

## 抗戰時期粵劇在澳門的傳播——以報紙廣告為中心的考察

王忠\* 盧雪純\*\*

**摘要** 澳門是中國最早發展報刊業的地區之一。早在十九世紀，粵劇廣告的身影就出現在澳門的報紙上。抗日戰爭爆發後，因澳門“中立”的特殊環境，原本活躍在省港等地的戲班演員紛紛移師澳門，粵劇的繁榮中心也轉移到了澳門。粵劇市場激烈的商業競爭蔓延到報紙，戰時的粵劇廣告因戲院產業經營變動、社會時局變化等呈現出複雜多變的面貌。對於澳門粵劇商家而言，報紙是最富有活力的營銷傳播媒介，給商家提供了便捷的信息刊登平台，以便快速招攬觀眾。對於報業而言，粵劇廣告是主要的、穩定的廣告費來源，也因市民對於粵劇的喜愛和追捧，進而刺激了報紙的銷量，促進了報業的繁榮，二者可謂是互相成就。這些浩如煙海的粵劇廣告，是澳門粵劇市場變遷的實物見證，曲終人散後，今人依舊能從字裡行間，窺得戰時粵劇中心的芳華。

**關鍵詞** 澳門粵劇；廣告；報紙；傳播

### 一、澳門報業與粵劇的結盟

#### （一）澳門報業的起源發展

在近代中國，報紙是廣告的主要載體，一個地方廣告業的發達與否與報業息息相關。澳門是近代中國報刊的發源地，也是中國最早出現新聞事業的地區之一，在中國報業史上有着特殊的地位。1822年9月12日創刊的《蜜蜂華報》是澳門歷史上首份報紙，也是中國境內首份外文報紙和最早的近代報刊。1893年7月18日，孫中山的友人飛南第（Francisco Hermenegildo Fernandes）創辦了葡漢雙語的《鏡海叢報》，這是澳門最早期的中文報紙之一。《鏡海叢報》時常刊登一些抨擊時局、宣傳革命救國思想的文章，長篇累牘地報導中日甲午戰爭等重大時事，是愛國報紙的先鋒。《鏡海叢報》設有“中外報”“本澳新聞”“省

港報”等多個欄目，為讀者了解澳門本土以及海內外的新聞和風土人情提供了平台。《鏡海叢報》中文版出版發行了兩年左右，時間並不算長，但它與資產階級革命派關係密切，見證了孫中山先生在澳門的行醫經歷和革命之路，以及晚清澳門社會的變遷，是研究晚清澳門歷史和辛亥革命不可或缺的史料。

澳門第二份中文報紙《知新報》於1897年正式出版，該報由澳門巨賈何廷光出資，康有為、梁啟超等維新派人士籌備運營，是維新派在華南地區的輿論陣地。清末時期，葡萄牙雖已取得澳門的管治權，但本地華人並未偏安一隅，反而因為澳門特殊的地理位置與政治背景，匯聚了多方勢力，並在中國近代革命活動中擔當了關鍵角色。正因如此，清末民初澳門中文報紙的創辦與政治改良和民主革命關係很大。然而，政治並不是當時報業唯一的主題。澳門地方狹小，工商業並不發達，煙、賭、娼行業卻畸形發展，跑狗場、舞場、戲院等娛樂場所生意興隆，更被稱為“遠東蒙地卡羅”。因此，報紙上不乏一些娛樂報導，以及與之相關的各色廣告。

\* 王忠，博士，澳門城市大學人文社會科學學院教授，主要從事文化產業、非物質文化遺產、科學社會學研究。

\*\* 盧雪純，澳門城市大學文化產業管理課程碩士研究生，主要從事文化產業、戲劇產業研究。

## （二）早期報紙上的澳門粵劇廣告

以《鏡海叢報》為例，該報紙的廣告集中在“本澳新聞”欄目。廣告內容大約可以分為以下幾類：其一是醫藥廣告，主要宣傳外科醫生醫術與藥品；其二是商品廣告，主要是及時更新火油等商品的價格；其三是粵劇廣告，主要告知本澳民眾粵劇演出的時間和地點。

光緒二十年九月初五(1894年10月3日)，《鏡海叢報》刊登了一則《集款酬神》廣告，曰：

現在澳中商店議集鉅資酬神演醮，約需五大千金，僱召名班，金龍彩色各處巡行務極一時之耀，定本月十二舉行。<sup>1</sup>

光緒二十年十月初三(1894年10月31日)，《鏡海叢報》刊登了《演戲酬恩》廣告。原文如下：

連日蓮峰廟僱有國豐年名班開演，藉以酬答神恩。計訂戲四本，戲金一千四百元，所收回各費約僅千元云。<sup>2</sup>

顯然，清末時期，澳門的中文報紙上已經出現了粵劇廣告的身影，報刊業與粵劇廣告結合的時間幾乎與中文報紙的出現同步，這在一定程度上也體現了粵劇在澳門華人生活中的重要程度。與傳統靠人力走街串巷地散播廣告相比，報紙大大提高了澳門粵劇廣告的傳播效率和傳播範圍。此外，《鏡海叢報》還時常報導一些清平戲院的逸事，例如貴婦將貌美的粵劇小生認作乾兒子，這些都可以視為報紙對戲院的另類宣傳。比之廟宇、戲棚，清平戲院更加需要，也更依賴報紙這樣的近現代傳媒手段，因為酬神演出幾乎是慈善性質的，而清平戲院作為商業演出場所則需要盈利。在經營壓力的驅使下，澳門戲院與報業的關係越來越緊密。有賴於澳門良好的報業基礎，到了抗戰時期，隨着粵劇市場的擴大，戲院廣告刊登量大幅上升，成為了澳門報紙上一道獨特而

亮麗的風景。

## （三）抗戰時期刊登粵劇廣告的報紙

1937年至1945年期間，澳門中文報業進入了一個複雜的時期。當時的通訊手段並不如今天發達，報紙是澳門最主要的傳播媒介，具有重要的輿論導向作用，也是愛國者的喉舌。日本特務機關勢力進入澳門後，採取扶持漢奸辦報等多項手段，試圖控制澳門報業，宣傳其所謂的“大東亞共榮”等荒謬思想，企圖為日本的暴行塗脂抹粉。一些不願意被日寇收買的報紙在特務機關的迫害和經濟封鎖下被迫停刊。另一方面，澳門同胞以極大的熱忱投入到抗日救亡運動中。以《華僑報》為代表的報業，與日偽漢奸扶持的報紙進行了長時間的鬥爭，承擔了幫助澳門民眾了解抗戰真相的工作，對愛國新聞事業作出了很大的貢獻。

抗戰時期，澳門發行過的、可查證的，且較為完整地保存至今的報紙，主要有《華僑報》<sup>3</sup>《大眾報》<sup>4</sup>《西南日報》<sup>5</sup>和《市民日報》<sup>6</sup>。這四家報紙均刊登過數量可觀的澳門粵劇廣告，下文將對在報紙上刊登過粵劇廣告的商家、粵劇廣告投放情況及澳門粵劇廣告的發展歷程進行分析。

## 二、報紙上的粵劇廣告商家概況

### （一）刊登粵劇廣告的商家

抗戰時期，在報紙上刊登粵劇廣告的商家以戲院為主（參見表一）。除此之外，南灣遊樂場也曾在一段時期內短暫地刊登過粵劇廣告。澳門的戲院通常是綜合性娛樂場所，兼具電影放映、粵劇演出、話劇表演、交響樂演奏等多重功能。澳門這片彈丸之地，在抗戰時期有清平戲院、域多利戲院、南京戲院、平安戲院、國華戲院、海鏡戲院、樂斯戲院和新橋娛樂戲院等近十家戲院營業，可見當時娛樂市場之盛。

澳門研究

表一. 抗日戰爭期間刊登過粵劇廣告的商家（不完全統計）

廣告商家	營業年份	簡介
清平戲院 (圖 1)	1875—1992	清平戲院是澳門第一家專演粵劇的戲院， <sup>7</sup> 戲院地址位於清平直街。戲院在戰時與粵劇演員合作組建了錦繡劇團、新青年男女劇團等多個劇團，常有慈善戲劇於清平演出。因戰後戲班紛紛離澳，清平戲院生意大不如前，後改以放映電影為主。
域多利戲院 (圖 2)	1910—1971	域多利戲院以放映歐美進口片為主，戲院地址位於新馬路與營地大街交界處，是澳門第一家放映有聲電影的戲院。1935年5月修葺後，院內增設賭場、夜總會和餐廳。 <sup>8</sup> 抗戰時期，戲院與演員合作組建了鳴聲男女劇團、域多利劇團等多個劇團，也時常有粵劇大班來此臨時演出。
海鏡戲院 (圖 3)	1930—1952	海鏡戲院位於原下環街市二樓，以放映港產片為主，時常在電影放映前增加幻術、歌舞等表演，吸引觀眾。抗戰時期，海鏡戲院除了粵劇演出外，也公演話劇。戲院結業後，街市也遷至附近李加祿街。 <sup>9</sup>
國華戲院 (圖 4)	1931—1998	國華戲院最初由中葡商人合資創辦，地址位於板樟堂街38號。戲院開幕首映外國影片《愛的巡禮》(Love Parade)。 <sup>10</sup> 澳葡當局曾對全澳戲院實行分級，國華戲院因設備先進及電影品質高，被評為一級戲院。戰時，院方與平安妹等人合作組建“國華劇團”。戲院歇業後，其主體建築被保存並活化為國華戲院商場。
平安戲院 (圖 5)	1935—1993	平安戲院位於新馬路，樓高四層，共有座位1,038個，為澳門第一座“現代電影院”， <sup>11</sup> 早期以放映電影為主。二十世紀四十年代，平安戲院被富商何賢買下，改建後以演出粵劇為主。戲院與任劍輝、譚蘭卿等人合作組建了“平安劇團”，因其設有專門的編劇部，時常創作新編戲。劇團成員也活躍於澳門義演籌款活動。
南京戲院 (圖 6)	1933—1955	南京戲院位於沙梨頭海邊街南京街市三樓。戲院主要面向華人觀眾，放映有聲及無聲電影。戰時由何非凡領導的新青年男女劇團曾在此駐演。上世紀五十年代，南京戲院在停業後被改建為工人康樂館。
樂斯戲院 (圖 7)	1940—1970	樂斯戲院位於沙梨頭海邊街，是一家“二輪”戲院，票價低廉，放映的電影以粵語片、西語片為主。戲院在戰時也安排歌舞等現場演出，偶有粵劇演出，但大部分檔期還是放映電影。
南灣遊樂場 (圖 8)	1941—1949	1941年，南灣遊樂場設立露天劇場，地址位於南灣大馬路。劇場演出過《鍾無豔》等粵劇。除了粵劇外，南灣劇場還有新派劇、平劇（京劇）演出。該劇場的具體結業時間不詳。



圖1. 清平戲院粵劇廣告 (圖片來源:《華僑報》1938年8月12日,第3版,筆者複製提供。)

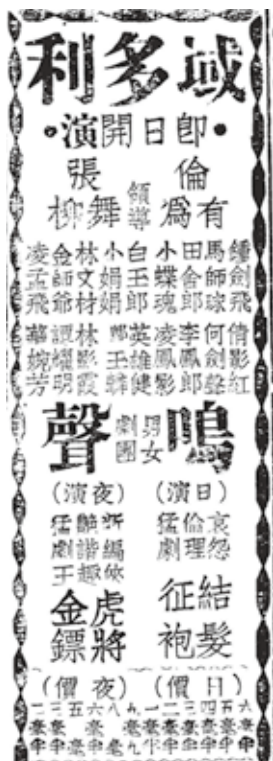


圖2. 域多利戲院粵劇廣告 (圖片來源:《華僑報》1942年1月25日,第1版,筆者複製提供。)



圖5. 平安戲院粵劇廣告 (圖片來源:《大眾報》1943年5月12日,第1版,筆者複製提供。)



圖6. 南京戲院粵劇廣告 (圖片來源:《華僑報》1942年1月20日,第1版,筆者複製提供。)

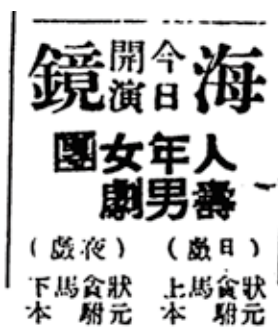


圖3. 海鏡戲院粵劇廣告 (圖片來源:《西南日報》1942年2月19日,第4版,筆者複製提供。)



圖7. 樂斯戲院粵劇廣告 (圖片來源:《華僑報》1942年3月13日,第1版,筆者複製提供。)



圖4. 國華戲院粵劇廣告 (圖片來源:《大眾報》1942年8月5日,第1版,筆者複製提供。)



圖8. 南灣遊樂場粵劇廣告 (圖片來源:《大眾報》1941年7月11日,第4版,筆者複製提供。)

## 澳門研究

### (二) 粵劇廣告商家的雙重經營

抗日戰爭全面爆發前，澳門只有清平戲院專演粵劇。正如該戲院曾在廣告上宣傳的“全澳獨我清平一家演大戲”，<sup>12</sup>其他戲院當時基本以放映電影為主，偶爾有粵劇上演，國華戲院還曾一度改名為“國華有聲電影院”，不涉及粵劇演出業務。抗日戰爭全面爆發後，澳門成為了粵劇中心城市。因粵劇市場火熱，加之戰時交通中斷，電影片源緊缺，原本以放映電影為主的國華、域多利等戲院順勢轉型，增加了粵劇演出業務，以滿足當時民眾的觀劇需求。因此，當時的粵劇廣告商家通常也是電影廣告商家，報紙上時常出現一家戲院的電影、粵劇廣告並存的現象。例如，1943年4月17日《大眾報》上的平安戲院廣告（圖9），右半邊是電影《美國暗殺黨》廣告，左半邊是粵劇《野花香》廣告。因為資料有限，現已無法考證在一家戲院內粵劇演出與電影放映的場所是分開，還是有所重合，但諸如南京戲院這樣的小戲院，總面積只有一層樓，大部分空間都被電影銀幕和音響設備佔據，粵劇演出的地點很有可能是放置在銀幕前的小舞台上。新與舊，傳統與現代，光影藝術與南國紅豆，在澳門的戲院舞台上交錯，和諧共存。

### (三) 短期粵劇廣告商家——南灣遊樂場

在所有的粵劇廣告商家中，南灣遊樂場是唯一的室外劇場，也是持續刊登廣告時間最短的商家。南灣遊樂場位於澳門半島一處填海而成的空地上，場地開闊，時常有流動的馬戲團、雜技團等來此演出，場內還有小吃店、大排擋和遊戲攤等，是平民休閒玩樂的常去之地。1941年夏季，南灣遊樂場以“夏夜樂園”為招牌開演粵劇。與裝修華麗精緻的戲院不同，南灣遊樂場是露天劇場，場地較為簡陋，票價也相對廉價，僅為兩毫半。從1941年7月11日《大眾報》的廣告上可知，這一天的南灣遊樂場日夜演出粵劇，日場為下午一時到五時，夜場為晚上七時到十一時兩場。澳門夏季天氣炎熱，當時的戲院還沒有冷氣機，只能用風扇散熱。



圖9. 平安戲院電影、粵劇廣告（圖片來源：《大眾報》1943年4月17日，第1版，筆者複製提供。）

酷暑難耐，人們習慣晚上出來納涼，南灣遊樂場這樣的室外劇場就有一些優勢；到了冬季，在露天寒風中看戲令大多數觀眾無法忍受，南灣的粵劇演出生意也就維持不下去，粵劇廣告隨之消失。南灣劇場的經營為何會如此短暫？對於粵劇來說，室外演出其實是很常見的，神功戲的演出地點基本都設在廟宇空地或是廣場上。但與神功戲不同的是，南灣劇場演出的粵劇並非神功戲，而是娛樂性質的劇碼，換言之，南灣的演出是商業性質的，觀眾需要付門票費，不像神功戲可以任人免費觀看。因此，南灣劇場失敗的背後是其無法滿足澳門觀眾對於商業劇場的要求，這種要求不僅是指外部的裝修，更有演出的品質。中山大學黃純博士在《晚清民國時期廣州粵劇城市化研究》一書中提到：

為了在激烈的市場競爭中取勝，戲院首先在演出環境的改善和新興舞美技術

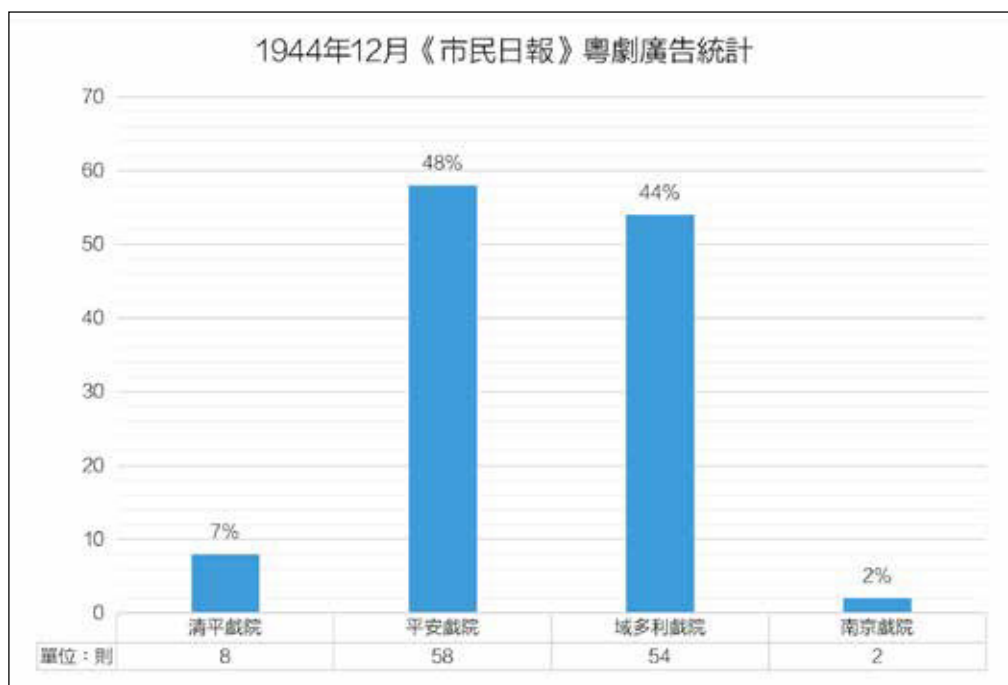


圖 10. 1944 年 12 月《市民日報》粵劇廣告統計（圖片來源：筆者自製）

的引進上下功夫，以此來提升競爭力。由於戲院環境的好壞與營業有着密切的關係，因此有條件、有經濟能力並善於經營的戲院都力圖改善其觀劇環境，在空氣、衛生、安全、佈景等方面予以改進，以圖號召更多座客。<sup>13</sup>

南灣劇場在演出環境、演員陣容、技術等方面都很難與大戲院媲美。因此它在激烈的市場競爭中，自然會被淘汰。

### 三、粵劇廣告的投放

抗戰期間，澳門各大戲院凡有粵劇演出，幾乎都會在報紙上刊登粵劇廣告。為搶佔市場先機，清平等大戲院更是幾乎期期不落，日日更新，佔據着報紙醒目的版面。綜合粵劇廣告刊登版面、頻率、數量等因素，清平戲院和平安戲院二分天下，堪稱“劇壇雙璧”，是刊登粵劇廣告數量最多的兩家戲院。通常清平戲院、平安戲院一天會刊登 2 至 3 則粵劇廣告，包括

日間演出、夜間演出、預告，平均一年的粵劇廣告數量在 500 至 700 則左右。國華、域多利戲院、南京戲院則稍遜一籌，平均一年的粵劇廣告數量在 200 至 400 則左右。海鏡戲院、樂斯戲院等則更加少一些，平均一年的粵劇廣告數量在 50 至 100 則。

#### （一）廣告投放與演出的關聯

域多利戲院在戰前主營電影，戰後也依然如此，粵劇演出並不頻繁。比較特殊的是，域多利戲院的粵劇廣告在 1944 年 10 月之後迎來了一個高峰時期，投放的廣告數量驟然上升。以 1944 年 12 月的《市民日報》為例，這個月該報一共發行了 31 期報紙，經過統計，報紙上的粵劇廣告有 122 則（圖 10），其中清平戲院廣告有 8 則，約佔 7%；平安戲院的廣告有 58 則，約佔 48%；域多利戲院的廣告有 54 則，約佔 44%；南京戲院的廣告有 2 則，約佔 2%。在這一個月中，域多利戲院的廣告與平安戲院平分秋色，穩穩壓過了以粵劇專業劇院著稱的

## 澳門研究

清平戲院。

造成這種現象的原因大致有二：一是清平戲院在1944年進行了裝修改建，暫停營業，原本在清平戲院的演出有很大一部分都轉移到了域多利戲院；二是1944年域多利戲院與廖俠懷、盧海天、小飛紅等演員合作組建了域多利劇團，該劇團在域多利戲院演出了大約兩個月，上演了《啼笑因緣》《乞錢還花債》《叔嫂恩仇》等一批劇碼。1945年初，域多利劇團解散之後，由譚蘭卿領導的花錦繡劇團又在域多利戲院駐場演出了大約三個月的時間。可以推測，從1944年10月至1945年4月，域多利戲院可能停止了電影放映業務，它的電影廣告也幾乎絕跡，戲院應該是專心經營粵劇。直到1945年5月，該戲院的粵劇演出才告一段落。

### （二）不同戲院的廣告投放情況

粵劇廣告刊登的頻率、數量、版面等，既能反映出各家戲院的檔期和經營狀態，也可以從中推測一家戲院的廣告營銷投入。一般而言，戲院的規模大小、資金的雄厚程度，與廣告營銷的投入呈正相關。以清平戲院和海鏡戲院為例，清平戲院位於澳門的繁華地帶，周邊娛樂業發達，戲院分為上下兩層，共一千三百多個座位，是當時最高級的戲院之一。清平戲院根植澳門已久，底蘊深厚，許多演員和劇團時常慕名來此演出，戲院生意紅火，清平戲院的經費因此相對充足，在廣告的投入上也是毫不吝嗇。清平戲院刊登在報紙上的廣告風格多變，圖文並茂，還不時出現“霸佔頭版”的現象。例如在1943年1月15日的《華僑報》上，清平戲院的《右天裝》粵劇廣告和《玉蟾蜍》粵劇廣告直接佔據了緊鄰報頭的最佳位置。平安等其餘戲院的廣告，則被安排在了報紙的第四版。

另一方面，海鏡戲院被稱為“坊眾戲院”，主要服務對象是平民小販。該戲院規模較小，戰時還一度停止營業。海鏡戲院的報刊廣告位置一向比較靠後，版面也比較小，廣告內容偏簡



圖 11. 戲院廣告合集（圖片來源：《西南日報》1942年2月19日，第4版，筆者複製提供。）

潔，很少有插圖或使用藝術字體。例如1942年2月19日的《西南日報》，這一期刊有六家戲院的廣告，分別來自域多利戲院、樂斯戲院、國華戲院、南京戲院、海鏡戲院、清平戲院。除此之外，還有一則樂斯戲院的電影廣告。

在圖11中，清平戲院廣告所佔的版面大概是海鏡戲院的三倍，域多利戲院的廣告版面也是海鏡的兩倍有餘。大多數時候，海鏡戲院的廣告幾乎是最不起眼的。若有粵劇名班演出或大片上映，海鏡戲院也會在廣告刊登上多花費心思。1942年，號稱省港第一班的“人壽年”劇團曾經來海鏡戲院演出。海鏡戲院連續幾日在《華僑報》頭版較好的位置刊登廣告，版面較以往擴大了許多，然而在當天其他廣告的映襯下，也沒有奪人眼球的效果。大多數戲院在有名班、名角演出時，必定會採取佔用大幅版面、裝飾演員照片或採用誇張的字體等方式，以求有最好的宣傳效果。相較之下，海鏡戲院的廣告風格還是比較單一旦低調的，有時還會中斷幾天，估計是因為這段時間的戲院檔期是



圖 12.《華僑報》上的清平戲院插圖廣告（圖片來源：《華僑報》1943 年 3 月 19 日，第 3 版，筆者複製提供。）

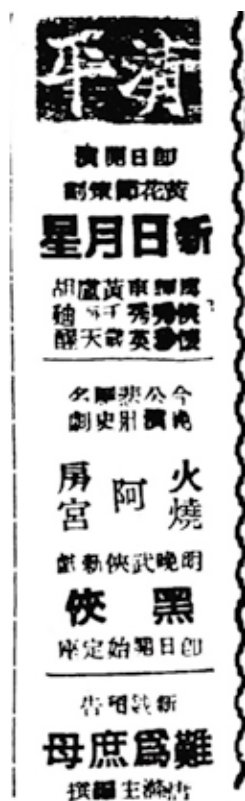


圖 13.《西南日報》上的清平戲院廣告（圖片來源：《西南日報》1943 年 3 月 19 日，第 3 版，筆者複製提供。）

告圖文並茂（圖 12），有“黑俠”插畫及大量具宣傳性質的文案，標題字體也使用了藝術字體。反觀刊登在《西南日報》上的廣告（圖 13），其佔用的版面很小，與《華僑報》相較，連其一半面積都不到。廣告上的文字僅有幾行，非常精簡，除了戲院名、演員、劇名、開演時間，幾乎沒有其他信息，只起到告知的效果。因此，如果觀眾想要提前了解更多關於粵劇演出的消息，那無疑是看《華僑報》更好。可以推測，清平戲院的目標觀眾首選購買的報紙應該也是《華僑報》。《華僑報》上的廣告語、插圖等，也讓廣告更具刺激觀看欲和誘導消費的功能，其商業價值更高。

空的。比起幾家大戲院，海鏡戲院生意較為平淡，背後也沒有大財團的支持，在廣告上的投入自然相對有限。

### （三）多渠道廣告投放

對於粵劇商家而言，廣告投放的渠道不可能太過單一化，同一則粵劇演出廣告基本會投放在多家報紙上。商家與報紙大約存在一種隱形的契約關係，以清平戲院為代表，經過比對，雖然清平戲院會在多家報紙上刊登同一場演出的廣告，但其在《華僑報》上刊登的廣告無論是品質還是數量，都是遠勝其他報紙的，呈現出一種“獨家”的效果。1943 年 3 月 19 日，同樣是清平戲院的廣告，刊登在華僑報上的廣

## 四、粵劇廣告的發展歷程

1937 至 1945 年間，澳門報刊粵劇廣告的外觀設計以及內容幾經變化。總體而言，按照刊登的數量、頻率、設計特徵等因素，可以將這八年間的粵劇廣告發展歷程分為四個時期，分類依據與具體特徵如下。

### （一）初期（1937—1939）

這一時期內，澳門的報業市場基本是《華僑報》一家獨大，商家缺乏其他刊登廣告的載體，直接影響到廣告的數量。再者，就粵劇演出市場而言，此時正處於抗戰全面爆發的初期，澳門粵劇產業規模較小，直至香港淪陷之後，



## 澳門研究

也就是抗戰中後期，澳門的粵劇市場才真正繁榮起來。這一時期來澳演出的粵劇戲班數量相當有限，目前能找到確切記載的，只有“興中華”劇團、“鏡花豔影”劇團。這些劇團只是臨時來澳演出幾場，並不多作停留，廣告數量自然不多。最後，就粵劇演出場所而言，除了酬神演出，其餘粵劇演出基本集中在清平戲院，平安等戲院尚以放映電影為主。反映到報紙廣告上，這一時期的粵劇廣告絕大多數都是由清平戲院刊登的，在一枝獨秀的情況下，粵劇廣告集群也就無法形成。

初期的粵劇廣告特點表現為：

1. 廣告版面設計簡單。廣告的外觀是一個方正的長方形，文字排佈非常整齊，字體比較嚴肅規矩，沒有藝術加工的成分。但比較特別的是，《華僑報》上的清平戲院粵劇廣告四周框線是波浪線。在該報所有廣告中，使用這種波浪框線的只有清平戲院一家，其他廣告基本都是直線框線。這種符號就等於是清平戲院的獨家記號，雖然微小，但也表明清平戲院在廣告設計上，已經初步具有創新意識。

2. 廣告刊登位置較為隨意。當時的粵劇廣告因為數量稀少，所以時常會與酒店、酒吧等娛樂場所的廣告混雜在一起，置於報紙的第二或第三版。廣告所佔的面積約為報紙單個版面的二十分之一，並不起眼。

3. 廣告缺乏宣傳意識。這一時期的粵劇廣告排版方式一板一眼，讓人很難捕捉其特色，其內容也是簡單告白式。當時的電影廣告卻經常出現精彩的宣傳語，如南京戲院《離恨曲》電影廣告語：“苦命鴛鴦一曲離歌恨！患難夫婦破鏡再重圓！”反觀同時期的粵劇廣告就很少出現宣傳語。宣傳語可以說是一種“劇透”，就像是現代電影、電視劇的預告片，能以較為精煉的表達方式傳達出作品的賣點，吸引觀眾前來一看究竟。與同期的話劇廣告、電影廣告相比，粵劇廣告就顯得有些許遜色。

## （二）發展期（1940—1941）

在這一時期，《西南日報》的創刊增加了廣告刊登渠道。隨着香港等地戰事緊張，越來越多的粵劇藝人將眼光投向了澳門，比如“覺先聲”劇團。

“覺先聲”劇團是二十世紀四十年代初最有號召力的劇團之一，班主薛覺先也是炙手可熱的名伶。該劇團來澳門清平戲院演出，除了引起澳門戲迷的關注，還會吸引省港等地的觀眾來到澳門，只為一睹其風采。除了清平戲院外，南灣遊樂場和域多利等戲院在這一時期也開始演出粵劇，澳門的粵劇演出市場活躍了許多，粵劇廣告數量也呈上升趨勢，從而進入發展期。

發展時期的粵劇廣告特點表現為：

1. 廣告版面容量增大。一些廣告會配上插圖，排版也不再是單一的告白式，且重視字體的設計。各家戲院逐漸形成自己的廣告特色。

2. 粵劇廣告數量增多，粵劇廣告聚集效應開始形成。從最初的清平戲院一枝獨秀，發展到一期報紙上最多有兩至三家戲院的粵劇演出廣告。粵劇演出廣告也不再和食品、服飾等廣告混雜在一起，出現了固定的刊登區域。

3. 廣告宣傳意識增強。在這一時期，刊登在報紙頭版的粵劇廣告越來越多，又出現了針對演員、劇情、舞台佈景等進行介紹的文案。這些廣告一般刊有票價、演出時間表等實用性信息，除了告示當天的演出，還預告演出日程。一些廣告更有意識地利用“明星效應”，將主演或劇團的名字放大加粗，與其他普通演員區分開來。

## （三）鼎盛期（1942—1943）

1942至1943年間，粵劇的繁榮中心轉移到澳門，澳門粵劇市場亦進入鼎盛時期。當時，

有商人買下舊戲院重新裝修，專供粵劇演出；有娛樂公司入股戲院，與演員組建駐演戲班。那時每日都有兩至四個戲目在澳門上演，“薛馬桂廖白”<sup>14</sup>五大流派齊聚，熠熠生輝。澳門粵劇市場人聲鼎沸，甚至吸引了旅居東南亞、北美等地的粵劇演員來此演出。粵劇舞台上的白熱化競爭也延續到了報刊廣告，使之成為戲院商業運作中不可或缺的一環。《華僑報》和《大眾報》都把報紙的頭版廣告位留給粵劇，粵劇廣告進入鼎盛期。

鼎盛期的粵劇廣告特點表現為：

1. 廣告版面設計性增強，表現力強。進入鼎盛期後，廣告排版不再拘泥於前期的豎版設計，開始呈現出近似正方形、橫向長方形等多種形態。各家戲院都有了打造自己品牌的意識，他們在廣告字體的選擇、宣傳語的寫作、插圖的繪製等方面，幾乎沒有雷同。尤其是廣告的字體，端正的、潦草的、俊逸的……各種風格都有，很多時候廣告文字為了配合不同粵劇的劇名，還會變化成各種形狀，千奇百怪，幾乎無法統計具體有多少種。

2. 廣告形成了競爭場域。因報紙留給粵劇廣告的版面有限，戲院間免不了要爭奪版面，乃至頭版頭條。大戲院基本都佔領了整張報紙的最佳廣告位置，且基本沒有一天中斷。一張報紙上匯集多家粵劇廣告，就等於“同場打擂台”，有些戲院為了不被對家壓倒氣勢，廣告各項元素都向“大”靠攏（圖 14），設計大型版面、大幅插畫、大字標題，一些標題的字體大小甚至比報名都要大，儼然成為了報紙的焦點。

3. 廣告更具可讀性和趣味性。廣告的文案會用較長的篇幅，對劇情和人物進行介紹，內容文白夾雜，對仗工整，抒情性強，很有感染力。

4. 廣告宣傳語稍顯浮誇。廣告頻繁出現“最”“極”“唯”等字眼，又經常使用感嘆號，甚至一連用四五個。戲院的宣傳語更會不遺餘

圖 14. 鼎盛期的粵劇廣告（圖片來源：《華僑報》1943 年 3 月 5 日，第 1 版，筆者複製提供。）

力地向人們展現其裝修之豪華，戲班陣容之強大，演員技藝之精湛，服飾道具之精美，吊足了觀眾的胃口。

#### （四）衰退期（1944—1945）

隨着抗日戰爭進入戰略反攻階段，一些粵劇演員逐漸返回廣州、香港等地，不再將澳門作為常駐地，因此影響了部分戲院的生意，尤其是那些沒有專屬劇團的戲院。清平戲院亦在 1944 年進行裝修，有一段時間沒有粵劇演出。隨着電影事業的復甦，國華等戲院重新以電影放映業為主業，電影廣告也隨之強勢回歸。大戲院中，幾乎只剩清平戲院和平安戲院在勉力

## 澳門研究

維持粵劇演出，粵劇廣告進入衰退期。

衰退期的粵劇廣告特點表現為：

1. 廣告版面回歸簡潔，與發展期類似。這一時期的粵劇廣告只刊登劇名、演出時間、主演這幾條信息，簡化或略去票價、劇情、佈景等信息，插畫基本省略。廣告的設計性大大減弱，同一家戲院刊登在《華僑報》《大眾報》和《市民日報》三家報紙上的粵劇廣告幾乎沒有任何區別，粵劇廣告風格趨於雷同。

2. 戲院的影響力降低，劇團成為廣告的宣傳重心。在此前的粵劇廣告中，基本第一行都是戲院全名，而衰退期的廣告則較多採用“戲院名加劇團名”的組合方式，例如“平安新聲”“清平錦繡”，不知是否有也有減省版面的考慮因素。

3. 廣告的更新率降低，刊登狀況不穩定。在這一時期，有時連續幾期報紙都沒有一則粵劇廣告，有時亦只有一則粵劇廣告，而電影廣告卻有三四則，對粵劇廣告呈圍剿之勢。其中，平安戲院的粵劇廣告更新頻率是最高的，就連專演粵劇的清平戲院也不能與之相比。在當時所有的報刊娛樂廣告中，平安戲院的粵劇廣告和國華戲院的電影廣告可以說是平分秋色。而平安戲院和清平戲院也是堅持經營粵劇演出最久的戲院，直到上世紀九十年代，才相繼停業。

### 結語

抗日戰爭全面爆發後，《華僑報》等澳門本地報紙出版發行基本正常，加之陸續有新報紙創刊，使得粵劇廣告得以迅速發展。當時的粵劇商家已經明顯感受到了廣告對於商業的推動作用。隨着本地娛樂市場日益發展，粵劇商家亦加大對廣告的投入，使得越來越多的粵劇廣告佔據報紙上最有利的版面。其時的報業顯然對粵劇廣告有優待，因為除了電影廣告之外，其他種類的廣告幾乎無法與之相較。對於報業而言，廣告費是支撐它們獨立經營的重要收入

來源，關係到報業的生存。抗戰時期粵劇廣告的大量刊登，也體現了粵劇商家與報紙之間的穩定合作關係。在這一過程中，報紙是否會因為資金問題，對粵劇廣告在宣傳中的一些虛假、浮誇等問題視而不見，則有待進一步研究。

澳門報刊上的粵劇廣告與粵劇產業的興起、衰落過程基本保持一致。長期以來，澳門的工商業並不發達，產業結構以娛樂業為主。澳門本地的商業粵劇戲院起步較早，從而刺激了粵劇廣告的發展。自清末民初以來，粵劇廣告就在報紙上佔據了一席之地。但整體而言，在抗戰全面爆發以前，澳門的粵劇演出主要以神功戲為主，商業演出較少，因而廣告數量有限。抗戰全面爆發後，大批粵劇藝人、劇團移師澳門，粵劇中心向澳門轉移，商業劇場紛紛開演粵劇，報紙上的粵劇廣告呈井噴式發展，佔據了報紙娛樂業廣告的半壁江山。後期隨着戰爭結束，藝人陸續返鄉，澳門粵劇市場亦逐漸回歸平淡，粵劇廣告數量隨之衰落。

最後，抗戰時期的澳門社會局勢較為安定，為粵劇廣告提供了發展空間。林幸慧博士對上海《申報》戲曲廣告的研究表示，淪陷時期的上海娛樂、出版等行業均受到日軍的管制，戲曲廣告數量因此大幅銳減。<sup>15</sup> 澳門的情況正好相反，戰時的澳門並未被日軍佔領，大量人口和資本湧入，導致享樂主義風氣盛行，娛樂業在此期間大肆擴張，畸形繁榮，為粵劇廣告帶來增長的動力。因此，這一時期的粵劇廣告是特殊時期的產物，其曇花一現的繁榮也是無法複製的。



## 註釋：

1. 澳門基金會、上海社會科學院編：《鏡海叢報》，上海：上海社會科學院出版社，2000年，第34頁。
2. 澳門基金會、上海社會科學院編：《鏡海叢報》，上海：上海社會科學院出版社，2000年，第160頁。
3. 《華僑報》創辦於1937年，首任社長是趙斑瀾，其辦報宗旨是“立足澳門，客觀報導，服務社會”。《華僑報》是澳門唯一一份自抗戰初期就開始發行的報紙，它刊載消息快而準，銷路又廣，且始終堅持愛國主義立場，因而廣受讀者歡迎，日銷量破萬，冠絕澳門報刊業，是戰時澳門影響力最大的中文報紙。
4. 《大眾報》創辦於1932年，首任社長是陳天心。《大眾報》是澳門現存的創刊歷史最長的中文報紙。1937年抗戰全面爆發後，《朝陽日報》和《大眾報》聯合發起組織“四界救災會”（“四界”即澳門學術界、音樂界、體育界、戲劇界），由陳少偉出任“四界救災會”主席，救災會的會社也設立在報社內。粵劇演員陳卓瑩、任劍輝、張植華等人都曾加入過“四界救災會”，並曾參與多場義演籌款活動。
5. 《西南日報》創辦於1941年，首任社長是“日偽漢奸文人”劉傳能。他早年從事與戰爭有關的倒賣投機活動，因此結識了一批日本政客。後來，劉傳能與在澳的日本勢力勾結，並充當其爪牙，在《西南日報》上鼓吹漢奸言論，美化日本侵略事實。1945年9月抗戰結束後，《西南日報》也隨之停刊。
6. 《市民日報》創辦於1944年，首任社長是何曼公，其辦報宗旨是“服務社會，表達市民心聲”。《市民日報》的創辦時間較晚，它以報導澳門本地新聞為主，聚焦澳門社會的民生問題，後期增加了國內外新聞版面。抗戰時期的《市民日報》也是澳門愛國報刊陣線的一員，為抗日救國的宣傳發揮了一定的作用。
7. 參見陳喬之主編，《港澳大百科全書》編委會編：《港澳大百科全書》，廣州：花城出版社，1993年，第766頁。
8. 李春：《澳門大眾傳媒研究》，北京：中國傳媒大學出版社，2020年，第220頁。
9. 唐思：《澳門風物志》，北京：中國友誼出版公司，1998年，第98頁。
10. 林發欽、胡雅琳、郭姝伶：《澳門街道的故事（下）》，廣州：廣東經濟出版社，2019年，第62頁。
11. 朱壽桐主編，張建華編撰：《澳門文學編年史》，廣州：花城出版社，2019年，第161頁。
12. 《華僑報》1942年12月13日，第1版。
13. 黃純：《晚清民國時期廣州粵劇城市化研究》，廣州：中山大學出版社，2018年，第228頁。
14. 分別是薛覺先、馬師曾、桂名揚、廖俠懷、白駒榮五人。
15. 參見林幸慧：《由〈申報〉戲曲廣告看上海京劇發展（1872-1899）》，台北：里仁書局，2008年。

