

歌潮·汐韻－香港粵語流行曲的發展

1. 引言

近年粵語流行曲面對很大的挑戰，在數位歌星及音樂創作人離世後，彷彿更加失去重心。黃霑遺留下來的博士論文《粵語流行曲的發展興衰(1994-1997)》，提出粵語流行曲在歷史的洪流中，失去了影響力，慢慢在本土的普及文化中消失，結論教人惋惜。無論黃霑的論文結論正確與否，它留下一個問號供我們反思－粵語流行曲與我們何干？

粵語流行曲除了是商品外，也包含歌手、音樂人及幕後製作人的心血。他們的心血凝聚成千千闕歌，累積成香港市民的普及文化，伴隨大家一起成長，成爲了我們的集體回憶。

爲深入了解這個問題，我們走訪了不少機構、唱片公司、音樂創作人、歌手、學者、樂評人等，嘗試從不同角度出發，抽絲剝繭，找出粵語流行曲在二次世界大戰後的發展脈絡：在音樂工業和傳播媒體的帶動下，配合香港本土文化的興起和社會轉變而發展起來，影響力遍及香港、國內及海外華人。

研究嘗試整理本土粵語流行曲的發展，成果未必鏗然有聲，但冀望文章如小小水滴，打進大家的心扉，思索粵語流行曲與我們文化的縷縷千絲。

2. 早期香港粵語流行曲

戰後，來自上海的資本家把他們的娛樂模式帶來香港，國語時代曲成了上流社會華人的普及文化，電台和夜總會等經常播放周璇、李香蘭和白光等的嗓音，為這些華人解愁去憂。其他操不同語系的華人亦有屬於自己的方言音樂，而操粵語的大眾，仍醉心於粵曲與粵劇之中。

當時香港是英國的殖民地，相比周邊地區，政治和社會較為穩定，外國的普及文化容易在香港傳播。1960年代成長的年青一代，很多都在 Uncle Ray 的薰陶下，收聽歐西流行曲。1964「披頭四樂隊」訪港，刮起了一陣「夾 band」熱潮，年青人紛紛自組樂隊。歐西流行曲成為這一代年青人的主流音樂。

香港粵語流行曲的發展在戰後至 1970 年代初，處於一個萌芽階段。它不受上流華人和年青人的青睞，是星馬華人和本地草根階層的喜好。

早期的「粵語流行曲」有改編粵曲的粵語短歌、電影歌曲、廣告歌曲和廣播劇主題曲等。改編粵曲的粵語短歌對象主要是星、馬的華人礦工。唱片公司邀請粵曲界的呂文成、何大傻、朱頂鶴等改編粵曲，並以諧趣歌詞來填寫曲譜。和聲、美聲、南聲及幸運唱片等公司皆有出版唱片，部分外銷東南亞，而部分則以「跳舞歌曲」命名，在本地廳內播放伴舞。

1950 年代至 1960 年代，無論國語和粵語電影均有插曲或主角對唱的歌曲。部分粵語電影歌曲配合影星的形象，深受本地大眾歡迎。但部分粵語電影歌曲的歌詞鬼馬通俗，雖廣泛流傳，卻被視為俚俗之作。

1959 年商業電台啓播後，成為播放早期粵語流行曲的重要渠道。商業電台設有時段播放粵語流行曲，亦時有播放粵語的廣告歌曲，而廣播劇附有粵語主題曲，其主題曲多出自周聰手筆。



和聲歌林粵語時代曲歌詞
1952 年



南聲唱片跳舞歌曲歌詞
1960 年代



膽管收音機
1960年代
2004.9.70

3 香港粵語流行曲的黃金時期

自 1970 年代開始，香港經濟起飛，市民購買力提高，民生穩定，本土文化抬頭。穩定的政治環境和蓬勃的社會及經濟發展，為粵語流行曲的興起提供了基礎。

電視機在 1970 年代日趨普及，電視節目成為普羅大眾的免費娛樂，漸令社會各階層，尤其在 1970 年代長大的一代，接受以粵語為主要媒介的娛樂，在這個普及文化的基礎上，《啼笑因緣》和《鬼馬雙星》等歌曲在大氣播放後，旋即廣受大眾歡迎。

自此唱片商發現粵語流行曲市場極具發展潛力，遂紛紛投入資金，投資發行粵語流行曲的唱片，很多從主唱英文和國語歌曲的歌手紛紛改唱粵語流行曲，在電視和電台節目均大量播放粵語流行曲的情況下，加速了粵語流行曲的興起。

在粵語流行曲迅速興起的時候，適逢中國改革開放，粵語流行曲隨著回鄉人士帶同的電子產品及卡式錄音帶流入國內，歌曲開始受國內人士歡迎，同時，香港的電視節目，紛紛開拓內及東南亞市場，由於這些節目比周邊國家及地區的電視節目較為吸引，廣受當地華人歡迎，粵語流行曲亦跟隨這些外銷節目，拓展了新的市場空間。

拓闊了的市場空間吸引本地及外國企業投放更多資源在唱片製作，唱片商不斷發掘改編歌曲，物色音樂創作人創作歌曲，開拓如情歌、勵志、社會民生、人生哲理等不同種類的歌曲和塑造歌星形象，這些策略均不斷拉闊粵語流行曲的聽眾，促使粵語流行曲最終成為本地流行音樂的主流。

粵語流行曲的興起有賴日新月異的科技，從黑膠唱碟，卡式錄音帶到數碼光碟；從錄音機、微型音響到『隨身聽』、從 MTV 到卡拉 OK，科技產品和不同的消費模式把企業，歌曲和聽眾拉近，促進流行音樂的發展。

文化認同

「六七暴動」後，政府改變施政方向，又舉辦「香港節」，銳意向世界推銷「香港」。踏入 1970 年代，在「十年建屋」、「九年免費教育」和「打擊貪污」的政策下，香港社會步向穩定發展，經濟急速起飛。1960 至 1970 年代長大的年青一代，不再跟他們父母輩一樣，視自己為「過客」和「難民」，他們以香港為

「家」，在政治穩定和經濟發展的情況下，社會上產生了奮發向上和對前途的憧憬，建構了一種本地居民的共同生活體驗，對香港的感情，以及個人的身份認同。

這種本地居民的共同生活體驗和香港人的身份認同在大眾文化中傳播，本地的電視節目、電台節目和電影等擺脫了舊有的框框，內容不再像 1950 至 1960 年代的那樣，而是富有本地都市氣息的、傳媒企業刻意擺脫從前的歌曲風格，製作不同內容的粵語流行曲、部分內容與社會發展狀況有關、引起普羅大眾的共鳴，遂使本地居民進一步接受本土文化和建構「香港人」的身份認同，這個趨勢在 1980 年代得以繼續發展。



排隊輪水
1960 年代
1998.16.76

媒體影響

在 1970 至 1990 年代中、在電視、電台、電影等媒體大力推動下，香港普及文化百花齊放，粵語流行曲發展繁盛。

自 1974 年電視劇集《啼笑因緣》的同名主題曲大受歡迎後，本地電視劇皆以粵語歌為主題曲，隨著電視劇如《狂潮》、《小李飛刀》、《大地恩情》和《天蠶變》等廣受歡迎，電視觀眾同時接受劇集及其主題曲和插曲，進一步確定了粵語電視劇主題曲的地位，電視台把電視節目銷售至國內及海外，使粵語流行曲可

隨電視節目傳播海外。在 1980 年代，本地電視台仿倣外國的電視頻道，以音樂錄影帶(Music Video)的形式製作和播放音樂節目，為觀眾提供視覺及聽覺雙重娛樂，無線電視的《勁歌金曲》和其他的電視音樂節目，成為傳播粵語流行曲的重要媒體。

商業電台早在 1960 年代末已有以年青人為對象的節目，並由「唱片騎師」(Disc Jockey)主持，香港電台亦在 1974 年推出《青春交響曲》節目，介紹流行音樂和潮流資訊，唱片騎師在節目中播放歌曲，介紹歌曲的背景，增加聽眾對音樂的認識，這類年青人的音樂節目收聽率高，促進粵語流行曲成為年青人的主流音樂。

在 1970 年代中至 1990 年代初，香港本地電影市道興旺，港產電影《半斤八兩》、《英雄本色》、《倩女幽魂》等極為賣座，影片亦遠銷世界各地，電影原聲大碟跟隨賣座電影，暢銷市場，電影歌曲得以廣泛流傳，成為大家耳熟能詳的流行曲。

1980 年代中從日本引進香港的卡拉 OK 是傳播流行音樂的新興媒介，甫推出，旋即大受歡迎。無論家居或娛樂場所，都添置卡拉 OK 設備，唱卡拉 OK 的專門店亦大行其道，成為推動粵語流行曲的重要平台。

音樂工業

粵語流行曲的生產包括複雜的社會分工，在市場的需求下，唱片公司聯絡音樂創作人作曲，填詞和編曲，然後由歌手灌錄唱碟，唱碟製成後，便由電台及電視台等推廣，然後發行和零售。

1970 至 1980 年代，本地唱片業發展蓬勃，除了數間本地唱片公司如娛樂、文志、華星、永恆和風行等，一些跨國唱片公司如寶麗金(Polygram)、百代(EMI)、新力(CBS Sony)、華納(WEA)和博德曼(BMG)等亦加入競爭，進軍粵語流行曲的唱片市場。

1980 年代，藝人的經理人制度漸趨成熟，經理人為歌手選擇不同的演藝工作，造就歌手逐步走紅，唱片公司又借鑒日本藝能界的運作模式，不惜工本，邀請著名計師如陳幼堅、劉培基和張叔平等設計唱片封套和歌星形象等，推銷歌手，並時常舉辦各式各樣的宣傳活動，以增加大眾對歌手和唱片的興趣。

早於 1967 年國際唱片業協會(香港會)有限公司已經成立。它是國際唱片業

協會的聯盟成員，亦是香港唱片行業的代表機構，致力推動唱片市場的合法權益和打擊盜版。此外，1977 年香港作曲家及作詞家協會成立，保障音樂創作人的合法權益，均有助推動本地音樂工業的發展。

根據國際唱片協會(香港會)的資料，1980 年本地「金唱片」及「白金唱片」的頒獎標準分別是年銷量 25,000 張及 50,000 張，從 1980 年頒贈 13 張本地「金唱片」獎項和 17 張本地「白金唱片」獎項，到 1988 年分別頒贈 23 張「金唱片」獎項和 62 張「白金唱片」獎項，足證唱片行業的興旺。



《第一滴淚》唱片

1986 年

2004.19.7



《小李飛刀》白金唱片
1978 年

樂壇頒獎禮

各項樂壇頒獎禮反映了粵語流行曲的繁盛發展，國際唱片業協會(香港會)於 1977 年舉辦首個「金唱片頒獎典禮」，表揚銷量突出的唱片，「金唱片」和「白金唱片」頒獎禮肯定了唱片商、歌星及音樂創作人的努力，亦是唱片銷售成績的見證。

隨著粵語流行曲日趨蓬勃，電子傳媒順應潮流，安排大量音樂節目，並推出歌曲流行榜，1970 年代末香港電台和商業電台都有中文歌曲榜，反映每周中文歌曲的播放情況，1979 年香港電台舉辦「十大中文金曲頒獎音樂會」，是首個由電子傳媒舉辦的中文流行曲頒獎禮，總結過去一年中文流行曲的成績，由於大部分得獎歌曲都是粵語流行曲，確定粵語流行曲成為香港主流流行音樂。

其後無綫電視和商業電台分別推出「勁歌金曲」和「叱吒樂壇流行榜」，並分別舉辦「十大勁歌金曲頒獎典禮」和「叱吒樂壇流行榜頒獎典禮」，連同新城電台舉辦的「新城勁爆頒獎禮」，成為各電子傳媒舉辦一年一度表揚對樂壇有傑出表現的歌手和幕後人員的樂壇盛事，這些頒獎禮都擁有相當高的收聽率和收視率，促進粵語流行曲的發展。



第十四屆(1991)十大中文金曲金針獎
(得獎者：羅文先生)

歌唱表演

1970年代初，許冠傑已多次在香港大會堂舉行演唱會，吸引大批歌迷入場欣賞。其後關正傑、羅文等亦相繼在大專會堂、利舞臺或伊利沙伯體育館舉辦個人演唱會，市民皆反應熱烈。

1983年紅磡香港體育館（俗稱「紅館」）落成，這個能夠容納超過12,000名觀眾的場館，迅即成為舉辦演唱會的主要場地。自此，本地歌手的演唱會如雨後春筍，成了一股熱潮。在「紅館」開演唱會成為所有歌手的目標，到「紅館」聽演唱會亦成為歌迷支持偶像的頭號大事。巨星如許冠傑、徐小鳳、譚詠麟、張國榮和梅艷芳等，先後多次在「紅館」舉行個人演唱會，場數一般由數場至十多場不等，更曾創弄三、四十場的紀錄，盛況空前。本地演唱會的蓬勃，加上本地歌手常到國內和海外演出，充分反映香港粵語流行曲的受歡迎程度。



羅文舞台服飾
1996 年



顧嘉輝和黃霑在《真友情演唱會》中的演出
1998 年

4. 香港粵語流行曲的近期發展

千禧之交，全球一體化，科技發展和互聯網的普及影響全球普及文化的發展，流行音樂無可避免地受到影響。跟 1980 年代相比，近年香港粵語流行曲的發展明顯地有所不及。

由戰後至 1990 年代中，香港粵語流行曲主要依賴唱碟載錄，並在電台和電視等媒體播放，卡拉 OK 在 1980 年代中引進香港，這種鼓勵個人自唱的娛樂深受大眾歡迎、唱片及娛樂公司亦藉此推介首輪新歌，令卡拉 OK 成爲現在傳播粵語流行曲的主要渠道之一。

流動電話、互聯網等新媒體的出現爲流行音樂在功能上帶來新的發展，互聯網的普及，影片和歌曲皆可透過互聯網來傳播和下載，音樂網站成爲了流行音樂的傳播渠道之一，爲單一歌曲市場的出現提供了基礎，配合新媒體的發展，企業可製作和推廣一首歌曲，而不用一併製作多首歌曲灌錄唱碟，此外，大眾可利用流動電話來傳播首輪新歌，粵語流行曲可以電話鈴聲等形式出現，新媒體改變了音樂的功能、形式、傳播渠道和消費模式。然而，新媒體改變了大眾接收音樂的方法，衍生非法下載歌曲的問題，衝擊唱碟市場，影響唱片的銷量，銷售額由 1997 年約 17 億港元下跌至 2006 年的 5.6 億港元。

粵語流行曲在市場定位方面亦起了變化，相比 1980 年代，香港周邊地區的娛樂產業已有很大的進步，中、港、台三地的歌星可互作交流，形成了華語歌曲市場，粵語流行曲成爲了華語歌曲一部分，近年粵語流行曲的內容側重年青人的情歌，無法像 1970 至 1990 年中的一樣，吸引不同類型的受眾。

歸根究底是因爲粵語流行曲僅被視爲華語歌曲的一部分，令市場縮窄？唱碟市場萎縮，新媒體剛起步發展，市場有待整合？新一代的歌曲和歌詞內容傾向年輕一代的口味，一代一聲音，無法引起不同受眾的共鳴？流行文化的週期性現象？盜版猖獗？抑或粵語流行曲正在等待下一次滿潮？