



新闻学国家特色专业系列教材

ying shi wen hua chuang yi chan ye gai lun

影视文化创意产业概论

周光毅 著



南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

J90
2013/2

阅 览

► 新闻学国家特色专业系列教材

ying shi wen hua chuang yi chan ye gai lun

影视文化 创意产业概论

周光毅 著



南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS



图书在版编目 (C I P) 数据

影视文化创意产业概论 / 周光毅著. — 南京 : 南京
师范大学出版社, 2013. 3
新闻学国家特色专业系列教材
ISBN 978-7-5651-1106-8

I. ①影… II. ①周… III. ①电影文化—产业—高等
学校—教材②电视文化—产业—高等学校—教材 IV.
①J90

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第286796号

| | |
|------|---|
| 书 名 | 影视文化创意产业概论 |
| 作 者 | 周光毅 |
| 责任编辑 | 王 涛 徐珊珊 |
| 出版发行 | 南京师范大学出版社 |
| 地 址 | 江苏省南京市宁海路 122 号(邮编:210097) |
| 电 话 | (025)83598919(传真) 83598412(营销部) 83598297(邮购部) |
| 网 址 | http://www.njnup.com |
| 电子信箱 | nspzbb@163.com |
| 照 排 | 南京理工大学印刷照排中心 |
| 印 刷 | 扬州市文丰印刷制品有限公司 |
| 开 本 | 787 毫米×1092 毫米 1/16 |
| 印 张 | 16.75 |
| 字 数 | 385 千 |
| 版 次 | 2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 1 次印刷 |
| 书 号 | ISBN 978-7-5651-1106-8 |
| 定 价 | 42.00 元 |

出 版 人 彭志斌

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换
版权所有 侵犯必究

前 言

1997年,受国家广播电影电视局的委派,前往亚洲—太平洋广播联合发展机构,参加“电视制片人自我发展与完善研讨会”的时候,我就希望将来要写一些关于影视文化创意产业的专业论著。多年来,因为自己在中美两地的学习和生活,以及太多的实践活动和教学工作,始终没能完全静下心来完成此类论著写作,这是个遗憾。今年暑假,翻看了自己十几年积累的笔记,审视了今天中国影视文化创意产业发展的现状,觉得有义务在这个关键时刻,完成这样一部埋藏于心里多年的探索之作。对于如何撰写这部长达数十万字的影视创作和管理的理论著作,经过多年来的思考和对比了大量的中外研究方法之后,决定还是选择实用和传统的历史论证方法去阐述。

首先,本书以深入浅出和话丑理端的作风,去分析和讲解影视管理的独特行为和技术,使读者能够真正地了解影视管理和创作的内部关联。其次,本书将结合影视创作中的实际问题,站在管理和创作者的角度,去审视国外成功经验中的原始动机和结果。最后,展望中国影视市场的未来,找到符合中国影视行业发展的道路,帮助管理和创作人员建立起新的观念,认识和解决实际操作中的难题。本书不只是理论上的总结,而且是有意识地以商业市场经营的方法和准则,去研究和解释中国影视文化创意产业发展上的情况,诠释影视创作中的各种行为和利益,以商业的价值和市场规律去衡量其存在和发展的意义。

从一个作者的世界观和写作技巧来说,我深知自己对于理论价值的认识有太多的反叛烙印。多年服务于中美不同的电视创作单位和教学体系,使我自己也常常纠结于自我否定和完善的抉择中。这种分析方法是最能够接近对实践的批评和自省,给予影视创作人员抛砖引玉的启迪,也算是对自己再一次的批判和总结。在本论述的写作过程中,有意识地把中美教学体系的不同教育方法传达给大家,希望给予我们传统的影视教学方法一个参考,让我们的专家和学者能够用更广泛的视野,去理解和认识影视文化创意产业作为一种产业的科学意义,而不是陷入纯粹艺术创作的学科窠臼。

感谢三江学院文学与新闻传播学院院长,原南京师范大学副校长笪佐领教授,作为学术界的前辈给予我的精神支持和写作指导;感谢上海戏剧学院创意学院院长刘志新博士,对中国创意学研究和学习状况给予的介绍和陈述;感谢中国传媒大学南广学院演艺学院院长林晓鸣女士,对我在中国的教学和研究工作部分,提供的开放性帮助。最后,特别感谢广大的理论研究者,他们的著作和论文为我完成这本拙著提供了宝贵的资料和重要的启发;也特别感谢

中美两地广大可爱而真挚的同学们,没有他们的热情和鼓励,也是不可能在有限的时间内完成和出版这部论著的。

作为一个在海外工作和学习多年的学者,对中国的影视文化发展现状的了解,也许存在不够全面,甚至需要补充的问题,在这里期望得到同行们的指点和批评,当然也接受大家的商榷和挑战。让我们一起为中国的影视文化创意产业的变革和发展,贡献我们力所能及的力量吧。

周光毅

2012 秋于美国康乃迪克州木桥镇

目 录

| | |
|------------------------------|-----------|
| 前 言 | 1 |
| 第一章 影视文化创意产业的历史 | 1 |
| 第一节 “百代公司”与产业形成 | 2 |
| 第二节 “镍币戏院”与经营策略 | 9 |
| 第三节 “社会体制”与影视文化 | 16 |
| 第四节 “视觉形象”与技术革命 | 24 |
| 小结 | 30 |
| 第二章 影视文化创意产业的本质 | 31 |
| 第一节 “影视产业”与拜金特征 | 32 |
| 第二节 “播放内容”与社会焦点 | 40 |
| 第三节 “垄断管理”与产业分工 | 48 |
| 第四节 “政治悲歌”与创意主题 | 55 |
| 小结 | 62 |
| 第三章 影视文化创意产业的构成 | 64 |
| 第一节 “政府政策”与保障体制 | 65 |
| 第二节 “影视制作”与融资制度 | 72 |
| 第三节 “文化奖项”与产业互动 | 78 |
| 第四节 “技术发展”与自我完善 | 86 |
| 小结 | 93 |
| 第四章 影视文化创意产业的市场 | 95 |
| 第一节 “市场经营”与风险意识 | 96 |
| 第二节 “传统坚持”与自我设限 | 103 |

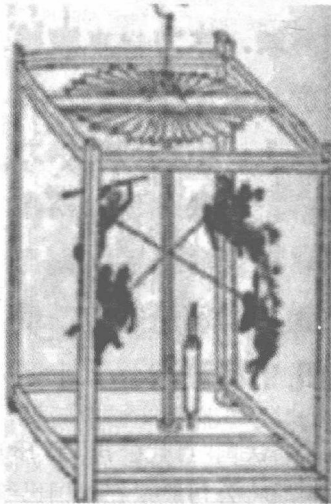
| | | |
|-------------|--------------------------|------------|
| 第三节 | “创意观点”与时效关系 | 111 |
| 第四节 | “产品优势”与经营扩张 | 117 |
| 小结 | | 124 |
| 第五章 | 影视文化创意产业的行为 | 126 |
| 第一节 | “品牌孕育”与观众要求 | 127 |
| 第二节 | “明星制度”与产业管理 | 134 |
| 第三节 | “衍生产品”与价值创造 | 143 |
| 第四节 | “兼并整合”与规模控制 | 151 |
| 小结 | | 159 |
| 第六章 | 影视文化创意产业的功能 | 160 |
| 第一节 | “道德教育”与社会责任 | 161 |
| 第二节 | “文化保护”与内部调节 | 169 |
| 第三节 | “民族形象”与国际概念 | 177 |
| 第四节 | “产业行为”与利益妥协 | 185 |
| 小结 | | 193 |
| 第七章 | 影视文化创意产业的现状 | 195 |
| 第一节 | “欧洲风格”与自成体制 | 196 |
| 第二节 | “亚洲各国”与积极拓展 | 203 |
| 第三节 | “中国创意”与结构调整 | 212 |
| 第四节 | “美国影视”与超级基地 | 219 |
| 小结 | | 227 |
| 第八章 | 影视文化创意产业的未来 | 228 |
| 第一节 | “更新汰旧”与生存希望 | 229 |
| 第二节 | “技术改造”与自我发展 | 236 |
| 第三节 | “全球合作”与无国界化 | 244 |
| 第四节 | “新媒体”与时代交替 | 252 |
| 小结 | | 259 |
| 参考文献 | | 261 |

第一章 影视文化创意产业的历史

人们习惯于把电影的发明和放映,追溯到 1895 年法国卢米埃尔兄弟^①(Brothers Lumière)在“大咖啡馆”的《工厂大门》(Gate of Factory)的公演行为。但是,作为视觉流动的艺术和创意产业的早期形态,我们就不得不提前到中国公元前 202 年汉朝“走马灯”的情形:

“高祖(刘邦)初入咸阳宫,周行库府,金玉珍宝,不可称言。其尤惊异者,有青玉五枝灯,高七尺五寸,作蟠螭,以口衔灯,灯燃,鳞甲皆动,焕炳若列星而盈室焉。”^②

这里我们绝对没有韩国人那种为了民族光辉而趋之若鹜的“能耐”,而是从文化创意产业的现象和实际来解释这一现象。虽然“走马灯”不是以胶片的形式记录和演示的,但是,从画面的流动性设计与电影性观众美学享受的角度来看,应该是流动视觉艺术和观众欣赏最早的、最有效果的结合。虽然,汉高祖缺乏一个买票观看的行为,但龙心大悦的价值是用金钱无法衡量的,不是吗? 仅仅一个创意,就有办法让高祖皇帝龙颜舒展,亦可见当时的文化创意行为是多么的智慧和成功。更有趣的是,中国早期的艺术创意者们,不仅仅将走马灯这种艺术用于欢庆的典礼,到了一百年以后的宋代,更有甚者将这种创意用于丧葬,且使用效果一样的让人动容:



“同昌公主薨,帝伤悼不已,以仙音烛赐安国寺,冀追冥福。其状如高层露台,杂宝为之,花鸟皆玲珑。台上安烛,既然点,则玲珑者皆动,丁当清妙。烛尽绝响,莫测其理。”^③

① 卢米埃尔兄弟(Auguste Marie Louis Nicholas, 1862—1954; Louis Jean, 1864—1948),是电影和电影放映机的发明人。兄弟俩改造了美国发明家爱迪生所创造的“西洋镜”,将其活动影像能够借由投影而放大,让更多人能够同时观赏。

② 葛洪撰,周天游校注:《西京杂记》卷三,三秦出版社 2006 年版,第 140 页。

③ 朱易安、傅璇琮等主编:《全宋笔记》第一编《清异录》,大象出版社 2003 年版,第 84 页。

相较于法国卢米埃尔兄弟演出的《工厂大门》、《水浇园丁》^①和后来电影中的无声短片,中国动态文化创意产业的原始作者更是将人生的喜悲用“走马灯”这个艺术形式表现得淋漓尽致。

中国最早的视觉文化创意产业的确没有很高的技术,因为它的出现早于西方电影两千多年,那时候正是中国早期的传统农业社会。不同的是“走马灯”的演示效果,既要作为一种宫廷的庆典和祭祀,服务于皇帝和他的家人,又要对市井的风情和文化有更广泛的涵义。虽然,“走马灯”早期的创意文化算不上是一种产业或者是规模,离西方影视创意文化一开始的大众化和商品化追求有一定的距离,但是,作为一种视觉流动的机械方式和创意思想的启迪是不可以完全否定的,它表达了东方对于视觉技术产品个性化和情绪心理的价值观。

第一节 “百代公司”^②与产业形成

尽管卢米埃尔兄弟发明了电影,或者说是最早把电影推出和走向市场的人们,但是,他们也只能说是个技术和娱乐事业的挖掘者,并没有承担起电影作为文化创意产业的执行和发展者的责任。如果说,中国的早期动画艺术“走马灯”从欢庆到丧葬的美学情感更替,表现了坚持一百年的探索,那么法国影视文化创意产业的经营者,从简单的电影发明到成为大众化的娱乐形式,几乎只用了短短的几年时间。法国“百代公司”又称“EMI百代唱片”,简称EMI,成立于1896年,是全球历史最悠久的唱片公司之一,曾与“华纳”、“环球”和“索尼”并称全球四大唱片公司。最重要的成功是“百代公司”于一百年前就认识和挖掘了电影作为一个未来的视觉商品的商业价值,开辟了电影作为文化创意产业的实践道路。



法国“百代公司”于1896年9月28日,首先成立了电影器材的制作和租借公司,并在一年后将公司股票在法国巴黎的股票交易所上市。融资的成功也就促成了“百代公司”在1902年成功收购卢米埃尔兄弟的发明,这不但使它成为世界上最大的电影设备和生产公司,而且很快地收购和控制了早期电影的播映形式,促使了世界电影文化创意市场的诞生。从“百代公司”短短五年的商业行为,我们不难分析出电影从诞生那一刻开始就由娱乐性的个性创作变成了创意文化产业。其中经历了股票上市、专利收购、影院扩张,以及制作和发行的垄断,

^① 《工厂大门》和《水浇园丁》均是路易斯·卢米埃尔1895年的作品,摄影机记录了当时法国工人的生活和工作。

^② “百代公司”为法国人查尔·百代及哥哥爱米尔·百代于1896年建立的法国电影公司。1900年,百代迅速进入成长期,随即成为法国甚至全球电影业的龙头。在美国好莱坞尚未兴起前的1907年—1920年,该公司的制片风格与理念为全球主流,也影响诸如日本及印度电影业。1920年代之后,娱乐性不足的该公司虽迅速没落,但仍有一定影响力。

每一步的完成都是挟资本运作的程序达到的。电影这个综合的艺术形式从进入人类社会那一刻起,就携带着资本主义市场经济交易和兼并的特征。

而这种情形在早期中国封建传统的经济秩序下是完全不可能做到的,也就是说唯有在自由的市场经济状况下,才可以显现综合艺术商品的智慧创意价值,这也是中国的“走马灯”在中国停留了一个世纪,才出现在西方文献中的原因。

“百代公司”对于新型行业“电影”的成功商业操作,也道出了早期电影娱乐行业商业投资的真谛,那就是电影作为文化创意产业只有在可融资制度和快速扩张的经济背景和秩序下,才可能顺利地完成。1909年,“百代公司”通过进一步的融资和资本再扩大在法国和比利时迅速地拥有200多家电影院。次年,他们势力范围扩展到马德里、莫斯科、罗马、纽约、澳大利亚和日本。直到第一次世界大战爆发之前,以“百代公司”为主的电影摄影机和放映机占领了整个的欧洲市场。



与所有的资本扩张一样,为了抢占更广泛的世界电影市场,“百代公司”和“梅里爱公司”^①(Gorges Méliès Company)于1911年联合制作影片。乔治·梅里爱作为一位电影制作上的成功管理者,一位舞台商业演出成功的演出者和艺术创意的天才,可以系统地将绝大部分戏剧方法,如剧本、演员、服装、化妆、布景、机关装置以及景或幕的划分等等,充分地应用到电影中去,从而完成了从戏剧到电影实用元素的转变,也将电影语言直接地在戏剧的基础上得到新生,直到今天还以各种形式保留在电影中。

作为一种全新的创意产业,“百代公司”在1903年到1909年的六年时间里,公司最大的老板查尔·百代创立了电影企业的经营理念。他把手工式的企业变成了一个庞大的电影垄断集团,并建立了“繁尚”^②这个当时全球最大的电影制作的“首都”。由此,他开始支配整个世界的电影制作和放映。“百代公司”和“梅里爱公司”的电影一样,每部电影只要能够卖出20部的拷贝就可以收回摄制成本,这时候的“百代公司”摄制中心“繁尚”已经到达每年制作和销售上千部电影的能力。事实上,每年第一个月的销售收入已经完全能够补偿全年的制作成本,其余的十一个月的收入成为纯粹的利润了。

那时候“百代公司”每天的销售量都在迅猛增长,利润也是以十倍的速度在迅速增长,影片的日销售量可以达到八万米。作为20世纪初的欧洲经济状况的代表,“百代公司”已经成为经营文化商品的巨大成就者,查尔·百代作为“百代公司”的执行总裁,有一天曾骄傲地这样写道:“除了军火工业以外,我认为法国没有任何一种工业能像我们的工业发展得这样快,

^① “梅里爱公司”是由乔治·梅里爱于1898年在法国创立的,他先是模仿卢氏兄弟和爱迪生,所拍的80多部短片都无新意可言。1897年,他在自己美丽的庄园用8万法郎建筑了摄影场之后,才开始注意到特技摄影,并逐渐发挥自己的创造性,公司共拍摄了430部电影,在电影技术和语言上都做出了重要的贡献。

^② “繁尚”(Vincennes)是法国南部的重要城市。

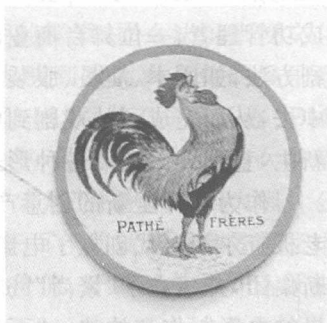
能够给予股东以这样大的利润。”^①“百代公司”的确获得了巨额的利润。1900年收入34.5万法郎,1902年收入91万法郎,1904年收入137万法郎,1906年收入650万法郎,1907年收入2,400万法郎。而公司的资本额,由于对董事们无偿地分给股票,也由最初的200万法郎增到500万法郎,这一估计数还未将董事们巨额分红和会计上的暗账计算进去^②。



1907年,电影给“百代公司”的投资者们,带来了至少十倍于1907年公司资金的利润。开始于塞纳·马恩州市集的生意,这时终于有能力向五大洲发展了。不辞劳苦的经纪人波佩尔从1902年开始走遍了全球,在伦敦、纽约、柏林、莫斯科、布鲁塞尔、圣彼得堡、阿姆斯特丹、巴塞罗那、米兰、罗斯托夫、加尔各答、华沙和新加坡等地开设了代理店,这些代理店很快就变成了“百代公司”的分公司。1908年,“百代公司”在美国有价值200万法郎的不动产,在纽约附近有专门的洗印厂,以后又在纽约市内设立了一个制片厂,成功地控制了北美洲的电影发行和运转。

这一年“百代公司”卖给美国的影片尺数超过美国各大制片商影片总数的两倍以上,而百代影片的“雄鸡”商标吸引了各地观众涌向电影院。之后,“百代公

司”又决定实行一个庞大的计划,查尔·百代在他的朋友——大银行的亲信勒里埃·弗尔参谋下决定改变“百代公司”的横向扩展。之前,它是从“繁尚”这一地点开始,逐渐扩展到全世界去,而现在他要聚集“百代公司”所有力量,利用已经占有的市场向纵向挖掘,即对制造胶片和电影机械等等一系列的电影技术进行垄断,形成完整的电影产业体系,让全球每一个角落的电影制作、管理、技术和市场都完全归他掌握。



事实证明,当影视文化创意产业和金融资本合作在一起的时候,就会产生一种化学力量,那就是文化创意产业最高速和最效率的“爆破效应”,其可以在极其短的时间里产生空前的动力。1907年7月,“百代公司”终于完成了一项被法国电影界称为“苦迭打”^③的商业行为。由此“百代公司”通告停止发售影片给传统意义上的购买者,影片的放映交给五家大垄断公司来经营。这五家公司将法国、比利时、荷兰、南非分为五个势力范围。受“百代公司”直接控制的几家垄断公司接管了在巴黎刚开设的电影院,其余垄断公司则以律师伯诺瓦·莱维为代表的财团为中心,通过影片供应合同和“百代公司”挂钩。

① Richard Abel, *The Red Rooster Scare: Making Cinema American, 1900-1910*. Berkeley: University of California Press, 1999.

② (法)乔治·萨杜尔著,徐昭,胡承伟译:《世界电影史》,中国电影出版社,1995年版,第54页。

③ “苦迭打”(Coup d'état)的中文意思接近政变,原涵义来自法国“雾月革命”中的政治改革行为。

当时影院和简单的放映场所都是个体经营的方式,每个电影院都是单独地向发行商购买影片。而“百代公司”这一行为,已经完全地切断了其他影院独立购买影片的渠道,控制了影院的经营行为,从而将原来的只卖影片的模式,改变成按放映时间出租影片的模式,以求将每部电影的利润在播放中达到最大极限。“百代公司”的“苦迭打”经营理念使得1912年以后的世界电影企业专业化更为加速,随着电影放映事业的发展,百代公司的旧影片交易开始建立起来,这种交易逐渐变成影片的出租市场,反过来给“百代公司”的资金经营和扩大再生产提供了更开阔的空间。

没过多久,当时电影产业已像今天一样分为三大部门:电影的制片业,电影的发行或出租业以及电影放映业。“百代公司”并没有因为垄断世界电影制作和发行而满足,又企图成为影片的批发商兼零售商。虽然从1907年以后,公司的年利润已经稳定地超过了1,500万法郎,但是查尔·百代还是雄心勃勃地企图拥有更大规模的市场份额。1913年开始,他仿效“柯达公司”制造胶片和摄影机,控制电影的上市和销售,在开设属于自己的门市部的同时,又以苛刻的条件将影片销售权让给某些零售商人。

查尔·百代一方面扶助电影联合企业的建立,将影片提供给别的影院放映;另一方面,又将摄影机和原材料的制造统一在他的工业之下,终于将“百代公司”的专利资本发挥到最大限度。

电影放映机当时是在法国的“贝勒维尔”^①地区,由“百代公司”出资组成并归其支配的“珂坦苏扎”公司来制造的。这家公司的工厂可称当时世界第一流的工厂,它除制造放映机以外,还制造摄影机和照相材料。截至1914年,世界上许多国家的影院,80%使用“百代公司”出产的放映机。

为了制造胶片,“百代公司”必须打破从爱迪生的“囚车”摄影棚成立以来就由“伊士曼柯达公司”(Eastman Kodak Company)^②所掌握的几乎绝对的胶片使用的垄断独占权。

美国“柯达公司”是当时世界上最大的胶片制造商,也是每年获利极大的世界性的专业公司之一。它当时只有两个无足轻重的竞争者,一个是在法国制造极少量胶片的“卢米埃尔”,另一个是利用简陋的设备在英国制造质量很差的胶片的“布莱尔”。全世界所用的胶片,95%以上均由“柯达”生产。“百代公司”每年需要消费100万米的黑白胶片,它向“柯达公司”购买的胶片几乎占后一公司产量的半数。“百代公司”经过调查研究以后发现买一米的胶片需要支付0.5法郎,而由自己来制造,则一米胶片的成本只需0.02—0.03法郎,而且制造胶片风险性比较小,获得的利润却比摄制影片还大得多。



① “贝勒维尔”(Belleville-sur-Loire)是法国北部的重要城市。

② 伊士曼柯达公司是一家大型跨国摄影器材公司。柯达公司的前身是由发明家乔治·伊士曼和商人亨利·斯壮在1880年建立的“伊士曼干版公司”,2012年公司在美国破产。

可是,美国工厂对于制造胶片的方法极端保密,化学的配方比起机器更难模仿。在制造胶片乳剂方面,欧洲的照相工业当时已拥有一些有能力的技师,但制造透明胶片的技术,则除了美国以外还都很幼稚。正当这一问题无法解决之时,德国的化学家忽然公布他们发明了一种不燃性的醋酸纤维质胶片。查尔·百代立即抓住了这个和罗切斯特的柯达公司竞争的机会。他暗地里把设在英国佛兹克雷的布莱尔的工厂收购下来,予以现代化的装备,并在那里培养技术人员,这个实验工厂为“百代公司”以后在“繁尚”设立的庞大胶片工厂做了充分的准备。

查尔·百代作为公司的灵魂人物在实现了电影物质使用上的独占以后,进一步想要实现的是电影创作思想上的革新。1906年以后,影片一般都在300米以上,故事情节比较复杂,剧本比以前更为重要。“百代公司”认为,如果将“古典戏剧”和“古典文学”作品拍成电影一定能够牟利。在“百代公司”之前,代表一个不从属于“繁尚”的独立制片团体的让·伯诺瓦·莱维^①已经有了这种想法。“百代公司”设法使伯诺瓦·莱维和“文学家协会”之间的谈判最终失败,次年,迫使“文学家协会”来和他谈判,并获得成功。这期间“百代公司”赞助和支持了皮埃尔·德库塞勒所领导的“作家及文学家电影协会”的成立,使其很快地获得了将大部分法国戏剧拍成电影的独占权利。

从作家的头脑到城市的电影院,从制造胶片到市集上的临时影棚,“百代公司”都想加以控制和统一。在六年之中,法国就产生了一个巨大的影视文化创意产业“托拉斯”,它的势力遍及全球,控制了大部分新的电影工业,这种无限的力量使“百代公司”感到任何敌手都无足畏惧。在“繁尚”、“蒙特洛伊”和“约安维尔”,五个制片厂每天不间断地生产着影片,它们都有电气设备,即使没有阳光也可以照常进行生产。“百代公司”还支配国际的电影交易,它的分支机构遍及各个国家,压倒这些国家里与其竞争的电影企业,每天在“繁尚”制造出来的几千米的影片支配着全世界流行的电影样式。

在“百代公司”全盛时期,虽然当时的电影规模,制作技术和发行市场比今天小很多,但是它统治的电影工业要比今天“好莱坞”的巨大工业还要全面。为了创造和维持这样一个巨大的企业,监工出身的费迪南·齐卡成为制片的领导人,监督那些时常由他培养出来的导演拍摄影片,而这些导演们创造了当时各种影片的样式和风格。尽管“百代公司”的规模已经在当时成为巨大的垄断性行业,但是并不意味着资本竞争中的行为就此停止,就在他们把原来用布幕搭起来的临时影院都变成现在正式剧院的时候,新的强大对手出现了。

“高蒙公司”(Gaumont Company)^②对“百代公司”来说是一个和“梅里爱公司”完全不同



① 让·伯诺瓦·莱维(Jean Bonova Levy)法国电影理论家,著作有《电影的伟大使命》(1945)。

② 高蒙公司成立于1895年7月是一家专门生产电影放映器材的公司,创始人莱翁·高蒙(Léon Gaumont 1864—1946)后介入电影生产。

的竞争者,经营照相器材公司的莱翁·高蒙,长期以贩卖摄影机作为他主要的产业,附带也贩卖一些影片。他的女秘书爱丽丝·居伊^①长期担任影片导演工作,1898年摄制的《糊涂虫的灾难》,就是她的第一部作品。此后她试拍了各种样式的影片,包括小型神话剧、芭蕾舞剧、喜剧《第一支雪茄》和取材于社会新闻的悲剧《庙街凶杀案》。1905年,“百代公司”的成功促使“高蒙公司”决心大规模摄制影片,它在“布特休蒙”^②建筑了一个世界上最大的电影制片厂,它那个玻璃的大摄影场要比“梅里爱公司”的摄影场大20倍。

曾经充任“跑马场”剧院大型哑剧导演的维克多兰·雅塞^③,在“高蒙公司”拍了《吸鸦片者之梦》一片以后,接着又和爱丽丝·居伊合制了一部旨在和“百代公司”的《基督受难》片竞争的《我主耶稣基督的一生》。雅塞在拍此片时把摄影场和枫丹白露区的自然背景结合在一起,摄制了这部富丽却缺乏活泼生气的影片。路易费·雅德是位学识丰富、办事周密的法国南方人,原是基督教报纸《十字报》的一个记者,曾偶尔写过一些电影剧本。当他从事导演工作以后,除了拍摄过一些在1906年已经过时的神话片以外,还摄制了各种样式的影片。他把电影特技融合在喜剧之内,使电影的技术和风格样式为喜剧内容服务,发展了来自滑稽歌舞剧的心理喜剧。在这些影片里,社会讽刺占主要地位,仆人和罢工的工人常常被拿来奚落。从电影风格和艺术的手段上,“高蒙电影”公司开始了对“百代公司”的挑战,也给了其他电影公司提供了示范。

事实上,“高蒙公司”以出租影片的办法来代替影片的销售,要比它的主要竞争者“百代公司”为时更长,也是百代“苦迭打”下的一个主要获利者。一方面它们雇用了埃蒂安·阿尔诺、爱米尔·科尔、让·杜朗等人,来加紧影片的生产;另一方面,其制片厂在经营上厉行节约,讲究制作成本的降低和高效率。实际上,“高蒙公司”的资金并不缺乏,它有当时投资于瑞士、亚尔萨斯大工业及阿柴利亚电气托拉斯的强大的“瑞法银行”的支持,其早期电影虽略有亏本,但仍能度过1907年和1908年的危机,原因就来自于对影片制作成本的严格核算。“高蒙公司”仿照“百代公司”繁尚制片厂的管理办法,继续向国外发展。

当然,也有财团支持“百代公司”的另一竞争者“闪电电影公司”^④(Eclair),这家公司是从“欧本贸易公司”的法国分公司改组的。虽然,他们的股东是由一些不出名的实业家组成的,可是,他们却用高薪将维克多兰·雅塞这样一个能干的导演挖到自己的旗下,并直接授予他参加制



① 爱丽丝·居伊(Alice Guy-Blanché, 1873—1968),被公认为世界上第一位女性导演。

② “布特休蒙”是法国首都巴黎的重要城区。

③ 维克多兰·雅塞(Victorin Jasset, 1862—1913),法国画家,雕刻家,服装设计师,导演。

④ “闪电电影公司”于1907年在法国成立,是一家专门经营电影制作、电影实验和电影摄影机的公司,1973年被兼并。

片管理和发行工作的权利。三年来摄制影片的经验,使得维克多兰·雅塞这位学识丰富和风度文雅的导演,获得了他对这一新行业的充分知识和了解,并开始关注电影人才的培养和开发。他在法国是第一个有系统地按年雇用演员,并不断改进他们演技的人,为后来的电影“明星制度”奠定了基础。

维克多兰·雅塞在“闪电电影公司”以《尼克·卡特》一片一鸣惊人,这是第一部分集的侦探片,成为后来发达的“犯罪电影”的开端。维克多兰·雅塞也是法国电影在影视风格上独树一帜的电影制片人和导演,他的创作手法和制作过程是很新奇的。《尼克·卡特》是他从美国的通俗小说中找到的影片主人公,但故事则是在拍摄过程中临时编成。这部由一系列长度都在100米左右的短片构成的影片,在国际上获得极大的成功。主演里阿贝尔,因《尼克·卡特》出了名,他不断收到从世界各个角落寄来的对他表示爱慕的信件,一个以“演员中心论”的电影时代从此开始了。

“百代公司”在法国还有一些别的竞争者,如“太阳公司”、“英狮公司”、“勒克斯公司”、“拉雷与罗伯特公司”等等,但这些公司没有一个能使“百代公司”感到不安。可是“百代公司”除了“闪电电影公司”和“高蒙公司”两大劲敌以外,第一次世界大战的现实,也给“百代公司”电影产品的技术带来了压力。于是,为了确保当时世界电影龙头的地位,“百代公司”开始不断地更新和改革电影设备。1912年开始,“百代公司”决定在故事影片播映前放映新闻纪录片,让人们可以了解到战争的真实情况,进一步地从技术和形式上垄断电影的市场。



当然,战争既可以给法国电影的产业带来丰厚的收益,也可以给它带来灾难性的困难。1920年第一次世界大战后的美国经济开始迅速发展,美国的电影投资人开始大量收购“百代公司”在美国的股票,同时也出现了大量的独立制作人。又由于美国相对远离战场,更多的欧洲艺术家开始从电影的发源地移民到这个可以从事电影事业的未开垦的电影家园。

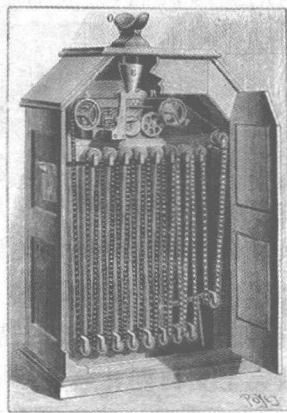
1929年出现了全球的经济危机,影院和发行都出现完全的负增长,尽管公司的执行总裁当伯纳德·纳坦采取多种的补救方式,但仍于事无补。

此时,“百代公司”面对的是两面夹击:一方面来自法国电影产业内部的强烈竞争——“高蒙公司”和“闪电电影公司”同时瓜分欧洲市场;另一方面来自美国新兴的电影产业和众多的电影制片人,他们从电影市场的内部拉拢“百代公司”的制作人才。特别是美国电影市场的竞争加剧和扩展,使得“百代公司”雪上加霜,终于在1935年,“百代公司”宣布倒闭。

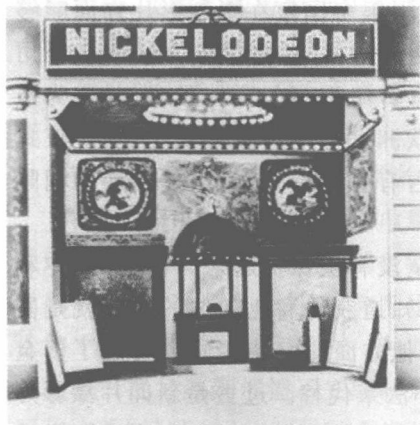
电影作为最主要的创意文化产业,疯狂的利润竞争和资本的扩大再生产,几年间,可以让一个小公司垄断所有的经济命脉,也可以让庞大的产业在一夜之间化为乌有。这样的竞争结果和事实,在过去、现在和未来都有可能随时随地发生,影视文化创意产业的历史告诉人们,困境和失败往往要远大于永恒和辉煌。

第二节 “镍币戏院”与经营策略

事实上,早期的美国电影发展并不比法国和欧洲电影发展得晚很多,但是过程却是完全不一样的。其原因是美国作为一个新型的资本主义国家,初期资金的缺乏使得美国电影的发展无论从资金还是技术上都捉襟见肘。1893年,爱迪生发明“电影视镜”^①并创建“囚车”摄影厂棚,被视为美国电影史的开端。1896年,“维太电影放映机”^②的推出开始了美国电影的群众性放映。1905年在匹兹堡出现的“镍币影院”^③很快遍及美国所有城镇。到1910年每周的电影观众多达3,600万人次,每周收入为18万美元,这在当时的美国是巨额的商业收入。匹兹堡的这家小影院对美国电影来说,和1847年约翰·塞特在旧金山附近发现金砂具有同样重要的意义,它所掀起的虽不是淘金的浪潮,却是一个争夺“镍币”的浪潮。



“镍币”在美国是一种5分钱的钱币,等于当时美国电影院一张入场券最低的售价,匹兹堡的小影院成功以后,这种营业在美国迅速发展起来,人们称这些影院为“镍币戏院”。这些影院票价一致且非常低廉,投资很少而所得的赢利却极巨大,吸引了相当多的有经济头脑的小型投机商人们。当时,很多这种电影院每周获得的赢利,就足够开办一所新的电影院。“镍币戏院”从社会最贫苦的阶层中招揽它们的顾客,特别是以每年来到美国超过百万的移民作为它们的重要主顾。



这些移民大部分来自中欧,因为不谙英语看不懂美国的戏剧,所以只好到杂耍场、音乐馆和“一分钱游戏场”消遣,很像早期中国的“拉洋片”和“小儿书”经营模式,成本低而收入不菲。当时,这些“一分钱游戏场”和杂耍场已经组成联营,大部分由新入境的移民们来经营。后来,“镍币戏院”也沿用这种模式组成“联营公司”。巨大的赢利使有些经营人每月增开一家或两家新的电影院。由于这种“滚雪球”的方法,1908年以后,有些电影“联营公司”已掌握了将近100家影院。

当时影片都是单本一部的,产量每月400部,主要制片基地在纽约,如“爱迪生公司”、“比沃格拉夫公

① “电影视镜”(Kinetoscope)由爱迪生制作的世界上第一个活动画面照相机。

② 洁金斯(C. Francis Jenkins)及阿默(Thomas Armat),1896年发明了一种称为“维太放映机”(Vitascope)的影片放映机,并要求爱迪生提供影片及以他的名义生产这部投影机。

③ Charles Musser, *the Emergence of Cinema: The American Screen to 1907*. Berkeley: University of California Press, 1994.

司”和“维太格拉夫公司”。19世纪末20世纪初,电影成为适应城市平民需要的一种大众娱乐。它起先在歌舞游乐场内,随后进入小剧场在戏剧剧目演出后进行放映。因为观赏的大众化和简单化,使得电影作为一个新的娱乐行业迅速地发展和扩张。来自世界各国的新移民们,只要有点资金几乎都选择了这条创业之路,而很多人都是依靠这种电影院起家的。

美国在1905年初,还只有10家电影院,到了1909年底,电影院已增加将近一万家,而现在美国电影院也不过15,000家左右。当时,法国的电影院数目只有两三百家,在世界其他国家总共也不会超过三千家。因此,在电影放映事业方面,美国此时已具有压倒性的优势。一个巴黎制片人,如果在法国只能够销出10部拷贝,在世界其他各地一共也只能销掉50部,而在美国却可以销掉200部。这就说明了法国当时在电影上的优势,乃是建立在很薄弱的基础上的。第一次世界大战前夕,“镍币戏院”逐渐被一些条件较好的电影院所代替,播放的简单化也让“电影公司”的垄断权势逐渐消失,传统的电影控制权被完全交回到社会。

此时,以格里菲斯为代表的一批新的电影艺术家已经出现,美国的制片中心也从东海岸移到“好莱坞”。虽然,第一次世界大战不同程度地破坏和损害了欧洲各国的电影业,限制了电影在西方国家的进一步革新和进步,但是客观上却促成了美国电影的兴起。于是,美国电影反过来源源不断地涌入欧洲市场,到了第一次世界大战结束的时候,美国电影已经在欧洲建立了完全的霸权地位。1903年埃德温·S. 鲍特的《一个美国消防员的生活》和《火车大劫案》^①,使电影从一种新奇的玩意儿发展为一门艺术。影片中使用了剪辑技巧,鲍特成为用交叉剪辑手法造成戏剧效果的第一位导演。

1908年,全世界的电影观众人数大大地增加了,这就使得很多国家在摄制影片方面能够由手工业转变为工业生产。而后,金融界对电影也开始产生兴趣,一些规模宏大的联合公司开始成立。为了和“百代公司”对抗,美国和欧洲的大影片联合组织不久开始形成,并成为强大的势力。而美国依靠着电影市场的绝对优势,最终导致欧洲大型电影公司在1915年正式解体。毫无疑问,影视文化创意产业最重要的核心是市场占有和融资合作,这在早期的国际电影的区域竞争中,就已经完全地显现出来了。

欧洲电影的彻底失败,还有一个原因就是知识产权完全没有被保护起来。作为对“专利法”非常熟悉的美国发明家托马斯·阿尔瓦·爱迪生,此时知道获得商业利益的捷径就是复制法国电影,他不是生产电影而是大规模的盗版,为后来其他方面的发展和研究奠定了资金基础。当“版权法”禁止这种复制的时候,爱迪生又用抄袭办法来代替。过去是新闻片摄影师的鲍特^②,此时成了爱迪生摄影场的导演。他既没有发明过梅里爱所创造的“叙事影片”,也没有发明过英国人所发现的蒙太奇,更没有发明过所谓“平行动作”和“社会电影”,他采取的方法

^① 《一个美国消防员的生活》和《火车大劫案》都是美国电影导演埃德温·S. 鲍特的作品,后者被美国电影史家称之为美国电影史上划时代的作品。

^② 埃德温·S. 鲍特(Edwin Stratton Porter 1870—1941)美国早期电影的先驱和导演。