

早期中国电影“陡转现象”解析*

闫新

(西南大学新闻与传媒学院,重庆400715)

[摘要]“陡转现象”是中国电影史上一个非常特殊的历史坐标,关于这个现象的分析对于研究早期中国电影产业和市场,以及中国电影发展的脉象有极其重要的意义。“陡转现象”的发生给中国电影的发展造成了巨大的影响,正面的商业效应使中国电影从业者看到了国产电影的巨大潜力,负面的恶性竞争也使人们看清了产业结构上的重大缺陷。它所带来的国产商业类型电影的发展和与之相伴的负面效应为中国电影业和中国电影人提出了一个严肃的课题

[关键词]“陡转现象”;中国电影;观众

[中图分类号] J909 [文献标识码] A [文章编号] 1672-0598(2007)02-0146-03

公元19世纪20年代,中国社会动荡不安,革命风潮此起彼伏,此时的中国电影在经历了初创期艰难的开拓与酝酿后,步入了一个关键的成长期和转型期。在这个发展阶段里,七大电影公司各显神通、兴衰沉浮,新兴公司也层出不穷;电影产业和市场初步成型;电影的艺术属性和商业属性也相继凸现。如果说20年代中前期的“国产电影运动”代表着中国电影界对电影属性的多元化探索和认识,那么以1926年的“陡转现象”为界,20年代后半期出现的两次商业电影浪潮就是中国电影界对其商业属性的认同和追逐。所谓“陡转现象”,指的是1926年后,中国电影在较短时间内,从创作目的上放弃了之前所谓“文以载道”的艺术追求和教化倾向而主要着眼于企业经营和影片盈利;从创作向度上由严肃深刻的文艺片转向迎合大众的商业类型片;从影片形态上由伦理片、社会片、爱情片转向古装片、武侠片、神怪片的电影现象。这一电影现象的发生,使20年代中前期中国影坛各大公司“各树一帜、流派纷呈”的多元格局不复存在,取而代之的是“不顾艺术质量,粗制滥造”的因袭跟风的商业竞争浪潮。1927至1928年间,电影界出现了“古装片运动”,两年间“各公司共摄制古装片达七十五部之多”;1928至1931年间,武侠和神怪片继而骤起,“这一时期参与摄制武侠神怪片的大小公司共有近四十家”,“上映的武侠神怪片有二百二十部”;直至1931年国民党电检机构发出禁摄武侠神怪片的通令后,这一风潮才偃旗息鼓。

“陡转现象”的表征是国产电影“古装片”、“武侠片”和“神怪片”取代“文艺片”的相继勃兴,但其实这一现象并不是一个简单的

取材转换问题,而是类聚性质的转换。这种转换不是受电影主创者们的主观影响,而是包含了社会、经济和文化等多方面因素的综合性历史动力学的结果。

任何一个产业的发展都必然受到市场这只“看不见的手”的影响和操控,中国民族电影业当然也不例外。20年代前期,以明星公司的《孤儿救祖记》(1923)为肇始的一系列国产片在市场上的成功,使中国制片业蓬勃发展进入一个新的阶段。这些影片的成功一方面是因为其本身具有较高的艺术水准,“比之舶来品,当不为低首矣”,另一方面在很大程度上是因为当时国产长片的初现和稀缺(1923年5部,1924年16部),以及观众对“本国文字之影片”的新鲜感和亲切感。此时的国内市场和南洋市场只要一有国产片出品就争相抢购,各影片公司只要出片就一定能赚钱,这是典型的“卖方市场”的状况。由于市场压力极小,各影片公司并没有把精力放在商业竞争上,而是各自探索电影本性和积累创作经验,从而形成了各异其趣的制片方针。伴随着“国产电影运动”的浪潮,这一时期的中国影业呈现出一种初盛的景观。而到了1926年左右,由于制片公司数量的高速增长,使得国产片不再稀缺,1925年和1926年分别有51部和101部国产长片出品,国片对于观众的新鲜感当然也就随之减弱。且此时的中国观众对国片也不再盲目追捧,他们在众多国片的拥簇下学会了选择和取舍,当初《孤儿救祖

* [收稿日期]2006-12-19

[作者简介]闫新,西南大学新闻与传媒学院电影学05级,研究生。

记》上映时,万人空巷“莫不以一睹为快”的观看热情已明显消退。同时,对于作为放映商的影院方来说,由于观众对国片热情的下降以及外片良好的销售势头,国产片的盈利不再是轻而易举,“影院方也越来越多地由原来的票款平分而要求制片方以低价包租,实际上把风险推向制片方独家承担”。此时,中国电影制片业就已从之前的“卖方市场”转为了如今的“买方市场”。

此外,这时的整个国产电影市场又是处于一种缺乏秩序和管理的自在自为的初级自由竞争阶段。“竞争是指许多小企业基本上出售的是同样产品的市场局面。”这种局面的形成是由多种因素造成的。首先,中国电影企业的规模较小,而且结构不完整(下一部分将详述)。没有一家大型的具有领导能力的电影企业来掌控市场风向或建立一个互相协作规避风险的行业协会,故所有企业只能听命于市场而生产同类产品。其次,由于外资电影公司占据了大部分发行和放映的渠道且片源充足,这使得它们有实力和能力排挤国产电影,并使之处于市场的边缘。另外,国民党政府的电影检查制度也没有起到有效保护和促进国产电影的作用,使这一产业缺乏政治依托。这些因素都让整个电影市场向着不利于国产电影的方向行进。“买方市场”的形成和自由竞争的市场状况使影片公司丧失了对影片制作的主导权,被迫迎合和受制于观众口味及放映商们的利益驱使。在这种情形下,影片公司就不得不为了生存而调整各自的制片方针和营销策略,“陡转现象”也就随之发生。

二

要研究一个产业在某一历史阶段的动向和变迁,就不能不去考察作为产业实体的各企业的生存状况。上世纪 20 年代中期,国内各电影企业内部所面临的最大问题就是资本金的薄弱和拮据。“在 20 年代中国的资本主义经济中,民族资本在其中的份额从未超过 18%,而占绝对份额的则是外国资本和官僚资本”。妄想民族资本大量投入电影业几乎是不可能的,于是小股资本和社会游资便成为当时中国制片业的主要资金来源。在这种性质的资金来源下成立的电影企业,必定不会具备太雄厚的资本实力和良好的资金周转率。当时电影业中的“三大”公司,“明星”、“天一”、“大中华百合”都是以五万起家的企业,在经过数年的利润积累和面向社会招股,“明星”资本增至 15 万左右,“天一”、“大中华百合”愈 10 万,其资金周转率都不超过 5 部电影。“三大”公司尚且如此,其余的“四小”(“长城”、“神州”、“上海影戏”、“民新”)及其为数众多的“一片公司”的资本状况更是可想而知。在电影公司窘迫的资金条件下,下属的导演也被迫按照“一,用钱少;二,出片要快;三,片子要能卖钱”的现实要求制作影片。与此同时,众多抱有投机心态的小制片公司以粗制滥造的作风涌入市场,大批低成本影片的泛滥给各个大公司造成了巨大的营业压力,使得制片业内部的竞争更加激烈。在此形势下,制片商们只好选择生产同类低成本影片来进行商业竞争,导演们也不得不放弃对影片的艺术和道德诉求转而拍摄商业类型片。

另一方面,从整个电影产业结构来看,中国电影业本身就有着明显的缺陷。“就电影业来说,工业的结构包括了生产、发行和放映等各个企业单位”,当时的民族电影公司绝大多数只占据了生产这一环,而发行和放映的环节几乎都掌握在外商手中(特别是美商)。“据《中华影业年鉴》统计,二十年代中期,外国人在中国开设的经营影院业的公司有六家,所辖影院三十多所”,“负责经营外国影片的电影公司有四十多家”,“全国共有一百五十六家影戏院,其中绝大部分为外国人所有”。另外,“由于美国电影商人适应市场经济的一整套营销制度,也由于美国电影的大制作、高技术与明星制确实对观众有其吸引力,加之美国的强大的经济实力与其在中国的特殊政治地位作为有力后盾,使美国影片在中国市场大行其时。”“根据 1926 年孔雀公司(Peacock Motion Picture Corporation)董事长理查德·帕特森(Richard Patterson Jr.)的一个谈话”,“1926 年有 450 部外国电影在中国放映,其中 90% 是美国摄制的,即 400 部左右”。“以 1928 年北京电影市场放映的影片为例,美国片的毛利是国产片的一倍左右”。由此可见,国产影片无论在数量上还是质量上都低于外片,加之产业链的不完整使得制片和放映之间无法取得联系以达成协作与平衡,中国制片业就只能在生产环节上进行内部竞争。在半封建半殖民的环境下,中国电影业内在结构性的硬伤使其无法实现类似美国影业“三位一体”的垂直整合构型,进而无法具备对市场的宰制力,只能听命于市场任其摆布。“陡转现象”的主导力量就是一种市场力量。

三

“陡转现象”的成因中,观众也是不可忽视的一个方面。“由于美国影片的最大市场在沿海大城市,尤其是上海,而在内地中小城市”,由于语言和文化及观众素质等原因,“其市场便大大减小”。外片的地域性挤压使得国产片只能把目标对准内地中小城市和南洋市场,以及大城市里的一些下等影院。这些市场的观众大都“经济能力有限,文化程度偏低”,生活比较苦闷,对于影片的艺术水准和教化意义不太在乎,对他们来说影片的娱乐性才是第一位的。而且这些生活在中小城市和社会的下层的观众,对于“时装片”中的都市风情和欧化生活方式既陌生又不感兴趣。于是各大电影公司为了迎合新的目标观众的需求,就开始寻找新的路数,而首先找到的就是“古装片”。由于“古装片”大多取材自中国古典小说、戏曲、弹词等中的传奇故事,这些故事通俗易懂且广泛流传,对于这些观众极有亲和力。经过影片改编后的故事情节跌宕起伏,既熟悉又陌生;荧幕上古装扮相的角色又形成一种视觉奇观;封建传统价值观的宣扬也符合这个阶层的意识形态,这些元素都完全满足了观众对影片娱乐性的要求,也与他们的价值观相契合。而且随着南洋市场所占份额的增大,南洋华侨对于古装影片的特殊偏爱更促成了“古装片”的热潮。其后出现的“武侠片”和“神怪片”潮借着二十年代中国文坛上武侠神怪小说的兴盛势头,在“古装片”的基础上进一步加强了影片的娱乐性和视觉奇观性,加上中国传

统的侠义精神并掺杂着封建迷信思想更是风靡市场,让观众如痴如醉。明星公司的《火烧红莲寺》制作了 18 集,友联公司的《荒江女侠》制作了 13 集,天一公司的《乾隆游江南》制作了 9 集。观众的追捧使得内忧外患中的中国电影公司找到了救命稻草,更加坚定了走这条商业道路的信念。

“陡转现象”的发生给中国电影的发展造成了巨大的影响,正面的商业效应使中国电影从业者看到了国产电影的巨大潜力,负面的恶性竞争也使人们看清了产业结构上的重大缺陷。它所带来的国产商业类型电影的发展和与之相伴的负面效应为中国电影业和中国电影人提出了一个严肃的课题,也为以后联华公司的成立和 30 年代的“国片复兴运动”埋下了伏笔。

[参考文献]

[1] 陆弘石. 中国电影:描述与阐释[M]. 中国电影出版社,

2002. 102, 7, 22, 21, 27, 29.

[2] 李少白. 影史概略[M]. 文化艺术出版社, 2003. 35.

[3] 倪苏元, 胡菊彬. 中国无声电影史[M]. 中国电影出版社, 1996. 210, 239, 103, 212.

[4] 愕然. 孤儿救祖记[N]. 申报, 1923 - 12 - 29.

[5] 伯奋. 孤儿救祖记之新评[N]. 申报, 1923 - 12 - 24.

[6] 罗伯特·C·艾伦、道格拉斯·戈梅尼著, 李迅译. 电影史, 理论与实践[M]. 中国电影出版社, 1997. 203.

[7] 欧阳予倩. 自我演戏以来[M]. 中国戏剧出版社, 1959.

[8] 汪朝光. 好莱坞的沉浮——民国年间美国电影在华境遇研究[J]. 美国研究, 1998, (2).

[9] 萧知纬, 尹鸿著, 何美译. 好莱坞在中国: 1897——1950 [J]. 当代电影, 2005, (6).

(责任编辑:朱德东)

Analysis of the change of China's film industry from pursuit of education and art to emphasizing profit

YAN Xin

(School of Journalism and Communication, Southwest University, Chongqing 400715, China)

Abstract: The change from pursuit of education and art to emphasizing profit is a very special historic coordinate of China film industry. Analysis of this phenomenon is of great significance to the research into early China film industry and market and to the development direction of China film industry. The change has greatly influenced China film development, its positive influence is that the workers of China film observed the great potential of China-made films and negative influence is that ill-competition is the big shortcomings in the industrial structure. The commercial film development and their negative effect which the change brought raise a serious question for China film industry and China film workers to study.

Keywords: the change from pursuit of education and art to emphasizing profit; China film; audience