

行政院國家科學委員會專題研究計畫 期中進度報告

廣告、展示與消費生活：日治時期臺灣與日本商業網絡之研究, 1895-1945(1/2)

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC91-2411-H-004-028-

執行期間：91年08月01日至92年07月31日

執行單位：國立政治大學歷史學系

計畫主持人：呂紹理

報告類型：精簡報告

報告附件：國外研究心得報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中華民國92年5月29日

廣告、展示與消費生活：日治時期臺灣與日本商業網絡之研究(1895-1945)

計畫編號：NSC91-2411-H-004-028

第一年成果報告

國立政治大學歷史系 呂紹理

一、工作進度及內容

筆者在此項專題研究的計畫書中曾經指出，本研究計畫擬針對三個層面的商業網絡進行調查：人際網絡，資本網絡、商品市場供需所形成的行銷網絡，以及三者背後所涉及日常生活積澱形構的文化特質。根據此三層網絡，筆者原先設定第一年先行收集日本方面的材料，第二年以在臺材料為核心，並根據此項安排於2003年1月12日至2月4日赴日本東京大學等地收集相關材料（出國收集材料的成果參考出國報告書）。不過，在收集材料過程中發現，實際上不論在臺灣或日本，許多相關材料同時兼含臺灣及日本之部，以地區做為收集材料先後的安排並不妥當，因此在計畫開始之初，即將收集材料的順序調整為先優先收集有關人際網絡及行銷網絡兩部分的材料，商品及資本網絡次之。

根據此項調整，筆者本年度工作重點之一，即在全力建立相關商人資料庫。

（一）商人資料庫工作內容與進度

筆者擬定三種商人名錄做為基礎工作，一是《南部臺灣士紳錄》，二是1927年出版的《臺灣商工名錄》。前者於2002年12月完成建檔；後者則於5月1日完成建檔，由於才建檔完成，尚需進一步校對核定，因此尚未開始進行初步分析。《南部臺灣士紳錄》的初步的分析如下：

本計畫之基礎工作之一，即在先期了從區域史的角度來理解日治時期臺灣與日本地域之間的關係，因而《南部臺灣士紳錄》當中有關移居臺灣之日本人的原籍資料，就成為筆者希望了解的部分。此分名錄共收錄了5765人的基本資料，其中日本人計2230名，臺灣人計3537人。每一位登錄的士紳均包括姓名、原籍、職業、奉公名、學位、勳位、開設商號名及地址等。就地域人群分布狀況而言，表一提供了吾人一個基本的輪廓。本表中黃色標示部分代表整個分居南臺灣日本人中，其各縣人數超過各縣平均值以上的縣分，包括了鹿兒島、熊本、東京、福岡、山口、佐賀、廣島、大阪、愛知、兵庫、宮城、長崎、愛媛、高知、石川、大分及新潟等縣。對照表二有關歷年臺灣參與日本及海外各類展示活動的資料，我們就可以較為清楚了解地域人群分布與展示活動之間存在著頗為緊密的關係。就表二的資料而言，從1896-1930年間，臺灣參與日本在國內舉辦的各式展示活動中，參加在東京舉辦的次數最多（17次），京都大阪次（各6次），福岡排名第三（4次），熊本、神戶、名古屋（各2次），其他曾參與各縣舉辦之中小型展示活動的縣分，如鹿兒島、山口、大分、岡山、廣島等縣，均為表一旅臺日人人數較居優勢的縣分。若就參展時間的先後順序來看，

某些縣分雖然在日後邀請臺灣參展的次數不高，但卻具開風氣之先的意義，如長崎、神戶、鹿兒島、熊本等縣，均為日本統治臺灣最初十年間設計臺灣物產至日本參展的縣分。表一與表二的對照分析，可以使吾人對於日本在臺地域人群分布與展示活動空間分布的關係有了初步的認識。根據此一地域活動的關聯性，筆者將在下一年度的計畫中，深入探討各個縣分如何透過展示活動與臺灣建立商業網絡的過程。

表一 《南部臺灣士紳錄》中旅臺日人原籍之分析

府縣別	人數				
鹿兒島縣	174	岐阜縣	37	沖繩縣	20
熊本縣	174	長野縣	33	鳥取縣	19
東京府	129	北海道廳	31	群馬縣	19
福岡縣	99	茨城縣	31	?木縣	18
山口縣	95	山形縣	29	富山縣	18
佐賀縣	86	京都府	29	奈良縣	15
廣島縣	80	和歌山縣	29	岩手縣	15
大阪府	79	宮崎縣	29	秋田縣	13
愛知縣	74	靜岡縣	29	山梨縣	11
兵庫縣	70	島根縣	28	福岡縣	11
宮城縣	67	福井縣	28	青森縣	10
長崎縣	66	福島縣	27	埼玉縣	10
愛媛縣	57	三重縣	26	東京市	3
高知縣	55	神奈川縣	26	崎阜縣	3
岡山縣	51	香川縣	25	平均	43.76
石川縣	49	滋賀縣	24		
大分縣	48	德島縣	24		
新瀉縣	43	千葉縣	22		

表二 日治時期台灣參加島外展覽活動表

展期	國家	城市	名稱	台灣展示形式			備註
				台灣館	喫茶店	特產品	
1897/2		長崎	長崎第 9 回共進會			*	
1897/9/1-11/3		神戶	第 2 回水產博覽會			*	
1898/2		鹿兒島	第 10 回共進會				
1900	法國	巴黎	法國巴黎萬國博覽會		*		
1901/2/1		熊本縣	第 11 回九州及沖繩八縣聯合共進會			*	

1901/10/1		山口縣	第 1 回關西九州二府 21 縣聯合水產物共進會			*	
1902/10/1	越南	河內	河內博覽會			*	
1903/3/1		大阪	第 5 回內國勸業博覽會	*	*		
1904/6/7-12/1	美國	聖路易	聖路易萬國博覽會		*		
1905/4/30-10/31	比利時	布魯塞爾?	列日萬國博覽會			*	附於日本出品協會下
1905/7/1-10/15	波蘭		波蘭博覽會		*		
1905/12/1		京都	京都府園藝品評會			*	
1906/9/1-11/30		東京	凱旋紀念五二共進會 (祝日俄戰爭勝利)		*		
1906/10/1		山梨縣	一府九縣聯合共進會			*	
1907/3/21		東京上野公園	東京勸業博覽會	*	*		
1907/10/12		長崎	第 2 回關西九州府縣聯合共進會				
1910/5/1-10/31	英國	倫敦	日英博覽會		*		
1910/3/16-6/13		名古屋	第 10 回關西府縣聯合共進會	*	*		
1910/9/17-11/16		群馬縣	關東東北一府 14 縣聯合共進會	*	*		
1911/3/15		神戶	神戶貿易品共進會			224	
1911/4/1-5/31		大阪	第 3 回全國生產品博覽會				
1911/4/1		京都	全國製產品博覽會			292	
1911/5/11	義大利		萬國工藝博覽會			21	
1911/7/25-9/15		東京	納涼博覽會			25	
1911/10/1-10/31		東京	第 2 回美術及美術工藝品展覽會			8	三越吳服主辦
1912/10/1-11/29		東京	拓殖博覽會	*	*	3720	
1913/4/15-6/13		大阪	明治紀念拓殖博覽會	*	*		
1913/4/20-5/10		舞鶴町?	舞鶴築港紀念全國物產博覽會				
1913/9/1-10/20		富山縣	富山縣聯合共進會				
1914/3/20-7/31		東京	大正博覽會	*	*		
1914/8/13-11/15	爪哇		殖民地博覽會		*	*	
1915/2/20-12/4	美國	舊金山	巴拿馬太平洋萬國博覽會		*	110	
1915/4/1-4/30		福岡	九州沖繩勸業共進會				

1915/9/11-10/31	朝鮮	京城景福宮	始政五週年紀念朝鮮物產共進會			167	
1915/10/10-12/19		京都	日皇登極紀念京都博覽會		*	977	
1915/10/25-11/30		東京上野公園	第2回國產展覽會			162	
1916/3/20-5/23		東京上野公園	海事水產博覽會			62	
1916/9/22-10/31		山形縣	奧羽6縣聯合共進會			*	農林水產出品
1917/3/15-6/10		東京	東京建都五十年紀念博覽會		*		
1917/8/1-8/15	中國	福州	閩侯農產共進會			29	出品全為甘蔗標本
1917/9/20-11/18		東京上野公園	化學工業博覽會		*	*	化工界出品
1918/3/20-5/20		東京	電器博覽會(日本電器協會主辦)				
1918/4/10-5/9		福岡	九州沖繩物產共進會			750	農林礦工品
1918/4/15-6/15		大阪天王寺	大阪化學工業博覽會			78	砂糖薰油電土
1918/8/1-9/19		北海道	開道五十年紀念北海道博覽會		*		
1920/3/20-5/20		福岡	工業博覽會	*	*		
1921/3/15-5/13		大分縣	九州沖繩八縣聯合共進會	*	*		
1921/7/5-9/5		京都	戰後發展全國工業博覽會		*	1100	
1922/3/10-7/31		東京	日本平和博覽會	*	*		
1922/3/31-4/17	馬來亞	婆羅洲	馬來?? ? 博覽會			124	帽子茶樟腦
1922/9/6-9/26	英國	倫敦	萬國食料品博覽會			118	茶蜜餞罐頭
1922/9/18-10/8	爪哇	萬隆	萬隆年次產業博覽會			254	
1923/9/22-11/30		東京	萬國博覽會參加50年紀念博覽會(地震取消)				
1924/3/20-5/20		京都	皇太子殿下御成婚奉祝萬國博覽會參加50年紀念博覽會	*			
1924/6/21	爪哇	萬隆	萬隆茶共進會	*			
1925/3/15		大阪	大阪博覽會	*			
1925/3/20		熊本縣	熊本縣三大事業紀念國產共進會			*	
1925/4/1-4/15		京都	台灣物產陳列會			*	

1925/4/15	法國	巴黎	萬國美術工藝博覽會		*		
1925/8/1		大阪	台灣物產展覽會(大阪高島屋吳服店)		*		
1925/8/15	中國	大連	大連勸業博覽會	*			宣傳烏龍茶
1926/7/1	美國	費城	美國獨立 150 週年紀念費城博覽會		*	*	
1926/9/15		東京	產業文化博覽會		*		
1927/2/18		福岡	東亞勸業博覽會	*	*		
1927/4/11		愛媛	松山市全國產業博覽會	*	*		
1927/9/1	朝鮮	京城	京城產業博覽會	*	*		
1927/11/1-12/11		東京	新日本殖產博覽會	*	*		
1928/3/20		岡山	岡山,高松博覽會	*			
1928/3/24		東京	東京大禮紀念博覽會	*			
1928/4/15		宮城縣	東北產業博覽會	*			
1929/3/1-4/29		東京(國技館)	台灣博覽會				
1929/3/20		廣島	廣島市產業博覽會				
1929/9/12	朝鮮		朝鮮博覽會	*	*		
1929/10/1		日本	愛用國產巡迴展覽會				
小計	20	54		22	31	33	

資料來源：參見呂紹理，〈想像的帝國：殖民地在日本博覽會空間位階之分析〉，日本東方學會主辦，「第 48 回國際東方學者會議」論文；本計畫收錄之博覽會展示時程表；及程佳慧，〈1935 年始政四十周年紀念博覽會之研究〉，中壢：中央大學歷史研究所碩士論文，2000 年。
說明：表中「特產品」一欄中出現之數字，代表該次展示中臺灣物品的出品點數。

(二) 行銷、廣告網絡工作內容與進度

行銷網絡的部分，則主要收集各種勸業會、共進會和博覽會的資料，以及收集《臺灣日日新報》中的廣告資料。由於《臺灣日日新報》廣告資料過於龐大，為能與其他材料相互比對，筆者先行挑選了 1927 年，也就是上述《臺灣商工名錄》出版之年的報紙廣告進行分析。選擇此年分最主要的考慮，是希望能將報紙上所刊登之廣告先行建立廣告目錄（包含廣告主、廣告內容、刊登時間及版次及版面大小），利用此一目錄再與當年度《臺灣商工名錄》比對，以了解在全體商工業主中，究竟有多少商工人士利用了報紙媒介進行廣告宣傳？各種行業利用報紙媒介廣告的比例各有多少？版面大小的分析則能進一步提供商工業主投資於廣告上的花費在其整體投資中可能佔據的比重等等。由於廣告史料極為繁瑣，這個部分的工作目前仍在進行，尚不足以達到初步分析的規模。

與此項工作內容相關的研究成果，則為筆者於本年四、五月間發表兩篇相關研究論文。

第一篇為 2003 年 4 月 25 日於政大文學院主辦，在臺南市立藝中心舉行之「第五屆近代中國的解構與重構」研討會中發表〈「告示」：從《淡新檔案》中的官府文書看清末市鎮訊息傳播網絡〉。本文的主要論點為：清代臺灣官府使用告示應屬於官府正式文書的一種，具有施告知施行行政權的功能，因此一般人民不能隨意

張貼分發布告。原則上官府是發布告示的主體，但是一般人民仍然可以藉由向官府具稟的管道，將自己所欲昭告的訊息和權利，透過官府的許可而得以公告周知，在一般的情形下，士紳階層較之其他庶民更容易取得這種公告的權利。官府的告示並非任意張貼，而是在數量及公告地點上有明確的規範，發布告示的管道，除了動用六班皂快之外，地方基層組織中的鄉長保長也往往是散發張貼告示的媒介，官府除了透過鄉長保長張貼告示外，也往往會利用他們領取告示時，以口頭宣諭的方式說明，因此鄉保長不僅只執行張貼告示而已，他們也是官府口語傳播的重要媒介。在一般的情形下，官府發布告示的地點通常都是在交通要衝及商業繁華之區，而且兼顧動線與節點人群流動聚集的空間特性，以便能發揮最大的公告效果，不過，官府也往往會針對特定內容特定對象，只在特定區域發布告示。官府發布告示除了利用張貼方式外，也多半會利用碑刻，不過，由於碑刻所需經費較大，費時較久，因此碑刻所欲傳遞的訊息通常可能涉及需要流傳久遠的訊息或具紀念意義的文字，碑刻無法多處張貼，只能定點通告，但是卻能摹搨複製，具有不斷重覆公告的功能，在時間上屬於長遠型的訊息流通，但在訊息公布的空間上卻相對較狹小。相對而言，「滿漿寔貼」的告示就與碑刻正好相反，告示費用省便、在空間上流通範圍更廣但在時間上卻缺乏耐久特性，因此可能傳遞的訊息多屬臨時、急緊、機動的訊息。此外，告示內容的類型也會影響其張貼的範圍（並非每一類型的告示內容都傳發全域，通常告示張貼的地點具有相當明確的對象性，因此不同告示內容張貼的地點與範圍也不一致。初步的印象是具有強制性、懲罰性或威嚇性質的告示多半會在全域張貼，如催繳錢糧、禁賭、禁米出口等，而禁米、天平、敬字等公告則具有明確的對象性而公布的範圍比前者小了許多。

告示代表一種對於公共領域宣示的權力，因此可以將告示看成是一種公／私領域的交會處，人民可以利用向官府具稟的方式取得公布其意思的機會，因此可以藉由此一案例來勾勒人民如何透過此一管道將其私領域的意思滲透進入公領域之中。其中最引人著目的例子應該就是敬字問題。敬字問題還能引申出許多有意思的題目，例如士紳禁止商家在其商品上印字，商家其實正想利用文字以達到商業宣傳的目的，但士紳卻用敬字風俗與觀念限制商人使用文字宣傳的權利。若從告示的符號媒介角度來來看，等於是表明只有士紳擁有使用文字發布其意思之權力，並且藉由官府的力量將商人使用文字告示的權利排除在外。不過，這場使用文字的權力爭奪戰中，文人士紳似乎並無法阻擋一般人民使用文字的權力。1895年日本統治臺灣後，儘管一些日本知識分子對於臺灣敬字風俗深感興趣，一般民間也仍殘留了收集字紙的習慣，但是那種全力阻隔一切可能污穢文字的無限聯想，似乎再也沒有出現過了。面對新時代全新的傳播媒介——報紙雜誌與印刷的崛起，士人敬字的堅持似也只能隨著科舉時代的終結而消失。

第二篇為2003年5月16日於日本東方學會主辦，在東京市日本教育會館舉行之「第48回國際東方學者會議」中發表〈想像的帝國：殖民地在日本博覽會

空間位階的分析(1895-1930's)(Imagined Empire: The Analysis of Spatial Hierarchy of the Colonies in Japan Exhibitions)。本文的主要論點為：1895年日本統治臺灣後，日本第一次在1903年大阪的勸業博覽會中將它統治臺灣的過程呈顯在世人面前，這個第一次展示臺灣的經驗及其所呈顯出來的臺灣元素，包括城池與四合院式的空間形態；茶、糖及樟腦；「敬字」習俗和結辮、纏足與吸鴉片及原住民，這些元素後來在歷次的大小展示活動中一再複製，形成各種展覽會中呈現臺灣形象的固定模式。從空間的角度來看，則這個固定形象在博覽會中被放置兩種不同性質的空間裏，在功能上，臺灣館往往被放置在休憩娛樂區，人們對於臺灣的認知，被化約到單一化的物質消費（喫茶及購買臺灣特產品）；在實體空間配置上，臺灣館與喫茶店被放置在參觀動線的遠端，一方面表現出中心／邊陲的位階關係，另一方面，臺灣館展出的物品常常無法與日本本國出品並列，其所顯示的意義，不僅只是知識的主從關係而已，更隱含了一種無法消融吸納殖民知識，只能以放置在遠端邊陲的方式加以懸置的意義。

第二篇研究成果中，筆者大量利用了赴日本東京大學圖書館及國立國會圖書館所收集到的博覽會、展示會的相關材料，針對廣告、展示中有關「臺灣形像元素」的淬取、複製、重組的過程，及臺灣在博覽會這個想像與複製的空間位置所顯示的文化意涵。第一篇有關清代官府告示的研究，在史料選用及題目範圍上看似與本研究計畫無直接關係，然亦為筆者探討「廣告、展示」主題中不可忽視的部分，透過與清代廣告展示經驗的對比，我們可以更進一步認識日治時期臺灣廣告展示活動的延續、變遷與轉折的特質。

綜上所述，筆者於第一年計畫中，已先行建立了本計畫的基礎架構，就歷史延續性而言，透過清末有關告示的分析，了解日治時期以前臺灣商業廣告活動所存在的基本條件及其限制，這些條件與限制在日本統治之後會以何種形式持續，或者因何種條件而無法延續，將是下一年度進行計畫時可進一步釐清之處；其次，有關透展示所形構的臺灣形像，也是筆者第一年計畫獲得的初步成果，根據此一成果，筆者亦可在下一年度計畫中比對商品生產與行銷的網絡，進而探討展示、廣告與商業網絡之間的複雜關係，及其所形塑的地域文化與認同問題。

二、擬申請變更計畫說明：

不過，由於筆者已於本(92)年獲得日本交流協會「歷史研究者交流活動」之補助，將於民國92年9月1日至民國93年1月31日，赴日本東京大學東洋文化研究所進行為期半年的進修研究。筆者不得不改變原先與貴會的申請計畫，在此擬向貴會提出延緩執行第二年度計畫半年的請求，亦即擬將第二年度執行的時間延後至民國93年2月1日至民國94年1月31日。敬請貴會惠允為禱。