

无线小生花旦排着队出碟

又演又唱 抢钱容易

去年签约英皇正式出道当歌手的林峰,凭借出演TVB剧集的高人气,第一张个人专辑就赢得了金唱片。乘今年《溏心风暴之家好月圆》的东风,他的第二张专辑《Your Love》开卖一个月就突破了白金唱片的销量,可谓“峰光无限”。在他之后,向乐坛发起进军号角的还有8月20日推出首张专辑的钟嘉欣,9月10日签约新唱片公司的胡杏儿,她的绯闻男友黄宗泽也在10月23日签约东亚唱片。一时间,无线新生代当家小生、花旦齐齐向乐坛进发,频密度和行进速度令人惊讶……

专题撰文 信息时报记者 叶毅



时常出席活动,无线的小生花旦也需要一首歌傍身,宣布进军乐坛的胡杏儿与林峰,就在早前于上海举办的风尚大典上合唱一曲。



2005年推出的《男人魅》除了李克勤、陈奕迅、郑伊健,其他人都是无线力捧的男艺人。

无线与乐坛早有渊源

“红星出华星”的辉煌时代

其实,无线艺人加入乐坛并不是近来才出现的现象。早在上世纪70年代,无线就把电视和音乐做了很好结合,最好的例子就是曾经响当当的华星娱乐公司。

成立于1972年的华星娱乐公司,是无线的一个大型子公司,最初只是由陈淑芬和陈柳泉负责筹划演唱会。但3年后,华星成立唱片部,随即签下第一个带经理人合约的歌手张国荣,除了录制电视剧插曲,“哥哥”还主演了多套无线剧集,在那个传播媒介匮乏的年代,能在电视上又唱又演,无疑给他日后的走红奠定了良好基础。

1982年到1988年,华星在无线的支持下,创办一年一度的“新秀歌手大赛”,不少实力唱将都是由此开始演艺之路,最被人称道的是,已故的天后梅艳芳就是首届新秀歌手大赛挖掘出来的,张学友、郑秀文、许志安、陈奕迅等人也全靠“新秀”这个跳板才能进入娱乐圈。在将梅艳芳、张国荣、罗文等巨星罗致麾下后,华星逐渐成为香港最大的华资唱片公司,与BMG、宝丽金、华纳、EMI并称香港五大唱片公司。

“红星出华星”是那个年代大家对华星辉煌景象的称颂,而在那个年代,似乎人人都能做歌手。稍微红一点的艺人,都有一两张唱片傍身。无线手握华星这个大王牌,旗下艺人自然人人受惠。“四大天王”中刘德华、黎明、郭富城,乃至靓声王李克勤、陈奕迅,初出道全都得乖乖在华星接受歌艺培训,等出碟当

歌手。

但1995年后,多家世界大型唱片公司在香港成立了其中国总公司,唱片业竞争日趋激烈;加上华星只关注香港本地市场,旗下艺人多发行粤语专辑,无法兼顾内地和台湾地区的市场,公司开始走下坡路。大股东郭鹤年家族买下华星之后,更导致华星与无线疏离,最终失去了电视宣传的强大后盾。此外,盗版的猖獗也使华星一蹶不振,最终在2001年9月20日,华星令外界无比唏嘘地宣布结业。

从这里我们不难看出,由于无线和华星的裙带关系,其实华星的歌手也算是无线的艺人,而无线的艺人更有机会演唱电视剧歌曲从而走向歌手之路。尽管华星倒闭了,但无线强大的宣传平台完全有能力为旗下艺人进军乐坛铺路。每年无线平均有上百部剧集播出,对于电视剧歌曲有很大的需求。所谓“肥水不流外人田”,让旗下艺人演唱电视剧歌曲是一个再明智不过的选择。所以近年,无线宣布自家制作的剧集所有主题曲、插曲都会由旗下艺人主唱,一改过往大部分由其他歌手演唱的习惯。

没有华星在音乐制作上的便利,无线2005年和2006年推出的两张电视剧歌曲合集,都找了两间大型唱片公司“联姻”。2005年推出的《男人魅》就是与环球唱片资源整合的结果。这张噱头十足的唱片里共收录了十位男歌手的新歌,除李克勤及陈奕迅是专职歌

手外,其他八位几乎都不是歌手,而是以演戏为主,当中更有大部分是无线旗下力捧的艺人,如陈豪、郑嘉颖、吴卓羲、林峰等。很明显,无线推出《男人魅》只是借助环球唱片的实力,最主要是捧旗下艺人。2006年,无线的橄榄枝伸向了金牌唱片,由当家花旦余诗曼带队,乐坛一姐杨千嬅护航,带着廖碧儿、钟嘉欣、胡杏儿等力捧的女艺人,推出了又一张电视剧歌曲合集《金牌女儿红》,口碑和销量都不错。



郑秀文、谭耀文、梁汉文、车婉婉、许志安等人,曾经都是华星的班底。



东亚唱片大老板林建岳买下了华星的歌曲版权,将于12月底举办专场演唱会,曾经的“华星人”许志安和杨千嬅有份表演。

鼓励转型有原因

即能创收又能节流

可以说,影视演员走演而优则唱的道路除了可能背上莫须有的“不务正业”的骂名外,于其发展是百利而无一害的。几年前,于娜在宣传新剧《逆水寒》时,不经意透露自己正在录单曲。记者们面面相觑,不知谁多嘴问了一句,为什么?原本想于娜肯定又是说什么自己从小就喜欢唱歌之类的老套回答,没想到于娜告诉我们,那是因为要满足上各种晚会露面的需要,“经常会去做个嘉宾之类的,人家就要求你表演节目,我总不能老表演小品吧?而唱别人的歌又没多大意思,就只有自己录歌了。”这样的回答直接而实在。

一个影视明星出席一次商业活动的出场费大概在10万左右,但往往有价无市,比如一个商家开业,他不会单纯地只请一个明星剪彩,说几句客套话便掏出10万元“埋单”。但影视明星出了唱片,情况就不一样了,在参加活动的时候,明星可以顺带唱上两首,10万的出场费往往会一下子攀升很多,甚至翻倍,商家见面面热闹,出手反而更疏爽。

而发行专辑之后,明星为了配合新专辑的发行,也要去不少城市进行签售和宣传,这样一来无形中增加了自身的曝光率。对于无线出身的艺人来说,一个强大的宣传平台就在自己身后,以歌手的身份利用这个宣传平台,不仅给观众带来新鲜感,而且能增加自己的收入和知名度、曝光率,何乐而不为呢?

明星的出场费增加了,无疑也增加了经纪公司的收入。对于无线来说,旗下艺人若然镀多一层歌星的光环,他们登台演出的价钱也要提高许多,无线从这些演出中就能获取更多的费用,符合无线目前开源节流的原则。

近年来无线已经逐渐成为全香港最大的艺人经纪公司,如何令旗下艺人的效益最大化,一直都是无线谋求开拓的项目,因此才会有近年来无线主动走出去的政策,例如与湖南卫视合作进入内地市场以及与日本电视台合作进军日本市场。

除此之外,无线还重拾起已经“荒弃”的唱片市场,出台了旗下电视剧优先让旗下艺人演唱主题曲的规定,为旗下艺人杀入乐坛铺平了道路,同时还积极与各大唱片公司合作,采取双赢的策略,将旗下艺人的唱片合约授予不同的唱片公司,希望利用不同唱片公司的优势来更好推广自己旗下艺人的知名度。