

◎ 中国影视商务/法务宝典书系 ◎

中国影视 法律实务与商务宝典

The Legal and Business Guide Keys to Success
in China's Film & TV Industry

在影视产业大爆发的时代
每一个产业细节都与您
息息相关

王军 司若 主编

CFP 中国电影出版社

◎ 中国影视商务/法务宝典书系 ◎

中国影视 法律实务与商务宝典

The Legal and Business Guide: Keys to Success
in China's Film & TV Industry

王军 司若 主编

 中国电影出版社

2017·北京

图书在版编目(CIP)数据

中国影视法律实务与商务宝典/王军,司若主编.
—北京:中国电影出版社,2017.3
(中国影视商务/法务宝典书系/王军主编)
ISBN 978-7-106-04681-1

I.①中… II.①王…②司… III.①电影工作—法
规—中国②电视工作—法规—中国 IV.①D922.169
中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第049221号

责任编辑:苗卉 王宁
封面设计:白全成
版式设计:紫星光
责任校对:李圆圆
责任印制:张玉民

中国影视法律实务与商务宝典 王军 司若 主编
中国影视商务/法务宝典书系 王军 主编

出版发行 中国电影出版社(北京北三环东路22号)邮编100029
电话:64296664(总编室) 64216278(发行部)
64296742(读者服务部) Email:cfpygb@126.com

经 销 新华书店
印 刷 中国电影出版社印刷厂
版 次 2017年4月第1版 2017年4月北京第1次印刷
规 格 开本/787×1092毫米 1/16
印张/32 插页/2 字数/540千字

书 号 ISBN 978-7-106-04681-1/D·0002
定 价 88.00元

序（一）

尊敬的读者：

我于2007年入行做律师起即专注于知识产权、传媒法方向的业务，过去十年，我们的团队已经为超过50家影视文化传媒机构提供常年法律顾问服务，为超过200部优秀的电影、电视剧、综艺、舞台剧、网络剧提供了专项法律顾问服务，每年参与的影视行业潜在争议解决、诉讼仲裁代理则不可胜数。这本书是基于我们自己的法律服务技能、经验与心得写成。

中国的影视文化产业正在经历最好的时期，天时地利人和，全球最活跃、最有竞争力的影视投资市场与消费市场，影视作品投资、制作、发行的权利、风险、收益永远都是共生关系。作为序言，我想跟本书最可能的读者群说说我对于行业的理解及建议：

一、影视企业管理者

一名优秀的影视企业管理者，除了选项目的眼光，良好规范的商务经验与法律意识也是基本功，公司知识产权的创造与运营更应当树立顶层设计理念。说到底，影视项目的权和利是要靠合同来约定来规制的。通过这本书，我想管理者可以理解影视企业设立、运营、资本运作、项目摄制发行、知识产权保护、风险管理的基本要求。

二、影视主创人员

制片人、编剧、导演、艺人是一部影视作品诞生的主要创作者，法律上规定的权利有哪些，实务当中如何恰当履职尽责，履约权益的保障，违约风险的防控，合同变更与解除的效力与后果，不可不知，不得不防。

三、影视公司法务

公司法务（inhouse）与外部法律顾问、律师解决问题的视角、思路、经验、方法

II 中国影视法律实务与商务宝典

往往有很大不同，彼此合力才能更好地为公司提供法律支撑。充分理解公司商务目的与诉求，精准掌握公司项目投资、制作、发行与版权管理的实务进程，法律风险预判，防患于未然，公司内部法务不可或缺。

四、律师

现在越来越多的律师关注、介入影视文化传媒领域的法律服务，律师应当从知识产权法律专业储备出发，熟悉影视公司运营与影视项目的行业实务，这是做好影视传媒企业法律顾问服务的关键。好的律师能够做的不仅仅是风险防控与出庭应诉，对于影视项目的知识产权架构设计与商务开发，律师对于公司知识产权价值最大化能够发挥更大的作用。

五、法官、仲裁员

特别希望法官、仲裁员能有机会读到这本书，著作权法是最复杂、最跳脱的一门知识产权法学门类，著作权法保护的对象是作品，而有关作品的创作、权属、开发具有极强的行业属性、艺术行规，法官、仲裁员审理案件如果拘泥于法条而机械地适用法律，可能会产生有悖于行业通行实务、影响产业正常发展的裁决。我一直认为，法官在琼瑶诉于正案中审得清、论得好是因为在这宗著作权侵权案件中，法官的裁判视角是符合编剧创作视角的判断和认定。

六、影视公司财务人员

如果说影视作品是艺术宝鼎上的明珠，三足鼎立，那么支撑这座宝鼎的三足就应该是商务、法务与财务，影视公司的财务人员在影视制作单位往往是最应该懂法律的，因为他们要关注合同的履行、授权的费用与发行的成本、收益，财务、税务、法务三位一体的人才才是中国影视产业化进程中必不可少的人才。

七、学者、学生

影视文化产业所涉及的法律问题是高度复合的，公司法、合同法、知识产权法、传媒法、投融资法，行政管理条例、广电部门管理规定，影视作为新型产业所凸显出

的法律问题也往往具有极强的行业特征与前沿性，很多热点问题出现就是首例，过往的法律实务经验往往给不出先例参考，法学理论上也多有争议，这应该是学者、学生进行法律研究的样板领域。

必须承认，因为时间、精力与阅历所限，本书一定有很多缺憾、疏漏之处，但作为第一版总要出来，才有修订、再版的机会。学无止境，达者为先，欢迎大家的批评指正。

文末，必须要诚挚地感谢中国电影出版社宋岱社长，这位“西影”、香港银都机构走过来的宽厚长者对本书的规划、出版给予了最有力的支持；感谢中国电影出版社李瑾老师，没有她一直以来的鼓励、鞭策、敦促，就没有这本书的出版；感谢我们的合作作者，中国传媒大学司若教授，她不仅仅是一位影视传媒学者，更是一位敏锐、务实、求真的行业观察者，很荣幸与她共同完成了本书的写作。最后，特别感谢TA团队，本书的大部分内容是我的团队挤时间熬夜、加班完成的，这是一个笃信认真、专注、专业能创造奇迹的团队，套用《梅花烙》的一句词：“若非一番寒彻骨，哪得梅花扑鼻香。”加油，TA团队！

王 军

2016年12月8日

序（二）

这本书从酝酿到成稿，历时两年多，四易其稿，力求完美，几近苛刻。记得2015年年初，王军律师团队和我们CC-Smart新传智库团队从一开始接触到“影视法律与商务”这个选题，就感觉到既兴奋又“压力山大”。近几年来，中国影视产业的发展速度有目共睹，但繁荣表象下的一些问题不容回避，例如对知识产权的正确认知，项目投融资的风险评估，一些法律纠纷的处理和解决，甚至对一般性的影视法务和商务常识市场上都缺乏专业性、系统性和实用性的图书进行阐释。当中国电影出版社的宋岱社长和李瑾老师找到王军律师和我商议撰写一本这样的书时，我们一拍即合，开始了这次艰辛又愉快的写作历程。

成书的过程中有两点深刻的感受：一是王军律师团队的专业和高效。王律师在行业里鼎鼎大名，但为人谦逊，颇具绅士风度，他带领的团队都是精兵强将，他们每天承担着繁重的工作，可谓日理万机，但对写书这件事从来不含糊，宁愿挤出吃饭和睡觉的时间，也要按时、保质、超水平完成任务，这样的做事风格既对我是鞭策又让我很受教，真是痛并快乐着，所以与王军律师团队的这次合作真让我自省很多，学到很多。二是中国电影出版社的真诚与严谨。宋岱社长一直是我特别敬重的一位电影人，十多年前我在香港浸会大学攻读博士学位时，曾受教于时任银都机构董事长兼总经理的宋先生，他调到中国电影出版社后，多次谦虚地称自己是出版业的新人，所以格外勤勉地钻研出版业务，结合其多年电影界的从业经验，策划了一系列颇具行业价值的新书，包括这本《中国影视法律实务与商务宝典》。宋先生和李瑾老师对本书可谓倾注了百分百的真诚和心血，多次与王军律师团队和我们CC-Smart新传智库团队交流探讨，想尽办法能让这本书做得更好，这样的职业操守和行业良心对我们作者本身是一种莫大的激励，责任感和使命感油然而生。

另外，该书的写作历程还要特别感谢几位优秀的研究生的支持和协助，她们是叶静怡、许婉钰、张坤、金卉、伊琳。相信这次参与对她们的科研生涯也是一个很好的

VI 中国影视法律实务与商务宝典

体验与历练。

最后，希望翻开这本书的读者能够喜欢它，并希望您能够把自己的阅读体会和真知灼见告诉我们，未来我们将继续完善这项研究，相信我们的努力将始终陪伴中国影视产业一起成长！

司 若

2016年12月8日

目 录 CONTENTS

序(一)	王 军	I
序(二)	司 若	V
序章		1
第1章 主体篇		9
1.1 影视行业的主体		9
1.1.1 我国影视行业核心主管机关		9
1.1.2 影视投资公司		10
1.1.3 影视项目制作公司		10
1.1.4 影视项目发行公司		12
1.1.5 影视项目技术服务公司		13
1.1.6 电影放映单位		14
1.1.7 演出经纪公司		16
1.1.8 影视工作室		17
1.1.9 非公司性质主体的类型和作用		17

1.2 影视公司的设立	18
1.2.1 发起人协议	18
1.2.2 公司章程	19
1.2.3 注册程序	20
1.2.4 注册地	20
1.2.5 注册资本	27
1.2.6 发起人、实际控制人、股东	27
1.3 经营	28
1.3.1 合规性	28
1.3.2 公司控制权	29
1.3.3 股权激励	29
1.3.4 知识产权管理	31
1.3.5 劳动合同	32
1.4 股权投融资与并购	32
1.4.1 尽职调查	32
1.4.2 备忘录、意向书与条款清单	34
1.4.3 股权转让协议基础架构	35
1.4.4 对赌条款	36
1.4.5 公司控制权	37
1.4.6 公司估值与增值	38
1.4.7 A轮/B轮/C轮, 投融资与并购时机选择	40
1.4.8 中国电影投融资风险前瞻	41
第2章 投资收益与财税篇	49
2.1 影视项目的投资与税费	49

2.1.1	影视项目投融资模式	49
2.1.2	投资与收益的比例对应关系	50
2.1.3	影视项目成本构成	51
2.1.4	投资账户、剧组账户、发行回款账户	53
2.1.5	预算与预算表	55
2.1.6	收支监管	56
2.1.7	制作成本决算、结算与审计	57
2.1.8	招商及赞助收入	60
2.2	影视项目回款与税费	60
2.2.1	发行及收入构成	60
2.2.2	电影票房分配构成	63
2.2.3	宣传发行费	65
2.2.4	发行代理费	66
2.2.5	票房数据监控	66
2.2.6	发行回款监控	67
2.2.7	主创分红/奖励	68
2.2.8	电影专项基金	69
2.2.9	增值税及合理节税	70
2.2.10	企业所得税优惠政策及合理节税	71
2.2.11	个人所得税及合理节税	72
2.2.12	发行收益的国际结算、双边征税抵扣与合理避税	74
第3章 合同篇		77
3.1	“完美的合同”	77
3.1.1	“完美的合同”	77

3.1.2	合同的称谓、用途和法律意义	79
3.1.3	合同的成立及生效	84
3.1.4	合同的无效、可撤销及效力待定的情形	88
3.1.5	合同的性质——有名合同和无名合同	94
3.1.6	合同的相对性	98
3.1.7	合格的合同	99
3.2	合同主要条款	102
3.2.1	违约责任	102
3.2.2	保密条款——标准条款中的玄机	105
3.2.3	通知送达——合同履行中的沟通效力	107
3.2.4	法律适用和争议解决	109
3.3	合同的变更、中止、终止和转让	112
3.3.1	合同的变更和转让	112
3.3.2	合同的中止和终止	114
第4章 劳动人事篇		118
4.1	影视公司聘用人员涉及的主体及其分类	118
4.2	影视公司与聘用人员之间可能会涉及的关系类型	120
4.2.1	劳动关系	120
4.2.2	劳务关系	121
4.2.3	劳动关系与劳务关系的区别	123
4.2.4	影视公司聘用人员涉及的劳动（劳务）关系与其他关系的区别	125
4.3	影视公司与聘用人员劳动（劳务）关系所涉及的问题	127
4.3.1	知识产权归属问题	127

4.3.2	社保及保险相关问题	128
4.3.3	保密与竞业限制	130
4.3.4	特殊人员的聘用	131
4.3.5	解除劳动合同, 劳动关系双方应当注意的问题	133
4.3.6	劳动者给用人单位造成损失, 用人单位如何追究劳动者的责任	135
4.3.7	影视公司有关不定时工作制的特殊约定	138
4.3.8	影视公司的员工奖励机制	139
第5章 IP 篇		166
5.1	影视行业核心 IP 分布	166
5.1.1	版权	166
5.1.2	商标	172
5.1.3	商业秘密	175
5.1.4	专利	177
5.1.5	竞争限制、不正当竞争	179
5.2	具有高度市场价值的人格权的维护	184
5.2.1	艺人姓名权、肖像权	184
5.2.2	艺人名誉权、影视公司之企业名誉权	185
5.2.3	艺人隐私权	186
5.3	“IP”与“商品化权”	186
5.4	文学作品的 IP 保护与授权特点	187
5.5	动漫作品的 IP 保护特点	188
5.6	游戏的 IP 保护特点	189
5.6.1	游戏中可受知识产权保护的元素	190

5.6.2	游戏知识产权保护途径的多样性	190
5.7	影视项目投资中的 IP 评估与风险防范	191
5.7.1	影视项目投资中的 IP 评估——IP 评估体系的建立	191
5.7.2	改编电影项目风险评估及特点分析	204
5.7.3	IP 改编电影的风险管理机制	208
5.8	影视公司的 IP 管理模式	212
5.8.1	IP 管理委员会	212
5.8.2	法务部 /IP 管理部	212
5.8.3	内部法务与外部法律顾问 /IP 律师的分工合作	213
5.8.4	商务、法务、财务“三位一体”的 IP 管理模式	213
第 6 章 筹备篇		214
6.1	前期筹备与项目开发的整体筹划	214
6.1.1	前期筹备的重要性	214
6.1.2	前期筹备的关注点——人员与物质	214
6.1.3	前期筹备的关注点——剧本开发	221
6.1.4	前期筹备的关注点——艺人肖像 / 形象	232
6.1.5	前期筹备的关注点——其他著作权作品	234
6.1.6	前期筹备的关注点——为后期衍生开发做准备	234
6.2	“买剧本”到底包含哪几类法律关系	235
6.2.1	原著小说转让	235
6.2.2	原著小说许可	235
6.2.3	剧本委托创作	236

6.2.4	剧本许可	236
6.2.5	剧本转让	237
6.2.6	文字作品人格性著作权的保护	238
6.2.7	“买剧本”的权利多样化	238
6.3	原著小说授权许可	239
6.3.1	小说版权——可以分割的权利	239
6.3.2	原著小说授权常见问题	241
第7章 摄制篇		249
7.1	影视剧的出品合作模式	249
7.1.1	影视剧主要的出品合作模式	249
7.1.2	影视剧其他合作模式	254
7.1.3	完片担保及电影投资的保险	256
7.1.4	“内保外贷”的融资模式	257
7.1.5	律师——影视投融资的居间服务者	258
7.2	联合投资项目的洽谈及合同要点	259
7.2.1	影视联合投资项目中的不同角色	259
7.2.2	影视项目不同环节及各方的关注要点	260
7.2.3	联合投资/摄制合作合同的主要内容	271
7.2.4	联合摄制/投资合作合同的要点及条款设计	272
7.3	影视剧组的法律地位	282
7.3.1	标准的影视剧组包含的成员	282
7.3.2	剧组与摄制方的关系	282
7.3.3	剧组的公章	282

7.3.4	剧组对外签署合同的效力问题	283
7.3.5	剧组能否作为诉讼主体	284
7.3.6	剧组的账户	286

第8章 宣发及价值实现篇 289

8.1	“发行”的含义	289
8.2	基本的发行模式——“买断”和“分账”	289
8.3	主流影院/院线、二级电影市场及农村市场	294
8.4	电影的收益渠道及其权重变化	296
8.5	影视剧网络播映权授权许可合同	296
8.5.1	信息网络传播权的定义：法定概念及行业概念	296
8.5.2	网络播映权的预购：无法按时完片或者播出的风险	297
8.5.3	付款的进度及合同约定	297
8.5.4	商业性使用的限制	298
8.6	电视剧的电视台播映合同	298
8.6.1	付款进度安排	299
8.6.2	电视信号溢出的情况	299
8.6.3	电视频道的网络平台捆绑情况	299
8.7	“票房返点”——行业的灰色地带	299
8.8	电影宣传事项的思路及安排	300
8.9	宣传、发行成本的控制	306
8.10	广告植入	306
8.11	衍生开发	312

8.12 电影映前广告（“贴片广告”）	316
8.13 进口影片	316
第9章 外资准入及合拍篇	320
9.1 外资准入	320
9.1.1 影视行业外资准入及限制的整体状况	320
9.1.2 外资进入方式及投资主体模式	321
9.1.3 行业准入的可选择模式建议	325
9.1.4 对于外资进入中国影视文化传媒产业的总体建议	333
9.2 电影的中外合拍	333
9.2.1 电影合拍概况介绍	333
9.2.2 合拍项目的立项及备案	335
9.2.3 合拍合同的典型商务及法律问题及安排	338
第10章 艺人篇	354
10.1 艺人经纪公司的设立及资质获取	354
10.1.1 艺人经纪公司的设立条件	354
10.1.2 经纪资质	354
10.2 经纪公司如何与艺人达成合作及主要运营关键事项	354
10.2.1 演艺经纪合同的法律性质	355
10.2.2 全约经纪合同与部分约经纪合同	356
10.2.3 独家经纪合同与非独家经纪合同	357
10.2.4 经纪公司可以为艺人提供的服务	357