KECUDO

PREMIUM

IV

精品版

AI 电影的发行与变现

AI 电影制作 · 第四课



电影节、平台、观众、定价与合同：如何让你的 AI 电影被看见——
并把它变成有报酬的工作和长久的事业。

2026 版 · 创作者系列

本课内容

目录

第一部分 · 基础

1. 注意力经济 4
2. 你的发行策略 6
3. 做好宣传素材包 8

第二部分 · 核心技能

4. AI 时代的电影节 10
5. YouTube 与社交平台 12
6. 流媒体、发行方与销售代理 14
7. 积累观众 16
8. 为你的 AI 电影服务定价 18
9. 提案、合同与收款 20

第三部分 · 进阶

10. 从短片到剧集或长片 22
11. 教学、模板与数字产品 24
12. 你的生意：品牌、团队与保护 26
13. 案例：发行第一年 28

自我测评

A 部分 · 基础 30
B 部分 · 计算 31
C 部分 · 像制片人一样思考 32
D 部分 · 真实平台与规则 33
E 部分 · 找出问题 34
你的评级 35

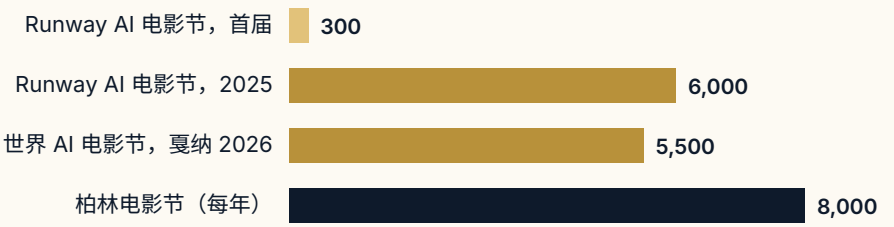
● ○ ○ 基础

第 1 章

注意力经济：为什么发行成了新的瓶颈

拍电影昂贵的年代，电影很少，完成一部本身就是成就。AI 让制作大幅变便宜，结果是一场洪水：更多电影、更多片段、多到任何观众都看不完的「内容」。稀缺的资源不再是摄影机——而是**注意力**。

FIG 1.1 · 多少部电影在争夺一个名额



投片数量为约数。柏林电影节约从 8,000 部中选 200 部（2.5%）。

资料来源：美联社，据 Bangor Daily News（Runway 电影节，约 300 → 约 6,000 部投片，2025）；HackerNoon（2026 戛纳 WAiFF，近 5,500 部）；Screen Daily（柏林电影节，看 8,000 部、选 200 部）。

这对你意味着什么

- **「AI 制作」已不再是新闻。**选片人和观众已经看过成千上万条 AI 片段。真正突出的是故事和工艺。
- **完成之前就规划发行。**这部电影拍给谁看？他们已经聚集在哪里？
- **你的电影也是你的名片。**本课中大部分收入，都来自电影证明了你能做什么。
- **信任是一种资产。**诚实的披露和干净的权利，让你更容易被排片、被授权、被雇用。

> **一句话总结：**AI 让电影变得便宜，却没有让观众变得容易触达。像为制作做预算一样，为发行预留时间和资金。

钱从哪里来

对大多数短片作者来说，电影本身直接赚到的钱很少。价值来自它带来的东西：

来源	如何变现	短片的常见规模
电影节奖金	现金奖，有时是服务	通常不大；少数 AI 电影节奖金很高
平台收入	广告分成、会员	随频道而增长，而非单条视频
授权	流媒体合集、电视台、航空、教育机构	小额费用，偶有较大交易
委托项目	广告、音乐录像、预演、品牌影片	往往占最大份额
数字产品	课程、电子书、模板、提示词包	随观众规模放大
开发合约	以短片作为剧集或长片的概念验证	少见，但能改变职业轨迹

大奖存在——而且奖给故事

Runway 在纽约举办的 AI 电影节把 2026 年大奖和 5 万美元奖金颁给了《A Face Only a Mother Could Love》——一部八分钟的剧情片，作者 Robert Gaudette 是一位 54 岁的多伦多非营利组织员工，没有受过正规电影训练。关于该电影节的指南强调，评审奖励的是讲故事——剪辑、节奏、声音与情感——而不是技术演示。

资料来源：Let's Data Science 关于 Runway AI 电影节的报道（2026 年 6 月）；AI Film Contests 指南（2026）。

KECUDO 影业 · 第一年的目标

发行《守灯人之光》之前，团队写下三个目标：（1）入选 5 个以上电影节，其中至少一个是知名的传统电影节；（2）用影片和幕后花絮带来至少 10,000 美元的付费客户项目；（3）为下一个项目积累 500 人的邮件列表。影片本身赚的钱只是锦上添花，而不是计划。

每部电影的三类观众

1. **观众**——为故事而看的人。
2. **把关人**——选片人、发行方、平台策展人。
3. **买家**——可能雇用你的品牌、代理公司和制片人。

每一类都需要不同的信息、素材和渠道。本书其余部分讲如何触达这三类人。

● ○ ○ 基础

第 2 章

你的发行策略：先电影节、先上线，还是两者兼顾

发行的先后顺序决定了谁能看到电影、何时看到。许多电影节要求首映——已经在网上免费公开的电影，它们不会排片。所以第一个决定是：先电影节、先上线，还是谨慎地两者兼顾？

策略	适用时机	取舍
先电影节	故事强；你想要声望、媒体和行业人脉	影片要保密 6–12 个月
先上线	你已有观众；影片有时效性或为社交平台而做	在许多电影节失去首映资格
混合	影片走电影节；预告片和幕后花絮现在就上线	需要更多规划；全片要等

首映身份，简单说

- **世界首映：**在任何地方的第一次公开放映。
- **国际 / 地区首映：**在本国以外 / 某一地区的第一次放映。
- **线上也算。**公开上传全片通常会让要求首映的电影节不再接受它。私密、带密码的放映链接不算。

一份发行计划要回答六个问题

1. 这部电影是拍给谁的？（要具体。）
2. 在哪里首映？
3. 在那之前公开分享什么？
4. 全片何时、在哪里上线？
5. 做哪些语言版本，何时做（第三课的译制）？
6. 你希望观众看完后做什么——订阅、雇用你、买一门课？

● ○ ○ 基础

第 3 章

做好宣传素材包：预告片、海报、剧照、新闻资料包

选片人、记者、买家和观众都在几秒钟内决定要不要看。宣传素材包就是他们首先看到的东西。认真做一次，然后到处复用。

素材	规格 / 长度	要点
预告片	60–90 秒（另加 15 秒和 30 秒短版；竖屏版本）	传达基调和悬念，而不是概括剧情；以片名收尾
海报	竖版高分辨率；方形和横幅裁切	一张有力的图；缩略图尺寸下片名也清楚
剧照	8–12 张高清画面	面孔、世界、一个标志性时刻
一句话梗概	一句话	角色 + 目标 + 阻碍（第一课）
简介	25、100 和 300 字	短的填表用，长的给媒体
导演阐述	150–250 字	为什么是这个故事、为什么是现在、为什么这样拍
简历与照片	每人 50–100 字	主创与主演
AI 披露	50–100 字	清楚、客观、处处一致
演职员表与技术参数	片长、格式、语言、字幕	与银幕上完全一致
放映链接	私密、带密码的链接	尽量加水印

> **做一页「EPK」：**即电子新闻资料包——把以上所有内容和下载链接放在一个页面或 PDF 里。发一个链接，而不是十个附件。

● ● ○ 核心

第 5 章

YouTube 与社交平台：标注、变现与增长

线上平台是大多数人唯一会看到你电影的地方，也是 AI 规则最具体的地方：什么必须标注，什么可以赚钱。上传之前把两者都弄对。

标注：YouTube 的「经修改或合成的内容」规则

- 自 2024 年 3 月起，YouTube 要求创作者披露那些观众可能误认为真实人物、地点、场景或事件、且使用修改或合成媒体（包括生成式 AI）制作的逼真内容。
- 明显不真实或动画内容，以及轻微编辑，不需要标注。
- 当你选择「是」时，YouTube 会给视频加上标签。
- YouTube 表示，披露 AI 内容不会限制视频的受众，也不影响其变现资格。

资料来源：YouTube 博客（2024 年 3 月）；YouTube 帮助中心《披露修改或合成的内容》。

变现：「不真实内容」政策

- 2025 年 7 月，YouTube 把「重复内容」规则更名为「不真实内容」，以更好地识别批量生产或高度重复的视频。
- 2026 年 7 月，它明确了三类不能变现的内容：泛泛或重复的内容、令人不适或反感的内容，以及涉及敏感话题的 AI 虚拟人物。
- YouTube 强调这不是禁止 AI：用 AI 写脚本、剪辑或做缩略图不会让频道失去资格——批量生产近乎相同的视频才会。

资料来源：eWeek 与 Windows Central（2025 年 7 月）；TechCrunch 与 Tubefilter（2026 年 7 月）；Metricool（2026）。

> **对电影人的意义：**一部精心制作的短片、一条真实的幕后花絮和诚实的评论，正是平台说它们想要的。每天用模板批量产出的东西，才是它们不想要的。

自我测评

A 部分 · 基础

A1. 对于要求首映的电影节，什么通常会让影片失去「首映身份」？

A. 给演职人员私下放映

B. 在网上公开上传全片

C. 发送带密码的放映链接

D. 发布预告片

A2. EPK 是什么？

A. 一种视频编码

B. 一笔电影节费用

C. 包含预告片、剧照、简介、简历和链接的电子新闻资料包

D. 一个剪辑插件

A3. 「权利链」指的是……

A. 证明你拥有或已获授权使用片中一切内容的文件

B. 片头字幕的顺序

C. 一份电影节清单

D. 影片的片长

A4. 「引流磁铁」是……

A. 付费广告

B. 电影节月桂

C. 发行方的费用

D. 免费提供、用来换取邮箱地址的有用东西

A5. 非独家授权让你可以……

A. 同期把同一部影片授权给其他买家

B. 再也不放映这部电影

C. 卖掉你的版权

D. 不提供字幕

K

KECUDO

感谢你与 Kecudo 一起学习。

系列完结

你已经完成《AI 电影制作》全部四课：拍电影、导演表演、声音与配音，以及让电影被看见、拿到报酬。现在去拍你的电影吧——也请告诉我们。

KECUDO.COM