

# 從《攝影畫報》到《玲瓏》： 期刊出版與三和公司的經營策略 (1920s-1930s)\*

孫 麗 瑩\*\*

---

\* 本文的部分研究成果，由德國洪堡基金會(Alexander von Humboldt Foundation)和加拿大社會科學與人文科學研究委員會(SSHRC)聯合資助的計畫「A New Approach to the Popular Press in China: Gender and Cultural Production, 1904-1937」(2008-2011)支持完成，主持該計畫的季家珍(Joan Judge)、梅嘉樂(Barbara Mittler)兩位教授，以及賀麥曉(Michel Hockx)教授曾在不同場合給予本研究回饋與建議，特致謝忱。在資料搜集整理過程中，黃國榮老師、祝均宙老師、賈雪飛博士、李雨潔女士提供了慷慨幫助；連玲玲研究員與兩位匿名評審為本文的修改提出許多寶貴意見；田哲榮先生細心校對與梳理文字，特此一併致謝。

\*\* 海德堡大學漢學系博士候選人，同時負責執行管理「中國早期雜誌期刊智慧型線上資料庫」計畫。

## 摘 要

二十世紀二、三〇年代資本規模較大的出版商在印刷文化市場的運作，學界已有一些梳理，然而對於資本規模相對較小的出版商採用何種策略在市場的縫隙中周旋生存，卻鮮見個案研究支撐。是故，本文從「中國早期雜誌期刊智慧型線上資料庫」（“Early Chinese Periodicals Online”，簡稱ECPO）收入的《玲瓏》和《電聲日報》的內容入手，摸索這兩份刊物背後的發行機構、編輯人員的背景與親緣關係，並結合其他期刊和檔案文獻，勾勒出三和公司的發行歷史及其出版策略。

三和公司的經理林澤蒼是教會學校出身，有優異的雙語教育背景，熟諳摩登社會的脈動。憑藉靈敏的市場嗅覺和不斷創新的精神，他帶領三和公司發行了一系列各有特點的刊物：《攝影畫報》、《捲筒紙畫報》、《常識》、《玲瓏》、《電聲》系列等等，展示了現代社會中的「媒體景觀」以及「科技景觀」。作為全球文化流的一部分，在型塑「媒體景觀」的過程中，林澤蒼有意識地以「女性編輯」和性別議題作為銷售策略開拓報刊市場，將《玲瓏》編輯「陳珍玲女士」包裝成婦女問題專家，卻隱去《電聲日報》編輯梁心璽的女性身分；當《玲瓏》逐步被塑造成都市女性期刊時，三和公司將「玲瓏」品牌化，銷售各式產品：既有與《玲瓏》雜誌內容相關的書籍，也有與《玲瓏》的生活方式相關的各式商品。

關鍵詞：林澤蒼、梁心璽、陳珍玲、三和公司、期刊、《攝影畫報》、《玲瓏》、《電聲日報》、性別研究

## 引 言

1937年元旦，上海南京路的三和公司慶祝十五週年之際，公司經理林澤蒼(1903-1961)發表一篇文章，回顧三和公司自1922年成立以來的種種經驗，內中寫道：

三和公司十五年來抱有三大主義(一)貨精價實；(二)信用服務；(三)顧客滿意。至於經營之方針則素抱「創作」之精神，創制社會所需要而缺乏者。將本求利，公平交易，如乒乓用具，影星照片，攝影用品，攝影刊物等。雖先後被人模仿，但因本公司推陳出新無時或已，模仿者輒有追蹤弗及之感，斯時營業既盛，規模亦漸擴充……公司內部擴充後，添設「代辦」「信託」兩部並創刊婦女週刊「玲瓏雜誌」「常識三日刊」創用彩紙印刷，一時亦極流行。「電聲」創刊於廿一年五月一日。每日出版，利用顏色彩紙，並附刊「無線電節目及原理」。<sup>1</sup>

短短的幾行字，概括了三和公司十五年來經營的主要事業，過程雖然充滿挑戰，但是憑著「三大主義」和「創作之精神」，結果卻令主事者林澤蒼甚感欣慰。林氏獨資創辦的三和公司，是個出版史上名不見經傳的機構，可是，如週年紀念中所提及，三和公司旗下的《玲瓏》(1931-1937)和《電聲》(《電聲日報》(1932-1933)；《電聲週刊》(1934-1941))，都曾引領一時的出版潮流。前者被張愛玲稱作「一九三〇年

---

<sup>1</sup> 林澤蒼，〈三和公司十五週年紀念之回顧〉，《電聲週刊》，卷6期1（1937年1月1日），總931號，頁80-81。

間女學生們人手一冊」，在中學和大學學子中廣受歡迎；<sup>2</sup> 而後者以刊登獨立電影評論開啓一代風潮，曾「震驚電影界與報界」，引起《時報》、《申報》、《時事新報》、《新聞報》等紛紛開設電影專刊，1937年時「一紙風行，只上海一埠銷數達一萬以上」。<sup>3</sup>

然而，長期以來，因爲三和公司發行之期刊的商業和娛樂性質，及其默默無聞的小資本背景，在印刷文化史的書寫中，這些期刊並未占有一席之地。隨著近十幾年來學界對「上海摩登」的聚焦，加上數位時代的來臨，越來越多的學者開始藉由數位資料的便利，探求印刷文化與都市現代性之

---

<sup>2</sup> 張愛玲，〈談女人〉，《天地》，期6（1944年3月），頁16。

<sup>3</sup> 引文見林澤蒼，〈三和公司十五週年紀念之回顧〉，頁81。關於《電聲》如何開獨立影評之風氣，見〈電聲出版後電影刊物之空前新紀錄〉，《電聲日報》，卷1期191（1932年11月8日），頁761；亦見離離（塵無），〈上海電影刊物的檢討〉，《民報》，1934年5月，收入陳播，《中國左翼電影運動》（北京：中國電影出版社，1993），頁127，引自 Laikwan Pang, *Building a New China in Cinema: The Chinese Left-Wing Cinema Movement, 1932-1937* (Rowman & Littlefield, 2002), p. 32; Huang Xuelei, "Commercializing Ideologies: Intellectuals and Cultural Production at the *Mingxing* (Star) Motion Picture Company, 1922-1938" (Ph.D. dissertation, Heidelberg University, 2009), pp. 108-109. 上海圖書館的張偉根據原刊對《電聲》的期數做了非常細緻的梳理，見《談影小集——中國現代影壇的塵封一隅》（臺北：秀威資訊科技股份有限公司，2009），頁211-222。他也在上海圖書館辦的「上海年華」網站上介紹了《電聲日報》和《電聲週刊》，見：[http://memoire.digilib.sh.cn/SHNH/book/book\\_introduction.jsp?bookId=18053&type=1](http://memoire.digilib.sh.cn/SHNH/book/book_introduction.jsp?bookId=18053&type=1)（2014年2月10日檢索）。網站介紹說「《電聲》發行十年總計出版901期，始終保持如一的風格和品質，無論在內容定位、裝幀設計、版面風格和主編人員等等方面都維持著相對的穩定性。它注重影壇日常活動的記錄，堅持『市民情趣』、『大眾閱讀』的辦刊風格，其銷量長期維持在1萬到2萬之間，最高時曾達到5萬5千冊的紀錄，是當時最爲暢銷的電影刊物。」銷售數量待考。



間的關係。

三和公司的《玲瓏》首先進入研究者的視野，與李歐梵先生最早在學界介紹這本雜誌相關。<sup>4</sup> 此後，美國哥倫比亞大學與德國海德堡大學合作，將所藏《玲瓏》數位化並以資料庫的形式公開於網路，方便學者查找資料，從而推動《玲瓏》作為史料的使用率。其中，梅嘉樂(Barbara Mittler)對《玲瓏》內部多重聲音的分析，開啓從性別的視角研究這份雜誌的新局面。<sup>5</sup> 而她本人參與的“A New Approach to the Popular Press in China: Gender and Cultural Production, 1904-1937”計畫(2008-2011)，再次挑選《玲瓏》，連同其他三種雜誌(《女子世界》、《婦女時報》和《婦女雜誌》)建置成「晚清民國女性期刊」資料庫(“Chinese Women’s Magazines in the Late Qing and Early Republican Period”，簡稱 WoMag。網址見 <http://womag.uni-hd.de>，這個資料庫也是未來 ECPO 資料庫的一部分)，進一步推動了學界對《玲瓏》的研究。<sup>6</sup>

另一份期刊《電聲日報》是學界研究 1930 年代中國電影史經常引用的材料，然而，大部分的研究只是挖掘該報對國內外電影評論的史料，幾乎沒有研究討論過出版商三和公

---

<sup>4</sup> 見 Leo Ou-fan Lee, *Shanghai Modern: The Flowering of a New Urban Culture in China, 1930-1945* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999), pp. 86-88.

<sup>5</sup> Barbara Mittler, “In Spite of Gentility: Women and Men in *Linglong* (Elegance), a 1930s Women’s Magazine,” in Daria Berg and Chloe Starr eds., *The Quest for Gentility in China: Negotiations beyond Gender and Class* (New York: Routledge, 2007), pp. 208-234.

<sup>6</sup> 關於資料庫的介紹，見 Liying Sun and Matthias Arnold, “TS Tools: How to Design a Database of Historical Periodicals,” *TS: Tijdschrift voor Tijdschriftstudies* (*Periodical for Periodical Studies*) (July 2013), pp. 73-78.

司與該報的關係，更沒有研究注意到《電聲日報》與《玲瓏》之間人員、編務方面的緊密聯繫。值得學者思考的是，身處數位時代，當更多的期刊可供研究者利用比對的情況下，是否還可以忽略出版機構的背景來研究一份期刊的特質？是否還可以孤立地研究一份期刊而無視與它有親緣關係的出版物？反言之，如果深入探究出版機構的背景資料，以及同一出版機構編輯出版的期刊之間的聯繫，是否可以加深研究者對期刊本身和當時出版文化的認識？

三和公司從成立之日到發展壯大，正值中國印刷出版業迅速成長繁榮的階段，不僅得益於國內外資本的持續進入、印刷製版技術的長足發展，也得益於讀者教育水平的提高、休閒娛樂文化市場的興起以及編輯和作家的職業化。對於這一時期資本規模較大的出版商在印刷文化市場的運作，學界已有一些梳理，呈現出越來越清晰的輪廓，比如關於《申報》館、《時報》館、商務印書館的研究。<sup>7</sup> 然而，對於與上述

---

<sup>7</sup> 《申報》的相關研究成果頗為豐碩，見 Terry Narramore, "Making the News in Shanghai: *Shen Bao* and the Politics of Newspaper Journalism, 1912-1937" (Ph.D. dissertation, Australian National University, 1989); Rudolf G. Wagner, "The Early Chinese Newspapers and the Chinese Public Sphere," *European Journal of East Asian Studies* 1:1 (2002), pp. 1-33; Natascha Vittinghoff, *Die Anfänge des Journalismus in China (1860-1911)* (Wiesbaden: Harrassowitz, 2002); Barbara Mittler, *A Newspaper for China? Power, Identity, and Change in Shanghai's News Media, 1872-1912* (Cambridge, Mass: Harvard University Asia Center, 2004); Andrea Janku, *Nur leere Reden: politischer Diskurs und die Shanghaier Presse im China des späten 19. Jahrhunderts* (Otto Harrassowitz Verlag, 2003); Andrea Janku, "Preparing the Ground for Revolutionary Discourse: From the Jingshiwen Compilations to Journalistic Writings in the Nineteenth Century," *T'oung Pao* 90 (2004), pp. 65-121. 對《時報》館的相關研究見 Joan Judge, *Print and Politics: "Shibao" and the Culture of Reform in*

資本規模相比較小的出版商——如三和公司——採用何種策略在市場的縫隙中周旋生存，卻鮮見個案研究支撐。<sup>8</sup> 比如，林澤蒼採用什麼策略經營他的出版事業？三和公司是如何在競爭激烈的期刊市場上立足？他在週年紀念裡強調的「創新精神」與都市現代性有何關係？這些問題都是本文關注的重點。

在研究方法上，本文運用「整體對比閱讀」(integrated reading)和「嵌入式閱讀」(situated reading)，不僅將《玲瓏》、《電聲日報》與同一公司出版的期刊《攝影畫報》、《常識》

---

*Late Qing China* (Stanford: Stanford University Press, 1996)，以及她目前正在準備的關於《婦女時報》的書稿 *Republican Lens: Everyday Knowledge, Gender, and the Periodical Press in Early-Twentieth-Century China*。對商務印書館的相關研究，見王飛仙，《期刊、出版與社會文化變遷——五四前後的商務印書館與《學生雜誌》》（臺北：政大歷史系，2004）；孫慧敏，〈翰林從商——張元濟的資源與實踐(1892-1926)〉，《思與言：人文與社會科學雜誌》，卷43期3（2005年9月），頁15-52。此外，Rana Mitter對杜重遠編輯《新生週刊》的策略有過研究，見“‘Life’ as They Knew It: Du Zhongyuan’s Editorial Strategies for the *Xinsheng* (New Life) Weekly, 1934-35,” in Daria Berg ed., *Reading China: Fiction, History and the Dynamics of Discourse: Essays in Honour of Professor Glen Dudbridge* (Leiden; Boston: BRILL, 2007), pp. 149-169。對上海印刷資本主義的討論見 Christopher A. Reed, *Gutenberg in Shanghai: Chinese Print Capitalism, 1876-1937* (Vancouver: UBC Press, 2004), pp. 25-87；對1920年代新聞業與市場運作的探討見 Timothy B. Weston, “Minding the Newspaper Business: The Theory and Practice of Journalism in 1920s China,” *Twentieth-Century China* 31:2 (April 2006), pp. 4-31。

<sup>8</sup> 相對來說規模較小的出版社例如《北洋畫報》社，目前的研究初步涉及其經營管理、廣告運作的層面，比如韓紅星，〈近代城市化進程中的報業生存——以民國《北洋畫報》為研究對象〉，《當代傳播》，2011年第3期，頁68-70；及〈民國時期畫報的廣告經營——基於天津《北洋畫報》史料〉，《中國出版》，2012年第9期，頁72-74。

等進行整體比照，也將這些期刊與同時代其他中英文期刊進行關聯性閱讀；同時，還運用其他出版史料與檔案資料，梳理考察三和公司的歷史脈絡。<sup>9</sup>

本文分為兩個部分，第一部分探究三和公司的主要成員，整理公司的人際網絡，特別是主要編輯人員的性別和背景，從而釐清期刊之間的內在關聯；第二部分論述三和公司在期刊市場競爭中顯現出來的現代意識。筆者認為，林澤蒼所從事多年的商業期刊出版，是文化人類學者 Arjun Appadurai 提出的全球文化流(global cultural flow)的一部分，是都市現代性的一種體現，反映了全球文化流發生過程中的媒介景觀(mediascapes)，以及藉由媒介景觀所展現的科技景觀(technoscapes)。<sup>10</sup> 這兩個景觀的概念構成本文的兩個重要的視角；此外，本文還探求媒介與科技之間的互動關係。在競爭激烈的上海印刷文化市場上，林澤蒼通過靈活的公司運作、新穎的編輯風格、清晰的競爭意識、追求「現代」的創新精神和對國際傳媒的借鏡，成功樹立了一個全球化時代小資本進入文化市場角力的典範。在此過程中，「女性編輯」的身分、性別議題和性別視角作為一種銷售策略，皆呈現於三和公司的編輯出版運作中。

---

<sup>9</sup> 對這兩種閱讀方法的闡述，見 Joan Judge, Barbara Mittler and Michel Hockx eds., Introduction to *A Space of Their Own: Women and the Periodical Press in China's Long Twentieth Century*, (forthcoming).

<sup>10</sup> Arjun Appadurai 曾提出，研究全球文化流可以從「五景」及其內在聯繫入手：「族裔景觀」(ethnoscapes)、「媒介景觀」(mediascapes)、「科技景觀」(technoscapes)、「經濟景觀」(financescapes)和「意識形態景觀」(ideoscapes)，見其 *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* (University of Minnesota Press, 1996), p. 33. 本文只從兩個視角闡釋，其他的三個視角對於研究全球文化流中的現代性問題也很重要。

## 一、三和公司主要成員背景

### (一)「多才多藝人也」：林澤蒼其人

林澤蒼(圖1)，祖籍福建古田，1903年出生在一個虔誠的基督教家庭，幼時參加童子軍，後就讀青年會昌世中學。



圖1：「林澤蒼君近影」，林澤蒼、高維祥合著，《增廣攝影良友》（上海：中國攝影學會發行，1928），插頁。

1921年，他考入當時著名的教會大學——上海聖約翰大學——學習商科，1925年「五卅運動」風潮時，他隨學校愛國師生離校，後在仿聖約翰大學建造的光華大學繼續學業。在兩所大學求學期間，他表現了突出的社會活動能力，是校攝影協會、YMCA俱樂部、乒乓協會、福建同鄉會等社團成員。<sup>11</sup> 1926年，他從光華大學順利畢業，獲得商科學士學位，在校刊的畢業留言上，其同鄉同學林子英如此稱讚他的「多才多藝」：

君生而了了，長而翩翩，勤敏耐勞，精明果毅，蓋多才多藝人也。幼服務童子軍十數寒暑，不見倦容，經驗才力，並稱宏富。稍長，經上海童子軍聯合會之甄別，拔擢數校教練，本校膺其選者，惟君一人。君動靜咸宜，對於體育、音樂，造詣甚深。或則馳騁校園，或則按絃操弄，引引鏘鏘，一時無偶。故長上海乒乓球聯合會者一年，長約大國樂會者二年，而於足球籃球隊球之屬，亦莫不孔武驕捷，一顯其好身手焉。君又長於攝影，每逢盛會，迭見其手攜攝影機，笑容可掬，蹀蹀而來，舉粉白黛綠、珍奇怪異，盡納於方寸之中，鬚眉畢現，纖悉無遺，誠能手也。君在本刊為攝影主

---

<sup>11</sup> 關於林澤蒼的生平，現有的研究勾勒出了大致的輪廓，但諸多細節仍有待進一步研究，見孔令芝，《從〈玲瓏〉雜誌看1930年代上海現代女性形象的塑造》（臺北：稻鄉出版社，2011），頁34-36；Gary Wang, "Making 'Opposite-sex Love' in Print: Discourse and Discord in *Linglong Women's Pictorial Magazine*, 1931-1937," *NAN Nü* 13:2 (2011), pp. 244-347；祝均宙，《圖鑑百年文獻：晚清民國年間畫報源流特點探究》（臺北：Airiti Press Inc，2012），頁121-127。本文關於林澤蒼的生平論述，主要根據筆者查閱的檔案資料，以及三和公司出版物中發現的史料，並比照了前人的研究成果。

任，頗多作品，讀者觀此，可以見其餘矣。前歲發起中國攝影學會於滬上，籌備僅數月，而會員達六百餘人，為國內最大攝影機關，并得列入萬國攝影學會，皆君之力也。君對於著作界、報界，又稍有貢獻，曾編著「乒乓規則」、「攝影畫報」及「袖珍攝影良友」等書，並任申報記者、時報攝影記者。頃又新發明「攝影露光計時儀」，亦大有功於攝影界者也。君習經濟有年，對於市情商況，莫不瞭如指掌，蓋學而能致用者。吾校校訓曰知行合一，吾於君得之。<sup>12</sup>

從林子英的這段描述中可以看出，學生時代的林澤蒼不僅在音樂、體育、新聞、發明等領域皆有涉獵，尤其在編輯、出版、攝影、商業活動方面初露崢嶸。1922年元旦，甫進聖約翰大學的林澤蒼取「天和」、「地和」、「人和」之意，創立了三和公司。<sup>13</sup> 林氏根據自己的特長和愛好，將公司經營範圍鎖定於「乒乓用具，影星照片，攝影用品，攝影刊物」，而這幾類商品廣告，便常常出現在三和出版物（如《玲瓏》和《電聲日報》）中。

在眾多的特長和愛好中，林澤蒼對攝影技術的鑽研和對影像審美的傳播，深深地影響了三和公司大部分出版物的風格，不論是《攝影畫報》、《玲瓏》，還是《電聲日報》，攝影都占據了中心的地位。出於對攝影的熱愛，林澤蒼在1925年發起成立「中國攝影學會」，致力於攝影作品的審美化，攝影技術的大眾化，是國內早期攝影發展的

---

<sup>12</sup> 上海光華大學，《丙寅年光華年報卷二》（上海：上海光華大學丙寅年年刊社，1926），頁60。上海檔案館 Y8-1-209。

<sup>13</sup> 林澤蒼，〈三和公司十五週年紀念之回顧〉，頁79。

重要推手。<sup>14</sup> 藉由三和公司的名義，「攝影學會」於同年開始發行《畫報》（後更名《中國攝影學會畫報》，簡稱《攝影畫報》），同時，他還為滬上幾大報紙提供新聞照片，並由此拓展新聞、攝影、出版界的廣泛人脈。

因為這些特長，林澤蒼在同學林子英的眼中是出類拔萃的青年才俊；而林子英的畢業留念中尚未特別提及的，是聖約翰和光華學子出色的雙語能力。上海是個華洋雜處的城市，是全球文化流中重要的一站，雙語能力使林澤蒼在出版編輯事業中，成為「文化中介者」(cultural broker)，能夠游刃有餘地處理大量的外文資訊。<sup>15</sup> 一方面，他最大限度地利用中西文化資訊拓展知識與視域；另一方面，他將擷取來的

---

<sup>14</sup> 關於「中國攝影學會」的簡介，見上海攝影家協會、上海大學文學院，《上海攝影史》（上海：上海人民美術出版社，1992），頁20。另見趙俊毅，《舊中國攝影學會的更迭》，<http://www.fotosay.com/article/69557.shtml>（2010年6月23日檢索）。《中國攝影學會畫報》，後改稱《攝影畫報》，發行至1937年，上海圖書館藏。除「中國攝影學會」外，林氏亦與陳傳霖、林雪懷等一同創立了全國最大的早期攝影團體「黑白影社」，關於該社的介紹，見馬運增等編，《中國攝影史1840-1937》（北京：中國攝影出版社，1987），頁167-169。

<sup>15</sup> 「文化中介者」(cultural broker)的概念見Rudolf G. Wagner, "The Role of the Foreign Community in the Chinese Public Sphere," *China Quarterly* 142 (June 1995), pp. 423-443; "Joining the Global Imaginaire: The Shanghai Illustrated Newspaper *Dianshizhai huabao*," in Rudolf G. Wagner ed., *Joining the Global Public: Word, Image, and City in Early Chinese Newspapers, 1870-1910* (Albany: State University of New York Press, 2007), pp. 105-174. 更早一些的研究見Nancy L. Hagedorn, "A Friend to go between Them: The Interpreter as Cultural Broker during Anglo-Iroquois Councils, 1740-70," *Ethnohistory* 35:1 (Winter 1988), pp. 60-80; Daniel K. Richter, "Cultural Brokers and Intercultural Politics: New York-Iroquois Relations, 1664-1701," *The Journal of American History* 75:1 (June 1988), pp. 40-67.



西方資訊，融匯到自己的編輯出版實踐中來，創造出面對中國不同讀者群的「媒體景觀」。西式的大學教育，將林澤蒼塑造成視野開闊的「多才多藝人」，能夠自覺地將「市情商況」與文化學養運用於出版實踐。這樣的知識結構和人格特徵，與上一代「翰林從商」的出版人有相當大的差異。<sup>16</sup> 或許這種差異性可以部分地解釋，林澤蒼是如何在後來的出版事業中，敏銳地覺察到市場的需求，進而抓住全球化時代娛樂休閒文化的脈搏，在上海乃至全國期刊出版領域博得一席之地。

## （二）家族成員：林澤民、林澤人、高維祥

三和公司創立伊始，林澤蒼便十分倚重胞弟林澤民(1905?-1938)和林澤人(1907?-?)。林澤民的教育背景與林澤蒼十分接近，也是先入聖約翰大學修習經濟學科，五卅事件後轉至光華就讀，1929年獲得學士學位。他的興趣愛好、社會活動、知識結構等也與其兄高度一致：雙語教育，善攝影、音樂、乒乓球，是YMCA和福建同鄉會成員，也是中國攝影學會骨幹。<sup>17</sup> 林澤民開辦過「美光」公司，並長期以副經理的身分幫助澤蒼打理三和公司的業務和編務，直至1938年辭世。<sup>18</sup> 三人中年紀最小的林澤人，曾在東吳大學（蘇州）攻讀化學，1929年獲理學士學位。他是學校的「攝影學會會長、

<sup>16</sup> 這方面的例子見，孫慧敏，〈翰林從商——張元濟的資源與實踐(1892-1926)〉，《思與言：人文與社會科學雜誌》，卷43期3，頁15-52。

<sup>17</sup> 見上海光華大學，《丙寅年光華年報卷二》，頁86、101、128。上海檔案館Y8-1-209。

<sup>18</sup> 上海光華大學，《光華大學同學錄》（上海：光華大學同學會，1935年4月），頁20。上海檔案館Y8-1-213。辭世一年後，名字仍出現在1939的《上海市工商行名錄》中，見上海市工商調查所，《上海市工商行名錄》（上海：工商調查所，1939），頁4。

乒乓會會長」，被同學譽為「科學家、美術家、運動家」。<sup>19</sup> 兩兄弟的名字經常出現在《攝影畫報》、《玲瓏》、《電聲日報》中，他們都不遺餘力地為這幾份期刊提供樂譜、攝影作品、英文翻譯文章，以及上海和蘇州地區中學大學的訊息。《攝影畫報》和《玲瓏》中的女學生戶外肖像攝影、運動照片，相當多都是由二人採編。

除了林氏直系血親外，表兄高維祥(1906-?)也曾助澤蒼一臂之力。高氏同樣痴迷於攝影技術，曾擔任「中國攝影學會名譽書記」，不僅和林澤蒼共同出版《袖珍攝影良友》一書，還一同發明了「露光計時儀」，開攝影技術之先聲。<sup>20</sup> 他精通英語，後來又負笈德國，專攻照相化學。留德期間，仍定期給《攝影畫報》供稿，介紹德國的攝影動態，普及顯影化學藥劑方面的常識。返滬之後也筆耕不輟，為《玲瓏》提供攝影和文藝作品，之後也自己編輯出版雜誌。<sup>21</sup> 不難看出，高維祥和林氏三兄弟一樣，擁有良好的教育背景和社會關係網絡。

---

<sup>19</sup> 蘇州東吳大學學生，《東吳年刊》（蘇州：蘇州東吳大學出版，1929），卷1，頁89。

<sup>20</sup> 高維祥、林澤蒼，《袖珍攝影良友》（上海：中國攝影學會出版，1926）。該書插頁部分介紹高維祥：「字哲欽，號潛修，福建龍溪人，天資聰穎，好學深思，自幼蓄志習科學及長益，悉心研究，暇時則旁及攝影術，造詣精深，成績斐然。」除了這三位林氏兄弟以外，早期的《攝影畫報》（卷2期100，1927年8月6日，頁399）中還出現過「林澤群」的照片，彼時擔任中國攝影學會「執事」，應該也是家族成員，但關係不明，可能是堂兄弟。

<sup>21</sup> 高維祥著名的稿件如：〈沒有別個娛樂〉，《玲瓏》，卷1期1（1931年3月18日），頁26；〈照片與圖畫有何區別〉，《玲瓏》，卷1期9（1931年5月31日），頁314；歌譜〈情侶別離之後〉，《玲瓏》，卷1期30（1931年10月10日），頁1172。

### (三) 梁愛保 (寶)

三和公司另外一位關鍵人物是梁愛保 (寶) (1908-?)，祖籍廣東中山，基督徒。早在 1927 年，林澤民就曾在《攝影畫報》中介紹「芳齡二十」的「梁愛寶女士」：

善交際，談吐風生，姿容秀麗，且為人和藹，嬌娜可親，天資穎敏，學冠儕輩，為同學所愛戴。現女士改學縮寫(Short hand)及打字，其藝超人，成績斐然。聞不久將卒業。卒業後，即入社會服務。蓋女士時以獨立為念者也。<sup>22</sup>

由此看來，梁愛寶接受過中等職業教育，屬於有一技之長，力求獨立的「新女性」。可能因為同是基督徒、又同是南方人客居上海的關係，梁愛寶與林氏兄弟非常熟絡，也熱心為《玲瓏》供稿。<sup>23</sup> 1931 年國慶的《玲瓏》雜誌(卷 1 期 30)還特選「梁愛保女士玉影」為封面照(圖 2)。整整一年以後，「林澤蒼君於國慶日與梁愛保女士行婚禮於慕爾堂，嘉賓滿座



圖 2：「梁愛保女士玉影」，《玲瓏》，卷 1 期 30 (1931 年 10 月 10 日)，封面。

<sup>22</sup> 林澤民，〈七日一女士梁愛寶女士〉，《攝影畫報》，卷 3 期 116 (1927 年 11 月 26 日)，頁 126。

<sup>23</sup> 梁愛保女士，〈室隅的衣裝台〉，《玲瓏》，卷 1 期 30，頁 1138。

樂聲揚揚，禮畢宴於大東酒樓」(圖3)。<sup>24</sup> 圖中的二人身著西式婚紗禮服，伴娘伴郎和五個花童圍繞左右。二人的婚禮照片不但在《攝影畫報》上登出，也在英文報紙 *The China Press* (中文名《大陸報》) 上登出(圖4)。照片說明雖只有短短一句，「Lin-Liang Wedding. Mr. T. T. Ling manager of the San Ho Company, and Miss Esther Liang, a former student of the St. Elizabeth's School were married on October 10」，卻透露出重要信息：一是林澤蒼及其三和公司在上海小有名氣，與當地的英文媒體也有淵源；二是梁愛保的英文名字是「Esther Liang」，曾就讀聖伊麗莎白學校(St. Elizabeth's

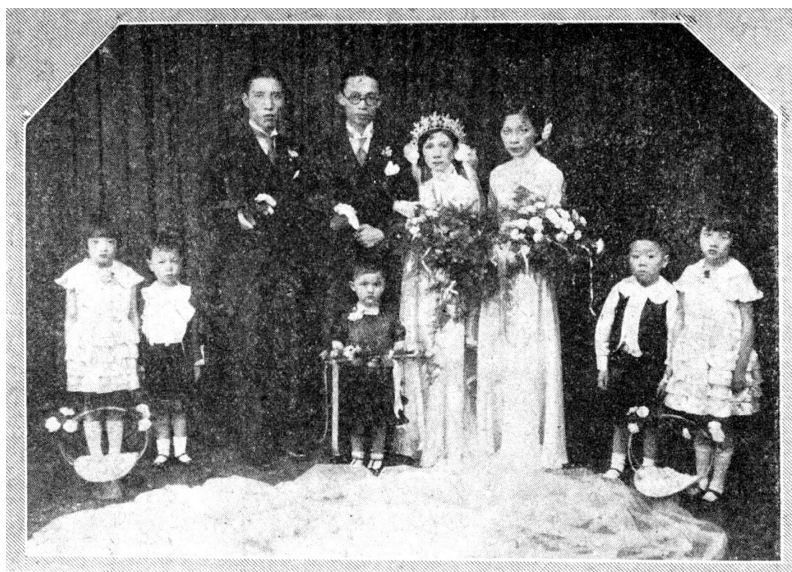


圖3：林澤蒼與梁愛保結婚照，《攝影畫報》，卷8期370(1932年10月15日)，頁78。

<sup>24</sup> 《攝影畫報》，卷8期370(1932年10月15日)，頁78。



Left.—DR. A. M. KAZI-MIROW, one of the few women dentists in town, who has just returned from holiday and resumed her practice at the Hamilton House.—Carson Studio.

Above. — LING-LIANG WEDDING. Mr. T. T. Ling, manager of the San Ho Company, and Miss Esther Liang, a former student of the St. Elizabeth's School were married on October 10.—Carson Studio.

圖 4：“Personalities: Ling-Liang Wedding,” *The China Press* (October 23, 1932), A4.

School)，這說明梁氏也是教會學校出身，應該有相當程度的英文水平。<sup>25</sup> 梁愛保（寶）自1932年起以化名擔任《玲瓏》和《電聲日報》的編輯，鼎力協助林澤蒼的事業，這一點將在後文中仔細討論。

至此，三和公司的主要力量清晰浮現。以林澤蒼、妻梁愛保（寶），林澤民、林澤人兄弟，和表兄高維祥為主的家族姻親網絡，支撐了這個公司的編輯出版活動。這群編輯多才多藝，受過教會學校的中高等雙語教育，熟悉校園文化，有能力翻譯英文（或德文）的資料，在上海地區的商界和文化界有深厚的社會網絡。對幾位兄弟來說，攝影都是他們追求的終生愛好或事業。

林家的關係網絡支撐了三和公司的基本運作，然而，在每份刊物的編輯發行階段，林澤蒼都針對刊物的特色延聘不同的編輯人員，掌領文字與美術設計的風格，儘管這些編輯人員只是在受聘的特定時期內發揮影響。比如《攝影畫報》曾先後請過小報藝文界的紅人如吳微雨、吳農花、張若谷、黃轉陶、諸保衡；《玲瓏》請過周世勳、葉淺予、黃士英等；《電聲》系列曾有林履彬、彭兆良、梁永福、范寄病等。這些人物多為小報編輯和漫畫家，他們的生平、他們與三和公司以及出版物之間的關係仍需將來做進一步的梳理。

值得注意的是，在1922年的上海乃至全國，聖約翰大學都是聲名顯赫的高等教育機構，學費相當昂貴，東吳大學亦是如此，能夠進入該校讀書的學生，家世應該非富即貴，至少是城市中產階級。林氏三兄弟相繼在1926至1929年間

---

<sup>25</sup> “Personalities: Ling-Liang Wedding,” *The China Press* (October 23, 1932), A4.

大學畢業，既然林家有能力同時支撐三個孩子上教會大學，說明家境殷實。更何況，三兄弟都著迷於攝影，這在當時是相當奢侈的愛好，因為買相機、買膠卷、沖洗的費用並非普通人能夠承擔；若家裡沒有一定的經濟實力，也不太可能從大學時代或更早就開始涉獵攝影。因此，三兄弟的中產家庭背景、教會大學教育和整體文化素養，都體現了布爾迪厄(Bourdieu)所謂的「文化資本」(cultural capital)。筆者認為，正是這種文化資本，很大程度上決定了林氏兄弟的全球化眼光，和三和公司在期刊市場上不斷創新的營銷策略，持續推出有特定文化「品味」的刊物來滿足市場需求。<sup>26</sup> 下文將要進一步討論三和公司經營期刊的策略，而這些策略都離不開以林澤蒼為中心的林氏家族成員的活動。

## 二、「創作之精神」：期刊市場運作中的現代意識

三和公司自創立以來，就是個商業與文化相結合的機構。它一面以商業運作涵養文化產品，一面以文化產品提升商品價值，形成商業與文化的良性互動，這種經營模式的背後，是一系列現代觀念的支撐。如文章開頭所引用的文字——「創作」，是林澤蒼在公司十五週年紀念時總結出的經營方針：「創制社會所需要而缺乏者」，意味著要不斷發現

---

<sup>26</sup> 布爾迪厄在多處論述了「文化資本」的概念，如見：“The Forms of Capital,” in J. E. Richardson ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York: Greenwood, 1986), pp. 241-258; “Types of Capital and Forms of Power,” *Homo Academicus* (Stanford University Press, 1988), pp. 73-127.

社會的「需要」、尋找「缺乏者」，然後創造出新的產品，滿足新的市場需求。

事實上，雖然三和公司出版的書刊非常成功，但出版在三和公司的業務中並非主業。1922年公司成立不久，「自製及經售貨品共有三種：（一）乒乓用具；（二）電影明星照片；（三）攝影用品」，但此時出版事業尚未起步，第一份刊物《攝影畫報》是1925年中國攝影學會成立之後才創刊的（1925年8月22日）。1931年時，公司之主業為中外貿易，設有「進出口部、代辦部、信託部、委銷部、出版部、門市部、食品部、消費合作部」；同時，「三和公司并總經理明信片社、商業設計顧問社、玲瓏圖畫雜誌、仁和唱片公司、攝影畫報館、中國攝影供應社、攝影器流通處、中國攝影新聞社、一乙製藥廠」。<sup>27</sup>可見，出版事業只是公司眾多的經營項目之一。1932年一份「三和公司貨品名錄」的廣告，羅列了公司的六類商品：「實用品類」、「藥品類」、「書報類」、「攝影用品類」、「照片類」、「標準乒乓用品」。「實用品類」大多是日常生活用品和進口小商品，此一類項即占所有商品的一半左右；而「書報類」只列出林澤蒼編的兩本書而已。<sup>28</sup>1939年的《上海市工商行名錄》中清楚地

<sup>27</sup> 見《玲瓏》中多處廣告，如卷1期30（1931年10月10日），頁1144-1145。

<sup>28</sup> 《攝影畫報》，卷8期368（1932年10月1日），頁61。關於三和公司的出版物，孔令芝在書中（頁22）根據《電聲》廣告（第6年第8期，1937年2月26日，頁420-421）作了如下總結：「雜誌方面出版《電聲電影娛樂週刊》、《攝影大眾科學畫報》、《玲瓏婦女圖畫雜誌》，並代理《滑稽畫報》和《家庭良友》。書籍方面有《閨秀影集》、《閨秀集錦》、玲瓏叢書第一～九種（《產前須知》、《產後須知》、《男子的醜態》、《少女們的愛》、《愛的試驗》、《我們



說明，三和公司的「營業」是「進出口及代理商」，「副業」則是「出版刊物」。<sup>29</sup> 顯然，三和公司並非專營出版，而是一家經營多種進出口項目的獨資公司。

既然如此，三和公司何以將「副業」操作地如此成功，能夠在期刊市場上接連出版重要的期刊呢？筆者認為，三和公司成功的關鍵是強調「創作之精神」，正是這種創新意識形塑了三和刊物中多姿多彩的「媒體景觀」和「科技景觀」，二者不僅交織呈現出都市的現代性，其本身也是都市現代性的產物。具體而言，「媒體景觀」包括出版物的物質形態、紙張質地的選擇、版式內容的設計、定價高低的考量、品牌效應的創立、印刷的精緻程度以及將性別作為營銷手段等方面；「科技景觀」則是三和出版物在不同時期刻意呈現的炫目現代技術，比如印刷、攝影、電影、和無線電技術等等。「科技景觀」是「媒體景觀」的重要推動力，「科技景觀」也是「媒體景觀」的一部分。下文將舉例說明，三和公司出版物是如何通過創新精神形塑這兩種景觀。

## （一）創新意識與「媒體景觀」

### 1. 「印刷清晰」、「取材精湛」：《攝影畫報》

1925年夏天，各種各樣的畫報突然蜂擁出版，例如《上

---

的問題》、《怎樣對待男子》、《女子的出路》、《歧途之燈》）、《電影小叢書》、《玲瓏漫畫》和《電聲》、《攝影畫報》和《玲瓏》雜誌的合訂本。影星照片方面，有《影星照相集健美專刊第二集》、《浴裝特輯第三集》、中外十寸明星照片、中外四寸明星照片、中外三寸明星照片、中外郵票照片。」

<sup>29</sup> 上海市工商調查所，《上海市工商行名錄》，頁4。

海畫報》、《三日畫報》、《中國畫報》、《遊藝畫報》等近百種，這在後來常被稱為「畫報潮」。<sup>30</sup> 趙君豪是林澤蒼的校友兼好友，也是《攝影畫報》的早期合作夥伴，他如此回憶創辦《攝影畫報》的經過：

滬上畫報，風起雲湧，報攤羅列，輒至數十種之多，顧印刷太不清晰而取材尤欠精湛。吾友林君澤蒼時以夏假多暇，頗有意辦一畫報。乃訪丁君惠康，告以此意。丁君固亦攝影專家而酷愛美術者，聞言躍起曰，予有此意久矣，如是可合作也。林丁兩君遂從事進行。懼事之弗勝，更下詢於予。予與兩君皆好友，自屬義不容辭。經一度之會議，而畫報之基礎大定。當時予任編輯，林君任印刷廣告，而丁君則負照片及發行之責，更延龐君亦鵬任繪事，兢兢業業，而第一期之畫報乃與世人相見。猶憶第一期出版時，予方作西泠之遊，歸時詢畫報銷路，丁林二君但作笑容，曰已罄矣。自是讀者時以書抵予，盛贊畫報之美，然而我輩固未敢自滿也。<sup>31</sup>

1925年夏天出現「畫報潮」，一方面是因為書刊市場對

<sup>30</sup> 見記者，〈二年來畫報興覆史〉，《攝影畫報》，卷2期100（1927年8月6日），丙；劉凌澹，〈中國畫報之回顧〉，《北洋畫報》，期888（1933年1月31日），頁2；薩空了，〈五十年來中國畫報之三個時期〉，引自上海圖書館中國文化名人手稿館編，《薩空了文集》（上海：科學技術文獻出版社，2002），頁365-371。

<sup>31</sup> 趙君豪，〈畫報之一頁歷史〉，《攝影畫報》，卷2期100（1927年8月6日），丙。有趣的是，趙君豪在1939年出版的《中國近代之報業》關於畫報的討論中，並未提及林澤蒼及其《攝影畫報》。見（沈雲龍主編，《近代中國史料叢刊續編》（臺北：文海出版社，1966），第九十六輯，頁102-103。

畫報的需求大增；另一方面是因為印刷排版技術相對成熟——銅鋅版技術比之前的照相石印技術成本低廉許多，使得期刊出版的入行門檻降低。林澤蒼正是此時加入「這畫報潮湧期中」。<sup>32</sup> 儘管市面上已有許多畫報出版，林澤蒼和他的合作夥伴卻認為「印刷太不清晰而取材尤欠精湛」，這恰恰是一個可以突破的增長點；身為「中國攝影學會」的創辦人，他對保證攝影作品的質量和持續供應成竹在胸。於是，林澤蒼聯合幾位文化界嶄露頭角的朋友丁惠康(1904-1979)、龐亦鵬(1901-1998)、趙君豪開始編排畫報，並邀請包天笑(1876-1973)、周瘦鵑(1895-1968)等炙手可熱的小說家供稿。由於內容豐富，加之特別注意印刷的精美和排版的靈活美觀，第一期就廣開銷路，被讀者來信盛讚「畫報之美」，連熟諳《晶報》、《上海畫報》的包天笑也「於本報出版之第二日，曾來一封信，贊美本報，說本報是『後來居上』」。<sup>33</sup> 第二期付梓之後一周內，便「收到六十九封贊許的信」。<sup>34</sup> 由此可見，畫報這種圖文並茂的形式、印刷質量和編排方式，都是讀者重視的因素。值得注意的是，眼光獨到的林澤蒼，很早就向官方登記《攝影畫報》，因此列為「國內出版物向內政部領有登記證之最早者（領有第一號證）」，公司經由正規法律途徑開始邁向出版領域。<sup>35</sup> 從1925年至1937年停刊，《攝影畫報》經歷了十多年的發展，屢次根據市場變化更新內容、改變版式，因此始終維持著穩定的市場份額。

---

<sup>32</sup> 〈畫報宣言〉，《攝影畫報》，卷1期1（1925年8月22日），頁1。

<sup>33</sup> 〈編輯者言〉，《攝影畫報》，卷1期2（1925年8月29日），頁1。

<sup>34</sup> 〈編輯者言〉，《攝影畫報》，卷1期3（1925年9月5日），頁1。

<sup>35</sup> 林澤蒼，〈三和公司十五週年紀念之回顧〉，頁79。

## 2.畫報的品質，小報的價格：《捲筒紙畫報》

《攝影畫報》刊至 1928 年 1 月時，三和公司發現，爲了追求刊物的精美，紙質與銅圖印刷質量頗爲關鍵，而二者恰恰會使成本居高不下。關於這段時期紙張價格與畫報的運作，曾爲《攝影畫報》創刊出力的趙君豪在《中國近代之報業》中這樣描述道：「畫報紙張，較報紙爲高，顧成本比較昂貴，偶遇滯銷，便不易維持。回溯畫報盛行時代，財力不足者，發行數期，即告中輟，至能維持數年之久者，僅《上海畫報》而已。」<sup>36</sup> 不僅如此，畫報價格居高，則無法銷售給收入較低的讀者群，於是，三和想出一個史無前例的辦法：創制發行「內容完全與攝影畫報相同，惟用報紙而售價極廉耳」的《捲筒紙畫報》，<sup>37</sup> 價格從「大洋三分」降到「銅元三枚」（約合大洋一分），比同期的《晶報》價格「大洋二分」更便宜。<sup>38</sup> 一則啓事如此解釋：

市上畫報，售價過昂，因有「捲筒紙畫報」之發行，溶合畫報與小報於一爐，用上等紅粉捲筒紙，彩色精印，印刷由外國技師擔任，尤覺美麗，精短文字，有趣文藝與美麗銅圖各十餘，宗旨純消，不談政治，故

<sup>36</sup> 趙君豪，《中國近代之報業》，頁 102-103。

<sup>37</sup> 〈捲筒紙畫報停止發行啓事〉，《攝影畫報》，卷 5 期 229（1930 年 3 月 15 日），頁 222。

<sup>38</sup> 1931 年 3 月 8 日發行的《玲瓏》第 1 期的價格是「大洋七分（銅元二十一枚）」，頁 20。上海圖書館所藏《捲筒紙畫報》與《攝影畫報》1928 年 1 月 28 日第 123 期至 1930 年 2 月 15 日第 225 期內容日期一致。參見祝君宙，《圖鑑百年文獻：晚清民國年間畫報源流特點探究》，頁 121。對小報的最新研究見連玲編，《萬象小報：近代中國城市的文化、社會與政治》（臺北：中央研究院近代史研究所，2013）。

南北通行，不受扣留，注重學界商界與婦女界消息，每逢星期六出版，惟銷路僅暫限本埠，各報販均有出售，每份售價銅元三枚，既具畫報之精華華〔原文如此——筆者〕，又富有文藝之價值，而售價則與小報同，故閱報以購圖文雙絕之「捲筒紙畫報」最為經濟。<sup>39</sup>

可以說，價格是發行這種廉價「副本」的最重要的考量，從「大洋三分」降價一分，是希望能夠與小報競爭。理論上，可以負擔「大洋一分」的讀者數量應該有所提升，然而，對於這部分讀者而言，《捲筒紙畫報》的「美麗」、「有趣文藝」、「美麗銅圖」是否符合他們的欣賞習慣？而真正能夠欣賞這類內容、重視「美麗銅圖」的讀者，是否願意購買相對低廉的「上等紅粉捲筒紙」？

期刊市場給出的答案是否定的。這個創新一直「按期虧本」，雖因考慮到它的「廣告作用」，還是維持了兩年四個月，之後還是由於「紙價飛漲，印費亦已增加」，終「經同人議決於本期起將捲筒紙畫報停止發行」。三和也意識到停刊更深層次的原因，不只是紙價的問題，也是紙張質量、印刷質量和市場定位的關係問題：「精細之銅圖不合『報紙』之印刷，致污損而減美觀，失去原有之精華，有辱本報久負『圖文雙絕』、『印刷驚人』之盛譽。」<sup>40</sup> 銅版圖片需要較好的紙質方能顯出其精緻美觀，價格雖貴，卻能獲得特定的

---

<sup>39</sup> 三山，〈閱「捲筒紙畫報」之經濟〉，《常識三日刊》，期70（1928年7月24日），頁280。

<sup>40</sup> 〈捲筒紙畫報停止發行啓事〉，《攝影畫報》，卷5期229（1930年3月15日），頁222。

讀者群；而一味用廉價的「報紙」遷就市場，便得不償失，無法展現出三和印刷質量高超、排版美觀的優勢。幾年後，三和審時度勢，放棄了這項「創新」。

### 3.併刊之始：《常識》

除了《攝影畫報》自身內部不斷創新以外，三和公司也持續根據市場需求創造新的期刊，停發或合併銷路不暢的期刊。比如，三和曾經於1927年11月至1931年4月出版過《常識》，該報起先為週報，後成為三日報，終於1931年併入《玲瓏》。籌備階段，《攝影畫報》是如此解釋創刊原因的：

現在上海小報，雖然風起雲湧，然而無聊已極。非攻人之私，即誨淫誨盜，幾至無報可看。而出版界之無信用，令人髮指，出版數期，即告停刊。吞沒人之報費，置信用於不顧，是以各埠讀者雖預備報費已久，而無報可定。本報出版以來，內容信用，尚為讀者所滿意，迭接各讀者要來增加篇幅，或另有有價值之刊物，盛意難卻，故聯合素有信用之「康健報館」（名醫主持，從未脫期及停頓）共同辦理此「常識週刊」。<sup>41</sup>

由這段話看來，林澤蒼希望「出版有價值之刊物」，按照讀者的期望擴充內容，然而新刊出版的第一個問題便是資金和訂戶，二者缺一不可。當時上海出版界流行的做法是，給予長期訂戶優惠折扣，先收取讀者的訂報費，然後才出版刊物。但是一些報家不講信用，捲款跑路，林氏對此十分不

---

<sup>41</sup> 〈本報副刊「常識週刊」出版預佈〉，《攝影畫報》，卷3期113（1927年11月5日），頁98。

滿。他還特別強調《攝影畫報》過去幾年間信用卓著，請讀者訂閱即將出版的《常識》；爲了讓讀者信服，還連合「從未脫期及停頓」的「康健報館」一起做東。這種策略回應了文章開頭林澤蒼所強調的「三大主義」中的「信用服務」和「顧客滿意」。

《常識》的內容多爲廣告、生活百科、健康保養一類的短文，極少社會新聞和照相圖片，相對《攝影畫報》而言，內容似乎較爲單一。即便如此，這份刊物也維續了四年之久。發行至第 395 期時，三和決定將它併入甫出版三期的《玲瓏》：

本報創刊迄今，已屆四載。過去之成績，與夫現在之精神，固彰彰在人耳目，無庸自譽。惟本報同人以讀者愛護如此熱烈，時謀所以酬讀者之心愈切。是以同人等努力求進，深恐有負讀者。故對於紙張以及排印等等猶覺未能完美。特經同人等再四之商榷，決議於第 306(396)期起合併於別創一格嬌小精美之空前小雜誌。以「增進婦女優美生活，提倡社會高尚娛樂」之玲瓏圖畫雜誌將本期按期合併於該雜誌刊行，庶得廣採精華，以求滿意，區區苦衷，諒邀鑒及。至於本報之新舊訂戶，概以玲瓏雜誌寄發（本報三期抵該雜誌一期。）至於爲本報熱心執筆投稿諸君，仍請惠賜大稿，無任歡迎。謹以至誠之握手禮，在本報上暫告再會，於玲瓏雜誌上相見可也。<sup>42</sup>

除了編者中肯提及的原因——「對於紙張以及排印等等

---

<sup>42</sup> 〈本刊特別緊要啟事〉，《常識三日刊》，卷 4 期 359（1931 年 4 月 20 日），頁 555。

猶覺未能完美」而併刊，恐怕《玲瓏》出版後，資金的週轉、人力的緊張和供稿的時間壓力也是重要原因。併刊之後的《常識》，與「婦女」、「娛樂」一道，成為早期《玲瓏》的三個固定欄目，主要涉及日常生活小竅門、社會經驗、社交禮儀等內容。如此一來，名義上《常識》還在繼續發行，而《玲瓏》的內容又得以豐富擴充，節省了人力和印刷成本。這種「併刊」的形式，也是三和後來發行過程中常見的模式：每當期刊市場出現變化，舊刊不合時宜，三和就採用併刊的方式結束舊刊，或者說，在新刊中延續舊刊的生命，形成一種「刊中刊」的局面。

#### 4. 性別策略與營銷

##### (1) 梁心璽

從 1932 年 5 月《電聲日報》創刊開始，「梁心璽」的名字便是電影版的主編。其間，梁又以「文字編輯」的身分出現在《玲瓏》（卷 2 期 77，1932 年 12 月 7 日，頁 1283）上，直到 1933 年 2 月 15 日（卷 3 期 85）。<sup>43</sup> 換言之，在 1932 年 12 月至 1933 年 2 月期間，此人同時擔任《玲瓏》和《電聲日報》的編輯。目前的研究，尚未注意到兩份期刊編輯人員上的聯繫，更沒有注意到梁心璽其實不是男性。<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> 梁心璽的名字從第 3 卷第 85 期（1933 年 2 月 15 日）以後就在版權頁上消失。

<sup>44</sup> 目前大部分研究都自然而然地誤以為梁心璽為男性，如張偉，〈民國第一刊〉，《談影小集——中國現代影壇的塵封一隅》，頁 215。這個現象反映期刊研究最大的挑戰之一：一方面，有些期刊具有重要的史料價值，經常被引用；然而另一方面，取得編輯人員的背景資料卻難度頗高。



經過調閱查對檔案資料，筆者發現梁心璽其實就是梁愛保（寶）；然而細心觀察這兩個名字在《玲瓏》和《電聲日報》中的使用方式，便可發現「梁愛寶」的女性身分明確，而「梁心璽」的女性身分則被刻意隱藏。<sup>45</sup>

1932年10月林梁婚禮時，「梁心璽」的名字已任《電聲日報》編輯五個月之久，然而，《攝影畫報》和 *The China Press* 的婚訊中既未提及梁氏的職業，也未提及「梁心璽」這個名字。在 *The China Press* 的照片說明中，對應「三和公司經理林澤蒼」的新娘的身分，僅僅是某學校畢業的女學生而已；然而不論如何，這兩份期刊至少都登出了梁愛保的中文或英文名字。與此形成鮮明對照的，是三和對「梁心璽」這個名字的處理。林梁二人結婚時，恰逢「梁心璽」在《玲瓏》與《電聲日報》中同時擔任編輯，而這兩份期刊登出的幾乎完全相同的「喜慶」聲明中，新娘的身分卻隻字未提：

明日雙十國慶紀念，適逢本報主幹林澤蒼先生新婚佳期及壽辰，又值本報發行者華商三和公司十週年紀念，同人等逢此盛會，除出特刊以誌國慶外，特聯合「攝影畫報」、「玲瓏雜誌」、「玲瓏漫畫」及電聲

---

<sup>45</sup> 〈上海市公安局靜安分局石門二路派出所戶籍登記表〉（2010年12月查閱）。戶籍登記中用名「梁愛寶」，戶籍為「廣東中山」，出生日期為1908年10月1日。衷心感謝祝均宙老師陪同筆者走訪多家派出所，最終查到檔案資料。而在其他檔案材料中，如為《攝影畫報》註冊登記的《上海市社會局報紙雜誌通訊社申請登記表》（1945年12月14日，上海檔案館，Q6-12-4-35）中，「發行人」一欄為「林澤蒼，四十三，男，福建古田，光華大學畢業，三和公司經理」；而「主編人」一欄為「梁心璽，三十八，女，廣東中山，電聲週刊編輯」。「梁愛寶」和「梁心璽」年齡、戶籍、性別均吻合。

日報，附此一言，以代賀詞也。<sup>46</sup>

林梁結婚幾週之後，《玲瓏》登出「梁愛保女士新婚玉影」。這次，身著婚紗的「梁愛保女士」單獨一人出現在照片中，既未像《攝影畫報》報道婚訊時說明新郎的身分，登載林梁的新婚合影，也未提到新娘就是《玲瓏》和《電聲日報》的編輯「梁心璽」。與此相同，另外兩張照片「梁愛保女士近影」（《玲瓏》，卷2期77，1932年12月7日，頁1269），和「梁愛保女士」（《攝影畫報》，卷9期1，1933年1月1日，頁8）也登載在三和公司的不同期刊上，但是三和都選擇隱瞞梁愛保的編輯身分。

這種態度不禁讓人疑惑：「梁愛寶（保）」為何要在擔任《玲瓏》、《電聲日報》編輯時換作署名「梁心璽」，而不用原名「梁愛寶（保）」？為何在這兩份期刊登出的婚訊中，刻意避免暴露身分？為何不像下文將要探討的《玲瓏》中另外一位炙手可熱的編輯「陳珍玲女士」一樣，將梁心璽的「女士」身分清楚表明？當史料證實，一份小報的編輯，其實是上過《玲瓏》封面的大家閨秀、受過良好教會教育、自食其力的「新女性」時，或許我們也應該重新思考，小報的風格和運作究竟有何特點？這種特點與性別和教育背景之間是否有特定聯繫？

那個時代相當多的小報編輯是男性，如《晶報》背後的推手余大雄、袁寒雲，又如《上海畫報》的畢倚虹、錢芥塵。而「梁心璽」是個比較中性的名字，推想此人是男性似乎也並不過分；另一方面，小報多注重社會八卦，標題內容常聳

---

<sup>46</sup> 《玲瓏》，卷2期70（1932年10月10日），頁953；《電聲日報》，期163（1932年10月10日），頁649。

人聽聞，從文風來說較難與女性端莊秀麗的社會期待掛鉤。所以，在資料有限的情況下，研究者容易傾向認為「梁心璽」是男性，而不是女性。我們是否可以據此逆向推想：正是爲了方便編輯小報，不因編輯文字風格而受詬病，三和才刻意隱藏梁心璽的女性身分？換言之，編輯的身分與性別也可人爲操控；而這種操控正是三和公司的營銷策略之一。

## (2) 「陳珍玲女士」

與「梁心璽」刻意隱藏性別身分形成鮮明對照的，是《玲瓏》中每期必然出現的編輯「陳珍玲女士」。這位女士，是《玲瓏》從第一期開始就重點推介的女編輯，《玲瓏》七年的歷史中，她的名字或出現在版權頁，或出現在「婦女」欄目的第一頁裡，無一期例外，這是任何一位其他編輯都不曾做到的。該雜誌第一期（1931年3月18日，頁5）曾登出的一條署名「珍玲」的聲明〈給姐妹們〉：「珍自離校後與同學及老友每少聚首之機會，消息久疏。今就任本雜誌婦女部編輯，願爲全國女同胞之喉舌，發揮女子之積愜，並請同志踴躍賜稿，能附本人或本文照片尤感。」以往的研究均援引這條資料，相信「陳珍玲女士」確有其人；一些研究據此推斷，《玲瓏》是一本由女性主編的「女性雜誌」，雜誌所傳達的觀點特別體現了雜誌作爲「婦女喉舌」的立場。

然而，Gary Wang 的研究成果質疑了這一成見。他認爲陳珍玲女士很可能只是個化名，最直接的證據是遍尋《玲瓏》不得其人玉影，這對於以大量刊登女學生肖像照片吸引讀者的雜誌而言不甚合理。經過長期系統地查找陳珍玲的信息，筆者也認爲陳珍玲是個筆名：除了因爲像 Gary Wang 一樣，未曾找到關於「陳珍玲女士」的任何影像之外，《申報》上

登載的一條新聞似乎也說明陳玲瓏並不真實存在。1936年初,《玲瓏》曾因刊登的一篇文章被認為「內容涉有穢褻」,「經工部局警務處依法檢舉、由特一法院對該刊編輯彭兆良、陳玲瓏出票傳案」。<sup>47</sup>這本是陳玲瓏不得不現身的一個場合,結果卻是「因陳不在滬、祇彭一人到庭應訴」。筆者認為,這恰恰是陳玲瓏真人不存在的證據之一。

此外,Gary Wang考慮到上海方言的發音,推想陳玲瓏的名字用上海話發音或可理解為「成真玲」,寓意「成為真正的玲瓏」,此論點很有新意。<sup>48</sup>筆者的思路與Gary Wang有相似之處,不同的是,筆者推測陳玲瓏很可能是「林澤蒼」名字倒序排列的上海話發音「Tsang Tse Ling」,意為「藏真林」,暗示陳玲瓏是林澤蒼的化名。考慮到《玲瓏》的編輯團隊中還有其他的男性成員,這些人或許也曾分擔「陳玲瓏女士」的編輯工作。1932年12月,梁心璽正式出現在《玲瓏》的版權頁上前後,也極有可能是「陳玲瓏女士」的幕後主力。與「梁心璽」的去性別化一樣,「陳玲瓏女士」的性別身分也是一種營銷策略;而陳女士編輯活動的背後,是前述各位編輯的辛勤勞動。

##### 5.「嬌小精美」:「玲瓏」的品牌化與性別化

在中國期刊的出版史上,《玲瓏》創造了「嬌小精美之空前小雜誌」,六十四開的版面使它在市場上獨樹一幟,深得年輕讀者的喜愛。如前所述,三和旗下的出版物中,《玲

---

<sup>47</sup> 〈玲瓏登載穢褻文字〉,《申報》,1936年1月28日,第14版。

<sup>48</sup> Gary Wang, "Making 'Opposite-sex Love' in Print: Discourse and Discord in *Linglong Women's Pictorial Magazine*, 1931-1937," p. 247.

《玲瓏》是現今學界給予最多關注者。目前的研究成果主要包括三個方面：一是對雜誌的內容進行爬梳整理，意在理解《玲瓏》作為女性雜誌的特質及對都市女性形象的建構；<sup>49</sup> 二是利用雜誌所提供帶有性別視角的材料，討論 1930 年代的國族話語、身體話語、和性別關係；<sup>50</sup> 三是以《玲瓏》中的圖像資料為例，從跨文化的角度探討 1930 年代中國雜誌在全球文化流中的位置。<sup>51</sup> 然而，以往的研究尚未指出三和公司運作《玲瓏》的一個創新之處——期刊名稱的品牌化與性別化。

《玲瓏》雜誌甫出版，三和公司就將「玲瓏」拓展成一個品牌系列，用來銷售旗下的不同產品，以文化創生品牌，再以品牌謀求經濟效益的最大化，實現文化與商業的互利。這些產品可以分為三類：一類是由《玲瓏》雜誌衍生出的相

---

<sup>49</sup> 李克強，〈《玲瓏》雜誌建構的摩登女性形象〉，《二十一世紀雙月刊》，期 60（2000 年 8 月），頁 92-98；孔令芝，《從〈玲瓏〉雜誌看 1930 年代上海現代女性形象的塑造》。此外另有中文論文數篇，研究內容角度不出上述範圍。

<sup>50</sup> Yunxiang Gao, "Nationalist and Feminist Discourses on *Jianmei* (Robust Healthy Beauty)," in *Sporting Gender: Women Athletes and Celebrity-Making during China's National Crisis, 1931-45* (Vancouver: UBC Press, 2013), pp. 58-80. 此文較早曾登於 *Gender and History* 18:3 (November 2006), pp. 546-573. 另，Barbara Mittler 2007 在海德堡舉行的研討會 "New Women and the Reconfiguration of Genres: China in international Perspective" 上發表的論文 "New Women and Old Scandals: Making News, Mixing Genres and Gendering the Fictional and the Factual in *Linglong* (1931-1937) and Earlier Women's Magazines" (未刊稿，感謝作者分享)；Gary Wang, "Making 'Opposite-sex Love' in Print: Discourse and Discord in *Linglong Women's Pictorial Magazine*, 1931-1937," pp. 244-347.

<sup>51</sup> Liying Sun, "Engendering a Journal: Editors, Nudes and Transcultural Production in *Linglong* and its Global Context," in Joan Judge, Barbara Mittler and Michel Hockx ed., *A Space of Their Own: Women and the Periodical Press in China's Long Twentieth Century*, (forthcoming)

關書籍，主要包括《玲瓏叢書》和《玲瓏漫畫》。1931年，在策劃出版《玲瓏叢書》時，《玲瓏》曾登載廣告稱：

玲瓏雜誌，嬌小精美，閱之，愛不忍釋，故本刊同人業已著手編輯『玲瓏叢書』多種，絡續付印，大小與玲瓏雜誌完全相同，攜帶異常便利，每本定價分一角，二角，三角，三種。『她與他』分為四五種，歸於玲瓏叢書。『常識』十餘種，『攝影』十餘種，『婦女』十餘種均在編行中，歡迎稿件重價收買，預料此種創舉，必受讀者之歡迎也，詳情後佈，特此預告。<sup>52</sup>

從叢書的規格上看，顯然嬌小便攜的尺寸是賣點之一；從內容上看，編者意在將三和系列刊物中比較受歡迎的欄目文章結集出版，主題涵蓋婦女問題、兩性關係、攝影和生活常識。孔令芝的研究顯示，至1937年2月，《玲瓏叢書》已出版達九種；《玲瓏漫畫》的構思營銷則稍有不同。三和公司1932年8月便已邀請當時炙手可熱的漫畫家二十四位，計劃「九月中旬出版，每冊十六頁，漫畫三、四十幅，用道林紙套色精印，售洋四分」，「專繪其擅長之作風：如國際、時事、抒情、社會、學校、婦女、兒童、家庭、生活及長篇等諷刺漫畫」。<sup>53</sup>三和在出版《玲瓏漫畫》的同時，也在第70期至80期《玲瓏》雜誌內加4至16頁《玲瓏漫畫》的插頁，希望引起讀者的購書欲望。不論是從《玲瓏》和其他期刊中抽取內容出版《玲瓏叢書》，還是先出版《玲瓏漫畫》再節選漫畫刊登於《玲瓏》中，三和都在塑造「玲

<sup>52</sup> 〈玲瓏叢書出版預告〉，《玲瓏》，卷1期27（1931年9月15日），頁985。

<sup>53</sup> 《玲瓏》，卷2期65（1932年8月31日），頁683。

瓏」這一文化品牌，圍繞品牌效應做文章。

另一類是和《玲瓏》塑造的生活方式(lifestyle)有關的產品，比如用於書寫的「嬌小新穎、美麗可愛」、「既經濟而又靈便」之「玲瓏箋」或「玲瓏信箋」。這類產品常常有女性化的傾向。可以想像，讀者看過雜誌文章或讀者來信之後，會樂意用玲瓏信箋記錄自己的讀後感想與心情，甚或用信箋寫文章投稿。<sup>54</sup> 又如，《玲瓏》每期都登載相當數量的閨秀照片，形成一種人物肖像集錦的視覺特徵。爲了配合讀者「留貼親朋戚友所贈之照片，或自己所攝之佳作藉以珍藏不至遺失」，「三和公司總經理」特意推出活頁「玲瓏家庭貼照簿」，分有一元和四元兩種規格，供給「攝影大家、各校學生、大小家庭、閨秀仕女」，而且他們「必購買一冊」。<sup>55</sup> 最後一個例子，是「三和公司總經理」登在《玲瓏》的「玲瓏牌醬油」廣告。廣告詞聲稱：

醬油在烹調菜餚時，占最重要的地位。世上所售的醬油，大都口味不佳，沒有香氣與鮮味，現有玲瓏醬油出世，味道特鮮，烹調肴饌，醇美絕倫，且發明者用上等原料，照科學方法精製，清潔衛生，可以打倒全世界一切醬油。<sup>56</sup>

醬油每瓶八角，在當時著名的百貨公司——如先施和永

---

<sup>54</sup> 《玲瓏》1931年4-7月曾多次登出「玲瓏箋」廣告，如卷1期20（1931年7月29日），頁710。有時也稱「玲瓏信箋」，廣告見卷1期25（1931年9月2日），頁920。

<sup>55</sup> 《攝影畫報》，卷7期313（1931年11月7日），頁141。

<sup>56</sup> 《玲瓏》，卷1期35（1931年11月11日），頁31；《攝影畫報》也常登這種廣告，如卷7期318（1931年12月12日），頁141；卷8期368（1932年10月1日），頁61。

安——均有出售。同樣是與生活方式相關的產品，標榜科學、清潔、衛生的「玲瓏醬油」已經從文具裝飾類產品過渡到調味品，從書房、客廳走向廚房。

還有一類產品與「玲瓏」的生活方式關聯較小，卻藉由「玲瓏」創造的摩登品味促銷。比如，「驚人發明之國貨，國民政府事業部特許專利之玲瓏膠泥（又名人造皮），專補中西靴鞋，手續簡易，異常經用。」<sup>57</sup> 又如，「歐美盛行之廣告」、「可印商店牌號」的「玲瓏汽球」。<sup>58</sup>

1931年11月，《玲瓏》甫出版八個月，「玲瓏」品牌的開發已頗具規模，《攝影畫報》曾大篇幅登載「玲瓏產品廣告」，囊括了九種已經推出的產品（圖5）。除前述產品外，還包括「玲瓏石膏飾品、玲瓏標準乒乓球、玲瓏各種照片、玲瓏照片襯紙、玲瓏叢書、玲瓏旅行摺椅」，價格從一分到五元不等。<sup>59</sup> 此外另有九種即將推出的產品：「玲瓏餅乾、玲瓏手巾、玲瓏肥皂、玲瓏懷爐、玲瓏香品、玲瓏火柴、玲瓏香煙、玲瓏糖酒、玲瓏文具」，包羅萬象。<sup>60</sup> 前九種商品大都圍繞林氏兄弟攝影、乒乓球、出版的嗜好或事業產生創意，再次顯示了出版者的個人興趣愛好與文化產品運作之間的密切關係；而後九種則拓展到日常生活用品，顯示出三和公司此時的營銷策略，是不斷擴大品牌所涉及的商品範

<sup>57</sup> 《玲瓏》，卷1期53（1932年6月8日），頁36。期54-57也登了同一廣告。

<sup>58</sup> 《攝影畫報》，卷8期370（1932年10月15日），頁77（誤印為頁78）。

<sup>59</sup> 「玲瓏乒乓球」廣告也見《玲瓏》，卷2期66（1932年9月7日），頁729。

<sup>60</sup> 《攝影畫報》，卷7期313（1931年11月7日），頁101。



圍。將期刊名稱拓展為系列商品品牌的營銷策略，在筆者所知的中國乃至世界近現代出版史上都是非常罕見的，是三和公司創新精神的最佳註腳。

# “玲瓏”

行發已業品出種各美精小端

	玲瓏 貼照簿 一元	美術 鮮味 五角	玲瓏 醬油 八角	精露 過人 八角	玲瓏 飾品 五角	石膏 大方 五角	玲瓏 照片 一分	各種 美術 一分	玲瓏 標 乒乓球 一角	玲瓏 照片 紙 五分	玲瓏 藝術 信箋 五分	玲瓏 圖 雜誌 八分	玲瓏 叢書 各種 一角	玲瓏 旅行 摺椅 二元半
--	-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------------	---------------------	----------------------	---------------------	----------------------	-----------------------

上海南京路五十六號

華商三和公司總經理

▲ 玲瓏文具

▲ 玲瓏糖酒

▲ 玲瓏香煙

▲ 玲瓏火柴

▲ 玲瓏香品

▲ 玲瓏懷爐

▲ 玲瓏肥皂

▲ 玲瓏手巾

▲ 玲瓏餅干

左出品預告

圖 5：玲瓏產品廣告，《攝影畫報》，卷 7 期 313（1931 年 11 月 7 日）頁 101。

## (二) 「科技景觀」：印刷、攝影、電影、無線電

除了上文所述的幾種營銷策略之外，三和公司自始至終都非常強調現代科技在期刊出版中的角色，隨著時代的發展，三和強調的重點先後是印刷技術、攝影術、電影和無線電。對於媒介與技術的重視，與林氏家族成員受過教會學校中高等教育有密切關係。一方面，這些編輯都有優秀的雙語能力，可以熟練閱讀外文期刊或文獻資料，從而了解世界期刊出版和技術發展的最新動態；另一方面，他們就學期間都活躍於各種課外活動，如期刊編輯及攝影等，對於新媒體和新技術的觀念應該相當開放。下文將以《攝影畫報》和《電聲日報》為例，探討「科技景觀」如何展現在「媒體景觀」之中。

### 1. 印刷和攝影

《攝影畫報》將先進的印刷和攝影技術作為該報區別於其他刊物的特色，並且樂於與讀者進行互動，說明印刷技術，或解答相關疑問。早在1925年出版的第3期，《攝影畫報》就在「編輯者言」中向讀者宣布「自本期起，改用德國最新機器印刷，決不致有模糊難看的事。」<sup>61</sup> 從那時起，讀者是否對印刷質量滿意，一直是《攝影畫報》關注的焦點之一。若讀者滿意，該報也會登出自勉：「本報之印刷，係由外國技師擔任，堪稱獨步。近日收到來函，一百二十餘封，對於印刷異口同聲曰『好極！』。然同人等仍未自滿。」<sup>62</sup> 有

<sup>61</sup> 〈編輯者言〉，《攝影畫報》，卷1期3（1925年9月5日），頁1。

<sup>62</sup> 〈編輯者言〉，《攝影畫報》，卷3期106（1927年9月17日），

時，《攝影畫報》會在頭版的「編輯者言」中，仔細地向讀者解釋印刷技術的改進或創新之處：

許多讀者來函詢問本報墨色在銅版之白光處發現淡棕色，是否印刷不良之積污。否否。蓋本報之墨係向德國特定之「雙套棕色墨」，中國印刷界目下尚無人用之，實因其價之奇昂也。銅版往往較照片為硬而強 Contrast，紙色又係白色，故國內銅版之印刷，多無色調 tone（即顏色之層次），但此種「雙套色墨」則能補救此弊，而增加美術之價值，已得世界著名美術家之讚許。讀者詳細久閱之，必愈覺本報墨色之美麗而有色調也。<sup>63</sup>

1925 年後幾年間，各式期刊紛紛嘗試銅版圖像，簡稱「銅圖」；畫報更是首當其衝，將銅圖的數量和質量作為買點。當時銅圖印刷的技術還不十分穩定，操作稍有不偏差，墨色、清晰度可能不盡理想；同時，銅圖成本較高，若數量過多，成本控制容易出現問題。以上三個例子中，《攝影畫報》都向讀者強調該報印刷環節的先進性，從機器、技師到油墨，無不與外國接軌，意在提供完美的墨質、清晰的「色調」。一方面，畫報登載的文字內容呈現出對先進印刷技術的崇尚，是「媒體景觀」中的「科技景觀」；另一方面，畫報本身作為印刷技術的成品，展現了這種「科技景觀」的物質成果。

除了印刷技術外，《攝影畫報》始終重視的還有攝影技

---

頁 41。

<sup>63</sup> 〈編輯者言〉，《攝影畫報》，卷 4 期 170（1928 年 12 月 22 日），頁 153。

術。如本文第一部分所論及的，林家成員大多愛好攝影，又是中國攝影學會成員，他們對攝影的熱愛以及對攝影知識的傳播都展現在《攝影畫報》中。

首先，從 1925 年開始，林澤蒼便開辦「攝影研究欄」，集中討論攝影過程中的曝光技術、底片沖洗技巧、化學配方、外國攝影動態以及各類取景構圖技巧，並透過實例向讀者解釋攝影審美，形成同好交流攝影心得的園地。這個欄目貫穿了《攝影畫報》的歷史，雖曾因改版或因林澤蒼、高維祥事務繁忙而中斷數次，但總是「應讀者要求」而恢復，可見其對介紹攝影技術的重視。

其次，《攝影畫報》常年登出各式最先進的照相器材和耗材的廣告，比如各種進口相機、膠卷：「美商柯達公司各種優等照相材料」、<sup>64</sup> 德國「蔡司 Zeiss」鏡頭、<sup>65</sup> 「Lignose 德國製造之立拿司影片」、<sup>66</sup> 「蔡司伊康軟片 Zeiss Ikon Film-pack」、<sup>67</sup> 「法國 Lumiere 羅密乾片及各種放大紙」、<sup>68</sup> 「柯達公司白朗尼鏡箱」；<sup>69</sup> 當攝影技術逐漸向活動影片技術發展時，廣告中便開始出現「Agfa 摩維克司旅行家庭片機」等最新機器。<sup>70</sup> 大部分這類廣告的背後，都是規模龐大的歐美跨國公司，顯示出近代全球化的喧嘩景象。

此外，滬上炙手可熱的照相館也競相作廣告，例如「高

---

<sup>64</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 1（1925 年 8 月 22 日），頁 1。柯達公司是該報長期廣告客戶。

<sup>65</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 5（1925 年 9 月 19 日），頁 4。

<sup>66</sup> 《攝影畫報》，卷 2 期 45（1926 年 6 月 26 日），頁 4。

<sup>67</sup> 《攝影畫報》，卷 5 期 227（1930 年 3 月 1 日），頁 213。

<sup>68</sup> 《攝影畫報》，卷 4 期 180（1929 年 3 月 16 日），頁 236。

<sup>69</sup> 《攝影畫報》，卷 4 期 180（1929 年 3 月 16 日），頁 237。

<sup>70</sup> 《攝影畫報》，卷 5 期 227（1930 年 3 月 1 日），頁 216。

伯贊照相館」<sup>71</sup>「明晶照相館」<sup>72</sup>「上海中華照相」<sup>73</sup>「菱花照相」<sup>74</sup>「滬江攝影樓」<sup>75</sup>「英明照相」<sup>76</sup>不勝枚舉。這些照相館大多由本地攝影師經營，為連接攝影技術與日常生活的重要空間。關於照相館資訊與照相技術、照相器材和耗材的種種信息，構成《攝影畫報》對當時最摩登的攝影技術的傳播，成為了「科技景觀」不可或缺的一部分。

## 2.電影和無線電技術

到了 1930 年代，電影和無線電廣播成了最現代的消閒娛樂。三和公司根據市場的需求而創立《玲瓏》，從第一期開始，就將電影設為幾個主要欄目之一，取英文 movie 的音譯「幕味」，介紹各國（主要是好萊塢）最新的電影動態，登載好萊塢明星照片、生活八卦、電影片段圖片，探討電影、社會、性別之間的關係。不管是以林氏兄弟或其他編輯的名義，還是以「陳珍玲」的名義，介紹電影都是為「增進婦女優美生活、提倡社會高尚娛樂」此一出版目標服務。根據 WoMag 資料庫對《玲瓏》的不完全分析統計，1931 年到 1935 年間僅標題中含有「好萊塢」而不含「電影」的文章共有 99 篇；含有「電影」二字的文章有 88 篇，議題包括「電影與戀愛」（卷 1 期 6，1931 年 4 月 22 日，頁 214）、「婦女與

---

<sup>71</sup> 1925 年頻繁登出此照相館廣告，如《攝影畫報》，卷 1 期 2（1925 年 8 月 29 日），頁 4。

<sup>72</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 4（1925 年 9 月 12 日），頁 4。

<sup>73</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 4（1925 年 9 月 12 日），頁 4。

<sup>74</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 4（1925 年 9 月 12 日），頁 4。

<sup>75</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 5（1925 年 9 月 19 日），頁 4。

<sup>76</sup> 《攝影畫報》，卷 1 期 5（1925 年 9 月 19 日），頁 4。

電影」(卷1期12,1931年6月3日,頁430),「關於電影之問答」(卷1期25,1931年9月2日,頁930),「兒童觀電影的注意」(卷1期26,1931年9月9日,頁963),「蘇俄的電影生活」和「國產電影界的出路」(卷2期78,1932年12月14日,頁1340,1342)等等。和世界最新電影內容同步更新的,還有廣告中出現的電影器材:「最新柯達八米厘家庭電影鏡箱」。<sup>77</sup>

事實上,《玲瓏》發行一年多後,三和公司已經意識到電影作為期刊賣點的商機,於是《電聲日報》於1932年5月1日應運而生。以小報的風格筆法,及時地介紹電影資訊、建立獨立的評級系統是該報的幾大特色;對此,市場報以熱烈的回應,引起眾多期刊仿其設計,這些都離不開女性主編梁心璽的貢獻。<sup>78</sup>一位讀者來信道:「主筆先生,自從貴報誕生以後,現在上海的電影刊物,真像雨後春筍的一天多似一天。鄙人每逢一種刊物出世,無不爭先恐後的購閱,覺得貴報的內容的豐富、文字的精彩,使閱者莫不讚美,那模仿而後起的,真是望塵莫及呢。」<sup>79</sup>林澤蒼對《電聲日報》的

---

<sup>77</sup> 《玲瓏》,卷3期86(1933年3月1日),頁273。WoMag 資料庫仍在持續編輯中,文中統計數字為2014年3月20日結果。

<sup>78</sup> 林澤蒼曾在《電聲日報》,卷1期43(1932年6月12日,頁169)登一則〈緊要啓事〉,聲明「鄙人公務極忙,對於本報編輯,概不顧問。又鄙人對於無線電完全門外漢,今有人發函將蒼列於無線電顧問,實未克如命,特此聲明。」

<sup>79</sup> 〈讀者呼聲:也該為音樂迷着想〉,《電聲日報》,卷1期66(1932年7月5日),頁4。「讀者呼聲」一欄的解釋:「本欄專供讀者自由發表意見——評論或記述與更正——來稿須具姓名住址並附鑑章。文責自負,無酬。」

創新精神也相當滿意，驕傲地稱其為「電聲奇蹟」。<sup>80</sup>

如文章開頭所提及，學界對於《電聲》在影評方面的貢獻已有所討論，此不贅述。正如《電聲日報》的英文名字 *Radio Movie News*（從第 31 期起改為 *Radio Movie Daily News*）所示，除了悉心打造電影這一摩登科技與媒體的結合體外，它還重點推出無線電(radio)相關的版面，主要由林履彬主持，正因如此，三和公司自稱「（電聲）是電影與無線電之鼻祖」。<sup>81</sup>

關於無線電方面的內容主要包括三個方面，一是普及無線電科技原理；二是討論無線電在日常生活和社會生活中的應用；三是定時登載幾個電台的「播音時間節目表」和電台的相關訊息。

比如刊登於《電聲日報》上的系列文章〈無線電怎樣在空氣中傳播〉，深入淺出地向一般讀者解釋「無線電信號也是一種電流，只要將這電流囑託給天線、由天線向周圍發散出去，特異的地方就是不要藉金屬及其他物質做導體」。<sup>82</sup>〈無線電常用名詞標準譯名表〉包括一系列中英文名詞的對照，比如「A. C. Alternating Current（原文如此，誤。應為 current—筆者註）交流」、「Ampere 安培」等，為讀者閱讀外文資料提供幫助。<sup>83</sup> 系列翻譯文章〈無線電指南〉更加「是無線電迷的導師，學理簡明而切實用」，不僅介紹包括愛因斯坦等科學家對無線電科技的貢獻，也介紹可供操作的

---

<sup>80</sup> 林澤蒼，〈三和公司十五週年紀念之回顧〉，頁 81。

<sup>81</sup> 《電聲日報》，卷 1 期 66（1932 年 7 月 5 日），頁 261。

<sup>82</sup> 《電聲日報》，卷 1 期 19（1932 年 5 月 19 日），頁 75。

<sup>83</sup> 〈無線電常用名詞標準譯名表〉，《電聲日報》，卷 1 期 18（1932 年 5 月 18 日），頁 72。

具體的無線電線路圖。<sup>84</sup> 值得一提的是，這一系列文章都收入「玲瓏叢書第廿一種」，應該曾經以《玲瓏》相關書籍的名義出版過。

〈上海羅馬間無線電已通話〉（期 15，1932 年 5 月 15 日，頁 60）則描繪出現代的通訊手段如何將上海和「相距幾千萬里」的遙遠的外部世界連接起來，「於數分鐘內相談於一室」，「科學之力，誠有非吾人所能想像者矣」。不僅各國通過無線電技術加強了官方的聯繫，民間對無線電技術的興趣與實踐也開始跟進，半年之後，一篇小文章〈寧波收聽歐洲廣播之成績〉（期 208，1932 年 11 月 25 日，頁 832）向讀者報告一位寧波讀者如何受上海讀者的啓發，凌晨四點收聽到四十餘個歐洲電台的故事，展現出讀者生活與無線電科技之間的聯繫。

而與讀者日常使用收音機關係最為密切的，是由林澤蒼開始搜集整理的「播音節目時間表」。此表中羅列了不同時段的「電台呼號」和節目，比如 1932 年 5 月 7 日的《電聲日報》（期 7，頁 27）中登載，浙江台的呼號是 XGY，「下午四時起」有「重要新聞」；與此同時，「XGX 新新」則播放「邱翠花大鼓」。有趣的是，「四時廿分至四時五十分」，還有一個電台「ABC 玲瓏」專講「婦女問題及節目」，很可能是《玲瓏》雜誌結合新媒體創制出的又一與性別議題相關的文化產品。自下午六時起，時間表上便出現幾個播放「舞樂」的外國電台，比如「LORK 日本」、「LOSK 日本」、

---

<sup>84</sup> 如〈無線電指南四〉，《電聲日報》，卷 1 期 17（1932 年 5 月 17 日），頁 68；〈無線電指南三〉，卷 1 期 18（1932 年 5 月 18 日），頁 72；〈無線電指南四〉，卷 1 期 19（1932 年 5 月 19 日），頁 76。



「GXAK 臺北」、「LOAK 日本」、「LUAK 日本」等等，再次向讀者展現出新科技如何將世界緊密地連接在一起，為讀者提供了想像世界的管道。

1930 年代是林澤蒼出版事業的巔峰，《攝影畫報》、《玲瓏》和《電聲》都各領風騷數年，成為讀者擁簇、業界翹楚的時代讀物。1937 年中日戰爭爆發，除《電聲週刊》仍繼續出版之外，《攝影畫報》和《玲瓏》都在八月初停刊。三和公司後來還開發了《家庭良友》、《精華週刊》、《中外影訊》等報刊雜誌，直到 1940 年代還在延續著出版事業。

## 結 論

本文運用「整體對比閱讀」和「嵌入式閱讀」的研究方法，從 ECPO 資料庫中的《玲瓏》和《電聲日報》內容入手，探索這兩個刊物背後的發行機構，編輯人員之間的關聯，並結合其他期刊和史料（檔案）勾勒出三和公司的構成、發行歷史以及在期刊市場上的運作特點。林澤蒼是本研究的核心人物，他創立的三和公司獲得家族成員（兄弟、妻子）的支持，主營進出口業務，兼營出版。雖然出版業不過是「副業」，然三和公司卻通過靈敏的市場嗅覺，不斷創新的精神發行一系列刊物：《攝影畫報》、《捲筒紙畫報》、《常識》、《玲瓏》、《電聲》等等。這些刊物各有特點，彼此之間有著千絲萬縷的聯繫，雖在市場上的生存狀態和生命週期各不相同；他們卻都是三和公司根據期刊市場的供求關係做出的靈活而具創新性的反應的結果，這種靈活性與創新性應該是三和公司相對於大資本出版機構的最大優勢。更重要的是，三

和公司的林氏族親都是教會學校出身，有優異的雙語背景，熟諳摩登社會的脈動。他們編輯出版的刊物，例如《攝影畫報》，注重展示印刷和攝影的相關知識；後來的《電聲日報》，則抓住了電影和無線電這兩種最新的都市娛樂方式。這些期刊都展示 Appadurai 意義上的「媒體景觀」以及「科技景觀」，是全球文化流的一部分，也是都市現代性的產物。在此過程中，林澤蒼有意識地以「女性編輯」和性別議題作為銷售策略開拓報刊市場，將《玲瓏》編輯「陳珍玲女士」包裝成婦女問題專家，同時卻隱去《電聲日報》編輯梁心璽的女性身分。當《玲瓏》逐步被塑造成都市女性期刊時，三和公司進一步將「玲瓏」做成一個個性鮮明的品牌，銷售各式商品，以文化創造商業價值，再以商業支撐文化產品的生產。

## 徵引書目

### 期刊

《攝影畫報》，1925-1937。

《常識》，1928-1931。

《玲瓏》，1931-1937。

《電聲日報》，1932-1933。

《電聲週刊》，1934-1941。

《申報》，1936。

*The China Press*, 1932.

### 中文

三山，〈閱「捲筒紙畫報」之經濟〉，《常識三日刊》，期 70，  
1928 年 7 月 24 日，頁 280。

上海市工商調查所，《上海市工商行名錄》。上海：工商調查所，  
1939。

上海光華大學，《丙寅年光華年彙》，卷二。上海：光華大學丙  
寅年年刊社，1926。上海檔案館 Y8-1-209。

上海光華大學，《光華大學同學錄》。上海：光華大學同學會，  
1935 年 4 月。上海檔案館 Y8-1-213。

上海攝影家協會、上海大學文學院，《上海攝影史》。上海：上  
海人民美術出版社，1992。

孔令芝，《從〈玲瓏〉雜誌看 1930 年代上海現代女性形象的塑  
造》。臺北：稻鄉出版社，2011。

- 王飛仙，〈《期刊、出版與社會文化變遷——五四前後的商務印書館與《學生雜誌》》〉。臺北：政大歷史系，2004年8月。
- 李克強，〈《玲瓏》雜誌建構的摩登女性形象〉，《二十一世紀雙月刊》，期60，2000年8月，頁92-98。
- 林澤民，〈七日一女士梁愛寶女士〉，《攝影畫報》，卷3期116，1927年11月26日，頁126。
- 林澤蒼，〈三和公司十五週年紀念之回顧〉，《電聲週刊》，卷6期1（總931號），1937年1月1日，頁79-81。
- 林澤蒼，〈緊要啓事〉，《電聲日報》，卷1期43，1932年6月12日，頁169。
- 林澤蒼、高維祥合著，《增廣攝影良友》。上海：中國攝影學會發行，1928。
- 孫慧敏，〈翰林從商——張元濟的資源與實踐(1892-1926)〉，《思與言：人文與社會科學雜誌》，卷43期3，2005年9月，頁15-52。
- 祝均宙，《圖鑑百年文獻：晚清民國年間畫報源流特點探究》。臺北：Airiti Press Inc，2012。
- 記者，〈二年來畫報興覆史〉，《攝影畫報》，卷2期100，1927年8月6日，丙。
- 馬運增等編，《中國攝影史 1840-1937》。北京：中國攝影出版社，1987。
- 高維祥，林澤蒼，《袖珍攝影良友》。上海：中國攝影學會出版，1926。
- 張偉，《談影小集——中國現代影壇的塵封一隅》。臺北：秀威資訊科技股份有限公司，2009。
- 張愛玲，〈談女人〉，《天地》，期6，1944年3月，頁14-18。

連玲玲編，《萬象小報：近代中國城市的文化、社會與政治》。

臺北：中央研究院近代史研究所，2013。

趙君豪，〈畫報之一頁歷史〉，《攝影畫報》，卷 2 期 100，1927 年 8 月 6 日，丙。

趙君豪，《中國近代之報業》。上海：商務印書館，1939。收入沈雲龍主編，《近代中國史料叢刊續編》，第九十六輯。臺北：文海出版社，1966。

劉凌滄，〈中國畫報之回顧〉，《北洋畫報》，期 888，1933 年 1 月 31 日，頁 2。

韓紅星，〈民國時期畫報的廣告經營——基於天津《北洋畫報》史料〉，《中國出版》，2012 年第 9 期，頁 72-74。

韓紅星，〈近代城市化進程中的報業生存——以民國《北洋畫報》為研究對象〉，《當代傳播》，2011 年第 3 期，頁 68-70。

薩空了，〈五十年來中國畫報之三個時期〉，引自上海圖書館中國文化名人手稿館編，《薩空了文集》。上海：科學技術文獻出版社，2002，頁 365-371。

離離（塵無），〈上海電影刊物的檢討〉，《民報》，1934 年 5 月，收入陳播，《中國左翼電影運動》。北京：中國電影出版社，1993，頁 127。

蘇州東吳大學學生，《東吳年刊》，卷一。蘇州：蘇州東吳大學出版，1929。

## 西文

Appadurai, Arjun. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press, 1996.

Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital." in J. E. Richardson ed.,

- Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1986, pp. 241-258.
- Bourdieu, Pierre. *Homo Academicus*. Stanford, Calif: Stanford University Press, 1988.
- Gao, Yunxiang. *Sporting Gender: Women Athletes and Celebrity-Making during China's National Crisis, 1931-1945*. Vancouver: UBC Press, 2013.
- Hagedorn, Nancy L. "A Friend to go between Them: The Interpreter as Cultural Broker during Anglo-Iroquois Councils, 1740-70." *Ethnohistory* 35:1, Winter 1988, pp. 60-80.
- Huang Xuelei. "Commercializing Ideologies: Intellectuals and Cultural Production at the *Mingxing* (Star) Motion Picture Company, 1922-1938." Ph. D. dissertation, Heidelberg University, 2009.
- Janku, Andrea. "Preparing the Ground for Revolutionary Discourse: From the Jingshiwen Compilations to Journalistic Writings in the Nineteenth Century." *T'oung Pao* 90, 2004, pp. 65-121.
- Janku, Andrea. *Nur leere Reden: politischer Diskurs und die Shanghaier Presse im China des späten 19. Jahrhunderts*. Otto Harrassowitz Verlag, 2003.
- Judge, Joan. *Print and Politics: "Shibao" and the Culture of Reform in Late Qing China*. Stanford, Calif: Stanford University Press, 1996.
- Lee, Leo Ou-fan. *Shanghai Modern: The Flowering of a New Urban Culture in China, 1930-1945*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999.
- Mitter, Rana. "'Life' as They Knew It: Du Zhongyuan's Editorial

- Strategies for the *Xinsheng* (New Life) Weekly, 1934-35.” in Daria Berg ed., *Reading China: Fiction, History and the Dynamics of Discourse: Essays in Honour of Professor Glen Dudbridge*. Leiden; Boston: BRILL, 2007, pp. 149-169.
- Mittler, Barbara. “In Spite of Gentility: Women and Men in *Linglong* (Elegance), a 1930s Women’s Magazine.” in Daria Berg and Chloe Star, eds., *The Quest for Gentility in China: Negotiations Beyond Gender and Class*. New York: Routledge, 2007, pp. 208-234.
- Mittler, Barbara. *A Newspaper for China? Power, Identity, and Change in Shanghai’s News Media, 1872-1912*. Cambridge, Mass: Harvard University Asia Center, 2004.
- Narramore, Terry. “Making the News in Shanghai: *Shen Bao* and the Politics of Newspaper Journalism, 1912-1937.” Ph.D. dissertation, Australian National University, 1989.
- Pang, Laikwan. *Building a New China in Cinema: The Chinese Left-Wing Cinema Movement, 1932-1937*. Rowman & Littlefield, 2002.
- Reed, Christopher A. *Gutenberg in Shanghai: Chinese Print Capitalism, 1876-1937*. Contemporary Chinese Studies. Vancouver: UBC Press, 2004.
- Richter, Daniel K. “Cultural Brokers and Intercultural Politics: New York-Iroquois Relations, 1664-1701.” *The Journal of American History* 75:1, June 1988, pp. 40-67.
- Sun, Liying, and Matthias Arnold. “TS Tools: How to Design a Database of Historical Periodicals.” *TS: Tijdschrift voor Tijdschriftstudies*

- (*Periodical for Periodical Studies*), July 2013, pp. 73-78.
- Sun, Liying. "Engendering a Journal: Editors, Nudes and Transcultural Production in *Linglong* and its Global Context." in Joan Judge, Barbara Mittler and Michel Hockx, eds., *A Space of Their Own: Women and the Periodical Press in China's Long Twentieth Century*. forthcoming.
- Vittinghoff, Natascha. *Die Anfänge des Journalismus in China (1860-1911)*. Opera Sinologica 9. Wiesbaden: Harrassowitz, 2002.
- Wagner, Rudolf G. "Joining the Global Imaginaire: The Shanghai Illustrated Newspaper *Dianshizhai huabao*." in Rudolf G. Wagner ed., *Joining the Global Public: Word, Image, and City in Early Chinese Newspapers, 1870-1910*, Albany: State University of New York Press, 2007, pp. 105-174.
- Wagner, Rudolf G. "The Early Chinese Newspapers and the Chinese Public Sphere." *European Journal of East Asian Studies* 1:1, 2002, pp. 1-33.
- Wagner, Rudolf G. "The Role of the Foreign Community in the Chinese Public Sphere." *China Quarterly* 142, 1995, pp. 423-443.
- Wang, Gary. "Making 'Opposite-Sex Love' in Print: Discourse and Discord in *Linglong Women's Pictorial Magazine*, 1931-1937." *NAN Nü* 13:2, November 2011, pp. 244-347.
- Weston, Timothy B. "Minding the Newspaper Business: The Theory and Practice of Journalism in 1920s China." *Twentieth-Century China* 31:2, April 2006, pp. 4-31.



網路資料：

上海圖書館辦，「上海年華」網站：[http://memoire.digilib.sh.cn/SHNH/book/book\\_introduction.jsp?bookId=18053&type=1](http://memoire.digilib.sh.cn/SHNH/book/book_introduction.jsp?bookId=18053&type=1)  
(2014年2月10日檢索)

趙俊毅，《舊中國攝影學會的更迭》，<http://www.fotosay.com/article/69557.shtml> (2010年6月23日檢索)

「晚清民國女性期刊」資料庫，“Chinese Women’s Magazines in the Late Qing and Early Republican Period”，網址見 <http://womag.uni-hd.de> (2014年3月20日檢索)

# From *Pictorial Weekly* to *Linloon Magazine*: The Periodicals Production and Publishing Strategies of San Ho Company, 1920s-1930s

Li-ying Sun\*

## Abstract

Scholars have begun to examine how print publishers with extensive capital operated their businesses during the Republican era; however, studies of how publishers with reduced capital survived in the same market are relatively rare. Taking *Linloon Magazine* and *Movie Radio News* as examples, two of the periodicals collected in the database of “Early Chinese Periodicals Online,” this article investigates San Ho Company and its founder, Lin Zecang, the background of the publishing house, and the most important figures on its editorial boards. This study further outlines the publishing history and marketing strategies of the San Ho Company by comparing these two periodicals with other periodicals of the day and archival materials.

Lin Zecang, manager of San Ho Company, received an excellent bilingual education at a church school and church

---

\* Liying Sun is doctoral candidate at the Institute of Chinese Studies, University of Heidelberg, where she acts as Database Content Manager and researcher for the project “Early Chinese Periodicals Online.”

university in Shanghai, and was familiar with the cultural trends of modern society. With outstanding instincts and the innovative spirit of the print market, he published a series of popular periodicals: *Pictorial Weekly* (*Sheying huabao*) (a cheaper version of the previous periodical entitled *Juantongzhi huabao*), *Common Knowledge* (*Changshi*), *Linloon Magazine* (*Linglong*), and *Movie Radio News* (*Diansheng ribao*), among others. His publishing enterprise exhibited what Appadurai conceptualized as “mediascapes” and “technoscapes” in the global cultural flow. Furthermore, Lin Zecang consciously promoted not only the role of “female editors,” but also the themes of gender relations in general. In this context, “Ms. Chen Zhenling,” most likely a pseudonym, was performed as an expert on “women’s questions”; in contrast, the gender of Liang Xinxi, the actual female editor of *Movie Radio News* as well as editor of *Linloon* for a few issues, was deliberately disguised. While San Ho Company gradually shaped *Linloon Magazine* to be a journal for modern urban women, the magazine title “*Linglong*” was commoditized as a brand. Under this brand, various San Ho products were sold, including a series of books related to the content of *Linloon Magazine*, as well as products related to the lifestyle intensively promoted by the journal.

**Key Words:** Lin Zecang, Liang Xinxi, Chen Zhenling, San Ho Company, periodicals, *Pictorial Weekly* (*Sheying huabao*), *Linloon Magazine* (*Linglong*), *Movie Radio News* (*Diansheng ribao*), gender studies