

HOW
HOLLYWOOD
WORKS

浮华的盛宴

好莱坞电影产业揭秘

[美] 珍妮特·瓦斯科 / 著

好莱坞电影运作方式的最新调查

金钱、权力、欲望

掣肘电影制作的深度揭秘



中信出版社
China CITIC Press

HOW
HOLLYWOOD
WORKS

浮华的盛宴

好莱坞电影产业揭秘

[美] 珍妮特·瓦斯科 / 著
毕香玲 迟志娟 / 译

中信出版社
China CITIC Press

图书在版编目 (CIP) 数据

浮华的盛宴——好莱坞电影产业揭秘/[美] 瓦斯科著; 毕香玲等译.

—北京: 中信出版社, 2006.1

书名原文: How Hollywood Works

ISBN 7-5086-0521-7

I. 浮… II. ①瓦… ②毕… ③迟… III. 电影事业—研究—美国 IV. J997.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 139289 号

How Hollywood Works by Janet Wasko

Copyright © 2003 by Janet Wasko

Simplified Chinese translation copyright © 2005 by CHINA CITIC PRESS

(CITIC Publishing House).

English language edition published by Sage Publications of London,

Thousand Oaks and New Delhi.

ALL RIGHTS RESERVED.

浮华的盛宴——好莱坞电影产业揭秘

FUHUA DE SHENGYAN

作 者: [美] 珍妮特·瓦斯科

译 者: 毕香玲 迟志娟

责任编辑: 汤曼莉

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路 14 号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 **印 张:** 15 **字 数:** 234 千字

版 次: 2006 年 1 月第 1 版 **印 次:** 2006 年 1 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2005-2791

书 号: ISBN 7-5086-0521-7/F·955

定 价: 29.80 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

HOW HOLLYWOOD WORKS

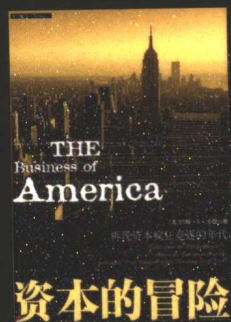
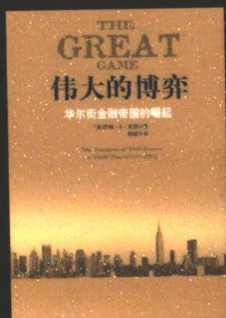
作为全球娱乐界的翘楚，好莱坞电影业似乎挣扎在种种神话、假想以及各种猜度中。金钱、权力、欲望在此汇集，时尚、荣誉、丑闻在此繁衍。

考察好莱坞的运作方式，人们将对这场浮华的盛宴有更深入的了解。

本书通过介绍好莱坞电影产业的生产与运作模式，完整地再现了一个电影概念如何通过制作、发行、放映转变成一部商业电影的全过程。书中既有经典影片的幕后运作揭秘、好莱坞王牌影视公司的经营方略，又有电影产业相关理念、技巧的阐释，旨在帮助读者系统了解好莱坞电影的运作方式及产业奥秘。

珍妮特·瓦斯科，美国俄勒冈
大学传媒方向的教授。

延伸阅读：



责任编辑 汤曼莉

封面设计 AN 工作室 + 郭 鹏

经销：中信联合发行有限责任公司



序 言

本书的内容是关于好莱坞电影产业的，包括其结构、政策、经营和实际操作等。本书重在阐释好莱坞电影的商业化本质，或者说将各种资源和劳动力转化为可以像商品一样进入零售渠道的成品电影的整个过程，并描述了电影制作、发行和展出或零售的过程。这个过程涉及不同的市场，在这些市场中，材料、劳动力和产品被采购和出售。换句话说，本书详细介绍了好莱坞作为一个商品制造行业的工作模式。

虽然媒体行业可能会呈现逐渐集中化的趋势，但是具体的媒体形式（例如电影的制作和发行方式等）还是存在明显差别的，至少目前是这样。本书的目的在于分析和评论目前美国电影业的政策和结构形式，以及这一行业与其他媒体行业之间的关系。

本书着重讨论美国主流电影产业——好莱坞制作的影片，并对在好莱坞叱咤风云的著名演员和电影公司进行了详细介绍。这些为数不多的公司作为跨国多元化娱乐集团的一部分，介入了多种媒体活动。

本书主旨

很多书都在介绍电影制作和营销过程，但通常它们都是从一个行业的角度来考量，并且其目标读者常是那些希望进入电影行业的人（也就



是“赶超崇拜者”)。几乎所有这方面的讨论都是有价值的,但是很少有人能够以分析家的眼光在一个更加具有普遍意义的经济、政治和社会的背景下严肃地分析这个行业。这种态度与备受欢迎的虚构故事和在电影业内广为播撒的经验知识一起,充斥着好莱坞的各种媒体。

考虑到好莱坞电影对其受众价值观及社会观的创造和再创造所起到的重要作用,我们非常有必要充分理解电影业的运作模式。对电影进行更加深入的研究,需要在对电影原作、流派和观众进行探讨之外,关注电影业的结构技巧。

作为商品的电影

对好莱坞工作模式的讨论主要集中在制作和营销好莱坞电影的过程方面。本书将好莱坞视做一个制造和销售商品的行业,因此,好莱坞的电影行业在这种情况下与其他以产生利润为目的的制造和生产行业很相似。但是,很多好莱坞分析家认为,电影业有很多特点不同于典型的经济实体。有些分析家甚至认为,传统的集中和竞争标准就不适用于电影业。

那么电影行业和电影商品是怎样不同于其他行业和商品的呢?重要的也是根本性的一个特点在于,每一部电影都是一个独特的产品——每一部电影都涉及一套不同的环境、协议和参与者。由于每一个电影商品都有独特的品质,尽管可以预测电影产业总的趋势,但总会出现例外的情况。

电影经济学家经常提到的另外一个行业特点与电影业的循环性本质有关,也正因为如此,电影业的政策和做法一直在变化。不过,需要指出的是,电影业的发展与一般经济循环是密不可分的。例如,即使人们不断推出最新的技术(例如录像机或多幕影院等),经济环境仍将影响市场对它们的接受程度。

好莱坞分析家们认为,电影业不仅仅是一个独特的行业,它通常是



高风险的、不确定的，甚至是毫无章法的。电影业的重要行业协会美国电影协会（MPAA）在其网站上是这样解释这一点的：

电影制作从本质上来说是很冒险的事情。与人们普遍认为电影制作总会赚钱的观点不同，在美国国内放映的电影，平均只有 1/10 能够收回成本。事实上，有四成的电影根本无法收回制作成本。2000 年，美国各大电影公司平均投入 5 500 万美元进行电影制作，而用于广告宣传和市场推广的资金又有 2 700 万美元，平均每部电影的总成本超过 8 000 万美元。世界上没有其他任何一个国家会冒这样大的风险，在电影制作、融资和发行上投入如此大数目的资金。

不过，电影业总体上还是能维持生存，各电影公司仍在对这些风险做出不同的组织性和政策性回应，奋力在这个行业内打拼。虽然电影业有循环性的本质以及各种独特的合作方式，但这个行业仍有一些普遍的、正在演进的趋势和特点是不变的。也就是说，这些特点可能会有变化，但是也有持续性。在我们对电影行业及其实际操作进行深入的探讨之前，需要先了解一下这些具有普遍性的趋势。

行业特点

利润至上

电影业在美国是以产业的形式发展的，并且已经以这种模式运行了超过一个世纪。最重要的一点在于，利润是这个行业最基本的驱动力和指导原则。为了实现利润，人们通过各种各样的方式投入资金。随着公司从一个项目转移到另一个项目、另外的业务或者新的利润更丰厚的技术领域，人员等不可避免地频繁流动。没有任何事情是神圣的，电影也



不例外。很多年前托马斯·古拜克（Thomas Guback）曾说过：“电影业的最终产品是利润；电影只不过是实现这个目标的一种方式而已。”好莱坞的一位管理者这样解释这句话：

电影公司的存在是为了赚钱。如果制作电影不能赚很多钱，那么它们就没有存在的理由，因为它们无法提供其他任何东西。它们的确给人以娱乐，但是人们不一定非得依赖电影公司制作电影。所以，它们存在就是为了赚钱。

电影的利润动机和商品本质会对电影的制作方式（或者是否制作）、制作者、发行方式以及在何时何地放映等产生影响。尽管人们通常称电影为一种艺术形式，但好莱坞电影需要在一个实际制作和发行的环境下进行理解，也就是说，需要在一个工业化的、资本主义的结构中进行理解。

权力掣肘

人们普遍认为，在好莱坞，任何一种关系都是由权力决定的。虽然权力影响着整个社会中的各种关系，但是在好莱坞这些关系更加明显和突出。正如本书随后将举例讨论的那样，权力经常是各种合作和决策的决定因素，也是好莱坞整个工作模式中的一个决定因素。

电影杂志《首映》（*Premiere*）的年度“权势榜”和好莱坞顶级影视娱乐商业资讯媒体《综艺》（*Variety*）的年度“权力人物”，都是这一现象的表现形式。在这些评估中，一个人的权力大小通常由他（她）过去的表现或近年取得的成就来决定。丹尼尔斯等提供了另一例证：在好莱坞，电影公司的律师致电自己的竞争对手，让他们查验制片人的“历史记录”，这已屡见不鲜。除了反垄断的意思以外，我们从中学到的是，你过去取得的成绩直接影响到你未来的身价。



信息匮乏

我们很难概括电影行业的经济状态或者好莱坞电影的商品化本质。实际上，电影业的研究人员都感觉到，在获取基本的行业数据和可靠的信息时会遇到问题。

与好莱坞打交道的外行业人员，甚至有些业内人士，经常会被理解这个行业的高度复杂性以及寻求信息的困难吓倒。正如媒体分析家哈罗德·沃格尔（Harold Vogel）观察到的那样：“在这个行业内无法获得真实的数字，这令人震惊，而且这种情况正在愈演愈烈。我们无法评判好莱坞实际的投资回报率，也不能准确地评估电影业每年的发展态势。”

本书重点与特点

本书的分析评述有所侧重。主要介绍目前美国电影行业所制作/发行的长片电影，重点分析好莱坞各大电影制作/发行公司，也称为电影公司，原因在于它们在整个电影行业中不可动摇的主导地位。

由于其他有关本行业的书籍已经涉及了独立制作和发行方面的内容，所以本书对这些问题的讨论会相对少一些。对美国电影行业的历史演变，本书也不会进行更多介绍，因为已有很多书籍重点介绍过。最后，虽说本书介绍的是好莱坞的工作模式，但也不应视为一本介绍基础知识的书。本书的目的在于纵览美国电影业的制作、发行、放映或零售等，以及这个行业是如何扩张、发展和自我保护的。

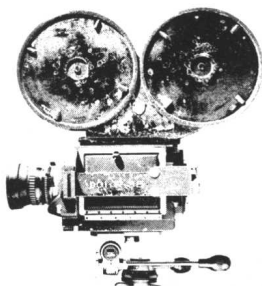
对好莱坞的这种综观利用了多种资源。有很多引用资料没有注明出处，但是最重要的行业出版物《综艺》一直以来都是电影业实际操作和参与者大量引用的一个主要的资料。我们还通过采访或者通过好莱坞参与者所著的各种书籍和文章等形式，咨询了很多行业代表。虽然这些出版物大都是面向电影爱好者的，但它们同样也提供了重要的、内容丰富的有关电影制作和发行方面的资料。



除了描述好莱坞的工作模式以外，本书还会涉及很多关键性的话题，包括与电影和电影业的发展以及它们在社会中所发挥的作用有关的各种问题。

Contents

目 录



序 言

V

第一章 娱乐先行

——好莱坞电影的制作

1

电影产业的最初环节要追溯到灵感、构思和剧本，这个环节的重要性及其所涉及的参与者之繁多使电影剧本也自成一家，形成了一个庞大的产业。与其他行业类似，某个电影构思或剧本能否最终获得成功，在很大程度上取决于它的机会和运气如何。

第二章 权力掣肘

——好莱坞电影的发行

47

电影在制作完成后最终要通过发行环节才能到达观众，因而电影发行工作才是电影的核心业务。实际上，主导着整个好莱坞的是一些掌握发行大权的电影发行商。

第三章 票房为王

——好莱坞电影的放映及零售

85

发行商与影院之间的利润分配比例最常见的是90/10，但是，由于发行商拥有更大的权力，在二者的合作协议中，

通常会限定发行商一个绝对金额的保底价。影院方面则除了售票之外，还通过出售食品饮料、屏幕广告等其他方式来谋求收入。

第四章 利润至上

——好莱坞电影产业的发展 139

到20世纪80年代，安排产品在电影中出现并以此获得某种报酬的产品放置已经发展为一个成熟的产业，各大电影制作公司都为此成立了专门的部门，产品放置工作从剧本的编写阶段就已经开始了。

第五章 不惜成本

——好莱坞电影产业的推广和保护 177

好莱坞为何可以保持其主导地位？原因不仅仅在于好莱坞电影精良的制作，更在于好莱坞在电影广告和推广方面投入的巨资，包括利用媒体以及业内的各种活动。

第六章 垄断制造神话

——为什么要探讨好莱坞的运作模式 217

好莱坞似乎挣扎在种种神话、假想，以及其他和电影业相关的猜度中。如果仔细地考察一下好莱坞的运作方式，你就会产生更多的疑问。

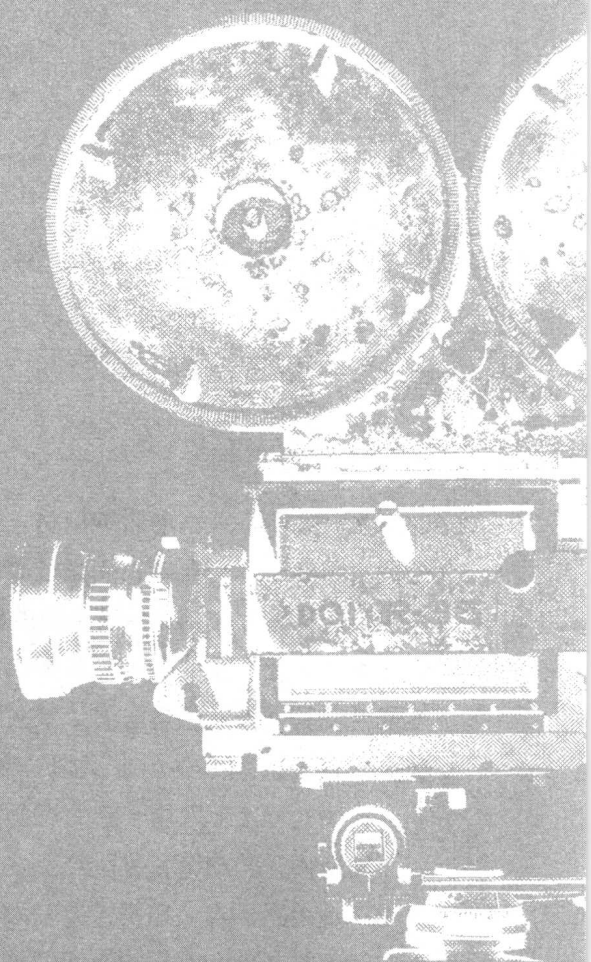
附录A 美国电影分级制度 225

附录B 50部最佳美国影片 227

第一章

娱乐先行

——好莱坞电影的制作



电影产业的最初环节要追溯到灵感、构思和剧本，这个环节的重要性及其所涉及的参与者之繁多使电影剧本也自成一家，形成了一个庞大的产业。与其他行业类似，某个电影构思或剧本能否最终获得成功，在很大程度上取决于它的机会和运气如何。

译者导读

- 关于好莱坞电影的取材，有一个事实与你原来的想像可能大相径庭，那就是取材自以往作品的改编电影占据了很大的比例，而且统计表明，这类影片大都保持着上佳的票房表现。

- 电影产业的最初环节要追溯到灵感、构思和剧本，这个环节的重要性及其所涉及的参与者之繁多使电影剧本也自成一家，形成了一个庞大的产业。与其他行业类似，某个电影构思或剧本能否最终获得成功，在很大程度上取决于它的机会和运气如何。

- 作为劳动力密集型产业，在电影的制作成本预算中，劳动力成本占了很大的比重。融资方面，大的电影公司会通过其集团性母公司及其与银行或其他金融机构之间的关系而获得制作资金，而独立制片人往往需要提前出售自己将要制作的影片来筹得制作资金。

- 某个电影构思或剧本能否在公司内获得审批通过，并不仅仅取决于它的质量，有时这个过程会涉及很多政治因素，例如为某个名演员或导演提供的机会如何，或者是否是某权力人物的青睐项目等。

- 一部影片的剧本在拍摄过程中会经过无数次的改动，虽然影片未来的票房情况掌握在观众手中，但是最终投放的影片是由发行方或投资方来拍板的。



一部好莱坞电影的整个制作过程，从策划到最后的发行，通常需要一到两年的时间。在这段时间里，原材料和劳动力被结合到一起，制造出一部商业电影，然后投放到不同的市场进行销售。电影制作被称为“项目事业”，因为从来不会有两部电影是采用同样的方式制作完成的。但是，总的来说，电影的制作过程还是有很多相似之处，使我们能够对一部“典型电影”的制作过程做出描述。

与人们普遍的理解不同，好莱坞电影的制作并不是从正式拍摄才开始的，而是要涉及一个较长的、复杂的策划和准备阶段。在准备阶段，某个构思被转化为剧本，实际制作和后期制作的准备工作也由此展开（图 1.1）。

概念（编剧）>>经理/经纪人>>制片人>>制片公司主管>>
开发>>制片公司总裁/主席>>
获得许可>>前期制作>>制作>>后期制作

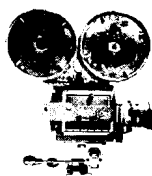
图 1.1 从概念到开发到制作

好莱坞电影的开发

我有一个电影构思，如果还能多一点钱的话，我就可以将这个构思转化为一个概念。

——科恩斯

好莱坞电影的构思来源有很多。有的电影剧本来源于原创的构思或小说，有的来自于真实事件或某人的生活。也有很多好莱坞电影取材于其他来源，例如书、电视节目、漫画、戏剧或其他电影的结局，或者翻拍其他电影等。



一种普遍的观点认为，好莱坞电影中有 50% 都是改编来的。权威电影杂志《综艺》在 2001 ~ 2002 年间根据票房毛收入评选 100 部最佳电影的非正式调查结果显示，好莱坞电影经常会从以往的作品中获得灵感。书、名人传记影片和根据以往票房轰动大片的结局改编的电影，是好莱坞电影最主要的构思来源，而漫画和电子游戏则是新生电影构思势力的代表。更重要的是，根据以往作品改编的电影一直都保持着很好的销售业绩。^①

好莱坞与创新性

所有这些都涉及创新性的话题，创新性在电影业内外吸引了很多人的注意。我们都知道，在对反复使用的构思、已经证明成功的故事和电影改编的依赖中，包含有经济方面的考虑，对故事和人物的复制也有很重要的文化意义。不管怎样，从这个意义上来说，至少需要对好莱坞事业的原创性和好莱坞天才们那些极端的断言提出质疑。

所有权和版权

在好莱坞，电影资源已经迅速地发展为一种产权，在电影业，这种产权被定义为“一个人拥有法定的独家开发权利，能够在某种构思、概念、剧本或其他文学形式的基础上发展出一部电影”。其含义是指“作为制作和发行一部电影的权利的基础的文学或其他作品”。

产权的概念意指产品具有某种价值和归属权，因此，它涉及版权法。事实上，在商业电影从一种权利发展成为一种具体的财产的过程中，版权是电影行业的一个最根本的基础。版权可以被简单地描述为法

^① 2001 年评选出的 100 部最佳电影中有 31%、25 部最佳电影中有 44% 都是根据以往电影改编的。2002 年，改编电影在 100 部最佳电影中占 39%，在 25 部最佳电影中占 56%。总的来看，改编电影在 100 部最佳电影中占 53%，在 25 部最佳电影中占 64%。这些数字只是近似值，因为有些电影的来源已经无法考证，也有一些电影（一个明显的例子是《狮子王》）的原始出处有争议。