

〔美〕哈罗德·沃格尔 著
吴瀚飞 等译
仇启华 等审



娱乐业经济学

陕西人民教育出版社

娱乐业经济学

【美】哈罗德·沃格尔 著

吴瀚飞 等译

仇启华 审校

陕西人民出版社

娱乐业经济学 [美] 哈罗德·沃格尔著

吴瀚飞 等译 仇启华 审校

陕西人民出版社出版发行

(西安长安路南段376号)

陕西省新华书店经销 汉中地区印刷厂印刷

850×1168毫米 1/32开本 12.875印张 310千字

1990年9月第1版 1990年9月第1次印刷

印数：1—2,000

ISBN 7-5419-1628-5/F·20 定价：4.10元

译 序

仇启华

娱乐业是一种特殊的行业。它既是精神生产和物质生产的统一，又是生产过程与流通过程的统一。拿电影来说，编剧、导演、演员的表演属于精神生产，而摄影、剪辑、制片、复制拷贝等等属于物质生产；影片及其拷贝制作出来以前的整个过程均属于生产过程，而影片的销售、发行和上映则属于流通过程。拿唱片业来说，作曲、乐队的演奏、音乐家的演出或歌唱属于精神生产，而录音、主唱盘的制作、大量唱片的压制属于物质生产；从作曲开始到在市场销售的唱片制作出来的整个过程属于生产过程，而唱片在市场上的销售则属于流通过程。娱乐业的许多行业都具有类似的特点。因此，娱乐业经济学是一门具有自己的独特的特点、从而需要专门研究的学问。可惜的是，长久以来这门学问并未得到人们的重视，这方面的著作难得一见。

随着娱乐业的发展，随着有效地经营娱乐业的需要，客观上要求出版关于娱乐业经济学的专著。正是在这个意义上，美国娱乐业的高级研究专家哈罗德·沃格尔所著的《娱乐业经济学》值得我们重视。

这本著作还不能说是一部严格意义上的经济学著作，因为其中现象的分析较多，而理论概括和理论分析则不够。但是，它提供了十分丰富的资料和大量的统计数字，从而为我们进一步深入地研究这门学问创造了良好的条件。

这本书对娱乐业经济学的论述，是以资本主义经济特别是美国的经济为背景的。因此，其运行机制从总体上说与社会主义经

济中的娱乐业并不相同。但是，其中有些论述反映了商品经济和社会化大生产条件下进行有效经营管理的一些规律性的东西。它们对于我们改善娱乐业的经营管理有着一定的参考价值。希望本书的翻译出版能引起有关人士的兴趣。

1988年9月22日

序 言

娱乐——消遣、娱乐或使人们过得愉快的行为；使人们消遣、娱乐或感到愉快的事物。

产业——从事工艺、艺术、商业和制造业的部门或行业；生产性或以获利为目的劳动部门；特别指雇佣大量职工和使用大量资本的部门；一群生产性盈利性的企业或机构，它们具有类似的生产技术结构，生产或提供在技术上可相互替代的商品服务或收入来源。

经济学——一门研究商品生产、分配和消费的社会科学；注重研究成本和收益。

以上解释见未删节的《韦氏国际大词典》第三版。该词典由马萨诸塞州普林菲尔德的G·C梅里亚姆出版公司1967年出版。

美国人每年在合法的娱乐形式方面累计至少要花费600亿小时和250亿美元以上。因而，我们一开始就可以提出下列问题：什么是娱乐？为什么人们对娱乐有这么大的兴趣？它的多种形式有些什么共同之处？

从根本上说，凡是能刺激、激励并引起人们愉快地消遣的事情就是娱乐，或许法语中divertissement这个词最确切地表达了这个意思。

众所周知，生活中充满了各种约束。纪律、责任、家务和许多不愉快的事情，而娱乐包括的则是人们愿意并希望做的事情，这是娱乐生产和服务这种消费需求的基础。这是我们在下文要讨论的许多行业——从电影到体育运动、从主题游乐园到剧院——都具有的主要特征。

娱乐业显然是通过其效果来界定的。至于这种效果对人们是重过主动的还是被动的手段来实现无关紧要。弹钢琴和玩立体声收录机完全可以达到同样的愉快效果。确实，娱乐可以包括从参观博物馆到逛商店等许多事情。

事实上，娱乐对不同的人来说，意味着不同的东西。因此，为了便于分析，就要求划定更为明确的界线。在这里，确定这一界线的方法是把娱乐业划入产业部门，即具有同样生产技术结构并且生产和提供可以相互替代的商品、服务或收入来源的生产性或盈利性的大型企业或机构。

上面所谈的分类使我们便于进行与此相联系的娱乐软件（如影片、唱片、电子游戏）和硬件（如软件借以实现的装置和设备）的讨论。它也使我们能够更加容易地追踪这一领域内技术发展的作用。

对娱乐硬件和软件性能的不断改进，我们已如此习惯，以至于忘记了在20世纪初电影和录音设备还被看成是很新奇的东西。那时，广播被看成当代奇迹，电视还是实验室里的怪玩艺儿，磁带录音机、晶体管、激光尚未被发明，闪电般迅速的电子计算机和人造地球卫星仍然处于科学幻想小说的王国之中。

然而，应用技术的成果表现了人类新的艺术形式和前景。现在，只需把开关轻轻一按，就使比以前更丰富多彩、质量更高的各种娱乐形式呈现在世界亿万人民面前。

但是，这种情况并不是或几乎不是由于为艺术而艺术的原因而产生的。为艺术而艺术对技术发展来说是一种高尚的但毫无用处的刺激物。在背后调节技术发展和速度的总是经济力量，即利润动机。这便是那些相互竞争而又常常相互依赖的娱乐活动和产品相对普及并不断增长的力量源。

因此，当我们发现娱乐业经济学的大多数严肃考察散见于各种小册子、贸易出版物和定期刊物、经纪人的报告以及其它书籍

的个别章节中的时候，便不免有些吃惊。

随处可见的流行杂志和报纸、传记、史书、技术刊物通常很少对这一主题作深入论述。

这本著作是我试图提供一个单一的综合性材料的直接结果。它试图用一种易理解的和有趣的风格向普通读者提供信息，但是它还可以被用作攻读电影、音乐、信息、职业体育运动、表演艺术、旅馆夜总会经营方面的应用经济学和行政管理课程的研究生和大学生的教材。而且这本著作也为经理、金融分析家和投资者、代理商和法律顾问、会计师、经济学家、记者提供了一种方便的参考书。为此目的，在注释之后，还附有一个详细的补充材料。

书中所涉及到的材料是根据产业规模来选择的。产业规模是按照消费者支出和就业人数、作为独立产业存在的时间长度，以及可靠材料的可获得程度来衡量的。但是，广义地说，主题选择是根据娱乐业投资者的需求来确定的。当然，书中的观点必然是投资分析家、业务经理和经济学家观点。

这种注重决策的背景自然会导致一种与其说高度理论性不如说实用性和求实性的探讨。不过这本著作还是采取了一些经济学和金融学的语言。对这些领域不熟悉的读者可能会偶然遇到一些困难。为了对他们有所帮助，书后还附有词汇表。

哈罗德·L·沃格尔于纽约

致读者：

娱乐业提供了许多成就事业的机会，其中只有少数与债券投资和证券管理的过程有关。渴望在这个领域中干一番事业的学生可能注意到，在娱乐业上经常投资的人们通常在金融、经济学和其它业务知识领域有着坚实的基础。然而，投资专家们并不花费大量的时间去看电影、听音乐或玩游戏。

投资者应当了解，表述在这里的是作者自己的分析和观点，并不一定反映麦利尔·林奇公司以及所提到的公司和企业在债券投资价值方面的观点和态度。

目 录

序言

第一篇 导 论

第一章 经济学考察	(2)
第一节 闲暇时间	(2)
闲暇与工作.....	(2)
消遣与娱乐.....	(3)
时间.....	(4)
闲暇时间的增加.....	(5)
第二节 供求因素	(10)
生产率.....	(10)
对闲暇的需求.....	(10)
预期效用的比较.....	(12)
人口.....	(17)
第三节 个人消费支出诸关系	(17)
第四节 产业部门的一般考察	(19)
第五节 结束语	(24)

第二篇 非电子媒介娱乐业

第二章 电影业宏观经济学	(27)
第一节 闪烁的形象	(27)
第二节 制约电影的诸种因素	(29)
发展要素.....	(29)

	影业等级次序·····	(31)
第三节	电影业的盛衰·····	(33)
	票房收入周期·····	(33)
	价格与弹性·····	(36)
	电影开拍与资本·····	(36)
	发行与库存·····	(39)
	市场占有率因素·····	(39)
	汇率影响·····	(44)
	财务总额·····	(44)
第四节	初级市场与次要市场·····	(46)
第五节	资产·····	(53)
	影片库·····	(53)
第六节	结束语·····	(57)
第三章 影片的制作与发行·····		(58)
第一节	物质财产和精神财产·····	(58)
第二节	筹资的排列与组合·····	(60)
	普通股出售·····	(60)
	联合经营·····	(62)
第三节	与制片有关的费用·····	(63)
第四节	发行商与放映商·····	(65)
	发行系列·····	(65)
	发行策略、投标及其它有关行为·····	(69)
	放映业的特征·····	(71)
第五节	发行费用·····	(75)
第六节	盈利概要·····	(77)
第七节	结束语·····	(79)
第四章 影视业的财务会计·····		(81)
第一节	美元的“保龄球”·····	(81)

第二节	协调各种会计帐号	(82)
第三节	公司概况	(83)
	收入认可因素	(83)
	存货清单	(85)
	存货价值的摊提	(86)
	未摊提的残值	(87)
	利息支出及其它费用	(90)
	投资税收减免	(90)
	内部问题	(91)
第四节	大型影片核算	(93)
	财务综述	(93)
	分成	(98)
	发行商——放映商的估算	(101)
	发行商的经营与开支	(103)
	制片厂间接费用及其它生产费用	(105)
	实际情况与结果	(106)
第五节	电视节目制作核算	(109)
	故事片许可	(109)
	节目制作与发行	(111)
第六节	联营中的薄弱环节	(122)
	放映商：开始与结束	(123)
	发行商——制片商问题	(125)
第七节	结束语	(126)
第五章	音乐业	(128)
第一节	乐队演奏	(128)
第二节	从内到外	(132)
	作曲、出版与管理	(132)
	版税系列	(132)

	协会和联合会	(136)
	音乐会、剧院和“严肃的”音乐	(139)
第三节	唱片的制作和销售	(139)
	唱片市场	(139)
	交易参加者的好处	(144)
	生产成本	(146)
	销售费用	(149)
	发行和定价	(150)
第四节	新发展	(152)
第五节	财务核算	(154)
	艺术家的观点	(154)
	公司的观点	(156)
	税收方法	(158)
第六节	结束语	(158)

第三篇 电子媒介娱乐业

第六章	广播电视业	(160)
第一节	开始播放	(160)
	技术与历史	(160)
	基本经营	(162)
	管理和技术	(168)
第二节	财务核算指南	(174)
	会计数字	(174)
	分类节目费用	(175)
	财务会计惯例	(179)
第三节	对广播电视业财产的估价	(181)
第四节	结束语	(185)
第七章	有线电视和其他新媒介	(190)

第一节	由微弱信号而引起	(190)
	计费电视业务的发展	(191)
	发展方向	(194)
第二节	有线电视业的结构	(196)
	经营方面	(196)
	财务特征	(197)
	经营特许权	(204)
	收入来源和节目支持	(206)
	会计惯例	(208)
第三节	有线电视系统的评价标准	(210)
	现金流量和倍数	(210)
	按节目计费业务的潜力	(214)
第四节	有线电视的竞争	(215)
	计时收费电视	(215)
	卫星直播电视	(217)
	其它传播媒介	(218)
第五节	视频信号储存手段	(219)
第六节	结束语	(223)
第八章	计算机游戏	(224)
第一节	起源	(224)
	投币机(吃角、子老虎)和弹球戏	(224)
	蹇:前身和发展	(225)
第二节	行业结构	(232)
	家用电视游戏	(232)
	投币式游戏机	(233)
第三节	利润动态分析	(236)
	投币机	(236)
	家用电视游戏	(239)

第四节 结束语	(240)
---------	-------

第四篇 活动娱乐业

第九章 游戏和赌博 (略)	(244)
---------------	-------

第十章 体育运业	(244)
----------	-------

第一节 趣味感人	(244)
----------	-------

经济特征	(244)
------	-------

运动和广播及有线电视	(246)
------------	-------

第二节 经营特征	(248)
----------	-------

收入来源和分配	(248)
---------	-------

工会和劳务合同	(252)
---------	-------

税收和会计处理	(253)
---------	-------

第三节 结束语	(257)
---------	-------

第十一章 表演艺术	(259)
-----------	-------

第一节 观众和演出	(259)
-----------	-------

商业性戏剧	(262)
-------	-------

马戏表演	(263)
------	-------

交响乐	(264)
-----	-------

歌剧	(264)
----	-------

舞蹈	(265)
----	-------

第二节 经费来源和经济困境	(265)
---------------	-------

第三节 剧目上演的有关事项	(272)
---------------	-------

制作过程的财务及分配	(272)
------------	-------

交响乐的经营	(276)
--------	-------

第四节 新技术的作用	(278)
------------	-------

第五节 经济学著作的举例	(279)
--------------	-------

第六节 结束语	(281)
---------	-------

第十二章 游乐园业	(282)
-----------	-------

第一节	花的魅力·····	(282)
	花园与园林·····	(282)
	现代游乐园·····	(284)
第二节	经营特征·····	(285)
第三节	经济比较及弹性·····	(291)
第四节	资产价值和投资倾向·····	(292)
第五节	结束语·····	(294)

第五篇 综述

第十三章	结束语 ·····	(296)
第一节	一般原理·····	(296)
第二节	评价娱乐业股票：某些准则·····	(298)
第三节	结论·····	(303)
补充材料		
	注释·····	(305)
	词汇表·····	(323)
	附表·····	(350)

第一篇

导论