



中国设计与世界设计研究大系
中国国际设计博物馆馆藏系列

王受之 主编

国外电影海报 藏品精选集

A Collection of
the International
Movie Posters



山东美术出版社

中国设计与世界设计研究大系
中国国际设计博物馆馆藏系列

王受之 主编

国外电影海报 藏品精选集

A Collection of
the International
Movie Posters

COLLECTION

山东美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

国外电影海报藏品精选集 / 王受之主编. -- 济南 : 山东美术出版社, 2019.2

(中国设计与世界设计研究大系·中国国际设计博物馆馆藏系列)

ISBN 978-7-5330-7042-7

I. ①电… II. ①王… III. ①电影-宣传画-作品集
-世界 IV. ①J238.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 087037 号

国外电影海报藏品精选集 GUOWAIDIANYINGHAIBAOCAANGPINJINGXUANJI

主 编 : 王受之

特邀编辑 : 冯达美

策划编辑 : 王洋

文字编辑 : 吕晓萌

图片编辑 : 刘程程

出版协调 : 叶菲

图片拍摄 : 冯达美、刘程程、吕晓萌、周向力、高原、韩伟、汪芸、乐图工作室

书籍设计 : 袁由敏 方宏章

版面制作 : 九月九号设计

本书所收作品均为中国国际设计博物馆藏品, 未经同意, 请勿转载。

责任编辑 : 杜 坤

主管单位 : 山东出版传媒股份有限公司

出版发行 : 山东美术出版社

济南市历下区舜耕路 20 号佛山静院 C 座 (邮编 : 250014)

<http://www.sdmspub.com>

E-mail:sdmscbs@163.com

电话 : (0531) 82098268 传真 : (0531) 82066185

山东美术出版社发行部

济南市历下区舜耕路 20 号佛山静院 C 座 (邮编 : 250014)

电话 : (0531) 86193019 86193028

制版印刷 : 上海雅昌艺术印刷有限公司

开 本 : 787mm × 1092 mm 16 开 17.75 印张

字 数 : 125 千字

印 数 : 1—2000

版 次 : 2019 年 2 月第 1 版 2019 年 2 月第 1 次印刷

定 价 : 298.00 元

中国设计与世界设计研究大系
中国国际设计博物馆馆藏系列

王受之 主编

国外电影海报 藏品精选集

A Collection of
the International
Movie Posters

COLLECTION

山东美术出版社

中国设计与世界设计研究大系编委会

主任 许 江

副主任 杭 间 宋建明 李 晋

委员 (按姓氏笔画排序)

王受之 王 昀 王雪青 王 澍 许 江

刘 正 毕学锋 何见平 吴小华 吴海燕

宋建明 杨劲松 杨振宇 杨桦林 李 晋

连 冕 杭 间 郑巨欣 周 刚 赵 阳

赵 燕 高士明 袁由敏 钱晓芳 曹意强

韩 绪 Eva Forgacs Gerda Breuer

Regina Bittner Rudolf Lückmann

Siegfried Gronert Torsten Bröhan

中国设计与世界设计研究大系
中国国际设计博物馆馆藏系列

王受之 主编

国外电影海报 藏品精选集

A Collection of
the International
Movie Posters

COLLECTION

山东美术出版社

中国美术学院新落成的中国国际设计博物馆所馆藏的一批美国电影海报，是我到美国工作以后慢慢搜集起来的。起初，我收藏主要是源于自己喜欢，作为一种兴趣。但是当选出一部分在国内展览后，发现喜欢电影海报的人很多。同时也发觉大家虽然喜欢，但是能够亲眼欣赏外国电影海报的机会却很少。因此我将这一批海报送给中国国际设计博物馆，是抱着“同享”心理的。

在这里特别要说明的是：这一批海报完全从自己的喜好出发，没有追逐“高大上”珍稀海报的心理，如果用“最珍贵的海报”来描述，是对不上的，但是它们的确是有意义、好看的海报。相较于收藏价值，我更在乎其欣赏价值。1980至2000年前后的作品比较多，也就是我在美国工作、生活最活跃的时期。早于20世纪80年代的海报有一些，是“捡漏”所得，而2010年之后的作品，因为技术条件发生变化，纸质海报大幅度减少，我也就没再刻意收藏了。这批收藏只是那个时代的代表作品而已。可能再过一个世纪，这一批海报也变成了古典作品，那是未来的情况。

虽然电影海报数量巨大，但是并没有如图书一般的发行渠道，也没有商业海报那样的销售渠道。说穿了，电影公司的海报是给自己用的，如果有第二轮放映，就再循环用，如果不用，就集中销毁。多少年来，美国电影海报的流通基本上就是从制片厂到电影院，再从电影院回收到制片厂用于二轮上映，之后就处理掉了。所以很多电影海报上面都留有反复使用的折痕，这是因为从一个电影院到另外一个电影院的过程中，邮寄折叠而导致的。我这里有一些这种被折叠的海报，其实非常珍贵。有几张折叠了太多次，中缝都要折断了，说明在许多小电影院张贴过，之后一而再、再而三地邮寄到下一个电影院去，最后报废，落到我手中。电影海报到20世纪八九十年代以后，才以圆筒邮寄的方式代替折叠邮寄。美国的电影院中，播放流行大片的主流院线有几千家，而播放小众电影的可能只有几十家，此外还有更小的独立电影院。因此电影上映发行的海报数量也大相径庭，加上二轮上映的电影越来越少，因此在第一轮公映后，海报就集中收起来了。这样一来，除了那些富有的收藏家从拍卖场硬拼收购的以外，如我这般的



爱好者就只能采用零零星星“捡漏”的方式来积少成多了。现在呈现的这几百张收藏，其实一不“完整”，二不“理想”。说实在话，我还在继续“捡漏”之中，因此这部分展品并不是最终的结果。当然，未必有令人满意的最终结果，但我还是希望能找到更多、更好的作品，加入到这个收藏的系列中来。我喜欢电影海报和自己的经历有关。小时候我住在现在武昌解放路的武汉音乐学院的大院里，隔壁就是一家人民电影院。门口有两个电影海报框，用来张贴海报。从1953年直到“文革”，我在那里看到了许多电影海报，有一些给我留下很深刻的印象，比如1957年的捷克电影《好兵帅克》(*Dobrý voják Švejk*)、1955年的苏联电影《牛虻》(*Meksikanets*)等等。我从小除了喜欢看电影之外，也喜欢欣赏电影海报。当时电影海报张贴在电影院外面搭的一个海报栏里。20世纪50年代的国产片数量很少，从60年代开始，国产片的海报设计手法基本一个套路——以“高、大、红、光”类型为主，而少数进口电影的海报就完全不同了。那个时候是没有什么途径可以获得电影海报的，电影院用完的海报，院方自己就收走了，书店又从来不卖电影海报，因此人们并没有什么渠道可以获得。到了美国后，电影院多，海报也多，收藏海报就变得可行。我在美国生活了二十多年，又住在电影业的中心洛杉矶，不但电影海报多见，而且在我任教的艺术中心设计学院中，也有许多老师从事海报设计工作。并且经常能遇到海报拍卖，加上去跳蚤市场、旧书店等地寻找，突然间发现收藏海报有了可能，于是开始了收藏。

艺术拍卖、跳蚤市场、古旧书店是我收藏西方海报的三个基本途径。好莱坞有人专门做历史片海报的收购与拍卖，价格不菲，一般都是几百美元一张，重要的则要过千元。如果是某个特别电影的首映海报，价格会更高。现代海报价格可以高到什么地步呢？我过去并不太注意，但是在好莱坞参加海报拍卖会，有一些20世纪30、40、50年代的原版海报，经常突破一千美元。有些特别的电影，比如《北非谍影》(*Casablanca*)，原版海报几十万元一张还不容易竞得。前两年电影演员尼古拉斯·凯奇(Nicolas Cage)家中被盗，偷的是他收藏的几张乔治·卢卡斯(George Lucas)《星球大战》(*Star Wars*)的首映海报，我看新闻才知道这几张作品的价格居然达到一张百万美元以上。这类海报在拍卖会上往往被竞标人推得更高。毕竟资金有限，大凡我去这种拍卖会竞标，首先必须明确自己想要什么，其次是决定预算。总之就是要做好功课，用“捡漏”的办法收。南加州的



PIRATES
WISH
BLOOM
KNIGHT
ENFRAN
PIRATES OF THE CARIBBEAN
THE CURSE OF THE BLACK PEARL

跳蚤市场规模很大，每个月第一个星期日是帕萨迪纳城市学院 (*Pasadena City College, PCC*) 的停车场，第二个星期日是“玫瑰碗” (*Rose Bowl*) 运动场周边（这是美国最大的古董集市，规模惊人），第三个星期日是长滩的市立大学停车场……其中帕萨迪纳的跳蚤市场干脆叫作“古董跳蚤市场” (*Antique flea market*)。这些跳蚤市场动辄几百上千个摊位，第一次去简直找不着北，但是如果具体到一个专项，比如海报类，就不是那么多了，几十年来我进进出出不知道多少次，常见的也就十来个摊位。而且这十几个摊位的经营方式也不同，有些走 20 世纪 30 至 60 年代的老电影套路，专卖行家，价格高；有些则以“大路货”为主，好作品少见；还有一类则是回收旧货型的，数量庞大，需要花时间去挑。二十多年来，我每个月基本都去走一走，因而认得许多市场里的商贩。那里虽然价格比拍卖行便宜一些，但是作品良莠不齐，要自己把握。有些太热门的海报，都是复制品，要很小心。多年来，我也的确收了一些不错的海报。比如在中国曾经大热的英国电影 1971 年版的《简·爱》 (*Jane Eyre*) 原版海报，就是在这样的地方淘到的，那一版电影在西方影响不大，但是对中国观众来说，却是非常重要的。我当时一下子买了下来，别提有多么开心了。而第三类淘海报的地方是旧书店，但是旧书店近年生意不好，海报就越来越少了，有时候偶然找到一张，喜出望外，但是已经慢慢不再是我寻东西的主要场所了。

说到“捡漏”，好像收藏的人都有过这种喜悦的经历。电影海报是一个大家都热衷、熟悉的题材，“捡漏”机会不多。倒是其他类型的海报，有时候卖家不怎么在意，便有了捡漏的可能。有一次，我在洛杉矶一个每星期天都举行的梅尔罗斯 (*Melrose*) 跳蚤市场上看见一个专卖美国旧地图的商人，刚好他顺道也卖一些其他印刷品。因为商人自己不太在行，其中有五张极为精彩的斯堪的纳维亚航空公司在 20 世纪 50 年代推动国际航班的手绘海报，被杂乱地放在一大堆旧印刷品中。我不甚经意地和他谈地图，买了几张 20 世纪 20 年代的规划图，顺手搭上了这五张海报。回到学院给插画专业的老师看，都说是超级好的作品，拥有可以进博物馆的品质。这几张精彩的海报亦在中国美术学院国际设计博物馆的这批收藏品中。另外一次在“玫瑰碗”跳蚤市场，有一个专门做旧家具的商人，别人委托他代售一些收购来的旧物件，我看见扔在家具旁边的两个破镜框中装着发黄的老海报，一眼便认出那是第一次世界大战的英国征兵海报。因为是帮人代



it was coffeehouses and high adventure,
 it was your first love and your best dream,
 it was girls who drank wine
 and your mother back home asking
 God to forgive you.

售一大堆旧货，那个摊贩并不太用心，我最后用 60 美元一张的价格买下。细细看来，竟都是 1917 年的原作，非常宝贵！

在电影海报中，迪士尼动画长片 (*Disney Feature Animation*) 的海报是我留意搜集的一个系列。连后来并入迪士尼的皮克斯公司的电脑动画算在内，迪士尼的手绘动画长片从 20 世纪 30 年代的《白雪公主和七个小矮人》开始到最近为止，加起来也就只有四五十部。经过这些年的刻意寻找，我现在收到的有 36 张，看看这批动画海报，真是颇有一些成就感。迪士尼 1937 年出品的《白雪公主和七个小矮人》(*Snow White and the Seven Dwarfs*)，是第一部动画长片，之后是《幻想曲》(*Fantasia*)、《木偶奇遇记》(*Pinocchio*)，这样基本一年一部，延续到 1966 年，迪士尼先生忽然去世，之后动画片缺少了创意上推陈出新的力量。直到 20 世纪 80 年代初，迈克尔·艾斯纳 (Michael Eisner)、弗兰克·威尔斯 (Frank Wells)、杰弗瑞·卡森伯格 (Jeffrey Katzenberg) 三驾马车上台，迪士尼进入“文艺复兴”时代，又涌现出第二波优秀的动画片。我收藏的作品以这个时间段的为多。到皮克斯动画公司加入迪士尼后，手绘动画慢慢被电脑动画取而代之，我也就不怎么太注意收藏以后的作品了。

对于研究设计理论的我来说，海报收藏在于了解、认识、欣赏海报的设计。我不是“凡旧就收”派，而是讲究设计水准的。我收藏的《街头怒火》(*Streets of fire*) 海报、《星球大战之绝地回归》(*Star War: turn of the Jedi*) 海报、史蒂文·斯皮尔伯格 (Steven Spielberg) 的《大白鲨》(*Jaws*) 及他的《法柜奇兵》(*Raiders of the Lost Ark*) 首映海报、1980 年芝加哥电影节海报、1989 年蒙特利尔国际电影节海报、1997 年和 2002 年奥斯卡颁奖礼海报、克林特·伊斯特伍德 (Clint Eastwood) 的《鸟》(*Bird*) 的海报、《亚当斯一家》(*The Addams Family*) 的海报、《加勒比海盗》(*Pirates of the Caribbean*) 的首映海报等都是非常珍贵，并且在设计上很有特点的好作品。

从历史上来看，最早的电影海报是用来推广电影的，1900 年前后才出现给单独某部电影做海报的情况。海报也从起初罗列展出电影名单发展到有插图、演职员名单等内容的新形式。电影海报中的插图往往是电影里的一个或几个场景，海报设计师的风格也各不相同。渐渐地，电影海报随着电影的繁荣而日益蓬勃。电影海报的首要目的是用来推广电影的，因此具有很明确的目的性。虽然现在绝大部分的电影广告已经转变为数字媒体方式了，



11 STREETS OF FIRE

但是海报却依然存在。还有些电影院会将海报做成巨大的广告牌 (billboard) 来展示。电影海报一般包含简明的内容文字以及插图两大部分。文本部分是电影名称、出品公司、主要演职员名单，也有简单的文案等，用来增加电影的吸引力。用大字体显赫地突出片名、导演和主要演员名称是最常见的手法。美国电影往往还会在海报上标明首演时间，香港则叫作“上画”时间。日期非常重要，尤其是暑期档和感恩节至圣诞节档期两个时段。而插图部分原来多半是手绘的，但是自从 20 世纪 90 年代以后，因为数字技术的进步，照片使用的频率逐步超过了手绘插图。现在看到的绝大部分电影海报都是以照片为主的。海报除了推广电影以外，也用来推广电视连续剧、DVD 等影音制品，也会被用来推广电影节活动，在娱乐界具有相当重要的地位。

在美国，从 20 世纪 40 年代到 1984 年，电影海报是通过美国全国海报张贴运作机构“国际电影服务公司” (National Screen Service, 简称 NSS) 张贴和运作的。这个公司负责全美绝大部分海报的设计委托、印刷、分配和张贴业务，此外还负责回收用过的海报，以分配给第二轮放映的电影院使用。海报循环使用是美国海报发行的重要特点。一般一张海报会一轮轮地在电影院使用几年的时间，直到破损得比较严重，再收回 NSS 的仓库里，清理之后报废。也有少数在电影院已经破损了，在电影院环节即作为废物废弃。所谓收藏的美国电影海报，就是这些最后被废弃不用的海报。1985 年，NSS 停止活动，而 NSS 的仓库里面堆积了几十年的破旧海报，逐步流到少数艺术收藏家、艺术交易商或画廊的经营者手上。这顿时成为美国收藏界的一个大事件，因为数量庞大，良莠不齐，门类繁多，收藏界开始逐步消化这部分作品。这部分海报中的精品，其价格也水涨船高。2005 年 11 月 15 日，伦敦的里尔海报画廊 (The Reel Poster Gallery) 拍卖德国导演佛利兹·朗 (Fritz Lang) 1927 年的电影《大都会》 (Metropolis) 海报，原版海报拍卖价达到 690,000 美元，也就是说一张旧海报的拍卖价约 550 万人民币。新海报也有惊人的价格，《木乃伊》 (The Mummy) 在 1997 年苏富比 (Sotheby's) 拍卖价为 452,000 美元，电影《黑猫》 (The Black Cat)、《弗兰肯斯坦的新娘》 (Bride of Frankenstein) 的原版海报也在遗产拍卖行 (Heritage Auctions) 的拍卖会上拍出了 34,600 美元的价格。据说全世界目前最贵的海报是 1931 年的《弗兰肯斯坦》 (Frankenstein)。这部电影现在存世的海报仅仅一张，如果有一天放出来

Once the prince of them all!

WALT DISNEY'S

Snow White and the Seven Dwarfs



拍卖，估计会突破千万美元。因为有市场需求，部分经典的海报通过获得版权的出版社进行旧版有限重印，限量重印的海报都有重印年份的标记，价格比原版的要低许多。

这几百张海报，虽然算不上顶级珍品，却也有大量可贵的作品，这一次能够集中在中国美术学院的中国国际设计博物馆展出，让大家欣赏，对于我来说是很欣慰的事情。如果大家喜欢，我会再接再厉，继续收藏，来丰富我们这个展览的内容。

2017年11月15日