

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BEIJING

FICHA MERCADO SERVICIO (INDUSTRIA DEL CINE)

1. Panorama general

La industria de cine en China tiene un hito de despegue en el año 2012. Este es considerado el año dorado para la industria cinematográfica de China. Fue el año en que las películas chinas comenzaron a presentarse consistentemente en la taquilla a niveles solo vistos antes por las importaciones de Hollywood. A partir de este año, la industria del cine fue vista como un área emocionante para invertir y potencialmente generar grandes ganancias.

Desde entonces, el brillo de la inversión cinematográfica se ha reducido un poco a medida que los inversores se han dado cuenta de lo difícil que puede ser la industria. Algunos han centrado su atención en el cine internacional y otros han pasado a otras industrias. No obstante, la industria del cine en China sigue siendo dinámica y ofrece a las empresas una serie de oportunidades y desafíos.

La gran mayoría de los ingresos de la industria cinematográfica de China provienen de la taquilla. Existen los primeros signos de una apertura de la industria auxiliar, que está dirigida principalmente por las ventas de Video on Demand ("VOD"). En resumen, si una película funciona mal en la taquilla, hay pocas opciones disponibles para recuperar la inversión.

Las películas extranjeras importadas han tenido un fuerte desempeño en la taquilla china; aunque, este éxito es en gran parte responsable de las producciones de Hollywood y específicamente de los principales estudios. Las películas independientes también han tenido un buen desempeño cuando se les da la oportunidad de estrenarse en China, aunque generalmente a raíz de una exitosa carrera en los mercados internacionales.

Taquilla

Desde 2012, la industria cinematográfica de China ha experimentado un período de rápido crecimiento de los ingresos impulsado principalmente por la taquilla. En 2017, los ingresos de taquilla de China alcanzaron los 55.900 millones de RMB, lo que representa un aumento interanual del 2016-2017 del 13,5%. El mercado cinematográfico en China es ahora el segundo más grande del mundo. Se prevé que en 2020, China superará a los Estados Unidos y se convertirá en el mercado cinematográfico con el mayor número de audiencia e ingresos a nivel mundial.

Números de pantalla

El número total de pantallas en China en 2017 fue de 50,776, un aumento de 9,597 en comparación con 2016. Teniendo en cuenta que los nuevos contratos de salas de cine se firman dos o tres años antes de la construcción, se predijo que el número de salas de cine en China continuaría creciendo en 2018.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

La acción, la comedia y el drama son los géneros dominantes de las películas de taquilla de alto rendimiento. Las plataformas de venta de boletos en línea, como Taopiaopiao, Yupiaoe (WeChat), Mtime y Maoyan (Meituan) se han convertido en el canal más popular para la compra de boletos.

Películas chinas vs importadas

El 53.8% de los ingresos de taquilla de China en 2017 fue aportado por películas chinas. Sin embargo, las películas importadas se están convirtiendo en la principal fuerza impulsora del crecimiento del mercado cinematográfico de China. En 2017, las 98 películas importadas a China obtuvieron ganancias de RMB 24 mil millones en taquilla, con ganancias que aumentaron en un 26.7% de 2016 a 2017.

2. Entorno regulatorio

2.1 Censura

El gobierno chino ha operado un sistema de censura desde 2013. Fue supervisado por la Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión de la República Popular de China ("SAPPRFT"), que se encargó de garantizar que las películas lanzadas estén efectivamente en línea con la ideología del Partido Comunista Chino, además de ser adecuado para ser visto por todos los públicos, ya que China, a diferencia de otros países, no cuenta con un sistema de clasificación y clasificación de películas para diferentes grupos de edad.

SAPPRFT revisa las películas importadas antes de que salgan a la pantalla o en línea, y SAPPRFT realiza cortes o revisiones del contenido cuando es necesario para garantizar que el contenido de la película sea adecuado para todos los públicos en China.

El principal estándar de censura cinematográfica que sigue la industria cinematográfica en China es el Reglamento de Administración de la Industria del Cine (电影管理条例), que se hizo cumplir en 2002. El SAPPRFT también llevó a cabo La Estipulación de la Administración en la coproducción de películas chinas y extranjeras (中外合作摄制电影片管理规) en 2004 como un suplemento al Reglamento de gestión de películas para regular películas extranjeras.

Las películas chinas (incluidas las que están coproducidas entre China y otro país) deben someterse a un estricto proceso de censura, como enviar guiones para su revisión antes de la producción y luego enviar nuevamente las imágenes editadas después de que la postproducción esté completa para cualquier censura final.

Durante el Comité Nacional del Pueblo ("NPC") en marzo de 2018, el gobierno chino anunció un programa de reforma gubernamental para promover la reestructuración del gobierno chino. SAPPRFT fue abolido y el Departamento de Propaganda del PCCh (中共中央宣传部) asumió la responsabilidad de la supervisión de la industria cinematográfica, con el objetivo de mejorar el papel de la película en la propaganda y el entretenimiento cultural y la promoción de la industria cinematográfica. El National Film Bureau ahora está adscrito al Departamento de Propaganda del PCCh.



Además, las responsabilidades del Departamento de Propaganda del PCCh en relación con la película incluyen:

- Problemas administrativos
- Regulación de la producción de películas
- Distribución y proyección
- Revisión del contenido de películas
- Coordinar y guiar las actividades cinematográficas nacionales
- Coproducción de películas
- Cooperación internacional, como la importación y exportación de películas

2.2. Cuotas de importación de películas extranjeras

El gobierno chino utiliza cuotas para regular la importación de películas extranjeras para su distribución en cines. Las cuotas de importación solían estar controladas por el comité de censura de SAPPFT. Hay dos tipos de cuota para películas: participación en los ingresos y tarifa plana.

Cada año, se permite una cuota total de 64 películas extranjeras, de las cuales 30 son cuotas fijas y las otras 34 son cuotas de participación en los ingresos. Todas las películas extranjeras (es decir, películas producidas fuera de China) están sujetas a cuotas, independientemente de su país de origen.

Películas de reparto de ingresos:

- Para una película de reparto de ingresos, el estudio productor logra mantener el 25% de los ingresos de taquilla de la película en China.
- Desde 2012, la cuota de películas de reparto de ingresos aumentó a 34, y se agregaron 14 espacios adicionales para películas IMAX / 3D.

Películas de tarifa plana:

- Para una película de tarifa plana, el distribuidor chino compra la distribución de la película en China a un precio acordado y el estudio productor no comparte los ingresos de la taquilla.
- La cuota para películas de tarifa plana es de 30 películas por año, aunque la cifra real varía.

2.3. Coproducción

Otra opción para los productores de películas extranjeras para acceder al mercado cinematográfico chino es la coproducción. Una película coproducida no está restringida por las cuotas de importación. Para calificar como una coproducción cinematográfica china-extranjera, la película debe seguir los siguientes criterios:

- Financiación: un mínimo del 20% de la financiación de películas debe ser del país extranjero.
- Ubicaciones: la filmación debe realizarse en ubicaciones tanto en China como en el país extranjero.
- Elementos culturales: la película debe incluir elementos culturales chinos (por ejemplo, lugares famosos en China)
- Talento chino: al menos un tercio del elenco principal debe ser ciudadano chino.



Una forma en que las empresas pueden eliminar o facilitar algunos de los criterios anteriores es mediante la utilización de un acuerdo de coproducción entre China y otro país. Los países que tienen acuerdos de coproducción con China incluyen los siguientes: Corea del Sur, India, Singapur, Bélgica, Francia, España, Italia, Reino Unido, Países Bajos, Estonia, Malta, Australia, Nueva Zelanda, Canadá, Dinamarca, Grecia, Kazajstán, Luxemburgo, Rusia y Brasil.

La Corporación de Coproducción de Películas de China (中国电影合作制片公司, "CFCC") es responsable de administrar los asuntos relacionados con las coproducciones de películas en China. CFCC es una organización especial autorizada únicamente por SAPPFT.

Método de adquisición de la aprobación de coproducción

Aplicación para el establecimiento de proyectos

- Acuerdo de coproducción / Carta de intenciones (LOI) entre las partes coproductoras.
- Solicitud en línea por parte del líder chino, guión y documentos para la revisión de CFCC.
- Recibir el aviso de establecimiento del proyecto cinematográfico (影片立项通知书) y el permiso de coproducción de películas extranjeras chinas (中外合作摄制电影片许可证).
- Acuerdo de CFCC con todas las partes coproductoras.

Producción

- La parte china líder presentará documentos para la revisión de SAPPFT.
- Posibles formalidades sobre el visado y la importación de equipos para películas.

Revisión y aprobación de la película completada

- SAPPFT, sucursal local de SAPPFT y CFCC revisan la película completa y los archivos relevantes.
- Recepción de la licencia de proyección pública de películas (电影片公映许可证).

2.4 Distribución

Aunque la distribución de películas dentro de China se limita a dos compañías (China Film Group y Huaxia), es posible que otros distribuidores chinos lancen películas en China con la aprobación de estas dos compañías. China Film Group es también el único importador con licencia de películas extranjeras.

3. Principales grupos de interés

El mercado cinematográfico de China está fuertemente dominado por empresas estatales como China Film y empresas privadas líderes como Wanda Media y Huayi Brothers. Estas compañías tienen cobertura completa de la cadena de la industria cinematográfica de China. Su alcance comercial incluye: producción, distribución, comercialización, cines,



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

teatros, producción y venta de equipos, leasing, sistema de gestión de rendimiento, productos derivados de películas y muchos otros negocios de cine y televisión.

3.1 Principales empresas de China

China Film Group

Fundada en 2010, CFGC es ahora la empresa cinematográfica estatal más influyente en China. Su negocio cubre toda la cadena industrial relacionada con el cine, incluyendo: producción, distribución, proyección y servicios relacionados con el cine. CFGC y la Corporación Nacional de Cultura y Arte de China ("CNAC") son las dos únicas compañías autorizadas para importar y distribuir películas de reparto de ingresos en China.

Sitio web: <http://www.zgdygf.com/>

Beijing Enlight Media

Enlight Media es una empresa pública. Es un importante competidor en la industria de producción de películas y televisión. Sus operaciones comerciales se pueden dividir en cuatro ramas principales: producción de cine y televisión; animación; servicios relacionados; e inversión en la industria del cine.

Sitio web: <http://www.ewang.com/>

Wanda Film

Wanda Film se estableció en 2005. Es una subsidiaria de Wanda Group. A finales de septiembre de 2017, poseía 478 cines y 4.211 pantallas. Wanda Film se ha mantenido en la cima de la lista de ingresos de taquilla, participación de mercado y números de audiencia en China durante casi una década. En 2016, los ingresos de la taquilla de Wanda Film alcanzaron los 962 millones de euros, lo que representa el 13,6% de los ingresos totales de la taquilla en China.⁴⁸

Sitio web: <http://www.wandafilm.com/>

Hermanos Huayi

Huayi Brothers fue fundada en 1994 como una productora de cine. Con años de adquisición y reorganización, ahora produce películas, programas de televisión y música, y opera un estudio de cine, una productora de televisión, una agencia de talentos, un sello discográfico y salas de cine. Fue la primera compañía en la industria cinematográfica china en salir a bolsa, lo que hizo en 2009.⁴⁹

Sitio web: <http://www.huayimedia.com/>

Alibaba Imágenes

El grupo Alibaba adquirió la mayor parte de las imágenes de Alibaba, antes conocidas como ChinaVision Media, en junio de 2014. Las operaciones de Alibaba Pictures incluyen la producción, distribución y derechos de autor de películas y televisión, así como la publicidad y distribución de revistas relacionadas con la cultura.

Sitio web: <http://www.alibabapictures.com/simp/0-home.html>

Tencent Imágenes

Tencent Pictures es una subsidiaria de propiedad total de Tencent. Es uno de los cuatro negocios principales de los servicios de entretenimiento interactivo de Tencent. Tencent Pictures posee tres estudios de cine, responsables de la I+D de nuevos temas, nuevos géneros, nuevos modelos de películas y televisión y animación original.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Sitio web: <http://ieg.tencent.com/>

Perfect World Pictures ("PWPIC")

Perfect World Pictures y Perfect World Games son las dos principales unidades de negocio de Perfect World Group. El negocio principal de PWPIC incluye producción, entretenimiento y espectáculos, integraciones de juegos y películas, negocios internacionales e inversiones. En total, PWPIC posee cinco estudios de producción cinematográfica.

En 2017, Perfect World Pictures junto con Village Roadshow Entertainment Group y WME-IMG China establecieron una empresa conjunta en China. La nueva empresa conjunta tiene como objetivo producir películas, animación y contenido premium de TV en línea.

Sitio web: <http://pictures.wanmei.com/>

3.2 Principales empresas del extranjero en China

Los principales estudios de Disney (Sony, Warner, Fox, Universal y Viacom) y la mayoría de los mini estudios principales (Legendary y Lionsgate) de los Estados Unidos tienen presencia en China. Otras empresas extranjeras clave en el mercado incluyen: Village Roadshow, DreamWorks (Oriental DreamWorks) y StudioCanal. El enfoque de las compañías internacionales en China se centra principalmente en la distribución, pero también se centra cada vez más en la producción y otras áreas.

4. Infraestructura del sector

4.1 Infraestructura para la producción

Estudios de cine

Los estudios de cine en China como Wanda Studios, Hengdian World Studios y Shanghai Film Park están haciendo grandes esfuerzos para cumplir con los estándares internacionales. Hengdian World Studios es el estudio de cine más grande del mundo y los medios occidentales lo denominan "Chinawood". La Base de Producción Estatal de China Film Co Ltd (China Film Studio) es el estudio de cine más grande de Asia. Posee equipos de vanguardia y ofrece servicios que cubren todo el proceso de producción de películas. Chongqing está construyendo un parque de la industria cinematográfica de 15 mil millones de RMB que funcionará como una base de rodaje de películas, una atracción turística para turistas, un parque temático, un centro de capacitación y oficinas para empresas culturales y sus financiadores.

Servicios de postproducción

Los servicios de postproducción reciben cada vez más atención de los cineastas. Según Entgroup, en 2015, más de la mitad de las 10 mejores películas de taquilla son películas pesadas de efectos visuales. Las compañías de efectos visuales que actualmente son conocidas en China incluyen Base FX, VHQ, Pixomondo, More VFX y Phenom Films. Base FX se ha convertido en un estudio líder de efectos visuales y animación en Asia. Es tres veces ganador del Premio Emmy y ha recibido numerosas nominaciones al Oscar.

4.2 Infraestructura para la distribución



Nuevos canales de medios como Taopiaopiao (淘票票), iQiyi (爱奇艺) y Tencent Video (腾讯视频) están dividiendo el mercado de distribución de películas de China que solía estar en manos de distribuidores de películas tradicionales como Huace Media (华策影视) y Enlight Media (光线传媒). CFGC y Huaxia Film son las dos únicas compañías que tienen permiso legal para distribuir películas extranjeras en China. Al menos el 70% de los teatros del país utilizan proyectores producidos por Digital Film. A finales de 2016, Digital Film (中影数字), que es una subsidiaria de CFGC, actuó como distribuidor de al menos la mitad de todas las películas digitales que se muestran en China.

Cines

A finales de 2016, había 48 cadenas de cine y 7.852 cines en ciudades de China. Las empresas se enfrentan a una intensa competencia, ya que nueve de las 10 principales cadenas de cines se han hecho públicas. La continua necesidad creciente de proporcionar al público una mejor experiencia para ver películas ha acelerado las nuevas formas de servicios de cine. Por ejemplo, el micro cine (微影院), también conocido como cine privado, también está en tendencia en las grandes ciudades de China. Estos cines están diseñados para satisfacer las necesidades personales de diferentes audiencias. En 2014, había aproximadamente solo 200 microcines en China. Sin embargo, en 2016, el número de microcines aumentó en 3.000. Los microcines se ubican principalmente en ciudades de Nivel 2 y Nivel 3, ya que las ciudades de Nivel 2 y Nivel 3 se han convertido en el principal contribuyente y motor de crecimiento de la taquilla de cine de China. Sin embargo, la infraestructura cinematográfica en estas ciudades no es tan avanzada y suficiente como en las ciudades de Nivel 1. El público en los lugares de microcine ya no tiene que preocuparse por ser molestado por otras personas y también puede disfrutar de una mejor vista de la película, sentado a una distancia cómoda de la pantalla.

Plataformas en línea

Una película generalmente está disponible tanto en cines como en sitios web de videos. Algunas películas se proyectan en los cines durante un mes y luego los miembros que han pagado por usar la plataforma pueden verla en línea, mientras que algunas se estrenan en línea antes de su estreno en los cines. La diferencia horaria varía de 15 días a tres meses. Normalmente, mirar una película en línea costaría menos que en un cine, haciendo que los sitios web de videos como iQiyi, Tencent Video y Youku sean opciones populares para disfrutar de una película. En estas plataformas, muchas películas son gratuitas para los miembros pagos, mientras que otras generalmente cuestan menos de 10 RMB. En comparación, el costo de un boleto de cine en los cines varía de alrededor de 25 RMB a más de 100 RMB por boleto.

5. Oportunidades en el sector para empresas extranjeras

En los últimos años, China hizo cumplir leyes y políticas como la Ley de Promoción de la Industria del Cine (中华人民共和国电影产业促进法) para apoyar a la industria del cine.

5.1. Oportunidad para derivados de películas



La cadena de la industria cinematográfica de China no es tan madura como sus competidores globales. Por ejemplo, en los Estados Unidos, los ingresos del mercado de derivados representan aproximadamente el 70% de los ingresos brutos de la industria, que es más del doble que los ingresos de la taquilla. Los ingresos del mercado de derivados provienen principalmente de DVD, servicios de pago por visión, libros, juguetes y parques temáticos.

En comparación, en China, entre el 90 y el 95% de los ingresos de la industria cinematográfica provienen de la taquilla y la publicidad en el cine. El mercado de derivados de películas sigue subdesarrollado. Según NPD Group, Hollywood vendió USD 5,7 mil millones en juguetes de mercadería cinematográfica solo en 2014, lo que equivale al 85% de los ingresos de taquilla de cine de China el año pasado. Queda mucho espacio para que se desarrolle el mercado de derivados de películas de China.

5.2. Propiedad intelectual de alta calidad

En los últimos años, el gobierno chino ha introducido leyes y políticas para proteger mejor la propiedad intelectual (PI). La protección de los derechos de autor está garantizada por el Gobierno. No debe haber grabación durante la proyección de una película en un cine. Mientras tanto, cada vez más películas con PI de alta calidad están disponibles y atraen a una gran audiencia.

5.3. Distribución

Durante la visita del presidente chino Xi Jinping a los Estados Unidos en 2015, se firmó un acuerdo entre ambos países para permitir que las ventas de boletos en China sean auditadas por empresas internacionales y para aumentar el número de películas extranjeras importadas a China cada año. En el 2016, el número bruto de películas de tarifa plana fue de 39, cinco más que lo estipulado anteriormente. El número de películas importadas que se muestran cada año está aumentando; 62 en 2015, 89 en 2016 y 98 en 2017.

5.4. Coproducción

Una forma de eludir las cuotas de importación es la coproducción. La coproducción es una forma alentadora de producción cinematográfica en China. La estipulación de la Administración sobre la coproducción de películas chinas y extranjeras se llevó a cabo por primera vez en 2004:

"Para impulsar la creación y producción de películas, para proteger los derechos e intereses legales de los productores de películas chinos y extranjeros y el personal relevante en la coproducción de películas chinas y extranjeras, y para promover el intercambio entre las industrias cinematográficas chinas y extranjeras".

China ha firmado acuerdos de coproducción con 20 países. Estos acuerdos ayudan a facilitar la distribución y mostrar películas de países signatarios en las pantallas gigantes de China, lo que brinda oportunidades para que los productores de películas extranjeras filmen en China con un socio chino.

6.5. Servicios de postproducción

Las compañías de posproducción en China se quejan constantemente de que no se les paga lo suficiente por su trabajo. Una película de Hollywood gasta alrededor del 30% de



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

su presupuesto en actores, mientras que en China del 50% al 80% del presupuesto de una película se gasta en los salarios de los actores.

Servicios de imagen

El público chino alguna vez se burló de la mala calidad de los efectos visuales en las películas chinas, calificándolo de "VFX de 50 centavos" ("五毛 特效"). Aunque la calidad de los efectos especiales ha mejorado, las compañías de efectos visuales en China aún enfrentan desafíos duraderos en forma de plazos ajustados y falta de presupuesto. Una toma de efectos visuales en una película de Hollywood tarda meses en completarse, mientras que, para los artistas chinos de efectos visuales, el límite de tiempo para la representación podría ser solo un mes o menos. Para un éxito de taquilla de Hollywood, el presupuesto de efectos visuales representa aproximadamente un tercio del presupuesto de la película, aunque es mayor en algunos casos. Sin embargo, según EBOT (la base de datos de Entgroup), el costo de efectos visuales en una película china normalmente representa el 12-25% del costo total de la película, dependiendo del nivel de la película. La Oficina de Estadísticas Laborales de los Estados Unidos sugiere que los costos laborales generales en Europa y los Estados Unidos para los efectos visuales podrían ser aproximadamente el doble que en China. Los costos laborales relativamente bajos en la industria de efectos visuales podrían ser atractivos para las compañías de efectos especiales en el extranjero.

Además, la falta de educación y estándares industriales en el área de efectos visuales dentro de China ha llevado a una escasez de artistas de efectos visuales que estén adecuadamente calificados para trabajar en esta área. Por lo tanto, la industria de efectos visuales en China necesita un sistema más completo y desarrollado para garantizar una oferta suficiente de talento en la industria.

6. Oportunidades para las empresas peruanas

Coproducción y exportación: exportación de películas, licencias de contenido, franquicias, cooperación tecnológica y transferencia de tecnología.

La coproducción es probablemente la mejor manera de evitar la limitación de la cuota. Esto pone a las empresas ubicadas en países que ya tienen acuerdos de coproducción con China en una ventaja. Por lo que es importante trabajar inicialmente en un acuerdo de coproducción entre China y Perú para que las empresas puedan tener acceso a estos beneficios.

Las compañías chinas a menudo buscan nuevos lugares de rodaje y se ha convertido en una tendencia para los cineastas chinos filmar películas fuera de China. Por ejemplo, cuatro de las seis películas de temática moderna que se proyectaron durante el Año Nuevo chino contienen escenas filmadas en el extranjero. En este contexto, los paisajes atractivos y exóticos son un atractivo para las compañías chinas.

Las empresas peruanas también podrían trabajar con compañías de distribución chinas y plataformas de video en línea para distribuir películas y licenciar contenidos de películas en China, ya que las compañías extranjeras no pueden distribuir películas en China de manera independiente. Además de licenciar contenido de películas, la venta de guiones e



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

historias también es una oportunidad de negocio prometedora. Los guiones de alta calidad tienen una gran demanda en China, particularmente aquellos que tienen elementos exóticos y pueden atraer tanto al mercado chino como al extranjero.

Las empresas y organizaciones chinas están interesadas en trabajar con socios extranjeros para ofrecer programas de capacitación cinematográfica, como los que se centran en la actuación, la escritura de guiones y la producción. Por ejemplo, el Centro de Administración de Capacitación de la Academia de Cine de Beijing coorganiza la capacitación no académica junto con instituciones externas. Cuenta con 22 centros de capacitación en China y otros dos en América del Norte. La ASC International Masterclass tiene como objetivo proporcionar educación para cineastas y profesionales de la industria. Ha realizado dos sesiones de primavera en China en 2017. En 2018, se asoció con la Academia de Cine de Beijing y organizó talleres y presentaciones en la época del 8º Festival Internacional de Cine de Beijing.