

<<好莱坞的金钱法则>>

图书基本信息

书名：<<好莱坞的金钱法则>>

13位ISBN编号：9787802518650

10位ISBN编号：7802518652

出版时间：2011-3

出版时间：金城出版社

作者：[美]爱德华·杰伊·爱波斯坦

页数：161

字数：71000

译者：鄂丽燕

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<好莱坞的金钱法则>>

内容概要

资深调查记者爱德华·杰伊·爱波斯坦融合了魔鬼经济学与好莱坞冒险故事，在回答了制片公司如何获利这个极为复杂的问题的同时，秘密地探索了好莱坞的“无形的赚钱机器”，并且调查了这个赚钱机器背后极为复杂的经济状况。

按照这种方式，我们也能知道更多的关于明星制度的内容及如何做的商业秘密。

<<好莱坞的金钱法则>>

作者简介

作者：（美国）爱德华·杰伊·爱波斯坦 译者：鄂丽燕 爱德华·杰伊·爱波斯坦，《斯莱特》杂志“好莱坞经济学家”专栏作家，撰写了《大电影：好莱坞金钱与权力》等诸多著作，多次为《华盛顿日报》《名利场》和《纽约客》等撰写评论，目前居住于纽约。

<<好莱坞的金钱法则>>

书籍目录

引言为什么新闻记者不了解好莱坞

第一部分 爆米花经济

十年前，我明白了真正的秘密在于盐的多少

为什么大多数新电影院的座位都不到300个？

电影中的色情镜头：好事还是坏事？24

逐渐消失的售票处

磁盘带来的一线希望

第二部分 明星文化

合同才是重要的一一要不是因为哈姆雷特，

那就是因为阿诺德·施瓦辛格

电影明星喜欢两种模式：2000万美元和零报酬

好莱坞令人焦虑的问题：现金盈亏平衡点是多少？

妮可·基德曼的膝盖引发的悲惨教训——

明星要拿到一个角色需要满足什么条件

小明星的困境

没有净收入

视频带来意外收获

没有人能从总收入中分成

“我自己完成特技动作”

第三部分 好莱坞内隐形的造钱机器

为什么《古墓丽影》被认为是制片厂融资的一部杰作呢？

来自德国的意外之财

制片厂是如何从日本格式大战的失败方获得意外收获的？

寻找对冲基金

为什么在影片中美国看起来更像加拿大？

推动虚拟现实

各州之间的新内战

付费电视的兴起和衰落

电影行业的钟声为谁而鸣？

第四部分 好莱坞的政治

在影片里

追求趣味和利润的妄想狂：《华氏911》的传奇

明智的延续

更多的变革：派拉蒙的体制改革

汤姆·克鲁斯—瓦格纳制片公司

好莱坞的一位见证人

第五部分 新的制片厂体系

奥斯卡的骗局

青少年和汽车相撞事件共存

制片厂——必读物

点石成金法则

从影院放映的影片上挣不到钱

国外的海市蜃楼

追求数字化的电视迷

非原创之罪

<<好莱坞的金钱法则>>

日本技术的包围

付费下载

尾声 好戏刚刚开始。

还是已经结束?

好莱坞：电影

第一幕

第二幕

第三幕

独立制作影片消失了?

视频市场研究公司TubeMogU]的兴起

用模拟技术的高利润交换数字技术的低利润

<<好莱坞的金钱法则>>

章节摘录

版权页：插图：第一部分 爆米花经济十年前，我明白了真正的秘密在于盐的多少过去，大多数美国人经常去当地的电影院看电影。

比如，在1929年，也就是第一届奥斯卡金像奖那年，平均每周都有9500万人去电影院——大约是总人口的4 / 5。

当时，美国有23000多个电影院，而且其中许多规模都很大，比如，纽约的罗克西影院有6200个座位。

在那个时候，人们看的电影都是由一些大电影厂制作出来的(在1929年一共有700多部故事片)。

明星、导演、编剧和其他艺人们都签订独家合约，而且电影制片厂拥有所有影院，电影在影院首映。

这样的制度被称为“大制片厂制度”，即主要的制片厂对电影有绝对的控制权，从剧本到放映。

这个制度大约终止于1950年，当时美国高级法院支持反托拉斯法令，命令好莱坞几家大制片厂放弃连锁影院。

如今，在这个电视、录像、互联网和其他多种家庭娱乐活动充斥的时代，平均每周看电影的人大约也就是3000万，还不到总人口的10%。

正因为如此，许多大型影院要么关闭了，要么被分隔成几间小剧院。

(现在的影院规模只有1929年影院的1 / 3，不过银幕增多了——超过了3万个。

)这样的多厅电影院给影院老板带来了巨大经济利润。

这样的电影院也可以针对不同观众群，哪怕人数很少，来放映各种类型的电影。

而且，随着小型影院的关闭，连锁影院也在扩张。

现在，十五家最大的北美连锁影院拥有近2 / 3的银幕。

这些大型连锁影院和主要的观众群是美国电影产业的把关人。

他们决定着大多数美国人要看什么电影。

现在，少数几家全国连锁的多厅电影院占据了好莱坞在美国80%以上的票房，而且有很大一部分影票是在美国电影展览会上就订购出去的。

美国电影展览会是在拉斯维加斯举行的一年一度的电影发行和展览会，其间电影业管理者要利用至少四天的时间来讨论即将放映影片的放映和销售。

在1998年，我结识了掌管好莱坞剧场的小托马斯·史蒂文森。

他安排我跟他一起参加了美国电影展览会，不过他愿意让我跟他一起参加在拉斯维加斯的会谈是有条件的——即我不能直接引用与他会面的人的言语，也不能认出他们。

作为协议的一部分。

他同意“不问，不说”的原则，也就是在与银行家和电影界高管会面时如果对方没有特别问到的话，他不会把我以新闻记者的身份介绍给参会人员。

史蒂文森四十出头，有着褐色的头发，精力充沛。

在去拉斯维加斯的路上，他简单介绍了生意的经济状况。

在1997年，观众花了5千万美元买电影票，而他的好莱坞剧场，拥有450个银幕，却只赚到了2300万美元；其余的大部分分给了发行商。

他还谈到，这些剧场的运营成本是3120万美元，所以如果只局限于电影放映，公司就会亏损820万美元。

不过，与其他剧场老板一样，他还从事第二个行业：小吃食品。

这项生意的利润远远超出80%。

好莱坞剧场的小卖部卖出2670万美元的小吃食品就能赚2240万美元的利润。

他告诉我：“剧院大厅内的每个角落都是为吸引观众而设计的。

”

<<好莱坞的金钱法则>>

媒体关注与评论

一本将改变你的欣赏电影方式的富有冒险精神的书。

——《商业周刊》爱波斯坦在这里告诉我们的是，当我们谈到目前的好莱坞时，我们全错了。

——《华盛顿邮报》一本揭示了电影制作人竭力保密的惊人运作内幕的突破性作品! ——《华尔街日报》

<<好莱坞的金钱法则>>

编辑推荐

《好莱坞的金钱法则》：金钱法则是好莱坞的金科玉律!——《阿凡达》制片人乔恩·兰道融合了《魔鬼经济学》与好莱坞的金钱冒险故事大片背后隐藏的经济秘密妮可·基德曼右膝的保险费是多少……制片公司如何和为何从旧电影图片中获利?明星做或不做特技的原因是什么?为什么人们认为阿诺·施瓦辛格是一个合约天才?好莱坞是如何把外部投资人和对冲基金管理者结合起来的……为什么《古墓丽影》被认为是一部吸金杰作?

<<好莱坞的金钱法则>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>