello standard culturale cinese”; i suoi uffici legali producono bozze delle normative in materia di comunicazione mediatica ed il suo reparto di ricerca & sviluppo lavora per garantire al paese le migliori tecnologie in termini di broadcasting. Negli anni ha subito diverse riforme strutturali e precise fusioni con altri uffici governativi finalizzate all'accorpamento dei poteri mediatici nello stesso *bureau*; la prima di queste risale al 1986 (data alla quale si fa risalire la sua fondazione), mentre la più recente è del 2013. Il MRFT è l'ente regolatore settoriale fino al 1998, quando a seguito di una riorganizzazione degli uffici governativi il controllo è passato allo State Administration of Radio, Film and Television (SARFT).

I primi segni di ripresa arrivano con la bontà, riconosciuta anche a livello internazionale, delle produzioni dei registi della quinta generazione². Fra la fine degli anni Ottanta e l'inizio degli anni Novanta importanti successi di critica e pubblico come *Huang tudi* 黄土地 (*Yellow Earth*, Chen Kaige 陈凯歌, 1984), *Hong gaoliang* 红高粱 (*Red Sorghum*, Zhang Yimou 张艺谋, 1987), *Bawang bieji* 霸王别姬 (*Farewell My Concubine*, Chen Kaige 陈凯歌, 1993), *Hongfen* 红粉 (*Blush*, Li Shaohong, 1995), *Baoda shuangdeng* 炮打双灯 (*Red Firecracker Green Firecracker*, Ping He 何平, 1993) e *Dahongdeng long gaogaogua* 大红灯笼高高挂 (*Raise The Red Lanter*, Zhang Yimou 张艺谋, 1991), per quest'ultimo il pluripremiato regista Zhang Yimou si vide negare il diritto di proiezione dell'opera per alcuni anni. Molti dei film dei registi della quinta generazione vennero finanziati da *studios* statali e girati fra Beijing, Shanghai, Xi'an e gli studi del Guangxi; costretti a rispettare canoni ideologici dettati dai produttori, i registi erano però anche attenti alla ricerca del più ampio successo commerciale possibile.

Il successo di critica verrà confermato per altre produzioni dei tardi anni Novanta e primi Duemila mentre quello di pubblico, principalmente a livello nazionale, cala drasticamente a metà degli anni Novanta, come illustrato nella figura 1 quando l'intero settore affronta la prima grande crisi della sua storia.

Nei primi mesi del 1992 a seguito delle riforme espresse contestualmente al viaggio nelle regioni meridionali (*nanxun*)³ di Deng Xiaoping, espressamente richieste dall'Assemblea Nazionale del Popolo dello stesso anno al fine di accelerare la riforma economica, l'industria cinematografica trova anche nuovi concorrenti: la nascita dei

² Con "quinta generazione" si intende l'annata di studenti diplomati in regia e fotografia alla Beijing Film Academy (*beijing dianying xueyuan* 背景电影学院) nel 1982, la prima dalla sua riapertura dopo il periodo di fermo imposto dalla Rivoluzione Culturale. L'arbitrario raggruppamento sulla base dell'età di questo insieme di tecnici del cinema non ha implicato una relativa somiglianza nella loro produzione artistica, fatta eccezione per determinati aspetti. Fra i maggiori esponenti della quinta generazione si ricordano: Chen Kaige 陈凯歌, Tian Zhuangzhuang 田壮壮, Huang Jianxin 黄建新 e Zhang Yimou 张艺谋.

³ Nonostante il ritiro dalla scena politica dello stesso anno, nella primavera del 1992 Deng Xiaoping compì il celebre viaggio nel sud del Paese toccando Guangzhou, Shenzhen, Zhuhai e Shanghai nel tentativo di riaffermare le sue idee riformiste in campo economico. Durante il percorso Deng tenne diversi discorsi e creò consenso per l'opera riformistica affermando come i pericoli più grandi per il futuro della Cina provenissero dai membri, come egli stesso definì, più "a sinistra" della società cinese piuttosto che da quelli più "a destra". È durante la visita nella zona di Pudong (Shanghai) in occasione del capodanno cinese di quell'anno che verrà pronunciata la celebre frase "arricchirsi è glorioso" (*zhifu guangrong* 致富光荣).

karaoke e delle discoteche, il dilagante problema della pirateria e la bassa qualità di un numero sempre minore di film approvati dagli uffici di censura mettevano in ginocchio l'intero sistema cinematografico cinese.

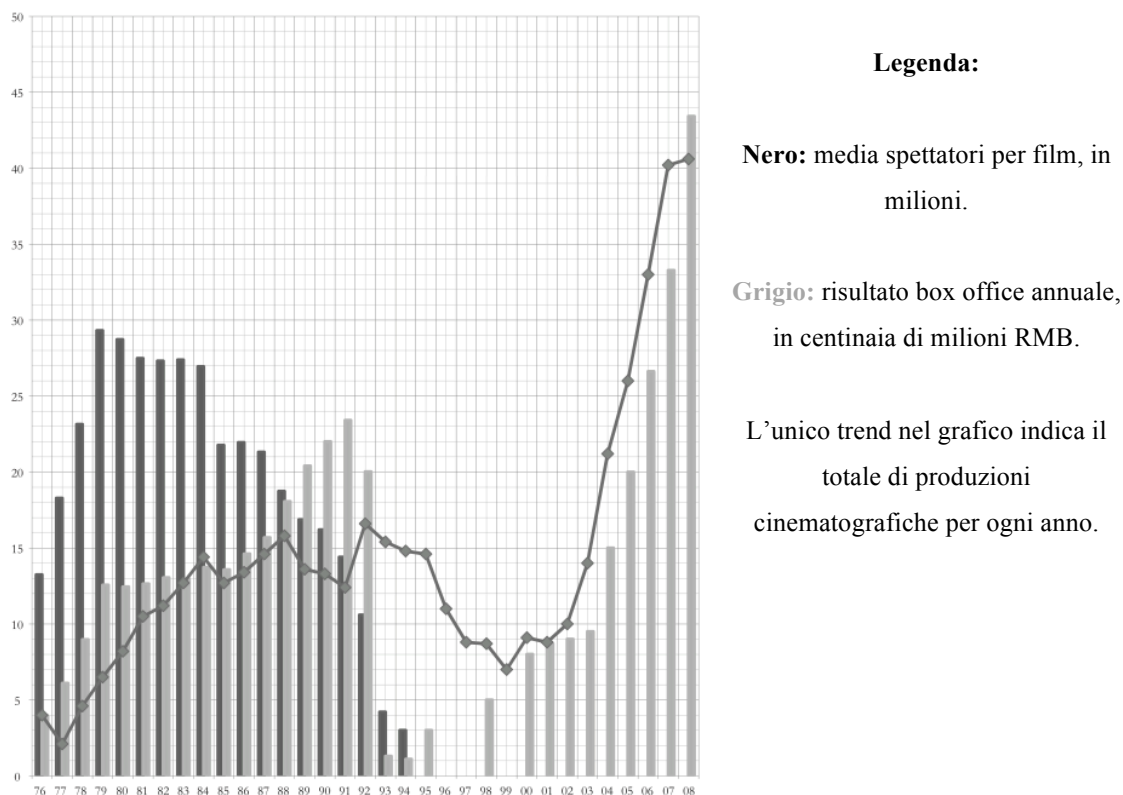


Figura 1. Lo sviluppo dell'industria cinematografica in Cina (1976-2008)

Fonte: B. Chen, 2005; SARFT, 2009.

Nel 1994, *annus horribilis* nella storia del mercato cinematografico cinese, secondo i dati del Film Bureau of the Ministry of Radio, Film and Television in Cina vi erano 16 studi (tutti statali) per la produzione di lungometraggi, 6 per la produzione di cortometraggi, 3 per film d'animazione, 10 strutture attrezzate per i compiti di post-produzione e approssimativamente 500 emittenti televisive di livello nazionale e locale; nello stesso anno il solo settore cinematografico dava impiego a livello nazionale a circa 400 000 persone e il box office nazionale registrava il record negativo di soli 1.2 miliardi RMB di incasso per circa 35 milioni di biglietti venduti a fronte di 146 film

prodotti⁴. La profonda crisi del settore dello *exhibition business* portò negli anni successivi ad un costante calo delle produzioni annuali fino al picco del 1999 con soli 70 film prodotti⁵ e ad un forte indebitamento degli studi che non ricevevano più commesse⁶.

Alla disperata ricerca di un modo per risollevarne l'economia del settore ma, al contempo poco incline ad allentare le restrizioni ideologiche nei contenuti, il Ministero di Radio, Film e Televisioni introdusse alcune misure riformative: nel 1992 il divieto di proiezione di *Dahongdeng long gaogaogua* del regista Zhang Yimou venne rimosso e nello stesso anno venne tenuto il primo Changchun Film Festival in cui l'ultima opera dello stesso regista *Qiuju da guansi* 秋菊打官司 (*The Story of Qiu Ju*, Zhang Yimou 张艺谋, 1992) venne premiata come miglior film e proiettata in anteprima nella Grande Sala del Popolo a Beijing.

Le misure intraprese si rivelarono presto inefficienti e il Ministero di Radio, Film e Televisioni incapace di combattere l'emorragica crisi del cinema; nuove forme di distribuzione cinematografica, legali e illegali, invadevano la Cina a metà degli anni Novanta e, unitamente all'inflazione vicina al 20% nelle grandi città, erodeva i profitti del settore esibitivo e conseguentemente i finanziamenti a quello produttivo. Gli studi statali cominciarono presto a chiudere i battenti mentre altri "indipendenti" emergevano finanziandosi autonomamente, altri ancora nascevano da accordi fra privati di settori diversi da quello cinematografico o in accordo con produttori di Taiwan e Hong Kong.

Il Ministero di Radio, Film e Televisioni, deciso a scuotere il settore, nel 1994 aprì all'importazione di produzioni cinematografiche straniere, prima volta per quanto riguarda film non provenienti da nazioni guidate da regimi comunisti. L'applicazione della politica dello *shi da biaoti* 十大标题 ("dieci grandi titoli") voleva essere allo stesso tempo l'estremo tentativo di risollevarne le sorti di un settore in grande crisi da parte del Ministero e un primo passo verso la de-socializzazione dell'intera filiera industriale in accordo con le volontà riformatrici denghiane; l'applicazione della *shi da*

⁴ Dati: China Film Yearbook (1981-2007), SARFT 2009.

⁵ Dato: China Film Yearbook (1981-2007), SARFT 2009.

⁶ Secondo Charles C. Moul in "*A Concise Handbook Of Movie Industry Economics*", lo storico studio cinematografico di Xi'an nel 1998 aveva ricevuto solo 5 commesse, quando due anni prima aveva prodotto più di 20 film.

biaoti prevedeva la concessione di 10 licenze di proiezione all'anno per film che non fossero stati prodotti da case cinematografiche cinesi, taiwanesi o hongkonghesi.

Si ha così nella fine del 1994 la proiezione della produzione dell'americana Warner Bros *The Fugitive (Il Fuggitivo, Andrew Davis, 1993)*, importata come prima del gruppo delle 10 possibili acquisizioni dall'estero permesse (nel 1994 non si raggiungerà la quota massima di importazioni). Il film incassò 25 milioni RMB, surclassando il precedente record al botteghino appartenente a *Chunking Negotiation*, fermo a 8 milioni RMB⁷. Mentre una positiva serie di importazioni risollelevava il settore dello *exhibition* e rinvigoriva il consumo cinematografico permaneva la crisi produttiva; il mercato dava importanti segni di ripresa ma necessitava di cambiamenti a livello amministrativo.

I criteri di concessione delle licenze, dettati fino al 1998 dal Ministero di Radio, Film e Televisioni, dall'anno successivo divennero responsabilità del nuovo ufficio dello State Administration of Radio, Film and Television (SARFT). In risposta all'esigenza di creare un ente regolatore *ad hoc* e nell'intento di snellire l'apparato amministrativo statale, nel Marzo 1998 dalle ceneri del Ministero di Radio, Film e Televisioni nacquero il SARFT e il Ministry of Information Industry (MII). La nuova struttura era direttamente controllata dal Consiglio di Stato; perdeva lo *status* ministeriale ma otteneva incarichi regolatori che vennero pensati in un primo momento per il MII (una descrizione più dettagliata dei compiti e delle responsabilità del SARFT viene fornita nel prossimo paragrafo ed una descrizione del più recente passato nel capitolo 2).

Dalla riforma amministrativa del 1998 sono occorsi cambiamenti sostanziali: è stato regolamentato il settore della produzione indipendente con la concessione di un'ampia libertà nella ricerca dei finanziatori, è stata introdotta la pratica co-produzione fra studi statali e studi indipendenti. Agli studi statali venne inoltre concesso di lavorare anche per la televisione, strumento che dagli anni Novanta cominciava a conoscere una diffusione sempre maggiore, cimentandosi nella produzione di soap-opera e pubblicità.

Gli autori della quinta generazione e della "sesta generazione"⁸ divenivano sempre più capaci di ottenere finanziamenti per i propri progetti grazie alla fama internazionale e

⁷ Dato: Wang and Lian (2005).

⁸ Con "sesta generazione" si intende un gruppo di registi cinematografici affermatasi sulla scena nazionale cinese e internazionale a partire dagli anni Novanta; la nascita del movimento cinematografico della sesta generazione può essere associata al grande fermento relativo alla produzione indipendente in quegli anni dovuto alla forte censura e alla crisi degli studi. Diversamente dagli autori della quinta generazione, i registi della sesta generazione prestano più attenzione agli aspetti urbani della vita in quegli anni.

alla benevolenza degli studi hongkonghesi, dove si respirava un clima più libero rispetto a quello della Cina continentale vincolato dal cappio del sistema censorio.

La storia recente dell'industria cinematografica cinese vede il passaggio più significativo nel 2001 con l'ingresso nel WTO col quale coinciderà l'inizio di una progressiva deradicalizzazione del protezionistico limite di 10 importazioni l'anno e una ripresa del settore produttivo nazionale diversamente da quanto veniva preventivato nella fine degli anni Novanta.

La trasformazione del mercato cinematografico cinese da settore statale in perdita a braccio operativo della politica culturale nazionale e internazionale, esempio di capitalismo di stato in forte crescita e capace di superare il corrispettivo privato hollywoodiano nei numeri del box office, vuole essere l'oggetto di quanto segue.

1.2 Gli enti regolatori

Al fine di controllare l'operato dell'imponente macchina cinematografica, parallelamente alla ristrutturazione della suddetta industria nel corso degli anni a livello centrale è stata intrapresa una riforma della struttura burocratica corrispondente.

Se fino agli anni Novanta il sistema attraverso il quale veniva esercitato il controllo sull'industria cinematografica e, più in generale, i media era quello della capillare struttura statale a cui si appoggiavano le influenti presenze del partito, a partire dai primi anni del Duemila il Partito Comunista Cinese ha iniziato a mascherare il proprio ingresso nelle questioni cinematografiche attraverso un apparato amministrativo sempre più complesso.

Per quanto riguarda i media e la produzione cinematografica il sistema amministrativo Cinese è diviso in gruppi chiamati "sistemi" (*xitong* 系统) organizzati secondo una gerarchia piramidale che vede alla propria sommità direttamente il Politburo⁹.

⁹ Il Politburo (o Politburo Centrale o ancora Ufficio Politico del Partito Comunista Cinese) del Partito Comunista Cinese, *zhongguo gongchandang zhongyang zhengzhi ju* 中国共产党中央政治局 è un organismo composto da 25 persone che supervisiona l'operato del Partito Comunista Cinese; esso rappresenta in ordine di importanza il secondo massimo organo decisionale dello stato dopo il Comitato permanente. Le dinamiche interne del Politburo rimangono ad oggi un mistero, seppur è noto come buona parte della grande influenza delle opinioni dello stesso siano dovute alla possibilità dei membri dello stesso di occupare più posizioni all'interno della Repubblica Popolare Cinese.

Uno di questi *xitong*, quello che si occupa principalmente di propaganda ed educazione, raccoglie al proprio interno tutti gli enti regolatori del settore culturale. All'interno di questo *xitong* troviamo nella parte più alta dell'ideale struttura piramidale un gruppo di consultazione "informale", come definito da Paul Clark in *Chinese Cinema, Culture And Politics Since 1949*¹⁰: il Central Propaganda and Ideology Work Leading Small Group (*zhongyang xuanchuan sixiang gongzuo lingdao xiaozu* 中央宣传思想工作领导小组). Questo gruppo comprende diversi uffici; il Central Propaganda Department, Central United Front Department, I Ministeri di Affari Esteri, Cultura (Minister of Culture, MOC), Commercio, lo Overseas Chinese Office, Hong Kong Office, il Taiwan Affairs Office ed infine gli uffici di più diretta competenza cinematografica: lo State Administration of Radio, Film and Television (SARFT, le cui competenze verranno illustrate in seguito in maniera più dettagliata) e il General Administration of Press and Publications (GAPP)¹¹ (Price Monroe E., Verhulst Stefan G. e Morgan Libby, 2013). La funzione del gruppo di consultazione informale è quella di favorire la comunicazione all'interno fra le varie istituzioni coinvolte e i compiti da esse svolti sono la stesura di linee guida delle opere di comunicazione nonché la coordinazione del lavoro di propaganda che spesso avviene attraverso la creazione di piccoli gruppi di lavoro dedicati a scopi specifici¹²; l'opera coordinatrice vera e propria è esclusiva del Central Propaganda Department¹³ (CPD, *zhongxuanbu* 中宣部), elemento cardine dell'intero apparato amministrativo del settore mediatico cinese. L'importanza del ruolo del CPD è sottolineata anche dal fatto che molti dei responsabili degli enti fra i più vicini allo stesso CPD (come il SARFT e il GAPP, ma anche aziende pubbliche dell'informazione o della cultura come il China Film Group Corporation e lo Shanghai Film Group

¹⁰ P. Clark (1987), "Chinese Cinema, Culture And Politics Since 1949", USA, Cambridge University Press.

¹¹ Il GAPP (acronimo per General Administration of Press and Publications, in cinese *zhonghua renmin gongheguo xinwen chubansongshu* 中华人民共和国新闻出版总署), precedentemente noto con il nome State Press and Publishing Administration, è l'agenzia amministrativa responsabile del controllo della circolazione di informazioni attraverso carta stampata, agenzie e Internet. Il GAPP si è occupato nella sua storia anche della concessione delle licenze necessarie alla pubblicazione di periodici e libri.

¹² Nel 2010 ad esempio, il SARFT e il GAPP divennero membri di uno stesso sottogruppo che raccoglieva e coordinava tutti gli uffici governativi intenti alla lotta alla contraffazione. (China Copyright and Media, 2010).

¹³ Nel 2008 il Central Propaganda Department ha cambiato il proprio nome inglese in Central Publicity Department, tuttavia il nome in lingua originale e le sue funzioni non sono affatto mutate.

Corporation) hanno prestato servizio nello stesso¹⁴. Ciò a conferma della teoria per la quale, nonostante l'importante opera di riforma avvenuta a livello amministrativo, è sempre il Partito, attraverso i suoi uomini sapientemente collocati, ad avere l'ultima parola su quanto debba accadere nel regolamentare il settore culturale.

Lo State Administration of Radio, Film and Television (*guojia guangbo dianying dianshi zongju* 国家广播电影电视总局) ha come compito principale quello di amministrare e supervisionare le aziende statali operanti nell'ambito della televisione, della radio e, soprattutto, nel settore cinematografico.

Alcuni esempi di aziende statali controllate dal SARFT sono le varie China Central Television (CCTV), China National Radio (CNR), China Radio International, China Film Group Corporation e lo Shanghai Film Group Corporation.

Tra le principali competenze del suddetto ente regolatore vi è la responsabilità dell'opera di censura dei materiali audiovisivi prodotti che possano “urtare le sensibilità del governo cinese e degli standard culturali cinesi”¹⁵. In maniera non dissimile, il SARFT supervisiona le procedure di importazione di film stranieri ammettendone o meno la proiezione sul suolo nazionale: caso emblematico fu quello del film hongkonghese *Xinshu shijian* 新宿事件 (*Shinjuku Incident*, Derek Yee 尔冬升, 2009), una produzione internazionale che annoverava nel *cast* anche la star Jackie Chan (*Chan Kong-sang* 陳港生) ma alla quale, a causa dei contenuti ritenuti eccessivamente violenti, non venne concesso il diritto di distribuzione nella Cina continentale.

Come indicato nel proprio statuto¹⁶, oltre ai già citati compiti di censura e bando, il SARFT ha le seguenti responsabilità:

1) Studio, redazione e proposta di bozze normative inerenti la regolamentazione delle industrie radiofonica, cinematografica e televisiva, del proprio management e della gestione dell'informazione attraverso di esse; dei nuovi settori delle televisioni ed emittenti radiofoniche in broadcasting.

¹⁴ Come nel caso dell'attuale presidente di CCTV (*Jiao Li* 焦利, *Hebei Zhengding* 河北正定, 1955), precedentemente vice-direttore del CPD.

¹⁵ Vivian Wu (3 Aprile 2009). "Censors Strike At Internet Content After Parody Hit". South China Morning Post.

¹⁶ Lo statuto dello State Administration of Radio, Film and Television del 12/11/2013, come riportato da www.sarft.gov.cn/catalogs/zcfg/index.html.

- 2) Ricerca e sviluppo di nuovi canali pubblicitari per le industrie supervisionate e potenziamento dei preesistenti attraverso la coordinazione delle diverse piattaforme pubblicitarie.
- 3) Fino al livello provinciale (incluso) il SARFT è responsabile della trasmissione di contenuti audiovisivi, creazione e revoca di unità di produzione televisiva, revisione dei contenuti di produzione cinematografiche, della loro produzione e della loro distribuzione attraverso la concessione delle licenze.
- 4) Creazione e applicazione di politiche di innovazione tecnologica dei settori radiofonico, televisivo e cinematografico, garantendo fondi per la ricerca in tecnologie di nuova generazione da applicare nei suddetti campi e in studi economico-politici settoriali.
- 5) Sviluppo di politiche dedicate per ognuno dei settori di interesse in materia di trasmissione in sicurezza: su input del Minister of Information Industry, creazione di bande di trasmissione specifiche per televisione e radio al fine di ampliare il ventaglio delle frequenze assegnabili, supportando l'espansione da un corrispondente aumento dei parametri tecnici.
- 6) Leadership e opera coordinatrice della principale struttura propagandistica nazionale composta dalla Central People's Broadcasting Station, dalla China Central Television e dalla China Radio International.
- 7) Gestione dei rapporti esteri con organismi equivalenti, principalmente a livello panasiatico: Hong Kong, Taiwan, Macau.

Quanto fatto dal SARFT nell'ambito dell'industria cinematografica viene meglio riportato nella descrizione storica del gruppo statale del China Film Group Corporation nel capitolo successivo. Le storie recenti del SARFT e del celebre gruppo cinematografico infatti sono da considerarsi fondamentalmente interconnesse: il moderno State Administration of Radio, Film and Television nasce tecnicamente nel 1998 a seguito di una riorganizzazione interna della struttura amministrativa nazionale (fino ad allora il fallimentare settore cinematografico cinese veniva regolamentato direttamente dai Ministeri di cultura e propaganda) nell'ottica di una progressiva deregolamentazione del mercato; l'anno successivo, come risultato della fusione indetta da SARFT e MOC di alcune importanti aziende pubbliche e private dei settori della

distribuzione e produzione cinematografica nasce il CFGC. Dai primi anni 2000 ad oggi il SARFT e il CFGC si sono resi protagonisti della rinascita economica di un mercato fino a poco tempo prima in grande crisi come quello cinematografico attraverso l'introduzione l'uno, e la ricezione l'altro, di normative e misure economiche innovative: di tipo liberista alcune e altre prettamente protezionistiche.

Il SARFT è stato di recente impegnato in maniera sempre maggiore dall'aspetto delle distribuzioni secondarie e dalla gestione dei contenuti audiovisivi (produzioni cinematografiche, in questo caso) attraverso Internet¹⁷. Il caso più ricorrente dalla diffusione della rete è quello dei servizi di pubblicazione *online* di lavori audiovisivi (*zuopin* 作品¹⁸); a chi volesse fornirne il l'utilizzo è richiesta obbligatoriamente un'approvazione da parte del SARFT (come nel caso delle offerte di *video-on-demand* e degli *Internet Content Providers*, ICP) mentre per quanto riguarda i contenuti specifici e la loro divulgazione basta una autocertificazione o una autorizzazione dell'utente fornitore, nel caso di contenuto *in sharing*; manovra, quest'ultima, che di fatto aggira il controllo del GAPP il quale, in quanto tali contenuti sono da considerarsi vere e proprie pubblicazioni, avrebbe il compito di supervisionare ed eventualmente censurare o bandire. È sulla base di vuoti normativi come questo che, al livello del partito, è stata decisa la creazione di un ente regolatore unico che tuteli maggiormente il diritto di copyright e vigili maggiormente su chi opera nei mezzi di distribuzione secondaria. Nasce così, il 24 Marzo 2013, lo State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television (*Guojia xinwen chubun guangbo dianying dianshi zongju* 国家新闻出版广播电影电视总局, SAPPRT) dalla fusione del SARFT e del GAPP, nuovo ente regolatore dei settori delle pubblicazioni audiovisive e dell'informazione.

¹⁷ A tal proposito vanno ricordate le pubblicazioni dello stesso SARFT in materia di distribuzione secondaria: *The Publication of Audio-Visual Programs through the Internet or Other Information Networks Administrative Procedures* (*hulianwang deng xinxi wangluo chuanbo shiting jiemu guanli banfa* 互联网等信息网络传播视听节目管理办法) effettivo dall'11 Ottobre 2004 e *Administrative Provisions on Internet Audio- Visual Program Services* (*Hulianwang shiting jiemu fuwu guanli guiding* 互联网视听节目服务管理规定), pubblicato il 31 Gennaio 2008 da SARFT e Minister of Industry and Information Technology.

¹⁸ Il contenuto tecnico del termine *zuopin* 作品 viene definito nel testo normativo People's Republic of China Copyright Law promulgato Comitato Permanente dell'Assemblea Nazionale del Popolo il 7 Novembre 1990, poi modificato nel 2001 e nel 2010; il legislatore cinese determina lo *zuopin* come "*original intellectual achievements in the literary, artistic, and scientific domains that can be reproduced in a tangible form*" (Traduzione: Hogan-Lovells).

Se, ad ora, l'impatto sul settore cinematografico del nuovo ente regolatore non è evidente, è comunque possibile e auspicabile aspettarsi una razionalizzazione della regolamentazione generale dei settori coinvolti nei prossimi anni. Per quanto riguarda l'esempio della distribuzione attraverso Internet di materiale audio-visivo come quello sopra riportato, secondo una previsione di Hogan-Lovells si arriverà con tutta probabilità alla concessione di un unico permesso per l'offerta del servizio di pubblicazione (precedentemente autorizzabile dal SARFT) e per l'idoneità del contenuto (fino al Marzo 2013 di competenza esclusiva del GAPP).

1.3 La produzione

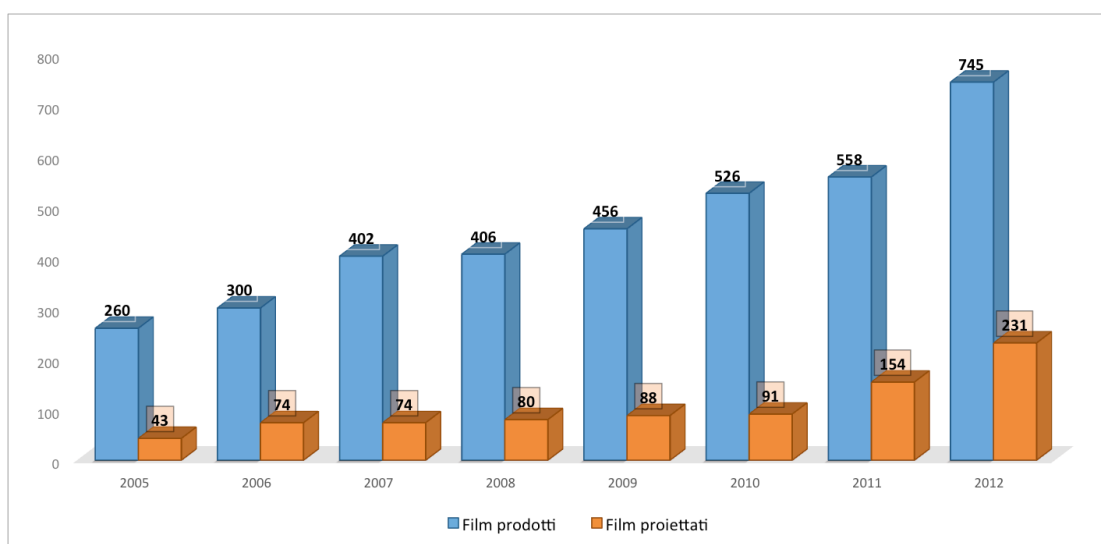


Figura 2. Totale delle produzioni cinematografiche e numero di film proiettati (2005-2012)

Fonte: EntGroup Box Office Tracker

Il settore della produzione cinematografica in Cina è testimone di uno sviluppo fra i più significativi dell'intero mercato. Dall'ingresso in funzione delle nuove direttive del SARFT nel 1999 è stata esperita una crescita senza precedenti e che neanche negli anni della crisi finanziaria globale sembra accusare alcuna flessione; nei 10 anni fra il 2002 e il 2011 il volume finanziario del settore è cresciuto ad una media annua del 39% mentre la produzione di film è aumentata ad un tasso medio del 16% annuo. Come visibile nella figura 2, nel 2012 la Cina ha prodotto un totale di 893 film, 745 dei quali “a

soggetto”, cifra che stabilisce un record dalla riforma del mercato cinematografico cinese e segna un significativo +31% rispetto all’anno precedente¹⁹.

L’elemento cardine del settore della produzione cinematografica è lo studio cinematografico (o casa di produzione): azienda che si occupa esclusivamente della creazione tecnica del film e che può essere dei tipi statale o privato. In nessun caso uno studio cinematografico può essere di proprietà estera.

Alcune fra le produzioni straniere che hanno ottenuto il permesso di distribuzione in Cina aggirando le misure protezionistiche all’importazione, sono da considerarsi più correttamente co-produzioni; pratica che nel corso degli ultimi anni ha conosciuto un forte sviluppo sostenuto da azioni di incoraggiamento da parte del SARFT.

Va ricordato come fra il 2004 e il 2005 venne concesso dal governo alle case produttrici straniere di operare sul suolo cinese attraverso la formazione di joint venture con partner cinesi ed *equity* partecipabile sino al 50%; sulle prime lo scarso successo dell’operazione e in seguito il timore di una futura invasione di colossi produttivi stranieri spinsero il governo a tornare sui propri passi riducendo sensibilmente la percentuale partecipabile dello *equity* dell’azienda.

I principali *player* di proprietà statale del settore produttivo nel 2013 sono il China Film Group Corporation e lo Shanghai Film Group Corporation. Di minore rilevanza ma unici per tipo di produzioni sono il Changchun Film Studio e il First August Film Studio che si occupano nella fattispecie della creazione di film a scopo educativo, film per l’esercito e per la popolazione delle aree rurali.

Per quanto riguarda i *player* privati, sempre più importanti negli anni, si ricordano: Huayi Brothers, Polybona, Beijing New Picture, Enlight Pictures, Stellar Megamedia e la Golden Harvest Company.

È caratteristica comune fra le grandi case di produzione, sia private che pubbliche, quella di non concentrarsi esclusivamente sulla produzione cinematografica ma di ampliare la propria sfera di interesse anche ai campi della distribuzione e dello *exhibition business* creando vere e proprie catene industriali; China Film Group Corporation, Shanghai Film Group Corporation, Orange Sky Golden Harvest, PolyBona

¹⁹ Dati: Ent Group e ICE.

e Huayi Brothers sono i principali gruppi industriali a poter vantare una filiera industriale sviluppata in questo modo.

Altra recente tendenza delle case di produzione cinematografica è quella di rastrellare capitali attraverso quotazioni in borsa o emissioni di titoli obbligazionari. Se infatti dalla parte delle aziende private abbiamo esempi di quotazioni presso diversi listini a livello internazionale (Huayi Brothers è quotata dal 2009 alla borsa di Shenzhen, la Orange Sky Golden Harvest dal 2006 alla borsa di Hong Kong e PolyBona dal 2010 è nell'indice NASDAQ di New York), dalla parte delle aziende pubbliche è più diffusa la pratica del finanziamento attraverso emissione di titoli obbligazionari. Lo stato cinese infatti, è piuttosto riluttante nel cedere anche solo parzialmente la proprietà delle proprie aziende cinematografiche come dimostrano le possibilità negate al China Film Group Corporation e allo Shanghai Film Group Corporation di quotarsi presso la borsa di Shanghai nel corso degli anni, di cui l'ultimo tentativo risale al 2011.

La sempre crescente tendenza ad affacciarsi al mercato azionario in cerca di finanziatori è sintomatica della rivoluzione in atto a livello internazionale della pratica del finanziamento della produzione. I film finanziati da un singolo ente o azienda infatti, sono ogni anno più rari in tutto il mondo e la Cina non fa eccezione. Sono i metodi di finanziamento multiplo e combinato che, come per Hollywood e i mercati europei, stanno avendo la meglio anche nel settore della produzione cinematografica cinese.

In maniera non dissimile dagli altri studi internazionali i principali metodi di *film production financing* in Cina sono i seguenti:

1) *Product placement*: questo sistema prevede che nel film stesso vengano posizionati prodotti o rappresentazioni degli stessi a fronte di contributi economici da parte delle aziende che forniscono tali prodotti che così godono di un servizio pubblicitario. Quella del *product placement* è una delle pratiche di finanziamento più utilizzate negli ultimi anni in Cina; il regista Feng Xiaogang, cooperando con Huayi Brothers, è stato fra i primi a farne uso. Il suo film *Feichengwurao 2 非诚勿扰 2 (If You Are The One 2*, Feng Xiaogang 冯小刚, 2010) ha raccolto oltre 60 milioni RMB di supporto finanziario dal *product placement*.²⁰

²⁰ La pratica del *product placement* intesa come mix di strategia di marketing e tecnica di finanziamento della produzione cinematografica ha reso alcuni problemi nelle prime applicazioni alle grandi produzioni cinesi. Esempificativo il caso del suo tentato utilizzo nel colossal *Jiandang weiye 建党伟业 (The Founding of a Party / Beginning of the Great Revival*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平,

2) *Pre-sales*: la tecnica del *pre-sales* prevede la cessione dei diritti di distribuzione e di proiezione del film prima che il film stesso sia prodotto, così da finanziarne la produzione. Gli investitori in questo caso sono interni alla filiera e, nel caso cinese, quasi esclusivamente giapponesi in quanto è proprio quello giapponese il miglior mercato straniero per le produzioni della Repubblica Popolare.

3) *Private equity e venture capital*: i due metodi in questione sono fra quelli sempre più in voga. L'apporto di capitale per finanziare l'avvio o il mantenimento della produzione cinematografica da parte di privati sta riscuotendo grande successo; uno studio dell'ICE del 2011 indica come fra il 2005 e il 2009 gli interventi privati nel finanziamento privato di produzioni siano stati mediamente di circa 10 milioni US\$ l'uno in 28 occasioni. Fra più celebri fondi di *equity* vanno ricordati The Weinstein Asian Foundation, IDG, Sequoia Capital e lo One Foundation della star di film di arti marziali, Jet Li²¹.

4) *Prestito bancario*: la pratica della concessione di prestiti a studi cinematografici è concessa esclusivamente alle banche commerciali come la Bank of Beijing e la China Merchants Bank. Considerato dai più il miglior canale di finanziamento in virtù dei bassi tassi di interesse offerti dalle banche, ha avuto una rapida evoluzione: introdotto nel 2004 dalla Shenzhen Development Bank attraverso il prestito a Huayi di una cifra vicina ai 50 milioni RMB, nel 2010 il volume totale degli investimenti in produzioni cinematografiche da parte di banche commerciali era di 1.5 miliardi RMB²².

5) *Fondi dedicati alla cinematografia (fondazioni e fondi di investimento)*: gli investitori in questo caso sono enti governativi, privati, organizzazioni non governative e aziende di ogni settore, i fondi stanziati vengono spesso emessi attraverso fondazioni senza

2011), in cui nei titoli di coda viene indicato chiaramente come la sola Cadillac Motor Division sia l'unico finanziatore straniero (peraltro nella modalità di *official sponsor*) eppure nel corso del film vi è un evidente caso di *product placement* nel momento in cui un giovane Mao Zedong riceve dalla sua fidanzata un regalo un orologio Omega in oro con la telecamera che indugia con fare palesemente voluto sul pacchetto. È evidente come la sequenza dello scambio del prodotto della celebre marca svizzera non sia una rivisitazione artistica di un evento o una licenza artistica del regista quanto un vero e proprio caso di *product placement*; produttori (China Film Group Corporation) e l'azienda interessata tuttavia smentiscono categoricamente. La questione risiede nella considerazione che il film prodotto nel 60esimo anniversario della nascita del Partito Comunista Cinese non debba avere in nessun modo finanziatori non idonei (evidente l'incompatibilità del PCC con l'immagine di un brand di lusso come Omega).

²¹ Jet Li, nome d'arte di 李连杰 *Li Lianjie*, (Pechino, 1963) è un attore, produttore e artista marziale cinese naturalizzato singaporiano, considerato il migliore fra gli eredi cinematografici di Bruce Lee. Dopo aver iniziato la carriera nella Cina continentale ha proseguito l'esperienza di attore cinematografico a Hong Kong; il grande successo internazionale è arrivato negli Stati Uniti con *Lethal Weapon 4* (*Arma Letale 4*, Richard Donner, 1998) alla fine degli anni Novanta.

²² Dati: ICE.

scopo di lucro. Le case produttrici possono attingere anche a fondi destinati esclusivamente al cinema, ma più in generale al supporto delle culture locali (in modo non dissimile da quanto accade in Italia con i fondi e le commissioni per il cinema di livello regionale) come lo Shaanxi Culture Fund e il Suzhou Culture Fund. Dal 2010, per volontà governativa, esistono anche fondi di investimento a capitale misto pubblico e privato, partecipati dall'erario nazionale e da banche commerciali. La principale fondazione che si occupa di finanziamento della produzione cinematografica è la China Film Foundation, organizzazione no-profit creata nel 1989 e guidata dal SARFT. La China Film Foundation ha come obiettivo principale la distribuzione di fondi per produzione cinematografica e televisiva per bambini e per le aree rurali. Fra i più importanti fondi di investimento a carattere misto vanno ricordati il Chinese Film and TV Publishing Industry Investment Fund (partecipato dalla China Construction Bank) e il Chinese Culture Industrial Investment Fund, creato nel 2010 da CCTV e BOC International.

6) Fondi governativi: in questo caso i finanziatori sono direttamente i governi centrale o locale. L'opera di finanziamento avviene attraverso trasferimenti diretti (da ricordare il caso dell'amministrazione locale di Tangshan che nel 2010 ha finanziato per 60 milioni RMB la produzione *Tangshan dadizhen* 唐山大地震 (*Aftershock*, Feng Xiaogang 冯小刚, 2010), rivelatosi un grande successo al botteghino) praticando una sorta di capitalismo di stato, oppure attraverso la creazione di tasse *ad hoc* che vanno a colpire il settore cinematografico per poi rifinanziarlo: è il caso della tassa dello 1.2% sui risultati del box office estero delle produzioni nazionali che va a finanziare produzioni esclusivamente nazionali e co-produzioni intranazionali.

Fra gli altri canali di finanziamento della produzione cinematografica nel mercato cinese andrebbero ricordati anche quelli della quotazione in borsa dello stesso studio cinematografico, dell'emissione di titoli obbligazionari (seppur più spesso utilizzati per finanziare ammodernamenti e investimenti edilizi) e l'innovativo sistema di *asset securitization*²³ (o "cartolarizzazione") che, introdotto per la prima volta nel campo

²³ La pratica dello *asset securitization*, o cartolarizzazione, identifica la cessione della proprietà di un bene o di un servizio attraverso l'emissione e il collocamento di titoli obbligazionari. Secondo questa tecnica finanziaria il credito viene ceduto a terzi (nella fattispecie cinematografica, privati e compagnie, anche pubbliche), e il rimborso dovrebbe garantire la restituzione del capitale e delle cedole di interessi indicate nell'obbligazione. Se il credito diviene inesigibile, chi compra titoli cartolarizzati perde sia gli interessi che il capitale versato. Nel settore cinematografico cinese il primo film per il grande schermo

della produzione cinematografica nel 2011, è il primo esempio dell'applicazione di criteri della finanza creativa nel settore.

Una considerazione particolare va fatta per la pratica della co-produzione; questa può essere considerata un ulteriore canale di finanziamento della produzione cinematografica (in quanto lo è a tutti gli effetti), tuttavia le dimensioni del fenomeno co-produttivo sul piano nazionale e internazionale e l'adozione estensiva della tecnica dalle case produttrici rende di fatto la co-produzione un settore a sé stante, vicino a quello della più classica produzione ma con una legislazione dedicata e con i suoi *player* unici.

Seppur non mancano esempi di collaborazione fra studi cinesi, nel trattare il fenomeno della co-produzione si fa riferimento principalmente al più peculiare rapporto di collaborazione fra case produttrici cinesi e straniere (incluse Hong Kong e Macau). I tipi di co-produzione contemplati dalla legge cinese sono tre:

- 1) *Joint Production*: il partner cinese e quello straniero investono entrambi nella produzione del film in termini di capitale, equipaggiamento, strutture e personale.
- 2) *Assistance Production*: il partner straniero si fa carico dell'investimento finanziario mentre quello cinese si occupa del personale, delle strutture, dell'equipaggiamento e di tutta l'assistenza *in loco* necessaria.
- 3) *Commission Production*: il partner straniero commissiona l'intero film alla controparte cinese, la quale è tenuta a girarlo in Cina.

L'unica azienda autorizzata dal SARFT alla gestione delle co-produzioni in tutta la Cina cinematografica è la China Film Co-production Company, sussidiaria del China Film Group Corporation (la tematica delle co-produzioni verrà approfondita nel capitolo successivo, dove viene proposta una analisi più dettagliata del ruolo della suddetta azienda nel settore). Qualora il China Film Group Corporation attraverso uno dei suoi studi intenda cooperare con un partner straniero nella produzione di un film la norma vuole che si faccia richiesta, come previsto dalla *zhongwai hezuo shezhi*

cartolarizzato è stato *Da Tang Xuan Ji Tu* 大唐玄機圖 (“Il Misterioso Diagramma Tang”, Zhang Zhiliang 张之亮, 2012), presentato nel 2012 il film è stato finanziato e prodotto nell'anno precedente attraverso l'opera di cartolarizzazione gestita dalla Shenzhen Qianhai Financial Asset Exchange.

diangyingpian guanli guiding 中外合作摄制电影片管理规定²⁴, direttamente al SARFT che, nell'ipotesi di un riscontro positivo, autorizza la collaborazione fra gli studi per un tempo limite di due anni e ne detta le caratteristiche tecniche della stessa.

Negli ultimi trenta anni il SARFT ha approvato 757 progetti di collaborazione per film a soggetto e oltre 700 per documentari e film d'animazione, permettendo la collaborazione fra produttori cinesi e di altri trenta paesi nel mondo. Nel solo 2010, le proposte di collaborazione accettate e sviluppate con successo sono state 84, attestando la percentuale rispetto alla produzione totale al 16% mentre nel 2012 con 67 coproduzioni su 745 film totali prodotti in Cina, la percentuale è scesa a circa il 9%²⁵.

La storia della co-produzione in Cina vanta anche una collaborazione italiana datata 2010, con il film *Italy Holiday* (Eduardo Ponti, 2010), frutto del lavoro congiunto di Italian Dreams Factory S.r.l. e Beijing Ciwen Films contestualmente a un progetto commerciale più ampio che ha visto la principale attrice del film, Maria Grazia Cucinotta, in seguito ingaggiata in diverse campagne pubblicitarie per brand cinesi e il regista, Eduardo Ponti, figlio dell'attrice italiana Sophia Loren, porre le basi per l'accordo che sarebbe stato siglato tre anni più tardi fra grandi operatori del settore cinematografico italiano e istituzioni Italiane e Cinesi nell'ottica di un ingresso congiunto nel mercato cinese²⁶.

²⁴ Traduzione propria: "Regolamentazione Sulla Collaborazione Sino-Estera Nella Produzione Di Pellicole Cinematografiche".

²⁵ Dati: ICE, EntGroup, EntGroup Box Office Tracker.

²⁶ Nel Giugno 2013 il coordinatore del "Progetto Cina" di A.N.I.C.A. (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali) Giorgio Crosetti ha annunciato l'inizio del progetto di collaborazione cinematografica triennale con la Cina. Benché siano stati sin da subito evidenti i contenuti istituzionali di questa missione, il "Progetto Cina" ha puntato in maniera decisa e sin da subito sulla concretezza degli obiettivi: agevolazioni fiscali e pratiche per girare in Italia, possibili *locations* e partner per girare film in Cina, investimenti produttivi e formativi reciproci, "pacchetti" di storia e attualità del cinema italiano da proporre per la distribuzione in sala e lo sfruttamento sulle moderne piattaforme per la rete e la telefonia mobile. Lo stesso Crosetti ha affermato nella circostanza dell'annuncio: "[...] questa eccitante sfida è sostenuta con vera attenzione e spirito collaborativo dalle maggiori istituzioni cinesi. A cui va fin d'ora la nostra gratitudine così come al personale dell'ambasciata italiana a Beijing e agli uffici dell'Ice che si sono impegnati con straordinaria dedizione per preparare al meglio questo viaggio. Grazie all'attenzione della Direzione Generale Cinema del Mibac e al sostegno del capitolo 'Made in Italy' del Ministero dello Sviluppo Economico, potremo contare sulle competenze congiunte di ANICA (coproduzioni), Istituto Luce - Cinecittà (network internazionale), Unefa (esportazione), Ice (scambi commerciali e promozione), Scuola Nazionale di Cinema (formazione) e Ministero degli Esteri (rapporti istituzionali). Senza contare la collaborazione e il patrocinio dell'Istituto Confucio che ci consentirà un efficace interscambio culturale". [Fonte: Sito A.N.I.C.A.]

Nel processo di ristrutturazione del settore della produzione cinematografica cinese della fine degli anni Novanta, lo stato cinese (attraverso Ministero e SARFT) decise di bilanciare il livello di competitività fra i vari studios riducendo i finanziamenti a quelli che godevano già di una certa importanza. Le risorse salvate in questo modo vennero poi totalmente destinate alla statale CFGC che nel 2004 produsse 35 film a soggetto per il cinema, 110 film per la televisione e partecipò alla produzione di altri 52, divenendo di fatto il più grande *player* nazionale nel settore della produzione cinematografica. Nell'opera interventista statale può essere letta un'azione di indirizzamento della qualità della produzione cinematografica; l'esempio rimane quello del CFGC che, grazie alle grandi disponibilità economiche provenienti dai finanziamenti statali, ha investito sin da subito nelle grandi produzioni, portando per la prima volta di fatto sugli schermi cinesi produzioni *blockbuster* (*dapian* 大片²⁷).

L'epoca delle prime grandi produzioni e co-produzioni cinesi di successo comincia esattamente nel periodo soprariportato con film che hanno ottenuto una certa notorietà anche all'estero: *Yingxiong* 英雄 (*Hero*, Zhang Yimou 张艺谋, 2002), *Shimian maifu* 十面埋伏 (*House of Flying Daggers*, Zhang Yimou 张艺谋, 2004) uscito in Italia con il nome "La Foresta dei Pugnali Volanti" sempre nel 2004, *Gongfu* 功夫 (*Kung Fu Hustle*, Stephen Chow 周星馳, 2004), *Wuji* 无极 (*The Promise*, Chen Kaige 陈凯歌, 2005), *Yeyan* 夜宴 (*The Banquet – The Legend of the Black Scorpion*, Feng Xiaogang 冯小刚, 2006) e *Mancheng jindai huangjinjia* 满城尽带黄金甲 (*Curse of the Golden Flower*, Zhang Yimou 张艺谋, 2006) uscito in Italia con il nome "La Città Proibita"; al momento della sua realizzazione, con 45 milioni US\$, diveniva la produzione cinese più costosa di sempre. Per lo più produzioni *wuxia*²⁸, che si imporranno subito come genere dominante fra i *dapian*. Le produzioni passarono dalle 141 del 2004 alle 212 del 2005

²⁷ *Dapian* (大片), letteralmente "grandi film", è il termine cinese che viene utilizzato per indicare le grandi produzioni, i *blockbusters*: le grandi produzioni cinematografiche che nascono con l'obiettivo primo di raccogliere il più grande successo di pubblico. Il termine *blockbuster* nasce nell'ambito teatrale in riferimento agli spettacoli che vedevano la più grande affluenza di pubblico, viene poi prestato all'ambito cinematografico.

²⁸ Il *wuxiapian* 武侠片 è un genere cinematografico fra quelli di maggior successo nel mercato cinese, di fatto paragonabile all'occidentale "cappa e spada". Nel *wuxiapian* si racconta di personaggi mitici ed eroi epici della tradizione cinese, di cavalieri erranti e spadaccini volanti. Il genere nasce dalla tradizione letteraria nazionale cinese, e fa parte da sempre della cinematografia asiatica. La distribuzione all'estero ha avuto in molti casi un discreto successo, ma in nessun caso il genere è stato inglobato in una cinematografia estera. (da *Il Wuxiapian*, 1996, di Riccardo F. Esposito, speciale *Hong Kong, un universo parallelo*, in *Segnocinema*, n. 80, pag 15.)

(+33%), e così via in un crescendo che al 2007 vedeva il CFGC produttore di oltre 400 pellicole nel 2007²⁹; è significativo notare come è nel 2004 che, per la prima volta dopo l'apertura alle importazioni delle produzioni straniere, il box office registra incassi maggiori per le produzioni cinesi che per quelle di importazione³⁰.

Sebbene i film di cui sopra vennero distribuiti direttamente dal CFGC o d'accordo con esso, ben presto l'offerta di programmazione si rivelò essere ripetitiva come genere e incapace di soddisfare un pubblico sempre più diversificato. Il campanello d'allarme più significativo fu quello delle critiche arrivate direttamente dal Partito Comunista al film *Curse of the Golden Flower* che indirizzarono il CFGC verso una produzione di *dapian* meglio diversificata ma in ogni caso conforme in materia di contenuti ideologici.

Il biennio 2007-2008 è stato ricco di produzioni "innovative" con *Toumingzhuang* 投名状 (*The Warlords*, Peter Chan 陈可辛, 2007) film a soggetto su di un classico della narrativa cinese, ambientato ai tempi della dinastia Qing e *remake* di un film dei fratelli Shaw del 1973, *Blood Brothers*, la commedia di Stephen Chow *Changjiang Qihao* 长江七号 (*CJ7 / Creatura Extraterrestre*, Stephen Chow 周星驰, 2008), la prima produzione nella Cina Popolare di John Woo, *Chi bi* 赤壁 (*Red Cliff*, John Woo 吴宇森, 2008) ed infine un *biopic* di Chen Kaige sulla stella dell'Opera *Mei Lanfang* dall'onnimo titolo: *Meilanfang* 梅兰芳 (*Forever Enthralled*, Chen Kaige 陈凯歌, 2008). Questi film vennero distribuiti dal CFGC e dallo Huaxia in periodi chiave quali l'estate e le vacanze nazionali del capodanno cinese; pensati per intrattenere quanto più possibile e quanto più pubblico possibile, a queste produzioni non venne posto alcun limite né in termini di spettacolarità né di budget (sia iniziale, sia per quanto riguarda le campagne pubblicitarie). È in questo modo che si hanno i primi effettivi risultati delle nuove politiche cinesi per il settore produttivo, nonché i primi tentativi di sfida alle grandi produzioni hollywoodiane.

Oltre ai *blockbuster wuxia*, le tipiche produzioni *zhuxuanlü* (主旋律) sono l'altra grande particolarità della produzione cinematografica cinese. Questo tipo di pellicole anche noto come *leitmotif movie* o ancora *main-melody movie* (dalla traduzione inglese) fa

²⁹ Dato: *China Film Yearbook 1981-2007*, SARFT 2009.

³⁰ Dato: Melvin, S. (2006), "From Operas To Blockbusters: China's 100 Year On Screen", *International Herald Tribune*, 27 Gennaio.

riferimento ad una categoria di film di natura propagandistica che portano sul grande schermo soggetti di tipo storico, spesso della narrativa nazionale ufficiale, in quasi tutte le occasioni esaltanti le gesta di grandi eroi della rivoluzione comunista. Per la prima volta sui grandi schermi nei tardi anni Ottanta con l'intento di promuovere patriottismo e nazionalismo, le produzioni *zhuxuanlü* hanno conosciuto cambiamenti importanti negli anni più recenti; se dapprima erano quasi totalmente finanziati dal governo (o dal partito) e spesso proiettati ad un pubblico selezionato, oggi i main melody movies seguono le indicazioni del mercato cinematografico alla ricerca di un successo commerciale quanto più vasto: sono oggetto di grandi finanziamenti privati, annoverano nei cast grandi interpreti e star, sono appetibili da un pubblico sempre più vasto anche grazie a campagne di marketing e distribuzione più tipiche dei grandi blockbuster³¹.

Anch'esse esclusiva pressoché totale dei grandi gruppi pubblici, fra le produzioni *zhuxuanlü* principali si ricordano: *Zheng Peimin* 郑培民 (*A Servant Of The People*, Zheng Dongtian 郑洞天, 2004), *Dingjun Shan* 定军山 (*Dingjun Mountain*, An Zhanjun 安战军, 2005) e *Zhang Side* 张思德 (*Zhang Side*, Yin Li 尹力, 2004) senza dimenticare le due indubbiamente più significative *Jianguodaye* 建国大业 (*The Founding of a Republic*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2009) e *Jiandang weiye* 建党伟业 (*The Founding of a Party / Beginning of the Great Revival*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2011).

Queste particolari produzioni, differentemente dai *dapian*, sono facilmente identificabili come film a soggetto dalla funzione “evangelica” il cui cristallino intento è quello di “beatificare” alcune grandi figure eroico-comuniste del passato Cinese (anche quello meno recente) e riproporre grandi eventi storici in chiave epica. I *zhuxuanlü*, oltre che per la rigidità con la quale viene proposta l'ideologia comunista nelle varie sceneggiature, presentano l'importante caratteristica dell'integrazione di tipo “classico” di soggetto, stile cinematografico ed ideologia (come accadeva già durante il periodo della rivoluzione culturale con i film basati sui modello degli *yangbanxi*³²) riproposta

³¹ Fonte: *Shaoyi Sun's Film Review Blog* di Shaoyi Sun, in “Trends in Chinese Cinema, Part II”, <http://shaoyis.wordpress.com/2010/04/01/trends-in-chinese-cinema-part-ii/>.

³² Le *Yangban xi* 样板戏, letteralmente “opere modello” o “opere rivoluzionarie”, sono otto opere teatrali della prima Cina comunista le cui sceneggiature sono state spesso riadattate per soggetti cinematografici. Secondo il testo *When Huai Flowers Bloom: Stories of the Cultural Revolution* (New York Press, 2007)

in maniera volutamente costante nelle varie produzioni di genere. Un caso esemplificativo è quello di *Yun Shui Yao* 云水谣 (*The Knot*, Yin Li 尹力, 2006) produzione distribuita dal CFGC la cui sceneggiatura (di cui è co-autore lo stesso regista) tratta, in maniera quantomeno fantasiosa, della volontà delle popolazioni taiwanesi e tibetane di realizzare il grande sogno di una unica grande Cina.

1.4 La distribuzione

L'attuale mercato della distribuzione cinematografica in Cina risponde alle linee dettate dal documento normativo emanato il 18 Dicembre 2001 dal SARFT e dal Ministero della Cultura *Guanyu gaige dianying faxing fangying jizhi de shishi xize* 《关于改革电影发行放映机制的实施细则》³³. La normativa in questione ha stabilito una netta divisione dei ruoli nel mercato cinematografico, identificando il ruolo di “distributore” e creando quello di “circuito cinematografico”. Il compito del circuito cinematografico, come inteso dal SARFT e definito nel testo sopracitato, è quello di fraporsi fra il produttore e l'allora neonata struttura esibitiva cinese, agendo da grossista in questo caso e da rivenditore diretto nei casi di canali di distribuzione secondaria (vendita e affitto DVD, TV via cavo, Internet TV, Video-on-demand). Secondo lo stesso testo è possibile solo in alcuni casi di produzioni cinematografiche a scopo educativo il passaggio diretto da case produttrici a cinema e circuiti cinematografici.

Nella Cina cinematografica esistono quattro modelli di distribuzione, tutti basati su accordi di collaborazione fra produttori e distributori o produttori, distributori e *exhibitors*:

1) *Revenue-sharing*: è il sistema più diffuso per quanto riguarda i film di importazione e per le medio-grandi produzioni nazionali; prevede differenti ripartizioni del box office in base alla tipologia di film. Nel caso di un film cinese una percentuale che può anche essere maggiore del 40% spetta di diritto a produttori e distributori, fra il 7 e il 10% ai circuiti cinematografici e quanto resta (intorno al 50%) rimane ai cinema. Se invece il

di Shu Jianglu, le otto opere sono state l'unica forma di espressione artistica ammessa dal partito in Cina durante i cinque anni della rivoluzione culturale fra il 1969 e il 1973/1974.

³³ Traduzione propria: “Sulla Riforma Del Sistesma Di Distribuzione E Proiezione” (*SARFT 2001 N° 1951*).

film è stato importato le esatte quote di produttori, distributori, circuiti cinematografici e cinema (in questo caso, considerati unitariamente) sono rispettivamente del 35%, 17% e 48%.

2) *Flat-fee*: il distributore paga una quota *una tantum* per acquistare i diritti di copyright del film dal produttore e diviene responsabile delle spese di promozione, di duplicazione, ecc.. Nel caso del *flat-fee* il ritorno economico del produttore cinematografico coincide esclusivamente con il pagamento del distributore dei diritti del suo film; il distributore non è tenuto a cedere alcuna parte della propria percentuale dell'incasso al botteghino col produttore.

3) Agenti di distribuzione: il produttore, in questo caso, incarica il distributore dei soli compiti di distribuzione ed eventualmente proiezione (qualora la compagnia distributrice fosse dotata di una struttura esibitiva, come nel caso dei grandi gruppi pubblici). È il produttore, o il proprietario dei diritti di copyright del film, che si occupa delle opere di promozione, duplicazione e trasporto; lo stesso corrisponderà al distributore una *service fee*, spesso corrispondente ad una modesta percentuale dell'incasso al botteghino.

4) Promozione assistita: il sistema della promozione assistita è un *unicum* nel panorama dei mercati cinematografici più sviluppati. La particolarità dello stesso risiede nella particolare struttura del mercato cinese e delle figure monopolistiche al proprio interno. Le uniche due aziende autorizzate alla distribuzione di produzioni cinematografiche straniere sul suolo cinese sono il China Film Group Corporation e lo Huaxia Film Group³⁴: queste, grazie a questo particolare sistema, possono acquistare diritti di copyright di film per poi appaltare gli oneri di promozione e distribuzione secondaria ad altri distributori nazionali offrendo quote non percentuali sugli incassi al botteghino. Questa forma di distribuzione cinematografica ha avuto un discreto successo negli ultimi anni grazie alla specializzazione di alcune piccole case di distribuzione cinesi nell'ambito della promozione: settore il cui operato riveste un ruolo fondamentale nel risultato finale del film (i canali di promozione cinematografica cinese sono

³⁴ Lo Huaxia Film Group opera nel settore della distribuzione attraverso la sua azienda sussidiaria Huaxia Film Distribution Company. La sua fondazione avviene nel 2003 come risultato dell'applicazione delle direttive del suddetto testo normativo di due anni precedente *Guanyu gaige dianying faxing fangying jizhi de shishi xize* 《关于改革电影发行放映机制的实施细则》 nell'intenzione di creare competizione sin dalla creazione nel neonato settore distributivo (va ricordato che lo Huaxia Film Group è partecipato al 20% dal China Film Group Corporation).

sostanzialmente identici ai più canonici del panorama mondiale: conferenze, pubblicità, trailer, prime, interviste a registi e attori, *merchandising*, ecc.). Tale ulteriore differenziazione nel settore distributivo ha permesso ai due grandi *player* pubblici di dedicarsi maggiormente alle importazioni dei grandi blockbuster, cedendo ad aziende più piccole e specializzate le importazioni di minor rilievo ottimizzandone le rese in termini di ritorno finanziario.

Oltre al classico sistema della proiezione nei cinema esistono altri canali esibitivi (e dunque, distributivi) che, seppur nel 2011 generavano soltanto lo 0.4% degli incassi medi di un film³⁵, godono delle migliori prospettive:

1) *IPTV (Internet Protocol Television) e VOD (Video on Demand)*: questi due servizi permettono all'utenza di selezionare il contenuto da un'ampia offerta di film e programmi televisivi attraverso un servizio televisivo trasmesso a mezzo internet. Le ragioni delle elevate aspettative rispetto lo sviluppo di questo canale risiedono nei dati che ne definiscono il bacino di utenza: nel 2011 in Cina si contavano 372³⁶ milioni di abbonamenti internet in banda minima garantita e 152 milioni in banda larga³⁷, il dato più elevato al mondo in numeri assoluti che tuttavia con 11.6 abbonati per 100 abitanti è ben lontano dalle statistiche corrispondenti delle economie più avanzate. Nel 2012, con 16 milioni di abbonati³⁸, la Cina ha ottenuto il primato mondiale di iscrizioni a canali IPTV e la prospettiva di crescita è stimata da Oxford Economics alla media vertiginosa del 29% annuo nel triennio 2012-2014; lo stesso studio prevede per il servizio di VOD una crescita media annua del 110% fra il 2008 e il 2014 assumendo un valore congiunto dei due mercati stimabile in 2.16 miliardi US\$ nel 2014³⁹.

2) *Online Video*: lo *online video* offre tramite la stessa piattaforma lo stesso servizio del VOD (seppur riducendo il numero di contenuti e la tempestività delle pubblicazioni) a prezzi più contenuti o, in molti casi, in forma totalmente gratuita per l'utente. I siti, come tudou.cn, che offrono servizi di questo genere sono fra i più popolari in tutta la Cina Popolare. Nel 2011 LETV, Tencent, PPTV, PPS, Youku, Thunder Network, Storm Codec, Joy.cn e Phoenix, siti singolarmente rilevanti ma modestamente competitivi

³⁵ Dato: Oxford Economics (2013).

³⁶ Dato: China Statistical Yearbook (2012).

³⁷ Dato: International Telecommunication Union (2013).

³⁸ Dato: Point Topic (2013).

³⁹ Dato: IPTV, Market Analysis, RNCOS (2011).

rispetto alle grandi case di distribuzione, hanno deciso di unirsi nella China Film Internet Distribution Alliance con l'intento di promuovere la piattaforma internet come principale canale di distribuzione ed esibizione cinematografica. Con la grande diffusione di smartphone e dispositivi portatili degli ultimi anni, quello di internet è sicuramente il campo dove, in prospettiva, le case di distribuzione vivranno le più accese sfide: alcune vi sono già entrate (come Enlight Pictures) mentre altre progettano di farlo nel 2014 (China Film Group Corporation e Shanghai Film Group Corporation).

3) Tv via cavo: gli utenti abbonati possono usufruire dei contenuti messi a disposizione dall'emittente attraverso i canali dedicati. Il canale più celebre, che per molti anni è stato anche l'unico *movie channel* nazionale, è CCTV 6; creato nel 2006 e di proprietà del China Film Group Corporation. Il settore ha visto aumentare del 250% i propri ricavi dal 2006 al 2011, anno in cui ha segnato un fatturato record di 272 miliardi RMB⁴⁰.

4) Vendita e affitto DVD, VCD e Blu-ray: è questo il canale distributivo maggiormente sviluppato e al contempo quello che più soffre del fenomeno della pirateria. È stato stimato che nel 2010 il mercato dei DVD contraffatti in Cina ha sviluppato 6 miliardi US\$ di introiti illegali, 4 volte il box office totale dello stesso anno. Quello del DVD è il supporto preferito per il business della distribuzione pirata che, per altro, opera con una efficacia paragonabile a quella delle grandi industrie regolari del settore: nel 2011, quattro soli giorni dopo la *premiere* internazionale di *Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2* (Harry Potter e i Doni della Morte 2, David Yates, 2011) DVD pirata della produzione ispirata all'ultimo capitolo della saga di J.K. Rowling erano già reperibili sul mercato. Il governo ha spesso annunciato negli ultimi anni interventi mirati a contenere il fenomeno dei DVD pirata ed estirparne la produzione con risultati piuttosto modesti; in tutta la Cina Popolare, e in minor proporzione anche a Hong Kong e Macau, si può notare una vasta diffusione di piccoli negozi spesso a gestione familiare, specializzati nella vendita di materiale audiovisivo contraffatto, film di recente uscita e classici, anche di buona qualità.

I dati forniti da Ent Group nel *China Film Industry Report 2012-2013* inerenti l'analisi delle maggiori aziende nella distribuzione cinematografica illustra come, seppur alcuni

⁴⁰ Dato: Blue Book of China's Radio, Film and Television (2012).

canali della distribuzione cosiddetta secondaria siano in rapido sviluppo, è la più classica forma della distribuzione ai circuiti cinematografici quella che premia maggiormente in termini di ricavi e quote di mercato.

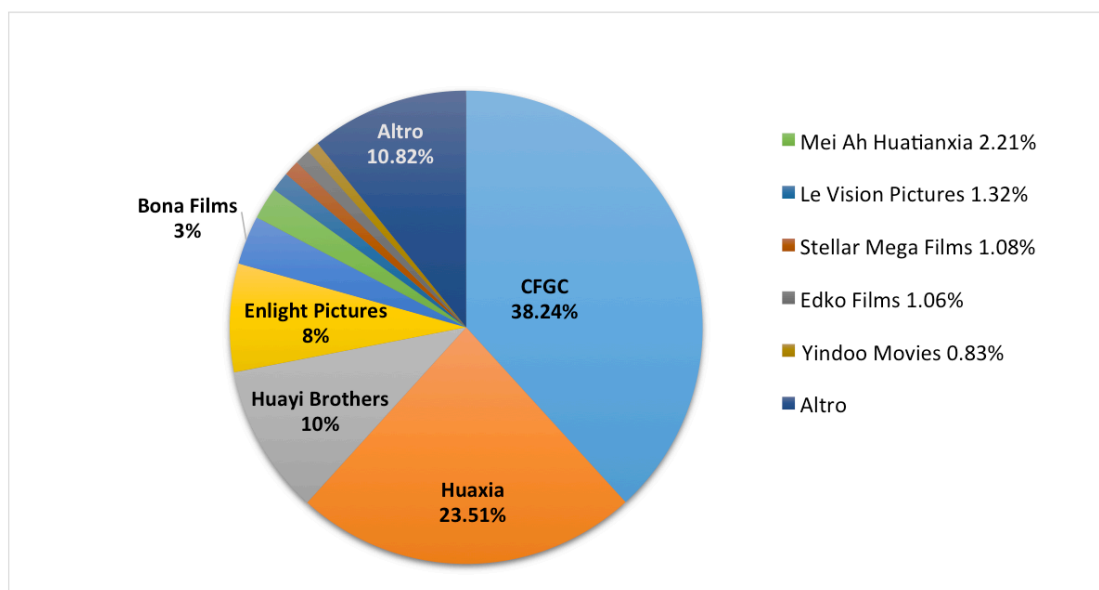


Figura 3. Quote di mercato del settore distributivo cinese (2012)

Fonte: EntGroup Box Office Tracker, 2013.

Come si evince dai dati statistici riportati in figura 3, il settore distributivo è dominato da alcuni grandi *player* come China Film Group, Huaxia e Huayi Brothers che operano anche nel settore dello *exhibition business*.

La legge cinese non permette a investitori stranieri di associarsi in nessun modo sul suolo cinese nella creazione di aziende di distribuzione cinematografica (né WFOE, né JV) con l'eccezione di *player* da Hong Kong e Macau che intendano aprire filiali di aziende preesistenti nella Cina continentale.

Una suddivisione ulteriore dei distributori può essere effettuata sulla base del prodotto distribuito. Esistono distributori che trattano esclusivamente produzioni proprie (come la Huayi Brothers), altri esclusivamente produzioni altrui (è il caso della Huaxia Film Group, impegnata principalmente sul fronte delle importazioni), vi è chi distribuisce entrambe (il China Film Group si occupa sia di distribuzione di produzioni di importazione che di distribuzione dei propri prodotti) e chi opera solo con materiale digitale (ancora il China Film Group attraverso China Film Digital, ma anche Hualong Film Digital).

1.5 La peculiarità cinese dello *exhibition business*

Da quando in Cina il film è diventato vero e proprio prodotti di mercato, dall'avvento della *film marketization* in Cina come suggerisce Emilie Yueh-Yu Yeh nel titolo di un suo celebre saggio⁴¹, le intenzioni delle autorità centrali erano quelle di creare un struttura per il continuo rafforzamento del mercato interno e dunque dimostrare le capacità del potere mediatico Cinese al mondo intero. Le strutture aziendali dovevano quindi essere affiancate da infrastrutture di corrispondente importanza; progettazione e costruzione di cinema e sale cinematografiche, in quanto vere e proprie operazioni di tipo immobiliare, richiedevano enormi capitali, risorse e proprietà terriere. Il China Film Group Corporation, in qualità di portabandiera delle politiche nazionali, ha risposto sin da subito a questa nuova logica imprenditoriale attraverso la creazione ed il potenziamento dei propri circuiti cinematografici (*yuanxian* 院线) che si occupano di *exhibition* e che sono, nella sostanza, il naturale prosieguo del proprio settore distributivo. Nel 2006 il governo ha stanziato 30 milioni RMB per la creazioni di sale cinematografiche attrezzate per la proiezioni digitale nelle aree rurali; a livello nazionale infatti, dacché il concetto di *yuanxian* è relativamente nuovo, è forte la volontà di diffonderne le infrastrutture nella maniera più capillare e veloce possibile. La crescita del mercato va, nelle idee dell'imprenditore cinematografico cinese, di pari passo con la creazione di nuovi schermi: nel 2007, grazie a diverse joint venture con investitori occidentali, di Hong Kong, Korea e Giappone il solo CFGC ha creato sette *yuanxian* che hanno operato immediatamente nei settori immobiliari e finanziari, costruendo teatri di proiezione e rilevandone di già esistenti per un totale di circa 400 strutture ed oltre 2500 schermi⁴², andando subito ad occupare una quota del mercato dello *exhibition* vicina al 40%⁴³. Va detto che il CFGC perderà la leadership nel giro di

⁴¹ E. Yueh-Yu Yeh e D.W. Davis (2008), "Re-Nationalizing China's Film Industry: Case Study On The China Film Group And Film Marketization", in Journal of Chinese Cinemas - Volume 2, Numero 1.

⁴² Dato: SARFT (2008).

⁴³ I sette *yuanxian* rispondono ai nomi di: Beijing Xinyinglian Cinema Circuit, China Film South Cinema Circuit, China Film Stellar Film Chain, Liaoning North Cinema Circuit, Sichuan Pacific Cinema Circuit and China Film Digital Cinema. Le strutture societarie di questi circuiti e la loro subitanea entrata in attività sono da contestualizzare ad un intervento deciso del SARFT nell'opera di natura immobiliare di ampliamento del bacino di utenza del mercato cinematografico cinese. Nelle volontà del SARFT, espresse dalle operazioni del CFGC, vi è quella di fare in Cina quello che catene come *Multiplex* fanno da anni in Europa e negli Stati Uniti: creare, al livello dello *exhibition*, un potere tale da poter avere maggiore controllo sui processi di distribuzione e programmazione.

pochi anni a favore dei grandi gruppi privati operanti nel settore a dispetto di un aumento generale del livello di investimenti finanziari ed edilizi.

Alla fine del 2012 in Cina si contano 46 circuiti cinematografici attivamente operanti sul suolo cinese, cifra che segna un aumento di 7 unità⁴⁴ rispetto all'anno precedente e il mantenimento di un trend positivo iniziato nel 2010.

Gli incredibili dati del box office cinese degli ultimi dieci anni sono inequivocabilmente legati al successo in campo imprenditoriale delle grandi aziende private e pubbliche che hanno deciso di investire nel segmento immobiliare del settore esecutivo; nel 2012 sono stati costruiti 880 nuovi complessi commerciali comprendenti cinema multisala raggiungendo la cifra nazionale di 3680. In termini di singoli schermi il 2012 con le sue nuove 3832 unità ha portato il totale nazionale a 13.118⁴⁵; dato che tuttavia, secondo una previsione di Oxford Economics legata al rallentamento del settore immobiliare, potrebbe essere il primo di un trend di flessione che dovrebbe caratterizzare il triennio 2013-2016.

A differenza dei settori distributivo e produttivo, nello *exhibition business* i *player* stranieri possono intervenire attraverso la costruzione o gestione di singoli cinema (e non circuiti cinematografici) associandosi come joint venture partecipabili fino al 49% nel caso di teatri di proiezione in zone rurali e fino al 75% in alcune grandi città. Agli imprenditori del settore di Hong Kong e Macau è invece concesso di stabilire le proprie filiali sul suolo cinese continentale attraverso WFOE.

Il mercato della proiezione cinematografica è regolamentato dal testo normativo del 18 Dicembre 2001, pubblicato dal SARFT e dal Ministero della Cultura *Guanyu gaige dianying faxing fangying jizhi de shishi xize* 《关于改革电影发行放映机制的实施细则》⁴⁶, documento che introduce la figura industriale del circuito cinematografico e che apre parzialmente il mercato a concorrenti internazionali come voluto dagli accordi presi con la WTO. Lo stesso documento identifica due tipi diversi di circuito cinematografico:

⁴⁴ Dato: EntGroup Box Office Tracker (2013).

⁴⁵ Dati: Oxford Economics (2013).

⁴⁶ Traduzione propria: "Sull'implementazione delle normative di riforma dei settori di distribuzione e proiezione cinematografica" (SARFT 2001, N. 1951).

1) Circuito Standard: catena di cinema il cui proprietario provvede all'investimento immobiliare e al mantenimento delle strutture. Tutti i cinema della catena propongono lo stesso brand e la stessa programmazione.

2) *Franchise*: la proprietà fisica del cinema non è del circuito cinematografico ma di altre entità legali indipendenti, l'appartenenza ad una catena piuttosto che a un'altra sta alla direzione del cinema stesso che può divenire, o meno, *contractor*. Il circuito in questo caso funge da distributore per il cinema, che ha dei margini di scelta sui tempi di programmazione e la facoltà di mantenere il proprio brand e il proprio management.

A seguito della pubblicazione del suddetto testo normativo, nel 2001 vennero alla luce i primi circuiti cinematografici, inizialmente attraverso opere di espansione del business dei grandi gruppi pubblici.

A differenza degli altri settori, ai dati del 2012, l'azienda leader del settore esibitivo è di proprietà di un gruppo privato, il circuito di tipo standard Wanda International Cinemas, facente capo al Wanda Group del miliardario Wang Jianlin⁴⁷. L'azienda fondata nel 1989, dapprima non interessata nel business dei teatri di proiezione, è entrata nel settore nel 2005 e in soli cinque anni si è imposta come punto di riferimento nazionale, in otto come più grande circuito cinematografico al mondo a seguito dell'acquisto di un importante gruppo statunitense nel 2013.

Con oltre 600 schermi in 71 cinema e 206 milioni US\$⁴⁸ di box office registrato nel 2010 il Wanda International Cinemas ha saputo vincere la concorrenza delle aziende in *franchise* dei grandi gruppi pubblici come la China Film Stellar Theater Chain (partecipata dal China Film Group Corporation e rappresentante di molti importanti marchi del settore esibitivo nazionale), lo Shanghai United Circuit (di esclusiva proprietà dello Shanghai Film Group, che nel 2010 con le sue 125⁴⁹ strutture si attestava come primatista nazionale), il China Film Group South-New Line Corporation e il Beijing New Film Association (entrambi partecipati dal China Film Group Corporation).

⁴⁷ Wang Jianlin 王健林 (Cangxi 苍溪县 24 Ottobre 1954) è un imprenditore cinese, iscritto al Partito Comunista nazionale dal 1976. È presidente del Dalian Wanda Group, uno dei più grandi gruppi immobiliari del Paese e il più grande circuito cinematografico al mondo a seguito dell'acquisto di AMC Entertainment Holdings per 2.6 miliardi US\$ nel 2013. Nel 2013 Forbes lo ha classificato 128° nella lista delle persone più ricche al mondo con un patrimonio stimato in 8.6 miliardi US\$. Nell'Agosto dello stesso anno Bloomberg lo ha definito come l'uomo più ricco della Cina con un patrimonio di 14.2 miliardi US\$.

⁴⁸ Dato: ICE (2011).

⁴⁹ Dato: ICE (2011).

Una considerazione particolare va fatta sulle nuove tecnologie impiegate nelle tecniche di proiezione come il 3D e la tecnologia IMAX⁵⁰. L'utilizzo di nuove tecniche nel permettere all'utente teatrale una nuova esperienza visuale è, per un semplice principio logico, sprone a pagare biglietti dai prezzi più alti; la corsa dei grandi circuiti cinematografici nel dotarsi delle strutture più avanzate è in questo senso necessaria per la crescita dei fatturati. La tecnologia di proiezione IMAX è presente nel mercato esibitivo cinese dal 2001 seppur il suo successo sia arrivato solo di recente parallelamente a quello delle grandi produzioni hollywoodiane importate. Nel 2010 il film di grande distribuzione *Avatar* (James Cameron, 2009) viene proiettato in 3D e nella sola Cina raccoglie 1.378 miliardi RMB⁵¹, stabilendo un primato mondiale; lo stesso anno il box office combinato dei film proiettati utilizzando le due tecnologie sopracitate ha composto per il 77% gli incassi totali delle produzioni di importazione; fra di esse vanno ricordate oltre ad *Avatar* anche *Alice in Wonderland* (Tim Burton, 2010) con 226 milioni RMB, *Toys Story 3* (*Toy Story 3 – La Grande Fuga*, Lee Unkrich, 2010) con 110 milioni RMB, *How to Train Your Dragon* (*Dragon Trainer*, Chris Sanders, 2010) e *Inception* (Christopher Nolan, 2010) con 457 milioni RMB⁵².

⁵⁰ IMAX (abbreviazione di Image Maximum) è un formato di riproduzione cinematografica e uno standard di proiezione creato dall'azienda canadese IMAX Corporation. La tecnologia IMAX offre la capacità di registrare e riprodurre immagini in dimensione e risoluzione fino a 7 volte maggiori del classico formato 35mm. Dal 2002 diversi film sono stati convertiti in formato IMAX per essere redistribuiti negli appositi cinema, dei quali nel mondo esistono 697 strutture in 52 Paesi, di cui 25 nella Cina Popolare.

⁵¹ Dato: EntGroup Box Office Tracker (2013).

⁵² Dati: ICE (2011).

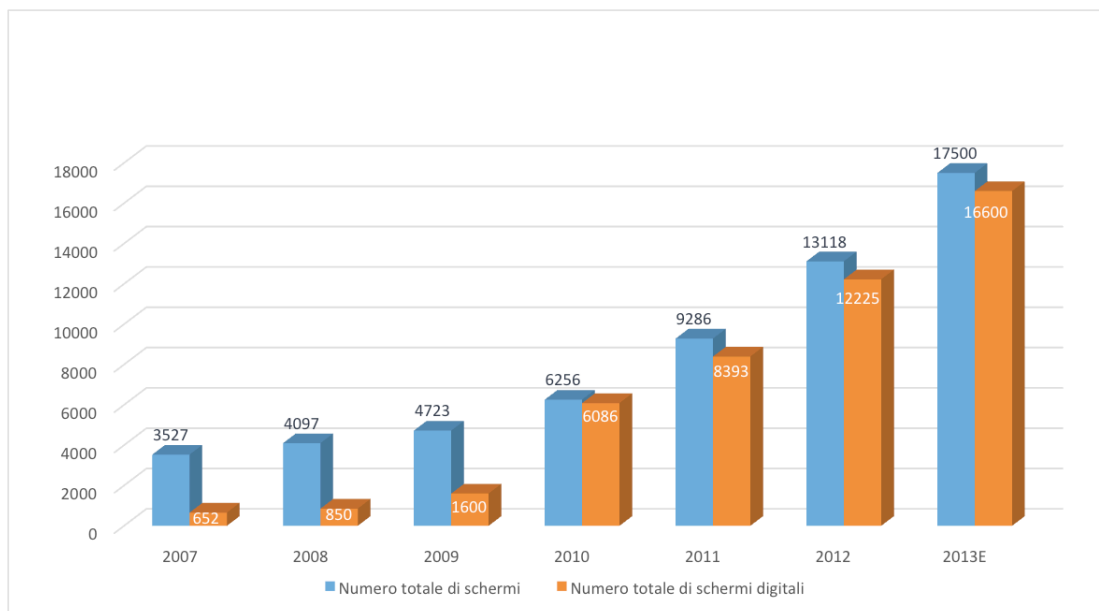


Figura 4. Trend di crescita degli schermi per la proiezione digitale (2007-2013)

Fonte: EntGroup Group Box Office.

È dal 2010 e dall'inizio dell'utilizzo estensivo delle tecnologie digitali che in Cina si ha testimonianza di una grande opera di ammodernamento e ampliamento dei teatri di proiezione. Le statistiche riportate da Ent Group nello studio sui trend di crescita del numero di cinema e schermi cinematografici analogici e digitali confermano come la corsa al digitale sia fra le priorità per ogni catena cinematografica. Il grafico in figura 4 evidenzia chiaramente come fra il 2009 e il 2010 vi sia stato l'aumento più significativo nel numero di schermi equipaggiati di tecnologie digitali segnando una crescita del 156%; la crescita costante del dato ha portato nel 2012 ad un numero complessivo di schermi stimato in 17500 distribuiti in circa 4000 cinema sul territorio nazionale⁵³.

1.6 Le barriere all'ingresso nel mercato e sistema di quote

Un'azienda statale esercita il controllo su un mercato di recente nascita in due modi principali: agendo sulle possibilità di ingresso allo stesso (erigendo barriere doganali o amministrative all'ingresso per i potenziali *player*) o regolando la distribuzione delle quote dello stesso mercato. Il CFGC, oltre ad essere il più grande *media operator*

⁵³ Dato: EntGroup (2013).

nazionale, ha goduto del diritto di ingresso prioritario nel mercato in questione e gode, ad ora, di permisioni favorevoli sulla ripartizione delle quote di mercato.

L'accesso al mercato cinematografico cinese è ferreamente regolato dal SARFT, stesso ente alla direzione del CFGC. Il CFGC dunque gode di un "trattamento speciale" nella messa in pratica di una politica cinematografica nazionale, come ad esempio in merito alle quote di ripartizione del totale delle produzioni importabili dall'estero. Il sistema delle quote di importazioni esiste in Cina dal 1994, anno della proiezione della produzione hollywoodiana *The Fugitive (Il Fuggitivo, Andrew Davis, 1993)*, primo *blockbuster* di importazione ad essere distribuito sul suolo cinese continentale. In quegli anni il mercato cinematografico cinese viveva una crisi senza precedenti e il settore produttivo era sull'orlo di scomparire, la mancanza di una regolamentazione nel mercato esibitivo inoltre non premiava la bontà delle migliori pellicole. Il Ministero della Cultura decise dunque che dal 1° Gennaio 1994 alcuni film degni di nota sarebbero stati importati e proiettati in Cina. La scelta dell'eventuale ammissibilità all'importazione delle produzioni straniere è stata esclusiva del Ministero della Cultura fino alla fine degli anni Novanta quando il compito è passato nelle mani dell'azione coordinata di SARFT e China Film Import & Export Company (sussidiaria del CFGC) i quali, sulla base di particolari criteri, decidono se consentire l'importazione del film agli uffici doganali.

La storia delle quote di importazione ha visto mutare negli anni il limite massimo di film stranieri ammessi: dalla politica dello *shi da biaoti* "10 大标题" (dieci grandi titoli) dei primi dieci anni alla recezione nel 2004 delle normative previste dall'accordo preso con la World Trade Organization nel 2001 che portava a 20 il numero di importazioni consentito. Nel corso dell'ultimo decennio la strategia delle quote di importazione è stata parzialmente rivista e corretta in più occasioni, lasciando intravedere la futura possibilità di un abbattimento definitivo di questa barriera all'ingresso nel mercato da parte dei distributori stranieri; nel 2004, contestualmente all'aumento del numero totale di film importabili è stata totalmente rimossa la restrizione all'importazione per i film in lingua cinese di produzione hongkonghese, dallo stesso anno inoltre, le co-produzioni sino-estere non vengono considerate nel calcolo delle produzioni di importazione. Fra il 2007 e il 2010 la Cina e gli Stati Uniti sono stati protagonisti di un contenzioso arrivato

ai banchi del World Trade Organization che vedeva gli Stati Uniti richiedere il rispetto degli impegni presi dalla Cina al momento dell'ingresso della stessa nella celebre istituzione sovranazionale nel 2001 (che di fatto prevedevano la totale abolizione delle barriere di importazione sin dall'anno successivo); il WTO ha invitato nel 2010 e nel 2011 la Cina al rispetto degli impegni presi precedentemente tuttavia, ad oggi, persiste il sistema delle quote di importazione. Nel 2010, al primo richiamo del WTO, la Cina si è detta intenzionata a rimuovere per intero le restrizioni poste all'importazione dei film stranieri entro il 19 Marzo dell'anno successivo, promessa che puntualmente non è stata mantenuta dal governo di Pechino. Il 1° Gennaio 2011 il SARFT ha rimosso la restrizione che prevedeva il calcolo nel computo delle produzioni di importazioni per i film in lingua cinesi di produzione taiwanese. Nel Febbraio 2012 nell'occasione di un viaggio del presidente Xi Jinping⁵⁴ in California, Hollywood e la Cina cinematografica sono avvenute ad uno storico accordo che prevedeva uno snellimento delle barriere all'accesso al mercato cinematografico cinese da parte delle grandi case americane. L'accordo prevede fra gli altri punti l'estensione della quota di importazione di produzioni straniere di quattordici unità esclusivamente di tipo 3D o IMAX, per un nuovo totale di trentaquattro (va detto che sin dalla diffusione in massa dell'utilizzo delle tecniche di proiezione digitale è valsa la prassi di un canale di importazione "straordinaria" per le produzioni che rispettassero determinati standard tecnologici. Nel 2010 grazie a queste speciali concessioni sono stati importati 7 film⁵⁵); l'aumento dal 13.5 (o in alcuni casi 17.5) al 25 della percentuale del box office cinese spettante agli esportatori ed infine il raggiungimento di un'intesa sulla creazione di una joint venture fra DreamWorks Animations e due società cinesi per produrre film per il mercato cinese (ad oggi la DreamWorks Animations China risulta essere l'unico esempio di ingresso straniero nel settore della produzione cinematografica cinese; due lungometraggi di

⁵⁴ Xi Jinping (Xi Jinping 习近平, Pechino 1 Giugno 1953) è il Presidente della Repubblica popolare cinese dal 14 Marzo 2013 e Segretario Generale del Partito Comunista Cinese dal 15 Novembre 2012. Nel 2002 per alcuni mesi governatore del *Zhejiang* per poi diventare segretario provinciale del Partito, fece della provincia appena citata una delle realtà più virtuose dal punto di vista economico aprendo ad investimenti esteri e combattendo puntualmente la corruzione. Dal 2007 è nella politica nazionale e dal 2008 ricopre incarichi istituzionali di primo ordine (fu a capo dei lavori di preparazione per la XXIX Olimpiade che si tenne a Pechino proprio in quell'anno). Ad ora il suo mandato si contraddistingue per il grande impegno profuso nella cura delle relazioni internazionali. (Fonte: <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2012-11-07/come-jinping-210524.shtml?uuid=AbjQ200G#navigation>)

⁵⁵ Dato: ICE (2011).

animazione in produzione nella succursale cinese sono previsti in uscita nel 2015 in co-produzione con l'azienda madre DreamWorks Animations).

Il sistema delle quote di importazione prevede un limite di 20 film standard importati indipendentemente dal tipo di accordo sulla distribuzione previsto per le produzioni straniere: *revenue sharing* o *flat-fee*. Nel 2010 ad esempio, i due modelli di distribuzione applicati ai film importati in quell'anno hanno coperto rispettivamente il 77% e il 12% del ricavo totale (il restante 11% è stato dei 7 film di importazione straordinaria)⁵⁶. Il dato evidenzia come abbiano maggior successo le produzioni distribuite attraverso il *revenue sharing*, questi film difatti godono di punti a favore che ne garantiscono il successo nella maggior parte dei casi: la simultanea messa in proiezione a livello mondiale e sovente il fascino della provenienza (il 75% dei film importati fra il 2010 e il 2012 sono di provenienza hollywoodiana, come nel caso dei grandi successi Avatar della 20th Century Fox e Inception della Warner Bros⁵⁷).

I produttori che vedono così distribuiti i propri film sul suolo cinese ottengono una percentuale degli introiti del 35% (mentre il 17% va al distributore e il 48% restante viene diviso fra circuito cinematografico e cinema⁵⁸), il che rende ben più appetibile il *revenue sharing* rispetto alla formula del *flat-fee*. Solitamente i film i cui diritti di copyright sono stati rilevati attraverso questa formula non sono destinati a grandi incassi; solitamente le aziende di distribuzione acquistano direttamente quantità considerevoli di film dallo stesso studio cinematografico pagando una unica cifra convenuta. I film importati con la formula del *flat-fee* non godono del lancio simultaneo a livello mondiale e in diverse occasioni si dimostrano veri e propri fallimenti, in alcune altre addirittura ne viene postdatata l'uscita per anni o non vengono affatto proiettati, come nel caso di *The Expendables (I Mercenari)*, Sylvester Stallone, 2010), importato nel 2010 e mai uscito nelle sale cinematografiche cinesi.

Come già detto, il mercato della distribuzione rimane *off limits* per gli investitori stranieri, che però possono rifarsi sui business dello *exhibition*, della co-produzione e della vendita di produzioni attraverso joint ventures con partner cinesi. La distribuzione di produzioni straniere è affare unico del CFGC, che ne gestisce la distribuzione stessa

⁵⁶ Dato: ICE (2011).

⁵⁷ Dato: ICE (2011), Oxford Economics (2013).

⁵⁸ Dato: Blue Book of China's Radio, Film and Television (2012).

attraverso la sussidiaria China Film Import & Export Corporation; va da sé che sono di sua competenza i relativi compiti di acquisizione, programmazione delle proiezioni ed eventuale censura. Nel 2006 un'altra azienda nazionale, la Huaxia, diviene concessionaria del diritto di distribuzione delle produzioni straniere; il monopolio del CFGC rimane tuttavia intatto, essendo la Huaxia controllata al 20% dallo stesso CFGC. Il CFGC e Huaxia sono tenuti dagli enti regolatori alla gestione tecnica dei “*blackout periods*”⁵⁹, lassi di tempo in cui le due aziende si impegnano a non proiettare e/o pubblicizzare nemmeno le produzioni la cui importazione fosse stata già precedentemente approvata; disposizioni analoghe vengono imposte a tutte le società controllate e/o partecipate dal gruppo del China Film e a tutte le aziende private del settore. In questi periodi di sospensione della circolazione delle produzioni straniere viene anche interrotta la competizione commerciale: le direttive in merito possono arrivare anche da enti più importanti del SARFT, come il *zhonggong zhongyang xuanchuan bu* 中共中央宣传部 (Dipartimento di Propaganda del Comitato Centrale). Uno degli esempi più significativi di *blackout period* è quello iniziato nell'inverno 2007 quando per i mesi di Dicembre, Gennaio e Febbraio venne indetto un nuovo periodo di ferma delle proiezioni e pubblicizzazioni delle produzioni straniere per favorire quelle cinesi in quello che è uno dei periodi più strategici dell'anno in tema di ritorno economico al botteghino. In quell'occasione il CFGC ha interrotto (o non iniziato affatto) la proiezione di alcune produzioni Disney, Dreamworks, Paramount e Warners, lasciando la scena a grandi *blockbuster* nazionali come *Toumingzhuang* 投名状 (*The Warlords*, Peter Chan 陈可辛, 2007), *Jijie hao* 集結號 (*Assembly*, Feng Xiaogang 冯小刚, 2007), *Changjiang Qihao* 长江七号 (*CJ7 / Creatura Extraterrestre*, Stephen Chow 周星馳, 2008) e alla co-produzione taiwan-hongkonghese *Gongfu guanlan* 功夫灌籃 (*Kungfu Dunk*, Kevin Chu Yen-Ping 朱延平 2008).

⁵⁹ I *black-out periods* sono dei periodi (solitamente lunghi un mese l'uno) indetti dal SARFT e dal Ministero della Cultura tramite comunicati in cui viene categoricamente vietata la proiezione e la pubblicizzazione di produzioni cinematografiche straniere sul suolo nazionale (in particolar modo le produzioni di origine hollywoodiana). Il primo *black-out period* venne indetto nel 1998, da allora se ne susseguono con frequenza annuale; solitamente coincidono con anniversari di rilevante importanza politica o con i grandi eventi Pechinesi. Viene usato dalle autorità come vero e proprio strumento di consolidamento della solidarietà politica e rafforzamento del sentimento nazionalista.

L'ultimo caso di *blackout period* è stato quello registrato nell'estate 2013 quando la decisione del SARFT è stata inizialmente quella di bloccare le proiezioni dei film stranieri nel solo mese di Luglio per poi prolungare il fermo anche al mese di Agosto, posticipando a Settembre l'uscita di film dalle buone aspettative economiche come *Elysium* (Neill Blomkamp, 2013), *The Lone Ranger* (Gore Verbinski, 2013), *The Smurfs 2 (I Puffi 2)*, Raja Gosnell, 2013), *Turbo* (David Soren, 2013) e *Jobs* (Joshua Michael Stern, 2013).

L'utilizzo della pratica protezionistica dei *blackout periods* tuttavia ha creato di recente alcuni malumori fra l'utenza cinematografica che reclama di poter godere tempestivamente del diritto di vedere i *blockbuster* d'importazione preferiti al momento della loro uscita internazionale e fra le grandi catene cinematografiche che spesso a causa del ritardo nelle proiezioni dei grandi film importati accusano perdite nel pubblico pagante.

In corrispondenza del *blackout period* indetto dall'ente regolatore nell'estate del 2012 il presidente della China Film Critics Society, Zhang Boqing, si è espresso in maniera durissima contro la suddetta pratica protezionistica:

[..] the key to protecting domestic films lies in improving their quality, not in imposing protectionist measures [...] the existence of the protection month reflects how little confidence the Chinese film industry has in its own products. (R. Cain 2012)⁶⁰

1.7 Il contributo economico dell'industria cinematografica in Cina

Il mercato cinematografico cinese apporta all'economia nazionale un contributo significativo. Oxford Economics ha stimato che nel 2011 il supporto del settore cinematografico all'economia nazionale è stato direttamente di 100 miliardi RMB (corrispondenti allo 0.2% del PIL cinese dello stesso anno, circa il doppio del

⁶⁰ Cain, Robert (22 Agosto 2012). "Blackout Continues to Yield Bounty for Chinese Films". Chinafilmbiz.com 中国电影业务.

contributo del settore postale)⁶¹ ed indirettamente stimabile in 22 miliardi RMB⁶² (tasse sui redditi e sul commercio del settore) e 909 000 posti di lavoro (0.1% del totale dei posti di lavoro a livello nazionale)⁶³.

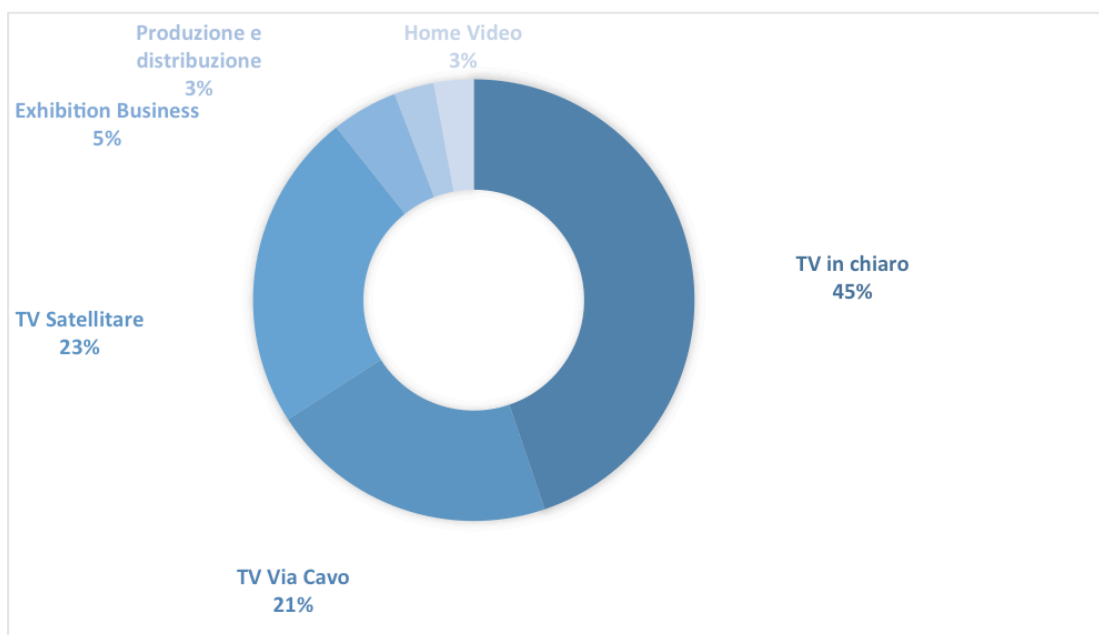


Figura 5. Ripartizione del contributo economico dell'industria cinematografica in Cina (2011)

Fonte: Oxford Economics (2013)

Il contributo indiretto all'economia nazionale del settore è da considerarsi ancora più ampio: l'apporto indirettamente fornito del settore cinematografico nazionale è aumentato sensibilmente a partire dai primi anni Duemila in corrispondenza con le politiche di deregolamentazione del mercato e, soprattutto, l'apertura alla partecipazione finanziaria alle aziende extra-settoriali. La stima di Oxford Economics è stata per il 2011 di 2.4 milioni di posti di lavoro garantiti dall'industria cinematografica nazionale al di fuori di essa e un gettito fiscale di 23.2 miliardi RMB.

Va ad aggiungersi alla somma degli apporti diretti e indiretti il cosiddetto supporto indotto che, calcolato sulla base del relativo moltiplicatore economico⁶⁴, ha comportato il sostentamento di 1.3 milioni di posti di lavoro e 11.5 miliardi RMB⁶⁵ di entrate fiscali.

⁶¹ Il dato è stato elaborato da Oxford Economics attraverso lo studio dell'ultima pubblicazione disponibile dell'ente statistico settoriale (organo del SARFT), *Blue Book of China's Radio, Film and Television (2012)*.

⁶² Dato: *Blue Book of China's Radio, Film and Television (2012)*.

⁶³ Dato: EntGroup (2013).

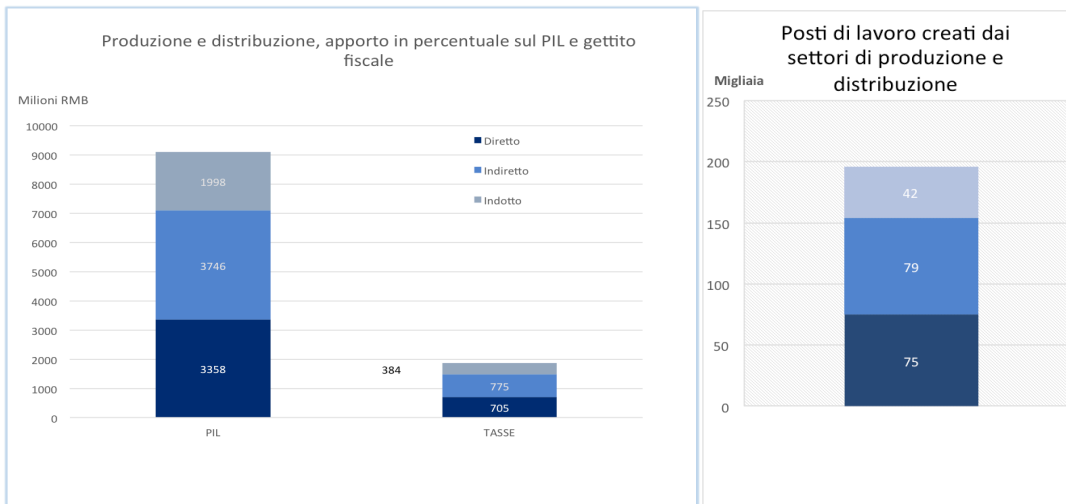


Figura 6.1 e 6.2. Contributo economico dei settori produttivo e distributivo, in percentuali del PIL e ricadute occupazionali (2011)

Fonte: Oxford Economics (2013)

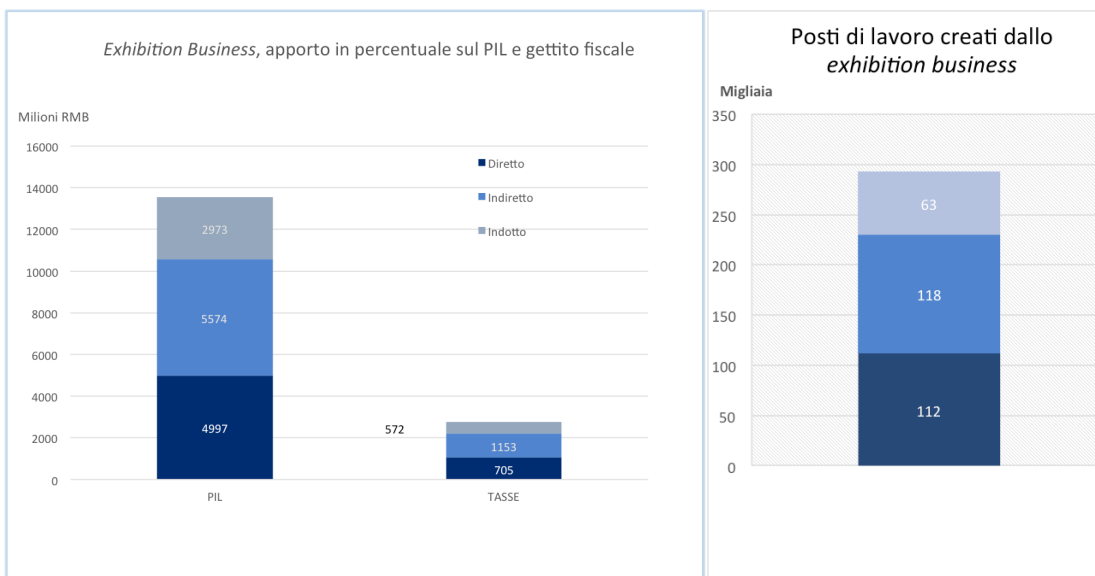


Figura 6.3 e 6.4. Contributo economico dello exhibition business, in percentuali del PIL e ricadute occupazionali (2011)

Fonte: Oxford Economics (2013)

⁶⁴ Per moltiplicatore economico indotto (*Induce Economic Multiplier*) si intende il volume totale delle spese effettuate dagli individui interessati indirettamente grazie alla fonte di reddito addizionale garantita dal supporto indiretto di una determinata economia. (Definizione: *Economic Multipliers: How Communities Can Use Them for Planning*, Wayne P. Miller)

⁶⁵ Dato: Stima di Oxford Economics (2013).

Il calcolo dei contributi diretti, indiretti e indotti segna un totale di 272 milioni RMB di volume finanziario sviluppato (0.6% del PIL nazionale), 4.5 milioni di posti di lavoro garantiti (0.6% del totale nazionale) e 57 miliardi RMB di entrate fiscali (0.5% del gettito complessivo)⁶⁶.

La suddivisione proposta da Oxford Economics nei grafici soprariportati evidenzia come il solo settore dello *exhibition* sviluppi volumi finanziari più elevati del totale di produzione e distribuzione. Spesso significativamente integrati anche a livello strutturale come nel caso dei grandi gruppi pubblici (China Film Group Corporation e Shanghai Film Group Corporation), i settori della distribuzione e della produzione nel 2011 davano occupazione a 75 000 persone direttamente e a 197 000 in totale se vengono considerati gli apporti indiretti e indotti⁶⁷. Il settore della proiezione cinematografica invece, ha impiegato nello stesso anno il 33% in più della popolazione interessata dai settori produttivo e distributivo e ha sviluppato un gettito fiscale totale di 2.8 miliardi RMB contro 1.9 miliardi RMB dei due settori complementari (dati riportati in figura 6.3 e 6.4)⁶⁸. Il settore dello *exhibition*, seppur sia quello che negli ultimi anni ha mostrato i miglioramenti più significativi in termini di sviluppo e diffusione sta affrontando di recente una decelerazione nella crescita che si manifesta principalmente nella diminuzione del numero di nuovi schermi creati annualmente: sintomo, secondo EntGroup, dell'imminente raggiungimento del rapporto ideale popolazione/sale cinematografiche.

Nel calcolo dell'apporto economico di un settore particolare come quello cinematografico all'economia nazionale una considerazione particolare va fatta sui ritorni non classificabili come indiretti, né indotti. Il caso esemplare è quello del fenomeno turistico mosso dall'esportazione del prodotto cinematografico oltre ed entro i confini nazionali.

In Asia, la crescita dello *hallyu*⁶⁹ sud-coreano è ben documentata e grazie al suo successo costituisce un riferimento fra le industrie culturali asiatiche. Fra i principali

⁶⁶ Dati: Stima di Oxford Economics (2013), National Bureau of Statistics of China (2012).

⁶⁷ Dato: Oxford Economics (2013).

⁶⁸ Dati: Stima di Oxford Economics (2013), National Bureau of Statistics of China (2012).

⁶⁹ Con *hallyu* (Hangul: *한류*, cinese: 韩流, noto in inglese come *The Korean Wave*) si intende il fenomeno della crescente popolarità della cultura sud-coreana che ha avuto inizio alla fine degli anni Novanta. Il neologismo *hallyu* viene coniato nel 1999 dalla stampa cinematografica cinese in riferimento al sorprendente aumento dell'interesse di Pechino nei confronti delle esportazioni culturali sud-coreane (il termine cinese 韩流 *hanliu* corrisponde all'italiano "Onda Coreana"). Guidato all'inizio dal successo

recettori del fenomeno culturale sud-coreano vi è proprio la popolazione cinese, nella storia recente sempre particolarmente interessata alle produzioni culturali di Seoul.

Ad ora la Cina non vanta di un tale successo nell'esportazione dei propri prodotti culturali seppur il numero di film in esportazione è in continuo aumento negli ultimi anni: per quanto riguarda il settore cinematografico non vi sono ricerche significative che possano collegare l'interesse di cittadini stranieri a visitare la Repubblica Popolare alla fruizione di prodotti culturali cinesi. È tuttavia diffusa l'opinione per cui produzioni cinematografiche e televisive possano incoraggiare un nuovo turismo domestico; se per questo fenomeno non esistono ricerche esaustive, vi sono tuttavia segni concreti della propria tangibilità, riscontrabili attraverso l'incrocio di alcuni dati.

Nel 2004 uno studio di Wu e Hou ha evidenziato come il 74% dei turisti in visita presso la villa Longquan, nell'omonimo villaggio della provincia del Zhejiang, per loro stessa ammissione fossero in quel luogo per "visitare la casa di Liu Laogen": la storica abitazione infatti è stata la scenografia principale della serie televisiva *Liu Laogen* 刘老根 (*Story of Liu Laogen*) prodotta dalla CCTV⁷⁰.

Il *blockbuster* statunitense *Avatar* (James Cameron, 2009) si è affermato nel 2010 come il più grande successo al botteghino cinese fino ad allora, ma il grande risultato della celebre produzione cinematografica non è stato solo quello al *box office*: nello stesso anno dell'uscita in Cina, una cittadina della provincia dello Hunan, Zhangjiajie 张家界, attraverso il proprio sito Internet ha annunciato la sostituzione della classica trascrizione *pinyin* del proprio nome con il più altisonante "Avatar Hallelujah Mountain"⁷¹. Il caso è quello di una cittadina nota per le bellezze naturalistiche da cui è circondata: Zhangjiajie si trova nella Wulingyuan Scenic Area, sito appartenente al patrimonio UNESCO dal 1992 che per paesaggistica e morfologia dei territori ricorda visivamente lo Huangshan (anch'esso nella lista UNESCO e per stessa ammissione del regista, fonte di ispirazione

panasiatico delle esportazioni di sceneggiati televisivi e film per il cinema, lo *hallyu* ha presto conosciuto una dimensione globale grazie ai nuovi veicoli culturali come Internet raggiungendo i paesi occidentali ma anche America del Sud, India e i paesi dell'Africa settentrionale. L'accettazione dei prodotti culturali sud-coreani d'esportazione come forma di *entertainment* sempre più valida ha permesso ai governi sud-coreani che si sono succeduti nel tempo di utilizzare lo *hallyu* come vero e proprio strumento di *soft power*. (Definizione: Ravina, Mark (2009), "Introduction: Conceptualizing the Korean Wave", *Southeast Review of Asian Studies*)

⁷⁰ Wu, Li, Hou, Xiu (2006), "A Study on the Motivation of Movie-induced Tourists – A Case Study of Tourism in Longquan Villa of Tieling", *Human Geography*, Vol. 21, No.2.

⁷¹ NTD Television Network, *Chinese City Names "Avatar Hallelujah Mountain"* <http://legacy.ntd.tv/en/news/china/2010-01-28/426078958303.html>.

per quanto riguarda la scenografia virtuale del film), la stessa cittadina ha inoltre apertamente contestato James Cameron nel definire quelli dello Huangshan, e non quelli dello Wulingyuan, i paesaggi di riferimento in Avatar. Sempre attraverso il proprio sito Internet la piccola cittadina dello Hunan ha annunciato come nel 2011, a seguito della rinominazione, il fenomeno turistico presso il sito ambientalistico sia sensibilmente aumentato. Anche il sito stesso dello Huangshan ha conosciuto un aumento, seppur lieve, nel numero di visitatori annuale dovuto alla pubblicità fornita dal film prodotto da James Cameron: secondo una edizione di ottobre 2010 del quotidiano in lingua inglese China Daily l'afflusso di turisti (cinesi e stranieri) presso il parco nazionale dello Huangshan nel periodo della festa nazionale del *Guoqingjie* 国庆节 ha registrato un simbolico +7% rispetto all'anno precedente.

Un altro esempio di fenomeno turistico indotto dall'industria cinematografica è quello della possibilità resa dagli studi agli utenti finali dello stesso settore di visitare i luoghi stessi in cui vengono prodotti i film: nella "capitale cinematografica cinese" come definita da Lin Xiaoying, Huairou⁷² (Beijing), per il turista è possibile seguire passo dopo passo lo sviluppo di un film⁷³. È in questo senso che si hanno dei segnali di un primo tentativo di passaggio dalla partecipazione passiva dell'industria cinematografica all'economia del turismo ad una attiva: lo studio cinematografico diviene così non solo il luogo del *set* ma anche attrazione turistica. Nel 1963 si è avuto il primo esempio di applicazione di tale concezione di studio di produzione cinematografica a livello mondiale con la creazione di Hollywood il cui brand è autore di buona parte della fortuna dello stato nordamericano della California, e viceversa; il primo esempio cinese di tentativo di integrazione delle economie cinematografica e turistica si è avuto nel 1987 con la costruzione dello studio cinematografico di Wuxi. Differentemente dagli

⁷² Lo "Huairou Film Base" (*Zhongying jidi huairou* 中影基地怀柔) è il più grande complesso di studi cinematografici del suo tipo in Asia. Operativo dal 1995, copre oltre 600 000 m² di superficie ed è costato 300 milioni US\$. Al suo interno ospita tutte le strutture necessarie per la produzione e la post-produzione cinematografica: 16 teatri di posa, uno studio per la produzione digitale e tutte le *facilities* necessarie all'organizzazione di un progetto cinematografico; come per ammissione di Zhang Hongtao, portavoce della struttura "Every year we have 200 projects, including television shows and films. This year we had around 120 feature films, and the rest were television shows. All the projects made here come here first. We organise not only shooting, but also development, catering, and hotels and services for producers." Nel 2012 lo Huairou Film Base ha ricevuto commesse per 163 milioni US\$. (Fonte: <http://www.independent.co.uk/>)

⁷³ Lin, Xiaoying, (2012), "On Development Way of Movie-Induced Tourism Products that Embedded Ethnic Feature : The Analysis Based on Industrial Convergence Developmet Characteristic", *International Conference on Future Information Technology and Management Science & Engineering Lecture Notes in Information Technology, Vol.14*.

studi di Huairou, quello di Wuxi (che è più piccolo e attrae per lo più commesse televisive) ha sin da subito sperimentato l'offerta di servizi innovativi: nel corso degli anni Novanta il polo produttivo si è aperto al pubblico attraverso un parco tematico e un museo costruiti al proprio interno. Secondo la stessa struttura il numero relativo all'afflusso di turisti è in continuo aumento da 15 anni⁷⁴.

Anche il colosso privato Wanda Group del miliardario Wang Jianlin si è recentemente interessato al business dell'indotto turistico degli studi cinematografici. Nel Settembre 2013 Wang ha annunciato che entro la fine del decennio verrà ultimata la costruzione del nuovo studio cinematografico del Wanda Group, la Qingdao Oriental Movie Metropolis: colossale complesso commerciale-cinematografico da 200 ettari e 20 teatri di posa, 19 studi per la produzione digitale, centro di ricerca IMAX e varie sale di proiezione ospiterà anche strutture più tipiche del settore turistico come un parco a tema, un museo del cinema dello Shandong, sette hotel di lusso oltre ad una serie di eventi di tipo fieristico da tenere annualmente come un nuovo festival del cinema nazionale, una grande fiera automobilistica e una nautica⁷⁵.

⁷⁴ Fonte: <http://www.wuxistudio.com/english/company.asp?l1=1>.

⁷⁵ Frater, Patrick (26 Settembre 2013). "China's Wanda Unveils Global Domination Plans", Variety.com.

Capitolo 2

Il China Film Group Corporation

2.1 Dal China Film Studio al China Film Group Corporation

Il China Film Group Corporation (*Zhongguo dianying jituan gongsi* 中国电影集团公司) ha una storia relativamente breve e piuttosto particolare. L'azienda nasce idealmente nel 1951 con la creazione del China Film Management Corporation (*Zhongguo dianying jingli gongsi* 中国电影经理公司) per volontà del Ministero della Cultura: all'epoca la struttura societaria era ben semplice e l'azienda era incaricata esclusivamente della distribuzione di produzioni cinematografiche di scopo educativo a livello locale, principalmente nelle grandi municipalità. Il China Film Management Corporation cambiò nome nel 1958 in China Film Distribution and Exhibition Corporation, arrivando a servire una porzione di territorio nazionale sempre più estesa. Nel 1971 l'azienda diviene il China Film Corporation (CFC) fondendosi con la China Film Archive e la China Film Equipment Corporation, realtà produttive ben avviate e presenti da anni nella filiera cinematografica cinese, entrando nel settore della logistica di produzione. È a partire da questo periodo che il nome dell'azienda verrà associato a quello del China Film Studio, studio cinematografico del gruppo.

Assoggettato alle direttive dell'economia di pianificazione, il ruolo del CFC degli anni Settanta era quello di "acquistare e sottoscrivere" (*tonggou baoxiao*), un compito che constava di tre grandi impegni.

Il ruolo principale del CFC era quello di agire come grossista, acquisendo le proprietà di tutti i film prodotti dagli studios nazionali (enti statali, nei cui obblighi non vi erano impegni di distribuzione, vendita o promozione), facendosi carico dei costi di duplicazione delle pellicole per poterne poi curare la distribuzione nella Cina continentale. Il CFC dunque, nella seconda fase, si occupava della distribuzione,

appoggiandosi alla sua struttura distributiva minuziosamente ramificata sull'intero suolo nazionale; grazie ad un'organizzazione stratificata gerarchicamente sulla falsariga di quella amministrativa, le indicazioni centrali del CFC arrivavano fino ai livelli di contea e villaggio¹. Il CFC era incaricato inoltre di curare la promozione degli stessi film, indicando le linee guida alla propria divisione distributiva e ai propri circuiti cinematografici.

Il secondo grande compito del CFC era (e, per molti aspetti, rimane) quello di importare film prodotti all'estero, film che fossero ovviamente consoni al pubblico e alle linee del partito (indicate attraverso uffici governativi di censura); inizialmente l'opera di importazione prevedeva collaborazioni esclusive con l'Unione Sovietica, Vietnam, Cuba e altre industrie cinematografiche "rivoluzionarie".

Il terzo compito del CFC era quello di esportare il prodotto dell'industria cinematografica nazionale all'estero, avvalendosi delle possibilità che il panorama internazionale metteva a disposizione: festival, case d'arte, programmi educativi, ecc..

Il CFC era dunque l'agenzia che si occupava di una delle fasi più importanti del processo industriale cinematografico, quello di promozione e vendita. L'azienda era completamente finanziata dal governo, il che assicurava al CFC le possibilità finanziarie per acquisire i diritti di proprietà di ogni film prodotto sul suolo nazionale con facilità. Nel 1986 il ruolo di controllo governativo sul CFC passò dal Ministero della Cultura al Ministero di Radio, Film e Televisioni; cambiamento avvenuto nell'ottica di riconversione dell'industria cinematografica da strumento di propaganda a vera e propria industria culturale.

Nello stesso periodo (1980-1995), a dispetto delle innovative misure finanziarie intraprese dal governo², l'intero settore cinematografico è in grave perdita: gli studios ricevono sempre meno commesse per film da grande schermo e i cinema non si riempiono più, la gente scopre la televisione e lo *home entertainment*. Nel 1992 l'industria cinematografica cinese accusa perdite per un totale di 70 milioni RMB (8.8

¹ Il percorso di distribuzione di pellicole cinematografiche partiva da Pechino e altre città maggiori per poi, parallelamente al percorso amministrativo, coinvolgere nell'ordine i capoluoghi di provincia, i municipi di contea e i villaggi.

² Contestualmente all'introduzione di misure sempre più capitalistiche in ogni aspetto dell'economia cinese come voluto da Deng Xiaoping in quegli anni il mercato cinematografico (ed in particolar modo quello della distribuzione) è testimone di grandi cambiamenti; viene permesso per la prima volta ai distributori locali di accedere ad un percentuale sui profitti del botteghino e viene concessa alle strutture di proiezione una maggiore libertà sulla definizione dei prezzi del biglietto.

milioni di US\$). Nel 1994 il box office nazionale tocca quota 1.1 miliardi RMB, record negativo e indicativo di un peggioramento di circa il 50% nei profitti e di circa 12 miliardi RMB totali di fatturato rispetto al 1990 (come riportato in figura 7). Nel 1994 i 17 studi statali ebbero un margine di profitto complessivo inferiore ai 500 000 RMB; l'industria cinematografica cinese era sul punto di scomparire.

Anno	Totale Produzioni	Box Office (Miliardi RMB)	Biglietti Venduti (Miliardi)
1990	126	2.22	16.2
1991	130	2.36	14.4
1992	174	1.99	10.5
1993	154	1.3	4.2
1994	148	1.1	3

Figura 7. Produzioni cinematografiche e box office in Cina (1990-1994)

Fonte: China Film Yearbook (1990-1995)

È in questa situazione dunque, che il MRFT decide di aprire il mercato interno alle importazioni straniere, su tutte quelle Hollywoodiane, inizialmente con un rigido tetto di dieci importazioni all'anno.

Con questa nuova politica, il pubblico Cinese aveva accesso per la prima volta nella storia ad una nuova tipologia di film che venivano selezionati in base a due criteri fondamentali: che riflettessero i progressi della civilizzazione del mondo e, in seconda battuta, che potessero essere intesi come veicolo dell'evoluzione del concetto di estetica e delle tecniche cinematografiche contemporanee. Il CFC era l'unica azienda controllata dal MRFT che avesse le possibilità di selezionare quali film importare e di accedere ai profitti derivanti dagli stessi.

L'importazione di produzioni hollywoodiane non era solo una decisione politica (quella di "aprire la Cina al mondo") ma, appunto, il tentativo ultimo di salvare un intero settore industriale nazionale che viveva il suo peggior momento dal 1950.

La divisione dei profitti derivanti assicurava una porzione a tutte le parti Cinesi secondo un nuovo criterio di *revenue split* (*fenzhang*): mentre le grandi major hollywoodiane sostenevano gli oneri di duplicazione delle pellicole e curavano la promozione dei

prodotti, oltre al farsi carico di pesanti tasse e tariffe, il CFC otteneva il 46% del box office totale, i distributori provinciali arrivavano all'8-10% e gli operatori delle sale al 44-46%.³

Il ruolo guida di queste operazioni spettava ovviamente al CFC, figura centrale nell'attuazione della nuova politica e maggior beneficiario dei profitti derivanti dalle importazioni; fino a circa il 23% degli utili totali.

Verso la fine del 1994 la produzione Warner Bros *The Fugitive* (*Il Fuggitivo*, Andrew Davis, 1993) venne importata come prima del gruppo delle 10 possibili acquisizioni dall'estero permesse al CFGC. Il film incassò 25 milioni RMB, il precedente record al botteghino apparteneva a *Chunking Negotiation*, fermo a 8 milioni RMB⁴.

La prima scelta fra le importazioni del 1995 fu invece *True Lies* (*Vere Bugie*, James Cameron, 1994) della Twentieth Century Fox che ritoccò ulteriormente al rialzo il record di incasso al botteghino segnando la cifra *monstre* di 120 milioni RMB⁵ e inondando l'ormai asfittico mercato cinematografico cinese di una liquidità, per dimensioni, senza precedenti garantendo la sopravvivenza di circa 500 000 posti di lavoro legati alla filiera cinematografica.

La politica *shi da biaoti* "10 大标题" (dieci grandi titoli) risollevò l'industria e rinnovò la posizione di leadership del CFG nel panorama industriale di settore a livello nazionale. Volano della ripresa economica erano, come detto, le importazioni di produzioni hollywoodiane: i ritorni economici derivanti dalle percentuali sugli incassi al botteghino delle sole importazioni americane coprivano l'80% dei ricavi totali nazionali nel 1995. Nel 1996 lo stesso incredibile risultato viene ripetuto solo nelle municipalità di Shanghai e Beijing con produzioni d'importazione come *Forrest Gump* (Robert Zemeckis, 1994), *The Lion King* (*Il Re Leone*, Rob Minkoff, 1994) e *Independence Day* (Roland Emmerich, 1996) e da *Titanic* (James Cameron, 1997) l'anno successivo. L'incredibile successo finanziario della nuova politica non dimostrò soltanto la bontà della stessa portando alla luce le potenzialità del mercato cinese nel "consumo cinematografico", ma galvanizzò in maniera significativa la volontà governativa di attuare ulteriori riforme tese ad accentuare il ruolo chiave del CFG.

³ Dato: Song (1995)

⁴ Dato: Wang and Lian (2005)

⁵ Dato: Wang and Lian (2005)

Nella riforma del mercato cinematografico cinese, la figura hollywoodiana (appellata dai giornalisti “il lupo”⁶) era qualcosa di più che un semplice invasore. Hollywood veniva imitato ai livelli di struttura finanziaria ed amministrativa; parallelamente all’importazione delle sue produzioni, il CFG importò il “sistema” Hollywood e la sua struttura societaria. Per combattere i tentennamenti e le incertezze del governo innanzi alla grande sfida portata dal boom del mercato e dall’imminente ingresso nel WTO vi era necessità di creare una struttura di un certo peso specifico, che sapesse accettare nuove sfide e che potesse porsi come riferimento nel panorama nazionale di distribuzione e produzione cinematografica quanto prima. La questione dell’ingresso nel WTO veniva particolarmente sentita in ambiente governativo nell’ultimo periodo degli anni Novanta: con le discussioni preliminari dell’accordo divenne urgente innalzare barriere di nuovo tipo all’ingresso di prodotti stranieri, che non ne impedissero l’accesso (come quelle preesistenti) bensì ne modificassero la fruibilità, diveniva fondamentale applicare tempestivamente una politica di salvaguardia degli interessi nazionali (del dato tipo di industria) prima che il mercato venisse aperto secondo i tempi e i modi del celebre accordo che sarebbe stato firmato nel Dicembre 2001.

Inizia così il processo che porterà in pochi anni ad una profonda ristrutturazione del China Film Group, cambiamento che, per molti aspetti è ancora in corso. La nuova volontà centrale era quella di creare un colosso industriale sul modello degli *zaibatsu*⁷ giapponesi, ma che potesse godere di una partecipazione statale. Nasce dunque il China

⁶ Il termine “lupo” (*láng* 狼) in riferimento “all’invasore” Hollywoodiano viene usato per la prima dalla nota professoressa della Beijing University *Dai Jinhua* (戴锦华, Beijing 1959) nel 1996 contestualmente ad un suo articolo pubblicato sul *Beijing Youth Daily* dal nome “狼来了!” (*lang laile*, “Arrivano i lupi!”) per poi conoscere un utilizzo più diffuso nella stampa di settore. Il contenuto dell’articolo era fortemente critico nei confronti della decisione di aprire il mercato cinese alle produzioni straniere al fine di risollevarne le sorti del mercato nazionale; la principale accusa portata dalla professoressa *Dai* era quella che evidenziava il potenziale danno arrecabile al mercato nazionale della produzione cinematografica, che secondo la studiosa, avrebbe sofferto di una forte concorrenza e che con tale iniziativa non avrebbe in nessun modo recuperato vigore. Contrariamente alle previsioni della professoressa *Dai* tuttavia, a dieci anni dalla pubblicazione del suo articolo il settore nazionale delle produzioni cinematografiche registrava un aumento del 1200% nel conto dei soli film di produzione nazionale (Dato: *China Film Yearbook 1981-2007*, SARFT 2009).

⁷ *Zaibatsu* (財閥) è un termine giapponese che indica concentrazioni industriali e finanziarie; è stato usato nell’Ottocento e nei primi anni del Novecento in riferimento a grandi gruppi industriali e finanziari controllati da singole famiglie (fra le più importanti e tuttora in attività, seppur ampiamente ridimensionate vanno ricordate Mitsubishi e Nissan). Gli *zaibatsu* furono tecnicamente dissolti dai riformatori durante l’occupazione alleata del Giappone. Gli asset familiari furono espropriati, le holding a capo dei gruppi eliminate e i consigli di amministrazione interconnessi, vero perno del vecchio sistema di coordinazione delle diverse imprese, furono messi fuori legge.

Film Group Corporation (CFGC) che, per struttura societaria è quello che si conosce ancora oggi, un'azienda statale sotto il diretto controllo dello "State Administration of Radio, Film and Television" (SARFT ente dunque nuovo, che prende il posto del MRFT nel 1998 a seguito di una riorganizzazione degli uffici ministeriali). Nel 1999 il CFGC rileva le proprietà di otto aziende già affermate nei rispettivi settori del campo della comunicazione (alcune di esse erano già partecipate a livello societario dallo MRFT seppur in maniera marginale): China Film Corporation, Beijing Film Studios, China Children's Film Studios, China Film Co-Production Corporation, China Film Equipment Corporation, China Movie Channel, Beijing Film Developing and Printing & Video Laboratory, Huayun Film & TV Compact Discs Company. A seguito di tali acquisizioni il China Film Group, assume la definizione di *Corporation* e, come ricorda sul proprio sito, diviene

"The most comprehensive and extensive state-owned film enterprise in China with the most complete industry chain that facilitates film production, distribution and exhibition as a coordinated process and integrates film, TV, and video into one single entity" (PR Newswire Asia 2007)"

Il CFGC dunque, alla vigilia dell'ingresso della Repubblica Popolare nel WTO (e conseguenti aperture dei mercati ai grandi gruppi stranieri) la sua presenza strategica all'interno di essa tutti i passaggi della filiera cinematografica, dalla produzione del film alla messa in visione. Dalla figura 8 si evincono i principali campi di azione del CFGC, gli stessi riportati nello statuto societario: produzione cinematografica e televisiva, distribuzione e rappresentazione cinematografica, investimento nel cinema digitale, import/export di produzioni, ampliamento dei circuiti cinematografici. A questi cinque punti principali fanno seguito una serie di settori minori che si occupano del finanziamento delle produzioni e delle post-produzioni, al marketing di prodotti nazionali e alla cura del merchandising di quelli di importazione, pubblicità, gestione di finanziarie per la concessione in leasing di attrezzature, costruzione di nuovi cinema e via dicendo.

Alla fine della prima fase di ristrutturazione il CFGC è dunque un colosso di 14 società controllate, 34 fra holding di proprietà e di partecipazione azionaria nonché proprietario

dell'unico e strategico *movie channel* nazionale (CCTV-6)⁸ per un valore totale di 2.8 miliardi RMB. Diviene chiara sin da subito la volontà di monopolizzare il mercato che trae origine dalle volontà originarie della direzione del CFGC.



Figura 8. Struttura aziendale (2012)

Fonte: Sito Web China Film Group Corporation

⁸ CCTV-6 (o CMC, *China Movie Channel*), primo e unico *movie channel* (“in chiaro”) nazionale venne lanciato nel 1996 dal *China Movie Channel Program Center* (CMPC, ufficio del SARFT che cura la regolamentazione del palinsesto televisivo). Dal 2005 le frequenze del canale vengono raggiunte anche su Hong Kong e tramite satellite dal 2008 anche negli Stati Uniti. Il CMPC inoltre, negli ultimi anni ha affiancato a CCTV-6 altri due canali dedicati all’azione ed all’esclusiva proiezione *HD*. Una recente ricerca di CSM Media Research le assegna un picco di pubblico di 852 milioni piazzandosi al secondo posto assoluto nella classifica dei canali *in chiaro* più visti, coprendo oltre il 60% del suolo nazionale ed il 92% delle aree urbane. Il delicato compito pensato per CCTV-6 è quello di creare *audience* per le produzioni nazionali, obiettivo che la mette in diretta competizione con i circuiti cinematografici (per quanto riguarda la proiezione) da una parte e Internet con la flessibilità offerta dallo *home entertainment* dall’altra.

2.2 Storia recente del gruppo

Nel corso del quindicesimo congresso nazionale del Partito Comunista Cinese, tenuto fra il 12 e il 18 Settembre 1997, nella ricerca dell'applicazione di politiche riformiste, venne deciso di raggruppare alcune fra le più influenti aziende del settore cinematografico, ottimizzando la distribuzione delle risorse finanziarie fra di esse.

Nel 1997, il SARFT creò una commissione che si occupasse di uno studio di fattibilità sulla possibilità della creazione di un gruppo cinematografico nazionale a cui più tardi avrebbe eventualmente fatto seguito un più concreto piano di organizzazione del possibile gruppo cinematografico nazionale. Lo studio di fattibilità commissionato dal SARFT e il piano successivamente sviluppato ottengono subito le autorizzazioni ed i consensi di leader e delle agenzie governative.

Il 19 Dicembre 1998, il SARFT tenne un'assemblea in cui venne ufficiosamente delineata la struttura del nuovo gruppo industriale nazionale che avrebbe preso il nome di China Film Group Corporation, consistente dell'unione di 8 realtà pre-esistenti: China Film Corporation, Beijing Film Studio, China Children's Film Studio, Beijing Film and Video Technology Factory, China Film Equipment Co., China Film Co-Production Corporation, Huayun Film and Optical Disk Co. Ltd., e Film Satellite Channel Program Center. Come primo presidente del neonato gruppo industriale viene nominato Tong Gang, lo stesso che ricoprirà anche la carica di amministratore delegato, ad Han Sanping verrà assegnata la vice-presidenza.

Dopo la conferma ufficioso, nel pomeriggio del 12 Febbraio 1999 a Pechino nasce ufficialmente il China Film Group Corporation.

Il 5 Gennaio 1993 il SARFT pubblica l'opinione⁹ *Guanyu dangqian shenhua dianying hangye jizhi gaige de ruogan yijian* 《关于当前深化电影行业机制改革的若干意见》

¹⁰ che cambiò di fatto la metodologia di distribuzione nazionale delle produzioni

⁹ Con "opinione" nella Cina giuridica si intende principalmente il significato di testo normativo preliminare o, in casi particolari, anche di testo normativo definitivo; spesso di natura programmatica, le opinioni del SARFT sono quelle vincolanti di riferimento in materia di ricerca e sviluppo di tecnologie per la comunicazione, organizzazione dei settori della produzione, distribuzione e proiezione cinematografica, gestione del *broadcasting* e del *management* del settore.

¹⁰ Traduzione propria: "Alcune Opinioni sull'Approfondimento delle Riforme Inerenti l'Attuale Industria Cinematografica" (SARFT 1993, N. 3)

cinematografiche¹¹. Gli introiti derivanti da produzioni cinematografiche andavano ora calcolati sulla base di diversi fattori: diritti sulla distribuzione locale, clausole contrattuali particolari di ogni film e incasso del box office. L'applicazione delle direttive contenute nel documento aumentarono sensibilmente i guadagni degli studi senza portare alcun significativo svantaggio agli intermediari provinciali della distribuzione.

Il 1° Agosto 1994 il SARFT emise la nota d'approfondimento *Guanyu jin yi bu shenhua dianying hangye jizhi gaige de tongzhi* 《关于进一步深化电影行业机制改革的通知》¹² che chiariva come le unità distributive in possesso dei regolari diritti di distribuzione potessero distribuire direttamente film presso sale cinematografiche su tutti i livelli di territoriali del settore dello *exhibition*. È così che per la prima volta l'industria cinematografica ottiene autonomia (seppur parziale), iniziando l'opera prevista dal primo piano industriale successivo all'introduzione delle riforme che aveva come motivo principale il motto: *tongyi kaifang jingzheng youxu* 《统一开放、竞争有序》 (“una concorrenza uniforme e ordinata”).

Il 13 Gennaio 1994 il SARFT autorizzò il CFGC all'importazione di dieci produzioni cinematografiche USA che, a detta della stessa istituzione

[...] fundamentally reflects the outstanding civilization fruits in the world, fundamentally reflects the achievement of the modern film art and techniques. (SARFT 1994)¹³

Permettendone l'ingresso e la distribuzione con la formula del *revenue sharing*. Il 12 Novembre dello stesso anno il film *The Fugitive* (*Il Fuggitivo*, Andrew Davis, 1993) divenne il primo *blockbuster* d'importazione proiettato in Cina nella storia del mercato

¹¹ Fino al 1993 gli *studios* cinematografici erano tenuti a vendere le proprie produzioni direttamente al China Film Group, che poi si impegnava a duplicare e distribuire le pellicole sul territorio nazionale attraverso i vari livelli di amministrazione territoriale.

¹² Traduzione propria: “Avviso di Ulteriore Radicalizzazione del Processo di Riforma dell'Industria Cinematografica” (SARFT 1994, N. 348).

¹³ Han Sanping in *Tianshi dili ren he gong zhu zhongguo dianying daye, fang zhongguo dianying jituan gongsi zhang hansanping* 《天时地利人和共铸中国电影大业，访中国电影集团公司董事长韩三平》 (Sui Fattori Favorevoli Che Influenzano Il Mercato Cinematografico Cinese: Intervista Al Presidente Del China Film Group Corporation, Han Sanping).

cinematografico del Paese, dando vita ad un'era totalmente nuova nel mercato della produzione e della distribuzione cinematografica nazionale.

Nel 1995 il SARFT ed il CFGC emisero congiuntamente il comunicato *Guanyu gaige gushi yingpian shezhi guanli gongzuo de guiding* 《关于改革故事影片摄制管理工作的规定》¹⁴ testo *de facto* regolamentante il settore delle produzioni di film per cinema e televisione nei decenni successivi. Tale documento prevedeva che la produzione di film non fosse più semplicemente limitata agli originali *studios* cinematografici (in principio solo 16), ed apriva la competizione anche a piccole case di produzione provinciali e di livello locale. Lo stesso documento introduce la figura del co-produttore; è stabilito dal testo infatti, che una qualsiasi attività imprenditoriale legalmente riconosciuta in Cina che intenda investire oltre il 70% del totale nel capitale della produzione di un film può essere riconosciuta come co-produttrice del film stesso (*lianhe zhipianren* 联合制片人). Quest'ultima misura introdotta ha accelerato sensibilmente la corsa alla co-finanziamento nel settore produttivo cinematografico da parte di aziende esterne al settore, incoraggiando il supporto finanziario all'industria e incentivando lo sviluppo del settore, creando importanti quantità di posti di lavoro.

Con la conferenza di Changsha (Marzo 1996) sullo “*State Film Working Conference*” venne recepito il piano “9550” (che prevedeva la produzione di 10 film all'anno per un totale di 50 film *d'élite* da produrre durante il 9° piano quinquennale), una fra le ultime espressioni dell'applicazione al settore cinematografico dell'economia di pianificazione. Nel 1997 il SARFT pubblicò il documento *Guanyu shixing "gushi dianying dan pian shezhi xuke zheng" de tongzhi* 《关于试行“故事电影单片摄制许可证”的通知》 (“Sulla Concessione Del Permesso Di Ripresa Di Film A Soggetto”) che prevedeva l'ulteriore allargamento dell'utenza produttrice a qualsiasi unità di lavoro del settore che fosse già impiegata presso stazioni televisive nella produzione di film o serie TV. Grazie a questa ennesima svolta normativa la produzione cinematografica in Cina aumenta fino a tornare ai livelli pre-crisi facilitando l'ingaggio in produzione di star televisive già affermate.

¹⁴ Traduzione propria: “Normativa di riforma sulla produzione dei film a soggetto” (SARFT 1995, N.1).

Il 15 Novembre 1999 venne raggiunto l'accordo finale fra Stati Uniti e Cina rispetto l'ingresso di quest'ultima nella World Trade Organization. Nel caso specifico dei settori cinematografici di produzione, distribuzione ed *exhibition*, il celebre trattato prevedeva:

1) A seguito dell'ingresso nel WTO la Cina avrebbe aumentato annualmente la cifra legata al sistema delle quote di importazione. Secondo un accordo preliminare la Cina avrebbe dovuto portare il numero da 10 a 20, e poi a 50 entro tre anni.

2) In 3 anni la Cina avrebbe gradualmente aperto il proprio mercato ai capitali stranieri nei settori immobiliari della costruzione, della proprietà e dell'ammodernamento dei teatri di proiezione, concedendo agli investitori stranieri di possedere quote non superiori al 49% delle strutture.

3) Il 49% degli utili sulla distribuzione di produzioni straniere sarebbe stato garantito ai produttori stessi, quota comprensiva degli introiti derivanti da distribuzione secondaria (VHS, DVD, *on demand*). Il 10 Novembre 2001 la Cina entra ufficialmente a far parte del WTO; da questa data si è avuto modo di constatare una graduale recezione delle condizioni di cui sopra, seppur con risultati spesso insoddisfacenti per la comunità internazionale. Ad ogni modo, sin da subito il mercato cinese comincia ad esperire un aumento dell'ingresso di produzioni di importazione.

Il 6 Giugno 2000, il SARFT pubblicò la nota *Guanyu jin yi bu shenhua dianyingye gaige de ruogan yijian* 《关于进一步深化电影业改革的若干意见》¹⁵ che suggeriva al Ministero della Cultura la creazione di una figura aziendale nazionale che incorporasse i tre grandi settori del cinematografico (produzione, distribuzione, *exhibition*), ma che anche potesse fungere da appendice operativa del Ministero stesso; il riferimento era chiaramente al potenziamento del ramo esibitivo del CFGC.

Nell'Agosto del 2001, l'ufficio generale del Partito Comunista Cinese e l'ufficio generale del Consiglio di Stato pubblicarono in risposta alla nota del SARFT il documento “*Notice of forwarding the <Some advice on deepening the reform of news publishing and broadcasting and television industry> to the Propaganda Department of the Central Committee of the CPC, SARFT and General Administration of Press and Publication*” (GOCC 2001 No 17). Il testo del documento illustra, per la prima volta in modo aperto e cristallino, il pensiero del partito sul futuro dell'industria cinematografica

¹⁵ Traduzione propria: “Alcuni Consigli Sull'Ulteriore Approfondimento Delle Riforme Dell'industria Cinematografica” (SARFT 2000, N. 320).

nazionale; la stessa, nelle volontà del governo, vorrebbe essere una grande realtà del settore della comunicazione che, grazie ai diversi asset, possa affermarsi e che possa agire sul piano interregionale prima e su quello internazionale in futuro.

Nel Febbraio 1999 venne fondato il CFGC, nel Luglio dello stesso anno fu il turno del Changchun Film Group Corporation e nell'Agosto del 2001, a seguito di una riorganizzazione societaria, nacque l'attuale Shanghai Film Group Corporation; fra il 2001 ed il 2003 la grande enfasi posta sull'applicazione delle riforme al settore definì in modo chiaro quale sarebbe stato l'orientamento principale del mercato cinematografico cinese negli anni avvenire.

Il 18 Dicembre 2001, il SARFT ed il Ministero della Cultura pubblicarono un testo normativo inerente la regolamentazione del mercato della distribuzione e dello *exhibition*: *Guanyu gaige dianying faxing fangying jizhi de shishi xize* 《关于改革电影发行放映机制的实施细则》¹⁶. Il testo in questione introduce l'elemento chiave della struttura esibitiva cinese, quella del "circuito cinematografico". Dalla nota si evince come il governo ed il partito si impegnino a fornire supporto manageriale e politico nello sviluppo da parte delle case di distribuzione di apparati immobiliari da adibire a teatri di proiezione, dove l'azienda stessa potesse essere riconosciuta dallo stesso brand, proiettando gli stessi film prodotti dai propri studi. Alle case di distribuzione veniva inoltre concesso di operare tramite i cinema anche al di fuori dei confini provinciali (in accordo con la politica della concorrenza uniforme e ordinata a livello interregionale).

La proposta dei circuiti cinematografici di fatto riduceva sulla carta il numero dei diversi livelli nel sistema di distribuzione cinematografica, rivoluzionando il metodo di approvvigionamento delle pellicole (basato sul sistema delle richieste ufficiali degli uffici locali agli uffici territoriali di livello immediatamente superiore) introducendo questo innovativo sistema mono-livello. L'implementazione del sistema dei circuiti cinematografici può essere intesa come l'applicazione pratica delle volontà governative espresse dalle note "*Some opinion on deepening the reform on current film distribution system*" (SARFT 1993) e "*Notice on further deepening of the reform on film*

¹⁶ Traduzione propria: "Sull'implementazione delle normative di riforma dei settori di distribuzione e proiezione cinematografica" (SARFT 2001, N. 1951).

distribution system” (SARFT 1994); la stessa grande innovazione può essere intesa come il passo conclusivo di un percorso iniziato negli anni Ottanta. L’adozione del sistema del circuito cinematografico riduce le frizioni ed i rallentamenti di natura burocratica nei passaggi dal settore della produzione a quello dello *exhibition* fungendo da volano per la crescita dell’intera industria cinematografica.

L’avventura del SARFT e del Ministero della Cultura nel campo dell’imprenditoria di tipo liberista tuttavia si rivelò non priva di complicazioni sin dal 1999. Il CFGC al suo stadio iniziale era essenzialmente una combinazione di uffici che rispondevano ai diversi dettami dell’economia di programmazione designati per ognuno di essi; il SARFT era la matrice amministrativa che li faceva operare in maniera coordinata. Agli esordi il CFGC era ben lontano dall’essere una vera e propria realtà cinematografica omnicomprensiva. La difficoltà principale del CFGC era quella di operare in un sistema ancora così poco riformato di un mercato in crisi, cercando di rompere le vecchie relazioni economiche fra le realtà preesistenti. Vi era non di meno la difficoltà nel cambiare radicalmente la *forma mentis* del management che per decenni aveva lavorato negli schemi dell’economia della programmazione e dei piani quinquennali e la cautela nel preservare gli interessi aziendali in un periodo di così importanti cambiamenti; ultima vi era la grande sfida dell’internazionalizzazione dell’azienda.

Al concepimento del CFGC per come viene ora inteso, il SARFT ordinò subito una grande ristrutturazione aziendale e indisse la prima grande riunione del management del gruppo nella primavera del 2000; è in quell’occasione che vengono delineati le linee pilota per le innovazioni e introdotto il concetto-obiettivo di “catena industriale”. Nel 2001 dalla teoria della “catena industriale” prende forma la pianificazione strategica delle “tre grandi parti” (大三块), una strategia programmatica che avrebbe dovuto indicare la strada dello sviluppo: *core business* (produzione cinematografica), applicazione estensiva di tecnologie e nuova crescita economica. È proprio sull’ultimo dei tre punti che risiedeva l’idea nuova delle direttive del SARFT, allargare gli interessi industriali a settori attigui a quello cinematografico e permettere l’ingresso in quelli già esclusivamente presidiati ad investitori esterni. Nel 2002, l’allora presidente del gruppo

Yang Buting, in occasione di una conferenza aziendale spiega come fossero già ben chiari i compiti assegnatigli dal SARFT.

We must recognize explicitly that the primary goal of the organization of the film group is the creation, production, distribution and show outstanding domestic film, with film production as the main industry and focusing on the prosperity of film creation. (R. Cain 2012)

Per quanto riguarda il settore produttivo, le principali manodopere del CFGC rispondevano ai nomi di società controllate come lo storico Beijing Film Studio (BFS), China Children's Studio (CCS), China Film Company (CFC) e China Film Co-Production Corporation (CFCPC). Nel 2001 la direzione del CFGC decise di creare con mezzi e personale provenienti dalle aziende sopracitate cinque nuove unità produttive nominadole in maniera numerico-progressiva: la prima e la seconda unità si occupavano delle produzioni più grandi, principalmente film a soggetto; la terza film per bambini, film d'animazione; la quarta era incaricata della gestione delle co-produzioni; la quinta unità, ricavata dai relativi dipartimenti delle aziende orginarie, si occupava di produzioni televisive (film, serie TV, programmi).

In accordo a quanto fatto nel settore della produzione, il CFGC integrò i dipartimenti responsabili di importazione e distribuzione del CFC e nel 2001 creò le proprie società di distribuzione e importazione.

Per lo *exhibition* il CFGC non adottò subito le misure suggerite dal SARFT sulla creazione di circuiti cinematografici interni, ma si impegnò nella ricerca di nuovi capitali (pubblici e privati) da investire nel miglioramento delle strutture già esistenti.

Nel 2002 il CFGC crea la Post-Film Development Subsidiary Company, segnando il primo passo verso la completa attuazione della politica delle "tre grandi parti". Affacciandosi al settore della post-produzione infatti, il CFGC comincia l'ingresso in settori del mercato non corrispondenti al *core business* e si avvicina al completamento della catena industriale come immaginata dal SARFT. Il CFGC iniziava così la realizzazione di parte del progetto previsto nei piani del governo, raggiungendo risultati finanziari parzialmente positivi: nel 2001, in un anno non particolarmente brillante per il

mercato cinematografico il CFGC realizzò utili per 1.25 milioni RMB a fronte di un fatturato totale di 5.23 miliardi RMB.

Il 6 Giugno 2000 il SARFT ed il Ministero della Cultura pubblicarono congiuntamente l'opinione *Guanyu jin yi bu shenhua dianyingye gaige de ruogan yijian* 《关于进一步深化电影业改革的若干意见》¹⁷, documento che indicò come il futuro societario delle aziende del settore cinematografico dovesse obbligatoriamente contemplare il passaggio al partecipariato azionario della proprietà delle stesse aziende.

L'ingresso nelle proprietà non sarebbe stato concesso a tutti: la nota del 2000 spiegava come solo capitali statali potessero accedere a quote azionarie delle case di produzione cinematografica attraverso società statali che fossero dello stesso settore o di altri. La riforma per il settore della distribuzione impose la partecipazione azionaria statale attraverso capitali pubblici, venne altresì concessa la possibilità di partecipazione azionaria ad aziende pubbliche che non fossero del settore (ad esclusione del CFGC). Per il settore dello *exhibition* la riforma portò la sua più significativa innovazione: gli amministratori di circuiti cinematografici e teatri di proiezione ottenevano la possibilità di cedere parte della proprietà a fondi privati nazionali e, novità più significativa, internazionali; ovviamente una percentuale minima doveva rimanere nazionale e l'approvazione ultima delle operazioni spettava al SARFT.

Il 18 Dicembre 2001 il SARFT ed il Ministero della Cultura pubblicarono il documento *Guanyu gaige dianying faxing fangying jizhi de shishi xize* 《关于改革电影发行放映机制的实施细则》¹⁸. Il testo approfondiva i dettagli della riforma del settore dello *exhibition* ponendo l'attenzione sui nuovi circuiti cinematografici e richiamava il CFGC alla necessità di distinguere le operazioni di importazione e distribuzione. La grande novità del documento fu tuttavia l'introduzione di un nuovo *player* nel settore della distribuzione: come ricezione di questa direttiva, l'8 Agosto 2003 venne fondato lo Huaxia Film Distribution Company (azienda statale, partecipata per il 20% dallo stesso CFGC, noto anche come Huaying Company), da allora il mercato della distribuzione ha

¹⁷ Traduzione propria: “Opinioni Sull'approfondimento Delle Riforme Dell'industria Cinematografica” (SARFT 2000, N. 320).

¹⁸ Traduzione propria: “Sulla Riforma Del Sistesma Di Distribuzione E Proiezione” (SARFT 2001 No 1951).

conosciuto un importante sviluppo dell'aspetto concorrenziale con l'ingresso nei successivi 10 anni di altri 9 distributori autorizzati.

Nel Novembre 2002, il report conclusivo del 16° congresso nazionale del Partito Comunista Cinese proponeva

[...] the development of cultural industry is an important way route of prospering socialism culture under the market economy condition and satisfying the spiritual cultural needs of the people. We shall improve and perfect the cultural industry policy, support development of cultural industry. (MOC 2002)

Nel Luglio 2003 l'ufficio generale del Consiglio di Stato indicò il CFGC ed il Great Wall Film Group come "unità pilota della riforma del sistema culturale". È nello stesso anno che l'azione congiunta di SARFT e governo venne dato un grande impulso all'accelerazione nell'applicazione delle riforme; a giovarne fu particolarmente il settore della produzione. Nel Giugno dello stesso anno, infatti venne raggiunto l'accordo di massima fra Hong Kong e la Cina Popolare sul CEPA¹⁹ (*Closer Economic Partnership Arrangement*). Il celebre accordo comportava per l'industria cinematografica hongkonghese particolari vantaggi nei campi delle co-produzioni e delle esportazioni nella Cina continentale (dal primo Gennaio 2004 i film prodotti ad Hong Kong beneficiavano del libero ingresso, senza essere penalizzati dal sistema delle quote di importazione).

Il documento, firmato SARFT, del Gennaio 2004 che recepiva ed introduceva le norme proposte dal CEPA è stato quello più significaitvo degli ultimi 20 anni della storia del mercato cinematografico cinese. In questo testo programmatico venivano toccati tutti i

¹⁹ Il CEPA (*Closer Economic Participation Arrangement*) è stato il primo accordo bilaterale di libero commercio voluto da Hong Kong e dalla Cina Popolare, vera e propria pietra miliare nello storico dei rapporti economici fra i due Paesi asiatici. Firmato nel Giugno 2003 (operativo dal Gennaio dell'anno successivo), recepisce in pieno le direttive indicate dal WTO in termini di FTA (*Free Trade Agreement*). Il CEPA ha abbattuto ogni tipo di barriera sostanziale al commercio e all'investimento fra Hong Kong e la Cina Popolare, senza costituirne di nuove per altre economie all'accesso ai due mercati. Le sfere economiche interessate dal CEPA sono state il commercio in beni, commercio di servizi ed il mercato degli investimenti; grazie al celebre accordo sono divenuti esenti da dazio doganale 273 tipi di bene (fra cui film e produzioni cinematografiche) e 17 tipi di servizio (più tardi diverranno 18). [Y.W. Peter Chiu 8-2006]

settori del mercato, indicando per ognuno di essi linee precise: per il mercato della produzione venivano introdotti i concetti di produzione diversificata e definite nuove possibilità di finanziamento mentre ai *player* del settore della distribuzione veniva data la possibilità di agire direttamente sui campi della distribuzione secondaria, attraverso aziende create *ad hoc*. L'applicazione delle direttive contenute nel documento N. 41, *Guanyu jiaokuai dianying chanye fazhan de ruogan yijian* 《关于加快电影产业发展的若干意见²⁰》 ebbero un riscontro economico senza precedenti: nel 2004 il box office nazionale toccò la quota record di 1.57 miliardi RMB (negli anni precedenti difficilmente superava la significativa soglia di 1 miliardo), e da allora registrò fino al 2011 percentuali annuali di crescita superiori al 20%²¹. In questo celebre documento appare per la prima volta la nozione de “*le tre grandi parti*” (三大块) attraverso la quale viene espressa la ormai chiara volontà statale di fare dell'industria cinematografica un potente mezzo di comunicazione nazionale ed internazionale; il SARFT suddivide idealmente il settore produttivo cinematografico in tre sezioni per le quali propone piani di sviluppo dedicati così da ottimizzarne le rese: pubblicitario, di servizio culturale e di attività imprenditoriale pubblico-privata.

Nel 2003 dunque, in accordo con le direttive del SARFT e le volontà governative il CFGC crea la prima società sussidiaria co-partecipata, la *CFGC United Film TV CO LTD* dalle ceneri della *Second Film Production Subsidiary Company*²² collaborazione con altre due aziende: la *Yangpu Xinjiuzhou Industrial CO LTD* e la *Beijing Guangxing Xinke Technology Consulting CO LTD*. Nel corso del 2004, analogamente tocca alla *First Film Production Subsidiary Company*, *Third Film Production Subsidiary Company* e *Fourth Film Production Subsidiary Company*; vennero inoltre registrate 6 nuove società co-partecipate dal CFGC fra cui la *China Film Warner Hengdian Film/TV CO LTD* e la *Canadian Yingreqi Development Group*, primi due esempi di joint venture nel campo della produzione cinematografica in Cina (rispettivamente con Warner USA e con un gruppo privato Canadese). Attraverso l'applicazione della

²⁰ Traduzione propria: “Opinioni Sull'accelerazione Dello Sviluppo Dell'industria Cinematografica”.

²¹ Fonti: Analisi del Pacific Bridge Studio, “Italian Trade Commission” (Shanghai Office), 2011, “Overview Of China Film Market”.

²² Le unità produttive del CFGC erano 4 in totale fino al 2003; fino alla svolta delle co-partecipazioni nel biennio 2003/2004, le sussidiarie avevano semplici nomi sequenziali (*first, second, third, fourth*).

riforma suggerita dal SARFT il settore produttivo del CFGC cambiava profondamente passando dalla proprietà esclusiva delle società al sistema del partecipariato azionario; modello che permetteva l'ingresso nel capitale sociale di nuovo vigore e capitale, nonché quello di competenze e management qualificato negli ambiti lavorativi.

Il CFGC nel 2004 condusse le riforme anche nel settore della distribuzione suddividendo le operazioni nazionali e panasiatiche (Taiwan, Corea, Giappone, Hong Kong e Macau) fra diverse società. Per la sola Hong Kong, il CFGC registrò due nuove società co-partecipate da realtà imprenditoriali già affermate nel settore della distribuzione nell'ex colonia britannica come la Hong Kong Anle e la Zhongjia Film Production & Distribution CO LTD. A livello interno la sussidiaria China Film Distribution Group stabilì forti alleanze con gli altri grandi distributori nazionali come quelli della Shanghai Film Group Corporation, Xi'an Film Group Corporation, con la Huaxia, Polybona, Huayi ecc.

Nel Gennaio 2006 l'ufficio generale del Partito Comunista Cinese pubblicò la nota "*Some Opinions On Further Deepening Culture System Reform*". Il testo mirava all'introduzione nel mercato cinematografico di misure normative più innovative che permettessero alle aziende del settore di poter competere anche sul piano internazionale.

Il testo promuoveva la creazione di nuove società a capitale misto, anche pubblico, che agissero non più sul solo mercato nazionale ma anche facendo un passo oltre i confini nazionali e, parallelamente, il potenziamento di quelle già esistenti. La volontà prima del governo trasmessa nel documento è quella di creare un gruppo di aziende che potessero agire congiuntamente nell'aggressione del mercato internazionale nei settori dove già le aziende nazionali come il CFGC avevano ottenuto risultati eccellenti: produzione audiovisiva, produzione di film per cinema e televisione, produzione di film per bambini e film d'animazione, più in generale produzione culturali.

Nel Settembre dello stesso anno venne pubblicato dal SARFT il documento contenente le linee guida dello sviluppo della nuova industria culturale; nel testo "*State 11.5 Period Culture Development Plan Abstract*" veniva riportato come si volesse aumentare la produzione di film per cinema e televisione, di aumentare la produzione di programmi e serie televisive, film d'animazione, aumentare le capacità operative nei settori della

post-produzione migliorando quantità e qualità; ultimo ma non meno importante, preparare il terreno all'adozione delle tecnologie digitali in tutti i settori, dalla produzione alla post-produzione, dalla duplicazione alla proiezione.

Nel 2007, contestualmente al 17° congresso nazionale del Partito Comunista Cinese venne ribadita la volontà del governo di puntare sulla rinnovazione del settore, principalmente sul piano della promozione e su quello della competitività internazionale.

Il 22 Luglio 2009 in una riunione del Consiglio di Stato venne approvato il “*Revitalization Plan For The Culture Industry*”; lo storico documento è l'11° di quel tipo pubblicato dal governo dopo quelli sui settori tessile, dell'industria leggera e su altri segmenti ritenuti fondamentali dell'economia nazionale. I settori chiave identificati dal documento per lo sviluppo del settore erano produzione audiovisiva, comunicazione e distribuzione, duplicazione, pubblicità e tecnologia digitale. Il piano di rivitalizzazione industriale del settore culturale del 2009 è stato il primo testo programmatico del settore da quando la Cina si è proclamata Repubblica Popolare circa sessanta anni prima, il piano era per contenuti e quantità di direttive un documento senza precedenti. I film e la produzione cinematografica erano sempre stati una parte importante della cultura socialista della Cina dal dopoguerra agli anni della rivoluzione commerciale fungendo da vero pilastro della produzione culturale Cinese; per questo motivo il Partito Comunista Cinese con il documento del 2009 rimette al centro della politica culturale i prodotti culturali per tv e cinema.

Il 21 Gennaio 2010, l'Ufficio Generale del Consiglio di Stato pubblica *Guowuyuanbangongting guanyu cujin dianying chanye fazhan de zhidao yijian* 《国务院办公厅关于促进电影产业发展的指导意见》²³. Il testo, noto con la traduzione inglese del titolo, *The Instructional Opinion*, afferma come lo sviluppo prospero dell'industria cinematografica sia di cruciale importanza nel rafforzamento e nello sviluppo di una cultura socialista; in questo senso un'industria cinematografica sempre più forte può sempre meglio soddisfare le necessità culturali della popolazione, agendo

²³ Traduzione propria: “Opinioni Dell'ufficio Generale Del Consiglio Di Stato Sull'accelerazione Dello Sviluppo Dell'industria Cinematografica” (2010 GOSC, N. 9).

così sullo sviluppo economico e sociale della popolazione stessa. Un'industria cinematografica forte anche oltre i confini nazionali deve essere, dalle volontà che si evincono dal testo, portatrice dell'immagine Cinese del mondo, così da affermare internazionalmente il proprio *soft power*. Nel testo dello *The Instructional Opinion* viene richiamata la volontà della Cina-Stato di smettere i panni della potenza cinematografica tale in quanto semplicemente grande e dunque affermarsi come potenza cinematografica mondiale in virtù della propria forza culturale. Con questo testo è per la prima volta che il governo Cinese stesso utilizza il termine *soft power* (*ruan shili* 软实力).

Più dettagliatamente l'obiettivo posto dallo *The Instructional Opinion* era quello di creare entro il 2015 una struttura importante di gruppi e società del cinematografico che potessero agire in modo parzialmente indipendente appoggiandosi al brand e alla qualità delle realtà industriali preesistenti (aziende e gruppo già sulla strada dell'affermazione internazionale come il CFGC e Huayi); aumento significativo dell'utilizzo del digitale nei vari settori dell'industria con particolare riguardo per il settore della distribuzione (duplicazione, conservazione, trasmissione e proiezione di film in digitale) e della produzione di film d'animazione.

Si ebbe così che il segmento della distribuzione e dello *exhibition* digitali vennero finanziati in maniera massiccia: grandi teatri di proiezione digitale e i grandi circuiti cinematografici erano ormai presenti in tutte le città fino al livello di contea già nel 2011. La qualità dei film prodotti aumenta sensibilmente mentre l'aumento annuo della quantità degli stessi non accenna a rallentare: nascono nuovi generi e una parte sempre più significativa della popolazione ha modo di accedere alle proiezioni. L'intero mercato cinematografico negli anni del decennio 2010 cresce a percentuali fra il 20% e il 30% trainando i settori industriali legati all'indotto e aumentando l'importanza degli stessi a livello nazionale; miglioramento dei cui benefici ha potuto giovare la stessa industria cinematografica in un continuo circolo di influenze positive.

La nuova industria cinematografica cinese diviene agli inizi degli anni Dieci del XXI secolo una delle industrie chiave nel macrosettore dei servizi attraverso le opere di costruzione e ampliamento dei circuiti cinematografici, migliorando la qualità delle proiezioni e dei servizi offerti nei cinema delle città e portando teatri di proiezione per

la prima volta nelle aree rurali (il CFGC garantisce dal 2009 la proiezione di un film all'anno per villaggio e di due film a semestre nelle scuole primarie e secondarie). Le grandi produzioni nazionali cominciano ad essere spinte oltre i confini Cinesi (ottenendo risultati altalenanti) e vengono coltivati in maniera sempre più estensiva rapporti con concorrenti internazionali in ogni settore in modo da aumentare l'influenza e l'importanza delle aziende di marchio cinese nel mondo (cosa della quale avrebbero beneficiato gli stessi film in termini di apprezzamenti di pubblico e box office); ha inizio una continuativa serie di presenze ai grandi festival televisivi e cinematografici internazionali da parte dei protagonisti del settore produttivo nazionale, e vengono organizzati i primi festival sul suolo nazionale; vengono ripensate le campagne pubblicitarie dei più grandi film perché possano risultare appetibili anche ad un pubblico occidentale.

Recependo le normative del “*Cultural Industry Revitalization Plan*”, il “*General Office of The State Council’s Instructional Opinion on Expediting the Development of the Film Industry*” ottiene ottimi risultati chiarendo, ove ce ne era bisogno, le volontà governative sul futuro dell'industria cinematografica:

[*The Instructional Opinion*] will drive the deep interation of the film indsutry with the capital market, as well as capitals and enterprises outside the industry [...] (Han Sanping 2008)

Nel 2007 il CFGC approva un nuovo piano industriale recependo le nuove direttive governative; agisce direttamente sul management redistribuendolo i migliori amministratori nei sei campi societari chiave identificati dal vice presidente Han Sanping come recettori prioritari delle riforme: produzione, post-produzione, marketing e promozione, proprietà immobiliari, distribuzione, sviluppo post-produzione del prodotto. Così, contestualmente alla messa in pratica del nuovo piano industriale, il CFGC crea la Production Subsidiary Company, mossa strategica nel settore della produzione. Con la creazione della nuova società il CFGC torna finalmente in grado di sviluppare grandi produzioni, ponendo fine all'imbarazzante circostanza che vedeva il più grande gruppo cinematografico cinese incapace nella gestione di produzione e post-produzione di

colossal. La Production Subsidary Company si rivelerà presto una importante piattaforma produttiva soprattutto per blockbuster e *main melody movie*.

Nel campo dello *exhibition* il CFGC, nel rispetto del nuovo piano industriale, registra nel 2007 la China Film Investment Co. LTD; l'obiettivo dell'operazione era quello di potenziare laddove già presenti e creare nuovi cinema in quelle che erano attività di tipo immobiliare ed edilizio. Il target pensato dal CFGC per il China Film Investment è quello di raggiungere la quota simbolica di 100 cinema entro 3-5 anni attraverso acquisizioni di proprietà o investimenti diretti; il China Film Investment ogni anno sviluppava per conto del CFGC circa 10 progetti di tipo immobiliare riguardanti la costruzione o la trasformazione di strutture preesistenti in cinema da 8/10 sale per totali di circa 1200 posti ognuno. Nel 2008 Han Sanping, a conferma della linea intrapresa dal CFGC afferma

[..] We would rather build one more cinema than shoot one more film²⁴. (Han Sanping 2008)

La parte dello *exhibition* in tutta la catena industriale cinematografica era infatti quella che meglio garantiva il ritorno economico; attraverso il profitto sicuro del biglietto, seppur inizialmente limitato, veniva garantita una liquidità importante per tutta la filiera. La gestione delle sale cinematografiche e dei circuiti inoltre richiedeva management non particolarmente qualificato e dai costi non esosi. È poi proprio attraverso la grande diffusione delle sale di proiezione che il CFGC intravede la possibilità di raggiungere quantità tali di popolazione da permettere alle proprie produzioni di potersi affermare come grandi prodotti culturali prima ancora che grandi successi commerciali; se da una parte infatti la diffusione capillare dei circuiti cinematografici garantiva grandi profitti con la sua sempre più ampia copertura del mercato degli utenti dall'altra legittimava la rilevanza culturale dei film che lo stesso CFGC produceva e mostrava. La decisione del gruppo di focalizzarsi sull'ampliamento della propria rete di *exhibition* parte nel 2005, ma è nel 2007 con la fondazione del China Film Investment che trova vero vigore e nuovi fondi per tentare la sfida del digitale.

²⁴ Han Sanping in *Tianshi dili ren he gong zhu zhongguo dianying daye, fang zhongguo dianying jituan gongsi zhang hansanping* 《天时地利人和共铸中国电影大业，访中国电影集团公司董事长韩三平》 (Sui Fattori Favorevoli Che Influenzano Il Mercato Cinematografico Cinese: Intervista Al Presidente Del China Film Group Corporation, Han Sanping).

Nel 2007 ebbe luogo anche la ristrutturazione del settore distributivo del CFGC attraverso il potenziamento e la riorganizzazione degli uffici di promozione e marketing. Venne creata la nuova società Film Promotion and Planning Subsidiary Company che nelle volontà del CFGC si sarebbe occupata non solo della pubblicizzazioni delle produzioni del gruppo ma anche di ricerche di marketing nel settore. La nuova azienda si distinse sin da subito per l'approccio innovativo nella promozione dei film a marchio CFGC; come suggerito dagli standard internazionali, dal 2007 i film venivano pubblicizzati nelle maniere più creative: grandi cerimonie per il primo ciak, grandi conferenze stampa durante e dopo le riprese, enormi *premiere* prima della distribuzione nelle grandi sale. In questo senso, uno dei compiti della nuova azienda era quello di creare ulteriore valore per il prodotto senza attingere a nuovi fondi ma rendendo commercialmente più performanti le aziende che si occupavano del film ad ogni sua fase di realizzazione, dalla lavorazione alla post-produzione e alla distribuzione. Dai feedback del pubblico e della critica sulle operazioni di spinta e promozione dei prodotti, la Film Promotion and Planning Subsidiary otteneva le indicazioni preliminari sugli indirizzi culturali del pubblico; da tali dati e grazie ad un lavoro congiunto con il settore distributivo del gruppo, il CFGC poteva programmare e mettere in atto grandi campagne di comunicazione dedicate per ogni singola produzione, cosa che fino a qualche anno prima risultava impossibile. La creazione della Film Promotion and Planning Subsidiary andò ad aggiungere un tassello fondamentale nella catena industriale voluta dal Ministero per l'affermazione di una grande industria culturale nazionale, servendo come nuovo e utilissimo anello di congiunzione fra i settori di produzione e distribuzione nel mercato, creando valore industriale in un segmento dove non ce ne era ed aggiungendone di nuovo in altri che operavano già ad ottimi livelli. Il nuovo settore della promozione e pianificazione è diventato presto uno dei punti di forza della crescita economica del CFGC e ha garantito allo stesso gruppo la giusta base tecnica per la competizione comunicativa internazionale ed effettivi risultati sul piano del box office.

Nel 2007, sempre in applicazione delle direttive del nuovo piano industriale, il CFGC fonda la China Film Digital Production Base Co. LTD nella quale sposta parte delle sue capacità produttive fino ad allora prestate alla produzione analogica. Con questa operazione il CFGC inizia il personale percorso di recezione delle normative SARFT e

Ministeriali in merito all'opera di digitalizzazione di tutto il settore. La creazione della nuova azienda e il piano societario pensato per essa per il primo anno pesano sui bilanci 2008 del CFGC per circa 2 miliardi RMB; l'idea del CFGC è quella di imporsi a livello continentale Asiatico entro la fine del decennio, puntando ed imitando il modello Hollywoodiano. L'azienda viene definita come

[China Film Digital Production Base is] the largest scale film production factory with most advanced facilities in Asia, supplying studio and outdoor shooting sites leasing, scenery construction, equipment leasing, cosmetics, costume, properties, post production, animation production, vehicles leasing, motive power supply, production coordination, logistical support and others. In this base with an area of 800mu, there are 16 actual sound studios classified into 6 kinds of specifications of complete functions (including the national largest studio of 5,000 in area equipped with cooling and warming air system), large-scale architectural setting group of various styles covering an area of about 60,000 sq. m. and massive outdoor shooting sites [...]²⁵

Parallelamente alla creazione delle nuove società, il CFGC si occupa fra il 2006 e il 2008 anche della revisione dei meccanismi manageriali interni: vengono trasferite alle nuove società le funzioni, prima gestite internamente, che sono ora di loro competenza e viene snellita la gestione finanziaria degli uffici centrali; Han Sanping a seguito della redistribuzione interna al gruppo delle mansioni afferma

[...] CFGC headquarter will gradually become a investment/shareholding company, which determines the investment projects and appoint/dismiss of major management personnel, while the specific operation would turn over to the subsidiary companies, so as to reduce the level of management and lower management cost [...] (Han Sanping 2008)²⁶

Sicuramente, l'azione più significativa intrapresa da Han Sanping ed il *management* risultante dal nuovo piano industriale è quella che ha portato il CFGC all'emissione di

²⁵ Fonte: http://www.en.cfanim.cn/_d275906612.htm

²⁶ Han Sanping in *Tianshi dili ren he gong zhu zhongguo dianying daye, fang zhongguo dianying jituan gongsi zhang hansanping* 《天时地利人和共铸中国电影大业，访中国电影集团公司董事长韩三平》 (Sui Fattori Favorevoli Che Influenzano Il Mercato Cinematografico Cinese: Intervista Al Presidente Del China Film Group Corporation, Han Sanping).

obbligazioni proprie per finanziare l'adozione del digitale. Va detto che negli anni precedenti l'introduzione del nuovo piano industriale il CFGC ha tentato in più occasioni di finanziarsi in maniera innovativa, cercando di reperire fondi sul mercato azionario e obbligazionario²⁷.

Nel Dicembre 2007 il CFGC emette ufficialmente titoli obbligazionari privati per il valore di 500 milioni RMB; come afferma una nota del dipartimento finanziario di soli sette giorni dopo, al 20 Dicembre tutte le obbligazioni erano state acquistate. Il CFGC diviene così il primo gruppo industriale del settore dei servizi Cinese ad emettere *bonds*. La quasi totalità del capitale rastrellato attraverso l'emissione dei titoli obbligazionari è stato investito direttamente nell'adozione estensiva del digitale in tutti i settori interessati, in particolar modo nella conversione delle tecniche di proiezione analogiche presso i cinema dei circuiti cinematografici del CFGC. L'operazione finanziaria dell'emissione obbligazionaria del CFGC ha aperto *de facto* una nuova era nella storia dell'approvvigionamento di capitali in tutto il mercato cinematografico; pochi anni più tardi infatti seguirà la stessa strada lo Shanghai Film Group Corporation, che nel 2012 tenterà anche la quotazione in borsa.

Tutte le misure introdotte risultanti dall'applicazione del nuovo piano industriale portarono grande vitalità nel CFGC, iniziandolo ad un percorso di profonda industrializzazione. In occasione della disamina dei risultati a 3 anni dall'introduzione delle misure del nuovo piano industriale vennero certificati i grandi progressi aziendali ottenuti nei settori di produzione, distribuzione, promozione e marketing, introduzione del digitale, promozione finanziaria, operazioni immobiliari (legate allo *exhibition*) ma soprattutto la bontà del brand "China Film Group Corporation" che attraverso tutte le sue società controllate andava affermandosi a livello panasiatico.

Nel 2007 i ricavi del CFGC per i soli settori di produzione e distribuzione ammontano a 430 milioni RMB, la parte di profitto che spetta al CFGC (al netto delle quote delle

²⁷ Va ricordato a tal proposito il tentativo effettuato nel 2005 da Han Sanping, quando nell'Agosto di quell'anno all'annuncio della possibile offerta di pubblico acquisto e conseguente quotazione parziale alla borsa di Hong Kong, 10 banche d'investimento nazionali si dissero interessate all'ingresso nel gruppo. Nel Dicembre dello stesso anno tuttavia, il governo ed il SARFT, temendo la possibilità di ingresso di fondi stranieri nella proprietà del CFGC ne impedì la quotazione in borsa. Han Sanping ci riproverà nel Dicembre 2012, annunciando la volontà del CFGC di iscriversi al registro delle aziende prossime alla quotazione presso la Borsa di Shanghai; iscrizione che avviene puntualmente l'11 Gennaio dell'anno successivo, operazione concessa dal SARFT per un corrispettivo della proprietà pari all'1%. Ad oggi tuttavia, il CFGC non compare su nessun listino di alcuna borsa Cinese.

aziende del settore) corrisponde a 17.5 milioni RMB. L'anno successivo l'utile degli uffici centrali scende a 15 milioni RMB, a fronte di un aumento significativo del fatturato totale che arriva a 1.88 miliardi RMB. Nel 2009 il fatturato del gruppo aumenta ancora toccando quota 2.59 miliardi RMB e aumentano in maniera straordinaria anche gli utili del CFGC (100 milioni RMB, segnando un incredibile +566% sull'anno precedente).

Anno	Fatturato (centinaia di milioni RMB)	Protitto totale del gruppo (RMB)	Profitto esclusivo del CFGC (RMB)
2001	5.23	28 000 000	1 250 000
2002	n.d.	33 400 000	2 000 000
2003	13.11	24 680 000	1 520 000
2004	15.9	140 000 000	-10 000 000
2005	15.5	44 000 000	n.d.
2006	n.d.	n.d.	15 200 000
2007	10.3	n.d.	17 500 000
2008	18.8	n.d.	15 000 000
2009	25.9	n.d.	100 000 000

Figura 9. Fatturato totale, fatturato al netto delle sussidiarie, utile CFGC (2001-2009)

Fonte: Jin, Kaiyuan 靳凯元, 2010, Zhōngguó diànyǐng jítuán gōngsī de chǎnyè huà dàolù (1999-2009), “中国电影集团公司的产业化道路 (1999—2009)” (Il Percorso Di Industrializzazione Del China Film Group Corporation, 1999-2009), per China Academic Journal Electronic Publishing House, p.38-39.

2.3 La produzione

Durante il periodo 2006-2009 il CFGC, attraverso i suoi studi concentra la produzione su alcuni generi ben precisi: *main melody film* (*zhuxuanlü*), *blockbusters* (*dapian*), film d'animazione, piccole produzioni commerciali, serie TV. Il CFGC distingue per la creazione di un fondo *ad hoc* per giovani registi, concedendo a chi vi accedesse una pressoché totale libertà artistica²⁸; i registi impiegati attraverso questo fondo lavoravano alla realizzazione dei film commerciali minori mentre i *main melody movie* e le grandi produzioni venivano assegnate ad *équipe* più esperte che spesso annoveravano nell'organigramma nomi e talenti fra i più noti del continente Asiatico (in particolar modo il CFGC pescava nei prolifici mercati di Hong Kong e Taiwan). In questo modo il CFGC si specializzò ben presto nei due filoni principali del cinema mainstream Cinese, dedicando ad ognuno personale specializzato.

Nello stesso periodo la Production Subsidiary Company registra i grandi successi industriali nella creazione di film e nel lancio di grandi nomi. Il CFGC, attraverso il suo *studios* principale propone in sequenza grandi successi commerciali come *Changjiang Qihao* 长江七号 (*CJ7 / Creatura Extraterrestre*, Stephen Chow 周星馳, 2008), *Toumingzhuang* 投名状 (*The Warlords*, Peter Chan 陈可辛, 2007), *Chibi Shangxia ji* 赤壁上下集 (*Red Cliff*, John Woo 吳宇森, 2008), *Meilanfang* 梅兰芳 (*Forever Enthralled*, Chen Kaige 陈凯歌, 2008), *Nanjing! Nanjing!* 南京! 南京! (*City of Life*

²⁸ Come a Han Sanping piace precisare, l'industria cinematografica è un'industria "di cultura, creatività e intelletto". La creazione di talenti entra nei piani del CFGC nel 2007 con l'introduzione nel nuovo piano industriale del *qingnian daoyan dianying zhizuo jihua* 青年导演电影制作计划 (Progetto di produzione per giovani registi). La proposta del progetto era quella di creare una struttura all'interno del gruppo che potesse supportare giovani registi nelle loro direzioni e nei loro progetti produttivi all'interno degli studi del CFGC. All'ingresso in funzione del progetto il CFGC si accordò con 40 fra giovani sceneggiatori e registi sulla base di un testo programmatico: il CFGC avrebbe finanziato diversi progetti con investimenti iniziali fra 600 000 e 800 000 RMB, se al box office i film risultanti dei progetti avessero coperto per almeno l'80% l'investimento iniziale il CFGC avrebbe nuovamente ingaggiato quei tecnici per produzioni a budget maggiore, 2/2.5 milioni RMB prima e, in caso di nuovi buoni risultati al botteghino, accesso a budget ancora più significativi (6/10 milioni RMB). Il piano nazionale per giovani registi da i primi grandi risultati appena due anni più tardi con i grandi successi di critica e pubblico *Nanjing! Nanjing!* e *Crazy Racers* (entrambi oltre la quota simbolica dei 100 milioni RMB al botteghino) rispettivamente di Lu Chuan e Ning Hao. Dati: Jin, Kaiyuan 靳凯元, 2010, *Zhōngguó diànyǐng jítuán gōngsī de chǎnyè huà dàolù* (1999-2009), "中国电影集团公司的产业化道路 (1999—2009)" (Il Percorso Di Industrializzazione Del China Film Group Corporation, 1999-2009), per China Academic Journal Electronic Publishing House.

and Death, Chuan Lu 陆川, 2009), *Jianguodaye* 建国大业 (*The Founding of a Republic*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2009), ecc..

Oltre ad una buona dose di successo di pubblico e critica, alcuni di questi film furono anche grandi successi commerciali: la produzione low-budget *Fengkuang de Saiche* 疯狂的赛车 (*Crazy Racer*, Ning Hao 宁浩, 2009) replicò e migliorò il grande successo del *prequel Fengkuang de Shitou* 疯狂的石头 (*Crazy Stone*, Ning Hao 宁浩, 2006) registrando uno sbalorditivo risultato al box office di circa 100 milioni RMB nell'anno di uscita, dimostrando la bontà delle politiche produttive di CFGC nel puntare sia sui grandi blockbuster sia sulle più piccole produzioni commerciali.

Il 2007 è un anno fondamentale nella svolta produttiva del CFGC; in totale vengono messi in produzione 54 film per il cinema, di cui 33 conclusi e entrati in distribuzione dopo il nullaosta della censura; per la TV la quota è di 122 film distribuiti. Nel corso del 2007 divennero progressivamente operative le tecniche di ripresa digitale fortemente volute qualche anno prima dal SARFT; si hanno le prime applicazioni di ripresa e post-produzione digitale in *Mingyun Hujiao Zhuanyi* 命运呼叫转移 (*Crossed Lines*, Liu Yiwei 刘仪伟, 2007) e nei già citati *CJ7* e *The Warlords*.

I film in produzione in quell'anno vanno dai piccoli progetti alle grandi produzioni da milioni di RMB in budget: interessate nel processo produttivo vi erano molte società interne ed esterne al CFGC, pubbliche e private. Interessate nelle produzioni del 2007 vi erano anche fondi di investimento internazionale, filiali Cinesi di studi Hollywoodiani, Hongkonghinesi e Taiwanesi. Con la produzione *Forever Enthralled* ad esempio, il CFGC esperisce la condivisione dei diritti di copyright a livello globale, grazie alle partecipazioni di aziende asiatiche ed occidentali.

Nel 2007 la China Film Co-production Company registrò la richiesta record di 85 pratiche di richiesta di co-produzione e assistenza tecnica alla produzione, delle quali solo 46 vennero accettate.

Nel 2008 l'investimento totale del CFGC nel settore della produzione è stato di 111 milioni RMB, investimenti per la quasi totalità nei segmenti blockbuster e *main melody movie*: nei vari *Red Cliff*, *Forever Enthralled*, nella produzione a budget medio *Crazy Racer* e nelle più piccole produzioni *Jiri Qicheng* 即日启程 (*Set Off*, Liu Jiang 刘江,

2008), *Dianliang Ouzhou* 点亮欧洲 (*Kindle Europe*, Liu Changchun 刘长纯, 2008). Investimenti premiati da ottimi risultati al box office come quelli per *CJ7*, *Red Cliff* e *Forever Enthralled*, che incassano al box office rispettivamente 202, 312 e 100²⁹ milioni RMB.

Nel 2009 il CFGC aumenta gli investimenti in produzione a 116 milioni RMB finanziati direttamente, alla stessa cifra vanno aggiunti altri 112 milioni RMB derivanti da un aumento di capitale voluto dal SARFT (con conseguente cessione di quote societarie ad altre aziende statali); sviluppa 18 progetti cinematografici che vengono tutti completati e si impegna nella realizzazione di 6 serie TV per un totale di 173 episodi³⁰. Nello stesso anno vengono prodotti e arrivano sugli schermi film come *Nanjing! Nanjing!*, *Xunzhao chenglong* 寻找成龙 (*Looking for Jackie*, Fang Gangliang 方刚亮 Jiang Ping 江平, 2009), *Ci Ling* 刺陵 (*The Treasure Hunter*, Kevin Chu Yen-ping 朱延平, 2009), *Da neimi tan linlin gou* 大内密探灵灵狗 (*On his Majesty's Secret Service*, Wong Jing 王晶, 2009), la seconda parte di *Red Cliff* (che, completo, arriverà in Italia con il titolo *La Battaglia dei tre Regni*) e *Crazy Racers*. Tutti le produzioni dal 2009 vengono contraddistinte dalla dizione “*Produced by CFGC*” a dimostrazione dell’importanza crescente del nuovo *brand* dell’azienda, azienda che dei film non si occupa più dell’esclusiva produzione ma ne cura e aggiusta l’originalità, ne segue i processi di promozione ed organizza la messa in proiezione strategica.

La produzione principale del 2009 per il CFGC è senza dubbio *The Founding of a Republic*, opera celebrativa commissionata dal SARFT per ricordare il sessantesimo della fondazione della Repubblica Popolare; pensato e realizzato come un colossal, il budget per la produzione corrispondeva a 60 milioni RMB, cifra piuttosto contenuta se si considera che il film annoverava nel cast praticamente tutte le star del cinema cinese³¹. I report del CFGC e del SARFT assegnano a *The Founding of a Republic* fra i 370 e i

²⁹ Dato: CFGC.

³⁰ Dati: CFGC e SARFT.

³¹ Data la particolare natura patriottica del film molti degli ingaggi sono puramente simbolici laddove non affatto richiesti o percepiti. Il CFGC per il casting di *The Founding of a Republic* si limitava ad inviare “inviti alla partecipazione” ai nomi illustri del panorama nazionale: Tang Guoqiang, Zhang Guoli, Xu Qing, Liu Jin, Chen Kun, Wang Wufu fra i nomi degli attori di spicco, ma anche Jet Li e Jackie Chan, celebri per le loro interpretazioni nei film di arti marziali prestati per l’occasione a ruoli ben diversi figurando in camei o brevi sequenze; nella lista figurano come attori anche diversi registi affermati come Chen Kaige e Feng Xiaogang.

400 milioni RMB³² di incasso al botteghino fra il 2009 e il 2010, risultando terzo nella classifica del box office del solo 2009, dietro ai blockbuster americani *2012* (Roland Emmerich, 2009) e *Transformers: Revenge of the Fallen* (*Transformers: La Vendetta del Caduto*, Michael Bay, 2009) che però erano in proiezione da più mesi; all'estero, sebbene la distribuzione fosse stata limitata a Hong Kong, Thailandia, Nuova Zelanda e Taiwan (sul cui territorio nazionale non è stato poi mai proiettato, ufficialmente a causa dello sfioramento del locale sistema di quote di importazione) il film incassa 1 035 741 US\$³³, cifra piuttosto significativa nello storico del box office d'esportazione Cinese considerando lo scarso appeal internazionale che ha sempre avuto. Il film, enorme opera autocelebrativa perfettamente inquadrabile nella categoria del *main melody movie*, verrà accusato dalla stampa specializzata non Cinese di avere una natura prettamente propagandistica; alle stesse critiche, il co-direttore Huang Jianxin risponderà

[..] it was unfair to describe *The Founding of a Republic* as propaganda, since modern Chinese audience were too sophisticated to swallow a simplistic rendering of history [..]³⁴ (P. Foster 2009)

A seguito della grande riuscita di *The Founding of a Republic*, nel 2011 la stessa CFGC tenta di replicarne il successo con un'altra grande produzione *zhuxuanlü: Jiandang weiye* 建党伟业 (*The Founding of a Party / Beginning of the Great Revival*, Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2011).

Nel 2009 la China Film Co-Production Company riceve 77 proposte di collaborazione da tutto il mondo. 48 dei 77 progetti vengono approvati e ne risulteranno co-produzioni di grande spessore con Hong Kong, Macau, Taiwan; 10 con Paesi Europei, 5 con Paesi delle Americhe e con l'Australia.

Nel 2010 il CFGC lavora alla produzione di 29 film in totale, di cui 15 per il cinema; per i soli *Kongzi* 孔子 (*Confucius*, Hu Mei 胡玫, 2010), il remake del celebre *The Karate Kid* (*Per vincere domani - The Karate Kid*, John G. Avildsen, 1984) *Gongfu*

³² Dato: IMDB.

³³

Dati:

http://boxofficemojo.com/movies/intl/?page=&country=00&wk=2009W52&id=_fJIANGUODAYETHE F01

³⁴ Foster, Peter (17 Settembre 2009). "Epic film *The Founding of a Republic* marks 60 years of Chinese Communism". *The Daily Telegraph* (Londra).

meng 功夫盟 (*The Karate Kid*, Harald Zwart, 2010), *Tangshan dadizhen* 唐山大地震 (*Aftershock*, Feng Xiaogang 冯小刚, 2010) e *Rang zidan fei* 让子弹飞 (*Let the Bullets Fly*, Jiang Wen 姜文, 2010) il CFGC stanziava l'equivalente di 85 milioni US\$³⁵. Nonostante il 2010 sia l'anno dell'aumento della cifra massima prevista per le importazioni relative al sistema delle quote e nonostante vi siano state le prime deroghe straordinarie alla stessa per permettere l'ingresso sul mercato Cinese dei primi grandi blockbuster Hollywoodiani in tecnologia 3D e IMAX³⁶, al botteghino le produzioni del CFGC ottengono ottimi risultati; arriva anche il primo grande successo internazionale di critica e box office con la nuova versione di *The Karate Kid* che raccoglie a livello mondiale 343 milioni US\$³⁷ imponendo il CFGC alla ribalta internazionale.

Nel 2011 il CFGC continua nella politica di spinta nella produzione di *dapian* e *zhuxuanlü*: la più grande produzione dell'anno è *The Founding of a Party / The Beginning of the Great Revival*, ideale *sequel* commerciale del grande successo di pubblico e critica di due anni precedente *The Founding of a Republic*; voluto anch'esso esplicitamente dal SARFT questa volta per celebrare il novantesimo della nascita del Partito Comunista Cinese. La regia del film vede come nella precedente circostanza la collaborazione fra Huang Jianxin e Han Sanping, mentre il cast è ancora una volta di primo ordine con stelle come Chow Yun-Fat, Andy Lau, Liu Ye a dispetto di un budget, in proporzione, contenuto di circa 80 milioni RMB (come per *The Founding of a Republic*, gli attori partecipanti reciteranno gratis, o al semplice costo del "cestino"). Le aspettative per il risultato al box office del film sono elevatissime seppur la concorrenza sugli schermi in quell'anno è agguerrita con le produzioni di importazione *Transformers: Dark of the Moon* (*Transformers 3*, Michael Bay, 2011) e *Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2* (*Harry Potter e i Doni della Morte 2*, David Yates, 2011) rispettivamente di Paramount e Warner. *Beginning of the Great Revival* tuttavia non rispetterà le aspettative del produttore e si dimostrerà un *flop* al botteghino: le

³⁵ Dato: IMDB.

³⁶ Su tutti va ricordato *Avatar* (James Cameron, 2009), arrivato in Cina solo l'anno successivo alla prima distribuzione negli USA e in Europa e che infrange per la prima volta il sistema delle quote di importazione previste dal SARFT sulle produzioni cinematografiche straniere ottenendo una deroga speciale in quanto, come si legge sulle motivazioni, "veicolo di nuove tecnologie digitali" (*Avatar* è stato il primo film ad essere proposto in versione bidimensionale e tridimensionale); il film, secondo l'autorevole sito boxoffice Mojo.com ha totalizzato nella sola Cina 182 milioni US \$, mentre a livello mondiale quasi 2.8 miliardi US \$.

³⁷ Dato: IMDB.

critiche negative arrivano dalla stampa di settore estera e da quella nazionale, uno scarso feedback del pubblico nei primi tre mesi di proiezione fa il resto. Il Partito Comunista Cinese interviene direttamente nel tentativo di risollevare le sorti di *Beginning of the Great Revival* indicendo grandi campagne nazionali di distribuzione di biglietti cinematografici e sollecitando le società statali e le sezioni locali di partito ad acquistare biglietti per il film in questione. Nella sola Changchun, una città di 7 milioni di abitanti, vennero acquistati dal governo municipale 100 000 biglietti del film destinati ai soli membri del partito³⁸. È a causa di queste manipolazioni strutturali del box office che per *Beginning of the Great Revival* non si hanno dati certi su incassi e gradimento; il bollettino ufficiale del SARFT del 2011 indica un incasso di circa 300 milioni RMB attestandosi come miglior produzione nazionale, cifra che in ogni caso ha messo in discussione per la prima volta la bontà del piano del CFGC di puntare sui *main melody movie*.

Le altre principali produzioni targate CFGC del 2011 sono *Xin shaolin si* 新少林寺 (*Shaolin / The New Shaolin Temple*, Benny Chan 陈木胜, 2011) coproduzione sino-hongkonghina e *Longmen fei jia* 龙门飞甲 (*Flying Swords of Dragon Gate*, Tsui Hark 徐克, 2011), primo *wuxiapian* asiatico ad essere girato interamente in 3D.

Nel 2012 la produzione cinematografica del CFGC rallenta in attesa di un nuovo piano produttivo che possa far fronte alle grandi possibilità degli studi Americani. I soli film di importazione Statunitense distribuiti sul mercato Cinese hanno ottenuto il 63% dell'intero box office nella sola prima metà dell'anno³⁹ portando il SARFT a ripensare le strategie di importazione del settore e il CFGC al rallentamento nella produzione di nuovi film; il numero dei progetti cinematografici scende a 16, dei quali solo 15 vedranno il completamento. La produzione principale è quella di *Wang de shengyan* 王的盛宴 (*The Last Supper*, Lu Chuan 陆川, 2012), costato quasi 100 milioni RMB e presentato in Ottobre al Toronto Film Festival.

Il 2012 e la prima metà del 2013 denotano importanti segni di cambiamento nella politica produttiva del CFGC; il vacillare del SARFT rispetto la questione

³⁸ Cain, Robert (23 Novembre 2011). "One Market, Two Systems: A Tale of Two Movie Marketing Plans". Chinafilmbiz.com 中国电影业务

³⁹ Dati: Cain, Robert (8 Luglio 2012). "China's Box Office: An Excellent 2012 So Far". Chinafilmbiz.com 中国电影业务

protezionistica del mercato e la presenza Hollywoodiana sempre più importante nel mercato hanno portato il CFGC a rallentare sensibilmente gli investimenti nella produzione; se fra il 2002 e il 2010 gli investimenti del gruppo aumentavano a ritmi medi del 39%, il 2011 e il 2012 vedono i dati relativi all'aumento degli investimenti in produzione rispetto l'anno precedente attestarsi rispettivamente allo 0,1% e -0,6%⁴⁰.

Va inoltre notato come il principio di flessione del settore produttivo indicato dalle statistiche coincida con dei mutamenti delle direzioni artistiche delle produzioni stesse. Dopo *Beginning of the Great Revival*, il CFGC non ha più investito in grandi *main melody movie*, concentrando l'attenzione su *dapian* e piccole e medie produzioni commerciali, principalmente *wuxia*. Il 2013 sembrerebbe segnare la svolta anche in quello che concerne la scelta dei registi da parte del CFGC, dopo aver collaborato con successo con registi asiatici infatti, l'intenzione di Han Sanping è quella di aprire ai nomi occidentali per le regie delle sue produzioni di punta. Un primo esempio si ha con *Taiji xia 太极侠 (Man of Tai Chi, Keanu Reeves, 2013)*, *dapian* di arti marziali da 25 milioni US \$ per la cui regia il CFGC ha pensato all'esordiente Keanu Reeves ottenendo il favore e la collaborazione di due grandi aziende nazionali e internazionali come la Dalian Wanda Group (che partecipa alla produzione e ottiene dal CFGC circa il 60% sui diritti di distribuzione) e la hollywoodiana Village Roadshow Pictures. L'operazione *Man of Tai Chi* per il CFGC si è rivelata essere non particolarmente profittevole, dati box office nazionali alla mano. Nell'attesa del risultato internazionale il produttore Robert Cain ammette come il CFGC abbia probabilmente da rivedere i propri progetti di internazionalizzazione

[..] The U.S. market probably won't offer much support, as the film still doesn't have a scheduled release date there. According to The Hollywood Reporter, Weinsterein Company's Radius division picked up U.S. rights at Cannes with intentions for a fourth quarter U.S. release, but has not yet announced any firm plans. Universal's decision not to handle the film despite having invested in it suggests

⁴⁰ Dati: "Italian Trade Commission" (Shanghai Office), 2011, "Overview Of China Film Market" e Cain, Robert (25 Settembre 2013). "Why is Wanda Group Working So Hard to Win Hollywood's Favor?". Chinafilmbiz.com 中国电影业务.

they lack confidence in its North American prospects for what concerns martial arts movies.⁴¹ (R. Cain 2013)

2.4 Le co-produzioni

Uno dei più importanti monopoli di cui gode il CFGC è quello delle co-produzioni, sia di livello nazionale, sia di livello internazionale. Il monopolio in questione viene esercitato dal gruppo attraverso la sua sussidiaria China Film Co-production Corporation (CFCC). Creata *ad hoc* nel 1979, la CFCC venne pensata come un soggetto che organizzasse e gestisse la totalità delle co-produzioni nazionali, nel corso degli anni poi assunse anche il ruolo di curatore dei rapporti internazionali di co-produzione cinematografica occupandosi di assistenza logistica sul territorio nazionale e supervisionando le riprese nelle *location* cinesi. È proprio questo ultimo compito quello che rende la peculiarità del gruppo: presentandosi ai partner come collaboratore esclusivo e fornendo un aiuto (logistico e non solo) altresì irreperibile, il CFCC trova l'occasione di inserirsi nella discussione di questioni ben più importanti agendo, come scrivono Emilie Yueh-yu Yeh e Darrell William Davis in *Re-nationalizing China's Film Industry*, da “*watchdog*”⁴² (cane da guardia), censurando parti di sceneggiatura non congeniali e commissionando parti di produzione agli studi nazionali “più consoni”. Il ruolo del CFCC è diventato sempre più importante nel corso degli anni, in particolar modo da quando anche il mercato cinematografico, con l'ingresso della Cina nel WTO, ha sposato logiche più commerciali. Il focus dell'operato del CFCC nel periodo immediatamente successivo al 2001 è stato nel promuovere la convenienza e l'unicità delle location nazionali, intravedendo nella definizione di partnership buone possibilità di ritorni in termini di profilo internazionale e *know-how*, nonché di occupazione per la manodopera di settore. Fra i primi film risultati di co-produzioni vanno ricordati *The Painted Veil (Il Velo Dipinto)*, John Curran, 2006), *The White Countess (La Contessa Bianca)*, James Ivory, 2006) ed alcuni film d'animazione. Tutte produzioni co-gestite dal

⁴¹ Cain, Robert (8 Luglio 2013). “Keanu’s Big Swing and a Miss in China”. Chinafilmbiz.com 中国电影业务.

⁴² E. Yueh-Yu Yeh e D.W. Davis (2008), “Re-Nationalizing China’s Film Industry: Case Study On The China Film Group And Film Marketization”, in *Journal of Chinese Cinemas - Volume 2*, Numero 1, pag. 46.

CFCC che dunque garantiva allo stato il controllo assoluto sulle stesse: approvazioni del SARFT, registrazioni commerciali, questioni esattoriali e nullaosta del Public Security Bureau nel caso in cui le sceneggiature trattassero questioni di cronaca nera.

Come ricorda l'esperto in materia di *media & entertainment law* Mathew Alderson in un'intervista al *China Business Review* nel 2012

[...] China now has the largest foreign box office market in the world but in China there are effectively no sources of ancillary income, such as income from internet downloads and home rental. So, Hollywood studios want a piece of the box office action. There is a quota for foreign films that can share in box office revenue. The reason for the interest in co-productions is that they are regarded by the Chinese as domestic films and are therefore not subject to the quota. The share of box office payable on co-productions is higher: a co-production can command around 38% of box office as opposed to 13% – 25% available for imported films. The Chinese authorities also require that around 55% of total box office is taken by domestic films so a certain return on domestic films is guaranteed. [...] ⁴³ (M. Alderson 2012)

il motivo per cui da parte delle grandi case cinematografiche straniere vi è grande interesse a stabilire rapporti di co-produzione cinematografica con la Cina è che lo stesso governo Cinese che da una parte impedisce la libera importazione di film, dall'altra permette questi rapporti di collaborazione che portano sul mercato di *exhibition* che, in prospettiva, è il più grande al mondo, produzioni *de facto* estere. È tuttavia semplicistico considerare i rapporti di co-produzione dei modi per aggirare il sistema delle quote annuali di importazione; sempre Alderson spiega come

[...]It is generally assumed that the quota is the biggest challenge but the quota has no application to co-productions. The biggest challenges for studios and producers are getting films approved by the Chinese censors and then getting paid their full share of box office. Censorship is an issue because the Chinese authorities view Sino-foreign co-productions as vehicles to promote Chinese soft power and to educate foreign audiences about China and the Chinese. Getting paid is an issue because of under reporting and other practices engaged in by the movie theaters here.[...] ⁴⁴ (M. Alderson 2012)

⁴³ D. Harris (10 Luglio 2012), "Hollywood Goes China", Chinalawblog.com.

⁴⁴ D. Harris (10 Luglio 2012), "Hollywood Goes China", Chinalawblog.com.

Alderson spiega anche come recentemente le autorità siano molto più vigili sulla bontà delle co-produzioni, verificando attentamente che gli elementi Cinesi in esse siano sostanziali e non presenti nelle proporzioni prettamente indispensabili. La Cina a tal proposito, teme che Hollywood abbia la cinica intenzione di sfruttare il suo mercato cinematografico in forte espansione; attraverso il suo direttore Zhang Peiming, il SARFT ha accusato la co-produzione e *Cloud Atlas* (Andy e Lana Wachowski, 2012) di essere un maldestro tentativo di ingresso improprio nel mercato cinematografico cinese asserendo come tali iniziative costituissero una minaccia per i produttori locali, allontanando investimenti interni e ponendo a rischio il successo delle produzioni nazionali.

Uno dei punti di forza del CFGC è quello dei rapporti di co-produzione cinematografica con Hong Kong, sviluppati anch'essi attraverso il CFCC. In risposta al numero sempre crescente di richieste da parte della regione amministrativa speciale che arrivavano alla Cina Popolare in merito all'accesso al mercato cinematografico continentale nel Gennaio 2004 entra in vigore il CEPA (*Closer Economic Partnership Arrangement*). La principale innovazione apportata dal nuovo accordo è stata quella che per la prima volta permetteva alle case cinematografiche di Hong Kong di operare sul territorio cinese attraverso la costituzione di joint venture con partner continentali godendo di particolari privilegi⁴⁵. Dall'ingresso in vigore del CEPA inoltre, le produzioni cinematografiche Hongkonghine vengono distribuite nella Cina Popolare liberamente, senza risultare nel conto della quota di importazione annuale e, dunque, evitando la limitazione governativa del ritorno economico dal box office al produttore al 13%, come previsto per tutti i film stranieri. Le joint venature di nuova concezione inoltre godono di un particolare regime fiscale per il quale gli utili vengono tassati al 10 e non al 20% (come previsto per le aziende produttrici straniere).

Sembrerebbe dunque che a giovare della rivoluzione introdotta dal CEPA siano solo Hong Kong e le sue case produttrici grazie all'enorme incoraggiamento alla produzione derivante dai favorevoli termini dell'accordo. Vi è, in realtà, anche un importante

⁴⁵ Prima dell'ingresso in vigore del CEPA i rapporti di collaborazione fra case cinematografiche prevedevano la severa regola dello "uno a uno". Questa disposizione stabiliva che per ogni lavoratore impiegato dalla parte di Hong Kong la joint venture impiegasse un lavoratore nella Cina Popolare; regola che veniva regolarmente applicata, oltre che allo staff tecnico, anche alle star. Il CEPA abolirà questa restrizione permettendo maggiore flessibilità nella redazione dei termini contrattuali delle joint venture. (Y.W. Peter Chiu, 2006)

ritorno economico per la Cina continentale; dal 2004 al 2007 oltre 100 film vengono prodotti grazie al CEPA fra Hong Kong e la Cina (una percentuale che supera il 70% del totale delle co-produzioni negli stessi anni secondo CMM Intelligence), molti di essi sono co-produzioni fra Hong Kong ed altri stati come Giappone, Korea, Taiwan e Stati Uniti. A tal proposito vanno ricordati: *Tianxia wuzei* 天下无贼 (*A World Without Thieves*, Liu Zhenyun 刘震云, 2004) e i già citati *The Warlords* e *CJ7*.

Il caso della co-produzione internazionale *A World Without Thieves*, alla quale hanno partecipato Media Asia, Columbia Pictures Asia e Huayi Brothers è uno dei più indicativi; alla realizzazione del film hanno partecipato Hong Kong, Cina Popolare, USA e Taiwan tramite Chen Kuofu in qualità di produttore esecutivo (già regista nella Cina Nazionalista, ed impegnato con ruoli piccolo-dirigenziali nella filiale Pechinese della Columbia Pictures).

Il regista Feng Xiaogang⁴⁶ tuttavia, in un'intervista del 2004 tradisce dello scetticismo rispetto alla velocità con la quale un così grande cambiamento stava avvenendo nel settore:

“Don't push the reforms too fast. Taking it one step at a time is better than taking one big step and then being pushed back ten steps. There are always reform critics who are looking for loopholes to attack. It's best to let it happen slowly but surely.”⁴⁷ (X. Feng 2004)

Il CEPA infatti, con i benefici ha portato con sé dei costi altrettanto importanti. Ottenere l'idoneità CEPA per le produzioni cinematografiche richiede che i contenuti delle stesse vengano modificati così da risultare idonei alle censure della Cina Popolare, alcuni soggetti inoltre, vengono categoricamente banditi dalla rappresentazione. Per ottenere l'ingresso nel mercato dunque, le produzioni che provengono da Hong Kong devono soddisfare i requisiti del sistema di censura della Cina Popolare mentre i

⁴⁶ Feng Xiaogang 冯小刚(1959, Beijing) è uno sceneggiatore, attore e regista Cinese, le sue più recenti commedie cinematografiche sono fra quelle di maggior successo al *box office*. Anagraficamente appartenente alla quinta generazione, Feng non frequenta i corsi della Beijing Film Academy ma impara il mestiere del regista lavorando per la televisione (già nel biennio 1991-1992 è regista di due serie televisive). Approda al grande schermo nel 1994 con *Chicken Feathers on the Ground*; il suo cinema si sposta dalla critica sociale alla commedia urbana nel 1997, anno dell'uscita di *Jiafang yifang* 甲方乙方 (*Party A, Party B*, 1997). Fra le sue ultime opere vanno ricordate *Jijie hao* 集结号 (*Assembly*, 2007) e *Tangshan dadizhen* 唐山大地震 (*Aftershock*, 2010), entrambi premiati a livello internazionale.

⁴⁷ E. Yueh-Yu Yeh e D.W. Davis (2008), “Re-Nationalizing China's Film Industry: Case Study On The China Film Group And Film Marketization”, in *Journal of Chinese Cinemas* - Volume 2, Numero 1, pag. 47.

produttori devono associarsi con concorrenti locali; per quanto riguarda la distribuzione invece, i produttori hongkonghesi devono obbligatoriamente appoggiarsi ad un *player* continentale di settore.

Il ruolo del CFCC, dall'ingresso in vigore del CEPA è divenuto di un'importanza ancor maggiore. Agendo da piattaforma per il libero scambio fra la Cina e le grandi case cinematografiche mondiali attraverso Hong Kong, è al CFCC che spetta valutare le proposte di collaborazione cinematografica provenienti da tutto il pianeta. Nessun film può essere co-prodotto in Cina senza una licenza di co-produzione, documento che viene emesso dal SARFT ma elaborato dal CFCC e che può essere di due tipi: *collaboration licence* (accordo per il quale sia la parte cinese che quella straniera partecipano ad un investimento finanziario, la parte cinese si impegna inoltre a fornire attrezzature e risorse umane. In questo caso le due parti sono co-proprietarie dei diritti di *copyright* del film; piccole variazioni possono essere operate a livello contrattuale in materia di proprietà intellettuale, d'accordo con CFCC e SARFT) o *entrusted production* (accordo per il quale la parte estera si fa carico della totalità della parte finanziaria e "assume" la parte cinese incaricandola della produzione in Cina. In questo caso la parte estera ha piena potestà sui diritti di *copyright* e di proprietà intellettuale). Per ottenere una di queste licenze viene richiesto alla joint venture di presentare diversi documenti fra cui alcuni riguardanti la percentuale di attori cinesi nella produzione, lo status societario e finanziario delle due componenti e, ovviamente, la sceneggiatura tradotta in lingua cinese.

Una volta che la sceneggiatura viene approvata dal CFCC come conforme, lo stesso ente visionerà il film una volta prodotto per attestarne la corrispondenza con la sceneggiatura precedentemente ritenuta idonea; una volta accertato ciò, viene emessa la licenza di proiezione.

Sempre il CFCC si occupa della concessione dei visti per i lavoratori stranieri e dell'accertazione del rispetto dei termini fiscali del contratto che, una volta ottenuta la licenza di produzione, vede legate le due parti attraverso una equity joint venture: creazione di un fondo di *equity* presso istituto di credito Cinese (al quale ambo le parti hanno accesso), *audit* annuale sul regolare pagamento delle tasse e dei salari, distribuzione di spese e profitti in base alla percentuale di partecipazione della *equity*.

2.5 Distribuzione, promozione ed *exhibition business*

Il CFGC opera nel settore della distribuzione con la società China Film Distribution Corporation e attraverso la partecipazione nello Huaxia Film Distribution Co. LTD; per la distribuzione delle produzioni estere, la China Film Import & Export Corporation è l'unica concessionaria dei diritti di acquisizione del copyright di film stranieri a livello nazionale⁴⁸.

La struttura distributiva del CFGC è quella riformata per ultima; solo nel 2009 la direzione del CFGC ha lanciato il *leixing pianzhanlüe hezuo moshi* 类型片战略合作模式 (“Piano di cooperazione strategica basato sul genere cinematografico”) nel contesto dell'internazionalizzazione del gruppo e dunque del settore distributivo. Dal 2009, a seguito dell'introduzione di questo piano, sono stati raggiunti importanti accordi collaborativi con distributori cinematografici nazionali e panasiatici (come Huayi Brothers e l'hongkonghese Anle) per la distribuzione organizzata di film anche a medio-piccolo *budget* come *Wuxing sha* 无形杀 (*Invisible Killer*, Wang Jing 王竞, 2009) e *Qian wo shiwanlingwuqian* 欠我十万零五千 (*Owe 105000 RMB*, Ji Yu 姬雨, 2009).

Nel 2007 il CFGC ha distribuito in totale 120 film cinesi per un box office di 1.01 miliardi RMB (corrispondente allo 81% del box office totale nazionale dei film di produzione cinese nello stesso anno e circa il 65% per il valore del botteghino totale nelle quattro municipalità)⁴⁹. Nello stesso anno il CFGC acquista i diritti di distribuzione per un totale di 50 film dei quali 22 di importazione; 10 con la formula del *revenue sharing* e 12 pagando *royalties* o quote fisse in accordo alle formule del *distributor agent* o *flat-fee*. Le sole distribuzioni delle produzioni straniere hanno fruttato al CFGC nel 2007 732 milioni RMB⁵⁰, più della metà dei quali esclusivamente derivanti dai grandi blockbuster hollywoodiani co-distribuiti con la succursale Huaxia Film Distribution Co. LTD: *Transformers* (Michael Bay, 2007), *Harry Potter and the Order of the Phoenix* (*Harry Potter e l'Ordine della Fenice*, David Yates, 2007),

⁴⁸ La China Film Import & Export Corporation opera anche per conto della Huaxia Film Distribution Co. LTD.

⁴⁹ Dati: CFGC e Blue Book of Radio, Film and Television 2008(SARFT).

⁵⁰ Dati: CFGC.

Spiderman 3 (Sam Raimi, 2007) e *Pirates of the Caribbean: At World's End* (*Pirati dei Caraibi: Ai Confini del Mondo*, Gore Verbinski, 2007), tutti oltre quota 100 milioni RMB di incasso al botteghino. Il box office dei film distribuiti dal CFGC ha totalizzato 1.742 miliardi RMB, circa il 53% del volume totale di mercato di quell'anno.⁵¹

Anno	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2001	40			41	3.85			
2002	20			43				
2003		2.5	41.67%		3.65		6.15	64.74%
2004	71	6.7	76%	52	3	44.78%	9.7	61.78%
2005	84	7.1	64.55%	24.5	3.58	39.78%	10.68	66.75%
2006	105	8.5	83.7%	24	5.2	44.07%	13.7	52.29%
2007	120	10.1	81%	22	7.32	47.97%	17.42	52.36%
2008	150	19.5	72.52%	30	7.5	45.40%	27	62.20%
2009	146	28.11	80.31%	39	11.89	44.65%	40	64.45%

Figura10.

- ① Numero di film cinesi distribuiti
- ② Risultati *box office* dei film cinesi distribuiti CFGC (100 milioni RMB)
- ③ Valore percentuale relativo al totale del *box office* nazionale per film cinesi
- ④ Numero di film d'importazione distribuiti
- ⑤ Risultati *box office* dei film stranieri distribuiti CFGC (100 milioni RMB)
- ⑥ Valore percentuale relativo al totale del *box office* nazionale per film stranieri
- ⑦ Risultato *box office* totale CFGC (100 milioni RMB)
- ⑧ Valore percentuale relativo al totale del *box office* nazionale

Fonti: Analisi della Pacific Bridge Pictures (2013), SARFT (2010), CFGC (2009).

Nel 2009, come indicato in figura 10, i film cinesi distribuiti dal CFGC aumentano a 146, di cui solo 18 prodotti dallo stesso gruppo. Il ritorno economico totale al botteghino è di 2.81 miliardi RMB (80.3 % del volume totale del mercato), di cui 1.417 miliardi RMB derivanti dalle produzioni degli studi del CFGC.

Nello stesso anno le produzioni di importazione *2012*, *Transformer: Revenge of the Fallen* e *Harry Potter and the Half-Blood Prince* (*Harry Potter e il Principe*

⁵¹ Fonte: Analisi della Pacific Bridge Pictures.

Mezzosangue, David Yates, 2009) realizzarono da sole 1052 dei 1189 milioni RMB totali derivanti dal box office dei film d'importazione per il CFGC.⁵²

Per quanto concerne la suddivisione degli oneri di promozione delle pellicole (nello specifico quella relative alle produzioni di importazione) i costi principali vengono sostenuti dalle case esportatrici, nella maggior parte dei casi hollywoodiane, mentre il CFGC e lo Huaxia (in qualità di unici due licenziatari dei monopoli di importazione e distribuzione di produzioni straniere) si occupano singolarmente o in maniera congiunta dei lavori di duplicazione e delle parti meno significative della promozione (locandine, poster, ecc..). Agli studi cinematografici tuttavia, è permessa una libertà d'azione limitata in materia di promozione e advertising; alle compagini hollywoodiane viene permesso esclusivamente di operare nella pubblicità attraverso Internet (attività pubblicitaria che rimane supervisionata dal GAPP e, più di recente, dal nuovo SARFT) e con eventi pubblicitari minori direttamente nelle strutture adibite alla proiezione cinematografica. Il motivo di tale limitazione è principalmente dovuto alla volontà degli enti regolatori di tutelare il successo delle produzioni nazionali, per un'idea di base non dissimile da quella dei blackout period. Il CFGC non può operare attraverso la televisione nella promozione di produzioni cinematografiche che non siano di propria produzione; considerando inoltre che una larga parte delle produzioni del CFGC sono a budget limitato e che la promozione televisiva è fra i canali di advertising più esosi in termini finanziari è particolarmente raro imbattersi in spot televisivi di produzioni cinematografiche.

I principali canali pubblicitari utilizzati dal CFGC sono quelli delle Internet Ads (banner, teaser trailer e trailer; economici e in molti casi estremamente performanti) e della pubblicità diretta nei cinema (fra le più tradizionali e più funzionali). In merito a quest'ultimo canale pubblicitario va fatta una precisazione: fino al 2010 prima della visione di un film in una qualsiasi sala di un cinema appartenente ad una catena CFGC era possibile imbattersi in diversi trailer, fra cui alcuni di film hollywoodiani. Dal 2012 nei cinema CFGC è pressoché impossibile vedere un trailer di un film di importazione prima dell'inizio del film per il quale si è pagato il biglietto; al loro posto ora è facile

⁵² Fonte: Jin, Kaiyuan 靳凯元, 2010, *Zhongguo dianying jituan gongsi de chanye hua daolu* (1999-2009), "中国电影集团公司的产业化道路 (1999—2009)" (Il Percorso Di Industrializzazione Del China Film Group Corporation, 1999-2009), per China Academic Journal Electronic Publishing House, p.43.

trovare pubblicità di proprietà immobiliari, automobili e film di produzione nazionale. I motivi di tale cambiamento non sono da addurre ad ulteriori radicalizzazioni di politiche protezionistiche, almeno non direttamente: uno dei motivi addotti da Robert Cain in un suo articolo su Chinafilmbiz.com vorrebbe che molti degli schermi dei cinema CFGC sono attrezzati per la proiezione in digitale mentre i materiali pubblicitari procurati direttamente dai produttori continuerebbero ad essere in analogico, trovando spazio per la fruizione solo in una piccola minoranza dei cinema del gruppo. Robert Cain sottolinea anche come se in questa circostanza sia palesemente riscontrabile una certa malizia della parte cinese nel non avvertire le controparti straniere di tali cambiamenti, dall'altra vi sarebbe un'indebolimento degli studi cinematografici nel controllo della distribuzione dei propri film da parte delle aziende cinesi; atteggiamento rimproverabile se si considera che proprio gli esportatori si fanno carico delle onerose spese di promozione. Al 2012 le campagne pubblicitarie sostenute congiuntamente da CFGC e relativo partner hollywoodiano sono state quelle dei già citati Avatar, Transformers 3 e Titanic 3D. Per quest'ultimo i produttori, nel tentativo di aggirare il divieto imposto alla diffusione di spot televisivi, hanno acquistato enormi spazi nei palinsesto del broadcaster del circuito televisivo della metropolitana di Shanghai. Secondo lo stesso co-produttore Sony sarebbero stati spesi oltre 800 000 RMB in due sole settimane per la promozione attraverso questo innovativo canale.

Nonostante la Cina abbia il secondo maggior numero di schermi cinematografici al mondo (12 000 stimati nel 2012 secondo un'analisi della Pacific Bridge Pictures, mentre è di 13 118 per lo stesso anno di EntGroup) rimane uno dei paesi al mondo col peggior rapporto schermi/popolazione. Basti pensare che negli Stati Uniti vi è uno schermo cinematografico ogni 7800 abitanti mentre in Cina, al 2012 secondo il SARFT, la statistica dice di uno schermo ogni 112 000. In alcune città non di primo rilievo la proporzione arriva a 1 a 500 000 e nelle zone rurali anche a 1 a 1 000 000.

Il China Film Group attraverso i suoi circuiti cinematografici negli ultimi cinque anni ha fortemente rinnovato le infrastrutture di proprietà e ne ha costruite di nuove fra le più moderne e tecnologicamente all'avanguardia, sulla falsariga dei grandi operatori privati come il Dalian Wanda Group. Nel 2012 degli oltre 12 000 schermi, circa 10 000 erano attrezzati per le tecniche di proiezione digitale. Di questi ultimi, oltre 2/3 fanno capo ad

aziende nello exhibition business di proprietà del China Film Group Corporation divisi in circa 2200 cinema (metà dei quali dispongono di almeno uno schermo per la proiezione 3D o IMAX) attrezzati per il report giornaliero del box office.

In totale nei primi sei mesi del 2012 il China Film Group ha visto 1286 cinema raggiungere o superare la cifra simbolica di 1 milione RMB al box office e sull'onda del successo dell'inizio dell'anno fra Gennaio e Agosto il gruppo di Han Sanping ha aperto 150 dei 423 nuovi cinema inaugurati nello stesso periodo⁵³.

Una volta che il prodotto distribuito attraverso il canale interno al CFGC e promosso second quanto sopracitato diviene pronto per la proiezione. La messa in proiezione o *release* di un film di produzione cinese o distribuzione del CFGC o dello Huaxia non prevede particolarità sostanziali o differenze dagli standard internazionali: vi è un periodo di proiezione e, nelle migliori strutture, una raccolta giornaliera dei dati inerenti il box office. Una volta tolto dalla proiezione il prodotto entra nei canali della distribuzione secondaria, dello *home video* e del VOD.

La particolarità del CFGC e dello Huaxia in quanto distributori è quella di essere gli unici *player* a cui viene concesso di organizzare la messa in proiezione dei film importati, processo che denota alcune particolarità.

Una volta approvato dall'ente regolatore, il film importato viene inviato ad uno studio di un gruppo pubblico (uno studio del CFGC o dello Shanghai Film Group Corporation) dove viene sottotitolato, in alcuni casi doppiato e duplicato. È sulla base dell'accordo alla base dell'importazione che i costi di tali servizi spettano agli esportatori (nel caso dei *revenue-sharing*) o agli importatori (nel caso dei *flat-fee*).

Quando i processi tecnici di cui sopra sono conclusi viene inserito il film nella programmazione annuale e viene decisa la data della prima proiezione; una volta decisa quest'ultima il CFGC o lo Huaxia possono decidere i connotati della campagna pubblicitaria.

Fino al 2012 la distribuzione di film attraverso pellicole e duplicati è stata piuttosto diffusa, seppur in continuo calo nei numeri rispetto agli anni precedenti. Questo tipo di distribuzione ha per alcuni versi frenato il lavoro di promozione degli stessi film, soprattutto nel caso dei *flat-fee*, considerando che costi di promozione e distribuzione

⁵³ Dati: CFGC.

spettavano entrambi a CFGC o Huaxia e che dunque preferivano contenere i costi già significativi (il costo di una copia di un film in pellicola è stimato da Robert Cain in 10000 RMB)⁵⁴.

Dal 2012 è possibile notare un fenomeno di ampia diffusione di film a budget limitato, principalmente dovuto all'adozione estensiva delle tecniche di duplicazione digitale che permettono alle piccole produzioni di coprire target sempre più ampi con costi sempre più contenuti.

Negli anni della duplicazione fisica delle pellicole il CFGC distribuiva presso i propri cinema alcune centinaia di copie di un film: nel caso del grande successo *Transformers 2* si arrivò al record di ben settecento copie ottenute.

Nell'ultimo anno il CFGC e lo Huaxia hanno servito 2200 cinema di cui meno della metà utilizzavano copie di film in pellicola e che per lo più offrivano un solo schermo.

Nello 2012 tutti i film importati sono stati distribuiti in forma digitale ad eccezione delle uniche quattro copie di *The Dark Knight Rises (Il Cavaliere Oscuro – Il ritorno*, Christopher Nolan, 2012) della Warner Bros distribuite in pellicola.

Una copia di un film importato distribuita da CFGC o Huaxia può essere proiettata in un cinema solo se la struttura possiede la determinata *digital key*, un apparecchiatura che permette al CFGC di certificare il rispetto delle tempistiche di proiezione di un film anche presso strutture non facenti capo allo stesso gruppo o nel caso di piccoli cinema. Il CFGC è il distributore unico delle *digital key* ed è su questi strumenti che si basa il controllo del CFGC sui *blackout period*; questo sistema permette, semplicisticamente, l'accesso al contenuto digitale del film solo se in possesso di una password rilasciata dal CFGC.

Il CFGC rilascia password che esauriscono la propria validità ogni quindici giorni; solitamente dei buoni film importati godono di una *release* iniziale di trenta giorni e nel caso dei grandi successi di pubblico viene concessa un'ulteriore quindicina compatibilmente con la programmazione di altri film. I periodi di *release* delle importazioni, dunque calcolabili in blocchi di quindici giorni l'uno, possono essere bruscamente interrotti direttamente dal CFGC all'evenienza della proclamazione di un *blackout period* da parte dell'ente regolatore come nel caso di *Mission Impossible IV*

⁵⁴ R. Cain (9 Novembre 2012), "How China's Movie Distribution System Works, Part 2", Chinafilmbiz.com 中国电影业务

(*Missione: Impossibile - Protocollo Fantasma*, Brad Bird, 2011) interrotto al 64° giorno di proiezione.

In questa particolare categoria il detentore del record è il pluricitato *Avatar* che, proiettato per la prima volta in Cina il 4 Gennaio 2010, grazie a particolari concessioni in materia di *release time* e all'ottimo lavoro di promozione è rimasto in proiezione fino al Novembre 2010 e sold-out nelle rappresentazioni in IMAX per interi mesi nei primi tempi.

2.6 Posizione sociale e responsabilità del China Film Group Corporation

Le società statali sono il mezzo principale di cui uno stato-nazione si serve per controllare ed intervenire nel proprio sviluppo economico e sociale: il China Film Group Corporation non è una eccezione in questo senso. Possiamo dire che durante gli ultimi 15 anni il CFGC, attraverso il SARFT, ha risposto a tutti i richiami del Partito Comunista Cinese in materia di riforme e innovazione ottenendo i risultati richiesti. Nel 2003 il gruppo di Pechino è stato indicato come unità pilota della riforma dell'intero settore industriale culturale, a tal proposito i membri del partito Li Changchun e Liu Yunshan sentenziarono come

[..]中影集团,迅速做大做强,尽快成为大型的文化企业,在国内有很强的竞争力,在国际上也建立起我们的形象,为中国电影 产业发展做出贡献,提供经验.⁵⁵ (C. Li e Y. Liu 2003)⁵⁶

Alla luce dei risultati ottenuti negli ultimi 10 anni si può affermare con tranquillità che gli obiettivi posti al CFGC sono stati raggiunti, tesi confermabile da una semplice analisi in tre punti: innanzitutto sul piano amministrativo, con la recezione di tutte le direttive

⁵⁵ Trad. propria: “[..] che il China Film Group Corporation debba crescere velocemente e in maniera importante, debba divenire un gigante del settore industriale quanto prima, mantenere una forte capacità competitiva all'interno della Nazione e creare un'immagine della stessa all'estero, apportare il proprio contributo in termini di sviluppo ed esperienza all'intera industria cinematografica cinese.”

⁵⁶ Wang, Yichuan 章柏青 (2012), *Zhongguo dianying jituangongsi de diwei ji shehui zeren*, “中国电影集团公司的地位及社会责任” (Posizione E Responsabilità Sociale Del China Film Group Corporation), pag. 1.

riformatrici che sono arrivate nel corso degli ultimi 10 anni dal SARFT dal MOC o direttamente dal consiglio di stato, come la rivoluzione del settore produttivo cinematografico, l'introduzione del concetto e dello stesso sistema di aziende sussidiarie e controllate, lo sviluppo nelle direzioni indicate nel documento del *dasankuai* (film, tecnologia, crescita economica). Secondariamente l'aspetto finanziario: con la nuova capacità del CFGC di attrarre capitali esternamente al settore cinematografico così come la possibilità resa agli investitori privati di co-partecipare le aziende già di proprietà statale (dando vita alle importanti collaborazioni già citate con Time Warner, Sony e Columbia) senza dimenticare il nuovo impegno nello sviluppo dei settori della distribuzione e della promozione. Terzo e più impegnativo dei punti quello inerente il grande sforzo tuttora in atto nel dotare la Nazione di una grande rete di moderni circuiti cinematografici; ammodernando ove già presente e creando dal nuovo nella corsa edilizia in campo rurale, permettendo di allargare il bacino di utenza del settore distributivo in maniera costante negli anni.

Questi tre punti sino ad ora sviluppati dal CFGC continueranno ad influenzare l'intero settore cinematografico cinese da un punto di vista macroscopico.

Parallelamente l'idea del CFGC ha funzionato, e bene, anche per quanto riguarda la segmentazione del prodotto cinematografico; se, infatti, fino agli ultimi anni Novanta non vi era un così vasto ventaglio di possibili scelte in termini di genere cinematografico, in meno di quindici anni si è avuta una vera e propria rivoluzione per quanto riguarda l'offerta all'utente finale. Qui va dato merito al CFGC, capace di proporre generi diversi nelle sue produzioni e di crearne di nuovi, come il simbolico *zhuxuanlü* attraverso il quale è confluita nel mondo cinematografico la grande letteratura ufficiale del partito.

Grandi successi di pubblico e di critica come i film *zhuxuanlü The Knot*, *Zhang Side*, *Zheng Peimin* e film più commerciali come *Wuji*, *CJ7*, *The Warlords* e *Red Cliff* o i più ricercati *Mei Lanfang* e *Nanjing!Nanjing!* non si sono limitati a riscuotere il consenso di pubblico e botteghino ma hanno avuto un ruolo fondamentale nello stabilire le nuove dimensioni del panorama dei generi cinematografici cinesi definendone i vari segmenti con grandi produzioni.

È in virtù di quanto elencato fin qui che, a detta di chi scrive, si può affermare come il CFGC abbia una precisa responsabilità sociale; quella di essere il principale propellente delle riforme che, volute dal partito, trovano espressione nel governo ed una prima

applicazione nell'ente regolatore. Vero e proprio pioniere nel settore, il CFGC è nato con il dovere di porsi sin dall'inizio come modello per le aziende concorrenti e di contribuire con il suo apporto in termini di capacità occupazionali al benessere della società.

Nel 15° anniversario dalla fondazione del CFGC si può convenire a ragion veduta che tutti gli obiettivi posti al CFGC siano stati raggiunti; l'indiscrezione che vorrebbe un cambio di management nella prima metà del 2014 sembra andare in questa direzione. La classe politica cinese vorrebbe premiare Han Sanping con gli onori del partito rimuovendolo dal proprio incarico e riconoscendogli il raggiungimento dell'obiettivo più importante prefisso per lui, quello di aver portato il CFGC al ruolo di leader dell'intero mercato. In questa considerazione si può anche intravedere il piano pensato per il piccolo studio cinematografico statale diventato *juggernaut* internazionale, quello della privatizzazione. I tentativi negli anni Duemila del CFGC di ottenere la quotazione in borsa hanno avuto questo obiettivo e il puntuale diniego arrivato ogni volta dalle istituzioni, alla luce dei fatti, sarebbe interpretabile come il riconoscimento di una immaturità ancora importante.

Con il cambio alla gestione, se avverrà, arriverebbe l'ultimo step pensato per il grande colosso pubblico: quello del passaggio al mondo privato attraverso la quotazione in borsa. Una chiave di lettura fornita sarebbe quella degli ulteriori miglioramenti che solo una gestione slegata dal partito e dallo stato potrebbero recare:

1) Quello del miglioramento della qualità media dei film. Se è vero che le grandi produzioni del CFGC non hanno problemi nel trovare la via dei successi di critica e di pubblico non è altrettanto vero che tutte le produzioni CFGC rispettano le aspettative derivanti dal blasone dell'azienda produttrice. È accaduto che alcune delle produzioni minori targate CFGC non trovassero spazio nemmeno nel *movie channel* di casa, CCTV-6. Per certo un possibile aumento della qualità generale della produzione cinematografica del CFGC potrebbe garantire un aumento dell'intera produzione cinematografica nazionale.

2) La ricerca della definitiva affermazione sul mercato internazionale. Non vi è dubbio che siano stati significativi i passi compiuti dal CFGC e dall'intero movimento cinematografico sul piano dell'esportazione delle proprie produzioni cinematografiche soprattutto a livello panasiatico, è tuttavia altrettanto lampante come grandissimi siano

ancora i passi da fare per ottenere un'affermazione corrispondente sul piano mondiale. Le co-produzioni del China Film Co-Production Corporation ad esempio, sono state principalmente sfruttate negli ultimi dai partner occidentali come mezzo per aggirare l'ostacolo delle incredibili misure protezionistiche del mercato cinese e mai da parte del CFGC come volano della crescita della propria immagine a livello internazionale; l'output di questo segmento produttivo, fra le venti e le trenta unità annualmente, potrebbe aumentare come quantità e qualità, ma soprattutto rivoluzionarsi in tema di obiettivi.

3) Il mantenimento ed il potenziamento della produzione artistica. Capace di ottenere grandi risultati di critica con le produzioni *zhuxuanlü*, il CFGC potrebbe riprendere la migliore tradizione delle produzioni artistiche degli anni Ottanta e dei primi anni Novanta, ovvero gli anni della quinta generazione e del sistema degli studi cinematografici quando budget contenuti corrispondevano a grandi produzioni e importanti premi internazionali nei più grandi festival. È sicuramente questo l'aspetto meno conciliabile con una possibile privatizzazione del gruppo ed è ovviamente questo quello che più perprime la stampa di settore.

Conclusioni

Il grande successo del China Film Group Corporation è il più significativo indice della qualità del momento che l'industria cinematografica cinese sta vivendo da almeno quindici anni e che, stando alle previsioni, è destinato ad un inevitabile ed ulteriore miglioramento.

La fortissima connessione fra i risultati del gruppo pechinese e quelli del settore di cui fa parte viene sottolineata da tutti i testi presi in considerazione nella fase di documentazione; alcune delle numerose intersezioni fra i due temi non hanno tuttavia trovato spazio in questo elaborato a causa a volte della loro dimensione (che ne avrebbe reso gli accenni vaghi e gli approfondimenti fuori contesto, come la questione dell'ascesa dei gruppi privati nel settore cinematografico) e a volte della mancanza di dati statistici aggiornati o attendibili (in particolar modo i più recenti dati rispetto l'anno solare 2013, per i quali sono state combinate alcune stime e alcuni valori parziali); il problema della reperibilità dei dati analitici relativi alla prima parte di questa tesi è stato di non poco conto viepiù l'evidente incongruenza che spesso è stata evinta fra dati di fonti diverse relativi agli stessi indici ha non poco influenzato le tempistiche di ricerca e di stesura del testo. A tal proposito un'ideale ringraziamento va alla Pacific Bridge Pictures, al produttore Robert Cain e al suo blog *Chinafilmbiz* senza le cui considerazioni sulle fonti statistiche cinesi il primo capitolo di questo elaborato e buona parte del secondo sarebbero stati viziati dalla parzialità, a volte davvero sorprendente, degli istituti di statistica della Repubblica Popolare. Il blog di Robert Cain e gli interessantissimi spunti suggeriti dagli articoli sui *blackout periods*, sulle strategie Dreamworks in Asia, sui piani di conquista del mercato mondiale di Wang Jianlin e del Dalian Wanda Group avrebbero meritato un approfondimento dedicato e un ulteriore lavoro di ricerca, probabilmente un'altra tesi di laurea, cosa che questo elaborato per tempistiche e motivi di spazio non poteva contemplare.

Ben lungi dalla velleità del voler rendere in un centinaio di pagine il quadro esatto del vastissimo scenario industriale del mondo cinematografico cinese, questo testo ha proposto un'istantanea di questo settore dei primi anni Dieci del terzo millennio che, a ragion veduta, possono dirsi quelli del principio della definitiva esplosione a livello

internazionale del cinema cinese. Diversamente dalle ambizioni relative al primo capitolo, nella stesura del secondo è stata forte la volontà di rendere subito chiaro al lettore le intenzioni fossero quelle di essere quanto più esaustivi rispetto alla breve storia del CFGC descrivendo dettagliatamente le prime fasi dalla nascita del gruppo quando l'opera legislativa settoriale dell'ente regolatore veniva dettata nemmeno troppo velatamente dalle volontà e dalle necessità di un gruppo pubblico e gli ultimi anni, quando il CFGC forte di una leadership acquisita negli anni vede affacciarsi all'orizzonte la sfida di concorrenti privati cinesi pronti a sfidare il potere centrale nel settore cinematografico rievocando quello che è il *leitmotif* del dualismo pubblico-privato nella Cina degli ultimi tempi.

Nell'elaborato non vi sono, salvo rare eccezioni di piccola entità, considerazioni pratiche sulle prospettive del mercato cinematografico. Tale scelta è stata sostenuta in quanto non v'è modo di poter descrivere analiticamente il prossimo futuro dell'uno o dell'altro; è sì vero che i grandi numeri e gli ottimi risultati non lasciano presagire che la migliore delle prospettive, ma una analisi più attenta evidenzia come seppur in continua crescita, il mercato cinematografico cinese avrebbe sempre più difficoltà nel proteggersi dalle pressioni del WTO, e più in generale dalla comunità internazionale, in termini di abolizione delle misure protezionistiche e nel proteggere attraverso gli enti regolatori i grandi gruppi pubblici dall'arrivo di privati cinesi e internazionali.

In conclusione, una previsione può essere avanzata senza temerne l'opinabilità: a livello governativo rimane forte la volontà di avere controllo sui contenuti delle produzioni cinematografiche. Il 15 Dicembre 2011 venne proposta una bozza di una nuova legge di promozione dell'industria cinematografica; il testo preliminare venne bocciato dal consiglio di stato nel Marzo 2012 e nella prima metà del 2014 verrà riproposto all'attenzione del Assemblea Nazionale del Popolo.

L'articolo 15 del testo del 2012, verosimilmente identico a quello che verrà presentato nel 2014, recita:

第十五条 国家鼓励企业从事电影摄制业务。

企业在将其准备摄制的电影剧本或者电影剧本梗概送国务院广播电影电视主管部门审查后,可以 摄制电影。国务院广播电影电视主管部门经审查,未发现含

有本法第二十二条第一款内容的,发给企业一次性的《电影摄制许可证(单片)》,并将电影的基本情况予以公布;发现含有本法第二十二条第一款内容的,应当自收到审查申请之日起30日内书面通知企业不得摄制,并说明理由。⁵⁷

Il contenuto dell'articolo sopracitato, prevederebbe l'introduzione del "permesso di produzione" *una tantum*, pratica burocratica di fatto già esistente ma che verrebbe rafforzata nell'applicazione e nella rigidità delle concessioni; il relativo articolo 22, citato nel testo, e inerente i contenuti "proibiti" nelle sceneggiature ha subito modifiche che lo portano nella direzione della sempre maggiore arbitrarietà nella concessione delle licenze di cui sopra. A tal proposito l'introduzione da parte del legislatore nell'articolo 22 dell'emblematico rigo *falü, xinzheng fagui jinzhide qita neirong* 法律、行政法规禁止的其他内容 (letteralmente "altri contenuti proibiti dalla legge e dai regolamenti locali") lascia, per gli standard cinesi, uno spazio troppo ampio all'interpretazione.

Il testo così come è ora prevederebbe dunque un potere maggiore dell'ente regolatore sui contenuti delle produzioni televisive e cinematografiche. Questa mossa contro la cinematografia indipendente è in totale contrasto con gli ultimi trend anche artistici (su tutti la nascita di un importante filone documentaristico nel panorama nazionale e l'affermazione dei registi della sesta generazione). Come facilmente deducibile, ad oggi, applicando questa legge molti film sarebbero banditi o privati del diritto di distribuzione. Il potenziale danno arrecabile da un'iniziativa del genere sarebbe enorme ed interesserebbe le aziende produttrici di ogni profilo: quelle interessate alla produzione di film più ricercati, a cui verrebbe negata la possibilità di utilizzare le sceneggiature ritenute più consone e quelle che hanno sempre lavorato nella creazione di blockbuster che si troverebbero nella difficoltà sempre maggiore di far combaciare gli interessi del grande pubblico con un sistema censorio ancora sempre più rigido.

⁵⁷ Traduzione propria: *Articolo 15: Lo stato incoraggia le imprese nell'opera di produzione cinematografica. Una volta inviata all'ente regolatore la sceneggiatura o la sceneggiatura preliminare, le aziende produttrici possono iniziare la produzione del film. Qualora l'ente regolatore, a seguito della disamina dei contenuti non trovi conflitti con quanto indicato nell'articolo 22, notificherà all'azienda produttrice l'emissione di un "permesso di produzione" in formula una tantum; qualora i contenuti della sceneggiatura fossero in conflitto con quanto indicato nell'articolo 22 l'ente regolatore provvederà a notificare all'azienda produttrice l'obbligo di interruzione delle riprese entro 30 giorni dalla ricezione della notifica, spiegandone le ragioni.*

È dunque pensabile che le case di produzione più creative e quelle più commerciali, vogliano far sentire congiuntamente la propria voce riguardo l'eventuale approvazione della norma, schierandosi di fatto dalla parte della nuova utenza cinematografica cinese, ormai cosciente e non intenzionata a pagare il prezzo del biglietto per film che non vuol vedere.

Filmografia

- 2012** (Roland Emmerich, 2009)
- Alice in Wonderland*** (Tim Burton, 2010)
- Avatar*** (James Cameron, 2009)
- Baoda shuangdeng***
炮打双灯 (Red Firecracker Green Firecracker, Ping He 何平, 1993)
- Bawang bieji***
霸王别姬 (Farewell My Concubine, Chen Kaige 陈凯歌, 1993)
- Changjiang Qihao***
长江七号 (CJ7 / Creatura Extraterrestre, Stephen Chow 周星 馳, 2008)
- Chi bi***
赤壁 (Red Cliff, John Woo 吳宇森, 2008)
- Ci Ling***
刺陵 (The Treasure Hunter, Kevin Chu Yen-ping 朱延平, 2009)
- Da neimi tan linlin gou***
大内密探灵灵狗 (On his Majesty's Secret Service, Wong Jing 王晶, 2009)
- Da Tang Xuan Ji Tu***
大唐玄機圖 ("Il Misterioso Diagramma Tang", Zhang Zhiliang 张之亮, 2012)

<i>Dahongdeng long gaogaogua</i> 大红灯笼高高挂	(<i>Raise The Red Lanter</i> , Zhang Yimou 张艺谋, 1991)
<i>Dianliang Ouzhou</i> 点亮欧洲	(<i>Kindle Europe</i> , Liu Changchun 刘长纯, 2008)
<i>Dingjun Shan</i> 定军山	(<i>Dingjun Mountain</i> , An Zhanjun 安战军, 2005)
<i>Elysium</i>	(Neill Blomkamp, 2013)
<i>Feichengwuraos 2</i> 非诚勿扰 2	(<i>If You Are The One 2</i> , Feng Xiaogang 冯小刚, 2010)
<i>Fengkuang de Saiche</i> 疯狂的赛车	(<i>Crazy Racer</i> , Ning Hao 宁浩, 2009)
<i>Fengkuang de Shitou</i> 疯狂的石头	(<i>Crazy Stone</i> , Ning Hao 宁浩, 2006)
<i>Gongfu meng</i> 功夫盟	(<i>The Karate Kid</i> , Harald Zwart, 2010)
<i>Gongfu</i> 功夫	(<i>Kung Fu Hustle</i> , Stephen Chow 周星驰, 2004)
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2</i>	(<i>Harry Potter e i Doni della Morte 2</i> , David Yates, 2011)
<i>Harry Potter and the Half-Blood Prince</i>	(<i>Harry Potter e il Principe Mezzosangue</i> , David Yates, 2009)
<i>Harry Potter and the Order of the Phoenix</i>	(<i>Harry Potter e l'Ordine della Fenice</i> , David Yates, 2007)

<i>Heipao shijian</i> 黑炮事件	(<i>The Black Cannon Incident</i> , Huang Jianxin 黄建新, 1985)
<i>Hong gaoliang</i> 红高粱	(<i>Red Sorghum</i> , Zhang Yimou 张艺谋, 1987)
<i>Hongfen</i> 紅粉	(<i>Blush</i> , Li Shaohong, 1995)
<i>How to Train Your Dragon</i>	(<i>Dragon Trainer</i> , Chris Sanders, 2010)
<i>Huang tudi</i> 黄土地	(<i>Yellow Earth</i> , Chen Kaige 陈凯歌, 1984)
<i>Inception</i>	(Christopher Nolan, 2010)
<i>Italy Holiday</i>	(Eduardo Ponti, 2010)
<i>Jiandang weiye</i> 建党伟业	(<i>The Founding of a Party / Beginning of the Great Revival</i> , Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2011)
<i>Jianguodaye</i> 建国大业	(<i>The Founding of a Republic</i> , Huang Jianxin 黄建新 Han Sanping 韩三平, 2009)
<i>Jiri Qicheng</i> 即日启程	(<i>Set Off</i> , Liu Jiang 刘江, 2008)
<i>Jobs</i>	(Joshua Michael Stern, 2013)
<i>Kongzi</i> 孔子	(<i>Confucius</i> , Hu Mei 胡玫, 2010)

- Lethal Weapon 4*** (Arma Letale 4, Richard Donner, 1998)
- Longmen fei jia***
龙门飞甲 (Flying Swords of Dragon Gate, Tsui Hark 徐克, 2011)
- Maifu***
埋伏 (Surveillance, Huang Jianxin 黄建新, 1997)
- Mancheng jindai huangjinjia***
满城尽带黄金甲 (Curse of the Golden Flower, Zhang Yimou 张艺谋, 2006)
- Meilanfang***
梅兰芳 (Forever Enthralled, Chen Kaige 陈凯歌, 2008)
- Nanjing! Nanjing!***
南京！南京！ (City of Life and Death, Chuan Lu 陆川, 2009)
- Pirates of the Caribbean:
At World's End*** (Pirati dei Caraibi: Ai Confini del Mondo, Gore Verbinski, 2007)
- Qian wo shiwanlingwuqian***
欠我十万零五千 (Owe 105000 RMB, Ji Yu 姬雨, 2009)
- Rang zidan fei***
让子弹飞 (Let the Bullets Fly, Jiang Wen 姜文, 2010)
- Shimian maifu***
十面埋伏 (House of Flying Daggers, Zhang Yimou 张艺谋, 2004)
- Spiderman 3*** (Sam Raimi, 2007)
- Taiji xia***
太极侠 (Man of Tai Chi, Keanu Reeves, 2013)

<i>Tangshan dadizhen</i> 唐山大地震	(<i>Aftershock</i> , Feng Xiaogang 冯小刚, 2010)
<i>The Karate Kid</i>	(<i>Per Vincere Domani - The Karate Kid</i> , John G. Avildsen, 1984)
<i>The Lone Ranger</i>	(Gore Verbinski, 2013)
<i>The Smurfs 2</i>	(<i>I Puffi 2</i> , Raja Gosnell, 2013)
<i>Toumingzhuang</i> 投名状	(<i>The Warlords</i> , Peter Chan 陈可辛, 2007)
<i>Toys Story 3</i>	(<i>Toy Story 3 – La Grande Fuga</i> , Lee Unkrich, 2010)
<i>Transformers</i>	(Michael Bay, 2007)
<i>Transformers: Dark of the Moon</i>	(<i>Transformers 3</i> , Michael Bay, 2011)
<i>Transformers: Revenge of the Fallen</i>	(<i>Transformers: La Vendetta del Caduto</i> , Michael Bay, 2009)
<i>Turbo</i>	(David Soren, 2013)
<i>Wuji</i> 无极	(<i>The Promise</i> , Chen Kaige 陈凯歌, 2005)
<i>Wuxing sha</i> 无形杀	(<i>Invisible Killer</i> , Wang Jing 王竞, 2009)
<i>Xin shaolin si</i> 新少林寺	(<i>Shaolin / The New Shaolin Temple</i> , Benny Chan 陈木胜, 2011)

Xinshu shijian

新宿事件

(*Shinjuku Incident*, Derek Yee 尔冬升, 2009)

Xunzhao chenglong

寻找成龙

(*Looking for Jackie*, Fang Gangliang 方刚亮 Jiang Ping 江平, 2009)

Yeyan

夜宴

(*The Banquet – The Legend of the Black Scorpion*, Feng Xiaogang 冯小刚, 2006)

Yingxiong

英雄

(*Hero*, Zhang Yimou 张艺谋, 2002)

Yun Shui Yao

云水谣

(*The Knot*, Yin Li 尹力, 2006)

Zhang Side

张思德

(*Zhang Side*, Yin Li 尹力, 2004)

Zheng Peimin

郑培民

(*A Servant Of The People*, Zheng Dongtian 郑洞天, 2004)

Bibliografia

Fonti in lingue occidentali:

- P. Bertetto (2008), *“Introduzione Alla Storia Del Cinema”*, Italia, Torino, De Agostini.
- S. Blanford, B.K. Grant e J. Hillier (2003), *“The Film Studies Dictionary”*, UK, Londra, Arnold Publishers.
- Y. Braester (2010), *“Painting The City Red. Chinese Cinema And The Urban Contract”*, USA, Durham, Duke University Press.
- P. Clark (1987), *“Chinese Cinema, Culture And Politics Since 1949”*, USA, Cambridge University Press.
- M. Dalla Gassa e D. Tomasi (2010), *“Il Cinema Dell’Estremo Oriente; Cina, Corea Del Sud, Giappone, Hong Kong, Taiwan, Dagli Anni Ottanta Ad Oggi”*, Italia, Novara, UTET.
- E.L. Davis (a cura di) (2005), *“Encyclopedia Of Contemporary Chinese Culture”*, USA & Canada, Routledge.
- C.C. Moul (2005), *“A Concise Handbook Of Movie Industry Economics”*, USA, Cambridge/New York, Cambridge University Press.
- M.E. Price, S.G. Verhulst. e L. Morgan (2013), *“Routledge Handbook of Media Law”*, USA, New York, Routledge.
- M. Sabbatini e P. Santangelo (2005), *“Storia Della Cina”*, Italia, Roma, Laterza.
- Z. Ying (2003), *“Chinese Cinema During The Era Of Reform, The Ingenuity Of The System”*, USA, Praeger.
- Y. Zhang (2004), *“Chinese National Cinema”*, UK, London, Routledge.
- Y. Zhang (a cura di) (2010), *“A Companion To Chinese Cinema”*, Hoboken, Wiley-Blackwell.
- Y. Zhang, e Z. Xiao (1998), *“Encyclopedia Of Chinese Film”*, Abingdon, Taylor & Francis.

Fonti in lingua cinese:

He, Qun 何群 (2012), Dangxia zhongguo dianying gongsi quan chanye lian jingying moshi de wenti he duice, “当下中国电影公司全产业链经营模式的问题和对策” (Industria Cinematografica Cinese Contemporanea: Modello Di Business, Problemi E Contromisure), per *Journal Of Shandong Normal University(Humanities And Social Sciences)*.

Lan, Aiguo e Ma, Weiwei 蓝爱国、马薇薇 (2009), Wenhua chuangcheng yu wenhua xiaofei daolu, “文化遗产与文化消费，电影产业的文化道路” (Patrimonio Culturale E Consumo Culturale, Il Percorso Dell’Industria Cinematografica), per *Beijing Daxue Chubanshe (Casa Editrice Della Beijing University)*.

“Nanfang Zhoumo” 南方周末 (2012), *Nanfang zhoumo caifang Han Sanping*, “南方周末采访汉三平”, per *Nanfang Zhoumo*.

Jin, Kaiyuan 靳凯元 (2010), Zhongguo dianying jituan gongsi de chanye hua daolu (1999-2009), “中国电影集团公司的产业化道路（1999—2009）” (Il Percorso Di Industrializzazione Del China Film Group Corporation, 1999-2009), per *China Academic Journal Electronic Publishing House*.

Wang, Yichuan 章柏青 (2012), Zhōngguó diànyǐng jítuán gōngsī dì dìwèi jí shèhuì zérèn, “中国电影集团公司的地位及社会责任” (Posizione E Responsabilità Sociale Del China Film Group Corporation), per *China Academic Journal Electronic Publishing House*.

Yan, Yuqing 闫玉清 (2010), *Tianshi dili ren he gong zhu zhongguo dianying daye, fang zhongguo dianying jituan gongsi zhang hansanping* “天时地利人和共铸中国电影大业，访中国电影集团公司董事长韩三平” (Dei Fattori Favorevoli Che Influenzano Il Mercato Cinematografico Cinese: Intervista Al Presidente Del China Film Group Corporation, Han Sanping), per *China Academic Journal Electronic Publishing House*.

Ye, Yueyu 叶月瑜 (2011), Huayu dianying gongye: Fangfa yu lishi de xin tansuo, “华语电影工业: 方法与历史的新探索” (Industria Cinematografica Cinese: Nuovi Modi Di Indagare Storia E Modelli), per *Beijing Daxue Chubanshe (Casa Editrice Della Beijing University)*.

Yin, Hong e Wang, Xiaofeng 尹鸿、王晓丰 (2005), Zhongguo dianying chanye niandu bei wang, “中国电影产业年度备忘” (L’Anno Industriale Del Cinema Cinese), per *Dangdai Dianying (Cinema Contemporaneo) – Volume 2*.

Yu Li, Liu Yang e Wang Xuan 于丽、刘扬、王焯 (2008), *Dianying chanye jingji xue yanjiu*, “电影产业经济学研究” (Studi Di Ricerca Sull’Economia Dell’Industria Cinematografica) , per *Zhongguo Dianying Chubanshe (Casa Film Publisher)*.

Zhang, Jinfeng 张晋锋 (2009), *Tisheng zhiliang chuangxin yingxiao xiang guoqing 60 zhounian xianli – fang zhongguo dianying jituan gongsi fu zong jinli shi dongming*, “提升质量 创新营销 向国庆 60 周年献礼 ——访中国电影集团公司副总经理史东明” (Aumentare La Qualità, Rinnovare Il Marketing In Occasione Del 60° Anniversario Della Fondazione Della Repubblica – Intervista Con Il Vice General Manager Del China Film Group Corporation, Shi Dongming), per *Dangdai Dianying (Contemporary Cinema)*.

Zhang, Xin 张馨 (2011), *Dianying meiti zai sixiang zhengzhi lilun ke zhong de yingyong yanjiu Zhangxin*, “电影媒体在思想政治理论课中的应用研究” (Ricerca Sulla Teoria Ideologica Applicata Al Media Cinematografico), per *Nantong Daxue Chubanshe (Casa Editrice Dell’Università Nantong)*.

Articoli, saggi, report:

“A.N.I.C.A. , Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive E Multimediali” (2013), “*Tutti I Numeri Del Cinema Italiano, Anno 2012*”.

C. Berry (2004) , “*Post-Socialism Cinema In Post-Mao China*”, Routledge.

B.R. Byrne (2010), “*Regulating The Film Industry In China: A New Approach*”, in *JIPEL, Journal Of Intellectual Property And Entertainment Law*.

D. Carson (1995), “*Chinese Film: Sources And Resources*”, in *Cinema Journal – Volume 34, Numero 4*.

P. Clark (1983), “*Film-Making In China: From The Cultural Revolution To 1981*”, in *The China Quarterly n. 94*.

C. Coonan (2007), “*Bonding With China: Film Group To Raise Coin Trough Fund*” in *Daily Variety Gotham*.

C. Coonan (2008), “*Group Dynamics: All Roads To China’s Entertainment Industry Lead To One Company*” in *Variety*.

C. Coonan (2009), “*H’wood’s Crest Has Zest For China Team*” in *Daily Variety Gotham*.

C. Coonan (2010), “*China Duets On Projects*”, in *Variety*.

C. Coonan (2012), “*Studios Fascinated By China Changes*”, in *Variety*.

- D.W. Davis (2010), “*Market and Marketization in the China Film Business*”, in *Cinema Journal* 49, No 3.
- P. Frater (2009), “*WB’s China Syndrome: Studio Goes Local With Shanghai Venture*” in *Variety*.
- D. Glen e L. Compean per *CMM Intelligence Ltd* (2012), “*China Film Co-Production Report – The Survivor’s Guide*”
- D. Groves (2003), “*Monopoly Will Get Competish*” in *Variety*.
- D. Groves (2004), “*Wider Pic Releases Possible*” in *Variety*.
- P. Gwyne (2013), “*News and Analysis of the Global Innovation Scene*”, in *Perspectives*, May – June.
- “Ent Group Inc.” (2011), “*China Film Industry Report 2009-2010 (Compact Version)*”.
- “Ent Group Inc.”, (2013), “*China Film Industry Report 2012-2013 (In Brief)*”.
- X. Hao e Y. Chen (2000), “*Chinese Cinema In The Reform Era*”, in *Journal of Popular Film and Television - Volume 28*.
- “Hogan-Lovells” (2013), “*Will the Merger of SARFT and GAPP End The Turf War Over Control over the Internet?*”, in *Corporate China Alert - June 2013*.
- H. Ke (1995), “*Contemporary Film Theory In Film*” in *Dangdai Dianying*.
- R. Kuipers (2011), “*Beginning Of The Great Revival (Jian Dang Wei Ye) (China)*”, in *Variety*, June 27 - July 10.
- J.A. Lent (1990), “*The Asian Film Industry*”, in *Film Quarterly*.
- H. Li (2010), “*Opportunities And Challenges Of Globalization For The Chinese Film Industry*”, per *Sage Publications*.
- C. Ling e K. Katherine (2011), “*Co-Opting The Wolves: National Film Industry Reform In China After 1978*”, in *Asian Politics & Policy – Volume 2, Numero 1*.
- S. Montlake, (2012), “*Hollywood’s China Fixer*”, in *Forbes*.
- S. Nakajima (2004), “*Chinese Film Industry In The Reform Era: An Analysis Of The Structure Of The Field Of Cultural Production Since 1978*”, per *American Sociological Association*.
- “Oxford Economics” (2013), “*The Economic Contribution Of The Film And Television Industries In China*”, in *Oxford Economics Reports*.

K. Peng (2012), "How To Approach The Contemporary China's Film Industry From Political Economy Perspective?", in *Hong Kong Baptist University Journal*.

Z. Qiu (2007), "Study On The Globalization Of The Chinese Movie Industry", in *Journal of Beijing Administrative College - Volume 1*.

"ResearchInChina" (2013), "China Film Industry Report & Forecast, 2012-2015".

"School Of Oriental And African Studies" (1960), "Problems Of The Film Industry", in *The China Quarterly*.

D. Steele (2012), "Theatrical Export Of European Films" per *European Audiovisual Observatory*.

J. Wan e R. Kraus (2002), "Hollywood And China As Adversaries And Allies", in *Pacific Affairs – Volume 75, Numero 3*.

Y. Wang (2008), "The 'Transnational' As Methodology: Transnationalizing Chinese Film Studies Through The Example Of The Love Parade And Its Chinese Remakes", in *Journal of Chinese Cinemas - Volume 2, Numero 1*.

"World Intellectual Property Organization" (2011), "From Script To Screen, The Importance Of Copyright In The Distribution Of Films".

"World Intellectual Property Organization" (2011), "Rights, Camera, Action! IP Rights And The Film-Making Process".

E. Yueh-Yu Yeh e D.W. Davis (2008), "Re-Nationalizing China's Film Industry: Case Study On The China Film Group And Film Marketization", in *Journal of Chinese Cinemas - Volume 2, Numero 1*.

Documenti e materiali tratti dal web:

Alderson, Mathew per *China Law Blog*, "Sino-Foreign Film Co-Productions In China.", 8-7-2011

http://www.chinalawblog.com/2011/07/sino-foreign_film_co-productions_in_china.html ,

Consultato il 12-10-2013.

Barbieri, Maria per *fareastfilm.com*, "Ma Cosa Vuole Il Pubblico? Il Cinema Cinese nel 2012", 6-2013,

http://www.fareastfilm.com/easyne2/LYT.aspx?IDLYT=2709&CODE=FEFJ&ST=SQL&SQL=ID_Documento=4072

Consultato il 14-9-2013.

Cain, Robert per *Film Journal International*, “*Progress And Challenges In Chinese Film Industry*”, 13-2-2013,
http://www.filmjournal.com/filmjournal/content_display/columns-and-blogs/in-focus/e3i49580dc080e97b84eb524603deb5102a ,
Consultato il 8-8-2013.

Cain, Robert per *The New York Times*, “*Capturing The Value Of American Movies In China*”, 2-6-2013,
<http://www.nytimes.com/roomfordebate/2013/06/02/smithfield-china-and-the-calculus-of-transnational-deals/capturing-the-value-of-american-movies-in-china>
Consultato il 29-07-2013.

Cain, Robert per *China Film Biz*, “*Big Trouble In Movie China*”, 26-11-2012,
chinafilmbiz.com/2012/11/26/big-trouble-in-movie-china/ ,
Consultato il 29-07-2013.

Cain, Robert per *China Film Biz*, “*One Market, Two Systems: A Tale Of Two Movie Marketing Plans*”, 23-11-2011,
chinafilmbiz.com/2011/11/23/one-market-two-systems-a-tale-of-two-movie-marketing-plans/
Consultato il 9-8-2013.

“China Copyright And Media”, “*SARFT and GAPP to merge*”, 10-3-2013,
chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2013/03/10/sarft-and-gapp-to-merge/
Consultato il 26-7-2013.

“China Copyright And Media”, “*Film Industry Stimulation Law Of The People’s Republic Of China (Opinion-Seeking Draft)*”, 15-12-2011,
chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2011/12/15/film-industry-stimulation-law-of-the-peoples-republic-of-china-opinion-seeking-draft/
Consultato il 26-7-2013.

“China.Org.cn”, “*Problems Still Hindering Growth Of Film Industry*”, 06-2013,
www.china.org.cn/business/2013-06/18/content_29148807.htm ,
Consultato il 15-07-2013.

Costantino, Mariagrazia per *China Files*, “*Il Cinema Cinese. Intervista A Marco Müller*”, 01-02-2013,
<http://www.china-files.com/it/link/25499/il-cinema-cinese-intervista-a-marco-muller>
Consultato il 14-9-2013.

Harris, Dan per *China Law Blog*, “*China Movie Co-Productions. They’re Tightening In A Sign Of Things That Have Come*”, 27-10-2012,
http://www.chinalawblog.com/2012/10/china_movie_co-productions.html ,
Consultato il 21-11-2013.

Hays, Jeffrey per *Facts & Details*, “*Chinese Film Industry And Movie Business*”, 12-2012,
factsanddetails.com/china.php?itemid=245#13 ,
Consultato il 14-6-2013.

Hong, Yin per *The Korea Herald*, “*The Challenges And Opportunities Of China’s Film Industry*”, 27-08-2010,
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20100827000515> ,
Consultato il 15-09-2013.

Huang, Ying per *China Daily*, “*Top Grossing Chinese Film Sets A Record*”, 13-05-2013,
europe.chinadaily.com.cn/china/2013-05/13/content_16493295.htm ,
Consultato il 14-05-2013.

Kit, Boris per *The Hollywood Reporter*, “*Top China Film Executive Touring Hollywood Studios, Meeting With Bruce Willis*”, 3-7-2012,
<http://www.hollywoodreporter.com/news/han-sanping-bruce-willis-china-film-group-corporation-297552> ,
Consultato il 20-5-2013.

Landreth, Johnathan per *The Christian Science Monitor*, “*Xi Jinping film deals: Search for a Walt Disney of China?*”, 18-2-2012,
<http://www.csmonitor.com/Business/2012/0218/Xi-Jinping-film-deals-Search-for-a-Walt-Disney-of-China>
Consultato il 13-10-2013.

Lang, Brent per *The Wrap*, “*China Film Group’s IPO Could Ease Hollywood’s Box-Office Headache for Good*”, 13-08-2013,
<http://www.thewrap.com/movies/article/china-film-group-wants-go-public-what-it-means-hollywood-110326> ,
Consultato il 13-10-2013.

Li, Xiang per *China Daily*, “*China Film Group revives float plan*”, 24-03-2010,
http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2010-03/24/content_9633471.htm ,
Consultato il 12-10-2013.

Nan, Bi per *China Daily*, “*China And US Partner On Cinema Arts Classes*”, 25-04-2013,
europe.chinadaily.com.cn/entertainment/2013-04/25/content_16448098.htm ,
Consultato il 14-05-2013.

“Screen Daily”, “*China Box Office Round-Up 2012: China Becomes World's Second Biggest Market*”, 21-1-2013,
<http://www.screendaily.com/china-box-office-round-up-2012-china-becomes-worlds-second-biggest-market/5050843.article>
Consultato il 14-9-2013.

“The Economist”, “*Kung Fu Propaganda*”, 14-6-2011,
<http://www.economist.com/node/18959042> ,
Consultato il 14-9-2013.

“The Economist”, “*The Film Industry: The Monkey And The Mouse*”, 28-8-2012,
<http://www.economist.com/node/21553486> ,
Consultato il 14-9-2013.