

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



TRABAJO FINAL DE MÁSTER ***Máster Oficial Interuniversitario en Gestión Cultural***

TÍTULO:

Análisis de la influencia cultural y la inspiración de la película española "Contratiempo" en China

Dirigido por: Dr. Miguel Carlos Muñoz Feliu

Presentado por: Yingying Zhang

CURSO 2018-2019

ÍNDICE GENERAL

1	Introducción.....	9
1.1	Relaciones amistosas entre los dos países.....	9
1.2	Los antecedentes de este tema.....	10
1.3	Por qué se ha escogido y qué se pretende llegar a saber.....	11
1.4	España (el cine español) vista desde China.....	13
2	Objetivos del trabajo.....	24
2.1	Para saber por qué esta película hizo el éxito.....	24
2.2	Para conocer los hábitos de las personas que van al cine.....	24
2.3	Para saber qué podemos aprender.....	25
2.4	Para saber qué podemos mejorar.....	25
3	Metodología.....	27
4	Cuestionario.....	29
4.1	Introducción del cuestionario.....	29
4.1.1	Motivos para la elaboración del cuestionario.....	29
4.1.2	¿Por qué elegimos Shanghai?.....	29
4.1.3	Datos esperados del cuestionario.....	30
4.2	Elaboración de las preguntas.....	31
4.2.1	Género.....	31
4.2.2	Edad.....	31
4.2.3	Nivel de estudios terminados.....	32
4.2.4	Ocupación.....	32
4.2.5	Situación social.....	32
4.2.6	¿Con qué frecuencia aproximada vas al cine cada mes?.....	32
4.2.7	¿Con quién sueles ir al cine?.....	33
4.2.8	¿Cuándo sueles ir a ver las películas?.....	33
4.2.9	Por qué sueles ir al cine para ver las películas?.....	33
4.2.10	En el último año,¿cuántas películas has visto?.....	34
4.2.11	En el último año,¿cuántas películas extranjeras has visto?.....	34
4.2.12	En el último año,¿cuántas películas españolas has visto?.....	34
4.2.13	¿Qué películas en idiomas extranjeros ves habitualmente?.....	35
4.2.14	¿Conoces las películas españolas?.....	35
4.2.15	¿Has visto la película ‘Contratiempo’?.....	35
4.2.16	¿Qué te atrae más de esta película?.....	35
4.2.17	¿Eres optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China?.....	36

4.2.18 ¿Qué tipo de la película española esperas introducir?.....	36
4.2.19 ¿Sabes que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino?.....	36
4.2.20 ¿Te interesa la cultura española?.....	37
4.2.21 ¿A través de qué medios te informas de la cultura española?..	37
4.3 Análisis de resultados obtenidos.....	37
4.3.1 Género.....	38
4.3.2 Edad.....	39
4.3.3 Nivel de estudios terminados.....	40
4.3.4 Ocupación.....	41
4.3.5 Situación social.....	41
4.3.6 ¿Con qué frecuencia aproximada vas al cine cada mes?.....	42
4.3.7 ¿Con quién sueles ir al cine?.....	43
4.3.8 ¿Cuándo sueles ir a ver las películas?.....	44
4.3.9 ¿Por qué sueles ir al cine para ver las películas?.....	45
4.3.10 En el último año,¿cuántas películas has visto?.....	46
4.3.11 En el último año,¿cuántas películas extranjeras has visto?.....	47
4.3.12 En el último año,¿cuántas películas españolas has visto?.....	48
4.3.13 ¿Qué películas en idiomas extranjeros ves habitualmente?	49
4.3.14 ¿Conoces las películas españolas?.....	50
4.3.15 ¿Has visto la película “Contratiempo”?.....	51
4.3.16 ¿Qué te atrae más de esta película?.....	52
4.3.17 ¿Eres optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China?.....	53
4.3.18 ¿Qué tipo de la película española esperas introducir?.....	54
4.3.19 ¿Sabes que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino?.....	55
4.3.20 ¿Te interesa la cultura española?.....	56
4.3.21 ¿A través de qué medios te informas de la cultura española?..	57
4.4 Análisi de las preguntas relacionadas.....	57
4.4.1 Relación entre el género y la frecuencia aproximada de los chinos van al cine cada mes.....	58
4.4.2 Relación entre el género y si es optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China.....	59
4.4.3 Relación entre el género y qué tipo de la película española los chinos esperan introducir.....	60
4.4.4 Relación entre la edad y la frecuencia aproximada de los chinos van al cine cada mes.....	61
4.4.5 Edad y por qué sueles ir al cine para ver las películas.....	62
4.4.6 Edad en el último año,¿cuántas películas extranjeras los chinos han visto?.....	63

4.4.7	Relación entre la edad y si se interesa la cultura española.....	64
4.4.8	Relación entre el nivel de estudios terminados y con qué frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	65
4.4.9	Relación entre el nivel de estudios terminados y en el último año, cuántas películas extranjeras los chinos han visto.....	66
4.4.10	Relación entre el nivel de estudios terminados y si se interesa la cultura española.....	67
4.4.11	Relación entre la ocupación y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	68
4.4.12	Relación entre la ocupación y si se interesa la cultura española.....	69
4.4.13	Relación entre la situación social y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	70
4.4.14	Relación entre la situación social y con quién los chinos suelen ir al cine.....	71
5	Entrevista.....	72
5.1	Resúmenes de las entrevistas.....	72
5.2	Análisis de las entrevistas.....	80
6	Propuesta de mejora.....	81
6.1	Objetivos de propuesta de mejora.....	81
6.2	Planificación estratégica.....	82
6.3	Principales acciones antes de filmar.....	83
6.3.1	Aprovechar el entorno geográfico de China.....	84
6.3.2	Invitar a actores chinos influyentes.....	85
6.3.3	China y España fortalecen la cooperación.....	89
6.4	Principales acciones después de filmar.....	90
6.4.1	Usamos los redes sociales más populares para difundir la película.....	90
6.4.2	Organizar reunión de fans.....	95
7	Conclusiones.....	96
8	Bibliografía.....	98
9	Anexos.....	99
9.1	Cuestionario (preguntas).....	99
9.2	Entrevistas (preguntas y respuestas).....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Tabla 1.2 Taquilla china de todas películas de 2015 a 2018.....	11
Gráfico 1.4.2 La tendencia diaria de la taquilla china de "Contratiempo"	15
Tabla 1.4.3 Taquilla de "Contratiempo" en todo el mundo.....	15
Tabla 1.4.4 Comparación de las informaciones de Contratiempo en España y China.....	16
Tabla 1.4.6 Taquilla de "El aviso" en todo el mundo.....	18
Tabla 1.4.8 Taquilla de "Campeones" en todo el mundo.....	20
Tabla 1.4.10 Taquilla de "Durante la tormenta" en todo el mundo.....	22
Tabla 1.4.11 Comparación de las críticas de 5 películas españolas	23
Gráfico 4.3.1 Resultado de género.....	38
Gráfico 4.3.2 Resultado de edad.....	39
Gráfico 4.3.3 Nivel de estudios terminados.....	40
Gráfico 4.3.4 Resultado de ocupación.....	41
Gráfico 4.3.5 Resultado de situación social.....	41
Gráfico 4.3.6 Las frecuencias aproximadas de los chinos van al cine cada mes.....	42
Gráfico 4.3.7 Con quién los chinos suelen ir al cine.....	43
Gráfico 4.3.8 Cuándo los chinos suelen ir a ver las películas.....	44
Gráfico 4.3.9 Por qué los chinos suelen ir al cine para ver las películas.....	45
Gráfico 4.3.10 En el último año,cuántas películas los chinos han visto.....	46
Gráfico 4.3.11 En el último año,cuántas películas extranjeras los chinos han visto.....	47
Gráfico 4.3.12 En el último año,cuántas películas españolas los chinos han visto.....	48
Gráfico 4.3.13 Qué películas en idiomas extranjeros los chinos ven habitualmente.....	49
Gráfico 4.3.14 Si los chinos conocen las películas españolas.....	50

Gráfico 4.3.15 Si los chinos han visto la película "Contratiempo"	51
Gráfico 4.3.16 Qué le atrae más de esta película.....	52
Gráfico 4.3.17 Si los chinos son optimistas sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China.....	53
Gráfico 4.3.18 Qué tipo de la película española los chinos esperan introducir.....	54
Gráfico 4.3.19 Si los chinos saben que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino.....	56
Gráfico 4.3.20 Si los chinos interesa la cultura española.....	57
Gráfico 4.3.21 A través de qué medios te informas de la cultura española...	58
Gráfico 4.4.1 Relación entre el género y la frecuencia aproximada de los chinos van al cine cada mes.....	59
Gráfico 4.4.2 Relación entre el género y si es optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China	60
Gráfico 4.4.3 Relación entre el género y qué tipo de la película española los chinos esperan introducir.....	61
Gráfico 4.4.4 Relación entre la edad y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	62
Gráfico 4.4.5 Relación entre la edad y por qué sueles ir al cine para ver las películas.....	63
Gráfico 4.4.6 Relación entre la edad y en el último año,¿cuántas películas extranjeras los chinos han visto?.....	64
Gráfico 4.4.7 Relación entre la edad y si se interesa la cultura española.....	65
Gráfico 4.4.8 Relación entre el nivel de estudios terminados y con qué frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	66
Gráfico 4.4.9 Relación entre el nivel de estudios terminados y en el último año,cuántas películas extranjeras los chinos han visto.....	67
Gráfico 4.4.10 Relación entre el nivel de estudios terminados y si se interesa la cultura española.....	68
Gráfico 4.4.11 Relación entre la ocupación y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	69
Gráfico 4.4.12 Relación entre la ocupación y si se interesa la cultura española.....	70

Gráfico 4.4.13 Relación entre la situación social y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes.....	71
Gráfico 4.4.14 Relación entre la situación social y con quién los chinos suelen ir al cine.....	72
Tabla 6.2 Cronograma general de película.....	83
Tabla 6.3.2b La recaudación mundial de Megalodón.....	87
Tabla 6.3.2c Taquilla de "Megalodón" en todo el mundo.....	88
Tabla 6.4.2 Presupuesto de la reunión de fans.....	95

ÍNDICE DE CARTELES Y IMÁGENES

Cartel 1.3.1	Contratiempo.....	11
Imagen 1.3.2	La noticia sobre la película Contratiempo de elPeliódico.....	13
Imagen 1.3.3	La noticia sobre la película Contratiempo de El PAÍS.....	13
Cartel 1.4.1	Lo imposible.....	14
Cartel 1.4.5	EL aviso.....	17
Cartel 1.4.7	Campeones.....	19
Cartel 1.4.9	Durante la tormenta.....	21
Imagen 6.3.1a	La película "Transformers 2"	84
Imagen 6.3.1b	La película "Misión imposible 3".....	85
Cartel 6.3.2a	Megalodón.....	87
Cartel 6.3.3	Dragonkeeper.....	90
Imagen 6.4.1a	WeChat.....	91
Imagen 6.4.1b	La página web de Weibo de Oriol Paulo.....	92
Imagen 6.4.1c	La cuenta de Douban de Oriol Paulo.....	93
Imagen 6.4.1d	La cuenta de Zhihu de Oriol Paulo.....	94

1 Introducción

1.1 Relaciones amistosas entre los dos países

El 9 de marzo de 1973, China estableció relaciones diplomáticas con España. Hasta ahora, ha sido de 46 años, a medida que la economía se desarrolla, la relación entre los dos países se está acercando. Los intercambios culturales y económicos también son cada vez más frecuentes.

China se encuentra en el lado este del continente euroasiático, adyacente al Océano Pacífico, y España se encuentra en el suroeste del continente euroasiático, bordeando el Océano Atlántico. Desde la Ruta de la Seda en la tierra hace más de 2.000 años hasta la Ruta de la Seda Marítima hace más de 400 años, los dos civilizaciones orientales y occidentales están estrechamente vinculadas. Hoy en día, el "la Franja y la Ruta" de la nueva era se ha convertido en un nuevo vínculo entre China y Occidente. España tiene una ventaja geográfica y puede desempeñar un papel importante en la construcción de "la Franja y la Ruta".

El 27 de noviembre de 2018, el presidente chino Xi Jinping y su esposa Peng Liyuan visitaron a España y las conversaciones amistosas entre los dos países promoverán el desarrollo de las relaciones bilaterales.

En los últimos años, los intercambios culturales entre los dos países también han aumentado. Muchos españoles están empezando a aprender la cultura china, y la cultura española también se está más popular en China.

En 2007, China y España organizaron el año cultural mutuamente, para promover intercambios culturales entre las dos países. En 2006 y 2013, la sucursal española del Instituto Cervantes de España y el Centro Cultural Chino se establecieron en la capital de cada uno. China tiene actualmente 8 Institutos Confucio en España, 8 Aulas Confucio y 2 Aulas del idioma. A finales de 2017, los estudiantes internacionales chinos en España habían

superado a 13,000, y en China había más de 4,000 estudiantes internacionales españoles. En 2017, más de 156,000 españoles viajaron a China, se incrementó 4,28% con respecto al año pasado. De acuerdo con las estadísticas de la Oficina Nacional de Estadísticas de España, el número de turistas chinos que visitaron España en 2017 alcanzó los 514,000, y el nivel de consumo per cápita fue el primero entre todos los países. Al mismo tiempo, a partir de enero de 2019, los dos países han establecido 26 pares de provincias y ciudades amigas.

1.2 Los antecedentes de este tema

El idioma español es ampliamente utilizado como idioma nativo, el segundo idioma del mundo, sólo por detrás del chino. Lo juega un papel muy importante, no sólo en las áreas de economía, también en las de cultura. Como parte de la cultura, el cine no sólo puede enriquecer la vida espiritual de las personas, sino también difundir invisiblemente la cultura y mejorar la influencia cultural.

España presta gran atención al desarrollo y la herencia de la cultura y ha logrado muchos éxitos brillantes. El desarrollo de la película también es muy llamativo.

Como es bien sabido, el cine de España es una industria próspera, cuya explosión puede observarse cada año como muchas películas se presentan en varios festivales de cine o son nominadas o premiadas en Hollywood con los Globos de Oro o los Premios de la Academia (Óscar) o los premios Goya.

Por otro lado, China tiene un gran mercado cinematográfico. En 2017, se lanzaron un total de 477 películas en China, incluidas 13 recreaciones, con un total más de 7.450 millones de euros, y en 2018, 410 películas fueron estrenadas en China, incluyendo 13 recreaciones, ganó más de 8.130 millones de euros.

Sin embargo, en los últimos años, no se han introducido muchas películas

españolas en China. Por lo tanto, el mercado chino contribuye muy poco a la taquilla de películas en español. Si se introducen más películas excelentes a China, la taquilla será crecerá sustancialmente, también promoverá la difusión de la cultura española en China, aumentando así su influencia.

Tabla 1.2 Taquilla china de todas películas de 2015 a 2018

	2015	2016	2017	2018
Total (millones USD)	6.564	6.809	8.328	9.083

Fuente: elaboración propia basada en boxofficecn

1.3 Por qué se ha escogido y qué se pretende llegar a saber

Cartel 1.3.1 Contratiempo



Fuente: Google Imágenes

<https://bit.ly/2Gxa9Rf>

China ha introducido unas películas españolas, como Autómata, Metegol, Los ojos de Julia, etc. Aunque estas películas también son muy buenas, no han atraído suficiente atención, además muchos chinos todavía no saben estas películas.

Sin embargo, en todo el mercado cinematográfico chino, no sólo hay muchas películas chinas populares, sino que también las películas de Hollywood y las películas indias son amadas por más y más personas, y también ocupan una posición importante.

Para los chinos, esto es una pérdida, perdiendo la oportunidad de aprender sobre diferentes culturas a través de algunas películas excelentes. China está desarrollando vigorosamente la cultura para satisfacer continuamente la vida espiritual de las personas. Por lo tanto, también necesita la excelente cultura española. Si puede desempeñar el papel del mercado chino, promoverá el desarrollo de la cultura española. La cooperación entre los dos países será mutuamente beneficiosa. Por lo tanto, es más importante que promover la difusión de las películas españolas en China.

En 2017, la película española ‘ ‘contratiempo’ ’ hizo una historia y al final recaudó más de 23 millones euros en China, mucho más que lo ganó en España. De esto podemos saber que las películas españolas también pueden tener éxito en China. Aunque todavía hay vacíos en comparación con otras películas, vemos que en el futuro, China puede convertirse en un gran mercado para las películas españolas.

El éxito de esta película no es de ninguna manera accidental, hay muchas cosas que podemos aprender y pensar. Entonces, quiero usar esta película como ejemplo para analizar las causas subyacentes.

Espero analizar desde diferentes aspectos y descubrir las razones del éxito de esta película. Y combinado con la situación actual para optimizar una propuesta que puede promover el desarrollo de las películas españolas.

Imagen 1.3.2 La noticia sobre la película Contratiempo de elPeriódico



Fuente: elPeriódico

<https://bit.ly/2W1AFaG>

Imagen 1.3.3 La noticia sobre la película Contratiempo de El PAÍS



Fuente: El País

<https://bit.ly/2kZvjPt>

1.4 España (el cine español) vista desde China

Aunque China también introdujo películas españolas antes, no causó ninguna

reacción grande, el récord más alto de taquilla lo mantuvo la película de desastres "Lo imposible" presentada en 2013. Esta película se estrenó en China continental durante 11 días, con un total de 52.653 actuaciones y recaudó 49,6 millones de yuanes (7,4 millones USD), y en todo el mundo recaudó 180,3 millones USD). Parece que esta película no logró un gran éxito en China.

Cartel 1.4.1 Lo imposible

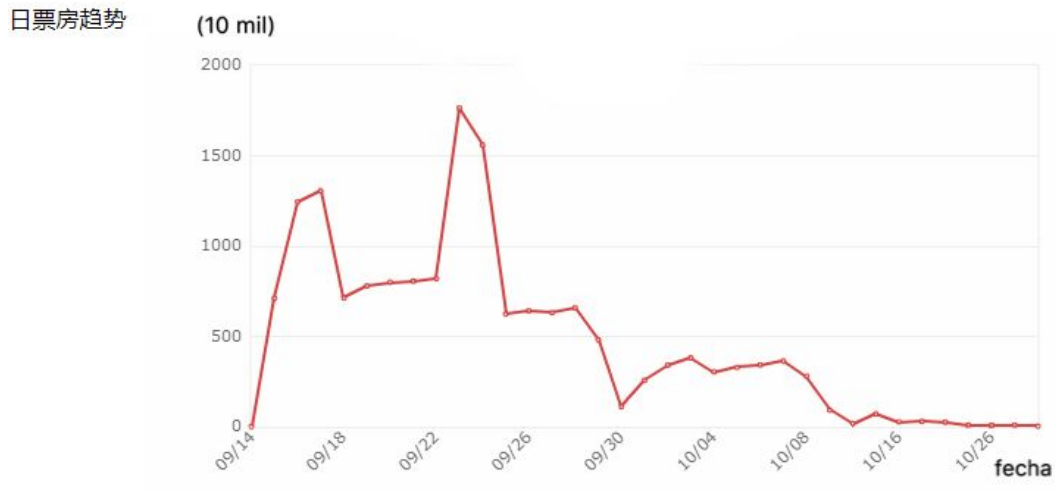


Fuente: Google Imágenes

<https://bit.ly/2DupWhK>

Hasta el septiembre de 2017, después del lanzamiento de la película "Contratiempo", recibió críticas muy favorables y logró una taquilla de 172 millones de yuanes (23 millones de euros), que fue un fenómeno en China, lo que causó la atención de los medios, El País también informó sobre esto. Después de eso, China formó un conocimiento del cine de suspenso español y, al mismo tiempo, cada vez más personas empiezan a saber el cine español.

Gráfico 1.4.2 La tendencia diaria de la taquilla china de "Contratiempo"



Fuente: MANMANKAN.COM

<https://bit.ly/2IOuy5Z>

Tabla 1.4.3 Taquilla de "Contratiempo" en todo el mundo

Contratiempo (The Invisible Guest)

Distributor: N/A	Release Date: N/A
Genre:	Runtime: N/A
MPAA Rating: Unknown	Production Budget: N/A

Country (click to view weekend breakdown)	Dist.	Release Date	Opening Wknd	% of Total	Total Gross / As Of
FOREIGN TOTAL	-	N/A	n/a	-	n/a N/A
Argentina	CDI	2/23/17	\$7,691	48.5%	\$15,867 5/28/17
China	-	9/15/17	\$4,953,927	19.1%	\$25,919,310 11/5/17
Greece	Tanweer	7/20/17	\$99,776	23.6%	\$422,852 10/1/17
Russia - CIS	-	5/31/18	\$100,300	36.5%	\$274,889 4/14/19
South Korea	-	9/21/17	\$268,029	40.9%	\$655,018 10/8/17
Spain	WB	1/6/17	\$1,146,015	29.5%	\$3,889,025 3/5/17
Uruguay	Indpndte	6/8/17	\$2,946	13.6%	\$21,619 7/16/17

Fuente: Box Office Mojo

<https://bit.ly/2Dwe6E2>

Tabla 1.4.4 Comparación de las informaciones de Contratiempo en España y China

	Nombre de la película	Fecha de estreno	Recaudación (Total:30,5 millones USD)
España	Contratiempo	06/01/2017	3,9 millones USD
China	看不见的客人 (The Invisible Guest)	15/09/2017	25,9 millones USD (172 millones de yuanes)

Fuente: elaboración propia basada en la tabla anterior

Hemos hecho una tabla para comparar las informaciones sobre nombre, fecha de estreno y recaudación en España y China, combinado con la información relevante que encontramos en Box Office Mojo, aunque esta película se estrenó en otros países, como Argentina, Corea del Sur, Uruguay, etc., podemos ver claramente que China ha hecho una contribución muy grande a la taquilla total.

En marzo de este año (2019), China presentó otras tres películas españolas, dos películas de suspense, "Durante la tormenta" y "El aviso", y una película deportiva "Campeones", que es un fenómeno muy raro que presentó tres películas españolas en un mismo mes. Hasta hoy (23/04/2019), la película "Durante la tormenta" y "El aviso" todavía están presentando en China.

Cartel 1.4.5 EL aviso



Fuente: Google Imágenes

<https://bit.ly/2IPXHxw>

Tabla 1.4.6 Taquilla de "El aviso" en todo el mundo

The Warning (El aviso)

Distributor: N/A	Release Date: N/A
Genre:	Runtime: N/A
MPAA Rating: Unknown	Production Budget: N/A

Country (click to view weekend breakdown)	Dist.	Release Date	Opening Wknd	% of Total	Total Gross / As Of	
FOREIGN TOTAL	-	N/A	n/a	-	n/a	N/A
China	-	3/29/19	\$75,952	100%	\$75,952	3/31/19
Greece	Seven	7/26/18	\$24,198	100%	\$24,198	7/29/18
Spain	Deapl.	3/23/18	\$325,744	51.8%	\$628,579	4/1/18

Fuente: Box Office Mojo

<https://bit.ly/2XB4ejI>

La película todavía se estrena en China, pero la taquilla no es ideal, hasta hoy (23/04/2019), solo ha recaudado 92,383 USD. Para una película que se ha presentado casi un mes, este resultado de taquilla no es bueno. Aunque esta película también es una de suspenso como Contratiempo, es obvio que no es muy popular en China.

Cartel 1.4.7 Campeones



Fuente: Google Imágenes

<https://bit.ly/2veh8rZ>

Tabla 1.4.8 Taquilla de "Campeones" en todo el mundo

Campeones (Champions)

Distributor: N/A	Release Date: April 6, 2018
Genre:	Runtime: N/A
MPAA Rating: Unknown	Production Budget: N/A

Country (click to view weekend breakdown)	Dist.	Release Date	Opening Wknd	% of Total	Total Gross / As Of
FOREIGN TOTAL	-	4/6/18	n/a	-	\$22,698,161 1/6/19
Argentina	UIP	11/1/18	\$10,719	49.5%	\$21,641 2/17/19
Austria	UPI	8/3/18	\$4,489	26.7%	\$16,831 9/2/18
Bolivia	UPI	12/20/18	\$7,022	34.4%	\$20,386 12/30/18
Chile	UPI	11/8/18	\$9,659	94.4%	\$10,237 11/11/18
China	-	3/22/19	\$47,036	54.5%	\$86,247 3/31/19
Colombia	UPI	9/27/18	\$79,617	71.6%	\$111,174 10/21/18
Ecuador	UPI	11/23/18	\$25,884	39.9%	\$64,876 12/16/18
France	UPI	6/6/18	\$248,565	25.7%	\$968,089 4/14/19
Germany	UPI	9/20/18	\$29,177	24.4%	\$119,605 4/14/19
Italy	BIM	12/6/18	\$136,599	42.9%	\$318,363 3/17/19
Mexico	UPI	5/18/18	\$105,248	23.2%	\$453,168 4/14/19
Peru	UPI	10/11/18	\$11,028	82.7%	\$13,343 10/14/18
South Korea	UPI	2/7/19	\$3,272	48.4%	\$6,756 2/24/19
Spain	UPI	4/6/18	\$2,429,371	10.5%	\$23,140,255 3/17/19
Uruguay	UPI	10/25/18	\$5,882	49.6%	\$11,848 11/18/18

Fuente: Box Office Mojo

<https://bit.ly/2IBLJrX>

Campeones es una película muy buena, también es muy popular en España, y ha logrado un resultado perfecto de taquilla, pero la película no ha recaudado tanto en China. Esta película también se presentó en algunos países de Suramérica. Desde el gráfico podemos ver que recaudó mucho más en estos países que lo en China.

Simplemente recopilamos información y descubrimos que la valoración por internet de la película no es baja, mucha gente dice que es una película excelente, pero desafortunadamente, no había muchos cines que la presentaron, además, no hay tanta gente sabe que se estrenó ya. Entonces, tenemos que pensar qué podemos hacer para que más gente lo sepa, también tenemos que presentar más atención a difundir.

Durante la tormenta también es del director Oriol Paulo, como Contratiempo. Debido a que su anterior película conquistó la taquilla en China, muchas personas estaban llenas de expectativas antes de que se estrenara esta película. Como lo decimos antes, hasta ahora (23/04/2019), se todavía está presentando en China. En comparación con las otras dos películas estrenadas en marzo, la película tiene una taquilla más alta y es más popular.

Cartel 1.4.9 Durante la tormenta



Fuente: Taquilla Cine España

<https://bit.ly/2XAJoro>

Tabla 1.4.10 Taquilla de "Durante la tormenta" en todo el mundo

Durante la tormenta (Mirage)

Distributor: N/A	Release Date: N/A
Genre:	Runtime: N/A
MPAA Rating: Unknown	Production Budget: N/A

Country (click to view weekend breakdown)	Release Date	Opening Wknd	% of Total	Total Gross / As Of	
FOREIGN TOTAL	N/A	n/a	-	n/a	N/A
China	3/28/19	\$8,951,580	56.4%	\$15,865,162	4/14/19

Fuente: Box Office Mojo

<https://bit.ly/2Uu1UcA>

No encontramos la taquilla de España por internet y hasta hoy (23/04/2019), ya ha recaudado 110 millones de yuanes (16,4 millones USD). Antes de que se estrenara la película, mucha gente pensó que su taquilla superaría a Contratiempo, pero en lo que respecta a la situación actual, no es muy optimista. Sin embargo, es difícil para nosotros decir si se superará o no, y nos llevará un tiempo darnos la respuesta.

Hasta ahora, podemos saber que las tres películas estrenadas en marzo de este año no superaron a Contratiempo, al mismo tiempo, comparamos las notas medias de estas películas y encontramos que la de Contratiempo es un poco alta que otras.

Tabla 1.4.11 Comparación de las críticas de 5 películas españolas

	Contratiempo	Lo imposible	El aviso	Campeones	Durante la tormenta
FilmAffinity	6,8/10	6,8/10	5,1/10	7/10	6,5/10
SensaCine.com	4,2/5	4,1/5	2,5/5	4,3/5	3,9/10
Douban	8,8/10	7,6/10	5,6/10	7,2/10	7,8/10
Taopiaopiao	9,2/10	7,6/10	7,8/10	8,5/10	8,6/10

Fuente: elaboración propia basada en FilmAffinity, SensaCine.com, Douban y Taopiaopiao

Por el breve análisis anterior, podemos saber que la película "Lo imposible" ha mantenido el mayor registro de taquilla de películas españolas en China, y se lo ha mantenido cuatro años, hasta 2017, la película Contratiempo hizo un éxito, fue la película española más taquillera de la historia en China y batió este récord.

También encontramos que aunque tres películas españolas se presentaron en marzo de este año, hasta ahora, no se ha batido ningún récord. Además, excepto "Durante la tormenta", las otras dos películas no atrajeron la atención de la gente, ni obtuvieron una buena taquilla.

Por supuesto, también sabemos que no todas las películas pueden tener éxito en China y crear nuevos récords fácilmente. El éxito de una película no solo está relacionado con la calidad, sino también con otros factores, como el tipo de película, la promoción antes del estreno, etc. Aunque Contratiempo ha creado una nueva historia en China, debemos saber que el desarrollo de la película española en China no es perfecto, todavía hay un largo camino por recorrer.

2 Objetivos del trabajo

2.1 Para saber por qué esta película hizo el éxito

China ha introducido unas películas de España, pero, ¿por qué las películas anteriores no tienen éxito y por qué casi nadie las sabe? ¿Por qué esta película causó una gran respuesta?

Una cosa es ampliamente aceptada, debe tener sus propias características especiales y hay muchos aspectos que vale la pena aprender y pensar y esta película también. A través del análisis, encontraremos que este éxito no es accidental.

sólo conociendo la experiencia anterior y aprendiendo, puede usarla para promover mejor las nuevas películas. El mercado del cine es parte del mercado y no podemos separarlo. Tiene tanto el carácter común de todo el mercado como la especialidad de la cultura. Este es también un factor que debemos tener en cuenta. De esto podemos ver que la razón del éxito no es unilateral, por lo que debemos considerar el problema desde diferentes aspectos.

2.2 Para conocer los hábitos de las personas que van al cine

Aunque el éxito de una película no se puede medir sólo con el dinero, es innegable que la taquilla es un factor importante para medir. Bajo la tendencia de comercialización, la taquilla superior es una afirmación de excelentes películas, y también promoverá el desarrollo de la película más tarde, entrando así en un círculo virtuoso.

En las circunstancias actuales, en China, los sitios web de pago no contribuyen mucho a la taquilla de películas, principalmente dependiendo del cine. Por lo tanto, es especialmente importante para las personas que van al cine ver películas. Como grupo objetivo, son contribuyentes a la taquilla.

Sin embargo, aquellos que suelen ir al cine, por qué van, qué películas les gusta ver y la frecuencia de ir al cine son cuestiones que deben tenerse en cuenta. sólo entendiendo sus hábitos podemos hacer mejores planes e implementarlos más específicamente.

2.3 Para saber qué podemos aprender

Después de conocer las razones del éxito, tenemos que pensar en el problema desde otro punto de vista. ¿Qué podemos aprender?

Al pensar en este tema, debemos analizar la situación real y los problemas específicos. Las preferencias de las personas pueden cambiar con el tiempo, y el entorno internacional y la situación económica pueden afectar hasta cierto punto las elecciones de las personas. La evaluación de personas de diferentes tipos de películas también puede ser diferente. Entonces, ¿qué experiencia podemos aprender? Esta es una pregunta que vale la pena considerar. Copiar y copiar no es necesariamente exitoso, debemos ser claros al respecto.

La película es sólo una parte de la cultura, es el objetivo de nuestra lucha constante por aumentar los intercambios culturales y permitir que más excelente cultura española ingrese a China. Si podemos encontrar formas efectivas de promover el mercado cinematográfico, el desarrollo de otros campos culturales ya no será un problema.

2.4 Para saber qué podemos mejorar

Como se mencionó anteriormente, esta película ha tenido éxito en China,

pero en comparación con otras películas, todavía hay una gran brecha. China tiene una gran población y un gran mercado. Por lo tanto, no sólo debemos estar satisfechos con los pequeños logros que hemos logrado hasta el momento, sino también apuntar a un objetivo a largo plazo y abrir un mercado más grande.

Si deseamos obtener mejores resultados la próxima vez, todavía hay muchos lugares para mejorar. Pero esto no es un cambio simple, también podemos observar la perspectiva a largo plazo, conocer el éxito de otras películas y agregar una comparación para proponer una mejor solución.

3 Metodología

Para alcanzar los objetivos mencionados anteriormente, utilizaremos los siguientes métodos de investigación:

- Revisión bibliografía

Para obtener más información relevante y comprender el desarrollo de las películas españolas en China, hemos consultado muchos tesis y artículos relacionados y también hemos leído muchos informes de noticias relacionados.

- Encuesta

Para conocer los hábitos de las personas de ir al cine para ver películas, la actitud de las personas hacia las películas españolas y también para investigar la influencia de esta película en China, hacemos un cuestionario que incluía 21 preguntas relacionadas con la edad de las personas, género, frecuencia de ir al cine, y si o no vi esta película. Para hacer el cuestionario más representativo, se elegirá la ciudad de Shanghai. El cuestionario se entregará principalmente a través de redes sociales chinas como WeChat y Weibo para recopilar datos más válidos.

- Entrevista

Aunque se puede obtener una gran cantidad de datos a través del cuestionario, es difícil obtener una evaluación personal, vistas detalladas de la película, etc. Por lo tanto, además del cuestionario, se entrevistará a cinco personas que trabajan en Shanghai (dos mujeres y tres hombres), que provienen de diferentes ocupaciones y tienen diferentes niveles de educación. Espero que a través de entrevistas con ellos, pueda obtener más información para planificar mejor.

- Análisis de bases de datos

Después de recopilar los datos, analizará y organizará los datos relevantes y los mostrará en gráficos, de modo que los datos obtenidos sean más vívidos y fáciles de entender.

- Comparar los datos de las películas

En los últimos años, algunas películas chinas se han introducido en China. Sin embargo, las respuestas recibidas son diferentes. Seleccionaré algunas películas para comparar, por ejemplo comparar las valoraciones que obtienen en sitios web de películas relacionadas, las taquillas, etc.

4 Cuestionario

4.1 Introducción del cuestionario

4.1.1 Motivos para la elaboración del cuestionario

Por un lado, el español, como idioma ampliamente utilizado, ha tenido un gran impacto en muchos países, por otro lado, la globalización económica ha acercado los vínculos entre los países. Sin embargo, en este caso, muchos chinos no conocen a España. En comparación con otros idiomas, no hay muchos chinos que estudian español. Por lo tanto, la influencia de la cultura española en China no es muy amplia. Aunque China ha introducido algunas películas españolas, y estas películas también son muy buenas, no hay mucha gente que las han visto.

Es innegable que la película "Contratiempo" ha tenido éxito en China, pero se sabe a partir de datos relevantes que muchos chinos no conocen esta película.

¿Puede la cultura española extenderse más en China? Constantemente aumentar la influencia? ¿Cuál es el hábito visual de las personas? ¿Qué tipo de película española quieren ver los chinos? ¿Cómo serán las perspectivas de desarrollo de las películas españolas en China?

Para obtener respuestas a estas preguntas y proponer una solución efectiva, se realizará una encuesta por cuestionario en Shanghai. (previsto recoger 200 cuestionarios válidos)

4.1.2 ¿Por qué elegimos Shanghai?

Shanghai es uno de los cuatro municipios que, junto con las veintidós provincias, cinco regiones autónomas y dos regiones administrativas

especiales, conforman la República Popular China. Por otra parte, Shanghái es la ciudad más poblada de China y una de las más pobladas del mundo con más de 24 millones de habitantes. (Wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/Shangh%C3%A1i>)

Además, Shanghai es el centro económico de China con un alto nivel de desarrollo económico y una ciudad de clase mundial. Al mismo tiempo, hay muchas universidades excelentes en Shanghai, y muchas empresas famosas también atraen a muchos talentos sobresalientes.

Shanghai también tiene una cultura rica y diversa que está en constante desarrollo. Las personas tienen una mayor aceptación de la nueva cultura y las cosas nuevas.

Por lo tanto, como una gran ciudad internacional, Shanghai es una muy buena opción.

4.1.3 Datos esperados del cuestionario

Se creará un cuestionario en la página web "Cuestionario Estrella" (en chino, se llama WenJuanXing) , que es similar al Google Forms. Una vez completado el cuestionario, se compartirá en la red social a través de un enlace, principalmente utilizaremos WeChat y Weibo, que son utilizados por cientos de millones de chinos, esto asegura que se reciban al menos 200 cuestionarios válidos.

Debido a que la página web puede distinguir la región de la persona que completa, se configurará para que solo la llenen las personas de Shanghai antes de compartir el enlace, de modo que se pueda garantizar la validez de los datos.

Repartiremos los cuestionarios en febrero y marzo, por un lado, puesto que actualmente estamos en la era de la información, los cuestionarios se difunden muy rápido en Internet, y el segundo, porque esta época es entre las vacaciones del Año nuevo chino y el Festival Ching Ming, es decir que en este tiempo es más fácil recopilar información.

4.2 Elaboración de las preguntas

El cuestionario se divide en dos partes, la primera parte es de número 1 a 5 y la segunda parte es de 6 a 21. Las preguntas de la primera parte son las de clasificaciones, es decir que queremos saber las informaciones generales de las personas que participan a la investigación, y otras son las de hábitos sobre películas. El orden de este cuestionario es diferente que lo que hacemos en España normalmente, pero nuestros grupos objetivos son los chinos, entonces elegimos este modelo que es más conocido por los chinos.

4.2.1 Género

La primera pregunta es muy básica, pero es una muy importante, también se relaciona con muchas preguntas por detrás, por ejemplo, la frecuencia va al cine, con quién, qué película le gusta, etc. Si se combina con otras preguntas, podemos conseguir más informaciones, también podemos encontrar los problemas y damos más consejos útiles.

4.2.2 Edad

En general, es más probable que los jóvenes acepten cosas nuevas y estén más dispuestos a intentarlo. Así que la segunda pregunta es sobre la edad. Para la comodidad de la encuesta, no pedimos a los participantes que cumplimentaran la edad específica, sino que los dividimos en varios grupos de edad. También queremos saber si la edad estará relacionada con las películas en idiomas extranjeros, como las preguntas 11, 12, etc.

4.2.3 Nivel de estudios terminados

El nivel de educación afecta la forma de pensar, los hábitos de vida y la información a la que está expuesta una persona. A través de esta pregunta, queremos saber si los hábitos de ver películas están relacionados con el nivel educativo, y también queremos saber si las personas son más educadas que conocen la cultura española mejor.

4.2.4 Ocupación

La ocupación a menudo afecta al rango de amigos de las personas, por supuesto, lo más intuitivo es influir en el nivel de ingresos de las personas y, por lo tanto, determinar el poder adquisitivo de las personas. Entonces, queríamos verificar que los trabajadores sean más frecuentes que otros para ir al cine.

4.2.5 Situación social

Esta pregunta es más relevante con las 7,8 y 9, en general, es más probable que los solteros vayan solos al cine, pero esto no es absoluto. Sin embargo, queremos entender los hábitos de visualización de las personas con más detalle a través de esta pregunta.

4.2.6 ¿Con qué frecuencia aproximada vas al cine cada mes?

Es innegable que ir al cine a ver una película es una actividad de ocio, como lo hacemos en una ópera, un concierto o un museo. Después de saber con qué frecuencia las personas van al cine, podemos deducir la capacidad de las

personas para gastar en películas, y es más fácil identificar a nuestro público objetivo y proponer soluciones efectivas.

4.2.7 ¿Con quién sueles ir al cine?

Al igual que las primeras seis preguntas, esta pregunta también es obligatoria. En muchos casos, los demás nos afectan fácilmente, especialmente los que nos rodean. Hasta cierto punto, las personas que suelen ir al cine con nosotros también afectarán los hábitos de ver películas, los tipos de películas que nos gustan, etc. Al establecer esta pregunta, queremos ser más específicos en la promoción, como la introducción del programa de descuento para varias personas en el boleto de la película.

4.2.8 ¿Cuándo sueles ir a ver las películas?

Esta es preguntar a las personas cuándo ir al cine. Puede que no parezca importante, pero la verdad es la opuesta. Después de obtener datos relevantes, podemos hacer un plan específico, por ejemplo, promoverlo antes de las vacaciones para atraer a más personas al cine. Al mismo tiempo, esta pregunta también está relacionada en cierta medida con la edad, la ocupación de las personas, etc. Por eso, es una pregunta esencial.

4.2.9 Por qué sueles ir al cine para ver las películas?

Esta pregunta es la razón por la cual la gente va al cine para ver películas. Simplemente dividimos las razones en cinco categorías. Es necesario conocer el motivo con claridad. Por ejemplo, si la gente va al cine solo por placer, es posible que este grupo prefiera las películas de tipo relajado, como la comedia, el romance, etc. Si la gente quiere ver a un actor favorito, antes de

la producción cinematográfica, podemos considerar si invitar a algunos actores influyentes a participar, y así sucesivamente.

4.2.10 En el último año,¿cuántas películas has visto?

En esta parte preguntaremos a las personas cuántas películas han visto en el último año y luego combinar las preguntas anteriores, como la edad, el género, la ocupación, etc., podemos conocer fácilmente la relación entre esta información.

4.2.11 En el último año,¿cuántas películas extranjeras has visto?

Esta pregunta continúa con la pregunta anterior. Aunque está preguntando la cantidad, es diferente de la anterior. Aquí prestamos más atención a las personas que ven algunas películas en idiomas extranjeros recientemente. Por supuesto, no solo está relacionado con la pregunta anterior, sino también con la siguiente.

4.2.12 En el último año,¿cuántas películas españolas has visto?

Como lo explicamos antes, esta pregunta tiene algo que ver con las dos preguntas anteriores. Aquí les pregunta a las personas con más detalle acerca de ver películas en español en el último año. Obviamente, esta pregunta es para compararla con las dos anteriores para determinar la popularidad de las películas españolas en China, o el grado en que las personas aceptan las películas españolas.

4.2.13 ¿Qué películas en idiomas extranjeros ves habitualmente?

Esta pregunta aún está relacionada con idiomas extranjeros, pero es una pregunta de opción múltiple que más específicamente pregunta a las personas sobre el idioma específico de ver películas. Queremos utilizar esta pregunta para comprender qué idiomas extranjeros son populares en China para que podamos aprender mejor de estas películas.

4.2.14 ¿Conoces las películas españolas?

Aquí preguntamos directamente si la gente conoce algunas películas en español. Hay tres opciones, sí, no y tal vez. Queremos usar esta pregunta para comprender la popularidad de las películas en español en China.

4.2.15 ¿Has visto la película 'Contratiempo'?

Si las personas eligen sí, contestarán la siguiente pregunta. Si las personas eligen no, pasarán a la pregunta 17.

4.2.16 ¿Qué te atrae más de esta película?

Siguiendo la pregunta anterior, le preguntamos a la gente qué parte de esta película es más atractiva porque queremos saber el éxito de esta película. Las personas que contestan a esta pregunta son los que han visto esta película, por lo que sus respuestas son más representativas y más precisas.

4.2.17 ¿Eres optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China?

Después de hacer algunas preguntas sobre películas en español, aquí nos gustaría conocer las actitudes de las personas hacia el desarrollo de películas en español en China. Aunque es difícil recopilar una gran cantidad de datos, creemos que estos datos también pueden representar los puntos de vista de las personas en cierta medida.

4.2.18 ¿Qué tipo de la película española esperas introducir?

Le preguntamos a la gente qué tipo de películas en español les gustaría introducir en el futuro, para saber qué tipo de películas españolas interesadas las personas. Esta pregunta también está preparado para el trabajo futuro, es decir, solo conocemos las preferencias de las personas que es más probable que tengamos éxito.

4.2.19 ¿Sabes que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino?

Esta pregunta es preguntar a las personas si conocen la importancia del español en todo el mundo. Parece ser un conocimiento muy básico, pero como el español no es tan popular en China, lo presentamos aquí. Queremos utilizar los datos recopilados de esta pregunta para decidir cómo promover la cultura española en China. Por supuesto, esta pregunta también está relacionado con la educación de las personas, la ocupaciones y otros.

4.2.20 ¿Te interesa la cultura española?

Esta pregunta directamente le pregunta a la gente si está interesada en la cultura española. Hay tres opciones, sí, no y tal vez. Al igual que otras preguntas, esta pregunta no es independiente, sino que está relacionada con muchos temas, como el sexo, la edad, el nivel de educación, la ocupación y las películas en idiomas extranjeros que le gustan. Queremos sintetizar estas preguntas, analizar los datos relevantes y ver quienes interesan a la cultura española, ojalá pudiésemos hacer una planificación perfecta .

4.2.21 ¿A través de qué medios te informas de la cultura española?

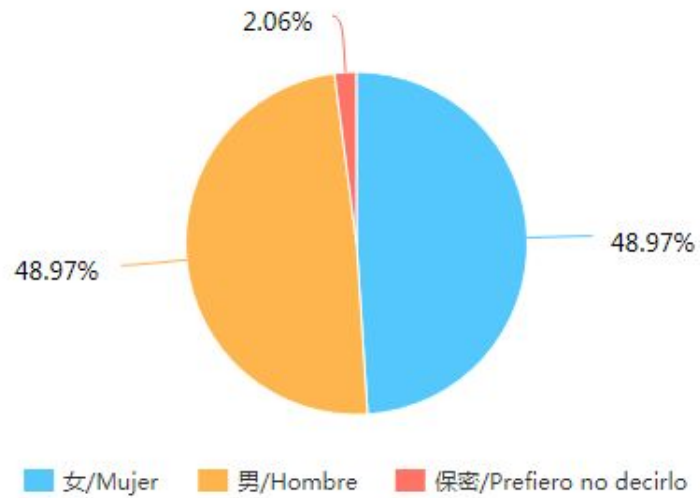
Esta es la última pregunta, queremos saber cómo la gente suele conocer la cultura española. Pensamos que estos métodos pueden ayudarnos a promover en el futuro. Por supuesto, también sabemos que no podemos copiar estos medios completamente, sino que también combinamos los hábitos chinos y los innovamos.

4.3 Análisis de resultados obtenidos

Para obtener más datos, se realizaron una encuesta de cuestionario y unas entrevistas personales. Un total de 243 cuestionarios válidos fueron devueltos.

4.3.1 Género

Gráfico 4.3.1 Resultado de género

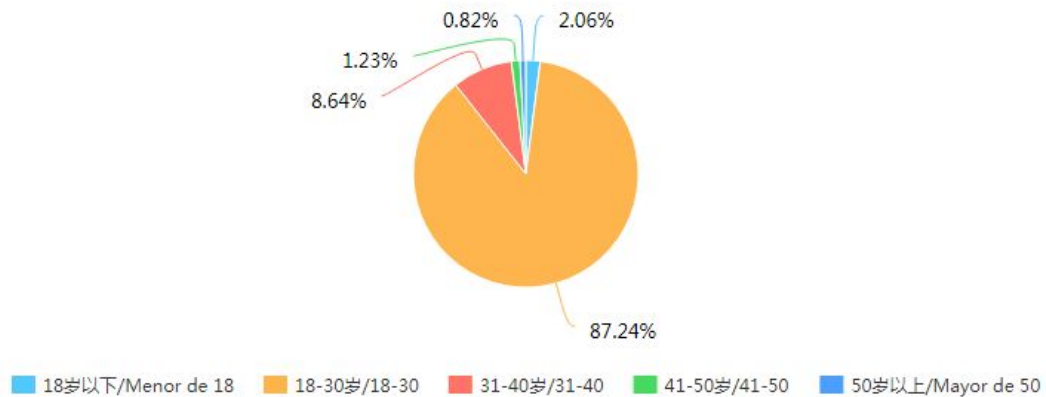


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Para que los datos fueran más representativos, se seleccionó a Shanghai como la ciudad objetivo para la investigación. Un total de 243 personas participaron en la encuesta del cuestionario, incluyendo 119 hombres y 119 mujeres, y otras 5 prefirieron no decir el género.

4.3.2 Edad

Gráfico 4.3.2 Resultado de edad

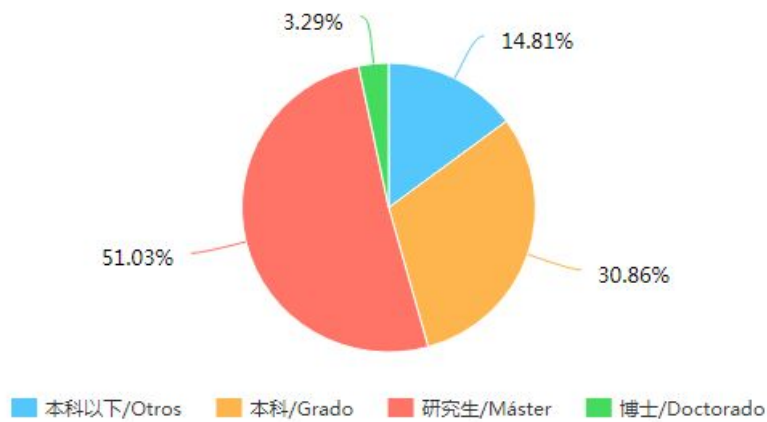


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Normalmente, los jóvenes tienen una mentalidad más abierta y aceptan más cosas nuevas. Por lo tanto, este cuestionario seleccionó a los jóvenes como el grupo objetivo. Había un total de 212 personas de 18 a 30 años hicieron el cuestionario, que representó 87,24 %, y 21 personas de 31 a 40 años, que representó el 8,64%. Además, las cantidades de la persona que menor de 18 años, de 41 a 50 años y más de 50 años son 5, 3 y 2, que representaron una pequeña proporción.

4.3.3 Nivel de estudios terminados

Gráfico 4.3.3 Nivel de estudios terminados

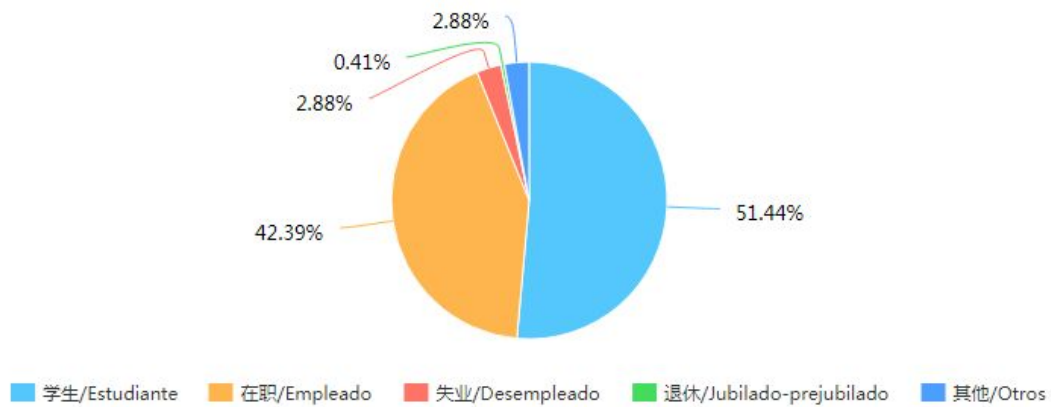


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Debido a la economía relativamente desarrollada en Shanghai y al gran número de universidades, este cuestionario se distribuyó principalmente entre los jóvenes, por lo que los participantes tienen calificaciones académicas más altas. El 85,91% de las personas tienen títulos de grado, posgrado y doctorado.

4.3.4 Ocupación

Gráfico 4.3.4 Resultado de ocupación

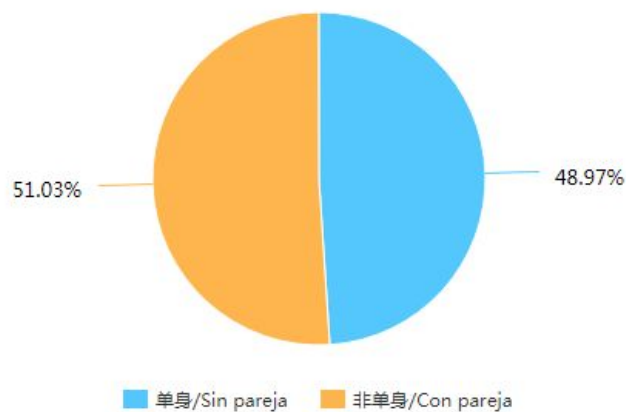


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Según la encuesta, más de la mitad de los participantes son estudiantes, un 42,39% está empleado actualmente, y 7 personas están desempleados, también hay otras 7 son de otros. No hay ninguno que está desempleado.

4.3.5 Situación social

Gráfico 4.3.5 Resultado de situación social

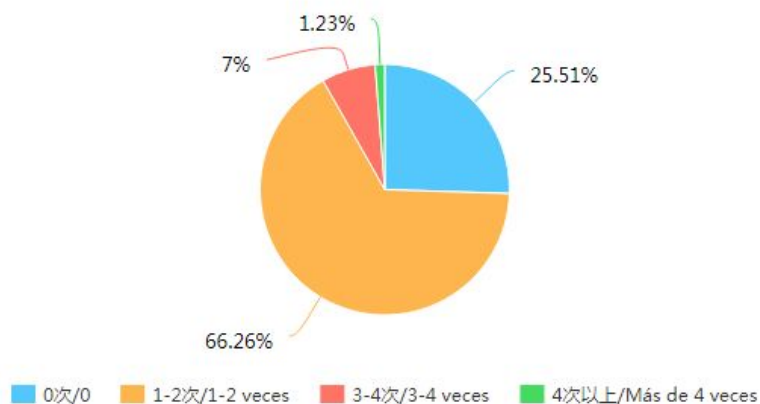


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

El número de las personas que tienen parejas es aproximadamente igual a lo que sin parejas, con las proporciones de 48,97% y 50,03% respectivamente.

4.3.6 ¿Con qué frecuencia aproximada vas al cine cada mes?

Gráfico 4.3.6 Las frecuencias aproximadas de los chinos van al cine cada mes

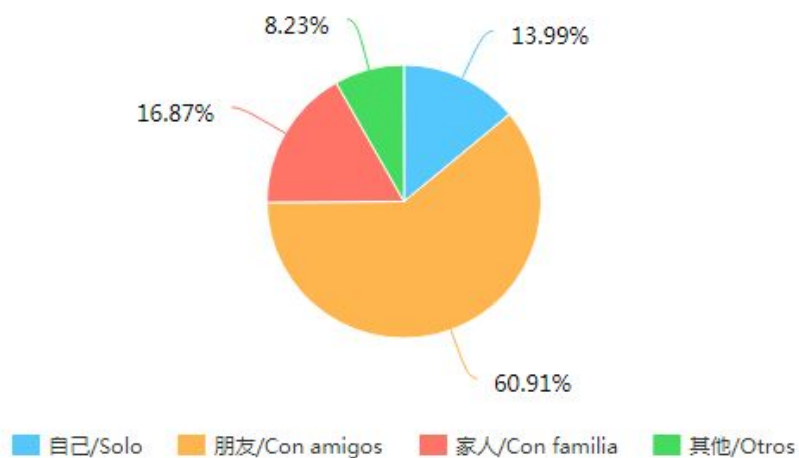


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Desde este gráfico, podemos saber que la mayor parte va al cine 1-2 veces cada mes. 66,26% es un porcentaje muy alto, y algunas personas van más veces al mes. Sólo el 25,51% no va. Es decir, casi tres cuartos de las personas suelen ir al cine, y estas personas han hecho una gran contribución a la taquilla.

4.3.7 ¿Con quién sueles ir al cine?

Gráfico 4.3.7 Con quién los chinos suelen ir al cine

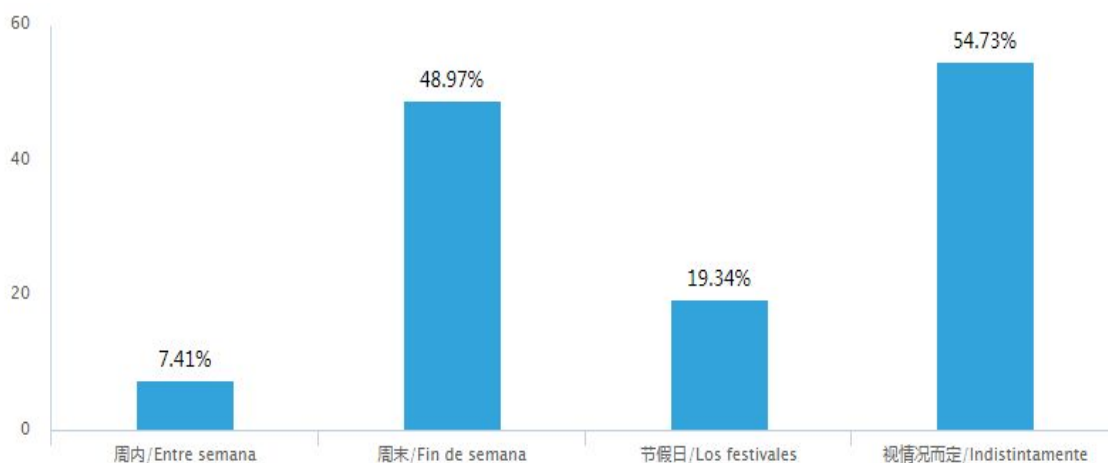


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Según los datos obtenidos, un 60,91% de los participantes siempre va al cine con sus amigos, le sigue un 16,87% con familia. Al mismo tiempo, un 13,99% prefiere sólo y un 8,23% elige otros. Como una actividad de entretenimiento y entretenimiento, casi la mayoría de las personas prefiere ver películas con otras personas, y sólo un pequeño número de personas optan por ir al cine sólo.

4.3.8 ¿Cuándo sueles ir a ver las películas?

Gráfico 4.3.8 Cuándo los chinos suelen ir a ver las películas

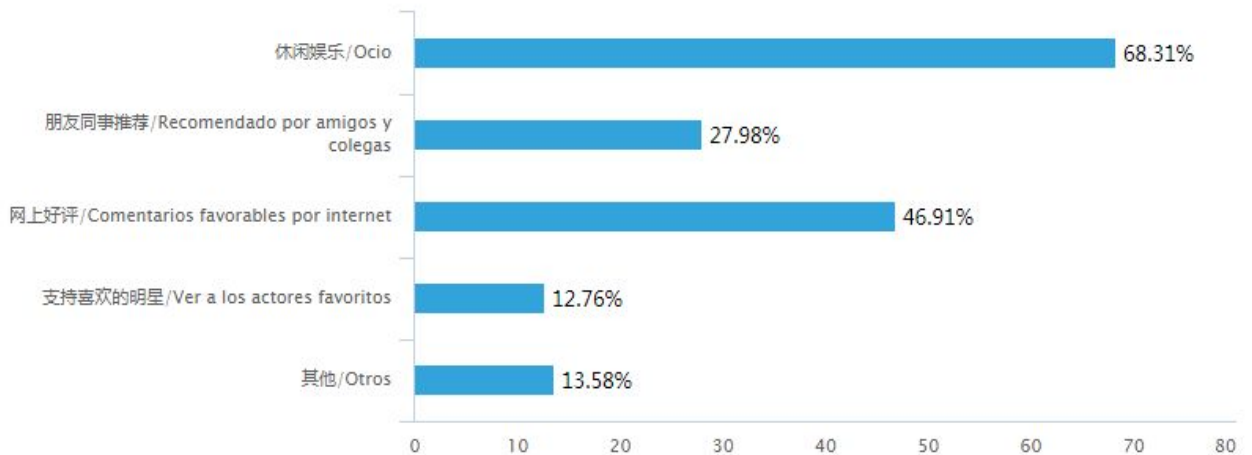


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Un 54,73 % le gusta ir al cine indistintamente, le sigue un 48,97 % quiere ir fin de semana y un 19,34 % prefiere los festivos. Sólo 7,41 % elige entre semana. Estos datos muestran el tiempo que las personas están acostumbradas a ir al cine, aunque casi la mitad elige estar en la mesa, pero más de la mitad prefiere fines de semana y días festivos.

4.3.9 ¿Por qué sueles ir al cine para ver las películas?

Gráfico 4.3.9 Por qué los chinos suelen ir al cine para ver las películas

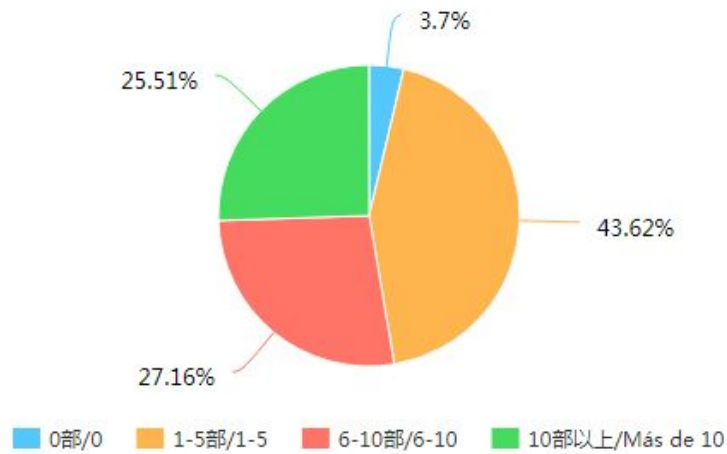


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Un 68,31% de la población encuestada prefiere ir al cine para disfrutar, un 46,91% siempre va al cine por los comentarios favorables por internet y un 27,98% por los amigos y colegas, significa que las elecciones de estas personas a menudo están influenciadas por las personas que las rodean. Un 13,58% elige otros y 12,76% prefiere ver a los actores favoritos. Esta opción parece un poco extraña, pero en China, la "economía de los fanáticos" ha existido muchos años, y muchos fanáticos están dispuestos a gastar dinero para ver las obras de sus actores favoritos, como series de televisión, películas, etc. Por supuesto, también están dispuestos a comprar el respaldo de estos actores, no es importante que el producto que necesiten o no. Incluso si la película no es atractiva, estas personas harán todo lo posible para apoyar los actores, por lo que este fenómeno no puede ser ignorado.

4.3.10 En el último año,¿cuántas películas has visto?

Gráfico 4.3.10 En el último año, cuántas películas los chinos han visto

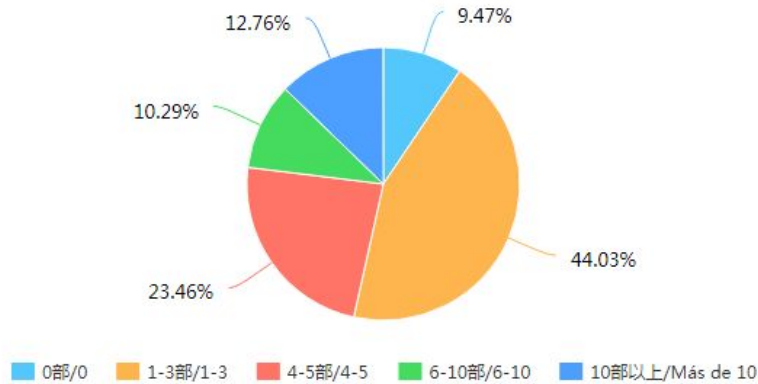


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Según los datos, un 43,62% ha visto 1-5 películas en el último año, un 27,16% ha visto 6-10, le sigue un 25,51% más de 10, sólo un 3,7% no ha visto ninguna. Se puede ver que ver películas se ha convertido en parte de la vida cotidiana de las personas.

4.3.11 En el último año,¿cuántas películas extranjeras has visto?

Gráfico 4.3.11 En el último año, cuántas películas extranjeras los chinos han visto

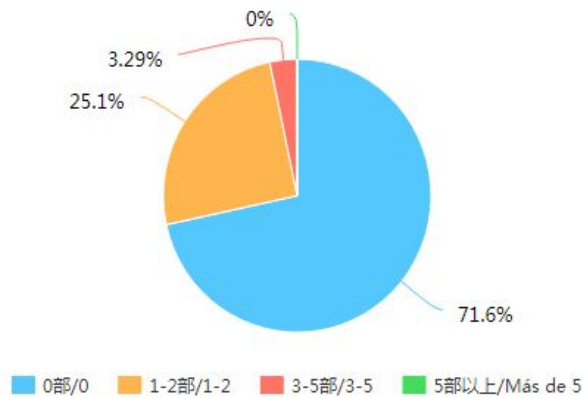


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

La mayoría de los participantes ha visto 1-3 películas extranjeras, le sigue un 23,46% ha visto 4-5, y un 10,29% ha visto 6-10. Al mismo tiempo un 12,76% elige más de 10, también un 9,47% no ha visto ninguna. Se puede saber a partir de estos datos que las películas en idiomas extranjeros en China son muy comunes, y muchas personas ven películas en idiomas extranjeros todos los años.

4.3.12 En el último año,¿cuántas películas españolas has visto?

Gráfico 4.3.12 En el último año, cuántas películas españolas los chinos han visto

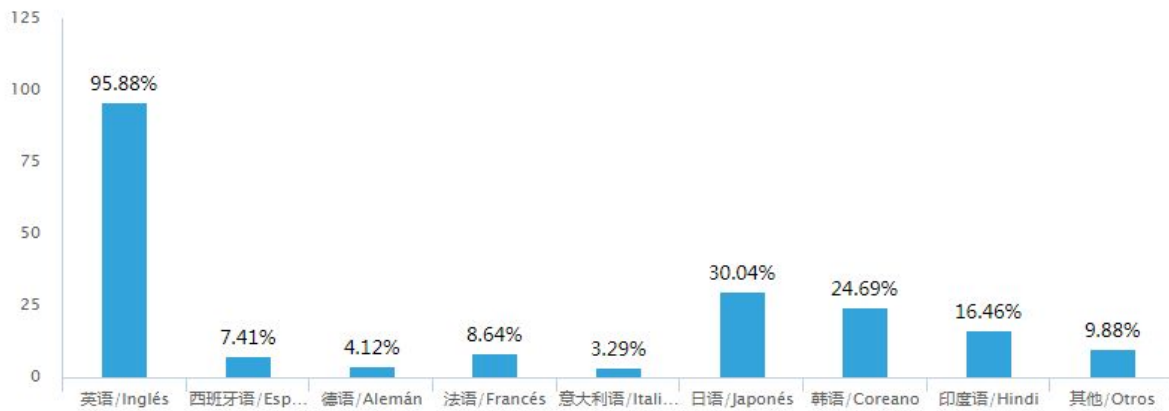


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

En el último año, un 71,6% no ha visto ninguna película española, un 25,1% ha visto 1-2, sólo un 3,29% ha visto 3-5 películas españolas y hay ninguno elige la opción más de 5. Estos datos son muy impactantes. Como lo he explicado anteriormente, hay muchas personas que ven películas en idiomas extranjeros cada año en China, pero hay muy pocas personas que ven películas en español, muchas de las cuales nunca las han visto.

4.3.13 ¿Qué películas en idiomas extranjeros ves habitualmente?

Gráfico 4.3.13 Qué películas en idiomas extranjeros los chinos ven habitualmente

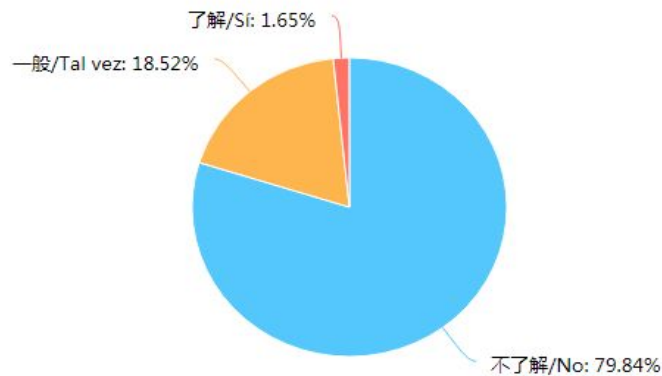


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Los primeros tres idiomas de las películas que se ven más gente en China son: inglés, japonés y coreano. sólo un 7,41% ve la película española habitualmente. Las películas en inglés tienen una ventaja muy obvia. Es muy popular en China y se ha convertido en la primera opción de las películas en idiomas extranjeros. Las películas españolas tienen una brecha muy grande en comparación con esto y es difícil reducirla en poco tiempo.

4.3.14 ¿Conoces las películas españolas?

Gráfico 4.3.14 Si los chinos conocen las películas españolas

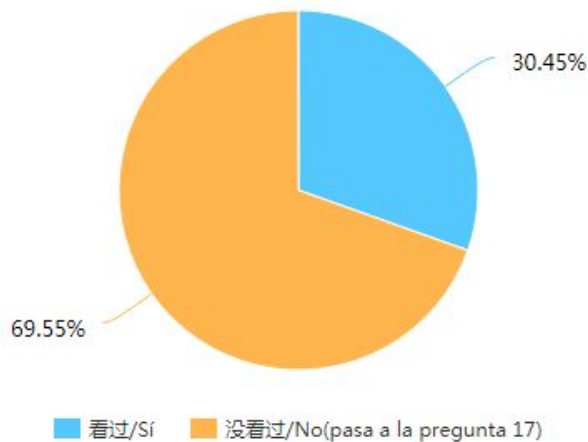


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Un 79,84% no conoce la película española, le sigue un 18,53% conoce un poquito y sólo 1,65% ha contestado sí. De estos datos se puede saber que en la actualidad, los chinos aún saben muy poco sobre las películas en español. De estos datos se puede saber que en la actualidad, los chinos aún saben muy poco sobre las películas en español. Esto dificultará el desarrollo del cine español en China. Sin embargo, también puede verse como una nueva oportunidad.

4.3.15 ¿Has visto la película “Contratiempo”?

Gráfico 4.3.15 Si los chinos han visto la película “Contratiempo”

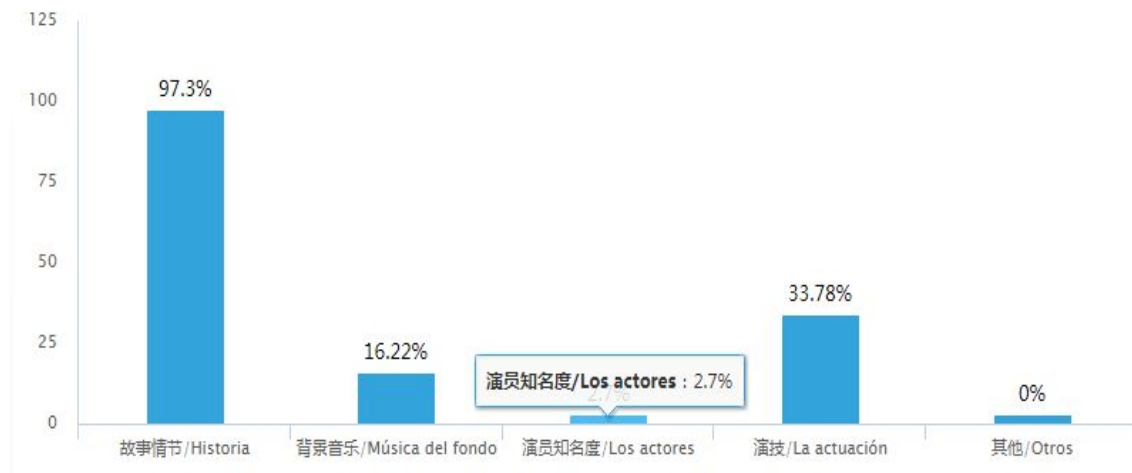


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Un 30,45% ha contestado que ha visto la película “Contratiempo”, y un 69,55% ha dicho que no. Este resultado es muy sorprendente, porque de las preguntas anteriores, el desarrollo de la película española en China es preocupante, pero la respuesta de esta pregunta es muy gratificante, desde eso podemos ver la esperanza.

4.3.16 ¿Qué te atrae más de esta película?

Gráfico 4.3.16 Qué le atrae más de esta película

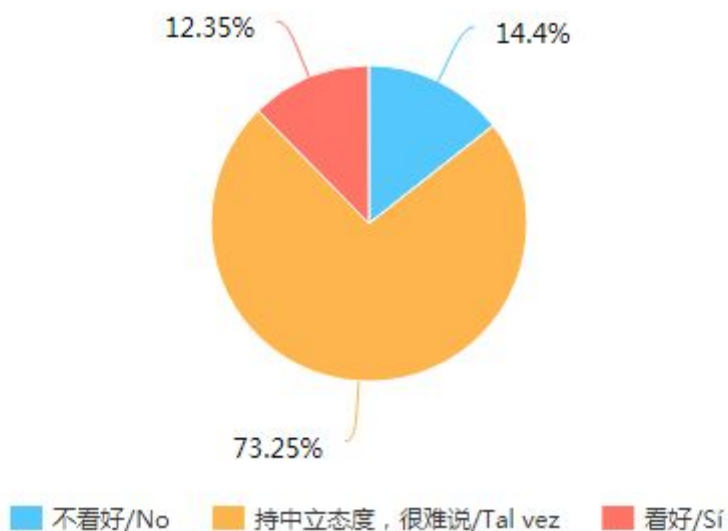


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

La gente que ha visto la película "Contratiempo" ha contestado esta pregunta, muchas personas ha elegido la historia y la actuación de los actores. Esto demuestra que las excelentes historias y actuaciones aumentan la visibilidad de la película y permiten que más personas sepan sobre ella. Si queremos abrir el mercado chino, necesitamos estas excelentes películas.

4.3.17 ¿Eres optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China?

Gráfico 4.3.17 Si los chinos son optimistas sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China

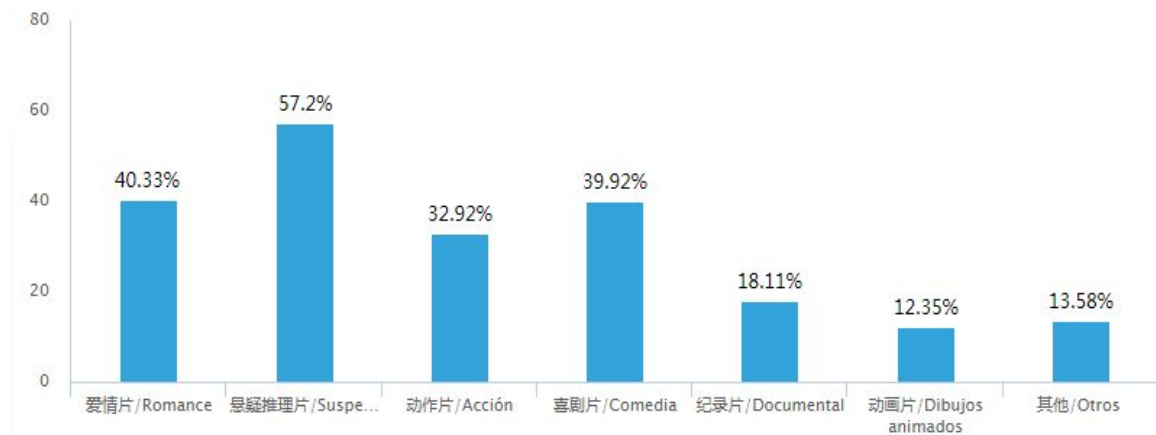


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Quiero usar esta pregunta para comprender los puntos de vista de la gente sobre las perspectivas de desarrollo de las películas españolas en China, pero los resultados no son optimistas. Un 73,25% ha contestado que es muy difícil para decirlo, y un 14,4% ha contestado que no directamente, sólo 12,35% ha sido optimista.

4.3.18 ¿Qué tipo de la película española esperas introducir?

Gráfico 4.3.18 Qué tipo de la película española los chinos esperan introducir

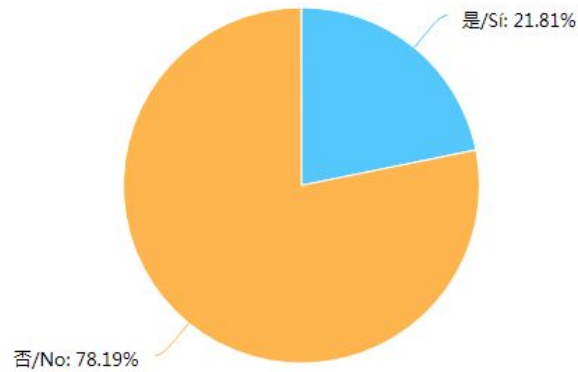


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Los primeros cuatro tipos de las películas españolas que los participantes que esperan introducir a China son: película de suspense, romance, comedia y acción. También hay mucha gente que quiere otros tipos. Se puede ver que muchos chinos no sólo esperan introducir ciertos tipos de películas, sino que también esperan ver más tipos diferentes de películas excelentes.

4.3.19 ¿Sabes que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino?

Gráfico 4.3.19 Si los chinos saben que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino

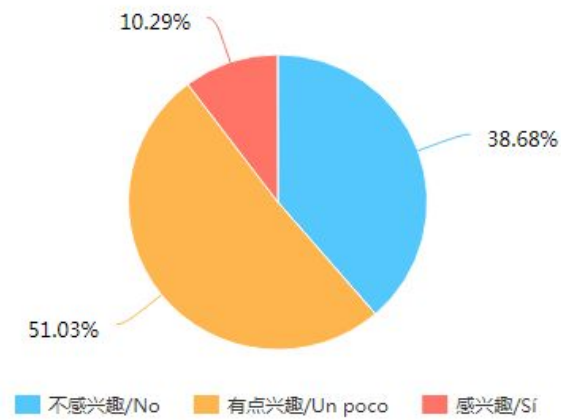


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Esta pregunta parece muy fácil para todos, pero los datos obtenidos son muy impactantes. Un 78,19% no sabe que el idioma español es utilizado generalmente en todo el mundo, sólo por detrás del chino. Por otro un 21,81% ha contestado que sí.

4.3.20 ¿Te interesa la cultura española?

Gráfico 4.3.20 Si los chinos interesa la cultura española

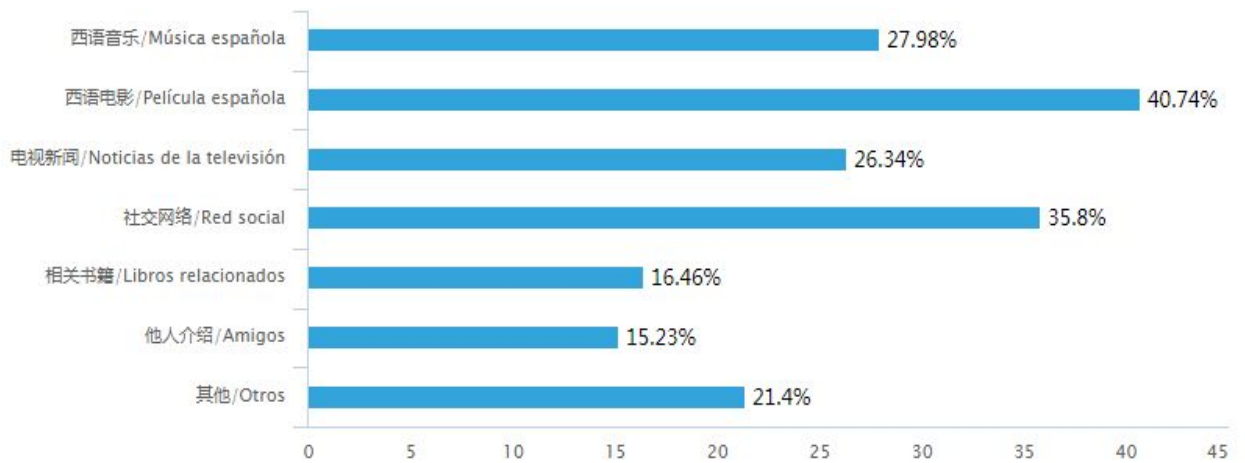


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Según los datos obtenidos, un 51,03% de los participantes le interesa la cultura española un poco, le sigue un 38,68% no le interesa totalmente, sólo un 10,29% ha elegido la opción sí. Esto demuestra que cómo aumentar el atractivo de la cultura española también es un tema muy importante.

4.3.21 ¿A través de qué medios te informas de la cultura española?

Gráfico 4.3.21 A través de qué medios te informas de la cultura española



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Según los datos obtenidos las cuatros primeras fuentes para conseguir la cultura española son : película española, red social, música española y las noticias de la televisión. Las películas españolas y red social juegan un papel muy importante, pero la verdad es que no hay mucha gente las ha visto. Por otro lado, hay mucha música española cada año, pero en China, hay muy pocas personas que lo saben. Entonces podemos entender por qué no hay tantas personas que conocen la cultura española. Estos datos no sólo explican bien los problemas existentes, sino que también nos indican el camino para resolverlos.

4.4 Análisi de las preguntas relacionadas

Como decimos anteriormente, muchas de las preguntas en este cuestionario son relevantes. Ya hemos analizado los resultados de cada pregunta. Para

entender mejor, analizaremos las cuestiones relacionadas a continuación, pero debido a existir unas relaciones entre muchas preguntas, es muy difícil analizarlos todos, por lo que seleccionaremos algunos importantes.

4.4.1 Relación entre el género y la frecuencia aproximada de los chinos van al cine cada mes

Gráfico 4.4.1 Relación entre el género y la frecuencia aproximada de los chinos van al cine cada mes

X\Y	0次/0	1-2次/1-2 veces	3-4次/3-4 veces	4次以上/Más de 4 veces	小计 total
女/Mujer	22(18.49%)	85(71.43%)	10(8.40%)	2(1.68%)	119
男/Hombre	38(31.93%)	73(61.34%)	7(5.88%)	1(0.84%)	119
保密/Prefiero no decirlo	2(40%)	3(60%)	0(0.00%)	0(0.00%)	5

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Aquí analizamos la relación entre el género y la frecuencia de las personas al ir al cine. Los resultados del cuestionario mostraron que en el caso de la misma cantidad de hombres y mujeres, 38 hombres tenían cero visitas al cine cada mes, mientras que solo 22 mujeres. Se puede ver claramente en la tabla que la frecuencia de las mujeres que van al cine es significativamente mayor que la de los hombres.

4.4.2 Relación entre el género y si es optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China

Gráfico 4.4.2 Relación entre el género y si es optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China

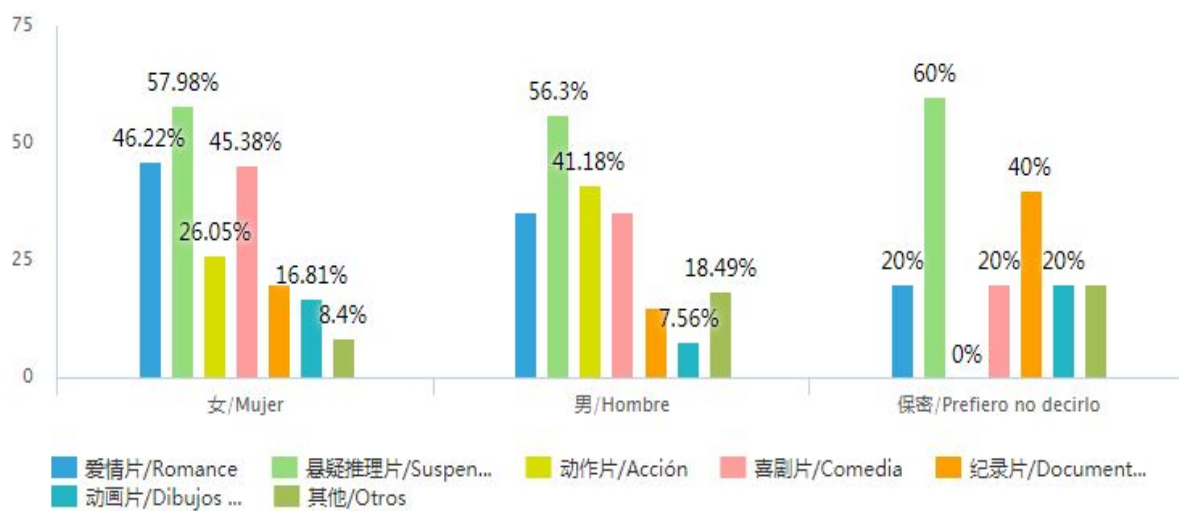
X\Y	不看好/No	持中立态度, 很难说/Tal vez	看好/Sí	小计
女/Mujer	9(7.56%)	90(75.63%)	20(16.81%)	119
男/Hombre	23(19.33%)	86(72.27%)	10(8.40%)	119
保密/Prefiero no decirlo	3(60%)	2(40%)	0(0.00%)	5

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Cuando se les preguntamos si son optimistas sobre las perspectivas de desarrollo de las películas en español en China, las actitudes de las mujeres son significativamente más optimistas que las de los hombres. Aunque la mayoría de las personas son neutrales, 23 hombres eligen no, sin embargo, solo 7 mujeres tienen el mismo punto de vista, y el número de mujeres que son optimistas sobre las perspectivas de desarrollo es el doble que el de los hombres.

4.4.3 Relación entre el género y qué tipo de la película española los chinos esperan introducir

Gráfico 4.4.3 Relación entre el género y qué tipo de la película española los chinos esperan introducir

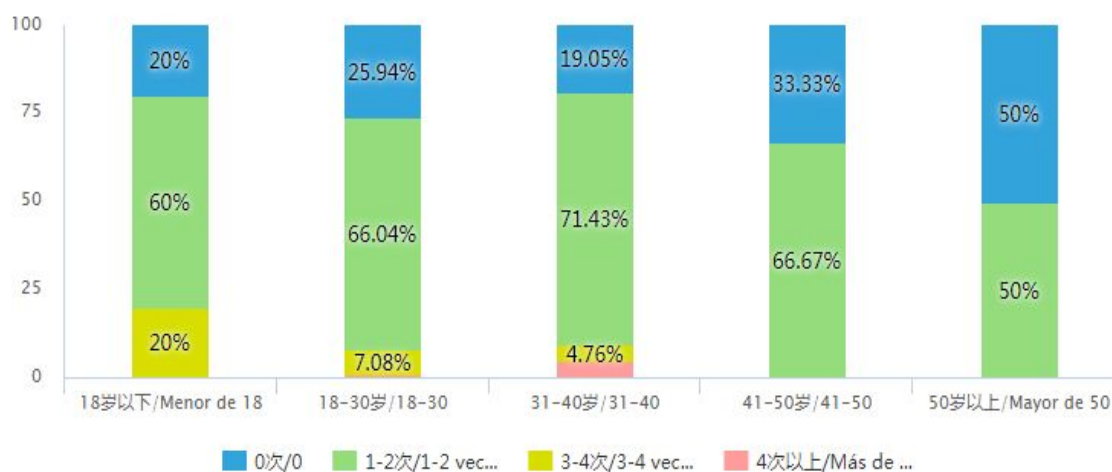


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

De este gráfico podemos ver que hay más mujeres que hombres que quieren introducir películas románticas, comedias, documentales y dibujos animados, la diferencia es que los hombres están más ansiosos por introducir algunas películas de acción. Sin embargo, tanto los hombres como las mujeres han mostrado un gran interés en las películas de suspense españolas, que también es el más deseado para ser presentado. De esto podemos concluir que las películas de suspense tienen un gran mercado en China.

4.4.4 Relación entre la edad y la frecuencia aproximada de los chinos van al cine cada mes

Gráfico 4.4.4 Relación entre la edad y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

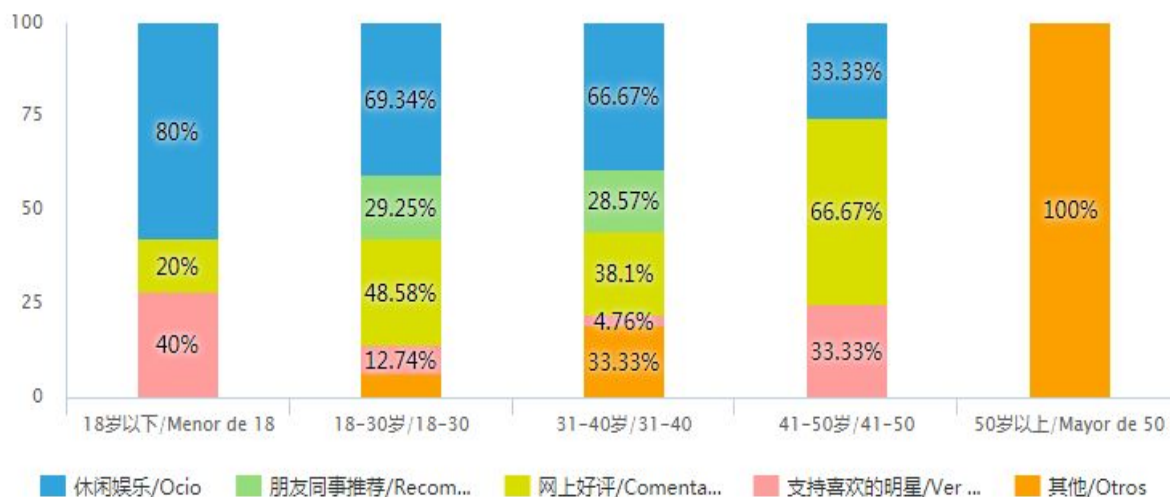


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Aquí analizamos la relación entre la edad y la frecuencia de ir al cine. Se puede ver que la mayoría de las personas de diferentes edades van al cine una o dos veces al mes, pero cuando tienen más de 40 años, el número de personas que van al cine está disminuyendo. La mitad de las personas mayores de 50 años van al cine todos los meses por cero.

4.4.5 Edad y por qué sueles ir al cine para ver las películas

Gráfico 4.4.5 Relación entre la edad y por qué sueles ir al cine para ver las películas

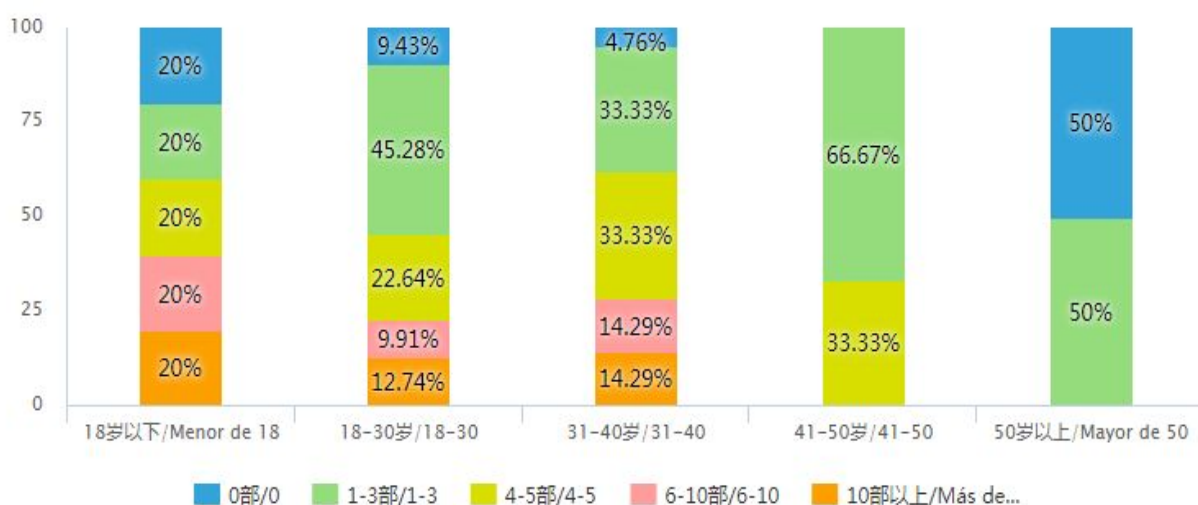


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Cuando se les preguntamos sobre las causas de ir al cine para ver una película, las personas menores de 40 años dijeron que era principalmente por placer. Lo que nos llamó la atención fue que un gran número de personas menores de 18 años y entre 41 y 50 iban al cine para ver sus actores favoritos. Además, para las personas de entre 18 y 50 años, las revisiones en línea también pueden afectar si van al cine para ver películas. Con respecto a esta pregunta, las personas mayores de 50 años eligieron otras, por lo que es difícil para nosotros saber por qué.

4.4.6 Edad en el último año, ¿cuántas películas extranjeras los chinos han visto?

Gráfico 4.4.6 Relación entre la edad y en el último año, ¿cuántas películas extranjeras los chinos han visto?

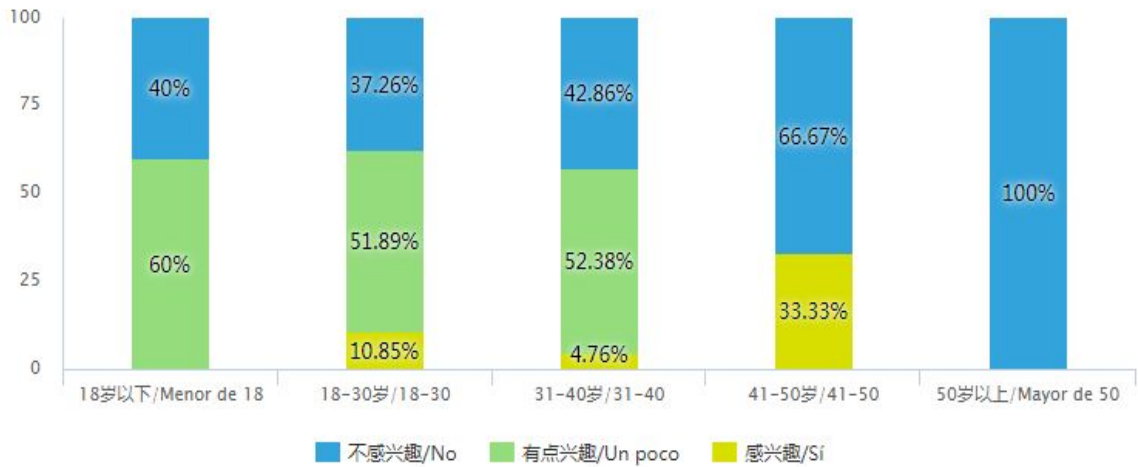


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Esto muestra la relación entre la cantidad de personas que ven películas en idiomas extranjeros y sus edades en el último año. Podemos ver que la cantidad de personas que miran películas en países extranjeros menores de 40 años es significativamente mayor que las personas mayores de 40 años, además, la mitad de los mayores de 50 años no han visto una película en un idioma extranjero en el último año.

4.4.7 Relación entre la edad y si se interesa la cultura española

Gráfico 4.4.7 Relación entre la edad y si se interesa la cultura española

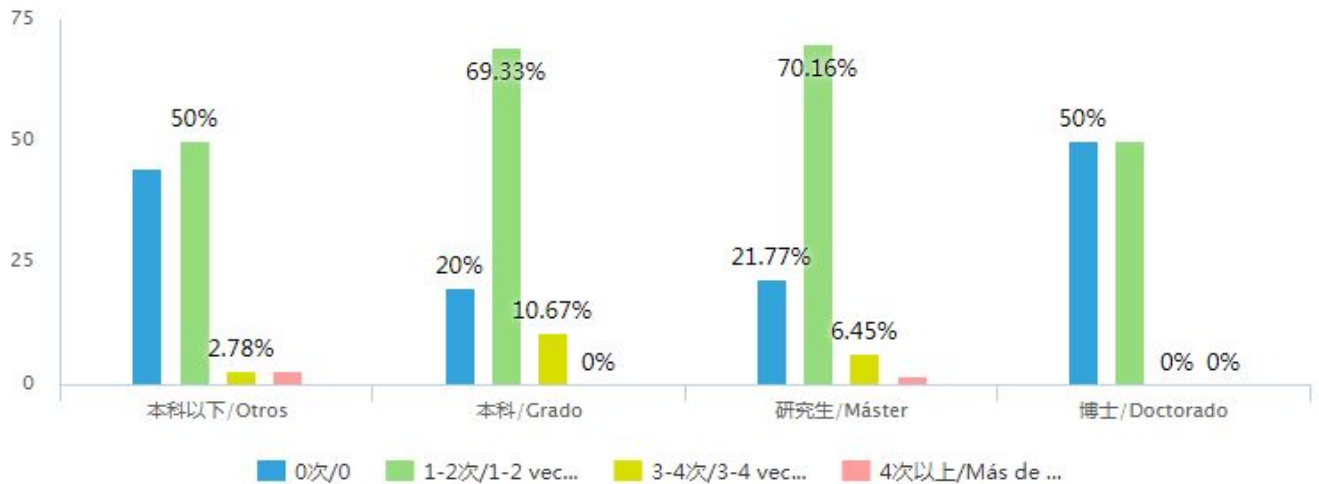


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

El interés en la cultura española también está relacionado con la edad de las personas. Vemos que cuanto más viejo eres, mayor es la proporción de personas que no están interesadas. Esto también significa que, en general, los jóvenes están más dispuestos a aceptar cosas nuevas.

4.4.8 Relación entre el nivel de estudios terminados y con qué frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

Gráfico 4.4.8 Relación entre el nivel de estudios terminados y con qué frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

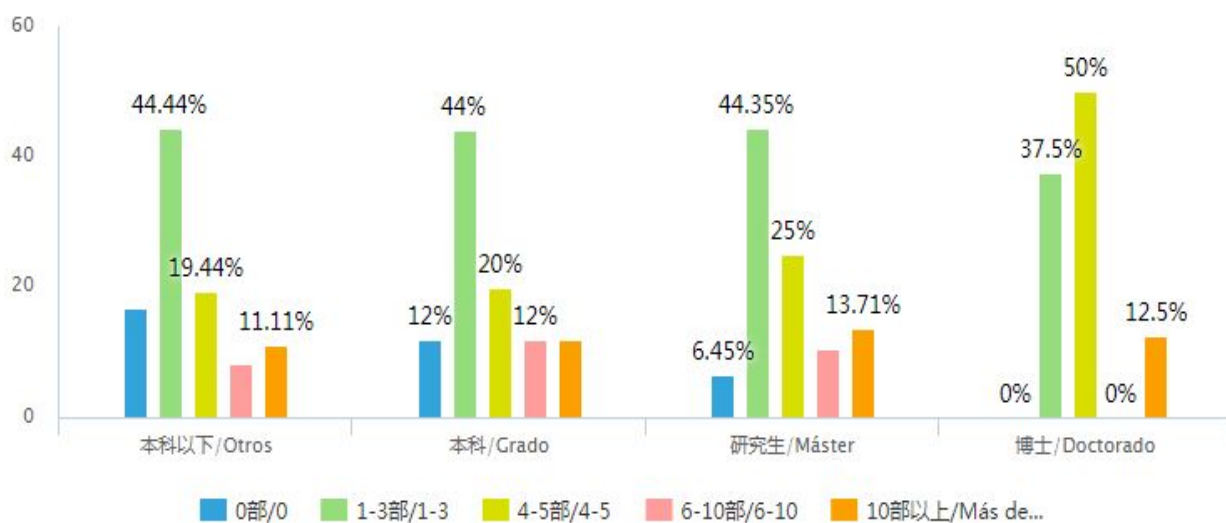


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Al analizar el nivel de educación de las personas y la frecuencia de ir al cine al mes, encontramos algo muy interesante: entre las personas que tienen títulos menos de grados o las doctoradas, una gran cantidad de ellos van al cine ninguna vez cada mes. Para las otras, la mayoría parte van al cine 1-2 veces al mes.

4.4.9 Relación entre el nivel de estudios terminados y en el último año, cuántas películas extranjeras los chinos han visto

Gráfico 4.4.9 Relación entre el nivel de estudios terminados y en el último año, cuántas películas extranjeras los chinos han visto

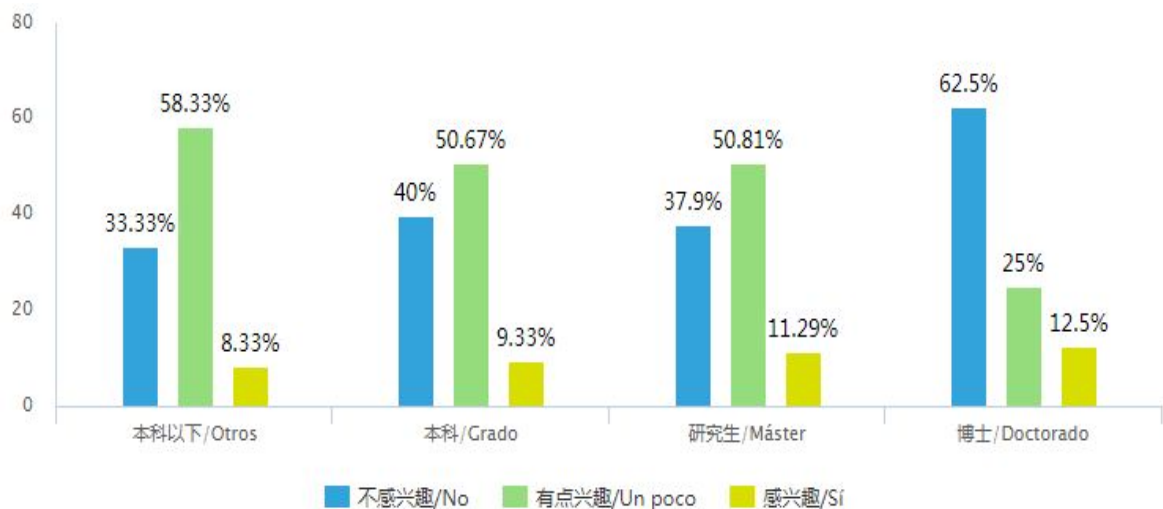


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Aquí analizamos la relación entre el nivel de estudios terminados de las personas y la cantidad de películas en idiomas extranjeros que se vieron el último año. En el gráfico se puede ver que existe una correlación positiva entre la educación de las personas y la cantidad de películas que vieron, lo que significa que la educación de las personas es mayor, el número de películas en idiomas extranjeros que se han visto en el último año también está aumentando.

4.4.10 Relación entre el nivel de estudios terminados y si se interesa la cultura española

Gráfico 4.4.10 Relación entre el nivel de estudios terminados y si se interesa la cultura española

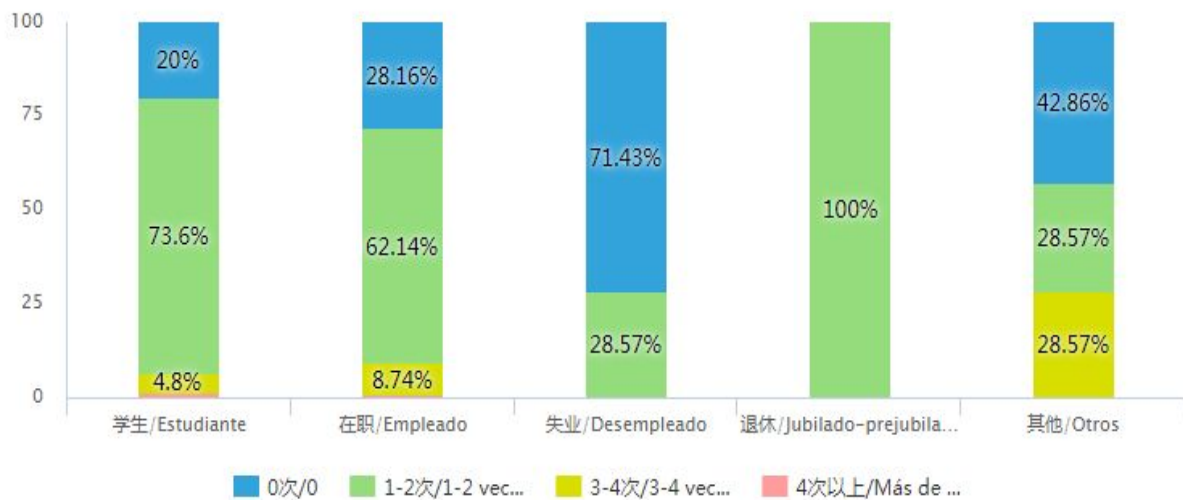


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

La mayoría de las respuestas fueron las interesaban un poco cuando se les preguntamos si estaban interesados en la cultura española, pero el 62,5% de los que obtuvieron un doctorado no estaban interesados. Sin embargo, también podemos ver que a medida que aumenta el nivel de educación de las personas, también aumenta la proporción de interés en la cultura española.

4.4.11 Relación entre la ocupación y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

Gráfico 4.4.11 Relación entre la ocupación y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

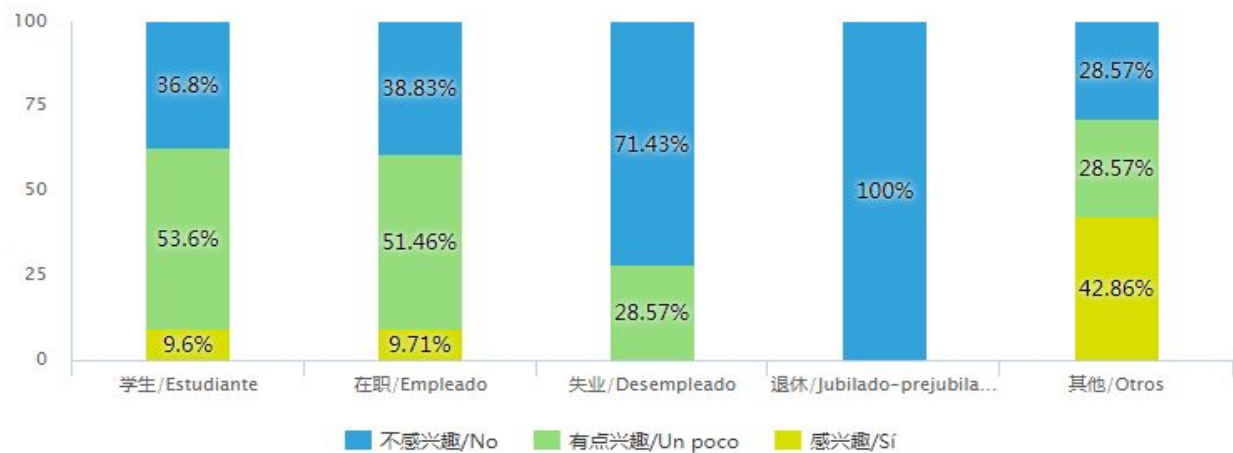


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Aquí analizamos la relación entre las ocupaciones de las personas y la frecuencia de ir al cine. Se puede ver que los estudiantes y los empleados van al cine con más frecuencia. Entre los desempleados, una gran cantidad de personas no van al cine. Además, todos los jubilados van al cine 1-2 veces al mes. Esto también muestra que el ingreso de las personas afecta a las personas que van al cine a ver películas hasta cierto punto.

4.4.12 Relación entre la ocupación y si se interesa la cultura española

Gráfico 4.4.12 Relación entre la ocupación y si se interesa la cultura española

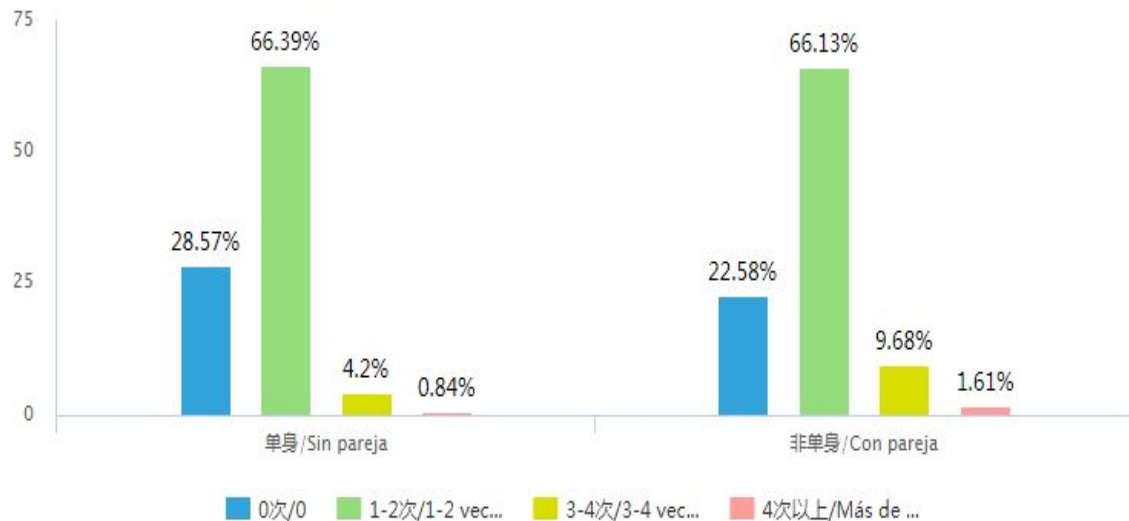


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Aquí vinculamos la pregunta 4 con la pregunta 20 para saber si las ocupaciones de la gente afectan el interés de la gente en la cultura española. Encontramos que el 71,43% de los desempleados no está interesado en la cultura española, y para los estudiantes, trabajadores y jubilados, la mayoría de ellos presentan un poco de interés en la cultura española y, además, los estudiantes Casi el 10% de los titulares están interesados.

4.4.13 Relación entre la situación social y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

Gráfico 4.4.13 Relación entre la situación social y la frecuencia aproximada los chinos van al cine cada mes

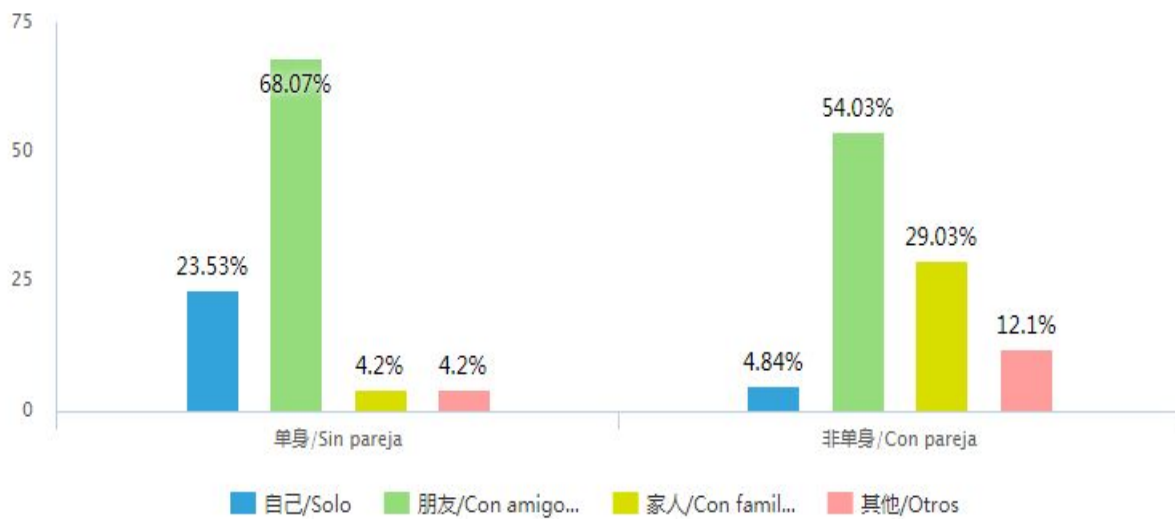


Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Combinamos las preguntas 5 y 6 , los resultados muestran que casi el 70% de las personas que van al cine 1-2 veces al mes, ya sea que tengan pareja o sin pareja. Sin embargo, también encontramos que la proporción de solteros que no van al cine es más alta que la de los no solteros, y que entre los que van al cine 3-4 veces al mes, la proporción de personas no solteras es más del doble que la de los solteros. Después del cálculo, aprendemos que las personas que tienen parejas van al cine con más frecuencia.

4.4.14 Relación entre la situación social y con quién los chinos suelen ir al cine

Gráfico 4.4.14 Relación entre la situación social y con quién los chinos suelen ir al cine



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario

Aquí analizamos la relación entre la situación social y con quién suele ir al cine, a través del gráfico, encontramos que las personas que tienen parejas o sin parejas suelen ir al cine con amigos, pero la proporción de solteros que van solo al cine es significativamente mayor que los que tienen parejas. Además, la proporción de las personas que tienen parejas también van al cine con la familia, los solteros son mismos, pero la proporción es menor.

5 Entrevista

Con el fin de obtener información más detallada y comprender los pensamientos reales de las personas, entrevistamos a cinco personas, dos mujeres y tres hombres, además sus ocupaciones no son las mismas.

5.1 Resúmenes de las entrevistas

Entrevista 1

La fecha: 12/02/2019

Entrevistado: Señor Wang

Edad: 27

Ocupación: Gestor de inversiones del banco comercial

El Sr. Wang ha estado trabajando en Shanghai durante casi tres años. Generalmente, va a ver películas con sus amigos. Él va al cine dos o tres veces al mes. Para él, la tarifa es aceptable entre 30 y 50 RMB (más o menos igual que 4 -6,7 euros), y dice que si supera 50 RMB pensará que el precio es alto.

Prefiere ver películas en inglés, principalmente son las de Estados Unidos y Inglaterra, y también le gusta ver películas nacionales, por ejemplo, la comedia, la ciencia ficción, las películas de guerra, etc. Cuando hablamos sobre cómo saber las informaciones sobre la nueva película de estreno, dice que se trata principalmente de unos softwares de compra de entradas, y que a menudo ve a Douban (una aplicación china).

Sin embargo, no ha visto contratiempo, y ni sabe que China ha presentado esta película. Cuando le pregunto si va al cine para ver películas españolas en el futuro, no me da una respuesta definitiva. Explica que no hay mucho contacto con la información de la película española. Si hay una película

relativamente buena, le atraerá cuando se estrene, y también debería verse. Al igual que una película india. Si hay unos actores famosos en la película, también se puede atraerlo.

Después de eso, hablamos sobre las perspectivas de desarrollo de las películas españolas en China. Me cuenta que desarrollará en el futuro, pero el espacio es limitado, la cooperación entre China y España continuará fortaleciéndose, los intercambios culturales serán más frecuentes y las películas se actualizarán a este respecto. Sin embargo, las películas españolas no son muy populares en China, se aceptan menos personas y carecen de actores conocidos para liderar la tendencia. Incluso si puede penetrar gradualmente en el mercado interno, el espacio de mercado tiene un cierto límite.

Al final de la entrevista, le consulto si viaja a España en el futuro. Está muy emocionado. Dice que, aunque no sabe mucho sobre la cultura española, solo se limita a la historia pasada y no conoce mucho sobre la moderna. Sin embargo, España tiene una larga historia y cultura preciosa, y las impresiones del turismo, el fútbol y las corridas de toros son bastante profundas. Además, hay una historia del colonialismo español, ser una ciudad turística puede realmente atraerle. Si tiene la oportunidad de viajar a Europa, definitivamente irá a ver las famosas atracciones de España.

Entrevista 2

La fecha: 05/03/2019

Entrevistado: Señorita Zhang

Edad: 25

Ocupación: Estudiante

La Sra. Zhang es una estudiante en Shanghai. Le gusta ver películas de suspenso y también le gusta ver anime japonés. Ella siempre va al cine con su familia y sus amigos. Para ella, puede aceptar las tarifas de menos de 80 RMB (más o menos igual que 10,7 euros). Como amante de las películas, a menudo ve algunas críticas de películas y algunas noticias relacionadas.

Ella dice que ve la película *Contratiempo* en su móvil. Cuando le pregunto si va al cine para ver películas en español en el futuro, se alegra mucho al decir que desde que aprende sobre películas en español a través de *Contratiempo*, se parece muy interesante. Si hay una buena película considerará ir al cine a verla.

Pero desafortunadamente, como no sabe mucho sobre películas en español, no ve mucha información al respecto, por lo que no ha visto otras películas españolas.

Aunque *Contratiempo* es considerada una muy buena película, no es optimista sobre las perspectivas de desarrollo de las películas españolas en China. Primero, porque no hay muchas películas españolas estrenadas en China, además sólo hay poca publicidad antes del estreno; segundo, la popularidad del español en China es relativamente baja, el público todavía elige habitualmente películas británicas y estadounidenses; tercero, debido a las películas españolas, hay muy pocas películas de acción como "Transformers" y "Star Wars" en Hollywood. La mayoría de ellas son cines dramáticos, y la audiencia potenciales será limitada.

Finalmente, dice que aunque la cultura española no se comprende bien, siempre le ha dado un sentimiento de entusiasmo. Cuando habla algo sobre España, frecuentemente piensa en Barcelona, las corridas de toros, el aceite

de oliva, el chocolate y el esposo de Sanmao, José, porque la primera vez que leyó sobre España del libro es a través del libro de San Mao. También conoce el ex jugador de los Lakers de la NBA, Paul Gasol, porque a ella le gusta mucho Kobe, y él y Kobe son muy buenos, así que recuerda que es un español. Si es posible, seguramente va a viajar a España.

Entrevista 3

La fecha: 25/04/2019

Entrevistado: Señor Gu

Edad: 26

Ocupación: Estudiante

El Sr. Gu está estudiando en Shanghai. No suele ir al cine, por un lado, no quiere ir solo, por otro lado, piensa que ver películas es una pérdida de tiempo y él dice que la tarifa dentro de 100 yuanes (13.3 euros) está bien. Le gusta ver películas de ciencia ficción, películas de acción, adaptaciones de novelas y algunas de las críticas más altas de Douban. También a menudo recoge la información de las públicas de WeChat.

Aunque sabe la película "Contratiempo" de una amiga, no la ha visto, pero ha visto la película "Durante de tormenta" este año y cree que esta película es muy buena, la historia es muy atractiva y el rendimiento de los actores es muy bueno.

Como rara vez va al cine, es muy poco probable que vaya al cine para ver películas españolas en el futuro. Sin embargo, él es optimista sobre las perspectivas de desarrollo de la película española en China y nos dice tres razones: primero, está relacionada con todo el entorno chino, el proceso de globalización ha hecho que varias culturas se mezclen, intercambien con más frecuencia y las películas sean intercambios culturales, un medio importante será aceptado y reconocido por más chinos. En segundo lugar, la demanda de películas por parte del público es más diversificada, se conocerán cada vez más películas en lengua occidental y las mejores películas serán más, y muchas personas lo aceptan. Tercero, China tiene un vasto mercado cinematográfico con un enorme potencial de mercado. Cada vez más personas son conscientes de esto y esperan promocionar sus películas en China.

A pesar de que no entiende la cultura española, al Sr. Gu le gusta mucho Messi, y dice que España tiene recursos turísticos ricos y muchas

arquitecturas únicas, y le gustaría experimentarlo.

Entrevista 4

La fecha:27/04/2019

Entrevistado: Señorita Yang

Edad: 26

Ocupación: Trabajadora de Internet

La Sra. Yang siempre va al cine con sus amigos y, al ella le gusta ver las películas que ganan Oscar y al mismo tiempo prefiere las películas que pueden traerle pensamientos a su vida.

Ella nos dice que encontró "Contratiempo" por casualidad cuando vi las críticas de las películas en Douban, así que la vió por móvil, pero no ha visto otras películas españolas.

En cuanto a si va al cine para ver películas españolas en el futuro, contesta que depende de la película si vale la pena o no, ella no elegirá deliberadamente el país.

Al mismo tiempo, nos dice que su comprensión actual de las películas en español es simplemente "Contratiempo", pero ella piensa que si quiere abrir el mercado chino, se necesita una etiqueta clara. Si continúan innovando y desarrollando más temas, ella cree que las perspectivas deben ser buenas.

Aunque no conoce mucho sobre la cultura española, solo sabe que las corridas de toros españolas son muy famosas, pero ha vista una película india rodada en España anteriormente. Descubrí que el paisaje en España es muy bueno, e involucra el buceo, y ella dice que desde que vi la película, siempre quise ir a España.

Entrevista 5

La fecha: 28/04/2019

Entrevistado: Señor Wang

Edad: 36

Ocupación: Profesor del idioma español

El Sr. Wang es profesor de español en una escuela en Shanghai. A veces va solo al cine, a veces con amigos, pero no suele ir. Le gustan los diferentes tipos de películas, como películas de acción, documentales, razonamiento de detectives, películas de guerra, comedias y romance, etc.

Aunque no va al cine siempre, a menudo presta atención a la información relevante. Le gusta ver películas españolas y ha visto mucho y nos dice que él ha visto la película "Contratiempo" dos veces ya, una vez en el cine y otra vez por internet.

Nos dice que definitivamente irá al cine para ver películas españolas en el futuro. Por un lado, es porque las películas españolas son muy diferentes de las películas de Hollywood a las que estamos expuestos, y por otro lado, espera contactarse a más cultura española por motivos laborales. Además, también es muy optimista sobre las perspectivas de desarrollo de las películas españolas en China, pero cree que si el tema se diversifica, como introduce más comedias ligeras, el desarrollo futuro podría ser mejor.

Por razones de estudio, el Sr. Wang vivió en España durante un año, también le gusta mucho la cultura española y le gusta Valencia. Finalmente, dice que si hay una oportunidad en el futuro, espera visitar a España otra vez.

5.2 Análisis de las entrevistas

Entrevistamos a un total de cinco personas, dos mujeres, tres hombres, tres de los cuales habían visto la película y dos no la habían visto. A través del análisis comparativo, encontramos los siguientes problemas.

- Aunque estas personas son jóvenes, también les gusta ver películas, pero no saben sobre películas en español, por lo general ven algunas películas en inglés. Este profesor del idioma español conoce más películas españolas por su trabajo y estudio, pero creemos que este es un caso especial.
- Además del profesor, otros generalmente creen que el español es un idioma pequeño y ellos tienen muy poco conocimiento de la cultura española. Combinados con los cuestionarios anteriores, consideramos que sus ideas son representativas. En la actualidad, la mayoría de los chinos no saben mucho sobre la cultura española.
- Aunque no saben mucho sobre España, todos dicen que si tienen una oportunidad, vendrán a España para viajar. Esto demuestra que España es un país muy atractiva.
- En las circunstancias actuales, puede ser un poco difícil promover la cultura española en China, pero creemos que también es un buen momento, porque ahora muchos chinos no conocen la cultura española, por lo que tenemos un gran grupo objetivo.

6 Propuesta de mejora

De los cuestionarios y entrevistas personales anteriores, podemos ver que aunque las películas españolas son muy buenas, hay muy pocas personas que lo saben. Además, muchos chinos no conocen la cultura española. Se puede ver que es muy difícil obtener una taquilla espectacular.

Sin embargo, en los últimos años, el desarrollo de China ha sido muy rápido, junta con el vasto territorio y la gran población de China, la gente también está feliz de aceptar excelentes obras culturales, por lo que el mercado es muy grande.

Ahora que estamos en la era de la información, vemos una variedad de noticias todos los días, y estos mensajes se actualizan rápidamente, y el tiempo de lanzamiento de una película es limitado. Por lo tanto, si desea obtener una buena taquilla, debe prepararse con anticipación desde muchos aspectos.

El trabajo excelente es el primer paso hacia el éxito, pero el buen contenido no garantiza el éxito, y también es válido para las películas, por lo que un buen plan de difundir es muy importante.

6.1 Objetivos de propuesta de mejora

- Mejorar los intercambios culturales entre China y España, especialmente la difusión de la cultura española en China, creará una impresión en las mentes de que España es un país rico en recursos y culturalmente próspero, en lugar de ignorante de España, o simplemente pensó que es solo un lejano país europeo.
- Haga un uso racional de diversos medios, permite que más personas conozcan la información relevante de la película en un tiempo limitado,

aumente el interés de la gente en la próxima película, atraiga la atención de la gente y atraiga audiencias potenciales en la mayor medida posible.

- Esfuerzos para que más personas ingresen al cine, aumentando así la taquilla de la película. La taquilla no solo es una afirmación de destacados cineastas, sino que también motiva al personal relevante a producir mejores trabajos. Excelente cultura sin fronteras, la difusión de la cultura española en China es algo bueno para ambos pueblos.

6.2 Planificación estratégica

El proceso de producción de una película generalmente consiste en las siguientes etapas: preproducción, rodaje, postproducción, marketing y distribución.

- Preproducción: normalmente es un período más largo, de 6 meses a 10 meses, a veces puede ser un año o dos años. En este tiempo se empieza a realizar un presupuesto por personal especializado muy detallado que, página a página, van desmembrando todos los costos asociados a cada escena. También se necesita hacer más cosas, por ejemplo, buscar y contratar a las personas al cargo de la película, hacer presupuesto, etc. Esta etapa es muy complicada, pero es muy importante. Después de hacer planificación, siempre se cambia muchas veces, pero sin este período, no se pueden hacer nada.
- Rodaje: depende del contenido de la película, es cuando se realiza la fotografía principal, generalmente de cuatro meses a seis meses, pero a veces, se necesita más tiempo.
- Posproducción: después del rodaje, llega el período de posproducción, se necesita montar, editar, añadir sonido, etc. Suele dentro de seis meses.

- Marketing y distribución: en esta fase la película está lista, pero necesitan pensar muchos factores externos, por ejemplo, cómo llegar a más gente, cuándo lanzar la película, etc.

Tabla 6.2 Cronograma general de película

Las frases	La fecha (aprox.)	Notas
Preproducción	1/01/2020-31/10/2020	si necesita, queremos dos meses para buscar actor chino (actriz)
Rodaje	1/11/2020-30/04/2021	
Posproducción	1/05/2021-31/08/2021	
Marketing y distribución	1/07/2021-15/09/2021	dos meses y media para difundir la película, usamos todos los medios, especial los redes sociales

Fuente: Elaboración propia

6.3 Principales acciones antes de filmar

¿Cómo podemos hacer que la película sea más atractiva para los chinos? Todos sabemos que este es un problema muy difícil, y muchos directores han intentado en los últimos años. Aunque no podemos encontrar una solución perfecta, combinada con algunos casos, creemos que podemos trabajar más en los siguientes aspectos.

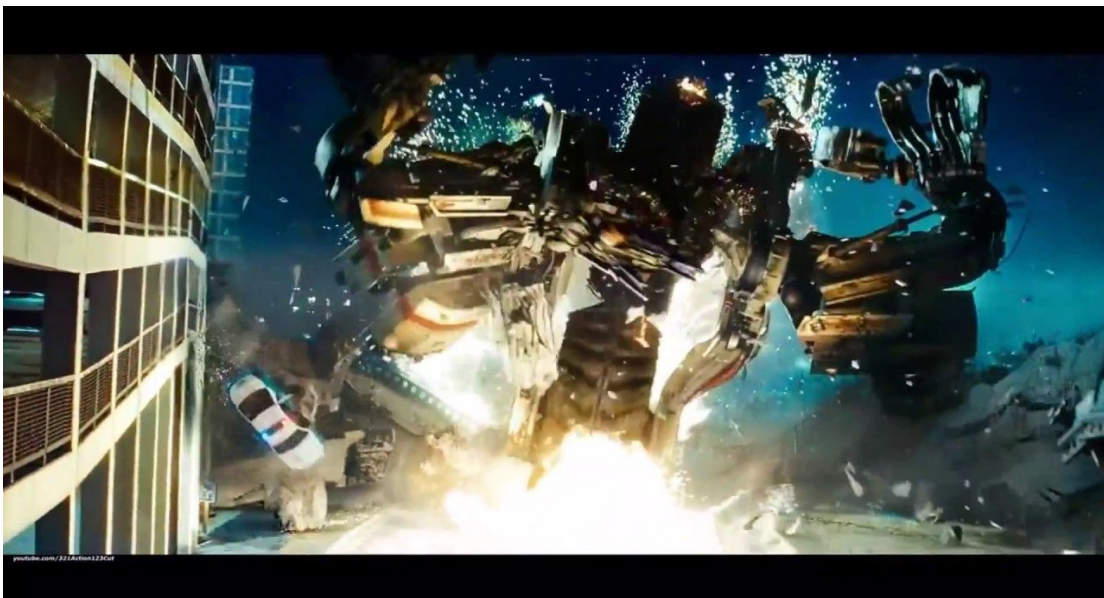
6.3.1 Aprovechar el entorno geográfico de China

Combine las necesidades de la película, si es posible, unas partes se pueden hacer en China. Como el cuarto país más grande del mundo, de sur a norte y de oeste a este, China tiene una superficie terrestre muy grande y abundantes recursos naturales, como desiertos, montañas, ríos, lagos, océanos y pradera, etc.. Puede satisfacer las necesidades de filmación de muchas películas, y el costo puede ser más bajo que en los países europeos, lo que puede ahorrar costos.

Lo más importante es que los elementos chinos en la película pueden aumentar la familiaridad de las personas, reduciendo así la extrañeza de las personas y haciendo que las personas se sientan más cordiales. Además, esta situación también es muy propicia para la publicidad.

Por ejemplo, la película "Transformers 2", al principio, hubo una persecución en las calles de Shanghai, las posturas de las peleas de robots eran como las artes marciales chinas.

Imagen 6.3.1a La película "Transformers 2"



Fuente: Google Imágenes

<https://bit.ly/2USDjTQ>

Otro ejemplo, como la película "Misión imposible 3", tiene una duración de 2 horas y 6 minutos, y la parte china tiene una duración de 40 minutos. Las escenas nocturnas de Shanghai están incluidas. En Xitang, Tom Cruise corre desesperadamente, gritando "cuidado" y "escapar" en chino, y su compañera Maggie Q habla unos cuantos cantoneses.

Imagen 6.3.1b La película "Misión imposible 3"



Fuente:Meiritoutiao

<https://bit.ly/2PpkjpU>

Ambas películas han logrado un gran éxito. Aunque no podemos decir que los elementos chinos en la película lo garantizan, ciertamente contribuye en cierta medida.

6.3.2 Invitar a actores chinos influyentes

A través de los cuestionarios y entrevistas anteriores, encontramos que los chinos en general no saben mucho sobre películas en español y no conocen a actores españoles. Esta situación es un poco difícil para promover las películas

españolas en China, porque generalmente, si la gente no entiende una cosa, será difícil de aceptar, pero si la gente entiende algo, entonces será mucho más fácil de aceptar.

No es fácil que mejorar la visibilidad de los actores españoles en China en un corto período de tiempo, pero si invitamos a actores chinos famosos a participar en la película, facilitará mucho. Porque los chinos están más familiarizados con los actores famosos en China, y los actores pueden ejercer su influencia para impulsar la taquilla.

Hasta ahora no hemos visto ejemplos de actores chinos que participen en películas españolas, ni actores españoles que participen en películas chinas, pero ha habido algunos casos exitosos en películas de otros países.

La película "Megalodón" es una película exitosa de este tipo, y los actores chinos Li Bingbing, Zhao Wenxuan y otros jugaron los papeles importantes en esta película.

Cartel 6.3.2a Megalodón



Fuente: Google Imágenes

<https://bit.ly/2IWUpbI>

Tabla 6.3.2b La recaudación mundial de Megalodón

	EE.UU.	Otros países
Recaudación	145.4 (27,4%)	384.8 (72,6%)
Total (millones USD)	530.2	

Fuente: elaboración propia basada en Box Office Mojo

Tabla 6.3.2c Taquilla de "Megalodón" en todo el mundo

Country (click to view weekend breakdown)	Dist.	Release Date	Opening Wknd	% of Total	Total Gross / As Of	
FOREIGN TOTAL	-	8/9/18	\$101,500,000	26.4%	\$384,800,000	10/24/18
Argentina	WB	8/16/18	\$740,949	37.3%	\$1,987,392	11/11/18
Australia	WB	8/16/18	\$2,489,782	34.1%	\$7,300,000	10/21/18
Bolivia	WB	8/16/18	\$125,119	20.3%	\$617,178	10/7/18
Brazil	WB	8/9/18	\$2,029,441	26.7%	\$7,600,000	10/21/18
Bulgaria	Alexandra	8/10/18	\$93,177	19.4%	\$480,400	10/28/18
China	WB	8/10/18	\$50,089,125	32.7%	\$153,033,208	10/7/18
Colombia	WB	8/16/18	\$1,181,813	26.5%	\$4,457,565	11/4/18
Croatia	Blitz	8/23/18	\$243,736	52.2%	\$467,286	9/30/18
Czech Republic	Vertical	8/9/18	\$165,697	29.4%	\$563,397	9/16/18
France	WB	8/22/18	\$4,513,632	33.9%	\$13,300,000	10/21/18
Germany	WB	8/9/18	\$1,838,337	27%	\$6,800,000	10/21/18
Greece	Tanweer	8/23/18	\$201,851	30.6%	\$659,454	9/30/18
Hong Kong	WB	8/9/18	\$1,075,379	43%	\$2,500,000	10/21/18
Hungary	InterCom	8/9/18	\$309,147	32%	\$964,978	10/14/18
Iceland	Samfilm	8/17/18	\$45,803	27.2%	\$168,373	10/7/18
Indonesia	WB	8/8/18	-	-	\$6,500,000	10/21/18
Italy	WB	8/9/18	\$1,879,928	32.4%	\$5,800,000	10/21/18
Japan	WB	9/7/18	-	-	\$13,500,000	10/21/18
Lithuania	ACME	8/24/18	\$64,789	34.1%	\$189,737	9/23/18
Mexico	WB	8/10/18	\$6,307,774	30%	\$21,000,000	9/30/18
Netherlands	WB	8/9/18	\$1,053,556	25.1%	\$4,200,000	10/21/18
Norway	SF Norge	8/17/18	\$280,630	35.8%	\$784,494	9/23/18
Paraguay	Rola	8/16/18	\$48,208	30.6%	\$157,745	10/21/18
Poland	WB	8/24/18	\$412,674	40.3%	\$1,024,130	9/9/18
Portugal	-	8/23/18	\$398,567	27.3%	\$1,460,662	10/14/18
Romania	Vertical	8/10/18	\$204,339	18.7%	\$1,092,614	10/21/18
Russia - CIS	WB	8/9/18	\$5,145,078	38.1%	\$13,500,000	10/21/18
Serbia & Montenegro	Blitz	8/16/18	-	-	\$160,304	8/29/18
Slovakia	ContFilm	8/9/18	\$152,626	34.3%	\$445,440	9/23/18
Slovenia	Blitz	8/23/18	\$58,673	30.8%	\$190,459	10/14/18
South Africa	TMF	8/10/18	\$432,500	34.5%	\$1,252,708	10/7/18
South Korea	WB	8/15/18	\$1,574,280	39.4%	\$4,000,000	10/21/18
Spain	WB	8/10/18	\$2,362,257	18.9%	\$12,500,000	10/21/18
Switzerland	WB	8/9/18	-	-	\$1,500,000	10/21/18
Taiwan	WB	8/10/18	-	-	\$5,300,000	10/21/18
Turkey	WB	8/10/18	\$220,647	15.6%	\$1,417,293	10/14/18
Ukraine	Kinomania	8/9/18	\$585,438	33.2%	\$1,761,406	9/30/18
United Arab Emirates	WB	8/9/18	\$2,114,496	36.7%	\$5,762,354	11/4/18
United Kingdom	WB	8/10/18	\$4,662,977	23%	\$20,300,000	10/21/18
Uruguay	Dispel	8/9/18	\$54,600	22.4%	\$243,473	10/28/18

Fuente: Box Office Mojo

<https://bit.ly/2OxcuwK>

La recaudación de esta película es muy gratificante, y la tasa de contribución de China a la taquilla ha alcanzado el 32,7%, y podemos ver que esta es una proporción muy alta. No podemos atribuir el éxito de esta película a los actores chinos porque es el resultado de los esfuerzos conjuntos de todos los creadores. Pero no podemos negar que Li Bingbing, Zhao Wenxuan y otros actores chinos son muy buenos. Sus actuaciones sobresalientes también han promovido el éxito de las películas en China e incluso en todo el mundo.

No encontramos cuántos ha ganado Li Bingbing en esta película, pero aprendimos de muchas entrevistas que si el guión es lo suficientemente atractivo, la paga no es lo que más le preocupa a los actores.

6.3.3 China y España fortalecen la cooperación

El 21 de abril de 2017, China Film Co., Ltd. , China Film Animation Industry Co., Ltd. , la empresa española Dragon Media Company y el departamento de película de Telefónica celebraron la ceremonia de firma de la coproducción de la película de animación "Dragonkeeper" en el 7º Festival Internacional de Cine de Beijing.

Esta es el primer dibujos animados de coproducción china y española. Basada en la novela del mismo nombre de la escritora australiana de niños Carol Wilkinson, "Dragonkeeper" cuenta la historia de cómo una niña puede convertirse en un legendario "Dragonkeeper" ayudando al dragón.

La película es una película animada en 3D de la familia, los dos países esperan producir una obra maestra de coproducción de animación reconocida internacionalmente, reconocida por el público chino y español y una buena respuesta del mercado. Se espera que se publique en el mercado global en Aunque la película aún no se ha estrenado, creemos que con los esfuerzos conjuntos de los dos países, será un trabajo muy bueno.2019.

Cartel 6.3.3 Dragonkeeper



Fuente: chinafilm

<https://bit.ly/2VjqAci>

6.4 Principales acciones después de filmar

6.4.1 Usamos los redes sociales más populares para difundir la película

Después de filmar la película, también tenemos que hacer unas publicidades para que más gente la conozca. Como nosotros sabemos, en la era actual de la información, la propaganda cinematográfica es muy importante. Las formas más comunes son publicar carteles, flyers, etc., pero aquí vamos a explicar algunas de las formas más prácticas en China.

- **WeChat**

Hasta ahora, WeChat ya tiene más de 1.100 millones usuarios, es conocida como el Whatsapp chino, pero es mucho más que eso. Es una aplicación que tiene muchas funciones: redes sociales, dirigir a conocer gente, métodos de pago y añadir multitud de otras como chatear, solicitar un divorcio, pedir un taxi, una cita médica, comida a domicilio, pagar una multa, jugar on line, abonar las facturas del agua o el gas y, por supuesto, mandar mensajes y realizar llamadas gratuitas ,etc. Para los chinos,esto es la aplicación más importante ahora, casi todos lo usan cada día. Además, WeChat también hay cuentas oficiales para compartir los artículos, que mucha gente los lee todos los días.

Por lo tanto, en la propaganda de la película, cooperaremos con algunos autores para abandonar una gran cantidad de artículos relacionados para difundir en WeChat, y también realizaremos algunas actividades,por ejemplo, seleccionaremos algunos usuarios que compartían artículos y les enviamos entradas de cine de forma gratuita. Este tipo de propaganda es muy barato, y puede enfrentarse a un gran número de personas, y la eficiencia es relativamente alta.

Imagen 6.4.1a WeChat



Fuente: Google Imágenes

<http://bit.ly/2Gq0ZEM>

- **Sina Weibo**

Weibo es una red social china de microblogging, es una mezcla entre Facebook y Twitter, pareciéndose mucho más a este último. Weibo tiene más de 462 millones usuarios, y ellos pueden seguir a otros usuarios, famosos y negocios al igual que en Twitter. Muchos famosos en todo el mundo han registrado en Weibo, el director Oriol Paulo también.

Por lo tanto, debemos hacer un uso completo de esta plataforma de red, lanzar información relevante antes y durante el lanzamiento de la película, interactuar con los fans, promocionar películas y mejorar continuamente la popularidad de la película.

Imagen 6.4.1b La página web de Weibo de Oriol Paulo



Fuente: Sina Weibo

<http://bit.ly/2ZyNH1u>

- **Douban**

Douban.com, lanzado el 6 de marzo de 2005, es un sitio web chino de redes sociales que permite a los usuarios registrados grabar información y crear contenido relacionado con películas, libros, música, eventos recientes y actividades en ciudades chinas. (Wikipedia <http://bit.ly/2W6nzcj>)

Para la mayoría de los amantes del cine, Douban es una plataforma muy importante. La calificación de la película también es muy objetiva y justa, persuasiva, y muchas críticas son muy profesionales. El 29 de agosto de 2017, Oriol Paulo también creó su cuenta en Douban. Debemos utilizar activamente esta plataforma para desempeñar su papel en la promoción de películas.

Imagen 6.4.1c La cuenta de Douban de Oriol Paulo



Fuente: Douban

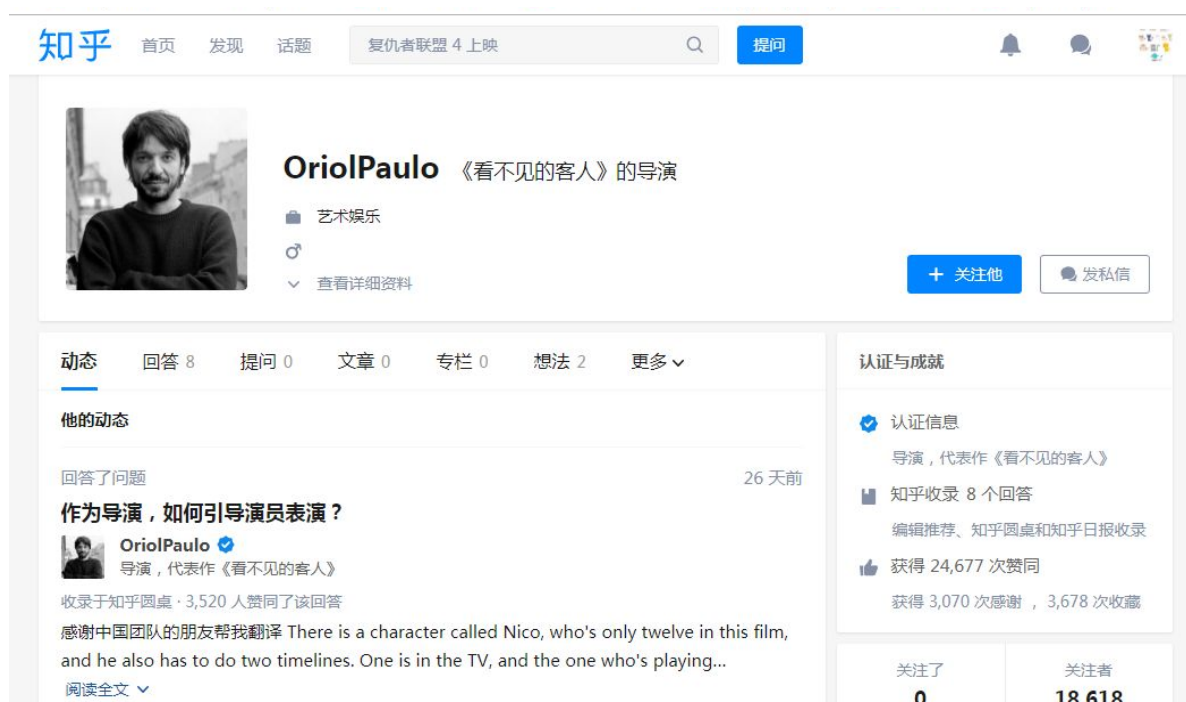
<http://bit.ly/2IKn1pJ>

- **Zhihu**

Zhihu es un sitio web chino de preguntas y respuestas donde la comunidad de sus usuarios crea, responde, edita y organiza todo tipo de preguntas, que

tiene más de 200 millones usuarios. Como plataforma para preguntar y responder preguntas, es muy popular en China. El director Oriol Paulo también tiene su propia cuenta y ya respondió a las preguntas muchas veces. Por lo tanto, no podemos ignorar la importancia de saberlo. Deberíamos utilizar esta plataforma para promocionar películas y permitir que más personas conozcan las buenas películas.

Imagen 6.4.1d La cuenta de Zhihu de Oriol Paulo



Fuente: Zhihu

<http://bit.ly/2GDpPSY>

A través de las explicaciones anteriores, podemos ver que la película "Contratiempo" ha utilizado unas de estas redes sociales para propaganda, pero hay muy pocas personas que las enfrentan, lejos de lograr el objetivo, por lo que podemos mejorar el trabajo relacionado en el futuro, prestar más atención a la propaganda.

6.4.2 Organizar reunión de fans

Muchos fanáticos quieren ver a sus actores favoritos y acercarse a ellos un día. Aunque se necesita más dinero para conocerlos, es una buena oportunidad para que los actores y los fanáticos se pongan en contacto.

A través de la reunión, los fanáticos pueden aprender más sobre la realización de películas y el contacto cercano con los actores los hará más felices, más comprometidos y más dispuestos a recomendar a otros a su alrededor, formando así un círculo virtuoso.

Vimos el director Oriol Paulo reunió con los fans, pero no encontramos interacciones entre actores y fanáticos. Entonces pensamos que en el futuro, pueden organizar más reunión de director, actores y fans.

Tabla 6.4.2 Presupuesto de la reunión de fans

Director	
Actores (4)	
Transporte 5*850	4250
Alquilar salón	170
Regidor	150
Dietas actores y director	310
Gestoría	100
Asesoría	100
Hotel (2 noches)	1150
Regalos para fans	115
Total	6345 €

Fuente: Elaboración propia

7 Conclusiones

De 2013 a 2017, de la película "Lo imposible" a "Contratiempo", la película española ha logrado el éxito uno tras otro, esto es un gran paso adelante. Estamos muy contentos de ver que cada vez más películas españolas se están introduciendo en China, y más chinos las ven en el cine. Las películas que se han introducidos en marzo también son muy buenas, además alguna de estas también ha recaudado mucho.

Nos complace mucho ver estos avances, por un lado, como lo mencionamos anteriormente, la buena cultura no pertenece a un país solo, sino a la riqueza de todo el mundo. Como es una parte muy importante de la cultura, cuando las buenas películas españolas se presentan a China, para España, es una muy buena oportunidad para difundir la cultura, para que más chinos puedan conocer la cultura española. Por otro lado, para los chinos, pueden entender diferentes culturas, ampliar sus horizontes y descubrir un mundo más grande. Es decir, esto es una situación de ganar-ganar.

En este proceso, las personas no solo están viendo películas, sino que algunas personas saben más sobre España a través de estas películas, y prestarán más atención a la información relacionada con España en su vida futura. Podemos decir que estas excelentes películas son como ventanas, que ayudan a las personas a abrir la puerta al mundo español.

Cuando vemos los excelentes resultados que hemos logrado, no podemos ignorar las deficiencias que aún existen. Aunque esta película ha creado una historia en China, es solo una pequeña mejora, y todavía tenemos que hacer mucho.

Por ahora, las películas de Hollywood son muy populares en China, y muchas han recaudado muchísimo en China. Por ejemplo, la película "Vengadores 4" recientemente lanzados han ganado más de 2.000 millones de yuanes (más de 300 millones USD) de taquilla en solo cuatro días. Aunque esta comparación no tiene mucho sentido, díganos que no podemos complacer

con el pequeño progreso actual. Debemos ver que todavía hay mucho espacio para el desarrollo de las películas españolas, y deberíamos trabajar más.

A partir de la información obtenida de los cuestionarios y las entrevistas, podemos ver que en la actualidad, la mayoría de los chinos no conocen la cultura española y saben menos sobre las películas españolas. Esta situación es difícil para cambiar con poco tiempo. Además, muchos chinos no son optimistas acerca de las perspectivas de desarrollo de las películas españolas en China, o piensan que es difícil decir qué sucederá en el futuro. Aunque esta respuesta no es optimista, también está en nuestra expectativa. Es decir, antes de hacer esta investigación, lo pensábamos.

En el futuro, promoveremos la excelente cultura de España en China, y nos esforzamos para que más chinos comprendan el encanto de la cultura española y promover el intercambio de cultura china y española. Al mismo tiempo, debemos aumentar la propaganda de las películas y utilizar activamente varias redes sociales para que más personas conozcan las películas.

Aunque sabemos que el desarrollo no va a marcharse fácilmente, no perderemos la confianza, porque creemos que nadie alcanza la meta de un paso, y las cosas tampoco, cada uno tiene su propio proceso de desarrollo y sus regulaciones. Entonces, pensamos que el desarrollo de las películas españolas en China también será así.

Si los artistas hacen más excelentes películas españolas que son reconocidas por más personas y las promoven con las condiciones nacionales de China, creemos que las películas españolas sin duda lograrán mejores resultados en China, y habrá más chinos que les gusten las películas españolas. De ese modo, se promueven los intercambios culturales entre los dos países y se mejora la comprensión entre los dos pueblos. Estamos convencidos de que con el esfuerzo conjunto de todos ustedes, este día llegará pronto.

8 Bibliografía

1. Taylor, S.J. y Bogdan R. (1987) "Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados". Editorial Paidós Básica.
2. <https://explorable.com/es/metodologia-de-la-investigacion>
3. 姚睿. 新媒体语境下的电影营销——论微博与电影营销的互动实践 [J]. 当代电影. 2011 (06)
4. 范玉明. 电影营销模式发展研究 [J]. 商业经济. 2013 (06)
5. 付彩艳. 浅析西班牙语电影片名的汉译策略[J]. 成功(教育), 2011(16):286-287.
6. 管玉红, 王经纬. 中国电影对外贸易策略研究[J]. 中国电影市场, 2012(2):26-27.
7. 邓倩. 中国电影发行政策研究[D]. 湖南大学, 2008.
8. 杜楠茜. (0). 浅析电影片名的中西互译. (Doctoral dissertation).
9. 李怀亮. 国际电影贸易格局与中国电影产业对策[J]. 文艺研究, 2002(5).
10. 陈林侠. 现代性反思与当下中国电影的文化竞争力——以北美市场外语片与中国电影的比较为核心[J]. 社会科学, 2015(6):165-174.
11. 杨元飞. 基于文化导向的中国电影市场细分研究[D]. 同济大学, 2007.
12. 龙佳. 基于4V理论的中国电影品牌营销策略研究[D]. 湖南大学, 2012.
13. Tang, Z., & Ding, J. (2017). "A Polyphonic Study of Two English Versions of Shui Hu Zhuan — From the Perspective of Cultural Criticism". *Journal of Jiangxi Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)*, 6, 021.
14. Castro, O., & Ergun, E. (Eds.). (2017). *Feminist translation studies: local and transnational perspectives*. New York:Routledge.

9 Anexos

9.1 Cuestionario (preguntas)

西班牙语电影相关问题调查--以《看不见的客人》为例

Cuestionario de la película española "Contratiempo"

您好！非常感谢您在百忙之中参与本次问卷调查。

本问卷主要涉及到您的观影爱好及习惯，无所谓对错，请您放心作答。

调查结果将会应用到本人的研究生论文，在此郑重向您承诺：将会对您的回答严格保密，绝不会泄露您的相关信息。如果您对本次调查感兴趣或有相关需要，非常乐意向您汇报最后的统计结果。

非常感谢您的支持和参与！

¡Hola! Soy estudiante de la UPV. Estoy realizando un estudio sobre la película española "Contratiempo". Te pido por favor que dediques unos minutos a contestar las siguientes preguntas. Este cuestionario es totalmente anónimo y la información que proporcionas será totalmente confidencial.

¡Muchas gracias por tu ayuda!

1. 您的性别/Género

女/Mujer

男/Hombre

保密/Prefiero no decirlo

2. 您的年龄/Edad

18岁以下/Menor de 18

18-30岁/18-30

31-40岁/31-40

41-50岁/41-50

50岁以上/Mayor de 50

3. 您的学历/Nivel de estudios terminados

本科以下/Otros

本科/Grado

研究生/Máster

博士/Doctorado

4. 您目前的职业状况/Ocupación

学生/Estudiante

在职/Empleado

失业/Desempleado

退休/Jubilado-prejubilado

其他/Otros

5. 您目前的感情状况/Situación social

- 单身/Sin pareja
- 非单身/Con pareja

6. 通常情况下，您每个月会去几次电影院？ / ¿Con qué frecuencia aproximada vas al cine cada mes?

- 0次/0
- 1-2次/1-2 veces
- 3-4次/3-4 veces
- 4次以上/Más de 4 veces

7. 您经常会和谁一起去电影院？/¿Con quién sueles ir al cine?

- 自己/sólo
- 朋友/Con amigos
- 家人/Con familia
- 其他/Otros

8. 您通常什么时间去电影院？/¿Cuándo sueles ir a ver las películas?

- 周内/Entre semana
- 周末/Fin de semana
- 节假日/Los festivales
- 视情况而定/Indistintamente

9. 您一般会因为什么原因去电影院看电影？/¿Por qué sueles ir al cine para ver las películas?

- 休闲娱乐/Ocio
- 朋友同事推荐/Recomendado por amigos y colegas
- 网上好评/Comentarios favorables por internet
- 支持喜欢的明星/Ver a los actores favoritos
- 其他/Otros

10. 最近一年，您大概看过几部电影？/En el último año,¿cuántas películas has visto?

- 0部/0
- 1-5部/1-5
- 6-10部/6-10
- 10部以上/Más de 10

11. 最近一年，您大概看过几部外语电影？/En el último año,¿cuántas películas extranjeras has visto?

- 0部/0
- 1-3部/1-3
- 4-5部/4-5
- 6-10部/6-10
- 10部以上/Más de 10

12. 最近一年，您大概看过几部西班牙语电影？/En el último año,¿cuántas películas españolas has visto?

- 0部/0
- 1-2部/1-2
- 3-5部/3-5
- 5部以上/Más de 5

13. 您通常观看哪些外语电影?/¿Qué películas en idiomas extranjeros ves habitualmente?

- 英语/Inglés
- 西班牙语/Español
- 德语/Alemán
- 法语/Francés
- 意大利语/Italiano
- 日语/Japonés
- 韩语/Coreano
- 印度语/Hindi
- 其他/Otros

14. 您对西班牙语电影了解多吗?/¿Conoces las películas españolas?

- 不了解/No
- 一般/Tal vez
- 了解/Sí

15.您看过西班牙语电影《看不见的客人》吗?/¿Has visto la película 'Contratiempo'?

- 看过/Sí (请跳至第16题)
- 没看过/No(pasa a la pregunta 17) (请跳至第17题)

16. 您认为这部电影什么地方最吸引您?/¿Qué te atrae más de esta película?

[多选题]

- 故事情节/Historia
- 背景音乐/Música del fondo
- 演员知名度/Los actores
- 演技/La actuación
- 其他/Otros

17. 您看好今后西语电影在我国的前景吗?/¿Eres optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China?

- 不看好/No
- 持中立态度, 很难说/Tal vez
- 看好/Sí

18. 您比较期待引进什么类型的西语电影?/¿Qué tipo de la película española esperas introducir?

- 爱情片/Romance
- 悬疑推理片/Suspense
- 动作片/Acción
- 喜剧片/Comedia
- 纪录片/Documental

动画片/Dibujos animados

其他/Otros

19. 您是否了解到西班牙语作为母语被广泛使用，为世界第二大语言，仅次于汉语?/¿Sabes que el español es ampliamente utilizado como idioma nativo,el segundo idioma del mundo,sólo por detrás del chino?

是/Sí

否/No

20. 您对西语文化感兴趣吗?/¿Te interesa la cultura española?

不感兴趣/No

有点兴趣/Un poco

感兴趣/Sí

21. 您通常通过哪些途径了解西语文化?/¿A través de qué medios te informas de la cultura española?

西语音乐/Música española

西语电影/Película española

电视新闻/Noticias de la televisión

社交网络/Red social

相关书籍/Libros relacionados

他人介绍/Amigos

其他/Otros

9.2 Entrevistas (preguntas y respuestas)

Las preguntas de la entrevista

1. 您经常去电影院看电影吗？和谁一起呢？对于票价的可接受范围大致是多少呢？

¿Normalmente vas al cine para ver las películas? ¿con quién? ¿Y cuánto es el rango aceptable de las tarifas?

2. 您平时都喜欢看什么类型的电影呢？

¿Qué tipo de las películas te gusta mucho?

3. 您平时都是通过哪些渠道了解电影呢？

¿A través de qué medios te informas de la existencia de una película?

4. 您看过《看不见的客人》这部电影吗？在哪儿看的呢？

¿Has visto la película ‘‘Contratiempo’’?

5. 这部电影在什么地方比较吸引你？

¿Dónde te atrae esta película?

6. 是否观看过其他的西班牙语的电影呢？

¿Alguna vez has visto algunas otras películas de español?

7. 如果今后上映西班牙语电影，您会去电影院看吗？

Si introduce más películas españolas en el futuro, ¿querías ir al cine y verlas?

8. 结合您自身的经历，您是否看好西语电影在国内的前景呢？为什么呢？

Según tu experiencia, ¿Eres optimista sobre las perspectivas futuras de las películas españolas en China? ¿Por qué?

9. 您对西班牙文化有什么了解吗？提到西班牙您会想到什么？如果今后有机会，是否会考虑去西班牙旅游呢？

¿Conoces la cultura española? ¿Qué pensarías en cuando hay alguien habla de España? Si hay oportunidad en el futuro, ¿Vas a viajar a España?

Entrevista 1

2019年2月12日

被采访人：王先生

年龄：26

职业：商业银行投资管理人

工作城市：上海

1.您经常去电影院看电影吗？和谁一起呢？对于票价的可接受范围大致是多少呢？

经常去的，每个月的话大概两至三次，经常和朋友一起去。票价的话，30-50 RMB，超过50的话会觉得价格偏高。

2.您平时都喜欢看什么类型的电影呢？

平时比较喜欢看英语类的电影，多是英美国家的，也喜欢看国产片。喜剧、科幻、战争片等都喜欢。

3.您平时都是通过哪些渠道了解电影呢？

相关购票软件，豆瓣等。

4.您看过《看不见的客人》这部电影吗？在哪儿看的呢？

没有，也没有听说过。

5.是否观看过其他的西班牙语的电影呢？

没有

6.如果今后上映西班牙语电影，您会去电影院看吗？

以后不一定会看西班牙电影。对西班牙电影信息接触不是很多，如果有比较出众的电影，在上映时能够吸引到我，应该也会去看的。就好比印度电影一样。如果有知名度比较高的演员出演，也能吸引到我。

7. 结合您自身的经历，您是否看好西语电影在国内的前景呢？为什么呢？

未来会有所发展，但空间有限，中西之间合作不断加强，文化交流也会更加频繁，电影这方面会有所提升。但西语电影比较小众，接受人群比较少，而且缺乏知名的演员引领潮流。即便能够逐渐深入国内市场，市场空间也是有一定天花板的。

8. 您对西班牙文化了解吗？提到西班牙您会想到什么？如果今后有机会，是否会考虑去西班牙旅游呢？

了解不是很深刻，局限于过去的一些历史，对现代西班牙了解得不是很多。西班牙历史文化悠久，旅游，足球，斗牛这些印象比较深刻，此外还有西班牙殖民史。作为旅游城市确实能吸引到我。如果有机会去欧洲旅游，一定会去西班牙的著名景点去看看的。

Entrevista 2

2019年3月5日

被采访人：张女士

年龄：25

职业：学生

城市：上海

1. 您经常去电影院看电影吗？和谁一起呢？对于票价的可接受范围大致是多少呢？

经常去，多是和家人朋友一起去。票价的话，80元以下都能接受。

2. 您平时都喜欢看什么类型的电影呢？

动漫和悬疑。

3. 您平时都是通过哪些渠道了解电影呢？

影评、电影宣传片以及一些相关的新闻。

4. 您看过《看不见的客人》这部电影吗？在哪儿看的呢？

看过，在手机的软件上看的。

5. 是否观看过其他的西班牙语的电影呢？

好像没有，对西班牙语电影了解不多，平时看到的相关信息也非常少。

6. 如果今后上映西班牙语电影，您会去电影院看吗？

自从通过《看不见的客人》了解了一下西班牙电影，觉得很有意思，以后如果有好的影片会考虑去电影院观看。

7. 结合您自身的经历，您是否看好西语电影在国内的前景呢？为什么呢？

不太看好。一是因为西班牙电影在中国上映的并不多，而且上映前的宣传也很少；二是因为西班牙语在中国的普及率比较低，大众还是习惯性地选择英美影片；三是因为西班牙的电影很少有像好莱坞的《变形金刚》、《星球大战》等这样的动作片，多是一些剧情片，面向的观众类别会受到限制。

8. 您对西班牙文化了解吗？提到西班牙您会想到什么？如果今后有机会，是否会考虑去西班牙旅游呢？

不怎么了解，但西班牙文化一直给我一种热情奔放的感觉。提到西班牙会想到巴塞罗那、斗牛、橄榄油、巧克力以及三毛的丈夫荷西，可能是因为第一次从书中读到有关西班牙的场景就是通过三毛的书。还有NBA湖人队曾经的队员保罗·加索尔，因为我很喜欢科比，而且他和科比搭档得很好，所以就记住了他是西班牙人。如果以后有机会是肯定会去旅游的。

Entrevista 3

2019年4月25日

被采访人：顾先生

年龄：26

职业：学生

城市：上海

1. 您经常去电影院看电影吗？和谁一起呢？对于票价的可接受范围大致是多少呢？

不经常，因为不想一个人去，而且看电影比较浪费时间。100元以内。

2. 您平时都喜欢看什么类型的电影呢？

科幻片、动作片、小说改编的影片以及一些豆瓣高分片。

3. 您平时都是通过哪些渠道了解电影呢？

微信公众号。

4. 您看过《看不见的客人》这部电影吗？在哪儿看的呢？

没有，但是听朋友说过。

5. 是否观看过其他的西班牙语的电影呢？

海市蜃楼，这部电影很好看，剧情非常吸引人，演员的表演也非常好。

6. 如果今后上映西班牙语电影，您会去电影院看吗？

应该不会，不是针对西班牙语电影，而是因为很少去电影院。

7. 结合您自身的经历，您是否看好西语电影在国内的前景呢？为什么呢？

看好。第一，和整个中国大环境相关，全球化的进程使得各种文化相互交融，交流更加频繁，电影是文化交流的一个重要媒介，将会被更多的中国人接受和认可；第二，观众对电影的需求更多元化，越来越多的西语电影将被人们熟知，其中的优秀电影将会被更多的人接受；第三，中国具有广大的电影市场，市场潜力大，越来越多的人意识到这一点，也希望将本国电影推广到中国来。

8. 您对西班牙文化了解吗？提到西班牙您会想到什么？如果今后有机会，是否会考虑去西班牙旅游呢？

不了解，会想到梅西。会考虑去西班牙旅游的，因为西班牙旅游资源丰富，建筑独特，很想亲自去体验一下。

Entrevista 4

2019年4月27日

被采访人：杨女士

年龄：26

职业：运营

城市：上海

1.您经常去电影院看电影吗？和谁一起呢？对于票价的可接受范围大致是多少呢？

经常和朋友一起去电影院，普通电影70左右，IMAX 130。

2.您平时都喜欢看什么类型的电影呢？

经常会看一些获奥斯卡奖的影片，比较喜欢那些能带给我人生感悟的电影。

3.您平时都是通过哪些渠道了解电影呢？

经常会去豆瓣上看评分。

4.您看过《看不见的客人》这部电影吗？在哪儿看的呢？

在豆瓣上看影评时发现这个电影的，然后去搜了一下这个资源。

5.是否观看过其他的西班牙语的电影呢？

没有看过

6.如果今后上映西班牙语电影，您会去电影院看吗？

主要会看影片本身是否值得，不会刻意挑国家。

7.结合您自身的经历，您是否看好西语电影在国内的前景呢？为什么呢？

目前我对西班牙语电影的了解仅仅是《看不见的客人》，如果想以国家的维度打开中国市场的话，个人觉得需要一个鲜明的标签，可以借鉴印度电影。如果继续创新，开发更多的题材，我觉得前景应该还不错。

8. 您对西班牙文化了解吗？提到西班牙您会想到什么？如果今后有机会，是否会考虑去西班牙旅游呢？

不太了解，提到西班牙的话，会想到斗牛，以前看过一个在西班牙拍摄的印度电影，发现西班牙的风景很不错，而且里面还涉及到潜水。当然，自从看过那部电影后就一直想去西班牙。

Entrevista 5

2019年4月28日

被采访人：王先生

年龄：36

职业：西班牙语教师

城市：上海

1. 您经常去电影院看电影吗？和谁一起呢？对于票价的可接受范围大致是多少呢？

不太经常，有时一个人去，有时和朋友一起。50元左右。

2. 您平时都喜欢看什么类型的电影呢？

动作片、纪录片、侦探推理类的、战争片、喜剧片、爱情片等。

3. 您平时都是通过哪些渠道了解电影呢？

朋友介绍、电影购票软件以及一些网络广告。

4. 您看过《看不见的客人》这部电影吗？在哪儿看的呢？

看过，一共看过两次，一次是在电影院，一次是在网络上看的。

5. 是否观看过其他的西班牙语的电影呢？

看过很多的，比如《摩托日记》、《谜一样的眼睛》、《死亡录像》、《ocho apellidos de Vascos》等。

6. 如果今后上映西班牙语电影，您会去电影院看吗？

一定会的，一方面是因为西语电影和平时接触到的好莱坞电影不同，另一方面由于工作原因，希望接触更多的西班牙文化。

7. 结合您自身的经历，您是否看好西语电影在国内的前景呢？为什么呢？

比较看好，如果题材能多样化，比如多引进一些轻喜剧，今后发展可能会更好。

8.您对西班牙文化了解吗？提到西班牙您会想到什么？如果今后有机会，是否会考虑去西班牙旅游呢？

比较了解，由于学习原因，曾经在西班牙住过一年，非常喜欢瓦伦西亚，也非常喜欢西班牙的节日文化。