

# 微电影

微电影拍摄与制作  
从入门到精通

# 大导演

李奇峰  
孙鹏翔

编著



“最佳城市微电影奖”北京国际微电影节“最佳城市微电影”奖得主

倾力著写

著名主持人 演员 《奇葩说》选手 **大兵**

著名导演 编剧 **刘涛滔**

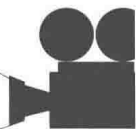
著名演员 冯巩弟子 **王彤**

五洲唱响乐团

联袂推荐



机械工业出版社  
China Machine Press



# 微电影 大导演

微电影拍摄与制作

从入门到精通

李奇峰 孙鹏翔 编著



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

微电影大导演：微电影拍摄与制作从入门到精通 / 李奇峰，孙鹏翔编著. —北京：机械工业出版社，2017.7

ISBN 978-7-111-58119-2

I . 微… II . ①李… ②孙… III . ①电影—拍摄技术 ②电影制作 IV . ①J931 ②J91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 240614 号

# 微电影大导演：微电影拍摄与制作从入门到精通

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码：100037）

责任编辑：吴晋瑜

责任校对：殷虹

印刷：北京市荣盛彩色印刷有限公司

版次：2018 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本：185mm×260mm 1/16

印张：20.75

书号：ISBN 978-7-111-58119-2

定价：69.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379426 88361066

投稿热线：(010) 88379604

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东



## 前 言 PREFACE

从2012年开始，我们用一部 iPhone 3GS 拍摄，用 iMove 进行后期制作，完成了人生中第一部微电影作品《ET 恐慌》，这部时长只有7分钟的小短片将我们带入了微电影创作的世界。那时我们茫然无知，演技拙劣，特效效果差，如今看来真是青涩至极。但那却使得我们对电影产生了浓厚的兴趣，让我们自信满满、充满激情。没有任何所谓功利的目的，只为了与伙伴们分享心中的快乐。

因为互联网，因为这个时代对微电影的需求，也因为我们的不懈坚持，我们创办了自己的影视工作室——J&C 工作室，组建了自己的团队，拍摄的《重逢》等作品登上了主流视频网站的首页。我们有了发行方，有了广告商，还有杂志报道了我们。我不认为我们配得上这些美誉，如果一定要找出原因，我想我们只不过是恰巧顺应了时代的潮流，做得稍微早了一些而已。回顾自身从事影视制作行业的经历，我能给那些刚刚进入这个行业或者有志进入这个行业的朋友们一些什么有价值的建议呢？思来想去，也只有时下颇为流行的那句话——不忘初心。

国内互联网影视发展如火如荼，看似一片繁荣，网络剧《万万没想到》的热播让人看到一块还没有多少人碰触的大蛋糕，很多人都想分一块。微电影也好，网络大电影也好，网络连续剧也好，所有以互联网为发行渠道的影视剧在我看来尚处于初级阶段。目前火爆的互联网影视作品其实大多都只是一个现象级的事件。打造一部成功作品可能需要天时、地利、人

和诸多因素，持续不断地打造具有影响力的作品靠的是整个制作团队对于影片的整体驾驭能力。我们随便打开一个视频网站的微电影专题频道，都会看到上千部作品，这些作品良莠不齐，甚至不乏一些没有任何价值或依靠不雅、暴露等低级手段来进行炒作的垃圾。目前这个市场表面上看起来风生水起，但若深入其中，你会感觉到整个行业的浮躁以及精品内容的匮乏。

我们涉足其中，自然希望这个行业可以积极健康地发展，不断有佳作涌现，让互联网影视在中国影视圈内得到更多的话语权，占据更重要的位置。我们清楚自己势单力薄，也明白改变行业环境不是一蹴而就的事，但是我们从未停止为这个行业贡献一份力量的努力，哪怕是星星之火，我们也一直在坚持着。

一个行业的健康持续发展，势必需要更多有志之士，更多人的参与对于精品内容的产生将起到极大的推动作用。2015年，我们出版了《Final Cut Pro X 视频剪辑从入门到精通》（书号为978-7-111-49258-0，定价79.00元）一书，得到了广大读者的积极反馈。它是一本讲解后期剪辑技术的书，我们有意在其中加入诸多电影叙事、剪辑技巧等内容，希望读者不要把拍微电影的各个环节割裂来看，而是培养一种全局思维。这种方式得到了广大读者的好评，但我认为这是远远不够的，呼吁更多热爱影视的朋友加入微电影拍摄的行列远比仅为某些技术人员提供专业指导更有意义。在互联网时代，专业技术平民化是大势所趋，那么我们要扮演的角色就是分享者，将从前期策划到后期发行的一整套技术和经验系统地传授给所有业余爱好者以及业内新手。我们毫无保留地将自己的经验和知识汇集在这本书中，希望能够给那些怀揣电影梦想却无从下手的“小白们”提供将梦想变为现实的一套解决方案。如果有人在这本书中得到收获，并由此进入了微电影这个行业，我们将深感荣幸。

特别感谢北京智达天河信息科技有限公司以及机械工业出版社的领导和编辑，感谢王叶女士对本书的大力支持，感谢云雯晴女士对本书写作的支持与帮助，感谢配乐师李明泽先生的大力配合。感谢广大支持、喜欢我们的读者朋友，我们将一如既往地不忘初心，努力创作更多优质的内容来回馈可爱的你们。



## 前言

### 第1章 微电影的概念 // 1

微电影的历史及发展 // 2

微电影拍摄的流程 // 8

前期筹备 // 8

中期拍摄 // 9

后期制作 // 9

影片宣发 // 10

微电影的类型 // 11

场景划分 // 11

情绪划分 // 13

形式划分 // 14

微电影的商业化运作模式 // 16

线下模式 // 16

线上模式 // 21

### 第2章 导演课 // 23

导演是干什么的 // 25

导演应具备的基本素质 // 26

导演的价值观取向 // 29

熟悉镜头语言的运用 // 30

拍摄前期要做哪些工作 // 34

甄选、改编、创作剧本 // 34

绘制分镜头脚本 // 37

堪景，熟悉能利用上的所有资源 // 45

组建团队 // 46

导演和剧组人员的关系 // 52

面试及甄选演员 // 55

商业模式选择及植入洽谈 // 56

拍摄中期要做哪些工作 // 60

明确及制定拍摄行程 // 60

指导拍摄工作 // 61

导演和摄像师 // 61

如何与演员进行有效沟通 // 63

预算控制 // 64

后期制作要做哪些工作 // 67

指导、协商、辅助后期人员 // 67

影片交付及工资结算 // 68

联络发行及推广渠道 // 68

### 第3章 编剧课 // 69

写在动笔之前 // 70

写剧本前应该思考些什么 // 70

如何构思剧本 // 71

确定剧本类型 // 72

写在动笔之时 // 74

人物设置 // 74

情节设定 // 78

电影叙事 // 79

剧本格式 // 90

写在完稿之时 // 98

根据导演的意见修改剧本 // 98

按照投资人、广告商的意见修改剧本 // 98

### 第4章 摄影课 // 101

工欲善其事，必先利其器 // 102

摄影机 // 102

三脚架 // 104

滑轨 // 105

斯坦尼康 // 106

兰帕德摄影套件 // 107

摇臂 // 108

摄影灯光器材 // 108

正确的持机方法 // 109

玩转光线 // 111

光线的性质 // 111

光线投射的不同方向 // 112

光线的反差 // 114

摄影的构图 // 115

构图注意事项 // 115

以不同的拍摄角度营造不同的构图 // 116

构图的“三分法” // 117

背景与前景的选择 // 117

摄影构图的基本模式 // 118

光圈、快门、对焦、景深 // 121

曝光量与光圈的关系 // 121

曝光量与快门的关系 // 122

对焦的重要性 // 122

景深与光圈、距离、焦距的关系 // 123

摄影机的运动轨迹 // 124

推摄 // 125

拉摄 // 126

摇摄 // 126

移摄 // 127

跟摄 // 128

色温 // 129

影调和色调 // 130

基本概念 // 130

运用方法 // 131

画面调整技巧 // 134

## 第5章 剪辑课 // 137

影视剪辑的历史与发展 // 138

剪辑师与前期拍摄的关系 // 145

剪辑师与导演的关系 // 147

完成初剪 // 149

创造不着痕迹的剪辑 // 151

剪辑中的“错觉术” // 153

时间“错觉术” // 153

动作“错觉术” // 154

蒙太奇剪辑 // 156

叙事式蒙太奇 // 157

表现式蒙太奇 // 161

蒙太奇手法总结 // 165

场景分析与剪辑点 // 166

动作片 // 166

惊悚片 // 171

喜剧片 // 174

推理片 // 179

歌舞片 // 184

蒙太奇 // 188

剪辑与声音的关系 // 191

声音剪辑 // 191

音乐剪辑 // 192

试映 // 193

影视剪辑工具 // 195

Adobe Premiere Pro // 195

Apple Final Cut Pro // 196

Vegas // 197

Edius // 198

## 第6章 特效课 // 199

影视特效概述 // 200

计算机时代的影视特效发展 // 203

影视特效类型详解 // 208

实景特效 // 209

合成特效 // 211

三维特效 // 213

物理模拟 // 216

影视特效内容详解 // 219

火焰特效 // 220



云 // 223

破坏 // 224

水 // 226

光线 // 227

## 特效制作工具 // 229

Autodesk Maya // 229

Adobe After Effects // 230

CINEMA 4D // 231

## 第7章 配乐课 // 233

### 电影音乐的历史 // 234

默片时代的音乐 // 234

同步音乐的开端 // 236

史坦纳时期 // 237

电影音乐的新阶段 // 238

计算机时代的到来 // 240

### 对配乐师的基本要求 // 241

创作技能 // 241

配乐的意图与概念 // 242

了解自己 // 243

### 配乐的有形功能 // 245

设定影片的时代 // 245

设定影片的地域 // 246

加强画面的紧张感 // 246

米老鼠式配乐 // 247

### 配乐的心理功能 // 248

渲染心理氛围 // 248

揭示角色的想法与感受 // 249

揭示隐藏含义 // 249

配乐中的“错觉术” // 250

创造场景转换的连贯性 // 251

创造整部影片的连贯性 // 251

### 配乐师访谈 // 252

### 配音 // 257

演员问题 // 258

同期录音问题 // 259

导演问题 // 259

其他问题 // 260

### 音乐的版权问题 // 261

### 音乐编辑工具 // 264

Adobe Audition // 264

Apple Logic Pro // 265

VOCALOID 3 // 265

## 第8章 调色课 // 267

### 影视调色的作用 // 268

### 影视调色的流程 // 271

工作环境 // 271

校正监视器 // 272

一级调色与二级调色 // 272

完成输出 // 273

### 调色工作的基本任务 // 274

修正画面的瑕疵 // 274

匹配画面 // 275

突出画面主体 // 276

画面控制 // 276

## 影视调色的前期工作 // 277

熟读剧本 // 277

调整心情 // 278

## 影视色彩的构成方法 // 279

主题色彩的构成 // 279

渐变色彩的构成 // 282

对立色彩的构成 // 285

梦幻色彩的构成 // 287

色彩蒙太奇 // 288

## 色彩的艺术表达 // 291

超现实主义表达 // 291

表现主义表达 // 292

魔幻现实主义 // 293

## 影视调色工具 // 295

DaVinci Resolve // 295

Adobe SpeedGrade // 296

Autodesk Lustre // 297

## 第9章 影片发行 // 299

发行渠道的选择 // 300

爱奇艺首页推荐 // 301

爱奇艺手机客户端首页 // 301

腾讯视频首页 // 302

百度百科 // 303

搜狗影视 // 303

爱微电影排行榜 // 304

华数TV // 304

杂志推介 // 305

## 合同签订 // 306

## 互联网时代的新媒体营销 // 308

微营销 // 308

BBS、贴吧、网络社区营销 // 309

线下的营销活动 // 311

## 后记 // 312

## 实战案例：蒙太奇音乐微电影《Trouble 狗秋》制作全记录 // 313

## 实战案例：混剪作品《Last Goodbye》制作全记录 // 319

# 01

## 第 1 章

# 微电影的概念

你可能怀揣一个电影梦想，急切地想要拍出自己的作品。但在开始之前，你有没有问问自己：“我真的了解微电影吗？电影有哪些类型和形式？拍摄微电影大致需要哪几个流程？”如果你是初出茅庐的“小白”，可能说到这儿你的心里已经打上了好多问号。开篇伊始，我们不妨先来了解一下微电影的概念，在做事情之前，先要明确自己要做的到底是什么，在有了基本的了解之后，再去踏上微电影拍摄的漫漫征程吧。

# 微电影的历史 及发展

## 1

时代的发展将我们带入了这个科技高速发展、互联网普及、海量信息高速传递、新兴媒体态势迅猛的时代。微电影正是在这样的时代背景下应运而生的，随着筷子兄弟的微电影《老男孩》红遍大江南北，再到《万万没想到》《报告老板》等网络剧的热播，微电影这种兴起没多久的艺术形式受到了人们狂热的追捧。越来越多的人认为自己了解、喜爱微电影，也想成为这一行业的参与者，迫不及待地想要打造自己的微电影作品。但是，所谓磨刀不误砍柴工，若真的想拍微电影，那么试问，关于微电影，你了解多少？



《万万没想到》



《报告老板》

随着互联网的普及，优酷土豆、爱奇艺等视频网站的兴起，很多人认为微电影起源于“DV时代”，是用户自行拍摄小视频在互联网分享基础上的发展和延伸。对于这种想法，我认为片面的。从严格意义上讲，国内第一部能称得上微电影的作品是2010年年底吴彦祖主演的广告短片《一触即发》，其剧本来自微小说《一触即发》。剧情通过90多秒的“微时间”讲述男主角在一次高科技产品交易中遭遇敌手突袭，为了将产品安全转交到接货人手中，男主角联手女主角Lisa施展调虎离山等计策，几经周折最终成功达成目标。全片场面宏大，制作精良，也是第一部大制作的网络微电影，堪称微时代的里程碑。之所以称之为微电影，主要是因为其时长短、制作周期短以及成本投资小。但是即使这样，也是要有专业策划和系统制作的，拍摄者要具备影视制作的相关专业知识，具备拍摄、后期制作等专业技能。由于微电影的片长短，所以在影片节奏、叙事方式、情节设置以及后期制作等方面都提出了新的挑战，对于一些制作精良的微电影作品，单位时间的成本投入相较于大电影来说有过之而无不及。所以万不可认为微电影制作是小成本粗制滥造的产物，优秀的微电影作品往往是大电影的精华浓缩。



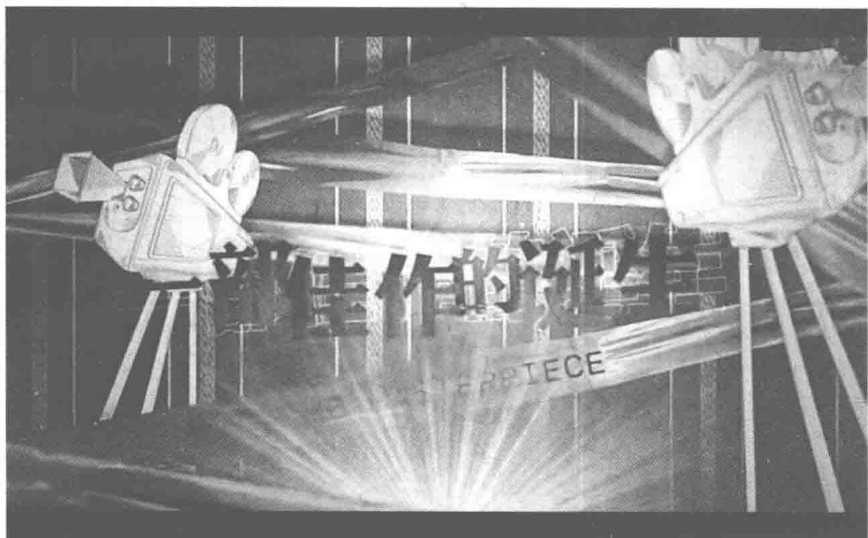
《一触即发》

2011年5月27日，由网易发起的国内第一个微电影节在北京落下帷幕，闭幕式上再次播放了由徐峥领衔主演的微电影《一部佳作的诞生》。剧中徐峥扮演的绑匪对着镜头大声喊道：“知道为什么中国电影拍不好吗？就是缺乏对细节上的审美追求。如果我们的作品没有办法走入观众的内心，没有办法打动他们，我们怎么样才能够取得商业上的成功呢？”这如同一个预言，不同于商业电影构筑的娱乐空城，微电影直接作用于人们的心理和情感，但它的终点依然是产品，是商业。

纵观优酷土豆的“11度青春”系列、腾讯的“美丽的梦”系列、新浪的“4夜奇谭”系列等微电影，无一例外地呈现出一种相对统一的美学理念——艺术电影主题与商业电影形式的结合，前者服务于分享和转发目的，后者服务于眼球和时尚目的，二者被巧妙地编织在一起。

微电影的主题作用于人们的精神与心灵：对现实的深度批判，对生活的真切触摸，对人性的深刻叩问，并且努力拯救被主流叙事所放逐、被宏大历史所遗忘的小人物、小命运、小细节，这里没有史诗，没有赞歌，也没有英雄。比如《老男孩》对“80后”怀旧话语的温情言说，《母亲》对平凡幸福的细心捕捉……

微电影在形式取向上强调现代性审美或后现代性审美体验，如同商业电影竭力打造的消费体验，荒诞、异化、游戏、拼贴、虚拟、破碎、嘲讽等审美范畴成为微电影的基本形式风格。由于微电影的传播特点是网络围观、伴随消费或移动下载，“好看”与“奇观”成为其基本路线，故事完整、情节紧凑、悬念迭出、制作精良、明星阵容、著名导演等商业元素构成了微电影最关键的形式诉求。



《一部佳作的诞生》

微电影不仅铺设了年轻导演试水商业电影的缓冲地带，还象征着一种更为自由的创作空间和理念，镜头、情节、结构、音效等叙事元素都呈现出与传统电影不同的风格与特点。比如，从电影到计算机网络，再到手机，屏幕越来越小，特写成为微电影最基本的镜头语言，但这里的特写更多的是一种叙事蒙太奇，而非传统电影竭力渲染的表现蒙太奇。

微电影还突破了传统电影高高在上的主流代言姿态及单向传播姿态，借鉴美剧边播边拍的制作理念，即通过检测播出效果和观众反馈来实时调整剧本，进而将公众的参与感空前激活。

各大网站纷纷推出了自制剧，在营销手段上无一例外地强调其“微电影”身份。一时间，微电影呈现井喷趋势。微电影这一概念本身便代表一种营销手段，成为一种标签，一种消费时尚，一种布尔迪厄（法国哲学家）所说的可以带来“象征利润”的品牌符号。

2009年春，中华人民共和国国家新闻出版广电总局下发《关于加强互联网视听节目内容管理的通知》，禁止各大视频网站播出未经许可的影视剧。2010年冬，美剧作为重点排查对象出现在了这份禁播令中。微电影，正是在这一背景下作为一个时髦的概念被构造出来的。

《老男孩》《一触即发》《一部佳作的诞生》等热播网络剧制造了一个时代的集体围观，这些作品制作精良、意味深长，使人们对微电影形成了良好的印象。于是，在各大视频网站上，微电影成了各大媒体进行品牌推广与活动营销的拳头产品。为了最大限度地争夺注意力资源，各大媒体公司费尽心思，重磅出击，纷纷与商家联手，推出精心策划的系列微电影，旨在刻



意制造话题与事件。2010年8月，优酷土豆和中影集团合作推出包括《老男孩》在内的“11度青春”系列；同年10月，新浪推出“4夜奇谭”系列；2010年年底，网易推出“明星微电影”系列；每年5月，腾讯推出“美丽的梦”系列……



《老男孩》

“这个时代流行微电影”如同一个响亮的口号，这既是概念营销的真谛，也是时尚制造的真谛。纵观当前活跃在社交网络中的微电影，它们更像是电影与广告的跨界结合，因此也就更像一部“拍得像电影的高级广告”。其实，微电影从诞生的那一天起就注定了其广告气质。《你能型》《坚韧·勇敢·爱》《回家》《改变世界》等微电影严格意义上就是潘婷、大众银行、三菱汽车、英特尔公司精心制作的商业大片；不管《一触即发》中场面何等宏大，剧情何等惊险，但其本质依然是凯迪拉克的惊艳“表演”。此外，优酷土豆“11度青春”系列的投资商是雪佛兰汽车，新浪“4夜奇谭”系列的投资商是三星集团。

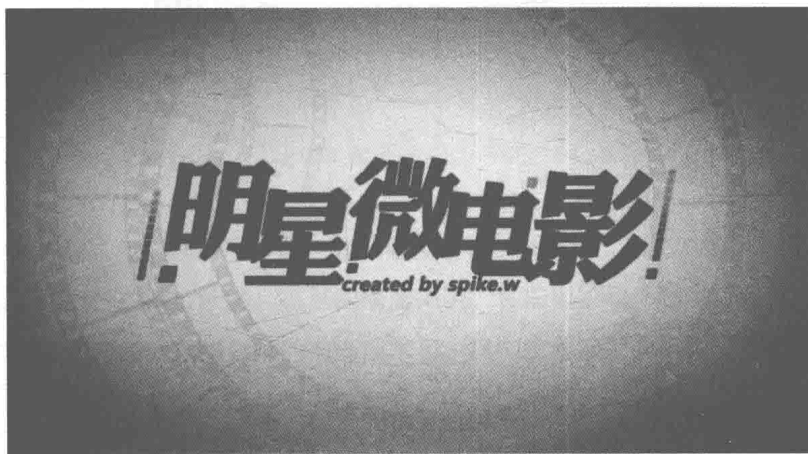


优酷土豆“11度青春”系列微电影





再进一步审视微电影的微观结构，它如同一面都市的镜子，其故事、主题连同使用的符号无一例外地指向都市——关于城市的灯红酒绿，关于职场的风云变幻，关于白领的爱恨情仇……微电影中，诸如微博、iPhone、iPad、酒吧、地铁、咖啡、QQ等象征时尚与欲望的都市符号跑马灯似地穿梭于剧情之中，并作为一种积极的、在场的叙事元素推动情节发展。



网易“明星微电影”系列

