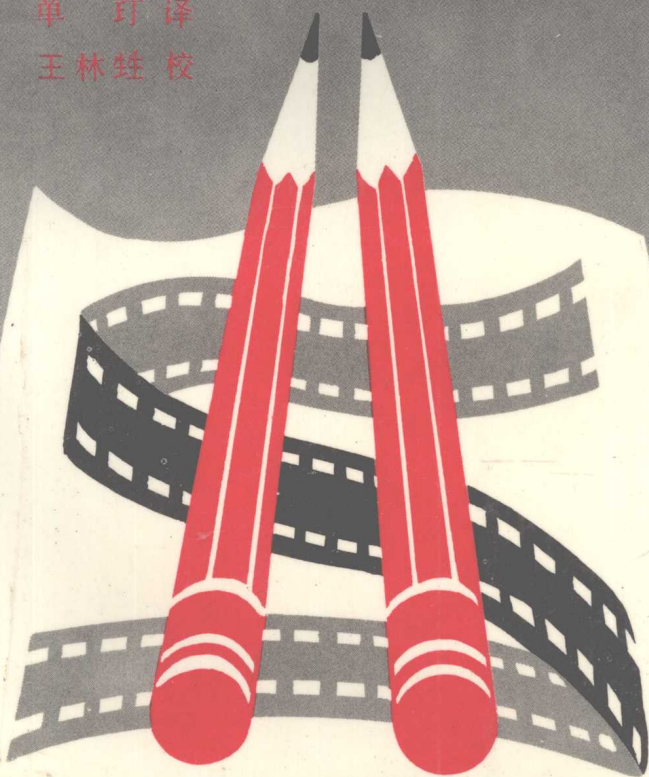


电影 电视 制作预算

[美] 迈克尔·韦斯 著

单 玳 译

王林铨 校



电影电视制作预算

〔美〕迈克尔·韦斯 著

单 玎 译

王 林 蛙 校

中国财政经济出版社

Michael Wiese

Film and Video Budgets

Michael Wiese Film Productions, 1984

本书根据迈克尔·韦斯影片出版公司 1984 年版译出

电影电视制作预算

〔美〕迈克尔·韦斯 著

单 玎 译

王 林 姓 校

米

中国时代经济出版社出版

中国时代经济出版社激光照排

(北京东城大佛寺东街 8 号)

新华书店北京发行所发行

各地新华书店经售

北京朝阳北苑印刷厂印刷

米

787×1092毫米 32开 10.75 印张 217000 字

1991年 3 月第 1 版 1991年 3 月北京第 1 次印刷

印数：1—5700 定价：4.80 元

ISBN 7-5005-1207-9 / F·1134

目 录

前言	(1)
目的	(4)
如何使用本书	(4)
基本概念	(7)
开始做预算	(7)
概算	(8)
谈判	(9)
包干定酬	(12)
与摄制人员磋商	(15)
分类项目	(23)
好莱坞模式	(23)
修正的分类项目	(31)
简述及其计费	(39)
故事	(39)
主创人员	(41)
制作班子	(48)
差旅及现场开支	(63)
现场器材	(66)
电视设备	(71)

摄影棚租赁	(72)
生片及洗印厂	(72)
解说录音	(75)
音响及音乐	(76)
录像带混录棚	(82)
字幕及光学效果	(83)
剪辑及最后修饰	(84)
电视编辑	(93)
办公室	(97)
税款	(100)
小计	(100)
保险费	(101)
企业管理费	(101)
应急费	(101)
总计	(102)
本章小结	(103)
预算示例	(105)
引言	(105)
学生电影预算示例	(106)
学生电影预算	(109)
学生电视片预算示例	(119)
学生电视片预算	(122)
短片预算示例	(127)
短片预算	(131)
电影纪录片预算 (58 分钟) 示例	(142)

电影纪录片预算(58 分钟)·····	(146)
电视纪录片预算(58 分钟)示例·····	(157)
电视纪录片预算(58 分钟)·····	(161)
胶转磁预算及示例·····	(170)
低成本故事片预算示例·····	(175)
低成本故事片预算·····	(182)
音乐电视片预算(录像带)示例·····	(200)
音乐电视片预算(录像带)·····	(203)
音乐电视片预算(胶片)示例·····	(213)
音乐电视片预算(胶片)·····	(217)
音乐电视片预算(胶片)(低成本)示例·····	(225)
音乐电视片预算(胶片)(低成本)·····	(228)
成套广告片预算(实景 / 胶片)示例·····	(236)
成套广告片(实景 / 胶片)预算·····	(241)
观念电视片预算(棚内 / 录像带)示例·····	(254)
观念电视片预算(棚内 / 录像带)·····	(256)
音乐会电视片预算(1 小时)示例·····	(264)
音乐会电视片预算(1 小时)·····	(267)
电视杂志节目预算(10 分钟)示例·····	(273)
电视杂志节目预算(10 分钟)·····	(275)
省钱方法 ·····	(283)
电脑预算 ·····	(294)
其他预算形式 ·····	(300)
纪录电影预算指标示例·····	(300)
预算指标·····	(302)

现金流动表(纪录电影预算)示例	(303)
现金流动表	(308)
赢利表	(308)
预算编码	(310)
预算编码示例	(311)
方案代码	(317)
方案代码示例	(318)
现金支出日记帐	(319)
现金支出日记帐示例	(320)
手 续	(322)
PO—购置预订	(322)
设备需求表	(322)
规程单	(324)
确认信	(325)
标签	(325)
会议	(325)
预算报告单	(326)
附 录	(328)

前 言

本书是为补充《独立电影电视制作者指南》一书而写的，主要研究有关纪录片和短片的筹集资金和发行问题。本书较之《独立电影电视制作者指南》所增加的篇幅是，对预算作了详尽的探讨，而这正是其他大部分书刊及课程所忽略的领域。

在过去的几年中，我曾有机会担任美国电影学会的讲师，到十几个城市为数百名电视电影制片人开研究班课程。从我们的讨论和现行的经济状况来看，很明显的事实是，预算越来越受到重视，但却得不到实践的资料。对于那些初试身手的制片人来说，这似乎是很不幸的，因为只要对他们稍加指导，就可以使他们拟订的方案节省数千美元。

参加这些研究班的有些制片人想制作故事片，但大多数学员还是需要用电电影电视制作短片、纪录片、广告片、商业广播节目、公共服务节目和有线电视节目方面得到一些帮助——这是些故事片圈外的方案。如果你有类似的需要，这本书就是为你而写的。

几乎每部电影或电视片都始于预算。不论你是向委托人、基金会、政府机构，还是向你所在公司的某个部门提出一项提案，人们都希望看到一份预算，以便了解它得花多少

钱，而且似乎也必须这样做。预算就是你确定将需要些什么（而且付得起什么）的购物单。预算是通过剧本或故事草图的仔细斟酌和审查才作出的决定。预算一旦确定，曾经“什么都不是”的剧本就变成了“某种东西”的蓝图。预算将你的空想带向现实。即使没有别的，单是预算本身所预示的事实也一定能使你激动。你正逐渐接近你的想法的实现。

不幸的是，电影或电视片方案不允许出太多的差错。假如你犯了关键性错误，就会大大减少你以后工作的好运气。好名声的获得或失去取决于你对下面这个问题的回答：“你是否按预算做了？”和别的艺术形式或媒介不同，第一步把影像拍摄到赛璐珞或视频磁带上就得一笔可观的开支。因此，最好是制订一份精确而详尽的预算，了解付得起什么，付不起什么。

对许多人来讲，光是写一份预算的想法就会使人出一身冷汗，打一阵寒战或是一大通的手忙脚乱，或许三者都有。有人曾经成功地逃避了做预算，但总有一天，当你要进行电影或电视片制片事务时，你还是会被迫计算成本和制订预算的。

本书的目的就是帮助你完成这项任务。

从1967年算起，我已经制作了31个小时的电影和电视片。我曾经负责与代理商、摄制人员、演员、解说员、作曲家、胶片洗印厂、电影或电视器材库、后期制作及特技车间和运输公司磋商计费问题。我曾制作过付费电视节目、纪录性故事片、政治电视广告、短片和教学片等等。

1982年，我在纽约曾为一位政治竞选宣传代理人领导

过制片工作。在那 7 个月的时间里，我为十几个政治竞选运动和 50 个广播点、几部受资助的电影和一部纪录片监督制作了 175 个电视广告。这项工作包括经管在全国各地的摄制组、一套室内的剪辑班子以及把完成的电视节目送往买下了播出时间的各个电视台。

工作非常繁重。经常在播出时间前的几小时才做完节目。这就是政治电影制作的特点。（可取之处是我设计的电脑预算系统，它将在本书中运用并专辟一章加以讨论。）

在这些制片工作中，我曾节省出成百上千的美元。我也曾犯过一些代价昂贵的错误。我打算在本书中提供我的见识，使你能够避免一些要付出代价的错误，甚至能在你的预算中发现省钱的途径。

研究这本书，向它挑战，把它变成你自己的。你可能会发现，如果不看这本书，你就会忽略许多分类项目。这抵得上这本书的价钱吗？但愿我的预算能激发你的想象力，使你用自己的方法为制片方案省钱。

既然你也许只能得到一次机会成功地完成一项昂贵的电影或电视片制作方案，那么，你最好作些内部整顿。当你已经设计出一份完整的预算时，任何焦虑都将被平静沉着的信心所替代。你将明白你该做些什么。你将了解你必须（或不能）花费什么。你能用最省力的方式控制支出。我希望本书能使你提高制作电影和电视片的能力。

最美好的祝愿，

迈克尔·韦斯

1984 年 5 月 1 日

目 的

如果你要驾车从纽约行驶到洛杉矶，你会打开地图设计你的路线。你会决定每天跑多少路程，在哪儿逗留以及沿途看哪些景致。你会决定随身带多少钱。驾车短途旅行，哪怕是刚刚出发，便可能发生一些不尽人意的事情，诸如汽油告罄，发现“客满”牌子，错过了科罗拉多大峡谷的壮丽景观，使旅行糟糕透顶。电影和电视制片也要求有同样的提前准备。没有它你将手忙脚乱。你可能很快就发现囊空如洗，又无后备资金，结果一手握着一大堆一钱不值未经剪辑的胶片，一手捧着厚厚一叠没钱支付的帐单。

本书能帮助你进行计划前的步骤，使你在开机前便准备好了大部分制片所需要的钱物。你将在制片的自始至终都能为每项需要分配足够的资金。

假如本书的预算示例与你自己的方案并不是逐项相符的话，那它们也应该成为你的有益向导，提醒你可能事先没有考虑到的开支。目的是学会收集与你的方案有关的足够资料，使你能够制订一份切实的预算。作为结果是一份详尽完整的预算，它对于向投资者筹集资金、向代理人投标、起草意向书以及从一开始就跟踪开支都是必要的。

如何使用本书

如何使用本书 不要通读全书，这没有必要。你只须读与

你自己的制片样式有关的那些部分就行了。

有这样几部分，

1. 基本概念
2. 分类项目
3. 预算示例
4. 省钱方法
5. 电脑预算
6. 手续
7. 附录

基本概念 为了对贯通全书的原则有一个大体的了解。每个人都将想阅读这部分。

分类项目 预算中每一分类项目都得到了详细的描述。如果你不熟悉预算和制片要素，就可以阅读这一部分。它对你将会遇到的几乎所有分类项目都作了简短的描述。如果你对预算有一定的基本了解，你可能只想粗略浏览一下这部分，但还是把它从头到尾读读为好。这里面没准有你需要的金块呢。然后接着读下一部分。

预算示例 每个人都能从这部分受益，其中提供了各种各样的预算示例。不要整部分通读。可以查阅与你制作的片子最接近的预算（参见全书目录）。这些预算示例与实际发生过的制片中的开支是很相近的。每份预算都附有对它的解说，提供了制片方法并讨论了如何掌握一定的项目。如果它不是你要使用的那种预算，它也将作为一种模式帮助你在为自己制订的预算中加上一些项目，或者删去另一些项目。

你可以修改制片天数、摄制组规模和耗片比而使你自己

的预算走上正轨。

省钱方法 这里列出一大串能使你省钱的好主意。并不是所有的都适合你的方案，但一定能启发你产生好主意以充实你的“捷径”宝库。（让我从你那儿听到更多的好主意吧。）

电脑预算 这部分较短，它描述了一些电脑预算程序所能提供的捷径。

手续 这里是一些简单的手续，可以帮助你监督开支。

附录 这里有一些工会和行会的联系地址和可用于进一步研究的文献目录。

基 本 概 念

开始做预算

一份预算如果不是根据最后决定的拍摄剧本制订的话，是不可能实现的。拍摄剧本可以帮助你决定所必需的拍摄天数、场景数、每日拍摄镜头数和摄制组规模。对差旅费和场地费也能精确地计算出来。其他如演员、道具、服装等每个细目都可以据以列出直接费用。如果没有拍摄剧本，那你就只能作个大致的猜测。

许多电影制作者都宁愿得到一笔整付的钱（比如 10 万美元），而且还想当然地认为，这些钱足够制作他们的片子了。他们没有兴趣事先逐项计算将来所需的钱数。但另一方面，投资者则希望专业的电影电视制作者能提交一份完整而精确的预算。电影和电视制作是极其复杂的，决不能仅凭“猜测”或“感觉”来决定它的成本是多少。

我曾经为许多没有拍摄剧本的方案制订过预算。然而，这些方案与其他具有已知预算的方案完全相同，因此尽管没有剧本可资利用，也可以作出精确的设想。

假如你要制作一部纪录片，切莫凭经验估计，比如，经常提到的 16mm 纪录片每分钟成本是 2000 美元。如果你这

样假定的话，那么，一部 10 分钟的纪录片的成本就是 20000 美元。也许是这样，也许不是这样。这种“胡猜”是毫无意义的，因为它可能没有把诸如动画、字幕、特技、主创人员、场地、布景等项目的开支计算在内。所以，不管什么时候能够得到最后完成的剧本（故事草图更好），一得到了就要开始制订预算。

概 算

“详尽的”预算应当分门别类地开列每一个项目。好莱坞式的详尽预算可能会有上百页纸。而概算则只是一份概要。它把许多分类小项目合并成几大类。这样，投资者或委托人只需要看上短短的几页纸，就可了解他的钱财如何分派用场。大类的分组如下：

- A. 故事 / 剧本
- B. 主创人员
- C. 制作班子
- D. 差旅费及场地费
- E. 现场器材
- F. 摄影棚开支
- G. 生片及洗印厂
- H. 音响录音及音乐
- I. 字幕及光学效果
- J. 剪辑及最后修饰
- K. 办公室

L. 保险、企业管理费等等

一旦你确定了上述各类项目的金额，就能很自如地将它们按照对你和你的会计方便实用的形式加以分类。（为了便于了解开支情况可以为每一项目确定一个编码，除非以后还要增加类别。）你可以用你喜爱的任何方式组合你的分类项目。也有象 ASCI（独立广告制片人协会，地址见附录）预算那样的标准模式，它一般是用于商业性投标。运用标准预算模式，代理商能够很快地从不同制片人那里看出有竞争性的投标，并且在签订合同前对主要要素的成本逐项进行比较。

本书中的预算是根据我所制订的预算演进而来的。这些模式曾对我很实用。但它们并不比别人采用的其他模式高明或不高明。请你按自己的需要任意对它加以改进。可以随意采用哪种模式。

谈 判

谈判是一门艺术。它是制片工作的基本技巧。其实，谈判只是一种相互了解的交流。假如你精于此道，就能把你的成本降低 10%、20%、30% 或者更多一些。韦伯斯特为“谈判”下的定义是：“协商、讨价还价或者为达到双方一致的观点而讨论，在交叉点上成交，克服障碍，坚持到底。”对于我们的目的来说，谈判就是当两人或更多的人“同意协商”时，就交易中的具体条款达成协议。协议可以采取现金支付、延期支付、字幕职务名称、利润分成或任何其他要素的数目的

形式。

协议只能在双方就交易中的各条款都达成一致时才能算数。假如不是这样，他们仍要继续谈判。

你总得进行谈判。如果你想制片就绕不开这一关。掌握这种技巧，就能使你收到“事半功倍”之效。它给你一个对这笔交易明确交底的¹机会，从而使你同将来与你共事的人达成谅解。通常，计价问题总是会谈不透。每个人都从自己一方理解协议。于是，形成了猜疑和幻想，可帐单一到却不是那么回事，于是分歧暴露了，产生了一派混乱。这时可就太晚了。感情受到伤害，希望和信心破灭了，众叛亲离。而更糟糕的是，已经花了超出计划的钱——这一切都归咎于谈判不周、意见不一致。如果你真想制作出影片，这些事本来是可以不发生的。生命短暂，逝者如斯，你再没有时间和精力来清理这些后事了。最好还是学学谈判技巧，达成体面的协议，而且信守诺言。

在美国或西方国家，人们总感到谈判有那么点可笑。他们情愿给足出价而不想勉为其难地商量更合意的费率。但是在远东、东南亚、印度和非洲，人们认为谈判是有礼貌的行为。如果你谈判，你就和人们打了交道，你就能了解到彼此双方的一些东西。在爪哇，你付给某人首次出价的钱是严重的冒犯。人们希望你在最后成交之前逢场作戏地讲两三次价。这是公认的社会交易的一部分。

在西方世界（除了纽约城），人们窘于对价目标签或价目卡提出疑问。而他们当真提出时，这价钱多半会给降下来。