



# 滚石30

从时间上说，“五一”期间在北京鸟巢举办的“滚石30年演唱会”名不副实——滚石唱片1980年开始做音乐，去年冬天在台北的那场“滚石30年”演唱会，才是真正时间上的“滚石30年”。但这并不妨碍“滚石30年”北京演唱会广受追捧，从日暮黄昏到月圆星夜，5个半小时，40多位乐坛唱将，近9万人合唱几十首怀旧作品，是不是“30年”已经无所谓，歌者和听者，都是为那种叫“滚石”的情怀而来。

## “滚石”是一种情怀

本报记者 倪自放

### 怀旧，捡拾上世纪八九十年代的“遗产”

怀旧，必须的！这种情绪不仅仅体现在那些走进鸟巢与明星合唱的数万观众身上，连台上的明星也是如此。是的，滚石是一种回忆。对于台下与明星合唱的70后、80后观众而言，滚石30年中的某个段落，恰恰是他们青春的注脚。如果你年龄小，你可以不知道早期的潘越云，但你不能不知道赵传，你不能不知道目前53岁的李宗盛、57岁的罗大佑以及51岁的周华健，之后还有一长串的名字，陈升、张艾嘉、齐豫、林忆莲、陈淑桦、刘若英、梁静茹、莫文蔚、五月天等，都在滚石

唱片度过音乐生涯的高峰，张国荣、成龙，都曾是滚石的歌手。一大串耳熟能详的歌曲，《恋曲1990》《花心》《大约在冬季》《心太软》《梦醒时分》《最浪漫的事》等，都有一个共同的名字叫“滚石”。

滚石1995年前后达到巅峰期，滚石演唱会里引起数万人与台上明星合唱的歌曲，大多是上世纪八九十年代的经典作品，这很容易让人回忆起上世纪被滚石音乐打下烙印的青春岁月，回忆起卡带里的《童年》《心太软》。从这个意义上说，做滚石演唱会，就是捡拾上世纪八九十年

代的“遗产”，打捞一两代人的青春记忆。这很契合很多人内心深处那种叫做怀旧的东西。对于怀旧的打捞，滚石人自己也承认。在周华健和李宗盛合唱的《最近比较烦》里，有一句歌词是：“老段说……”这个“老段”，就是滚石唱片的创始人之一、有“滚石之父”之称的现任董事长段钟沂。这个“老段”还是之前“纵贯线”的策划者，“纵贯线”主打的也是怀旧，老段承认，正是“纵贯线”的成功，让他坚信了怀旧的力量，于是有了更大的怀旧之旅——滚石30年演唱会。

### 情怀，“理想主义”让选秀成浮云

做怀旧，得有“阅历”，作为亚洲最大的唱片公司，31岁的滚石显然最有怀旧的资源。做怀旧，还得有经典，能让人感动。为什么滚石唱片有那么多的经典？为什么滚石的歌曲是怀旧的良药？因为滚石不单单是一种音乐，还是一种叫做情怀的东西，感动和怀旧，都来自于这情怀。也许香港人更善于生产“天王天后”，也许飞碟唱片更善于生产青春偶像（小虎队、林志颖等），但滚石却握住了音乐产业核心产品——歌曲创作的命脉，而且多是优质人文歌曲。从上世纪80年代以罗大佑、李宗盛、齐豫、齐秦为代表

的“人文音乐”到上世纪90年代杜德伟、任贤齐为代表的中式R&B，再到以Beyond、五月天为代表的“摇滚主流化”，滚石唱片只奉献好歌，不奉献偶像。

作为一个从摇滚杂志转型而来的唱片公司，从老板段氏兄弟到旗下的众多艺人，滚石人无不理想主义者。他们对于音乐品质和人文情怀的要求，高于市场中其他唱片公司，罗大佑、李宗盛如此，齐豫、潘越云皆如此。当时的滚石唱片既保持了民歌的人文精神，又运用了现代韵味的编曲和录音手法，迅速地获得了大众的认同。

在情怀的感召下，歌曲本身比歌手要重要，特别是在怀旧的年代，很多的知名歌手发新歌无人问津，而唱老歌则会引起轰动。特别是在这几次演唱会上，尽管滚石的经典人物罗大佑、李宗盛、张艾嘉、陈升都没有到场，但伍佰、张震岳、五月天带上各自的乐队，组成“SuperBands”同台唱响的《凡人歌》、罗大佑的《鹿港小镇》、陈淑桦的《梦醒时分》等金曲，还是引起欢呼，这是情怀的力量，这种力量让9万人走进鸟巢集体怀旧，而选秀、彩铃、神曲、炒作什么的皆为浮云。

### 告别，这次高潮是为唱片业唱挽歌

怀旧是近两年音乐会的主旋律，王菲、纵贯线以及这一次的“滚石30年”北京演唱会，都是主打怀旧牌的成功案例。但音乐界有多少怀旧牌可以打？过去歌手演唱会的效应来自唱片销售产生的黏合力，现在唱片业萧条，怎么去培养观众接受看演唱会的方式，以此让唱片公司存活下来，已是一个不容回避的问题。

也就是说，演唱会实际是对通过唱片成名的歌手、歌曲的再消费，现在没有唱片公司致力于通过唱片培养歌手了，以后的演唱会还有什么可消费的？从这个意义上说，引起空前轰动的滚石30年演唱会，作为演唱会是一个高潮，但其实是为唱片业唱挽歌。实际上，手握大量优质内容版权的“滚石”，也已经从音乐生产商（滚石唱

片）成功转型为内容管理商（滚石移动），也就是说，滚石唱片已经名不副实。也许再过一二十年，那时候的人们听的流行音乐是我们今天创作的这些作品。滚石的老板段钟沂说：“我也在想，有一天我的儿子、孙子、我的孙子的孙子都还在听罗大佑，这不是没有可能。”