

幕上の“ 想象中国 ” : 早期中国?影海外?播史再探

著者	菅原 ?乃
journal or publication title	關西大學文學論集
volume	69
number	4
page range	115-135
year	2020
URL	http://hdl.handle.net/10112/00020107

银幕上的“想象中国”：早期中国电影海外传播史再探

菅原庆乃

引言

重读早期中国电影史料，我们不难看出，上海的电影从业者早已自觉外国电影中的中国人形象被歪曲的问题，而中国人自制电影是对此抵抗的有效方法。中国影戏研究社顾肯夫在由该社编辑的《影戏杂志》发刊词上透露了对于「外国人到中国来摄剧，都喜欢把中国的不良风俗摄去」的不满，并批评外国电影把中国人的形象摄成「人格破产」者的情况，同时提出通过该杂志的出版而企图「替我们中国人争人格」的必要。¹⁾ 同样地，民国时期上海电影界的重要人物陆杰也曾在评论中指出，外国电影「均为我国下流社会中之怪状」等问题，而正是因为外国电影这样「强暴阴险卑鄙」地描述中国，引起了对中国的极大侮辱，所以使得他决定自己去拍电影，改变情况。²⁾ 因此，将中国制造电影运到海外，并给外国人看“真正的”中国形象，对于中国电影产业界来说是一个极为重要的任务。实际上，不少制片公司很早就将自制电影带到海外市场放映；而在海外放中国电影似乎等于“发扬国光”。

目前不少学者已开始探讨中国电影在海外放映的情况。例如，有“中国第一家电影制作公司”之称的亚细亚影戏公司，其电影的海外传播，就可参见罗卡和法兰宾 (F. Bren)、³⁾ 廖金凤⁴⁾ 和 Ramona Curry 等学者的研究成果，⁵⁾ 这些研究均基于史实对相关电影销路的开拓和放映的基本情况进行了梳理。关于在南洋的中国电影传播史研究，除了笔者曾经讨论过的六合影片营业公司的销路，⁶⁾ 还包括最近由庞艳芳·黄献文研究整理的明星影片公司《孤儿救祖记》之前中国电影在南洋放映的情况。⁷⁾ 近几年，徐文明也连续发表了对于中国电影传播到南洋和北美洲的实际情况及其文化脉络的研究成果。⁸⁾ 其余还有不少研究者对友联、天

一等电影公司的海外销路进行研究。可以说，中国电影的对海外传播已成为学界讨论的重要话题。

以上研究的主要观点围绕下列主题：(1) 梳理中国电影在海外传播和放映的实际情况。(2) 通过了解中国电影海外传播的情况来剖析海外华人所欢迎的电影主题倾向。(3) 分析关于中国电影海外传播的情况与海外华人的民族认同。鉴于中国电影在海外传播的相关研究尚在发展过程当中，笔者认为还存在一些需要整理和调整之处。以上三个主题的研究中均存在未经充分讨论的问题：首先，主题(1)和(2)的研究存在定义的问题，即如何认定中国电影海外市场及其历史意义；而主题(3)则看似未经深入探究，部分言论过于单纯化民族认同的概念和历史背景。比如，庞艳芳·黄献文认为「中国电影在南洋的传播从最初就与华侨的民族认同感是密不可分的，并且这种民族认同是相互的：一方面，南洋华人的民族认同促进了中国电影的传播；另一方面，中国电影的传播又增加了华人观众的民族认同」。⁹⁾ 中国电影促进了中国大陆与海外华人社会之间所形成了跨境国族主义(transnationalism)，尤其在抗日战争时期发挥了强大作用，重庆制造的不少抗日片在东南亚、甚至北美洲与夏威夷等地陆续放映，加强了“祖国”与海外侨民之间的纽带，同时形成了全球性华人「想象社区」(Benedict Anderson)。但是，早期中国电影在海外华人社会如何发挥作用，仍需更精密地分析。实际上在中国电影的海外传播史研究里还留下不少问题尚未了解清楚，比如：中国电影到底是指中国人制造的电影，还是取材于中国的电影？如果“中国制造电影”和“中国题材电影”之间有区别的话，海外华人观众如何识别这二者的差异？中国电影的传播实际上对于海外华人如何发挥促进“民族认同”的作用？海外华人一遇到“祖国”电影，对“祖国”的认同感就即时涌现出来？再者，对海外华人，“祖国”意味着现代化了的“新中国”形象，还是他们思想中所根植的传统方言文化？

基于这些问题，笔者想提一个有趣的例子。在早期较多接受中国电影的南洋，许多新闻报道和广告都把非中国制造的外国电影作为中国电影介绍给当地观众，其中大部分都是外国摄影师所拍摄的中国风景纪录片或取材于发生在中国事

件的新闻片（详述在第一章）。这是因为报纸记者或广告主没有了解实际情况，还是只是单纯的误解？

著名学者李欧梵曾经指出，商务印书馆等印刷出版行业通过印刷媒体广泛地传播了统一性时间概念，并促进了作为「被想象的社区」的中国的「民族性」。但据李欧梵的看法，这个「民族性」不是直接联系到民族国家的建构，而是首先以想象中的「国家新「村」」的方式出现，因为创作印刷媒体的知识分子在书籍和期刊等上「试图描画中国新景观的轮廓，并将之传达给他们的读者」，因此李欧梵认定，「这种景观想象先于民族构建和制度化」。¹⁰⁾ 笔者认为，这里所提出的「中国新景」，一旦呈现在银幕上的话，就会有力地发挥「吸引力电影（cinema of attraction）」的作用。所以说，早期南洋的报纸报道和广告把非中国电影当作中国电影，并不是单纯的错误，而是有意利用「中国新景」形象所包含的吸引力来引起观众的好奇。这里还要注意到「华语语系」的多元性文化脉络。许维贤通过梳理史书美、王德威等学者所讨论的「华语语系」和「华夷风」来明确提出而强调以「多元华语」为主的「华夷风」电影概念，¹¹⁾ 并支持「华夷风电影」所包含的多元性。如果是这样的话，不管“中国制造电影”还是“中国题材电影”，银幕上的「中国新景」都能促使生活在多元文化语境下的南洋华人形成对「一元华语」式的“想象中国”形象的认同。

为了解释这一系列的“想象中国”形象通过中国电影的跨境性传播，本论文首先剖析早期在新加坡放映的两种“中国电影”，即“中国题材电影”和“中国制造电影”，探索它们在海外华人社会中所扮演的角色。接下来，通过梳理中国制造电影在新加坡和夏威夷檀香山分别发行及放映的实际情况，阐述早期中国电影海外传播的文脉与电影作为社会教育工具的密切关系，提出银幕上的「一元中国」形象将跨境民族主义（transnationalism）传播到海外社会的实情，并探究海外华人社会面对现代化的“祖国”形象时的反应及其意义。

一 作为“吸引力电影”的中国电影：早期新加坡所放映的中国电影

在新加坡，中国电影的主要放映地点均为所谓的电影院，而很少在“游戏场”

式抑或茶园式的娱乐场所放映。在 1920 年代初期，新加坡的电影院有 Alhambra 大戏院、曼舞罗大戏院 (Marlborough Cinema)、中华电影戏院 (Palacegay Cinema)、华英电影戏院 (Empire Cinema)、芽笼共和电影戏院 (Public Cinema)、雅池影戏 (又名牙池, Gaiety Picture)、华乐影戏 (Liberty Hall) 等。与 1900 年代不同，1920 年前后起，电影已没有在传统戏曲的剧场里放映过；换言之，电影与传统戏曲的文化脉络已发生了完全的分化。其中，曼舞罗、中华、华英等电影院是早期放映中国电影的主要地点。

庞艳芳·黄献文的论文全面梳理了 1910 年代到 1920 年代初中国电影在东南亚放映的实际情况，以一览表的形式提出其调查的结果，其中指出，亚细亚影戏公司于 1915 年夏在东南亚上映的名为《The White Rose (白玫瑰)》的影片可能是在海外放映的第一部中国电影。然而，本文并非要探讨哪一部电影是海外上映的第一部中国电影，而是把握中国电影在海外传播的整个脉络及其意义。实际上，据《叻报》、《新国民日报》、《总汇新报》等华文报纸和 The Malaya Tribune、The Strait Times 等英文报纸在 1910 年代后半的相关报道和放映广告，在整理中国电影相关报道的过程当中，我们可以注意到一个问题，那就是：报纸上广告和文章内容有时并不准确，因为报纸上所指出的中国电影当中，相当比例实际上并不是“中国制造电影”。

比如，庞艳芳·黄献文的论文指出，1915 年 8 月 25 日在新加坡 Alhambra 所放映的《The White Rose》和《The Young Gambler》均为上海的亚细亚影戏公司的作品。实际上，不少相关报道和广告上的说明都明确表示，出演这两部电影的都是「真正的中国人」¹²⁾ 但其制作公司或导演等信息却甚少提及。英文报纸《Malaya Tribune》有一条报道指出，这两部电影的制作公司老板是美国人，并「坚信他们能够通过电影来诠释中国精神，让整个世界更好地去理解中国，并消除东西方之间数百年来的障碍」。¹³⁾ 这之所以值得我们关注，是因为这条英文报道除了两部电影的片名之外，关于演员的姓名、公司老板的姓名和公司的名称等具体消息一概没有写出。因此可以推测，这条报道全面宣传的是将「中国新景」搬上银幕时所带来的新奇感，而不是企图传达在中国拍电影的实际情况。

而在华文报纸上，这两部在 Alhambra 所放映的中国电影的消息写得更加模糊不清。下面是《叻报》1915年8月21日（农历7月11日）关于 Alhambra 的广告内容：

▲看看看看▲

最新最奇之华人电映戏

启者本班不惜资本多方探访 兹办到中国之新奇映戏来叻开演 以快诸君子之奇观 此戏出係在上海所制 所有演剧之士皆係华人 所演戏文亦係中国故事 且用中国衣冠并有鲜明之颜色显出更为悦目 且每出均有中西文字述明 旨趣更为难得 盖制此戏出者皆係中国名流 且皆家拥多资而又精深西学 故能精研妙构成此等戏出 较诸现在所有只映影大有过之 兹到坡中在于本班开演戏本甚长 每夜只能演至四幕 此外更有小出堪令观者为之捧腹 兹定于十五日礼拜三晚为开演之期 每晚七点钟开场 演剧但在叻开演不过数夜即将他往 诸君有欲扩其眼界者 幸勿暂失之也 兹将价目开列如左

一号位收银一元半 二号位收银七角半

三号每位收银五角 四号位收银二角半

五号每位收银一角

英一千九百十五年八月廿一号

翳南吗撈映戏班谨启

这条广告指出，电影系上海制造，也提及了演出职员等信息，但并不包括具体的片名和人名。再者，此中文版广告一直反复登载到1916年6月21日，持续近十个月的时间。实际上，据英文报纸上的广告，该院每次换片时都会列出电影名单，反而中文报纸上的广告却没有进行内容更换。因此可以推测，这条中文广告要强调的，并不是给新加坡华人传达“祖国”所制电影的具体消息和解释，而是中国电影所带来的新奇性。该院在中文报纸上长期没有改变广告内容，并不是因为他们工作不认真，而是就要保持中国电影所带来的冲击和新鲜感。

之后，不少中国电影陆续在新加坡放映。有趣的是，无论是华文报纸还是英文报纸，“中国题材电影”和“中国制造电影”这两种语境似乎都没有分开，而是混在一起。下文列示了各报纸对“中国电影”介绍的几个典型例子（以故事片为主）：

1915 年 12 月 10 日在雅池影戏放映的《*The Mission of Mr. Foo*》(John H. Collins, 1915 年)，是一部介绍中国人的诡诈和政治阴谋的电影，广告上宣传该片由中国影星出演：「A strong drama of Chinese Cunning and Political intrigue acted by real Chinese stars.」(*The Singapore Free Press and Mercantile Advertiser*, 1915 年 12 月 10 日，该院广告)

1926 年 2 月 10 日在雅池影戏放映的《*The Vengeance of Wu Fang and the Saving Circles*》(美国连续剧《*The New Exploits of Elaine*》(Arthur B. Reeve, 1915) 之一幕)，被介绍为“全面中国！中国景色！！中国道具！！中国演员！中国演技！！全部中国！！！”「All Chinese! Chinese Scenes!! Chinese Settings!!! Chinese Players! Chinese Acting!! Everything Chinese!!!」(*Malaya Tribune*, 1916 年 2 月 4 日，该院广告)

1917 年 6 月 4 日，华英电影戏院放映《堂战剧》(*The War of the Tong*, H. O. Davis, 1917 年) 时，《叻报》介绍该片是“美国热心华侨”演出的“中国人造影剧”，¹⁴⁾ 另外英文报纸的报道也指出“华英电影戏院为中国观众安排了特别演出，主要演目为《堂战剧》，演员全是中国人，且取景均在中国，揭示了战争不为人知的一面，以期唤起社会的强烈意识，电影所要传达的这些内容过去是在海峡另一端的新加坡人所不知道的。”¹⁵⁾

由此可以看出，新加坡早期电影放映业似乎不太在乎他们引入的电影是否真正由中国人制造，他们关注的是中国或中国人形象在银幕上的新奇性。本文在此

并不讨论早期报道的“不准确”性，而是从这样真假混杂的新闻和广告消息中提炼出电影所具有的吸引力（attraction）。早期在新加坡所放映的“中国电影”，与其说是体现新加坡华人观众与“祖国”社会的纽带，不如说是将“中国”的形象体现为一种“吸引力电影”（汤姆·甘宁之语）。

1922年3月至4月，引进中国制造电影的销路发生了变化。Alhambra在报纸广告上表明，该院与中国的电影公司签约，并购买了《孙中山就任大总统》的放映权。换言之，先在该院放映之后，胶片才可能转至其他电影院放映。¹⁶⁾之后，华英、雅池（牙池）、华乐、中华等电影院陆续放映中国题材的新闻片，包括《春香闹学》、《上海晓鸦片》、《浙江潮》（Alhambra、华英、华乐），《李純出殯》（雅池），和《军舰下水》、《社会困难》、《仙女散花》（中华）等。其中，1922年3月13日在《新国民日报》的华英电影戏院的广告就为依托很有趣的例子。在该院广告上首先宣布了该院对电影的看法：

「敬启者：敝院历来所演各剧均蒙赞中西人许故，场内座位常有不足之处，由此可见本院画片之价值的确与别不同也，兹为振兴国货并为爱国群起见，特不惜巨资更搜罗我国最新出最能开通民智之影片，到叻开演，以饜我侨胞之愿。诸君公余请早临已阅 本主任自当扫径以待矣。

今晚开演中国自制特别新剧

[一] 梅兰芳扮演（春香闹学）

[二]（上海梵烟土）

[三]（浙江潮）

其余上有外国画片如（大红巷）故事（马戏王）及（镀金梦）等等出，头一切是从新更换开演者，幸勿失此两机为盼

华英电影戏院主人启¹⁷⁾

但有趣的是，虽然华英电影戏院在同年3月19日放完这三部中国电影，从3月20日已换成别的外国电影的演出，可报纸广告却仍继续使用上面所引用的文章，宣传该戏院对振兴「国货」和「爱国」的态度，直到同年5月24日。这里就体现了笔者在前文所提及的新闻报道和广告之可靠性问题；从这个例子也可以看出，无论是“中国制造电影”还是“中国题材电影”，与其强调中国相关的电影的新奇性和吸引力，还不如认真表达民族认同或爱国的态度。

二 中国电影作为教育工具

1924年，作为“吸引力电影”的中国电影放映情况发生了重要的变化。2月22日《南洋商报》上发表了《教育经济救国论》，主张电影「一方面能使观众之悦目赏心，他方面能增观众之道的知识」，所以已经成为「为近代教育精神上所不可缺少之主要方式」。同年3月21、24和25日《南洋商报》上分别发表了美国“李哀文”的《电影与教育的关系》一文。在电影作为教育工具的关注之下，新加坡的电影院引进商务印书馆的电影，造成了电影作为社会教育工具的文化语境。

其前后，中华电影戏院同年2月14日在《南洋商报》上发表了下列广告：

「近来上海商务印书馆，为提倡电影戏，发扬吾中华文化艺术起见，曾将各处名胜地方，国家庆典，摄影真形，供人观览，意甚善也，本坡中华电影院主，特在上海商务印书馆购买最近之劳山道士新影片，已放演数晚，其中做作之传神，景色之雅致，真令观众满意，有欲一新眼界者，切勿失此良好机会可也。」¹⁸⁾

这里所提到的《劳山道士》影片系基于《聊斋志异》中的一个情节，又名《清虚梦》，是共有三本的短篇电影。据此条报道，该片是由中华电影院院主亲自从上海运售之后，在该院2月12日首映，连续放映了一周。

同年5月20日，中华电影戏院又放映了商务印书馆影片部所制的《大义灭亲》。《大义灭亲》是在新加坡第一部单独放映的中国制造长篇电影，该片放映后

广受欢迎；原计划仅放映三天，最后进行了两次延长，一直放映到6月3日，持续了15天。据报道，菲律宾马尼拉（即小吕宋）的华侨桂华山，为了「介绍中国新片于南洋群岛，以发扬国光，而补漏卮」，组织了南洋影片公司，购买了《弃儿》、《孤儿救祖记》和《大义灭亲》等三部中国电影的专演权，其中《弃儿》和《大义灭亲》已运到新加坡，于是在新加坡设立了南洋影片公司的分公司。¹⁹⁾ 该分公司由王姓华人与「同志数人」设立，办公室位于新加坡衣箱街十二号；²⁰⁾ 这里的王姓华人应该是指王宣花。²¹⁾

南洋影片公司由发行《大义灭亲》获得成功之后，陆续引进了《孤儿救祖记》，该片于同年7月10日在曼舞罗大戏院放映。首映日的始映时间为晚上七点，但六点半时便已座无虚席。有的评论将该片与葛菲斯的《赖婚》等量齐观，甚至称其为「绝好的家庭兼社会剧，而足以扬中国之艺术。」²²⁾ 《孤儿救祖记》后来与上海影戏公司的笑剧《天书》同时放映，一直持续到7月23日。南洋影片公司发行的第三部《玉梨魂》，从同年7月25日放映到8月7日。在首映之前，《南洋商报》报道，《玉梨魂》是根据徐振亚的著名小说改编而成的电影作品。相较原著，电影《玉梨魂》甚至「能表演该书未尽之处，从中扫入，极合体裁又含教育性质，且极有趣」。²³⁾ 在曼舞罗大戏院首映之后，因为「是片内容，又极丰富，举凡悲欢离合，庄谐笑骂，武侠爱国，文士风流，应有尽有」，《玉梨魂》相较前面所放的《孤儿救祖记》更加卖座，观众「每到佳处，合坐掌声即应手而起」。²⁴⁾

新加坡的电影院和电影发行公司均认为，新的中国电影有明确指向电影作为教育工具的性质。在前面所引用的广告和报道中也可以看出，南洋影片公司发行的《大义灭亲》、《孤儿救祖记》和《玉梨魂》等影片实际上宣传了其内容在教育上的优势。有的报道指出：「本坡之影戏院，几乎全为华侨所经营，深望业此者，一面扩张其规模，以求自己之利益，一面选择良好影片，而避演强盗抢劫之影片，那就公私两利」，「近来已有人介绍祖国影片到南洋来，很受侨胞欢迎，我很希望他们以后能继续介绍，但当避开不好的影片。」²⁵⁾ 有的报道还指出，要看《大义灭亲》、《孤儿救祖记》和《玉梨魂》的观众就是从来没去过中国的「侨生青年」，即在南洋出生从未回过“祖国”的新一代华人，于是，如果他们看这些电影的话，

他们会享受好像在「庄严璀璨之祖国，足以洗去轻视祖国之观念，而生敬爱祖国之心，其裨益于国人，非仅娱乐」²⁶⁾ 的感觉。

曾经不少中国电影史研究都认为《孤儿救祖记》是中国电影在海外传播的最成功的例子，但实际上《孤儿救祖记》前面有《大义灭亲》，后面有《玉梨魂》，三部“寓教于乐”的故事片由南洋影片公司引进到新加坡等南洋各地，归功于南洋影片公司开始关注电影作为教育上的功能。接下来，南洋影片公司还将上海影戏公司的《古井重波记》、明星影片公司的《苦儿弱女》等影片陆续发行，在曼舞罗大戏院放映。

就这样，南洋影片公司的成功掀起了中国电影的流行风潮，但同时也引发了一个问题。南洋影片公司在 1924 年 5 月购买了《弃儿》和《古井重波记》，这两部电影被上海邮局扣留达近 3 个月。很早就开始宣传这两部电影的南洋公司和曼舞罗大戏院于 1924 年 7 月成功放映《玉梨魂》以后，直到 9 月中旬之前无法放映中国电影。与南洋影片公司有联系，将放映南洋公司输入的中国电影的曼舞罗大戏院于同年 8 月 19 日在《南洋商报》上表示了对于发行中国电影的延迟的看法：

「本院志在提倡祖国影画，发扬祖国艺术，故对于外国影片极力减少开映，此次中国新片如「古井重波」及「弃儿」等，初因被邮局延搁则被轮船积延迄，兹未到，且即于一二日内可到，而查检手续繁多，亦不能急促开演，本院为固守素志期间不欲以外国片为主体特宣布暂时停止一俟，数日后新片到驗讫再开始续映，深望光顾诸君原谅。

民国十三年八月十九日」

南洋影片公司这样的灾难却引发了中国电影发行公司在新加坡如雨后春笋般地设立。1924 年 9 月建立了华南影片公司，该公司缘起上显示要避免像南洋影片公司遇到的诸如“问有受船期之阻三滞，不免失人所望”等问题。²⁷⁾ 华南影片公司是由张姓青年侨商经营，最初发行了上海影戏公司的《弟弟》²⁸⁾（后来《弟弟》

的发行被南华贸易公司影画部所代替)。1925年1月,新加坡华侨影画公司发行了商务印书馆的《爱之华》(即《爱国伞》)和《松柏缘》。与此同时,还有中南影片公司获得了《采茶女》、《苦学生》、《孝女复仇》等影片的专映权。南华贸易公司设立了影画部,发行《弟弟》《冯玉祥影片》和《第三回全国运动会》。表1表示1924年2月南洋影片公司设立以后一年的时间内新加坡的电影发行公司所引进的中国电影(以长篇故事篇为主)。

有趣的是,表1当中不少电影发行公司,不但关注电影作为教育工具的优势,而且亲自实践社会改良运动。1924年8月14日,南洋影片公司重映了《玉梨魂》,将票房捐给南洋工商补习学校,是因为该校虽然「历来成绩颇有可观」,但是「现受商况不佳之影响,收入锐减,未能大加扩充」,因此南洋影片公司「将所有收入一概捐助该校。」²⁹⁾另外,1925年3月侨星平民学校开学以后,南洋影片公司和南华贸易公司还分别以月捐的形式继续支持该校,南洋每月捐二元,南華捐一元。³⁰⁾中南影片公司也以每月捐二元的月捐来支持了星洲幼稚园。³¹⁾他们捐款数额也许不大,可是通过捐款活动他们要宣传的是电影公司对于社会改良的极大兴趣。

中国电影传播到南洋缘起南洋电影片商对于“祖国”的媒体教育的关注,以及用电影媒体与海外华人分享他们尚未见过的、现代化的“祖国”新面貌;电影作为教育工具的侧面也许可以称为李欧梵曾经指出的「启蒙业务」。他在《上海摩登》一书中提倡商务印书馆等现代中国的出版业所负责的社会上的任务,并按照 Robert Darnton 的说法来将它称为「启蒙业务」,即「中国的现代性就是被视为一种文化的「启蒙」事业」的看法。³²⁾尤其1924年南洋的电影商均陆续表示他们对于社会教育的强烈欲望,及将这欲望与电影发行业务连接在一起,振兴了作为「启蒙业务」的电影发行放映业,与前一代以“吸引力电影”为主的中国电影放映活动是完全不同性质的。因此,中国电影传播海外的契机并非仅仅在于《孤儿救祖记》的商业性成功,更是1924年前后中国电影与社会教育的强化。

表1 南洋影片公司设立之后一年的中国电影发行放映情况(1924年2月至1925年2月)

发行公司名称	发行时间	发行的电影片名 (制作公司)	放映场所	放映时间
中华影戏院	1924年2月	《劳山道士》(即《清虚梦》,商务印书馆影片部)	中华电影戏院	1924年2月12日 ~一周
南洋影片公司	1924年5月	《大义灭亲》(商务印书馆影片部)	中华电影戏院	1924年5月20日 ~6月3日
南洋影片公司	1924年5月	《玉梨魂》(明星影片公司)	曼舞罗大戏院	1924年7月25日 ~8月7日
南洋影片公司	1924年5月	《弃儿》(上海影戏公司)	曼舞罗大戏院	不详
南洋影片公司	1924年5月	《古井重波记》(上海影戏公司)	曼舞罗大戏院	不详
南洋影片公司	1924年5月	《苦儿弱女》(明星影片公司)	曼舞罗大戏院	1924年9月16日 ~9月22日
南洋影片公司	1924年7月	《孤儿救祖记》(明星影片公司)	曼舞罗大戏院	1924年7月10日 ~7月23日
南洋影片公司	1924年7月	《天书》(上海影戏公司)	曼舞罗大戏院	1924年7月17日 ~7月23日 (与《孤儿救祖记》 同时放映)
化南影片公司/ 南华贸易公司	1924年9月	《弟弟》(上海影戏公司)	华英电影戏院	1925年1月15日 ~1月21日
新嘉坡华侨影 画公司	1925年1月	《爱之花》(即《爱国伞》)	曼舞罗大戏院	1925年5月15日 ~5月19日 (再上映)
新嘉坡华侨影 画公司	1925年1月	《松柏缘》(商务印书馆影片部)	曼舞罗大戏院	1925年2月10日 ~2月19日
南洋影片公司	1925年1月	《人心》(大中华百合影片公司)	曼舞罗大戏院	1925年1月8日 ~1月14日
南洋影片公司	1925年1月	《水火鸳鸯》(大陆影片公司)	曼舞罗大戏院	1925年2月24日 ~2月26日
南洋影片公司	1925年1月	《好哥哥》(明星影片公司)	曼舞罗大戏院	1925年3月13日 ~3月17日
华侨影画公司	1925年1月	《诱婚》(明星影片公司)	曼舞罗大戏院	1925年1月21日 ~1月30日
中南影片公司	1925年1月	《苦学生》(百合影片公司)	曼舞罗大戏院	1925年4月4日 ~4月10日
中南影片公司	1925年1月	《孝女复仇》(即《孝女复仇记》,百合影片公司)	曼舞罗大戏院	1925年9月30日 ~10月6日
南华贸易公司 影画部	1925年2月	《冯玉祥影片》,《第三回全国运动会》	曼舞罗大戏院	1925年5月13日 ~(与《爱之花》、 《第三回运动会》、 《华北政潮》、《憋 大捉贼》等影片 同时放映)

注:根据《南洋商报》1924年2月至1925年2月一年的报道和广告。

三 作为教育工具的中国电影之扩张：中国制造电影到檀香山传播之缘起

旧金山作为北美洲最大的华人社会，1926年就放映了中国制造电影。但有趣的是，檀香山接触中国制造电影的时间却比旧金山早两年。作为中国与北美洲之间的汽船航路的中间点，檀香山1924年就引进了中国制造电影。需要注意的是，在檀香山的中国电影放映活动，同新加坡的例子一样，是由当地高度关注华人教育的人士来实践的，而不是为了享受纯粹的娱乐。1924年，中国电影作为教育工具的看法在中国和南洋同时兴起，这不但极大地影响了中国电影在新加坡的发行和放映，还对夏威夷的檀香山华人社会提供了与中国制造电影相遇的契机。

据《申报》报道，中国电影运到海外的信息可在1922年的爱普卢影戏院的广告中看到，其中宣传了《吴佩孚》电影在该院放映之后运往美国的计划。³³⁾接下来，《莲花落》由“美国开发公司”收购以后运到美国放映。³⁴⁾目前《莲花落》在北美洲的实际放映情况尚属未知，但商务印书馆的确有意将自制电影运售到海外市场，而且我们要注意，商务印书馆影片部之所以积极推动自制电影向海外传播，是因为海外华人社会对“祖国”电影作为教育工具开始特别关注而期待。因此，在檀香山和北美洲，中国制造电影放映史并非始于《孤儿救祖记》。

虽然檀香山的华人社会规模小于旧金山，但对于引进中国电影却表现出了更大的积极性和热情。这可能是由于夏威夷的华人社会与旧金山等北美洲本土的华人社会不同，早在1930年代，半数华人都是在夏威夷出生的新一代，因此许多夏威夷华人对于夏威夷的多民族社会有着较强烈的认同；他们将自己看作构成美国国民的一个种族，而不是自视为“中国人”，这样的自我认同可能导致了通过电影来涵养新一代华人对于认识和了解“祖国”的倾向。³⁵⁾于是他们所指向的“祖国”不是以广东文化为基础的传统文化的脉络，而是作为现代国家的「中国新景」。

由于当地的华文报纸《新中国报》保存的版面有限制，特别指定檀香山放映首部中国电影并非易事。有研究指出：美国的电影商将收购商务印书馆影片部的

《莲花落》的拷贝，然后在 1924 年 6 月 21 日到 24 日期间于檀香山自由戏院进行放映，因此《莲花落》有「迈出历史性尝试」之称。³⁶⁾但在旧金山、纽约等美国“本地”的放映情况还有尚未不详之处。

在缺乏史料的情况下，目前我们能认定的是，与在新加坡的情况一样，在檀香山的中国电影发行情况也在 1924 年发生了变化。比如，1924 年 12 月 25 日檀香山的“华文学校 Wah Mun School”举办了一场特别的晚会来庆祝 12 个学生的毕业及圣诞节；晚会上有音乐和唱歌表演以及演讲，还放映了几部中国电影。³⁷⁾这些中国电影的片名在报道中已经无从知晓，仅有泛泛的文字说明为证：「晚会的最后，放映了中国风景片和中国实拍喜剧片。」³⁸⁾华文学校由中国国民党于 1915 年在檀香山建立，授课以北京官话 Mandarin 为主，推动不少文化活动，自编《华人杂志》，也有新剧活动。³⁹⁾华文学校引进中国电影的报道表示，在檀香山可能有不少非商业性中国电影发行放映活动的前例。

1925 年 1 月 3 日至 9 日，商务印书馆影片部所制的 3 部故事片和 4 部纪录片在檀香山的华人剧院李成戏院放映。据当地华文报纸的相关报道，这次放映由「益固立书室」的所有人彭爱主办。⁴⁰⁾虽然「益固立书室」到底是什么企业目前尚在调查之中，但它应该是属于书店或出版社之类的行业，所有人彭爱在广告上明确表示他对于此次放映是为了「振兴祖国电影」的看法。笔者曾经在论文中讨论过这条广告所使用的词汇的含义，即在此广告中「电影」和「影画」的同时使用是十分罕见的说法，因为「影画」一词当年主要在广东和海外华文报纸上较为常见，而「电影」一词则主要出现于上海等内地城市，它代表对于“五四”新文化运动的认同，同时也认为电影作为现代化媒体。⁴¹⁾于是，正是这样词汇选择的小差别，暗示了作为「多元中华」的「华夷风」文化脉络；引进祖国电影不是直接联系到海外华人对于祖国的认同，而是海外华人先发现“新中国”，表现出认真了解「中国新景」的欲望。因此银幕上的想象中国，对海外华人来讲是一本「中国新景」的教科书。在这个意义上，「益固立书室」主办的商务印书馆影片的放映，应该可以认为与新加坡南洋影片公司类似的文化实践。

「电影」和「影画」并用的情况同样出现在同年 7 月 14 日到 16 日在李成戏

银幕上的“想象中国”：早期中国电影海外传播史再探（菅原）

院放映的三部中国制造电影：《孙大总统出殡情形》、《醉乡遗恨》、《摘星之女》。《孙大总统出殡情形》应该是民新影片公司黎明伟所制的记录片《孙中山先生出殡及追悼之典礼》，而另两部为十卷故事片，即商务印书馆影片部的《醉乡遗恨》和长城画片公司的故事片《摘星之女》，此广告的内容如下：⁴²⁾

快来 快来

新到祖国电影

启者 弟 昨由林肯总统船新运到上海神州画片公司影画数种 内分
孙大总统出殡情形 醉乡遗恨 摘星之女

影片内详述桥段层次与及 孙共曆史现准由本月十四号即礼拜二起
亚鸦刺街李成戏院日夜开演侨胞富必以先睹为快也

代理人余揖披露

这条广告中有两个值得关注的地方：第一，此广告还是「电影」和「影画」二词并用，表示着他们对作为现代化媒体的电影之赞同。第二，广告指出，他们所引进的电影均为「上海神州画片公司」出品。⁴³⁾ 此广告以“余揖”的名义来揭示，但并未揭示该人物的身份；而据另外一条报道，余揖 Yee Yap 是上海神州影片公司的檀香山代理人。⁴⁴⁾ 因此可以了解，他们以上海的著名电影公司的身份来引进了这些“祖国”电影。⁴⁵⁾

那么，余揖为何将这些电影带到檀香山？原因还是檀香山的知识分子社群对于电影作为教育工具的看法开始引起了相当大的关注。装运这 3 部中国电影的气船林肯总统号上，也有一位著名中国教育家踏乘，这就是晏阳初。他代表中华平民教育促进会总会到檀香山参加基督教青年会主办的太平洋会议。在檀香山近 3 周的时间中，晏阳初举行了几次演讲会。其中有一个报道写到，他在演讲的中途总共放映了 4 部中国电影，⁴⁶⁾ 虽然报道中没有指出具体片名，但其中包括《孙大总统出殡情形》、《醉乡遗恨》、《摘星之女》的可能性相当大。檀香山华侨迎接晏阳初，同时为了支持晏阳初的「平民教育大运动」，还开办了募捐大会，呼吁「半

元美金可以一贫民读四月书识一千二百个字」。⁴⁷⁾ 这里值得注意的是，主办此次募捐会的发起人名单中有余揖和他夫人的名字，尤其余揖夫人还是六位名誉副会长之一。总之，如同新加坡一样，中国制造电影在檀香山还是作为一个教育工具来介绍的。晏阳初为檀香山带来的，不仅是平民教育运动，还是一个启蒙的媒体，即电影。余揖的神州影片公司檀香山分公司于 1926 年 2 月 7 日起在自由戏院放映神州影片公司的《花好月圆》，直到 14 日。但这以后，余揖和该分社都没有发行任何中国电影了。

1925 年的中国电影作为教育工具的引进和放映，引起了檀香山的知识分子和电影观众对中国制造电影的需求，此后中国首家电影发行公司“六合影片营业公司”将檀香山公园影戏院纳入旗下。六合公司和檀香山公园影戏院的渊源始于晏阳初在檀香山推动平民教育活动的过程。如上文所述，在檀香山开办募捐大会之际，运动会长为郑帝恩 Dai Yen Chang，是很成功的华裔牙科医生，也长年任职檀香山中华会馆的“值事”，作为檀香山市政府唯一的华人“参事”作出过不少贡献。同时，他也是公园影戏院的院主。⁴⁸⁾ 对他来说，引进中国制造电影是为檀香山华人提供通过影像了解祖国的机会。

1928 年，檀香山放映中国制造电影的情况发生了极大变化。郑帝恩的公园影戏院加入六合公司，开始了持续性地中国制造电影的放映。因为现存《新中国报》缺乏许多版面，加之檀香山英文报纸上的相关报道和广告均极少，很难确定在公园影戏院所放映的中国制造电影的数量。不过，在 1928 年 1 月至 10 月之间，至少放映了如下 11 部电影。

表 2 体现了如下几个特征：第一，虽然加入了六合公司，公园影戏院放映的影片中却包括非六合公司发行的电影，比如大中国影片公司的《大破高唐州》、万国影片公司的《祖国风光记》、以及广东的天南影片公司的《孤儿脱险记》等。再者，在新加坡放映最多的明星影片公司的电影，在檀香山却相当少；尤其值得注意的是，自从檀香山引进中国制造电影以后，都没有放过《孤儿救祖记》。第二，虽然在公园影戏院放映的中国制造电影中，武侠片或动作片的比率相当高，但像《空谷兰》的放映广告上表示该院放映中国制造电影的目的为「因挽回利权

表 2 公园影戏院在 1928 年、1929 年所放映的中国制造电影

放映时间	电影片名
1928 年 1 月 23 日～（停映日期不详）	《美人计》（大中华百合影片公司）
2 月 6 日～（停映日期不详）	《大破高唐州》（大中国影片公司）
2 月 18 日～22 日	白天《大破高唐州》，晚上《空谷兰 前部》 （明星影片公司）
2 月 26 日～（停映日期不详）	《空谷兰 后部》（明星影片公司）
3 月 25～27 日，31 日	《白芙蓉》（华剧影片公司）
4 月（日期不详）	《王氏四侠》（大中华百合影片公司）
4 月 19 日～（停映日期不详）	《杨贵妃》（上海影戏公司）
7 月 17 日～（停映日期不详）	《无名英雄》（明星影片公司）
8 月 11 日～12 日	《无名英雄》重映（明星影片公司）
8 月 17 日～19 日	《祖国风光记》（万国影片公司）
9 月 1 日～2 日	《银枪盗》（重映）（大中华百合影片公司）
9 月 2 日	《祖国风光记》（重映）（万国影片公司）
10 月 24 日～（停映日期不详）	《孤儿脱险记》（天南影片公司）
10 月 25 日	《加拿海演北伐大战史》（大中华百合影片公司）
1929 年 6 月 2 日	《观音得到》（重映）（民新影片公司）

注：根据《新中国报》、*The Honolulu Advertise*、*Honolulu Star-Bulletin* 等的报道和广告。

振兴国产」，并宣言该片「具有社会教育之精神」的看法，强调看祖国电影的教育方面的优点。

据英文报纸上的剧场指南栏目，公园影戏院直到 1929 年 9 月 1 日还在继续放映中国制造电影，可报上广告并没有写出电影片名，所以无法了解该院所放映的是什么电影。但公园影戏院停止放映中国制造电影的时间，与六合公司的停业时间差不多一致，也许 1929 年公园影戏院还继续重映 1928 年放过的中国制造电影。

小 结

中国电影，凭借 19 世纪以来中华帝国跨境性经济网络，通过银幕为海外华

人社会提供想象的「中国新景」形象，同时促进了海外华人社会娱乐文化核心从地方文化到国家文化的转变。新加坡和檀香山的例子表明，早期中国制造电影的海外传播的文化脉络的出现，主要是因为海外华人社会盼望通过电影认识新中国的实际情况，并了解新中国在艺术和技术上的成就，从而建立了1930年代的跨境民族主义的基础。⁴⁹⁾

另外还值得考虑的是，曾经电影史研究均认为，明星影片公司和受到明星公司极大影响的六合影片营业公司是1920年代建立的中国制造电影跨境性市场之核心，于是较强调明星=六合公司和天一影片公司之间的营业竞争；但实际上，明星=六合公司和天一公司之间的对立没有那么绝对，而是相对的。⁵⁰⁾加之，除了天一影片公司之外，长城画片公司和新人影片公司等电影制作公司也开拓了各自自制电影的海外市场并与海外电影公司展开合作。长城画片公司除了在中国国内建立非六合公司网络的电影发行放映系统，还在纽约、旧金山和夏威夷等地独自开拓了自制电影的销路。天一和新人公司也同样，在南洋各地形成了自制电影的发行放映网路，⁵¹⁾他们的发行放映网络还包括日本在内；新人影片公司甚至与日本日活公司合拍了一部《神州男儿的意气》，由村田实导演，浅丘信夫和李曼丽主演，于1926年12月底在东京首映。由此看出，1920年代中国制造电影的海外传播和文脉其实是十分多元化的，中国和亚洲电影史研究在相关领域的亟待重新诠释。

注

* 本论文获得中国国家社会科学基金艺术学一般项目《早期中国电影放映史研究（1897-1937）》（项目号：18BC050）的资助。

- 1) 顾肯夫，发刊词，《影戏杂志》1921年第1期第1卷。
- 2) 杰父（陆杰），中国影戏之萌芽（二），《春声日报》第8号（1921年5月9日），第2页。
- 3) Law Kar and Frank Bren, *Hong Kong Cinema: A Cross-Cultural View*. Oxford: Scarecrow Press, 2004.
- 4) 廖金凤，《布洛斯基与伙伴们：中国早期电影的跨国历史》（麦田出版，2015年）。
- 5) Ramona Curry, Benjamin Brodsky (1877-1960): *The Trans-Pacific American Film*

银幕上的“想象中国”：早期中国电影海外传播史再探（菅原）

Entrepreneur — Part One, Making A Trip Thru China, *Journal of American–East Asian Relations*, vol. 18, no. 1, 2011.; Benjamin Brodsky (1877–1960): The Trans-Pacific American Film Entrepreneur — Part Two, Taking A Trip Thru China to America, *Journal of American–East Asian Relations*, vol. 18, no. 2, 2011.

- 6) 菅原庆乃，六合影片营业公司再探：以早期中国电影市场的扩大为中心，叶月瑜主编《华语电影工业：方法与历史的新探索》（北京大学出版社，2011年）；菅原庆乃，越境する中国映画市場：上海からシンガポールへ拡大する初期国产映画の販路，《现代中国》第85号（2011年）。
- 7) 庞艳芳·黄献文，《孤儿救祖记》之前中国电影在南洋的传播，《当代电影》，第9期（2018年）。
- 8) 徐文明，上世纪20年代中国电影与南洋关系建构的历史回顾与反思，《浙江传媒学院学报》第22卷第6期（2015年2月）；南洋对早期中国电影制片发展的介入与影响（1923–1949）《电影新作》2018年第2期（2018年4月）；通俗文化娱乐与时代救国动员：抗战期间中国古装电影制作及在南洋的传播，《电影新作》2019年第4期（2019年8月）。
- 9) 庞艳芳·黄献文，《孤儿救祖记》之前中国电影在南洋的传播，《当代电影》第9期（2018年），第95页。
- 10) 李欧梵《上海摩登：一种新都市文化在中国 1930–1945（增订版）》（Hong Kong: Oxford University Press (China), 2000），第55–56页。
- 11) 许维贤，《重绘华语语系版图：冷战前后心吗华语电影的文化生产》（香港：香港大学出版社，2018），3–4页。
- 12) 庞艳芳·黄献文，《孤儿救祖记》之前中国电影在南洋的传播，《当代电影》，第9期（2018年），第92–93页。
- 13) *Malaya Tribune*, 1915年8月24日。原文为：“They have a firm conviction that they can interpret the Chinese mind through motion pictures, so that all the world will understand the Chinese people better and the psychological barriers that have excited for so many hundreds of years between East and West may be eliminated.”
- 14) 华英电影戏广告，《叻报》1917年6月2日，第3页。
- 15) Picture show, *The Singapore Free Press and Mercantile Advertiser*, 4th June, 1917. 原文为如下：“The Empire has a particular attraction for Chinese cinema goers. The main production is “The war of the Tongs,” the actors being all Chinese and the scene China with its warring secret and powerful societies, of which in olden days we used to know a little in the Straits.”
- 16) Alhambra Theatre 广告（将有孙总统就职时影片开演），《叻报》1922年2月14日，第2页。
- 17) 华英电影戏院广告，《新国民日报》1922年3月10日，第2页。

- 18) 中国影戏进步之一斑,《南洋商报》1924 年 2 月 14 日,第 14 页。
- 19) 中国新影片又到了,《南洋商报》1924 年 5 月 23 日,第 15 页。
- 20) 欲观中国影片者注意,《南洋商报》1924 年 7 月 2 日,第 16 页。
- 21) (38) 购买国外演映权者,程树仁主编『中华影业年鉴』,1927 年,无页数。南洋影片公司的职员还包括盛洁甫、王雨亭等人士。
- 22) 「孤儿就祖记」影片之大观,《新国民日报》1924 年 7 月 11 日,第 6 页。
- 23) 银幕上的玉梨魂,《南洋商报》1924 年 7 月 23 日,第 15 页。
- 24) 曼舞罗银幕上之玉梨魂,《南洋商报》1924 年月 25 日,第 15 页。
- 25) 对于新嘉坡华侨娱乐机关之管见(二),《南洋商报》1924 年 7 月 9 日,第 2 页。
- 26) 祖国影片将继续到叻,《南洋商报》1924 年 8 月 5 日,第 15 页。
- 27) 本坡将又多一影戏公司,《南洋商报》1924 年 9 月 1 日,第 16 页。
- 28) 后来《弟弟》的新加坡专映权转到南华贸易公司影画部。
- 29) 南洋影片公司之义举,《南洋商报》1924 年 8 月 9 日,第 16 页。
- 30) 侨星平民学校鸣谢,《南洋商报》1925 年 4 月 13 日,第 4 页。
- 31) 星洲幼稚园收到捐款鸣谢,《南洋商报》1925 年 11 月 16 日,第 16 页。
- 32) 李欧梵《上海摩登:一种新都市文化在中国 1930-1945 (增订版)》(Hong Kong: Oxford University Press (China), 2000), 第 56-57 页。
- 33) 爱普卢影戏院《吴佩孚》广告,《申报》1922 年 6 月 13 日。
- 34) 商务印书影片部之积极进行,《申报》1923 年 7 月 29 日;中国影片运往美国之先声,《申报》1923 年 10 月 14 日。
- 35) Yoshino Sugawara, Exporting Films, Expanding Chineseness: Chinese Movies in San Francisco and Honolulu in the 1920s,《关西大学文学论集》第 67 卷 4 号(2018 年 3 月),第 8-9 页。
- 36) 徐文明,中国故事与时代影像:早期中国影片在北美的传播发展,《浙江传媒学院学报》第 25 卷第 6 期(2018 年 12 月),第 25 页。
- 37) School to Hold Graduation on Christmas Night, *The Honolulu Advertiser*, 24th December, 1924.
- 38) Elaborate Program Given as 12 Students Graduate, *Honolulu Star-Bulletin*, 17th December, 1924.
- 39) Him Mark Lai, *Becoming Chinese American: A History of Communities and Institutions* (Altamira Press, 2004), p. 288.
- 40) Yoshino Sugawara, Exporting Films, Expanding Chineseness: Chinese Movies in San Francisco and Honolulu in the 1920s,《关西大学文学论集》第 67 卷第 4 号(2018 年 3 月),第 10 页。
- 41) *Ibid.*, pp. 10-11.

银幕上的“想象中国”：早期中国电影海外传播史再探（菅原）

- 42) 快来快来 新到祖国电影（广告），《新国民报》1925年7月11日。
- 43) 快来快来 新到祖国电影（广告），《新国民报》1925年7月11日。这里所提出的「神州画片公司」，应该是神州影片公司之意。
- 44) Imported Chinese Film Shows Funeral of Dr. Sun Yat-Sen, *Honolulu Star-Bulletin*, 14th July, 1925.
- 45) 笔者在论文 *Exporting Films, Expanding Chineseness: Chinese Movies in San Francisco and Honolulu in the 1920s* 上也对余揖和神州影片公司的关系讨论过，但当年还没查到余揖作为神州公司檀香山代理人的身份，写得很不明确，因此在本文上更正我在前面所指出揖的身份。
- 46) Imported Chinese Film Shows Funeral of Dr. Sun Yat-Sen, *Honolulu Star-Bulletin*, 14th July, 1925.
- 47) 檀香华侨开幕捐大会促进祖国平民教育大运动，《新中国报》1925年7月18日。
- 48) 檀香山公园影戏院广告，《电影月报》第1期（1928年4月1日）。
- 49) 笔者曾讨论过中国制造电影在1920年年代旧金山的情况，虽然旧金山当年放映中国制造电影的例子比檀香山更少，但放映“祖国”电影的机缘还是与新加坡和檀香山一样，以社会教育为主。参阅下列文献：*Exporting Films, Expanding Chineseness: Chinese Movies in San Francisco and Honolulu in the 1920s*.
- 50) 菅原庆乃，六合影片营业公司再探：以早起中国电影市场的扩大为中心，叶月瑜主编《华语电影工业：方法与历史的新探索》（北京大学出版社，2011年）。
- 51) 对新人和天一两公司在南洋开拓市场，参阅下列文章：越境する中国映画市场：上海からシンガポールへ扩大する初期国产映画の贩路，《现代中国》第85号（2011年9月）。