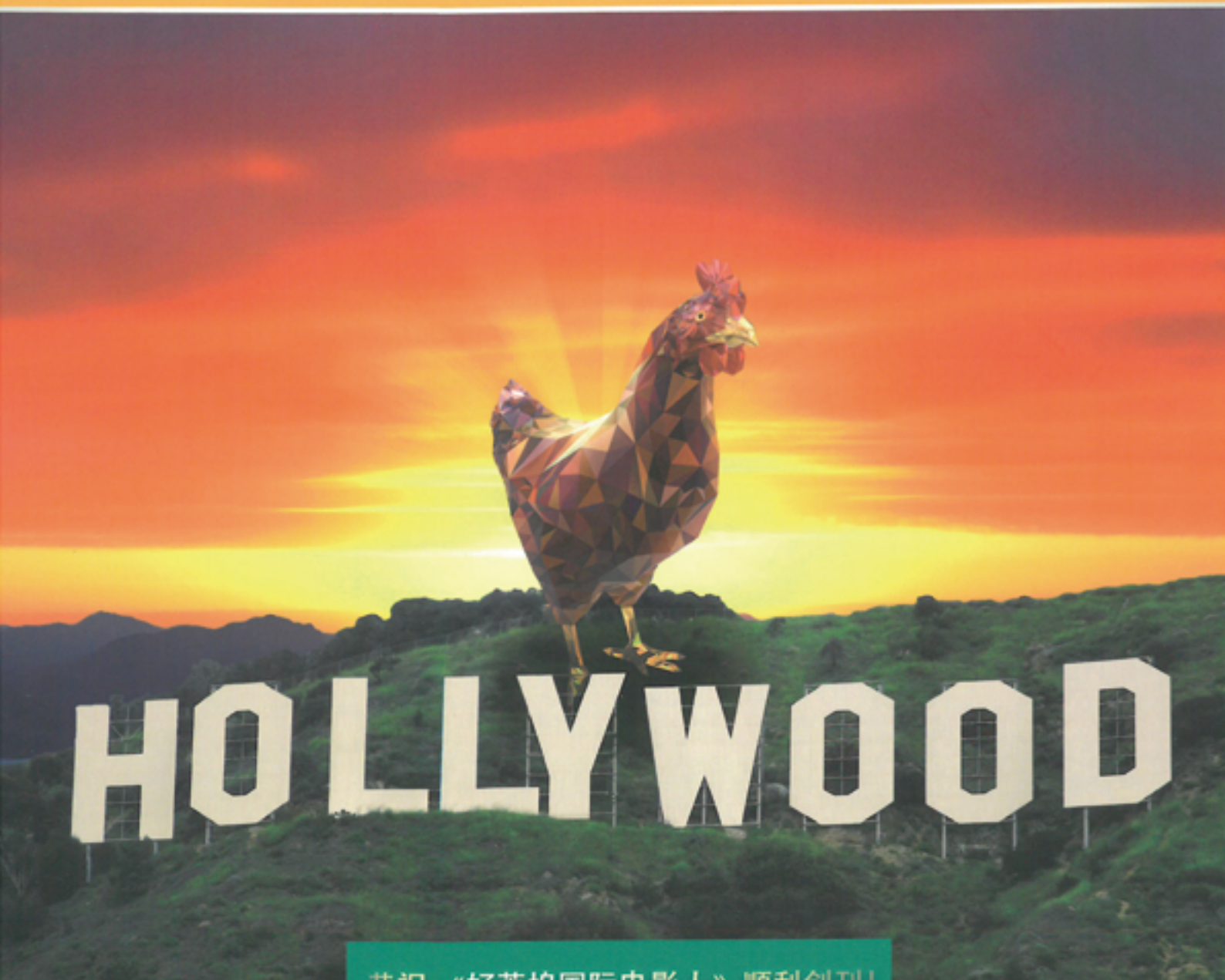


好莱坞国际电影人

HOLLYWOOD INTERNATIONAL FILMMAKER



恭祝 《好莱坞国际电影人》 顺利创刊!

回顾电影资讯

展望行业未来

2016 中国电影市场分析

培养 中国未来电影人，留美学生扶持计划启动

BSEG 出席第六届中外合拍电影展

Netflix 非一日建成

电影法律小常识

2016-2017 美国电影电视工业大趋势



电影投资 版权买卖
协助拍摄 电影原创
人才交流 国际发行

CONTACT US
office@hollywoodifex.com

好莱坞国际电影人

HOLLYWOOD INTERNATIONAL FILM EXCHANGE

好莱坞国际电影人
Hollywood International Filmmaker
【季刊】
2017年 第1期(创刊号)
【总第1期】

出版: 好莱坞国际电影交易中心
好莱坞国际快报
地址: 6565 East Washington Blvd,
Los Angeles, CA 90040, USA
编委会: Jimmy Jiang 王兴刚
Kimberley Kates
刘乐辰 麻桑 王泽夏
主编: Jimmy Jiang
执行编辑: 刘乐辰 麻桑

【Quarterly Publication】
2017 Issue No.1(Initial issue)
【No.1】

Publisher:
Hollywood International Film Exchange
Hollywood International Express
Address: 6565 East Washington Blvd,
Los Angeles, CA 90040, USA
Editorial Committee: Jimmy Jiang
王兴刚 Kimberley Kates
刘乐辰 麻桑 王泽夏
Chief Editor: Jimmy Jiang
Responsible Editors: Peter Liu
Sang Ma



目录 CONTENTS

创刊贺信 ----- 1

最新动态

2016 中国电影票房分析 ----- 3

2016 全球及美国票房分析 ----- 4

好莱坞聚焦

2016年度好莱坞国际电影节开幕礼暨金影奖颁奖礼 ----- 5

2016年HiFex动态 ----- 9

最新科技与发展

Netflix 到底是一家怎样的公司 (上) ----- 15

未来10年电影的新趋势 ----- 17

游戏规则

美国电影分级制度 ----- 18

中外合作摄制电影片管理规定 ----- 19

中国未来电影人专栏

中国未来电影人——海外留学生扶持计划启动 ----- 21

中国电影表演艺术学会

贺信

《好莱坞国际电影人》杂志社：

热烈祝贺贵杂志在美国洛杉矶创刊，衷心祝愿杂志能让读者喜爱，能让更多人了解全球电影资讯与行业知识。

希望能多交流合作！

中国电影表演艺术学会
2017年3月12日

中国电视剧制片人委员会

贺信

《好莱坞国际电影人》杂志社：

热烈祝贺《好莱坞国际电影人》杂志在美国洛杉矶创刊！

希望贵杂志能打造一个让读者了解世界电影的平台，一个开拓电影人眼界的窗口，让我们各尽其能，为影视产业贡献自己的力量。

祝杂志能办的成功！

中国电视剧制片人委员会
2017年3月6日于北京

中国电视剧导演委员会

贺信

《好莱坞国际电影人》杂志社：

贵杂志的创刊会极大的普及大家的国际影视知识，拓宽观众的国际视角，希望未来我们能多交流，多合作。

衷心祝愿贵杂志能办得让读者喜欢，能办得成功！

中国电视剧导演委员会
2017年2月27日于北京

电视剧编剧工作委员会

贺信

《好莱坞国际电影人》杂志社：

很高兴知道贵杂志创刊，希望能办出风格，让大家喜爱电影，了解国际电影动态。

多多合作，携手并进！

中国电视剧编剧委员会
2017年3月5日



BRITISH ACADEMY OF FILM AND TELEVISION ARTS Los Angeles

Congratulations Letter to Magazine Hollywood International Filmmaker Official Magazine

Dear Editor,

We are so happy today to have the news that your magazine, Hollywood International Filmmaker, will launch. Really, we are looking forward to you to congratulate you on the achievement. We are very glad to have the audience will see your magazine. We also remember the day when you will be in the actual world to make the magazine.

The only thing to be achieved by your feedback audience. The reason for all this also goes to your working staff who are working behind the magazine of course. We are proud of you as you have the ability to make magazine to provide.

We hope your magazine progress will be as the future. Congratulations to you and your team.

Best wishes,

British Academy of Film and Television Arts Los Angeles

British Academy of Film and Television Arts Los Angeles
10000 Wilshire Blvd, Suite 1000, Los Angeles, CA 90024
Tel: 310 276 6000
Email: info@britainia.org

ORIGINAL FILM

Congratulations Letter for Launching
Hollywood International Filmmaker Official Magazine

Dear Editor,

I would like to express my sincere congratulations to you on the first issue of the new magazine - Hollywood International Filmmaker.

I hope Hollywood International Filmmaker will provide more articles and news about our film industry and market. I wish it would let our audience know more about global filmmakers.

I extend my best wishes for you to make successful in the future.

Very truly yours,

Joan Bures

10000 Wilshire Blvd, Suite 1000, Los Angeles, CA 90024
Tel: 310 276 6000
Email: info@britainia.org



Congratulations on Launching
Hollywood International Filmmaker Official Magazine

Dear Editor,

I would like to express my sincere congratulations to you on the first issue of your new magazine - Hollywood International Filmmaker. I believe that it is a valuable addition to the global film industry and will help educate, instruct and provide important information to the film community.

This has captured audience's attention - understanding the art of storytelling and challenging audience's understanding of society.

I am very pleased to see your magazine reporting international and global news, local film production, entertainment, your magazine will surely provide the audience with behind the scenes and insight as to the deeper meaning in what the filmmakers are creating.

I wish you and your magazine, Hollywood International Filmmaker, great progress and success.

Kind regards,
Kathleen Kell
Kathleen Kell
CEO Big Screen Entertainment Group
Film Producer

10000 Wilshire Blvd, Suite 1000, Los Angeles, CA 90024
Tel: 310 276 6000
Email: info@britainia.org

Dear James
Congratulations on your new venture. I'm so proud to have been your strategic alliance at Hollywood Int'l Film Exchange where I observed your sharp intellect and drive. I have every confidence that you will succeed in high and that the Hollywood Int'l FilmMaker Magazine will be a mover and shaker. You are a troubleshooter and very savvy to start this business innovation.

I'm looking forward to doing business with you.

Regards,
Michael Te

文化恒久远，一“箭”永流传！
问鼎哪得清如许，唯有源头活水来。

真诚的祝愿

好莱坞国际电影人杂志

成为世界电影文化产业共同发展与进步的桥梁。

Congratulations for the hardwork behind this success!



美国国际电影交流协会
10 Hollywood Blvd, Suite 1000, Los Angeles, CA 90024

国际电影制片人协会
10 Hollywood Blvd, Suite 1000, Los Angeles, CA 90024

2016年度中国电影票房分析

根据中国国家新闻出版广电总局电影局公布的数据，2016年中国电影票房457.12亿人民币。

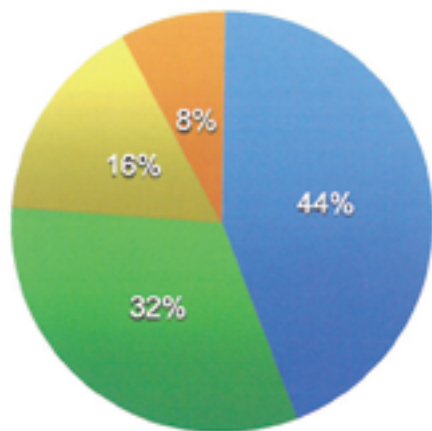
以下是2016年中国电影票房Top10，所有数据均来自Box Office Mojo。

排名 (Rank)	电影名称 (Movie Title)	类型 (Genre)	票房 (Gross)	国家及地区 (Country/Region)	上映日期 (Release)
1	美人鱼	喜剧	\$526,848,189	中国/中国香港	2016/02/08
2	疯狂动物城	动画	\$235,591,257	美国迪士尼	2016/03/04
3	魔兽	动作	\$220,841,090	美国环球	2016/06/08
4	美国队长3：英雄内战	动作	\$190,429,000	美国迪士尼	2016/05/06
5	西游记之孙悟空三打白骨精	奇幻	\$185,402,420	中国	2016/02/08
6	澳门风云3	动作	\$172,104,369	中国/中国香港	2016/02/08
7	长城	奇幻	\$170,499,782	中国/美国	2016/12/16
8	湄公河行动	动作	\$170,482,937	中国香港/中国	2016/09/30
9	功夫熊猫3	动画	\$154,304,371	美国/20世纪福克斯	2016/01/29
10	盗墓笔记	奇幻	\$150,486,525	中国	2016/08/05

从中可以发现，国产电影拿下票房No. 1，两部好莱坞电影分居二、三位：前十中有6部国产电影；前十中有7部电影于2016年上半年上映。

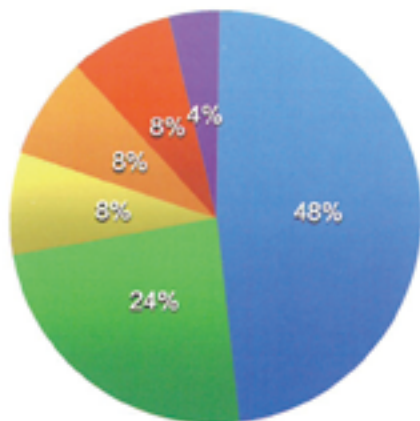
以下是2016年中国电影票房Top25 国家及地区比较，所有数据均来自Box Office Mojo。

■美国(国际) ■中港合拍 ■大陆 ■中美合拍



以下是2016年中国电影票房Top25 类型比较，所有数据均来自Box Office Mojo。

■动作 ■奇幻 ■动画 ■喜剧 ■爱情 ■科幻



以下是自2012年中国电影票房年度比较，所有数据均来自Box Office Mojo。



2016年度全球票房分析 (The Analysis of 2016 Global Box Office)

2016年对全球电影行业来说是标志性的一年，全球票房总收入超过112亿美金，创新历史记录。能达到这一数字，一部分要归功于迪士尼(Disney)和漫威(Marvel)。

下面是2016年度全球票房Top10排名，所有数据均来自Box Office Mojo。

排名 (Rank)	电影名称 (Movie Title)	出品 (Studio)	全球票房 (Worldwide)	类型 (Genre)	美国占比 (Domestic %)	海外占比 (Overseas %)
1	美国队长3：英雄内战	迪士尼	\$1,153,304,495	Action, Adventure, Sci-Fi	35.4%	64.6%
2	星球大战外传：侠盗一号	迪士尼	\$1,043,133,586	Action, Adventure, Sci-Fi	50.4%	49.6%
3	海底总动员2：寻找多莉	迪士尼	\$1,028,169,641	Animation	47.3%	52.7%
4	疯狂动物城	迪士尼	\$1,023,784,195	Animation	33.3%	66.7%
5	奇幻森林	迪士尼	\$966,550,600	Adventure, Fantasy	37.7%	62.3%
6	爱宠大机密	环球	\$875,457,937	Animation	42.1%	57.9%
7	蝙蝠侠大战超人：正义黎明	华纳	\$873,260,194	Action, Adventure, Sci-Fi	37.8%	62.2%
8	神奇动物在哪里？	华纳	\$810,552,571	Adventure, Fantasy	28.7%	71.3%
9	死侍	20世纪福克斯	\$783,112,979	Action, Adventure, Sci-Fi	46.4%	53.6%
10	自杀小队	华纳	\$745,600,054	Action, Adventure, Sci-Fi	43.6%	56.4%

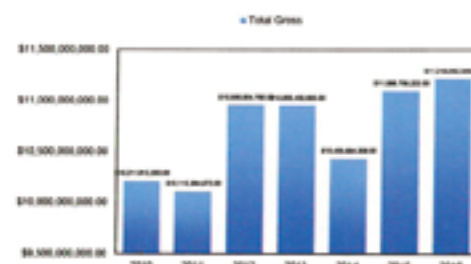
从中可以发现，在全球票房前十中，迪士尼出品占了一半，并包揽前五；华纳有三部电影上榜；环球和20世纪福克斯各有一部进入。

下面是2016年度全美票房Top10排名，所有数据均来自Box Office Mojo。

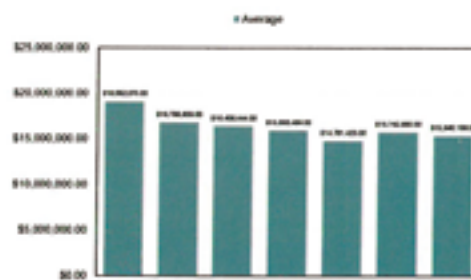
排名 (Rank)	电影名称 (Movie Title)	出品 (Studio)	总票房 (Total Gross)	影院数 (Theaters)	上映日期 (Open)	下映日期 (Close)
1	星球大战外传：侠盗一号	迪士尼	\$526,023,968	4,157	2016/12/16	N/A
2	海底总动员2：寻找多莉	迪士尼	\$486,295,561	4,305	2016/06/17	2016/12/08
3	美国队长3：英雄内战	迪士尼	\$408,064,349	4,226	2016/05/06	2016/09/22
4	爱宠大机密	环球	\$368,384,330	4,381	2016/07/08	2016/12/29
5	奇幻森林	迪士尼	\$364,801,123	4,144	2016/04/15	2016/09/29
6	死侍	20世纪福克斯	\$363,070,709	3,856	2016/02/12	2016/06/16
7	疯狂动物城	迪士尼	\$341,268,248	3,569	2016/03/04	2016/08/04
8	蝙蝠侠大战超人：正义黎明	华纳	\$330,360,194	4,256	2016/03/25	2016/06/16
9	自杀小队	华纳	\$326,100,054	4,255	2016/08/05	2016/11/10
10	夜行动物	环球	\$263,998,595	4,029	2016/12/21	N/A

从中可以发现，在美国国内，迪士尼出品占了一半，并包揽前三；环球与华纳分别有两部电影上榜；20世纪福克斯有一部进入。

以下是自2010年以来美国总票房比较，所有数据均来自Box Office Mojo。



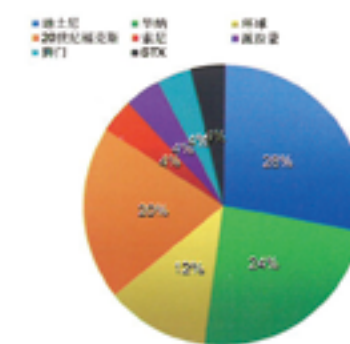
以下是自2010年以来美国平均每部电影票房比较，所有数据均来自Box Office Mojo。



以下是2016年全球电影票房Top25中各大公司出品占比，所有数据均来自Box Office Mojo。



以下是2016年美国电影票房Top25中各大公司出品占比，所有数据均来自Box Office Mojo。



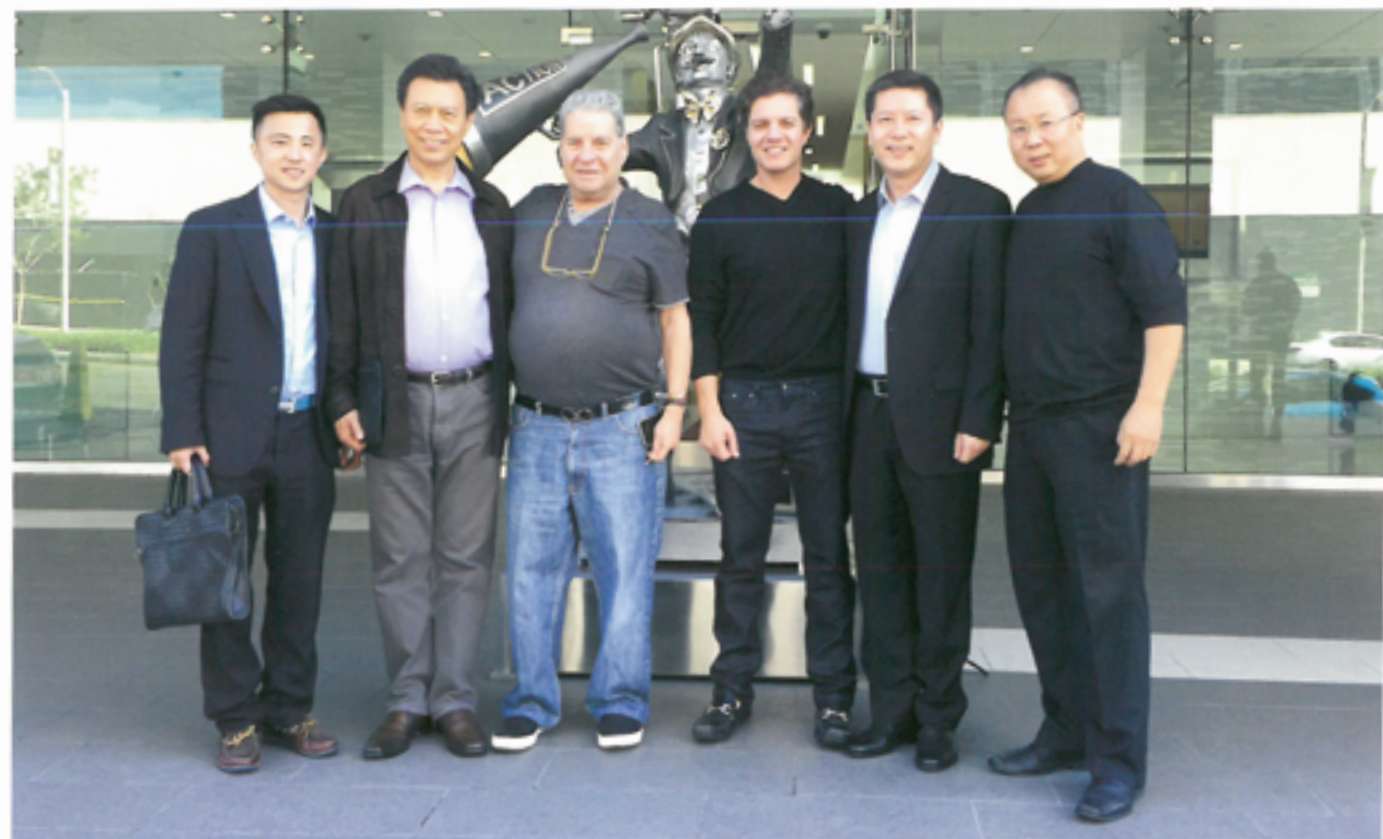
2016年度好莱坞国际电影节 开幕礼暨金影奖颁奖礼





2016年HiFex动态

美国好莱坞国际电影交易中心(Hollywood International Film Exchange, 简称HiFex)是一家立足于国际电影交流而成立的独立自主的影视投资与发行公司。目前HiFex已经成功的与中国电影集团(CFGC)合作,并成功的为其在北美地区,尤其是好莱坞提供一系列服务,包括推荐顶尖的影视制作公司、经纪公司、后期特效团队以及顶尖的好莱坞明星。另外,HiFex也为好莱坞当地的许多优秀公司出品的电影引进中国提供了巨大帮助,包括Papillon, Death Wish等,同时也从中国引进了许多优秀的影视作品,并努力推介它们,包括Netflix在内的流媒体平台对此都抱有极大的兴趣。







好莱坞国际快报
HOLLYWOOD INTERNATIONAL EXPRESS

Hollywoodiexpress.com features breaking entertainment news, box office results, film and TV production, industry updates, especially China-Hollywood news and stories. It also has English Version and Chinese Version right now.

CONTACT US

QR CODE

FACEBOOK



美国好莱坞国际电影节

整合全媒体资源
打造全球权威性微电影赛事
发掘优秀原创微电影人才和制作团队
为全球电影爱好者搭建了一个前期创意创作、中期投资拍摄、后期展示传播的产业链式交互平台



FAIRFAX ENTERTAINMENT

成立于2005年
是一家立足好莱坞
展望全世界的
影视娱乐公司

联系我们:
Tel: 1855 FEG 8555



WEBSITE: <https://www.diamondsofa.com>



DIAMOND SOFA®
25th ANNIVERSARY
Since 1992

With the many modular collections and coordinated case pieces, the line presents fresh ideas and solutions to today's consumers.

DIAMOND SOFA does it all: design, manufacture, distribute, and deliver, while embodying a high standard of integrity and innovation within the furniture industry.



BSEG HOLDINGS

A publicly traded global entertainment and distribution company since 1995.

Netflix 到底是一家怎样的公司？（上）

前言

毋庸置疑Netflix模式就是未来。很久很久以前，有一家公司叫Blockbuster，称霸租碟业许多年。一天，某个叫Reed Hastings的哥们在那里租了个碟，结果由于超期归还被黑走“一大笔”逾期费（大概40美金），他立刻怒了，忿忿地跑去健身，发觉健身房商业模式甚是美哉，不管你去的是多还是少，会员费半毛钱也不能少交。很不巧，Hastings是一个动不动就想要改变世界的软件工程师，想法来了就要做；更不巧的是，他当时已经非常有钱。于是愤怒之余他创办了Netflix，也是做租碟生意，但没有逾期费，搞起了会员制。13年后，Netflix把Blockbuster干到了破产保护，大仇得报。这个故事告诉我们两个道理：1. 客户服务一定要做好，不该薅的羊毛就别拼命薅，不然你就是逼羊为虎。2. 工程师你惹不起。

当然不能说Blockbuster命衰，事实上它是代表了过去输给了未来，而显然Netflix就是未来。但Blockbuster也并非一下子就溃不成军，具体而言她遭到了Netflix商业模式二重进化的长期又残酷的折磨。

商业模式

Netflix 商业模式 1.0

此阶段Netflix的只是在Blockbuster模式上做了一次勇敢的进化。

Blockbuster模式很单纯：你来我店，我租你碟，到期还碟，不还扣钱。对于八零后们，乍一看，这就是小时候家门口的租录像租书店啊有没有。早期的Blockbuster做的比其他竞争对手更到位的地方，是使用数据分析周围居住群众的人口特征，并以此来决定藏碟的种类。这种商业模式有一个形象的名字叫地主模式（landlord），意思是我有资产，暂时租给你用一用。顺便一说，追本溯源几乎所有的商业模式都能归结成如下四种形象：Creator（制者），Distributor（担夫），Landlord（地主）和Broker（掮客）。

Blockbuster通过特许经营（franchising）和领先一步的数据分析干掉了一大批当地“门口的租

碟店”，比较讽刺的是后来干掉它的Netflix用的也是更领先一步的大数据分析。至2004年的峰值，代表“过去”的Blockbuster一共拥有九千多家店面与接近六万的雇员。所以在创办之初，Netflix看起来确实有点在大风车前抽抽的唐吉珂德的意思。至少，当时一些华尔街极具远见的分析师对其是有颇为客气的委婉点评：一文不值的一坨屎（a worthless piece of crap）。可是这坨屎现在值360亿美元，我读书少学历是胎教你真的不要骗我。

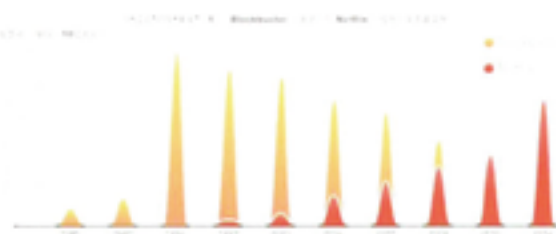
在1.0进化的伊始，Netflix只对Blockbuster模式做了两个改变：1. 轻资产化，无店面，网上运营。2. 邮碟到户，用户在网上订碟。Netflix用隔夜快递邮寄给客户，客户看完邮寄回Netflix。相较于Blockbuster，如此操作的直接比较优势是：1. 020，可以不出门，省腿。2. 选择多，你Blockbuster再一脸苦相地去根据人口数据调整藏碟，也架不住别人线上选择的琳琅满目。

此时的Netflix无论做什么都在琢磨一个问题：怎样才能让用户体验比从Blockbuster租碟更好？很多人认为Netflix是从一开始就采用月费会员制（Flat Rate）并且不收逾期费，其实不然，Netflix也是摸石头过河逐步实验新玩法，一开始的收费是每张碟五毛，相比于Blockbuster平均每张五美金优势已经非常明显，四块半的差价让Netflix在需求曲线上向右走出了老远。

到了1999年9月，Netflix终于推出了无到期日、无逾期费、无邮费的三无会员制，一个月会费19.95美金，每次最多租四碟。仅仅取消逾期费这一招就可以把Blockbuster插出一个大窟窿，因为广大Blockbuster的客户对此费用确实苦不堪言。很快他们纷纷倒戈。有人问Blockbuster不会有样学样不收逾期费么？事实是当时逾期费占了Blockbuster总营收的16%，上市公司要向股东交代，大腿肉不敢轻易割。当然后来这块肉还是割了，Blockbuster也尝试自建了线上租碟平台Total Access，但最后都无法阻止Netflix这家巨无霸倔强的原地爆炸。

一张图可以代表未来的Netflix 对战代表过去

的Blockbuster 天狗食月一般的大场面：



你说Netflix在灭掉老盟主的过程中到底信心有多足，其实他们也是走一步看一步，步步为营。2002 年上市的招股说明书中有这么一段悲催的话：“从一开始到现在，我们积累了天量的亏损，我们甚至有9000 万美元的权益赤字（资产负债表的负债大于资产）。我们需要极大地提高我们的营业利润率（Operating Margin）来实现盈利。我们可能永远不能盈利。”

Netflix 商业模式 2.0

用1.0逆袭成新盟主之后，Netflix无论做什么都开始琢磨另一个问题：怎样才能让用户体验比从Netflix租碟更好？我们来到了2006年，这一年是Netflix流媒体（streaming）的元年，在这一年之前Netflix的订阅人数是420万，基本服务月费降至17.99美金。你说流媒体这个点子在当时十分性感新颖吗，其实也谈不上，1995年就有人尝试搞流媒体的生意，但问题是技术实在跟不上灵感，下个片几百个钟头，小白菜等成老泡菜了。这也说明了新概念能赚钱的前提一定是技术到位，而不是vice versa，想想现在的AI（人工智能）和Vr（虚拟现实）。

2006年美国家庭的宽带普及率比2005年上涨了40%，达到8400万人；还有另一个也许更重要的数据变化：相比2005年，家庭全部年收入为4万到5万美元之间的家庭，宽带普及率暴增70%。这是啥意思？这说明最Young最潮最有闲最可能不去看电视而使用Netflix服务的屌丝群体一下子网络化了，根据我个人比较相信的一个商业规律“得屌丝者得天下”，这应该是发展流媒体最好的时光，看起来东风已到。2005年的另一件大事也让仍然在摸索中“流媒体”实验取得了初次大捷：YouTube 横空

出世。



无论是租碟，还是流媒体，其实Netflix这门生意最核心的价值并无变化：VOD（Video on Demand）内容点播，随性所需，不同于传统的实时直播（Live Streaming）。在这一点上流媒体显然能够完胜租碟，所以我们看到Netflix开始逆袭曾经自己。Netflix的流媒体从明面上看有那么几个优势：1. 便宜，月费降至10美元以下，在需求曲线上走得更远。2. 跨平台，电视、手机、PC、Wii、PlayStation、XBox，you name it，个性化设置随账户而走，换个平台你照样可以从之前的记忆点开始播。3. 用户个性化设置。4. 无广告或者“推广”或者whatever。4. 自制内容（Netflix Originals），内容上创新自给自足，在内容独家性上深度布局。

2005年流媒体之前，Netflix订阅人数为420万；2016年流媒体十年之际，Netflix订阅人数为8320 万，好一阵四舍五入一个亿的大东风。

这些趋势会告诉你未来10年电影行业的样子

当你坐在电影院观看那些激动人心的大片时，是否会想到未来的电影将会以怎样的方式呈现呢？外媒的一组文章，预测了未来10年电影的新趋势。

1.人们更多的会选择“社交式”电影院

观影习惯将发生翻天覆地的变化。未来，随着电影投影技术的发展，或许传统投影技术会被局限在少数的超大型传统影院，而大量出现的会是以全新的，高质量的背投式或穿戴式银幕，这也就意味着电影院将告别黑暗，想多亮都可以。而真正革命的是，你会发现电影院已经越来越像量贩式的私人社交场所，吃喝玩乐与看电影都可同时空同时间进行，而且最重要的是，电影将变得可以被点映，重映，回放等等，而整个过程仍然存在于一个体量等同于如今一个小型电影放映厅的空间里。

2.流媒体服务将会更加大行其道

类Netflix这样的提供互联网随选流媒体平台，会加大对传统电影行业的冲击，会带来电影制作与发行的革命性变化，这些目前备受青睐的，在线提供第三方平台的播放服务商开始向上游进发，加大开发自制内容，成为掌握内容和渠道的全流通领域巨人。

3.电影的工作方式向电视制作看齐

传统的电影已无法满足人们对于故事后续性的要求，而人们更为偏爱高制作成本的故事性电影。电影的版权商可以将自己的特许经营权下放到工作室进行代理，但这会导致中小成本的制作商无法生存，可这确实是一个合理的发展方式。有节奏地观看这些电影续集并通过订阅的方式来为其付费。这一点已经在今年的金球奖上有所体现，在电视剧的砸钱力度让电视剧的质量毫不逊色电影。

4.讲一个全世界人民都爱听的好故事

2016年美国国内票房达到了113.72亿美元，只比2015年增长了2.2%，而海外票房则一路高歌猛进，已经占到总票房的7成。海外市场所表现出的高增长势头使得所有制片人在开拍前就必须考虑到这部电影是否再在全球范围内都受欢迎。

5.全球化的演员合作将持续下去

电影的全球化，造成了制片人在挑选演员方面更显谨慎，因为人们想要看到具有自己所在地区辨识度的面孔出现在荧幕上。迎合当地人的口味越来越成为票房大卖的关键。

6.特效技术和虚拟现实将极大推动电影发展

自《阿凡达》之后，电影行业就迎来了新一轮巨变，电影特效制作的飞速进步将会给人们带来观影感受的飞跃。提高帧速率的同时，更加先进逼着的特效效果将让实景拍摄逐渐失去意义，而虚拟现实的运用，将让电影在故事方面和个人体验方面进入一个全新的世界。

没有限制的影片 (Unrestricted) :

G — 代表所有的观众——所有年龄层的观众都可以观看。大部分家长不会在影片中发现不合适的内容。电影中不含有任何的裸露、性场面，也极少存在暴力以及吸食不健康“物品”的场面。这是自1968年以来仍旧存在的两个分级制度之一。影片例如大多数皮克斯的电影，包括《玩具总动员》123，《赛车总动员》，《料理鼠王》，《机器人总动员》。

PG — 建议家长指导观看 (Parental Guidance Suggested) — 一些内容可能不适合10岁以下的观众。这些电影可能会有一些较温和的咒骂词语，少量吸烟镜头，粗鲁的、有联想意味的幽默，自然的、与性无关的裸体镜头，极少的恐怖场景或者暴力镜头。通常不允许有嗑药镜头存在。上身裸露的男性可以出现，但女性不可以，除非是用于教育或者科学用途。可能还会有种族冲突内容。PG级影片，例如《少年派的奇幻漂流》、《剪刀手爱德华》。

PG-13 — 家长需要非常谨慎 (Parents Strongly Cautioned) — 一些内容可能会不适合13岁以下的观众。这些电影可能会提及性，以及包含直白的语言、嗑药、非常粗鲁的有联想意味的幽默、成人的、政治的场景，适当长度的恐怖场面或者适当的动作暴力场景。通常对与性无关的裸体镜头没有限制。但是，流血场面一般不予允许。这是允许使用药物场景的最小的一个分级：抽大麻是PG-13电影中唯一可以出现的非法用药镜头，除了《阿甘正传 (1994)》，这部电影中有个很短的镜头，一个女演员吸食可卡因。PG-13级的电影通常比PG电影有更多的辱骂词语，但这并不是分级的主要原因。一个电影因为辱骂或种族冲突成分被分为PG-13级的主要原因是它包含了PG级不允许出现的镜头，或者这部电影包含PG级别允许的成分，但它们出现得过多。一部电影因为“强烈的暴力成分”而被分为PG-13是因为流血场景出现在了暴力镜头里。近年来，大多数美国发行的电影都使用了这个分级。一些电影上映版本是PG-13级，导演剪辑版

美国电影分级制度

是R级。例如《辛普森电影版 (2007)》，《美食、祈祷与恋爱 (2010)》以及《007系列皇家赌场 (2006)》。

有限制的影片 (Restricted) :

R — 有限制的 (Restricted) — 十七岁以下的观众需要一个21岁以上的成年人陪同观看。家长需要在影片进行的整个过程中全程陪同，即使家长允许孩子自己观看。这些电影可能会包含温和的、含蓄的性爱镜头，较长的裸体镜头，强烈的伴有血腥、死伤的暴力镜头，强烈的恐怖场景以及非法的药物使用镜头。一部电影因为辱骂而被分为R级通常含有PG-13级别不允许的内容。R级电影通常有PG-13所不允许的更多的血腥、死伤、嗑药、裸体，或者性爱镜头。一些R级电影会有一个“未分级”版本的蓝光碟或DVD，包含原版中没有的暴力、性爱、辱骂镜头。一开始，R级允许16岁以上的观众观看，但在1970年代改为17岁。在一些地方，年龄要求并不得到强制，或根本没有要求。这是自1968年以来仍旧存在的第二个电影分级。

NC-17 — 17岁及以下观众禁止观看 (No One 17 And Under Admitted) — 这些电影包含非常强烈的、生动的暴力镜头，极其血腥、有伤亡，有性爱场景，有堕落、颓废、令人生厌的行为，性爱裸体镜头，或者任何其他大多数家长认为不适合他们孩子观看的内容。很少有电影因为辱骂或者嗑药而被定位NC-17级。NC-17并不表示那些淫秽、色情词语是它们的本意，而是有引申意义，或根据情况词义有变化。NC-17说明电影只允许成年人观看。1990年，原本的X级被NC-17代替。1990年以前分为X级的影片会被重新分为NC-17级。大多数电影院不会上映NC-17的影片，报纸也不会有大篇幅的广告。大多数NC-17的电影会有有限的上映，多半是小型影院，或者直接发行为蓝光版本或DVD。大多数NC-17级电影会同时有重新剪辑版，由蓝光或DVD发行，未分级或者分为R级。原本NC-17代表“ (17岁以下观众禁止观看) No children Under 17 admitted”，但后来变成了现在的说法，限制18岁及以上观众观看。

中外合作摄制电影片管理规定

(2004年7月6日 国家广播电影电视总局令第31号 根据2016年5月4日《关于修改部分规章的决定》修订)

第一条 为繁荣电影创作生产,维护中外合作摄制电影片的制片者及相关人员的合法权益,促进中外电影交流,根据《电影管理条例》,制定本规定。

第二条 本规定所称中外合作摄制电影片,是指依法取得《摄制电影许可证》或《摄制电影片许可证(单片)》的境内电影制片者(以下简称中方)与境外电影制片者(以下简称外方)在中国境内联合摄制、协作摄制、委托摄制电影片。

第三条 本规定适用于中外电影制片者在中国境内合作摄制的故事片、美术片、科教片、纪录片、专题片等电影片(含胶片电影、数字电影、电视电影等)。

第四条 国务院广播影视行政部门负责中外合作摄制电影的管理工作。

第五条 中外合作摄制电影片包括下列形式:
(一)联合摄制,即由中外双方共同投资(含资金、劳务或实物)、共同摄制、共同分享利益及共同承担风险的摄制形式;
(二)协作摄制,即外方出资,在中国境内拍摄,中方有偿提供设备、器材、场地、劳务等予以协助的摄制形式;
(三)委托摄制,即外方委托中方在中国境内代为摄制的摄制形式。

第六条 中外合作摄制电影片应当遵循以下原则:
(一)符合中国宪法、法律、法规及有关规定;
(二)尊重中国各民族的风俗、宗教、信仰和生

活习惯;
(三)有利于弘扬中华民族的优秀文化传统;
(四)有利于中国的经济建设、文化建设、思想道德建设和社会安定;
(五)有利于中外电影交流;
(六)不得损害第三国的利益。

第七条 国家对中外合作摄制电影片实行许可制度。

境内任何单位或个人未取得《中外合作摄制电影片许可证》或批准文件,不得与境外单位或个人合作摄制电影片。未经批准,境外单位或个人不得在中国境内独立摄制电影片。

第八条 申请中外合作摄制电影片应当具备下列条件:

(一)持有《摄制电影许可证》或《摄制电影片许可证(单片)》的中方制片单位(含在境内批准注册的中外合资电影制片公司,下同);
(二)中外合作双方均不在因违反《电影管理条例》而停止摄制电影片的处罚期内。

第九条 申请中外合作摄制电影片应当向国务院广播影视行政部门提供下列材料:

(一)中方制片单位的摄制立项申请;
(二)中方制片单位的《摄制电影许可证》(《摄制电影片许可证(单片)》)及营业执照复印件;
(三)电影文学剧本(规范汉字)一式三份;
(四)外方的资信证明和合拍影片情况;
(五)中外双方合作意向书或协议书,主要内容应明确:合作各方投资比例、中外主创人员比例、是否参加国内外电影节(展)等;
(六)主创人员简介。

第十条 中外合作摄制电影片立项申报审批程

序:

(一)中方制片单位向国务院广播影视行政部门提出申请;

(二)国务院广播影视行政部门按照《行政许可法》的规定期限受理申请单位提出的书面申请;

(三)决定受理的,国务院广播影视行政部门应当在二十个工作日内作出批准或不批准立项的决定。电影剧本须经专家评审的,应书面告知申请单位,其评审时间应在二十个工作日内完成;

(四)符合联合摄制条件的,发给一次性《中外合作摄制电影片许可证》;符合协作摄制、委托摄制条件的,发给批准文件。不批准的,应当书面说明理由。

第十一条 取得《中外合作摄制电影片许可证》或批准文件后,中外双方应根据批准立项的内容签订合同。

第十二条 《中外合作摄制电影片许可证》有效期为两年。

第十三条 联合摄制中需聘用境外主创人员的,应当报国务院广播影视行政部门批准,且外方主要演员比例不得超过主要演员总数的三分之二。

第十四条 联合摄制的电影片,应当制作普通话语言版本,其字幕须使用规范汉字。根据影片发行的需要,允许以普通话版本为标准,制作相应国家、地区、少数民族的语言文字版本。

第十五条 中外合作摄制完成的电影片,经当地省级广播影视行政部门提出初审意见后,报国务院广播影视行政部门电影审查委员会审查;中央和国家机关所属电影制片单位和持有《摄制电影片许可证(单片)》的单位申请立项并摄制完成的电影片,直接报国务院广播影视行政部门电影审查委员会审查。

第十六条 联合摄制的电影片,经审查合格,取得国务院广播影视行政部门颁发的《电影片公映许可证》后,方可在中国境内外发行公映。协作摄制、委托摄制的电影片,经审查合格的,可持国务院广播影视行政部门的批准文件办理出境手续。

第十七条 中外双方如需更改已经取得《电影片公映许可证》的电影片,应当报国务院广播影视行政部门审批。

第十八条 联合摄制的电影片,需参加中外电影节(展)的,应按照举办、参加中外电影节(展)的有关规定报国务院广播影视行政部门备案。

第十九条 外方应通过中方在中国内地聘用电影创作及劳务人员,并依据中国法律、法规与应聘者签订合同。

第二十条 对违反本规定的行为,依据《电影管理条例》的有关规定处罚。

第二十一条 本规定适用于香港、澳门特别行政区及台湾地区的电影制片者在境内合作摄制电影。

第二十二条 本规定自2004年8月10日起施行。广电总局《中外合作摄制电影片管理规定》(广电总局令第19号)同时废止。

中国未来电影人——海外留学生扶持计划启动

由中国侨联下属的华侨公益基金会和美国中华文化创意基金会主办的“中国未来电影人——海外留学生扶持计划”（以下简称“未来电影人”）于2016年4月在洛杉矶启动，“未来电影人”将为在美学习的年轻电影人创造实习和工作机会，鼓励中国海外留学生实现自己的电影梦想。

“未来电影人”由美国BSEG公司与HiFex公司为平台，由好莱坞专业电影人作为指导，招募中国留学生担任项目制作等一系列职务。目前，电影系列片《走进好莱坞的背后》已经开机。



中国华侨公益基金会

OVERSEAS CHINESE CHARITY FOUNDATION OF CHINA

贺 信

美国中华文化创意基金会：

欣闻《中国未来电影人——海外留学生扶持计划》启动仪式暨召开新闻发布会之际，中国华侨公益基金会（简称侨基会）谨向贵会表示衷心的祝贺。

为了发展电影事业，扶持电影新锐，中国华侨公益基金会与美国中华文化创意基金会联合推出了《中国未来电影人——海外留学生扶持计划》，主要是帮助年轻的电影人在美国好莱坞学习最新的影片制作技术，国际电影商业运作模式等等，培养具有国际视野的未来电影人才。

让我们携手同心，共同为发挥海外留学生的作用做出努力，为他们整合资源、搭建平台、创造条件，努力为中华文化走进好莱坞的电影殿堂、走向世界提供有力的支撑。





为中国未来电影人创立更大的舞台
为电影行业的新人提供更多的选择

中国未来电影人
CHINA FUTURE FILMMAKER



中華文化創意基金會
Chinese Creative Culture Organization

美国注册

影视专业培训

演出娱乐

各种团体来美演出



非盈利组织

注重中美文化交流

儿童文化特色夏令营



2017 Dream Big

如果这本杂志是船，那么创意就是风帆。祝你们满舵出航，去到任何你们想要去到的地方。

——Jimmy Jiang
CEO of the Hefei

Best magazine of film business out there!!

——Kimberley Kates
CEO of BSLG

在这个万物复苏的季节，《好莱坞国际电影人》杂志横空出世。在此我真诚祝愿这本杂志在未来能够成为电影资讯类杂志的新风向标。

——杨步亭
Chairman of CFDEA

中国在电影市场上与美国的差距虽远也近。希望《好莱坞国际电影人》杂志越办越好，成为中美的文化桥梁，行业的指路明灯。

——唐国强

中国著名演员

需要电影产业信息吗？想要了解影视圈的新鲜资讯吗？你只需要翻开这本杂志。。。