

**Cut-out: Materiality, Infrastructure, and Subcultural
Imaginary**

Zhongwei LI

「打口」：
物質性、基礎設施與亞文化想像

李忠蔚*

* 李忠蔚，利茲大學傳媒學院。

投稿日期：2021年9月1日。接受刊登日期：2022年5月10日。

摘要

本文嘗試從「物」出發，在音樂的本體論論爭之外，以一種懸置「音樂」的視角考察九十年代中國城市的音樂亞文化，求取打口唱片的物質性與「打口一代」的亞文化想像之間的微妙關聯。文章首先簡要介紹了打口在歐美唱片工業中的歷史源頭以及中國「打口一代」的亞文化想像；第二部分聚焦於作為「料」的打口在潮陽和平鎮的廢料回收產業中的物質屬性與相應的價值標準，並展示了打口的「物性」與中國本地樂迷的亞文化想像之間的戲劇性衝突；第三部分從打口的「品相」分類學與中國樂迷「修打口」的消費儀式入手，討論作為音樂儲存介質的打口的物理殘缺性及其被重新建構的用途與意義；第四部分在西方人文學科的「基礎設施」轉向的啟發下，考察三種不同類型的打口零售業態：地攤、公共賣場中的租賃商戶與獨立鋪面的唱片店，並分析了打口零售市場中的「低端」與「野生」的「詩學」及其在後天安門的歷史情境中展現的微妙政治張力。本文試圖展示：打口唱片的物質性與音樂性彼此依存，相生相成，並且在對時代情境的反應中殊途同歸。

關鍵詞：音樂研究、亞文化、物質性、基礎設施、九十年代中國

Abstract

This article explores the possibility of music studies without a focus on ‘music itself’, using a ‘thing-centred’ approach to investigate the music subculture of the ‘cut-out generation’ in 1990s mainland China. Seeking to demonstrate the relationship between the materiality of the cut-outs and the subcultural imaginary of the ‘cut-out generation’, it approaches the cut-out subculture with three main foci: the ‘thingness’ of the cut-outs as scrap materials, the defective materiality of the cut-outs as music records, and the infrastructure of cut-out retail business. After a brief introduction to the history of the cut-outs and the “cut-out generation”, the first section studies the scrap business at the top of Chinese cut-out industry and the rules by which the cut-outs were evaluated in this regime of value. The second section investigates the cut-outs’ trajectory from a “thing” to an “object” with unique (sub)cultural use and meanings, focusing on the “typology of physical conditions” on the cut-out market and the ritual of “cut-out repairing” practiced by local consumers. The third section examines three types of cut-out retail outlets: ground stalls, rented counters in public marketplaces, and record stores, arriving at a peculiar “poetics” of the cut-out retail infrastructure marked by its “shabbiness” and “primitiveness” and the subtle political tensions embedded in the Post-Tiananmen context. The article concludes by arguing that the materiality and “musicness” of the cut-outs were mutually dependent on and conditioned by each other, and they joined together in articulating an affective response by the “cut-out generation” to the time they lived in.

Keywords: Music studies, Subculture, Materiality, Infrastructure, 1990s China

沒有什麼比打口唱片那樣更物質同時又更精神的了。
(孫孟晉2001)

引言：一次懸置「音樂」的音樂文化研究

在西方主流學界的音樂研究史中，對於「音樂本身」(music itself)的祛魅構成了一條隱秘而重要的線索。現代錄音技術普及之前，音樂一度被看作是超然於一切實在形式與社會關係之上的浪漫存在：一件音樂「作品」(Werktreue)既非物理實體，也不是經驗的產物，它的本體無關現實世界中的任一次抄錄、演奏或者聆聽，而是僅作為作曲家所建構的理念而存世(Goehr 1992)。進入二十世紀後，隨著生產技術與傳播體系的變革，作為錄音製品的音樂粉墨登場，而音樂研究也從西方古典音樂的單一語境中走出，探入繽紛繁雜的現代音樂產業之中。在對「作品」本身的音樂學分析之外，圍繞流行音樂文化的社會學批判與在地音樂場景的民族誌探索等新的研究進路亦漸次鋪開，及至「聲音研究」(sound studies)作為一種獨立的範疇與範式嶄露頭角，音樂已不再僅作為一套文本、符號或者理念存在，而是被視為複製與傳播過程中的產品乃至商品，作為可知可感、可儲可藏、天生便與媒介技術糾纏不清的「聲音」來考察(Pinch and Bijsterveld 2012)。

隨著音樂的絕對本體論地位江河日下，以「音樂本身」為中心的浪漫主義研究取向也遭到了挑戰。面對「藝術音樂被當作音樂，流行音樂被當作社會形式」(Born 1995: 213)這一亟需調和的分野，音樂研究——尤其是對於音樂文化的批判性研究——迎來了理論範式革新的節點。一方面，以伯恩(Georgina Born)、亨尼恩(Antoine Hennion)和德諾拉(Tia DeNora)為代表的一派力圖延續音樂學「正統」，他們嘗試在更開放的理論情境中將「音樂本身」視為媒介化(mediation)的基點，以此作為音樂文化在現代語境中的新範式所寄。這一理論脈絡的大成之作當屬伯恩提出的音樂的「社會媒介化」(social mediation)學說：通過將身分(identity)、情動(affect)與媒介的示能性(affordance)等維度納入音樂學分析的框架中，伯恩博採眾長，力求為音樂所生發的多元社會

性 (plural socialities) 給出一套完善自洽的理論詮釋 (Born 2011)。重要的是，在這一理論範式中，音樂仍被視為一種「自我指涉性的」(self-referential) 本體，它不依存於其他物理媒介或者符號系統，並且在經驗世界中被置於具體的社會文化互動之前 (Born 1995: 216)。不過，較之浪漫主義傳統中的「作品」理念，雖然「音樂本身」在伯恩等的理論中依舊獨據核心，但這一本體已經不再遺世獨立，而是以聲音或文本的形式棲身於周遭環繞的物質媒介、意義結構與社會關係之中了。

與此相對，拒絕拯救「音樂本身」的一派學者則另闢蹊徑，將目光投向了音樂產業與文化中「物」的維度。這一取向的先聲可以追溯到上世紀席捲西方人文學科的「物理論」(thing theory) 風潮及其輻射下的物質文化 (material culture) 研究傳統。斯特勞 (Will Straw) 提出，音樂之為「物」的能動性是可以脫離聲音本身來討論的。就作為「文化商品」(Miège 1979) 的流行音樂而言，這一「物」的維度同樣可以落實在音樂的物理載體，尤其是不同類別的實體唱片上。由此出發，音樂便不僅僅是時間層面的音符的續接，更是空間層面的物質的累積與流通。斯特勞相信，相較於對「音樂本身」的考察，以「物」為導向的視角不僅可以觸及音樂文化在現代資本主義語境中更為迫切的批判性可能，也能揭示出全球化背景下更加深層的地緣權力結構。由此，他呼籲音樂學者對人文學科整體的範式革新作出回應，發動一場音樂研究的「物質性轉向」(Straw 2000)。在2019年出版的專著《分解：音樂的政治生態學》(*Decomposed: The Political Ecology of Music*) 中，迪芬 (Kyle Devine) 提出了「物導向」一派迄今為止最為完善的理論範式：錄音音樂的「政治生態學」。迪芬指出，傳統音樂學對於作為終端產品的「音樂」的界定抹去了為音樂文化提供物質基礎的「大宗貨品與幕後人員」(staple commodities and supporting casts) 的作用。通過梳理錄音音樂的主導媒介在蟲膠、塑料與數據三個時期的歷史變遷，迪芬考察了物質環境與音樂文化在不同社會情境中的互動，並著重強調了自然生態與人力資源在其中扮演的關鍵角色。與「音樂中心」的保守主義針鋒相對，迪芬拋出了「音樂無涉的媒介音樂學」(mediatic musicology without music) 的激進主張 (Devine 2019: 18)。

上述兩種研究進路的並置引出了以下問題：當我們在現代語境中談論「音樂」時，所指究竟為何？是作為聽覺信號傳播的「聲」，還是作為實體介質存在的「物」？流行音樂的消費實踐與文化場景是否必然由作為聲音或者文本的「音樂本身」主導？若有例外，那麼作為「物」的音樂在文化建構與意義生產中扮演了怎樣的角色，其物質性（materiality）又與非物質的「音樂性」有著怎樣的關聯？

在「物導向」一派的啓發下，本文嘗試以一種懸置「音樂」的視角考察一例具體歷史情境中的音樂文化：九十年代中國的「打口一代」。在簡要闡述打口與西洋搖滾樂的聲音和文本之間的關聯之後，本文將聚焦於對打口亞文化中的「物」的分析，主要在以下幾個維度展開：作為可回收廢料的打口、作為殘缺的唱片的打口、支持打口唱片流通的「基礎設施」，以及它們與中國本土的聽眾之間的「感官性互動」。在有限的篇幅內，本文並不追求全面而周詳地呈現「打口一代」的文化生態和樣貌，而是試圖從上述幾個切面入手，用一種盡量「音樂無涉」的方式求取打口的物質性與「打口一代」的亞文化想像之間複雜而微妙的關聯。¹

一、「打口」：前世與今生

（一）從音樂唱片到工業廢料

在中文語境中，「打口」一般指代一類通過固體廢料進口的灰色管道流入中國的海外音像製品。這類貨物在流通時往往已經帶有某種物理殘缺，其中最為常見的是落在包裝邊緣的一道或深或淺的鋸口，是為「打口」。自九十年代初期開始，作為音樂唱片的「打口」開始為人所知，其中主要包括卡式錄音帶（如圖1）與CD激光唱片兩類。²而事實上，打口一

1 本文主要基於作者在2015、2017至2018年所採集的質性資料，包括在北京、上海、廣州、南京等城市進行的70餘例深度訪談，以及對於大量文字檔案的文本分析（Li 2019, 2020）。出於研究倫理的考慮，文中所引受訪者的姓名均以字母代稱。

2 與中國本土市場中唱片介質的更新換代幾乎同步，打口CD也在九十年代中後期後來居上，逐漸取代了打口磁帶的主導地位。

度在包括黑膠唱片、VHS錄影帶、DVD、MD、CD-ROM等多種介質中廣泛存在，直至2010年前後隨數字音像的普及逐漸走向消亡。



圖1：打口帶

資料來源：作者拍攝

儘管「打口」一詞是九十年代中國語境中的產物，但其實自七十年代起，作為非正規商品的鋸口唱片便已在歐美唱片工業中廣泛存在，在英語中對應“cut-out”（又作“cutout”）一詞。早期的“cut-out”唱片多是因市場表現不及預期或授權合約屆滿而遭到唱片公司「除名」（delete）的品種，其零售拷貝也隨之被從零售管道撤回，其中一些黑膠唱片在外包裝鋸口，以示區別。這一時期，鋸口一般位於紙質封套的一側，通常為1/8英寸見方，而膠片本身並無損傷（Burgess 2013）。在零售端，這類鋸口唱片的歸宿一般是跳蚤市場或者唱片店中被稱為「鋸口垃圾箱」（cut-out bin）的角落。在數字音樂引發的產業動盪之前，過量生產一直是歐美主流唱片公司的經營常態，而“cut-out”機制的作用正在於減少過量生產所帶來的經濟損失：相比其智慧財產權（intellectual property）成本，一張流行音樂唱片的物理複製成本極為低廉，遭到鋸口之後，唱片便被逐出正規市場，而唱片公司也得以免於支付這份拷貝的創作版稅以及相關稅務。於是，不同

層級的鋸口唱片批發商一方面寄生於主流唱片工業的利益鏈條之上，另一方面又作為消化其過量產品的緩衝帶，維持著流行音樂市場的正常運轉。及至“cut-out”所滋生的灰色經濟初具規模，唱片邊緣的鋸口也逐漸成爲了一種約定俗成的符號，象徵著合法流通商品與被廠牌除名的「下架」品種之間的分界。³

進入八十年代，磁帶與CD取代黑膠唱片成爲錄音音樂的主要流通介質，唱片工業對於過量庫存的處理方式也發生了變化。在全球化浪潮的席捲之下，一方面，歐美主流廠牌的積壓貨品不再止於「鋸口垃圾箱」中的自產自銷，而是通過與當地廢料處理公司合作，將過量生產的拷貝轉化爲固體廢料，作爲工業原材料遠銷海外；另一方面，隨著亞洲製造業的異軍突起，來自中國東南沿海的競拍者開始在國際廢料交易市場上以絕對的價格優勢獨佔鰲頭。⁴儘管唱片邊緣缺口的上述符號性意義得以延續，然而，相比在黑膠時代僅作爲象徵存在的1/8英寸鋸口，廢料公司對於積壓唱片的處理方式——包括電鋸割裂、電鑽鑽孔、滾筒碾壓、機器消磁等等——無疑更具破壞性，所致物理損傷也不可避免地波及唱片本身。相比「鋸口垃圾箱」中的下架黑膠，在九十年代登陸中國的打口磁帶與CD所背負的缺口已不僅是唱片工業內部的正規與「非正規」商品的分界，更是擁有智慧財產權價值的文化商品與僅具物理原料價值的「非文化」商品之間的一道鴻溝：一邊是作爲「精神食糧」的音樂專輯，另一邊則是淪爲工業原料的塑膠垃圾。

（二）「打口一代」：「搖滾神話」與亞文化想像

打口修理方法的發明開創者究竟是何方神聖，今天已經無從考證。

3 洛杉磯時報記者諾德爾塞德（William Knodelseder 1993）在八十年代曾就美國唱片工業的腐敗行爲進行過廣泛採寫，最終成書《騙局：關於MCA、音樂產業與黑手黨的真實故事》（*Stiffed: A True Story of MCA, the Music Business and the Mafia*），其中對涉及鋸口唱片的灰色產業有詳實記述。

4 自1980至2000的20年間，塑料在中國的總需求量從120萬噸躍升至810萬噸（van Beukering et al. 1997; Duraiappah et al. 2002）。這一階段中，中國廢料批發商在全球市場的影響力可以得到多方佐證。例如，全美PET容器資源協會（National Association for PET Container Resources）在其年度報告中曾將「中國買家的侵略性競價」（aggressive pricing by Chinese buyers）作爲美國本地回收市場遭到衝擊的主因（NAPCOR 2003）。

可以肯定的是：最遲1993年前後，修復完好的打口磁帶已經開始出現在廣州、北京等地的零售攤販手中。儘管好萊塢電影主題曲和「迪斯科」（Disco）舞曲等西洋流行樂早在八十年代已在中國都市廣為傳播，但對大部分聽眾而言，搖滾樂和其他相對小眾的風格門類仍屬盲區。打口的到來正填補了這一空白，也帶來了本地樂迷聽覺經驗的顛覆。進入九十年代中後期，隨著激光唱片的逐漸普及，一直處於灰色地帶的中國打口產業進入了全盛時期，而「打口一代」的稱號也開始見於媒體報導之中，成爲了一代中國樂迷的身分標籤。作爲一個由遍及中國各地市的灰色市場所催生的亞文化形態，「打口一代」儘管並不具備統一的組織機制，卻仍可被看成是由共享了同一文化消費者身分的不同樂迷群體所構成的「跨本地」（translocal）亞文化生態系統（Hodkinson 2004）。

基於阿帕杜萊（Arjun Appadurai）對「文化想像」（cultural imaginary）的理論詮釋，本文嘗試用「亞文化想像」（subcultural imaginary）這一概念來闡述中國「打口一代」在全球性與在地性交疊的情境中所建構的另類文化身分，以及這一文化身分所承載的價值規範、情感結構與實踐邏輯。阿帕杜萊將全球化時代的文化想像看作是「個體能動性的場所與全球性的可能性場域之間的一種協商形式」，是「一切形式的個體能動性的中心」（Appadurai 1996: 31）。在九十年代中國，「打口一代」對自身文化身分定位的想像首先源自群體性的消費實踐。面對這種來自搖滾文化「源頭」的發達資本主義世界的舶來品，中國樂迷在購買、聆聽與詮釋打口唱片的過程中所產生的文化想像是多層次的：他們一方面基於地緣政治的分界，在想像中體會著東西方文化的落差與碰撞，另一方面也在想像中建構著中國社會內部的在地文化區隔。依靠西洋流行音樂（尤其是搖滾樂）的原真性（authenticity），中國打口樂迷得以區別於想像中的本地音樂「主流」，從而建立起獨特的品味政治與亞文化身分。換言之，「打口一代」的全球性只有在其在地情境中才具有意義。這與皮爾金頓（Hilary Pilkington）等對全球化進程中的「邊緣青年」（peripheral youth）的多重文化身分的反思一脈相承（Pilkington and Johnson 2003）。

基於上述理論建構，我們可以理解特定的審美與價值取向如何在特定的歷史與地緣情境中被在地的能動主體所選擇與建構的。據此，我們可以回答一個關鍵問題：當我們談論打口時，為什麼總會談論搖滾樂？

事實是，作為一個品味相對同質的消費者群體，「打口一代」從未對西洋流行音樂譜系內的各類風格一視同仁。脫胎於資本主義唱片工業中的過量拷貝，進入中國的數以千噸計的打口如同一面鏡子，在風格流派層面為本地聽眾提供了一個頗具代表性的文化樣本：除搖滾與流行之外，古典、爵士、嘻哈、金屬、電子、影視原聲、世界音樂等風格門類均在打口市場得到了廣泛流通。而不可否認的是，無論是作為一種音樂流派還是一套價值體系，「搖滾」（或者中文語境中廣義的「另類音樂」）都一直在打口年代占據著不可撼動的主導地位。最為直觀的證據是：幾乎所有受訪的打口商販都肯定了搖滾樂品種在本地市場的絕對價格優勢，正如受訪者A所言：「（價格高的）肯定是搖滾的，一直都是搖滾的……所有的『尖貨』⁵最後都是搖滾的。」⁶與這種市場價格的等級關係相呼應的，是「打口一代」作為樂迷群體共同踐行的一套音樂審美體系，前打口商販、音樂人左小祖咒的一段話可作旁證：

記得在上個世紀90年代初，在上海中圖公司一帶，我和我的兄弟們在倒打口帶的那段時光最大目的，就是如何把最尖的貨賣出一個高價，什麼是最尖的打口帶？我告訴你吧，就是現在大家整天掛在嘴邊說我的音樂是「最難聽」的那種。（左小祖咒2013: 1）

祖咒所定義的「難聽」應和了西方流行音樂研究者對於「搖滾神話」（rock mythology）的理論詮釋（Grossberg 1993）：作為「聲」的搖滾樂所特有的音量、節奏、音色等特性造就了一種「剛硬」（hard）的聆聽體驗，這與它咄咄逼人的話語建構異曲同工。另一方面，與此處的「難聽」相對的，不僅是審美意義上的「好聽」，即在聽感上令人舒適；「難聽」更意味著不「易聽」，即聽者需要投入時間與精力來逐漸習得不易被大眾接受的音樂品味。對「打口一代」而言，這種品味的習得途徑不僅包括對

5 在部分地區的打口黑話中，「尖貨」指打口市場中的高價品類，與「糟泔」相對。

6 2018年4月採訪於南京。

音樂本身的探索性聆聽，對文本資訊的不斷挖掘與記誦同樣不可或缺。在受訪者的個人打口聆聽史中，圍繞所謂「搖滾知識」的講述隨處可見。這類「知識」不僅包括音樂流派、樂隊、樂手、專輯、歌詞等資訊，更指向了由此衍生出的一套「另類」的音樂欣賞方式與品味規範。⁷而來自「搖滾傳教士」——品味精深、學識廣博、交流慾望高漲的打口商販——的言傳身教，則是「搖滾知識」傳播中的關鍵環節。在B講述的「以販養吸」⁸的打口零售經歷中，我們可以一窺資訊與品味在「打口一代」亞文化想像中的重要作用：

自豪地說一句：我是搖滾樂在中國的傳教士中的一名。我在96年後賣打口已經知道了很多樂隊，甚至樂隊的一些小故事也能津津樂道了。大多數買磁帶的小孩，甚至小大人，都不知道該聽什麼，經常有小孩問我：「我想聽新褲子那種的音樂，你有嗎？」我就說：「你聽那個破樂隊幹嘛？直接聽雷蒙斯（Ramones）多好！」有小白領說：「我想瞭解一下搖滾樂。」我說：「借你披頭士（The Beatles）的聽聽，但是不好聽，槍花（Gun N' Roses）啊窮街（Skid Row）啊更好聽！」也有裝逼的，說要聽「深」一點的，那就來張Lou Reed、The Smiths！⁹

在布赫迪厄（Pierre Bourdieu）的意義上，作為一種用以習得與彰顯特定文化品味的社會資源，打口唱片以及與之相關的音樂資訊均可以看作一種「亞文化資本」（subcultural capital），承載著「打口一代」獨特的亞文化想像（Thornton 1995）。而伴隨著中文「搖滾知識」的生產與傳播的，是一次次極具本土化意味的詮釋、誤讀、再生產與再創作，¹⁰其中所涉及

7 在此僅舉一例打口店的「自學」故事：「有一次去中關村附近買磁帶，那的老闆是個有學識的人。他把音樂類型分類擺放，喜歡什麼風格就看哪個櫃子，真是大開眼界！心中默默背樂隊名字〔…〕我一般花錢買一盤磁帶，在店裡耗上好幾個小時〔…〕但那個時間是學習的好機會。」（2015年6月採訪於北京）

8 在打口黑話中，「以販養吸」專門用來形容一類以打口消費者或收藏者的身分進入打口行業的零售商販，他們販賣打口的目的的一方面是為接近產業上游的高質量貨源，另一方面則是為用營收的利潤買進更多的打口，滿足自己聆聽與收藏的需求，如此深陷其中，如同毒癮。在「打口一代」的亞文化倫理中，「以販養吸」往往被視為一種受到推崇的生活方式，彰顯了個體對音樂的熱愛、對搖滾精神的尊重、以及對唯利主義的商業化邏輯的唾棄。與普通商販相比，「以販養吸」的打口賣家不僅不被視為打口亞文化的他者，而且常常擔任品味鑑賞家（connoisseur）甚至「搖滾傳教士」的亞文化精英角色。

9 2015年6月採訪於北京。

10 在《菊花如何夜行軍》一書中，鍾永豐（2022）記述了在自己的成長與聆聽

airiti

的價值與意義幾乎全部落腳於打口唱片作為物質媒介所存儲的「非物質」內容，即作為聲音與文本的「音樂本身」。在《打口中國》（*China with a Cut*）一書中，高偉雲（Jeroen de Kloet 2010）詳實地論證了搖滾神話的「領域化／去領域化力量」（de/territorializing force）如何作用於本地打口聽眾的自我身分建構，這證明了「打口一代」的亞文化想像與西洋搖滾樂的「音樂性」在打口消費實踐中的緊密交織。

二、作為「料」的打口：裸露的物質性

（一）「料廠」中的價值國度

與打口唱片作為「文化商品」（乃至「亞文化商品」）的複雜意義糾葛相對的，是產業上游幾乎與「音樂」無關的枯燥話語。從利潤分成、貨源控制與產業鏈條中的層級位置來看，中國打口產業的整體結構呈金字塔狀，塔基由遍布全國各個城市（以及較發達市鎮）的打口零售商組成，上層則是集中在東南沿海港口地區的各級打口批發商。自塔尖至塔底，打口產業鏈的下行體現出一種由海及陸、從鄉到城的整體趨勢。在整個九十年代，構成這座「打口金字塔」塔尖部分的上游產業多數分布在汕頭市潮陽區和平鎮及附近數個鄉鎮，並在2000年後向順德地區遷移。其中，占據打口產業鏈最頂端的，是以買家身分進入國際廢料交易市場並直接與海外廢料處理公司接洽的資本持有者，當地稱為「做料」的老闆。在這一層級，廢料交易的規模通常以噸計數，業內將卸下海運集裝箱的廢料統稱為「貨」，而經過回收加工所得到的成分一致、質地均勻的各類固體廢物則統稱為「料」。最上游的打口生意即是將「貨」轉化為「料」的過程，具體業務主要包括工業廢料的買賣、運輸與加工回收，其中後者又稱「拆料」，在當地稱為「料廠」的廢料處理工廠中進行。

史中扮演了類似「搖滾傳教士」角色的許國隆先生的故事，並從「後殖民」的視角對七、八十年代臺灣情境中基於西洋搖滾神話的「亞文化想像」進行了寶貴的批判與反思，這可以與九十年代的中國打口形成一組極具啟發性的對照。另外，值得一提的是，在上述搖滾神話的「傳教」過程中，除唱片零售商之外，搖滾雜誌與本地的搖滾「樂評人」亦扮演了重要的角色，由於篇幅原因在此不再詳述，請見李忠蔚（Li 2019）與斯托克斯（Stokes 2006）。

就打口唱片而言，「拆料」的過程主要包括分檢與回收兩個步驟。其中，分檢可以看作較為直觀的「拆」，即對打口唱片的各個部件進行手工拆解與分類；在CD時代，這一過程常被概括為「紙歸紙，殼歸殼，碟歸碟」。回收則對應著相對微觀的「拆」，即通過操作切粒機、破碎機等機械將分類之後的部件進一步分解為原料顆粒。具體來說，一件常見樣式的盒裝CD主要包含四種材料，其中三種為塑膠：CD光碟大部分由聚碳酸酯（polycarbonate）構成，在行業內又稱“PC”；透明材質的CD包裝盒主要作為聚乙烯（polyethylene）材料回收，又稱“PE”或「明料」；不透明的（多數為黑色）CD包裝盒主要由聚丙烯（polypropylene）構成，又稱“PP”；唱片的封皮與內頁則作為紙張回收。在採訪中，曾在和平鎮從業數年的受訪者C詳細地介紹了打口唱片「拆料」所得的淨利潤：

和平鎮〔…〕連著是一大片200多個廠，所有的人都在做塑料生意。一張碟打開以後，如果它全爛了，不能聽了，塑料薄膜大概當時是300塊錢一噸，但是要把那個不乾膠的貼紙摘掉。那個盒子。我剛去的時候，整噸料大概5,500一噸，然後黑盒是3,000多，明盒是8,000多，按噸算，紙是1,000，大概是這種行情，然後碟片是10,000出頭，最高峰值漲到22,000〔…〕如果說假設我這一條櫃20噸左右的貨，拉回來，我沒有任何差價，我就全拆料了，也能掙，一噸掙50塊錢。算死的，你除去貨櫃的錢，司機的2、3,000塊拉貨的錢，到最後落到自己手裡邊的一噸只是50塊錢，這是大部分料廠在幹的事情。¹¹

在上述情境中，一張打口唱片的價值幾乎全部由其所含材質的物理成分與工業用途決定，甚至可以說，作為能指的「唱片」在此處完全指向「料」的物質性構成，它的媒介功能不復存在，它所儲存的數位聲音信號也不再被提及。換言之，兩張內容完全不同的打口唱片在和平鎮「做料」的老闆們眼中極有可能並無差別。在採訪中，作為「料」的打口與作為「音樂」載體的打口幾乎呈現為兩套互斥的話語，鮮少同時出現。曾在和平「做料」的受訪者D對一張CD唱片的介紹頗具代表性：

像這個碟片叫聚碳，這東西能用的前提是什麼呢？它這上面有一層附膜，你要拿玻璃錫把這層膜給打掉。它最外是一圈膠，這圈膠要給磨掉，然後中間還能剩多少呢？剩這麼多的一個芯，這個

¹¹ 2017年12月採訪於北京。

最裡面的芯還要拿壓的東西給它壓出來。這個芯呢是另外一種塑料，最後能用的，這一張盤，也就是不到一半的。[...] 這些塑料的主要的出處就是文具，那個聚碳不是在和平消化的，明料透苯是在和平消化的，這個聚碳是賣到浙江那邊去，主要是做一些他們那邊重新熔解，然後拉粒做一些顆粒，這些顆粒作為二次用料，再賣到建築上面的一些用途。¹²

在「打口金字塔」的最頂層，距離一手海外貨源最近、經營產業規模最大的投機者往往並不依賴打口的音樂價值牟利。對潮陽地區「做料」的老闆們來說，打口唱片與廢舊電子配件、二手衣物、紙質垃圾等一樣，僅是品類繁多的「洋垃圾」中的一種，也僅作為特定產業的工業原料而具備市場價值。在九十年代中國東南沿海，各類「洋垃圾」的回收處理已經形成規模龐大的暴利產業，而整個打口市場僅是寄生在這一地下商業帝國之上的分支產業之一。在採訪中，一度在潮陽坐擁數家「料廠」的受訪者D表示，他所經營的打口買賣「只是生意裡面的很小的一部分」，而「做料」這門生意的關鍵乃是「走量」，與音樂的品類無關。¹³因此，也就不難理解為何不止一位老闆將這一層級的生意描述為「簡單」、「直接」、「沒有那麼麻煩」，正如受訪者E所說：

我當年認識一個老人兒，他一個月有2,000條櫃來，在中國市場上一年2,000個集裝箱的唱片，你覺得能消化多少？所以大量的貨其實並沒有進入到聽的人的耳朵裡邊，其實大部分都是拆料了：一個CD盒拆出來多少錢，一個盤多少錢，對應的紙張多少錢，就完了，很簡單。然後這邊有多少噸PE，有多少噸PC，有多少噸紙，就完了。¹⁴

（二）「物性」的現身

一定程度上，層級分明的「打口金字塔」恰好展現了主流學界中的音樂本體論論爭的兩個端點：如果說在零售端通過「搖滾知識」被消費者想像、區分、聆聽和解讀的打口是音樂文化以「音樂本身」為本的明證，那麼在產業源頭作為「料」被拆解、分類、拉粒回收的打口則是唱片工業中物質性的最終體現。而在九十年代中國，由於資訊閉塞與地理隔絕，打口產業鏈

12 2018年4月採訪於北京。

13 2018年4月採訪於北京。

14 2017年11月採訪於北京。

的首尾兩端鮮有對接的機會：通常情況下，和平鎮「做料」的老闆們對「搖滾知識」所知甚少，而對於居住在一二線市鎮的資深打口樂迷來說，打口的來源也只是一個淘金熱般令人朝思暮想的神秘傳說。只有在機緣巧合之下，打口作為「料」的物質性才得以與其作為「音樂本身」的文化屬性在同一時空發生碰撞，結果往往是頗為戲劇化的亞文化想像的幻滅。其中極為生動的一例，是樂評人楊波（2014）對自己第一次踏入和平鎮的回憶：

大立帶我去過一次，我只步入一家的倉庫，在碟山碟海裡淘了半天就崩潰了。那是我第一次真正意識到打口的本來面目——垃圾。

我在太原有一個學畫的朋友，他會將每一盤打口磁帶、打口CD的內頁用透明膠帶仔細地，嚴絲合縫地雙面貼好，細細擦拭，令每一盤都瑩瑩發亮，再分門別類地擺在他床旁的書櫃上，像一件件寶物，聽時則要用肥皂將手洗兩遍。而在和平鎮我見到的則是糞堆一樣堆在那裡的骯髒的塑膠殘骸，混著蟑螂屎和老鼠屎，不少被鋸成兩半或壓成碎片，甚麼Beatles、甚麼Nirvana、甚麼Sex Pistols……這些曾那樣夢寐以求的東西就那樣殘破不全地躺在腳下。怎麼說呢？有點像萬人坑。

我的意思是，如果我碰巧生來是一個和平鎮人，成天跟這些漫山漫谷的論噸買來的打口廝混在一起的話，我還會這麼熱愛音樂嗎？

從文化全球化的視角審視，上述充滿沮喪的自問可以看作是一個「邊緣青年」的亞文化想像被殘酷地打回原形的過程：當全球文化流通背後的經濟機制與物質基礎突然暴露在外，被困於此時此地的個體的跨文化想像便無從生根。然而，在上述激烈的情緒反應背後，我們同樣可以看到打口唱片的物質性與其「音樂性」不可調和的衝突。作為亞文化資本的打口與作為塑膠垃圾的打口之間，相隔的不僅是從和平鎮到各地打口市場的地理距離（儘管這一衝突確實與九十年代中國社會的地緣、城鄉乃至階級區隔息息相關），也不僅是流言傳說與事實真相之間的落差。正如布朗（Bill Brown 2001: 4）在〈物理論〉（“Thing Theory”）一文中所言：物件「停止為我們服務」之時，往往正是「物件的物性」（the thingness of objects）在人類眼前顯現的開始。在和平鎮滿坑滿谷的廢料倉庫中，打口作為音樂唱片的媒介功能與其作為「物」本身的材質屬性的主次關係發生了反轉，而對生長於城市文化中的「打口一代」而言，他們作為消費者而習以為常的主客體關係也隨之遭到顛覆。於是，在將打口想當然地視為理想化、浪

airiti

漫化的亞文化商品的城市青年面前，打口從未被嚴肅審視的「物性」——唱片本身的骯髒、低劣與殘破的物理特徵——第一次凸顯出來。因此，楊波的遭遇同樣可以被看作是一種直觀的、前反思性的（pre-reflexive）感官衝擊：在理性思考啓動之前，這種幻滅情緒首先來自人的身體對於打口的「物性」的直接拒斥反應。於是，那些經過分類篩選之後本可以在櫃檯上熠熠生輝的搖滾唱片恢復了它們作為「物」的本來面目，成為了「糞堆一糞堆在那裡的骯髒的塑膠殘骸」（楊波2014）。

在採訪中，幾名曾經參與過上游打口生意的搖滾樂愛好者同樣提及了他們在零售之外的場合遭遇打口時的糟糕體驗，而他們也無一例外試圖通過語言來消解上述音樂性與物質性的對立與衝突。例如，受訪者F談到：

當時也有人用「洋垃圾」這個詞，但是我們自己不願意把這個東西說得他媽的這麼不堪〔…〕很多人只見過放在打口店裡的，我是真他媽進過倉庫，所以我可知道那是怎麼回事我操！〔…〕就是那種髒，哎呀尤其夏天，我操，又沒空調，那時候也沒這麼嬌貴啊，其實你想想對身體是有害的，那裡頭全是粉塵渣子甚麼的，然後兩手一會兒就他媽黑得不行〔…〕所以你進到那兒你就知道這玩意就是雞巴垃圾，沒啥可說的。¹⁵

值得一提的是，在現有的關於中國流行音樂的學術文獻中，唱片的物質性所受到的重視同樣遠遜於其音樂屬性，這類研究也大多停留在文化消費的情境中，將唱片等同於「音樂本身」看待。在一定程度上，關注中國音樂文化的學者們正像初次踏入和平鎮的「打口青年」一樣，仍然尚未接受「物性」的洗禮。而正如本文試圖展現的，除去流行音樂本身的魅力之外，打口唱片這一物質載體的在地流通及其與消費者的互動，同樣是釐清打口亞文化生態的關鍵所在。如果我們承認「打口一代」的文化政治與舶來的西洋「搖滾神話」是同構而異質的（de Kloet 2010），那麼打口別具一格的物質性或許正是搖滾樂在中國本土情境中背負的那層獨特的蟬殼。

¹⁵ 2017年10月採訪於北京。

三、作為「唱片」的打口：殘缺性的隱喻

(一)「品相」分類學

如果說歐美主流唱片工業中的打口機制意在剝奪錄音拷貝的智慧財產權與「非物質」價值，那麼，一盤打口在中國境內的流動軌跡則標記了它重獲這一「文化商品」身分的歷程。以潮陽和平鎮為軸，作為「貨」的打口的流入與散出呈現出一組巧妙的對稱：打口作為固體廢料的旅途終點正是它被再次塑造為音樂唱片的新起點。從歐美唱片工業到國際廢料交易市場，打口經歷了實體層面的去功能化與符號層面的去意義化，淪為僅作為物質本身存在的「料」；而在從和平鎮到全國各地市的零售攤櫃的旅程中，那些從「料廠」逃出升天的打口逐漸被重新作為「音樂」看待：隨著圍繞其音樂性的意義建構不斷充盈，打口作為「文化商品」的用途獲得了重新定義與本土化詮釋。它們先是在各級商販的分類與篩選過程中被再次賦予了「物性」之外的價值與意義，又在零售端通過物理修補的方式重獲新生，從而尋回了它們作為唱片的媒介功能。借用布朗的「物理論」視角，我們不妨說，打口在中國經歷了由「物」（thing）到「物件」（object）的身分修復之旅（Brown 2001）。

事實上，從離開潮陽之後到進入零售市場之前，一盤打口仍需經過數輪的批發與轉賣，其中每一次交易都伴隨著新一輪的分類篩選。在此過程中，一批「貨」的價格與價值主要由兩項標準所決定，即所謂的「品相」與「品種」。「品相」用於衡量一張唱片作為音樂儲存載體的物理完整性，而「品種」則對應上文提到的不同音樂風格類別在打口亞文化的品味層級中所佔據的相對位置。通常而言，隨著打口交易鏈的下行，決定打口價值的主導邏輯呈現出一種由「量」到「質」、由物質性到音樂性的漸變：越是接近城市化程度較高的零售端，一批「貨」的「品種」便越受到重視，這往往也就意味著那些「品相」相對低劣的打口在抵達零售市場之前便已遭到淘汰。與之對應，打口行業中分類篩選的工作構成也逐漸由手工分揀的「體力勞動」過渡為依賴音樂資訊的「腦力勞動」：在靠近產業上游的部分，對於「品相」的篩選一般當地的廉價勞動力（多是女工）

便可勝任，而關於「品種」的分類工作則往往需要僱傭來自打口金字塔底部的「技術員」方能完成。這些「技術員」大部分是掌握了充足「搖滾知識」並且熟稔一線市場動態的打口零售商或收藏者。例如，受訪者C曾依靠自己在西安市的打口零售經驗在和平鎮一家「料廠」找到了「技術員」的工作，隨之在和平居住數年。在採訪中，C如此介紹他所負責的「壓盤」（或稱「壓路盤」，指經過壓路機碾壓處理的一類打口唱片）的篩選比率，可以作為上述流程的佐證：

壓盤我有一個清晰的比例，就是說十噸壓盤，那裡邊有很多壓碎的，還有紙啊壓碎，盒子什麼的都壓上石灰粉，大型壓路機給你壓過去就銷毀掉，他覺得你不能用了，其實裡面非常多能用的。我先找女工來挑（品相），大概十噸裡邊能挑出六噸盤來，大概是六成的比例，這六噸盤放到那以後，我再去挑品種，大概六挑一，也就是說六噸盤裡邊，我能挑出來六分之一的古典爵士流行搖滾，這六分之一再剔除掉三分之一的壞盤的，就是剩下要配貨的東西。¹⁶

在表面看來，打口的音樂價值主要由其「品種」體現，然而，在各地的打口市場中，一張唱片的物理完整度仍然是決定其最終價格的一項重要指標。在中國打口產業的鼎盛時期，基於唱片原產地與廢料處理方式的「品相」分類學是一門可以與「搖滾知識」並駕齊驅的顯學。依照處理方式的不同，廣義的打口磁帶通常可分為「打口帶」、「扎眼帶」、「消磁帶」等，而打口CD可分為「打口盤」、「扎眼盤」、「壓路盤」、「激光盤」等；在同一處理方式下，依照唱片的殘缺程度又可進一步細分，如受訪者E介紹：

打口裡面分打細口的、打寬口的，細就是一毫米細口的，然後這電鋸鋸的，「大寬口」，就這麼寬的大口，還有「耗子口」，「耗子口」是已經鏟了那種。然後打眼的分打一個眼的、打三個眼的、打五個眼的、打七個眼和打九個眼的……¹⁷

就打口CD而言，由於唱片紋路播放時是從中心向邊緣讀取，而一張普通專輯的長度一般不及光碟全長的80分鐘，所以打口碟又有「原盤」（一作「圓盤」，指光碟本身沒有物理損傷）、「打口傷歌」（指光碟本身有損，且影響部分曲目的讀取）與「打口不傷歌」（或稱「口原」，即「打

¹⁶ 2017年12月採訪於北京。

¹⁷ 2017年11月採訪於北京。

口原盤」)之分¹⁸。其中,「原盤」在打口的品相分類譜系中位於最接近正規商品的一端,在形態上已不具備殘缺的物理特徵,這也使其成爲了唯一得到打口亞文化之外的「普通樂迷」認同的一類。在2000年代初,潮陽的打口批發商成功打通了與歐美回收公司的私下溝通管道,並開始以加價的手段換取廢料處理者的「手下留情」。在公認爲「原盤元年」的2002年後,品相顯著提升的「原盤」與「口原」開始大批流入中國。這一變動重塑了打口產業的格局,也吸引了一批新樂迷加入打口消費者的行列,受訪者G便是其中之一:

我只買過一次真正打口的CD,就覺得新鮮嘛[...]可是我總是覺得挺膈應的,家裡放著一張CD,結果是打著口的,而且把一個打著口的CD放到CD機裡也覺得挺難受的[...]但是有一段時間,應該在2000到2004、2005年,原盤出現了,就完全不一樣了。我在那個時候買了大批的原盤,因爲原盤的感覺呢,因爲我比較推崇國外的那種“second-hand”這個理念,對於我來說,一個消費音樂的人肯定是希望能用最少的錢買到最多的唱片,但是一定是好的品質。音樂的好的品質,和包裝各個方面好的品質。¹⁹

(二) 修理與「拯救」

作爲唱片消費者與音樂聆聽者,G一度拒絕承認打口的「文化商品」屬性。在他的敘述中,對打口殘缺性的抵觸同樣首先基於一種感官性的反應:「把一個打著口的CD放到CD機裡也覺得挺難受的。」而從他對來自同一管道的「原盤」的迥異態度中,我們可以看到打口作爲「物」的完整性/殘缺性對其作爲「物件」的使用的影響。在打口亞文化中,最能體現物件與使用者的身體性互動的,莫過於由打口的物理殘缺性所催生的獨特音樂消費儀式:「修打口」。

在打口年代,儘管提供修理服務的碟販不在少數,但幾乎所有受訪者都聲稱自己更習慣獨立完成修理工作,原因不止一種:已修好的唱片通常比未修理的要價更高,自詡技藝嫻熟的唱片收藏者——許多人甚至有概不外傳的「獨門」修理技巧——也往往對別人的手藝並不放心,而最重要的

¹⁸ 通常情況下,打口磁帶上的鋸口只觸及引帶部分,斷帶粘好之後並不影響完整播放,因此在磁帶時期極少存在「傷歌」一說。

¹⁹ 2018年2月採訪於北京。

或許是「修」這一動手過程本身所帶來的成就感與滿足感。在採訪中，多位受訪者都著重強調了音樂聆聽之外自己與作為「物件」的打口的互動，例如受訪者H說道：

我覺得磁帶有一點不一樣，就是它還是像一個物件嘛，就是有很多可以操作的東西，比如修磁帶啊，甚至給它換個殼啊〔…〕當年因為磁帶就是太多了，然後所以有些東西當時就覺得不喜歡聽，就把它洗了嘛，就錄成別的了。²⁰

對於常見制式的打口磁帶而言，「修」的流程一般包括如下幾項：首先用螺絲刀打開磁帶外殼，清理盒內的碎片殘渣後，再使用鑷子和切成小段的透明膠帶將斷帶的兩端粘連起來；如果外殼損壞嚴重，還需換上一套完整的備用磁帶殼。對於打口CD來說，「修」則意味著使用各種手段磨平光碟缺口處參差不齊的切面，並清除殘留的碎片殘渣，以防CD機在讀取時劃傷激光唱頭。修打口時，有經驗的老手往往可以根據不同類型的創口對症下藥，選擇不同的工具和方法，其中常有創造性的靈光閃現。隨著打口貨源地在全球版圖中不斷擴展，打口唱片所攜帶的新型「技術難題」²¹不斷湧現，也不斷被「打口一代」的集體智慧逐一攻克。在採訪中，受訪者I回憶起九十年代蘭州「修磁帶」的熱烈氛圍：

修磁帶我們很多次幾乎要舉辦修磁帶比賽，因為每個人都認為自己修得很好，是吧？我記得我是我只需要一把鑷子就可以完成所有的功能，對，還有一個剪刀！鑷子、明膠帶、剪刀，大家都有一套絕活〔…〕反正大家交流一下怎麼樣修，包括比如後來出現扎眼CD，就怎麼樣修扎眼CD？一直到到了北京，我才發現北京的五道口他們有一種更牛逼的方法去修扎眼CD，就是用那個鑽頭！因為鑽的那個硬度和它大小剛合適，就用手這麼轉兩圈這事就解決了，你不用拿刀或者是其它東西。²²

在一定程度上，修打口是「打口一代」樂迷群體的一項具有歷時性的共同發明。在這種獨特的消費儀式中，「打口一代」得以通過動手的方式與打口唱片的殘缺物質性進行互動，而打口的「文化商品」屬性也在這一

20 2017年10月採訪於北京。

21 例如，部分美產打口磁帶的外殼由膠水粘結，不含螺絲，因此無法使用螺絲刀拆卸。解決方式之一是被稱為「敲打修復」的手法：在特定角度反覆敲打磁帶外殼，直到將斷帶頭從開孔處敲出，再用膠帶粘接。

22 2017年12月採訪於北京。

過程中得到重塑。在採訪中，曾經的「打口一代」樂迷為「修」的儀式賦予了許多充滿能動性的意義，其中常見的一類話語便是將其視為對於音樂的「拯救」。就物質性而言，「修」的確是打口由功能缺失的廢料轉化為正常播放的唱片的核心步驟，而動手過程中的快感往往與修理者對打口所攜帶的音樂的想像緊密相關。例如，受訪者J這樣說道：

當時買打口帶整個是非常的激動啊，因為那些磁帶呢它有的是斷的，回去要接，然後騎著自行車回去的路上就很興奮地在想回去該怎麼接啊，會幻想當時放出來的是什麼樣的音樂！那種憧憬當時印象特別深。〔…〕我當時買打口有這樣的一個心態，就說如果一張專輯它有十首歌，打口打掉了兩首只能聽八首，那我就把它當一張EP聽也可以，唉聽不到那兩首啊那就順其自然吧。因為如果是你這樣的八首歌你不聽的話，那麼它就會真的變成了一個廢塑料，可能就變成了我們生活中的一個塑料板啊一個塑料勺子這些東西了，我覺得也挺遺憾的，所以當時我收打口的時候就覺得是在拯救這些音樂的生命吧。²³

在J的講述中，除了使唱片「死而復生」的修理行為，「拯救」的儀式也包括音樂消費者在心態上對於殘缺性的坦然接受：正是基於這種圍繞音樂的「生命」所建構的靈肉之分，不幸被「傷歌」的打口唱片才被中國樂迷納入了合格的文化消費品範疇。而在另一些「打口一代」成員眼中，唱片「肉身」所承受的創傷已不再具有消極意味，反而被昇華為一種精神性的符號，與打口亞文化的核心價值緊密相聯。例如，受訪者K如是說道：

後來這個東西（鋸口）反而變成了一種標誌性的、一個符號性的東西，就覺得，操，有這個才牛逼！〔…〕我就記得那會兒出現「原盤」這個概念的時候，我還挺失落的。那會兒有各種各樣的（方法）來彌補這些，最討厭的就是用膠把那個口補住，我覺得簡直是瘋了我的天，有人這樣幹！²⁴

這種論調的形成並非偶然。不止一位受訪者表示，與嶄新品相的完整唱片相比，帶有缺口的打口「更酷」、「更好看」、「更牛逼」。其中，受訪者I的反思頗具代表性：

那個時候（物質）這一層是比較次要的，它承載的音樂、可能它比打口更重要一些。〔…〕但當我過了這麼長時間，我一直覺得

²³ 2015年3月採訪於北京。

²⁴ 2018年3月採訪於廣州。

airiti

打口更好看一點。這個時候我覺得，這個層面才對我更有意義。〔…〕對我來說，現在就是它物質化的這部分，它被打到的那個、我覺得它好看不好看的這部分，在那個時間是潛移默化的。²⁵

回顧二十多年前的經歷，I後知後覺地意識到，打口在音樂之外的「物質化的部分」同樣對自己的品味乃至性情產生了潛移默化卻不可磨滅的影響。在一定程度上，這種包納了殘缺性的審美傾向與上文祖咒提到的「難聽」的音樂品味本同未離。在《褻瀆的文化》（*Profane Culture*）一書中，威利斯（Paul Willis）提出「感官性意義」（*sensuous meaningfulness*）這一概念，用以指代「物質形式的使用價值」（*use value of material forms*）在日常消費實踐中所生發的文化意義；這種意義並非源自言語或符號的表徵，而是直接由人的身體感官與物件本身的互動產生。在威利斯看來，相比已經被限定在既有權力結構中的語言與符號系統，我們生活中各種物件的「感官性意義」往往可以指向更具反抗性的文化實踐，因此也就擁有更強的亞文化潛能（Willis 2014）。上文所引述的打口故事可以證實：在九十年代中國，打口的標籤式的物理殘缺性在「打口一代」的亞文化消費實踐中也產生了獨特而顯著的「感官性意義」。這種基於身體性互動的意義生產一方面獨立於樂迷對「音樂本身」的聆聽，另一方面又與本地樂迷對西洋搖滾樂的解讀、使用與內化相互交織，最終歸結於「打口一代」獨特的亞文化想像中。

在與中國聽眾／消費者的互動中，打口所承載的「聲」與「物」共同促成了西洋「搖滾神話」的本土化建構。作為上述「感官性意義」的源頭，打口唱片的殘缺的物質性在此過程中亦獲得了醒目的符號性意涵。對「打口一代」而言，一方面，打口所特有的物理形態將其區別於市面流通的其他音像製品（不論正版還是盜版），從而建立起一種在地的品味區隔；另一方面，在九十年代關於「打口」的話語中，唱片邊緣的缺口已經化身為一種具有隱喻性的能指，成為了個體作為亞文化成員的身分認同不可或缺的一部分。發行於1999年的藝術出版物《北京新聲》即是生動的一例。作為一本由樂評人顏峻、出版人歐寧與攝影師聶箏共同完成、旨在紀錄本地新音樂場景的圖文集，《北京新聲》將扉頁濃墨重彩地題獻給了「打口的一

25 2017年10月採訪於北京。

代」。在正文中，收錄了一篇題為「打口青年」的文本，這幾段文字原本由網名“JAR OF FLYES”的用戶於1998年在大中華BBS論壇發表，其中寫道：

我們是一群猥瑣在城市邊緣的青年 [...] 我們總是感到不滿和壓抑，但卻只能在這裡像孩子一樣唧噥著 [...] 我們快要被埋葬和唾棄了，因為我們被這個陌生的時代打上了口，我們成了自己的打口青年。（歐寧等1999: 4）

在頗具設計感的排版中，與這段文字搭配的是一盒打口帶的大幅特寫，被打斷的磁帶被從塑膠盒側面的鋸口中拽出，散亂成團（見圖2）。在這篇自述中，打口邊緣的殘缺作為一個有力的隱喻，被用來象徵身處亞文化中的社會邊緣青年的「不滿和壓抑」，由此，打口的物質性亦與社會生活的政治維度產生了微妙的勾連。在採訪中，這一脫胎於殘缺的物質性的隱喻被受訪的「打口一代」成員不斷提及，也常見於網路空間內關於打口時代的懷舊式回顧中：顏峻（2001: 6）曾在2001年回望：「這近10年的青春帶著缺口，飛速地旋轉著」，而樂評人王小峰更是如此蓋棺定論：「的確，每一代人都會有它的特徵，我們這一代的特徵就是都有一個口子。」²⁶

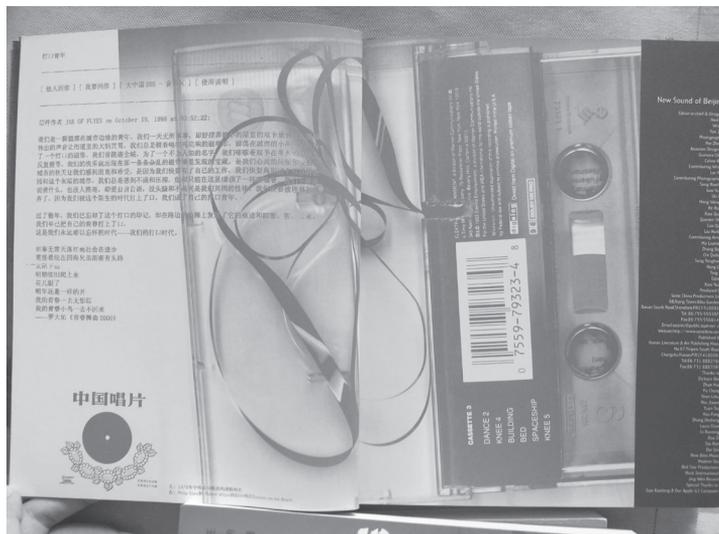


圖2：《北京新聲》中的「打口青年」一文

資料來源：作者拍攝。

26 王小峰。〈日期不詳〉。〈關於打口帶的記憶碎片〉。Retrieved from: <https://wenku.baidu.com/view/54fdced276a20029bd642d79.html/> on Jan. 10, 2021.

四、五道口與胡士托：「游擊」中的亞文化政治

（一）後冷戰的凝視與基礎設施的「詩學」

在諸多觀察者眼中，王小峰所提及的這道「口子」往往被灌注了反抗甚至顛覆的政治意蘊。基於不同的意識形態站位，打口或者被看作是獨裁體制下「弱者的武器」，指向一種公民抵抗的可能，或者被指認為殖民戰爭中列強的砲艦，用以揭露帝國主義和平演變的陰謀。²⁷上述兩類觀點僅管針鋒相對，卻實際上共用了同一套後冷戰的歷史敘事：在這類敘事中，打口等同於它們所儲存的搖滾樂，也順理成章地被視為西洋「搖滾神話」及其背後的自由主義意識形態「滲透」進入中國的仲介。在聚焦於中國搖滾樂場景的眾多學術研究中，這種後冷戰的凝視尤為凸顯：對包括「打口一代」在內的當代中國另類音樂實踐賦予反體制的浪漫解讀，業已成為一種水到渠成的學術慣習（例如Jones 1992, 1994; Efirid 2001; Huang 2001, 2003; Ivanova 2009）。上述視角的侷限，不僅在於它對個體的紛繁複雜的生活體驗與意義世界的考量有欠周全，也在於它將目光過多地投向音樂文化中符號表徵的政治，而忽視了「物」本身的能動性。在全球化的語境中，這種能動性往往蘊藏在跨國流通的商品與接收地的社會、經濟與文化結構之間的有機互動中。只有追隨「物」的穿梭，深入探索商品的流通軌跡及其所

²⁷ 在此各舉一例。在〈再見，打口的一代〉一文中，顏峻（2004: 175）曾寫道：「在進口音像製品基本由中國公司壟斷的情況下，我們是饑餓的〔…〕而屬於全世界青少年的音樂文化，像洪水一樣在關門外咆哮，並通過打口，隨風潛入夜，滋潤了在文化沙漠和文化垃圾中掙扎的蒼白的一代人——是的，從時候，一個無論是港臺歌星還是中國作協都無法控制的文化開始瘋長，無論是教育體制還是娛樂潮流，都不能再左右那些得到了新的音樂、新的遊戲、新的歸屬感和新的廣闊世界的孩子。」與之相對，藝術家李道柳（2009）在個展《打口》引言中提出如下警示：「這些年我們也一直講西方殖民文化的兜售與傾銷，但他們究竟是通過何種途徑進入中國？或者說西方文化是如何打破中國改革開放後依然殘留的『左』的思想禁錮進而堂而皇之地登堂入室？通過打口碟我認為這其實是西方意識形態進入中國或者說滲透進來的一個很重要的地下途徑〔…〕從打口碟我們可以看出西方經過這十幾年的努力，已經成功地將西方主流文化從地下轉到地上，『我們』欣喜地接受來自各種管道的西方各種思想，『我們』對西方世界充滿了新奇與渴望，『我們』對自身傳統文化抱以懷疑或者忽視態度，『我們』努力比西方還像西方人，而『我們』的本土文化正在缺失——這個『我們』包括我們普通老百姓，包括我們所謂的精英階層，包括我們的政府。」

牽連的社會情境與價值向度，方能在細膩的微觀視野中理解「物」的降臨對於在地社群的意義（Appadurai 1986; Kopytoff 1986）。

在音樂研究領域，前文提及的「物導向」一派曾在不同情境中將實體唱片作為能動的「物」進行考察。其中，斯特勞曾提出將流行音樂的物質傳播媒介視為「聆聽的基礎設施」（*infrastructure of listening*）的構想（Straw 2012: 232），基爾曼（Adam Kielman 2016: 228）在他對於中國音樂傳播史的研究中繼承了這一思路，並將打口唱片看作一種「鑲嵌在全球廢料貿易系統中的『聲音基礎設施』（*sonic infrastructure*）」²⁸。上述理論建構所呈現的思想脈絡與近二十年來人文社科領域的「基礎設施轉向」（*infrastructural turn*）不謀而合。在日常語用中，「基礎設施」被看作一個相對固定的類別範疇，指向傳統意義上為社會生活提供公共服務的物質工程設施，通常包括交通、水電、通訊等公共系統。隨著科學技術研究（*science and technology studies*）的融會發展，基礎設施開始更多地被置於社會關係和使用實踐的情境中進行考量，「何時成為基礎設施」逐漸取代了「何為基礎設施」，成為基礎設施研究的關鍵問題（Star and Ruhleder 1996）。在人類學領域，「基礎設施」也逐漸被作為一個「牽涉多種能動性力量的社會—技術過程」看待（Harvey 2012），看待，與作為能動主體的人的生活經驗互為表裡。隨之，人類學家開始關注基礎設施的情感性、社會性與美學等一系列「非物質」的維度（Larkin 2013; Amin 2014）。其中，拉金（Brian Larkin）借用語言學中的「詩學」概念，定義了「基礎設施的詩學」（*the poetics of infrastructure*）這一「元語用」（*metapragmatic*）時刻：當一種基礎設施的美學屬性脫離了它的技術功能，並獨立通過日常生活的情境氛圍對使用者產生感官性的影響，我們便可以指認：基礎設施的「詩學」正在發揮作用。²⁸

²⁸ 2021年，海斯莫汗（David Hesmondhalgh）對目前已經成為一種學術時尚的「基礎設施轉向」進行了犀利的批判與反思，海斯莫汗指出了「基礎設施」一詞在當下媒介研究（尤其是數字信息媒介研究）中的誤用與濫用，以及這一學術範式與政治經濟學等既有學術傳統的重疊（Hesmondhalgh 2021）。在此意義上，拉金等對於「詩學」的概念建構在「基礎設施」本身的日常性與物質性的基礎之上提出了關於文化表徵與意義生產的獨創性研究進路，可謂是這場「轉向」

承接前兩部分對「物性」的探尋，下文將對於物質性的考察從打口唱片本身拓展至打口亞文化整體的物質構成，以期進一步釐清「打口一代」複雜而微妙的政治意蘊。如前文所述，「打口一代」的亞文化想像扎根於中國樂迷的消費實踐中，而使打口的消費與流通在全國範圍內成為可能的，則是由打口交易鏈串起的一系列遍及社會生活方方面面的物質設施：潮陽港口地區的海運碼頭系統，和平鎮「料廠」中的庫房、機械與雇工，覆蓋全國的物流運輸、交通設施與道路網絡，各地打口商販的零售場所與倉儲設備，不一而足。這些資源、空間與物件在受訪者講述的打口故事中遠非主角，但卻與作為「物」的打口唱片一同構成了打口亞文化的物質實在。借用迪芬的術語，它們正是打口故事背後的「大宗貨品與幕後人員」（Devine 2019），為打口的流通與消費提供了在地的政治生態學基礎。相較於刻板印象中中國搖滾所承載的顛覆性的意識形態功能，本文力圖展現的是：在九十年代中國的特殊歷史情境中，打口市場的「低端」與「野生」的物質屬性製造出一系列獨特的「感官性意義」；在一定程度上，這些「感官性意義」構成了一種基礎設施的「詩學」，不僅為打口消費行為賦予了對抗性的意蘊，也將「打口一代」的亞文化想像與後天安門時期的時代心緒緊密相連。因此，與其說「打口一代」的文化政治是不畏強權的公民抵抗，不如說是一場更加曖昧的、基於消費與想像的感官「游擊」。

（二）「向死而生」的打口市場

在中國零售業的變遷歷程中，九十年代的開端標誌著市場化改革的「破冰」時刻。1991年，重慶市首先在國合商業試行了經營、價格、分配、用工的「四放開」政策，各地隨之出現了商業企業改革改制的舉措，包括便利店、專賣店與大型購物中心在內的多種現代零售業態逐漸鋪開。其中，隨著海外資本與現代經營管理理念的引入，環境整潔、裝潢亮麗、配有專業客戶服務的摩登購物商廈刷新了中國城市居民的消費體驗。以北京為例，至1994年，建築面積超過萬平米的購物中心已有31家，「每天有500萬人徜徉在各大中型商廈中」（姚燁1994）。隨著中國城市的「消費革

命」(Davis 2000)的勃興，在各級地市的都市規畫（尤其是城市用地商業化）的布局中，這類大型購物中心也享受了可觀的政策傾斜，甚至是「計劃單列」的殊榮。它們於是首當其衝地成為了中國現代城市型態的標籤式景觀之一(Lu 2011)。

與之相比，打口市場的零售業態則呈現出一幅截然不同的圖景。在九十年代的中國城市中，打口的販售場所可以大體分為三類：地攤、公共賣場中的租賃商戶以及獨立鋪面的唱片店。打口地攤（擺攤者在中國南方又稱「走鬼」）通常分布在學校、書店等文化場所附近，或者城市中人流較大的道路兩側。常見的擺攤形式多是劃地為營，以路面為貨櫃，至多鋪一片塑膠布防塵，作為貨品的唱片一般脊部朝上，陳列在幾個紙箱內供人淘選，商販則蹲坐其後，面向消費者，以便進行交談。第二類打口商販以租賃商戶的形式存在於「電子市場」、「小商品市場」、「文化市場」、服裝市場等大型公共賣場中。這類市場一般選址在格局開放的多層建築內，由統一物業管理，其中便往往藏有碟販聚集的「打口聖地」，著名的上海大自鳴鐘、廣州崗頂、深圳華強北等等均屬此列。有別於大型購物商廈所處的中心地段（多為城市中的一級或二級商業中心區），這類開放型市場的位置通常相對僻遠，它們的出現往往在城市空間生產乃至整個城市的功能轉型的進程中屬於計畫外的「支線」事件。例如，華強北片區原本隸屬於改革初期國家在深圳市邊緣規劃建設的上步工業區，隨著九十年代工業企業的外遷，大量閒置的地產被轉化為主打電子專業市場的消費空間，最終成為包括打口在內的非正規音像製品的集散中心（劉倩等2019）。儘管同屬大中型商業集散地，這類賣場中的裝潢、服務和組織布局與雄踞城市中心的現代購物商廈有著天壤之別。在「電子市場」中，售賣打口的商戶或「檔口」大可以坐擁一方三面牆壁的小天地，小則僅有一節四五米長的櫃檯可以容身，它們與其他各類商鋪摩肩接踵，在缺乏規畫的公共空間中共熔一爐。

與以上兩類同行相比，獨立鋪面中的打口商販一般營業規模最大，貨品種類最多，地點也較為固定。不過，在九十年代，專門經營打口的

店面仍屬少數。除了露天街市中勉強可以稱之為「店」的簡易板房之外，更多所謂的「打口店」僅作為私營綜合音像店（甚至書店）的一個銷售區域存在。在這類店鋪中，陳列的商品往往魚龍混雜，既有合法管道的正版唱片，也有五花八門的盜版音像製品；通常情況下，前者往往作為店鋪的「門面」被經營者擺放在顯眼位置，而打口則與盜版待遇相似，經常在正版音像的「掩護」下被放置在只有熟客知曉的冷僻角落，甚至另闢單間，專人准入。受訪者L1996年在長沙的經歷具有代表性：

湖南師大，當時它的那條街是一個文化氣氛比較濃郁的一條街。然後當時有一家書店〔…〕老闆然後就很神秘地就說，他說你原來買過好多國產的嘛，我帶你來看個東西！打開一個門，大概有這麼大的一個空間吧，上面牆全是卡口，一下子看瘋了，確實就太興奮了，基本呆了兩三個小時吧，買了好幾百塊錢！²⁹

這種以正版為「掩體」的陳列策略所帶來的直接結果是：無論店面的實際面積幾何，屬於打口的陳列空間大多陰暗逼仄。因此，對消費者而言，在唱片店淘選打口的體驗並未因為獨立鋪面的存在而提升多少。即便如此，對店鋪容量本身極為有限的地攤和租賃商戶而言，這層「掩體」已屬奢侈。

與經過培訓、身著統一制服、使用標準普通話的購物中心售貨員相比，從事打口零售的商販絕大多數屬於被稱為「個體戶」的自願者，在這個頗具改革年代印記的群體中，不僅包括出身「草根」的進城務工者，也包括在國企改制大潮中「下崗」的再就業人員。作為一種准入門檻極低的營生，打口零售與其他各類生產分散、品種繁多的「小商品」生意一樣，成為了「個體戶」中資本有限者選擇的謀生手段。多數情況下，一個打口攤位的經營者至多不過三人，「走鬼」更是習慣獨自行動。一名「走鬼」每天「出貨」所攜帶的唱片數量通常不超過二百盤，大多直接用背包攜帶，在一天內的不同時段，一名「走鬼」經常選擇不同的地點擺攤；公共賣場中的商戶同樣不會將全部庫存陳列在店鋪中，而是另選地點作為倉庫（通常是商販自己的住所），以便及時規避隨時可能出現的執法者，倘若

²⁹ 2017年12月採訪於北京。

不幸在出攤時「落網」，也可儘量將損失降低。上述特徵確保了打口攤販高度靈活的機動性，而這種機動性與「個體戶」職業本身的不穩定性（precarity）本是一體兩面。

在九十年代，「走鬼」的天敵是被稱為「城管」的城市管理執法人員。除去統一經營的夜市攤位之外，絕大多數「走鬼」都在自發組成的「非法市集」中營生，他們往往既不繳納管理費用，也不具備合法的經營執照。於是，「違規擺攤」和「影響市容」便成了「走鬼」們的第一宗罪狀。而對持有「音像製品經營許可證」的租賃商戶來說，儘管他們棲身於合法的銷售場所而免受「城管」的侵擾，卻仍需提防來自文化監管部門的排查。在多數地區，這一威脅主要來自當地文化局、工商局和警察局等部門組織的週期性「聯合執法」³⁰。在包括上海在內的部分地區，上述各種突擊性的執法行動被業內人士形象地稱為「衝」，其規模與執行力度可大可小，輕只需完成既定執法「指標」便可結束，重則意味著對一個區域的徹底整治。對打口商販來說，比起執法過程中的暴力行為，更難忍受的或許是工作中時刻提心吊膽的心理狀態與躲避時疲於奔命的極限體驗。在採訪中，關於執法者的回憶往往伴隨著心有餘悸的講述，而被「衝」的經歷也常常印刻在講述者的身體記憶中，正如曾在廣州街頭當過數年「走鬼」的受訪者M所言：

當時賣打口的時候，城管一來很緊張，大家馬上跑的，有些躲到草叢、躲到小巷子，你就跟著他們跑，而且有些來的太快了，開車，幾乎是搶的，就開車馬上就跳下來，那個城管就跑下來〔…〕後來我沒賣打口碟的時候，我在街上走的時候看到城管，我都突然就要嚇一下你知道吧！就旁邊殺出、走出個城管或者正面來個城管，你就條件反射你會哎呀操有點緊張！到這幾年慢慢的好一點，就看他你就想跑你知道吧！〔…〕經常跑的嘛，一天跑幾次。你跑一輪，有一些就被抓了、有一些被收了，還有看到那種被收的在哭的，都有。³¹

在打口的零售實踐中，各類執法部門定期而無法預期的「衝」如一

³⁰ 雖然這類行動的主要打擊目標是淫穢色情和盜版音像製品，然而，視執法力度與指標不同，基層執法者對於非法或違規音像製品的界定亦有不同，而處於正盜版之間的灰色地點的打口往往不能倖免。

³¹ 2018年3月採訪於廣州。

把高懸的達摩克利斯之劍：「再僥倖的人，遲早有一輪是躲不過的」，這在打口零售業幾乎成爲共識。如果不幸中招，結果不僅是一個階段的生意血本無歸，還常常意味著需要另謀他址，甚至改弦更張。在採訪中，近半數的打口經營者都將自己職業生涯的終結歸因於某次令他們損失慘重或心灰意冷的致命「衝擊」。不妨說，風險常在且終將失敗的打口零售是一次「向死而生」的遊擊戰，對於隨時降臨的執法者的想像一直作爲基礎設施的伴生品，存在於打口市場的情境氛圍中。

（三）「低端」與「野生」的感官性意義

作爲應對措施之一，許多打口商販選擇與熟客交換聯繫方式，這樣既可方便顧客上門之前提前確認營業狀態，又能保證商家在被「衝」之後可以快速散布新址所在，這導致了大多數打口商舖並沒有一個響亮的店名，而是直接以商販本人的姓名代替。另一方面，這種遊擊式的經營策略也意味著打口商販極少願意花費成本添置牆紙、招牌、海報等，用以提升店面的布置格調和風格設計，過分招搖的裝潢甚至被認爲是「自我暴露」的昏招。相比已經在歐美成爲經典亞文化符號的獨立唱片店，中國的打口店無疑「土得掉渣」。如受訪者G所言：

我比較喜歡的一些國外的唱片店，去到那些唱片店的感覺，就感覺像談好像到了家一樣，在中國的那些唱片店進去，感覺就像是賣鞋賣帽子的地兒差不多！³²

這種看法並非偏見。在採訪中，無論哪一類打口販售場所，給人的印象都與整潔有序、美觀現代的文藝商舖相去甚遠，而是充滿了「髒亂差」的惡劣感官體驗。在九十年代的都市街景中，打口商販經常與包括盜版書商、小商品零售商、食品攤販在內的「走鬼」一起出攤，而淘選唱片的過程也時常伴隨著混合的街頭氣味、喧鬧的叫賣聲和過往車輛揚起的塵土。與之類似，無論是在主營電子原件的「電子市場」還是在售賣日用百貨的「小商品批發市場」中，作爲「搖滾傳教士」的打口商販也都屬異類。而在人流混雜的非露天空間中，噪聲與異味往往更加凸顯，攤位前的場景也更加混亂，加之打口唱片在上架前極少經過清潔，在「電子市場」內動輒

32 2018年2月採訪於北京。

長達數小時的「淘碟馬拉松」之後眩暈撲倒的經歷已成為「打口一代」成員之間常見的笑談。在2006年深圳賽格電子市場進行的田野調查中，胡綺珍（Kelly Hu 2008: 41）同樣感受到了這種被她稱為「傳統鄉村氣氛」的前現代環境特徵，並將之指認為第三世界「低成本資本主義」與「低端全球化」（low-end globalization）現象的外在表現之一。胡的發現同時也解釋了與「低端」一同被受訪者屢屢提及的另一個面向：「野生」。在一定程度上，中國打口市場的低劣形象與其野蠻而蓬勃的生命力呈現出一體兩面的關係。在城市街頭或公共賣場紛亂嘈雜的環境裡，打口攤位常常是最為熱鬧的焦點。在受訪者關於淘打口經歷的講述中，一張唱片所引發的爭搶乃至大打出手屢見不鮮，這側面反映了當時打口市場的繁榮，如受訪者N所描述的北京某店「開箱」的盛況：

大家跟他媽豬搶食似的，喻一下子，我操那七零八落的，我操在那就摺著，抓手的打架的什麼之類的，擠得都互相的〔…〕他（賣家）就往外邊一站，說：「別別別別搶別搶！」³³

儘管整個產業的利潤隨著打口交易鏈的下行歷經層層盤剝，但打口零售仍然是一門收入相當可觀的生意。2000年初，在上海大自鳴鐘售賣打口的受訪者L每月繳納的櫃檯租賃費用僅為700元，而他獨自經營的攤位的日營業額就有三、五百元，每到週末更可以營收二、三千元。這解釋了為何在執法者嚴酷的威逼之下，這場必將終結的「遊擊」依然薪火相傳。同時，憑藉自己快速積累的利潤，打口商販也得以在各級執法部門的驅趕之下不斷另起爐灶，野蠻生長。在採訪中，受訪者O的一個比喻將打口市場的生態描述得淋漓盡致：

就好像忽如一夜春風來，這個打口店一下就滿地都是了，見到第一個的瞬間，就跟你見蟑螂似的，你在家裡見了一隻蟑螂，可能過兩天他媽滿屋子哪哪都是，你知道嗎？就是那種感覺！³⁴

的確，沒有什麼比蟑螂更能體現打口零售業集「低端」與「野生」於一身的特性了。這個生動的比喻應和了阿明（Ash Amin）在貝洛奧里藏特（Belo Horizonte）貧民區的非正式居所中發現的基礎設施的「鮮活

³³ 2018年5月採訪於北京。

³⁴ 2018年2月採訪於北京。

性」(liveliness)。這種鮮活性蘊藏於「場所的情境氛圍」之中，並在前認知(precognitive)層面塑造了基礎設施使用者的「精神、感官與性情」(Amin 2014: 146)。在打口的販售實踐中，賣家與買家無時無刻不與打口零售場所「低端」與「野生」的情境氛圍進行著感官性互動。與此同時，在對於隨時降臨的執法者的想像中，上述感官特性也順理成章地被賦予了一種對抗性的詮釋。例如，受訪者G說道：

(買打口)肯定不是政府宣揚推崇的一種行為。而且正因為打口本身政府也認為是非法的，而且所有這種音響店都是非法的，所以還有一點點那種地下組織的感覺，這個是有的。你去一個打口店，完全不知道外頭有沒有標誌什麼的，對吧？³⁵

事實上，縱觀整個九十年代，中國政府從未針對打口的文化屬性對其發布過明文禁令。如前所述，基層執法者對打口產業的治理往往更多是圍繞經營許可或城市「市容」展開，這體現的毋寧說是現代化進程中中國都市管理者對城市空間本身的規訓。即使在文化局參與的「聯合執法」中，打口也從未獲得過來自執法者的官方定義，而更多是由於其曖昧不明的灰色身分而被視為「盜版音像製品」，從而遭到株連。換言之，打口零售業的艱苦「游擊」與中國政府對以崔健為代表的搖滾樂創作者的打壓，並沒有政策層面的直接因果關聯，對於打口市場的治理與其說是文化的箝制，不如說是基礎設施意義上的管控。如上文所述，打口零售場所「不修邊幅」的外觀形象本是售無定所的商販們出於經濟與風險考量所選擇的經營策略。然而，在置身其中的消費者眼裡，這種基於工具理性的歸因卻往往被直觀的情境感所遮蔽，而打口店的破落形態也與代表強權的執法者形象建立了想像中的「扣連」(articulation, Hall 1985)。在後天安門時期的中國，這不能說不是一個必然的巧合。

在訪談中，「打口一代」中最為年長的一輩往往提及作為媒體事件的「六四清場」對自身成長經歷的影響，³⁶而在打口亞文化的早期表徵中，對於

³⁵ 2018年2月採訪於北京。

³⁶ 在七十年代上半葉或更早出生的「打口一代」成員中，關於「六四」事件的記憶往往以這樣那樣的方式鑲嵌在他們所講述的打口故事中，儘管對事件的解讀與評價有顯著不同，但他們對當時社會主流心緒——尤其是「八九學潮」中的

作為文化審查者和異議打壓者的獨裁政府的想像更可謂無處不在。九十年代前期，處於灰色地帶的打口一度被盛傳為「海關罰沒」的違禁品，唱片邊緣的鋸口也順理成章地被「嫁禍」給中共文化審查人員，進而營造出戲劇化的衝突情境，³⁷在後天安門時期的特殊歷史情境中，這應和了執政者的道德合法性危機中充滿張力的民間情緒（Zhang 2008）。在這種頗具代際特徵的「情感結構」（Williams 1977）的繚繞之中，本無預設的符號性指向的打口零售業態被參與者與旁觀者賦予了「地下的」美學意義，進而豐富了「打口一代」的亞文化想像。在一位網名為「八旗子弟」的樂迷對北京五道口著名的打口零售點「鐵屋」的追憶中，這種基礎設施的「詩學」得到了極為生動的展現：

97年開始，北京的打口帶迎來了最為輝煌的時代——五道口時代〔…〕五道口當時很有些荒蕪的景色，在說不上寬敞的道路兩旁，全都是賣打口帶的小店，有一座被稱為鐵房子的店最為著名。這家店，不大，有六、七家在裡面，一家一個櫃檯，房子沒有窗戶，只有一個進人的鐵門和一個用來保證裡面的人還能活著的排風扇，就在這一進一出，一生一死的空隙之間，瀰漫著汗臭味兒，盒兒飯味兒和煙味兒的空氣中混雜著罵街，討價還價和音

意氣昂揚與「六四清場」後的憤懣壓抑——的描述是具有客觀共性的，在此僅舉一例：「六四我是有感覺的，因為六四算是，它算是我的政治啓蒙。我那時候上高一下半年，然後完全那時候之前完全對政治沒興趣，然後沒什麼感覺，直到六四才知道，就是看了很多書嘛，也看了很多。反倒是我覺得我周圍有些朋友反倒比我早熟一點的，他們以前會看那些什麼《河殤》電視劇啊，然後那些所謂的禁品違禁書籍什麼的，然後會討論這個東西……但是六四我覺得，因為我南京嘛它也參加過那個，它沒有好多絕食啊什麼的，也有游行，我也經常就下午騎個車，因為學校離鼓樓廣場很近嘛，就騎個車會過去看，然後擠在裡面抄大字報什麼的，我家裡現在還有，當時抄的那些。對，但是那種其實最打動我的倒不是甚麼所謂民族命運啊，甚麼國家前途啊這種，我覺得最打動我的還是一種你感覺到周圍人想做點甚麼，你去改變一些東西的那種，就那種激情吧，就那種情緒，這種情緒可能是，對，我那時候16歲嘛，當是感覺還是挺激動的，就是那種感覺。但是那時候其實沒有甚麼……只是裝模作樣跟大人在討論這東西，但實際上真正打動我的還是那種情緒，一種氛圍，就你覺得你可以做點甚麼去改變甚麼，而且周圍人都在，大家在一起做些甚麼，就那種感覺。」（2018年1月採訪於北京）。

37 「在中國門市部門口，關於打口帶的各種傳言隨時都能刮到耳朵裡。比如：它是一個美國人知道中國有一批人渴望聽到和他們一樣的音樂，然後弄了一船，不遠萬里，漂洋過海，把貨送到中國，可是剛一靠岸，就被我南方港口緝私大隊發現，一看全是磁帶，這還了得，這就是用西方腐朽文化腐蝕我們中國新一代青少年，達到他們和平演變的目的，必須統統銷毀。於是送到一個殘忍的地方，將這些中國歌迷心愛的唱片摧殘得面目全非，準備送到塑膠廠回爐。結果路上被人劫持，偷偷弄出來賣，就這樣，它從廣東某個港口逐步散播到全國……類似這樣的段子，在中國有很多版本。」（王小峰2006）

樂的聲音，換氣扇轉動的扇葉透過影綽的光，像舞臺，這他媽太搖滾了，簡直就是五道口版的Woodstock，絕對的烏托邦，絕對的無政府，絕對的中國特色。³⁸

在「八旗子弟」的敘述中，置身「鐵屋」的體驗既在生理上令人窒息，又在想像中令人心潮澎湃。強烈的感官與情緒訊號在地下室的一方天地中激烈地回旋，並被賦予了豐富的美學與政治意蘊：異味與噪聲傳達著狂野的搖滾精神，交疊的光影則成了妝點音樂現場的閃爍燈光，而店鋪唯一的「生死門」更分明是「地上」與「地下」兩個國度的分界，隔開了主流社會與「鐵屋」內的搖滾「烏托邦」。五道口於是成為了極具「中國特色」的野生胡士托。值得注意的是，在這個空間中，意義的建構無一源自言語表徵，而是首先通過沉浸式的感官體驗，從而在周遭情境氛圍中得以顯現。事實上，敘述中作為形容詞出現的「搖滾」直接指向的甚至並不是攤位上被販售的西洋搖滾樂唱片，而是「鐵屋」整體的物質存在以及其中此時此地的生命體驗。在「五道口版的」搖滾舞臺上，被「演奏」的並非音樂本身，而是打口消費的「基礎設施」所孕育的亞文化想像，這或許亦是作者指出「中國特色」的用意所在。

在上述「感官性意義」中，「烏托邦」與「無政府」指向了一個確鑿卻並不確切的政治維度。與其他打口店鋪一樣，在「鐵屋」光怪陸離的舞臺上，同樣遊蕩著隨時可能降臨的執法者的幻影；對故事的講述者來說，這正是其「搖滾」氛圍的大前提之一。而在現實中，「鐵屋」內名盛一時的打口集市也確實終結於2003年3月的一次猝不及防的「聯合執法」。一定程度上，打口市場向後天安門時期的中國城市消費者提供了一處日常而感性的、縈繞著對抗性政治想像的「臨界空間」（liminal space）：在「鐵屋」的搖滾舞臺上，打口消費者將腳尖「探入」（dip into）了一個「非官方」（nonofficial）——而非「反官方」——的經驗世界（Hagen and DeNora 2012: 454），這種政治性意義儘管並不通過言語表徵得到凸顯，卻在充滿張力的感官經驗中不言自明。

38 八旗子弟。〈日期不詳〉。〈我的打口歲月〉。Retrieved from: http://www.sohu.com/a/204346132_723321/ on Jan. 10, 2021.

作為「打口一代」亞文化景緻的一個側面，上述基礎設施的「詩學」生動地詮釋了其微妙而含混的政治屬性。一方面，「打口一代」從未有過明確的政治議程，除去購買與聆聽的音樂消費行為之外，大部分地區的「打口青年」鮮有其他共同在場的行動，遑論社會動員與公共生活的可能。即便是在亞文化中擔任知識分子與場景策動者的打口「樂評人」，在彼時對於基本政治學光譜往往也沒有清晰的認知，³⁹更極少有人能夠將反思與批判觸及到全球化浪潮下打口產業鏈的生態政治與改革劇變中中國社會真正的結構性失衡。相反，在打口市場林林總總的流言黑話、消費儀式與道德律令中，受到景仰的「搖滾傳教士」——以及他們對音樂的熱忱與「學識」的廣博——往往由一群被描述為貪婪勢利、目不識丁的「純商人」所映襯，⁴⁰而這個被廣泛污名化的底層「個體戶」群體正對應著九十年代中國都市中的真正棄民：在改革大潮失去生計的再就業人員與城市邊緣的外來務工者。若是將視野轉向城市之外，同樣遭到輕視的還有在產業上游負責「品相」篩選的鄉鎮女工以及她們以「洋垃圾」回收處理為生的同鄉居民，在「打口一代」自我中心的都市主義話語表徵中，這些勞動者的生命故事與生活世界更是徹底遁於無形。另一方面，正如唱片邊緣的缺口一樣，對於政治威權的想像與逆反性的情動同樣是打口亞文化不可替代的有機組成部分；指認打口亞文化的消費主義內核與感官性表徵，並不意味著抹煞其中鮮活的意義生產與蓬勃的文化實踐。在日常化的音樂消費儀

39 在採訪中，不只一位樂評人都坦率提及自己當年對政治學基本理念的無知，在此僅舉一例：「但我不覺得它（打口文化）足夠政治自覺。因為那個時候你會發現左派也罷右派也罷，好像都是沒有區分的，對於樂手來講。就是說還是那個事情，就是說理性思維這件事情，邏輯思維，是沒有得到發揮的，沒有得到培養的。對，沒有理性思維這件事。所以更多的是一種感情上的一種宣洩。我也不是，我也想要搞清楚是怎麼回事，我也想要去研究一下……所以那個時候我覺得更多的是這種右派的東西似乎是比較吸引人，那種自由主義什麼的這種東西，但是也會有一些左派的東西，一些信息。」（2017年12月採訪於北京）

40 在此僅舉一例：「那時候就是一些開店的還比較認東西，做批發的也比較認，但是好多那時候擺地攤的特別多，在人大、在海澱圖書城，包括很多學校的那個食堂門口，就是那些擺攤的，其實都相當於外地過來打工的，他們就，對他來說就是哪個好賣就行，他們一方面就是聽大家去、他們可能也會去看一些雜誌了解，但是其實他們並不喜歡這些音樂，對，就是純業務。」（2018年1月採訪於北京）

式中，「打口青年」通過自己的生命體驗「活出」（live out）了後天安門年代的時代心緒，並在身體互動中創造性地衝擊著主流社會價值的邊界，為物件、音符和空間賦予了褻瀆性（profanity）的觸感，這種「顛覆」同樣是鮮明而實在的；而情動與感官體驗的不可言說——正如威利斯所言（Willis 2014）——本已是其顛覆性的明證。作為一種前反思性的「感官性意義」，「打口一代」的政治「異議」真切確鑿而又不無曖昧地存在於他們「游擊」式的消費實踐中。

結語：神遊「物」外的亞文化想像

本文嘗試從「物」出發，在音樂研究的本體論論爭之外，以一種懸置「音樂」的視角考察九十年代中國的「打口一代」亞文化。如前文所展示的，在交易鏈的源頭，打口僅被看作是一定品種和重量的「料」在特定形態下的物理聚合，它的價值也僅由「料」的品種與品質決定；隨著產業鏈的下行，打口從「物性」裸露的「物」逐漸被建構為在本土文化情境內具備獨特意義與用途的「物件」，而中國消費者也與打口唱片的殘缺物質性產生了意義豐富的感官性互動；在打口市場險象環生的「遊擊」中，打口零售業態的「低端」與「野生」的環境氛圍孕育了一種基礎設施的「詩學」，在後天安門時期的特殊歷史情境中煥發出微妙的政治張力。

作為史上罕有的以音樂的物理介質自我命名的文化社群，「打口一代」獨特的身分認同處處體現著「聲」與「物」的繾綣羈絆。圍繞打口作為音樂唱片的物理殘缺性，打口的「品相分類學」與「搖滾知識」的譜系學一道構成了打口亞文化的核心話語，也一同促成了西洋「搖滾神話」在中國的本土化建構。在「打口一代」的亞文化想像中，打口的物質性與音樂性彼此依存，相生相成，並且在對時代情境的反應中殊途同歸。發生在九十年代中國的一個個「打口」故事是由能動的「人」與流通的「物」共同書寫的：在這個過程中，前者將後者分類、維修、重新發明，而後者在使用與消費中重塑了前者的審美、性情與自我定位。通過與外界物質環境的感官性互動，「打口一代」在屬於自己的天地中神遊「物」外，想像著

一個「遠在此地」的意義與價值世界。

引用書目

一、中文書目

- 王小峰 (Wang, Xiao-Feng)。2006。〈打口〉“Dakou” [Cut-out]，《讀庫 0605》*Duku 0605* [*Duku 0605*]，張立憲 (Zhang, Li-Xian) 主編，頁107-119。北京 (Peking)：新星出版社 (New Star Press)。
- 左小祖咒 (Zuo-Xiao, Zu-Zhou)。2013。〈好的音樂太多了〉“Haode yinyue taiduole” [Too much good music]，《搖滾聖經》*Yaogun shengjing* [*Rock Bible*]，李宏傑 (Li, Hong-Jie) 主編，頁1。天津 (Tianjin)：天津人民出版社 (Tianjin People's Publishing)。
- 李道柳 (Li, Dao-Liu)。2009。〈「打口」——李道柳個展〉“Dakou: lidaoliu gezhan” [Cut-out: exhibition notes]。Retrieved from: http://art.china.cn/huihua/2009-11/04/content_3223330.htm/ on Mar. 21, 2017.
- 姚燁 (Yao, Ye)。1994。〈北京市大中型商業 (零售業) 中心分析〉“Beijingshi dazhongxing shangye (lingshouye) zhongxin fenxi” [An analysis of large-and-mid-sized retail commercial centers in Beijing]，《北京房地產》*Beijing fangdichan* [*Beijing Real Estate*] 6: 26-29。
- 孫孟晉 (Sun, Meng-Jin)。2001。〈通向一代人的打口唱片〉“Tongxiang yidairen de dakou changpian” [Cut-out records towards a generation]，《通俗歌曲》*Tongsu gequ* [*Rock*] 201: 8。
- 楊波 (Yang, Bo)。2014。〈在我的身上有一道打口〉“Zai wode shenshang you yidao dakou” [There is a cut-out on my body]。Retrieved from: <https://dajia.qq.com/blog/408011024308377.html/> on Mar. 21, 2017.
- 劉倩、劉青、李貴才 (Liu, Qian, Liu, Qing, and Li, Gui-Cai)。2019。〈權力、資本與空間的生產——以深圳華強北片區為例〉“Quanli, ziben yu kongjian de shengchan: yi shenzhen huaqiangbei pianqu weili” [Power, capital and production of space: A case study of Huaqiangbei district, Shenzhen]，《城市發展研究》*Chengshi fazhan yanjiu* [*Urban Studies*] 26(10): 86-92。
- 歐寧、顏峻、聶錚 (Ou, Ning, Yan, Jun, Nie, Zheng)。1999。《北京新聲》*Beijing xinsheng* [*New Sound of Beijing*]。長沙 (Changsha)：湖南文藝出版社 (Hunan Literature & Art Publishing)。
- 鍾永豐 (Chung, Yung-Feng)。2022。《菊花如何夜行軍》*Juhua ruhe yexingjun*

[*How the Night Chrysanthemums Began to March*]。臺北市 (Taipei)：春山出版 (Springhill Publishing)。

顏峻 (Yan, Jun)。2001。〈打口一段往事〉“Dakou yiduan wangshi” [Some cut-out memories]，《通俗歌曲》*Tongsu gequ* [Rock] 201: 6。

——。2004。〈再見，打口的一代〉“Zaijian, dakou de yidai” [Farewell, the cut-out generation]，《燃燒的噪音》*Ranshao de zaoyin* [Burning Noise]，楊全強、劉沁秋 (Yang, Quan-Qiang, Liu, Qin-Qiu) 主編，頁174-177。南京 (Nanjing)：江蘇人民出版社 (Jiangsu People's Publishing)。

二、外文書目

Amin, Ash. 2014. “Lively Infrastructure,” *Theory, Culture & Society* 31(7-8): 137-161.

Appadurai, Arjun. 1986. “Introduction: Commodities and the Politics of Value,” in *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, edited by A. Appadurai, pp. 3-63. Cambridge: Cambridge University Press.

———. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota Press.

van Beukering, Pieter, Yongjiang Li, Zhao Yumin, and Zhou Xin. 1997. *Trends and Issues in the Plastics Cycle in China, with Special Emphasis on Trade and Recycling*. SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY: Social Science Research Network.

Born, Georgina. 1995. “Understanding Music as Culture: Contributions from Popular Music Studies to a Social Semiotics of Music,” in *Tendenze e Metodi nella Ricerca Musicologica*, edited by R. Pozzi. Florence, pp. 211-218. Italy: L.S. Olschki.

———. 2011. “Music and the Materialization of Identities,” *Journal of Material Culture* 16(4): 376-388.

Brown, Bill. 2001. “Thing Theory,” *Critical Inquiry* 28(1): 1-22.

Burgess, Richard James. 2013. *The Art of Music Production: The Theory and Practice*. Fourth Edition. Oxford: Oxford University Press.

Davis, Deborah, ed. 2000. *The Consumer Revolution in Urban China*. Berkeley: University of California Press.

Devine, Kyle. 2019. *Decomposed: The Political Ecology of Music*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Duraiappah, Anantha Kumar, Zhou Xin, and Pieter J. H. van Beukering. 2002. “Issues

in Production, Recycling and International Trade: Analysing the Chinese Plastic Sector Using an Optimal Life Cycle (OLC) Model,” *Environment and Development Economics* 7(1): 47-74.

- Efird, Robert. 2001. “Rock in a Hard Place: Music and the Market in Nineties Beijing,” in *China Urban*, edited by N. N. Chen, C. D. Clark, S. Z. Gottschang, and L. Jeffery, pp. 67-86. Durham, NC: Duke University Press.
- Goehr, Lydia. 1994. *The Imaginary Museum of Musical Works*. Oxford: Oxford University Press.
- Grossberg, Larry. 1993. “The Framing of Rock: Rock and the New Conservatism,” in *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*, edited by G. Turner, J. Shepherd, L. Grossberg, S. Frith, and T. Bennett, pp. 193-208. London: Routledge.
- Hagen, Trever, and Tia DeNora. 2012. “From Listening to Distribution: Nonofficial Music Practices in Hungary and Czechoslovakia from the 1960s to the 1980s,” in *The Oxford Handbook of Sound Studies*, edited by T. Pinch and K. Bijsterveld, pp. 440-458. Oxford: Oxford University Press.
- Hall, Stuart. 1985. “Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-structuralist Debates,” *Critical Studies in Mass Communication* 2(2): 91-114.
- Harvey, Penelope. 2012. “The Topological Quality of Infrastructural Relation: An Ethnographic Approach,” *Theory, Culture & Society* 29(4-5): 76-92.
- Hesmondhalgh, David. 2021. “The Infrastructural Turn in Media and Internet Research,” in *The Routledge Companion to Media Industries*, edited by P. McDonald, pp. 132-142. New York: Routledge.
- Hodkinson, Paul. 2004. “Translocal Connections in the Goth Scene,” in *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*, edited by A. Bennett and R. A. Peterson, pp. 131-148. Nashville, TN: Vanderbilt University Press.
- Hu, Kelly. 2008. “Made in China: The Cultural Logic of OEMs and the Manufacture of Low-cost Technology,” *Inter-Asia Cultural Studies* 9(1): 27-46.
- Huang, Hao. 2001. “Yaogun Yinyue: Rethinking Mainland Chinese Rock 'n' Roll,” *Popular Music* 20(1): 1-11.
- . 2003. “Voices from Chinese Rock, Past and Present Tense: Social Commentary and Construction of Identity in Yaogun Yinyue, from Tiananmen to the Present,” *Popular Music and Society* 26(2): 183-202.
- Ivanova, Maranatha Christine. 2009. *Limning the Jianghu: Spaces of Appearance and the*

- Performative Politics of the Chinese Cultural Underground*. Ph.D. Dissertation, University of California, Berkeley.
- Jones, Andrew F. 1992. *Like a Knife: Ideology and Genre in Contemporary Chinese Popular Music*. Ithaca, NY: East Asia Program, Cornell University.
- . 1994. “The Politics of Popular Music in Post-Tiananmen China,” in *Popular Protest and Political Culture in Modern China*, edited by J. N. Wasserstrom and E. J. Perry, pp. 148-166. Boulder, CO: Westview Press.
- Kielman, Adam Joseph. 2016. *Zou Qilai!: Musical Subjectivity, Mobility, and Sonic Infrastructures in Postsocialist China*. Ph.D. Dissertation, Columbia University.
- de Kloet, Jeroen. 2010. *China with a Cut: Globalisation, Urban Youth and Popular Music*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Knoedelseder, William. 1993. *Stiffed: A True Story of MCA, the Music Business, and the Mafia*. New York: HarperCollins.
- Kopytoff, Igor. 1986. “The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process,” in *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, edited by A. Appadurai, pp. 64-92. Cambridge: Cambridge University Press.
- Larkin, Brian. 2013. “The Politics and Poetics of Infrastructure,” *Annual Review of Anthropology* 42(1): 327-343.
- Li, Zhongwei. 2019. *Cut-out: Music, Profanity, and Subcultural Politics in 1990s China*. Ph.D. Dissertation, London School of Economics and Political Science.
- . 2020. “Listening to the Scrap: Contested Materialities of Music in 1990s China,” in *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem*, edited by T. Tofalvy and E. Barna, pp. 149-164. Cham: Springer.
- Lu, Duanfang. 2011. *Remaking Chinese Urban Form: Modernity, Scarcity and Space, 1949 - 2005*. New York: Routledge.
- Miège, Bernard. 1979. “The Cultural Commodity,” *Media, Culture & Society* 1(3): 297-311.
- NAPCOR. 2003. *2003 Report on Post Consumer PET Container Recycling Activity*. Charlotte, NC: National Association for PET Container Resources (NAPCOR).
- Pilkington, Hilary, and Richard Johnson. 2003. “Peripheral Youth: Relations of Identity and Power in Global/Local Context,” *European Journal of Cultural Studies* 6(3): 259-283.
- Pinch, Trevor, and Karin Bijsterveld. 2012(1993). “New Keys to the World of Sound,” in

The Oxford Handbook of Sound Studies, edited by T. Pinch and K. Bijsterveld, pp. 3-35. Oxford: Oxford University Press.

Star, Susan Leigh, and Karen Ruhleder. 1996. "Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces," *Information Systems Research* 7(1): 111-134.

Stokes, David. 2006. "Reconstructing Rock Mythology: Constructions of Popular Music in the Chinese Print Media," *Perfect Beat* 7(4): 82-108.

Straw, Will. 2000. "Exhausted Commodities: The Material Culture of Music," *Canadian Journal of Communication* 25(1): 175-185.

———. 2012. "The Cultural Study of Music: A Critical Introduction," in *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction*, edited by M. Clayton, T. Herbert, and R. Middleton, pp. 227-236. New York: Routledge.

Thornton, Sarah. 1995. *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity.

Williams, Raymond. 1977. *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.

Willis, Paul. 2014. *Profane Culture. Updated Edition*. Princeton: Princeton University Press.

Zhang, Xudong. 2008. *Postsocialism and Cultural Politics: China in the Last Decade of the Twentieth Century*. Durham, NC: Duke University Press.