

友的苦痛……我不得不接受，生命的
無，願，終於，知道生命之
所以無常究竟有甚麼道理。

黃霑文集

選題



廣告人告白



D003
HK\$54

Published and Printed in Hong Kong

滄海一聲笑

黃霑文集

蓮蓬題



廣告人告白

滄海一聲笑・黃霑文集④

總策劃：潘耀明

執行策劃：趙鳳娥

廣告人告白

黃 霑 著

書名題簽：饒宗頤

封面設計：靳埭強

責任編輯：陳嘉儀

明窗出版社有限公司出版

二〇〇四年十二月初版

二〇〇五年一月第二版

二〇〇五年二月第三版

二〇〇六年七月第四版

二〇〇八年六月第五版

ISBN：962-22-0085-0

©版權所有 翻印必究

明報出版社有限公司發行

香港柴灣嘉業街18號明報工業中心A座15樓

TEL：2595 3215 FAX：2965 4715

<http://books.mingpao.com/>

e-mail: mpp@mingpao.com

新加坡總代理

商務印書館新加坡分館

亨泰印刷有限公司承印

滄海一聲笑



一代奇才

黃 霑

1941-2004

蓮生題



清風笑竟惹寂寥
豪情還剩了一襟晚照……



一九九一年初，黃霑、梁日昭和顧嘉輝一起在台上即興吹口琴。



「輝黃」演唱會非常成功。



在八十年代的舞台上，關正傑、霑叔和顧嘉輝合作演出。



在香港作曲作詞家CASH大獎二十三周年晚會上，黃霑親吻張國榮。



永遠懷念霑叔在舞台上的豪情演繹。

黃霑的藝術天空

潘耀明

明窗出版社總編輯

出版說明

黃霑先生逝世，海內外傳媒稱謂他為「鬼才」填詞人，或「香港流行詞壇教父」，其實黃霑的才識是多方面的，他還是專欄作家，為我們留下幾十部著作。黃霑以寫隨筆雜文為主，他早期的代表作主要在《明報》發表，並交由明窗出版社出版。這些文章記敘了他作為填詞人、廣告人、編劇的心路歷程，反映了他作為中國人所處的大時代種種感受，其中還包括他個人的喜怒哀樂。正因為黃霑是填詞人，他自稱是敏感的人，他擁有屬於自己的一片瑰麗的藝術天空，那裏有流雲、霞彩、麗日、陰雨，也有浪漫與激情，……所有這些，都一一顯現在他的筆下。

縱觀黃霑的作品，不啻是一個「我手寫我心」的性情中人，他譜的詞、寫的文章都是坦蕩蕩的真情流露，所謂「心戚者則形為之動，情悲者剛聲為之哀，此自然相應，不可得逃。」（《三國》·稽康）他的文章以「不文」見稱，其實，這只是表象，所謂嘻笑怒罵皆成文章，他的「遊戲之作」，可視作對迂腐的中國傳統文化的逆反心

態的體現，具有反諷作用。他也有很浪漫的一面，他嚮往「雨夜林中聽淅瀝」、「在大霧山風雲裏輕輕笑」……詩情畫意的境界。他自剖道：「黃霑表面上是狗男人一個，粗鄙不文，其實，骨子裏，浪漫得無以復加。」

黃霑的「不文文化」，只能產生於香港這個特殊社會，套黃霑的話說：「香港，是個言論自由的中國社會，中國人只有在香港，才真正有赤裸裸地剖白心聲的自由。我是香港作家，生活在香港，當然不會不充分把握這心口合一的好機會。所以筆下少有保留，文字不作矯飾，心中話，很自然就流露出來。」

黃霑的文字與他填的詞和平常的生活作風一樣，是俚俗的，甚至是粗鄙的。正因為這樣，他的作品與廣大的小市民心曲相通，引起廣泛的回響。所謂俗極了是雅，雅極了是俗。我們相信隨着時間之河的淘洗，黃霑這些作品將與他琅琅的「滄海一聲笑」長留人間。

這是我們編輯這套書的旨意。這套作品由學術泰斗、黃霑博士論文的指導教授饒宗頤題簽；海內外馳名書法大家、文史學家黃苗子親撰悼文；好友蔡瀾、陶傑作序；由蜚聲國際的著名設計大師靳埭強設計，彌足珍貴，謹致謝忱。

二〇〇四年十一月二十九日

亦狂亦俠的漢子

黃苗子

——弔黃霑兄

得霑兄仙逝噩耗，如聞霹靂！這幾天國內外媒體，紛紛對他的一生作出崇高正確的評價，說明世上人心是公道的。我自上世紀八十年代初在香港結識黃霑，對他的學識、性情，都十分投契：他是條「亦狂亦俠」的漢子，天真灑脫，喜歡找朋友縱談。近年較少作歌，他覺得當代流行的越來越離開他的興趣。黃霑和溫妮在拉斯維加斯旅行結婚，忘帶戒指，女辦事員（亦是證婚人）順手拿兩個橡皮圈給他倆戴上，就代替結婚指環。霑兄得意之餘，發個傳真給我，這就是黃霑的性格。他愛同我談廣東俗文學，曾以廖奉恩先生的粵語詩孤見贈，因此也學作一首以呈霑兄冥誨。

九二老漢苗子發自北京

弔霑兄

黃苗子

不文霑逝嘆文亡老友聽聞眼
淚汪一代鬼才真灑脫萬人神
喪幾淒涼橡皮圈定三生愛滄
海歌高一笑狂今日乘風瀟灑
去耳——聖誕唱吉祥

弔霑兄

黃苗子

不文霑逝嘆文亡老友聽聞眼
淚汪一代鬼才真灑脫萬人神
喪幾淒涼橡皮圈定三生愛滄
海歌高一笑狂今日乘風瀟灑
去耳：聖誕唱吉祥

一笑西去

——代序

寫稿，一夜未眠，天亮散步到九龍城吃東西，經過報攤，看見黃霑兄逝世的消息。

打電話給倪匡兄，這次他沒依照慣例哈哈大笑大笑四聲，代之的只有「豈有此理」四個字。

「你讚過黃霑的訃文寫得好，死後要叫他下筆。現在先走了，誰來寫？」我說：「他出殯那天我不知道在不在香港，等一下我會去買一塊白布，替他寫四個字吧。」

「哪四個字？」

「一笑西去。」

倪匡兄說：「前兩個字代表人生態度，他也有《滄海一聲笑》的歌，後面兩個字

寫境界，好個一笑西去。」

「下款用你的名字，寫倪匡蔡瀾敬輓，好不好？」我問。

「儘管寫好了，叨你的光了。」倪匡兄說：「對了，你和黃霑同年吧，都是屬蛇？」

「唔，我比他小五個月。」

「六十多，是早了一點，古龍死時才四十八歲，黃霑活得比他長命。」倪匡兄說：「不開心的話，活到一百，又如何？想做甚麼就做甚麼，想吃甚麼就吃甚麼。」

「人生就是那麼簡單的一個道理，爲甚麼大家還要盲目摸索？」我說。

「當年和一班朋友去日本的時候，你帶我們去吃河豚，有些人不敢吃，我一個人大嚼三條，這才叫活過。」倪匡兄想起，又笑了出來。

我知道黃霑兄都不要我們太悲哀，也笑了。

香港文化的一縷精靈

——代序

陶傑

張國榮、羅文、林振強、梅艷芳，現在連黃霑也走了。香江歲月的盛宴，未知是否落得個羹殘杯寂、人散曲終的結局。

流行曲的歌星雖然謝幕，但只要歌魂不散，香港的文化精神還是長存。填詞人黃霑先生的夭逝，比起先行的幾位，對香港人的打擊更甚，因為黃霑不是歌者，而是作者。

黃霑是香港文化的一縷精靈，他與許多人一起努力建立了香港人的身分。黃霑的鬼才多面體，在香港經濟蛻變的天雷地火之間鑄煉成。他的才華奠基於香港大學中文系，他的靈感卻成就於七十年代工商業高速發展、外國商品和本地實業衝擊逆撞的廣告歌市場需求——白花油、瑞士糖、聰明豆朱古力糖，還在當年來香港巡遊匯演的米奇老鼠迪士尼。香港由一個滿山木屋的難民社會進化成高樓遍地的殖民地國際都市，

黃霑應運而生於商業，成於通俗，在深圳河的屏障以南，不論是精心插柳還是短鋤栽花，開出流行文化的一座璀璨的玫瑰園。……

黃霑長於文、精於曲，政治言論卻不是強項，有時未免引起爭議了。但一手把「粵謳」現代化，有如蘇東坡改革了的豔詞，李煜柳永為中原北方和江浙滬人視為「鄭音」的廣東歌賦予新的生命和面貌，黃霑雖不是唯一的一人，盧國沾、黎小田、許冠傑都各有貢獻，但連同顧嘉輝，肯定是最重要的一對創作人。黃郎顧曲，並為香港的獅子山和維港，峰巒照海，已成香港文化景觀的絕配。眾多歌星，充其量只是穿梭於山海之間的輪舟，羅文、張國榮、梅艷芳，水鏡仙帆，紛紛都飄洋出峽了，雖教人惋惜，猶可寄望後來的漁桅歌聲，但黃霑先生之大去，卻如關山其崩，他的朗笑聲和名句，淘盡滔滔的兩岸風潮。香港人既喜愛這位擅說色情笑話和粗言穢語的不文狂士，也更懷念為香港文化奠基立業的音樂巨匠。西九龍的土木待興，香港人的文化身分卻不容偏廢，對這位香港人的好朋友，最好的紀念，是把他的曲詞一代代傳下去，以獅子山下的絃歌，一起送別一個千帆並逝的光華年代，在大嶼山和汲水門的鱗鱗金波之間，讓他的笑聲迴盪在煙水兩忘的滄海。

目錄

第一輯：廣告行業天地廣

廣告公司之經營管理

2	在廣告行創業	10	小本做廣告(二)	18	先聲
3	殺出血路來	11	小本做廣告(三)	19	責任與期望
4	這就是廣告業	12	小本做廣告(四)	20	轉工的好壞
5	廣告業是寶山	13	小本做廣告(五)	21	成功只關努力
6	提防賴賬客戶	14	小本做廣告(六)	22	「三結合」
7	錢銀一清二楚	15	小公司怎麼辦	23	記住海明威的話
8	媒介大革命	16	中式飲食隨想	24	干卿底事？
9	小本做廣告(一)	17	進軍台灣	25	經營管理的典範

26	故事
27	廣告行貪污問題
28	香港華資廣告
29	來港「朝聖」
30	美國土包子
31	還數香港

第二章：天生我才必有用

——廣告人才之發掘與培養

34	甚麼人才合適
35	只合有野心的人
36	怎樣才算好
37	培訓人才
38	訓練新人
39	發掘人才的慧眼
40	應變
41	功夫比人好
42	練功讀小廣告
43	最近看過書嗎？
44	必須尊重經驗
45	創作力會乾嗎？
46	不能寵創作人
47	紅茶廣告想起
48	拼命生活去
49	靜中回想
50	要講國語，我選京人
51	廣告八聞
52	從業員流動
53	我不數才難
54	Happy Shop
55	多給青年人機會
56	談錯
57	Common Sense
58	談CRISIS
59	非看不可的書