



Yingshi zhipianguanlijichu

媒体管理理论与实务丛书

主 编：高福安 宋培义

影视制片管理基础

高福安 宋培义 主编

中国传媒大学出版社

中国传媒大学“十五”“211工程”资助项目

影视制片管理基础



高福安 宋培义 主编

中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

影视制片管理基础/高福安, 宋培义主编. - 北京: 中国传媒大学出版社, 2006.7

(媒体管理理论与实务丛书/高福安、宋培义主编)

ISBN 7-81085-761-4

I. 影… II. ①高… ②宋 III. ①电影制片-管理-高等学校-教材 ②电视制片-管理-高等学校-教材 IV. J941.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 065525 号

影视制片管理基础

主 编: 高福安 宋培义

责任编辑: 阳金洲

责任印制: 曹 辉

封面设计: 钟雪亮

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 12.25

版 次: 2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-761-4/K·761

定价: 25.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

媒体管理理论与实务丛书

主 编：高福安 宋培义

Yingshi
zhipianguanlijichu

总 序

随着社会与科学技术的进步,中国的媒体事业和产业得到了迅猛的发展。近些年来,随着社会主义市场经济体制的完善和改革的不断深入,我国的传媒领域异常活跃,报纸、杂志、广播、电视、互联网络等媒体的发展势头迅猛,媒体产业经营与管理的改革、创新和探索也令人目不暇接,无论是印刷媒体,还是广电媒体纷纷上市或进行体制改革、资源重组,传媒市场呈现日趋繁荣的景象。

但是,在这种看似繁荣的背后,国内各类媒体也深感竞争所带来的巨大压力和自身管理中的不足。特别是随着一些境外媒体逐渐进入中国市场,媒体国际化势不可挡,我国媒体如何在这样残酷的竞争中保持强势就是一个值得深入研究的重要的课题。

目前我国媒体正处在一个全面而深刻的历史转型期,改革的重点是体制改革、机制创新、面向群众、面向市场。在体制上强调一是要搞好宣传,二是要搞好经营,三是要将事业与产业相分离,事业要按照事业方式运作,产业要按照产业方式经营。在机制上从用人制度、分配体系、成本核算、资源开拓、事业发展等诸多方面探索符合市场规律、符合我国国情的科学思路,逐步建立起有利于调动广大媒体工作者的积极性,有利于媒体创新、多出精品、服务大众的管理体制和运行机制。

总体而言,中国的媒体管理理论与实践仍处于探究阶段,有许多理论和实践问题有待进一步研究和解决。深入开展这一领域相关课题的研究,既能弥补我国与国际媒体在经营管理领域之间的差距,又能完善高等学校媒体经营与管理学科体系的建设。另一方面,深入开展该领域课题的研究对于传媒产业的生存与发展也具有重要作用,这对于造就一批高水平的媒体管理人才,切实提高我国媒体经营管理的水平和综合竞争力,具有现实意义和深远的历史意义。鉴于上述原因,中国传媒大学媒体管理学院的部分骨干教师申请并获准了中国传媒大学“211工程”重点学科建设项目“媒体管理理论与实践”的研究,以此来探索、研究中国媒体在经营管理方面的有关课题,并尽快出版相应的研究成果,以期为我国媒体行业的发展提供理论支持和实践指导。

“211工程”重点学科建设项目“媒体管理理论与实践”,由宋培义教授作为总

负责人。该项目共包括六个子课题,每个子课题都有相应的负责人,其最终成果是六部著作。这六个子课题的名称及负责人是:

- | | |
|--------------|---------|
| 1.《媒体管理概论》 | 高福安教授 |
| 2.《影视制片管理基础》 | 高福安教授 |
| 3.《媒体政策与法规》 | 郭娅莉副研究员 |
| 4.《媒体战略管理》 | 宋培义教授 |
| 5.《媒体管理案例研究》 | 冷述美副教授 |
| 6.《媒体财务管理》 | 黄晓兰副教授 |

这六本书彼此协调分工,构成相对全面、完整、自成体系的丛书;而又各自独立成书,可分册单独使用。这部丛书的特点是力求理论与实践紧密结合,反映该领域的最新理论成果和最有代表性的实践案例。本套丛书的理论体系主要由三个层面构成:首先是从宏观的角度,研究媒体管理的一般问题,包括媒体管理理论框架、媒体战略管理等问题;第二是从中观的角度,研究媒体的政策法规,特别是媒体政策法规的应用问题;其三是从微观的角度,研究影视制片管理的理论与实践、媒体财务管理以及媒体经营管理的具体案例。

中国传媒大学最早组建了国内第一家媒体管理学院,该学院始终关注中国传媒业发展的前沿课题。参与本课题组的成员是媒体管理方面的教授、学者和年轻的后起之秀,多年来他们与众多的媒体组织有过密切的合作关系,如为中央电视台和一些省级、市级媒体和影视制作公司等单位完成了(或正在进行)多项横向课题的研究,通过教学、科研与媒体实践,积累了较为丰富的教学与科研成果,为编著本丛书奠定了基础。

随着我国媒体行业的快速发展和国际国内竞争的加剧,特别是媒体发展环境的不断变化,这套丛书所涉及的一些理论和实践内容也会不断丰富和向前发展,有些内容仍值得本课题组的成员继续进行深入的研究。毋庸讳言,这套丛书肯定还会存在一些不足之处,恳请业内专家和广大读者给予批评指正。

本课题在研究过程中,得到了中国传媒大学校领导、校科研处和媒体管理学院领导的大力支持,他们为本项目的实施和完成提供了科研经费的支持及相应的帮助。行业内的一些领导、专家也为本课题的研究和丛书的撰写提出了一些建议性意见,有的还提供了有价值的参考资料。此外,中国传媒大学出版社领导,特别是阳金洲老师为本套丛书的编辑出版付出了心血。在此,向他们表示感谢,也向参加该课题研究和为本套丛书编写付出辛勤劳动的全体人员一并表示感谢。

中国传媒大学副校长 高福安

中国传媒大学媒体管理学院副院长 宋培义

前 言

在过去的这 20 年中,中国影视业的发展和繁荣是有目共睹的。影视事业和产业的发展,需要进一步研究和完善影视制片管理的理论与方法。我国从 20 世纪上半叶出现了电影制片人,80 年代中期出现了第一批电视剧制片人,90 年代诞生了一些早期探索影视制片管理方法的书籍,到上世纪末本世纪初制片管理正式进入理论研究视野。制片管理理论的发展在很大程度上反映了中国影视制作业的市场化进程。

在中国,影视剧的商业化运作已有十多年的实践,但从整个影视制片管理的理论基础和学科建设上来说,我国尚未形成一个相对系统完整的制片管理理论体系。理论基础的不完善势必会造成实践操作中的分工不清、责权不明,从而会影响到整个影视剧的规范运作与制片质量,进一步来说甚至会影响到我国影视产业化进程的顺利发展。本书的目的是从影视制片管理学科的基础理论体系入手,着重阐述影视制片管理中各个环节的相关概念和规范的流程;并有针对性地借鉴国外相关的管理理念和经验,同时兼顾国内影视制作的特殊背景和程序,力求为有志从事影视剧制片管理的相关人员提供一本准确可行的基础理论教材。

在本书编写的前期,本书的主编高福安、宋培义与相关作者经过多次讨论,最终确定了本书的结构和编写重点。在此基础上,结合高福安教授负责的科研项目“影视预算与成本管理研究”(项目编号:HG0510),课题组进行了行业调研、访谈和信息收集等工作,为编写本书奠定了基础。本书的分工情况如下:第一、二、三章由许俊颖执笔,第四、五、九章由陆丽贤执笔,第六、七、八章由杨欢欢执笔,第十章由杨晓明、陆丽贤执笔,第十一章由张华、许俊颖执笔,第十二章由宋培义、许俊颖、杨欢欢、陆丽贤共同执笔,高爽、许俊颖参加了本书的具体统稿工作。高福安和宋培义担任本书的策划,参加和指导本书的具体编写工作,提供了相关的附录,最后对全书进行了反复修改并定稿。此外,中国电视制片委员会常务副会长张明智、副会长于朴对本书进行了认真审阅,并提出了具体的修正意见。

本书适合高等院校文化产业管理专业、艺术管理专业,尤其是制片管理专业的本科生作为基础教材,也可以为影视制作行业的实践者和研究者提供参考。

由于中国影视市场的规范化程度还不高,制片管理体制也不甚健全,因此这一领域仍有许多的理论和实践问题有待进一步探索和研究。尽管本书的编著者们付出了很大的努力,但书中还会存在一些疏漏和不足,敬请广大读者指正。

在本书的编写过程中,我们参阅了许多国内外的相关文献和行业内数据,在此,向所有被引用文献及数据的作者表示由衷的感谢。最后,也向参与本书资料收集和整理工作的有关研究生表示感谢,这本书的最后付梓是所有人共同努力的结果。

本书主编

由于中国影视市场的规范化程度还不高,制片管理体制也不甚健全,因此这一领域仍有许多的理论和实践问题有待进一步探索和研究。尽管本书的编著者们付出了很大的努力,但书中还会存在一些疏漏和不足,敬请广大读者指正。

在本书的编写过程中,我们参阅了许多国内外的相关文献和行业内数据,在此,向所有被引用文献及数据的作者表示由衷的感谢。最后,也向参与本书资料收集和整理工作的有关研究生表示感谢,这本书的最后付梓是所有人共同努力的结果。

本书主编

目 录

总 序 /1

前 言 /1

第一章 剧本研发 /1

第一节 剧本研发综述 /1

第二节 剧本研发预算表格及说明 /5

本章小结 /7

思考题 /8

第二章 如何取得拍摄资格 /9

第一节 中国影视政策法规节选 /9

第二节 影视剧的拍摄资格 /12

本章小结 /16

思考题 /16

附录 /17

第三章 组建自己的团队 /20

第一节 制片部门 /20

第二节 导演部门 /24

第三节 摄影部门 /26

第四节 录音部门 /27

第五节 美术部门 /28

本章小结 /32

思考题 /32

第四章 制片部门 /33

第一节 制片部门综述 /33

第二节 成员职责阐释 /35

第三节 制片表格及相关说明 /44

本章小结 /46

思考题 /47

附录 /47

第五章 导演部门 /50

第一节 成员职责阐释 /51

第二节 导演部门制片表格示例 /61

本章小结 /64

思考题 /65

第六章 摄影部门 /66

第一节 摄影部门综述 /66

第二节 成员职责阐述 /68

第三节 摄影部门与其他部门的合作 /72

第四节 摄影部门制片表格及相关说明 /73

本章小结 /75

思考题 /75

第七章 录音部门 /76

第一节 录音部门的作用 /76

第二节 成员职责阐述 /79

第三节 录音部门制片表格及相关说明 /82

本章小结 /84

思考题 /84

第八章 美术部门 /85

第一节 美术部门的作用 /85

第二节 成员职责阐释 /88

第三节 美术部门制片表格示例 /93

本章小结 /95

思考题 /95

第九章 后期制作 /96

第一节	成员职责阐述	/96
第二节	影视剪辑流程	/98
第三节	后期制作表格及相关说明	/99
	本章小结	/102
	思考题	/102
第十章	宣传和发行	/103
第一节	电影的宣传和发行	/103
第二节	电视剧的市场营销	/107
	本章小结	/115
	思考题	/116
第十一章	影视剧融资	/117
第一节	中国影视剧融资历史沿革	/117
第二节	融资的手段	/119
第三节	融资方式的分类	/124
	本章小结	/125
	思考题	/125
第十二章	影视剧制片管理 Q & A	/126
第一节	影视剧制片管理基本问题解答	/126
第二节	影视剧制作成本参考	/132
附录	影视片制作有关文件选编	/151
附录一	关于调整重大革命和历史题材电影、电视剧立项及完成片审查办法的通知(节选)	/151
附录二	合拍影视剧的政策法规	/152
附录三	合同样本	/159
附录四	中国电视剧制作行业自律公约	/176
附录五	电视剧制片人持证上岗资格考试《电视剧制片管理》考试大纲(试行)	/178
附录六	第一届电视剧制片人持证上岗资格考试《电视剧制片管理》试题及参考答案	/182
主要参考文献		/187

第一章 剧本研发

纸上没有的,就不会在舞台上出现。

在制片公司的整个生命中,寻找剧本永远都会是一项非常重要的活动。

—— John Lee

剧本研发是一个统揽影视剧制作前期剧本方面准备工作的概念。作为一个项目,影视剧生产制作的前提是项目本身的可行性。因此,剧本研发这个概念,既包括影视剧的题材选择和剧本创作,也包括题材报批、市场调研等一系列的准备工作。

为方便起见,我们接下来的讨论是基于以下两点假设的:第一,假设制片人已经完成融资,而且不必再考虑相关法律事宜和融资的问题,可以全力投入影片制作;第二,假设我们的影视剧是由一个想法或者是简单的故事线索开始并借此而得到投资。这两点保证了一开始就已经有资金注入。

第一节 剧本研发综述

传统的影视剧制片往往是由一部小说、一篇文章或者是一个想法发展成一个剧本继而开始的。随后,影视剧制片人会在这个剧本的基础上做出制片预算和拍摄计划,召集必要的人员和准备相关的设备组成摄制组并开始拍摄,继而进行后期制作,并最终对成片进行销售和发行。毫无疑问的是,剧本是影视剧制作的第一步。剧本不好,其他一切都不可能好;反之,一个好的想法和接下来成功的剧本运作,却有可能胜过昂贵的后期特效。我们总是能听到这样的说法,剧本乃一剧之本。诚然,一个好的剧本往往意味着影视剧项目成功了一半。没有哪个导演能把一个很糟的剧本拍摄成一流的影视作品,而一个绝佳的剧本常常能使一位名不见经传的导演成名。许多演员及创作人员也十分愿意与一位拥有好剧本的制片人合

作,即使大大削减自己的薪金也在所不惜——足以见得剧本对于影视剧不可替代的重要性。

影视剧剧本通常有两种主要来源:编剧独自完成创作;由小说或其他文学作品改编而来。不过,也会有第三种情况出现,即在确定题材后,由制片人出面组织一个由策划、导演、专业编剧以及助手组成的创作团队,集体创作剧本。前两种情况都比较容易理解,难度也相对较小,但一般说来,由于整个过程是编剧或小说作者的独立创作而没有导演或其他主创人员的参与,所以往往在拍摄过程会出现一些问题;第三种方式看似复杂,但实际上却大大节约了工作量,正因为如此,本章我们就要重点讨论这种情况。

在这个过程中,第一步是题材选择。通常来说,关于题材的最初想法往往来自制片人、编剧或者导演,但有时候,当投资商提前介入,并对影视剧题材或内容有所要求时,也必须考虑到。

当然,对于题材的选择,除了要满足市场和投资商的要求外,对国家政策的研究也是必不可少的。

总结起来,影响剧本研发的有以下三方面的因素。

一、受众视野

观众决定了票房和收视率,而票房和收视率决定了制片方的收益。所以,最后的结点还在于我们的观众爱看什么样的影视剧,什么样的影视剧能最大程度地吸引观众。要弄明白这个问题,必须对国内目前的影视剧受众主体有一个大致的了解。不同的群体有不同的收视趣味,影视剧运作作为一种商业化的行为,应该积极考虑受众的接受心理、期待视野。

二、市场状况

影视剧的市场实际上是与受众紧密相连的,有观众的影视剧就有市场。从一定程度来讲,影视剧市场交易的份额比例是受众接受心理的风向标。对制片方而言,就应该了解每一个时期人们爱看什么类型题材的影视剧,市场上什么样的片子比较多,哪种片子更能吸引到最广泛的受众群体,制片人要做到自己的心里有谱。同时应该积极关注别人在做什么,和准备做什么,这样有时能够避免无意的重复,以免造成项目的重复、资源的浪费。制片人清醒地掌握好市场的行情,也应该密切关注影视剧交易市场的动向。

三、政策因素

在我国,影视剧的生产和播出都不是单纯的商业行为,而是要接受国家广播电视总局(以下简称广电总局)的统一领导。广电总局对影视剧的管理不仅体现在对市场准入和审查内容的相关规定上,同时也涉及对影视剧题材的管理。从

2001年至2006年4月,国家广电总局实行“电视剧题材规划立项审批”制度,即影视制作机构在题材确定后,必须将题材类型和简单的故事梗概及主创人员(通常来说,只要包括编剧和导演的初步人选即可)向广电总局题材规划部门申报。理论上讲,只有当题材报批通过后,影视剧才能进行下一步的运作。

2006年4月,广电总局又下发了《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》,根据该“暂行办法”中的规定,自2006年5月1日起,原有的“电视剧题材规划立项审批”制度被取消,代之以“电视剧拍摄制作备案公示管理”。广电总局的这项规定,调整了管理范围、简化了管理程序,通过市场竞争实现优胜劣汰,有利于电视剧产业的发展。

在我国目前的影视剧管理体制下,对政策的正确理解是制片人的一项必修课。影视剧生产、审查和播出的直接领导是国家广播电影电视总局,而总局又受中宣部直接领导,可见,正确理解中央的政策,尤其是文化政策,对于提高电视剧审查的通过率十分关键。比如在《2004年度(第二批)全国电视剧题材规划概况》中,就有33部涉案剧由于对此前广电总局的有关“通知”精神没有吃透而没能通过审查。

关于2004年的这场“涉案剧风波”,从原广电总局局长徐光春在2003年度全国电视剧题材规划会上的讲话中,我们不难看出,国家对于涉案题材电视剧严加管理的决心:“……但是,不管怎么多样化,你的作品都要提倡真善美,鞭挞假恶丑,要有正确的世界观、人生观、价值观作为作品的精神支柱。社会主义的文艺,必须是健康的,我们提倡多样化,不等于乱七八糟的东西不受限制。甚至于像美国这样的资本主义国家的电视剧,也深刻地体现美国精神,体现着美国主流社会的世界观、人生观、价值观。现在,有些人把人生的、社会的基本准则完全颠倒了:贩毒者成了英雄,杀人犯品行高尚,连美国的电视剧都没有这样描写。这是需要注意的。该死的,最后一定要让他死,因为社会不容他。应该让具有优秀精神品质的人活下去,绝不让他死。这是一种引导、一种提倡。我们的电视工作者肩负着重要的社会责任,要通过我们的作品引导观众正确对待生活,正确对待劳动,促进我们社会的健康发展,而不能引导人们尔虞我诈、好逸恶劳,影响社会发展,引发社会混乱……”

2004年4月19日,广电总局专门下发了《关于加强涉案剧审查和播出管理的通知》,其中提到所有电视台的所有频道正在播出和准备播出的涉案题材的电视剧均安排在每晚23:00以后播放,特殊需要的需向总局专项报批;各省级电视剧审查机构对涉案题材的电视剧、电影片、电视电影中展示血腥、暴力、凶杀、恐怖的场景和画面,要删减、弱化、调整;各级电视播出机构对涉案题材的影视作品的播出数量要大幅度削减;各级广播电视行政部门要加强对涉案题材的电视剧、电影片、电视电影的题材规划审查,严格控制该类题材的数量。这个《通知》的出台,令很多制作单位血本无归甚至从此一蹶不振。由此可见,在中国的影视剧生产的大环境下,正确理解政策是非常关键的,尤其是在项目初期,如果对政策没有透彻的了解,很容易造成满盘皆输的局面。

需要重点指出的是,重大革命历史题材影视剧的报批有其特殊的程序。国家广电总局专门成立了重大革命和历史题材影视创作领导小组(以下简称领导小组),负责我国重大革命和历史题材影视剧创作的组织指导、剧本立项把关和完成片审查。领导小组在中宣部的指导下,由国家广电总局具体开展工作。领导小组下设电影组和电视剧组,电影组办公室设在国家广电总局电影局,电视剧组办公室设在国家广电总局电视剧管理司。凡以反映我国我党我军历史上重大事件,描写担任党和国家重要职务的党政军领导人及其亲属生平业绩,以历史正剧形式表现中国历史发展进程中重要历史事件、历史人物为主要内容的电影、电视剧,均属于重大革命和历史题材影视剧。此类题材的电影一律报国家广电总局电影局,此类题材的电视剧报国家广电总局电视剧管理司,分别由电影组办公室或电视剧组办公室报领导小组审查(重大革命和历史题材电影、电视剧的立项申报办法详见附录一)。

除了重大革命历史题材影视剧外,如果影视剧的题材涉及到国家机密、民族问题或是有较大篇幅的涉外内容,也需要在申报广电总局前,先获得国家相关部门的批准。一旦题材报批通过后,接下来的工作就分为两个方向。对于制片人而言,初步的预算书和项目策划书就可以出炉了;而对于创作部门来说,剧本的创作工作就可以正式展开了。下面就详细列举这两方面工作的主要步骤和发生的费用。

一般说来,在没有完整的剧本以前,做出准确的预算是不可能的任务,但是如果制片人的经验足够丰富或者市场足够规范,那么根据近期同类题材影视剧的成本和投资回报率制作出简单的概算书是完全有可能的。这是我们所说的市场调查的一个方面。表1-1就是根据调查得来的2002年北京市几种主要题材类型电视剧的成本数额。

表1-1 2002年北京市几种主要题材类型电视剧成本数额(单位:人民币万元)

电视剧类型 成本数额	都市剧 (20集)	历史剧 (30集)	古装剧 (40集)	室内剧 (20集)	中篇 (6集)	短剧 (2集)
成本总额	717.59	1582.34	2821.72	331.14	187.63	59.542
每集成本	35.8795	52.7447	70.543	16.557	31.2717	29.771

根据这个表格,制片人可以对已经选定的题材拍摄所需的成本有一个基本的概念,当然,这个数字还不十分准确,根据拍摄地和主创人员阵容的不同,成本数额还会有一个较大的浮动空间。至于同类型影视剧的投资回报率,通常是保密的,但是作为制片人,也应当尽可能的了解。这里需要指出的是,影视剧的题材跟风现象曾经相当严重,但是作为制片人,必须对市场有清醒的认识,绝不能一味的跟风,或将同类题材中成功的先行者作为投资回报率唯一的参考标准,否则很难在不断变化的市场形势下立足。

制片人在影视剧题材确定后的市场调研不仅仅是为成本和投资回报率寻找依据,还有一个很重要的方面就是对该题材预先假设的目标观众进行调查,目的是为剧本创作和影视剧的拍摄提供一个更加明确的依据。这项工作在国内影视剧制作行业目前还没有普遍展开(在电视栏目制作中却相对好些,通常电视台在筹划新栏目时,都会召开观众恳谈会或类似的活动以了解观众的需求),一个可能的原因是影视剧的受众层面往往比较广泛,很难开展类似观众恳谈会这样的活动。但是事实上,雇佣专业的受众调查机构或者干脆购买现成的数据进行分析会使这项工作的难度大大降低。

以偶像剧为例,收视人群通常以在校学生为主,利用相关机构的调查数据,在对各种年龄的在校学生的兴趣点、生活习惯、购买能力有了系统的了解后,就可以有针对性地创作符合青少年在校学生喜好的偶像剧。

对目标受众调查不仅仅能为创作提供坐标,也让广告招标甚至是融资有了进一步的参照。正如前文所提到的,在题材确定后,初步的项目企划书也可以出炉了。由于尚未有完整的剧本,制片人用来说服投资人的依据有限,在这种情况下,客观的市场调查数据就可以发挥很大的作用。我们仍以青春偶像剧为例,通过对目标受众的兴趣点和购买能力的调查数据,必然会让商家信心大增。从制片方而言,这些调查数据也可以帮助我们更好的选择合适的投资商。

剧本创作是这个时期的另一个重头戏。从题材确定到剧本创作完成,是一个漫长的过程,这其中除了编剧以外还需要许多人的努力。

根据编剧创作习惯的不同,剧本的写作可能是一个完全的个人行为,也可能有很多人的参与。一般来说,编剧们会根据制片方的要求构思或者讨论出故事的雏形,然后进一步完善人物和主要情节线,形成最初的故事大纲。如果是电视剧,还需要写出分集大纲,当这些都经过讨论和研究没有问题之后,再开始进入剧本的具体创作阶段。

一般的情况下,写影视剧本需要经过下列步骤:

- (1)梗概与分集大纲:集中简要的故事情节与角色描述。没有特定的长度。
- (2)初稿:按照标准格式完成剧本。通常比完成稿要长一些。
- (3)第二稿:初稿的修改,包括对情节、线索和角色间的关系作重要修改。
- (4)润色:具体对话、动作、背景等的修改,不是重写。

需要说明的是,在有可能的情况下,制片方最好尽早确定导演人选,尤其是当你决定花大价钱请一位知名导演时,让他/她及早进入影视剧的剧本创作绝对是明智之举,这将大大缩减剧本修改所需要的时间和金钱。

第二节 剧本研发预算表格及说明

表 1-2 记录了剧本研发阶段可能发生的所有费用项目。值得一提的是,本书