



臺灣電影海報的發展

葉龍彥 國立清華大學 臺灣電影史教授

A TOUCH OF ZEN

俠女 1975年臺灣首部在坎城影展獲最高技術獎。

一、前言

「海報」(Poster)起於十九世紀中葉的歐洲，其定義是：作為通告或廣告而公開展示的印刷圖畫(註一)。就在石版印刷術(lithography)發明後，薛雷(Jules Chéret)於一八六七年首先設計出一幅預告演藝的巴黎戲院海報，其閃亮的色彩，大膽而戲劇性的設計，活潑感性，一反印象派之瞬間捕捉光影的狹隘時空處理。其結果，帶動整個夜巴黎的演藝事業進入黃金時代，垂三十年之久，也掀起了海報流行的風氣。

至一八九〇年代，歐洲流行新藝術海報，其所謂新藝術是以平滑有機的線條、雅緻瑰麗而豐富的象徵主義(Symbolism)為特徵，而其

結合具有裝飾性的炫耀亮麗，表示美術是可以通俗的、實用的。如此一來，海報應該以藝術形式看待。

一九一四年第一次世界大戰爆發後，海報成為能夠影響歷史發展的一項藝術。在政治上，海報更是最重要的視覺媒體，是因為它可以到處張貼，而且很容易產生立即的效果，其中以戰爭的或革命的海報最具影響力，像蘇聯早期的宣傳海報便是針對廣大文盲群眾設計，其煽起全民的激昂情操，是相當驚人的。

二十世紀初期，工業日趨繁榮，廣告性的海報大量出現，設計式樣繁多，幾乎每一件產品或活動都可以別出心裁的設計出來，從稍早的馬戲團海報，到三〇年代的流線型旅行海報，競出新奇。然而，在收音機和電視媒體的激烈競爭，以及廣告業幾乎依賴照相術的情勢

下，使得海報美術走進黯淡的局面。但從一九六〇年代開始，通俗音樂帶動了庶民藝術型式的復興，又啟動了海報的興趣。尤其是在舊金山，海報運動最為強烈，每週的舞廳音樂會海報，繽紛奪目，似乎又回到一八九〇年代海報的黃金時代。

就在歐洲海報的黃金時代，台灣淪為日本帝國主義的殖民地。日本以歐化為目標的明治維新成功以後，也積極經營臺灣做為帝國南進的基地，而海報美術的運用，也是歐化運動中一項視覺媒材的模仿與開發。

二、臺灣電影海報之濫觴

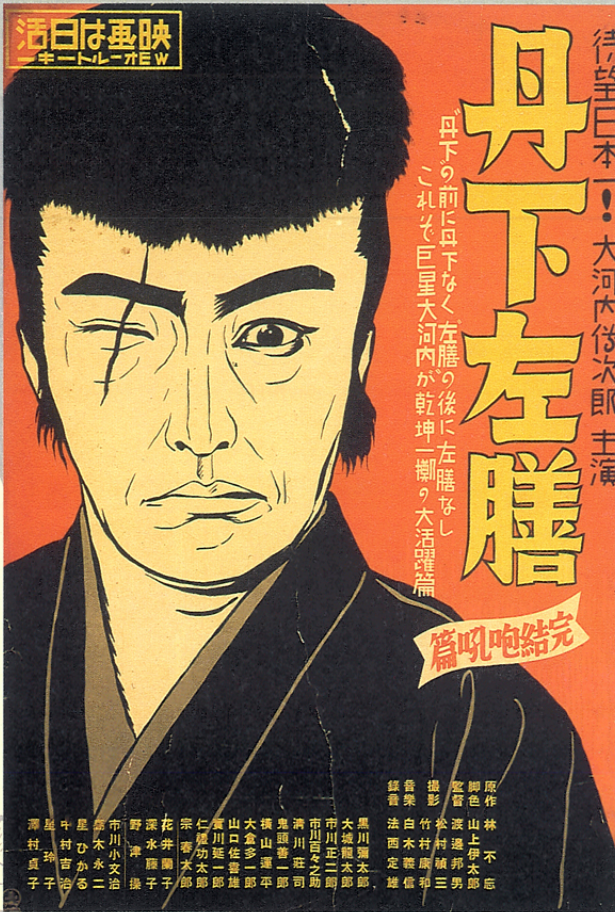
很巧，當歐洲流行新藝術海報的時候，電影於一八九五年十二月二十八日在巴黎首次公開放映，同年日本根據馬關條約的簽訂而佔據了臺灣。所以，臺灣的電影就由日本傳輸進來。

一九〇〇年，在台北的大阪商人大島豬市，聘請松浦章三機師來台北放映電影。於是六月十六日起在台北「淡水館」（今台北寶慶路遠東百貨公司旁的婦聯總會會址）首映在巴黎放映過的拷貝影片：有〈火車進站〉、〈水澆園丁〉、〈海水浴〉、〈軍隊出發〉等十餘片（註二）。其隨片而來的海報便張貼在「淡水館」門口兩旁，電影是黑白默片，海報也是黑白處理，其中有的是以漫畫式繪製，有的是以照相印製。市民以驚奇的眼光聚集圍觀海報，果然帶來了電影的轟動。

海報大多張貼在戲院的正門口，以吸引過路行人的觀賞，所以櫥窗設計也就成為都市街道的一項重要景觀。而戲院的興建，也是日據以後的事，一八九七年十二月九日首先開場的戲院是，位於台北城內的「浪花座」。後來又有「十字館」、「吉川亭」、「新字亭」、「台北座」等陸續開幕，當時由於影片缺乏，戲院大都表演歌舞戲劇，戲院門口張貼的佈告都是戲碼及男女主角的名字。至一九一一年七月，臺灣的首座專屬電影院「新起亭」（在今國立護專的內江街）開幕，其簡單筆劃的海報就貼在門口處，立即吸引了人潮觀賞〈女義太夫〉電影（註二）。

二〇年代，由於農業的發展與日人移民的增加，臺灣的八大城市（台北、基隆、新竹、台中、嘉義、台南、高雄、屏東）已日漸都市化；而隨著人口的增加、社會文化活動與商場社交日益頻繁，於是富麗堂皇的商業劇場應運而生。同時，一群留學東京的臺灣學生，他們耳濡目染於大正時期的自由風氣，因而發行刊物，成立「臺灣文化協會」，推動臺灣議會設置請願運動，風起風湧。在美術方面，留日美術家帶回西洋的美術，使部份人民的視覺習慣獲得刺激，這些新的素描及寫生觀念，為大地風景賦予新的感受，於是在商品化與消費文化的大正時代（註四），海報也就流行起來，舉凡運動會、演講會、博覽會、美術展覽會、音樂演奏會及商品展示會等等都會發行各式各樣的海報，而以電影海報最多最頻繁。所以，戲院是社會經濟發達後的都市文明象徵，海報則為一項都市的商業文化活動。

三〇年代的日本，國力愈臻強大、經濟愈顯富裕，生產力超過英、法兩國總和，稱霸亞洲，而殖民地臺灣的農工兩項產業更為其打下穩固的基礎，加速擴張國勢。在一九三五年的治臺四十週年博覽會，日人擴大發行海報，正式宣佈臺灣為其南進基地；一九三七年推行「南進化、軍需工業化」政策後，日人實施經濟建設，興建工業化都市，如高雄工業地區、台中港為工業港、花蓮為貿易港等，都在促使工業的快速發展。於是臺灣八大城市都市化後產生白領階級，以及律師、醫師、畫家、音樂家等自由業，生活趨於近代化及洋化；而且新文學、



丹下左膳
日據期間，
日活公司出品的俠義片，
隨片在臺灣發行。

美術、音樂等臺灣藝文活動也更加熱絡(註五)電影事業尤為興盛；理由是電影為一項新興娛樂事業，日政府積極獎勵提倡並以電影為宣示教化工具，以及電影人口的增加，容納一千多人的大型戲院紛紛建立(註六)。

在商業城市的街道，招牌廣告林立；在戲院，則是看板(廣告)與海報齊飛。尤其是海報，隨電影檔期常常更換。電影海報的型式有三種：一、2尺6×1尺8(對開型)二、5尺2×1尺8(立長型)三、3尺6×2尺6(全開型)。臺灣流行的是對開型的，大部分是在台北畫好之後，印刷兩三千張，分發各縣市戲院張貼。至於全開型的大海報，則由東京隨片運來，隨片至各戲院廣告，在大東亞戰爭之後，全開型的海報就少見了。電影繪製，大多委託廣告社或畫坊，專人彩繪，或用油彩較多，或用廣告顏料(粉)調勻後畫製。然後交由製版公司印刷發行。

戰爭時期，物資缺乏，一部電影是畫三張海報，輪流跟著片子跑，而且是掛在裡面，戲院外面只用白紙寫上片名貼在看板上。電影放映前的宣傳活動，常常是由樂隊當遊街前鋒，兩人抬著木板製成的海報招牌隨後，有時辯士(劇情解說員)會在遊行中「放送」劇情預告；戰後，以唱片擴音機代替樂隊。海報畫得好，賞心悅目，觀眾就自然多(註七)。

原案 山本不
脚色 森田勇三
監督 渡辺邦男
撮影 竹村謙三
録音 白木鶴信
音楽 法西定雄

原案 山本不
脚色 森田勇三
監督 渡辺邦男
撮影 竹村謙三
録音 白木鶴信
音楽 法西定雄

原案 山本不
脚色 森田勇三
監督 渡辺邦男
撮影 竹村謙三
録音 白木鶴信
音楽 法西定雄

三、廣告人才的養成

城市商業發達後，人文活動頻繁，「廣告社」或「畫坊」應運而生，起初都是日本人創立，有獨資亦有合股式的。廣告社的主要業務，是製作招牌、看板和海報等廣告，是商業行為。所以，老闆不一定會繪畫，但很會拉生意。

廣告人才的養成是學徒制的，一般臺灣人在小學畢業後，無力升學，便到廣告社當學徒。學徒和師傅住在一起，身教與藝教一致，學徒不僅要誠實，更要勤奮，因為電影廣告常在一日之間決定上下片，熬夜趕工是很平常的事，所以，學徒都要從生活起居的清潔工作做起。當學徒是沒有薪水可拿的，吃住免煩惱，只是為學一技之長而已，一般說來，學徒要當三年又四個月才算學藝完成，可以自立門戶，其實應該是三年整的時間，四個月算是彌補休假日。開始動筆，先要親自調和顏料，按照師傅的素描架構，練習顏色的運用。色彩的搭配也要注意季節的感受，像冬季、春季的色彩要深濃一點，有溫暖豐富的感覺；夏季、秋季的色彩偏向淡淺，便有清涼消暑的感覺。當然，日據時期，小學(公學)課程設有「圖畫」，學生都有素描寫生的基礎，這應是廣告人才的重要背景。(註八)

三十年代後期，臺灣電影業很興盛，電影廣告是商業競爭的第一線，設計的文宣要配合劇情，其圖畫與簡鍊文字的整體勻配，便要講求美感而有震懾力，是電影事業中



齊天樂

蘇聯電影來自上海，
海報則在臺灣繪製。



銀池仙蕊

蘇聯電影，
該國着重視芭蕾舞。

少女的祈禱

1964 年台語文藝片，
當時流行少女的
夢幻愛情故事，
結果都是淒惻哀婉、
令人落淚。



不可或缺的一環。「看板」要遠看，適合表達簡單却一下子能引人注意的東西，大都懸掛在戲院上空，十分醒目引人，所以早期的看板比較受重視，甚至有奇思巧計的立體看板，又有如裝置藝術。「海報」，是對開型畫報，是近距離觀賞適合呈現較細膩部份，比較精緻。不過二者的目的相同，都是為了吸引觀眾看電影。學徒學習階段，大都以臘筆或水彩筆依樣畫畫，日本人偏愛紅、黑兩色，可以大膽揮灑。

後來有「商業理事社」，除了接受電影廣告委託外，也承接其他各種不同業務的廣告。而較大的戲院都設有宣傳部或廣告室，自行設製看板和海報，所以凡是到戲院工作的人，便樣樣都要學，包括畫廣告，如果實在畫不好，就只好再請廣告社包辦。而生意好的戲院是會專門僱請一位看板師傅，專門繪製看板和海報，而且忙起來是會累死人的。

戰後，日本人遣送回國，這些廣告界中的臺灣人，便成為廣告業的主流，也自行開設廣告社的不少。而戰前，電影海報比看板少得多，戰後則海報大量流通，猶勝過看板。

四、戰後電影海報的發展

臺灣光復，燈火管制解除，戲院又熱鬧起來。此時放映的影片以上海來的國產片最多。片子賣來臺灣，通常都會附海報，也是在上海印的，紙質很厚，數量也很少，隨片映演幾次就會破損，代理商就找

世界大木偶歌舞特藝團，

此為臺灣最早的
木偶戲電影化，
是黃俊雄的
木偶連環劇，
日本味道很濃厚。



人修補一下，究竟那是經濟艱困的時代。

每個城市都有新設立的廣告社或畫坊，專門替人家設計招牌、廣告和海報。在戰後初期，在臺灣至少有十個人在畫海報，其中有幾個是畫家，也有看板的夥計，只有西門町的陳子福是無師自通的新手。所以在民國四十年的一年多才謹慎地完成了四十多張電影。

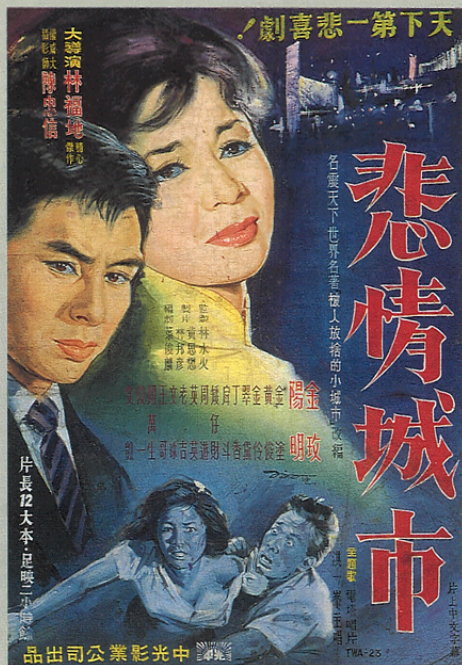
早期的海報印刷是用人工分色的，也就是海報在綢布上畫出原稿後，製版師要一筆一筆地描出來，包括海報上的字也要描出來，很辛苦；然後再分七個版：黃、紅、黑、藍、粉紅、淺藍及灰色，才能印刷，這種人工分色很費時間。因此，最早時候的一部電影是畫三張海報，輪流跟著影片巡迴。

民國四十五年，起，台語片流行了十五年。第一部台語片「薛平貴與王寶釧」，是歌仔戲拍成電影，其海報上的戲裝都要畫上繡花、珍珠等東西，陳子福很不喜歡畫這種畫，結果畫好後，電影也很賺錢，以後幾部的歌仔戲電影海報，也是請陳子福畫畫。後來台語片進入社會片時期，劇情是根據日本時代的小說或故事改編，日本味很重，而台語片的觀眾年紀比較大，過去受過日本統治，也就比較能接受日本味的片子。台語片越演越盛，粗製濫造，十天就可拍一部片，而且大都在北投包旅館拍內景。台語片產量驚人，多達千餘部，海報的需求量自然很大，片商却只給陳子福一些明星的個人照，甚至於影片多半尚未開拍，陳子福就根據片名想像這個演員飾演的角色之服裝、造型。而片商急著拿到海報去爭取戲院的投



嫁粧一牛車

1965年台語文藝喜劇片，
描述農村富裕而有人情味。



悲情城市

1964年台語文藝片，
悲喜交集的民間故事。

一斤十六兩

龜笑龍無尾

1964 年台語喜劇，

屬爆笑鬧劇。



台北發的早車

1964 年台語文藝片，

以火車站為背景的

悲歡故事



資，所以一天到晚在催陳子福交海報，片子還沒拍或沒拍完也一直在催，陳子福也就通宵拼命趕畫，片商有時都帶便當在他家客廳排隊，陪他畫通宵，有的人至少排上兩個月才拿到海報，因為陳子福也不隨便亂畫，有時三個小時就可以畫好一幅，有時兩三天都沒有靈感，他最高紀錄是一個月畫四十多張電影海報。而為了趕時間，製版廠將他的海報剪成兩、三塊，由幾個人分工來描製，有時海報上的字來不及寫，也就請人專門負責寫字。台語片一窩蜂粗製濫造，結果就是沒落停產。

民國五十二年中影推出第一部寬銀幕彩色的健康寫實片〈蚵女〉，外景是在鹿港拍的，海報全開型，帆船行駛中的蚵女王莫愁，十分吸引人。當時海報的製版，已經是很方便的照相印刷，只要製黃、紅、黑、藍四個版，字也不用直接寫在海報原稿上，只要告訴印刷廠要多大，在那個位置就好。陳子福幫電影公司畫海報，是連印刷一起包的，如此才能控制海報的品質，電影公司反而方便，所以電影公司付給他的錢包括了印刷費用。到台語片末期，很多片商中途倒閉，可是海報已經印好了，陳子福也只好倒楣地付製版廠和印刷廠費用（註九）。

六、七〇年代是臺灣電影的黃金時代，海報以照相印刷都可以發行到每片五千多張，達到海報大量流行的真正廣告功能。相對光復初期的粵語片，製版印刷每片不過五百張或一百張海報，到台語片時就每片要印三千張，所以電影海報的成長，正與電影人口的增加成正

比。若要賣國外版權，再加印國際版，像一九七五年獲得坎城影展最佳技術獎的〈俠女〉，其國際版海報，便要套中文字、英文字或法文、義大利文都有，所以印刷方面比較忙碌。

七〇年代，先是瓊瑤的愛情文藝片流行，後來武俠片、功夫片也出現，李小龍死之後，功夫動作片更加興盛。文藝片的海報就要傳達綿綿氣氛，人物刻劃就要神態十足；武俠片就要表達「動」和「力」。陳子福的海報生涯，也就在武俠片時期達到成熟，便能充分表達自己的意思，他的海報不喜歡用太多顏色，多半以中間色為主，他的畫風隨著時代在轉變，却都以簡單的方式表達出意境來。

至八〇年代中葉，港片搶佔了臺灣的電影市場，成龍成為青少年的偶像，電影業也因錄影帶的氾濫而趨沒落。妙的是，影業不景氣，市場需要影片的數量反而增加，以前電影賣座好的時候，一片可上映兩個星期左右，一年也許只需三百部片子，而此時一片兩三天就下片，可能一年就要上千張的海報，所以，畫海報的還是一樣的忙。

臺灣社會隨著經濟奇蹟而趨向多元化，各式各樣的娛樂不斷的出現，而KTV、第四台的增加，註定了戲院生意的沒落，結果連看板也沒有了。海報也大多以照片來照相印刷處理，既快又省錢，顯然手繪海報時代從此成為過去。

五、結語

海報的製作，屬於藝術領域，注重美感，目的在引人注目；海報的發行，係廣告行為，講究時效，

目的在產生效果。就整體而言，海報是一項資訊，也是一項社會教育，是藝術與商業結合的產物。臺灣的電影海報，見證了電影事業的興衰；也印證了印刷技術的演進，由製版而照相排版而照片電子印刷，與時並進。

海報的製作，有其時空的限制與特定的內容表現，保存下來，便是一件具有歷史意義的文化資產。而電影海報更能反應當時的社會生活。例如：台語片的〈台北發的早車〉、〈阿狗兄與藝姐〉、〈嫁粧一牛車〉；反應了五〇年代臺灣農業社會中的悲歡離合，電影中常出現牛車、盲人吹笛、三輪車、酒家、火車月台的離別……哭哭啼啼的場面也特別多。

在傳統社會中，畫畫的人是不入流的，不受重視，而畫海報的更等而下之了，這都是因為中國士人對待文藝的態度，一直是「重文輕藝」，甚至於「重藝輕技」(註十)。所以，中國社會就少有像歐洲一樣，有藝術大師在畫海報，其衍生的結果，又把商業與藝術分得太清楚了。

註釋

註一 The New Encyclopaedia Britannica, 1988年版(美國印) Volume 9, P 639。

註二 李道明,〈臺灣電影史第一章〉,《電影欣賞》第73期,(1995年1月)第28頁。

註三 葉龍彥,〈臺灣最早的電影院〉,《電影欣賞》第67期,(1994年1月),第100頁。

註四 李欽賢,《臺灣美術歷程》,自立晚

報出版部(民國81年6月出版),第56頁,臺灣美術運動的高潮(1927~1943)。

註五 林衡道,〈從五十年的殖民歷史談起〉,《日本文摘》第100期(民國83年5月1日),第147頁。

註六 同註三

註七 葉龍彥,《新竹市電影史》,新竹市立文化中心出版(民國85年4月30日)第111頁。臺灣人進入日人經營的戲院當工友,一開始的工作是掃廁所、貼海報和廣告。

註八 同註七,第111~116頁。林燈福、黃思杰口述歷史。

註九 《電影歲月縱橫談》,國家電影資料館出版(1994年6月15日)第475頁,電影海報第一人陳子福。

註十 但漢章,〈中國電影問題種種〉,《影響》第8期,中國電影專號(1974年7月)第51頁。