

六月的經驗／橄欖的



六月和七月是學校考試
放在年輕的消費者身上
月這個時期並不看好
間出賣給五粒星的王
慧中有機會在
邊緣的學生
陣愛撫，
的口袋
二百。

寂寞的六月

六月和七月是學校考試的季節，娛樂界將重注放在年輕的消費者身上，故此對六月和七月這個時期並不看好。電影商將這個期間出賣給五粒星的王先生，於是胡慧中有機會在瀕於被考試摧毀邊緣的學生心靈上施以一陣愛撫，並且從他們的口袋中（或他們家長的口袋中）掏去了二百五十萬。

六月中旬之前，唱片界尚呈現一片靜悄悄的現象，如電影的迷信人仕一樣，沒有人敢在這期間推出來頭大的製作。自六月下旬打後，一張中文唱片居然使整整兩個電台，一條廟街和一個大笪地熱鬧起來，唱歌的不是許冠傑，不是甄妮，不是徐小鳳，不是鄧麗君，不是羅文，也不是林子祥，而是一名寂寂無名的台灣女歌手——齊豫。

這是一個互相提携的組合，齊豫和胡慧中。

電影商和唱片商以後或許會重新考慮六月和七月這個期檔。照過往的習慣，電影商相信六月至七月初是他們主要消費者的繁忙日，考試足以使他們停止幾乎所有的戶外活

動。故此大製作通常都安排在七月初以後才放映，讓學生在暑假期間得以娛樂。當五粒星的王老細說他的「歡顏」會在十六院一同放映之時，旁觀者會被他的聲勢懾服，不過行內人都明白，那只是一次冷手執熱煎堆的交易。但那已經足夠，長子的名份都只是用一碗紅豆粥便可以換來，何況是以最壞的期檔換取真金白銀。

胡慧中的臉孔

錯誤被重覆一百次已經可以成為真理，少許的美麗被傳說一千次便足以驚為天人了。胡慧中的臉孔沒有錯，在觀看「歡顏」之時，我甚至被她偶然的天真幼稚吸引了，有幾個中距離的鏡頭見她穿上粉藍底碎花的衫裙，看得見的只是一個鄰家頗為普通而純樸的女孩子，惹人可憐的或許還有產下孩子的一兩個憔悴鏡頭，但是「靈氣迫人」？一套沒有腦袋的電影怎樣可以表現到靈氣？至於面孔，胡慧中有略潤的兩腮，笑起來有時嘴角會略微的上翹，有歪咀的感覺，中環可以找到比她更好的面孔。重覆一次，胡慧中的

臉孔沒有錯，錯的只是電影商在推銷這張面孔之時過於煽情，也過於催情，致使觀眾產生過度的亢奮。據聞胡慧中已經簽約五粒星電影公司，至於她的下一部電影會不會使觀眾再訪胡慧中，則仍屬未知之數。

撇去過度渲染的言詞，胡慧中仍可算得上是一副清新的面孔。起碼，她會令人覺得和她做朋友會是一件很舒適的事。那一晚在美心皇宮酒樓看見她和嘉賓敬酒的時候，便知道她只是另一個害怕應酬，害怕在很多人面前說多謝客氣說話的年青女孩子。這張面孔如果能夠在你的面前唱歌，你可能會被她深深感動。

六月下旬，沒有留意電影片頭工作人員字幕的人開始四出的尋找胡慧中主唱的「歡顏」主題曲，懂得幕後代唱這個電影現象的人四出的尋找「歡顏」的電影原聲帶。只有少數人才知道齊豫和「橄欖樹」作為大碟名稱的這兩個名字。唱片公司開始感覺到唱片需求量增加的重大壓力。

音樂使命之一／ 假想

齊豫隸屬於台灣的新力股份有限公司，

經驗

胡慧中，齊豫，旁及李泰祥及新格

交考者費者不重五粒會生無口袋二百。

試的季節，娛樂界將重注
身上，故此對六月和七
看好。電影商將這個期
星的王先生，於是胡
瀕於被考試摧毀
心靈上施以一
並且從他們
中掏去了
五十萬



竹聿 之一

(最少英文的一次)

唱片的牌子為新格牌，代表了一股相對於海山唱片公司的新興音樂工業勢力。該公司的主要資金投放於代理家庭電器，代理的牌子包括聲寶牌和新力牌的产品，唱片的發展只是近兩三年來的事。台灣海山唱片公司的事業在七、八年前興盛一時，旗下的歌星如姚蘇蓉、鳳飛飛、尤雅、甄妮、歐陽菲菲都曾經名重一方，但由於人事業務的管理和製作的路向發展得不完善和跟不上潮流而呈衰落的現象。隨後是部份消費者將購買力趨向於歐西唱片，包括原庄外國入口的和台灣本地的翻版唱片。台灣新力股份有限公司的唱片事業便企圖將這股購買力引導回本地市場，設想對象為大專學生和一般的年青的音樂消費者。該公司一名佔戲極重的角色為李泰祥，兼具作曲、作詞、編曲的身份，在「橄欖樹」附送的小冊內頁中，李泰祥說很多流行音樂都粗俗不堪，致使一般的大專學生都寧願「投入美國鄉村歌曲、靈魂音樂、搖滾音樂，甚至最新流行歌曲的懷抱裏。其實這些歌曲內容也粗俗不堪，只是在不知不覺中，被矇蔽到一種經過好好的包裝裏。並且要「將中國固有的民歌以現代的大眾歌曲形式來表達，以使中國民歌的生命綿延不斷，並賦予更豐富、更新的意義，並喚醒國人對自己

音樂的關注。」然後是「第二步工作便是邀請全國當今的詩人，共同來創作大眾的歌曲。」

音樂使命之二／ 歷史事實

李泰祥和五粒星一樣的犯了言過其實，道理比實踐大得不成比例的毛病。對於上述的宣言，我的贈言只是：「老友記，咁熱就唔駛客氣啦，扮嘢重更加無謂添。大家都係做生意嘅人，駛七搬出中國呀、詩人呀咁大陣仗嘅名堂呀，你D歌好好聽，賣到爆棚就得啦！何必要踩埋D鄉村歌曲、靈魂音樂、搖滾音樂同埋流行歌曲呢！大家都係賣錢嘅，你老哥嘅「鄉土、民謠」有幾隻夠的士高咯，唔通你嘅「橄欖樹」唔鄉下、唔夠晒嘢咩。」

李泰祥出版過「鄉土、民謠」第一輯和第二輯，第一輯選錄了全國通行、名目也較為大眾熟悉的民謠。第二輯選錄的也是中國的民謠，名目比不上第一輯的為大眾熟悉，部份且是台灣地方色彩較重的歌曲，兩輯的歌曲都以弦樂團的編排和演奏為主，按適當時候配以中國樂器，有好幾首歌曲甚至

用上流行的DISCO節奏。橄欖樹內的歌曲都由他一手包辦，據說是先有了歌曲的大碟，後來才為電影「歡顏」的製作者看中，斟商後用於電影之中，成為電影的原聲帶。

乾水的橄欖

「橄欖樹」是一張風格不錯的中文歌曲大碟，不過，商品始終是商品，流行音樂始終是流行音樂。負以太重的國家、藝術的使命感名號只會帶來更嚴厲的挑剔和假象的刺破。李泰祥具有流行音樂的耳朵，所以能夠寫出旋律流暢悅耳的調子，但成績顯現在眼前，在橄欖樹這張大碟中，他撰寫了八首樂曲，四首歌詞，並且用這四首歌詞去向別人證明他是大碟中五個寫詞人中最差的一個，並且讓部份的歌曲證明他只不過是另一個稍為有些新意的流行曲投機者。

「我在夢中哭泣了」有盈餘滿溢的淚水，起源於無病呻吟的泉源；「愛的世界」是二人的封蔽和自戀的世界，重覆的兩句「只有她和我」不比李泰祥批評的DISCO歌曲高明、節奏、配樂和錄音跟六十年代香港的難型流行樂隊分不出高下；「預感」神龍見

首不見尾，留下一條長長的待發展的尾巴；「走在雨中」還是那麼的純情近乎幼稚，不比鄧麗君的好得到那裏。

其實，說清新，那只不過是純情、雜情、傷感和淡淡的哀愁的代名詞吧了。歌曲離不開雨中、鮮花、淡淡的愁。姚蘇蓉、歐陽菲菲的撈氣已經重到令人不可以信任的階段，就換上年輕的面孔吧。這完全是市場運轉的定素所然。

能夠在純情和傷感的基礎上建設等稍為完整的是沈呂百的「歡顏」和蓉子的「青夢湖」，兩者都有很推進性的啓航、高潮和終止。大碟中最好的一首歌曲是羅青填詞的「答案」，簡單的歌詞不乏意象，互相比喻，互相襯托的完整性。「橄欖樹」由三毛填詞，除了讓人知道她嘗過流浪之外，其它的歌詞是語無倫次的最佳代表作。

但那並不要緊，聽歌的人通常都是閉目聆聽的，台灣大專學生和年青的消費者不會比一般人 SOPHISTICATED 得幾多。倘若香港大學的學生宿舍經常都可以聽見半斤八兩和鬼馬雙星、台灣的大專學生怎麼不會聽齊豫、劉藍溪和包美聖。而事實上，台灣新力股份有限公司也直朝着純情的路綫走去日落、細雨、微風、故夢可以吸引人，兩小無猜可以吸引人，歡顏為甚麼不可以。除却金韻獎第一至第四輯中某些歌曲具特色外，旗下的獨唱歌手都是聲綫柔而細的純情女歌手，劉藍溪，包美聖以至齊豫，彷彿回到陳美齡 (AGNES CHAN) 的歌唱年代。

回到市場去

不過，那已經足夠，「不要問我從那裏來」的 TREBLE 足以在廟街、大笪地的廣播中凌駕於其他歌曲之上，也足以使座落在港澳碼頭大笪地對面的香港總代理 CBS 新

力的決策人員忙過不了。自姚蘇蓉之後，國語歌曲的市場睡得不省人事，只餘下一個鄧麗君在支撐局面，台灣歌星的唱片成為了唱片店的毒藥，沒有人會對一名寂寂無名的台灣年青女歌手有任何的信心。但胡慧中的面孔足以使「不要問我從那裏來」深深的打入觀眾的腦海中，而「橄欖樹」又反過來支持「歡顏」和胡慧中成為城市中的談話題材，使五粒星在兩個星期內席捲二百五十萬而去。而唱片的訂單也由初時的數千張倍於幾何級數的增至數萬，然後是十多萬，讓正在市面流轉着的甄妮「春雨彎刀」立時失去大截的市場分益。

好戲還未上演完畢，正當總代理的供貨短缺，「橄欖樹」的市面售價被搶高至每張二十多元至一百元（正常價約為十六元左右）的時候，市面上出現由寶麗來出品的投機的「歡顏」原聲帶盒帶，採用了胡慧中作封面，從未聽過齊豫名字，又不知道原裝的橄欖樹根本便沒有胡慧中封面的樂迷便毫不考慮的將冒充貨買了下來，後來才發覺唱歌的並不是齊豫，而是一名國語還未識唸，歌還未識唱的男唱女聲的冒充客的冒牌投機貨。於是，總代理 CBS 和消費者委員會的投訴電

話便響過不停。總代理和五粒星甚至有聯合控告冒充者的打算，但遍尋商業註冊處都找不着寶麗來公司的登記，事件也不了了之。之後，市面上又有叫齊翕主唱橄欖樹，幾位知名的本地歌手又唱橄欖樹或者對譜另填新詞，好不熱鬧。

再嘗橄欖

其實橄欖樹是一張不錯的大碟。歌曲的風格無疑頗能夠帶來一點清新的空氣，從發展來看，它很可能是國語歌曲發展的里程碑，其意義可能媲美日本 NEW/FOLK MUSIC 的產生。起碼，在自行作曲，自行填詞的風氣上便比香港的粵語中文歌曲發展得健康得多。不過，這張唱片也帶來了兩個頗為嚴重的危機，一是一般人在成功的市場學部署底下 (BY CHANCE OR BY DESIGN) 對這張唱片有過強的反應，致使將大碟的真實意義蒙蔽，當銷售的數字作非理性的膨脹，當滿街滿巷都播着齊豫的橄欖樹或者不同版本的橄欖樹的時候，帶來的非審慎批評只是另外一次流行熱潮的興起，或者甚至說是妮妮之音的散播，當人們習慣了重覆的從傳播媒介中聽一首調子，然後在流行的壓力下去接收一件文化商品的輸入模式之後，還會不會有人主動地在這些提供的選擇之外發掘一些更佳的选择呢。這現實不以「橄欖樹」為個別情況，「橄欖樹」只是代表例子而已。二是當製作人看見「橄欖樹」的被接受程度達至如此高聳的地步，會不會以為選擇的製作路向已由此而確定為是？「橄欖樹」的弱點在過於傷感纖弱和柔美，其他的新格產生也局部性的犯上類此的毛病，假若「橄欖樹」的推銷成功使製作人更加趾高氣揚於自己的中國民歌使命感，那才是這股新音樂風格的最大危機。

