



# 港漫教父黃玉郎馳騁畫壇六十載

# 一筆繪經典 雙手寫傳奇

網絡年代，人人稱「神」。在還沒有那麼多「神」的上世紀七八十年代，漫畫界出現了一位「神人」，憑一支筆、一雙手，編繪了《龍虎門》、《醉拳》及《如來神掌》等暢銷港漫，風靡香港，並統一了漫畫出版業，他就是今年入行整60年的「港漫教父」黃玉郎。

記者：雲遜 圖：受訪者提供

▼黃玉郎編創的港漫多不勝數，代表作有《小流氓》、《龍虎門》、《醉拳》、《玉郎漫畫》、《神兵玄奇》等。

玉郎為紀念入行六十載，黃玉郎早前舉辦巡迴畫展，並推出紀念冊。（雲遜攝）



## 全球首創分工模式製漫畫

《龍虎門》為黃玉郎締造事業高峰，但他未有自滿，創作靈感仍源源不絕，不時推出其他題材的漫畫。他還構思出業界從未有過的分工模式。七十年代，漫畫家都是想好故事情節後，獨自繪製畫稿，再印刷出版。因出版時序沒有硬性規定，經常脫期。黃玉郎為規範製作程序，訂下每本漫畫每周定期出版一期的目標。他先後收了祁文傑、張萬有及毛名威（筆名）三名徒弟，並設立「分工流水作業模式」。他解釋：「這套分工源自《小流氓》，那時我負責主編、編劇、起稿、勾頭及勾身。祁文傑處理頭髮的層次，張萬有及毛名威分別負責畫景及風位。」為了壯大漫畫事業版圖，黃玉郎收徒弟的數量逐漸增多，製作《龍虎門》的人數增至十多人，分工模式進一步精細化（詳見附表）。那時徒弟尊稱黃氏為「玉郎大帝」，他亦順理成章把徒弟封為「御林軍」，職位統稱為「漫畫助理」。他說：「讀者對畫面越來越有要求，為提高質素及維持定時出版，擴大製作團隊是必須的。」黃玉郎出版的漫畫周刊，銷量不斷上升，是分工制度成功的最佳佐證，其他出版社紛紛仿效，令黃氏成為業界領導者。「對比其他公司的漫畫助理，『御林軍』較有紀律。我在畫風及製作上嚴格把關，稿件完成後必須具有我的個人風格，令作品維持讀者口中的『玉郎味』。」薄裝港漫推出至今逾半世紀，這套由黃玉郎創立的分工模式，無論是他或其他漫畫出版社均沿用至今，部分助理更已跟隨黃氏逾40年。

## 統一漫畫界

黃玉郎在八十年代以每年250萬元優厚酬勞，將當時唯一競爭對手上官小寶收歸旗下，令全港漫畫周刊均由黃氏旗下公司出版，成功統一漫畫界。他並先後推出《醉拳》、《如來神掌》兩本新作，加上《龍虎門》，以每本30頁計算，每周須繪畫90頁畫稿，此項紀錄在當時足以傲視全球。黃玉郎表示：「我的崗位不變，並加強培訓新人，分工上增設編劇、勾頭及勾身。」隨着漫畫王朝擴大，及後再增設監製、組長、彩稿、文字處理及專欄等崗位。當年港漫分工的精細程度，可媲美工廠運作模式，加上每周按量出版，令香港僅次日本，榮登全球第二大漫畫生產地，享譽亞洲，黃玉郎居功至偉。

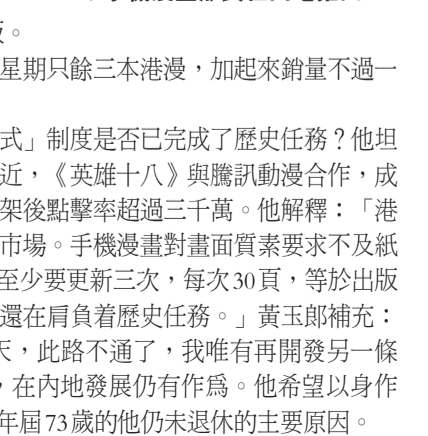
## 「分工流水作業模式」崗位職責

- 主編：**工作包括編劇、起稿（每頁草稿及分鏡）、勾頭（繪畫角色頭面部相）、勾身（繪畫角色身體部分）。
- 實景：**崗位所佔組員較多，負責繪畫所有非人物角色的景物。
- 風位：**運用雲尺繪畫線條，為角色動作、對打畫面及物體移動時增加動感及勁度。
- 頭髮：**運用毛筆一筆一筆，為角色畫出髮型及頭髮層次感。
- 肌肉：**為角色繪畫肌肉紋理，以線條增加身體立體感與結實感。
- 衫花：**負責繪畫角色的衣飾圖案。
- 執稿：**負責擦稿、塗白油彩（去掉完稿雜線）、貼字、框字框、送稿等。

## 七十歲 未言退

黃玉郎見證港漫由起而盛，盛到衰，衰到微的過程，他承認薄裝港漫今天已是式微。「上世紀八九十年代，百花齊放時期，每周有超過20本周刊出版。到今年，連同我的新作《英雄十八》，每星期只餘三本港漫，加起來銷量不過一萬多本。」問到由他一手創立的「分工流水作業模式」制度是否已完成了歷史任務？他坦言任務總有完結的一天，但不是現在。最近，《英雄十八》與騰訊動漫合作，成為進軍內地手機漫畫市場的頭炮作品，上架後點擊率超過三萬。他解釋：「港漫要尋找新出路，唯有開創內地手機漫畫市場。手機漫畫對畫面質素要求不及紙本漫畫高，但對數量的需求極大。一星期至少要更新三次，每次30頁，等於出版三本港漫周刊的工作量，所以，製作團隊還在肩負着歷史任務。」黃玉郎補充：「60年前開創了一條漫畫大道，行到今天，此路不通了，我唯有再開發另一條路。」他認為以港漫人才的技能和視野，在內地發展仍有作為。他希望以身作則，讓還在努力的漫畫家看到出路，這是年屆73歲的他仍未退休的主要原因。

黃玉郎新作《英雄十八》，以手機漫畫形式在內地推出。



黃玉郎擁有過人的繪畫天分，13歲在父親支持下，投身漫畫行業，至今年剛好60年。入行一甲子，黃玉郎接受本報訪問，回首縱橫漫畫界逾半世紀的經歷。

「我性格天馬行空，亦敢於冒險，希望在漫畫界有所作為。」黃玉郎說起當初如何矢志在漫畫界闖一番事業時，依然目光如炬。天馬行空的思想，引發出他的無窮創作靈感，出道不久已擔任主筆，曾繪畫過偵探、科幻、古裝、鬼故及武俠等不同題材的港漫。1969年，受社會啓發，編繪以市井英雄為主角的《小流氓》大受歡迎。

《小流氓》出版初期，售價兩毫，屬小型裝書（約A5尺寸），每期36頁。「為催谷銷量，我向老闆提議頁數減至24頁，增加畫面總格數，故事會更濃縮、劇情推進亦會加快。老闆猶豫，我承諾若銷量下跌超過三分之一，減收稿費；但若銷量上升，稿費便要增加。」結果三期過後，每期銷量增加了2000本，黃玉郎每月收入跳升至2500元，年紀輕輕已展露營商智慧。

## 轉書度 增銷路

「《小流氓》成功之後，感覺在創作及出版上，只要想到的，就可以實行。」敢於冒險的黃玉郎，1972年自立門戶成立「玉郎圖書」，自資出版《小流氓》，銷量升至每期24000本。七十年代中期，《小流氓》銷路停滯，黃玉郎發覺小型裝書發揮空間有限，而且「細書」對象是「細路」（約8至14歲），反而像《老夫子》及《13點》等大型裝書（約A4尺寸），讀者群是青年與成年人。「為了加強畫面效果，並且擴大讀者層面，決定加大書度至接近A4尺寸，書價加至每本6毫，改革由第50期開始。」剛轉書度時，銷量下滑，黃玉郎再將每頁畫面行數由三行增至四行，故事情節更緊湊，並拼盡全力提升畫功，終令銷量逐步回升。他說：「內容是王道。只要讀者認為好看，絕對不會吝嗇一角幾毫。」《小流氓》第70期，銷量總數5萬本，是改革前的一倍，那時黃氏每期的收入約一萬元。「《小流氓》第98期，銷量超過15萬本，證明冒險改變書度的策略成功。」七十年代中後期，香港漫畫業起飛，漫畫家為求刺激銷量，內容及畫

面的血腥程度加劇，更有出版社鋌而走險製作色情漫畫，受到社會嚴厲抨擊。政府推出「不良刊物條例」加以管制，漫畫家人人自危。為此，黃玉郎聯同多位出版社老闆及漫畫家舉行記者會，向社會表明自立立場。黃玉郎憶述：「記者會後大部分色情漫畫停刊，業界自律地刪去血腥暴力畫面，《小流氓》亦然，並由第99期起改名《龍虎門》，風格轉變為武俠技擊。」《龍虎門》所開創的現代武俠主題，成為業界追隨及模仿的新風格，黃玉郎成功化危為機。《龍虎門》高峰期每期銷量15萬本，書中王小虎、王小龍、石黑龍三位主角性格鮮明，故事情節緊湊，在坊間掀起追看熱潮，其後曾被改編成電影等作品，被公認為黃氏最得意之作。

## 再創高峰

# 漫畫兵器掀熱潮

黃玉郎的漫畫王朝在上世紀八十年代達到頂峰，並涉獵報章、雜誌及印刷等業務。1986年，「玉郎機構」上市，成為全球首間上市的漫畫公司。然而，環球股災隨之而來，玉郎機構股價急跌，其後被惡意收購，黃玉郎更被迫離董事局，個人亦因訛騙公款而入獄。

1993年，黃玉郎重出江湖成立「玉皇朝」，並招攬昔日「御林軍」回巢，推出東山再起之作《天子傳奇》及出版《超霸世紀》等漫畫。黃玉郎不負「漫畫教父」之名，多本作品均大受歡迎，他稱：「奮鬥三年後，公司漫畫市場佔有率達到七成。」九十年代尾，互聯網興起，大眾的娛樂消遣方式改變，漫畫銷量因而下跌。黃玉郎歎息：「互聯網興起令全線漫畫銷量大跌，這是全行面臨的危機。大眾的娛樂選擇多了，且周刊漫畫發展了多年，題材、表現形式到了極限，讀者開始感到沉悶，銷量下跌無可避免。」

## 網絡遊戲汲取靈感

黃玉郎留意到當時興起的網絡遊戲，很多均以兵器比拼為主題，於是靈機一觸，大膽創新漫畫題材，「以往多以武功為主，1999年推出的新作《神兵玄奇》則改以兵器為主，每一把兵器均注入了中國神話故事元素，如女媧、黃帝及蚩尤等。」為凸顯新作的「兵器」主



黃玉郎推出的《神兵玄奇》兵器，大受漫畫迷歡迎。

題，黃玉郎決定《神兵玄奇》第一期隨書贈送金屬製神兵「天晶」一把，結果吸引大批漫畫迷及網絡遊戲迷搶購。他續稱：「之後打造了不同尺寸的神兵，例如1比1實物原大的兵器，大受讀者歡迎，更引起炒賣熱潮。」黃玉郎隨書附送兵器，那一期漫畫必定大賣。

黃氏指當年不少行家仿效他的做法，令坊間掀起一陣漫畫兵器收藏潮流。黃玉郎再次帶領港漫業界開創出新的道路，他憶述《神兵玄奇》創刊號印書5萬本後要再加印，高峰期每期銷量近8萬本。由他帶起的漫畫兵器熱潮，席捲港澳及星馬等地，單是初創神兵「天晶」所製成不同尺寸的兵器，已售出超過一百萬柄。黃玉郎天馬行空的作風，為薄裝港漫業界帶來了另一波高潮，可惜，這亦是港漫最後一個高峰。