

音樂產業全球化、流動著床與生產模式的重塑—— 台灣流行音樂產業為例*

張容瑛** 周志龍***

論文收件日期：94年11月1日

論文接受日期：95年4月10日

摘 要

流行音樂產業相關研究，大致上，藉由西方發展經驗，歸結流行音樂產業地理的內涵與軌跡；東方流行音樂脈絡，至今仍處學術領域的黑盒子。本文以台灣流行音樂產業為例，目的在於探討生產模式（production model）與產業空間著床（embeddedness），兩者之間的互動關係。以流行音樂產業發展歷程為背景認知，本文主張，基於社會、政治、經濟因素的持續變遷，產業著床關係改變與音樂生產模式轉型，為共演化的過程。換言之，流行音樂生產模式隨著時間演化，基於產業成熟度及地方能力的差異，促成產業群聚中的著床關係隨之產生變化。本文最後指出，因應全球化音樂經濟的挑戰，關鍵在於，台灣流行音樂產業透過「制度化的流動著床」，建構以小搏大能力，使地方流行音樂群聚與全球佈局，進行串接。

關鍵詞：台灣流行音樂產業、生產模式、著床、流動著床、去著床

* 本文為國科會補助研究計畫（NSC93-2415-H-305-015-SSS）之部分成果。

感謝本刊匿名審稿者提供之寶貴意見，使本文之架構與內容更趨完善，惟文中若有任何遺漏或錯誤，仍為作者之責。

** 國立台北大學都市計劃研究所博士候選人。E-mail: xy2468@seed.net.tw

*** 國立台北大學都市計劃研究所教授。E-mail: choutl@mail.ntpu.edu.tw

Globalization of music industry, floating embeddedness, and evolution of production model: a case study of Taiwan pop music*

Jung-Ying Chang and Tsu-Lung Chou*****

Abstract

Research on the music industry has long been focused primarily on the West. This paper investigates the relationship between production model and spatial embeddedness of Taiwan pop music industry. Considering the historical context, this paper argues that transformation of pop music production model is co-evolving with changes of embeddedness because of transitional social, political and economic factors. In other words, evolution of pop music production model over time contributes to adaptation of embeddedness in local cluster based on differences of industrial maturity and localized ability. The paper concludes that ‘institutionalized floating-embeddedness’ is crucial for current Taiwan pop music industry to develop higher leverage of local clusters, so as to integrate with the global music economy.

Keywords: Taiwan pop music industry, Production model, Embeddedness, Floating-embeddedness, Disembeddedness

一、前言

隨著全球化與後工業時代的來臨，世界各大城市，多藉由商品化手段，賦予文化經濟價值，使本土文化進入全球流動空間（the space of flow）。Brown et al.（2002）指出，流行音樂產業經常帶來龐大財富，為文化產業中最顯明的利益。音樂產業是一個複雜且持續演化中的產業，基於技術變遷，影響音樂風格、產業結構、商業模式、產品形式等產業運作面向（Gronow, 1983; Lopes, 1992; Burnett, 1993; Christiansen, 1995; Peterson and Berger, 1996; Jones, 2002; Power and Jansson, 2004）。其中，唱片載體的發展，根本改變了音樂產業大規模市場的可能性；從早期以黑膠唱片為音樂複製的媒介，到錄音磁帶的引進，進而演變為數位化音樂及諸如CD、數位錄音帶、及迷你唱盤（minidisk）等格式的創造（Leyshon et al., 2001）。

反映在流行音樂產業研究，既有討論主要以生產系統及技術變遷為兩大門徑。相關研究指出音樂產品的生產，為涉及許多行動者的複雜、創意、專業化過程（Leyshon et al., 1998; Negus, 1998; Scott, 1999）。其中，歌手、詞曲創作者等藝術家（artist）及大型（major）唱片公司，為創意過程的核心（Malm and Wallis, 1992; Alexander, 1996; Hesmondhalgh, 1996; Sadler, 1997; Scott, 1999a, b）；此動態的系統運作，與技術變遷存在著共演化的關係（Gronow, 1983; Lopes, 1992; Burnett, 1993; Peterson and Berger, 1996; Jones, 2002）。因此，流行音樂產業的定義與內涵，隨著消費習慣、技術發展、生活方式的改變，漸趨寬鬆與多元，特別是產品的形式，已逐漸跳脫實體物品的侷限；然而，音樂的創作與產品生產，仍為整個產業運作的核心。在產業的經驗研究方面，長久以來，相關文獻多以歐、美城市為個案，透過西方流行音樂產業發展路徑，歸結流行音樂產業地理的內涵與軌跡。Kong曾針對新加坡流行音樂地理，進行文化、社會分析（Kong, 1995; Kong, 1996）；然而，多元族群所形構的音樂文化^{註1}，與東方流行音樂，仍有相當落差。大體而言，東方流行音樂世界，至今仍處學術領域的黑盒子。

台灣流行音樂發軔於台北市^{註2}，歷經1940年代的日本殖民、1950~60年代的美國文化滲透、1970年代的民歌運動，於1980年代完成產業建制化，並成立「國際唱片交流基金會（IFPI）台灣分會」。1990年代，跨國唱片集團進入，宣告全球

註1. 新加坡官方語言，包括英語、華語、馬來語和淡米爾語，意味著社會文化的異質性。

註2. 1980年代，台灣的西洋音樂市場逐漸成長，再加上1985年中美著作權諮商的壓力，台灣政府於1986年7月，於台北市成立「國際唱片交流基金會（IFPI）台灣分會」。

化力量的全面展開。過程中，持續以台北市為流行音樂相關活動群聚核心（張容瑛，2002）。此呼應經濟地理學者的說法—流行音樂相關活動，傾向聚集於特定領域（Scott, 1999a; Leyshon, 2001; Power, 2002; Power and Hallencreutz, 2002）。此空間的聚集，Brown et al. (2002) 於研究英國音樂產業時指出，係基於社會「著床」（embeddedness）關係，有助於創意形成與產業發展。然而，此論述為西方流行音樂之經驗歸納，屬於特定時、空現象描述；對於產業發展的動態過程、異於西方的歷史脈絡，是否具有足夠解釋性？換言之，對於尚處於發展中的東方流行音樂產業而言，當音樂生產模式隨著時、空產生演化，空間的社會著床關係，是否產生改變？當過度依賴著床關係，導致制度閉鎖效應（lock-in）時，流動著床（floating-embeddedness），可能扮演的功能角色為何？當全球化促使的生活經驗去著床（disembeddedness），逐漸浮現時，對於流行音樂產業的發展，有何種意涵？

爰此，本文以台灣流行音樂產業為例，透過流行音樂生產模式（production model）的演化，探討空間著床關係的轉變與作用。由於台灣流行音樂產業研究，至今尚處於初始階段，缺乏嚴謹的統計資料與學術文獻。因此，本文的研究方法與基礎資料，除了台灣流行音樂專書及文章的蒐集，並輔以2002至2004年間半結構式訪談。訪談對象共8位，包括資深音樂創作者、本土及國際唱片公司部門主管、歌手、音樂工作室負責人等台灣音樂產業工作者（名單詳見附錄），總共進行12次訪談，平均歷時2個小時。

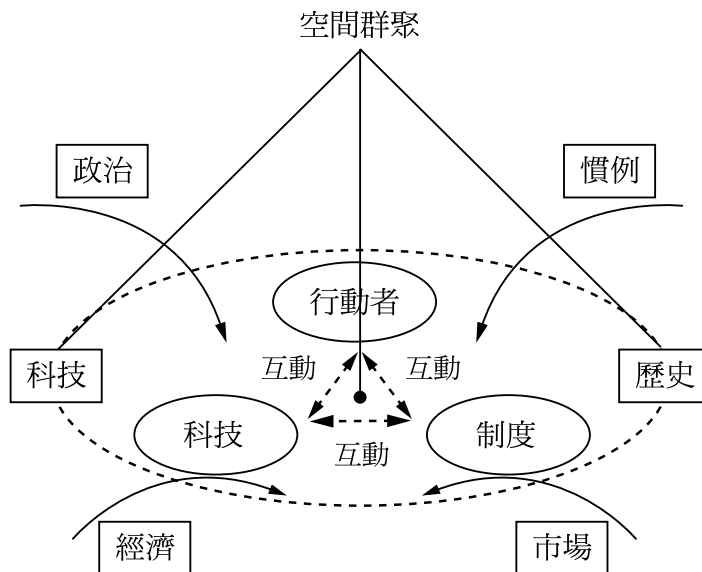
在文章內容安排方面，首先，討論音樂生產與空間的相關性，透過相關論述的梳理，釐清本文的分析向度與論證邏輯。其次，檢視台灣流行音樂產業發展歷程，歸結各時期的產業、社會、政經脈絡特徵，作為後續討論基礎；同時，指出不同時代背景、市場、技術條件，造成的生產模式重塑。接著，分析生產模式演化過程中，產業持續群聚於台北市的空間著床關係；特別是，指出流動著床關係的作用與型態。此外，探討全球化促成的去著床關係，對於地方音樂產業群聚的影響，及隱含的危機與轉機。最後，提出階段性結論與討論。

二、流行音樂產業與空間

Attali (1985) 提出「音樂網絡」（musical network）概念，說明流行音樂生產過程，涉及社會互動與資訊流動，反應政治、經濟與社會的大環境結構；雖未提及特定空間的角色，仍為之後的音樂產業相關論述，奠定基礎。Scott (1999a) 以美國流行音樂產業，集中於洛杉磯、紐約、那什維爾的現象，提出「創意領域」

(creative field) 概念；除了投入產出的交易性依賴，並透過空間鄰近的面對面接觸，建立密集的非交易性依賴關係。換言之，流行音樂相關活動聚集，有助於產業發展，及音樂創意的發揮 (Scott, 1999a, b, 2000)。Leyshon (2001) 延續Attali與Scott的說法，主張音樂創作為空間聚集的過程，包含許多行動者、科技、制度間密集的交互作用；此空間穩固制度的建立，為「音樂景象」(music scene) 概念。在受Porter (1990) 為首的群聚概念影響下，Brown et al. (2000) 認為空間鄰近的流行音樂活動，係著床於社會網絡中，有助於流行音樂產業發展。換言之，社會關係著床，為音樂產業群聚形成的重要因素。然而，上述說法，皆針對「正在發生的事」進行觀察，無法掌握地方音樂群聚的動態演化，及所隱含的時代背景差異。產業群聚發展，可能隨著時間產生變化；背後存在許多社會脈絡、歷史沿革、市場力量、政策轉向等複雜關係 (Wolfe and Gertler, 200; Sadler, 2004) (圖一)。因此，針對特定群聚、特定時點，觀察到的社會著床關係，可能並非促成地方音樂產業持續群聚、發展的唯一要素。

著床 (embeddedness) 為Polanyi (1967) 提出的概念，強調經濟行動為制度化的社會過程。Granovetter (1985) 進一步發展「社會著床」概念，認為經濟行為，係著床在持續的社會關係上；社會關係網絡為重要資產，影響個人行動決策。Talmud et al. (1997) 以產業發展觀點，認為著床包括廠商組織的「產業結構性著



圖一 音樂產業群聚演化動力示意圖

床」，構成社會資本的「市場著床關係」及「政治著床關係」；著床關係有助於廠商降低不穩定性，為廠商區位選擇之重要考量。Maskell et al. (1999) 則主張空間著床為信任性交換，聚集有利於沈默知識 (tacit knowledge) 的互換。因此，廠商於特定空間的社會著床，將促成產業群聚的良性發展。然而，若過度依賴著床關係，將導致制度的閉鎖效應 (institutional lock-ins)，造成廠商進步學習管道的封閉 (Maskell et al., 1999)。

為了回應閉鎖效應的危機，徐進鈺 (1999) 以新竹科學園區為例，以勞動力間著床的流動關係，建立一個流動型勞力市場的圖像。換言之，透過綿密的社會網絡關係，員工以及具身化 (embodied) 的技術在園區中擴散開來；輔以矽谷回流人才之技術轉移，使園區得以不斷地維持研發能力。根據鄭金梅 (2002) 的論文研究，指出台北市廣告業群聚，除了信任、合作之著床關係，植基於競爭的流動著床關係，對於廣告業創意文化相當重要；社會著床與流動的著床必須保持一定平衡關係。因此，基於避免鎖死 (lock-in) 危機，發展出的流動著床概念，亦為產業持續群聚與發展的關鍵動力。

Brown et al. (2000) 研究英國音樂文化政策時指出，全球化意味著地方被流動空間所取代，促使生活經驗去著床 (disembeddedness)。全球流行音樂產業，逐漸受到東京、洛杉磯、紐約、倫敦等世界城市中，五大跨國音樂集團的支配。跨國音樂集團，整合全球音樂之生產與媒體行銷，進駐各地的音樂產業系統；約佔美國 90% 銷售額，全球 70%~80% 間的銷售額。因此，全球化驅動的去著床力量，已透過跨國音樂集團的觸角，滲入各地方既有的音樂產業群聚。事實上，去著床力量的穿透，某程度代表跨國資本，對於地方音樂產業的宰制；然而，另一方面，或許意味著地方音樂群聚，藉由跨國集團的枝幹，與全球市場進行串接。

綜上所述，流行音樂產業群聚的動力，隨著時間軸向，產生質、量的改變；從著床關係的閉鎖危機，發展出著床的流動圖像，到全球化去著床力量的浸透。唯一不變的是，這些力量運作的結果，皆促成群聚的持續發展、演化。特定區域、地方的發展經驗，屬於特殊歷史軌跡的產物；地方特有的制度、文化、社會、歷史，使群聚動力於各地產生不同質量的作用。此外，流行音樂產業，為複雜且持續演化中的產業，涉及音樂創意、技術創新 (Power and Jansson, 2004) 與市場行銷；面臨全球化的衝擊，是否如同高科技產業或傳統製造業，存在「淪為代工」的危機？抑或存在不同的暗示？因此，關於著床、流動著床、去著床力量，於不同時空脈絡下，對於流行音樂產業群聚造成的影響，有必要進行概念化討論。

三、台灣流行音樂產業發展歷程與生產模式重塑

所有音樂與聲音的組織，皆是在創造或凝聚一個社群、一個整體（totality）的一種工具。它將權力中心及其主體（subject）連結在一起；廣而言之，無論其形式為何，它都是權力的附屬物（Attali, 1985: 6）。因此，當音樂生產模式逐漸邁向工業化，並形成一種生產體系時，意味著音樂作品的生產，乃受到總體社會生產模式、音樂產業生產模式、及總體意識型態等政經因素的影響（王英裕，1999）。本文從1960年代產業化萌芽期談起，循著音樂文化與政治、經濟、社會環境相互構成的邏輯，將台灣的流行音樂產業發展，依據政權更迭、重要產業事件、及資本涉入，概分為國民黨統治、民歌運動、產業建制化、全球化運作等四個時期（表一）；並歸結各時期的音樂風格、產業特質、及社會脈絡，進一步指出生產模式的改變，作為後續產業空間與社會著床關係演化的分析基礎。

表一 台灣流行音樂產業發展歷程簡表

分期	社會脈絡	產業特徵			資本
		音樂風格	消費方式	生產模式	
國民黨統治時期 1960年代～ 1970年代初	國家高壓統治 歌曲淨化運動 歌曲審查制度	淨化歌曲	廣播 錄音磁帶 國家慶典	垂直整合 分工模式	日資 台資
民歌運動時期 1970年代中～ 1980年代初	台退出聯合國 台與美日斷交 民族主義高漲	淨化歌曲 校園民歌	廣播 錄音磁帶 校園活動	垂直整合 分工模式	台資
產業建制化時期 1980年代～ 1990年代初	台灣經濟起飛 反對運動盛行 歌曲審查制度廢止	偶像歌星 創作歌手	CD、磁帶 校園活動 KTV	協力網絡 分工模式	台資
全球化運作時期 1990年代迄今	民主意識崛起 資訊技術發展 國際資本流動	風格多元 百家爭鳴 國際巨星	演唱會 數位音樂 KTV 造星運動	專案彈性 經理模式	跨國資 台資

(一) 國民黨統治時期 (1960 年代～1970 年代初)：垂直整合分工模式

台灣流行音樂發軔於1940年代的台北市(莊永明, 1995), 歷經日本殖民及美國文化滲透, 直至1962年「台灣電視公司」開播, 始逐漸朝本土創作、產業化邁進(張釗維, 1991)。1960年代的台灣社會, 國民黨為鞏固政權的正統性, 透過語言、教育及媒體的政策手段, 支配音樂文化的發展(路寒袖口述、江文瑜整理, 1996)。

同時, 在國民黨政府「復興文化運動」及「革新社會風氣」等政治論述下, 國語流行歌曲被指涉為「靡靡之音」, 並且於1971年推行「歌曲淨化運動」, 陸續進行音樂出版品檢查及淨化歌曲總檢討:

「行政院新聞局歌曲出版品輔導工作小組, 經過慎重評審目前社會上的流行歌曲四十九首, 認為詞曲頹廢消沈, 影響民心士氣, 業經台灣省新聞處在各報公布名單, 籲請各電視台、電台及唱片廠商, 今後勿再演唱、播放及錄製。這是新聞局研究淨化流行歌曲以來, 最為審慎而明智的一次措施。用心良苦, 值得有關單位一致支持」(彭品光, 1977: 42)

在流行音樂消費方面, 1960年代正值第一次進口替代後的經濟起飛, 社會大眾對於娛樂、消費, 需求日增, 廣播、錄音磁帶為主要的消費管道, 反映在唱片公司數量上, 十年間成長約八倍^{註3}, 聚集於台北市西門町、火車站周圍。然而, 在國家對於音樂出版品的高度掌控下, 唱片公司經營權責, 掌握在少數資本擁有者手中, 多為日本殖民時期遺留的日資或台資, 對於音樂未必有所專長。同時, 受當時製造業發展的思維影響, 1960年代之音樂生產, 屬於「垂直整合分工模式」; 技術上全然不同的創作、生產、分配、銷售和其經濟性的過程, 在一個唱片公司管轄之下加以整合; 生產過程中, 角色分野相當明顯。詞曲創作者, 除少數自由創作者, 大部分為公司「專屬」, 並未介入唱片公司營運(曾慧佳, 2000)。唱片公司簽約「專屬」歌星, 由專屬詞曲作者負責培育新人、製作歌曲, 再由唱片公司行銷與發行。此種垂直整合分工的音樂生產模式, 角色彼此間不易跨界; 優點在於, 創作者可確保作品的產製及原創性。歌手僅負責歌曲的詮釋, 不具創作能力的歌手, 多以「外貌」及「演唱技巧」為訴求, 「偶像派歌星」於是出現。

(二) 民歌運動時期 (1970 年代中～1980 年代初)：垂直整合分工模式

1970年代, 正值台灣退出聯合國、釣魚台事件, 及相繼的與美日斷交, 台灣的國際空間遭受壓縮, 國內正逐漸醞釀「民族主義」意識型態。1975年6月, 楊弦在台北中山堂舉辦「現代民謠創作演唱會」, 發表了八首創作作品後, 掀起了由年輕

註3. 從1960年的14家, 成長至1971年的119家(葉龍彥, 2001)。

人、知識份子與大專青年，自彈自唱與詞曲創作風潮的「民歌運動」（張釗維，1994）。不僅為校園中或年輕人的休閒活動，更象徵著與當時社會氛圍緊密結合的文化浪潮。

在民歌運動的影響下，此時期音樂消費方式，除了廣播及錄音磁帶，出現校園演唱會、校園刊物、民歌西餐廳等新興管道。在音樂生產方面，延續「垂直整合分工模式」，唱片公司逐漸以台資為主，並致力於更具制度性、系統性的產銷體系，並培育了許多創作人才，建置發掘人才的管道^{註4}，成為台灣流行音樂產業建制化的基礎。然而，音樂市場規模的擴張，意味著競爭的激化，再加上「歌曲審查制度」的持續嚴格進行（張文輝，2005），使得市場風險增加。「垂直整合分工模式」，一方面，使唱片公司、創作者、歌手三者間潛在著協調不易的問題；另一方面，由「專屬關係」產生的社會網絡，相當穩固且調整不易，無法因應市場的不確定性。因此，唱片公司僅能透過強化偶像塑造的策略，鞏固既有的市場利基（曾慧佳，2000）；因而塑造出消費者著重行銷、包裝、多元的品味特質。

（三）產業建制化時期（1980年代～1990年代初）：協力網絡分工模式

1980年代，台灣經濟、政治社會環境，皆出現結構性變遷。就經濟面而言，國民平均所得，從1965年的203美元，成長至1980年的2,000美元以上，民間消費力大幅成長；至1980年代末，娛樂及文教消費支出比例，成長至僅次於食品消費支出^{註5}。伴隨著經濟力量的強化，及後美麗島時期的社會反動力，政治上的威權逐漸鬆動；於1987年解嚴後，新聞局進一步廢止歌曲審查制度。

於此脈絡下，社會大眾對於流行音樂等休閒文化，需求大增。反映在消費形式上，除了廣播、錄音磁帶、校園活動的持續盛行，CD唱盤及KTV的逐漸盛行，為1980年代末以來的兩個重要發展。音樂風格，則呈現原創歌手及偶像塑造兩個主要路線。前者以1981年民歌手段鐘潭設立的「滾石唱片」為代表，重視創作者與製作人於音樂產品的角色^{註6}；後者，則以民歌手吳楚楚創辦的「飛碟唱片」為代表，帶動明星制度的偶像風潮。

註4. 例如：1977年「新格」唱片公司舉辦第一屆「金韻獎青年歌謠演唱大會」，將比賽優勝者的創作歌曲錄製成《金韻獎》唱片，並利用校園巡迴演唱、與群眾面對面接觸的方式，行銷產品。

註5. 以1988年為例，民間平均消費支出為1781.435百萬元，其中，娛樂及文教消費支出271.277元，佔總消費支出15.23%，僅次於食品消費支出（台灣省政府主計處，1989）。

註6. 以「抗議歌手」羅大佑為典型代表，自1982至1984年間，先後出版了《之乎者也》、《未來的主人翁》、《家》三張專輯（翁嘉銘，1998）。

因此，基於民歌時代醞釀的人才及市場潛力，在資本力量擴張下，唱片公司數量巨幅成長，多集中於接近消費市場的台北市各商圈（張容瑛，2002）。音樂產品製作轉向「協力網絡分工」的生產模式；培育歌手、創作、生產、分配、行銷、銷售等環節，適度透過外包、委外合作的方式進行，不再由單一公司所管轄。就廠商組織型態而言，唱片公司經營者、創作者、歌手，三者間角色界線，逐漸模糊；其中，民歌時代孕育的音樂創作、製作人才，扮演關鍵角色。一方面，民歌手兼具演唱、創作能力，時常吸收國外流行音樂訊息，轉型為「創作型歌手」、自由音樂創作者。另一方面，部分民歌手成立個人音樂工作室；或透過合作方式，共同創設唱片公司；或擔任唱片公司重要幹部^{註7}，唱片產製各環節皆具流行音樂專業人才。

音樂生產，透過協力網絡模式運行，使個別行動者、公司間，存在某種合作的默契，同時指涉新參與者某程度的進入障礙。此外，音樂專業人才於各種角色之間轉換（表二），對於消費者需求的轉變，具有較高的敏感度與彈性。

表二 民歌手角色轉換—以李宗盛為例

年代	事件	含意
1979	◆ 組「木吉他合唱團」參加「金韻獎」獲獎	◆ 成為民歌手
1982	◆ 製作鄭怡《小雨來的正是時候》專輯	◆ 挖掘培育新人
1984	◆ 進入滾石唱片擔任專屬詞曲創作者	◆ 成為專業創作者
1989	◆ 升任滾石副總經理	◆ 進入唱片公司經營核心

資料來源：本文整理自曾慧佳（2000）。

（四）全球化運作時期（1990 年代迄今）：專案彈性經理模式

1990年代的台灣社會脈絡，可以全球化、民主化、資訊科技等三股勢力進行解讀。隨著全球化力量高度穿透，台灣憑藉優秀的創作人才，及華文音樂市場的潛力^{註8}，吸引跨國音樂集團，透過合資、併購、獨立設立子公司等方式，積極涉入與

註7. 民歌手自1980年代起成立唱片公司或音樂工作室者，包括段鐘潭的《滾石唱片》，吳楚楚的《飛碟唱片》，陶曉清、簡上仁、鄭怡、吳楚楚的《民風樂府》，羅大佑、邱復生、張艾嘉的《果實》，許乃勝、蘇來、李復健、蔡琴的《天水樂集》，李壽全的《李約》，鈕大可的《赫立》，譚建常的《巨翼》，陳揚的《比特》，沈光遠的《友善的狗》等（曾慧佳，2000）。

註8. 兩岸三地、新加坡、東南亞地區共有十二億三千多萬華語人口，在全球61億人口中，華人比例超過20%；1990年代末華語音樂市場的規模與消費能力日漸浮出（李天鐸，1998）。

整併；至1998年，全球五大音樂集團^{註9}即全數進駐，促成台灣流行音樂產業逐漸制度化與透明化。另一方面，歷經民歌時期及1980年代的音樂消費，及持續引進的西洋音樂，消費者對於音樂風格、消費方式、行銷包裝、及歌手素養，愈趨挑剔；市場需求瞬息萬變。同時，音樂文化反應時代脈絡，在全球化與民主化的交錯影響下，此時期呈現多元音樂風格，原創音樂、日韓歐美曲風、原住民音樂等不同的元素，逐漸混雜甚至融合。特別是2000年左右，以往所謂獨立樂團或地下音樂，與主流音樂間的分界逐漸模糊（羅悅全，2000）。

於此脈絡下，音樂生產逐漸轉向「專案彈性經理模式」。面臨高度競爭、不確定且複雜的市場環境，跨國企業為因應全球佈局的地理、文化、慣習差異，以專案組織形式變革，作為合理化的工具（Zeller, 2002）。所謂「專案彈性經理模式」的經營策略，係指由資本集團選定具流行音樂專業素養者，擔任公司的音樂總監，或其他重要職位^{註10}。公司內部，極少專屬製作人、詞曲創作者，以精簡人員保持公司經營彈性。為確保利潤並降低經營風險，跨國音樂集團偏好與「大牌」歌手合作，積極進行挖角動作^{註11}。音樂生產過程，以「特定歌手」為中心，根據歌手特質及市場動態，經由「企宣會議」決定音樂產品定位；再透過非簽約方式，與音樂創作者及製作人「合作」。專案組織與企業之間，存在相互依存關係；亦即，專案組織的建構，奠基於個人關係、地方性、企業網絡（Grabher, 2002）。因此，專案彈性經理模式，係集結一群流行音樂生產各環節專業人士，成員間直接、間接存在某程度社會關係，透過專業經理、現代科技，進行音樂產品企畫、製作，並投入大量資金於廣告及行銷策略。當音樂訴求、歌手對象不同時，即產生不同的工作成員組合，套用不同模組^{註12}；產業群聚中，專業工作者時常出現組合、重組的情形。

綜上所述，台灣流行音樂產業，與所處時代的國家角色、政經環境、社會脈絡、及文化特質息息相關並相互構成。產業生產模式，除了表象的流程變遷，更重要的是，反映所處的時代背景、宏觀環境、產業內涵與發展能力。自1960年代產業萌芽以來，歷經「垂直整合分工」、「協力網絡分工」、「專案彈性經理」三種生產

註9. 全球五大跨國音樂集團，包括Sony（新力），EMI（科藝百代），Universal（環球），Warner（華納），BMG（博德曼）。

註10. 姚謙為EMI總經理，陳志遠為「豐華」音樂總監，楊峻榮為「阿爾發」總經理（受訪者B）。

註11. 張惠妹、那英、孫燕姿等「天后」屬「華納」唱片；庾澄慶、王力宏屬「新力」唱片（受訪者C）。

註12. 以張惠妹為例，前四張由「豐華」發行專輯，包括企畫、製作、宣傳人員等，皆為同一群人；然與其他「豐華」唱片歌手相對照，則呈現不同團隊的現象。

模式階段，可視為「社會過程」的產物，不同情境化的結果。下部分，以不同生產模式隱含的時代脈絡，更進一步探討流行音樂產業群聚中，著床關係的演化與作用。

四、從空間著床到流動著床的浮現

生產模式演化過程，隱約指出著床關係的質變。接下來的兩個部分，本文將針對台灣流行音樂產業持續群聚發展的現象，以空間著床關係演化為經，生產模式重塑為緯，進行交叉討論。論證過程所需資料，鑑於官方統計及學術論辯的缺漏，因此以2002年至2004年的訪談成果為基礎，配合相關文史記載，試圖理出生產模式與著床關係的共演化因果機制。

(一) 空間著床的產業群聚

空間著床的關係，係透過社會網絡，基於信任關係及人際互動，產生空間群聚效果（Maskell et al., 1999）。換言之，空間鄰近的表象，隱含關係鄰近性的存在與運作。用以解釋流行音樂產業群聚現象，係指音樂生產過程之行動者，基於既有的信任、合作關係，持續聚集於流行音樂產業發源的台北市。地區發展，為歷史積累的結果；台灣流行音樂，自日據時期發軔於台北市，聚集於娛樂休閒核心的西門町。音樂生產行動者之間，透過密集的面對面接觸，逐漸培養默契，構築社會網絡關係。一段關於日據時期，音樂活動空間聚集的敘述：

「他（她）們每日都集合在『古倫美亞』三樓的文藝部，一邊練歌一般創作新歌，經過半年多，新創作的歌曲不下數十首。」（葉龍彥，2001：79）

1960至1970年代末的台灣流行音樂，為產業萌芽階段，歷經國民黨統治初期及民歌運動時期，以「垂直整合分工模式」運作。此時的音樂產業群聚，主要基於構成社會資本的「政治著床關係」，及廠商組織的「產業結構性著床」（Talmud et al., 1997）。就政治因素而言，當時的台灣社會，處於國民黨高壓統治的意識型態制約；政府以電視台及廣播電台等國有媒體扮演守門員角色，透過「歌曲淨化運動」政治論述，及「歌曲審查制度」的政治手段，支配廠商及創作者的行動^{註13}。另一方面，由於台灣退出聯合國、相繼與美日斷交等國際事件，國民黨透過國家主體論述，激發台灣社會的民族主義意識，促成源自於1975年6月台北中山堂、以知識份子為首的「民歌運動」（張釗維，1994）。在國家意識型態運作、產業萌芽初始等

註13. 整理自本研究受訪者A說法。

因素影響下，廠商為鞏固運作的合法性並降低經營風險，以「垂直整合分工」模式於台北市形成產業群聚。試圖透過產業系統中「專屬且固定」的勞資、上下游結構關係，在行動者空間鄰近的基礎上，促進沈默知識的互換、慣例的形成、及強化地方的學習模仿，以降低產業經營及政治氛圍的不確定性。

1980年代的「協力網絡分工」音樂生產模式，正值產業建制化階段，唱片公司數量成長快速，競爭日趨激烈。此時期產業在台北市的群聚，除了廠商組織的「產業結構性著床」，更強調構成社會資本的「市場著床關係」（Talmud et al., 1997）。歷經1960年代以來的產業運作，1980年代的台北市，已蓄積相當成熟度的產製網絡及人才庫。另一方面，隨著高壓政治鬆動及民間消費力提升，流行音樂產業發展出現兩個重要轉折點：（1）歌曲審查制度廢止；（2）唱片公司數量遽增，多分佈於鄰近消費市場處（張容瑛，2002）。換言之，此時期進入產業建制化階段，市場機制成為廠商經營策略的主要考量。基於交易成本的最小化，並降低經營風險，各專業公司間充滿密集交互作用；突破以往單純垂直或水平關係的交互作用，逐漸形成交易性及非交易性依賴的複雜產業網絡關係。這些交互作用，經常透過面對面接觸的方式，發生頻率高且細微的滲入；意味著於從歷史與經驗中吸收重要的資源，因而形成群聚現象。因此，民歌時代建立的人脈、關係，就顯得相當重要，為個人社會資本的累積透過同公司、既有合作經驗，建立的社會網絡，增加彼此曝光、獲利的機會；透過社會網絡的運作，有助於產業發展。本研究受訪者B，以1980年代末期，民歌手段鐘潭成立的「滾石唱片」為例，指出，「滾石唱片」擁有許多代表性歌手，公司內部合作關係穩固，使其如今可發展為台灣本土，唯一的大型主流公司：

「我覺得『滾石』擁有一很珍貴資產，有很多『長青』的藝人…我要強調的是『指標性』的人物，例如英國你會講到『披頭四』、『Rode Stone』…且『滾石』內部很團結，常常一起活動…到華人的任何市場，大家覺得國語歌壇就是『周華建+陳昇+任賢齊+…』大部分都是『滾石』的…他們擁有的資產相當豐富，不論是歌星或好歌…。」（受訪者B）

1990年代後的「專案彈性經理」生產模式，同樣基於廠商組織的「產業結構性著床」，及構成社會資本的「市場著床」（Talmud et al., 1997）；然而這樣的著床關係是比較寬鬆的。專案，是一組在時間上受限的相關任務；專案組織形式，充滿流動並回應市場（Lindkvist et al., 1998; Gann and Salter, 2000; Hobday, 2000），挑戰經濟地理以廠商為分析單位的傳統。在經濟全球化及資訊科技的發展下，跨國企業為因應全球佈局的地理、文化、慣習差異，逐漸以專案組織形式變革，作為正當

性的工具，處理市場不確定性與複雜性（Zeller, 2002）。換言之，為降低產品製作的風險，既有的廠商內部及廠商間的「固定專屬」結構已然崩解，轉而強調專業行動者間的固定合作關係。專業創作者基於默契與信任的培養，多半具有固定合作對象，構成所謂的「班底」，大多聚集於台北市^{註14}，以透過空間鄰近促成彼此間的溝通與靈感激發。然而，在跨國資本的市場邏輯主導下，這樣的社會著床關係，是較弱的、鬆散的，主要受到唱片公司不同策略需求，而決定是否尋找新合作者。本研究受訪者D，就其本身經驗提及：

「音樂上，或多或少會有一些…所謂的『班底』，可能就是一些合作默契比較長久的…一個TEAM，包括…樂手…編曲…因為每個人都有它的習慣、默契…如果說有新的班底，會刺激出不一樣的東西…有利有弊，主要必須考量到唱片公司『時間性』、『預算』、『控制』等問題…」（受訪者D）

此外，基於「流行」的商業化本質，流行音樂產業存在閱聽者品味快速變遷的事實。當既有班底的創作，無法激發新創意，因應愈趨挑剔、多樣性的市場需求時，將面臨音樂創作的瓶頸。此為社會著床關係極化發展，產生過度著床的情形，即所謂閉鎖效果（lock-in），可能導致音樂創作缺乏新意，無法突破。以創作型歌手周華健^{註15}為例，曾經在2003年接受訪問時表示：

「華健坦言，近年來流行樂壇變化巨大，以周杰倫為代表的R&B當道，自己一時很難找到個人的位置，事業處於瓶頸狀態。為了做《一起吃苦的幸福》這張專輯，創作班底耗費很長時間，一度還到清靜的山上閉關潛心創作…」（鄭靜，2003）

（二）地方音樂群聚中的流動著床關係

1960年代以來的「垂直整合分工模式」，強調整個生產體系的「專屬」關係，彼此緊密著床甚至僵固，逐漸無法因應市場的不確定性及風險。因而1980年代後的「協力網絡分工模式」，流動著床關係漸趨明顯。流動著床關係，意味著在空間鄰近的表象下，行動者之間的關係鄰近性逐漸「寬鬆化」；包括產業群聚中的「跳槽」、「挖角」，及不固定的合作關係。藉由流動的著床關係，使具身化

註14. 流行音樂創作人才分佈概況，根據MUST社團法人中中華音樂著作權仲介協會公共關係部，於2002年接受本研究電訪時所提供資料，台灣曾從事流行音樂創作者約2000位，目前仍從事創作者約800至1000位，於MUST登記共461位。分佈情形，北部約80%，且幾乎聚集於台北縣市；中部約5%；南部10%，多位於台南、高雄；國外則有5%。

註15. 曾於1992年，以「讓我歡喜讓我憂」專輯，獲得台灣第四屆金曲獎最佳國語歌曲男演唱人獎。

(embodied) 於個人的沈默知識得以流動，刺激創新產生，並強化產業發展的彈性空間。

1980年代後的「協力網絡分工模式」時期，許多個人音樂工作室、小型唱片公司，無法獨立完成音樂產品的製作、發行、行銷；大型唱片公司為了降低市場經營風險，因而存在許多公司之間的互動關係，進而吸引更多的行動者「埋進」(embed) 這個群聚 (Power and Hallencreutz, 2002)。於此情形下，規模各異的唱片公司、音樂工作室之間，存在日益強化的既競爭、且合作關係；歌手、創作者、唱片公司人員跳槽情形，逐漸增加。跳槽的管道，多透過既有人脈、人際關係；亦即，在既有的著床社會網絡中，某程度產生流動的情形，而流動的媒介，為較鬆散的社會關係。本研究受訪者C，分析跳槽原因如下：

「跳槽啊…其實就是合作不愉快，如果合作愉快，即使沒有合約，還是會繼續做…跳槽通常是發生在大家的認知有差距，在音樂上面的認知，歌手喜歡這樣子，唱片公司要他那樣…第二個就是想要換換環境，刺激創意跟靈感…」 (受訪者C)

另一種流動著床為，不固定合作關係。1990年代以來「專案彈性經理模式」運作，詞曲創作者多屬自由創作者，製作人根據特定歌手、音樂需求，尋找合適者；換言之，依據特定音樂產品需求，不斷組合、重組專案團隊。本研究受訪者E，針對專案彈性經理模式，提出下列看法：

「現在專屬製作人比較少的的原因有幾點，第一個是唱片公司沒預算…沒辦法花那麼多錢去請『in-house』的製作人；再者是，現在沒有製作人是票房保證…現在如果你簽一個約，也等於把自己綁住…彈性的空間就少了，所以唱片公司現在會比較傾向類似『out-sourcing』，外包的方式…還有一點，現在音樂比以前多元化許多…以前可能一個製作人就可以應付一家唱片公司所有的案子，可是現在因為每張專輯的屬性都不一樣，很難找一個音樂人可以涵蓋所有的…」 (受訪者E)

許多專案協調的能力，僅能透過經驗傳遞獲得，因此，流行音樂勞動市場群聚於城市，是相當重要的。其允許人們透過在不同音樂公司間，跳槽、轉業等方式，獲得許多經驗。然而，專案關係的群聚，人們之間與企業之間的連結，是微弱的 (Peter et al., 2004)。流動著床關係的出現，對原先著床的社會關係產生衝擊，造成著床關係的改變及產業結構性變遷；經過一番震盪，產生新的社會著床關係。可避免制度僵化與閉鎖危機，使地方音樂產業群聚，得以持續發展。然而，流動的著床關係，可能基於信任關係或既有人際網絡的牽動；亦可能著眼於市場利益。當全球化資本進入，區域市場利益成為主要考量，在跨國集團去著床的經營邏輯，及專案彈性經理模式的運作下，對於地方音樂群聚造成了複雜的衝擊。

五、全球化與去著床力量的作用

去著床力量，指全球化趨勢下，純粹「基於市場利益」進入台灣流行音樂產業群聚者，以「跨國音樂集團」為代表。跨國資本進入台灣流行音樂產業群聚，並非基於「信任」、「長期合作」等社會關係，而是以「市場利益」為著眼點。尤其以「華文音樂市場」為最終目標，企圖以台灣為進入中國大陸音樂市場的跳板，等待大陸市場開放，尋求最佳進入時點^{註16}。

1990年代迄今，流行音樂產業以「專案彈性經理模式」運作，行動者之間，同時存在著床、流動著床、去著床的力量，促成地方音樂群聚的持續發展。空間著床，為信任性的交換；去著床則基於市場的交易上，兩者在區域發展上皆可促成「聚集」的空間特徵與效應。前者強調，群聚有利於沈默知識的互換，廠商的空間鄰近，可藉由地方慣例的形成，強化地方的學習模仿，降低不確定性。後者則強調，緊密的市場網絡關係與制度透明化，造成互動交易成本降低效果（周志龍，2002）。兩者皆有助於創新與產業發展。因此，欲討論去著床力量進入後，對於既有著床力量的衝擊、產業發展的挑戰，可以從兩個層次進行探討。第一層次為，著床的「社會關係」與去著床的「市場力量」，兩者間的緊張與拉扯；第二層次為，以跨國公司為代表的「全球資本」，其滲透與宰制。本文試圖從兩層次的討論中，分析當前台灣流行音樂產業發展的機會與限制。

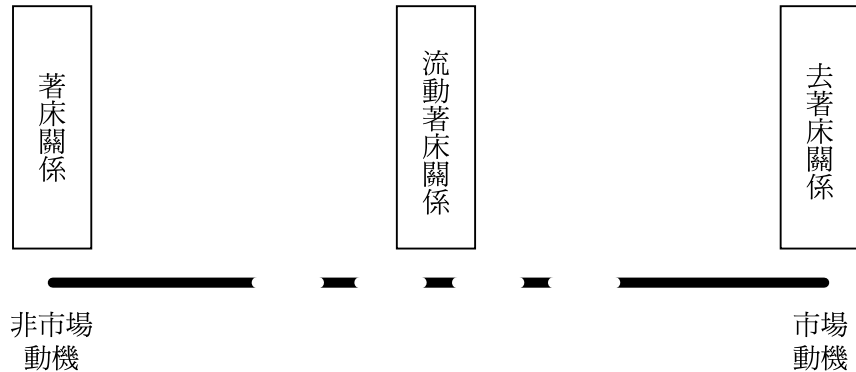
（一）去著床「市場力量」隱含的機會

空間著床關係，係透過社會網絡的動員，屬於非正式的社會體；去著床，為市場力量的運作，完全建立在人為設計的基礎之上。將其放在光譜兩端（圖二）。

極左為完全的著床關係，行動者間的互動、信息交換，完全基於親友、種族等自然社會連帶。在台灣流行音樂尚未成為產業之前，即屬於此種社會關係；即使到了1970年代的「垂直整合分工」生產模式，著床關係的運作，仍佔相當成分。極右為完全的去著床關係，行動者的行為，完全基於市場利益考量，建立在人為制度之上。1990年代的「專案彈性經理」生產模式，雖不至於完全去著床化，然已某程度呈現去著床力量的運作。

面臨著床過度發展，導致的產業僵化、創意閉鎖情形，可藉由流動著床，增加產業彈性、開放性與創意發展的機會。如前所述，1970年代末的「垂直整合分工」模式為例，由於其「專屬且固定」的廠商階層結構，導致生產系統的運作僵化，無

註16. 整理自本研究受訪者B、C、D說法。



圖二 著床與去著床關係光譜概念圖

法因應市場漸趨快速的變動。因此，生產系統自我調適的結果，既有「產業結構性著床」及「市場著床」逐漸產生流動，透過跳槽及合作關係的調整，使系統持續調節運作。而這樣的流動關係，可進一步藉由去著床力量加以激化。去著床力量強調市場制度透明化，以往創作者、歌手欲進入流行音樂產業，多經由既有人脈牽線、介紹；如此運作，使具有潛力的優秀人才，容易遭到埋沒。1990年代後，面臨市場多元化的壓力，唱片公司（經常為跨國唱片集團）多藉由舉辦音樂比賽，發掘人才（表三），使非屬「社會網絡關係」者，亦有進入流行音樂產業的「機會」。此外，透過音樂比賽的舉辦，可刺激創作者新的靈感，並觀察市場變化趨勢^{註17}。

表三 1990年代歌唱競賽與發掘新人—制度化機會

音樂比賽	比賽類型	發掘音樂工作者
校園音樂創作比賽	大專院校音樂比賽	張雨生、陶晶瑩、陳綺貞
五燈獎	電視節目	張惠妹、蔡小虎
超級新人王電視選秀	電視節目	周杰倫、方文山、溫嵐
MTV頻道歌唱比賽	跨國唱片集團與媒體合作	蔡依林、江美琪、侯湘婷
野台開唱	非主流音樂聚會	五月天、拖拉庫

資料來源：本研究整理自受訪者H說法。

註17. 於校園音樂比賽現場，訪問擔任評審的專業音樂工作者，所得資訊。

流行音樂反應地方的文化與環境。在全球化空間的流動下，外籍流行音樂工作者基於市場開拓動機，進入台灣，引入多樣文化元素，有助於刺激本地音樂的創新，使音樂風格趨於多元化。本研究受訪者G，表示：

「現在新加坡的創作者一直出來，跟我們的東西不太一樣，我們覺得蠻好聽的，所以台灣的創作者要加油。他們的東西是新的刺激，雖然這些音樂在新加坡當地可能已經聽膩了，可是對我們來說算是一個新的刺激，而且做出來的品質都不錯。」（受訪者G）

此外，市場對於制度化的要求，促使台灣於1990年代起，陸續成立NGO、同業公會等相關組織（表四），為產業制度化運作的機會。然而，這些組織的運作，存在一些問題。首先，社團多無積極作為，容易成為虛設。此外，社團之間功能重複，組織間缺少協調、溝通平台，影響運作效率及資源配置。

表四 台灣流行音樂產業相關組織表

組織性質	組織團體	成立時間
同業公會	台灣區視聽錄音工業同業公會	1960
	中華有聲出版事業協會	1977
國際唱片交流	財團法人國際唱片交流基金會（IFPI）	1986
音樂性仲介團體	中華民國錄音著作權人協會（ARCO）	1986
	中華民國音樂著作權人聯合總會（MCAT）	1994
	中華音樂著作權仲介協會（MUST）	1999
	中華音樂視聽著作仲介協會（AMCO）	1999
音樂版權經紀	台北市音樂著作權代理人協會（mpa）	1997
非主流音樂協會	台北市國際唱片協會	1999
社群團體	中華音樂人交流協會	1998

資料來源：本研究整理自行政院新聞局（1999）

去著床力量訴求的市場制度，提供流行音樂產業更公開、透明、制度化運作的契機。然而，當市場力量涉及全球資本宰制時，單純的「非市場」與「市場」二元關係，便產生解釋的侷限性。因此，必須進行第二層次的探討，分析跨國公司的全球資本運作。

(二) 跨國公司資本的滲透涵意

全球化經濟涉入台灣流行音樂產業，使產業主導者由本土資本轉變為全球跨國資本（表一）。跨國資本以龐大資金及國際通路，為最大優勢；透過購併、合併等動作，造成市場結構的巨變。五大跨國音樂集團，成為市場結構中的支配者（劉現成，2004）；小型公司在不穩定市場中，面臨跨國公司龐大資金壓力，陸續退出音樂市場，或尋求與跨國公司結盟機會，導致市場集中化程度日益增高^{註18}。

音樂創作方面，在跨國集團以資本密集型經營模式下，商品包裝、行銷宣傳重要性大增，詞曲創作僅為商品組合一部份（表五）。歌手的外型、觀眾緣及表演才能，為塑造「明星」的必要條件，音樂創作成為次要。行銷成本過多的結果，間接壓縮了音樂製作品質，根據本研究受訪者F的說法，此或許為消費者熱中於透過網路非法下載、或者購買盜版產品的原因之一。

表五 1980年代～2000年代專輯唱片成本比較

費用項目	1980	1990	2000	
			(最保守)	(暢銷歌手)
音樂製作	約100萬	約100萬	約115萬	約270萬
行銷宣傳	約150萬	約600～900萬	約1700萬	約2000萬以上
總成本	約300萬	約700～1000萬	約2000萬	約2500萬以上

資料來源：張容瑛（2002）

台灣流行音樂，尚屬發展中產業，成熟度、市場敏感度、國際視野，與西方流行音樂市場仍有相當差距。跨國音樂集團擁有完整的產品行銷通路，有助於歌手開發海外市場，特別是中國大陸、香港、新加坡^{註19}等華語市場。再加上跨國集團積極進行挖角，使歌手跳槽情形普遍。隨著1990年代後的「專案彈性經理模式」，跨國音樂集團進入，部分唱片公司結束營業，或改變經營策略；並致力於挖角「天王」、「天后」^{註20}，使跳槽趨於頻繁。本研究受訪者B，表示：

註18. 直至2004年，五大跨國音樂集團，在全球的市場佔有率達90%（劉現成，2004）。

註19. 1990年大，五大跨國音樂集，於台灣、香港、新加坡皆設有分公司；1995年華納唱片進入中國大陸，至2002年止，五大跨國音樂集團亦全數進入大陸市場進行開發。

註20. 例如，以往隸屬於「福茂」唱片的庾澄慶，後被「新力」公司挖角。以往同樣隸屬於「福茂」的辛曉琪則進入「滾石」公司。

「跨國公司進來以後，歌手跳槽的情形的確愈來愈多，很大的原因是為了拉高身價，藉由跨國公司雄厚的資金、全方位的行銷管道，拓展自己的海外市場…還有一種不叫跳槽，是被fire的，唱片公司覺得你不賣錢，你只好另謀生路…」（受訪者B）

「挖角」動作，改變音樂創作者、歌手、唱片公司之間的忠誠度，著床關係鬆動之際，產生透過新的合作關係，有機會產生創新的火花。然而，若挖角過於頻繁，去著床力量過度涉入，將影響產業發展穩定度，形成惡性競爭。一位任職於跨國音樂集團，本研究受訪者C，提及：

「跨國集團的不穩定性會比較高，可能今天總裁馬上就換人了…因為國際公司買來買去的…做決定的人一直在換，這是穩定度問題；第二個就是國際公司比較重數字，比較不看重情義，今天你賣的好我就繼續幫你做，你賣不好我就把你砍了，可是相對本土公司…因為都是台灣人嘛…」（受訪者C）

面臨歌手跳槽的衝擊，刺激本地音樂公司的行銷能力，陸續開發新的娛樂事業，包括演唱會^{註21}及相關影音產品等行銷販售；特別是對於全球華文市場的經營、開發。另一方面，創意、行銷，為流行音樂產業兩大基礎；受跨國音樂集團經營模式影響，流行音樂產業已成為整合型娛樂事業體系，與媒體相關機制存在共生關係。此外，跨國音樂集團，引入擁有較成熟的產業運作模式，包括會計年度預算、分工統合、藝人管理（artist and repertoire, A & R）概念、及版稅制度確立等，皆間接促成本地流行音樂產業發展環境的建構。

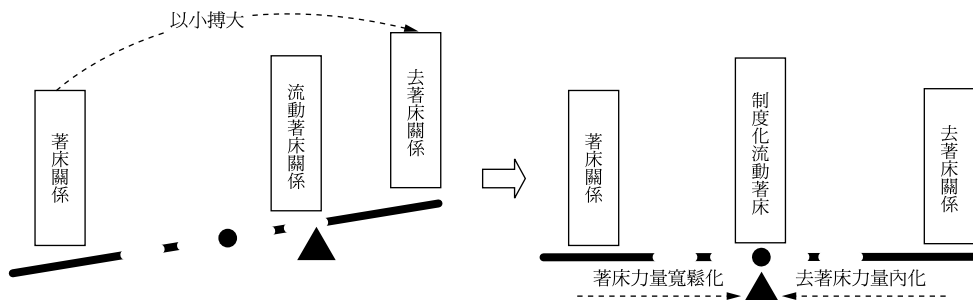
然而，另一方面，跨國音樂集團具有全球佈局的行銷網絡，及精準的市場敏感度，隱含台灣流行音樂全球串接的機會。在「專案彈性經理」的生產模式下，專案組織成員，需隨時掌握市場脈動；透過各地專業工作者的參與，增加靈感產生、與跨界組織成員建立關係的機會。此外，在台灣朝向華文音樂世界發展之際，行銷管道的健全、手法創新，為重要條件；跨國音樂集團的全球行銷網，暗示台灣流行音樂擴張版圖的機會。而音樂創作者、表演者，對於區域性消費者的偏好，亦需有相當程度的掌握；不同音樂元素的引入、衝擊，提供本地創作者多元的音樂靈感、與文化激盪。本研究受訪者F，表示：

「從事創作，只要有想法就可以，但如果要成為一個好的、成功的、專業的，甚至靠創作工作為生的話，你當然要有一些基本的音樂概念，最重要的是，市場敏感度…尤其在面臨華文音樂市場…」（受訪者F）

註21. 例加，1999年本土「豐華唱片」歌手張惠妹，舉辦「妹力九九亞洲巡迴演唱會」，包括台灣、中國、香港、新加坡、馬來西亞等地，共計十四場。

相當重要的，在流行音樂漸朝向區域化、國際化發展之際，跨國音樂集團的進入，雖存在霸權宰制的負面衝擊，卻也隱含了台灣流行音樂，與全球串接的機會。「專案彈性經理」的運作，專案組織成員間存在較鬆散的社會關係；成員依據產品需求，不斷地進行組成與重組；甚至跨界尋求人才，進而形成跨界的關係網絡，構成跨界社會資本。Power and Hallencreutz (2002) 指出，地方流行音樂產業，成功發展的三要素為：地方特色、地方與全球企業的連結、及智慧財產權制度。形成這些要素的關鍵在於，面臨全球資本的滲透，地方在商業創新方面的回應、機制的研議，換言之，商業創新的著床過程。事實上，組織鄰近性與空間鄰近性，具有互補的關係，兩者間相互穿透 (Morgan, 2004)；因此，台灣流行音樂市場，可藉由跨國音樂集團的全球組織觸角，進行跨界發展。換言之，透過跨國音樂集團的組織鄰近性，吸引多元的音樂資源、市場資訊，進入台灣的流行音樂產業群聚。至於，使「全球佈局」與「地方群聚」進行串接的關鍵在於，台灣流行音樂群聚「以小搏大」(leverage) 的能力 (圖三)。

由於去著床力量的刺激，著床關係具有流動過度的情形，造成本地創作空間、廠商經營的危機。如何形構「以小搏大」(leverage) 的能力？關鍵為，制度化的流動著床。除了著床關係的文化、慣習、地方特色之際，更強調相當程度的競爭，使避免產生著床過度的「閉鎖」；此外，透過積極的社會關係建構，將去著床力量內化。至於，促成群聚中的流動著床力量，「制度化環境」為重要條件；除了狹義的「智慧財產權制度」等法令規章，應以「音樂經濟」的向度進行思考。一方面，透過制度化過程，使著床力量寬鬆化，保持流動的彈性；另一方面，藉由制度環境的形構，將去著床力量內化，吸納為社會網絡的一份子。由於流行音樂產業發展，與媒體環境、數位技術，息息相關；為避免淪為音樂「代工」的生產位階，本地流



圖三 地方音樂產業群聚「以小搏大」概念示意圖

行音樂必須致力於「品牌」、「行銷」的開拓；並致力於公開、透明、多元的媒體環境，及制度化運作^{註22}。目的在於養成消費者音樂欣賞的習慣，藉由挑剔的消費者，促成音樂產品創新；並強化本地音樂工作者，市場開發、企業經營、國際視野相關能力。

六、結論與討論

既有音樂產業地理研究，已關注到流行音樂群聚發展的現實，包括紐約、洛杉磯、那什維爾、Stockholm、東京等世界級都市；進一步指出，基於社會著床關係，形成的流行音樂產業群聚，有助於創意形成與產業發展。的確，透過面對面接觸的空間鄰近性，對於行動者之間沈默知識的傳遞、具身化技術的學習模仿，扮演相當重要角色。透過社會網絡，進行信任性交換的著床關係，有助於產業發展與創新。從Scott（1999a, b, 2000）、Brown et al.（2000）、Power（2002）、Power Hallencreutz（2002）等學者的經驗研究，上述論述可以獲得充分解釋。然而，這些研究，為特定時、空現象的描述，僅針對「正在發生的事」進行觀察，指出「著床關係」對於地方音樂產業群聚的重要性。此外，以紐約、洛杉磯等跨國音樂集團所在地，為經驗研究對象，對於其他發展中的地方音樂群聚，可能存在解釋的侷限性。本文以台灣流行音樂產業為研究對象，目的在於理出生產模式與著床關係的共演化因果機制，驗證本研究命題：流行音樂生產模式（production model）隨著時間演化，基於產業成熟度及地方能力的差異，促成產業群聚中的著床關係隨之產生改變；除了著床關係，流動著床、去著床，皆有相當程度的角色作用。

台灣流行音樂發源於日據時期的台北市，之後逐漸發展出產業群聚。1960年代的「垂直整合分工」生產模式，面臨產業萌芽、政經環境的不確定性，行動者高度依賴廠商組織的「產業結構性著床」，及構成社會資本的「政治著床關係」，在空間上形成群聚現象，並具相當的群聚忠誠度。1980年代，閱聽者對音樂消費的需求面增加，同時，音樂人才的供給豐沛，流行音樂完成產業建制，以「協力分工網絡模式」進行生產。基於廠商組織的「產業結構性著床」，及構成社會資本的「市場著床關係」逐漸寬鬆化，產生群聚中著床流動情形，包括跳槽、挖角，或合作者間的變換；透過著床關係的流動，避免制度閉鎖（lock-in）產生。然而，若市場誘因造成流動太過，將出現去著床的情形，導致地方音樂產業群聚的不穩定性提升。

註22. 例如，台北市政府近年來舉辦的「台北流行音樂節」，及台北縣政府主辦的「國際海洋音樂節」。

1990年代，全球化資本入侵後，流動著床關係趨於激烈，甚而造成生活經驗、市場經營的不著床；表現在音樂生產模式上，呈現「專案彈性經理制度」。

當前台灣流行音樂產業群聚，同時存在著床、流動著床、去著床關係，各扮演重要角色。著床及去著床關係，不應被化約成單純的二元對立，事實上必須以市場導向關係的強度加以理解（如圖二）。愈趨向去著床力量，則愈強調市場制度、公開、透明，有助於僵化社會關係的破除，減少「黑箱作業」情形，使非屬既有社會網絡成員，有機會進入地方音樂產業群聚發展。於此邏輯下，跨國集團資本的涉入，同時隱含產業發展的危機與轉機。首先，跨國集團進入的動機，在於拓展區域性、華文音樂市場，本地創作空間易受壓縮。在經營模式方面，強調包裝、商品概念，甚至超越音樂創作本質，容易造成音樂產品的空洞化。另外，跨國集團以大規模購併、挖角，成為市場競爭的支配者，依據進化論的邏輯，許多小型公司逐漸消失。在無本地品牌的情形下，台灣音樂產業，恐有淪為「高級創意代工」的危機。然而，從機會面分析，流行音樂產業發展的四大要素：創意、技術、行銷、市場。跨國集團引入跨界專業人才、制度化的企業經營、高度的市場洞察力、全球行銷網絡，在本地企業善於模仿的情形下，台灣流行音樂產業運作，趨於成熟。「專案彈性經理」生產模式，組織成員依據產品需求，隨時組成與重組；並透過跨國集團的運作，引入國外人才，及其具身化的知識、技術。這些專業人才之間，保持微妙的社會網絡關係；透過與國外專業人才合作的機會，形構跨界的關係鄰近性。

整體而言，本文已透過台灣流行音樂的經驗分析，指出流行音樂生產模式與所處脈絡的國家角色、政經環境、及社會文化彼此相互構成，同時解釋空間著床的產業群聚關係，及其不同的時代意義。就學術的意義而言，關於東方流行音樂的經驗研究、理論發展，特別是華文音樂領域，本文僅是一個開端，並初步指出與西方流行音樂產業經驗的差異。就政策的含意而言，當思考「高級創意代工」危機時，或許可透過上述關係鄰近性，及跨國集團的組織佈局，強化本地音樂群聚的發展優勢。換言之，形成本地群聚「以小搏大」（leverage）的能力，使「全球佈局」與「地方群聚」進行串接。而關鍵在於，從廣義音樂經濟向度，發展制度化的流動著床關係；一方面，保持著床關係的寬鬆；另一方面，致力於去著床力量的內化。此等皆有待更細緻且多元的經驗探討。

參考文獻

- 王英裕，(1999)，〈全球整編與本土共謀：台灣流行音樂工業轉變之政經分析〉，碩士論文，國立中正大學電訊傳播研究所。
- 台灣省政府主計處，(1989)，〈台灣省家庭收支調查報告〉，台北。
- 行政院新聞局，(1999)，〈中華民國出版年鑑〉，台北。
- 李天鐸，(1998)，〈跨國傳播媒體與華語流行音樂的政治經濟分析〉，《當代》，第125期，pp54-71。
- 周志龍，(2002)，〈全球化、知識與區域〉，《詹氏書局》，台北。
- 徐進鈺，(1999)，〈流動的鑲嵌：新竹科學工業園區的勞動力市場與高科技發展〉，《台灣社會研究季刊》，第35期，pp75-118。
- 翁嘉銘，(1998)，〈從羅大佑到崔健：當代流行音樂的軌跡〉，《時報文化》，台北。
- 莊永明，(1995)，〈台灣歌謠追想曲〉，《前衛》，台北。
- 張文輝，(2005)，〈抓泥鰍，小牛的哥哥原本是小毛〉，《聯合報》，2005/4/6。
- 張釗維，(1991)，〈流行歌謠詞曲作家大事記（初稿）〉，《聯合文學》，第10卷第7期，pp130-151。
- 張釗維，(1994)，〈誰在那邊唱自己的歌〉，《時報文化》，台北。
- 張容瑛，(2002)，〈台灣流行音樂產業網絡、創作系統與空間〉，碩士論文，國立台北大學都市計劃研究所。
- 彭品光，(1977)，〈流行歌曲譚〉，《中華日報社》，台北。
- 曾慧佳，(2000)，〈從流行歌曲看台灣社會〉，《桂冠圖書》，台北。
- 路寒袖口述、江文瑜整理，(1996)，〈雅歌的春雨一路寒袖談台語歌詞創作〉，《中外文學》，第2卷第25期，pp130-138。
- 葉龍彥，(2001)，〈台灣唱片思想起〉，《博揚文化》，台北。
- 鄭金梅，(2002)，〈服務業接觸與空間聚集關係之研究—以台北市廣告業為例〉，碩士論文，國立台北大學都市計劃研究所。
- 鄭靜，(2003)，〈周華健：非常“健”談〉，《江南都市報》，2003/12/03。

- 劉現成，(2004)，〈跨越疆界—華語媒體的區域競爭〉，《亞太圖書》，台北。
- 羅悅全，(2000)，〈秘密基地：台北的音樂版圖〉，《商業週刊》，台北。
- Alexander, P. (1996) , "Entry barriers, release behaviour, and multi-product firms in the popular music recording industry", *Review of Industrial Organization*, Vol.9: 85-98.
- Attali, J. (1985) , *Noise: The Political Economy of Music*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bengtsson, M and Söderholm, A (2002) , "Bridging distances: organizing boundary-spanning technology development projects", *Regional Studies*, Vol.36 (3) : 263-274.
- Brown, A. and O'connor, J. and Cohen, S. (2000) , "Local music policies within a global music industry: cultural quarters in Manchester and Sheffield", *Geoforum*, Vol.31: 437-451.
- Burnett, R. (1993) , "The popular music industry in transition", *Popular Music and Society*, Vol.17: 87-114.
- Christiansen, M. (1995) , "Cycles in symbolic production? A new model to explain concentration, diversity and innovation in the music industry", *Popular Music*, Vol.14: 55-93.
- Gann, D. and Salter, A. J. (2000) , "Innovation in project-based, service enhanced firms: the construction of complex products and systems", *Research Policy*, Vol.29: 955-972.
- Grabher, G. (2002) , "The project ecology of advertising: tasks, talents and teams", *Regional Studies*, Vol.36 (3) : 245-262.
- Granovetter, M. (1985) , "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, Vol.91 (3) : 481-510.
- Gronow, P. (1983) , *The record industry: the growth of a mass medium*, Popular Music,

Vol.3: 53-75.

Hesmondhalgh, D. (1996) , "Flexibility, post-Fordism and the music revolution", *Media, Cultural and Society*, Vol.18: 469-488.

Hobday, M. (2000) , "The project-based organization: an ideal for managing complex products and systems?", *Research Policy*, Vol.26: 689-710.

Jones, S. (2002) , "Music that moves: popular music, distribution and network technologies", *Cultural Studies*, Vol.16 (2) : 213-232.

Kong, L. (1995) , "Popular music in geographical analyses", *Progress in Human Geography*, Vol.19: 183-98.

Kong, L. (1996) , "Popular music in Singapore: local cultures, global resources and regional identities", *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol.14: 273-92.

Leyshon, A. (2001) , "Time-space (and digital) compression: software formats, musical networks and the reorganisation of the music industry", *Environment and Planning A*, Vol.33: 49-77.

Leyshon, A. and Matless, D. and Revill, G. (eds.) (1998) , *The Place of Popular Music*. New York: Guildford Press.

Lindkvist, L., Söderlund J. and Tell, F. (2000) , "Managing product development projects: on the significance of fountains and deadlines", *Organization Studies*, Vol.19 (6) : 931-951.

Lopes, P. (1992) , "Innovation and diversity in the popular music industry: 1969-1990", *American Sociological Review*, Vol.57: 56-71.

Malm, K. and Wallis, R. (1992) , *Media Policy and Music Activity*. London: Routledge.

Maskell, P. and Malmberg, A. (1999) , "Localised learning and industrial competitiveness", *Cambridge Journal of Economics*, Vol.23: 167-185.

Morgan, K. (2004) , "The exaggerated death of geography: learning, proximity and

- territorial systems", *Journal of Economics Geography*, Vol.4: 3-21.
- Negus, K. (1998) , "Cultural production and the corporation: musical genres and the strategic management of creativity on the US recording industry", *Media, Culture & Society*, Vol.20: 359-379.
- Peter, M. and Mark, L. (2004) , "The cluster as market organization", *Urban Studies*, Vol.41 (5/6) : 991-1009.
- Peterson, R. and Berger, D. (1996) , "Measuring industry concentration, diversity and innovation in popular music", *American Sociological Review*, Vol.61: 175-178.
- Polanyi, M. (1967) , *The Tacit Dimension*. New York: M.E. Sharp Inc.
- Porter, M. (1990) , *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.
- Power, D. (2002) , "Cultural industry in Sweden: an assessment of their place in the Swedish economy", *Economic Geography*, Vol.78 (2) : 103-127.
- Power, D. and Hallencreutz, D. (2002) , "Profiting from creativity? The music industry in Stockholm, Sweden and Kingston, Jamaica", *Environment and Planning A*, Vol.34 (10) : 1833-1854.
- Power, D. and Jansson, J. (2004) , "The emergence of a post-industrial music economy? Music and ICT synergies in Stockholm, Sweden", *Geoforum*, Vol.35: 425-439.
- Sadler, D. (1997) , "The global music business as an information industry: reinterpreting economies of culture", *Environment and Planning A*, Vol.29: 1919-1936.
- Sadler, D. (2004) , "Cluster evolution, the transformation of old industrial regions and the steel industry supply chain in North East England", *Regional Studies*, Vol.38 (1) : 55-66.
- Scott, A. J. (1999a) , "The US recorded music industry: on the relations between organization, location, and creativity in the cultural economy", *Environment and Planning A*, Vol.31: 1965-1984.
- Scott, A. J. (1999b) , "The cultural economy: geography and the creative field", *Media*,

Culture & Society, Vol.21: 807-817.

Scott, A. J. (2000) , *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries*. London: SAGE Publications.

Talmud, I. And Mesch, G. S. (1997) , "Market embeddedness and corporate instability: the ecology of inter-industry networks", *Social Science Research*, Vol.26: 419-441.

Wolfe, D. A. and Gertler, M. S. (2004) , "Cluster from the inside and out: local dynamics and global linkages", *Urban Studies*, Vol.41 (5/6) : 1071-1093.

Zeller, C. (2002) , "Project teams as means of restructuring research and development in the pharmaceutical industry", *Regional Studies*, Vol.36 (3) : 275-289.

附錄 受訪對象名單

受訪者代號	受訪者屬性	於台灣音樂工作年資
受訪者A	資深音樂創作者	30餘年
受訪者B	國際唱片公司部門主管	30餘年
受訪者C	國際唱片公司部門主管	20餘年
受訪者D	本土唱片公司部門主管	20餘年
受訪者E	暢銷歌手兼創作者	20餘年
受訪者F	小型音樂工作室負責人	10餘年
受訪者G	新興音樂創作者	10餘年
受訪者H	錄音室負責人	10餘年

