

后浪出版

FILMMAKERS AND FINANCING, 6E

Need money  
for a movie !

PLAN

# 电影制片人融资指南

(美) 露易丝·利维森 (Louise Levison) 著 曹怡平 译 王小帅 推荐

(第6版)

世界图书出版公司

后浪出版

# 电影制片人融资指南

## FILMMAKERS AND FINANCING, 6E

(美) 露易丝·利维森 (Louise Levison) 著 曹怡平 译 王小帅 推荐

(第6版)

电影学院 019

世界图书出版公司  
北京·广州·上海·西安

## 图书在版编目(CIP)数据

电影制片人融资指南:第6版/(美)利维森著;曹怡平译. —北京:世界图书出版公司北京公司,2011.9  
(电影学院)

书名原文: Filmmakers and Financing

ISBN 978-7-5100-3936-2

I. 电... II. ①利... ②曹... III. 电影—融资—指南 IV. ①J94-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 180682 号

TITLE: Filmmakers and Financing: Business Plans for Independents, 6e

AUTHOR: Louise Levison

ISBN: 978-0-240-81252-6

Copyright © 2010 by Elsevier. All rights reserved.

Authorized Simplified Chinese translation edition published by the Proprietor.

ISBN: 978-9-812-72389-5

Copyright © 2011 by Elsevier(Singapore)Pte Ltd. All rights reserved.

Printed in China by Beijing World Publishing Corporation under special arrangement with Elsevier (Singapore)Pte Ltd.. This edition is authorized for sale in China only, excluding Hong Kong SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书简体中文版由 Elsevier(Singapore)Pte Ltd. 授予世界图书出版公司在中华人民共和国境内(不包括香港、澳门特别行政区以及台湾地区)发行与销售。未经许可之出口,视为违反著作权法,将受法律之制裁。

本书封底贴有 Elsevier 防伪标签,无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2010-3208

## 电影制片人融资指南(第6版)

著者:(美)露易丝·利维森(Louise Levison) 译者:曹怡平

筹划出版:银杏树下

出版统筹:吴兴元

丛书名:电影学院

责任编辑:陈仲瑶

营销推广:ONEBOOK

装帧制造:墨白空间

出版:世界图书出版公司北京公司

出版人:张跃明

发行:世界图书出版公司北京公司(北京朝内大街137号 邮编100010)

销售:各地新华书店

印刷:北京正合鼎业印刷技术有限公司(北京大兴市黄村镇太福庄东口 邮编102612)

开本:787×1092毫米 1/16

印张:18 插页4

字数:260千

版次:2011年11月第1版

印次:2011年11月第1次印刷

教师服务:teacher@hinabook.com 139-1140-1220

读者咨询:onebook@263.net

营销咨询:133-6657-3072

编辑咨询:133-6631-2326

ISBN 978-7-5100-3936-2/C·171

定价:29.80元

(如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与承印厂联系调换。联系电话:010-61732313)

版权所有 翻印必究

## 推荐语

“对中国独立电影制作者来说,早期的个人化、作坊式操作,在目前中国电影商业化体系中已经变得越来越难以维系,影片从制作到面世及至回收、赢利,都要求独立制作公司和个人必须面对更加严谨、专业的投融资平台,以期影片从构思阶段到投放市场都有一个更完备与科学的操作模式。本书恰是在此时为我们提供了很好的参考。”

——王小帅

针对独立电影融资问题而言,本书是一本优秀的、极富洞见的著作。露易丝·利维森采取了一种合理的、兼顾的策略来撰写本书——依照本书的建议来撰写商业计划书,不仅可以少走弯路,还能巧妙地有效地说服投资人。对致力于从事独立电影制作的导演和制片人而言,本书是一本不可或缺的工具书。

——丹尼·格罗夫,导演 / 制片人

非常感谢您为我的商业计划书提供了方方面面的指导——从发送电邮答疑到提供现场咨询,事无巨细。没有您的帮助,就不可能有这部电影问世。

——罗伯·考伊,《女巫布莱尔》制片人

在利维森的《电影制片人融资指南》出版之前,独立电影如何获得融资的秘诀,一直被好莱坞锁在魔盒中。

——里克·潘普林,制片人 / 导演,成立了潘普林影业公司

如果你白手起家,是一个致力于从项目培育到影片融资都亲力亲为的

独立制作人,那么你一定得认真阅读、充分吸收、全面理解利维森的《电影制片人融资指南》所提供的资料 and 金玉良言……我向我的每个客户推荐这本书,因为一旦拥有,他们都觉得爱不释手。

——哈瑞斯·塔尔钦,娱乐业律师/制片人,  
《独立电影制片人人生存指南》的共同作者

拍电影缺钱吗?《电影制片人融资指南》刚好就是帮助你找到资金的指南针。至少对我而言是这样的。

——保罗·西蒙斯,导演/《五月情怀》制片,前佛罗里达州电影专员

露易丝·利维森的《电影制片人融资指南》如果仅仅关乎如何制作商业计划书,就已经物超所值。但利维森用一种安排合理、深入浅出、通俗易懂的方式介绍了与电影商业有关的每个环节——营销、发行、各式各样的投资人以及融资组合——使得本书无所不包,甚至还现身说法地创制了一个商业计划书。对很多电影制作人而言,本书是必备读本。

——莫里·沃修斯基,电影顾问/《撼动摇钱树》的作者

为了征服电影工业界,你得通晓电影融资、制作和发行。那么,你最好阅读利维森的《电影制片人融资指南》。对你的事业成功而言,这本书既具有教育功能,也具有参考价值。对刚入门的电影制作者来说,利维森的书能提供大量有益且易于理解的信息;对高级电影制作者而言,利维森的书也不无裨益。如果没有收藏利维森的《电影制片人融资指南》,那么任何一家电影图书馆都是不完整的。

——J·大卫·威廉姆斯,《夏洛伊和欧米伽密码》发行人

利维森用简洁的英语、电影的行话以及传统的商业用语写出了这么一本充满灵感、丰富连贯且富有启发意义的书。在这本书的帮助和启发下,我的商业计划书制作得顺畅无比且内容完整。最终,它为我的新项目筹集到200万美元的资金。

——斯图·伯纳德,《保持距离》的制片人/导演

## 前 言

最近,成功的独立电影制片人以及制片厂的高级主管进入了英雄崇拜的先贤祠。尽管如此,如果没有强大后援团的支持,这些光芒四射的偶像也只能是“巧妇难为无米之炊”,个人品牌的神话,也就仅仅是一个神话而已。设想一下,如果缺少了律师、银行家、会计以及行政人员等全部员工的天赋才能和辛勤劳作——更不消说从事具体电影生产的芸芸众生——独立制片商根本就无法生存,更不可能取得成功。

为了能够统领从事电影创作的各路精英,对创作者来说最重要的因素就是如何形成电影作品最终产品的蓝图。根据这样的逻辑,导演需要一个故事图谱,以便围绕故事主题进行交流。制片人也需要他们独特的故事图谱(也就是商业计划书),以解释他们的目标、期望、抱负,甚至还包括他们的梦想。

在某一时期,人们把商业计划书当做有害于制片艺术的东西。如今,这样的日子已经一去不复返了。时下,拍摄电影的风险过于巨大;电影市场上的竞争过于激烈;投资者过于精明世故,以至于必须在当下解决问题,否则便会后患无穷。我们先列举几个常见术语:完工保证、现金流量折现分析、信用证明、国际销售合约、一揽子交易、国内发行协议、国内收益率、动态违约、第三方安全利益、银行贴现、复映的追加酬金、重复抵押。这些术语只是融资术语中的沧海一粟,但今后统统都会成为独立制片人的常用工作词汇。如果缺乏一个详细周延的商业计划,便无法协调各种可能涉及的元素,从而根本无法完成一部主流电影的制作。既然如此,亲爱的独立制片商们,请阅读本书……

——杰克·艾伯特(Jake Eberts)

杰克·艾伯特曾帮助多部电影融资,其中一部荣获第64届奥斯卡金像奖提名,另有27部获得了各种学院奖项。在以下电影中,杰克·艾伯特担任了制片或者执行制片:《烈火战车》(*Chariots of Fire*, 1981)、《圣雄甘地》(*Gandhi*, 1982)、《战火屠城》(*The Killing Fields*, 1984)、《为黛茜小姐开车》(*Driving Miss Daisy*, 1989)、《与狼共舞》(*Dances with Wolves*, 1990)、《大河恋》(*A River Runs Through It*, 1992)、《巴格·文斯传奇》(*The Legend of Bagger Vance*, 2000)、《少年小树之歌》(*The Education of Little Tree*, 1997)、《小鸡快跑》(*Chicken Run*, 2000)、《飞天巨桃历险记》(*James and the Giant Peach*, 1996)、《天地无限》(*Open Range*, 2003)、《麦加之旅》(*Journey to Mecca*, 2009)、《魔术师》(*The Illusionist*, 2006)。

## 致 谢

感谢我的客户和学生,你们所教给我的,和我教给你们的一样多。

感谢电影工业的资深人士在课堂上的贡献,同时感谢研讨班的资深人士分享的知识。

感谢杰克·艾伯特对本书写作所做出的贡献。

感谢大卫·罗素提供了短片发行的专业知识。

感谢蒂埃里·鲍嘉德对欧洲电影融资提供的帮助。

感谢里克·潘普林不时的鼓励,并感谢他对本书写作提供的帮助。

感谢迈克尔·唐纳森、比尔·惠克特、迈克尔·诺曼·谢尔曼、罗伯特·西格尔、凯伦·科里根、琳达·赛格尔博士以及约翰·乔纳森,他们对本书提出的批评和做出的贡献都值得欣赏和感谢。

感谢苏茜·普鲁登和特瑞尔·米勒的帮助,没有她们,我很难在数小时的电脑工作后恢复身体和大脑的平衡。

感谢崔西和咖啡店的早班员工,你们既为我提供了身体所需的食物,也为我提供了精神食粮。

感谢比尔·海伦、杰弗瑞以及卡尔的支持和理解。

感谢法瑞尔·沙利曼·瑞格德对本书进行的校对;感谢她孜孜不倦的督

促,以使本书及时付梓。

感谢我的编辑埃莉诺·阿克蒂庇斯以及焦点出版社所有工作人员的理解和耐心。

最后,也是最重要的,感谢伦纳德那只奇异的猫,它是我猫故事的所有灵感源泉。

# 目录

## Contents

推荐语 .....	1
前 言 .....	12

### 导 言:控制你的命运 1

0.1 为什么你需要这本书? 1	
持续变革的媒体 2	
作为商业的电影 4	
筹资 6	
经济形势如何影响融资? 7	
任何人都可以完成商业计划书? 7	
好莱坞仅仅是一种态度 8	
别人的钱 8	
里克的故事 9	
0.2 为什么总是提及商业计划书? 11	
这是一本为电影制作者准备的书吗? 12	
事实与只不过…… 12	
0.3 谈判的姿态 13	
投资人到底要多少? 14	
特殊融资工具 14	
0.4 关于本书 15	
商业计划书的摘要 15	

本书的目标 16

0.5 网站上的额外信息 17

## 第一章 摘要 19

- 1.1 最后再阅读本章! 19
- 1.2 为什么要最后再撰写摘要? 20
- 1.3 摘要的风格 22
- 1.4 摘要的展开 23
  - 战略机遇 23
  - 投资机会和融资要点 25
- 1.5 需要在摘要中排除的事项 26

## 第二章 公司 27

- 2.1 万事开头易 27
- 2.2 首先认识你自己 28
  - 目标基础认识 29
  - 阐述你的目标 29
  - 个人目标 VS 商业目标 30
- 2.3 整合 32
  - 为什么——开场白 33
  - 你是谁? 35
  - 内容是什么? 35
  - 时机 37
  - 开始的步骤 37
  - 市场在哪里? 39
  - 如何完成商业计划书? 40
- 2.4 管理和组织机构 40
  - 脱离困境的经验 41
  - 关于合伙 43
- 2.5 优势和劣势的分析 44
- 2.6 少即是多 46

### 第三章 电 影 47

- 3.1 项目范围 47
  - 知情权 48
  - 事实与只不过 49
- 3.2 电影 49
  - 展示和告知 50
  - 剧本 50
- 3.3 附属物及价值 53
  - 优先权 54
  - 可供改编剧本的图书 54
  - 真实的故事 55
  - 明星和其他有吸引力的人 56
  - 资金 56
- 3.4 预算 57
  - 满招损 59
  - 小行动,大思考 60

### 第四章 工 业 61

- 4.1 界定你的工业部门 62
- 4.2 一知半解最危险 63
- 4.3 电影制片与电影制片厂 65
  - 电影工业是如何运作的 66
  - 追踪调查制片厂的资金 68
  - 制片厂的优势和劣势 69
- 4.4 电影制作和独立制片人 71
  - 运作机制 74
  - 追踪独立资金 76
  - 优势和劣势 77
- 4.5 制片和放映的事实和数据 78
  - 院线放映 79
  - 未来的趋势 80
  - 数字电影 81

3-D 83

4.6 你要告诉投资人什么? 84

表格和图表 85

## 第五章 市场 87

5.1 细分市场 88

定义你的市场 89

分类或不分类 90

艺术 VS 独特性 91

类型的历史 93

多说一点循环理论 94

谁会来看电影? 95

特殊的利基市场 96

制片成本 99

5.2 电影纪录片 101

市场 101

梗概 102

有差别的预测 103

电视纪录片 105

5.3 市场策略 106

市场调研 106

阅读——失传的艺术 107

人际资源网 109

网络和图书馆 109

个人提升与项目提升 110

武装自己 111

5.4 电影市场 111

来自电影制作人的建议 112

自我营销 116

## 第六章 市场 II:新媒体和其他非传统市场 119

6.1 艺术 VS 利润 119

- 6.2 网络 120
  - 瞬间注意力影院 122
  - 你可以告诉投资者什么? 124
- 6.3 大画幅电影 125
  - 格式 126
  - 融资 126
- 6.4 直接进入 DVD 市场 128

## 第七章 发行 131

- 7.1 环球影业公司 131
- 7.2 什么是发行人? 132
- 7.3 制片厂发行 133
  - 如何运作 133
  - 优势 134
- 7.4 独立发行人 135
  - 不断变化的角色 135
  - 电影过多? 135
- 7.5 如何运作 138
  - 国内 VS 国外 138
  - 交易就是交易 139
  - 拷贝和广告费 142
  - 作为融资人的发行人 142
- 7.6 发行人策略 143
  - 发行人在寻找什么 144
  - 电影发行的方法技巧 146
  - 自我发行 149
- 7.7 制作人策略 150
  - 大卫 VS 歌利亚 150
  - 控制因素 152
  - 注意事项 152
  - 交付物 153
- 7.8 你应该告诉投资人什么? 154

## 第八章 风险因素 157

## 第九章 融 资 159

- 9.1 开始之前 161
  - 找到最佳方式 162
  - 谨慎做出承诺 162
  - 谨慎对待投资人的承诺 163
  - 能够解释融资计划 163
- 9.2 富人:拥有黄金的人 164
  - 他们是谁? 164
  - 企业家 164
  - 艺术 166
  - 特殊兴趣 167
  - 国外投资人 167
  - 他们在哪里? 168
  - 你会得到什么 169
  - 合理的风险 169
  - 巨额回报 170
- 9.3 预售 171
  - 预付款 172
  - 优势与劣势 172
- 9.4 国际联合制作 172
- 9.5 优势与劣势 173
- 9.6 电影激励措施 173
  - 联邦电影激励措施 173
  - 州级电影激励措施 174
- 9.7 现货购买 175
  - 优势与劣势 175
  - 有限合伙 176
  - 优缺点 176
  - 有限责任公司 177
  - 公平对待投资人 178
- 9.8 银行贷款 179

- 优势与劣势 180
- 完工保证 180
- 9.9 你会告诉投资人什么? 181
- 9.10 与电影制作人分享寻找投资人的经验 182
- 9.11 为欧洲电影融资 187
  - 联合制片 187
  - 公共补贴 188
- 9.12 案例研究(虚构的案例) 198
  - 案例 198

## 第十章 融资计划 201

- 10.1 毫无畏惧地进行预测 201
- 10.2 人人皆可进行预测 202
- 10.3 寻找数据 203
  - 什么是可比较的电影? 203
  - 与你的电影相匹配 204
  - 到哪里寻找资料? 205
- 10.4 分析那些讨厌的数据 207
  - 脚踏实地地进行预测 210
  - 假设 210
  - 收入和支出 211
  - 现金流陈述 211
  - 固定(管理)成本 213
  - 如果我只有一部电影该怎么办? 214
- 10.5 纪录片 215
- 10.6 下一步 216

## 第十一章 商业计划书范例 217

- 11.1 执行摘要 220
  - 策略机会 220
  - 公司 220
  - 电影 220

- 工业 221
- 市场 221
- 发行 221
- 投资机会和融资亮点 222
- 11.2 公司 223
  - 管理和组织 223
- 11.3 电影 225
  - 《伦纳德的爱》 225
  - 《伦纳德大冒险》 225
  - 《猫咪犯傻》 226
- 11.4 工业 227
  - 电影产品 228
  - 如何运作 228
- 11.5 市场 232
  - 目标市场 232
- 11.6 发行 234
  - 发行策略 235
- 11.7 风险要素 236
- 11.8 融资计划 237
  - 策略 237
  - 融资假设 237

## 第十二章 短片发行 251

- 12.1 什么是短片? 252
- 12.2 为什么要制作一部短片? 253
  - 名片 253
  - 为长片融资 254
  - 电影制作经验 254
  - 赚钱 255
- 12.3 融资的渠道 255
  - 家人和朋友 255
  - 私人或公共部门授予机构的资助基金 256

12.4	市场	256
	电影节	257
	全球	257
	娱乐广告 / 软广告	259
	网络	259
12.5	纪录短片	261
12.6	潜在收入	262
	产品的质量	262
12.7	合同	264
	拥有你自己的短片	264
	交付	265
	行会	266
12.8	未来	267

译后记 269

出版后记 270